

ĐÁNH GIÁ TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU HÀNG GIÀY DÉP CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG UAE, DUNG LƯỢNG VÀ QUY ĐỊNH THỊ TRƯỜNG NHẬP KHẨU UAE THÁNG 8/2026 VÀ TRIỂN VỌNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM

Trong 7 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang UAE đạt 114,24 triệu USD, giảm 19,4% so với cùng kỳ năm 2025. Mức giảm nêu trên cho thấy xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang UAE trong 7 tháng đầu năm 2026 chưa duy trì được đà tăng trưởng của cùng kỳ năm trước. Đây là diễn biến cần lưu ý trong bối cảnh UAE tiếp tục được xác định là một trong những thị trường có tiềm năng đối với hàng giày dép Việt Nam tại khu vực Trung Đông, nhờ sức mua tương đối cao và vai trò là trung tâm thương mại, logistics và phân phối hàng hóa của khu vực.

Mặc dù kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang UAE trong 7 tháng đầu năm 2026 giảm so với cùng kỳ, UAE vẫn là thị trường còn nhiều dư địa đối với ngành giày dép Việt Nam. Việc tận dụng hiệu quả các ưu đãi từ CEPA, kết hợp với đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao chất lượng và tăng cường xúc tiến thương mại sẽ là những yếu tố quan trọng nhằm thúc đẩy xuất khẩu giày dép sang thị trường này trong thời gian tới.

Về nhu cầu thị trường, UAE tiếp tục là một trong những thị trường giày dép có tiềm năng và mức độ phát triển năng động tại khu vực Trung Đông. Nhu cầu tiêu dùng được hỗ trợ bởi mức thu nhập bình quân đầu người cao, thu nhập khả dụng ngày càng tăng, tốc độ phát triển du lịch và sự hiện diện ngày càng lớn của nhóm khách hàng có thu nhập cao. Theo Euromonitor, thị trường quần áo và giày dép UAE tăng 5% về trị giá bán lẻ trong năm 2025, đạt 66,8 tỷ AED, trong đó riêng ngành hàng giày dép đạt khoảng 14,1 tỷ AED.

Đáng chú ý, thị hiếu tiêu dùng tại UAE có xu hướng gia tăng đối với các sản phẩm giày dép có thương hiệu, chất lượng cao, thiết kế thời trang, giày thể thao và phân khúc cao cấp. Sự gia tăng lượng khách du lịch quốc tế và dòng người có thu nhập cao đến sinh sống, làm việc tại UAE tiếp tục tạo động lực cho nhu cầu đối với các sản phẩm thời trang và giày dép cao cấp. Bên cạnh đó, thương mại điện tử

và các kênh bán lẻ đa kênh ngày càng đóng vai trò quan trọng, tạo điều kiện thuận lợi để người tiêu dùng tiếp cận đa dạng sản phẩm và thương hiệu quốc tế.

UAE là thị trường có sức mua tốt và dư địa tăng trưởng đối với hàng giày dép, đặc biệt đối với các sản phẩm có lợi thế về chất lượng, mẫu mã, tính thời trang và khả năng đáp ứng các phân khúc từ trung cấp đến cao cấp. Đây là cơ sở thuận lợi để doanh nghiệp Việt Nam tăng cường khai thác thị trường UAE, đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao giá trị gia tăng của hàng giày dép xuất khẩu.

Về xu hướng tiêu dùng, một trong những xu hướng đáng chú ý tại UAE là sự phát triển của *Modest Fashion* (thời trang kín đáo). Xu hướng này ngày càng được mở rộng từ trang phục truyền thống sang các thiết kế hiện đại, với yêu cầu vừa bảo đảm sự kín đáo, thanh lịch, vừa đáp ứng yếu tố thời trang và tính ứng dụng. Khảo sát tại Dubai cho thấy người tiêu dùng ở nhiều nhóm tuổi có nhu cầu gia tăng đối với các sản phẩm thời trang có kiểu dáng kín đáo, trong khi các thương hiệu quốc tế cũng ngày càng chú trọng điều chỉnh thiết kế để phù hợp với thị hiếu khu vực.

Xu hướng này cũng tác động trực tiếp đến nhu cầu đối với sản phẩm giày dép, khi người tiêu dùng có xu hướng lựa chọn các mẫu giày mang tính thanh lịch, tinh tế, có độ che phủ cao, hạn chế để lộ bàn chân nhưng vẫn bảo đảm tính hiện đại và thời trang. Do đó, các dòng giày bít mũi, giày công sở, giày cao gót có thiết kế trang nhã, giày thể thao và giày thời trang phù hợp với trang phục kín đáo được đánh giá có dư địa phát triển. Đây là phân khúc mà các doanh nghiệp Việt Nam có thể nghiên cứu, phát triển sản phẩm phù hợp với đặc điểm văn hóa và thị hiếu tiêu dùng tại UAE.

Bên cạnh đó, xu hướng kết hợp giữa phong cách truyền thống và thiết kế đương đại đang ngày càng rõ nét tại thị trường UAE, tạo cơ hội cho các sản phẩm có thiết kế linh hoạt, có thể sử dụng trong nhiều hoàn cảnh, từ công sở, đời thường đến các sự kiện xã hội và lễ hội. Vì vậy, doanh nghiệp Việt Nam cần chú trọng nghiên cứu thị trường, đa dạng hóa mẫu mã, vật liệu và màu sắc, đồng thời tăng

cường các thiết kế phù hợp với đặc trưng văn hóa địa phương nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh và mở rộng thị phần tại UAE.

Trong giai đoạn 2020–2024, kim ngạch nhập khẩu mặt hàng giày dép của UAE có xu hướng tăng trưởng tích cực. Kim ngạch nhập khẩu tăng từ 1,44 tỷ USD năm 2020 lên 3,16 tỷ USD năm 2024. Diễn biến này cho thấy nhu cầu nhập khẩu giày dép của thị trường UAE tiếp tục được duy trì ở mức cao, tạo dư địa thuận lợi cho các nước xuất khẩu, trong đó có Việt Nam.

Cụ thể, năm 2021, kim ngạch nhập khẩu giày dép của UAE đạt 1,96 tỷ USD, tăng 35,7% so với năm 2020. Năm 2022, kim ngạch tiếp tục tăng mạnh, đạt 2,73 tỷ USD, tăng 39,4% so với năm trước. Sang năm 2023, nhập khẩu giày dép đạt 3,18 tỷ USD, tăng 16,3%, đưa quy mô thị trường lần đầu tiên vượt mốc 3 tỷ USD. Năm 2024, kim ngạch nhập khẩu đạt 3,16 tỷ USD, giảm nhẹ 0,5% so với năm 2023, song vẫn duy trì ở mức cao và cao hơn đáng kể so với các năm đầu giai đoạn. Mặc dù năm 2024 ghi nhận mức điều chỉnh nhẹ, quy mô nhập khẩu vẫn duy trì trên 3 tỷ USD, phản ánh nhu cầu tương đối ổn định và tiềm năng tiếp tục mở rộng của thị trường giày dép UAE.

Với quy mô nhập khẩu lớn và xu hướng tăng trưởng tích cực trong trung hạn, UAE là một trong những thị trường có tiềm năng đối với xuất khẩu giày dép của Việt Nam. Đây là cơ sở để doanh nghiệp Việt Nam tiếp tục khai thác thị trường, đồng thời chú trọng các phân khúc phù hợp với thị hiếu tiêu dùng tại UAE, nâng cao chất lượng, mẫu mã, khả năng đáp ứng các yêu cầu về thiết kế và tiêu chuẩn của thị trường.

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 7 tháng đầu năm 2026, giày dép các loại tiếp tục là một trong những nhóm hàng xuất khẩu có kim ngạch tương đối cao của Việt Nam sang thị trường UAE. Theo số liệu thống kê của Cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng giày dép đạt 114,76 triệu USD, chiếm khoảng 3,67% tổng kim ngạch các nhóm hàng

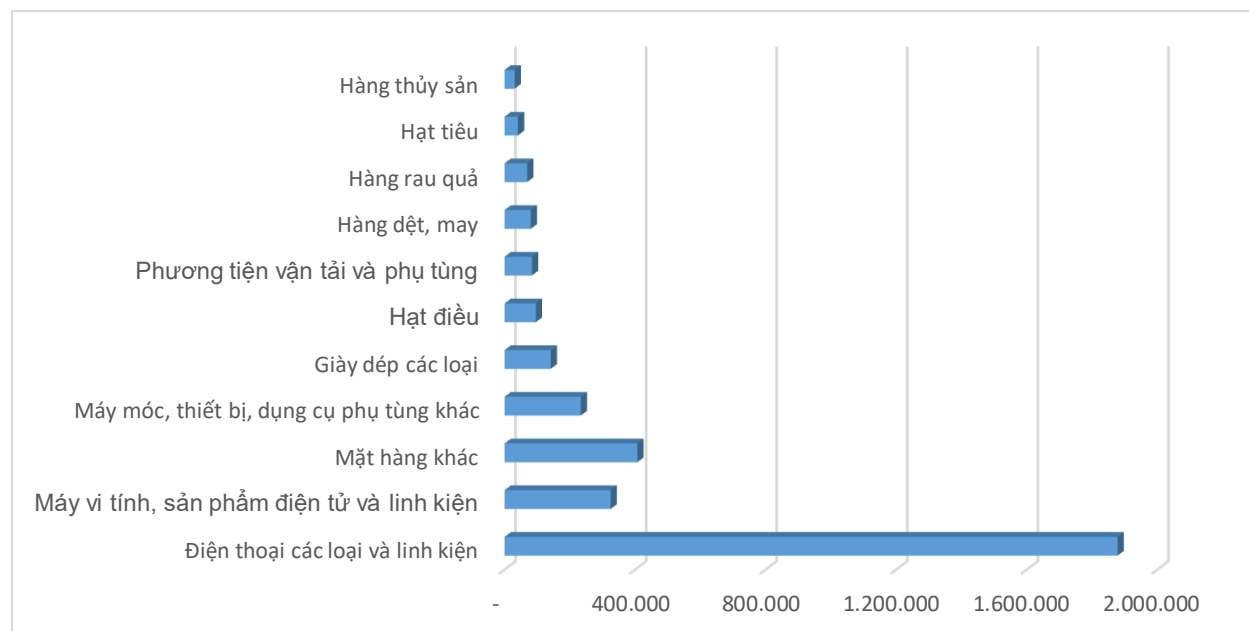
xuất khẩu sang UAE. Trong các nhóm hàng xuất khẩu chủ yếu, giày dép đứng thứ 5 về kim ngạch, sau điện thoại các loại và linh kiện, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác...

Kim ngạch xuất khẩu giày dép sang UAE cao hơn đáng kể so với một số nhóm hàng như phương tiện vận tải và phụ tùng (84,06 triệu USD), hàng dệt may (80,61 triệu USD), hàng rau quả (69,37 triệu USD) và hàng thủy sản (30,94 triệu USD). Diễn biến này cho thấy giày dép tiếp tục giữ vai trò tương đối quan trọng trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang UAE.

Trong thời gian tới, giày dép tiếp tục được đánh giá là một trong những nhóm hàng có tiềm năng duy trì và mở rộng kim ngạch xuất khẩu sang UAE. Doanh nghiệp cần chú trọng nâng cao chất lượng, đa dạng hóa mẫu mã, đáp ứng các yêu cầu về tiêu chuẩn và thị hiếu của thị trường, đồng thời tăng cường khai thác hệ thống phân phối và lợi thế thương mại của UAE nhằm từng bước nâng cao thị phần của sản phẩm giày dép Việt Nam tại khu vực Trung Đông.

Biểu đồ 1: Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường UAE trong 7 tháng đầu năm 2026

(Đvt: nghìn USD)



(Nguồn: Cục Hải quan)

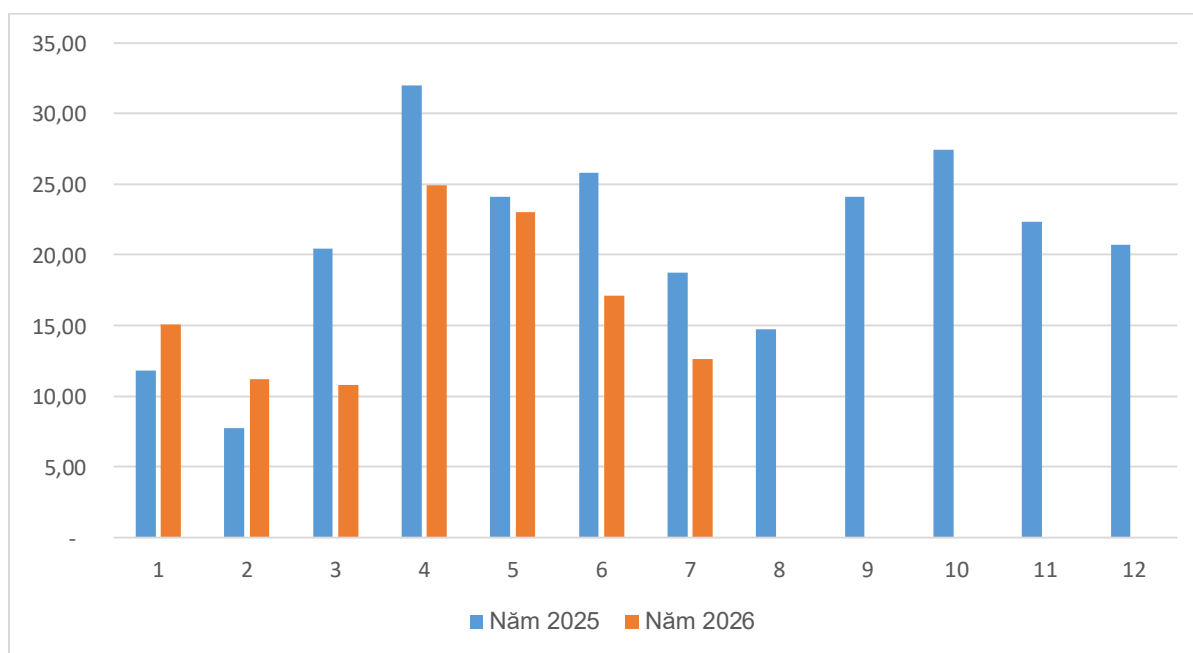
1.2 Tình hình xuất khẩu hàng giày dép của Việt Nam 7 tháng đầu năm 2026

Trong 7 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu đạt khoảng 114,24 triệu USD, giảm 19,4%. Như vậy, mặc dù xuất khẩu có sự cải thiện trong một số tháng đầu năm, đặc biệt trong tháng 1, tháng 2 và tháng 4/2026, nhưng vẫn cho thấy xu hướng suy giảm so với cùng kỳ năm trước.

Diễn biến trên cho thấy xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang UAE trong năm 2026 vẫn chịu ảnh hưởng nhất định từ biến động nhu cầu tiêu dùng, sức mua tại thị trường Trung Đông và mức độ cạnh tranh ngày càng cao. Tuy nhiên, UAE tiếp tục là thị trường có tiềm năng đối với ngành giày dép Việt Nam nhờ vai trò là trung tâm thương mại, logistics và phân phối quan trọng của khu vực, qua đó tạo điều kiện để doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận không chỉ thị trường UAE mà còn các thị trường lân cận.

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

Trong 7 tháng đầu năm 2026, sự sụt giảm diễn ra ở nhóm sản phẩm chủ lực, trong đó đáng chú ý là giày dép có đế ngoài và mũ giày bằng cao su hoặc plastic (HS 6404) và giày dép bằng da thuộc hoặc da tổng hợp (HS 6403).

HS 6404 tiếp tục giữ vị trí chủ đạo, đạt 63,78 triệu USD, giảm 17,2% so với cùng kỳ năm 2025, chiếm 55,6% tổng kim ngạch xuất khẩu giày dép sang UAE, tăng nhẹ so với mức 54,8% của cùng kỳ năm trước. Điều này cho thấy nhóm sản phẩm này vẫn là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam tại thị trường UAE.

Đứng thứ hai là HS 6403, với kim ngạch đạt 26,11 triệu USD, giảm mạnh 34,4% so với cùng kỳ năm 2025. Tỷ trọng của nhóm này giảm từ 28,3% xuống còn 22,8%. Diễn biến này là nguyên nhân quan trọng khiến tổng kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang UAE giảm nhiều trong 7 tháng đầu năm 2026.

Trong khi đó, HS 6402 ghi nhận diễn biến tích cực, với kim ngạch đạt 24,26 triệu USD, tăng 4,4% so với cùng kỳ năm 2025. Đáng chú ý, tỷ trọng nhóm hàng này tăng từ 16,5% lên 21,1%. Đây là nhóm mặt hàng có mức tăng trưởng và cải thiện tỷ trọng đáng kể nhất trong cơ cấu xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang UAE trong kỳ.

Các nhóm HS 6405 và HS 6401 có kim ngạch xuất khẩu tương đối nhỏ, lần lượt đạt 578 nghìn USD và 38 nghìn USD. Tuy nhiên, cả hai nhóm đều ghi nhận mức tăng so với cùng kỳ năm 2025, lần lượt 10,7% và 266,7%. Do quy mô xuất khẩu còn thấp, sự gia tăng của hai nhóm này chưa có tác động đáng kể đến tổng kim ngạch xuất khẩu giày dép sang UAE.

Cơ cấu xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang UAE trong 7 tháng đầu năm 2026 tiếp tục tập trung cao vào HS 6404, HS 6403 và HS 6402, chiếm khoảng 99,5% tổng kim ngạch. Trong đó, HS 6404 duy trì vai trò dẫn dắt, trong khi HS 6403 có xu hướng giảm cả về kim ngạch và tỷ trọng. Ngược lại, HS 6402 đang có dấu hiệu mở rộng thị phần, cho thấy dư địa để doanh nghiệp Việt Nam đẩy mạnh các dòng sản phẩm thuộc nhóm này tại UAE. Việc tổng kim ngạch giảm 18,4%

trong kỳ cho thấy nhu cầu hoặc sức cạnh tranh đối với một số dòng sản phẩm chủ lực đang chịu sức ép, đồng thời đặt ra yêu cầu đa dạng hóa cơ cấu sản phẩm và nâng cao khả năng đáp ứng các xu hướng tiêu dùng tại thị trường UAE.

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

Xét theo mã HS 6 số, cơ cấu xuất khẩu giày dép sang UAE 7 tháng đầu năm 2026 tập trung chủ yếu ở một số nhóm hàng, trong đó 5 mã HS có kim ngạch lớn nhất gồm HS 640411, HS 640399, HS 640419, HS 640299 và HS 640219, chiếm 96,3% tổng kim ngạch xuất khẩu giày dép sang thị trường này.

Trong các nhóm hàng chủ lực, HS 640411 đạt kim ngạch 45,44 triệu USD, giảm 2,9% so với cùng kỳ năm 2025, song tỷ trọng trong tổng kim ngạch tăng từ 33,3% lên 39,6%. HS 640399 đạt 22,78 triệu USD, giảm 36,8%, tỷ trọng giảm từ 25,6% xuống 19,8%; HS 640419 đạt 18,35 triệu USD, giảm 39,3%, tỷ trọng giảm từ 21,5% xuống 16,0%. HS 640299 đạt 17,78 triệu USD, giảm 6,9%, nhưng tỷ trọng tăng từ 13,6% lên 15,5%.

Đáng chú ý, xuất khẩu HS 640219 đạt 6,30 triệu USD, tăng 95,1% so với cùng kỳ năm 2025, đưa tỷ trọng từ 2,3% lên 5,5%. Một số nhóm có kim ngạch thấp cũng ghi nhận mức tăng đáng kể, như HS 640319 tăng 138,9%, đạt 1,47 triệu USD và HS 640359 tăng 89,7%, đạt 0,74 triệu USD. Tuy nhiên, quy mô xuất khẩu của các nhóm này còn hạn chế nên chưa đủ bù đắp mức sụt giảm của các nhóm hàng chủ lực.

Ở chiều ngược lại, một số nhóm hàng ghi nhận mức giảm mạnh như HS 640391 giảm 48,9%, HS 640291 giảm 76,3%, HS 640340 giảm 90,0% và HS 640220 giảm 93,0%. Tuy nhiên, do tỷ trọng của các nhóm này trong tổng kim ngạch ở mức thấp, tác động đến kết quả chung không lớn.

Xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang UAE trong 7 tháng đầu năm 2026 giảm khá mạnh so với cùng kỳ, chủ yếu do kim ngạch của các nhóm HS 640399 và HS 640419 giảm trên 35%. Trong khi đó, nhóm HS 640411 tiếp tục duy trì vị trí chủ đạo và có mức giảm thấp hơn nhiều so với mức giảm chung, qua đó nâng tỷ trọng trong cơ cấu xuất khẩu. Một số nhóm sản phẩm, đặc biệt HS 640219, HS 640319 và HS 640359, đạt tốc độ tăng trưởng cao, cho thấy khả năng mở rộng xuất khẩu ở một số phân khúc; tuy nhiên, đóng góp còn hạn chế do quy mô kim ngạch chưa lớn.

II. Nhu cầu tiêu dùng của thị trường

2.1 Xu hướng tiêu dùng sản phẩm Halal tại UAE đối với hàng giày dép

UAE là một trong những thị trường tiêu dùng lớn tại khu vực Trung Đông, với đặc điểm dân số Hồi giáo chiếm tỷ trọng cao và nhu cầu ngày càng đa dạng về thời trang, chất lượng và nguồn gốc sản phẩm. Trong bối cảnh kinh tế Hồi giáo và thời trang kín đáo tiếp tục phát triển, các yếu tố liên quan đến Halal ngày càng được người tiêu dùng quan tâm, trong đó có nguồn gốc nguyên liệu, quy trình sản xuất và mức độ phù hợp với các giá trị văn hóa, tôn giáo.

Đối với mặt hàng giày dép, yếu tố Halal hiện chưa phải là yêu cầu bắt buộc đối với toàn bộ sản phẩm, song người tiêu dùng Hồi giáo có xu hướng quan tâm hơn đến nguồn gốc và thành phần nguyên liệu, đặc biệt đối với các sản phẩm sử dụng da động vật. Do đó, các sản phẩm có thông tin minh bạch về nguồn gốc nguyên liệu, sử dụng da nhân tạo, vật liệu tổng hợp hoặc vật liệu có nguồn gốc thực vật có khả năng đáp ứng tốt hơn nhu cầu của nhóm khách hàng quan tâm đến tiêu dùng phù hợp với các nguyên tắc Hồi giáo.

Bên cạnh yếu tố Halal, xu hướng modest fashion đang tác động ngày càng rõ nét đến thị hiếu tiêu dùng giày dép tại UAE. Người tiêu dùng, đặc biệt là nữ giới, có xu hướng lựa chọn các sản phẩm có thiết kế thanh lịch, kín đáo nhưng vẫn bảo đảm tính thời trang và tiện dụng. Cùng với đó, nhu cầu đối với giày thể thao, giày

thời trang nữ, sản phẩm phục vụ phong cách athleisure và các dòng sản phẩm cao cấp tiếp tục tạo dư địa cho thị trường.

Thương mại điện tử cũng ngày càng đóng vai trò quan trọng trong phân phối và tiêu dùng giày dép tại UAE. Người tiêu dùng có xu hướng tìm kiếm sản phẩm trên các nền tảng trực tuyến, quan tâm đến sự đa dạng về mẫu mã, thương hiệu, giá cả và đánh giá của người mua. Đây là kênh có tiềm năng giúp các thương hiệu nước ngoài, trong đó có doanh nghiệp Việt Nam, tiếp cận trực tiếp với người tiêu dùng UAE và mở rộng thị trường với chi phí tiếp cận tương đối linh hoạt.

Xu hướng tiêu dùng Halal tại UAE đối với mặt hàng giày dép đang chuyển theo hướng chú trọng hơn đến nguồn gốc nguyên liệu, tính minh bạch của sản phẩm và sự phù hợp với văn hóa Hồi giáo, thay vì chỉ tập trung vào yêu cầu về chứng nhận Halal. Đây là cơ hội để doanh nghiệp giày dép Việt Nam nghiên cứu phát triển các dòng sản phẩm có nguồn gốc nguyên liệu rõ ràng, thiết kế phù hợp với thị hiếu khu vực, đồng thời kết hợp yếu tố thời trang, chất lượng và phát triển bền vững. Doanh nghiệp cũng cần tăng cường nghiên cứu thị trường, xây dựng nhận diện thương hiệu và khai thác các kênh thương mại điện tử, hệ thống phân phối và bán lẻ tại UAE nhằm nâng cao khả năng tiếp cận người tiêu dùng.

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

UAE là thị trường có đặc điểm văn hóa, tôn giáo có ảnh hưởng đáng kể đến tiêu dùng. Đối với nhóm người tiêu dùng Hồi giáo, bên cạnh các yếu tố về giá cả, mẫu mã và chất lượng, nguồn gốc nguyên liệu và mức độ phù hợp với các yêu cầu Halal là những vấn đề cần được doanh nghiệp xuất khẩu quan tâm, đặc biệt đối với các sản phẩm có sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc từ động vật như da thuộc.

Đối với mặt hàng giày dép, người tiêu dùng tại UAE có xu hướng quan tâm đến chất lượng, độ bền, tính tiện dụng và thiết kế phù hợp với điều kiện khí hậu nóng, đồng thời đề cao tính thẩm mỹ và sự đa dạng về kiểu dáng. Các sản phẩm có chất lượng hoàn thiện tốt, sử dụng vật liệu phù hợp, trọng lượng nhẹ, thông thoáng

và tạo cảm giác thoải mái khi sử dụng có khả năng đáp ứng tốt hơn nhu cầu của thị trường.

Bên cạnh đó, nguồn gốc và tính minh bạch của nguyên liệu ngày càng có vai trò quan trọng. Đối với giày dép sử dụng da hoặc các nguyên liệu có nguồn gốc động vật, nhà nhập khẩu và người tiêu dùng có thể quan tâm đến nguồn gốc của nguyên liệu, quá trình xử lý và các thành phần được sử dụng trong sản xuất. Do đó, doanh nghiệp cần tăng cường khả năng truy xuất nguồn gốc, bảo đảm thông tin về thành phần, xuất xứ và quy trình sản xuất được cung cấp đầy đủ, chính xác và thống nhất trên sản phẩm, bao bì và hồ sơ thương mại.

Yêu cầu về Halal cần được doanh nghiệp xem xét trong quá trình xây dựng sản phẩm và tiếp cận thị trường. Đối với những mặt hàng có nguy cơ sử dụng nguyên liệu hoặc thành phần không phù hợp với yêu cầu của người tiêu dùng Hồi giáo, việc kiểm soát nguồn nguyên liệu và quy trình sản xuất, đồng thời nghiên cứu khả năng áp dụng chứng nhận Halal phù hợp, có thể góp phần nâng cao mức độ tin cậy của sản phẩm. Đặc biệt, đối với các doanh nghiệp định hướng phát triển phân khúc trung và cao cấp hoặc mở rộng vào các hệ thống phân phối phục vụ cộng đồng Hồi giáo, việc đáp ứng các yêu cầu liên quan đến Halal có thể tạo thêm lợi thế cạnh tranh.

Để nâng cao khả năng thâm nhập và mở rộng thị phần tại UAE, doanh nghiệp giày dép Việt Nam cần chú trọng đồng thời các yếu tố về chất lượng, mẫu mã, độ bền, tính tiện dụng, nguồn gốc nguyên liệu và mức độ tuân thủ các yêu cầu Halal. Việc chủ động minh bạch hóa thông tin sản phẩm, nâng cao khả năng truy xuất nguồn gốc và nghiên cứu các tiêu chuẩn, chứng nhận phù hợp với thị trường sẽ góp phần nâng cao uy tín, khả năng cạnh tranh và đáp ứng tốt hơn yêu cầu của nhà nhập khẩu cũng như người tiêu dùng Hồi giáo tại UAE.

2.3 Mức độ phù hợp của hàng giày dép Việt Nam với phân khúc Halal và khả năng phát triển sản phẩm đạt chứng nhận

Hàng giày dép của Việt Nam được đánh giá có tiềm năng tương đối thuận lợi để tiếp cận phân khúc thị trường Halal tại UAE, nhất là đối với các sản phẩm sử

dụng vật liệu tổng hợp, da nhân tạo, vải dệt và các nguyên liệu có nguồn gốc rõ ràng. Đây là những nhóm sản phẩm có khả năng kiểm soát tương đối tốt về thành phần nguyên liệu, nguồn gốc và quy trình sản xuất, qua đó tạo điều kiện thuận lợi cho việc đáp ứng các yêu cầu liên quan đến Halal.

Tuy nhiên, để phát triển sản phẩm giày dép đáp ứng tiêu chuẩn Halal, doanh nghiệp cần tăng cường kiểm soát toàn bộ chuỗi cung ứng, từ nguyên liệu đầu vào, phụ liệu, chất kết dính, thuốc nhuộm, hóa chất xử lý đến quy trình sản xuất, đóng gói và bảo quản. Đối với các sản phẩm sử dụng da động vật, yêu cầu kiểm soát có thể cao hơn, đặc biệt liên quan đến nguồn gốc da, phương thức xử lý và khả năng chứng minh sự phù hợp của nguyên liệu với các yêu cầu Halal.

Về khả năng phát triển sản phẩm đạt chứng nhận, các doanh nghiệp giày dép Việt Nam có điều kiện để từng bước triển khai, nếu chủ động xây dựng hệ thống quản lý nguyên liệu, truy xuất nguồn gốc và kiểm soát quy trình sản xuất theo yêu cầu của thị trường Halal. Việc lựa chọn nguyên liệu ngay từ khâu thiết kế sản phẩm, ưu tiên các nguyên liệu có nguồn gốc rõ ràng và có hồ sơ chứng minh tính phù hợp sẽ giúp doanh nghiệp giảm chi phí điều chỉnh sản phẩm và thuận lợi hơn trong quá trình đánh giá, chứng nhận.

Trong thời gian tới, doanh nghiệp có thể ưu tiên nghiên cứu phát triển một số dòng sản phẩm phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng Hồi giáo tại UAE như giày thể thao, giày thời trang, dép và các sản phẩm sử dụng vật liệu tổng hợp hoặc vật liệu có nguồn gốc thực vật. Việc tích hợp các yêu cầu Halal ngay từ khâu thiết kế và lựa chọn nguyên liệu sẽ tạo điều kiện để doanh nghiệp chủ động hơn trong việc đáp ứng yêu cầu của nhà nhập khẩu và hệ thống phân phối tại UAE.

Bên cạnh yếu tố chứng nhận, để nâng cao khả năng cạnh tranh, doanh nghiệp cần kết hợp yêu cầu Halal với các yếu tố mà người tiêu dùng UAE ngày càng quan tâm như chất lượng, thiết kế, độ bền, tính tiện dụng, nguồn gốc sản phẩm và tính minh bạch của chuỗi cung ứng. Chứng nhận Halal do đó có thể được xem là một công cụ hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng thị trường và tạo sự khác biệt cho sản phẩm, thay vì chỉ tập trung vào việc đáp ứng yêu cầu chứng nhận.

Khả năng tham gia phân khúc giày dép Halal tại UAE của doanh nghiệp Việt Nam được đánh giá ở mức khá, với lợi thế về năng lực sản xuất, đa dạng chủng loại và khả năng sử dụng nhiều loại vật liệu khác nhau. Tuy nhiên, việc phát triển sản phẩm đạt chứng nhận Halal đòi hỏi doanh nghiệp phải chủ động hơn trong kiểm soát nguồn nguyên liệu, truy xuất nguồn gốc và quản lý chuỗi cung ứng. Đây là hướng có thể nghiên cứu, triển khai từng bước đối với một số dòng sản phẩm có tiềm năng, qua đó góp phần đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao giá trị gia tăng và mở rộng thị phần giày dép Việt Nam tại thị trường UAE.

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

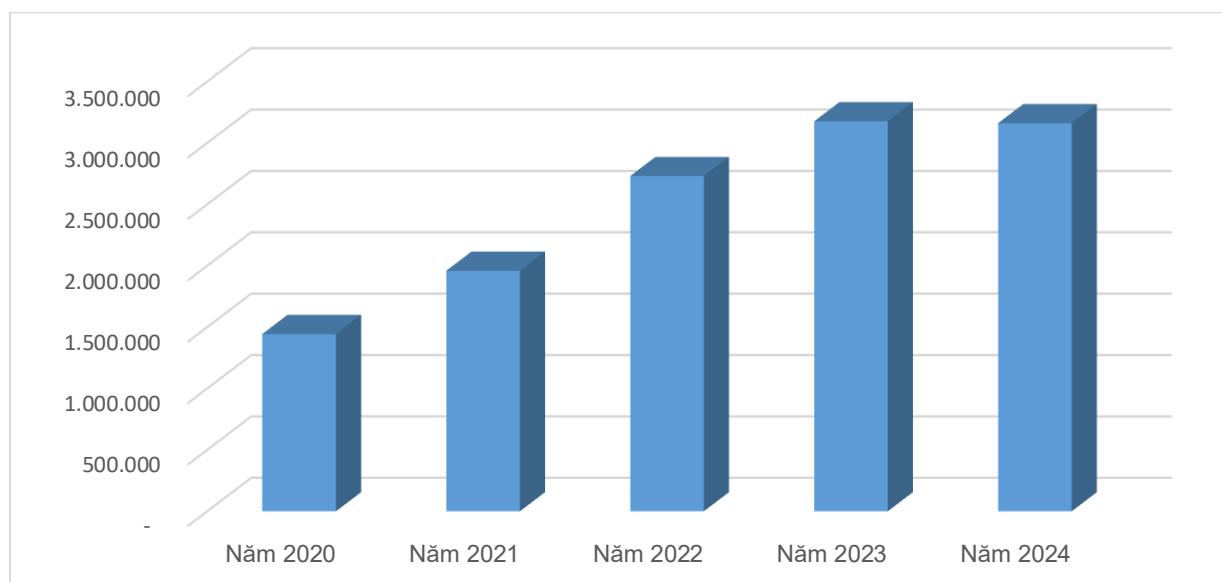
3.1. Đánh giá khả năng cạnh tranh

Theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), trong giai đoạn 2020–2024, thị trường nhập khẩu giày dép của Các Tiểu vương quốc Ả-rập Thống nhất (UAE) ghi nhận xu hướng tăng trưởng tích cực. Kim ngạch nhập khẩu mặt hàng giày dép (HS 64) tăng từ 1,44 tỷ USD năm 2020 lên 3,16 tỷ USD năm 2024, tăng 118,9%, với tốc độ tăng trưởng bình quân 29,7%/năm. Kim ngạch nhập khẩu tăng liên tục trong giai đoạn 2021–2023, lần lượt đạt 1,96 tỷ USD, 2,73 tỷ USD và 3,18 tỷ USD. Năm 2024, nhập khẩu đạt 3,16 tỷ USD, giảm nhẹ 0,5% so với năm 2023, cho thấy thị trường có dấu hiệu ổn định sau giai đoạn tăng trưởng mạnh.

Với quy mô nhập khẩu trên 3 tỷ USD/năm, UAE được đánh giá là thị trường có nhu cầu lớn đối với mặt hàng giày dép và có tiềm năng đối với các nhà cung cấp nước ngoài, trong đó có Việt Nam. Tốc độ tăng trưởng cao trong giai đoạn 2020–2024 cho thấy dư địa mở rộng thị trường còn tương đối lớn. Tuy nhiên, mức giảm nhẹ trong năm 2024 đồng thời cho thấy cạnh tranh trên thị trường ngày càng gia tăng. Do đó, doanh nghiệp Việt Nam cần chú trọng nâng cao chất lượng, đa dạng hóa mẫu mã, nâng cao năng lực đáp ứng các yêu cầu về truy xuất nguồn gốc và tiêu chuẩn Halal, đồng thời tăng cường kết nối với các nhà nhập khẩu, nhà phân phối tại UAE nhằm từng bước mở rộng thị phần.

Theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), thị trường UAE có nhu cầu nhập khẩu giày dép tương đối lớn và duy trì xu hướng tăng trong giai đoạn 2020–2024. Kim ngạch nhập khẩu giày dép của UAE tăng từ 1,44 tỷ USD năm 2020 lên 3,16 tỷ USD năm 2024, với tốc độ tăng trưởng bình quân 29,7%/năm. Sau khi tăng liên tục trong giai đoạn 2020–2023, kim ngạch nhập khẩu năm 2024 giảm nhẹ so với năm 2023, song vẫn duy trì ở mức cao, cho thấy nhu cầu nhập khẩu giày dép của thị trường UAE tiếp tục tương đối ổn định.

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



(Nguồn: ITC)

Về cơ cấu nguồn cung, hoạt động nhập khẩu giày dép của UAE tập trung chủ yếu tại một số thị trường lớn, trong đó Trung Quốc, Italy và Việt Nam là ba nguồn cung chủ lực. Năm 2024, kim ngạch nhập khẩu từ ba thị trường này đạt khoảng 2,50 tỷ USD, chiếm khoảng 79,2% tổng kim ngạch nhập khẩu giày dép của UAE.

Trung Quốc giữ vị trí là nguồn cung giày dép lớn nhất cho UAE. Kim ngạch nhập khẩu từ Trung Quốc tăng từ 509,6 triệu USD năm 2020 lên 999,1 triệu USD

năm 2024, với tốc độ tăng trưởng bình quân 24,0%/năm. Tuy nhiên, thị phần của Trung Quốc trong tổng nhập khẩu giày dép của UAE giảm từ 35,3% năm 2020 xuống 31,6% năm 2024. Diễn biến này cho thấy Trung Quốc vẫn duy trì vị trí dẫn đầu nhưng đang chịu sự cạnh tranh ngày càng gia tăng từ các nguồn cung khác.

Italy đứng thứ hai về cung ứng giày dép cho UAE và là thị trường có mức tăng trưởng đáng chú ý. Kim ngạch nhập khẩu từ Italy tăng từ 299,4 triệu USD năm 2020 lên 823,0 triệu USD năm 2024, tương ứng tốc độ tăng trưởng bình quân 43,7%/năm. Thị phần của Italy tăng từ 20,7% lên 26,0% trong cùng giai đoạn, qua đó thu hẹp đáng kể khoảng cách với Trung Quốc. Diễn biến này cho thấy sản phẩm giày dép của Italy tiếp tục có khả năng đáp ứng tốt nhu cầu của phân khúc có yêu cầu cao về thiết kế, chất lượng và giá trị gia tăng tại UAE.

Việt Nam hiện là nguồn cung giày dép lớn thứ ba của UAE. Kim ngạch nhập khẩu giày dép của UAE từ Việt Nam tăng từ 302,6 triệu USD năm 2020 lên 682,0 triệu USD năm 2024, với tốc độ tăng trưởng bình quân 31,3%/năm. Thị phần của Việt Nam chỉ tăng nhẹ từ 21,0% năm 2020 lên 21,6% năm 2024.

Đáng chú ý, Indonesia có tốc độ tăng trưởng cao trong nhóm các nhà cung cấp chủ yếu. Kim ngạch nhập khẩu từ Indonesia tăng từ 83,5 triệu USD năm 2020 lên 255,4 triệu USD năm 2024, tương ứng tốc độ tăng trưởng bình quân 51,4%/năm; thị phần tăng từ 5,8% lên 8,1%. Đây là một trong những đối thủ cạnh tranh đáng lưu ý đối với hàng giày dép Việt Nam tại thị trường UAE trong thời gian tới.

Ấn Độ tiếp tục nằm trong nhóm các nhà cung cấp lớn nhưng thị phần có xu hướng giảm, từ 4,4% năm 2020 xuống 3,7% năm 2024, mặc dù kim ngạch nhập khẩu từ thị trường này vẫn tăng từ 63,3 triệu USD lên 118,4 triệu USD. Một số nguồn cung châu Âu như Đức cũng ghi nhận tốc độ tăng trưởng tương đối cao, trong khi Tây Ban Nha, Thái Lan và Brazil có mức tăng trưởng thấp hơn hoặc có xu hướng giảm trong giai đoạn cuối kỳ.

Bên cạnh các nguồn cung chủ yếu, một số thị trường có quy mô nhập khẩu còn nhỏ nhưng ghi nhận tốc độ tăng trưởng cao, như Oman, Lào, Croatia và

Canada. Tuy nhiên, do thị phần hiện còn thấp, các nguồn cung này chưa tạo ra sức ép cạnh tranh lớn đối với các nhà cung cấp chủ lực tại UAE.

Đối với Việt Nam, UAE tiếp tục được đánh giá là thị trường có tiềm năng đối với mặt hàng giày dép. Việt Nam duy trì vị trí thứ ba trong số các nhà cung cấp lớn nhất, với kim ngạch năm 2024 đạt khoảng 682,0 triệu USD, chiếm 21,6% tổng kim ngạch nhập khẩu giày dép của UAE. Tuy nhiên, trong bối cảnh các nguồn cung cạnh tranh, đặc biệt là Italy và Indonesia, đang gia tăng thị phần, các doanh nghiệp Việt Nam cần tiếp tục nâng cao khả năng cạnh tranh và duy trì thị phần tại thị trường này.

Trong thời gian tới, doanh nghiệp giày dép Việt Nam cần chú trọng nâng cao chất lượng và giá trị gia tăng của sản phẩm, đa dạng hóa mẫu mã, chủng loại và phân khúc giá; tăng cường năng lực đáp ứng các yêu cầu về chất lượng, tiêu chuẩn kỹ thuật, nguồn gốc xuất xứ và trách nhiệm môi trường của thị trường UAE. Đồng thời, cần nghiên cứu sâu hơn về thị hiếu người tiêu dùng, xu hướng thời trang và nhu cầu đối với các sản phẩm phù hợp với văn hóa Hồi giáo để nâng cao khả năng tiếp cận và mở rộng thị trường.

Thị trường giày dép UAE có quy mô nhập khẩu lớn, tốc độ tăng trưởng khá và nguồn cung đa dạng. Việt Nam đang có vị trí tương đối thuận lợi khi là nhà cung cấp lớn thứ ba với thị phần trên 20%. Tuy nhiên, để duy trì và nâng cao vị thế, cần tăng cường năng lực cạnh tranh, chuyển dịch theo hướng nâng cao chất lượng và giá trị sản phẩm, đồng thời chủ động ứng phó với sự gia tăng cạnh tranh từ các nguồn cung khác, nhất là Italy và Indonesia.

Bảng 1: Nhập khẩu hàng giày dép của UAE từ một số thị trường chính giai đoạn 2020-2024 (Đvt: nghìn USD)

Thị trường	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024	Tăng trưởng bình quân giai đoạn 2020 - 2024 (%)	Thị phần 2020(%)	Thị phần 2024(%)
Tổng	1.444.323	1.959.481	2.730.755	3.176.542	3.161.180	29,7	100,0	100,0

Thị trường	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024	Tăng trưởng bình quân giai đoạn 2020 - 2024 (%)	Thị phần 2020(%)	Thị phần 2024(%)
Trung Quốc	509.637	682.245	918.673	955.394	999.132	24,0	35,3	31,6
Italy	299.416	480.022	664.028	808.639	823.019	43,7	20,7	26,0
Việt Nam	302.628	384.073	565.769	677.967	681.954	31,3	21,0	21,6
Indonesia	83.528	114.919	180.762	268.435	255.410	51,4	5,8	8,1
Ấn Độ	63.311	82.830	115.757	135.710	118.421	21,8	4,4	3,7
Campuchia	20.580	24.525	37.455	50.277	50.942	36,9	1,4	1,6
Đức	13.655	20.631	26.368	34.015	38.033	44,6	0,9	1,2
Tây Ban Nha	18.218	21.423	26.296	30.871	30.829	17,3	1,3	1,0
Thái Lan	21.954	21.251	26.034	24.240	20.363	-1,8	1,5	0,6
Bồ Đào Nha	11.232	14.167	14.159	18.358	19.511	18,4	0,8	0,6
Thổ Nhĩ Kỳ	10.176	12.541	20.699	15.677	16.781	16,2	0,7	0,5
Braxin	14.963	15.717	21.464	21.108	15.606	1,1	1,0	0,5
Anh	9.171	10.596	9.845	13.683	14.895	15,6	0,6	0,5
Mỹ	6.022	10.901	8.191	16.766	12.476	26,8	0,4	0,4
Pháp	5.942	4.753	6.840	10.010	9.254	13,9	0,4	0,3
Myanmar	9.022	6.931	12.909	14.492	7.554	-4,1	0,6	0,2
Croatia	1.109	439	1.495	769	4.348	73,0	0,1	0,1
Malaysia	2.333	3.447	4.007	4.200	3.872	16,5	0,2	0,1
Thụy Sĩ	1.322	4.847	4.673	4.974	3.598	43,0	0,1	0,1
Philippin	3.907	4.204	3.058	3.701	3.531	-2,4	0,3	0,1
Slovakia	1.045	1.341	1.777	2.602	2.614	37,5	0,1	0,1
Rumani	936	1.571	1.726	2.496	2.373	38,4	0,1	0,1
Marôc	798	995	2.039	2.430	2.121	41,4	0,1	0,1
Canada	556	1.363	4.861	2.447	1.807	56,3	0,0	0,1
Cộng hoà Dominica	1.378	1.454	1.803	988	1.600	4,0	0,1	0,1
Ucraina	754	717	2.046	1.499	1.596	27,9	0,1	0,1
Oman	129	145	305	808	1.595	284,1	0,0	0,1
Pakixtan	1.657	1.666	1.693	1.761	1.548	-1,6	0,1	0,0
Lào	238	557	841	1.315	1.528	135,5	0,0	0,0
Tuynidi	644	655	803	1.537	994	13,6	0,0	0,0

(Nguồn: Trung tâm Thương mại Quốc tế)

3.2. Cơ hội thị trường

Thị trường Các Tiểu vương quốc Ả-rập Thống nhất (UAE) có tiềm năng đối với xuất khẩu giày dép của Việt Nam trong thời gian tới, trong bối cảnh nhu cầu tiêu dùng tại thị trường này duy trì ở mức khá, hoạt động du lịch, bán lẻ và thương mại điện tử tiếp tục phát triển. Đồng thời, UAE, đặc biệt là Dubai, giữ vai trò là trung tâm thương mại, logistics và phân phối quan trọng của khu vực Trung Đông, tạo điều kiện để hàng hóa nhập khẩu từ UAE tiếp tục được phân phối, tái xuất sang các thị trường thuộc Hội đồng Hợp tác vùng Vịnh (GCC) và khu vực lân cận.

Một là, dung lượng và nhu cầu của thị trường UAE còn dư địa để mở rộng. Thị trường giày dép UAE có quy mô tương đối lớn và được hỗ trợ bởi mức thu nhập bình quân cao, cơ cấu dân số đa dạng, lượng khách du lịch quốc tế lớn và sự phát triển của hệ thống bán lẻ hiện đại. Nhu cầu tập trung vào nhiều phân khúc, từ giày thể thao, giày thường ngày, giày thời trang đến giày trẻ em. Đây là điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp Việt Nam đa dạng hóa sản phẩm và từng bước mở rộng thị phần tại UAE.

Hai là, cơ cấu sản phẩm và năng lực sản xuất của Việt Nam có khả năng đáp ứng tương đối tốt nhu cầu của thị trường. Việt Nam hiện là một trong những quốc gia sản xuất, xuất khẩu giày dép lớn trên thế giới, có kinh nghiệm sản xuất cho nhiều thương hiệu quốc tế và khả năng đáp ứng các yêu cầu về chất lượng, mẫu mã, quy mô đơn hàng và tiến độ giao hàng. Trong đó, các sản phẩm như giày thể thao, giày casual và giày sử dụng vật liệu dệt có thể tiếp tục được xem là những nhóm hàng có triển vọng tại UAE.

Ba là, kết quả xuất khẩu sang UAE cho thấy thị trường vẫn có khả năng tiếp tục khai thác. Trong những năm gần đây, UAE duy trì vị trí là một trong những thị trường xuất khẩu giày dép chính của Việt Nam tại khu vực Trung Đông. Mặc dù xuất khẩu trong một số thời kỳ có sự biến động, nhu cầu nhập khẩu của UAE và vai trò trung tâm phân phối của thị trường này cho thấy dư địa để doanh nghiệp

Việt Nam củng cố và mở rộng thị phần vẫn còn tương đối lớn, nhất là đối với các doanh nghiệp có khả năng đáp ứng linh hoạt về chủng loại, chất lượng và giá cả.

Bốn là, sự phát triển của thương mại điện tử tạo thêm kênh phân phối cho hàng giày dép Việt Nam. Người tiêu dùng UAE ngày càng gia tăng sử dụng các nền tảng mua sắm trực tuyến, trong đó thời trang và giày dép là những nhóm hàng có mức độ phù hợp cao với thương mại điện tử. Việc phát triển các kênh bán hàng trực tuyến, kết hợp với hệ thống nhà nhập khẩu và phân phối truyền thống, có thể giúp doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận trực tiếp hơn với người tiêu dùng, đồng thời nâng cao khả năng nhận diện sản phẩm và thương hiệu.

Năm là, UAE có lợi thế về logistics và khả năng kết nối với các thị trường khu vực. Hệ thống cảng biển, hàng không, kho bãi và dịch vụ logistics của UAE tương đối phát triển, đặc biệt tại Dubai và Abu Dhabi. Đây là điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp Việt Nam không chỉ khai thác nhu cầu tiêu dùng trong nước mà còn xem UAE là đầu mối trung chuyển, phân phối và tái xuất hàng hóa sang các thị trường GCC và Trung Đông. Việc thiết lập quan hệ với các nhà nhập khẩu, nhà phân phối tại UAE do đó có thể tạo hiệu ứng lan tỏa, hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng thị trường xuất khẩu trong khu vực.

Sáu là, còn dư địa phát triển các sản phẩm có giá trị gia tăng và phù hợp với điều kiện thị trường UAE. Bên cạnh yếu tố giá, người tiêu dùng UAE ngày càng quan tâm đến chất lượng, thiết kế, tính tiện dụng, độ bền và hình ảnh thương hiệu. Doanh nghiệp Việt Nam có thể nghiên cứu phát triển các dòng sản phẩm nhẹ, thoáng, thuận tiện sử dụng trong điều kiện khí hậu nóng, đồng thời chú trọng thiết kế, bao bì và nhận diện sản phẩm phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng tại khu vực Trung Đông.

Tuy nhiên, để tận dụng hiệu quả các cơ hội nêu trên, doanh nghiệp Việt Nam cần lưu ý một số yếu tố. Thị trường UAE có mức độ cạnh tranh cao với sự hiện diện của nhiều thương hiệu quốc tế và nguồn cung từ các quốc gia sản xuất giày dép lớn trong khu vực và trên thế giới. Bên cạnh đó, người tiêu dùng có yêu cầu ngày càng cao về chất lượng, mẫu mã, nguồn gốc sản phẩm và tiêu chuẩn trách

nhiệm xã hội. Do đó, doanh nghiệp cần tăng cường nghiên cứu thị trường, chủ động điều chỉnh thiết kế và cơ cấu sản phẩm, nâng cao chất lượng, xây dựng thương hiệu và lựa chọn đối tác phân phối có năng lực tại UAE.

UAE là thị trường có triển vọng đối với mặt hàng giày dép của Việt Nam trong trung và dài hạn. Cơ hội xuất khẩu không chỉ đến từ nhu cầu tiêu dùng tại UAE mà còn từ vai trò của nước này như một trung tâm thương mại và phân phối của khu vực. Trong thời gian tới, doanh nghiệp Việt Nam cần ưu tiên khai thác các phân khúc có nhu cầu cao như giày thể thao, giày casual, giày thời trang và giày trẻ em; đồng thời kết hợp giữa kênh phân phối truyền thống và thương mại điện tử, tăng cường hợp tác với các nhà nhập khẩu, nhà phân phối tại UAE và từng bước xây dựng UAE thành đầu mối để mở rộng xuất khẩu giày dép sang các thị trường GCC và khu vực Trung Đông.

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

3.3.1. Quy định về hoạt động nhập khẩu

Thị trường UAE áp dụng tương đối ít biện pháp hạn chế đối với hoạt động nhập khẩu giày dép. Tuy nhiên, hàng hóa nhập khẩu phải đáp ứng các quy định về hải quan, thuế nhập khẩu, thuế giá trị gia tăng (VAT), an toàn sản phẩm, ghi nhãn hàng hóa và xuất xứ. Doanh nghiệp xuất khẩu cần xác định chính xác mã HS của từng chủng loại sản phẩm để xác định mức thuế và các yêu cầu quản lý chuyên ngành có liên quan.

Về thuế nhập khẩu, phần lớn các mặt hàng giày dép thuộc Chương 64 của Hệ thống HS và chịu mức thuế nhập khẩu phổ biến khoảng 5% trên trị giá CIF (giá hàng hóa, bảo hiểm và cước vận chuyển), tùy thuộc vào mã HS cụ thể và chính sách áp dụng đối với từng mặt hàng. Bên cạnh thuế nhập khẩu, hàng hóa đưa vào thị trường UAE thuộc diện chịu thuế giá trị gia tăng (VAT) ở mức 5%. Do đó, doanh nghiệp cần tính toán đầy đủ các khoản thuế và chi phí liên quan trong cơ cấu giá khi xuất khẩu sang UAE.

Về thủ tục hải quan, lô hàng giày dép nhập khẩu phải có đầy đủ hồ sơ, chứng từ theo quy định, trong đó thường bao gồm hóa đơn thương mại phiếu đóng gói (Packing List), vận đơn (Bill of Lading/Air Waybill), chứng từ xuất xứ và tờ khai hải quan. Thông tin về tên hàng, số lượng, trị giá, mã HS và xuất xứ cần được thể hiện thống nhất giữa các chứng từ nhằm hạn chế nguy cơ phát sinh vướng mắc trong quá trình thông quan.

Về tiêu chuẩn và an toàn sản phẩm, giày dép nhập khẩu phải bảo đảm các yêu cầu về an toàn sản phẩm và tiêu chuẩn kỹ thuật áp dụng tại UAE. Đối với những sản phẩm thuộc danh mục chịu quy chuẩn kỹ thuật, doanh nghiệp có thể phải thực hiện các thủ tục đánh giá sự phù hợp và đáp ứng yêu cầu chứng nhận theo quy định của cơ quan có thẩm quyền của UAE, trong đó có cơ chế Chứng nhận sự phù hợp của UAE (UAE Certificate of Conformity – ECAS). Tuy nhiên, việc áp dụng ECAS cần được xác định cụ thể theo từng sản phẩm, mã HS và danh mục hàng hóa chịu quản lý, do không phải tất cả các mặt hàng giày dép đều mặc nhiên thuộc diện phải có chứng nhận này.

Về ghi nhãn hàng hóa, sản phẩm giày dép đưa vào UAE phải bảo đảm thông tin trên nhãn chính xác, rõ ràng và không gây hiểu nhầm cho người tiêu dùng, đồng thời đáp ứng các tiêu chuẩn và quy định kỹ thuật có liên quan. Đối với giày dép, doanh nghiệp cần lưu ý thể hiện các thông tin cơ bản như tên sản phẩm, kích cỡ, vật liệu cấu thành, nước sản xuất và các thông tin nhận diện sản phẩm theo yêu cầu. Đặc biệt, đối với sản phẩm sử dụng da hoặc các vật liệu có nguồn gốc động vật, việc khai báo chính xác thành phần và vật liệu sản phẩm có ý nghĩa quan trọng trong việc bảo đảm tính minh bạch và tuân thủ quy định của thị trường.

Về xuất xứ hàng hóa, doanh nghiệp cần bảo đảm hàng giày dép xuất khẩu sang UAE có thông tin xuất xứ rõ ràng và thống nhất giữa nhãn hàng hóa, hóa đơn thương mại, phiếu đóng gói và chứng nhận xuất xứ (nếu được yêu cầu). Việc chứng minh xuất xứ đầy đủ cũng góp phần tạo thuận lợi cho quá trình thông quan và nâng cao mức độ tin cậy đối với nhà nhập khẩu, nhà phân phối tại UAE.

Về chủ thể nhập khẩu, hoạt động nhập khẩu và phân phối hàng hóa tại UAE cần được thực hiện thông qua doanh nghiệp hoặc đối tác nhập khẩu có đăng ký và giấy phép kinh doanh phù hợp theo quy định của UAE. Đối với các doanh nghiệp Việt Nam chưa có hiện diện thương mại tại UAE, việc hợp tác với các nhà nhập khẩu, nhà phân phối hoặc đại lý sở tại có kinh nghiệm trong lĩnh vực giày dép là phương án phù hợp nhằm hỗ trợ thực hiện thủ tục thông quan, lưu kho, phân phối và tuân thủ các quy định thị trường.

UAE là thị trường có mức thuế nhập khẩu tương đối thấp đối với mặt hàng giày dép và thủ tục tiếp cận thị trường không quá phức tạp so với một số thị trường phát triển. Tuy nhiên, để hạn chế rủi ro trong quá trình xuất khẩu, doanh nghiệp Việt Nam cần chủ động rà soát mã HS, mức thuế, yêu cầu về ghi nhãn, tiêu chuẩn an toàn, chứng nhận sự phù hợp và hồ sơ xuất xứ trước khi thực hiện lô hàng đầu tiên. Đồng thời, doanh nghiệp nên phối hợp chặt chẽ với nhà nhập khẩu tại UAE để xác nhận các yêu cầu cụ thể đối với từng chủng loại, mẫu mã và vật liệu giày dép.

3.3.3. Yêu cầu Halal đối với hàng giày dép

Tại Các Tiểu vương quốc Ả-rập Thống nhất (UAE), yêu cầu Halal đối với mặt hàng giày dép không được áp dụng phổ biến và bắt buộc đối với toàn bộ sản phẩm như đối với nhóm hàng thực phẩm, dược phẩm hoặc mỹ phẩm. Tuy nhiên, các yêu cầu liên quan đến Halal có ý nghĩa nhất định đối với giày dép có sử dụng nguyên liệu, phụ liệu có nguồn gốc từ động vật, đặc biệt là sản phẩm da. Do đó, doanh nghiệp xuất khẩu cần quan tâm đến nguồn gốc nguyên liệu, quy trình sản xuất, khả năng truy xuất và tính phù hợp của các thành phần cấu thành sản phẩm với các nguyên tắc Halal.

Đối với giày dép sử dụng da động vật, doanh nghiệp cần kiểm soát rõ nguồn gốc và quá trình xử lý nguyên liệu. Đối với các loại da bò, cừu, dê và các nguyên liệu có nguồn gốc động vật khác, việc có đầy đủ hồ sơ chứng minh nguồn gốc, quá trình giết mổ, xử lý và thuộc da phù hợp sẽ góp phần tạo thuận lợi trong quá trình đánh giá tính phù hợp Halal khi cần thiết. Đặc biệt, doanh nghiệp cần tránh sử

dụng da lợn hoặc các nguyên liệu có nguồn gốc từ lợn trong các sản phẩm định hướng phân khúc Halal.

Bên cạnh nguyên liệu chính, doanh nghiệp cần kiểm soát thành phần của keo dán, chất kết dính, chất phủ, sáp, chất xử lý da và các phụ liệu khác có thể chứa thành phần có nguồn gốc động vật. Việc kiểm soát cần được thực hiện xuyên suốt chuỗi cung ứng, từ khâu lựa chọn nhà cung cấp nguyên liệu đến quá trình sản xuất, lưu kho và hoàn thiện sản phẩm, nhằm hạn chế nguy cơ sử dụng nguyên liệu không phù hợp hoặc xảy ra nhiễm chéo.

Về chứng nhận, không phải tất cả sản phẩm giày dép nhập khẩu vào UAE đều bắt buộc phải có chứng nhận Halal. Tuy nhiên, trong trường hợp doanh nghiệp sử dụng hoặc quảng bá sản phẩm với tuyên bố “Halal”, doanh nghiệp cần có cơ sở chứng minh sự phù hợp với các yêu cầu Halal áp dụng tại UAE. Việc đánh giá, chứng nhận Halal được thực hiện thông qua các tổ chức chứng nhận được cơ quan có thẩm quyền của UAE đăng ký hoặc công nhận. UAE cũng có hệ thống dấu Halal quốc gia nhằm xác nhận sự phù hợp của sản phẩm với các yêu cầu Halal tương ứng.

Ngoài yêu cầu về nguyên liệu, khả năng truy xuất nguồn gốc ngày càng có vai trò quan trọng trong việc đáp ứng các yêu cầu của đối tác nhập khẩu và hệ thống phân phối tại UAE. Doanh nghiệp giày dép Việt Nam cần chủ động xây dựng hồ sơ về nguồn gốc da và các nguyên liệu có nguồn gốc động vật; danh mục thành phần của keo, chất kết dính và phụ liệu; chứng nhận hoặc cam kết Halal của nhà cung cấp nguyên liệu, khi có; cũng như hồ sơ truy xuất nguồn gốc đối với từng lô hàng. Đối với các sản phẩm định hướng phân khúc Halal, doanh nghiệp nên chủ động nghiên cứu và thực hiện chứng nhận Halal trước khi đưa sản phẩm vào thị trường.

Yêu cầu Halal đối với mặt hàng giày dép tại UAE chủ yếu tập trung vào nguồn gốc nguyên liệu, thành phần có nguồn gốc động vật, kiểm soát quá trình sản xuất, phòng ngừa nhiễm chéo và khả năng truy xuất nguồn gốc, thay vì áp dụng như một điều kiện bắt buộc chung đối với toàn bộ mặt hàng giày dép. Đây vừa là

yêu cầu cần lưu ý, vừa là cơ hội để doanh nghiệp Việt Nam phát triển các dòng sản phẩm có nguồn nguyên liệu minh bạch, thân thiện với người tiêu dùng Hồi giáo và đáp ứng tốt hơn yêu cầu của các nhà nhập khẩu tại UAE. Việc nghiên cứu phát triển các sản phẩm giày dép có khả năng đáp ứng hoặc được chứng nhận Halal có thể góp phần nâng cao khả năng tiếp cận phân khúc người tiêu dùng Hồi giáo tại UAE và mở rộng sang các thị trường Hồi giáo khác trong khu vực.

IV. Triển vọng và khuyến nghị

4.1 Triển vọng

Trong thời gian tới, triển vọng xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang thị trường Các Tiểu vương quốc Ả-rập Thống nhất (UAE) tích cực, nhất là trong trung và dài hạn. UAE là thị trường có mức thu nhập bình quân đầu người cao, sức mua lớn, cơ cấu dân số đa dạng và ngành bán lẻ phát triển, qua đó tạo dư địa cho nhu cầu đối với các sản phẩm giày dép thuộc nhiều phân khúc khác nhau. Bên cạnh nhu cầu tiêu dùng trong nước, UAE còn là trung tâm thương mại, logistics và phân phối quan trọng của khu vực Trung Đông, tạo điều kiện để doanh nghiệp Việt Nam từng bước mở rộng hoạt động sang các thị trường thuộc khu vực Vùng Vịnh và Trung Đông.

Một trong những yếu tố thuận lợi quan trọng đối với xuất khẩu giày dép của Việt Nam là Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Việt Nam - UAE (CEPA). Việc UAE và Việt Nam tăng cường mở cửa thị trường, cắt giảm thuế quan và tạo thuận lợi thương mại được kỳ vọng sẽ góp phần cải thiện khả năng cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam tại UAE. Đối với mặt hàng giày dép, việc tận dụng tốt các ưu đãi thuế quan theo CEPA có thể tạo điều kiện để doanh nghiệp mở rộng đơn hàng, nâng cao thị phần và tăng cường kết nối với các nhà nhập khẩu, nhà phân phối tại UAE.

Bên cạnh đó, nhu cầu tiêu dùng giày dép tại UAE có xu hướng đa dạng hóa, tạo cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam mở rộng cơ cấu sản phẩm. Các nhóm hàng như giày thể thao, giày thời trang, giày trẻ em, giày phục vụ hoạt động thể

thao và các sản phẩm theo xu hướng athleisure được đánh giá có tiềm năng. Người tiêu dùng UAE ngày càng quan tâm đến chất lượng, thiết kế, độ tiện dụng, thương hiệu và các yếu tố liên quan đến phát triển bền vững. Đây là những phân khúc mà các doanh nghiệp Việt Nam có khả năng đáp ứng nhờ lợi thế về năng lực sản xuất, kinh nghiệm gia công cho các thương hiệu quốc tế và khả năng cung ứng đơn hàng với quy mô lớn.

UAE cũng có vai trò quan trọng trong chiến lược đa dạng hóa thị trường xuất khẩu của ngành giày dép Việt Nam. Trong bối cảnh doanh nghiệp Việt Nam phải đối mặt với yêu cầu ngày càng cao tại các thị trường truyền thống, việc tăng cường khai thác thị trường UAE sẽ góp phần giảm mức độ phụ thuộc vào một số thị trường xuất khẩu chủ lực, đồng thời tạo thêm kênh tiếp cận các thị trường có sức mua và tiềm năng tăng trưởng tại khu vực Trung Đông. Với hệ thống cảng biển, hàng không, kho vận và phân phối tương đối phát triển, UAE có thể được khai thác không chỉ như một thị trường tiêu thụ mà còn như một đầu mối trung chuyển và phân phối hàng giày dép của Việt Nam trong khu vực.

Tuy nhiên, triển vọng xuất khẩu trong thời gian tới vẫn đan xen một số yếu tố thách thức. Số liệu xuất khẩu gần đây cho thấy kim ngạch giày dép của Việt Nam sang UAE có sự biến động, phản ánh nhu cầu thị trường chưa thực sự ổn định. Doanh nghiệp Việt Nam đồng thời phải cạnh tranh với các nhà cung cấp lớn từ Trung Quốc, Ấn Độ, Indonesia và một số quốc gia châu Á khác, trong đó cạnh tranh về giá, mẫu mã, thương hiệu và mạng lưới phân phối ngày càng gay gắt. Ngoài ra, yêu cầu của thị trường UAE về chất lượng, tiêu chuẩn sản phẩm, ghi nhãn, truy xuất nguồn gốc và các yêu cầu liên quan đến Halal đối với những sản phẩm có sử dụng nguyên liệu thuộc phạm vi điều chỉnh cũng đòi hỏi doanh nghiệp phải chủ động thích ứng.

Để khai thác hiệu quả thị trường UAE, doanh nghiệp giày dép Việt Nam cần chuyển mạnh từ phương thức gia công, xuất khẩu đơn thuần sang nâng cao giá trị gia tăng và phát triển thị trường. Trọng tâm là nghiên cứu kỹ thị hiếu người tiêu dùng UAE, điều chỉnh thiết kế và cơ cấu sản phẩm phù hợp với điều kiện khí hậu,

văn hóa và nhu cầu sử dụng; chú trọng phát triển các dòng sản phẩm thể thao, thời trang, trung và cao cấp; tăng cường xây dựng thương hiệu và quảng bá sản phẩm; đồng thời đẩy mạnh thương mại điện tử và hợp tác với các nhà nhập khẩu, nhà phân phối, chuỗi bán lẻ lớn tại UAE. Doanh nghiệp cũng cần chủ động nghiên cứu và tận dụng các cam kết ưu đãi của CEPA, bảo đảm đáp ứng quy tắc xuất xứ và các quy định kỹ thuật của thị trường.

UAE được đánh giá là thị trường còn nhiều dư địa để phát triển xuất khẩu giày dép của Việt Nam trong thời gian tới. Trong ngắn hạn, kim ngạch xuất khẩu có thể tiếp tục biến động do sức ép cạnh tranh và diễn biến nhu cầu; tuy nhiên, trong trung và dài hạn, việc thực thi CEPA, cùng với sức mua tương đối cao, sự phát triển của hệ thống bán lẻ và thương mại điện tử và vai trò trung tâm thương mại của UAE sẽ tạo thêm động lực cho hàng giày dép Việt Nam. Nếu tận dụng tốt các ưu đãi thương mại, nâng cao chất lượng, thiết kế, thương hiệu và năng lực phân phối, UAE có khả năng trở thành một trong những thị trường quan trọng để ngành giày dép Việt Nam mở rộng hiện diện tại khu vực Trung Đông trong những năm tới.

4.2 Một số đề xuất, khuyến nghị

UAE là thị trường tiềm năng đối với hàng giày dép xuất khẩu của Việt Nam, không chỉ nhờ sức mua và mức thu nhập tương đối cao của người tiêu dùng mà còn do UAE giữ vai trò là trung tâm thương mại, logistics và phân phối hàng hóa quan trọng tại khu vực Trung Đông. Tuy nhiên, thị trường này cũng có mức độ cạnh tranh cao, yêu cầu ngày càng đa dạng về chất lượng, mẫu mã, tiêu chuẩn sản phẩm và phương thức phân phối. Để khai thác hiệu quả hơn thị trường UAE, cần tập trung một số giải pháp sau:

Tận dụng hiệu quả các cơ hội từ Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện Việt Nam - UAE (CEPA). Doanh nghiệp cần chủ động nghiên cứu các cam kết về thuế quan, quy tắc xuất xứ và các quy định liên quan trong CEPA, qua đó xây dựng phương án xuất khẩu phù hợp, nâng cao khả năng cạnh tranh về giá của sản phẩm giày dép Việt Nam tại thị trường UAE. Đồng thời, cần tăng cường phối hợp với

các cơ quan chức năng, tổ chức cấp chứng nhận xuất xứ và đối tác nhập khẩu để bảo đảm hồ sơ xuất xứ đáp ứng đầy đủ yêu cầu, hạn chế các trường hợp không được hưởng ưu đãi thuế quan do sai sót về chứng từ.

Đẩy mạnh đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao giá trị gia tăng và khả năng đáp ứng thị hiếu thị trường. Doanh nghiệp cần hạn chế cạnh tranh chủ yếu dựa trên yếu tố giá, đồng thời chú trọng phát triển các dòng sản phẩm có giá trị gia tăng cao như giày thể thao, giày thời trang, giày công sở, giày da và các sản phẩm sử dụng vật liệu mới, vật liệu thân thiện với môi trường. Cần tăng cường nghiên cứu thị hiếu người tiêu dùng UAE và khu vực Trung Đông để điều chỉnh thiết kế, màu sắc, chất liệu, kích cỡ và tính năng sản phẩm phù hợp với điều kiện khí hậu, văn hóa và nhu cầu sử dụng tại thị trường.

Tăng cường đáp ứng các yêu cầu về chất lượng, nguồn gốc và tính bền vững của sản phẩm. Doanh nghiệp cần nâng cao kiểm soát chất lượng trong toàn bộ quá trình sản xuất, đặc biệt đối với nguyên liệu đầu vào, hóa chất, keo dán, da và các vật liệu có nguồn gốc động vật. Đồng thời, tăng cường xây dựng hệ thống truy xuất nguồn gốc, áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế phù hợp và từng bước phát triển các sản phẩm đáp ứng yêu cầu về môi trường, sử dụng nguyên liệu tái chế và sản xuất bền vững. Đây sẽ là yếu tố quan trọng để nâng cao uy tín và khả năng tiếp cận các nhà nhập khẩu, hệ thống bán lẻ lớn tại UAE.

Chủ động nghiên cứu và đáp ứng các yêu cầu liên quan đến Halal và đặc thù văn hóa Hồi giáo. Mặc dù yêu cầu chứng nhận Halal đối với giày dép không phổ biến như đối với thực phẩm, doanh nghiệp vẫn cần lưu ý đối với các sản phẩm có sử dụng da hoặc nguyên liệu có nguồn gốc động vật. Việc kiểm soát nguồn nguyên liệu, bảo đảm khả năng truy xuất và nghiên cứu chứng nhận phù hợp, khi có nhu cầu từ đối tác nhập khẩu, sẽ góp phần nâng cao mức độ tin cậy của sản phẩm và mở rộng khả năng tiếp cận người tiêu dùng Hồi giáo tại UAE cũng như các thị trường trong khu vực.

Tăng cường xây dựng và phát triển hệ thống phân phối tại UAE. Doanh nghiệp cần chuyển dần từ phương thức xuất khẩu thông qua các đơn hàng ngắn hạn

sang xây dựng quan hệ hợp tác ổn định, dài hạn với các nhà nhập khẩu, đại lý, nhà phân phối và hệ thống bán lẻ tại UAE. Đặc biệt, cần tận dụng lợi thế của Dubai trong vai trò trung tâm logistics và tái xuất của khu vực để từng bước mở rộng thị trường sang các quốc gia thuộc Hội đồng Hợp tác vùng Vịnh (GCC), Trung Đông và một số thị trường châu Phi.

Đẩy mạnh ứng dụng thương mại điện tử và các phương thức marketing số. Doanh nghiệp cần tăng cường quảng bá sản phẩm trên các nền tảng thương mại điện tử và mạng xã hội phù hợp với thị trường UAE; xây dựng website, catalogue và nội dung giới thiệu sản phẩm bằng tiếng Anh và tiếng Ả Rập; đồng thời nghiên cứu các hình thức bán hàng trực tuyến và tiếp thị số nhằm tiếp cận trực tiếp hơn với người tiêu dùng. Việc tăng cường hiện diện trên các kênh trực tuyến cũng giúp doanh nghiệp nắm bắt nhanh hơn xu hướng tiêu dùng, phản hồi của khách hàng và nhu cầu đối với từng nhóm sản phẩm.

Nâng cao hiệu quả công tác xúc tiến thương mại và kết nối doanh nghiệp. Các doanh nghiệp cần chủ động tham gia các hội chợ, triển lãm chuyên ngành giày dép, da giày, thời trang và bán lẻ tại UAE; tăng cường tổ chức các chương trình kết nối giao thương với nhà nhập khẩu, nhà phân phối và chuỗi bán lẻ của UAE. Các cơ quan quản lý, cơ quan thương vụ và hiệp hội ngành hàng cần tiếp tục hỗ trợ cung cấp thông tin thị trường, cập nhật danh sách đối tác nhập khẩu có uy tín, cảnh báo rủi ro thương mại và hỗ trợ doanh nghiệp trong quá trình tiếp cận, đàm phán với đối tác.

Nâng cao năng lực logistics và quản trị hoạt động xuất khẩu. Doanh nghiệp cần chủ động xây dựng phương án logistics phù hợp, lựa chọn đối tác vận tải và kho bãi có năng lực, đồng thời tăng cường sử dụng các trung tâm logistics tại UAE để rút ngắn thời gian giao hàng và giảm chi phí. Trong quá trình ký kết hợp đồng, cần quy định rõ điều kiện giao hàng, phương thức thanh toán, trách nhiệm của các bên và cơ chế xử lý khiếu nại nhằm hạn chế rủi ro phát sinh.

Tăng cường cập nhật thông tin về chính sách nhập khẩu và các quy định của UAE. Doanh nghiệp cần thường xuyên theo dõi các quy định về thuế nhập khẩu,

mã HS, quy tắc xuất xứ, thủ tục hải quan, tiêu chuẩn kỹ thuật, ghi nhãn hàng hóa và các yêu cầu khác có liên quan. Đặc biệt, cần phối hợp chặt chẽ với đối tác nhập khẩu và đại lý hải quan tại UAE để bảo đảm việc phân loại hàng hóa, chuẩn bị chứng từ và thực hiện thủ tục thông quan được chính xác, đầy đủ, hạn chế phát sinh chi phí và thời gian lưu kho.

Tăng cường công tác thông tin, dự báo và cảnh báo thị trường. Các cơ quan quản lý nhà nước, cơ quan đại diện thương mại và hiệp hội ngành hàng cần tiếp tục theo dõi sát diễn biến nhu cầu tiêu dùng, chính sách nhập khẩu, xu hướng thời trang, hoạt động của các đối thủ cạnh tranh và biến động logistics tại UAE để kịp thời cung cấp thông tin cho doanh nghiệp. Trên cơ sở đó, doanh nghiệp có thể chủ động điều chỉnh cơ cấu sản phẩm, giá bán, phương thức tiếp cận thị trường và kế hoạch xuất khẩu.

Để nâng cao kim ngạch và duy trì thị phần hàng giày dép Việt Nam tại UAE trong thời gian tới, cần kết hợp đồng bộ giữa tận dụng ưu đãi từ CEPA, nâng cao chất lượng và giá trị gia tăng của sản phẩm, đáp ứng tốt hơn đặc thù thị trường Hồi giáo, phát triển hệ thống phân phối và đẩy mạnh xúc tiến thương mại. Đồng thời, doanh nghiệp cần từng bước xây dựng UAE không chỉ là thị trường tiêu thụ mà còn là đầu mối trung chuyển và phân phối hàng giày dép Việt Nam sang các thị trường Trung Đông, GCC và châu Phi, qua đó mở rộng không gian thị trường và nâng cao hiệu quả xuất khẩu trong dài hạn.