

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



BÀI VIẾT:

**“TỔNG HỢP, PHÂN TÍCH VÀ CUNG CẤP THÔNG TIN
VỀ TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU DỆT MAY CỦA VIỆT NAM
VỚI THỊ TRƯỜNG CPTPP THÁNG 8/2026”**

**Thuộc nhiệm vụ: “Thu thập, tổng hợp, phân tích và cung cấp
thông tin phục vụ triển khai Hiệp định CPTPP” năm 2026**

Hà Nội, 2026

MỤC LỤC

DANH MỤC BẢNG VÀ BIỂU ĐỒ.....	2
TÓM TẮT BÀI VIẾT	3
NỘI DUNG CHI TIẾT.....	6
I. TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU DỆT MAY CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG CPTPP TRONG 7 THÁNG ĐẦU NĂM 2026	6
1. Đánh giá tổng quan tình hình xuất khẩu dệt may sang thị trường CPTPP trong tháng 7/2026 và 7 tháng đầu năm 2026	6
2. Cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng dệt may trong số các thành viên Hiệp định CPTPP	8
3. Cơ cấu chủng loại mặt hàng dệt may xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường thành viên Hiệp định CPTPP	12
4.Đánh giá về sức cạnh tranh của hàng dệt may Việt Nam tại các thị trường thành viên CPTPP.....	15
II. THÔNG TIN CHÍNH SÁCH LIÊN QUAN ĐẾN NGÀNH HÀNG DỆT MAY	21
III. ĐÁNH GIÁ TRIỂN VỌNG VÀ DỰ BÁO.....	22

DANH MỤC BẢNG, BIỂU ĐỒ

BẢNG

Bảng 1: Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang thị trường thành viên CPTPP trong giai đoạn 2024-2026	7
Bảng 2: Thị trường xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang thị trường CPTPP trong tháng 7/2026 và 7 tháng đầu năm 2026	11
Bảng 3: Chứng loại dệt may xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang các thị trường CPTPP trong tháng 7/2026 và 7 tháng đầu năm 2026.....	13
Bảng 4: Nhóm các thị trường xuất khẩu hàng dệt may (mã HS 61) nhiều nhất vào Canada trong 6 tháng đầu năm 2026.....	16
Bảng 5: Nhóm các thị trường xuất khẩu hàng dệt may (mã HS 62) nhiều nhất vào New Zealand trong 6 tháng đầu năm 2026	20

BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 1: Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang thị trường CPTPP trong 7 tháng đầu năm giai đoạn 2020 - 2026	7
Biểu đồ 2: Nhóm 5 thị trường xuất khẩu dệt may lớn nhất thuộc CPTPP của Việt Nam trong 7 tháng đầu năm 2025 và 2026	8
Biểu đồ 3: Nhóm 6 chứng loại mặt hàng dệt may xuất khẩu chủ lực của Việt Nam trong 7 tháng đầu năm 2025 và 2026.....	13
Biểu đồ 5: Nhóm 5 nguồn cung hàng dệt may lớn nhất của New Zealand trong 6 tháng đầu năm 2026	18

TÓM TẮT BÀI VIẾT

Năm 2026, Việt Nam chính thức đảm nhiệm vị trí Chủ tịch luân phiên Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), theo đó nhiều hoạt động lớn đã được tổ chức nhằm tăng cường sự kết nối và hợp tác giữa các doanh nghiệp xuất khẩu trong các thị trường thành viên. Nhiều nội dung quan trọng đã được triển khai, trong đó nhấn mạnh sự kết nối giữa CPTPP và các khu vực như ASEAN và Liên minh châu Âu (EU).

Trong 7 tháng đầu năm 2026, thị trường dệt may toàn cầu đối mặt với nhiều khó khăn và thách thức, song doanh nghiệp xuất khẩu dệt may Việt Nam vẫn nỗ lực duy trì đơn hàng và đẩy mạnh sản xuất. Kết quả là kim ngạch xuất khẩu sang các thị trường thành viên Hiệp định CPTPP chỉ giảm nhẹ 1,72% so với cùng kỳ năm 2025, đạt 4,41 tỷ USD. Tính riêng tháng 7/2026, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam đạt 738,34 triệu USD, tăng 7,34% so với tháng 6/2026, nhưng giảm nhẹ 1,02% so với tháng 7/2025.

Về thị trường: Trong 7 tháng đầu năm 2026, nhóm 5 thị trường xuất khẩu dệt may lớn nhất của Việt Nam trong CPTPP là Nhật Bản, Canada, Vương quốc Anh, Australia và Mexico, với tỷ trọng lần lượt là 56,39%; 15,73%, 11,72%; 7,71% và 2,99%. Trong đó, Nhật Bản vẫn là thị trường chủ lực của dệt may Việt Nam, song xuất khẩu chưa tạo được bước đột phá. Kim ngạch xuất khẩu dệt may sang Nhật Bản đạt 2,39 tỷ USD, giảm nhẹ 5,52% so với 7 tháng đầu năm năm 2025, chiếm tỷ trọng 56,39%. Trong топ 3 thị trường xuất khẩu dệt may dẫn đầu trong nhóm CPTPP, Vương quốc Anh là thị trường duy nhất ghi nhận mức tăng so với 7 tháng đầu năm 2025, với kim ngạch đạt 534,78 triệu USD, tăng 1,81%, chiếm tỷ trọng 11,72%. Đây cũng là thị trường trong tháng 7 ghi nhận mức tăng so với cả tháng 6 và tháng 7/2025, với kim ngạch đạt 93,18 triệu USD.

Về chủng loại: Đứng đầu trong các nhóm chủng loại dệt may xuất khẩu của Việt Nam sang các nước thành viên CPTPP trong 7 tháng đầu năm 2026 tiếp tục là mặt hàng Áo thun, với kim ngạch đạt 972,19 triệu USD, giảm 41,59% so với cùng kỳ năm 2025 và chiếm tỷ trọng 22,35%. Xếp ở vị trí thứ hai là mặt hàng

Quần với kim ngạch đạt 732,97 triệu USD, chiếm 16,85% tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may sang CPTPP, giảm mạnh 44,03% so với cùng kỳ năm 2025.

Đánh giá về sức cạnh tranh của mặt hàng dệt may Việt Nam tại các thị trường thành viên CPTPP:

+ Theo số liệu thống kê từ Trung tâm thương mại quốc tế (ITC), trong 6 tháng đầu năm 2026, kim ngạch nhập khẩu hàng dệt may (mã HS 61) từ thế giới của Canada giảm 6,45% so với cùng kỳ năm 2025, đạt 2,73 tỷ USD. Trong đó, Trung Quốc là nguồn cung hàng dệt may lớn nhất cho Canada, với kim ngạch đạt 689,03 triệu USD (chiếm 25,23% thị phần), giảm 17,76% so với cùng kỳ năm 2025. Việt Nam giữ vững vị trí thứ hai về nguồn cung cho Canada với kim ngạch đạt 402,36 triệu USD, tăng 2,50% so với cùng kỳ năm 2025, chiếm 14,73% thị phần.

+ New Zealand là một thị trường tiềm năng và có nhiều dư địa phát triển, với đặc trưng là thị trường mở, nhiều yêu cầu và quy định khắt khe, song văn hóa kinh doanh lại cực kỳ trung thành và tin tưởng các đối tác. Hiện nay, thời trang bền vững đang ngày càng được chú trọng tại New Zealand, vì vậy doanh nghiệp khi xuất khẩu sang thị trường này cần lưu ý các quy định về tiêu chuẩn xanh, nguồn gốc xuất xứ và quy tắc đạo đức. Theo số liệu thống kê từ ITC, trong 6 tháng đầu năm 2026, kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng dệt may (mã HS 62) từ thế giới của New Zealand giảm nhẹ 1,19% so với cùng kỳ năm 2025, đạt 268,43 triệu USD. Trong đó, Trung Quốc duy trì vị trí dẫn đầu với kim ngạch đạt 152,77 triệu USD (chiếm 56,91% thị phần), giảm nhẹ 1,50% so với cùng kỳ năm 2025. Việt Nam xếp ở vị trí thứ hai, với kim ngạch đạt 25,87 triệu USD, tăng 9,62% so với 6 tháng cùng kỳ năm 2025, chiếm tỷ trọng 9,64%.

Triển vọng xuất khẩu dệt may Việt Nam sang các thị trường CPTPP trong quý IV/2026 được đánh giá tương đối tích cực, với động lực chính đến từ Anh và Australia, trong khi Nhật Bản tiếp tục giữ vai trò nền tảng và Canada duy trì tiềm năng tăng trưởng. Bên cạnh đó, Malaysia, Mexico và New Zealand được kỳ vọng đóng góp thêm vào tăng trưởng chung nhờ tốc độ phát triển, dù quy mô còn nhiều hạn chế. Tuy nhiên, doanh nghiệp vẫn phải đối mặt với sức ép cạnh tranh và yêu

cầu ngày càng cao về phát triển bền vững, truy xuất nguồn gốc, giảm phát thải và trách nhiệm xã hội. Đặc biệt, diễn biến chính sách thương mại tại Bắc Mỹ có thể ảnh hưởng đến Mexico và tạo thêm cạnh tranh đối với doanh nghiệp Việt Nam. Trong bối cảnh đó, doanh nghiệp cần đẩy mạnh chuyển đổi xanh, đầu tư công nghệ, nâng cao năng lực truy xuất và kiểm soát chuỗi cung ứng, đồng thời đa dạng hóa thị trường và tận dụng hiệu quả ưu đãi từ CPTPP; song song với đó, cần thường xuyên cập nhật các thay đổi về chính sách thương mại và tiêu chuẩn tại từng thị trường để chủ động thích ứng và duy trì đà tăng trưởng trong những tháng cuối năm 2026.

NỘI DUNG CHI TIẾT

I. TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU DỆT MAY CỦA VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG CPTPP TRONG 7 THÁNG ĐẦU NĂM 2026

1. Đánh giá tổng quan tình hình xuất khẩu dệt may sang thị trường CPTPP trong tháng 7/2026 và 7 tháng đầu năm 2026

Trong những tháng đầu năm 2026, thị trường dệt may toàn cầu liên tục biến động theo chiều hướng không thuận lợi cho doanh nghiệp, khi chi phí sản xuất, logistics tăng cao, cùng với đó là xu hướng thu hẹp quy mô đơn đặt hàng. Theo doanh nghiệp, thay vì thực hiện các hợp đồng lớn, người mua ngày càng đặt nhiều đơn hàng nhỏ hơn, ngắn hạn hơn, khiến việc lập kế hoạch sản xuất trở nên khó khăn hơn. Do đó, doanh nghiệp phải liên tục điều chỉnh kế hoạch để duy trì hoạt động của dây chuyền, mặc dù các biện pháp tạm thời như vậy chỉ khả thi trong ngắn hạn. Ngoài ra, chi phí hậu cần cũng tăng lên đáng kể, trong một số trường hợp phí vận chuyển đã tăng hơn gấp đôi, lên tới 4.200 - 4.500 USD mỗi container, do căng thẳng địa chính trị làm gián đoạn các tuyến đường truyền thống và làm tăng thời gian vận chuyển, chi phí bảo hiểm và nhiên liệu. Trong khi đó, nền kinh tế của các quốc gia nhập khẩu chính hàng dệt may của Việt Nam, bao gồm một số nước thành viên CPTPP (như Canada, Australia ...) có xu hướng tăng lạm phát, kéo tiêu dùng giảm mạnh.

Năm 2026, Việt Nam chính thức đảm nhiệm vị trí Chủ tịch luân phiên Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP). Trong 7 tháng đầu năm 2026, nhiều hoạt động lớn đã được tổ chức, với mục tiêu tăng cường sự kết nối và nâng cao hơn nữa vị thế của CPTPP trong khu vực và toàn cầu. Điển hình như Hội nghị Quan chức Cấp cao lần thứ 1 (SOM 1) CPTPP tổ chức tại Hà Nội tháng 3/2026, SOM 3 tại thành phố Hồ Chí Minh trong tháng 7/2026, đã đặt ra nhiều nội dung quan trọng, đặc biệt nhấn mạnh sự kết nối giữa CPTPP và các khu vực như ASEAN và Liên minh châu Âu (EU). Đây là hướng đi phù hợp, nhằm đảm bảo lợi ích quốc gia, đồng thời tạo điều kiện, môi trường thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu của các nước thành viên.

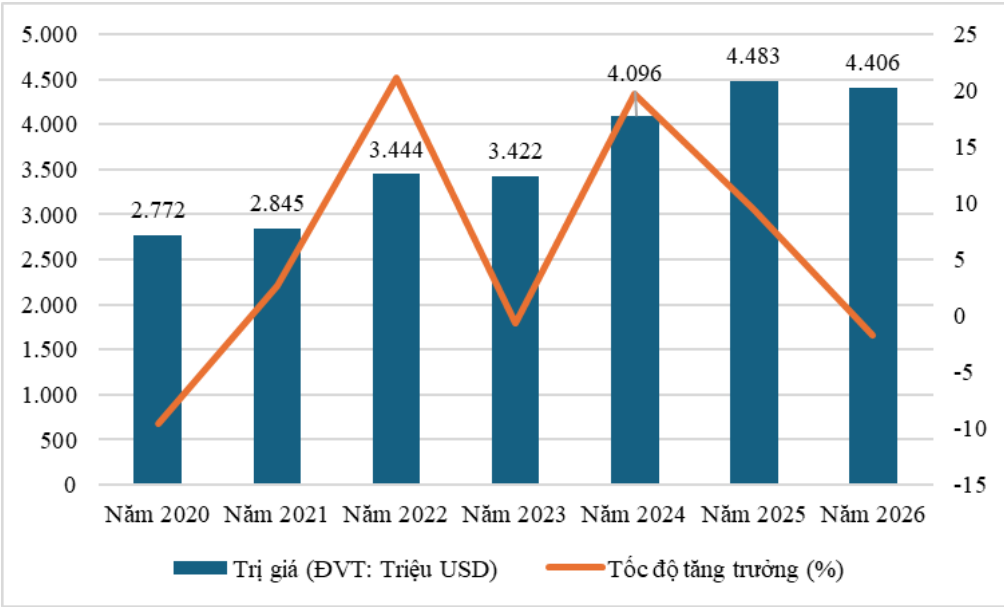
Bảng 1: Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang thị trường thành viên CPTPP trong giai đoạn 2024-2026

	7 tháng đầu năm 2026 (Triệu USD)	So với cùng kỳ năm 2025 (%)	Năm 2025 (Triệu USD)	So với năm 2024 (%)
Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang CPTPP	4.406	-1,72	8.015	6,49
Tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang thị trường CPTPP	47.891	21,95	70.547	11,37
Tỷ trọng (%)	9,20		11,36	

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Cục Hải quan

Theo số liệu thống kê từ Cục Hải quan Việt Nam, kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang các thị trường thành viên Hiệp định CPTPP trong 7 tháng đầu năm 2026 giảm nhẹ 1,72% so với cùng kỳ năm trước, đạt 4,41 tỷ USD.

Biểu đồ 1: Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang thị trường CPTPP trong 7 tháng đầu năm giai đoạn 2020 - 2026



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

Trong những tháng qua, dù đối mặt với nhiều khó khăn, doanh nghiệp xuất khẩu dệt may vẫn nỗ lực tìm kiếm đơn hàng, tối ưu hoá quy trình sản xuất để duy

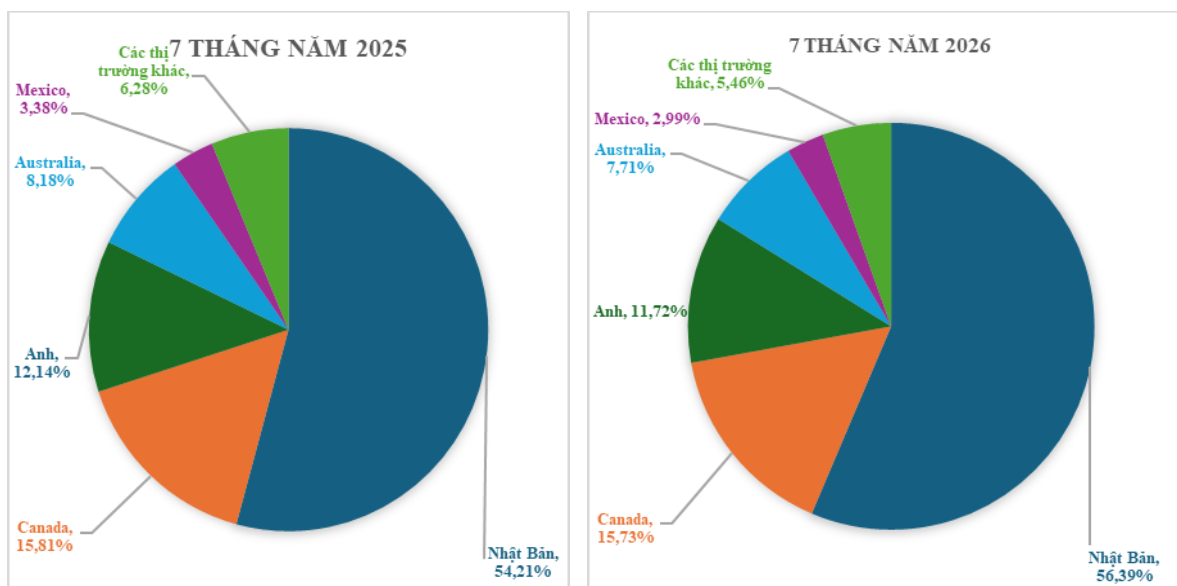
trì vị trí tại các thị trường chủ lực. Việc một số thị trường trọng điểm đối mặt với sức ép lạm phát, cùng với sự cạnh tranh gay gắt từ nhiều đối thủ đang tạo ra áp lực lên đà tăng trưởng chung cho toàn ngành trong những tháng cuối năm. Hiện một số doanh nghiệp đã bảo đảm nguồn hàng sản xuất thực tế đến hết tháng 9/2026, đồng thời đẩy mạnh sản xuất cho các đơn hàng trong quý IV để phục vụ mùa mua sắm cuối năm của người dân. Tuy nhiên, nhiều khách hàng vẫn chưa quyết định triển khai các đơn hàng lớn do lo ngại về chi phí và diễn biến thuế quan mới từ các thị trường lớn.

2. Cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng dệt may trong số các thành viên Hiệp định CPTPP

Tính riêng tháng 7/2026, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam đạt 738,34 triệu USD, tăng 7,34% so với tháng 6/2026, nhưng giảm nhẹ 1,02% so với tháng 7/2025.

Biểu đồ 2: Nhóm 5 thị trường xuất khẩu dệt may lớn nhất thuộc CPTPP của Việt Nam trong 7 tháng đầu năm 2025 và 2026

(tỷ trọng % tính theo trị giá)



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

Tốp 5 thị trường xuất khẩu dệt may lớn nhất của Việt Nam trong nhóm CPTPP là Nhật Bản, Canada, Vương quốc Anh, Australia và Mexico, với tỷ trọng trong 7 tháng đầu năm 2026 lần lượt là 54,21%; 15,81%, 12,14%; 8,18% và 3,38% - đều cao hơn so với mức tỷ trọng cùng kỳ năm 2025, ngoại trừ thị trường Nhật Bản.

+ Nhật Bản tiếp tục là thị trường xuất khẩu hàng dệt may lớn nhất của Việt Nam trong các thị trường thành viên CPTPP. Cụ thể, kim ngạch trong tháng 7/2026 đạt 410 triệu USD, tăng 14,17% so với tháng 6/2026, nhưng giảm nhẹ 1,78% so với tháng 7/2025; lũy kế 7 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu sang Nhật Bản đạt 2,39 tỷ USD, giảm nhẹ 5,52% so với cùng kỳ năm 2025, chiếm tỷ trọng 54,21%.

Nhật Bản vẫn là thị trường chủ lực của dệt may Việt Nam trong nhóm CPTPP, song xuất khẩu chưa tạo được bước đột phá. Điều này phù hợp với diễn biến tiêu dùng tại Nhật Bản khi thị trường có quy mô lớn nhưng người tiêu dùng ngày càng nhạy cảm về giá, trong khi chi phí sinh hoạt vẫn là yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua sắm.

Theo Báo cáo kinh tế tháng 7/2026 của Chính phủ Nhật Bản (trích nguồn từ Văn phòng Nội các, Chính phủ Nhật Bản), áp lực chi phí vẫn khiến người tiêu dùng thận trọng hơn khi mua hàng, khi 54% số hộ gia đình được khảo sát kỳ vọng giá cả sẽ chỉ tăng từ 5% trở lên trong một năm tới. Tuy nhiên, theo Reuters, sức mua chưa suy yếu mạnh khi chỉ số niềm tin người tiêu dùng trong tháng 7 tăng 1,1 điểm lên 34,9 điểm, cho thấy tiêu dùng tư nhân đang có dấu hiệu phục hồi. Vì vậy, thách thức đối với doanh nghiệp dệt may Việt Nam không nằm ở việc thị trường Nhật Bản giảm sức mua mà nằm ở việc người tiêu dùng ngày càng nhạy cảm về giá, xem xét nhiều yếu tố hơn khi mua hàng, từ đó buộc doanh nghiệp phải vừa phải duy trì mức giá cạnh tranh, vừa phải bảo đảm chất lượng và đáp ứng nhanh hơn nhu cầu của thị trường, đặc biệt là với một nơi luôn có những yêu cầu cao về chất lượng hàng hoá như Nhật Bản.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp Việt còn phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ trường Trung Quốc, khi các hãng thời trang lớn của nước này đang gia tăng sức

ép và chủ động đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường thay thế như Nhật Bản, Hàn Quốc ... nhằm bù đắp cho sự sụt giảm tại thị trường Mỹ trước đó.

+ Ở vị trí thứ hai là thị trường Canada, với kim ngạch xuất khẩu trong 7 tháng đầu năm 2026 giảm 1,22% so với cùng kỳ năm 2025, trị giá 696,51 triệu USD, chiếm tỷ trọng 15,81%. Tính riêng trong tháng 7/2026, kim ngạch xuất khẩu đều giảm so với các tháng, cụ thể đạt 114,37 triệu USD, giảm 5,21% so với tháng 6 và giảm 4,32% so với tháng 7/2025.

+ Trong топ 3 thị trường xuất khẩu dệt may dẫn đầu trong nhóm CPTPP, Vương quốc Anh là thị trường duy nhất ghi nhận mức tăng so với 7 tháng đầu năm 2025, với kim ngạch đạt 534,78 triệu USD, tăng 1,81%, chiếm tỷ trọng 12,14%. Đây cũng là thị trường trong tháng 7 ghi nhận mức tăng so với cả tháng 6 và tháng 7/2025, với kim ngạch đạt 93,18 triệu USD. Khi xuất khẩu hàng dệt may vào thị trường Anh, doanh nghiệp buộc phải dung hoà giữa các yếu tố về thẩm mỹ, xu hướng thời trang và công năng sản phẩm, với một mức giá phù hợp với thị trường.

Theo Hiệp hội Dệt may Việt Nam (VITAS), thị trường Anh đang ngày càng siết chặt những quy định, tiêu chuẩn đối với hàng dệt may nhập khẩu theo hướng phát triển bền vững; những tiêu chí quan trọng trong lựa chọn đối tác của Anh bị chi phối bởi yêu cầu về sản xuất xanh, truy xuất nguồn gốc nguyên liệu và trách nhiệm xã hội của nhà cung ứng.

Tuy nhiên, trong những năm qua, doanh nghiệp xuất khẩu dệt may Việt Nam luôn đánh giá cao tiềm năng từ thị trường Anh và có những cải tiến, thay đổi kịp thời nhằm đáp ứng nhu cầu và quy định nghiêm ngặt từ thị trường lớn này. Trong một môi trường cạnh tranh và ngày càng đa dạng về nguồn cung, doanh nghiệp Việt Nam vẫn sở hữu những lợi thế riêng, điển hình như:

- (i) Việt Nam đã hình thành ngành dệt may có quy mô sản xuất lớn, hệ thống doanh nghiệp và chuỗi cung ứng tương đối hoàn chỉnh, năng lực đáp ứng các đơn hàng lớn. Điều này tạo lợi thế khi làm việc với các nhà mua hàng Anh, bởi họ không chỉ quan tâm đến giá mà còn cần nguồn cung ổn định, khả năng sản xuất số lượng lớn, chất lượng đồng đều và giao hàng đúng hạn.

- (ii) Sau nhiều năm tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu, nhiều doanh nghiệp đã dần thích nghi với quy trình kiểm soát chất lượng, tiêu chuẩn lao động và trách nhiệm xã hội của các thương hiệu quốc tế. Vì vậy, khi thâm nhập thị trường Anh, nơi các nhà mua hàng ngày càng coi trọng tính minh bạch và phát triển bền vững, doanh nghiệp Việt Nam có nền tảng ổn để thích ứng. Nhiều doanh nghiệp tích cực tham gia các hội chợ, triển lãm, chương trình xúc tiến thương mại quy mô lớn; một số doanh nghiệp còn đạt chứng nhận như BSCI, WRAP, qua đó chứng minh năng lực đáp ứng các yêu cầu của thị trường đối tác.
- (iii) Hiệp định thương mại tự do song phương UKVFTA tạo lợi thế và ưu đãi về thuế quan cho doanh nghiệp xuất khẩu.

Tuy nhiên, đây không phải lợi thế lâu dài, bởi hiện nay phía Anh cũng đang tích cực đàm phán, ký kết các hiệp định thương mại tự do mới với chính những đối thủ cạnh tranh của Việt Nam. Do đó, doanh nghiệp cần chủ động nắm bắt tình hình và có hướng đi phù hợp để đẩy mạnh xuất khẩu trong thời gian tới.

Đáng chú ý, kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Malaysia ghi nhận tốc độ tăng trưởng mạnh nhất so với cùng kỳ năm 2025, tăng 21,44% so với 7 tháng đầu năm 2025, kim ngạch đạt 115,62 triệu USD, chiếm 2,12% tổng kim ngạch. Trong khi đó, thị trường Chile lại ghi nhận mức tăng thấp nhất, chỉ với 0,33% so với 7 tháng đầu năm 2025, kim ngạch đạt 57,09 triệu USD, chiếm tỷ trọng 1,27%.

Bảng 2: Thị trường xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang thị trường CPTPP trong tháng 7/2026 và 7 tháng đầu năm 2026

(ĐVT: Nghìn USD)

Thị trường	Tháng 7/2026 (nghìn USD)	So với tháng 6/2026 (%)	So với tháng 7/2025 (%)	7 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với cùng kỳ năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
						7 tháng năm 2026	7 tháng năm 2025
Tổng KNXK	738.335	7,34	-1,02	4.406.283	-1,72	100,00	100,00
Nhật Bản	409.997	14,17	-1,78	2.388.749	-5,52	54,21	56,39
Canada	114.372	-5,21	-4,32	696.505	-1,22	15,81	15,73

Thị trường	Tháng 7/2026 (nghìn USD)	So với tháng 6/2026 (%)	So với tháng 7/2025 (%)	7 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với cùng kỳ năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
						7 tháng năm 2026	7 tháng năm 2025
<i>Vương quốc Anh</i>	93.182	1,35	4,79	534.780	1,81	12,14	11,72
Australia	52.205	2,39	3,89	360.636	4,28	8,18	7,71
Mexico	26.318	32,7	-12,31	149.104	11,21	3,38	2,99
Malaysia	15.893	-25,94	8,92	115.619	21,44	2,62	2,12
Chile	9.797	-1,18	-17,42	57.094	0,33	1,30	1,27
Singapore	9.894	22,99	38,62	56.978	11,55	1,29	1,14
New Zealand	5.032	2,64	-2,61	36.617	12,16	0,83	0,73
Peru	1.647	69,72	55,3	10.201	13,86	0,23	0,20

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

3. Cơ cấu chủng loại mặt hàng dệt may xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường thành viên Hiệp định CPTPP

Theo số liệu thống kê từ Cục Hải quan, đứng đầu trong nhóm chủng loại dệt may xuất khẩu của Việt Nam sang các nước thành viên CPTPP trong 7 tháng đầu năm 2026 tiếp tục là mặt hàng *Áo thun*. Cụ thể, kim ngạch xuất khẩu trong tháng 7/2026 đạt 136,43 triệu USD, giảm nhẹ 0,01% so với tháng liền trước đó, và giảm 2,78% so với tháng 7/2025. Lũy kế 7 tháng đầu năm 2026, Việt Nam đã xuất khẩu sang các nước thành viên CPTPP tổng 972,19 triệu USD mặt hàng này, giảm 41,59% so với cùng kỳ năm 2025 và chiếm tỷ trọng 22,35% trong tổng trị giá xuất khẩu dệt may của Việt Nam sang CPTPP.

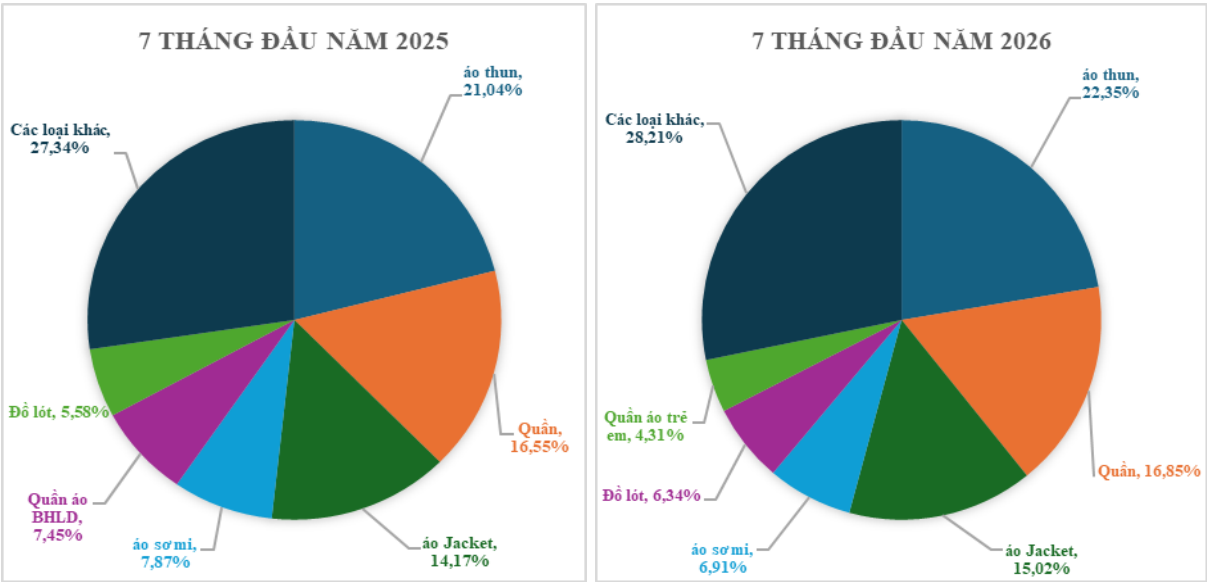
Xếp ở vị trí thứ hai là mặt hàng *Quần* với kim ngạch xuất khẩu trong tháng 7/2026 đạt 128,29 triệu USD, tăng 8,61% so với tháng trước đó và tăng 8,37% so với tháng 7/2025. Tính chung 7 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sang các thị trường thành viên CPTPP đạt 732,97 triệu USD, chiếm 16,85% tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may sang CPTPP, giảm mạnh 44,03% so với cùng kỳ năm 2025.

Bên cạnh đó, Việt Nam còn xuất khẩu nhiều mặt hàng chủ lực khác sang các thị trường CPTPP như *Áo Jacket*, *Áo sơ mi* hay *Đồ lót* ... với kim ngạch lần lượt

đạt 653,35 triệu USD (giảm 41,74%); 300,45 triệu USD (giảm 51,76%) và 275,92 triệu USD (giảm 37,47%).

Biểu đồ 3: Nhóm 6 chủng loại mặt hàng dệt may xuất khẩu chủ lực của Việt Nam trong 7 tháng đầu năm 2025 và 2026

(tỷ trọng % tính theo trị giá)



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

Bảng 3: Chủng loại dệt may xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang các thị trường CPTPP trong tháng 7/2026 và 7 tháng đầu năm 2026

Chủng loại	Tháng 7/2026 (nghìn USD)	So với tháng 6/2026 (%)	So với tháng 7/2025 (%)	7 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với cùng kỳ năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
						7 tháng năm 2025	7 tháng năm 2026
Tổng KNXX	738.335	7,34	-1,02	4.406.283	-1,72	100,00	100,00
Áo thun	136.430	-0,01	-2,78	972.190	-41,59	21,04	22,35
Quần	128.294	8,61	8,37	732.966	-44,03	16,55	16,85
áo Jacket	155.794	25,41	18,90	653.349	-41,74	14,17	15,02
áo sơ mi	33.543	-34,88	-35,21	300.446	-51,76	7,87	6,91
Đồ lót	47.697	12,92	35,08	275.920	-37,47	5,58	6,34
Quần áo trẻ em	32.338	19,55	-2,50	187.509	-44,03	4,23	4,31
Quần áo BHLĐ	18.663	6,74	-65,50	171.349	-70,94	7,45	3,94

Chủng loại	Tháng 7/2026 (nghìn USD)	So với tháng 6/2026 (%)	So với tháng 7/2025 (%)	7 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với cùng kỳ năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
						7 tháng năm 2025	7 tháng năm 2026
áo len	38.904	30,18	-18,28	151.729	-50,99	3,91	3,49
Quần Short	15.272	-3,47	5,75	143.145	-36,12	2,83	3,29
Váy	18.818	-7,16	6,80	142.446	-36,92	2,85	3,28
Khăn bông	13.749	-21,46	-12,95	98.636	-49,65	2,48	2,27
Vải	11.207	-8,48	-0,85	81.050	-33,14	1,53	1,86
Hàng may mặc	8.951	-0,57	-3,49	56.995	-45,57	1,32	1,31
Găng tay	10.029	4,20	32,61	52.930	-25,84	0,90	1,22
Bít tất	11.501	99,99	11,12	51.717	-59,98	1,63	1,19
Bộ quần áo	4.039	221,89	-1,52	42.303	-27,22	0,73	0,97
Quần áo bơi	6.513	-10,97	93,86	39.140	-10,72	0,55	0,90
Quần Jean	4.481	11,38	6,32	25.960	-46,04	0,61	0,60
Bộ Comle	3.951	12,20	-2,06	24.290	-48,05	0,59	0,56
áo vest	4.035	11,61	-25,76	24.159	-47,82	0,59	0,56
Quần áo ngủ	5.064	32,34	-19,16	23.503	-57,45	0,70	0,54
áo Kimono	2.801	0,75	3,43	16.987	-39,08	0,35	0,39
Quần áo y tế	2.528	13,95	45,10	16.049	-33,09	0,30	0,37
áo Gile	1.410	-19,00	-7,60	14.141	-20,66	0,23	0,33
áo nỉ	3.526	18,89	-5,20	12.688	-63,16	0,44	0,29
<i>Khăn</i>	<i>4.405</i>	<i>32,94</i>	<i>1590,52</i>	<i>11.521</i>	<i>253,58</i>	<i>0,04</i>	<i>0,26</i>
Chăn	2.035	62,70	97,71	7.331	-56,30	0,21	0,17
PL may	264	-5,91	-24,31	5.553	110,46	0,03	0,13
áo đạo hồi	206	-46,99	51,28	3.755	42,06	0,03	0,09
Quần áo mưa	342	0,38	4,02	3.741	8,48	0,04	0,09
áo	198	-62,13	-62,41	3.214	-63,79	0,11	0,07
Caravat, nơ	232	34,46	77,44	1.307	-23,39	0,02	0,03
Khăn bàn	188	75,46	280,46	702	-29,11	0,01	0,02
Màn	20	-90,92	199,76	267	13,64	0,00	0,01
áo gió	32		670,18	44	-51,62	0,00	0,00
<i>áo dài</i>	<i>0</i>			<i>13</i>	<i>1066,82</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>
<i>Loại khác</i>	<i>63</i>	<i>216,47</i>	<i>-85,50</i>	<i>436</i>	<i>-87,63</i>	<i>0,04</i>	<i>0,01</i>

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

Trong 7 tháng đầu năm 2026, *Khăn và Áo dài* tiếp tục là hai mặt hàng có mức tăng trưởng xuất khẩu cao nhất so với cùng kỳ năm 2025 so với các mặt hàng khác, lần lượt đạt 11,52 triệu USD (tăng 253,58%) và 13 nghìn USD (tăng 1066,82%). Tính riêng tháng 7/2026, kim ngạch xuất khẩu *Khăn* đạt 4,41 triệu USD, tăng 32,94% so với tháng 6 và tăng rất mạnh 1590,52% so với tháng 7/2025. Ở chiều ngược lại, *Quần áo BHLĐ* ghi nhận mức giảm 70,94% so với cùng kỳ năm 2025, với kim ngạch đạt 171,35 triệu USD, chiếm tỷ trọng 3,94%.

4. Đánh giá về sức cạnh tranh của hàng dệt may Việt Nam tại các thị trường thành viên CPTPP

- Nhập khẩu quần áo và hàng may mặc dệt kim hoặc móc (HS 61) vào thị trường Canada

Theo số liệu thống kê từ Trung tâm thương mại quốc tế (ITC), trong 6 tháng đầu năm 2026, kim ngạch nhập khẩu kim ngạch nhập khẩu quần áo và hàng may mặc dệt kim hoặc móc (HS 61) từ thế giới của Canada giảm 6,45% so với cùng kỳ năm 2025, đạt 2,73 tỷ USD.

Tính riêng trong tháng 6/2026, kim ngạch nhập khẩu đạt 481,71 triệu USD, tăng nhẹ 9,01% so với tháng 5/2026, nhưng giảm 7,49% so với tháng 6/2025. Trong đó, nhập khẩu nhiều nhất từ 4 thị trường lớn gồm Trung Quốc, Việt Nam, Campuchia và Bangladesh, với tỷ trọng lần lượt là 25,23%; 14,73%; 14,32% và 14,16%.

Trong tháng 6/2026, Trung Quốc là nguồn cung nhóm hàng mã HS 61 lớn nhất cho Canada, đạt 119,70 triệu USD, tăng nhẹ 2,79% so với tháng trước, nhưng giảm đáng kể 26,86% so với tháng 6/2025. Lũy kế 6 tháng đầu năm 2026, Trung Quốc tiếp tục duy trì vị trí dẫn đầu với kim ngạch đạt 689,03 triệu USD (chiếm 25,23% thị phần), giảm 17,76% so với cùng kỳ năm 2025.

Việt Nam giữ vững vị trí thứ hai về nguồn cung cho Canada với kim ngạch đạt 402,36 triệu USD, tăng 2,50% so với cùng kỳ năm 2025, chiếm 14,73% thị phần. Tính riêng trong tháng 6/2026, kim ngạch nhập khẩu từ Việt Nam tăng

21,71% so với tháng 5/2026 nhưng giảm nhẹ 0,34% so với tháng 6/2025, đạt 73,98 triệu USD.

Ngoài ra, trong топ 30 thị trường lớn nhất, nhập khẩu từ hai thị trường Colombia và Đài Loan (Trung Quốc) ghi nhận mức tăng mạnh nhất so với cùng kỳ năm 2025, với kim ngạch lần lượt đạt 10,42 triệu USD (tăng 82,74%) và 7,51 triệu USD (tăng 85,44%). Ở chiều ngược lại, nhập khẩu từ Peru lại ghi nhận mức giảm mạnh nhất, với kim ngạch đạt 25,80 triệu USD, giảm 26,13%. Tuy nhiên, các thị trường này đều chiếm tỷ trọng không đáng kể trong tổng kim ngạch nhập khẩu của Canada.

Bảng 4: Nhóm các thị trường xuất khẩu hàng dệt may (mã HS 61) nhiều nhất vào Canada trong 6 tháng đầu năm 2026

Thị trường	Tháng 6/2026 (nghìn USD)	So với tháng 5/2026 (%)	So với tháng 6/2025 (%)	6 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với cùng kỳ năm 2025 (%)	Tỷ trọng 6 tháng năm 2026 (%)
Thế giới	481.714	9,01	-7,49	2.730.693	-6,45	100,00
Trung Quốc	119.700	2,79	-26,86	689.025	-17,76	25,23
Việt Nam	73.976	21,71	-0,34	402.361	2,50	14,73
Campuchia	61.574	14,43	-21,78	391.153	-5,78	14,32
Bangladesh	77.436	37,42	29,60	386.756	-0,49	14,16
Indonesia	16.930	27,74	53,17	88.945	10,39	3,26
Ấn Độ	14.021	2,18	-9,84	87.004	-10,37	3,19
Mỹ	9.523	-1,17	8,95	57.322	2,75	2,10
Italia	8.780	-6,21	-5,19	54.661	1,04	2,00
Sri Lanka	7.964	-26,95	-10,62	51.232	-25,48	1,88
Pakistan	8.797	9,16	0,53	50.727	-5,65	1,86
Honduras	8.842	-9,86	-25,16	48.055	-24,70	1,76
Guatemala	7.481	8,94	11,03	37.338	11,71	1,37
Mexico	7.692	22,52	3,30	34.736	5,09	1,27
Thổ Nhĩ Kỳ	5.497	-13,10	1,91	34.669	-2,40	1,27
Jordan	6.171	4,88	33,66	30.355	16,47	1,11
Bồ Đào Nha	4.535	-13,78	4,09	29.076	3,56	1,06
Peru	3.380	-47,78	-45,49	25.799	-26,13	0,94
Nicaragua	5.396	-7,74	36,99	24.594	5,66	0,90

Thị trường	Tháng 6/2026 (nghìn USD)	So với tháng 5/2026 (%)	So với tháng 6/2025 (%)	6 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với cùng kỳ năm 2025 (%)	Tỷ trọng 6 tháng năm 2026 (%)
Thái Lan	3.518	25,91	-8,36	23.941	-5,19	0,88
El Salvador	3.849	-9,80	-1,18	21.781	-1,55	0,80
Ai Cập	2.687	-34,54	4,76	18.577	40,35	0,68
Myanmar	2.067	-28,94	10,36	14.863	-3,34	0,54
Malaysia	2.206	-26,34	-8,24	12.670	-8,23	0,46
Colombia	2.098	-4,16	118,54	10.418	82,74	0,38
Philippines	1.230	-15,64	-35,23	7.850	-22,52	0,29
Kenya	718	-38,21	-22,96	7.693	21,76	0,28
Đài Loan (Trung Quốc)	2.865	151,10	444,68	7.512	85,44	0,28
Romania	1.706	4,86	52,05	7.199	29,53	0,26
Haiti	984	-6,29	-8,55	6.928	-19,72	0,25
Cộng hòa Dominica	1.386	33,01	148,83	6.400	76,41	0,23

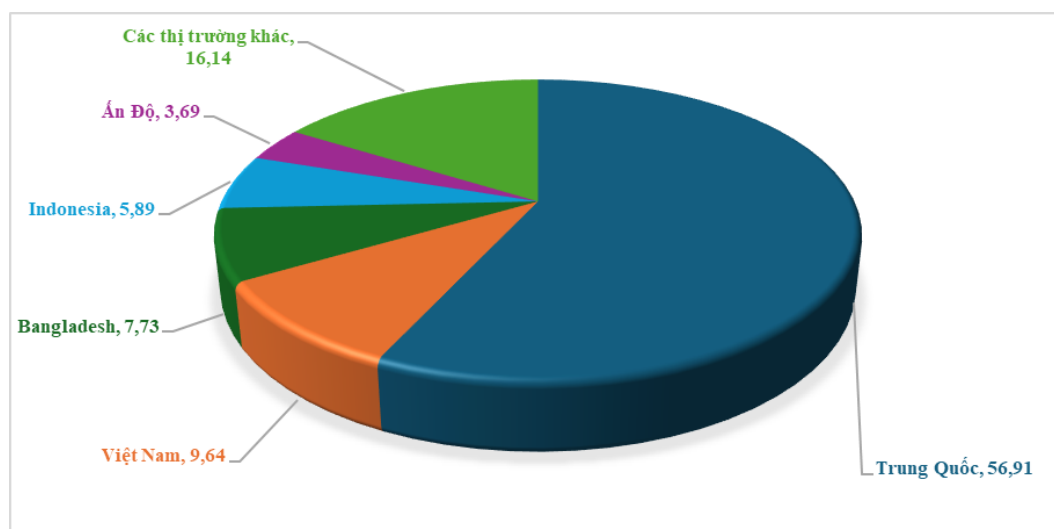
Nguồn: Trung tâm thương mại quốc tế (ITC)

- Nhập khẩu nhóm hàng may mặc không dệt kim hoặc móc (HS 62) vào thị trường New Zealand

New Zealand là một thị trường tiềm năng và có nhiều dư địa phát triển. Tuy là thị trường nhỏ và có nhiều quy định khắt khe, song doanh nghiệp khi đã tiếp cận được thị trường khó tính này, sẽ là cơ hội cho sự phát triển và hợp tác lâu dài vì văn hóa kinh doanh của người New Zealand là trung thành và tin tưởng các đối tác. Ngoài ra, nền kinh tế New Zealand nổi tiếng là có độ mở cửa cao và hoạt động dựa trên các nguyên tắc thị trường tự do.

Theo nghiên cứu, thời trang bền vững ngày càng được chú trọng tại New Zealand, người tiêu dùng nước này rất ưa chuộng các vật liệu có nguồn gốc tại địa phương cũng như đề cao các hoạt động sản xuất tuân thủ các quy tắc về đạo đức và quyền của người lao động. Đây là điều mà doanh nghiệp cần hết sức lưu ý nếu muốn khai thác sâu thị trường này.

Biểu đồ 4: Nhóm 5 nguồn cung hàng may mặc không dệt kim hoặc móc (mã HS 62) lớn nhất của New Zealand trong 6 tháng đầu năm 2026
(Tỷ trọng % tính theo trị giá)



Nguồn: Trung tâm thương mại quốc tế (ITC)

Theo số liệu thống kê từ ITC, trong 6 tháng đầu năm 2026, kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng may mặc không dệt kim hoặc móc (HS 62) từ thế giới của New Zealand giảm nhẹ 1,19% so với cùng kỳ năm 2025, đạt 268,43 triệu USD. Tính riêng trong tháng 6/2026, kim ngạch nhập khẩu đạt 38,64 triệu USD, giảm 5,48% so với tháng 5/2026 nhưng tăng nhẹ 1,55% so với tháng 6/2025. Trong đó, nhập khẩu nhiều nhất từ 5 thị trường gồm: Trung Quốc, Việt Nam, Bangladesh, Indonesia và Ấn Độ, với tỷ trọng lần lượt là 56,91%; 9,64%; 7,73%; 5,89% và 3,69%.

Trong tháng 6/2026, Trung Quốc tiếp tục là nguồn cung mặt hàng này lớn nhất cho New Zealand, với kim ngạch đạt 21,69 triệu USD, giảm 7,19% so với tháng trước và giảm nhẹ 0,27% so với tháng 6/2025. Lũy kế 6 tháng đầu năm 2026, Trung Quốc duy trì vị trí dẫn đầu với kim ngạch đạt 152,77 triệu USD (chiếm 56,91% thị phần), giảm nhẹ 1,50% so với cùng kỳ năm 2025.

Việt Nam xếp ở vị trí thứ hai, với kim ngạch đạt 25,87 triệu USD, tăng 9,62% so với 6 tháng cùng kỳ năm 2025, chiếm tỷ trọng 9,64%. Tính riêng tháng 6/2026, kim ngạch nhập khẩu từ Việt Nam giảm nhẹ 1,76% so với tháng trước, nhưng tăng 16,45% so với tháng 6/2025, với trị giá 3,53 triệu USD. Xếp ở vị trí thứ

ba là Bangladesh với kim ngạch nhập khẩu trong 6 tháng đầu năm 2026 đạt 20,76 triệu USD, giảm 7,01% so với cùng kỳ năm 2025.

Để tận dụng tốt hơn cơ hội tại thị trường New Zealand, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cần xây dựng chiến lược tiếp cận thị trường theo hướng chủ động và dài hạn. Trước hết, doanh nghiệp cần nghiên cứu kỹ nhu cầu và thị hiếu của người tiêu dùng New Zealand, trong đó chú trọng các yếu tố như chất lượng, thiết kế và tính bền vững của sản phẩm. Đồng thời, việc tuân thủ các tiêu chuẩn về chất lượng, an toàn và môi trường cần được đặt lên hàng đầu nhằm tạo dựng uy tín và duy trì quan hệ với các nhà nhập khẩu.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp nên tăng cường kết nối trực tiếp với các nhà nhập khẩu và nhà phân phối tại New Zealand, qua đó xây dựng mạng lưới khách hàng ổn định và hiểu rõ hơn nhu cầu thị trường. Về thương hiệu, cần làm nổi bật những lợi thế của sản phẩm Việt Nam như chất lượng sản phẩm, khả năng kết hợp giữa nguyên liệu truyền thống và thiết kế hiện đại, cũng như định hướng sản xuất xanh để tạo sự khác biệt. Cuối cùng, doanh nghiệp cần chủ động tận dụng các chương trình xúc tiến thương mại, thông tin thị trường và hỗ trợ từ các cơ quan quản lý, hiệp hội ngành hàng để giảm chi phí tiếp cận thị trường và nâng cao hiệu quả xuất khẩu.

Ngoài ra, New Zealand còn nhập khẩu nhóm hàng mã HS 62 từ nhiều thị trường lớn khác như: Indonesia, Ấn Độ, Italia, Australia, với kim ngạch lần lượt đạt 15,81 triệu USD; 9,90 triệu USD; 5,15 triệu USD và 4,02 triệu USD. Đáng chú ý, trong nhóm 30 thị trường lớn nhất, nhập khẩu từ thị trường Sri Lanka ghi nhận mức tăng mạnh nhất so với cùng kỳ năm 2025 so với các thị trường khác, với kim ngạch đạt 2,67 triệu USD, tăng 36,12%, chiếm tỷ trọng 0,99%. Ở chiều ngược lại, nhập khẩu từ nguồn cung Mỹ lại ghi nhận mức giảm mạnh nhất, với kim ngạch đạt 1,62 triệu USD, giảm 68,82%; chiếm tỷ trọng 0,60%.

Bảng 5: Nhóm các thị trường xuất khẩu nhóm hàng may mặc không dệt kim hoặc móc (HS 62) nhiều nhất vào New Zealand trong 6 tháng đầu năm 2026

Thị trường	Tháng 6/2026 (nghìn USD)	So với tháng 5/2026 (%)	So với tháng 6/2025 (%)	6 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với cùng kỳ năm 2025 (%)	Tỷ trọng 6 tháng năm 2026 (%)
Thế giới	38.637	-5,48	1,55	268.434	-1,19	100,00
Trung Quốc	21.693	-7,19	-0,27	152.769	-1,50	56,91
Việt Nam	3.525	-1,76	16,45	25.866	9,62	9,64
Bangladesh	2.690	-25,67	8,34	20.757	-7,01	7,73
Indonesia	2.007	6,19	-14,12	15.805	4,75	5,89
Ấn Độ	2.037	61,92	6,43	9.899	6,99	3,69
Italia	720	-35,08	-33,46	5.153	-10,41	1,92
Australia	407	-23,35	-29,34	4.015	5,63	1,50
Campuchia	650	35,98	38,59	3.907	20,92	1,46
Pakistan	426	-38,88	-4,05	3.652	15,53	1,36
Sri Lanka	497	27,11	92,64	2.668	36,12	0,99
Fiji	491	-9,74	105,44	2.584	17,03	0,96
Malaysia	522	-2,06	50,00	2.414	27,52	0,90
Thổ Nhĩ Kỳ	288	-23,20	8,68	2.330	0,22	0,87
Vương quốc Anh	188	-10,48	-37,54	2.218	28,80	0,83
Mỹ	269	-19,22	-30,67	1.624	-68,82	0,60
Thái Lan	167	-16,50	-50,59	1.246	-15,64	0,46
Romania	304	87,65	-21,04	1.112	-37,74	0,41
Lào	349		642,55	971	19,73	0,36
Tunisia	158	-3,66	-9,20	966	-1,13	0,36
Morocco	160	15,94	53,85	832	15,88	0,31
Myanmar	67	-40,71	-31,63	733	-52,86	0,27
Bồ Đào Nha	88	14,29	23,94	640	0,79	0,24
Pháp	89	-34,56	21,92	475	-16,37	0,18
Ba Lan	71	-41,80	108,82	449	-21,37	0,17
Mexico	28	-55,56	21,74	436	21,79	0,16
Canada	13	-69,05	-40,91	391	-12,92	0,15
Nhật Bản	35	-32,69	20,69	370	12,46	0,14
Hồng Kông, Trung Quốc	58	-9,38	-4,92	300	-23,27	0,11
Philippin	14	-26,32	-81,58	297	-22,25	0,11

Nguồn: Trung tâm thương mại quốc tế (ITC)

II. THÔNG TIN CHÍNH SÁCH LIÊN QUAN ĐẾN NGÀNH HÀNG DỆT MAY

- *Australia: thúc đẩy kinh tế tuần hoàn, gia tăng yêu cầu đối với ngành dệt may*

Ngày 1/7/2026, Chính phủ Australia cập nhật chương trình “*Circularity in action*”, nhấn mạnh định hướng chuyển sang nền kinh tế tuần hoàn, trong đó sản phẩm được thiết kế để có thể tái sử dụng, sửa chữa và tái chế, thay vì mô hình sử dụng một lần rồi thải bỏ. Đây là bước triển khai trong khuôn khổ Australia’s Circular Economy Framework, với mục tiêu quốc gia là tăng gấp đôi mức độ tuần hoàn của nền kinh tế vào năm 2035. Chính phủ Australia cũng xác định dệt may là một trong những lĩnh vực quan trọng, cần thúc đẩy mô hình tuần hoàn và hiện các sản phẩm dệt may đều nằm trong danh sách sản phẩm được ưu tiên trong chính sách quản lý và giảm chất thải.

Chính sách này cho thấy các nhà mua hàng tại Australia sẽ ngày càng quan tâm đến nguồn nguyên liệu tái chế, khả năng tái sử dụng sản phẩm, thiết kế bền vững, kéo dài vòng đời quần áo và khả năng xử lý sản phẩm sau sử dụng. Vì vậy, doanh nghiệp Việt Nam muốn mở rộng thị phần tại Australia sẽ phải chuyển dần từ lợi thế đơn thuần về giá và năng lực gia công sang đáp ứng các tiêu chí về sản xuất xanh và kinh tế tuần hoàn. Đây cũng là cơ hội để doanh nghiệp Việt Nam phát triển các dòng sản phẩm sử dụng sợi tái chế, vật liệu có nguồn gốc bền vững, qua đó nâng cao năng lực đáp ứng các yêu cầu ngày càng cao từ thị trường Australia.

- *Nhật Bản cập nhật biểu thuế nhập khẩu tháng 7/2026:*

Ngày 9/7/2026, Hải quan Nhật Bản cập nhật biểu thuế nhập khẩu năm 2026, trong đó tiếp tục quy định mức thuế đối với các nhóm hàng dệt may và may mặc thuộc các chương 60 - 63. Hải quan Nhật Bản yêu cầu doanh nghiệp xác định chính xác mã HS và điều kiện áp dụng thuế suất ưu đãi khi khai báo.

Thông tin cụ thể tham khảo tại nguồn:
https://www.customs.go.jp/english/tariff/2026_07_09/index.htm?utm_source=chatgpt.com

III. ĐÁNH GIÁ TRIỂN VỌNG VÀ DỰ BÁO

Triển vọng xuất khẩu dệt may sang các thị trường thành viên Hiệp định CPTPP trong quý IV/2026 được đánh giá tích cực hơn so với nửa đầu năm, nhưng động lực tăng trưởng sẽ phân hóa khá rõ giữa các thị trường, trong đó Nhật Bản, Canada, Vương quốc Anh và Australia vẫn sẽ đóng vai trò là động lực quan trọng nhất cho sự tăng trưởng. Tuy nhiên, thị trường Anh và Australia sẽ có dư địa tăng trưởng tốt hơn, còn Nhật Bản giữ vai trò nền tảng nhưng khó tạo bước đột phá.

Các thị trường khác như Malaysia, Mexico và New Zealand có thể đóng góp mạnh vào tăng trưởng trong quý IV nhờ tốc độ mở rộng tương đối cao, dù quy mô hiện vẫn khá hạn chế. Đáng chú ý, doanh nghiệp cần theo dõi diễn biến tại thị trường Mexico trong thời gian tới, bởi nền sản xuất của nước này gắn rất chặt với Mỹ và Canada thông qua Hiệp định Thương mại tự do USMCA, đặc biệt trong các ngành sản xuất phục vụ thị trường Mỹ. Trong tháng 7/2026, Mỹ không đồng ý gia hạn USMCA ở dạng hiện tại, qua đó kích hoạt cơ chế rà soát hàng năm trong 10 năm. Tuy nhiên, USMCA vẫn tiếp tục có hiệu lực trong giai đoạn này. Nếu Mỹ siết chặt quy tắc xuất xứ và khuyến khích sử dụng nguyên liệu sản xuất tại Bắc Mỹ, Mexico sẽ có xu hướng tăng cường chuỗi cung ứng nội khối. Đối với doanh nghiệp dệt may Việt Nam, điều này có thể làm sự cạnh tranh tại Mexico gay gắt hơn, đặc biệt từ các nhà cung ứng có khả năng tham gia sâu vào chuỗi cung ứng Bắc Mỹ.

Một trong những thách thức lớn đối với dệt may Việt Nam tại các thị trường CPTPP hiện nay là các nhà nhập khẩu và thương hiệu ngày càng yêu cầu cao về tính bền vững và minh bạch của sản phẩm. Yêu cầu không chỉ dừng ở chất lượng thành phẩm mà mở rộng sang toàn bộ quá trình sản xuất, như nguyên liệu có nguồn gốc từ đâu, có sử dụng vật liệu tái chế hay không, mức tiêu thụ năng lượng và phát thải trong quá trình sản xuất, điều kiện lao động cũng như khả năng chứng minh các thông tin này. Điều này tạo sức ép cho doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là nhóm doanh nghiệp vừa và nhỏ, bởi để đáp ứng yêu cầu của đối tác, doanh nghiệp phải đầu tư rất nhiều vào công nghệ, hệ thống dữ liệu, chứng nhận, kiểm soát nguyên liệu và giảm phát thải.

Thời gian tới, để hoàn thành mục tiêu cả năm, các doanh nghiệp cần tiếp tục đẩy mạnh chuyển đổi xanh, đầu tư công nghệ, đa dạng hóa thị trường và tận dụng triệt để ưu đãi từ Hiệp định. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần chủ động cập nhật những thay đổi về chính sách thương mại quốc tế, đặc biệt là các quy định khắt khe của thị trường đối tác để kịp thời thích ứng với tình hình mới.