TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Tìm “cửa mới” cho xuất khẩu Việt Nam

10:55 14/09/2025

Xuất khẩu của Việt Nam năm 2024 đạt hơn 405 tỷ USD, tiếp tục là động lực quan trọng cho tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, gần 80% kim ngạch vẫn tập trung vào một số thị trường chủ lực như Mỹ, Trung Quốc, EU, ASEAN và Hàn Quốc. Sự phụ thuộc quá lớn này khiến nguy cơ rủi ro gia tăng trong bối cảnh kinh tế, chính trị toàn cầu biến động, đòi hỏi Việt Nam phải đẩy mạnh chiến lược đa dạng hóa thị trường để phát triển bền vững.

Rủi ro từ sự phụ thuộc quá lớn vào thị trường chủ lực

Trong năm 2024, hàng hóa sản xuất tại Việt Nam được xuất khẩu ra khắp thế giới, nhưng phần lớn vẫn dồn vào một số thị trường chính. Kim ngạch xuất khẩu sang Mỹ đạt gần 120 tỷ USD, sang EU đạt 51,7 tỷ USD, Trung Quốc 62 tỷ USD, ASEAN 36,9 tỷ USD và Hàn Quốc 25,6 tỷ USD. Như vậy, chỉ 5 thị trường đã chiếm khoảng 80% tổng kim ngạch xuất khẩu.

Tám tháng năm 2025, xu hướng này tiếp tục lặp lại: xuất khẩu đạt 305,96 tỷ USD, tăng 14,8% so với cùng kỳ 2024, nhưng riêng các thị trường chủ lực đã chiếm tới 240,1 tỷ USD. Trong đó, Mỹ tiếp tục dẫn đầu với 99,1 tỷ USD (tăng 26,4%), Trung Quốc 42 tỷ USD, EU 37 tỷ USD, ASEAN 25,6 tỷ USD, Hàn Quốc 18,9 tỷ USD và Nhật Bản 17,5 tỷ USD.

Cơ cấu xuất khẩu này cho thấy sự tập trung quá lớn vào một số thị trường. Lợi ích của nó là giúp doanh nghiệp tận dụng tốt các kênh phân phối quen thuộc, có kim ngạch ổn định. Nhưng ở chiều ngược lại, rủi ro tiềm ẩn ngày càng lớn khi bối cảnh kinh tế - chính trị toàn cầu có nhiều biến động. Sự gia tăng các rào cản thương mại, chính sách bảo hộ, biến động địa chính trị có thể khiến chuỗi cung ứng bị gián đoạn, thậm chí “đóng băng” trong ngắn hạn.

Ngành gỗ là ví dụ điển hình. Năm 2024, kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ đạt 16,3 tỷ USD, trong đó chỉ riêng Mỹ chiếm 55,6% với 9,1 tỷ USD. Nếu thị trường Mỹ áp dụng thêm các tiêu chuẩn kỹ thuật hoặc tăng cường rào cản thuế quan, hàng loạt doanh nghiệp gỗ Việt Nam sẽ lâm vào cảnh khó khăn. Tương tự, xuất khẩu giày dép năm 2024 đạt 22,9 tỷ USD nhưng 61,2% trong đó đến từ

Mỹ và EU; xuất khẩu dệt may đạt 37 tỷ USD, riêng Mỹ chiếm tới 43,6%.



Đa dạng hóa thị trường là lối thoát cho xuất khẩu Việt Nam trước biến động toàn cầu

Sự lệ thuộc này khiến nhiều ngành xuất khẩu lớn dễ bị tổn thương. Như Thủ tướng Chính phủ đã nhiều lần nhấn mạnh, việc đa dạng hóa thị trường không còn là lựa chọn mà đã trở thành "yêu cầu sống còn" nếu Việt Nam muốn duy trì đà tăng trưởng xuất khẩu bền vững.

Mở rộng biên độ tăng trưởng: Cơ hội và gợi ý cho doanh nghiệp

Đa dạng hóa thị trường là chiến lược then chốt để giảm thiểu rủi ro và nâng cao khả năng cạnh tranh. Hiện Việt Nam đã ký 17 hiệp định thương mại tự do (FTA) với hơn 60 nền kinh tế, mở ra cánh cửa tiếp cận nhiều thị trường tiềm năng. Tuy vậy, dư địa khai thác còn rất lớn.

Theo ông Tạ Hoàng Linh, Vụ trưởng Vụ Phát triển thị trường nước ngoài (Bộ Công Thương), ngoài việc duy trì các thị trường chủ lực, doanh nghiệp cần khai thác những khu vực còn để ngỏ như Mỹ Latinh, Trung Đông, Bắc Âu hay Canada. Đây là các thị trường có sức mua đáng kể, lại đang tìm kiếm nguồn cung mới trong bối cảnh thương mại toàn cầu tái cấu trúc.

Thực tế, một số tín hiệu tích cực đã xuất hiện. Tại Mexico, Tập đoàn bán lẻ Coppel đã nhiều năm đặt hàng hàng hóa Việt Nam, từ giày dép, quần áo thời trang đến đồ nội thất. Xuất khẩu sang Mexico năm 2024 đạt 5,5 tỷ USD và được

kỳ vọng sẽ tiếp tục tăng mạnh trong 2025 nhờ Hiệp định CPTPP. Ở Bắc Âu, IKEA đánh giá cao đồ nội thất Việt Nam, nhất là khi EVFTA giúp giảm thuế và tạo lợi thế cạnh tranh.

Không chỉ ở những thị trường mới nổi, cơ hội còn đến từ các kênh phân phối hiện đại. Xuất khẩu xuyên biên giới qua thương mại điện tử đang mở rộng nhanh chóng. Doanh thu xuất khẩu qua kênh này của Việt Nam đã đạt khoảng 3,5 tỷ USD, trong khi tiềm năng còn rất lớn. Bài học từ Trung Quốc, quốc gia đạt 2.710 tỷ NDT xuất khẩu xuyên biên giới năm 2024, cho thấy doanh nghiệp Việt hoàn toàn có thể tận dụng kênh này nếu đầu tư mạnh hơn vào logistics, kho ngoại quan và nền tảng công nghệ.

Song song với mở rộng thị trường, các chuyên gia cũng nhấn mạnh yếu tố nâng cao chất lượng sản phẩm. Ông Huỳnh Lê Đại Thắng, Giám đốc Công ty Đồ gỗ Nghĩa Sơn, cho rằng doanh nghiệp muốn tiếp cận kênh phân phối lớn phải "nâng cấp" toàn diện từ thiết kế, chất lượng đến nghiên cứu và phát triển sản phẩm. Còn đại diện IKEA thì khuyến nghị chú trọng hơn tới yếu tố bền vững và thiết kế phù hợp thị hiếu bản địa.

Các tổ chức quốc tế như HSBC cũng đưa ra cảnh báo: trong bối cảnh Mỹ và nhiều nước lớn gia tăng bảo hộ thương mại, ASEAN nói chung và Việt Nam nói riêng cần có bước đi chủ động để duy trì lợi thế cạnh tranh. Điều đó bao gồm tối ưu chuỗi cung ứng, giảm sự phụ thuộc vào một vài thị trường, và tích cực khai thác FTA, đặc biệt là RCEP, CPTPP và EVFTA.

Nói cách khác, đa dạng hóa thị trường không chỉ là mở thêm đầu ra, mà còn là cách để nâng cao sức chống chịu của nền kinh tế, giúp doanh nghiệp vững vàng hơn trước các biến động bất định. Trong giai đoạn tới, đây chắc chắn là chìa khóa để xuất khẩu Việt Nam duy trì tốc độ tăng trưởng 2 con số, đồng thời chuyển từ tăng trưởng theo lượng sang tăng trưởng chất lượng và bền vững.

Thiên Trường