BỘ CÔNG THƯƠNG

TRUNG TÂM THÔNG TIN CÔNG NGHIỆP VÀ THƯƠNG MẠI

BÀI VIẾT THÁNG 02/2026

"Tháng 01/2026, Hoa Kỳ tiếp tục là thị trường xuất khẩu giày dép lớn nhất của Việt Nam"

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, tháng 02/2026

Tháng 01/2026, Hoa Kỳ tiếp tục là thị trường xuất khẩu giày dép lớn nhất của Việt Nam

Theo số liệu thống kê từ Cục Hải quan Việt Nam, trong tháng 01/2026, kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam đạt 2,05 tỷ USD, tăng 7,88% so với tháng 01/2025, nhưng giảm nhẹ 6,85% so với tháng 12/2025, chiếm tỷ trọng 4,74% trong tổng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Trong đó, Hoa Kỳ, Hà Lan và Nhật Bản tiếp tục là ba đích đến quan trọng nhất của xuất khẩu giày dép Việt Nam với tỷ trọng chiếm hơn 50% tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này từ Việt Nam sang các thị trường trong tháng 01/2026.

Xét về thị trường: Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của giày dép Việt Nam, với kim ngạch đạt 821,98 triệu USD, tăng đáng kể 16,19% so với cùng kỳ năm trước, nhưng giảm nhẹ 6,82% so với tháng 12/2025, chiếm tỷ trọng 40,14%. Xếp ở vị trí thứ hai là thị trường Hà Lan, trị giá xuất khẩu 153,27 triệu USD, tăng 7,84% so với tháng 01/2025, nhưng giảm nhẹ 1,54% so với tháng 12/2025. Một số thị trường khác như Bỉ, Đức, Italia, Tây Ban Nha … vẫn khẳng định được vị trí quan trọng khi đây không chỉ là những thị trường tiêu dùng tiềm năng mà còn là các trung tâm logistics tại khu vực châu Âu, là cửa ngõ phân phối hàng hoá sang toàn khu vực. Ngoài ra, Việt Nam còn xuất khẩu giày dép sang các thị trường khác như Anh, Pháp và Hàn Quốc với kim ngạch xuất khẩu lần lượt đạt 84,08 triệu USD; 74,20 triệu USD và 63,41 triệu USD. Đáng chú ý, xuất khẩu sang ba thị trường gồm Ấn Độ, Thuỵ Điển và Luxembourg trong tháng 01/2026 ghi nhận mức tăng mạnh nhất so với tháng 01/2025 so với các thị trường khác, lần lượt là 1989,61%; 104,73% và 93,57%.

Xét về chủng loại: Theo thống kê từ số liệu của Cục Hải quan Việt Nam, đứng đầu trong nhóm chủng loại giày dép xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường trong tháng 01/2026 là nhóm mã HS 640411, với kim ngạch đạt 630,99 triệu USD, tăng nhẹ 6,46% so với tháng 01/2025, nhưng giảm 4,96% so với tháng liền trước đó, chiếm tỷ trọng 30,97% tổng các mặt hàng giày dép xuất khẩu. Xếp ở vị trí thứ hai là nhóm mã HS 640399, với kim ngạch đạt 454,35 triệu USD, giảm 4,61% so với tháng 01/2025 và giảm 5,01% so với tháng 12/2025, chiếm tỷ trọng

22,30%. Trong các nhóm mã HS xuất khẩu chủ lực trong tháng 01/2026, phần lớn các nhóm đều ghi nhận mức giảm so với tháng 12/2025, trong đó kim ngạch xuất khẩu nhóm mã HS 640510 và HS 640199 ghi nhận mức giảm mạnh nhất, lần lượt là 33,81% và 51,14%. Ở chiều ngược lại, các nhóm mã HS 640212 và HS 640320 lại ghi nhận mức tăng mạnh nhất so với tháng 12/2025 so với các thị trường khác, lần lượt là 2851,06% và 115,07%.

Trong năm 2026, với những nền tảng tích luỹ từ năm 2025, hoạt động xuất khẩu giày dép của Việt Nam sẽ tiếp tục duy trì vị trí là nhóm hàng xuất khẩu chủ lực với nhiều cơ hội phát triển lớn. Trong quý I/2026, kim ngạch xuất khẩu không bứt tốc quá mạnh mẽ song vẫn giữ đà tăng nhẹ so với cùng kỳ năm 2025, do có hai tháng đầu năm trùng với kỳ nghỉ Tết nguyên đán. Sau Tết, các doanh nghiệp nhanh chóng hoạt động ổn định trở lại và đẩy mạnh sản xuất để kịp tiến độ giao hàng. Một số thị trường xuất khẩu trọng điểm tiếp tục đóng vai trò quan trọng trong cơ cấu xuất khẩu giày dép chung. Để thúc đẩy xuất khẩu giày dép, Nhà nước và doanh nghiệp cần tập trung triển khai một số giải pháp sau: Về phía Nhà nước, (i) cần tiếp tục có những cải cách về thủ tục hành chính, để các thủ tục liên quan đến môi trường, hoá chất, được đơn giản hoá nhằm doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận và nắm bắt thông tin; (ii) Hỗ trợ doanh nghiệp tháo gỡ những khó khăn về đáp ứng yêu cầu xanh hoá và bền vững trong ngành giày dép, chủ động ban hành những hướng dẫn chung thống nhất về tiêu chuẩn môi trường, đồng thời có những cơ chế hỗ trợ cụ thể đối với nhóm doanh nghiệp nhỏ và vừa. Về phía doanh nghiệp, (i) thực sự có sự đầu tư hợp lý vào công nghệ, cải thiện năng lực kinh doanh, áp dụng mô hình sản xuất xanh để tồn tại; (ii) đa dạng hoá thị trường bằng việc tìm kiếm cơ hội từ những thị trường ngách và xây dựng thương hiệu thông qua hình thức phát triển thiết kế và thương hiệu giày dép riêng.

Đánh giá tổng quan tình hình xuất khẩu giày dép trong tháng 01/2026

Năm 2025 là một năm nhiều thách thức khi thế giới chứng kiến những biến động phức tạp trên nhiều lĩnh vực. Kinh tế Việt Nam không nằm ngoài dòng chảy chung khi nhiều ngành, nghề quan trọng, trong đó có giày dép, phải đối mặt với những áp lực lớn, từ xu hướng thắt chặt chi tiêu, những quy định nghiêm ngặt về môi trường, lao động, nguồn gốc xuất xứ của các thị trường khó tính cho đến sự cạnh tranh mạnh mẽ của các đối thủ lớn trên toàn cầu. Tuy nhiên, sau những khó khăn, ngành giày dép Việt Nam vẫn khẳng định được sức mạnh nội tại khi duy trì vị thế là quốc gia sản xuất giày dép hàng đầu thế giới và xuất khẩu đứng thứ hai toàn cầu.

Theo số liệu thống kê từ Cục Hải quan Việt Nam, kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam trong năm 2025 đạt 24,20 tỷ USD, tăng 5,81% so với năm 2024. Sang tháng 01/2026, kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam đạt 2,05 tỷ USD, tăng 7,88% so với tháng 01/2025, giảm nhẹ 6,85% so với tháng 12/2025, tỷ trọng đạt 4,74% trong tổng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Đáng chú ý, ba thị trường xuất khẩu giày dép quan trọng nhất của Việt Nam trong tháng 01/2026 là Hoa Kỳ, Hà Lan và Nhật Bản, với tỷ trọng chiếm hơn 50% tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này từ Việt Nam sang các thị trường.

Bảng 1: Xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang các thị trường trong tháng 01/2026

Chỉ tiêu	**Tháng 01/2026** ***(triệu USD)***	**So với tháng 01/2025** ***(%)***	**Năm 2025** ***(triệu USD)***	**So với năm 2024** ***(%)***
XK hàng giày dép của Việt Nam	***2.048***	***7,88***	24.204	5,81
Tổng XK hàng hóa của Việt Nam	43.189	30,13	475.060	17,03
Tỷ trọng xuất khẩu giày dép trong tổng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam (%)	***4,74***		5,09	

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Cục Hải quan

Đánh giá về xuất khẩu trong giai đoạn từ tháng 01/2025 đến tháng 01/2026:

Nhìn chung, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng giày dép của Việt Nam sang các thị trường trong giai đoạn từ tháng 01/2025 đến tháng 01/2026 duy trì ở mức cao và khá ổn định, dao động chủ yếu trong khoảng 1,7 – 2,2 tỷ USD/tháng.

Xuất khẩu giày dép có xu hướng tăng trong nửa đầu năm 2025, đạt các mức cao vào tháng 4, 5 và 7/2025 (trên 2,1 tỷ USD). Điều này phản ánh nhu cầu nhập khẩu giày dép phục hồi tương đối tốt, đặc biệt là đơn hàng từ các thị trường truyền thống ổn định đã đóng góp chung vào xu hướng tăng của ngành. Tuy nhiên, tháng 9/2025 bắt đầu ghi nhận mức giảm rõ rệt, trị giá chỉ còn khoảng 1,71 tỷ USD, giảm 14,44% so với tháng liền trước và giảm đáng kể 23,28% so với tháng 4/2025, cho thấy yếu tố mùa vụ một phần đã ảnh hưởng đến nhu cầu tiêu thụ hàng hoá của người dân. Trong quý IV/2025, xuất khẩu phục hồi khi giá trị trong tháng 10/2025 ghi nhận mức tăng trưởng rất cao, đưa kim ngạch xuất khẩu tăng trên 2,0 tỷ USD, tăng 18,99% so với tháng liền trước; Các tháng 11 và 12/2025 tiếp tục duy trì đà tăng tích cực, trong đó tháng 12/2025 đạt mức cao, với 2,2 tỷ USD, chỉ giảm nhẹ 1,23% so với tháng 4/2025 – tháng có kim ngạch cao nhất toàn kỳ, phản ánh nhu cầu phục vụ mùa mua sắm cuối năm của người dân. Sang tháng 01/2026, trị giá xuất khẩu giảm nhẹ so với tháng trước.

Biểu đồ 1: Trị giá xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang các thị trường trong các tháng năm 2025 và tháng 01/2026

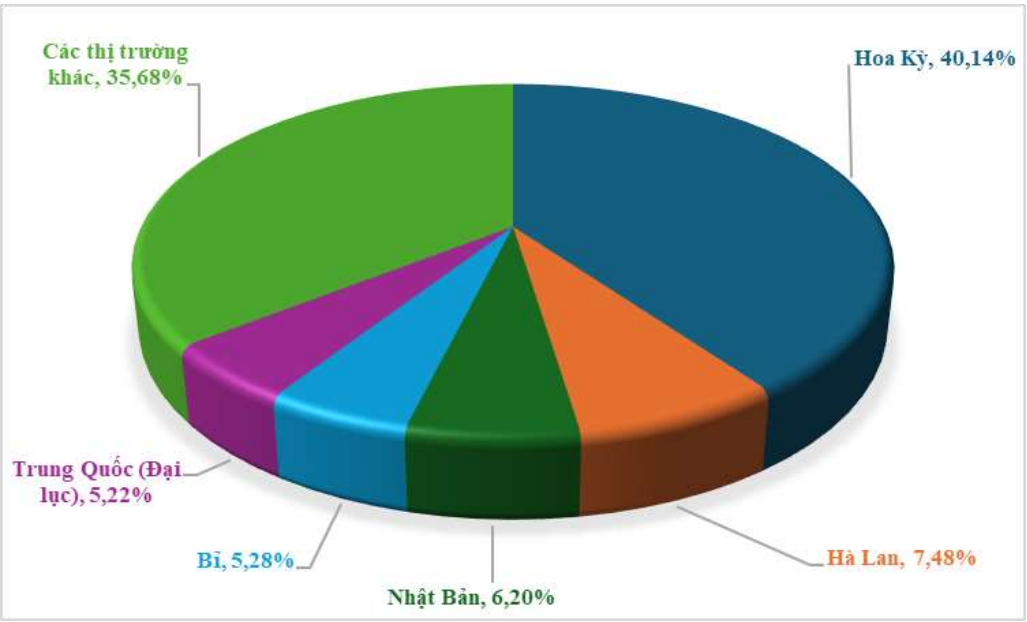
Nguồn: Tính toán từ số liệu của Cục Hải quan

Cơ cấu thị trường, theo kim ngạch xuất khẩu giày dép từ Việt Nam

Theo số liệu thống kê từ Cục Hải quan Việt Nam, 5 thị trường xuất khẩu giày dép lớn nhất của Việt Nam trong tháng 01/2026 lần lượt là Hoa Kỳ, Hà Lan, Nhật Bản, Bỉ và Trung Quốc, với tỷ trọng lần lượt là 40,14%; 7,48%, 6,20%; 5,28% và 5,22%. Nhìn chung, kim ngạch xuất khẩu giày dép sang các Khối thị trường thành viên FTA nói chung và các thị trường đơn lẻ nói riêng đều ghi nhận mức giảm so với tháng 12/2025, nguyên nhân chính là do thời điểm tháng 01 hàng năm sẽ trùng vào dịp nghỉ Năm mới tại thị trường tiêu thụ và kỳ nghỉ Tết nguyên đán tại Việt Nam, khi nhu cầu của người dân và sản xuất đều gián đoạn do lịch nghỉ lễ kéo dài.

Hoa Kỳ hiện là thị trường xuất khẩu lớn nhất của giày dép Việt Nam, chiếm 40,14% tổng kim ngạch. Trong tháng 01/2026, xuất khẩu giày dép sang thị trường này đạt 821,98 triệu USD, tăng đáng kể 16,19% so với cùng kỳ năm trước nhưng giảm nhẹ 6,82% so với tháng 12/2025.

Biểu đồ 2: Cơ cấu thị trường xuất khẩu giày dép của Việt Nam trong năm 2025 *(Tỷ trọng % tính theo trị giá)*



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

Xếp ở vị trí thứ hai là thị trường Hà Lan, một thị trường thành viên Hiệp định EVFTA, với kim ngạch xuất khẩu trong tháng 01/2026 đạt 153,27 triệu USD, tăng 7,84% so với cùng kỳ năm 2025, nhưng giảm nhẹ 1,54% so với tháng 12/2025. Theo Thương vụ Việt Nam tại Hà Lan, năm 2025 là năm thứ hai liên tiếp Hà Lan giữ vị trí là đối tác thương mại lớn nhất trong 27 nước Liên minh châu Âu (EU) của Việt Nam, đồng thời cũng là thị trường xuất siêu lớn nhất của Việt Nam sang châu Âu với giá trị xuất siêu đạt 12,7 tỷ USD. Nhiều mặt hàng chủ lực của Việt Nam, trong đó có giày dép khi xuất khẩu sang thị trường Hà Lan không chỉ được hưởng ưu đãi về thuế quan từ Hiệp định EVFTA mà còn được tạo điều kiện thuận lợi trong hoạt động đầu tư, kinh doanh tại thị trường này, nhờ đó tình hình xuất khẩu được duy trì ổn định trong những năm qua.

Không chỉ Hà Lan, một số thị trường khác như Bỉ, Đức, Italia, Tây Ban Nha… vẫn khẳng định được vị trí quan trọng. Đây không chỉ là những thị trường tiêu dùng rất tiềm năng mà còn là các trung tâm logistics tại khu vực châu Âu, là cửa ngõ phân phối hàng hoá sang toàn khu vực, cho thấy giày dép Việt Nam đang gia nhập sâu hơn, gắn sâu hơn vào hệ thống thương mại toàn cầu.

Ngoài ra, Việt Nam còn xuất khẩu giày dép sang các thị trường khác như Anh, Pháp và Hàn Quốc với kim ngạch xuất khẩu lần lượt đạt 84,08 triệu USD; 74,20 triệu USD và 63,41 triệu USD. Đáng chú ý, xuất khẩu sang 3 thị trường gồm Ấn Độ, Thuỵ Điển và Luxembourg trong tháng 01/2026 ghi nhận mức tăng mạnh nhất so với các thị trường khác, cụ thể kim ngạch xuất khẩu sang Ấn Độ đạt 15,76 triệu USD, tăng rất mạnh 1989,61% so với tháng 01/2025, chiếm tỷ trọng 0,77%; kim ngạch xuất khẩu sang Thuỵ Điển đạt 6,25 triệu USD, tăng rất mạnh 104,73% và chiếm tỷ trọng 0,30%; Kim ngạch xuất khẩu sang Luxembourg đạt 5,36 triệu USD, tăng 93,57% và chiếm tỷ trọng 0,26%. Ở chiều ngược lại, xuất khẩu sang hai thị trường Achentina và Thổ Nhĩ Kỳ ghi nhận mức giảm mạnh nhất so với tháng 01/2025 so với các thị trường khác, với mức giảm lần lượt là 58,5% và 44,79%.

Bảng 2: Xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang các khối thị trường/thị trường trong tháng 01/2026

Thị trường	Tháng 01/2026 (Nghìn USD)	So với tháng 12/2025 (%)	So với tháng 01/2025 (%)	Tỷ trọng (%)
Tổng xuất khẩu	2.047.981	-6,85	7,88	100,00
Khối thị trường thành viên FTA				
(EU) FTA EVFTA-27 thị trường	519.310	0,51	12,54	25,36
FTA RCEP-15 thị trường	383.243	-8,42	-7,59	18,71
FTA CPTPP-11 thị trường	371.950	-6,85	-3,74	18,16
Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN)	49.344	-14,85	-2,2	2,41
FTA EAEU-5 thị trường	1.300	-45,79	6,01	0,06
Thị trường				
Hoa Kỳ	821.984	-6,82	16,19	40,14
Hà Lan	153.272	-1,54	7,84	7,48
Nhật Bản	127.015	8,02	-1,64	6,20
Bỉ	108.069	20,72	25,02	5,28
Trung Quốc (Đại lục)	106.833	-17,63	-19,17	5,22
Anh	84.077	1,37	-0,46	4,11
Pháp	74.196	22,94	35,24	3,62
Hàn Quốc	63.409	-1,69	-4,17	3,10
Đức	58.536	-17,28	-1,82	2,86
Tây Ban Nha	48.154	0,24	0,11	2,35
Mexico	44.182	-17,95	-21,82	2,16
Canada	44.046	-22,19	1,06	2,15
Italy	37.682	-22,22	-0,77	1,84
Australia	33.049	-24,46	1,56	1,61

Thị trường	Tháng 01/2026 (Nghìn USD)	So với tháng 12/2025 (%)	So với tháng 01/2025 (%)	Tỷ trọng (%)
Brazil	17.088	-17,96	-0,05	0,83
Ấn Độ	*15.762*	*11,31*	*1989,61*	*0,77*
Các Tiểu Vương Quốc Ả rập Thống nhất	15.105	-27,84	27,64	0,74
Ba Lan	12.194	11,91	23,14	0,60
Thái Lan	11.616	-9,72	2,27	0,57
Indonesia	10.983	-20,99	-8,85	0,54
Đài Loan (Trung Quốc)	10.471	-30,09	-1,77	0,51
Panama	10.170	-29,93	-4	0,50
Malaysia	10.127	2,28	13,14	0,49
Hồng Kông (Trung Quốc)	10.121	5,44	37,64	0,49
Chile	9.773	-22,64	-19,7	0,48
Singapore	9.058	-21,16	-3,78	0,44
Nam Phi	7.596	-35,49	60,82	0,37
Philippines	7.560	-22,8	-12,91	0,37
Pê Ru	7.030	26,76	30,97	0,34
Thụy Điển	*6.245*	*-31,32*	*104,73*	*0,30*
Achentina	5.502	-45,79	-58,5	0,27
Luxembourg	*5.360*	*50,56*	*93,57*	*0,26*
Thổ Nhĩ Kỳ	4.408	-57,9	-44,79	0,22
Israel	4.054	-49,8	-8,92	0,20
Cộng hoà Séc	4.023	-54,66	-43,41	0,20

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

Cơ cấu chủng loại mặt hàng giày dép của Việt Nam:

Theo thống kê từ số liệu của Cục Hải quan Việt Nam, đứng đầu trong nhóm chủng loại giày dép xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường trong tháng 01/2026 là nhóm mã HS 640411, với kim ngạch đạt 630,99 triệu USD, tăng nhẹ 6,46% so với tháng 01/2025, nhưng giảm 4,96% so với tháng liền trước đó, chiếm tỷ trọng 30,97% tổng các mặt hàng giày dép xuất khẩu.

Xếp ở vị trí thứ hai là nhóm mã HS 640399, với kim ngạch xuất khẩu trong tháng 01/2026 đạt 454,35 triệu USD, giảm 4,61% so với tháng 01/2025 và giảm 5,01% so với tháng 12/2025, chiếm tỷ trọng 22,30%. Nhóm mã HS 640299 với kim ngạch đạt 395,55 triệu USD, xếp ở vị trí thứ ba, tăng rất nhẹ 0,13% so với tháng liền trước, nhưng tăng mạnh 19,04% so với tháng 01/2025 và chiếm tỷ trọng 19,41%. Trong các nhóm mã HS xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang các thị trường trong tháng 01/2026, phần lớn các nhóm đều ghi nhận mức giảm so với tháng 12/2025, trong đó kim ngạch xuất khẩu nhóm mã HS 640510 và HS 640199 ghi nhận mức giảm mạnh nhất, với kim ngạch lần lượt là 1,49 triệu USD (giảm 33,81%) và 296 nghìn USD (giảm 51,14%). Ở chiều ngược lại, các nhóm mã HS 640212 và HS 640320 lại ghi nhận mức tăng mạnh nhất so với tháng 12/2025 so với các thị trường khác, với mức tăng lần lượt là 2851,06% và 115,07%.

Bảng 3: Một số chủng loại giày dép xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang các thị trường trong tháng 01/2026

Thị trường	Tháng 01/2026 (Nghìn USD)	So với tháng 12/2025 (%)	So với tháng 01/2025 (%)	Tỷ trọng (%)
Tổng KNXK	***2.047.981***	***-6,85***	***7,88***	***100,00***
640411	*630.990*	*-4,96*	*6,46*	*30,97*
640399	454.346	-5,01	-4,61	22,30
640299	395.550	0,13	19,04	19,41
640419	350.707	-16,26	6,73	17,21
640391	73.632	2,02	29,82	3,61

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

CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN XUẤT KHẨU GIÀY DÉP CỦA VIỆT NAM

(1) Yếu tố thuận lợi

Có nhiều yếu tố tác động đến hoạt động xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang các thị trường, tuy nhiên trong bối cảnh hiện nay, phải kể đến sự thuận lợi nhờ vào việc tham gia các Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, điển hình như EVFTA, CPTPP và RCEP. Các FTA giúp mặt hàng giày dép được hưởng ưu đãi thuế quan tại nhiều thị trường lớn và quan trọng, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh so với các thị trường chưa có FTA riêng. Bên cạnh đó, ưu đãi từ Hiệp định còn giúp nhiều doanh nghiệp xuất khẩu dễ dàng tiếp cận hơn với các thị trường tiềm năng nhưng có khoảng cách địa lý xa xôi, chưa có nhiều cơ hội hợp tác, như Mexico, Pê ru, Brazil … Trong bối cảnh người tiêu dùng tại khu vực EU và châu Mỹ đang ngày càng quan tâm đến chất lượng nhưng lại nhạy cảm về giá cả, lợi thế về thuế quan lại càng quan trọng và giúp hàng Việt Nam khẳng định được chỗ đứng tại thị trường tiêu thụ.

Không chỉ dừng lại ở ưu đãi thuế quan, các FTA còn tạo ra môi trường thương mại ổn định, minh bạch và có tính ràng buộc cao. Những cam kết về tiêu chuẩn lao động, môi trường và phát triển bền vững trong các FTA thế hệ mới cũng thúc đẩy ngành giày dép trong nước dần chuyển dịch sang mô hình sản xuất xanh hơn, vừa bắt kịp với sự phát triển chung của thị trường vừa đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng tại các nước phát triển.

(2) Yếu tố khó khăn

Bên cạnh cơ hội rộng mở, xuất khẩu giày dép trong năm 2025 vẫn phải đối mặt với nhiều thách thức, đặc biệt trong một môi trường hội nhập và nhiều biến động như hiện nay. Khó khăn đầu tiên đến từ áp lực xanh hoá, theo số liệu của World Footwear, mỗi năm thế giới sản xuất khoảng 23 tỷ đôi giày, phát thải 700 triệu tấn CO_2, do đó ngành giày dép trở thành một trong những lĩnh vực bị chú ý nhất trong lộ trình cắt giảm phát thải toàn cầu. Theo Hiệp hội Da - Giày - Túi xách Việt Nam (Lefaso), chuyển đổi xanh không còn là xu hướng mà đã trở thành điều kiện bắt buộc khi ngành giày dép hội nhập sâu vào chuỗi cung ứng toàn cầu, các thị trường xuất khẩu chủ lực của ngành đến từ như EU, Hoa Kỳ và Nhật Bản, trong

khi xu thế chuyển đổi xanh bắt nguồn từ EU và liên tục cập nhật những quy định mới, vì vậy cam kết xanh và phát triển bền vững đang tạo ra sức ép ngày càng lớn cho doanh nghiệp. Các chính sách liên quan, từ khâu Thiết kế sinh thái, xử lý chất thải, cho đến trách nhiệm mở rộng của nhà sản xuất đều được luật hóa, có nghĩa là sản phẩm giày dép không chỉ cần đáp ứng tiêu chuẩn khi xuất khẩu, mà doanh nghiệp còn phải chịu trách nhiệm trong toàn bộ vòng đời sản phẩm, từ sản xuất đến thải bỏ, tái chế.

Thứ hai, công nghệ chưa thực sự phát triển, nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ vẫn đang sử dụng công nghệ lạc hậu. Đây là khó khăn tiếp theo mà doanh nghiệp ngành giày dép phải đối mặt. Nhiều công đoạn trong ngành vẫn phụ thuộc nhiều vào quy trình sản xuất truyền thống, tiêu tốn năng lượng và gây ô nhiễm môi trường. Chỉ có một số ít đơn vị tiên phong áp dụng công nghệ sạch, như sử dụng năng lượng mặt trời hay nhiên liệu sinh khối, song con số vẫn rất khiêm tốn. Đa phần các cơ sở sản xuất vừa và nhỏ vẫn gặp khó về tài chính. Việc khó tiếp cận với các nguồn vốn vay cho chuyển đổi xanh, chưa đủ năng lực để làm hồ sơ hay chưa thực sự hiểu biết về lĩnh vực này … chính là những nguyên nhân khiến nhiều doanh nghiệp đang phải nỗ lực gỡ nút thắt về công nghệ và sản xuất xanh.

TRIỂN VỌNG XUẤT KHẨU HÀNG GIÀY DÉP TRONG THỜI GIAN TỚI

Năm 2026, hoạt động xuất khẩu giày dép của Việt Nam tiếp tục duy trì nền tảng tăng trưởng tích cực từ năm 2025, với vị trí là một trong những nhóm hàng xuất khẩu chủ lực và có nhiều cơ hội phát triển. Trong quý I/2026, kim ngạch xuất khẩu dự báo sẽ tăng nhẹ so với quý I/2025 nhưng không bứt tốc quá mạnh mẽ. Các doanh nghiệp nhanh chóng quay trở lại hoạt động sau Tết và đẩy mạnh sản xuất để kịp tiến độ giao hàng cho các đơn đã ký. Một số thị trường xuất khẩu trọng điểm như Hoa Kỳ, thị trường thành viên khối EU, Nhật Bản, Hàn Quốc … tiếp tục đóng vai trò quan trọng trong cơ cấu xuất khẩu giày dép chung. Nhu cầu tiêu dùng tại các thị trường này có dấu hiệu phục hồi ổn định, đặc biệt trong bối cảnh lạm phát được kiểm soát tốt hơn so với giai đoạn trước.

Trong thời gian tới, để thúc đẩy xuất khẩu giày dép, các cơ quan quản lý và cộng đồng doanh nghiệp cần triển khai đồng bộ một số giải pháp sau:

- Về phía Nhà nước:

  (i) Tiếp tục có những cải cách về thủ tục hành chính, để các thủ tục liên quan đến môi trường, hoá chất, được đơn giản hoá nhằm doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận và nắm bắt thông tin (tuy nhiên vẫn cần gắn với đặc thù về sản xuất theo chuỗi của ngành giày dép). Ngoài ra, cần có chính sách đầu tư vào công nghiệp phụ trợ để giảm phụ thuộc vào nhập khẩu và tăng khả năng đáp ứng quy tắc xuất xứ trong các FTA thế hệ mới.

  (ii) Hỗ trợ doanh nghiệp tháo gỡ những khó khăn về đáp ứng yêu cầu xanh hoá và bền vững trong ngành giày dép. Hiện nay vẫn còn nhiều doanh nghiệp (đặc biệt là nhóm vừa và nhỏ) chưa thực sự hiểu sâu và rõ về đáp ứng tiêu chuẩn xanh trong ngành hay cập nhật chậm những thông tin thay đổi từ thị trường đối tác. Do vậy, nhiều đơn hàng chưa đáp ứng được yêu cầu và chưa tiếp cận được các tệp khách hàng tiềm năng. Trong bối cảnh đó, nhà nước cần chủ động ban hành những hướng dẫn chung thống nhất về tiêu chuẩn môi trường, đồng thời có những cơ chế hỗ trợ cụ thể để doanh nghiệp nhỏ và vừa bắt kịp với xu thế chung và không bị tụt lại phía sau;
- Về phía doanh nghiệp: Đây là đối tượng trực tiếp tham gia vào hoạt động sản xuất – xuất khẩu, do đó điều cần thiết phải làm là có những khoản đầu tư hợp lý vào công nghệ, cải thiện năng lực kinh doanh, nhanh chóng áp dụng mô hình sản xuất xanh để tồn tại. Đây chính là giải pháp để duy trì đơn hàng và nâng cao vị thế cạnh tranh trong dài hạn.

  Ngoài ra, việc đa dạng hoá thị trường và xây dựng thương hiệu cũng rất quan trọng. Trong bối cảnh hội nhập, việc tìm kiếm cơ hội kinh doanh từ những thị trường ngách (bên cạnh các thị trường truyền thống) cũng giúp doanh nghiệp mở rộng cơ hội hợp tác, không bị phụ thuộc vào một nhóm thị trường cố định. Những thị trường mới nổi thuộc khu vực Á – Phi hay một số thị trường được hưởng lợi từ các FTA thế hệ mới cũng là một sự lựa chọn mà các doanh nghiệp có thể tham khảo. Ngoài ra, phải chuyển dần từ mô hình gia công thuần túy (OEM) sang phát triển thiết kế và thương hiệu giày dép riêng. Việc sở hữu thương hiệu riêng với những mẫu mã và chất lượng tự đảm bảo sẽ giúp doanh nghiệp thu hút và giữ chân được khách hàng.