

Trung Quốc là thị trường xuất khẩu thủy sản lớn của Việt Nam trong nửa đầu năm 2026

06:17 25/07/2026

Không còn chỉ là thị trường tiêu thụ lớn, Trung Quốc đang trở thành động lực tăng trưởng quan trọng của xuất khẩu thủy sản Việt Nam. Trong bối cảnh nhiều thị trường truyền thống đối mặt với rào cản thương mại và nhu cầu phục hồi chậm, sự bứt phá tại thị trường láng giềng giúp doanh nghiệp mở rộng dư địa tăng trưởng, đồng thời thúc đẩy quá trình tái cơ cấu thị trường xuất khẩu theo hướng linh hoạt hơn.

Thị trường gần trở thành động lực tăng trưởng mới

Bức tranh xuất khẩu thủy sản của Việt Nam trong 6 tháng đầu năm 2026 cho thấy sự thay đổi đáng chú ý về cơ cấu thị trường. Nếu trong nhiều năm, Mỹ luôn giữ vai trò là thị trường xuất khẩu lớn nhất thì nay vị trí này đã thuộc về Trung Quốc với kim ngạch gần 1,4 tỷ USD, tăng khoảng 40% so với cùng kỳ năm trước.

Theo Bộ Nông nghiệp và Môi trường, tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam trong nửa đầu năm đạt hơn 5,7 tỷ USD, tăng 11,4% so với cùng kỳ năm 2025. Riêng tháng 6, xuất khẩu đạt khoảng 1,09 tỷ USD, tăng 20,8%, cho thấy nhu cầu tại nhiều thị trường vẫn duy trì xu hướng tích cực.



Nhu cầu nhập khẩu tăng từ thị trường Trung Quốc đang tạo thêm động lực để doanh nghiệp Việt Nam mở rộng sản xuất, nâng cao chất lượng và gia tăng giá trị xuất khẩu. Ảnh AI

Việc Trung Quốc vươn lên dẫn đầu không đơn thuần là sự thay đổi về thứ hạng mà phản ánh xu hướng dịch chuyển của dòng thương mại trong bối cảnh thương mại toàn cầu tiếp tục biến động. Khi nhiều thị trường lớn gia tăng các yêu cầu về kỹ thuật, truy xuất nguồn gốc và thương mại, doanh nghiệp Việt Nam đã chủ động mở rộng thị phần tại các thị trường có lợi thế về địa lý và logistics.

Theo bà Lê Hằng, Phó Tổng Thư ký Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP), việc Mỹ và một số thị trường châu Âu tăng cường các biện pháp thương mại khiến doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu sang Trung Quốc nhằm đa dạng hóa thị trường, giảm rủi ro phụ thuộc vào một số đối tác truyền thống.

Lợi thế lớn nhất của Trung Quốc không chỉ nằm ở quy mô tiêu thụ mà còn ở khoảng cách địa lý. Nhiều mặt hàng thủy sản tươi sống có thể vận chuyển qua đường bộ hoặc đường biển với thời gian ngắn, giúp giảm đáng kể chi phí logistics, bảo quản và hạn chế rủi ro trong quá trình giao hàng.

Điều này đặc biệt có ý nghĩa đối với các sản phẩm có giá trị cao như tôm hùm, cua, nhuyễn thể hay các mặt hàng thủy sản tươi sống vốn đòi hỏi thời gian vận chuyển ngắn để bảo đảm chất lượng.

Từ mở rộng thị trường đến nâng cao giá trị xuất khẩu

Sự tăng trưởng tại Trung Quốc cũng phản ánh xu hướng thay đổi trong chiến lược xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam. Thay vì chỉ tập trung vào mở rộng sản lượng, nhiều doanh nghiệp đang hướng tới khai thác các phân khúc có giá trị cao hơn và xây dựng chuỗi cung ứng linh hoạt theo từng thị trường.

Trong cơ cấu mặt hàng, tôm tiếp tục giữ vai trò chủ lực với kim ngạch khoảng 2,3 tỷ USD trong 6 tháng đầu năm, tăng 13,6% và chiếm hơn 40% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản. Riêng nhu cầu nhập khẩu tôm và tôm hùm từ Trung Quốc và Hong Kong tiếp tục tăng mạnh, tạo động lực quan trọng cho toàn ngành.

Bên cạnh đó, cá tra đạt kim ngạch khoảng 1,1 tỷ USD, tăng 12,1% so với cùng kỳ năm trước. Với lợi thế về giá thành cạnh tranh và nguồn cung ổn định, cá tra tiếp tục duy trì vị thế tại nhiều thị trường, trong đó có Trung Quốc.

Không chỉ riêng Trung Quốc, nhiều thị trường khác cũng ghi nhận tốc độ tăng trưởng tích cực trong tháng 6 như Mỹ, Singapore, Brazil, Thái Lan, Nga, Australia và Canada. Điều này cho thấy chiến lược đa dạng hóa thị trường đang giúp ngành thủy sản giảm dần sự phụ thuộc vào một số thị trường truyền thống, đồng thời nâng cao khả năng thích ứng trước những biến động của thương mại quốc tế.

Tuy nhiên, theo các chuyên gia, dư địa tăng trưởng sẽ không chỉ phụ thuộc vào việc mở rộng thị trường mà còn nằm ở khả năng nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm. Xu hướng tiêu dùng toàn cầu đang chuyển mạnh sang các sản phẩm chế biến sâu, đáp ứng tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc và phát triển bền vững.

Trong bối cảnh đó, doanh nghiệp cần tiếp tục đầu tư vào công nghệ chế biến, phát triển vùng nguyên liệu đạt chuẩn, tăng cường kiểm soát chất lượng và xây dựng thương hiệu để đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của các thị trường nhập khẩu.

Việc Trung Quốc trở thành thị trường xuất khẩu lớn nhất mở ra cơ hội đáng kể cho ngành thủy sản Việt Nam trong ngắn hạn. Song để duy trì tăng trưởng bền vững, doanh nghiệp vẫn cần tiếp tục đa dạng hóa thị trường, nâng cao giá trị sản phẩm và giảm phụ thuộc vào bất kỳ một thị trường đơn lẻ nào. Đây sẽ là nền tảng quan trọng để ngành thủy sản duy trì đà tăng trưởng và hoàn thành mục tiêu xuất khẩu trong năm 2026.

Minh Thành (t/h)