TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Xuất khẩu cá tra vượt 1,2 tỷ USD sau 7 tháng

05:41 23/08/2025

7 tháng đầu năm 2025, xuất khẩu cá tra Việt Nam đạt hơn 1,2 tỷ USD, tăng 11% so với cùng kỳ, bất chấp những biến động khó lường của kinh tế và chính sách thương mại quốc tế. Trong khi Trung Quốc tiếp tục là thị trường chủ lực, nhiều doanh nghiệp được khuyến nghị sớm khai phá thị trường nội địa để giảm rủi ro phụ thuộc.

Theo Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP), Trung Quốc và Hong Kong vẫn giữ vị trí nhập khẩu lớn nhất với 302 triệu USD, chiếm gần 25% tổng kim ngạch, song đã giảm 4% so với cùng kỳ do nhu cầu chững lại ở các phân khúc truyền thống. Ngược lại, khối CPTPP nổi lên như "điểm sáng" khi đạt 208 triệu USD, tăng 34%, nhờ ưu đãi thuế quan và nhu cầu ổn định tại Canada, Malaysia và một số quốc gia châu Mỹ.



Xuất khẩu cá tra vượt 1,2 tỷ USD sau 7 tháng (Ảnh: internet)

Thị trường Mỹ ghi nhận 206 triệu USD, tăng 8% trong 7 tháng, nhưng riêng tháng 7 có dấu hiệu chững lại trước thềm chính sách thuế mới có hiệu lực từ 1/8. Brazil là thị trường tăng trưởng mạnh nhất, đạt 106 triệu USD (tăng 64%),

song nguy cơ gián tiếp từ thuế quan của Mỹ đối với hàng hóa Brazil có thể ảnh hưởng tới xuất khẩu cá tra. Tại EU, kim ngạch đạt 104 triệu USD, tăng 5%, với điểm sáng ở Tây Ban Nha, Bỉ và Italy.

Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP) cho biết, những tháng cuối năm, ngành cá tra sẽ đối mặt nhiều áp lực từ chính sách thuế của Mỹ, biến động nhu cầu tại Trung Quốc và sự cạnh tranh giá trên thị trường quốc tế. Trong bối cảnh này, Liên minh châu Âu (EU) và khối CPTPP được kỳ vọng sẽ trở thành "điểm tựa" nhờ lợi thế thuế quan từ các hiệp định thương mại tự do, trong khi ASEAN, Nam Mỹ và Trung Đông hứa hẹn là những hướng mở mới cho xuất khẩu. Ở chiều ngược lại, thị trường trong nước hiện chỉ chiếm khoảng 1 tỷ USD, tương đương 10% giá trị xuất khẩu, song lại được xem là "mỏ vàng" chưa được khai thác đúng mức.

Tiêu thụ thủy sản bình quân của người Việt mới đạt 40 kg/người/năm, thấp hơn nhiều so với 60 – 70 kg tại các quốc gia trong khu vực. Riêng cá tra, tỷ lệ tiêu thụ nội địa chỉ ở mức 5 – 7% sản lượng, tạo dư địa lớn để doanh nghiệp mở rộng kênh phân phối, phát triển thương hiệu và từng bước giảm phụ thuộc vào thị trường ngoài.

Theo ông Nguyễn Thành Lộc, Chủ tịch Hội Thủy sản TP.HCM, cho biết hơn 90% hải sản chế biến hiện vẫn phải xuất khẩu dưới thương hiệu của nhà nhập khẩu nước ngoài, khiến doanh nghiệp khó chủ động chiến lược dài hạn. Theo ông, việc khai thác thị trường nội địa không chỉ mở ra cơ hội tăng trưởng, mà còn là yếu tố quan trọng để nâng cao giá trị bền vững cho cá tra Việt Nam.

L.T*(t/h)*