

Đà Nẵng kỳ vọng thúc đẩy xuất khẩu qua thương mại điện tử xuyên biên giới

09:18 27/10/2026

Đà Nẵng kỳ vọng phát huy lợi thế từ Khu Thương mại tự do và hạ tầng sẵn có, thúc đẩy xuất khẩu số, mở rộng thị trường quốc tế và từng bước trở thành trung tâm thương mại điện tử xuyên biên giới.

Trong tiến trình đổi mới mô hình tăng trưởng và phát triển kinh tế số, Đà Nẵng đặt mục tiêu kinh tế số đóng góp 27% GRDP năm 2026, góp phần đưa tăng trưởng GRDP đạt hai con số.

Đà Nẵng xếp thứ ba cả nước về Chỉ số Thương mại điện tử (EBI) năm 2025 với 28,1 điểm, đồng thời đẩy mạnh đưa sản phẩm OCOP, đặc sản lên nền tảng số, thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt và hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận các sàn quốc tế.

Thành phố có thêm lợi thế từ định hướng phát triển logistics miền Trung và Khu Thương mại tự do Đà Nẵng quy mô 1.880 ha, mở ra cơ hội phát triển xuất nhập khẩu trực tuyến, thương mại điện tử xuyên biên giới và tạo động lực tăng trưởng mới cho kinh tế số.



Đà Nẵng hướng tới trở thành trung tâm thương mại điện tử xuyên biên giới miền Trung.

Thương mại điện tử xuyên biên giới mở ra cơ hội để doanh nghiệp Đà Nẵng mở rộng thị trường, gia tăng xuất khẩu và tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Thành phố có lợi thế về logistics, cảng biển, sân bay quốc tế cùng các sản phẩm tiềm năng như hải sản chế biến, nông sản và thủ công mỹ nghệ.

Dù có lợi thế về hạ tầng và chính sách, Đà Nẵng cần xây dựng hệ sinh thái hỗ trợ đồng bộ, nâng cao năng lực doanh nghiệp để phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới.

TS. Bùi Huy Hoàng, Phó Giám đốc Trung tâm Phát triển thương mại điện tử (Cục Thương mại điện tử, Bộ Công Thương), cho rằng thành phố có thể tận dụng các cơ chế, chính sách ưu đãi để thu hút doanh nghiệp trong và ngoài nước vào Khu Thương mại tự do, từng bước trở thành trung tâm thương mại điện tử xuyên biên giới của miền Trung, kết nối hàng hóa xuất nhập khẩu với thị trường khu vực và thế giới.

Xuất khẩu qua thương mại điện tử xuyên biên giới của Đà Nẵng còn gặp nhiều rào cản như năng lực công nghệ chưa đồng đều, tiêu chuẩn chất lượng, chi phí logistics, an toàn dữ liệu và thiếu nhân lực số. Doanh nghiệp nhỏ và vừa còn hạn chế về kinh nghiệm bán hàng quốc tế, thủ tục hải quan, thuế, thanh toán và truy xuất nguồn gốc.

Để khai thác hiệu quả cơ hội, doanh nghiệp cần chuẩn hóa sản phẩm, bao bì, nhãn mác; đẩy mạnh chuyển đổi số, tận dụng các nền tảng thương mại điện tử toàn cầu và mạng xã hội để quảng bá thương hiệu. Đồng thời, cần tăng cường hợp tác với đối tác logistics và đơn vị tư vấn xuất nhập khẩu nhằm tối ưu chi phí, quy trình vận chuyển.

Chính quyền và các hiệp hội cần đẩy mạnh đào tạo, tổ chức hội chợ trực tuyến, kết nối doanh nghiệp với sàn thương mại điện tử quốc tế, đồng thời hỗ trợ thủ tục hải quan, đăng ký nhãn hiệu và chứng nhận xuất xứ. Sự phối hợp đồng bộ sẽ giúp doanh nghiệp Đà Nẵng mở rộng thị trường, nâng cao năng lực cạnh tranh và quảng bá thương hiệu địa phương trên thị trường toàn cầu.

Chi Chi