



NHÌN LẠI XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM NĂM 2025, GIẢI PHÁP CHO NĂM 2026 VÀ NHỮNG NĂM TIẾP THEO ĐẾN 2030

• GS.TS NGÔ THẾ CHI*

Năm 2025, xuất khẩu của Việt Nam đã đạt được những kết quả tích cực cả về quy mô, cơ cấu hàng hóa và phát triển thị trường, góp phần quan trọng vào phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Song, trước những diễn biến khó lường về tình hình kinh tế, địa chính trị thế giới và tình hình biến đổi khí hậu, thiên tai, bão lũ gia tăng, năm 2026 và đến 2030 cần những giải pháp đột phá để đảm bảo xuất khẩu tăng nhanh, bền vững. Bài viết này trình bày và phân tích khái quát về tình hình xuất khẩu năm 2025 và đề xuất một số giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu cho năm 2026 và cả giai đoạn đến 2030.

Từ khóa: Xuất khẩu năm 2025; phát triển kinh tế - xã hội; triển vọng xuất khẩu năm 2026; giải pháp đến 2030.

A Review of Vietnam's Exports in 2025: Solutions for 2026 and the Outlook to 2030

In 2025, Vietnam's exports achieved positive results in terms of scale, commodity structure, and market development, making a significant contribution to the country's socio-economic growth. However, in the face of unpredictable global economic and geopolitical developments - compounded by the intensification of climate change, natural disasters, and floods - the period for 2026 and the lead-up to 2030 requires

*Học viện Tài chính

breakthrough solutions to ensure rapid and sustainable export growth. This article presents a general analysis of the export situation in 2025 and proposes several strategic solutions to bolster exports for 2026 and the entire period through 2030.

Keywords: 2025 exports; socio-economic development; 2026 export outlook; solutions to 2030.

JEL classification: F13, F14, O24

<https://doi.org/10.65771/ati-jas.01202605>

Năm 2025, tình hình kinh tế, địa chính trị thế giới có nhiều diễn biến phức tạp, tăng trưởng suy giảm, lạm phát gia tăng, các ngân hàng trung ương của nhiều nước thực hiện chính sách tiền tệ thắt chặt; xung đột quân sự Nga - Ukraina và một số quốc gia khác trên thế giới và trong khu vực ngày càng căng thẳng... Bên cạnh đó, biến đổi khí hậu, thiên tai, bão lũ ngày càng gia tăng và khắc nghiệt, với một chuỗi thiên tai liên tiếp chỉ trong vòng một tháng, 4 trận bão lớn đổ bộ vào Việt Nam với vùng ảnh hưởng rộng và lượng mưa lớn, gây lũ lụt nghiêm trọng, sạt lở và gió mạnh, gây thiệt hại nặng nề về người và kinh tế là 99.469 tỷ đồng... ảnh hưởng rất lớn đến kinh tế Việt Nam, chưa kể hậu quả còn có thể kéo dài. Tất cả những điều trên đã gây ra cho hoạt động kinh tế - xã hội của Việt Nam nhiều khó khăn, thách thức; thị trường bị thu hẹp, các đơn hàng sụt giảm, nhất là các thị trường lớn như Hoa Kỳ, Trung Quốc, châu Âu. Tổng cầu giảm, ảnh hưởng lớn đến tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, tình hình xuất khẩu của Việt Nam vẫn đạt được những kết quả đáng khích lệ. Bài viết khái quát tình hình xuất khẩu của Việt Nam năm 2025, qua đó đề xuất giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu cho năm 2026 - năm đầu tiên của nhiệm kỳ Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIV, nhằm phát triển kinh tế - xã hội bền vững trong “kỷ nguyên vươn mình”.

1. Khái quát về tình hình xuất khẩu của Việt Nam năm 2025

Năm 2025, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam đã phát triển mạnh, đạt được những thành tựu to lớn, góp phần quan trọng vào tăng trưởng kinh tế - xã hội của đất nước. Kim ngạch hàng hóa xuất khẩu tăng với mức cao, phản ánh trực tiếp việc tăng quy mô xuất khẩu hàng hóa cả trên phương diện số

lượng, giá trị và thị trường. Cơ cấu xuất khẩu hàng hóa đã có sự dịch chuyển mạnh mẽ từ xuất khẩu thô sang xuất khẩu hàng chế biến sâu, hàng công nghệ, công nghệ cao; thị trường xuất khẩu truyền thống được giữ vững và phát triển thị trường mới đa dạng và ổn định... thể hiện trên một số phương diện sau:

1.1. Kết quả tích cực

Về quy mô hàng hóa xuất khẩu

Năm 2025, tình hình kinh tế, địa chính trị thế giới có nhiều biến động phức tạp, khó lường, tình trạng ô nhiễm môi trường, biến đổi khí hậu, thiên tai bão lũ gia tăng, nhiều cơn bão dồn dập vào các tháng cuối năm, gây thiệt hại nặng nề cả về người và tài sản của nhân dân khắp cả nước (hơn 100 người chết và thiệt hại về kinh tế là 99.469 tỷ đồng). Song, xuất khẩu của Việt Nam vẫn đạt mức kỷ lục với 475,04 tỷ USD, tăng 17% so với năm 2024; xuất siêu 20,3 tỷ USD. Trong đó, nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tạo tiếp tục đóng vai trò chủ đạo với kim ngạch xuất khẩu đạt 421,47 tỷ USD, chiếm 88,7% tổng kim ngạch xuất khẩu; trong đó máy tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 78,5 tỷ USD, điện thoại và linh kiện đạt 44,5 tỷ USD, máy móc, thiết bị và phụ tùng đạt 43,6 tỷ USD; hàng dệt may đạt 30 tỷ USD, giày dép đạt hơn 18 tỷ USD... Thị trường xuất khẩu quan trọng nhất là Mỹ, chiếm khoảng 32% tổng kim ngạch xuất khẩu; nhóm hàng nông, lâm, thủy sản tiếp tục tăng, lập kỷ lục cao nhất từ trước đến nay với hơn 70 tỷ USD, vượt kế hoạch Chính phủ giao (65 tỷ USD), tăng 12% so với năm 2024, riêng thủy sản đạt khoảng 11,3 tỷ USD, tăng hơn 12% so với năm trước, cà phê lập kỷ lục mới, đạt gần 6 tỷ USD, rau

quả đạt 7 tỷ USD... Điều quan trọng là, sản phẩm nông, lâm thủy sản đã có sự đổi mới theo hướng tăng cường sản phẩm chế biến sâu, sản phẩm xanh, sạch, thân thiện với môi trường, đáp ứng yêu cầu của các nước nhập khẩu loại hàng này.

Về cơ cấu các mặt hàng xuất khẩu

Cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam năm 2025 được cải thiện theo chiều hướng tích cực, giảm hàng xuất khẩu thô, tăng xuất khẩu sản phẩm chế biến, sản phẩm công nghiệp có hàm lượng khoa học cao, tạo thuận lợi cho hàng hóa Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi sản xuất và cung ứng toàn cầu. Cụ thể là:

+ Nhóm các mặt hàng công nghiệp, chế biến, hàng năm đều chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Năm 2025 kim ngạch xuất khẩu nhóm này chiếm gần 88,7% tổng kim ngạch xuất khẩu, trong đó máy tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, điện thoại và linh kiện, phụ tùng, phương tiện vận tải, hàng dệt may, giày dép là những mặt hàng có giá trị và tỷ trọng xuất khẩu lớn nhất và có ưu thế từ các doanh nghiệp FDI.

+ Nhóm các mặt hàng nông, lâm, thủy sản tiếp tục tăng và chiếm tỷ trọng khoảng gần 11% tổng kim ngạch xuất khẩu, tăng nhẹ so với năm 2024. Nhưng quan trọng là, sản phẩm nông, lâm, thủy sản đã có sự đổi mới theo hướng tăng cường sản phẩm chế biến sâu, sản phẩm xanh, sạch, thân thiện với môi trường, đáp ứng yêu cầu của các nước nhập khẩu loại hàng này, đồng thời có sự chuyển dịch trong cơ cấu thị trường xuất khẩu các mặt hàng thuộc nhóm này, tạo điều kiện tăng quy mô xuất khẩu và nâng cao sức cạnh tranh.

Nhìn một cách tổng quát, với sự nỗ lực của Việt Nam cùng với sự phục hồi của bên phía cầu, cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam vẫn duy trì sự ổn định hợp lý; các nhóm, mặt hàng chính đều đạt được mức tăng trưởng tích cực; các mặt hàng thuộc nhóm công nghiệp chế biến vẫn duy trì tỷ trọng cao nhất trong tổng kim ngạch xuất khẩu và phục hồi mạnh với mức tăng trưởng hơn 15%. Trong đó, các mặt

hàng máy vi tính, điện tử và linh kiện vẫn đóng vai trò chủ lực. Quan trọng hơn, hàng xuất khẩu của Việt Nam đã có sự chú ý đáng kể trong việc giảm xuất khẩu thô, tăng xuất khẩu các mặt hàng chế biến sâu, có hàm lượng công nghệ cao, đáp ứng yêu cầu thị hiếu của thị trường quốc tế.

Về thị trường xuất khẩu

Năm 2025, nhìn chung có sự ổn định tương đối giữa các thị trường truyền thống. Tổng kim ngạch xuất khẩu đến 5 thị trường chính: Hoa Kỳ, Trung Quốc, EU, Nhật Bản và Hàn Quốc vẫn đạt cao. Trong đó: Hoa Kỳ vẫn là thị trường dẫn đầu với tổng kim ngạch xuất khẩu là 153,2 tỷ USD, đây là con số kỷ lục, tăng mạnh so với các năm trước do nhu cầu lớn từ thị trường này về các mặt hàng công nghệ, công nghệ cao, dệt may, giày dép, gỗ... Tiếp theo là thị trường Trung Quốc, với tổng kim ngạch xuất khẩu đạt khoảng 70 tỷ USD, tăng hơn 8 tỷ USD so với năm 2024. Đứng thứ ba là khối các quốc gia EU, với tổng kim ngạch xuất khẩu đạt hơn 50 tỷ USD. Thứ tư là khối các nước ASEAN với tổng kim ngạch xuất khẩu đạt 37 tỷ USD. Cuối cùng là Nhật Bản, với tổng kim ngạch xuất khẩu giai đoạn này đạt hơn 25 tỷ USD. Hàng năm tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu sang quốc gia này tuy không cao nhưng khá ổn định.

Về chủ thể tham gia xuất khẩu

Số lượng doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp hoạt động xuất nhập khẩu nói riêng được mở rộng và hoạt động ngày càng hiệu quả. Theo Cục Thống kê - Bộ Tài chính, các doanh nghiệp trong nước năm 2025 đạt kim ngạch xuất khẩu 107,95 tỷ USD, giảm 6,1% so với năm 2024 và chiếm 22,7% tổng kim ngạch. Các doanh nghiệp FDI dẫn đầu và đóng góp lớn cho kim ngạch xuất khẩu hàng năm nói chung và năm 2025 nói riêng. Kim ngạch xuất khẩu năm 2025 của các doanh nghiệp trong khu vực này (kể cả dầu thô) đạt 367,09 tỷ USD, tăng 26,1% và chiếm 77,3% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước và cũng chiếm tỷ trọng cao ở các thị trường lớn, đặc biệt là Hoa Kỳ và EU, trong



đó chủ yếu là các mặt hàng công nghiệp chế biến như: hàng điện tử, máy móc, thiết bị, dệt may, giày dép... Điều này thể hiện các doanh nghiệp FDI đã tận dụng tốt hơn những ưu thế của hội nhập quốc tế và đổi mới công nghệ, góp phần chủ yếu trong việc tạo ra xuất siêu cho Việt Nam.

1.2. Một số hạn chế

Bên cạnh những kết quả đạt được, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam năm 2025 vẫn còn những hạn chế nhất định như:

Thứ nhất, quy mô hàng hóa xuất khẩu còn nhỏ lẻ, tăng trưởng tuy đạt tốc độ khá cao nhưng về lâu dài thì chưa thật sự bền vững. Nguồn hàng xuất khẩu thiếu tính liên kết, bền vững và dễ bị tác động tiêu cực của thị trường nước ngoài khi có biến động lớn. Khả năng cạnh tranh còn hạn chế ở cả ba cấp độ: cấp độ sản phẩm, cấp độ doanh nghiệp và cấp độ quốc gia. Nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ lực vẫn là hàng gia công là chính. Hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam phụ thuộc lớn vào các doanh nghiệp FDI (năm 2025 chiếm 77,3%)... Khu vực nhà nước tăng

chậm (năm 2025 chiếm 22,7%, giảm hơn 6%), giá trị gia tăng còn thấp; chủ yếu là gia công, lắp ráp, phụ thuộc vào nguyên liệu, linh kiện nhập khẩu và dễ gặp rủi ro, bị động nếu các tập đoàn FDI có sự chuyển dịch chuỗi cung ứng sang các quốc gia khác. Một số nhóm, mặt hàng, đặc biệt là các mặt hàng nông sản, tăng trưởng xuất khẩu vẫn chủ yếu tăng về số lượng và một số thời điểm tăng về giá do thị trường khan hiếm. Hàng xuất khẩu thô, hàm lượng công nghệ thấp vẫn chưa tăng được tăng cao;

Thứ hai, cơ cấu xuất khẩu chậm được cải thiện, tỷ trọng hàng công nghệ cao, hàng nông sản chế biến sâu thương hiệu Việt Nam còn thấp; chưa có các ngành xuất khẩu dẫn dắt bằng công nghệ và sáng tạo;

Thứ ba, xuất khẩu còn phụ thuộc lớn vào một số thị trường như: Hoa Kỳ, Trung Quốc, EU, dễ bị tác động bởi chính sách bảo hộ, điều tra phòng vệ thương mại, biến động chính trị và sự phục hồi chậm của các nền kinh tế lớn, nhất là Hoa Kỳ;

Thứ tư, rào cản kỹ thuật và phòng vệ thương

mai, gia tăng các vụ chống bán phá giá, chống trợ cấp; yêu cầu khắt khe trong truy xuất nguồn gốc và tiêu chuẩn quốc tế về môi trường, phát thải carbon, trong khi doanh nghiệp của Việt Nam chủ yếu là doanh nghiệp nhỏ và vừa, khó đáp ứng. Còn hiện tượng một số mặt hàng xuất khẩu sang một số thị trường như Hoa kỳ, Australia và New Zealand vi phạm tiêu chuẩn, quy định an toàn sinh học và an toàn thực phẩm, gây ảnh hưởng đến uy tín của hàng hóa Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp Việt Nam nói riêng trên các thị trường này. Đặc biệt là từ ngày 01/01/2026, vấn đề về thuế đối ứng và Đạo luật Bảo vệ Động vật biển có vú (MMPA) của Mỹ có hiệu lực, cấm nhập khẩu một số loài hải sản của Việt Nam. Đây là thách thức lớn, bởi Mỹ là thị trường chủ lực về thủy sản Việt Nam.

Thứ năm, chi phí logistics còn cao hơn một số quốc gia; năng lực hạ tầng còn bất cập, cảng biển, kho lạnh, logistics nông sản chưa đồng bộ; kết nối giao thông đường sắt, đường thủy, đường bộ và đường hàng không còn yếu kém, làm giảm nhiều sức cạnh tranh về giá của hàng xuất khẩu;

Thứ sáu, sự liên kết giữa các doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp FDI chưa chặt chẽ, cùng với đó, công nghiệp hỗ trợ của Việt Nam chưa phát triển, tỷ lệ nội địa hóa thấp, gây không ít cản trở cho việc tăng xuất khẩu.

Tuy nhiên, tiềm năng xuất khẩu của Việt Nam vẫn còn rất lớn. Với mục tiêu phát triển xuất khẩu bền vững trên cơ sở cơ cấu cân đối, hài hòa, phát huy lợi thế cạnh tranh, lợi thế so sánh, phát triển thương hiệu hàng hóa Việt Nam; nâng cao vị thế của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu, là động lực phát triển kinh tế nhanh và bền vững, cần tìm ra các giải pháp đột phá, thúc đẩy xuất khẩu bền vững, khả thi trong bối cảnh kinh tế, chính trị thế giới hiện nay và trong những năm tới.

2. Giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu cho năm 2026 và những năm tiếp theo đến 2030

2.1. Quan điểm xuất khẩu đến 2030

Trên cơ sở “mục tiêu phát triển xuất nhập khẩu

bền vững với cơ cấu cân đối, hài hòa, phát huy lợi thế cạnh tranh, lợi thế so sánh, phát triển thương hiệu hàng hóa Việt Nam, nâng cao vị thế quốc gia trong chuỗi giá trị toàn cầu, là động lực của tăng trưởng kinh tế nhanh và bền vững, Bộ Công Thương đã xây dựng và trình Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, ban hành Quyết định số 493/QĐ-TTg ngày 19/4/2022, phê duyệt Chiến lược xuất khẩu hàng hóa đến năm 2030, trên 3 quan điểm cơ bản xuyên suốt”.

Thứ nhất, phát triển xuất khẩu bền vững trên cơ sở hài hòa về cơ cấu hàng hóa, cơ cấu thị trường và cán cân thương mại với từng thị trường và khu vực thị trường; hài hòa giữa các mục tiêu ngắn hạn và dài hạn; hài hòa cơ hội tham gia và hưởng thụ thành quả tăng trưởng xuất khẩu; gắn với thương mại xanh và thương mại công bằng, với bảo vệ môi trường, đa dạng sinh học và thích ứng với biến đổi khí hậu.

Thứ hai, phát triển xuất khẩu hàng hóa gắn với đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng kinh tế - kỹ thuật, khoa học - công nghệ; chuyển đổi số; phát triển kinh tế số; phát triển nền sản xuất xanh, sạch, bền vững, tuần hoàn và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; nâng cao hàm lượng khoa học - công nghệ trong sản phẩm xuất khẩu; xây dựng thương hiệu hàng hóa Việt Nam trong xuất khẩu.

Thứ ba, phát triển xuất khẩu gắn với quy hoạch, kế hoạch phát triển ngành và địa phương nhằm phát huy hiệu quả cạnh tranh, khai thác hiệu quả, cơ hội và hạn chế tác động của các thách thức trong thực thi cam kết hội nhập kinh tế quốc tế; tham gia sâu vào chuỗi cung ứng và chuỗi giá trị toàn cầu. Theo đó, hằng năm, ngay từ những tháng của quý 4 năm trước, các bộ, ngành và địa phương cần lập kế hoạch tổng thể phát triển ngành kinh tế trọng điểm, có lợi thế, đảm bảo sự cân đối, hài hòa trong sản xuất nhằm tránh tình trạng sản xuất dư thừa. Mặt khác, cần phát huy thế mạnh của sản phẩm của từng vùng để đảm bảo nâng cao tính cạnh tranh.

2.2. Giải pháp

Để phát triển xuất khẩu cho năm 2026 và những năm tiếp theo đến 2030, cần thực hiện đồng bộ các



giải pháp, trong đó, tập trung vào một số giải pháp chủ yếu sau:

Thứ nhất, rà soát để bổ sung, chỉnh sửa cơ chế, chính sách kinh tế, chính sách xuất khẩu theo hướng ổn định, dài hạn.

Việc rà soát cơ chế, chính sách kinh tế, thương mại, xuất khẩu phải được thực hiện một cách thường xuyên để đảm bảo phù hợp với bối cảnh kinh tế - xã hội trong từng giai đoạn phát triển kinh tế - xã hội cũng như bối cảnh quốc tế. Duy trì sự ổn định môi trường kinh tế vĩ mô thông qua việc hoàn thiện chính sách đầu tư, tài chính, cân đối ngân sách, ổn định tiền tệ, quản lý, điều hành giá, kiểm soát lạm phát, thúc đẩy kinh tế - xã hội phát triển; đơn giản hóa thủ tục hành chính, thủ tục thành lập doanh nghiệp, thủ tục xuất, nhập khẩu; chủ động phòng vệ thương mại... Theo đó, cần rà soát lại hệ thống các văn bản pháp luật và cơ chế, chính sách nhằm phát hiện những hạn chế, không còn phù hợp với thực tế cũng như không phù hợp với quy định quốc tế và các cam kết trong các Hiệp định thương mại song phương và đa phương. Tháo gỡ các rào cản về

hệ thống pháp luật và chính sách kinh tế, tài chính đối với hoạt động xuất khẩu hàng hóa. Tăng cường quản lý nhà nước trong hoạt động xuất khẩu nhằm tạo điều kiện cho thương mại phát triển, chống gian lận thương mại và hướng tới thương mại công bằng. Hướng dẫn, hỗ trợ các doanh nghiệp áp dụng và đạt các chứng chỉ về tăng trưởng xanh, tăng trưởng bền vững, phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế và tiêu chuẩn của các thị trường mục tiêu. Đảm bảo công bằng trong hoạt động xuất khẩu. Trên cơ sở đó, bổ sung, chỉnh sửa các chính sách cho phù hợp. Chủ động tham gia xây dựng các quy tắc và luật lệ chung của Tổ chức Thương mại quốc tế (WTO), Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC), Diễn đàn hợp tác kinh tế châu Á - Thái Bình Dương (APEC); tích cực bảo vệ lợi ích chính đáng của Nhà nước, của doanh nghiệp và người tiêu dùng Việt Nam trong các tranh chấp kinh tế, thương mại và đầu tư quốc tế. Xây dựng thể chế kinh tế thị trường Việt Nam hiện đại, đảm bảo tính hệ thống, công khai, minh bạch và ổn định; đảm bảo thuận lợi cho xuất khẩu bền vững; thúc đẩy chế biến sâu, có hàm lượng công nghệ cao.

Thứ hai, cơ cấu lại các ngành sản xuất, dịch vụ, chuyển mạnh từ tăng sản lượng sang tăng giá trị; phát triển các ngành xuất khẩu giá trị gia tăng cao như các ngành điện tử, bán dẫn, cơ khí chính xác, thiết bị công nghiệp, công nghiệp sinh học, dược phẩm, nông nghiệp chế biến sâu, thực phẩm chức năng; giảm xuất khẩu sản phẩm thô, hạn chế xuất khẩu khoáng sản, nông sản sơ chế; gắn xuất khẩu với chuỗi chế biến - thương hiệu - logistics; tập trung trọng tâm vào xuất khẩu công nghệ, công nghệ cao, trí tuệ và thương hiệu Việt Nam; xây dựng thương hiệu quốc gia và thương hiệu doanh nghiệp; hình thành doanh nghiệp xuất khẩu đầu tàu, dẫn dắt của Việt Nam, đặc biệt hỗ trợ doanh nghiệp tư nhân lớn vươn ra quốc tế; tạo nguồn cung đầy đủ, bền vững cho xuất khẩu; khuyến khích các dự án, các nghiên cứu về vật liệu mới, sản xuất và xuất khẩu sản phẩm, hàng hóa thân thiện với môi trường, sản phẩm có hàm lượng khoa học, công nghệ cao.

Thứ ba, tăng cường năng lực cạnh tranh quốc gia trong hoạt động xuất khẩu

Đổi mới mô hình tăng trưởng theo chiều sâu và ngày càng nâng cao chất lượng; cơ cấu lại ngành và doanh nghiệp trên cơ sở sử dụng hiệu quả các thành tựu khoa học và công nghệ tiên tiến, nhất là Cách mạng công nghiệp 4.0, chuyển đổi số, chuyển đổi xanh. Đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng đồng bộ, hiện đại, có khả năng kết nối cao; chuyển nền kinh tế từ khai thác và sử dụng tài nguyên dưới dạng thô sang chế biến sâu, nâng cao giá trị gia tăng của hàng hóa; xây dựng các trung tâm logistics vùng, quốc gia để tham gia mạng lưới logistic khu vực và quốc tế; phân tích, đánh giá khả năng cạnh tranh của từng ngành hàng, từng loại sản phẩm, dịch vụ, từng địa phương để có phương án nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia. Phát triển mạnh mẽ khu vực tư nhân để trở thành động lực quan trọng và thực sự của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa theo Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 04/5/2025. Phát triển mạnh các liên kết kinh tế, tăng cường nguồn lực đầu tư cho phát triển sản xuất hàng hóa theo chiều sâu. Đầu tư phát triển

thương hiệu quốc gia và đảm bảo sự hỗ trợ của Nhà nước cho các doanh nghiệp đăng ký bảo hộ nhãn hiệu trên thị trường quốc tế; khuyến khích hình thành các vùng sản xuất hàng xuất khẩu chủ lực tập trung, tạo nguồn hàng xuất khẩu quy mô lớn và có chất lượng cao, đạt tiêu chuẩn quốc tế.

Thứ tư, nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm, dịch vụ và của các doanh nghiệp xuất khẩu. Theo đó, doanh nghiệp cần phải đổi mới chiến lược và phương thức sản xuất, kinh doanh; tăng cường mối quan hệ và tích cực chủ động tham gia vào quá trình phân công lao động quốc tế, tham gia vào mạng lưới sản xuất, phân phối khu vực và quốc tế; tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu; đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số và kinh doanh trên nền tảng số của doanh nghiệp. Phát triển đa dạng hóa các phương thức xuất khẩu, kết hợp phương thức truyền thống với phương thức xuất khẩu hiện đại. Đẩy mạnh áp dụng thương mại điện tử xuyên biên giới và tham gia các sàn thương mại điện tử quốc tế. Tiếp tục đổi mới cơ cấu hàng xuất khẩu theo hướng giảm hàng xuất khẩu thô, tăng xuất khẩu sản phẩm chế biến, sản phẩm công nghiệp có hàm lượng khoa học cao. Tổ chức quy trình sản xuất hiện đại, áp dụng phương thức quản lý tiên tiến nhằm tiết kiệm chi phí đầu vào để giảm giá thành sản phẩm hàng hóa, dịch vụ xuất khẩu. Đổi mới quy cách, mẫu mã sản phẩm, mẫu mã bao bì nhằm phù hợp thị hiếu người tiêu dùng từng khu vực thị trường. Nâng cao năng lực quản trị của đội ngũ lãnh đạo các cấp thông qua đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ quản lý xuất, nhập khẩu. Có chiến lược đào tạo hợp lý; kết hợp với các cơ sở giáo dục đào tạo, các viện nghiên cứu chuyên ngành để xây dựng và thực hiện các chương trình đào tạo, bồi dưỡng kiến thức chuyên môn, nghiệp vụ và kiến thức công nghệ thông tin nhằm bắt kịp với thời đại công nghệ số. Xây dựng quy trình quản trị phù hợp, tăng cường thực hiện phân cấp, phân quyền và chế độ thưởng, phạt nghiêm minh trong doanh nghiệp... Trên cơ sở đó, nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm, dịch vụ hàng hóa xuất khẩu.

Thứ năm, đa dạng hóa thị trường xuất khẩu: đẩy mạnh đàm phán song phương, đa phương với các thị trường, khu vực thị trường trọng điểm, nhiều tiềm năng; tăng cường các hoạt động xúc tiến xuất khẩu theo hướng chú trọng mở rộng thị trường sang các nước đang phát triển, các thị trường tiềm năng và thị trường mới nổi Trung Đông - châu Phi, Nam Á, Mỹ Latin... Phát triển xuất khẩu theo chiều sâu tới những thị trường truyền thống như Hoa Kỳ, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, EU, các nước ASEAN...

Thứ sáu, khai thác, tận dụng hiệu quả các lợi thế do các FTA thế hệ mới đem lại. Việc áp thuế suất thấp hoặc bằng 0% đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam trong các FTA Việt Nam đã ký kết và thực thi là động lực thúc đẩy hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam. Doanh nghiệp cần tìm hiểu kỹ lưỡng và tận dụng những ưu đãi từ các FTA thế hệ mới đem lại như: CPTPP, EVFTA, UKVFTA, RCEP; phát triển thị trường ngách, thị trường cao cấp... để thâm nhập thị trường, tăng trưởng xuất khẩu đạt hiệu quả cao và bền vững.

Thứ bảy, thúc đẩy phát triển kinh tế số, tạo động lực cho phát triển kinh tế - xã hội nói chung và cho hoạt động xuất khẩu nói riêng một cách bền vững. Theo đó, cần đẩy mạnh 3 đột phá chiến lược số, bao gồm thể chế số, hạ tầng số và nguồn lực số. Trên cơ sở đó tăng tốc độ phát triển lực lượng sản xuất mới, chất lượng cao, chuyên nghiệp; tăng cường đầu tư phát triển khoa học công nghệ, xây dựng các trung

tâm công nghệ cao, thu hút đầu tư nước ngoài của các công ty đa quốc gia nhằm từng bước rút ngắn khoảng cách về công nghệ với các nước trên thế giới, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tiếp cận và tăng tính thanh khoản các nguồn vốn đầu tư cho nghiên cứu phát triển. Tăng cường đổi mới công nghệ và sản phẩm mang tính sáng tạo.

Thứ tám, tăng cường hoạt động thông tin, truyền thông trong xuất khẩu: đẩy mạnh thông tin truyền thông về xuất khẩu, về các thị trường quốc tế, các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam. Bộ Công thương cần chủ trì, phối hợp với các cơ quan, đơn vị phát hành các ấn phẩm thông tin về xuất khẩu. Nhà nước cần có sự đầu tư thỏa đáng để có cơ sở dữ liệu, phát triển mạnh cơ sở dữ liệu điện tử dùng chung và liên thông quốc gia để hỗ trợ xuất khẩu.

Kết luận

Phát huy kết quả tích cực trong xuất khẩu năm 2025, nhận thức đầy đủ những khó khăn, thách thức trong thời gian tới của kinh tế thế giới và trong nước, Việt Nam với sự nỗ lực, phát huy tính chủ động sáng tạo trong lãnh đạo chỉ đạo của các cấp Đảng, Chính quyền từ trung ương đến địa phương và sự đồng thuận, khắc phục khó khăn, vượt qua mọi thách thức của cộng đồng doanh nghiệp và người dân, xuất khẩu của Việt Nam sẽ có sự phát triển kỷ lục, hoàn thành vượt mức mục tiêu “Chiến lược xuất khẩu hàng hóa đến năm 2030”. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công Thương, “Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2021-2030”;
2. Bộ Tài chính - Cục Thống kê, “Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội quý IV và năm 2025”;
3. [Moit.vov.vn/bao-ve-nen-tang-tu-tuong-cua-dang/chien-luoc-xuat-nhap-khau-hang-hoa-cua-viet-nam-den-2030.html](https://moit.vov.vn/bao-ve-nen-tang-tu-tuong-cua-dang/chien-luoc-xuat-nhap-khau-hang-hoa-cua-viet-nam-den-2030.html). Ngày 29 tháng 4 năm 2022;
4. [Trungtamwto.vn/chuyen-de/31526-10-su-kien-noi-bat-cua-kinh-te-viet-nam-nam-2025](https://trungtamwto.vn/chuyen-de/31526-10-su-kien-noi-bat-cua-kinh-te-viet-nam-nam-2025)- ngày đăng 31/12/2025;
5. [Xaydungchinhhsach.chinhphu.vn/xuat-nhap-khau-2025-ky-luc-kim-ngach-thac-thc-chat-luong-tang-truong-119251229082019746.html](https://xaydungchinhhsach.chinhphu.vn/xuat-nhap-khau-2025-ky-luc-kim-ngach-thac-thc-chat-luong-tang-truong-119251229082019746.html). Cập nhật 02/01/2026.

Ngày nhận bài: 09/01/2026
Ngày duyệt đăng: 13/01/2026