

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



BÀI VIẾT:

**“Ngành giày dép đối mặt thách thức gia tăng từ rào cản xanh
và yêu cầu chuỗi cung ứng”**

Thuộc nhiệm vụ:

**Truyền thông về các chính sách, giải pháp, hoạt động nhằm phát triển
xuất nhập khẩu và công tác hội nhập, tận dụng cam kết quốc tế
trên các bản tin và trang thông tin điện tử
của Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại.**

Hà Nội, tháng 9/2026

TÓM TẮT:

Bài viết: “Ngành giày dép đối mặt thách thức gia tăng từ rào cản xanh và yêu cầu chuỗi cung ứng”

Hiện nay, nhu cầu đối với các sản phẩm giày dép ứng dụng công nghệ đang gia tăng, thúc đẩy sự phát triển của giày thông minh với các tính năng như theo dõi vận động, định vị và giám sát sức khỏe, mở ra phân khúc tăng trưởng mới cho ngành giày dép. Tại Việt Nam, trong thời gian gần đây, chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ mới đang trở thành hướng đi quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành giày dép. Việc ứng dụng in 3D, robot hóa, AI và VR giúp doanh nghiệp tối ưu sản xuất, rút ngắn thời gian phát triển sản phẩm, đáp ứng nhanh xu hướng thời trang và nâng cao trải nghiệm khách hàng.

Theo số liệu thống kê từ Cục Hải quan Việt Nam, trong 8 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng giày dép của Việt Nam đạt 16,20 tỷ USD, tăng 0,74% so với cùng kỳ năm 2025. Tính riêng trong tháng 8/2026, kim ngạch xuất khẩu giày dép đạt 2,01 tỷ USD, giảm 9,74% so với tháng trước nhưng tăng 0,82% so với tháng 8/2025. Nhóm 5 thị trường xuất khẩu giày dép chủ lực của Việt Nam tiếp tục là Hoa Kỳ, Hà Lan, Trung Quốc, Bỉ và Nhật Bản, với tỷ trọng chiếm trên 60% tổng kim ngạch xuất khẩu.

Về thị trường: *Hoa Kỳ dẫn đầu các thị trường nhập khẩu mặt hàng giày dép của Việt Nam trong 8 tháng đầu năm 2026 và là động lực tăng trưởng quan trọng của ngành trong thời gian qua.* Theo đó, kim ngạch xuất khẩu giày dép sang Hoa Kỳ đạt 6,46 tỷ USD, tăng 6,46% so với cùng kỳ năm 2025; chiếm tỷ trọng 39,90% trong cơ cấu thị trường chung. Việc trở thành nhà cung cấp giày dép lớn nhất cho Hoa Kỳ đã góp phần khẳng định năng lực cạnh tranh ngày càng được cải thiện của doanh nghiệp Việt trong thời gian qua.

Xếp ở vị trí thứ hai là thị trường Hà Lan, với kim ngạch xuất khẩu đạt 1,24 tỷ USD, tăng 5,87%, chiếm tỷ trọng 7,67%. Mặc dù trong những tháng đầu năm 2026, nền kinh tế Hà Lan duy trì đà tăng trưởng ở mức tương đối khiêm tốn, song thương mại song phương giữa Việt Nam và Hà Lan vẫn ghi nhận những con số ấn tượng.

Bên cạnh các thị trường chủ lực, nhóm thị trường tại khu vực châu Mỹ như Chile, Canada, Peru cũng đang mở ra dư địa đáng kể cho xuất khẩu giày dép Việt Nam thông qua việc tận dụng có hiệu quả những ưu đãi từ các Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như CPTPP.

Về chủng loại: *Giày, dép thể thao, giày tennis, giày bóng rổ, giày thể dục, giày luyện tập và các loại tương tự (mã HS 640411) dẫn đầu các chủng loại xuất khẩu giày dép chủ lực của Việt Nam trong 8 tháng đầu năm 2026, trị giá 4,94 tỷ USD, giảm 1,75% so với cùng kỳ năm 2025, chiếm tỷ trọng 30,66%. Xếp ở vị trí thứ hai là mặt hàng Giày, dép khác có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng da thuộc (mã HS 640399), với kim ngạch đạt 3,51 tỷ USD, giảm 8,29%, thị phần đạt 21,77%. Ngoài ra, Việt Nam còn xuất khẩu nhiều chủng loại khác như Giày dép khác, có mũ và đế ngoài bằng cao su hoặc plastic (mã HS 640299); Giày dép khác, có đế ngoài bằng cao su hoặc plastic và mũ giày bằng vật liệu dệt (mã HS 640419); Giày, dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng da thuộc: Loại cổ cao quá mắt cá chân (mã HS 640391).*

Có nhiều yếu tố thuận lợi hỗ trợ việc xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang các thị trường, trong đó phải kể đến hệ thống các Hiệp định Thương mại tự do mà Việt Nam tham gia đang ngày càng mở rộng. Trong những năm qua, doanh nghiệp trong ngành đã tận dụng khá hiệu quả các FTA thế hệ mới, góp phần mở rộng phân khúc khách hàng và đẩy mạnh xuất khẩu đến các thị trường đối tác. Việc tham gia EVFTA, CPTPP, RCEP và các FTA song phương khác giúp giày dép Việt Nam được hưởng ưu đãi thuế quan, qua đó cải thiện khả năng cạnh tranh về giá và mở rộng năng lực tiếp cận những thị trường nhập khẩu lớn. Bên cạnh đó, qua nhiều năm hoàn thiện và phát triển, năng lực sản xuất cũng như vị thế của ngành giày dép Việt Nam trên thị trường quốc tế ngày càng được củng cố, tạo nền tảng thuận lợi để duy trì và mở rộng thị phần. Hiện nay, ngành cũng đang đẩy nhanh quá trình chuyển đổi xanh để đáp ứng yêu cầu khắt khe hơn về tính bền vững tại những thị trường lớn như EU hay Hoa Kỳ. Nhiều doanh nghiệp sản xuất đã tăng cường đầu tư vào công nghệ sạch, tự động hóa, chuyển đổi số và các loại vật liệu thân thiện với môi trường. Tuy nhiên, bên cạnh những thuận lợi, hạn chế về nguồn lực đầu tư

và khả năng xây dựng thương hiệu vẫn là một điểm nghẽn lớn đối với lộ trình nâng cao giá trị gia tăng của ngành giày dép Việt Nam. Mặc dù doanh nghiệp trong ngành đã cải thiện năng lực sản xuất và tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu, song nhiều doanh nghiệp vẫn chỉ tập trung vào khâu sản xuất, trong khi các công đoạn có giá trị gia tăng cao vẫn còn nhiều hạn chế.

Trong 8 tháng đầu năm 2026, xuất khẩu giày dép Việt Nam tăng trưởng song vẫn chịu sức ép từ một số thị trường lớn. Trong quý IV/2026, xuất khẩu được dự báo sẽ tiếp tục tăng nhờ yếu tố mùa vụ và sự phục hồi đơn hàng phục vụ mùa cao điểm mua sắm cuối năm. Trong dài hạn, doanh nghiệp Việt Nam có cơ hội thu hút thêm đầu tư và tham gia sâu hơn vào quá trình tái cấu trúc chuỗi cung ứng giày dép toàn cầu. Để tận dụng cơ hội, ngành cần chủ động nguyên phụ liệu, đổi mới công nghệ, phát triển nhân lực, tăng cường sản xuất xanh, truy xuất nguồn gốc và minh bạch chuỗi cung ứng, qua đó nâng cao giá trị gia tăng và chất lượng sản phẩm.

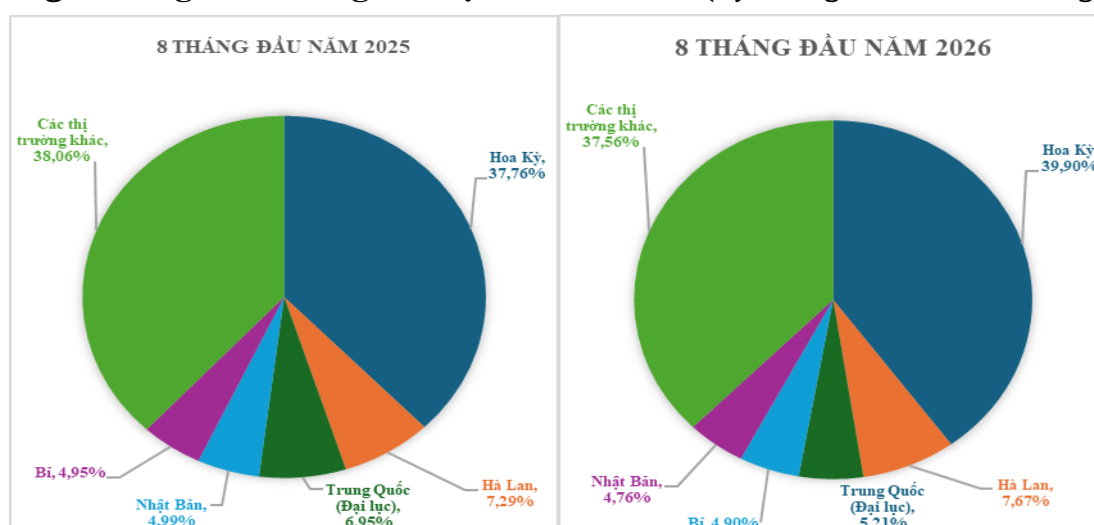
NỘI DUNG BÀI VIẾT:

Đánh giá tổng quan tình hình xuất khẩu giày dép trong 8 tháng đầu năm 2026

Trong những năm gần đây, nhu cầu đối với các sản phẩm ứng dụng công nghệ ngày càng tăng, thúc đẩy các nhà sản xuất phát triển giày thông minh với nhiều tính năng như theo dõi vận động, định vị và giám sát sức khỏe. Việc tích hợp công nghệ đang mở rộng phạm vi ứng dụng của sản phẩm, từ sử dụng hằng ngày đến tập luyện thể thao và chăm sóc sức khỏe, qua đó tạo thêm phân khúc mới cho thị trường giày dép. Tại Việt Nam, chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ mới đang trở thành hướng đi quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành giày dép. Các công nghệ như in 3D, robot hóa, trí tuệ nhân tạo (AI) và thực tế ảo (VR) có thể giúp doanh nghiệp tối ưu hóa sản xuất, rút ngắn thời gian phát triển sản phẩm, đáp ứng nhanh hơn các xu hướng thời trang và nâng cao trải nghiệm mua sắm.

Theo Cục Hải quan Việt Nam, 8 tháng đầu năm 2026, xuất khẩu giày dép của Việt Nam đạt 16,20 tỷ USD, tăng 0,74% so với cùng kỳ năm 2025. Riêng tháng 8/2026 đạt 2,01 tỷ USD, giảm 9,74% so với tháng trước nhưng tăng 0,82% so với cùng kỳ năm 2025. Cơ cấu thị trường xuất khẩu giai đoạn 2025–2026 nhìn chung ổn định, với 5 thị trường chủ lực chiếm trên 60% tổng kim ngạch. Đáng chú ý, tỷ trọng xuất khẩu sang Hoa Kỳ có xu hướng tăng, trong khi Trung Quốc và nhóm các thị trường khác thu hẹp.

Biểu đồ 3: Nhóm 5 thị trường xuất khẩu giày dép lớn nhất của Việt Nam trong 8 tháng đầu năm giai đoạn 2025 – 2026 (Tỷ trọng % tính theo trị giá)



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

Cơ cấu thị trường:

Hoa Kỳ trở thành thị trường xuất khẩu các mặt hàng giày dép lớn nhất của Việt Nam và là động lực tăng trưởng quan trọng của ngành trong thời gian qua. Trong tháng 8/2026, kim ngạch xuất khẩu giày dép sang thị trường này đạt 889,29 triệu USD, giảm 5,21% so với tháng 7 nhưng tăng 5,89% so với tháng 8/2025. Lũy kế 8 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu giày dép sang Hoa Kỳ đạt 6,46 tỷ USD, tăng 6,46% so với cùng kỳ năm 2025; chiếm tỷ trọng 39,90% trong cơ cấu thị trường chung.

Kết quả này cho thấy Hoa Kỳ tiếp tục là thị trường quan trọng đối với xuất khẩu giày dép của Việt Nam. Nhu cầu tại thị trường này được duy trì ổn định, tạo dư địa để doanh nghiệp Việt mở rộng thị phần khi phát huy lợi thế về năng lực sản xuất, chất lượng và khả năng đáp ứng yêu cầu của khách hàng. Đây là một trong những yếu tố hỗ trợ xuất khẩu giày dép duy trì tăng trưởng trong những tháng cuối năm.

Xếp thứ hai là thị trường Hà Lan, với kim ngạch xuất khẩu tháng 8/2026 đạt 142,74 triệu USD, giảm 7% so với tháng trước nhưng tăng 2,4% so với cùng kỳ năm 2025. Tính chung 8 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu sang Hà Lan đạt 1,24 tỷ USD, tăng 5,87%, chiếm 7,67% tổng kim ngạch xuất khẩu giày dép.

Mặc dù kinh tế Hà Lan tăng trưởng khá khiêm tốn, với GDP quý I và quý II/2026 lần lượt tăng 0,2% và 0,4% so với quý trước, tiêu dùng, đầu tư và xuất khẩu vẫn ghi nhận những tín hiệu tích cực. Trong quan hệ thương mại Việt Nam – Hà Lan, giày dép cùng một số ngành hàng như điện tử, dệt may, dụng cụ thể thao và rau quả tiếp tục đóng góp đáng kể. Xu hướng này cho thấy dư địa xuất khẩu còn được hỗ trợ khi các nhà nhập khẩu châu Âu tiếp tục đa dạng hóa nguồn cung.

Tuy nhiên, thách thức đối với hàng hóa Việt Nam tại Hà Lan và EU đang chuyển dần từ vấn đề thuế quan sang các yêu cầu về phát triển bền vững và minh bạch chuỗi cung ứng. Các tiêu chuẩn về truy xuất nguồn gốc, phát thải carbon, điều kiện lao động và kinh tế tuần hoàn ngày càng được chú trọng. Do đó, doanh nghiệp giày dép Việt Nam cần chủ động nâng cao năng lực đáp ứng các tiêu chuẩn xanh, minh bạch chuỗi cung ứng để duy trì khả năng cạnh tranh tại thị trường EU.

Trung Quốc xếp ở vị trí thứ ba, với kim ngạch xuất khẩu trong tháng 8/2026 đạt 123,98 triệu USD, tăng 16,67% so với tháng trước nhưng giảm đáng kể 27,22% so với tháng 8/2025. Lũy kế 8 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu giày dép sang Trung Quốc giảm 24,45% so với cùng kỳ năm 2025, kim ngạch đạt 844,08 triệu USD – đây cũng là thị trường duy nhất trong top 3 thị trường lớn nhất ghi nhận mức giảm. Tương tự, xuất khẩu giày dép sang một số thị trường thuộc châu Á trong 8 tháng đầu năm 2026 đều giảm, điển hình như Nhật Bản, với kim ngạch đạt 771,81 triệu USD, giảm 3,89%; Đài Loan (Trung Quốc), với kim ngạch đạt 90,87 triệu USD, giảm 11,98%; Thái Lan, với kim ngạch đạt 78,82 triệu USD, giảm 2,44%.

Bên cạnh các thị trường chủ lực, nhóm thị trường tại khu vực châu Mỹ như Chile, Canada, Peru cũng đang mở ra dư địa đáng kể cho xuất khẩu giày dép Việt Nam. Cụ thể, trong 8 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang Canada đạt 435,16 triệu USD, tăng 4,95% so với cùng kỳ năm trước; sang Chile đạt 108,16 triệu USD, giảm 6,28%; và sang Peru đạt 64,71 triệu USD, tăng 0,98%. Việc cả ba thị trường đều tham gia Hiệp định CPTPP tạo điều kiện thuận lợi về tiếp cận thị trường và ưu đãi thuế quan, đồng thời mở ra cơ hội để doanh nghiệp đa dạng hóa thị trường xuất khẩu ngoài các thị trường truyền thống. Tuy nhiên, để khai thác tốt hơn các thị trường này, doanh nghiệp vẫn cần chú trọng đáp ứng quy tắc xuất xứ, nâng cao chất lượng, đa dạng hóa sản phẩm và thúc đẩy quan hệ song phương với các nhà nhập khẩu.

Đáng chú ý, xuất khẩu giày dép sang thị trường Armenia ghi nhận mức tăng trưởng mạnh nhất so với các thị trường khác so với 8 tháng đầu năm 2025, với kim ngạch đạt 534 nghìn USD, tăng 183,52%. Ở chiều ngược lại, Iceland là thị trường ghi nhận mức sụt giảm mạnh nhất trong 8 tháng đầu năm 2026, cụ thể kim ngạch đạt 152 nghìn USD, giảm 60,87%; cả hai thị trường này đều chiếm tỷ trọng không đáng kể trong tổng kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam.

Bảng 1: Xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang các thị trường trong tháng 8/2026 và 8 tháng đầu năm 2026

Thị trường	Tháng 8/2026 (nghìn USD)	So với tháng 7/2026 (%)	So với tháng 8/2025 (%)	8 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với cùng kỳ năm 2025 (%)	Tỷ trọng 8 tháng năm 2026 (%)
<i>Tổng KNXK</i>	2.013.074	-9,74	0,82	16.202.261	0,74	100,00
Hoa Kỳ	889.293	-5,21	5,89	6.464.885	6,46	39,90
Hà Lan	142.738	-7	2,4	1.242.095	5,87	7,67
Trung Quốc	123.982	16,67	-27,22	844.079	-24,45	5,21
Bỉ	88.923	-18	23,23	793.908	-0,26	4,90
Nhật Bản	87.180	-29,41	-8,31	771.810	-3,89	4,76
Anh	89.463	-10,78	20,63	669.360	-6,38	4,13
Pháp	49.545	-15,82	12,79	464.557	9,17	2,87
Đức	47.542	0,64	16,68	453.858	-5,16	2,80
Mexico	52.725	-30,45	-9,38	448.211	-6,98	2,77
Canada	44.683	-29,92	2,06	435.163	4,95	2,69
Hàn Quốc	51.832	-6,48	-11,03	431.216	-0,89	2,66
Tây Ban Nha	46.233	-19,11	17,45	377.218	5,75	2,33
Italia	32.419	-28,27	-27,47	375.428	2,75	2,32
Australia	31.420	-16,94	-18,5	269.094	-8,37	1,66
Braxin	17.867	-11,07	-17,34	155.345	-0,98	0,96
UAE	11.249	-10,96	-25,4	125.489	-19,98	0,77
Ấn Độ	13.588	-18,52	-0,35	121.964	86,55	0,75
Chilê	13.485	-9,7	-9,09	108.161	-6,28	0,67
Panama	11.124	-34,1	9,71	103.135	6,87	0,64
Indonesia	10.924	-13,29	3,34	97.031	8,67	0,60
Đài Loan	15.636	64,8	16,72	90.869	-11,98	0,56
Nam Phi	12.936	9,49	45,81	83.867	5,52	0,52
Thái Lan	9.939	-4,94	-1,14	78.822	-2,44	0,49

Thị trường	Tháng 8/2026 (nghìn USD)	So với tháng 7/2026 (%)	So với tháng 8/2025 (%)	8 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với cùng kỳ năm 2025 (%)	Tỷ trọng 8 tháng năm 2026 (%)
Singapore	7.905	-7,77	5,55	76.489	1,54	0,47
Malayxia	10.263	15,83	6,41	74.765	1,74	0,46
Philippin	8.760	15,68	-21,7	72.602	-6,06	0,45
Hồng Kông	8.588	-19,55	4,06	71.247	-5,48	0,44
Thổ Nhĩ Kỳ	6.349	26,32	-13,01	69.825	-17,77	0,43
Ba Lan	6.837	-22,66	60,53	68.756	5,47	0,42
Áchentina	9.341	54,94	-41,89	67.156	-45,15	0,41
Pêru	9.577	12,91	-5,06	64.711	0,98	0,40
Cộng hoà Séc	3.886	-64,42	68,41	61.290	6,89	0,38
Thụy Điển	3.161	-27,06	10,21	57.865	13,79	0,36
Israen	2.869	-35,26	16,04	47.394	-6,02	0,29
Lúcxămbua	4.613	-11,61	-17,3	44.504	46,25	0,27
Côlômbia	4.185	32,1	-0,15	33.772	23,88	0,21
New Zealand	3.886	-7,99	8,43	30.716	-8,12	0,19
Hy Lạp	949	-77,46	66,74	19.489	4,5	0,12
Đan Mạch	1.579	-18,42	50,71	19.141	14,18	0,12
Thụy Sĩ	1.822	62,84	19,94	15.805	9,24	0,10
Nauy	463	-78,16	-48,3	14.918	5,03	0,09
Áo	1.757	188,06	3,36	14.160	-10,81	0,09
Ucraina	1.042	-37,86	140,71	13.649	-7,65	0,08
Nga	929	-66,44	-69,44	10.050	-35	0,06
Rumani	726	-34,81	80,82	8.965	-19,47	0,06
Xiôvakia	309	-73,98	-13,41	5.952	-23,62	0,04
Cadăcxtan	152	-20,72	-52,42	4.279	-12,17	0,03
Phân Lan	198	-34,6	-58,8	4.025	-12,8	0,02
Bồ Đào Nha	18	-80,72	-90,08	2.117	-25,37	0,01

Thị trường	Tháng 8/2026 (nghìn USD)	So với tháng 7/2026 (%)	So với tháng 8/2025 (%)	8 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với cùng kỳ năm 2025 (%)	Tỷ trọng 8 tháng năm 2026 (%)
Hungary	66	-37,74		1.159	46,28	0,01
Acmenia	0		-100	534	183,52	0,00
Síp	0	-100	-100	351	-58,35	0,00
Iceland	0			152	-60,87	0,00

Nguồn: Tính toán từ số liệu thống kê của Cục Hải quan

Cơ cấu chủng loại mặt hàng giày dép của Việt Nam:

Theo thống kê sơ bộ từ số liệu của Cục Hải quan Việt Nam, nhóm “*Giày, dép thể thao, giày tennis, giày bóng rổ, giày thể dục, giày luyện tập và các loại tương tự*” chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu các chủng loại giày dép xuất khẩu của Việt Nam trong 8 tháng đầu năm 2026, kim ngạch đạt 4,94 tỷ USD, giảm 1,75% so với cùng kỳ năm 2025, chiếm tỷ trọng 30,66%. Tính riêng trong tháng 8/2026, xuất khẩu mặt hàng này ghi nhận mức giảm so với tháng trước là 8,79% và giảm so với tháng 8/2025 là 1,88%, với kim ngạch đạt 567,15 triệu USD.

Xếp ở vị trí thứ hai là nhóm “*Giày, dép khác có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng da thuộc*”, với kim ngạch xuất khẩu trong 8 tháng đầu năm 2026 đạt 3,51 tỷ USD, giảm 8,29% so với 8 tháng đầu năm 2025, thị phần đạt 21,77%. Tính riêng trong tháng 8/2026, kim ngạch xuất khẩu “*Giày, dép khác có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng da thuộc*” đạt 431,10 triệu USD, giảm 12,24% so với tháng 7 và giảm 11,87% so với tháng 8/2025.

Ngoài ra, Việt Nam còn xuất khẩu nhiều chủng loại giày dép khác như Giày dép khác, có mũ và đế ngoài bằng cao su hoặc plastic; Giày dép khác, có đế ngoài bằng cao su hoặc plastic và mũ giày bằng vật liệu dệt; Giày, dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng da thuộc, với kim ngạch lần lượt đạt 2,77 tỷ USD, 2,50 tỷ USD và 1,10 tỷ USD.

**Bảng 2: Một số nhóm chủng loại xuất khẩu giày dép chủ lực của Việt Nam
sang các thị trường trong tháng 8/2026 và 8 tháng đầu năm 2026**

Tên hàng	Tháng 8/2026 (nghìn USD)	So với tháng 7/2026 (%)	So với tháng 8/2025 (%)	8 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với cùng kỳ năm 2025 (%)	Tỷ trọng 8 tháng năm 2026 (%)
<i>Tổng KNXK</i>	2.013.074	-9,74	0,82	16.202.261	0,74	100,00
Giày, dép thể thao, giày tennis, giày bóng rổ, giày thể dục, giày luyện tập và các loại tương tự	567.145	-8,79	-1,88	4.939.755	-1,75	30,66
Giày, dép khác có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng da thuộc	431.098	-12,24	-11,87	3.508.019	-8,29	21,77
Giày dép khác, có mũ và đế ngoài bằng cao su hoặc plastic	328.748	-3,99	1,21	2.772.016	2,60	17,21
Giày dép khác, có đế ngoài bằng cao su hoặc plastic và mũ giày bằng vật liệu dệt	303.767	-9,12	-2,10	2.497.550	0,26	15,50
Giày, dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng da thuộc: Loại cổ cao quá mắt cá chân	194.718	-15,93	31,49	1.104.013	15,31	6,85
Các loại giày, dép khác có đế ngoài và mũ giày bằng cao su hoặc plastic: Loại khác	47.903	-17,87	46,83	473.321	23,95	2,94
Các loại giày, dép khác có đế ngoài và mũ giày bằng cao su hoặc plastic: Giày cổ cao quá mắt cá chân	44.361	-9,91	42,78	233.236	20,02	1,45
Giày, dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng da thuộc: Loại khác	19.309	-6,75	94,49	153.619	79,60	0,95
Giày, dép có đế ngoài bằng	6.212	-12,54	-11,73	55.479	-4,07	0,34

Tên hàng	Tháng 8/2026 (nghìn USD)	So với tháng 7/2026 (%)	So với tháng 8/2025 (%)	8 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với cùng kỳ năm 2025 (%)	Tỷ trọng 8 tháng năm 2026 (%)
cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng da thuộc: Giày, dép khác có mũi gắn kim loại bảo vệ						
Giày ống trượt tuyết, giày trượt tuyết việt dã và giày ống gắn ván trượt	10.709	-15,84	40,53	47.336	14,87	0,29
Giày dép khác có đế ngoài và mũ giày bằng da thuộc	5.322	44,71	2,78	29.965	-4,62	0,19
Giày dép có đế ngoài và mũ giày bằng da thuộc, che mắt cá chân	2.430	-25,34	99,78	15.608	10,43	0,10
Giày dép có đai hoặc dây gắn mũi giày với đế bằng chốt cài	868	1,40	6,67	13.772	48,25	0,09
Giày dép có mũ giày bằng vật liệu dệt, loại khác	3.268	31,52	-49,96	12.132	-44,09	0,08

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

Một số yếu tố tác động đến hoạt động xuất khẩu giày dép của Việt Nam

(1) Yếu tố thuận lợi

Thứ nhất, hệ thống các FTA ngày càng mở rộng, tạo lợi thế cho xuất khẩu giày dép. Việt Nam hiện tham gia nhiều FTA thế hệ mới như EVFTA, CPTPP, RCEP và các FTA song phương, giúp sản phẩm giày dép được hưởng ưu đãi thuế quan, nâng cao khả năng cạnh tranh và mở rộng tiếp cận các thị trường lớn. Đáng chú ý, EVFTA tạo lợi thế tại EU thông qua lộ trình xóa bỏ thuế quan đối với giày dép Việt Nam, trong khi CPTPP với các quy tắc xuất xứ tương đối linh hoạt tạo điều kiện để doanh nghiệp tận dụng ưu đãi thuế quan.

Doanh nghiệp trong ngành hiện đang khai thác khá hiệu quả các FTA để mở rộng khách hàng và thị trường xuất khẩu. Những kết quả đạt được tiếp tục củng cố vị thế của Việt Nam trong nhóm các quốc gia sản xuất và xuất khẩu giày dép lớn trên thế giới.

Thứ hai, năng lực sản xuất và vị thế trong chuỗi cung ứng toàn cầu tiếp tục được củng cố. Việt Nam đã hình thành ngành sản xuất giày dép quy mô lớn, có kinh nghiệm hợp tác với các thương hiệu quốc tế và khả năng đáp ứng những đơn hàng lớn. Các doanh nghiệp cũng từng bước nâng cao khả năng chủ động nguyên phụ liệu, phát triển công nghiệp hỗ trợ, chuyển từ gia công thuần túy sang thiết kế và phát triển sản phẩm.

Bên cạnh đó, quá trình chuyển đổi xanh và ứng dụng công nghệ đang được đẩy mạnh nhằm đáp ứng các yêu cầu ngày càng cao của thị trường, đặc biệt tại EU. Đầu tư vào công nghệ sạch, tự động hóa, chuyển đổi số và vật liệu thân thiện với môi trường sẽ góp phần nâng cao năng suất, chất lượng và khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn về phát triển bền vững, truy xuất nguồn gốc và Hộ chiếu kỹ thuật số cho sản phẩm (DPP).

(2) Yếu tố khó khăn

Hạn chế về nguồn lực đầu tư và khả năng nâng cao giá trị gia tăng vẫn là điểm nghẽn của ngành. Nhiều doanh nghiệp còn tập trung chủ yếu vào khâu sản xuất, trong khi các công đoạn có giá trị gia tăng cao như thiết kế, phát triển thương hiệu, marketing và phân phối còn hạn chế. Trong khi đó, cạnh tranh quốc tế ngày càng chuyển từ lợi thế chi phí sang chất lượng, tính linh hoạt, công nghệ và khả năng phát triển sản phẩm.

Xu hướng tự động hóa, AI, thiết kế số và sản xuất linh hoạt đặt ra nhu cầu đầu tư lớn, nhưng khả năng huy động nguồn lực không đồng đều giữa các doanh nghiệp. Điều này có thể làm gia tăng khoảng cách về năng suất, chất lượng và khả năng đáp ứng yêu cầu của các thương hiệu quốc tế, khiến một bộ phận doanh nghiệp tiếp tục phụ thuộc vào các đơn hàng gia công có giá trị gia tăng thấp.

Triển vọng

Với kết quả xuất khẩu trong 8 tháng đầu năm 2026, ngành giày dép Việt Nam vẫn duy trì tăng trưởng, dù chịu áp lực từ sự suy giảm tại một số thị trường lớn. Cơ cấu thị trường có xu hướng tăng vai trò của Hoa Kỳ, trong khi nhóm sản phẩm chủ lực tiếp tục giữ vị trí quan trọng. Trong những tháng cuối năm, xuất khẩu được kỳ

vọng tiếp tục tăng nhẹ nhờ yếu tố mùa vụ và nhu cầu phục vụ mùa cao điểm cuối năm, cùng với tín hiệu phục hồi đơn hàng từ quý II.

Hoạt động xúc tiến thương mại cũng đang chuyển theo hướng tăng cường kết nối trực tiếp giữa doanh nghiệp và nhà mua hàng quốc tế thông qua hội chợ, triển lãm kết hợp hội thảo, kết nối giao thương và khảo sát thực tế. Cách tiếp cận này giúp doanh nghiệp giới thiệu trực tiếp năng lực sản xuất, công nghệ và khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn về chất lượng, môi trường, đồng thời mở rộng cơ hội tìm kiếm đơn hàng và đối tác mới.

Với vị thế là một trong những trung tâm sản xuất và xuất khẩu giày dép lớn của thế giới, Việt Nam có cơ hội thu hút thêm đầu tư và tham gia sâu hơn vào quá trình tái cấu trúc chuỗi cung ứng toàn cầu. Tuy nhiên, để tận dụng tốt cơ hội này, ngành cần tiếp tục nâng cao năng lực nội tại, đặc biệt về chủ động nguyên phụ liệu, đổi mới công nghệ, phát triển nhân lực, sản xuất xanh, truy xuất nguồn gốc và minh bạch chuỗi cung ứng. Đây sẽ là những yếu tố quan trọng để nâng cao giá trị gia tăng và vị thế của doanh nghiệp Việt Nam trong chuỗi giá trị giày dép toàn cầu.