

BÁO CÁO NGÀNH DỆT MAY 2026

Xuất khẩu sang Mỹ là động lực tăng trưởng chính

TRIỂN VỌNG 2026 | NGÀNH DỆT MAY: XUẤT KHẨU SANG MỸ LÀ ĐỘNG LỰC TĂNG TRƯỞNG CHÍNH

NGÀNH DỆT MAY

[KHẢ QUAN]

Dự báo năm 2026:

- **Xuất khẩu** tăng trưởng +8% YoY
- **Thị phần tại Mỹ** mở rộng +2 bps
- **BLNG ~10% - 17%** tùy mặt hàng.

Cổ phiếu nổi bật:

- **TNG [KHẢ QUAN]**
- **MSH [THEO DÕI]**
- **TCM [THEO DÕI]**

1. Xuất khẩu sang Mỹ tích cực vẫn là động lực tăng trưởng chính

Xuất khẩu sang Mỹ dự báo đạt 19,7 tỷ USD (+9% YoY), nhờ:

1.1. Việt Nam duy trì vị thế quốc gia xuất khẩu hàng may mặc lớn nhất vào Mỹ

- (i) Chịu mức thuế đối ứng thấp hơn giúp Việt Nam hút đơn hàng từ Trung Quốc. Hàng may mặc của Việt Nam chịu thuế đối ứng 20%, thấp hơn đáng kể so với mức 50% của Trung Quốc – đối thủ cạnh tranh chính trong ngành hàng may mặc.
- (ii) Mức độ đa dạng hóa sản phẩm cao giúp Việt Nam duy trì lợi thế. Theo USITC, Việt Nam có mức độ tập trung sản phẩm là 2,8 (càng thấp thì sản phẩm càng đa dạng), gần tiệm cận với Trung Quốc và tốt hơn đáng kể so với các nước xuất khẩu lớn khác là Bangladesh và Ấn Độ.

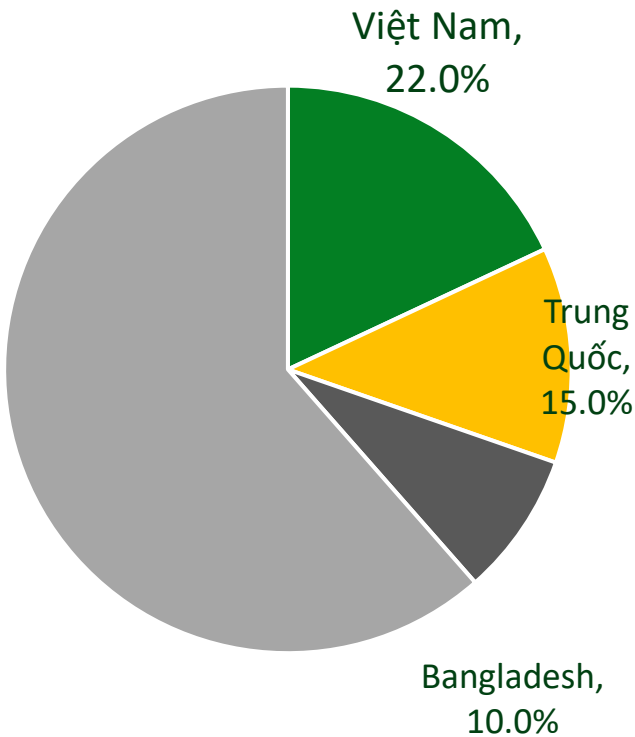
1.2. Nhu cầu tại thị trường Mỹ duy trì tăng trưởng ở mức trung bình

- (i) Tồn kho quần áo duy trì quanh mức trung bình dài hạn - dù trước đó đã có giai đoạn “tích hàng né thuế”;
- (ii) Chi tiêu của hộ gia đình duy trì tăng trưởng thúc đẩy các nhãn hàng nhập hàng mới.

2. Các thị trường EU, Nhật Bản và Hàn Quốc duy trì ổn định

- **Thị trường EU:** KNXK kỳ vọng đạt 5,1 tỷ USD tăng 9% nhờ thuế nhập khẩu với hầu hết các sản phẩm may mặc đã về 0% và nhu cầu tiêu thụ của EU ổn định.
- **Thị trường Nhật Bản:** KNXK kỳ vọng đạt 4,8 tỷ USD tăng 5%, thúc đẩy bởi kinh tế Nhật Bản duy trì tăng trưởng, nhưng bị kìm hãm bởi chính sách “rút dần” các biện pháp kích thích tăng trưởng kinh tế, theo đó khiến các nhãn hàng nhập khẩu chậm lại.
- **Thị trường Hàn Quốc:** KNXK kỳ vọng đạt 3,2 tỷ USD tăng chậm 2%, do tiêu dùng tại thị trường này kém khả quan và cạnh tranh ngành càng gay gắt với Trung Quốc.

Thị phần xuất khẩu vào Mỹ



+9%



+5%



+2%

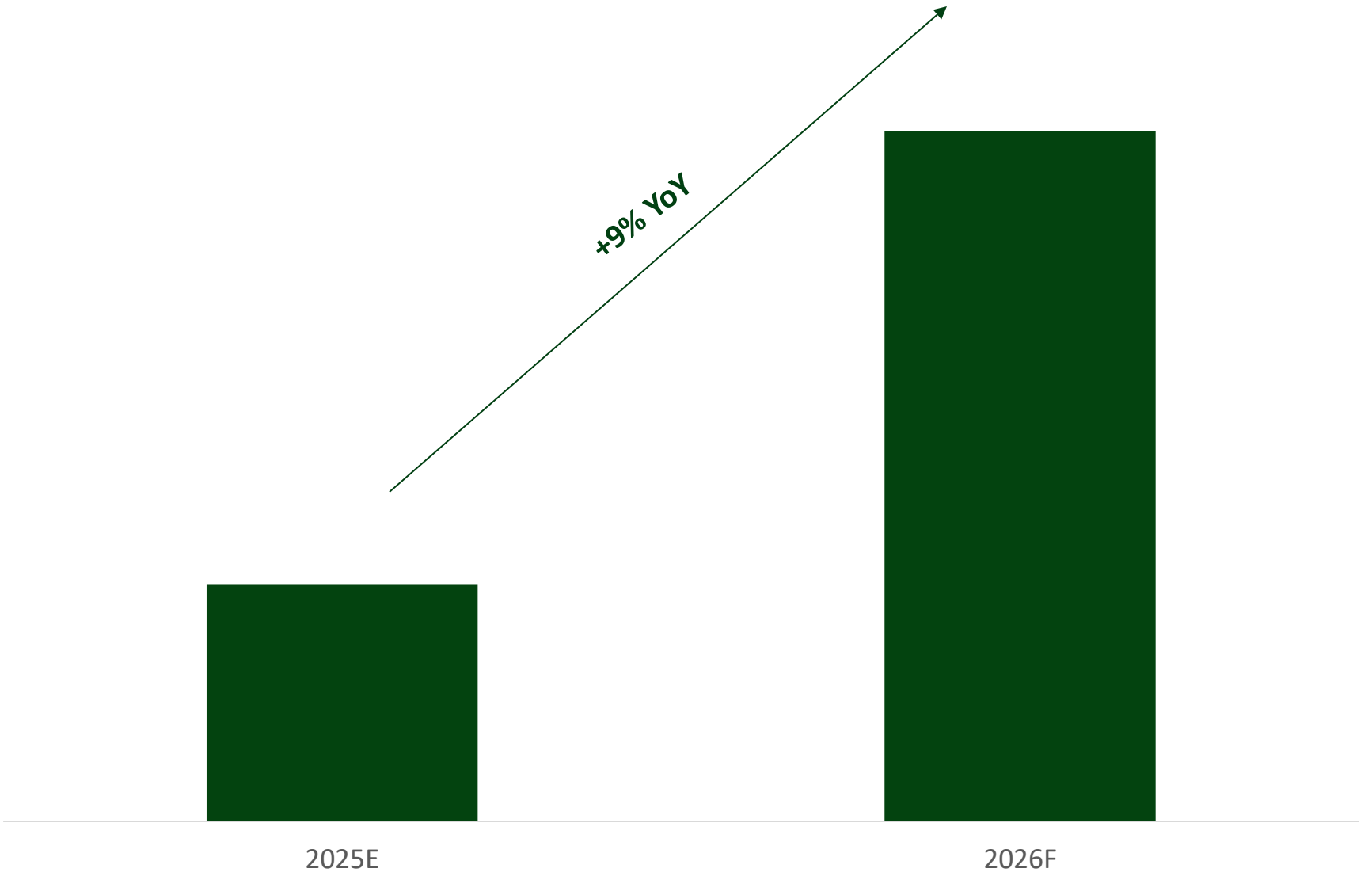
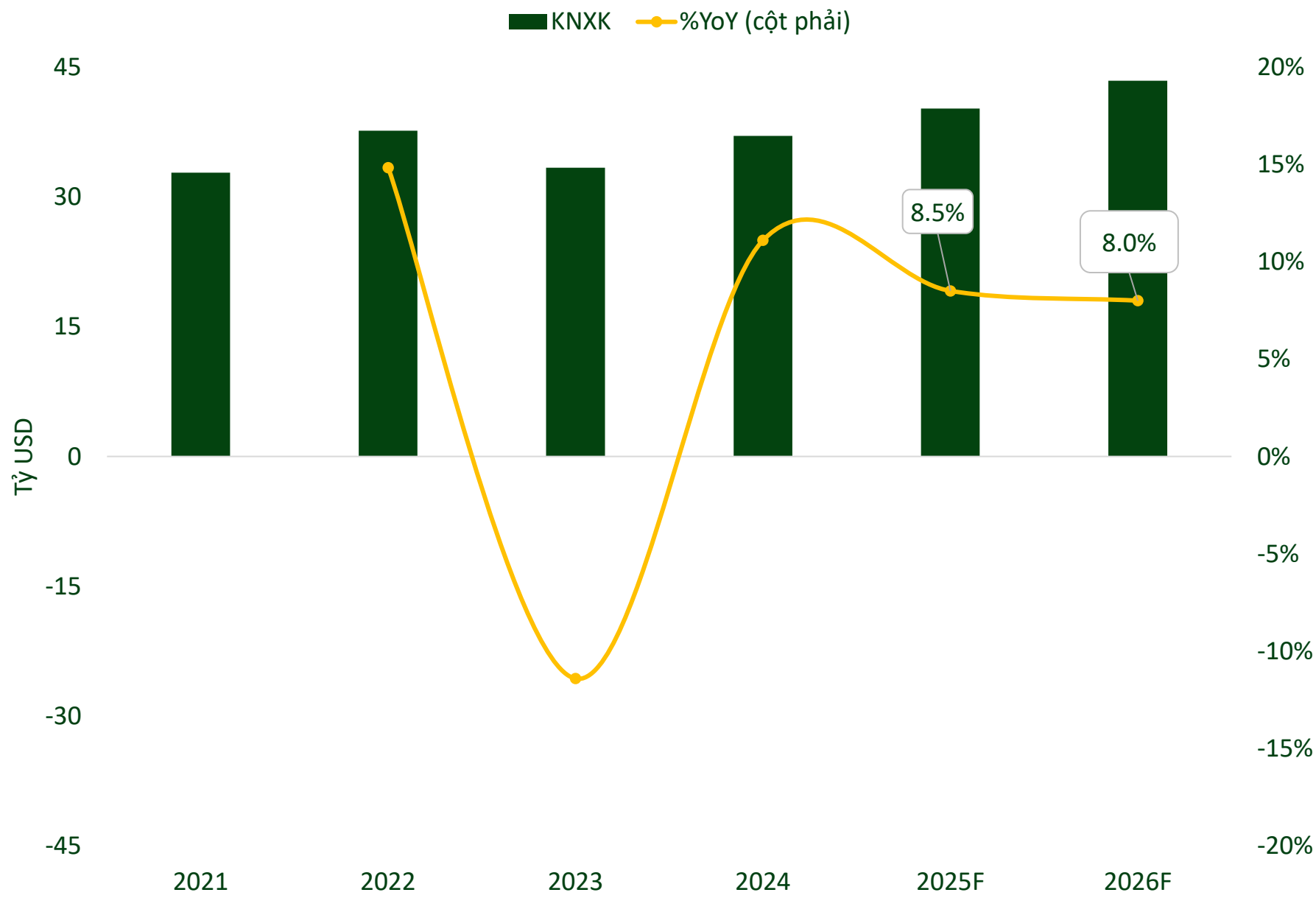


Trong báo cáo này, chúng tôi tập trung vào phân tích mảng may (chiếm tới 80% doanh thu ngành) với chỉ tiêu đại diện là kim ngạch xuất khẩu (KNXK).

- Năm 2025, KNXK dệt may Việt Nam kỳ vọng đạt **40 tỷ USD (+8,5% YoY)**, đây là kết quả tích cực trước nhiều biến động trong thương mại toàn cầu, đặc biệt là thuế quan từ Mỹ và Trade War 2.0.

Dự phóng KNXK năm 2026 đạt **43 tỷ USD (+8,0% YoY)**, dẫn dắt bởi tăng trưởng từ xuất khẩu sang Mỹ (+9% YoY), trong khi các thị trường còn lại kỳ vọng duy trì ổn định (EU +9%, Nhật Bản +5%, Hàn Quốc +2%)

Xuất khẩu sang Mỹ dự báo đạt **19,7 tỷ USD (+9% YoY)**, nhờ nhu cầu tiêu dùng tăng trưởng và dịch chuyển đơn hàng từ Trung Quốc sang Việt Nam.

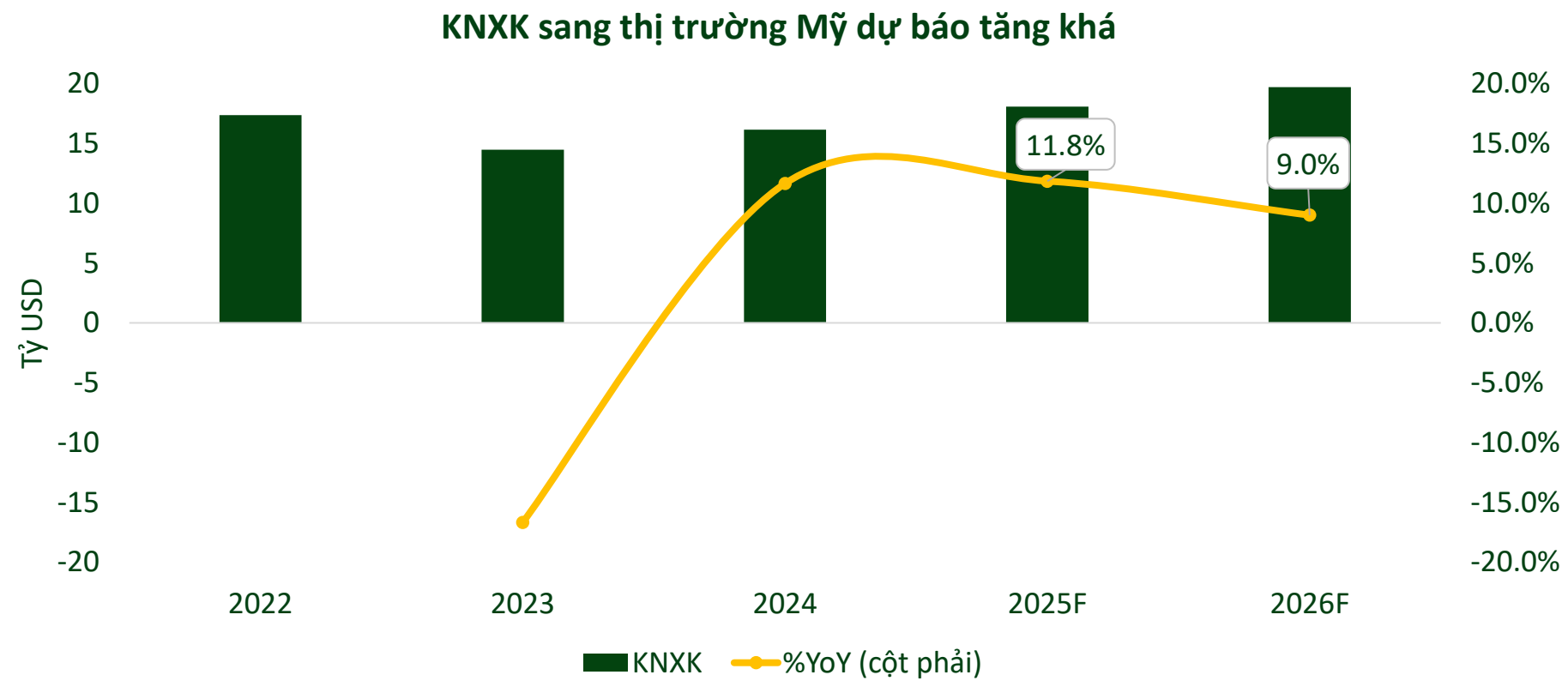


Nguồn: GSO, Aseansc Research

1.1. Việt Nam duy trì vị thế quốc gia xuất khẩu hàng may mặc lớn nhất vào Mỹ

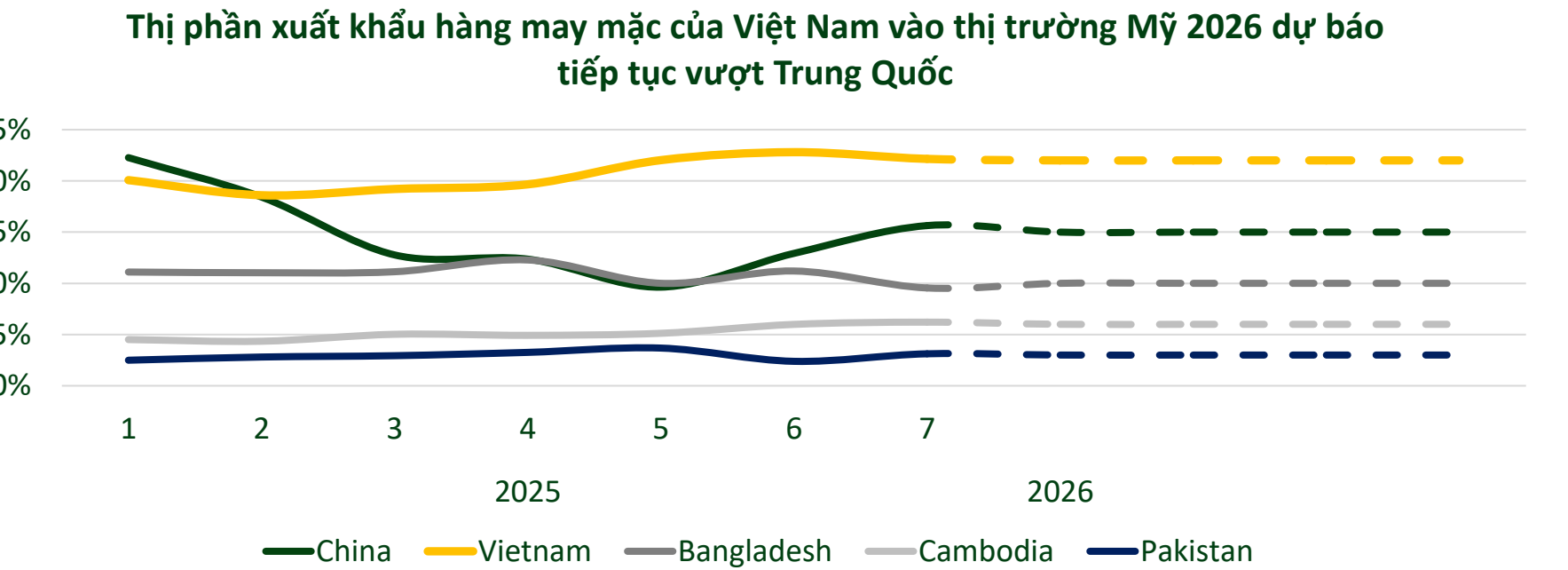
(i) Chịu mức thuế đối ứng thấp hơn giúp Việt Nam hút đơn hàng từ Trung Quốc

Việt Nam gia tăng đáng kể sức cạnh tranh nhờ mức thuế đối ứng thấp hơn Trung Quốc (đối thủ cạnh tranh chính tại Mỹ) và khả năng sản xuất đa dạng, qua đó trở thành điểm đến hưởng lợi lớn nhất từ xu hướng dịch chuyển đơn hàng khỏi nước này. Mức thuế thấp hơn giúp hàng quần áo Việt Nam mở rộng lợi thế cạnh tranh về giá trong khi vẫn đảm bảo về mặt chất lượng và đa dạng sản phẩm. Đến tháng 11/2025, mặt hàng dệt may của Trung Quốc đang phải chịu thuế đối ứng cộng thêm là ~50% - cao hơn rất nhiều so với mức 20% áp dụng với Việt Nam. Bên cạnh đó, môi trường chính trị – kinh tế vĩ mô ổn định cũng củng cố niềm tin của các nhà mua hàng trong việc mở rộng đặt hàng hoặc chuyển bớt đơn khỏi Trung Quốc sang Việt Nam.



Nguồn: Aseansc Research

Thị phần xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam vào thị trường Mỹ đã vượt Trung Quốc từ tháng 2, qua đó trở thành quốc gia dẫn đầu trong nhóm các nhà cung ứng lớn. Đến tháng 5, khi xuất hiện thông tin chính thức về chính sách thuế mới, khoảng cách thị phần giữa Việt Nam và Trung Quốc tiếp tục được nới rộng, phản ánh mức độ hưởng lợi rõ rệt của doanh nghiệp Việt. Cập nhật đến tháng 8/2025, thị phần của Việt Nam đạt 22%, trong khi Trung Quốc giảm xuống còn 14% và Bangladesh đứng 3 ở mức 9%, củng cố vị thế dẫn đầu của Việt Nam trong chuỗi cung ứng dệt may vào Mỹ.



Nguồn: OTEXA

Ngoài ra, Mỹ điều chỉnh giảm thuế với các mặt hàng nông sản từ tháng 10/2025 cho thấy tín hiệu xoay trục trong lập trường của Washington - giảm mức độ căng thẳng thương mại và hỗ trợ ổn định giá cả trong nước. Động thái này mở ra kỳ vọng về việc nới thuế cho mặt hàng may mặc – vốn không phải là mặt hàng mà Mỹ muốn kiểm soát.

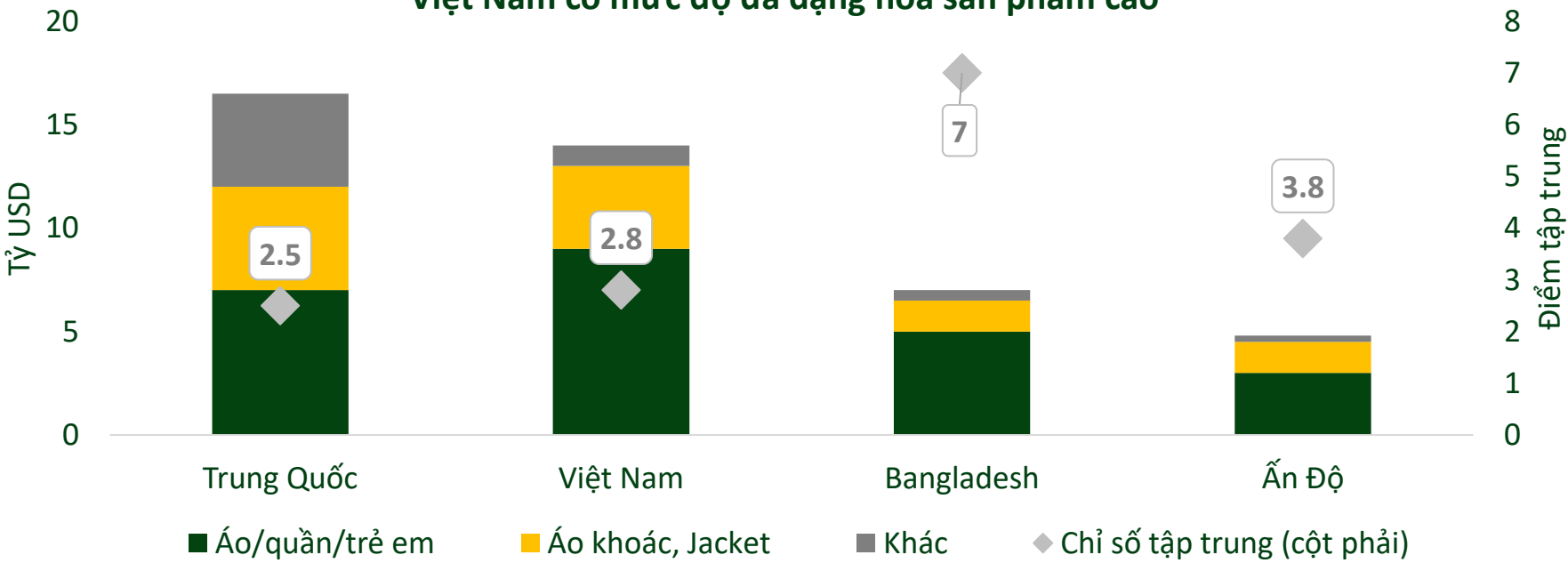
1. XUẤT KHẨU SANG MỸ TÍCH CỰC VẪN LÀ ĐỘNG LỰC TĂNG TRƯỞNG CHÍNH

1.1. Việt Nam duy trì vị thế quốc gia xuất khẩu hàng may mặc lớn nhất vào Mỹ

(ii) Mức độ đa dạng hóa sản phẩm cao giúp Việt Nam duy trì lợi thế

Việt Nam sở hữu năng lực sản xuất đa dạng, gần tiệm cận với Trung Quốc, với khả năng cắt may các sản phẩm từ đơn giản đến phức tạp. Khi đánh giá tổng thể các yếu tố tác động lên ngành dệt may, Việt Nam, Trung Quốc và Ấn Độ đạt điểm số tương đương (trong khoảng 25 điểm). Tuy nhiên, xét về mức độ đa dạng sản phẩm, Việt Nam gần tương đồng với với Trung Quốc và vượt trội hơn nhóm Bangladesh, Ấn Độ, do đó khi đơn hàng dịch chuyển từ Trung Quốc sang Mỹ, Việt Nam được kỳ vọng hưởng lợi nhiều nhất. Theo *USITC*, chỉ số tập trung sản phẩm dệt may của Việt Nam ở mức 2,8, gần với Trung Quốc (2,5); mức chỉ số thấp hơn phản ánh năng lực đa dạng hóa sản phẩm cao hơn. Bên cạnh đó, Việt Nam có môi trường chính trị - xã hội ổn định, hạn chế rủi ro gián đoạn sản xuất so với các quốc gia cạnh tranh – Việt Nam được đánh giá 3 điểm, cao hơn mức 1,5 của Trung Quốc.

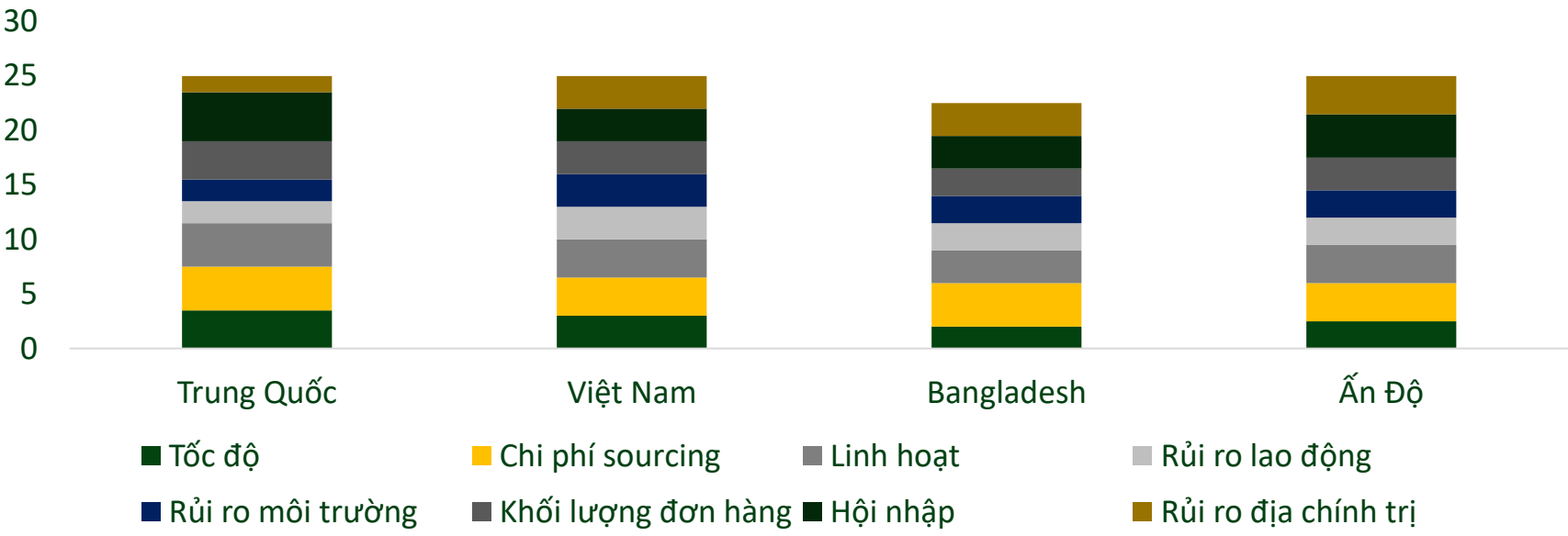
Việt Nam có mức độ đa dạng hóa sản phẩm cao



Nguồn: USITC

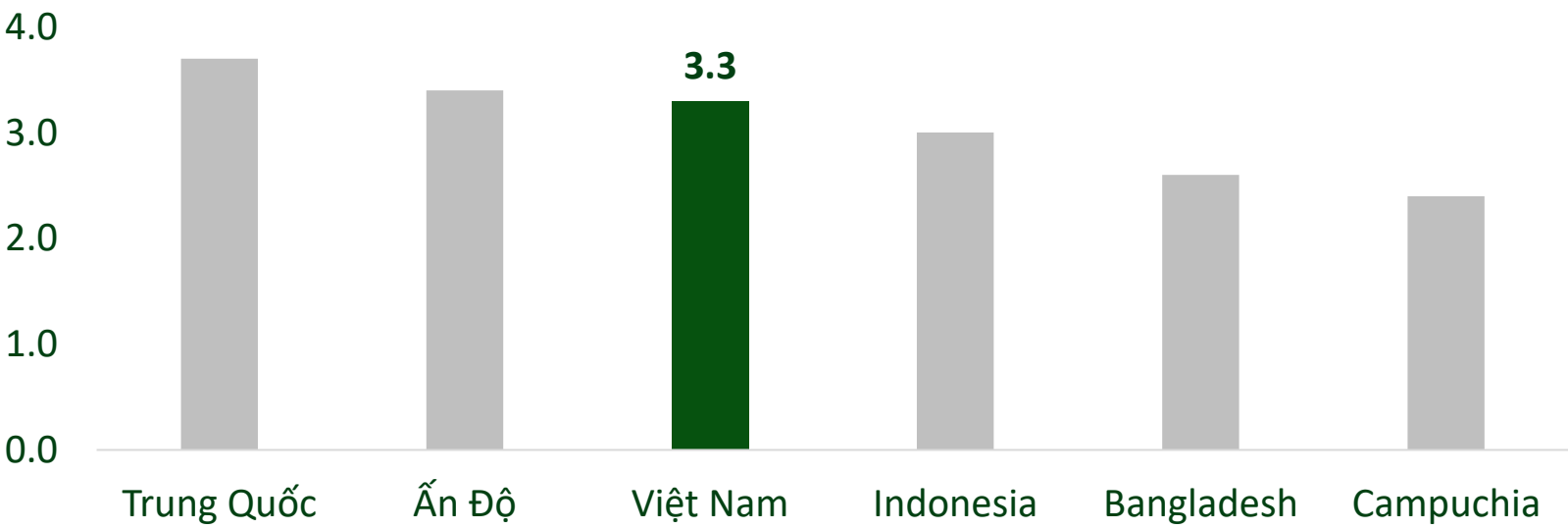
Đồng thời, hạ tầng logistics và hệ thống cảng biển hiệu quả giúp đảm bảo tiến độ giao hàng, với chỉ số hiệu quả logistics chỉ thấp hơn Ấn Độ và vượt trội so với Bangladesh, Indonesia và Campuchia.

Tiêu chí lựa chọn nguồn cung hàng may mặc của Mỹ



Nguồn: USFIA

Chỉ số hiệu quả Logistics của Việt Nam ở mức cao



Nguồn: World Bank

1. XUẤT KHẨU SANG MỸ TÍCH CỰC VẪN LÀ ĐỘNG LỰC TĂNG TRƯỞNG CHÍNH

1.2. Nhu cầu tại thị trường Mỹ duy trì tăng trưởng ở mức trung bình

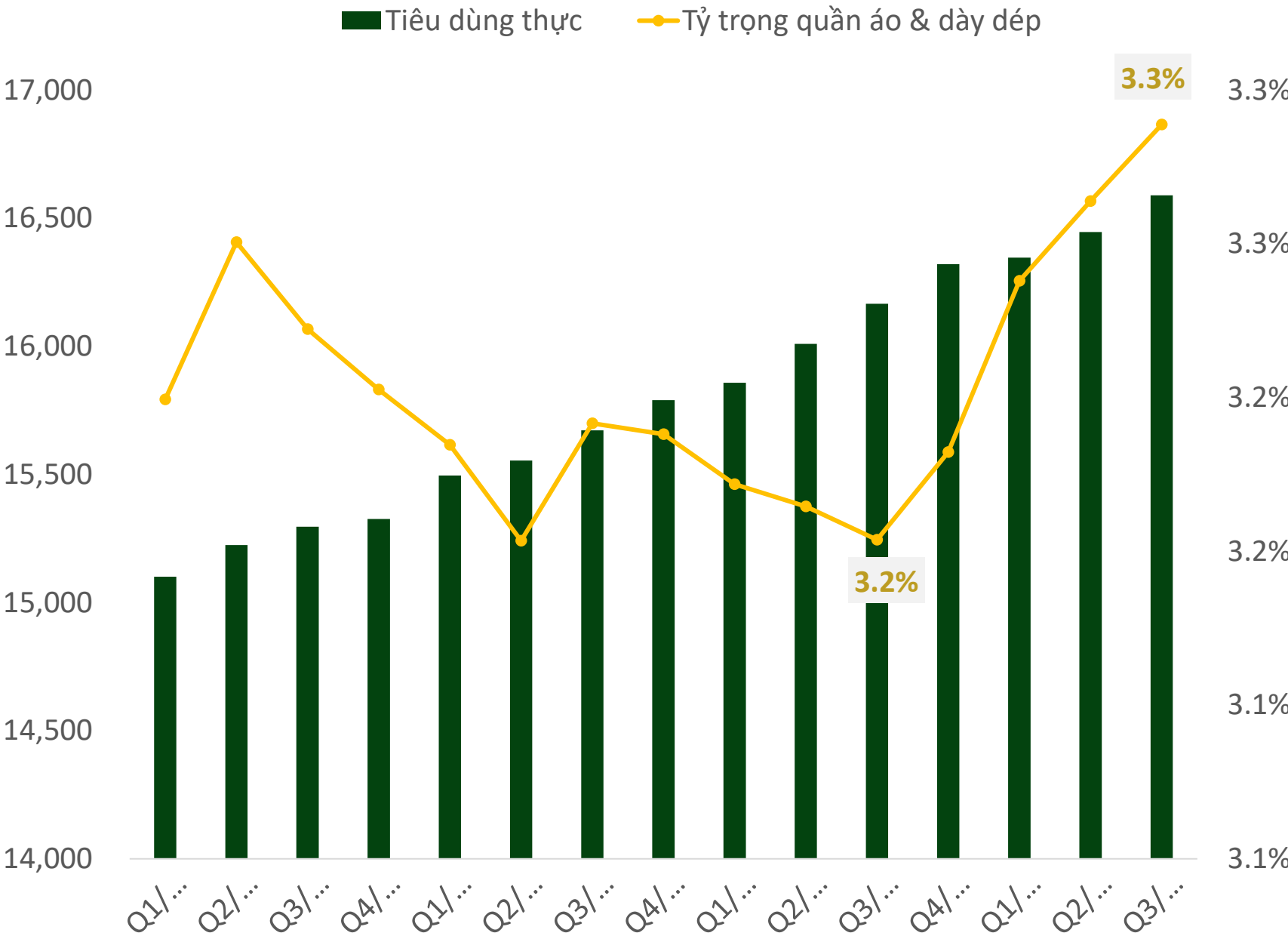
(i) Chi tiêu của hộ gia đình duy trì tăng trưởng thúc đẩy các nhãn hàng nhập hàng mới

Chi tiêu tiêu dùng của Mỹ được dự báo duy trì đà tăng trưởng ở mức trung bình trong năm 2026, mặc dù có nguy cơ chậm lại do tác động từ mức thuế cao hơn, vốn sẽ bắt đầu ảnh hưởng lên chi tiêu của người dân đối với các mặt hàng tiêu dùng. Dù vậy, *theo Conference Board*, thị trường lao động sôi động với tỷ lệ thất nghiệp thấp, tạo nền tảng vững chắc cho thu nhập khả dụng và sức mua của người dân. Bên cạnh đó, triển vọng FED tiếp tục giảm lãi suất sẽ làm giảm chi phí tín dụng và thúc đẩy tiêu dùng. Do những yếu tố này, tiêu dùng thực của người dân Mỹ dự kiến tăng chậm hơn ở 1,7% YoY trong 2026, phản ánh tác động đan xen giữa thị trường lao động vững và chi phí sinh hoạt tăng.

%YoY	2025E				2026F				2027F			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
GDP thực	2,0	2,1	1,9	1,7	2,1	1,5	1,2	1,3	1,5	1,6	1,8	2,1
Thu nhập thực	2,3	3,1	1,7	1,7	1,5	1,5	1,6	1,6	1,6	1,7	1,8	1,9
Tiêu dùng thực	0,6	2,5	2,7	1,3	0,8	1,8	1,9	1,8	1,7	1,9	2,4	2,9

Nguồn: Conference Board, ASEANSC tổng hợp

Việc tỷ trọng tiêu dùng quần áo & dày dép tăng ở Q3/25 là tín hiệu thuận cho nhu cầu 2026, nhưng tăng trưởng tuyệt đối vẫn phụ thuộc mạnh vào real income/việc làm và việc áp lực giá có hạ nhiệt như kịch bản Conference Board hay không.

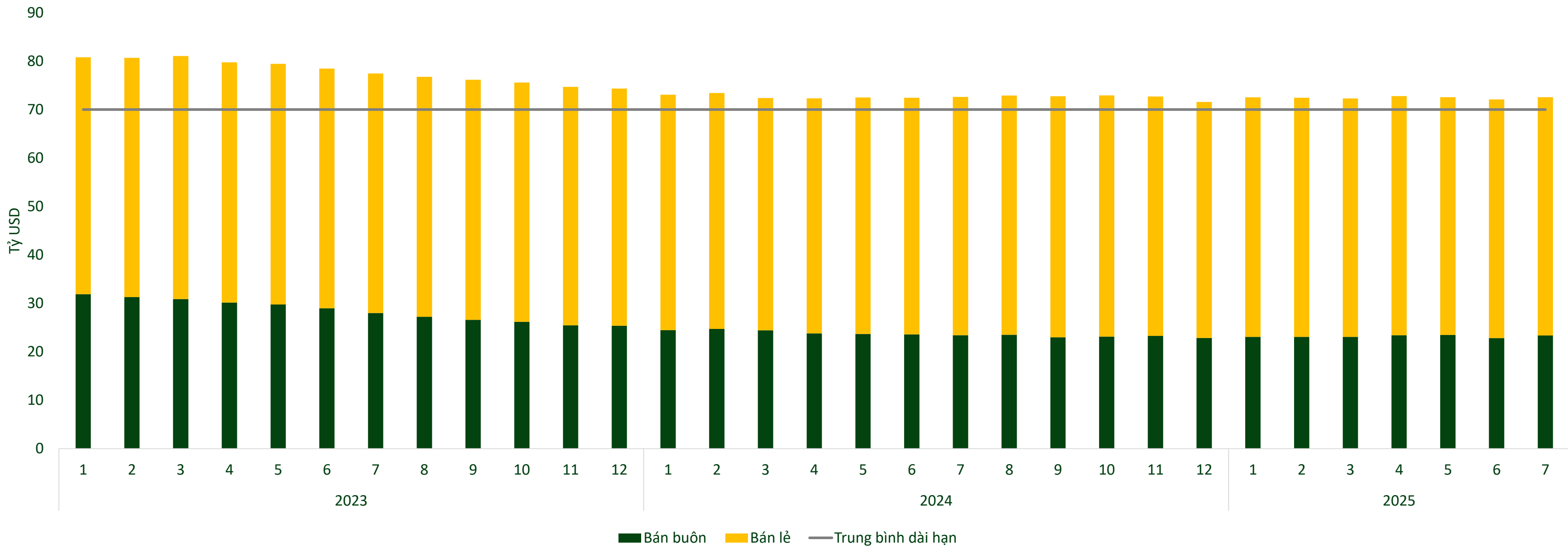


1. XUẤT KHẨU SANG MỸ TÍCH CỰC VẪN LÀ ĐỘNG LỰC TĂNG TRƯỞNG CHÍNH

1.2. Nhu cầu tại thị trường Mỹ duy trì tăng trưởng ở mức trung bình

(ii) Tồn kho quần áo duy trì quanh mức cân bằng - dù trước đó đã có giai đoạn “tích hàng né thuế”

Tồn kho quần áo tại kênh bán buôn và bán lẻ của Mỹ đạt khoảng 72 tỷ USD vào cuối tháng 7, với mức trung bình 10 năm là 70 tỷ USD. Điều này phản ánh nhu cầu tiêu dùng quần áo vẫn ổn định, tạo tiền đề cho các nhà nhập khẩu tiếp tục duy trì mức nhập hàng cao trong quý đầu năm mới.



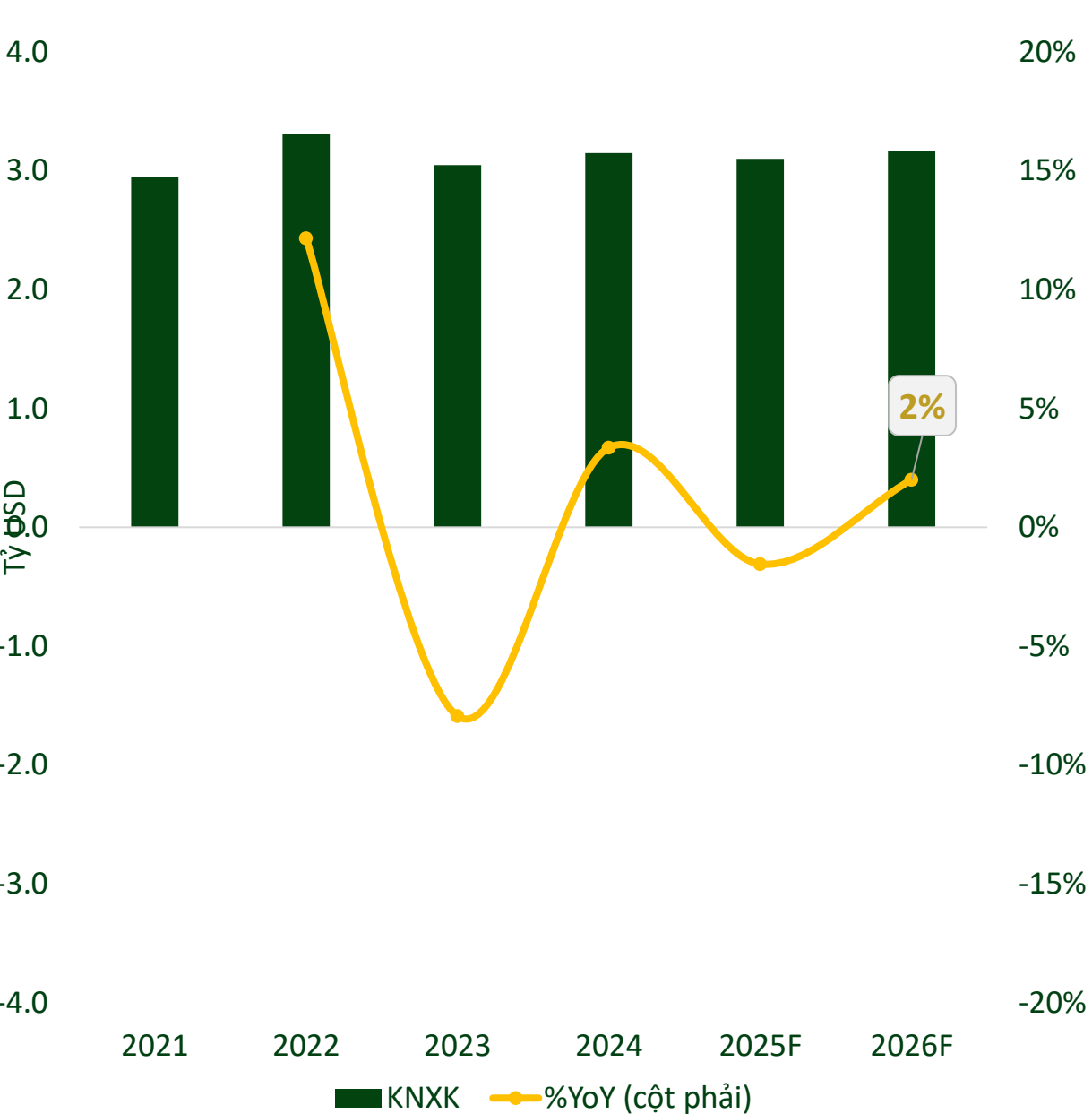
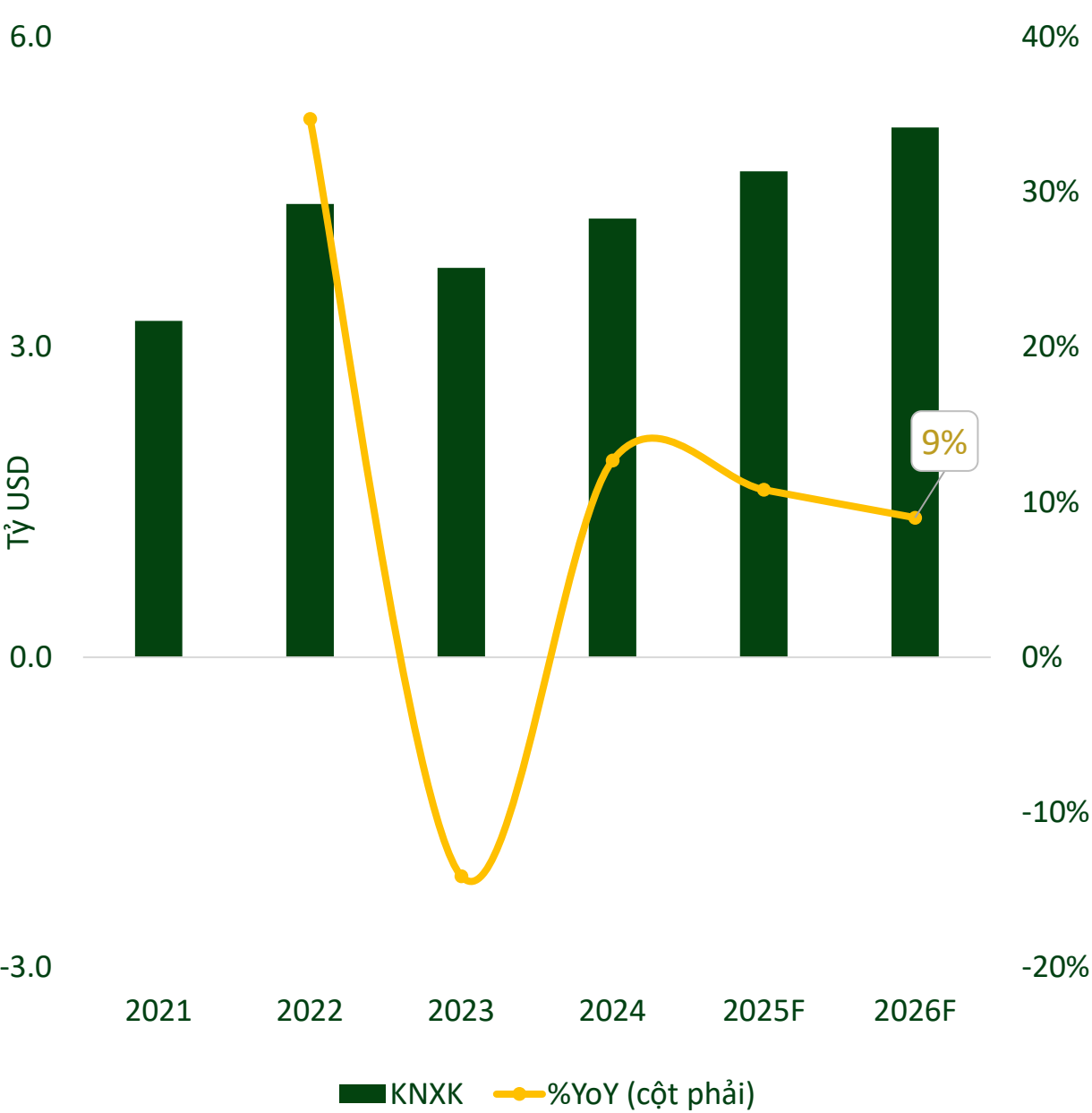
Nguồn: BEA, ASEANSC tổng hợp

2. CÁC THỊ TRƯỜNG EU, NHẬT BẢN VÀ HÀN QUỐC DUY TRÌ ỔN ĐỊNH

Thị trường EU: KNXK kỳ vọng tăng trưởng +9% YoY (đạt 5,1 tỷ USD), nhờ: (i) Việt Nam tiếp tục hưởng lợi lớn từ EVFTA khi thuế nhập khẩu đã giảm về 0%; và (ii) hỗ trợ bởi thị trường lao động EU ổn định và lạm phát có chiều hướng giảm, qua đó thúc đẩy chi tiêu cho thời trang.

Thị trường Nhật Bản: KNXK kỳ vọng tăng trưởng +5% YoY (đạt 5,1 tỷ USD) nhờ: (i) Kinh tế Nhật Bản duy trì tăng trưởng khi tiếp tục có gói kích thích kinh tế được thực thi và (ii) Căng thẳng địa chính trị giữa Trung Quốc và Nhật Bản vào cuối 2025 có thể tạo động lực chuyển hướng chuỗi cung ứng, giúp hàng may mặc Việt Nam giành lợi thế.

Thị trường Hàn Quốc: KNXK kỳ vọng hồi phục chậm +2% YoY, do: (i) nhu cầu tăng thấp và (ii) Cạnh tranh cao hơn do các quốc gia sản xuất dệt may lớn buộc phải chuyển hướng sang những thị trường như Hàn Quốc để tránh áp lực thuế quan khi xuất khẩu sang Mỹ. Chúng tôi cho rằng, cạnh tranh sẽ gia tăng trong phân khúc đơn giản, dễ gia công – mặt hàng dệt may chủ lực của Việt Nam tại Hàn Quốc.



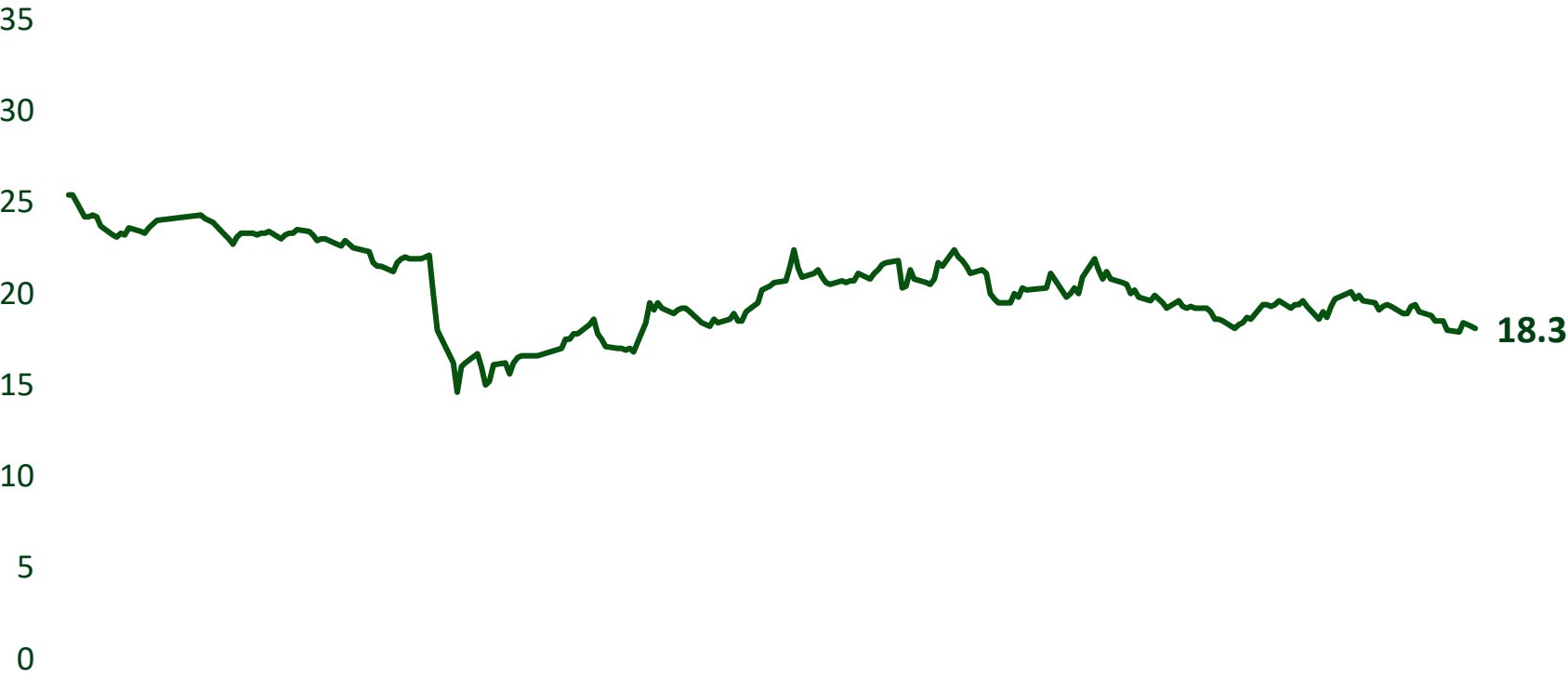
CTCP ĐẦU TƯ VÀ THƯƠNG MẠI TNG (HNX: TNG)

MÃ CỔ PHIẾU: **TNG**

KHUYẾN NGHỊ:
[KHẢ QUAN]

Giá mục tiêu (VND/CP)	23.000
Giá hiện tại (VND/CP)	18.300
Thay đổi	+26%
Vốn hóa (tỷ VND)	2.355
PE trailing	6,24
EPS trailing	2.898
P/B	1,14
Book Value (per share)	15.938
KLGD BQ 30 ngày (cp)	597.938
Số lượng CP niêm yết (triệu cp)	122,60

Diễn biến giá cổ phiếu TNG



LUẬN ĐIỂM ĐẦU TƯ

Lợi nhuận năm 2026 dự báo đạt 365 tỷ đồng (+3% YoY), nhờ:

- Động lực chủ đạo đến từ Decathlon**, khi khách hàng này tiếp tục nâng quy mô đặt hàng; việc DCL chuyển trung tâm phát triển sản phẩm từ Vũ Hán (Trung Quốc) sang trung tâm của TNG cho thấy mức độ gắn kết ngày càng cao giữa hai bên. Bên cạnh đó, nhu cầu tiêu dùng tại EU duy trì tích cực nhờ lạm phát hạ nhiệt và thu nhập thực cải thiện.
- Tại thị trường Mỹ, TNG hưởng lợi từ xu hướng dịch chuyển đơn hàng khỏi Trung Quốc** do thuế xuất khẩu quần áo của Trung Quốc vào Mỹ cao gấp 2 lần Việt Nam.

Tuy vậy, tỷ lệ vay nợ cao là yếu tố cần theo dõi do tiềm ẩn rủi ro mất thanh khoản khi khách hàng mất khả năng thanh toán.

Đơn vị: Tỷ đồng	2024	2025E	2026F
Doanh thu	7.655	8.500	9.000
Lợi nhuận gộp	1.181	1.200	1.390
Chi phí tài chính	371	412	450
Doanh thu tài chính	125	138	147
Chi phí bán hàng	111	122	130
Chi phí quản lý	424	471	500
LNST	315	356	365

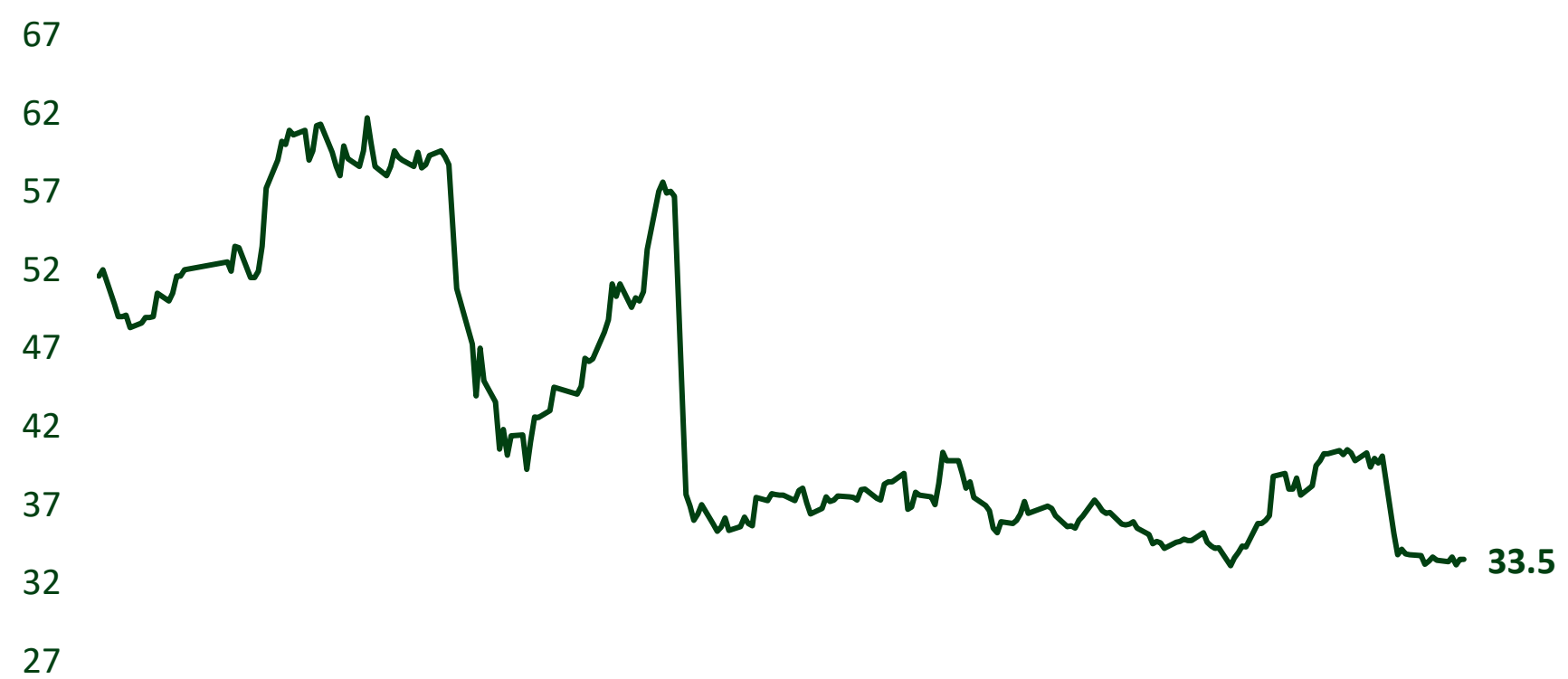
CTCP MAY SÔNG HỒNG (HSX: MSH)

MÃ CỔ PHIẾU: **MSH**

KHUYẾN NGHỊ:
[THEO DÕI]

Giá mục tiêu (VND/CP)	37.000
Giá hiện tại (VND/CP)	33.400
Thay đổi	+11%
Vốn hóa (tỷ VND)	3.758
PE trailing	4,49
EPS trailing	7.466
P/B	1,52
Book Value (per share)	22.039
KLGD BQ 30 ngày (cp)	386.081
Số lượng CP niêm yết (triệu cp)	112,52

Diễn biến giá cổ phiếu MSH



LUẬN ĐIỂM ĐẦU TƯ

- Lợi nhuận năm 2026 dự báo đạt 601 tỷ đồng (+1% YoY), nhờ:
- Biên lợi nhuận gộp 2026 quay lại mức cao, đạt 20% (+1 bps)**, được hỗ trợ bởi giá bán bình quân tăng khi đơn hàng giá trị cao hồi phục. Đồng thời, công ty không còn phải chịu áp lực giảm giá cho khách hàng như trong thời kỳ khó khăn trước đó.
 - Gia tăng đơn hàng gia công**, hưởng lợi từ xu hướng dịch chuyển đơn hàng ra khỏi Trung Quốc do thuế nhập khẩu của Mỹ áp lên Trung Quốc cao gấp đôi Việt Nam.
- Tuy nhiên, triển vọng đơn hàng vẫn phụ thuộc lớn vào thị trường Mỹ (90% doanh thu). Tại Mỹ, tiêu thụ quần áo năm 2026 ổn định nhưng khó tăng mạnh, do thuế nhập khẩu cao ảnh hưởng đến sức mua. Thêm nữa rủi ro thuế quan dưới chính quyền Trump tiếp tục là biến số quan trọng cần theo dõi.

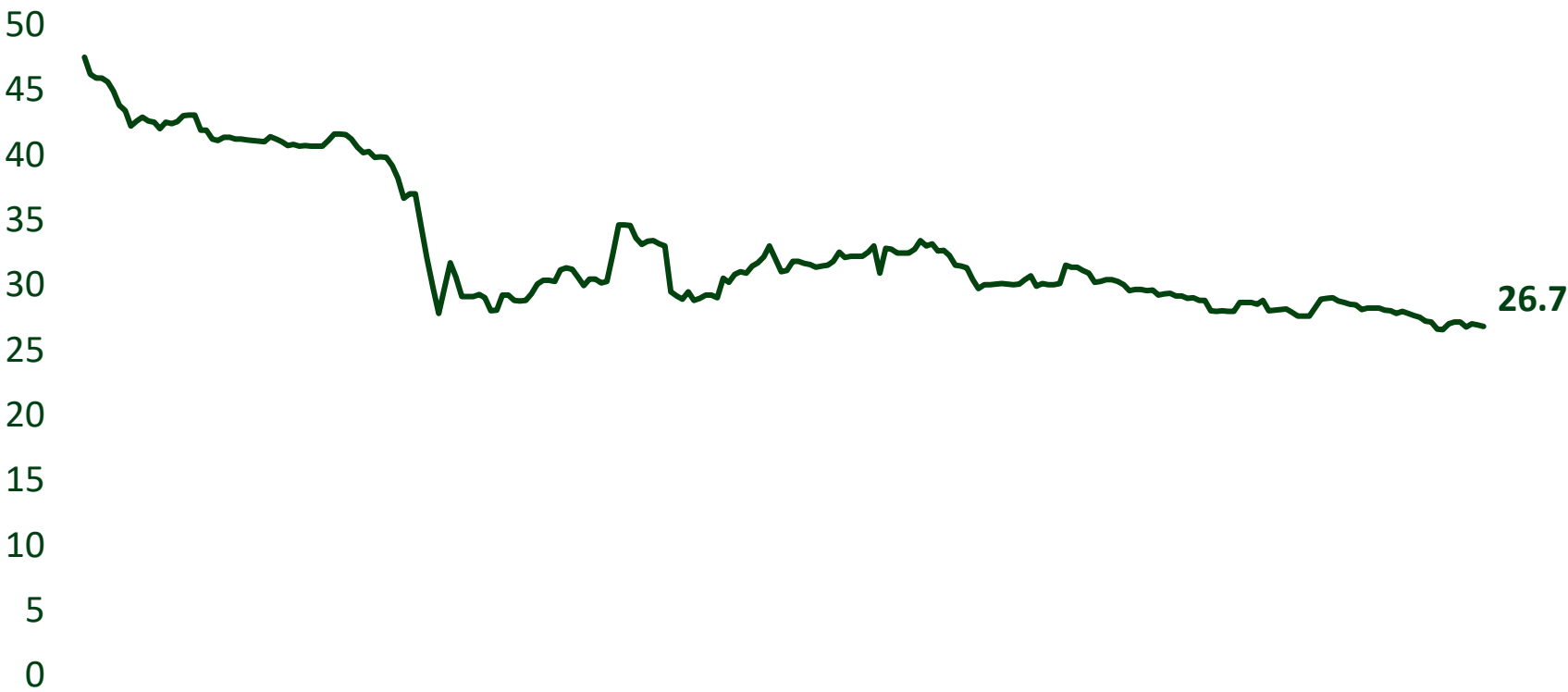
Đơn vị: Tỷ đồng	2024	2025E	2026F
Doanh thu	5.280	5.285	5.337
Lợi nhuận gộp	830	1.004	1.014
Chi phí tài chính	85	91	93
Doanh thu tài chính	210	221	225
Chi phí bán hàng	137	136	138
Chi phí quản lý	252	252	255
LNST	442	595	601

MÃ CỔ PHIẾU: **TCM**

KHUYẾN NGHỊ:
[THEO DÕI]

Giá mục tiêu (VND/CP)	29.600
Giá hiện tại (VND/CP)	26.700
Thay đổi	+10%
Vốn hóa (tỷ VND)	3.002
PE trailing	10,57
EPS trailing	2.535
P/B	1,4
Book Value (per share)	21.400
KLGD BQ 30 ngày (cp)	1,071,795
Số lượng CP niêm yết (triệu cp)	112,03

Diễn biến giá cổ phiếu TCM



LUẬN ĐIỂM ĐẦU TƯ

LNST năm 2026 dự báo đạt 310 tỷ đồng (+5% YoY), nhờ:

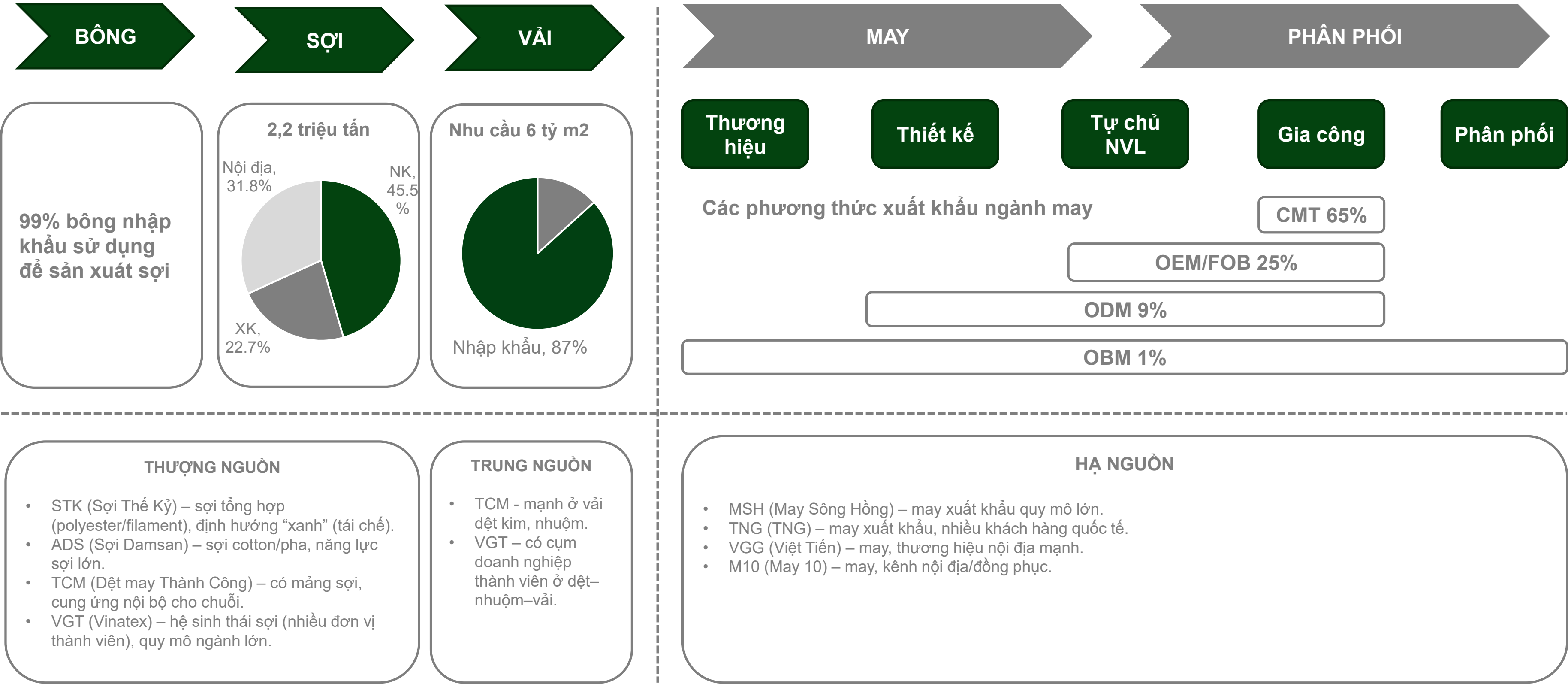
- Mảng may:** Doanh thu 2026F đạt ~2.700 tỷ đồng (+2,3% YoY), phục hồi chậm do cạnh tranh với Trung Quốc gia tăng tại châu Á và nhu cầu nhập khẩu Mỹ suy yếu. Biên lợi nhuận tiếp tục chịu áp lực từ cạnh tranh giá và chia sẻ chi phí thuế.
- Mảng vải:** Động lực tăng trưởng chính trong 2026 với doanh thu ~730 tỷ đồng (+7,1% YoY), hưởng lợi từ xu hướng nội địa hóa, giúp tận dụng EVFTA (quy tắc xuất xứ từ vải trở đi) và giảm rủi ro trung chuyển khi xuất khẩu sang Mỹ. Nguồn cung vải trong nước mới đáp ứng ~25% nhu cầu, tạo dư địa mở rộng.
- Mảng sợi:** Hồi phục nhẹ trong 2026 với doanh thu ~300 tỷ đồng (+6,0% YoY) nhờ hoạt động hạ nguồn Trung Quốc cải thiện; dài hạn chủ yếu đóng vai trò hỗ trợ nội bộ.

Đơn vị: Tỷ đồng	2024	2025E	2026F
Doanh thu	3.810	3.711	3.896
Lợi nhuận gộp	616	609	639
Chi phí tài chính	64	70	74
Doanh thu tài chính	91	104	97
Chi phí bán hàng	154	136	139
Chi phí quản lý	149	136	142
LNST	278	296	310

1. Lịch sử hình thành và phát triển ngành Dệt may Việt Nam

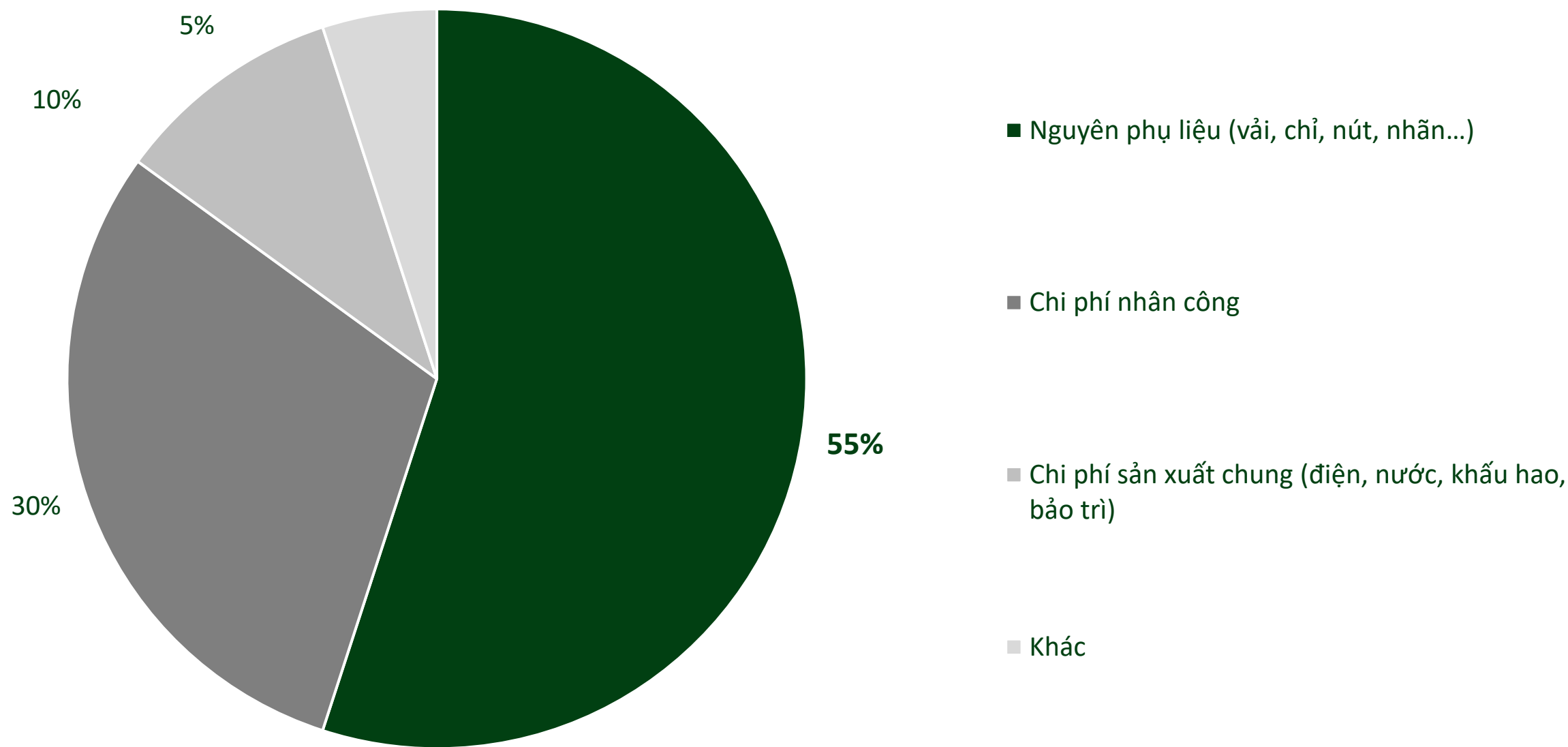


2. Chuỗi giá trị ngành



2. Chuỗi giá trị ngành – Đầu vào: Vải may và nhân công là chi phí sản xuất chính (85% tổng chi phí nguyên vật liệu)

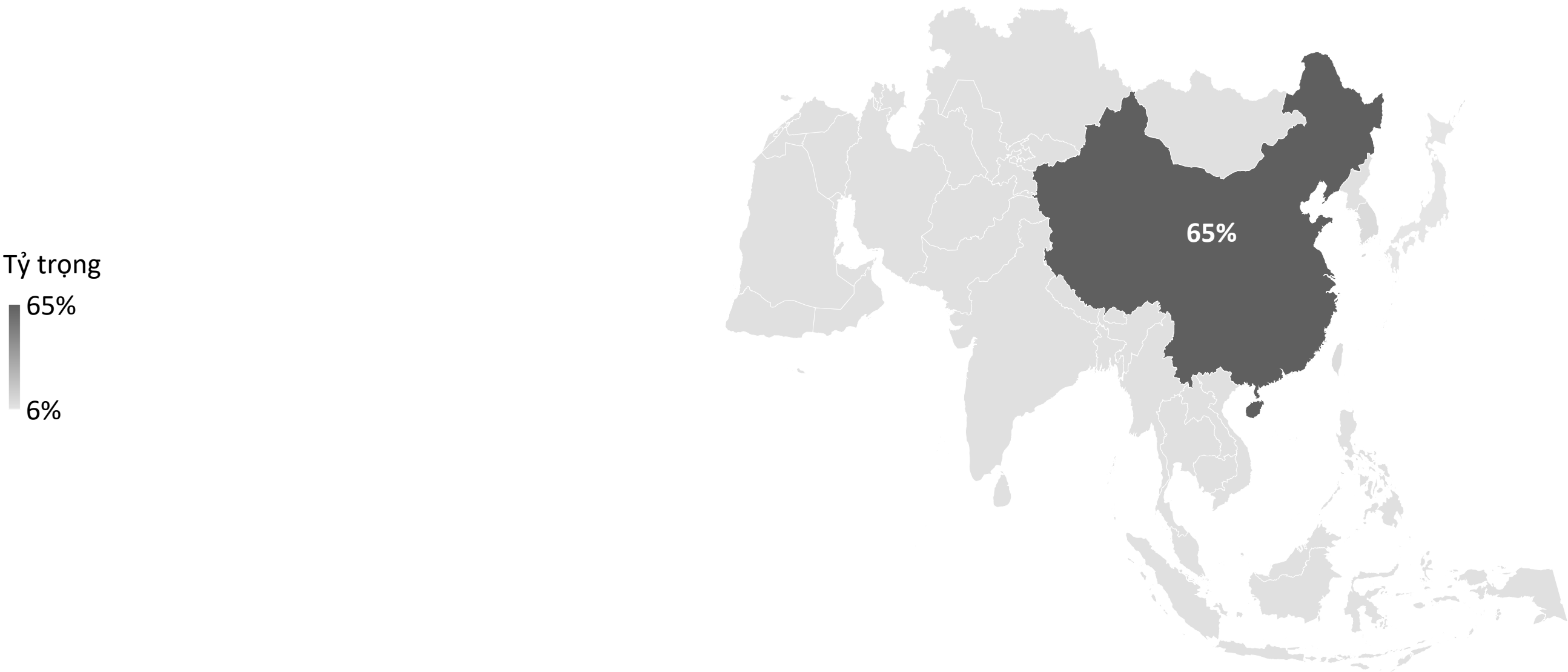
Chi phí đầu vào của một sản phẩm may mặc tại Việt Nam chủ yếu tập trung vào nguyên phụ liệu và nhân công. Cụ thể, chi phí nguyên liệu chiếm khoảng 55% (vải, chỉ, phụ liệu...), trong đó vải chiếm 50%, 5% còn lại là các phụ liệu khác. Chi phí nhân công khoảng 30%. Bên cạnh đó, chi phí sản xuất chung như điện, nước, khấu hao máy móc chiếm khoảng 10%. Cơ cấu chi phí này cho thấy biên lợi nhuận của ngành phụ thuộc nhiều vào khả năng kiểm soát giá nguyên liệu và nâng cao năng suất lao động.



Nguồn: ASEANSC tổng hợp

2. Chuỗi giá trị ngành – Đầu vào: 65% vải may nhập từ Trung Quốc

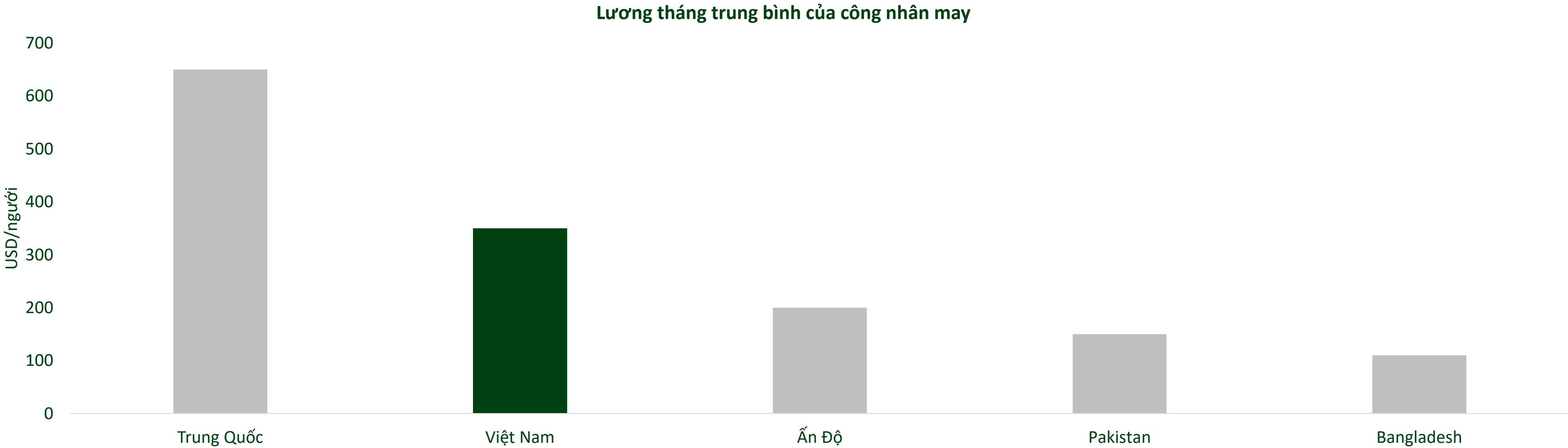
- Trung Quốc vẫn là nguồn chính cung cấp nhập khẩu vải (chiếm hơn 2/3 tổng lượng) hiện vẫn áp đảo.
- Các nguồn từ Hàn Quốc, Đài Loan, Nhật Bản đóng góp tỷ trọng từ 4 đến 11 %, chủ yếu là vải đặc thù như dệt kim, polyester cao cấp.
- Nhập khẩu từ Thái Lan, Malaysia, Ấn Độ, EU, Mỹ tuy nhỏ lẻ từng phần, nhưng có xu hướng tăng và thể hiện đa dạng hóa nguồn nguyên liệu.
- Sản lượng vải trong nước chỉ đáp ứng được 25–35 % nhu cầu, tương đương sản lượng 3,2 tỷ mét trong tổng nhu cầu hơn 9 tỷ mét/năm .



Powered by Bing
© GeoNames, Microsoft, Navinfo, OpenStreetMap, TomTom, Zenrin

2. Chuỗi giá trị ngành – Đầu vào: Chi phí nhân công ở mức cao

- Chi phí nhân công trong ngành dệt may của Việt Nam hiện tương đối cao so với các quốc gia sản xuất khác trong khu vực, chỉ đứng sau Trung Quốc. Mức lương trung bình của công nhân Việt Nam đã vượt xa Bangladesh, Pakistan và thậm chí một số vùng của Ấn Độ, chủ yếu nhờ tay nghề cao hơn và năng suất lao động ổn định.
- Tuy nhiên, xu hướng tăng lương tối thiểu định kỳ cùng với áp lực cải thiện điều kiện lao động khiến chi phí nhân công tại Việt Nam tiếp tục leo thang trong dài hạn. Điều này đặt ra thách thức lớn cho sức cạnh tranh của ngành, đặc biệt khi nhiều đơn hàng có xu hướng dịch chuyển sang các thị trường chi phí thấp hơn. Nếu không có chiến lược nâng cao giá trị gia tăng và tự động hóa, ngành dệt may Việt Nam có nguy cơ bị giảm sức hút trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

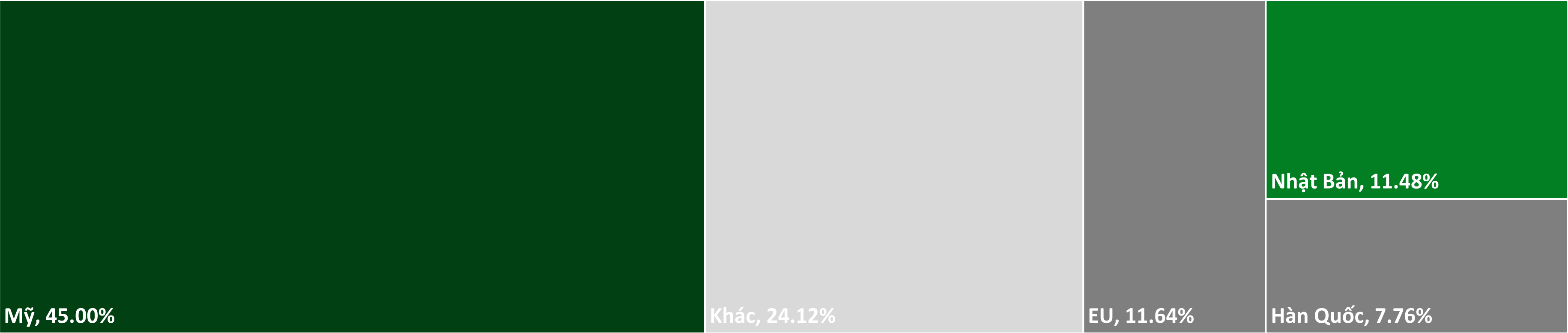


Nguồn: ASEANSC tổng hợp

2. Chuỗi giá trị ngành – Đầu ra: Thị trường xuất khẩu chính - Mỹ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc là các thị trường chính

- **Cơ cấu thị trường xuất khẩu dệt may của Việt Nam hiện nay phụ thuộc lớn vào một số thị trường chủ chốt**, trong đó Mỹ chiếm tỷ trọng vượt trội (~44%), tiếp theo là Nhật Bản, EU, Hàn Quốc và Trung Quốc. Sự phụ thuộc vào các thị trường truyền thống khiến ngành dễ bị ảnh hưởng khi xảy ra biến động kinh tế, chính trị hoặc thay đổi chính sách thương mại tại các quốc gia này.
- Trong khi đó, thị trường các nước thuộc khối CPTPP đang dần mở rộng, đóng góp khoảng 18% tổng kim ngạch xuất khẩu, cho thấy tiềm năng tăng trưởng nếu được khai thác hiệu quả.
- Tuy nhiên, việc đa dạng hóa thị trường vẫn còn chậm, và xuất khẩu sang các thị trường mới nổi (như Trung Đông, châu Phi, Nam Mỹ) chưa đáng kể. Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết cho ngành trong việc mở rộng thị trường, giảm rủi ro tập trung và tận dụng hiệu quả các hiệp định thương mại tự do.

Cơ cấu xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam

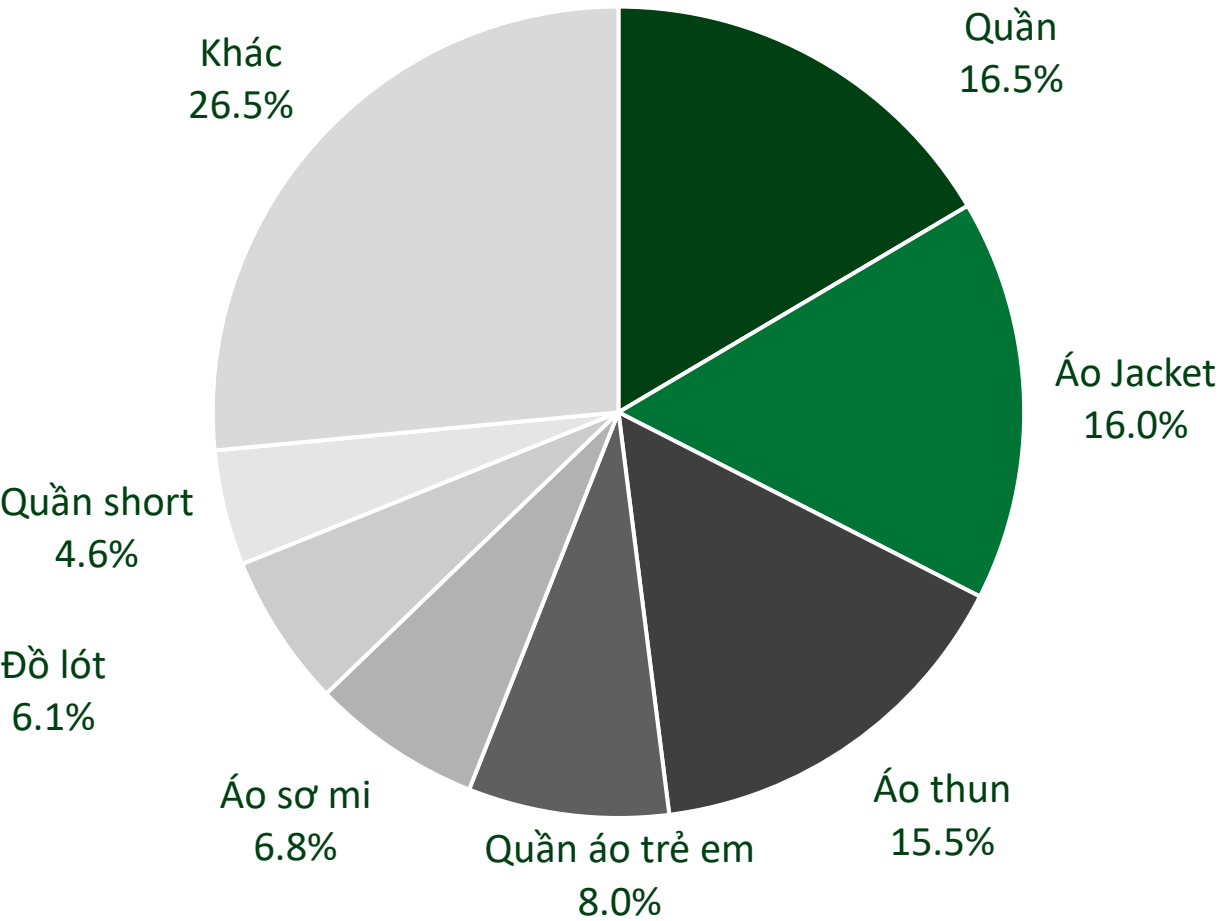


Nguồn: ASEANSC tổng hợp

2. Chuỗi giá trị ngành – Đầu ra: Mặt hàng xuất khẩu chính

- **Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu may mặc của Việt Nam hiện nghiêng nhiều về các sản phẩm phổ thông**, có tính ứng dụng cao trong đời sống hàng ngày như: quần dài (chiếm 16,5%), áo khoác (16%), áo thun (15,5%), quần áo trẻ em (8%), áo sơ mi (6,8%), đồ lót (6,1%) và quần short (4,6%).
- Trong vòng 5 năm gần đây, giá trị xuất khẩu nhóm hàng quần áo thể thao ghi nhận mức tăng trưởng đáng kể, phản ánh xu hướng tiêu dùng mới khi người dân ngày càng quan tâm đến sức khỏe và tích cực tham gia các hoạt động thể thao.
- Tổng thể, cơ cấu xuất khẩu còn phụ thuộc vào một số ít thị trường lớn, chưa đa dạng hóa đầy đủ về cả khu vực địa lý lẫn chủng loại sản phẩm. Trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu gia tăng và xu hướng bảo hộ thương mại, việc nâng cấp chuỗi giá trị, chuyển dịch sang ODM/OBM và mở rộng thị trường mới là cần thiết để tăng tính bền vững trong dài hạn.

Cơ cấu chủng loại hàng may mặc xuất khẩu Việt Nam



Nguồn: ASEANSC tổng hợp

3. Môi trường kinh doanh



Cạnh tranh trong ngành

Cao

Rào cản gia nhập ngành

Thấp

Áp lực từ sản phẩm thay thế

Thấp

Áp lực từ nhà cung cấp

Trung bình

Áp lực từ khách hàng

Cao

Chúng tôi sử dụng **mô hình 05 yếu tố cạnh tranh của Michael Porter** để làm rõ mức độ cạnh tranh trong ngành dệt may Việt Nam. Kết quả cho thấy, ngành dệt may Việt Nam có mức độ cạnh tranh **Cao.**

4. Phân tích SWOT

ĐIỂM MẠNH (S)

- 1. Vị trí địa lý vô cùng thuận lợi cho việc giao thương quốc tế.
- 2. Cơ cấu dân số trẻ và dồi dào.
- 3. Cơ sở hạ tầng ngày càng được cải thiện.
- 4. Chính phủ có nhiều chính sách hỗ trợ, khuyến khích đầu tư vào ngành dệt may.

CƠ HỘI

- 1. Tham gia vào các hiệp định thương mại tự do tạo lợi thế xuất khẩu cho Việt Nam.
- 2. Chuyển dịch chuỗi cung ứng toàn cầu là cơ hội để thu hút đầu tư vào ngành dệt may.
- 3. Chuyển đổi số và chuyển đổi xanh mang lại nhiều lợi ích cho ngành dệt may Việt Nam.



ĐIỂM YẾU

- 1. Ngành công nghiệp phụ trợ chưa phát triển.
- 2. Năng lực thiết kế và sáng tạo còn hạn chế.
- 3. Năng suất lao động thấp.

THÁCH THỨC

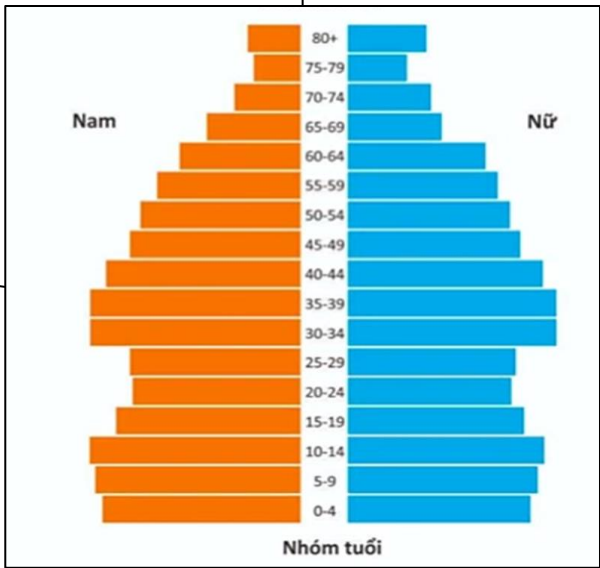
- 1. Chi phí nhân công rẻ sẽ sớm không còn là lợi thế của Dệt may Việt Nam.
- 2. Các rào cản thương mại gây khó khăn cho xuất khẩu dệt may Việt Nam.

4. Phân tích SWOT – Điểm mạnh (S)

1. Vị trí địa lý vô cùng thuận lợi cho việc giao thương quốc tế. Việt Nam nằm ở rìa phía Đông bán đảo Đông Dương, trung tâm khu vực Đông Nam Á, gần trung tâm châu Á - Thái Bình Dương, tiếp giáp nhiều tuyến đường hàng hải quốc tế quan trọng như: (i) Tuyến đường hàng hải số 1 (Nối liền châu Âu và châu Á), (ii) Tuyến đường hàng hải số 2 (Nối liền châu Âu và châu Á - Úc), (iii) Tuyến đường hàng hải số 3 (Nối liền châu Á và châu Mỹ), và (iv) Tuyến đường hàng hải số 4 (Nối liền châu Á và châu Phi).



2. Cơ cấu dân số trẻ và dồi dào. Việt Nam là quốc gia đông dân thứ ba trong khu vực Đông Nam Á, và đứng thứ 15 trên thế giới, với dân số hơn 101 triệu người (năm 2024). Trong đó, nhóm dân số trong độ tuổi từ 15-59 tuổi chiếm 62,2%.

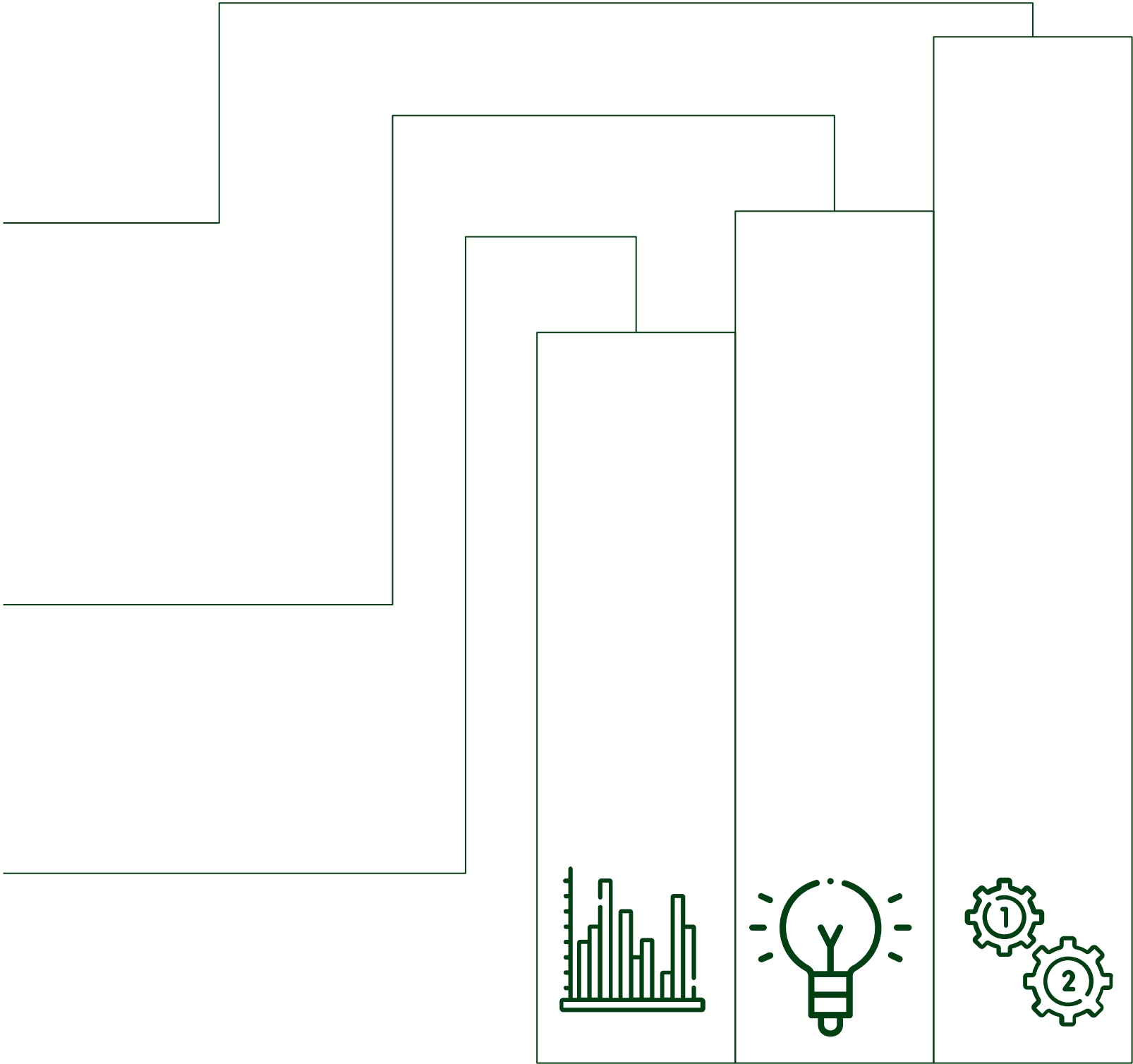


3. Hạ tầng giao thông ngày càng hoàn thiện, gồm: (i) mạng lưới đường bộ được mở rộng với nhiều tuyến cao tốc hiện đại như Hà Nội – Hải Phòng, TP.HCM – Long Thành – Dầu Giây; (ii) đường sắt đô thị đang được triển khai tại Hà Nội và TP.HCM; (iii) hệ thống cảng biển phát triển với các cảng lớn như Cái Mép – Thị Vải, Sài Gòn, Cái Lân; (iv) các sân bay quốc tế như Nội Bài, Tân Sơn Nhất, Đà Nẵng được nâng cấp và mở rộng.

4. Chính phủ ban hành nhiều chính sách hỗ trợ ngành dệt may, bao gồm: ưu đãi thuế thu nhập doanh nghiệp và thuế xuất nhập khẩu; cung cấp tín dụng ưu đãi và hỗ trợ lãi suất vay cho doanh nghiệp đầu tư, đổi mới công nghệ và xuất khẩu; hỗ trợ đào tạo nhân lực thông qua các chương trình nghề và đại học chuyên ngành; đẩy mạnh xúc tiến thương mại bằng việc hỗ trợ tham gia hội chợ; đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng tiêu chuẩn quốc tế, đầu tư hệ thống xử lý môi trường.

4. Phân tích SWOT – Điểm yếu (W)

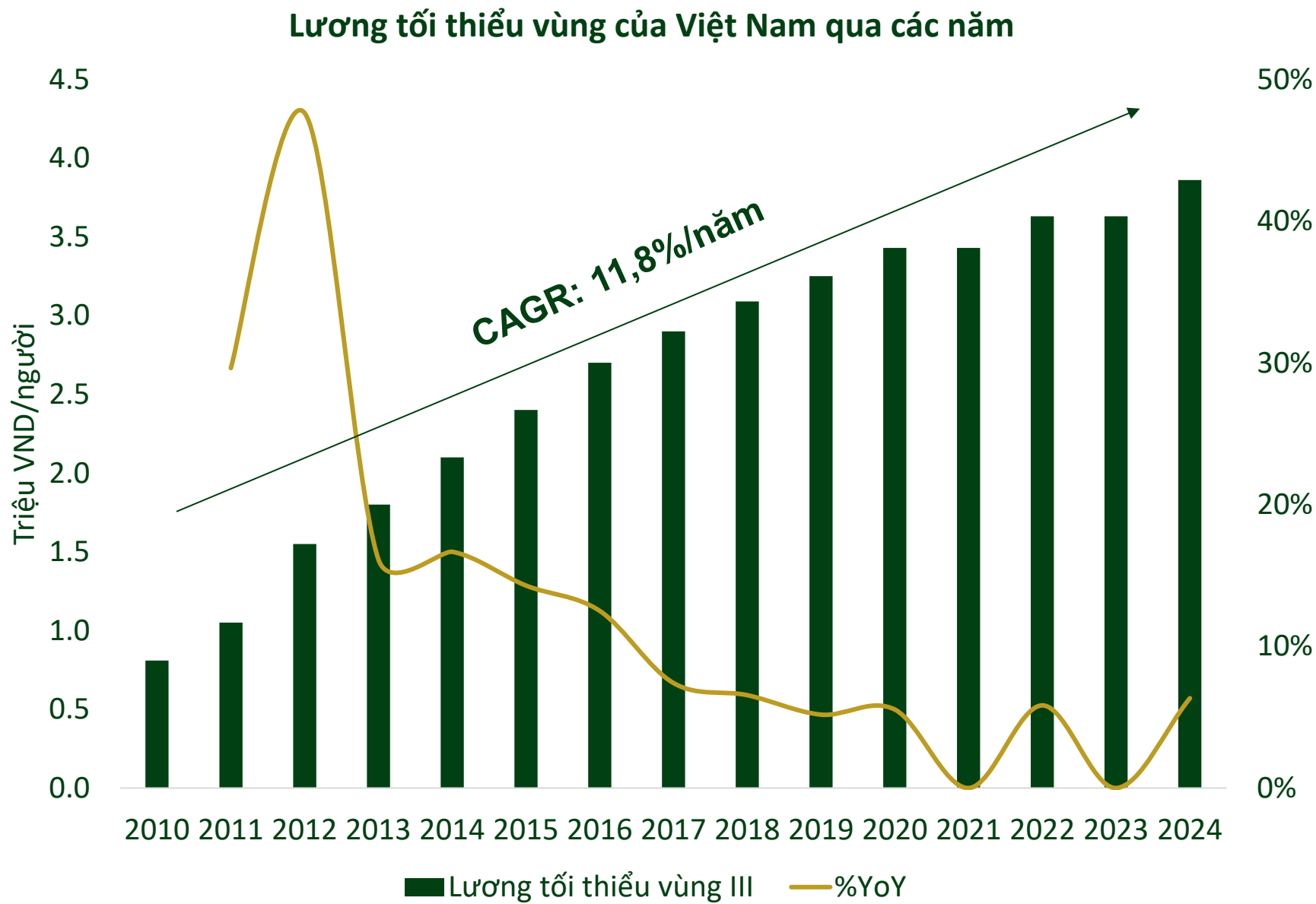
- **Ngành công nghiệp phụ trợ chưa phát triển:** Ngành dệt may Việt Nam hiện vẫn phụ thuộc lớn vào nhập khẩu trong khâu đầu vào. Cụ thể, phần lớn máy móc, thiết bị sản xuất phải nhập từ các thị trường như Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc và châu Âu. Về nguyên liệu, khoảng 99% sợi bông sản xuất trong nước là từ nhập khẩu, cùng với 80% nhu cầu sợi Polyester và 75% nhu cầu vải cũng phụ thuộc nguồn cung bên ngoài. Điều này làm gia tăng rủi ro chuỗi cung ứng và làm giảm khả năng chủ động trong hoạt động sản xuất.
- **Năng lực thiết kế và đổi mới còn hạn chế:** Khả năng sáng tạo và thiết kế trong ngành vẫn chưa đáp ứng yêu cầu chuyển dịch lên các phân khúc có giá trị gia tăng cao. Theo số liệu từ Hiệp hội Dệt may Việt Nam (Vitas), tỷ lệ nội địa hóa trong thiết kế thời trang mới chỉ đạt khoảng 20%. Nghiên cứu từ Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương cũng cho thấy chỉ khoảng 30% doanh nghiệp thiết kế trong nước được đánh giá có năng lực tốt. Đây là điểm nghẽn lớn nếu Việt Nam muốn phát triển theo mô hình ODM/OBM thay vì gia công (CM) như hiện tại.
- **Năng suất lao động còn thấp:** Năng suất lao động trong ngành dệt may Việt Nam vẫn ở mức thấp so với mặt bằng khu vực. Theo Ngân hàng Thế giới, năng suất bình quân đạt khoảng 12.700 USD/lao động/năm, thấp hơn nhiều so với Trung Quốc (25.000 USD), Thái Lan (28.000 USD) và đặc biệt là Singapore (80.000 USD). Mức năng suất thấp kéo theo hiệu quả sử dụng vốn và biên lợi nhuận hạn chế, làm giảm sức cạnh tranh về dài hạn nếu không có sự cải thiện đáng kể về công nghệ và đào tạo nhân lực.



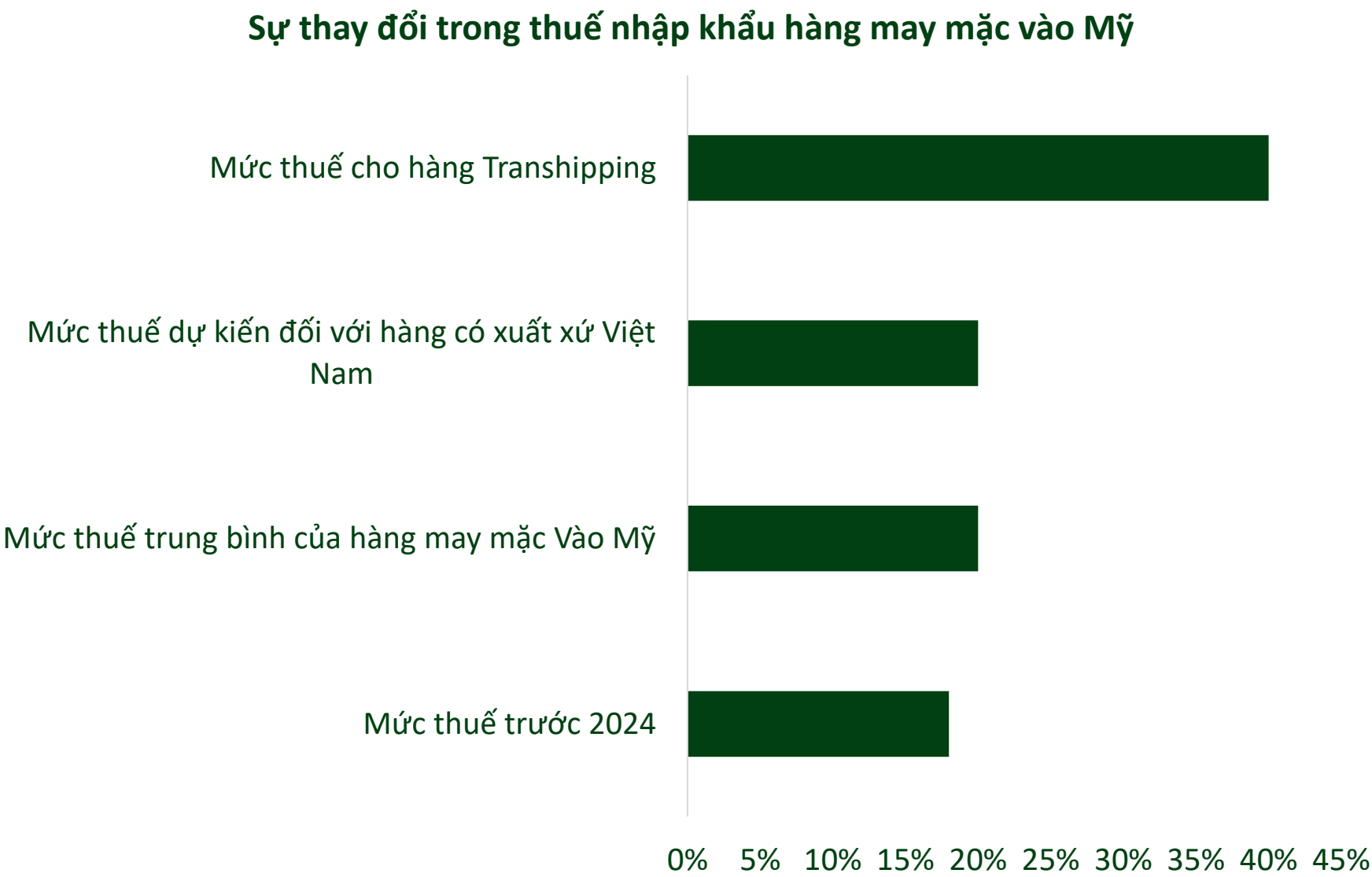
4. Phân tích SWOT – Cơ hội (O)



4. Phân tích SWOT – Thách thức (T)



Lợi thế nhân công suy giảm do lương cơ bản tăng qua các năm. Trong bối cảnh ngành thâm dụng lao động, chi phí tăng khiến Việt Nam gặp khó cạnh tranh khi cạnh tranh về chi phí với các quốc gia xuất khẩu dệt may lớn khác như: Ấn Độ, Bangladesh, Pakistan. Giai đoạn 2010–2024, lương tối thiểu tăng bình quân khoảng 11,8%/năm, làm gia tăng áp lực lên chi phí sản xuất.



Ngành dệt may Việt Nam đối mặt với rủi ro từ chính sách thuế quan biến động tại các thị trường lớn như Mỹ. Việc Mỹ siết chặt điều tra xuất xứ và áp dụng thuế phòng vệ có thể ảnh hưởng trực tiếp đến xuất khẩu. Hàng dệt may Việt Nam có rủi ro bị coi là Transhipping khi phần lớn nguyên liệu là nhập khẩu, theo đó có thể bị chịu thuế lên tới 40%, gấp đôi so với thuế nhập khẩu hàng dệt may trung bình vào Mỹ

5. Triển vọng ngành Dệt may Việt Nam trong trung hạn

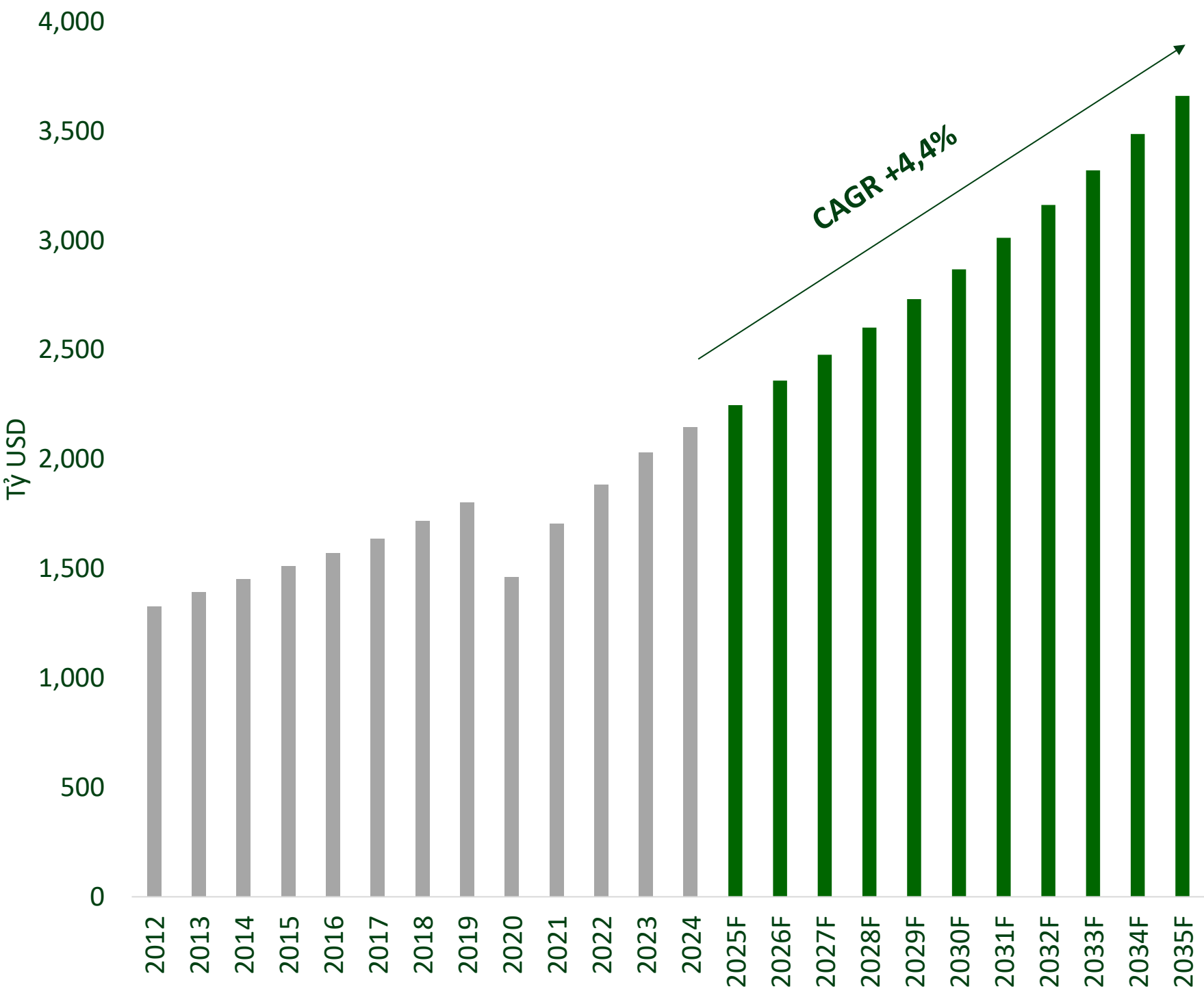
Chúng tôi khuyến nghị **THEO DÕI** ngành dệt may trong trung hạn, dựa trên cơ sở:

- Quy mô thị trường dệt may thế giới dự báo vượt 3.500 tỷ USD vào năm 2035, tạo điều kiện thuận lợi để Việt Nam gia tăng thị phần xuất khẩu, đặc biệt tại các thị trường CPTPP và EU.
- Việt Nam cũng đang hưởng lợi từ xu hướng dịch chuyển chuỗi cung ứng khỏi Trung Quốc, nhờ vào vị trí địa lý chiến lược, môi trường chính trị ổn định và hạ tầng logistics ngày càng cải thiện. Đồng thời, dòng vốn FDI vào công nghiệp hỗ trợ dự kiến sẽ tăng nhằm đáp ứng quy tắc xuất xứ trong các FTA, giúp nâng cao tỷ lệ nội địa hóa và giá trị gia tăng.
- Ngành dệt may Việt Nam được kỳ vọng tiếp tục tăng trưởng tích cực, được hỗ trợ bởi nhu cầu tiêu dùng toàn cầu phục hồi, chuyển đổi xanh, và lợi thế từ các hiệp định thương mại tự do (FTA).

Tuy nhiên, triển vọng tăng trưởng vẫn đi kèm với nhiều thách thức như:

- Chi phí lao động ngày càng cao.
- Rủi ro thuế quan tại các thị trường lớn (như Mỹ).
- Áp lực chuyển đổi xanh và rủi ro về nguồn cung nguyên liệu do biến đổi khí hậu.

Dự phóng nhu cầu ngành dệt may toàn cầu 2025-2030F



Nguồn: Market Research Future, Aseansc tổng hợp



THÔNG BÁO

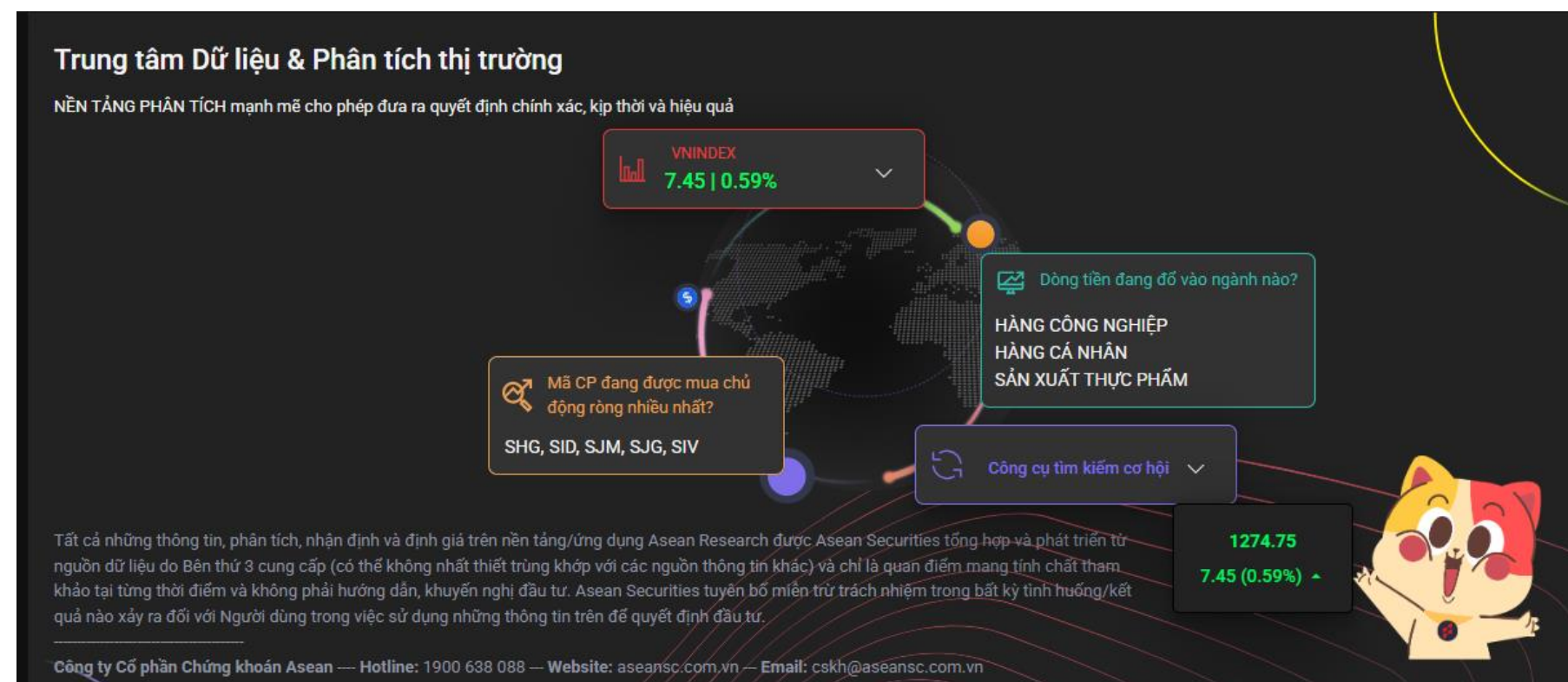
- NHÀ ĐẦU TƯ VUI LÒNG MỞ TÀI KHOẢN TẠI CÔNG TY CHỨNG KHOÁN ASECAN ĐỂ XEM BÁO CÁO ĐẦY ĐỦ.

- NHÀ ĐẦU TƯ CÓ THỂ THAM GIA NHÓM TƯ VẤN ZALO TẠI:



Mở Zalo, bấm quét QR để quét và
xem trên điện thoại

- NHÀ ĐẦU TƯ CÓ THỂ TRUY CẬP TRUNG TÂM DỮ LIỆU & PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG TẠI: <https://research.aseansc.com.vn/>



THÔNG TIN LIÊN HỆ

Công ty Cổ phần chứng khoán ASEAN

Địa chỉ: Tầng 4,5,6,7 số 3 Đặng Thái Thân, P.Phan Chu Trinh, Q.Hoàn Kiếm, Hà Nội

Website: www.aseansc.com.vn | Hotline: 1900 638 088

TRƯỞNG PHÒNG PHÂN TÍCH NGÀNH VÀ DOANH NGHIỆP

Hai.LP

Email: hai.lp@aseansc.com.vn

KHUYẾN CÁO SỬ DỤNG

Bản báo cáo này bao gồm các nhận định chủ quan và dựa trên nguồn thông tin tin cậy và cơ sở phân tích chi tiết, cẩn trọng. ASEANSC không đảm bảo sự chính xác và đầy đủ của các nguồn thông tin này đồng thời bản báo cáo này được chuẩn bị cho mục đích duy nhất là cung cấp thông tin và không nhằm đưa ra bất kỳ đề nghị hay hướng dẫn ra quyết định cụ thể nào. Người sử dụng báo cáo nên xem báo cáo này như một nguồn tham khảo khi đưa ra quyết định và phải chịu toàn bộ trách nhiệm đối với quyết định của chính mình. Các quan điểm và ước tính trong đánh giá của chúng tôi có giá trị đến ngày ra báo cáo và có thể thay đổi mà không cần báo cáo trước. Bản báo cáo này được giữ bản quyền ASEANSC. Mọi sự sao chép, chuyển giao hoặc sửa đổi trong bất kỳ trường hợp nào mà không có sự đồng ý của ASEANSC đều trái luật.

ĐIỀU KHOẢN SỬ DỤNG