

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

**Nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tạo dẫn nhịp tăng trưởng thương mại
Việt Nam – Anh**

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, 2026

Nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tạo dẫn nhịp tăng trưởng thương mại Việt Nam – Anh

Quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Vương quốc Anh tiếp tục duy trì đà tăng trưởng tích cực với cán cân thương mại nghiêng đáng kể về phía Việt Nam.

Theo số liệu của Cục Hải quan Việt Nam, trong tháng 8/2026, Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Vương quốc Anh 1,12 tỷ USD, tăng 27,24% so với tháng 7 và tăng tới 40,53% so với cùng kỳ năm 2025. Trong khi đó, nhập khẩu từ Anh đạt khoảng 86,9 triệu USD, giảm 3,97% so với tháng trước nhưng vẫn tăng 4,79% so với tháng 8/2025. Qua đó, Việt Nam xuất siêu khoảng 1,03 tỷ USD trong tháng. Tính chung 8 tháng đầu năm 2026, xuất khẩu sang Anh đạt 6,505 tỷ USD, trong khi nhập khẩu chỉ đạt 686 triệu USD, đưa tổng kim ngạch thương mại hai chiều lên khoảng 7,19 tỷ USD và Việt Nam xuất siêu khoảng 5,82 tỷ USD.

Về vị thế thị trường, Anh hiện là thị trường xuất khẩu lớn thứ 10 của Việt Nam trên thế giới và thứ 3 tại châu Âu, với kim ngạch 6,51 tỷ USD trong 8 tháng, chiếm 1,74% tổng xuất khẩu của Việt Nam. Tuy nhiên, quy mô này vẫn còn khoảng cách khá xa so với các thị trường xuất khẩu lớn nhất như Hoa Kỳ và Trung Quốc. Trong bối cảnh tổng xuất khẩu của Việt Nam 8 tháng đạt 374,84 tỷ USD, tăng 22,44%, xuất khẩu sang Anh tăng 18,8%, cho thấy thị trường này đang duy trì tốc độ tăng tương đối tích cực và tiếp tục có ý nghĩa trong chiến lược đa dạng hóa thị trường xuất khẩu.

Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu sang Anh cho thấy chủ yếu tập trung vào các mặt hàng của nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tạo. Trong 8 tháng đầu năm 2026, 10 nhóm hàng xuất khẩu lớn nhất đạt khoảng 5,73 tỷ USD, tương đương 88,1% tổng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này. Đứng đầu là máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, đạt gần 1,50 tỷ USD, chiếm 22,99% và tăng tới 117,03% so với cùng kỳ. Riêng tháng 8, nhóm hàng này đạt 317,6 triệu USD, tăng 55,17% so với tháng 7 và 118,44% so với cùng kỳ. Điện thoại và linh kiện đứng thứ hai với 932,86 triệu USD, dù giảm 3,56% so với cùng kỳ. Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng đứng thứ ba, đạt 703,04 triệu USD.

Bên cạnh đó, các ngành hàng truyền thống như giày dép và dệt may tiếp tục giữ vai trò quan trọng, với kim ngạch lần lượt đạt 669,30 triệu USD và 623,64 triệu USD. Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận ghi nhận mức tăng mạnh 69,94%; gỗ và sản phẩm gỗ tăng 10,53%. Trong khi đó, một số mặt hàng có dấu hiệu giảm như giày dép, cà phê và điện thoại, cho thấy cơ cấu xuất khẩu sang Anh đang có sự phân hóa giữa các nhóm hàng.

Ở chiều ngược lại, vai trò của Anh trong cơ cấu nhập khẩu của Việt Nam còn khá khiêm tốn. Trong 8 tháng, nhập khẩu từ Anh đạt 686,43 triệu USD, chỉ chiếm 0,17% tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam và đứng thứ 30 trong các đối tác nhập khẩu. Nhóm hàng nhập khẩu lớn nhất là máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng, đạt 210,8 triệu USD, chiếm 30,71% và tăng 9,9% so với cùng kỳ. Dược phẩm đứng tiếp theo với 61,36 triệu USD, tăng 9,7%. Đáng chú ý, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện tăng tới 126,29% trong 8 tháng; trong khi phương tiện vận tải khác và phụ tùng giảm 50,43%.

Đáng chú ý, số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) cho thấy trong 7 tháng đầu năm 2026, tổng nhập khẩu hàng hóa của Anh từ thế giới đạt 620,21 tỷ USD, tăng 15,46%. Việt Nam cung ứng 8,46 tỷ USD hàng hóa, tăng 20,46%, nâng thị phần từ 1,31% lên 1,36% và đứng thứ 20 trong các nguồn cung của Anh. Tuy nhiên, Việt Nam vẫn còn khoảng cách đáng kể với các nhà cung cấp lớn như Hoa Kỳ, Trung Quốc và Đức...

Thương mại Việt Nam – Anh đang có nền tảng tăng trưởng khá rõ, nhưng dư địa mở rộng vẫn còn lớn. Việt Nam có thể tiếp tục phát huy lợi thế ở các nhóm hàng điện tử, máy móc, dệt may, giày dép, đồ gỗ, nông sản và thực phẩm, đồng thời nâng cao giá trị gia tăng, chất lượng và khả năng đáp ứng các yêu cầu của thị trường Anh.

NỘI DUNG CHI TIẾT

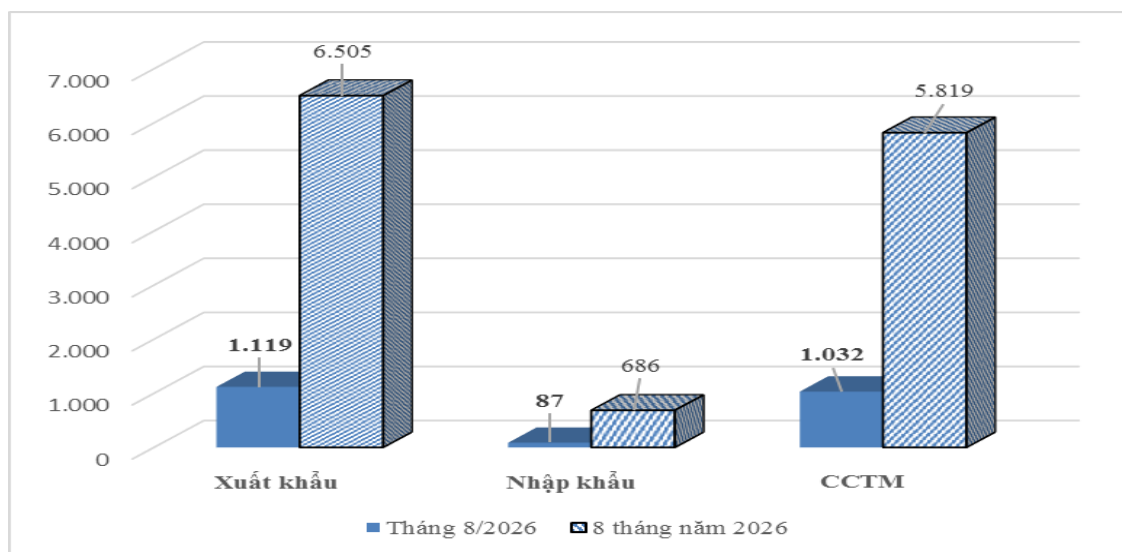
Tổng quan về quan hệ thương mại Việt Nam – Anh

Theo số liệu của Cục Hải quan, trong tháng 8/2026, xuất khẩu sang Anh tiếp tục diễn biến tích cực, với kim ngạch đạt 1,12 tỷ USD, tăng 27,24% so với tháng 7/2026 và tăng 40,53% so với tháng 8/2025. Trong khi đó, nhập khẩu từ Anh đạt khoảng 86,9 triệu USD, giảm 3,97% so với tháng 7 nhưng vẫn tăng 4,79% so với cùng kỳ năm trước, đưa xuất siêu đạt 1,03 tỷ USD, tăng 30,83% so với tháng 7/2026 và tăng 44,69% so với tháng 8/2025.

Tính chung 8 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Anh đạt 6,505 tỷ USD, trong khi nhập khẩu từ thị trường này đạt khoảng 686 triệu USD, đưa tổng kim ngạch thương mại hai chiều lên khoảng 7,19 tỷ USD.

Với kết quả này, Việt Nam xuất siêu sang Anh 5,82 tỷ USD, tăng 20,10% so với cùng kỳ năm 2025.

Biểu đồ 1: Tình hình thương mại giữa Việt Nam – Anh trong tháng 8 và 8 tháng đầu năm 2026. (ĐVT: Triệu USD)



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

- Đối với xuất khẩu

Theo số liệu của Cục Hải quan Việt Nam, hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tiếp tục duy trì đà tăng trưởng trong tháng 8 và 8 tháng đầu năm 2026.

Kim ngạch xuất khẩu tháng 8/2026 đạt 54,79 tỷ USD, tăng 3,2% so với tháng 7 và tăng 26,01% so với cùng kỳ năm 2025. Tính chung 8 tháng đầu năm, xuất khẩu hàng hóa đạt 374,84 tỷ USD, tăng 22,44% so với cùng kỳ năm trước, cho thấy quy mô xuất khẩu tiếp tục được mở rộng trong bối cảnh thương mại quốc tế còn nhiều biến động.

Trong bối cảnh chung đó, xuất khẩu sang Vương quốc Anh cũng ghi nhận tốc độ tăng trưởng tích cực. Trong 8 tháng năm 2026, Việt Nam xuất khẩu sang Anh 6,51 tỷ USD, tăng 18,8% so với cùng kỳ năm trước; riêng tháng 8 đạt 1,12 tỷ USD, tăng 27,24% so với tháng 7/2026 và tăng 40,53% so với tháng 8/2025. Tuy nhiên, tốc độ tăng xuất khẩu sang Anh trong 8 tháng vẫn thấp hơn mức tăng chung 22,44% của tổng kim ngạch xuất khẩu Việt Nam.

Xét về vị thế trong các thị trường xuất khẩu chủ yếu, Anh hiện đứng thứ 10 trong các thị trường xuất khẩu của Việt Nam với kim ngạch đạt 6,51 tỷ USD, chiếm khoảng 1,74% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Tại châu Âu, Anh đứng thứ 3 về thị trường xuất khẩu của Việt Nam trong 8 tháng đầu năm 2026. Mặc dù quy mô chưa thuộc nhóm các thị trường xuất khẩu lớn nhất, Anh vẫn là thị trường đáng chú ý đối với hàng hóa Việt Nam, đặc biệt trong định hướng đa dạng hóa thị trường xuất khẩu.

So với hai thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam là Hoa Kỳ và Trung Quốc, quy mô xuất khẩu sang Anh vẫn còn khoảng cách đáng kể. Trong 8 tháng năm 2026, Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ 122,02 tỷ USD, đứng đầu trong các thị trường xuất khẩu chủ lực; xuất khẩu sang Trung Quốc đạt 54,20 tỷ USD, đứng thứ hai. Kim ngạch xuất khẩu sang Hoa Kỳ cao gấp khoảng 18,8 lần và sang Trung Quốc cao gấp khoảng 8,3 lần so với thị trường Anh.

Dù chưa thể so sánh về quy mô với Hoa Kỳ và Trung Quốc, thị trường Anh vẫn có dư địa để Việt Nam tiếp tục mở rộng xuất khẩu, nhất là trong bối cảnh quan hệ thương mại song phương được hỗ trợ bởi Hiệp định UKVFTA và xu hướng đa dạng hóa thị trường xuất khẩu.

Bảng 1: Xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam ra thế giới và vị thế của Anh trong các đối tác xuất khẩu

Tên 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 8 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
						8 tháng năm 2026	8 tháng năm 2025
Tổng	54.794.764	3,2	26,01	374.836.706	22,44	100	100
Hoa Kỳ	17.351.789	-5,67	24,72	122.024.266	23,23	32,55	32,34
Trung Quốc	8.586.208	12,02	22,13	54.203.478	29,36	14,46	13,69
Hàn Quốc	3.199.814	0,02	21,9	22.258.568	16,96	5,94	6,22
Nhật Bản	2.829.081	-1,04	20,05	20.455.457	17,04	5,46	5,71
Hồng Kông	2.632.196	38,73	50,97	15.426.373	38,23	4,12	3,65
Hà Lan	1.493.443	-5,49	24,55	10.910.489	26,15	2,91	2,83
Ấn Độ	1.072.576	4,72	13,45	8.051.546	16,86	2,15	2,25
Đức	1.155.061	-1,02	63,83	8.017.714	29,26	2,14	2,03
Thái Lan	917.971	3,24	24,22	7.435.695	32,8	1,98	1,83
Anh	1.118.950	27,24	40,53	6.505.490	18,8	1,74	1,79

Nguồn: Tính toán từ số liệu Hải quan Việt Nam

Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang Vương quốc Anh trong 8 tháng đầu năm 2026 cho thấy mức độ tập trung khá cao vào nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tạo, trong đó nổi bật nhất là máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; điện thoại và linh kiện; máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng; giày dép; và hàng dệt may. Trong 10 nhóm hàng xuất khẩu lớn nhất, tổng kim ngạch đạt khoảng 5,73 tỷ USD, tương đương 88,1% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Anh trong 8 tháng (đạt 6,51 tỷ USD). Số liệu cho thấy hoạt động xuất khẩu sang thị trường Anh hiện được dẫn dắt chủ yếu bởi một số ngành hàng có năng lực sản xuất quy mô lớn và mức độ tham gia sâu vào chuỗi cung ứng toàn cầu.

Đứng đầu là nhóm máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, đạt gần 1,50 tỷ USD, chiếm 22,99% tổng kim ngạch xuất khẩu sang Anh, đồng thời tăng rất mạnh 117,03% so với cùng kỳ năm 2025. Đây là nhóm hàng có quy mô lớn nhất và cũng là một trong những động lực quan trọng nhất thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu sang thị trường Anh trong năm nay. Đáng chú ý, riêng tháng 8/2026, kim

ngạch nhóm hàng này đạt 317,6 triệu USD, tăng tới 55,17% so với tháng 7 và 118,44% so với tháng 8/2025, cho thấy đà tăng đang diễn ra khá rõ nét.

Điện thoại các loại và linh kiện đứng thứ hai với 932,86 triệu USD, chiếm tỷ trọng 14,34%, mặc dù kim ngạch 8 tháng giảm 3,56% so với cùng kỳ. Hai nhóm điện tử này cộng lại đạt khoảng 2,43 tỷ USD, tương đương hơn 37% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang Anh, qua đó cho thấy thị trường Anh đang hấp thụ đáng kể các sản phẩm công nghệ và điện tử của Việt Nam.

Xếp thứ ba là máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác, đạt 703,04 triệu USD, chiếm 10,81% tỷ trọng, tăng nhẹ 0,65% so với cùng kỳ năm trước. Tiếp đến là giày dép các loại, đạt 669,30 triệu USD, chiếm 10,29%, song giảm 6,38% so với cùng kỳ. Hàng dệt, may cũng duy trì vị trí quan trọng với 623,64 triệu USD, chiếm 9,59% tỷ trọng, tăng 3,97% so với cùng kỳ. Như vậy, nếu tính riêng 5 nhóm hàng đứng đầu, tổng kim ngạch đã đạt khoảng 4,42 tỷ USD, tương đương gần 68% tổng xuất khẩu sang Anh.

Cơ cấu này cho thấy bên cạnh nhóm điện tử, các ngành hàng truyền thống có thế mạnh của Việt Nam như giày dép, dệt may và sản xuất máy móc tiếp tục đóng vai trò trụ cột trong quan hệ thương mại hàng hóa với Vương quốc Anh.

Ở nhóm tiếp theo, đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận đạt 322,19 triệu USD, chiếm 4,95% tỷ trọng, tăng tới 69,94% so với cùng kỳ. Đáng chú ý, tốc độ tăng cao của nhóm này cho thấy sự mở rộng không chỉ tập trung ở những ngành xuất khẩu truyền thống mà còn xuất hiện ở các mặt hàng tiêu dùng và sản phẩm phục vụ nhu cầu giải trí, thể thao. Trong khi đó, hàng thủy sản đạt 233,71 triệu USD, chiếm 3,59% tỷ trọng, tăng 5,28% so với cùng kỳ.

Hai nhóm còn lại trong top 10 là gỗ và sản phẩm gỗ, đạt 176,30 triệu USD, chiếm 2,71% tỷ trọng, tăng 10,53% so với cùng kỳ; và cà phê, đạt 147,13 triệu USD, chiếm 2,26% tỷ trọng, nhưng giảm 6,96% so với cùng kỳ. So với nhóm điện tử, máy móc hay dệt may, tỷ trọng của gỗ và cà phê còn khiêm tốn; tuy nhiên, đây vẫn là những mặt hàng thể hiện lợi thế tương đối của Việt Nam trong các ngành chế biến gỗ và nông sản. Đặc biệt, việc gỗ và sản phẩm gỗ duy trì tốc độ tăng hai con số cho thấy khả năng mở rộng thị trường của nhóm hàng này vẫn còn đáng chú ý.

**Bảng 2: Xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang Vương quốc Anh
trong tháng 8 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 8 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
						8 tháng năm 2026	8 tháng năm 2025
Tổng	1.118.950	27,24	40,53	6.505.490	18,8	100	100
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	317.583	55,17	118,44	1.495.806	117,03	22,99	12,59
Điện thoại các loại và linh kiện	186.473	110,52	26,76	932.858	-3,56	14,34	17,66
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	100.270	3,43	14,85	703.036	0,65	10,81	12,76
Giày dép các loại	89.463	-10,78	20,63	669.360	-6,38	10,29	13,06
Hàng dệt, may	88.971	-4,52	19,28	623.644	3,97	9,59	10,95
Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận	72.530	36,73	82,12	322.186	69,94	4,95	3,46
Hàng thủy sản	35.241	-6,08	-1,84	233.705	5,28	3,59	4,05
Gỗ và sản phẩm gỗ	19.655	-8,81	-4,36	176.301	10,53	2,71	2,91
Cà phê	14.985	51,45	30,1	147.132	-6,96	2,26	2,89
Phương tiện vận tải và phụ tùng	35.875	259,43	1,97	139.378	14,79	2,14	2,22
Túi xách, ví, vali, mũ và ô dù	13.170	-13,09	19,42	102.939	25,76	1,58	1,49
Sản phẩm từ chất dẻo	12.064	-9,44	-1,98	96.394	5,65	1,48	1,67
Sắt thép các loại	21.741	-26,26	3878,89	83.873	-9,09	1,29	1,68
Hạt điều	10.847	-2,83	-42,1	80.073	-14,33	1,23	1,71
Hàng rau quả	5.039	16,28	-12,31	44.279	15,24	0,68	0,70
Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc	6.520	-1,45	1,4	35.921	11,04	0,55	0,59
Hạt tiêu	3.840	-20,51	-17,49	31.949	-21,82	0,49	0,75
Sản phẩm mây, tre, cói và thảm	2.677	7,43	71,48	29.019	1,78	0,45	0,52
Sản phẩm từ sắt thép	3.572	5,31	36,18	23.028	14,65	0,35	0,37
Dây điện và dây cáp điện	3.585	2,34	103,25	22.784	50,51	0,35	0,28

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 8 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
						8 tháng năm 2026	8 tháng năm 2025
Sản phẩm gốm, sứ	1.818	-5,96	26,07	20.545	-1,97	0,32	0,38
Sản phẩm từ cao su	2.604	4,98	10,22	18.100	20,16	0,28	0,28
Xơ, sợi dệt các loại	2.723	91,85	10,13	15.094	4,47	0,23	0,26
Giấy và các sản phẩm từ giấy	2.103	0,7	15,05	13.001	25,21	0,20	0,19
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	519	-38,17	-45,9	8.473	4,64	0,13	0,15
Kim loại thường khác	567	-40,37		5.312		0,08	
Cao su	249	-14,44	-61,35	3.038	1,99	0,05	0,05
Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	373	1,35	133,41	2.533	23,11	0,04	0,04
Hàng hóa khác	63.893	8,16	55,23	425.728	45,78	6,54	5,33

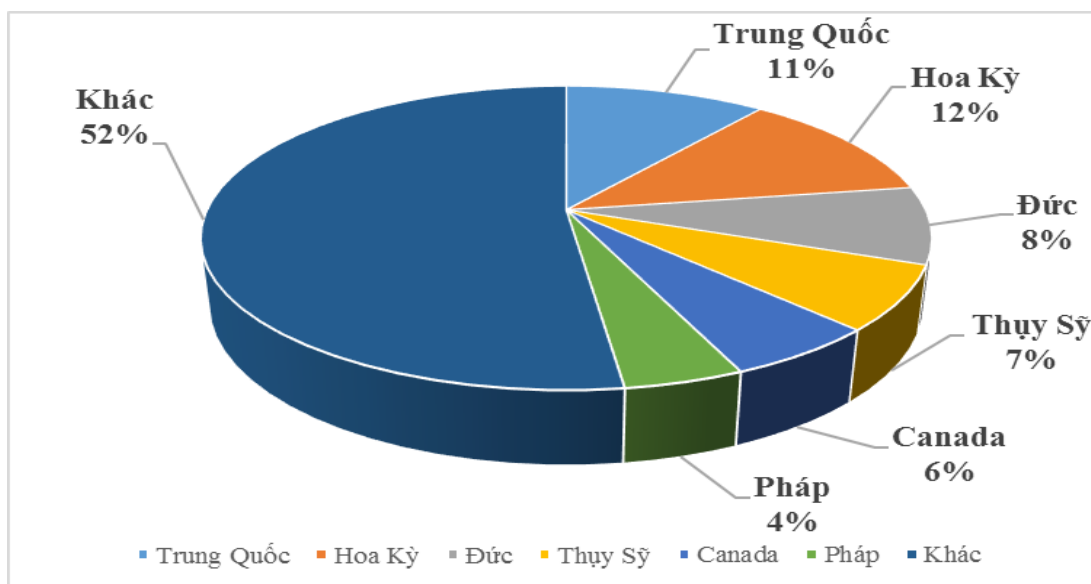
Nguồn: Tính toán từ số liệu của Cục Hải quan Việt Nam

Theo số liệu từ Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), trong 7 tháng năm 2026, tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Vương quốc Anh từ thế giới đạt 620,21 tỷ USD, tăng 15,46% so với cùng kỳ năm 2025.

Trong đó, Anh nhập khẩu từ Việt Nam 8,46 tỷ USD hàng hóa, tăng 20,46% so với cùng kỳ năm trước. Với kết quả này, Việt Nam chiếm 1,36% tổng kim ngạch nhập khẩu của Anh, tăng nhẹ so với mức 1,31% của cùng kỳ năm 2025. Đáng chú ý, Việt Nam đứng thứ 20 trong số các nguồn cung hàng hóa cho thị trường Anh, cho thấy vị thế của Việt Nam trong cơ cấu nhập khẩu của Anh tiếp tục được cải thiện.

Việc thị phần của Việt Nam tăng từ 1,31% lên 1,36% cho thấy kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Anh đang tăng nhanh hơn tốc độ tăng chung của nhập khẩu Anh từ thế giới. Điều này càng đáng chú ý trong bối cảnh tổng quy mô nhập khẩu của Anh tăng 15,46%. Riêng tháng 7/2026, Việt Nam xuất khẩu sang Anh khoảng 1,28 tỷ USD, giảm 3,85% so với tháng 6 nhưng vẫn tăng 12,15% so với tháng 7/2025.

Biểu đồ 2: Tỷ trọng các nguồn cung hàng hoá lớn cho thị trường Anh trong 7 tháng đầu năm 2026



Nguồn: Tính toán từ số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC)

Xét về quy mô, Việt Nam vẫn còn khoảng cách đáng kể so với các nguồn cung hàng đầu của thị trường Anh. Hoa Kỳ đứng đầu với kim ngạch 73,90 tỷ USD, chiếm 11,91% tổng nhập khẩu của Anh; Trung Quốc đứng thứ hai với 65,74 tỷ USD, chiếm 10,60%. Kim ngạch nhập khẩu từ Việt Nam hiện tương đương khoảng 11,45% mức nhập khẩu từ Hoa Kỳ và 12,86% mức nhập khẩu từ Trung Quốc.

Khoảng cách cũng thể hiện rõ khi so sánh với các nguồn cung lớn khác. Đức, đứng thứ ba, đạt 50,97 tỷ USD, cao khoảng 6,0 lần so với Việt Nam; Thụy Sĩ đạt 42,68 tỷ USD, cao khoảng 5,0 lần; Canada đạt 35,89 tỷ USD, cao khoảng 4,2 lần; trong khi Pháp đạt 27,78 tỷ USD, cao khoảng 3,3 lần. Diễn biến này cho thấy, mặc dù đã nằm trong nhóm 20 nguồn cung hàng hóa lớn nhất của Anh, quy mô xuất khẩu của Việt Nam vẫn còn khá khiêm tốn so với các nhà cung cấp chủ lực. Tuy nhiên, việc thị phần tiếp tục tăng trong 7 tháng đầu năm 2026 cho thấy hàng hóa Việt Nam đang từng bước mở rộng hiện diện tại thị trường này.

- Đối với nhập khẩu

Theo số liệu thống kê của Cục Hải quan Việt Nam, hoạt động nhập khẩu của Việt Nam trong 8 tháng đầu năm 2026 tiếp tục tăng mạnh cả về quy mô và tốc độ,

trong đó Trung Quốc và Hàn Quốc giữ vai trò là hai nguồn cung lớn nhất, còn Vương quốc Anh đứng ở vị trí thứ 30 trong danh sách các đối tác nhập khẩu. Tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam đạt 395,30 tỷ USD, tăng 35,32% so với cùng kỳ năm 2025; riêng tháng 8 đạt 54,91 tỷ USD, tăng 37,9% so với cùng kỳ.

Xét về cơ cấu thị trường nhập khẩu, Trung Quốc tiếp tục giữ vị trí lớn nhất với kim ngạch 161,94 tỷ USD, chiếm tới 40,97% tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam, tăng 37,31% so với cùng kỳ năm trước. Đây là đối tác nhập khẩu lớn nhất, với quy mô vượt xa các thị trường còn lại. Đứng thứ hai là Hàn Quốc, đạt 60,12 tỷ USD, chiếm 15,21% tỷ trọng, tăng mạnh 54,07% so với cùng kỳ. Như vậy, riêng hai thị trường Trung Quốc và Hàn Quốc đã cung cấp khoảng 222,06 tỷ USD hàng hóa cho Việt Nam, tương đương hơn 56% tổng kim ngạch nhập khẩu trong 8 tháng.

Trong bối cảnh đó, Vương quốc Anh có vị thế khá khiêm tốn trong cơ cấu nguồn cung hàng hóa của Việt Nam. Với kim ngạch nhập khẩu 686,43 triệu USD trong 8 tháng, Anh chỉ chiếm 0,17% tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam, đứng thứ 30 trong số các đối tác được thống kê. Quy mô nhập khẩu từ Anh chỉ bằng khoảng 0,42% so với Trung Quốc. Khoảng cách với Hàn Quốc cũng rất lớn: kim ngạch nhập khẩu từ Hàn Quốc cao gấp khoảng 87,6 lần so với Anh.

Khoảng cách này cho thấy vai trò của Anh trong chiều nhập khẩu hoàn toàn khác với vai trò của Anh ở chiều xuất khẩu. Nếu ở chiều xuất khẩu, Anh đạt hơn 6,5 tỷ USD và nằm trong nhóm những thị trường tương đối quan trọng của Việt Nam, thì ở chiều nhập khẩu, kim ngạch từ Anh chưa đạt 1 tỷ USD và chỉ chiếm 0,17% tổng nhập khẩu, cho thấy quan hệ thương mại Việt Nam – Anh hiện có xu hướng nghiêng đáng kể về phía xuất khẩu của Việt Nam, thay vì phụ thuộc lớn vào nguồn hàng nhập khẩu từ Anh.

+ Cơ cấu hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Anh trong 8 tháng đầu năm 2026: Hàng hóa nhập khẩu từ Anh tập trung chủ yếu vào các mặt hàng tư liệu sản xuất. Trong đó, máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng là nhóm hàng Việt Nam nhập khẩu nhiều nhất từ Anh trong cả tháng 8 và 8 tháng đầu năm 2026. Trong tháng 8, kim ngạch đạt 20,4 triệu USD, giảm 34,24% so với tháng 7/2026 và giảm 40,21% so với tháng 8/2025. Tính chung 8 tháng, kim ngạch nhóm hàng này đạt 210,8 triệu

USD, chiếm 30,71% tổng nhập khẩu từ Anh và tăng 9,9% so với cùng kỳ năm 2025. Đáng chú ý, tỷ trọng của nhóm hàng này cũng tăng từ 30,41% trong 8 tháng năm 2025 lên 30,71% trong 8 tháng năm 2026, cho thấy vai trò tương đối ổn định của nhóm hàng này trong nguồn cung từ Anh.

Nhóm được phẩm đứng vị trí thứ hai, kim ngạch đạt 61,36 triệu USD, chiếm 8,94% tổng kim ngạch và tăng 9,70% so với 8 tháng năm 2025.

Bên cạnh các nhóm hàng chủ lực, một số mặt hàng trong top 10 có biến động đáng chú ý. Nổi bật nhất là máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, với kim ngạch tháng 8 đạt 5,25 triệu USD, tăng tới 80,21% so với tháng 7 và tăng 348,80% so với tháng 8/2025; tính chung 8 tháng, kim ngạch đạt 25,22 triệu USD, tăng mạnh 126,29% so với cùng kỳ. Đây là nhóm có tốc độ tăng cao nhất trong 8 tháng và tỷ trọng tăng đáng kể từ 1,77% lên 3,67%. Ngược lại, phương tiện vận tải khác và phụ tùng giảm 50,43% trong 8 tháng, khiến tỷ trọng giảm từ 6,16% xuống 2,81%. Trong tháng 8, nhóm này cũng giảm 33,21% so với tháng 7. Ngoài ra, ô tô nguyên chiếc các loại có mức tăng đột biến trong tháng 8, với kim ngạch 2,02 triệu USD, tăng 721,07% so với tháng 7 và 25,96% so với cùng kỳ, mặc dù tính chung 8 tháng, kim ngạch vẫn giảm 3,11% so với cùng kỳ năm trước. Sản phẩm hóa chất cũng tăng khá tích cực trong 8 tháng, đạt 37,06 triệu USD, tăng 13,83% so với cùng kỳ, trong khi sản phẩm từ chất dẻo và thủy sản lần lượt giảm 3,25% và 2,03%.

Bảng 3: Nhập khẩu hàng hoá của Việt Nam từ Anh trong tháng 8 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 8 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
						8 tháng năm 2026	8 tháng năm 2025
Tổng	86.944	-3,97	4,79	686.428	8,82	100	100
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	20.414	-34,24	-40,21	210.800	9,9	30,71	30,41
Dược phẩm	8.182	3,85	57,88	61.355	9,7	8,94	8,87
Sản phẩm từ chất dẻo	3.037	10,07	-38,04	42.012	-3,25	6,12	6,88
Hàng thủy sản	4.890	-1,98	17,35	37.103	-2,03	5,41	6,00

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 8 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
						8 tháng năm 2026	8 tháng năm 2025
Sản phẩm hóa chất	5.646	30,12	32,58	37.055	13,83	5,40	5,16
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	5.245	80,21	348,8	25.220	126,29	3,67	1,77
Phương tiện vận tải khác và phụ tùng	3.240	-33,21	2,25	19.268	-50,43	2,81	6,16
Ô tô nguyên chiếc các loại	2.016	721,07	25,96	15.604	-3,11	2,27	2,55
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	1.124	-48,55	-37,71	14.306	44,1	2,08	1,57
Sản phẩm từ sắt thép	1.559	-52,23	-0,55	14.265	15,8	2,08	1,95
Thuốc trừ sâu và nguyên liệu	1.332	29,68	53,53	10.082	19,26	1,47	1,34
Chất thơm, mỹ phẩm và chế phẩm vệ sinh	1.179	-21,55	65,96	9.129	48,65	1,33	0,97
Vải các loại	908	-27,83	-13,12	8.001	3,39	1,17	1,23
Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện	2.086	431,2	457,05	6.492	15,47	0,95	0,89
Kim loại thường khác	2.283	211,43	878,58	4.758	159,01	0,69	0,29
Chất dẻo nguyên liệu	471	-4,54	18,46	4.512	9,4	0,66	0,65
Sản phẩm từ cao su	327	-26,08	-37,36	3.563	23,25	0,52	0,46
Hóa chất	429	-30,32	62,55	2.936	-21,95	0,43	0,60
Nguyên phụ liệu dược phẩm	99	-74,02	12,4	1.849	71,75	0,27	0,17
Sắt thép các loại	17			651	-29,25	0,09	0,15
Thức ăn gia súc và nguyên liệu	97	864,91	-3,42	468	53,17	0,07	0,05
Cao su	0	-100	-100	247	-52,23	0,04	0,08
Điện thoại các loại và linh kiện	0		-100	173	-81,16	0,03	0,15
Hàng hóa khác	22.363	16,73	37,86	156.576	14,89	22,81	21,61

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

Thông tin về định hướng thúc đẩy quan hệ thương mại giữa hai nước trong thời gian tới.

Trong thời gian tới, quan hệ thương mại Việt Nam – Anh được định hướng bước sang giai đoạn phát triển sâu rộng hơn, với trọng tâm không chỉ gia tăng quy

mô trao đổi hàng hóa mà còn mở rộng không gian hợp tác sang đầu tư, tài chính, khoa học – công nghệ, chuyển đổi xanh và năng lượng tái tạo. Định hướng này có ý nghĩa đặc biệt trong bối cảnh quan hệ hai nước đã được nâng cấp lên Đối tác Chiến lược Toàn diện, tạo thêm nền tảng chính trị và khuôn khổ hợp tác để thúc đẩy các lĩnh vực kinh tế có giá trị gia tăng cao. Hai nước còn nhiều dư địa hợp tác và đang hướng tới mục tiêu thúc đẩy kim ngạch thương mại song phương lên 10 tỷ USD trong năm 2026, hướng tới mốc 15 tỷ USD trong thời gian tới, thông qua mở rộng thị trường cho hàng hóa của nhau.

Mục tiêu nâng kim ngạch thương mại lên 10 tỷ USD trong năm 2026 trước hết cho thấy yêu cầu chuyển từ khai thác các lợi thế thương mại hiện có sang chủ động mở rộng quy mô và chiều sâu thị trường. Để hiện thực hóa mục tiêu này, dư địa tăng trưởng cần được chuyển hóa thành các cơ hội thị trường cụ thể, nhất là thông qua mở rộng danh mục hàng hóa xuất nhập khẩu, tăng số lượng doanh nghiệp tham gia thương mại song phương và khai thác tốt hơn các phân khúc thị trường có nhu cầu cao tại mỗi nước. Đối với Việt Nam, bên cạnh việc duy trì các nhóm hàng xuất khẩu có thế mạnh, cần chú trọng nâng tỷ trọng các sản phẩm chế biến sâu, sản phẩm có hàm lượng công nghệ, thiết kế và giá trị gia tăng cao, qua đó giảm phụ thuộc vào cạnh tranh chủ yếu về giá và từng bước nâng vị trí trong chuỗi cung ứng tại thị trường Anh.

Một hướng đi quan trọng khác là tiếp tục tận dụng hiệu quả các khuôn khổ thương mại hiện có, đặc biệt là Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam – Vương quốc Anh (UKVFTA) và việc Anh tham gia CPTPP. Trọng tâm trong giai đoạn tới không chỉ nằm ở việc duy trì ưu đãi thuế quan mà còn ở tháo gỡ các rào cản tiếp cận thị trường, nâng cao khả năng đáp ứng tiêu chuẩn kỹ thuật, quy định về môi trường, truy xuất nguồn gốc và các yêu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng Anh. Đây sẽ là điều kiện quan trọng để hàng hóa Việt Nam mở rộng thị phần tại Anh, đồng thời tạo thuận lợi cho doanh nghiệp Anh tiếp cận sâu hơn thị trường Việt Nam.

Đáng chú ý, định hướng hợp tác trong thời gian tới được mở rộng từ thương mại hàng hóa sang thương mại gắn với đầu tư và các lĩnh vực kinh tế mới, qua đó

tạo động lực hỗ trợ cho tăng trưởng thương mại. Hai nước được xác định còn nhiều tiềm năng trong các lĩnh vực chuyển đổi xanh và năng lượng tái tạo. Đây cũng là những lĩnh vực phù hợp với nhu cầu phát triển của Việt Nam trong giai đoạn chuyển đổi mô hình tăng trưởng, đồng thời là những lĩnh vực mà doanh nghiệp và nhà đầu tư Anh có thể mạnh.

Ở chiều ngược lại, Việt Nam cũng có cơ hội tận dụng tốt hơn thị trường Anh như một cửa ngõ để nâng cao năng lực cạnh tranh và tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu. Việc mở rộng hợp tác với các doanh nghiệp Anh trong công nghệ, tài chính, logistics, năng lượng và các ngành dịch vụ có hàm lượng tri thức cao có thể góp phần cải thiện năng lực của doanh nghiệp Việt Nam, nhất là về tiêu chuẩn quản trị, công nghệ, tài chính và tiếp cận thị trường.

Về dài hạn, mục tiêu 15 tỷ USD không chỉ là một con số về quy mô thương mại mà còn đặt ra yêu cầu nâng chất lượng quan hệ kinh tế song phương. Để đạt được mục tiêu này, hai bên cần tiếp tục duy trì các cơ chế đối thoại chính sách, tăng cường kết nối doanh nghiệp, xúc tiến thương mại và đầu tư, đồng thời khuyến khích hình thành các dự án hợp tác có quy mô lớn, tính lan tỏa và khả năng tạo hiệu ứng đối với nhiều ngành, nhiều doanh nghiệp.

Đánh giá triển vọng

Triển vọng phát triển thương mại Việt Nam – Anh trong thời gian tới được đánh giá còn rất lớn, khi quan hệ kinh tế giữa hai nước đang bước vào giai đoạn phát triển theo hướng sâu rộng, thực chất và có tính hỗ trợ cao hơn. Việc quan hệ hai nước được nâng lên Đối tác Chiến lược Toàn diện tạo thêm nền tảng để mở rộng hợp tác kinh tế, trong đó thương mại tiếp tục được xác định là một trong những trụ cột quan trọng. Cùng với đó, UKVFTA và việc Anh tham gia CPTPP tạo ra những khuôn khổ thuận lợi để doanh nghiệp hai nước mở rộng thị trường, đa dạng hóa chuỗi cung ứng và gia tăng kết nối thương mại. Mục tiêu đưa kim ngạch thương mại song phương lên 10 tỷ USD trong năm 2026 và hướng tới 15 tỷ USD trong thời gian tới cho thấy dư địa hợp tác vẫn còn đáng kể, đặc biệt khi thương mại song phương những năm gần đây duy trì xu hướng tăng trưởng và Việt Nam tiếp tục ghi nhận mức xuất siêu lớn sang thị trường Anh.

Trong thời gian tới, thị trường Anh được kỳ vọng tiếp tục là một trong những thị trường quan trọng đối với hoạt động xuất khẩu của Việt Nam tại châu Âu, nhờ quy mô thị trường lớn, sức mua cao và nhu cầu tương đối đa dạng. Đây là điều kiện thuận lợi để Việt Nam tiếp tục phát huy lợi thế ở những nhóm hàng có năng lực cạnh tranh như dệt may, giày dép, điện tử, máy móc thiết bị, đồ gỗ, nông sản, thủy sản, cà phê, hạt điều và các sản phẩm chế biến. Tuy nhiên, triển vọng tăng trưởng trong giai đoạn tới sẽ không chỉ nằm ở việc gia tăng sản lượng xuất khẩu mà quan trọng hơn là nâng cao giá trị và chất lượng hàng hóa xuất khẩu. Người tiêu dùng và hệ thống phân phối tại Anh ngày càng chú trọng đến chất lượng, tính bền vững, trách nhiệm môi trường, nguồn gốc sản phẩm và các tiêu chuẩn xã hội. Vì vậy, doanh nghiệp Việt Nam có nhiều cơ hội mở rộng thị phần nếu chuyển mạnh từ mô hình cạnh tranh chủ yếu dựa trên giá sang cạnh tranh bằng chất lượng, thương hiệu, thiết kế, công nghệ, tính ổn định của nguồn cung và khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế.