TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Vì sao, nông sản Việt đang là mặt hàng Trung Quốc có nhu cầu tiêu thụ nhiều nhất

11:21 14/07/2024

Nông sản đang là mặt hàng Trung Quốc có nhu cầu tiêu thụ nhiều nhất. Hàng năm, nước này chi 230 tỷ USD để nhập khẩu nông sản, riêng trong 5 tháng đầu năm nay đã nhập gần 100 tỷ USD. Trong nhóm hàng nông sản có nhiều mặt hàng hàng năm Trung Quốc đều nhập khẩu trên 20 tỷ USD như trái cây, thủy hải sản, ngũ cốc (gạo)...

Theo Tổng cục Hải quan, 6 tháng đầu năm 2024, xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang Trung Quốc đạt 27,8 tỷ USD, tăng 5,3% so với cùng kỳ.

Còn báo cáo của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cho thấy, trong nửa năm 2024, tổng kim ngạch xuất khẩu nông lâm thủy sản đạt 29,2 tỷ USD, tăng 19% so với cùng kỳ năm 2023.

Trong đó, Trung Quốc chiếm 20,2%, tăng 9,5% so với cùng kỳ năm trước... đứng vị trí thứ hai về thị trường xuất khẩu. Rau quả là một trong những mặt hàng được Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang thị trường này.

Hiện, tại Cửa khẩu quốc tế đường bộ số 2 Kim Thành (Lào Cai), trung bình mỗi ngày có khoảng 200 xe hoa quả xuất khẩu sang Trung Quốc, một nửa trong số đó là xe chở sầu riêng. Được biết, sầu riêng Ri6 được các thương lái thu mua, xuất khẩu sang Trung Quốc với giá cao nhất là 60.000 đồng/kg, sầu riêng Monthong giá cao nhất là 92.000 đồng/kg, tức mỗi xe hàng xuất khẩu có giá trị từ 1,1 tỷ đồng đến 1,5 tỷ đồng.

Tổng giá trị hàng hóa xuất nhập qua cửa khẩu Lào Cai đạt trên 1,1 tỷ USD trong nửa năm qua. Phần lớn là xuất khẩu mặt hàng quả sầu riêng với trên 100 nghìn tấn, kim ngạch xuất khẩu đạt khoảng 540 triệu USD, tăng gấp đôi so với cùng kỳ năm ngoái.



Hàng năm, Trung Quốc chi 230 tỷ USD để nhập khẩu nông sản. Trong nhóm hàng nông sản có nhiều mặt hàng hàng năm Trung Quốc đều nhập khẩu trên 20 tỷ USD như trái cây, thủy hải sản, ngũ cốc (gạo)... Ảnh minh họa.

Chia sẻ về vấn đề trên, ông Nông Đức Lai, Tham tán thương mại Việt Nam tại Trung Quốc cho biết: Theo số liệu công bố từ Hải quan Trung Quốc, thương mại xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Trung Quốc 5 tháng đầu năm tăng trưởng trên 20%.

Đặc biệt, xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc không chỉ có mức tăng trưởng cao, mà giữa các ngành hàng, sản phẩm đều có tăng trưởng cân bằng. Trong đó, nông sản đang là mặt hàng Trung Quốc có nhu cầu tiêu thụ nhiều nhất.

Hàng năm, nước này chi 230 tỷ USD để nhập khẩu nông sản, riêng trong 5 tháng đầu năm nay đã nhập gần 100 tỷ USD. Trong nhóm hàng nông sản có nhiều mặt hàng hàng năm Trung Quốc đều nhập khẩu trên 20 tỷ USD như trái cây, thủy hải sản, ngũ cốc (gạo)...

Đây là những mặt hàng Việt Nam có thế mạnh. Các doanh nghiệp phải tận dụng, khai thác tối đa thị trường tiềm năng này.

"Các sản phẩm và thực phẩm chế biến sẵn đang là một ngành hàng rất tiềm năng tại Trung Quốc và sẽ tạo ra nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam khai thác. Cụ thể, đối với mặt hàng thủy sản hiện nay, các doanh nghiệp không chỉ xuất khẩu mặt hàng tươi sống mà nên đầu tư sản xuất các sản phẩm chế biến sẵn để đưa vào thị trường này", ông Nông Đức Lai gợi mở.

Ông Nông Đức Lai nhận định, đối với hàng hóa nông lâm sản từ nay đến cuối năm xuất khẩu dự báo sẽ tăng trưởng mạnh. 6 tháng cuối năm, Trung Quốc có rất nhiều kỳ nghỉ lễ, tết dài ngày, hiện tại đang là kỳ nghỉ hè của học sinh, sinh viên, sau đó là tết Trung thu…

Trong những dịp nghỉ lễ, tết, nhu cầu tiêu thụ hàng nông sản tăng rất cao, các doanh nghiệp Việt Nam nên tận dụng cơ hội, thời gian này để đẩy mạnh xuất khẩu. Việc đăng ký mã số vùng trồng, cơ sở đóng gói tạo điều kiện cho Việt Nam xuất khẩu sang thị trường này.

Bên cạnh những thuận lợi, theo ông Nông Đức Lai, là quốc gia xuất khẩu nông thủy sản vào thị trường Trung Quốc nhiều nhất, nhưng Việt Nam cũng là quốc gia bị cảnh báo nhiều nhất, nhất là các mặt hàng nông sản, thực phẩm, do đó, các doanh nghiệp cũng cần lưu ý vấn đề này.

Ngoài ra, thị trường rất rộng lớn và mỗi một tỉnh, một địa phương đều là một thị trường riêng. Trung Quốc có nền văn hóa ẩm thực đa dạng, mỗi một địa phương lại sẽ nhu cầu tiêu dùng khác nhau, cần những mặt hàng khác nhau.

Do đó, việc xúc tiến thương mại của các địa phương, doanh nghiệp cũng cần lưu ý vấn đề này. Doanh nghiệp, địa phương trước khi đi xúc tiến thương mại nên cung cấp thông tin cụ thể để thương vụ nghiên cứu xem thị trường nào là phù hợp.

PV (t/h)