

Xuất khẩu rau quả bút tốc, doanh nghiệp tận dụng “cửa sáng” thị trường toàn cầu

14:50 20/04/2026

Nhu cầu quốc tế duy trì tích cực giúp xuất khẩu rau quả tăng trưởng mạnh ngay từ đầu năm 2026. Tuy nhiên, để giữ vững đà tăng, doanh nghiệp buộc phải nâng cao chất lượng, siết truy xuất nguồn gốc và gia tăng giá trị sản phẩm.



Truy xuất nguồn gốc được xác định là yêu cầu bắt buộc để tham gia sâu vào chuỗi cung ứng toàn cầu

Theo Hiệp hội Rau quả Việt Nam, xuất khẩu rau quả tiếp tục là điểm sáng của ngành nông nghiệp trong những tháng đầu năm. Riêng tháng 4, kim ngạch xuất khẩu đạt gần 532 triệu USD, tăng 1,5% so với cùng kỳ năm trước và duy trì ổn định so với tháng trước.

Lũy kế 4 tháng đầu năm, kim ngạch xuất khẩu đạt gần 2,06 tỷ USD, tăng 22% so với cùng kỳ năm 2025. Kết quả này cho thấy nhu cầu thị trường quốc tế đối với nông sản Việt Nam vẫn ở mức cao, tạo nền tảng tích cực cho cả năm. Đóng

góp chính vào tăng trưởng là các mặt hàng chủ lực như sầu riêng, mít, dừa, chanh leo, bưởi và nhãn. Đây đều là những sản phẩm có lợi thế cạnh tranh và ngày càng được ưa chuộng tại nhiều thị trường.

Về thị trường, Trung Quốc tiếp tục là đối tác lớn nhất, chiếm hơn 50% thị phần trong 3 tháng đầu năm với kim ngạch gần 779 triệu USD, tăng mạnh 49% so với cùng kỳ. Bên cạnh đó, các thị trường như Hoa Kỳ, Hàn Quốc, Nhật Bản duy trì tăng trưởng ổn định. Đáng chú ý, một số thị trường như Hà Lan, Malaysia và Đức ghi nhận mức tăng trưởng cao, phản ánh xu hướng đa dạng hóa thị trường ngày càng rõ nét.

Việc mở rộng hiện diện tại các thị trường khó tính không chỉ giúp nâng cao giá trị xuất khẩu, mà còn buộc doanh nghiệp phải nâng chuẩn toàn diện, từ chất lượng sản phẩm đến truy xuất nguồn gốc. Đây được xem là yếu tố then chốt để nâng cao năng lực cạnh tranh của nông sản Việt.

Ở chiều ngược lại, nhập khẩu rau quả cũng có xu hướng tăng nhằm phục vụ tiêu dùng nội địa và đa dạng nguồn cung. Tuy nhiên, ngành vẫn duy trì xuất siêu lớn, đạt gần 998 triệu USD trong 4 tháng đầu năm.



Đóng góp chính vào kết quả xuất khẩu rau quả những tháng đầu năm là các mặt hàng chủ lực như sầu riêng, mít, dừa, chanh leo, bưởi, nhãn

Theo đánh giá của Hiệp hội Rau quả Việt Nam, kết quả tăng trưởng hiện tại cho thấy ngành đang tận dụng hiệu quả cơ hội từ thị trường quốc tế, đồng thời từng

bước khẳng định vai trò trong nhóm ngành xuất khẩu chủ lực.

Dù vậy, thách thức vẫn hiện hữu khi chi phí logistics ở mức cao và thương mại toàn cầu còn nhiều biến động. Khả năng duy trì đà tăng trưởng sẽ phụ thuộc lớn vào việc nâng cao giá trị gia tăng, phát triển vùng nguyên liệu ổn định, xây dựng thương hiệu và mở rộng thị trường theo hướng bền vững.

Triển vọng trong quý II được đánh giá tích cực khi nhiều loại trái cây chủ lực bước vào vụ thu hoạch chính như vải thiều, xoài, sầu riêng. Đồng thời, việc triển khai các nghị định thư mới đối với trái cây đông lạnh và dưa tươi được kỳ vọng sẽ tạo thêm dư địa tăng trưởng.

Năm 2026, ngành rau quả đặt mục tiêu kim ngạch xuất khẩu từ 9-10 tỷ USD, trong đó riêng thị trường Trung Quốc dự kiến vượt 5 tỷ USD. Các hoạt động đối ngoại cấp cao cũng được kỳ vọng mở ra thêm cơ hội hợp tác, đặc biệt trong lĩnh vực nông nghiệp.

Để hiện thực hóa mục tiêu này, các doanh nghiệp cần tập trung nâng cao năng lực sản xuất và quản trị theo hướng hiện đại. Trọng tâm là áp dụng quy trình sản xuất tiên tiến phù hợp từng thị trường, từ khâu giống, canh tác đến thu hoạch và xử lý sau thu hoạch.

Cùng với đó, việc kiểm soát dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, quản lý mã số vùng trồng và đảm bảo truy xuất nguồn gốc cần được thực hiện nghiêm ngặt. Song song, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ cao như số hóa vùng trồng, giám sát quy trình canh tác và nâng cấp công nghệ bảo quản, logistics sẽ là chìa khóa giúp doanh nghiệp nâng cao giá trị và vị thế trên thị trường quốc tế.

Hoàng Phương