

Ngành dệt may Việt Nam khẳng định vị thế trong chuỗi cung ứng toàn cầu

11:06 28/03/2025

Ngành dệt may Việt Nam đã từng bước vượt qua thử thách, vươn tầm thế giới, trở thành một trong những ngành xuất khẩu chủ lực với kim ngạch đạt hơn 40 tỷ USD mỗi năm, tạo công ăn việc làm cho hàng triệu lao động. Thương hiệu dệt may "Made in Vietnam" xuất hiện trên thị trường toàn cầu, khẳng định vị thế cạnh tranh của chúng ta trên bản đồ dệt may thế giới.

Ngành dệt may tăng trưởng nhưng vẫn còn nhiều thách thức

Khép lại năm 2024, bất chấp những biến động phức tạp của nền kinh tế toàn cầu, ngành dệt may Việt Nam vẫn đạt kết quả khả quan với kim ngạch xuất khẩu ước đạt 44 tỷ USD, tăng 11,26% so với năm 2023. Các thị trường truyền thống cũng ngày một tăng, thể hiện sự chiếm lĩnh thị phần của ngành dệt may; trong đó, thị trường Mỹ có mức tăng cao nhất với kim ngạch 16,71 tỷ USD, tăng 12,33%; Hàn Quốc 3,93 tỷ USD, tăng 10,36%, EU 4,3 tỷ USD, tăng 7,66%; Nhật Bản 4,57 tỷ USD, tăng 6,18% so với năm 2023.

Bên cạnh những thành quả đạt được, ngành dệt may hiện đang phải đối diện nhiều thách thức, khi đang ở vị trí thấp nhất trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Các doanh nghiệp chủ yếu sản xuất theo phương thức gia công, ít có sự đầu tư máy móc, thiết bị hiện đại hay đầu tư nghiên cứu phát triển sản phẩm, thị trường dẫn đến giá trị mang lại thấp.

Mặt khác, sự kém phát triển của ngành dệt đã trở thành “nút thắt” kìm hãm sự phát triển ngành may, khiến các doanh nghiệp may không chủ động được nguồn nguyên liệu, phải nhập khẩu vải theo chỉ định và chỉ thực hiện công đoạn gia công xuất khẩu; trong khi các sản phẩm may mặc có chi phí vải chiếm đến 70-80% giá thành khiến phần giá trị gia tăng còn lại rất thấp.



Ngành dệt may tìm cơ hội trong thách thức

Ngoài ra, chất lượng các sản phẩm sợi chưa cao, chỉ mới tập trung ở phân khúc thấp, trung bình cho nên không đáp ứng được nhu cầu đặt hàng cao cấp, đòi hỏi nhiều loại nguyên liệu sợi khác nhau với các loại nguyên liệu đầu vào đặc biệt, thiết bị sản xuất hiện đại.

Không chỉ vậy, các doanh nghiệp vẫn phải nhận đơn hàng thông qua các nhà cung cấp khu vực hoặc các văn phòng đại diện của các nhà mua hàng lớn; thiếu liên kết với những người tiêu dùng sản phẩm cuối cùng khiến hiệu quả giảm, vị trí, thương hiệu không được nâng cao,...

Hiện nay, EU là thị trường tiêu thụ hàng dệt may lớn, mặc dù đã có sự nới lỏng, hoãn thời gian thực thi hoặc thu hẹp phạm vi đối tượng áp dụng của một số quy định luật hóa liên quan đến xanh hóa và phát triển bền vững ngành dệt may do kinh tế khó khăn. Nhưng EU không hủy bỏ mà vẫn duy trì lộ trình thực hiện các quy định đã công bố.

Trong khi đó, tại Hội nghị COP24 của Liên hợp quốc, các nhà mua hàng là các hãng thời trang lớn trên thế giới cũng đã cam kết giải quyết vấn đề biến đổi khí hậu, sẵn sàng thúc đẩy hợp tác trong và ngoài ngành thời trang vì một tương lai sạch hơn. Các thương hiệu thời trang nhanh cũng đang tích cực tham gia vào quá trình chuyển đổi này.

Để đáp ứng điều này, các doanh nghiệp phải chủ động xanh hóa để thích ứng với các chính sách mua hàng của các nhà nhập khẩu đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh. Để chuyển đổi xanh, ngành dệt may cần đầu tư vào một số

dòng sản phẩm để thích ứng với cách thức mua hàng xu hướng xanh hóa của ngành thời trang toàn cầu... đảm bảo thích ứng được trong vấn đề sợi, dệt nhuộm và các yêu cầu đặt ra của các nhãn hàng như sản phẩm recycle, sản phẩm thân thiện môi trường...

Đặc biệt, nhận thức của doanh nghiệp trong việc chủ động đầu tư đáp ứng đồng thời thực hiện các bước tiếp theo để được cấp các chứng chỉ xanh hóa (thuê các tổ chức đánh giá từ vấn hoàn thiện để được cấp chứng chỉ) qua đó góp phần nâng cao vị thế, uy tín của ngành dệt may Việt Nam trong việc đảm bảo xanh hóa, phát triển bền vững...

Khẳng định giá trị dệt may Việt Nam trên toàn cầu

Mặc dù những thách thức đặt ra đối với ngành dệt may Việt Nam trên con đường chuyển đổi xanh, phát triển bền vững là không hề nhỏ, nhưng song hành với nó là những cơ hội mà ngành dệt may Việt Nam có thể tận dụng tốt để hoàn thiện chuỗi cung ứng, nâng cao lợi thế cạnh tranh.



Dệt may Việt Nam khẳng định vị thế vững chắc trong chuỗi cung ứng toàn cầu

Theo bà Nguyễn Thị Tuyết Mai, Phó Tổng thư ký Hiệp hội Dệt May Việt Nam (VITAS), việc Việt Nam ký kết và tham gia các Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới gần đây như EVFTA, CPTPP với ưu đãi thuế quan hướng đến bằng 0 dành cho hàng dệt may có xuất xứ từ Việt Nam vừa là thách thức, nhưng cũng là cơ hội lớn cho ngành dệt may Việt Nam để hoàn thiện chuỗi cung ứng của mình.

Các nhà đầu tư nước ngoài sẽ có mong muốn đến Việt Nam đầu tư sản xuất để tận dụng quy tắc xuất xứ lợi thế từ Việt Nam bán hàng cho các nhãn hàng nhập khẩu vào thị trường EU, CPTPP. Đây là cơ hội để Việt Nam kêu gọi và thu hút đầu tư vào phân cung thiếu hụt, những khu công nghiệp sinh thái, lĩnh vực chuyển đổi số, năng lượng tái tạo, tái sử dụng nước, tái chế xơ sợi, tái chế vải,... để đáp ứng những yêu cầu của phát triển bền vững.

Nhiều doanh nghiệp lớn của nước ngoài như Text Hong, New Wide, Weixing, Bros Eastern, Jehong Textile,... cùng doanh nghiệp lớn của Việt Nam như Tập đoàn Cát Tường đã đầu tư sản xuất sợi, sản xuất vải, sản xuất phụ liệu, đầu tư nhà máy nhuộm, đầu tư khu công nghiệp sinh thái dệt may tại Việt Nam.

Triển vọng xuất khẩu dệt may Việt Nam trong năm 2025 được dự báo sẽ đạt mức tăng trưởng ấn tượng, với mục tiêu đạt 45,5 - 46 tỷ USD, theo nhận định của TS. Nguyễn Minh Phong, chuyên gia kinh tế. Nguyên nhân chính cho sự lạc quan này là sự phục hồi mạnh mẽ của nền kinh tế các thị trường nhập khẩu chủ yếu như Mỹ và EU, tạo ra nhu cầu tiêu dùng cao và thúc đẩy xuất khẩu dệt may.

Một yếu tố quan trọng khác, theo TS. Phong, là chiến lược thuế quan của Mỹ. Nếu Mỹ thực hiện việc tăng thuế nhập khẩu đối với hàng Trung Quốc lên tới 60% và áp dụng thuế từ 10-20% đối với các quốc gia khác, Việt Nam sẽ có lợi thế cạnh tranh lớn, nhất là khi tuân thủ tốt các quy định về nguồn gốc xuất xứ và khả năng truy xuất chuỗi cung ứng. Điều này sẽ giúp sản phẩm dệt may Việt Nam dễ dàng chiếm lĩnh thị trường quốc tế, đặc biệt là ở các khu vực có mức thuế cao đối với hàng hóa từ Trung Quốc và các nước khác.

Theo Thứ trưởng Bộ Công Thương Phan Thị Thắng, Trong tất cả các mặt hàng công nghiệp xuất khẩu của Việt Nam hiện nay, dệt may là ngành có kim ngạch xuất khẩu và tốc độ tăng trưởng cao và là một trong những ngành hàng xuất khẩu chủ lực, giữ vai trò quan trọng đối với sự tăng trưởng của nền kinh tế, chiếm 12 - 16% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Năm 2024, kim ngạch xuất khẩu dệt may đạt gần 44 tỷ USD, tăng 11,26% so với năm 2023, đưa Việt Nam lên vị trí thứ hai thế giới chỉ sau Trung Quốc.

Trước những xu hướng thuận lợi cùng với 17 Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới (FTA) mà Việt Nam đã tham gia ký kết và có hiệu lực, năm 2025, ngành dệt may Việt Nam đặt mục tiêu kim ngạch xuất khẩu đạt 48 tỷ USD, tiếp tục khẳng định vị thế vững chắc của Việt Nam trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

Thiên Trường