

Ngành dệt may tăng tốc chuyển đổi xanh, giữ vững đà tăng trưởng xuất khẩu

14:18 27/11/2025

Năm 2025 được đánh giá là dấu mốc quan trọng của ngành dệt may Việt Nam khi toàn ngành duy trì được sức bật mạnh mẽ dù bối cảnh kinh tế toàn cầu biến động, sức mua giảm và các rào cản kỹ thuật ngày càng gia tăng. Với kim ngạch xuất khẩu ước đạt 46 tỷ USD và xuất siêu 21 tỷ USD, dệt may tiếp tục khẳng định vị thế trụ cột trong cán cân thương mại quốc gia, đồng thời giữ vững thứ hạng Top 3 cường quốc xuất khẩu dệt may thế giới.

Sức bật từ nội lực và sự ổn định

Dù thị trường toàn cầu biến động mạnh và nhiều sức ép bủa vây, ngành dệt may Việt Nam vẫn duy trì vị thế Top 3 thế giới, hướng tới mục tiêu 46 tỷ USD xuất khẩu và 21 tỷ USD xuất siêu trong năm 2025 nhờ sự chủ động, đổi mới công nghệ và nâng cao chất lượng. Bức tranh ngành dệt may năm 2025 do Hiệp hội Dệt may Việt Nam (VITAS) chia sẻ cho thấy, nhiều gam màu đan xen nhưng nổi bật nhất là sự ổn định và sức bật của toàn ngành.

Theo VITAS, kim ngạch xuất khẩu dệt may ước đạt 46 tỷ USD, tăng 5,6% so với năm 2024; xuất siêu đạt 21 tỷ USD – thuộc nhóm mức cao nhất từ trước đến nay, tiếp tục khẳng định vai trò trụ cột của dệt may trong cán cân thương mại quốc gia. Tỷ lệ giá trị nội địa tăng thêm đạt khoảng 52%, phản ánh nỗ lực tự chủ nguyên phụ liệu của doanh nghiệp trong nước.



Năm 2025 được đánh giá là dấu mốc quan trọng của ngành dệt may Việt Nam khi toàn ngành duy trì được sức bật mạnh mẽ dù bối cảnh kinh tế toàn cầu biến động

Hiện sản phẩm dệt may Việt Nam có mặt tại 138 thị trường; trong đó, Hoa Kỳ vẫn là thị trường chủ lực với kim ngạch dự kiến 18,6 tỷ USD, tăng 11,75%. Quần áo vẫn là nhóm hàng dẫn đầu với khoảng 38 tỷ USD trên tổng kim ngạch 46 tỷ USD toàn ngành.

Phó Chủ tịch kiêm Tổng Thư ký VITAS Trương Văn Cẩm nhận định, Việt Nam tiếp tục giữ vững vị trí thứ ba thế giới về xuất khẩu dệt may, chỉ sau Trung Quốc và Bangladesh. Tuy nhiên, ngành không chọn hướng tăng trưởng theo số lượng mà ưu tiên chất lượng, năng lực cạnh tranh và sự ổn định của môi trường chính trị - kinh tế. Trên thực tế, dù có thời điểm các nhãn hàng chuyển đơn hàng sang thị trường giá rẻ hơn, họ vẫn quay trở lại Việt Nam nhờ tin tưởng vào chất lượng và tiến độ giao hàng.

Tín hiệu tích cực từ đơn hàng cũng cho thấy sự phục hồi mạnh mẽ. Nhiều doanh nghiệp đã kín đơn đến hết quý I/2026 và đang đàm phán đơn cho quý II/2026, tạo nền tảng tăng trưởng cho cả năm 2025 và giai đoạn tiếp theo. Tuy nhiên, ngành vẫn đối mặt với không ít sức ép. Kim ngạch 46 tỷ USD vẫn thấp hơn mục tiêu ban đầu 48 tỷ USD do tác động từ chính sách thuế của Hoa Kỳ và căng thẳng thương mại Hoa Kỳ - Trung Quốc. Phân khúc sợi từng xuất khẩu sang Trung Quốc với giá trị 4-8 tỷ USD/năm đang chịu ảnh hưởng bởi quy định liên quan bông Tân Cương, buộc chuỗi cung ứng phải tái cấu trúc.

Sức mua toàn cầu giảm, người tiêu dùng thắt chặt chi tiêu, cùng xu hướng thời trang xanh khiến áp lực chi phí và yêu cầu kỹ thuật tăng mạnh. Doanh nghiệp còn phải đối diện bài toán chi phí đầu vào tăng, từ điện, nước, vận tải đến mức

lương cơ bản dự kiến tăng 7,2% từ đầu năm 2026. Thêm vào đó, phương thức thanh toán chuyển từ L/C sang T/T trả chậm tiếp tục làm gia tăng rủi ro dòng tiền.

Đẩy mạnh số hóa, tự chủ nguyên liệu và xây dựng chuỗi cung ứng hiện đại

Để duy trì vị thế Top 3 thế giới và hướng tới mục tiêu 66 tỷ USD vào năm 2030, ngành dệt may Việt Nam đang triển khai chiến lược chuyển đổi sâu rộng về công nghệ, quản trị và nguồn cung. Chủ tịch VITAS Vũ Đức Giang cho biết, các nhà máy dệt may trong nước đã có sự chuyển đổi mạnh mẽ với robot vận chuyển, hệ thống cắt tự động và mô hình sản xuất ứng dụng phần mềm quản trị thông minh. “Một robot vận chuyển có thể thay thế 5-6 lao động, một công nhân có thể vận hành 3 máy thay vì một. Đây là bước đi quan trọng để tăng năng suất và giảm chi phí”, ông nhấn mạnh.

Song song với đổi mới công nghệ, ngành xác định ba trụ cột chiến lược gồm: đa dạng hóa thị trường và khách hàng để giảm rủi ro; số hóa toàn diện quản trị nhằm nâng cao tính minh bạch và kiểm soát chi phí; tăng cường liên kết giữa các doanh nghiệp trong hiệp hội để chia sẻ kinh nghiệm và mô hình quản lý hiệu quả.

Nguồn cung nguyên liệu vẫn là điểm nghẽn cần tháo gỡ. Tỷ lệ tận dụng ưu đãi CPTPP mới đạt 20-25% do quy tắc “từ sợi trở đi”, trong khi EVFTA đạt 30-35% nhờ ngoại lệ sử dụng vải từ Hàn Quốc. Vì vậy, VITAS đang kêu gọi đầu tư mạnh vào sản xuất sợi và vải để nâng cao tính tự chủ và đáp ứng yêu cầu xuất xứ của các FTA thế hệ mới. Các doanh nghiệp được khuyến nghị chủ động đàm phán với nhà hàng nhằm chia sẻ chi phí phát sinh, đồng thời đầu tư vào các tiêu chuẩn “xanh hóa” – yếu tố then chốt giúp giữ vững đơn hàng ở những thị trường lớn.

Với tầm nhìn đến năm 2035, ngành đặt mục tiêu chuyển dịch từ gia công sang xây dựng công nghiệp thời trang hoàn chỉnh, phát triển thương hiệu Việt trên cả nền tảng online và offline. Năm 2026 được kỳ vọng là thời điểm tạo bước đột phá, định hình lại vị thế của ngành dệt may Việt Nam trên bản đồ thế giới.

Mới đây, VITAS tổ chức họp báo cho sự kiện Đại hội nhiệm kỳ VII (2025-2030) và tổng kết năm 2025 tại Hà Nội, kết nối trực tuyến với TP. Hồ Chí Minh và Đà Nẵng. Tại họp báo, ông Vũ Đức Giang nhấn mạnh, năm 2025 đánh dấu sự phục hồi ấn tượng của ngành với kim ngạch xuất khẩu ước đạt 46 tỷ USD, tăng 5,6% so với 2024; xuất siêu đạt 21 tỷ USD; tỷ lệ giá trị nội địa tăng thêm đạt khoảng 52%. Công tác xúc tiến thương mại được triển khai mạnh với 10 chương trình

cấp quốc gia và 20 chương trình tự chủ, đưa doanh nghiệp tiếp cận nhiều triển lãm uy tín tại Hoa Kỳ, Pháp, Đức, Australia, Nga và Canada.

Trong giai đoạn 2020–2025, đại dịch Covid-19 cùng biến động địa chính trị, rào cản kỹ thuật môi trường và chính sách bảo hộ gia tăng, đặc biệt là thuế đối ứng của Hoa Kỳ, tạo ra thách thức chưa từng có. Tuy vậy, nhờ sự chủ động của doanh nghiệp và vai trò kết nối của VITAS, ngành vẫn giữ được đà tăng trưởng và vị trí Top 3 xuất khẩu dệt may thế giới.

Trong 5 năm qua, VITAS phát triển thêm 293 hội viên mới, củng cố chuỗi cung ứng giữa doanh nghiệp trong nước và khối FDI; hợp tác sâu rộng với nhiều tổ chức như ILO, IFC, GIZ, IDH, WWF, KITECH... cùng các hiệp hội lớn CNTAC, KOFOTI, ITMF, AAFA, CCI. Gần 300 chương trình hội thảo và đào tạo chuyên sâu được triển khai, đặc biệt trong lĩnh vực chuyển đổi kép, giảm phát thải khí nhà kính và phát triển bền vững.

Về tham vấn chính sách, VITAS đã kiên trì kiến nghị với Quốc hội, Chính phủ và bộ ngành nhằm tháo gỡ các nút thắt về thủ tục hành chính, Luật Bảo hiểm xã hội, Luật Chất lượng kinh phí công đoàn, thủ tục xuất nhập khẩu tại chỗ và chính sách thuế, tín dụng. Hiệp hội cũng phối hợp nhiều hiệp hội ngành hàng đề xuất sửa đổi các luật và nghị định liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh và xuất nhập khẩu.

Bước sang nhiệm kỳ VII (2025–2030), VITAS đặt mục tiêu kim ngạch xuất khẩu đạt 64,5 tỷ USD vào năm 2030, tăng trưởng bình quân 6,5–7%/năm; phát triển thị trường nội địa đạt quy mô 8–9 tỷ USD; đẩy mạnh chiến lược “Xanh hóa – Số hóa”, nâng tỷ lệ nội địa hóa lên trên 60% và xây dựng thương hiệu thời trang Việt Nam lớn mạnh. Đại hội nhiệm kỳ VII và tổng kết năm 2025 sẽ diễn ra ngày 16–17/12 tại Hà Nội với khoảng 500 khách mời, thảo luận về chiến lược phát triển ngành trong môi trường biến động và giải pháp thúc đẩy phát triển bền vững, hướng tới kinh tế tuần hoàn.

Thiên Trường