

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 hợp tác giao thương
đối với mặt hàng thuỷ sản của Việt Nam với thị trường CPTPP
trong tháng 12/2025**

THUỘC NHIỆM VỤ

**“Thu thập, tổng hợp, phân tích và cung cấp thông tin phục vụ triển khai
hiệp định CPTPP năm 2025”**

Hà Nội, 2025

MỤC LỤC

I. Tình hình xuất khẩu mặt hàng của Việt Nam sang khối thị trường CPTPP trong tháng	4
1. <i>Đánh giá tổng quan tình hình xuất khẩu mặt hàng sang thị trường CPTPP trong tháng</i>	4
2. <i>Cơ cấu thị trường xuất khẩu sang khối thị trường CPTPP trong tháng....</i>	6
3. <i>Cơ cấu chủng loại nhóm hàng xuất khẩu sang thị trường CPTPP.....</i>	10
II. Cơ hội hợp tác sản xuất, đầu tư, giao thương mặt hàng của Việt Nam với các nước thành viên CPTPP	12
III. Triển vọng và dự báo	13
1. <i>Những yếu tố tác động tiêu cực đến xuất khẩu thủy sản của Việt Nam</i>	17
2. <i>Những yếu tố tác động tích cực đến xuất khẩu thủy sản của Việt Nam</i>	18

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1: Tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang các thị trường thành viên CPTPP tháng 11 và 11 tháng đầu năm 2025	5
Bảng 2: Xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam sang các nước thành viên Hiệp định CPTPP 11 tháng năm 2025 và ước năm 2025	9
Bảng 3: So sánh lợi thế của Việt Nam với các đối thủ cạnh tranh trong xuất khẩu một số nhóm hàng thủy sản sang các nước thành viên CPTPP.....	11

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 1: Kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang các thị trường thành viên Hiệp định CPTPP giai đoạn 11 tháng năm 2019 - 2025	6
Biểu đồ 2: Xuất khẩu thủy sản sang Nhật Bản trong giai đoạn 11	7
Biểu đồ 3: Dự báo tốc độ tăng trưởng mặt hàng tôm càng toàn cầu giai đoạn 2025 - 2032	14

NỘI DUNG

I. Tình hình xuất khẩu mặt hàng của Việt Nam sang khối thị trường CPTPP trong tháng

1. *Đánh giá tổng quan tình hình xuất khẩu mặt hàng sang thị trường CPTPP trong tháng*

Xuất khẩu thủy sản Việt Nam tháng 11/2025 có dấu hiệu giảm so với tháng trước nhưng nhìn chung xuất khẩu trong cả 11 tháng năm nay vẫn khởi sắc. Tính toán từ số liệu của Cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam tháng 11/2025 giảm 14,61% so với tháng 10/2025 nhưng vẫn tăng 7,86% so với tháng 11/2024, đạt 989,8 triệu USD, nâng tổng kim ngạch xuất khẩu trong 11 tháng năm 2025 lên 10,32 tỷ USD, tăng 12,53% so với cùng kỳ năm trước.

Tôm vẫn là mặt hàng xuất khẩu chủ lực, đạt 4,3 tỷ USD trong 11 tháng đầu năm nay, tăng 21% so với 11 tháng năm ngoái, tiếp tục giữ vai trò động lực tăng trưởng chính của toàn ngành thủy sản. Xuất khẩu cá tra cũng tăng 9%, đạt 2,01 tỷ USD. Ngược lại, xuất khẩu cá ngừ giảm 5%, chỉ đạt 856 triệu USD.

Về thị trường, do thuế đối ứng (retaliatory tariffs) của Hoa Kỳ có hiệu lực từ 7/8/2025 nên kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này trong tháng 11/2025 giảm 38,67% so với tháng 10/2025 và giảm 8,64% so với tháng 11/2024 nhưng tính chung 11 tháng năm 2025 vẫn tăng 6% so với 11 tháng năm 2024. Xuất khẩu thủy sản sang Trung Quốc tiếp tục tăng khá trong tháng 11/2025, tăng 17% so với tháng 11/2024, đạt 195,87 triệu USD, đưa kim ngạch xuất khẩu mặt hàng sang Trung Quốc 11 tháng năm nay lên gần 2,08 tỷ USD, tăng 31,93% so với 11 tháng năm ngoái.

Xuất khẩu thủy sản sang riêng các thị trường thành viên Hiệp định CPTPP trong tháng 11/2025 giảm nhẹ 2,02% so với tháng 10/2025 nhưng vẫn tăng 9,85% so với tháng 11/2024 và 11 tháng năm 2025 tăng 7,23% so với cùng kỳ năm trước,

đạt 2,78 tỷ USD (chiếm 26,98% tỷ trọng trên tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng của Việt Nam).

Ước tính kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang 11 đối tác thành viên hiệp định cả năm 2025 sẽ đạt khoảng 3,07 tỷ USD, tăng 8,22% so với năm 2024.

Bảng 1: Tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang các thị trường thành viên CPTPP tháng 11 và 11 tháng đầu năm 2025

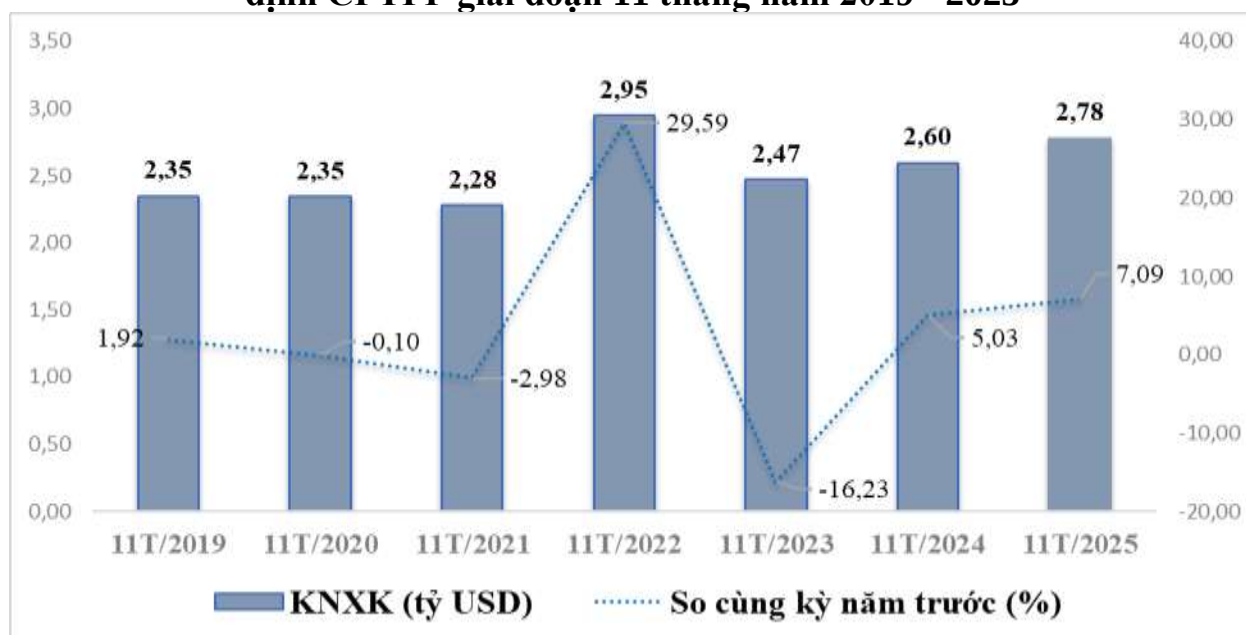
	Tháng 11/2025			11 tháng năm 2025	
	Trị giá (triệu USD)	So T10/2025 (%)	So T11/2024 (%)	Trị giá (triệu USD)	So 11T/2024 (%)
Tổng KNXK thủy sản của Việt Nam	989,8	-14,61	7,86	10.316,53	12,53
KNXK hàng thủy sản sang các thị trường thành viên CPTPP	283,9	-2,02	9,85	2.783,83	7,23
Tỷ trọng XK thủy sản sang các nước thành viên CPTPP/tổng KNXK mặt hàng của Việt Nam (%)	28,68			26,98	

Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu hải quan

Có thể thấy, để giảm áp lực từ những biến động trên thị trường thế giới nói chung và từ các thị trường truyền thống lớn nói riêng, doanh nghiệp thủy sản Việt Nam đã linh hoạt thay đổi cơ cấu thị trường xuất khẩu mặt hàng, mở rộng sang các nước thành viên Hiệp định CPTPP khi được ưu đãi theo các cam kết trong hiệp định. Thống kê từ số liệu của Cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang các quốc gia đối tác thành viên CPTPP (11 đối tác thành viên) trong 11 tháng năm 2025 tăng 20,6% so với mức 2,3 tỷ USD của cùng kỳ năm 2018 và tăng 18,3% so với mức 2,35 tỷ USD của cùng kỳ năm 2019.

Nếu so sánh 10 quốc gia thành viên CPTPP (chưa có Vương quốc Anh) thì kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang các quốc gia đối tác thành viên hiệp định 11 tháng năm 2025 tăng 23,22% so với mức 2,01 tỷ USD của cùng kỳ năm 2018 và tăng 18,8% so với mức 2,09 tỷ USD của cùng kỳ năm 2019.

Biểu đồ 1: Kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang các thị trường thành viên Hiệp định CPTPP giai đoạn 11 tháng năm 2019 - 2025



Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu hải quan

2. Cơ cấu thị trường xuất khẩu sang khối thị trường CPTPP trong tháng

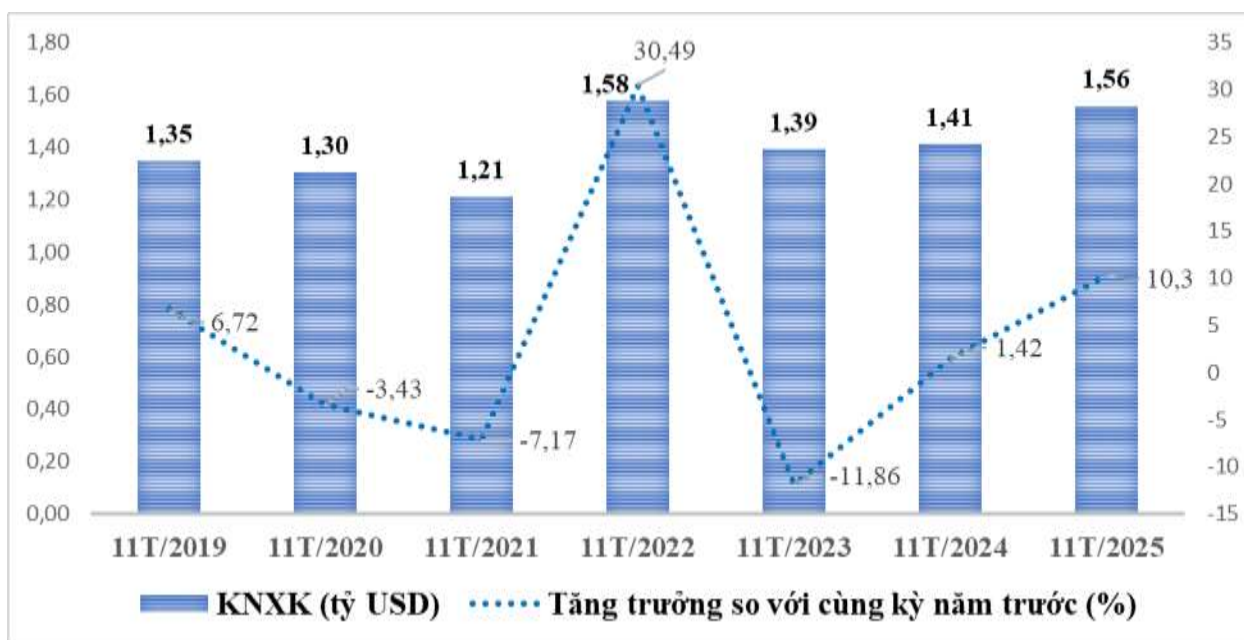
Trong báo cáo tháng 11/2025, Văn phòng Nội các Nhật Bản vẫn giữ nguyên đánh giá tổng thể tháng thứ ba liên tiếp, khẳng định trong bối cảnh tiêu dùng cá nhân và đầu tư vốn có sự khởi sắc. Ngành dịch vụ của Nhật Bản phục hồi, phần nào đã giúp xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Nhật Bản thêm thuận lợi. Không những thế, Nhật Bản còn là thị trường lớn nhất trong khối các thị trường thành viên hiệp định CPTPP đối với thủy sản Việt Nam.

Tính toán theo số liệu của Cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang Nhật Bản tháng 11/2025 đạt 161,51 triệu USD, tăng 8,97% so với tháng 11/2024 và 11 tháng năm 2025 tăng 10,3% so với cùng kỳ năm trước, đạt gần 1,56 tỷ USD,

chiếm đến 55,92% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang các nước đối tác thành viên hiệp định CPTPP của Việt Nam.

Tính từ khi tham gia hiệp định CPTPP, xuất khẩu thủy sản sang thị trường này tăng trưởng tích cực. Kim ngạch xuất khẩu thủy sản 11 tháng đầu năm 2019 (năm đầu tiên hiệp định có hiệu lực) sang Nhật Bản tăng 6,72% so với cùng kỳ năm trước đó; đến nay, sau 7 năm CPTPP chính thức có hiệu lực, kim ngạch xuất khẩu 11 tháng năm 2025 đã tăng 15,34% so với cùng kỳ năm đầu tiên 2019.

Biểu đồ 2: Xuất khẩu thủy sản sang Nhật Bản trong giai đoạn 11 tháng năm 2019-2025



Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu hải quan

Thị trường lớn tiềm năng là Vương quốc Anh, mặc dù mới tham gia hiệp định từ 15/12/2024 nhưng kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang Vương quốc Anh chiếm tới 10,71% tổng kim ngạch xuất khẩu ngành hàng sang các quốc gia thành viên hiệp định CPTPP 11 tháng năm 2025.

Tính toán theo số liệu Cục Hải quan, trị giá xuất khẩu thủy sản sang Vương quốc Anh tháng 11/2025 tăng 11,97% so với tháng 11/2024 (khi Anh chưa tham gia hiệp định), đạt 23,73 triệu USD, nâng tổng trị giá xuất khẩu thủy sản sang thị trường này 11 tháng năm nay lên 298,16 triệu USD, tăng 3,34% so với 11 tháng

năm ngoài. Ước tính xuất khẩu thủy sản sang Vương quốc Anh cả năm 2025 sẽ đạt khoảng 321,9 triệu USD, tăng 3,26% so với năm 2024.

Nhóm hàng xuất khẩu nhiều nhất sang Vương quốc Anh là nhóm động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác, đã được chế biến hoặc bảo quản có mã HS 1605, chiếm 37,66% tỷ trọng về trị giá trong cơ cấu các nhóm hàng thủy sản xuất khẩu sang thị trường này. Thứ hai là nhóm mã hàng HS 0306 chiếm khoảng 32,28% và thứ ba là nhóm mã HS 0304 chiếm khoảng 24,3%.

Đối với mã hàng HS 1605, Việt Nam hiện là nguồn lớn nhất của Vương Quốc Anh, nhưng với mã hàng 0306 thì thủy sản Việt Nam có hai đối thủ cạnh tranh rất mạnh là Ecuador và Ấn Độ. Theo số liệu của Trademap, Việt Nam là nguồn cung lớn thứ hai đối với các chủng hàng thủy sản mã HS 0306, chiếm khoảng 19,3% thị phần (tính theo tỷ trọng trong tổng nhập khẩu nhóm hàng từ các nước của Vương quốc Anh).

Đối thủ cạnh lớn nhất đối với mã hàng này tại Anh là Ecuador, chiếm 21,49% tỷ trọng. Xuất khẩu của Ecuador sang Vương quốc Anh trong vài năm gần đây tăng mạnh cả về khối lượng và trị giá. Thế mạnh của Ecuador là chuỗi giá trị nuôi trồng tập trung, năng suất cao, giúp đảm bảo nguồn hàng lớn và ổn định. Ecuador là đối thủ trong phân khúc tôm nuôi cỡ lớn/âm thực phẩm chất lượng cao, đặc biệt tại kênh bán lẻ và nhà hàng cao cấp, cạnh tranh với Việt Nam ở phân khúc giá trị trung-cao. Tuy nhiên, chi phí vận chuyển từ Nam Mỹ có thể cao hơn cho một số phân khúc so với nguồn cung ở châu Á, tùy đường biển/air freight nên doanh nghiệp Việt Nam có thể tận dụng lợi thế cạnh tranh này.

Đối thủ lớn thứ hai là Ấn Độ cũng chiếm thị phần khá cao là 15,91%. Điểm mạnh của Ấn Độ là quy mô sản xuất lớn và chi phí thấp, cung cấp khối lượng lớn tôm đông lạnh (vannamei) với giá cạnh tranh. Mạng lưới cơ sở chế biến mở rộng và đang được chấp thuận thêm nhiều cơ sở xuất khẩu (vừa được EU phê duyệt

thêm cơ sở) sẽ giúp tăng nguồn cung vào thị trường Anh. Cùng đó, thỏa thuận thương mại UK-India cũng tạo ưu đãi làm giảm thuế và tạo điều kiện mở rộng xuất khẩu sang Anh. Đây là đối thủ cạnh tranh về giá, tạo sức ép giảm giá ở phân khúc tôm đông lạnh rẻ cho thủy sản Việt Nam.

Với các thị trường thành viên khác trong hiệp định CPTPP, điểm sáng là ba thị trường Malaysia và Peru tuy chỉ giữ tỷ trọng nhỏ trong cơ cấu các thị trường xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang các nước đối tác thành viên hiệp định nhưng lại có xu hướng tăng khá. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu thủy sản tháng 11/2025 sang Malaysia tăng 28,63% so với tháng 11/2024, và sang Peru tăng 32,46%. Tính chung kim ngạch xuất khẩu thủy sản 11 tháng năm nay sang Malaysia tăng 21,91% so với cùng kỳ năm ngoái, đạt 125,34 triệu USD, chiếm 4,5% tỷ trọng; đặc biệt kim ngạch xuất khẩu mặt hàng sang Peru tuy chỉ giữ 0,4% tỷ trọng nhưng tăng 50,75% so với cùng kỳ 11 tháng năm 2024, đạt 11,24 triệu USD.

Bảng 2: Xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam sang các nước thành viên Hiệp định CPTPP 11 tháng năm 2025 và ước năm 2025

Thị trường	Tháng 11/2025			11 tháng năm 2025		Ước N2025 (triệu USD)	So N2024 (%)
	KNXK (triệu USD)	So T10/2025 (%)	So T11/2024 (%)	KNXK (triệu USD)	So 11T/2024 (%)		
<i>KNXK sang các nước thành viên CPTPP</i>	283,94	-2,02	9,85	2.783,83	7,09	3.067,77	8,22
Nhật Bản	161,51	1,2	8,97	1.556,80	10,3	1.718,31	12,14
Australia	32,90	-13,3	5,62	315,06	1,67	347,96	1,41
Anh	23,73	-2,98	11,97	298,16	3,34	321,89	3,36
Canada	26,87	5,8	2,61	250,19	-1,39	277,06	-0,45
Malaysia	12,97	-18,61	28,63	125,34	21,91	138,31	22,90

Thị trường	Tháng 11/2025			11 tháng năm 2025		Ước N2025 (triệu USD)	So N2024 (%)
	KNXK (triệu USD)	So T10/2025 (%)	So T11/2024 (%)	KNXK (triệu USD)	So 11T/2024 (%)		
Mexico	10,18	8,62	27,02	95,22	0,25	105,40	-0,07
Singapore	10,25	-10,25	10,27	93,89	11,79	104,14	9,82
New Zealand	2,40	1,92	42,61	18,57	-5,88	20,97	-2,19
Chile	1,78	-17,42	0,77	17,52	-20,35	19,31	-23,29
Pê Ru	1,04	5,33	32,46	11,24	50,75	12,28	46,93
Brunây	0,29	89,44	175,42	1,83	18,92	2,13	20,40

Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu hải quan

3. Cơ cấu chủng loại nhóm hàng xuất khẩu sang thị trường CPTPP

Tôm (gồm tôm tươi và các sản phẩm chế biến từ tôm) vẫn là nhóm hàng chủ lực có trị giá xuất khẩu cao nhất trong các nhóm hàng thủy sản xuất khẩu sang các thị trường thành viên CPTPP. Tỷ trọng về kim ngạch xuất khẩu tôm trong 11 tháng năm nay trong tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang các nước thành viên CPTPP ước giữ 35,96%, cao nhất trong cơ cấu các nhóm hàng thủy sản xuất khẩu sang các nước đối tác thành viên hiệp định.

Các sản phẩm đông lạnh là nhóm hàng có trị giá xuất khẩu cao thứ hai trong cơ cấu các nhóm hàng thủy sản xuất khẩu sang các nước thành viên CPTPP, tăng trưởng tích cực cho thấy nhu cầu của thị trường tăng khá. Kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm đông lạnh 11 tháng năm 2025 ước tăng 12% so với 11 tháng năm 2024.

Các loại cá cũng là nhóm hàng có sự tăng trưởng cao. Với các loại như cá tra và basa, cá ngừ, cá hồi, cá thu, cá saba, cá tuyết ... Trong đó, đáng kể là sự tăng trưởng mạnh của nhóm hàng cá saba dù nhóm hàng này chỉ giữ tỷ trọng nhỏ trong

cơ cấu các nhóm hàng thủy sản xuất sang 11 nước đối tác thành viên hiệp định CPTPP.

Hiện nay nhiều quốc gia cũng đang tăng cường xuất khẩu thủy sản sang các quốc gia thành viên hiệp định CPTPP. Tuy nhiên, thủy sản của Việt Nam vẫn đang chiếm nhiều lợi thế ở nhiều phân khúc và nhóm hàng thủy sản hơn.

Bảng 3: So sánh lợi thế của Việt Nam với các đối thủ cạnh tranh trong xuất khẩu một số nhóm hàng thủy sản sang các nước thành viên CPTPP

Nhóm hàng	Đối thủ cạnh tranh chính	Lợi thế của Việt Nam	Hạn chế/Thách thức so với đối thủ
Tôm (HS 0306)	Mexico, Peru	- Thuế suất ưu đãi 0% vào các thị trường lớn (Nhật Bản, Canada).	- Giá thành nuôi tôm còn cao do chi phí con giống và thức ăn.
		- Trình độ chế biến sâu dẫn đầu thế giới (tôm tẩm bột, sushi).	- Mexico có lợi thế địa lý gần thị trường Canada hơn Việt Nam.
		- Sản lượng ổn định quanh năm.	
Cá Tra (HS 0304)	Sản phẩm thay thế (Cá tuyết, cá hồi từ Chile, Canada)	- Độc quyền về nguồn cung cá tra.	- Dễ bị áp đặt các rào cản kỹ thuật khắt khe về môi trường và an toàn thực phẩm từ Australia và New Zealand.
		- Giá thành cực kỳ cạnh tranh so với các loại cá thịt trắng khác.	
		- Đã đạt nhiều chứng chỉ quốc tế (ASC, BAP).	
Cá Ngừ (HS 0304/1604)	Mexico, Chile	- Thuế suất về 0% ngay khi Hiệp định có hiệu lực hoặc lộ trình ngắn.	- Nguồn nguyên liệu khai thác trong nước chưa ổn định, phải nhập khẩu nguyên liệu để gia công.

Nhóm hàng	Đối thủ cạnh tranh chính	Lợi thế của Việt Nam	Hạn chế/Thách thức so với đối thủ
		- Đa dạng hóa sản phẩm từ đóng hộp đến loin cá ngừ đông lạnh.	- Chile có lợi thế về nguồn cá biển sâu dồi dào.
Mực & Bạch tuộc	Peru, Nhật Bản, Chile	- Kỹ năng chế biến khéo léo, đáp ứng đúng thị hiếu khắt khe của Nhật Bản.	- Peru là đối thủ cực mạnh về trữ lượng mực và bạch tuộc khai thác tự nhiên với giá rẻ.
		- Giá nhân công chế biến vẫn là một lợi thế so với các nước phát triển trong khối.	- Vấn đề thẻ vàng IUU ảnh hưởng gián tiếp đến uy tín ngành.

II. Cơ hội hợp tác sản xuất, đầu tư, giao thương mặt hàng của Việt Nam với các nước thành viên CPTPP

Triển lãm quốc tế Khoa học công nghệ thủy sản Việt Nam - VINAFIS EXPO 2026 sẽ diễn ra từ ngày 28 đến 30/4/2026 tại Trung tâm Hội chợ và Triển lãm Sài Gòn (SECC), Tp.Hồ Chí Minh.

là hội chợ triển lãm đầu tiên bao quát toàn ngành thủy sản, mở ra cơ hội giao lưu, kết nối toàn diện cho các cá nhân, doanh nghiệp trong nước và quốc tế nằm trong chuỗi giá trị ngành thủy sản, từ khai thác, nuôi trồng, dịch vụ hậu cần nghề cá đến chế biến, tiêu thụ sản phẩm, logistics. Hội chợ đánh dấu bước chuyển biến quan trọng của ngành thủy sản Việt Nam trong tiến trình hội nhập và phát triển bền vững.

Sự kiện quy tụ hơn 200 gian hàng của các tổ chức, doanh nghiệp trong nước và quốc tế, trưng bày những sản phẩm, công nghệ mới và dịch vụ trong nhiều lĩnh vực như: Nuôi trồng, khai thác, chế biến, giống, thức ăn, chế phẩm sinh học, logistics và thương mại.

Đặc biệt, 40% đơn vị tham gia VINAFIS EXPO 2026 đến từ các nước như: Philippines, Thái Lan, Indonesia, Malaysia, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc...

Điều này khẳng định vị thế ngày càng vững chắc của thủy sản Việt Nam trên bản đồ thế giới.

VINAFIS EXPO 2026 sẽ diễn ra nhiều hoạt động quan trọng, trong đó Hội thảo khoa học quốc tế tập trung vào các chủ đề nóng như: Phát triển nuôi biển bền vững, dinh dưỡng và phòng bệnh thủy sản, công nghệ chế biến - bảo quản, logistics, đổi mới sáng tạo trong chuỗi giá trị. Diễn đàn chuyên ngành tôm Việt Nam (VietShrimp Forum) và Hội thảo quốc tế về công nghệ nuôi biển (VinaMarine Aqua) hứa hẹn thu hút đông đảo chuyên gia, doanh nghiệp và nhà quản lý, bà con nông - ngư dân tham dự.

Việt Nam là một trong những quốc gia xuất khẩu thủy sản hàng đầu, có thế mạnh cả về nuôi trồng và khai thác. Tuy nhiên, chúng ta vẫn thiếu những hội chợ quy mô lớn để trình diễn công nghệ, giống như các nước Bắc Âu có Aqua Nor hay Nor-Fishing. VINAFIS EXPO 2026 chính là cơ hội để Việt Nam có một sự kiện xứng tầm, thu hút công nghệ tiên tiến trên thế giới về giới thiệu và chuyển giao ngay tại Việt Nam. Triển lãm sẽ là nơi hội tụ của các nhà khoa học, doanh nghiệp và nhà quản lý, cùng thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong lĩnh vực nuôi trồng, khai thác và bảo vệ môi trường biển.

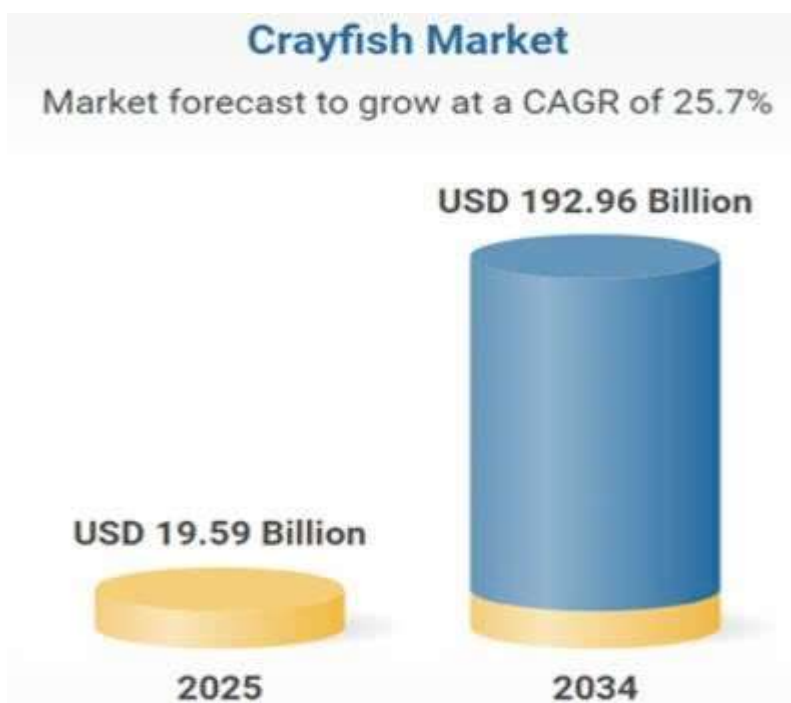
III. Triển vọng và dự báo

Thị trường tôm càng toàn cầu đang trải qua sự thay đổi đáng kể khi các yêu cầu về tính bền vững, sự dịch chuyển trong thói quen tiêu dùng và những tiến bộ công nghệ định hình lại các chiến lược tăng trưởng kinh doanh dài hạn.

Theo researchandmarkets, tôm càng đang trên đà tăng trưởng mạnh mẽ. Thị trường tôm càng toàn cầu được định giá đạt mức 19,59 tỷ USD vào năm 2024. Ngành công nghiệp này dự kiến sẽ tăng trưởng với tốc độ CAGR 25,70% trong giai đoạn dự báo 2025-2034. Thị trường tôm càng đang được thúc đẩy bởi nhu cầu ngày càng tăng của người tiêu dùng đối với hải sản bền vững, kết hợp với những cải tiến trong thực tiễn nuôi trồng thủy sản thân thiện với môi trường và những nỗ

lực bảo tồn lớn hơn, vừa giúp tôm càng có nguồn cung dồi dào vừa hỗ trợ sản xuất có đạo đức cho thị trường toàn cầu, từ đó giúp thị trường tăng trưởng và đạt mức định giá 192,96 tỷ USD vào năm 2034.

Biểu đồ 3: Dự báo tốc độ tăng trưởng mặt hàng tôm càng toàn cầu giai đoạn 2025 - 2032



Thị trường tôm càng xanh rất ổn định nhờ nhu cầu toàn cầu về hải sản tăng cao, do người tiêu dùng hiện nay đang lựa chọn thực phẩm giàu protein và bền vững. Nuôi tôm càng xanh đã phát triển mạnh mẽ vì tôm càng xanh là món ăn hảo hạng trong nhiều nền ẩm thực, đặc biệt là ở châu Âu, Bắc Mỹ và châu Á. Nhận thức ngày càng cao về những tác động tích cực đến môi trường của việc nuôi tôm càng xanh, vốn sử dụng ít nước và ít khí thải nhà kính hơn đáng kể so với chăn nuôi động vật thông thường, cũng đã thúc đẩy sự tăng trưởng nhu cầu.

Những tiến bộ công nghệ trong nuôi tôm càng xanh, như hệ thống cho ăn tự động, kỹ thuật nhân giống tốt hơn và quản lý chất lượng nước được cải thiện, đã dẫn đến hiệu quả cao hơn và năng suất cao hơn. Những phát triển này đã giúp tăng năng lực sản xuất đồng thời giảm tác động đến môi trường, tạo cơ hội cho các

doanh nghiệp trong ngành mở rộng hoạt động, từ đó thúc đẩy sự tăng trưởng của thị trường tôm càng xanh.

Ngoài ra, tôm càng xanh còn được quan tâm như một nguồn protein bền vững. Thị trường đã dần chuyển sang các phương pháp nuôi trồng thân thiện với môi trường hơn, bao gồm sử dụng năng lượng tái tạo và tối ưu hóa công thức thức ăn. Thêm vào đó, nuôi tôm càng xanh đã tạo ra cơ hội mở rộng toàn cầu thông qua phát triển tại các thị trường mới nổi.

Các xu hướng như đa dạng hóa sản phẩm, trong đó tôm càng được sử dụng dưới dạng đông lạnh, chế biến và ăn liền, cùng với sự xuất hiện của bán lẻ hải sản trực tuyến, cho thấy sự thay đổi về sở thích của người tiêu dùng và động lực thị trường, điều này sẽ tiếp tục thúc đẩy sự tăng trưởng của thị trường.

Tính chất theo mùa của nguồn cung tôm càng đã thúc đẩy nhu cầu về tôm càng chế biến và đóng gói, đặc biệt là từ các quốc gia không sản xuất, do đó, hỗ trợ sự tăng trưởng của thị trường tôm càng. Người tiêu dùng chỉ thích phần thịt bụng và đuôi của tôm càng, phần còn lại bị vứt bỏ như chất thải, ảnh hưởng đến nhu cầu về tôm càng. Người tiêu dùng ưa chuộng tôm càng đóng gói và chế biến để tránh phải xử lý chất thải phát sinh và giảm bớt công sức cần thiết trong quá trình chế biến. Nhu cầu ngày càng tăng đối với tôm càng chế biến và đóng gói cùng với nhận thức về sức khỏe ngày càng cao của người tiêu dùng được xác định là những xu hướng thị trường quan trọng sẽ thúc đẩy sự mở rộng thị trường tôm càng trong giai đoạn dự báo.

Thị trường tôm càng toàn cầu đã phải đối mặt với những thách thức như đánh bắt quá mức, phá hủy môi trường sống và cạnh tranh từ các loài xâm lấn. Các công ty đã phản ứng bằng cách áp dụng phương pháp thu hoạch có trách nhiệm và thiết lập nuôi trồng thủy sản để đảm bảo nguồn cung bền vững, hạn chế sự tăng trưởng của thị trường tôm càng. Những quy định nghiêm ngặt này, cùng với các hoạt động hợp tác với các tổ chức bảo tồn, đã dẫn đến việc tái tạo môi trường sống và bảo vệ

các loài bản địa. Hơn nữa, giáo dục về tính bền vững cho người tiêu dùng cũng đã thúc đẩy tiêu dùng có trách nhiệm. Điều này đã giúp ổn định các lực lượng thị trường của các công ty, đồng thời khởi xướng các hoạt động bảo tồn môi trường và đảm bảo tính khả thi lâu dài cho ngành công nghiệp.

Ngành công nghiệp tôm càng không chỉ giới hạn ở Bắc Mỹ và châu Âu; các thị trường mới nổi khác hiện đang bắt đầu phát triển. Trong số các thị trường mới nổi đó, người dân ở các nước như Trung Quốc và Ấn Độ gần đây đã đạt được tầng lớp trung lưu với thu nhập khả dụng cao hơn, điều này làm tăng sự quan tâm của họ đối với các sản phẩm hải sản chất lượng cao, bao gồm cả tôm càng. Vì các nước đang phát triển này hiện đang tìm cách đa dạng hóa nguồn cung hải sản của mình, họ coi tôm càng là một lựa chọn giàu protein lý tưởng. Ví dụ, tôm càng hiện nay rất được ưa chuộng trong ẩm thực Trung Quốc, nơi nó thường được chế biến theo kiểu lẩu hoặc xào. Điều đó tạo ra nhiều cơ hội hơn cho các nhà sản xuất tôm càng, những người có thể mở rộng phạm vi hoạt động của mình sang các thị trường này.

Nhu cầu về hải sản có nguồn gốc bền vững là một trong những cơ hội tiềm năng quan trọng của thị trường tôm càng. Theo thời gian, người tiêu dùng sẽ ngày càng lựa chọn các sản phẩm mà họ cho là "xanh" và "có nguồn gốc có trách nhiệm". Do đó, các doanh nghiệp sẽ hưởng lợi từ xu hướng này bằng cách tập trung vào nuôi trồng thủy sản bền vững và chuỗi cung ứng mở. Thêm vào đó, tiêu thụ tôm càng sẽ tăng trưởng mạnh hơn ở các thị trường mới nổi. Vì vậy, tiềm năng tăng trưởng lớn hơn có thể đến từ các khu vực đang phát triển. Do đó, sự đổi mới về bản thân sản phẩm - thông qua các sản phẩm chế biến sẵn hoặc sản phẩm giá trị gia tăng như tôm càng - có thể thu hút người tiêu dùng quan tâm đến sức khỏe và đa dạng hóa phạm vi thị trường.

Nhu cầu thị trường về chế độ ăn uống lành mạnh giàu protein đang được chú ý nhiều hơn hiện nay. Tôm càng rất ít chất béo và chứa đầy đủ các chất dinh dưỡng thiết yếu. Việc ngày càng tập trung vào nguồn cung ứng bền vững và có đạo đức

cũng là một lý do, từ đó thúc đẩy động lực và xu hướng thị trường tôm càng. Mọi người sẵn sàng mua những sản phẩm được khai thác có trách nhiệm và không gây hại cho môi trường. Điều này buộc các công ty phải thay đổi phương thức sản xuất và chiến lược tiếp thị để theo kịp với sự thay đổi giá trị của người tiêu dùng và sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp.

1. Những yếu tố tác động tiêu cực đến xuất khẩu thủy sản của Việt Nam

Đến năm 2026, các thị trường phát triển trong khối CPTPP như Canada, Australia và đặc biệt là Vương quốc Anh (thành viên mới) sẽ áp dụng các tiêu chuẩn bền vững ở mức cao nhất. Các sản phẩm thủy sản có chuỗi cung ứng gây phát thải cao hoặc tác động xấu đến hệ sinh thái rừng ngập mặn sẽ bị áp thuế bổ sung hoặc hạn chế nhập khẩu.

Cùng đó, xu hướng tiêu dùng tại Nhật Bản và Australia bắt đầu khắt khe hơn với quy trình nuôi trồng và đánh bắt nhân đạo, điều mà nhiều cơ sở chăn nuôi nhỏ lẻ tại Việt Nam chưa đáp ứng kịp.

Chi phí sản xuất và áp lực lạm phát đầu vào là yếu tố trực tiếp làm giảm lợi thế về giá của thủy sản Việt Nam. Về chi phí thức ăn và con giống, Việt Nam vẫn phụ thuộc lớn vào nguyên liệu nhập khẩu cho thức ăn chăn nuôi. Biến động địa chính trị toàn cầu năm 2026 có thể đẩy giá thức ăn và các loại chế phẩm sinh học lên cao. Về chi phí logistics, giá cước vận tải biển (đặc biệt là vận tải lạnh) dự báo vẫn ở mức cao do biến động giá nhiên liệu và các quy định về nhiên liệu xanh cho tàu biển.

Ngoài ra, Chile và Peru có lợi thế tuyệt đối về nguồn cung thủy hải sản đánh bắt tự nhiên với giá rẻ hơn. Trong khi đó, Ecuador (đối thủ lớn nhất về tôm) đang nỗ lực đàm phán để gia nhập hoặc ký các thỏa thuận tương tự CPTPP, đe dọa trực tiếp đến thị phần tôm phi lê của Việt Nam. Các nước như Ấn Độ và Indonesia đang đầu tư mạnh mẽ vào công nghệ nuôi tôm thâm canh và chế biến sâu, thu hẹp dần khoảng cách về trình độ kỹ thuật vốn là thế mạnh bấy lâu nay của Việt Nam.

Đáng kể, Đồng bằng sông Cửu Long – "vựa" thủy sản của cả nước – dự báo sẽ đối mặt với tình trạng xâm nhập mặn và hạn hán nghiêm trọng hơn vào năm 2026. Điều này không chỉ làm giảm sản lượng mà còn làm tăng nguy cơ bùng phát các loại dịch bệnh mới trên tôm và cá tra.

Ngoài ra, khi xuất khẩu của Việt Nam vào các nước thành viên CPTPP tăng trưởng nhanh, rủi ro bị điều tra chống bán phá giá hoặc thuế tự vệ cũng tăng theo.

2. Những yếu tố tác động tích cực đến xuất khẩu thủy sản của Việt Nam

- Đến năm 2026, Hiệp định CPTPP đã đi vào thực thi được 7 năm. Đây là giai đoạn quan trọng vì:

- Thuế suất tiệm cận mức 0%: Hầu hết các dòng thuế cho thủy sản (tôm, cá tra, mực, bạch tuộc) sang các thị trường khó tính như Nhật Bản, Canada, Australia sẽ hoàn tất lộ trình giảm thuế hoặc giữ ở mức 0%. Điều này tạo ra lợi thế cạnh tranh về giá tuyệt đối so với các đối thủ ngoài khối như Ấn Độ, Thái Lan hay Trung Quốc.

- Tận dụng quy tắc xuất xứ nội khối: Việc kết nối chuỗi cung ứng với các nước thành viên (như nhập nguyên liệu từ Chile/Peru để chế biến tại Việt Nam và xuất sang Nhật) sẽ trở nên thuận thực hơn, giúp tối ưu hóa giá trị gia tăng.

- Năm 2026 sẽ là năm mà các ưu đãi của UK trong khối CPTPP được vận hành tốt:

- Thị trường tiêu thụ lớn: UK là quốc gia tiêu thụ thủy sản hàng đầu châu Âu. Việc UK trở thành thành viên CPTPP giúp thủy sản Việt Nam không chỉ hưởng lợi từ FTA song phương (UKVFTA) mà còn có thêm các cơ chế linh hoạt về quy tắc xuất xứ nội khối.

- Nhu cầu sản phẩm tiện lợi: Người tiêu dùng Anh rất ưa chuộng các sản phẩm tôm chế biến sâu và cá trắng phi lê – vốn là thế mạnh số 1 của Việt Nam.

- Đặc biệt, từ ngày 15/12/2025, các hoạt động chế biến thủy sản đã chính thức được công nhận và hưởng ưu đãi miễn thuế thu nhập doanh nghiệp. Chính

phủ vừa ban hành Nghị định số 320/2025/NĐ-CP ngày 15/12/2025 quy định chi tiết một số điều và biện pháp để tổ chức, hướng dẫn thi hành Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp. Tại Điều 4 của Nghị định 320, thu nhập từ hoạt động đánh bắt hải sản được miễn thuế. Bên cạnh đó, thu nhập của doanh nghiệp từ sản xuất các sản phẩm cây trồng, rừng trồng, chăn nuôi, thủy sản nuôi trồng, chế biến nông sản, thủy sản cũng thuộc diện được miễn thuế nếu hoạt động được thực hiện tại địa bàn có điều kiện kinh tế - xã hội đặc biệt khó khăn.

Quy định này cũng áp dụng đối với doanh nghiệp, hợp tác xã và liên hiệp hợp tác xã hoạt động trong các lĩnh vực nêu trên, bao gồm cả trường hợp mua sản phẩm nông sản, thủy sản về để chế biến, thuê gia công hoặc nhận gia công chế biến. Ngoài ra, thu nhập từ sản xuất muối của hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã cũng được miễn thuế theo quy định.

Thu nhập được miễn thuế là thu nhập từ các sản phẩm do doanh nghiệp, hợp tác xã và liên hiệp hợp tác xã tự trồng, tự nuôi, tự khai thác, bao gồm cả thu nhập từ việc thanh lý sản phẩm, bán phế liệu, phế phẩm phát sinh từ quá trình sản xuất, cũng như thu nhập từ sản phẩm sau khi chỉ qua sơ chế thông thường.

Việc xác định sản phẩm thuộc diện được miễn thuế căn cứ theo mã ngành kinh tế cấp 1 của ngành nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản trong Hệ thống ngành kinh tế Việt Nam.

Nghị định cũng làm rõ, sản phẩm tươi sống được đông lạnh ở mức từ âm 18 độ C trở lên (lạnh hơn), sản phẩm chế biến từ sản phẩm tươi sống thành sản phẩm chín, hoặc sản phẩm chế biến có pha trộn gia vị, phụ liệu để tạo ra hàng hóa giá trị gia tăng đều được coi là sản phẩm đã qua chế biến. Doanh nghiệp phải xác định riêng phần thu nhập từ các sản phẩm chế biến này để làm căn cứ áp dụng chính sách miễn thuế thu nhập doanh nghiệp.

Không chỉ hoạt động sản xuất, nhiều dịch vụ kỹ thuật trực tiếp phục vụ nông nghiệp cũng được miễn thuế thu nhập doanh nghiệp. Các dịch vụ này bao gồm tưới, tiêu nước; thoát lũ, ngăn lũ, ngăn triều cường, ngăn mặn; rửa mặn, rửa phèn,

giữ ngọt; cày, bừa đất; nạo vét kênh, mương nội đồng; phòng trừ sâu bệnh cho cây trồng, vật nuôi; và dịch vụ thu hoạch sản phẩm nông nghiệp.

Với việc mở rộng diện miễn thuế thu nhập doanh nghiệp cho sản xuất và dịch vụ nông nghiệp, Nghị định 320 được kỳ vọng sẽ góp phần giảm chi phí cho doanh nghiệp, hợp tác xã, khuyến khích đầu tư vào lĩnh vực nông nghiệp, nhất là ở khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa và địa bàn đặc biệt khó khăn.