TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Thị trường Ấn Độ rộng mở nhưng không dễ chinh phục: Doanh nghiệp Việt cần vượt “hàng rào kỹ thuật” để bứt phá

05:55 21/07/2026

Thị trường hơn 1,46 tỷ dân của Ấn Độ đang mở ra dư địa tăng trưởng lớn cho hàng hóa Việt Nam, song đi cùng với đó là những yêu cầu ngày càng khắt khe về tiêu chuẩn kỹ thuật, phòng vệ thương mại và quy tắc xuất xứ. Trong bối cảnh kim ngạch thương mại song phương tiếp tục tăng mạnh, việc nâng cao năng lực đáp ứng tiêu chuẩn được xem là yếu tố quyết định để doanh nghiệp Việt khai thác hiệu quả thị trường đầy tiềm năng này.

Tăng trưởng mạnh nhưng xuất khẩu bắt đầu phân hóa

Ấn Độ đang nổi lên là một trong những đối tác thương mại quan trọng của Việt Nam tại khu vực Nam Á. Theo số liệu của Cục Hải quan (Bộ Tài chính), trong 5 tháng đầu năm 2026, tổng kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Ấn Độ đạt gần 8,37 tỷ USD, tăng 28,4% so với cùng kỳ năm trước.

Trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang Ấn Độ đạt khoảng 4,94 tỷ USD, tăng 19%, còn nhập khẩu đạt 3,4 tỷ USD, tăng tới 44%. Việt Nam tiếp tục duy trì trạng thái xuất siêu với giá trị khoảng 1,5 tỷ USD.

Động lực tăng trưởng chủ yếu vẫn đến từ nhóm hàng công nghiệp chế biến và công nghệ. Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt khoảng 767 triệu USD, tăng 27%; máy móc, thiết bị và phụ tùng đạt 536 triệu USD, tăng 36%; điện thoại và linh kiện tiếp tục giữ vị trí nhóm hàng xuất khẩu chủ lực.



Kim ngạch thương mại Việt Nam - Ấn Độ tiếp tục tăng trưởng tích cực trong những tháng đầu năm 2026, hướng tới mục tiêu đạt 25 tỷ USD vào năm 2030.

Đáng chú ý, nhiều mặt hàng truyền thống ghi nhận mức tăng trưởng đột biến. Xuất khẩu giày dép tăng hơn 417%, cà phê tăng trên 412%, chất dẻo nguyên liệu tăng hơn 104%. Bên cạnh đó, dệt may, cao su, sắt thép, thủy sản và phương tiện vận tải cũng duy trì đà tăng tích cực.

Tuy nhiên, bức tranh xuất khẩu không hoàn toàn thuận lợi khi bước sang quý II/2026. Một số ngành hàng bắt đầu ghi nhận xu hướng giảm mạnh như kim loại thường, hạt điều, gỗ và sản phẩm gỗ, hạt tiêu, hóa chất, xơ sợi dệt hay than đá. Điều này cho thấy thị trường Ấn Độ đang bước vào giai đoạn cạnh tranh khốc liệt hơn, buộc doanh nghiệp phải thích ứng nhanh với những thay đổi về chính sách.

Rào cản kỹ thuật trở thành thách thức lớn

Theo ông Bùi Trung Thướng, Tham tán Thương mại, Thương vụ Việt Nam tại Ấn Độ, thách thức lớn nhất hiện nay không còn nằm ở thuế quan mà chuyển dần sang các rào cản kỹ thuật.

Ấn Độ đang liên tục mở rộng phạm vi áp dụng hệ thống tiêu chuẩn bắt buộc BIS (Bureau of Indian Standards) đối với nhiều nhóm hàng như điện, điện tử, hóa chất, thép, vật liệu xây dựng và hàng tiêu dùng. Việc phải đáp ứng các quy chuẩn mới khiến doanh nghiệp mất thêm thời gian, chi phí kiểm định, chứng nhận và hoàn thiện hồ sơ trước khi hàng hóa được phép lưu thông trên thị

trường.

Nếu không chuẩn bị sớm, nguy cơ chậm giao hàng, phát sinh chi phí hoặc mất đơn hàng hoàn toàn có thể xảy ra.

Không chỉ vậy, xu hướng bảo hộ thương mại tại Ấn Độ cũng đang gia tăng. Đây là một trong những quốc gia sử dụng nhiều biện pháp phòng vệ thương mại trên thế giới nhằm bảo vệ sản xuất trong nước. Những nhóm hàng có thế mạnh của Việt Nam như thép, nhựa, hóa chất, vật liệu xây dựng hay sản phẩm công nghiệp chế biến đều có khả năng trở thành đối tượng điều tra trong thời gian tới.

Một khó khăn khác là tiến trình nâng cấp Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN - Ấn Độ (AITIGA) vẫn diễn ra chậm, trong khi phía Ấn Độ tiếp tục đưa ra nhiều yêu cầu nghiêm ngặt hơn về quy tắc xuất xứ cũng như các biện pháp phi thuế quan. Điều này có thể làm giảm khả năng tận dụng ưu đãi thuế của doanh nghiệp Việt Nam.

Ngoài yếu tố chính sách, biến động địa chính trị trên thế giới tiếp tục tạo áp lực lên chuỗi cung ứng toàn cầu, khiến chi phí logistics tăng cao và thời gian vận chuyển kéo dài, ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động thương mại giữa hai nước.

Muốn chinh phục thị trường lớn phải nâng chuẩn

Dù đối mặt với nhiều rào cản mới, giới chuyên gia đánh giá dư địa hợp tác thương mại giữa Việt Nam và Ấn Độ vẫn còn rất lớn.

Với quy mô dân số hơn 1,46 tỷ người, tầng lớp trung lưu tăng nhanh cùng chiến lược phát triển công nghiệp "Make in India", nhu cầu nhập khẩu nguyên liệu, linh kiện và nhiều mặt hàng tiêu dùng tiếp tục mở rộng. Đây là cơ hội đáng kể cho các doanh nghiệp Việt Nam trong lĩnh vực điện tử, nông sản, thủy sản, đồ gỗ, cao su, hóa chất và công nghiệp hỗ trợ.

Để hiện thực hóa mục tiêu đưa kim ngạch thương mại song phương lên 25 tỷ USD vào năm 2030, Thương vụ Việt Nam tại Ấn Độ cho rằng cần triển khai đồng bộ nhiều giải pháp.

Trong đó, ưu tiên hàng đầu là tăng cường đối thoại song phương nhằm tháo gỡ các rào cản về tiêu chuẩn kỹ thuật và phòng vệ thương mại, đồng thời thúc đẩy sớm hoàn tất quá trình nâng cấp Hiệp định AITIGA.

Song song với đó, các bộ, ngành cần phối hợp mở rộng cửa thị trường cho nông sản và thủy sản, hỗ trợ doanh nghiệp đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng mới,

phát triển hợp tác trong các lĩnh vực công nghệ cao như bán dẫn, trí tuệ nhân tạo và chuyển đổi số.

Việc cải thiện hạ tầng logistics, đơn giản hóa thanh toán quốc tế, rút ngắn thời gian thông quan cũng được xem là những yếu tố quan trọng giúp giảm chi phí cho doanh nghiệp.

Ngoài thương mại hàng hóa, hai nước còn nhiều dư địa mở rộng hợp tác về đầu tư, hạ tầng, du lịch và giao lưu văn hóa. Đường bay thẳng New Delhi - Hà Nội được kỳ vọng sẽ tạo thêm động lực thúc đẩy du lịch MICE, du lịch cưới và kết nối doanh nghiệp giữa hai quốc gia.

Theo Thương vụ Việt Nam tại Ấn Độ, nếu các giải pháp được triển khai đồng bộ, cùng với nền tảng quan hệ Đối tác Chiến lược Toàn diện Tăng cường giữa hai nước, thương mại Việt Nam - Ấn Độ sẽ có thêm dư địa tăng trưởng, tạo nền tảng hướng tới mục tiêu kim ngạch song phương đạt 25 tỷ USD vào năm 2030.

Minh Thành (t/h)