

GIA TĂNG ÁP LỰC CẠNH TRANH DO HÀNG HÓA NHẬP KHẨU TRUNG QUỐC TẠI VIỆT NAM: THỰC TRẠNG VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH (*)

● PHẠM PHƯƠNG NGỌC^{1*} - NGUYỄN THÁI SƠN¹

¹Học viện Ngoại giao

*Email: phuongngoc-gvkk@dv.edu.vn

DOI: 10.62831/nckh.2026.360.v1

TÓM TẮT:

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, Trung Quốc tiếp tục giữ vị thế là nguồn cung hàng hóa lớn nhất của Việt Nam, đồng thời tạo ra áp lực cạnh tranh đáng kể lên thị trường nội địa. Bài viết sử dụng phương pháp phân tích định tính, kết hợp thống kê mô tả trên cơ sở dữ liệu thứ cấp giai đoạn 2020 - 2025 từ Cục Thống kê, Bộ Công Thương, World Bank, ILO và các nghiên cứu học thuật có liên quan để phân tích thực trạng nhập khẩu hàng hóa từ Trung Quốc và các nguyên nhân dẫn đến gia tăng áp lực cạnh tranh nhập khẩu. Kết quả cho thấy, áp lực cạnh tranh từ hàng hóa Trung Quốc không chỉ xuất hiện ở hàng tiêu dùng giá rẻ, mà còn lan sang hàng hóa đầu vào sản xuất, công nghiệp hỗ trợ,... Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số hàm ý chính sách theo hướng kết hợp quản lý nhập khẩu hợp lý với nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và người lao động Việt Nam.

Từ khóa: cạnh tranh nhập khẩu, thương mại điện tử, hàng hóa Trung Quốc.

1. Đặt vấn đề

Trong hơn hai thập kỷ qua, tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế đã góp phần mở rộng không gian thị trường, tạo động lực quan trọng cho tăng trưởng và chuyển dịch cơ cấu kinh tế của Việt Nam. Tuy nhiên, đi cùng với lợi ích là sự gia tăng áp lực cạnh tranh trên thị trường nội địa. Áp lực cạnh tranh không chỉ do sự hiện diện ngày càng sâu của doanh nghiệp nước ngoài mà còn từ sự gia tăng mạnh mẽ của hàng hóa nhập khẩu cả về giá trị, chủng loại và tốc độ lưu chuyển. Trong bối cảnh đó, cạnh tranh nhập khẩu cần được nhìn nhận không chỉ như một

hiện tượng thương mại đơn thuần, mà như một biến số có khả năng tác động trực tiếp đến sản xuất, phân phối, việc làm và năng lực tự chủ của nền kinh tế Việt Nam.

Trong số hàng hóa từ nước ngoài, hàng hóa Trung Quốc có mức độ hiện diện đáng kể trên thị trường Việt Nam. Năm 2025, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam đạt 455,01 tỷ USD, trong đó kim ngạch nhập khẩu từ Trung Quốc đạt 186,0 tỷ USD, tương đương khoảng 40,9% tổng trị giá nhập khẩu, qua đó tiếp tục khẳng định vị trí đối tác cung ứng hàng hóa lớn nhất của Việt Nam (Cục Thống kê, 2026). Quy

mô lớn và xu hướng gia tăng liên tục của dòng hàng hóa Trung Quốc cho thấy thị trường nội địa Việt Nam ngày càng gắn kết chặt chẽ với hệ sinh thái sản xuất và xuất khẩu của Trung Quốc (United States International Trade Commission, 2022).

Đáng chú ý, áp lực cạnh tranh từ hàng hóa Trung Quốc không còn giới hạn ở phân khúc hàng tiêu dùng giá rẻ như trước đây. Cùng với quá trình công nghiệp hóa, sự phát triển của hệ thống bán lẻ hiện đại và sự bùng nổ của thương mại điện tử, hàng hóa Trung Quốc hiện diện sâu rộng ở cả 3 nhóm sản phẩm: hàng hóa đầu vào sản xuất, hàng hóa trung gian và hàng tiêu dùng cuối cùng. Điều này khiến doanh nghiệp Việt Nam phải đối mặt với cạnh tranh toàn diện, không chỉ về giá thành, mà còn về chất lượng, tốc độ đổi mới mẫu mã và khả năng tiếp cận người tiêu dùng.

Trên cơ sở đó, bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp thống kê mô tả để phân tích thực trạng nhập khẩu hàng hóa từ Trung Quốc vào Việt Nam, nhấn mạnh quy mô, xu hướng, cơ cấu mặt hàng và vị thế của Trung Quốc trong tổng nhập khẩu của Việt Nam. Nghiên cứu sử dụng dữ liệu thứ cấp giai đoạn 2020-2025, gồm số liệu xuất nhập khẩu của Cục Thống kê - Bộ Tài chính; thông tin của Bộ Công Thương về thương mại điện tử; báo cáo của World Bank, ILO; và các nghiên cứu học thuật liên quan. Bên cạnh đó, bài viết sẽ nhận diện các nguyên nhân dẫn đến gia tăng áp lực cạnh tranh từ hàng hóa Trung Quốc, từ đó đề xuất một số hàm ý chính sách nhằm vừa tận dụng được lợi ích của hội nhập thương mại, vừa giảm thiểu các rủi ro cạnh tranh bất lợi đối với doanh nghiệp và người lao động trong nước.

2. Tổng quan nghiên cứu

Khái niệm cạnh tranh đã được đề cập rộng rãi trong nhiều tài liệu kinh tế học và thường được hiểu là sự ganh đua giữa các chủ thể kinh tế nhằm giành lợi thế trong hoạt động sản xuất và tiêu thụ trên thị trường. Cạnh tranh trong kinh doanh là hoạt động ganh đua giữa các nhà sản xuất và kinh doanh nhằm giành được những điều kiện sản xuất và tiêu thụ thuận lợi nhất (Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương, 2022). Ở góc độ rộng hơn, Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) cho thấy, cạnh tranh không chỉ diễn ra giữa các doanh nghiệp, mà

còn giữa các quốc gia và khu vực trong việc tạo ra lợi thế kinh tế và nâng cao năng lực phát triển (Hatzichronoglou T., 1996). Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, phạm vi cạnh tranh ngày càng mở rộng khi doanh nghiệp trong nước phải cạnh tranh trực tiếp với hàng hóa và doanh nghiệp nước ngoài thông qua hoạt động thương mại quốc tế.

Từ góc độ thương mại quốc tế, cạnh tranh không chỉ diễn ra giữa các doanh nghiệp nội địa, mà còn xuất hiện dưới dạng cạnh tranh từ hàng hóa nhập khẩu. Khi thương mại được tự do hóa và các rào cản thuế quan giảm xuống, hàng hóa từ các quốc gia khác có thể thâm nhập thị trường nội địa với chi phí thấp hơn và chủng loại đa dạng hơn. Điều này làm thay đổi cấu trúc cung của thị trường và tạo ra áp lực cạnh tranh trực tiếp đối với doanh nghiệp trong nước, buộc họ phải cạnh tranh với sản phẩm nhập khẩu về giá cả, chất lượng, công nghệ cũng như khả năng đáp ứng nhu cầu tiêu dùng.

Từ góc độ kinh tế học hiện đại, hiện tượng này thường được phân tích trong khuôn khổ các mô hình thương mại có sự khác biệt năng suất giữa các doanh nghiệp. Theo lập luận của Melitz (2003), các doanh nghiệp trong cùng một ngành có mức năng suất khác nhau và khi thị trường mở cửa thương mại, sự xuất hiện của hàng hóa nhập khẩu sẽ làm gia tăng áp lực cạnh tranh. Trong môi trường cạnh tranh mới, các doanh nghiệp có năng suất cao có xu hướng mở rộng quy mô và gia tăng thị phần, trong khi các doanh nghiệp kém hiệu quả buộc phải thu hẹp hoạt động hoặc rút lui khỏi thị trường. Quá trình này dẫn đến sự tái phân bổ nguồn lực trong nền kinh tế theo hướng hiệu quả hơn và góp phần nâng cao năng suất bình quân của ngành.

Từ những cách tiếp cận trên, trong phạm vi bài viết này, gia tăng cạnh tranh do hàng nhập khẩu được hiểu là quá trình trong đó sự gia tăng về quy mô, chủng loại và mức độ thâm nhập của hàng hóa nhập khẩu vào thị trường nội địa làm gia tăng áp lực cạnh tranh đối với doanh nghiệp trong nước. Sự gia tăng này phản ánh sự mở rộng của dòng chảy thương mại quốc tế và đồng thời thể hiện sự thay đổi trong cấu trúc cạnh tranh của thị trường nội địa, khi doanh nghiệp trong nước phải thích ứng với áp lực cạnh tranh ngày càng lớn từ hàng hóa nước ngoài.

3. Thực trạng và các nguyên nhân dẫn đến gia tăng áp lực cạnh tranh từ hàng hóa Trung Quốc

3.1. Thực trạng nhập khẩu hàng hóa từ Trung Quốc

Nhập khẩu hàng hóa từ Trung Quốc vào thị trường Việt Nam gia tăng nhanh chóng trong những năm vừa qua, có thể phân chia theo 3 giai đoạn. Giai đoạn đầu, từ đầu những năm 2000 đến trước khi Việt Nam gia nhập WTO, nhập khẩu tăng nhanh chủ yếu nhờ lợi thế giá và vị trí địa lý gần. Giai đoạn thứ hai, từ sau khi Việt Nam gia nhập WTO và đặc biệt sau khi các cam kết khu vực được thực thi sâu rộng hơn, hàng hóa Trung Quốc thâm nhập mạnh vào các ngành sản xuất công nghiệp và mở rộng hệ thống phân phối hiện đại tại Việt Nam. Giai đoạn thứ ba, từ sau năm 2020, xu hướng này càng được củng cố bởi sự phục hồi hậu đại dịch Covid-19, nhu cầu gia tăng đối với các sản phẩm đầu vào dùng cho công nghiệp chế biến và sản xuất, cùng sự mở rộng của thương mại điện tử xuyên biên giới.

Xét ở thời điểm hiện tại, Trung Quốc đang là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam. Đến hết năm 2025, trong tổng kim ngạch nhập khẩu 455,01 tỷ USD của Việt Nam, riêng nhập khẩu từ Trung Quốc đạt 186,0 tỷ USD; đồng nghĩa với cứ 5 USD hàng hóa Việt Nam nhập khẩu thì có xấp xỉ 2 USD đến từ thị trường Trung Quốc. Mức độ tập trung nguồn cung lớn như vậy làm gia tăng rủi ro phụ thuộc, đồng thời khiến các cú sốc về giá cả, logistics hoặc chính sách thương mại từ phía Trung Quốc có thể ảnh hưởng tới thị trường trong nước (Cục Thống kê, 2026).

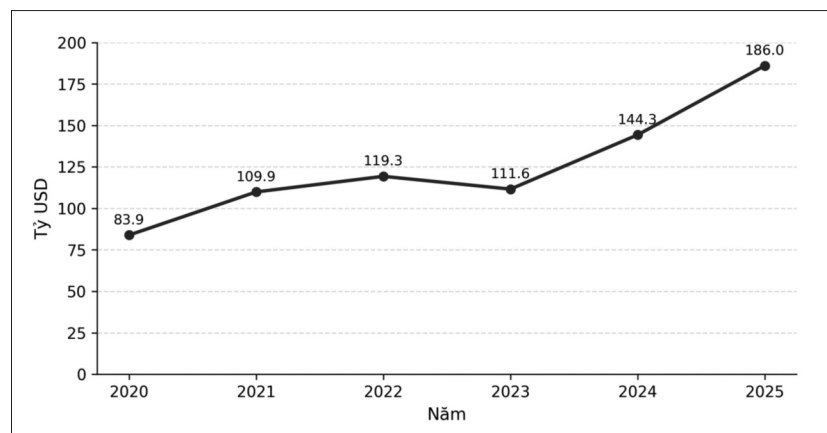
Biểu đồ 1 cho thấy kim ngạch nhập khẩu từ Trung Quốc tăng mạnh trong giai đoạn 2020-2025, từ 83,9 tỷ USD lên 186,0 tỷ USD. Sau nhịp điều chỉnh ngắn vào năm 2023, tốc độ tăng nhập khẩu đã bật trở lại rất rõ trong năm 2024-2025, phản ánh sự phục hồi mạnh của khu vực chế biến, chế tạo và nhu cầu lớn đối với máy móc, linh kiện và nguyên liệu đầu vào.

Cơ cấu nhập khẩu từ Trung Quốc cũng chuyển dịch theo

hướng phản ánh rõ hơn vai trò của Việt Nam trong chuỗi giá trị khu vực. Nếu ở giai đoạn đầu, nhóm hàng tiêu dùng, hàng giá rẻ và một số nguyên liệu cơ bản chiếm ưu thế, thì trong những năm gần đây, trọng tâm của dòng nhập khẩu đã chuyển sang máy móc, thiết bị, linh kiện điện tử, vật tư trung gian và nguyên liệu phục vụ sản xuất. Sự chuyển dịch này cho thấy nền kinh tế Việt Nam ngày càng vận hành theo mô hình “nhập khẩu để sản xuất, lắp ráp và tái xuất”, thay vì chỉ nhập khẩu phục vụ cho tiêu dùng cuối cùng. Tuy nhiên, mức độ phụ thuộc vào nguyên liệu đầu vào từ nhập khẩu vẫn còn lớn. Tỷ lệ đầu vào có nguồn gốc nước ngoài lên tới 62% ở ngành điện tử và 53% ở ngành ô tô. Điều đó lý giải vì sao khi nhập khẩu từ Trung Quốc tăng, áp lực cạnh tranh không chỉ diễn ra ở thị trường hàng hóa đầu ra, mà còn tác động trực tiếp đến cấu trúc chi phí và khả năng chủ động nguồn cung của doanh nghiệp trong nước (World Bank, 2020).

Xét theo ngành hàng, có 3 nhóm chịu tác động rõ nhất từ áp lực cạnh tranh do hàng Trung Quốc. Nhóm thứ nhất là máy móc, thiết bị, điện tử và linh kiện - đây là những mặt hàng gắn trực tiếp với các ngành lắp ráp, chế biến và xuất khẩu của Việt Nam. Nhóm thứ hai là nguyên liệu và bán thành phẩm như nhựa, hóa chất, thép, phụ liệu dệt may, da giày - những lĩnh vực mà công nghiệp hỗ trợ trong nước chưa đáp ứng đầy đủ cả về số lượng và chất lượng. Nhóm thứ ba là hàng tiêu dùng cuối cùng, từ đồ gia dụng, sản phẩm điện tử phổ thông đến hàng hóa thời

Biểu đồ 1. Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Trung Quốc, 2020-2025 (tỷ USD)



Nguồn: Cục Thống kê - Bộ Tài chính, 2026

trang, mỹ phẩm và các sản phẩm tiêu dùng nhanh. Sự hiện diện đồng thời của 3 nhóm hàng này khiến áp lực cạnh tranh từ hàng hóa Trung Quốc mang tính hệ thống và lan tỏa rộng hơn so với nhiều nguồn nhập khẩu khác. (Biểu đồ 2).

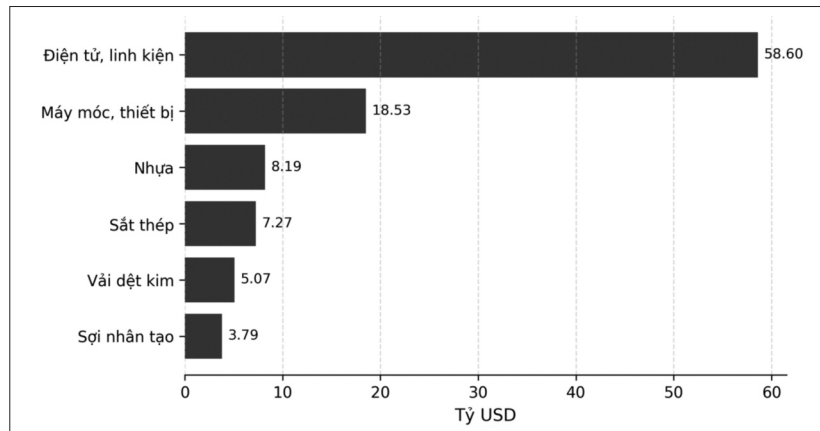
Đáng chú ý, sự gia tăng của hàng tiêu dùng từ Trung Quốc hiện không còn phụ thuộc chủ yếu vào các kênh phân phối truyền thống. Với sự phát triển của các sàn thương mại điện tử và hệ thống logistics chặng cuối, hàng hóa Trung Quốc đã tiếp cận trực tiếp người tiêu dùng Việt Nam với chi phí giao dịch thấp hơn, tốc độ nhanh hơn và khả năng thay đổi mẫu mã linh hoạt hơn. Điều này tạo ra sức ép đáng kể đối với khu vực doanh nghiệp nhỏ và vừa trong nước, vốn còn hạn chế về cả năng lực marketing số, cũng như khả năng tối ưu chi phí và độ phủ thương hiệu.

Như vậy, thực trạng nhập khẩu hàng hóa từ Trung Quốc vào Việt Nam cho thấy ba đặc điểm chính. Thứ nhất, trong giai đoạn từ năm 2000-2025, quy mô nhập khẩu hàng hóa từ Trung Quốc gia tăng nhanh chóng và trong nhiều ngành hàng. Thứ hai, cơ cấu nhập khẩu chuyển dịch từ hàng hóa tiêu dùng sang hàng hóa đầu vào dùng cho sản xuất, dẫn đến làm gia tăng áp lực cạnh tranh đối với doanh nghiệp nội địa. Thứ ba, sự hiện diện của hàng hóa Trung Quốc ngày càng gia tăng do sự phát triển của hệ thống phân phối hiện đại và nền kinh tế số. Chính những đặc điểm này khiến áp lực cạnh tranh từ hàng hóa nhập khẩu không còn chỉ tập trung ở một số ngành cụ thể, mà đã trở thành một sức ép lan rộng đối với toàn bộ thị trường nội địa.

3.2. Nguyên nhân gia tăng áp lực cạnh tranh từ hàng hóa Trung Quốc tại Việt Nam

Áp lực cạnh tranh từ hàng hóa Trung Quốc tại Việt Nam không xuất phát từ một nguyên nhân đơn lẻ, mà là kết quả của nhiều yếu tố tác động đồng thời, bao gồm yếu tố bên ngoài gắn với mô hình phát triển, sức sản xuất của Trung Quốc cùng các yếu tố bên trong của nền kinh tế Việt Nam như chính sách mở

Biểu đồ 2. Một số nhóm hàng Việt Nam nhập khẩu nhiều từ Trung Quốc năm 2024 (tỷ USD)



Nguồn: Trading Economics (2026)

cửa, cấu trúc thị trường và năng lực của khu vực doanh nghiệp nội địa. Khi các yếu tố này kết hợp với nhau, hàng hóa Trung Quốc không chỉ thâm nhập vào thị trường Việt Nam nhanh hơn, mà còn tạo ra áp lực cạnh tranh ngày càng lớn và kéo dài hơn.

Thứ nhất, lợi thế chi phí và quy mô sản xuất của Trung Quốc là một yếu tố quan trọng thúc đẩy gia tăng áp lực cạnh tranh. Trong nhiều năm liên tiếp, Trung Quốc duy trì vị thế là nền sản xuất lớn nhất thế giới, với tỷ trọng chế tạo chiếm gần 30% toàn cầu (Quang Hưng, 2025). Trung Quốc đã xây dựng được một hệ sinh thái công nghiệp hoàn chỉnh, với mạng lưới doanh nghiệp vệ tinh dày đặc, khả năng liên kết chuỗi cao, chi phí logistics nội địa thấp và tốc độ mở rộng sản xuất nhanh. Sau khi gia nhập WTO, các lợi thế này tiếp tục được củng cố nhờ khả năng tiếp cận thị trường toàn cầu, thu hút vốn đầu tư nước ngoài và quá trình tích lũy công nghệ. Những năm gần đây, trong bối cảnh nhu cầu nội địa Trung Quốc phục hồi chậm, tình trạng dư thừa sản xuất ở một số ngành, nhiều doanh nghiệp Trung Quốc có xu hướng đẩy mạnh xuất khẩu với mức giá cạnh tranh hơn, qua đó gia tăng sức ép đối với các thị trường lân cận, trong đó có Việt Nam (Camille và cộng sự, 2024).

Thứ hai, chính sách hội nhập của Việt Nam đã góp phần làm giảm đáng kể các rào cản đối với hàng hóa nhập khẩu. Việc tham gia các hiệp định thương mại tự do FTA thế hệ mới và thúc đẩy hội nhập sâu rộng không chỉ kéo giảm thuế quan mà còn tạo điều kiện thuận lợi hơn cho lưu chuyển hàng hóa. Song song

với đó, kể từ ngày 01/01/2015, Việt Nam đã hoàn toàn mở cửa thị trường bán lẻ cho các nhà đầu tư ngoại khi cho phép các nhà bán lẻ nước ngoài được thành lập doanh nghiệp 100% vốn tại Việt Nam. Điều này cho phép các nhà bán lẻ nước ngoài như Aeon (Nhật Bản), LotteMart (Hàn Quốc), Central Retail (Thái Lan) mở rộng nhanh chóng hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại và chuỗi phân phối bán lẻ. Các thương hiệu bán lẻ của Trung Quốc như KKV, Popmart, Oh!Some... cũng đã và đang mở rộng hệ thống cửa hàng tại nhiều trung tâm thương mại lớn và khu dân cư. Việc mở cửa thị trường bán lẻ và sự phát triển của các nhà bán lẻ hiện đại có vốn đầu tư nước ngoài đã làm thay đổi hệ thống hạ tầng phân phối tại Việt Nam. Nghiên cứu của Maruyama và Lê Việt Trung (2012) cho thấy quá trình hiện đại hóa bán lẻ ở Việt Nam gắn chặt với sự gia tăng hiện diện của hàng hóa nhập khẩu trong các siêu thị và chuỗi phân phối mới. Một khi không gian bán lẻ, logistics và thanh toán được hiện đại hóa, hàng hóa nhập khẩu nói chung và hàng hóa Trung Quốc nói riêng có điều kiện tiếp cận người tiêu dùng nhanh hơn, rộng hơn và hiệu quả hơn.

Thứ ba, những hạn chế của doanh nghiệp nội địa Việt Nam khiến cho áp lực cạnh tranh trở nên rõ rệt hơn. Ở nhiều ngành, khu vực sản xuất trong nước vẫn chủ yếu là các doanh nghiệp có năng lực đổi mới công nghệ còn hạn chế, mức độ tự động hóa và quản trị chuỗi cung ứng chưa cao, do gần 98% doanh nghiệp Việt Nam là doanh nghiệp nhỏ và vừa (Khánh Linh, 2025). Trong bối cảnh đó, cạnh tranh từ hàng nhập khẩu có thể làm giảm năng suất và thị phần của doanh nghiệp nội địa. Mặt khác, lợi ích từ nhập khẩu chỉ có thể thực sự phát huy khi doanh nghiệp có đủ khả năng tiếp nhận công nghệ và tham gia hiệu quả vào chuỗi giá trị. Ngược lại, nếu doanh nghiệp không có đủ năng lực cạnh tranh, doanh nghiệp nội địa sẽ có khả năng rơi vào trạng thái vừa phụ thuộc đầu vào nhập khẩu, vừa mất lợi thế ngay trên thị trường đầu ra (Doan T và cộng sự, 2016).

Thứ tư, thương mại điện tử đang trở thành một kênh gia tăng áp lực cạnh tranh nhập khẩu. Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2025 cho thấy quy mô thị trường bán lẻ trực tuyến tiếp tục tăng nhanh, ước đạt 32 tỷ USD trong năm 2024, tăng 27%

so với năm trước (Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, 2025). Sự mở rộng này tạo điều kiện cho doanh nghiệp và người bán xuyên biên giới tiếp cận trực tiếp người tiêu dùng trong nước. Hàng hóa Trung Quốc nhờ lợi thế về giá, tốc độ đổi mới sản phẩm và khả năng vận hành chuỗi cung ứng linh hoạt đã tận dụng rất hiệu quả môi trường số để mở rộng thị phần tại Việt Nam. Khi hành vi mua sắm ngày càng phụ thuộc vào giá cả, đánh giá trực tuyến, livestream và tốc độ giao hàng, khoảng cách giữa nhà sản xuất nước ngoài với người tiêu dùng cuối cùng được rút ngắn, trong khi lợi thế của nhà bán lẻ hoặc nhà sản xuất nội địa bị thu hẹp đáng kể.

Thứ năm, xu hướng tái cấu trúc chuỗi cung ứng khu vực cũng góp phần gia tăng áp lực cạnh tranh. Việt Nam ngày càng tham gia sâu vào các chuỗi giá trị do doanh nghiệp FDI dẫn dắt, đặc biệt trong các ngành điện tử, máy móc và dệt may. Quá trình này giúp mở rộng xuất khẩu, nhưng đồng thời làm tăng nhu cầu nhập khẩu đầu vào từ Trung Quốc - nơi có năng lực cung ứng quy mô lớn và hệ sinh thái công nghiệp hoàn chỉnh. Trong ngắn hạn, việc nhập khẩu đầu vào từ Trung Quốc giúp doanh nghiệp Việt Nam giảm chi phí và duy trì tiến độ sản xuất. Tuy nhiên, về dài hạn, nếu Việt Nam không nâng cao được năng lực cung ứng trong nước, thì áp lực cạnh tranh từ Trung Quốc sẽ tiếp tục được duy trì ngay từ bên trong chuỗi sản xuất mà Việt Nam đang tham gia (United States International Trade Commission, 2022).

4. Hàm ý chính sách

Từ những phân tích trên, có thể thấy, áp lực cạnh tranh do hàng hóa nhập khẩu từ Trung Quốc vừa là hệ quả tự nhiên của quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, nhưng đồng thời cũng tạo ra nhiều thách thức đối với doanh nghiệp và người lao động Việt Nam. Vì vậy, cần có những chính sách hướng tới mục tiêu dài hạn như nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế, giảm phụ thuộc vào một nguồn cung ứng duy nhất và gia tăng khả năng thích ứng của doanh nghiệp trong nước trước môi trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt.

Một là, cần hoàn thiện chính sách thương mại và quản lý hàng hóa nhập khẩu theo hướng minh bạch, linh hoạt và bám sát diễn biến thị trường. Trước hết, cần tăng cường theo dõi mức độ phụ thuộc vào hàng nhập khẩu theo từng nhóm hàng, từng ngành và từng

nguồn cung để kịp thời nhận diện sớm các lĩnh vực có nguy cơ phụ thuộc quá lớn vào thị trường Trung Quốc. Đồng thời, cần nâng cao hiệu quả kiểm soát tiêu chuẩn kỹ thuật, chất lượng sản phẩm, truy xuất nguồn gốc và an toàn hàng hóa lưu thông trên thị trường, nhằm bảo đảm một môi trường cạnh tranh công bằng giữa hàng nhập khẩu và hàng sản xuất trong nước.

Hai là, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong nước cần được xem là trọng tâm của chính sách. Kinh nghiệm quốc tế cho thấy cạnh tranh nhập khẩu chỉ thực sự trở thành động lực nâng cao năng suất khi doanh nghiệp có khả năng học hỏi, đổi mới công nghệ, cải thiện quản trị và tham gia vào các phân khúc giá trị cao hơn. Với Việt Nam, điều này đòi hỏi các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa không chỉ dừng ở hỗ trợ tín dụng, mà cần gắn với các mục tiêu cụ thể, như: đổi mới công nghệ, nâng cao tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm, chuyển đổi số và xây dựng thương hiệu. Chính sách cũng cần tập trung vào các nhóm ngành có tiềm năng thay thế nhập khẩu từng phần hoặc có khả năng tham gia sâu vào chuỗi cung ứng, như linh kiện cơ khí chính xác, phụ liệu dệt may, vật liệu mới, khuôn mẫu, bao bì kỹ thuật và thiết bị phụ trợ.

Ba là, phát triển công nghiệp hỗ trợ và đa dạng hóa chuỗi cung ứng là giải pháp chiến lược để giảm áp lực cạnh tranh một cách bền vững. Khi tỷ lệ nội địa hóa thấp, doanh nghiệp Việt Nam thường phải phụ thuộc vào nhập khẩu cả đầu vào lẫn thiết bị từ Trung Quốc; từ đó gặp bất lợi kép về chi phí và khả năng cạnh tranh đầu ra. Việc tăng cường liên kết giữa doanh nghiệp nội địa với doanh nghiệp FDI và các tập đoàn dẫn dắt chuỗi giá trị là chìa khóa để Việt Nam tận dụng tốt hơn các FTA thế hệ mới. Trên thực tế, nếu các nhà cung ứng trong nước không được nâng cấp để tham gia sâu hơn vào chuỗi sản xuất, Việt Nam sẽ chủ yếu đóng vai trò điểm lắp ráp, còn giá trị gia tăng công nghiệp vẫn tập trung ở bên ngoài (World Bank, 2020).

Bốn là, cần cụ thể hóa chính sách chuyển đổi số cho doanh nghiệp nhỏ và vừa. Nếu thương mại điện tử là một kênh làm gia tăng cạnh tranh nhập khẩu, thì chính thương mại điện tử cũng có thể trở thành công cụ để doanh nghiệp Việt Nam mở rộng thị trường.

Tuy nhiên, doanh nghiệp nội địa cần được hỗ trợ về kỹ năng vận hành gian hàng số, quản trị dữ liệu khách hàng, tối ưu logistics, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, xây dựng nội dung bán hàng và kiểm soát chất lượng dịch vụ sau bán. Các chương trình hỗ trợ nên gắn với kết quả đo lường được như tăng tỷ lệ đơn hàng trực tuyến, tăng doanh thu từ kênh số hoặc tham gia được vào các sàn thương mại điện tử xuyên biên giới.

Năm là, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực phải đi cùng với quá trình điều chỉnh cơ cấu cạnh tranh. Tác động của cạnh tranh nhập khẩu thường phân bổ không đồng đều, mà tập trung vào một số ngành, một số địa phương và một số nhóm lao động nhất định, đặc biệt là lao động có kỹ năng trung bình hoặc thấp. Tại Việt Nam, áp lực này thể hiện qua sự suy giảm việc làm ở các ngành thâm dụng lao động, sự dịch chuyển việc làm sang khu vực phi chính thức, hoặc suy giảm thu nhập ở những vị trí công việc dễ bị thay thế. Vì vậy, chính sách lao động cần được gắn kết chặt chẽ với các chính sách thương mại và công nghiệp.

Một định hướng quan trọng là xây dựng hệ thống đào tạo và nâng cao kỹ năng phù hợp với nhu cầu cụ thể của từng cụm ngành và từng địa phương. Các chương trình đào tạo nghề cần gắn nhiều hơn với nhu cầu thực tế của doanh nghiệp, nhất là trong các lĩnh vực cơ khí, thiết bị, logistics, thương mại số và kiểm soát chất lượng. Cùng với đó, cần phát triển hệ thống thông tin thị trường lao động theo thời gian để nhận diện sớm các nhóm việc làm chịu tác động bởi áp lực cạnh tranh nhập khẩu và hỗ trợ người lao động chuyển đổi nghề nghiệp. Ở những địa phương phụ thuộc nhiều vào hàng nhập khẩu cũng như có nhiều ngành dễ bị cạnh tranh bởi hàng nhập khẩu, nên thiết kế các chương trình hỗ trợ chuyển đổi việc làm, khuyến khích học nghề mới và kết nối lao động với các phân khúc sản xuất có giá trị gia tăng cao hơn.

5. Kết luận

Sự gia tăng áp lực cạnh tranh từ hàng hóa Trung Quốc tại Việt Nam xuất phát từ cả năng lực sản xuất và cung ứng lớn của Trung Quốc lẫn quá trình mở cửa ngày càng sâu rộng của thị trường Việt Nam. Quy mô nhập khẩu lớn, tỷ trọng tập trung cao và cơ cấu hàng hóa dịch chuyển mạnh sang máy móc, linh kiện và nguyên liệu sản xuất cho thấy quan hệ thương mại Việt Nam - Trung Quốc hiện không chỉ

dừng ở hoạt động mua bán hàng hóa, mà đã gắn chặt với mạng lưới sản xuất và chuỗi cung ứng trong nước và khu vực.

Trong bối cảnh đó, hàng hóa Trung Quốc không chỉ tạo ra áp lực cạnh tranh trực tiếp lên doanh nghiệp Việt Nam ở thị trường tiêu thụ, mà còn làm gia tăng sự phụ thuộc vào nguồn nguyên liệu và đầu vào sản xuất từ Trung Quốc. Các yếu tố như lợi thế chi phí và

quy mô của Trung Quốc, cắt giảm thuế quan, mở cửa thị trường bán lẻ, hạn chế của công nghiệp hỗ trợ trong nước và sự phát triển nhanh của thương mại điện tử đã khiến áp lực cạnh tranh ngày càng lớn hơn. Vì vậy, vấn đề quan trọng đối với Việt Nam là nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế, doanh nghiệp và người lao động để tránh rơi vào thế bị động ngay trên chính thị trường trong nước ■

()Chú thích: Bài viết là kết quả nghiên cứu của Đề tài cấp cơ sở “Tác động của gia tăng cạnh tranh do hàng hóa nhập khẩu từ Trung Quốc đến thị trường lao động Việt Nam”.*

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Bộ Công Thương (2025). Tỷ trọng về thương mại điện tử chiếm 2/3 giá trị của nền kinh tế số Việt Nam. Truy cập tại <https://moit.gov.vn/tin-tuc/hoat-dong/hoat-dong-cua-cac-don-vi/cuc-thuong-mai-dien-tu-va-kinh-te-so-to-chuc-hoi-nghi-tong-ket-cong-tac-nam-2024-va-trien-khai-nhiem-vu-nam-2025.html>.
- CBRE Việt Nam (2025). Hàng Trung Quốc đổ bộ Việt Nam. Báo Tuổi trẻ. Truy cập tại <https://tuoitre.vn/hang-trung-quoc-do-bo-viet-nam-20251028075138866.htm>.
- Cục Thống kê - Bộ Tài chính (2025). Số liệu xuất, nhập khẩu các tháng năm 2025. Truy cập tại <https://www.nso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2025/03/so-lieu-xuat-nhap-khau-cac-thang-nam-2025/>.
- Cục Thống kê - Bộ Tài chính (2026). Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội quý IV và năm 2025. Truy cập tại <https://www.nso.gov.vn/bai-top/2026/01/bao-cao-tinh-hinh-kinh-te-xa-hoi-quy-iv-va-nam-2025/>.
- Cục Thống kê - Bộ Tài chính (2026). Kết quả hoạt động xuất, nhập khẩu hàng hóa năm 2025: Bứt phá kỷ lục và chuyển dịch mạnh mẽ sang công nghệ cao. Truy cập tại <https://www.nso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2026/01/ket-qua-hoat-dong-xuat-nhap-khau-hang-hoa-nam-2025-but-pha-ky-luc-va-chuyen-dich-manh-me-sang-cong-nghe-cao/>.
- Camille Boullenois, Agatha Kratz, Daniel H. Rosen (2024). Overcapacity at the Gate, Rhodium Group. Available at <https://rhg.com/wp-content/uploads/2024/03/Overcapacity-at-the-Gate.pdf>.
- Doan T., Nguyen S., Vu H., Tran T., & Lim S. (2016). Does Rising Import Competition Harm Local Firm Productivity in Less Advanced Economies? Evidence from Vietnam's Manufacturing Sector. *Journal of International Trade & Economic Development*, 25(1), 23-46. <https://doi.org/10.1080/09638199.2015.1035739>.
- Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (2025). Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2025, Hà Nội. Truy cập tại <https://vecom.vn/bao-cao-chi-so-thuong-mai-dien-tu-viet-nam-2025>.
- Hatzichronoglou T. (1996). Globalisation and Competitiveness: Relevant Indicators. OECD Science, Technology and Industry Working Papers, No. 1996/05, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/885511061376>.
- Khánh Linh (2025). Chiếm gần 98% tổng số doanh nghiệp, doanh nghiệp nhỏ và vừa đang ở đâu trong nền kinh tế. Truy cập tại <https://baodautu.vn/chiem-gan-98-tong-so-doanh-nghiep-doanh-nghiep-nho-va-vua-dang-o-dau-trong-nen-kinh-te-d249574.html>.
- Quang Hưng (2025). Trung Quốc có quy mô sản xuất công nghiệp đứng đầu thế giới trong 15 năm liên tiếp. Truy cập tại <https://vtv.vn/trung-quoc-co-quy-mo-san-xuat-cong-nghiep-dung-dau-the-gioi-trong-15-nam-lien-tiep-100250910181848651.htm>.
- Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương (2022). Khái niệm, các yếu tố cấu thành năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bán lẻ. Truy cập tại <https://vioit.moit.gov.vn/vn/Printer.aspx?nId=4968>.
- Masayoshi Maruyama, Le Viet Trung (2012). Modern Retailers in Transition Economies: The Case of Vietnam. *Journal of Macromarketing*, 32(1), 31-51. Available at https://www.researchgate.net/publication/50387900_Modern_Retailers_in_Transition_Economies_The_Case_of_Vietnam.

Melitz M. J. (2003). The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity. *Econometrica*, 71(6), 1695-1725. <https://doi.org/10.1111/1468-0262.00467>.

Trading Economics (2026). China Exports to Vietnam. Available at <https://tradingeconomics.com/china/exports/vietnam>.

United States International Trade Commission (2022). Vietnam's Integration in Global Value Chains: Opportunities and Vulnerabilities. Executive Briefings on Trade. Available at https://www.usitc.gov/publications/332/executive_briefings/ebot_vietnam_integration_in_global_value_chains-opportunities_and_vulnerabilities.pdf.

World Bank (2020). Decisive Reforms Needed for Vietnam to See Full Benefits of EU Trade Agreement: Report. Available at <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2020/05/21/decisive-reforms-needed-for-vietnam-to-see-full-benefits-of-eu-trade-agreement-report>.

World Bank (2020). Vietnam: Deepening International Integration and Implementing the EVFTA. Washington, DC: World Bank. Available at <https://documents1.worldbank.org/curated/en/866871589557725251/pdf/Vietnam-Deepening-International-Integration-and-Implementing-the-EVFTA.pdf>.

Ngày nhận bài: 20/4/2026

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 07/5/2026

Ngày chấp nhận đăng bài: 20/5/2026

RISING COMPETITIVE PRESSURE FROM CHINESE IMPORTS IN VIETNAM: CURRENT SITUATION AND POLICY IMPLICATIONS

● **PHAM PHUONG NGOC**^{1*}

● **NGUYEN THAI SON**¹

¹ Diplomatic Academy of Vietnam

*Email: phuongngoc-gvkkf@dav.edu.vn

ABSTRACT:

Against the backdrop of deepening international economic integration, China remains Vietnam's largest source of imports and a major source of competitive pressure on the domestic market. This study employs a qualitative research approach combined with descriptive statistical analysis, utilizing secondary data for the period 2020-2025 obtained from the General Statistics Office, the Ministry of Industry and Trade, the World Bank, the International Labour Organization (ILO), and relevant academic literature. The study examines the current situation of Vietnam's imports from China and identifies the key factors driving the increasing intensity of import competition. The findings reveal that competitive pressure from Chinese imports is no longer limited to low-cost consumer goods but has increasingly expanded to production inputs, intermediate goods, and supporting industries. Based on these findings, the study proposes several policy implications aimed at balancing effective import management with the enhancement of the endogenous competitiveness of Vietnamese enterprises and workers.

Keywords: import competition, e-commerce, Chinese products.