

Xuất khẩu rau quả tăng tốc, mở rộng dư địa chinh phục mốc 10 tỷ USD

05:57 02/09/2026

Kim ngạch xuất khẩu rau quả đạt gần 5,87 tỷ USD sau 8 tháng đầu năm 2026, tăng 21,8% so với cùng kỳ. Đà tăng mạnh mở ra cơ hội hướng tới mục tiêu 9,5-10 tỷ USD cả năm, song cũng đặt ra yêu cầu đa dạng hóa sản phẩm, thị trường và nâng cao chất lượng để duy trì tăng trưởng bền vững.

Tăng trưởng nhanh nhưng cần thêm nhiều “đầu tàu”

Theo Bộ Nông nghiệp và Môi trường, kim ngạch xuất khẩu rau quả tháng 8/2026 đạt khoảng 1,1 tỷ USD, tăng 14,6% so với cùng kỳ năm trước. Đây là tháng thứ hai liên tiếp ngành hàng vượt mốc 1 tỷ USD, đưa tổng kim ngạch 8 tháng lên gần 5,87 tỷ USD, tăng 21,8%.

Kết quả này cho thấy rau quả tiếp tục là một trong những nhóm nông sản có tốc độ tăng trưởng nổi bật. Động lực lớn nhất vẫn đến từ sâu riêng khi mặt hàng này đạt khoảng 1,77 tỷ USD trong 7 tháng đầu năm, tăng 47,1% và chiếm gần 37% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả.

Việc các vùng trồng tại Tây Nguyên bước vào mùa thu hoạch giúp nguồn cung tăng mạnh, trong khi thị trường Trung Quốc tiếp tục duy trì nhu cầu cao. Đến nay, hàng trăm vùng trồng và cơ sở đóng gói của Việt Nam đã được phía Trung Quốc phê duyệt, tạo thêm điều kiện cho hoạt động xuất khẩu.



Xuất khẩu rau quả Việt Nam tăng trưởng mạnh nhờ nguồn cung dồi dào và sự mở rộng của nhiều thị trường tiêu thụ. Ảnh: VPG

Tuy nhiên, bức tranh tăng trưởng cũng đang cho thấy tín hiệu tích cực hơn khi không chỉ phụ thuộc vào một sản phẩm. Dưa, chanh leo, mít, thanh long, xoài, chuối và nhiều mặt hàng khác tiếp tục đóng góp vào tăng trưởng chung.

Đây là yếu tố quan trọng đối với ngành rau quả trong dài hạn. Khi thị trường nhập khẩu ngày càng đặt ra yêu cầu cao về chất lượng, kiểm dịch và truy xuất nguồn gốc, việc xây dựng nhiều nhóm sản phẩm có quy mô lớn sẽ giúp ngành giảm rủi ro phụ thuộc vào một mặt hàng hoặc một thị trường.

Đặc biệt, tỷ trọng các sản phẩm chế biến như rau quả sấy, cấp đông và nước ép đang duy trì ở mức đáng kể. Đây được xem là hướng đi giúp nâng cao giá trị, kéo dài thời gian bảo quản và giảm áp lực tiêu thụ nông sản tươi trong những giai đoạn nguồn cung tăng mạnh.

Mở rộng thị trường để giữ đà tăng trưởng

Trung Quốc hiện vẫn là thị trường tiêu thụ rau quả lớn nhất của Việt Nam. Trong 7 tháng đầu năm, kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này đạt hơn 2,8 tỷ USD, tăng 33,1% và chiếm gần 59% tổng kim ngạch toàn ngành.

Sự tăng trưởng mạnh tại thị trường lớn nhất tạo động lực quan trọng, nhưng cũng đặt ra yêu cầu tiếp tục mở rộng thị trường. Hoa Kỳ, Hàn Quốc, Nhật Bản cùng nhiều thị trường tại châu Âu đang là những điểm đến có tiềm năng đối với rau quả Việt Nam.

Việc Ấn Độ mở cửa thị trường cho sầu riêng tươi của Việt Nam từ giữa tháng 7/2026 cũng tạo thêm cơ hội đa dạng hóa đầu ra. Trong khi đó, các thị trường

như Hà Lan, Đức, Nga, Canada và Malaysia tiếp tục ghi nhận mức tăng trưởng tích cực.

Bốn tháng cuối năm được kỳ vọng là giai đoạn tăng tốc của ngành khi sầu riêng Tây Nguyên bước vào chính vụ, đồng thời nhu cầu tiêu dùng phục vụ các dịp lễ cuối năm tăng lên tại nhiều thị trường.

Mục tiêu 9,5-10 tỷ USD vì vậy đang trở nên khả thi hơn. Tuy nhiên, để duy trì tốc độ tăng trưởng sau năm 2026, ngành rau quả không thể chỉ dựa vào lợi thế mùa vụ hay sự tăng trưởng của một vài sản phẩm chủ lực.

Kiểm soát chất lượng, chuẩn hóa mã số vùng trồng, nâng năng lực chế biến và hoàn thiện hệ thống truy xuất nguồn gốc sẽ là những điều kiện quan trọng. Cùng với đó, việc xây dựng thêm các thương hiệu trái cây có khả năng cạnh tranh quốc tế sẽ giúp giá trị xuất khẩu tăng bền vững hơn.

Từ đà tăng trưởng hiện nay, rau quả Việt Nam đang đứng trước cơ hội mở rộng quy mô thị trường. Nhưng thách thức lớn hơn là chuyển từ tăng trưởng dựa vào sản lượng sang tăng trưởng dựa trên chất lượng, giá trị gia tăng và khả năng chinh phục nhiều thị trường hơn. Đây sẽ là chìa khóa để ngành rau quả không chỉ bứt tốc trong năm 2026 mà còn duy trì vị thế là một trong những động lực quan trọng của xuất khẩu nông sản Việt Nam.

Nam Sơn (t/h)