

Số: 73/CV-VASEP

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 03 tháng 06 năm 2026

V/v Góp ý Dự thảo "Báo cáo Xúc tiến thương
mại cá rô phi Việt Nam sang thị trường Hoa
Kỳ"

Kính gửi: Cục Chất lượng, Chế biến và Phát triển thị trường

Vừa qua, Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP) có nhận được Công văn số 1179/CCPT-PTTT ngày 22/5/2026 về việc đề nghị góp ý dự thảo Báo cáo xúc tiến thương mại cá rô phi Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ. Sau khi nghiên cứu dự thảo và tổng hợp ý kiến từ cộng đồng doanh nghiệp nuôi trồng, chế biến và xuất khẩu cá rô phi, VASEP xin kính gửi tới Quý Cục một số ý kiến góp ý và đề xuất cụ thể như sau:

I. Ý KIẾN GÓP Ý VỀ SỰ CẦN THIẾT VÀ ĐỊA BÀN CHIẾN LƯỢC

- Về sự cần thiết đa dạng hóa sản phẩm ngành thủy sản:** VASEP hoàn toàn nhất trí với nhận định của Bộ Công Thương và Quý Cục về tiềm năng to lớn của mặt hàng cá rô phi. Trong bối cảnh các mặt hàng thủy sản xuất khẩu chủ lực như tôm và cá tra đang phải đối mặt với nhiều rào cản thương mại kỹ thuật khắt khe, việc thúc đẩy năng lực sản xuất và xuất khẩu cá rô phi là giải pháp vô cùng cần thiết để đa dạng hóa cơ cấu sản phẩm thủy sản xuất khẩu của Việt Nam. Số liệu thực tế năm 2025 cho thấy xuất khẩu cá rô phi đã có bước tăng trưởng đột phá, khẳng định đây là một sản phẩm tiềm năng chiến lược mới.
- Đề xuất mở rộng không gian địa lý của Đề án:** Dự thảo hiện tại đang tập trung sâu vào thị trường Hoa Kỳ. Tuy nhiên, để tối ưu hóa hiệu quả và giảm thiểu rủi ro chính sách thương mại đơn lẻ, VASEP đề xuất **mở rộng phạm vi của chiến lược/đề án xúc tiến thương mại không chỉ bó hẹp tại Hoa Kỳ mà định hướng cho toàn bộ khu vực Bắc Mỹ (bao gồm thêm Canada, Mexico) và khu vực Mỹ Latinh.** Khu vực Mỹ Latinh và phần còn lại của Bắc Mỹ cũng đang có xu hướng chuyển đổi cơ cấu tiêu dùng, ưa chuộng dòng cá thịt trắng giá cả hợp lý, tạo ra dư địa rất lớn cho cá rô phi Việt Nam.
- Không nên định vị cá rô phi Việt Nam chủ yếu theo hướng "thay thế Trung Quốc"** mà nên định vị theo giá trị nội tại: "sạch – bền vững – truy xuất được". Định vị dựa trên sự vắng mặt của đối thủ là định vị bất ổn về dài hạn.

II. CHƯƠNG TRÌNH XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU CHO CÁ RÔ PHI TẠI VIỆT NAM

Trong năm 2025, với vai trò cầu nối ngành hàng, **VASEP đã chủ trì thiết kế và xây dựng thành công bộ nhận diện thương hiệu bao gồm Logo Tilapia chuyên biệt cho cộng đồng sản xuất, xuất khẩu cá rô phi Việt Nam.** Bộ nhận diện thương hiệu này đã được toàn thể cộng đồng doanh nghiệp ngành hàng rô phi thảo luận và chính thức thông qua trong năm 2025.

Để tránh lãng phí nguồn lực và tận dụng tối đa tính đồng thuận sẵn có của doanh nghiệp, VASEP kính đề nghị Bộ Nông nghiệp và Môi trường, Bộ Công Thương xem xét:

- Công nhận và sử dụng Logo/Bộ nhận diện thương hiệu Tilapia do VASEP và cộng đồng xây dựng năm 2025 làm hạt nhân cốt lõi cho các chương trình truyền thông quốc gia về cá rô phi. Đồng thời, tích hợp bộ logo này vào Đề án xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu chung của ngành thủy sản Việt Nam tại thị trường nước ngoài để đồng bộ hóa các chiến

dịch quảng bá, chương trình dùng thử sản phẩm (sampling/tasting), và các tuần lễ hàng thủy sản Việt Nam tại các chuỗi siêu thị lớn.

2. VASEP sẵn sàng đồng chủ trì đề án xây dựng thương hiệu ngành hàng cá rô phi theo chủ trương, chương trình của Bộ Nông nghiệp và Môi trường với Ngân sách cấp từ Nhà nước.

III. CÁC NỘI DUNG ĐỀ XUẤT HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI

VASEP nhất trí cao với hệ thống giải pháp XTTM đa kênh được gợi ý trong dự thảo Báo cáo, đồng thời đề xuất cụ thể hóa khả năng tham gia phối hợp chủ trì các nhóm đề án trong giai đoạn 2026–2030 như sau:

- **Hoạt động Triển lãm quốc tế tại Bắc Mỹ:** VASEP đề xuất phối hợp chủ trì xây dựng Đề án "Vietnam Tilapia Pavilion" không chỉ tại Hội chợ Thủy sản Bắc Mỹ (Seafood Expo North America - Boston) mà mở rộng nghiên cứu tham gia các hội chợ chuyên ngành thực phẩm/bán lẻ lớn trong khu vực liên bang Bắc Mỹ để tiếp cận sâu vào chuỗi cung ứng retail và F&B.
- **Chương trình Khảo sát thị trường và Đoàn giao dịch thương mại (B2B Mission):** Tổ chức các đoàn giao thương chuyên sâu về cá rô phi và cá thịt trắng tại các trung tâm logistics lớn thuộc Bờ Đông, Bờ Tây Hoa Kỳ và các thị trường tiềm năng lân cận để thiết lập kênh phân phối trực tiếp.
- **Chương trình Đón nhà nhập khẩu (Buyer Invitation Program):** Phối hợp với Quý Cục mời các tập đoàn phân phối, chuỗi siêu thị từ khu vực Bắc Mỹ vào Việt Nam nhân triển lãm Quốc tế VIETFISH để tiếp cận các doanh nghiệp cá rô phi Việt Nam. Khảo sát thực tế farm nuôi cá rô phi để đánh giá tiềm năng và khả năng phát triển bền vững sản phẩm tilapia tại Việt Nam.
- **Cần có chương trình hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa** tiếp cận thị trường Hoa Kỳ thông qua mô hình xuất khẩu tập thể (collective export) dưới một thương hiệu chung, thay vì mỗi doanh nghiệp tự xây dựng thương hiệu riêng – điều gần như không khả thi về mặt tài chính đối với các đơn vị quy mô nhỏ.

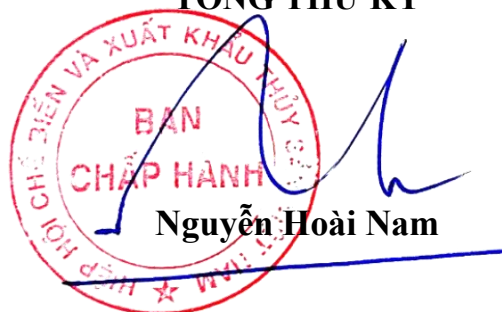
VASEP rất mong Quý Cục tổng hợp các ý kiến trên để hoàn thiện văn bản tham mưu Lãnh đạo Bộ trả lời Bộ Công Thương đúng thời hạn quy định. Hiệp hội cam kết sẽ phối hợp chặt chẽ, huy động nguồn lực xã hội hóa từ các doanh nghiệp thành viên để cùng đồng hành triển khai hiệu quả các đề án XTTM cá rô phi trong giai đoạn tới.

Trân trọng cảm ơn và kính chào./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Lưu VP HH.

**TUQ. CHỦ TỊCH HIỆP HỘI
TỔNG THƯ KÝ**


Nguyễn Hoài Nam