

Xuất khẩu tăng nhanh, doanh nghiệp phải tự bảo vệ trước rủi ro phòng vệ thương mại

06:29 29/10/2026

Xuất khẩu tăng trưởng nhanh có thể mở rộng thị trường nhưng đồng thời cũng khiến hàng hóa Việt Nam được theo dõi chặt hơn tại các thị trường nhập khẩu. Với 327 vụ việc phòng vệ thương mại đã được khởi xướng tại 27 thị trường, doanh nghiệp thuộc nhiều ngành hàng cần chủ động kiểm soát xuất xứ, nguồn nguyên liệu và hồ sơ sản xuất thay vì chờ đến khi bị điều tra mới ứng phó.

Tăng hiện diện trên thị trường, tăng cả mức độ giám sát

Theo Cục Phòng vệ thương mại (Bộ Công Thương), tính đến giữa tháng 9/2026, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam đã đối mặt với 327 vụ việc điều tra phòng vệ thương mại tại 27 thị trường. Riêng 9 tháng đầu năm, có 27 vụ việc mới được khởi xướng, cao hơn tổng số vụ việc trong cả năm 2025.

Diễn biến này cho thấy khi hàng hóa Việt Nam ngày càng gia tăng hiện diện tại các thị trường lớn, nguy cơ phát sinh các biện pháp phòng vệ thương mại cũng trở thành vấn đề doanh nghiệp phải tính đến trong chiến lược xuất khẩu.

Cơ quan quản lý đang cảnh báo 7 nhóm hàng có nguy cơ cao gồm gỗ và sản phẩm gỗ; sắt thép và sản phẩm kim loại; vật liệu; sản phẩm công nghiệp chế tạo; hóa chất, nhựa và sản phẩm nhựa; xơ, sợi và hàng dệt cùng một số nhóm hàng khác.

Trong nhóm gỗ và sản phẩm gỗ, một số mặt hàng như ghế bọc đệm có khung gỗ, nội thất phòng ngủ bằng gỗ, ván ép gỗ cứng, thanh nẹp gỗ và sản phẩm gia công gỗ được lưu ý tại thị trường Mỹ.



Kiểm soát nguồn nguyên liệu và hồ sơ sản xuất là cơ sở để doanh nghiệp chứng minh xuất xứ hàng hóa khi phát sinh điều tra.

Đối với sắt thép và sản phẩm kim loại, danh sách cảnh báo bao gồm nhiều mặt hàng như thép cuộn, thép tấm cán nóng, cáp thép dự ứng lực, thép mạ hợp kim nhôm-kẽm, vỏ bình gas, mặt bích thép không gỉ và một số sản phẩm thép định hình.

Không chỉ các mặt hàng có kim ngạch lớn, những sản phẩm có tốc độ tăng trưởng xuất khẩu nhanh cũng có thể trở thành đối tượng được theo dõi. Trường hợp kính cường lực dùng cho thiết bị gia dụng xuất khẩu sang Ấn Độ là một ví dụ được cơ quan quản lý lưu ý.

Các thị trường như Mỹ, EU, Australia, Brazil và Ấn Độ tiếp tục là những nơi doanh nghiệp Việt Nam cần theo dõi sát diễn biến chính sách thương mại.

“Hàng Việt” phải chứng minh được quá trình sản xuất thực chất

Trong các vụ việc phòng vệ thương mại, xuất xứ hàng hóa ngày càng trở thành yếu tố quan trọng. Rủi ro không chỉ xuất hiện khi kim ngạch tăng mạnh mà còn có thể phát sinh khi doanh nghiệp phụ thuộc đáng kể vào nguyên liệu từ quốc gia đang bị áp dụng biện pháp phòng vệ thương mại.

Khi đó, cơ quan điều tra nước nhập khẩu có thể đặt câu hỏi về nguồn gốc thực tế của hàng hóa, mức độ gia công tại Việt Nam và khả năng hàng hóa đang được chuyển tải nhằm né tránh biện pháp áp dụng đối với một quốc gia khác.

Do đó, việc sản xuất tại Việt Nam phải đi cùng khả năng chứng minh bằng hồ sơ. Hóa đơn nguyên liệu, chứng từ nhập khẩu, định mức sử dụng, quy trình sản xuất, dữ liệu về năng lực nhà máy và hồ sơ xuất xứ cần được quản lý thống nhất, có thể đối chiếu khi cần thiết.

Đáng chú ý, kim ngạch xuất khẩu giảm cũng không đồng nghĩa rủi ro đã biến mất. Theo thông tin cảnh báo, xuất khẩu thanh nẹp gỗ sang Mỹ trong 7 tháng đầu năm 2026 giảm 39,3% so với cùng kỳ, trong khi mặt bích bằng thép không gỉ giảm hơn 25%. Tuy nhiên, nếu Việt Nam vẫn chiếm tỷ trọng đáng kể trong nguồn cung của thị trường, nguy cơ điều tra vẫn có thể xuất hiện khi hoạt động xuất khẩu tăng trở lại.

Vì vậy, quản trị rủi ro phòng vệ thương mại cần được đưa vào ngay từ khâu lựa chọn thị trường, nhà cung cấp và tổ chức sản xuất. Doanh nghiệp cần rà soát nguồn nguyên liệu, đánh giá mức độ phụ thuộc vào các quốc gia có nguy cơ cao, đồng thời theo dõi thay đổi chính sách thương mại tại từng thị trường.

Cùng với kiểm soát xuất xứ, đa dạng hóa thị trường và sản phẩm cũng là cách giảm mức độ phụ thuộc vào một thị trường đơn lẻ. Quan trọng hơn, doanh nghiệp cần coi hồ sơ xuất xứ và dữ liệu sản xuất là một phần của năng lực cạnh tranh, thay vì chỉ là giấy tờ phục vụ thủ tục xuất khẩu.

Trong bối cảnh hàng hóa Việt Nam ngày càng tham gia sâu vào chuỗi cung ứng toàn cầu, một sản phẩm muốn giữ được thị trường không chỉ cần cạnh tranh về giá và chất lượng mà còn phải chứng minh được mình đến từ đâu và được sản xuất như thế nào.

Minh Thành (t/h)