

Một mặt hàng của Việt Nam được hơn 150 quốc gia "đặt gạch" mua

11:48 19/05/2025

Theo số liệu thống kê sơ bộ của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu giày dép các loại trong tháng 4 đã thu về 2,2 tỷ USD, tăng mạnh 16,9% so với tháng trước. Lũy kế trong 4 tháng đầu năm, mặt hàng này đã thu về hơn 7,6 tỷ USD, tăng 14,5% so với cùng kỳ năm trước.

Mỹ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam ở mặt hàng này với hơn 2,8 tỷ USD, tăng 17,4% so với cùng kỳ năm trước. Đứng thứ 2 trong số các thị trường là Hà Lan với kim ngạch đạt hơn 590 triệu USD, tăng 20% so với cùng kỳ năm trước. Trung Quốc đứng thứ 3 với kim ngạch đạt hơn 495 triệu USD, tuy nhiên giảm 12% so với quý 1/2024.



Ảnh minh họa (Ảnh: internet)

Theo Hiệp hội Da giày – Túi xách Việt Nam, ngành da giày đạt tổng kim ngạch xuất khẩu 27,04 tỷ USD, tăng 11,45% so với năm trước. Việt Nam hiện là quốc gia xuất khẩu giày dép lớn thứ hai thế giới, chiếm khoảng 10% thị phần toàn cầu và xuất khẩu sang 150 thị trường, trong đó có Mỹ, EU, Trung Quốc, Nhật

Bản, Anh... Cả nước có hơn 1.000 nhà máy sản xuất giày, tạo việc làm cho khoảng 1,5 triệu lao động và đóng góp khoảng 8% GDP.

Năm 2025, ngành xuất khẩu da giày Việt Nam được dự báo tiếp tục phục hồi và tăng trưởng, với mục tiêu kim ngạch đạt khoảng 29 tỷ USD, tăng 10% so với năm 2024 (26-27 tỷ USD). Việt Nam hiện là nước sản xuất giày lớn thứ ba thế giới (1,4 tỷ đôi/năm) và xếp thứ hai về xuất khẩu. Ngành đang tận dụng hiệu quả các hiệp định thương mại tự do như EVFTA, CPTPP và UKVFTA để đẩy mạnh xuất khẩu sang các thị trường trọng điểm: Mỹ (36,5%), EU (26%) và Trung Quốc (9%). Năm 2024, Việt Nam cũng đã mở rộng xuất khẩu sang Nam Mỹ và Trung Đông, đặc biệt với mặt hàng giày thể thao – sản phẩm chủ lực, được kỳ vọng tiếp tục là động lực tăng trưởng trong năm 2025.

Tuy nhiên, ngành đối mặt với nhiều thách thức. Yêu cầu khắt khe về sản xuất xanh, tiêu chuẩn bền vững từ EU (thiết kế sinh thái, truy xuất chuỗi cung ứng) đòi hỏi doanh nghiệp đầu tư mạnh vào công nghệ và minh bạch hóa quy trình. Việc phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu từ Trung Quốc, Hàn Quốc khiến giá thành cao, giảm sức cạnh tranh. Ngoài ra, chi phí logistics tăng, thiếu hụt lao động, và công nghệ sản xuất chưa đồng bộ cũng là rào cản.

Để đạt mục tiêu xuất khẩu 29 tỷ USD vào năm 2025, các doanh nghiệp trong ngành cần chủ động thích ứng và đổi mới như sau: Ứng dụng công nghệ sản xuất hiện đại nhằm nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm; Chuyển đổi xanh trong sản xuất, áp dụng năng lượng sạch và vật liệu thân thiện môi trường để đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế; Tận dụng tối đa ưu đãi từ các FTA, mở rộng thị trường và tìm kiếm thêm đối tác chiến lược; Nâng cao giá trị thương hiệu Việt trên thị trường toàn cầu, gia tăng tính nhận diện và sức hút của sản phẩm da giày Việt Nam.

Hà Trần (t/h)