



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

**Đối tác
Chiến lược
toàn diện**

THỊ TRƯỜNG MALAYSIA

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: www.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 MALAYSIA**
- 08 NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG MALAYSIA**
- 22 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ MALAYSIA**
- 35 HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ MALAYSIA**
- 36 NHỮNG THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN CỦA HÀNG VIỆT TẠI THỊ TRƯỜNG MALAYSIA**
- 53 CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN LẠC CẦN THIẾT**
- 54 CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI MALAYSIA**

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 Malaysia 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 <http://itpc.hochiminhcity.gov.vn>.

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



THE WORLD BANK
IBRD • IDA | WORLD BANK GROUP



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 Malaysia tại Thành phố Hồ Chí Minh
trong quá trình thực hiện ấn phẩm này.

THỊ TRƯỜNG MALAYSIA



TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG MALAYSIA

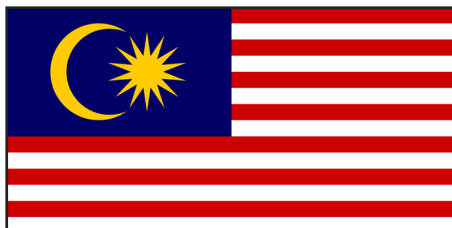
VỊ TRÍ ĐỊA LÝ – VĂN HÓA – XÃ HỘI

Tên đầy đủ: Malaysia

Thủ đô: Kuala Lumpur

Quốc khánh Malaysia: Ngày 31/8

Vị trí địa lý: Malaysia nằm ở Đông Nam Á, gồm Bán đảo Malaysia và phần phía bắc đảo Borneo. Quốc gia này giáp với Thái Lan, Indonesia, Brunei; có biên giới biển với Singapore, Việt Nam, Philippines qua Biển Đông và eo biển Malacca.



Diện tích: 329.847 km²

- **Diện tích đất liền:** 328.657 km²

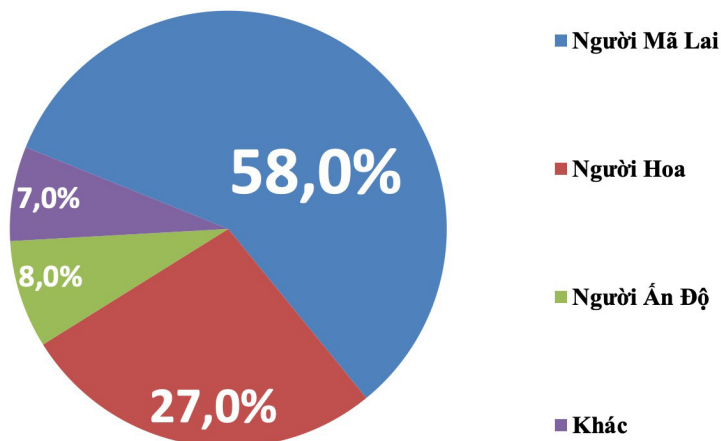
- **Diện tích mặt nước:** 1.190 km²

Dân số: khoảng 35,6 triệu người (tính đến năm 2024)

Tài nguyên thiên nhiên: Thiếc, xăng dầu, gỗ, đồng, quặng sắt, khí đốt tự nhiên, bauxite.

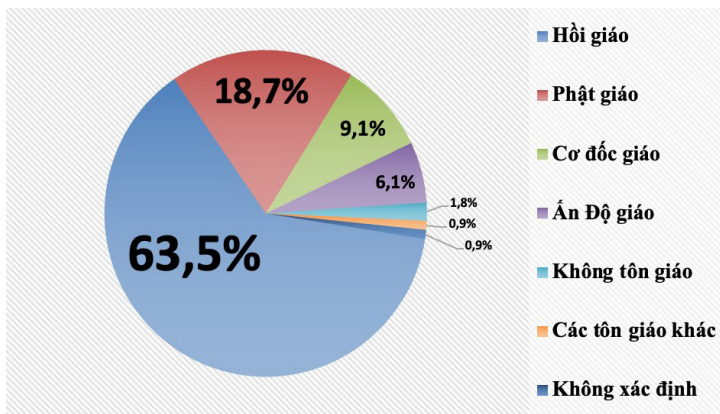
Dân tộc (Số liệu ước tính năm 2000): người Mã Lai 58%, người Hoa 27%, người Ấn 8%, khác 7%.

Cơ cấu dân tộc
(Số liệu ước tính năm 2000)



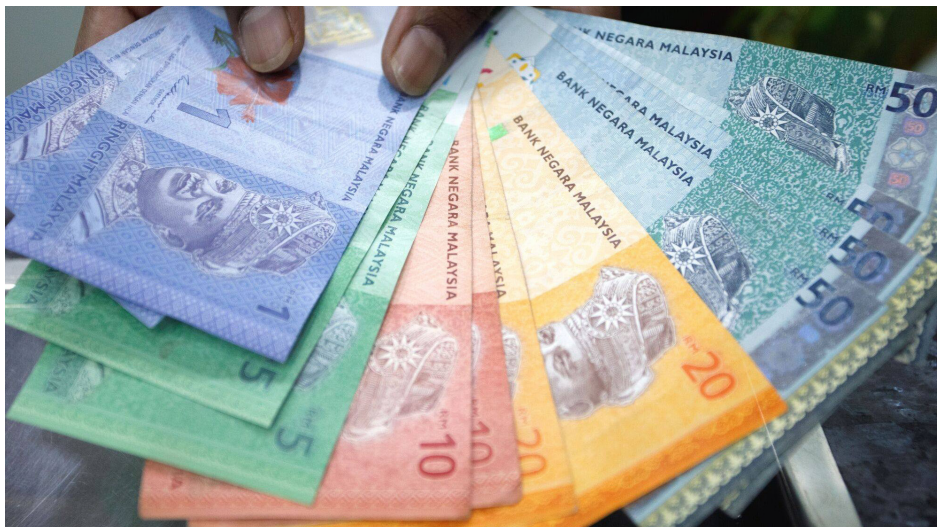
Tôn giáo (Số liệu ước tính năm 2020): Hồi giáo (chính thức) 63,5%, Phật giáo 18,7%, Cơ đốc giáo 9,1%, Ấn Độ giáo 6,1%, các tôn giáo khác 0,8%, không tôn giáo 1,8%, không xác định 0,9%.

Cơ cấu tôn giáo
(Số liệu ước tính năm 2020)



Ngôn ngữ: tiếng Bahasa Malaysia (ngôn ngữ chính thức), tiếng Anh, tiếng Hoa, tiếng Tamil, tiếng Telugu, tiếng Malayalam, tiếng Panjabi, tiếng Thái.

Tiền tệ: Ringgit Malaysia (RM).



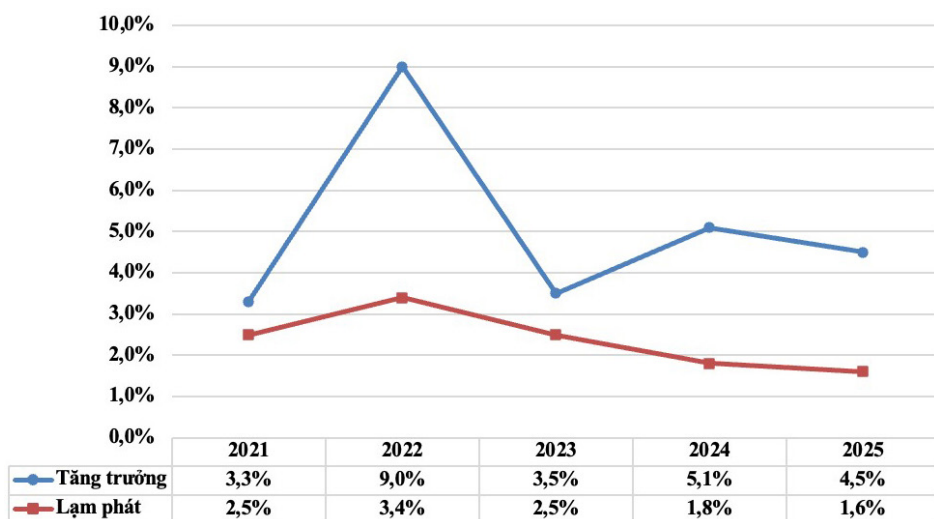
TỔNG QUAN NỀN KINH TẾ

Malaysia là một nền kinh tế có thu nhập trung bình cao với dân số hơn 34 triệu người. Tầng lớp trung lưu giàu có ngày càng tăng của đất nước đang thúc đẩy nhu cầu tiêu dùng và kinh doanh đối với hàng hóa và dịch vụ chất lượng cao.

Nhìn chung, IMF dự báo Malaysia sẽ có tăng trưởng kinh tế 4,3% trong cả năm 2026 và 2027, sau mức tăng trưởng 4,5% vào năm 2025.

Tăng trưởng GDP và mức lạm phát

(Nguồn: IMF, World Economic Outlook Database)



NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG MALAYSIA



Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Tô Lâm tiếp Thủ tướng Malaysia Anwar Ibrahim.

THÁCH THỨC THỊ TRƯỜNG

Malaysia là một trong những đối tác thương mại quan trọng của Việt Nam trong khu vực ASEAN với mức độ tự do hóa thương mại tương đối cao nhờ các hiệp định như ATIGA. Tuy nhiên, bên cạnh lợi thế về thuế quan, Malaysia vẫn duy trì một hệ thống rào cản phi thuế quan tương đối chặt chẽ nhằm bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng, môi trường sản xuất nội địa, đồng thời duy trì các chuẩn mực văn hóa và tôn giáo. Các rào cản này chủ yếu tập trung vào quy định kỹ thuật, kiểm dịch, tiêu chuẩn Halal, cấp phép nhập khẩu và các yêu cầu về nhãn mác, bao bì.

Các rào cản kỹ thuật, chẳng hạn như chứng nhận Halal đối với việc nhập khẩu thịt và gia cầm, được điều chỉnh thông qua cấp phép và kiểm soát vệ sinh. Tất cả các sản phẩm thịt bò, thịt cừu và gia cầm nhập khẩu phải có nguồn gốc từ các cơ sở được chứng nhận Halal hoặc phù hợp cho người Hồi giáo tiêu dùng. Thịt lợn và các

sản phẩm từ thịt lợn chỉ có thể được nhập khẩu vào Malaysia nếu Cục Dịch vụ Thú y Malaysia (DVS) cấp phép cho phép nhập khẩu. Mỗi lô hàng thịt lợn và các sản phẩm từ thịt lợn phải có giấy phép nhập khẩu hợp lệ do Cơ quan Kiểm dịch và Thanh tra Malaysia (MAQIS) cấp. Giấy phép được cấp theo từng trường hợp và có thể bị từ chối mà không cần giải thích.

Malaysia có hệ thống cấp phép xuất khẩu. Trong một số lĩnh vực, Malaysia duy trì các chương trình thuế để trợ cấp cho xuất khẩu. Trong các trường hợp khác, Chính phủ Malaysia đưa ra các quy định xuất khẩu đối với một số mặt hàng, cụ thể:

- Đối với các sản phẩm dệt may, giấy phép xuất khẩu phải đảm bảo tuân thủ các thỏa thuận hạn chế xuất khẩu song phương.
- Cụ thể, để xuất khẩu các mặt hàng như dầu cọ và thiếc, nhà xuất khẩu Malaysia phải đảm bảo rằng đối tác nhập khẩu của họ đã có đầy đủ các giấy phép nhập khẩu theo quy định tại quốc gia sở tại.

➤ **Tiêu chuẩn Halal – rào cản đặc thù quan trọng khi xuất hàng vào Malaysia**

Một trong những rào cản phi thuế quan đặc thù nhất tại Malaysia là yêu cầu về chứng nhận Halal đối với các sản phẩm thực phẩm, đồ uống, mỹ phẩm và một số hàng tiêu dùng. Chứng nhận Halal tại Malaysia, do JAKIM (Jabatan Kemajuan Islam Malaysia - Cục Phát triển Hồi giáo Malaysia) cấp, được xem là một trong những tiêu chuẩn nghiêm ngặt nhất thế giới.

Đối với doanh nghiệp Việt Nam, việc đạt chứng nhận Halal không chỉ dừng ở sản phẩm cuối cùng mà còn liên quan đến toàn bộ chuỗi sản xuất, từ nguyên liệu đầu vào, quy trình chế biến, bảo quản cho đến vận chuyển. Điều này đòi hỏi chi phí đầu tư đáng kể và sự thay đổi trong quy trình sản xuất. Nếu không có chứng nhận Halal, nhiều sản phẩm gần như không thể tiếp cận hệ thống phân phối lớn tại Malaysia.

➤ **Các biện pháp kiểm dịch động thực vật và an toàn thực phẩm (SPS)**

Malaysia áp dụng các biện pháp kiểm dịch và an toàn thực phẩm nghiêm ngặt nhằm kiểm soát chất lượng hàng nhập khẩu. Hàng hóa như trái cây tươi, thủy sản, thịt và sản phẩm chế biến phải có giấy chứng nhận kiểm dịch, chứng nhận vệ sinh an toàn thực phẩm và có thể phải trải qua kiểm tra thực tế tại cửa khẩu. Ngoài ra, Malaysia quy định chặt chẽ về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, kháng sinh và chất phụ gia. Điều này buộc doanh nghiệp Việt Nam phải đầu tư vào hệ thống kiểm soát chất lượng, truy xuất nguồn gốc và tuân thủ tiêu chuẩn quốc tế ngay từ khâu sản xuất.

➤ Tiêu chuẩn kỹ thuật và quy chuẩn sản phẩm (TBT)

Malaysia áp dụng nhiều tiêu chuẩn kỹ thuật đối với hàng hóa nhập khẩu, đặc biệt là thiết bị điện – điện tử, sản phẩm công nghiệp và hàng tiêu dùng. Các sản phẩm này phải đáp ứng tiêu chuẩn SIRIM và trong nhiều trường hợp phải được chứng nhận hợp quy trước khi lưu hành trên thị trường.

Ngoài ra, Malaysia cũng áp dụng các quy định liên quan đến an toàn sản phẩm, hiệu suất năng lượng và bảo vệ môi trường. Đối với doanh nghiệp Việt Nam, việc không đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật có thể dẫn đến việc hàng hóa bị từ chối nhập khẩu hoặc phải tái kiểm định, làm tăng chi phí và kéo dài thời gian đưa hàng ra thị trường.

CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG

Malaysia là thành viên của Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN), bao gồm 11 quốc gia với tổng dân số hơn 662 triệu người và tổng sản phẩm quốc nội (GDP) là 3,2 nghìn tỷ USD. Vị trí của Malaysia được xem như một trung tâm khu vực về dịch vụ hậu cần, công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) và du lịch y tế.

Việc số hóa thông tin trong các lĩnh vực công nghiệp chính giúp đảm bảo vai trò của Malaysia ngày càng vững chắc trong nền kinh tế toàn cầu tương lai. Malaysia đặt mục tiêu trở thành trung tâm khu vực cho các ngành công nghiệp tập trung vào kỹ thuật số và mua sắm, đồng thời là điểm đến quốc tế cho du lịch y tế. Việc chính phủ Malaysia tập trung vào nâng cao chăm sóc sức khỏe cũng đang thúc đẩy nhu cầu về công nghệ chăm sóc sức khỏe, thiết bị y tế và tài nguyên sức khỏe kỹ thuật số.

➤ Cơ hội trong lĩnh vực Nông nghiệp

Các ngành nông nghiệp, thủy sản và lâm nghiệp sử dụng khoảng 10% lực lượng lao động của Malaysia và chiếm khoảng 8% GDP của quốc gia. Dầu cọ, cao su, ca cao và các sản phẩm gỗ chiếm khoảng một nửa sản lượng, trong khi các mặt hàng trái cây nhiệt đới và gạo cũng đóng góp một tỷ lệ đáng kể.

Malaysia là nhà sản xuất và xuất khẩu dầu cọ lớn thứ hai thế giới sau Indonesia. Sản lượng dầu cọ của nước này chiếm 26% sản lượng thế giới và 34% xuất khẩu thế giới vào năm 2020.

Ngành gia cầm và thịt lợn tại Malaysia tương đối mạnh và phát triển tốt. Gạo được coi là sản phẩm chủ yếu ở Malaysia, mặc dù quốc gia này phụ thuộc vào nhập khẩu để

đáp ứng khoảng 30% nhu cầu. Gần đây, chính phủ Malaysia còn ưu tiên phát triển thêm ngành sữa.

Mặt khác, Chính phủ Malaysia trợ cấp sản xuất gạo thông qua hỗ trợ giá, trợ cấp đầu vào và trợ cấp người tiêu dùng. Mặc dù Bộ Nông nghiệp Malaysia tập trung vào nhiều lĩnh vực khác nhau, nhưng hầu hết các khoản đầu tư nông nghiệp mới có ý nghĩa đều dành cho việc trồng trọt cây cọ dầu. Hiện chưa có sản xuất thương mại cây trồng biến đổi gen (GE), mặc dù quốc gia này đã tiến hành một số nghiên cứu nhất định.

➤ Cơ hội thực phẩm Halal của Malaysia

Malaysia là một trong những cửa ngõ quan trọng vào thị trường Halal thế giới. Hệ sinh thái kinh tế Halal, theo nghĩa rộng, không chỉ giới hạn ở thực phẩm mà còn bao gồm và thúc đẩy sự phát triển liên thông giữa nhiều lĩnh vực then chốt như: Bán lẻ thực phẩm và đồ uống (F&B); Sản xuất thực phẩm; Dược phẩm; Ngân hàng; Tài chính và du lịch.



Điều này đã thu hút sự chú ý lớn đến Malaysia từ cộng đồng quốc tế, đặc biệt là ở các quốc gia Hồi giáo.

Cục Phát triển Hồi giáo Malaysia (JAKIM) là đơn vị đặc biệt chú trọng vào việc xây dựng tiêu chuẩn và cấp chứng nhận Halal. Nhờ sự công nhận rộng rãi từ quốc tế, các sản phẩm và dịch vụ được JAKIM bảo chứng tại Malaysia ngày càng khẳng định được vị thế cũng như chất lượng vượt trội trên thị trường toàn cầu.

CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI

Malaysia là thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) từ ngày 01 tháng 01 năm 1995.

Malaysia là thành viên của Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) và là bên ký kết Hiệp định Thương mại Tự do ASEAN (FTA), nhằm mục đích giảm các rào cản thuế quan và phí thuế quan đối với thương mại giữa các quốc gia thành viên.

- Mức thuế suất tối huệ quốc (MFN) trung bình áp dụng của Malaysia là 5,5% tính đến năm 2024.
- Mức thuế suất đối với các sản phẩm nông nghiệp và phi nông nghiệp lần lượt là 7,0% và 5,3%.
- Hàng hóa như nguyên liệu thô, máy móc, thực phẩm thiết yếu và dược phẩm không phải chịu thuế hoặc chịu thuế suất thấp hơn.

Chính phủ Malaysia miễn thuế nhập khẩu cho các công ty nhập nguyên liệu thô và linh kiện sử dụng trực tiếp trong sản xuất thành phẩm. Đây được xem là một trong những biện pháp hỗ trợ sản xuất trong nước.

Chính phủ Malaysia miễn thuế nhập khẩu cho các công ty nhập khẩu nguyên liệu thô và linh kiện được sử dụng trực tiếp trong sản xuất thành phẩm và được nhập khẩu trực tiếp, đây là một trong những biện pháp hỗ trợ sản xuất trong nước.

Thuế xuất khẩu được áp dụng đối với một số tài nguyên thiên nhiên và hàng hóa, chẳng hạn như dầu cọ và một số quặng kim loại. Một số mặt hàng xuất khẩu tài nguyên và hàng hóa cũng yêu cầu sự cho phép đặc biệt từ các cơ quan chính phủ và có thể phải chịu thuế bổ sung để khuyến khích chế biến trong nước.

Thuế quan của Malaysia thường áp dụng trên cơ sở giá trị gia tăng, với mức thuế suất trung bình là 6,1% đối với hàng hóa công nghiệp. Đối với một số mặt hàng nhất định, chẳng hạn như rượu, bia, gia cầm và thịt lợn, Malaysia lại áp dụng các mức thuế cao hơn đáng kể. Thuế đối với các dòng thuế có sản xuất nội địa đáng kể thường cao hơn. Bộ Tài chính Malaysia (MOF) đã thông báo vào ngày 16 tháng 7 năm 2018 rằng Thuế bán hàng và dịch vụ (SST) được áp dụng cho việc sản xuất hàng hóa chịu thuế tại Malaysia. SST cũng có hiệu lực đối với nhập khẩu hàng hóa chịu thuế vào Malaysia với mức thuế 5% hoặc 10%, hoặc một mức thuế cụ thể tùy thuộc vào loại sản phẩm.

Từ tháng 01 năm 2024, Malaysia đã áp thuế bán hàng 10% đối với hàng hóa giá trị thấp (LVG) trên sàn trực tuyến. Theo Cục Hải quan Hoàng gia Malaysia, thuế này áp dụng cho tất cả hàng hóa, được bán bởi các thương nhân đã đăng ký, có mức giá không quá 500 MYR (108 USD) và được nhập khẩu bằng đường hàng không, đường biển hoặc đường bộ. Thuế bán hàng được tính trên giá trị bán hàng, không bao gồm bất kỳ thuế, phí hoặc các khoản phí khác, chẳng hạn như bảo hiểm hoặc vận chuyển.

Thuế bán hàng và dịch vụ sửa đổi của Malaysia có hiệu lực từ ngày 01 tháng 7 năm 2025. Các mặt hàng không thiết yếu như trái cây nhập khẩu và vải lụa phải chịu thuế bán hàng 5%, trong khi hàng hóa cao cấp như tác phẩm nghệ thuật phải chịu thuế bán hàng 10%.

Hàng hóa thiết yếu như thuốc men và gạo được miễn thuế. Gần đây, vào tháng 01 năm 2026, chính phủ Malaysia đã giảm thuế đối với ngành dịch vụ cho thuê từ 8% xuống 6%.

Nguồn: WTO – Đánh giá chính sách thương mại, Hồ sơ thuế quan thế giới 2025, Cơ quan Phát triển Đầu tư Malaysia và Bộ Tài chính Malaysia.

HÀNG HÓA NHẬP KHẨU TẠM THỜI



Malaysia tham gia công ước về nhập cảnh tạm thời hàng hoá (Công ước ATA) vào năm 1988. Nguyên liệu thô sử dụng cho sản xuất hàng xuất khẩu được miễn thuế nhập khẩu nếu nguyên liệu đó không được sản xuất trong nước hoặc nếu nguyên liệu địa phương có chất lượng không bằng và có giá cao hơn giá nguyên liệu nhập từ bên ngoài về. Quy định này áp dụng đối với hàng nhập khẩu linh kiện bán dẫn Malaysia sử dụng trong việc chế tạo chất bán dẫn cho xuất khẩu. Việc miễn giảm thuế cũng áp dụng cho máy móc thiết bị sử dụng trực tiếp trong quá trình sản xuất hoặc không có sẵn tại địa phương.

HÀNG HÓA CẤM VÀ HẠN CHẾ NHẬP KHẨU

Tại Malaysia các hạn chế nhập khẩu về định lượng (số lượng) ít khi được áp đặt, ngoại trừ một số sản phẩm hạn chế để bảo vệ các ngành công nghiệp địa phương hoặc vì lý do an ninh. 17% dòng thuế của Malaysia (chủ yếu là trong lĩnh vực thiết bị xây dựng,

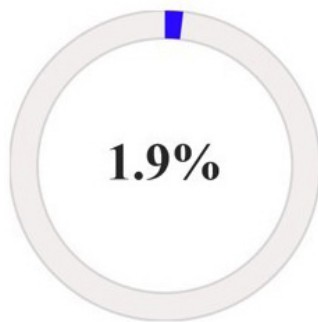
nông nghiệp, khoáng sản và xe cơ giới) cũng phải được cấp phép nhập khẩu không tự động nhằm bảo vệ các ngành công nghiệp chiến lược và trọng yếu của Malaysia.

Bất kỳ một loại biểu tượng hoặc hiện vật có thể gây nên những hiểu lầm hoặc những biểu tượng, hiện vật đó có chủ đích được sử dụng làm ảnh hưởng tới lợi ích liên bang hoặc để khuếch trương, quảng cáo cho mục đích làm tổn hại đến hòa bình, thịnh vượng hoặc trật tự xã hội của liên bang tại Malaysia.

Những ấn phẩm, tranh, ảnh, sách vở, bưu thiếp, hình vẽ, hình chạm khắc, phim, băng hình, đĩa Laser, đĩa mềm vi tính hoặc những ấn phẩm tuyên truyền (bao gồm cả phim chưa in tráng) hoặc những vật được in, vẽ khác. Các loại quần áo có mang hình in, hoặc phiên bản của bất kỳ những dòng chữ kinh Quran, các loại dao, dao bấm, các thiết bị thu Radio có khả năng thu sóng Radio tần số 68-87 Mhz và 108-174 Mhz trừ những thứ được thiết kế để thu sóng Radio khí tượng tại chỗ và những thứ được sử dụng cho các Cơ quan quản lý thông tin. Các loại rượu chứa chì hoặc thành phần của chì nhiều hơn 3,46 miligrames/lít; chất thạch tín và các hóa chất độc hại.

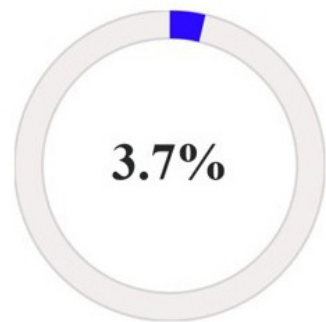
XU HƯỚNG TIÊU DÙNG TẠI MALAYSIA

Malaysia đã ổn định kinh tế vĩ mô



Lạm phát trung bình

Giai đoạn 2015-2024

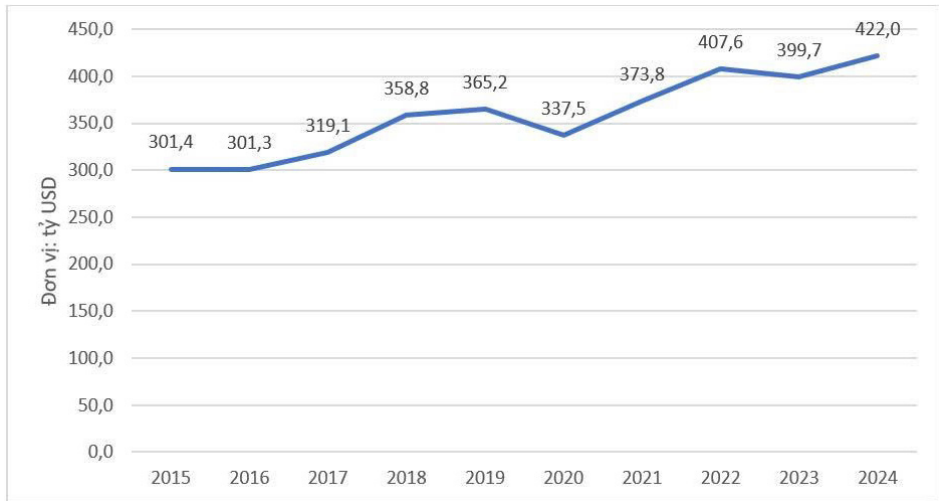


Thất nghiệp trung bình

Giai đoạn 2015-2024

Malaysia hiện là nền kinh tế lớn thứ 6 trong khối ASEAN với sự ổn định kinh tế vĩ mô đáng chú ý, thể hiện qua tỷ lệ lạm phát trung bình duy trì ở mức thấp khoảng 1,9% và tỷ lệ thất nghiệp ổn định ở mức 3,7%. Theo số liệu của Ngân hàng Thế giới năm 2025, GDP đạt 422 tỷ USD vào năm 2024, quốc gia này sở hữu mức sống

thuộc nhóm cao nhất khu vực Đông Nam Á với GDP bình quân đầu người vượt mức 11.800 USD.



Sức hấp dẫn của thị trường còn đến từ cơ cấu dân số vàng với hơn 70% người dân trong độ tuổi lao động và tỷ lệ đô thị hóa lên tới 79%, tạo nên một dư địa tiêu dùng nội địa đầy tiềm năng và năng động.



Malaysia có cơ cấu dân số vàng



35.6 triệu người

Dân số Malaysia năm 2024



Trên 70%

Dân số trong độ tuổi lao động
(15-64 tuổi)



79% đô thị

Tỷ lệ dân cư đô thị cao

➤ Sự thống trị của thương mại điện tử và hệ sinh thái số



Thị trường Malaysia đang chứng kiến sự bùng nổ mạnh mẽ của nền kinh tế số, nơi thương mại điện tử đã trở thành kênh mua sắm chủ đạo đối với hầu hết các ngành hàng. Với tỷ lệ sử dụng Internet và điện thoại thông minh vượt mức 80%, người tiêu dùng đã hình thành thói quen mua sắm trực tuyến gắn liền với các nền tảng lớn như Shopee và Lazada. Xu hướng này phát triển song song với mô hình bán hàng đa kênh (omnichannel), nơi người dân kết hợp linh hoạt giữa việc tìm hiểu thông tin trực tuyến và trải nghiệm sản phẩm trực tiếp tại cửa hàng. Đi kèm với đó là sự tăng trưởng vượt bậc của các dịch vụ tài chính số và ví điện tử như Touch 'n Go eWallet, GrabPay, đưa Malaysia tiến gần hơn đến mục tiêu nền kinh tế không dùng tiền mặt.

➤ Xu hướng cá nhân hóa sức khỏe và lối sống lành mạnh

Một trong những thay đổi bền vững nhất trong hành vi tiêu dùng tại Malaysia là việc đặt sức khỏe thể chất và tinh thần lên ưu tiên hàng đầu. Nhu cầu đối với các dòng thực phẩm hữu cơ, thực phẩm chức năng, đồ uống ít đường và các sản phẩm có nguồn gốc tự nhiên (clean label) đang gia tăng mạnh mẽ. Người tiêu dùng, đặc biệt là giới trẻ thành thị, không chỉ quan tâm đến dinh dưỡng mà còn chú trọng đến các dịch vụ chăm sóc cá nhân và tiêu dùng “wellness”. Đây là một phần của sự điều chỉnh lối sống mới, nơi việc tập luyện tại nhà và chăm sóc sức khỏe chủ động trở thành một phần không thể thiếu trong sinh hoạt hàng ngày.

➤ Tâm lý tiêu dùng thực dụng và ưu tiên giá trị

Người tiêu dùng Malaysia hiện nay đang đề cao tính thực dụng và xu hướng “value for money” (giá trị tương xứng với số tiền bỏ ra). Người dân có xu hướng tính toán kỹ lưỡng, tích cực so sánh giá và ưu tiên lựa chọn các sản phẩm trong chương trình khuyến mãi hoặc các thương hiệu riêng (private label) có giá cả cạnh tranh. Hành vi này phản ánh sự chuyển dịch sang lối sống có kiểm soát, ưu tiên các nhu cầu thiết yếu như thực phẩm và giáo dục, đồng thời cắt giảm các khoản chi tiêu không cần thiết để đảm bảo an toàn tài chính hộ gia đình.

Người tiêu dùng Malaysia lo ngại tài chính gia tăng



➤ Sự phát triển của mô hình kinh tế tại gia và dịch vụ tiện lợi

Lối sống hiện đại đã thúc đẩy sự bùng nổ của mô hình "home economy" (kinh tế tại gia) tại các đô thị lớn của Malaysia. Người tiêu dùng ngày càng sẵn sàng chi trả cho các dịch vụ tiện lợi như giao đồ ăn trực tuyến thông qua GrabFood hay Foodpanda, cũng như đầu tư mạnh tay hơn vào các thiết bị gia dụng thông minh và nội thất để nâng cấp không gian sống. Bên cạnh đó, các loại hình giải trí tại gia như truyền hình trực tuyến (streaming) và trò chơi điện tử cũng ghi nhận mức tăng trưởng chi tiêu đáng kể, phản ánh xu hướng dịch chuyển từ các hoạt động bên ngoài vào không gian riêng tư của gia đình.

Gia tăng tiêu dùng tại nhà



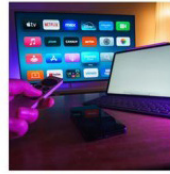
Giao đồ ăn

GrabFood và Foodpanda phát triển mạnh, trở thành phần không thể thiếu



Thiết bị gia dụng

Chi nhiều hơn cho thiết bị, nội thất và giải trí tại nhà



Giải trí tại nhà

Streaming, game và thiết bị điện tử phục vụ giải trí

Mô hình "home economy" phát triển mạnh sau đại dịch, thay đổi cách người dân sinh hoạt và chi tiêu.

➤ Tác động của văn hóa đa dạng và tiêu dùng bền vững



Văn hóa đa sắc tộc (Malay, Hoa, Ấn) tiếp tục là yếu tố chi phối mạnh mẽ hành vi mua sắm, trong đó chứng nhận Halal đóng vai trò là tiêu chuẩn vàng về chất lượng và an toàn thực phẩm cho toàn bộ thị trường. Đồng thời, nhận thức về tiêu dùng có trách nhiệm đang dần hình thành rõ nét; người dân bắt đầu quan tâm nhiều hơn đến các sản phẩm có bao bì thân thiện với môi trường, nguồn gốc rõ ràng và các giá trị bền vững của doanh nghiệp. Đối với mảng dịch vụ và trải nghiệm như du lịch hay ẩm thực, người tiêu dùng hiện có xu hướng chọn lọc khắt khe hơn, ưu tiên những trải nghiệm mang lại giá trị thực chất và đảm bảo tiêu chuẩn an toàn cao.

➤ Văn hóa kinh doanh

Văn hóa kinh doanh của Malaysia chịu ảnh hưởng sâu sắc bởi sự giao thoa giữa các truyền thống Mã Lai, Hoa và Ấn Độ. Sự đa dạng này không chỉ phản ánh di sản phong phú của đất nước mà còn đóng vai trò thiết yếu, đòi hỏi những người làm kinh doanh tại đây phải am hiểu và thích nghi để đạt được hiệu quả trong công việc.

Malaysia có văn hóa kinh doanh đa dạng

 Truyền thống Mã Lai <i>Ảnh hưởng mạnh mẽ từ văn hóa Hồi giáo và truyền thống bản địa.</i>	 Ảnh hưởng từ người Hoa <i>Di sản văn hóa Trung Hoa góp phần vào phong cách kinh doanh.</i>
 Ảnh hưởng từ văn hoá Ấn Độ <i>Văn hóa Ấn Độ tạo nên sự đa dạng trong giao tiếp kinh doanh.</i>	



➤ Cử chỉ giao tiếp, chào hỏi trong kinh doanh

Tại Malaysia, khi bắt tay với đối tác kinh doanh hãy lưu ý đến các chuẩn mực văn hóa liên quan đến tương tác giới tính. Phụ nữ Malaysia không được phép bắt tay với đàn ông theo tín ngưỡng Hồi giáo. Để đảm bảo sự lịch sự và tôn trọng đối tác, bạn nên lưu ý các nguyên tắc sau:

- Nam giới chỉ nên bắt tay khi người phụ nữ chủ động đưa tay ra trước
- Trong trường hợp người phụ nữ không đưa tay, cách hành xử tinh tế nhất là đặt tay phải lên ngực trái và cúi đầu nhẹ để thể hiện sự chào đón và tôn trọng.
- Riêng đối với nam giới, khi thực hiện bắt tay, phong tục địa phương ưu tiên cách bắt tay nhẹ nhàng và ngắn gọn thay vì nắm quá chặt, nhằm thể hiện sự lịch thiệp và khiêm nhường trong giao tiếp.

➤ Gặp gỡ, đàm phán

Tại Malaysia, do đặc biệt coi trọng việc giữ thể diện, người bản địa rất hiếm khi từ chối trực tiếp bằng từ “không”. Thay vào đó, họ thường sử dụng các cách nói giảm nói tránh như “Tôi sẽ cố gắng” hoặc “Tôi sẽ xem mình có thể làm được gì”. Phong cách giao tiếp gián tiếp này không chỉ giúp duy trì sự hài hòa mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình ra quyết định mang tính hợp tác, một đặc điểm phổ biến trong văn hóa Á Đông.

Bên cạnh đó, tinh thần làm việc nhóm và ý thức cộng đồng mạnh mẽ là những yếu tố thiết yếu trong môi trường kinh doanh tại đây. Người Malaysia luôn ưu tiên sự đồng lòng và hợp tác chặt chẽ giữa các thành viên, coi đó là nền tảng để đạt được thành công chung và duy trì các mối quan hệ bền vững.

➤ Cách trao danh thiếp



Cách trao danh thiếp cho đối tác

01

Cầm bằng cả hai tay

Thể hiện sự tôn trọng tối đa đối với người nhận.

02

Đảm bảo tên hướng lên

Đặt danh thiếp sao cho tên người nhận hướng lên trên.

03

Xem xét cẩn thận

Dành thời gian xem danh thiếp trước khi cất vào túi.

04

Tránh dùng tay trái

Tay trái được coi là không sạch sẽ trong văn hóa này.

Tương tự nhiều quốc gia châu Á khác, danh thiếp tại Malaysia mang ý nghĩa văn hóa quan trọng. Cách bạn trao và nhận danh thiếp phản ánh mức độ tôn trọng mà bạn dành cho đối tác trong các giao dịch kinh doanh. Đặc biệt, theo quan niệm địa phương, tay trái thường được coi là không sạch sẽ, vì vậy bạn nên tránh sử dụng tay trái trong quá trình này. Để thể hiện sự chuyên nghiệp và thái độ tôn trọng, bạn nên thực hiện theo các nguyên tắc sau:

- Sử dụng cả hai tay: Luôn trao và nhận danh thiếp bằng cả hai tay để thể hiện sự chân thành.
- Hướng mặt chữ lên trên: Đảm bảo phần thông tin tên và chức danh hướng về phía người nhận để họ có thể dễ dàng đọc được ngay lập tức.

- **Trân trọng thông tin:** Sau khi nhận, hãy dành một khoảng thời gian ngắn để xem xét kỹ nội dung trên danh thiếp trước khi cất đi hoặc đặt lên bàn. Cử chỉ quan sát này chứng tỏ bạn thực sự quan tâm và tôn trọng đối tác cũng như những thông tin mà họ truyền tải, từ đó tạo nền tảng tốt đẹp cho mối quan hệ hợp tác lâu dài.

➤ **Trang phục trong kinh doanh**

Trong các cuộc họp kinh doanh, việc lựa chọn trang phục công sở lịch sự là yêu cầu bắt buộc để thể hiện sự chuyên nghiệp. Nếu chưa rõ về yêu cầu cụ thể, bạn nên tham khảo ý kiến của người chủ trì để có sự chuẩn bị phù hợp nhất.

Đối với nam giới, trang phục chuẩn mực thường bao gồm bộ vest tối màu kết hợp cùng áo sơ mi dài tay và cà vạt. Đặc biệt, trong những dịp mang tính nghi lễ hoặc trang trọng hơn, áo sơ mi Batik cũng được công nhận là trang phục phù hợp và mang đậm nét văn hóa bản địa.

Riêng với phụ nữ, trang phục cần đảm bảo sự kín đáo để thể hiện thái độ tôn trọng đối với văn hóa sở tại. Các lựa chọn an toàn là váy dài hoặc áo sơ mi có tay, đồng thời nên tránh các thiết kế hở vai, hở đầu gối hoặc hở ngón chân. Việc ưu tiên các trang phục có độ dài phù hợp sẽ giúp bạn xây dựng hình ảnh chín chu và tinh tế trong mắt đối tác.

➤ **Ngôn ngữ trong giao tiếp kinh doanh**

Dù tiếng Anh là ngôn ngữ chính trong giao dịch kinh doanh, việc nắm vững một số câu giao tiếp cơ bản bằng tiếng Bahasa Malaysia sẽ giúp người nước ngoài nhanh chóng xóa bỏ rào cản và xây dựng mối quan hệ gắn kết hơn với đối tác địa phương.

Tuy nhiên, đối với các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, cần lưu ý đến tầm ảnh hưởng sâu rộng của cộng đồng người Hoa. Trong phần khúc này, việc chủ động biên dịch tài liệu hoặc sử dụng tiếng Quan Thoại trong giao tiếp là vô cùng cần thiết để đảm bảo thông tin luôn được truyền tải thông suốt và chính xác.

➤ **Cách tặng quà cho đối tác**

Khi gặp gỡ đối tác kinh doanh tiềm năng, việc tặng quà có thể thể hiện cam kết của bạn trong việc vun đắp mối quan hệ lâu dài. Tránh các màu đen, trắng hoặc xanh lam khi gói quà vì chúng liên quan đến cái chết hoặc nỗi buồn. Hãy nhớ rằng màu vàng chỉ dành riêng cho hoàng gia.

Hơn nữa, hãy đảm bảo quà tặng của bạn là hợp lệ theo luật Hồi giáo và không tặng bất kỳ loại đồ uống có cồn nào cho người theo đạo Hồi. Khi dùng bữa với người Malaysia, hãy chọn nhà hàng Halal để đảm bảo không có thịt lợn và rượu.

HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ MALAYSIA



Doanh nghiệp Việt Nam kết nối giao thương với các hệ thống phân phối và nhà nhập khẩu Malaysia ở Cụm gian hàng TP.HCM tại MIHAS 2025 do ITPC phối hợp tổ chức.

TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI CỦA MALAYSIA

Trung tâm Thương mại Quốc tế (International Trade Centre) ghi nhận về thứ hạng thương mại toàn cầu trong năm 2025 thì Malaysia đứng thứ 12 thế giới về xuất khẩu và thứ 14 về nhập khẩu.

Chỉ số tự do kinh tế của Malaysia là 68 là nền kinh tế đứng thứ 45 trong năm 2026. Malaysia được xếp hạng thứ 8 trên 39 quốc gia trong khu vực châu Á - Thái Bình Dương, và có chỉ số tự do kinh tế cao hơn mức trung bình của thế giới và cả khu vực. (Nguồn: Heritage)

Trong bối cảnh thương mại toàn cầu đối mặt nhiều biến động, Malaysia vẫn đạt tổng kim ngạch thương mại năm 2025 lần đầu vượt 3 nghìn tỷ RM, củng cố, đánh dấu một cột

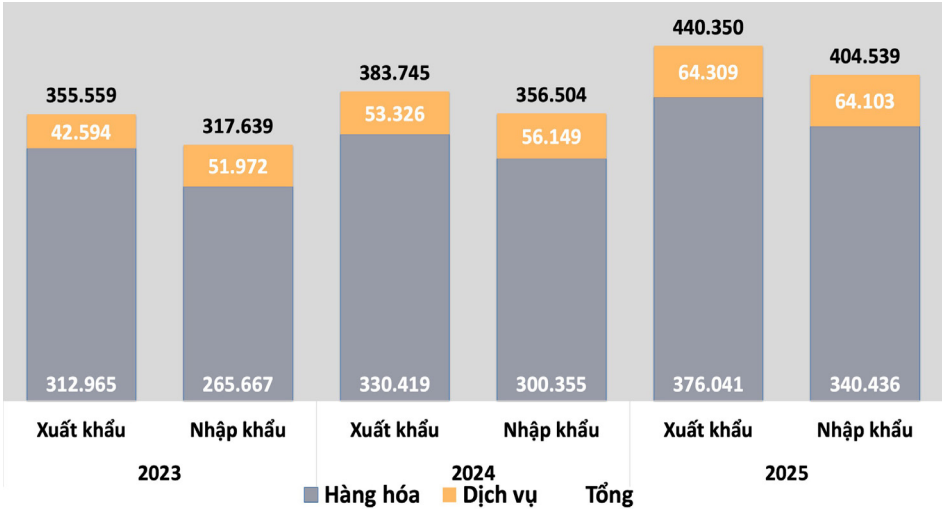
mốc quan trọng đối với thương mại Malaysia khi tổng kim ngạch đạt mức kỷ lục 3,061 nghìn tỷ RM (779 tỷ USD), tăng 6,3% so với năm trước. Trong đó, xuất khẩu đạt 1,607 nghìn tỷ RM (408 tỷ USD), tăng 6,5% và là năm thứ năm liên tiếp vượt ngưỡng một nghìn tỷ RM, trong khi nhập khẩu đạt 1,455 nghìn tỷ RM (370 tỷ USD), tăng 6,2%.

Ngoài ra, Malaysia tiếp tục thu hút dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) chất lượng cao vào các lĩnh vực như sản xuất tiên tiến, công nghệ số và công nghiệp xanh. Những khoản đầu tư này không chỉ hỗ trợ sản xuất hướng tới xuất khẩu mà còn giúp doanh nghiệp Malaysia nâng cao giá trị trong chuỗi cung ứng, đặc biệt trong các lĩnh vực như đóng gói bán dẫn, tự động hóa và công nghệ năng lượng sạch. (Nguồn: Mekongasean)

**Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của Malaysia
giai đoạn 2023 – 2025**

(Nguồn: WTO)

ĐVT: triệu USD



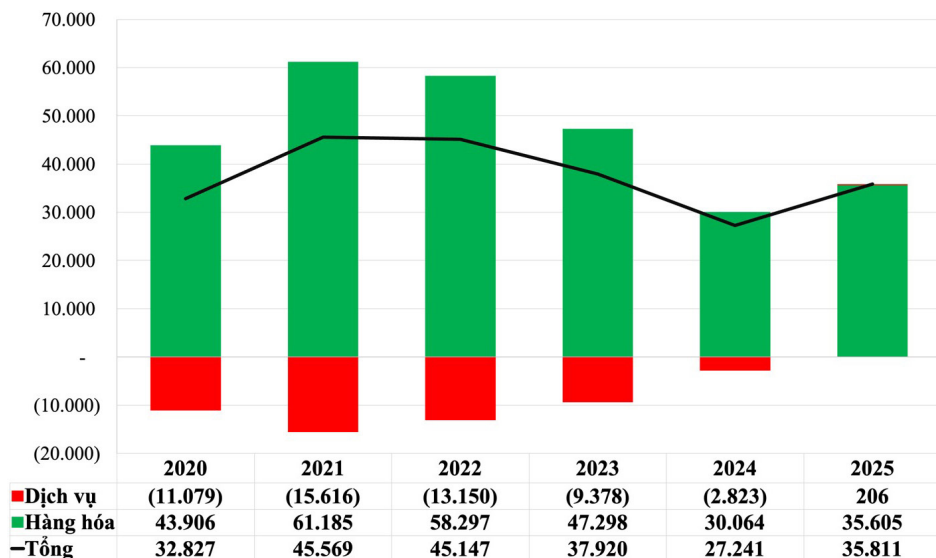
Giá trị xuất khẩu hàng hóa của Malaysia năm 2025 đạt gần 376,04 tỷ USD và nhập khẩu đạt 340,44 tỷ USD, thặng dư 35,61 tỷ USD. Về dịch vụ, năm 2025, Malaysia xuất khẩu 64,31 tỷ USD, nhập khẩu đạt 64,10 tỷ USD, thặng dư 206 triệu USD.

Tổng cán cân thương mại của Malaysia luôn đạt thặng dư trong suốt giai đoạn 2020 – 2025; trong đó, mức thặng dư lớn nhất rơi vào năm 2021 (45,57 tỷ USD) và mức thấp nhất rơi vào năm 2024 (27,24 tỷ USD). Nói riêng về hàng hóa, cán cân của Malaysia luôn ở mức dương; ngược lại với hàng hoá, về dịch vụ, cán cân thương mại của Malaysia chỉ đạt giá trị thặng dư trong năm 2025 với mức kim ngạch 206 triệu USD.

Cán cân thương mại của Malaysia giai đoạn 2020 – 2025

(Nguồn: WTO)

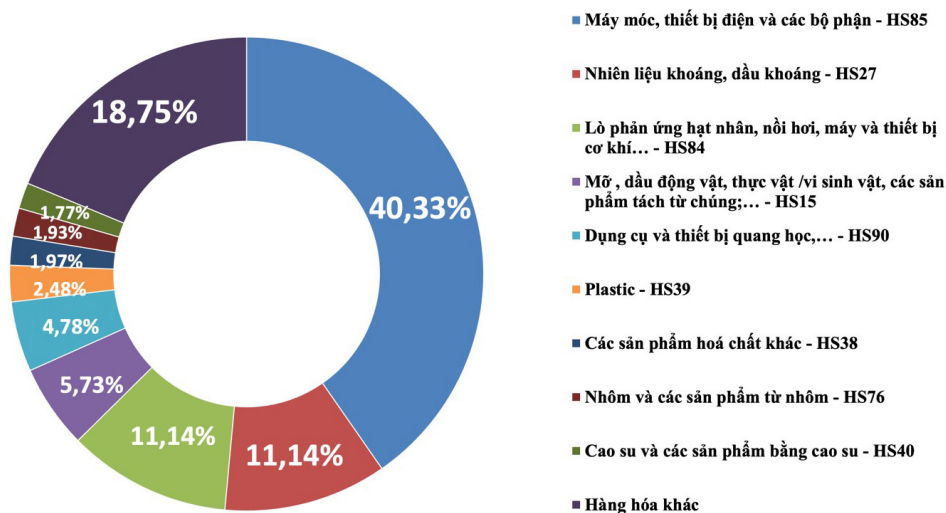
ĐVT: triệu USD



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

Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Malaysia năm 2025

(Nguồn: Trademap)

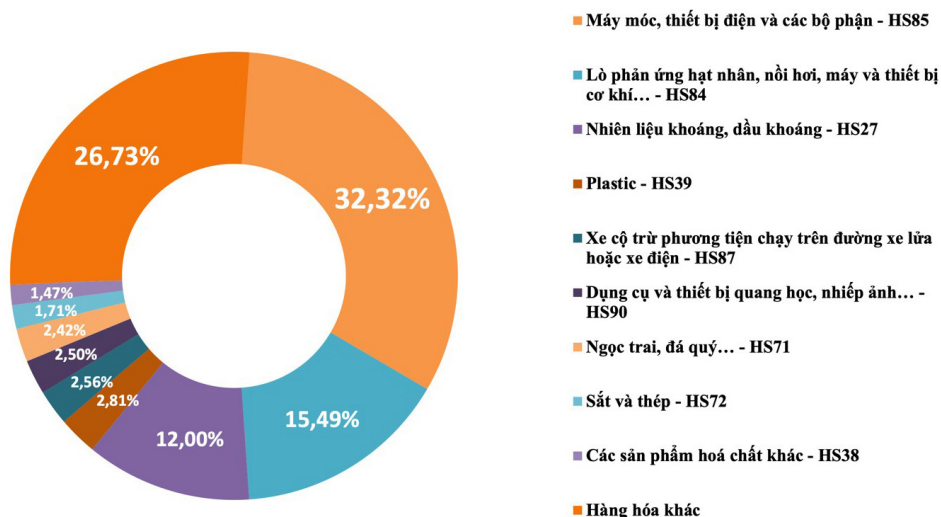


Trong năm qua, 05 mặt hàng xuất khẩu mạnh nhất của Malaysia bao gồm:

1. Máy móc, thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 40,33% tổng lượng xuất khẩu)
2. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng (chiếm 11,14% tổng lượng xuất khẩu)
3. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí... (chiếm 11,14% tổng lượng xuất khẩu)
4. Mỡ, dầu động vật, thực vật/vi sinh vật, các sản phẩm tách từ chúng:... (chiếm 5,73% tổng lượng xuất khẩu)
5. Dụng cụ và thiết bị quang học (chiếm 4,78% tổng lượng xuất khẩu)

Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Malaysia năm 2025

(Nguồn: Trademap)



Về nhập khẩu, 05 mặt hàng mà Malaysia nhập vào nhiều nhất gồm có:

1. Máy móc, thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 32,32% tổng lượng nhập khẩu).
2. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí... (chiếm 15,49% tổng lượng nhập khẩu).
3. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng (chiếm 12,00% tổng lượng nhập khẩu).
4. Plastic (chiếm 2,81% tổng lượng nhập khẩu).
5. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 5,47% tổng lượng nhập khẩu).

Các thị trường xuất khẩu chính của Malaysia năm 2025

(Nguồn: Trademap)

15,51%	Singapore	Thái Lan	3,98%
14,52%	Hoa Kỳ	Việt Nam	3,44%
11,77%	Trung Quốc	Hàn Quốc	3,28%
5,99%	Hồng Kông (Trung Quốc)	Ấn Độ	3,26%
4,74%	Nhật Bản	Indonesia	3,19%

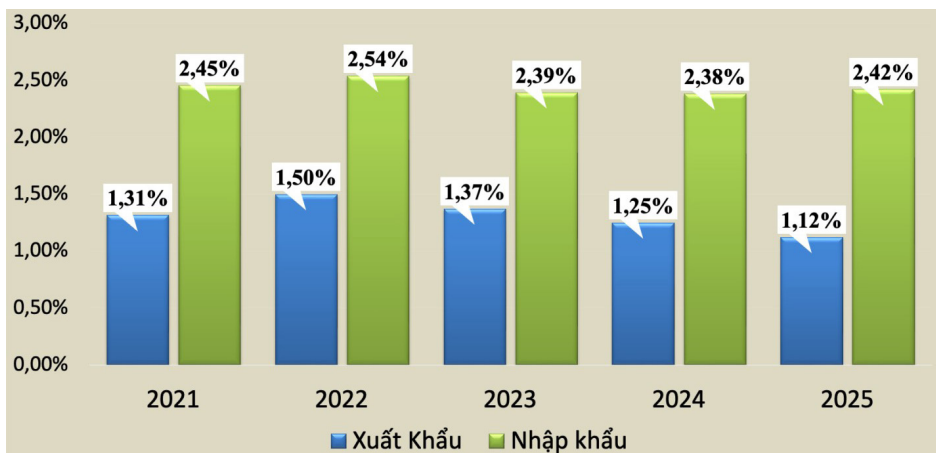
Các thị trường nhập khẩu chính của Malaysia năm 2025

(Nguồn: Trademap)

24,30%	Trung Quốc	Indonesia	4,32%
10,49%	Singapore	Thái Lan	3,75%
9,22%	Hoa Kỳ	Việt Nam	2,54%
4,58%	Nhật Bản	Đức	2,10%
4,44%	Hàn Quốc	Úc	2,06%

Tỉ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu với Malaysia so với tổng giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2021 - 2025

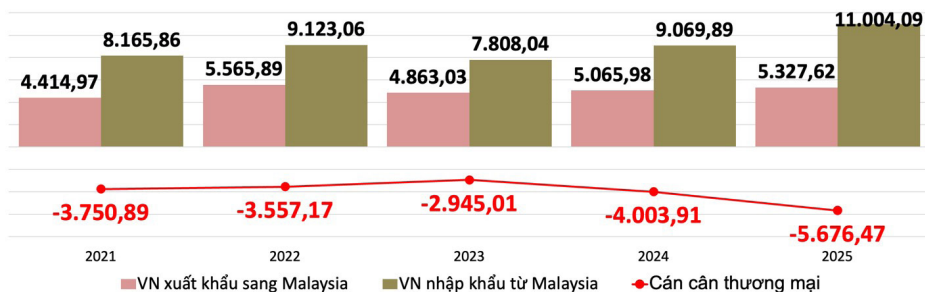
(Nguồn: Cục Hải quan)



Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - Malaysia giai đoạn 2021 - 2025

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Theo số liệu sơ bộ từ Cục Hải quan Việt Nam, năm 2025, tổng kim ngạch thương mại hàng hóa giữa Việt Nam và Malaysia đạt 16,33 tỷ USD, tăng 15,53% so với năm 2024. Trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang Malaysia đạt 5,33 tỷ USD, tăng 5,16% so với cùng kỳ và đóng góp 1,12% vào tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của cả nước ra các thị trường thế giới.

Ở chiều ngược lại, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ Malaysia vào Việt Nam cũng ghi nhận mức tăng trưởng đáng kể khi đạt 11,00 tỷ USD, tăng 21,33% so với năm 2024.

Với kết quả này, thị trường Malaysia hiện chiếm khoảng 2,42% tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ tất cả các đối tác thương mại trên thế giới.

Xét trong giai đoạn 2021 – 2025, quan hệ thương mại song phương giữa Việt Nam và Malaysia duy trì xu hướng tăng trưởng ổn định. Trong giai đoạn này, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam sang Malaysia đạt mức 5,7%/năm. Ở chiều ngược lại, tốc độ tăng trưởng nhập khẩu từ Malaysia vào Việt Nam duy trì ở mức cao hơn với 8,7%/năm, cho thấy cơ cấu thương mại vẫn nghiêng mạnh về phía nhập siêu trong suốt cả giai đoạn.



ITPC tổ chức đoàn doanh nghiệp Việt Nam làm việc với hệ thống siêu thị ST Rosyam Mart tại Malaysia.

Trong hai tháng đầu năm 2026, quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Malaysia tiếp tục ghi nhận đà tăng trưởng ấn tượng. Theo số liệu từ Cục Hải quan, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu song phương đạt 2,89 tỷ USD, tăng 35,5% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này đạt 952 triệu USD (tăng 26,8%), còn kim ngạch nhập khẩu đạt 1,94 tỷ USD (tăng mạnh 40,2%). Do tốc độ nhập khẩu tăng nhanh hơn xuất khẩu, thâm hụt thương mại đã nở rộng lên mức 992 triệu USD, tăng 35% so với mức 635 triệu USD của cùng kỳ năm ngoái.

Đáng chú ý, nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Malaysia đã bứt phá mạnh mẽ trong giai đoạn này. Cụ thể, xuất khẩu gạo tăng 77%, phương tiện vận tải và phụ tùng tăng 162%, đặc biệt mặt hàng xăng dầu ghi nhận mức tăng trưởng đột biến lên tới 581%. Những con số này cho thấy khả năng cung ứng đa dạng và sự thích nghi tốt của hàng hóa Việt Nam đối với nhu cầu thị trường Malaysia trong những tháng đầu năm.

MỘT SỐ SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM SANG MALAYSIA

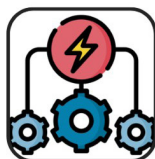
Top 5 mặt hàng Việt Nam xuất khẩu sang Malaysia



Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện

884,09 TRIỆU USD

26,22% ↑



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

548,98 TRIỆU USD

36,29% ↑



4/Điện thoại các loại và linh kiện

392,21 TRIỆU USD

0,01% ↓



3/Sắt thép các loại

417,49 TRIỆU USD

27,43% ↓



5/Phương tiện vận tải và phụ tùng

254,56 TRIỆU USD

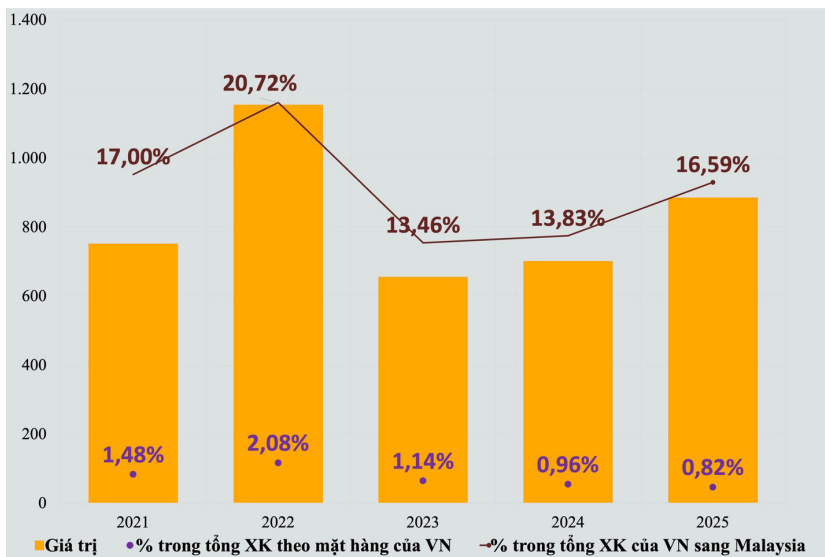
40,69% ↑

Giai đoạn 2021 – 2025 ghi nhận nhóm hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện giữ vị trí dẫn đầu trong danh mục xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Malaysia. Theo số liệu sơ bộ từ Cục Hải quan, riêng trong năm 2025, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này đạt 884,09 triệu USD, tăng trưởng 26,22% so với năm 2024 và đóng góp 16,59% vào tổng giá trị xuất khẩu sang Malaysia. Dù vậy, thị phần của Malaysia hiện chỉ chiếm khoảng 0,82% trong tổng kim ngạch xuất khẩu nhóm sản phẩm cùng loại của cả nước. Đáng chú ý, xét trên cả giai đoạn 2021 – 2025, mặc dù kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này bắt đầu phục hồi và tăng trưởng ổn định từ năm 2023, nhưng tốc độ bứt phá vẫn chưa thể đạt đến mức đỉnh cao như thời điểm trước năm 2022..

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

(Nguồn: Cục Hải quan)

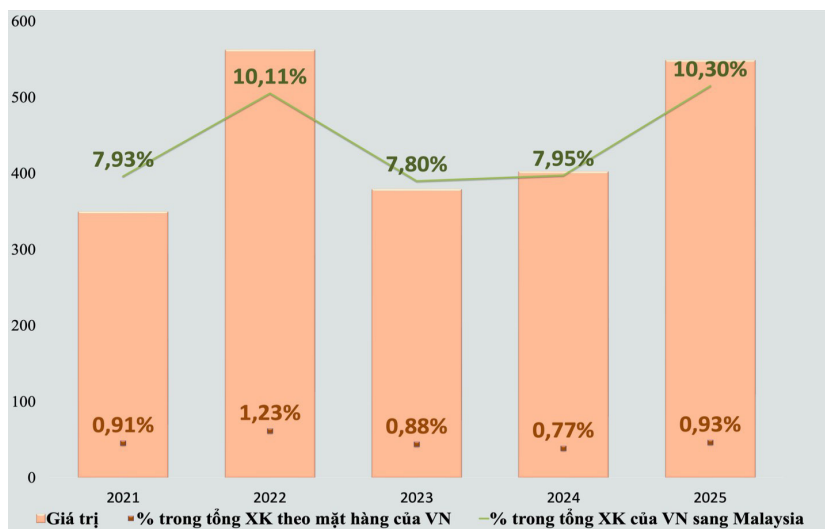
ĐVT: triệu USD



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

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



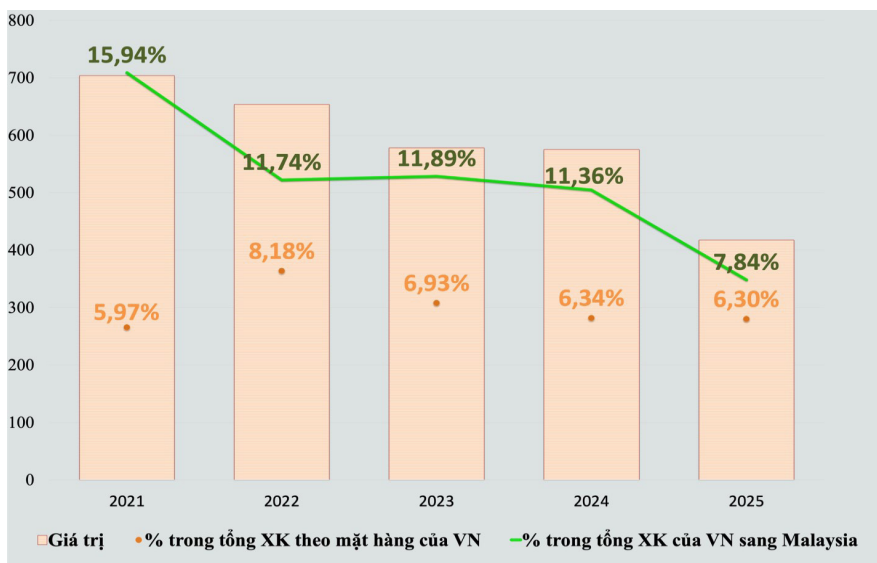
Tiếp theo là máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác đạt 548,98 tỷ USD vào năm 2025, tăng 36,29% so với năm 2024, chiếm 10,30% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này, chiếm 0,93% thị phần các sản phẩm tương tự của Việt Nam xuất khẩu ra tất cả các nước. Tương tự, đà tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này có phần chững lại sau năm 2022, với có tỷ lệ thay đổi bình quân là +21,57%/năm.

Vị trí thứ 3 trong số những sản phẩm Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang Malaysia năm 2025 là sắt thép các loại, đạt 417,49 triệu USD, giảm 27,43% so với cùng kì 2024, chiếm 7,84% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang nước này, chiếm 7,30% xuất khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam với tất cả các đối tác thương mại. Từ 2021 - 2025, nhu cầu về mặt hàng này tại nước bạn giảm dần.

Kim ngạch xuất khẩu sắt thép các loại của Việt Nam sang Malaysia

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Trong năm 2025, những mặt hàng xuất khẩu sang Malaysia ghi nhận sự gia tăng về kim ngạch so với năm 2024, cụ thể là các mặt hàng: xăng dầu các loại (106,06%, tăng mạnh nhất trong tất cả các mặt hàng); hàng rau quả (81,95%); sản phẩm từ sắt thép (63,18%); sắn và các sản phẩm từ sắn (62,40%); hạt tiêu (61,41%);.... Tuy nhiên, nước ta cũng ghi nhận một số mặt hàng có lượng kim ngạch giảm như: sản phẩm hoá chất (-61,13%); gạo (-43,70%); sản phẩm gốm, sứ (-27,59%);...

MỘT SỐ SẢN PHẨM NHẬP KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM TỪ MALAYSIA

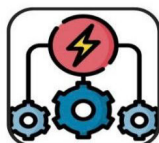
Top 5 mặt hàng Việt Nam nhập khẩu từ Malaysia



Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện

3,94 TỶ USD

69,30%↑



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

1,03 TỶ USD

42,27%↑



4/Kim loại thường khác

612,28 TRIỆU USD

11,96%↑



3/Xăng dầu các loại

1.03 TỶ USD

35,01%↓



5/Hóa chất

511,68 TRIỆU USD

6,10%↓

Trong năm 2025, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đã vươn lên vị trí dẫn đầu trong danh mục hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Malaysia. Kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này đạt 3,94 tỷ USD, ghi nhận mức tăng trưởng bứt phá lên tới 69,30% so

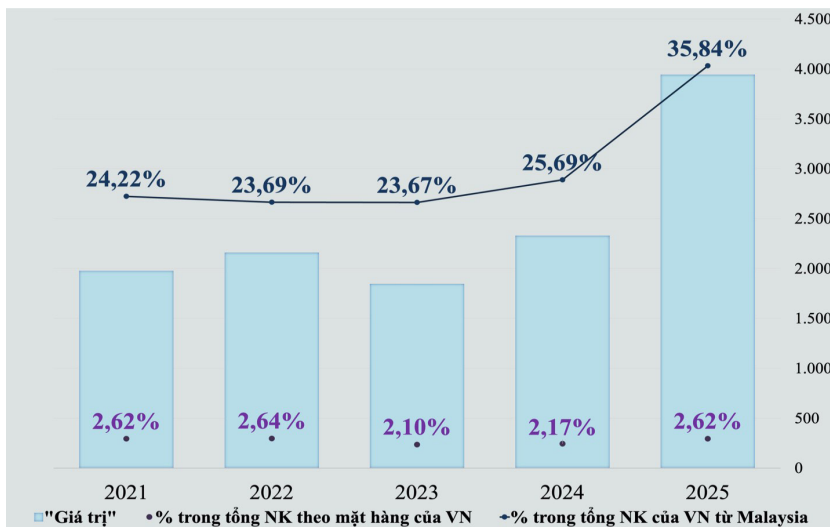
với cùng kỳ năm 2024. Với kết quả này, mặt hàng trên chiếm tỷ trọng 35,84% tổng giá trị nhập khẩu từ Malaysia và đóng góp 2,62% vào tổng kim ngạch nhập khẩu sản phẩm cùng loại của Việt Nam từ tất cả các đối tác quốc tế. Nhìn chung, nhu cầu nhập khẩu nhóm hàng này của Việt Nam có xu hướng tăng dần theo thời gian và đặc biệt bùng nổ mạnh mẽ nhất vào năm 2025.



Kim ngạch nhập khẩu máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện của Việt Nam từ Malaysia

(Nguồn: Cục Hải quan)

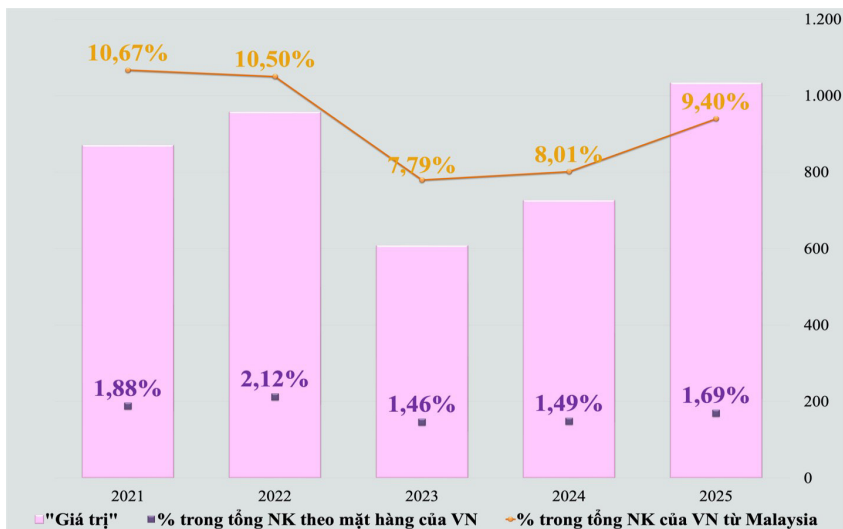
ĐVT: triệu USD



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

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



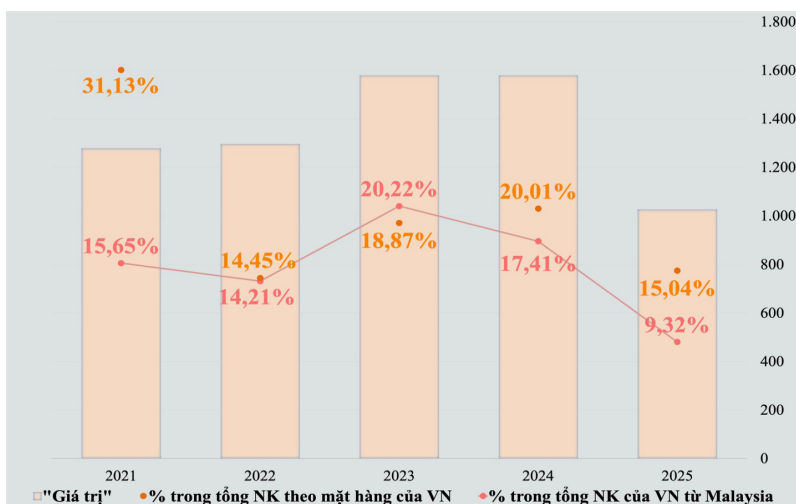
Đứng ở vị trí tiếp theo là nhóm hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ và phụ tùng khác với kim ngạch nhập khẩu đạt 1,03 tỷ USD vào năm 2025. Con số này đánh dấu mức tăng trưởng 42,27% so với năm 2024, chiếm tỷ trọng 9,40% tổng kim ngạch nhập khẩu từ Malaysia và đóng góp khoảng 1,69% tổng giá trị nhập khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam từ thị trường thế giới. Tuy nhiên, nếu xét trong cả giai đoạn 2021 – 2025, đà tăng trưởng kim ngạch của nhóm mặt hàng này đã có dấu hiệu chững lại bắt đầu từ năm 2023.

Xăng dầu các loại là mặt hàng đứng vị trí thứ 3 trong danh mục nhập khẩu từ Malaysia với kim ngạch đạt 1,03 tỷ USD vào năm 2025. Dù chiếm 9,32% giá trị nhập khẩu từ quốc gia này và đóng góp 15,04% tổng kim ngạch nhập khẩu xăng dầu của cả nước, mặt hàng này vẫn ghi nhận sự sụt giảm đáng kể 35,01% so với cùng kỳ năm 2024. Trong giai đoạn 2021 – 2025, hoạt động thương mại mặt hàng này có tốc độ tăng trưởng bình quân dao động quanh mức 6,60%.

Kim ngạch nhập khẩu xăng dầu các loại của Việt Nam từ Malaysia

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Trong năm 2025, các mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam từ Malaysia đều ghi nhận cả hai tăng trưởng cũng như giảm sút về kim ngạch so với năm 2024. Trong đó, các mặt hàng ghi nhận sự tăng trưởng về kim ngạch nhập khẩu là: phương tiện vận tải khác và phụ tùng (mặt hàng tăng mạnh nhất với tỷ lệ tăng trưởng là 759,38%); sắt thép các loại (327,82%); sản phẩm khác từ dầu mỏ (222,19%);... trong khi đó, một số mặt hàng có ghi nhận sự sụt giảm về kim ngạch nhập khẩu như: than các loại (-94,95%); cao su (-49,52%); xăng dầu các loại (-42,26%);...

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ MALAYSIA

BỨT PHÁ MẠNH MỀ VỀ QUY MÔ VÀ THỨ HẠNG (NĂM 2025)

Theo Cục Đầu tư nước ngoài (Bộ Kế hoạch và Đầu tư), Báo cáo tình hình thu hút FDI 12 tháng năm 2025, dòng vốn FDI từ Malaysia vào Việt Nam đã ghi nhận sự tăng trưởng kỷ lục. Tổng vốn đăng ký trong năm 2025 đạt 2.062,9 triệu USD (hơn 2,06 tỷ USD).

Con số này đánh dấu mức tăng trưởng đột phá lên tới 1014,0% so với cùng kỳ năm trước. Nhờ đó, Malaysia đã thăng hạng vượt bậc (tăng 10 bậc), vươn lên trở thành nhà đầu tư nước ngoài lớn thứ 6 tại Việt Nam trong năm.

Tính lũy kế đến nay, tổng vốn đầu tư của Malaysia vào Việt Nam đã vượt 13 tỷ USD với hơn 760 dự án còn hiệu lực. Trong khu vực ASEAN, Malaysia thường xuyên duy trì vị trí top 3 quốc gia có lượng vốn đầu tư lớn nhất vào Việt Nam (2 quốc gia còn lại là Singapore và Thái Lan). Các địa phương thu hút vốn từ Malaysia mạnh nhất bao gồm TP.HCM, Hà Nội, Bắc Ninh, Đồng Nai và Hải Phòng.

CÁC LĨNH VỰC ĐẦU TƯ TRỌNG ĐIỂM VÀ XU HƯỚNG MỚI (2025 - 2026)

Lĩnh vực truyền thống: Dòng vốn chủ yếu tập trung vào phát triển bất động sản, công nghiệp chế biến - chế tạo, cơ sở hạ tầng, tài chính, và dịch vụ lưu trú/ăn uống. Một ví dụ tiêu biểu ghi nhận vào cuối năm 2025 là dự án kinh doanh dịch vụ ăn uống của Công ty TNHH Oryz Boutique (Malaysia) với tổng vốn góp mua cổ phần đạt 200 triệu USD tại TP.HCM.

Định hướng chiến lược mới: Bước sang năm 2026, Việt Nam và Malaysia đang nỗ lực mở rộng hợp tác đầu tư vào các lĩnh vực mang tính định hướng tương lai như phát triển kinh tế xanh, chuyển đổi năng lượng, và công nghiệp bán dẫn. Các doanh nghiệp Malaysia cũng đang đẩy mạnh khảo sát khả năng khai thác năng lượng tái tạo (như điện gió ngoài khơi) tại Việt Nam để hướng tới việc kết nối mạng lưới điện chung của ASEAN.

NHỮNG THUẬN LỢI CƠ HỘI VÀ KHÓ KHĂN THÁCH THỨC ĐỐI VỚI HÀNG VIỆT TẠI THỊ TRƯỜNG MALAYSIA

CƠ HỘI - THUẬN LỢI



ITPC tiếp và làm việc với Tổng Lãnh sự quán Malaysia.

Mối quan hệ giữa Việt Nam và Malaysia đang ở giai đoạn phát triển tốt đẹp nhất sau khi nâng cấp lên Đối tác Chiến lược Toàn diện vào tháng 11/2024.

Trong khu vực ASEAN, Malaysia là một trong những thị trường xuất khẩu quan trọng nhất của Việt Nam. Xét về quy mô, quốc gia này hiện đang là đối tác thương mại lớn thứ hai của nước ta, chỉ đứng sau Thái Lan. Hơn nữa, bước sang giai đoạn 2026 - 2030, hai quốc gia bắt đầu thực thi Chương trình Hành động (POA) mới, đóng vai trò “kim chỉ nam” để hiện thực hóa mục tiêu kim ngạch thương mại song phương 25 tỷ USD vào năm 2030.

Bên cạnh nền tảng sẵn có, lợi thế cùng là thành viên của các hiệp định thương mại thế hệ mới như CPTPP và RCEP đang tạo ra đòn bẩy mạnh mẽ cho cả hai nước. Yếu tố này giúp thương mại song phương phát triển sâu sắc và bền vững, không chỉ tăng trưởng về mặt kim ngạch mà còn tối ưu hóa được chất lượng và cấu trúc thương mại.

Bên cạnh nhu cầu tiêu dùng đa dạng và nét tương đồng về văn hóa với Việt Nam, Malaysia còn có độ mở thị trường lớn, sẵn sàng đóng vai trò là cửa ngõ chiến lược để hàng hóa Việt Nam tiến vào thị trường Halal toàn cầu. Đây sẽ là cơ hội để doanh nghiệp Việt mở rộng tại thị trường này.

Bên cạnh đó, cộng đồng khoảng 30.000 người Việt đang sinh sống, học tập tại Malaysia cũng tạo ra một thị trường tiêu thụ tại chỗ đáng kể, góp phần thúc đẩy phong trào “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” ở nước sở tại.

Cơ cấu thương mại giữa hai nước mang tính bổ trợ cao. Trong khi Việt Nam xuất khẩu chủ yếu các mặt hàng máy móc, thiết bị điện tử và nông sản sang Malaysia; ở chiều ngược lại, nước ta nhập khẩu nhiều sản phẩm công nghệ cao và nguyên liệu sản xuất. Sự cộng hưởng này giúp các doanh nghiệp Việt Nam tối ưu hóa chuỗi cung ứng, từ đó nâng cao sức cạnh tranh cho hàng hóa khi xuất khẩu.

Theo thông tin từ Thương vụ Việt Nam tại Malaysia, Chính phủ nước bạn hiện đang sử dụng các chính sách tài chính để khuyến khích thương mại xanh. Cụ thể: các sản phẩm đạt chứng chỉ ESG bền vững sẽ được giảm từ 5-10% thuế quan so với sản phẩm thông thường. Các sản phẩm đạt chứng chỉ Halal sẽ được hưởng ưu đãi lãi suất và cắt giảm lên đến 20% phí kiểm duyệt nhập khẩu. Ngoài ra, Malaysia còn cung cấp nền tảng MyESG giúp doanh nghiệp đánh giá tiến độ ESG miễn phí trong 6 tháng đầu.

TÁC ĐỘNG CỦA HIỆP ĐỊNH ĐỐI TÁC TOÀN DIỆN VÀ TIẾN BỘ XUYÊN THÁI BÌNH DƯƠNG (CPTPP)

Từ khi CPTPP chính thức có hiệu lực đối với Malaysia vào tháng 11/2022, kim ngạch xuất khẩu của quốc gia này sang các nước thành viên trong khối đã ghi nhận đà tăng trưởng tích cực. Cụ thể, trong năm 2025, xuất khẩu của Malaysia sang khối CPTPP đạt khoảng 486,8 tỷ RM (tương đương 123,5 tỷ USD), tăng 4,7% so với mức 464,8 tỷ RM (117,9 tỷ USD) của năm 2024. Với tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước đạt 1.607 tỷ RM (407,7 tỷ USD) trong năm 2025, thị trường CPTPP hiện chiếm khoảng 30% tổng giá trị xuất khẩu của Malaysia.

Điểm nhấn đáng chú ý nhất trong quá trình tận dụng CPTPP của Malaysia là sự gia tăng mạnh mẽ của dòng chảy xuất khẩu sang các thị trường ngoài châu Á. Thông qua hiệp định này, các doanh nghiệp Malaysia không chỉ tiếp cận được các thị trường phi truyền thống như Canada, Mexico và Peru, mà còn lần đầu tiên được hưởng ưu đãi thuế quan khi thâm nhập thị trường Anh – nơi trước đây hàng hóa phải chịu mức thuế thông thường.

Theo Bộ trưởng Bộ Đầu tư, Thương mại và Công nghiệp Malaysia, ông Johari Abdul Ghani, đà tăng trưởng này được thúc đẩy chủ yếu nhờ sự bứt phá tại các thị trường: Mexico (tăng 57%), Chile (tăng 15,3%), Singapore (tăng 8,1%), Việt Nam (tăng 2,6%), Anh (tăng 2,4%), Canada (tăng 2,1%) và Peru (tăng 1,6%).

Sự chuyển dịch này cho thấy các doanh nghiệp xuất khẩu Malaysia đang tận dụng rất hiệu quả CPTPP để vươn tới các thị trường tiêu dùng rộng lớn khắp vành đai Thái Bình

**Tăng trưởng xuất khẩu của Malaysia
sang một số thị trường CPTPP được chọn (2025)**

Thị Trường	Tăng trưởng xuất khẩu
Mexico	57%
Chile	15,3%
Singapore	8,1%
Việt Nam	2,6%
Vương Quốc Anh	2,4%
Canada	2,1%

Nguồn: Bộ thương mại, công nghiệp và đầu tư Malaysia (Miti), Bernama

Dương, từng bước vượt ra khỏi không gian thương mại truyền thống tại khu vực Đông và Đông Nam Á.

Thương mại của Malaysia với các nước thành viên CPTPP hiện được thúc đẩy chủ yếu bởi nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tạo, đặc biệt trong các lĩnh vực mà quốc gia này đang giữ vai trò trung tâm của mạng lưới sản xuất khu vực. Riêng các sản phẩm điện và điện tử đã chiếm khoảng 40% tổng kim ngạch xuất khẩu của Malaysia, mang lại giá trị xuất khẩu hàng năm lên tới hơn 575 tỷ RM (145,8 tỷ USD).

Trong bức tranh tổng thể về hội nhập kinh tế quốc tế, việc Việt Nam và Malaysia cùng là thành viên của CPTPP đã và đang tạo ra những động lực mới, sâu sắc và bền vững cho hợp tác thương mại song phương. Sự tăng trưởng này gắn liền với lộ trình cắt giảm thuế quan sâu rộng, cùng các quy định minh bạch về xuất xứ, tiêu chuẩn kỹ thuật và thủ tục hải quan. Nhờ đó, cộng đồng doanh nghiệp hai nước có được một “đường băng” pháp lý thuận lợi để tiếp cận thị trường, đặc biệt là vượt qua các rào cản thuế và phi thuế quan truyền thống. Yếu tố này không chỉ giúp gia tăng quy mô kim ngạch mà còn tối ưu hóa chất lượng và cấu trúc thương mại.

Ở chiều xuất khẩu của Việt Nam sang Malaysia, cơ cấu hàng hóa tiếp tục ghi nhận sự chuyển dịch tích cực, gắn liền với các ngành có lợi thế về công nghiệp chế biến, chế tạo.

Cụ thể, nhóm hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện vươn lên dẫn đầu, chiếm 16,9% tổng kim ngạch xuất khẩu và tăng mạnh 40% so với cùng kỳ. Theo sau là nhóm máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng với tỷ trọng 9,6% (tăng 21,9%). Đáng chú ý, nhóm phương tiện vận tải và phụ tùng ghi nhận mức tăng trưởng đột phá lên tới 65,2%, phát đi tín hiệu tích cực về việc mở rộng chuỗi cung ứng công nghiệp giữa hai nước.

Xuất khẩu: có sự dịch chuyển tích cực

16.9%

Điện tử & linh kiện

Tăng 40% so với cùng kỳ

9.6%

Máy móc thiết bị

Tăng 21.9%

65.2%

Phương tiện vận tải

Phụ tùng tăng mạnh

Cơ cấu hàng hóa chuyển dịch theo hướng công nghiệp, chế biến, chế tạo - gắn với lợi thế của Việt Nam.

Tuy nhiên, xuất khẩu nhiều mặt hàng truyền thống của Việt Nam sang Malaysia đang gặp không ít khó khăn. Thực tế này không chỉ phản ánh sự cạnh tranh ngày càng gay gắt trên thị trường sở tại, mà còn cho thấy áp lực lớn đối với hàng hóa Việt Nam trong việc phải liên tục nâng cao chất lượng, đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật và gia tăng hàm lượng giá trị để tồn tại trong một sân chơi khắt khe như CPTPP.

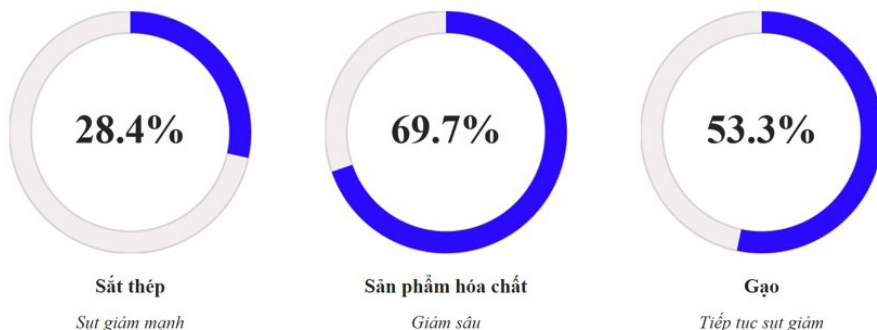
Những con số tăng trưởng này gắn liền với tác động tích cực từ Hiệp định CPTPP. Việc cắt giảm sâu thuế quan theo lộ trình cam kết, cùng với các quy định minh bạch về xuất xứ, tiêu chuẩn kỹ thuật và thủ tục hải quan đã tạo ra một cơ chế chính sách thuận lợi cho doanh nghiệp Việt Nam khi tiếp cận thị trường Malaysia. Đây là lợi thế then chốt so với giai đoạn trước khi CPTPP có hiệu lực – thời điểm nhiều ngành hàng của chúng ta còn vấp phải các rào cản thuế và phi thuế quan cao.

Tuy nhiên, ở chiều ngược lại, kim ngạch xuất khẩu của nhiều mặt hàng truyền thống từ Việt Nam sang Malaysia như sắt thép, sản phẩm hóa chất và gạo lại ghi nhận mức sụt giảm mạnh, với tỷ lệ giảm lần lượt là 28,4%, 69,7% và 53,3%.

Theo báo cáo của Thương vụ Việt Nam tại Malaysia, quốc gia này được đánh giá là thị trường có sức mua khá. Đặc biệt, việc cùng tham gia các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, điển hình là CPTPP, đã tạo ra cơ hội hội nhập và giảm thiểu đáng kể các rào cản đối với hàng hóa Việt Nam. Bên cạnh đó, Malaysia cũng đang thiếu hụt nguồn cung nội địa đối với một số mặt hàng thiết yếu như gạo, thủy hải sản – vốn là những lĩnh vực xuất khẩu thế mạnh truyền thống của nước ta.

Tuy nhiên, bên cạnh yếu tố thuế quan và kỹ thuật, CPTPP cũng đặt doanh nghiệp Việt Nam vào một cuộc cạnh tranh mới về thương hiệu và giá trị văn hóa. Chia sẻ từ thực

Thách thức từ cạnh tranh tại thị trường Malaysia



Áp lực nâng cao chất lượng, tiêu chuẩn và giá trị gia tăng trong sản chơi CPTPP ngày càng khắt khe.

tế thị trường cho thấy, dù chất lượng sản phẩm không thua kém, nhiều thương hiệu Việt vẫn lép vế do hạn chế về bao bì, thiết kế và câu chuyện thương hiệu.

Câu chuyện của Nonla Vietnam Global với sản phẩm Aodai Coffee là một minh chứng điển hình cho việc vượt qua thách thức này. Việc xây dựng hình ảnh sản phẩm dựa trên bản sắc văn hóa áo dài đã giúp thương hiệu này tạo ấn tượng mạnh tại thị trường Malaysia. Ông Nguyễn Trung Chính, Founder & CEO Công ty TNHH Nonla Vietnam Global cho biết, trong môi trường bán lẻ cạnh tranh khốc liệt, doanh nghiệp chỉ có “3 giây vàng” để gây ấn tượng với khách hàng khi họ đứng trước quầy kệ. Khi chất lượng sản phẩm đi kèm hình ảnh chuyên nghiệp và câu chuyện bản sắc rõ nét, hàng Việt hoàn toàn có đủ khả năng sánh vai với các thương hiệu quốc tế.

Nói cách khác, CPTPP đã mở cửa, nhưng cánh cửa đó rộng đến đâu phụ thuộc rất lớn vào năng lực của từng doanh nghiệp. Khi doanh nghiệp làm chủ được tiêu chuẩn, thương hiệu, logistics và câu chuyện sản phẩm, thì CPTPP mới thực sự trở thành “đòn bẩy chiến lược” cho hàng Việt tại Malaysia.

TÁC ĐỘNG CỦA HIỆP ĐỊNH RCEP ĐẾN CHUỖI CUNG ỨNG VIỆT NAM – MALAYSIA

Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP) đang khẳng định vai trò khuôn khổ quan trọng trong việc thúc đẩy hội nhập kinh tế và thương mại khu vực Châu Á. Điểm khác biệt cốt lõi của RCEP không nằm ở việc tạo ra các tác động đột biến về cắt giảm thuế quan, mà tập trung vào việc chuẩn hóa, hài hòa hóa các quy định thương mại và tạo ra một không gian sản xuất thống nhất.

Đối với quan hệ thương mại song phương Việt Nam – Malaysia, RCEP đóng vai trò là động lực thúc đẩy, giúp tái cơ cấu và gắn kết chặt chẽ chuỗi cung ứng giữa hai nền kinh tế trong khu vực Đông Nam Á.

➤ **Tối ưu hóa chuỗi giá trị toàn cầu thông qua cơ chế "Quy tắc xuất xứ cộng gộp"**

Trong hoạt động thương mại quốc tế, quy tắc xuất xứ thường là rào cản kỹ thuật lớn nhất để doanh nghiệp tiếp cận các ưu đãi thuế quan. Hiệp định RCEP đã thiết lập các cơ chế mới nhằm tháo gỡ vấn đề này.



Cơ chế "Cộng gộp toàn khu vực" (Regional Cumulation): Điểm nhấn quan trọng của RCEP là cho phép doanh nghiệp cộng gộp hàm lượng giá trị khu vực (Regional Value Content - RVC) từ toàn bộ 15 quốc gia thành viên. Thay vì giới hạn nguồn nguyên liệu nội địa hoặc nội khối hẹp để đạt tỷ lệ xuất xứ quy định (thường là 40%), không gian truy xuất nguồn gốc nay đã được mở rộng tối đa.

Kịch bản thực tiễn: Một doanh nghiệp sản xuất tại Việt Nam có thể nhập khẩu linh kiện điện tử từ Nhật Bản, màn hình từ Hàn Quốc, và nguyên vật liệu từ Trung Quốc. Sau quá trình gia công, lắp ráp tại các khu công nghiệp (như Bắc Ninh, Bình Dương), sản phẩm hoàn thiện được xuất khẩu sang Malaysia. Theo cơ chế của RCEP, sản phẩm cuối cùng vẫn đáp ứng tiêu chuẩn "hàng hóa có xuất xứ RCEP" để thụ hưởng mức thuế suất ưu đãi. Điều này giúp tối giản hóa các thủ tục hành chính phức tạp vốn tồn tại khi áp dụng đan chéo các FTA song phương trước đây.

□ **Tác động đến các ngành công nghiệp trọng điểm:**

Lĩnh kiện điện tử và Công nghệ cao: Thay vì chỉ dừng lại ở việc trao đổi lĩnh kiện đơn thuần, hai nền kinh tế đang thắt chặt liên kết trong chuỗi cung ứng bán dẫn toàn cầu. Malaysia hiện là một trong những trung tâm lớn của khu vực về đóng gói và kiểm thử vi mạch (OSAT). Trong khi đó, Việt Nam đang thu hút mạnh mẽ dòng vốn FDI, đóng vai trò là mắt xích quan trọng trong lĩnh vực lắp ráp thiết bị điện tử. Sự cộng hưởng này, kết hợp với quy tắc xuất xứ cộng gộp của RCEP, giúp nguyên vật liệu luân chuyển với chi phí tối ưu, củng cố vị thế trung tâm sản xuất của cả hai quốc gia trong mạng lưới giá trị toàn cầu.

Dệt may và Da giày: Những hạn chế về nguồn cung do các quy định xuất xứ nghiêm ngặt (như quy tắc "từ sợi trở đi" trong Hiệp định CPTPP) được RCEP điều chỉnh linh hoạt hơn. Cơ chế này tạo điều kiện thuận lợi cho ngành dệt may Việt Nam trong việc đa dạng hóa nguồn nhập khẩu nguyên liệu nội khối và gia tăng kim ngạch xuất khẩu thành phẩm sang thị trường Malaysia.

➤ **Định hình cơ cấu hàng hóa xuất nhập khẩu theo hướng bổ trợ lẫn nhau**



Tác động của RCEP không chỉ dừng lại ở khía cạnh cải cách thủ tục hành chính mà còn góp phần tái cơ cấu rổ hàng hóa trao đổi giữa hai nước, thúc đẩy mối quan hệ hợp tác kinh tế mang tính bổ trợ.

□ **Định hướng dòng chảy Nhập khẩu (Từ Malaysia vào Việt Nam)**

Nền kinh tế Việt Nam với định hướng thúc đẩy công nghiệp chế biến, chế tạo và xuất khẩu đang có nhu cầu lớn về nguyên liệu đầu vào phục vụ sản xuất. Malaysia, với thế mạnh phát triển công nghiệp nền tảng sớm hơn, có khả năng đáp ứng hiệu quả nhu cầu này:

Công nghiệp Hóa chất và Dầu khí: Các sản phẩm hóa dầu, nguyên liệu nhựa sinh học từ Malaysia là nguồn cung ứng quan trọng cho ngành công nghiệp sản xuất đồ gia dụng, bao bì và linh kiện nhựa tại Việt Nam.

Máy móc và Công nghiệp phụ trợ: Việc nhập khẩu máy móc chuyên dụng và linh kiện điện tử từ Malaysia hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam nâng cấp dây chuyền công nghệ, đáp ứng tiêu chuẩn kỹ thuật khắt khe của các thị trường xuất khẩu trọng điểm (EU, Hoa Kỳ). Malaysia đóng vai trò là đối tác cung ứng ổn định trong khu vực, góp phần giảm thiểu chi phí và rủi ro logistics.

□ **Định hướng dòng chảy Xuất khẩu (Từ Việt Nam sang Malaysia)**

Thuận lợi hóa thương mại và thông quan: Trong khuôn khổ RCEP, việc thiết lập khung quy định chung về rút ngắn thời gian giải phóng hàng hóa là một bước ngoặt lớn. Đặc biệt, yêu cầu thông quan trong vòng 6 giờ đối với hàng chuyển phát nhanh và hàng dễ hư hỏng sẽ tạo điều kiện thuận lợi tối đa cho nhóm ngành nông - thủy sản Việt Nam. Các mặt hàng nông sản và hải sản chế biến có thể tiếp cận thị trường Malaysia với chất lượng được bảo đảm và chi phí lưu kho được tiết giảm đáng kể.

Chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu: Cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam đang dần giảm tỷ trọng nông sản thô, tăng tỷ trọng hàng công nghiệp chế biến, chế tạo. RCEP góp phần thúc đẩy kim ngạch xuất khẩu các nhóm hàng máy móc, thiết bị, phụ tùng và thiết bị viễn thông từ Việt Nam sang Malaysia, phản ánh sự cải thiện năng lực sản xuất và sự tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị gia tăng.

➤ **Áp lực cạnh tranh nội khối và yêu cầu nâng cao năng lực hội nhập**

Bên cạnh những cơ hội thuận lợi, việc thực thi Hiệp định RCEP cũng đặt ra nhiều thách thức về năng lực cạnh tranh cho hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam.

Sức ép cạnh tranh từ các nền kinh tế quy mô lớn: Thông qua RCEP, hàng hóa từ các quốc gia như Trung Quốc có thể tiếp cận thị trường Malaysia với lộ trình cắt giảm thuế quan ưu đãi tương đương Việt Nam. Với lợi thế vượt trội về quy mô sản xuất (tính kinh tế theo quy mô), chuỗi cung ứng đồng bộ và khả năng tự chủ nguyên liệu, các mặt hàng công nghiệp và tiêu dùng từ Trung Quốc tạo ra áp lực cạnh tranh rất lớn về giá thành đối với sản phẩm nội địa Việt Nam.

ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG TỪ HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI HÀNG HÓA ASEAN (ATIGA) VÀ ĐỊNH HƯỚNG NÂNG CẤP TOÀN DIỆN

Hiệp định Thương mại Hàng hóa ASEAN (ATIGA) được xem là nền tảng pháp lý lâu đời và mang tính cốt lõi nhất, hiện đang chi phối hơn 70% tổng kim ngạch thương mại nội khối ASEAN. Trong bối cảnh Hiệp định ATIGA nâng cấp đã chính thức được ký kết, tính chất tác động của Hiệp định đối với quan hệ thương mại Việt Nam – Malaysia đang có sự dịch chuyển: chuyển từ mô hình "cạnh tranh bằng ưu đãi thuế quan" sang mô hình "cạnh tranh bằng năng lực thuận lợi hóa thương mại và tiêu chuẩn hóa".

➤ **Nền tảng ưu đãi thuế quan đã bước vào giai đoạn bão hòa**

Sau hơn một thập kỷ thực thi, những lợi ích trực tiếp từ việc cắt giảm thuế quan theo ATIGA đã đạt đến giới hạn tối đa.

Đạt đỉnh cam kết hội nhập: Hiện tại, gần như 100% các dòng thuế xuất nhập khẩu áp dụng cho hàng hóa có xuất xứ nội khối giữa Việt Nam và Malaysia đã được xóa bỏ (đưa về mức 0%). Điều này đồng nghĩa với việc "dư địa" để tạo ra sự tăng trưởng đột phá từ các gói ưu đãi thuế quan thuần túy không còn nhiều.

Yêu cầu chuyển đổi lợi thế cạnh tranh: Khi thuế quan không còn là rào cản, các doanh nghiệp xuất khẩu của cả hai nước đang đứng trên cùng một vạch xuất phát về giá cơ sở. Do đó, lợi thế cạnh tranh hiện tại đã dịch chuyển sang năng lực vận hành thực tế. Trọng tâm chiến lược của các doanh nghiệp giờ đây phải đặt vào việc tối ưu hóa chi phí logistics, quản trị hiệu quả chuỗi cung ứng, giảm thiểu chi phí ẩn và đặc biệt là năng lực tuân thủ các quy định kỹ thuật khắt khe của nước sở tại. Doanh nghiệp nào có khả năng quản lý chi phí phi thuế quan tốt hơn sẽ chiếm lĩnh được thị phần.

➤ **Nâng cấp cơ chế Thuận lợi hóa Thương mại và Chuyển đổi số toàn diện**

Giai đoạn trước đây, mục tiêu trọng tâm của ATIGA nâng cấp là giải quyết triệt để các rào cản hành chính và số hóa quy trình thương mại, giúp dòng chảy hàng hóa giữa Việt Nam và Malaysia diễn ra liền mạch và minh bạch hơn. Trong đó bao gồm:

Đẩy mạnh Hệ thống Hải quan Một cửa ASEAN (ASW) và Chứng nhận xuất xứ điện tử (e-Form D): Đây được đánh giá là điểm sáng và là kết quả quan trọng nhất trong tiến trình hội nhập. Hiện nay, cơ quan hải quan của Việt Nam và Malaysia đều đã áp dụng triệt để cơ chế trao đổi chứng nhận xuất xứ điện tử (e-Form D) thông qua Cổng thông tin ASW. Việc loại bỏ hoàn toàn hồ sơ, giấy tờ vật lý mang lại những lợi ích định lượng rõ ràng: giúp doanh nghiệp tiết giảm tối đa chi phí lưu kho bãi tại cảng chờ làm



thủ tục, triệt tiêu rủi ro thất lạc, làm giả chứng từ, và quan trọng nhất là rút ngắn thời gian thông quan giải phóng hàng hóa từ vài ngày xuống chỉ còn vài giờ, thậm chí vài phút đối với luồng xanh.

Minh bạch hóa và rà soát các Biện pháp phi thuế quan (NTMs): Thực tiễn thương mại cho thấy, khi hàng rào thuế quan hạ xuống, các quốc gia có xu hướng gia tăng rào cản kỹ thuật để bảo hộ sản xuất trong nước. ATIGA nâng cấp đặt ra các khung quy tắc giám sát nghiêm ngặt nhằm kiểm soát việc lạm dụng các Hàng rào kỹ thuật đối với thương mại (TBT) và các Biện pháp kiểm dịch động thực vật (SPS). Tác động thực tiễn: Quy định này có ý nghĩa sống còn đối với các nhóm hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Malaysia như nông thủy sản, thực phẩm và vật liệu xây dựng. Việc minh bạch hóa giúp hàng hóa Việt Nam tránh được tình trạng ách tắc do các thủ tục kiểm tra hành chính không rõ ràng, các yêu cầu kiểm dịch phát sinh đột xuất, hay các rào cản kỹ thuật không chính đáng tại các cửa khẩu của Malaysia, đảm bảo tiến độ giao hàng và vòng quay vốn cho doanh nghiệp.

Thời điểm hiện nay, khi Hiệp định ATIGA nâng cấp (Nghị định thư thứ hai) đang trong quá trình phê chuẩn để chính thức đi vào thực thi, trọng tâm cạnh tranh đã dịch chuyển từ cắt giảm thuế quan sang thuận lợi hóa thương mại. Bên cạnh việc tận dụng hiệu quả cơ chế Tự chứng nhận xuất xứ toàn ASEAN (AWSC) đã được triển khai, Hiệp định nâng cấp sắp tới sẽ thiết lập khung pháp lý toàn diện cho Thương mại không giấy tờ. Việc mở rộng liên thông dữ liệu điện tử sang các chứng từ chuyên ngành (như e-Phyto, e-SPS) được kỳ vọng sẽ giải quyết triệt để các rào cản kỹ thuật, giúp rút ngắn tối đa thời gian thông quan cho hàng hóa Việt Nam tiến vào thị trường Malaysia.

➤ **Lồng ghép các tiêu chuẩn thương mại thế hệ mới và Mục tiêu Phát triển bền vững**

Bắt kịp xu hướng toàn cầu, khung khổ ATIGA nâng cấp không chỉ dừng lại ở thương mại thuần túy mà đang từng bước lồng ghép các yếu tố kinh tế tuần hoàn, thương mại xanh và phát triển bền vững vào các cam kết ràng buộc. Theo đó, Malaysia yêu cầu doanh nghiệp đáp ứng yêu cầu của chính sách “Hộ chiếu xanh” như sau:

Yêu cầu về "Dấu chân Carbon" (Carbon Footprint) và Sản xuất xanh: Hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam trong giai đoạn tới khi tiến vào thị trường Malaysia sẽ phải làm quen và thích ứng với các tiêu chuẩn mới về môi trường. Các quy định về kiểm kê phát thải khí nhà kính trong quy trình sản xuất sẽ dần trở thành tiêu chí sàng lọc nhà cung cấp.



Thủ tướng Malaysia Anwar Ibrahim và Nguyên Thủ tướng Phạm Minh Chính tại Diễn đàn Kinh tế ASEAN-Hội đồng Hợp tác vùng Vịnh (GCC) năm 2025.

Xu hướng Bao bì thân thiện và Chuỗi cung ứng bền vững: Mạng lưới bán lẻ và các chuỗi siêu thị lớn tại Malaysia đang chịu áp lực lớn từ cả người tiêu dùng và chính phủ sở tại trong việc thực thi các chính sách mua sắm xanh (Green Procurement). Theo đó, nông sản và hàng tiêu dùng Việt Nam buộc phải chuyển đổi sang sử dụng bao bì có thể tái chế, vật liệu sinh học phân hủy hoặc chứng minh được tính bền vững của chuỗi cung ứng. Đây không còn là yếu tố khuyến khích mà đang dần trở thành "giấy phép thông hành" bắt buộc để duy trì sức cạnh tranh và giữ vững không gian trên các kệ hàng tại thị trường Malaysia.

Đánh giá chiến lược: Tiến trình nâng cấp Hiệp định ATIGA gửi đi một thông điệp chính sách rõ ràng: Kỷ nguyên của tăng trưởng xuất khẩu dựa trên lợi thế "thuế suất bằng

0" đã khép lại. Quan hệ thương mại Việt Nam – Malaysia đang bước vào giai đoạn cạnh tranh chiều sâu, đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan quản lý nhà nước trong việc liên thông hạ tầng dữ liệu hải quan, và sự chủ động của cộng đồng doanh nghiệp trong việc xanh hóa quy trình sản xuất, số hóa phương thức vận hành để thích ứng với luật chơi mới của khu vực.

□ **Sự chuyển dịch trong cơ cấu nhập khẩu nông sản của Malaysia**

Dù được biết đến là thủ phủ của dòng sầu riêng Musang King danh tiếng, Malaysia đang cho thấy một xu hướng mới khi trở thành thị trường tiêu thụ tiềm năng của các loại rau quả và sầu riêng đông lạnh từ Việt Nam. Theo số liệu mới nhất từ Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), quốc gia này đang đẩy mạnh chiến lược đa dạng hóa nguồn cung nhằm giảm bớt sự phụ thuộc vào các đối tác truyền thống. Chính sự thay đổi này đã tạo ra dư địa phát triển mạnh mẽ cho nông sản Việt, đưa nước ta trở thành nguồn cung lớn thứ 7 cho Malaysia trong năm 2025 với kim ngạch ấn tượng gần 104 triệu USD, đạt mức tăng trưởng đột phá 73% so với năm trước đó.

Không chỉ dừng lại ở trái cây, các mặt hàng rau củ ôn đới từ Đà Lạt như bắp cải, súp lơ và cà rốt cũng tìm thấy cơ hội lớn tại Malaysia thông qua việc bù đắp các khoảng trống về nhu cầu nội địa theo mùa vụ. Song song đó, sự chuyển dịch sang phân khúc chế biến sâu với các sản phẩm như trái cây cấp đông, sấy dẻo và nước ép đóng chai đã giúp nông sản Việt tiếp cận hiệu quả vào các hệ thống bán lẻ hiện đại như siêu thị và cửa hàng tiện lợi. Sự đa dạng này không chỉ đáp ứng tốt nhu cầu tiêu dùng nhanh mà còn khẳng định khả năng cung ứng linh hoạt và chuyên nghiệp của ngành hàng rau quả Việt Nam trên bản đồ khu vực.

Vị thế của rau quả Việt Nam tại thị trường Malaysia được củng cố vững chắc nhờ các ưu đãi thuế quan từ hiệp định ATIGA và RCEP, giúp đưa thuế suất nhập khẩu về gần mức 0%. Bên cạnh lợi thế về chi phí, chất lượng sản phẩm cũng là yếu tố then chốt giúp nông sản Việt chiếm lòng tin của người tiêu dùng sở tại. Cục Xuất nhập khẩu (Bộ Công Thương) đánh giá các loại trái cây tươi đặc sản như thanh long, xoài, nhãn và đặc biệt là bưởi Việt Nam đang sở hữu năng lực cạnh tranh vượt trội về chất lượng so với nhiều đối thủ trong khu vực, khẳng định được chỗ đứng riêng tại các kênh phân phối chính ngạch.

Trong phân khúc trái cây nhiệt đới, Việt Nam hiện cùng với Thái Lan giữ vai trò là hai nguồn cung cấp chính cho mặt hàng thanh long và sầu riêng đông lạnh. Đáng chú ý, sầu riêng Ri6 của Việt Nam đang được các doanh nghiệp Malaysia ưu tiên lựa chọn làm nguyên liệu quan trọng cho ngành chế biến thực phẩm Halal. Đây là một hướng đi chiến lược giúp nâng cao giá trị gia tăng cho trái sầu riêng, đồng thời giúp nông sản Việt thâm nhập sâu hơn vào nền văn hóa tiêu dùng đặc thù của quốc gia này.

□ Lợi thế xuất khẩu mới từ thị trường ASEAN

Trong bối cảnh chi phí logistics gia tăng và rủi ro vận tải quốc tế ngày càng khó lường, các thị trường gần như ASEAN đang trở thành “điểm tựa” quan trọng cho xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Ngoài lợi thế chi phí và thời gian vận chuyển, khu vực này còn đang gia tăng nhu cầu ở nhiều mặt hàng như rau quả, cao su, thủy sản...

Số liệu từ Cục Xuất nhập khẩu (Bộ Công thương) cho thấy, nhu cầu nhập khẩu nông, lâm, thủy sản tại ASEAN có xu hướng tăng ổn định thời gian qua. Tại Malaysia, trị giá nhập khẩu rau quả trong giai đoạn 2021-2025 tăng trưởng bình quân 6,03%/năm, đạt mức cao nhất 2,95 tỷ USD vào năm 2025.

Cơ cấu nhập khẩu của Malaysia phản ánh rõ sự phụ thuộc nguồn cung bên ngoài khi nhóm rau củ thiết yếu như hành, tỏi, khoai tây chiếm khoảng 40-45% tổng lượng rau nhập khẩu; cà rốt, bắp cải, súp lơ chiếm khoảng 30%; các loại rau quả cao cấp phục vụ phân khúc nhà hàng, khách sạn cũng gia tăng mạnh.

Hiện nay, cơ hội xuất khẩu thực phẩm sang Malaysia đang rộng ‘cửa’ hơn khi rào cản về chứng chỉ Halal dần được tháo gỡ nhờ sự hiện diện của 5 tổ chức tại Việt Nam được JAKIM chính thức công nhận, bao gồm:

- Văn phòng Chứng nhận Halal Việt Nam (HCA).
- Tổ chức Halal Việt Nam (HVN).
- Công ty TNHH Halal Quốc gia Việt Nam.
- Công ty Kiểm định và Chứng nhận Halal Việt Nam (VINAHIC).
- Công ty TNHH Chứng nhận Halal toàn cầu GHC.

KHÓ KHĂN - THÁCH THỨC

Thị trường rộng mở cũng đồng nghĩa với áp lực cạnh tranh vô cùng gay gắt. Cụ thể, Malaysia nhập khẩu đa dạng hàng hóa từ nhiều quốc gia, buộc các sản phẩm của Việt Nam phải cạnh tranh trực diện về giá cả, chất lượng và tiêu chuẩn. Điển hình như Thái Lan, quốc gia này có chiến lược phát triển nông nghiệp bài bản và đặc biệt chú trọng xây dựng thương hiệu quốc gia cho nhóm thực phẩm chế biến. Các sản phẩm của Thái Lan hiện chiếm ưu thế rõ rệt nhờ chất lượng đồng đều, mẫu mã bao bì đạt chuẩn quốc tế cùng phương thức tiếp thị cực kỳ hiệu quả tại Malaysia. Trong khi đó, Indonesia lại sở hữu quy mô sản xuất khổng lồ cùng lợi thế vị trí địa lý liền kề. Hơn nữa, cơ cấu mặt hàng xuất khẩu của Indonesia (như cao su, nông sản nhiệt đới) có sự tương đồng lớn với Việt Nam, tạo ra sức ép cạnh tranh quyết liệt đối với hàng Việt trong mục tiêu duy trì cũng như mở rộng thị phần.



Hội thảo Triển vọng xuất khẩu vào Thị trường Halal thông qua cửa ngõ Malaysia 2025 do ITPC tổ chức.

Bên cạnh rào cản kỹ thuật, không ít doanh nghiệp Việt Nam còn e ngại tiếp cận thị trường do khác biệt về ngoại ngữ, văn hóa kinh doanh; thậm chí có trường hợp bị lừa đảo thương mại do không thông qua các kênh xác minh chính thức. Bên cạnh đó, nhiều doanh nghiệp hạn chế đầu tư đổi mới sản phẩm để phù hợp thị hiếu người tiêu dùng nước này. Những hạn chế này cho thấy CPTPP chỉ thực sự phát huy hết hiệu quả khi năng lực hội nhập của doanh nghiệp được nâng lên tương xứng.

Nói cách khác, CPTPP đã mở ra cánh cửa lớn, nhưng cánh cửa đó rộng đến đâu lại phụ thuộc rất nhiều vào nội lực của từng doanh nghiệp. Khi doanh nghiệp làm chủ được tiêu chuẩn, thương hiệu, logistics và câu chuyện sản phẩm, thì CPTPP mới thực sự trở thành “đòn bẩy chiến lược” cho hàng Việt vươn xa tại Malaysia.

Tuy nhiên, hàng xuất khẩu của Việt Nam phải cạnh tranh gay gắt với Trung Quốc, Thái Lan và Indonesia. Thách thức lớn nhất vẫn là chứng chỉ Halal, rào cản quan trọng đối với việc thâm nhập thị trường Hồi giáo trọng điểm này.

Từ năm 2026, Malaysia tăng cường giám sát các sản phẩm không có nhãn Halal trong hệ thống bán lẻ hiện đại. Vì vậy, việc có chứng nhận Halal không còn là tùy chọn mà trở thành giấy thông hành bắt buộc để vào các siêu thị lớn ở nước này.

Malaysia đang tăng cường kiểm soát chặt chẽ dư lượng thuốc bảo vệ thực vật và vi sinh vật theo quy chuẩn của Bộ Y tế Malaysia.

CÁC HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ CỦA ITPC TẠI THỊ TRƯỜNG MALAYSIA ĐỂ HỖ TRỢ CHO DOANH NGHIỆP VIỆT XÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG



Ông Lê Minh Hoan, Phó Chủ tịch Quốc hội đến thăm Cụm gian hàng TP.HCM tại MIHAS 2025.

Theo số liệu từ Cục Hải quan Việt Nam mặc dù thương mại song phương giữa Việt Nam và Malaysia ngày càng tăng, nhưng vẫn còn khiêm tốn so với tiềm năng và triển vọng hợp tác rất lớn của hai nước.

Doanh nghiệp TP.HCM và Việt Nam còn rất nhiều dư địa tăng trưởng xuất khẩu tại thị trường Malaysia, đặc biệt, đây là thị trường cửa ngõ để doanh nghiệp trong nước làm tiền đề xuất khẩu vào thị trường Halal. Malaysia là một trong những thị trường nhập khẩu có tiềm năng rất lớn của Việt Nam tại khu vực ASEAN. Hàng hóa Việt Nam còn rất nhiều dư địa tăng trưởng xuất khẩu tại thị trường Malaysia, bởi đây là thị trường có sức mua khá, nhu cầu đa dạng.

Đối với TP.HCM, địa phương này luôn coi trọng mối quan hệ hợp tác kinh tế với Malaysia. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa thành phố và Malaysia 6 tháng đầu năm 2025 ước đạt 2,6 tỷ USD, tăng gần 35% so với cùng kỳ 2024. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu của thành phố sang thị trường Malaysia ước đạt 435 triệu USD, tăng 16,6% so với cùng kỳ năm 2024.

Thời gian qua Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) phối hợp với Tổng Lãnh sự quán Malaysia tại Thành phố Hồ Chí Minh và Cục Xúc tiến Thương mại Malaysia (MATRADE), cơ quan đoàn thể, hiệp hội trong và ngoài nước

để tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại và các buổi hội thảo về thị trường Malaysia nhằm hỗ trợ cho doanh nghiệp TP.HCM có thông tin về thị trường Malaysia và cơ hội tiếp cận thị trường này. Các hoạt động xúc tiến thương mại của ITPC thời gian qua:

➤ **Tổ chức cụm gian hàng chung TP.HCM tại Triển lãm quốc tế Halal Malaysia (MIHAS) 2025**

Ngày 19/09/2025, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC) tổ chức Cụm gian hàng chung TP.HCM Triển lãm quốc tế Halal Malaysia (MIHAS) 2025. Đây là sự kiện Halal uy tín và lớn nhất khu vực.

Cụm gian hàng TP.HCM quy tụ 19 doanh nghiệp thuộc các ngành hàng tiêu dùng, nông sản, thực phẩm chế biến, hóa mỹ phẩm, giày dép, dệt may. Trong 4 ngày hội chợ, khu gian hàng đã thu hút gần 1.200 lượt khách tham quan và kết nối giao thương.

MIHAS 2025 được xem là cơ hội quan trọng giúp doanh nghiệp Việt Nam nắm bắt xu hướng tiêu dùng Halal, kết nối với các hệ thống phân phối, nhà nhập khẩu quốc tế và mở rộng thị phần tại ASEAN, Trung Đông, châu Phi và Nam Á. Với thế mạnh ở nông sản, thực phẩm chế biến, mỹ phẩm thiên nhiên và dệt may, hàng Việt Nam kỳ vọng sẽ tạo ấn tượng mạnh mẽ với người tiêu dùng Halal toàn cầu.

➤ **Hội thảo “Xúc tiến xuất khẩu sản phẩm Halal của doanh nghiệp Việt Nam vào thị trường Malaysia và các nước Hồi giáo”.**

Sáng 31/5/2025, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) phối hợp với Tổng Lãnh sự quán Malaysia tại Thành phố Hồ Chí Minh và Cục Xúc tiến Thương mại Malaysia (MATRADE) tổ chức Hội thảo “Xúc tiến xuất khẩu sản phẩm Halal của doanh nghiệp Việt Nam vào thị trường Malaysia và các nước Hồi giáo”.

Ngành công nghiệp Halal là lĩnh vực cung cấp các sản phẩm và dịch vụ hợp chuẩn cho người Hồi giáo (bao gồm thực phẩm, đồ uống, du lịch và thủy sản...). Hiện nay, với quy mô thị trường hơn 2 tỉ người tiêu dùng trên toàn cầu, việc phát triển hệ sinh thái Halal không chỉ mang lại cơ hội mở rộng xuất khẩu thiết thực cho doanh nghiệp Việt Nam, mà còn được Lãnh đạo cấp cao hai nước chính thức đưa thành một trong những trụ cột kinh tế trọng tâm trong Tuyên bố chung về nâng cấp quan hệ lên Đối tác Chiến lược toàn diện.

Trong năm 2024, ngành công nghiệp Halal được dự báo sẽ tiếp tục phát triển mạnh tại các thị trường châu Á, châu Phi và khu vực Trung Đông. Các xu hướng Halal năm 2024 sẽ góp phần định hình lại môi trường kinh doanh Halal toàn cầu tạo ra cơ hội mới song cũng đòi hỏi các doanh nghiệp nhanh chóng thích ứng với bối cảnh mới.

Với xu hướng xây dựng chuỗi giá trị Halal, thị trường Halal đang chuyển dịch từ tư duy chỉ quan tâm tới sản phẩm Halal sang xây dựng toàn bộ chuỗi cung ứng Halal. Theo đó, các tiêu chuẩn Halal cần được mở rộng kiểm soát từ nguồn đến nơi người tiêu dùng mua hàng như các nhà bán lẻ, nhà hàng, mua sắm trực tuyến

Hội thảo nhằm cung cấp thông tin hữu ích về thị trường Malaysia và các nước Hồi giáo, đồng thời cập nhật các quy chuẩn về sản phẩm Halal. ITPC dự kiến tổ chức đoàn doanh nghiệp tham dự triển lãm MIHAS tại Malaysia vào Quý IV năm nay, tạo cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam quảng bá sản phẩm và gặp gỡ các nhà phân phối, nhập khẩu quốc tế.

Qua hội thảo, ITPC hy vọng các doanh nghiệp sẽ nắm bắt được cơ hội mở rộng thị trường, tìm kiếm đối tác kinh doanh phù hợp, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh và chất lượng sản phẩm. Đồng thời, ITPC mong muốn sự hợp tác giữa các doanh nghiệp Việt Nam và Malaysia ngày càng bền vững, góp phần vào sự phát triển kinh tế song phương, và thúc đẩy quan hệ giao thương truyền thống giữa hai quốc gia ngày càng khăng khít và tin cậy hơn.

CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

➤ Đại sứ quán Việt Nam tại Malaysia

Địa chỉ: No.4, Persiaran Stonor 50450, Kuala Lumpur

Điện thoại: +Văn phòng: 2148 453

+Lãnh sự: 2148 4036

Đường dây nóng dành cho công dân Việt Nam: +6011 3668 2866;

+6011 2374 0453

Email: vnemb.my@mofa.gov.vn

Website: vnembassy-kualalumpur.mofa.gov.vn

➤ Thương vụ Việt Nam tại Malaysia

Địa chỉ: S04B2, 4th Floor, South Block, Wisma Golden Eagle Realty, 142A, Jalan Ampang, 50450 Kuala Lumpur

Điện thoại: +603-2181-4696

Fax: +603-2181-4696

➤ Đại sứ quán Malaysia tại thủ đô Hà Nội

Địa chỉ: 43 - 45 Điện Biên Phủ, Hà Nội

Điện thoại: +84 24-3734 3849 / 3734 3820 / +8424-3734 3836 / 3734 3822

(Yêu cầu chung)

Cán bộ trực: +849-0418 5610 (trường hợp khẩn cấp sau giờ hành chính)

Fax: +8424-3734 3832

Email: mwhanoi@kln.gov.my

Website: https://www.kln.gov.my/web/vnm_hanoi

➤ Tổng Lãnh sự quán Malaysia tại Thành phố Hồ Chí Minh

Địa chỉ: số 109 Nguyễn Văn Hưởng, TP.HCM

Điện thoại: +84 (0)28-3829 9023 (Yêu cầu chung)

+84 (0)76 564 9660 (Dành cho trường hợp khẩn cấp)

Fax: 8428-3829 9027

Email: mwhochiminh@kln.gov.my

Facebook: fb.com/cgmsiahcmc

Website: https://www.kln.gov.my/web/vnm_ho-chi-minh-city/home

➤ Hiệp hội Thương mại Malaysia tại Việt Nam

Địa chỉ: 6/F Golden House, Sunwah Pearl, 90 Nguyễn Hữu Cánh, TP.HCM

Điện thoại: (84) 28 6258 6316

Email: admin@mbcvietnam.com

Website: mbcvietnam.com

CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI MALAYSIA

Thời gian	Tên sự kiện	Địa điểm	Lĩnh vực ngành hàng - Quy mô
15 – 17/7/2026	Food & BeveragesMalaysian International Food & Beverage Trade Fair 2026 (MIFB)	Kuala Lumpur Convention Centre, Kuala Lumpur	Thực phẩm & Đồ uống ~20.000 lượt khách >500 nhà triển lãm
16 – 18/7/2026	Malaysia Packaging & Food Processing Exhibition 2026 (My PACK)	Malaysia International Trade and Exhibition Centre, Kuala Lumpur	Đóng gói & Bao bì 10.000 lượt khách 263 nhà triển lãm
23 – 25/7/2026	Franchise Expo Malaysia 2026	Kuala Lumpur Convention Centre, Kuala Lumpur	Dịch vụ kinh doanh 11.000 lượt khách 350 nhà triển lãm
29/7 – 1/8/2026	International Architecture, Interior Design & Building Exhibition Malaysia 2026 (ARCHIDEX)	Malaysia International Trade and Exhibition Centre, Kuala Lumpur	Xây dựng và Kiến trúc ~100.000 lượt khách 950 nhà triển lãm

12 – 15/8/2026	International Printing, Paper, Packaging Machinery Exhibition 2026 (IPMEX)	Malaysia International Trade and Exhibition Centre, Kuala Lumpur	Đóng gói & Bao bì 16.000 lượt khách 197 nhà triển lãm
10 – 12/9/2026	Malaysia International Agriculture Technology Exhibition 2026 (Agri Malaysia)	Malaysia International Trade and Exhibition Centre, Kuala Lumpur	Nông Lâm nghiệp ~20.000 lượt khách >500 nhà triển lãm
23 – 26/9/2026	Malaysia International Halal Showcase 2026 (MIHAS)	Malaysia International Trade and Exhibition Centre, Kuala Lumpur	Thực phẩm & Đồ uống 21.000 lượt khách 1.000 nhà triển lãm
29/9 – 1/10/2026	Beauty Expo & Cosmo Beauty Malaysia 2026 (Beautyexpo)	Kuala Lumpur Convention Centre, Kuala Lumpur	Thời trang & Làm đẹp ~20.000 lượt khách >500 nhà triển lãm
23 – 25/10/2026	Malaysia International Automotive & Parts Expo 2026 (MIAPEX)	Malaysia International Exhibition & Convention Centre (MIECC), Seri Kembangan	Ô tô & Phụ tùng ô tô 30.000 lượt khách 400 nhà triển lãm
21 – 24/9/2027	Food & Hospitality Malaysia (FHM)	Kuala Lumpur Convention Centre, Kuala Lumpur	Thực phẩm & Đồ uống ~50.000 lượt khách >500 nhà 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: www.itpc.hochiminhcity.gov.vn