

BỘ CÔNG THƯƠNG

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: 7 0 2 9 /BCT-TTNN

V/v triển khai Kế hoạch mở cửa thị trường và xúc tiến thương mại tại các thị trường trọng điểm giai đoạn cuối năm 2026

Hà Nội, ngày 3 tháng 9 năm 2026

Kính gửi:

- Sở Công Thương các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương;
- Các đơn vị thuộc Bộ;
- Thương vụ, Chi nhánh Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài.

Triển khai Kết luận của Bộ trưởng Bộ Công Thương tại buổi làm việc với Bộ Tài chính, Bộ Nông nghiệp và Môi trường (Thông báo số 177/TB-BCT ngày 17 tháng 6 năm 2026) để thúc đẩy xuất khẩu đạt mục tiêu tăng trưởng hai con số, Bộ Công Thương đã xây dựng Kế hoạch Mở cửa thị trường và xúc tiến thương mại tại các thị trường trọng điểm giai đoạn cuối năm 2026 (gọi tắt là Kế hoạch, được gửi kèm theo).

Bộ Công Thương đề nghị Sở Công Thương các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương; các đơn vị thuộc Bộ; Thương vụ, Chi nhánh Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài căn cứ chức năng, nhiệm vụ nghiên cứu triển khai Kế hoạch có hiệu quả.

Bộ Công Thương đề nghị Lãnh đạo các đơn vị nghiêm túc quán triệt, triển khai hiệu quả các nhiệm vụ, hoạt động nêu tại Kế hoạch và kịp thời báo cáo Lãnh đạo Bộ đối với các vấn đề vượt thẩm quyền./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Bộ trưởng (để b/c);
- Thứ trưởng Phan Thị Thắng (để b/c);
- Lưu: VT, TTNN (ĐBA).

TL. BỘ TRƯỞNG

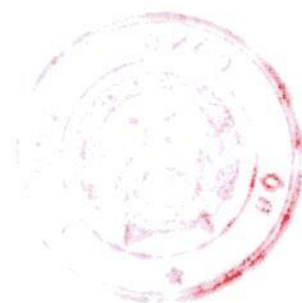
KT. VỤ TRƯỞNG

VỤ PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG NƯỚC NGOÀI

PHÓ VỤ TRƯỞNG



Tô Ngọc Sơn



KẾ HOẠCH

Mở cửa thị trường và xúc tiến thương mại tại các thị trường trọng điểm

I. TÌNH HÌNH SẢN XUẤT, XUẤT KHẨU 06 THÁNG ĐẦU NĂM 2026

Trong 6 tháng đầu năm 2026, tình hình thế giới tiếp tục diễn biến phức tạp, khó lường, khó dự đoán. Xung đột vũ trang tại Trung Đông kéo dài làm gia tăng rủi ro đối với hòa bình, an ninh toàn cầu, tác động tiêu cực đến chuỗi cung ứng, giá năng lượng, hàng hóa, chi phí vận tải và thương mại quốc tế. Thiên tai, biến đổi khí hậu, cùng những thách thức về an ninh năng lượng, an ninh lương thực, an ninh mạng... ngày càng gia tăng. Trong khi đó, quá trình chuyển đổi số, phát triển trí tuệ nhân tạo (AI), công nghệ cao, chuyển đổi xanh và tái cấu trúc chuỗi giá trị toàn cầu diễn ra mạnh mẽ, vừa mở ra cơ hội, vừa đặt ra những yêu cầu mới đối với các nền kinh tế. Lạm phát toàn cầu gia tăng trở lại, điều kiện thị trường tài chính thắt chặt hơn, tăng trưởng kinh tế toàn cầu có xu hướng suy giảm.

Trong nước, Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ đã chỉ đạo quyết liệt các bộ, ngành và địa phương tập trung triển khai đồng bộ các nhiệm vụ, giải pháp nhằm thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, phấn đấu đạt mục tiêu tăng trưởng hai con số trong năm 2026. Nhờ đó, mặc dù bối cảnh kinh tế còn những bất ổn, tình hình kinh tế - xã hội 06 tháng đầu năm 2026 đạt nhiều kết quả tích cực trên hầu hết các ngành, lĩnh vực. Cụ thể như sau:

1. Tình hình sản xuất 6 tháng đầu năm 2026

1.1. Tốc độ tăng tổng sản phẩm trong nước

Tổng sản phẩm trong nước (GDP) quý II/2026 đạt mức tăng trưởng khá, với tốc độ tăng ước đạt 8,39% so với cùng kỳ năm trước.¹ Trong đó, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 4,06%, đóng góp 5,65% vào mức tăng tổng giá trị tăng thêm của toàn nền kinh tế; khu vực công nghiệp và xây dựng tăng 10,51%, đóng góp 50,07%; khu vực dịch vụ tăng 7,87%, đóng góp 44,28%.

GDP sáu tháng đầu năm 2026 tăng 8,18% so với cùng kỳ năm trước (cùng kỳ năm 2025 tăng 7,63%). Trong mức tăng tổng giá trị tăng thêm của toàn nền kinh tế, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 3,87%, đóng góp 5,66%; khu vực công nghiệp và xây dựng tăng 9,81%, đóng góp 47,20%; khu vực dịch vụ tăng 8,09%, đóng góp 47,14%.

Trong khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản, ngành nông nghiệp duy trì tăng trưởng ổn định, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước, đồng thời thị trường xuất khẩu nông sản tiếp tục được mở rộng. Giá trị tăng thêm ngành nông nghiệp sáu tháng đầu năm 2026 tăng 3,57% so với cùng kỳ năm trước, đóng góp 3,83% vào mức tăng tổng giá trị tăng thêm của toàn nền kinh tế; ngành lâm nghiệp tăng 3,98%, đóng góp 0,27%; ngành thủy sản tăng 4,88%, đóng góp 1,56%.

¹ Tổng sản phẩm trong nước theo giá so sánh được tính theo năm gốc 2020.

Trong khu vực công nghiệp và xây dựng, ngành công nghiệp duy trì mức tăng trưởng tích cực nhờ các động lực tăng trưởng được củng cố, sự phục hồi đơn hàng xuất khẩu và hiệu ứng lan tỏa mạnh mẽ của đầu tư công. Giá trị tăng thêm toàn ngành công nghiệp sáu tháng đầu năm 2026 tăng 9,86% so với cùng kỳ năm trước, đóng góp 40,35% vào tốc độ tăng tổng giá trị tăng thêm toàn nền kinh tế. Ngành công nghiệp chế biến, chế tạo là động lực tăng trưởng của toàn nền kinh tế với tốc độ tăng 10,23%, đóng góp 33,07%; ngành sản xuất và phân phối điện tăng 9,34%, đóng góp 5,14%; ngành khai khoáng tăng 6,67%, đóng góp 1,60%. Ngành xây dựng tăng 9,51%, đóng góp 6,85%.

1.2. Sản xuất nông, lâm nghiệp và thủy sản

a) Nông nghiệp

Lúa đông xuân: Tính đến ngày 20/6/2026, cả nước cơ bản hoàn thành thu hoạch lúa vụ đông xuân. Dù diện tích gieo cấy lúa đông xuân năm 2026 giảm do chuyển đổi cơ cấu sử dụng đất, nhưng nhờ năng suất lúa tăng nên sản lượng lúa đông xuân tăng so với năm trước, góp phần ổn định sản lượng và bảo đảm an ninh lương thực. Sản lượng lúa vụ đông xuân năm 2026 ước đạt gần 20,5 triệu tấn, tăng 88,1 nghìn tấn so với vụ đông xuân năm trước, trong đó: Các địa phương miền Bắc đạt 6,8 triệu tấn, giảm 0,6 nghìn tấn; các địa phương miền Nam đạt 13,68 triệu tấn, tăng 88,7 nghìn tấn.

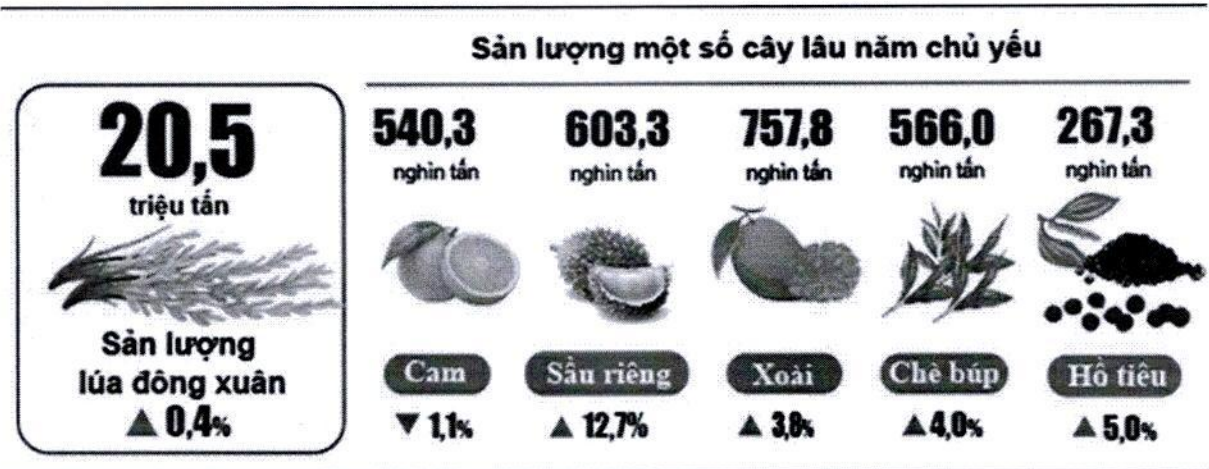
Lúa hè thu: Tính đến ngày 20/6/2026, các địa phương trên cả nước đã xuống giống được 1.712,2 nghìn ha lúa hè thu, bằng 95,7% cùng kỳ năm trước, trong đó, các địa phương phía Bắc gieo cấy được 163,0 nghìn ha, bằng 98,4%; các địa phương phía Nam gieo cấy được 1.549,1 nghìn ha, bằng 95,5%, riêng vùng Đồng bằng sông Cửu Long gieo cấy được 1.144,1 nghìn ha, bằng 94,4%. Tiến độ gieo trồng lúa hè thu năm nay chậm hơn cùng kỳ năm trước do nắng nóng kéo dài ở một số địa phương, nguồn nước tưới hạn chế nên người dân chủ động giảm diện tích hoặc lùi thời gian xuống giống. Một số địa phương có tiến độ xuống giống chậm hơn so với cùng kỳ năm trước: Khánh Hòa bằng 86,5%; Đồng Tháp bằng 88,7%; An Giang bằng 93,1%. Hiện nay, lúa hè thu đang trong giai đoạn đẻ nhánh, làm đòng đến trổ, chín, trong đó tại Tây Ninh và Đồng Tháp có 102,5 ha lúa hè thu sớm cho thu hoạch.

Cây hàng năm: Cùng với gieo cấy lúa, các địa phương trên cả nước tiến hành gieo trồng cây hoa màu. Trong đó, diện tích một số cây như ngô, lạc, rau các loại giảm so với cùng kỳ năm trước chủ yếu do hiệu quả kinh tế không cao.

Cây lâu năm: Trong sáu tháng đầu năm 2026, cây trồng lâu năm tiếp tục duy trì xu hướng phát triển tích cực, gắn với quá trình chuyển đổi cơ cấu cây trồng theo hướng nâng cao giá trị và hiệu quả sản xuất. Các loại cây trồng có lợi thế, phù hợp với nhu cầu thị trường, nhất là nhóm cây ăn quả và cây công nghiệp có giá trị kinh tế cao, tiếp tục được mở rộng. Công tác quản lý mã số vùng trồng và cơ sở đóng gói được đẩy mạnh, góp phần nâng cao giá trị và mở rộng thị trường xuất khẩu nông sản. Đến nay đã có 9.811 mã số vùng trồng và 1.525 mã số cơ sở đóng gói phục vụ xuất khẩu các loại quả tươi (thanh long, xoài, vú sữa, chuối, bưởi, chanh leo, chanh không hạt, nhãn, vải, ổi, thạch đen...) được phép xuất khẩu

sang các thị trường như Trung Quốc, Hoa Kỳ, Ô-xtrây-li-a, Niu-di-lân, Hàn Quốc, Nhật Bản.

Hình 1. Sản lượng một số cây trồng chủ yếu sáu tháng năm 2026



Tổng diện tích cây lâu năm hiện có ước đạt 3.847,1 nghìn ha, tăng 22,5 nghìn ha so với cùng kỳ năm 2025, trong đó, nhóm cây ăn quả đạt 1.312,0 nghìn ha, tăng 10,5 nghìn ha; nhóm cây công nghiệp đạt 2.191,0 nghìn ha, tăng 6,0 nghìn ha. Một số loại cây có diện tích tăng so với cùng kỳ năm trước như: Cà phê đạt 762,7 nghìn ha, tăng 13,2 nghìn ha; dừa đạt 206,8 nghìn ha, tăng 4,0 nghìn ha; sầu riêng đạt 198,6 nghìn ha, tăng 6,9 nghìn ha; mít đạt 89,1 nghìn ha, tăng 4,2 nghìn ha; dứa đạt 58,2 nghìn ha, tăng 3,0 nghìn ha.

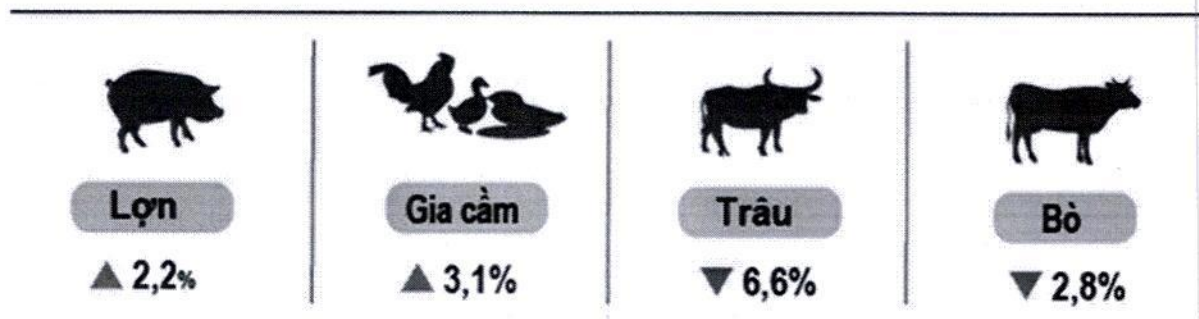
Sản lượng thu hoạch cây lâu năm đạt khá nhờ thời tiết tương đối thuận lợi, công tác chăm sóc, phòng trừ sâu bệnh được thực hiện có hiệu quả. Nhiều giống cây lâu năm cho năng suất, chất lượng cao, phù hợp với thị trường đến nay bắt đầu cho sản phẩm ổn định. Trong quý II/2026, sản lượng một số cây ăn quả tăng so với cùng kỳ năm trước như: Xoài đạt 547,4 nghìn tấn, tăng 4,7%; sầu riêng đạt 390,8 nghìn tấn, tăng 12,4%; thanh long đạt 292,1 nghìn tấn, tăng 5,2%; chôm chôm đạt 144,0 nghìn tấn, tăng 4,3%; nhãn đạt 141,2 nghìn tấn, tăng 5,9%. Sản lượng một số cây công nghiệp lâu năm tăng cao so với cùng kỳ năm trước như: Dừa đạt 747,8 nghìn tấn, tăng 25,1%; chè búp đạt 383,1 nghìn tấn, tăng 5,0%; cao su đạt 307,7 nghìn tấn, tăng 6,7%; hồ tiêu đạt 119,4 nghìn tấn, tăng 10,9%; điều đạt 109,8 nghìn tấn, tăng 9,6%.

Tính chung sáu tháng đầu năm 2026, sản lượng nhiều cây ăn quả tiếp tục tăng so với cùng kỳ năm trước: Xoài đạt 757,8 nghìn tấn, tăng 3,8%; thanh long đạt 625,0 nghìn tấn, tăng 3,0%; sầu riêng đạt 603,3 nghìn tấn, tăng 12,7%; mít đạt 512,0 nghìn tấn, tăng 10,3%; dứa đạt 461,6 nghìn tấn, tăng 8,0%; nhãn đạt 231,6 nghìn tấn, tăng 2,3%. Sản lượng một số cây công nghiệp lâu năm tăng so với cùng kỳ năm trước: Dừa đạt 1.332,7 nghìn tấn, tăng 7,3%; chè búp đạt 566,0 nghìn tấn, tăng 4,0%; cao su đạt 439,6 nghìn tấn, tăng 3,9%; điều đạt 323,4 nghìn tấn, tăng 4,6%; hồ tiêu đạt 267,3 nghìn tấn, tăng 5,0%.

Chăn nuôi: Chăn nuôi trâu, bò tiếp tục xu hướng giảm do hiệu quả kinh tế không cao, diện tích chăn thả tự nhiên bị thu hẹp, nguồn thức ăn thô xanh giảm, trong khi giá thức ăn chăn nuôi vẫn ở mức cao. So với cùng thời điểm năm trước,

một số địa phương có số lượng trâu giảm nhiều: Cao Bằng giảm 12,9%; Thanh Hóa giảm 10,0%; Tuyên Quang giảm 9,1%; Quảng Ngãi giảm 8,5%; Phú Thọ giảm 7,9%; một số địa phương có số lượng bò giảm nhiều: Thanh Hóa giảm 9,0%; Khánh Hòa giảm 7,2%; Phú Thọ giảm 6,3%; Quảng Trị giảm 6,0%; Vĩnh Long giảm 5,9%.

Hình 2. Tốc độ tăng số lượng gia súc, gia cầm cuối tháng 6/2026 so với cùng thời điểm 2025



Đàn lợn phát triển ổn định do chăn nuôi nông hộ chuyển mạnh sang bán công nghiệp, liên kết với doanh nghiệp, nhiều địa phương đẩy mạnh chăn nuôi an toàn sinh học, sử dụng giống có năng suất cao; đồng thời khu vực doanh nghiệp và trang trại quy mô lớn tiếp tục mở rộng. Một số địa phương có quy mô đàn lợn tăng cao so với cùng thời điểm năm trước như: Lâm Đồng tăng 5,5%; Thành phố Hồ Chí Minh tăng 4,5%; Đồng Nai tăng 4,2%; Phú Thọ tăng 3,8%; Bắc Ninh tăng 3,1%.

Bảng 1. Sản lượng một số sản phẩm chăn nuôi chủ yếu

Sản lượng	Ước tính Quý II/2026	Cộng dồn 6 tháng năm 2026	Tốc độ tăng so với cùng kỳ năm trước (%)	
			Quý II/2026	6 tháng đầu năm 2026
Thịt hơi xuất chuồng (Nghìn tấn)				
Thịt lợn	1.417,7	2.864,1	4,7▲	4,8▲
Thịt gia cầm	677,4	1.340,7	5,6▲	5,6▲
Thịt trâu	32,7	67,6	1,8▲	1,6▲
Thịt bò	131,2	267,8	1,2▲	1,3▲
Trứng (Triệu quả)	5.251,5	10.756,8	1,7▲	2,6▲
Sữa (Triệu lít)	342,1	683,7	5,6▲	5,2▲

Chăn nuôi gia cầm phát triển tốt nhờ chu kỳ nuôi ngắn, khả năng quay vòng vốn nhanh, mức đầu tư ban đầu thấp hơn so với nuôi gia súc, phù hợp với điều kiện của nhiều hộ chăn nuôi. Nhiều địa phương tiếp tục tăng đàn gia cầm so với cùng thời điểm năm trước: Cần Thơ tăng 8,5%; Lâm Đồng tăng 7,2%; Nghệ An tăng 7,1%; Đắk Lắk tăng 6,8%; Quảng Trị tăng 6,7%. Tuy nhiên, thời gian vừa qua, sự thành công của nuôi gà đẻ trứng đã kích thích một lượng lớn hộ chăn nuôi

gà thịt chuyển sang nuôi gà đẻ trứng,² khiến sản lượng trứng tăng cao trong thời gian ngắn, giá trứng gà quý II/2026 giảm 2,67% so với quý trước, dẫn đến lượng trứng gà tồn đọng lớn gây khó khăn trong khâu tiêu thụ. Vì vậy, cần đẩy mạnh liên kết theo chuỗi, tăng cường chế biến, xuất khẩu và tiêu thụ trong nước, cảnh báo, hỗ trợ người sản xuất khi nguồn cung có dấu hiệu vượt cầu.

b) Thủy sản

Sản xuất thủy sản trong 6 tháng đầu năm 2026 tiếp tục duy trì tăng trưởng, trong đó nuôi trồng là động lực chính nhờ mở rộng ứng dụng công nghệ cao, thị trường tiêu thụ và xuất khẩu thuận lợi.

- Sản lượng thủy sản nuôi biển 6 tháng đầu năm 2026 tăng 11,7% so với cùng kỳ năm 2025, chủ yếu nhờ nhóm thủy sản khác tăng 12,1% (trong đó hầu tăng 52,7%). Quảng Ninh là địa phương có mức tăng nổi bật với sản lượng ngao, nghêu tăng 137,7% so với cùng kỳ năm 2025 và hầu tăng 65,5%.

- Tính chung 6 tháng đầu năm 2026: Sản lượng cá tra đạt 935,4 nghìn tấn, tăng 5,0%; Sản lượng tôm thẻ chân trắng đạt 494,3 nghìn tấn, tăng 9,5%; Sản lượng tôm sú đạt 167,6 nghìn tấn, tăng 4,3% so với cùng kỳ 2025.

Bên cạnh cá tra và tôm thẻ chân trắng, cá rô phi đang ngày càng khẳng định vị thế trong ngành Thủy sản do nhu cầu tiêu thụ và xuất khẩu tăng mạnh ở một số thị trường như Ả-rập xê-út, Cộng hòa Đô-mi-ni-ca và đặc biệt là Bra-zin. Cùng với đó, nhờ chi phí nuôi hợp lý, thời gian nuôi ngắn khiến cá rô phi trở thành mặt hàng thế mạnh mới phù hợp với định hướng phát triển sản phẩm thủy sản xuất khẩu. Sản lượng cá rô phi 6 tháng đầu năm 2026 ước tăng 10,4% so với cùng kỳ, tập trung ở một số địa phương như Cà Mau tăng 25,5%; An Giang tăng 12,0%.

- Sản lượng thủy sản khai thác biển sáu tháng đầu năm 2026 ước đạt 1.867,1 nghìn tấn, tăng 0,6% so với cùng kỳ năm trước, trong đó: Cá đạt 1.444,8 nghìn tấn, tăng 0,4%; tôm đạt 66,5 nghìn tấn, tăng 1,5%; thủy sản khác đạt 355,8 nghìn tấn, tăng 1,3%.

Hình 3. Sản lượng thủy sản 6 tháng đầu năm 2026 so với cùng kỳ năm 2025



Tính chung sáu tháng đầu năm 2026, sản lượng thủy sản ước đạt 4.954,2 nghìn tấn, tăng 3,6% so với cùng kỳ năm trước, bao gồm: Cá đạt 3.497,9 nghìn tấn, tăng 2,7%; tôm đạt 774,1 nghìn tấn, tăng 7,4%; thủy sản khác đạt 682,2 nghìn tấn, tăng 4,7%.

² Đàn gà đẻ trứng tại thời điểm 01/4/2026 tăng trên 10% so với cùng kỳ năm 2025.

1.3. Sản xuất công nghiệp

Sản xuất công nghiệp (IIP) 6 tháng đầu năm tăng 10,8% so với cùng kỳ năm trước (cùng kỳ năm 2025 tăng 8,7%). Trong đó, ngành chế biến, chế tạo tăng 11,4% (cùng kỳ năm 2025 tăng 10,5%), đóng góp 8,9 điểm phần trăm vào mức tăng chung; ngành sản xuất và phân phối điện tăng 9,6% (cùng kỳ năm 2025 tăng 4,1%), đóng góp 0,9 điểm phần trăm; ngành khai khoáng tăng 5,8% (cùng kỳ năm 2025 giảm 3,5%), đóng góp 0,9 điểm phần trăm.

- *Chỉ số sản xuất sáu tháng đầu năm 2026 của một số ngành công nghiệp trọng điểm cấp II tăng so với cùng kỳ năm trước:* Sản xuất kim loại tăng 21,5%; Sản xuất xe có động cơ tăng 17,7%; Sản xuất đồ uống tăng 15,4%; Sản xuất phương tiện vận tải khác tăng 15,0%; Sản xuất sản phẩm từ khoáng phi kim loại khác tăng 14,9%; Sản xuất hoá chất và sản phẩm hoá chất tăng 14,8%; Sản xuất sản phẩm từ kim loại đúc sẵn (trừ máy móc, thiết bị) tăng 13,9%; Sản xuất giường, tủ, bàn, ghế tăng 12,6%; Sản xuất sản phẩm từ cao su và plastic tăng 11,8%; Chế biến gỗ và sản xuất sản phẩm từ gỗ, tre, nứa (trừ giường, tủ, bàn, ghế) tăng 11,5%; Sản xuất chế biến thực phẩm tăng 11,1%; Sản xuất sản phẩm điện tử, máy vi tính và sản phẩm quang học tăng 10,9%. Ở chiều ngược lại, chỉ số IIP của một số ngành tăng thấp hoặc giảm: Sản xuất da và các sản phẩm có liên quan tăng 4,0%; khai thác than cứng và than non giảm 5,7%.

Bảng 2. Tốc độ tăng, giảm chỉ số IIP sáu tháng đầu năm 2026 so với cùng kỳ năm trước giai đoạn 2022-2026 của một số ngành công nghiệp trọng điểm (%)

Lĩnh vực	2022	2023	2024	2025	2026
Khai thác than cứng và than non	10,3	-2,8	-0,8	3,7	-5,7
Sản xuất chế biến thực phẩm	6,4	4,0	6,3	10,1	11,1
Sản xuất đồ uống	14,2	4,7	0,5	1,4	15,4
Sản xuất da và các sản phẩm có liên quan	13,3	-2,5	8,6	16,4	4,0
Chế biến gỗ và sản xuất sản phẩm từ gỗ, tre, nứa (trừ giường, tủ, bàn, ghế); sản xuất sản phẩm từ rom, rạ và vật liệu tết bện	8,2	-6,9	12,2	10,8	11,5
Sản xuất hoá chất và sản phẩm hoá chất	3,3	3,3	18,8	6,9	14,8
Sản xuất sản phẩm từ cao su và plastic	-9,0	7,1	29,2	17,0	11,8
Sản xuất sản phẩm từ khoáng phi kim loại khác	5,4	-5,0	-2,7	13,5	14,9
Sản xuất kim loại	1,9	-4,5	12,9	9,7	21,5
Sản xuất sản phẩm từ kim loại đúc sẵn (trừ máy móc, thiết bị)	9,7	3,7	12,9	10,8	13,9
Sản xuất sản phẩm điện tử, máy vi tính và sản phẩm quang học	11,5	-4,5	10,3	8,4	10,9
Sản xuất xe có động cơ	0,3	-6,2	3,6	32,0	17,7
Sản xuất phương tiện vận tải khác	-1,1	-4,5	-2,9	15,0	15,0
Sản xuất giường, tủ, bàn, ghế	4,1	-2,4	19,8	11,4	12,6

- Một số sản phẩm công nghiệp chủ lực 6 tháng đầu năm 2026 tăng so với cùng kỳ năm trước: Xe máy tăng 32,9%; ô tô tăng 26,9%; thép cán tăng 23,3%; thủy hải sản chế biến tăng 21,6%; đường kính tăng 16,8%; bia tăng 14,4%; sơn hóa học tăng 14,0%; dầu mỏ thô khai thác tăng 13,1%. Ở chiều ngược lại, một số sản phẩm giảm so với cùng kỳ năm trước: Phân hỗn hợp NPK giảm 8,3%; bột ngọt giảm 8,2%; than (than sạch) và giày, dép da cùng giảm 5,7%.

- Chỉ số tiêu thụ toàn ngành công nghiệp chế biến, chế tạo tháng 6 tăng 1,8% so với tháng trước và tăng 9,0% so với cùng kỳ năm trước. Tính chung sáu tháng đầu năm 2026, chỉ số tiêu thụ toàn ngành công nghiệp chế biến, chế tạo tăng 10,8% so với cùng kỳ năm 2025 (cùng kỳ năm 2025 tăng 9,8%).

- Chỉ số tồn kho toàn ngành công nghiệp chế biến, chế tạo tại thời điểm 30/6/2026 ước tăng 5,3% so với cùng thời điểm tháng trước và tăng 13,3% so với cùng thời điểm năm trước. Tỷ lệ tồn kho toàn ngành chế biến, chế tạo bình quân sáu tháng đầu năm 2026 là 82,2% (bình quân cùng kỳ năm 2025 là 85,7%).

2. Tình hình xuất khẩu 6 tháng đầu năm 2026

Tính chung 6 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa đạt 266,52 tỷ USD, tăng 21,0% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, khu vực kinh tế trong nước đạt 53,51 tỷ USD, tăng 4,6%, chiếm 20,1% tổng kim ngạch xuất khẩu; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) đạt 213,01 tỷ USD, tăng 26,0%, chiếm 79,9%.

Hình 4. Tổng thể tình hình xuất nhập khẩu 6 tháng đầu năm 2026



Nguồn: Cục Thống kê

Bảng 3. Giá trị một số mặt hàng xuất khẩu 6 tháng đầu năm 2026

	Giá trị (triệu USD)	Tốc độ tăng so với cùng kỳ năm trước (%)
Các mặt hàng đạt giá trị trên 10 tỷ USD		
Điện tử, máy tính và linh kiện	71.157	49,1
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	33.239	23,6
Điện thoại các loại và linh kiện	31.694	17,8
Hàng dệt, may	18.857	0,9
Giày dép	11.949	0,5

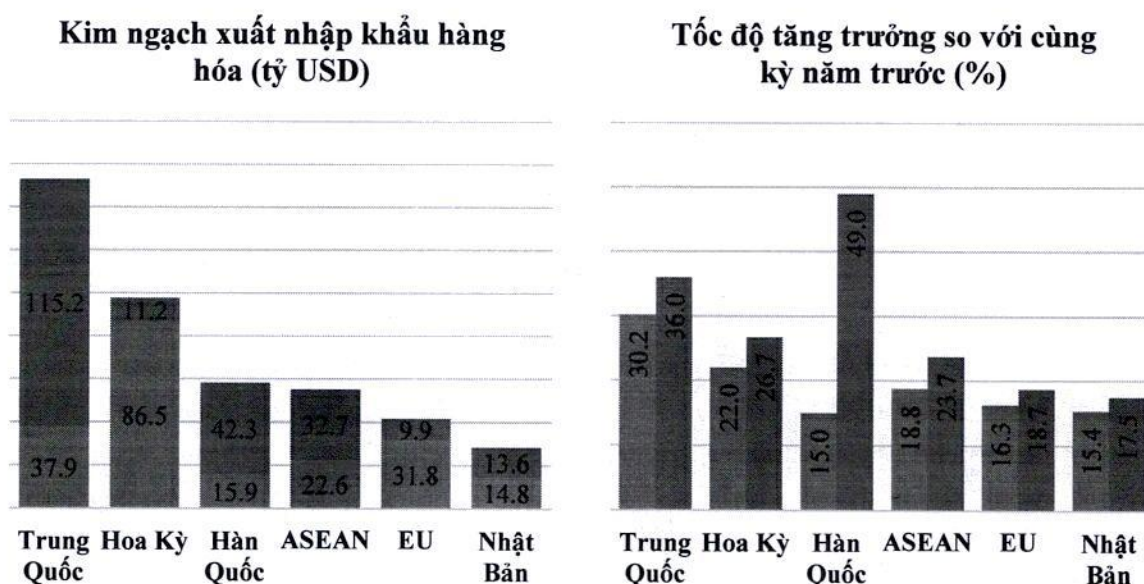
Nguồn: Cục Thống kê

Trong 6 tháng đầu năm 2026 có 29 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD, chiếm 92,1% tổng kim ngạch xuất khẩu (có 5 mặt hàng xuất khẩu trên 10 tỷ USD, chiếm 62,6%).

- Về cơ cấu nhóm hàng xuất khẩu 6 tháng đầu năm 2026, nhóm hàng công nghiệp chế biến đạt 239,8 tỷ USD, chiếm 90,0%; nhóm hàng nông sản, lâm sản đạt 19,23 tỷ USD, chiếm 7,2%; nhóm hàng thủy sản đạt 5,76 tỷ USD, chiếm 2,2%; nhóm hàng nhiên liệu và khoáng sản đạt 1,73 tỷ USD, chiếm 0,6%.

- Về thị trường xuất, nhập khẩu hàng hóa 6 tháng đầu năm 2026, Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch đạt 86,5 tỷ USD. Trung Quốc là thị trường nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch đạt 115,2 tỷ USD.

Hình 5. Thị trường xuất nhập khẩu hàng hoá chủ yếu 6 tháng đầu năm 2026



Nguồn: Cục Thống kê

Trong 6 tháng đầu năm 2026, xuất siêu sang Hoa Kỳ đạt 75,3 tỷ USD tăng 21,3% so với cùng kỳ năm trước; xuất siêu sang EU 21,9 tỷ USD, tăng 15,2%; xuất siêu sang Nhật Bản 1,2 tỷ USD, giảm 5,0%; nhập siêu từ Trung Quốc 77,3 tỷ USD, tăng 39,0%; nhập siêu từ Hàn Quốc 26,4 tỷ USD, tăng 81,0%; nhập siêu từ ASEAN 10,1 tỷ USD, tăng 36,1%.

Với kết quả trên, cán cân thương mại hàng hóa tháng 6 nhập siêu 2,64 tỷ USD, lũy kế 6 tháng đầu năm 2026 nhập siêu 16,65 tỷ USD (cùng kỳ năm trước xuất siêu 7,95 tỷ USD). Trong đó, khu vực kinh tế trong nước nhập siêu 24,95 tỷ USD; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) xuất siêu 8,3 tỷ USD.

II. TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU CÁC NGÀNH HÀNG CHỦ LỰC TẠI CÁC ĐỊA BÀN TRỌNG ĐIỂM

1. Địa bàn truyền thống

1.1. Hoa Kỳ

Hoa Kỳ tiếp tục là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam, với cơ cấu hàng hóa đa dạng và tập trung chủ yếu vào các sản phẩm công nghiệp chế biến, chế tạo có giá trị gia tăng cao. Trong số các mặt hàng xuất khẩu, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện dẫn đầu với kim ngạch 28 tỷ USD, đồng thời ghi nhận mức tăng trưởng rất cao 51% so với cùng kỳ năm trước. Kết quả này phản ánh xu hướng gia tăng nhu cầu đối với các sản phẩm công nghệ cao, cũng như năng lực sản xuất và tham gia sâu hơn của Việt Nam vào chuỗi cung ứng điện tử toàn cầu.

Đứng thứ hai là nhóm máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác với kim ngạch 13,8 tỷ USD, tăng 23%, cho thấy sự mở rộng xuất khẩu các sản phẩm cơ khí và thiết bị công nghiệp sang thị trường Hoa Kỳ. Hàng dệt, may đạt 8,6 tỷ USD, tăng 2%, tiếp tục giữ vai trò là một trong những ngành hàng xuất khẩu chủ lực, mặc dù tốc độ tăng trưởng không cao do nhu cầu tiêu dùng tại thị trường Hoa Kỳ có dấu hiệu chững lại. Trong khi đó, điện thoại các loại và linh kiện đạt 5,6 tỷ USD, tăng 5%, còn giày dép các loại đạt 4,6 tỷ USD, tăng 7%, cho thấy các ngành sản xuất truyền thống vẫn duy trì được lợi thế cạnh tranh và tăng trưởng ổn định.

Một số nhóm hàng có quy mô kim ngạch trung bình cũng ghi nhận kết quả tích cực. Gỗ và sản phẩm gỗ đạt 4,3 tỷ USD, tuy nhiên giảm 7%, phản ánh những khó khăn do nhu cầu nhập khẩu đồ nội thất tại Hoa Kỳ suy giảm. Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận đạt 2,2 tỷ USD, giảm 6%, trong khi phương tiện vận tải và phụ tùng đạt 2,1 tỷ USD, tăng 22%, cho thấy sự cải thiện đáng kể của ngành công nghiệp hỗ trợ và sản xuất linh kiện phục vụ xuất khẩu.

Đối với các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu dưới 2 tỷ USD, sản phẩm từ chất dẻo đạt 1,99 tỷ USD, tăng 12%; máy ảnh, máy quay phim và linh kiện đạt 902 triệu USD, tăng 19%; sản phẩm từ sắt thép đạt 870 triệu USD, tăng 21%; hàng thủy sản đạt 891 triệu USD, giảm nhẹ 1%. Ngoài ra, sắt thép các loại tuy chỉ đạt 459 triệu USD nhưng có tốc độ tăng trưởng khá cao 34%, phản ánh sự phục hồi của hoạt động xuất khẩu nhóm hàng này. Đối với các mặt hàng nông sản, hạt điều đạt 515 triệu USD, tăng 8%; hàng rau quả đạt 292 triệu USD, tăng 12%, trong khi cà phê đạt 324 triệu USD, giảm 3% do chịu tác động từ biến động nguồn cung và nhu cầu của thị trường.

Nhìn chung, cơ cấu xuất khẩu sang Hoa Kỳ cho thấy sự tập trung vào các nhóm hàng công nghiệp chế biến, đặc biệt là điện tử, máy móc và thiết bị, với tốc độ tăng trưởng cao và đóng góp lớn vào tổng kim ngạch xuất khẩu. Trong khi đó, một số ngành hàng truyền thống như gỗ, thủy sản và đồ chơi ghi nhận mức tăng trưởng âm, phản ánh những khó khăn từ sự suy giảm nhu cầu tiêu dùng và các rào cản thương mại.

1.2. Trung Quốc

Trung Quốc tiếp tục là một trong những thị trường xuất khẩu quan trọng của Việt Nam, với cơ cấu hàng hóa đa dạng, trong đó nhóm sản phẩm công nghiệp chế biến, chế tạo và nông sản giữ vai trò chủ đạo. Trong 6 tháng đầu năm 2026, xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc ghi nhận tăng trưởng tích cực ở nhiều nhóm hàng, phản ánh mức độ liên kết ngày càng sâu rộng giữa hai nền kinh tế, đặc biệt

trong lĩnh vực sản xuất công nghiệp, chuỗi cung ứng khu vực và thương mại hàng hóa tiêu dùng.

Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện tiếp tục là nhóm hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất, đạt 11,8 tỷ USD, tăng 44% so với cùng kỳ. Kết quả này phản ánh vai trò ngày càng lớn của Việt Nam trong chuỗi cung ứng điện tử khu vực, trong đó Trung Quốc vừa là thị trường tiêu thụ, vừa là trung tâm sản xuất và cung ứng linh kiện quan trọng. Tuy nhiên, tăng trưởng của nhóm hàng này chủ yếu gắn với hoạt động của các doanh nghiệp FDI, trong khi mức độ tham gia của doanh nghiệp trong nước vào các công đoạn có giá trị gia tăng cao còn hạn chế.

Điện thoại các loại và linh kiện đạt 6,94 tỷ USD, tăng 28%, tiếp tục là một trong những nhóm hàng xuất khẩu chủ lực, thể hiện sự mở rộng hoạt động sản xuất công nghiệp công nghệ cao tại Việt Nam. Máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác đạt 3,2 tỷ USD, tăng 38%, cho thấy sự phát triển của thương mại các sản phẩm công nghiệp, đồng thời phản ánh tính bổ trợ ngày càng rõ nét giữa hai nền sản xuất Việt Nam và Trung Quốc.

Bên cạnh các nhóm hàng công nghiệp, nhiều mặt hàng nông sản và thực phẩm tiếp tục đạt kết quả tích cực. Hàng rau quả đạt 2 tỷ USD, tăng 25%, khẳng định lợi thế của Việt Nam trong cung ứng nông sản nhiệt đới cho thị trường Trung Quốc, đồng thời cho thấy dư địa mở rộng xuất khẩu thông qua các kênh phân phối hiện đại và thương mại điện tử. Hàng thủy sản đạt 1,4 tỷ USD, tăng 39%, phản ánh sự cải thiện của nhu cầu nhập khẩu và khả năng thích ứng của doanh nghiệp Việt Nam với các yêu cầu về chất lượng, kiểm dịch và truy xuất nguồn gốc. Gỗ và sản phẩm gỗ đạt 1,28 tỷ USD, tăng 47%, tiếp tục là nhóm hàng có tốc độ tăng trưởng cao, cho thấy tiềm năng mở rộng xuất khẩu các sản phẩm chế biến sâu. Hạt điều đạt 585 triệu USD, tăng 12%, duy trì vai trò là một trong những mặt hàng nông sản xuất khẩu quan trọng.

Đối với các nhóm hàng khác, hàng dệt may đạt 652 triệu USD, tăng 10%, trong khi giày dép đạt 614 triệu USD nhưng giảm 23%, cho thấy một số ngành hàng thâm dụng lao động đang chịu áp lực cạnh tranh và biến động nhu cầu. Phương tiện vận tải và phụ tùng đạt 263 triệu USD, tăng 31%, phản ánh sự mở rộng của một số lĩnh vực công nghiệp hỗ trợ. Đáng chú ý, cà phê đạt 226 triệu USD, tăng 76%, cho thấy nhu cầu tiêu thụ cà phê tại Trung Quốc đang gia tăng nhanh chóng. Ngoài ra, các nhóm hàng như đồ chơi, dụng cụ thể thao, sản phẩm từ sắt thép và chất dẻo đều ghi nhận mức tăng trưởng tích cực, cho thấy dư địa mở rộng thị trường đối với hàng công nghiệp và tiêu dùng của Việt Nam.

Nhìn chung, cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc trong 6 tháng đầu năm 2026 cho thấy sự kết hợp giữa nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tạo và nhóm hàng nông sản, thực phẩm. Xu hướng tăng trưởng tích cực của nhiều mặt hàng chủ lực cho thấy thị trường Trung Quốc tiếp tục giữ vai trò quan trọng đối với xuất khẩu Việt Nam. Tuy nhiên, để nâng cao hiệu quả hợp tác thương mại song phương, Việt Nam cần tiếp tục nâng cao giá trị gia tăng trong xuất khẩu, tăng cường sự tham gia của doanh nghiệp trong nước vào chuỗi cung ứng, phát triển

công nghiệp hỗ trợ, đẩy mạnh chế biến sâu và xây dựng thương hiệu nhằm khai thác hiệu quả hơn tiềm năng của thị trường Trung Quốc.

1.3. Liên minh châu Âu EU

Liên minh châu Âu (EU) tiếp tục là một trong những thị trường xuất khẩu trọng điểm của Việt Nam, với cơ cấu hàng hóa tương đối đa dạng, trong đó các sản phẩm công nghiệp chế biến, chế tạo vẫn chiếm tỷ trọng lớn. Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu cao nhất, đạt 6,25 tỷ USD, đồng thời ghi nhận mức tăng trưởng 57%, phản ánh nhu cầu lớn của thị trường EU đối với các sản phẩm công nghệ cao và sự gia tăng năng lực sản xuất, xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam. Thứ hai là máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác với kim ngạch 3,5 tỷ USD, tăng 9%, cho thấy nhóm hàng cơ khí và thiết bị công nghiệp tiếp tục duy trì vai trò quan trọng trong cơ cấu xuất khẩu.

Các mặt hàng xuất khẩu truyền thống cũng đạt kết quả tích cực. Giày dép các loại đạt 3 tỷ USD, tăng 2%, trong khi điện thoại các loại và linh kiện đạt 2,6 tỷ USD, tăng 10%. Hàng dệt, may đạt 2,3 tỷ USD, tăng 8%, tiếp tục là một trong những ngành hàng xuất khẩu chủ lực sang EU nhờ lợi thế từ các hiệp định thương mại tự do và khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật của thị trường này. Đáng chú ý, cà phê đạt 1,96 tỷ USD, mặc dù có kim ngạch lớn nhưng giảm 15%, phản ánh những biến động về nguồn cung, giá cả và nhu cầu nhập khẩu của thị trường EU.

Một số nhóm hàng có quy mô kim ngạch trung bình ghi nhận mức tăng trưởng ấn tượng. Phương tiện vận tải và phụ tùng đạt 1,1 tỷ USD, tăng 52%, trong khi đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận đạt 520 triệu USD, tăng tới 161%, là mức tăng trưởng cao nhất trong số các mặt hàng được thống kê. Gỗ và sản phẩm gỗ đạt 420 triệu USD, tăng 64%, cho thấy nhu cầu đối với các sản phẩm gỗ của Việt Nam tại thị trường EU có xu hướng phục hồi mạnh. Ngoài ra, hàng rau quả đạt 220 triệu USD, tăng 30%, và sản phẩm từ chất dẻo đạt 391 triệu USD, tăng 22%, phản ánh sự mở rộng thị phần của các mặt hàng nông sản và sản phẩm chế biến.

Bên cạnh những kết quả tích cực, một số mặt hàng vẫn ghi nhận sự sụt giảm về kim ngạch hoặc tốc độ tăng trưởng âm. Sắt thép các loại đạt 618 triệu USD, giảm 20%, là mặt hàng có mức giảm mạnh nhất trong nhóm công nghiệp. Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện đạt 165 triệu USD, giảm 13%; hạt điều đạt 435 triệu USD, giảm 5%; và hàng thủy sản đạt 501 triệu USD, giảm nhẹ 1%. Trong khi đó, sản phẩm từ sắt thép đạt 374 triệu USD, tăng 3%, cho thấy nhóm hàng này vẫn duy trì được mức tăng trưởng nhưng chưa thực sự nổi bật.

Nhìn chung, cơ cấu xuất khẩu sang EU cho thấy sự chuyển dịch theo hướng gia tăng tỷ trọng các sản phẩm công nghệ cao và hàng công nghiệp chế biến, đồng thời tận dụng hiệu quả các ưu đãi từ các hiệp định thương mại tự do, đặc biệt là EVFTA. Bên cạnh các nhóm hàng có tốc độ tăng trưởng mạnh như điện tử, phương tiện vận tải, đồ chơi và sản phẩm gỗ, một số mặt hàng nông sản và nguyên liệu như cà phê, hạt điều và sắt thép vẫn chịu tác động từ biến động giá cả, nhu

cầu thị trường và các yêu cầu ngày càng khắt khe về tiêu chuẩn chất lượng, môi trường và phát triển bền vững.

1.4. Nhật Bản

Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu sang Nhật Bản tương đối đa dạng, tập trung vào các nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tạo và các sản phẩm tiêu dùng có lợi thế cạnh tranh. Trong đó, hàng dệt, may là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất, đạt 1,98 tỷ USD, mặc dù ghi nhận mức tăng trưởng giảm 6% so với cùng kỳ năm trước. Sự sụt giảm này phản ánh những khó khăn nhất định từ nhu cầu tiêu dùng, cạnh tranh quốc tế và các yêu cầu ngày càng cao về chất lượng, tiêu chuẩn kỹ thuật tại thị trường Nhật Bản. Thứ hai là phương tiện vận tải và phụ tùng với kim ngạch 1,67 tỷ USD, tăng 5%, cho thấy năng lực tham gia vào chuỗi cung ứng công nghiệp và sản xuất linh kiện của Việt Nam tiếp tục được duy trì.

Các nhóm hàng công nghệ cao tiếp tục đóng vai trò quan trọng trong cơ cấu xuất khẩu sang Nhật Bản. Máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác đạt 1,53 tỷ USD, tăng 18%, phản ánh nhu cầu ổn định của thị trường Nhật Bản đối với các sản phẩm phục vụ sản xuất công nghiệp. Điện thoại các loại và linh kiện đạt 1,3 tỷ USD, tăng mạnh 53%, trong khi máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 1,23 tỷ USD, tăng tới 64%. Đây là hai nhóm hàng có tốc độ tăng trưởng cao, cho thấy xu hướng mở rộng xuất khẩu các sản phẩm công nghệ và vai trò ngày càng lớn của Việt Nam trong chuỗi cung ứng điện tử toàn cầu.

Bên cạnh các nhóm hàng công nghiệp, một số mặt hàng truyền thống vẫn duy trì được vị trí nhất định tại thị trường Nhật Bản. Gỗ và sản phẩm gỗ đạt 1,1 tỷ USD, tăng 6%, phản ánh nhu cầu ổn định đối với các sản phẩm nội thất và nguyên liệu gỗ từ Việt Nam. Hàng thủy sản đạt 801 triệu USD, tăng nhẹ 2%, cho thấy khả năng duy trì thị phần trong một thị trường có yêu cầu cao về chất lượng và an toàn thực phẩm. Giày dép các loại đạt 561 triệu USD, tuy nhiên giảm 6%, cho thấy nhóm hàng này đang chịu áp lực cạnh tranh và sự thay đổi trong xu hướng tiêu dùng. Ngoài ra, sản phẩm từ chất dẻo đạt 401 triệu USD, tăng 9%, tiếp tục đóng góp vào nhóm hàng công nghiệp hỗ trợ.

Đối với các mặt hàng có kim ngạch nhỏ hơn, đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận đạt 491 triệu USD, tăng mạnh 92%, là mặt hàng có tốc độ tăng trưởng cao nhất trong danh mục, cho thấy nhu cầu nhập khẩu của Nhật Bản đối với nhóm sản phẩm này đang có sự cải thiện đáng kể. Cà phê đạt 345 triệu USD nhưng giảm 9%, chủ yếu do biến động chung của giá thị trường mặt hàng này. Sản phẩm từ sắt thép đạt 293 triệu USD, giảm 4%, trong khi sắt thép các loại chỉ đạt 49 triệu USD nhưng tăng trưởng 55%, cho thấy sự phục hồi nhất định của nhóm hàng kim loại. Máy ảnh, máy quay phim và linh kiện đạt 80 triệu USD, tăng 26%; hàng rau quả đạt 126 triệu USD, tăng 4%; và hạt điều đạt 42 triệu USD, không có biến động tăng trưởng (0%).

Nhìn chung, cơ cấu xuất khẩu sang Nhật Bản cho thấy sự chuyển dịch theo hướng gia tăng tỷ trọng các nhóm hàng công nghiệp chế biến, đặc biệt là điện tử, máy móc và phương tiện vận tải. Các mặt hàng công nghệ cao như máy vi tính, linh kiện điện tử và điện thoại ghi nhận mức tăng trưởng nổi bật, thể hiện khả

năng thích ứng của doanh nghiệp Việt Nam với nhu cầu của thị trường Nhật Bản. Tuy nhiên, một số ngành hàng truyền thống như dệt may, giày dép và cà phê vẫn gặp khó khăn do cạnh tranh cao, yêu cầu khắt khe về tiêu chuẩn và biến động nhu cầu.

1.5. Hàn Quốc

Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu sang Hàn Quốc tập trung chủ yếu vào các nhóm sản phẩm công nghiệp chế biến, chế tạo, đặc biệt là điện tử, máy móc và linh kiện. Trong đó, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất, đạt 4,56 tỷ USD, tăng trưởng 11%. Kết quả này phản ánh nhu cầu ổn định của thị trường Hàn Quốc đối với các sản phẩm công nghệ cao, đồng thời cho thấy vai trò ngày càng lớn của Việt Nam trong chuỗi cung ứng điện tử và sản xuất linh kiện của các doanh nghiệp Hàn Quốc. Thứ hai là điện thoại các loại và linh kiện với kim ngạch 3,2 tỷ USD, tăng mạnh 77%, là một trong những nhóm hàng có tốc độ tăng trưởng nổi bật nhất, cho thấy sự mở rộng đáng kể của hoạt động sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm điện tử.

Bên cạnh nhóm hàng điện tử, máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác đạt 1,55 tỷ USD, tăng 4%, tiếp tục giữ vai trò quan trọng trong cơ cấu xuất khẩu sang Hàn Quốc, phản ánh nhu cầu nhập khẩu các sản phẩm phục vụ sản xuất công nghiệp. Hàng dệt, may đạt 1,23 tỷ USD, giảm 8%, cho thấy nhóm hàng này đang chịu ảnh hưởng từ sự cạnh tranh ngày càng lớn trên thị trường quốc tế và sự thay đổi trong nhu cầu tiêu dùng. Phương tiện vận tải và phụ tùng đạt 959 triệu USD, tăng nhẹ 1%, thể hiện sự duy trì ổn định của ngành công nghiệp hỗ trợ và sản xuất linh kiện.

Đối với các nhóm hàng truyền thống, hàng thủy sản đạt 412 triệu USD, tăng 7%, cho thấy khả năng duy trì thị phần tại một thị trường có yêu cầu cao về chất lượng và an toàn thực phẩm. Gỗ và sản phẩm gỗ đạt 339 triệu USD, giảm 9%, phản ánh những khó khăn nhất định do biến động nhu cầu và các yêu cầu ngày càng khắt khe về nguồn gốc nguyên liệu. Giày dép các loại đạt 324 triệu USD, tăng nhẹ 2%, duy trì mức xuất khẩu tương đối ổn định. Ngoài ra, hàng rau quả đạt 170 triệu USD, tăng 8%, cho thấy tiềm năng mở rộng của nhóm hàng nông sản tại thị trường Hàn Quốc.

Các mặt hàng có kim ngạch thấp hơn nhìn chung có sự biến động lớn hơn. Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận đạt 30 triệu USD, tăng 32%, cho thấy xu hướng cải thiện nhu cầu đối với nhóm hàng này. Trong khi đó, máy ảnh, máy quay phim và linh kiện đạt 164 triệu USD, giảm 24%; cà phê đạt 80 triệu USD, giảm mạnh 38%; và sắt thép các loại đạt 84 triệu USD, giảm 51%, là mặt hàng có mức suy giảm lớn nhất trong danh mục. Sản phẩm từ chất dẻo đạt 141 triệu USD, giảm nhẹ 1%, còn sản phẩm từ sắt thép đạt 99 triệu USD, tăng 6%, cho thấy sự phân hóa giữa các nhóm hàng công nghiệp phụ trợ.

Nhìn chung, cơ cấu xuất khẩu sang Hàn Quốc cho thấy sự tập trung rõ rệt vào các nhóm hàng công nghiệp công nghệ cao, đặc biệt là điện tử, điện thoại, máy móc và linh kiện, với mức tăng trưởng tích cực. Sự gia tăng mạnh của nhóm điện thoại các loại và linh kiện cho thấy mối liên kết chặt chẽ giữa Việt Nam và

các tập đoàn công nghệ Hàn Quốc trong chuỗi sản xuất toàn cầu. Tuy nhiên, một số mặt hàng truyền thống như dệt may, gỗ, cà phê và sắt thép đang gặp khó khăn do áp lực cạnh tranh, biến động nhu cầu và các yêu cầu ngày càng cao về tiêu chuẩn sản phẩm.

1.6. Đông Nam Á (ASEAN)

Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu sang các nước ASEAN đa dạng, trong đó nổi bật là các nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tạo và sản phẩm phục vụ chuỗi cung ứng khu vực. Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất sang ASEAN, đạt 3,89 tỷ USD, đồng thời ghi nhận mức tăng trưởng rất cao 84%. Kết quả này cho thấy nhu cầu ngày càng gia tăng đối với các sản phẩm công nghệ cao trong khu vực, đồng thời phản ánh sự tham gia sâu hơn của Việt Nam vào mạng lưới sản xuất và cung ứng điện tử tại Đông Nam Á.

Đứng thứ hai là máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác với kim ngạch 2,1 tỷ USD, tăng 22%, cho thấy vai trò quan trọng của nhóm hàng công nghiệp phục vụ sản xuất và đầu tư trong khu vực ASEAN. Điện thoại các loại và linh kiện đạt 1,32 tỷ USD, tăng 17%, tiếp tục duy trì vị trí trong nhóm hàng xuất khẩu chủ lực. Bên cạnh đó, phương tiện vận tải và phụ tùng đạt 1,32 tỷ USD, giảm 8%, phản ánh những khó khăn nhất định của ngành sản xuất, lắp ráp và nhu cầu tiêu thụ phương tiện trong khu vực. Hàng dệt, may đạt 1,14 tỷ USD, tăng 10%, cho thấy nhóm hàng tiêu dùng truyền thống vẫn duy trì được khả năng cạnh tranh tại các thị trường ASEAN.

Một số nhóm hàng có kim ngạch trung bình cũng đạt mức tăng trưởng tích cực. Sắt thép các loại đạt 1,15 tỷ USD, tăng 9%, cho thấy nhu cầu đối với nguyên liệu và sản phẩm phục vụ xây dựng, sản xuất công nghiệp trong khu vực vẫn được duy trì. Hàng thủy sản đạt 394 triệu USD, tăng 20%, phản ánh lợi thế của Việt Nam trong lĩnh vực sản xuất và chế biến thực phẩm. Sản phẩm từ sắt thép đạt 385 triệu USD, tăng 19%, trong khi sản phẩm từ chất dẻo đạt 363 triệu USD, tăng 4%, tiếp tục đóng góp vào nhóm hàng công nghiệp hỗ trợ. Ngoài ra, gỗ và sản phẩm gỗ đạt 193 triệu USD, tăng 10%, cho thấy nhu cầu ổn định đối với các sản phẩm chế biến từ gỗ trong khu vực.

Đối với các mặt hàng nông sản, cà phê đạt 521 triệu USD nhưng giảm 14%, phản ánh sự biến động về nhu cầu và giá cả trên thị trường quốc tế. Ngược lại, hàng rau quả đạt 206 triệu USD, tăng 32%, cho thấy tiềm năng mở rộng xuất khẩu nông sản sang các quốc gia ASEAN nhờ lợi thế về vị trí địa lý và sự tương đồng về nhu cầu tiêu dùng. Hạt điều đạt 56 triệu USD, tăng 35%, cũng ghi nhận xu hướng tăng trưởng tích cực.

Nhìn chung, cơ cấu xuất khẩu sang ASEAN cho thấy xu hướng chuyển dịch theo hướng gia tăng tỷ trọng các sản phẩm công nghiệp chế biến, đặc biệt là điện tử, máy móc, linh kiện và sản phẩm kim loại, với nhiều nhóm hàng đạt mức tăng trưởng cao. Lợi thế về khoảng cách địa lý, sự tương đồng trong nhu cầu tiêu dùng và các cam kết thương mại trong khu vực giúp ASEAN trở thành thị trường tiềm năng đối với doanh nghiệp Việt Nam. Tuy nhiên, một số nhóm hàng như phương

tiện vận tải, cà phê... vẫn gặp khó khăn do biến động nhu cầu và cạnh tranh trong khu vực.

2. Địa bàn mới nhiều tiềm năng khai thác

2.1. Nam Á

Nam Á là khu vực thị trường mới nổi với nhiều tiềm năng đối với hoạt động xuất khẩu của Việt Nam, nhờ quy mô dân số lớn, nhu cầu tiêu dùng ngày càng gia tăng và quá trình phát triển công nghiệp đang được đẩy mạnh tại nhiều quốc gia trong khu vực. Cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam sang Nam Á hiện tập trung chủ yếu vào các nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tạo, đặc biệt là điện tử, máy móc và phương tiện vận tải. Trong đó, điện thoại các loại và linh kiện là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất, đạt 1,28 tỷ USD, tăng trưởng 2%, tiếp tục giữ vai trò quan trọng trong cơ cấu xuất khẩu nhờ nhu cầu tiêu thụ thiết bị điện tử ngày càng tăng tại khu vực này.

Đứng tiếp theo là nhóm máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện với kim ngạch 970 triệu USD, tăng 32%, và phương tiện vận tải và phụ tùng đạt 970 triệu USD, tăng 21%. Kết quả này cho thấy tiềm năng mở rộng xuất khẩu các sản phẩm công nghệ cao, linh kiện và phương tiện phục vụ quá trình phát triển kinh tế, công nghiệp hóa tại các quốc gia Nam Á. Bên cạnh đó, máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác đạt 669 triệu USD, tăng 34%, phản ánh nhu cầu ngày càng lớn đối với các sản phẩm phục vụ sản xuất, xây dựng và đầu tư cơ sở hạ tầng trong khu vực.

Đối với nhóm hàng công nghiệp và nguyên liệu, sắt thép các loại đạt 389 triệu USD, tăng 12%, cho thấy nhu cầu ổn định về nguyên liệu phục vụ xây dựng và phát triển công nghiệp tại Nam Á. Hàng dệt, may đạt 252 triệu USD, tăng 16%, tiếp tục duy trì khả năng cạnh tranh nhờ lợi thế về năng lực sản xuất và chi phí. Sản phẩm từ chất dẻo đạt 140 triệu USD, giảm 4%, phản ánh những biến động nhất định trong nhu cầu nhập khẩu của thị trường. Sản phẩm từ sắt thép đạt 74 triệu USD, tăng 8%, cho thấy xu hướng tích cực của nhóm hàng công nghiệp hỗ trợ.

Một số mặt hàng có quy mô kim ngạch nhỏ nhưng ghi nhận tốc độ tăng trưởng nổi bật. Cà phê đạt 57 triệu USD, tăng mạnh 350%, là mặt hàng có mức tăng trưởng cao nhất trong danh mục, cho thấy tiềm năng lớn của nhóm nông sản Việt Nam tại thị trường Nam Á. Giày dép các loại đạt 92 triệu USD, tăng 250%, phản ánh khả năng mở rộng thị phần của nhóm hàng tiêu dùng tại khu vực này. Ngoài ra, hàng thủy sản đạt 15 triệu USD, tăng 3%, trong khi hạt điều đạt 11 triệu USD, giảm 23%, cho thấy một số mặt hàng nông sản vẫn còn dư địa phát triển nhưng chịu ảnh hưởng từ biến động nhu cầu và cạnh tranh nguồn cung.

Bên cạnh những kết quả tích cực, một số nhóm hàng vẫn chưa khai thác được nhiều tiềm năng tại thị trường Nam Á. Gỗ và sản phẩm gỗ chỉ đạt 45 triệu USD, giảm 37%, cho thấy nhu cầu đối với nhóm hàng này còn hạn chế hoặc đang chịu tác động từ sự thay đổi trong thị trường tiêu dùng.

Nhìn chung, cơ cấu xuất khẩu sang Nam Á cho thấy thị trường này đang có nhiều cơ hội phát triển, đặc biệt đối với các nhóm hàng điện tử, máy móc, phương tiện vận tải, sắt thép và một số sản phẩm tiêu dùng. Mặc dù quy mô xuất khẩu hiện còn khiêm tốn so với các thị trường lớn như Hoa Kỳ, EU, Trung Quốc hay Nhật Bản, nhưng tốc độ tăng trưởng cao ở một số mặt hàng như cà phê, giày dép, máy móc và điện tử cho thấy tiềm năng mở rộng đáng kể.

2.2. Tây Á

Tây Á là khu vực thị trường có nhiều tiềm năng đối với xuất khẩu của Việt Nam nhờ nhu cầu nhập khẩu lớn, đặc biệt đối với các sản phẩm công nghiệp, hàng tiêu dùng và nông sản. Tuy nhiên, so với các thị trường lớn khác, xuất khẩu sang khu vực này chưa tương xứng với tiềm năng và nhu cầu của các bên. Cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam sang Tây Á tập trung chủ yếu vào một số mặt hàng công nghệ, điện tử và sản phẩm tiêu dùng. Trong đó, điện thoại các loại và linh kiện là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất, đạt 2,83 tỷ USD, tăng trưởng 8%, tiếp tục giữ vai trò chủ đạo trong cơ cấu xuất khẩu nhờ nhu cầu cao đối với thiết bị điện tử và viễn thông tại khu vực này.

Đứng thứ hai là máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện với kim ngạch 626 triệu USD, tăng 36%, cho thấy xu hướng gia tăng nhu cầu đối với các sản phẩm công nghệ và thiết bị điện tử tại Tây Á. Đây cũng là một trong những nhóm hàng có mức tăng trưởng tích cực, phản ánh khả năng mở rộng thị phần của Việt Nam trong lĩnh vực công nghệ cao. Ngược lại, máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác chỉ đạt 192 triệu USD, giảm mạnh 39%, cho thấy hoạt động xuất khẩu nhóm hàng phục vụ sản xuất công nghiệp đang gặp khó khăn do biến động nhu cầu đầu tư và điều kiện kinh tế tại khu vực.

Đối với nhóm hàng tiêu dùng và sản phẩm truyền thống, giày dép các loại đạt 201 triệu USD, giảm 15%, trong khi hàng dệt, may đạt 134 triệu USD, giảm 4%. Điều này cho thấy các ngành hàng có lợi thế về lao động vẫn duy trì được thị phần nhưng đang chịu áp lực cạnh tranh ngày càng lớn từ các quốc gia cung ứng khác. Hàng thủy sản đạt 115 triệu USD, giảm 5%, và hạt điều đạt 119 triệu USD, giảm mạnh 42%, phản ánh những khó khăn của nhóm hàng nông sản, thực phẩm trước sự thay đổi về nhu cầu, giá cả và yêu cầu thị trường.

Một số nhóm hàng có kim ngạch thấp hơn nhưng ghi nhận những biến động đáng chú ý. Sắt thép các loại đạt 91 triệu USD, tăng mạnh 96%, là mặt hàng có tốc độ tăng trưởng cao nhất trong danh mục, cho thấy nhu cầu nhất định đối với nguyên liệu phục vụ xây dựng và phát triển cơ sở hạ tầng tại Tây Á. Trong khi đó, sản phẩm từ sắt thép chỉ đạt 23 triệu USD nhưng giảm tới 67%, phản ánh sự suy giảm mạnh của nhóm hàng này. Phương tiện vận tải và phụ tùng đạt 97 triệu USD, giảm 22%; gỗ và sản phẩm gỗ đạt 32 triệu USD, giảm 27%; sản phẩm từ chất dẻo đạt 12 triệu USD, giảm 13%, cho thấy phần lớn các nhóm hàng công nghiệp và nguyên liệu đang gặp nhiều thách thức trong việc duy trì tăng trưởng.

Đối với nhóm hàng nông sản, cà phê đạt 27 triệu USD, giảm 14%, trong khi hàng rau quả đạt 50 triệu USD, giảm 30%. Mặc dù Tây Á có nhu cầu nhập khẩu lớn đối với thực phẩm và nông sản, kết quả trên cho thấy doanh nghiệp Việt

Nam vẫn cần cải thiện khả năng tiếp cận thị trường, xây dựng kênh phân phối và đáp ứng tốt hơn các yêu cầu về tiêu chuẩn chất lượng, bảo quản và chứng nhận sản phẩm.

Nhìn chung, cơ cấu xuất khẩu sang Tây Á hiện vẫn tập trung vào một số nhóm hàng nhóm hàng của doanh nghiệp đầu tư nước ngoài. Tuy nhiên, với đặc thù địa bàn có thu nhập cao, nhu cầu tiêu dùng đa dạng và nhu cầu phát triển cơ sở hạ tầng lớn, Tây Á vẫn là thị trường có nhiều tiềm năng mở rộng đối với doanh nghiệp Việt Nam.

2.3. Châu Phi

Châu Phi là thị trường còn nhiều dư địa phát triển đối với hoạt động xuất khẩu của Việt Nam nhờ quy mô dân số lớn, nhu cầu tiêu dùng ngày càng gia tăng và nhu cầu nhập khẩu đa dạng về hàng hóa phục vụ đời sống, sản xuất và phát triển kinh tế. Tuy nhiên, so với các thị trường truyền thống, quy mô xuất khẩu của Việt Nam sang châu Phi hiện còn rất hạn chế. Về cơ cấu hàng hóa, điện thoại các loại và linh kiện là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất, đạt 380 triệu USD, tăng trưởng 8%, tiếp tục đóng vai trò quan trọng trong cơ cấu xuất khẩu nhờ nhu cầu cao đối với các thiết bị viễn thông và điện tử tại các quốc gia châu Phi.

Đứng thứ hai là cà phê với kim ngạch 322 triệu USD, giảm 14% so với cùng kỳ năm trước, do giá cà phê xuất khẩu giảm 22% so với cùng kỳ năm trước (theo báo cáo của Bộ Nông nghiệp và Môi trường). Mặc dù có mức giảm, cà phê vẫn là một trong những mặt hàng xuất khẩu nổi bật của Việt Nam sang châu Phi, phản ánh nhu cầu tiêu thụ lớn đối với nhóm hàng nông sản tại khu vực này. Bên cạnh đó, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 70 triệu USD, tăng 36%, cho thấy tiềm năng mở rộng của nhóm hàng công nghệ trong bối cảnh nhu cầu số hóa và sử dụng thiết bị điện tử tại châu Phi ngày càng tăng. Máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác cũng đạt 70 triệu USD, nhưng giảm mạnh 39%, cho thấy hoạt động xuất khẩu các sản phẩm phục vụ sản xuất công nghiệp vẫn gặp nhiều khó khăn.

Đối với nhóm hàng tiêu dùng, hàng dệt, may đạt 84 triệu USD, giảm 4%, trong khi giày dép các loại đạt 59 triệu USD, giảm 15%. Kết quả này cho thấy các ngành hàng có lợi thế về lao động của Việt Nam vẫn duy trì được thị trường nhưng chưa tạo được sự tăng trưởng mạnh do cạnh tranh từ các quốc gia cung ứng khác và những hạn chế về hệ thống phân phối tại khu vực châu Phi. Hàng thủy sản đạt 34 triệu USD, giảm 5%, phản ánh sự biến động trong nhu cầu nhập khẩu và các yêu cầu về tiêu chuẩn chất lượng, bảo quản sản phẩm.

Một số mặt hàng khác có kim ngạch thấp hơn nhưng vẫn đóng góp vào cơ cấu xuất khẩu. Phương tiện vận tải và phụ tùng đạt 38 triệu USD, giảm 22%; hàng rau quả đạt 14 triệu USD, giảm 30%; hạt điều đạt 16 triệu USD, giảm 42%; gỗ và sản phẩm gỗ đạt 5 triệu USD, giảm 27%. Những kết quả này cho thấy nhóm hàng nông sản và sản phẩm chế biến từ nguyên liệu vẫn chưa khai thác hết tiềm năng tại thị trường châu Phi, dù đây là khu vực có nhu cầu nhập khẩu thực phẩm và hàng tiêu dùng tương đối lớn.

Đối với các nhóm hàng công nghiệp khác, sắt thép các loại đạt 1 triệu USD, tăng mạnh 96%, là mặt hàng có tốc độ tăng trưởng cao nhất trong bảng số liệu, mặc dù quy mô xuất khẩu còn rất nhỏ. Trong khi đó, sản phẩm từ sắt thép chỉ đạt 4 triệu USD, giảm mạnh 67%, phản ánh sự suy giảm đáng kể của nhóm hàng này. Một số mặt hàng như đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận, máy ảnh, máy quay phim và linh kiện, sản phẩm từ chất dẻo chưa ghi nhận kim ngạch xuất khẩu trong kỳ thống kê, cho thấy đây là những nhóm hàng cần được nghiên cứu thêm về nhu cầu thị trường và khả năng tiếp cận.

Nhìn chung, cơ cấu xuất khẩu sang châu Phi hiện tập trung chủ yếu vào một số nhóm hàng như điện thoại, cà phê, điện tử, dệt may và giày dép, trong đó các sản phẩm công nghệ và một số mặt hàng nông sản vẫn duy trì được vai trò nhất định. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng của nhiều nhóm hàng còn chưa ổn định do đặc điểm thị trường phân tán, khoảng cách địa lý lớn, chi phí logistics cao và những hạn chế trong hệ thống thanh toán, phân phối.

2.4. Nam Mỹ

Nam Mỹ là thị trường có nhiều tiềm năng đối với hoạt động xuất khẩu của Việt Nam nhờ quy mô dân số lớn, nhu cầu tiêu dùng đa dạng và xu hướng gia tăng hội nhập kinh tế quốc tế. Tuy nhiên, do khoảng cách địa lý xa, chi phí logistics cao và đặc điểm thị trường phân tán, quy mô xuất khẩu sang khu vực này hiện vẫn còn khiêm tốn so với các thị trường truyền thống. Cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam sang Nam Mỹ tập trung chủ yếu vào các nhóm hàng công nghiệp chế biến, điện tử, máy móc và một số sản phẩm tiêu dùng. Trong đó, điện thoại các loại và linh kiện là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất, đạt 987 triệu USD, tăng trưởng 8%, tiếp tục giữ vai trò quan trọng nhờ nhu cầu tiêu thụ thiết bị điện tử và viễn thông tại khu vực này.

Đứng thứ hai là máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện với kim ngạch 575 triệu USD, tăng 42%, cho thấy xu hướng gia tăng nhu cầu đối với các sản phẩm công nghệ và khả năng mở rộng thị phần của doanh nghiệp Việt Nam trong lĩnh vực điện tử. Máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác đạt 164 triệu USD, tăng 6%, phản ánh nhu cầu nhập khẩu các sản phẩm phục vụ sản xuất và phát triển công nghiệp tại Nam Mỹ. Bên cạnh đó, phương tiện vận tải và phụ tùng đạt 274 triệu USD, tăng mạnh 34%, cho thấy tiềm năng phát triển của nhóm hàng phục vụ giao thông và công nghiệp hỗ trợ.

Đối với nhóm hàng tiêu dùng và sản phẩm truyền thống, giày dép các loại đạt 322 triệu USD, tuy nhiên giảm 9%, cho thấy nhóm hàng này đang chịu áp lực cạnh tranh và biến động nhu cầu tại thị trường Nam Mỹ. Hàng dệt, may đạt 141 triệu USD, tăng 19%, phản ánh khả năng duy trì và mở rộng thị phần của ngành dệt may Việt Nam nhờ lợi thế về năng lực sản xuất. Hàng thủy sản đạt 177 triệu USD, tăng 34%, cho thấy nhu cầu tích cực đối với các sản phẩm thực phẩm có nguồn gốc thủy sản tại khu vực này.

Một số mặt hàng có quy mô kim ngạch nhỏ nhưng ghi nhận tốc độ tăng trưởng nổi bật. Sắt thép các loại đạt 225 triệu USD, tăng mạnh 302%, là mặt hàng có mức tăng trưởng cao nhất trong danh mục, cho thấy nhu cầu gia tăng đối với

nguyên liệu phục vụ xây dựng và phát triển cơ sở hạ tầng tại Nam Mỹ. Đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận đạt 44 triệu USD, tăng 215%, phản ánh sự mở rộng nhanh chóng của nhóm hàng tiêu dùng này. Trong khi đó, sản phẩm từ sắt thép chỉ đạt 8 triệu USD, giảm 39%, cho thấy sự suy giảm đáng kể của nhóm hàng chế biến từ kim loại.

Đối với các mặt hàng nông sản, cà phê chỉ đạt 4 triệu USD, giảm 24%, trong khi hàng rau quả và hạt điều chưa ghi nhận kim ngạch xuất khẩu trong kỳ thống kê. Điều này cho thấy mặc dù Nam Mỹ là khu vực có nhu cầu lớn đối với các sản phẩm nông nghiệp, doanh nghiệp Việt Nam vẫn chưa khai thác hiệu quả tiềm năng của nhóm hàng này, có thể do sự cạnh tranh từ nguồn cung nội địa và các quốc gia xuất khẩu nông sản khác trong khu vực. Gỗ và sản phẩm gỗ đạt 4 triệu USD, giảm 24%, phản ánh quy mô xuất khẩu còn hạn chế và gặp nhiều khó khăn trong việc mở rộng thị trường.

Nhìn chung, cơ cấu xuất khẩu sang Nam Mỹ cho thấy sự tập trung vào các nhóm hàng điện tử, điện thoại, máy móc, phương tiện vận tải và một số sản phẩm công nghiệp, trong đó nhiều mặt hàng đạt mức tăng trưởng tích cực. Đặc biệt, sự tăng trưởng mạnh của sắt thép, đồ chơi thể thao, điện tử và thủy sản cho thấy thị trường Nam Mỹ đang mở ra nhiều cơ hội mới cho doanh nghiệp Việt Nam. Tuy nhiên, để khai thác hiệu quả khu vực này, doanh nghiệp cần khắc phục các hạn chế về khoảng cách địa lý, chi phí vận chuyển, thông tin thị trường và xây dựng quan hệ đối tác lâu dài.

(Cụ thể tình hình xuất khẩu các nhóm hàng chủ lực sang các khu vực thị trường theo Phụ lục 3 của Kế hoạch)

III. ĐÁNH GIÁ TÌNH HÌNH KHAI THÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO

Việt Nam đang thực thi 17 FTA, bao gồm các FTA đã có hiệu lực và một số mới ký kết. Các FTA này bao phủ khoảng 90% GDP thế giới và hơn 60 đối tác. Một số kết quả, thuận lợi và khó khăn trong khai thác, tận dụng các FTA này thời gian qua như sau:

1. Kết quả thực thi các FTA

- Cải cách thể chế mạnh mẽ: Việt Nam đã sửa đổi/ban hành nhiều văn bản quy phạm pháp luật nhằm thể chế hóa và thực thi cam kết, phần lớn liên quan tới cam kết trong các FTA, đặc biệt là các FTA thế hệ mới như EVFTA, CPTPP, UKVFTA.

- Xây dựng và vận hành Hệ thống quản trị việc thực thi các Hiệp định thương mại tự do (FTA):

- + *Xây dựng và công bố Bộ chỉ số đánh giá kết quả thực hiện các FTA tại các địa phương (FTA Index):* Năm 2025, Bộ Công Thương xây dựng và công bố FTA Index – Bộ chỉ số đánh giá kết quả thực hiện các FTA tại 63 tỉnh/thành dựa trên 4 trụ cột (tuyên truyền thông tin, tuân thủ pháp luật, hỗ trợ doanh nghiệp, phát

triển bền vững) vào ngày 08 tháng 04 năm 2026. Đây là công cụ định lượng đầu tiên giúp đo lường và thúc đẩy trách nhiệm địa phương trong thực thi các FTA. Năm 2026, Bộ Công Thương đã hoàn thành và đang chuẩn bị cho Lễ công bố FTA Index năm 2025 trong tháng 8 năm 2026.

+ *Xây dựng Hệ sinh thái tận dụng các FTA (FTA Ecosystem)*: Đề án Hệ sinh thái tận dụng các FTA đã được phê duyệt tại Quyết định của TTgCP số 1253/QĐ-TTg ngày 10 tháng 7 năm 2026. Trước đó, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 240/2026/NĐ-CP ngày 26 tháng 6 năm 2026, về việc quy định chi tiết và biện pháp thi hành một số điều về cơ chế, chính sách phát huy nguồn lực xây dựng, vận hành Hệ sinh thái tận dụng các Hiệp định thương mại tự do và Quỹ Xúc tiến xuất khẩu ngành hàng theo Nghị quyết số 250/2025/QH15 ngày 10 tháng 12 năm 2025 của Quốc hội về một số cơ chế, chính sách đặc thù nhằm nâng cao hiệu quả hội nhập quốc tế. Đây là cơ sở pháp lý để Bộ Công Thương xây dựng và vận hành Hệ sinh thái tận dụng các FTA – một hệ thống kết nối toàn diện các chủ thể trong hệ sinh thái xuất nhập khẩu nhằm nâng cao năng lực tận dụng các FTA cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh.

+ *Duy trì vận hành và cập nhật thông tin trên Cổng thông tin điện tử về FTA của Việt Nam (FTAP)*: Cổng FTAP là một địa chỉ cung cấp đầy đủ các thông tin về các cam kết trong khuôn khổ các FTA, văn bản pháp luật thực hiện các cam kết theo FTA, số liệu xuất nhập khẩu tại thị trường các nước có FTA, tin tức, sự kiện cũng như các hoạt động tuyên truyền, phổ biến, xuất bản ấn phẩm về các FTA và liên tục được Bộ Công Thương cập nhật mới thông tin.

- *Kết quả kinh tế*: Xuất khẩu tận dụng ưu đãi FTA năm 2024 và năm 2025 đạt khoảng 100 tỷ USD (tỷ lệ tận dụng đạt khoảng 30-40%). Các FTA thế hệ mới góp phần tăng trưởng xuất khẩu mạnh. Cụ thể như sau:

+ *Đối với Hiệp định CPTPP*: Tỷ lệ sử dụng mẫu C/O CPTPP đạt 7,69%, giảm nhẹ so với mức 8,84% của năm 2024. Trong năm 2025, kết quả thương mại giữa Việt Nam với các Thành viên CPTPP có những tín hiệu tích cực, theo đó kim ngạch xuất nhập khẩu 02 chiều năm 2025 đạt 124,5 tỷ USD, tăng 11,9 % so với năm trước; trong đó, xuất khẩu của Việt Nam đạt 70,6 tỷ USD, tăng 11,5%; nhập khẩu đạt 53,8 tỷ USD, tăng 12,5%. Xét về thị trường, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang tất cả các thị trường CPTPP đều tăng trưởng tích cực. 3 thị trường Ca-na-đa, Mê-hi-cô và Pê-ru đều chứng kiến mức tăng trưởng tích cực, lần lượt là 18,13%, 28,67% và 15,75%. Thặng dư thương mại từ các Thành viên CPTPP trong năm 2025 đạt 16,7 tỷ USD, trong khi trước đó, vào năm 2024, thặng dư chỉ đạt 15,4 tỷ USD. Đặc biệt, thặng dư thương mại với 3 nước Ca-na-đa, Mê-hi-cô và Peru trong năm 2025 đạt 12,7 tỷ USD, tăng 22,3% so với năm 2024.

+ Đối với Hiệp định EVFTA: Tỷ lệ sử dụng mẫu C/O theo EVFTA (mẫu EUR.1) đạt 34,6%, giảm nhẹ so với mức 35,05% của năm 2024. Năm 2025 thương mại hai chiều giữa Việt Nam và EU duy trì đà phục hồi và tăng trưởng khả quan, đạt kim ngạch 73,81 tỷ USD, tăng 7,9% so với năm 2024 và chiếm tỉ trọng 7,9% trong tổng kim ngạch thương mại của cả nước, theo số liệu thống kê của Cục Hải quan. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU đạt 56,18 tỷ USD, tăng 8,6% so với năm trước, chiếm 11,8% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam; kim ngạch nhập khẩu từ EU đạt 17,64 tỷ USD, tăng 5,5%, chiếm 3,9% tổng kim ngạch nhập khẩu. Với tốc độ tăng xuất khẩu cao hơn nhập khẩu, Việt Nam tiếp tục duy trì xuất siêu lớn sang thị trường EU, với mức xuất siêu năm 2025 đạt 38,54 tỷ USD, tăng 10,1% so với năm 2024.

+ Đối với Hiệp định UKVFTA: Tỷ lệ cấp C.O mẫu EUR.1 UK sang Vương quốc Anh đạt 31.87%, giảm 4,34% so với mức 36,21% của năm 2024. Trong năm 2025, kim ngạch trao đổi thương mại giữa Việt Nam và Vương quốc Anh đạt 9,38 tỷ USD, tăng 11,3% với năm 2024. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Vương quốc Anh đạt 8,39 tỷ USD, tăng 11,2% so với năm 2024. Thặng dư thương mại của Việt Nam và Vương quốc Anh trong năm 2025 đạt 7,4 tỉ USD tăng 12% so với năm 2024.

2. Khai thác các FTA theo các khu vực thị trường

2.1. Đông Á (Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc)

- FTA chính: ACFTA, RCEP, AKFTA, VKFTA, AJCEP, VJEPA, AHKFTA.
- Lợi thế: Đây là khu vực lớn nhất và truyền thống với tỷ lệ tận dụng ưu đãi tương đối cao.
- Tiềm năng đầy mạnh: Điện tử, máy móc, dệt may, da giày, nông sản, thủy sản, đồ gỗ. RCEP giúp đơn giản hóa quy tắc xuất xứ trong chuỗi cung ứng khu vực.

2.2. Đông Nam Á (ASEAN)

- FTA chính: AFTA/ATIGA, RCEP, CPTPP (một số nước).
- Lợi thế: thị trường gần, thủ tục thuận lợi, ưu đãi gần như 0% thuế.
- Tiềm năng: Hàng tiêu dùng, nông sản, vật liệu xây dựng, sản phẩm công nghiệp nhẹ.

2.3. Châu Âu (EU + Vương quốc Anh)

- FTA chính: EVFTA (27 nước EU) và UKVFTA.
- Lợi thế: Đây là các FTA thế hệ mới quan trọng nhất. EU cam kết xóa bỏ gần 99% dòng thuế; Anh cũng gần tương tự. Việt Nam đang duy trì thặng dư thương mại lớn với EU.

- Tiềm năng đầy mạnh: Dệt may, da giày, thủy sản, cà phê, hạt điều, đồ gỗ, máy móc, điện tử.

2.4. Châu Mỹ (Bắc Mỹ + Mỹ Latinh)

- FTA chính: CPTPP (Canada, Mexico, Peru, Chile) và VCFTA (Chile).
- Lợi thế: CPTPP mở cửa mạnh vào Canada, Mexico và các nước Nam Mỹ. Mexico là cửa ngõ quan trọng vào thị trường Bắc Mỹ.
- Tiềm năng: Điện tử, dệt may, da giày, đồ gỗ, nông sản. Canada và Mexico đang tăng nhập khẩu từ Việt Nam nhờ CPTPP.

2.5. Châu Đại Dương (Úc, New Zealand)

- FTA chính: AANZFTA, RCEP, CPTPP.
- Lợi thế: Thị trường ổn định, thu nhập cao, ưu đãi thuế lớn.
- Tiềm năng: Nông sản (gạo, trái cây, thủy sản), đồ gỗ, hàng tiêu dùng, sản phẩm công nghiệp.

2.6. Nam Á (Ấn Độ)

- FTA chính: AIFTA.
- Lợi thế: Tỷ lệ tận dụng ưu đãi cao nhất trong các FTA (65% năm 2024).
- Tiềm năng: Máy móc, điện tử, hóa chất, nông sản, hàng tiêu dùng. Ấn Độ là thị trường dân số lớn, đang tăng trưởng nhanh.

2.7. Liên minh Kinh tế Á – Âu (EAEU)

- FTA chính: VN–EAEU FTA (Nga, Belarus, Kazakhstan, Armenia, Kyrgyzstan).
- Lợi thế: Ưu đãi thuế tốt với Nga và các nước thành viên.
- Tiềm năng: Nông sản, thủy sản, dệt may, đồ gỗ, hàng tiêu dùng. Thị trường Nga vẫn quan trọng dù chịu ảnh hưởng địa chính trị.

2.8. Tây Á

- FTA chính: VIFTA (Israel – ký 2023) và Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện Việt Nam – UAE (ký 2024).
- Lợi thế: Mở cửa thị trường mới, người dùng thu nhập ở mức trung bình khá và cao, nhu cầu nhập khẩu lớn về hàng tiêu dùng, thực phẩm, công nghệ.
- Tiềm năng: Nông sản, thực phẩm chế biến, thiết bị điện, điện tử, dệt may, đồ gỗ, vật liệu xây dựng..

3. Thúc đẩy đàm phán/khởi động đàm phán FTA/PTA

- Tại thị trường Pakistan, Bộ Công Thương đã khởi động đàm phán PTA từ năm 2025 và đặt mục tiêu kết thúc đàm phán và ký PTA trong năm 2026.
- Thúc đẩy Trung Quốc đàm phán hiệp định thương mại song phương với Trung Quốc.

IV. Mục tiêu và định hướng mở cửa thị trường, xúc tiến thương mại

1. Định hướng mở cửa thị trường thời gian tới

Tiếp tục phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Môi trường thúc đẩy các đối tác tại các khu vực mở cửa thị trường đối với các nông sản của Việt Nam trong 06 tháng cuối năm và thời gian tới trên nguyên tắc có sự đánh giá đầy đủ giữa năng lực sản xuất (nuôi/trồng) trong nước với nhu cầu thị trường (trong và ngoài nước)³.

2. Mục tiêu xúc tiến thương mại thời gian còn lại của năm 2026

- Tốc độ tăng trưởng: Phân đầu đạt mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa khoảng 15 - 16% năm 2026 để hỗ trợ mục tiêu tăng trưởng GDP hai con số.

- Cân bằng thị trường: Giảm mức độ phụ thuộc vào các thị trường truyền thống, hướng tới không có thị trường đơn lẻ nào chiếm quá 25% tổng kim ngạch xuất khẩu vào năm 2030.

- Đa dạng hóa: Nâng số lượng thị trường đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD, phấn đấu mục tiêu từ 45 thị trường xuất khẩu đạt trên 1 tỷ USD vào năm 2030.

3. Định hướng xúc tiến theo khu vực thị trường

Công tác mở cửa thị trường, xúc tiến xuất khẩu được triển khai có trọng tâm, trọng điểm, trong đó tăng cường hướng dẫn doanh nghiệp tận dụng các ưu đãi từ EVFTA, CPTPP, UKVFTA, RCEP và các FTA khác; đồng thời nghiên cứu các thị trường mới tại Tây Á, Nam Á, châu Phi và Mỹ Latin nhằm đa dạng hóa thị trường xuất khẩu.

Việc mở cửa thị trường, xúc tiến xuất khẩu được chia thành hai nhóm thị trường chiến lược, cụ thể như sau:

3.1. Nhóm thị trường truyền thống, chiến lược (duy trì quy mô và nâng cao chất lượng)

- *Hoa Kỳ*: Duy trì vị thế thị trường xuất khẩu lớn nhất nhưng chuyển từ tăng trưởng về lượng sang tăng trưởng có kiểm soát, cân bằng và bền vững. Ưu tiên hoàn tất, triển khai Hiệp định Thương mại đối ứng, công bằng và cân bằng; chủ động xử lý các biện pháp thuế và yêu cầu về xuất xứ, lao động, môi trường. Tập trung hàng công nghệ cao, máy móc, linh kiện và sản phẩm xanh; đồng thời củng cố dệt may, da giày, gỗ, thủy sản và nông sản thông qua nâng cao giá trị gia tăng và kết nối hệ thống phân phối.

- *Liên minh Châu Âu (EU)*: Tận dụng tối đa EVFTA để dẫn dắt quá trình "xanh hóa - chuẩn hóa" hàng hóa Việt Nam. Đối phó hiệu quả với các rào cản mới như Cơ chế điều chỉnh carbon qua biên giới (CBAM), Quy định chống phá rừng (EUDR), Quy định về bao bì và chất thải bao bì (PPWR), Quy định thiết kế sinh thái (ESPR), hộ chiếu số sản phẩm (Digital Product Passport) và các yêu cầu về trách nhiệm doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng.

³ Việt Nam đã mở cửa thị trường cho trái Mãng Cụt xuất vào Trung Quốc từ năm 2019, tuy nhiên do sản lượng ít nên ta xuất khẩu mặt hàng này sang Trung Quốc là không đáng kể.

+ Xác định các thị trường trọng điểm trong EU để tập trung nguồn lực xúc tiến xuất khẩu: Đức và Hà Lan tiếp tục là các cửa ngõ logistics và trung tâm phân phối hàng hóa của châu Âu; Pháp là thị trường có tiềm năng lớn đối với nông sản, thực phẩm, hàng tiêu dùng và hợp tác đầu tư; Italia và Tây Ban Nha là các thị trường quan trọng đối với dệt may, da giày và nông sản; Ba Lan, Séc là cửa ngõ vào khu vực Trung và Đông Âu; các nước Bắc Âu có nhu cầu cao đối với các sản phẩm xanh, hữu cơ và phát triển bền vững.

+ Xác định các nhóm hàng ưu tiên xúc tiến xuất khẩu đối với thị trường EU: Đối với nhóm công nghiệp chế biến, cần ưu tiên điện tử, máy móc, thiết bị, cơ khí chính xác, linh kiện ô tô và các ngành công nghệ cao có khả năng tham gia sâu vào chuỗi cung ứng của châu Âu. Đối với nhóm hàng tiêu dùng, tập trung dệt may, da giày, đồ gỗ, đồ gia dụng, sản phẩm chăm sóc cá nhân có giá trị gia tăng cao. Đối với nông sản, thủy sản, ưu tiên cà phê, hạt điều, rau quả, gia vị, thủy sản chế biến, gắn với việc đáp ứng các tiêu chuẩn về truy xuất nguồn gốc, phát triển bền vững và giảm phát thải của EU.

- *Trung Quốc*: Triển khai chiến lược “tiếp cận vùng”, coi mỗi địa phương Trung Quốc là một thị trường để tiếp cận, xúc tiến thương mại nhằm đưa sản phẩm thâm nhập sâu vào hệ thống phân phối. Chuyển mạnh sang xuất khẩu chính ngạch và xuất khẩu theo hình thức thương mại điện tử qua biên giới; thúc đẩy ký kết các Nghị định thư về kiểm dịch nông lâm thủy sản.

- *Nhật Bản*: Khai thác sâu các FTA hiện có (VJEPA, AJCEP, RCEP, CPTPP) gắn với chuyển giao công nghệ, xúc tiến xuất khẩu sản phẩm hàm lượng giá trị gia tăng cao, theo xu hướng tiêu dùng xanh, bền vững và cung ứng sản phẩm cho xã hội già hóa.

- *Hàn Quốc*: Định hướng mở cửa nông sản; mở rộng thực phẩm-thủy sản; phục hồi dệt may, gỗ, cà phê, sắt thép; phát triển thương mại điện tử và công nghiệp hỗ trợ.

- *ASEAN*: Xây dựng không gian kinh tế thống nhất, tập trung vào chuỗi cung ứng khu vực và khai thác thị trường Halal (đặc biệt tại Indonesia, Malaysia).

3.2. Nhóm thị trường tăng trưởng mới, tiềm năng (bứt phá và đa dạng hóa)

- *Nam Á* (trọng tâm là Ấn Độ): Phấn đấu đạt tốc độ tăng trưởng khoảng 20%/năm, đưa kim ngạch sang khu vực đạt 28 tỷ USD vào năm 2030.

- *Tây Á*: Triển khai hiệu quả Hiệp định CEPA Việt Nam - UAE; tập trung vào nông sản, thực phẩm hàng tiêu dùng, hàng dệt may, thiết bị điện, điện tử và vật liệu xây dựng.

- *Châu Phi*: Tập trung vào một số thị trường trọng điểm tại từng khu vực (ví dụ Ai Cập, Ma-rốc, Algeria ở Bắc Phi; Nigeria, Bờ Biển Ngà, Ghana ở Tây Phi; Tanzania, Kenya, Mozambique ở Đông Phi; Nam Phi, Namibia, Angola ở phía Nam), tạo bàn đạp tiếp cận các thị trường ngách. Thúc đẩy thực hiện Ý định thư hợp tác giữa Việt Nam và Algeria tiến tới đàm phán, ký kết Hiệp định thương

mại ưu đãi song phương nhằm giảm thuế nhập khẩu cho 20 mặt hàng xuất khẩu thế mạnh của mỗi nước.

- Mỹ La-tinh: Khai thác sâu các thị trường CPTPP (Mexico, Chile, Peru) và các thị trường đang thúc đẩy đàm phán FTA với MERCOSUR (Brazil, Argentina...).

V. KẾ HOẠCH MỞ CỬA THỊ TRƯỜNG, XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI TẠI CÁC ĐỊA BÀN TRỌNG ĐIỂM

Chi tiết tại Phụ lục gửi kèm theo./.

PHỤ LỤC 1

Xúc tiến thương mại theo các thị trường trọng điểm

(gửi kèm theo Kế hoạch Mở cửa thị trường và xúc tiến thương mại tại các thị trường trọng điểm)

Căn cứ tình hình sản xuất, xuất khẩu của Việt Nam trong 6 tháng đầu năm và đánh giá việc tận dụng, khai thác các hiệp định thương mại tự do Việt Nam đã tham gia, Kế hoạch xúc tiến xuất khẩu tại các địa bàn trọng điểm nửa cuối năm 2026 và thời gian tới như sau:

1. Kế hoạch tại các thị trường truyền thống, chiến lược

Khu vực thị trường	Đơn vị chủ trì triển khai	Nhóm sản phẩm, sản phẩm cần tăng cường XTXX	Nhiệm vụ, hoạt động cụ thể
Hoa Kỳ (07)	Thương vụ/CNTV Việt Nam tại Hoa Kỳ	Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng; dệt may, giày dép; gỗ và sản phẩm gỗ; thủy sản; hạt điều, cà phê, rau quả và thực phẩm chế biến; sản phẩm xanh, tiết kiệm năng lượng	Nhiệm vụ, hoạt động 1. Vận động, kết nối các tập đoàn phân phối, nhà nhập khẩu và nền tảng thương mại điện tử lớn tham gia Vietnam International Sourcing 2026; tổ chức kết nối B2B, đoàn mua hàng và hoạt động xúc tiến tại các trung tâm tiêu dùng, phân phối và logistics của Hoa Kỳ. 2. Hỗ trợ doanh nghiệp tham gia các hội chợ chuyên ngành trong 6 tháng cuối năm 2026, trọng tâm gồm Sourcing at MAGIC (dệt may, da giày), Global Produce & Floral Show (rau quả), High Point Market (đồ gỗ, nội thất) và PLMA Private Label Trade Show (thực phẩm, hàng tiêu dùng); triển lãm đồ chơi Toy Fair; tăng cường tìm hiểu mặt hàng công nghệ; sản phẩm công nghệ; Hội chợ công nghệ phụ trợ...; gắn tham dự hội chợ với khảo sát hệ thống phân phối và làm việc với khách hàng mục tiêu. 3. Tổ chức chương trình nâng cao năng lực cho doanh nghiệp về tiêu chuẩn kỹ thuật, an toàn thực phẩm, trách nhiệm xã hội, lao động, môi trường, chứng minh xuất xứ và chuỗi cung ứng không sử dụng lao động cưỡng bức; hỗ trợ phát triển thương hiệu, bao bì, nhãn mác và sản phẩm xanh.

			- Định kỳ cập nhật báo cáo thị trường, nhu cầu nhập khẩu và danh sách đối tác; ưu tiên hỗ trợ nhóm hàng suy giảm hoặc có rủi ro cao như gỗ, thủy sản, dệt may, giày dép, đồng thời khai thác nhóm tăng trưởng như điện tử, máy móc, phương tiện vận tải và phụ tùng. 4. Dự báo, báo cáo chính sách liên quan đến hoạt động xuất nhập khẩu của Mỹ. Đánh giá, phân tích các nhóm hàng tiềm năng, nhóm hàng có lợi thế cạnh tranh, đề xuất tăng cường xúc tiến thương mại. 5. Tổ chức hội thảo giới thiệu cơ hội đầu tư và kinh doanh tại Việt Nam trong đó nêu bật những sản phẩm cần tăng cường xúc tiến xuất khẩu (02 hội thảo năm 2026). 6. Tiếp tục phối hợp với các bang California, Washington, Oregon, Colorado và Arizona tổ chức các chương trình xúc tiến thương mại song phương thông qua hình thức trực tuyến hoặc trực tiếp (nếu điều kiện cho phép) để giới thiệu và quảng bá các sản phẩm mà Việt Nam có thể mạnh xuất khẩu. 7. Tăng cường phối hợp với chính quyền các bang, các tổ chức như World Trade Center, Phòng Thương mại và Công nghiệp, Hiệp hội doanh nghiệp, các hiệp hội ngành nghề đẩy mạnh công tác truyền thông thông qua các nền tảng số, xây dựng các video quảng bá sản phẩm và hàng Việt Nam có thể mạnh xuất khẩu.
Trung Quốc (08)	Thương vụ/CNTV Việt Nam tại Trung Quốc	Hạt điều, dệt may, giày dép và các sản phẩm tiềm năng khác có thể tăng trưởng xuất khẩu	Nhiệm vụ, hoạt động: 1. Hội nghị giới thiệu ngành hàng nông sản, thực phẩm Việt Nam và kết nối doanh nghiệp tại tỉnh Hồ Bắc, Trung Quốc (dự kiến tháng 10). 2. Hội nghị giới thiệu ngành hàng nông sản, thực phẩm Việt Nam và kết nối doanh nghiệp tại tỉnh Thiểm Tây, Trung Quốc (tháng 11).

		3. Giới thiệu, quảng bá nông sản, thực phẩm Việt Nam tại Bắc Kinh, Trung Quốc (dự kiến tháng 12). 4. Tăng cường hoạt động kết nối nhà sản xuất, xuất khẩu hạt điều với hệ thống phân phối, bán lẻ Trung Quốc; 5. Tổ chức Hội thảo về kết nối chuỗi sản xuất, cung ứng Việt Nam - Trung Quốc (Quảng Tây) trong tháng 9/2026, mục tiêu chủ yếu là thúc đẩy các doanh nghiệp Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi sản xuất, chuỗi cung ứng Việt - Trung, hỗ trợ các doanh nghiệp phụ trợ của Việt Nam cung cấp nguyên vật liệu, linh kiện tới các nhà máy, công xưởng của Trung Quốc. 6. Phối hợp với Cục XTTM và các đơn vị, địa phương liên quan tổ chức Đoàn doanh nghiệp tham gia trưng bày tại Hội chợ Trung Quốc - ASEAN (CAEXPO) từ ngày 17-21/9/2026, dự kiến các mặt hàng trưng bày của Việt Nam bao gồm nông sản, thực phẩm chế biến, giấy dếp, hàng tiêu dùng, gia dụng, đồ gỗ, thủ công mỹ nghệ... 7. Tổ chức hoạt động giới thiệu và kết nối giao thương sản phẩm tiêu biểu Việt Nam tại Thâm Quyển. Hoạt động nằm trong khuôn khổ Diễn đàn Hợp tác kinh tế Khu vực Vịnh lớn - ASEAN 2026, đồng thời nằm trong chuỗi sự kiện “Chia sẻ thị trường lớn, Xuất khẩu sang Trung Quốc” do Bộ Thương mại Trung Quốc làm đầu mối (dự kiến tháng 12/2026). 8. Tổ chức đoàn doanh nghiệp Trung Quốc tham dự VIS 2026 (tháng 9), Food Expo (tháng 11).
Nhật Bản (06)	Thương vụ/CNTV Việt Nam tại Nhật Bản	Nhiệm vụ, hoạt động: 1. Tổ chức đoàn doanh nghiệp Nhật Bản tham gia giao thương, tìm kiếm nguồn hàng tại VIS 2026 (tháng 9), Food Expo (tháng 11); đoàn giao thương, khảo sát tìm hiểu thị trường tại các tỉnh phía Bắc (tháng 9).

			2. Tổ chức gian hàng quảng bá các sản phẩm nông sản, thực phẩm, đồ uống, hàng tiêu dùng Việt Nam tại lễ hội Việt Nam tại Kanagawa. 3. Tổ chức khu gian hàng trưng bày, quảng bá cả phê Việt Nam tại Triển lãm Caferes. 4. Tổ chức các hoạt động Business Matching /quảng bá sản phẩm theo từng chuyên đề (trực tiếp / trực tuyến) (Quý 4). 5. Hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tham gia các triển lãm tại Nhật Bản: M-tech Osaka, Sea Food Show, Gift Show, FAW Tokyo, Japan Home & Building Show... 6. Giới thiệu doanh nghiệp Kansai tham gia & giao thương tại Hanoi MIP 2026 (Hanoi Industrial Products 2026). 6. Tổ chức gian hàng giới thiệu và quảng bá sản phẩm Việt Nam tại Hội chợ thương mại quốc tế sản phẩm quà tặng (Osaka International Gift Show 2026); Hội chợ thương mại quốc tế thực phẩm và đồ uống (Fabex Kansai 2026).
Hàn Quốc (07)	Thương vụ Việt Nam tại Hàn Quốc	Gỗ, nội thất, sản phẩm lâm sản	1. Tổ chức, hỗ trợ đoàn DN Việt Nam tham dự Korea International Furniture & Interior Fair (KOFURN 2026); kết nối nhà nhập khẩu, nhà sản xuất và hệ thống nội thất Hàn Quốc; thúc đẩy OEM/ODM (27-30/8/2026). 2. Huy động đoàn buyer Hàn Quốc tham dự Viet Nam Sourcing 2026
		Da ngành: nông-thủy sản, thực phẩm, dệt may, da giày, đồ gỗ, hàng tiêu dùng	
		Thực phẩm, đồ uống, hàng tiêu dùng, sản phẩm văn hóa - sáng tạo	3. ASEAN Panorama 2026: Hỗ trợ DN TP.HCM và DN Việt Nam quảng bá, tiếp cận hệ thống phân phối và người tiêu dùng Hàn Quốc (tháng 9/2026 tại Hàn Quốc)
		Thực phẩm chế biến, đồ uống, cà phê, điều, gia vị, rau quả chế biến, hàng tiêu dùng	4. Tuần hàng Việt Nam tại Lotte Hàn Quốc và kết nối chuỗi bán lẻ/tiện lợi (Tháng 10/2026)

		Thủy sản chế biến, tôm, cá tra, mực-bạch tuộc, sản phẩm đông lạnh, HORECA	5. Busan International Seafood & Fisheries Expo 2026: Tổ chức đoàn 25 DN Việt Nam; mở rộng buyer tại Busan; theo dõi các hợp đồng/thỏa thuận đã hình thành từ Seoul Seafood 2026 (04-06/11/2026).
		Thực phẩm chế biến, cà phê, điều, hồ tiêu-gia vị, đồ uống, rau quả chế biến	6. COEX Food Week 2026: Quảng bá sản phẩm chế biến, nguyên liệu thực phẩm và nhãn riêng; kết nối buyer, retail, HORECA và thương mại điện tử (04-07/11/2026)
		Nông sản, thực phẩm, thủy sản và hàng công nghiệp	7. Cảnh báo SPS/TBT, hướng dẫn FTA và xử lý vướng mắc thị trường: Thường xuyên theo dõi MFDS, MAFRA/APQA, hải quan; cảnh báo nhanh; hướng dẫn VKFTA/AKFTA/RCEP; hỗ trợ hồ sơ và phản hồi vụ việc.
EU (27)	Thương vụ Việt Nam tại Hungary	Giày dép, dệt, may, cà phê, hạt điều, thủy sản, sản phẩm từ sắt thép	1. Tổ chức cuộc trưng bày, quảng bá, giới thiệu sản phẩm xuất khẩu Việt Nam tại hội chợ Ngoại giao vào cuối năm (trong đó có sản phẩm cà phê, hạt điều). 2. Tổ chức hội thảo thúc đẩy quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Hungary, tận dụng lợi thế EVFTA (vào tháng 10/2026, trong đó có giới thiệu khả năng sản xuất, xuất khẩu cà phê, hạt điều, dệt may, da giày, thủy sản của Việt Nam). 3. Làm việc với công ty nhập khẩu cà phê của Hungary là Organic Only Vending Franchise Mo Kft để kết nối trực tiếp cho công ty Cổ phần sản xuất thương mại và xuất nhập khẩu Cà phê Napoly (dự kiến trong tháng 8/2026) 4. Tổ chức đoàn các nhà nhập khẩu, phân phối hàng nông sản, thực phẩm Hungary (trong đó có cà phê, hạt điều) sang Việt Nam tham dự VIS2026 vào đầu tháng 9/2026.
	Thương vụ Việt Nam tại Pháp	Giày dép, dệt, may, cà phê, hạt điều, thủy sản, nông sản, thực phẩm chế biến, đồ gia dụng, thiết bị điện tử....	5. Tổ chức Hội thảo/Diễn đàn/Workshop trực tiếp hoặc trực tuyến kết nối giao thương, tuyên truyền về cơ hội đầu tư và thương mại với Việt Nam và EVFTA (dự kiến tháng 10/2026).
	Thương vụ Việt Nam tại Đức		6. Tiếp tục theo dõi, kịp thời thông tin thị trường và phản ứng chính sách, đặc biệt đối với các chính sách hỗ trợ các ngành công nghiệp chiến lược; phát triển chuỗi cung ứng

		bán dẫn, pin, hydrogen; tăng cường khả năng tự chủ công nghiệp của Đức và EU. 7. Vận động chính sách thúc đẩy khả năng đưa Việt Nam trở thành quốc gia đối tác trong chương trình hỗ trợ nhập khẩu của Đức, trở thành quốc gia đối tác của Hội chợ công nghiệp lớn nhất thế giới Hannover Messe vào năm 2029. 8. Đẩy mạnh quảng bá, xúc tiến thương mại trong lĩnh vực thực phẩm đồ uống, quảng bá gạo ST25 Việt Nam, quảng bá trái bưởi da xanh và chanh leo của Việt Nam để thúc đẩy xuất khẩu vào Đức và EU; tổ chức tọa đàm kết nối doanh nghiệp trong lĩnh vực cà phê. 9. Tham gia Hội chợ Thế giới về Ôtô & Gia vị Rieti và Tổ chức Hội thảo Gia vị VN – Italia và chủ trì Hội thảo Hợp tác Ngành gia vị, cập nhật quy định SPS và kết nối giao thương B2B (hồ tiêu, ớt, quế, hồi, gừng, nghệ). 10. Tham gia Hội chợ Thủ công mỹ nghệ Quốc tế Milano (Artigiano in Fiera 2026), tư vấn doanh nghiệp đáp ứng tiêu chuẩn xanh và Hệ chiếu sản phẩm (DPP) 11. Tổ chức chuỗi sự kiện XTMM, thu hút đầu tư và kết nối chuỗi cung ứng Công nghệ cao Bắc Italia (Các Hiệp hội công nghiệp, tập đoàn cơ khí, ô tô, tự động hóa Bắc Italia). 12. Tổ chức chuỗi sự kiện XTMM, đầu tư tại vùng kinh tế Nam Italia nhằm thúc đẩy đưa nông - thủy sản, thực phẩm chế biến và trái cây nhiệt đới vào hệ thống phân phối Nam Italia (Chính quyền vùng, Hiệp hội thương mại Nam Italia). 13. Thương vụ đưa đoàn 7 doanh nghiệp Hà Lan trong lĩnh vực thực phẩm, logistics và dịch vụ chuỗi cung ứng sẽ tham dự Vietnam International Sourcing (VIS) 2026 tại Việt Nam.
Thương vụ Việt Nam tại Italia	Hồ tiêu, ớt, quế, hồi, gừng, nghệ Dệt may, da giày, quà tặng, đồ gỗ, thủ công mỹ nghệ Công nghiệp cơ khí, ô tô Italia và EU ghi nhận sự dịch chuyển mạnh mẽ sang tiêu dùng trái cây nhiệt đới cao cấp (Sầu riêng, bưởi da xanh, mít, dưa, na).	
Thương vụ Việt Nam tại Hà Lan	Cà phê, các loại hạt, thủy sản, thực phẩm chế biến, trái cây tươi	

		14. Tổ chức hoạt động quảng bá thực phẩm chế biến và trái cây tươi tại Gian hàng quốc gia tại Lễ hội ngoại giao đoàn tại La Hay, Hà Lan. 15. Phối hợp với Hiệp hội cà phê ca cao Việt Nam tổ chức chương trình cho Đoàn giao dịch thương mại ngành cà phê cho khoảng 15 doanh nghiệp: Làm việc với HH cà phê, chè Hà Lan; Trung tâm xúc tiến nhập khẩu từ các nước đang phát triển (CBI); Tổ chức chuyên gia cao cấp Hà Lan (PUM) và một số đầu mối nhập khẩu cà phê tại Hà Lan. 16. Tổ chức kết nối giao thương cho 6-8 doanh nghiệp Việt Nam (tham dự Triển lãm SIAL, Paris) với các doanh nghiệp nhập khẩu và phân phối thực phẩm tại Hà Lan, kết hợp khảo sát một số kênh phân phối.
	Sản phẩm sắt thép, cơ khí chính xác, điện tử, bán dẫn	17. Phối hợp với Cục XTTM tổ chức Đoàn giao dịch thương mại và đầu tư, chuyên ngành cơ khí (8-10 doanh nghiệp): Tham gia Hội nghị Quốc tế Công nghiệp Chính xác Hà Lan (Dutch International Precision Conference), Triển lãm Công nghiệp Chính xác (Precision Fair), sự kiện: Kết nối với Đông Nam Á” do Cơ quan Phát triển Brabant (BOM) tổ chức, dành riêng cho các đoàn doanh nghiệp đến từ Singapore, Malaysia và Việt Nam; Làm việc tại thực địa với các doanh nghiệp Hà Lan tại Khu công nghiệp công nghệ cao Brainport Eindhoven. 18. Phối hợp với Đại sứ quán Hà Lan và Hiệp hội Công nghệ cao Hà Lan (High tech NL) tổ chức Đoàn giao dịch TM-ĐT gồm 8-10 doanh nghiệp Hà Lan trong lĩnh vực bán dẫn, điện tử và công nghệ cao nghệ cao tham dự Triển lãm ngành bán dẫn Việt Nam – SEMIEXPO tại TP.HCM.
Thương vụ Việt Nam tại Bỉ và EU	Giày dép, dệt, may, cà phê, hạt điều, thủy sản, sản phẩm từ sắt thép	19. Diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam – Bỉ nhân chuyến thăm của Chủ tịch nước. 20. Lễ hội Gia đình kết hợp tuần hàng Việt Nam tại Bỉ. 21. Xúc tiến quảng bá Việt Nam tại Luxembourg.

			22. Tổ chức đoàn thu mua vào Việt Nam tập trung vào lĩnh vực Cà phê 23. Tổ chức đoàn doanh nghiệp vùng Wallonie và Flander vào Việt Nam vào đầu tháng 10 và 11 năm 2026, kết hợp dự Diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam – EU. 24. Tổ chức các chương trình kết nối giao thương trực tiếp và trực tuyến trong các lĩnh vực công nghiệp chế tạo, cơ khí, công nghiệp hỗ trợ, thực phẩm, nông sản và hàng tiêu dùng. 25. Hỗ trợ, vận động doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng và nhà nhập khẩu Cộng hòa Séc, Slovakia tham dự Vietnam International Sourcing và các hội chợ, triển lãm quốc tế tổ chức tại Việt Nam. 26. Hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tham gia các hội chợ, triển lãm chuyên ngành tại Cộng hòa Séc và Slovakia; quảng bá sản phẩm và thương hiệu Việt Nam tại các sự kiện xúc tiến thương mại của địa bàn. 27. Phối hợp với các cơ quan xúc tiến thương mại, Phòng Thương mại, hiệp hội doanh nghiệp và các tổ chức xúc tiến đầu tư của Cộng hòa Séc và Slovakia tổ chức hội thảo, diễn đàn doanh nghiệp và các hoạt động kết nối cung cầu.
ASEAN (16)	Thương vụ Việt Nam tại Indonesia	Nông sản, cà phê, sản phẩm từ chất dẻo	1. Tham gia các triển lãm: Halal Indonesia 2026 (tháng 9/2026); Sial Interfood (tháng 11/2026), giới thiệu các sản phẩm nông sản, cà phê, thực phẩm, đồ uống của Việt Nam. 2. Phối hợp các phòng thương mại địa phương Indonesia tổ chức hội thảo giới thiệu thị trường Việt Nam, doanh nghiệp và sản phẩm máy móc thiết bị nông nghiệp (ngành lúa gạo) 3. Tháng 8/2026; các sản phẩm được phẩm tháng 10/2026; sản phẩm từ chất dẻo tháng 11/2026. 4. Phối hợp với hiệp hội nhập khẩu Indonesia tổ chức phiên tọa đàm về thương mại cà phê Việt Nam-Indonesia: Thị trường và các cơ hội hợp tác kinh doanh (tháng 11/2026).

			5. Xây dựng cẩm nang giới thiệu hàng nông sản, cà phê (định hướng cho thị trường Indonesia). 6. Vận động, đưa đoàn doanh nghiệp Indonesia vào Việt Nam tham dự VIS 2026 và các triển lãm thực phẩm.
Thương vụ Việt Nam tại Malaysia	Nông sản, cà phê, sản phẩm từ chất dẻo		7. Tham gia hội chợ Hội chợ Halal quốc tế Malaysia – MIHAS (23 – 26/9/2026). 8. Nghiên cứu tổ chức tuần hàng Việt tại Kuala Lumpur, Johor Baru và Penang.
Thương vụ Việt Nam tại Campuchia	Nông sản, cà phê, sản phẩm từ chất dẻo		9. Tổ chức gian hàng và hỗ trợ doanh nghiệp tham gia Hội chợ nông nghiệp, nông sản Campuchia năm 2026 (dự kiến cuối tháng 8/2026), Triển lãm Xây dựng và Công nghiệp Campuchia – Cambuild 2027 (dự kiến cuối tháng 9/2026).
Thương vụ Việt Nam tại Thái Lan	Nông sản, cà phê, sản phẩm từ chất dẻo		10. Hỗ trợ công ty dịch vụ tân cảng tổ chức hội nghị kết nối doanh nghiệp với đối tác Thái vào cuối Quý III – đầu quý IV/2026.
Thương vụ Việt Nam tại Lào	Nông sản, cà phê, sản phẩm từ chất dẻo		11. Tham gia gian hàng giới thiệu sản phẩm, ấn phẩm Việt Nam và tổ chức đoàn doanh nghiệp tham dự Hội chợ thường niên Made in Lao 2026 do Phòng Thương mại và Công nghiệp quốc gia Lào phối hợp Cục Ngoại Thương, Bộ Công Thương Lào tổ chức (dự kiến Quý III-IV/2026).
Thương vụ Việt Nam tại Philippines	Nông sản, cà phê, sản phẩm từ chất dẻo		12. Tổ chức gian hàng Việt Nam tại Hội chợ WOFEX (dự kiến 29/7 – 01/8/2026)
Thương vụ Việt Nam tại Singapore	Thủy sản, cà phê, thực phẩm chế biến		13. Tham dự và trưng bày hàng mẫu cho doanh nghiệp Việt Nam tại Hội chợ Franchising & Licensing Asia 2026 trong các ngày từ 13~15/08/2026. 14. Hỗ trợ đoàn doanh nghiệp Singapore về Việt Nam tham dự Hội chợ triển lãm VietFish (trong tháng 08/2026), Vietnam International Sourcing (trong tháng 09/2026).

		15. Tiếp tục hỗ trợ kết nối cho các doanh nghiệp Việt Nam đã đăng ký tham dự Lễ hội cà phê Việt Nam tại Singapore tháng 6/2026 với các doanh nghiệp tại Singapore. 16. Hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam có nhu cầu kết nối giao thương với các doanh nghiệp Singapore trong lĩnh vực nông sản, thực phẩm (theo yêu cầu của doanh nghiệp).
--	--	---

2. Kế hoạch tại các thị trường mới, tiềm năng

Khu vực thị trường	Đơn vị chủ trì triển khai	Nhóm sản phẩm, sản phẩm cần tăng cường XTXK	Nhiệm vụ và các đơn vị chủ trì triển khai
Nam Á (02)	Thương vụ Việt Nam tại Ấn Độ	Gỗ và các sản phẩm từ gỗ, giấy dếp, thủy sản, hạt điều, sản phẩm từ chất dẻo, nguyên liệu và sắt thép các loại	1. Tham dự Triển lãm UP International Trade Show 2026 (dự kiến 25 - 29/9/2026); Triển lãm Đồ gỗ và Nội thất World Furniture Expo (WOFX) 2026 (dự kiến 03 - 05/12/2026); Hội chợ "Hội chợ thực phẩm Annapoorna Inter Food 2026 (dự kiến 09 - 11/12/2026); Hội chợ Thương mại Quốc tế Ấn Độ (IITF) (14-27/11/2026); Triển lãm công nghệ Bengaluru Tech Summit 2026 (17-19/11/2026). 2. Hỗ trợ Hiệp hội gỗ-nội thất Việt Nam và Công ty cổ phần Tập đoàn gỗ Liên Minh hợp tác với Hiệp hội gỗ-nội thất Pakistan thành lập các liên doanh giữa các công ty Pakistan và Việt Nam trong lĩnh vực đồ nội thất và thành lập viện đào tạo kỹ thuật để chuyển giao công nghệ sản xuất đồ gỗ-nội thất tại Pakistan (dự kiến tháng 9/2026)
Tây Á (06)	Thương vụ Việt Nam tại Kuwait	Giấy dếp, dệt, may, thủy sản, hạt điều, sản phẩm từ sắt thép, phương tiện vận tải và phụ tùng, sản phẩm từ chất dẻo, nông sản, rau quả, cà phê	1. Tổ chức gian hàng Pavilion Việt Nam tại Triển lãm quốc tế về Nông sản, Thực phẩm, Chuối nhà hàng (IAAFE) Kuwait 2026 trong tháng 12/2026 nhằm quảng bá, giới thiệu sản phẩm nông sản, thực phẩm, Halal Việt Nam tại thị trường Kuwait, kết hợp gặp gỡ doanh nghiệp Kuwait theo hình thức B2B. 2. Tham dự và tổ chức gian hàng quốc gia Việt Nam tại Triển lãm về Nhà hàng, Cà phê, Khách sạn Kuwait (HORECA) trong

			tháng 4/2027. Hội chợ tập trung quảng bá các sản phẩm thực phẩm, đồ uống, công nghệ, dệt may, đồ gỗ, nội/ngoại thất. 3. Tổ chức sự kiện Ngày hàng Việt Nam tại Kuwait tại 01 trung tâm thương mại lớn nhất tại Kuwait để quảng bá, giới thiệu sản phẩm Việt Nam (dự kiến quý II hoặc quý III/2027). 4. Huy động đưa đoàn mua hàng của UAE và Qatar vào Việt Nam tham dự Viet Nam International Sourcing 2026 (Đa ngành hàng gồm bán lẻ, phân phối, các sản phẩm nông sản, thủy sản, thực phẩm và đồ uống, dệt may, da giày, đồ gỗ, hàng tiêu dùng, vật liệu xây dựng...). 5. Quảng bá cho thương hiệu và sản phẩm Việt Nam tại Tuần hàng Việt Nam tại siêu thị Lulu (tháng 10/2026) (trái cây tươi, rau củ, gạo, cà phê, tiêu, điều, quế, hồi..., thực phẩm chế biến, đồ uống, cà phê, rau quả chế biến, hàng tiêu dùng...). 6. Tổ chức Hội thảo về Thương mại và Đầu tư giữa Việt Nam và UAE (tháng 10/2026).
Châu Phi (11)	Thương vụ Việt Nam tại UAE	Giày dép, dệt, may, thủy sản, hạt điều, sản phẩm từ sắt thép, phương tiện vận tải và phụ tùng, sản phẩm từ chất dẻo, nông sản, rau quả, cà phê	1. Mời doanh nghiệp Maroc tham dự Hội chợ VIS 2026. Kết nối B2B giữa doanh nghiệp Việt Nam với các nhà nhập khẩu Maroc. 2. Tổ chức Tọa đàm với Phòng Thương mại và Công nghiệp Casablanca-Settat (CCIS) để giới thiệu môi trường đầu tư, thương mại Việt Nam; kết nối doanh nghiệp hai nước; quảng bá sản phẩm xuất khẩu Việt Nam. 3. Hỗ trợ đoàn doanh nghiệp châu Phi khảo sát thị trường Việt Nam. Phối hợp tổ chức chương trình làm việc với Bộ Công Thương, địa phương và doanh nghiệp Việt Nam; khảo sát khu công nghiệp và nhà máy. 4. Hỗ trợ doanh nghiệp Ai Cập tham dự và kết nối với các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam tại Viet Nam International Sourcing 2026 từ 3-5/9/2026 tại TP. Hồ Chí Minh.
	Thương vụ Việt Nam tại Morocco	Cà phê, hàng tiêu dùng, dệt, may, giày dép, thủy sản, rau quả, hạt điều, phương tiện vận tải, phụ tùng, gỗ và các sản phẩm từ gỗ, sản phẩm từ sắt thép. Một số mặt hàng mới tiềm năng: đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận, máy ảnh, máy quay phim và linh kiện, sản phẩm từ chất dẻo.	
	Thương vụ Việt Nam tại Ai Cập	Cà phê, hàng tiêu dùng, dệt, may, giày dép, thủy sản, rau quả, hạt điều, phương tiện vận tải, phụ tùng, gỗ và các sản phẩm từ gỗ, sản phẩm từ sắt thép.	

		Một số mặt hàng mới tiềm năng: đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận, máy ảnh, máy quay phim và linh kiện, sản phẩm từ chất dẻo.	5. Phối hợp với Phòng Thương mại tỉnh Biên Hòa tổ chức chương trình XTMM ngành hàng thực phẩm và thiết bị, đồ dùng phục vụ du lịch tại tỉnh Biên Hòa. 6. Phối hợp với Hiệp hội doanh nghiệp Cairo tổ chức chương trình XTMM các mặt hàng nông sản và da giày tới các doanh nghiệp thành viên. 7. Hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tham dự và kết nối với các nhà nhập khẩu thực phẩm trong khu vực tại Triển lãm Food Africa từ 7-10/12/2026 tại Cairo.
	Thương vụ Việt Nam tại Algeria	Cà phê, hàng tiêu dùng, dệt, may, giấy dép, thủy sản, rau quả, hạt điều, phương tiện vận tải, phụ tùng, gỗ và các sản phẩm từ gỗ, sản phẩm từ sắt thép. Một số mặt hàng mới tiềm năng: đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận, máy ảnh, máy quay phim và linh kiện, sản phẩm từ chất dẻo.	8. Tham dự Triển lãm công nghiệp thực phẩm và bao bì tại TP Constantine từ 28-31/10/2026 để xúc tiến các mặt hàng cà phê, hạt tiêu, hạt điều, corn dứa... 9. Tham dự Triển lãm quốc tế về xây dựng, vật liệu và công nghệ xây dựng (Best5 Algeria 2026) tại thủ đô Algiers từ 16-19/11/2026. 10. Tham dự Triển lãm quốc tế về gỗ, đồ gỗ, trang thiết bị và công nghệ tại Alger (ALGERIA WOODTECH 2026) tại thủ đô Algiers từ 21-24/11/2026 Tại Senegal : 11. Tổ chức chương trình công tác địa bàn kiểm nhiệm Senegal để đón đốc thực hiện MOU về thương mại gạo và tổ chức Hội thảo doanh nghiệp Việt Nam-Senegal về nông sản dự kiến vào cuối tháng 11/2026.
Nam Mỹ (09)	Thương vụ Việt Nam tại Venezuela	Giày dép các loại, nông sản, cà phê, gỗ và sản phẩm từ gỗ	1. Hỗ trợ đoàn doanh nghiệp (trong đó có lĩnh vực nông sản và gỗ) sang tham dự Vietnam International Sourcing 2026 tại TP. Hồ Chí Minh vào tháng 9. 2. Tổ chức Diễn đàn Doanh nghiệp vào Quý IV tại Caracas để thúc đẩy kết nối giao thương giữa doanh nghiệp hai nước. 3. Làm việc với Bộ Thương mại, Công nghiệp và Du lịch Colombia, ProColombia và các doanh nghiệp Colombia nhân dịp Chính phủ mới nhận chức, từ đó tìm hiểu khả năng thúc đẩy quan hệ thương mại Việt Nam-Colombia dưới thời Chính phủ

	Thương vụ Việt Nam tại Argentina	Giày dép các loại, nông sản, cà phê, hạt điều, dệt may, da giày, thiết bị viễn thông và chiếu sáng đô thị	mới, đặc biệt là khả năng khởi động đàm phán hiệp định thương mại song phương. 4. Tích cực, chủ động vận động khối Mercosur sớm khởi động đàm phán PTA Việt Nam – Mercosur trong Quý III/2026. 5. Quảng bá và vận động doanh nghiệp Argentina tham dự Vietnam International Sourcing Expo 2026, Vietnam FoodExpo 2026 và các hội chợ quốc tế tại Việt Nam. 6. Hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tham gia hội chợ giao thông vận tại Expo Transporte 2026 tại Buenos Aires; giới thiệu các sản phẩm lưu trữ năng lượng của Việt Nam tại Argentina (tháng 8/2026). 7. Tổ chức hội thảo giới thiệu môi trường đầu tư, kinh doanh của Việt Nam tại Buenos Aires; giới thiệu sản phẩm nông sản như hạt điều, cà phê tới cộng đồng doanh nghiệp và các nhà nhập khẩu của Argentina (tháng 9/2026). 8. Tổ chức hội thảo xúc tiến thương mại, giới thiệu các sản phẩm có thể mạnh của Việt Nam như giày dép, may mặc, cao su, vật liệu xây dựng, các sản phẩm từ gỗ tại Paraguay (Dự kiến tháng 10). 9. Hỗ trợ lên chương trình làm việc cho doanh nghiệp Argentina sang thăm và làm việc tại Việt Nam với một số đối tác trong lĩnh vực sản xuất thiết bị viễn thông và chiếu sáng đô thị. (Dự kiến cuối tháng 10).
--	----------------------------------	---	--

3. Kế hoạch do các đơn vị thuộc Bộ Công Thương triển khai trong 6 tháng cuối năm 2026

Đơn vị chủ trì	Nhiệm vụ và hoạt động	Nhóm sản phẩm, sản phẩm XTXK
	Tham gia Hội chợ Quốc tế Thực phẩm và Đồ uống World Food Moscow 2026 từ 15 -18/9 tại Moscow, Nga.	Thực phẩm, đồ uống.

Cục XTTM	Tham gia Hội chợ Trung Quốc - ASEAN (CAEXPO) từ 17-21/9 tại Nam Ninh, Trung Quốc.	Nông sản, thực phẩm chế biến và đồ uống, hàng tiêu dùng, sản phẩm công nghệ cao, công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI), đồ gỗ và thủ công mỹ nghệ...
	Tham gia Hội chợ quốc tế công nghiệp thực phẩm Sial Paris từ 17-21/10 tại Paris, Pháp	Thực phẩm.
	Tham gia Hội chợ Nhập khẩu Quốc tế Trung Quốc (CIIE) 2026 từ 5-10/11 tại Thượng Hải, Trung Quốc.	Nông sản, thực phẩm.
	Tổ chức Triển lãm quốc tế công nghiệp thực phẩm Việt Nam (Vietnam Foodexpo 2026) tại TP.HCM từ 11-14/11	Hàng nông sản; thủy sản nguyên liệu và thủy sản chế biến; thực phẩm chế biến và đồ; máy móc, thiết bị, công nghệ chế biến thực phẩm, công nghệ bảo quản và đóng gói bao bì thực phẩm, công nghệ an toàn và vệ sinh thực phẩm...
	Tổ chức Đoàn giao dịch thương mại tại Thổ Nhĩ Kỳ và Tây Ban Nha từ 23/8 – 03/9/2026	Đa ngành
	Tham gia Hội chợ triển lãm Đồ gỗ nội ngoại thất Hingh Point Market 2026 từ 17-21/10 tại Hoa Kỳ	Các sản phẩm đồ gỗ, thủ công mỹ nghệ và trang trí nội ngoại thất có xuất xứ từ Việt Nam
	Tham gia Hội chợ quốc tế về Thực phẩm và Đồ uống Private Label Show 2026 từ 15-17/11 tại Hoa Kỳ	Các sản phẩm nông sản, thủy sản, thực phẩm, đồ uống
	Tổ chức Đoàn giao dịch thương mại tại Liên bang Nga từ 14 - 21/9	Đa ngành
	Tổ chức Đoàn xúc tiến đầu tư tại Trung Quốc nhân dịp Hội chợ Trung Quốc – ASEAN từ 16 - 20/9	Hạ tầng công nghiệp
	Tổ chức Hội thảo Xúc tiến đầu tư trong lĩnh vực công nghiệp dự kiến quý IV/2026	Phụ tùng ô tô
Xây dựng nền tảng xúc tiến thương mại số và Cơ sở dữ liệu chuyên ngành phục vụ hoạt động xúc tiến thương mại trên môi trường số theo Quyết định 1968/QĐ-TTg ngày 22/11/2021 của Thủ tướng Chính phủ		XTTM số
Tổ chức Diễn đàn quốc tế ngành công nghiệp thực phẩm tại Tp. HCM (dự kiến tháng 11)		Ngành công nghiệp thực phẩm

	Tổ chức Diễn đàn Xúc tiến xuất khẩu (Vietnam Export Promotion Forum 2026) tại Hà Nội (dự kiến tháng 10)	Đa ngành
	Vận động, kết nối các tập đoàn phân phối, nhà nhập khẩu và nền tảng thương mại điện tử phân phối các sản phẩm nông thủy sản có thế mạnh của Việt Nam phân phối và tiêu thụ tại khu vực Hoa Đông và các vùng lân cận; tổ chức kết nối B2B, đoàn mua hàng về Việt Nam khảo sát và giao dịch mua hàng (Tháng 8 - 12)	Nông, thủy sản
	Tổ chức đoàn doanh nghiệp sản xuất nông thủy sản tham dự Hội chợ nhập khẩu Ôn Châu (Tháng 11)	Nông, thủy sản, thực phẩm chế biến
	Hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu tham dự Hội chợ nhập khẩu Nghĩa Ô (Tháng 11)	Thủy sản; hạt điều, cà phê, rau quả và thực phẩm chế biến; Yến và các sản phẩm chế biến
	Tổ chức đoàn doanh nghiệp nông thủy sản tham dự Hội Chợ Nông Nghiệp Hàng Châu 2026 (Tháng 10)	Nông, thủy sản, thực phẩm chế biến
	Tổ chức các đoàn doanh nghiệp Trung Quốc vào Việt Nam tham dự Triển lãm Vietnam Food Expo (Tháng 11)	hạt điều, cà phê, rau quả và thực phẩm chế biến; Yến và các sản phẩm chế biến
	Tổ chức đoàn doanh nghiệp thuộc Hiệp hội thủy hải sản Chợ đầu mối hải sản vịnh Tam Á Trưng Khánh đi khảo sát làm việc với Hiệp Hội thủy sản và doanh nghiệp tỉnh Cà Mau (Tháng 11)	Thủy hải sản
	Phối hợp với Hội Xúc tiến kinh tế văn hóa quốc tế Trưng Khánh tổ chức giới thiệu quảng bá nông sản, thực phẩm Việt Nam tại một số quận, huyện của Trưng Khánh (Quý IV)	Trái cây, cà phê, tinh bột sắn, gạo...
	Tăng cường hoạt động kết nối nhà sản xuất, xuất khẩu hạt điều với hệ thống phân phối, bán lẻ Trung Quốc	Hạt điều
	Tổ chức Hội nghị giao dịch thương mại giữa doanh nghiệp Việt Nam và doanh nghiệp Trung Quốc tại Hải Khẩu, chủ đạo về nhóm mặt hàng nông sản, trái cây, cà phê, hạt điều và các sản phẩm chế biến, đóng gói sắn (tháng 8-9).	Nông sản, trái cây, cà phê, hạt điều và các sản phẩm chế biến, đóng gói sắn,

	Tổ chức Hội nghị thu hút đầu tư vào lĩnh vực công nghiệp phụ trợ, logistics tại Hải Khẩu, Hải Nam (tháng 10).	Công nghiệp phụ trợ, logistics
	Tổ chức đoàn doanh nghiệp khảo sát, tìm hiểu cơ hội đầu tư vào lĩnh vực logistics, kho ngoại quan (Tháng 8).	Logistics
	Xây dựng Chiến lược Thương hiệu quốc gia Việt Nam đến năm 2035, tầm nhìn đến năm 2045	Đa ngành
	Tổ chức gian hàng THQG tại Triển lãm Bộ Quốc phòng (tháng 12).	Thực phẩm, nông sản, hàng tiêu dùng và các sản phẩm THQG
	Tổ chức gian hàng Quốc gia Việt Nam trên sàn Alibaba.com	Đa ngành
	Tổ chức 02 lớp Tập huấn phát triển kỹ năng ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong thiết kế sản phẩm xuất khẩu	Đa ngành
	Tuyên truyền, quảng bá chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể Việt Nam ra thị trường nước ngoài	Sản phẩm có chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể
	Việt Nam Sourcing 2026 (tháng 9/2026)	- Đa ngành, tập trung vào nhóm các sản phẩm xuất khẩu truyền thống của Việt Nam như nông thủy hải sản, thực phẩm, dệt may, da giày, đồ gỗ...
	Tổ chức Hội nghị kết nối doanh nghiệp Việt Nam – Indonesia bên lề sự kiện Ngày hàng Việt Nam tại thủ đô Jakarta, Indonesia vào ngày 29/7/2026	Các mặt hàng trọng tâm được giới thiệu bao gồm: nông sản và chế biến, bánh kẹo, hàng tiêu dùng nhanh, dệt may, đồ gia dụng, đồ gỗ và thủ công mỹ nghệ.
Vụ TTNN	Cung cấp các bài viết về thông tin thị trường, chính sách, quan hệ thương mại giữa Việt Nam với các đối tác FTA trong khu vực châu Á – châu Phi	Bài viết tổng hợp cung cấp thông tin thị trường, quy định, chính sách, quan hệ thương mại, phân tích, đánh giá tiềm năng, dự địa của một số mặt hàng/nhóm mặt hàng tiềm năng của Việt Nam đối với các đối tác trong khu vực châu Á – châu Phi
	Diễn đàn đàm hợp tác kinh tế - thương mại Việt Nam EU (dự kiến tháng 10/2026)	Sự kiện đối thoại thường niên trong điểm nhấn đánh giá hiệu quả thực thi Hiệp định EVFTA, đồng thời định hướng cho doanh nghiệp Việt Nam thích ứng với các tiêu chuẩn xanh nghiêm ngặt từ châu Âu như cơ chế

		CBAM hay quy định EUDR. Bên cạnh việc tháo gỡ hàng rào kỹ thuật để thúc đẩy xuất khẩu các ngành hàng chủ lực, diễn đàn còn tập trung kết nối chuỗi cung ứng toàn cầu và thu hút dòng vốn đầu tư chất lượng cao (FDI xanh) từ EU vào các lĩnh vực năng lượng tái tạo, chuyển đổi số và phát triển bền vững tại Việt Nam. Nông sản, thực phẩm chế biến, hàng tiêu dùng Nông sản, thực phẩm chế biến, hàng tiêu dùng
	Tuần hàng Việt Nam tại hệ thống Central Retail Thái Lan và làm việc với các hệ thống phân phối tại Nga (tháng 9/2026) Tuần hàng Việt Nam tại hệ thống Lotte Hàn Quốc (dự kiến tháng 10/2026)	
Vụ CSTMĐB	- Công bố kết quả FTA Index năm 2025; - Xây dựng, vận hành Hệ sinh thái tận dụng các FTA; - Tuyên truyền, phổ biến thực thi về các FTA; - Triển khai Kế hoạch hành động của Bộ Công Thương giai đoạn 2026-2030 thực hiện Chương trình hành động thực hiện Kế hoạch Chiến lược Công đồng Kinh tế ASEAN tại Việt Nam giai đoạn 2026-2030 và 2031-2035.	
Cục XNK	- Xây dựng Đoàn giao dịch thương mại, tìm kiếm cơ hội đẩy mạnh giao thương, phát triển thị trường xuất khẩu gạo (dự kiến tại khu vực thị trường CPTPP): mặt hàng gạo - Xây dựng video tuyên truyền phổ biến cơ chế, chính sách/cam kết quốc tế tạo thuận lợi thương mại thúc đẩy xuất khẩu phát triển thị trường gạo: mặt hàng gạo - Tổ chức hội thảo cho các Sở Công Thương địa phương, hiệp hội, doanh nghiệp về cam kết, ưu đãi trong các FTA, kỹ năng xúc tiến thương mại: mặt hàng gạo - Tiếp tục thực hiện các nhiệm vụ xây dựng, rà soát hoàn thiện các văn bản quy phạm pháp luật, tạo khuôn khổ pháp lý thuận lợi cho hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu của doanh nghiệp: theo từng nhiệm vụ cụ thể thuộc chức năng, nhiệm vụ	

	- Tiếp tục hoàn thiện hệ thống cơ sở dữ liệu về cấp phép, báo cáo xuất nhập khẩu đối với các quy trình, thủ tục thuộc chức năng, nhiệm vụ đề có cơ sở phân tích, nghiên cứu triển khai các giải pháp điều hành, thúc đẩy xuất nhập khẩu: theo từng nhiệm vụ cụ thể thuộc chức năng, nhiệm vụ. - Tổ chức các Hội thảo về xuất xứ hàng hoá để thúc đẩy tận dụng ưu đãi thuế quan trong các FTA mà Việt Nam tham gia: Đa ngành, tập trung vào nhóm các sản phẩm xuất khẩu truyền thống của Việt Nam như nông thủy hải sản, thực phẩm, dệt may, da giày, đồ gỗ...	
--	--	--

PHỤ LỤC 2
Mở cửa thị trường nông sản Việt Nam tại các thị trường trọng điểm

Tiếp tục phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Môi trường thúc đẩy các đối tác tại các khu vực mở cửa thị trường đối với các nông sản của Việt Nam trong 06 tháng cuối năm và thời gian tới trên nguyên tắc có sự đánh giá đầy đủ giữa năng lực sản xuất (nuôi/trồng) trong nước với nhu cầu thị trường (trong và ngoài nước).

STT	Khu vực/thị trường	Loại sản phẩm	Điều mới phối hợp
I. Nhóm thị trường truyền thống, chiến lược			
	Hoa Kỳ	Sầu riêng tươi, dừa tươi, chanh leo, mít tươi	- Vụ TTNN; Cục XNK và Thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ;
	EU	Sầu riêng tươi, bưởi da xanh, mít tươi, dừa tươi, na (mãng cầu ta)	- Vụ TTNN; Cục XNK và Thương vụ Việt Nam liên quan tại EU;
	Trung Quốc	Bơ, roi, na (mãng cầu ta), quả dừa, dưa lưới, một số giống cây ăn quả đặc sản mới.	- Vụ TTNN; Cục XNK và Thương vụ Việt Nam tại Trung Quốc;
	Nhật Bản	Sầu riêng tươi, dừa tươi, bưởi da xanh, mít tươi, chanh leo	- Vụ TTNN; Cục XNK và Thương vụ Việt Nam tại Nhật Bản;
	Hàn Quốc	Sầu riêng tươi, bưởi, chanh leo, mít tươi, na (mãng cầu ta)	- Vụ TTNN; Cục XNK và Thương vụ Việt Nam tại Hàn Quốc;
	ASEAN	Sầu riêng, bưởi, chanh leo, các giống dừa tươi chất lượng cao, trái cây đặc sản vùng miền	- Vụ TTNN; Cục XNK và Thương vụ Việt Nam liên quan tại khu vực ASEAN;
II. Nhóm thị trường mới, tiềm năng			
	Nam Á	Sầu riêng, dừa tươi, chanh leo, bưởi, nhãn, chôm chôm	- Vụ TTNN; Cục XNK và Thương vụ Việt Nam liên quan tại khu vực Nam Á;

Tây Á	Chanh, thanh long, bưởi, mít, dưa	- Vụ TTTN; Cục XNK và Thương vụ Việt Nam liên quan tại khu vực Tây Á;
Châu Phi	Sầu riêng, dưa tươi, chanh leo, bưởi, mít tươi	- Vụ TTTN; Cục XNK và Thương vụ Việt Nam liên quan tại khu vực Châu Phi;
Nam Mỹ	Sầu riêng, dưa tươi, chanh leo, bưởi, vải thiều/chôm chôm tại các thị trường chưa tiếp cận	- Vụ TTTN; Cục XNK và Thương vụ Việt Nam liên quan tại khu vực Nam Mỹ;
Trung Đông	Xoài, chôm chôm, vải thiều, dưa... tại khu vực GCC	- Vụ TTTN; Cục XNK và Thương vụ Việt Nam liên quan tại khu vực GCC;