

**ĐÁNH GIÁ TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU GIÀY DÉP CỦA VIỆT NAM
SANG THỊ TRƯỜNG UAE THÁNG 9, DUNG LƯỢNG VÀ QUY ĐỊNH THỊ
TRƯỜNG NHẬP KHẨU UAE VÀ TRIỂN VỌNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM**

UAE là thị trường có nhu cầu nhập khẩu giày dép tương đối lớn và có xu hướng tăng trong những năm gần đây. UAE có nhu cầu tương đối lớn đối với các sản phẩm giày thể thao, giày thời trang và các loại giày sử dụng vật liệu dệt. Đây cũng là những nhóm sản phẩm Việt Nam có năng lực sản xuất và xuất khẩu tốt. Đáng chú ý, đối với mặt hàng giày thể thao mã HS 640411, năm 2023 UAE nhập khẩu khoảng 487,2 triệu USD, trong đó nhập khẩu từ Việt Nam đạt khoảng 233,7 triệu USD, chiếm gần 48% tổng kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này của UAE. Tuy nhiên, xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang UAE trong năm 2026 có xu hướng giảm. Trong 8 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu giày dép đạt khoảng 125,49 triệu USD, giảm 19,98% so với cùng kỳ năm 2025, cho thấy hoạt động xuất khẩu giày dép sang UAE đang chịu tác động nhất định từ những yếu tố bất lợi của thị trường và môi trường kinh doanh khu vực trong năm 2026.

Xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang UAE tập trung chủ yếu vào giày thể thao và giày có mũ bằng vật liệu dệt. Trong đó, giày thể thao (HS 640411) tiếp tục là nhóm hàng xuất khẩu chủ lực, chiếm khoảng 39% tổng kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang UAE trong 8 tháng đầu năm 2026. Tuy nhiên, kim ngạch của phần lớn các nhóm sản phẩm chủ yếu đều giảm so với cùng kỳ năm trước. Điều này cho thấy mặc dù sản phẩm giày dép Việt Nam có lợi thế nhất định về năng lực sản xuất và chất lượng, doanh nghiệp vẫn cần tiếp tục nâng cao khả năng cạnh tranh và thích ứng với sự thay đổi của nhu cầu thị trường.

Trong thời gian tới, triển vọng xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang UAE khả quan trong trung và dài hạn, mặc dù trong ngắn hạn còn chịu tác động của tình hình kinh tế, thương mại và địa chính trị tại khu vực Trung Đông. Nhu cầu đối với giày thể thao, giày thời trang và các sản phẩm có thiết kế phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng UAE được dự báo tiếp tục duy trì ổn định. Đồng thời, UAE có thể tiếp tục được khai thác không chỉ như thị trường tiêu thụ mà còn là đầu mối logistics và phân phối để hàng hóa Việt Nam tiếp cận các thị trường khác tại Trung Đông và Bắc Phi.

Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Việt Nam - UAE (CEPA) được kỳ vọng tạo thêm điều kiện thuận lợi cho hàng hóa Việt Nam tiếp cận thị trường UAE, trong đó có mặt hàng giày dép. Doanh nghiệp có thể tận dụng các ưu đãi về thuế quan để nâng cao sức cạnh tranh về giá, đồng thời mở rộng quan hệ với các nhà nhập khẩu, hệ thống bán lẻ và các kênh phân phối tại UAE.

Để khai thác hiệu quả hơn tiềm năng thị trường, doanh nghiệp giày dép Việt Nam cần tăng cường nghiên cứu thị hiếu và xu hướng tiêu dùng tại UAE, đa dạng hóa mẫu mã, nâng cao chất lượng và giá trị gia tăng của sản phẩm, đồng thời chú trọng xây dựng thương hiệu và phát triển các kênh phân phối hiện đại, bao gồm thương mại điện tử. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần chủ động tìm hiểu các quy định về tiêu chuẩn, ghi nhãn, xuất xứ và các yêu cầu kỹ thuật của UAE, đồng thời tận dụng hiệu quả các ưu đãi từ CEPA để nâng cao khả năng cạnh tranh.

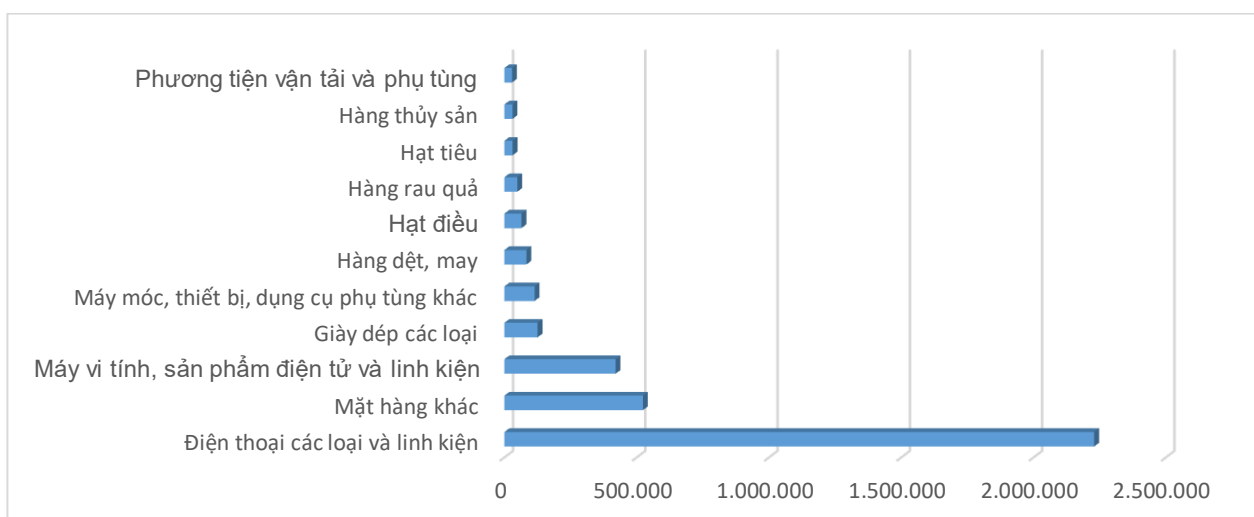
Mặc dù xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang UAE đang giảm trong ngắn hạn, dung lượng nhập khẩu lớn, nhu cầu tiêu dùng tương đối ổn định và vai trò của UAE như một trung tâm thương mại, logistics của khu vực vẫn tạo dư địa đáng kể cho Việt Nam mở rộng xuất khẩu trong thời gian tới. Việc phát huy lợi thế tại nhóm giày thể thao, nâng cao giá trị sản phẩm và tận dụng hiệu quả các ưu đãi từ CEPA sẽ là những yếu tố quan trọng hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam củng cố và mở rộng thị phần tại UAE.

I. Tổng quan mặt hàng giày dép xuất khẩu sang thị trường UAE

1.1 Vai trò của hàng giày dép trong cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam sang UAE

Trong 8 tháng đầu năm 2026, giày dép các loại tiếp tục là một trong những nhóm hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang UAE, đạt kim ngạch 125,5 triệu USD, đứng thứ 4 trong các nhóm hàng được thống kê. Kim ngạch xuất khẩu giày dép cao hơn đáng kể so với một số nhóm hàng công nghiệp khác như máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng (114,1 triệu USD), đồng thời vượt các nhóm hàng dệt may, nông sản và thủy sản trong cùng kỳ.

Biểu đồ 1: Cơ cấu các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường UAE 8 tháng đầu năm 2026 (Đvt: nghìn USD)



(Nguồn: Cục Hải quan)

Trong tổng kim ngạch của các nhóm hàng nêu trên, giày dép chiếm khoảng 3,4%, cho thấy mặt hàng này có vai trò tương đối quan trọng trong cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam sang UAE. Mặc dù quy mô chưa thể so sánh với các nhóm hàng điện tử, điện thoại và linh kiện, vốn đang chiếm tỷ trọng rất lớn, giày dép vẫn là một trong những mặt hàng có khả năng duy trì kim ngạch xuất khẩu ổn định và đóng góp đáng kể vào sự đa dạng hóa cơ cấu hàng hóa xuất khẩu sang thị trường UAE.

Cơ cấu trên cũng cho thấy xuất khẩu của Việt Nam sang UAE không chỉ tập trung vào các sản phẩm điện tử, công nghệ mà còn duy trì sự hiện diện của các nhóm hàng công nghiệp chế biến có lợi thế về năng lực sản xuất và gia công, trong đó có giày dép. Với đặc điểm là sản phẩm có tính cạnh tranh về giá và đa dạng về chủng loại, giày dép có dư địa để tiếp tục mở rộng tại thị trường UAE, qua đó góp phần giảm mức độ phụ thuộc vào một số nhóm hàng có kim ngạch rất lớn.

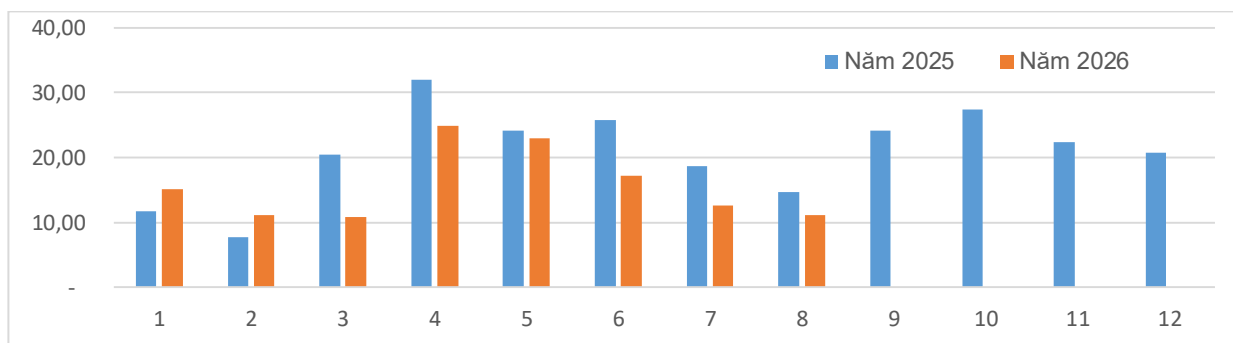
1.2 Tình hình xuất khẩu hàng giày dép của Việt Nam 8 tháng đầu năm 2026

Trong 8 tháng đầu năm 2026, xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang UAE đạt 125,49 triệu USD, giảm 19,98% so với mức 156,8 triệu USD của cùng kỳ năm 2025. Diễn biến xuất khẩu trong kỳ cho thấy xu hướng tăng trưởng chưa ổn định. Trong 2 tháng đầu năm, kim ngạch xuất khẩu vẫn ghi nhận mức tăng khá so với cùng kỳ năm trước. Tuy nhiên, từ tháng 3/2026, xuất khẩu chuyển sang xu hướng giảm và duy trì mức giảm trong 6 tháng liên tiếp.

Kim ngạch xuất khẩu giày dép trong tháng 4/2026 đạt 25 triệu USD, cao nhất trong 8 tháng đầu năm, song vẫn giảm 22,16% so với cùng kỳ năm 2025. Trong các tháng 5-8/2026, kim ngạch tiếp tục giảm thấp hơn cùng kỳ năm trước, đặc biệt tháng 6/2026 và tháng 7/2026 giảm lần lượt 33,41% và 32,68%. Trị giá xuất khẩu giày dép sang UAE tháng 8/2026 đạt 11,3 triệu USD, giảm 25,4% so với tháng 8/2025.

Mặc dù xuất khẩu giày dép sang UAE vẫn duy trì quy mô kim ngạch tương đối lớn, diễn biến 8 tháng đầu năm 2026 cho thấy hoạt động xuất khẩu mặt hàng này đang chịu áp lực suy giảm so với cùng kỳ năm trước. Xu hướng giảm trong phần lớn các tháng cho thấy nhu cầu thị trường hoặc khả năng cạnh tranh của sản phẩm có thể đang gặp một số khó khăn, qua đó đặt ra yêu cầu tăng cường xúc tiến thương mại, đa dạng hóa khách hàng và thị trường phân phối tại UAE nhằm duy trì và mở rộng thị phần giày dép của Việt Nam trong thời gian tới.

Biểu đồ 2: Kim ngạch xuất khẩu hàng giày dép của Việt Nam sang thị trường UAE qua các tháng năm 2025-2026 (Đvt: triệu USD)



(Nguồn: Cục Hải quan)

1.2.1. Tình hình xuất khẩu theo mã HS 4 số

Cơ cấu xuất khẩu mặt hàng giày dép (xét theo nhóm HS 4 số) trong 8 tháng đầu năm 2026 tiếp tục tập trung chủ yếu vào các nhóm chủ lực, trong đó HS 6404, HS 6403 và HS 6402 chiếm gần như toàn bộ kim ngạch xuất khẩu.

Nhóm HS 6404 (giày dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng vật liệu dệt) tiếp tục giữ vị trí dẫn đầu, đạt 70,04 triệu USD, giảm 17,2% so với cùng kỳ năm 2025, nhưng tỷ trọng trong tổng kim ngạch tăng từ 54,4% lên 55,6%. Diễn biến này cho thấy nhóm HS 6404 vẫn là nhóm hàng

xuất khẩu chủ lực của giày dép Việt Nam tại thị trường UAE và có khả năng duy trì vai trò dẫn dắt trong cơ cấu xuất khẩu giày dép.

Nhóm HS 6403 (giày dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng da thuộc) đạt 28,55 triệu USD, giảm mạnh 35,1%, khiến tỷ trọng giảm từ 28,3% xuống 22,7%. Đây là nhóm có mức sụt giảm đáng kể nhất trong ba nhóm chủ lực, qua đó kéo giảm chung kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang UAE.

Ngược lại, nhóm HS 6402 (giày dép có đế ngoài và mũ bằng cao su hoặc plastic) đạt 26,63 triệu USD, tăng 1,4% so với cùng kỳ năm 2025. Tỷ trọng của nhóm này tăng đáng kể, từ 16,9% lên 21,1%, cho thấy khả năng cạnh tranh và nhu cầu đối với dòng sản phẩm này tại thị trường UAE vẫn tương đối tích cực, đồng thời phần nào bù đắp mức giảm của các nhóm HS 6403 và HS 6404.

Đối với các nhóm còn lại, HS 6405 đạt khoảng 657 nghìn USD, tăng 22,6%, trong khi HS 6401 đạt khoảng 40 nghìn USD, tăng mạnh 228,4%. Tuy nhiên, do quy mô kim ngạch còn rất nhỏ, các nhóm này chưa tạo tác động đáng kể đến tổng kim ngạch xuất khẩu ngành hàng.

Cơ cấu nhóm hàng giày dép xuất khẩu của Việt Nam sang UAE trong 8 tháng đầu năm 2026 vẫn có mức độ tập trung cao, với ba nhóm HS 6404, HS 6403 và HS 6402 chiếm khoảng 99,4% tổng kim ngạch. Tuy nhiên, xu hướng giảm mạnh của HS 6403 và HS 6404 cho thấy xuất khẩu giày dép sang UAE đang chịu sức ép nhất định. Trong bối cảnh đó, mức tăng của HS 6402 và sự gia tăng tỷ trọng của nhóm này là tín hiệu tích cực, tạo dư địa để doanh nghiệp Việt Nam tiếp tục khai thác nhu cầu đối với các dòng giày dép có đế và mũ bằng cao su hoặc plastic tại thị trường UAE. Thời gian tới, doanh nghiệp cần tiếp tục đa dạng hóa chủng loại, nâng cao giá trị gia tăng và tăng cường khai thác các phân khúc có nhu cầu ổn định nhằm cải thiện kim ngạch xuất khẩu tại thị trường này.

**Bảng 1: Top 5 mã HS 4 số hàng giày dép xuất khẩu sang thị trường UAE
8 tháng đầu năm 2026**

STT	Mã HS	8 tháng đầu năm 2026 (nghìn USD)	So với 8 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng 8 tháng năm 2026 (%)	Tỷ trọng 8 tháng năm 2025 (%)
-----	-------	--	-----------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------

STT	Mã HS	8 tháng đầu năm 2026 (nghìn USD)	So với 8 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng 8 tháng năm 2026 (%)	Tỷ trọng 8 tháng năm 2025 (%)
1	6404	70.041	-17,2	55,6	54,4
2	6403	28.547	-35,1	22,7	28,3
3	6402	26.631	1,4	21,1	16,9
4	6405	657	22,6	0,5	0,3
5	6401	40	228,4	0,0	0,0

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

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

Trong 8 tháng đầu năm 2026, cơ cấu mặt hàng xuất khẩu tiếp tục tập trung chủ yếu vào một số nhóm HS 6 số, trong đó 5 nhóm có kim ngạch lớn nhất đạt khoảng 120,7 triệu USD, chiếm 95,8% tổng kim ngạch xuất khẩu giày dép sang thị trường UAE.

Trong đó, nhóm HS 640411 tiếp tục dẫn đầu với kim ngạch đạt 49,45 triệu USD, giảm 4,4% so với cùng kỳ năm trước. Mặc dù kim ngạch giảm, tỷ trọng của nhóm này trong tổng xuất khẩu giày dép sang UAE tăng từ 33,3% trong 8 tháng đầu năm 2025 lên 39,3% trong cùng kỳ năm 2026, qua đó củng cố vị trí là nhóm hàng xuất khẩu chủ lực.

Nhóm HS 640399 đạt 24,21 triệu USD, giảm 39,4%, tỷ trọng giảm từ 25,7% xuống 19,2%; nhóm HS 640419 đạt 20,59 triệu USD, giảm 37,3%, tỷ trọng giảm từ 21,1% xuống 16,4%. Đây là hai nhóm có mức suy giảm tương đối mạnh, góp phần đáng kể vào mức giảm chung của xuất khẩu giày dép sang UAE. Nhóm HS 640299 đạt 19,19 triệu USD, giảm 12,4%, song tỷ trọng tăng nhẹ từ 14,1% lên 15,2%.

Ở chiều ngược lại, một số nhóm hàng ghi nhận mức tăng trưởng cao, đáng chú ý là HS 640219 tăng 112,8%, đạt 7,24 triệu USD; HS 640319 tăng 201,2%, đạt 1,90 triệu USD; HS 640359 tăng 44,9% và HS 640590 tăng 32,5%. Tuy nhiên, do quy mô kim ngạch của các nhóm này còn tương đối nhỏ, mức tăng chưa đủ bù đắp phần kim ngạch sụt giảm từ các nhóm hàng chủ lực.

Trong 8 tháng đầu năm 2026, xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang UAE giảm mạnh về kim ngạch, đồng thời cơ cấu mặt hàng có xu hướng tập trung hơn vào nhóm HS 640411. Các nhóm HS 640399 và HS 640419 giảm sâu cho thấy nhu cầu tại thị trường UAE đối với một số dòng sản phẩm giày dép chủ lực của Việt Nam đang có dấu hiệu thu hẹp. Trong thời gian tới, doanh nghiệp cần tiếp tục theo dõi sát diễn biến nhu cầu thị trường, đồng thời đa dạng hóa chủng loại và nâng cao khả năng đáp ứng các phân khúc có mức tăng trưởng tốt nhằm duy trì và mở rộng thị phần tại UAE.

**Bảng 2: Top 16 mã HS 6 số hàng giày dép xuất khẩu sang thị trường UAE
8 tháng đầu năm 2026**

STT	Mã HS	8 tháng đầu năm 2026 (nghìn USD)	So với 8 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng 8 tháng năm 2026 (%)	Tỷ trọng 8 tháng năm 2025 (%)
1	640411	49.448	-4,4	39,3	33,3
2	640399	24.206	-39,4	19,2	25,7
3	640419	20.593	-37,3	16,4	21,1
4	640299	19.189	-12,4	15,2	14,1
5	640219	7.237	112,8	5,7	2,2
6	640319	1.898	201,2	1,5	0,4
7	640391	1.635	-24,3	1,3	1,4
8	640359	736	44,9	0,6	0,3
9	640590	637	32,5	0,5	0,3
10	640291	176	-75,0	0,1	0,5
11	640340	72	-90,6	0,1	0,5
12	640192	30		0,0	0,0
13	640220	29	-88,5	0,0	0,2
14	640510	18	-44,4	0,0	0,0
15	640199	9	-21,7	0,0	0,0
16	640520	3	-87,9	0,0	0,0

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

II. Nhu cầu tiêu dùng của thị trường

2.1 Xu hướng tiêu dùng giày dép Halal tại UAE

Thị trường UAE có tiềm năng đối với các sản phẩm giày dép đáp ứng yêu cầu Halal, trong bối cảnh nhu cầu tiêu dùng của cộng đồng Hồi giáo ngày càng

quan tâm đến nguồn gốc, thành phần nguyên liệu và mức độ tuân thủ các tiêu chuẩn tôn giáo. Bên cạnh yếu tố Halal, người tiêu dùng UAE có xu hướng chú trọng đến chất lượng, thiết kế, độ bền, tính tiện dụng và mức độ phù hợp với điều kiện khí hậu của khu vực.

Đối với sản phẩm giày dép, yêu cầu Halal chủ yếu liên quan đến nguồn gốc và quá trình xử lý các nguyên liệu có nguồn gốc động vật, đặc biệt là da, keo, chất kết dính, chất phủ và một số phụ liệu. Do đó, doanh nghiệp xuất khẩu cần tăng cường kiểm soát chuỗi cung ứng nguyên liệu, bảo đảm khả năng truy xuất nguồn gốc và có hồ sơ chứng minh sự phù hợp của nguyên liệu, quy trình sản xuất với yêu cầu Halal khi cần thiết. Đối với các sản phẩm sử dụng da động vật, việc xác định rõ nguồn gốc da và quá trình thuộc, xử lý da là vấn đề cần được đặc biệt lưu ý.

Xu hướng tiêu dùng tại UAE cũng cho thấy sự kết hợp ngày càng rõ giữa yếu tố Halal với yêu cầu về chất lượng và tính minh bạch của sản phẩm. Người tiêu dùng không chỉ quan tâm đến việc sản phẩm có đáp ứng các quy định Hồi giáo hay không mà còn chú trọng đến thông tin về thành phần, xuất xứ nguyên liệu, quy trình sản xuất và trách nhiệm của doanh nghiệp đối với môi trường. Theo đó, các sản phẩm có khả năng cung cấp thông tin đầy đủ, minh bạch về nguồn gốc nguyên liệu và quy trình sản xuất có điều kiện thuận lợi hơn trong việc xây dựng niềm tin với người tiêu dùng.

Bên cạnh đó, nhu cầu đối với các sản phẩm thời trang phù hợp với chuẩn mực Hồi giáo đang có xu hướng gắn với phong cách hiện đại, tiện dụng và đa dạng về mẫu mã. Đây là yếu tố tạo dư địa cho các doanh nghiệp phát triển các dòng giày dép vừa đáp ứng yêu cầu Halal, vừa phù hợp với thị hiếu thời trang tại UAE. Các sản phẩm có thiết kế hiện đại, trọng lượng nhẹ, khả năng sử dụng thuận tiện trong điều kiện khí hậu nóng và có chất lượng hoàn thiện cao có thể được quan tâm tại phân khúc trung và cao cấp.

Doanh nghiệp cần lưu ý rằng việc sử dụng tuyên bố hoặc dấu Halal trên sản phẩm phải gắn với quy định và phạm vi chứng nhận áp dụng tại UAE. Do đó, trước khi đưa sản phẩm ra thị trường, doanh nghiệp cần phối hợp với nhà nhập khẩu và các tổ chức chứng nhận Halal phù hợp để xác định cụ thể yêu cầu đối với từng loại sản phẩm, nguyên liệu và quy trình sản xuất. Việc chủ động chuẩn bị hồ

sơ truy xuất nguồn gốc và kiểm soát nguy cơ nhiễm chéo trong quá trình sản xuất sẽ góp phần thuận lợi hóa quá trình đánh giá, chứng nhận và tiếp cận thị trường.

Thị trường UAE có thể được xem xét như một thị trường tiềm năng để phát triển các dòng giày dép đáp ứng tiêu chuẩn Halal, đặc biệt đối với các sản phẩm có lợi thế về chất lượng sản xuất, mẫu mã và khả năng cung ứng ổn định. Doanh nghiệp cần chuyển từ cách tiếp cận chỉ đáp ứng yêu cầu về giá sang chú trọng đồng thời các yếu tố Halal, chất lượng, thiết kế, truy xuất nguồn gốc và tính minh bạch của chuỗi cung ứng. Việc xây dựng hồ sơ nguyên liệu ngay từ khâu đầu vào, lựa chọn nhà cung cấp có khả năng cung cấp chứng từ phù hợp và chủ động tìm hiểu yêu cầu chứng nhận của UAE sẽ giúp doanh nghiệp hạn chế rủi ro trong quá trình xuất khẩu.

Xu hướng tiêu dùng giày dép tại UAE đang tạo ra yêu cầu ngày càng cao về sự kết hợp giữa yếu tố tôn giáo, chất lượng sản phẩm và tính minh bạch của chuỗi cung ứng. Đây vừa là yêu cầu cần lưu ý, vừa là cơ hội để doanh nghiệp Việt Nam nâng cao giá trị sản phẩm và mở rộng tiếp cận phân khúc người tiêu dùng Hồi giáo tại UAE cũng như các thị trường Trung Đông khác.

2.2 Tiêu chuẩn tiêu dùng và yêu cầu Halal của người Hồi giáo

Người tiêu dùng Hồi giáo có yêu cầu tương đối cao về tính tuân thủ Halal đối với các sản phẩm tiêu dùng. Theo đó, yêu cầu Halal không chỉ được xem xét trên cơ sở thành phần cấu thành sản phẩm mà còn bao gồm nguồn gốc nguyên liệu, quy trình sản xuất, bảo quản, vận chuyển và phân phối. Việc đáp ứng đầy đủ các yêu cầu này có ý nghĩa quan trọng trong việc tạo dựng niềm tin của người tiêu dùng và mở rộng khả năng tiếp cận thị trường Hồi giáo.

Về nguyên liệu và thành phần, sản phẩm cần bảo đảm không sử dụng các thành phần bị Hồi giáo cấm (Haram), trong đó đáng lưu ý là các nguyên liệu có nguồn gốc từ lợn và một số sản phẩm có nguồn gốc động vật không được phép. Đối với các sản phẩm sử dụng nhiều loại nguyên liệu, phụ gia hoặc hóa chất hỗ trợ trong quá trình sản xuất, việc xác định rõ nguồn gốc và tình trạng Halal của từng thành phần ngày càng được coi trọng.

Về quy trình sản xuất và kiểm soát chất lượng, yêu cầu Halal được áp dụng xuyên suốt chuỗi cung ứng nhằm hạn chế nguy cơ nhiễm chéo giữa nguyên liệu, sản phẩm Halal và các sản phẩm không Halal. Do đó, doanh nghiệp cần chú trọng kiểm soát điều kiện vệ sinh, máy móc, thiết bị, kho bãi, phương tiện vận chuyển và các công đoạn xử lý sản phẩm, qua đó bảo đảm tính toàn vẹn của sản phẩm trong suốt quá trình lưu thông.

Chứng nhận Halal là một trong những yếu tố quan trọng để xác nhận sản phẩm đáp ứng các yêu cầu theo quy định Hồi giáo. Đối với hàng hóa xuất khẩu vào các thị trường Hồi giáo, việc sở hữu chứng nhận Halal phù hợp, được cơ quan hoặc tổ chức có thẩm quyền công nhận, có thể tạo thuận lợi cho quá trình tiếp cận nhà nhập khẩu, hệ thống phân phối và người tiêu dùng. Bên cạnh đó, thông tin về chứng nhận cần được thể hiện rõ ràng trên sản phẩm và tài liệu thương mại nhằm tăng mức độ minh bạch và khả năng nhận diện.

Về truy xuất nguồn gốc và thông tin sản phẩm, người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến xuất xứ nguyên liệu, thành phần, quy trình sản xuất và khả năng kiểm chứng thông tin liên quan đến Halal. Vì vậy, doanh nghiệp cần tăng cường hệ thống quản lý và truy xuất nguồn gốc, bảo đảm thông tin cung cấp cho thị trường đầy đủ, nhất quán và có thể kiểm chứng.

Yêu cầu của người tiêu dùng Hồi giáo đang có xu hướng chuyển từ việc chỉ quan tâm đến thành phần Halal của sản phẩm sang tính toàn vẹn Halal trong toàn bộ chuỗi cung ứng. Bên cạnh yếu tố Halal, các tiêu chí về chất lượng, an toàn, vệ sinh, nguồn gốc xuất xứ và tính minh bạch thông tin ngày càng có vai trò quan trọng trong quyết định mua hàng. Đây là những yêu cầu doanh nghiệp Việt Nam cần lưu ý khi nghiên cứu, phát triển và xuất khẩu sản phẩm vào các thị trường Hồi giáo, đặc biệt đối với những mặt hàng có yêu cầu cao về nguồn nguyên liệu và quy trình sản xuất.

III. Nhu cầu hàng giày dép của UAE

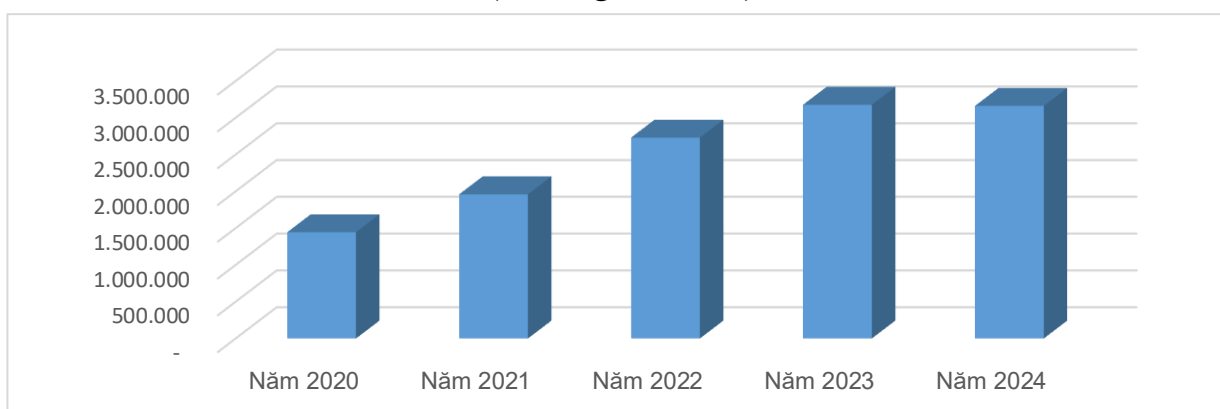
3.1. Trị giá nhập khẩu

Theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), nhu cầu nhập khẩu giày dép của UAE trong giai đoạn 2020–2024 có xu hướng tăng trưởng tích cực, mặc dù trong năm 2024 ghi nhận mức điều chỉnh nhẹ. Tổng kim ngạch nhập khẩu giày dép của UAE tăng từ 1,44 tỷ USD năm 2020 lên 3,16 tỷ USD năm 2024, tương đương tăng khoảng 118,9% trong 4 năm. Diễn biến này cho thấy quy mô thị trường nhập khẩu giày dép của UAE đã được mở rộng đáng kể, phản ánh nhu cầu tiêu dùng trong nước cũng như vai trò ngày càng lớn của UAE trong hoạt động thương mại, phân phối và tái xuất hàng hóa tại khu vực Trung Đông.

Kim ngạch nhập khẩu giày dép của UAE đạt khoảng 1,96 tỷ USD năm 2021, tăng 35,7% so với năm 2020; tiếp tục tăng lên 2,73 tỷ USD năm 2022, tương ứng mức tăng 39,4%. Năm 2023, nhập khẩu đạt mức cao nhất trong giai đoạn, khoảng 3,18 tỷ USD, tăng 16,3% so với năm 2022.

Sang năm 2024, kim ngạch nhập khẩu đạt 3,16 tỷ USD, giảm khoảng 0,5% so với năm 2023, và năm 2025 đạt khoảng 2,1 tỷ USD, tiếp tục giảm 34,3% so với năm 2024. Như vậy, tốc độ tăng trưởng có xu hướng chậm lại sau giai đoạn tăng mạnh 2021–2023, bắt đầu giảm từ năm 2024.

Biểu đồ 3: Kim ngạch nhập khẩu giày dép của UAE giai đoạn 2020-2024
(Đvt: nghìn USD)



(Nguồn: ITC)

Trong thời gian tới, cần tiếp tục theo dõi cơ cấu nguồn cung giày dép nhập khẩu của UAE, thị phần của các nước cung ứng chủ yếu và diễn biến xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này nhằm xác định rõ hơn vị thế cạnh tranh, phân

khúc sản phẩm có tiềm năng và khả năng gia tăng thị phần của giày dép Việt Nam tại UAE.

3.2. Chủng loại giày dép nhập khẩu của UAE

Theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), trong giai đoạn 2021–2025, cơ cấu chủng loại giày dép nhập khẩu của UAE tập trung chủ yếu vào các nhóm hàng thuộc HS 6403, HS 6404 và HS 6402. Đây là ba nhóm hàng chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng kim ngạch nhập khẩu giày dép của UAE. Trong đó, nhóm HS 6403 (giày dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng da thuộc) có kim ngạch tăng từ 686,2 triệu USD năm 2021 lên 1,19 tỷ USD năm 2024, trước khi giảm xuống 741,3 triệu USD năm 2025; tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn đạt khoảng 2,0%/năm.

Nhóm HS 6402 có xu hướng tăng trưởng tích cực hơn, với kim ngạch nhập khẩu tăng liên tục từ 421,0 triệu USD năm 2021 lên 677,6 triệu USD năm 2025, tương ứng tốc độ tăng trưởng bình quân 15,2%/năm. Diễn biến này cho thấy nhu cầu của thị trường UAE đối với các loại giày dép có đế và mũ giày bằng cao su hoặc plastic có xu hướng gia tăng, đồng thời đây là một trong những nhóm hàng có dư địa mở rộng đáng chú ý.

Đối với nhóm HS 6404, kim ngạch nhập khẩu tăng mạnh trong giai đoạn 2021–2023, đạt mức cao nhất khoảng 1,13 tỷ USD năm 2023, duy trì ở mức trên 1,1 tỷ USD năm 2024, nhưng giảm đáng kể xuống 568,7 triệu USD năm 2025. Nhóm HS 6405 cũng ghi nhận xu hướng giảm, từ 161,3 triệu USD năm 2021 xuống 56,6 triệu USD năm 2025.

Trong khi đó, các nhóm HS 6406 và HS 6401 có quy mô nhập khẩu tương đối nhỏ nhưng ghi nhận tốc độ tăng trưởng cao. Kim ngạch nhóm HS 6406 tăng từ 6,4 triệu USD năm 2021 lên 20,2 triệu USD năm 2025, tương ứng mức tăng trưởng bình quân 54,0%/năm; nhóm HS 6401 tăng từ 5,8 triệu USD lên 11,0 triệu USD, đạt mức tăng trưởng bình quân 22,0%/năm. Tuy nhiên, do giá trị thấp, mức tăng của hai nhóm này chưa tạo ra sự thay đổi đáng kể trong cơ cấu chung.

Cơ cấu nhập khẩu giày dép của UAE trong giai đoạn 2021–2025 vẫn tập trung vào các loại giày dép thuộc nhóm HS 6402, HS 6403 và HS 6404. Mặc dù

kim ngạch của các nhóm chủ lực có sự biến động đáng kể trong năm 2025, đặc biệt là HS 6403 và HS 6404, thị trường UAE vẫn có nhu cầu đa dạng về chất liệu và phân khúc đối với các sản phẩm giày dép. Đây là cơ sở để các doanh nghiệp xuất khẩu giày dép, trong đó có doanh nghiệp Việt Nam, nghiên cứu sâu hơn về từng phân khúc sản phẩm, thị hiếu tiêu dùng và khả năng cạnh tranh tại thị trường UAE.

Bảng 3: Chủng loại hàng giày dép UAE nhập khẩu trong giai đoạn 2021-2025
(Đvt: nghìn USD)

STT	Mã HS	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025	Tăng trưởng bình quân giai đoạn 2021 - 2025 (%)
1	'6403	686.222	946.364	1.194.602	1.197.288	741.318	2,0
2	'6402	420.954	572.978	619.154	607.550	677.609	15,2
3	'6404	678.803	1.009.770	1.130.658	1.122.858	568.662	-4,1
4	'6405	161.281	180.504	211.903	210.578	56.612	-16,2
5	'6406	6.380	9.047	10.564	12.726	20.151	54,0
6	'6401	5.841	12.091	9.661	10.181	10.971	22,0

(Nguồn: Trung tâm Thương mại Quốc tế)

3.3. Chủng loại giày dép xuất khẩu của Trung Quốc vào UAE

Hiện nay, Trung Quốc là nguồn cung giày dép lớn nhất của UAE, cũng là đối thủ cạnh tranh mạnh nhất với Việt Nam tại thị trường UAE.

Trong giai đoạn 2020–2024, cơ cấu chủng loại giày dép Trung Quốc xuất khẩu sang thị trường UAE tương đối đa dạng, trong đó tập trung chủ yếu ở các nhóm HS 6404, HS 6402 và HS 6403. Nhìn chung, kim ngạch xuất khẩu của hầu hết các nhóm hàng của Trung Quốc sang UAE đều có xu hướng tăng, cho thấy nhu cầu đối với các sản phẩm giày dép của Trung Quốc tại thị trường UAE được duy trì và mở rộng.

Đáng chú ý, nhóm HS 6404 (giày dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng vật liệu dệt) có kim ngạch tăng từ 173,97 triệu USD năm 2020 lên 340,82 triệu USD năm 2024, tương ứng mức tăng trưởng bình quân 24,0%/năm. Đây là một trong những nhóm hàng có quy mô xuất khẩu

lớn nhất và có tốc độ tăng trưởng khá cao, phản ánh nhu cầu đáng kể của thị trường UAE đối với các sản phẩm giày dép sử dụng vật liệu dệt của Trung Quốc.

Nhóm HS 6402 (giày dép có đế ngoài và mũ giày bằng cao su hoặc plastic) cũng ghi nhận mức tăng trưởng nổi bật. Trị giá xuất khẩu tăng từ 140,21 triệu USD năm 2020 lên 336,18 triệu USD năm 2024, với tốc độ tăng trưởng bình quân 34,9%/năm. Quy mô xuất khẩu của nhóm này đã tăng hơn gấp đôi trong vòng 5 năm, cho thấy đây là nhóm sản phẩm mà Trung Quốc có dư địa phát triển đáng kể tại UAE.

Đối với nhóm HS 6403 (giày dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng da thuộc), kim ngạch xuất khẩu tăng từ 137,51 triệu USD năm 2020 lên 184,15 triệu USD năm 2024, tương ứng tốc độ tăng trưởng bình quân 8,5%/năm. Mặc dù tốc độ tăng trưởng thấp hơn các nhóm chủ lực khác, đây vẫn là nhóm có giá trị xuất khẩu lớn và duy trì vị trí quan trọng trong cơ cấu giày dép Trung Quốc xuất khẩu sang UAE.

Bên cạnh đó, nhóm HS 6405 (giày dép khác) tăng từ 53,66 triệu USD năm 2020 lên 128,85 triệu USD năm 2024, đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 35,0%/năm. Nhóm HS 6406 (bộ phận của giày dép) có quy mô kim ngạch nhỏ hơn nhưng đạt tốc độ tăng trưởng cao nhất, bình quân 46,2%/năm, tăng từ 1,36 triệu USD lên 3,87 triệu USD. Trong khi đó, nhóm HS 6401 (giày dép không thấm nước) tăng từ 2,93 triệu USD lên 5,27 triệu USD, với tốc độ tăng trưởng bình quân 20,0%/năm.

Cơ cấu xuất khẩu giày dép của Trung Quốc sang UAE trong giai đoạn 2020–2024 cho thấy các sản phẩm giày dép bằng cao su, plastic và vật liệu dệt tiếp tục giữ vai trò chủ đạo, đồng thời một số nhóm hàng có tốc độ tăng trưởng khá nhanh. Điều này cho thấy Trung Quốc đang có lợi thế rõ rệt về năng lực cung ứng các dòng sản phẩm giày dép phổ thông và trung cấp với quy mô lớn, đáp ứng đa dạng nhu cầu tiêu dùng của thị trường UAE. Đây cũng là những nhóm sản phẩm mà doanh nghiệp Việt Nam có thể nghiên cứu, đánh giá khả năng cạnh tranh và xác định phân khúc phù hợp khi đẩy mạnh xuất khẩu giày dép sang UAE.

**Bảng 5: Chủng loại hàng giày dép Trung Quốc xuất khẩu sang UAE
giai đoạn 2020-2024 (Đvt: nghìn USD)**

STT	Mã HS	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024	Tăng trưởng bình quân giai đoạn 2020 - 2024 (%)
1	'6403	137.510	144.762	201.000	220.440	184.151	8,5
2	'6404	173.967	215.380	313.231	309.460	340.819	24,0
3	'6401	2.927	1.493	3.345	4.092	5.268	20,0
4	'6406	1.359	2.372	2.677	2.932	3.870	46,2
5	'6402	140.211	229.692	305.634	312.440	336.175	34,9
6	'6405	53.663	88.545	92.786	106.031	128.849	35,0

(Nguồn: Trung tâm Thương mại Quốc tế)

3.4. Chủng loại giày dép xuất khẩu của Indonesia vào UAE

Indonesia cũng là một đối thủ cạnh tranh mạnh với giày dép Việt Nam tại thị trường UAE. Trong giai đoạn 2020–2024, cơ cấu chủng loại giày dép của Indonesia xuất khẩu sang thị trường UAE tập trung chủ yếu ở các nhóm HS 6403, HS 6404 và HS 6402. Đây là các nhóm hàng có quy mô kim ngạch tương đối lớn của Indonesia và duy trì tốc độ tăng trưởng khá cao, qua đó đóng vai trò chủ đạo trong xuất khẩu giày dép của Indonesia sang UAE.

Đối với nhóm HS 6404, trị giá xuất khẩu tăng từ 41,671 triệu USD năm 2020 lên 123,278 triệu USD năm 2024, tăng gần 3 lần so với năm 2020; tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn đạt 49,0%. Trị giá nhóm hàng này tăng liên tục trong giai đoạn 2020–2023, đạt mức cao nhất 135,991 triệu USD năm 2023, trước khi giảm 9,4% trong năm 2024. Mặc dù có sự điều chỉnh trong năm cuối kỳ, nhóm sản phẩm HS 6404 vẫn là nhóm hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất của Indonesia sang UAE trong số các chủng loại được thống kê.

Nhóm HS 6403 cũng ghi nhận xu hướng tăng trưởng tích cực, với trị giá tăng từ 25,602 triệu USD năm 2020 lên 73,018 triệu USD năm 2024, tương ứng tốc độ tăng trưởng bình quân 46,3%. Trị giá xuất khẩu tăng mạnh trong ba năm đầu của giai đoạn, đạt 77,678 triệu USD năm 2023, sau đó giảm nhẹ trong năm 2024. Diễn biến này cho thấy nhóm HS 6403 tiếp tục duy trì vị trí quan trọng trong cơ cấu giày dép xuất khẩu của Indonesia vào thị trường UAE.

Đáng chú ý, nhóm HS 6402 có tốc độ tăng trưởng cao nhất trong các nhóm hàng có quy mô kim ngạch đáng kể, đạt bình quân 80,3% trong giai đoạn. Trị giá tăng từ 13,845 triệu USD năm 2020 lên 58,332 triệu USD năm 2024 và tăng liên tục qua các năm, phản ánh nhu cầu đối với nhóm sản phẩm HS 6402 của Indonesia tại thị trường UAE có xu hướng gia tăng, đồng thời cũng cho thấy triển vọng mở rộng thị trường của các doanh nghiệp giày dép Indonesia đối với nhóm sản phẩm này.

Đối với các nhóm hàng còn lại, kim ngạch xuất khẩu nhìn chung ở mức thấp và diễn biến không đồng đều. Nhóm HS 6401 giảm từ 262 nghìn USD năm 2020 xuống 139 nghìn USD năm 2024. Nhóm HS 6405 cũng giảm từ 2,145 triệu USD xuống còn 581 nghìn USD trong cùng giai đoạn. Trong khi đó, nhóm HS 6406 có tốc độ tăng trưởng bình quân cao, đạt 500%, song kim ngạch tuyệt đối chỉ tăng từ 3 nghìn USD lên 63 nghìn USD nên chưa có ảnh hưởng đáng kể đến tổng thể cơ cấu xuất khẩu.

Xuất khẩu giày dép của Indonesia sang UAE trong giai đoạn 2020–2024 có xu hướng tập trung ngày càng rõ vào các nhóm HS 6404, HS 6403 và HS 6402. Trong đó, HS 6404 và HS 6403 tiếp tục giữ vai trò chủ lực về quy mô kim ngạch, còn HS 6402 nổi lên với tốc độ tăng trưởng cao. Cơ cấu này cho thấy Indonesia đang duy trì năng lực cung ứng tương đối tốt đối với các dòng giày dép sản xuất công nghiệp, có quy mô tiêu thụ lớn tại thị trường UAE. Đây cũng là những nhóm sản phẩm mà doanh nghiệp Việt Nam cần lưu ý khi đánh giá mức độ cạnh tranh và xác định dư địa mở rộng xuất khẩu giày dép sang thị trường UAE trong thời gian tới.

**Bảng 6: Chủng loại hàng giày dép Indonesia xuất khẩu sang UAE
giai đoạn 2020-2024 (Đvt: nghìn USD)**

STT	Mã HS	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024	Tăng trưởng bình quân giai đoạn 2020 - 2024 (%)
1	'6403	25.602	32.413	43.387	77.678	73.018	46,3
2	'6404	41.671	57.491	99.157	135.991	123.278	49,0
3	'6401	262	113	404	51	139	-11,7
4	'6406	3	63	34	60	63	500,0
5	'6402	13.845	23.966	36.906	53.546	58.332	80,3
6	'6405	2.145	874	874	1.108	581	-18,2

(Nguồn: Trung tâm Thương mại Quốc tế)

IV. Triển vọng xuất khẩu hàng giày dép của Việt Nam sang thị trường UAE

Trong thời gian tới, triển vọng xuất khẩu mặt hàng giày dép của Việt Nam sang thị trường UAE còn nhiều dư địa, mặc dù hoạt động xuất khẩu trong ngắn hạn đang chịu tác động bởi nhu cầu tiêu dùng và cạnh tranh gia tăng.

UAE có quy mô tiêu thụ giày dép tương đối lớn, sức mua của người dân ở mức cao và hệ thống phân phối hiện đại, đồng thời là một trong những trung tâm thương mại, logistics và tái xuất quan trọng tại khu vực Trung Đông. Nhu cầu đối với các sản phẩm giày dép thời trang, giày thể thao và các sản phẩm có chất lượng, thiết kế phù hợp với xu hướng tiêu dùng được dự báo tiếp tục duy trì ổn định. Bên cạnh nhu cầu tại thị trường nội địa, vai trò trung tâm trung chuyển và tái xuất của UAE, đặc biệt là Dubai, sẽ tạo điều kiện để hàng giày dép Việt Nam tiếp cận rộng hơn các thị trường thuộc khu vực GCC, Trung Đông và một số thị trường lân cận.

Một yếu tố thuận lợi đáng chú ý là Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Việt Nam - UAE (CEPA) đã chính thức có hiệu lực từ tháng 2/2026. Việc UAE cam kết cắt giảm, xóa bỏ thuế quan đối với phần lớn hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sẽ góp phần cải thiện điều kiện tiếp cận thị trường và nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam, trong đó có mặt hàng giày dép. Trong thời gian tới, việc tận dụng hiệu quả các ưu đãi thuế quan từ CEPA, đồng thời đáp ứng các yêu cầu về quy tắc xuất xứ, chứng từ và thủ tục liên quan sẽ có ý nghĩa quan trọng đối với việc duy trì và mở rộng thị phần tại UAE.

Các nhóm giày thể thao, giày thời trang và giày có mũ bằng vật liệu dệt tiếp tục có tiềm năng tăng trưởng do phù hợp với nhu cầu tiêu dùng tại UAE. Trong bối cảnh người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến chất lượng, thiết kế, tính tiện dụng và yếu tố bền vững, doanh nghiệp Việt Nam cần từng bước chuyển dịch từ cạnh tranh chủ yếu về giá sang nâng cao chất lượng sản phẩm, đa dạng hóa mẫu mã và đáp ứng tốt hơn yêu cầu của từng phân khúc thị trường. Đồng thời, việc nghiên cứu đặc điểm văn hóa, khí hậu và nhu cầu tiêu dùng của khu vực Trung Đông sẽ giúp doanh nghiệp chủ động hơn trong phát triển sản phẩm và xây dựng phương thức tiếp cận thị trường phù hợp.

Tuy nhiên, cạnh tranh tại thị trường UAE được dự báo tiếp tục gia tăng, nhất là từ các nguồn cung lớn như Trung Quốc, Italia và Indonesia. Bên cạnh lợi thế về

giá, quy mô sản xuất hoặc thương hiệu, các đối thủ cạnh tranh cũng đang đẩy mạnh khai thác hệ thống phân phối và thương mại điện tử tại UAE. Việc UAE tiếp tục mở rộng quan hệ thương mại và ký kết các hiệp định thương mại với nhiều đối tác cũng có thể làm thu hẹp lợi thế tương đối về thuế quan của doanh nghiệp Việt Nam. Do đó, khả năng tận dụng ưu đãi từ CEPA cần được gắn với nâng cao năng lực cạnh tranh thực chất của sản phẩm.

Trong trung và dài hạn, UAE vẫn là thị trường có triển vọng đối với xuất khẩu giày dép của Việt Nam nhờ quy mô thị trường, sức mua tương đối cao, nhu cầu nhập khẩu ổn định và vị trí trung tâm thương mại của khu vực. Để khai thác hiệu quả tiềm năng thị trường, doanh nghiệp cần chú trọng tận dụng ưu đãi từ CEPA, nâng cao tỷ lệ đáp ứng quy tắc xuất xứ, đa dạng hóa sản phẩm, tăng cường nghiên cứu thị hiếu người tiêu dùng và xây dựng quan hệ với các nhà nhập khẩu, nhà phân phối tại UAE. Đồng thời, cần tận dụng vai trò của UAE như một trung tâm logistics và tái xuất để từng bước mở rộng thị trường sang các nước khu vực Trung Đông.