

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

BÀI: TỔNG HỢP, PHÂN TÍCH VÀ CUNG CẤP THÔNG TIN VỀ TÌNH HÌNH HỢP TÁC, GIAO THƯƠNG ĐỐI VỚI MẶT HÀNG THỦY SẢN CỦA VIỆT NAM VỚI THỊ TRƯỜNG CPTPP TRONG 5 THÁNG ĐẦU NĂM 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
<i>1. Đánh giá tổng quan tình hình xuất khẩu mặt hàng sang thị trường CPTPP trong tháng</i>	<i>4</i>
<i>2. Cơ cấu thị trường xuất khẩu sang khối thị trường CPTPP trong tháng</i>	<i>6</i>
<i>3. Cơ cấu chủng loại nhóm hàng xuất khẩu sang thị trường CPTPP</i>	<i>9</i>
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
<i>1. Những yếu tố tác động tiêu cực đến xuất khẩu thủy sản của Việt Nam.....</i>	<i>15</i>
<i>2. Những yếu tố tác động tích cực đến xuất khẩu thủy sản của Việt Nam</i>	<i>16</i>

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1: Tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang các thị trường thành viên CPTPP tháng 5 và 5 tháng đầu năm 2025	4
Bảng 2: Xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam sang các nước thành viên Hiệp định CPTPP tháng 5 và 5 tháng năm 2025	8
Bảng 4: Xuất khẩu các nhóm hàng thủy sản của Việt Nam sang các nước thành viên CPTPP tháng 5 và 5 tháng đầu năm 2025.....	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 5 tháng năm 2020 - 2025	5
Biểu đồ 2: Cơ cấu các thị trường xuất khẩu thủy sản khối thành viên CPTPP 5 tháng năm 2024 - 2025	6
Biểu đồ 3: Tỷ trọng về trị giá xuất khẩu tôm Việt Nam trong các nước thành viên hiệp định CPTPP 5 tháng năm 2025	9

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

Mặc dù gặp nhiều áp lực từ các chính sách thuế quan của Mỹ nhưng xuất khẩu thủy sản Việt Nam vẫn tiếp tục khởi sắc với kim ngạch xuất khẩu thủy sản tháng 5/2025 đạt 997,1 triệu USD, tiếp tục tăng 10,68% so với tháng 4/2025 và tăng 20,44% so với tháng 5/2024.

Tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản 5 tháng năm nay đạt 4,2 tỷ USD, tăng 18,69% so với cùng kỳ năm ngoái. Trong đó, tôm tiếp tục là mặt hàng xuất khẩu mạnh nhất với trị giá đạt hơn 1,71 tỷ USD, tăng 32%. Nhóm hàng cá ngừ cũng cho thấy tín hiệu phục hồi khi trị giá xuất khẩu tăng 5%, đạt trên 405 triệu USD. Các nhóm sản phẩm khác như mực – bạch tuộc, cua ghe và nhuyễn thể có vỏ đều tăng trưởng mạnh, đặc biệt nhuyễn thể có vỏ tăng tới 63%.

Về thị trường, do Mỹ chưa chính thức áp dụng chính sách thuế quan mới nên xuất khẩu thủy sản sang thị trường này vẫn tăng mạnh, đạt 766,25 triệu USD, tăng 25,64% so với cùng kỳ 5 tháng đầu năm 2024. Xuất khẩu mặt hàng sang Trung Quốc và Hồng Kông cũng tăng tới 50%; sang EU tăng 14%.

Tính riêng xuất khẩu thủy sản sang các thị trường thành viên Hiệp định CPTPP cho thấy sự tăng trưởng ổn định hơn. Theo số liệu hải quan, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng sang các quốc gia này trong tháng 5/2025 tăng 2,45% so với tháng 4/2025 và tăng 17,78% so với tháng 5/2024, đạt 244,05 triệu USD, đưa trị giá xuất khẩu thủy sản 5 tháng đầu năm 2025 sang các nước thành viên Hiệp định lên hơn 1,12 tỷ USD (chiếm 26,68% tỷ trọng trên tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng của Việt Nam), tăng 20,89% so với cùng kỳ năm trước.

Bảng 1: Tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang các thị trường thành viên CPTPP tháng 5 và 5 tháng đầu năm 2025

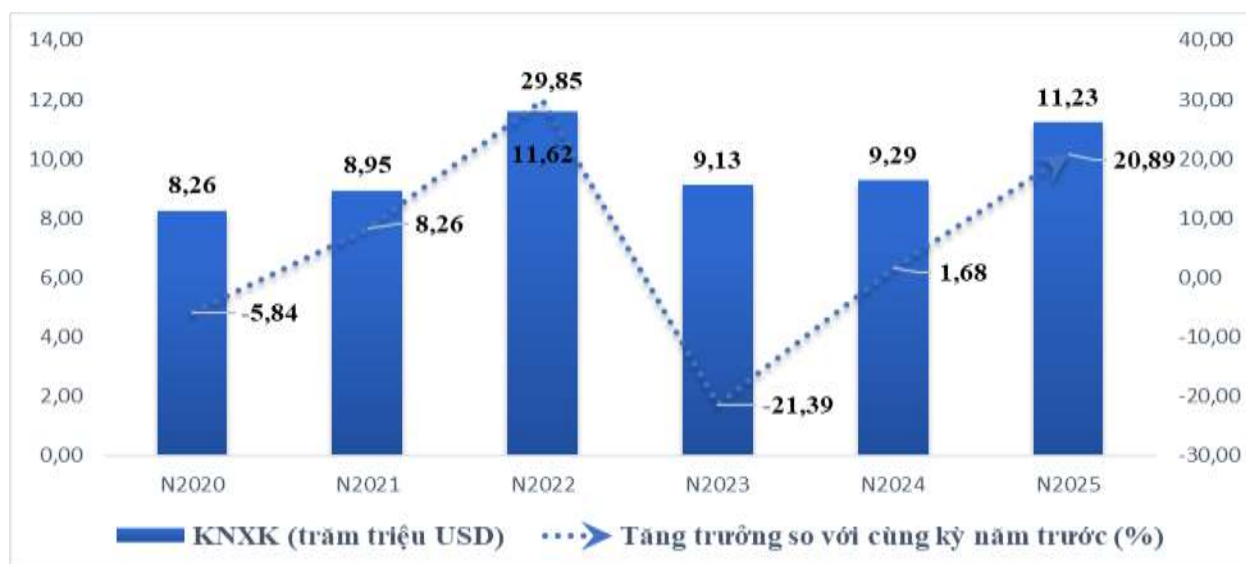
	Tháng 5/2025			5 tháng năm 2025	
	Trị giá (triệu USD)	So T4/2025 (%)	So T5/2024 (%)	Trị giá (triệu USD)	So 5T/2024 (%)
Tổng KNXK thủy sản của Việt Nam	997,1	10,68	20,44	4.207,54	18,69
KNXK hàng thủy sản sang các thị trường thành viên CPTPP	244,05	2,45	17,78	1.122,58	20,89
Tỷ trọng XK thủy sản sang các nước thành viên CPTPP/tổng KNXK mặt hàng của Việt Nam (%)	24,48			26,68	

Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu hải quan

Có thể thấy trong bối cảnh nhiều bất định nhưng doanh nghiệp thủy sản Việt Nam đã linh hoạt tận dụng được ưu đãi theo các cam kết trong các hiệp định thương mại tự do mà Việt Nam đã tham gia ký kết, trong đó có Hiệp định CPTPP. Sau khi Hiệp định chính thức có hiệu lực, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang các quốc gia đối tác thành viên CPTPP đã và vẫn đang tăng trưởng khá. Thống kê số liệu hải quan, kim ngạch xuất khẩu sang các thị trường thành viên này 5 tháng năm 2025 tăng 40,08% so với mức 801 triệu USD của 5 tháng năm 2018 (thời điểm trước khi hiệp định có hiệu lực) và tăng 27,92% so với mức 878 triệu USD của 5 tháng năm 2019 (năm đầu tiên CPTPP có hiệu lực với 11 quốc gia thành viên).

Biểu đồ 1: Kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang các thị trường thành viên Hiệp định CPTPP giai đoạn 5 tháng năm 2020 - 2025

Đơn vị tính: tỷ USD



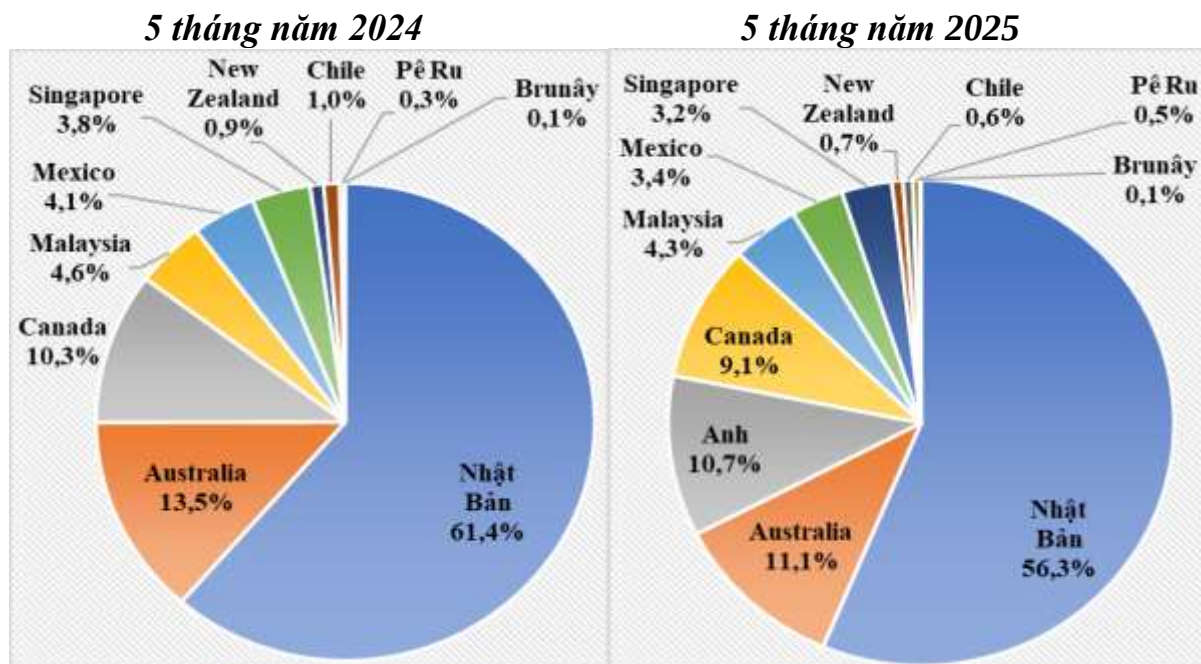
Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu hải quan

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

Trong cơ cấu các thị trường xuất khẩu thủy sản sang khối các nước thành viên hiệp định CPTPP, Nhật Bản vẫn là thị trường tiêu thụ thủy sản lớn nhất của Việt Nam. Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng sang Nhật Bản tháng 5/2025 đạt 140,47 triệu USD, tăng 8,7% so với tháng 5/2024 và 5 tháng đầu năm 2025 tăng 10,89% so với cùng kỳ năm 2024, đạt 632,51 triệu USD, chiếm 56,34% tỷ trọng trong tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng sang các quốc gia đối tác thành viên CPTPP.

Đáng kể, dù mới chính thức tham gia Hiệp định CPTPP từ tháng 15/12/2024 nhưng Anh là thị trường xuất khẩu thủy sản lớn thứ ba của Việt Nam trong khối các nước thành viên hiệp định với kim ngạch xuất khẩu mặt hàng tháng 5/2025 tăng 13,16% so với tháng 5/2024, đạt 28,46 triệu USD, nâng tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng sang thị trường này trong 5 tháng đầu năm nay lên 120,01 triệu USD, chiếm 10,69% trị giá xuất khẩu ngành hàng sang 11 quốc gia thành viên CPTPP. Điều này cho thấy rõ hiệu quả tích cực từ hiệp định CPTPP đem lại cho ngành hàng thủy sản Việt Nam.

Biểu đồ 2: Cơ cấu các thị trường xuất khẩu thủy sản sang khối thành viên CPTPP 5 tháng năm 2024 - 2025



Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu hải quan

Điểm sáng khác là ba thị trường Malaysia, Singapore và Peru tuy chỉ giữ tỷ trọng nhỏ trong cơ cấu các thị trường xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang các nước thành viên CPTPP nhưng lại có xu hướng tăng dần trong những tháng đầu năm 2025. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu thủy sản tháng 5/2025 sang Malaysia tăng 23,13% so với tháng 5/2024, sang Peru tăng 10,78%. Tính chung kim ngạch xuất khẩu thủy sản 5 tháng đầu năm nay sang Malaysia tăng 14,97% so với cùng kỳ năm ngoái, đạt 48,74 triệu USD, chiếm 4,34% tỷ trọng; sang Singapore tăng 1,99%, đạt 36,06 triệu USD, chiếm 3,21% tỷ trọng; đặc biệt kim ngạch xuất khẩu mặt hàng sang Peru tuy chỉ giữ 0,45% tỷ trọng nhưng tăng 87,82% so với cùng kỳ 5 tháng đầu năm 2024, đạt 5,09 triệu USD.

Tuy nhiên, xuất khẩu thủy sản sang một số thị trường khỏi các quốc gia đối tác thành viên hiệp định như Australia, New Zealand... lại có dấu hiệu giảm. Cụ thể, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng sang Australia tháng 5/2025 đạt 23,59 triệu USD nhưng giảm 19,09% so với tháng 4/2025, giảm 9,57% so với tháng 5/2024 và 5 tháng đầu năm 2025 giảm 1,02% so với cùng kỳ năm trước. Tương tự, kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang New Zealand tháng 5/2025 cũng giảm 42,72% so

với tháng 4/2025 và giảm 28,27% so với tháng 5/2024, đạt 1,37 triệu USD, khiến tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang thị trường này 5 tháng đầu năm nay giảm 0,61% so với cùng kỳ năm ngoái, đạt 8,02 triệu USD, chỉ giữ 0,7% tỷ trọng trong cơ cấu các thị trường xuất khẩu thủy sản của Việt Nam khỏi các nước thành viên CPTPP, giảm so với mức 0,9% tỷ trọng trong 5 tháng đầu năm 2024.

Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng sang Mexico 5 tháng đầu năm nay cũng giảm 1,15% và xuất khẩu sang Chile giảm 25,79%.

Bảng 2: Xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam sang các nước thành viên Hiệp định CPTPP tháng 5 và 5 tháng năm 2025

Tên thị trường	Tháng 5/2025			5 tháng năm 2025		
	KNXK (triệu USD)	So T4/2025 (%)	So T5/2024 (%)	KNXK (triệu USD)	So 5T/2024	Tỷ trọng (%)
Các nước đối tác thành viên CPTPP	244,05	2,45	17,78	1.122,58	20,89	100,00
Nhật Bản	140,47	5,52	8,7	632,51	10,89	56,34
Australia	23,59	-19,09	-9,57	124,44	-1,02	11,09
Anh	28,46	4,31	13,16	120,01	4,32	10,69
Canada	19,71	-3,42	-11,46	101,97	6,97	9,08
Malaysia	11,00	14,01	23,13	48,74	14,97	4,34
Mexico	9,26	59,8	14,32	37,95	-1,15	3,38
Singapore	7,52	0,39	-6,99	36,06	1,99	3,21
New Zealand	1,37	-42,72	-28,27	8,02	-0,61	0,71
Chile	1,85	52,09	4,35	7,07	-25,79	0,63

Tên thị trường	Tháng 5/2025			5 tháng năm 2025		
	KNXK (triệu USD)	So T4/2025 (%)	So T5/2024 (%)	KNXK (triệu USD)	So 5T/2024	Tỷ trọng (%)
Pê Ru	0,73	-52,15	10,78	5,09	87,82	0,45
Brunây	0,09	-49,59	-47,3	0,73	3,37	0,06

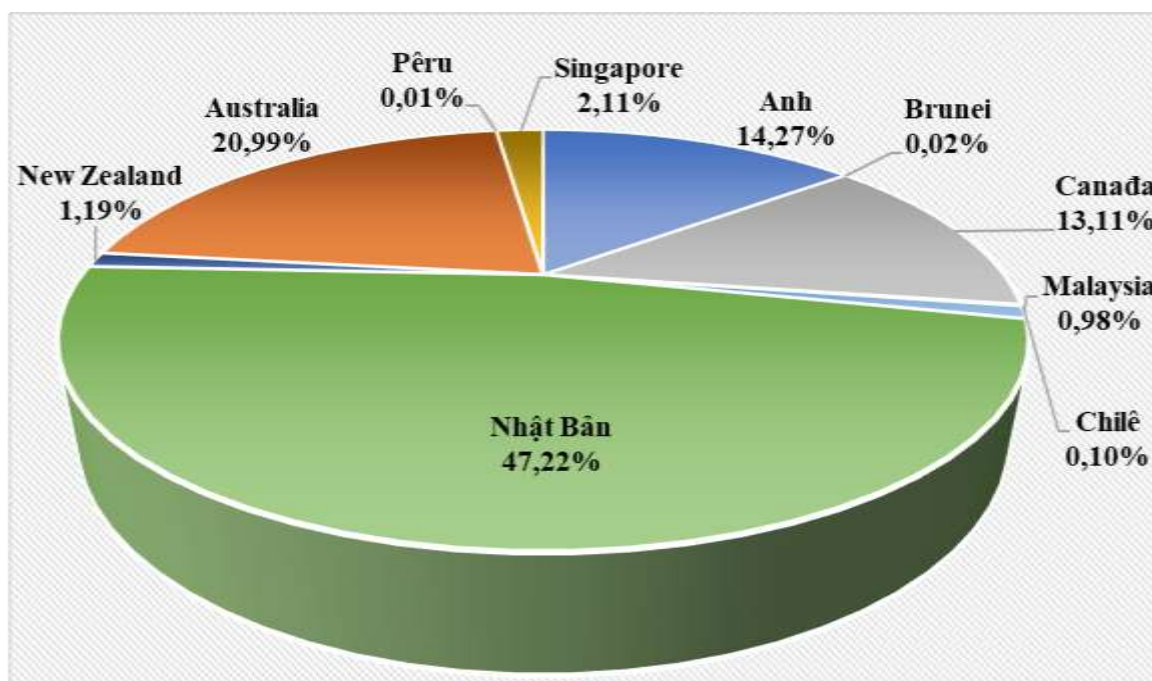
Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu hải quan

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

Trong các nhóm hàng thủy sản xuất khẩu sang các thị trường thành viên CPTPP, tôm (gồm tôm tươi và các sản phẩm chế biến từ tôm) tiếp tục là nhóm hàng có trị giá xuất khẩu cao nhất. Tuy giảm so với tháng 4/2025 nhưng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này trong tháng 5/2025 vẫn tăng 0,7% so với tháng 5/2024.

Tính chung 5 tháng đầu năm 2025, kim ngạch xuất khẩu tôm tăng 28,71% so với cùng kỳ năm trước, chiếm 38,88% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang các nước đối tác thành viên Hiệp định. Trong đó, xuất khẩu tôm sang Nhật Bản chiếm 47,22% tổng trị giá xuất khẩu các loại tôm sang các thị trường thành viên CPTPP, đạt 206,1 triệu USD, tăng 14,85% so với 5 tháng năm 2024. Đứng thứ hai là thị trường Australia với kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng sang Australia chiếm 20,99% trị giá xuất khẩu tôm sang các quốc gia thành viên hiệp định, đạt 91,6 triệu USD, tăng 2,34%. Đứng thứ ba là thị trường Anh với kim ngạch đạt 62,26 triệu USD, chiếm 14,27% tỷ trọng trong tổng kim ngạch xuất khẩu tôm sang các quốc gia thành viên CPTPP dù mới chính thức tham gia Hiệp định từ cuối năm ngoái. Có thể thấy, Anh chính là thị trường tiềm năng lớn đối với các doanh nghiệp xuất khẩu tôm nói riêng và thủy sản nói chung của Việt Nam.

Biểu đồ 3: Tỷ trọng về trị giá xuất khẩu tôm Việt Nam trong các nước thành viên hiệp định CPTPP 5 tháng năm 2025



Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu hải quan

Các loại cá cũng là nhóm hàng thủy sản xuất khẩu chính có sự tăng trưởng khá. Kim ngạch xuất khẩu các loại cá trong tháng 5/2025 tăng 10,99% so với tháng 5/2024 và kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này 5 tháng đầu năm 2025 tăng 16,8% so với cùng kỳ 5 tháng đầu năm 2024, chiếm 28,07% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang các thị trường đối tác thành viên CPTPP.

Các loại cá được xuất nhiều là cá tra và basa, cá ngừ, cá hồi, cá thu, cá saba, cá tuyết ... Trong đó, trị giá xuất khẩu cá tra và ba sa tháng 5/2025 tăng 11,72% so với cùng kỳ tháng 5/2024, đạt 24,42 triệu USD, đưa trị giá xuất khẩu nhóm hàng 5 tháng đầu năm 2025 lên 129,66 triệu USD, tăng 32,3% so với 5 tháng đầu năm 2024. Trị giá xuất khẩu các loại cá hồi trong tháng 5/2025 tăng nhẹ 2,56% so với tháng 4/2025 và trị giá xuất khẩu 5 tháng đầu năm nay tăng 0,84% so với cùng kỳ năm ngoái, đạt 106,52 triệu USD, chiếm 9,49% tỷ trọng về trị giá trong cơ cấu các nhóm hàng thủy sản xuất khẩu sang các nước thành viên hiệp định CPTPP.

Đáng chú ý, tuy chỉ chiếm tỷ trọng nhỏ nhưng xuất khẩu cá saba tăng mạnh với trị giá xuất khẩu 5 tháng đầu năm nay tăng gấp 8,6 lần so với 5 tháng đầu năm

trước, đạt 22,3 triệu USD, chiếm 1,99% tỷ trọng trong cơ cấu. Xuất khẩu các nhóm cá có giá trị thấp khác như cá thu, cá tuyết cũng tăng khá, lần lượt tăng ở mức 20,07% và 37,98% so với cùng kỳ 5 tháng đầu năm 2024.

Ngược lại, cá ngừ và các sản phẩm từ cá ngừ có xu hướng giảm. Kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này trong 5 tháng năm nay chỉ 37,33 triệu USD, giảm 19,46% so với cùng kỳ năm ngoái, chiếm 3,33% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang các thị trường đối tác thành viên CPTPP.

Bảng 3: Xuất khẩu các nhóm hàng thủy sản của Việt Nam sang các nước thành viên CPTPP tháng 5 và 5 tháng đầu năm 2025

Nhóm hàng	T5/2025 (triệu USD)	So T4/2025 (%)	So T5/2024 (%)	5T/2025 (triệu USD)	So 5T/2024 (%)	Tỷ trọng (%)
KNXK sang các nước thành viên CPTPP	244,05	2,45	17,78	1.122,58	20,89	100,00
Tôm	79,80	-22,42	0,70	436,44	28,71	38,88
Sản phẩm đông lạnh	38,33	-3,31	-18,70	189,64	-5,15	16,89
Cá tra, basa	24,42	-6,27	11,72	129,66	32,30	11,55
Cá hồi	21,80	2,56	-7,98	106,52	0,84	9,49
Khác	40,08	19,32	-19,69	115,00	-20,34	10,24
Mực (và các sp từ mực)	8,61	-3,77	3,60	41,34	13,63	3,68
Cua	8,32	3,85	-11,80	36,76	13,92	3,27
Cá saba	5,91	28,21	895,44	22,30	862,93	1,99
Cá thu	2,66	-18,93	-13,70	13,46	20,07	1,20
Cá ngừ và các SP từ cá ngừ	10,52	12,57	20,79	37,33	-77,29	0,94

Nhóm hàng	T5/2025 (triệu USD)	So T4/2025 (%)	So T5/2024 (%)	5T/2025 (triệu USD)	So 5T/2024 (%)	Tỷ trọng (%)
Cá tuyết	0,80	-62,83	-50,85	8,66	37,98	0,77
Chả cá	1,88	34,30		7,13		0,64
Nước mắm	0,39	-26,15	-37,76	2,90	6,00	0,26
Da cá	0,33	77,96		1,41		0,13
Mắm ruốc	0,01	88,47	109,09	0,43	53,63	0,04
Thanh cua	0,10		-55,76	0,28	-63,87	0,02
Mắm cá	0,06			0,12		0,01

Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu hải quan

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

Theo Bộ Nông nghiệp và Môi trường, trong năm 2025, diện tích nuôi trồng thủy sản cả nước ước đạt hơn 1,3 triệu ha, tăng nhẹ so với năm 2024. Sản lượng nuôi trồng dự kiến đạt khoảng 5,2 triệu tấn, tăng khoảng 3% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, sản lượng tôm nước lợ chiếm tỷ trọng lớn nhất, với khoảng 1,3 triệu tấn; cá tra đạt 1,7 triệu tấn, cùng với các đối tượng khác như cá rô phi, cá lóc, cá chẽm, nghêu, hào... đều có mức tăng trưởng tích cực. Vì vậy, nguồn cung các mặt hàng thủy sản khá dồi dào, vấn đề đặt ra là tăng cường hợp tác sản xuất, đầu tư, giao thương để đẩy mạnh xuất khẩu.

Hội nghị Nuôi trồng thủy sản thế giới Ấn Độ 2025 dự kiến sẽ diễn ra từ ngày 10-13/11/2025 tại Hyderabad, thủ phủ và thành phố lớn nhất của bang Telangana, Ấn Độ với sự tham gia của các quốc gia trên khắp khu vực Châu Á - Thái Bình Dương và trên toàn thế giới. Đây sẽ cơ hội và nơi kết nối các công nghệ tiên tiến nhất trong nuôi trồng và chế biến thủy sản, mở ra cơ hội giao lưu, hợp tác

giữa các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam và doanh nghiệp ngành thủy sản nước ngoài.

Điều đáng ghi nhận trong nuôi trồng thủy sản thời gian qua là mô hình sản xuất sạch, hữu cơ, ứng dụng công nghệ cao đã được nhiều công ty, doanh nghiệp ứng dụng. Đặc biệt với các nhóm hàng thủy sản xuất khẩu chủ lực như tôm sú, tôm thẻ chân trắng, cua biển, nhuyễn thể... cần phải được tập trung nuôi trồng phát triển ổn định, bền vững. Theo đó, sản phẩm hợp tác giao thương với các đối tác nước ngoài sẽ được tăng chất lượng, uy tín cho thủy sản Việt Nam nói chung, có thể tiếp tục tăng trưởng xuất khẩu trong bối cảnh thị trường thế giới ngày càng nhiều khó khăn từ thuế, rào cản thương mại hay sự cạnh tranh gay gắt từ các cường quốc xuất khẩu thủy sản khác.

III. Triển vọng và dự báo

Xuất khẩu da cá từ Việt Nam thời gian gần đây đang có xu hướng tăng dù trị giá chỉ chiếm tỷ trọng nhỏ trong cơ cấu các nhóm hàng thủy sản xuất khẩu của Việt Nam. Kim ngạch xuất khẩu da cá trong tháng 5/2025 sang riêng các quốc gia thành viên hiệp định CPTPP đã tăng đến 77,96% so với tháng 4/2025. Hiện, nhu cầu tiêu thụ trên thị trường thế giới được dự đoán là tiếp tục tăng trưởng khá.

Da cá là sự kết hợp đáng chú ý giữa truyền thống và đổi mới, tạo nên một vị thế riêng biệt trong lĩnh vực vật liệu bền vững. Bắt nguồn từ các hoạt động thu hoạch thủ công tại các cộng đồng ven biển, da cá trong nhiều thế kỷ đã làm nổi bật nghề thủ công văn hóa, đồng thời mang đến một sự thay thế bền bỉ và ấn tượng về mặt thị giác cho da thông thường. Trong những năm gần đây, nhận thức ngày càng cao về môi trường và các nguyên tắc kinh tế tuần hoàn đã đưa da cá trở thành tâm điểm chú ý, với các nhà thiết kế và nhà sản xuất tìm kiếm những vật liệu giảm thiểu dấu chân sinh thái và mang lại kết cấu độc đáo.

Khi ngành hàng xa xỉ hướng đến các thành phần đặc trưng, da cá đã thu hút sự chú ý nhờ các họa tiết vảy tự nhiên và độ bền vượt trội. Đồng thời, nhu cầu về

các nguyên liệu công nghiệp thân thiện với môi trường đã thúc đẩy các kỹ sư khám phá da cá cho các ứng dụng từ đồ bảo hộ đến vật liệu composite hiệu suất cao, nhấn mạnh tiềm năng của da cá trong việc vượt qua các thị trường ngách và thiết lập sự hiện diện rộng rãi hơn trong các lĩnh vực thời trang, phụ kiện, giày dép và công nghiệp.

Thông qua sự hợp tác chiến lược giữa ngành thủy sản, các chuyên gia thuộc da và các studio thiết kế, chuỗi cung ứng đã bắt đầu phát triển, tích hợp các giao thức truy xuất nguồn gốc và quy trình thuộc da bền vững. Những phát triển này không chỉ bảo vệ nguồn nguyên liệu thô mà còn phù hợp với các tiêu chuẩn quy định và kỳ vọng của người tiêu dùng.

Thị trường da cá đã trải qua sự chuyển đổi sâu sắc khi những đột phá công nghệ hội tụ với sự thay đổi về giá trị của người tiêu dùng. Các quy trình thuộc da tiên tiến đã giảm thiểu sự phụ thuộc vào hóa chất độc hại, với các phương pháp xử lý enzyme mới và các giải pháp từ thực vật, mang lại lớp da mềm mại mà không ảnh hưởng đến tính toàn vẹn của môi trường. Đồng thời, các kỹ thuật in nổi và nhuộm kỹ thuật số đã cho phép các nhà thiết kế áp dụng các họa tiết và dải màu phức tạp, nâng cao tính thẩm mỹ của da cá, thu hẹp khoảng cách giữa tính xác thực thủ công và tùy chỉnh hàng loạt.

Không những thế, các đánh giá vòng đời và nền tảng truy xuất nguồn gốc ngày càng được tận dụng để chứng minh lượng khí thải carbon thấp hơn của da cá so với da bò truyền thống. Khi những xu hướng biến đổi này ngày càng phát triển, da cá sẽ đóng vai trò nổi bật trong hệ sinh thái vật liệu bền vững.

Phân khúc thị trường da cá theo loại sản phẩm cho thấy sự đa dạng trong các danh mục sử dụng cuối. Trong lĩnh vực phụ kiện, các ứng dụng như thắt lưng, túi xách và ví tận dụng các họa tiết vảy đặc trưng của da cá để tạo nên những điểm nhấn thị giác ấn tượng, trong khi phân khúc giày dép khám phá những thiết kế bền bỉ nhưng nhẹ nhàng cho các mẫu thể thao hiệu suất cao và phong cách sống. Ngành thời trang bao gồm cả trang phục và trang sức, nơi các nhà thiết kế kết hợp

các tấm da cá và chi tiết trang trí để truyền tải câu chuyện về sự sang trọng thân thiện với môi trường. Trong khi đó, người dùng công nghiệp lại tìm hiểu da cá cho các ứng dụng chuyên biệt đòi hỏi khả năng chống mài mòn và quản lý độ ẩm.

Khi xem xét sự khác biệt về loài, da cá tra nổi lên như một lựa chọn linh hoạt cho các nhà thiết kế thử nghiệm nhờ hạt mịn và kết cấu đồng đều. Da cá hồi, nổi tiếng với cấu trúc chắc chắn và các đường vân độc đáo, được ưa chuộng trong các phụ kiện cao cấp, trong khi da cá rô phi mang lại khả năng mở rộng hiệu quả về chi phí với sự cân bằng giữa độ linh hoạt và độ bền kéo. Những khác biệt về loài này định hướng cho các chiến lược tìm nguồn cung ứng nguyên liệu và ảnh hưởng đến việc định vị sản phẩm cuối cùng trên thị trường.

Tại châu Á - Thái Bình Dương, các hoạt động nuôi trồng thủy sản mạnh mẽ cung cấp nguồn da sống ổn định, cho phép các cơ sở thuộc da thực vật và thuộc da crom có thể mở rộng quy mô, phục vụ cả thị trường nội địa và xuất khẩu. Ở châu Âu, Trung Đông và châu Phi, các quy định nghiêm ngặt về môi trường và sự hiện diện mạnh mẽ của các thương hiệu xa xỉ đã thúc đẩy vị thế cao cấp cho da cá.

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

Đằng sau sự tăng trưởng ngắn hạn, ngành thủy sản Việt Nam đang phải đối mặt với thách thức lớn từ chính sách thuế của Hoa Kỳ. Mức thuế đối ứng lên tới 46% nếu được áp dụng sẽ làm đội chi phí, tạo gánh nặng thuế chồng thuế và đẩy nhiều doanh nghiệp – đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ – vào thế bấp bênh. Hệ quả không chỉ là mất đơn hàng mà còn có nguy cơ phá vỡ toàn bộ chuỗi cung ứng và làm gia tăng thất nghiệp cục bộ tại các địa phương có ngành sản xuất thủy sản.

Các nước như Trung Quốc, Ấn Độ hay các nhà sản xuất cá hồi Nam Mỹ cũng đang tìm cách ứng phó hoặc tranh thủ cơ hội thị phần. Đặc biệt, các nhà xuất khẩu từ Mỹ Latinh như Brazil hay Chile được cho là sẽ hưởng lợi nếu Việt Nam bị loại khỏi chuỗi cung ứng vào Mỹ do mức thuế cao.

Cùng đó, các quốc gia sản xuất thủy sản lớn như Ấn Độ, Thái Lan, Trung Quốc và Ecuador cũng đang nỗ lực gia tăng sản lượng và chất lượng thủy sản xuất

khẩu. Điều này tạo ra sự cạnh tranh gay gắt về giá cả và chất lượng sản phẩm cho thủy sản Việt Nam. Các yếu tố như giá thức ăn chăn nuôi, nhiên liệu, và chi phí vận chuyển tăng cao có thể ảnh hưởng đến chi phí sản xuất thủy sản, có thể làm giảm tính cạnh tranh của sản phẩm Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Không những thế, biến đổi khí hậu sẽ ảnh hưởng đến sự phát triển của nguồn lợi thủy sản, nhất là thủy sản nuôi trồng. Tình trạng nước biển dâng, thay đổi nhiệt độ và nguồn nước ô nhiễm có thể gây khó khăn cho sản xuất nguyên liệu thủy sản, nguy cơ dịch bệnh làm giảm nguồn cung và chất lượng nguyên liệu.

Trong khi đó, mục tiêu kế hoạch xuất khẩu năm 2025 là đạt 10,5 tỷ USD tăng 4,3% so với cùng kỳ 2024, trong đó 6 tháng đầu năm cần đạt 5,1 tỷ USD, 6 tháng cuối năm cần đạt 5,4 tỷ USD. Để đạt mục tiêu kế hoạch trên, ngành thủy sản cần đẩy mạnh xuất khẩu hơn nữa vào một số thị trường trọng tâm.

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

Cơ hội vẫn sáng, dư địa tăng trưởng các dòng sản phẩm chế biến sâu sẽ rộng mở nhờ sự phục hồi mạnh mẽ của thị trường Trung Quốc, ASEAN, Nhật Bản, tín hiệu gỡ bỏ rào cản kỹ thuật từ các nước thuộc khối EU, các hiệp định thương mại (EVFTA, CPTPP, UKVFTA) tiếp tục tạo lợi thế về thuế quan so với các quốc gia cạnh tranh.

Những hiệp định thế hệ mới, đặc biệt là Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương - CPTPP, giúp giảm thuế xuất khẩu, tăng khả năng tiếp cận thị trường và nâng cao sức cạnh tranh cho thủy sản Việt Nam, nhất là trong bối cảnh kinh tế toàn cầu vẫn còn bị kiềm chế bởi những bất ổn địa chính trị.

Ngoài ra, phát triển các sản phẩm thủy sản có giá trị gia tăng không chỉ là xu hướng mà còn là chiến lược quan trọng để ngành thủy sản Việt Nam mở rộng và giữ vững vị thế trên các thị trường. Đặc biệt là xu hướng sản xuất phụ phẩm từ các nguồn nguyên liệu thủy sản mang lại cơ hội để gia tăng giá trị cho ngành thủy sản, thực hiện tiêu chí kinh tế tuần hoàn, giảm ảnh hưởng môi trường.

Xuất khẩu sang các nước đối tác thành viên hiệp định CPTPP như Nhật Bản, Anh, Canada... vẫn duy trì đà tăng trưởng tích cực. Những thị trường này đòi hỏi chất lượng sản phẩm cao, nhưng đổi lại, rủi ro về thuế quan và chính sách thấp hơn nhiều so với thị trường Hoa Kỳ.

Bên cạnh đó, nhiều doanh nghiệp thủy sản đang tích cực mở rộng danh mục sản phẩm chế biến sâu như cá viên, cá tẩm gia vị, cá hộp, collagen từ phụ phẩm. Đây được coi là giải pháp “2 trong 1”: vừa nâng cao giá trị gia tăng, vừa thâm nhập được vào các thị trường ngách có nhu cầu cao về thực phẩm tiện lợi, nhất là tại các đô thị lớn ở châu Á.