

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



**BÀI VIẾT: “TỔNG HỢP, PHÂN TÍCH VÀ CUNG CẤP THÔNG TIN VỀ
HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI GIỮA VIỆT NAM VỚI THỊ TRƯỜNG
AUSTRALIA THÁNG 8/2026, ĐÁNH GIÁ TRIỂN VỌNG VÀ DỰ BÁO”**

**Thuộc nhiệm vụ: “Tổng hợp, phân tích và cung cấp thông tin về Hiệp định
thương mại giữa Việt Nam với một số thị trường đối tác trong CPTPP”**

Hà Nội, tháng 08/2026

MỤC LỤC

I. Tổng quan thương mại song phương giữa Việt Nam với thị trường Australia trong tháng 7 và 7 tháng đầu năm 2026.....	4
1. Đánh giá hoạt động xuất khẩu.....	4
2. Đánh giá hoạt động nhập khẩu.....	5
3. Đánh giá cán cân thương mại.....	7
II. Phân tích hoạt động nhập khẩu hàng hóa của Australia với thế giới và thị phần hàng hóa nhập khẩu từ Việt Nam.....	8
1. Tổng quan tình hình nhập khẩu hàng hoá của Australia.....	8
2. Đánh giá dung lượng, thị phần của Việt Nam tại thị trường Australia.....	10
III. Cập nhật các chính sách, quy định, yêu cầu kỹ thuật, rào cản thương mại và tiến trình thực thi cam kết trong CPTPP.....	13
IV. Đánh giá xu hướng triển vọng trong thời gian tới.....	14
1. Đánh giá xu hướng, triển vọng xuất khẩu.....	14
2. Đánh giá xu hướng, triển vọng nhập khẩu.....	20

DANH MỤC BẢNG, BIỂU ĐỒ

Danh mục bảng:

Bảng 1: Mặt hàng xuất khẩu sang Australia trong 7 tháng đầu năm 2026	4
Bảng 2: Mặt hàng nhập khẩu từ Australia trong 7 tháng đầu năm 2026	6
Bảng 3: Cán cân thương mại hàng hóa giữa Việt Nam- Australia trong tháng 7/2025 và 7 tháng năm 2026	8
Bảng 4: Australia nhập khẩu hàng hóa từ một số thị trường chính trong 6 tháng đầu năm 2026	9
Bảng 5: Hàng hóa nhập khẩu chính của Australia trong 6 tháng năm 2026	11
Bảng 6: Australia nhập khẩu mặt hàng điện thoại các loại (HS 8517) từ một số thị trường chính trong 6 tháng đầu năm 2026.....	17

Bảng 7: Australia nhập khẩu mặt hàng dệt may (HS 61,62) từ một số thị trường chính trong 6 tháng đầu năm 202619

Bảng 8: Hàng hóa xuất khẩu chính của Australia trong 6 tháng năm 202621

Danh mục biểu đồ:

Biểu đồ 1: Nhập khẩu hàng hóa của Australia giai đoạn năm 2020- 20268

TÓM TẮT

Australia là một trong 11 nước thành viên sáng lập của Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP). Từ sau khi ký kết Hiệp định CPTPP, quan hệ kinh tế Việt Nam- Australia đã và đang mở ra những cơ hội hợp tác mới đầy tiềm năng. Tính đến ngày 31/5/2026, các nhà đầu tư Australia có 734 dự án còn hiệu lực tại Việt Nam, với tổng vốn đăng ký hơn 1,9 tỷ USD, đứng thứ 22 trong số 154 quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam.

Australia đã mở cửa thị trường đối với nhiều mặt hàng nông sản của Việt Nam như vải, xoài, thanh long, nhãn, chanh leo, bưởi và tôm đông lạnh. Ở chiều ngược lại, Việt Nam đã nhập khẩu từ Australia các mặt hàng cam, quýt, cherry, nho, đào, xuân đào, mận, việt quất.

Theo số liệu của Cục Hải quan Việt Nam, trong tháng 7/2026, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Australia đạt 729,6 triệu USD, tăng 9,7% so với tháng trước và tăng 30,9% so với tháng 7/2025. Tính chung 7 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường này đạt 4,57 tỷ USD, tăng 26% so với cùng kỳ năm 2025 và chiếm 1,4% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước, tăng nhẹ so với cùng kỳ năm 2025.

Theo Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), Australia là thị trường có nhu cầu nhập khẩu từ 200 – 300 tỷ USD hàng hóa mỗi năm. Trong đó, năm 2025 là năm có trị giá nhập khẩu cao kỷ lục là 297,23 tỷ USD, tăng so với 284,46 tỷ USD của năm trước. Trong 6 tháng đầu năm 2026, Australia nhập khẩu hàng hóa từ các thị trường đạt 177,92 tỷ USD, tăng mạnh 26,8% so với cùng kỳ năm 2025.

Hiện Australia là đối tác thương mại lớn thứ 7 của Việt Nam, trong khi Việt Nam là đối tác thương mại lớn thứ 10 của Australia. Cơ cấu hàng hóa trao đổi ngày càng đa dạng, nhất là trong lĩnh vực nông sản và thực phẩm. Australia là thị trường có sức mua cao, nhưng cũng đặt ra yêu cầu khắt khe về tiêu chuẩn,

chất lượng, an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc, môi trường và trách nhiệm xã hội.

NỘI DUNG CHI TIẾT

I. Tổng quan thương mại song phương giữa Việt Nam với thị trường Australia trong tháng 7 và 7 tháng đầu năm 2026

1. Đánh giá hoạt động xuất khẩu

Theo số liệu thống kê từ Cục Hải quan, trong tháng 7/2026, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường Australia đạt 729,6 triệu USD, tăng 9,7% so với tháng trước và tăng 30,9% so với tháng 7/2025. Tính chung 7 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường này đạt 4,57 tỷ USD, tăng 26% so với cùng kỳ năm 2025 và chiếm 1,4% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước, tăng nhẹ so với cùng kỳ năm 2025.

Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang Australia tập trung chủ yếu vào các nhóm sản phẩm công nghệ như: Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, Điện thoại các loại và linh kiện; Máy móc thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác; hay các mặt hàng như: Dệt may, Giày dép các loại; Sản phẩm từ sắt thép...

Trong 7 tháng đầu năm 2026, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện là mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu lớn nhất sang thị trường Australia, với 729,5 triệu USD, tăng 77,9% so với cùng kỳ năm 2025, chiếm 16% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang thị trường này, tăng so với 11,3% của cùng kỳ năm 2025.

Kim ngạch xuất khẩu điện thoại các loại và linh kiện đứng thứ hai, đạt 555,4 triệu USD, tăng 26% so với cùng kỳ năm 2025 và chiếm 12,2% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang thị trường này, tương đương với cùng kỳ năm 2025...

Bảng 1: Mặt hàng xuất khẩu sang Australia trong 7 tháng đầu năm 2026

Tên hàng	7 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 7 tháng 2025 (%)	Tháng 7/2026 (nghìn USD)	So với tháng 6/2026 (%)	So với tháng 7/2025 (%)	Tỷ trọng 7 tháng 2026 (%)	Tỷ trọng 7 tháng 2025 (%)
Tổng	4.568.724	26,0	729.583	9,7	30,9	100,0	100,0
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	729.490	77,9	136.343	27,5	53,5	16,0	11,3
Điện thoại các loại và linh kiện	555.354	26,0	99.251	52,8	79,4	12,2	12,2
Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	498.968	76,3	60.188	-30,6	21,6	10,9	7,8
Hàng hóa khác	453.979	56,6	63.053	-6,3	31,9	9,9	8,0
Hàng dệt, may	360.636	4,3	52.205	2,4	3,9	7,9	9,5

Tên hàng	7 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 7 tháng 2025 (%)	Tháng 7/2026 (nghìn USD)	So với tháng 6/2026 (%)	So với tháng 7/2025 (%)	Tỷ trọng 7 tháng 2026 (%)	Tỷ trọng 7 tháng 2025 (%)
Dầu thô	321.610	-0,7	26.037		7,0	7,0	8,9
Giày dép các loại	237.679	-6,8	37.828	-7,8	-13,2	5,2	7,0
Hàng thủy sản	214.452	18,7	37.973	14,7	36,3	4,7	5,0
Sản phẩm từ sắt thép	151.527	6,6	23.600	-17,5	30,0	3,3	3,9
Sắt thép các loại	140.060	-15,8	35.218	-6,0	279,1	3,1	4,6
Gỗ và sản phẩm gỗ	94.426	10,4	19.275	19,5	20,7	2,1	2,4
Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận	85.907	46,4	12.833	-26,6	-29,3	1,9	1,6
Hàng rau quả	82.827	8,3	11.540	8,3	-12,9	1,8	2,1
Cà phê	75.439	48,8	10.459	41,1	1,2	1,7	1,4
Sản phẩm từ chất dẻo	63.941	16,0	11.510	4,6	33,4	1,4	1,5
Hạt điều	59.185	14,2	11.074	20,1	14,6	1,3	1,4
Túi xách, ví, vali, mũ, ô, dù	54.864	29,1	9.760	0,4	23,4	1,2	1,2
Giấy và các sản phẩm từ giấy	53.095	20,6	7.951	-6,9	16,3	1,2	1,2
Phương tiện vận tải và phụ tùng	51.226	-27,7	9.430	24,7	-13,8	1,1	2,0
Dây điện và dây cáp điện	43.620	37,0	9.961	21,3	161,0	1,0	0,9
Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện	27.535	69,2	4.857	-15,8	71,4	0,6	0,4
Sản phẩm nội thất từ chất liệu khác gỗ	26.060	16,5	7.337	66,1	45,8	0,6	0,6
Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc	25.988	-5,7	4.861	10,7	2,8	0,6	0,8
Sản phẩm hóa chất	24.989	14,5	4.256	5,5	38,4	0,5	0,6
Chất dẻo nguyên liệu	23.270	120,7	3.971	10,7	173,1	0,5	0,3
Canhke và xi măng	19.349	73,3	4.009	30,3	147,6	0,4	0,3
Gạo	18.541	7,1	2.831	-1,5	-1,0	0,4	0,5
Sản phẩm từ cao su	14.576	9,1	2.237	-7,7	-4,4	0,3	0,4
Hạt tiêu	12.341	72,1	1.172	-55,6	-35,0	0,3	0,2
Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	10.478	9,7	2.712	64,9	154,6	0,2	0,3
Sản phẩm gốm, sứ	10.317	11,3	1.545	-6,9	-13,7	0,2	0,3
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	9.119	24,9	2.105	44,1	40,5	0,2	0,2
Sản phẩm mây, tre, cói và thảm	8.991	-2,2	1.508	-33,7	-9,1	0,2	0,3
Kim loại thường khác	8.884	-76,5	691	-63,9	-86,7	0,2	1,0

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Cục hải quan

Ngoài ra, kim ngạch xuất khẩu một số hàng hóa khác sang Australia cũng tăng mạnh trong 7 tháng đầu năm 2026 như: Xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác đạt 499 triệu USD, tăng 76,3%; Hàng thủy sản tăng 18,7%, đạt 214,5 triệu USD; Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận tăng 46,4%, đạt 85,9 triệu USD...

Bên cạnh đó, kim ngạch xuất khẩu một số hàng hóa khác sang Australia giảm trong 7 tháng đầu năm 2026 như: Xuất khẩu Giày dép các loại giảm 6,8%; Phương tiện vận tải và phụ tùng giảm 27,7%; Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc đạt 26 triệu USD, giảm 5,7%; Kim loại thường khác giảm 76,5%, đạt 8,9 triệu USD...

2. Đánh giá hoạt động nhập khẩu

Theo số liệu thống kê từ Cục Hải quan, trong tháng 7/2026, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ thị trường Australia đạt 905,4 triệu USD, tăng 10,7% so với tháng trước và tăng 59,7% so với tháng 7/2025. Tính chung 7 tháng đầu năm 2026, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ thị trường này đạt 5,23 tỷ USD, tăng 24,6% so với cùng kỳ năm 2025, chiếm 1,54% trong tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam, giảm nhẹ so với mức tỷ trọng 1,66% của cùng kỳ năm 2025.

Trong 7 tháng đầu năm 2026, nhập khẩu than các loại từ thị trường Australia đạt kim ngạch cao nhất với 2,06 tỷ USD, tăng 20,8% so với cùng kỳ năm 2025, chiếm 39,4% tỷ trọng nhập khẩu hàng hóa từ Australia, giảm so với 40,6% của cùng kỳ năm 2025.

Nhập khẩu mặt hàng quặng và khoáng sản khác từ thị trường Australia đạt kim ngạch cao thứ 2, với 838 triệu USD, tăng 15,9% so với cùng kỳ năm 2025. Nhập khẩu nhóm mặt hàng này chiếm 16% tỷ trọng nhập khẩu hàng hóa từ Australia, giảm so với 17,2% của cùng kỳ năm 2025.

Bảng 2: Mặt hàng nhập khẩu từ Australia trong 7 tháng đầu năm 2026

Tên hàng	7 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 7 tháng 2025 (%)	Tháng 7/2026 (nghìn USD)	So với tháng 6/2026 (%)	So với tháng 7/2025 (%)	Tỷ trọng 7 tháng 2026 (%)	Tỷ trọng 7 tháng 2025 (%)
Tổng	5.231.679	24,6	905.444	10,7	59,7	100,0	100,0
Than các loại	2.059.367	20,8	326.663	0,3	55,8	39,4	40,6
Quặng và khoáng sản khác	838.038	15,9	141.541	-5,3	76,0	16,0	17,2
Kim loại thường khác	833.130	35,8	137.312	18,0	52,2	15,9	14,6
Hàng hóa khác	363.059	0,5	61.599	33,1	-4,2	6,9	8,6
Khí đốt hóa lỏng	244.961	440,6	78.226	87,8	1.273,5	4,7	1,1
Lúa mì	243.076	8,6	31.096	-35,5	47,4	4,6	5,3
Bông các loại	151.066	18,9	33.714	108,1	-1,8	2,9	3,0
Hàng rau quả	119.030	45,1	16.197	30,8	1,5	2,3	2,0
Phế liệu sắt thép	114.806	43,8	35.173	54,7	159,5	2,2	1,9
Sữa và sản phẩm sữa	62.449	-17,9	11.242	31,6	15,7	1,2	1,8
Thức ăn gia súc và nguyên liệu	38.414	14,0	4.265	-46,9	-0,3	0,7	0,8
Dược phẩm	33.293	-1,3	6.296	189,3	14,4	0,6	0,8
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	27.271	53,0	6.034	23,8	166,1	0,5	0,4
Sản phẩm hóa chất	23.045	44,5	2.994	-21,9	63,6	0,4	0,4

Tên hàng	7 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 7 tháng 2025 (%)	Tháng 7/2026 (nghìn USD)	So với tháng 6/2026 (%)	So với tháng 7/2025 (%)	Tỷ trọng 7 tháng 2026 (%)	Tỷ trọng 7 tháng 2025 (%)
Chế phẩm thực phẩm khác	17.217	87,1	2.770	14,0	83,5	0,3	0,2
Dầu mỡ động thực vật	15.896	61,5	2.252	-7,0	93,2	0,3	0,2
Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	9.886	37,4	1.688	-12,4	124,7	0,2	0,2
Sản phẩm khác từ dầu mỏ	9.278	61,1	1.636	126,4	5,1	0,2	0,1
Sắt thép các loại	9.138	-34,0	1.748	56,1	65,2	0,2	0,3
Gỗ và sản phẩm gỗ	7.634	54,7	879	-27,6	14,7	0,1	0,1
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	4.325	-42,0	605	22,5	-18,6	0,1	0,2
Chất dẻo nguyên liệu	3.881	94,7	433	-56,2	49,1	0,1	0,0
Sản phẩm từ sắt thép	2.089	9,5	403	14,5	27,7	0,0	0,0
Hóa chất	1.330	306,8	679	103,8		0,0	0,0

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Cục Hải quan

3. Đánh giá cán cân thương mại

Trong 7 tháng đầu năm 2026, tổng kim ngạch thương mại hàng hóa hai chiều giữa Việt Nam và Australia đạt 9,8 tỷ USD, tăng 25,2% so với cùng kỳ năm 2025. Việt Nam nhập siêu từ thị trường Australia đạt 663 triệu USD, tăng 15,5% so với cùng kỳ năm 2025.

Riêng trong tháng 7/2026, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa hai chiều giữa Việt Nam và Australia đạt 1,64 tỷ USD, tăng 10,2% so với tháng trước và tăng 45,4% so với tháng 7/2025. Trong tháng 7/2026, thâm hụt thương mại hàng hóa của Việt Nam với thị trường Australia đạt 175,9 triệu USD, tăng 14,9% so với tháng trước nhưng tăng đột biến so với tháng 7/2025.

Mặc dù Việt Nam tiếp tục nhập siêu từ Australia, tốc độ tăng xuất khẩu cao hơn nhập khẩu đang góp phần cải thiện tương quan thương mại hai chiều. Hai nước đang thúc đẩy hợp tác sâu rộng nhằm hiện thực hóa mục tiêu kim ngạch thương mại song phương đạt mốc 20 tỷ USD.

Hàng xuất khẩu của Việt Nam gồm: Máy móc, thiết bị điện, điện thoại, hàng dệt may, giày dép, thủy sản và các mặt hàng nông sản như trái cây tươi (vải, xoài, thanh long, nhãn, chanh leo và mới nhất là bưởi tươi). Hàng nhập khẩu từ Australia gồm các nguyên liệu phục vụ sản xuất và chế biến thực phẩm như; lúa mì, than đá, quặng, thịt và sữa gia súc...

Bảng 3: Cán cân thương mại hàng hóa giữa Việt Nam- Australia trong tháng 7/2025 và 7 tháng năm 2026

Hoạt động thương mại	Tháng 7/2026 (nghìn USD)	So sánh (%)		7 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 7 tháng 2025 (%)
		T6/2026	T7/2025		
Xuất khẩu	729.583	9,7	30,9	4.568.724	26
Nhập khẩu	905.444	10,7	59,7	5.231.679	24,6
Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu	1.635.027	10,2	45,4	9.800.403	25,2
Cán cân thương mại	-175.860	14,9	1.733,8	-662.955	15,5

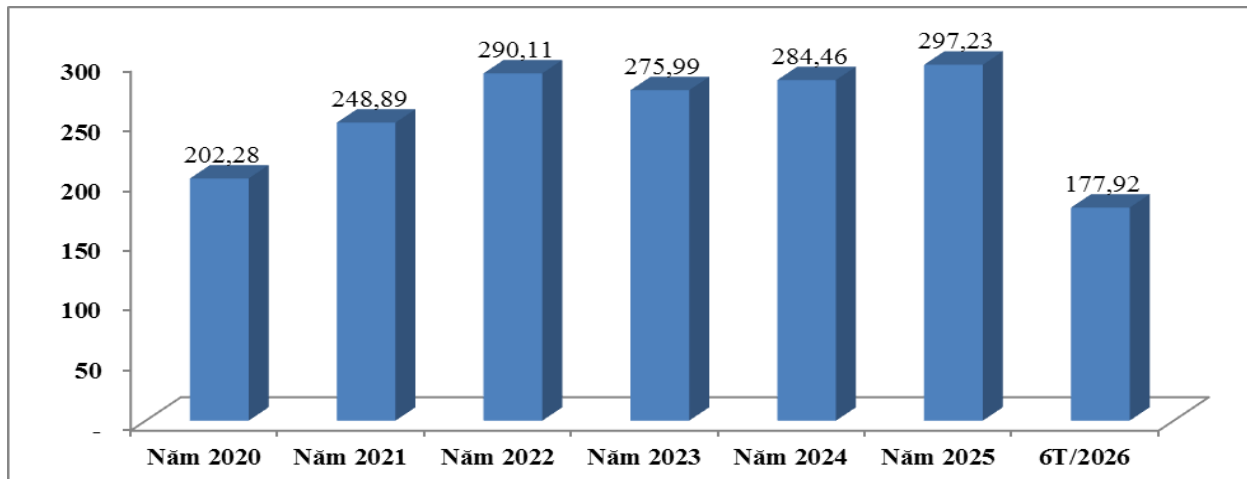
Nguồn: Tính toán từ số liệu của Cục Hải quan

II. Phân tích hoạt động nhập khẩu hàng hóa của Australia với thế giới và thị phần hàng hóa nhập khẩu từ Việt Nam

1. Tổng quan tình hình nhập khẩu hàng hoá của Australia

Theo số liệu của Quỹ Tiền tệ thế giới (IMF), Australia hiện là nền kinh tế lớn thứ 13 thế giới với GDP đạt khoảng 1.863 tỷ USD trong năm 2025, tăng từ 1.790 tỷ USD năm 2024. Dân số Australia ở mức hơn 28 triệu người và hiện quốc gia này đang thuộc nhóm các nước có thu nhập cao nhất trên thế giới với GDP bình quân đầu người năm 2025 đạt khoảng 65.000 USD/người. Với mức thu nhập này, Australia tiếp tục nằm trong nhóm các nền kinh tế phát triển có mức sống và giá trị sản lượng kinh tế trên đầu người thuộc hàng cao trên thế giới.

Biểu đồ 1: Nhập khẩu hàng hóa của Australia giai đoạn năm 2020- 2026
(ĐVT: Tỷ USD)



Nguồn: ITC

Theo số liệu từ Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), Australia là thị trường có nhu cầu nhập khẩu từ 200 – 300 tỷ USD hàng hóa mỗi năm. Trong đó, năm 2025 là năm có trị giá nhập khẩu cao kỷ lục là 297,23 tỷ USD, tăng so với 284,46 tỷ USD của năm trước. Trong 6 tháng đầu năm 2026, Australia nhập khẩu

hàng hóa từ các thị trường đạt 177,92 tỷ USD, tăng mạnh 26,8% so với cùng kỳ năm 2025.

Về thị trường cung cấp:

Trung Quốc là thị trường cung cấp hàng hóa lớn nhất cho Australia, đạt 45,56 tỷ USD, tăng 27,9% so với cùng kỳ năm 2025, chiếm 25,61% trong tổng nhập khẩu của Australia, tăng nhẹ so với 25,4% của cùng kỳ năm 2025.

Tiếp theo là Mỹ chiếm 10,1% trong tổng nhập khẩu của nước này, giảm so với 11,72% của cùng kỳ năm 2025, đạt 17,93 tỷ USD; Hàn Quốc chiếm 6,46%, tăng so với 4,5% của cùng kỳ năm ngoái; Malaysia chiếm 4,47% và Nhật Bản chiếm 4,73%, đây đều là những đối tác có thế mạnh rõ rệt về năng lượng, nguyên liệu thô hoặc hàng công nghiệp cho Australia.

Việt Nam đứng thứ 10 trong danh sách thị trường cung cấp lớn, với trị giá đạt 4,92 tỷ USD trong 6 tháng đầu năm 2026, tăng 36,1% so với cùng kỳ năm 2025 và chiếm 2,76% thị phần nhập khẩu của Australia, cải thiện so với 2,58% của cùng kỳ năm 2025.

Xét về khả năng cạnh tranh, tỷ trọng của Việt Nam tại thị trường Australia còn khá khiêm tốn so với các đối tác lớn như Hàn Quốc, Singapore, Malaysia hay Thái Lan. Lợi thế của Việt Nam chủ yếu tập trung ở một số nhóm hàng nguyên liệu và sản phẩm công nghiệp (như máy vi tính, máy móc, phụ tùng, điện thoại, hàng dệt may, dầu thô...), và các mặt hàng nông, lâm, thủy sản cũng chiếm tỷ trọng cao trong nhập khẩu của Australia.

Bảng 4: Australia nhập khẩu hàng hóa từ một số thị trường chính trong 6 tháng đầu năm 2026

Thị trường	6 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 6 tháng 2025 (%)	Tỷ trọng quý 1/2026 (%)	Tỷ trọng quý 1/2025 (%)
Tổng	177.922.295	26,8	100,00	100,00
Trung Quốc	45.564.794	27,9	25,61	25,40
Mỹ	17.933.897	9,1	10,08	11,72
Hàn Quốc	11.487.174	82,2	6,46	4,49
Malaysia	7.947.396	39,5	4,47	4,06
Nhật Bản	8.408.316	12,0	4,73	5,35
Singapore	7.424.165	6,1	4,17	4,99
Thái Lan	8.295.181	45,9	4,66	4,05
Đức	5.840.571	7,9	3,28	3,86
Area Nes	4.475.300	90,9	2,52	1,67
Việt Nam	4.916.936	36,1	2,76	2,58
Đài Loan	5.298.299	83,3	2,98	2,06
Ấn Độ	3.757.181	-5,1	2,11	2,82
Italy	3.526.643	10,4	1,98	2,28
Papua New Guinea	2.788.547	41,1	1,57	1,41

Thị trường	6 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 6 tháng 2025 (%)	Tỷ trọng quý 1/2026 (%)	Tỷ trọng quý 1/2025 (%)
Pháp	2.935.043	30,6	1,65	1,60
Anh	2.772.224	14,0	1,56	1,73
New Zealand	3.000.595	24,3	1,69	1,72
Mêhicô	2.306.989	58,6	1,30	1,04
Brunei	2.113.871	103,4	1,19	0,74
Indonesia	1.869.307	-1,7	1,05	1,36
Thụy Sĩ	1.571.116	18,9	0,88	0,94
Phân Lan	1.077.484	122,1	0,61	0,35
Hà Lan	1.202.275	25,0	0,68	0,69
Canada	1.289.659	8,1	0,72	0,85
Pêru	1.352.216	131,6	0,76	0,42
Ai Len	1.051.308	25,7	0,59	0,60
Tây Ban Nha	1.249.239	32,4	0,70	0,67
Bỉ	921.261	37,1	0,52	0,48
Thụy Điển	976.703	25,2	0,55	0,56
Achentina	805.706	162,5	0,45	0,22
Nigêria	438.992	484,6	0,25	0,05
Suriname	744.368	216,3	0,42	0,17
Ba Lan	693.789	28,1	0,39	0,39
Áo	677.746	17,8	0,38	0,41
Nam Phi	633.292	7,7	0,36	0,42
Đan Mạch	666.855	-27,1	0,37	0,65
Braxin	538.743	8,6	0,30	0,35
UAE	684.111	5,8	0,38	0,46
Cộng Hoà Séc	462.457	23,3	0,26	0,27
Thổ Nhĩ Kỳ	530.927	-3,8	0,30	0,39

Nguồn: Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC)

2. Đánh giá dung lượng, thị phần của Việt Nam tại thị trường Australia

Theo Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), trong cơ cấu nhập khẩu hàng hóa của Australia trong 6 tháng đầu năm 2026, trị giá nhập khẩu nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm chưng cất; chất bitum; khoáng chất... (mã HS 27) đạt mức cao nhất với 26,56 tỷ USD, tăng mạnh 60% so với cùng kỳ năm 2025 và chiếm 14,9% trong tổng nhập khẩu hàng hóa của Australia. Việt Nam xuất khẩu mặt hàng này sang Australia đạt 386,6 triệu USD trong 6 tháng đầu năm 2026, tăng 28% so với cùng kỳ năm 2025 và chiếm 1,46% tỷ trọng nhập khẩu hàng hóa của Australia, giảm so với 1,82% của cùng kỳ năm 2025.

Tiếp đến là nhập khẩu mặt hàng mã HS 84- Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy móc, thiết bị và các bộ phận đạt 25,62 tỷ USD, tăng 28,7% so với cùng kỳ năm 2025 và chiếm 14,4% trong tổng nhập khẩu hàng hóa của Australia. Việt Nam xuất khẩu mã HS 84 sang thị trường Australia đạt 672,7 triệu USD, tăng 136,3%

so với cùng kỳ năm ngoái và chiếm 2,63% trong tổng nhập khẩu mã này của Australia, tăng so với 1,43% của cùng kỳ năm 2025.

Một số mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam chiếm tỷ trọng về kim ngạch khá cao trong tổng nhập khẩu của Australia trong 6 tháng đầu năm 2026 là: Mã HS 46- Các sản phẩm làm từ rơm, cỏ esparto hoặc các vật liệu tết bện khác; các sản phẩm đan lát chiếm 32%; HS 64- Giày dép các loại chiếm 28,55%; HS 03- Hàng thủy sản chiếm 26,33%; Mã HS 08 chiếm 16%; HS 06 chiếm 15,8%; HS 10 chiếm 13,1%; HS 95 chiếm 13%...

Nhìn chung, nhu cầu nhập khẩu của Australia tập trung vào các mặt hàng thiết yếu phục vụ sản xuất và đời sống, bao gồm điện thoại, máy móc thiết bị điện/cơ khí, máy vi tính, hàng dệt may, giày dép, dầu thô, hàng nông lâm thủy sản...

Bảng 5: Hàng hóa nhập khẩu chính của Australia trong 6 tháng năm 2026 và thị phần của Việt Nam

Mã HS	6 tháng năm 2026 (nghìn USD)		So với 6 tháng 2025 (%)		Tỷ trọng của Việt Nam (%)	
	Nhập khẩu từ Việt Nam	Nhập khẩu từ thế giới	Nhập khẩu từ Việt Nam	Nhập khẩu từ thế giới	6 tháng năm 2026	6 tháng năm 2025
27	386.608	26.555.479	28,0	60,0	1,46	1,82
84	672.661	25.622.043	136,3	28,7	2,63	1,43
87	28.640	21.725.339	16,5	11,5	0,13	0,13
85	1.570.753	19.021.301	39,5	27,6	8,26	7,56
71	12.311	13.413.077	8,2	95,0	0,09	0,17
30	9.175	6.620.763	45,6	18,9	0,14	0,11
90	50.748	5.477.087	40,1	10,9	0,93	0,73
89	6.976	4.458.349	189,2	94,8	0,16	0,11
39	65.643	3.826.876	5,5	11,6	1,72	1,82
73	102.210	3.290.120	-4,8	3,3	3,11	3,37
31	131.511	2.845.325	152,8	41,3	4,62	2,58
94	112.244	2.769.782	9,0	14,2	4,05	4,25
99	0	2.387.185		146,4	0,00	0,00
61	191.319	2.237.101	1,3	3,7	8,55	8,76
40	33.343	2.126.041	9,3	12,2	1,57	1,61
62	176.748	1.761.667	8,6	-0,6	10,03	9,18
76	38.421	1.585.971	111,9	26,1	2,42	1,44
95	199.463	1.534.699	161,7	10,4	13,00	5,48
38	9.098	1.504.553	-0,1	6,6	0,60	0,65
33	2.699	1.449.653	14,5	13,1	0,19	0,18
21	32.043	1.429.597	47,6	10,3	2,24	1,68
48	53.796	1.162.462	32,9	3,1	4,63	3,59
88	468	1.097.628	24,8	-16,4	0,04	0,03
28	2.501	1.004.446	67,6	-4,5	0,25	0,14
44	17.012	966.003	34,6	12,0	1,76	1,47
64	275.223	963.913	0,8	3,6	28,55	29,35
19	19.996	945.426	-11,8	15,1	2,12	2,76

Mã HS	6 tháng năm 2026 (nghìn USD)		So với 6 tháng 2025 (%)		Tỷ trọng của Việt Nam (%)	
	Nhập khẩu từ Việt Nam	Nhập khẩu từ thế giới	Nhập khẩu từ Việt Nam	Nhập khẩu từ thế giới	6 tháng năm 2026	6 tháng năm 2025
72	38.364	941.529	-28,5	-3,4	4,07	5,51
29	969	939.426	260,2	-3,8	0,10	0,03
22	9.554	869.719	10,9	3,4	1,10	1,02
63	25.079	853.440	23,0	7,1	2,94	2,56
42	56.047	746.357	29,6	5,0	7,51	6,08
20	55.801	739.847	43,2	14,7	7,54	6,04
04	2.270	715.652	38,6	11,6	0,32	0,26
74	20.517	694.629	30,5	-41,7	2,95	1,32
34	17.441	636.235	-1,1	13,2	2,74	3,14
18	1.267	613.148	0,2	-1,2	0,21	0,20
82	14.461	602.890	19,5	8,2	2,40	2,17
09	60.654	580.220	23,1	-0,4	10,45	8,46
26	3.133	575.654	25,2	53,7	0,54	0,67
23	3.197	563.565	4,3	12,6	0,57	0,61
86	22	543.579	-82,0	57,3	0,00	0,04
83	6.413	530.707	-23,2	-2,7	1,21	1,53
96	15.906	521.077	5,0	9,4	3,05	3,18
70	12.088	511.819	-10,0	7,7	2,36	2,83
03	130.171	494.466	14,2	14,6	26,33	26,42
08	75.533	472.142	15,2	16,7	16,00	16,20
16	52.327	447.095	5,8	11,3	11,70	12,31
91	176	443.811	3.420,0	19,2	0,04	0,00
93	15	435.180		7,3	0,00	0,00
68	10.342	431.415	16,3	17,3	2,40	2,42
15	2.441	430.357	24,9	-2,5	0,57	0,44
32	2.865	415.198	54,7	6,1	0,69	0,47
69	8.508	406.016	0,0	4,2	2,10	2,18
25	16.297	377.453	47,6	59,8	4,32	4,67
02	0	354.936		1,6	0,00	0,00
49	2.065	291.548	21,2	8,9	0,71	0,64
35	271	228.997	5,9	14,1	0,12	0,13
12	341	213.251	-2,3	-3,9	0,16	0,16
17	1.405	210.770	16,0	15,3	0,67	0,66
57	2.271	187.275	-11,0	3,5	1,21	1,41
07	2.395	160.841	-4,8	7,1	1,49	1,68
10	17.870	136.841	5,7	4,8	13,06	12,96
65	12.737	132.360	43,6	6,3	9,62	7,13
56	6.015	132.054	30,3	13,2	4,55	3,96
01	0	119.685		80,1	0,00	0,00
24	0	113.724		-48,0	0,00	0,00
36	2.810	111.230	-42,0	2,2	2,53	4,45
59	168	109.813	180,0	5,6	0,15	0,06
54	1.481	107.136	13,2	-10,5	1,38	1,09
97	58	94.934	-71,4	9,3	0,06	0,23
81	316	87.948	-41,5	90,8	0,36	1,17
11	1.738	84.240	-31,3	1,5	2,06	3,05
13	73	78.525	-43,4	10,5	0,09	0,18
92	631	76.866	23,2	9,0	0,82	0,73
47	0	76.542	-100,0	-19,8	0,00	0,00

Mã HS	6 tháng năm 2026 (nghìn USD)		So với 6 tháng 2025 (%)		Tỷ trọng của Việt Nam (%)	
	Nhập khẩu từ Việt Nam	Nhập khẩu từ thế giới	Nhập khẩu từ Việt Nam	Nhập khẩu từ thế giới	6 tháng năm 2026	6 tháng năm 2025
06	9.718	61.561	30,7	19,7	15,79	14,46
55	758	40.302	223,9	-2,8	1,88	0,56
67	971	39.293	45,8	7,9	2,47	1,83
37	2	39.289	-92,0	17,9	0,01	0,08
75	0	38.784	-100,0	-1,9	0,00	0,01
05	179	34.610	113,1	-4,9	0,52	0,23
79	130	31.457	333,3	34,8	0,41	0,13
51	2.297	25.999	48,5	6,4	8,83	6,33
60	943	25.902	-23,7	12,7	3,64	5,38
52	180	22.888	-21,7	6,3	0,79	1,07
41	2	21.525		48,6	0,01	0,00
53	37	17.218	164,3	21,2	0,21	0,10
58	118	16.825	-43,8	-8,6	0,70	1,14
66	353	16.727	87,8	4,8	2,11	1,18
46	4.731	14.796	-12,8	5,9	31,97	38,82

Nguồn: Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC)

III. Cập nhật các chính sách, quy định và tiến trình thực thi cam kết trong CPTPP.

CPTPP cùng với các hiệp định như AANZFTA và RCEP tạo thành "bàn đạp" vững chắc giúp xóa bỏ thuế quan cho phần lớn dòng hàng hóa xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Australia, giúp doanh nghiệp hai nước dễ dàng tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu và khu vực.

Giữa 2 nước đã có những định hướng và nâng tầm quan hệ mới: Quan hệ hai nước được thúc đẩy mạnh mẽ thông qua Chiến lược Tăng cường Hợp tác Kinh tế Việt Nam- Australia và việc nâng cấp quan hệ lên mức Đối tác Chiến lược Toàn diện vào năm 2024. Mở rộng lĩnh vực mới: Hợp tác không chỉ dừng lại ở thương mại hàng hóa truyền thống mà còn được đẩy mạnh sang các lĩnh vực năng lượng, khoáng sản, chuyển đổi xanh, khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo.

Trong khuôn khổ các hoạt động đối ngoại cấp cao của Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Tô Lâm tại Australia và New Zealand từ ngày 12/8 - ngày 14/8/2026, phía Việt Nam đã có các cuộc làm việc với Bộ Nông nghiệp, Thủy sản và Lâm nghiệp Australia và Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp Quốc tế Australia. Mở cửa thị trường nông sản cũng là nội dung trọng tâm.

Australia đề nghị Việt Nam đẩy nhanh thủ tục đối với các cơ sở sản xuất, chế biến thịt kangaroo và thịt hươu đủ điều kiện xuất khẩu sang Việt Nam. Ở chiều

ngược lại, Việt Nam đề nghị Australia thúc đẩy tiếp cận thị trường đối với chanh xanh, tổ yến, nhuyễn thể hai mảnh vỏ của Việt Nam và nghiên cứu chuyển giao kangaroo, hươu của Australia về Việt Nam để chính thức nuôi.

Song song với việc hiện đại hóa các quy tắc thương mại, mở rộng thành viên cũng được xem là một trong những định hướng lớn của CPTPP, việc mở rộng CPTPP cũng sẽ tạo nền tảng để khối tăng cường hợp tác với các đối tác lớn như ASEAN và Liên minh châu Âu (EU), qua đó mở rộng không gian hợp tác kinh tế và thúc đẩy các sáng kiến thương mại mới.

IV. Đánh giá xu hướng triển vọng trong thời gian tới

1. Đánh giá xu hướng, triển vọng xuất khẩu.

Hiệp định CPTPP sẽ tiếp tục mở ra những ưu đãi về thuế quan, tạo động lực thu hút đầu tư để tăng năng lực sản xuất và khiến các doanh nghiệp xuất khẩu trở nên chuyên nghiệp hơn trên trường quốc tế. Nhờ đó, xuất khẩu tiếp tục được kỳ vọng là điểm sáng của nền kinh tế, đồng thời là cơ hội giúp Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu nói chung và Australia nói riêng.

Sau khi CPTPP có hiệu lực (từ đầu năm 2019 đối với Việt Nam), quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Australia đã có những bước phát triển mạnh mẽ, mang tính đột phá và ngày càng đi vào chiều sâu.

Tổng kim ngạch thương mại hai chiều liên tục duy trì ở mức cao, vượt mốc 12 tỷ USD năm 2021 và tiếp tục giữ quy mô lớn trong các năm tiếp theo (như đạt 9,8 tỷ USD chỉ trong 7 tháng đầu năm 2026). Việt Nam hiện vươn lên trở thành đối tác thương mại hàng hóa lớn thứ 10 của Australia, trong khi Australia cũng là đối tác thương mại lớn thứ 7 của Việt Nam. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Australia tăng mạnh 26% trong 7 tháng đầu năm 2026. Đây là mức tăng cao trong nhóm 10 đối tác cung cấp lớn nhất của Australia, cho thấy thương mại song phương tiếp tục duy trì đà tăng trưởng tích cực dù kinh tế thế giới còn nhiều thách thức.

Với mức thu nhập thuộc nhóm các nước có thu nhập cao nhất trên thế giới (khoảng 65.000 USD/người năm 2025), người tiêu dùng Australia có khả năng chi trả cao cho hàng hóa tiêu dùng. Nhu cầu với các sản phẩm tiêu dùng của người dân Australia rất đa dạng, từ các hàng hóa thiết yếu (như năng lượng, thực phẩm, quần

áo, giày dép...) cho đến các sản phẩm giải trí, xa xỉ (như trang sức, xe cộ, đồ công nghệ...).

Theo báo cáo của OECDStat, người tiêu dùng Australia dành đến 23,2% tổng chi tiêu cho nhu cầu về nhà ở, điện nước, ga và nhiên liệu khác. Tiếp đến, người dân Australia dành 10,6% chi tiêu cho phương tiện đi lại/vận chuyển, 10% cho thực phẩm và đồ uống... Như vậy, gần 50% tổng chi tiêu của người Australia là dành cho các sản phẩm thiết yếu, phục vụ nhu cầu ăn, ở, đi lại của cá nhân.

Ngoài ra, người tiêu dùng Australia cũng rất chú trọng và dành nhiều chi tiêu cho các sản phẩm/dịch vụ phục vụ mục đích giải trí, đem lại trải nghiệm/hưởng thụ. Cụ thể, người dân nước này dành 10,4% chi tiêu cho văn hóa, giải trí và 7,5% chi tiêu cho nhà hàng, khách sạn.

Người tiêu dùng Australia có yêu cầu cao về tiêu chuẩn và chất lượng hàng hóa tiêu dùng, do đó các quyết định mua sắm của người dân Australia bị ảnh hưởng/chi phối rất nhiều bởi chất lượng cũng như hình ảnh/thương hiệu của sản phẩm. Tuy vậy, giá cả vẫn đóng một vai trò quan trọng trong quyết định mua sắm của người tiêu dùng Australia.

Thương mại điện tử đang phát triển nhanh chóng tại Australia do người dân có xu hướng chuyển sang mua sắm trực tuyến thông qua các trang web/kênh bán lẻ như Amazon Australia, eBay Australia, Kmart Online... kể từ khi bùng phát đại dịch COVID-19.

Người tiêu dùng Australia có thói quen tìm kiếm và phân tích kỹ lưỡng về sản phẩm trước khi đưa ra quyết định mua sắm. Họ thường sử dụng mạng xã hội như một công cụ hữu ích để tìm kiếm sản phẩm mới, tìm kiếm thông tin về sản phẩm thông qua các phản hồi của người dùng trước đó và so sánh giá cả giữa các sản phẩm cùng loại...

Bên cạnh đó, người tiêu dùng Australia cũng rất quan tâm đến các vấn đề về môi trường, do vậy các sản phẩm hữu cơ và thuần tự nhiên, đặc biệt là mặt hàng rau củ đang ngày càng được ưa chuộng tại Australia. Vì mục đích thương mại và bảo vệ môi trường, thị trường hàng tái sử dụng (second-hand) cũng rất phát triển tại Australia

Riêng lĩnh vực thủy sản, hiện nay Việt Nam đang giữ vị trí số 1 tại thị trường Australia với đa dạng các sản phẩm được xuất khẩu sang thị trường này.

Kết quả có được phần lớn là nhờ tận dụng có hiệu quả của FTA. Đặc biệt là Hiệp định CPTPP đã mang lại cho doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam những ưu đãi lớn, vì vậy các sản phẩm thủy sản như tôm, cá tra, hải sản của Việt Nam khi nhập khẩu vào Australia đều được hưởng mức thuế 0%.

Trong các ngành hàng thế mạnh đang có tiềm năng xuất khẩu lớn sang thị trường Australia, mặt hàng nông sản được đánh giá cao với nhiều triển vọng để tăng trưởng trong các năm tới. Nguyên nhân chính là do nhu cầu của người tiêu dùng Australia đối với các sản phẩm nông sản như cà phê, gạo, gia vị, trái cây ... đang ngày càng lớn; trong khi đó, các mặt hàng nông sản của hai nước cũng không có sự cạnh tranh với nhau nên cơ hội xuất khẩu của nông sản Việt Nam tại Australia được mở rộng hơn.

Hạt điều Việt Nam cũng là nhà cung cấp số 1 cho Australia đối với hạt điều (99%) và hạt tiêu (gần 30%).

Đặc biệt, Australia đang là nước nhập khẩu đồ gỗ nội thất lớn của thế giới trong năm 2026 và đang gia tăng nhập khẩu từ các nước Đông Nam Á. Trong đó, Việt Nam, Malaysia và Indonesia là các nước đang đứng đầu. Xuất khẩu gỗ và các sản phẩm từ gỗ của Việt Nam sang Australia tăng 10,4% trong năm 7 tháng đầu năm 2026, đạt 94,4 triệu USD.

Với những kết quả khả quan, 6 tháng đầu năm 2026, Việt Nam là đối tác thương mại lớn thứ 10 của Australia về xuất khẩu. Cơ cấu mặt hàng có tính bổ trợ cao. Việt Nam xuất khẩu sang Australia các mặt hàng điện thoại, điện tử, dệt may, giày dép, thủy hải sản và nông sản; đồng thời nhập khẩu từ Australia các nguyên liệu đầu vào quan trọng cho sản xuất như than đá, quặng sắt, lúa mì và nông sản ôn đới

+ *Triển vọng một số mặt hàng tại Australia:*

Mặt hàng điện thoại: Dữ liệu từ Statista cho thấy số lượng người dùng điện thoại di động và tỷ lệ sử dụng điện thoại di động tại Australia đang liên tục tăng. Từ 19,9 triệu người dùng vào năm 2017, số lượng người dùng điện thoại thông minh tại Australia dự kiến sẽ tăng lên 23,6 triệu vào năm 2026. Sự tăng trưởng nhanh chóng này phản ánh nhu cầu ngày càng tăng của người tiêu dùng đối với các sản phẩm và dịch vụ trực tuyến.

Theo báo cáo của Digital 2026, đến cuối năm 2025, có 34,1 triệu kết nối di động đang hoạt động trên cả nước, tương đương 126% tổng dân số. Việc tiếp cận

điện thoại thông minh đã trở thành nhu cầu thiết yếu trong cuộc sống hàng ngày trên khắp đất nước. Tính đến đầu năm 2026, mạng 5G tại Australia đã đạt đến mức độ hoàn thiện cao, nhờ vùng phủ sóng rộng khắp, đặc biệt là ở các khu vực đông dân cư, và việc triển khai công nghệ 5G độc lập (5G Standalone - SA). Optus 5G chiếm lĩnh thị trường với khoảng 80,5% dân số .

Là thị trường thương mại điện tử lớn thứ 10 trên thế giới tính theo doanh thu, Australia hưởng lợi rất nhiều từ công nghệ di động. Theo Fox & Lee , dự kiến khoảng 18 triệu người Australia sẽ mua sắm trực tuyến vào năm 2026, một phần đáng kể dân số cả nước, và nhiều giao dịch mua bán có khả năng được thực hiện thông qua điện thoại thông minh.

Theo số liệu của ITC, Australia có nhu cầu nhập khẩu khoảng 9 tỷ USD mặt hàng điện thoại (HS 8517) mỗi năm. Trong 6 tháng đầu năm 2026, trị giá nhập khẩu mặt hàng này đạt 4,71 tỷ USD, tăng 23,3% so với cùng kỳ năm 2025.

Việt Nam là thị trường cung cấp điện thoại lớn thứ 2 vào thị trường Australia, đạt 0,91 tỷ USD, tăng 27,6% so với cùng kỳ năm 2025 và chiếm 19,24% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này, tăng so với 18,6% của cùng kỳ năm 2025.

Bảng 6: Australia nhập khẩu mặt hàng điện thoại các loại (HS 8517) từ một số thị trường chính trong 6 tháng đầu năm 2026

Thị trường	6 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 6 tháng 2025 (%)	Tỷ trọng 6 tháng năm 2026 (%)	Tỷ trọng 6 tháng năm 2025 (%)
Tổng	4.714.382	23,3	100,00	100,00
Trung Quốc	2.029.785	5,2	43,06	50,48
Việt Nam	906.987	27,6	19,24	18,60
Mỹ	508.811	53,4	10,79	8,67
Thái Lan	285.362	222,1	6,05	2,32
Đài Loan	190.636	17,1	4,04	4,26
Mêhicô	177.256	18,1	3,76	3,93
Anh	137.157	207,1	2,91	1,17
Malaysia	130.493	24,6	2,77	2,74
Singapore	60.239	221,0	1,28	0,49
Ấn Độ	30.778	-1,4	0,65	0,82
Indonesia	27.698	-40,5	0,59	1,22
Đức	25.969	3,2	0,55	0,66
Canada	18.528	34,3	0,39	0,36
Ba Lan	13.531	37,3	0,29	0,26
New Zealand	13.451	5,8	0,29	0,33

Nguồn: Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC)

Mặt hàng dệt may: Thị trường dệt may Australia đạt giá trị 37,67 tỷ AUD (tương đương 26,7 tỷ USD) năm 2025. Việc tích hợp các công nghệ dệt may tiên tiến, như vải thông minh và vải kỹ thuật, đã nâng cao hiệu suất và chức năng trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Thị trường dự kiến sẽ tăng trưởng với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm là 6% trong giai đoạn 2026-2035, ước đạt 67,46 tỷ AUD (tương đương 47,9 tỷ USD) vào năm 2035. Sự tăng trưởng này chủ yếu được thúc đẩy bởi nhu cầu ngày càng tăng đối với các loại vải bền vững và thân thiện với môi trường, bao gồm vải hữu cơ, vật liệu tái chế và các phương pháp sản xuất có trách nhiệm với môi trường.

Sự phát triển của thị trường dệt may Australia phục vụ nhiều lĩnh vực, bao gồm thời trang, nội thất gia đình và dệt may y tế. Ngành thời trang là động lực chính, kết hợp giữa các thiết kế trong nước với hàng nhập khẩu quốc tế. Tính bền vững đang ngày càng được chú trọng, với nhu cầu ngày càng tăng đối với các vật liệu thân thiện với môi trường. Phần lớn hàng dệt may tiêu thụ tại Australia là hàng nhập khẩu, và sản xuất trong nước đã giảm do chi phí sản xuất tăng cao.

Những đổi mới công nghệ đang tác động đến động lực và xu hướng thị trường dệt may Australia, đặc biệt là sự phát triển của các loại vải thông minh và đa chức năng. Thương mại điện tử đang mở rộng nhanh chóng, cho phép người tiêu dùng mua sắm hàng dệt may trực tuyến. Hàng dệt gia dụng, như ga trải giường và khăn tắm, là một phân khúc thị trường quan trọng. Nhu cầu về sản phẩm tùy chỉnh và sản phẩm chuyên biệt đang tăng lên, với các thương hiệu cung cấp các lựa chọn đặt làm riêng. Chi phí lao động cao tiếp tục khuyến khích sự phụ thuộc vào hàng nhập khẩu.

Nhu cầu đối với thị trường dệt may Australia đang tăng trưởng khi người tiêu dùng ngày càng ưa chuộng các thương hiệu có đạo đức và yêu cầu sự minh bạch trong quy trình sản xuất. Khí hậu tại Australia ảnh hưởng đến sở thích về dệt may, với các loại vải nhẹ cho mùa hè và chất liệu ấm hơn cho mùa đông. Các quy định của chính phủ, chẳng hạn như chính sách thương mại và tiêu chuẩn môi trường, cũng ảnh hưởng đến thị trường.

Theo phân tích thị trường dệt may Australia, các loại sợi tổng hợp như polyester và nylon chiếm ưu thế nhờ độ bền, tính linh hoạt và hiệu quả về chi phí. Những loại sợi này nhẹ, chống nhăn và nhanh khô, lý tưởng cho quần áo thể thao và trang phục ngoài trời. Vải kỹ thuật đóng vai trò quan trọng trong nhiều ngành công nghiệp như y tế, xây dựng và ô tô, cung cấp các tính năng nâng cao như khả năng chống cháy, chống thấm nước và kháng khuẩn. Loại vải này cải thiện độ an

toàn, độ bền và hiệu suất, với nhu cầu ngày càng tăng trong các lĩnh vực như quốc phòng và sản xuất công nghiệp.

Nhu cầu đối với thị trường dệt may Australia trong lĩnh vực thời trang và may mặc đang tăng lên, được thúc đẩy bởi sự đa dạng của các chất liệu mang đến sự kết hợp giữa phong cách và tính thực tiễn. Những cải tiến trong chất liệu vải, như vải thấm hút mồ hôi, chống tia UV và thoáng khí, đã cải thiện sự thoải mái và khả năng mặc. Thời trang bền vững đang ngày càng được ưa chuộng khi ngày càng nhiều người tiêu dùng có ý thức về môi trường tìm kiếm các lựa chọn dệt may được sản xuất có đạo đức, bền bỉ và thân thiện với môi trường.

Theo số liệu của ITC, Australia có nhu cầu nhập khẩu khoảng 8 tỷ USD mặt hàng dệt may (HS 61,62) mỗi năm. Trong 6 tháng đầu năm 2026, trị giá nhập khẩu mặt hàng này đạt gần 4 tỷ USD, tăng 1,8% so với cùng kỳ năm 2025.

Trung Quốc là thị trường cung cấp lớn nhất đối với hàng dệt may tại Australia, chiếm tới 59,3% thị phần tại nước này. Việt Nam là nhà cung cấp hàng dệt may lớn thứ 3, chiếm 9,2% trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Australia, tăng so với 9% của cùng kỳ năm 2025. Hàng dệt may của Việt Nam tại thị trường này phải cạnh tranh từ các nhà cung cấp lớn từ châu Á là Trung Quốc, Bangladet, Ấn Độ hay Indonesia, Campuchia...

Bảng 7: Australia nhập khẩu mặt hàng dệt may (HS 61,62) từ một số thị trường chính trong 6 tháng đầu năm 2026

Thị trường	6 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 6 tháng 2025 (%)	Tỷ trọng 6 tháng năm 2026 (%)	Tỷ trọng 6 tháng năm 2025 (%)
Tổng	3.998.768	1,8	100,00	100,00
Trung Quốc	2.371.259	2,4	59,30	58,92
Bangladet	412.247	-5,7	10,31	11,13
Việt Nam	368.067	4,7	9,20	8,95
Ấn Độ	152.317	-3,4	3,81	4,01
Indonesia	134.657	7,1	3,37	3,20
Campuchia	104.679	6,1	2,62	2,51
Italy	90.301	17,1	2,26	1,96
Xri Lanca	55.873	0,2	1,40	1,42
Pakixtan	39.144	2,6	0,98	0,97
Thổ Nhĩ Kỳ	34.959	-2,3	0,87	0,91
Thái Lan	26.699	17,5	0,67	0,58
Pháp	21.209	27,9	0,53	0,42
Phigi	18.659	10,5	0,47	0,43
Mêhicô	16.477	-4,2	0,41	0,44
Mỹ	12.382	-9,4	0,31	0,35
Bồ Đào Nha	10.896	19,9	0,27	0,23
Rumani	10.857	-1,5	0,27	0,28

Thị trường	6 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 6 tháng 2025 (%)	Tỷ trọng 6 tháng năm 2026 (%)	Tỷ trọng 6 tháng năm 2025 (%)
Anh	7.591	-21,0	0,19	0,24
Marôc	7.550	0,5	0,19	0,19
Tuynidi	6.485	-9,6	0,16	0,18

Nguồn: Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC)

Để tận dụng được cơ hội từ Hiệp định CPTPP, các doanh nghiệp cần quan tâm đến các tiêu chuẩn, bao bì sản phẩm, cải thiện về quy trình sản xuất, đáp ứng các tiêu chuẩn về lao động và môi trường, các tiêu chuẩn về dư lượng thuốc kháng sinh, thuốc trừ sâu... Đồng thời xây dựng và triển khai chiến lược phát triển bền vững, đa dạng hóa nguồn cung, hợp tác để giảm chi phí, đáp ứng quy tắc xuất xứ.

Dù CPTPP đang mang lại những lợi thế nhất định, song thực tế nguồn lực của doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam còn nhiều hạn chế. Yêu cầu, đòi hỏi của thị trường Australia về hàng hóa cũng rất khắt khe. Do vậy, doanh nghiệp cần tăng tính chủ động trong tìm hiểu, đáp ứng tốt quy định về quy tắc xuất xứ; đồng thời, không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm, hàng hóa; tăng cường truyền thông, xúc tiến thương mại trong kế hoạch sản xuất, kinh doanh...

Qua đó, giúp doanh nghiệp từng bước cải thiện, nâng cao năng lực cạnh tranh, nhờ đó tận dụng tốt hơn các cơ hội từ CPTPP để đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang thị trường Australia.

2. Đánh giá xu hướng, triển vọng nhập khẩu.

Australia có lợi thế rất lớn về tài nguyên, công nghệ khai thác và quản lý khoáng sản, trong khi Việt Nam đang cần nguồn nguyên liệu ổn định cho sản xuất, chuyển đổi năng lượng và các ngành công nghiệp mới. Hai nước nhấn mạnh xây dựng chuỗi cung ứng khoáng sản thiết yếu đa dạng, an toàn và có khả năng chống chịu, đồng thời thúc đẩy điện khí hóa, năng lượng tái tạo và chuyển đổi năng lượng.

Việt Nam nhập khẩu chủ yếu 3 nhóm mặt hàng từ Australia là than, quặng, khoáng sản và kim loại thường khác, chiếm 76% trong tổng trị giá nhập khẩu từ thị trường này. Với nguồn dự trữ than, khoáng sản, quặng và kim loại lớn, Australia là một trong những nguồn cung than đá chính của Việt Nam. Cùng với trữ lượng và sản lượng khai thác của Australia ổn định giúp Việt Nam đa dạng hóa nguồn cung năng lượng, giảm thiểu rủi ro khi thị trường có biến động.

Cơ cấu mặt hàng có tính hỗ trợ cao. Việt Nam xuất khẩu sang Australia các mặt hàng điện thoại, điện tử, dệt may, giày dép, thủy hải sản và nông sản; đồng thời nhập khẩu từ Australia các nguyên liệu đầu vào quan trọng cho sản xuất như than đá, quặng sắt, lúa mì và nông sản ôn đới

Việt Nam có nhu cầu lớn về nguyên liệu thô, năng lượng và nông sản chất lượng cao từ thị trường này cho sản xuất trong nước. Nguyên liệu cho ngành dệt may, da giày là Bông các loại (Australia là nguồn cung cấp bông lớn hàng đầu cho Việt Nam), da động vật. Trong 7 tháng đầu năm, Việt Nam nhập khẩu bông các loại đạt 151,1 triệu USD, tăng 18,9% so với cùng kỳ năm 2025.

Trị giá nhập khẩu nông sản và thực phẩm như: Lúa mì, thịt bò, sữa và các sản phẩm từ sữa, trái cây tươi (như táo, nho, cam) có giá trị dinh dưỡng cao cũng tăng mạnh. Trong đó, nhập khẩu lúa mì đạt 243,1 triệu USD, tăng 6,6%; Hàng rau quả đạt 119 triệu USD, tăng 45,1%; Thức ăn gia súc và nguyên liệu đạt 38,4 triệu USD, tăng 14%... Đáng chú ý, khí đốt hóa lỏng nhập khẩu từ Australia tăng tới 440,6%, đạt 245 triệu USD trong 7 tháng đầu năm 2026.

Hàng hóa Australia nổi tiếng với độ an toàn, quy trình kiểm định nghiêm ngặt, tạo niềm tin lớn cho người tiêu dùng Việt Nam. Dự báo trong thời gian tới, trị giá nhập khẩu một số hàng hóa từ thị trường Australia tiếp tục tăng mạnh, là nguồn cung cấp hàng hóa và nguyên liệu chất lượng cao, giá rẻ cho Việt Nam nhờ những ưu đãi thuế quan từ Hiệp định CPTPP mang lại.

Bảng 8: Hàng hóa xuất khẩu chính của Australia trong 6 tháng năm 2026 và thị phần của Việt Nam

Mã HS	6 tháng năm 2026 (nghìn USD)		So với 6 tháng 2025 (%)		Tỷ trọng của Việt Nam (%)	
	Xuất khẩu sang Việt Nam	Xuất khẩu ra thế giới	Xuất khẩu sang Việt Nam	Xuất khẩu ra thế giới	6 tháng năm 2026	6 tháng năm 2025
Tổng	3.328.323	188.710.649	12,0	13,4	1,98	2,00
26	471.585	50.265.434	1,7	9,9	0,95	1,03
27	1.432.276	48.595.708	3,9	4,2	3,06	3,07
71	6.685	29.051.851	31,1	49,4	0,03	0,03
02	76.520	10.349.315	15,4	28,7	0,85	0,95
10	220.766	5.574.304	-2,2	1,8	3,87	4,03
25	542	4.199.751	0,4	186,0	0,01	0,04
84	15.785	3.334.289	30,1	21,2	0,62	0,57
76	229.207	3.071.734	67,8	20,9	12,52	9,02
28	784	2.303.640	-5,9	-43,9	0,03	0,02
85	16.788	2.295.266	-7,1	21,0	0,68	0,89
74	162.090	2.271.685	-14,2	-3,6	6,12	6,88
12	8.653	2.210.922	77,8	-2,5	0,70	0,38
90	4.481	2.038.724	73,7	-2,4	0,38	0,21

Mã HS	6 tháng năm 2026 (nghìn USD)		So với 6 tháng 2025 (%)		Tỷ trọng của Việt Nam (%)	
	Xuất khẩu sang Việt Nam	Xuất khẩu ra thế giới	Xuất khẩu sang Việt Nam	Xuất khẩu ra thế giới	6 tháng năm 2026	6 tháng năm 2025
30	16.699	1.617.602	43,2	-4,0	1,48	0,99
99	644	1.519.791	34,0	4,5	0,06	0,04
51	720	1.278.015	-46,4	55,5	0,03	0,09
04	37.237	1.090.002	29,8	-4,1	4,43	3,28
88	247	1.050.014	-48,2	21,6	0,01	0,03
22	2.671	1.041.684	163,9	5,7	0,68	0,27
08	55.641	1.026.099	43,7	0,5	7,79	5,45
07	10.042	941.048	-38,9	-20,3	0,65	0,85
87	420	872.742	153,6	10,2	0,12	0,05
72	91.087	863.047	7,0	3,8	11,29	10,95
21	9.480	642.192	90,3	14,5	2,81	1,69
15	5.262	632.185	48,5	8,5	1,24	0,90
79	83.595	608.791	39,4	-0,7	19,14	13,64
52	93.930	571.935	27,8	4,8	20,99	17,21
03	13.622	546.151	164,1	9,1	6,59	2,72

Nguồn: Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC)