

Xuất khẩu nông sản sang Nhật Bản CÒN NHIỀU TIỀM NĂNG

Nguyễn Trang



Thị phần khiêm tốn

Việt Nam và Nhật Bản có cơ cấu hàng hóa mang tính bổ sung chứ không mang tính cạnh tranh trực tiếp. Nhiều mặt hàng nông, thủy sản và thực phẩm của Việt Nam có cơ hội tăng trưởng xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản trong bối cảnh hợp tác hai bên ngày càng phát triển. Những mặt hàng có chất lượng cao của các doanh nghiệp đạt danh hiệu “Thương hiệu quốc gia” được tăng cường giới thiệu, quảng bá thông qua các hoạt động xúc tiến thương mại. Đến nay, một số sản phẩm của Việt Nam đã thâm nhập thành công vào chuỗi phân phối tại Nhật Bản như: Các sản phẩm nước dừa, sữa dừa... mang nhãn hiệu VIETCOCO đã được công ty KOMA nhập khẩu và phân phối cho chuỗi các cửa hàng bán đồ Việt tại Tokyo và các tỉnh lân cận. Sản phẩm cà phê Việt Nam được nhập khẩu và bán tại chuỗi siêu thị OK một chuỗi siêu thị bình dân rất được

Nhật Bản là thị trường có nhu cầu nhập khẩu và tiêu thụ lớn đối với các sản phẩm nông, thủy sản và thực phẩm từ nước ngoài như: Cá và sản phẩm chế biến từ cá, tôm, lươn, thịt và những sản phẩm từ thịt, đậu nành, sản phẩm từ ngũ cốc, rau quả tươi và chế biến, cà phê... Đây cũng là những mặt hàng Việt Nam có thể mạnh và có khả năng cung ứng tốt cho thị trường Nhật Bản. Tuy nhiên, thị phần mặt hàng nông, thủy sản và thực phẩm của Việt Nam tại Nhật Bản còn rất khiêm tốn vì thế dư địa và tiềm năng để thâm nhập vào thị trường này còn khá lớn.

ưa chuộng tại Tokyo. Ngoài ra, một số mặt hàng trái cây của Việt Nam cũng đang chiếm thị phần lớn và ngày càng phổ biến trên thị trường Nhật Bản như: Thanh long, xoài, dưa, vải, chuối...

Trong bối cảnh xuất nhập khẩu bị tác động do dịch Covid-19, thị trường Nhật Bản vẫn là điểm sáng khi duy trì được mức tăng trưởng đáng khích lệ. Theo Tổng cục Thống kê, năm 2021, hàng thủy sản của Việt Nam sang Nhật Bản đạt giá trị 1,3 tỷ USD; hàng rau quả đạt 153 triệu USD; hạt điều 59 triệu USD; cà phê 226 triệu USD; hạt tiêu 11 triệu 858 ngàn USD. Tính riêng 4 tháng năm 2022, mặt hàng thủy sản đạt giá trị 490 triệu 205 ngàn USD, tăng 13,9% so với cùng kỳ năm 2021; hàng rau quả đạt 50 triệu 140 ngàn USD, tăng 7,5%; hạt điều đạt 15 triệu 789 ngàn USD, tăng 7,0%; cà phê đạt 110 triệu 127 ngàn USD, tăng 45,4%; hạt tiêu đạt 6 triệu 455 ngàn USD, tăng 121,1%.

Theo Cục Xuất nhập khẩu (Bộ Công Thương), trong 3 tháng đầu năm 2022, Việt Nam cung cấp cho thị trường Nhật Bản hơn 1.500 tấn chuối, trị giá 166 triệu yen (tương đương 1,3 triệu USD), tăng 38,5% về lượng và tăng 30,2% về trị giá so với cùng kỳ năm 2021. Với giá bán cạnh tranh và chất lượng tốt, trái chuối Việt Nam có khả năng cạnh tranh với các sản phẩm cùng loại ở thị trường Nhật Bản.

Tuy nhiên, thị phần nông sản Việt tại Nhật Bản còn khá khiêm tốn, nhất là so với các nước như: Trung Quốc, Philippines, Brazil, Ấn Độ, Malaysia... Cụ thể, các loại rau tươi và đông lạnh của Việt Nam xuất sang Nhật Bản chỉ chiếm 1,3%, trong khi nước chiếm tỷ trọng lớn nhất là Trung Quốc với 49,5%; hoa quả 2,7% (Philippines 18,9%); cà phê 14,7% (Brazil 30,1%); hạt tiêu 25% (Malaysia 34,7%); hạt điều 42,3% (Ấn Độ 55,2%); cá và thủy sản chế biến 8,8% (Mauritania 33,2%); tôm 19,4% (Ấn Độ 22,3%); mực và bạch tuộc 9,4% (Trung Quốc 41,2%); gỗ và sản phẩm gỗ 6,9% (Canada 30,1%)..

Tăng thị phần nông sản Việt tại Nhật Bản

Hiện, Việt Nam và Nhật Bản đều đang là thành viên của 4 Hiệp định thương mại tự do (FTA) song phương và đa phương như: Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam-Nhật Bản (VJEPA), Hiệp định Đối tác Toàn diện Kinh tế Khu vực (RCEP), Hiệp định Thương mại tự do ASEAN-Nhật Bản (AJCEP) và Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP). Đây là cơ hội và điều kiện thuận lợi để hai nước mở rộng hợp tác giao thương trên nhiều lĩnh vực, trong đó có nông, thủy sản và thực phẩm với các cam kết ưu đãi đối với hàng hoá Việt Nam. Đơn cử, hiệp định CPTPP

là hiệp định đầu tiên Nhật Bản cam kết xóa bỏ hoàn toàn thuế nhập khẩu cho đại đa số nông, thủy sản xuất khẩu của Việt Nam. Theo đó, Nhật Bản cam kết xóa bỏ thuế ngay khi hiệp định có hiệu lực với khoảng 65% dòng sản phẩm thủy sản; cắt giảm và xóa bỏ thuế quan theo lộ trình 6 - 16 năm kể từ khi hiệp định có hiệu lực với một số dòng thuế thủy sản từ Việt Nam.

Cùng với việc rộng đường cho hàng nông, thủy sản Việt Nam thâm nhập vào thị trường Nhật Bản thông qua các FTA mà hai bên tham gia ký kết, hàng nông thủy sản-thực phẩm nhập khẩu từ Việt Nam cũng ngày càng được người Nhật, cộng đồng người Việt và người dân các nước châu Á khác biết đến và đón nhận với lượng tiêu thụ tốt tại thị trường Nhật Bản. Dự báo trong tương lai, người tiêu dùng Nhật Bản ngày càng phụ thuộc vào hàng nhập khẩu, đồng thời ưu tiên lựa chọn các sản phẩm có giá rẻ hơn nhưng có chất lượng và công dụng gần tương tự như nhau. Khách hàng Nhật cũng sẵn sàng trả giá cao, tương xứng với chất lượng sản phẩm để DN có điều kiện đầu tư nâng cao chất lượng. Đây là những tiền đề cho thấy hàng nông thủy sản Việt Nam còn nhiều tiềm năng để xuất khẩu hơn nữa sang Nhật Bản trong thời gian tới.

Ngoài ra, cơ hội mở rộng thị phần còn xuất phát từ cơ cấu xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam và Nhật Bản có tính bổ sung chứ không cạnh tranh trực tiếp.

Nhìn chung, Nhật là thị trường ổn định, uy tín, điều khó nhất khi xuất khẩu hàng nông, thủy sản vào Nhật đòi hỏi các doanh nghiệp phải kiểm soát tốt chất lượng theo tiêu chuẩn của đối tác và xây dựng được vùng nguyên liệu đảm bảo đáp ứng yêu cầu.

Để tiếp cận tốt thị trường, biến các tiềm năng, cơ hội thành hiện thực, Thương vụ Việt Nam tại Nhật Bản đã ký biên bản ghi nhớ hợp tác với Hiệp hội Doanh nghiệp Việt Nam tại Nhật Bản. Hai bên đã và đang phối hợp triển khai kết nối đưa hàng Việt vào hệ thống các khu trung tâm thương mại của thành viên Hiệp hội chuyên về hàng thực phẩm, hàng tiêu dùng... nhằm phục vụ nhu cầu ngày càng cao của đông đảo cộng đồng người Việt Nam tại Nhật Bản.

Các cơ quan chức năng tại Nhật Bản tiếp tục tăng cường trao đổi về diễn biến thị trường, chính sách, yêu cầu hàng hóa nhập khẩu với các cơ quan chức năng trong nước để kịp thời thông tin tới doanh nghiệp. Bên cạnh đó, phối hợp chặt chẽ với Bộ Công Thương, Thương vụ Việt Nam tại Nhật Bản để triển khai hoạt động xúc tiến thương mại kết nối, giới thiệu sản phẩm, mở ra cơ hội giao thương cho doanh nghiệp hai nước.

Về phía các doanh nghiệp, cần nâng cao năng lực sản xuất, bảo đảm ổn định nguồn cung, chất lượng sản phẩm để đáp ứng yêu cầu của thị trường. Chủ động tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, thường xuyên phân tích, cập nhật thông tin, dự báo về chủng loại được ưa chuộng, yêu cầu chất lượng từng mặt hàng, mức giá phù hợp... cũng như văn hoá người dân bản địa để đảm bảo tiêu thụ sản phẩm đáp ứng nhu cầu thị trường. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần nắm rõ các quy định trong các hiệp định FTA đã ký để tận dụng tốt lợi thế những ưu đãi mà các FTA mang lại để xuất khẩu nông sản thế mạnh của mình. Tham tán thương mại Việt Nam tại Nhật Bản cũng sẽ hỗ trợ tích cực để doanh nghiệp Việt tăng kết nối./.