TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Xây dựng thương hiệu sầu riêng Việt Nam trên thị trường xuất khẩu

15:38 12/09/2023

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cũng chỉ đạo các cơ quan chuyên môn thực hiện xây dựng nghị định để làm tốt công tác quản lý mã số vùng trồng, cơ sở đóng gói nhằm hoàn thiện bộ tài liệu ngành hàng để có những tiêu chuẩn từ giống, phân bón, trồng trọt, nhận diện thương hiệu... đến kỹ thuật sản xuất cho người tiêu dùng trên thế giới thuận tiện chọn sử dụng.

Doanh thu xuất khẩu sầu riêng đạt trên 1,2 tỷ USD

Theo số liệu của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, 8 tháng năm 2023, xuất khẩu rau quả mang về 3,45 tỷ USD, tăng 57,5% so với cùng kỳ năm ngoái.

Riêng mặt hàng sầu riêng mang về doanh thu xuất khẩu trên 1,2 tỷ USD, chiếm 30% tổng kim ngạch và gấp gần 3 lần so với kim ngạch cả năm 2022 (420 triệu USD). Dự kiến, năm 2023, kim ngạch xuất khẩu sầu riêng cả nước sẽ đạt trên 1,6 tỷ USD, chiếm khoảng 30% kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam.

8 tháng đầu năm 2023, Việt Nam đã xuất khẩu trên 300.000 tấn sầu riêng tươi.

Hiện nay, sầu riêng tươi Việt Nam đã được xuất khẩu sang 24 thị trường, sầu riêng đông lạnh cũng đang được xuất khẩu sang 23 thị trường. Điều này chứng tỏ thị trường tiêu thụ sầu riêng Việt Nam là tương đối đa dạng.

Sự tăng trưởng mạnh mẽ này bởi quý II/2022 có Nghị định thư về các yêu cầu kiểm dịch thực vật đối với xuất khẩu sầu riêng tươi từ Việt Nam sang Trung Quốc đã được ký vào tháng 7/2022 và đến tháng 9/2022 đã xuất khẩu lô sầu riêng Việt Nam đầu tiên tại Đắk Lắk.

Hiện sầu riêng Việt Nam xuất khẩu chủ yếu sang Trung Quốc. Từ nay đến cuối năm, Việt Nam đang có thế mạnh xuất khẩu sầu riêng vào Trung Quốc với mùa vụ ở Tây Nguyên nghịch so với nhiều nước cũng đang đẩy mạnh xuất khẩu vào thị trường này.



Hiện nay, sầu riêng tươi Việt Nam đã được xuất khẩu sang 24 thị trường. (Ảnh minh họa).

Đẩy mạnh hoàn thành thủ tục xuất khẩu sầu riêng sang Ấn Độ

Bà Nguyễn Thị Thu Hương, Phó Cục trưởng Cục Bảo vệ Thực vật (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn) nhận định, ngoài Trung Quốc là thị trường chủ đạo thì những những thị trường khác vẫn còn dư địa để có thể tập trung phát triển.

Đề xuất giải pháp hỗ trợ mở rộng thị trường xuất khẩu cho sầu riêng Việt Nam, ông Nguyễn Quốc Toản, Giám đốc Trung tâm Chuyển đổi số và Thống kê nông nghiệp kêu gọi phải xây dựng khung chính sách và các tiêu chuẩn phù hợp trong bối cảnh hiện tại. Ngoài sản phẩm tươi, ngành hàng còn cần phát triển thêm các mặt hàng chế biến, đồng thời quy hoạch chặt chẽ việc phát triển diện tích trồng sầu riêng trên cả nước.

Bên cạnh đó, ông Nguyễn Quốc Toản cũng đề xuất doanh nghiệp cần quan tâm hơn đến các thị trường tiềm năng khác, thông qua các Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới.

“Hiện Việt Nam tham gia nhiều Hiệp định như CPTPP, EVFTA, RCEP,... cùng với việc tham gia các cộng đồng lớn như ASEAN, Liên minh Kinh tế Á - Âu,... đây là dư địa để sầu riêng có thể tăng trưởng hơn nữa về giá trị xuất khẩu” - ông

Nguyễn Quốc Toản nhấn mạnh.

“Sắp tới đây, Cục Bảo vệ Thực vật đang tiếp tục mở cửa thị trường cho quả sầu riêng sang thị trường Ấn Độ - một thị trường tỷ dân rất tiềm năng. Như vậy nghĩa là sầu riêng còn nhiều dư địa thị trường để phát triển miễn là chúng ta đảm bảo được tổ chức sản xuất và đảm bảo được chất lượng của thị trường” - bà Nguyễn Thị Thu Hương thông tin.

Xây dựng thương hiệu sầu riêng Việt Nam đáp ứng yêu cầu thị trường

Bà Nguyễn Thị Thu Hương chia sẻ, thời gian tới, mong muốn Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn chỉ đạo các cơ quan chuyên môn thực hiện xây dựng nghị định, quy định để làm tốt công tác quản lý mã số vùng trồng, cơ sở đóng gói. Đẩy mạnh chuyển đổi số, đầu tư xây dựng cơ sở dữ liệu, đưa phần mềm quản lý vùng trồng và cơ sở đóng gói chính thức vào sử dụng.

Đồng thời, phối hợp với các địa phương tăng cường kiểm tra, giám sát công tác cấp và quản lý mã số tại địa phương… Đối với các địa phương, cần tăng tính chủ động; bố trí đủ nguồn lực để tăng cường thanh tra, kiểm tra; đào tạo tập huấn; xử lý nghiêm các vi phạm liên quan mã số…

Cục Bảo vệ Thực vật sẽ tập trung các giải pháp nhằm minh bạch thông tin, cơ sở dữ liệu; hoàn thiện các hướng dẫn kỹ thuật; hoàn thiện bộ tài liệu ngành hàng để có những tiêu chuẩn từ giống, phân bón, trồng trọt, nhận diện thương hiệu… đến kỹ thuật sản xuất cho bà con thuận tiện sử dụng.

“Hiện nay các đối thủ của chúng ta như Thái Lan, Malaysia, Philippines… liên tục đầu tư vào khoa học công nghệ. Họ đã xây dựng được thương hiệu và định vị, định danh trên thị trường quốc tế. Nếu chúng ta cứ ngủ quên trên chiến thắng, tự ru ngủ mình là số 1, là duy nhất thì chẳng chóng thì chầy sẽ thua ngay từ lúc bắt đầu.

Theo đó, mong rằng thời gian tới, chúng ta sẽ cùng nhau nâng cao trách nhiệm cộng đồng, tuân thủ đúng quy định của Việt Nam và các nước xuất khẩu; cùng nhau hợp tác và hỗ trợ để xây dựng thương hiệu sầu riêng Việt Nam”, bà Nguyễn Thị Thu Hương nhấn mạnh.

Hồng Nhung *(T/h)*