

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

**BÀI: Tình hình xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang thị trường CPTPP
trong 7 tháng đầu năm 2024**

THUỘC NHIỆM VỤ
**“Thu thập, tổng hợp, phân tích và cung cấp thông tin phục vụ triển khai
hiệp định CPTPP năm 2024”**

Hà Nội, 2024

Tình hình xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang thị trường CPTPP trong 7 tháng đầu năm 2024

Tình hình kinh tế toàn cầu dần ổn định, cùng với việc đến mùa cao điểm sản xuất hàng cho mùa đông giúp xuất khẩu dệt may tiếp tục tăng trong đầu quý 3/2024. Kim ngạch xuất khẩu ngành hàng trong tháng 7/2024 tăng 17,62% so với tháng 6/2024 và tăng 13,45% so với tháng 7/2023, đạt gần 3,72 tỷ USD, đưa tổng kim ngạch xuất khẩu ngành hàng 7 tháng đầu năm 2024 lên 20,27 tỷ USD, tăng 6,30% so với cùng kỳ năm trước.

Bảng 1: Tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may sang các thị trường thành viên CPTPP tháng 7 và 7 tháng đầu năm 2024

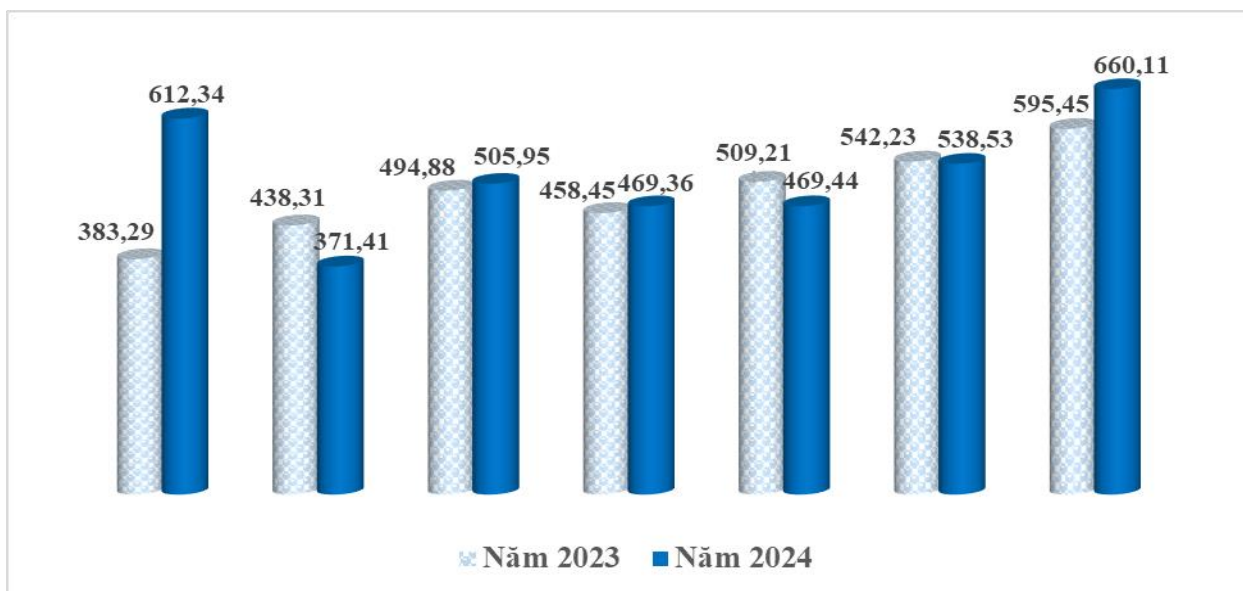
	T7/2024 (triệu USD)	So T6/2024 (%)	So T7/2023 (%)	7T/2024 (triệu USD)	So 7T/2023 (%)
Tổng KNXK mặt hàng của VN	3.715,70	17,62	13,45	20.274,33	6,3
KNXK mặt hàng sang các thị trường CPTPP	660,11	22,58	10,86	3.659,44	6,94
Tỷ trọng (%)	17,77			18,05	

Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu hải quan

Xuất khẩu dệt may sang các thị trường thành viên CPTPP cũng có nhiều tín hiệu tích cực. Kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng dệt may của Việt Nam sang 10 thị trường đối tác CPTPP tháng 7/2024 đạt 660,11 triệu USD, tăng 22,58% so với tháng trước và tăng 10,86% so với tháng 7/2023. Kim ngạch xuất khẩu dệt may sang khối thị trường này 7 tháng đầu năm 2024 tăng 6,94% so với cùng kỳ 7 tháng đầu năm 2023, đạt xấp xỉ 3,66 tỷ USD, chiếm 18,05% tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang tất cả các thị trường.

Biểu đồ 1: Kim ngạch xuất khẩu dệt may sang 10 thị trường đối tác thành viên CPTPP giai đoạn 7 tháng đầu năm 2023-2024

Đơn vị tính: triệu USD



Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu hải quan

Cơ cấu thị trường xuất khẩu sang thị trường CPTPP

Ngoại trừ Chile và Singapore, xuất khẩu dệt may của Việt Nam trong 7 tháng đầu năm 2024 sang các thị trường thành viên Hiệp định CPTPP có xu hướng tăng. Trong đó:

- Kim ngạch xuất khẩu ngành hàng sang Nhật Bản - thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam trong các thị trường đối tác thành viên CPTPP - tháng 7/2024 tăng 31,78% so với tháng 6/2024 và tăng 3,61% so với tháng 7/2023, đạt 422,04 triệu USD, nâng tổng trị giá xuất khẩu hàng dệt may sang thị trường này 7 tháng đầu năm 2024 lên xấp xỉ 2,3 tỷ USD, tăng 6,17% so với cùng kỳ năm ngoái.

- Kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng dệt may sang thị trường lớn thứ hai trong khối thành viên CPTPP của Việt Nam là Canada tháng 7/2024 cũng tăng 30,61% so với tháng 7/2023, đạt xấp xỉ 120,13 triệu USD. Trị giá xuất khẩu ngành hàng sang Canada 7 tháng năm 2024 tăng 3,47% so với 7 tháng năm 2023, đạt

688,13 triệu USD, chiếm 18,80% tổng kim ngạch xuất khẩu ngành hàng sang 10 quốc gia đối tác thành viên CPTPP.

Bảng 2: Xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang các nước thành viên CPTPP tháng 7 và 7 tháng đầu năm 2024

Thị trường	T7/2024 (triệu USD)	So T6/2024 (%)	So T7/2023 (%)	7T/2024 (triệu USD)	So 7T/2023 (%)	Tỷ trọng trong 7T/2024 (%)
Tổng 10 thị trường đối tác thành viên CPTPP	660,11	22,58	10,86	3.659,44	6,94	100,00
Australia	54,78	18,56	33,46	313,23	18,72	8,56
Canada	120,13	-1,35	30,61	688,13	3,47	18,80
Chile	5,23	-5,31	-39,01	41,87	-23,12	1,14
Malaysia	13,92	-0,67	22,25	91,32	10,2	2,50
Mexico	25,37	58,73	46,86	119,06	31,84	3,25
New Zealand	5,05	22,29	20,61	31,87	31,27	0,87
Nhật Bản	422,04	31,78	3,61	2.296,56	6,17	62,76
Pê Ru	0,92	20,85	23,74	7,41	0,59	0,20
Singapore	12,67	28,24	-1,91	70,00	-0,68	1,91

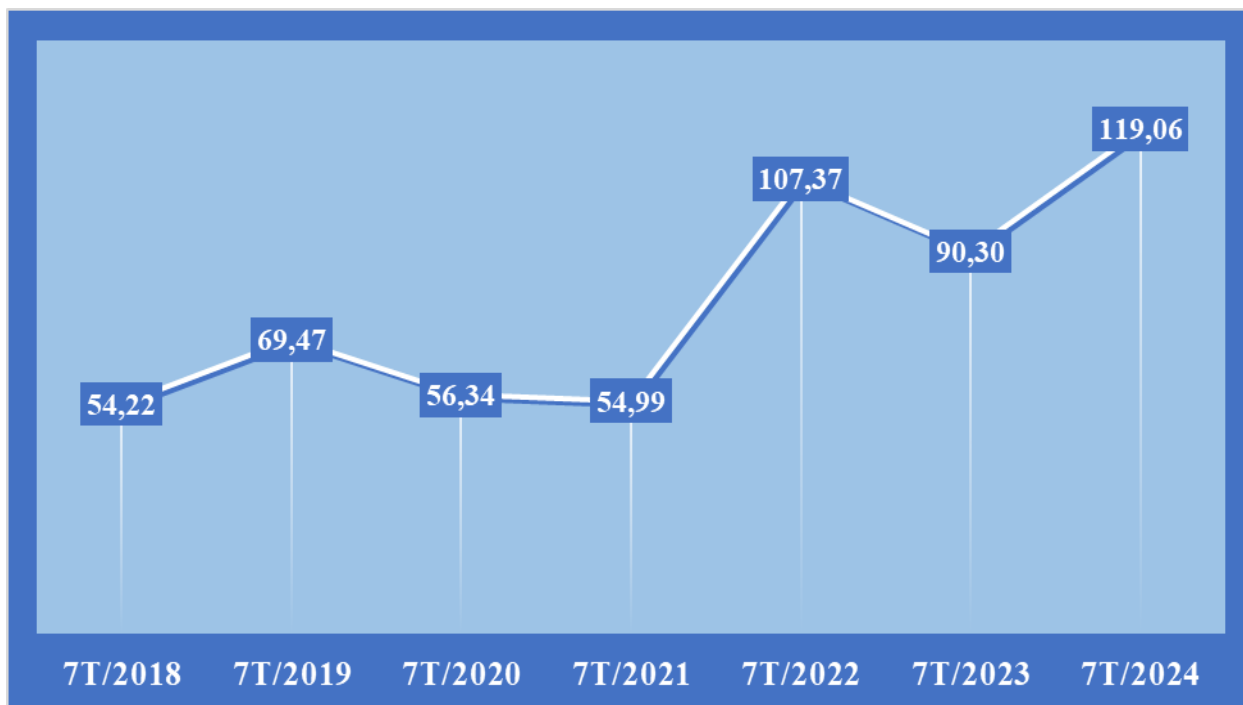
Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu hải quan

Tăng mạnh nhất là Mexico với kim ngạch xuất khẩu mặt hàng sang thị trường này trong tháng 7/2024 đạt 25,37 triệu USD, tăng 58,73% so với tháng 6/2024 và tăng 46,86% so với tháng 7/2023. Kim ngạch xuất khẩu dệt may 7 tháng năm 2024 sang Mexico tuy chỉ chiếm 3,25% tổng kim ngạch xuất khẩu ngành

hàng sang các đối tác khối thành viên CPTPP nhưng tăng 31,84% so với cùng kỳ năm 2023.

**Biểu đồ 2: Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang Mexico
7 tháng đầu năm giai đoạn 2018-2024**

Đơn vị tính: triệu USD



Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu hải quan

Kể từ khi hiệp định CPTPP có hiệu lực đến nay, xuất khẩu dệt may sang Mexico đã tăng mạnh. So sánh có thể thấy, kim ngạch xuất khẩu dệt may sang Mexico 7 tháng đầu năm 2024 đạt mức cao nhất với 119,06 triệu USD, tăng 119,58% so với mức 54,22 triệu USD của 7 tháng đầu năm 2018 (trước khi CPTPP có hiệu lực) và tăng 71,38% so với mức 69,47 triệu USD của 7 tháng năm 2019 (năm đầu tiên CPTPP chính thức có hiệu lực).

Mexico nhập khẩu chủ yếu các các nhóm hàng dệt may mã HS 61 (Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc) và mã HS 62 (Quần áo và các hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc). Việt Nam là nguồn cung lớn thứ hai

của Mexico đối với nhóm hàng mã HS 61 và là nguồn cung lớn thứ ba đối với nhóm hàng mã HS 62.

Theo số liệu của Trademap, Mexico đã nhập khẩu 3,64 tỷ USD các nhóm hàng dệt may mã HS61 trong năm 2023, trong đó trị giá nhập khẩu từ Trung Quốc - nguồn cung lớn nhất - chiếm 38,74% tỷ trọng về kim ngạch trong cơ cấu các nguồn cung mã hàng của Mexico. Việt Nam chiếm 8,24% tỷ trọng. Như vậy, mặc dù là nguồn cung lớn thứ hai của Mexico đối với mã hàng này nhưng thị phần của Việt Nam vẫn còn rất thấp, khoảng cách thị phần chiếm giữ với đối thủ cạnh tranh là Trung Quốc vẫn khá xa.

Tương tự với nhóm hàng mã HS62, là nhóm hàng dệt may Mexico nhập khẩu nhiều thứ hai. Việt Nam tuy là nguồn cung lớn thứ ba (sau Trung Quốc và Bangladesh) cho mã hàng này của Mexico, nhưng thị phần (tính theo trị giá nhập khẩu) Việt Nam chỉ chiếm 9,4%, thấp hơn nhiều so với mức 37,24% tỷ trọng của Trung Quốc.

Cơ cấu chủng loại nhóm hàng xuất khẩu sang thị trường CPTPP

Trong cơ cấu các nhóm hàng dệt may xuất khẩu sang các thị trường thành viên CPTPP, các loại áo là nhóm hàng có trị giá xuất khẩu cao nhất. Kim ngạch xuất khẩu các loại áo trong tháng 7/2024 chiếm 52,48% tổng kim ngạch xuất khẩu các nhóm hàng dệt may sang các nước khối thành viên CPTPP và kim ngạch xuất khẩu trong 7 tháng đầu năm nay chiếm 49,85%, đạt 1,82 tỷ USD. Trong đó:

+ Trị giá xuất khẩu nhóm áo khoác trong tháng 7/2024 tăng 21,06% so với tháng 6/2024 và tăng 17,09% so với tháng 7/2023, đạt 66,99 triệu USD, đưa trị giá xuất khẩu nhóm hàng 7 tháng năm 2024 lên 293,86 triệu USD, chiếm 16,11% trị giá xuất khẩu các loại áo và chiếm 8,03% tổng trị giá xuất khẩu các nhóm hàng dệt may sang các thị trường đối tác thành viên CPTPP.

+ Trị giá xuất khẩu nhóm áo thun trong tháng 7/2024 tăng 23,97% so với tháng 6/2024 và tăng 12,40% so với tháng 7/2023, đạt 47,82 triệu USD, đưa trị giá

xuất khẩu nhóm hàng 7 tháng năm 2024 lên 274,51 triệu USD, chiếm 15,05% trị giá xuất khẩu các loại áo và chiếm 7,5% tổng trị giá xuất khẩu các nhóm hàng dệt may sang các thị trường đối tác thành viên CPTPP.

Bảng 3: Xuất khẩu một số nhóm hàng dệt may của Việt Nam sang các thị trường thành viên CPTPP trong tháng 7 và 7 tháng đầu năm 2024

Nhóm hàng	T7/2024 (triệu USD)	So T6/2024 (%)	So T7/2023 (%)	7T/2024 (triệu USD)	So 7T/2023 (%)
Grand Total	660,11	22,58	10,86	3.659,44	6,94
Áo Jacket	43,08	33,93	-11,98	206,42	-9,46
Áo khác	107,64	38,35	19,42	627,71	3,11
Áo khoác	66,99	21,06	17,09	293,86	14,86
Áo len	30,71	45,69	-17,43	110,20	-4,35
Áo phông	16,02	40,15	38,54	77,84	3,61
Áo sơ mi	34,20	19,21	18,75	233,79	7,80
Áo thun	47,82	23,97	12,40	274,51	29,90
Bít tất	9,32	539,70	36,01	49,49	11,04
Bộ Jumpsuit	2,89	-12,78	16,88	28,34	6,17
Đồ lót	31,29	5,01	19,97	214,82	9,98
Khăn bông	17,70	100,81	1,00	114,93	-12,78
Quần áo BHLĐ	11,23	23,51	-22,52	61,66	-29,78
Quần áo bơi	2,46	60,68	-4,32	11,60	-26,58
Quần áo thể thao	22,12	33,09	3,65	57,46	-51,79
Quần áo trẻ em	25,07	12,62	29,62	142,60	36,61

Nhóm hàng	T7/2024 (triệu USD)	So T6/2024 (%)	So T7/2023 (%)	7T/2024 (triệu USD)	So 7T/2023 (%)
Quần áo vest	7,94	-20,49	9,39	44,95	8,06
Quần dài khác	77,57	7,99	1,94	511,61	-3,79
Quần Jean	3,96	124,87	52,14	27,15	90,53
Quần soóc	18,64	61,80	88,78	131,37	40,32
Vỏ bọc các loại	1,36	6,42	94,51	8,13	156,18
Khác	82,11	-2,47	14,27	431,02	43,32

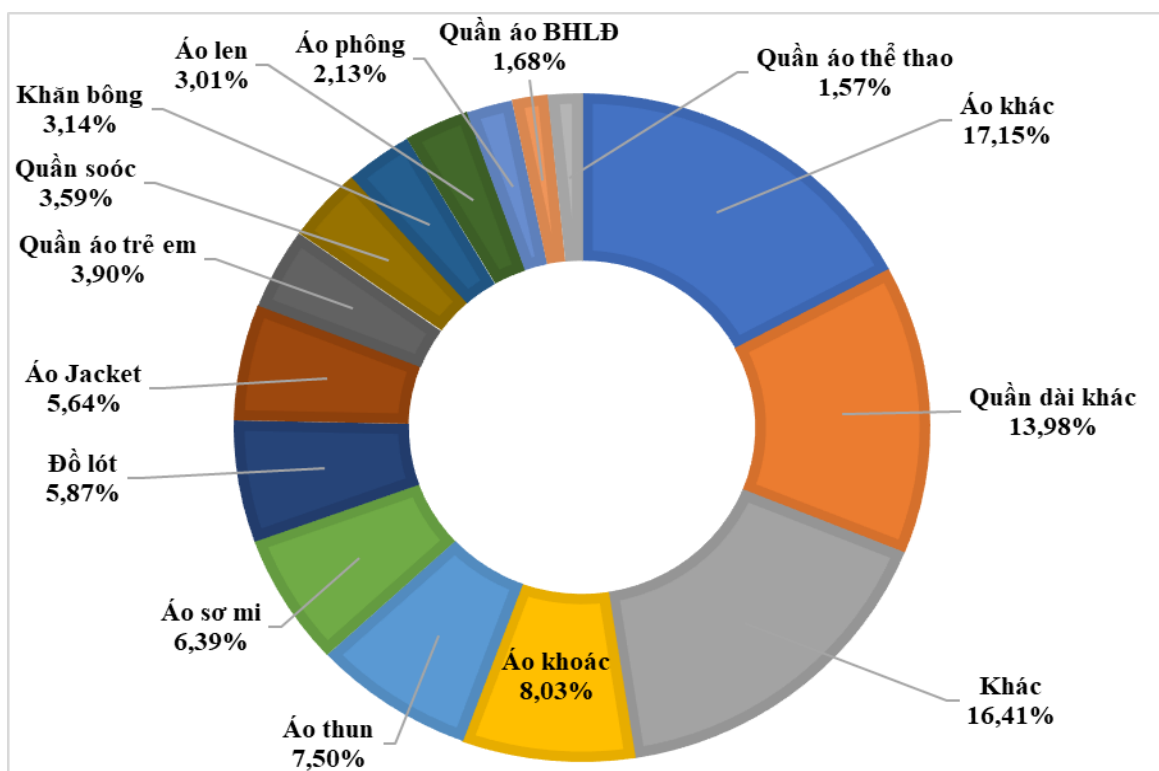
Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu hải quan

Quần dài (không bao gồm quần Jean và quần may theo bộ quần áo) là nhóm hàng có trị giá xuất khẩu cao thứ hai nhưng có xu hướng giảm trong thời gian gần đây. Kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này 7 tháng đầu năm 2024 giảm 3,79% so với cùng kỳ năm 2023, chiếm 13,98% tổng kim ngạch xuất khẩu các nhóm hàng dệt may sang các quốc gia đối tác thành viên CPTPP.

Giảm mạnh nhất là nhóm quần áo thể thao. Tuy kim ngạch xuất khẩu nhóm này 7 tháng năm 2024 chỉ chiếm 1,57% tỷ trọng trong cơ cấu các nhóm hàng dệt may xuất khẩu sang các nước thành viên CPTPP nhưng giảm đến 51,79% so với cùng kỳ năm trước, đạt 57,46 triệu USD.

Xuất khẩu nhóm quần áo bảo hộ lao động cũng giảm khá. Kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng trong tháng 7/2024 giảm 22,52% so với tháng 7/2023 và kim ngạch xuất khẩu 7 tháng năm nay giảm 29,78% so với cùng kỳ năm ngoái, đạt 61,66 triệu USD.

Biểu đồ 3: Cơ cấu các nhóm hàng dệt may xuất khẩu sang các thị trường thành viên CPTPP trong 7 tháng đầu năm 2024



Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu hải quan

Ngược lại, tuy trị giá xuất khẩu sang các thị trường đối tác thành viên CPTPP thấp nhưng xuất khẩu các nhóm quần Jean và nhóm vỏ bọc các loại tiếp tục tăng trưởng cao. Cụ thể, kim ngạch xuất khẩu trong tháng 7/2024 của nhóm quần Jean tăng tới 124,87% so với tháng 6/2024 và tăng 52,14% so với tháng 7/2023. Kim ngạch xuất khẩu nhóm quần Jean 7 tháng năm 2024 tuy chỉ chiếm 0,74% tổng kim ngạch xuất khẩu các nhóm hàng dệt may sang khối các nước thành viên CPTPP nhưng tăng 90,53% so với 7 tháng năm 2023.

Tương tự, kim ngạch xuất khẩu trong tháng 7/2024 của nhóm hàng vỏ bọc các loại tăng 6,42% so với tháng 6/2024 và tăng 94,51% so với tháng 7/2023. Kim ngạch xuất khẩu nhóm vỏ bọc 7 tháng năm 2024 tuy chỉ chiếm 0,22% tổng kim ngạch xuất khẩu các nhóm hàng dệt may sang khối các nước thành viên CPTPP nhưng tăng đến 153,18% so với 7 tháng năm 2023.

Bảng 4: Nhập khẩu các nhóm hàng dệt may mã HS 61 của một số thị trường đối tác thành viên CPTPP nửa đầu năm 2024

Thị trường	Quý 1/2024 (nghìn USD)	Quý 2/2024 (nghìn USD)	Tỷ trọng của Việt Nam trong 6T/2024 (%)
Nhật Bản	2.762.424	2.382.176	19,22
Canada	1.268.611	1.287.096	13,76
Malaysia	306.821	190664	12,52
Úc	1.154.982	603.942	26,51
Chilê	358.945	266.920	2,84
Singapore	272.243	257.623	10,60
New Zealand	190.245	136935	5,57

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Trademap

Theo số liệu của Trademap, nhu cầu nhập khẩu các nhóm hàng dệt may mã HS 61 của Nhật Bản, Úc và Canada lớn nhất trong các thị trường thành viên CPTPP. Nhưng thống kê cho thấy, tỷ trọng (tính theo trị giá nhập khẩu) của dệt may Việt Nam trong cơ cấu các nguồn cung nhóm hàng mã HS61 của các thị trường trên không cao dù Việt Nam là nguồn cung lớn thứ hai hoặc thứ ba đối với những thị trường này. Kim ngạch nhập khẩu các nhóm hàng mã HS 61 từ Việt Nam của Nhật Bản nửa đầu năm 2024 chỉ chiếm từ 19,22% tổng kim ngạch nhập khẩu mã hàng từ tất cả các nguồn cung; thị phần của Việt Nam tại thị trường Canada chỉ chiếm 13,76%; và thị phần tại thị trường Úc chiếm 26,51%.

Tương tự đối với mã hàng dệt may mã HS 62, tuy là nguồn cung lớn thứ hai của hầu hết các thị trường trong khối thành viên hiệp định CPTPP nhưng thị phần hàng dệt may Việt Nam tại các thị trường này vẫn còn thấp hơn nhiều so với đối thủ cạnh tranh là Trung Quốc. Cụ thể, trị giá nhập khẩu mã hàng HS 62 từ Việt

Nam của Nhật Bản 6 tháng đầu năm 2024 chỉ chiếm 16,43% tổng trị giá nhập khẩu mã hàng của Nhật Bản từ các nguồn cung khối đối tác thành viên CPTPP; trị giá nhập khẩu mã hàng HS 62 của Canada từ Việt Nam cũng chỉ chiếm 15,54%; và thị phần của Việt Nam đối với mã hàng này tại Úc chỉ chiếm 8,57%.

Bảng 5: Nhập khẩu các nhóm hàng dệt may mã HS 62 của một số thị trường đối tác thành viên CPTPP nửa đầu năm 2024

Thị trường	Quý 1/2024 (nghìn USD)	Quý 2/2024 (nghìn USD)	Tỷ trọng của Việt Nam trong 6T/2024 (%)
Nhật Bản	2.825.626	2.446.789	16,43
Canada	1.189.209	1.148.247	15,54
Úc	964.161	787.953	8,57
Chilê	287.209	233.694	4,57
Singapore	283.551	259.811	7,63
Malaysia	130.141	153.950	10,46
New Zealand	156.121	121.861	8,11

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Trademap

Triển vọng và dự báo

Năm 2025 đang định hình là một năm đột phá trong thời trang, khi sở thích của người tiêu dùng định hướng ngành công nghiệp này theo hướng đổi mới và sáng tạo chưa từng có. Các xu hướng bán lẻ phản ánh mong muốn ngày càng tăng

về tính cá nhân, tính bền vững và sự tích hợp công nghệ, khi thời trang trở thành phương tiện thể hiện cá nhân.⁽¹⁾

Tiêu dùng hàng may mặc có trách nhiệm

Đến năm 2025, người tiêu dùng sẽ ngày càng đòi hỏi sự minh bạch và trách nhiệm giải trình từ các thương hiệu thời trang, mong đợi họ duy trì các hoạt động lao động công bằng, nguồn cung ứng bền vững, thời trang chậm và phương pháp sản xuất tích cực. Ngành công nghiệp thời trang từ lâu đã bị chỉ trích vì tác động tiêu cực đến người lao động và môi trường, và người tiêu dùng hiện đang sử dụng sức mua của mình để ủng hộ các thương hiệu phù hợp với các giá trị của họ.

Vải tái chế và tái sử dụng

Việc sử dụng vải tái chế và tái sử dụng đang ngày càng phát triển khi người tiêu dùng ngày càng có ý thức hơn về môi trường. Thời trang tuần hoàn, nhấn mạnh vào việc tái sử dụng và tái chế vải để giảm chất thải, là xu hướng chính trong năm 2025. Các thương hiệu tích cực sử dụng bông hữu cơ và các vật liệu bền vững khác để tạo ra những trang phục thời trang, thân thiện với môi trường. Các doanh nghiệp và nhà bán lẻ nên nắm bắt xu hướng này bằng cách làm nổi bật các sản phẩm được làm từ vật liệu tái chế và tái chế. Điều này không chỉ thu hút người tiêu dùng có ý thức về môi trường mà còn thể hiện cam kết về tính bền vững.

Thời trang không phân biệt giới tính

Thời trang không phân biệt giới tính đang ngày càng phát triển khi phá vỡ các ranh giới truyền thống và thách thức các chuẩn mực thông thường. Đến năm 2025, nhu cầu về trang phục vượt qua bản dạng giới tính truyền thống sẽ tiếp tục tăng, phản ánh sự thay đổi văn hóa rộng hơn hướng tới tính bao hàm và thể hiện bản thân. Người tiêu dùng ngày càng tìm kiếm thời trang cho phép họ thể hiện cá tính của mình mà không bị giới hạn bởi các chuẩn mực giới tính. Doanh nghiệp có thể tận dụng xu hướng này bằng cách cung cấp các sản phẩm đa năng, phi giới tính

¹ <https://www.purelondon.com/pure-london-blog/top-consumer-fashion-trends-2025>

và tạo ra các khu vực dành riêng cho cả nam và nữ tại cửa hàng trực tiếp và trực tuyến. Cách tiếp cận này thể hiện cam kết về tính bao hàm và thu hút nhiều đối tượng khách hàng khác nhau. Ngoài ra, tiếp thị bao hàm giới thiệu nhiều mẫu mã khác nhau và phản ánh nhiều bản dạng giới tính khác nhau là rất quan trọng để tạo được tiếng vang với người tiêu dùng ngày nay.

Mua sắm đồ cũ và đồ tiết kiệm

Sự phổ biến của việc mua sắm đồ cũ và đồ tiết kiệm sẽ đạt đến tầm cao mới vào năm 2025, do nhu cầu ngày càng tăng của người tiêu dùng đối với các lựa chọn thời trang bền vững và giá cả phải chăng. Sự phát triển của các nền tảng kỹ thuật số như Depop và Poshmark đã cách mạng hóa cách mọi người mua và bán các mặt hàng đã qua sử dụng, giúp việc tham gia vào nền kinh tế thời trang tuần hoàn trở nên dễ dàng hơn bao giờ hết. Khi nhận thức về các vấn đề môi trường tiếp tục tăng lên, ngày càng nhiều người tiêu dùng nhận ra giá trị của việc mua sắm đồ cũ như một cách để giảm thiểu chất thải và đưa ra quyết định mua hàng có ý thức hơn.

Vải thông minh và công nghệ mặc được

Vào năm 2025, vải thông minh và công nghệ mặc được sẽ kết hợp phong cách với chức năng. Những loại vải tiên tiến này có thể theo dõi các chỉ số sức khỏe, điều chỉnh nhiệt độ cơ thể và thậm chí sạc các thiết bị điện tử, mang đến sự tích hợp liền mạch của công nghệ vào trang phục hàng ngày.

Sự đổi mới này đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của người tiêu dùng đối với các sản phẩm không chỉ đẹp mà còn nâng cao phong cách sống của họ, giúp thời trang trở nên cá nhân hóa và thiết thực hơn. Hiện tại, thị trường vải thông minh được dự đoán sẽ tăng trưởng với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) là 10,85% trong giai đoạn dự báo 2024-2029.

Sức khỏe và thể chất là những lĩnh vực chính mà vải thông minh có thể mở rộng phân khúc. Với các cảm biến đặt trong quần áo, người mặc có thể theo dõi dữ

liệu sức khỏe quan trọng như nhịp tim và hoạt động của cơ, giúp họ tối ưu hóa hiệu suất và sức khỏe. Ngoài ra, vải điều chỉnh nhiệt độ mang lại sự thoải mái được cá nhân hóa, thích ứng với cả những thay đổi của cơ thể và môi trường, giảm nhu cầu mặc nhiều lớp quần áo và sắp xếp hợp lý tủ quần áo. Bằng cách cung cấp những sản phẩm tiên tiến này, doanh nghiệp có thể thu hút những người tiêu dùng am hiểu công nghệ đang tìm kiếm thời trang nâng cao cuộc sống hàng ngày của họ, định vị mình là người dẫn đầu trong bối cảnh công nghệ thời trang đang phát triển.

- ***Những yếu tố tác động tích cực đến xuất khẩu dệt may Việt Nam***

Việc các doanh nghiệp dệt may tiếp tục đầu tư vào các công nghệ mới sẽ cải thiện hiệu quả hoạt động của họ trong việc tìm nguồn cung ứng hàng may mặc. Hộ chiếu sản phẩm kỹ thuật số, thiết kế sản phẩm 3D, PLM, blockchain, AI tạo sinh và nhiều công cụ truy xuất nguồn gốc chuỗi cung ứng khác nhau là một trong số nhiều công nghệ mà các doanh nghiệp đang tích cực ứng dụng. Theo đó, tính minh bạch của chuỗi cung ứng sẽ được cải thiện, củng cố mối quan hệ với các nhà cung cấp chính, giảm thiểu chất thải dệt may, đẩy nhanh quá trình phát triển sản phẩm và đạt được lợi nhuận tài chính.

So sánh về lợi thế cạnh tranh của Việt Nam với Bangladesh, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam đang có lợi thế hơn nhờ vị trí địa lý, hệ thống cảng lớn, khả năng sản xuất đa dạng các sản phẩm giá trị cao như áo vest, áo khoác mùa đông, đồ bơi... với mẫu mã phong phú, giao hàng nhanh. Theo đó, các doanh nghiệp cần tiếp tục tập trung đẩy mạnh đầu tư công nghệ, tối ưu hóa quy trình sản xuất và cung ứng cũng như tham gia sâu vào chuỗi giá trị OBM (sản xuất dưới thương hiệu gốc) hoặc ODM (sản xuất theo thiết kế gốc) để tạo lợi thế cạnh tranh bền vững so với các nước khác.

Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, chỉ số sản xuất ngành dệt, may của Việt Nam tăng khá. Trong đó, chỉ số sản xuất ngành dệt tháng 7/2024 tăng 2,6% so với tháng 6/2024, tăng 10,7% so với tháng 7/2023 và 7 tháng năm 2024 tăng

12,4% so với cùng kỳ năm 2023. Chỉ số sản xuất ngành sản xuất trang phục tháng 7/2024 tăng 3,5% so với tháng 6/2024, tăng 9,8% so với tháng 7/2023 và 7 tháng năm 2024 tăng 6,2% so với cùng kỳ năm ngoái. Sản lượng sản xuất một số mặt hàng nguyên phụ liệu dệt và may phục vụ sản xuất hàng dệt may cũng tăng, có khả năng đáp ứng các đơn hàng cuối năm 2024 và đầu năm 2025.

Bảng 6: Sản lượng sản xuất một số mặt hàng nguyên phụ liệu ngành dệt và may mặc tháng 7 và 7 tháng năm 2024

Chủng loại	ĐVT	Tháng 7/2024	So T6/2024 (%)	So T7/2023 (%)	7T/2024	So với 7T/2023 (%)
Sợi tơ (filament) tổng hợp	Tấn	115.585	1,52	6,46	754.364	4,78
Sợi từ bông (staple) tổng hợp có tỷ trọng của loại bông này dưới 85%	Tấn	17.134	3,41	33,26	110.684	21,72
Sợi xe từ các loại sợi tự nhiên: bông, đay, lanh, xơ dừa, cói ...	Tấn	97.640	1,73	11,1	633.881	13,64
Vải dệt thoi khác từ sợi bông	Nghìn m ²	18.257	4,62	-34,49	113.077	35,78
Vải dệt thoi từ sợi bông có tỷ trọng bông từ 85% trở lên	Nghìn m ²	36.578	-3,91	11,33	246.226	19,19
Vải dệt thoi từ sợi tơ (filament) nhân tạo	Nghìn m ²	56.535	0,87	15,58	380.257	3,31
Vải dệt thoi từ sợi tơ (filament) tổng hợp	Nghìn m ²	21.442	2,46	-1,99	139.921	-1,65

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Tổng cục Thống kê

- Những yếu tố tác động tiêu cực đến xuất khẩu dệt may của Việt Nam

Chi phí nhân công tại các doanh nghiệp dệt may thường chiếm từ 30-50% tổng chi phí sản xuất nên việc tăng lương hiện nay sẽ phần nào ảnh hưởng đến chi

phí sản xuất chung. Bên cạnh đó, giá bán khó tăng cao do sự cạnh tranh của các nước đối thủ khi dự báo đồng tiền của Bangladesh, Indonesia và Mexico đều mất giá cao so với VND.

Ngoài ra, ngày càng nhiều thị trường nhập khẩu dệt may lớn đưa ra những quy định mới mang tính bắt buộc, liên quan tới thẩm định quyền con người và môi trường trong chuỗi cung ứng, quy định thiết kế sinh thái, sản phẩm tái chế, xử lý chất thải dệt may... Các yếu tố về xung đột địa - chính trị vẫn căng thẳng, có thể ảnh hưởng tiêu cực đến sự phục hồi và chuỗi cung ứng.