

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

**YẾN SÀO CÓ THỂ TRỞ THÀNH NGÀNH HÀNG TỶ
USD CỦA VIỆT NAM**

Năm 2025

MỤC LỤC

DANH MỤC BIỂU ĐỒ, BẢNG	3
I. ĐẶC ĐIỂM CỦA YẾN SÀO VIỆT NAM.....	4
1.1 Giới thiệu sản phẩm yến sào Việt Nam	4
1.2 Về tình hình sản xuất, tiêu thụ yến sào nội địa.....	5
1.3 Định hướng phát triển ngành yến của một số địa phương.....	6
1.3.1 Đồng Tháp nâng cao chất lượng và đẩy mạnh liên kết sản xuất yến ...	6
1.3.2 An Giang triển khai thực hiện quy hoạch tổng thể với các giải pháp đồng bộ	8
II. QUY MÔ THỊ TRƯỜNG YẾN SÀO THẾ GIỚI VÀ TRIỂN VỌNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM.....	10
2.1 Quy mô thị trường yến sào thế giới	10
2.2 Tổng quan nghề nuôi chim yến của một số quốc gia Đông Nam Á.....	12
2.2.1 Indonesia.....	12
2.2.2 Malaysia.....	13
2.2.3 Thái Lan.....	14
2.3 Triển vọng xuất khẩu tổ yến và sản phẩm từ yến của Việt Nam.....	14
2.4 Một số quy định nhập khẩu tổ yến của Việt Nam vào Trung Quốc.....	18

DANH MỤC BIỂU ĐỒ, BẢNG

Danh mục biểu đồ

Biểu đồ 1: Cơ cấu thị trường cung cấp mặt hàng có mã HS 0410 vào Trung Quốc 6 tháng đầu năm 2025..... 15

Danh mục bảng

Bảng 1: Doanh thu bán hàng yếm sào theo thị trường năm 2021, dự báo năm 2025 và giai đoạn 2024-2033 11

Bảng 2: Thị trường cung cấp mặt hàng mã HS 0410 vào Trung Quốc năm 2024 và 6 tháng đầu năm 2025 15

I. ĐẶC ĐIỂM CỦA YẾN SÀO VIỆT NAM

1.1 Giới thiệu sản phẩm yến sào Việt Nam

Yến sào Việt Nam (tổ yến) là một trong những sản phẩm cao cấp, được đánh giá có chất lượng hàng đầu thế giới nhờ điều kiện tự nhiên, khí hậu và kỹ thuật nuôi, khai thác.

Yến sào Việt Nam chủ yếu được khai thác từ chim yến (*Aerodramus fuciphagus*). Chim yến làm tổ bằng nước bọt tiết ra từ tuyến họng, khô lại thành sợi trắng, bám chắc vào vách đá hoặc tường nhà yến.

Trước đây yến chủ yếu sinh sống ở đảo, hang đá (Khánh Hòa, Bình Định cũ, Côn Đảo, Phú Yên cũ). Hiện nay phát triển mạnh nhà nuôi yến trong đất liền (An Giang, Cà Mau, TP. Cần Thơ, Đồng Tháp, Khánh Hòa...).

Thời gian nuôi và sinh sản, thông thường, chim yến bắt đầu làm tổ khoảng tháng 2-3 dương lịch. Yến thường đẻ 2 trứng/tổ. Thời gian ấp trứng khoảng 22-26 ngày và thời gian nuôi con khoảng 40-45 ngày. Sau khi chim non đủ lông cánh, bay đi, tổ mới được thu hoạch (chim yến trưởng thành sau 3-4 tháng rời tổ). Chu kỳ một tổ (từ khi chim làm tổ đến khi con non rời đi) khoảng 3-4 tháng.

Về mùa thu hoạch: Mỗi năm có thể thu hoạch tổ yến từ 2-3 lần, tùy theo khu vực và đàn yến. Trong đó, yến đảo (tự nhiên) thường chỉ thu 1-2 lần/năm do khó tiếp cận và sản lượng ít; Yến nhà (nuôi) có sản lượng ổn định hơn, dễ thu hoạch 2-3 lần/năm.

Thời gian thu hoạch chính lần 1 khoảng tháng 4-5, lần 2 khoảng tháng 8-9 và lần 3 (nếu có) khoảng tháng 12-1 năm sau.

Đặc điểm của sản phẩm yến Việt Nam:

+ Yến có hàm lượng dinh dưỡng cao, trong đó, protein khoảng 45–55%; chứa 18 loại acid amin (có loại cơ thể người không tự tổng hợp được); Khoáng chất vi lượng phong phú: Ca, Fe, Mn, Zn, Se, Cu...; Glycoprotein đặc trưng, hỗ trợ miễn dịch và tái tạo tế bào.

+ Sợi yến bền, dai và thơm, khi ngâm nở đều, giữ nguyên sợi, không bị vỡ nát; Yến có mùi tanh đặc trưng nhẹ (dấu hiệu của yến thật, không tẩy rửa).

+ Màu sắc tự nhiên của yến chủ yếu trắng ngà hoặc hơi vàng nhạt, một số tổ có màu hồng/đỏ hiếm (yến huyết, yến hồng), giá trị cao.

Đặc biệt, yến Việt Nam được đánh giá chất lượng cao hơn so với yến của một số quốc gia Đông Nam Á nhờ khí hậu, nguồn thức ăn côn trùng dồi dào.

1.2 Về tình hình sản xuất, tiêu thụ yến sào nội địa

Nghề nuôi chim yến ở Việt Nam hình thành từ cuối thập niên 1990, chủ yếu tại các tỉnh ven biển Nam Trung Bộ và Nam Bộ. Thời gian đầu, số lượng nhà yến còn ít và hoạt động mang tính tự phát. Tuy nhiên, nhờ giá trị kinh tế cao của tổ yến và nhu cầu tiêu thụ ngày càng tăng, đặc biệt từ thị trường Trung Quốc, nghề nuôi yến đã nhanh chóng phát triển.

Nếu như năm 2017, cả nước có khoảng 8,3 nghìn nhà yến. Đến năm 2024, con số này tăng lên hơn 23,6 nghìn, tức tăng gần 2,8 lần chỉ sau 7 năm.

Những địa phương phát triển mạnh nghề nuôi yến chủ yếu tập trung ở Đồng bằng sông Cửu Long như An Giang, Cà Mau, Vĩnh Long, TP. Cần Thơ, Đồng Tháp; Khu vực Nam Trung Bộ như Khánh Hòa; Cùng một số tỉnh Tây Nguyên như Lâm Đồng, Gia Lai, Đắk Lắk, nơi số lượng nhà yến đang tăng nhanh.

Mỗi năm, Việt Nam khai thác khoảng 150–200 tấn tổ yến. Giá bán tổ yến thô dao động từ 12–25 triệu đồng/kg, trong khi yến tinh chế có thể đạt 30–40

triệu đồng/kg tùy loại. Nhờ đó, nghề nuôi yến mang lại giá trị kinh tế rất lớn, giúp nhiều hộ gia đình và doanh nghiệp thu nhập hàng tỷ đồng mỗi năm.

Năm 2025, sản lượng yến sào cả nước dự báo đạt khoảng 150 tấn yến thô, với giá trị ước tính trên 600 triệu USD. Trong đó, thị trường nội địa tiêu thụ gần 50 tấn và đang tăng nhanh nhờ mức sống được cải thiện, cùng xu hướng sử dụng thực phẩm bổ dưỡng và làm quà biếu.

Mặc dù mang lại giá trị kinh tế cao, nghề nuôi yến trong nước vẫn đang đối mặt với nhiều khó khăn: Quy hoạch phát triển chưa đồng bộ; Tốc độ tăng trưởng nhanh nhưng còn mang tính tự phát; Nhiều nhà yến xây dựng trong khu dân cư gây tiếng ồn, phát sinh mâu thuẫn cộng đồng. Ngoài ra, việc thiếu các tiêu chuẩn thống nhất trong khai thác, sơ chế, chế biến khiến sản phẩm khó cạnh tranh ở phân khúc cao cấp; Tỷ trọng xuất khẩu còn thấp do yêu cầu khắt khe về kiểm dịch, truy xuất nguồn gốc và an toàn thực phẩm, trong khi phần lớn hộ nuôi nhỏ lẻ chưa đáp ứng được.

Tuy vậy, Việt Nam vẫn được xem là một trong những quốc gia có tiềm năng nuôi chim yến lớn nhất thế giới nhờ điều kiện tự nhiên thuận lợi và đường bờ biển dài. Nếu được quy hoạch bài bản, xây dựng thương hiệu quốc gia và phát triển chuỗi giá trị từ nuôi, chế biến đến xuất khẩu, yến sào hoàn toàn có thể trở thành ngành hàng tỷ đô la của Việt Nam.

1.3 Định hướng phát triển ngành yến của một số địa phương

1.3.1 Đồng Tháp nâng cao chất lượng và đẩy mạnh liên kết sản xuất yến

Nghề nuôi chim yến trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp phát triển mạnh mẽ trong những năm gần đây. Nếu năm 2011 toàn tỉnh chỉ có 199 nhà yến thì đến giữa năm 2025 con số này đã tăng lên 1.782 nhà, trong đó có 1.216 nhà đã đi vào khai thác. Tỉnh hiện có 20 cơ sở chuyên sơ chế tổ yến, với sản lượng bình

quân khoảng 20 tấn/năm, tập trung chủ yếu tại phường Gò Công, Cai Lậy và các xã Vĩnh Bình, Đồng Sơn, Phú Thành, Long Bình, Vĩnh Hựu (thuộc huyện Gò Công Tây cũ) và xã Gò Công Đông, Tân Điền, Tân Hòa, Tân Đông, Gia Thuận (thuộc huyện Gò Công Đông cũ), xã Chợ Gạo.

Chi phí đầu tư xây dựng nhà nuôi yến trung bình khoảng 1,5 tỷ đồng/căn (chưa bao gồm giá trị đất).

Tuy vậy, trong vài năm gần đây, sản lượng tổ yến tại Đồng Tháp đã sụt giảm đáng kể, có nơi giảm tới khoảng 60%. Nguyên nhân khiến đàn yến sụt giảm có thể do số lượng nhà nuôi tăng nhanh, trong khi tình trạng giăng lưới bắt yến vẫn diễn ra thường xuyên. Bên cạnh đó, giá tổ yến cũng giảm mạnh, hiện tổ yến thô chỉ dao động từ 16–18 triệu đồng/kg. Chi phí đầu tư xây dựng nhà nuôi yến cao (khoảng 1,5 tỷ đồng/căn, chưa bao gồm giá trị đất) trong khi giá tổ yến giảm mạnh, lâu thu hồi vốn...

Thực tế cho thấy, tình trạng sản lượng yến sụt giảm không chỉ diễn ra ở Việt Nam mà còn là xu hướng chung trên thế giới. Tại hội nghị ngành yến Malaysia, Hiệp hội Yến sào nước này cho biết trước đây sản lượng tổ yến hàng năm đạt khoảng 700 tấn, nhưng những năm gần đây đã giảm xuống còn khoảng 400 tấn/năm.

Theo Chi cục Chăn nuôi và Thú y tỉnh Đồng Tháp, nghề nuôi chim yến tại địa phương cũng như nhiều tỉnh, thành phố trên cả nước đang đối mặt với áp lực cạnh tranh gay gắt từ các quốc gia trong khu vực. Bên cạnh đó, việc nhà yến chưa được công nhận là tài sản gắn liền với đất, cùng với sự thiếu hụt các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật trong xây dựng và vận hành, cũng là những rào cản lớn đối với sự phát triển của ngành.

Trước thực trạng trên, nghề nuôi chim yến tại Đồng Tháp cần được định hướng lại để bảo đảm duy trì và phát triển bền vững. Dù còn nhiều rủi ro, ngành vẫn có cơ hội khi sản lượng yến của Malaysia đang giảm, tỷ lệ tiêu thụ tổ yến đi xuống, trong khi tại Việt Nam, một số địa phương tuy sụt giảm sản lượng nhưng nhiều nơi khác lại phát triển tốt, tạo ra giá trị xuất khẩu cao.

Trên địa bàn tỉnh hiện có Công ty trách nhiệm hữu hạn Thương mại, dịch vụ Trí Sơn đã được cấp mã số nhà đóng gói đủ điều kiện xuất khẩu sang Trung Quốc với hạn ngạch 70 tấn/năm. Công ty đã liên kết với những hộ nuôi trong khu vực hình thành vùng nguyên liệu, với hệ thống 253 nhà yến đủ điều kiện xuất khẩu chính ngạch.

Trong thời gian tới, để nghề nuôi chim yến phát triển bền vững, cần sớm ban hành hướng dẫn đăng ký và cấp mã số nhà yến; Quy trình chung/sổ tay hướng dẫn thực hiện xuất khẩu tổ yến Việt Nam sang Trung Quốc; Quy định về xử phạt đối với việc xây dựng nhà yến không thuộc vùng nuôi chim yến và các tiêu chuẩn quy chuẩn kỹ thuật liên quan.

Đặc biệt, cần đẩy mạnh hợp tác giữa Đồng Tháp với các tỉnh, thành phố trong cả nước về phát triển nuôi chim yến đạt chuẩn, hướng đến xuất khẩu. Đồng thời, phát triển chuỗi liên kết xuất khẩu yến sào Đồng Tháp. Các cơ sở nuôi yến cần chú trọng tăng chất lượng sản phẩm để gia tăng giá trị. Ngành nông nghiệp tỉnh cũng đã yêu cầu các cơ quan trực thuộc nghiên cứu cơ chế hỗ trợ các cơ sở phát triển nghề nuôi yến trên địa bàn.

1.3.2 An Giang triển khai thực hiện quy hoạch tổng thể với các giải pháp đồng bộ

An Giang là tỉnh được thiên nhiên ưu đãi với biển, đảo và hệ sinh thái đa dạng, tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển nghề nuôi chim yến ở vùng đồng bằng sông Cửu Long. Nhiều hộ dân đã mạnh dạn đầu tư xây dựng nhà yến

chuyên dụng, ứng dụng công nghệ hiện đại cùng hệ thống âm thanh dẫn dụ, kiểm soát nhiệt độ và độ ẩm nhằm nâng cao sản lượng tổ yến thu hoạch.

Theo Sở Nông nghiệp và Môi trường An Giang, toàn tỉnh hiện có 4.475 nhà nuôi chim yến, tập trung chủ yếu tại các địa phương như Châu Phú, Tịnh Biên, Tri Tôn, An Châu, Bình Hòa, Cấn Đăng, Vĩnh Hanh, Vĩnh An, Long Xuyên, cùng một số khu vực ven biển như Rạch Giá, Hà Tiên, Hòn Đất, Kiên Lương... Trong 7 tháng đầu năm 2025, sản lượng tổ yến thu hoạch đạt khoảng 20,5 tấn, bằng hơn 62% kế hoạch cả năm. Giá tổ yến thô loại tốt dao động từ 16–20 triệu đồng/kg, tổ yến tinh chế từ 30–35 triệu đồng/kg và tổ yến rút lông từ 35–40 triệu đồng/kg. Với mức giá này, doanh thu từ nghề nuôi chim yến của An Giang trong 7 tháng đầu năm 2025 ước đạt khoảng 500–600 tỷ đồng.

Có thể thấy, nghề nuôi chim yến tại An Giang đang phát triển mạnh và mang lại giá trị kinh tế cao. Ngoài tiêu thụ trong nước, tổ yến của tỉnh đã được xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc. Đặc biệt, Nghị định thư ký kết giữa Việt Nam và Trung Quốc về xuất khẩu tổ yến đã mở ra cơ hội lớn cho người nuôi và doanh nghiệp An Giang đưa sản phẩm vào thị trường này theo đường chính ngạch.

Hiện trên địa bàn tỉnh có 2 doanh nghiệp, gồm Công ty TNHH Tiếp vận Đông Dương và Công ty CP Việt Nam Quốc Yến, đã được cơ quan có thẩm quyền của Trung Quốc cấp mã số xuất khẩu chính ngạch tổ yến. Đây là cơ hội để tổ yến An Giang vươn xa hơn trên thị trường quốc tế.

Mặc dù có tiềm năng lớn và mang lại nguồn thu nhập đáng kể cho người dân, nhưng nghề nuôi yến ở An Giang vẫn đang đối mặt với nhiều thách thức. Tình trạng xây dựng nhà yến tự phát trong khu dân cư trước đây còn để lại hệ lụy, ô nhiễm tiếng ồn từ hệ thống loa dẫn dụ gây ảnh hưởng đến đời sống cộng đồng chưa được khắc phục triệt để. Bên cạnh đó, quy hoạch tổng thể nghề nuôi

chim yến triển khai còn chậm, vướng nhiều khó khăn, bất cập, và đến nay tỉnh vẫn chưa xây dựng được thương hiệu yến sào An Giang rõ nét.

Thời gian tới, để phát triển nghề nuôi chim yến theo hướng bền vững và hiệu quả, tỉnh An Giang sẽ tập trung triển khai quy hoạch tổng thể với các giải pháp đồng bộ; Ban hành quy định về vị trí xây dựng nhà yến; Khuyến khích ứng dụng công nghệ thân thiện môi trường; Hỗ trợ xây dựng và phát triển thương hiệu yến sào địa phương. Tỉnh cũng định hướng chuyển dần từ mô hình nuôi tự phát sang phát triển bền vững, gắn với sản phẩm OCOP, tăng cường quảng bá và xúc tiến thương mại, mở rộng xuất khẩu tổ yến. Qua đó, An Giang phấn đấu trở thành trung tâm yến sào của miền Tây Nam Bộ, khẳng định vị thế trên bản đồ nông sản Việt Nam, đồng thời nâng cao thu nhập cho người dân và doanh nghiệp.

II. QUY MÔ THỊ TRƯỜNG YẾN SÀO THẾ GIỚI VÀ TRIỂN VỌNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM

2.1 Quy mô thị trường yến sào thế giới

Theo Báo cáo thị trường yến sào năm 2025 từ Cognitive Market Research, quy mô thị trường yến sào toàn cầu đạt 5.715,2 triệu USD vào năm 2024. Nhờ ý thức ngày càng tăng của người tiêu dùng về sức khỏe, doanh số dự kiến sẽ đạt 8.707,69 triệu USD vào năm 2031, với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) 6,20% trong giai đoạn 2024–2033.

Trong đó, Bắc Mỹ dẫn đầu thị trường với hơn 40% doanh thu toàn cầu, đạt 2.286,08 triệu USD năm 2024, và tăng trưởng với CAGR 4,4% đến năm 2031; Châu Âu chiếm hơn 30% doanh thu, tương ứng 1.714,56 triệu USD năm 2024; Châu Á – Thái Bình Dương đóng góp khoảng 23% doanh thu, đạt 1.314,50 triệu USD năm 2024, với tốc độ CAGR 8,2% – cao nhất trong các khu vực; Mỹ Latinh nắm giữ hơn 5% thị phần, quy mô 285,76 triệu USD, CAGR 5,6% giai đoạn 2024–2031; Trung Đông và Châu Phi chiếm khoảng 2% doanh thu, quy mô 114,30 triệu USD năm 2024, CAGR 5,9% giai đoạn 2024–2031.

Đáng chú ý, bột yến sào được đánh giá là phân khúc phát triển nhanh nhất của ngành trong thời gian tới.

Bảng 1: Doanh thu bán hàng yến sào theo thị trường năm 2021, dự báo năm 2025 và giai đoạn 2024-2033

Doanh thu bán hàng theo thị trường	Năm 2021	Năm 2025	Năm 2033	Tốc độ CAGR 2024-2033
Toàn cầu	3.712,7	5.189,0	10.136,3	8,73%
Bắc Mỹ	902,2	1.237,5	2.329,1	8,23%
Hoa Kỳ	715,4	976,4	1.826,0	8,14%
Canada	119,1	167,1	323,8	8,62%
Mexico	67,7	94,1	179,3	8,40%
Châu Âu	831,6	1.172,3	2.344,6	9,05%
Anh	150,5	209,8	410,2	8,74%
Pháp	118,9	164,1	323,5	8,85%
Đức	173,0	247,4	506,5	9,37%
Italia	95,6	136,2	277,7	9,31%
Nga	70,7	100,3	201,7	9,13%
Tây Ban Nha	60,7	91,5	185,1	9,21%
Thụy Điển	22,5	31,4	62,0	8,89%
Đan Mạch	17,5	24,2	47,7	8,84%
Thụy Sĩ	14,1	19,4	38,1	8,79%
Luxembourg	13,3	19,1	38,5	9,15%
Phần còn lại của Châu Âu	94,8	128,8	253,5	8,83%
Châu Á Thái Bình Dương (APAC)	1.370,0	1.992,7	4.148,4	9,60%
Trung Quốc	483,6	717,4	1.526,9	9,90%
Nhật Bản	260,3	376,6	775,5	9,45%
Ấn Độ	217,8	334,8	730,4	10,24%
Hàn Quốc	124,7	165,3	323,3	8,75%
Úc	52,1	77,0	163,3	9,86%
Singapore	38,4	54,9	113,0	9,43%
Đông Nam Á	86,3	123,9	252,8	9,33%
Đài Loan	21,9	30,2	57,8	8,45%
Phần còn lại của APAC				8%
Nam Mỹ	167,1	203,2	298,2	4,91%
Brazil	64,3	79,1	116,9	5,01%
Argentina	31,7	39,0	57,6	4,98%
Colombia	15,4	18,6	27,0	4,76%
Peru	10,7	12,7	18,3	4,65%

Doanh thu bán hàng theo thị trường	Năm 2021	Năm 2025	Năm 2033	Tốc độ CAGR 2024-2033
Chile	5,8	6,8	9,9	4,78%
Phần còn lại của Nam Mỹ	39,1	47,0	68,5	4,83%
Trung Đông	152,2	195,4	323,3	6,50%
Ai Cập	13,7	17,5	28,8	6,45%
Thổ Nhĩ Kỳ	28,3	36,7	62,4	6,85%
Ả Rập Xê Út	55,7	71,1	116,7	6,39%
UAE	16,4	21,5	36,6	6,87%
Qatar	11,0	13,9	23,0	6,44%
Phần còn lại của Trung Đông	27,1	34,6	55,9	6,18%
Châu Phi	289,6	387,9	692,6	7,52%
Nam Phi	123,9	166,8	300,0	7,61%
Nigeria	50,7	67,6	120,2	7,46%
Phần còn lại của Châu Phi	115,0	153,5	272,4	7,44%

Nguồn: www.cognitivemarketresearch.com

2.2 Tổng quan nghề nuôi chim yến của một số quốc gia Đông Nam Á

Hiện nay, nghề nuôi chim yến phát triển khá mạnh ở các nước Đông Nam Á gồm: Indonesia với 150.000 nhà yến, sản lượng tổ yến chiếm 60%; Thái Lan chiếm 20%, Malaysia chiếm 7%, 4 nước gồm Việt Nam, Philippin, Campuchia và Myanmar chiếm 13%. Mặc dù sản phẩm yến sào của nhiều nước đã được thương mại hóa, nhưng những thông tin về quy mô, sản lượng, quy trình nuôi và phương thức quản lý dường như vẫn chưa được các nước công khai vì nhiều lý do khác nhau.

Một số nước đã có tiêu chuẩn về chất lượng tổ yến như Indonesia, Thái Lan, Malaysia, Trung Quốc và Việt Nam. Một số nước đã sản xuất theo chuỗi liên kết truy xuất được nguồn gốc sản phẩm.

2.2.1 Indonesia

Indonesia hiện là quốc gia sản xuất tổ yến lớn nhất thế giới, chiếm 60–80% sản lượng toàn cầu, tập trung chủ yếu ở Java, Sumatra, Kalimantan và

Sulawesi. Mỗi năm, nước này sản xuất khoảng 1.500–2.000 tấn, xuất khẩu đạt 600–700 triệu USD, với xuất khẩu tới Trung Quốc và Hồng Kông chiếm trên 80% kim ngạch. Ngành yến không chỉ mang lại nguồn ngoại tệ lớn mà còn tạo sinh kế cho hàng chục nghìn hộ dân, trở thành một trong những mặt hàng nông sản xuất khẩu giá trị cao nhất, sau dầu cọ và thủy sản.

Tuy nhiên, ngành yến Indonesia vẫn đối mặt với thách thức như phụ thuộc quá lớn vào thị trường Trung Quốc, mâu thuẫn cộng đồng do xây dựng nhà yến trong khu dân cư, cũng như yêu cầu khắt khe về kiểm dịch và chất lượng. Trong bối cảnh nhu cầu toàn cầu (đặc biệt tại Trung Quốc và cộng đồng Hoa kiều) tiếp tục tăng, Indonesia đặt mục tiêu nâng kim ngạch xuất khẩu lên 1 tỷ USD/năm thông qua phát triển nuôi yến chính quy, bắt buộc doanh nghiệp đạt tiêu chuẩn cho yến xuất khẩu (VCN), khuyến khích chế biến sâu và tăng cường hợp tác thương mại.

2.2.2 Malaysia

Malaysia là quốc gia sản xuất và xuất khẩu tổ yến lớn thứ hai thế giới sau Indonesia, bắt nguồn từ truyền thống khai thác yến hoang dã ở Sabah và Sarawak và phát triển mạnh mô hình nuôi yến trong nhà từ cuối thập niên 1990. Hiện nay, nước này có hàng nghìn nhà yến thương mại, sản lượng ước đạt 375–600 tấn/năm, kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ Ringgit, với Trung Quốc, Hồng Kông, Singapore là thị trường chính, đồng thời mở rộng tiêu thụ nội địa qua sản phẩm yến chưng sẵn.

Chính phủ Malaysia đã ban hành tiêu chuẩn MS 2334:2011, áp dụng HACCP, GMP, MeSTI và truy xuất nguồn gốc nhằm đáp ứng yêu cầu khắt khe của thị trường quốc tế. Hướng tới năm 2030, Malaysia đặt mục tiêu nâng kim ngạch xuất khẩu lên 2,8 tỷ Ringgit, phát triển ngành yến theo hướng công nghệ

cao, bền vững, Halal hóa sản phẩm và đa dạng hóa thị trường, khẳng định vai trò trong chuỗi cung ứng yến toàn cầu.

2.2.3 Thái Lan

Thái Lan là quốc gia sản xuất và xuất khẩu tổ yến lớn ở Đông Nam Á, sau Indonesia và Malaysia, với sản lượng chủ yếu từ yến đảo tại các tỉnh miền Nam như Phang Nga, Surat Thani, Krabi, Chumphon... Mỗi năm, nước này thu hoạch 300–400 tấn tổ yến, mang lại hàng trăm triệu USD. Toàn bộ sản lượng đều do Nhà nước quản lý, đưa ra đấu giá công khai trước khi phân phối cho doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu. Thị trường tiêu thụ chính là Trung Quốc, Hồng Kông và Singapore.

Khác với Malaysia và Việt Nam, nghề nuôi yến trong nhà ở Thái Lan chưa phát triển, song Chính phủ đã coi tổ yến là mặt hàng chiến lược, khuyến khích chế biến sâu và sản xuất sản phẩm yến chưng sẵn. Hiện Thái Lan đang định hướng hợp pháp hóa nuôi yến, công nhận là “động vật kinh tế”, xây dựng tiêu chuẩn Good Swiftlet House Practices, áp dụng truy xuất nguồn gốc bằng Bio-QR code và tăng cường quản lý chuỗi cung ứng. Những bước đi này nhằm chuyển đổi từ khai thác yến đảo sang nuôi yến có quản lý, nâng cao giá trị xuất khẩu, và củng cố vị thế tại thị trường quốc tế, đặc biệt là Trung Quốc.

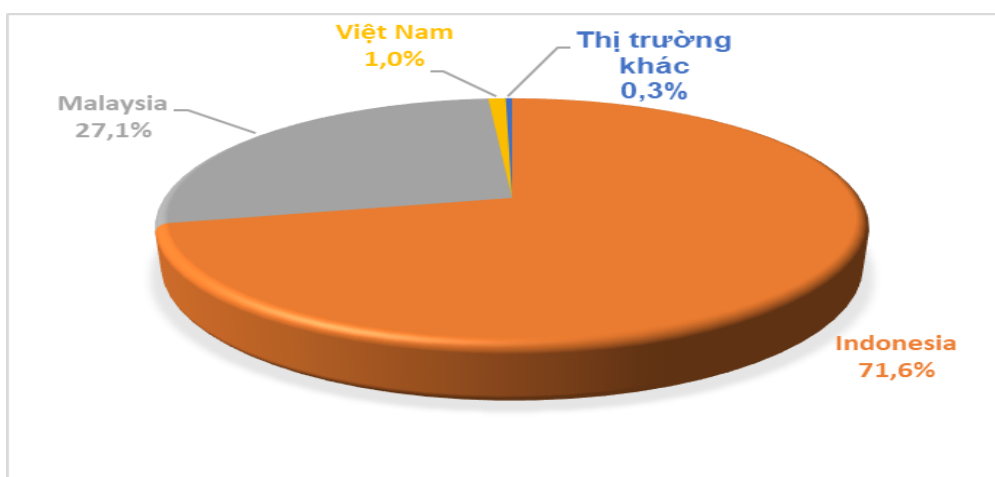
2.3 Triển vọng xuất khẩu tổ yến và sản phẩm từ yến của Việt Nam

Theo thống kê, hàng năm Việt Nam xuất khẩu khoảng trên 4 tấn tổ yến và sản phẩm từ yến, trong đó, Trung Quốc chiếm khoảng 50%. Trong 6 tháng đầu năm 2025, xuất khẩu tổ yến và sản phẩm từ yến của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc đạt khoảng 2,3 tấn, kim ngạch 2,23 triệu USD, không thay đổi nhiều so với cùng kỳ năm 2024. Ngoài Trung Quốc, Việt Nam cũng xuất khẩu tổ yến và sản phẩm từ yến sang các thị trường Hồng Kông chiếm 21%, Mỹ chiếm 19,9%, Đài Loan 8,4%, Australia 1,3%...

Tại Trung Quốc, theo thống kê từ Cơ quan Hải quan Trung Quốc, năm 2024, nhập khẩu côn trùng và các sản phẩm ăn được khác có nguồn gốc động vật, không được chỉ định hoặc bao gồm ở nơi khác (HS 0410) của Trung Quốc đạt 88,5 triệu giảm 12,78% so với năm 2023. Indonesia và Malaysia là 2 thị trường cung cấp lớn nhất mặt hàng này vào Trung Quốc trong năm 2024, tuy vậy, nhập khẩu từ 2 trường Indonesia và Malaysia giảm lần lượt là 9,18% và 23% so với năm 2023; Trái lại, nhập khẩu từ Việt Nam mặc dù chiếm tỷ trọng nhỏ nhưng trị giá nhập khẩu đã tăng mạnh 2.001%.

Trong 6 tháng đầu năm 2025, nhập khẩu mặt hàng có mã HS 0410 của Trung Quốc đạt 35,47 triệu USD, giảm 21,3% so với cùng kỳ năm 2024. Nhập khẩu mặt hàng này từ hầu hết các thị trường đều giảm ở mức hai con số trong 6 tháng đầu năm 2025 so với cùng kỳ năm 2024 như Indonesia giảm 17,2%, Malaysia giảm 30,2%, nhập khẩu từ Việt Nam giảm 7,5%.

Biểu đồ 1: Cơ cấu thị trường cung cấp mặt hàng có mã HS 0410 vào Trung Quốc 6 tháng đầu năm 2025 (Tỷ trọng % tính theo trị giá nhập khẩu)



Nguồn: Tính toán từ số liệu của Cơ quan Hải quan Trung Quốc

Bảng 2: Thị trường cung cấp mặt hàng mã HS 0410 vào Trung Quốc năm 2024 và 6 tháng đầu năm 2025

Thị trường	Năm 2024 (nghìn USD)	So với năm 2023 (%)	6 tháng đầu năm 2025 (nghìn USD)	So với 6 tháng năm 2024 (%)
Tổng	88.522	-12,8	35.478	-21,3
Indonesia	62.373	-9,2	25.412	-17,2
Malaysia	24.864	-23,0	9.604	-30,2
Việt Nam	752	2.001,5	339	-7,5
Braxin	408	68,5	72	-61,3
Thái Lan	82	-27,4	28	-11,5
Australia	36	-65,0		
Trung Quốc	3,79	-70,9	18	
New Zealand	1,60	-93,3	0,3	-53,2
Pháp	0,72	-21,6	0,9	28,6
Đức	0,45	-88,8		
Nhật Bản	0,22			

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Cơ quan Hải quan Trung Quốc

Trung tuần tháng 4 vừa qua, Việt Nam và Trung Quốc đã ký Nghị định thư nhằm mở rộng danh mục sản phẩm xuất khẩu. Thỏa thuận cập nhật này bao gồm cả sản phẩm yếm sào tinh chế và yếm sào thô, thay thế Nghị định thư năm 2022. Động thái này được kỳ vọng sẽ mở ra nhiều cơ hội hơn cho ngành yếm sào Việt Nam tại thị trường tiêu thụ lớn nhất thế giới.

Tuy vậy, khối lượng xuất khẩu hiện nay vẫn còn thấp so với tiềm năng sản xuất của Việt Nam và nhu cầu rất lớn của Trung Quốc (hiện Trung Quốc là thị trường tiêu thụ tổ yếm lớn nhất, chiếm đến 80% lượng tiêu thụ trên toàn thế giới).

Nguyên nhân chính là do Việt Nam xuất khẩu yếm tới thị trường Trung Quốc chậm hơn Malaysia và Indonesia hơn một thập kỷ. Kết quả là, người tiêu dùng Trung Quốc chưa quen thuộc với các thương hiệu yếm sào Việt Nam. Ngoài ra, chi phí sản xuất cao, công nghệ lạc hậu và thiết kế sản phẩm kém

cạnh tranh của Việt Nam cũng hạn chế khả năng cạnh tranh với các nhà xuất khẩu uy tín.

Ở thời điểm hiện tại, đã có 13 doanh nghiệp Việt Nam chính thức được chấp thuận xuất khẩu sản phẩm yến sào sang Trung Quốc (thấp hơn so với 49 doanh nghiệp của Indonesia và 58 doanh nghiệp của Malaysia); Hơn 70 doanh nghiệp Việt Nam đang xây dựng và nâng cấp các cơ sở chế biến đáp ứng tiêu chuẩn xuất khẩu; Hơn 4.000 nhà nuôi chim yến đang được giám sát dịch bệnh, hơn 220 mẫu sản phẩm đã được kiểm tra các chỉ tiêu an toàn thực phẩm.

Trong thời gian tới, để tận dụng cơ hội từ nghị định thư mới, một số lưu ý đối với các doanh nghiệp Việt Nam khi xuất khẩu yến sang thị trường Trung Quốc là mặc dù thị trường xuất khẩu tổ yến thô rất tốt nhưng hiện nay, tại Trung Quốc, chỉ có một số doanh nghiệp có nhu cầu mua tổ yến thô. Do đó, doanh nghiệp cũng cần cân nhắc bài toán lựa chọn phân khúc tổ yến thô hay làm tổ yến sạch.

Trong khi đó, để được xuất khẩu chính ngạch tổ yến thô sang thị trường Trung Quốc, doanh nghiệp phải đáp ứng các yêu cầu khắt khe từ thị trường này. Doanh nghiệp cũng sẽ phải xây dựng mã code xuất khẩu tổ yến thô riêng chứ không sử dụng được mã code cũ của yến sạch để xuất khẩu. Doanh nghiệp cũng sẽ phải làm lại quy trình phân loại, bao gói, xử lý nhiệt, lưu trữ hàng hóa trước khi xuất khẩu đi nhằm đáp ứng các yêu cầu từ thị trường Trung Quốc.

Thị trường Trung Quốc đã có thói quen sử dụng tổ yến từ các nước: Malaysia, Thái Lan, Indonesia... trong suốt thời gian vừa qua. Trong đó, Indonesia và Malaysia là hai quốc gia chính xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc, các doanh nghiệp có độ nhận diện cao và có sự cạnh tranh lớn về mặt giá thành trong xuất khẩu tổ yến sang thị trường Trung Quốc.

Đáng chú ý, mới đây, Campuchia đạt thoả thuận xuất khẩu tổ yến dạng thô và qua chế biến sang Trung Quốc. Thoả thuận được ký kết trong chuyến thăm chính thức của Chủ tịch Trung Quốc Tập Cận Bình tới Campuchia vào ngày 17 - 18/4/2025. Hiện nay, ước tính Campuchia có khoảng 3.000 - 3.500 nhà yến đang hoạt động tại nhiều khu vực. Tuy nhiên, chỉ có khoảng 700 trong số đó được đăng ký chính thức với Bộ Nông lâm thủy sản Campuchia.

Như vậy, cùng với Malaysia, Thái Lan, Indonesia, tổ yến của Việt Nam còn phải cạnh tranh với tổ yến Campuchia. Tuy nhiên, với tiềm năng lớn từ thị trường Trung Quốc và nhu cầu tiêu dùng ngày càng cao đối với các sản phẩm từ tổ yến, Việt Nam đang đứng trước cơ hội bứt phá mạnh mẽ nếu tổ chức sản xuất theo hướng bài bản, chuẩn hóa và truy xuất được.

Về phía các doanh nghiệp chế biến, xuất khẩu tổ yến cần gia tăng năng lực chế biến và mở rộng mối liên kết với các đối tác chiến lược từ các chương trình, hoạt động liên quan. Đồng thời, cần tạo ra nhiều phân khúc sản phẩm khác nhau để đáp ứng nhu cầu thị trường. Bên cạnh đó, cần hình thành sự gắn kết giữa sản phẩm mang thương hiệu ‘yến sào Việt Nam’ đối với khách hàng nước sở tại. Cùng nhau nỗ lực để có thể xây dựng một cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam liên kết bền vững sẽ góp phần vào sự phát triển của ngành hàng yến Việt Nam tại thị trường tỷ dân này.

2.4 Một số quy định nhập khẩu tổ yến của Việt Nam vào Trung Quốc

+ Về khung pháp lý

- Nghị định thư 2022: Cho phép xuất khẩu tổ yến tinh chế và sản phẩm yến từ Việt Nam.
- Nghị định thư 2025 (ký 4/2025): Mở rộng thêm tổ yến thô (raw bird's nest), thay thế Nghị định thư 2022.

- Decree 248 (GACC): Quản lý đăng ký cơ sở sản xuất thực phẩm xuất khẩu vào Trung Quốc.

- Decree 249 (GACC): Quản lý an toàn thực phẩm nhập khẩu.

+ *Điều kiện đối với cơ sở và nhà yến*

- Cơ sở chế biến/sơ chế yến phải đăng ký trên hệ thống CIFER và được GACC cấp mã số.

- Mã GACC bắt buộc in trên bao bì trong và ngoài.

- Nhà yến (swiftlet house) phải nằm trong danh sách được Bộ Nông nghiệp và Môi trường công nhận và gửi GACC.

- Cơ sở phải có hệ thống quản lý ATTP (HACCP, GMP), quy trình vệ sinh, chống nhiễm chéo.

+ *Yêu cầu kiểm dịch và an toàn dịch bệnh*

- Giám sát bệnh cúm gia cầm, Newcastle tại khu vực nuôi yến.

- Xử lý nhiệt bắt buộc: Tổ yến xuất khẩu phải được xử lý ở nhiệt độ lõi $\geq 70^{\circ}\text{C}$ trong ít nhất 3,6 giây để tiêu diệt virus.

- Phải có chương trình giám sát dư lượng và chất độc hại hàng năm (kim loại nặng, thuốc thú y, hóa chất).

+ *Yêu cầu về an toàn thực phẩm*

- Chỉ tiêu nitrit (NO_2^-): Không vượt quá 30 mg/kg.

- Không được dùng chất tẩy trắng hoặc hóa chất cấm trong sơ chế.

- Kiểm soát vi sinh, nấm mốc, kim loại nặng, phụ gia thực phẩm.

+ *Chứng từ bắt buộc*

- Giấy chứng nhận kiểm dịch thú y (song ngữ Trung – Anh) do Cục Thú y/Bộ Nông nghiệp và Môi trường cấp cho từng lô hàng, theo mẫu đã thỏa thuận với GACC.

- Hồ sơ đăng ký GACC của cơ sở sản xuất.
- Hồ sơ truy xuất nguồn gốc (từ nhà yến đến lô hàng).

+ *Nhãn mác và tiêu chuẩn sản phẩm*

- Ghi nhãn theo GB 7718 (phiên bản mới GB 7718-2025, bắt buộc từ 01/12/2027).

- Thông tin bắt buộc trên nhãn:
- Tên sản phẩm.
- Thành phần (tỷ lệ yến).
- Quy cách, khối lượng.
- Ngày sản xuất, hạn sử dụng, điều kiện bảo quản.
- Xuất xứ: Việt Nam.
- Tên, địa chỉ nhà sản xuất và nhà nhập khẩu Trung Quốc.
- Mã số GACC của cơ sở.
- Số lô/batch, hướng dẫn sử dụng (nếu có).