TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Hàng Việt vào EU: Đạt chuẩn sản phẩm chưa đủ để giữ đơn hàng

06:30 01/11/2026

Lợi thế thuế quan từ EVFTA từng mở rộng cánh cửa cho hàng Việt tại EU. Tuy nhiên, khi nhà nhập khẩu ngày càng quan tâm đến nguồn gốc nguyên liệu, phát thải và trách nhiệm chuỗi cung ứng, doanh nghiệp phải chứng minh không chỉ chất lượng sản phẩm mà cả quá trình tạo ra sản phẩm.

Nhà nhập khẩu thay đổi cách lựa chọn nhà cung cấp

EU là một trong những thị trường xuất khẩu quan trọng hàng đầu của Việt Nam. Kể từ khi Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) có hiệu lực vào tháng 8/2020, hàng hóa Việt Nam được hưởng lợi từ lộ trình xóa bỏ thuế quan đối với khoảng 99% số dòng thuế. Tuy nhiên, thuế nhập khẩu thấp không còn là lợi thế duy nhất quyết định khả năng cạnh tranh.

Theo bà Nguyễn Thị Hoàng Thúy, Tham tán Thương mại Việt Nam tại Thụy Điển, kiêm nhiệm Đan Mạch, Na Uy, Iceland và Latvia, nhà mua hàng EU hiện muốn biết nguyên liệu đến từ đâu, sản phẩm được sản xuất bằng nguồn năng lượng nào, phát thải bao nhiêu và điều kiện lao động ra sao. Những dữ liệu này phải có khả năng truy xuất, kiểm chứng trên toàn bộ chuỗi cung ứng.

Doanh nghiệp xuất khẩu cần minh bạch nguồn gốc nguyên liệu và quy trình sản xuất để đáp ứng yêu cầu ngày càng cao từ thị trường EU.

Thực tế hợp tác với H&M, tập đoàn thời trang lớn của Thụy Điển, cho thấy rõ xu hướng này. Theo bà Thúy, H&M yêu cầu các nhà cung cấp tại Việt Nam đầu tư điện mặt trời mái nhà, lắp đặt lò hơi sinh khối và chuyển đổi nhiên liệu lò hơi nhằm đáp ứng mục tiêu giảm phát thải.

Như vậy, nhà nhập khẩu không chỉ đánh giá sản phẩm cuối cùng mà còn xem xét năng lực chuyển đổi công nghệ và phương thức sản xuất của doanh nghiệp.

Ở góc độ chính sách, ông Ngô Chung Khanh, Phó Vụ trưởng Vụ Phát triển thị trường nước ngoài và Thương mại đa biên cho biết, EU đang tăng cường yêu cầu về xuất xứ, truy xuất nguồn gốc và phát triển bền vững. Doanh nghiệp muốn duy trì chỗ đứng tại thị trường này cần đáp ứng cả quy định pháp lý của EU, quy định riêng của từng quốc gia thành viên và tiêu chuẩn của từng nhà mua hàng.

Minh bạch chuỗi cung ứng trở thành lợi thế cạnh tranh

Áp lực tuân thủ gia tăng khi EU triển khai hoặc chuẩn bị áp dụng nhiều quy định như Cơ chế điều chỉnh biên giới carbon (CBAM), Quy định chống mất rừng (EUDR), Quy định về thiết kế sinh thái và hộ chiếu sản phẩm số (ESPR/DPP), Quy định về bao bì và chất thải bao bì (PPWR), cùng các quy định về trách nhiệm chuỗi cung ứng.

Các quy định có phạm vi và lộ trình khác nhau, nhưng đều đòi hỏi doanh nghiệp xác định chính xác nghĩa vụ áp dụng đối với từng sản phẩm, đồng thời chuẩn bị dữ liệu và bằng chứng phù hợp.

Kinh nghiệm của Công ty DACE, doanh nghiệp xuất khẩu gia vị đến 16 quốc gia, cho thấy yêu cầu này phải được triển khai từ vùng nguyên liệu. Ông Trần Văn Hiếu, Giám đốc điều hành DACE cho biết, thị trường châu Âu chiếm 65% doanh thu doanh nghiệp. Ngoài giới hạn về kim loại nặng và vi sinh, đối tác còn yêu cầu chứng minh nguồn gốc nguyên liệu, quá trình trồng trọt, thu mua và chế biến.

Để đáp ứng, DACE phát triển 2.300 ha vùng nguyên liệu hữu cơ tại Cao Bằng, liên kết với hơn 3.000 hộ dân và tổ chức tập huấn về kỹ thuật sản xuất.

Theo ông Hiếu, đáp ứng tiêu chuẩn không thể chỉ dừng ở kiểm nghiệm thành phẩm hay sở hữu chứng nhận. Doanh nghiệp cần có dữ liệu, số liệu và minh chứng rõ ràng để tạo sự thống nhất với khách hàng.

Tham tán Nguyễn Thị Hoàng Thúy khuyến nghị doanh nghiệp rà soát quy định theo mã hàng, thành phần, công dụng và thị trường nhập khẩu; xây dựng hồ sơ sản phẩm, lưu trữ thông tin nguyên liệu, quy trình sản xuất, kết quả kiểm nghiệm và dữ liệu truy xuất nguồn gốc. Những yêu cầu này cần được tính toán ngay từ khâu thiết kế và lựa chọn nguyên liệu, thay vì đợi đến khi xuất khẩu mới xử lý.

Quá trình chuyển đổi có thể làm tăng chi phí đầu tư công nghệ và quản trị, nhưng cũng tạo cơ hội cho doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh. Trong bối cảnh đó, minh bạch chuỗi cung ứng không còn đơn thuần là yêu cầu tuân thủ mà đang trở thành điều kiện quan trọng để hàng Việt duy trì đơn hàng và vị thế tại thị trường EU.

Minh Thành (t/h)