ĐÁNH GIÁ TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU HÀNG DỆT MAY CỦA VIỆT NAM TỚI THỊ TRƯỜNG UAE THÁNG 9, DUNG LƯỢNG VÀ QUY ĐỊNH THỊ TRƯỜNG NHẬP KHẨU UAE VÀ TRIỂN VỌNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM

Theo thống kê của Cục Hải quan Việt Nam, xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam tới thị trường UAE trong tháng 8/2026 đạt 12,1 triệu USD, tăng 14,1% so với tháng 7/2026 nhưng giảm nhẹ 0,75% so với tháng 8/2025. Tính chung 8 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam tới thị trường UAE đạt 83,2 triệu USD, giảm 10,4% so với cùng kỳ năm 2025.

Xét về quy mô cơ cấu, dệt may hiện đứng thứ 5 trong số các nhóm hàng xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam tới thị trường này, xếp sau nhóm điện thoại; máy vi tính và linh kiện điện tử; giày dép và máy móc thiết bị. Với tỷ trọng chiếm 2,2% tổng kim ngạch xuất khẩu sang UAE trong 8 tháng đầu năm 2026, ngành dệt may cho thấy có chỗ đứng ổn định nhưng chưa có sự bứt phá mạnh mẽ về mặt thị phần.

So với nhiều nhóm hàng khác, mức suy giảm của nhóm hàng dệt may tới thị trường UAE vẫn được kiểm soát tốt ở mức dưới 15%. Đây là mức giảm thấp hơn đáng kể so với các mặt hàng giảm mạnh như phương tiện vận tải và phụ tùng, máy móc thiết bị, hạt điều, hạt tiêu hay hàng rau quả (với mức sụt giảm sâu từ 30% đến 70%). Thực tế này khẳng định dệt may Việt Nam đã định hình được vị trí nhất định tại UAE. Do tỷ trọng hiện tại còn thấp và chưa thay đổi nhiều, dư địa để các doanh nghiệp khai phá và mở rộng thị phần tại quốc gia vùng Vịnh này vẫn còn rất lớn.

Trong thời gian tới, xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang UAE tiếp tục chịu áp lực lớn từ biến động nhu cầu tiêu dùng và xu hướng cạnh tranh gay gắt trên thị trường quốc tế. Tuy nhiên, về dài hạn, triển vọng thương mại vẫn khả quan nhờ quy mô tiêu thụ lớn của thị trường UAE.

Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện (CEPA) giữa Việt Nam và UAE, chính thức có hiệu lực và đi vào thực thi từ ngày 3/2/2026, đã trở thành yếu tố cốt lõi thay đổi vị thế ngành dệt may thông qua việc cắt giảm thuế suất về 0%. Cơ chế này giúp các doanh nghiệp tiết kiệm được chi phí, tạo lợi thế cạnh tranh trực tiếp trước các đối thủ lớn. Bên cạnh ưu đãi thuế quan, thị trường UAE áp dụng chính sách linh hoạt hơn về rào cản kỹ thuật so với Mỹ hay EU, mở ra cánh cửa thuận lợi cho

các dòng sản phẩm may mặc Việt Nam nhanh chóng tiếp cận và chinh phục người tiêu dùng vùng Vịnh.

I. Tổng quan hàng dệt may xuất khẩu tới thị trường UAE

1.1 Vai trò của hàng dệt may trong cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam sang UAE

Hàng dệt may đóng vai trò là một ngành hàng tiềm năng và có dư địa phát triển lớn trong cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam sang UAE. Dù quy mô kim ngạch còn khiêm tốn so với các thị trường chủ lực như Mỹ hay EU, mặt hàng này lại mang ý nghĩa chiến lược quan trọng. UAE không chỉ là thị trường tiêu thụ trực tiếp mà còn đóng vai trò là cửa ngõ trung chuyển lớn nhất giúp hàng dệt may Việt Nam tiếp cận toàn bộ khu vực Trung Đông và Bắc Phi, từ đó thúc đẩy mục tiêu đa dạng hóa thị trường.

Kim ngạch xuất khẩu dệt may sang UAE trong 8 tháng đầu năm 2026 giảm so với cùng kỳ năm 2025. Sự sụt giảm này nằm trong xu hướng suy thoái chung khi tổng kim ngạch xuất khẩu tất cả các loại hàng hóa của Việt Nam sang UAE cũng ghi nhận mức giảm trong cùng giai đoạn.

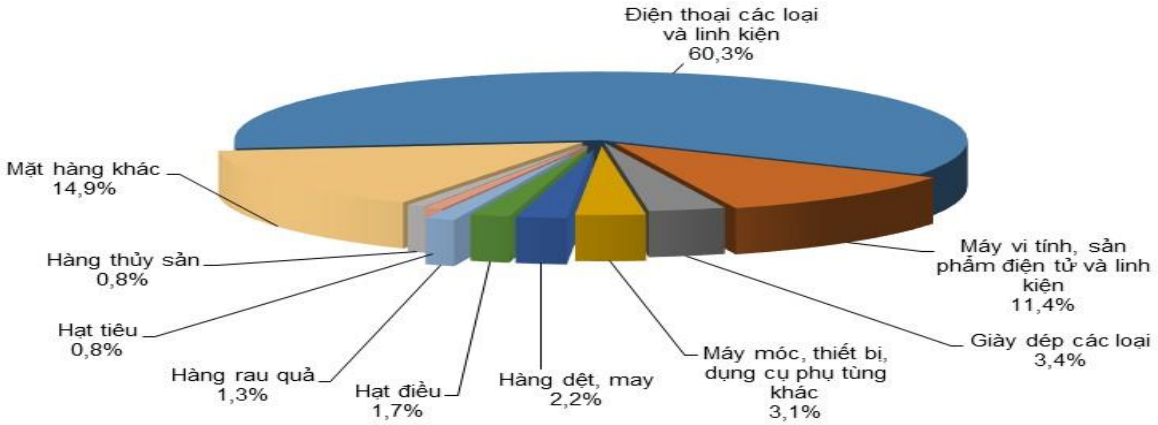
Xét về quy mô cơ cấu, dệt may hiện đứng thứ 5 trong số các nhóm hàng xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam tới thị trường này, xếp sau nhóm điện thoại; máy vi tính và linh kiện điện tử; giày dép và máy móc thiết bị. Với tỷ trọng chiếm 2,2% tổng kim ngạch xuất khẩu sang UAE trong 8 tháng đầu năm 2026, ngành dệt may cho thấy có chỗ đứng ổn định nhưng chưa có sự bứt phá mạnh mẽ về mặt thị phần.

So với nhiều nhóm hàng khác, mức suy giảm của nhóm hàng dệt may tới thị trường UAE vẫn được kiểm soát tốt ở mức dưới 15%. Đây là mức giảm thấp hơn đáng kể so với các mặt hàng giảm mạnh như phương tiện vận tải và phụ tùng, máy móc thiết bị, hạt điều, hạt tiêu hay hàng rau quả (với mức sụt giảm sâu từ 30% đến 70%). Thực tế này khẳng định dệt may Việt Nam đã định hình được vị trí nhất định tại UAE. Do tỷ trọng hiện tại còn thấp và chưa thay đổi nhiều, dư địa để các doanh nghiệp khai phá và mở rộng thị phần tại quốc gia vùng Vịnh này vẫn còn rất lớn.

Động lực bứt phá trong giai đoạn tới sẽ phụ thuộc lớn vào các lợi thế định chế mới. Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện (CEPA) giữa Việt Nam và UAE, chính thức có hiệu lực và đi vào thực thi từ ngày 3/2/2026, đã trở thành yếu tố cốt lõi thay đổi vị thế ngành dệt may thông qua việc cắt giảm thuế suất về 0%. Cơ chế này

giúp các doanh nghiệp tiết kiệm được chi phí CIF, tạo lợi thế cạnh tranh trực tiếp trước các đối thủ lớn. Bên cạnh ưu đãi thuế quan, thị trường UAE áp dụng chính sách linh hoạt hơn về rào cản kỹ thuật so với Mỹ hay EU, mở ra cánh cửa thuận lợi cho các dòng sản phẩm may mặc Việt Nam nhanh chóng tiếp cận và chinh phục người tiêu dùng vùng Vịnh.

Biểu đồ 1: Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam tới thị trường UAE trong 8 tháng đầu năm 2026 *(Tỷ trọng % tính theo trị giá)*

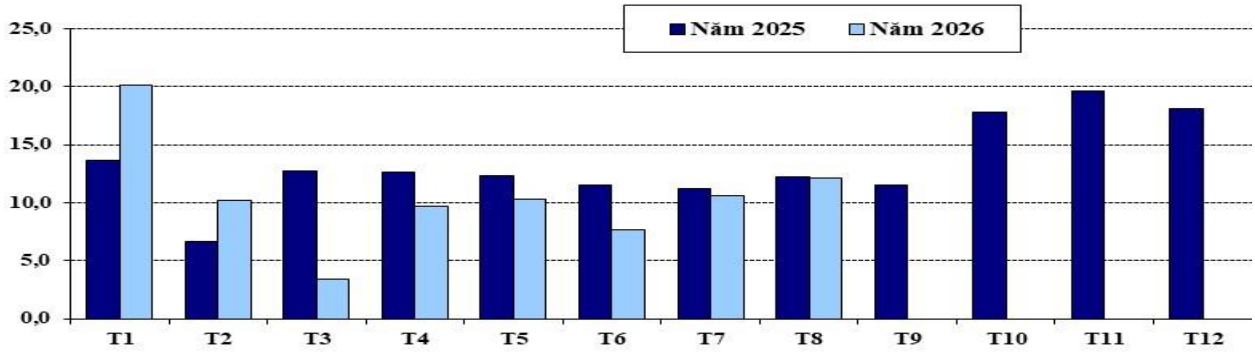


(Nguồn: Tính toán từ số liệu của Cục Hải quan Việt Nam)

1.2 Tình hình xuất khẩu hàng dệt may của VN tới UAE 8 tháng đầu năm 2026

Theo thống kê của Cục Hải quan Việt Nam, xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam tới thị trường UAE trong tháng 8/2026 đạt 12,1 triệu USD, tăng 14,1% so với tháng 7/2026 nhưng giảm nhẹ 0,75% so với tháng 8/2025. Tính chung 8 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam tới thị trường UAE đạt 83,2 triệu USD, giảm 10,4% so với cùng kỳ năm 2025.

Biểu đồ 2: Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam tới thị trường UAE qua các tháng năm 2025-2026 *(Đvt: triệu USD)*



Nguồn: Cục Hải quan Việt Nam

1.2.1. Tình hình xuất khẩu theo mã HS 4 số

Nhóm hàng dệt may tính theo mã HS 4 số có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất tới thị trường UAE trong 8 tháng đầu năm 2026 là nhóm hàng có mã HS 6204 (bộ Comle, váy, chân váy, quần nữ...) đạt 9,5 triệu USD, tăng 26,6% so với cùng kỳ năm 2025, nâng tỷ trọng từ 8,2% trong 8 tháng đầu năm 2025 lên mức 11,6% trong 8 tháng đầu năm 2026.

Tiếp theo là xuất khẩu mã HS 6109 (áo thun, áo may ô và các loại áo tương tự dệt kim) đạt 9,4 triệu USD, giảm 17,3% so với cùng kỳ năm 2025, chiếm 11,5% tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may sang UAE trong 8 tháng đầu năm 2026, thấp hơn so với mức tỷ trọng 12,5% trong 8 tháng đầu năm 2025.

Nhóm hàng mã HS 6104 (trang phục nữ dệt kim) xuất khẩu tăng trong 8 tháng đầu năm 2026, đạt 6,1 triệu USD, tăng 17,8% so với cùng kỳ năm 2026, chiếm 7,4% tỷ trọng xuất khẩu trong 8 tháng đầu năm 2026, cao hơn nhiều so với tỷ trọng 5,7% trong 8 tháng đầu năm 2025.

Nhiều nhóm hàng may mặc khác cũng duy trì đà tăng trưởng tích cực trong 8 tháng đầu năm 2026 như mã HS 6110 (áo len, áo chui đầu...) tăng 22,8% so với cùng kỳ năm 2025; mã HS 6203 (trang phục nam không dệt kim) tăng 28,5%; mã HS 6212 (áo ngực, đai nịt và các sản phẩm tương tự) tăng mạnh 112%. Ngoài ra, xuất khẩu một số nhóm quy mô nhỏ hơn như HS 6106, HS 6102, HS 6113, HS 6210 và HS 6112 cũng đạt mức tăng trưởng khá so với cùng kỳ năm 2025.

Trái lại, nhóm vải và nguyên liệu dệt xuất khẩu tới thị trường UAE giảm khá mạnh. Đáng chú ý, nhóm vải nguyên liệu có mã HS 5407 (vải dệt từ sợi filament tổng hợp) đạt 6,7 triệu USD, giảm 42,2% so với cùng kỳ năm 2025, khiến tỷ trọng giảm mạnh từ 12,6% trong 8 tháng đầu năm 2025 xuống còn 8,1% trong 8 tháng đầu năm 2026. Tương tự, mã HS 6006 giảm 45%, HS 6004 giảm 20,6%, HS 5209 giảm 54,8%...

Nhìn chung, cơ cấu hàng dệt may xuất khẩu tới thị trường UAE trong 8 tháng đầu năm 2026 có xu hướng chuyển dịch theo hướng tăng tỷ trọng các sản phẩm may mặc thành phẩm, đặc biệt là trang phục dệt kim và trang phục nữ, trong khi nhóm vải và nguyên liệu dệt suy giảm đáng kể. Điều này phản ánh nhu cầu của thị

trường UAE đang tập trung nhiều hơn vào các sản phẩm may mặc hoàn chỉnh có giá trị gia tăng cao.

Bảng 1: Tham khảo một số chủng loại hàng dệt may mã HS 4 số xuất khẩu tới thị trường UAE trong 8 tháng đầu năm 2026

Mã HS	8 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 8 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
			8 tháng năm 2026	8 tháng năm 2025
6204	9.469	26,6	11,6	8,2
6109	9.422	-17,3	11,5	12,5
5407	6.656	-42,2	8,1	12,6
6104	6.072	17,8	7,4	5,7
6110	5.849	22,8	7,2	5,2
6203	4.483	28,5	5,5	3,8
6004	4.437	-20,6	5,4	6,1
6201	3.619	-6,5	4,4	4,3
6212	3.528	115	4,3	1,8
6211	3.371	-34,1	4,1	5,6
6205	2.743	-19,6	3,4	3,7
6105	2.423	-19,9	3,0	3,3
6006	2.346	-45,0	2,9	4,7
6103	2.143	-6,0	2,6	2,5
6210	1.491	24,2	1,8	1,3
6202	1.485	-39,6	1,8	2,7
6206	1.322	5,7	1,6	1,4
6005	1.039	-2,3	1,3	1,2
6102	952	44,8	1,2	0,7
6112	867	21,1	1,1	0,8
6114	764	-7,8	0,9	0,9
6113	756	64.603	0,9	0,0
6101	724	5,1	0,9	0,8
6301	706	-38,6	0,9	1,3
6106	586	106	0,7	0,3
5211	574	21,8	0,7	0,5
6115	539	31,0	0,7	0,5
5209	512	-54,8	0,6	1,2
6111	507	-32,4	0,6	0,8
6304	482	-18,0	0,6	0,6
6302	421	-5,9	0,5	0,5
6107	304	-53,5	0,4	0,7

Mã HS	8 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 8 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
			8 tháng năm 2026	8 tháng năm 2025
6116	261	-70,0	0,3	1,0
6108	218	-64,5	0,3	0,7
5210	196	1.057	0,2	0,0
5806	109	-44,9	0,1	0,2
6216	100	155	0,1	0,0
6303	65	60,4	0,1	0,0
6208	53	-56,2	0,1	0,1

(Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu của Cục Hải quan Việt Nam)

1.2.2 Đánh giá tình hình xuất khẩu theo mã HS 6 số

Xét theo mã HS 6 số, trong 8 tháng đầu năm 2026, đứng đầu về kim ngạch xuất khẩu là nhóm hàng dệt may có mã HS 610990 (áo thun, áo may ô và các loại áo tương tự từ vật liệu dệt khác) với 5,8 triệu USD, giảm 24,1% so với cùng kỳ năm 2025, chiếm 7% tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may sang UAE trong 8 tháng đầu năm 2026.

Nhiều mặt hàng may mặc đạt được tốc độ tăng trưởng tích cực và gia tăng tỷ trọng trong cơ cấu xuất khẩu trong 8 tháng đầu năm 2026 so với cùng kỳ năm 2025 gồm nhóm hàng dệt may có mã HS 621210 (áo ngực và các sản phẩm tương tự) đạt 3,5 triệu USD, tăng 114%, đưa tỷ trọng từ 1,8% trong 8 tháng đầu năm 2025 lên mức 4,3% trong 8 tháng đầu năm 2026. Nhóm hàng dệt may có mã HS 620343 (quần dài nam bằng sợi tổng hợp) đạt 3,7 triệu USD, tăng 40,2%,

Một số mặt hàng may mặc có kim ngạch xuất khẩu đạt thấp nhưng tăng trưởng rất mạnh trong 8 tháng đầu năm 2026 gồm nhóm hàng có mã HS 611300 tăng 64.603%, HS 620449 tăng 111%, HS 620459 tăng 273% và HS 620190 tăng 1.169%, cho thấy doanh nghiệp Việt Nam đang đẩy mạnh xuất khẩu mở rộng sang các phân khúc sản phẩm có giá trị gia tăng cao hơn và đa dạng hóa hơn tại thị trường UAE.

Ở chiều ngược lại, nhóm vải dệt tiếp tục là nguyên nhân suy giảm trong cơ cấu hàng dệt may xuất khẩu của Việt Nam tới thị trường UAE trong 8 tháng đầu năm 2026. Trong đó, nhóm vải có mã HS 600410 (vải dệt kim có chứa sợi đàn hồi) giảm 20,6%, tỷ trọng giảm từ 6,1% trong 8 tháng đầu năm 2025 xuống tỷ trọng

5,4% trong 8 tháng đầu năm 2026. Các mặt hàng có mã HS 610910; 621133; 620140; 540752; 620520; 540769... cũng giảm mạnh.

Trong 8 tháng đầu năm 2026, cơ cấu hàng dệt may xuất khẩu của Việt Nam sang UAE (theo mã HS 6 số) ghi nhận sự dịch chuyển mạnh mẽ từ nguyên liệu, vải thô sang mặt hàng thành phẩm, nổi bật là đồ dệt kim, quần áo nữ và đồ lót. Dù tổng kim ngạch xuất khẩu tới thị trường này có sự sụt giảm trong 8 tháng đầu năm 2026, các dòng sản phẩm giá trị gia tăng cao vẫn giữ vững đà tăng trưởng tốt. Đây là tín hiệu khả quan giúp doanh nghiệp nội địa tiếp tục gia tăng thị phần tại UAE thời gian tới.

Bảng 2: Tham khảo các chủng loại hàng dệt may mã HS 6 số xuất khẩu tới thị trường UAE trong 8 tháng đầu năm 2026

Mã hàng	8 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 8 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
			8 tháng năm 2026	8 tháng năm 2025
610990	5.755	-24,1	7,0	8,3
600410	4.437	-20,6	5,4	6,1
611020	3.899	49,9	4,8	2,9
620343	3.732	40,2	4,6	2,9
610910	3.667	-3,9	4,5	4,2
621210	3.506	114	4,3	1,8
610463	3.388	1,9	4,1	3,7
621133	3.086	-33,4	3,8	5,1
620140	2.964	-21,1	3,6	4,1
540752	2.681	-24,5	3,3	3,9
620443	2.671	32,9	3,3	2,2
620520	2.455	-17,0	3,0	3,2
540769	1.991	-52,2	2,4	4,6
611030	1.836	6,7	2,2	1,9
620462	1.697	46,0	2,1	1,3
610510	1.649	-7,0	2,0	1,9
620240	1.427	-40,2	1,7	2,6
540761	1.415	-48,7	1,7	3,0
620463	1.311	-12,6	1,6	1,6
600632	1.098	-37,7	1,3	1,9
620469	1.066	12,9	1,3	1,0
610343	1.064	-8,9	1,3	1,3
610462	934	20,6	1,1	0,9

Mã hàng	8 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 8 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
			8 tháng năm 2026	8 tháng năm 2025
610342	919	21,2	1,1	0,8
600622	842	-53,6	1,0	2,0
610520	774	-36,6	0,9	1,3
611300	756	64.603	0,9	0,0
611430	727	-9,2	0,9	0,9
630140	691	-39,8	0,8	1,3
620449	671	111	0,8	0,3
620690	667	0,8	0,8	0,7
620459	663	273	0,8	0,2
621010	647	-21,1	0,8	0,9
600537	625	45,0	0,8	0,5
610230	618	119	0,8	0,3
620190	602	1169	0,7	0,1
521142	574	21,8	0,7	0,5
620342	562	51,5	0,7	0,4
611595	524	43,8	0,6	0,4
610443	506	242	0,6	0,2

(Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu của Cục Hải quan Việt Nam)

1.2.3 Đánh giá tình hình xuất khẩu theo mã HS 8 số

8 tháng đầu năm 2026, cơ cấu các chủng hàng dệt may (mã HS 8 số) xuất khẩu sang UAE cho thấy sự phân hóa rõ rệt giữa các nhóm hàng có giá trị gia tăng cao và nhóm vải, nguyên liệu dệt. Cụ thể:

Nhóm hàng dệt may có có mã HS 60041010 (Vải dệt kim, sợi ngang dạng cuộn) đứng đầu về kim ngạch xuất khẩu tới thị trường UAE 8 tháng đầu năm 2026, đạt 4,2 triệu USD, giảm 23,1% so với cùng kỳ năm 2025 và chiếm 5,2% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may tới UAE.

Tiếp theo là nhóm hàng có mã HS 61102000 (áo len, áo chui đầu, áo khoác mỏng) với kim ngạch đạt 3,9 triệu USD, tăng mạnh 49,9% so với cùng kỳ năm 2025, đưa tỷ trọng từ 2,9% trong 8 tháng năm 2025 lên mức tỷ trọng 4,8% trong 8 tháng đầu năm 2026.

Nhóm hàng dệt may có mã HS 62034300 (quần dài, yếm và quần có dây đeo, quần ống rộng) xuất khẩu tới thị trường UAE 8 tháng đầu năm 2026 đạt 3,7 triệu

USD, tăng 40,2% so với cùng kỳ năm 2025 và chiếm 4,6% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may tới UAE.

8 tháng đầu năm 2026, nhóm hàng có mã HS 62121099 (áo lót) xuất khẩu tới UAE đạt 3,5 triệu USD, tăng mạnh 114% so với cùng kỳ năm 2025, đưa tỷ trọng từ 1,8% trong 8 tháng đầu năm 2025 lên tỷ trọng 4,3% trong 8 tháng đầu năm 2026.

Nhóm hàng có mã HS 61099020 (áo thun bằng vật liệu dệt khác) xuất khẩu giảm trong 8 tháng đầu năm 2026, đạt 3,5 triệu USD, giảm 25,2% so với cùng kỳ năm 2025, chiếm 4,3% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may tới UAE. Mặc dù giảm khá mạnh nhưng đây vẫn là một trong 5 mặt hàng xuất khẩu lớn nhất tới thị trường UAE.

Ngoài ra, nhiều mặt hàng may mặc khác ghi nhận tăng trưởng tích cực trong 8 tháng đầu năm 2026 so với cùng kỳ năm 2025. Trong đó, nhóm hàng may mặc có mã HS 62044300 tăng 32,9%; HS 62046200 tăng 46%; HS 61091020 tăng 58,7%...

Đặc biệt, một số dòng sản phẩm có quy mô chưa lớn nhưng tăng trưởng rất mạnh như mã HS 61130090 tăng 64.603%; HS 62044990 tăng 102%, HS 62045990 tăng 271%, HS 62019090 tăng 1.168%…, phản ánh xu hướng đa dạng hóa danh mục sản phẩm xuất khẩu và mở rộng sang các phân khúc có giá trị gia tăng cao.

Ở chiều ngược lại, xuất khẩu nhiều nhóm hàng dệt may tới thị trường UAE giảm mạnh trong 8 tháng đầu năm 2026 so với cùng kỳ năm 2025, như: mã HS 62113390 đạt 3,1 triệu USD, giảm 33,2%; HS 54075200 giảm 24,5%, mã HS 61099030 giảm 24,3%, HS 62014010 giảm 31,2%...

Xuất khẩu các chủng hàng dệt may của Việt Nam sang UAE theo mã HS 8 số đang ghi nhận sự thay đổi rõ rệt. Nhóm sản phẩm may mặc hoàn chỉnh (tiêu biểu là quần áo thời trang, đồ lót có giá trị gia tăng cao) liên tục gia tăng tỷ trọng, trái ngược với đà sụt giảm của nhóm vải và bán thành phẩm. Dù tổng kim ngạch xuất khẩu toàn ngành tới thị trường này có phần giảm sút so với cùng kỳ năm 2025, nhiều mặt hàng may mặc vẫn giữ vững đà tăng trưởng với tốc độ tăng trưởng ấn tượng và thị phần ngày càng mở rộng. Các doanh nghiệp xuất khẩu đang chuyển mình hiệu quả để nâng cao giá trị hàng xuất khẩu và bắt kịp thị hiếu tiêu dùng tại UAE. Đây sẽ là bước đi quan trọng giúp ngành dệt may khai thác tối đa lợi thế từ Hiệp định CEPA Việt Nam - UAE trong tương lai.

Bảng 3: Tham khảo các chủng hàng hàng dệt may mã HS 8 số xuất khẩu tới thị trường UAE trong 8 tháng đầu năm 2026

Mã hàng	8 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 8 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
			8 tháng năm 2026	8 tháng năm 2025
Tổng	**83.203**	**-10,4**	**100,0**	**100,0**
60041010	4.214	-23,1	5,2	6,0
61102000	3.899	49,9	4,8	2,9
62034300	3.732	40,2	4,6	2,9
62121099	3.504	114	4,3	1,8
61099020	3.477	-25,2	4,3	5,1
61046300	3.388	1,9	4,1	3,7
62113390	3.086	-33,2	3,8	5,1
54075200	2.681	-24,5	3,3	3,9
62044300	2.671	32,9	3,3	2,2
61091010	2.498	-18,9	3,1	3,4
62052090	2.455	-17,0	3,0	3,2
61099030	2.204	-24,3	2,7	3,2
61103000	1.836	6,7	2,2	1,9
62046200	1.697	46,0	2,1	1,3
61051000	1.649	-7,0	2,0	1,9
62014090	1.520	-8,4	1,9	1,8
62014010	1.444	-31,2	1,8	2,3
54076110	1.415	-48,7	1,7	3,0
54076910	1.316	9,8	1,6	1,3
62046300	1.311	-12,6	1,6	1,6
61091020	1.169	58,7	1,4	0,8
60063290	1.098	-37,7	1,3	1,9
62046900	1.066	12,9	1,3	1,0
61034300	1.064	-8,9	1,3	1,3
61046200	934	20,6	1,1	0,9
61034200	919	21,2	1,1	0,8
62024010	886	-13,3	1,1	1,1
60062200	842	-53,6	1,0	2,0
61130090	756	64.603	0,9	0,0
61143090	727	-8,7	0,9	0,9
63014090	691	-39,8	0,8	1,3
54076990	675	-77,3	0,8	3,3
62069000	667	0,8	0,8	0,7
61052010	658	-33,8	0,8	1,1
62101090	647	-21,1	0,8	0,9

Mã hàng	8 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 8 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
			8 tháng năm 2026	8 tháng năm 2025
62044990	642	102	0,8	0,3
60053790	625	45,0	0,8	0,5
62045990	623	271	0,8	0,2
61023000	618	119,1	0,8	0,3
62019090	602	1.168	0,7	0,1
52114200	574	21,8	0,7	0,5
62034290	562	51,5	0,7	0,4
62024090	541	-60,4	0,7	1,5
61159500	524	43,8	0,6	0,4
61044300	506	241,6	0,6	0,2

(Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu của Cục Hải quan Việt Nam)

II. Nhu cầu tiêu dùng của thị trường

2.1 Xu hướng tiêu dùng sản phẩm Halal tại UAE đối với hàng dệt may

Xu hướng tiêu dùng hàng dệt may tại Các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất (UAE) đang chuyển dịch mạnh mẽ sang các sản phẩm chất lượng cao, thời trang kín đáo, trang phục thân thiện với môi trường và minh bạch về nguồn gốc.

Xu hướng dệt may xanh và bền vững (Eco-Halal) đang định hình lại thị trường thời trang UAE nhờ sự thay đổi sâu sắc trong triết lý tiêu dùng của người Hồi giáo nơi đây. Khách hàng ngày càng liên kết chặt chẽ khái niệm "Halal" (sự thuần khiết, được phép) với "Tayyib" (sự lành mạnh, tính đạo đức), khiến thời trang Halal gắn liền với tính bền vững. Khi chọn mua trang phục, người tiêu dùng ưu tiên các loại vải có nguồn gốc tự nhiên hoặc thân thiện với môi trường như bông hữu cơ, sợi tre, linen và polyester tái chế. Đồng thời, họ cũng đặt ra tiêu chuẩn khắt khe cho quy trình nhuộm vải, đòi hỏi tuyệt đối không sử dụng hóa chất độc hại hay các dung môi chứa cồn để đảm bảo tính an toàn và thuần khiết từ gốc.

2.2 Đánh giá thị hiếu người tiêu dùng Hồi giáo, yêu cầu về chất lượng, truy xuất nguồn gốc và tính tuân thủ Halal

Thị hiếu của người tiêu dùng Hồi giáo đối với dệt may

- Ưu tiên thời trang kín đáo và phong cách: Nhu cầu đối với phân khúc modest fashion (trang phục truyền thống và hiện đại giữ sự kín đáo), trang phục công sở và đồ thể thao phù hợp với văn hóa Hồi giáo đang phát triển nhanh.

- Chất liệu bền vững và thân thiện với môi trường: Người tiêu dùng UAE ngày càng ưa chuộng các sản phẩm dệt may sử dụng nguyên liệu hữu cơ, tái chế hoặc có quy trình sản xuất ít tác động đến môi trường.

- Chuộng màu sắc tinh tế và cao cấp: Bên cạnh các trang phục truyền thống màu đen (Abaya của nữ) hoặc trắng (Kandura của nam), giới trẻ Hồi giáo tại UAE rất chuộng các tông màu pastel, màu trung tính hoặc họa tiết hình học, hoa lá tinh tế (tránh các hình in động vật hoặc biểu tượng tôn giáo khác).

Yêu cầu về chất lượng hàng dệt may

Tại thị trường UAE và thế giới Hồi giáo nói chung, người tiêu dùng ngày càng có xu hướng khắt khe hơn đối với các sản phẩm dệt may. Sự giao thoa giữa văn hóa tôn giáo, thu nhập cao và làn sóng tiêu dùng xanh đã định hình nên những yêu cầu rất cụ thể về chất lượng, nguồn gốc và tính tuân thủ Halal.

- Minh bạch chuỗi cung ứng và nguồn gốc: Mặc dù chứng nhận Halal chưa bắt buộc với phần lớn hàng dệt may, các nhà nhập khẩu và bán lẻ đặc biệt quan tâm đến tính minh bạch, trách nhiệm xã hội và tiêu chuẩn Halal đối với nguyên liệu có nguồn gốc từ động vật (như da, lông, chất phụ gia trong xử lý vải)

- An toàn hóa chất: Sản phẩm phải đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe về tồn dư hóa chất, thuốc nhuộm azo, hoặc kim loại nặng. Vải không được gây kích ứng da, đặc biệt là đối với phân khúc quần áo trẻ em và đồ thể thao.

III. Đánh giá khả năng cạnh tranh và cơ hội thị trường của hàng dệt may Việt Nam tại UAE

3.1. Đánh giá về lợi thế, hạn chế của hàng dệt may Việt Nam

Lợi thế của dệt may Việt Nam tại thị trường UAE:

- Ưu đãi lớn từ Hiệp định CEPA: Việc Hiệp định CEPA Việt Nam - UAE đi vào thực thi mang lại lợi thế cốt lõi khi thuế quan đối với đa số mặt hàng dệt may được cắt giảm về 0%. Điều này giúp sản phẩm Việt Nam cạnh tranh được về giá với các đối thủ mạnh.

- Năng lực sản xuất kỹ thuật cao: Các doanh nghiệp Việt Nam có thế mạnh lớn trong việc gia công các sản phẩm có độ tinh xảo cao, đường may kỹ thuật khó,

đồ thể thao cao cấp (activewear) và quần áo công sở. Đây là các phân khúc người tiêu dùng UAE có thu nhập cao rất ưa chuộng.

- Sự chuyển dịch theo xu hướng "xanh": Nhiều nhà máy lớn tại Việt Nam đã chủ động đạt các chứng chỉ quốc tế như OEKO-TEX, GOTS, GRSm, hay WRAP. Việc đáp ứng tốt các tiêu chuẩn về môi trường và lao động giúp hàng Việt Nam sẽ giúp hàng dệt may Việt Nam thâm nhập sâu hơn vào các chuỗi bán lẻ cao cấp tại Dubai và Abu Dhabi.

- Uy tín thương hiệu quốc gia: Việt Nam hiện là một trong những quốc gia xuất khẩu dệt may hàng đầu thế giới. Uy tín về thời gian giao hàng đúng hẹn và chất lượng ổn định là điểm cộng lớn đối với các nhà nhập khẩu UAE.

Hạn chế và thách thức của hàng dệt may Việt Nam xuất khẩu sang UAE:

- Sự thiếu hụt năng lực thiết kế "Thời trang kín đáo" (Modest Fashion): Phần lớn doanh nghiệp Việt Nam mạnh về gia công (CMT) theo mẫu có sẵn của các thương hiệu phương Tây, nhưng lại thiếu kinh nghiệm thiết kế trang phục phù hợp với văn hóa Hồi giáo. Việc thấu hiểu thị hiếu đồ Modest Fashion (về phom dáng, độ phủ, cách phối màu sắc Sharia) vẫn còn là khoảng trống lớn.

- Rào cản về kiểm soát tính tuân thủ Halal trong chuỗi cung ứng: Ngành dệt nhuộm Việt Nam phụ thuộc nhiều vào nguyên phụ liệu nhập khẩu. Việc kiểm soát xem các chất trợ nhuộm, keo dán, chất làm mềm vải có chứa mỡ động vật (Haram) hay không là rất khó khăn. Doanh nghiệp Việt Nam chưa có nhiều kinh nghiệm trong việc xin chứng nhận Halal cho dây chuyền dệt may.

- Chi phí logistics và khoảng cách địa lý: UAE cách xa Việt Nam hơn so với các đối thủ cạnh tranh trực tiếp ở Nam Á. Chi phí vận chuyển cao và thời gian vận tải dài hơn có thể làm giảm tính linh hoạt của doanh nghiệp Việt Nam khi thị trường UAE yêu cầu phản ứng nhanh với các xu hướng thời trang ngắn hạn.

- Cạnh tranh gay gắt từ các đối thủ truyền thống: Việt Nam phải đối mặt với sự cạnh tranh khốc liệt từ Bangladesh, Ấn Độ, Pakistan và Thổ Nhĩ Kỳ. Các quốc gia này không chỉ có chi phí nhân công rẻ, nguồn nguyên liệu bông sợi nội địa dồi dào, mà quan trọng hơn, họ là các quốc gia có phần lớn dân số theo đạo Hồi, hiểu rất sâu sắc về thị hiếu tiêu dùng của UAE.

3.2. Đánh giá khả năng cạnh tranh

Mặc dù tốc độ tăng trưởng đã chậm lại sau giai đoạn phục hồi mạnh năm 2021-2022, nhu cầu nhập khẩu của UAE vẫn duy trì xu hướng tăng ổn định, phản ánh sức mua tích cực của thị trường cũng như vai trò trung tâm phân phối hàng hóa hàng đầu trong khu vực Trung Đông và Bắc Phi. Các thị trường chính có kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may cao tới UAE là Trung Quốc, Ấn Độ, Bangladesh, Việt Nam...

Xuất khẩu dệt may của Trung Quốc tới thị trường UAE

Theo số liệu của ITC, trong 7 tháng đầu năm 2026, Trung Quốc xuất khẩu mặt hàng dệt may (mã HS 61 và 62) tới thị trường UAE đạt 809,7 triệu USD, giảm mạnh 23,7% so với cùng kỳ năm 2025.

Trong đó, theo mã HS 6 số, nhóm hàng HS 621210 (Áo ngực làm từ mọi loại vật liệu dệt, có hoặc không có tính đàn hồi, bao gồm cả loại dệt kim) xuất khẩu tới UAE trong 7 tháng đầu năm 2026 đạt 35,5 triệu USD, giảm 5,6% so với cùng kỳ năm 2025.

Xuất khẩu nhóm hàng HS 610990 (Áo phông, áo ba lỗ và các loại áo không tay khác bằng vật liệu dệt, dạng dệt kim hoặc móc) trong 7 tháng đầu năm 2026 của Trung Quốc tới UAE đạt 33,2 triệu USD, giảm 22,5% so với cùng kỳ năm 2025.

Một số nhóm hàng khác cũng có kim ngạch xuất khẩu giảm như: HS 610463 (Quần dài, quần yếm, quần cưỡi ngựa và quần short của phụ nữ hoặc trẻ em gái, làm từ sợi tổng hợp) giảm 24,8%; HS 611030 (Áo jersey, áo chui đầu, áo khoác len cài cúc (cardigan), áo ghi-lê và các loại tương tự) giảm 19,4%; HS 610910 giảm 22,1%; HS 621430 giảm 58,1%...

Bảng 4: Tham khảo các chủng hàng dệt may mã HS 6 số của Trung Quốc xuất khẩu tới thị trường UAE trong 7 tháng đầu năm 2026

Mã HS	Chủng loại	7 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 7 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
				7 tháng năm 2026	7 tháng năm 2025
	Tổng	**809.697**	**-23,7**	**100,0**	**100,0**
621210	Áo ngực làm từ mọi loại vật liệu dệt, có hoặc không có tính đàn hồi, bao gồm cả loại dệt kim	35.456	-5,6	4,4	3,5

Mã HS	Chủng loại	7 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 7 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
				7 tháng năm 2026	7 tháng năm 2025
610990	Áo phông, áo ba lỗ và các loại áo không tay khác bằng vật liệu dệt, dạng dệt kim hoặc móc (trừ loại bằng bông)	33.184	-22,5	4,1	4,0
610832	Áo ngủ và bộ đồ ngủ dành cho phụ nữ hoặc trẻ em gái, làm từ xơ nhân tạo, dạng dệt kim hoặc móc	31.641	16,8	3,9	2,6
610463	Quần dài, quần yếm, quần cưỡi ngựa và quần short của phụ nữ hoặc trẻ em gái, làm từ sợi tổng hợp,	30.430	-24,8	3,8	3,8
611030	Áo jersey, áo chui đầu, áo khoác len cài cúc (cardigan), áo ghi-lê và các loại tương tự	28.574	-19,4	3,5	3,3
620343	Quần dài, quần yếm, quần ống rộng và quần short dành cho nam hoặc trẻ em làm từ sợi tổng hợp	25.758	-0,2	3,2	2,4
610910	Áo phông, áo ba lỗ và các loại áo không tay khác bằng cotton, dệt kim hoặc móc	22.730	-22,1	2,8	2,7
621430	Khăn choàng, khăn quàng cổ, khăn quàng giữ ấm, khăn choàng đầu (mantilla), khăn che mặt và các sản phẩm tương tự bằng sợi tổng hợp	21.849	-58,1	2,7	4,9
620443	Váy liền thân dành cho phụ nữ hoặc trẻ em gái làm từ sợi tổng hợp	21.012	-24,7	2,6	2,6
620342	Quần dài, quần yếm, quần ống rộng và quần short dành cho nam hoặc trẻ em, làm bằng vải cotton	19.937	-25,6	2,5	2,5
610423	Bộ quần áo của phụ nữ hoặc trẻ em gái làm từ sợi tổng hợp, dệt kim hoặc móc	19.866	24,5	2,5	1,5
621143	Bộ đồ thể thao và các loại quần áo khác dành cho nữ hoặc bé gái, chưa được phân loại ở nơi khác, làm từ sợi tổng hợp	19.506	-16,6	2,4	2,2
620462	Quần dài, quần yếm, quần ống rộng và quần short bằng cotton dành cho nữ hoặc bé gái	18.294	-26,7	2,3	2,4
610343	Quần dài, quần yếm, quần lửng và quần soóc dành cho nam giới hoặc trẻ em trai, làm từ sợi tổng hợp, dạng dệt kim	17.891	-34,5	2,2	2,6
610432	Áo khoác và áo blazer bằng cotton dành cho phụ nữ hoặc trẻ em gái, loại dệt kim hoặc móc (trừ áo khoác chắn gió và...)	16.381	8,7	2,0	1,4
611596	Tất dài, tất ngắn và các loại hàng dệt kim bao bọc bàn chân và cẳng chân khác, kể cả loại không có đế gắn liền	15.224	-23,5	1,9	1,9
620463	Quần dài, quần yếm, quần cưỡi ngựa và quần short của phụ nữ hoặc trẻ em gái, làm từ sợi tổng hợp	14.126	7,7	1,7	1,2
621133	Bộ đồ thể thao nam hoặc trẻ em trai và các loại quần áo khác, chưa được phân loại ở nơi khác, làm từ sợi tổng hợp (không bao gồm hàng dệt kim)	13.457	-26,5	1,7	1,7

Mã HS	Chủng loại	7 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 7 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
				7 tháng năm 2026	7 tháng năm 2025
610443	Váy liền thân dành cho phụ nữ hoặc trẻ em gái, làm từ sợi tổng hợp, dệt kim hoặc móc (trừ váy lót)	13.417	-21,6	1,7	1,6
611595	Tất dài, tất ngắn và các loại hàng dệt kim bao bọc bàn chân và cẳng chân khác, kể cả loại không có đế gắn liền	13.021	-20,0	1,6	1,5
620433	Áo khoác và áo blazer dành cho phụ nữ hoặc trẻ em gái làm từ sợi tổng hợp (trừ loại dệt kim hoặc móc, áo khoác chắn gió.	11.681	-24,3	1,4	1,5
620140	Áo khoác ngoài, áo khoác đi xe hơi, áo choàng (cape, cloak), áo khoác trùm đầu (anorak) dành cho nam giới hoặc trẻ em trai, bao gồm áo khoác trượt tuyết, áo khoác chắn gió	11.167	-69,2	1,4	3,4
611610	Găng tay, găng hở ngón và găng trùm ngón, đã được ngâm tẩm, tráng, phủ hoặc ghép lớp với chất dẻo hoặc cao su	10.852	-28,7	1,3	1,4
611430	Các loại trang phục chuyên dụng cho mục đích nghề nghiệp, thể thao hoặc các mục đích khác, chưa được phân loại ở nơi khác, làm từ xơ nhân tạo,	10.720	7,6	1,3	0,9
610821	Quần lót nữ hoặc trẻ em gái bằng bông, dạng dệt kim hoặc móc	10.703	-24,3	1,3	1,3
610722	Áo ngủ và bộ đồ ngủ nam hoặc trẻ em trai bằng xơ nhân tạo, dạng dệt kim hoặc móc (trừ áo lót)	10.236	21,2	1,3	0,8
610323	Bộ trang phục nam hoặc trẻ em trai bằng xơ tổng hợp, dạng dệt kim hoặc móc (trừ bộ trang phục trượt tuyết và	10.062	9,1	1,2	0,9

(Nguồn: ITC)

Trong bối cảnh khó khăn chung đó, mức giảm 10,4% của Việt Nam trong 8 tháng đầu năm 2026 phản ánh đúng thực tế khi các nguồn cung lớn khác như Trung Quốc, Ấn Độ đều sụt giảm khi xuất khẩu dệt may sang UAE.

Ngành dệt may Việt Nam đang phải đối mặt với những thách thức lớn từ sự phân hóa thị trường. Ở phân khúc hàng bình dân, hàng dệt may Việt Nam phải cạnh tranh với hàng dệt may từ Trung Quốc, Ấn Độ và Pakistan về chi phí và quy mô phân phối vì các thị trường sở hữu chuỗi cung ứng hoàn chỉnh từ nguồn nguyên phụ liệu gốc để tối ưu hóa giá thành. Hệ thống chợ sỉ, trung tâm giao dịch tại các đặc khu của UAE phần lớn do mạng lưới thương nhân Nam Á quản lý lâu đời, tạo ra xu hướng ưu tiên và gây khó khăn lớn cho hàng dệt may Việt Nam trong việc tiếp cận các kênh phân phối gốc.

Thị trường UAE cũng đòi hỏi khắt khe hàng dệt may về hàm lượng chất xám và giá trị gia tăng cao. Tại phân khúc hàng cao cấp, các thị trường thuộc EU như Italia, Pháp và Bồ Đào Nha đang nắm giữ lợi thế cạnh tranh cao dựa trên giá trị thương hiệu và năng lực dẫn dắt xu hướng thời trang toàn cầu nhằm khai thác sâu vào tệp khách hàng giàu có tại các đô thị lớn như Dubai hay Abu Dhabi. Ngoài ra, hàng dệt may Việt Nam còn phải cạnh tranh với các thị trường Indonesia và Campuchia là về năng suất và tốc độ "xanh hóa" quy trình sản xuất, còn với Nhật Bản là sự cạnh tranh về giá thành đối với các dòng sản phẩm dệt kim ứng dụng công nghệ vật liệu. Tất các các sự cạnh tranh này đang trực tiếp thu hẹp dư địa của ngành dệt may Việt Nam.

3.3 Cập nhật quy định mới về hoạt động nhập khẩu, tiêu chuẩn kỹ thuật, yêu cầu Halal khi xuất khẩu hàng hóa vào thị trường UAE

3.3.1. Quy định về hoạt động nhập khẩu

UAE áp dụng cơ chế hải quan thống nhất và chính thức triển khai hệ thống phân loại hàng hóa bắt buộc theo mã HS 12 số (12-digit HS Code) trên toàn bộ bộ chứng từ thương mại (hóa đơn, phiếu đóng gói, vận đơn, C/O). Đối với hàng dệt may Việt Nam, việc thực thi Hiệp định CEPA đi kèm biện pháp kiểm soát xuất xứ nghiêm ngặt tại cảng đến. Để hưởng thuế suất ưu đãi 0%, doanh nghiệp bắt buộc phải hoàn thiện thủ tục chứng nhận xuất xứ theo quy định, bao gồm việc xuất trình Giấy chứng nhận xuất xứ Form C/O UAE-Vietnam hoặc Văn bản tự chứng nhận xuất xứ do Nhà xuất khẩu đủ điều kiện cấp (Approved Exporter).

3.3.2. Tiêu chuẩn kỹ thuật và yêu cầu về chất lượng

Cơ quan quản lý thị trường tại Dubai đang siết chặt kiểm tra nhãn mác diện rộng đối với hàng may mặc bán lẻ. Sản phẩm lưu thông bắt buộc phải hiển thị nhãn song ngữ Ả Rập – Anh hoặc tem phụ tiếng Ả Rập đạt chuẩn, thể hiện rõ tỷ lệ phần trăm thành phần sợi (fabric composition %) và nước xuất xứ. Đồng thời, Bộ Công nghiệp và Công nghệ tiên tiến UAE (MoIAT) đang tăng cường giám sát vật liệu dệt thông qua Hệ thống đánh giá sự phù hợp của Emirates (ECAS). Các nhà mua hàng lớn ưu tiên nguồn hàng đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế (OEKO-TEX Standard 100, REACH, GRS, GOTS) nhằm minh bạch hóa khả năng truy xuất nguồn gốc và kiểm soát hóa chất nhuộm.

3.3.3. Yêu cầu Halal đối với hàng dệt may

Chứng nhận Halal không phải là quy định bắt buộc đối với hàng dệt may, trừ các nhóm hàng chứa thành phần động vật. Tuy nhiên, theo cơ chế quản lý mới của MoIAT, UAE chỉ công nhận chứng nhận từ các Tổ chức chứng nhận Halal (HCB) có pháp nhân đăng ký nội địa tại UAE hoặc được chỉ định theo hạn ngạch sở tại. Do đó, doanh nghiệp Việt Nam định hướng khai thác phân khúc thời trang Hồi giáo (Modest Fashion) cần rà soát trạng thái ủy quyền của đơn vị cấp chứng nhận trong nước. Về mặt kỹ thuật, sản phẩm phải kiểm soát nghiêm ngặt thuốc nhuộm, chất trợ ngành dệt không có nguồn gốc từ động vật bị cấm và thiết lập quy trình độc lập ngăn ngừa nhiễm chéo vật liệu.

3.3.4. Xu hướng yêu cầu của thị trường

Rào cản hành chính tại UAE đang dịch chuyển mạnh sang các tiêu chí kiểm soát kỹ thuật và xu hướng phát triển bền vững. Các nhà nhập khẩu ngày càng thắt chặt yêu cầu đối với nhà cung ứng về dữ liệu truy xuất nguồn gốc, chứng nhận xanh và tuân thủ trách nhiệm xã hội (ESG). Để tối ưu hóa lợi thế thuế quan từ Hiệp định CEPA, các doanh nghiệp trong nước cần đầu tư đồng bộ vào chuẩn hóa quy trình, đạt chứng nhận quốc tế và phát triển danh mục sản phẩm tương thích với văn hóa tiêu dùng Modest Fashion nhằm gia tăng thị phần thực tế tại thị trường UAE.

IV. Triển vọng và khuyến nghị

4.1 Triển vọng

8 tháng đầu năm 2026, xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang UAE tiếp tục xu hướng giảm. Tuy nhiên, triển vọng xuất khẩu trong thời gian tới của ngành hàng này vẫn được đánh giá rất tích cực, do dung lượng thị trường dồi dào khi UAE tiếp tục duy trì quy mô nhập khẩu hàng dệt may ở mức cao.

Bên cạnh sức mua nội địa lớn từ một quốc gia có thu nhập cao, UAE còn mở ra cơ hội thương mại đa chiều nhờ vị thế là trung tâm trung chuyển hàng hóa quan trọng bậc nhất của khu vực Trung Đông và Hội đồng hợp tác vùng Vịnh (GCC). Việc thiết lập và mở rộng sự hiện diện thương mại tại đây sẽ tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận sâu hơn vào các thị trường lân cận thuộc châu Phi và Nam Á thông qua hệ thống phân phối và hạ tầng logistics rất phát triển của quốc gia này.

Đặc biệt, động lực bứt phá mạnh mẽ nhất cho dòng chảy xuất khẩu này chính là việc Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Việt Nam - UAE (CEPA) chính thức có hiệu lực và đi vào thực thi từ đầu năm 2026. Hiệp định thương mại này tạo lợi thế đáng kể cho hàng dệt may Việt Nam thông qua các ưu đãi thuế quan cốt lõi, đơn giản hóa thủ tục thương mại và cải thiện vượt trội khả năng tiếp cận thị trường so với các đối thủ chưa có hiệp định tương tự.

Đòn bẩy kép từ thuế quan (CEPA) và tiêu chuẩn xanh: Việc chuyển dịch sang sản xuất bền vững kết hợp với mức thuế 0% tạo cho Việt Nam lợi thế lớn khi tiếp cận các chuỗi bán lẻ quốc tế cao cấp đặt tại Dubai (như Majid Al Futtaim hay Landmark Group). Đây là nơi khách hàng sẵn sàng trả giá cao cho các sản phẩm có chứng nhận ESG (GOTS, OEKO-TEX).

Năng lực chuyển đổi số và phản ứng linh hoạt: Khác với phân khúc hàng phổ thông giá rẻ của Bangladesh, doanh nghiệp Việt Nam có khả năng xử lý các đơn hàng đòi hỏi kỹ thuật may phức tạp, chất liệu vải công nghệ cao (vải kháng khuẩn, vải chống UV, sợi tái chế) - vốn là những mảng có biên lợi nhuận rất tốt tại UAE.

Tuy nhiên, để tận dụng hiệu quả các lợi thế từ Hiệp định CEPA và biến các tiềm năng thị trường thành kim ngạch thực tế, ngành dệt may Việt Nam phải chủ động đối mặt với áp lực cạnh tranh gay gắt từ các nhà cung cấp lớn như Trung Quốc, Ấn Độ, Thổ Nhĩ Kỳ và một số nước trong khối ASEAN.

4.2 Một số đề xuất, khuyến nghị

Để hiện thực hóa các triển vọng xuất khẩu hàng dệt may tới thị trường UAE các doanh nghiệp dệt may Việt Nam cần:

Chủ động nâng cao năng lực thích ứng với quy tắc xuất xứ để tận dụng tối đa Hiệp định CEPA, nhưng để đạt thuế suất ưu đãi 0%, doanh nghiệp phải giải quyết triệt để sự phụ thuộc vào nguồn cung phụ liệu đầu vào.

Bên cạnh xuất xứ, bộ phận logistics và quản trị rủi ro của doanh nghiệp dệt may cần xây dựng các kịch bản dự phòng về tuyến đường vận tải và chi phí bảo hiểm. Những giải pháp này nhằm giảm thiểu tác động tiêu cực từ các cuộc khủng hoảng địa chính trị kéo dài tại khu vực Trung Đông, vốn liên tục đẩy giá cước tàu biển lên cao. Đồng thời, việc thiết lập một kế hoạch sản xuất linh hoạt sẽ giúp các nhà máy

điều tiết nhịp độ giao hàng phù hợp, giảm thiểu rủi ro tồn kho khi thị trường vùng Vịnh bước vào các tháng thấp điểm tiêu dùng sau mùa lễ hội Ramadan.

Sự khác nhau về văn hóa thiết kế: Việt Nam đang đứng sau Thổ Nhĩ Kỳ và các nước Nam Á một khoảng cách khá xa về năng lực tự thiết kế trang phục Hồi giáo. Nếu chỉ dừng lại ở gia công đơn thuần (CMT), doanh nghiệp Việt Nam sẽ bỏ lỡ phân khúc cốt lõi tạo nên dòng tiền lớn nhất tại thị trường này là Modest Fashion.

Lỗ hổng chứng nhận Halal dệt nhuộm: Các doanh nghiệp dệt may Việt Nam vẫn có tâm lý cho rằng "Halal chỉ dành cho thực phẩm". Sự thiếu hụt các chứng nhận Halal cho quy trình nhuộm, hóa chất trợ sinh thái hay keo dán đang khiến sản phẩm Việt Nam gặp khó khăn khi muốn dán nhãn "Halal-friendly" để tiếp cận sâu vào đối tượng khách hàng bản địa có thu nhập cao.