

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



BÀI VIẾT THÁNG 3/2026
“XUẤT KHẨU DỆT MAY DUY TRÌ ĐÀ TĂNG TRƯỞNG NHẸ
TRONG QUÝ I NĂM 2026”

Thuộc nhiệm vụ:

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

Hà Nội, 2026

XUẤT KHẨU DỆT MAY DUY TRÌ ĐÀ TĂNG TRƯỞNG NHẸ TRONG QUÝ I NĂM 2026

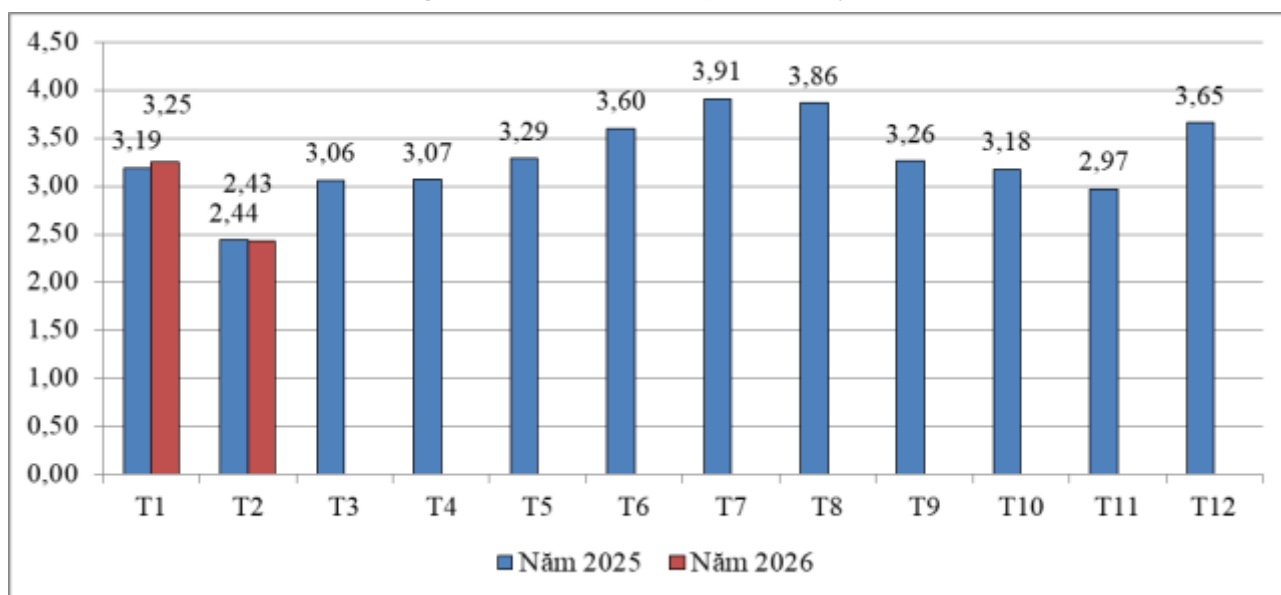
Trong những tháng đầu năm 2026, rủi ro về chính sách thương mại, thuế quan, chi phí năng lượng và logistics gia tăng đang tạo áp lực lớn đối với hoạt động sản xuất và xuất khẩu ngành dệt may - một trong số các ngành hàng chủ lực của Việt Nam, khiến quá trình phục hồi diễn ra chậm và không đồng đều giữa các thị trường. Trong đó, thị trường Mỹ và EU tiếp tục là động lực xuất khẩu chính, trong khi nhu cầu hàng dệt may tại thị trường châu Á còn yếu. Trước bối cảnh đó, doanh nghiệp đẩy mạnh mở rộng sang thị trường mới và điều chỉnh cơ cấu sản phẩm theo hướng tăng các mặt hàng cơ bản, sản phẩm chức năng, đồng thời giảm dần tỷ trọng nhóm hàng truyền thống.

Theo số liệu từ Cục Hải quan, trong tháng 2/2026, kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam đạt 2,43 tỷ USD, giảm mạnh 25,36% so với tháng 1/2026 và giảm nhẹ 0,59% so với tháng 2/2025. Tuy nhiên, xét tổng thể hai tháng đầu năm 2026, xuất khẩu dệt may vẫn đạt 5,70 tỷ USD, tăng 1,17% so với cùng kỳ năm 2025 và chiếm khoảng 7,5% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của cả nước. Điều này cho thấy ngành vẫn duy trì được đà tăng trưởng nhẹ và khả năng chống chịu tương đối tốt trong bối cảnh thương mại toàn cầu có nhiều biến động.

Ước tính trong tháng 3/2026, kim ngạch xuất khẩu dệt may đã phục hồi mạnh, tăng khoảng 31,9% so với tháng 2/2026, nhờ sự quay trở lại của các đơn hàng mới, đặc biệt từ các thị trường như Mỹ và EU, cùng với việc doanh nghiệp đẩy mạnh sản xuất sau kỳ nghỉ Tết Nguyên đán. Nhờ đó, tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may của Việt Nam trong quý I/2026 ước đạt khoảng 8,9 tỷ USD, tăng 2,38% so với cùng kỳ năm trước.

Dù mức tăng trưởng chưa cao, nhưng trong bối cảnh có nhiều thách thức trên thị trường quốc tế, kết quả này cho thấy ngành dệt may vẫn đang từng bước thích ứng, giữ vững vai trò là một trong những động lực quan trọng của xuất khẩu Việt Nam. Trong thời gian tới, triển vọng của ngành sẽ phụ thuộc lớn vào diễn biến nhu cầu tiêu dùng toàn cầu, chi phí đầu vào và khả năng nâng cao giá trị gia tăng trong chuỗi sản xuất.

Biểu đồ 1: Xuất khẩu dệt may của Việt Nam qua các tháng trong năm 2025-2026 (ĐVT: Tỷ USD)



Nguồn: Cục Hải quan

Về cơ cấu thị trường xuất khẩu, xuất khẩu dệt may của Việt Nam trong tháng 2 và 2 tháng đầu năm 2026 cho thấy xu hướng phục hồi chậm và không đồng đều giữa các khu vực thị trường. Trong đó, xuất khẩu tới Mỹ và EU vẫn giữ vai trò dẫn dắt tăng trưởng, xuất khẩu tới khu vực châu Á vẫn đối mặt với nhiều khó khăn do nhu cầu không cao. Việc mở rộng sang các thị trường mới nổi và thị trường ngách đang trở thành chiến lược quan trọng giúp ngành dệt may duy trì tăng trưởng, giảm phụ thuộc vào một số thị trường truyền thống và nâng cao khả năng thích ứng trong bối cảnh thương mại toàn cầu còn nhiều biến động.

+ **Xuất khẩu tới thị trường Mỹ:** Trong những tháng đầu năm 2026, Mỹ tiếp tục là thị trường xuất khẩu lớn nhất và đóng vai trò trụ cột của ngành dệt may Việt Nam. Trong tháng 2/2026, xuất khẩu sang thị trường Mỹ đạt 1,10 tỷ USD, giảm 22,05% so với tháng trước, nhưng vẫn tăng 4,21% so với cùng kỳ năm 2025, đưa kim ngạch xuất khẩu sang Mỹ trong 2 tháng năm 2026 đạt 2,52 tỷ USD, tăng 2,61%, chiếm tới 44,3% tỷ trọng trên tổng xuất khẩu hàng dệt may. Điều này cho thấy nhu cầu tại thị trường này vẫn duy trì tương đối tích cực nhờ sức mua ổn định và các đơn hàng đã ký trước đó, dù vẫn chịu áp lực từ lạm phát và xu hướng thắt chặt chi tiêu tại thị trường này.

+ **Xuất khẩu tới thị trường EU:** Xuất khẩu dệt may tới thị trường EU trong tháng

2/2026 đạt 267,64 triệu USD, giảm mạnh 29,89% so với tháng trước, nhưng tăng 16,34% so với cùng kỳ năm 2025; Lũy kế 2 tháng đạt 649,39 triệu USD, tăng 12,97% so với cùng kỳ năm 2025, chiếm 11,4% tỷ trọng trong tổng xuất khẩu và là một trong những động lực tăng trưởng quan trọng của ngành. Trong đó, xuất khẩu tới nhiều thị trường ghi nhận mức tăng trưởng rất tích cực như: Hà Lan tăng 26,11%, Bỉ tăng 39,2%, Ba Lan tăng 24,99% và Thụy Điển tăng 34,2%, phản ánh nhu cầu phục hồi tốt tại một số nền kinh tế EU. Tuy nhiên, xuất khẩu dật may tới một số thị trường lớn như Đức và Pháp lại giảm nhẹ so với cùng kỳ năm trước, cho thấy sự phân hóa trong nhu cầu tiêu dùng nội khối EU.

Đáng chú ý, xuất khẩu dật may tới nhiều thị trường ngoài các khu vực truyền thống ghi nhận mức tăng trưởng rất cao, cho thấy xu hướng đa dạng hóa thị trường đang được thúc đẩy mạnh mẽ và góp phần bù đắp sự suy giảm xuất khẩu tới các thị trường truyền thống. Tiêu biểu như, xuất khẩu sang Ấn Độ tăng 46,81% trong 2 tháng; UAE tăng 49,02%; Brazil tăng 45,98%; Panama tăng tới 157,34%; Kenya tăng 3 118,8%...

Ngược lại, nhu cầu hàng dật may tại nhiều thị trường suy yếu, đặc biệt là các thị trường châu Á. Trong đó, xuất khẩu sang Nhật Bản trong tháng 2/2026 đạt 268,99 triệu USD, giảm 22,68% so với tháng trước và giảm 13,66% so với cùng kỳ năm trước; Lũy kế 2 tháng giảm 10,56%. Tương tự, xuất khẩu dật may tới Hàn Quốc đạt 210,32 triệu USD, giảm 20,6% so với tháng trước và giảm 11,84% so với cùng kỳ năm trước; Lũy kế 2 tháng giảm 11,39%. Xuất khẩu tới thị trường Trung Quốc cũng giảm 14,18% trong tháng, mặc dù lũy kế 2 tháng vẫn tăng 10,88%, cho thấy xu hướng phục hồi chưa ổn định và phụ thuộc nhiều vào biến động nhu cầu nội địa.

Tại khu vực ASEAN, xuất khẩu tới Indonesia là điểm sáng với mức tăng 6,52% trong tháng và tăng 20,86% trong 2 tháng, trong khi xuất khẩu tới các thị trường như Campuchia, Thái Lan và Philippines ghi nhận mức giảm sâu, phản ánh sự biến động lớn trong nhu cầu và cạnh tranh nội khối.

Bảng 1: Xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam sang các thị trường trong tháng 2 và 2 tháng đầu năm 2026

Thị trường	Tháng 2/2026 (Nghìn USD)	So với tháng 1/2026 (%)	So với tháng 2/2025 (%)	2 tháng năm 2026 (Nghìn USD)	So với 2 tháng năm 2025 (%)
Tổng xuất khẩu	2.425.963	-25,36	-0,59	5.699.700	1,17
Mỹ	1.104.970	-22,05	4,21	2.522.532	2,61
Nhật Bản	268.992	-22,68	-13,66	616.882	-10,56
EU	267.635	-29,89	16,34	649.393	12,97
<i>Hà Lan</i>	85.171	-16,48	31,93	187.144	26,11
<i>Tây Ban Nha</i>	45.535	-31,13	8,52	111.656	7,17
<i>Đức</i>	39.293	-38,22	-3,73	102.898	-3,93
<i>Bỉ</i>	24.151	-47,4	34,34	70.068	39,2
<i>Pháp</i>	23.970	-41,44	-6,78	64.903	0,79
<i>Italy</i>	23.251	-22,85	17,3	53.391	12,21
<i>Ba Lan</i>	12.168	-19,05	46,91	27.198	24,99
<i>Thụy Điển</i>	8.737	-17,96	47,74	19.388	34,2
<i>Đan Mạch</i>	2.859	-29,72	-1,2	6.927	-34,73
<i>Séc</i>	758	-26,86	-10,83	1.794	-14,85
<i>Áo</i>	504	-47,72	3,61	1.467	-19,19
<i>Luxembourg</i>	607	28,34	687,95	1.081	165,67
<i>Phần Lan</i>	280	-29,62	20,56	678	49,43
<i>Hy Lạp</i>	134	-56,38	-29,87	443	-26,58
<i>Slovakia</i>	216	52,23	-8,4	359	-38,11
Hàn Quốc	210.322	-20,6	-11,84	475.206	-11,39
ASEAN	136.509	-35,84	-16,37	349.273	1,74
<i>Campuchia</i>	56.916	-35,85	-21,06	145.645	-3,34
<i>Indonesia</i>	39.553	-19,66	6,52	88.786	20,86
<i>Thái Lan</i>	16.890	-55,58	-29,81	54.914	2,28
<i>Malaysia</i>	11.926	-31,88	-7,14	29.434	4,75
<i>Philippines</i>	5.226	-36,07	-42,81	13.402	-32,82
<i>Singapore</i>	4.174	-45,23	-22,99	11.794	-1,46
<i>Myanmar</i>	1.417	-48,08	-31,48	4.146	-8,88

Thị trường	Tháng 2/2026 (Nghìn USD)	So với tháng 1/2026 (%)	So với tháng 2/2025 (%)	2 tháng năm 2026 (Nghìn USD)	So với 2 tháng năm 2025 (%)
Lào	406	-45,6	-13,03	1.153	29,16
Trung Quốc	83.481	-39,96	-14,18	222.527	10,88
Canada	63.421	-24,07	-7,98	146.948	-1,74
Anh	59.460	-22,2	19,8	135.886	10,02
Australia	45.925	-26,11	14,54	108.080	9,96
Nga	17.202	-26,03	-37,34	40.458	-53,96
Hồng Kông (TQ)	16.544	-28,19	2,45	39.583	-2,75
Ấn Độ	16.100	-29,29	32,5	38.870	46,81
Mexico	13.593	-39,45	3,09	36.042	25,91
Bangladesh	15.945	-19,15	-2,04	35.666	11,51
Đài Loan (TQ)	13.215	-39,4	-31,64	35.023	-17,78
UAE	10.158	-49,4	52,21	30.232	49,02
Brazil	6.255	-20,94	73,95	14.166	45,98
New Zealand	6.100	-1,28	60,2	12.280	21,95
Chile	4.695	-38,04	-15,63	12.272	-3,97
Panama	4.777	-5,38	141,64	9.825	157,34
Ả Rập Xê Út	4.541	27,68	52,02	8.098	8,86
Nam Phi	2.430	-35,5	24,52	6.198	44,24
Mozambique	0	-100	-100	6.049	817,78
Sri Lanka	2.303	-35,22	-18,04	5.857	-20,1
Israel	3.266	27,86	164,04	5.821	-6,06
Achentina	2.502	-4	44,75	5.108	22,72
Kenya	1.659	-49,56	346,26	4.946	118,8
Colombia	1.734	-44,34	5,68	4.848	38,16
Thổ Nhĩ Kỳ	2.235	-5,31	-23,18	4.595	-24,1
Nigeria	303	-89,41	131,62	3.160	-59,55
Angola	202	-92,73	103,46	2.989	538,83
Ghana	1.361	-13,27	189,29	2.931	28,95
Thụy Sĩ	1.629	43,65	155,31	2.762	72,74
Ai Cập	1.211	-2,63	72,53	2.454	57,12

Thị trường	Tháng 2/2026 (Nghìn USD)	So với tháng 1/2026 (%)	So với tháng 2/2025 (%)	2 tháng năm 2026 (Nghìn USD)	So với 2 tháng năm 2025 (%)
Pê Ru	621	-50,49	-14,48	1.876	10,5
Na Uy	444	-54,09	157,93	1.411	10,4
Ukraine	120	-52,66	-80,11	373	-67,43
Bờ Biển Ngà	320		376,56	320	369,04
CH Tanzania	71	11,86	-98,63	135	-98,24

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

Cơ cấu chủng loại mặt hàng dệt may của Việt Nam:

Cơ cấu chủng loại xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam trong 2 tháng qua nhìn chung duy trì sự ổn định với xu hướng dịch chuyển rõ rệt theo hướng: (i) Tăng tỷ trọng các mặt hàng cơ bản, dễ tiêu thụ như áo thun, quần; (ii) Mở rộng các sản phẩm chuyên dụng như đồ bảo hộ, y tế; và (iii) Đa dạng hóa sang các nhóm sản phẩm nhỏ nhưng có tốc độ tăng trưởng cao. Trong khi đó, xuất khẩu các mặt hàng truyền thống như áo sơ mi, áo len lại có xu hướng thu hẹp tỷ trọng.

Cụ thể, nhóm hàng may mặc cơ bản tiếp tục chiếm tỷ trọng áp đảo và đóng vai trò dẫn dắt xuất khẩu hàng dệt may, trong đó nổi bật nhất là mặt hàng áo thun với kim ngạch đạt 1,1 tỷ USD, tăng mạnh 13,59% và nâng tỷ trọng từ 17,40% lên 19,54%. Đây là nhóm sản phẩm có tính phổ thông cao, nhu cầu ổn định tại các thị trường lớn như Mỹ và EU, đồng thời phù hợp với xu hướng tiêu dùng tiết kiệm và linh hoạt, qua đó góp phần quan trọng thúc đẩy tăng trưởng chung.

Bên cạnh áo thun, mặt hàng quần tiếp tục giữ vị trí thứ hai với kim ngạch đạt 885,4 triệu USD, tăng nhẹ 1,37% và chiếm 15,53% tổng xuất khẩu, không thay đổi so với cùng kỳ năm trước. Áo jacket cũng ghi nhận mức tăng trưởng khá tích cực 9,09%, đạt 572,6 triệu USD và nâng tỷ trọng lên 10,05%, phản ánh nhu cầu cải thiện đối với các sản phẩm có giá trị cao hơn và mang tính thời trang theo mùa. Nhóm vải đạt 434,5 triệu USD, tăng 3,77% và chiếm 7,62%, cho thấy vai trò ổn định của nhóm nguyên liệu và bán thành phẩm trong chuỗi cung ứng, dù mức tăng chưa thực sự bứt phá.

Đáng chú ý, xuất khẩu nhóm sản phẩm có tính chuyên dụng ghi nhận xu hướng tăng trưởng tích cực. Xuất khẩu quần áo bảo hộ lao động tăng 5,20%, chiếm 3,99%,

trong khi quần áo bơi tăng 9,33% và quần áo ngủ tăng mạnh 20,28%. Đặc biệt, xuất khẩu quần áo y tế tăng tới 29,30%, cho thấy nhu cầu đối với các sản phẩm phục vụ chăm sóc sức khỏe vẫn duy trì ở mức cao sau đại dịch.

Ở nhóm sản phẩm quy mô nhỏ, mặc dù tỷ trọng không lớn nhưng tốc độ tăng trưởng xuất khẩu lại rất cao, cho thấy những tín hiệu chuyển dịch cơ cấu đáng chú ý. Cụ thể, xuất khẩu quần áo mưa tăng đột biến 172,70%, khăn tăng 167,48%, caravat và nơ tăng 193,63%, áo gió tăng tới 200,84%. Những mức tăng này một phần xuất phát từ nền so sánh thấp của năm trước, nhưng đồng thời cũng phản ánh sự phục hồi của các phân khúc tiêu dùng đặc thù và nhu cầu đa dạng hóa sản phẩm.

Ngược lại, xuất khẩu một số nhóm hàng truyền thống lại ghi nhận sự suy giảm đáng kể. Cụ thể, xuất khẩu áo sơ mi giảm mạnh 24,57%, khiến tỷ trọng giảm từ 8,93% xuống còn 6,66%, cho thấy sự dịch chuyển rõ rệt trong thị hiếu tiêu dùng từ trang phục công sở sang trang phục thường ngày. Tương tự, xuất khẩu quần áo trẻ em giảm 10,06%, quần short giảm 3,98%, áo len giảm mạnh tới 36,32%.

Một số chủng loại hàng dệt may xuất khẩu trong tháng 2 và 2 tháng năm 2026

Mặt hàng	2 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 2 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
			2 tháng năm 2026	2 tháng năm 2025
Tổng	5.699.700	1,17	100,00	100,00
áo thun	1.113.560	13,59	19,54	17,40
Quần	885.406	1,37	15,53	15,50
áo Jacket	572.636	9,09	10,05	9,32
Vải	434.469	3,77	7,62	7,43
áo sơ mi	379.480	-24,57	6,66	8,93
Váy	343.912	1,53	6,03	6,01
Đồ lót	340.084	-1,53	5,97	6,13
Quần áo trẻ em	338.763	-10,06	5,94	6,69
Quần Short	334.137	-3,98	5,86	6,18
Quần áo BHLĐ	227.689	5,20	3,99	3,84
Quần áo bơi	112.225	9,33	1,97	1,82
Quần áo ngủ	69.813	20,28	1,22	1,03
áo len	65.630	-36,32	1,15	1,83

Mặt hàng	2 tháng năm 2026 (nghìn USD)	So với 2 tháng năm 2025 (%)	Tỷ trọng (%)	
			2 tháng năm 2026	2 tháng năm 2025
Bít tất	50.425	7,41	0,88	0,83
Bộ quần áo	46.560	-6,65	0,82	0,89
áo vest	45.750	3,02	0,80	0,79
Quần Jean	42.829	-7,62	0,75	0,82
Găng tay	42.564	13,99	0,75	0,66
Khăn bông	37.427	-13,58	0,66	0,77
Màn	22.698	7,47	0,40	0,37
Phụ liệu may	13.209	15,27	0,23	0,20
Quần áo y tế	12.919	29,30	0,23	0,18
áo nỉ	10.496	-20,44	0,18	0,23
áo Gile	9.402	-3,29	0,16	0,17
Bộ Comle	7.372	-20,66	0,13	0,16
áo đạo hồi	6.667	-3,51	0,12	0,12
Chăn	5.812	25,28	0,10	0,08
Quần áo mưa	3.955	172,70	0,07	0,03
áo loại khác	3.842	63,39	0,07	0,04
áo Kimono	3.819	-4,33	0,07	0,07
Khăn	3.679	167,48	0,06	0,02
Caravat, nơ	2.463	193,63	0,04	0,01
áo gió	1.265	200,84	0,02	0,01
Khăn bàn	558	45,32	0,01	0,01
Trang phục HQ	522	47,49	0,01	0,01
áo dài	18	-68,65	0,00	0,00
Hàng may mặc khác	33.866	-0,73	0,59	0,61
Loại khác	1.322	-26,73	0,02	0,03

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

Một số chính sách, quy định tác động đến xuất khẩu hàng dệt may trong năm 2026:

Trong những tháng đầu năm 2026, hoạt động xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam chịu tác động từ nhiều chính sách và quy định cả trong nước lẫn quốc tế. Bên cạnh

việc tiếp tục bị chi phối bởi các quy tắc xuất xứ trong các FTA lớn như CPTPP và EVFTA, một trong những điểm đáng chú ý là việc điều chỉnh quy định liên quan đến xuất khẩu dệt may sang Mexico trong khuôn khổ Hiệp định CPTPP theo Thông tư 55/2025/TT-BCT được Bộ Công Thương ban hành cuối tháng 11/2025 và có hiệu lực từ giữa tháng 01/2026. Theo đó, để được hưởng ưu đãi thuế quan, doanh nghiệp không chỉ cần đáp ứng đầy đủ quy tắc xuất xứ mà còn phải bổ sung các chứng từ như giấy chứng nhận xuất xứ (C/O) và trong một số trường hợp phải có chứng thư xuất khẩu. Quy định này vừa mở ra cơ hội gia tăng xuất khẩu sang thị trường Mexico, vừa đặt ra yêu cầu cao hơn về thủ tục và năng lực tuân thủ của doanh nghiệp.

Ngoài ra, xu hướng gia tăng các tiêu chuẩn xanh, yêu cầu về phát triển bền vững và trách nhiệm xã hội tại các thị trường nhập khẩu lớn như EU và Bắc Mỹ cũng đang tạo áp lực đối với ngành dệt may. Các quy định liên quan đến giảm phát thải, truy xuất nguồn gốc, sử dụng nguyên liệu thân thiện môi trường và tuân thủ tiêu chuẩn lao động ngày càng trở nên phổ biến, buộc doanh nghiệp phải đầu tư nhiều hơn vào công nghệ sản xuất sạch và hệ thống quản trị bền vững. Ví dụ điển hình cho xu hướng gia tăng tiêu chuẩn xanh là các quy định của Liên minh châu Âu trong khuôn khổ Chiến lược Dệt may bền vững và tuần hoàn, được công bố từ tháng 3/2022 và đang được triển khai mạnh mẽ trong giai đoạn hiện nay. Theo lộ trình này, EU dự kiến bắt buộc áp dụng Hộ chiếu sản phẩm số (Digital Product Passport-DPP) từ năm 2027 đối với nhiều nhóm hàng, trong đó có dệt may. Quy định này yêu cầu mỗi sản phẩm phải cung cấp đầy đủ thông tin về nguồn gốc nguyên liệu, quy trình sản xuất, mức phát thải và khả năng tái chế, buộc doanh nghiệp xuất khẩu phải xây dựng hệ thống truy xuất nguồn gốc toàn diện nếu muốn tiếp tục tiếp cận thị trường EU.

Trong nước, định hướng chính sách tiếp tục tập trung vào việc thúc đẩy tận dụng các FTA và tái cấu trúc ngành theo hướng nâng cao giá trị gia tăng. Các cơ quan quản lý hiện khuyến khích phát triển công nghiệp hỗ trợ, tăng tỷ lệ nội địa hóa nguyên phụ liệu nhằm đáp ứng tốt hơn các quy tắc xuất xứ và giảm phụ thuộc vào nhập khẩu.

Đánh giá triển vọng:

Với những nỗ lực của doanh nghiệp và các cơ quan quản lý, ngành dệt may đã có sự thích ứng trước những thay đổi trong nhu cầu tiêu dùng và biến động khách quan trên thị trường thế giới. Tuy nhiên, mức tăng trưởng xuất khẩu hàng dệt may trong

những tháng đầu năm 2026 vẫn còn thấp, cho thấy ngành vẫn đối mặt với nhiều thách thức và cần tiếp tục nâng cao năng lực cạnh tranh, đặc biệt trong các phân khúc giá trị cao và bền vững.

Triển vọng xuất khẩu dệt may của Việt Nam trong quý II/2026 được đánh giá theo hướng tích cực, nhưng vẫn tiềm ẩn nhiều yếu tố bất định trong bối cảnh thị trường toàn cầu chưa hồi phục bền vững. Trong đó, xu hướng đơn hàng có cải thiện so với năm 2025, đặc biệt khi nhiều doanh nghiệp đã có đơn hàng duy trì đến hết tháng 4 và bắt đầu nhận thêm các đơn cho mùa Thu Đông sắp tới. Dự báo trong quý II/2026, xuất khẩu dệt may của Việt Nam nhiều khả năng sẽ tiếp tục duy trì đà tăng trưởng so với cùng kỳ năm trước, với đơn hàng ổn định hơn và cơ cấu thị trường có xu hướng đa dạng hơn, nhưng khó có sự bứt phá trước áp lực chi phí và cạnh tranh ngày càng lớn. Bên cạnh đó, các quy tắc xuất xứ trong các FTA lớn như CPTPP và EVFTA tiếp tục là yếu tố chi phối đáng kể đến hoạt động xuất khẩu. Trong đó, CPTPP áp dụng nguyên tắc “từ sợi trở đi”, yêu cầu nguyên liệu đầu vào như sợi và vải phải được sản xuất trong nội khối, trong khi EVFTA áp dụng quy tắc “từ vải trở đi” với các tiêu chuẩn đi kèm về môi trường và lao động. Nếu không đáp ứng được yêu cầu về xuất xứ, doanh nghiệp sẽ khó tận dụng được ưu đãi thuế quan, làm giảm sức cạnh tranh của hàng hóa trên thị trường quốc tế.