

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 9/2026”

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 VỚI 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	12
III. DỰ BÁO TRIỂN VỌNG	21

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1: Xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang từng thị trường thành viên CPTPP trong tháng 8 và 8 tháng đầu năm 2026.....	8
Bảng 2: Chủng loại hàng rau quả của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường CPTPP trong tháng 8 và 8 tháng đầu năm 2026.....	12
Bảng 3: Nguồn cung rau quả và sản phẩm đã qua chế biến trong 7 tháng đầu năm 2026.	14
Bảng 4: Nhập khẩu nhóm hàng có mã (HS 06, 07, 20, 08) của thị trường Canada từ các thị trường trong 7 tháng đầu năm 2026	17
Bảng 5: Nhập khẩu nhóm hàng có mã (HS 06, 07, 20, 08) của thị trường Malaysia từ các thị trường trong 7 tháng đầu năm 2026	20

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	12
Biểu đồ 4: CPTPP nhập khẩu rau quả và sản phẩm chế biến năm 2025 – 2026.....	13

TÓM TẮT

Xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang nhóm thị trường thành viên CPTPP trong tháng 9/2026 ước đạt 80 triệu USD, tăng 2,2% so với tháng 8/2026 và tăng 30,2% so với tháng 9/2025. Tính chung 9 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này sang thị trường CPTPP ước đạt 646,7 triệu USD, tăng 15,6% so với cùng kỳ năm 2025. Kết quả này cho thấy xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang CPTPP tiếp tục duy trì đà tăng trưởng tích cực, mặc dù tốc độ tăng chưa tương xứng với quy mô và tiềm năng của thị trường.

Cơ cấu sản xuất giữa Việt Nam và các nước CPTPP có tính bổ trợ tương đối rõ nét, tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại rau quả. Việt Nam có lợi thế về các loại trái cây và nông sản nhiệt đới như chanh leo, xoài, thanh long, dưa, dừa, sầu riêng, bưởi cùng một số loại rau, củ, hạt. Trong khi đó, nhiều nước CPTPP có điều kiện khí hậu phù hợp với nhóm nông sản ôn đới và hàn đới như táo, lê, đào, cà rốt, bắp cải, hành... Sự khác biệt về điều kiện tự nhiên và mùa vụ tạo ra nhu cầu nhập khẩu rau quả nhiệt đới tại nhiều thị trường CPTPP, đặc biệt trong những thời điểm nguồn cung nội địa hạn chế hoặc trái vụ. Đây là lợi thế mà Việt Nam có thể khai thác để mở rộng thị phần.

Bên cạnh yếu tố bổ trợ về nguồn cung, nhu cầu tiêu dùng trái cây nhiệt đới, các sản phẩm rau quả mới và thực phẩm có lợi cho sức khỏe tại các nước CPTPP có xu hướng gia tăng. Nhu cầu sử dụng nguyên liệu rau quả cho ngành chế biến thực phẩm, đồ uống và thực phẩm tiện lợi cũng được kỳ vọng tiếp tục hỗ trợ nhập khẩu. Xu hướng này tạo cơ hội cho các sản phẩm của Việt Nam, không chỉ ở phân khúc rau quả tươi mà còn ở các sản phẩm chế biến, có thời hạn bảo quản dài và giá trị gia tăng 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. Năm 2025, khu vực CPTPP chiếm khoảng 35,7% tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này của thế giới. Với dung lượng thị trường lớn và nhu cầu đa dạng, đây tiếp tục là thị trường quan trọng đối với các quốc gia có thế mạnh về sản xuất rau quả nhiệt đới, trong đó có Việt Nam.

Theo số liệu của ITC, 7 tháng đầu năm 2026, CPTPP nhập khẩu nhóm rau, củ, quả và sản phẩm chế biến (HS 06, 07, 20 và 08, không bao gồm hạt điều thuộc HS 080131 và 080132) từ thị trường thế giới đạt khoảng 34 tỷ USD, tăng 2,4% so với

cùng kỳ năm 2025. Mức tăng này cho thấy nhu cầu nhập khẩu của khu vực tiếp tục mở rộng, mặc dù tốc độ tăng trưởng tương đối khiêm tốn.

Đáng chú ý, Việt Nam hiện mới chiếm thị phần tương đối thấp trong tổng kim ngạch nhập khẩu rau, củ, quả và sản phẩm chế biến của CPTPP nhưng đang duy trì tốc độ tăng trưởng tích cực. Theo ITC, Việt Nam là nguồn cung lớn thứ 8 cho thị trường CPTPP. Trong 7 tháng đầu năm 2026, CPTPP nhập khẩu nhóm hàng này từ Việt Nam đạt 488,4 triệu USD, tăng 14,4% so với cùng kỳ năm 2025. Thị phần của Việt Nam trong tổng kim ngạch nhập khẩu của CPTPP tăng từ 1,3% trong 7 tháng đầu năm 2025 lên 1,4% trong 7 tháng đầu năm 2026.

Diễn biến trên cho thấy khả năng cung ứng và thâm nhập thị trường của ngành rau quả Việt Nam đang được cải thiện. Tuy nhiên, với thị phần khoảng 1,4% trong tổng kim ngạch nhập khẩu hơn 34 tỷ USD của CPTPP, Việt Nam vẫn còn nhiều dư địa để mở rộng xuất khẩu. Lợi thế về nguồn cung đa dạng, khả năng sản xuất quanh năm, chủng loại trái cây nhiệt đới phong phú cùng năng lực sơ chế, chế biến và bảo quản sau thu hoạch ngày càng được nâng cao sẽ tạo nền tảng để doanh nghiệp tiếp tục khai thác thị trường này.

Trong thời gian tới, xuất khẩu rau quả Việt Nam sang CPTPP được dự báo tiếp tục có triển vọng tích cực, nhất là đối với những sản phẩm có lợi thế về mùa vụ và các mặt hàng mà nguồn cung nội địa tại các nước thành viên còn hạn chế. Ngoài trái cây tươi, dư địa tăng trưởng còn nằm ở rau quả chế biến, nước ép, sản phẩm đông lạnh, sấy khô và các sản phẩm có giá trị gia tăng cao. Việc đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao tỷ trọng chế biến sẽ giúp doanh nghiệp giảm phụ thuộc vào xuất khẩu tươi, kéo dài thời gian bảo quản, hạn chế tác động của yếu tố mùa vụ và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của các hệ thống phân phối hiện đại.

Tuy nhiên, để khai thác hiệu quả thị trường CPTPP, doanh nghiệp Việt Nam cần tiếp tục đáp ứng các yêu cầu ngày càng cao về an toàn thực phẩm, kiểm dịch thực vật, truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn chất lượng và quy cách đóng gói. Đồng thời, cần chú trọng xây dựng vùng nguyên liệu đạt chuẩn, bảo đảm ổn định về chất lượng và sản lượng, phát triển thương hiệu và tăng cường liên kết với các nhà nhập khẩu, hệ thống phân phối tại từng thị trường thành viên. Việc nghiên cứu đặc điểm tiêu dùng và yêu cầu kỹ thuật của từng thị trường cũng cần được chú trọng nhằm lựa chọn sản phẩm và phương thức tiếp cận phù hợp.

Nhìn chung, với quy mô nhập khẩu lớn, nhu cầu tiêu dùng đa dạng và thị phần của Việt Nam còn thấp, CPTPP vẫn có nhiều dư địa để ngành rau quả Việt Nam mở rộng xuất khẩu. Việc tận dụng lợi thế về sản phẩm nhiệt đới, nâng cao chất lượng, tăng tỷ trọng chế biến, phát triển thương hiệu và đáp ứng tốt các tiêu chuẩn kỹ thuật sẽ là những yếu tố quan trọng hỗ trợ xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang CPTPP duy trì đà tăng trưởng trong năm 2026 và các năm tiếp theo.

NỘI DUNG CHI TIẾT

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

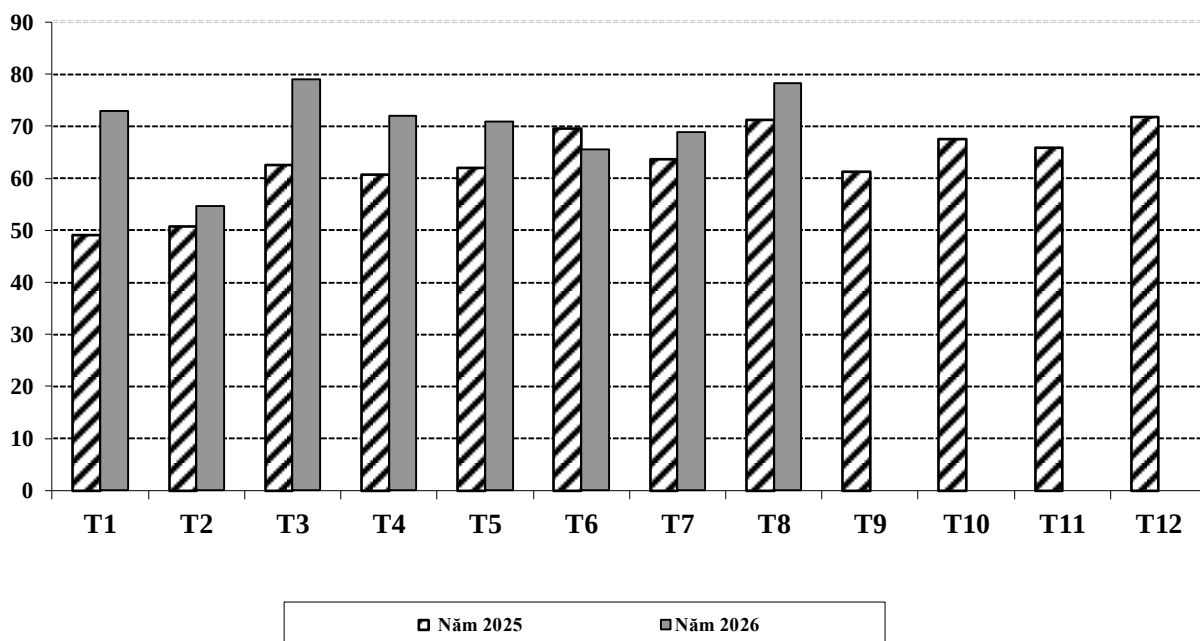
Theo thống kê sơ bộ, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang nhóm thị trường thành viên CPTPP trong tháng 9/2026 ước đạt 80 triệu USD, tăng 2,2% so với tháng 8/2026 và tăng 30,2% so với tháng 9/2025. Tính chung 9 tháng đầu năm 2026, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường CPTPP ước đạt 646,7 triệu USD, tăng 15,6% so với cùng kỳ năm 2025.

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

Theo thống kê của Cục Hải quan Việt Nam, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường CPTPP trong tháng 8/2026 đạt 78,2 triệu USD, tăng 13,8% so với tháng 7/2026 và tăng 9,7% so với tháng 8/2025. Tính chung 8 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu rau quả sang thị trường CPTPP đạt 566,7 triệu USD, tăng 13,7% so với cùng kỳ năm 2025, chiếm 11,9% tỷ trọng trên tổng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam. Mặc dù tỷ trọng chưa cao, tốc độ tăng trưởng 13,7% cho thấy CPTPP tiếp tục là một trong những khu vực có mức tăng trưởng xuất khẩu tích cực của ngành rau quả Việt Nam, đóng góp đáng kể vào đà tăng trưởng chung của ngành.

Đáng chú ý, xuất khẩu sang CPTPP trong tháng 8/2026 tăng khá mạnh so với tháng trước, cho thấy nhu cầu tại khu vực vẫn duy trì tích cực. Tuy nhiên, hoạt động xuất khẩu vẫn có thể chịu tác động bởi biến động nhu cầu, tính thời vụ, yêu cầu về chất lượng, kiểm dịch thực vật và an toàn thực phẩm tại từng thị trường. Do đó, bên cạnh việc duy trì các thị trường hiện có, doanh nghiệp cần tiếp tục đa dạng hóa chủng loại sản phẩm, nâng cao chất lượng, tăng tỷ trọng sản phẩm chế biến và tận dụng hiệu quả các ưu đãi thuế quan trong CPTPP nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh và mở rộng thị phần trong thời gian tới.

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

Cơ cấu thị trường xuất khẩu rau quả của Việt Nam trong khối CPTPP hiện tập trung chủ yếu tại Nhật Bản, Australia, Malaysia, Canada, New Zealand, Singapore và một số thị trường khác. Đáng chú ý, trong 8 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang phần lớn các thị trường thành viên CPTPP ghi nhận mức tăng trưởng tích cực, trong khi xuất khẩu sang Chilê và Peru giảm. Diễn biến này cho thấy xuất khẩu rau quả của Việt Nam tại CPTPP tiếp tục duy trì xu hướng tăng, song mức độ tăng trưởng có sự phân hóa giữa các thị trường.

Nhật Bản tiếp tục là thị trường xuất khẩu rau quả lớn nhất của Việt Nam trong khối CPTPP. Trong tháng 8/2026, kim ngạch xuất khẩu sang Nhật Bản đạt 31,6 triệu USD, tăng 11,0% so với tháng 7/2026 và tăng 13,7% so với tháng 8/2025. Tính chung 8 tháng đầu năm 2026, kim ngạch đạt 207,8 triệu USD, tăng 4,4% so với cùng kỳ năm 2025. Việc xuất khẩu tiếp tục tăng trong bối cảnh Nhật Bản áp dụng các yêu cầu tương đối cao về chất lượng, an toàn thực phẩm và kiểm dịch cho thấy doanh nghiệp Việt Nam đã duy trì được khả năng đáp ứng các yêu cầu của thị trường. Tuy nhiên, tốc độ tăng 4,4% thấp hơn mức tăng chung của xuất khẩu rau quả sang

CPTPP, cho thấy cần tiếp tục tìm kiếm các động lực tăng trưởng mới, nhất là thông qua các sản phẩm có lợi thế và nhóm hàng chế biến.

Australia là thị trường xuất khẩu rau quả lớn thứ hai của Việt Nam trong khối CPTPP. Trong tháng 8/2026, kim ngạch xuất khẩu sang Australia đạt 16,6 triệu USD, tăng 25,0% so với tháng 7/2026 và tăng 20,3% so với tháng 8/2025. Tính chung 8 tháng đầu năm 2026, kim ngạch đạt 114,6 triệu USD, tăng 13,0% so với cùng kỳ năm 2025. Kết quả này cho thấy Australia tiếp tục là một trong những thị trường quan trọng đối với xuất khẩu rau quả Việt Nam, đồng thời còn dư địa để doanh nghiệp mở rộng thị phần thông qua đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn của thị trường.

Bên cạnh hai thị trường chủ lực, xuất khẩu sang một số thành viên CPTPP khác cũng ghi nhận mức tăng trưởng khá cao trong 8 tháng đầu năm 2026. Cụ thể, kim ngạch xuất khẩu sang Malaysia tăng 36,3%, Canada tăng 27,2%, New Zealand tăng 18,2% và Mêhicô tăng 39,0% so với cùng kỳ năm 2025. Mức tăng trưởng cao tại các thị trường này cho thấy xuất khẩu rau quả Việt Nam đang từng bước mở rộng sang các thị trường ngoài nhóm truyền thống. Tuy nhiên, do quy mô kim ngạch tại một số thị trường còn tương đối nhỏ, tốc độ tăng cao chưa đồng nghĩa với thị phần đã được mở rộng tương ứng.

Đáng chú ý, xuất khẩu sang một số thị trường có mức tăng trưởng cao nhưng quy mô kim ngạch còn khiêm tốn có thể tạo thêm dư địa cho doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian tới. Để tận dụng cơ hội này, doanh nghiệp cần nghiên cứu kỹ nhu cầu và thị hiếu của từng thị trường, lựa chọn nhóm sản phẩm phù hợp, đồng thời bảo đảm các yêu cầu về chất lượng, truy xuất nguồn gốc, kiểm dịch thực vật và an toàn thực phẩm. Việc phát triển các sản phẩm chế biến, sản phẩm có giá trị gia tăng và kéo dài thời gian bảo quản cũng có thể hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng phạm vi thị trường.

Như vậy, cơ cấu xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang CPTPP đang có xu hướng đa dạng hóa, bên cạnh hai thị trường chủ lực là Nhật Bản và Australia, xuất khẩu sang Malaysia, Canada, New Zealand, Mêhicô và một số thành viên khác cũng ghi nhận mức tăng trưởng tích cực. Trong thời gian tới, doanh nghiệp cần tiếp tục củng cố các thị trường có quy mô lớn, đồng thời từng bước khai thác các thị trường có tốc độ tăng trưởng cao và còn dư địa mở rộng. Việc kết hợp giữa duy trì thị trường truyền thống và đa dạng hóa thị trường sẽ góp phần mở rộng không gian tăng trưởng, giảm

mức độ phụ thuộc vào một số thị trường lớn và nâng cao thị phần rau quả Việt Nam trong CPTPP.

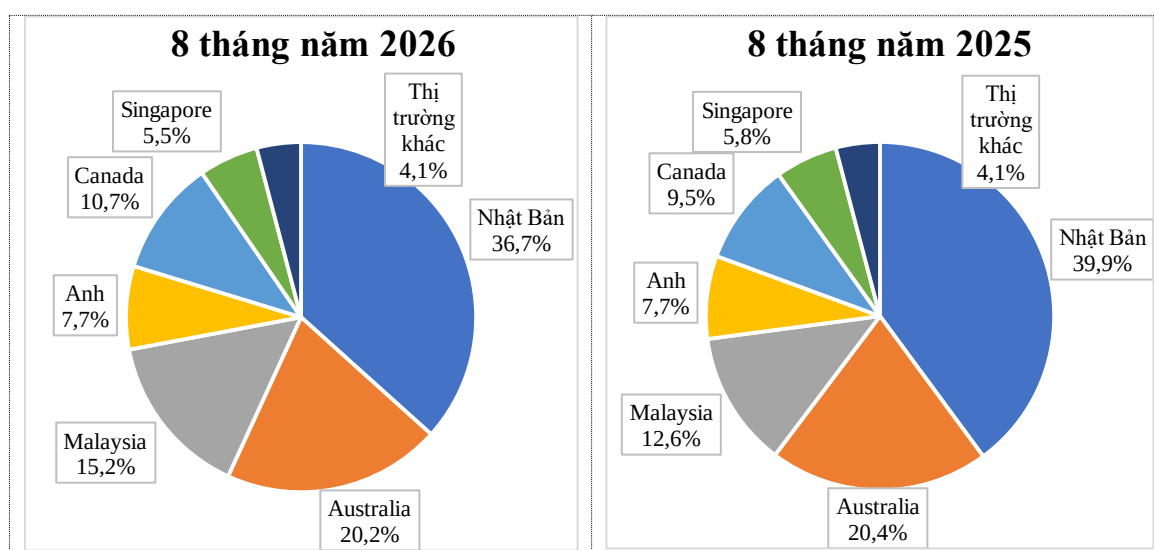
Bảng 1: Xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang từng thị trường thành viên CPTPP trong tháng 8 và 8 tháng đầu năm 2026

Thị trường	Tháng 8/2026 (Nghìn USD)	So với tháng 7/2026 (%)	So với tháng 8/2025 (%)	8 tháng năm 2026 (Nghìn USD)	So với 8 tháng năm 2025 (%)
CPTPP	78.253	13,8	9,7	566.665	13,7
Nhật Bản	31.625	11,0	13,7	207.845	4,4
Australia	16.618	25,0	20,3	114.600	13,0
Malaysia	8.789	-1,1	-12,2	85.858	36,3
Anh	4.999	16,4	-12,4	43.858	15,0
Canada	8.261	13,7	18,2	60.425	27,2
Singapore	4.312	15,9	-1,3	31.061	8,0
Mêhicô	1.410	11,6	145,3	9.192	39,0
New Zealand	2.019	94,3	31,9	10.797	18,2
Chilê	175	-58,1	-57,7	2.398	-38,6
Brunei	45	-28,1	-21,4	502	20,2
Pêru	0	-100,0	-100,0	128	-61,8

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

(% 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 8 tháng đầu năm 2026, các mặt hàng rau quả Việt Nam xuất khẩu chủ yếu sang CPTPP gồm dứa và sản phẩm từ dứa, xoài và sản phẩm từ xoài, hoa cúc, ớt, chuối, thanh long, các loại trái cây, khoai lang, hạnh nhân và cà tím. Trong đó, dứa, xoài và chuối là những mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu đáng chú ý và duy trì tốc độ tăng trưởng tích cực.

Dứa và các sản phẩm chế biến từ dứa tiếp tục là một trong những nhóm hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang CPTPP. Trong tháng 8/2026, kim ngạch xuất khẩu đạt 8,9 triệu USD, tăng 5,8% so với tháng 7/2026 và tăng 27,8% so với tháng 8/2025. Tính chung 8 tháng đầu năm 2026, kim ngạch đạt hơn 64,9 triệu USD, tăng 25,4% so với cùng kỳ năm 2025. Kết quả này cho thấy dứa và các sản phẩm từ dứa đang duy trì đà tăng trưởng khá tích cực tại CPTPP, đồng thời còn dư địa để doanh nghiệp mở rộng thị trường, nhất là đối với các sản phẩm chế biến và có giá trị gia tăng.

Xoài và các sản phẩm chế biến từ xoài đứng tiếp theo về kim ngạch. Trong tháng 8/2026, xuất khẩu sang CPTPP đạt 5,19 triệu USD, tăng 10,2% so với tháng 7/2026 nhưng giảm 13,7% so với tháng 8/2025. Tính chung 8 tháng đầu năm 2026, kim ngạch đạt 55,45 triệu USD, tăng 33,4% so với cùng kỳ năm 2025. Mức tăng trưởng cao trong 8 tháng cho thấy xoài đang có khả năng mở rộng tại các thị trường CPTPP. Bên cạnh xoài tươi, các sản phẩm chế biến từ xoài cũng có tiềm năng nhờ khả năng kéo dài thời gian bảo quản và đáp ứng đa dạng nhu cầu tiêu dùng.

Đối với chuối, trong 8 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu sang CPTPP đạt 42,45 triệu USD, tăng 9,5% so với cùng kỳ năm 2025. Riêng tháng 8/2026, kim ngạch đạt 6,46 triệu USD, tăng 3,2% so với tháng 7/2026 và tăng 26,2% so với tháng 8/2025. Diễn biến này cho thấy xuất khẩu chuối sang CPTPP tiếp tục duy trì xu hướng tăng. Tuy nhiên, để mở rộng thị trường, doanh nghiệp vẫn cần chú trọng các yêu cầu về kiểm dịch thực vật, an toàn thực phẩm, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật và chất lượng đồng đều.

Nhìn chung, phần lớn các mặt hàng rau quả có thế mạnh của Việt Nam xuất khẩu sang CPTPP trong 8 tháng đầu năm 2026 đều ghi nhận tăng trưởng tích cực.

Trong đó, dừa, xoài và chuối là những nhóm hàng có mức tăng khá cao. Với lợi thế về điều kiện tự nhiên, chủng loại đa dạng và khả năng cung ứng quanh năm, Việt Nam còn khả năng mở rộng xuất khẩu các mặt hàng như dừa, xoài, ổi, chuối, thanh long và các sản phẩm rau quả chế biến.

Lợi thế và thuế quan đối với xuất khẩu chuối

Nhật Bản là một trong những thị trường có tiềm năng đối với chuối Việt Nam nhờ lợi thế về chi phí sản xuất, khoảng cách địa lý và ưu đãi thuế quan trong khuôn khổ CPTPP.

Theo thông tin từ giới kinh doanh, chuối Việt Nam có lợi thế về chi phí sản xuất so với một số nguồn cung lớn. Vị trí địa lý tương đối thuận lợi cũng giúp rút ngắn thời gian và giảm chi phí vận chuyển tới Nhật Bản so với một số nguồn cung từ khu vực Mỹ Latinh. Bên cạnh đó, chất lượng chuối đang từng bước được cải thiện khi các vùng trồng và doanh nghiệp chú trọng hơn đến tiêu chuẩn sản xuất, kiểm soát chất lượng và truy xuất nguồn gốc.

Philippines từng giữ vị trí chi phối tại thị trường chuối Nhật Bản trong nhiều năm. Tuy nhiên, sản xuất chuối của nước này những năm gần đây chịu tác động của dịch bệnh, biến đổi khí hậu và chi phí sản xuất gia tăng, tạo điều kiện để các nhà nhập khẩu Nhật Bản tìm kiếm thêm nguồn cung. Đây là cơ hội để Việt Nam từng bước mở rộng thị phần, nếu phát huy tốt lợi thế về chi phí và bảo đảm chất lượng sản phẩm.

Về thuế nhập khẩu, việc Việt Nam và Nhật Bản cùng tham gia CPTPP tạo điều kiện thuận lợi cho chuối Việt Nam tiếp cận thị trường theo lộ trình cam kết của Hiệp định. Theo số liệu được sử dụng trong báo cáo, mức thuế áp dụng đối với chuối Việt Nam hiện ở mức 5,4% và dự kiến được xóa bỏ hoàn toàn vào năm 2028; trong khi đó, chuối từ Philippines chịu mức thuế khác nhau tùy thời điểm và điều kiện nhập khẩu. Chênh lệch thuế quan, kết hợp với lợi thế về chi phí sản xuất và vận chuyển, có thể góp phần cải thiện khả năng cạnh tranh của chuối Việt Nam tại Nhật Bản.

Tuy nhiên, ưu đãi thuế quan chỉ tạo thuận lợi về chi phí nhập khẩu, không đồng nghĩa với việc thị phần sẽ tự động gia tăng. Khả năng mở rộng xuất khẩu còn phụ thuộc vào chất lượng sản phẩm, tính ổn định của nguồn cung, yêu cầu kiểm dịch, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật và khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn của nhà nhập khẩu.

Do đó, nâng cao chất lượng và xây dựng chuỗi cung ứng ổn định là những yếu tố quan trọng để chuỗi Việt Nam tăng cường hiện diện tại thị trường Nhật Bản.

Triển vọng đối với mặt hàng dứa

Bên cạnh chuối, dứa cũng là mặt hàng có tiềm năng mở rộng xuất khẩu tại CPTPP. Đến hết tháng 8/2026, kim ngạch xuất khẩu dứa của Việt Nam sang CPTPP đạt khoảng 12,3 triệu USD, trong đó Mêhicô là thị trường lớn nhất với khoảng 4,1 triệu USD, tiếp đến là Vương quốc Anh với khoảng 2,8 triệu USD.

Nhu cầu dứa trên thị trường quốc tế còn dư địa phát triển, trong khi Việt Nam có điều kiện thuận lợi về sản xuất và có khả năng phát triển nhiều dòng sản phẩm chế biến. Đặc biệt, nước dứa cô đặc, nước ép, dứa đông lạnh, dứa sấy và các sản phẩm chế biến sâu có lợi thế hơn về thời gian bảo quản, khả năng vận chuyển và giá trị gia tăng so với dứa tươi. Đây cũng là nhóm sản phẩm phù hợp với nhu cầu của các thị trường phát triển, nơi yêu cầu cao về tính tiện lợi và chất lượng sản phẩm.

Một số doanh nghiệp Việt Nam đã từng bước xây dựng năng lực chế biến và xuất khẩu dứa sang nhiều thị trường quốc tế. Việc một số khách hàng tại các thị trường phát triển chấp nhận mức giá cao đối với sản phẩm dứa chế biến có chất lượng tốt cho thấy dư địa nâng cao giá trị xuất khẩu không chỉ nằm ở mở rộng sản lượng nguyên liệu mà còn ở cải thiện chất lượng và tăng mức độ chế biến.

Tuy nhiên, để mở rộng xuất khẩu dứa sang CPTPP, doanh nghiệp cần đáp ứng tốt các yêu cầu về chất lượng, an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc và tiêu chuẩn riêng của từng thị trường. Đồng thời, việc xây dựng vùng nguyên liệu ổn định và gắn kết sản xuất với chế biến sẽ giúp doanh nghiệp chủ động hơn về nguồn cung và nâng cao khả năng đáp ứng các đơn hàng dài hạn.

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 8 tháng đầu năm 2026, nhiều mặt hàng chủ lực như dứa, 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.

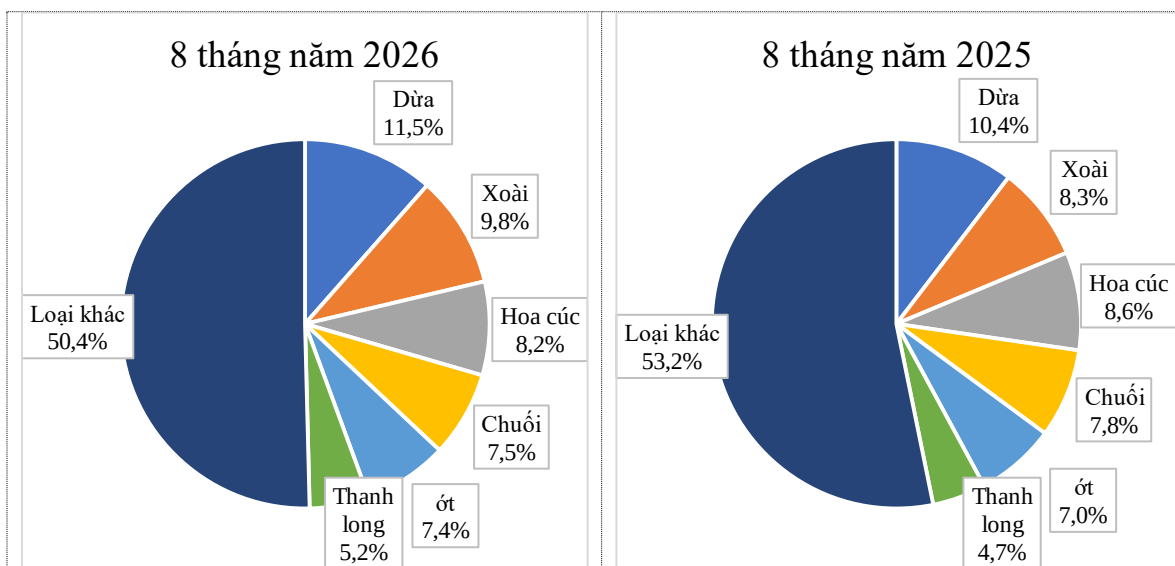
Tuy nhiên, ưu đãi thuế quan chỉ là một trong những yếu tố hỗ trợ xuất khẩu và không thể thay thế các yêu cầu về chất lượng, kiểm dịch, logistics và tiêu chuẩn kỹ

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: Một số chủng loại hàng rau quả của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường CPTPP trong tháng 8 và 8 tháng đầu năm 2026

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

(% tính theo trị giá)



Nguồn: Tính toán 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

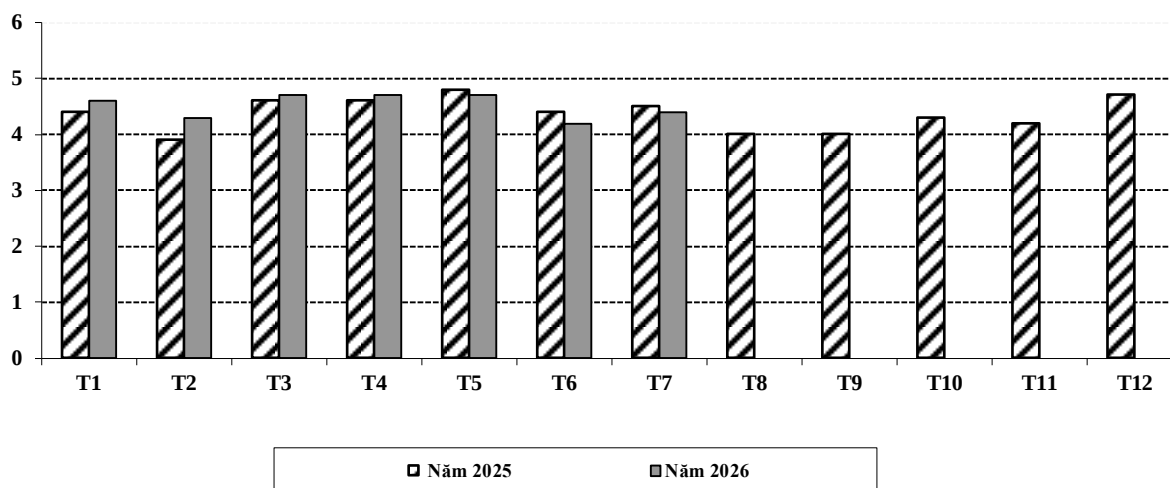
* Đánh giá chung:

Theo số liệu thống kê của ITC, trong 7 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 210,4 tỷ USD, giảm 6,4% 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 7 tháng đầu năm 2026, khối 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 khối 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 ITC, Việt Nam hiện là nguồn cung rau, củ, quả và sản phẩm chế biến lớn thứ 14 trên thị trường thế giới. Trong 7 tháng đầu năm 2026, tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này của các thị trường trên thế giới từ Việt Nam đạt khoảng 4,8 tỷ USD, tăng 23,6% so với cùng kỳ năm 2025. Trong khi tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này của thế giới giảm, giá trị nhập khẩu từ Việt Nam vẫn tăng mạnh, qua đó giúp thị phần của Việt Nam trong tổng kim ngạch nhập khẩu thế giới tăng từ 1,7% trong 7 tháng đầu năm 2025 lên 2,3% trong 7 tháng đầu năm 2026.

Việc kim ngạch xuất khẩu rau, củ, quả và sản phẩm chế biến của Việt Nam tăng mạnh trong bối cảnh nhu cầu nhập khẩu chung của thế giới suy giảm cho thấy khả năng duy trì sức cạnh tranh và mở rộng thị phần của ngành rau quả Việt Nam đang được cải thiện. Kết quả này cũng cho thấy các sản phẩm của Việt Nam đang từng bước đáp ứng tốt hơn nhu cầu đa dạng của thị trường quốc tế, đặc biệt đối với nhóm sản phẩm nhiệt đới, sản phẩm chế biến và các mặt hàng có giá trị gia tăng.

Tuy nhiên, với thị phần khoảng 2,3% trong 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. Đây là cơ sở cho thấy dư địa mở rộng xuất khẩu còn đáng kể. Trong thời gian tới, bên cạnh việc củng cố thị phần tại các thị trường truyền

thông, doanh nghiệp cần tăng cường khai thác các thị trường có quy mô nhập khẩu lớn nhưng tỷ trọng nguồn cung từ Việt Nam còn thấp. Đồng thời, cần đa dạng hóa sản phẩm, nâng tỷ trọng chế biến, cải thiện chất lượng và đáp ứng tốt hơn các yêu cầu về an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc và tiêu chuẩn kỹ thuật.

Triển vọng xuất khẩu rau, củ, quả và sản phẩm chế biến của Việt Nam tiếp tục có nhiều yếu tố hỗ trợ. Việc kim ngạch xuất khẩu tăng nhanh hơn đáng kể so với xu hướng nhập khẩu chung của thế giới cho thấy Việt Nam đang từng bước cải thiện vị thế trong chuỗi cung ứng rau quả toàn cầu. Nếu tận dụng hiệu quả các ưu đãi thuế quan từ các hiệp định thương mại tự do, đồng thời mở rộng thị trường, nâng cao chất lượng và phát triển các sản phẩm có giá trị gia tăng cao, Việt Nam có khả năng tiếp tục gia tăng thị phần trên thị trường quốc tế, đặc biệt tại các thị trường có nhu cầu lớn đối với sản phẩm nhiệt đới và thực phẩm chế biến.

**Bảng 3: Nguồn cung rau quả và sản phẩm đã qua chế biến
trong 7 tháng đầu năm 2026**

Thị trường	7 tháng năm 2026 (triệu USD)	So với 7 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
			7 tháng năm 2026	7 tháng năm 2025
Tổng	210.416.157	-6,4	100,0	100,0
Mỹ	35.528.466	-5,1	16,9	16,7
Đức	21.632.154	-5,3	10,3	10,2
Trung Quốc	16.442.843	5,0	7,8	7,0
Hà Lan	13.937.614	-6,2	6,6	6,6
Anh	13.581.175	4,8	6,5	5,8
Pháp	13.141.314	9,0	6,2	5,4
Canada	8.669.041	4,3	4,1	3,7
Tây Ban Nha	7.724.200	10,4	3,7	3,1
Italy	6.285.946	-10,1	3,0	3,1
Nhật Bản	6.228.325	-4,9	3,0	2,9
Bỉ	5.343.824	-18,2	2,5	2,9
Ba Lan	4.876.485	-2,3	2,3	2,2
Ấn Độ	4.842.169	-15,8	2,3	2,6
Việt Nam	4.778.332	23,6	2,3	1,7
Thụy Sĩ	2.930.975	11,2	1,4	1,2
Hàn Quốc	2.793.852	-5,8	1,3	1,3
Áo	2.742.264	-12,0	1,3	1,4
Thổ Nhĩ Kỳ	2.466.202	15,1	1,2	1,0

Thị trường	7 tháng năm 2026 (triệu USD)	So với 7 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
			7 tháng năm 2026	7 tháng năm 2025
CH Séc	2.287.428	9,7	1,1	0,9
Hồng Kông	2.277.107	-17,2	1,1	1,2
Thụy Điển	2.212.848	-3,6	1,1	1,0
Indônêxia	2.095.822	22,5	1,0	0,8
Bồ Đào Nha	2.089.332	6,3	1,0	0,9
Rumani	2.084.482	-0,6	1,0	0,9
Malaysia	1.752.256	4,4	0,8	0,7
Thái Lan	1.740.274	-18,3	0,8	0,9
Australia	1.691.644	13,1	0,8	0,7
Đan Mạch	1.602.933	-4,6	0,8	0,7
Braxin	1.438.485	3,1	0,7	0,6
Ai Len	1.417.650	-0,1	0,7	0,6
Thị trường khác	13.780.715	-45,6	6,5	11,3

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 dừa (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 Canada**

Theo số liệu của ITC, trong 7 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 Canada đạt 8,66 tỷ USD, tăng 4,3% so với cùng kỳ năm 2025. Mỹ là nguồn cung lớn nhất, chiếm 45,3% tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này của Canada, tiếp đến là Mêhicô, Trung Quốc, Goatêmala, Chilê và một số thị trường khác.

Đáng chú ý, Việt Nam là nguồn cung lớn thứ 9 nhóm hàng rau, củ, quả và sản phẩm chế biến cho Canada. Trong 7 tháng đầu năm 2026, Canada nhập khẩu nhóm hàng này từ Việt Nam đạt 134,1 triệu USD, tăng 22,8% so với cùng kỳ năm 2025, chiếm 1,5% tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này của Canada. Thị phần của Việt Nam tăng từ 1,3% trong 7 tháng đầu năm 2025 lên 1,5% trong cùng kỳ năm 2026. Tốc độ tăng nhập khẩu từ Việt Nam cao hơn đáng kể so với mức tăng chung

của thị trường Canada, cho thấy hàng rau, củ, quả và sản phẩm chế biến của Việt Nam đang từng bước gia tăng hiện diện tại thị trường này.

Nhu cầu nhập khẩu của Canada khá đa dạng, bao gồm rau, củ, quả tươi, đông lạnh, sấy khô và các sản phẩm chế biến. Theo số liệu năm 2025, Canada nhập khẩu khoảng 1,69 triệu tấn rau tươi, tương đương khoảng 4,1% tổng lượng nhập khẩu rau tươi của thế giới, thuộc nhóm các thị trường nhập khẩu rau tươi lớn. Quy mô thị trường và mức độ phụ thuộc vào nguồn cung bên ngoài tạo dư địa cho Việt Nam mở rộng xuất khẩu các sản phẩm có lợi thế về điều kiện khí hậu nhiệt đới như dưa, xoài, thanh long, dứa, chuối, chanh leo, ổi, cùng các sản phẩm chế biến từ rau quả.

Bên cạnh quy mô thị trường, cơ cấu nhu cầu đa dạng và sự hiện diện của cộng đồng người châu Á tại Canada tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiêu thụ các loại trái cây nhiệt đới và sản phẩm thực phẩm mang đặc trưng châu Á. Đây có thể là kênh tiếp cận ban đầu đối với các sản phẩm mới, trước khi doanh nghiệp mở rộng sang các hệ thống phân phối có quy mô lớn hơn. Tuy nhiên, để tăng khả năng thâm nhập vào hệ thống bán lẻ và phân phối đại trà, doanh nghiệp Việt Nam cần bảo đảm chất lượng ổn định, an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc và quy cách đóng gói phù hợp với yêu cầu của nhà nhập khẩu và hệ thống phân phối.

Bên cạnh tiêu thụ trực tiếp, nhu cầu nguyên liệu cho ngành công nghiệp chế biến thực phẩm và đồ uống cũng tạo cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam. Các sản phẩm có thời hạn bảo quản dài như nước ép, nước cô đặc, trái cây đông lạnh, sấy khô, đóng hộp và các sản phẩm chế biến sâu có lợi thế về khả năng bảo quản, qua đó giúp giảm áp lực về thời gian vận chuyển và tổn thất sau thu hoạch, đồng thời nâng cao giá trị gia tăng của hàng xuất khẩu.

Tuy nhiên, mức độ cạnh tranh tại thị trường Canada khá cao do nguồn cung đến từ nhiều khu vực, trong đó có Mỹ, Mêhicô, Trung và Nam Mỹ, châu Á và châu Âu. Doanh nghiệp Việt Nam vì vậy không chỉ phải cạnh tranh về giá mà còn cần nâng cao chất lượng, đa dạng hóa chủng loại, bảo đảm nguồn cung ổn định và đáp ứng các tiêu chuẩn của hệ thống phân phối. Đặc biệt, việc xây dựng quan hệ ổn định với nhà nhập khẩu và duy trì khả năng cung ứng theo hợp đồng sẽ có ý nghĩa quan trọng đối với việc mở rộng thị phần.

Canada cũng áp dụng các yêu cầu tương đối nghiêm ngặt về an toàn thực phẩm, kiểm dịch thực vật, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật và truy xuất nguồn gốc. Việc

không đáp ứng đầy đủ các yêu cầu này có thể làm phát sinh thêm chi phí, kéo dài thời gian thông quan hoặc ảnh hưởng đến khả năng duy trì đơn hàng. Do đó, kiểm soát chất lượng ngay từ vùng nguyên liệu, tuân thủ quy trình sản xuất an toàn, kiểm soát dư lượng và xây dựng hệ thống truy xuất nguồn gốc là những điều kiện quan trọng để duy trì xuất khẩu ổn định sang Canada.

Một lợi thế đáng chú ý đối với hàng Việt Nam là Hiệp định CPTPP, trong đó các cam kết ưu đãi thuế quan góp phần tạo thuận lợi cho hàng hóa Việt Nam tiếp cận thị trường Canada và cải thiện khả năng cạnh tranh so với một số nguồn cung không được hưởng ưu đãi tương tự. Tuy nhiên, lợi thế về thuế quan chỉ phát huy hiệu quả khi doanh nghiệp đồng thời đáp ứng các yêu cầu về quy tắc xuất xứ, chất lượng, kiểm dịch, an toàn thực phẩm và các tiêu chuẩn của nhà nhập khẩu.

Bảng 4: Nhập khẩu nhóm hàng có mã (HS 06, 07, 20, 08) của thị trường Canada từ các thị trường trong 7 tháng đầu năm 2026

Thị trường	7 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 7 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
			7 tháng năm 2026	7 tháng năm 2025
Tổng	8.668.989	4,3	100,0	100,0
Mỹ	3.923.785	11,6	45,3	42,3
Mêhicô	1.639.793	1,4	18,9	19,5
Trung Quốc	347.928	-0,4	4,0	4,2
Goatêmalá	257.222	7,5	3,0	2,9
Chilê	235.861	3,4	2,7	2,7
Pêru	223.669	-4,8	2,6	2,8
Nam Phi	149.932	-5,6	1,7	1,9
Côtxta Rica	134.492	0,3	1,6	1,6
Việt Nam	134.154	22,8	1,5	1,3
Côlombia	121.825	-13,3	1,4	1,7
Marôc	119.338	-15,8	1,4	1,7
Êcuado	103.492	6,8	1,2	1,2
Thổ Nhĩ Kỳ	101.102	-16,5	1,2	1,5
Braxin	101.021	-17,8	1,2	1,5
Ấn Độ	86.020	-12,7	1,0	1,2
Tây Ban Nha	80.457	-1,5	0,9	1,0
Italy	79.481	-0,8	0,9	1,0
Thái Lan	60.957	-17,1	0,7	0,9
Hy Lạp	58.806	-4,0	0,7	0,7

Thị trường	7 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 7 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
			7 tháng năm 2026	7 tháng năm 2025
New Zealand	56.306	26,7	0,6	0,5
Hondura	52.741	4,0	0,6	0,6
Ai Cập	51.565	-2,4	0,6	0,6
Achentina	50.634	10,6	0,6	0,6
Hà Lan	49.248	8,0	0,6	0,5
Philipine	45.559	10,5	0,5	0,5
Pháp	42.394	1,0	0,5	0,5
Hàn Quốc	37.297	-4,3	0,4	0,5
Ixraen	32.298	3,7	0,4	0,4
Bỉ	21.687	-6,4	0,3	0,3
Ba Lan	18.000	-1,0	0,2	0,2
Thị trường khác	251.925	-6,4	2,9	3,2

Nguồn: Theo thống kê của ITC

***Thị trường Malaysia**

Theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), nhập khẩu rau quả của Malaysia trong giai đoạn 2021–2025 tăng trưởng bình quân 6,03%/năm, đạt 2,95 tỷ USD vào năm 2025. Cùng với xu hướng gia tăng nhu cầu nhập khẩu, Malaysia đang từng bước đa dạng hóa nguồn cung rau quả, tạo thêm cơ hội cho các nhà cung cấp mới, trong đó có Việt Nam.

Năm 2025, Việt Nam là nguồn cung rau, hoa, củ, quả và sản phẩm chế biến lớn thứ 7 của Malaysia, với kim ngạch gần 104 triệu USD, tăng 73% so với năm 2024, chiếm 3,52% tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này của Malaysia. Kết quả trên cho thấy hàng rau quả Việt Nam đang gia tăng hiện diện tại thị trường Malaysia và có khả năng mở rộng thị phần trong bối cảnh Malaysia đa dạng hóa nguồn cung, giảm sự phụ thuộc vào một số thị trường truyền thống.

Tình hình nhập khẩu nhóm hàng rau, củ, quả và sản phẩm chế biến

Theo thống kê của ITC, trong 7 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 Malaysia đạt 1,75 tỷ USD, tăng 4,4% so với cùng kỳ năm 2025. Trung Quốc, Ấn Độ và Mỹ là ba nguồn cung lớn nhất, chiếm 58,9% tổng kim

ngạch nhập khẩu nhóm hàng này của Malaysia. Tiếp theo là Thái Lan, Việt Nam, Nam Phi và một số thị trường khác.

Việt Nam là nguồn cung lớn thứ 5 nhóm hàng rau, củ, quả và sản phẩm chế biến cho Malaysia. Trong 7 tháng đầu năm 2026, kim ngạch Malaysia nhập khẩu nhóm hàng này từ Việt Nam đạt 88,3 triệu USD, tăng 45,3% so với cùng kỳ năm 2025, chiếm 5% tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này của Malaysia. Tốc độ tăng nhập khẩu từ Việt Nam cao hơn đáng kể mức tăng chung của thị trường, qua đó cho thấy hàng rau, củ, quả và sản phẩm chế biến của Việt Nam đang gia tăng thị phần tại Malaysia.

Đối với Việt Nam, lợi thế tại Malaysia tập trung ở các sản phẩm nhiệt đới và một số mặt hàng mà Malaysia khó chủ động nguồn cung quanh năm do điều kiện tự nhiên và yếu tố mùa vụ. Việt Nam có lợi thế đối với các sản phẩm như thanh long, sầu riêng, xoài, bưởi, nhãn và một số sản phẩm chế biến từ trái cây. Đặc biệt, sầu riêng đông lạnh, trong đó có các sản phẩm từ giống Ri6, có tiềm năng đáp ứng nhu cầu nguyên liệu cho ngành chế biến thực phẩm tại Malaysia, bao gồm các sản phẩm phục vụ thị trường Halal.

Bên cạnh nhóm trái cây nhiệt đới, các loại rau củ có nguồn gốc từ vùng sản xuất tập trung của Việt Nam cũng có dư địa phát triển. Các sản phẩm như bắp cải, súp lơ, cà rốt và một số loại rau củ khác từ Đà Lạt có thể bổ sung cho nguồn cung trong nước của Malaysia, nhất là trong những thời điểm nguồn cung nội địa không đáp ứng đầy đủ nhu cầu. Tuy nhiên, khả năng mở rộng xuất khẩu sẽ phụ thuộc vào chất lượng, giá thành, thời gian vận chuyển và mức độ đáp ứng các yêu cầu về kiểm dịch thực vật.

Các sản phẩm chế biến sâu như trái cây cấp đông, trái cây sấy dẻo, nước ép, nước cô đặc và các sản phẩm đóng hộp cũng có tiềm năng mở rộng tại Malaysia. Nhóm sản phẩm này có ưu thế về thời hạn bảo quản, thuận lợi hơn trong vận chuyển đường dài và có thể đáp ứng nhu cầu của ngành chế biến thực phẩm cũng như hệ thống bán lẻ hiện đại. Việc tăng tỷ trọng các sản phẩm chế biến cũng giúp doanh nghiệp Việt Nam giảm phụ thuộc vào xuất khẩu sản phẩm tươi và nâng cao giá trị gia tăng.

Một vấn đề doanh nghiệp cần đặc biệt lưu ý khi tiếp cận thị trường Malaysia là các yêu cầu về Halal, an toàn thực phẩm, kiểm dịch và ghi nhãn. Đối với các sản phẩm thuộc phạm vi áp dụng của yêu cầu Halal hoặc được phân phối qua các kênh

bán lẻ hướng tới người tiêu dùng Hồi giáo, doanh nghiệp cần chủ động xác định yêu cầu chứng nhận, quy trình sản xuất, thành phần nguyên liệu và ghi nhãn trước khi đưa hàng vào thị trường. Việc đáp ứng các yêu cầu này không chỉ liên quan đến khả năng thông quan mà còn ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng tiếp cận hệ thống phân phối hiện đại và mở rộng thị trường.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần theo dõi chặt chẽ các quy định của Malaysia về an toàn thực phẩm, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, kiểm dịch thực vật, truy xuất nguồn gốc và tiêu chuẩn chất lượng. Đối với hàng tươi, việc kiểm soát chất lượng từ vùng trồng, xử lý sau thu hoạch và duy trì chuỗi logistics phù hợp có ý nghĩa quan trọng trong việc hạn chế tổn thất và bảo đảm chất lượng khi hàng đến thị trường.

Bảng 5: Nhập khẩu nhóm hàng có mã (HS 06, 07, 20, 08) của thị trường Malaysia từ các thị trường trong 7 tháng đầu năm 2026

Thị trường	7 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 7 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
			7 tháng năm 2026	7 tháng năm 2025
Tổng	1.752.246	4,4	100,0	100,0
Trung Quốc	773.475	11,2	44,1	41,5
Ấn Độ	136.354	2,4	7,8	7,9
Mỹ	122.868	11,0	7,0	6,6
Thái Lan	116.060	-3,9	6,6	7,2
Việt Nam	88.334	45,3	5,0	3,6
Nam Phi	76.561	4,0	4,4	4,4
Indônêxia	62.683	-39,4	3,6	6,2
Australia	58.623	19,0	3,3	2,9
New Zealand	34.251	-4,1	2,0	2,1
Ai Cập	33.444	-18,8	1,9	2,5
Hà Lan	26.309	5,1	1,5	1,5
Myanmar	21.262	7,2	1,2	1,2
Pakixtan	15.159	-33,1	0,9	1,4
Hàn Quốc	13.879	20,3	0,8	0,7
Thổ Nhĩ Kỳ	13.756	-7,0	0,8	0,9
Italy	13.007	11,1	0,7	0,7
Canada	11.906	205,0	0,7	0,2
Tuynidi	8.954	-0,5	0,5	0,5
Iran	8.756	-13,7	0,5	0,6
Philipine	7.764	-13,2	0,4	0,5
Pháp	7.500	17,7	0,4	0,4

Thị trường	7 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 7 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
			7 tháng năm 2026	7 tháng năm 2025
Singapore	7.431	-21,0	0,4	0,6
Bangladet	7.413	-50,2	0,4	0,9
Đức	6.786	6,9	0,4	0,4
Bỉ	6.186	-13,8	0,4	0,4
Nhật Bản	5.792	0,3	0,3	0,3
Ukraina	5.353	12,3	0,3	0,3
Đài Loan	5.345	9,5	0,3	0,3
Chilê	4.952	-3,1	0,3	0,3
Pêru	4.281	52,9	0,2	0,2
Thị trường khác	47.802	-1,5	2,7	2,9

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 có nhiều dư địa tăng trưởng. Trong 8 tháng đầu năm 2026, xuất khẩu nhóm hàng này sang CPTPP đạt 566,7 triệu USD, tăng 13,7% so với cùng kỳ năm 2025; ước tính 9 tháng đạt 646,7 triệu USD, tăng 15,6%. Diễn biến này cho thấy xuất khẩu của Việt Nam sang khối CPTPP đang duy trì tốc độ tăng trưởng khá, trong bối cảnh tổng nhập khẩu nhóm hàng này của CPTPP trong 7 tháng đầu năm 2026 chỉ tăng khoảng 2,4%.

Một trong những động lực quan trọng là quy mô thị trường CPTPP lớn và cơ cấu nhu cầu đa dạng. Các thành viên có điều kiện khí hậu khác nhau, tạo ra sự bổ trợ về nguồn cung giữa các quốc gia. Việt Nam có lợi thế về các sản phẩm nhiệt đới như dưa, xoài, chuối, thanh long, dứa, chanh leo, sầu riêng và một số loại rau quả nhiệt đới, trong khi nhiều thị trường CPTPP có nhu cầu nhập khẩu các sản phẩm này do điều kiện sản xuất trong nước và yếu tố mùa vụ. Đây là cơ sở để Việt Nam tiếp tục mở rộng xuất khẩu các sản phẩm tươi cũng như các sản phẩm chế biến.

Bên cạnh nhóm hàng tươi, triển vọng đối với sản phẩm chế biến được đánh giá tích cực hơn khi doanh nghiệp ngày càng chú trọng nâng cao giá trị gia tăng và đa dạng hóa phương thức xuất khẩu. Các sản phẩm đông lạnh, sấy khô, nước ép, nước cô đặc, đóng hộp và chế biến sâu có ưu thế về thời hạn bảo quản, thuận lợi hơn trong vận chuyển đường dài và có thể đáp ứng nhu cầu của ngành chế biến thực phẩm, dịch

vụ ăn uống và hệ thống bán lẻ hiện đại tại các nước CPTPP. Việc mở rộng nhóm hàng này cũng góp phần giảm áp lực tiêu thụ trong thời gian ngắn đối với sản phẩm tươi và hạn chế tổn thất sau thu hoạch.

Về thị trường, Nhật Bản, Australia và Canada tiếp tục là những thị trường quan trọng đối với xuất khẩu rau, củ, quả của Việt Nam trong CPTPP. Trong 8 tháng đầu năm 2026, xuất khẩu sang Nhật Bản đạt 207,8 triệu USD, tăng 4,4%; Australia đạt 114,6 triệu USD, tăng 13,0%; trong khi xuất khẩu sang Malaysia tăng 36,3%, Canada tăng 27,2%, New Zealand tăng 18,2% và Mexico tăng 39,0%. Việc kim ngạch tăng tại nhiều thị trường cho thấy dư địa mở rộng thị trường trong khối còn tương đối lớn, đặc biệt đối với các sản phẩm có lợi thế về khí hậu nhiệt đới và nhóm hàng chế biến.

Đáng chú ý, thị phần của Việt Nam trong tổng nhập khẩu nhóm hàng rau, củ, quả và sản phẩm chế biến của CPTPP vẫn ở mức thấp. Trong 7 tháng đầu năm 2026, CPTPP nhập khẩu nhóm hàng này từ Việt Nam đạt khoảng 488,4 triệu USD, tăng 14,4% so với cùng kỳ năm 2025, trong khi thị phần của Việt Nam tăng từ 1,3% lên 1,4%. Khoảng cách giữa tốc độ tăng xuất khẩu của Việt Nam và mức tăng chung của thị trường cho thấy Việt Nam đang cải thiện vị trí trong cơ cấu nguồn cung, đồng thời còn dư địa để gia tăng thị phần nếu nâng cao được năng lực đáp ứng các yêu cầu của từng thị trường.

Tuy nhiên, triển vọng xuất khẩu cũng chịu tác động từ một số yếu tố. Cạnh tranh trong khối CPTPP ngày càng cao, với sự hiện diện của các nhà cung cấp lớn như Mexico, Chile, Peru, Australia và một số nước châu Á. Các doanh nghiệp Việt Nam đồng thời phải đáp ứng ngày càng nghiêm ngặt các yêu cầu về an toàn thực phẩm, kiểm dịch thực vật, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn chất lượng và quy cách đóng gói. Đối với một số thị trường như Canada, Nhật Bản, Australia và New Zealand, việc duy trì chất lượng đồng đều và nguồn cung ổn định có ý nghĩa đặc biệt quan trọng.

Lợi thế từ CPTPP tiếp tục là yếu tố hỗ trợ xuất khẩu khi nhiều sản phẩm của Việt Nam được hưởng ưu đãi thuế quan theo lộ trình cam kết. Tuy nhiên, ưu đãi thuế quan chỉ tạo lợi thế về chi phí và không thay thế được yêu cầu về chất lượng, kiểm dịch, an toàn thực phẩm hay quy tắc xuất xứ. Vì vậy, khả năng tận dụng hiệu quả CPTPP sẽ phụ thuộc ngày càng nhiều vào năng lực đáp ứng tiêu chuẩn và tổ chức chuỗi cung ứng của doanh nghiệp.

Trong thời gian tới, xuất khẩu rau, củ, quả và sản phẩm chế biến của Việt Nam sang CPTPP có khả năng tiếp tục duy trì xu hướng tăng, với động lực chủ yếu đến từ việc mở rộng thị trường tại Nhật Bản, Australia, Canada, Malaysia, Mexico và các thị trường còn dư địa tăng trưởng; đồng thời gia tăng tỷ trọng sản phẩm chế biến, đông lạnh và sấy khô. Để khai thác tốt cơ hội, doanh nghiệp cần tập trung kiểm soát dư lượng và an toàn thực phẩm ngay từ vùng nguyên liệu, phát triển vùng trồng đáp ứng tiêu chuẩn, bảo đảm nguồn cung ổn định, tăng cường liên kết với nhà nhập khẩu và đầu tư vào chế biến, bảo quản, logistics và xây dựng thương hiệu. Đây sẽ là những yếu tố quyết định khả năng duy trì tăng trưởng và nâng cao thị phần của rau, củ, quả Việt Nam tại các thị trường CPTPP trong những năm tới.