TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Đến năm 2030, kim ngạch xuất khẩu ngành dệt may sẽ tăng từ 5-6%/năm

18:03 17/12/2022

Theo Bộ Công Thương dự báo, giai đoạn đến năm 2030, kim ngạch xuất khẩu ngành dệt may bình quân sẽ tăng từ 5-6%/năm và tăng từ 2%-3% trong giai đoạn từ 2031-2035.

Trong dự thảo về chiến lược phát triển ngành dệt may, da giày Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến 2035, Bộ Công Thương dự báo, giai đoạn đến năm 2030, kim ngạch xuất khẩu ngành dệt may bình quân sẽ tăng từ 5-6%/năm và tăng từ 2%-3% trong giai đoạn từ 2031-2035.

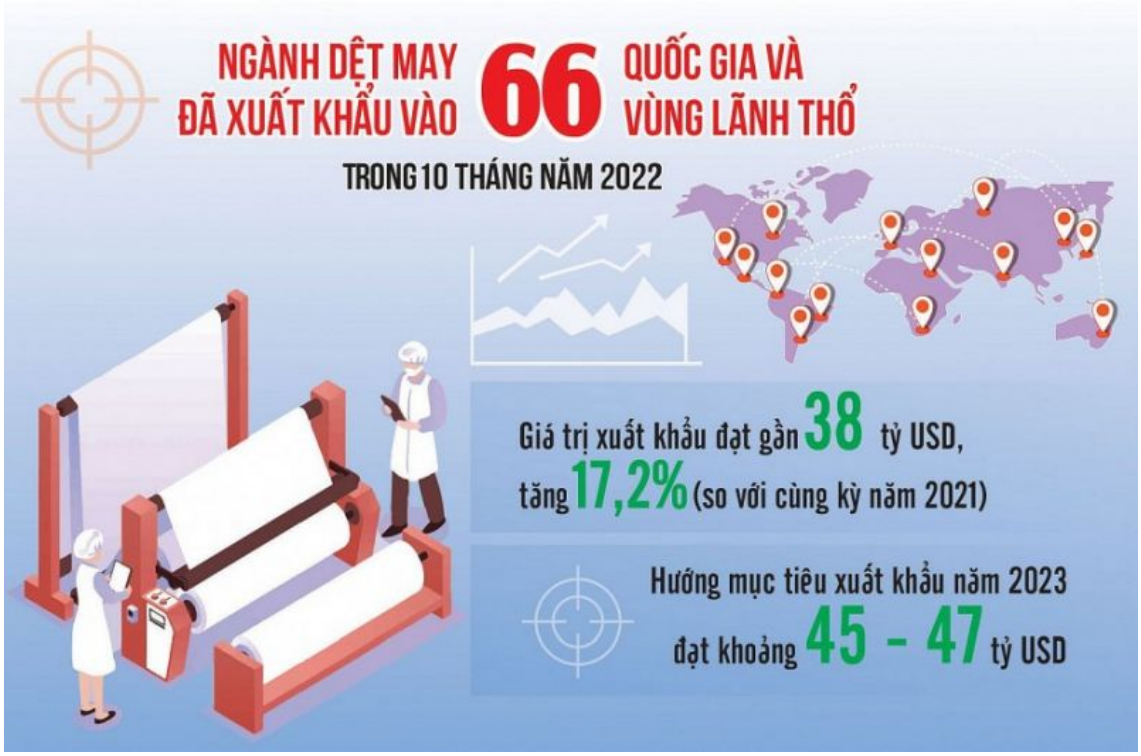
Cụ thể, từ nay đến năm 2030, ngành dệt may Việt Nam chuyển từ phát triển nhanh sang phát triển bền vững và kinh doanh tuần hoàn.



Đến năm 2030, kim ngạch xuất khẩu ngành dệt may sẽ tăng từ 5-6%/năm và tăng từ 2%-3% trong giai đoạn từ 2031-2035.

Riêng trong năm 2022, theo Hiệp hội Dệt may Việt Nam (VITAS), kim ngạch xuất khẩu ngành dệt may có thể đạt 47-48 tỷ USD hoặc 45-46 tỷ USD. Đặc biệt, ngành hướng đến xuất khẩu và tiêu thụ trong nước qua thương hiệu của doanh nghiệp Việt Nam.

“Ngành dệt may đang đối diện với các thách thức như tỷ lệ lạm phát tăng cao; tình trạng trì hoãn và sụt giảm đơn hàng; giá nguyên liệu và chi phí vận chuyển liên tục tăng; gián đoạn chuỗi cung ứng do chính sách Zero Covid của Trung Quốc. Doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam đang gặp trở ngại do quy tắc về xuất xứ của Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) và Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam – EU (EVFTA)”, Hiệp hội Dệt may Việt Nam thông tin.



Nguồn: Tổng cục Thống kê. (Đồ họa: Văn Chung)

Cũng tại hội nghị tổng kết ngành dệt may trong năm 2022 tổ chức vào ngày 16/12, các chuyên gia đề ra các giải pháp giúp phát triển sản xuất và tiêu thụ các sản phẩm trong ngành như lưu lại các mẫu giao dịch và chia sẻ khi được yêu cầu; đảm bảo khả năng truy xuất nguồn gốc trong chuỗi cung ứng; xác minh nguồn gốc của nguyên liệu có rủi ro.

Mặt khác, doanh nghiệp cần cơ cấu lại hoạt động sản xuất, kinh doanh, xuất khẩu; kiểm soát lãi suất, tỷ giá, chuỗi cung ứng; đa dạng hóa thị trường, đối tác, nguồn vốn; phát triển sản xuất xanh, tiêu dùng xanh và kinh doanh tuần hoàn.

Năm 2022, ngành dệt may Việt Nam đã có 10 thương hiệu đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam, bao gồm: Sản phẩm thời trang Viettien (Tổng công ty May Việt Tiến), thương hiệu Merriman (Tổng công ty cổ phần Dệt may Hòa Thọ), thương hiệu Mattana & Novelty (Tổng công ty May Nhà Bè), trang phục An Phước (Công ty TNHH May thêu giày An Phước), May10 Series, May10 Suits & Eternity GrusZ (Tổng công ty May 10), thời trang Thái Tuấn (Công ty cổ phần Tập đoàn Thái Tuấn), khăn bông Mollis (Tổng công ty cổ phần Phong Phú).

Mục tiêu từ nay tới năm 2025, Việt Nam sẽ có 20 thương hiệu thời trang không chỉ trong nước mà còn vươn ra tầm thế giới.

Minh An (T/h)