

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

BÀI VIẾT
TỔNG HỢP, PHÂN TÍCH, ĐÁNH GIÁ TÌNH HÌNH THỰC THI
HIỆP ĐỊNH EVFTA TRONG HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU RAU
QUẢ CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG EU TRONG 9 THÁNG
ĐẦU NĂM 2025

THUỘC NHIỆM VỤ
Thu thập, tổng hợp, phân tích và cung cấp thông tin phục vụ triển khai
hiệp định EVFTA
Năm 2025

Hà Nội, 2025

MỤC LỤC

I. TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU RAU QUẢ CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG EU TRONG THỰC THI EVFTA, 9 THÁNG ĐẦU NĂM 2025	6
1. Tổng quan tình hình xuất khẩu rau quả sang thị trường EU.....	6
2. Cơ cấu thị trường trong EVFTA theo kim ngạch xuất khẩu rau quả từ Việt Nam	7
3. Cơ cấu chủng loại mặt hàng rau quả xuất khẩu sang thị trường các thành viên EVFTA	10
4. Một số đánh giá về tác động của hiệp định EVFTA đến xuất khẩu rau quả của Việt Nam	13
5. Đánh giá về sức cạnh tranh của mặt hàng rau quả Việt Nam tại thị trường EU	15
5.1. Nhập khẩu mặt hàng quả và quả hạch (mã HS 08) vào EU và vị trí của Việt Nam trong danh mục các nguồn cung ứng.....	17
5.2. Nhập khẩu mặt hàng rau quả chế biến (mã HS 20) vào EU và vị trí của Việt Nam trong danh mục các nguồn cung ứng.....	20
II. CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN XUẤT KHẨU RAU QUẢ TRONG THỰC THI EVFTA	23
1. Các yếu tố tác động từ thị trường thế giới và thị trường EU	23
2. Các yếu tố tác động từ thị trường Việt Nam.....	25
III. ĐÁNH GIÁ TRIỂN VỌNG VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP	26
1. Dự báo xu hướng.....	26
2. Một số khuyến nghị.....	27

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 1: Cơ cấu thị trường thành viên trong xuất khẩu rau quả từ Việt Nam sang EU trong 9 tháng đầu năm 2025	10
Biểu đồ 2: Chứng loại rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang EU trong 9 tháng năm 2025 (<i>% tính theo trị giá</i>)	13
Biểu đồ 3: Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường EVFTA 9 tháng đầu năm 2020 - 2025.....	14
Biểu đồ 4: Kim ngạch nhập khẩu của mặt hàng quả và quả hạch (mã HS 08) của thị trường EU qua các tháng.....	20
Biểu đồ 5: Kim ngạch nhập khẩu mặt hàng rau quả chế biến (mã HS 20) của thị trường EU qua các tháng.....	22

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1: Xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang các thị trường thành viên Hiệp định EVFTA và tổng xuất khẩu ra thế giới.....	6
Bảng 2: Thị trường xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang các thành viên Hiệp định EVFTA trong 9 tháng đầu năm 2025.....	8
Bảng 3: Cơ cấu chứng loại rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang EU trong 9 tháng năm 2025 (<i>% tính theo trị giá</i>)	11
Bảng 4: Nhóm các thị trường xuất khẩu mặt hàng rau quả (mã HS 08, 20) lớn nhất vào thị trường EU trong 7 tháng đầu năm 2025	16
Bảng 5: Nhóm các thị trường xuất khẩu mặt hàng rau quả (mã HS 08) lớn nhất vào thị trường EU trong 7 tháng đầu năm 2025.....	18
Bảng 6: Nhóm các thị trường xuất khẩu mặt hàng rau quả (mã HS 20) lớn nhất vào thị trường EU trong 7 tháng đầu năm 2025.....	21

TÓM TẮT NỘI DUNG

Theo số liệu từ Cục Hải quan Việt Nam, trong tháng 9/2025, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang các thị trường thành viên Hiệp định EVFTA đạt 36,61 triệu USD, giảm 19,49% so với tháng trước nhưng vẫn tăng mạnh tới 130,14% so với cùng kỳ năm 2024. Mặc dù kim ngạch trong tháng có xu hướng điều chỉnh giảm sau nhiều tháng tăng trưởng, song kết quả này vẫn cho thấy xu hướng tích cực của xuất khẩu rau quả Việt Nam vào thị trường EU. Tính chung 9 tháng đầu năm 2025, kim ngạch đạt 364,85 triệu USD, tăng 58,15% so với cùng kỳ năm trước, cho thấy nông sản Việt Nam, đặc biệt là nhóm hàng rau quả đang tận dụng hiệu quả các ưu đãi thuế quan và cơ hội tiếp cận thị trường từ EVFTA.

Trong cơ cấu thị trường, Hà Lan tiếp tục là điểm đến lớn nhất, đóng vai trò cửa ngõ quan trọng đưa rau quả Việt Nam vào hệ thống phân phối rộng khắp châu Âu. Xuất khẩu rau quả sang Hà Lan trong tháng 9/2025 đạt 13,15 triệu USD, giảm 10,92% so với tháng trước nhưng vẫn tăng 139,36% so với cùng kỳ. Lũy kế 9 tháng đầu năm 2025, kim ngạch đạt 123,36 triệu USD, tăng 45,12% so với cùng kỳ và chiếm tới 33,81% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả sang khối EVFTA. Tuy nhiên, tỷ trọng này đã giảm nhẹ so với mức 36,85% của năm trước, phần nào cho thấy xu hướng đa dạng hóa thị trường của các doanh nghiệp Việt Nam.

Theo số liệu thống kê từ Hải quan Việt Nam, trong 9 tháng đầu năm 2025, cơ cấu chủng loại rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU đã có sự chuyển biến đáng chú ý, cho thấy xu hướng gia tăng tỷ trọng của nhóm hàng có giá trị gia tăng cao. Đáng chú ý nhất là nhóm rau quả chế biến, lần đầu tiên trong năm nay vươn lên trở thành mặt hàng xuất khẩu chủ lực sang EU. Trong tháng 9/2025, kim ngạch xuất khẩu nhóm này đạt 19,72 triệu USD, tuy giảm 19,72% so với tháng trước nhưng vẫn tăng mạnh tới 187,97% so với cùng kỳ năm 2024. Tính chung 9 tháng đầu năm, xuất khẩu rau quả chế biến đạt 173,72 triệu USD, tăng tới 66,27% so với cùng kỳ và chiếm tỷ trọng 47,61% trong tổng kim ngạch rau quả xuất khẩu sang EU, cao hơn mức 45,29% của cùng kỳ năm trước. So với 8 tháng đầu năm, tỷ trọng nhóm này tăng và đã vượt qua nhóm quả và quả hạch để trở thành mặt hàng chiếm tỷ trọng lớn nhất, cho thấy sự dịch chuyển từ xuất khẩu thô sang xuất khẩu sản phẩm qua chế biến sâu, phù hợp với định hướng nâng cao giá trị gia tăng trong xuất khẩu nông sản.

Hiệp định EVFTA đã mang lại những tác động rõ nét và tích cực đối với xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường EU trong giai đoạn 9 tháng đầu năm 2025. Kể từ khi hiệp định có hiệu lực, kim ngạch xuất khẩu rau quả Việt Nam sang EU liên tục tăng trưởng mạnh mẽ, cho thấy các ưu đãi thuế quan cùng với những nỗ lực tuân thủ quy định, tiêu chuẩn kỹ thuật,

gây dựng thương hiệu từ phía doanh nghiệp Việt Nam đã dần phát huy hiệu quả. Nếu như 9 tháng đầu năm 2020, kim ngạch xuất khẩu chỉ đạt 103,83 triệu USD, thì đến năm 2023 con số này đã tăng lên 179,97 triệu USD, và đặc biệt trong 9 tháng đầu năm 2025 đã đạt tới 269,03 triệu USD, gấp hơn 2,5 lần so với thời điểm trước khi EVFTA được triển khai.

Xét về năng lực cạnh tranh của rau quả Việt Nam tại thị trường EU và dư địa còn có thể khai thác: Theo số liệu thống kê của ITC đến tháng 7/2025, Việt Nam hiện đứng thứ 17 trong danh sách các quốc gia cung ứng mặt hàng quả và quả hạch (mã HS 08) cho thị trường EU, với kim ngạch 682,42 triệu USD, tăng 30,75% so với cùng kỳ năm trước và chiếm 1,61% tổng nhập khẩu của khối, tăng so với mức 1,47% cùng kỳ năm 2024. Đối với nhóm hàng rau quả chế biến (mã HS 20), Việt Nam cũng có bước tiến ấn tượng khi vươn lên vị trí thứ 17, với kim ngạch 135,64 triệu USD, tăng 49,55% so với cùng kỳ và chiếm 0,61% tổng nhập khẩu của EU, vượt qua nhiều đối thủ trong khu vực như Thái Lan. Tính gộp hai nhóm hàng chính là HS 08 và HS 20, Việt Nam đang nằm trong nhóm 20 quốc gia cung ứng rau quả lớn nhất cho EU, cho thấy xu hướng gia tăng thị phần và năng lực cạnh tranh của ngành nông sản Việt Nam tại thị trường này.

Dự báo, trong những tháng còn lại của năm 2025, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường EU sẽ tiếp tục xu hướng tăng trưởng ổn định, dù có thể chịu tác động đan xen từ các yếu tố mùa vụ, biến động kinh tế và yêu cầu kỹ thuật ngày càng khắt khe của khối này. Thông thường, giai đoạn cuối năm là thời điểm nhu cầu nhập khẩu rau quả tại EU tăng cao, nhằm phục vụ cho mùa lễ hội, Giáng sinh và năm mới. Đây chính là thời điểm để rau quả Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu, đặc biệt là các mặt hàng trái cây nhiệt đới có giá trị cao như thanh long, chuối, xoài, dứa, sầu riêng và hạt điều chế biến. Dựa trên đà tăng trưởng của 9 tháng đầu năm 2025 và các yếu tố thuận lợi từ EVFTA, dự báo xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang EU trong cả năm 2025 sẽ tiếp tục tăng trưởng khả quan.

NỘI DUNG CHI TIẾT

I. TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU RAU QUẢ CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG EU TRONG THỰC THI EVFTA, 9 THÁNG ĐẦU NĂM 2025

1. Tổng quan tình hình xuất khẩu rau quả sang thị trường EU

Theo số liệu của Cục Hải quan Việt Nam, trong tháng 9/2025, xuất khẩu rau quả của Việt Nam ra thế giới đạt 1,3 tỷ USD, tăng 38,02% so với tháng trước và tăng tới 43,12% so với cùng kỳ năm 2024. Tính chung 9 tháng đầu năm 2025, kim ngạch xuất khẩu rau quả đạt 6,13 tỷ USD, tăng 8,69% so với cùng kỳ, cho thấy xu hướng tăng trưởng ổn định và bền vững.

Đáng chú ý, thị trường EU là thị trường khó tính với những tiêu chuẩn nghiêm ngặt về chất lượng và an toàn thực phẩm lại ghi nhận bước cải thiện rõ rệt trong tỷ trọng nhập khẩu rau quả từ Việt Nam. Cụ thể, tỷ trọng xuất khẩu sang EU trong cơ cấu xuất khẩu rau quả của Việt Nam đạt 5,95% trong 9 tháng đầu năm 2025, tăng đáng kể so với mức 4,09% của cùng kỳ năm trước. Con số này không chỉ thể hiện nỗ lực mở rộng thị trường của doanh nghiệp Việt Nam mà còn cho thấy sự thích ứng ngày càng tốt với các yêu cầu khắt khe về truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn môi trường và chứng nhận chất lượng mà EU đặt ra.

Sự gia tăng tỷ trọng này mang nhiều ý nghĩa chiến lược. Một mặt, nó cho thấy EU đang trở thành đối tác thương mại ngày càng quan trọng trong bức tranh xuất khẩu rau quả của Việt Nam, giúp giảm dần sự phụ thuộc vào các thị trường truyền thống như Trung Quốc hay Đông Bắc Á. Mặt khác, đây cũng là tín hiệu tích cực về khả năng nâng tầm giá trị của nông sản Việt khi thâm nhập được vào những thị trường cao cấp, góp phần thúc đẩy chuyển đổi cơ cấu sản phẩm từ xuất khẩu thô sang chế biến sâu, gia tăng giá trị và tính bền vững.

Bảng 1: Xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang các thị trường thành viên Hiệp định EVFTA và tổng xuất khẩu ra thế giới

	Tháng 9/2025			9 Tháng 2025		Tỷ trọng của thị trường	
	Trị giá (Triệu USD)	So tháng 8/2025 (%)	So với Tháng 9/2024 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 9 Tháng 2024 (%)	9 Tháng 2025 (%)	9 Tháng 2024 (%)
Thế giới	1.312,78	38.02	43,12	6.131,32	8,69	100	100
EVFTA	36,61	-19,49	130,14	364,85	58,15	5,95	4,09

Nguồn: Tính toán từ số liệu Hải quan Việt Nam

Về mặt hàng xuất khẩu chủ lực, nhóm trái cây tươi nhiệt đới như thanh long, xoài, dứa, chanh leo, bưởi và chuối là những sản phẩm có sự hiện diện rõ rệt tại thị trường EVFTA. Các mặt hàng này được người tiêu dùng châu Âu ưa chuộng nhờ hương vị đặc trưng, giá trị dinh dưỡng cao và được cung ứng quanh năm. Bên cạnh đó, nhóm rau quả chế biến như nước ép, mứt, trái cây sấy, rau củ đông lạnh đang ngày càng gia tăng tỷ trọng, nhờ khả năng bảo quản lâu, đáp ứng tiêu chuẩn kiểm nghiệm nghiêm ngặt và phù hợp với xu hướng tiêu dùng tiện lợi, an toàn.

Về các quốc gia nhập khẩu chủ lực, Hà Lan, Đức, Pháp, Bỉ và Italia là những điểm đến chính của rau quả Việt Nam trong khối EVFTA. Trong đó, Hà Lan đóng vai trò là trung tâm logistics và phân phối lớn nhất châu Âu, là cửa ngõ để hàng Việt thâm nhập sâu hơn vào các thị trường EU khác. Đức và Pháp lại là những thị trường tiêu dùng lớn, có sức mua ổn định và đặc biệt quan tâm tới sản phẩm đạt chứng nhận hữu cơ hoặc có yếu tố bền vững. Italia và Tây Ban Nha tuy cũng là các quốc gia sản xuất rau quả lớn nhưng đang có xu hướng nhập khẩu bổ sung các sản phẩm trái vụ hoặc đặc sản vùng nhiệt đới từ Việt Nam.

2. Cơ cấu thị trường trong EVFTA theo kim ngạch xuất khẩu rau quả từ Việt Nam

Theo số liệu từ Cục Hải quan Việt Nam, trong tháng 9/2025, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang các thị trường thành viên Hiệp định EVFTA đạt 36,61 triệu USD, giảm 19,49% so với tháng trước nhưng vẫn tăng mạnh tới 130,14% so với cùng kỳ năm 2024. Mặc dù kim ngạch trong tháng có xu hướng điều chỉnh giảm sau nhiều tháng tăng trưởng, song kết quả này vẫn cho thấy xu hướng tích cực của xuất khẩu rau quả Việt Nam vào thị trường EU. Tính chung 9 tháng đầu năm 2025, kim ngạch đạt 364,85 triệu USD, tăng 58,15% so với cùng kỳ năm trước, cho thấy nông sản Việt Nam, đặc biệt là nhóm hàng rau quả đang tận dụng hiệu quả các ưu đãi thuế quan và cơ hội tiếp cận thị trường từ EVFTA.

Trong cơ cấu các thị trường thành viên, Hà Lan tiếp tục là điểm đến lớn nhất, đóng vai trò cửa ngõ quan trọng đưa rau quả Việt Nam vào hệ thống phân phối rộng khắp châu Âu. Xuất khẩu sang Hà Lan trong tháng 9/2025 đạt 13,15 triệu USD, giảm 10,92% so với tháng trước nhưng vẫn tăng 139,36% so với cùng kỳ. Lũy kế 9 tháng đầu năm 2025, kim ngạch đạt 123,36 triệu USD, tăng 45,12% so với cùng kỳ và chiếm tới 33,81% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả sang khối EVFTA. Tuy nhiên, tỷ trọng này đã giảm nhẹ so với mức 36,85% của năm trước, phần nào cho thấy xu hướng đa dạng hóa thị trường của các doanh nghiệp Việt Nam.

Đức là thị trường xuất khẩu lớn thứ hai, với kim ngạch tháng 9/2025 đạt 6,11 triệu USD, giảm 24,31% so với tháng trước nhưng tăng mạnh 197,41% so với cùng kỳ. Trong 9 tháng 2025, xuất khẩu rau quả sang Đức

đạt 61,18 triệu USD, tăng 39,62% so với cùng kỳ, chiếm 16,77% tổng kim ngạch sang EVFTA. Mặc dù tỷ trọng giảm so với năm trước (18,99%), tốc độ tăng trưởng vẫn cho thấy nhu cầu cao đối với rau quả Việt Nam, đặc biệt là các mặt hàng chế biến, sấy khô và sản phẩm hữu cơ.

Pháp đứng thứ ba, với kim ngạch xuất khẩu tháng 9/2025 đạt 4 triệu USD, giảm 10,27% so với tháng trước nhưng tăng 54,64% so với cùng kỳ. Lũy kế 9 tháng năm 2025, xuất khẩu sang Pháp đạt 42,45 triệu USD, tăng 39,74% so với cùng kỳ và chiếm 11,63% tổng kim ngạch sang EVFTA. Dù tỷ trọng thấp hơn so với mức 13,17% của năm trước, thị trường Pháp vẫn duy trì vai trò quan trọng nhờ nhu cầu cao đối với các sản phẩm nhiệt đới như xoài, thanh long, và chôm chôm, những mặt hàng có thế mạnh của Việt Nam.

Nhìn chung, xuất khẩu rau quả Việt Nam sang các nước thành viên EVFTA trong 9 tháng đầu năm 2025 duy trì đà tăng trưởng ấn tượng, cho thấy nỗ lực của doanh nghiệp trong việc nâng cao chất lượng, mở rộng vùng trồng đạt chuẩn, và đầu tư mạnh vào chế biến, bảo quản. Dù còn những thách thức về rào cản kỹ thuật, quy chuẩn an toàn thực phẩm và logistics, kết quả tăng trưởng cao cho thấy tiềm năng lớn của ngành rau quả Việt Nam tại thị trường EU trong thời gian tới...

Bảng 2: Thị trường xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang các thành viên Hiệp định EVFTA trong 9 tháng đầu năm 2025

Thị trường	Tháng 9/2025			9 Tháng 2025		Tỷ trọng của thị trường	
	Trị giá (Triệu USD)	So với Tháng 8/2025 (%)	So với Tháng 9/2024 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 9 Tháng 2024 (%)	9 Tháng 2025 (%)	9 Tháng 2024 (%)
Tổng	36,61	-19,49	130,14	364,85	58,15	100	100
Hà Lan	13,15	-10,92	139,36	123,36	45,12	33,81	36,85
Đức	6,11	-24,31	197,41	61,18	39,62	16,77	18,99
Pháp	4,00	-10,27	54,64	42,45	39,74	11,63	13,17
Italy	5,03	-12,45	269,40	31,61	229,83	8,66	4,15
Ba Lan	2,19	-39,27	94,62	28,96	65,08	7,94	7,60
Tây Ban Nha	1,27	-54,99	6,76	24,33	124,53	6,67	4,70
Bỉ	0,82	-44,94	47,91	12,23	17,30	3,35	4,52
Lithuania	1,00	1,60	79,26	10,43	22,27	2,86	3,70
Sweden	0,93	-23,11	373,90	7,73	213,09	2,12	1,07
Romania	0,52	-34,16	35,53	7,45	68,65	2,04	1,92
Séc	0,42	63,79	175,93	3,04	55,31	0,83	0,85
Hy Lạp	0,06	-69,75	53,40	2,09	254,98	0,57	0,26

Thị trường	Tháng 9/2025			9 Tháng 2025		Tỷ trọng của thị trường	
	Trị giá (Triệu USD)	So với Tháng 8/2025 (%)	So với Tháng 9/2024 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 9 Tháng 2024 (%)	9 Tháng 2025 (%)	9 Tháng 2024 (%)
Bồ Đào Nha	0,15	-27,50	134,75	1,94	13,21	0,53	0,74
Đan Mạch	0,22	-17,01	244,72	1,70	152,18	0,47	0,29
Estonia	0,03	-44,44		1,54	232,67	0,42	0,20
Latvia	0,22	-10,93		1,13	65,59	0,31	0,30
Bulgaria	0,10	113,95	59,40	1,11	83,86	0,31	0,26
Síp	0,25	53,07	4466,03	0,81	283,73	0,22	0,09
Phân Lan	0,00			0,50	76,13	0,14	0,12
Slovenia	0,05	34,82		0,49	226,80	0,13	0,07
Ireland	0,03	-26,04		0,29	110,16	0,08	0,06
Hungary	0,02		15,81	0,19	20,72	0,05	0,07
Áo	0,04			0,16	455,36	0,04	0,01
Malta				0,13	669,80	0,04	0,01
Luxembourg							0,01

Nguồn: Tính toán từ số liệu Hải quan Việt Nam

Ba thị trường Hà Lan, Đức và Pháp đang nổi lên như những đầu mối xuất khẩu rau quả tiềm năng và chiến lược của Việt Nam trong khối EVFTA, khi tính chung đã chiếm tới 62,21% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả của nước ta sang khối thị trường này. Tỷ trọng cao này không chỉ phản ánh quy mô nhập khẩu lớn của ba nền kinh tế hàng đầu châu Âu, mà còn thể hiện vị thế ngày càng vững chắc của nông sản Việt Nam trong chuỗi cung ứng rau quả toàn cầu. Trong đó, Hà Lan đóng vai trò cửa ngõ quan trọng, là trung tâm logistics nông sản của châu Âu, giúp sản phẩm rau quả Việt Nam lan tỏa sâu rộng đến các nước trong khu vực EU.

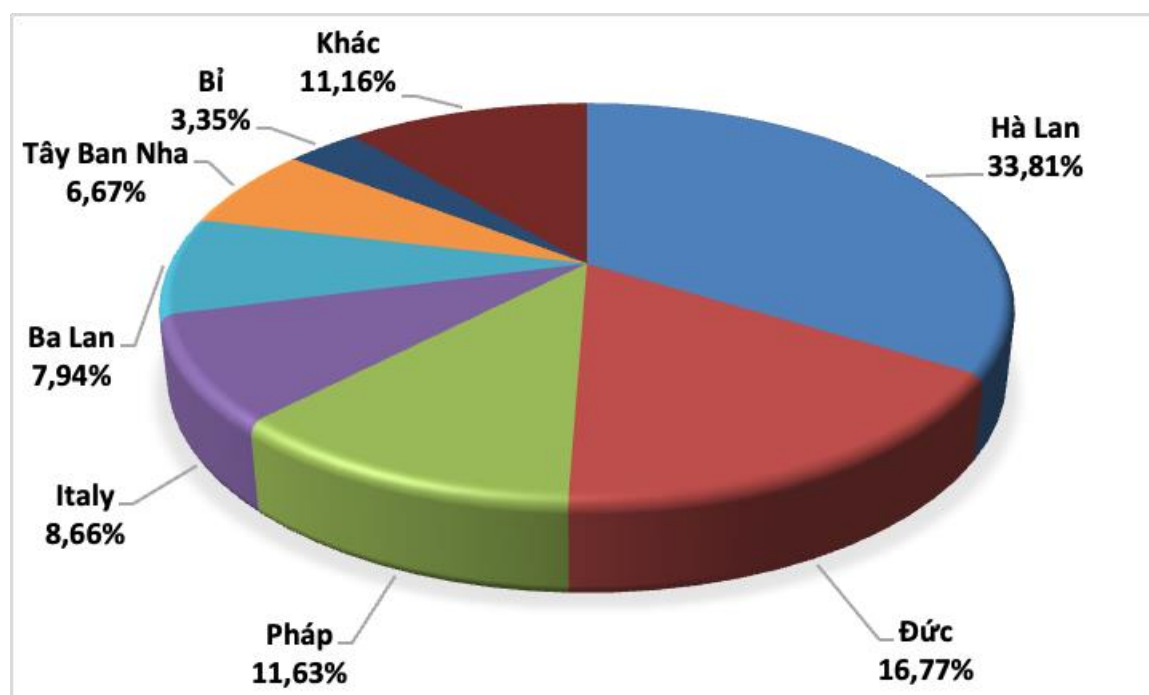
Đức, với nền kinh tế lớn nhất châu Âu và thị hiếu tiêu dùng đề cao chất lượng, an toàn và yếu tố xanh, sạch, là một thị trường tiềm năng lâu dài cho rau quả Việt Nam, nhất là các sản phẩm hữu cơ, chế biến sâu, hoặc được chứng nhận tiêu chuẩn bền vững. Nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã bắt đầu chuyển hướng sang phát triển dòng sản phẩm giá trị gia tăng để chinh phục người tiêu dùng Đức.

Trong khi đó, Pháp là thị trường giàu tiềm năng với nhu cầu ổn định đối với các loại trái cây nhiệt đới đặc sản như thanh long, xoài, chôm chôm hay nhãn, những sản phẩm mang đặc trưng vùng khí hậu Việt Nam mà ít quốc gia trong khối có thể cung ứng quanh năm. Đặc biệt, người tiêu dùng Pháp có xu hướng ưa chuộng sản phẩm có nguồn gốc rõ ràng, thân thiện môi trường, mở ra cơ hội lớn cho các doanh nghiệp Việt Nam.

Với tổng tỷ trọng hơn 60% kim ngạch xuất khẩu sang EVFTA, ba thị trường này không chỉ mang lại giá trị kinh tế to lớn mà còn giữ vai trò trụ cột trong chiến lược mở rộng thị trường rau quả Việt Nam tại châu Âu. Nếu tiếp tục tận dụng tốt các ưu đãi thuế quan từ EVFTA, đầu tư vào chế biến, bảo quản sau thu hoạch và tăng cường truy xuất nguồn gốc, Việt Nam hoàn toàn có thể củng cố vị thế là nguồn cung rau quả chất lượng của khu vực EU trong những năm tới.

Biểu đồ 1: Cơ cấu thị trường thành viên trong xuất khẩu rau quả từ Việt Nam sang EU trong 9 tháng đầu năm 2025

(% tính theo trị giá)



Nguồn: Tính toán từ số liệu Hải quan Việt Nam

3. Cơ cấu chủng loại mặt hàng rau quả xuất khẩu sang thị trường các thành viên EVFTA

Theo số liệu thống kê từ Hải quan Việt Nam, Trong 9 tháng đầu năm 2025, cơ cấu chủng loại rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU đã có sự chuyển biến đáng chú ý, cho thấy xu hướng gia tăng tỷ trọng của nhóm hàng có giá trị gia tăng cao.

Đáng chú ý nhất là nhóm rau quả chế biến, lần đầu tiên trong năm nay vươn lên trở thành mặt hàng xuất khẩu chủ lực sang EU. Trong tháng 9/2025, kim ngạch xuất khẩu nhóm này đạt 19,72 triệu USD, tuy giảm 19,72% so với tháng trước nhưng vẫn tăng mạnh tới 187,97% so với cùng kỳ năm 2024. Tính chung 9 tháng đầu năm, xuất khẩu rau quả chế biến đạt 173,72 triệu USD, tăng tới 66,27% so với cùng kỳ và chiếm tỷ trọng 47,61% trong tổng kim ngạch rau quả xuất khẩu sang EU, cao hơn mức 45,29% của

cùng kỳ năm trước. So với 8 tháng đầu năm, tỷ trọng nhóm này tăng và đã vượt qua nhóm quả và quả hạch để trở thành mặt hàng chiếm tỷ trọng lớn nhất, cho thấy sự dịch chuyển từ xuất khẩu thô sang xuất khẩu sản phẩm qua chế biến sâu, phù hợp với định hướng nâng cao giá trị gia tăng trong xuất khẩu nông sản.

Ở vị trí thứ hai là nhóm quả và quả hạch, với kim ngạch tháng 9/2025 đạt 14,63 triệu USD, giảm 20,2% so với tháng trước nhưng vẫn tăng tới 94,2% so với cùng kỳ năm ngoái. Lũy kế 9 tháng, nhóm này đạt 169,05 triệu USD, tăng 54,26% so với cùng kỳ và chiếm 46,33% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả sang EU, tuy giảm nhẹ so với tỷ trọng 47,5% của cùng kỳ năm trước. Dù nhường vị trí dẫn đầu cho nhóm rau quả chế biến, nhóm quả và quả hạch vẫn duy trì vai trò quan trọng trong cơ cấu xuất khẩu, với tỷ trọng gần bằng tỷ trọng của nhóm mặt hàng rau quả chế biến, cho thấy lợi thế tự nhiên và năng lực sản xuất ngày càng được cải thiện của ngành trồng trọt Việt Nam.

Đứng thứ ba là nhóm rau củ, tuy quy mô nhỏ nhưng vẫn cho thấy dấu hiệu tăng trưởng tích cực. Trong tháng 9/2025, kim ngạch xuất khẩu rau củ đạt 1,38 triệu USD, giảm 16,33% so với tháng trước nhưng tăng 30,18% so với cùng kỳ. Lũy kế 9 tháng, xuất khẩu nhóm này đạt 12,58 triệu USD, tăng 6,33% so với cùng kỳ, chiếm tỷ trọng 3,45% trong tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả sang EU, thấp hơn mức 5,13% của năm trước. Dù tỷ trọng giảm, mức tăng trưởng nhẹ về giá trị cho thấy nhu cầu đối với rau củ Việt Nam tại EU vẫn duy trì ổn định, đặc biệt ở các sản phẩm đạt tiêu chuẩn hữu cơ và truy xuất nguồn gốc rõ ràng.

Bảng 3: Cơ cấu chủng loại rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang EU trong 9 tháng năm 2025 (% tính theo trị giá)

Chủng loại	Tháng 9/2025			9 Tháng 2025		Tỷ trọng của chủng loại	
	Trị giá (Triệu USD)	So với Tháng 8/2025 (%)	So với Tháng 9/2024 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 9 Tháng 2024 (%)	9 Tháng 2025 (%)	9 Tháng 2024 (%)
Rau quả chế biến	19,72	-19,72	187,97	173,72	66,27	47,61	45,29
Rau quả đóng lon	1,38	-30,56	205,00	17,57	99,90	4,82	3,81
Mứt	0,10	561,95	56,25	0,15	135,71	0,04	0,03
Nước dừa	2,44	4,98	368,43	15,95	63,82	4,37	4,22
Nước ép	6,55	-21,27	218,02	59,99	39,40	16,44	18,65
Rau quả sấy	1,42	-21,17	160,56	11,81	63,96	3,24	3,12

Chủng loại	Tháng 9/2025			9 Tháng 2025		Tỷ trọng của chủng loại	
	Trị giá (Triệu USD)	So với Tháng 8/2025 (%)	So với Tháng 9/2024 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 9 Tháng 2024 (%)	9 Tháng 2025 (%)	9 Tháng 2024 (%)
dẻo							
Khác	7,82	-22,58	144,12	68,24	91,41	18,70	15,45
Quả và quả hạch	14,63	-20,20	94,20	169,05	54,26	46,33	47,50
Chanh	3,46	-8,23	2,87	45,25	41,78	12,40	13,84
Dừa	0,81	-7,01	-6,01	11,44	50,30	3,13	3,30
Sầu riêng	0,03	-84,55	-85,33	0,86	-18,07	0,24	0,45
Thanh long	1,08	48,53	244,60	9,70	7,39	2,66	3,91
Xoài	3,49	-26,74	139,25	45,32	41,88	12,42	13,85
Khác	5,76	-28,22	326,41	56,49	101,41	15,48	12,16
Rau củ	1,38	-16,33	30,18	12,58	6,33	3,45	5,13
Đậu	0,06	-37,78	-35,71	0,72	-5,97	0,20	0,33
Khoai lang	0,08	-29,57	95,97	0,93	16,90	0,25	0,34
Khoai môn	0,05	-17,39	218,37	0,63	-17,28	0,17	0,33
Ốt	0,02	-57,46	-62,51	0,40	-48,74	0,11	0,34
Khác	1,16	-11,66	38,40	9,91	13,44	2,72	3,79
Chủng loại khác	0,79	5,57	119,00	8,44	67,80	2,31	2,18
Tổng	36,61	-19,49	130,14	364,85	58,15	100	100

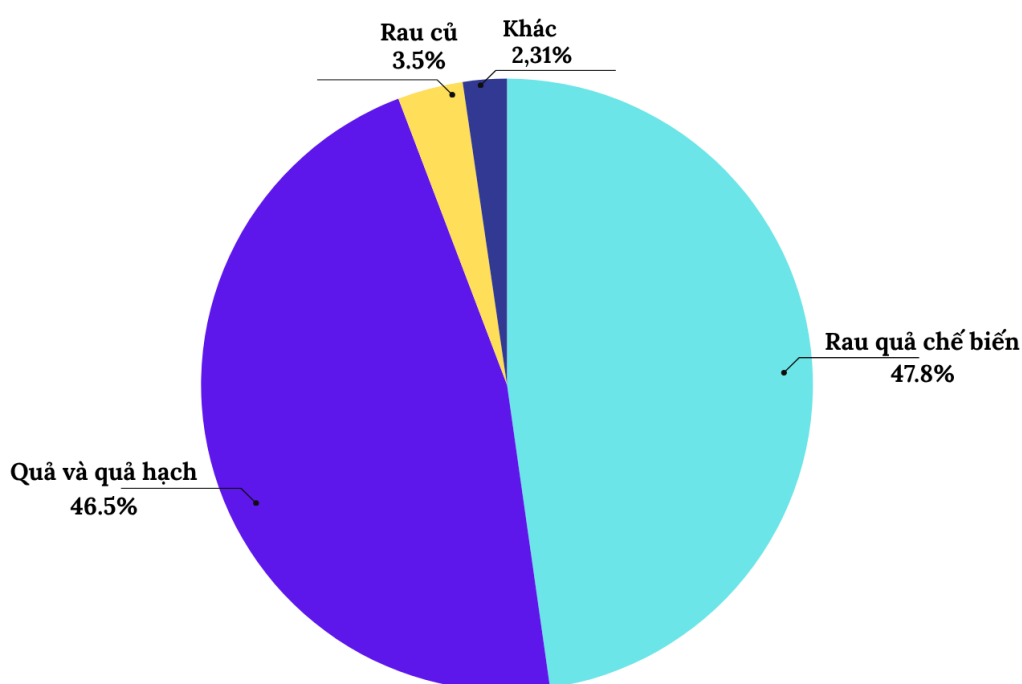
Nguồn: Tính toán từ số liệu Hải quan Việt Nam

Nhìn chung, cơ cấu xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang EU trong 9 tháng năm 2025 cho thấy xu hướng tích cực, khi nhóm hàng chế biến tăng mạnh, đóng góp gần một nửa tổng kim ngạch. Sự thay đổi này không chỉ cho thấy sự chuyển dịch chiến lược của ngành rau quả Việt Nam hướng đến sản phẩm tinh chế, mà còn thể hiện sự thích ứng linh hoạt với yêu cầu ngày càng cao của thị trường EU về chất lượng, an toàn thực phẩm và phát triển bền vững.

Tổng cộng, hai nhóm rau quả chế biến và quả và quả hạch đã chiếm tới 93,94% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường EU trong 9 tháng năm 2025, cho thấy cơ cấu xuất khẩu tập trung mạnh vào hai nhóm hàng chủ lực này. Tỷ trọng này cũng cho thấy rõ xu hướng ưu tiên của doanh nghiệp Việt Nam trong việc nâng cao giá trị sản phẩm thông qua chế biến sâu cũng như khai thác tối đa thế mạnh của các loại trái cây nhiệt đới, mặt hàng được người tiêu dùng châu Âu ưa chuộng.

Ngược lại, nhóm rau củ tươi lại chiếm tỷ trọng khá khiêm tốn, chỉ đạt 3,45%, do gặp phải nhiều rào cản kỹ thuật và tiêu chuẩn khắt khe của thị trường EU. Các yêu cầu nghiêm ngặt về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, truy xuất nguồn gốc, quy trình bảo quản, vận chuyển lạnh, cùng với thời gian vận chuyển dài đã làm giảm sức cạnh tranh của rau củ tươi Việt Nam so với các nguồn cung gần hơn như châu Âu, Bắc Phi hay Trung Đông. Ngoài ra, khả năng bảo quản sau thu hoạch còn hạn chế và chi phí logistics cao cũng khiến nhóm hàng này khó mở rộng thị phần tại thị trường EU, dẫn đến vị thế yếu hơn rõ rệt so với hai nhóm hàng chủ lực còn lại.

Biểu đồ 2: Chủng loại rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang EU trong 9 tháng năm 2025 (% tính theo trị giá)



Nguồn: Tính toán từ số liệu Hải quan Việt Nam

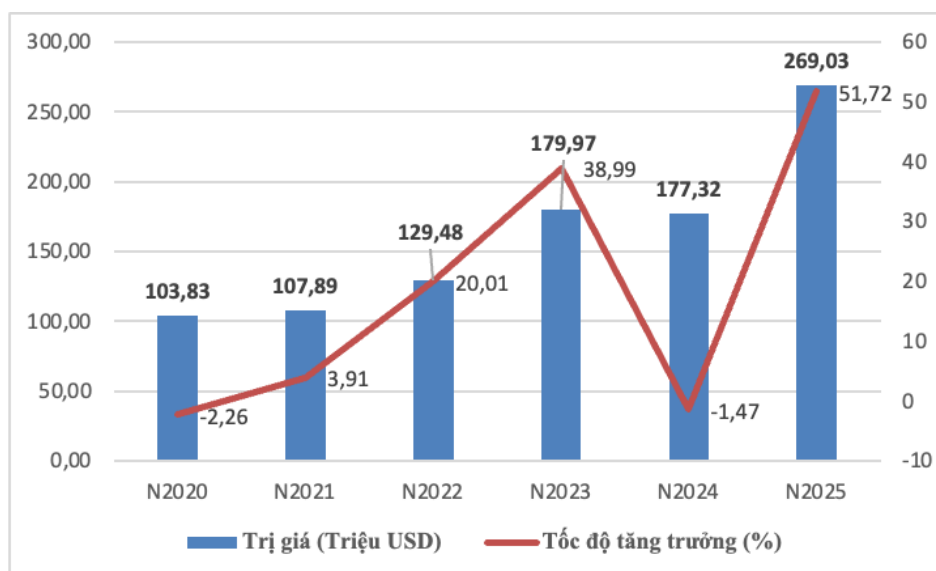
4. Một số đánh giá về tác động của hiệp định EVFTA đến xuất khẩu rau quả của Việt Nam

Hiệp định EVFTA đã mang lại những tác động rõ nét và tích cực đối với xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường EU trong giai đoạn 9 tháng đầu năm 2025. Kể từ khi hiệp định có hiệu lực, kim ngạch xuất khẩu rau quả Việt Nam sang EU liên tục tăng trưởng mạnh mẽ, cho thấy các ưu đãi thuế quan cùng việc gỡ bỏ hàng rào kỹ thuật đã dần phát huy hiệu quả. Nếu như 9 tháng đầu năm 2020, kim ngạch xuất khẩu chỉ đạt 103,83 triệu USD, thì đến năm 2023 con số này đã tăng lên 179,97 triệu USD, và đặc biệt trong 9 tháng đầu năm 2025 đã đạt tới 269,03 triệu USD, gấp hơn 2,5 lần so với thời điểm trước khi EVFTA được triển khai.

Về tốc độ tăng trưởng, năm 2023 ghi nhận bước đột phá với mức tăng 38,99%, cho thấy giai đoạn phát triển mạnh mẽ sau khi các doanh nghiệp Việt Nam tận dụng tốt hơn ưu đãi thuế quan, mở rộng thị trường và nâng cao năng lực đáp ứng tiêu chuẩn của EU. Tuy nhiên, đến năm 2024, tốc độ này giảm mạnh xuống còn 1,47%, cho thấy tác động của lạm phát, nhu cầu tiêu dùng giảm tại châu Âu và sự cạnh tranh gay gắt từ các quốc gia cung ứng khác. Dầu vậy, bước sang 9 tháng đầu năm 2025, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang EU đã phục hồi mạnh mẽ, với mức tăng trưởng đạt tới 51,72% so với cùng kỳ, chứng tỏ sức bật bền vững của ngành sau giai đoạn điều chỉnh.

Nhìn chung, EVFTA đã đóng vai trò đòn bẩy chiến lược giúp rau quả Việt Nam thâm nhập sâu hơn vào thị trường EU, một trong những thị trường khó tính nhất thế giới. Các doanh nghiệp đã tận dụng cơ hội để chuyển hướng sang xuất khẩu sản phẩm có giá trị gia tăng cao, đặc biệt là nhóm rau quả chế biến, đồng thời đầu tư vào quy trình sản xuất đạt chuẩn châu Âu. Sự cải thiện về kim ngạch, tốc độ tăng trưởng và cơ cấu sản phẩm trong năm 2025 khẳng định rằng EVFTA không chỉ mở rộng cánh cửa thị trường mà còn thúc đẩy quá trình chuyển đổi toàn diện của ngành rau quả Việt Nam theo hướng hiện đại, bền vững và hiệu quả hơn.

Biểu đồ 3: Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường EVFTA 9 tháng đầu các năm 2020 - 2025



Nguồn: Tính toán từ số liệu hải quan Việt Nam

Hiệp định EVFTA đã mang lại những tác động rõ nét và tích cực đối với xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường EU trong giai đoạn 9 tháng đầu năm 2025. Kể từ khi hiệp định có hiệu lực, kim ngạch xuất khẩu rau quả Việt Nam sang EU liên tục tăng trưởng mạnh mẽ, cho thấy các ưu đãi thuế quan cùng với những nỗ lực tuân thủ quy định, tiêu chuẩn kỹ thuật,

gây dựng thương hiệu từ phía doanh nghiệp Việt Nam đã dần phát huy hiệu quả.

Tính chung 9 tháng đầu năm giai đoạn 2020–2025, trị giá xuất khẩu trung bình đạt 161,25 triệu USD, với tốc độ tăng trưởng trung bình đạt 18,48%, cho thấy xu hướng tăng trưởng ổn định và dài hạn của ngành rau quả Việt Nam tại thị trường châu Âu. Nhìn chung, EVFTA đã đóng vai trò đòn bẩy chiến lược giúp rau quả Việt Nam thâm nhập sâu hơn vào thị trường EU, một trong những thị trường khó tính nhất thế giới.

Các doanh nghiệp đã tận dụng cơ hội để chuyển hướng sang xuất khẩu sản phẩm có giá trị gia tăng cao, đặc biệt là nhóm rau quả chế biến, đồng thời đầu tư vào quy trình sản xuất đạt chuẩn châu Âu. Sự cải thiện về kim ngạch, tốc độ tăng trưởng và cơ cấu sản phẩm trong năm 2025 khẳng định rằng EVFTA không chỉ mở rộng cánh cửa thị trường mà còn thúc đẩy quá trình chuyển đổi toàn diện của ngành rau quả Việt Nam theo hướng hiện đại, bền vững và hiệu quả hơn.

5. Đánh giá về sức cạnh tranh của mặt hàng rau quả Việt Nam tại thị trường EU

Xét về năng lực cạnh tranh của rau quả Việt Nam tại thị trường EU và dư địa còn có thể khai thác: Theo số liệu thống kê từ Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) đến tháng 7/2025, Việt Nam hiện đứng thứ 17 trong danh sách các quốc gia cung ứng mặt hàng quả và quả hạch (mã HS 08) cho thị trường EU, với kim ngạch 682,42 triệu USD, tăng 30,75% so với cùng kỳ năm trước và chiếm 1,61% tổng nhập khẩu của khối, tăng so với mức 1,47% cùng kỳ năm 2024. Đối với nhóm hàng rau quả chế biến (mã HS 20), Việt Nam cũng có bước tiến ấn tượng khi vươn lên vị trí thứ 17, với kim ngạch 135,64 triệu USD, tăng 49,55% so với cùng kỳ và chiếm 0,61% tổng nhập khẩu của EU, vượt qua nhiều đối thủ trong khu vực như Thái Lan. Tính gộp hai nhóm hàng chính là HS 08 và HS 20, Việt Nam đang nằm trong nhóm 20 quốc gia cung ứng rau quả lớn nhất cho EU, cho thấy xu hướng gia tăng thị phần và năng lực cạnh tranh của ngành nông sản Việt Nam tại thị trường này.

Theo số liệu thống kê từ Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), trong tháng 7/2025, EU đã nhập khẩu nhóm mặt hàng rau quả (mã HS 08, 20) đạt 10,3 tỷ USD, tăng 5,33% so với tháng trước và tăng 25,25% so với cùng kỳ năm 2024. Lũy kế 7 tháng đầu năm 2025, tổng kim ngạch nhập khẩu của EU đạt 64,55 tỷ USD, tăng 15,17% so với cùng kỳ năm trước. Con số này cho thấy rõ xu hướng gia tăng mạnh mẽ trong nhu cầu tiêu dùng thực phẩm có nguồn gốc tự nhiên, đồng thời cho thấy mức độ phục hồi và mở rộng của thị trường EU đối với các sản phẩm nông sản nhập khẩu, đặc biệt là trái cây tươi, rau củ chế biến và các loại hạt dinh dưỡng.

Trong cơ cấu các nguồn cung ứng chủ lực, Tây Ban Nha tiếp tục khẳng định vai trò đầu tàu với vị thế là nhà cung cấp lớn nhất nhóm hàng HS 08,20 cho thị trường EU. Riêng trong tháng 7/2025, kim ngạch nhập khẩu rau quả của EU từ Tây Ban Nha đạt 1,3 tỷ USD, giảm 14,71% so với tháng trước nhưng vẫn tăng mạnh 20,95% so với cùng kỳ năm ngoái. Tính chung 7 tháng đầu năm 2025, EU nhập khẩu từ Tây Ban Nha 8,7 tỷ USD, tăng 15,23% so với cùng kỳ, chiếm 13,63% tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này, nhỉnh hơn mức 13,62% của cùng kỳ năm trước. Tỷ trọng gần như ổn định cho thấy Tây Ban Nha vẫn duy trì được vị thế chiến lược trong chuỗi cung ứng nội khối, đặc biệt đối với các mặt hàng có lợi thế như cam, nho, dâu tây, ô liu và rau củ quả chế biến.

Đáng chú ý, Việt Nam tiếp tục thể hiện đà tăng trưởng ấn tượng, từng bước củng cố vị trí trên bản đồ cung ứng rau quả toàn cầu. Trong tháng 7/2025, EU đã nhập khẩu 152,21 triệu USD mặt hàng rau quả (HS 08,20) từ Việt Nam, tăng mạnh 37,48% so với tháng trước và tăng 35,26% so với cùng kỳ năm 2024. Lũy kế 7 tháng đầu năm 2025, kim ngạch nhập khẩu của EU từ Việt Nam đạt 818,06 triệu USD, tăng 33,54% so với cùng kỳ, chiếm 1,27% tổng kim ngạch nhập khẩu rau quả (HS 08,20) của toàn EU, tăng đáng kể so với mức 1,09% của cùng kỳ năm trước. Với kết quả này, Việt Nam đã vươn lên vị trí thứ 20 trong danh sách các thị trường cung ứng rau quả lớn nhất cho EU, tăng 3 bậc so với vị trí 23 trong 6 tháng đầu năm 2025, cho thấy tín hiệu khả quan về năng lực cạnh tranh của nông sản Việt tại thị trường khó tính này.

Bảng 4: Nhóm các thị trường xuất khẩu mặt hàng rau quả (mã HS 08, 20) lớn nhất vào thị trường EU trong 7 tháng đầu năm 2025

Thị trường	Tháng 7/2025			7 Tháng 2025		Tỷ trọng của thị trường	
	Trị giá (Triệu USD)	So với Tháng 6/2025 (%)	So với Tháng 7/2024 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 7 Tháng 2024 (%)	7 Tháng 2025 (%)	7 Tháng 2024 (%)
Tổng	10.322,24	5,33	25,25	64.549,90	15,17	100	100
Tây Ban Nha	1280,08	-14,71	20,95	8796,15	15,23	13,63	13,62
Hà Lan	1003,02	0,01	18,07	6750,41	13,58	10,46	10,60
Đức	759,34	3,96	21,98	4797,00	13,01	7,43	7,57
Italy	726,81	18,38	21,74	3946,02	12,09	6,11	6,28
Bỉ	551,80	6,46	20,99	3210,86	6,04	4,97	5,40
Hoa Kỳ	470,92	10,53	66,29	2842,04	32,61	4,40	3,82
Nam Phi	451,46	59,55	86,84	2038,39	25,77	3,16	2,89
Ba Lan	373,32	40,42	10,49	1869,10	11,97	2,90	2,98
Thổ Nhĩ Kỳ	366,32	1,27	-14,70	2522,11	-0,18	3,91	4,51

Thị trường	Tháng 7/2025			7 Tháng 2025		Tỷ trọng của thị trường	
	Trị giá (Triệu USD)	So với Tháng 6/2025 (%)	So với Tháng 7/2024 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 7 Tháng 2024 (%)	7 Tháng 2025 (%)	7 Tháng 2024 (%)
Peru	351,04	1,81	30,11	2173,24	32,41	3,37	2,93
Pháp	288,71	3,70	19,98	1811,79	13,88	2,81	2,84
Brazil	276,40	9,94	18,57	1767,16	2,08	2,74	3,09
Chile	262,80	37,81	76,68	1365,04	37,25	2,11	1,77
Hy Lạp	233,26	0,60	47,74	1412,17	16,22	2,19	2,17
Costa Rica	201,31	9,67	21,90	1359,44	7,10	2,11	2,26
New Zealand	201,24	-0,04	15,79	647,66	24,66	1,00	0,93
Ai Cập	179,97	-28,79	54,78	1006,14	8,09	1,56	1,66
Ecuador	171,19	-8,13	31,87	1258,86	14,81	1,95	1,96
Colombia	161,54	10,53	37,54	1185,50	15,81	1,84	1,83
Việt Nam	152,21	37,48	35,26	818,06	33,54	1,27	1,09
Bồ Đào Nha	144,90	-0,58	17,87	936,11	17,59	1,45	1,42
Áo	127,84	6,87	5,12	818,54	5,59	1,27	1,38
Hungary	123,97	62,19	43,76	505,37	7,37	0,78	0,84
Trung Quốc	116,67	9,09	11,79	852,18	28,65	1,32	1,18

Nguồn: Tính toán theo số liệu từ Trung tâm thương mại quốc tế (ITC) của WTO

Tốc độ tăng trưởng cao của Việt Nam xuất phát từ sự cải thiện chất lượng sản phẩm, đa dạng hóa chủng loại và khả năng tận dụng hiệu quả các ưu đãi thuế quan từ Hiệp định EVFTA. Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực như thanh long, xoài, chanh dây, dưa, mít, hạt điều, củing rau quả sấy và chế biến tiếp tục được ưa chuộng nhờ đáp ứng tiêu chuẩn khắt khe về an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc và tiêu chuẩn môi trường của EU. Bên cạnh đó, việc đầu tư vào công nghệ bảo quản sau thu hoạch và mở rộng vùng trồng đạt chuẩn châu Âu cũng giúp nâng cao khả năng cạnh tranh và giá trị xuất khẩu. Mặc dù thị phần của Việt Nam tại EU vẫn còn khiêm tốn so với các quốc gia cung ứng truyền thống như Tây Ban Nha, Hà Lan, song đà tăng trưởng mạnh mẽ và vị thế cải thiện liên tục là dấu hiệu tích cực cho thấy Việt Nam đang dần khẳng định vai trò là nguồn cung cấp đáng tin cậy và có tiềm năng phát triển bền vững.

5.1. Nhập khẩu mặt hàng quả và quả hạch (mã HS 08) vào EU và vị trí của Việt Nam trong danh mục các nguồn cung ứng

Trong bức tranh nhập khẩu mặt hàng quả và quả hạch (mã HS 08) của EU năm 2025, thị trường này tiếp tục thể hiện sức mua mạnh mẽ và xu hướng tăng trưởng ổn định, cho thấy nhu cầu cao đối với các sản phẩm

nông sản có nguồn gốc tự nhiên, phục vụ tiêu dùng và chế biến thực phẩm. Theo số liệu từ Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), chỉ riêng trong tháng 7/2025, EU đã nhập khẩu 6,7 tỷ USD mặt hàng quả và quả hạch, tăng 2,55% so với tháng trước và tăng 31,45% so với cùng kỳ năm 2024. Tính chung 7 tháng đầu năm 2025, tổng kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này đạt 42,5 tỷ USD, tăng 19,6% so với cùng kỳ, cho thấy xu hướng tiêu thụ trái cây và hạt dinh dưỡng vẫn duy trì đà tăng bất chấp những biến động kinh tế toàn cầu.

Trong cơ cấu các nguồn cung ứng chính, Tây Ban Nha tiếp tục giữ vai trò nổi bật với kim ngạch cung ứng cho EU trong tháng 7/2025 đạt 985,83 triệu USD, dù giảm 18,91% so với tháng trước nhưng vẫn tăng 21,74% so với cùng kỳ. Lũy kế 7 tháng đầu năm 2025, EU nhập khẩu từ Tây Ban Nha 6,97 tỷ USD, tăng 15,53%, chiếm 16,41% tổng nhập khẩu mặt hàng HS 08. Mặc dù tỷ trọng này giảm nhẹ so với mức 16,99% cùng kỳ năm trước, Tây Ban Nha vẫn là thị trường quan trọng trong chuỗi cung ứng nội khối, giữ vai trò trung tâm trong việc đảm bảo nguồn cung ổn định cho thị trường châu Âu, đặc biệt với các sản phẩm như cam, chanh, nho và hạnh nhân.

Bảng 5: Nhóm các thị trường xuất khẩu mặt hàng rau quả (mã HS 08) lớn nhất vào thị trường EU trong 7 tháng đầu năm 2025

Thị trường	Tháng 7/2025			7 Tháng 2025		Tỷ trọng của thị trường	
	Trị giá (Triệu USD)	So với Tháng 6/2025 (%)	So với Tháng 7/2024 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 7 Tháng 2024 (%)	7 Tháng 2025 (%)	7 Tháng 2024 (%)
Tổng	6.696,87	2,55	31,45	42.484,04	19,60	100	100
Tây Ban Nha	985,83	-18,91	21,74	6970,73	15,53	16,41	16,99
Hà Lan	476,97	-6,71	25,92	3511,16	18,80	8,26	8,32
Hoa Kỳ	442,47	10,93	75,39	2666,89	37,03	6,28	5,48
Đức	416,26	-0,13	30,60	2665,51	20,17	6,27	6,24
Peru	322,25	3,45	27,21	1967,14	32,04	4,63	4,19
Italy	393,55	22,77	28,66	1917,29	22,18	4,51	4,42
Nam Phi	426,10	64,38	90,75	1876,40	24,06	4,42	4,26
Morocco	64,49	-56,42	88,89	1780,32	43,30	4,19	3,50
Thổ Nhĩ Kỳ	192,39	-7,75	-30,38	1337,52	-8,13	3,15	4,10
Chile	247,20	37,02	79,23	1288,43	37,73	3,03	2,63

Thị trường	Tháng 7/2025			7 Tháng 2025		Tỷ trọng của thị trường	
	Trị giá (Triệu USD)	So với Tháng 6/2025 (%)	So với Tháng 7/2024 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 7 Tháng 2024 (%)	7 Tháng 2025 (%)	7 Tháng 2024 (%)
Costa Rica	163,82	5,21	12,77	1189,47	3,92	2,80	3,22
Ecuador	161,22	-8,12	34,54	1181,15	15,61	2,78	2,88
Bỉ	226,89	12,19	43,79	1173,82	16,31	2,76	2,84
Colombia	155,69	10,72	37,35	1153,87	15,92	2,72	2,80
Hy Lạp	131,56	-13,85	49,73	861,15	16,17	2,03	2,09
Ai Cập	148,57	-35,23	87,24	838,61	21,61	1,97	1,94
Ba Lan	160,97	68,64	1,23	744,20	8,28	1,75	1,93
Pháp	111,65	4,71	30,10	734,78	14,46	1,73	1,81
Việt Nam	117,47	31,23	21,26	682,42	30,75	1,61	1,47
Bồ Đào Nha	101,61	-4,31	25,67	652,35	22,16	1,54	1,50
New Zealand	200,05	-0,57	15,11	644,98	24,16	1,52	1,46
Brazil	91,15	15,90	28,83	644,72	5,97	1,52	1,71
Israel	16,74	118,11	67,55	425,53	9,30	1,00	1,10
Ấn Độ	13,20	-25,07	-6,90	390,69	12,00	0,92	0,98
Trung Quốc	47,59	1,18	69,46	379,84	74,11	0,89	0,61

Nguồn: Tính toán theo số liệu từ Trung tâm thương mại quốc tế (ITC) của WTO

Đáng chú ý, Việt Nam đang dần khẳng định vị thế của mình trong việc cung ứng nông sản vào EU. Trong tháng 7/2025, EU nhập khẩu 117,47 triệu USD quả và quả hạch từ Việt Nam, tăng 31,23% so với tháng trước và tăng 21,26% so với cùng kỳ. Lũy kế 7 tháng đầu năm 2025, con số này đạt 682,42 triệu USD, tăng 30,75%, mức tăng cao hơn đáng kể so với tốc độ trung bình của toàn khối. Nhờ đó, thị phần của Việt Nam trong tổng nhập khẩu HS 08 của EU đạt 1,61%, tăng từ 1,47% của cùng kỳ năm trước. Đặc biệt, **Việt Nam đã vươn lên vị trí thứ 17 trong danh sách các nguồn cung ứng lớn nhất của EU, tăng 2 bậc so với vị trí thứ 19 trong 6 tháng đầu năm.**

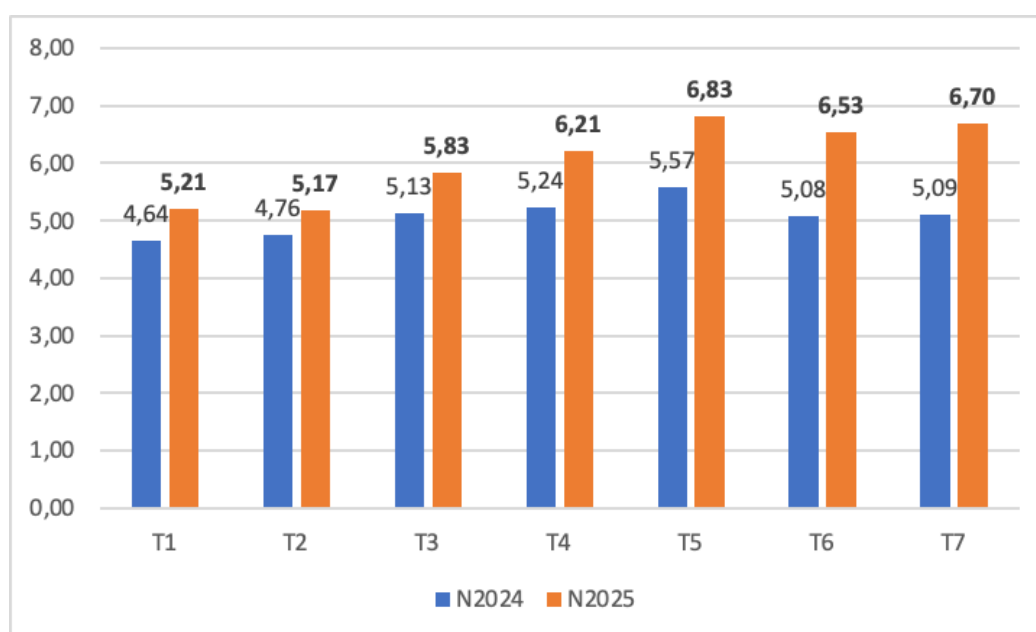
Kết quả này cho thấy sự cải thiện rõ rệt trong năng lực cạnh tranh của ngành rau quả Việt Nam tại thị trường châu Âu, nhờ tận dụng tốt các cơ hội từ các hiệp định thương mại tự do, đặc biệt là EVFTA. Các mặt hàng chủ lực như thanh long, xoài, dứa, chanh dây, và hạt điều tiếp tục chiếm ưu thế nhờ chất lượng ổn định, giá cả cạnh tranh và ngày càng đáp

ứng tốt hơn các tiêu chuẩn kỹ thuật, truy xuất nguồn gốc và an toàn thực phẩm của EU.

Tuy thị phần của Việt Nam còn khiêm tốn so với các quốc gia cung ứng hàng đầu như Tây Ban Nha, Hà Lan nhưng tốc độ tăng trưởng ấn tượng cùng xu hướng chuyển dịch nguồn cung toàn cầu đang mở ra dư địa phát triển lớn cho nông sản Việt tại châu Âu. Nếu tiếp tục đẩy mạnh chế biến sâu, xây dựng thương hiệu và phát triển vùng trồng đạt chuẩn châu Âu, Việt Nam hoàn toàn có thể tiến xa hơn, trở thành nguồn cung ứng đáng tin cậy và có giá trị cao trong chuỗi cung ứng quả và quả hạch toàn cầu của EU trong những năm tới.

Biểu đồ 4: Kim ngạch nhập khẩu của mặt hàng quả và quả hạch (mã HS 08) của thị trường EU qua các tháng

ĐVT: Tỷ USD



Nguồn: Tính toán theo số liệu từ Trung tâm thương mại quốc tế (ITC) của WTO

5.2. Nhập khẩu mặt hàng rau quả chế biến (mã HS 20) vào EU và vị trí của Việt Nam trong danh mục các nguồn cung ứng

Theo số liệu từ Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), trong 7 tháng đầu năm 2025, thị trường EU ghi nhận đà tăng trưởng tích cực trong nhập khẩu nhóm hàng rau quả chế biến (mã HS 20). Đây là một trong những nhóm hàng có giá trị gia tăng cao trong chuỗi cung ứng nông sản toàn cầu. Trong tháng 7/2025, EU đã nhập khẩu tổng 3,63 tỷ USD mặt hàng này, tăng 10,87% so với tháng trước và 15,22% so với cùng kỳ năm trước. Tính chung 7 tháng đầu năm 2025, kim ngạch nhập khẩu rau quả chế biến của EU đạt 22,07 tỷ USD, tăng 7,5% so với cùng kỳ năm 2024.

Trong cơ cấu nguồn cung, Hà Lan tiếp tục giữ vị trí số một, vừa là trung tâm logistics nông sản lớn nhất châu Âu, vừa là đầu mối tái xuất quan trọng sang các nước thành viên khác trong khối. EU đã nhập khẩu từ Hà Lan 526,04 triệu USD rau quả chế biến trong tháng 7/2025, tăng 7% so với tháng trước và 11,75% so với cùng kỳ. Tính lũy kế 7 tháng 2025, kim ngạch nhập khẩu từ Hà Lan đạt 3,24 tỷ USD, chiếm 14,68% tổng nhập khẩu của toàn khối, tăng nhẹ so với mức 14,56% cùng kỳ năm trước. Bên cạnh Hà Lan, các thị trường truyền thống như Tây Ban Nha, Bỉ, Đức và Ba Lan cũng cho thấy vị trí quan trọng trong chuỗi cung ứng mặt hàng này cho thị trường EU.

Về vị trí của Việt Nam, trong tháng 7/2025, Việt Nam đã xuất khẩu sang EU 34,74 triệu USD rau quả chế biến, tăng 63,89% so với tháng trước và tăng mạnh ở mức 121,9% so với cùng kỳ năm 2024. Lũy kế 7 tháng 2025, kim ngạch đạt 135,64 triệu USD, tăng 49,55% so với cùng kỳ, chiếm 0,61% tổng kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này của toàn EU, cao hơn đáng kể so với 0,44% cùng kỳ năm trước. Đáng chú ý, Việt Nam đã vươn lên vị trí thứ 17 trong danh sách các nguồn cung ứng rau quả chế biến lớn nhất cho EU, tăng 6 bậc so với vị trí 23 trong 6 tháng đầu năm và vượt qua cả Thái Lan (hiện ở vị trí 21), một đối thủ mạnh trong khu vực Đông Nam Á.

Bảng 6: Nhóm các thị trường xuất khẩu mặt hàng rau quả (mã HS 20) lớn nhất vào thị trường EU trong 7 tháng đầu năm 2025

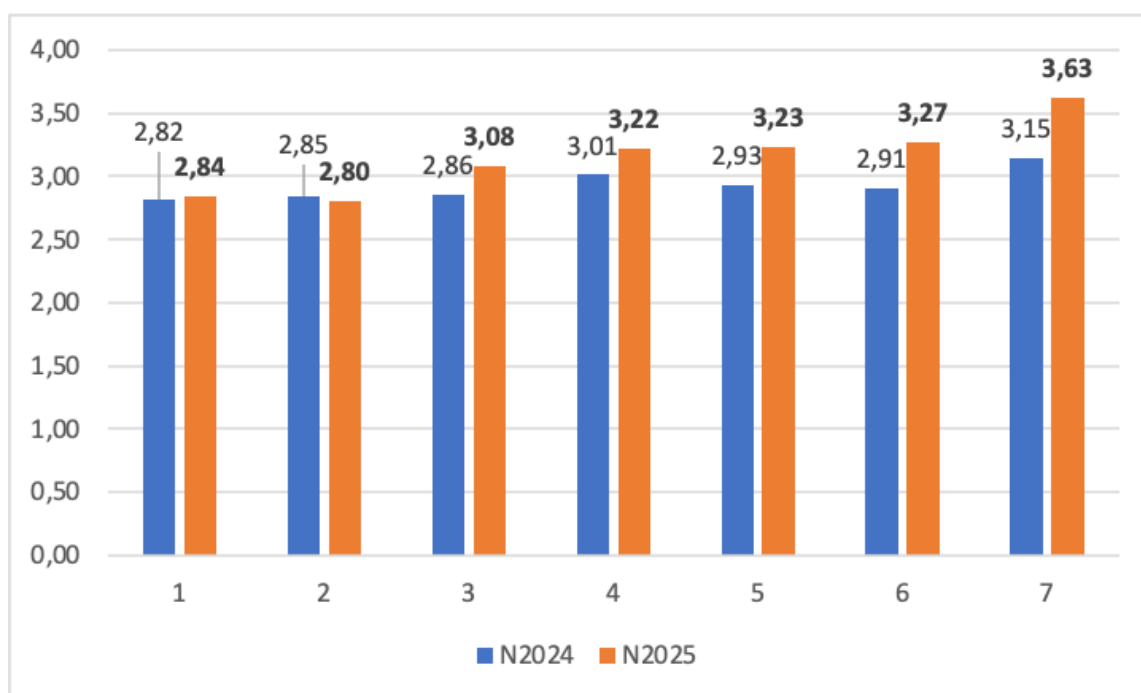
Thị trường	Tháng 7/2025			7 Tháng 2025		Tỷ trọng của thị trường	
	Trị giá (Triệu USD)	So với Tháng 6/2025 (%)	So với Tháng 7/2024 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 7 Tháng 2024 (%)	7 Tháng 2025 (%)	7 Tháng 2024 (%)
Tổng	3.625,37	10,87	15,22	22.065,87	7,50	100	100
Hà Lan	526,04	7,00	11,75	3239,25	8,41	14,68	14,56
Đức	343,08	9,40	12,94	2131,49	5,17	9,66	9,87
Italy	333,26	13,58	14,46	2028,73	3,97	9,19	9,51
Bỉ	324,91	2,79	8,93	2037,04	0,91	9,23	9,83
Tây Ban Nha	294,25	3,22	18,38	1825,42	14,10	8,27	7,79
Ba Lan	212,35	24,61	18,71	1124,90	14,55	5,10	4,78
Brazil	185,25	7,23	14,10	1122,44	-0,03	5,09	5,47
Pháp	177,06	3,08	14,37	1077,01	13,49	4,88	4,62
Thổ Nhĩ Kỳ	173,93	13,56	13,60	1184,58	10,64	5,37	5,22
Áo	103,42	7,55	6,69	662,91	4,43	3,00	3,09
Hy Lạp	101,70	28,49	45,25	551,02	16,31	2,50	2,31

Thị trường	Tháng 7/2025			7 Tháng 2025		Tỷ trọng của thị trường	
	Trị giá (Triệu USD)	So với Tháng 6/2025 (%)	So với Tháng 7/2024 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 7 Tháng 2024 (%)	7 Tháng 2025 (%)	7 Tháng 2024 (%)
Hungary	70,94	35,46	26,01	368,46	2,62	1,67	1,75
Trung Quốc	69,07	15,31	-9,44	472,33	6,32	2,14	2,16
Bồ Đào Nha	43,29	9,41	2,89	283,76	8,28	1,29	1,28
UK	38,84	10,53	22,04	212,13	2,11	0,96	1,01
Costa Rica	37,49	34,59	88,67	169,97	36,36	0,77	0,61
Việt Nam	34,74	63,89	121,90	135,64	49,55	0,61	0,44
Ai Cập	31,40	34,40	-14,97	167,53	-30,57	0,76	1,18
Peru	28,78	-13,49	74,87	206,11	36,04	0,93	0,74
Hoa Kỳ	28,45	4,67	-7,94	175,15	-11,08	0,79	0,96
Thái Lan	28,08	25,35	108,57	163,13	46,15	0,74	0,54
Nam Phi	25,36	6,81	38,99	161,99	49,68	0,73	0,53
Ấn Độ	22,62	6,64	2,47	178,82	6,80	0,81	0,82

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Trung tâm thương mại quốc tế (ITC) của WTO

Biểu đồ 5: Kim ngạch nhập khẩu mặt hàng rau quả chế biến (mã HS 20) của thị trường EU qua các tháng

ĐTV: Tỷ USD



Nguồn: Tính toán từ số liệu của Trung tâm thương mại quốc tế (ITC) của WTO

Sự bứt phá về vị trí nguồn cung cho thấy năng lực cạnh tranh ngày càng rõ nét của Việt Nam trong lĩnh vực chế biến sâu nông sản, nhờ vào nâng cấp công nghệ, đa dạng hóa sản phẩm và tận dụng ưu đãi thuế quan từ Hiệp định EVFTA. Các sản phẩm như nước ép trái cây, rau quả đóng hộp, trái cây sấy, mứt và hạt chế biến của Việt Nam đang được người tiêu dùng châu Âu ưa chuộng hơn nhờ chất lượng ổn định, hương vị tự nhiên và giá thành cạnh tranh.

II. CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN XUẤT KHẨU RAU QUẢ TRONG THỰC THI EVFTA

1. Các yếu tố tác động từ thị trường thế giới và thị trường EU

Trong bối cảnh hội nhập sâu rộng, Hiệp định EVFTA đã mở ra một giai đoạn phát triển mới cho ngành xuất khẩu rau quả của Việt Nam, tạo cơ hội thâm nhập sâu hơn vào thị trường có sức mua lớn và tiêu chuẩn cao hàng đầu thế giới. Tuy nhiên, quá trình thực thi hiệp định cũng chịu tác động của nhiều yếu tố đa chiều, từ biến động của thị trường quốc tế, yêu cầu khắt khe của thị trường EU cho đến năng lực nội tại của ngành hàng trong nước.

Trước hết, EVFTA mang lại lợi thế cạnh tranh rõ rệt về thuế quan. Phần lớn các mặt hàng rau quả tươi, rau củ chế biến, trái cây nhiệt đới và hạt có dầu của Việt Nam được xóa bỏ thuế nhập khẩu ngay hoặc trong lộ trình ngắn, giúp hàng Việt giảm đáng kể chi phí đầu vào khi vào EU, từ đó

nâng cao khả năng cạnh tranh so với các nước ngoài khối. Bên cạnh đó, ưu đãi xuất xứ hàng hóa trong khuôn khổ EVFTA tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp mở rộng xuất khẩu nếu đáp ứng được các tiêu chuẩn về nguồn gốc, chất lượng và quy trình sản xuất bền vững. Đây là yếu tố nền tảng thúc đẩy kim ngạch rau quả Việt Nam sang EU tăng mạnh trong những năm đầu hiệp định có hiệu lực.

Tuy nhiên, lợi thế thuế quan không phải là yếu tố quyết định duy nhất, bởi thị trường EU đặt ra hàng rào phi thuế quan rất cao, đặc biệt về an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc, bảo vệ môi trường và tiêu chuẩn lao động. Các quy định như Cơ chế điều chỉnh biên giới carbon (CBAM), Chiến lược “Từ nông trại đến bàn ăn” (Farm to Fork) hay Chính sách sản xuất, tiêu dùng xanh (Green Deal) đang buộc doanh nghiệp Việt Nam phải thay đổi căn bản mô hình sản xuất, từ nông nghiệp truyền thống sang chuỗi giá trị nông nghiệp bền vững, ít phát thải, thân thiện với môi trường. Đây vừa là áp lực, vừa là động lực thúc đẩy ngành rau quả Việt Nam tái cấu trúc để hướng tới xuất khẩu bền vững và chất lượng cao.

Ở cấp độ toàn cầu, biến động kinh tế và chính trị quốc tế cũng là yếu tố tác động đáng kể đến hoạt động xuất khẩu rau quả. Xung đột Nga – Ukraine, căng thẳng Trung Đông, và sự gián đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu khiến chi phí logistics, vận tải và bảo quản tăng mạnh. Ngoài ra, biến đổi khí hậu ngày càng rõ nét, thể hiện qua hạn hán, xâm nhập mặn, và thời tiết cực đoan đã ảnh hưởng trực tiếp đến sản lượng, chất lượng và tính ổn định của nguồn cung rau quả Việt Nam. Trong khi đó, các thị trường xuất khẩu cạnh tranh mạnh như Thái Lan, Philippines, Peru, Chile hay Nam Phi cũng không ngừng mở rộng sản xuất và đầu tư vào công nghệ nông nghiệp, khiến áp lực cạnh tranh trên thị trường EU ngày càng gay gắt.

Riêng đối với thị trường EU, xu hướng tiêu dùng đang thay đổi sâu sắc. Người tiêu dùng châu Âu có xu hướng ưu tiên các sản phẩm hữu cơ, sản phẩm có chứng nhận bền vững, bao bì thân thiện với môi trường, và sẵn sàng chi trả cao hơn cho hàng hóa xanh. Sự thay đổi này vừa mở ra cơ hội mới cho các doanh nghiệp Việt Nam đầu tư vào chế biến sâu, sản phẩm hữu cơ và truy xuất số hóa, vừa đặt ra thách thức lớn đối với các hộ sản xuất nhỏ lẻ chưa đủ năng lực đạt chứng nhận quốc tế như GlobalGAP, Organic EU hay Fairtrade. Đồng thời, chính sách kiểm soát dư lượng thuốc bảo vệ thực vật và tiêu chuẩn kiểm dịch thực vật nghiêm ngặt của EU khiến nhiều lô hàng rau quả Việt Nam gặp khó trong khâu thông quan hoặc phải điều chỉnh quy trình sản xuất để đáp ứng yêu cầu kỹ thuật.

Tổng hòa các yếu tố trên cho thấy, xuất khẩu rau quả của Việt Nam trong khuôn khổ EVFTA vừa có cơ hội vừa có thách thức. Lợi thế thuế quan và nhu cầu lớn từ EU là cơ hội vàng để mở rộng thị phần, nhưng các yêu cầu ngày càng cao về chất lượng, môi trường và truy xuất nguồn gốc

đòi hỏi ngành phải chuyển mình mạnh mẽ hơn. Trong thời gian tới, việc đầu tư vào vùng trồng đạt chuẩn, công nghệ sau thu hoạch, chế biến sâu và xây dựng thương hiệu quốc gia cho rau quả Việt Nam sẽ là những yếu tố quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh và tận dụng tối đa lợi ích từ EVFTA, đưa Việt Nam trở thành nguồn cung ứng rau quả uy tín và bền vững tại châu Âu.

2. Các yếu tố tác động từ thị trường Việt Nam

Hoạt động xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường EU đang đứng trước cơ hội phát triển mạnh mẽ, song cũng chịu ảnh hưởng sâu sắc từ nhiều yếu tố nội tại của thị trường trong nước. Những yếu tố này vừa tạo động lực thúc đẩy tăng trưởng, vừa đặt ra không ít thách thức đối với quá trình nâng cao năng lực cạnh tranh, đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế và tận dụng hiệu quả các ưu đãi từ các hiệp định thương mại như EVFTA.

Trước hết, điều kiện tự nhiên và lợi thế về khí hậu là một trong những yếu tố quan trọng giúp Việt Nam có khả năng sản xuất đa dạng các loại rau quả nhiệt đới quanh năm. Việt Nam có tiềm năng lớn trong việc cung ứng các sản phẩm mà châu Âu không tự sản xuất được như thanh long, xoài, dưa, chanh dây, mít, chuối, dừa hay hạt điều. Đây là lợi thế tuyệt đối giúp rau quả Việt Nam chiếm được sự quan tâm từ các nhà nhập khẩu EU. Tuy nhiên, yếu tố biến đổi khí hậu, xâm nhập mặn tại Đồng bằng sông Cửu Long hay thiên tai, hạn hán ở miền Trung và Tây Nguyên lại làm gián đoạn nguồn cung, gây khó khăn cho việc đảm bảo sản lượng ổn định, trong khi đây là một yêu cầu đặc biệt quan trọng trong các hợp đồng dài hạn với thị trường châu Âu.

Thứ hai, năng lực sản xuất và chất lượng nông sản vẫn là yếu tố mang tính quyết định đối với khả năng xuất khẩu sang EU. Những năm gần đây, nhiều doanh nghiệp và hợp tác xã đã đầu tư vào vùng trồng đạt chuẩn GlobalGAP, VietGAP, Organic EU, song tỷ lệ này vẫn còn hạn chế so với tổng diện tích canh tác. Phần lớn nông dân Việt Nam vẫn sản xuất manh mún, nhỏ lẻ, chưa tuân thủ nghiêm quy trình canh tác an toàn, sử dụng phân bón và thuốc bảo vệ thực vật vượt ngưỡng cho phép, dẫn đến rủi ro về dư lượng hóa chất, và đây là nguyên nhân chính khiến một số lô hàng bị cảnh báo hoặc trả về. Để xuất khẩu bền vững sang thị trường cao cấp như EU, Việt Nam cần đẩy mạnh liên kết chuỗi giá trị, chuyển từ mô hình sản xuất truyền thống sang sản xuất hàng hóa quy mô lớn, đồng bộ và có khả năng truy xuất nguồn gốc minh bạch.

Yếu tố thứ ba là hạ tầng logistics và công nghệ bảo quản sau thu hoạch. Đây được xem là điểm nghẽn lớn của xuất khẩu nông sản Việt Nam nói chung và rau quả nói riêng. Tỷ lệ tổn thất sau thu hoạch của rau quả Việt Nam vẫn ở mức cao, từ 20–30%, do hạn chế về kho lạnh, công nghệ

sấy, cấp đông và bao gói bảo quản. Hệ thống vận tải lạnh nội địa còn thiếu, chi phí logistics cao hơn 1,5–2 lần so với nhiều quốc gia cạnh tranh trong khu vực. Trong khi đó, thị trường EU yêu cầu cao về độ tươi, chất lượng cảm quan và thời hạn sử dụng sản phẩm. Việc đầu tư chuỗi logistics lạnh, trung tâm bảo quản, và công nghệ đóng gói thông minh sẽ là yếu tố quyết định giúp rau quả Việt Nam tăng sức cạnh tranh, giảm phụ thuộc vào trung gian, và mở rộng quy mô xuất khẩu trực tiếp.

Bên cạnh đó, năng lực của doanh nghiệp cũng tác động mạnh đến hoạt động xuất khẩu. Nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa chưa đủ năng lực tài chính để đầu tư vùng nguyên liệu, công nghệ bảo quản hay xây dựng thương hiệu. Ngoài ra, thiếu thông tin thị trường, năng lực đàm phán hạn chế và rào cản pháp lý cũng khiến nhiều doanh nghiệp chưa tận dụng hết tiềm năng từ EVFTA, dù thuế nhập khẩu đã được cắt giảm đáng kể.

Một yếu tố đáng chú ý khác là chuyển đổi xanh và tiêu chuẩn môi trường. Trong khi EU đang áp dụng các cơ chế như CBAM và yêu cầu sản phẩm “xanh hóa” toàn chuỗi cung ứng, nhiều doanh nghiệp Việt Nam vẫn chưa kịp thích ứng. Việc thiếu đầu tư vào sản xuất hữu cơ, sử dụng năng lượng tái tạo, xử lý chất thải và tiết kiệm nước khiến không ít mặt hàng rau quả Việt Nam chưa đáp ứng được xu hướng tiêu dùng bền vững của người châu Âu. Tuy nhiên, chính áp lực này lại là động lực quan trọng để ngành rau quả Việt Nam thúc đẩy đổi mới mô hình sản xuất, tăng giá trị gia tăng và khẳng định thương hiệu quốc gia trên thị trường quốc tế.

Yếu tố văn hóa tiêu dùng và năng lực marketing quốc tế cũng ảnh hưởng lớn đến kết quả xuất khẩu. Dù rau quả Việt Nam có chất lượng và hương vị đặc trưng, nhưng thiếu thương hiệu mạnh và chiến lược truyền thông bài bản khiến sản phẩm khó tạo dấu ấn tại châu Âu. Phần lớn hàng xuất khẩu vẫn thông qua trung gian hoặc mang nhãn hiệu của nhà nhập khẩu EU. Việc xây dựng thương hiệu “Vietnam Fruit”, kết hợp xúc tiến thương mại tại các hội chợ, chuỗi siêu thị và nền tảng thương mại điện tử xuyên biên giới, sẽ giúp Việt Nam nâng cao nhận diện, gia tăng giá trị xuất khẩu và mở rộng thị phần.

III. ĐÁNH GIÁ TRIỂN VỌNG VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP

1. Dự báo xu hướng

Trong thời gian tới, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường EU được dự báo sẽ tiếp tục duy trì đà tăng trưởng tích cực, nhờ sự kết hợp của nhiều yếu tố thuận lợi cả trong và ngoài nước. Trước hết, Hiệp định EVFTA vẫn là đòn bẩy giúp hàng rau quả Việt Nam gia tăng lợi thế cạnh tranh so với nhiều quốc gia ngoài khối có mức thuế cao hơn. Việc nhiều dòng thuế về 0% đã tạo điều kiện cho các mặt hàng chủ lực như thanh long, xoài, dứa, chuối, chanh leo, chôm chôm, sầu riêng và hạt điều của Việt

Nam thâm nhập sâu hơn vào các hệ thống phân phối lớn tại Đức, Hà Lan, Pháp và Bỉ, những trung tâm nhập khẩu, tái xuất quan trọng của khu vực.

Bên cạnh đó, xu hướng tiêu dùng xanh và lối sống lành mạnh tại châu Âu đang mở ra cơ hội lớn cho rau quả Việt Nam, đặc biệt là sản phẩm hữu cơ, chế biến sâu hoặc có chứng nhận bền vững. Nhiều doanh nghiệp trong nước đã bắt đầu đầu tư mạnh vào vùng trồng đạt chuẩn GlobalG.A.P, áp dụng công nghệ bảo quản lạnh và chế biến tiên tiến để kéo dài thời gian bảo quản và nâng cao giá trị gia tăng. Đây sẽ là nền tảng quan trọng để Việt Nam mở rộng thị phần, nhất là khi người tiêu dùng châu Âu ngày càng ưu tiên nguồn gốc rõ ràng, truy xuất minh bạch và tiêu chuẩn chất lượng cao.

Tuy nhiên, triển vọng tăng trưởng cũng đi kèm với thách thức. EU ngày càng siết chặt các quy định về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, tiêu chuẩn an toàn thực phẩm và yêu cầu chứng nhận bền vững như EUDR (Quy định chống phá rừng), buộc các doanh nghiệp Việt Nam phải không ngừng nâng cấp chuỗi cung ứng, quản lý vùng trồng và đầu tư cho truy xuất nguồn gốc điện tử.

Dự báo, trong những tháng còn lại của năm 2025, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường EU sẽ tiếp tục duy trì xu hướng tăng trưởng ổn định, dù có thể chịu tác động đan xen từ các yếu tố mùa vụ, biến động kinh tế và yêu cầu kỹ thuật ngày càng khắt khe của khối này. Thông thường, giai đoạn cuối năm là thời điểm nhu cầu nhập khẩu rau quả tại EU tăng cao, nhằm phục vụ cho mùa lễ hội, Giáng sinh và năm mới. Đây chính là thời điểm để rau quả Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu, đặc biệt là các mặt hàng trái cây nhiệt đới có giá trị cao như thanh long, chuối, xoài, dưa, sầu riêng và hạt điều chế biến. Dựa trên đà tăng trưởng của 9 tháng đầu năm 2025 và các yếu tố thuận lợi từ EVFTA, dự báo xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang EU trong toàn năm 2025 sẽ tiếp tục tăng trưởng khả quan.

2. Một số khuyến nghị

Để tận dụng tối đa cơ hội từ Hiệp định EVFTA và xu hướng tiêu dùng ngày càng nghiêng về sản phẩm chất lượng cao tại EU, ngành xuất khẩu rau quả của Việt Nam cần triển khai đồng bộ một loạt giải pháp trong thời gian tới. Trước hết, việc nâng cao chất lượng sản phẩm và mở rộng vùng trồng đạt chuẩn quốc tế là yêu cầu cấp thiết. Các doanh nghiệp nên đầu tư mạnh vào vùng nguyên liệu GlobalG.A.P, VietG.A.P hoặc hữu cơ, đồng thời áp dụng các giải pháp quản lý nông nghiệp thông minh, truy xuất nguồn gốc điện tử để đáp ứng tiêu chuẩn an toàn thực phẩm và truy xuất

nguồn gốc của EU. Đây không chỉ là giải pháp giúp giảm tỷ lệ trả hàng, cảnh báo dư lượng hóa chất mà còn tạo uy tín lâu dài cho thương hiệu rau quả Việt Nam.

Thứ hai, cần chú trọng chế biến sâu và bảo quản sau thu hoạch. Việc phát triển các sản phẩm chế biến như rau quả sấy, nước ép cô đặc, trái cây đông lạnh hay hạt chế biến sẵn sẽ gia tăng giá trị gia tăng và khả năng lưu trữ, vận chuyển trên các tuyến đường dài sang châu Âu. Đầu tư vào logistics lạnh, kho bảo quản và đóng gói thông minh sẽ giúp giảm thất thoát sau thu hoạch và nâng cao tính cạnh tranh cho hàng Việt trên thị trường EU.

Thứ ba, cần xây dựng thương hiệu quốc gia và chiến lược marketing quốc tế. Việc xuất khẩu theo thương hiệu của nhà nhập khẩu châu Âu khiến sản phẩm Việt Nam khó khẳng định bản sắc. Bên cạnh đó, cải thiện năng lực của doanh nghiệp vừa và nhỏ là yếu tố quan trọng. Các doanh nghiệp cần được hỗ trợ về vốn, công nghệ, thông tin thị trường, và đào tạo kỹ năng quản lý chuỗi cung ứng xuất khẩu. Nhà nước và các cơ quan xúc tiến thương mại nên phối hợp chặt chẽ để tạo ra môi trường hỗ trợ đồng bộ, giảm rào cản pháp lý và thủ tục xuất khẩu, giúp doanh nghiệp nhỏ có thể tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu.

Cuối cùng, cần thích ứng với xu hướng tiêu dùng xanh, bền vững và các quy định môi trường của EU. Việc áp dụng sản xuất ít phát thải, sử dụng năng lượng tái tạo, giảm nhựa, tăng cường bao bì thân thiện môi trường và phát triển nông sản hữu cơ sẽ không chỉ đáp ứng yêu cầu EU mà còn mở rộng thị trường mới, nâng cao giá trị xuất khẩu.

Tóm lại, để xuất khẩu rau quả Việt Nam sang EU phát triển bền vững, ngành hàng cần tăng chất lượng, mở rộng chế biến, xây dựng thương hiệu, nâng cao năng lực doanh nghiệp và thích ứng với tiêu chuẩn xanh. Đồng bộ các giải pháp này sẽ giúp Việt Nam không chỉ duy trì tốc độ tăng trưởng hiện tại mà còn mở rộng thị phần, khẳng định vị thế trên thị trường EU, thị trường nhập khẩu khó tính nhưng tiềm năng bậc nhất thế giới.

Cán bộ theo dõi

Người thực hiện

Đặng Thùy Dương

Đặng Thanh Hằng