



**TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

**Đối tác
Chiến lược
toàn diện
tăng cường**



THỊ TRƯỜNG ẤN ĐỘ
Thành phố Hồ Chí Minh 2026

THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG

MỤC LỤC

TRỤ SỞ

Trung tâm Xúc tiến
Thương mại và Đầu tư
Thành phố Hồ Chí Minh
ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng,
P. Tân Định, TP.HCM
92 - 96 Nguyễn Huệ,
P. Sài Gòn, TP.HCM
Tel: (028) 3823 6738
Fax: (028) 3824 2391
Email: itpc@itpc.gov.vn
Website: <https://itpc.hochiminhcity.gov.vn>

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 155/GP - XBBT,
ngày 06/01/2026 của
Sở Văn hóa và Thể thao
Thành phố Hồ Chí Minh



- 05 TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG VÀ KINH TẾ**
- 25 VĂN HÓA VÀ TẬP QUÁN KINH DOANH**
- 34 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG VÀ ĐẦU TƯ VIỆT NAM – ẤN ĐỘ**
- 45 THUẬN LỢI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI HÀNG VIỆT NAM TẠI ẤN ĐỘ**
- 52 THÔNG TIN HỖ TRỢ XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ**
- 53 CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN LẠC CẦN THIẾT**
- 54 CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI BỈ**

Nội dung của báo cáo này dùng cho doanh nghiệp tham khảo, thông tin có thể thay đổi bởi các yếu tố khách quan của thị trường hoặc những thay đổi chính sách từ các cơ quan chức năng Ấn Độ và quốc tế.

Doanh nghiệp cần tiến hành thẩm định trước khi triển khai dự án kinh doanh hoặc các thoả thuận thương mại khác.

Vui lòng liên hệ với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố khi cần sự hỗ trợ. Để tải bản chi tiết, doanh nghiệp truy cập website itpc.hochiminhcity.gov.vn/home

Báo cáo có sử dụng thông tin và số liệu đã công bố của các tổ chức



INCHAM
Indian Business Chamber in Vietnam



INVEST INDIA
NATIONAL INVESTMENT PROMOTION
& FACILITATION AGENCY



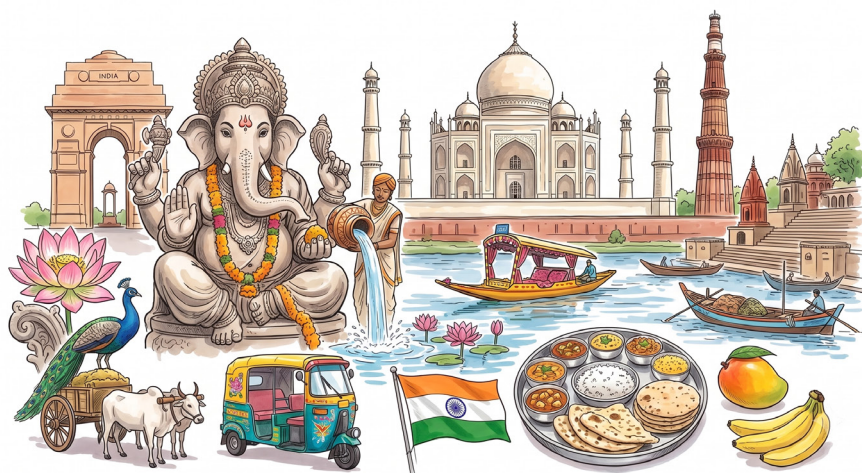
International
Trade
Centre



WORLD TRADE
ORGANIZATION

Cùng một số đối tác khác. Xin chân thành cảm ơn,
Đặc biệt chúng tôi cảm ơn sự hợp tác của
Tổng Lãnh sự quán Ấn Độ tại TP.HCM
trong quá trình thực hiện ấn phẩm này.

THỊ TRƯỜNG ẤN ĐỘ



TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG VÀ KINH TẾ

THÔNG TIN CƠ BẢN

Tên đầy đủ: Cộng hòa Ấn Độ (Republic of India).

Thủ đô: New Delhi.

Quốc khánh Ấn Độ: còn gọi là Ngày Độc lập, diễn ra vào ngày 15 tháng 8. Ngoài ra, Ấn Độ còn có một ngày lễ lớn khác là Ngày Cộng hòa vào ngày 26 tháng 1.



Vị trí địa lý: nằm ở khu vực Nam Á, chiếm phần lớn tiểu lục địa Ấn Độ. Phía tây bắc giáp Pakistan; phía bắc giáp Trung Quốc, Nepal, Bhutan; phía đông giáp Myanmar, Bangladesh và Vịnh Bengal; phía tây giáp Biển Ả Rập; phía nam giáp Ấn Độ Dương.

Diện tích: theo thông tin chính thức từ Cổng thông tin Quốc gia Ấn Độ, tổng diện tích lãnh thổ của Cộng hòa Ấn Độ là 3.287.263 km², đưa quốc gia này trở thành nước có diện tích lớn thứ 7 trên thế giới.

Dân số: theo dữ liệu từ Quỹ Dân số Liên Hợp Quốc (UNFPA) công bố trong Báo cáo Tình trạng Dân số Thế giới (State of World Population Report), quy mô dân số ước tính của Cộng hòa Ấn Độ đạt 1.463.900.000 người vào năm 2025.

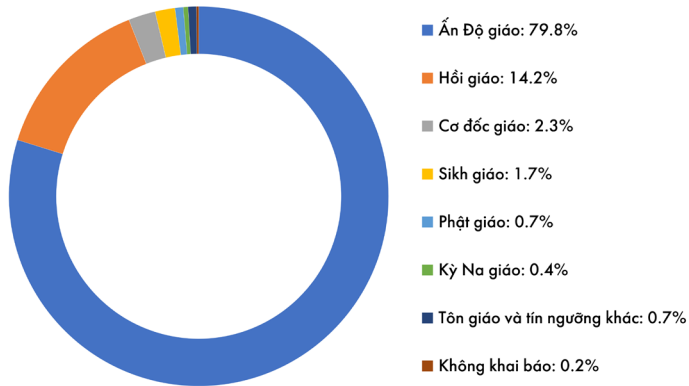
Tài nguyên thiên nhiên: Ấn Độ sở hữu nguồn tài nguyên vô cùng phong phú bao gồm trữ lượng than đá lớn thứ tư thế giới, quặng sắt, mangan, mica, bô-xit, đất hiếm, quặng titan, quặng crom, khí tự nhiên, kim cương, dầu mỏ và diện tích đất canh tác rộng lớn.

Dân tộc: cơ cấu dân tộc Ấn Độ gồm hàng ngàn nhóm dân tộc và bộ tộc nhỏ, phân loại theo các nhóm sắc tộc và mối liên hệ nhân chủng chính sau:

- **Nhóm Ấn-Âu:** cư dân vùng bắc-trung và tây bắc, có mối liên hệ sắc tộc với các nhóm người đến từ Nam Âu, khu vực Kavkaz, Tây Nam Á và Trung Á.
- **Nhóm Tạng - Miến:** cư dân vùng đông bắc, Ladakh, vùng núi cao tây Himalaya và Tây Bengal, mang đặc điểm nhân chủng tương đồng với người Tạng và người Miến.
- **Nhóm bản địa liên hệ Đông Nam Á:** các bộ tộc bản địa tại cao nguyên Chota Nagpur, có mối liên hệ mật thiết với các nhóm cư dân Đông Nam Á lục địa như người Môn.
- **Nhóm người Dravida:** nhóm cư dân bản địa lớn, phân bố chủ yếu ở khu vực miền nam Ấn Độ.

- **Các nhóm thiểu số quy mô nhỏ:** nhóm cư dân có nguồn gốc Đông Phi tại dải bờ biển phía tây và các nhóm người thuộc chủng Negrito tại quần đảo Andaman.

Tôn giáo: từ cuộc tổng điều tra dân số năm 2011 (Census 2011), Ấn Độ có 6 tôn giáo chính bao gồm:



Ngôn ngữ: tiếng Hindi và tiếng Anh là hai ngôn ngữ chính thức được sử dụng ở cấp liên bang trong các công việc hành chính và kinh doanh. Bên cạnh đó, hiến pháp Ấn Độ còn công nhận 21 ngôn ngữ địa phương khác.

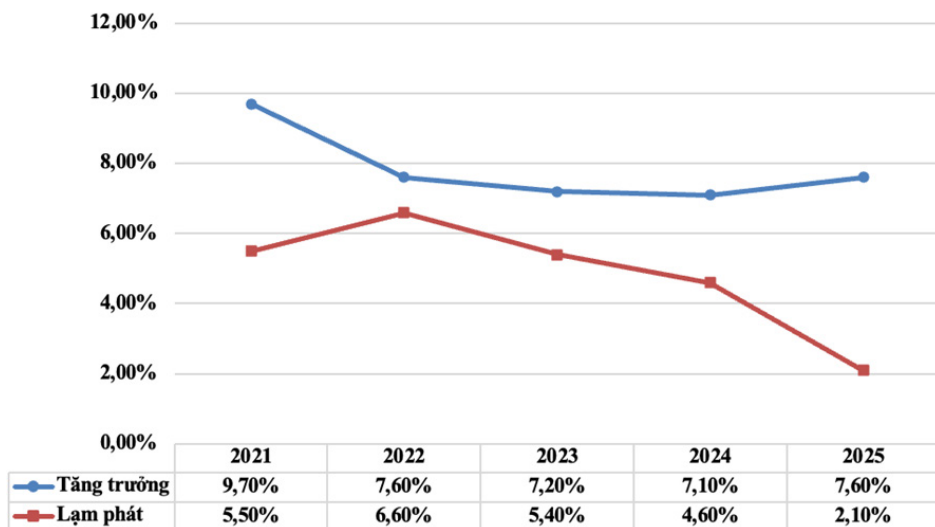
Tiền tệ: Rupee Ấn Độ (Mã tiền tệ: INR).



TỔNG QUAN NỀN KINH TẾ

Tăng trưởng GDP và mức lạm phát

(Nguồn: IMF, World Economic Outlook Database)



Theo Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), năm 2025, Ấn Độ đứng thứ 11 thế giới về xuất khẩu và thứ 08 về nhập khẩu.

Chỉ số tự do kinh tế của Ấn Độ đạt 52,5 điểm, xếp thứ 132 toàn cầu trong năm 2026. Ấn Độ đứng thứ 29 trong số 39 quốc gia tại khu vực Châu Á - Thái Bình Dương, thấp hơn mức trung bình của thế giới và thấp hơn mức trung bình khu vực. (Nguồn: Heritage).

➤ Số liệu hoạt động thương mại của Ấn Độ

Hoạt động thương mại của Ấn Độ trong giai đoạn 2020 – 2025 cho thấy quy mô giao thương có xu hướng tăng nhưng duy trì tình trạng thâm hụt trong toàn bộ giai đoạn. Cán cân thương mại chuyển từ mức thâm hụt 46,97 tỷ USD năm 2020 xuống 132,76 tỷ USD năm 2021 và đạt mức thâm hụt cao nhất 206,77 tỷ USD vào năm 2022. Sau đó, cán cân được cải thiện trong năm 2023 khi mức thâm hụt giảm còn 150,88 tỷ USD, nhưng xu hướng này chưa được duy trì khi thâm hụt tăng trở lại lên 169,24 tỷ USD năm 2024 và 174,02 tỷ USD năm 2025.

Xét riêng giai đoạn 2023 – 2025, tổng kim ngạch xuất khẩu của Ấn Độ tăng từ 768,48 tỷ USD năm 2023 lên 856,93 tỷ USD năm 2025, trong khi nhập khẩu tăng

mạnh hơn, từ 919,36 tỷ USD lên 1,03 nghìn tỷ USD. Đáng chú ý, năm 2025 là năm có quy mô xuất nhập khẩu cao nhất trong ba năm, nhưng đồng thời thâm hụt thương mại cũng tăng lên 174,02 tỷ USD.

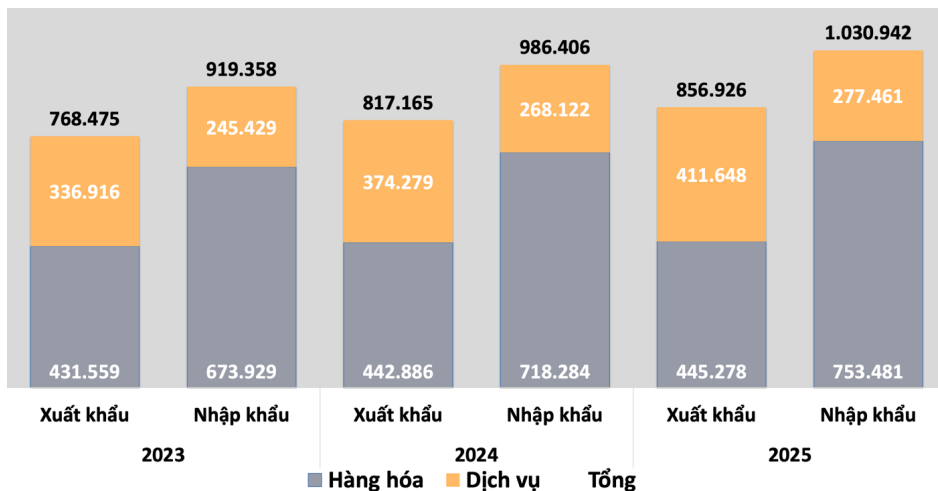
Thương mại hàng hóa là nguyên nhân chính dẫn đến thâm hụt của Ấn Độ. Trong toàn bộ giai đoạn 2020 – 2025, cán cân hàng hóa luôn ở trạng thái âm và mức thâm hụt có xu hướng gia tăng. Từ 96,79 tỷ USD năm 2020, thâm hụt hàng hóa tăng lên 267,03 tỷ USD năm 2022. Mặc dù giảm xuống 242,37 tỷ USD năm 2023, mức thâm hụt sau đó vẫn tiếp tục mở rộng và đạt 308,20 tỷ USD vào năm 2025. Ngược lại, dịch vụ là lĩnh vực có đóng góp tích cực, giúp bù đắp thâm hụt. Thặng dư dịch vụ tăng từ 49,82 tỷ USD năm 2020 lên 91,49 tỷ USD năm 2023 và đạt 134,19 tỷ USD năm 2025. Đặc biệt, năm 2025, xuất khẩu dịch vụ đạt 411,65 tỷ USD, trong khi nhập khẩu dịch vụ chỉ khoảng 277,46 tỷ USD.

Nhìn tổng thể, cơ cấu thương mại của Ấn Độ đang thể hiện sự đối lập rõ rệt giữa hàng hóa và dịch vụ: hàng hóa tạo ra mức thâm hụt ngày càng lớn, trong khi dịch vụ đóng vai trò “bù đắp” quan trọng. Tuy nhiên, mức thặng dư dịch vụ hiện vẫn chưa đủ để bù đắp thâm hụt hàng hóa; năm 2025, thặng dư dịch vụ 134,19 tỷ USD mới chỉ bù đắp khoảng 43,5% mức thâm hụt hàng hóa 308,20 tỷ USD. Vì vậy, cán cân thương mại tổng thể vẫn thâm hụt 174,02 tỷ USD.

Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của Ấn Độ (2023 – 2025)

(Nguồn: WTO)

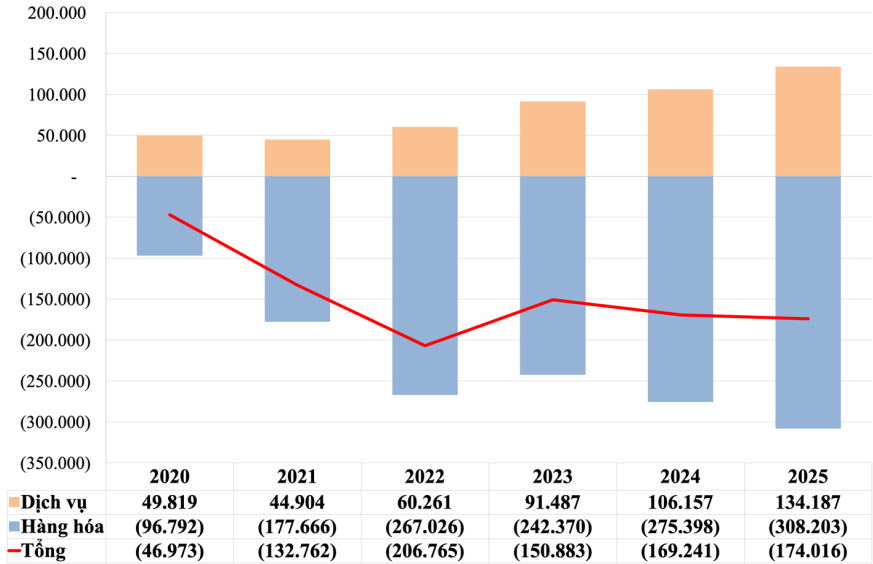
ĐVT: Triệu USD



Cán cân thương mại của Ấn Độ (2020 – 2025)

(Nguồn: WTO)

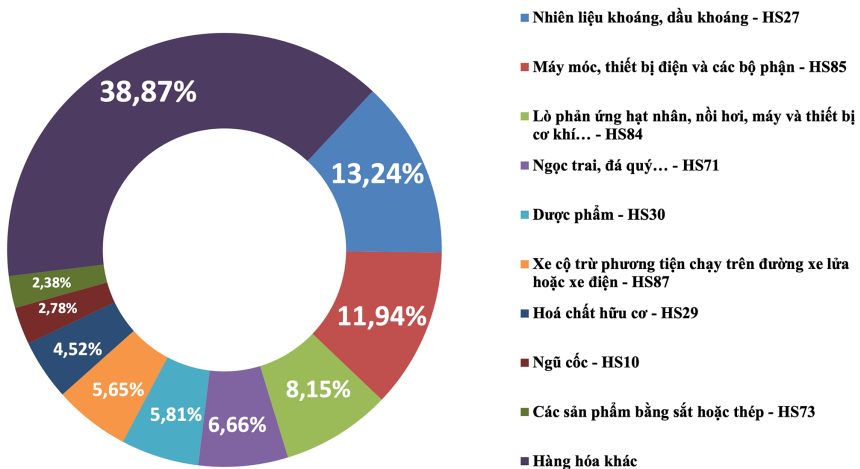
ĐVT: Triệu USD



Năm 2025, theo dữ liệu của trademap.org, một số mặt hàng xuất nhập khẩu chủ yếu của Ấn Độ được thể hiện trong biểu đồ dưới đây.

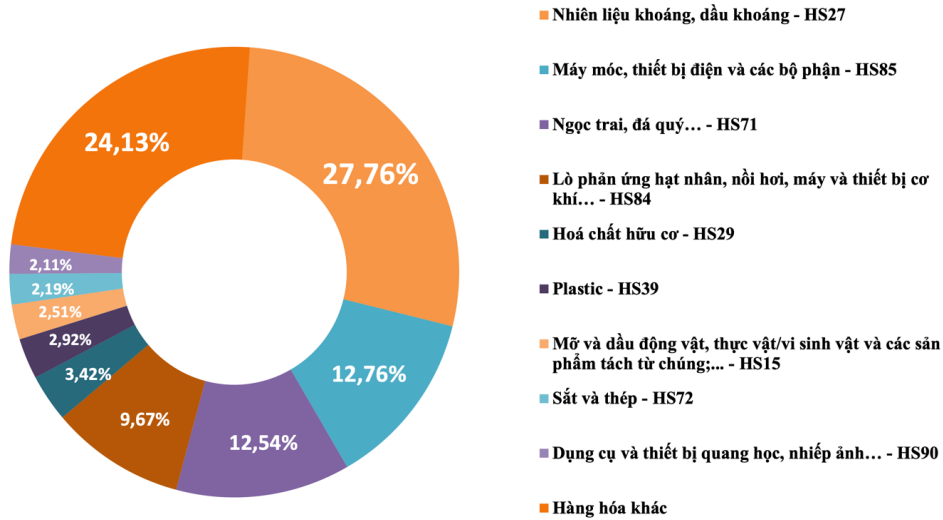
Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Ấn Độ năm 2025

(Nguồn: Trademap)



Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Ấn Độ năm 2025

(Nguồn: Trademap)



Các thị trường xuất khẩu chính của Ấn Độ năm 2025

(Nguồn: Trademap)

20,72%	Hoa Kỳ	Đức	2,54%
8,68%	UAE	Bangladesh	2,51%
4,30%	Hà Lan	Ả Rập Xê-út	2,42%
4,06%	Trung Quốc	Singapore	2,40%
3,09%	Vương quốc Anh	Úc	1,74%

Các thị trường nhập khẩu chính của Ấn Độ năm 2025

(Nguồn: Trademap)

16,60%	Trung Quốc	Iraq	3,54%
8,93%	UAE	Hồng Kông (Trung Quốc)	3,20%
7,85%	Nga	Singapore	3,15%
6,59%	Hoa Kỳ	Hàn Quốc	2,81%
4,05%	Ả Rập Xê-út	Nhật Bản	2,78%

➤ Thách thức kinh tế vĩ mô

□ **Biến động tỷ giá hối đoái và sự dịch chuyển dòng vốn quốc tế**

Trong năm tài chính 2026 (FY26), môi trường kinh tế vĩ mô tại Ấn Độ bộc lộ nhiều thách thức lớn đối với các nhà đầu tư quốc tế, nổi bật nhất là áp lực mất giá liên tục của đồng Rupee (INR) trước những rủi ro về chính sách thương mại và căng thẳng địa chính trị. Tỷ giá bình quân cả năm đã giảm khoảng 5% so với cùng kỳ, lùi về mức 88,4 INR/USD. Đặc biệt, tình trạng nổi rộng thâm hụt thương mại kết hợp cùng đà tăng của giá dầu thô đã có thời điểm đẩy nội tệ nước này chạm đáy kỷ lục gần 95 INR/USD vào cuối tháng 3/2026. Nhằm ứng phó với sự biến động mạnh này, Ngân hàng Trung ương Ấn Độ (RBI) đã phải chủ động can thiệp thị trường, qua đó duy trì tổng dự trữ ngoại hối ở mức an toàn là 701,4 tỷ USD tính đến giữa tháng 1/2026. Nguồn lực này đủ sức gánh vác chi phí nhập khẩu trong 11 tháng và tương đương 94% tổng nợ nước ngoài, tạo ra một lớp đệm thanh khoản quan trọng cho nền kinh tế.

Sức ép lên cán cân vốn càng gia tăng khi dòng tiền đầu tư quốc tế chứng kiến sự phân hóa và dịch chuyển mạnh mẽ. Đối với dòng vốn đầu tư gián tiếp (FPI), thị trường đối mặt với làn sóng rút vốn ồ ạt khi khối ngoại bán ròng tới 18,9 tỷ USD khỏi các sản phẩm giao dịch cổ phiếu nội địa trong năm 2025 nhằm tái phân bổ tài sản sang các quốc gia phát

triển. Ở chiều ngược lại, dòng vốn đầu tư trực tiếp (FDI) góp phần duy trì sức hút ấn tượng, đạt hơn 50,3 tỷ USD trong nửa đầu năm tài chính. Dầu vậy, các doanh nghiệp cũng cần lưu tâm đến việc dòng vốn FDI ròng lại đang bị thu hẹp đáng kể do xu hướng chuyển lợi nhuận về nước và động thái thoái vốn từ các tập đoàn đa quốc gia.



Bengaluru, thủ phủ bang Karnataka tại miền nam Ấn Độ.

Sự bất ổn của tỷ giá và sự thoái lui của dòng tiền ngoại đã trực tiếp làm chao đảo thị trường vốn nội địa. Nhờ dòng tiền giải ngân khổng lồ từ các tổ chức tài chính trong nước, các chỉ số chứng khoán chính từng duy trì đà tăng trưởng hơn 10% trong giai đoạn từ tháng 4 đến tháng 12/2025. Tuy nhiên, áp lực từ việc khối ngoại thoái vốn mạnh và chi phí năng lượng leo thang đã nhanh chóng kích hoạt đợt sụt giảm tới 13% của toàn thị trường vào cuối quý 1/2026. Cú sốc này tác động tiêu cực vào các lĩnh vực then chốt như tài chính, sản xuất ô tô và công nghiệp nặng.

□ Rủi ro địa chính trị, phụ thuộc năng lượng nhập khẩu và lạm phát chi phí đẩy

Căng thẳng bùng phát tại khu vực Trung Đông cùng nguy cơ gián đoạn tuyến vận tải hàng hải qua eo biển Hormuz đang đặt chuỗi cung ứng dầu khí của Ấn Độ vào thế rủi ro kéo dài đến cuối năm 2026. Với đặc thù phụ thuộc sâu sắc vào năng lượng nhập khẩu, nền kinh tế Nam Á dễ bị tổn thương trên nhiều mặt trận như cán cân đối ngoại, lạm phát và cân đối ngân sách. Thêm vào đó, thị trường lao động bất ổn tại Vùng Vịnh đe dọa trực tiếp đến dòng kiều hối – khu vực vốn đóng góp tới 38% trong tổng quy mô 135,4 tỷ USD ghi nhận vào năm tài chính 2025 (FY25). Bối cảnh phức tạp này đã khiến các định chế tài chính thận trọng hơn khi đánh giá triển vọng tăng trưởng GDP của Ấn

Độ trong năm FY27; điển hình như Ngân hàng Thế giới (World Bank) đã hạ dự phóng xuống 6,6%, trong khi Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) đưa ra con số 6,5%.

Biến động địa chính trị đã đẩy giá dầu thô thế giới bình quân vọt lên 103,9 USD/thùng vào tháng 4/2026, chạm mức đỉnh kể từ giữa năm 2022. Tương tự, giá than đá cũng neo cao ở mức 112,9 USD/tấn do nhu cầu năng lượng thay thế gia tăng đột biến. Theo phân tích độ nhạy từ Ngân hàng Trung ương Ấn Độ (RBI), cứ mỗi 10% giá dầu tăng thêm sẽ làm giảm 15 điểm cơ bản của tăng trưởng GDP thực tế và đẩy lạm phát cộng thêm 30 điểm cơ bản. Thậm chí trong kịch bản cực đoan khi giá dầu thô Ấn Độ bình quân vọt lên 120 USD/thùng, GDP có thể sụt giảm tới 1,1 điểm phần trăm. Áp lực khổng lồ này đang tích hợp sâu vào chi phí sản xuất công nghiệp nội địa, cộng hưởng cùng cước vận tải, phí bảo hiểm đắt đỏ và đà trượt giá của đồng Rupee (dự kiến lùi về mốc 95 INR/USD).

Gánh nặng chi phí đầu vào tăng đột biến đã khiến chỉ số quản trị mua hàng (PMI) ngành sản xuất trong tháng 4/2026 duy trì ở mức 54,7 điểm. Đáng ngại hơn, tác động gián đoạn đã làm sản lượng của 8 ngành công nghiệp hạ tăng trọng yếu (Core IIP) sụt giảm 0,4% vào tháng 3/2026. Ở lăng kính tiêu dùng, lạm phát (CPI) tạm thời được kìm hãm ở mức 3,5% chủ yếu nhờ các biện pháp can thiệp của chính phủ như trợ cấp hóa chất, kìm hãm giá nhiên liệu và cắt giảm thuế. Tuy nhiên, sự đánh đổi là thâm hụt tài khoản vãng lai (CAD) đang chịu sức ép nở rộng. Các chuyên gia dự báo CAD có thể tiến sát mốc 2% GDP trong năm FY27, vượt qua ngưỡng an toàn dài hạn là 1,3%.

Bên cạnh bài toán năng lượng, môi trường kinh doanh tại Ấn Độ còn tiềm ẩn nhiều biến số khó lường như hiện tượng thời tiết El Niño đe dọa sản lượng nông nghiệp, tình trạng thiếu hụt nguồn cung phân bón diện rộng, cùng sự tái cấu trúc nhân sự ngành dịch vụ IT dưới tác động của trí tuệ nhân tạo.

□ Rào cản thuế quan quốc tế và thâm hụt thương mại

Rủi ro bất ổn chính sách đang bao trùm hoạt động xuất khẩu của Ấn Độ, với điểm nóng lớn nhất xuất phát từ thị trường Hoa Kỳ. Vào tháng 8/2025, hàng hóa Ấn Độ xuất khẩu sang Hoa Kỳ đã vấp phải mức thuế trừng phạt lên tới 50% (bao gồm thuế đối ứng và phụ phí liên quan đến dầu mỏ Nga), đẩy mức thuế quan thực tế vọt từ mốc 2,4% lên tới 36,2%. Kịch bản khắc nghiệt này không chỉ đe dọa làm sụt giảm kim ngạch xuất khẩu mà còn tiềm ẩn nguy cơ đứt gãy chuỗi sản xuất diện rộng. Song song với rào cản thuế quan, nền kinh tế Nam Á đang phải đối mặt với tình trạng thâm hụt thương mại hàng hóa ngày càng sâu rộng. Hiện tượng này phản ánh thực tế rằng tốc độ gia tăng của chi phí nhập khẩu, đặc biệt là nhóm hàng hóa cốt lõi, đang vượt xa năng lực cạnh tranh xuất khẩu.

Ngoài ra, bức tranh vĩ mô vẫn còn đó những rủi ro tiềm ẩn khi cả Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) lẫn Ngân hàng Thế giới (World Bank) đều hạ dự báo tăng trưởng kinh tế toàn

cầu năm 2026 xuống mức thấp từ 2,6% đến 3,1%. Đối diện với viễn cảnh nhu cầu tiêu dùng co hẹp tại các quốc gia phát triển, các doanh nghiệp quốc tế hoạt động tại Ấn Độ cần tính toán kỹ lưỡng lộ trình tối ưu hóa ưu đãi xuất xứ từ các FTA mới.

□ **Nút thắt năng suất của các doanh nghiệp phụ trợ nội địa (MSMEs) và hạ tầng chuỗi cung ứng**

Khu vực doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ (MSME) đóng vai trò nòng cốt trong chuỗi cung ứng phụ trợ tại Ấn Độ. Khối này đóng góp hơn 30% vào GDP, chiếm khoảng 36% sản lượng công nghiệp chế tạo và gần một nửa kim ngạch xuất khẩu toàn quốc. Đây cũng là bệ đỡ việc làm lớn thứ hai nền kinh tế chỉ sau nông nghiệp, cung cấp sinh kế cho khoảng 240 triệu lao động. Năng lực hội nhập quốc tế của nhóm nhà cung cấp địa phương đang cải thiện rõ rệt, minh chứng qua mức tăng trưởng xuất khẩu kép đạt 33% trong giai đoạn FY21–FY25, đưa số lượng đơn vị tham gia xuất khẩu lên mốc 173.000 doanh nghiệp. Tuy nhiên, rào cản cốt lõi đối với các tập đoàn đa quốc gia khi thiết lập chuỗi sản xuất tại đây lại nằm ở bài toán hiệu suất. Các MSME Ấn Độ hiện chỉ đạt mức năng suất lao động tương đương 18% so với quy mô của các doanh nghiệp lớn trong nước, một khoảng cách quá xa so với tỷ lệ 45–70% thường thấy tại các nền kinh tế thuộc khối OECD.

Nguyên nhân sâu xa kìm hãm hiệu quả vận hành xuất phát từ tình trạng thiếu hụt tín dụng chính thức, với mức thiếu hụt ước tính lên tới 30 nghìn tỷ INR (chiếm khoảng 24% tổng nhu cầu vốn của toàn ngành). Dấu đối mặt với áp lực vốn lưu động lớn, điểm sáng là mức độ thích ứng công nghệ của nhóm phụ trợ nội địa khá ấn tượng khi tỷ lệ chấp nhận thanh toán số chậm ngưỡng 90%, vượt trội so với mức 42% của OECD. Nhằm khơi thông điểm nghẽn tài chính, New Delhi đang tích cực đẩy mạnh hệ thống chiết khấu hóa đơn số hóa TReDS, kết hợp cùng các trợ lực từ ngân sách như quỹ SME Growth Fund trị giá 100 tỷ INR và cơ chế bảo lãnh tín dụng linh hoạt cho máy móc thiết bị.

Thử thách khi hợp tác với mạng lưới cung ứng địa phương có sự phân hóa sâu sắc theo cả đặc thù ngành lẫn vị trí địa lý. Về mặt lĩnh vực, ngành may mặc vướng rủi ro hoạt động cao nhất do thiếu hụt tín dụng và nguyên vật liệu; mảng công nghệ thông tin chịu sức ép từ chi phí chuyển đổi và biến động nhân sự; trong khi nhóm linh kiện ô tô, điện tử và máy móc lại gặp nhiều khó khăn với rào cản hạ tầng kỹ thuật. Về phân bố không gian, chuỗi cung ứng mang tính tập trung cực bộ rất cao. Chỉ riêng ba bang Uttar Pradesh, West Bengal và Tamil Nadu đã chiếm hơn một phần ba tổng lượng MSME toàn quốc. Xét trên lăng kính môi trường kinh doanh và mức độ chuyển đổi số, Maharashtra đang là điểm đến tối ưu nhất, bám sát bởi Uttar Pradesh, Tamil Nadu và Karnataka. Ngược lại, nhiều địa phương khác vẫn đang thiếu hụt trầm trọng các cụm công nghiệp chuyên ngành và nhà xưởng đạt chuẩn quốc tế.

Bên cạnh năng lực tự thân của đối tác, tính liên mạch của chuỗi cung ứng còn phụ thuộc vào đà cải thiện hạ tầng logistics và các biến số vĩ mô. Điểm tích cực là Ấn Độ đã vươn lên vị trí 38 toàn cầu trong Chỉ số Hiệu quả Logistics (LPI 2023) của Ngân hàng Thế giới nhờ nỗ lực số hóa thủ tục thông quan. Mặc dù vậy, bức tranh vận hành vẫn tiềm ẩn rủi ro đan xen: hiện tượng El Niño và gián đoạn vận tải quốc tế đe dọa trực tiếp nguồn cung nguyên liệu của ngành chế biến nông sản, trong khi sự bùng nổ của trí tuệ nhân tạo (AI) đang phá vỡ cấu trúc nhân lực cấp cao trong ngành dịch vụ IT.

□ Rào cản pháp lý, kiểm soát ngoại hối và cơ chế giám sát đầu tư nước ngoài

Môi trường tiếp nhận vốn ngoại tại Ấn Độ được vận hành chủ yếu dựa trên Đạo luật Quản lý Ngoại hối (FEMA) và các chính sách FDI hiện hành, phân luồng theo hai cơ chế: tuyển tự động và tuyển yêu cầu Chính phủ phê duyệt. Đối với các lĩnh vực nhạy cảm như viễn thông, quốc phòng, hàng không hay khai khoáng, nhà đầu tư buộc phải trải qua quy trình thẩm định an ninh gắt gao từ các bộ ngành liên quan. Bên cạnh đó, chính quyền New Delhi duy trì lệnh cấm vận tuyệt đối vốn ngoại vào các mảng kinh doanh xổ số, cờ bạc, sản xuất thuốc lá và đặc biệt là kinh doanh bất động sản thuần túy nhằm mục đích đầu cơ ngắn hạn (ngoại trừ các dự án phát triển hạ tầng và khu đô thị).



Một đồi chè tại bang Kerala.

Một trong những chốt chặn pháp lý quan trọng nhất mà khối ngoại cần lưu tâm là cơ chế sàng lọc an ninh theo quy định PN3. Theo đó, mọi dòng vốn đầu tư (trực tiếp hoặc gián tiếp) từ các cá nhân, pháp nhân thuộc nhóm quốc gia có chung đường biên giới trên

đất liền với Ấn Độ, hoặc nếu chủ sở hữu thực sự đứng sau khoản đầu tư mang quốc tịch các nước này, thì đều không được áp dụng cơ chế phê duyệt tự động (mà bắt buộc phải xin phép chính phủ Ấn Độ). Các giao dịch này, bao gồm cả việc chuyển nhượng quyền sở hữu trong tương lai, bắt buộc phải trình hồ sơ xin cấp phép từ Chính phủ nhằm ngăn chặn rủi ro thâm tóm tài sản chiến lược.



Cảng biển Ấn Độ.

Hoạt động góp vốn đang bước vào giai đoạn thắt chặt thủ tục hành chính. Theo những sửa đổi mới nhất có hiệu lực từ tháng 7/2025, toàn bộ chứng khoán phát hành cho nhà đầu tư quốc tế phải được số hóa lưu ký. Điều này đồng nghĩa với việc các tổ chức nước ngoài phải hoàn tất việc xin cấp mã số thuế (PAN) và mở tài khoản lưu ký nội địa trước khi giải ngân. Về chiến lược thoái vốn, pháp luật sở tại nghiêm cấm các thỏa thuận cam kết mức lợi nhuận cố định hoặc ấn định trước giá trị bán lại đối với công cụ vốn chủ sở hữu FDI. Mọi giao dịch chuyển nhượng phải tuân thủ thời gian hạn chế tối thiểu 1 năm và mức giá thực hiện phải được một tổ chức độc lập định giá theo nguyên tắc thị trường. Thêm vào đó, lần ranh giữa các hình thức đầu tư cũng được giám sát chặt chẽ: nếu một nhà đầu tư gián tiếp (FPI) nắm giữ từ 10% cổ phần của một doanh nghiệp niêm yết, họ buộc phải bán phần dư trong vòng 5 ngày giao dịch, nếu không toàn bộ thương vụ sẽ bị ép chuyển đổi sang chuẩn FDI với các điều kiện ràng buộc khắt khe hơn rất nhiều.

Đối với mảng tài chính, quy mô và hình thức đăng ký pháp nhân sẽ quyết định cơ chế phê duyệt. Cụ thể, các công ty tài chính phi ngân hàng (NBFC) đã đăng ký chính thức với Ngân hàng Trung ương (RBI) được phép tiếp nhận 100% vốn ngoại qua tuyến tự động, trong khi các tổ chức chưa đăng ký buộc phải xin phép Chính phủ. Riêng với thị trường bảo hiểm, dù đạo luật sửa đổi năm 2025 đã nới trần sở hữu FDI lên mức tối đa 100% không cần kiểm tra trước, các tập đoàn đa quốc gia vẫn phải đối mặt với các điều kiện

hoạt động nghiêm ngặt. Nhà đầu tư phải cam kết tái đầu tư toàn bộ 100% doanh thu phí bảo hiểm ngay tại thị trường nội địa, đồng thời bắt buộc phải bổ nhiệm ít nhất một nhân sự là công dân thường trú tại Ấn Độ vào các vị trí chủ chốt như Chủ tịch Hội đồng quản trị, Tổng Giám đốc hoặc Giám đốc điều hành.

➤ Cơ hội kinh tế vĩ mô

□ Tăng trưởng kinh tế vượt trội, quy mô thị trường lớn và tính ổn định vĩ mô

Ấn Độ hiện là nền kinh tế lớn thứ tư thế giới và đang mở ra cơ hội chiến lược cho các doanh nghiệp quốc tế nhờ tốc độ tăng trưởng nhanh bậc nhất toàn cầu. Quốc gia này đang trong giai đoạn chuyển đổi then chốt với tầm nhìn “Viksit Bharat 2047” nhằm vươn lên thành một nền kinh tế phát triển. Đối với các nhà đầu tư chiến lược dài hạn, tiềm năng của thị trường Ấn Độ là đáng kể khi Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) dự phóng quy mô GDP (tính theo sức mua tương đương - PPP) của nước này sẽ vượt Hoa Kỳ vào năm 2045 và vượt Trung Quốc vào năm 2063. Thậm chí, Ấn Độ có khả năng trở thành nền kinh tế lớn nhất thế giới, đóng góp ổn định khoảng 17,7% GDP toàn cầu từ năm 2086 trở đi.

Sức hấp dẫn của thị trường này còn được minh chứng qua các chỉ số tăng trưởng cao trong ngắn và trung hạn. Trong năm tài chính 2026 (FY26), tăng trưởng GDP thực tế của Ấn Độ đạt mức ấn tượng từ 7,4% đến 7,6%, khẳng định vị thế nền kinh tế lớn phát triển hàng đầu thế giới bất chấp những biến động của thương mại toàn cầu. Bước sang năm FY27 và các năm tiếp theo, những tổ chức uy tín như IMF hay Ngân hàng Thế giới tiếp tục dự báo Ấn Độ sẽ duy trì đà tăng trưởng mạnh mẽ trong khoảng 6,5% đến 7,2%, mức này vượt trội hơn so với con số trung bình chỉ khoảng 3,1% đến 3,2% của kinh tế toàn cầu.

Không chỉ phát triển nhanh, nền tảng vĩ mô vững chắc chính là nền tảng an toàn giúp các doanh nghiệp quốc tế an tâm khi mở rộng kinh doanh tại đây. Năng lực tài chính của Ấn Độ được bảo đảm bởi quy mô dự trữ ngoại hối lên tới 701,4 tỷ USD (tính đến tháng 1/2026), đủ khả năng chi trả cho 11 tháng nhập khẩu. Đồng thời, thâm hụt tài khoản vãng lai được kiểm soát chặt chẽ ở mức 1% GDP, tỷ lệ nợ công đang trên đà giảm và hệ thống ngân hàng ghi nhận sự lành mạnh vượt bậc với tỷ lệ nợ xấu (GNPA) chạm mốc thấp kỷ lục trong nhiều thập kỷ là 2,2%.

□ Quy mô tiêu dùng nội địa phát triển nhanh và tỷ lệ nghèo giảm

Thị trường tiêu dùng nội địa Ấn Độ đang phát triển nhanh chóng, mở ra cơ hội kinh tế và dư địa tăng trưởng lớn cho các doanh nghiệp quốc tế. Động lực cốt lõi đến từ chi tiêu tiêu dùng tư nhân, hiện chiếm tới 61,5% GDP – mức cao nhất kể từ năm 2012, với

tốc độ tăng trưởng ấn tượng đạt khoảng 7% đến 7,7% trong năm tài chính 2026 (FY26). Sức mua bùng nổ được thể hiện rõ nét qua doanh số bán lẻ khi sản lượng tiêu thụ hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) tăng mạnh 13,9% trong quý 2 năm 2025, cùng với doanh số xe ô tô cá nhân và xe máy duy trì đà tăng trưởng hai con số.

Nguyên nhân chính thúc đẩy xu hướng tiêu dùng này là sự gia tăng mạnh mẽ của thu nhập khả dụng. Chính phủ Ấn Độ đã tung ra gói kích thích thu nhập lên tới 1 nghìn tỷ INR thông qua việc nâng ngưỡng miễn thuế cá nhân, đồng thời giảm gánh nặng thuế gián thu bằng cách hợp nhất biểu thuế GST xuống hai mức chính là 5% và 18%. Tại khu vực nông thôn, thu nhập của người dân cũng được củng cố vững chắc nhờ sản lượng lương thực đạt mức kỷ lục và các chương trình hỗ trợ tài chính trực tiếp hiệu quả. Những yếu tố này cộng hưởng với tiến trình giảm nghèo đáng kể đã giúp đưa hàng trăm triệu người dân Ấn Độ bước vào tầng lớp trung lưu có sức mua thực tế.

Tiềm năng của thị trường còn được bảo đảm bởi một thị trường lao động ngày càng ổn định và khả năng tiếp cận tài chính sâu rộng. Tỷ lệ thất nghiệp đã giảm đều đặn xuống mức 4,8% vào tháng 12 năm 2025, trong khi tỷ lệ tham gia lực lượng lao động tăng lên 56,1%. Việc làm chính thức liên tục gia tăng kết hợp với các chương trình thúc đẩy tuyển dụng của nhà nước tạo ra nguồn thu nhập bền vững cho xã hội. Về mặt tài chính, tín dụng cá nhân ghi nhận mức tăng 16,2%, đặc biệt là các khoản vay mua nhà và mua xe. Cùng với việc hàng trăm triệu tài khoản ngân hàng mới được mở, người dân Ấn Độ đang có xu hướng dịch chuyển mạnh mẽ từ tiết kiệm truyền thống sang đầu tư vốn, minh chứng qua hơn 216 triệu tài khoản lưu ký chứng khoán được ghi nhận. Sự gia tăng tài sản vốn cổ phần này đã bổ sung thêm hàng nghìn tỷ INR vào tổng tài sản của các hộ gia đình.

□ Môi trường lạm phát thấp kỷ lục, chính sách tiền tệ nới lỏng và hệ thống tài chính lành mạnh

Ấn Độ đang nổi lên như một điểm đến đầu tư đầy tiềm năng cho các doanh nghiệp quốc tế nhờ môi trường vĩ mô ổn định, đặc biệt là tỷ lệ lạm phát được neo giữ ở mức thấp lịch sử. Theo báo cáo của Ngân hàng Thế giới, lạm phát bán lẻ cơ bản bình quân tại quốc gia này trong giai đoạn từ tháng 4/2025 đến tháng 02/2026 chỉ ở mức 1,9%, giảm sâu so với mức 4,7% cùng kỳ năm trước. Môi trường lạm phát hạ nhiệt rõ nét này tạo điều kiện thuận lợi để các tập đoàn đa quốc gia và nhà đầu tư nước ngoài kiểm soát tốt chi phí đầu vào. Thêm vào đó, dự báo lạm phát CPI tổng thể cả năm tài chính FY26 cũng được Ngân hàng Dự trữ Ấn Độ (RBI) và Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) đánh giá rất tích cực, duy trì ở mức an toàn từ 2,0% đến 2,8%.

Tận dụng bối cảnh lạm phát thấp, RBI đã chủ động triển khai các chính sách tiền tệ nới lỏng nhằm hạ thấp chi phí vốn vay và kích thích đầu tư. Điểm nhấn nổi bật là việc cắt giảm mạnh lãi suất điều hành (Repo rate) hơn 100 điểm cơ bản xuống mức 5,25% trong

năm 2025 và tiếp tục duy trì mức này sang đầu năm 2026. Lãi suất ổn định và thanh khoản dồi dào đã thúc đẩy dòng vốn chảy mạnh vào các lĩnh vực sản xuất kinh doanh. Đáng chú ý, tăng trưởng dư nợ tín dụng của các ngân hàng thương mại đã đạt đỉnh 16,1% vào tháng 3/2026. Riêng tín dụng phục vụ hoạt động công nghiệp ghi nhận mức tăng 15,0% – cao nhất trong hơn một thập kỷ qua, mang lại nguồn cung ứng vốn dồi dào với chi phí hợp lý cho các doanh nghiệp muốn mở rộng quy mô.



Cung điện Hawa Mahal, bang Rajasthan, Ấn Độ.

Sức hấp dẫn của nền kinh tế Ấn Độ còn đến từ một hệ thống tài chính và ngân hàng thương mại lành mạnh, tạo ra môi trường tín dụng an toàn cho các khoản đầu tư dài hạn. Chất lượng tài sản của hệ thống đã cải thiện rõ rệt khi tỷ lệ nợ xấu gộp (GNPA) giảm xuống mức thấp kỷ lục, chỉ còn khoảng 2,1% đến 2,2% vào tháng 9/2025. Cùng với đó, tỷ lệ an toàn vốn (CRAR) được duy trì ở mức cao 17,2%. Theo đánh giá chung từ IMF và Ngân hàng Thế giới, hệ thống tài chính Ấn Độ hiện sở hữu bộ đệm vốn vững chắc và quy mô thị trường vốn lên tới 175% GDP, hoàn toàn đủ năng lực đồng hành cùng các doanh nghiệp quốc tế tận dụng tối đa các cơ hội kinh doanh tại thị trường tỷ dân này.

□ Sự bứt phá của các ngành kinh tế trọng điểm: Công nghiệp chế tạo công nghệ cao và Dịch vụ số

Sự bứt phá của các ngành kinh tế trọng điểm tại Ấn Độ, đặc biệt là công nghiệp chế tạo công nghệ cao và dịch vụ số, đang mở ra một giai đoạn nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp quốc tế muốn mở rộng chuỗi cung ứng và quy mô kinh doanh.

Khu vực sản xuất công nghiệp và chế tạo của Ấn Độ đang ghi nhận sự phục hồi mang tính cấu trúc mạnh mẽ, được thúc đẩy trực tiếp từ các ngành ô tô, hàng tiêu dùng nhanh và thiết bị điện tử. Yếu tố cốt lõi tạo nên sức hấp dẫn cho các nhà đầu tư nước ngoài chính là các chương trình hỗ trợ sản xuất (PLI) trải dài trên 14 ngành trọng điểm. Tính đến tháng 9 năm 2025, chính sách này đã thu hút thành công hơn 2 nghìn tỷ INR vốn đầu tư thực tế và tạo ra hơn 18,7 nghìn tỷ INR doanh thu sản xuất gia tăng, minh chứng cho một môi trường đầu tư thực tiễn và sinh lời cao.



Đền Liên Hoa, Ấn Độ.

Song song với sản xuất, hệ sinh thái công nghệ cao và đổi mới sáng tạo của Ấn Độ đang tiến bộ rõ rệt, vươn lên vị trí thứ 38 trên Chỉ số Đổi mới Toàn cầu năm 2025. Ấn Độ đang từng bước khẳng định vị thế trung tâm sản xuất tiên tiến trên bản đồ toàn cầu thông qua Chiến lược Bán dẫn (ISM) với hàng loạt dự án vi mạch được phê duyệt và việc khánh thành các trung tâm thiết kế chip tiến trình 3-nm hiện đại. Đối với các doanh nghiệp công nghệ toàn cầu, nền tảng hạ tầng số của Ấn Độ là một lợi thế cạnh tranh rất lớn. Quốc gia này hiện nằm trong top 4 thế giới về năng lực trí tuệ nhân tạo (AI) và sở hữu hệ thống thanh toán tức thời bán lẻ lớn nhất toàn cầu (UPI), chiếm tới 49% tổng số lượng giao dịch thời gian thực của toàn thế giới.

Bên cạnh đó, khu vực dịch vụ tiếp tục là trụ cột tăng trưởng lớn nhất và là yếu tố thu hút chính dòng vốn quốc tế, đóng góp tới 56,4% tổng giá trị gia tăng (GVA) toàn nền kinh tế. Ngành dịch vụ duy trì vị thế dẫn đầu khi thu hút bình quân 80,2% tổng dòng vốn FDI vào Ấn Độ. Chỉ trong nửa đầu năm tài chính 2026, dòng vốn FDI cổ phần đã tăng 18% so với cùng kỳ, đạt 35,18 tỷ USD, tập trung mạnh nhất vào phân khúc dịch vụ, phần mềm và phần cứng máy tính. Với việc kim ngạch xuất khẩu dịch vụ đạt mức cao

nhất 387,5 tỷ USD vào năm tài chính 2025, Ấn Độ đã củng cố vững chắc vai trò là bên đỡ chiến lược toàn cầu về cung cấp dịch vụ công nghệ IT, giải pháp tài chính và dịch vụ tri thức chất lượng cao cho các tập đoàn đa quốc gia.

□ **Cơ chế ưu đãi đầu tư nước ngoài (FDI), chính sách thuế và gói hỗ trợ doanh nghiệp**

Ấn Độ đang mở ra cơ hội hợp tác và tài trợ vốn quy mô lớn cho các doanh nghiệp quốc tế thông qua đà tăng trưởng tích cực của dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài. Trong năm tài chính 2026, tổng nguồn vốn FDI gộp của quốc gia này đạt 94,5 tỷ USD, với mức FDI ròng ghi nhận 7,7 tỷ USD. Chỉ riêng nửa đầu năm tài chính, dòng tiền cổ phần đã tăng 18% lên mức 35,18 tỷ USD, tập trung mạnh vào mảng dịch vụ, phần mềm tin học và phần cứng máy tính. Sức hút của thị trường Nam Á còn được khẳng định khi nước này giữ vị trí thứ tư toàn cầu về số lượng dự án đầu tư mới trong năm 2024 với hơn 1.000 dự án. Bên cạnh đó, thị trường tín dụng tư nhân cũng trở thành kênh tài trợ quan trọng, đóng góp 9 tỷ USD chủ yếu cho lĩnh vực hạ tầng, bất động sản và y tế.

Nhằm hình thành quy mô sản xuất lớn và xây dựng chuỗi cung ứng hoàn chỉnh, Chính phủ trung ương Ấn Độ đã triển khai các gói ưu đãi liên kết sản xuất (PLI) cho 14 ngành công nghiệp chủ lực. Tính đến tháng 9 năm 2025, chương trình này thu hút thành công hơn 2 nghìn tỷ INR vốn thực tế, tạo thêm 18,7 nghìn tỷ INR doanh thu và cung cấp 1,26 triệu việc làm. Cùng với đó, chính sách tiếp cận thị trường ngày càng thông thoáng khi tỷ lệ sở hữu đối với nhà đầu tư ngoại được mở rộng. Điển hình, giới hạn FDI trong ngành bảo hiểm đã được nâng lên mức 100% theo tuyến tự động kèm theo một số điều kiện về nhân sự, cũng như tái đầu tư. Tương tự, mức sở hữu 100% vốn nước ngoài cũng được áp dụng rộng rãi cho phân ngành xây dựng, phát triển hạ tầng, công ty hợp danh (LLP), các quỹ tín thác (REIT, InvIT) và các tổ chức tài chính phi ngân hàng (NBFC).

Hệ thống thuế trực thu cung cấp nhiều chế độ miễn giảm có thời hạn nhằm định hướng dòng tài chính vào các lĩnh vực then chốt. Các dự án thiết lập hạ tầng, y tế hoặc kho bãi được phép khấu trừ toàn bộ chi phí vốn nếu duy trì tài sản tối thiểu 8 năm liên tục. Cộng đồng khởi nghiệp và những đơn vị kinh doanh tại trung tâm tài chính quốc tế (GIFT City) cũng được hưởng lợi ích miễn trừ thuế thu nhập doanh nghiệp lên đến 100% trong các khoảng thời gian nhất định. Về mảng thuế gián thu và thương mại, luật pháp sở tại thiết lập cơ chế hoàn tiền toàn diện để tối ưu hóa năng lực cạnh tranh. Hàng hóa và dịch vụ xuất khẩu được áp dụng mức thuế suất GST 0%, đồng thời khu vực kinh tế đặc biệt (SEZ) mang lại nhiều ưu đãi lớn như miễn thuế nhập khẩu, thuế tiêu thụ đặc biệt cùng nhiều loại phí bán hàng cấp cơ sở.

Ở cấp độ địa phương, từng bang sẽ ban hành những chính sách thu hút riêng biệt dựa trên quy mô tài sản cố định và số lượng việc làm thực tế được tạo ra. Các hình thức hỗ trợ phổ biến bao gồm hoàn trả số thuế SGST, miễn giảm tiền điện, đãi thọ chi phí

bảo hiểm cho người lao động và miễn thuế trước bạ đối với đất công nghiệp. Đặc biệt, nhằm đón đầu làn sóng dịch chuyển cơ sở vật chất kỹ thuật, nhiều khu vực trọng điểm như Uttar Pradesh, Gujarat hay Karnataka đã nhanh chóng tung ra các ưu đãi tài chính trực tiếp dành riêng cho các trung tâm điều hành toàn cầu (GCC), tạo nền tảng vững chắc để các tập đoàn đa quốc gia thiết lập cứ điểm hoạt động lâu dài.

□ **Đột phá về hạ tầng giao thông kết nối, hiệu quả logistics và nền tảng số hóa**

Chính phủ Ấn Độ đang biến hạ tầng thành động lực cốt lõi cho tăng trưởng kinh tế, tạo ra không gian phát triển rộng mở cho các doanh nghiệp quốc tế. Cam kết này thể hiện rõ qua ngân sách đầu tư công dự kiến tăng mạnh lên mức 11,21 nghìn tỷ INR trong năm tài chính 2026, cao gấp 4,2 lần so với năm 2018. Nhằm gia tăng tính khả thi thương mại, Quỹ bảo lãnh rủi ro hạ tầng cũng được thành lập để thu hút thêm nguồn vốn tư nhân. Điển hình cho sự bứt phá là mạng lưới giao thông kết nối liên vùng. Chiều dài quốc lộ đã mở rộng 60% (đạt hơn 146.000 km), trong khi các hành lang vận tải cao tốc phát triển quy mô gấp mười lần. Ngành đường sắt ghi nhận thành tựu điện khí hóa 99,1% mạng lưới và đang triển khai thêm 7 hành lang cao tốc mới nhằm kết nối thông suốt các trung tâm kinh tế trọng điểm, giúp tối ưu hóa chi phí phân phối hàng hóa.

Bên cạnh giao thông mặt đất, năng lực hàng không và công nghiệp năng lượng cũng thay đổi toàn diện để đáp ứng nhu cầu giao thương, sản xuất. Quốc gia này vươn lên thành thị trường hàng không nội địa lớn thứ ba thế giới với hệ thống sân bay phát triển gấp đôi, đạt 164 cơ sở. Về năng lượng, bài toán thiếu hụt nguồn cung đã được xử lý hiệu quả. Đồng thời, nguồn điện xanh hiện chiếm gần 50% tổng công suất lắp đặt, đưa nền kinh tế đồng dân nhất thế giới lọt top 3 toàn cầu về năng lượng tái tạo. Nhờ hạ tầng vật chất đồng bộ kết hợp cùng công nghệ, hiệu quả chuỗi cung ứng được cải thiện rõ rệt, đẩy thứ hạng quốc gia lên vị trí 38 toàn cầu theo Chỉ số Hiệu quả Logistics (LPI) năm 2023 của Ngân hàng Thế giới.

Cuối cùng, mức độ sẵn sàng của hạ tầng số mang lại nền tảng vững chắc để nhà đầu tư nước ngoài dễ dàng thâm nhập và mở rộng quy mô. Dịch vụ mạng 5G hiện đã phủ sóng 99,9% đơn vị hành chính cấp huyện. Thêm vào đó, nền tảng thanh toán tức thời UPI chiếm tới 49% khối lượng giao dịch thời gian thực toàn cầu. Nổi bật nhất là hệ sinh thái công nghiệp phụ trợ nội địa ghi nhận 90% doanh nghiệp vừa và nhỏ (MSME) áp dụng thanh toán số, cao hơn nhiều so với mức bình quân 42% của khối OECD.

➤ **Xu hướng tiêu dùng tại Ấn Độ**

□ **Sức mua đang lan rộng từ các đô thị lớn ra những thị trường mới**

Một trong những thay đổi quan trọng nhất của thị trường Ấn Độ là trung tâm tăng trưởng tiêu dùng không còn chỉ nằm ở các thành phố lớn. Dữ liệu Khảo sát Chi tiêu Tiêu

dùng Hộ gia đình 2023–2024 cho thấy chi tiêu bình quân đầu người hàng tháng đạt khoảng 4.122 rupee tại khu vực nông thôn và 6.996 rupee tại khu vực thành thị; khoảng cách tiêu dùng nông thôn – thành thị tiếp tục thu hẹp.

Điều này cho thấy một bộ phận đáng kể người tiêu dùng tại các khu vực ngoài đô thị đang dần có khả năng tiếp cận nhiều hơn với hàng hóa, dịch vụ và thương hiệu trước đây chủ yếu xuất hiện tại các thành phố lớn. Đặc biệt, sự phát triển của Internet và thương mại điện tử giúp người tiêu dùng tại các thành phố hạng II, III và các khu vực nhỏ hơn tiếp cận những sản phẩm mà hệ thống bán lẻ truyền thống chưa cung cấp đầy đủ.

□ “Quick commerce” đang thay đổi khái niệm về sự tiện lợi

Một trong những đặc điểm riêng nổi bật nhất của thị trường Ấn Độ hiện nay là sự phát triển nhanh của quick commerce – mua hàng và nhận hàng nhanh. Theo NielsenIQ, thương mại điện tử hiện chiếm khoảng 6% doanh số FMCG tại khu vực đô thị Ấn Độ, tăng lên 14% tại các đô thị lớn và 18% tại 8 thành phố lớn nhất. Đáng chú ý, thương mại giao hàng nhanh đóng góp hơn 3/4 doanh số FMCG thương mại điện tử trong các khu vực được khảo sát.

□ Điện thoại thông minh đang trở thành “cửa ngõ” của quá trình mua sắm

Thương mại điện tử tại Ấn Độ đang phát triển theo hướng rất khác so với mô hình bán lẻ truyền thống. Người tiêu dùng ngày càng bắt đầu hành trình mua hàng trên điện thoại: tìm kiếm sản phẩm, xem đánh giá, tiếp nhận nội dung từ mạng xã hội, so sánh giá rồi thanh toán.



Buổi tập yoga ngoài trời tại thành phố Bengaluru, Ấn Độ.

Đáng chú ý, PwC cho biết khoảng hơn trăm triệu người tiêu dùng tại Ấn Độ đã mua sắm trực tuyến lần đầu trong những năm gần đây, phần lớn đến từ các thành phố hạng II,

III và IV. Những nhóm này đang trở thành động lực mới của thương mại điện tử. Vì vậy, doanh nghiệp muốn tiếp cận người tiêu dùng Ẩn Độ ngày càng cần suy nghĩ theo hướng “mobile-first”: sản phẩm phải dễ tìm kiếm, nội dung dễ hiểu, đánh giá đáng tin cậy và quy trình mua hàng đơn giản trên thiết bị di động.

□ **Thanh toán số**

Một trong những yếu tố đặc thù của Ẩn Độ là sự phổ biến của hệ thống thanh toán số, đặc biệt là UPI. Thanh toán số đã nhanh chóng đi từ các giao dịch trực tuyến sang cả mua sắm tại cửa hàng vật lý. Theo nghiên cứu How Urban India Pays 2025, tỷ lệ người tiêu dùng ưu tiên phương thức thanh toán số cho mua sắm trực tiếp đã tăng từ 48% năm 2024 lên 56% năm 2025. Đáng chú ý, tỷ lệ này tại các thành phố nhỏ cũng tăng mạnh, cho thấy số hóa thanh toán không còn tập trung ở các đô thị lớn. Người tiêu dùng có thể xem sản phẩm tại cửa hàng, thanh toán bằng điện thoại và tiếp tục sử dụng nền tảng số để nhận ưu đãi hoặc chăm sóc sau bán.

□ **Bản địa hóa sản phẩm trở thành lợi thế cạnh tranh**

Người tiêu dùng Ẩn Độ ngày càng quan tâm đến những sản phẩm phản ánh văn hóa địa phương. Đây không phải là sự quay lưng với thương hiệu quốc tế mà là yêu cầu cao hơn đối với khả năng thích nghi của thương hiệu. Một dấu hiệu đáng chú ý là trong lĩnh vực thực phẩm, 53% người tiêu dùng Ẩn Độ được khảo sát bởi PwC cho biết họ ưu tiên thực phẩm sản xuất trong nước, kể cả khi phải trả giá cao hơn.

Điều này mở ra một góc nhìn quan trọng đối với doanh nghiệp nước ngoài: “quốc tế” không nhất thiết đồng nghĩa với “khác biệt hấp dẫn”. Sản phẩm càng có khả năng kết hợp chất lượng quốc tế với khẩu vị, quy cách, mức giá và văn hóa tiêu dùng địa phương thì càng có khả năng tạo được chỗ đứng.

□ **Chỉ tiêu cho sức khỏe**

Người tiêu dùng Ẩn Độ ngày càng quan tâm đến dinh dưỡng, thực phẩm lành mạnh và chăm sóc sức khỏe chủ động. Tuy nhiên, xu hướng này đang mở rộng từ việc tìm kiếm sản phẩm “healthy” sang xây dựng một hệ sinh thái chăm sóc sức khỏe cá nhân.

PwC ghi nhận hơn 80% người tiêu dùng Ẩn Độ được khảo sát sử dụng ít nhất một ứng dụng chăm sóc sức khỏe hoặc thiết bị đeo theo dõi sức khỏe. Người tiêu dùng đồng thời quan tâm đến dinh dưỡng, công nghệ sức khỏe và các lựa chọn thực phẩm phù hợp hơn với lối sống. Xu hướng này tạo ra cơ hội cho các nhóm sản phẩm kết hợp thực phẩm – sức khỏe – công nghệ – tiện lợi, thay vì chỉ tập trung vào các sản phẩm chăm sóc sức khỏe truyền thống.

VĂN HÓA VÀ TẬP QUÁN KINH DOANH



Hình ảnh minh họa bởi AI.

CƠ CẤU DOANH NGHIỆP, THẨM QUYỀN VÀ PHONG CÁCH QUẢN TRỊ

Cơ cấu tổ chức của các doanh nghiệp Ấn Độ phản ánh sâu sắc tính phân tầng thứ bậc trong xã hội, nơi các vị trí công tác và quyền hạn được xác lập rất rõ ràng. Tại các doanh nghiệp, đặc biệt là mô hình doanh nghiệp gia đình, quyền lực tập trung chủ yếu vào người đứng đầu hoặc lãnh đạo cấp cao nhất, người nắm quyền kiểm soát toàn diện đối với chiến lược và hoạt động vận hành. Các chỉ đạo luôn được truyền đạt từ trên xuống dưới và nhân sự cấp dưới có nghĩa vụ tuân thủ một cách chính xác. Cấp quản lý trung gian nhìn chung không có quyền tự chủ ra quyết định nếu chưa nhận được sự đồng thuận hoặc phê duyệt chính thức từ lãnh đạo cấp cao.

Quy trình thẩm quyền và phê duyệt tại các doanh nghiệp Ấn Độ chịu sự chi phối mạnh mẽ bởi các mối quan hệ lâu dài, lòng tin cá nhân và yêu cầu quản trị rủi ro hơn là các yếu tố thương mại ngắn hạn. Việc cấp dưới xin ý kiến chỉ đạo từ cấp trên là chuẩn mực vận hành bắt buộc nhằm duy trì trật tự tổ chức và kiểm soát rủi ro, không mang ý nghĩa thiếu tin cậy nội bộ. Một khi quyết định đã được người có thẩm quyền cao nhất phê chuẩn, quyết định đó mang tính dứt khoát, gần như không bị phản đối từ các cấp bên dưới và việc thực thi sẽ diễn ra theo đúng thẩm quyền được phân công. Trường hợp

người đứng đầu hoặc người có thẩm quyền cao nhất không hiện diện trong buổi làm việc, các cuộc thảo luận thường chỉ mang tính chất thăm dò ban đầu và chưa thể đi đến thỏa thuận cuối cùng.

Phong cách quản trị tại Ấn Độ gắn liền với sự rõ ràng về quyền hạn, chức danh và sự hiện diện của người quản lý. Mô hình quản trị bình đẳng, nơi người quản lý định vị ngang hàng với nhân viên, thường không mang lại hiệu quả hoặc có thể bị xem là sự thiếu năng lực lãnh đạo. Nhân viên kỳ vọng nhận được các hướng dẫn cụ thể, chi tiết từ cấp trên thay vì những mục tiêu có tính chất mở. Việc giám sát chặt chẽ và chỉ đạo sát sao được coi là trách nhiệm điều hành bình thường, thường được kết hợp với sự quan tâm đến đời sống cá nhân của nhân viên. Mô hình làm việc nhóm xoay quanh vai trò điều phối của người lãnh đạo, người chịu trách nhiệm chính về kết quả chung cũng như việc giải quyết vướng mắc. Việc phân quyền quá mức mà thiếu giới hạn rõ ràng có thể dẫn tới sự lúng túng và giảm hiệu suất công việc. Đặc điểm này thể hiện rõ tại các trung tâm GCC và các cơ sở gia công, nơi lực lượng lao động phần lớn là nhân sự trẻ, có trình độ học vấn cao và năng động nhưng có thể còn hạn chế về kinh nghiệm thương mại thực tiễn.

Về bình đẳng giới trong môi trường kinh doanh, phụ nữ được ghi nhận và tôn trọng ở các vị trí chuyên môn cũng như vai trò quản lý, đặc biệt tại các đô thị lớn và trong các công ty đa quốc gia. Tại nơi làm việc, cấp bậc và chức vụ giữ vai trò định đoạt thẩm quyền hơn là yếu tố giới tính; các chỉ đạo từ cấp quản lý là nữ giới được tuân thủ tương tự như các nhà quản lý nam giới. Mặc dù các vị trí lãnh đạo cao nhất hiện vẫn do nam giới chiếm đa số, tỷ lệ phụ nữ tham gia vào đội ngũ quản lý đang tăng lên nhờ nền tảng giáo dục ngày càng được nâng cao. Trong các tương tác công việc khác giới, chuẩn mực trang trọng và khoảng cách giao tiếp lịch sự luôn được đề cao. Doanh nghiệp nước ngoài cần chú ý quan sát và đề đối tác nữ chủ động trong các nghi thức chào hỏi xã giao nhằm bảo đảm tính phù hợp với các chuẩn mực văn hóa bản địa.

GIAO TIẾP, ĐÀM PHÁN VÀ PHÁT TRIỂN QUAN HỆ ĐỐI TÁC

Trong hoạt động kinh doanh tại Ấn Độ, việc thiết lập mối quan hệ cá nhân và xây dựng lòng tin là nền tảng cốt lõi quyết định sự thành công của các thỏa thuận thương mại. Các doanh nghiệp Ấn Độ có xu hướng ưu tiên hợp tác với những đối tác đã quen biết và chứng minh được độ tin cậy qua thời gian, thay vì chỉ dựa thuần túy vào các điều khoản giao dịch ngắn hạn. Sự giới thiệu từ bên thứ ba có uy tín hoặc các đầu mối kết nối trong mạng lưới quan hệ là yếu tố mang tính quyết định để mở rộng tiếp cận thị trường. Doanh nghiệp nước ngoài cần dành thời gian tham gia các buổi tiếp xúc, gặp gỡ xã giao để thấu hiểu đối tác và củng cố sự gắn kết lâu dài. Lòng tin được hình thành dần dần qua

chuỗi tương tác nhất quán, do đó các biểu hiện nóng vội, thay đổi phương thức tiếp cận đột ngột hoặc hành vi thuần túy mang tính thương vụ ngắn hạn có thể làm suy giảm sự tin nhiệm từ đối tác địa phương.



Trang phục truyền thống Ấn Độ (Hình ảnh minh họa bởi AI).

Tiến trình đàm phán thương mại tại Ấn Độ thường diễn ra chậm rãi, trải qua nhiều vòng thảo luận và đòi hỏi sự kiên nhẫn cao từ phía đối tác. Các doanh nghiệp bản địa thường có xu hướng phân tích, làm rõ toàn bộ các giá trị và lợi ích tổng thể của thương vụ trước khi tiến tới đàm phán về giá cả hoặc các con số tài chính cụ thể. Giữa các buổi làm việc, đại diện đàm phán thường linh hoạt điều chỉnh hoặc thỏa hiệp sau khi đã xin ý kiến chỉ đạo từ cấp lãnh đạo có thẩm quyền cao hơn. Về mặt pháp lý, cách nhìn nhận đối với hợp đồng có sự linh hoạt nhất định; văn bản hợp đồng thường được xem là sự

ghi nhận thiện chí hợp tác lâu dài và các điều khoản cụ thể có thể được tái đàm phán tùy theo mức độ phát triển của mối quan hệ. Dầu vậy, để bảo đảm tính chặt chẽ trong quá trình thực thi, mọi nội dung thỏa thuận đạt được trong các cuộc họp vẫn cần được tổng hợp, xác nhận đầy đủ và ghi nhận lại bằng văn bản chính thức.



Cửa hàng gia vị tại Ấn Độ.

Về môi trường ngôn ngữ, tiếng Anh được sử dụng rộng rãi và là ngôn ngữ chính thức trong hoạt động doanh nghiệp, giao dịch thương mại và hành chính công tại Ấn Độ. Bên cạnh đó, tiếng Hindi giữ vai trò ngôn ngữ chính thức phổ biến với gần 551 triệu người sử dụng. Về cơ cấu ngôn ngữ và địa giới hành chính, các tài liệu ghi nhận một số điểm khác biệt về số liệu thống kê: có tài liệu nêu rõ Ấn Độ có hơn 19 ngôn ngữ chính thức theo từng bang, với hơn 23 ngôn ngữ được Hiến pháp công nhận và trên 1.500 ngôn ngữ được sử dụng trên toàn quốc; trong khi tài liệu khác phản ánh quốc gia này gồm 28 bang và 8 vùng lãnh thổ liên bang với hàng chục nhóm ngôn ngữ chính cùng hàng ngàn phương ngữ. Hầu hết các biển chỉ dẫn chính thức đều sử dụng song ngữ hoặc tam ngữ gồm ngôn ngữ địa phương, tiếng Hindi và tiếng Anh, ngoại trừ bang Tamil Nadu ở miền Nam chủ yếu sử dụng tiếng Tamil và tiếng Anh. Việc sử dụng tiếng Anh chuẩn mực, rõ ràng, tốc độ vừa phải và chủ động kiểm tra lại cách dùng từ ngữ sẽ giúp hạn chế tối đa rào cản về khác biệt ngữ điệu giữa hai bên.

Phong cách giao tiếp của giới kinh doanh Ấn Độ mang tính gián tiếp và ngoại giao cao, chịu sự chi phối bởi nguyên tắc giữ gìn thể diện và bảo đảm sự hòa khí trong mối quan

hệ. Việc từ chối trực tiếp bằng từ “Không” thường bị tránh né do e ngại làm tổn hại đến mối quan hệ đối tác. Thay vào đó, đối tác Ấn Độ thường sử dụng các phản hồi mang tính mềm mỏng và không cam kết rõ ràng, chẳng hạn như cho biết sẽ cố gắng, sẽ xem xét khả năng xử lý, hoặc thông báo vẫn đang trong quá trình kiểm tra khi đã được hỏi lại nhiều lần. Tương tự, phản hồi “Có” trong nhiều trường hợp chỉ thể hiện sự lắng nghe và phép lịch sự tiếp nhận thông tin chứ chưa hẳn là sự đồng thuận chính thức đối với đề xuất.

Các yếu tố phi ngôn ngữ đóng vai trò quan trọng trong việc truyền tải thông điệp khi làm việc trực tiếp với đối tác Ấn Độ. Về cử chỉ biểu đạt, động tác gật đầu theo hướng lên xuống biểu thị sự đồng ý hoặc ý kiến tích cực; động tác lắc đầu sang hai bên biểu thị sự bất đồng hoặc từ chối; động tác nhún nhường nhẹ chân mày thể hiện sự thắc mắc hoặc băn khoăn. Cử chỉ vẫy tay từ bên này sang bên kia kiểu phương Tây có thể bị hiểu là yêu cầu rời đi hoặc mang hàm ý từ chối. Khi giao tiếp, cần duy trì khoảng cách lịch sự, tránh việc tiếp xúc cơ thể liên tục, tránh khoanh tay trước ngực hoặc đặt tay ra sau lưng vì có thể tạo cảm giác thiếu tôn trọng. Trong các phần hội thoại mở đầu cuộc họp, các chủ đề trao đổi xã giao an toàn và phù hợp bao gồm văn hóa ẩm thực phong phú, lịch sử lâu đời, nền điện ảnh và môn thể thao bóng gậy. Ngược lại, doanh nghiệp cần thận trọng và tránh chủ động khơi gợi các vấn đề nhạy cảm liên quan đến tranh chấp khu vực Kashmir, tôn giáo và tình hình chính trị nội bộ trừ khi đối tác chủ động đề cập.

NGHI THỨC NGOẠI GIAO THƯƠNG MẠI VÀ GIAO TẾ CÔNG SỞ

Nghi thức tham gia phòng họp và giao tiếp ban đầu tại Ấn Độ thể hiện rõ tính thứ bậc tổ chức. Các thành viên thường bước vào phòng họp và được giới thiệu theo trình tự chức vụ từ cao xuống thấp, trong đó người có vị trí cao nhất sẽ chủ trì các cuộc thảo luận và đưa ra quyết định cuối cùng. Tại các cuộc họp, việc các nhà quản lý cấp cao xử lý các cuộc gọi điện thoại cá nhân là hiện tượng diễn ra phổ biến, tuy nhiên nhân sự cấp dưới không được phép thực hiện hành động này. Trong nghi thức chào hỏi, việc bắt tay trang trọng và thân thiện là hình thức phổ biến khi bắt đầu và kết thúc buổi làm việc. Bên cạnh đó, cử chỉ chấp hai bàn tay trước ngực kèm theo một cái cúi đầu nhẹ cùng lời chào truyền thống cũng được áp dụng rộng rãi, đặc biệt tại các khu vực truyền thống hoặc vùng nông thôn. Trong giao tiếp khác giới, các tài liệu lưu ý sự khác biệt nhất định trong cách tiếp cận: có tài liệu ghi nhận việc bắt tay được áp dụng chung cho mọi đối tượng trong môi trường kinh doanh, trong khi các tài liệu khác khuyến nghị đối tác nam giới nên giữ thái độ lịch sự và chờ đợi cử chỉ chủ động từ phía đối tác nữ trước khi thực hiện bắt tay để phù hợp với chuẩn mực tôn giáo và văn hóa bản địa. Việc xưng hô cũng đòi hỏi sự trang

trọng bằng cách sử dụng các chức danh xã hội hoặc học hàm, học vị đi kèm họ hoặc tên, và chỉ chuyển sang gọi tên riêng khi được đối tác chủ động đề nghị.

Nghi thức trao đổi danh thiếp là một phần quan trọng trong quá trình thiết lập quan hệ thương mại. Về thời điểm thực hiện, các tài liệu có sự ghi nhận khác nhau: có tài liệu nêu việc trao danh thiếp thường diễn ra vào thời điểm kết thúc buổi làm việc, trong khi các tài liệu khác chỉ ra danh thiếp được trao đổi ngay sau phần chào hỏi ban đầu hoặc trong phần mở đầu cuộc họp. Danh thiếp sử dụng tiếng Anh được chấp nhận rộng rãi và không bắt buộc phải in kèm ngôn ngữ bản địa. Khi trao hoặc nhận danh thiếp, người tham gia cần sử dụng cả hai tay hoặc tay phải, hướng mặt chữ về phía người đối diện. Sau khi nhận, cần dành thời gian quan sát kỹ thông tin trên thẻ trước khi đặt trang trọng lên bàn họp hoặc cất vào túi áo ngực. Tuyệt đối không cất danh thiếp vào túi sau của quần vì có thể bị coi là hành vi thiếu tôn trọng, cũng như không tự ý ghi chép lên danh thiếp của đối tác khi chưa được phép. Nếu sở hữu các văn bằng đại học hoặc học vị chuyên môn, cá nhân có thể đưa thông tin này lên thẻ để gia tăng sự tin cậy. Bên cạnh danh thiếp in truyền thống, việc sử dụng danh thiếp điện tử thông qua mã QR hoặc các ứng dụng di động đang ngày càng được đón nhận, đặc biệt trong lĩnh vực công nghệ và các doanh nghiệp khởi nghiệp.

Trang phục công sở tại Ấn Độ yêu cầu sự lịch sự, kín chu và thận trọng. Đối với nam giới, trang phục phổ biến bao gồm áo sơ mi, cà vạt, quần âu hoặc bộ âu phục hoàn chỉnh, trong đó việc mặc các bộ âu phục cao cấp rất phổ biến ở đội ngũ quản lý cấp cao. Trong điều kiện thời tiết mùa hè, nam giới có thể không cần mặc áo khoác ngoài. Đối với nữ giới, trang phục công sở bao gồm các bộ âu phục, váy công sở kín đáo hoặc trang phục truyền thống bản địa. Yêu cầu chung là trang phục phải luôn gọn gàng, sạch sẽ, không có vết bẩn hay nếp nhăn. Môi trường kinh doanh không chấp nhận việc nam giới mặc quần bò hoặc nữ giới mặc áo sát nách, váy ngắn hay các trang phục hở vai, hở ngực. Yêu cầu về trang phục cũng có sự linh hoạt nhất định tùy theo khí hậu từng vùng, ví dụ tại khu vực có độ ẩm cao như Mumbai, các chất liệu vải nhẹ và thoáng mát vẫn được chấp nhận trong môi trường làm việc trang trọng.

Hoạt động giao tế và tiếp đãi qua các bữa ăn trưa hoặc tối đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng sự gắn kết và củng cố lòng tin giữa các đối tác thương mại. Dù các buổi tiệc chiêu đãi mang không khí thoải mái, thái độ và hành vi của khách tham dự vẫn luôn được quan sát kỹ lưỡng. Khi dùng bữa, khách nên đợi người chủ trì bắt đầu trước và thể hiện sự tôn trọng bằng cách đón nhận lời mời lấy thêm phần ăn. Đối với các món ăn truyền thống, việc dùng bữa hoặc chuyển đĩa đồ ăn phải thực hiện bằng tay phải, tuyệt đối không sử dụng riêng tay trái vì theo quan niệm văn hóa bản địa, tay trái bị coi là không sạch sẽ. Doanh nghiệp cần đặc biệt lưu ý các kiêng kỵ tôn giáo nghiêm ngặt trong ẩm thực: người theo đạo Hindu không ăn thịt bò do tín ngưỡng tôn kính loài bò, người

Hồi giáo kiêng thịt lợn, nhiều cộng đồng tôn giáo khác duy trì chế độ ăn chay trường, và việc sử dụng đồ uống có cồn bị kiểm soát chặt chẽ hoặc cấm tại một số địa phương. Nếu được mời đến tư gia của đối tác, khách cần tháo giày trước khi bước vào nhà. Trong các nhà hàng, việc thanh toán chi phí thường do bên chủ tiệc đứng ra chi trả như một nét văn hóa hiếu khách truyền thống.



Tập quán tặng quà và phương thức trao đổi thông tin phản hồi cũng chịu sự chi phối chặt chẽ bởi các chuẩn mực văn hóa bản địa. Việc tặng quà không phải là quy chuẩn bắt buộc và thường không diễn ra trong những buổi tiếp xúc đầu tiên nhằm tránh các hiểu lầm liên quan đến hành vi hối lộ. Khi mối quan hệ đã được thiết lập, các món quà mang tính thiện chí và phù hợp bao gồm bánh kẹo ngọt, hoa tươi, socola, nước hoa hoặc các sản phẩm đặc trưng của quốc gia đối tác. Quà tặng phải được trao và nhận bằng cả hai tay hoặc tay phải. Nếu tặng quà bằng tiền mặt, số tiền mừng phải là một con số lẻ như 21 hoặc 51 Rupee thay vì các con số chẵn. Doanh nghiệp tuyệt đối tránh tặng các vật phẩm làm từ da bò để không xúc phạm tới tín ngưỡng của người theo đạo Hindu. Khi nhận quà, thông lệ chung là người nhận sẽ mở quà sau đó chứ không mở trực tiếp trước mặt người trao. Trong công tác quản trị và giao tiếp nội bộ, các ý kiến khen ngợi, ghi nhận thành tích nên được thực hiện công khai trước tập thể hoặc cấp lãnh đạo để tạo động lực; ngược lại, mọi góp ý tiêu cực, phê bình hoặc giải quyết bất đồng cần được trao đổi một

cách riêng tư, khéo léo và mang tính xây dựng nhằm giữ thể diện cho nhân sự và hạn chế nguy cơ rạn nứt quan hệ hợp tác.

THỜI GIAN LÀM VIỆC, KHUNG PHÁP LÝ DOANH NGHIỆP VÀ TÍNH LIÊM CHÍNH

Nghi thức hội họp tại các doanh nghiệp Ấn Độ chịu sự chi phối sâu sắc bởi cơ cấu thứ bậc và trật tự tổ chức. Các thành viên tham gia thường bước vào phòng họp và được giới thiệu theo trình tự vị trí từ người có chức vụ cao nhất cho đến cấp dưới. Người có vị trí cao nhất sẽ chủ trì toàn bộ cuộc thảo luận, định hướng nội dung và đưa ra quyết định cuối cùng; những người tham gia có cấp bậc thấp hơn thường lắng nghe, phát biểu sau và tránh việc công khai phản đối hay tranh luận trực diện với lãnh đạo. Trong quá trình họp, việc các nhân sự cấp cao xử lý các cuộc gọi điện thoại cá nhân là hiện tượng diễn



ra phổ biến, tuy nhiên nhân sự cấp dưới không được phép thực hiện hành động tương tự. Sự hiện diện trực tiếp của người đứng đầu hoặc người có thẩm quyền cao nhất là điều kiện tiên quyết để đi đến các quyết định thương mại dứt khoát; nếu thiếu vắng đại diện lãnh đạo cao nhất, các buổi làm việc thường chỉ dừng lại ở mức độ đàm phán sơ bộ. Về hình thức tổ chức, các doanh nghiệp đa quốc gia và khối ngành công nghệ cao

thường áp dụng quy trình hợp chuẩn mực với chương trình nghị sự rõ ràng, trong khi các tổ chức truyền thống có xu hướng hợp linh hoạt hơn, sẵn sàng gián đoạn lịch trình để trao đổi mở và dành nhiều thời gian xây dựng sự gắn kết cá nhân trước khi đi vào các vấn đề chuyên môn.

Văn hóa phản hồi và bảo vệ thể diện là nguyên tắc quan trọng cần tuân thủ trong hoạt động giao tế và quản trị nhân sự tại Ấn Độ. Việc giữ gìn uy tín cá nhân và tránh làm mất thể diện đối tác là yếu tố then chốt để duy trì mối quan hệ hợp tác bền vững. Trong quản lý và điều hành, các phản hồi tích cực hoặc sự khen ngợi nên được thể hiện công khai trước tập thể và có sự chứng kiến của các lãnh đạo cấp cao nhằm tạo động lực làm việc và củng cố sự tự tin cho nhân viên. Ngược lại, mọi góp ý mang tính phê bình, đánh giá tiêu cực hoặc giải quyết các vấn đề bất đồng cần phải được trao đổi một cách riêng tư, khéo léo và mang tính xây dựng.

HƯỚNG DẪN THỰC ĐỊA VÀ CÁC ĐIỀU CẤM KỴ VĂN HÓA CHO ĐOÀN CÔNG TÁC

Trong văn hóa kinh doanh tại Ấn Độ, việc thiết lập mối quan hệ cá nhân và xây dựng lòng tin lâu dài là yếu tố nền tảng quyết định sự thành công của các hoạt động hợp tác thương mại. Các doanh nghiệp Ấn Độ thường ưu tiên làm việc với những đối tác đã quen biết và đáng tin cậy, trong đó vai trò giới thiệu từ bên thứ ba có uy tín hoặc các đầu mối kết nối mạng lưới quan hệ là hết sức cần thiết. Mạng lưới kinh doanh tại quốc gia này thường bao gồm cả người thân và các mối quan hệ đồng cấp nhằm bảo đảm sự tin cậy lẫn nhau. Về bản chất của mối quan hệ hợp tác, các tài liệu ghi nhận sự khác biệt nhất định trong góc nhìn tiếp cận: phần lớn các tài liệu nhấn mạnh rằng lòng tin được hình thành dần dần qua các tương tác nhất quán, dài hạn hơn là thông qua các giao dịch ngắn hạn hay văn bản hợp đồng thuần túy; trong khi có tài liệu phản ánh rằng các mối quan hệ kinh doanh cũng dựa trên cơ sở cùng có lợi với trọng tâm là hiệu quả thực hiện nhiệm vụ chung.

HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG VÀ ĐẦU TƯ VIỆT NAM – ẨM ĐỘ

QUAN HỆ THƯƠNG MẠI SONG PHƯƠNG

Tên nền tảng quan hệ hữu nghị truyền thống được thiết lập từ năm 1972 và không ngừng được củng cố qua các giai đoạn, đặc biệt kể từ khi nâng cấp quan hệ lên Đối tác chiến lược toàn diện năm 2016, hợp tác kinh tế - thương mại song phương đã đạt được nhiều kết quả ấn tượng, cả về quy mô lẫn chất lượng.

Điểm nhấn rõ nét là tốc độ tăng trưởng thương mại song phương cao và ổn định. Kim ngạch thương mại hai chiều tăng gần gấp ba lần, từ 5,43 tỷ USD năm 2016 lên 16,46 tỷ USD năm 2025, và tiếp tục duy trì đà tăng khi trong 3 tháng đầu năm 2026 đạt 4,8 tỷ USD, tăng 28% so với cùng kỳ năm trước.

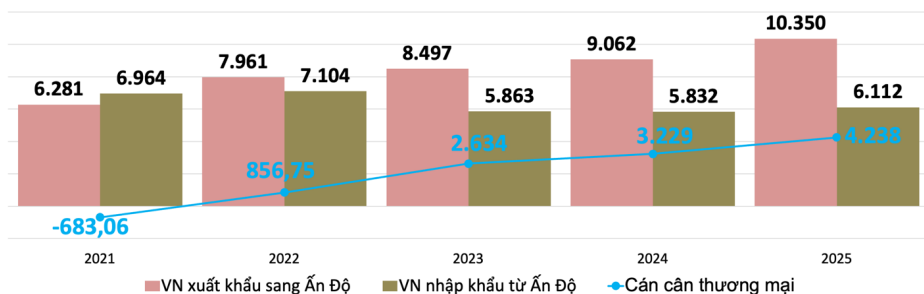
➤ Số liệu giao thương tổng quan

Theo thống kê trên trademap.org (Trung tâm thương mại quốc tế ITC) trong năm 2025, Việt Nam là đối tác cung cấp sản phẩm đứng thứ 18 vào thị trường Ấn Độ và là đối tác đứng thứ 21 nhập khẩu hàng hóa từ Ấn Độ, phản ánh vị thế ngày càng quan trọng của mỗi nước trong chính sách kinh tế đối ngoại của nhau.

Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - Ấn Độ (2021 – 2025)

(Nguồn: Cục Hải quan)

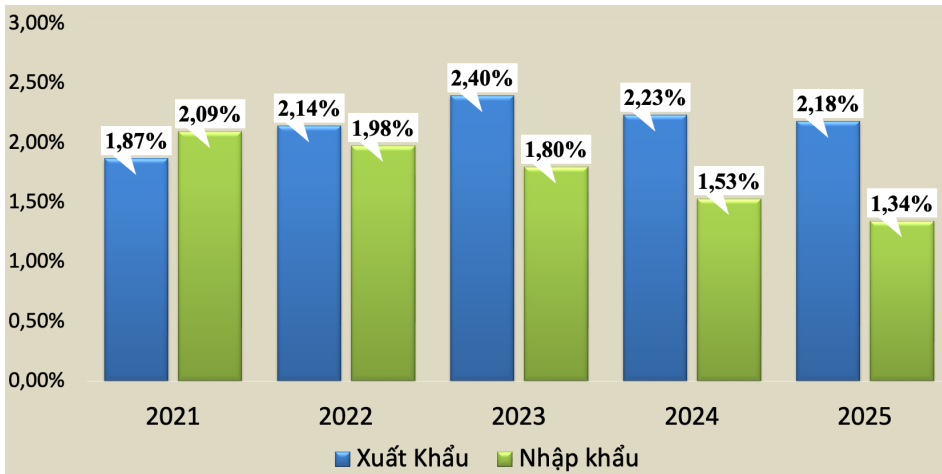
ĐVT: triệu USD



**Tỉ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu với Ấn Độ
so với tổng giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam (2021 – 2025)**

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Theo số liệu của Cục Hải quan Việt Nam, thương mại hàng hóa giữa Việt Nam và Ấn Độ trong giai đoạn 2021 – 2025 có xu hướng mở rộng về quy mô và chuyển từ trạng thái nhập siêu sang xuất siêu rõ rệt đối với Việt Nam. Tổng kim ngạch thương mại hai chiều tăng từ khoảng 13,24 tỷ USD năm 2021 lên 16,46 tỷ USD năm 2025, tương ứng tăng khoảng 24,3%. Sau khi tăng mạnh trong năm 2022, thương mại song phương giảm nhẹ vào năm 2023 trước khi phục hồi liên tục trong hai năm 2024 – 2025.

Về xuất khẩu, kim ngạch của Việt Nam sang Ấn Độ ghi nhận mức tăng trưởng khá tích cực. Năm 2021, xuất khẩu đạt 6,28 tỷ USD, tăng lên 7,96 tỷ USD năm 2022, tương ứng tăng khoảng 26,8%. Năm 2023, kim ngạch tiếp tục tăng lên 8,50 tỷ USD, trước khi đạt 9,06 tỷ USD năm 2024 và 10,35 tỷ USD năm 2025. Như vậy, chỉ trong 5 năm, xuất khẩu của Việt Nam sang Ấn Độ tăng khoảng 64,8%, cao hơn đáng kể so với mức tăng của tổng kim ngạch thương mại song phương.

Ở chiều nhập khẩu, kim ngạch của Việt Nam từ Ấn Độ có xu hướng giảm rõ rệt trong giai đoạn 2022 – 2024, trước khi phục hồi nhẹ vào năm 2025. Cụ thể, nhập khẩu đạt 6,96 tỷ USD năm 2021, tăng lên 7,10 tỷ USD năm 2022, sau đó giảm xuống 5,86 tỷ USD năm 2023 và 5,83 tỷ USD năm 2024, trước khi tăng lên 6,11 tỷ USD năm 2025. So với năm 2021, kim ngạch nhập khẩu năm 2025 vẫn thấp hơn khoảng 12,2%.

Cán cân thương mại có sự chuyển biến đáng chú ý nhất trong quan hệ thương mại song phương. Năm 2021, Việt Nam nhập siêu 683,06 triệu USD từ Ấn Độ. Tuy nhiên, đến năm 2022, cán cân thương mại gần như cân bằng và Việt Nam đã chuyển sang xuất siêu 856,75 triệu USD. Mức xuất siêu tiếp tục tăng lên 2,63 tỷ USD năm 2023 và đạt mức cao nhất 4,24 tỷ USD năm 2025.

Trong khi đó, tỷ trọng nhập khẩu từ Ấn Độ trong tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam lại giảm liên tục, từ 2,09% năm 2021 xuống chỉ còn 1,34% năm 2025. Đây là một xu hướng đáng chú ý bởi trong cùng thời kỳ, kim ngạch xuất khẩu sang Ấn Độ tăng mạnh còn nhập khẩu có xu hướng thu hẹp. Khoảng cách giữa tỷ trọng xuất khẩu và nhập khẩu ngày càng mở rộng, từ chênh lệch chỉ khoảng 0,22 điểm phần trăm năm 2021 lên 0,84 điểm phần trăm năm 2025.

➤ **Một số sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Ấn Độ năm 2025**



Điện thoại các loại và linh kiện

2,14^{TỶ USD}
27,10%↑



2/Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện

1,74^{TỶ USD}
15,79%↑



4/Kim loại thường khác và sản phẩm

884,13^{TRIỆU USD}
19,04%↑



3/Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác

1,06^{TỶ USD}
11,26%↑



5/Sắt thép các loại

716,03^{TRIỆU USD}
2,60%↑

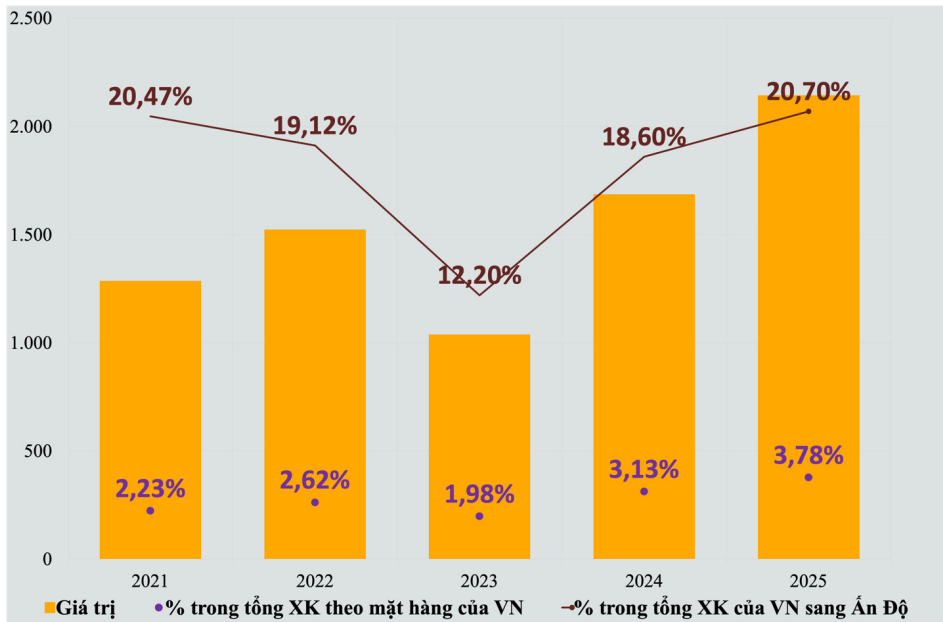
Đứng đầu trong cơ cấu các mặt hàng Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Ấn Độ giai đoạn 2021 – 2025 là điện thoại các loại và linh kiện. Theo số liệu của Cục Hải quan Việt Nam, năm 2025, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này đạt 2,14 tỷ USD, tăng

27,10% so với năm 2024, chiếm 20,70% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Ấn Độ. Đồng thời, thị trường Ấn Độ chiếm khoảng 3,78% tổng kim ngạch xuất khẩu điện thoại các loại và linh kiện của Việt Nam ra thế giới. Trong giai đoạn 2021 – 2025, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam sang Ấn Độ chỉ ghi nhận sự suy giảm trong năm 2023.

Kim ngạch xuất khẩu điện thoại các loại và linh kiện của Việt Nam sang Ấn Độ

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD

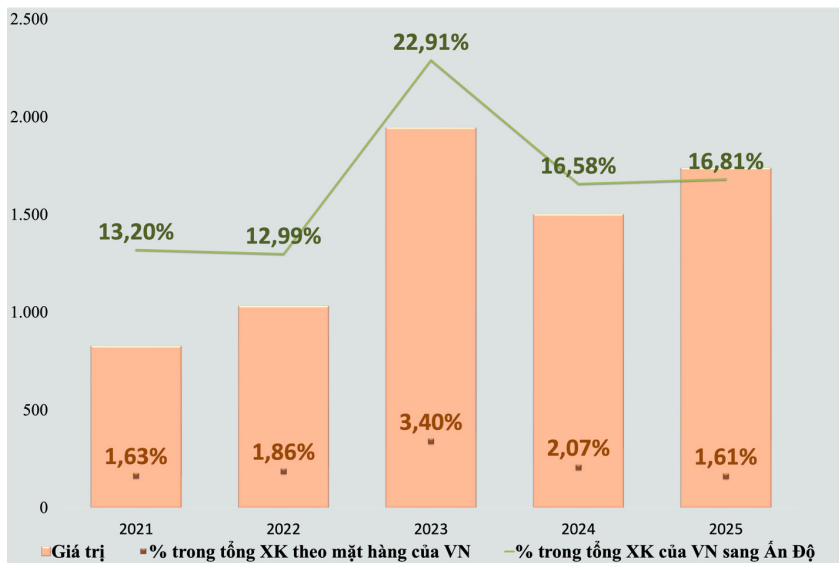


Tiếp theo là máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, với kim ngạch xuất khẩu đạt 1,74 tỷ USD trong năm 2025, tăng 15,79% so với năm 2024, chiếm 16,81% tổng giá trị hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Ấn Độ. Đồng thời, thị trường Ấn Độ chiếm khoảng 1,61% tổng kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm cùng loại của Việt Nam ra thế giới. Trong giai đoạn 2021 – 2025, mặc dù kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này sau khi tăng trưởng mạnh vào năm 2023 (với +88,20%) nhưng nhu cầu của thị trường Ấn Độ đối với mặt hàng này không ổn định và tỷ lệ biến động bình quân đạt khoảng +19,99%/năm.

Kim ngạch xuất khẩu máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện của Việt Nam sang Ấn Độ

(Nguồn: Cục Hải quan)

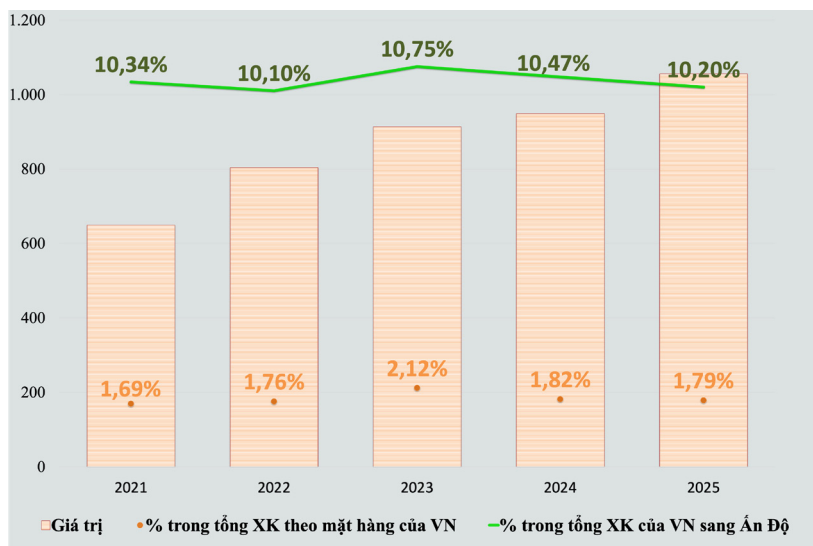
ĐVT: triệu USD



Kim ngạch xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác của Việt Nam sang Ấn Độ

(Nguồn: Cục Hải quan)

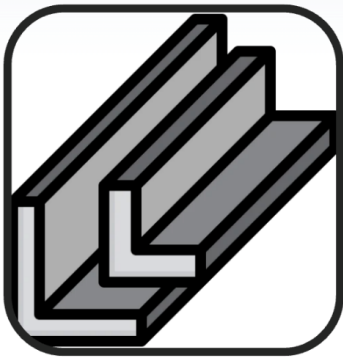
ĐVT: triệu USD



Xếp thứ ba trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang Ấn Độ năm 2025 là nhóm hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác, với kim ngạch đạt 1,06 tỷ USD, tăng 11,26% so với năm 2024. Nhóm hàng này đóng góp 10,20% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Ấn Độ, đồng thời chiếm khoảng 1,79% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang tất cả các thị trường trên thế giới. Trong giai đoạn 2021–2025, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này của nước ta tăng trưởng ổn định qua từng năm.

Trong năm 2025, các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Ấn Độ đều ghi nhận biến động trái chiều về kim ngạch so với năm 2024. Trong đó, các mặt hàng ghi nhận sự tăng trưởng về kim ngạch xuất khẩu là: than các loại (mặt hàng tăng mạnh nhất với tỷ lệ tăng trưởng là 5943,09%); thức ăn gia súc và nguyên liệu (96,67%); hạt tiêu (54,49%);v.v. Trong khi đó, một số mặt hàng có ghi nhận sự sụt giảm như: gỗ và sản phẩm gỗ (-45,54%); hạt điều (-33,24%); cao su (-32,44%);v.v.

➤ Một số sản phẩm nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Ấn Độ năm 2025



Kim loại thường khác

819,50 TRIỆU USD
88,99% 



2/Hàng thủy sản

524,11 TRIỆU USD
83,84%↑



4/Linh kiện, phụ tùng ô tô

354,10 TRIỆU USD
16,97% ↓



3/Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác

497,67 TRIỆU USD
7,83%↓



5/Dược phẩm

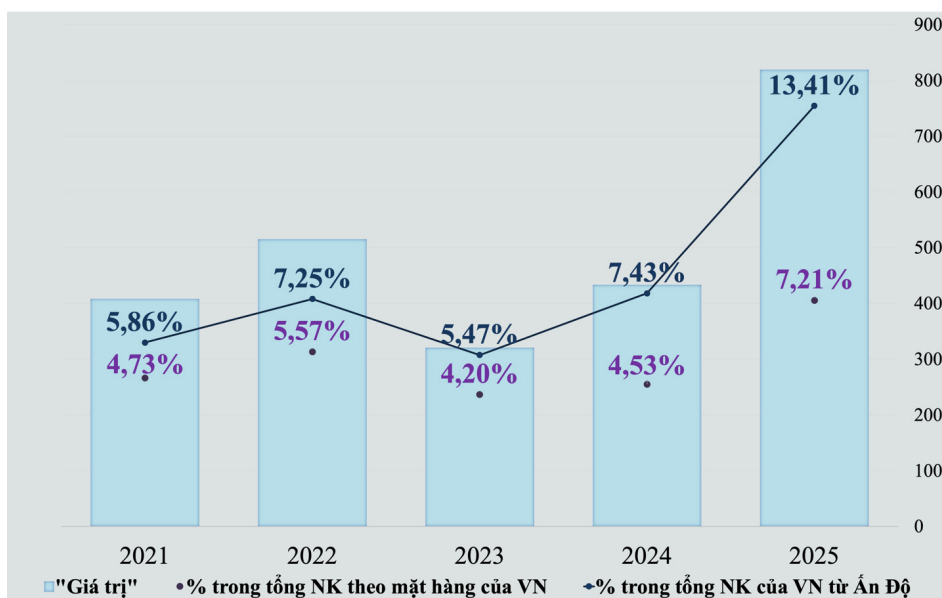
305,07 TRIỆU USD
9,12% ↓

Đứng đầu trong cơ cấu hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Ấn Độ năm 2025 là nhóm kim loại thường khác, với kim ngạch đạt 819,50 triệu USD, tăng 88,99% so với năm 2024, chiếm 13,41% tổng giá trị hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Ấn Độ. Đồng thời, kim ngạch nhập khẩu từ Ấn Độ chiếm 7,21% tổng giá trị nhập khẩu nhóm hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các thị trường. Suốt giai đoạn 2021 – 2025, kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này của nước ta chỉ ghi nhận sự sụt giảm vào năm 2023, giảm 37,80% so với cùng kỳ năm trước đó.

Kim ngạch nhập khẩu kim loại thường khác của Việt Nam từ Ấn Độ

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD

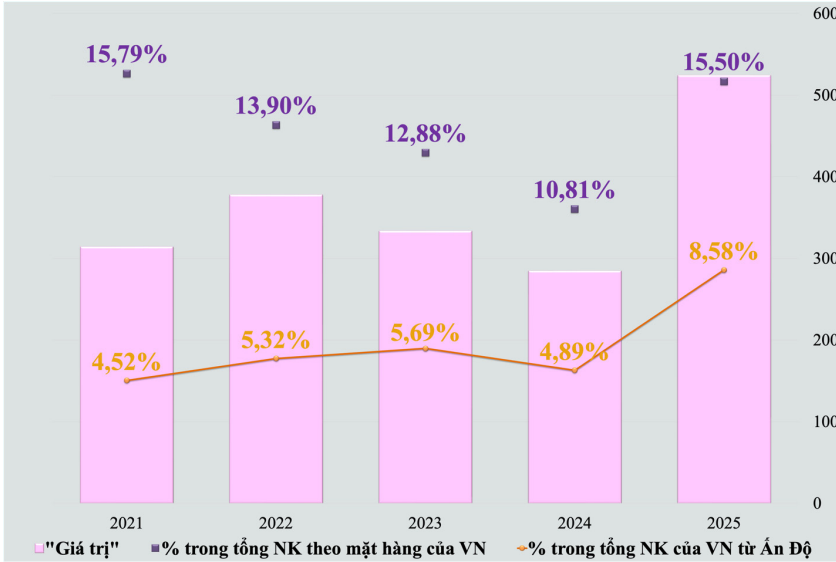


Đứng thứ hai trong cơ cấu hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Ấn Độ năm 2025 là nhóm hàng thủy sản, với kim ngạch đạt 524,11 triệu USD, tăng 83,84% so với năm 2024, chiếm 15,50% tổng giá trị hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Ấn Độ. Đồng thời, kim ngạch nhập khẩu từ Ấn Độ chiếm khoảng 8,58% tổng giá trị nhập khẩu của nước ta từ tất cả các thị trường. Kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này từ Ấn Độ có xu hướng biến động qua các năm. Giá trị tăng từ năm 2021 đến 2022, sau đó giảm nhẹ vào năm 2023 và 2024, trước khi tăng mạnh lên mức cao nhất vào năm 2025.

Kim ngạch nhập khẩu hàng thủy sản Việt Nam từ Ấn Độ

(Nguồn: Cục Hải quan)

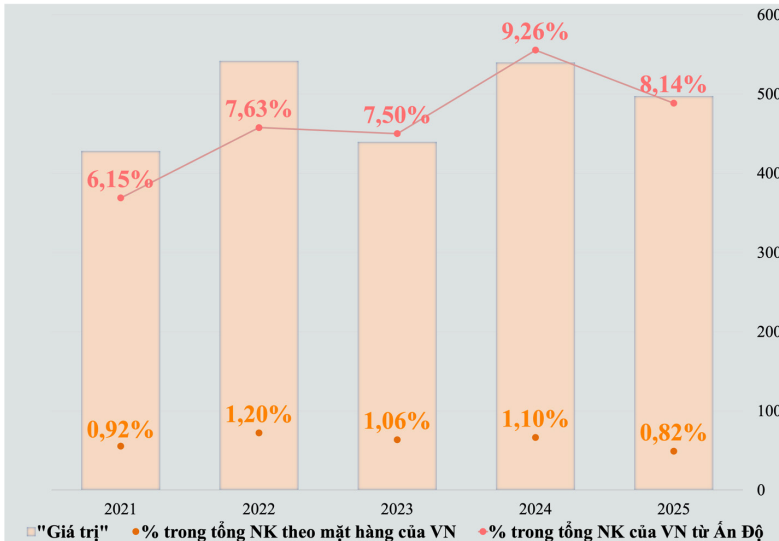
ĐVT: triệu USD



Kim ngạch nhập khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác của Việt Nam từ Ấn Độ

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Đứng thứ ba trong cơ cấu hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Ấn Độ năm 2025 là nhóm máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác, với kim ngạch đạt 497,67 triệu USD, giảm 7,83% so với năm 2024, chiếm 8,14% tổng giá trị hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Ấn Độ. Đồng thời, giá trị nhập khẩu từ Ấn Độ chiếm 0,82% tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các thị trường. Trong giai đoạn 2021–2025, nhu cầu nhập khẩu nhóm hàng này từ Ấn Độ của nước ta không có xu hướng xác định, biến thiên qua từng năm, với tốc độ biến động bình quân đạt khoảng 10,36%/năm.

Trong năm 2025, những mặt hàng nhập khẩu từ Ấn Độ ghi nhận sự gia tăng về kim ngạch so với năm 2024, cụ thể là các mặt hàng: dầu mỡ động thực vật (203,23%, tăng mạnh nhất trong tất cả các mặt hàng); kim loại thường khác (88,99%); hàng thủy sản (83,84%); v.v.. tuy nhiên, cũng có một số mặt hàng có lượng kim ngạch giảm như: ô tô nguyên chiếc các loại (-97,98%); bông các loại (-44,41%); sắt thép các loại (-41,76%); v.v.

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ SONG PHƯƠNG (FDI)

➤ Tình hình đầu tư của Ấn Độ tại Việt Nam



Bà Cao Thị Phi Vân, Phó Giám đốc ITPC phát biểu tại Hội thảo “Tiềm năng hợp tác đầu tư giữa Việt Nam và Ấn Độ”

Tính đến tháng 3/2026, các nhà đầu tư Ấn Độ có 503 dự án đầu tư còn hiệu lực tại Việt Nam, xếp vị trí thứ 26 trong tổng số 154 quốc gia và vùng lãnh thổ có hoạt động

đầu tư trực tiếp. Riêng trong 3 tháng đầu năm 2026, dòng vốn từ Ấn Độ ghi nhận mức tăng trưởng khi thu hút 30 dự án cấp mới với tổng vốn đăng ký đạt hơn 95,22 triệu USD, tăng gấp 8 lần so với mức 10,76 triệu USD của cùng kỳ năm 2025.

Về cơ cấu ngành, dòng vốn FDI của Ấn Độ hiện diện tại 15 trong tổng số 21 ngành kinh tế của Việt Nam, tập trung chủ yếu vào các ngành sản xuất then chốt. Trong đó, công nghiệp chế biến, chế tạo chiếm tỷ trọng lớn nhất với 62 dự án, quy mô vốn đạt 643,3 triệu USD, tương đương 54,7% tổng vốn đầu tư đăng ký. Lĩnh vực sản xuất, phân phối điện và khí đứng thứ hai với 4 dự án, tổng vốn 157 triệu USD, chiếm 13,4% tổng vốn đầu tư. Lĩnh vực khai khoáng đứng thứ ba với 5 dự án, vốn đăng ký đạt 95 triệu USD, chiếm 8,1% tổng vốn. Bên cạnh các dự án trên bờ, phía Ấn Độ tiếp tục duy trì hoạt động hợp tác thăm dò và khai thác dầu khí với Việt Nam tại khu vực Biển Đông.

Về phân bố địa bàn, các dự án đầu tư của Ấn Độ đã được triển khai tại 20 trong tổng số 34 tỉnh, thành phố của Việt Nam. Trong đó, TP.HCM là địa phương dẫn đầu về thu hút vốn đầu tư từ Ấn Độ, tiếp sau là các tỉnh Đắk Lắk, Khánh Hòa, Thanh Hóa, Tây Ninh, Nghệ An và Phú Thọ.

Xét theo các dự án cụ thể, những cơ sở sản xuất có quy mô tiêu biểu đang hoạt động gồm Nhà máy đường Sơn Hòa tại Đắk Lắk do Tập đoàn KCP đầu tư với tổng vốn 94,5 triệu USD; Nhà máy chế biến cà phê hòa tan của Công ty TNHH Cà phê Ngon (thuộc Tập đoàn CCL Products) với số vốn 90 triệu USD; Nhà máy điện mặt trời Infra 1 tại Khánh Hòa do Tập đoàn Shapoorji Pallonji đầu tư với tổng vốn gần 72 triệu USD. Cùng với đó là sự tham gia vận hành và mở rộng hiện diện của các tập đoàn công nghiệp và công nghệ như Tata Group và HCL Technologies trong các lĩnh vực chế biến nông sản, năng lượng và công nghệ thông tin.

Mặc dù quy mô tổng thể của các dự án hiện hữu còn khiêm tốn và cơ cấu đầu tư vẫn thiếu vắng các dự án quy mô lớn mang tính dẫn dắt, thị trường Việt Nam đang ghi nhận sự quan tâm và đề xuất đầu tư chiến lược từ nhiều tập đoàn hàng đầu Ấn Độ. Cụ thể, Tập đoàn Adani đã đề xuất định hướng đầu tư chiến lược dài hạn tại Việt Nam với cam kết vốn có thể lên tới 10 tỷ USD vào các phân khúc hạ tầng cảng biển, sân bay, logistics, năng lượng, năng lượng tái tạo và trí tuệ nhân tạo (AI). Tập đoàn ACME đang xúc tiến dự án hợp tác năng lượng tái tạo và sản xuất amoniac xanh với tổng mức đầu tư dự kiến khoảng 9 đến 10 tỷ USD. Các doanh nghiệp khác như GPS Renewables và SatyaGiri Group cũng đang tiến hành làm việc về các giải pháp chuyển đổi rác thải thành năng lượng và nhiên liệu sạch. Đồng thời, đoàn doanh nghiệp của Liên đoàn Công nghiệp Ấn Độ (CII) đã trực tiếp tới Việt Nam nhằm tìm kiếm cơ hội hợp tác mới trong các ngành hạ tầng, năng lượng, công nghệ thông tin, công nghiệp chế tạo, nông nghiệp công nghệ cao và chuỗi cung ứng.

➤ Tình hình đầu tư của Việt Nam tại Ấn Độ

Tính đến tháng 3/2026, các nhà đầu tư Việt Nam đã thực hiện 30 dự án đầu tư sang Ấn Độ với tổng vốn đăng ký đạt gần 150,5 triệu USD, đưa Ấn Độ xếp vị trí thứ 17 trong tổng số 88 quốc gia và vùng lãnh thổ tiếp nhận vốn đầu tư trực tiếp ra nước ngoài của Việt Nam. Dòng vốn đầu tư của doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường Ấn Độ đang có bước chuyển dịch quan trọng, mở rộng từ các hoạt động thương mại, dịch vụ quy mô nhỏ sang các dự án sản xuất công nghiệp và công nghệ quy mô lớn.

Dự án đầu tư sản xuất tiêu biểu nhất của Việt Nam tại Ấn Độ là Nhà máy lắp ráp ô tô điện của Công ty Cổ phần Sản xuất và Kinh doanh VinFast tại Khu công nghiệp SIPCOT thuộc thành phố Thoothukudi, bang Tamil Nadu. Dự án có quy mô diện tích 160 ha, được đầu tư dây chuyền sản xuất tự động hóa cao với các phân xưởng hàn thân vỏ, xưởng sơn, xưởng lắp ráp, trung tâm kiểm định chất lượng, kho logistics và cụm nhà máy phụ trợ. Trong giai đoạn đầu, cơ sở này tập trung lắp ráp hai mẫu xe điện là VF 6 (phần khúc B) và VF 7 (phần khúc C) với công suất thiết kế ban đầu đạt 50.000 xe/năm, có định hướng nâng lên 150.000 xe/năm nhằm phục vụ thị trường nội địa Ấn Độ và xuất khẩu sang khu vực Nam Á, Trung Đông, châu Phi. Khi vận hành toàn bộ công suất, dự án dự kiến tạo việc làm trực tiếp cho 3.000 đến 3.500 lao động địa phương và thúc đẩy mạng lưới nhà cung ứng linh kiện tại chỗ.

Bên cạnh dự án tại bang Tamil Nadu, Tập đoàn Vingroup và VinFast đã công bố kế hoạch đầu tư dài hạn tại Ấn Độ với tổng quy mô vốn dự kiến lên tới gần 10 tỷ USD. Trong đó, tập đoàn đã xúc tiến đề xuất thỏa thuận đầu tư 6,5 tỷ USD tại bang Maharashtra, được ghi nhận là một trong những dự án hợp tác quy mô lớn nhất từ một doanh nghiệp Đông Nam Á vào địa phương này. Song song với lĩnh vực công nghiệp ô tô điện, định hướng đầu tư của khối doanh nghiệp Việt Nam còn hướng tới mở rộng sang các phân khúc công nghệ và hạ tầng liên quan như năng lượng tái tạo, công nghệ sinh học, chăm sóc sức khỏe, dược phẩm, công nghệ thông tin và dịch vụ số.

THUẬN LỢI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI HÀNG VIỆT NAM TẠI ẨM ĐỘ



Một góc thành phố tại Ấn Độ.

CƠ HỘI

➤ Cơ hội từ định hướng phát triển công nghệ cao và cải cách thủ tục hành chính

Định hướng phát triển kinh tế của Ấn Độ trong Ngân sách Liên bang 2026-2027 cho thấy sự chuyển dịch cấu trúc từ việc phụ thuộc vào ưu đãi tài chính sang xây dựng một môi trường kinh doanh minh bạch và ổn định. Khung ngân sách này ưu tiên thu hút nguồn vốn đầu tư vào các lĩnh vực chiến lược bao gồm trung tâm dữ liệu, dịch vụ công nghệ số và năng lượng tái tạo. Bên cạnh đó, các ngành công nghệ cao được thúc đẩy mạnh mẽ thông qua việc ban hành sáng kiến sản xuất bán dẫn ISM 2.0 và Sáng kiến SHAKTI đối với lĩnh vực dược phẩm sinh học.

Nhằm hỗ trợ hoạt động kinh doanh của các nhà đầu tư quốc tế, Chính phủ Ấn Độ đang triển khai các cải cách thủ tục hành chính và pháp lý đồng bộ theo mô hình quản trị dựa trên sự tin tưởng. Việc áp dụng Luật Thuế thu nhập mới năm 2025 với các quy trình được đơn giản hóa đã trực tiếp làm giảm chi phí tuân thủ cho doanh nghiệp. Trong khâu xuất nhập khẩu, hệ thống hải quan đã được số hóa và ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) nhằm mục tiêu giảm thiểu thủ tục hành chính, đồng thời rút ngắn thời gian thông quan hàng hóa. Để nâng cao tính ổn định pháp lý, cơ chế phán quyết trước đã được gia

hạn thời gian áp dụng lên 5 năm, cho phép các nhà đầu tư thiết lập kế hoạch hoạt động dài hạn với mức độ rủi ro thấp hơn. Đồng thời, quá trình rà soát Luật Quản lý Ngoại hối (FEMA) đang được thực hiện nhằm hoàn thiện khuôn khổ pháp lý, tạo môi trường thuận lợi hơn cho việc lưu chuyển dòng vốn đầu tư quốc tế vào thị trường Ấn Độ.

➤ **Tiềm năng từ việc mở cửa thị trường và quy định kiểm dịch đối với nông sản**

Việc Ấn Độ chính thức mở cửa thị trường đối với sầu riêng tươi của Việt Nam đánh dấu một bước tiến đáng chú ý trong quan hệ thương mại nông sản song phương. Cơ sở pháp lý cho quyết định này được xác lập thông qua Lệnh Kiểm dịch thực vật (sửa đổi lần thứ 5 năm 2026) của Chính phủ Ấn Độ, ban hành ngày 9/7/2026 theo Thông báo số S.O. 3828(E) và chính thức có hiệu lực từ ngày 13/7/2026. Văn bản này đã bổ sung Việt Nam vào danh mục các quốc gia được phép xuất khẩu quả sầu riêng tươi (*Durio zibethinus*) để tiêu dùng tại thị trường Ấn Độ. Đáng chú ý, quy định nhập khẩu sầu riêng tươi từ Việt Nam được đánh giá là khá thuận lợi khi phía Ấn Độ không yêu cầu khai báo kiểm dịch thực vật bổ sung trên Giấy chứng nhận kiểm dịch, đồng thời không áp dụng các điều kiện nhập khẩu đặc biệt đối với mặt hàng này.



Một góc thành phố tại Ấn Độ.

Tuy nhiên, để xuất khẩu sầu riêng và các mặt hàng nông sản khác sang Ấn Độ, các doanh nghiệp Việt Nam cần tuân thủ nghiêm ngặt quy trình kiểm dịch chung của quốc gia này. Hệ thống quản lý rủi ro hàng hóa của Ấn Độ phân loại hàng hóa nhập khẩu dựa trên mức độ nguy cơ dịch hại, từ đó áp dụng các biện pháp kiểm dịch tương ứng. Toàn bộ quy trình cấp phép nhập khẩu và cấp chứng thư kiểm dịch thực vật đều được thực hiện

trực tuyến thông qua Hệ thống quản lý kiểm dịch thực vật (PQMS). Hệ thống này được kết nối trực tiếp với hệ thống hải quan và hoạt động thông qua mạng lưới 73 trạm kiểm dịch thực vật trên toàn lãnh thổ Ấn Độ.

➤ Tối ưu hóa quy trình Logistics và thông quan tại các cảng Ấn Độ

Hoạt động vận tải và logistics tại các cảng thuộc khu vực Nam Á nói chung và Ấn Độ nói riêng hiện tồn tại nhiều đặc điểm hạ tầng kỹ thuật mà doanh nghiệp cần lưu ý. Đối với phương thức vận tải đường biển, tình trạng kẹt cảng, thiếu hụt container và thiếu minh bạch trong các khoản phí phụ thu diễn ra phổ biến, khiến thời gian xử lý hàng hóa kéo dài từ 20 đến 45 ngày tùy thuộc vào từng tuyến. Cụ thể tại Ấn Độ, các cảng lớn như Nhava Sheva hay Chennai thường xuyên ghi nhận tình trạng tắc nghẽn vào mùa cao điểm từ tháng 9 đến tháng 12. Đối với phương thức vận tải hàng không, chi phí vận chuyển hiện ở mức cao và không cạnh tranh so với khu vực Đông Nam Á. Thêm vào đó, hạ tầng kho lạnh phục vụ xử lý hàng dễ hỏng còn yếu, đồng thời thời gian thông quan bị kéo dài do quy trình thủ công hoặc tốc độ số hóa chậm.

Bên cạnh các hạn chế về cơ sở hạ tầng, đặc thù thủ tục hải quan tại khu vực này cũng đặt ra những yêu cầu tuân thủ khắt khe. Các quy định nhập khẩu thường xuyên thay đổi và có sự chong chéo, đi kèm với tần suất kiểm tra vật lý hàng hóa ở mức cao, đặc biệt áp dụng đối với nhóm hàng thực phẩm và nông sản. Tùy thuộc vào từng cảng, thời gian thông quan có thể kéo dài từ 3 đến 15 ngày. Phần lớn nguyên nhân dẫn đến việc chậm thông quan xuất phát từ các lỗi hành chính như không thống nhất mã HS code, thiếu giấy phép nhập khẩu đặc thù hoặc thiếu hợp đồng thương mại rõ ràng.

Để tối ưu hóa quy trình thông quan và giảm thiểu rủi ro phát sinh chi phí lưu bãi, doanh nghiệp xuất khẩu cần áp dụng các nguyên tắc kỹ thuật cụ thể trong khâu chuẩn bị hồ sơ và giao nhận. Yêu cầu đầu tiên là phải khai báo mã HS đúng chuẩn của nước nhập khẩu ngay từ đầu, đồng thời in và niêm phong bộ chứng từ để gửi kèm cùng hàng hóa. Nhằm hỗ trợ người nhập khẩu chuẩn bị thủ tục, doanh nghiệp cần gửi bản mềm chứng từ sớm từ 5 đến 7 ngày trước thời gian dự kiến tàu đến (ETA), hoặc đảm bảo tối thiểu trước 3 đến 5 ngày. Đối với các lô hàng thuộc diện hưởng ưu đãi thuế, việc sử dụng Giấy chứng nhận xuất xứ (C/O) form B có xác nhận của cơ quan cấp là thủ tục bắt buộc.

Trong khâu giao nhận và thanh toán, giải pháp an toàn là ưu tiên giao hàng nguyên container (FCL) nhằm giảm thiểu rủi ro bị kiểm tra đối với hàng ghép. Khi giao dịch với khách hàng mới, doanh nghiệp cần tránh sử dụng phương thức thanh toán chuyển tiền bằng điện (T/T) 100% mà nên chuyển sang phương thức tín dụng thư (L/C). Trong trường hợp lô hàng bị cơ quan chức năng yêu cầu kiểm tra thực tế, doanh nghiệp nên chủ động đề nghị thực hiện kiểm tra tại kho riêng để tránh tình trạng hàng hóa bị ách tắc tại cảng.

THÁCH THỨC

➤ **Rào cản kỹ thuật, tiêu chuẩn khắt khe và các biện pháp phòng vệ thương mại**

Trong quá trình xuất khẩu sang thị trường Ấn Độ, các doanh nghiệp Việt Nam phải đối mặt với hệ thống rào cản kỹ thuật ngày càng khắt khe, điển hình là việc quốc gia này liên tục mở rộng phạm vi áp dụng các quy chuẩn thuộc Cục Tiêu chuẩn Ấn Độ (BIS). Cụ thể trong năm 2026, Ấn Độ tiếp tục áp dụng quy định bắt buộc phải có chứng nhận BIS đối với hàng loạt mặt hàng bao gồm đồ điện, điện tử, hóa chất, thép, vật liệu xây dựng, hàng tiêu dùng, đồ chơi, giày dép, lốp xe và sợi tổng hợp. Việc tuân thủ các quy định kiểm định này làm gia tăng đáng kể chi phí, kéo dài thời gian đăng ký và trực tiếp gây ra nguy cơ gián đoạn hoạt động đối với các doanh nghiệp chưa kịp đáp ứng tiêu chuẩn. Quá trình xin cấp phép đòi hỏi nhà sản xuất nộp khoản phí đăng ký 1.000 INR cùng hàng loạt tài liệu kỹ thuật liên quan đến sơ đồ bố trí nhà máy, lưu đồ quy trình sản xuất và báo cáo thử nghiệm. Đặc biệt, doanh nghiệp bắt buộc phải có Người đại diện được ủy quyền ở Ấn Độ (AIR) mang quốc tịch Ấn Độ và chỉ được đại diện duy nhất cho một công ty sản xuất, trừ trường hợp các nhà sản xuất nước ngoài thuộc cùng một nhóm công ty. Bên cạnh đó, sau khi được cấp giấy chứng nhận, nhà sản xuất phải thực hiện nghĩa vụ duy trì một khoản bảo lãnh ngân hàng trị giá 10.000 USD tại các ngân hàng có chi nhánh hoạt động ở cả Việt Nam và Ấn Độ như HDFC, DBS, Citibank hoặc Standard Chartered.

Song song với các rào cản về tiêu chuẩn kỹ thuật, doanh nghiệp xuất khẩu còn chịu áp lực từ xu hướng bảo hộ, khi Ấn Độ hiện là một trong những quốc gia áp dụng các biện pháp phòng vệ thương mại nhiều nhất trên thế giới. Các mặt hàng thế mạnh của Việt Nam như hóa chất, nhựa, thép, vật liệu xây dựng và sản phẩm công nghiệp chế biến luôn thường trực nguy cơ bị điều tra hoặc hạn chế nhập khẩu. Điển hình vào ngày 29/9/2025, Tổng vụ Phòng vệ thương mại Ấn Độ (DGTR) đã ban hành thông báo khởi xướng điều tra chống bán phá giá đối với hai mặt hàng có xuất xứ hoặc nhập khẩu từ Việt Nam là sản phẩm chất đóng gói năng lượng mặt trời và thép không gỉ cán nguội loại 300-400. Đối với các vụ việc phòng vệ thương mại, quy trình thực thi pháp luật của Ấn Độ đặt ra khung thời gian rất nghiêm ngặt. Cơ quan điều tra yêu cầu các bên liên quan gửi bình luận kèm giải thích chi tiết về phạm vi sản phẩm trong thời hạn 15 ngày kể từ ngày nhận thông báo khởi xướng. Đồng thời, các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu bị yêu cầu nộp bản trả lời câu hỏi điều tra trong vòng 30 ngày. Trong trường hợp doanh nghiệp không đáp ứng được thời hạn quy định, hoặc cung cấp thông tin không đầy đủ, không trung thực, DGTR có quyền kết luận doanh nghiệp không hợp tác, từ đó sử dụng các dữ liệu sẵn có bất lợi để tính toán biên độ và áp dụng mức thuế chống bán phá giá cao nhất.

Bên cạnh các hàng rào kỹ thuật và phòng vệ thương mại trực tiếp, môi trường xuất

khẩu cũng đang bị tác động bởi các rào cản phát sinh từ quá trình đàm phán hiệp định thương mại. Tiến trình rà soát và nâng cấp Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN – Ấn Độ (AITIGA) hiện chưa ghi nhận sự đột phá nào mang tính then chốt. Trong khi đó, phía cơ quan quản lý Ấn Độ vẫn tiếp tục đề xuất thêm nhiều yêu cầu khắt khe liên quan đến quy tắc xuất xứ cũng như các biện pháp phi thuế quan.

➤ Điểm nghẽn về hạ tầng logistics và vận tải



Thủ đô New Delhi, Ấn Độ.

Mặc dù vị trí địa lý của khu vực Nam Á tương đối thuận tiện cho hoạt động vận tải đường biển từ Việt Nam qua các cảng lớn như Mumbai, song hệ thống hạ tầng logistics kết nối và tiếp nhận hàng hóa tại thị trường này đang tồn tại nhiều hạn chế kỹ thuật đáng kể. Đối với phương thức vận tải đường biển, hoạt động giao thương thường xuyên phải đối mặt với các thách thức lớn như tình trạng kẹt cảng, thiếu hụt vỏ container, thiếu minh bạch trong các biểu phí phụ thu và thời gian xử lý hàng hóa bị kéo dài từ 20 đến 45 ngày tùy theo từng tuyến hành trình. Đáng chú ý, các cảng biển lớn và huyết mạch tại Ấn Độ như Cảng Nhava Sheva hay Chennai thường xuyên rơi vào tình trạng tắc nghẽn nghiêm trọng trong các giai đoạn cao điểm kéo dài từ tháng 9 đến tháng 12. Sự quá tải tại các đầu mối cảng biển này làm gia tăng đáng kể thời gian lưu chuyển, trực tiếp làm phát sinh thêm các chi phí kho bãi và vận hành cho doanh nghiệp xuất khẩu.

Đối với các phương thức vận chuyển nội địa và vận tải chuyên dụng, điểm nghẽn hạ tầng tiếp tục phân bổ rộng trên nhiều lĩnh vực vận tải khác nhau. Trong phương thức vận chuyển bằng đường hàng không, chi phí vận tải hiện ở mức cao và thiếu tính cạnh tranh so với các tuyến vận chuyển nội khối khu vực Đông Nam Á. Thêm vào đó, năng lực của hệ thống hạ tầng kho lạnh cùng các trang thiết bị kỹ thuật phục vụ xử lý nhóm hàng hóa dễ hư hỏng còn ở mức yếu kém, trong khi thời gian hoàn tất thủ tục thông

quan tại sân bay kéo dài do quy trình vận hành thủ công hoặc tốc độ triển khai số hóa diễn ra chậm chạp.

Ở hệ thống vận tải mặt đất, mạng lưới hạ tầng đường bộ tại khu vực còn yếu kém, chất lượng đường xấu, thường xuyên xảy ra tình trạng ách tắc giao thông và tai nạn. Cùng với đó, tiêu chuẩn kỹ thuật và kiểm định bảo vệ môi trường của các phương tiện chuyên chở không có sự đồng đều, kết hợp với các quy trình kiểm tra dọc đường diễn ra rườm rà, phức tạp tại các khu vực ranh giới, trạm thu phí và biên giới. Đối với đường sắt, hệ thống mạng lưới hạ tầng đã cũ kỹ, tình trạng thiếu hụt đầu tư kéo dài, cơ cấu vận hành chủ yếu tập trung phục vụ vận chuyển hành khách, chưa có sự liên kết xuyên biên giới hiệu quả và đang thiếu hụt nghiêm trọng các dịch vụ vận tải container hiện đại. Ngoài ra, dù có tiềm năng nhưng mạng lưới đường sông tại Ấn Độ hầu như chưa được khai thác hiệu quả do sự thiếu thốn trầm trọng về hệ thống cảng sông, trang thiết bị bốc dỡ và khả năng kết nối vận tải đa phương thức, đồng thời các tuyến đường thủy nội địa này thường xuyên chịu tác động tiêu cực bởi chế độ thủy văn không ổn định trong mùa mưa lũ.

➤ Khó khăn từ thủ tục hải quan và đặc thù thị trường



Hoạt động xuất khẩu sang thị trường Ấn Độ và khu vực Nam Á đòi hỏi sự chuẩn bị kỹ lưỡng về mặt chứng từ do các quy định nhập khẩu tại đây thường có tính bảo hộ nội

địa cao, mang tính chòng chéo và dễ bị điều chỉnh, thay đổi. Các cơ quan quản lý sở tại duy trì tần suất kiểm tra vật lý hàng hóa rất thường xuyên, áp dụng đặc biệt nghiêm ngặt đối với nhóm hàng thực phẩm và nông sản. Hoạt động kiểm tra này trực tiếp khiến thời gian thông quan bị kéo dài từ 3 đến 15 ngày tùy thuộc vào năng lực xử lý của từng cảng tiếp nhận. Căn cứ vào các số liệu thực tế, phần lớn các trường hợp chậm thông quan xuất phát từ các lỗi hành chính của doanh nghiệp, bao gồm việc không thống nhất mã HS code, không đăng ký trước sản phẩm đối với thị trường Ấn Độ, thiếu giấy phép nhập khẩu đặc thù hoặc cung cấp các hợp đồng thương mại (Incoterms) không rõ ràng. Đây tuy là những lỗi kỹ thuật nhỏ nhưng hậu quả để lại thường rất lớn, gây ách tắc luồng hàng và gia tăng chi phí lưu kho bãi.

Bên cạnh các thách thức chung về thông quan, đối với các mặt hàng có tính chất đặc thù như nông sản tươi (điển hình là sầu riêng, nho), doanh nghiệp phải giải quyết hàng loạt bài toán kỹ thuật phức tạp trong toàn bộ chuỗi cung ứng. Quá trình thâm nhập thị trường đối với sản phẩm tươi đòi hỏi sự đồng bộ giữa việc hoàn thiện thủ tục nhập khẩu chuyên ngành, năng lực duy trì hệ thống kho lạnh bảo quản và tối ưu hóa thời gian vận chuyển nhanh chóng để tránh hư hỏng. Đồng thời, do sầu riêng tươi là sản phẩm mới tại Ấn Độ, các doanh nghiệp xuất khẩu phải phân bổ nguồn lực để nghiên cứu kỹ sức mua, quy cách đóng gói phù hợp và tổ chức các chương trình quảng bá, giới thiệu sản phẩm trực tiếp tới người tiêu dùng thông qua hệ thống bán lẻ cao cấp, đô thị lớn hoặc kênh nhà hàng - khách sạn.

Đặc thù thị hiếu và thói quen tiêu dùng tại thị trường Nam Á cũng là một yếu tố quan trọng mà doanh nghiệp cần xây dựng chiến lược tiếp cận phù hợp. Đây là khu vực thị trường rất nhạy cảm với sự biến động về giá cả. Đại đa số người tiêu dùng đưa ra quyết định mua sắm dựa trên mức giá bán cuối cùng, thay vì đặt ra các yêu cầu khắt khe về tiêu chuẩn chất lượng như đặc tính của thị trường Hoa Kỳ hay Liên minh Châu Âu (EU). Về quy cách sản phẩm, khách hàng tại khu vực này ưu tiên tiêu thụ các loại hàng hóa được chia nhỏ theo gói, đặc biệt ưa chuộng các chương trình khuyến mãi bán hàng. Thêm vào đó, thị trường cũng đang ghi nhận sự chuyển dịch rõ rệt sang xu hướng mua sắm trực tuyến, đồng thời gia tăng mức độ quan tâm đối với các sản phẩm đáp ứng được tiêu chuẩn sức khỏe, phù hợp với văn hóa và tín ngưỡng tôn giáo riêng biệt của khu vực.

THÔNG TIN HỖ TRỢ XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ

TP.HCM THÚC ĐẨY HỢP TÁC ĐẦU TƯ VỚI ẤN ĐỘ TRONG LĨNH VỰC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

Sáng 27/02/2025, Hội thảo “Tiềm năng hợp tác đầu tư giữa Việt Nam và Ấn Độ” đã diễn ra tại TP.HCM nhằm thúc đẩy hợp tác song phương, đặc biệt trong lĩnh vực công nghệ thông tin (CNTT) và chuyển đổi số.

Phát biểu tại sự kiện, lãnh đạo UBND TP.HCM nhấn mạnh CNTT là ngành kinh tế mũi nhọn và nền tảng để phát triển chính quyền điện tử, kinh tế số và đô thị thông minh. Thành phố đang nỗ lực hiện thực hóa mục tiêu kinh tế số chiếm 25% GRDP vào năm 2025. Trong bối cảnh đó, TP.HCM mong muốn hợp tác sâu rộng với các doanh nghiệp Ấn Độ trong các lĩnh vực trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), điện toán đám mây và đào tạo nguồn nhân lực số.

Giới thiệu về môi trường đầu tư, đại diện Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) đã làm nổi bật các lợi thế của Thành phố như vị trí trung tâm kinh tế, hạ tầng hiện đại và nguồn nhân lực dồi dào. TP.HCM luôn định hướng thu hút đầu tư vào các khu công nghiệp, khu công nghệ cao và sẵn sàng chào đón nhà đầu tư nước ngoài với nhiều chính sách ưu đãi hấp dẫn.

Về phía đối tác, đại diện Phòng Thương mại Ấn Độ (ICC) đánh giá cao quan hệ đối tác bền chặt với Việt Nam và kỳ vọng hội thảo sẽ mở ra nhiều cơ hội hợp tác chiến lược cho doanh nghiệp hai nước trong kỷ nguyên số.

Trong khuôn khổ sự kiện, Lễ ký kết thỏa thuận hợp tác giữa Phòng Thương mại Ấn Độ (ICC) và Hiệp hội Doanh nghiệp TP.HCM (HUBA) đã diễn ra thành công, đánh dấu bước tiến mới trong việc giao lưu, kết nối và xây dựng hệ sinh thái công nghệ vững mạnh giữa hai nước.



CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

➤ Đại sứ quán Việt Nam tại Ấn Độ

Địa chỉ: 17 Kautilya Marg, Chanakya-Puri, New Delhi, India

Điện thoại: (+91) 11 2301 8059

Fax: (+91) 11 2301 8448 / (+91) 11 2301 7714

Ngoài giờ: (+91) 11 2301 2133

Email: ebsvnin@yahoo.com.vn

➤ Tổng Lãnh sự quán Việt Nam tại Mumbai Ấn Độ

Địa chỉ: B-306 Oberoi Chamber, New Link Road, Andheri (W), Mumbai, India

Điện thoại: (+91) 22 2673 6688 - Fax: (+91) 22 2673 6633

Email: vietnam@mtnl.net.in / tlsx.mumbai@mofa.gov.vn

Website: <http://www.vietnamconsulate-mumbai.org/>

➤ Thương vụ Việt Nam tại Ấn Độ (kiêm nhiệm Nepal và Bhutan)

Địa chỉ: B-5/123, Safdarjung Enclave, New Delhi, India. Pin code 110029.

Điện thoại: (+91) 2617 5953 - Fax: (+91) 2617 5954

Email: in@moit.gov.vn

➤ Đại sứ quán Ấn Độ tại Hà Nội

Địa chỉ: 58 - 60 Trần Hưng Đạo, phường Cửa Nam, Hà Nội.

Điện thoại: (+84) 24 38244989/90 - Fax: (+84) 24 38244998

Email: cons.hanoi@mea.gov.in/pptvisa.hanoi@mea.gov.in

Website: indembassyhanoi.gov.in

Facebook: [fb.com/IndiaInVietnam](https://www.facebook.com/IndiaInVietnam)

➤ Tổng Lãnh sự quán Ấn Độ tại TP.HCM

Địa chỉ: 09 Đặng Hữu Phổ, phường An Khánh, TP HCM.

Điện thoại: (+84) 28 37442400 - Fax: (+84) 28 3744 2405/6110

Email: cg.hcm@mea.gov.in

Website: cgihcmc.gov.in

Facebook: [fb.com/cgihcmc](https://www.facebook.com/cgihcmc)

CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI ẤN ĐỘ

Thời gian	Tên sự kiện	Địa điểm	Lĩnh vực ngành hàng - Quy mô
18 – 20/9/2026	INDEX Plus Mumbai	Mumbai	Nhà & Văn phòng 53.700 lượt tham quan 500 đơn vị triển lãm
14 – 27/11/2026	India International Trade Fair (IITF Delhi)	New Delhi	Điện & Điện tử 100.000 lượt tham quan >500 đơn vị triển lãm
09 – 13/12/2026	KISAN Agri Show	Pimpri-Chinchwad	Nông - Lâm nghiệp 100.000 lượt tham quan >500 đơn vị triển lãm
16 – 19/12/2026	Khadhya Khurak	Gandhinagar	Thực phẩm & Đồ uống 100.000 lượt tham quan 5.000 đơn vị triển lãm
28 – 30/12/2026	China Machinex India	Mumbai	Kỹ thuật Công nghiệp 25.000 lượt tham quan 1.700 đơn vị triển lãm

28 – 30/12/2026	China Homelife India	Mumbai	Điện & Điện tử ~20.000 lượt tham quan 600 đơn vị triển lãm
21 – 25/1/2027	Plastivision India	Mumbai	Đóng gói & Bao bì 250.000 lượt tham quan 1.500 đơn vị triển lãm
21 – 27/01/2027	IMTEX	Bengaluru	Kỹ thuật Công nghiệp 133.200 lượt tham quan 1.100 đơn vị triển lãm
01 – 04/2/2028	PAMEX	Mumbai	Đóng gói & Bao bì 1.000 lượt tham quan 100 đơn vị triển lãm
25/2 – 07/3/2027	AAHAR - The International Food & Hospitality Fair	New Delhi	Thực phẩm & Đồ uống 100.000 lượt tham quan >500 đơn vị triển lãm

TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ TP.HCM - ITPC



Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, Phường Tân Định, TP.HCM

92 - 96 Nguyễn Huệ, Phường Sài Gòn, TP.HCM

Điện thoại: (028) 3823 6738 - 3910 1309

Email: itpc@itpc.gov.vn; info@itpc.gov.vn

Website: itpc.hochiminhcity.gov.vn