

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRUNG TÂM THÔNG TIN CÔNG NGHIỆP VÀ THƯƠNG MẠI



BÀI VIẾT
PHÂN TÍCH, ĐÁNH GIÁ TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU HẠT ĐIỀU
CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG UAE ; DUNG LƯỢNG
VÀ QUY ĐỊNH THỊ TRƯỜNG NHẬP KHẨU UAE THÁNG 7/2026 VÀ
TRIỂN VỌNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM

**Thuộc nhiệm vụ: “Thu thập, tổng hợp, phân tích và cung cấp thông tin
phục vụ triển khai Hiệp định CEPA” năm 2026**

Hà Nội, tháng 7/2026

Mục lục

I. Tổng quan xuất khẩu mặt hàng hạt điều sang UAE.....	5
1.1. Tình hình xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE	6
1.2 Đánh giá về mức độ phù hợp của mặt hàng với tiêu dùng Halal	11
II. Nhu cầu tiêu dùng của thị trường	12
2.1. Nhu cầu tiêu dùng thị trường UAE.....	12
2.2. 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	13
III. Đánh giá khả năng cạnh tranh và cơ hội.....	15
3.1. Lợi thế, hạn chế của hạt điều Việt Nam tại UAE.....	15
3.2. Dung lượng thị trường và thị phần hàng Việt Nam.....	17
3.3. Quy định, tiêu chuẩn kỹ thuật và yêu cầu Halal khi xuất khẩu hạt điều vào thị trường UAE	20
IV. Đánh giá triển vọng xuất khẩu trong thời gian tới	23
4.1. Triển vọng thị trường UAE đối với mặt hàng hạt điều Việt Nam	23
4.2. Khuyến nghị đối với công tác quản lý nhà nước.....	24
4.3. Khuyến nghị đối với doanh nghiệp xuất khẩu hạt điều.....	24
4.4. Kết luận	25

Danh mục bảng biểu

Bảng 1: Chủng loại hạt điều của Việt Nam xuất khẩu sang UAE tháng 6 và 6 tháng đầu năm 2026	8
Bảng 2: Nguồn cung cấp hạt điều vào UAE trong 5 tháng năm 2026.....	18

Danh mục biểu đồ

Biểu đồ 1: Kim ngạch xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE năm 2025-2026.....	7
Biểu đồ 2: Cơ cấu chủng loại hạt điều của Việt Nam xuất khẩu sang UAE.....	10
Biểu đồ 3: Cơ cấu nguồn cung cung cấp hạt điều cho thị trường UAE.....	19

Tóm tắt

Năm 2025, xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang thị trường UAE duy trì đà tăng trưởng tích cực, đưa UAE tiếp tục nằm trong nhóm 5 thị trường nhập khẩu hạt điều lớn nhất của Việt Nam. Theo số liệu của Cục Hải quan, trong nhóm 15 thị trường xuất khẩu chủ lực, UAE là một trong những thị trường có tốc độ tăng trưởng cao nhất, với kim ngạch tăng 22,8% so với năm 2024.

UAE hiện là một trong những thị trường trọng điểm của hạt điều Việt Nam tại khu vực Trung Đông. Nhờ vai trò là trung tâm thương mại, logistics và tái xuất hàng đầu của khu vực, nhu cầu nhập khẩu hạt điều của UAE tiếp tục duy trì ở mức cao. Theo ước tính, trong tháng 7/2026, xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE đạt khoảng 2 nghìn tấn với trị giá 14,3 triệu USD, tăng 78,1% về lượng và tăng 76,85% về trị giá so với tháng 6/2026; đồng thời tăng 33,27% về lượng và 42,42% về trị giá so với tháng 7/2025.

Về cơ cấu sản phẩm, hạt điều xuất khẩu sang UAE chủ yếu là các dòng nhân điều trắng như W240, W320, W180 cùng các sản phẩm điều rang muối. Đây tiếp tục là những chủng loại xuất khẩu chủ lực của Việt Nam trong 6 tháng đầu năm 2026. Tuy nhiên, do nhu cầu thị trường biến động và cạnh tranh gia tăng, xuất khẩu các chủng loại này đều giảm mạnh so với cùng kỳ năm 2025. Trong đó, xuất khẩu nhân điều W320 giảm 70,3%, W240 giảm 77,5% và W180 giảm 77,0% về lượng.

Xét về thị trường xuất khẩu, trong tháng 6/2026, UAE cùng với Trung Quốc, Mỹ, Hà Lan và Đức là 5 thị trường nhập khẩu hạt điều lớn nhất của Việt Nam. Việc UAE tiếp tục duy trì vị trí trong nhóm thị trường dẫn đầu cho thấy nhu cầu tiêu thụ hạt điều tại nước này ở mức cao, đồng thời khẳng định vai trò của UAE không chỉ là thị trường tiêu dùng mà còn là trung tâm phân phối và tái xuất hạt điều quan trọng sang các nước thuộc Hội đồng Hợp tác vùng Vịnh (GCC), Trung Đông và châu Phi. Đây là cơ sở thuận lợi để doanh nghiệp Việt Nam tiếp tục mở rộng thị phần và gia tăng giá trị xuất khẩu hạt điều tại khu vực trong thời gian tới.

Năm 2026, ngành điều Việt Nam đặt mục tiêu xuất khẩu khoảng 800 nghìn tấn nhân điều, đạt kim ngạch 5 tỷ USD. Trong đó, UAE tiếp tục được xác định là một trong những thị trường trọng điểm tại khu vực Trung Đông nhờ vai trò trung tâm thương mại và tái xuất của khu vực. Kim ngạch xuất khẩu hạt điều sang UAE

được kỳ vọng duy trì đà tăng trưởng tích cực, hướng tới mức khoảng 190-200 triệu USD trong năm 2026 nếu nhu cầu tại Trung Đông tiếp tục phục hồi và Hiệp định CEPA Việt Nam – UAE phát huy hiệu quả.

Trong 6 tháng đầu năm 2026, xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE đạt hơn 29 triệu USD với sản lượng khoảng 4.229 tấn, giảm 66,2% về trị giá và giảm 65,1% về lượng so với cùng kỳ năm 2025. Mặc dù kim ngạch sụt giảm mạnh do nhu cầu nhập khẩu và hoạt động tái xuất tại khu vực Trung Đông chịu tác động bởi những biến động kinh tế và địa chính trị, UAE vẫn là một trong những thị trường tiêu thụ hạt điều quan trọng nhất của Việt Nam tại khu vực này.

Trung Đông hiện chiếm khoảng 12% tổng kim ngạch xuất khẩu hạt điều của Việt Nam, trong đó UAE giữ vai trò là trung tâm thương mại và tái xuất lớn của khu vực, kết nối hàng hóa tới các thị trường GCC, Bắc Phi và Nam Á. Với lợi thế về hệ thống logistics, hạ tầng cảng biển hiện đại và nhu cầu tiêu dùng ổn định đối với các sản phẩm thực phẩm dinh dưỡng, UAE tiếp tục được đánh giá là thị trường trọng điểm và cửa ngõ chiến lược cho hạt điều Việt Nam mở rộng hiện diện tại khu vực Trung Đông trong những năm tới.

Một số yếu tố thúc đẩy xuất khẩu hạt điều Việt Nam sang UAE năm 2026 gồm: Nhu cầu tiêu dùng các loại hạt dinh dưỡng tại UAE tiếp tục tăng nhờ thu nhập cao và xu hướng tiêu dùng thực phẩm tốt cho sức khỏe. UAE là trung tâm trung chuyển hàng hóa lớn của Trung Đông, Bắc Phi và Nam Á, giúp hạt điều Việt Nam tiếp cận nhiều thị trường lân cận thông qua hoạt động tái xuất. Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Việt Nam – UAE (CEPA) được ký kết cuối năm 2024 tạo kỳ vọng giảm rào cản thương mại và mở rộng thị phần cho nông sản Việt Nam, trong đó có hạt điều.

Triển vọng xuất khẩu hạt điều sang UAE trong các năm tới được đánh giá khả quan nhờ: Quy mô dân số có thu nhập cao và lượng khách du lịch lớn tại UAE. Vai trò trung tâm logistics của Dubai đối với toàn khu vực Trung Đông. CEPA Việt Nam – UAE dự kiến giúp tăng khả năng cạnh tranh của hạt điều Việt Nam so với các đối thủ như Ấn Độ và một số nước châu Phi.

Tuy nhiên, doanh nghiệp Việt Nam cũng cần lưu ý các rủi ro từ biến động địa chính trị tại Trung Đông, chi phí logistics và cạnh tranh ngày càng gia tăng từ các nước chế biến điều khác.

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

Về cơ cấu xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất (UAE), các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang thị trường này gồm hạt điều, điện thoại, máy vi tính sản phẩm điện tử và linh kiện, giày dép, dệt may, hạt tiêu, thủy sản, giày dép, sản phẩm ngũ cốc, sản phẩm nhựa, đồ gỗ nội thất.

UAE là một trong những thị trường tiêu thụ hạt điều quan trọng của Việt Nam tại khu vực Trung Đông. Trong 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.

Trong đó, UAE là trung tâm tái xuất lớn của khu vực Trung Đông, Bắc Phi (MENA) và Nam Á, đóng vai trò cửa ngõ đưa hạt điều Việt Nam vào các thị trường lân cận.

Nhu cầu tiêu thụ hạt điều tại UAE duy trì tăng trưởng nhờ thu nhập bình quân đầu người cao, ngành du lịch – khách sạn phát triển và xu hướng tiêu dùng thực phẩm lành mạnh.

Bên cạnh đó, Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Việt Nam – UAE (CEPA) được ký kết cuối năm 2024 tạo nền tảng thuận lợi cho thương mại song phương. Theo cam kết, UAE sẽ xóa bỏ thuế quan đối với 99% dòng thuế hàng hóa xuất khẩu từ Việt Nam.

Năm 2026, xuất khẩu hạt điều sang UAE được dự báo tiếp tục tăng trưởng nhưng với tốc độ thận trọng hơn do những yếu tố thuận lợi và thách thức đan xen.

Các yếu tố hỗ trợ:

1. Hiệu ứng từ CEPA Việt Nam – UAE

Việc thực thi CEPA giúp giảm rào cản thương mại, tăng khả năng tiếp cận hệ thống phân phối hiện đại tại UAE và tạo lợi thế cạnh tranh cho hạt điều Việt Nam so với nhiều đối thủ ngoài FTA.

2. Nhu cầu tiêu dùng ổn định

Trung Đông hiện chiếm khoảng 10–12% nhu cầu tiêu thụ nhân điều toàn cầu. UAE vẫn là trung tâm thương mại và logistics lớn nhất khu vực, duy trì nhu cầu nhập khẩu cho tiêu dùng nội địa và tái xuất.

3. Vị thế dẫn đầu của Việt Nam

Việt Nam tiếp tục giữ vị trí quốc gia xuất khẩu nhân điều lớn nhất thế giới, chiếm khoảng 80% thị phần xuất khẩu toàn cầu và xuất khẩu tới hơn 110 quốc gia, vùng lãnh thổ.

Các thách thức: Bất ổn địa chính trị tại Trung Đông có thể ảnh hưởng đến nhu cầu nhập khẩu và chi phí logistics. Biến động giá nguyên liệu điều thô từ Tây Phi. Cạnh tranh gia tăng từ Ấn Độ, Bồ Đào Nha và các nước chế biến mới nổi.

Dự báo: Ngành điều Việt Nam đặt mục tiêu xuất khẩu khoảng 800.000 tấn nhân điều với kim ngạch khoảng 5 tỷ USD trong năm 2026.

Đối với riêng thị trường UAE, kim ngạch xuất khẩu hạt điều của Việt Nam năm 2026 được dự báo tăng khoảng 8–15% so với năm 2025 nhờ:

- Hiệu lực của CEPA;
- Nhu cầu tiêu dùng và tái xuất tiếp tục tăng;
- Mạng lưới phân phối của UAE mở rộng sang các nước GCC, Bắc Phi và Nam Á.

Nếu tình hình địa chính trị tại Trung Đông ổn định, UAE có khả năng tiếp tục nằm trong nhóm 5 thị trường nhập khẩu hạt điều lớn nhất của Việt Nam trong năm 2026, đồng thời là một trong những thị trường tăng trưởng nhanh nhất của ngành điều Việt Nam tại khu vực Trung Đông.

Ước tính: Ngành điều Việt Nam có thể hướng tới mục tiêu xuất khẩu sang UAE đạt khoảng 190–200 triệu USD trong năm 2026, đưa UAE trở thành cửa ngõ chiến lược cho hạt điều Việt Nam thâm nhập sâu hơn vào khu vực Trung Đông và châu Phi. (Đây là dự báo trên cơ sở xu hướng tăng trưởng thương mại song phương, hiệu ứng CEPA và diễn biến thị trường hiện nay).

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

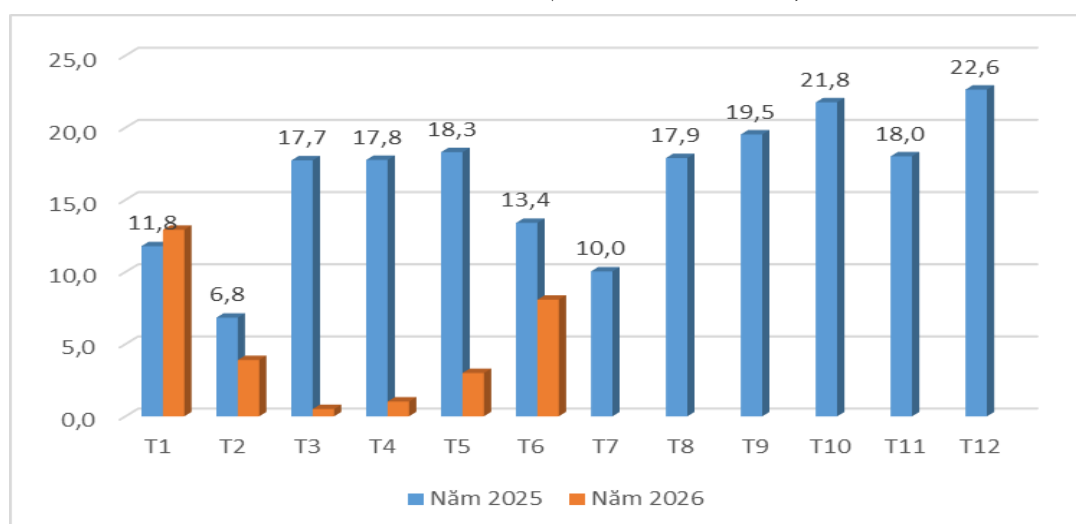
Kim ngạch xuất khẩu

Theo thống kê sơ bộ, xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE trong tháng 7/2026 đạt khoảng 2 nghìn tấn với trị giá 14,3 triệu USD, tăng 78,1% về lượng và

tăng 76,8% về trị giá so với tháng 6/2026; tăng 33,3% về lượng và tăng 42,4% về trị giá so với tháng 7/2025. Tính chung 7 tháng đầu năm 2026, xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE đạt khoảng 6,3 nghìn tấn, đạt 40,3 triệu USD, giảm 53,8% về lượng và 54,8% về trị giá so với cùng kỳ năm 2025.

Theo thống kê từ Cục Hải quan Việt Nam, xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE trong tháng 6/2026 đạt 1,17 nghìn tấn với trị giá 8,08 triệu USD, tăng 139,2% về lượng và tăng 169,6% về trị giá so với tháng 5/2026; giảm 44,0% về lượng và 39,7% về trị giá so với tháng 6/2025. Tính chung 6 tháng đầu năm 2026, xuất khẩu hạt điều của Việt Nam đạt xấp xỉ 4,23 nghìn tấn, đạt 29,03 triệu USD, giảm 65,1% về lượng và 66,2% 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

Về chủng loại xuất khẩu

Tháng 6/2026, xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE giảm mạnh so với tháng 6/2025 chủ yếu do lượng xuất khẩu các chủng loại hạt điều nhân trắng cao cấp sụt giảm, đặc biệt là các mã W320, W240 và W180. Trong đó, W320 tiếp tục là mặt hàng chịu tác động lớn nhất khi nhu cầu nhập khẩu từ UAE suy yếu và các nhà nhập khẩu có xu hướng giảm lượng tồn kho trong bối cảnh thị trường tiêu thụ chưa phục hồi hoàn toàn. Ngược lại, xuất khẩu một số chủng loại hạt điều vỡ và hạt điều dùng cho chế biến thực phẩm như mã LP (Large Pieces) và SP (Small

Pieces) lại tăng so với cùng kỳ năm trước, phản ánh xu hướng chuyển dịch sang các sản phẩm có giá thành thấp hơn để phục vụ ngành chế biến và dịch vụ ăn uống.

Lũy kế 6 tháng đầu năm 2026, hầu hết các chủng loại hạt điều chủ lực của Việt Nam xuất khẩu sang UAE đều ghi nhận mức giảm so với cùng kỳ năm 2025. Trong đó, mã W320 không chỉ là chủng loại có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất mà còn là mặt hàng giảm mạnh nhất, với lượng xuất khẩu giảm 68,4% và trị giá giảm 70,3%. Mức giảm sâu này cho thấy nhu cầu đối với phân khúc hạt điều nhân nguyên hạt cỡ trung bình tại UAE suy yếu đáng kể, đồng thời phản ánh sự cạnh tranh ngày càng lớn từ các nguồn cung khác trên thị trường.

Bên cạnh W320, xuất khẩu các chủng loại hạt điều cao cấp khác như W240 và W180 cũng giảm đáng kể trong nửa đầu năm 2026. Sự sụt giảm ở các nhóm sản phẩm này đã kéo tổng kim ngạch xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE đi xuống, cho thấy thị trường đang có xu hướng thận trọng hơn trong nhập khẩu các dòng sản phẩm giá trị cao, trong khi ưu tiên các chủng loại hạt điều vỡ hoặc sản phẩm có mức giá cạnh tranh hơn nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng và chế biến trong bối cảnh kinh tế còn nhiều biến động.

Bảng 1: Chủng loại hạt điều của Việt Nam xuất khẩu sang UAE tháng 6 và 6 tháng đầu năm 2026

Chủng loại	Tháng 6/2026		So với tháng 5/2026 (%)		So với tháng 6/2025 (%)		6 tháng năm 2026		So với 6 tháng năm 2025 (%)	
	Lượng (tấn)	Trị giá (nghìn USD)	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng (tấn)	Trị giá (nghìn USD)	Lượng	Trị giá
Tổng	1.172	8.086	139,18	169,56	-44,03	-39,69	4.229	29.038	-65,07	-66,17
W320	326	2.397	161,74	173,95	-29,61	-28,70	1.106	8.258	-68,37	-70,26
W240	162	1.254	76,22	77,64	-61,35	-62,76	642	5.392	-77,47	-77,15
LP	152	365	16,03	33,09	5,31	-31,34	518	1.307	-30,03	-41,42
W180	131	1.185	117,83	122,48	-46,13	-38,55	398	3.575	-76,97	-74,38
SP	90	653	200,00	200,00	173,76	455,32	224	1.608	355,00	864,54
Loại khác	311	2.232	492,99	465,99	-60,68	-45,56	1.340	8.899	-58,65	-50,93

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

Quy mô, tốc độ tăng trưởng

Với quy mô 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, kim ngạch xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE duy trì xu hướng tăng trưởng khá tích cực nhờ nhu cầu tiêu thụ ổn định, vai trò trung tâm tái xuất của UAE đối với khu vực Trung Đông – Bắc Phi (MENA), cùng với lợi thế cạnh tranh của hạt điều Việt Nam về chất lượng và khả năng cung ứng.

Tuy nhiên, bước sang năm 2026, xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE ghi nhận sự sụt giảm mạnh. Trong 6 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu chỉ đạt khoảng 29 triệu USD, giảm 66,2% so với cùng kỳ năm 2025; lượng xuất khẩu đạt khoảng 4.229 tấn, giảm 65,1%. Nguyên nhân chủ yếu đến từ sự suy giảm nhập khẩu đối với các chủng loại hạt điều nhân trắng nguyên hạt như W320, W240 và W180, trong khi nhu cầu đối với các sản phẩm giá trị thấp hơn như LP và SP tăng lên.

Mặc dù kết quả ngắn hạn chưa khả quan, triển vọng trung và dài hạn của thị trường UAE vẫn được đánh giá tích cực. Dân số tăng, ngành du lịch và dịch vụ ăn uống phát triển mạnh, cùng với vai trò là trung tâm phân phối hàng hóa của khu vực, tiếp tục tạo dư địa cho nhu cầu tiêu thụ hạt điều. Đặc biệt, Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Việt Nam – UAE (CEPA) được kỳ vọng sẽ tạo thuận lợi hơn cho thương mại song phương, góp phần thúc đẩy xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE phục hồi trong những năm tới.

Cơ cấu xuất khẩu hạt điều sang thị trường UAE

Trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường UAE, hạt điều là một trong những mặt hàng nông sản có giá trị xuất khẩu lớn và giữ vai trò quan trọng trong nhóm hàng nông, lâm, thủy sản. Mặc dù tỷ trọng có sự biến động qua từng năm tùy thuộc vào giá cả và nhu cầu thị trường, hạt điều luôn nằm trong nhóm các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang UAE, bên cạnh điện thoại và linh kiện, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, hàng dệt may, giày dép, hạt tiêu, cà phê và thủy sản.

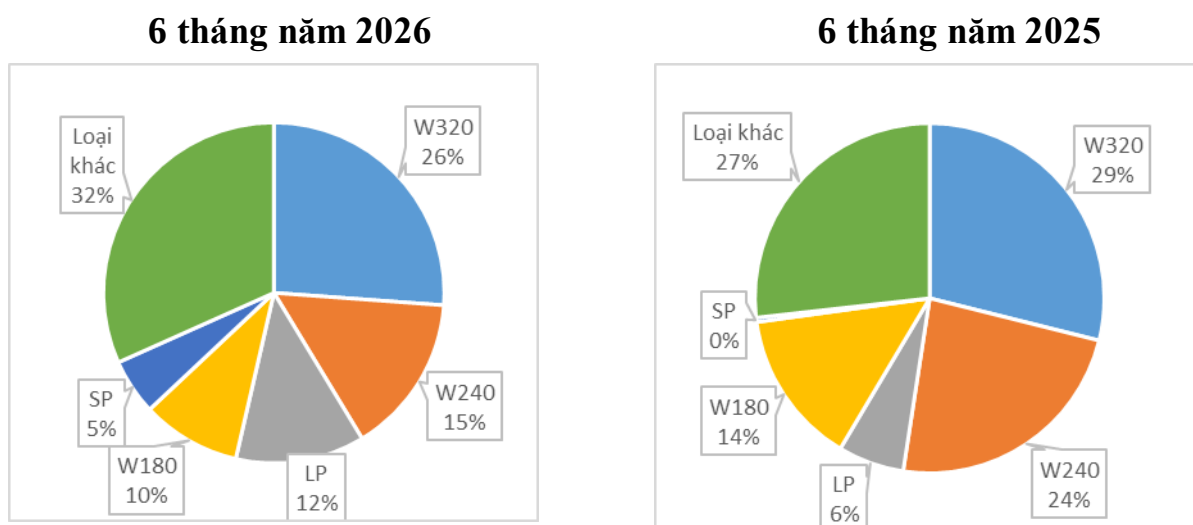
Xét riêng trong cơ cấu xuất khẩu hạt điều sang UAE, các chủng loại hạt điều nhân trắng nguyên hạt tiếp tục chiếm tỷ trọng áp đảo, trong đó mã W320 là mặt hàng xuất khẩu chủ lực và đóng góp lớn nhất vào tổng kim ngạch xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang thị trường này. Tiếp theo là các mã W240 và W180, là những dòng sản phẩm có chất lượng cao, được sử dụng rộng rãi trong ngành bán lẻ, chế biến thực phẩm và dịch vụ khách sạn – nhà hàng tại UAE.

Tuy nhiên, trong 6 tháng đầu năm 2026, cơ cấu xuất khẩu hạt điều sang UAE có sự thay đổi đáng kể. Tỷ trọng của các chủng loại nguyên hạt cao cấp như W320, W240 và W180 giảm do nhu cầu nhập khẩu suy yếu, trong khi các chủng loại hạt điều vỡ như LP (Large Pieces), SP (Small Pieces) và một số dòng hạt điều chế biến khác có xu hướng gia tăng tỷ trọng. Điều này cho thấy các nhà nhập khẩu UAE đang ưu tiên các sản phẩm có giá cạnh tranh hơn nhằm phục vụ nhu cầu chế biến thực phẩm, bánh kẹo và tái xuất sang các thị trường lân cận.

Nhìn chung, cơ cấu xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE vẫn tập trung chủ yếu vào nhóm hạt điều nhân trắng nguyên hạt, song xu hướng dịch chuyển sang các sản phẩm có giá trị thấp hơn trong năm 2026 phản ánh sự thay đổi trong nhu cầu tiêu dùng và chiến lược nhập khẩu của thị trường UAE trước những biến động của kinh tế khu vực và thế giới.

Biểu đồ 2: Cơ cấu chủng loại hạt điều của Việt Nam xuất khẩu sang UAE

(Tỷ trọng % tính theo lượng)



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

1.2 Đánh giá về mức độ phù hợp của mặt hàng với tiêu dùng Halal

Hạt điều là một trong những mặt hàng có mức độ phù hợp rất cao với phân khúc tiêu dùng Halal. Về bản chất, hạt điều là sản phẩm có nguồn gốc thực vật, không chứa các thành phần bị cấm (haram) theo quy định của Hồi giáo như thịt lợn, rượu hoặc các dẫn xuất từ động vật không được giết mổ theo nghi thức Halal. Do đó, hạt điều nhân thô hoặc hạt điều rang không sử dụng phụ gia bị hạn chế thường đáp ứng các yêu cầu cơ bản của tiêu chuẩn Halal.

Tại UAE cũng như các quốc gia thuộc Hội đồng Hợp tác Vùng Vịnh (GCC), nhu cầu tiêu thụ các sản phẩm thực phẩm có chứng nhận Halal ngày càng gia tăng không chỉ trong cộng đồng người Hồi giáo mà còn đối với nhóm người tiêu dùng quan tâm đến chất lượng, an toàn thực phẩm và khả năng truy xuất nguồn gốc. Điều này tạo ra lợi thế đáng kể cho các sản phẩm hạt điều của Việt Nam khi thâm nhập và mở rộng thị phần tại khu vực Trung Đông.

Đối với các sản phẩm hạt điều chế biến sâu như hạt điều rang muối, hạt điều tẩm gia vị, bơ điều, sữa điều hoặc các loại snack từ hạt điều, chứng nhận Halal trở thành yếu tố quan trọng nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh. Doanh nghiệp cần bảo đảm toàn bộ chuỗi sản xuất, từ nguyên liệu đầu vào, phụ gia thực phẩm, chất tạo hương vị, chất bảo quản đến quy trình chế biến, đóng gói và bảo quản đều đáp ứng các yêu cầu của tiêu chuẩn Halal. Việc đạt chứng nhận Halal không chỉ giúp tiếp cận tốt hơn thị trường UAE mà còn mở rộng cơ hội xuất khẩu sang các thị trường Hồi giáo lớn khác như Saudi Arabia, Kuwait, Qatar, Oman, Bahrain, Malaysia và Indonesia.

Ngoài ra, xu hướng tiêu dùng tại UAE đang chuyển dịch mạnh sang các sản phẩm thực phẩm lành mạnh, giàu dinh dưỡng và có nguồn gốc thực vật. Hạt điều Việt Nam có lợi thế nhờ hàm lượng protein, chất béo không bão hòa, vitamin và khoáng chất cao, phù hợp với xu hướng tiêu dùng hiện đại. Sự kết hợp giữa các yếu tố “Halal”, “healthy food”, “plant-based” và “sản phẩm tự nhiên” có thể giúp gia tăng giá trị cho sản phẩm hạt điều Việt Nam trên thị trường UAE.

Nhìn chung, hạt điều là mặt hàng có mức độ tương thích rất cao với phân khúc tiêu dùng Halal. Trong bối cảnh UAE đang phát triển thành trung tâm phân phối thực phẩm Halal của khu vực Trung Đông và châu Phi, việc đầu tư phát triển

các dòng sản phẩm hạt điều đạt chứng nhận Halal, đặc biệt là các sản phẩm chế biến sâu và đóng gói tiêu dùng trực tiếp, sẽ là hướng đi tiềm năng giúp doanh nghiệp Việt Nam nâng cao giá trị gia tăng, mở rộng thị phần và khai thác hiệu quả hơn thị trường UAE trong những năm tới.

II. Nhu cầu tiêu dùng của thị trường

2.1. Nhu cầu tiêu dùng thị trường UAE

UAE là một trong những thị trường thực phẩm Halal phát triển năng động nhất khu vực Trung Đông. Với hơn 75% dân số là người nước ngoài và phần lớn người dân theo đạo Hồi, các sản phẩm thực phẩm được chứng nhận Halal đã trở thành tiêu chuẩn phổ biến trong hệ thống bán lẻ, dịch vụ ăn uống (HORECA) và chế biến thực phẩm. Trong bối cảnh người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến sức khỏe, dinh dưỡng và nguồn gốc sản phẩm, nhu cầu đối với các loại hạt dinh dưỡng, trong đó có hạt điều, tiếp tục tăng trưởng tích cực.

Đối với hạt điều nhân trắng nguyên hạt (W320, W240, W180), đây vẫn là phân khúc tiêu dùng lớn nhất tại UAE. Sản phẩm được sử dụng rộng rãi trong tiêu dùng trực tiếp, làm quà tặng cao cấp, phục vụ các dịp lễ tôn giáo như Ramadan, Eid al-Fitr và Eid al-Adha. Người tiêu dùng UAE có xu hướng ưu tiên các loại hạt điều kích cỡ lớn, màu sắc đồng đều, chất lượng cao và được đóng gói đẹp mắt. Các sản phẩm có chứng nhận Halal kết hợp với chứng nhận an toàn thực phẩm quốc tế như HACCP, ISO 22000, BRC hoặc FSSC 22000 được đánh giá cao hơn trên thị trường.

Đối với hạt điều rang muối và hạt điều chế biến ăn liền, nhu cầu tăng nhanh nhờ xu hướng tiêu dùng thực phẩm tiện lợi. Người tiêu dùng trẻ tuổi và nhóm khách hàng có thu nhập trung bình – cao ngày càng ưa chuộng các sản phẩm snack lành mạnh thay thế đồ ăn nhẹ truyền thống. Các dòng sản phẩm Halal có hàm lượng muối thấp, không sử dụng chất bảo quản, không chứa gluten hoặc được quảng bá là thực phẩm tốt cho sức khỏe đang được thị trường đón nhận tích cực.

Đối với hạt điều tẩm gia vị và sản phẩm giá trị gia tăng, xu hướng đa dạng hóa hương vị đang ngày càng rõ nét. Các sản phẩm hạt điều tẩm mật ong, vị cay Trung Đông, thảo mộc, nghệ, za'atar hoặc các loại gia vị đặc trưng của khu vực GCC có tiềm năng phát triển tốt. Tuy nhiên, các thành phần phụ gia, hương liệu và chất tạo vị phải đáp ứng đầy đủ tiêu chuẩn Halal để phù hợp với yêu cầu của thị trường.

Đối với hạt điều vỡ (LP, SP, BB), nhu cầu chủ yếu đến từ các doanh nghiệp chế biến thực phẩm, bánh kẹo, chocolate, kem, ngũ cốc ăn sáng và các nhà sản xuất thực phẩm Halal. Phân khúc này có tốc độ tăng trưởng khá tốt do UAE đóng vai trò là trung tâm sản xuất và tái xuất thực phẩm cho toàn khu vực Trung Đông và Bắc Phi. Các doanh nghiệp chế biến thường ưu tiên nguồn cung ổn định, giá cạnh tranh và có chứng nhận Halal rõ ràng.

Đối với các sản phẩm chế biến sâu từ hạt điều, như bơ điều, sữa điều, thanh dinh dưỡng từ hạt điều và các sản phẩm thực vật thay thế sữa động vật, tiềm năng tăng trưởng được đánh giá rất lớn. Xu hướng tiêu dùng "plant-based", thuần chay, hữu cơ và thực phẩm chức năng đang phát triển mạnh tại UAE, đặc biệt trong nhóm người tiêu dùng trẻ, người nước ngoài và nhóm có thu nhập cao. Đây là phân khúc mà doanh nghiệp Việt Nam vẫn còn nhiều dư địa để khai thác.

Nhìn chung, xu hướng tiêu dùng hạt điều Halal tại UAE đang chuyển dịch từ nhập khẩu nguyên liệu đơn thuần sang các sản phẩm có giá trị gia tăng cao, bao bì hiện đại, truy xuất nguồn gốc rõ ràng và đáp ứng đồng thời các tiêu chí Halal, dinh dưỡng và bền vững. Điều này mở ra cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam không chỉ xuất khẩu hạt điều nhân truyền thống mà còn phát triển các dòng sản phẩm chế biến sâu, mang thương hiệu riêng và đạt chứng nhận Halal để gia tăng giá trị xuất khẩu trong thời gian tới.

2.2. 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

Người tiêu dùng Hồi giáo tại UAE ngày càng quan tâm không chỉ đến yếu tố Halal mà còn đến chất lượng sản phẩm, độ an toàn thực phẩm, nguồn gốc xuất xứ và tính bền vững trong toàn bộ chuỗi cung ứng. Trong bối cảnh thu nhập bình quân đầu người thuộc nhóm cao trên thế giới và nhận thức tiêu dùng ngày càng nâng cao, các tiêu chí lựa chọn thực phẩm của người tiêu dùng UAE đang tiệm cận với các tiêu chuẩn của các thị trường phát triển.

Về thị hiếu tiêu dùng, người tiêu dùng UAE có xu hướng ưa chuộng các loại hạt điều nhân nguyên hạt có kích cỡ lớn, màu sắc sáng tự nhiên, tỷ lệ hạt vỡ thấp và hương vị đồng đều. Các chủng loại cao cấp như W180, W210, W240 và W320 được sử dụng phổ biến trong tiêu dùng trực tiếp, quà tặng và phục vụ khách

sạn, nhà hàng cao cấp. Bên cạnh đó, nhu cầu đối với các sản phẩm hạt điều rang, hạt điều tẩm gia vị, sản phẩm hữu cơ (organic) và thực phẩm có nguồn gốc thực vật (plant-based) cũng đang gia tăng, đặc biệt trong nhóm người tiêu dùng trẻ và người nước ngoài sinh sống tại UAE.

Về yêu cầu chất lượng, thị trường UAE đòi hỏi sản phẩm hạt điều phải đáp ứng các tiêu chuẩn cao về an toàn thực phẩm, vệ sinh và chất lượng cảm quan. Sản phẩm phải bảo đảm không bị nhiễm nấm mốc, côn trùng, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, kim loại nặng hoặc các chất gây ô nhiễm vượt mức cho phép. Bao bì phải bảo đảm khả năng bảo quản tốt trong điều kiện khí hậu nóng và khô của Trung Đông, đồng thời cung cấp đầy đủ thông tin về thành phần, hạn sử dụng, nước xuất xứ và hướng dẫn bảo quản bằng tiếng Anh hoặc tiếng Ả Rập theo quy định của UAE.

Về truy xuất nguồn gốc, đây đang trở thành yêu cầu ngày càng quan trọng đối với các nhà nhập khẩu, hệ thống bán lẻ và người tiêu dùng UAE. Các doanh nghiệp xuất khẩu cần xây dựng hệ thống quản lý chuỗi cung ứng minh bạch, có khả năng truy xuất từ vùng nguyên liệu, cơ sở chế biến đến thành phẩm cuối cùng. Các chứng nhận quốc tế như HACCP, ISO 22000, BRCGS, FSSC 22000, GlobalG.A.P. hoặc các tiêu chuẩn liên quan đến phát triển bền vững sẽ giúp nâng cao uy tín và khả năng tiếp cận thị trường.

Về tính tuân thủ Halal, mặc dù hạt điều là sản phẩm có nguồn gốc thực vật và về cơ bản được coi là phù hợp với các nguyên tắc Halal, nhưng đối với các sản phẩm chế biến sâu, yêu cầu Halal không chỉ áp dụng cho nguyên liệu chính mà còn bao gồm toàn bộ quy trình sản xuất. Các loại gia vị, hương liệu, chất phụ gia, chất tạo màu, chất bảo quản và vật liệu tiếp xúc với thực phẩm đều phải đáp ứng các tiêu chuẩn Halal. Doanh nghiệp cũng cần bảo đảm không xảy ra hiện tượng lẫn nhiễm chéo với các nguyên liệu không Halal trong quá trình sản xuất, bảo quản và vận chuyển.

Ngoài chứng nhận Halal, người tiêu dùng UAE ngày càng quan tâm đến các giá trị bổ sung như thực phẩm tốt cho sức khỏe, thân thiện với môi trường, bao bì bền vững và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Do đó, các sản phẩm hạt điều đáp ứng đồng thời các tiêu chí Halal – An toàn thực phẩm – Truy xuất nguồn gốc – Phát triển bền vững sẽ có lợi thế cạnh tranh lớn hơn và dễ dàng thâm nhập vào các hệ thống bán lẻ hiện đại cũng như các kênh phân phối cao cấp tại UAE.

Nhìn chung, thị hiếu tiêu dùng của người Hồi giáo tại UAE đang chuyển từ việc chỉ quan tâm đến chứng nhận Halal sang yêu cầu cao hơn về chất lượng tổng thể, tính minh bạch của chuỗi cung ứng và các giá trị sức khỏe. Đây vừa là thách thức, vừa là cơ hội để ngành điều Việt Nam nâng cao chất lượng sản phẩm, phát triển thương hiệu và gia tăng giá trị xuất khẩu tại thị trường UAE trong những năm tới.

III. Đánh giá khả năng cạnh tranh và cơ hội

3.1. Lợi thế, hạn chế của hạt điều Việt Nam tại UAE

a. Lợi thế cạnh tranh của hạt điều Việt Nam

Việt Nam hiện là quốc gia chế biến và xuất khẩu hạt điều lớn nhất thế giới, chiếm tỷ trọng lớn trong thương mại hạt điều toàn cầu. Nhờ năng lực chế biến hiện đại, nguồn cung ổn định và kinh nghiệm xuất khẩu lâu năm, hạt điều Việt Nam có nhiều lợi thế cạnh tranh tại thị trường UAE.

Trước hết, chất lượng sản phẩm ổn định và đa dạng chủng loại là một trong những lợi thế nổi bật. Việt Nam có khả năng cung cấp đầy đủ các dòng sản phẩm từ hạt điều nhân trắng nguyên hạt (W180, W210, W240, W320) đến hạt điều vỡ (LP, SP, BB) và các sản phẩm chế biến sâu, đáp ứng nhu cầu đa dạng của các nhà nhập khẩu UAE.

Thứ hai, giá cả cạnh tranh nhờ quy mô sản xuất lớn và ngành công nghiệp chế biến phát triển. So với nhiều quốc gia xuất khẩu khác, doanh nghiệp Việt Nam có khả năng cung ứng khối lượng lớn với chất lượng đồng đều và giá thành hợp lý, phù hợp với cả phân khúc cao cấp và trung cấp tại UAE.

Thứ ba, uy tín của hạt điều Việt Nam đã được khẳng định trên thị trường quốc tế. Các doanh nghiệp Việt Nam đã xây dựng được mạng lưới khách hàng rộng khắp tại Trung Đông, trong đó UAE là một trong những cửa ngõ thương mại quan trọng để tái xuất sang Saudi Arabia, Kuwait, Qatar, Oman, Bahrain và các nước châu Phi.

Thứ tư, cơ hội từ Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Việt Nam – UAE (CEPA) được kỳ vọng sẽ tạo thuận lợi hơn cho thương mại song phương thông qua việc cắt giảm thuế quan, đơn giản hóa thủ tục thương mại và thúc đẩy hợp tác đầu

tư. Đây là yếu tố quan trọng giúp nâng cao khả năng cạnh tranh của hạt điều Việt Nam trong thời gian tới.

Ngoài ra, xu hướng tiêu dùng thực phẩm lành mạnh, thực phẩm có nguồn gốc thực vật và thực phẩm Halal tại UAE rất phù hợp với đặc tính của hạt điều Việt Nam, tạo điều kiện thuận lợi để mở rộng thị trường và phát triển các sản phẩm giá trị gia tăng.

b. Hạn chế và thách thức

Bên cạnh những lợi thế, hạt điều Việt Nam vẫn đối mặt với một số hạn chế tại thị trường UAE.

Trước hết, tỷ lệ sản phẩm chế biến sâu và sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam còn thấp. Phần lớn hạt điều xuất khẩu sang UAE vẫn dưới dạng nguyên liệu hoặc bán thành phẩm, trong khi giá trị gia tăng chủ yếu nằm ở các sản phẩm đóng gói tiêu dùng trực tiếp, sản phẩm cao cấp hoặc các sản phẩm phục vụ phân khúc Halal.

Thứ hai, mức độ nhận diện thương hiệu quốc gia và thương hiệu doanh nghiệp còn hạn chế. Nhiều sản phẩm hạt điều Việt Nam được nhập khẩu dưới nhãn hiệu của các nhà phân phối hoặc nhà rang xay tại UAE, khiến giá trị gia tăng chưa tương xứng với năng lực sản xuất.

Thứ ba, yêu cầu ngày càng cao về chứng nhận Halal, truy xuất nguồn gốc và phát triển bền vững đòi hỏi doanh nghiệp phải đầu tư thêm vào hệ thống quản lý chất lượng, vùng nguyên liệu và các chứng nhận quốc tế. Đây là thách thức đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Thứ tư, cạnh tranh ngày càng gia tăng từ các nước xuất khẩu khác như Ấn Độ, Bờ Biển Ngà, Tanzania và một số quốc gia châu Phi đang phát triển công nghiệp chế biến điều. Các nước này không chỉ cung cấp nguyên liệu mà còn đang từng bước nâng cao năng lực chế biến để cạnh tranh trực tiếp với Việt Nam.

c. Cơ hội thị trường trong giai đoạn tới

Triển vọng thị trường UAE đối với hạt điều Việt Nam vẫn được đánh giá tích cực nhờ một số yếu tố thuận lợi. Dân số tăng, ngành du lịch và dịch vụ ăn

uống phát triển, cùng với vai trò trung tâm thương mại và tái xuất của UAE sẽ tiếp tục thúc đẩy nhu cầu nhập khẩu hạt điều.

Đặc biệt, các phân khúc có tiềm năng tăng trưởng cao gồm:

- + Hạt điều rang, tẩm gia vị và sản phẩm snack cao cấp;
- + Hạt điều đóng gói bán lẻ mang thương hiệu Việt Nam;
- + Hạt điều hữu cơ (organic) và sản phẩm có chứng nhận bền vững;
- + Các sản phẩm đạt chứng nhận Halal phục vụ thị trường Hồi giáo;
- + Các sản phẩm chế biến sâu như bơ điều, sữa điều, thanh dinh dưỡng và thực phẩm có nguồn gốc thực vật (plant-based).

Nhìn chung, hạt điều Việt Nam có lợi thế cạnh tranh rõ rệt về chất lượng, năng lực cung ứng và giá thành tại UAE. Tuy nhiên, để nâng cao thị phần và giá trị xuất khẩu trong dài hạn, doanh nghiệp cần chuyển mạnh từ xuất khẩu nguyên liệu sang phát triển sản phẩm chế biến sâu, xây dựng thương hiệu, đáp ứng các tiêu chuẩn Halal và tận dụng hiệu quả các cơ hội từ CEPA cũng như xu hướng tiêu dùng thực phẩm lành mạnh tại khu vực Trung Đông.

3.2. Dung lượng thị trường và thị phần hàng Việt Nam

UAE là một trong những thị trường nhập khẩu và tái xuất thực phẩm lớn nhất khu vực Trung Đông. Do điều kiện tự nhiên không thuận lợi cho sản xuất nông nghiệp, khoảng 80–90% nhu cầu lương thực, thực phẩm của nước này được đáp ứng thông qua nhập khẩu. Bên cạnh nhu cầu tiêu dùng trong nước, UAE còn đóng vai trò là trung tâm logistics và tái xuất hàng hóa sang các nước thuộc Hội đồng Hợp tác vùng Vịnh (GCC), Trung Đông, Bắc Phi và Đông Phi.

Ngành điều Việt Nam tiếp tục giữ vững vị thế số một thế giới về xuất khẩu nhân điều chế biến. Năm 2025, Việt Nam xuất khẩu gần 766,6 nghìn tấn hạt điều, đạt kim ngạch kỷ lục khoảng 5,23 tỷ USD, tăng hơn 20% về giá trị so với năm 2024 nhờ giá xuất khẩu bình quân tăng lên khoảng 6.817 USD/tấn. Trong đó, UAE là một trong những thị trường nhập khẩu hạt điều quan trọng của Việt Nam tại khu vực Trung Đông. Tốc độ tăng trưởng nhập khẩu của UAE trong năm 2025 được đánh giá tích cực nhờ nhu cầu tiêu dùng gia tăng và vai trò trung chuyển hàng hóa của quốc gia này.

Bảng 2: Nguồn cung cấp hạt điều vào UAE trong 5 tháng năm 2026

Thị trường	5 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 5 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng 5 tháng năm 2026 (%)	Tỷ trọng 5 tháng năm 2025 (%)
Tổng	48.128	-58,45	100,00	100,00
Việt Nam	20.953	-71,08	43,54	62,54
Ấn Độ	20.072	-39,67	41,71	28,72
Trung Quốc	3.677	-26,97	7,64	4,35
Thổ Nhĩ Kỳ	2.284	-20,75	4,75	2,49
Mỹ	589	-44,33	1,22	0,91
Pháp	442	-46,49	0,92	0,71
Nam Phi	60	-4,76	0,12	0,05
Thái Lan	51	-80,00	0,11	0,22

Nguồn: ITC

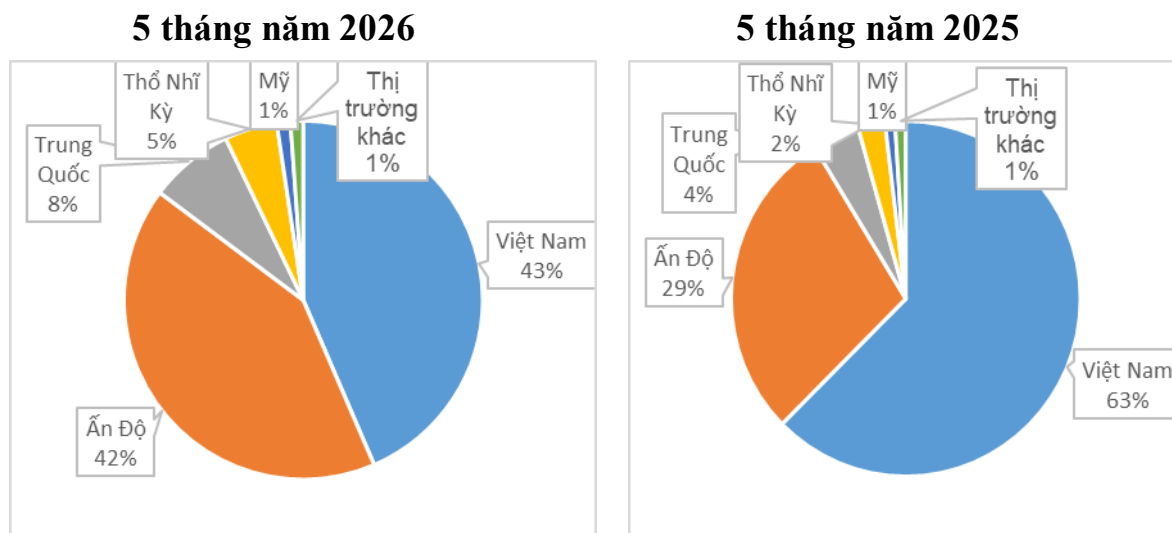
Theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), nhập khẩu hạt điều của UAE (gồm các mã HS 080131, 080132 và 200819) trong 5 tháng đầu năm 2026 đạt 48,1 triệu USD, giảm 58,5% so với cùng kỳ năm 2025. Việt Nam và Ấn Độ tiếp tục là hai nguồn cung hạt điều lớn nhất cho UAE, chiếm khoảng 85,2% tổng kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này.

Nhập khẩu hạt điều của UAE giảm mạnh từ hầu hết các nguồn cung chính trong 5 tháng đầu năm 2026. Trong đó, nhập khẩu từ Việt Nam giảm 71,1%; Ấn Độ giảm 39,7%; Trung Quốc giảm 27,0%; Thổ Nhĩ Kỳ giảm 20,8%; Mỹ giảm 44,3%; Pháp giảm 46,5%; Nam Phi giảm 4,7% và Thái Lan giảm 80,0% so với cùng kỳ năm trước.

Mặc dù kim ngạch nhập khẩu hạt điều của UAE từ Việt Nam giảm mạnh trong bối cảnh nhu cầu nhập khẩu chung của thị trường này suy giảm, Việt Nam vẫn duy trì vị trí là nhà cung cấp lớn nhất cho UAE. Điều này cho thấy hạt điều Việt Nam vẫn có lợi thế cạnh tranh nhất định về chất lượng, nguồn cung ổn định, khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn thị trường và mối liên kết thương mại lâu năm với các đối tác nhập khẩu tại UAE. Tuy nhiên, mức giảm sâu hơn mức giảm chung của thị trường cũng cho thấy các doanh nghiệp Việt Nam đang đối mặt với áp lực cạnh tranh ngày càng lớn từ các nguồn cung khác cũng như những biến động trong nhu cầu tiêu dùng và tái xuất của UAE.

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

(Tỷ trọng % tính theo trị giá)



Nguồn: ITC

Trong thời gian tới, cùng với triển vọng tăng trưởng tích cực của nền kinh tế UAE, thu nhập và sức mua của người tiêu dùng được cải thiện, nhu cầu đối với các loại hạt dinh dưỡng và thực phẩm chế biến dự kiến sẽ phục hồi. Bên cạnh đó, các cam kết trong Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Việt Nam – UAE (CEPA) sẽ tạo điều kiện thuận lợi hơn cho hàng nông sản và thực phẩm Việt Nam, trong đó có hạt điều, tiếp cận thị trường UAE. Đây là những yếu tố quan trọng mở ra dư địa để Việt Nam gia tăng xuất khẩu hạt điều, củng cố thị phần tại UAE và tận dụng vai trò trung tâm tái xuất của nước này để mở rộng hiện diện tại khu vực Trung Đông và Bắc Phi trong những năm tới.

Thị phần hạt điều 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 5 tháng đầu năm 2026, Việt Nam tiếp tục là nhà cung cấp hạt điều lớn nhất cho thị trường UAE với kim ngạch đạt 20,9 triệu USD, chiếm 43,5% tổng kim ngạch nhập khẩu hạt điều của UAE. Tuy nhiên, so với cùng kỳ năm 2025, kim ngạch nhập khẩu từ Việt Nam giảm tới 71,1%, khiến thị phần của Việt Nam thu hẹp đáng kể.

Ấn Độ là đối thủ cạnh tranh lớn nhất của Việt Nam tại UAE với kim ngạch xuất khẩu đạt 20,1 triệu USD trong 5 tháng đầu năm 2026, chiếm 41,7% thị phần.

So với Việt Nam, mức suy giảm xuất khẩu của Ấn Độ thấp hơn đáng kể (giảm 39,7%), qua đó giúp nước này gia tăng tỷ trọng trong cơ cấu nhập khẩu của UAE. Lợi thế của Ấn Độ nằm ở vị trí địa lý gần khu vực Trung Đông, chi phí logistics cạnh tranh, khả năng cung ứng các dòng sản phẩm chế biến đa dạng và mối quan hệ thương mại truyền thống với các nhà nhập khẩu tại UAE.

Ngoài Việt Nam và Ấn Độ, một số nguồn cung khác như Trung Quốc, Thổ Nhĩ Kỳ, Mỹ, Nam Phi, Pháp và Thái Lan chỉ chiếm thị phần tương đối nhỏ. Trong đó, Trung Quốc và Thổ Nhĩ Kỳ có lợi thế về mạng lưới phân phối và khả năng cung cấp các sản phẩm hạt dinh dưỡng đóng gói, chế biến sâu phục vụ phân khúc bán lẻ hiện đại. Trong khi đó, Mỹ và Pháp tập trung vào các sản phẩm cao cấp, hướng tới nhóm khách hàng có thu nhập cao tại UAE.

Mặc dù thị phần của Việt Nam vẫn ở mức cao nhất, nhưng việc kim ngạch xuất khẩu giảm mạnh hơn mức giảm chung của thị trường cho thấy sức cạnh tranh của hạt điều Việt Nam tại UAE đang chịu áp lực nhất định. Nguyên nhân có thể đến từ sự sụt giảm nhu cầu tái xuất của UAE, biến động giá hạt điều thế giới, xu hướng đa dạng hóa nguồn cung của các nhà nhập khẩu, cũng như sự cạnh tranh ngày càng gia tăng từ Ấn Độ trong phân khúc hạt điều chế biến.

Tuy vậy, Việt Nam vẫn sở hữu nhiều lợi thế cạnh tranh quan trọng như nguồn cung ổn định, năng lực chế biến lớn nhất thế giới, chất lượng sản phẩm được thị trường quốc tế công nhận, khả năng đáp ứng các đơn hàng quy mô lớn và giá cả cạnh tranh. Đặc biệt, việc Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Việt Nam – UAE (CEPA) được triển khai trong thời gian tới sẽ tạo điều kiện thuận lợi hơn cho hàng hóa Việt Nam tiếp cận thị trường UAE, góp phần củng cố vị thế của hạt điều Việt Nam trước các đối thủ cạnh tranh và mở rộng cơ hội thâm nhập sâu hơn vào chuỗi phân phối khu vực Trung Đông.

3.3. Quy định, tiêu chuẩn kỹ thuật và yêu cầu Halal khi xuất khẩu hạt điều vào thị trường UAE

a. Quy định chung về nhập khẩu thực phẩm vào UAE

UAE áp dụng hệ thống quản lý thực phẩm tương đối chặt chẽ nhằm bảo đảm an toàn thực phẩm, bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng và đáp ứng các yêu cầu của

Hội giáo đối với thực phẩm lưu thông trên thị trường. Đối với hàng thực phẩm nhập khẩu, doanh nghiệp xuất khẩu cần bảo đảm sản phẩm đáp ứng các quy định về an toàn thực phẩm, ghi nhãn, truy xuất nguồn gốc và tiêu chuẩn kỹ thuật do các cơ quan có thẩm quyền của UAE ban hành.

Đối với mặt hàng hạt điều, nhà nhập khẩu tại UAE thường yêu cầu bộ hồ sơ gồm hóa đơn thương mại, vận đơn, giấy chứng nhận xuất xứ (C/O), chứng thư kiểm dịch thực vật (nếu áp dụng), chứng nhận an toàn thực phẩm và các chứng từ liên quan đến chất lượng sản phẩm. Ngoài các yêu cầu pháp lý, nhiều hệ thống phân phối hiện đại còn yêu cầu doanh nghiệp có các chứng nhận quốc tế như HACCP, ISO 22000, BRCGS hoặc FSSC 22000.

b. Yêu cầu về tiêu chuẩn kỹ thuật và ghi nhãn

Hạt điều xuất khẩu vào UAE phải đáp ứng các yêu cầu về:

- + An toàn thực phẩm, không chứa các chất gây ô nhiễm vượt ngưỡng cho phép;
- + Kiểm soát dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, kim loại nặng, vi sinh vật và độc tố nấm mốc;
- + Bao bì phù hợp với điều kiện bảo quản và vận chuyển;
- + Thông tin ghi nhãn rõ ràng bằng tiếng Anh hoặc tiếng Ả Rập (hoặc song ngữ), bao gồm tên sản phẩm, thành phần, khối lượng tịnh, xuất xứ, ngày sản xuất, hạn sử dụng, điều kiện bảo quản và thông tin nhà sản xuất/nhập khẩu.

Xu hướng hiện nay cho thấy các nhà nhập khẩu UAE ngày càng chú trọng đến khả năng truy xuất nguồn gốc, minh bạch chuỗi cung ứng và các chứng nhận về phát triển bền vững, đặc biệt đối với các sản phẩm thực phẩm cao cấp và thực phẩm phục vụ phân khúc Halal.

c. Yêu cầu Halal đối với mặt hàng hạt điều

Đối với hạt điều nhân thô hoặc hạt điều chưa sử dụng phụ gia có nguồn gốc động vật, chứng nhận Halal hiện chưa phải là yêu cầu bắt buộc theo quy định chung của UAE. Tuy nhiên, chứng nhận Halal ngày càng được các nhà nhập khẩu,

hệ thống bán lẻ và người tiêu dùng xem là một lợi thế cạnh tranh quan trọng, đặc biệt trong các kênh phân phối thực phẩm Hồi giáo.

Đối với các sản phẩm hạt điều chế biến như hạt điều rang gia vị, hạt điều tẩm vị, bơ điều, sữa điều hoặc các sản phẩm có sử dụng phụ gia, hương liệu và chất hỗ trợ chế biến, doanh nghiệp cần chứng minh rằng toàn bộ nguyên liệu và quy trình sản xuất đáp ứng các yêu cầu Halal. UAE đặc biệt chú trọng việc kiểm soát nguồn gốc nguyên liệu, phòng ngừa lẫn nhiễm chéo với các thành phần không Halal và khả năng truy xuất trong toàn bộ chuỗi cung ứng.

d. Hệ thống tiêu chuẩn Halal của UAE

Hiện UAE áp dụng hệ thống tiêu chuẩn Halal quốc gia, trong đó các tiêu chuẩn quan trọng gồm:

- + UAE.S 2055-1: Yêu cầu chung đối với thực phẩm Halal;
- + UAE.S 2055-2: Yêu cầu đối với các tổ chức chứng nhận Halal;
- + Hệ thống quản lý và kiểm soát sản phẩm Halal do Bộ Công nghiệp và Công nghệ tiên tiến UAE (MOIAT) quản lý.

Ngoài ra, UAE vận hành Dấu chứng nhận Halal Quốc gia UAE (UAE Halal National Mark) nhằm xác nhận sản phẩm, dịch vụ hoặc hệ thống sản xuất phù hợp với các tiêu chuẩn Halal được công nhận. Việc sử dụng dấu này không bắt buộc đối với mọi sản phẩm, nhưng giúp nâng cao mức độ tin cậy và khả năng tiếp cận thị trường.

e. Khuyến nghị đối với doanh nghiệp xuất khẩu hạt điều Việt Nam

Trong bối cảnh UAE đang từng bước nâng cao yêu cầu về Halal, truy xuất nguồn gốc và an toàn thực phẩm, doanh nghiệp Việt Nam nên:

- + Chủ động xây dựng và duy trì hệ thống quản lý chất lượng theo HACCP, ISO 22000 hoặc FSSC 22000;
- + Đăng ký chứng nhận Halal từ các tổ chức được UAE công nhận, đặc biệt đối với các sản phẩm chế biến sâu;
- + Tăng cường kiểm soát nguyên liệu đầu vào, phụ gia và nguy cơ lẫn nhiễm chéo trong sản xuất;

- + Hoàn thiện hệ thống truy xuất nguồn gốc và minh bạch chuỗi cung ứng;
- + Đầu tư phát triển các dòng sản phẩm hạt điều đóng gói bán lẻ, sản phẩm dinh dưỡng và sản phẩm Halal có giá trị gia tăng cao.

Nhìn chung, mặc dù hạt điều nhân thông thường chưa thuộc nhóm bắt buộc phải có chứng nhận Halal khi nhập khẩu vào UAE, nhưng xu hướng tiêu dùng và yêu cầu từ các nhà nhập khẩu cho thấy chứng nhận Halal, cùng với các tiêu chuẩn quốc tế về an toàn thực phẩm và truy xuất nguồn gốc, đang trở thành điều kiện quan trọng để nâng cao khả năng cạnh tranh và mở rộng thị phần tại thị trường này.

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

4.1. Triển vọng thị trường UAE đối với mặt hàng hạt điều Việt Nam

Trong dài hạn, UAE tiếp tục được đánh giá là thị trường tiềm năng đối với mặt hàng hạt điều của Việt Nam nhờ quy mô nhập khẩu lớn, thu nhập bình quân đầu người cao, nhu cầu tiêu dùng thực phẩm dinh dưỡng ngày càng tăng và vai trò là trung tâm thương mại, tái xuất hàng đầu của khu vực Trung Đông – Bắc Phi (MENA). Mặc dù xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang UAE trong 6 tháng đầu năm 2026 giảm mạnh so với cùng kỳ năm trước, song đây được xem là diễn biến mang tính ngắn hạn do tác động của biến động nhu cầu thị trường, giá cả và hoạt động điều chỉnh tồn kho của các nhà nhập khẩu.

Trong bối cảnh UAE đang đẩy mạnh chiến lược phát triển nền kinh tế Halal và trở thành trung tâm phân phối thực phẩm Halal toàn cầu, nhu cầu đối với các sản phẩm hạt điều đạt chứng nhận Halal, sản phẩm dinh dưỡng, thực phẩm có nguồn gốc thực vật (plant-based) và thực phẩm chế biến sâu được dự báo sẽ tiếp tục tăng trong những năm tới.

Đặc biệt, việc triển khai Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Việt Nam – UAE (CEPA) sẽ mở ra nhiều cơ hội thuận lợi cho doanh nghiệp hai nước thông qua việc cắt giảm rào cản thương mại, tạo thuận lợi cho hoạt động xuất nhập khẩu và tăng cường kết nối chuỗi cung ứng. Đây sẽ là động lực quan trọng giúp hạt điều Việt Nam nâng cao khả năng cạnh tranh và mở rộng thị phần tại UAE cũng như các thị trường lân cận.

4.2. Khuyến nghị đối với công tác quản lý nhà nước

Các kết quả nghiên cứu và sản phẩm thông tin về thị trường UAE cần được xây dựng theo hướng phục vụ hiệu quả công tác quản lý nhà nước trong quá trình triển khai, theo dõi và đánh giá tác động của Hiệp định CEPA đối với thương mại Việt Nam – UAE nói chung và mặt hàng hạt điều nói riêng.

Cơ quan quản lý cần tiếp tục theo dõi sát diễn biến nhập khẩu hạt điều của UAE, xu hướng tiêu dùng Halal, các thay đổi về tiêu chuẩn kỹ thuật, quy định an toàn thực phẩm và yêu cầu chứng nhận Halal để kịp thời cung cấp thông tin cảnh báo cho cộng đồng doanh nghiệp. Đồng thời, cần xây dựng cơ sở dữ liệu chuyên sâu về thị trường UAE, bao gồm dữ liệu thương mại, hệ thống phân phối, đối thủ cạnh tranh, xu hướng tiêu dùng và các quy định nhập khẩu nhằm hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng chiến lược thâm nhập thị trường hiệu quả hơn.

Bên cạnh đó, cần tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại chuyên ngành, kết nối doanh nghiệp Việt Nam với các nhà nhập khẩu, hệ thống bán lẻ và trung tâm phân phối lớn tại UAE; đồng thời đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến các cam kết trong CEPA để doanh nghiệp tận dụng tốt các ưu đãi mà Hiệp định mang lại.

4.3. Khuyến nghị đối với doanh nghiệp xuất khẩu hạt điều

Doanh nghiệp cần chủ động nâng cao chất lượng sản phẩm, đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế về an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc và phát triển bền vững. Việc đầu tư xây dựng hệ thống quản lý chất lượng theo HACCP, ISO 22000, FSSC 22000, BRCS và chứng nhận Halal sẽ giúp nâng cao khả năng tiếp cận thị trường UAE.

Bên cạnh xuất khẩu hạt điều nhân truyền thống, doanh nghiệp nên đẩy mạnh phát triển các sản phẩm chế biến sâu như hạt điều rang gia vị, hạt điều đóng gói tiêu dùng, bơ điều, sữa điều và các sản phẩm dinh dưỡng từ hạt điều nhằm gia tăng giá trị xuất khẩu. Đồng thời, cần chú trọng xây dựng thương hiệu riêng, cải tiến bao bì phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng Trung Đông và mở rộng hiện diện tại các kênh bán lẻ hiện đại cũng như các nền tảng thương mại điện tử.

4.4. Kết luận

Nhìn chung, UAE vẫn là thị trường có tiềm năng lớn đối với mặt hàng hạt điều Việt Nam trong trung và dài hạn. Mặc dù thị trường đang trải qua giai đoạn điều chỉnh ngắn hạn, nhưng các yếu tố nền tảng như nhu cầu tiêu dùng ổn định, xu hướng phát triển ngành thực phẩm Halal, vai trò trung tâm tái xuất của UAE và các cơ hội từ Hiệp định CEPA sẽ tiếp tục tạo dư địa tăng trưởng cho hạt điều Việt Nam. Việc xây dựng các báo cáo, cơ sở dữ liệu và sản phẩm thông tin chuyên sâu về thị trường UAE sẽ góp phần hỗ trợ hiệu quả công tác quản lý nhà nước trong theo dõi, đánh giá tác động của Hiệp định, đồng thời giúp doanh nghiệp tận dụng tốt hơn các cơ hội mở rộng xuất khẩu sang thị trường này.

Phụ trách theo dõi nhiệm vụ

Người thực hiện

Đặng Thanh Hằng

Nguyễn Duy Tuấn