

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 4
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

Năm 2025

MỤC LỤC

I. TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU RAU QUẢ CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG EU TRONG THỰC THI EVFTA	7
1. Tổng quan tình hình xuất khẩu rau quả sang thị trường EU.....	7
2. Cơ cấu thị trường thành viên EU theo kim ngạch xuất khẩu từ Việt Nam	8
3. Cơ cấu chủng loại mặt hàng rau quả xuất khẩu sang thị trường các thành viên Hiệp định EVFTA	12
II. CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN XUẤT KHẨU RAU QUẢ TRONG THỰC THI EVFTA	14
1. Các yếu tố tác động từ thị trường thế giới và thị trường EU	14
2. Các yếu tố tác động từ Việt Nam.....	15
3. Xu hướng nhập khẩu rau quả vào EU	16
3.1. Nhập khẩu mặt hàng quả và quả hạch (mã HS 08) vào EU.....	17
3.2. Nhập khẩu mặt hàng rau quả chế biến (mã HS 20) vào EU	18
III. ĐÁNH GIÁ TRIỂN VỌNG VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP	21
1. Dự báo xu hướng.....	21
2. Một số khuyến nghị.....	22

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 1: Xuất khẩu rau quả của Việt Nam tới EU trong giai đoạn 2021-2024.....	7
Biểu đồ 2: Cơ cấu thị trường thành viên trong xuất khẩu rau quả từ Việt Nam sang EU trong 4 tháng đầu năm 2025	11
Biểu đồ 3: Chứng loại rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang EU trong 4 tháng năm 2025 (<i>% tính theo trị giá</i>)	14
Biểu đồ 4: Cơ cấu thị trường thành viên trong nhập khẩu mặt hàng rau quả chủ lực (HS 08,20) vào EU trong 3 tháng đầu năm 2025	16
Biểu đồ 5: Cơ cấu thị trường thành viên trong tổng nhập khẩu rau quả mã HS 08 vào EU trong 3 tháng đầu năm 2025	18
Biểu đồ 6: Cơ cấu thị trường thành viên trong tổng nhập khẩu rau quả chế biến (mã HS 20) vào EU trong 3 tháng đầu năm 2025	20

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1: Thị trường xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang các thành viên Hiệp định EVFTA trong 4 tháng đầu năm 2025.....	9
Bảng 2: Cơ cấu chứng loại rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang EU trong 4 tháng năm 2025 (<i>% tính theo trị giá</i>)	12
Bảng 3: Nhập khẩu mặt hàng rau quả của một số thành viên EU (mã HS 08) trong 3 tháng đầu năm 2025	17
Bảng 4: Nhập khẩu mặt hàng rau quả chế biến của một số thành viên EU (mã HS 20) trong 3 tháng đầu năm 2025.....	19

TÓM TẮT NỘI DUNG

Trong giai đoạn 2021–2024, kim ngạch xuất khẩu rau quả trung bình của Việt Nam sang EU đạt 203,86 triệu USD, với tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 14%/năm. Đặc biệt, năm 2024 đánh dấu cột mốc quan trọng khi kim ngạch xuất khẩu đạt mức cao nhất trong cả giai đoạn, với trị giá lên tới 242,46 triệu USD, cho thấy năng lực sản xuất, chế biến và xuất khẩu rau quả của Việt Nam ngày càng được cải thiện.

Bước sang năm 2025, đà tăng trưởng tiếp tục được duy trì mạnh mẽ trong 4 tháng đầu năm. Riêng trong tháng 4/2025, kim ngạch xuất khẩu rau quả sang EU đạt 41,34 triệu USD, tăng 6,83% so với tháng trước và tăng mạnh tới 47,63% so với cùng kỳ năm ngoái. Tính chung 4 tháng đầu năm 2025, kim ngạch xuất khẩu đã đạt 132,34 triệu USD, tăng 32,06% so với cùng kỳ năm 2024. Những con số này cho thấy nỗ lực mở rộng thị trường, nâng cao chất lượng sản phẩm, và tận dụng tối đa các ưu đãi thuế quan theo EVFTA đang phát huy hiệu quả rõ rệt.

Trong 4 tháng đầu năm 2025, cơ cấu thị trường xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang các quốc gia thành viên thuộc Hiệp định EVFTA tiếp tục xu hướng đa dạng hóa thị trường cũng như những thay đổi trong nhu cầu tiêu dùng và khả năng cạnh tranh của hàng nông sản Việt tại thị trường EU. Theo số liệu từ Cục Hải quan Việt Nam, Hà Lan vẫn giữ vị trí là thị trường xuất khẩu rau quả lớn nhất của Việt Nam trong khối EVFTA, mặc dù thị phần của nước này đang có dấu hiệu sụt giảm nhẹ. Trong tháng 4/2025, kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang Hà Lan đạt 12,45 triệu USD, giảm 5,02% so với tháng trước nhưng tăng 21,98% so với cùng kỳ năm 2024. Tính chung 4 tháng đầu năm 2025, kim ngạch xuất khẩu đạt 36,61 triệu USD, giảm 2,39% so với cùng kỳ, chiếm 27,66% trong tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang EU. Đây được coi là mức giảm đáng kể so với tỷ trọng 37,43% của cùng kỳ năm trước. Sự sụt giảm này phần nào cho thấy sự phân tán trong thương mại, các thị trường khác trong khối EVFTA đang dần gia tăng sức hút và cạnh tranh với Hà Lan, quốc gia vẫn được xem là trung tâm trung chuyển rau quả lớn nhất tại châu Âu.

Nổi bật trong bức tranh xuất khẩu 4 tháng đầu năm 2025 còn có thị trường Đức, quốc gia đứng thứ hai trong danh sách các thị trường xuất khẩu rau quả lớn nhất của Việt Nam sang các thị trường thành viên Hiệp định EVFTA. Chỉ tính riêng tháng 4/2025, kim ngạch xuất khẩu rau quả sang Đức đạt 7,66 triệu USD, tăng 9,11% so với tháng trước và tăng mạnh 56,16% so với cùng kỳ năm trước. Lũy kế 4 tháng đầu năm, kim ngạch đạt 25,46 triệu USD, tăng 28,12% so với cùng kỳ 2024, chiếm tỷ trọng 19,24%. Tuy mức tỷ trọng này có giảm nhẹ so với

cùng kỳ năm ngoái (19,83%), nhưng mức tăng trưởng kim ngạch lại phản ánh sức cầu ngày càng lớn từ thị trường.

Trong 4 tháng đầu năm 2025, bên cạnh những thị trường truyền thống với kim ngạch lớn như Hà Lan, Đức hay Pháp, một điểm sáng đặc biệt đáng chú ý là sự vươn lên mạnh mẽ của một số thị trường nhỏ nhưng có tốc độ tăng trưởng ấn tượng. Những con về kim ngạch xuất khẩu từ các thị trường như Italy, Hy Lạp, Estonia đã phản ánh xu hướng dịch chuyển về nhu cầu tiêu dùng và khả năng thâm nhập hiệu quả của hàng Việt vào các phân khúc thị trường ngách đầy tiềm năng.

Trong 4 tháng đầu năm 2025, cơ cấu chủng loại rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường thành viên EVFTA cho thấy những xu hướng tiêu dùng đang thay đổi tại châu Âu và năng lực thích ứng linh hoạt của ngành hàng rau quả Việt. Dẫn đầu trong các nhóm hàng xuất khẩu là chủng loại quả và quả hạch, với kim ngạch xuất khẩu trong tháng 4/2025 đạt 21,01 triệu USD, tăng 11,89% so với tháng trước, tăng trưởng 63,13% so với cùng kỳ năm 2024. Lũy kế 4 tháng đầu năm, nhóm hàng này đạt giá trị xuất khẩu 68,89 triệu USD, tăng 45,05% so với cùng kỳ năm ngoái, chiếm tới 52,05% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả sang EU.

Đứng ở vị trí thứ hai là mặt hàng rau quả chế biến, nhóm sản phẩm mang lại giá trị gia tăng cao và đang dần khẳng định vai trò chủ lực trong dài hạn. Trong tháng 4/2025, kim ngạch xuất khẩu rau quả chế biến đạt 17,84 triệu USD, tăng 3,01% so với tháng trước và tăng 36,92% so với cùng kỳ năm trước. Tính chung 4 tháng đầu năm, nhóm hàng này đạt 53,59 triệu USD, tăng 17,05% so với cùng kỳ. Tuy nhiên, tỷ trọng của rau quả chế biến trong tổng kim ngạch xuất khẩu sang EU giảm nhẹ từ 45,69% xuống còn 40,5%, cho thấy sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt trong phân khúc này.

Theo số liệu thống kê từ Trung tâm thương mại quốc tế (ITC) của WTO, trong 3 tháng đầu năm 2025, kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng quả và quả hạch (mã HS 08) của EU đạt 13,36 tỷ USD, giảm 8,68% so với cùng kỳ năm trước. Đây là mức giảm cho thấy thị trường đang đối mặt với nhiều thách thức, có thể xuất phát từ yếu tố thời tiết ảnh hưởng đến mùa vụ, sự cạnh tranh từ nguồn cung nội địa hoặc xu hướng tiêu dùng ưu tiên sản phẩm địa phương và hữu cơ. Bên cạnh đó, nhóm hàng rau quả chế biến (mã HS 20) cũng chứng kiến mức giảm, với kim ngạch nhập khẩu đạt 7,17 tỷ USD, giảm 15,75%.

Trong những tháng đầu năm 2025, tình hình nhập khẩu mặt hàng quả và quả hạch (mã HS 08) của EU có tín hiệu suy giảm. Theo số liệu từ Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), chỉ riêng trong tháng 3/2025, kim ngạch nhập khẩu của EU đối với nhóm hàng này chỉ đạt

2,89 tỷ USD, giảm tới 44,73% so với tháng trước và giảm 44,07% so với cùng kỳ năm 2024. Đây là mức sụt giảm đáng chú ý, cho thấy áp lực từ lạm phát, biến động tỷ giá, cũng như sức mua suy yếu tại nhiều quốc gia thành viên EU. Lũy kế 3 tháng đầu năm 2025, kim ngạch nhập khẩu mặt hàng quả và quả hạch của toàn EU đạt 13,36 tỷ USD, giảm 8,68% so với cùng kỳ.

Đức tiếp tục thể hiện vai trò là thị trường dẫn đầu trong nhập khẩu mặt hàng rau quả chế biến của toàn EU. Trong tháng 3/2025, Đức nhập khẩu 687,48 triệu USD mặt hàng này, tăng 10,33% so với tháng trước và tăng 12,39% so với cùng tháng năm trước. Lũy kế 3 tháng đầu năm, Đức nhập khẩu tổng cộng 1,92 tỷ USD, tăng 4,19% so với cùng kỳ và chiếm 26,72% tổng kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này của toàn EU, cao hơn so với mức tỷ trọng 21,6% của cùng kỳ năm ngoái. Nguyên nhân có thể do nhu cầu tiêu dùng ổn định tại thị trường Đức và xu hướng chuyển dịch trung tâm nhập khẩu sang các quốc gia có hệ thống phân phối mạnh, cơ sở hạ tầng thực phẩm chế biến phát triển, cũng như nhận thức cao về các sản phẩm thực phẩm tiện lợi và dinh dưỡng.

Dự báo trong thời gian tới, xu hướng nhập khẩu rau quả của các nước EU sẽ tiếp tục có sự phân hóa mạnh giữa các nhóm sản phẩm cũng như giữa các quốc gia thành viên, chịu ảnh hưởng sâu sắc từ các yếu tố như biến động khí hậu, chi phí logistics, thay đổi trong hành vi tiêu dùng và chính sách phát triển nông nghiệp bền vững. Với nhóm hàng rau củ tươi hoặc ướp lạnh (mã HS 07), nhu cầu được dự báo sẽ giữ đà tăng trưởng ổn định, đặc biệt trong bối cảnh người tiêu dùng châu Âu ngày càng quan tâm đến chế độ ăn uống lành mạnh, ưu tiên các sản phẩm có nguồn gốc thực vật và ít qua xử lý. Việc mở rộng mô hình tiêu dùng bền vững, nhất là ở các nước như Đức, Hà Lan và Thụy Điển, sẽ thúc đẩy nhập khẩu các loại rau củ có chứng nhận hữu cơ, không sử dụng thuốc trừ sâu hóa học và có chuỗi cung ứng minh bạch.

Trong những tháng tiếp theo của năm 2025, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường EU được dự báo sẽ tăng trưởng tích cực, mặc dù vẫn phải đối mặt với không ít thách thức về kỹ thuật và tiêu chuẩn chất lượng. EU tiếp tục là một trong những thị trường giàu tiềm năng cho ngành hàng rau quả Việt Nam. Các mặt hàng như thanh long, xoài, bưởi, dưa, chanh leo, sầu riêng hay mít đều có tiềm năng mở rộng hiện diện tại những thị trường khó tính như Đức, Hà Lan, Pháp và các nước Bắc Âu.

NỘI DUNG CHI TIẾT

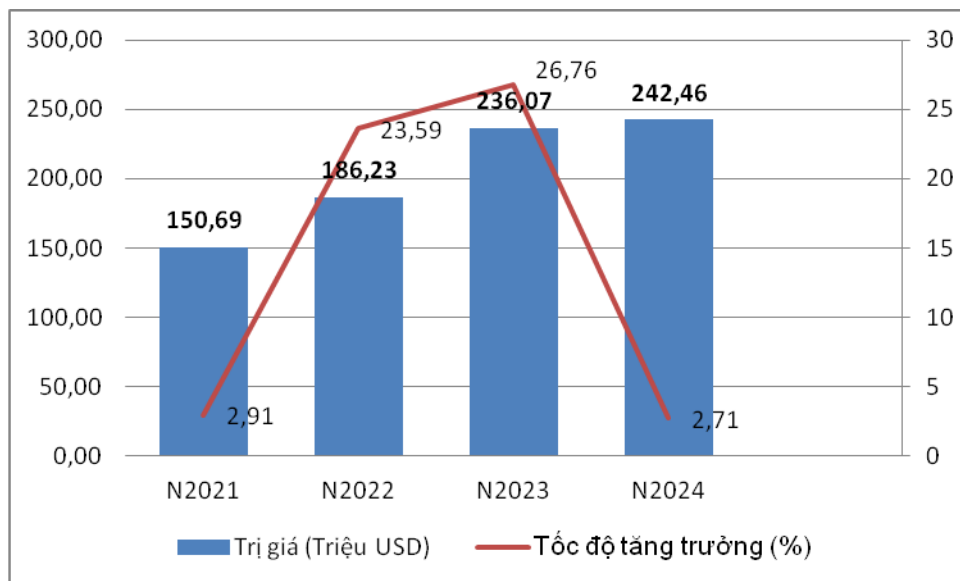
I. TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU RAU QUẢ CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG EU TRONG THỰC THI EVFTA TRONG 4 THÁNG ĐẦU NĂM 2025

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

Tình hình xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang các thị trường thành viên Hiệp định EVFTA trong những năm gần đây có nhiều tín hiệu tích cực, cho thấy phần nào hiệu quả của việc tận dụng các ưu đãi từ hiệp định này. Trong giai đoạn 2021–2024, kim ngạch xuất khẩu rau quả trung bình của Việt Nam sang EU đạt 203,86 triệu USD/năm, với tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 14%/năm. Đặc biệt, năm 2024 đánh dấu cột mốc quan trọng khi kim ngạch xuất khẩu đạt mức cao nhất trong cả giai đoạn, với trị giá lên tới 242,46 triệu USD, cho thấy năng lực sản xuất, chế biến và xuất khẩu rau quả của Việt Nam ngày càng được cải thiện và Việt Nam đã tận dụng tốt hơn được thỏa thuận thương mại tự do với EU.

Biểu đồ 1: Xuất khẩu rau quả của Việt Nam tới EU trong giai đoạn 2021-2024

(ĐVT: Triệu USD)



Nguồn: Tính toán từ số liệu Hải quan Việt Nam

Bước sang năm 2025, đà tăng trưởng tiếp tục được duy trì mạnh mẽ trong 4 tháng đầu năm. Riêng trong tháng 4/2025, kim ngạch xuất khẩu rau quả sang EU đạt 41,34 triệu USD, tăng 6,83% so với tháng trước và tăng mạnh tới 47,63% so với cùng kỳ năm ngoái. Tính chung 4 tháng đầu năm 2025, kim ngạch xuất khẩu đã đạt 132,34 triệu USD, tăng 32,06% so với cùng kỳ năm 2024. Những con số này cho thấy nỗ

lực mở rộng thị trường, nâng cao chất lượng sản phẩm, và tận dụng tối đa các ưu đãi thuế quan theo EVFTA đang phát huy hiệu quả rõ rệt. Đặc biệt, sự gia tăng kim ngạch trong thời gian ngắn phản ánh tiềm năng rất lớn từ thị trường EU nếu Việt Nam tiếp tục duy trì và phát triển các chuỗi cung ứng ổn định, đạt chuẩn quốc tế.

2. Cơ cấu thị trường thành viên EU theo kim ngạch xuất khẩu từ Việt Nam

Trong 4 tháng đầu năm 2025, cơ cấu thị trường xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang các quốc gia thành viên thuộc Hiệp định EVFTA tiếp tục xu hướng đa dạng hóa thị trường cũng như những thay đổi trong nhu cầu tiêu dùng và khả năng cạnh tranh của hàng nông sản Việt tại thị trường EU.

Theo số liệu từ Cục Hải quan Việt Nam, Hà Lan vẫn giữ vị trí là thị trường xuất khẩu rau quả lớn nhất của Việt Nam trong khối EVFTA, mặc dù thị phần của nước này đang có dấu hiệu sụt giảm nhẹ. Trong tháng 4/2025, kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang Hà Lan đạt 12,45 triệu USD, giảm 5,02% so với tháng trước nhưng tăng 21,98% so với cùng kỳ năm 2024. Tính chung 4 tháng đầu năm, kim ngạch xuất khẩu đạt 36,61 triệu USD, giảm 2,39% so với cùng kỳ, chiếm 27,66% trong tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang EU. Đây được coi là mức giảm đáng kể so với tỷ trọng 37,43% của cùng kỳ năm trước. Sự sụt giảm này phần nào cho thấy sự phân tán trong thương mại, các thị trường khác trong khối EVFTA đang dần gia tăng sức hút và cạnh tranh với Hà Lan, quốc gia vẫn được xem là trung tâm trung chuyển rau quả lớn nhất tại châu Âu.

Nổi bật trong bức tranh xuất khẩu 4 tháng đầu năm 2025 còn có thị trường Đức, quốc gia đứng thứ hai trong danh sách các thị trường xuất khẩu rau quả lớn nhất của Việt Nam sang các thị trường thành viên Hiệp định EVFTA. Chỉ tính riêng tháng 4/2025, kim ngạch xuất khẩu rau quả sang Đức đạt 7,66 triệu USD, tăng 9,11% so với tháng trước và tăng mạnh 56,16% so với cùng kỳ năm trước. Lũy kế 4 tháng đầu năm, kim ngạch đạt 25,46 triệu USD, tăng 28,12% so với cùng kỳ 2024, chiếm tỷ trọng 19,24%. Tuy mức tỷ trọng này có giảm nhẹ so với cùng kỳ năm ngoái (19,83%), nhưng mức tăng trưởng kim ngạch lại phản ánh sức cầu ngày càng lớn từ thị trường.

Thị trường Pháp giữ vị trí thứ ba về kim ngạch xuất khẩu rau quả trong khối EVFTA, với nhiều tín hiệu tích cực. Kim ngạch xuất khẩu trong tháng 4/2025 đạt 5,52 triệu USD, tăng 9,58% so với tháng trước và tăng 40,24% so với cùng kỳ năm trước. Tổng cộng 4 tháng đầu năm, xuất khẩu rau quả sang Pháp đạt 10,54 triệu USD, tăng 25,02% so với cùng kỳ, chiếm 14,77% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả sang EU.

Tuy có sự tăng trưởng đáng kể về giá trị, tỷ trọng thị phần lại giảm nhẹ so với cùng kỳ năm trước (15,6%), cho thấy mức độ cạnh tranh gia tăng giữa các thị trường trong khối EVFTA cũng như giữa các đối thủ xuất khẩu rau quả tại thị trường Pháp.

Từ bức tranh cơ cấu thị trường này có thể thấy rằng, dù Hà Lan vẫn giữ vai trò chủ đạo, nhưng sự phát triển của thị trường Đức và Pháp cho thấy tiềm năng tăng trưởng còn rất lớn. Vì thế, yêu cầu đặt ra đối với các doanh nghiệp xuất khẩu rau quả của Việt Nam là không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm, phát triển các dòng sản phẩm chuyên biệt phù hợp với thị hiếu từng quốc gia, đồng thời đầu tư vào logistics và thương hiệu để cạnh tranh hiệu quả hơn trong môi trường thương mại đang ngày càng khắt khe và đa dạng hóa. Trong bối cảnh EVFTA tiếp tục phát huy hiệu quả sau gần 5 năm có hiệu lực, việc tận dụng sâu rộng ưu đãi thuế quan và mở rộng cơ cấu thị trường sẽ là chìa khóa để ngành rau quả Việt Nam phát triển bền vững tại thị trường châu Âu.

Bảng 1: Thị trường xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang các thành viên Hiệp định EVFTA trong 4 tháng đầu năm 2025

Thị trường	Tháng 4/2025			4 Tháng 2025		Tỷ trọng	
	Trị giá (Triệu USD)	So với Tháng 3/2025 (%)	So với Tháng 4/2024 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 4 Tháng 2024 (%)	Tỷ trọng 4 Tháng 2025 (%)	Tỷ trọng 4 Tháng 2024 (%)
Tổng	41,34	6,83	47,63	132,34	32,06	100	100
Hà Lan	12,45	-5,02	21,98	36,61	-2,39	27,66	37,43
Đức	7,66	9,11	56,16	25,46	28,12	19,24	19,83
Pháp	5,52	9,58	40,24	19,54	25,02	14,77	15,60
Ba Lan	3,98	15,37	82,79	13,51	99,52	10,21	6,76
Tây Ban Nha	2,18	-30,13	16,99	8,13	83,20	6,14	4,43
Italy	2,29	99,18	645,19	5,95	372,74	4,49	1,26
Bỉ	1,34	-26,38	20,04	5,74	31,36	4,33	4,36
Lithuania	1,76	77,85	18,83	4,51	9,22	3,41	4,12
Romania	1,17	52,01	98,42	3,70	59,40	2,80	2,32
Thụy Điển	0,94	16,86	130,56	2,62	175,49	1,98	0,95
Séc	0,54	47,59	69,51	1,65	144,18	1,24	0,67

Thị trường	Tháng 4/2025			4 Tháng 2025		Tỷ trọng	
	Trị giá (Triệu USD)	So với Tháng 3/2025 (%)	So với Tháng 4/2024 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 4 Tháng 2024 (%)	Tỷ trọng 4 Tháng 2025 (%)	Tỷ trọng 4 Tháng 2024 (%)
Hy Lạp	0,42	8,92		1,21	322,88	0,91	0,28
Estonia	0,52		425,60	0,94	311,21	0,71	0,23
Bồ Đào Nha	0,16	-34,96	-7,59	0,90	15,85	0,68	0,77
Đan Mạch	0,16	60,06	389,06	0,62	292,16	0,47	0,16
Latvia	0,04	-1,08	-74,23	0,29	20,25	0,22	0,24
Síp	0,03		53,34	0,19	351,81	0,15	0,04
Phân Lan	0,09	35,35	338,94	0,18	30,67	0,14	0,14
Slovenia	0,05	6,39	-38,16	0,18	120,41	0,14	0,08
Malta	0,00		-100,00	0,12		0,09	0,00
Ireland	0,00	-100,00	-100,00	0,11	120,40	0,08	0,05
Hungary	0,00	-97,03	-88,92	0,07	52,42	0,05	0,04
Bulgaria	0,02	1483,70	-45,36	0,06	-72,78	0,04	0,21
Áo				0,06		0,04	0,01
Luxembourg							

Nguồn: Tính toán từ số liệu Hải quan Việt Nam

Trong 4 tháng đầu năm 2025, bên cạnh những thị trường truyền thống với kim ngạch lớn như Hà Lan, Đức hay Pháp, một điểm sáng đặc biệt đáng chú ý là sự vươn lên mạnh mẽ của một số thị trường nhỏ nhưng có tốc độ tăng trưởng ấn tượng. Những con về kim ngạch xuất khẩu từ các thị trường như Italy, Hy Lạp, Estonia đã phản ánh xu hướng dịch chuyển về nhu cầu tiêu dùng và khả năng thâm nhập hiệu quả của hàng Việt vào các phân khúc thị trường ngách đầy tiềm năng.

Đặc biệt, Italy nổi bật lên như một trường hợp điển hình với mức tăng trưởng lên tới 372,74% so với cùng kỳ năm trước, đạt kim ngạch xuất khẩu rau quả 5,95 triệu USD chỉ trong 4 tháng đầu năm 2025. Đây là mức tăng trưởng cao nhất trong các thị trường EU thuộc danh sách tăng ấn tượng, và là bằng chứng rõ ràng cho việc các doanh nghiệp Việt Nam đã bắt đầu khai phá hiệu quả hơn thị trường Nam Âu, khu vực này vốn trước đây chưa thực sự là điểm đến trọng tâm của mặt hàng rau quả. Sự tăng trưởng mạnh tại Italy cũng cho thấy thị trường

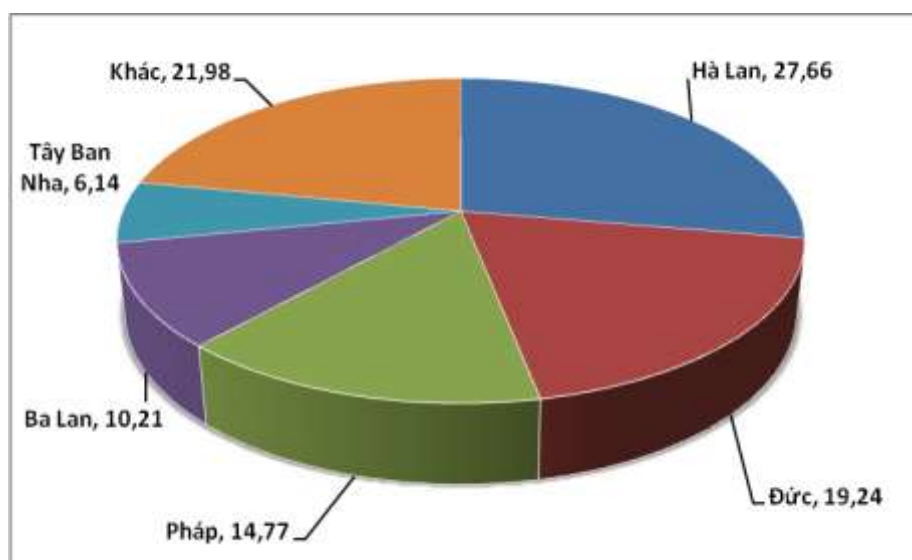
này đang có nhu cầu lớn đối với các loại trái cây nhiệt đới, đặc biệt là các sản phẩm có chất lượng cao, mẫu mã đẹp và được sản xuất theo tiêu chuẩn an toàn thực phẩm châu Âu.

Bên cạnh Italy, các thị trường như Hy Lạp, Estonia và Síp cũng ghi nhận mức tăng trưởng rất đáng chú ý, lần lượt đạt 322,88%, 311,21% và 351,81%. Dù kim ngạch xuất khẩu ở các thị trường này còn khiêm tốn, nhưng tốc độ tăng trưởng vượt trội lại mang ý nghĩa chiến lược không nhỏ, cho thấy tiềm năng to lớn từ các thị trường nhỏ, ít cạnh tranh hơn nhưng đang ngày càng mở rộng cửa đón nhận các sản phẩm nông sản chất lượng từ Việt Nam. Những thị trường này thường có đặc điểm là ít rào cản hơn về mặt kiểm dịch thực vật so với các nước Tây Âu, chi phí tiếp cận ban đầu không quá cao và phù hợp để các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam thử nghiệm thị trường, xây dựng thương hiệu, và từng bước mở rộng thị phần.

Việc các thị trường có tỷ trọng nhỏ nhưng tăng trưởng mạnh mẽ như vậy còn cho thấy một xu hướng tích cực khác: các doanh nghiệp Việt đang ngày càng nhạy bén hơn trong chiến lược thị trường, biết cách tận dụng hiệu quả các cam kết trong EVFTA để tiếp cận những thị trường trước đây chưa được quan tâm nhiều. Đồng thời, nó cũng cho thấy chính sách mở rộng thị trường của ngành nông sản Việt Nam đang đi đúng hướng, không chỉ tập trung vào các thị trường lớn, truyền thống mà còn chủ động tìm kiếm và phát triển thị trường mới.

Biểu đồ 2: Cơ cấu thị trường thành viên trong xuất khẩu rau quả từ Việt Nam sang EU trong 4 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 Hiệp định EVFTA

Trong 4 tháng đầu năm 2025, cơ cấu chủng loại rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường thành viên EVFTA cho thấy những xu hướng tiêu dùng đang thay đổi tại châu Âu và năng lực thích ứng linh hoạt của ngành hàng rau quả Việt. Dẫn đầu trong các nhóm hàng xuất khẩu là chủng loại quả và quả hạch, với kim ngạch xuất khẩu trong tháng 4/2025 đạt 21,01 triệu USD, tăng 11,89% so với tháng trước, tăng trưởng 63,13% so với cùng kỳ năm 2024. Lũy kế 4 tháng đầu năm, nhóm hàng này đạt giá trị xuất khẩu 68,89 triệu USD, tăng 45,05% so với cùng kỳ năm ngoái, chiếm tới 52,05% tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả sang EU.

Bảng 2: Cơ cấu chủng loại rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang EU trong 4 tháng năm 2025 (% tính theo trị giá)

Chủng loại	Tháng 4/2025			4 Tháng 2025		Tỷ trọng	
	Trị giá (Triệu USD)	So với T3/2025 (%)	So với T4/2024 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 4 Tháng 2024 (%)	Tỷ trọng 4 Tháng 2025 (%)	Tỷ trọng 4 Tháng 2024 (%)
Quả và quả hạch	21,01	11,89	63,13	68,89	45,63	52,05	47,20
Thanh long	1,88	57,26	60,97	4,83	-5,86	3,65	5,12
Chuối	0,05	-12,16	-34,78	0,20	-56,07	0,15	0,45
Dừa	1,80	30,22	75,66	4,43	62,84	3,35	2,71
Sầu riêng	0,12	-28,37	161,45	0,38	-25,35	0,29	0,51
Xoài	5,57	-9,09	34,57	21,87	65,53	16,53	13,19
Khác	11,60	17,64	80,28	37,17	47,09	28,09	25,22
Rau quả chế biến	17,84	3,01	36,92	53,59	17,05	40,50	45,69
Nước dừa	1,99	39,94	62,84	5,40	19,72	4,08	4,50
Nước ép	5,07	-19,42	-16,67	13,87	-30,93	10,48	20,04
Quả sấy	1,99	70,67	9,29	5,68	12,01	4,29	5,06
Khác	8,79	4,20	125,35	28,64	77,65	21,64	16,09
Rau củ	1,48	7,53	6,72	5,38	18,49	4,06	4,53
Bắp	0,47	-27,05	47,78	2,16	68,42	1,63	1,28
Đậu	0,06	298,95	-37,05	0,21	-37,26	0,16	0,34
Khoai lang	0,20	122,88	125,72	0,40	13,06	0,30	0,35

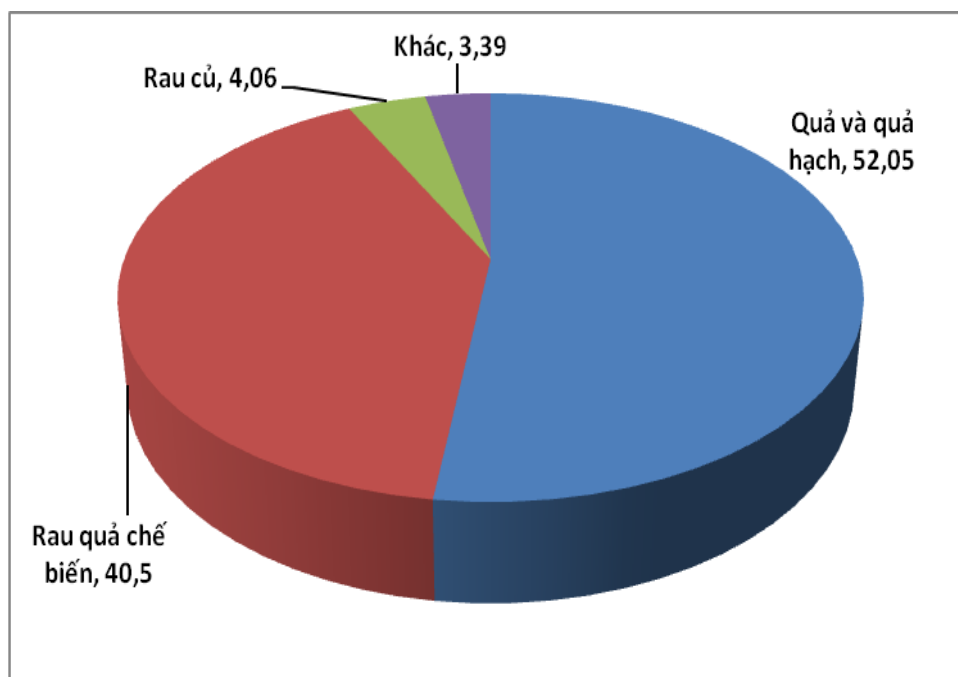
Chủng loại	Tháng 4/2025			4 Tháng 2025		Tỷ trọng	
	Trị giá (Triệu USD)	So với T3/2025 (%)	So với T4/2024 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 4 Tháng 2024 (%)	Tỷ trọng 4 Tháng 2025 (%)	Tỷ trọng 4 Tháng 2024 (%)
Ớt	0,05	93,15	-46,17	0,20	-47,79	0,15	0,38
Khác	0,71	17,70	-12,11	2,41	10,27	1,82	2,18
Chủng loại khác	0,82	-20,81	19,53	3,87	72,72	2,93	2,24
Tổng	41,34	6,83	47,63	132,34	32,06	100	100

Nguồn: Tính toán từ số liệu Hải quan Việt Nam

Đứng ở vị trí thứ hai là mặt hàng rau quả chế biến, nhóm sản phẩm mang lại giá trị gia tăng cao và đang dần khẳng định vai trò chủ lực trong dài hạn. Trong tháng 4/2025, kim ngạch xuất khẩu rau quả chế biến đạt 17,84 triệu USD, tăng 3,01% so với tháng trước và tăng 36,92% so với cùng kỳ năm trước. Tính chung 4 tháng đầu năm, nhóm hàng này đạt 53,59 triệu USD, tăng 17,05% so với cùng kỳ. Tuy nhiên, tỷ trọng của rau quả chế biến trong tổng kim ngạch xuất khẩu sang EU giảm nhẹ từ 45,69% xuống còn 40,5%, cho thấy sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt trong phân khúc này.

Xếp thứ ba là nhóm rau củ, với mức kim ngạch đạt 1,48 triệu USD trong tháng 4/2025, tăng 7,53% so với tháng trước và tăng 6,72% so với cùng kỳ. Lũy kế 4 tháng đầu năm, kim ngạch xuất khẩu rau củ đạt 5,38 triệu USD, tăng 18,49% so với cùng kỳ, chiếm tỷ trọng 4,06%, giảm nhẹ so với mức 4,53% của năm trước. Dù có quy mô nhỏ, nhưng nhóm rau củ vẫn duy trì được mức tăng trưởng ổn định nhờ các sản phẩm như cà rốt, súp lơ, ớt và khoai lang, những mặt hàng có khả năng bảo quản tốt và phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng EU, đặc biệt trong xu hướng ăn chay, sử dụng thực phẩm hữu cơ ngày càng phổ biến.

Biểu đồ 3: Chứng loại rau quả xuất khẩu của Việt Nam sang EU trong 4 tháng năm 2025 (% tính theo trị giá)



Nguồn: Tính toán từ số liệu Hải quan Việt Nam

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

Kinh tế toàn cầu đang tiếp tục trải qua nhiều biến động phức tạp, thị trường Liên minh châu Âu là một trong những khu vực nhập khẩu rau quả lớn nhất thế giới đang chịu ảnh hưởng mạnh mẽ từ hàng loạt yếu tố địa chính trị, kinh tế và khí hậu, qua đó tác động sâu sắc đến nhu cầu và xu hướng nhập khẩu mặt hàng rau quả. Trước hết, xung đột địa chính trị tại nhiều khu vực, đặc biệt là giữa Nga – Ukraine kéo dài, đã gây đứt gãy chuỗi cung ứng lương thực, thực phẩm trên toàn cầu, khiến EU buộc phải điều chỉnh lại chính sách nhập khẩu, tăng cường tìm kiếm các nguồn cung thay thế từ các quốc gia ổn định như Việt Nam.

Bên cạnh đó, chi phí vận chuyển và logistics gia tăng trong giai đoạn hậu đại dịch COVID-19 vẫn chưa được khôi phục hoàn toàn, khiến giá thành nhập khẩu rau quả trở nên đắt đỏ hơn, từ đó đòi hỏi các nước xuất khẩu phải tối ưu hóa chuỗi giá trị để duy trì sức cạnh tranh.

Một yếu tố không thể bỏ qua là biến đổi khí hậu, với những hiện tượng thời tiết cực đoan ngày càng gia tăng tại châu Âu như hạn hán kéo dài, sương giá bất thường hay mưa lớn trái mùa, đã khiến sản lượng nông nghiệp nội khối sụt giảm nghiêm trọng, đặc biệt là các mặt hàng rau quả tươi, buộc EU phải gia tăng nhập khẩu để đảm bảo nguồn

cung, nhất là trong những thời điểm cao điểm tiêu thụ như mùa hè hoặc các dịp lễ hội cuối năm. Đồng thời, xu hướng tiêu dùng tại EU cũng đang dịch chuyển rõ rệt sang các sản phẩm có nguồn gốc thực vật, thân thiện với môi trường và tốt cho sức khỏe, thúc đẩy nhu cầu đối với các loại trái cây nhiệt đới, rau hữu cơ và các sản phẩm chế biến từ rau quả đến từ châu Á, trong đó có Việt Nam. Ngoài ra, các chính sách về tiêu chuẩn kỹ thuật, an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc và phát thải carbon đang ngày càng siết chặt cũng gây áp lực không nhỏ lên các quốc gia xuất khẩu.

2. Các yếu tố tác động từ Việt Nam

Yếu tố thời tiết và khí hậu đang là một trong những biến số lớn ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất và chất lượng rau quả của nước ta. Tình trạng hạn hán kéo dài, mưa trái mùa và sự xuất hiện ngày càng bất thường của các hình thái thời tiết cực đoan tại nhiều vùng chuyên canh đã làm gián đoạn mùa vụ, khiến sản lượng không ổn định, từ đó ảnh hưởng đến khả năng đáp ứng đơn hàng lớn và yêu cầu về giao hàng đúng thời hạn cho các đối tác châu Âu. Thêm vào đó, biến đổi khí hậu cũng làm gia tăng sâu bệnh và giảm chất lượng nông sản, đòi hỏi nông dân và doanh nghiệp phải đầu tư nhiều hơn vào kỹ thuật canh tác an toàn, hữu cơ và ứng dụng công nghệ cao.

Một yếu tố đáng chú ý khác là chi phí đầu vào trong nước tăng cao, đặc biệt là giá phân bón, vật tư nông nghiệp, nhân công và chi phí logistics, đã làm tăng giá thành sản phẩm, khiến doanh nghiệp xuất khẩu chịu nhiều áp lực cạnh tranh về giá khi tiếp cận thị trường EU. Trong khi đó, đồng euro có xu hướng mất giá so với đồng USD trong một số thời điểm, làm giảm sức mua từ phía các đối tác châu Âu, khiến việc đàm phán giá bán càng trở nên thách thức hơn. Cùng lúc, năng lực chế biến và bảo quản sau thu hoạch của nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam vẫn còn hạn chế, dẫn đến tổn thất sau thu hoạch cao, ảnh hưởng đến chất lượng lô hàng và khả năng cạnh tranh ở những thị trường yêu cầu khắt khe như EU.

Ngoài ra, mặc dù EVFTA đã mang lại nhiều ưu đãi về thuế quan, song việc tận dụng ưu đãi này vẫn chưa được tối ưu do nhiều doanh nghiệp chưa đủ năng lực để đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật, truy xuất nguồn gốc hay chứng nhận bền vững mà thị trường EU yêu cầu. Việc thiếu đồng bộ trong quy hoạch vùng trồng, hệ thống cấp mã số vùng trồng còn manh mún và chưa đáp ứng được yêu cầu quản lý chặt chẽ từ phía EU cũng là một rào cản lớn. Dù vậy, chính những biến động này cũng đang tạo áp lực để ngành rau quả Việt Nam tự đổi mới, chuyên

ng nghiệp hóa sản xuất, đầu tư vào chế biến sâu, và xây dựng thương hiệu nông sản mang tầm quốc tế.

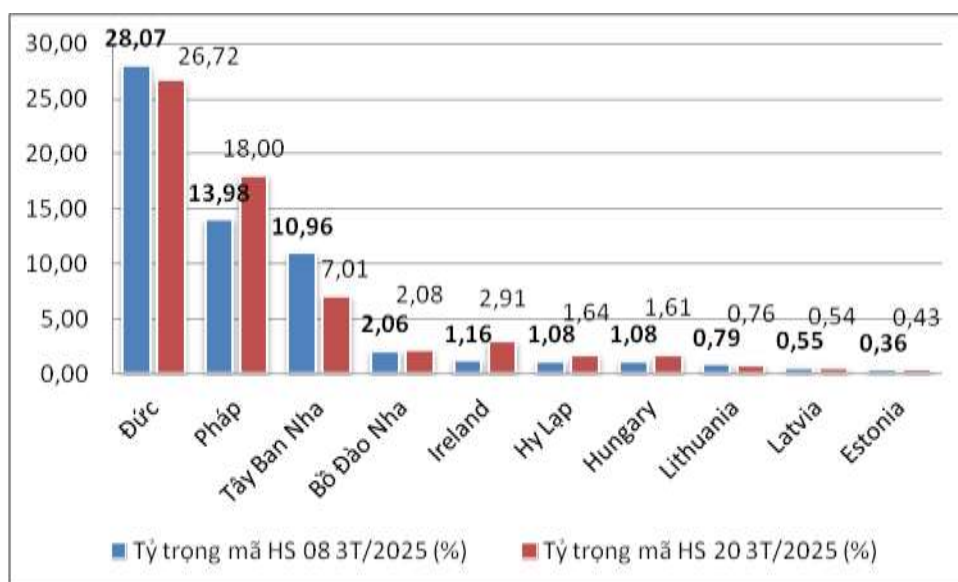
3. Xu hướng nhập khẩu rau quả vào EU

Theo số liệu thống kê từ Trung tâm thương mại quốc tế (ITC) của WTO, trong 3 tháng đầu năm 2025, kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng quả và quả hạch (mã HS 08) của EU đạt 13,36 tỷ USD, giảm 8,68% so với cùng kỳ năm trước. Đây là mức giảm cho thấy thị trường đang đối mặt với nhiều thách thức, có thể xuất phát từ yếu tố thời tiết ảnh hưởng đến mùa vụ, sự cạnh tranh từ nguồn cung nội địa hoặc xu hướng tiêu dùng ưu tiên sản phẩm địa phương và hữu cơ. Bên cạnh đó, nhóm hàng rau quả chế biến (mã HS 20) cũng chứng kiến mức giảm, với kim ngạch nhập khẩu đạt 7,17 tỷ USD, giảm 15,75%.

Tuy nhiên, điểm đáng chú ý là sự phân hóa giữa các quốc gia thành viên EU. Trong khi tổng thể khu vực ghi nhận xu hướng giảm, thì Đức và Tây Ban Nha lại nổi bật với sự gia tăng nhập khẩu ở cả hai nhóm hàng HS 08 và HS 20. Diễn biến này cho thấy nhu cầu nội địa tại hai quốc gia này vẫn duy trì ở mức ổn định. Trái lại, Pháp cho thấy một bức tranh trái chiều: nhập khẩu quả và quả hạch (HS 08) tăng nhưng lại giảm nhẹ nhập khẩu nhóm rau quả chế biến (HS 20).

Biểu đồ 4: Cơ cấu thị trường thành viên trong nhập khẩu mặt hàng rau quả chủ lực (HS 08,20) vào EU trong 3 tháng đầu năm 2025

(% tính theo trị giá, Đvt: Triệu USD)



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

Tuy nhiên, điểm đáng chú ý là sự phân hóa giữa các quốc gia thành viên EU. Trong khi tổng thể khu vực ghi nhận xu hướng giảm, thì Đức và Tây Ban Nha lại nổi bật với sự gia tăng nhập khẩu ở cả hai

nhóm hàng HS 08 và HS 20. Diễn biến này cho thấy nhu cầu nội địa tại hai quốc gia này vẫn duy trì ở mức ổn định. Trái lại, Pháp cho thấy một bức tranh trái chiều: nhập khẩu quả và quả hạch (HS 08) tăng nhưng lại giảm nhẹ nhập khẩu nhóm rau quả chế biến (HS 20).

3.1. Nhập khẩu mặt hàng quả và quả hạch (mã HS 08) vào EU

Trong những tháng đầu năm 2025, tình hình nhập khẩu mặt hàng quả và quả hạch (mã HS 08) của EU có tín hiệu suy giảm. Theo số liệu từ Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), chỉ riêng trong tháng 3/2025, kim ngạch nhập khẩu của EU đối với nhóm hàng này chỉ đạt 2,89 tỷ USD, giảm tới 44,73% so với tháng trước và giảm 44,07% so với cùng kỳ năm 2024. Đây là mức sụt giảm đáng chú ý, cho thấy áp lực từ lạm phát, biến động tỷ giá, cũng như sức mua suy yếu tại nhiều quốc gia thành viên EU. Lũy kế 3 tháng đầu năm 2025, kim ngạch nhập khẩu mặt hàng quả và quả hạch của toàn EU đạt 13,36 tỷ USD, giảm 8,68% so với cùng kỳ.

Tuy nhiên, Đức vẫn nổi lên như một điểm sáng khi tiếp tục duy trì vị thế là quốc gia nhập khẩu lớn nhất mặt hàng quả và quả hạch của EU. Trong tháng 3/2025, Đức ghi nhận kim ngạch nhập khẩu đạt 1,31 tỷ USD, tăng 9,54% so với tháng trước và tăng mạnh 14,08% so với cùng kỳ năm trước. Tính trong 3 tháng đầu năm, tổng kim ngạch nhập khẩu của Đức đạt 3,75 tỷ USD, tăng 12,67% so với cùng kỳ và chiếm tới 28,07% tổng giá trị nhập khẩu của toàn EU đối với mặt hàng này.

Đáng chú ý, ba quốc gia gồm Đức, Pháp và Tây Ban Nha tiếp tục đóng vai trò là những thị trường nhập khẩu chủ lực của EU đối với nhóm hàng quả và quả hạch, chiếm tới 53,01% tổng kim ngạch nhập khẩu toàn khối.

Bảng 3: Nhập khẩu mặt hàng rau quả của một số thành viên EU (mã HS 08) trong 3 tháng đầu năm 2025

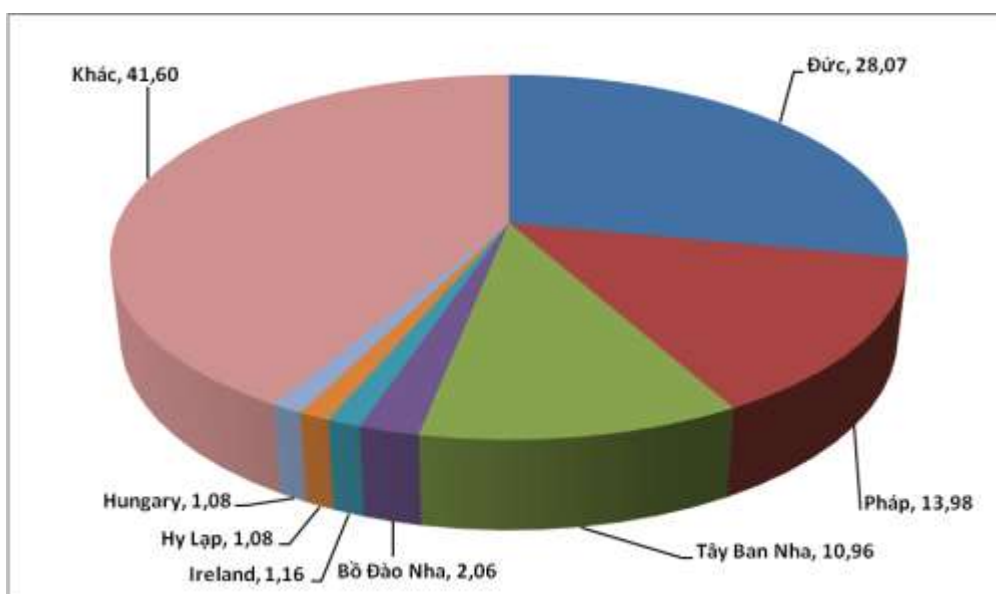
Thị trường	Tháng 3/2025			3 Tháng 2025		Tỷ trọng	
	Trị giá (Triệu USD)	So với Tháng 2/2025 (%)	So với Tháng 3/2024 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 3 Tháng 2024 (%)	3 Tháng 2025 (%)	3 Tháng 2024 (%)
EU	2.888,13	-44,73	-44,07	13.361,43	-8,68	100	100
Đức	1.311,63	9,54	14,08	3.750,91	12,67	28,07	22,76
Pháp	660,65	10,13	9,30	1.867,55	7,09	13,98	11,92
Tây Ban	562,92	24,92	31,89		23,68	10,96	8,09

Thị trường	Tháng 3/2025			3 Tháng 2025		Tỷ trọng	
	Trị giá (Triệu USD)	So với Tháng 2/2025 (%)	So với Tháng 3/2024 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 3 Tháng 2024 (%)	3 Tháng 2025 (%)	3 Tháng 2024 (%)
Nha				1.464,72			
Bồ Đào Nha	101,11	16,15	15,50	275,49	16,32	2,06	1,62
Ireland	59,41	33,91	10,92	154,391	2,23	1,16	1,03
Hy Lạp	55,36	20,20	33,97	144,671	19,67	1,08	0,83
Hungary	52,95	17,84	7,55	144,869	-3,94	1,08	1,03
Lithuania	36,83	10,09	8,78	105,867	7,39	0,79	0,67
Latvia	28,39	31,35	18,05	74,056	5,81	0,55	0,48
Estonia	18,89	22,59	24,74	48,3	20,13	0,36	0,27

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

Biểu đồ 5: Cơ cấu thị trường thành viên trong tổng nhập khẩu rau quả mã HS 08 vào EU trong 3 tháng đầu năm 2025

(% tính theo trị giá)



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

3.2. Nhập khẩu mặt hàng rau quả chế biến (mã HS 20) vào EU

Trong những tháng đầu năm 2025, tình hình nhập khẩu mặt hàng rau quả chế biến (mã HS 20) của EU ghi nhận nhiều biến động. Theo số liệu thống kê, trong tháng 3/2025, EU chỉ nhập khẩu 1,57 tỷ USD mặt hàng này, giảm mạnh tới 43,5% so với tháng trước và giảm 44,79% so với cùng kỳ năm trước. Đây là mức sụt giảm đáng kể, cho

thấy sự thận trọng gia tăng trong tiêu dùng và điều chỉnh nhập khẩu của khối, giữa bối cảnh lạm phát vẫn còn hiện hữu tại nhiều quốc gia EU, cùng với những áp lực về chi phí vận chuyển, năng lượng và biến động tỷ giá. Lũy kế 3 tháng đầu năm 2025, kim ngạch nhập khẩu rau quả chế biến của toàn EU chỉ đạt 7,17 tỷ USD, giảm 15,75% so với cùng kỳ năm 2024.

Đức tiếp tục thể hiện vai trò là thị trường dẫn dắt nhập khẩu mặt hàng rau quả chế biến của toàn EU. Trong tháng 3/2025, Đức nhập khẩu 687,48 triệu USD mặt hàng này, tăng 10,33% so với tháng trước và tăng 12,39% so với cùng tháng năm trước. Lũy kế 3 tháng đầu năm 2025, Đức nhập khẩu tổng cộng 1,92 tỷ USD, tăng 4,19% so với cùng kỳ và chiếm 26,72% tổng kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này của toàn EU, cao hơn so với mức tỷ trọng 21,6% của cùng kỳ năm ngoái. Nguyên nhân có thể do nhu cầu tiêu dùng ổn định tại thị trường Đức và xu hướng chuyển dịch trung tâm nhập khẩu sang các quốc gia có hệ thống phân phối mạnh, cơ sở hạ tầng thực phẩm chế biến phát triển, cũng như nhận thức cao về các sản phẩm thực phẩm tiện lợi và dinh dưỡng.

Đáng chú ý, ba thị trường Đức, Pháp và Tây Ban Nha tiếp tục đóng vai trò chủ đạo trong cơ cấu nhập khẩu rau quả chế biến của toàn EU, khi tổng kim ngạch nhập khẩu của ba quốc gia này chiếm tới 51,73% tổng kim ngạch toàn khối. Đây là một chỉ dấu quan trọng cho thấy việc tiếp cận thị trường châu Âu đối với các quốc gia xuất khẩu như Việt Nam cần tập trung vào ba thị trường trọng điểm này.

Bảng 4: Nhập khẩu mặt hàng rau quả chế biến của một số thành viên EU (mã HS 20) trong 3 tháng đầu năm 2025

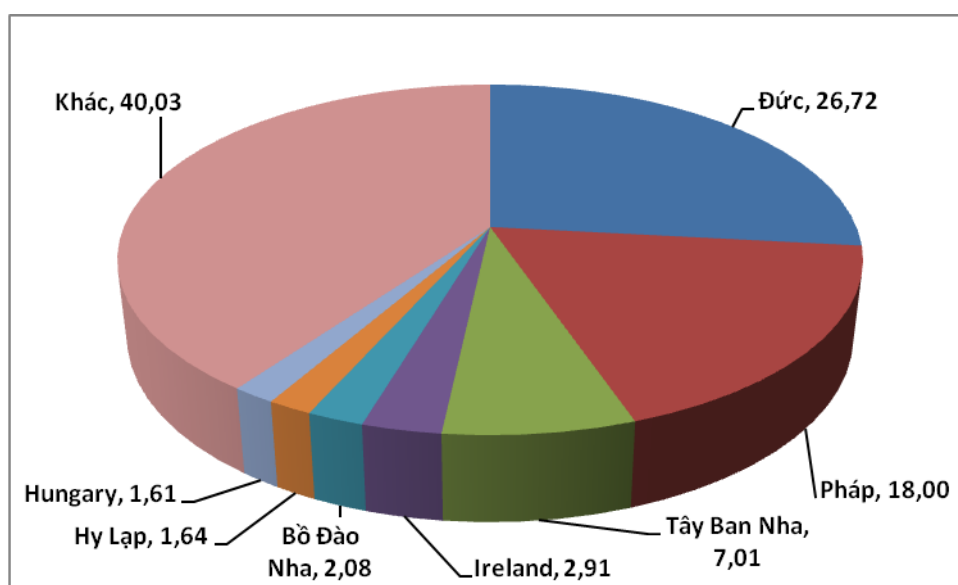
Thị trường	Tháng 3/2025			3 Tháng 2025		Tỷ trọng	
	Trị giá (Triệu USD)	So với Tháng 2/2025 (%)	So với Tháng 3/2024 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 3 Tháng 2024 (%)	Tỷ trọng 3 Tháng 2025 (%)	Tỷ trọng 3 Tháng 2024 (%)
Tổng EU	1.573,22	-43,50	-44,79	7.171,78	-15,75	100	100
Đức	687,48	10,33	12,39	1.916,22	4,19	26,72	21,60
Pháp	452,76	9,05	1,84	1.290,80	-2,26	18,00	15,51
Tây Ban	172,25	8,64	3,76		3,19	7,01	5,72

Thị trường	Tháng 3/2025			3 Tháng 2025		Tỷ trọng	
	Trị giá (Triệu USD)	So với Tháng 2/2025 (%)	So với Tháng 3/2024 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 3 Tháng 2024 (%)	Tỷ trọng 3 Tháng 2025 (%)	Tỷ trọng 3 Tháng 2024 (%)
Nha				502,60			
Ireland	75,28	13,90	8,75	208,61	4,84	2,91	2,34
Bồ Đào Nha	53,62	11,86	-10,68	149,43	-11,05	2,08	1,97
Hy Lạp	42,73	15,13	6,91	117,75	4,50	1,64	1,32
Hungary	42,44	14,71	18,42	115,37	8,79	1,61	1,25
Lithuania	21,56	24,83	7,07	54,80	1,47	0,76	0,63
Latvia	14,17	17,50	-3,71	38,86	-6,55	0,54	0,49
Estonia	10,93	5,67	0,56	30,81	-4,60	0,43	0,38

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

Biểu đồ 6: Cơ cấu thị trường thành viên trong tổng nhập khẩu rau quả chế biến (mã HS 20) vào EU trong 3 tháng đầu năm 2025

(% tính theo trị giá)



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

III. ĐÁNH GIÁ TRIỂN VỌNG VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP

1. Dự báo xu hướng

Dự báo trong thời gian tới, xu hướng nhập khẩu rau quả của các nước EU sẽ tiếp tục có sự phân hóa mạnh giữa các nhóm sản phẩm cũng như giữa các quốc gia thành viên, chịu ảnh hưởng sâu sắc từ các yếu tố như biến động khí hậu, chi phí logistics, thay đổi trong hành vi tiêu dùng và chính sách phát triển nông nghiệp bền vững. Cụ thể như sau:

+ Với nhóm hàng rau củ tươi hoặc ướp lạnh (mã HS 07), nhu cầu được dự báo sẽ giữ đà tăng trưởng ổn định, đặc biệt trong bối cảnh người tiêu dùng châu Âu ngày càng quan tâm đến chế độ ăn uống lành mạnh, ưu tiên các sản phẩm có nguồn gốc thực vật và ít qua xử lý. Việc mở rộng mô hình tiêu dùng bền vững, nhất là ở các nước như Đức, Hà Lan và Thụy Điển, sẽ thúc đẩy nhập khẩu các loại rau củ có chứng nhận hữu cơ, không sử dụng thuốc trừ sâu hóa học và có chuỗi cung ứng minh bạch.

+ Đối với nhóm quả và quả hạch (mã HS 08), mặc dù đã giảm nhẹ trong quý đầu năm 2025, triển vọng trung và dài hạn vẫn khá khả quan. EU là khu vực có mức tiêu thụ trái cây bình quân đầu người cao và người dân có xu hướng sử dụng trái cây quanh năm thay vì theo mùa như trước. Các loại quả nhiệt đới như xoài, bơ, chanh leo và thanh long được kỳ vọng sẽ tăng trưởng tốt tại các thị trường như Đức, Bỉ và các nước Bắc Âu, nhờ sự đa dạng hóa khẩu vị và sự mở rộng của các chuỗi siêu thị bán lẻ thực phẩm cao cấp. Tuy nhiên, các yêu cầu về truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn an toàn thực phẩm và phát thải carbon thấp trong quá trình vận chuyển sẽ ngày càng khắt khe, đặt ra thách thức lớn cho các nhà xuất khẩu ngoài EU.

+ Riêng nhóm hàng rau quả chế biến (mã HS 20) khả năng có thể tăng trưởng chậm hơn. Việc người tiêu dùng ngày càng ưa chuộng thực phẩm tươi sống và tự chế biến tại nhà khiến các sản phẩm đóng hộp, ngâm, sấy khô hay đông lạnh phải đối mặt với áp lực cạnh tranh lớn. Tuy nhiên, các sản phẩm chế biến có yếu tố tiện lợi cao, chẳng hạn như nước ép trái cây không đường, trái cây sấy dẻo tự nhiên hoặc các loại rau trộn sẵn cao cấp vẫn có tiềm năng tăng trưởng nếu đáp ứng được các tiêu chí về sức khỏe, bền vững và khẩu vị hiện đại. Những quốc gia có nền công nghiệp chế biến linh hoạt, có khả năng tùy biến sản phẩm theo xu hướng tiêu dùng của EU, như Thái Lan, Việt Nam sẽ có lợi thế trong việc tiếp cận nhóm hàng này.

Trong những tháng tiếp theo của năm 2025, xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường EU được dự báo sẽ tăng trưởng tích cực,

mặc dù vẫn phải đối mặt với không ít thách thức về kỹ thuật và tiêu chuẩn chất lượng. EU tiếp tục là một trong những thị trường giàu tiềm năng cho ngành hàng rau quả Việt Nam. Các mặt hàng như thanh long, xoài, bưởi, dứa, chanh leo, sầu riêng hay mít đều có tiềm năng mở rộng hiện diện tại những thị trường khó tính như Đức, Hà Lan, Pháp và các nước Bắc Âu.

2. Một số khuyến nghị

Thị trường EU ngày càng đề cao các tiêu chuẩn về chất lượng, an toàn thực phẩm và phát triển bền vững, các doanh nghiệp xuất khẩu rau quả của Việt Nam cần chủ động chiến lược sản xuất, kinh doanh để nâng cao khả năng cạnh tranh và mở rộng thị phần trong những tháng tới của năm 2025. Trước hết, một trong những khuyến nghị quan trọng là các doanh nghiệp cần đầu tư bài bản vào việc chuẩn hóa vùng nguyên liệu, xây dựng chuỗi liên kết từ nông dân đến nhà máy chế biến theo các tiêu chuẩn quốc tế như GlobalG.A.P, HACCP, và đặc biệt là các chứng nhận liên quan đến canh tác hữu cơ và truy xuất nguồn gốc.

Doanh nghiệp xuất khẩu rau quả của Việt cũng cần đẩy mạnh đầu tư vào công nghệ sau thu hoạch và chế biến sâu nhằm nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm. Thay vì tập trung vào xuất khẩu sản phẩm tươi với giá trị lợi nhuận thấp và rủi ro cao do biến động thời tiết, logistics và bảo quản, các doanh nghiệp nên phát triển đa dạng các dòng sản phẩm chế biến như trái cây sấy dẻo, rau củ đông lạnh, nước ép cô đặc, hoặc các sản phẩm tiện lợi phù hợp với thói quen tiêu dùng của người dân châu Âu.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cần chủ động tham gia vào các hội chợ quốc tế, chương trình xúc tiến thương mại, kết nối trực tiếp với các nhà phân phối, hệ thống siêu thị và sàn thương mại điện tử tại EU để xây dựng mạng lưới tiêu thụ bền vững. Song song đó, doanh nghiệp cũng cần theo dõi sát sao các thay đổi về chính sách nhập khẩu, quy định kỹ thuật và xu hướng tiêu dùng để linh hoạt điều chỉnh chiến lược tiếp cận thị trường.