

## **ĐÁNH GIÁ TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU HẠT ĐIỀU CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG UAE THÁNG 9, DUNG LƯỢNG VÀ QUY ĐỊNH THỊ TRƯỜNG NHẬP KHẨU UAE VÀ TRIỂN VỌNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM**

*UAE giữ vai trò quan trọng tại khu vực Trung Đông không chỉ nhờ sức tiêu thụ nội địa mà còn là trung tâm thương mại, logistics và tái xuất, kết nối hàng hóa với các thị trường GCC, Trung Đông, Bắc Phi và Nam Á. Trong 8 tháng đầu năm 2026, xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE giảm mạnh 43,5% về trị giá và 43,6% về lượng, đạt 9.119 tấn trị giá hơn 64,3 triệu USD. Sự suy giảm phản ánh những khó khăn về nhu cầu nhập khẩu và hoạt động tái xuất trong bối cảnh kinh tế và địa chính trị khu vực diễn biến phức tạp. Các chủng loại xuất khẩu chủ lực như W320, W240, W180 và LP đều giảm mạnh về lượng, lần lượt giảm 51,6%, 56,4%, 57,8% và 20,0% so với cùng kỳ năm 2025, cho thấy nhu cầu đối với sản phẩm điều Việt Nam tại UAE chưa phục hồi hoàn toàn và cạnh tranh trên thị trường gia tăng.*

Dù vậy, xuất khẩu trong tháng 9/2026 có dấu hiệu cải thiện, ước đạt khoảng 3 nghìn tấn, trị giá 20,5 triệu USD, tăng 5,0% về lượng nhưng có thể giảm nhẹ về trị giá so với tháng 8/2026; đồng thời tăng 9% về lượng và khoảng 5,5% về trị giá so với tháng 9/2025. Diễn biến này cho thấy thị trường có khả năng đang bước vào giai đoạn phục hồi, mặc dù cần thêm thời gian để xác định xu hướng bền vững.

Triển vọng xuất khẩu hạt điều Việt Nam sang UAE trong trung và dài hạn vẫn có dư địa tích cực nhờ thu nhập bình quân cao, lượng khách du lịch lớn, nhu cầu đối với thực phẩm tiện lợi và giàu dinh dưỡng, cùng hệ thống cảng biển, logistics và phân phối của UAE phát triển. Đặc biệt, vai trò của UAE như một trung tâm tái xuất tạo điều kiện để doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận các thị trường GCC, Trung Đông và châu Phi. Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Việt Nam – UAE (CEPA) cũng được kỳ vọng góp phần giảm rào cản thương mại và cải thiện khả năng tiếp cận thị trường cho hạt điều Việt Nam.

Tuy nhiên, xuất khẩu sang UAE vẫn chịu tác động của các rủi ro địa chính trị, nguy cơ gián đoạn logistics, chi phí vận chuyển, biến động sức mua và cạnh tranh từ các nguồn cung khác, trong đó có Ấn Độ và các nước châu Phi. Do đó, doanh

ng nghiệp Việt Nam cần đa dạng hóa khách hàng và kênh phân phối, tăng tỷ trọng sản phẩm chế biến có giá trị gia tăng và tận dụng hiệu quả các ưu đãi từ CEPA.

Nhìn chung, UAE vẫn là thị trường có ý nghĩa chiến lược đối với ngành điều Việt Nam tại Trung Đông. Mặc dù xuất khẩu 8 tháng đầu năm 2026 giảm mạnh, nhưng tín hiệu cải thiện trong tháng 9 cùng lợi thế về logistics, sức mua và vai trò trung tâm tái xuất cho thấy thị trường còn nhiều dư địa tăng trưởng. Khả năng phục hồi trong những tháng cuối năm và mở rộng thị phần trong dài hạn sẽ phụ thuộc đáng kể vào diễn biến nhu cầu khu vực, điều kiện logistics và mức độ khai thác hiệu quả các cơ hội từ CEPA.

## **I. Tổng quan xuất khẩu mặt hàng hạt điều sang UAE**

Trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang Các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất (UAE), hạt điều là một trong những mặt hàng nông sản chủ lực, bên cạnh điện thoại và linh kiện, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, hàng dệt may, giày dép, hạt tiêu, thủy sản, sản phẩm ngũ cốc, sản phẩm nhựa, đồ gỗ và nội thất. Hạt điều có vị trí tương đối quan trọng trong cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này, đồng thời là một trong những mặt hàng nông sản có khả năng khai thác tốt nhu cầu tiêu dùng và tái xuất tại UAE.

UAE hiện là một trong những thị trường xuất khẩu hạt điều quan trọng của Việt Nam tại khu vực Trung Đông. Năm 2025, UAE nằm trong nhóm 5 thị trường nhập khẩu hạt điều lớn nhất của Việt Nam, cùng với Trung Quốc, Mỹ, Hà Lan và Đức. Kết quả này cho thấy vai trò ngày càng đáng chú ý của UAE trong cơ cấu thị trường xuất khẩu hạt điều, đặc biệt trong bối cảnh doanh nghiệp Việt Nam đẩy mạnh đa dạng hóa thị trường và giảm sự phụ thuộc vào các đối tác truyền thống.

Tiềm năng của thị trường UAE không chỉ đến từ nhu cầu tiêu thụ nội địa mà còn gắn liền với vai trò trung tâm thương mại, logistics và tái xuất hàng hóa của khu vực. Với hệ thống cảng biển, kho vận và mạng lưới phân phối phát triển, UAE là đầu mối trung chuyển quan trọng, tạo điều kiện thuận lợi để hạt điều Việt Nam tiếp cận các thị trường thuộc Hội đồng Hợp tác vùng Vịnh (GCC), Trung Đông, Bắc Phi và một số thị trường lân cận.

Bên cạnh đó, mức thu nhập tương đối cao, sự phát triển của ngành du lịch, khách sạn và dịch vụ ăn uống, cùng xu hướng gia tăng tiêu dùng các loại thực phẩm tiện lợi, giàu dinh dưỡng tiếp tục hỗ trợ nhu cầu đối với các sản phẩm hạt, trong đó có hạt điều. Đây là những điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp Việt Nam duy trì thị phần, đồng thời mở rộng xuất khẩu các sản phẩm điều chế biến sâu, có giá trị gia tăng cao.

Một yếu tố quan trọng khác đối với triển vọng xuất khẩu hạt điều sang UAE là Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Việt Nam – UAE (CEPA), được ký kết năm 2024. Theo cam kết, UAE sẽ xóa bỏ thuế quan đối với 99% dòng thuế hàng hóa xuất khẩu từ Việt Nam. Việc triển khai và tận dụng hiệu quả các cam kết của Hiệp định được kỳ vọng sẽ góp phần cải thiện điều kiện tiếp cận thị trường, giảm chi phí thương mại và nâng cao sức cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam, trong đó có hạt điều.

### ***Các yếu tố hỗ trợ xuất khẩu năm 2026***

Thứ nhất, tác động tích cực từ CEPA Việt Nam – UAE. Việc triển khai các cam kết của CEPA tạo thêm điều kiện thuận lợi cho hàng hóa Việt Nam tiếp cận thị trường UAE. Đối với hạt điều, ưu đãi thuế quan kết hợp với việc cải thiện thuận lợi hóa thương mại có thể giúp doanh nghiệp giảm chi phí tiếp cận thị trường, nâng cao khả năng cạnh tranh và mở rộng mạng lưới khách hàng.

Thứ hai, tiềm năng từ nhu cầu tiêu dùng và hoạt động tái xuất. UAE có nhu cầu nhập khẩu đáng kể đối với các loại hạt và thực phẩm chế biến, trong khi vị thế trung tâm thương mại và logistics của UAE giúp mở rộng phạm vi thị trường của hàng hóa nhập khẩu. Hoạt động tái xuất qua UAE tạo thêm cơ hội để hạt điều Việt Nam tiếp cận các quốc gia GCC, Trung Đông, Bắc Phi và một số thị trường lân cận.

Thứ ba, năng lực cung ứng và chế biến của Việt Nam. Việt Nam có lợi thế về năng lực chế biến nhân điều, chủng loại sản phẩm đa dạng và kinh nghiệm đáp ứng các tiêu chuẩn của nhiều thị trường quốc tế. Đây là cơ sở để doanh nghiệp duy trì khả năng cung ứng ổn định và đáp ứng các phân khúc khác nhau tại UAE, từ nhân điều nguyên liệu đến các sản phẩm chế biến có giá trị gia tăng cao.

### ***Những khó khăn, thách thức đối với hoạt động xuất khẩu***

Bên cạnh các yếu tố thuận lợi, hoạt động xuất khẩu hạt điều sang UAE trong năm 2026 tiếp tục đối mặt với nhiều khó khăn, đặc biệt từ diễn biến địa chính trị, chi phí đầu vào và cạnh tranh trên thị trường nhập khẩu.

Trước hết, bất ổn địa chính trị tại khu vực Trung Đông tiềm ẩn nguy cơ ảnh hưởng đến hoạt động thương mại, tâm lý thị trường và nhu cầu nhập khẩu. Những biến động trên các tuyến vận tải quốc tế có thể kéo dài thời gian giao hàng, làm gia tăng chi phí vận chuyển, bảo hiểm và các chi phí logistics liên quan. Đối với UAE, những yếu tố này không chỉ tác động đến nhu cầu tiêu thụ nội địa mà còn có thể ảnh hưởng đến hoạt động trung chuyển và tái xuất hàng hóa sang các thị trường trong khu vực.

Bên cạnh đó, biến động giá điều thô từ các nguồn cung chủ yếu tại Tây Phi tiếp tục là yếu tố cần theo dõi do có ảnh hưởng trực tiếp đến chi phí chế biến và khả năng cạnh tranh về giá của doanh nghiệp Việt Nam. Trong điều kiện thị trường tiêu thụ còn nhiều biến động, việc cân đối nguồn nguyên liệu, kiểm soát chi phí sản xuất và duy trì biên lợi nhuận có thể trở thành thách thức đối với các doanh nghiệp xuất khẩu.

Áp lực cạnh tranh tại UAE cũng có xu hướng gia tăng khi Ấn Độ và một số quốc gia sản xuất, chế biến điều tại châu Phi đẩy mạnh khai thác thị trường. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp Việt Nam không chỉ duy trì lợi thế về giá và năng lực cung ứng mà còn phải chú trọng hơn đến chất lượng, khả năng truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn an toàn thực phẩm, yêu cầu Halal của từng phân khúc khách hàng và phát triển các sản phẩm có giá trị gia tăng cao.

Đáng lưu ý, kết quả xuất khẩu trong 8 tháng đầu năm 2026 cho thấy thị trường UAE vẫn đang gặp khó khăn. Kim ngạch xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE giảm 43,5% và lượng giảm 43,6% so với cùng kỳ năm 2025. Vì vậy, triển vọng những tháng cuối năm sẽ phụ thuộc đáng kể vào sự phục hồi của nhu cầu tiêu dùng và hoạt động tái xuất tại UAE.

### ***Dự báo triển vọng năm 2026***

Năm 2026, ngành điều Việt Nam đặt mục tiêu xuất khẩu khoảng 800.000 tấn nhân điều, đạt kim ngạch khoảng 5 tỷ USD. Đối với thị trường UAE, triển vọng

xuất khẩu được hỗ trợ bởi nhu cầu tiêu dùng hạt dinh dưỡng, vai trò trung tâm tái xuất của UAE và các điều kiện thuận lợi hơn từ CEPA. Tuy nhiên, mức giảm mạnh trong 8 tháng đầu năm cho thấy tốc độ phục hồi có thể thận trọng và phụ thuộc lớn vào diễn biến của thị trường Trung Đông.

Trong kịch bản nhu cầu nhập khẩu và hoạt động tái xuất tại UAE tiếp tục cải thiện, tình hình địa chính trị không phát sinh diễn biến bất lợi nghiêm trọng, đồng thời doanh nghiệp Việt Nam khai thác hiệu quả các ưu đãi từ CEPA, xuất khẩu hạt điều sang UAE có khả năng phục hồi trong những tháng cuối năm. Tuy nhiên, do mức giảm tích lũy lớn trong 8 tháng đầu năm, việc đạt mức tăng trưởng cả năm cao so với năm 2025 sẽ phụ thuộc vào tốc độ tăng trưởng rất mạnh trong quý IV.

Về dài hạn, UAE vẫn có tiềm năng trở thành cửa ngõ quan trọng để hạt điều Việt Nam mở rộng hiện diện tại Trung Đông và các khu vực lân cận. Lợi thế về vị trí địa lý, hệ thống cảng biển và logistics, mạng lưới phân phối, sức mua của thị trường nội địa và hoạt động tái xuất tạo điều kiện để doanh nghiệp Việt Nam sử dụng UAE không chỉ như một thị trường tiêu thụ mà còn như một đầu mối tiếp cận các thị trường GCC, Bắc Phi và Trung Đông.

Để tận dụng các cơ hội này, doanh nghiệp cần chủ động khai thác các ưu đãi của CEPA, tăng cường kết nối với nhà nhập khẩu, nhà phân phối và hệ thống bán lẻ tại UAE; đồng thời phát triển các sản phẩm điều chế biến sâu, đa dạng hóa khách hàng và phương thức vận chuyển. Việc xây dựng quan hệ hợp tác dài hạn với các đối tác tại UAE cũng có thể giúp doanh nghiệp giảm sự phụ thuộc vào một số khách hàng truyền thống và nâng cao khả năng ứng phó với biến động thị trường.

Nhìn chung, UAE vẫn là thị trường có vai trò quan trọng đối với xuất khẩu hạt điều Việt Nam tại Trung Đông. Mặc dù kết quả 8 tháng đầu năm 2026 cho thấy sự suy giảm đáng kể, nhưng tín hiệu cải thiện trong tháng 9 cùng các lợi thế về nhu cầu tiêu dùng, logistics, tái xuất và khuôn khổ thương mại từ CEPA cho thấy thị trường vẫn còn dư địa phát triển. Trong ngắn hạn, khả năng phục hồi sẽ phụ thuộc vào diễn biến nhu cầu và logistics khu vực; trong trung và dài hạn, việc tận dụng UAE như một trung tâm phân phối và tái xuất có thể tạo thêm không gian để hạt điều Việt Nam mở rộng thị trường và nâng cao giá trị xuất khẩu.

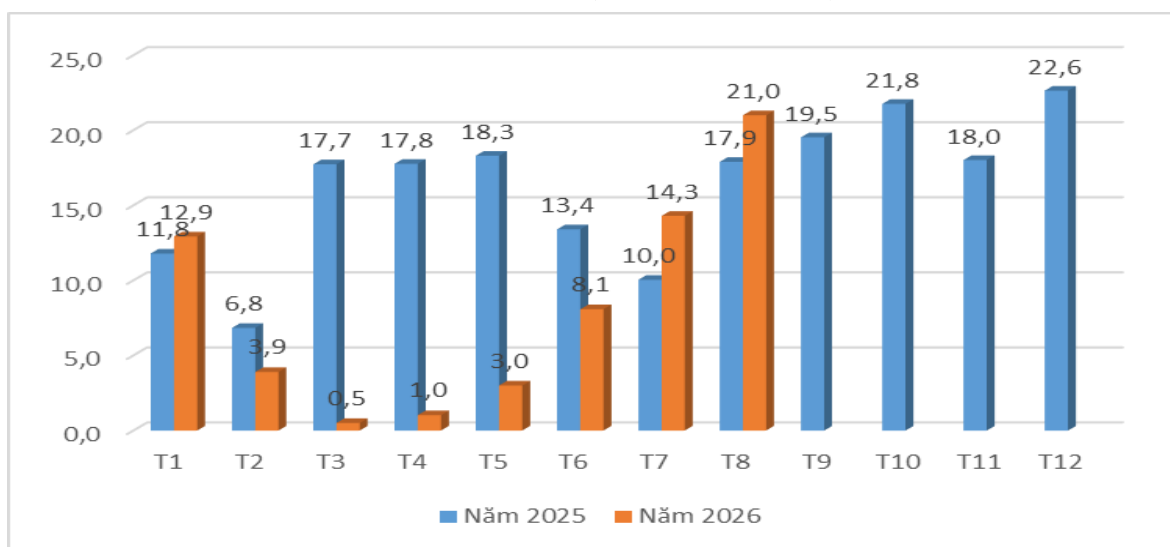
## 1. Tình hình xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE

### 1.1. Kim ngạch xuất khẩu

Theo thống kê sơ bộ, xuất khẩu hạt điều của Việt Nam trong tháng 9/2026 ước đạt khoảng 3 nghìn tấn, trị giá 20,5 triệu USD, tăng 5,0% về lượng nhưng có thể giảm nhẹ về trị giá so với tháng 8/2026; tăng 9% về lượng và khoảng 5,5% về trị giá so với tháng 9/2025. Tính chung 9 tháng đầu năm 2026, xuất khẩu hạt điều của Việt Nam đạt khoảng 12,1 nghìn tấn, đạt 85 triệu USD, giảm 36% về lượng và 36,4% về trị giá so với cùng kỳ năm 2025.

Theo thống kê của Cục Hải quan Việt Nam, xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE trong tháng 8/2026 đạt 2,8 nghìn tấn, trị giá 21,01 triệu USD, tăng 34,3% về lượng và 47,0% về trị giá so với tháng 7/2026; đồng thời tăng 12,6% về lượng và 17,4% về trị giá so với tháng 8/2025. Tính chung 8 tháng đầu năm 2026, xuất khẩu hạt điều sang UAE đạt 9,12 nghìn tấn, trị giá 64,35 triệu USD, giảm 43,6% về lượng và 43,5% về trị giá so với cùng kỳ năm 2025.

**Biểu đồ 1: Kim ngạch xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE năm 2025-2026 (Đvt: Triệu USD)**



Nguồn: Cục Hải quan Việt Nam

### 1.2. Chứng loại xuất khẩu

Trong tháng 8/2026, xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE ghi nhận sự phục hồi rõ rệt so với tháng trước và cùng kỳ năm 2025. Một số chủng loại nhân điều trắng và điều mảnh có mức tăng tích cực, góp phần thúc đẩy tổng lượng và kim ngạch

xuất khẩu. Diễn biến này cho thấy hoạt động nhập khẩu hạt điều của UAE đã có dấu hiệu cải thiện sau giai đoạn suy giảm mạnh trong những tháng đầu năm.

Các chủng loại nhân điều trắng như W320, W240, W180 tiếp tục là những sản phẩm quan trọng trong cơ cấu xuất khẩu sang UAE. Bên cạnh đó, nhu cầu đối với một số sản phẩm điều mảnh như LP (Large Pieces) và SP (Small Pieces) cũng được cải thiện. Đây là những sản phẩm có nhiều ứng dụng trong chế biến thực phẩm, bánh kẹo và dịch vụ ăn uống, đồng thời có mức giá phù hợp hơn với các phân khúc tiêu dùng và chế biến khác nhau.

Tuy nhiên, tính chung 8 tháng đầu năm 2026, phần lớn các chủng loại hạt điều chủ lực xuất khẩu sang UAE vẫn giảm mạnh so với cùng kỳ năm 2025. Trong đó, W320 tiếp tục là chủng loại có kim ngạch xuất khẩu lớn, nhưng lượng xuất khẩu giảm 51,6% và trị giá giảm 53,0%. Mức giảm này cho thấy nhu cầu đối với W320 tại UAE chịu ảnh hưởng đáng kể trong phần lớn thời gian đầu năm và phản ánh sự suy giảm chung của thị trường nhập khẩu.

Các chủng loại W240 và W180 cũng ghi nhận mức giảm sâu, với lượng xuất khẩu lần lượt giảm 56,4% và 57,8% so với cùng kỳ năm 2025. Đối với LP, lượng xuất khẩu giảm 20,0%. Như vậy, mặc dù xuất khẩu một số chủng loại đã phục hồi trong tháng 8, nhưng mức tăng trong tháng vẫn chưa đủ để bù đắp sự sụt giảm tích lũy trong các tháng trước.

Diễn biến trái chiều giữa tháng 8 và 8 tháng đầu năm cho thấy thị trường UAE đang có dấu hiệu cải thiện nhưng quá trình phục hồi chưa thực sự ổn định. Việc xuất khẩu tăng cả về lượng và trị giá trong tháng 8, trong khi mức giảm lũy kế vẫn ở mức cao, cho thấy nhu cầu nhập khẩu đang từng bước phục hồi từ nền thấp.

Về cơ cấu sản phẩm, xu hướng tiêu dùng và nhập khẩu tại UAE có thể tiếp tục phân hóa giữa các nhóm sản phẩm. Các dòng nhân nguyên hạt như W320, W240 và W180 vẫn giữ vai trò chủ lực, trong khi các sản phẩm điều mảnh có thể hưởng lợi từ nhu cầu của ngành chế biến thực phẩm và dịch vụ ăn uống nhờ tính linh hoạt trong sử dụng và khả năng đáp ứng các phân khúc giá khác nhau.

Trong thời gian tới, nếu nhu cầu tiêu dùng tại UAE tiếp tục cải thiện, hoạt động tái xuất sang các thị trường GCC và khu vực lân cận phục hồi, xuất khẩu các chủng loại chủ lực của Việt Nam có khả năng tăng trở lại.

**Bảng 1: Chứng loại hạt điều xuất khẩu của Việt Nam tháng 8  
và 8 tháng đầu năm 2026**

| Chứng<br>loại | Tháng 8/2026   |                        | So với tháng<br>7/2026 (%) |              | So với tháng<br>8/2025 (%) |              | 8 tháng năm 2026 |                        | So với 8 tháng<br>năm 2025 (%) |               |
|---------------|----------------|------------------------|----------------------------|--------------|----------------------------|--------------|------------------|------------------------|--------------------------------|---------------|
|               | Lượng<br>(tấn) | Trị giá<br>(nghìn USD) | Lượng                      | Trị<br>giá   | Lượng                      | Trị<br>giá   | Lượng<br>(tấn)   | Trị giá<br>(nghìn USD) | Lượng                          | Trị<br>giá    |
| <b>Tổng</b>   | <b>2.803</b>   | <b>21.014</b>          | <b>34,31</b>               | <b>46,96</b> | <b>12,57</b>               | <b>17,40</b> | <b>9.119</b>     | <b>64.351</b>          | <b>-43,57</b>                  | <b>-43,45</b> |
| W320          | 782            | 5.856                  | 105,69                     | 83,84        | 22,18                      | 15,10        | 2.268            | 17.294                 | -51,55                         | -53,00        |
| W240          | 597            | 5.581                  | 49,25                      | 58,04        | -0,04                      | 15,98        | 1.629            | 14.457                 | -56,37                         | -52,59        |
| W180          | 319            | 3.740                  | -4,28                      | 20,79        | -24,63                     | 3,18         | 1.003            | 10.002                 | -57,77                         | -48,23        |
| LP            | 96             | 251                    | -41,82                     | -26,34       | 255,09                     | 53,87        | 704              | 1.700                  | -19,95                         | -36,02        |
| Loại khác     | 1.009          | 5.585                  | 24,74                      | 34,75        | 25,72                      | 32,61        | 3.515            | 20.898                 | -21,77                         | -14,77        |

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

### *Quy mô, tốc độ tăng trưởng*

Với kim ngạch xuất khẩu đạt hàng chục triệu USD mỗi năm, UAE là một trong những thị trường nhập khẩu hạt điều quan trọng của Việt Nam tại khu vực Trung Đông. Trong giai đoạn 2021–2025, xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE nhìn chung duy trì xu hướng tăng trưởng tích cực, được hỗ trợ bởi nhu cầu tiêu thụ tại thị trường UAE, vai trò của nước này như một trung tâm thương mại, logistics và tái xuất của khu vực Trung Đông – Bắc Phi (MENA), cùng năng lực cung ứng và chế biến hạt điều của Việt Nam.

Năm 2025, UAE tiếp tục nằm trong nhóm 5 thị trường nhập khẩu hạt điều lớn nhất của Việt Nam. Kim ngạch xuất khẩu hạt điều sang UAE tăng 22,8% so với năm 2024, cho thấy thị trường này vẫn duy trì vai trò đáng kể trong cơ cấu xuất khẩu của ngành điều Việt Nam.

Tuy nhiên, bước sang năm 2026, xuất khẩu hạt điều sang UAE giảm mạnh. Trong 8 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu đạt 64,35 triệu USD, giảm 43,5% so với cùng kỳ năm 2025; lượng xuất khẩu đạt 9,12 nghìn tấn, giảm 43,6%. Mức giảm tương đương về lượng và trị giá cho thấy sự suy giảm chủ yếu đến từ lượng xuất khẩu, phản ánh hoạt động nhập khẩu hạt điều của UAE yếu hơn đáng kể so với cùng kỳ năm trước.

Diễn biến này diễn ra trong bối cảnh nhu cầu nhập khẩu và hoạt động thương mại tại khu vực Trung Đông chịu ảnh hưởng từ những biến động kinh tế,

địa chính trị và logistics. Các chủng loại xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như W320, W240, W180 và LP đều giảm trong 8 tháng đầu năm, qua đó tác động đáng kể đến tổng kim ngạch xuất khẩu.

Mặc dù kết quả 8 tháng đầu năm chưa khả quan, triển vọng trung và dài hạn của thị trường UAE vẫn còn dư địa phát triển. Quy mô tiêu dùng, thu nhập tương đối cao, ngành du lịch – khách sạn và dịch vụ ăn uống phát triển, cùng vai trò của UAE trong hoạt động phân phối và tái xuất hàng hóa tiếp tục tạo điều kiện cho nhu cầu hạt điều. Bên cạnh đó, CEPA Việt Nam – UAE được kỳ vọng tạo thêm thuận lợi cho thương mại song phương và cải thiện khả năng tiếp cận thị trường của hàng hóa Việt Nam, trong đó có hạt điều.

Đáng chú ý, xuất khẩu trong tháng 8/2026 đã có dấu hiệu cải thiện, đạt 2,8 nghìn tấn, trị giá 21,01 triệu USD, tăng 34,3% về lượng và 47,0% về trị giá so với tháng 7/2026; đồng thời tăng 12,6% về lượng và 17,4% về trị giá so với tháng 8/2025. Đây là tín hiệu tích cực bước đầu, nhưng cần tiếp tục theo dõi diễn biến trong các tháng cuối năm để xác định mức độ bền vững của quá trình phục hồi.

#### *Cơ cấu xuất khẩu hạt điều sang thị trường UAE*

Trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang UAE, hạt điều là một trong những mặt hàng nông sản có kim ngạch đáng kể, bên cạnh hạt tiêu, cà phê, thủy sản và một số sản phẩm nông nghiệp khác. Hạt điều cũng là một trong những mặt hàng có lợi thế của Việt Nam tại thị trường UAE và giữ vai trò quan trọng trong nhóm hàng nông, lâm, thủy sản xuất khẩu sang thị trường này.

Xét về chủng loại, xuất khẩu hạt điều sang UAE tập trung chủ yếu vào nhóm nhân điều trắng nguyên hạt, trong đó W320 là một trong những chủng loại chủ lực. Tiếp đến là W240 và W180, được sử dụng trong tiêu dùng trực tiếp, chế biến thực phẩm và các kênh dịch vụ ăn uống. Ngoài ra, các sản phẩm điều mảnh như LP, SP và một số sản phẩm điều chế biến cũng được xuất khẩu sang UAE, phục vụ nhu cầu chế biến thực phẩm, bánh kẹo và dịch vụ ăn uống.

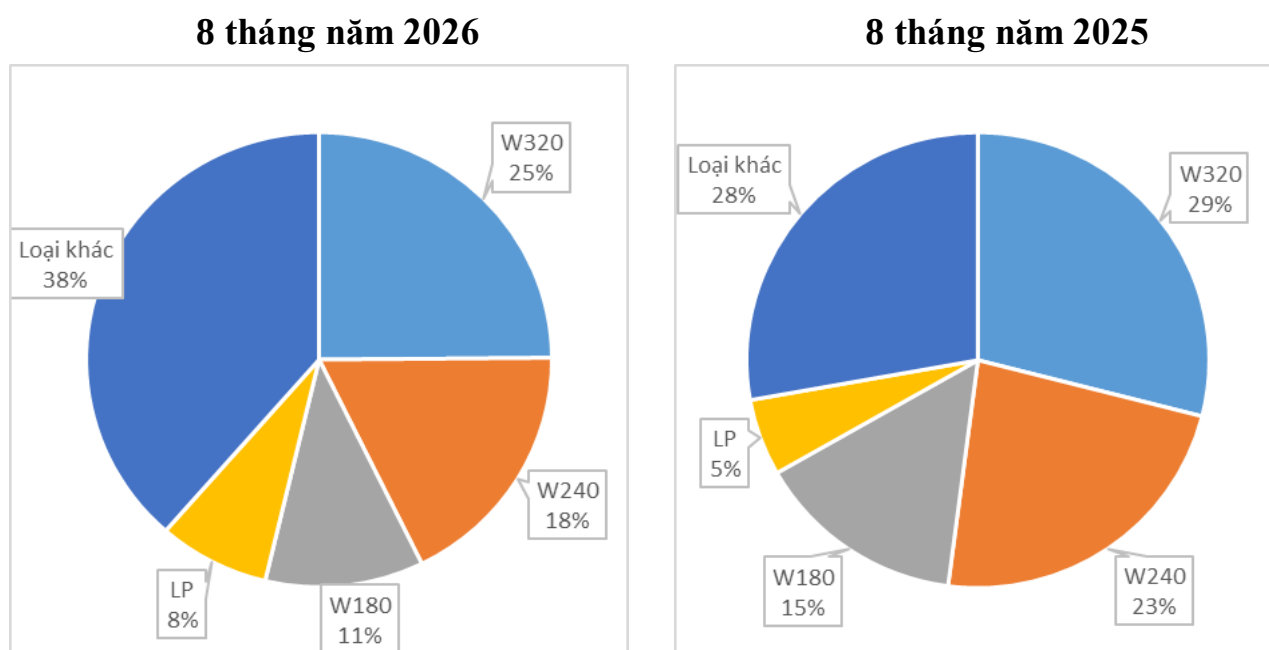
Trong 8 tháng đầu năm 2026, các chủng loại xuất khẩu chủ lực đều ghi nhận mức giảm so với cùng kỳ năm 2025. Lượng xuất khẩu W320 giảm 51,6%, W240 giảm 56,4% và W180 giảm 57,8%. Trong khi đó, lượng xuất khẩu LP giảm 20,0%, thấp hơn đáng kể so với mức giảm của ba chủng loại nhân nguyên hạt nêu trên.

Do LP giảm ít hơn các chủng loại W320, W240 và W180, tỷ trọng của LP trong tổng lượng xuất khẩu có xu hướng tăng tương đối, mặc dù lượng xuất khẩu vẫn giảm. Vì vậy, sự thay đổi tỷ trọng này chủ yếu là kết quả của mức giảm không đồng đều giữa các nhóm sản phẩm.

Diễn biến trên cho thấy cơ cấu xuất khẩu hạt điều sang UAE đang có sự phân hóa giữa các nhóm sản phẩm. Trong bối cảnh thị trường suy giảm, các chủng loại nhân nguyên hạt chủ lực chịu mức giảm sâu hơn, trong khi một số sản phẩm điều mảnh có mức giảm thấp hơn. Các sản phẩm có mức giá cạnh tranh và được sử dụng làm nguyên liệu chế biến có thể có khả năng duy trì nhu cầu tương đối tốt hơn trong giai đoạn sức mua còn thận trọng.

## **Biểu đồ 2: Cơ cấu chủng loại hạt điều xuất khẩu của Việt Nam**

*(Tỷ trọng % tính theo lượng)*



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

Nhìn chung, cơ cấu xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE vẫn tập trung vào nhóm nhân điều trắng nguyên hạt, đặc biệt là W320, W240 và W180. Diễn biến 8 tháng đầu năm 2026 cho thấy các chủng loại này chịu ảnh hưởng rõ rệt hơn từ sự suy giảm chung của thị trường, trong khi LP có mức giảm thấp hơn và do đó tăng tỷ trọng tương đối. Trong ngắn hạn, các sản phẩm có mức giá cạnh tranh và phục vụ chế biến có thể duy trì khả năng tiêu thụ tốt hơn; trong trung và

dài hạn, khi nhu cầu phục hồi, nhóm nhân nguyên hạt chất lượng cao của Việt Nam vẫn có dư địa tăng trưởng nhờ nhu cầu tiêu dùng, du lịch – khách sạn và hoạt động phân phối, tái xuất của UAE.

## **2. Đánh giá về mức độ phù hợp của mặt hàng với tiêu dùng Halal**

Hạt điều được đánh giá là một trong những mặt hàng nông sản có lợi thế trong việc đáp ứng xu hướng tiêu dùng Halal tại UAE. Với đặc tính là sản phẩm có nguồn gốc thực vật, hạt điều tự nhiên không chứa các thành phần có nguồn gốc động vật hoặc những nguyên liệu bị cấm theo quy định của đạo Hồi. Đây là điều kiện thuận lợi để hạt điều Việt Nam tiếp cận người tiêu dùng Hồi giáo, đồng thời mở rộng khả năng cung ứng cho các doanh nghiệp sản xuất, chế biến và phân phối thực phẩm Halal tại UAE.

Về đặc tính sản phẩm và khả năng đáp ứng nhu cầu tiêu dùng: Các chủng loại nhân điều trắng nguyên hạt như W320, W240, W180 và điều mảnh LP, SP của Việt Nam có mức độ phù hợp cao với nhu cầu sử dụng thực phẩm Halal. Đối với sản phẩm nhân điều tự nhiên, không sử dụng phụ gia hoặc nguyên liệu bổ sung không phù hợp, việc đáp ứng yêu cầu Halal tương đối thuận lợi. Hạt điều có thể được sử dụng trực tiếp như một loại thực phẩm dinh dưỡng, đồng thời là nguyên liệu trong sản xuất bánh kẹo, thực phẩm chế biến, món ăn truyền thống và các sản phẩm phục vụ ngành dịch vụ ăn uống.

Đặc biệt, tại UAE, nơi có cộng đồng người Hồi giáo lớn và ngành du lịch, khách sạn phát triển, hạt điều có khả năng đáp ứng nhiều phân khúc tiêu dùng, từ sản phẩm đóng gói bán lẻ đến nguyên liệu cung ứng cho nhà hàng, khách sạn và doanh nghiệp chế biến thực phẩm. Ngoài ra, đặc điểm dễ bảo quản, vận chuyển và đa dạng hóa quy cách đóng gói cũng tạo thuận lợi cho hoạt động phân phối và tái xuất sang các thị trường trong khu vực.

Về yêu cầu đối với sản phẩm chế biến: Mặc dù hạt điều tự nhiên có mức độ tương thích cao với nguyên tắc Halal, các sản phẩm chế biến sâu như điều rang muối, điều tẩm gia vị, điều phủ sô-cô-la, điều mật ong hoặc các sản phẩm ăn nhẹ từ hạt điều cần được kiểm soát chặt chẽ hơn về thành phần và quy trình sản xuất.

Theo đó, doanh nghiệp cần bảo đảm các nguyên liệu bổ sung, phụ gia thực phẩm, chất tạo hương, chất nhũ hóa và các thành phần sử dụng trong chế biến

không có nguồn gốc bị cấm hoặc không đáp ứng yêu cầu Halal. Đồng thời, quá trình sản xuất, bảo quản và đóng gói phải hạn chế nguy cơ nhiễm chéo với các nguyên liệu không phù hợp. Đây là yếu tố quan trọng để sản phẩm điều chế biến của Việt Nam có thể tiếp cận sâu hơn các kênh bán lẻ hiện đại và hệ thống phân phối thực phẩm Halal tại UAE.

**Về tiêu chuẩn và chứng nhận Halal:** UAE đã xây dựng hệ thống tiêu chuẩn và cơ chế kiểm soát đối với các sản phẩm Halal, trong đó có tiêu chuẩn UAE.S 2055-1 về yêu cầu chung đối với thực phẩm Halal và UAE.S 2055-2 về yêu cầu đối với tổ chức chứng nhận Halal.

Đối với doanh nghiệp Việt Nam, việc chủ động tìm hiểu các tiêu chuẩn này, xây dựng quy trình kiểm soát nguyên liệu, bảo đảm khả năng truy xuất nguồn gốc và lựa chọn tổ chức chứng nhận được UAE công nhận sẽ góp phần nâng cao khả năng đáp ứng yêu cầu của nhà nhập khẩu. Đặc biệt, đối với các sản phẩm chế biến sâu hoặc sản phẩm được quảng bá, ghi nhãn Halal, doanh nghiệp cần xác định rõ yêu cầu chứng nhận áp dụng cho từng nhóm hàng trước khi xuất khẩu.

Việc đáp ứng các tiêu chuẩn Halal không chỉ góp phần củng cố niềm tin của nhà nhập khẩu và người tiêu dùng tại UAE mà còn tạo thêm lợi thế để hạt điều Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng thực phẩm Halal tại khu vực Trung Đông.

**Về cơ hội mở rộng thị trường:** Với vai trò là trung tâm thương mại và tái xuất quan trọng của khu vực, UAE có thể trở thành đầu mối để doanh nghiệp Việt Nam mở rộng xuất khẩu các sản phẩm điều đáp ứng tiêu chuẩn Halal sang Ả Rập Xê Út, Qatar, Kuwait, Bahrain, Oman và các thị trường Hồi giáo lân cận.

Trong bối cảnh đó, việc phát triển sản phẩm hạt điều theo định hướng Halal, kết hợp với đa dạng hóa hương vị, quy cách đóng gói và nâng cao giá trị gia tăng, có thể giúp doanh nghiệp mở rộng đối tượng khách hàng, giảm sự phụ thuộc vào xuất khẩu nhân điều nguyên liệu và nâng cao hiệu quả khai thác thị trường.

Nhìn chung, hạt điều Việt Nam có mức độ phù hợp cao với xu hướng tiêu dùng Halal tại UAE, đặc biệt đối với các dòng nhân điều tự nhiên và sản phẩm chế biến có thành phần, quy trình sản xuất đáp ứng yêu cầu Halal. Đây là lợi thế quan

trọng để ngành điều Việt Nam phát triển các sản phẩm phục vụ cả nhu cầu tiêu dùng trực tiếp và công nghiệp chế biến thực phẩm tại thị trường này.

Tuy nhiên, để chuyển hóa lợi thế về đặc tính sản phẩm thành năng lực cạnh tranh thực tế, doanh nghiệp cần chú trọng tiêu chuẩn hóa quy trình sản xuất, kiểm soát nguyên liệu và phụ gia, nâng cao khả năng truy xuất nguồn gốc, đồng thời chủ động tiếp cận các hệ thống chứng nhận Halal được UAE công nhận. Về dài hạn, phát triển sản phẩm điều chế biến đạt tiêu chuẩn Halal sẽ là một trong những hướng đi phù hợp để nâng cao giá trị xuất khẩu và mở rộng sự hiện diện của hạt điều Việt Nam tại UAE cũng như thị trường Trung Đông.

## **II. Nhu cầu tiêu dùng của thị trường**

### **1. Nhu cầu tiêu dùng thị trường UAE**

UAE là thị trường tiêu thụ thực phẩm có sức mua tương đối cao, trong khi khả năng tự cung ứng nông sản còn hạn chế do điều kiện khí hậu khô hạn, diện tích đất canh tác và nguồn nước không thuận lợi. Vì vậy, thị trường này phụ thuộc lớn vào nguồn cung thực phẩm nhập khẩu, trong đó có các loại hạt dinh dưỡng như hạt điều, hạnh nhân, óc chó và hồ trăn.

Theo báo cáo Retail Foods Annual của Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), tổng kim ngạch nhập khẩu các sản phẩm nông nghiệp phục vụ tiêu dùng của UAE năm 2024 đạt 16,2 tỷ USD, tăng gần 14% so với năm 2023. Nhu cầu nhập khẩu tiếp tục được hỗ trợ bởi sự gia tăng dân số, thu nhập và xu hướng lựa chọn thực phẩm tiện lợi, tốt cho sức khỏe.

Đáng chú ý, theo thông tin được Phòng Thương mại Dubai công bố tại Gulfood 2026, doanh số bán lẻ thực phẩm tươi sống và thực phẩm đóng gói tại UAE đạt khoảng 17,3 tỷ USD trong năm 2025. Đây là cơ sở cho thấy quy mô đáng kể của thị trường thực phẩm, đồng thời phản ánh tiềm năng đối với các sản phẩm nhập khẩu có giá trị gia tăng, trong đó có hạt điều.

Đối với mặt hàng hạt điều, nhu cầu tại UAE được hình thành từ cả tiêu dùng trực tiếp và sử dụng làm nguyên liệu trong ngành công nghiệp thực phẩm. Các sản phẩm nhân điều nguyên hạt được tiêu thụ thông qua hệ thống siêu thị, cửa hàng thực phẩm, kênh bán lẻ trực tuyến và dịch vụ ăn uống; trong khi điều mảnh được sử dụng trong sản xuất bánh kẹo, thực phẩm chế biến và các sản phẩm ăn nhẹ.

Bên cạnh nhu cầu nội địa, hoạt động nhập khẩu phục vụ phân phối và tái xuất cũng đóng vai trò quan trọng. Nhờ hệ thống cảng biển, kho vận và mạng lưới thương mại phát triển, UAE là đầu mối cung ứng thực phẩm cho nhiều thị trường thuộc Hội đồng Hợp tác vùng Vịnh (GCC), Trung Đông và Bắc Phi. Do đó, quy mô nhập khẩu hạt điều của UAE không chỉ phản ánh nhu cầu tiêu dùng trong nước mà còn chịu ảnh hưởng từ hoạt động thương mại và nhu cầu của các thị trường lân cận.

## **2. Đánh giá thị hiếu người tiêu dùng Hồi giáo, yêu cầu về chất lượng, truy xuất nguồn gốc và tính tuân thủ Halal đối với mặt hàng hạt điều tại UAE**

UAE là thị trường có đặc điểm tiêu dùng đa dạng do cơ cấu dân cư đa quốc tịch, trong đó văn hóa Hồi giáo có ảnh hưởng quan trọng đến thói quen lựa chọn và sử dụng thực phẩm. Đối với nhóm người tiêu dùng Hồi giáo, bên cạnh các yếu tố về giá cả, hương vị, giá trị dinh dưỡng và thương hiệu, tính phù hợp với nguyên tắc Halal là một tiêu chí quan trọng trong quyết định mua hàng.

Hạt điều có lợi thế tương đối lớn trong việc đáp ứng thị hiếu của nhóm khách hàng này nhờ nguồn gốc thực vật, giá trị dinh dưỡng và khả năng sử dụng linh hoạt. Các sản phẩm nhân điều tự nhiên, điều rang, điều tẩm gia vị phù hợp Halal có thể được sử dụng trực tiếp như thực phẩm ăn nhẹ hoặc kết hợp trong chế biến các món ăn, bánh kẹo và thực phẩm truyền thống.

### ***Yêu cầu về chất lượng và an toàn thực phẩm***

Chất lượng và an toàn thực phẩm là những điều kiện quan trọng để hạt điều nhập khẩu tiếp cận thị trường UAE, đặc biệt đối với sản phẩm phân phối qua hệ thống bán lẻ hiện đại, doanh nghiệp chế biến thực phẩm và các kênh dịch vụ ăn uống.

Theo quy định về an toàn thực phẩm của UAE, thực phẩm nhập khẩu phải đáp ứng các tiêu chuẩn áp dụng về chất lượng, an toàn, ghi nhãn và đăng ký sản phẩm. Hệ thống đăng ký thực phẩm quốc gia ZAD được sử dụng để quản lý thông tin đối với thực phẩm nhập khẩu, sản xuất trong nước hoặc có thay đổi về nhãn, thành phần trước khi lưu thông trên thị trường.

Đối với mặt hàng hạt điều, các yêu cầu về chất lượng cần được chú trọng ở một số khía cạnh:

+ *Chất lượng cảm quan*: Hạt điều cần bảo đảm màu sắc tự nhiên, kích thước và phân hạng phù hợp với hợp đồng thương mại; hạn chế hạt vỡ ngoài quy cách, hạt cháy sém, biến màu, có mùi lạ hoặc dấu hiệu hư hỏng.

+ *An toàn thực phẩm*: Kiểm soát nguy cơ nhiễm nấm mốc, độc tố vi nấm, đặc biệt là aflatoxin, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, kim loại nặng và các chỉ tiêu vi sinh theo yêu cầu áp dụng đối với từng sản phẩm.

+ *Điều kiện bảo quản*: Kiểm soát độ ẩm, nhiệt độ, bao bì và điều kiện vận chuyển nhằm hạn chế nguy cơ hút ẩm, oxy hóa chất béo, biến đổi hương vị hoặc suy giảm chất lượng trong quá trình lưu kho và vận chuyển.

+ *Thông tin sản phẩm*: Bảo đảm nhãn hàng hóa thể hiện chính xác tên sản phẩm, thành phần, khối lượng, xuất xứ, thông tin nhà sản xuất, ngày sản xuất, hạn sử dụng, điều kiện bảo quản và cảnh báo dị ứng theo quy định áp dụng.

Đặc biệt, do điều kiện khí hậu tại UAE có nhiệt độ cao trong phần lớn thời gian trong năm, doanh nghiệp cần chú trọng chất lượng bao bì, khả năng chống ẩm và điều kiện bảo quản trong quá trình vận chuyển, phân phối.

Đối với các sản phẩm chế biến và đóng gói bán lẻ, việc xây dựng hệ thống quản lý chất lượng theo các tiêu chuẩn như HACCP, ISO 22000 hoặc các hệ thống chứng nhận an toàn thực phẩm được nhà nhập khẩu chấp nhận sẽ góp phần nâng cao năng lực kiểm soát rủi ro và tăng khả năng tiếp cận các kênh phân phối hiện đại.

### ***Yêu cầu về truy xuất nguồn gốc***

Truy xuất nguồn gốc ngày càng có ý nghĩa quan trọng đối với hoạt động thương mại thực phẩm tại UAE, không chỉ nhằm đáp ứng yêu cầu quản lý an toàn thực phẩm mà còn góp phần nâng cao tính minh bạch và khả năng kiểm soát chất lượng trong toàn bộ chuỗi cung ứng.

Đối với hạt điều Việt Nam, truy xuất nguồn gốc cần được thực hiện từ khâu thu mua nguyên liệu, chế biến, phân loại, đóng gói đến xuất khẩu. Trong đó, doanh nghiệp cần đặc biệt chú trọng việc lưu trữ thông tin về nguồn cung điều thô, cơ sở chế biến, lô sản xuất và kết quả kiểm nghiệm chất lượng.

Yêu cầu này có ý nghĩa đáng chú ý đối với ngành điều Việt Nam do hoạt động chế biến không chỉ sử dụng nguyên liệu trong nước mà còn phụ thuộc vào nguồn điều thô nhập khẩu từ nhiều quốc gia, đặc biệt là khu vực châu Phi.

Việc thiết lập hệ thống truy xuất nguồn gốc rõ ràng sẽ giúp doanh nghiệp chứng minh tính minh bạch của chuỗi cung ứng, hạn chế rủi ro khi phát sinh sự cố chất lượng, đồng thời đáp ứng tốt hơn yêu cầu của các nhà nhập khẩu và hệ thống phân phối tại UAE.

Bên cạnh đó, cần phân biệt rõ xuất xứ nguyên liệu với xuất xứ thương mại của sản phẩm sau chế biến. Việc sử dụng điều thô nhập khẩu để sản xuất nhân điều tại Việt Nam đòi hỏi doanh nghiệp phải xác định và chứng minh xuất xứ hàng hóa theo quy tắc áp dụng, đặc biệt khi đề nghị hưởng ưu đãi thuế quan từ Hiệp định CEPA Việt Nam – UAE.

Trong thời gian tới, doanh nghiệp cần từng bước ứng dụng công nghệ số trong quản lý lô hàng, hồ sơ sản xuất và truy xuất nguồn gốc. Đây không chỉ là giải pháp nâng cao hiệu quả quản trị chất lượng mà còn tạo lợi thế khi tham gia chuỗi cung ứng của các nhà nhập khẩu lớn, hệ thống bán lẻ hiện đại và doanh nghiệp thực phẩm tại UAE.

### ***Yêu cầu về tính tuân thủ Halal***

Halal là một trong những yếu tố quan trọng tạo nên đặc thù của thị trường thực phẩm UAE. Đối với người tiêu dùng Hồi giáo, sản phẩm phù hợp Halal không chỉ liên quan đến thành phần nguyên liệu mà còn bao gồm các điều kiện về chế biến, bảo quản, vận chuyển và phòng ngừa nguy cơ nhiễm chéo với những thành phần không được phép sử dụng theo nguyên tắc Hồi giáo.

Theo Bộ Công nghiệp và Công nghệ tiên tiến UAE (MoIAT), hệ thống quản lý sản phẩm Halal của nước này được xây dựng trên cơ sở Quyết định Nội các số 10/2014 về kiểm soát sản phẩm Halal, cùng các tiêu chuẩn liên quan, trong đó có:

- + UAE.S 2055-1: Quy định các yêu cầu chung đối với thực phẩm Halal.
- + UAE.S 2055-2: Quy định các yêu cầu chung đối với tổ chức chứng nhận Halal.
- + UAE.S GSO 9: Quy định về ghi nhãn thực phẩm đóng gói sẵn.

Đối với mặt hàng hạt điều, mức độ đáp ứng Halal có sự khác biệt giữa các nhóm sản phẩm.

Đối với nhân điều tự nhiên: Do có nguồn gốc thực vật và không sử dụng nguyên liệu bổ sung, sản phẩm có mức độ tương thích cao với nguyên tắc Halal. Tuy nhiên, doanh nghiệp vẫn cần bảo đảm quá trình chế biến, bảo quản và đóng gói không làm phát sinh nguy cơ nhiễm chéo với các thành phần không phù hợp.

Đối với hạt điều chế biến sâu: Các sản phẩm điều rang muối, tẩm gia vị, phủ sô-cô-la hoặc kết hợp với các nguyên liệu khác cần được kiểm soát chặt chẽ hơn. Đặc biệt, doanh nghiệp phải xác định rõ nguồn gốc của chất tạo hương, chất nhũ hóa, phụ gia và các thành phần bổ sung; đồng thời kiểm soát việc sử dụng cồn và nguyên liệu có nguồn gốc động vật trong quá trình chế biến.

Đối với sản phẩm được chứng nhận hoặc ghi nhãn Halal: Doanh nghiệp cần lựa chọn tổ chức chứng nhận có phạm vi hoạt động phù hợp và được cơ quan có thẩm quyền của UAE chấp nhận. Việc sử dụng dấu chứng nhận hoặc Nhãn Halal Quốc gia UAE phải tuân thủ đúng quy định, tránh trường hợp sử dụng nhãn không hợp lệ hoặc công bố gây hiểu nhầm cho người tiêu dùng.

Theo MoIAT, Nhãn Halal Quốc gia UAE là cơ chế chứng nhận tự nguyện nhằm xác nhận sự phù hợp của sản phẩm, dịch vụ hoặc hệ thống sản xuất với các tiêu chuẩn Halal được phê duyệt. Tuy nhiên, tính tự nguyện của nhãn này không đồng nghĩa với việc mọi sản phẩm đều được miễn các yêu cầu chứng nhận Halal khác có thể áp dụng.

Đối với doanh nghiệp xuất khẩu hạt điều Việt Nam, việc chủ động xây dựng quy trình sản xuất phù hợp Halal, kiểm soát nguyên liệu và lựa chọn tổ chức chứng nhận được UAE công nhận sẽ góp phần nâng cao mức độ tin cậy của sản phẩm, đặc biệt khi tiếp cận hệ thống bán lẻ, ngành dịch vụ thực phẩm và các đối tác nhập khẩu phục vụ tái xuất.

### **III. Đánh giá khả năng cạnh tranh và cơ hội**

#### **1. Lợi thế, hạn chế của hạt điều Việt Nam tại UAE**

##### ***Lợi thế của hạt điều Việt Nam tại thị trường UAE***

Thứ nhất, Việt Nam có lợi thế về năng lực chế biến, quy mô cung ứng và sự đa dạng của chủng loại sản phẩm.

Việt Nam là một trong những trung tâm chế biến và xuất khẩu nhân điều hàng đầu thế giới, có hệ thống doanh nghiệp chế biến tương đối phát triển, kinh nghiệm xuất khẩu lâu năm và khả năng đáp ứng yêu cầu của nhiều thị trường quốc tế. Đây là lợi thế quan trọng giúp hạt điều Việt Nam duy trì khả năng cạnh tranh tại UAE, đặc biệt đối với các đơn hàng có yêu cầu về khối lượng, chất lượng và tính ổn định của nguồn cung.

Bên cạnh các chủng loại nhân điều trắng truyền thống như W320, W240 và W180, doanh nghiệp Việt Nam còn có khả năng cung ứng điều mảnh LP, SP và các sản phẩm chế biến như điều rang muối, điều tẩm gia vị, điều đóng gói tiêu dùng. Sự đa dạng này tạo điều kiện để đáp ứng nhiều phân khúc khách hàng tại UAE, từ nhà nhập khẩu nguyên liệu, doanh nghiệp chế biến thực phẩm đến hệ thống bán lẻ và dịch vụ ăn uống.

Thứ hai, hạt điều Việt Nam đã thiết lập được vị thế tương đối vững chắc tại UAE.

Năm 2025, UAE nằm trong nhóm 5 thị trường nhập khẩu hạt điều lớn nhất của Việt Nam, với kim ngạch tăng 22,8% so với năm 2024. Kết quả này cho thấy hạt điều Việt Nam đã có nền tảng thương mại đáng kể tại UAE, tạo thuận lợi cho việc duy trì quan hệ với các nhà nhập khẩu, phân phối và mở rộng khách hàng.

Mặc dù xuất khẩu giảm mạnh trong 8 tháng đầu năm 2026, Việt Nam vẫn có lợi thế từ kinh nghiệm cung ứng và sự hiện diện của các chủng loại nhân điều truyền thống trên thị trường. Đây là cơ sở để doanh nghiệp từng bước khôi phục đơn hàng khi nhu cầu nhập khẩu cải thiện.

Thứ ba, đặc tính sản phẩm phù hợp với nhu cầu tiêu dùng và văn hóa Halal.

Hạt điều là sản phẩm có nguồn gốc thực vật, giàu dinh dưỡng và có khả năng sử dụng đa dạng, phù hợp với xu hướng tiêu dùng thực phẩm tiện lợi, có nguồn gốc tự nhiên tại UAE.

Đặc biệt, nhân điều tự nhiên có mức độ tương thích cao với nguyên tắc Halal, tạo lợi thế trong việc tiếp cận nhóm người tiêu dùng Hồi giáo. Đối với các sản phẩm chế biến, doanh nghiệp Việt Nam có thể phát triển các dòng điều rang, tẩm gia vị và đóng gói đáp ứng tiêu chuẩn Halal nhằm mở rộng khả năng tham gia hệ thống bán lẻ, khách sạn, nhà hàng và chuỗi cung ứng thực phẩm tại UAE.

Lợi thế này không chỉ giới hạn ở thị trường nội địa UAE mà còn tạo cơ hội tiếp cận các thị trường Hồi giáo khác trong khu vực Trung Đông thông qua hoạt động phân phối và tái xuất.

Thứ tư, cơ hội nâng cao sức cạnh tranh từ Hiệp định CEPA Việt Nam – UAE.

Hiệp định CEPA Việt Nam – UAE được ký kết ngày 28/10/2024 và chính thức có hiệu lực từ ngày 03/02/2026, tạo khuôn khổ pháp lý thuận lợi hơn cho hoạt động thương mại song phương.

Theo cam kết, UAE sẽ xóa bỏ thuế quan theo lộ trình đối với 99% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này. Đối với mặt hàng hạt điều, việc tận dụng các ưu đãi thuế quan, kết hợp với thuận lợi hóa thương mại, có thể góp phần giảm chi phí tiếp cận thị trường, nâng cao khả năng cạnh tranh và tạo thêm cơ hội mở rộng xuất khẩu.

Tuy nhiên, khả năng hưởng lợi thực tế phụ thuộc vào việc doanh nghiệp đáp ứng quy tắc xuất xứ và các điều kiện áp dụng đối với từng dòng sản phẩm theo Hiệp định.

Thứ năm, tiềm năng mở rộng xuất khẩu thông qua vai trò trung tâm phân phối và tái xuất của UAE.

UAE có hệ thống cảng biển, logistics và mạng lưới thương mại phát triển, giữ vai trò là một trong những đầu mối trung chuyển hàng hóa quan trọng của khu vực Trung Đông.

Đối với hạt điều Việt Nam, lợi thế này tạo điều kiện để doanh nghiệp không chỉ khai thác nhu cầu tiêu dùng nội địa mà còn mở rộng xuất khẩu gián tiếp sang các quốc gia thuộc Hội đồng Hợp tác vùng Vịnh (GCC), Trung Đông và Bắc Phi.

Đặc biệt, việc kết hợp lợi thế về năng lực cung ứng của Việt Nam với hệ thống phân phối của UAE có thể giúp doanh nghiệp phát triển các mối quan hệ thương mại dài hạn, mở rộng phạm vi thị trường và nâng cao hiệu quả xuất khẩu.

### ***Những hạn chế và thách thức đối với hạt điều Việt Nam tại UAE***

Bên cạnh các lợi thế nêu trên, khả năng cạnh tranh của hạt điều Việt Nam tại UAE vẫn tồn tại một số hạn chế cần được khắc phục.

Thứ nhất, hoạt động xuất khẩu còn chịu tác động lớn từ biến động nhu cầu nhập khẩu và tái xuất của UAE.

Kết quả xuất khẩu trong 8 tháng đầu năm 2026 cho thấy tính nhạy cảm của thị trường này trước những biến động thương mại. Theo Cục Hải quan Việt Nam, xuất khẩu hạt điều sang UAE chỉ đạt 9,12 nghìn tấn, trị giá 64,35 triệu USD, giảm lần lượt 43,6% về lượng và 43,5% về trị giá so với cùng kỳ năm 2025.

Mức giảm mạnh phản ánh những khó khăn trong việc duy trì quy mô xuất khẩu, đặc biệt khi nhu cầu nhập khẩu, hoạt động thương mại khu vực và điều kiện logistics có nhiều biến động.

Do UAE đồng thời là trung tâm tái xuất, nhu cầu nhập khẩu hạt điều còn phụ thuộc vào diễn biến tiêu thụ tại các thị trường lân cận. Điều này khiến hoạt động xuất khẩu của Việt Nam có thể chịu tác động từ cả những yếu tố nằm ngoài thị trường tiêu dùng nội địa UAE.

Thứ hai, cơ cấu xuất khẩu vẫn tập trung nhiều vào nhân điều truyền thống, trong khi giá trị gia tăng còn dư địa cải thiện.

Xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE hiện tập trung chủ yếu vào các dòng nhân điều trắng như W320, W240, W180 và điều mảnh LP, SP. Trong khi đó, các sản phẩm chế biến sâu, đóng gói bán lẻ và phát triển dưới thương hiệu riêng của doanh nghiệp Việt Nam vẫn còn tiềm năng mở rộng.

Việc tập trung vào xuất khẩu nhân điều phục vụ chế biến và phân phối khiến doanh nghiệp khó khai thác đầy đủ giá trị gia tăng từ các công đoạn rang, tẩm vị, đóng gói, xây dựng thương hiệu và bán lẻ tại thị trường nhập khẩu.

Đồng thời, mức độ phụ thuộc vào các sản phẩm truyền thống cũng khiến kim ngạch xuất khẩu dễ chịu tác động khi nhu cầu đối với những chủng loại chủ lực suy giảm. Trong 8 tháng đầu năm 2026, lượng xuất khẩu W320 giảm 51,6%, W240 giảm 56,4% và W180 giảm 57,8% so với cùng kỳ năm trước.

Thứ ba, sự phụ thuộc vào nguồn điều thô nhập khẩu làm gia tăng rủi ro về chi phí và khả năng cạnh tranh.

Mặc dù có lợi thế về năng lực chế biến, ngành điều Việt Nam vẫn phụ thuộc đáng kể vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu, đặc biệt từ các quốc gia châu Phi.

Biến động sản lượng, giá thu mua, chính sách xuất khẩu và chi phí vận chuyển điều thô tại các nước cung ứng có thể ảnh hưởng trực tiếp đến giá thành chế biến của doanh nghiệp Việt Nam.

Bên cạnh đó, việc sử dụng nguyên liệu nhập khẩu cũng đặt ra yêu cầu cao hơn đối với quản lý chuỗi cung ứng, truy xuất nguồn gốc và xác định xuất xứ hàng hóa khi doanh nghiệp muốn tận dụng các ưu đãi thuế quan từ CEPA.

Thứ tư, áp lực cạnh tranh từ Ấn Độ và các quốc gia chế biến điều khác.

Thị trường UAE có tính mở cao, với sự tham gia của nhiều nhà cung cấp hạt điều quốc tế. Trong đó, Ấn Độ là một trong những đối thủ cạnh tranh đáng chú ý của Việt Nam nhờ có ngành chế biến điều phát triển, kinh nghiệm xuất khẩu và quan hệ thương mại lâu năm với khu vực Trung Đông.

Bên cạnh đó, một số quốc gia sản xuất điều tại châu Phi đang từng bước nâng cao năng lực chế biến trong nước nhằm tăng xuất khẩu nhân điều thay vì chỉ cung ứng nguyên liệu thô. Điều này có thể làm gia tăng cạnh tranh đối với hạt điều Việt Nam, đặc biệt ở những phân khúc khách hàng chú trọng giá cả, thời gian giao hàng và khả năng cung ứng ổn định.

Do đó, lợi thế về quy mô chế biến và giá bán cần được kết hợp với nâng cao chất lượng, đa dạng hóa sản phẩm và xây dựng quan hệ hợp tác dài hạn với các đối tác nhập khẩu.

Thứ năm, khả năng đáp ứng đồng bộ các yêu cầu về Halal, truy xuất nguồn gốc và tiêu chuẩn chất lượng cần tiếp tục được nâng cao.

Mặc dù nhân điều tự nhiên có lợi thế về tính phù hợp với nguyên tắc Halal, việc phát triển các sản phẩm chế biến sâu đòi hỏi doanh nghiệp phải kiểm soát chặt chẽ hơn đối với thành phần nguyên liệu, phụ gia, hương liệu và quy trình sản xuất.

Đồng thời, các yêu cầu về an toàn thực phẩm, kiểm soát aflatoxin, độ ẩm, ghi nhãn, truy xuất nguồn gốc và hồ sơ kỹ thuật cũng đặt ra yêu cầu đối với năng lực quản lý chất lượng của doanh nghiệp.

Đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ, chi phí đầu tư hệ thống quản lý chất lượng, kiểm nghiệm, chứng nhận Halal và phát triển sản phẩm phù hợp với thị trường có thể là một trở ngại trong quá trình mở rộng xuất khẩu.

Thứ sáu, khả năng phát triển thương hiệu và tiếp cận trực tiếp hệ thống phân phối còn hạn chế.

Một trong những vấn đề cần cải thiện là nâng cao sự hiện diện của thương hiệu hạt điều Việt Nam tại thị trường tiêu dùng cuối cùng.

Việc xuất khẩu thông qua các nhà nhập khẩu, thương nhân trung gian và doanh nghiệp phân phối tại UAE tạo thuận lợi trong tiếp cận thị trường, nhưng cũng có thể hạn chế khả năng chủ động của doanh nghiệp Việt Nam trong xây dựng thương hiệu, nắm bắt thị hiếu và phát triển sản phẩm theo nhu cầu người tiêu dùng.

Trong khi đó, thị trường UAE có sự phân hóa rõ giữa phân khúc phổ thông, sản phẩm cao cấp, thực phẩm dinh dưỡng và các sản phẩm phù hợp với tiêu dùng Halal. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp phải đầu tư nhiều hơn vào nghiên cứu thị trường, thiết kế bao bì, phát triển thương hiệu và kết nối trực tiếp với hệ thống bán lẻ.

## **2. Dung lượng thị trường và thị phần hàng Việt Nam**

Dung lượng nhập khẩu hạt điều của UAE giảm đáng kể trong 7 tháng đầu năm 2026. Theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), nhập khẩu hạt điều của UAE thuộc các mã HS 080131, 080132 và 200819 đạt khoảng 82,3 triệu USD, giảm 44,9% so với cùng kỳ năm 2025. Việt Nam và Ấn Độ tiếp tục là hai nguồn cung lớn nhất, chiếm khoảng 91,2% tổng kim ngạch nhập khẩu hạt điều của UAE.

Mức giảm nhập khẩu diễn ra tại hầu hết các nguồn cung chủ lực. Trong đó, nhập khẩu của UAE từ Việt Nam giảm 54,8%; Ấn Độ giảm 27,5%; Trung Quốc giảm 26,1%; Mỹ giảm 2,7% và Pháp giảm 42,8% so với cùng kỳ năm trước. Đáng chú ý, mức giảm từ Việt Nam cao hơn 9,9 điểm phần trăm so với mức giảm chung của thị trường UAE. Điều này cho thấy sự suy giảm tổng cầu là yếu tố quan trọng, nhưng chưa phải yếu tố duy nhất ảnh hưởng đến xuất khẩu của Việt Nam. Doanh nghiệp Việt Nam còn chịu tác động từ sự cạnh tranh giữa các nguồn cung và sự điều chỉnh cơ cấu nhập khẩu của các nhà nhập khẩu, nhà phân phối và doanh nghiệp chế biến tại UAE.

Mặc dù kim ngạch nhập khẩu từ Việt Nam giảm mạnh, Việt Nam vẫn duy trì vị trí nguồn cung hạt điều lớn nhất của UAE trong 7 tháng đầu năm 2026. Theo số liệu ITC, Việt Nam chiếm khoảng 47,7% tổng kim ngạch nhập khẩu hạt điều của UAE, cao hơn Ấn Độ với khoảng 43,1%. Như vậy, mặc dù xuất khẩu giảm đáng

kể, Việt Nam vẫn duy trì vị thế dẫn đầu về nguồn cung và có khoảng cách tương đối hẹp so với Ấn Độ. Đây là nền tảng quan trọng cho quá trình phục hồi xuất khẩu khi nhu cầu của UAE cải thiện.

**Bảng 2: Nguồn cung cấp hạt điều vào UAE trong 7 tháng năm 2026**

| Thị trường  | 7 tháng năm 2026<br>(nghìn USD) | So với 7 tháng<br>năm 2025 (%) | Tỷ trọng 7 tháng<br>năm 2026 (%) | Tỷ trọng 7 tháng<br>năm 2025 (%) |
|-------------|---------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| <b>Tổng</b> | <b>82.271</b>                   | <b>-44,87</b>                  | <b>100,00</b>                    | <b>100,00</b>                    |
| Việt Nam    | 43.338                          | -54,80                         | 52,68                            | 64,26                            |
| Ấn Độ       | 31.665                          | -27,54                         | 38,49                            | 29,28                            |
| Trung Quốc  | 4.835                           | -26,14                         | 5,88                             | 4,39                             |
| Mỹ          | 1.600                           | -2,68                          | 1,94                             | 1,10                             |
| Pháp        | 833                             | -42,75                         | 1,01                             | 0,97                             |

*Nguồn: Cơ quan thống kê ITC*

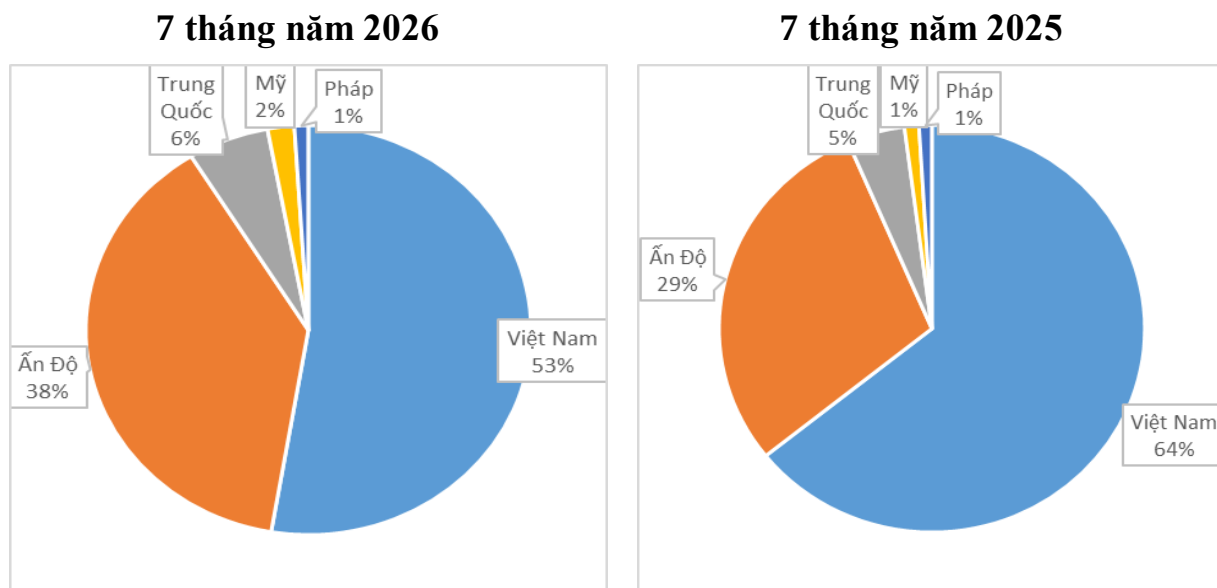
Tuy nhiên, mức giảm mạnh hơn mức giảm chung của thị trường là tín hiệu cần được lưu ý. Khi tổng dung lượng nhập khẩu thu hẹp, cạnh tranh giữa các nhà cung cấp để duy trì đơn hàng có xu hướng gia tăng. Các nhà nhập khẩu có thể thận trọng hơn trong quản lý tồn kho, chú trọng hơn đến giá cả và điều chỉnh cơ cấu sản phẩm theo nhu cầu thực tế. Trong bối cảnh này, doanh nghiệp Việt Nam cần nâng cao khả năng cạnh tranh về giá, chất lượng và độ ổn định của nguồn cung, đồng thời tăng cường phát triển các sản phẩm chế biến có giá trị gia tăng.

Xét về triển vọng dung lượng thị trường, nhu cầu hạt điều tại UAE có khả năng cải thiện khi hoạt động kinh tế, du lịch, dịch vụ ăn uống và sức mua của người tiêu dùng phục hồi. Xu hướng sử dụng các loại hạt dinh dưỡng và thực phẩm tiện lợi cũng tạo thêm dư địa cho nhu cầu hạt điều. Bên cạnh đó, vai trò trung tâm logistics, phân phối và tái xuất của UAE tiếp tục mở rộng phạm vi thị trường mà các nhà cung cấp có thể tiếp cận thông qua hệ thống thương mại của quốc gia này.

Nhìn chung, UAE vẫn là thị trường có ý nghĩa quan trọng đối với ngành điều Việt Nam, dù dung lượng nhập khẩu giảm mạnh trong 7 tháng đầu năm 2026. Việc Việt Nam tiếp tục giữ vị trí nguồn cung lớn nhất, với thị phần khoảng 47,7%, cho thấy hạt điều Việt Nam vẫn có nền tảng cạnh tranh đáng kể tại thị trường này. Tuy nhiên, mức giảm xuất khẩu của Việt Nam cao hơn mức giảm chung của thị trường cho thấy sức ép cạnh tranh đang gia tăng và doanh nghiệp cần cải thiện khả năng thích ứng với sự thay đổi của nhu cầu.

### Biểu đồ 3: Cơ cấu nguồn cung cấp hạt điều cho thị trường UAE

(Tỷ trọng % tính theo trị giá)



Nguồn: Cơ quan thống kê ITC

Trong trung và dài hạn, sự kết hợp giữa năng lực chế biến và cung ứng của Việt Nam, nhu cầu tiêu dùng tại UAE, vai trò trung tâm logistics và tái xuất của Dubai cùng các điều kiện thuận lợi từ CEPA có thể tạo dư địa để doanh nghiệp Việt Nam củng cố vị thế tại UAE. Đồng thời, UAE có thể tiếp tục được khai thác như một đầu mối để mở rộng xuất khẩu hạt điều Việt Nam sang các thị trường GCC, Trung Đông và Bắc Phi.

#### ***Thị phần của Việt Nam và tình hình các đối thủ cạnh tranh tại thị trường UAE***

Theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), trong 7 tháng đầu năm 2026, Việt Nam tiếp tục là nguồn cung hạt điều lớn nhất cho thị trường UAE, với kim ngạch đạt khoảng 43,3 triệu USD, chiếm 52,7% tổng kim ngạch nhập khẩu hạt điều của UAE. Tuy nhiên, kim ngạch nhập khẩu hạt điều của UAE từ Việt Nam giảm 54,8% so với cùng kỳ năm 2025. Do mức giảm của Việt Nam cao hơn mức giảm chung của thị trường UAE, thị phần của Việt Nam chịu sức ép, mặc dù Việt Nam vẫn duy trì vị trí dẫn đầu trong cơ cấu nguồn cung.

Ấn Độ là nguồn cung cạnh tranh trực tiếp đáng chú ý nhất với Việt Nam. Trong 7 tháng đầu năm 2026, UAE nhập khẩu khoảng 31,6 triệu USD hạt điều từ Ấn Độ, chiếm 38,5% tổng kim ngạch nhập khẩu. Thị phần của Ấn Độ thấp hơn

Việt Nam khoảng 14,2 điểm phần trăm. Tuy nhiên, kim ngạch nhập khẩu từ Ấn Độ chỉ giảm 27,5% so với cùng kỳ năm 2025, thấp hơn đáng kể mức giảm 54,8% của Việt Nam. Do đó, khoảng cách về thị phần giữa hai nguồn cung đã thu hẹp, cho thấy áp lực cạnh tranh từ Ấn Độ đang gia tăng trong bối cảnh tổng dung lượng thị trường UAE suy giảm.

Ấn Độ có lợi thế về vị trí địa lý tương đối gần UAE, quan hệ thương mại lâu năm với khu vực Trung Đông và năng lực chế biến, cung ứng hạt điều đa dạng. Khoảng cách địa lý tương đối thuận lợi có thể hỗ trợ thời gian giao hàng và chi phí logistics. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp Ấn Độ có mạng lưới thương mại lâu năm tại khu vực, qua đó tạo nền tảng để duy trì quan hệ với các nhà nhập khẩu và phân phối tại UAE.

Ngoài ra, UAE còn nhập khẩu hạt điều từ một số nguồn cung khác như Trung Quốc, Mỹ và Pháp. Tuy nhiên, kim ngạch từ các nguồn này thấp hơn đáng kể so với hai nguồn cung cấp lớn nhất. Trong 7 tháng đầu năm 2026, nhập khẩu hạt điều của UAE từ Trung Quốc giảm 26,1%, từ Mỹ giảm 2,7% và từ Pháp giảm 42,8% so với cùng kỳ năm 2025. Diễn biến này cho thấy sự suy giảm nhập khẩu diễn ra ở phần lớn các nguồn cung, mặc dù mức độ khác nhau giữa từng quốc gia.

Đáng chú ý, mức giảm 54,8% của Việt Nam cao hơn mức giảm 44,9% của tổng nhập khẩu hạt điều UAE. Điều này cho thấy sự thu hẹp nhu cầu chung của thị trường là yếu tố quan trọng nhưng không phải yếu tố duy nhất ảnh hưởng đến xuất khẩu của Việt Nam. Trong bối cảnh dung lượng thị trường giảm, cạnh tranh giữa các nguồn cung trở nên rõ nét hơn và các nhà nhập khẩu có thể tăng cường lựa chọn về giá, chủng loại, thời gian giao hàng và điều kiện thương mại.

Tuy nhiên, Việt Nam vẫn duy trì lợi thế đáng kể tại thị trường UAE. Với thị phần hơn 50% trong 7 tháng đầu năm 2026, Việt Nam hiện có vị trí nguồn cung lớn nhất và tạo được khoảng cách tương đối với Ấn Độ. Năng lực chế biến quy mô lớn, danh mục sản phẩm đa dạng, khả năng cung ứng ổn định và kinh nghiệm xuất khẩu tới nhiều thị trường là những yếu tố hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam duy trì quan hệ với các đối tác UAE.

Trong thời gian tới, cạnh tranh giữa Việt Nam và Ấn Độ nhiều khả năng tiếp tục tập trung vào giá, chất lượng, chủng loại, khả năng giao hàng và mức độ đáp ứng yêu cầu của từng phân khúc thị trường. Đối với Việt Nam, việc duy trì lợi thế

không chỉ phụ thuộc vào quy mô nguồn cung mà còn vào khả năng thích ứng với sự thay đổi trong cơ cấu nhu cầu của UAE. Bên cạnh các dòng nhân nguyên hạt truyền thống như W320, W240 và W180, doanh nghiệp có thể chú trọng hơn đến các sản phẩm chế biến, đóng gói tiện lợi và các chủng loại có mức giá phù hợp với nhiều phân khúc tiêu dùng.

Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Việt Nam – UAE (CEPA) có thể tạo thêm điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp Việt Nam trong cạnh tranh tại thị trường này thông qua các cam kết về thuế quan và thuận lợi hóa thương mại. Việc tận dụng hiệu quả các ưu đãi của CEPA, kết hợp với tăng cường kết nối trực tiếp với nhà nhập khẩu, nhà phân phối và doanh nghiệp tái xuất tại UAE, sẽ giúp doanh nghiệp nâng cao khả năng duy trì đơn hàng và mở rộng mạng lưới khách hàng.

Bên cạnh thị trường UAE, doanh nghiệp Việt Nam cũng có thể khai thác vai trò trung tâm phân phối và tái xuất của UAE để tiếp cận các thị trường GCC, Trung Đông và Bắc Phi. Đây là lợi thế mà không phải tất cả các thị trường xuất khẩu đều có, đồng thời giúp tăng giá trị chiến lược của UAE trong mạng lưới xuất khẩu hạt điều của Việt Nam.

Nhìn chung, Việt Nam vẫn giữ vị trí nguồn cung hạt điều lớn nhất tại UAE trong 7 tháng đầu năm 2026, với thị phần khoảng 52,7%, nhưng lợi thế đang chịu sức ép ngày càng rõ từ Ấn Độ. Khoảng cách thị phần giữa hai nước còn khoảng 14,2 điểm phần trăm, trong khi mức giảm nhập khẩu từ Ấn Độ thấp hơn đáng kể so với Việt Nam. Trong bối cảnh đó, doanh nghiệp Việt Nam cần chú trọng duy trì lợi thế về chất lượng và nguồn cung, đồng thời nâng cao khả năng cạnh tranh về giá, đa dạng hóa sản phẩm và tận dụng các ưu đãi từ CEPA. Việc khai thác hiệu quả UAE vừa là thị trường tiêu thụ, vừa là trung tâm phân phối và tái xuất sẽ có ý nghĩa quan trọng đối với khả năng duy trì và mở rộng thị phần hạt điều Việt Nam tại khu vực Trung Đông trong thời gian tới.

#### **IV. Đánh giá triển vọng xuất khẩu trong thời gian tới**

Triển vọng xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE trong thời gian tới được đánh giá có tiềm năng phục hồi, song trong ngắn hạn vẫn chịu tác động đáng kể từ mức sụt giảm mạnh trong 8 tháng đầu năm 2026, cạnh tranh từ các nguồn cung chủ yếu và những bất ổn về địa chính trị, logistics tại khu vực Trung Đông.

Việc kim ngạch xuất khẩu trong tháng 8/2026 tăng trở lại so với tháng trước, đồng thời cao hơn cùng kỳ năm 2025, cho thấy hoạt động giao thương có dấu hiệu cải thiện và tạo cơ sở cho khả năng phục hồi trong những tháng cuối năm.

Về dung lượng thị trường, UAE tiếp tục có vai trò quan trọng đối với ngành điều Việt Nam nhờ vừa là thị trường tiêu thụ, vừa là trung tâm thương mại và tái xuất sang các thị trường thuộc GCC, Trung Đông và một số khu vực lân cận. Trong 7 tháng đầu năm 2026, tổng nhập khẩu các sản phẩm hạt điều của UAE đạt 82,3 triệu USD, giảm 44,9% so với cùng kỳ năm 2025. Mặc dù thị trường thu hẹp, Việt Nam vẫn là nguồn cung lớn nhất, đạt 43,3 triệu USD, chiếm 52,7% tổng kim ngạch nhập khẩu. Điều này cho thấy Việt Nam vẫn có nền tảng thị trường tương đối lớn tại UAE, tạo điều kiện để doanh nghiệp duy trì và từng bước khôi phục đơn hàng khi nhu cầu nhập khẩu cải thiện.

Về cạnh tranh, áp lực từ Ấn Độ sẽ tiếp tục đáng chú ý. Trong 7 tháng đầu năm 2026, nhập khẩu hạt điều của UAE từ Ấn Độ đạt 31,6 triệu USD, chiếm 38,5% thị phần và chỉ giảm 27,5%, thấp hơn đáng kể mức giảm của Việt Nam. Diễn biến này cho thấy Ấn Độ đang duy trì được vị thế tương đối tốt hơn trong bối cảnh thị trường UAE suy giảm, qua đó làm gia tăng sức ép cạnh tranh đối với các nhà cung cấp Việt Nam. Do đó, khả năng phục hồi xuất khẩu của Việt Nam sẽ phụ thuộc không chỉ vào sự cải thiện của tổng cầu tại UAE mà còn vào khả năng duy trì khách hàng, giá cạnh tranh và ổn định chất lượng, thời gian giao hàng.

Về cơ hội thị trường, Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Việt Nam – UAE (CEPA) được kỳ vọng tiếp tục tạo thuận lợi cho thương mại song phương, góp phần cải thiện khả năng tiếp cận thị trường và mở rộng quan hệ với các nhà nhập khẩu, phân phối tại UAE. Cùng với đó, nhu cầu đối với các sản phẩm hạt, thực phẩm tiện lợi và thực phẩm có giá trị dinh dưỡng tại các kênh bán lẻ, dịch vụ ăn uống và khách sạn có thể tạo thêm dư địa cho các sản phẩm điều chế biến, điều rang và các sản phẩm có giá trị gia tăng, thay vì chỉ tập trung vào điều nhân nguyên liệu.

Tuy nhiên, rủi ro trong ngắn hạn vẫn ở mức cao. Căng thẳng địa chính trị tại Trung Đông có thể ảnh hưởng đến hoạt động vận tải, thời gian giao hàng và chi phí logistics; trong khi biến động giá nguyên liệu điều thô và sự thay đổi tồn kho của các nhà nhập khẩu có thể khiến đơn hàng biến động theo từng thời điểm.