BỘ CÔNG THƯƠNG

TRUNG TÂM THÔNG TIN CÔNG NGHIỆP VÀ THƯƠNG MẠI

Bài viết:

"Tổng hợp, phân tích và cung cấp thông tin về tình hình xuất khẩu hàng rau quả của Việt Nam với thị trường CPTPP tháng 10/2026"

Thuộc nhiệm vụ: "Thu thập, tổng hợp, phân tích và cung cấp thông tin phục vụ triển khai Hiệp định CPTPP" năm 2026

Hà Nội, năm 2026

MỤC LỤC

I. TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU RAU QUẢ CỦA VIỆT NAM TỚI THỊ TRƯỜNG CPTPP 5

1.1. Tổng quan hoạt động xuất khẩu rau quả với thị trường CPTPP 5

1.2. Về thị trường xuất khẩu rau quả với các nước thành viên CPTPP 6

1.3. Về chủng loại rau quả xuất khẩu với thị trường CPTPP 9

II. ĐÁNH GIÁ THỊ TRƯỜNG, THỊ PHẦN VÀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA VIỆT NAM TẠI CÁC NƯỚC THÀNH VIÊN CPTPP.....13

* Đánh giá chung:.....13

* So sánh năng lực cung ứng trong khối: ..... **Error! Bookmark not defined.**

III. DỰ BÁO TRIỂN VỌNG.....22

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1: Xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang từng thị trường thành viên CPTPP trong tháng 9 và 9 tháng đầu năm 2026.....8

Bảng 2: Chủng loại hàng rau quả của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường CPTPP trong tháng 9 và 9 tháng đầu năm 2026.....13

Bảng 3: Nguồn cung rau quả và sản phẩm đã qua chế biến trong 8 tháng đầu năm 2026.....15

Bảng 4: Nhập khẩu nhóm hàng có mã (HS 06, 07, 20, 08) của thị trường Anh từ các thị trường trong 8 tháng đầu năm 2026 19

Bảng 5: Nhập khẩu nhóm hàng có mã (HS 06, 07, 20, 08) của thị trường Chilê từ các thị trường trong 8 tháng đầu năm 2026 21

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 1: Kim ngạch xuất khẩu rau quả sang thị trường CPTPP qua các tháng năm 2025-2026 6

Biểu đồ 2: Cơ cấu thị trường xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang CPTPP 8

Biểu đồ 3: Cơ cấu chủng loại rau quả của Việt Nam xuất khẩu sang CPTPP 13

Biểu đồ 4: CPTPP nhập khẩu rau quả và sản phẩm chế biến năm 2025 – 2026.....14

TÓM TẮT

Xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường CPTPP tiếp tục duy trì xu hướng tăng trưởng tích cực trong những tháng cuối năm 2026. Ước tính tháng 10/2026, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này đạt 69,5 triệu USD, tăng 10,1% so với tháng 9/2026 và tăng 9,7% so với tháng 10/2025. Tính chung 10 tháng năm 2026, xuất khẩu rau quả sang CPTPP ước đạt 649,9 triệu USD, tăng 13,5% so với cùng kỳ năm 2025. Kết quả này cho thấy khả năng khai thác thị trường của ngành rau quả Việt Nam tiếp tục được cải thiện, trong bối cảnh nhu cầu nhập khẩu của khu vực tăng trưởng tương đối chậm và các yêu cầu về chất lượng, an toàn thực phẩm ngày càng cao.

CPTPP là một trong những khu vực có quy mô nhập khẩu rau, củ, quả và sản phẩm chế biến lớn trên thế giới, chiếm khoảng 35,7% tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này của thế giới trong năm 2025. Với quy mô thị trường lớn, sức mua tương đối cao và nhu cầu tiêu dùng đa dạng, CPTPP tiếp tục là khu vực xuất khẩu có nhiều tiềm năng đối với các quốc gia có lợi thế về sản xuất rau quả nhiệt đới, trong đó có Việt Nam.

Theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), trong 8 tháng đầu năm 2026, nhập khẩu rau, củ, quả và sản phẩm chế biến của nhóm thị trường thành viên CPTPP (HS 06, 07, 08 và 20, không bao gồm hạt điều thuộc HS 080131 và 080132) từ thị trường thế giới đạt khoảng 38,9 tỷ USD, tăng 2,5% so với cùng kỳ năm 2025. Mặc dù tốc độ tăng trưởng chưa cao, kết quả này cho thấy nhu cầu nhập khẩu của khu vực vẫn duy trì xu hướng mở rộng, tạo điều kiện để các nguồn cung có năng lực cạnh tranh gia tăng thị phần.

Đáng chú ý, trong khi tổng kim ngạch nhập khẩu của CPTPP chỉ tăng 2,5%, nhập khẩu từ Việt Nam tăng tới 13,7%, đạt 566,7 triệu USD. Qua đó, Việt Nam trở thành nguồn cung lớn thứ 8 của khu vực, với thị phần tăng từ 1,3% trong 8 tháng đầu năm 2025 lên 1,5% trong 8 tháng đầu năm 2026.

Diễn biến trên phản ánh khả năng cạnh tranh và mức độ thâm nhập thị trường của rau quả Việt Nam đang từng bước được nâng lên. Tuy nhiên, với thị phần mới đạt khoảng 1,5% trong tổng kim ngạch nhập khẩu gần 39 tỷ USD của CPTPP, quy mô cung ứng của Việt Nam vẫn còn khá khiêm tốn so với dung lượng

thị trường. Điều này cho thấy dư địa mở rộng xuất khẩu còn lớn, đặc biệt đối với những mặt hàng Việt Nam có lợi thế về điều kiện sản xuất, mùa vụ và khả năng cung ứng ổn định.

Một trong những yếu tố thuận lợi đối với xuất khẩu rau quả Việt Nam sang CPTPP là tính bổ trợ trong cơ cấu sản xuất nông nghiệp giữa Việt Nam và nhiều nước thành viên. Việt Nam có lợi thế về các loại trái cây nhiệt đới như chanh leo, xoài, thanh long, dứa, dừa, sầu riêng, bưởi, nhiều loại rau, củ và nông sản đặc trưng. Trong khi đó, một số thị trường CPTPP có điều kiện khí hậu phù hợp với sản xuất các loại nông sản ôn đới và hàn đới như táo, lê, đào, cà rốt, bắp cải, hành...

Sự khác biệt về điều kiện tự nhiên, cơ cấu sản phẩm và thời điểm thu hoạch tạo ra khả năng bổ sung nguồn cung giữa các nước thành viên, qua đó mở ra cơ hội cho rau quả nhiệt đới của Việt Nam thâm nhập sâu hơn vào thị trường CPTPP. Đặc biệt, khả năng tổ chức sản xuất và cung ứng nhiều loại rau quả quanh năm là lợi thế để doanh nghiệp Việt Nam khai thác nhu cầu nhập khẩu trong những thời điểm trái vụ hoặc khi nguồn cung tại thị trường sở tại hạn chế.

Bên cạnh đó, xu hướng tiêu dùng thực phẩm có lợi cho sức khỏe, đa dạng hóa khẩu phần và gia tăng nhu cầu đối với các loại trái cây nhiệt đới tiếp tục tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu. Tại nhiều thị trường CPTPP, nhu cầu sử dụng rau quả làm nguyên liệu cho ngành công nghiệp chế biến thực phẩm, đồ uống và thực phẩm tiện lợi cũng mở ra cơ hội đối với các sản phẩm có giá trị gia tăng cao.

Theo đó, triển vọng xuất khẩu không chỉ tập trung ở nhóm rau quả tươi mà còn mở rộng sang các sản phẩm chế biến như nước ép, rau quả đông lạnh, sấy khô, đóng hộp và các sản phẩm chế biến sâu. Đây là hướng phát triển quan trọng, giúp doanh nghiệp đa dạng hóa danh mục xuất khẩu, kéo dài thời gian bảo quản, giảm áp lực tiêu thụ trong mùa thu hoạch và nâng cao hiệu quả khai thác thị trường.

Trong những tháng cuối năm 2026 và thời gian tới, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang CPTPP được dự báo tiếp tục duy trì triển vọng tích cực, nhờ nhu cầu nhập khẩu tương đối ổn định, lợi thế về nguồn cung nhiệt đới và khả năng mở rộng thị phần tại các thị trường thành viên.

I. TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU RAU QUẢ CỦA VIỆT NAM TỚI THỊ TRƯỜNG CPTPP

Theo thống kê sơ bộ, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường thành viên Hiệp định CPTPP trong tháng 10/2026 ước đạt 69,5 triệu USD, tăng 10,1% so với tháng 9/2026 và tăng 9,7% so với tháng 10/2025. Tính chung 10 tháng năm 2026, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường CPTPP ước đạt 649,9 triệu USD, tăng 13,5% so với cùng kỳ năm 2025.

1.1. Tổng quan hoạt động xuất khẩu rau quả với thị trường CPTPP

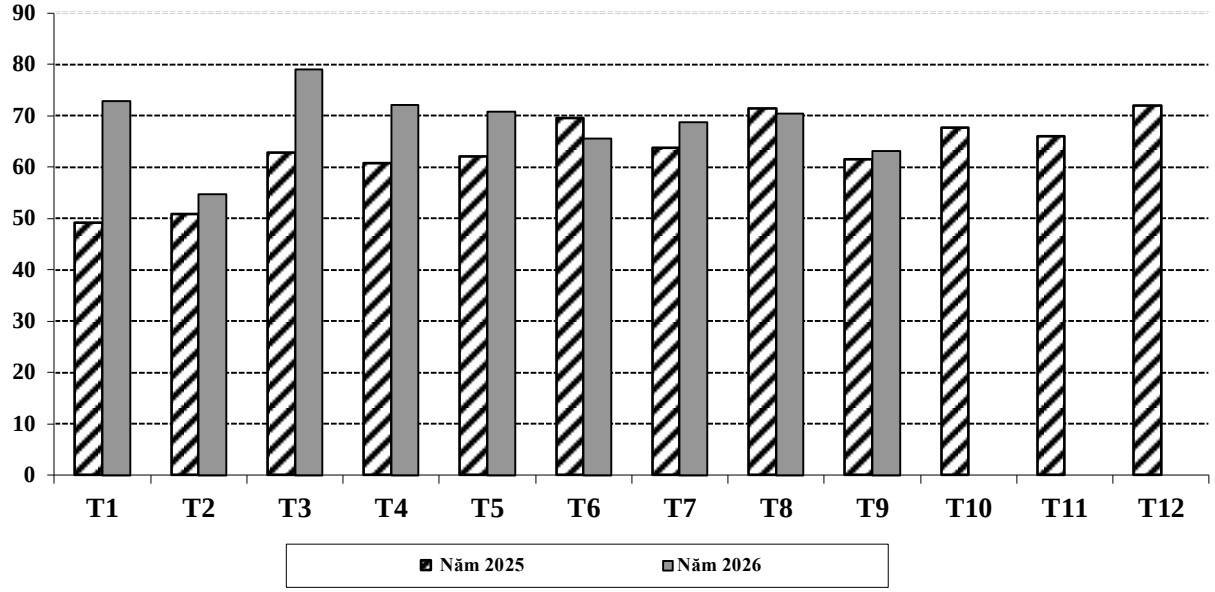
Theo số liệu thống kê của Cục Hải quan Việt Nam, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường CPTPP trong tháng 9/2026 đạt 63,1 triệu USD, giảm 10,4% so với tháng 8/2026 nhưng tăng 11,1% so với tháng 9/2025. Tính chung 9 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này sang CPTPP đạt 580,4 triệu USD, tăng 13,9% so với cùng kỳ năm 2025.

Mặc dù kim ngạch xuất khẩu trong tháng 9/2026 giảm so với tháng trước, mức tăng trưởng hai con số so với cùng kỳ cho thấy hoạt động xuất khẩu rau quả sang CPTPP vẫn duy trì xu hướng tích cực. Diễn biến này cũng phản ánh sự biến động theo tháng của hoạt động xuất khẩu, trong khi xu hướng tăng trưởng chung từ đầu năm đến nay chưa có dấu hiệu suy giảm rõ rệt.

Trong 9 tháng đầu năm 2026, CPTPP chiếm khoảng 11,9% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam, là thị trường xuất khẩu lớn thứ ba, sau Trung Quốc và ASEAN. Với kim ngạch đạt 580,4 triệu USD, tăng 13,9% so với cùng kỳ, CPTPP tiếp tục khẳng định vai trò là một trong những khu vực thị trường quan trọng, góp phần duy trì đà tăng trưởng và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu của ngành rau quả Việt Nam.

Đáng chú ý, mặc dù tỷ trọng xuất khẩu sang CPTPP chưa cao so với tiềm năng và dung lượng nhập khẩu của khu vực, kết quả tăng trưởng trong 9 tháng đầu năm 2026 cho thấy khả năng khai thác thị trường của doanh nghiệp Việt Nam đang từng bước được cải thiện. Đây là cơ sở thuận lợi để tiếp tục mở rộng xuất khẩu, đặc biệt đối với các mặt hàng rau quả nhiệt đới có lợi thế cạnh tranh và các sản phẩm chế biến có giá trị gia tăng cao.

Biểu đồ 1: Kim ngạch xuất khẩu rau quả sang thị trường CPTPP qua các tháng năm 2025-2026 (ĐVT: triệu USD)



Nguồn: Cục Hải quan Việt Nam

1.2. Về thị trường xuất khẩu rau quả với các nước thành viên CPTPP

Trong 9 tháng đầu năm 2026, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang các thị trường thành viên CPTPP nhìn chung duy trì xu hướng tăng trưởng tích cực, song có sự phân hóa giữa các thị trường. Nhật Bản và Australia tiếp tục là hai thị trường xuất khẩu chủ lực, trong khi Malaysia, Canada, Anh và Mêhicô ghi nhận mức tăng trưởng khá cao. Ngược lại, xuất khẩu sang Chilê và Pêru giảm so với cùng kỳ năm 2025. Diễn biến này cho thấy cơ hội mở rộng xuất khẩu trong thị trường CPTPP không đồng đều, đòi hỏi doanh nghiệp cần có chiến lược tiếp cận phù hợp với đặc điểm và tiềm năng của từng thị trường.

Nhật Bản tiếp tục là thị trường xuất khẩu rau quả lớn nhất của Việt Nam trong CPTPP. Trong tháng 9/2026, kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này đạt 20,8 triệu USD, giảm 17,6% so với tháng 8/2026 nhưng tăng 8,9% so với tháng 9/2025. Tính chung 9 tháng đầu năm 2026, kim ngạch đạt 193,8 triệu USD, tăng 6,2% so với cùng kỳ năm 2025. Kết quả tăng trưởng cho thấy hàng rau quả Việt Nam tiếp tục duy trì được chỗ đứng tại một thị trường có yêu cầu cao về chất lượng, an toàn thực phẩm và kiểm dịch thực vật. Tuy nhiên, mức tăng trưởng thấp hơn đáng kể so với mức tăng chung 13,9% của xuất khẩu rau quả sang CPTPP cho

thấy động lực tăng trưởng tại Nhật Bản còn hạn chế. Trong thời gian tới, doanh nghiệp cần chú trọng nâng cao chất lượng đồng đều, phát triển các sản phẩm phù hợp với thị hiếu tiêu dùng, mở rộng nhóm hàng chế biến và tăng cường liên kết với nhà nhập khẩu để củng cố thị phần.

Australia là thị trường xuất khẩu lớn thứ hai của Việt Nam trong CPTPP. Tháng 9/2026, kim ngạch xuất khẩu rau quả sang Australia đạt 13,5 triệu USD, giảm 8,3% so với tháng trước nhưng tăng 13,1% so với cùng kỳ năm 2025. Tính chung 9 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu rau quả sang Australia đạt hơn 111 triệu USD, tăng 10,5% so với cùng kỳ năm trước. Mặc dù tốc độ tăng trưởng chưa bằng mức chung của CPTPP, Australia vẫn là thị trường có vai trò quan trọng trong cơ cấu xuất khẩu rau quả của Việt Nam. Triển vọng mở rộng xuất khẩu được hỗ trợ bởi lợi thế về các sản phẩm nhiệt đới và khả năng cung ứng đa dạng. Tuy nhiên, để khai thác hiệu quả thị trường này, doanh nghiệp cần đặc biệt chú trọng các yêu cầu nghiêm ngặt về an toàn sinh học, kiểm dịch thực vật, xử lý sau thu hoạch và truy xuất nguồn gốc, đồng thời nâng cao năng lực bảo quản, vận chuyển nhằm bảo đảm chất lượng sản phẩm khi đến tay người tiêu dùng.

Bên cạnh hai thị trường chủ lực, xuất khẩu sang một số thành viên CPTPP khác ghi nhận mức tăng trưởng nổi bật. Trong 9 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang Malaysia tăng 31,4%, Canada tăng 25,9%, Anh tăng 12,1% và Mêhicô tăng 53,4% so với cùng kỳ năm 2025. Trong đó, xuất khẩu tới Mêhicô và Malaysia có tốc độ tăng trưởng cao, cho thấy khả năng mở rộng thị trường ngoài các điểm đến xuất khẩu truyền thống. Canada cũng là thị trường đáng chú ý nhờ mức tăng trưởng khá, tạo cơ hội để doanh nghiệp phát triển thêm các kênh phân phối và đa dạng hóa khách hàng.

Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng cao chưa đủ để thị phần tại các thị trường này được mở rộng, bởi kết quả còn phụ thuộc vào quy mô kim ngạch thực tế và mức tăng nhập khẩu của từng thị trường. Đối với những thị trường có kim ngạch còn thấp, doanh nghiệp cần đánh giá kỹ nhu cầu, khả năng cạnh tranh và chi phí logistics trước khi mở rộng quy mô cung ứng. Đồng thời, cần lựa chọn các mặt hàng có lợi thế, xây dựng quan hệ ổn định với nhà nhập khẩu và tăng cường quảng bá sản phẩm nhằm chuyển mức tăng trưởng ban đầu thành thị phần bền vững.

Ở chiều ngược lại, xuất khẩu rau quả sang Chilê và Pêru giảm trong 9 tháng đầu năm 2026. Diễn biến này cho thấy tăng trưởng xuất khẩu trong CPTPP chưa đồng đều và vẫn tồn tại những thị trường cần được đánh giá kỹ hơn về nhu cầu, sức cạnh tranh và điều kiện tiếp cận.

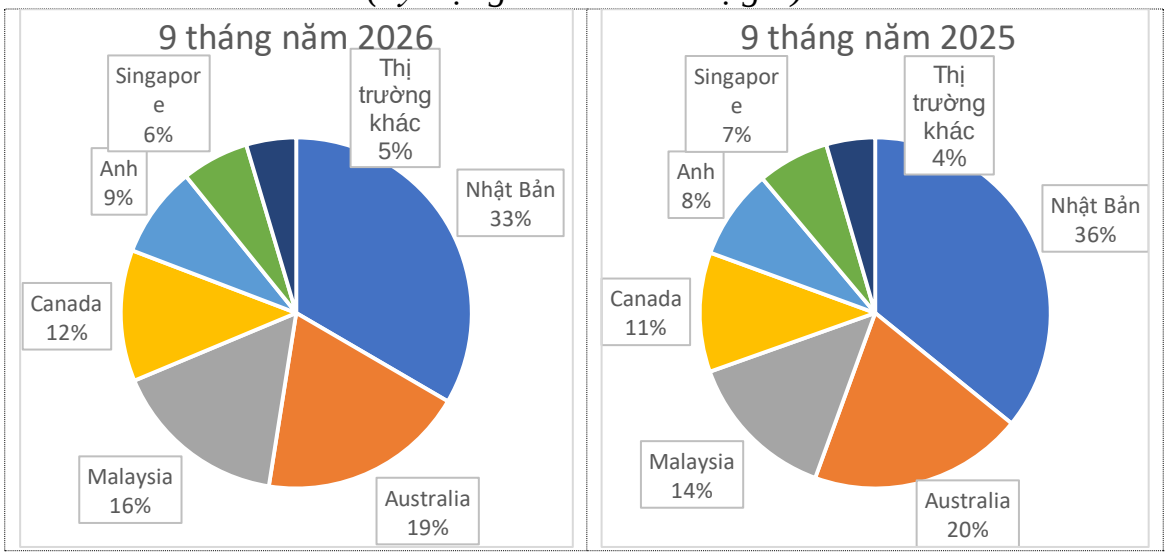
Bảng 1: Xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang từng thị trường thành viên CPTPP trong tháng 9 và 9 tháng đầu năm 2026

Thị trường	Tháng 9/2026 (Nghìn USD)	So với tháng 8/2026 (%)	So với tháng 9/2025 (%)	9 tháng năm 2026 (Nghìn USD)	So với cùng kỳ năm ngoái (%)
CPTPP	**63.129**	**-10,4**	**11,1**	**580.436**	**13,9**
Nhật Bản	20.896	-17,6	8,9	193.783	6,2
Australia	13.484	-8,3	13,1	111.014	10,5
Malaysia	8.267	-5,9	-2,7	93.901	31,4
Canada	8.470	0,4	25,1	70.410	25,9
Anh	4.438	-11,9	11,1	48.717	14,9
Singapore	4.066	-8,9	1,9	36.084	6,8
Mêhicô	1.433	1,6	354,6	10.624	53,4
New Zealand	1.627	-19,4	9,3	12.425	17,0
Chilê	220	25,8	-64,7	2.618	-42,2
Brunei	75	66,6	108,1	577	27,3
Pêru	154			283	-16,0

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Cục Hải quan Việt Nam

Biểu đồ 2: Cơ cấu thị trường xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang CPTPP

(Tỷ trọng % tính theo trị giá)



Nguồn: Tính toán từ số liệu của Cục Hải quan Việt Nam

1.3. Về chủng loại rau quả xuất khẩu với thị trường CPTPP

Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu rau quả sang CPTPP

Trong 9 tháng đầu năm 2026, cơ cấu mặt hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang CPTPP khá đa dạng, tập trung vào các sản phẩm có lợi thế về điều kiện khí hậu và nguồn nguyên liệu như dừa và sản phẩm từ dừa, xoài và sản phẩm từ xoài, hoa cúc, ớt, chuối, thanh long, khoai lang, cà tím cùng một số loại trái cây khác. Trong đó, dừa, xoài và chuối là những mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu đáng chú ý, đồng thời duy trì mức tăng trưởng tích cực so với cùng kỳ năm 2025. Diễn biến này cho thấy các sản phẩm rau quả có lợi thế của Việt Nam đang từng bước mở rộng khả năng tiếp cận thị trường CPTPP, dù mức độ tăng trưởng giữa các mặt hàng vẫn có sự khác biệt.

Dừa và các sản phẩm từ dừa tiếp tục là nhóm hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang CPTPP. Trong tháng 9/2026, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này đạt 8,4 triệu USD, giảm 5,9% so với tháng 8/2026 nhưng tăng 34,2% so với tháng 9/2025. Tính chung 9 tháng đầu năm 2026, kim ngạch đạt hơn 73,3 triệu USD, tăng 26,4% so với cùng kỳ năm trước. Mức tăng trưởng này cho thấy sức cạnh tranh của sản phẩm dừa Việt Nam tiếp tục được cải thiện tại khu vực CPTPP.

Xoài và các sản phẩm từ xoài là nhóm hàng có tốc độ tăng trưởng cao trong 9 tháng đầu năm 2026. Kim ngạch xuất khẩu sang CPTPP trong tháng 9/2026 đạt 4,8 triệu USD, giảm 7,0% so với tháng trước và giảm 13,0% so với cùng kỳ năm 2025. Tuy nhiên, tính chung 9 tháng đầu năm 2026, kim ngạch vẫn đạt 60,3 triệu USD, tăng 28,0% so với cùng kỳ năm 2025. Sự trái chiều giữa diễn biến theo tháng và kết quả lũy kế cho thấy xuất khẩu xoài có thể chịu ảnh hưởng của yếu tố mùa vụ và biến động đơn hàng ngắn hạn, trong khi xu hướng chung vẫn khá tích cực.

Chuối tiếp tục là mặt hàng có đóng góp đáng kể vào kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang CPTPP. Trong tháng 9/2026, xuất khẩu chuối đạt 6,3 triệu USD, giảm 2,1% so với tháng 8/2026 nhưng tăng 32,6% so với tháng 9/2025. Tính chung 9 tháng đầu năm 2026, kim ngạch đạt 48,8 triệu USD, tăng 12,0% so với cùng kỳ năm trước. Kết quả này phản ánh khả năng duy trì nguồn cung và nhu cầu tương đối ổn định đối với chuối Việt Nam tại các thị trường thành viên.

Bên cạnh ba nhóm hàng chủ lực trên, các sản phẩm như ớt, thanh long, hoa cúc, khoai lang và cà tím cũng góp phần đa dạng hóa cơ cấu xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang CPTPP. Đây là những mặt hàng có khả năng đáp ứng các phân khúc nhu cầu khác nhau, từ tiêu dùng tươi đến chế biến thực phẩm. Tuy nhiên, triển vọng mở rộng xuất khẩu của từng mặt hàng phụ thuộc vào quy mô nhu cầu tại từng thị trường, tính thời vụ, khả năng cạnh tranh về giá và mức độ đáp ứng các quy định nhập khẩu.

Thách thức đối với xuất khẩu dừa

Mặc dù Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) tạo điều kiện thuận lợi để ngành dừa Việt Nam mở rộng thị trường, tận dụng ưu đãi thuế quan và đa dạng hóa xuất khẩu, hoạt động xuất khẩu dừa và các sản phẩm từ dừa sang khối này vẫn đối mặt với nhiều thách thức. Đáng chú ý là yêu cầu ngày càng cao về chất lượng, an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc, cạnh tranh từ các quốc gia cung ứng lớn và những hạn chế trong tổ chức chuỗi sản xuất, chế biến trong nước.

- *Rào cản kỹ thuật và tiêu chuẩn chất lượng ngày càng khắt khe.*

Các thị trường CPTPP như Nhật Bản, Australia, New Zealand và Canada đặt ra yêu cầu cao về kiểm dịch thực vật, an toàn thực phẩm, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, chất lượng sản phẩm và truy xuất nguồn gốc. Đối với dừa tươi, doanh nghiệp phải đáp ứng các điều kiện nhập khẩu cụ thể của từng thị trường, trong khi các sản phẩm chế biến như nước dừa, sữa dừa, dầu dừa và dừa sấy phải tuân thủ quy định về thành phần, phụ gia, nhãn mác và bao bì.

Sự khác biệt về quy định giữa các nước thành viên làm gia tăng chi phí kiểm nghiệm, chứng nhận và hoàn thiện hồ sơ xuất khẩu, đặc biệt đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ.

- *Khó khăn trong tận dụng ưu đãi thuế quan CPTPP*

Mặc dù CPTPP tạo lợi thế về thuế nhập khẩu, việc khai thác ưu đãi vẫn phụ thuộc vào khả năng đáp ứng quy tắc xuất xứ, chuẩn bị chứng từ và lựa chọn cơ chế ưu đãi phù hợp với từng sản phẩm, thị trường.

Đối với các sản phẩm dừa chế biến sử dụng nguyên liệu, phụ gia hoặc thành phần nhập khẩu, doanh nghiệp cần đặc biệt lưu ý quy tắc xuất xứ tương ứng với mã HS. Việc thiếu thông tin hoặc chưa nắm vững thủ tục có thể khiến doanh nghiệp không tận dụng được lợi ích thuế quan từ Hiệp định.

Theo Bộ Công Thương, tỷ lệ sử dụng C/O mẫu CPTPP của Việt Nam năm 2025 mới đạt 7,69%, cho thấy dư địa cải thiện khả năng tận dụng ưu đãi còn đáng kể. Đây là số liệu chung của hàng hóa xuất khẩu, không riêng ngành dừa.

Triển vọng đối với mặt hàng sầu riêng

Bên cạnh dừa, sầu riêng cũng là mặt hàng có tiềm năng mở rộng xuất khẩu tại CPTPP. Triển vọng xuất khẩu sầu riêng của Việt Nam sang thị trường CPTPP trong thời gian tới được đánh giá tương đối tích cực, nhờ nhu cầu đối với trái cây nhiệt đới tại một số thị trường thành viên tiếp tục có tiềm năng mở rộng, cùng với lợi thế từ các cam kết ưu đãi thuế quan của Hiệp định. Tuy nhiên, khả năng gia tăng kim ngạch xuất khẩu sẽ phụ thuộc đáng kể vào việc đáp ứng các quy định kiểm dịch thực vật, kiểm soát chất lượng, phát triển hệ thống bảo quản sau thu hoạch và đa dạng hóa sản phẩm.

Về cơ hội thị trường, Nhật Bản, Australia, Canada và Singapore là những thị trường đáng chú ý đối với sầu riêng Việt Nam. Trong đó, Nhật Bản, Australia và Canada có tiềm năng phát triển phân khúc sầu riêng đông lạnh, cơm sầu riêng và các sản phẩm chế biến, nhờ khả năng bảo quản dài hơn, thuận lợi trong vận chuyển và phân phối. Singapore có lợi thế về nhu cầu tiêu dùng sầu riêng và hệ thống thương mại, phân phối phát triển, tạo điều kiện để doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận người tiêu dùng cũng như mở rộng quan hệ với các nhà nhập khẩu khu vực.

Bên cạnh đó, Mexico, Chile và Peru có thể được xem là những thị trường tiềm năng trong dài hạn, nhất là đối với các sản phẩm sầu riêng đông lạnh và chế biến. Tuy nhiên, quy mô tiêu thụ tại các thị trường này còn hạn chế, đòi hỏi doanh nghiệp phải đầu tư hoạt động quảng bá, giới thiệu sản phẩm và phát triển kênh phân phối phù hợp.

Về năng lực cung ứng, sản lượng sầu riêng trong nước gia tăng tạo nền tảng thuận lợi để doanh nghiệp mở rộng xuất khẩu. Theo Bộ Nông nghiệp và Môi

trường, diện tích trồng sầu riêng của Việt Nam năm 2026 ước đạt khoảng 200 nghìn ha, sản lượng dự kiến đạt 2,08 triệu tấn. Đây là điều kiện để phát triển nguồn hàng phục vụ cả xuất khẩu tươi và chế biến.

Đặc biệt, phát triển sản phẩm sầu riêng đông lạnh được xem là hướng đi triển vọng tại CPTPP. So với sầu riêng tươi, sản phẩm đông lạnh có lợi thế về thời gian bảo quản, giảm áp lực tiêu thụ trong mùa thu hoạch và tạo thuận lợi cho hoạt động vận chuyển đường dài. Ngoài ra, các sản phẩm như cơm sầu riêng, sầu riêng nghiền, bánh kẹo và thực phẩm chế biến từ sầu riêng cũng có tiềm năng tiếp cận phân khúc thực phẩm chế biến và dịch vụ ăn uống tại các thị trường phát triển.

Tuy nhiên, triển vọng tăng trưởng vẫn đi kèm nhiều thách thức. Trước hết, các thị trường như Nhật Bản, Australia và New Zealand có yêu cầu nghiêm ngặt về an toàn thực phẩm, kiểm dịch thực vật và truy xuất nguồn gốc. Ưu đãi thuế quan CPTPP không đồng nghĩa với việc sầu riêng tươi được tự động phép nhập khẩu; doanh nghiệp vẫn phải đáp ứng các điều kiện tiếp cận thị trường đối với từng loại sản phẩm.

Bên cạnh đó, sầu riêng Việt Nam phải cạnh tranh với sản phẩm từ Thái Lan và Malaysia, nhất là tại các thị trường đã hình thành thói quen tiêu dùng và có hệ thống phân phối sầu riêng tương đối phát triển. Chi phí logistics, bảo quản lạnh và khả năng duy trì chất lượng đồng đều cũng là những yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến sức cạnh tranh.

Đánh giá chung

CPTPP tạo điều kiện thuận lợi để ngành rau quả Việt Nam mở rộng xuất khẩu nhờ quy mô thị trường lớn, nhu cầu đa dạng và sự khác biệt về điều kiện sản xuất giữa các thành viên. Trong 9 tháng đầu năm 2026, nhiều mặt hàng chủ lực như dừa, xoài và chuối duy trì mức tăng trưởng tích cực, cho thấy các sản phẩm có lợi thế về khí hậu và mùa vụ của Việt Nam có khả năng tiếp tục mở rộng tại khu vực này.

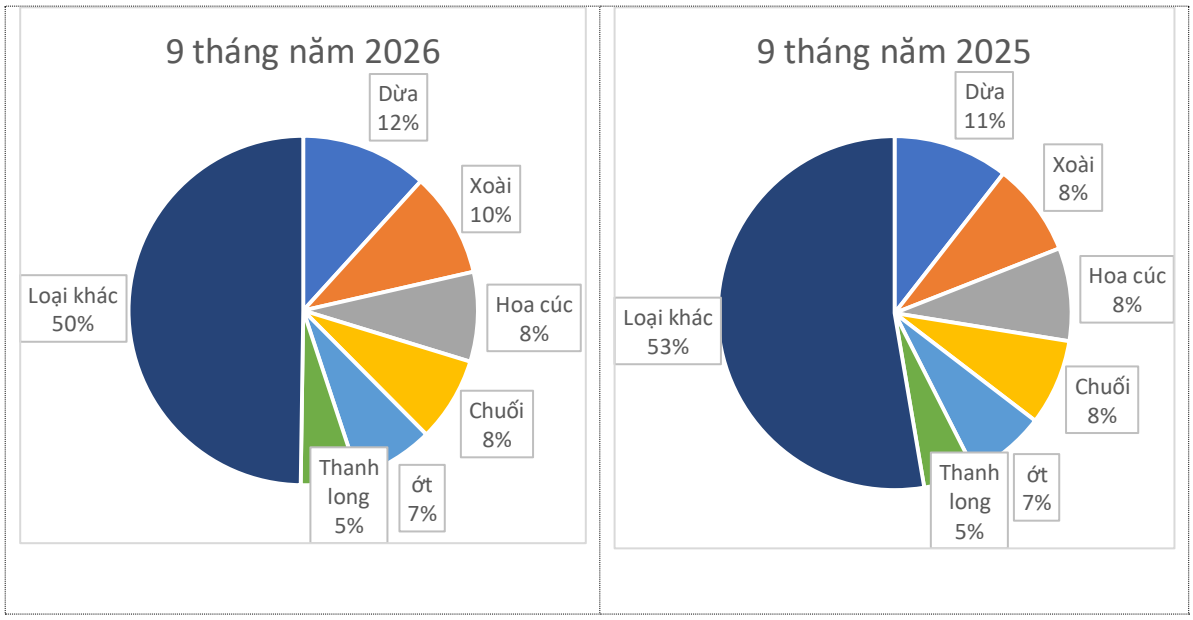
Tuy nhiên, ưu đãi thuế quan chỉ là một trong những yếu tố hỗ trợ xuất khẩu và không thể thay thế các yêu cầu về chất lượng, kiểm dịch, logistics và tiêu chuẩn kỹ thuật. Để chuyển lợi thế về sản xuất thành lợi thế cạnh tranh bền vững, doanh

nghiệp cần chú trọng hơn đến tính ổn định của chất lượng và nguồn cung, khả năng truy xuất nguồn gốc, cũng như kiểm soát chi phí trong toàn bộ chuỗi cung ứng.

Bảng 2: Chủng loại hàng rau quả của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường CPTPP trong tháng 9 và 9 tháng đầu năm 2026

Biểu đồ 3: Cơ cấu chủng loại rau quả của Việt Nam xuất khẩu sang CPTPP

(Tỷ trọng % tính theo trị giá)



Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu của Cục Hải quan Việt Nam

II. ĐÁNH GIÁ THỊ TRƯỜNG, THỊ PHẦN VÀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA VIỆT NAM TẠI CÁC NƯỚC THÀNH VIÊN CPTPP

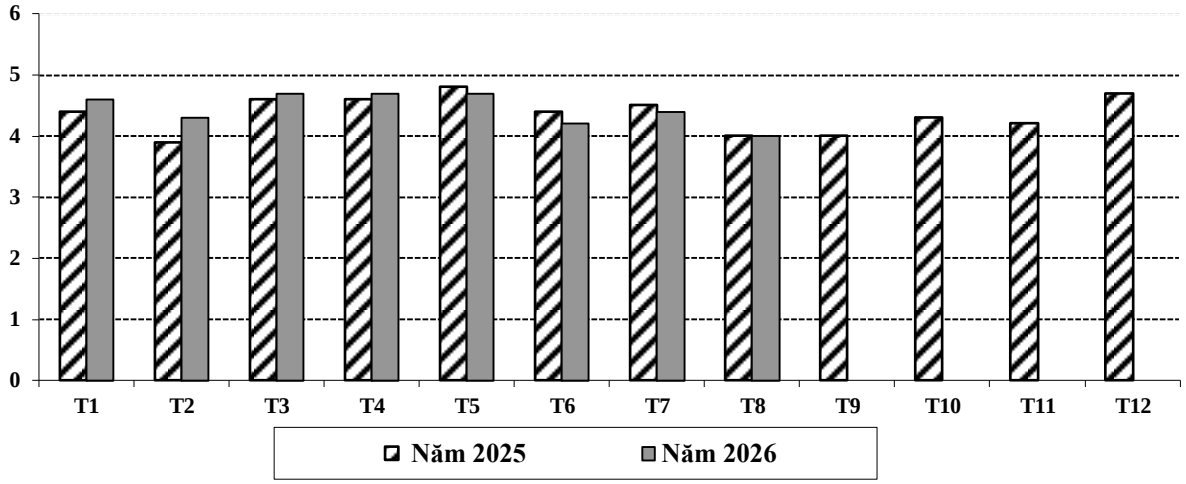
*** Đánh giá chung:**

Theo số liệu thống kê của ITC, trong 8 tháng đầu năm 2026, nhập khẩu nhóm hàng rau, củ, quả và sản phẩm chế biến (HS 06, 07, 20 và 08, không bao gồm hạt điều thuộc HS 080131 và 080132) của thế giới đạt 242,7 tỷ USD, giảm 4,0% so với cùng kỳ năm 2025. Nguồn cung trên thị trường tương đối đa dạng, với các nhà cung cấp lớn như Mỹ, Đức, Trung Quốc, Anh, Pháp, Canada và một số thị trường khác.

Đáng chú ý, trong 8 tháng đầu năm 2026, thị trường CPTPP có xu hướng gia tăng nhập khẩu nhóm hàng này từ một số nguồn cung như Anh, Canada, Australia và Việt Nam. Ngược lại, nhập khẩu từ Nhật Bản, Singapore, Brunei và một số thị trường khác giảm so với cùng kỳ năm trước. Diễn biến này cho thấy cơ cấu nguồn

cung của thị trường CPTPP đang có sự điều chỉnh, qua đó mở ra cơ hội cho các nhà cung cấp có năng lực cạnh tranh về sản phẩm nhiệt đới, chất lượng và khả năng đáp ứng đa dạng nhu cầu của người tiêu dùng.

Biểu đồ 4: CPTPP nhập khẩu rau quả và sản phẩm chế biến năm 2025 – 2026 (ĐVT: Tỷ USD)



Nguồn: ITC

2.3 Cơ cấu nguồn cung rau quả và sản phẩm chế biến

Theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), Việt Nam hiện là nguồn cung rau, củ, quả và sản phẩm chế biến lớn thứ 12 trên thị trường thế giới. Trong 8 tháng đầu năm 2026, tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này của các thị trường trên thế giới từ Việt Nam đạt khoảng 6,2 tỷ USD, tăng 27,7% so với cùng kỳ năm 2025. Đáng chú ý, trong bối cảnh tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này của thế giới giảm, nhập khẩu từ Việt Nam vẫn tăng trưởng mạnh, đưa thị phần của Việt Nam từ 1,9% trong 8 tháng đầu năm 2025 lên 2,5% trong cùng kỳ năm 2026.

Diễn biến trên cho thấy năng lực cạnh tranh và khả năng thâm nhập thị trường quốc tế của ngành rau quả Việt Nam đang được cải thiện. Việc kim ngạch xuất khẩu tăng trưởng tích cực trong khi nhu cầu nhập khẩu chung suy giảm cho thấy hàng Việt Nam đang từng bước mở rộng hiện diện tại các thị trường nước ngoài. Kết quả này có thể được hỗ trợ bởi lợi thế về nguồn cung rau quả nhiệt đới đa dạng, khả năng tổ chức sản xuất theo mùa vụ linh hoạt và sự phát triển của các sản phẩm chế biến, qua đó đáp ứng tốt hơn nhu cầu của nhiều phân khúc thị trường.

Tuy nhiên, với thị phần khoảng 2,5% tổng kim ngạch nhập khẩu rau, củ, quả và sản phẩm chế biến của thế giới, Việt Nam vẫn chiếm tỷ trọng tương đối nhỏ so với quy mô thị trường toàn cầu. Điều này cho thấy dư địa mở rộng xuất khẩu còn đáng kể, song khả năng chuyển hóa tiềm năng thành tăng trưởng thực tế sẽ phụ thuộc vào năng lực cung ứng, chất lượng sản phẩm và mức độ đáp ứng yêu cầu của từng thị trường nhập khẩu.

Trong thời gian tới, doanh nghiệp Việt Nam cần tiếp tục củng cố vị thế tại các thị trường truyền thống, đồng thời mở rộng tiếp cận những thị trường có quy mô nhập khẩu lớn nhưng tỷ trọng hàng Việt Nam còn thấp. Việc đa dạng hóa thị trường và chủng loại sản phẩm sẽ góp phần giảm mức độ phụ thuộc vào một số thị trường chủ lực, hạn chế rủi ro trước biến động nhu cầu và tạo thêm động lực tăng trưởng. Bên cạnh đó, cần đẩy mạnh chế biến sâu, nâng cao chất lượng và tính ổn định của nguồn cung, tăng cường truy xuất nguồn gốc, kiểm soát an toàn thực phẩm và đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật của thị trường nhập khẩu.

Nhìn chung, triển vọng xuất khẩu rau, củ, quả và sản phẩm chế biến của Việt Nam trên thị trường thế giới tiếp tục có những yếu tố thuận lợi. Mức tăng trưởng cao hơn đáng kể so với xu hướng nhập khẩu chung đã góp phần nâng thị phần của Việt Nam, cho thấy khả năng cải thiện vị thế cạnh tranh của ngành hàng. Tuy nhiên, để duy trì xu hướng này trong dài hạn, doanh nghiệp cần chuyển trọng tâm từ gia tăng kim ngạch sang nâng cao chất lượng tăng trưởng, chú trọng giá trị gia tăng, phát triển thương hiệu và xây dựng chuỗi cung ứng đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế. Việc tận dụng hiệu quả các hiệp định thương mại tự do, kết hợp với nâng cao năng lực chế biến và mở rộng hệ thống phân phối, sẽ là những yếu tố quan trọng giúp rau quả Việt Nam tiếp tục gia tăng thị phần và củng cố vị thế trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

Bảng 3: Nguồn cung rau quả và sản phẩm đã qua chế biến trong 8 tháng đầu năm 2026

Thị trường	8 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 8 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
			8 tháng năm 2026	8 tháng năm 2025
Tổng	**242.667.475**	**-4,0**	**100,0**	**100,0**
Mỹ	39.961.718	-3,9	16,5	16,4
Đức	27.902.307	8,0	11,5	10,2

Thị trường	8 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 8 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
			8 tháng năm 2026	8 tháng năm 2025
Trung Quốc	19.117.530	6,3	7,9	7,1
Hà Lan	16.053.567	-4,7	6,6	6,7
Anh	15.145.801	4,1	6,2	5,8
Pháp	14.643.412	8,8	6,0	5,3
Canada	9.639.097	4,1	4,0	3,7
Tây Ban Nha	8.621.369	10,2	3,6	3,1
Italy	7.290.523	-6,9	3,0	3,1
Nhật Bản	7.084.378	-4,5	2,9	2,9
Bỉ	6.341.418	-15,2	2,6	3,0
Việt Nam	**6.150.944**	**27,7**	**2,5**	**1,9**
Ấn Độ	5.731.856	-10,9	2,4	2,5
Ba Lan	5.571.282	0,2	2,3	2,2
Áo	3.185.895	-9,1	1,3	1,4
Hàn Quốc	3.125.266	-5,4	1,3	1,3
Thuỵ Sỹ	2.930.975	-0,2	1,2	1,2
Thổ Nhĩ Kỳ	2.764.166	16,0	1,1	0,9
Cộng Hoà Séc	2.575.052	10,0	1,1	0,9
Hồng Kông	2.543.239	-15,6	1,0	1,2
Thuỵ Điển	2.526.798	-3,5	1,0	1,0
Inđônêxia	2.444.820	22,2	1,0	0,8
Bồ Đào Nha	2.364.152	4,9	1,0	0,9
Rumani	2.298.902	0,1	0,9	0,9
Thái Lan	2.018.967	-15,2	0,8	0,9
Malaysia	1.976.491	3,2	0,8	0,8
Australia	1.945.975	12,6	0,8	0,7
Đan Mạch	1.822.474	-4,7	0,8	0,8
Braxin	1.621.300	2,9	0,7	0,6
Ai Len	1.596.453	-1,3	0,7	0,6
Thị trường khác	15.671.348	-44,4	6,5	11,1

Nguồn: Tính toán từ số liệu của ITC

(*) Ghi chú: HS 06 Cây sống và cây trồng khác; củ, rễ và các loại tương tự; cắt hoa và lá trang trí; HS 07 Rau ăn được và một số loại củ; HS 08 Quả và hạt ăn được; vỏ trái cây họ cam quýt hoặc dưa (không bao gồm hạt điều có mã HS

080131, 080132); HS 20 Chế phẩm từ rau, trái cây, quả hạch hoặc các bộ phận khác của thực vật.

***Thị trường Anh**

Theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), trong 8 tháng đầu năm 2026, nhập khẩu nhóm hàng rau, củ, quả và sản phẩm chế biến (HS 06, 07, 08 và 20, không bao gồm hạt điều thuộc HS 080131 và 080132) của Anh đạt 15,14 tỷ USD, tăng 4,1% so với cùng kỳ năm 2025. Tây Ban Nha là nguồn cung lớn nhất, chiếm 17,7% tổng kim ngạch nhập khẩu, tiếp đến là Hà Lan, Bỉ, Italy, Nam Phi và một số thị trường khác. Cơ cấu nguồn cung đa dạng phản ánh mức độ cạnh tranh cao, đồng thời cho thấy thị trường Anh có nhu cầu nhập khẩu lớn đối với nhiều chủng loại rau quả từ các khu vực khác nhau.

Đáng chú ý, Việt Nam là nguồn cung lớn thứ 24 cho thị trường Anh đối với nhóm hàng này. Trong 8 tháng đầu năm 2026, kim ngạch nhập khẩu từ Việt Nam đạt 156,6 triệu USD, tăng 7,0% so với cùng kỳ năm 2025, chiếm khoảng 1,0% tổng kim ngạch nhập khẩu của Anh. Mặc dù thị phần chưa thay đổi so với cùng kỳ năm trước, tốc độ tăng nhập khẩu từ Việt Nam cao hơn mức tăng chung của thị trường, cho thấy hàng rau, củ, quả và sản phẩm chế biến của Việt Nam đang duy trì đà tăng trưởng và có khả năng cải thiện vị thế cạnh tranh.

Một trong những lợi thế của Việt Nam là khả năng cung ứng đa dạng các loại trái cây nhiệt đới, trong đó có những sản phẩm chưa được sản xuất phổ biến tại Anh do hạn chế về điều kiện khí hậu. Nhu cầu tiêu dùng trái cây nhiệt đới, cùng sự hiện diện của cộng đồng người châu Á, tạo điều kiện để doanh nghiệp tiếp cận các phân khúc khách hàng chuyên biệt, hệ thống cửa hàng thực phẩm châu Á và các nhà phân phối chuyên doanh. Đây có thể là bước đi ban đầu để xây dựng nhận diện sản phẩm, thử nghiệm thị trường và từng bước mở rộng sang các hệ thống bán lẻ quy mô lớn.

Bên cạnh tiêu thụ trực tiếp, nhu cầu nguyên liệu của ngành công nghiệp chế biến thực phẩm và đồ uống cũng mở ra cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam. Các sản phẩm như nước ép, puree trái cây, trái cây đông lạnh, sấy khô, đóng hộp và nước cô đặc có khả năng kéo dài thời gian bảo quản, thuận lợi hơn trong tổ chức vận chuyển và phân phối, đồng thời giảm phụ thuộc vào tính thời vụ của sản phẩm tươi.

Phát triển nhóm hàng này còn giúp doanh nghiệp đa dạng hóa danh mục xuất khẩu, nâng cao giá trị gia tăng và tiếp cận các nhà sản xuất thực phẩm, đồ uống tại Anh.

Trong bối cảnh nhập khẩu rau, củ, quả và sản phẩm chế biến của Anh tăng 4,1% trong 8 tháng đầu năm 2026, mức tăng 7,0% từ Việt Nam là tín hiệu tích cực. Tuy nhiên, việc thị phần vẫn ở mức khoảng 1,0% và chưa tăng so với cùng kỳ cho thấy dư địa mở rộng còn lớn, nhưng tăng trưởng kim ngạch hiện tại chưa đủ để khẳng định vị thế của Việt Nam đã được cải thiện rõ rệt. Để gia tăng thị phần, doanh nghiệp cần mở rộng tệp khách hàng, nâng cao tính ổn định của nguồn cung và phát triển các sản phẩm đáp ứng đúng nhu cầu của từng phân khúc thị trường.

Mặc dù có nhiều cơ hội, rau quả Việt Nam phải cạnh tranh với các nguồn cung đã có vị thế tại Anh, đặc biệt là các nước châu Âu có lợi thế về khoảng cách địa lý, thời gian vận chuyển và mạng lưới phân phối. Các nhà cung cấp từ Mỹ, Mêhicô, Trung và Nam Mỹ, châu Á cùng nhiều khu vực khác cũng tạo sức ép cạnh tranh về giá, chủng loại và khả năng cung ứng. Vì vậy, doanh nghiệp Việt Nam không thể chỉ dựa vào lợi thế về sản phẩm nhiệt đới mà cần nâng cao chất lượng, bảo đảm tính đồng đều, duy trì nguồn cung ổn định và xây dựng quan hệ lâu dài với nhà nhập khẩu.

Bên cạnh cạnh tranh thương mại, các yêu cầu về an toàn thực phẩm, kiểm dịch thực vật, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, truy xuất nguồn gốc và ghi nhãn là những yếu tố có ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng tiếp cận thị trường. Việc không đáp ứng đầy đủ các quy định có thể dẫn đến phát sinh chi phí kiểm tra, chậm thông quan hoặc gián đoạn đơn hàng. Do đó, doanh nghiệp cần kiểm soát chất lượng ngay từ vùng nguyên liệu, áp dụng quy trình sản xuất an toàn, hoàn thiện hồ sơ truy xuất nguồn gốc và chủ động cập nhật quy định nhập khẩu đối với từng mặt hàng.

Ngoài ra, việc đưa sản phẩm vào các hệ thống bán lẻ quy mô lớn thường đòi hỏi doanh nghiệp đáp ứng đồng thời nhiều điều kiện về sản lượng, chất lượng, quy cách đóng gói, thời gian giao hàng và khả năng duy trì hợp đồng. Doanh nghiệp cần tăng cường liên kết với vùng trồng, cơ sở sơ chế, chế biến và đơn vị logistics để kiểm soát toàn bộ chuỗi cung ứng, giảm tổn thất sau thu hoạch và bảo đảm chất lượng sản phẩm trong quá trình vận chuyển.

Về chính sách thương mại, Hiệp định CPTPP tạo cơ sở để hàng hóa Việt Nam được hưởng ưu đãi thuế quan tại Anh đối với những mặt hàng đáp ứng điều kiện áp dụng. Tuy nhiên, mức ưu đãi cụ thể phụ thuộc vào mã hàng, lộ trình cam kết và quy tắc xuất xứ tương ứng. Vì vậy, doanh nghiệp cần chủ động tra cứu thuế suất áp dụng, bảo đảm chứng từ xuất xứ hợp lệ và tính toán hiệu quả thực tế của ưu đãi thuế quan, đồng thời đáp ứng đầy đủ các quy định về chất lượng và an toàn thực phẩm.

Bảng 4: Nhập khẩu nhóm hàng có mã (HS 06, 07, 20, 08) của thị trường Anh từ các thị trường trong 8 tháng đầu năm 2026

Thị trường	8 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 8 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
			8 tháng năm 2026	8 tháng năm 2025
Tổng	**15.145.791**	**4,1**	**100,0**	**100,0**
Tây Ban Nha	2.677.162	8,0	17,7	17,0
Hà Lan	2.302.617	4,2	15,2	15,2
Bỉ	972.586	-2,1	6,4	6,8
Italy	906.234	7,9	6,0	5,8
Nam Phi	707.109	5,3	4,7	4,6
Marôc	698.856	10,3	4,6	4,4
Ba Lan	408.552	-1,1	2,7	2,8
Ai Cập	405.878	20,1	2,7	2,3
Braxin	389.874	-10,2	2,6	3,0
Pháp	368.409	8,1	2,4	2,3
Mỹ	363.832	3,6	2,4	2,4
Ai Len	352.651	-5,5	2,3	2,6
Thổ Nhĩ Kỳ	348.787	-6,9	2,3	2,6
Pêru	343.786	10,3	2,3	2,1
Đức	310.025	16,5	2,0	1,8
Kenya	292.485	13,5	1,9	1,8
Chilê	266.520	6,2	1,8	1,7
Trung Quốc	262.028	9,3	1,7	1,6
Côtxta Rica	225.009	5,3	1,5	1,5
Ấn Độ	218.566	-3,3	1,4	1,6
Côlombia	213.716	-28,4	1,4	2,1
Hy Lạp	197.650	11,8	1,3	1,2
Bồ Đào Nha	188.625	4,4	1,2	1,2
Việt Nam	**156.612**	**7,0**	**1,0**	**1,0**
Ixraen	101.589	-9,1	0,7	0,8
Canada	85.060	-9,7	0,6	0,6

Thị trường	8 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 8 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
			8 tháng năm 2026	8 tháng năm 2025
Gana	76.059	5,5	0,5	0,5
Êcuado	74.841	19,4	0,5	0,4
Dominica	63.140	-1,2	0,4	0,4
Xênêgan	62.423	14,3	0,4	0,4
Thị trường khác	1.105.110	3,2	7,3	7,4

Nguồn: Theo thống kê của ITC

***Thị trường Chilê**

Theo thống kê của ITC, trong 8 tháng đầu năm 2026, nhập khẩu nhóm hàng rau, củ, quả và sản phẩm chế biến của Chilê, thuộc các mã HS 06, 07, 20 và 08 (không bao gồm hạt điều thuộc HS 080131 và 080132), đạt 704,4 triệu USD, tăng nhẹ 0,3% so với cùng kỳ năm 2025. Pêru, Êcuado và Achentina là ba nguồn cung lớn nhất, chiếm tổng cộng 51,8% kim ngạch nhập khẩu của Chilê. Các nguồn cung đáng kể tiếp theo gồm Mỹ, Trung Quốc, Bỉ và một số thị trường khác. Cơ cấu này cho thấy nguồn cung rau quả của Chilê vẫn tập trung đáng kể tại khu vực Nam Mỹ, đồng thời có sự tham gia của các nhà cung cấp ngoài khu vực.

Trong giai đoạn này, Việt Nam đứng thứ 19 trong số các nguồn cung nhóm hàng rau, củ, quả và sản phẩm chế biến cho Chilê. Kim ngạch nhập khẩu từ Việt Nam đạt 3,7 triệu USD, giảm 10,3% so với cùng kỳ năm 2025, chiếm khoảng 0,5% tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường. Trong khi tổng nhập khẩu của Chilê vẫn tăng nhẹ, nhập khẩu từ Việt Nam lại suy giảm, cho thấy hàng Việt Nam chưa tận dụng tốt đà tăng trưởng chung của thị trường và có dấu hiệu thu hẹp thị phần. Kết quả này cũng cho thấy vị trí của Việt Nam trong năm 2025 chưa được chuyển hóa thành tăng trưởng ổn định trong năm 2026.

Việt Nam có lợi thế về các loại trái cây nhiệt đới và một số sản phẩm có khả năng bổ sung cho nguồn cung của Chilê theo mùa vụ. Các mặt hàng như thanh long, sầu riêng, xoài, bưởi, nhãn và sản phẩm chế biến từ trái cây có thể được xem xét phát triển, tùy theo nhu cầu thị trường, khả năng cạnh tranh về giá và điều kiện nhập khẩu đối với từng sản phẩm. Đáng chú ý, sầu riêng đông lạnh, bao gồm sản phẩm chế biến từ giống Ri6, có thể hướng tới phân khúc nguyên liệu phục vụ

ngành chế biến thực phẩm, đồng thời giảm một phần áp lực về thời hạn bảo quản so với sản phẩm tươi.

Bên cạnh trái cây nhiệt đới, một số loại rau củ được sản xuất tập trung tại Việt Nam, trong đó có các sản phẩm từ vùng Đà Lạt như bắp cải, súp lơ và cà rốt, cũng có thể được nghiên cứu để bổ sung nguồn cung cho Chilê. Tuy nhiên, khả năng xuất khẩu thực tế phụ thuộc vào tính phù hợp của sản phẩm với nhu cầu tiêu dùng, giá thành sau vận chuyển, thời gian giao hàng và việc đáp ứng các điều kiện kiểm dịch thực vật của Chilê. Do khoảng cách địa lý tương đối xa, doanh nghiệp cần đánh giá kỹ hiệu quả kinh tế đối với từng mặt hàng tươi trước khi mở rộng quy mô xuất khẩu.

Nhóm sản phẩm chế biến sâu cũng là hướng đi có triển vọng. Các mặt hàng như trái cây cấp đông, trái cây sấy dẻo, nước ép, nước cô đặc và trái cây đóng hộp có ưu thế về thời hạn bảo quản, thuận lợi hơn trong vận chuyển đường dài và có thể tiếp cận cả ngành chế biến thực phẩm lẫn hệ thống bán lẻ. Phát triển các sản phẩm này giúp doanh nghiệp đa dạng hóa danh mục xuất khẩu, giảm sự phụ thuộc vào hàng tươi dễ hư hỏng và gia tăng giá trị trên mỗi đơn vị sản phẩm. Để khai thác hiệu quả phân khúc này, doanh nghiệp cần nghiên cứu quy cách đóng gói, tiêu chuẩn chất lượng và thị hiếu của khách hàng nhập khẩu tại Chilê.

Mặc dù có dư địa phát triển, rau quả Việt Nam phải cạnh tranh với các nhà cung cấp có lợi thế về khoảng cách địa lý, chi phí vận chuyển và mạng lưới phân phối tại Chilê, đặc biệt là Pêru, Êcuado và Achentina. Đối với hàng tươi, thời gian vận chuyển dài có thể làm tăng chi phí logistics, nguy cơ suy giảm chất lượng và tổn thất sau thu hoạch. Trong khi đó, với hàng đông lạnh và chế biến, doanh nghiệp cần bảo đảm chất lượng đồng đều, quy cách sản phẩm phù hợp và khả năng cung ứng ổn định.

Bảng 5: Nhập khẩu nhóm hàng có mã (HS 06, 07, 20, 08) của thị trường Chilê từ các thị trường trong 8 tháng đầu năm 2026

Thị trường	8 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 8 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
			8 tháng năm 2026	8 tháng năm 2025
Tổng	**704.455**	**0,3**	**100,0**	**100,0**
Pêru	163.125	20,7	23,2	19,2

Thị trường	8 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 8 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
			8 tháng năm 2026	8 tháng năm 2025
Êcuado	133.877	15,0	19,0	16,6
Achentina	68.111	-7,2	9,7	10,4
Mỹ	56.819	3,8	8,1	7,8
Trung Quốc	55.165	5,7	7,8	7,4
Bỉ	41.402	-30,6	5,9	8,5
Hà Lan	33.154	-2,0	4,7	4,8
Braxin	29.016	-21,8	4,1	5,3
Tây Ban Nha	17.948	-22,5	2,5	3,3
Canada	16.054	-33,7	2,3	3,4
Côlombia	12.170	-2,8	1,7	1,8
Mêhicô	11.220	36,9	1,6	1,2
Chilê	7.628	32,5	1,1	0,8
Thái Lan	7.376	2,2	1,0	1,0
Nam Phi	6.592	-16,9	0,9	1,1
Đức	6.150	-19,7	0,9	1,1
Côtxta Rica	5.995	10,1	0,9	0,8
Italy	5.791	12,4	0,8	0,7
Việt Nam	**3.731**	**-10,3**	**0,5**	**0,6**
ấn Độ	2.851	-31,1	0,4	0,6
Bolivia	2.691	-29,2	0,4	0,5
Goatêmala	2.277	-9,6	0,3	0,4
Philipine	2.200	-26,3	0,3	0,4
Pháp	2.040	-19,7	0,3	0,4
Thổ Nhĩ Kỳ	1.816	-16,2	0,3	0,3
Inđônêxia	1.449	38,3	0,2	0,1
Ai Cập	1.008	45,7	0,1	0,1
Iran	908	-6,8	0,1	0,1
Xri Lanca	844	28,5	0,1	0,1
Paragoay	578	34,1	0,1	0,1
Thị trường khác	4.469	-35,5	0,6	1,0

Nguồn: Theo thống kê của ITC

III. DỰ BÁO TRIỂN VỌNG

Triển vọng xuất khẩu rau, củ, quả và sản phẩm chế biến của Việt Nam sang các thị trường CPTPP trong thời gian tới được đánh giá tích cực, trên cơ sở kết quả tăng trưởng khả quan trong năm 2026, quy mô nhập khẩu lớn của khối và nhu cầu đa dạng giữa các thị trường thành viên. Trong 9 tháng đầu năm 2026, kim ngạch

xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam sang CPTPP đạt 580,4 triệu USD, tăng 13,9% so với cùng kỳ năm 2025; ước tính 10 tháng đạt 649,9 triệu USD, tăng 13,5%. Trong khi đó, tổng nhập khẩu nhóm hàng tương ứng của CPTPP trong 8 tháng đầu năm 2026 tăng khoảng 2,5%. Mức tăng xuất khẩu của Việt Nam cao hơn đáng kể tốc độ tăng nhập khẩu chung của khối, cho thấy hàng rau quả Việt Nam đang từng bước cải thiện khả năng cạnh tranh và mở rộng hiện diện tại thị trường CPTPP.

Một trong những động lực tăng trưởng quan trọng là quy mô thị trường lớn cùng sự khác biệt về điều kiện tự nhiên, mùa vụ và nhu cầu tiêu dùng giữa các thành viên. Việt Nam có lợi thế về các sản phẩm nhiệt đới như dừa, xoài, chuối, thanh long, dứa, chanh leo, sầu riêng và một số loại rau nhiệt đới. Trong khi đó, nhiều thị trường CPTPP có điều kiện sản xuất trong nước hạn chế đối với nhóm sản phẩm này hoặc có nhu cầu nhập khẩu để bổ sung nguồn cung quanh năm. Đây là cơ sở để doanh nghiệp Việt Nam tiếp tục mở rộng xuất khẩu, nhất là đối với những mặt hàng có chất lượng ổn định, giá thành cạnh tranh và đáp ứng yêu cầu nhập khẩu của từng thị trường.

Bên cạnh sản phẩm tươi, nhóm rau quả chế biến được kỳ vọng sẽ đóng góp ngày càng lớn vào tăng trưởng xuất khẩu. Các sản phẩm đông lạnh, sấy khô, nước ép, nước cô đặc, đóng hộp và chế biến sâu có lợi thế về thời hạn bảo quản, thuận lợi hơn trong vận chuyển đường dài và có thể phục vụ nhiều phân khúc khách hàng, từ ngành chế biến thực phẩm, dịch vụ ăn uống đến hệ thống bán lẻ hiện đại. Việc phát triển nhóm sản phẩm này không chỉ giúp doanh nghiệp giảm phụ thuộc vào tiêu thụ hàng tươi trong thời gian ngắn, hạn chế tổn thất sau thu hoạch mà còn nâng cao giá trị gia tăng và khả năng khai thác các thị trường ở xa như Canada, Mexico và Australia.

Về thị trường, Nhật Bản, Australia và Canada tiếp tục là những điểm đến quan trọng, trong khi Malaysia, Mexico và New Zealand cũng ghi nhận mức tăng trưởng đáng chú ý. Trong 9 tháng đầu năm 2026, xuất khẩu rau, củ, quả và sản phẩm chế biến của Việt Nam sang Nhật Bản đạt 193,8 triệu USD, tăng 6,2%; Australia đạt hơn 111 triệu USD, tăng 10,5%. Cùng kỳ, xuất khẩu sang Malaysia tăng 31,4%, Canada tăng 25,9%, New Zealand tăng 17,0% và Mexico tăng 53,4%. Diễn

biến này cho thấy cơ hội mở rộng xuất khẩu không chỉ tập trung ở các thị trường truyền thống mà còn hiện hữu tại những thị trường có tốc độ tăng trưởng cao.

Dư địa gia tăng thị phần cũng là yếu tố hỗ trợ triển vọng xuất khẩu. Theo số liệu ITC, trong 8 tháng đầu năm 2026, CPTPP nhập khẩu nhóm hàng rau, củ, quả và sản phẩm chế biến từ Việt Nam đạt khoảng 566,7 triệu USD, tăng 13,7% so với cùng kỳ năm 2025; thị phần của Việt Nam tăng từ 1,3% lên 1,5%. Trong bối cảnh tổng nhập khẩu của khối chỉ tăng khoảng 2,5%, kết quả này phản ánh khả năng mở rộng vị thế của hàng Việt Nam trong cơ cấu nguồn cung. Tuy nhiên, thị phần hiện vẫn ở mức khiêm tốn, cho thấy tiềm năng tăng trưởng còn đáng kể nếu doanh nghiệp nâng cao chất lượng, mở rộng mạng lưới phân phối và phát triển các sản phẩm phù hợp hơn với nhu cầu của từng thị trường thành viên.

Dù vậy, triển vọng xuất khẩu trong thời gian tới vẫn chịu tác động từ cạnh tranh ngày càng gay gắt và các yêu cầu kỹ thuật của thị trường nhập khẩu. Việt Nam phải cạnh tranh với những nhà cung cấp có năng lực sản xuất, xuất khẩu và hệ thống phân phối phát triển như Mexico, Chile, Peru, Australia và một số nước châu Á. Đồng thời, doanh nghiệp cần đáp ứng các quy định về an toàn thực phẩm, kiểm dịch thực vật, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, truy xuất nguồn gốc, chất lượng sản phẩm và quy cách đóng gói. Tại các thị trường như Nhật Bản, Canada, Australia và New Zealand, khả năng duy trì chất lượng đồng đều, bảo đảm nguồn cung ổn định và đáp ứng yêu cầu của nhà nhập khẩu có ý nghĩa quan trọng đối với việc xây dựng quan hệ thương mại lâu dài. Đối với hàng tươi, chi phí logistics và rủi ro suy giảm chất lượng trong quá trình vận chuyển cũng là những yếu tố cần được tính toán kỹ lưỡng.

Ưu đãi thuế quan theo CPTPP tiếp tục tạo điều kiện thuận lợi cho hàng rau quả Việt Nam, song mức độ hưởng lợi phụ thuộc vào lộ trình cam kết, mã hàng cụ thể và việc đáp ứng quy tắc xuất xứ. Ưu đãi thuế quan có thể góp phần cải thiện khả năng cạnh tranh về giá nhưng không thay thế các yêu cầu về kiểm dịch, an toàn thực phẩm và chất lượng. Do đó, hiệu quả tận dụng hiệp định sẽ phụ thuộc không chỉ vào khả năng khai thác ưu đãi thuế mà còn vào năng lực tuân thủ tiêu chuẩn, tổ chức sản xuất và quản trị chuỗi cung ứng của doanh nghiệp.

Nhìn chung, xuất khẩu rau, củ, quả và sản phẩm chế biến của Việt Nam sang CPTPP được dự báo có khả năng tiếp tục duy trì xu hướng tăng trong thời gian tới. Động lực chính đến từ nhu cầu nhập khẩu đa dạng của các thành viên, kết quả tăng trưởng tại nhiều thị trường và dư địa mở rộng thị phần của hàng Việt Nam. Tuy nhiên, mức độ tăng trưởng sẽ phụ thuộc vào khả năng duy trì sức cạnh tranh, đáp ứng tiêu chuẩn kỹ thuật và kiểm soát chi phí trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng lớn.

Để khai thác hiệu quả cơ hội, doanh nghiệp cần ưu tiên phát triển các sản phẩm có lợi thế về khí hậu, mùa vụ và chất lượng; mở rộng tỷ trọng hàng đông lạnh, sấy khô và chế biến sâu; đồng thời nâng cao năng lực kiểm soát dư lượng, an toàn thực phẩm và truy xuất nguồn gốc ngay từ vùng nguyên liệu. Bên cạnh đó, cần tăng cường liên kết giữa vùng trồng, cơ sở chế biến, doanh nghiệp xuất khẩu và nhà nhập khẩu; đầu tư vào bảo quản sau thu hoạch, logistics và xây dựng thương hiệu; chủ động nghiên cứu yêu cầu của từng thị trường và tận dụng ưu đãi CPTPP theo từng mã hàng. Đây sẽ là những yếu tố then chốt giúp Việt Nam duy trì đà tăng trưởng, cải thiện thị phần và nâng cao giá trị xuất khẩu rau quả tại các thị trường CPTPP trong những năm tới.