



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

**Đôi tác
Chiến lược
toàn diện**

THỊ TRƯỜNG SINGAPORE

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 VÀ KINH TẾ**
- 24 VĂN HÓA VÀ TẬP QUÁN KINH DOANH**
- 32 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG VÀ ĐẦU TƯ VIỆT NAM – SINGAPORE**
- 48 THUẬN LỢI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI HÀNG VIỆT NAM TẠI SINGAPORE**
- 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 SINGAPORE**

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 Singapore và quốc tế.

Doanh nghiệp cần tiến hành thẩm định trước khi triển khai dự án kinh doanh hoặc các thỏa 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



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 Singapore tại TP.HCM
trong quá trình thực hiện ấn phẩm này.

THỊ TRƯỜNG SINGAPORE



TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG VÀ KINH TẾ



THÔNG TIN CƠ BẢN

Tên đầy đủ: Cộng hòa Singapore

Thủ đô: Singapore. Do là một thành bang/đảo quốc, thủ đô của Singapore cũng chính là toàn bộ lãnh thổ của nước này.

Quốc khánh Singapore: ngày 9 tháng 8

Vị trí địa lý: nằm ở trung tâm khu vực Đông Nam Á, là một đảo quốc ở cực nam của Bán đảo Mã Lai. Phía bắc giáp Malaysia, ngăn cách bởi eo biển Johor; phía nam, đông, tây giáp với biển, ngăn cách với Indonesia qua eo biển Singapore.

Diện tích: Khoảng 744,3 km² (Số liệu tính đến cuối tháng 12/2025).

Kích thước đảo chính: trải dài khoảng 49 km từ đông sang tây và 28 km từ bắc xuống nam.

Chiều dài bờ biển: 224 km.

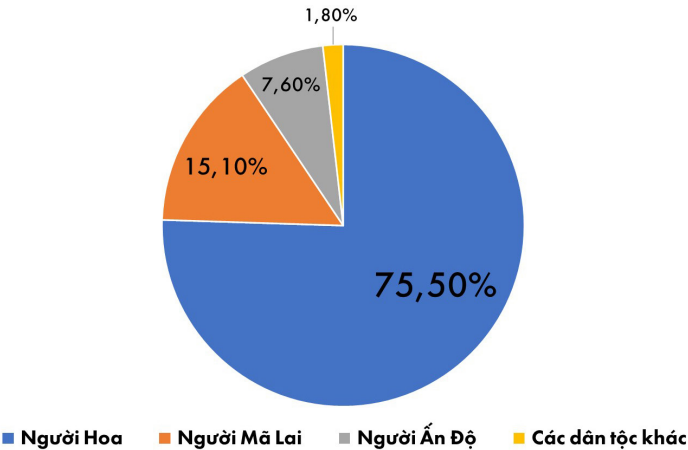
Dân số: 6,11 triệu người, theo báo cáo Dân số năm 2025 từ Cục Thống kê Singapore (DOS)



Tài nguyên thiên nhiên: rất khan hiếm. Singapore gần như không có tài nguyên thiên nhiên và phải nhập khẩu nhiều nguyên liệu, bao gồm cả nước ngọt. Tài nguyên đáng kể nhất là thủy sản và các cảng nước sâu cho hàng hải quốc tế.

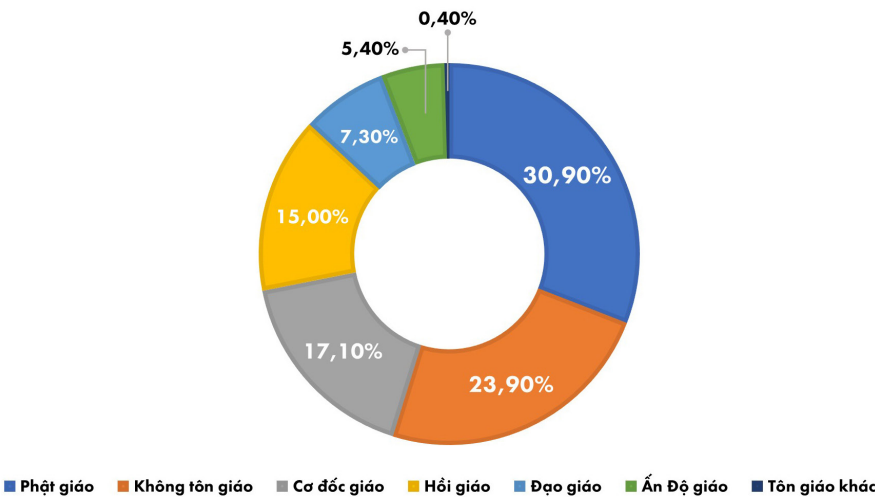
Dân tộc: Singapore là quốc gia đa sắc tộc. Đến tháng 6/2025, DOS cung cấp thông tin về tỷ lệ thành phần như sau:

Cơ cấu dân tộc (Số liệu năm 2025)



Tôn giáo: Singapore là một trong những quốc gia đa dạng tôn giáo nhất thế giới. Các tôn giáo chính bao gồm:

Cơ cấu tôn giáo (Số liệu năm 2025)



Ngôn ngữ: có 4 ngôn ngữ chính thức:

- Tiếng Anh: ngôn ngữ chính trong hành chính, pháp lý, thương mại và là phương tiện giảng dạy bắt buộc trong trường học.
- Tiếng Mã Lai: ngôn ngữ được Hiến pháp Singapore công nhận là quốc ngữ, được sử dụng trong quốc ca, khẩu lệnh quân đội và các huân chương, huy chương quốc gia.
- Tiếng Hoa (Quan thoại): ngôn ngữ mẹ đẻ của cộng đồng người Hoa chiếm hơn 74% dân số. Từ năm 1979, chính phủ Singapore đã thúc đẩy “Chiến dịch nói tiếng Hoa” nhằm tạo sự gắn kết trong cộng đồng này.
- Tiếng Tamil: ngôn ngữ chính cho cộng đồng người Ấn Độ, do phần lớn những người Ấn di cư đến Singapore đều có gốc từ vùng Tamil Nadu (Nam Ấn).

Tiền tệ: dollar Singapore (Mã tiền tệ: SGD)

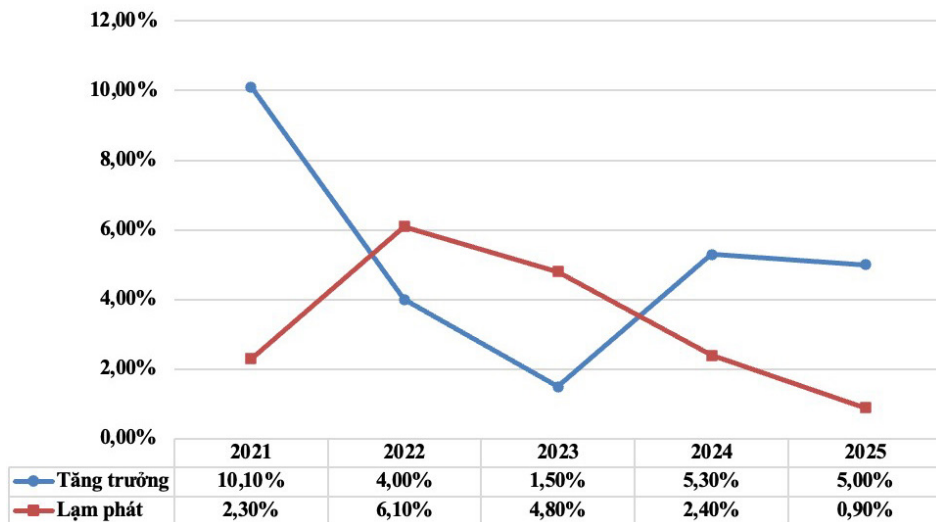


TỔNG QUAN NỀN KINH TẾ

Theo ghi nhận của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) về thứ hạng thương mại toàn cầu năm 2025, Singapore đứng thứ 14 thế giới về xuất khẩu và thứ 17 về nhập khẩu.

Tăng trưởng GDP và mức lạm phát

(Nguồn: IMF, World Economic Outlook Database)



Chỉ số tự do kinh tế của Singapore là 84,4, đứng thứ nhất trong năm 2026. Singapore đứng đầu trong số 39 quốc gia thuộc khu vực châu Á - Thái Bình Dương. (Nguồn: Heritage).

Singapore theo đuổi mô hình kinh tế có độ mở cao, định hướng thị trường và lấy xuất khẩu làm động lực tăng trưởng. Mặc dù có diện tích nhỏ và gần như không có tài nguyên thiên nhiên, quốc gia này đã đạt được những thành tựu kinh tế nổi bật nhờ tập trung vào thương mại, công nghiệp hóa, phát triển nguồn nhân lực và xây dựng hệ thống quản trị hiệu quả. Nền kinh tế Singapore được đặc trưng bởi môi trường kinh doanh thuận lợi, mức độ tham nhũng thấp, nền hành chính công hiệu quả cùng hệ thống pháp luật và quy định minh bạch, chặt chẽ.

Chính phủ Singapore đóng vai trò quan trọng trong quản lý kinh tế; quốc gia này không áp dụng mô hình kinh tế kế hoạch hóa tập trung, nhưng cũng không phó mặc hoàn toàn cho cơ chế thị trường tự do. Chính phủ đóng vai trò là “người định hướng” và “người mở đường”. Thông qua quy hoạch chiến lược, việc quản lý các doanh nghiệp có vốn nhà nước và các chính sách công nghiệp, Chính phủ định hướng phát triển kinh tế đồng thời vẫn duy trì các nguyên tắc của nền kinh tế thị trường. Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) là một trong những động lực tăng trưởng quan trọng, được hỗ trợ bởi chính sách thuế hấp dẫn, môi trường chính trị ổn định và cơ sở hạ tầng đẳng cấp thế giới.

Trong giai đoạn 2014 – 2024, Singapore tiếp tục duy trì vị thế là trung tâm tài chính toàn cầu, đầu mối logistics quốc tế và địa điểm đặt trụ sở khu vực của nhiều tập đoàn đa quốc gia. Các ngành kinh tế chủ lực bao gồm sản xuất (điện tử, dược phẩm và hóa dầu), dịch vụ tài chính, thương mại và logistics, du lịch, đồng thời ngày càng mở rộng sang các lĩnh vực dịch vụ số và công nghệ xanh.

Singapore có GDP bình quân đầu người hàng đầu châu Á. Các nhà xuất khẩu sẽ tìm thấy cơ hội thị trường rõ ràng cho nhiều loại sản phẩm và dịch vụ, bao gồm cả các lĩnh vực triển vọng nhất như hàng không vũ trụ - quốc phòng, năng lượng, chăm sóc sức khỏe, công nghệ thông tin - truyền thông và các công nghệ quan trọng, mới nổi. Điện tử tiếp tục là ngành sản xuất quan trọng nhất của Singapore, tiếp theo là hóa chất và khoa học y sinh. Ngành sản xuất và dịch vụ vẫn là hai trụ cột chính của nền kinh tế giá trị gia tăng cao của Singapore. Singapore là trung tâm dịch vụ tài chính và kinh doanh hàng đầu ở Đông Nam Á và một lần nữa được xếp hạng là cảng trung chuyển lớn thứ hai thế giới vào năm 2023.

Từ trước đến nay, thu hút đầu tư đa quốc gia luôn là ưu tiên hàng đầu của Singapore. Quốc hội Singapore đã ban hành chính sách tín dụng thuế mới để thu hút các khoản đầu tư này. Mục tiêu là mở rộng và đảm bảo đầu tư vào các lĩnh vực tăng trưởng như ngân hàng và tài chính, thương mại quốc tế và các ngành sản xuất trọng điểm. Thêm vào đó, chính sách này cũng nhằm mục đích hỗ trợ các doanh nghiệp địa phương chuyển đổi và đổi mới, nâng cao năng suất và trang bị kỹ năng cho người lao động trong nền kinh tế tương lai.

➤ Số liệu hoạt động thương mại của Singapore



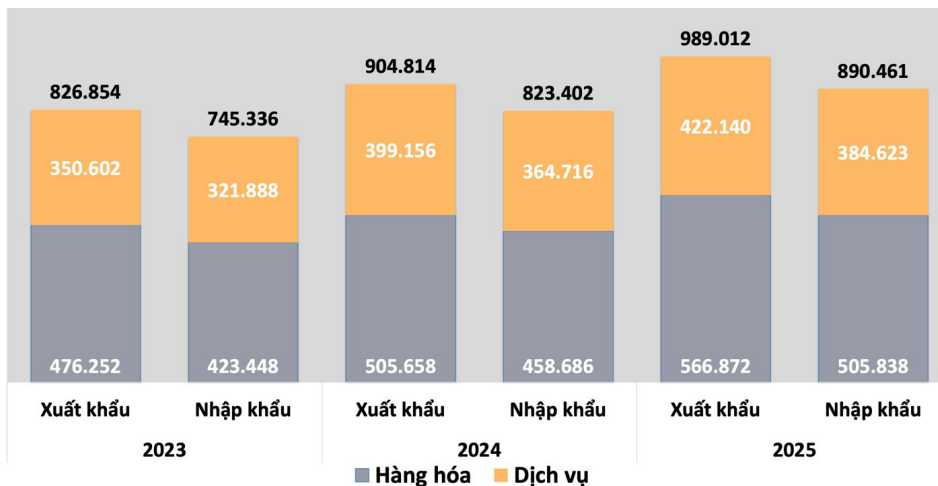
Khu cảng biển của Singapore.

Hoạt động thương mại hàng hóa và dịch vụ của Singapore tiếp tục duy trì quy mô rất lớn và tăng trưởng tích cực trong giai đoạn 2023 – 2025. Tổng kim ngạch xuất khẩu tăng từ 826,85 tỷ USD năm 2023 lên 904,81 tỷ USD năm 2024 và đạt 989,01 tỷ USD vào năm 2025, tương ứng mức tăng khoảng 19,6% sau hai năm. Ở chiều ngược lại, tổng kim ngạch nhập khẩu cũng tăng từ 745,34 tỷ USD năm 2023 lên 823,40 tỷ USD năm 2024 và đạt 890,46 tỷ USD vào năm 2025, tương ứng mức tăng khoảng 19,5% sau hai năm.

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

(Nguồn: WTO)

ĐVT: Triệu USD



Diễn biến này cho thấy Singapore tiếp tục khẳng định vai trò là một trong những trung tâm thương mại và trung chuyển hàng hóa hàng đầu thế giới, với hoạt động xuất nhập khẩu duy trì tốc độ tăng trưởng ổn định trong bối cảnh thương mại toàn cầu dần phục hồi.

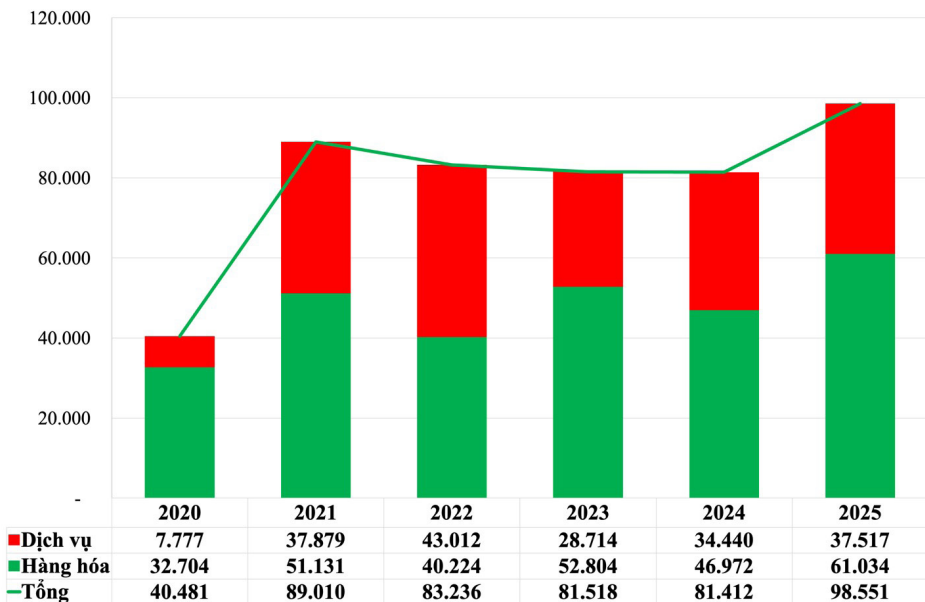
Cơ cấu thương mại của Singapore tương đối cân bằng giữa hàng hóa và dịch vụ, trong đó hàng hóa vẫn chiếm tỷ trọng lớn hơn nhưng dịch vụ ngày càng đóng vai trò quan trọng. Trong giai đoạn 2023 – 2025, hàng hóa chiếm khoảng 57 – 58% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu, trong khi dịch vụ đóng góp khoảng 42 – 43%, phản ánh đặc điểm của một nền kinh tế có mức độ phát triển cao và định hướng mạnh vào các ngành dịch vụ giá trị gia tăng. Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa tăng từ 476,25 tỷ USD năm 2023 lên 566,87 tỷ USD năm 2025, trong khi nhập khẩu hàng hóa tăng từ 423,45 tỷ USD lên 505,84 tỷ USD. Đồng thời, xuất khẩu dịch vụ cũng tăng từ 350,60 tỷ USD lên 422,14 tỷ USD, còn nhập khẩu dịch vụ tăng từ 321,89 tỷ USD lên 384,62 tỷ USD, cho thấy cả hai khu vực đều đóng góp tích cực vào tăng trưởng thương mại.

Cán cân thương mại hàng hóa của Singapore duy trì mức xuất siêu cao và có xu hướng cải thiện. Sau khi đạt mức thặng dư 52,80 tỷ USD năm 2023, cán cân hàng hóa giảm nhẹ xuống 46,97 tỷ USD năm 2024 trước khi tăng mạnh lên 61,03 tỷ USD vào năm 2025 – mức cao nhất trong giai đoạn. Kết quả này phản ánh năng lực cạnh tranh bền vững của Singapore và vai trò trung tâm tái xuất của quốc gia này trong chuỗi cung ứng khu vực và toàn cầu. Khu vực dịch vụ tiếp tục là một trụ cột quan trọng của thương mại Singapore khi liên tục ghi nhận xuất siêu. Xu hướng này phản ánh sự phát triển mạnh mẽ của các ngành dịch vụ, những lĩnh vực tạo nên lợi thế cạnh tranh cốt lõi của Singapore trong nền kinh tế toàn cầu.

Cán cân thương mại của Singapore (2020 – 2025)

(Nguồn: WTO)

ĐVT: Triệu USD

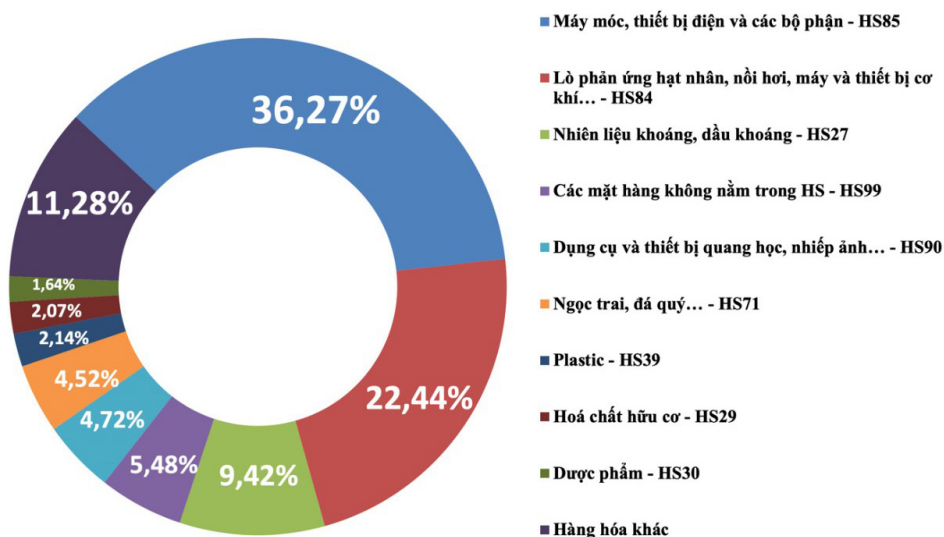


Xét tổng thể, cán cân thương mại của Singapore luôn duy trì trạng thái xuất siêu ở mức cao trong giai đoạn 2020 – 2025. Sau khi đạt 40,48 tỷ USD năm 2020, thặng dư thương mại tăng mạnh lên 89,01 tỷ USD năm 2021, sau đó dao động quanh mức 81 – 83 tỷ USD trong các năm 2022 – 2024 trước khi đạt 98,55 tỷ USD vào năm 2025 – mức cao nhất trong toàn bộ giai đoạn. Việc cả cán cân hàng hóa và dịch vụ đều duy trì xuất siêu đã tạo nền tảng quan trọng giúp Singapore củng cố vị thế là một trong những nền kinh tế có năng lực cạnh tranh thương mại hàng đầu thế giới.

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

Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Singapore năm 2025

(Nguồn: Trademap)



Trong năm qua, 05 mặt hàng xuất khẩu nhiều nhất của Singapore bao gồm:

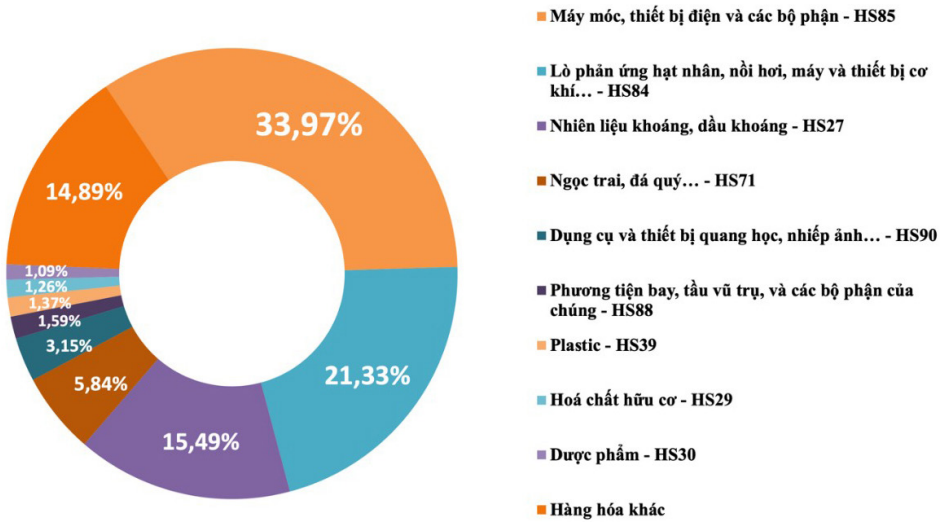
1. Máy móc, thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 36,27% tổng giá trị xuất khẩu)
2. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí v.v. (chiếm 22,44% tổng giá trị xuất khẩu)
3. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng (chiếm 9,42% tổng giá trị xuất khẩu)
4. Các mặt hàng không nằm trong HS (chiếm 5,48% tổng giá trị xuất khẩu)
5. Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh (chiếm 4,72% tổng giá trị xuất khẩu)

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

1. Máy móc, thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 33,97% tổng giá trị nhập khẩu)
2. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí v.v. (chiếm 21,33% tổng giá trị nhập khẩu)
3. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng (chiếm 15,49% tổng giá trị nhập khẩu)
4. Ngọc trai, đá quý v.v. (chiếm 5,84% tổng giá trị nhập khẩu)
5. Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh v.v. (chiếm 3,15% tổng giá trị nhập khẩu)

Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Singapore năm 2025

(Nguồn: Trademap)



Các thị trường xuất khẩu chính của Singapore năm 2025

(Nguồn: Trademap)

11,09%	Hồng Kông (Trung Quốc)	Hàn Quốc	4,72%
10,94%	Malaysia	Việt Nam	4,02%
9,89%	Hoa Kỳ	Ấn Độ	3,63%
9,64%	Indonesia	Nhật Bản	3,33%
6,84%	Thái Lan	Úc	3,13%

Các thị trường nhập khẩu chính của Singapore năm 2025

(Nguồn: Trademap)

12,46%	Trung Quốc	Indonesia	3,82%
10,92%	Malaysia	UAE	3,11%
10,65%	Hoa Kỳ	Thái Lan	2,66%
6,45%	Hàn Quốc	Pháp	2,66%
5,01%	Nhật Bản	Vương quốc Anh	2,36%

➤ Thách thức kinh tế vĩ mô

❑ **Biến động trong niềm tin kinh doanh**

Khi bước vào quý đầu tiên của năm 2026, môi trường vĩ mô tại Singapore đang cho thấy một số điều chỉnh về nhịp độ tăng trưởng, đặt ra các yêu cầu thích ứng mới đối với các doanh nghiệp quốc tế. Tâm lý của các doanh nghiệp trở nên thận trọng hơn, thể hiện qua Chỉ số Niềm tin Kinh doanh (BSI) giảm 2,1 điểm xuống còn 51,3 điểm, ghi nhận mức thấp nhất trong vòng một năm tính đến thời điểm khảo sát quý 1/2026. Trước những biến động về năng lượng và sự gián đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu, có 41% doanh nghiệp dự báo môi trường kinh doanh tại quốc đảo này sẽ có nhiều thử thách hơn trong năm tới.

❑ **Yếu tố chi phí vận hành và biến động lạm phát**

Một trong những thách thức đối với các tập đoàn đa quốc gia và doanh nghiệp nước ngoài tại Singapore là xu hướng gia tăng chi phí vận hành. Dù lạm phát cơ bản duy trì ở mức thấp quanh 1,2% trong những tháng đầu năm 2026, mặt bằng chi phí vốn đã neo cao từ trước vẫn tiếp tục tạo áp lực lớn. Theo các khảo sát kinh tế, 76% doanh nghiệp nhận định chi phí nhân sự là yếu tố ảnh hưởng hàng đầu, tiếp theo là giá thuê mặt bằng



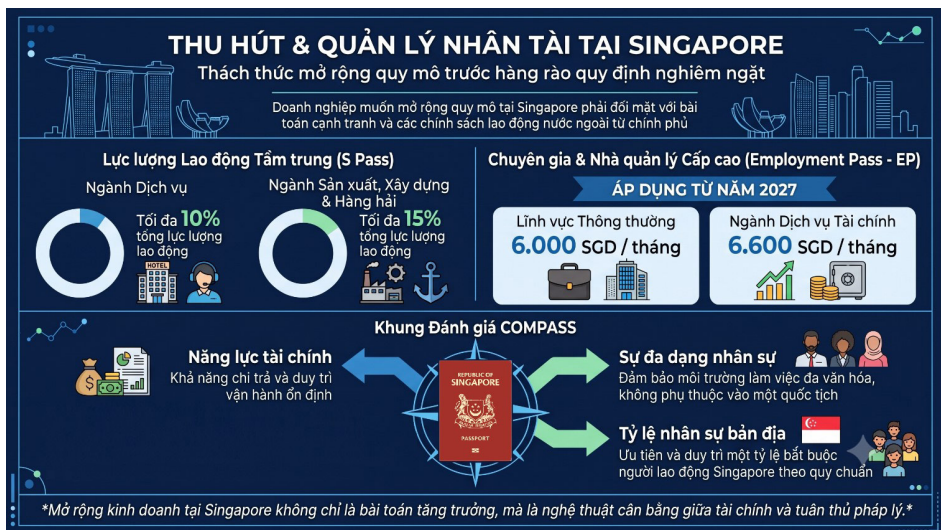
chiếm 32% và rủi ro chuỗi cung ứng chiếm 18%. Bên cạnh đó, những biến động địa chính trị toàn cầu tác động tiêu cực đến dòng chảy năng lượng, trực tiếp đẩy chi phí điện năng và logistics nội địa lên cao.

□ Thách thức về nguồn nhân lực

Thu hút và giữ chân nhân tài là bài toán không dễ dàng tại Singapore khi đi kèm các quy định quản lý nhân sự chặt chẽ. Bên cạnh đó, mở rộng quy mô hoạt động đòi hỏi doanh nghiệp phải thích ứng với hạn ngạch lao động nước ngoài của chính phủ.

Điển hình, mức trần thị thực S Pass cho nhóm lao động kỹ thuật tầm trung giới hạn tỷ lệ nhân sự ngoại quốc ở mức 10% tổng lực lượng lao động trong ngành dịch vụ và 15% đối với sản xuất, xây dựng, hàng hải. Chi phí thu hút nhóm chuyên gia và nhà quản lý cấp cao cũng tăng lên khi lương tối thiểu xin thẻ Employment Pass (EP) dự kiến điều chỉnh lên 6.000 SGD/tháng cho các ngành thông thường và 6.600 SGD/tháng cho ngành tài chính từ năm 2027. Ngoài ra, quy trình tuyển dụng này còn bị điều tiết bởi khung đánh giá COMPASS – cơ chế buộc doanh nghiệp không chỉ đáp ứng năng lực tài chính mà còn phải đảm bảo sự đa dạng và tỷ lệ nhân sự bản địa.

Song song với áp lực pháp lý, sự nâng cao về tiêu chuẩn môi trường buộc doanh nghiệp phải chủ động tuyển dụng hoặc đào tạo lại nhân sự cho mảng phát triển bền vững. Tuy nhiên, khoảng 33% doanh nghiệp hoạt động tại Singapore thừa nhận đang gặp vấn đề trong lĩnh vực này. Trong đó, 44% doanh nghiệp ghi nhận thách thức lớn



nhất là mức kỳ vọng thu nhập cao của ứng viên; 39% doanh nghiệp phản ánh sự chưa đồng đều về kiến thức chuyên môn và kinh nghiệm thực tế của nguồn cung lao động và 37% doanh nghiệp cho thấy nhu cầu cải thiện chính sách giữ chân nhóm lao động chuyên biệt này.

□ Tác động của việc định giá cao đồng SGD

Nhằm kiểm soát đà lạm phát nhập khẩu, Cơ quan Quản lý Tiền tệ Singapore vẫn giữ chính sách định giá đồng SGD ở mức cao. Tuy nhiên, sự định giá này lại đặt ra một số thách thức nhất định. Đối với các doanh nghiệp hoạt động dựa vào xuất khẩu, hàng hóa của họ chịu áp lực tăng giá và gặp khó khăn hơn trong việc cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Ở khía cạnh bán lẻ và dịch vụ tiêu dùng, tỷ giá SGD cao có xu hướng làm giảm mức chi tiêu của khách du lịch, đồng thời thúc đẩy người dân bản địa chuyển hướng sang chi tiêu và mua sắm tại các quốc gia láng giềng có tỷ giá thấp hơn, phần nào ảnh hưởng đến doanh thu của thị trường nội địa.

□ Áp lực tuân thủ pháp lý, chính sách thuế và tiêu chuẩn kỹ thuật

Các tổ chức kinh doanh cần thực hiện đầy đủ hệ thống tiêu chuẩn bao gồm nghĩa vụ báo cáo kế toán, thuế suất cho đến đạo luật bảo mật dữ liệu cá nhân. Dù có đến 76% tổ chức quốc tế đánh giá các quy định tuân thủ này nằm trong tầm kiểm soát, việc đáp ứng vẫn đòi hỏi nguồn lực vận hành phù hợp. Gần đây nhất, quốc đảo này đã thông qua quyết định điều chỉnh thuế carbon từ mức 25 SGD lên 45 SGD trên mỗi tấn khí thải nhà kính kể từ năm 2026.

Mặt khác, các doanh nghiệp đa quốc gia tại Singapore đang bước vào một giai đoạn điều chỉnh thuế quan trọng khi Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) triển khai giải pháp Hai trụ cột (Two-Pillar Solution). Cụ thể, việc áp dụng Trụ cột 2 thông qua các quy tắc Chống xói mòn cơ sở thuế toàn cầu (GloBE) yêu cầu các tập đoàn thực hiện các quy định bao gồm Quy tắc tổng hợp thu nhập (IIR), Quy tắc lợi nhuận chịu thuế dưới mức tối thiểu (UTPR) và Thuế bổ sung tối thiểu nội địa đạt chuẩn (QDMTT). Các cơ chế này được thiết lập nhằm đảm bảo mức thuế suất thực tế tối thiểu là 15%.

Dù là cảng tự do, Singapore vẫn áp dụng thuế tiêu thụ đặc biệt ở mức cao đối với dầu mỏ, xe cơ giới, thuốc lá và rượu. Đối với ngành thực phẩm, các doanh nghiệp quốc tế cần đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật đối với thịt, hải sản, gia cầm, cũng như các quy định về dán nhãn cho đồ uống không còn đóng gói sẵn. Trong lĩnh vực dịch vụ, công tác quản lý chuyên ngành cũng được duy trì thông qua các quy định đối với mảng ngân hàng, y tế, pháp lý, dịch vụ truyền hình trả tiền và truyền hình vệ tinh trực tiếp. Bên cạnh đó, dù hệ thống pháp lý bảo hộ sở hữu trí tuệ (IP) nói chung của Singapore luôn được đánh giá thuộc nhóm xuất sắc nhất thế giới, một số nhà đầu tư nước ngoài vẫn bày tỏ quan ngại và mong muốn nâng cao hiệu quả hơn nữa trong việc kiểm soát hàng giả quá cảnh cũng như các dịch vụ truyền trực tuyến không bản quyền.

❑ **Rào cản trong tiến trình chuyển đổi số toàn diện**

Tiến trình chuyển đổi số tại Singapore vẫn đối mặt với 3 rào cản chính: 1. Yêu cầu khắt khe về an ninh mạng; 2. Mức độ tương thích kém khi tích hợp công nghệ mới vào hệ thống dữ liệu cũ; và 3. Chi phí đầu tư ban đầu lớn. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp phải liên tục tối ưu hóa bài toán chi phí - lợi ích và thiết lập các chiến lược quản trị rủi ro công nghệ dài hạn để khai thác hiệu quả hệ sinh thái số tại Singapore.

❑ **Đặc điểm quy mô thị trường nội địa**

Mặc dù có vị thế là một trung tâm thương mại lớn, thị trường tiêu dùng nội địa của Singapore lại có quy mô tương đối khiêm tốn. Đặc điểm này phần nào giới hạn không gian tăng trưởng nếu chỉ dựa vào sức mua nội địa, đòi hỏi các doanh nghiệp phải chủ động mở rộng chiến lược tiếp cận, kết nối với các thị trường láng giềng trong khu vực thay vì chỉ tập trung vào thị trường quốc đảo.

➤ **Cơ hội kinh tế vi mô**

❑ **Môi trường vi mô ổn định và thuận lợi**

Singapore tiếp tục khẳng định vị thế là trung tâm kinh tế hàng đầu châu Á thông qua các chỉ số vi mô tích cực. Tỷ lệ thất nghiệp duy trì ở mức chỉ 2,0%, phản ánh một thị

trường lao động năng động và có trình độ chuyên môn. Bất chấp bối cảnh kinh tế toàn cầu biến động, đà tăng trưởng của Singapore vẫn được duy trì ổn định trong quý đầu tiên của năm 2026 với tốc độ tăng trưởng GDP đạt 4,6% so với cùng kỳ năm trước. Sức hút dòng vốn quốc tế của Singapore được khẳng định qua 14,2 tỷ SGD vốn đầu tư tài sản cố định (FAI) và 8,9 tỷ SGD tổng chi tiêu kinh doanh (TBE) trong năm 2025. Các con số cam kết này dự kiến sẽ tạo ra 15.700 việc làm chất lượng cao và đóng góp 18,0 tỷ SGD giá trị gia tăng (VA) cho nền kinh tế trong vòng 5 năm tới.

□ Thể chế minh bạch và chính sách hỗ trợ kinh doanh hiệu quả

Một trong những lợi thế cạnh tranh chủ yếu của Singapore nằm ở môi trường kinh doanh được quản trị khoa học, hệ thống bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ (IP) đồng bộ, cùng mạng lưới hiệp định thương mại tự do (FTA) toàn diện giúp các doanh nghiệp tiếp cận thị trường toàn cầu một cách thuận lợi. Sự minh bạch và tính tiên liệu trong hệ thống pháp luật của Singapore được cộng đồng quốc tế đánh giá cao. Để gia tăng sức hút, chính phủ nước này duy trì các chính sách hỗ trợ tài chính nhằm giúp doanh nghiệp giảm bớt áp lực chi phí. Điển hình là chính sách hoàn thuế thu nhập doanh nghiệp lên tới 40% cho năm đánh giá 2026, với mức trần 30.000 SGD và đảm bảo khoản hoàn trả tối thiểu 1.500 SGD cho mỗi công ty có ít nhất một nhân viên địa phương. Khi được hỏi về các gói hỗ trợ hiệu quả nhất từ chính phủ Singapore, 56% doanh nghiệp khẳng định đó là ưu đãi thuế, trong khi 52% lựa chọn tài trợ tuyển dụng và nâng cao kỹ năng.

□ Động lực từ các dự án hạ tầng và quá trình chuyển đổi số

Thị trường Singapore tạo ra dư địa phát triển cho lĩnh vực kỹ thuật số và đấu thầu cơ sở hạ tầng. Sáng kiến Quốc gia Thông minh của Singapore đang thu hút nguồn vốn đầu tư vào trí tuệ nhân tạo (AI), điện toán đám mây và an ninh mạng. Song song đó, hàng loạt dự án hạ tầng trọng điểm đang mở ra nhiều cơ hội thương mại. Dự án Cảng thế hệ mới Tuas Terminal đã hoàn tất xây dựng giai đoạn 1 và 2, chính thức đi vào vận hành từ quý 4 năm 2022 và dự kiến hoàn thiện toàn bộ bốn giai đoạn vào năm 2040. Cùng với đó, hệ thống cống ngầm sâu (DTSS) giai đoạn 2 và Nhà máy Tái chế Nước Tuas sẽ bắt đầu được đưa vào hoạt động theo từng giai đoạn từ năm 2027, giúp thúc đẩy nhu cầu về công nghệ xử lý nước, giám sát lượng mưa và các giải pháp chống ngập lụt tiên tiến.

□ Khu vực công nghiệp mũi nhọn

Tại Singapore, các tập đoàn đa quốc gia và nhà xuất khẩu có thể khai thác các tiềm năng trong mảng giáo dục, công nghệ năng lượng mới, công nghệ thông tin (ICT), thiết bị y tế, cũng như hàng không và quốc phòng. Cụ thể hơn, lĩnh vực y tế, chăm sóc sức khỏe và các dịch vụ giáo dục mầm non được dự báo sẽ có mức tăng trưởng doanh thu



Một góc của Marina Bay Sands, Singapore.

khả quan trong quý 2/2026 nhờ vào nhu cầu gia tăng ổn định. Đánh giá chung các lợi thế về hệ sinh thái đổi mới, vị trí địa lý thuận lợi và chính sách thích ứng linh hoạt, 58% doanh nghiệp quốc tế đã bày tỏ sự lạc quan về triển vọng mở rộng hoạt động tại Singapore trong 12 tháng tới.

❑ **Sự phát triển của thương mại điện tử và xu hướng tiêu dùng cao cấp**

Mảng thương mại điện tử tại Singapore đang nổi lên như một thị trường giàu tiềm năng với quy mô dự báo đạt khoảng 13,4 tỷ SGD vào năm 2026. Điểm đặc biệt là dù quy mô dân số nội địa tương đối hạn chế, giá trị giao dịch của thị trường này lại rất lớn nhờ hệ sinh thái kỹ thuật số phát triển vượt bậc, sở hữu tỷ lệ tiếp cận internet lên tới 99% cùng tệp khách hàng hơn 6,04 triệu người tiêu dùng am hiểu công nghệ. Điểm khác biệt nổi bật và cũng là cơ hội cho các thương hiệu quốc tế là người tiêu dùng tại đây luôn ưu tiên chất lượng sản phẩm và uy tín thương hiệu hơn là yếu tố giá cả. Hành vi tiêu dùng cao cấp này xuất phát từ nền tảng giáo dục chất lượng, với 89% người dân đạt trình độ đọc hiểu cấp độ 2, cao hơn mức trung bình toàn cầu là 77%. Điều này giúp họ đưa ra các quyết định mua sắm phù hợp, dẫn đến mức chi tiêu trung bình trên mỗi đơn hàng cao hơn so với các nước trong khu vực. Hành vi mua sắm cũng đang dịch chuyển khi có tới 85% giao dịch thương mại điện tử được thực hiện qua thiết bị di động. Nền tảng thương mại trên mạng xã hội phát triển mạnh nhờ 95,9% dân số sử dụng mạng xã hội, mở ra tiềm năng lớn cho các chiến dịch phát livestream nhằm làm tăng tỷ lệ chuyển đổi

đơn hàng. Đáng chú ý, các giải pháp thanh toán kỹ thuật số như ví điện tử hiện chiếm khoảng 39% tổng số lượng thanh toán trực tuyến, dần thay thế các phương thức truyền thống như tiền mặt hay thẻ tín dụng.

□ Nguồn lực tài chính thuận lợi và năng lực đổi mới sáng tạo đi đầu

Singapore tạo ra một môi trường thuận lợi về sự lưu thông dòng vốn lẫn tinh thần khởi nghiệp. Theo khảo sát năm 2025, 71,8% doanh nghiệp nhỏ tại Singapore đánh giá việc tiếp cận nguồn vốn tài chính bên ngoài là thuận lợi, đưa quốc gia này lên vị trí dẫn đầu trong số các thị trường khu vực châu Á - Thái Bình Dương được khảo sát. Khả năng chủ động về tài chính đã thúc đẩy hoạt động đổi mới sáng tạo, thể hiện qua việc 45,5% doanh nghiệp nhỏ lên kế hoạch giới thiệu các sản phẩm, dịch vụ hoặc quy trình hoàn toàn mới ra thị trường toàn cầu trong năm 2026, tăng mạnh so với mức 23% của năm trước. Để hỗ trợ xu hướng phát triển công nghệ, ngân sách năm 2026 của chính phủ Singapore đã cấp thêm 5 tỷ SGD cho Quỹ Nghiên cứu Quốc gia nhằm thúc đẩy kế hoạch Nghiên cứu, Đổi mới và Doanh nghiệp (RIE) 2030, tập trung vào các công nghệ tiên phong. Song song đó, Quỹ Năng suất Quốc gia cũng được bổ sung 6 tỷ SGD để hỗ trợ chuyển đổi doanh nghiệp. Đồng thời, một Quỹ Tăng trưởng Tín dụng Tư nhân mới trị giá khoảng 999,6 triệu SGD cũng được công bố nhằm đa dạng hóa các lựa chọn tài chính cho các công ty địa phương có mức tăng trưởng cao, hỗ trợ tích cực cho các chiến lược quốc tế hóa và sáp nhập.

□ Cửa ngõ logistics toàn diện và trung tâm điều phối chiến lược khu vực



Tòa trụ sở của Công ty Grab tại Singapore.

Singapore được xem là trung tâm điều phối chiến lược hàng đầu Đông Nam Á. Tính chuyên nghiệp của hệ sinh thái hậu cần nội địa được phản ánh qua việc người tiêu dùng và doanh nghiệp coi các dịch vụ giao hàng trong ngày hoặc giao hàng linh hoạt là một tiêu chuẩn cơ bản, thúc đẩy các đơn vị vận chuyển áp dụng công nghệ tiên tiến. Năm 2025, trong cơ cấu tổng chi tiêu kinh doanh (TBE), việc đặt trụ sở chính và dịch vụ chuyên nghiệp chiếm tới 61,5%, tiếp theo là mảng nghiên cứu và phát triển (R&D) với 19,0%. Vị thế trung tâm về thương mại quốc tế của Singapore cũng được củng cố vững chắc khi tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa phi dầu mỏ (NORX) tăng trưởng ổn định ở mức 17,7% trong năm 2025. Để hỗ trợ các tập đoàn và doanh nghiệp tận dụng cửa ngõ này vươn ra toàn cầu, chính phủ nước này mở rộng quy mô của hàng loạt chương trình hỗ trợ như Chương trình Tài trợ Doanh nghiệp và Trợ cấp Hỗ trợ Sẵn sàng Mở rộng Thị trường, tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp hạn chế rủi ro khi mở rộng hoạt động sang các khu vực lân cận.

➤ Xu hướng tiêu dùng tại Singapore

□ Kỳ luật tài chính

Chỉ số tâm lý người tiêu dùng tại Singapore đã ghi nhận mức giảm đáng chú ý, từ 57 điểm trong năm 2024 xuống còn 47 điểm vào năm 2025. Nguyên nhân của sự suy giảm này chủ yếu đến từ những lo ngại ở góc độ vi mô. Theo khảo sát, người dân ngày càng e ngại về sự gia tăng của chi phí sinh hoạt, rủi ro sụt giảm thu nhập, cũng như áp lực từ các cam kết tài chính dài. Hệ quả là mức độ lạc quan về tương lai thu hẹp đáng kể; chỉ có 70% người được hỏi kỳ vọng tình hình tài chính cá nhân sẽ được cải thiện hoặc duy trì ổn định trong năm 2026, thấp hơn rõ rệt so với tỷ lệ 77% của năm 2025.

Đối diện với tình hình kinh tế này, người tiêu dùng Singapore đã phản ứng bằng cách quản lý tài chính chặt chẽ. Cụ thể, có tới 7 trên 10 người tham gia khảo sát duy trì mức tiết kiệm hơn 10% thu nhập hàng tháng. Đáng chú ý, nhóm cá nhân tiết kiệm trên 30% thu nhập chiếm đến 18%, một tỷ lệ cao hơn đáng kể so với mặt bằng chung tại khu vực ASEAN.

□ Tái cấu trúc hành vi chi tiêu

Tại Singapore, những giới hạn về ngân sách đang làm gia tăng mức độ nhạy cảm về giá và thúc đẩy tâm lý ưu tiên tối ưu hóa giá trị. Khoảng 55% người tiêu dùng tại nước này dành nhiều thời gian hơn để cân nhắc kỹ lưỡng trước khi đưa ra quyết định mua sắm mới. Việc tìm kiếm các chương trình khuyến mãi cũng diễn ra phổ biến hơn, với 44% người tiêu dùng tăng cường chọn mua các sản phẩm đang được giảm giá, và 40% chuyển hướng sang sử dụng các nhãn hiệu riêng của nhà phân phối hoặc các mặt hàng không thương hiệu nhằm tiết kiệm chi phí.

Về mặt cấu trúc ngân sách, nhóm chỉ tiêu thiết yếu tiếp tục duy trì đà tăng trưởng 4%, đạt ngưỡng 9,8 tỷ SGD tính đến 10 tháng đầu năm 2025. Động lực này được hỗ trợ trực tiếp bởi gói kích cầu thông qua phiếu mua sắm SG60 do chính phủ cung cấp, với định mức lên tới 800 SGD cho công dân trên 60 tuổi (một nửa khoản tiền này được phân bổ để mua sắm tại siêu thị).

Ngược lại, người tiêu dùng Singapore đang ngày càng thận trọng hơn đối với nhóm hàng hóa không thiết yếu. Doanh số ngành hàng may mặc đã ghi nhận sự sụt giảm liên tục từ tháng 2 đến tháng 10 năm 2025. Tuy nhiên, thị trường lại chứng kiến xu hướng dịch chuyển mua sắm nhất quán từ thời trang sang các sản phẩm chăm sóc sức khỏe và sắc đẹp, một hiện tượng được thúc đẩy bởi lối sống chú trọng sức khỏe đang dần phổ biến.

□ **Tính ổn định của phân khúc cao cấp**

Bất chấp sự thắt chặt ngân sách của nhóm đại chúng, các phân khúc tiêu dùng cao cấp và xa xỉ vẫn duy trì được sự ổn định, phần lớn nhờ vào năng lực tài chính của nhóm thu nhập cao. Đặc trưng “nơi trú ẩn an toàn” của Singapore tiếp tục thu hút các dòng vốn quản lý tài sản chảy vào quốc gia này, trực tiếp tạo ra nguồn cầu quan trọng cho mảng bán lẻ xa xỉ.

Nhu cầu gia tăng đã đẩy giá thuê mặt bằng tại các khu vực trung tâm đắc địa đi lên. Điển hình, giá thuê cơ sở chính tại khu vực Orchard đã tăng 0,4% trong quý 1/2026 so cùng kỳ năm trước. Hàng loạt các thương hiệu danh tiếng toàn cầu như Zimmermann, Jil Sander, Mikimoto, Tudor, IWC và Jaeger LeCoultre đã khai trương cửa hàng mới, củng cố thêm vị thế của phân khúc hàng hiệu. Tương tự, lĩnh vực giải trí và trò chơi có thưởng cũng ghi nhận sự phục hồi theo mô hình phân hóa chữ K, được định hình chủ yếu bởi tệp khách hàng VIP.

□ **Số hóa hệ sinh thái bán lẻ**

Xu hướng của ngành bán lẻ đang được định hình bởi mô hình đa kênh toàn diện, nơi người dùng mong muốn một trải nghiệm liền mạch từ không gian trực tuyến đến ngoại tuyến. Dù thương mại điện tử đã trở thành một phần quen thuộc trong thói quen mua sắm với mức độ thâm nhập cao hơn hẳn các thị trường lân cận, các trung tâm thương mại vật lý tại Singapore vẫn phát triển song hành và chứng minh được hiệu quả. Các chỉ số vận hành bán lẻ truyền thống tiếp tục giữ mức tích cực, thể hiện qua tỷ lệ lấp đầy cao, sự đảo chiều theo hướng khả quan của giá thuê và mức tăng trưởng tốt trong doanh số của khách thuê.

Trên nền tảng kỹ thuật số, thương mại xã hội thông qua các ứng dụng như TikTok và Instagram đã chuyển đổi từ những kênh truyền thông thành hệ sinh thái mua sắm hoàn

chính. Đồng thời, công nghệ Trí tuệ nhân tạo (AI) ứng dụng trong việc cá nhân hóa nay đã trở thành một tiêu chuẩn cơ bản của người tiêu dùng. Các doanh nghiệp hiện đang đẩy mạnh áp dụng phân tích dự đoán, đề xuất sản phẩm cá nhân hóa, các chiến lược định giá linh hoạt và hệ thống chatbot hỗ trợ để tăng cường mức độ tương tác.

□ Tiêu dùng bền vững và có mục đích

Tính bền vững và đạo đức tiêu dùng đang chuyển dần từ một thị hiếu ngách sang xu hướng chủ đạo, nổi bật nhất ở tập khách hàng trẻ tuổi và nhóm người tiêu dùng có ý thức bảo vệ môi trường. Khách hàng tại Singapore ngày càng ưu tiên các thương hiệu có thực tiễn kinh doanh thân thiện với sinh thái, vận hành chuỗi cung ứng minh bạch, và tuân thủ các nguyên tắc tìm nguồn cung ứng đạo đức.



Trạm xe buýt tại Singapore.

Những tiêu chí này không chỉ mang tính biểu tượng mà hiện đã tác động trực tiếp vào quyết định mua sắm, củng cố niềm tin cũng như lòng trung thành dài hạn đối với thương hiệu.

Nhìn chung, dù Singapore đã bước vào giai đoạn thị trường trưởng thành với những thách thức nhất định về việc mở rộng quy mô, sự gia tăng của thu nhập hộ gia đình cùng một thị trường lao động ổn định vẫn tiếp tục là cơ sở vững chắc cho các hoạt động chi tiêu. Sự chuyển dịch hướng tới các giá trị cốt lõi, y tế và tính bền vững đang tái định hình cấu trúc cho toàn ngành hàng tiêu dùng và bán lẻ tại quốc gia này.

VĂN HÓA VÀ TẬP QUÁN KINH DOANH



Hình ảnh do AI thiết kế.

Là điểm đến của các tập đoàn toàn cầu, Singapore dung hòa tinh tế giữa mô hình quản trị phương Tây hiện đại và bản sắc châu Á sâu sắc. Với các doanh nghiệp quốc tế, việc cân bằng giữa hai yếu tố này chính là chìa khóa mở ra cơ hội tại đây.

TRẬT TỰ THỨ BẠC VÀ NGHI THỨC GIAO TIẾP

Môi trường kinh doanh tại Singapore thoát nhìn mang đậm tính phương Tây với việc sử dụng tiếng Anh làm ngôn ngữ chính và các quy trình làm việc hiện đại. Tuy nhiên, phong cách làm việc của các công ty địa phương lại chịu ảnh hưởng mạnh từ tư tưởng Nho giáo của cộng đồng người gốc Hoa, vốn chiếm hơn 74% dân số.

Trật tự thứ bậc tại đây khá rõ nét. Tính tôn ti, sự tôn trọng tuổi tác và thâm niên là những yếu tố được đặt lên hàng đầu. Trong các buổi họp, người có chức vụ cao nhất sẽ dẫn dắt cuộc thảo luận; đối tác nên ưu tiên mở lời và hướng câu hỏi trực tiếp đến họ, dù họ có trực tiếp chủ trì hay không. Các quyết định mang tính chiến lược thường được đưa ra từ cấp lãnh đạo cao nhất. Tuy nhiên, sự tập trung quyền lực này mang tính định hướng cao và luôn đi kèm với tinh thần lắng nghe. Việc này cũng có nghĩa các doanh

ng nghiệp Singapore vẫn đề cao tham vấn nội bộ để tạo sự đồng thuận từ tập thể trước khi ra quyết định cuối cùng.

Song hành với cấu trúc thứ bậc, Singapore đặc biệt coi trọng chủ nghĩa trọng dụng nhân tài (meritocracy). Năng lực thực tế, trình độ và hiệu suất công việc là những thước đo quyết định cho cơ hội thăng tiến, các gói thầu hay quan hệ hợp tác, thay vì dựa vào mối quan hệ thân quen cá nhân. Đối tác Singapore luôn đề cao tính chuyên nghiệp và kết quả đo lường được. Tinh thần này cũng được phản ánh qua chế độ đãi ngộ của các vị trí lãnh đạo, luôn được thiết lập tiệm cận với khu vực tư nhân nhằm thu hút và giữ chân những chuyên gia xuất sắc nhất.

Trong một xã hội đa văn hóa như Singapore, nghi thức xưng hô và giao tiếp đòi hỏi tính trang trọng cao, thể hiện sự tôn trọng đối với thứ bậc và nguồn gốc văn hóa của đối tác:

- **Sự đa dạng trong cách đặt tên:** Tên gọi thay đổi tùy theo từng nhóm dân tộc. Người gốc Hoa thường đặt họ lên trước; người gốc Mã Lai thường dùng cấu trúc danh xưng liên kết thể hệ (như “bin” cho nam hoặc “binti” cho nữ); trong khi người gốc Ấn có thể ghép tên cha vào tên mình. Nếu chưa rõ, doanh nghiệp nên chủ động hỏi cách xưng hô lịch sự và chính xác nhất.

- **Thứ tự giới thiệu:** Sự phân cấp quyền lực thể hiện ngay từ những phút đầu tiên tiếp xúc. Bạn nên ưu tiên giới thiệu hoặc chào hỏi những người lớn tuổi nhất và có chức vụ cao nhất trước.

- **Văn hóa danh thiếp:** Danh thiếp được đặc biệt coi trọng. Khi trao và nhận, hãy dùng cả hai tay (hoặc tay phải) và đảm bảo mặt chữ hướng về phía người nhận. Sau khi nhận, hãy dành thời gian đọc lướt qua các thông tin trên đó thay vì cất ngay đi. Cần tránh việc bỏ quên danh thiếp của đối tác trên bàn sau cuộc họp.

VĂN HÓA KIASU

Đặc trưng tâm lý nổi bật của người Singapore chính là tinh thần “Kiasu”. Xuất phát từ tiếng Phúc Kiến, “Kiasu” có thể hiểu là “tâm lý cẩn trọng trước sự bất lợi” hoặc mong muốn không bỏ lỡ các cơ hội tốt. Tâm thế này thúc đẩy họ luôn tìm cách tối ưu hóa mọi nguồn lực và chủ động nắm giữ lợi thế trong từng giao dịch.

Trong hoạt động kinh doanh, tinh thần Kiasu mang lại tác động tích cực khi thúc đẩy sự cạnh tranh lành mạnh, tinh kiên trì và tinh thần vượt khó, góp phần tạo nên sự phát triển kinh tế thần tốc của Singapore. Tuy nhiên, ở chiều ngược lại, tâm lý này khiến họ luôn đặt sự an toàn lên hàng đầu, đòi hỏi sự chuẩn bị kỹ lưỡng và kiểm soát rủi ro chặt chẽ trước khi quyết định hợp tác.

TẬP QUÁN XÂY DỰNG MỐI QUAN HỆ



Trường Đại học Quốc gia Singapore (NUS).

Mặc dù thị trường Singapore đề cao sự chuyên nghiệp và hiệu quả công việc, các mối quan hệ hợp tác và sự tin tưởng lẫn nhau vẫn cần được bồi đắp theo thời gian. Với tầm nhìn chiến lược, họ đánh giá cao các đối tác có cam kết gắn bó lâu dài và thái độ chân thành. Các buổi gặp gỡ, giao lưu ẩm thực là cơ hội lý tưởng để thắt chặt tình thân giao. Đây là dịp phù hợp để chia sẻ về văn hóa, đời sống nhằm tạo sự gắn kết, thay vì vội vã thúc đẩy các điều khoản hợp đồng mang tính thương mại thuần túy. Trong các cuộc trò chuyện thân mật, việc sử dụng khéo léo một vài từ “Singlish” (tiếng Anh pha tiếng Hoa, Mã Lai) cũng giúp tạo thiện cảm rất tốt.

Sự đa dạng sắc tộc tại Singapore đòi hỏi các nhà kinh doanh quốc tế phải có sự nhạy bén và tôn trọng văn hóa. Từ quy tắc ăn uống đến nghi thức tặng quà, đều có những lưu ý riêng tùy thuộc vào gốc gác của đối tác:

Đặc điểm văn hóa	Người Hoa	Người Mã Lai	Người Ấn Độ
Quy tắc ăn uống	Thường chia sẻ món ăn chung, chủ tiệc là người gọi món và mời khách.	Tuyệt đối tuân thủ thực phẩm Halal, không sử dụng các sản phẩm từ thịt heo hoặc đồ uống có cồn.	Cần chú ý đến thói quen ăn chay của nhiều cá nhân, tránh các món liên quan đến thịt bò.

Giao tiếp cơ thể	Chú trọng các quy tắc giao tiếp cơ thể đặc thù (chi tiết xem ở mục Nghi thức giao tiếp bên trên).	Tránh tiếp xúc cơ thể quá thân mật với người khác giới (như ôm, hôn). Sử dụng nụ cười ấm áp để chào hỏi là phù hợp.	Luôn sử dụng tay phải hoặc cả hai tay khi trao nhận đồ vật hay quà tặng để thể hiện sự tôn trọng.
Quy tắc tặng quà	Tránh số 4 (phát âm gần giống chữ “tử”) và tránh tặng đồng hồ (mang tính biểu tượng liên quan đến tang tóc). Quà thường được nhận bằng hai tay.	Quà tặng phải tuân thủ nghiêm luật Hồi giáo (Halal); tránh trao quà bằng tay trái vì theo truyền thống, tay trái không phù hợp cho các nghi thức trang trọng.	Ưu tiên đồ vật mang tính biểu tượng văn hóa; cần phải tránh các sản phẩm làm từ da động vật, đặc biệt là da bò do tín ngưỡng tôn giáo.

Khi xây dựng mối quan hệ qua quà tặng hay tiếp khách, doanh nghiệp phải đặc biệt lưu ý luật chống tham nhũng cực kỳ nghiêm khắc của Singapore. Mọi hành vi tặng quà giá trị lớn hay đãi tiệc xa hoa nhằm tìm kiếm lợi thế kinh doanh không hợp pháp đều có thể bị xem là vi phạm pháp luật, áp dụng cho cả khối công và tư. Do đó, các món quà mang tính quảng bá, có in logo công ty hoặc quà lưu niệm phổ thông luôn là lựa chọn an toàn nhất.

Sau lớp vỏ bọc hiện đại, thị trường Singapore vẫn vận hành dựa trên sự kiên nhẫn, tinh thần tôn trọng thứ bậc và các giá trị văn hóa chiều sâu. Khi thấu hiểu các chuẩn mực và ranh giới vô hình trong giao tiếp, việc đồng hành cùng thị trường tiềm năng này sẽ trở nên hiệu quả hơn bao giờ hết.

GIAO TIẾP GIÁN TIẾP VÀ NGHỆ THUẬT GIỮ THỂ DIỆN

Người Singapore luôn đề cao tính tập thể và sự hài hòa, do đó khái niệm “thể diện” đóng vai trò cốt lõi trong giao tiếp ứng xử. Việc phê bình công khai hay phản đối quá mức đều bị hạn chế tối đa nhằm giữ uy tín cho đối phương và duy trì hòa khí. Nếu xuất hiện bất đồng ý kiến, phương án tối ưu là trao đổi một cách khéo léo, tế nhị thông qua các cuộc đối thoại riêng tư.

Coi trọng sự hòa hợp khiến người Singapore có phong cách giao tiếp gián tiếp và hiếm khi từ chối trực tiếp. Thêm vào đó, sự im lặng trong các cuộc họp không đồng nghĩa với sự đồng thuận; đôi khi đó là biểu hiện của sự cẩn trọng suy nghĩ hoặc là một cách lịch sự để thể hiện quan điểm khác biệt. Trong đàm phán, người Singapore thường dành những khoảng lặng để cân nhắc ý kiến tập thể. Bạn không nên vội vã lấp khoảng lặng này bằng những câu chuyện bên lề. Việc nhằm tưởng im lặng là đồng thuận dễ dẫn đến hiện tượng “đồng thuận hình thức”, nguyên nhân khiến dự án trễ tiến độ sau này do cấp dưới ngại phản bác trước mặt cấp trên.

TINH THẦN THỰC TIỄN

Định hướng phát triển của Singapore được xây dựng dựa trên tầm nhìn dài hạn và tinh thần thực tiễn sâu sắc. Họ không tìm kiếm giải pháp lý thuyết hoàn hảo mà ưu tiên tính linh hoạt, kết hợp nhiều nguồn lực và luôn có kịch bản dự phòng. Họ mang tư duy thực tế, tin rằng việc kết hợp hài hòa giữa các giải pháp khác nhau có thể tạo ra kết quả tốt hơn. Sự thành công ngày nay của quốc gia này đến từ khả năng duy trì các giá trị truyền thống như tính tiết kiệm, nỗ lực không ngừng và sự đầu tư kiên trì cho tương lai. Mặt khác, tinh thần thực tiễn của Singapore được phản ánh rõ nét qua hiệu quả hành chính công. Nền tảng chính phủ điện tử tối ưu là điều kiện tiên quyết giúp cho tốc độ xử lý thủ tục tại đây luôn đứng đầu thế giới, giảm thiểu rủi ro trễ nải cho nhà đầu tư.

TƯ DUY ĐỐI VỚI RỦI RO VÀ XU HƯỚNG ĐỔI MỚI

Dù là một quốc gia phát triển vượt bậc, văn hóa doanh nghiệp Singapore lại có mức độ chấp nhận rủi ro vừa phải. Chính tâm thế cẩn trọng và mong muốn bảo toàn uy tín cá nhân lẫn tổ chức khiến các doanh nghiệp địa phương thường có xu hướng bám sát các quy chuẩn sẵn có hơn là mạo hiểm với các quyết định đột phá. Người lao động Singapore nổi tiếng với tính kỷ luật và sự tuân thủ các quy định đề ra, phản ánh cấu trúc quyền lực cao – nơi các định hướng từ cấp có thẩm quyền luôn được chấp hành một cách nghiêm túc. Người dân địa phương cũng thường ví von một cách hóm hỉnh rằng Singapore là một quốc gia của sự kỷ cương và thượng tôn pháp luật nhờ hệ thống chế tài nghiêm minh, rõ ràng đối với mọi hành vi vi phạm.

Chính vì vậy, các đối tác tại đây thường e ngại trước những ý tưởng quá đột phá hoặc các đề xuất thiếu định hướng rõ ràng. Để thuyết phục họ chấp nhận một giải pháp hay ý



Khu phố ẩm thực tại Singapore.

tường mới, việc trình bày các minh chứng rõ ràng về lịch sử thành công trước đó là yếu tố quyết định, thay vì chỉ đưa ra những lời nói mang tính lý thuyết chung chung.

Sự cẩn trọng và tính tuân thủ quy trình của các doanh nghiệp Singapore vốn bắt nguồn từ định hướng phát triển nguồn nhân lực trong lịch sử. Trước đây, để nhanh chóng xây dựng một nền kinh tế vận hành ổn định, chính sách vĩ mô tập trung đào tạo lực lượng lao động có tính kỷ luật cao để thực thi tốt các quy trình sẵn có. Nhận thức được yêu cầu chuyển dịch của kỷ nguyên số và kinh tế tri thức, chính phủ Singapore hiện đang chuyển hướng mạnh mẽ sang các chính sách khuyến khích đổi mới sáng tạo, phát huy tính chủ động và tư duy độc lập ở mọi cấp độ nhân sự nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia trên trường quốc tế.

PHONG CÁCH QUẢN LÝ MANG TÍNH BẢO TRỢ

Các nhà quản lý tại Singapore thường áp dụng phong cách quản lý mang tính bảo trợ và quan tâm sâu sát đối với cấp dưới. Về quan hệ giữa công việc và cá nhân, các nhà quản lý tại đây thường thể hiện sự quan tâm vượt ngoài phạm vi công sở. Sự quan tâm này bao gồm việc chủ động hỗ trợ, sẻ chia và tìm hiểu các khía cạnh đời sống thực tế của nhân viên như gia đình, nhà ở, y tế và sức khỏe. Điều này xuất phát từ giá trị Nho giáo coi

gia đình là nền tảng của mọi tổ chức xã hội, nơi sự chăm sóc và trách nhiệm của người đi trước luôn song hành cùng sự gắn kết và trung thành của tập thể.

THÁI ĐỘ ĐÚNG GIỜ VÀ SỰ THỰC HÀNH TÔN GIÁO

Thời gian là yếu tố cực kỳ quan trọng đối với người Singapore. Các quy định về thời gian, lịch trình và thời hạn hoàn thành công việc luôn được xem xét một cách vô cùng nghiêm túc. Mức độ chuyên nghiệp của doanh nghiệp sẽ được đánh giá trực tiếp qua khả năng hoàn thành đúng hạn. Hiện nay, thời gian làm việc tiêu chuẩn của nhân viên văn phòng dao động từ 40 đến 45 giờ mỗi tuần (tương đương 5 ngày làm việc), với thời gian nghỉ trưa từ 30 đến 60 phút.

Tuy nhiên, dù khắt khe về tiến độ công việc, các doanh nghiệp lại rất cởi mở và linh hoạt trong việc tạo điều kiện cho các thực hành tôn giáo cá nhân. Chẳng hạn, những nhân viên theo đạo Hồi thường được tạo không gian riêng biệt tại văn phòng để cầu nguyện vào các khung giờ cố định. Đặc biệt vào thứ Sáu hàng tuần, nhân sự nam theo đạo Hồi được phép kéo dài thời gian nghỉ trưa để tham gia các buổi lễ nguyện cộng đồng tại thánh đường.

NGHỆ THUẬT THUYẾT TRÌNH VÀ RA QUYẾT ĐỊNH

Người Singapore rất coi trọng hiệu suất thời gian và thường đi thẳng vào trọng tâm vấn đề. Mặc dù việc xây dựng quan hệ là cần thiết, nhưng khi bước vào bàn đàm phán, doanh nghiệp cần chuẩn bị một phong cách tiếp cận vô cùng thực tế:

- **Thiết kế bài giới thiệu:** Thay vì mở đầu bằng lịch sử doanh nghiệp dài dòng, hãy tập trung làm nổi bật năng lực chuyên môn và giá trị cốt lõi (USP) của sản phẩm/dịch vụ. Thông tin giới thiệu về lịch sử công ty nên được tóm lược ngắn gọn ở phần cuối.

- **Sử dụng số liệu chứng minh:** Môi trường kinh doanh tại đây đòi hỏi tính xác thực cao, do đó hãy thuyết phục đối tác bằng số liệu thống kê và bằng chứng khoa học thay vì các cam kết mang tính định tính.

- **Chiến lược giá linh hoạt:** Trong đàm phán, người Singapore đánh giá cao sự linh hoạt và sẵn sàng thương lượng. Doanh nghiệp nên chủ động tính toán trước biên độ điều chỉnh phù hợp trong cấu trúc giá để tạo không gian thảo luận thuận lợi mà vẫn bảo đảm hiệu quả kinh tế.

- **Tốc độ phản hồi:** Dù đối tác Singapore có thể cần thời gian để xem xét và đưa ra quyết định cuối cùng, họ luôn kỳ vọng nhận được phản hồi nhanh chóng, kịp thời đối với bất kỳ câu hỏi hoặc yêu cầu làm rõ nào từ phía bạn.

Doanh nghiệp cần lưu ý, một khi hợp đồng bằng văn bản với đối tác Singapore được xác lập, văn bản đó có tính ràng buộc pháp lý tuyệt đối. Thỏa thuận bằng lời nói không có giá trị thay thế hợp đồng đã ký. Dựa trên nền tảng Thông luật (Common Law), các cam kết bằng văn bản có giá trị như sau:

- **Quyền lợi của bên thứ ba:** Pháp luật Singapore cho phép bên thứ ba yêu cầu thực thi nghĩa vụ nếu hợp đồng có điều khoản quy định rõ ràng nhằm mang lại lợi ích cho họ.
- **Tính ràng buộc của điều khoản:** Khi nghĩa vụ đã xác lập bằng văn bản, các bên không thể tự ý thay đổi hoặc hủy bỏ nếu làm ảnh hưởng đến bên thụ hưởng. Do đó, doanh nghiệp không nên trông chờ vào mối quan hệ cá nhân để trì hoãn hay thương lượng lại các cam kết trên hợp đồng.

SỰ CÂN BẰNG GIỮA ĐỜI SỐNG VÀ KỶ LUẬT

Dưới lăng kính văn hóa, lối sống của người Singapore không có sự thiên lệch quá lớn giữa “Tận hưởng” và “Kỷ luật”:

- **Nhu cầu tận hưởng:** Người Singapore có sự quan tâm đặc biệt đối với việc nâng cao chất lượng cuộc sống, thể hiện rõ nét qua văn hóa ẩm thực phong phú và thói quen trải nghiệm ẩm thực, dịch vụ đa dạng.
- **Kỷ luật tự giác:** Tuy nhiên, song hành cùng việc hưởng thụ là tính tự kỷ luật cao và tuân thủ các chuẩn mực xã hội chặt chẽ.

Hiểu được sự cân bằng này có thể giúp bạn định vị phương thức giao tiếp phù hợp: Dù các buổi giao lưu ẩm thực giúp tạo bầu không khí thân mật, các quyết định hợp tác cuối cùng của đối tác Singapore luôn dựa trên tính toán khoa học, kỷ luật và hiệu quả thực tế chứ không phải cảm xúc thân mật nhất thời.

HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG VÀ ĐẦU TƯ VIỆT NAM – SINGAPORE



QUAN HỆ THƯƠNG MẠI SONG PHƯƠNG

Trong bối cảnh dịch chuyển chuỗi cung ứng toàn cầu, Việt Nam nổi lên là điểm đến FDI hấp dẫn nhờ nền chính trị - kinh tế ổn định và mạng lưới hiệp định thương mại (FTA) rộng mở, cùng vị trí cửa ngõ chiến lược kết nối ASEAN - Trung Quốc. Hơn nữa, hệ thống hạ tầng cảng biển và các khu kinh tế liên tục được đầu tư đồng bộ đã tạo đòn bẩy cho lĩnh vực logistics và sản xuất công nghiệp.

Nhận diện rõ những lợi thế này, Singapore nhiều năm liền giữ vị thế đối tác hàng đầu tại Việt Nam, không chỉ rót vốn mà còn chuyển giao công nghệ và mô hình quản lý hiện đại. Minh chứng sống động nhất cho quan hệ hợp tác này là chuỗi Khu công nghiệp VSIP. Từ dự án sơ khởi tại Bình Dương năm 1996, mạng lưới VSIP với hơn 14 dự án trải dài khắp cả nước (tính đến năm 2025) đã khẳng định bước tiến vượt bậc và lâu dài trong hợp tác kinh tế song phương.

➤ Tối ưu hóa ưu đãi từ mạng lưới hiệp định đa tầng

Việt Nam và Singapore hiện đang tận dụng mạng lưới ưu đãi thương mại thông qua ba hiệp định trọng điểm bao gồm ATIGA, CPTPP và RCEP. Việc cùng lúc nằm trong nhiều khuôn khổ hiệp định mang lại cho doanh nghiệp cơ hội so sánh và lựa chọn phương án thuế quan, quy tắc xuất xứ có lợi nhất cho cùng một lô hàng khi giao thương giữa hai thị trường.

□ Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN (ATIGA)

Dưới khuôn khổ ATIGA, quá trình giao thương nội khối (bao gồm tuyến Việt Nam - Singapore) đã được tối ưu hóa sâu rộng khi phần lớn hàng hóa được cắt giảm thuế về ngưỡng 0% hoặc dưới 5%. Về lộ trình thuế quan, Việt Nam đã hoàn tất trọn vẹn cam kết xóa bỏ thuế quan vào năm 2018 đối với toàn bộ các dòng thuế, kể cả nhóm hàng nhạy cảm như ô tô, đồ điện, hay nông sản. Tuy nhiên, đòn bẩy lớn nhất của ATIGA trong giai đoạn hiện nay không chỉ nằm ở ưu đãi thuế mà tập trung vào các cơ chế tạo thuận lợi thương mại thế hệ mới:

+ Cơ chế Tự chứng nhận xuất xứ toàn ASEAN (AWSC): AWSC là một sáng kiến tạo thuận lợi thương mại, chính thức có hiệu lực từ ngày 20/9/2020. Cơ chế này cho phép các nhà xuất khẩu được chứng nhận (CE) tại tất cả các quốc gia thành viên tự chứng nhận xuất xứ hàng hóa của mình để hưởng ưu đãi thuế quan theo Hiệp định Thương mại Hàng hóa ASEAN (ATIGA). Thay vì phải nộp hồ sơ xin cấp Giấy chứng nhận xuất xứ (C/O) mẫu D từ cơ quan có thẩm quyền, các nhà xuất khẩu này có thể tự lập Tờ khai xuất xứ (OD) ngay trên hóa đơn thương mại hoặc các chứng từ thương mại khác như sao kê thanh toán, lệnh giao hàng hoặc phiếu đóng gói.

Các tờ khai nói trên có giá trị hiệu lực lên đến 12 tháng kể từ ngày lập, đặc biệt đối với các lô hàng nhỏ có giá trị không vượt quá 200 USD tính theo giá FOB sẽ được miễn hoàn toàn việc xuất trình chứng từ xuất xứ. Việc áp dụng AWSC đi kèm với các quy định minh bạch về mặt thời gian, cụ thể thời gian tối đa để hải quan thực hiện kiểm tra hồ sơ xuất xứ là 6 tháng (180 ngày) và nếu một tờ khai bị từ chối thì phải được hoàn trả kèm lý do trong vòng không quá 60 ngày. Để duy trì đặc quyền này, các doanh nghiệp phải đáp ứng các điều kiện như không có tiền sử gian lận xuất xứ, đồng thời bắt buộc phải duy trì hệ thống lưu trữ hồ sơ, sổ sách kế toán trong ít nhất 3 năm để sẵn sàng phục vụ công tác đối chiếu, kiểm tra của cơ quan chức năng.

+ Hiệp định ATIGA nâng cấp (ATIGA Upgrade): Hiệp định ATIGA nâng cấp hiện đang được các nước phê chuẩn để đi vào thực thi, đánh dấu đợt cải tổ toàn diện đầu tiên sau khi hiệp định gốc đã thành công xóa bỏ tới 99% các rào cản thuế quan. Bản nâng cấp ra đời trong bối cảnh thương mại nội khối tăng trưởng ấn tượng gần 64%, từ 503

tỷ USD vào năm 2010 lên 823 tỷ USD vào năm 2024, nhằm giải quyết các thách thức mới về thủ tục và rủi ro đứt gãy chuỗi cung ứng. Hiệp định chú trọng ưu tiên kỹ thuật số thông qua việc mở rộng Cơ chế một cửa ASEAN (ASW) và thúc đẩy Chương trình Doanh nghiệp Ưu tiên (AEO), minh chứng là tính đến cuối năm 2025 đã có 1.043 AEO toàn khu vực, trong đó 693 AEO tham gia Thỏa thuận công nhận lẫn nhau (AAMRA) để được đẩy nhanh tốc độ thông quan.

Về phát triển bền vững, hiệp định tạo bước ngoặt khi công nhận hàng hóa tái sản xuất lưu thông tương đương hàng hóa mới, qua đó hỗ trợ mạnh mẽ cho Chiến lược Trung hòa Carbon của ASEAN – một chiến lược được kỳ vọng sẽ mở khóa tới 5,3 nghìn tỷ USD giá trị GDP vào năm 2050. Thêm vào đó, nhận thấy các doanh nghiệp vi mô, nhỏ và vừa (MSME) đóng vai trò nền tảng khi chiếm từ 97,2% đến 99,9% tổng số doanh nghiệp khu vực, hiệp định đã lần đầu tiên dành riêng một chương để cung cấp nền tảng thông tin hướng dẫn chi tiết cho nhóm này. Cuối cùng, hiệp định hoàn thiện môi trường kinh doanh bằng việc bổ sung cơ chế Giải quyết Tranh chấp Thay thế (ADR) linh hoạt, ít đối đầu hơn và thiết lập khuôn khổ đặc biệt nhằm đảm bảo chuỗi cung ứng hàng hóa thiết yếu luôn thông suốt trong các cuộc khủng hoảng nhân đạo.

□ Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP)

CPTPP mang đến đòn bẩy lớn trong việc mở rộng thị trường, đặc biệt là trao cơ hội cho doanh nghiệp tham gia đấu thầu các dự án mua sắm chính phủ vốn trước đây đóng cửa với nhà thầu nước ngoài. Hiệp định còn tạo điều kiện thông thoáng cho thương mại điện tử bằng cách bảo đảm dòng chảy dữ liệu xuyên biên giới và dỡ bỏ các yêu cầu bắt buộc chuyển giao công nghệ hay nội địa hóa dữ liệu. Đáng chú ý, nhằm thúc đẩy luân chuyển hàng hóa, CPTPP đặt mục tiêu giải phóng hàng trong vòng 48 giờ, cho phép khai báo hải quan điện tử trước khi hàng đến và có thể giải phóng hàng trước khi chốt thuế nếu có bảo lãnh.

Về quy tắc xuất xứ, CPTPP cho phép doanh nghiệp linh hoạt cộng gộp nguyên liệu từ các nước thành viên. Hơn nữa, đối với nhóm hàng nông sản và thực phẩm, quy tắc xuất xứ chủ yếu áp dụng tiêu chí chuyển đổi mã HS hoặc yêu cầu đạt tỷ lệ hàm lượng giá trị khu vực (RVC). Ngành dệt may cũng được hưởng cơ chế nới lỏng với quy tắc xuất xứ một công đoạn cắt và may áp dụng cho vali, túi xách, áo ngực phụ nữ và quần áo trẻ em. Các nhà sản xuất còn được phép sử dụng danh mục nguồn cung thiếu hụt gồm 194 loại sợi và vải nhập khẩu từ ngoài khối (trong đó 186 mặt hàng được áp dụng vĩnh viễn và 8 mặt hàng linh hoạt trong vòng 5 năm). Về thủ tục, một bước tiến lớn giúp giảm tải hành chính là kể từ ngày 14/01/2024, nhà nhập khẩu tại Việt Nam đã chính thức được quyền tự chứng nhận xuất xứ cho hàng hóa CPTPP.

Tuy nhiên, cơ chế của CPTPP đòi hỏi doanh nghiệp phải thay đổi tư duy vận hành để phòng tránh các rủi ro pháp lý. Lỗi phổ biến nhất hiện nay là doanh nghiệp nhập khẩu vẫn

yêu cầu đối tác xuất khẩu phải cung cấp chứng nhận xuất xứ bản cứng đóng dấu đỏ (như form E, form D). Trong khi đó, CPTPP áp dụng cơ chế tự chứng nhận dựa trên một bộ thông tin tối thiểu mà không theo biểu mẫu cố định, khiến nhiều doanh nghiệp xử lý chưa đúng quy trình khi hàng hóa về cảng. Rủi ro tiếp theo phát sinh khi chứng từ tự chứng nhận bị thiếu thông tin cốt lõi như tiêu chí xuất xứ hoặc chữ ký, hoặc doanh nghiệp nhầm lẫn quy định của CPTPP với các FTA khác, dẫn đến việc bị cơ quan hải quan bác bỏ hồ sơ khi hậu kiểm. Hơn nữa, doanh nghiệp còn phải nâng cao năng lực tuân thủ các rào cản phi thuế quan khắt khe, bao gồm biện pháp kiểm dịch động thực vật (SPS), hàng rào kỹ thuật (TBT), cũng như các tiêu chuẩn ràng buộc chặt chẽ về lao động và môi trường.

□ **Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP)**

RCEP mở ra không gian giao thương khổng lồ bao trùm khoảng 30% GDP toàn cầu và 30% dân số thế giới. Hiệp định này thiết lập lộ trình xóa bỏ khoảng 90% thuế nhập khẩu trong vòng 20 năm.



Hình ảnh do AI thiết kế.

Tương tự CPTPP, RCEP cho phép doanh nghiệp cộng gộp nguyên liệu có xuất xứ từ bất kỳ quốc gia thành viên nào để tính vào giá trị của thành phẩm cuối cùng. Đối với nhóm ngành hóa chất, RCEP cung cấp quy tắc đặc thù khi công nhận các sản phẩm thu được từ một phản ứng hóa học diễn ra tại nước thành viên là hàng hóa có xuất xứ. Nhằm thúc đẩy lưu thông hàng hóa, hiệp định cam kết minh bạch hóa thời gian giải phóng hàng, áp dụng công nghệ thông tin vào thông quan và dành ưu đãi rút ngắn thủ tục cho

các doanh nghiệp AEO. Khác với CPTPP đã áp dụng ngay, cơ chế tự chứng nhận xuất xứ hàng hóa tại RCEP dự kiến sẽ được Việt Nam và hầu hết các nước thành viên áp dụng trong vòng không quá 10 năm kể từ ngày hiệp định có hiệu lực (01/01/2022).

Khi vận hành thực tế trong khuôn khổ RCEP, doanh nghiệp cần nắm rõ phương pháp tính toán chi tiết của các quy tắc xuất xứ. Đối với tiêu chí hàm lượng giá trị khu vực, doanh nghiệp được phép linh hoạt tính toán theo phương pháp trực tiếp hoặc gián tiếp. Quá trình chuyển đổi mã số hàng hóa cũng được áp dụng chặt chẽ ở ba cấp độ: hai chữ số (CC), bốn chữ số (CTH) và sáu chữ số (CTSH). Bên cạnh đó, tỷ lệ linh hoạt De-minimis (mức giới hạn 10%) thường được tính dựa trên giá trị hàng hóa; tuy nhiên, ngoại lệ đối với nhóm hàng dệt may (Chương 50 - 63), tỷ lệ này được tính dựa trên trọng lượng.

Về mặt chứng từ pháp lý, doanh nghiệp xuất khẩu phải tuân thủ việc sử dụng mẫu chứng nhận xuất xứ RCEP cùng tờ khai bổ sung theo Thông tư số 05/2022/TT-BCT. Đặc biệt, nếu hàng hóa xuất khẩu chịu mức thuế suất nhập khẩu cao nhất do khác biệt lộ trình cam kết, doanh nghiệp bắt buộc phải ghi tên quốc gia đó kèm theo ký hiệu hai dấu sao để tránh bị bác bỏ hồ sơ. Ngoài ra, nếu hóa đơn thương mại được phát hành bởi một bên thứ ba, doanh nghiệp vẫn được quyền hưởng ưu đãi thuế quan nhưng phải chú thích rõ ràng tên và quốc gia của công ty phát hành hóa đơn đó lên trên giấy tờ chứng nhận xuất xứ.

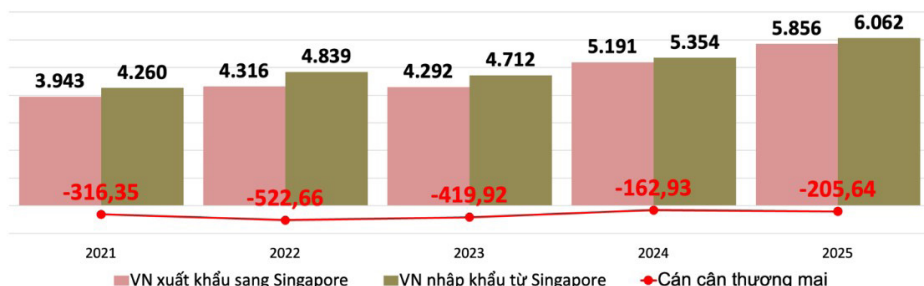
➤ Số liệu giao thương tổng quan

Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại

Việt Nam – Singapore (2021 – 2025)

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



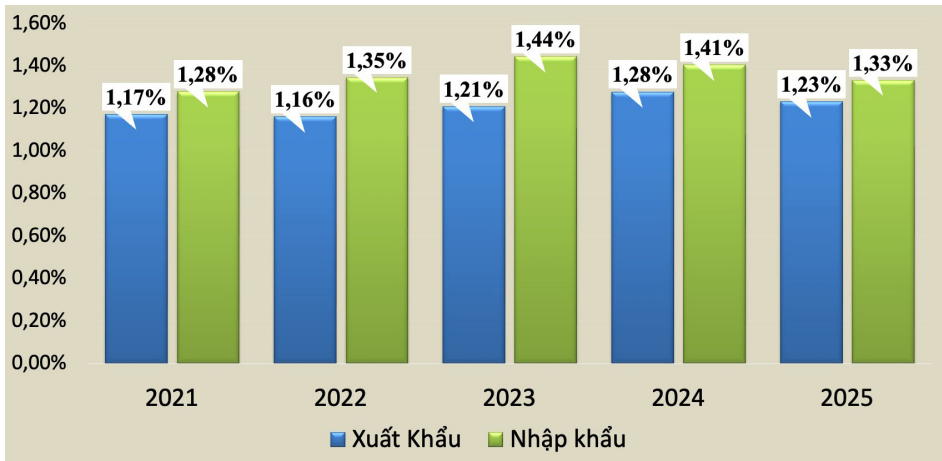
Theo số liệu của Cục Hải quan Việt Nam, năm 2025, tổng kim ngạch thương mại hàng hóa giữa Việt Nam và Singapore đạt 11,92 tỷ USD, tăng 13,02% so với năm 2024. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Singapore đạt 5,86 tỷ USD, tăng 12,82% so với cùng kỳ năm trước và chiếm 1,23% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới.

Ở chiều ngược lại, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ Singapore vào Việt Nam đạt 6,06 tỷ USD, tăng 13,22% so với năm 2024 và chiếm khoảng 1,33% tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ tất cả các đối tác thương mại.

Xét trong giai đoạn 2021 – 2025, quan hệ thương mại hàng hóa giữa Việt Nam và Singapore duy trì xu hướng tăng trưởng tương đối bền vững, chỉ ghi nhận sự chững lại nhẹ trong năm 2023 trước khi phục hồi trở lại trong hai năm tiếp theo. Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Singapore đạt tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 10,7%/năm. Trong khi đó, kim ngạch nhập khẩu từ Singapore vào Việt Nam tăng trưởng bình quân khoảng 9,5%/năm.

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

(Nguồn: Cục Hải quan)



Mặc dù xuất khẩu tăng trưởng tích cực, Việt Nam vẫn duy trì trạng thái nhập siêu từ Singapore trong toàn bộ giai đoạn 2021 – 2025. Cụ thể, mức nhập siêu lần lượt là 316,35 triệu USD năm 2021, tăng lên 522,66 triệu USD năm 2022, giảm xuống 419,92 triệu USD năm 2023 và tiếp tục thu hẹp còn 162,93 triệu USD năm 2024 trước khi tăng nhẹ lên 205,64 triệu USD năm 2025. Có thể thấy, sau khi đạt mức cao nhất vào năm 2022, quy mô nhập siêu đã giảm đáng kể trong hai năm tiếp theo, phản ánh tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam sang Singapore nhanh hơn tốc độ tăng nhập khẩu. Mặc dù cán cân thương mại chưa chuyển sang trạng thái xuất siêu, khoảng cách giữa xuất khẩu và nhập khẩu đã được thu hẹp đáng kể, cho thấy xu hướng cân bằng hơn trong quan hệ thương mại song phương.

➤ Một số sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Singapore

Top sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Singapore năm 2025

(Nguồn: Cục Hải quan)



Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện

1,59 TỶ USD
47,34%↑



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

960,81 TRIỆU USD
12,93%↑



4/Thủy tinh và các sản phẩm từ thủy tinh

621,90 TRIỆU USD
9,13%↑



3/Phương tiện vận tải và phụ tùng

815,14 TRIỆU USD
6,15%↑



5/Điện thoại các loại và linh kiện

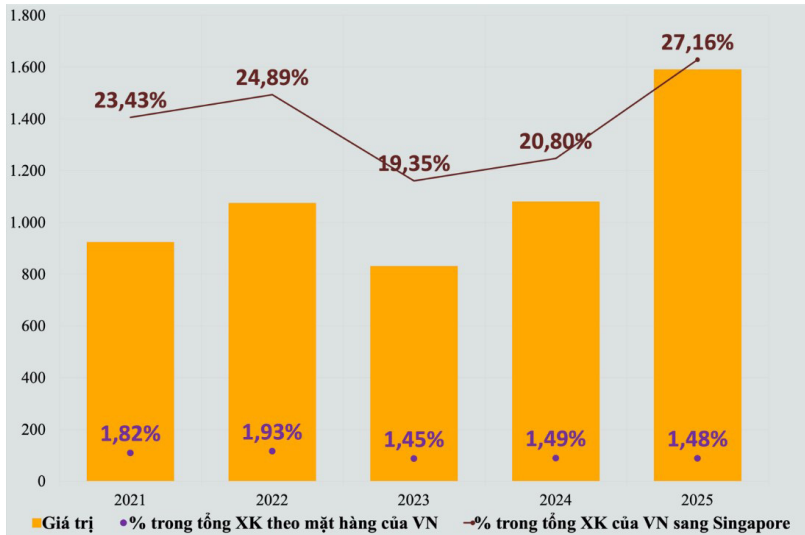
359,51 TRIỆU USD
30,01%↑

Đứng đầu trong cơ cấu các mặt hàng Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Singapore giai đoạn 2021 – 2025 là nhóm hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện. Theo số liệu của Cục Hải quan Việt Nam, năm 2025, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này đạt 1,59 tỷ USD, tăng 47,34% so với năm 2024, chiếm 27,16% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Singapore. Đồng thời, thị trường Singapore chiếm khoảng 1,48% tổng kim ngạch xuất khẩu máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện của Việt Nam ra thế giới. Trong giai đoạn 2021 – 2025, kim ngạch xuất khẩu hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện của Việt Nam sang Singapore có xu hướng biến động qua từng năm, phản ánh tốc độ tăng trưởng chưa thực sự ổn định.

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

(Nguồn: Cục Hải quan)

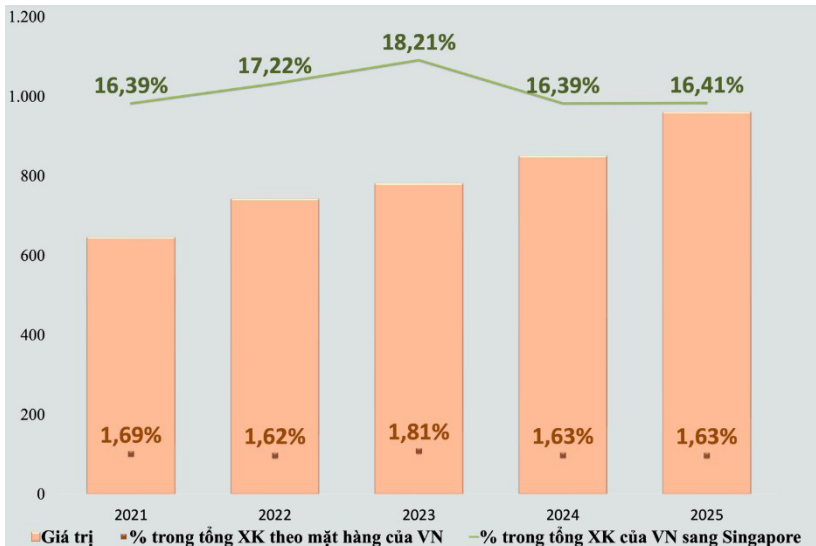
ĐVT: Triệu USD



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

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



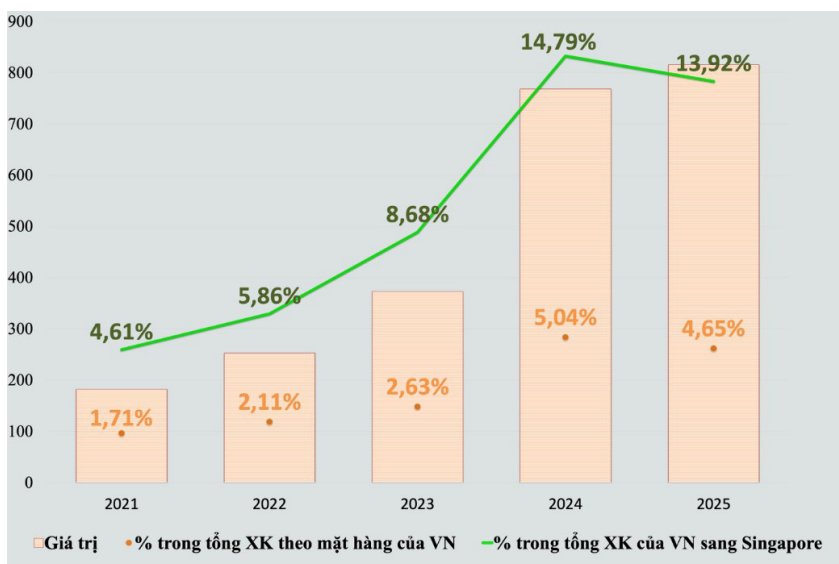
Tiếp theo là nhóm hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác, với kim ngạch xuất khẩu đạt 960,81 triệu USD trong năm 2025, tăng 12,93% so với năm 2024, chiếm 16,41% tổng giá trị hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Singapore. Đồng thời, thị trường Singapore chiếm khoảng 1,63% tổng kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm cùng loại của Việt Nam ra thế giới. Trong giai đoạn 2021 – 2025, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này có xu hướng tăng dần qua từng năm, với tốc độ tăng trưởng bình quân đạt khoảng 19,49%/năm.

Xếp thứ ba trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang Singapore năm 2025 là nhóm hàng phương tiện vận tải và phụ tùng, với kim ngạch đạt 815,14 triệu USD, tăng 6,15% so với năm 2024. Nhóm hàng này đóng góp 13,92% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Singapore, đồng thời chiếm khoảng 4,65% tổng giá trị xuất khẩu phương tiện vận tải và phụ tùng của Việt Nam sang tất cả các thị trường trên thế giới. Trong giai đoạn 2021 – 2025, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sang Singapore có xu hướng tăng trưởng ổn định.

Kim ngạch xuất khẩu phương tiện vận tải và phụ tùng của Việt Nam sang Singapore

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



Trong năm 2025, những mặt hàng xuất khẩu sang Singapore ghi nhận sự gia tăng về kim ngạch so với năm 2024, cụ thể là các mặt hàng: đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận (55,74%, tăng mạnh nhất trong tất cả các mặt hàng); máy vi tính, sản phẩm điện

tử và linh kiện (47,34%); hạt điều (46,61%); v.v. Tuy nhiên, cũng có một số mặt hàng có kim ngạch giảm như: cao su (-61,48%); sắt thép các loại (-47,54%); giấy và các sản phẩm từ giấy (-19,73%); v.v.

➤ Một số sản phẩm nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Singapore

Top sản phẩm nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Singapore năm 2025

(Nguồn: Cục Hải quan)



Xăng dầu các loại

2,34^{TỶ} USD
3,29%↑



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

985,55^{TRIỆU} USD
88,92%↑



4/Chất thơm, mỹ phẩm và chế phẩm vệ sinh

404,17^{TRIỆU} USD
2,19%↓



3/Sản phẩm khác từ dầu mỏ

562,26^{TRIỆU} USD
57,74%↑



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

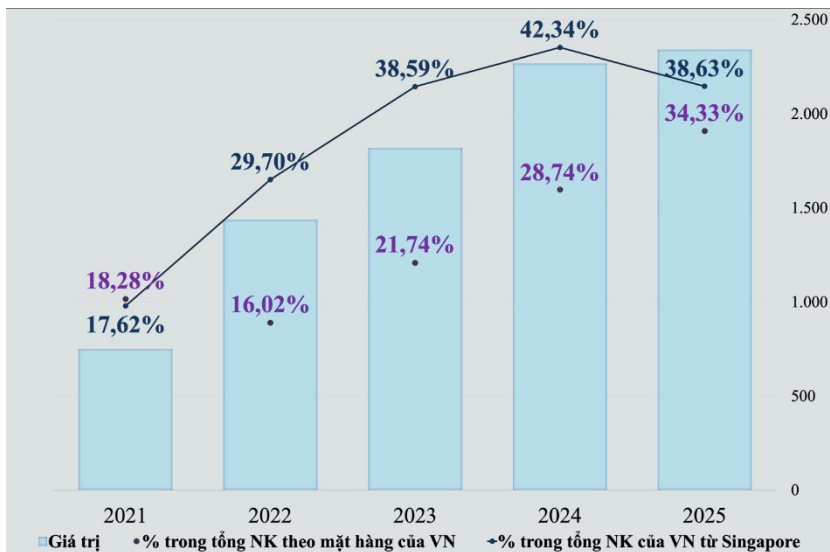
340,34^{TRIỆU} USD
46,12%↑

Đứng đầu trong cơ cấu hàng hóa Việt Nam nhập từ Singapore năm 2025 là xăng dầu các loại, với kim ngạch đạt 2,34 tỷ USD, tăng 3,29% so với năm 2024, chiếm 38,63% tổng giá trị hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Singapore. Đồng thời, kim ngạch nhập khẩu từ Singapore chiếm 34,33% tổng giá trị nhập khẩu nhóm hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các thị trường, khẳng định vai trò nổi bật của Singapore trong việc cung ứng các sản phẩm thuộc nhóm hàng này. Trong giai đoạn 2021–2025, nhu cầu nhập khẩu mặt hàng xăng dầu các loại của Việt Nam luôn trong đà tăng trưởng. Xét theo quy mô cung ứng, Singapore là thị trường xuất khẩu lớn nhất mặt hàng này vào Việt Nam trong năm 2025, vượt Hàn Quốc (1,83 tỷ USD) và Malaysia (1,03 tỷ USD).

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

(Nguồn: Cục Hải quan)

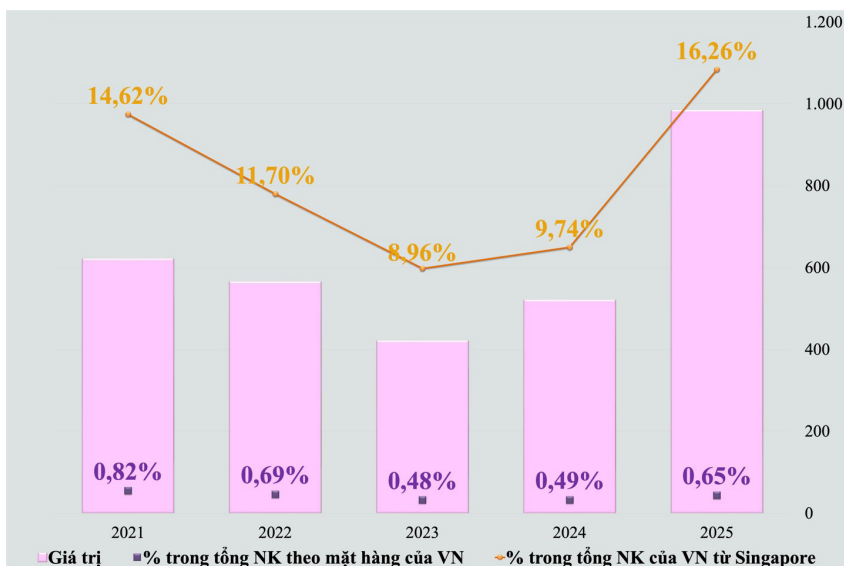
ĐVT: Triệu USD



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

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



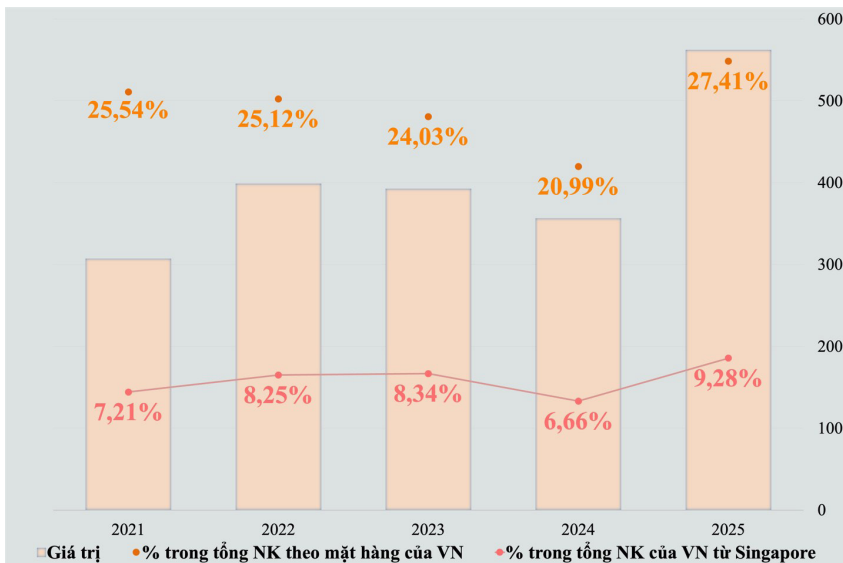
Đứng thứ hai trong cơ cấu hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Singapore năm 2025 là nhóm hàng Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, với kim ngạch đạt 985,55 triệu USD, tăng 88,92% so với năm 2024, chiếm 16,26% tổng giá trị hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Singapore. Đồng thời, kim ngạch nhập khẩu từ Singapore chiếm khoảng 0,65% tổng giá trị nhập khẩu máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện của Việt Nam từ tất cả các thị trường. Trong giai đoạn 2021 – 2025, kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này từ Singapore chạm đáy vào năm 2023, trước khi đảo chiều và bật tăng liên tiếp cho đến năm 2025.

Đứng thứ ba trong cơ cấu hàng hóa Việt Nam nhập từ Singapore năm 2025 là sản phẩm khác từ dầu mỏ, với kim ngạch đạt 562,26 triệu USD, tăng 57,74% so với năm 2024, chiếm 9,28% tổng giá trị hàng hóa Việt Nam nhập khẩu từ Singapore. Đồng thời, giá trị nhập khẩu từ Singapore chiếm khoảng 27,41% tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các thị trường. Trong giai đoạn 2021 – 2025, kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này từ Singapore có sự biến động qua từng năm. Tính chung cả giai đoạn, tốc độ tăng trưởng bình quân đạt khoảng 24,05%/năm. Việc kim ngạch tiếp tục tăng trong năm 2025 khẳng định Singapore vẫn là một trong những đối tác quan trọng, cung ứng nhóm hàng này cho Việt Nam. Ngoài ra, Singapore cũng đứng vị trí đầu tiên về quy mô cung ứng nhóm hàng này, vị trí thứ hai là Hàn Quốc với 336,50 triệu USD kim ngạch, theo sau là Trung Quốc với 267,44 triệu USD.

Kim ngạch nhập khẩu sản phẩm khác từ dầu mỏ của Việt Nam từ Singapore

(Nguồn: Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



Trong năm 2025, các mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam từ Singapore có sự phân hóa, ghi nhận cả xu hướng tăng trưởng lẫn sụt giảm về kim ngạch so với năm 2024. Trong đó, các mặt hàng ghi nhận sự tăng trưởng về kim ngạch nhập khẩu là: phế liệu sắt thép (mặt hàng tăng mạnh nhất với tỷ lệ tăng trưởng là 222,03%); dây điện và dây cáp điện (148,07%); máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (88,92%); sản phẩm từ cao su (85,24%); v.v. trong khi đó, một số mặt hàng ghi nhận sự sụt giảm về kim ngạch nhập khẩu như: sắt thép các loại (-85,27%); kim loại thường khác (-53,03%); giấy các loại (-50,16%); v.v.

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ SONG PHƯƠNG (FDI)

➤ Tổng quan bối cảnh và vị thế dẫn đầu của dòng vốn Singapore

Việt Nam hiện đang là một trong những điểm đến hấp dẫn đối với dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài. Trong bức tranh toàn cảnh đó, Singapore liên tục khẳng định vai trò là một mắt xích cốt lõi và là nhà đầu tư chiến lược hàng đầu, đóng góp quan trọng vào sự chuyển mình về cả quy mô lẫn chất lượng của nền kinh tế Việt Nam. Đặc biệt, cột mốc khi hai quốc gia chính thức nâng cấp quan hệ lên Đối tác Chiến lược toàn diện vào tháng 3/2025 không chỉ củng cố vững chắc niềm tin chiến lược giữa hai bên mà còn mở ra một kỷ nguyên hợp tác mới, tạo ra xung lực mạnh mẽ thúc đẩy dòng chảy thương mại và đầu tư song phương phát triển thực chất và hiệu quả.

Kể từ năm 2020 đến nay, Singapore luôn duy trì vị thế là nhà đầu tư lớn nhất khu vực ASEAN vào thị trường Việt Nam. Dòng vốn đầu tư này ghi nhận tốc độ tăng trưởng đều đặn với tỷ lệ khoảng 30% mỗi năm, phản ánh niềm tin mang tính chiến lược của các doanh nghiệp Singapore. Xu hướng tích cực này tiếp tục được duy trì vững chắc khi bước sang năm 2026, đưa tổng số dự án tích lũy lên tới 4.500 dự án với tổng vốn đăng ký đạt 95,824 tỷ USD. Với kết quả này, khoảng cách giữa Singapore và Hàn Quốc – nhà đầu tư ngoại lớn nhất tại Việt Nam – đang ngày càng được thu hẹp lại, đồng thời vượt xa quốc gia đứng thứ ba là Nhật Bản. Minh chứng rõ nét cho xu hướng đầu tư này là tính chung trong 5 tháng đầu năm 2026, trong tổng số 58 quốc gia và vùng lãnh thổ có dự án cấp phép mới tại Việt Nam, Singapore tiếp tục giữ vị trí dẫn đầu khi đóng góp 6,8 tỷ USD, chiếm tới 45,9% tổng vốn đăng ký cấp mới của cả nước.

➤ Xu hướng hoạt động M&A

Dòng vốn từ Singapore hướng tới việc xây dựng năng lực chuyên sâu, tập trung vào các lĩnh vực công nghệ cao và có hàm lượng tri thức lớn thay vì chỉ tối ưu hóa chi phí

sản xuất ngắn hạn. Danh mục đầu tư của các doanh nghiệp Singapore đang mở rộng sang các lĩnh vực giáo dục, chăm sóc sức khỏe, dịch vụ chuyên nghiệp, hoạt động tư vấn ESG; đặc biệt là các phân khúc kỹ thuật số như công nghệ tài chính, thương mại điện tử cùng ngân hàng số. Sự thay đổi này được thúc đẩy bởi các lợi thế về nguồn nhân lực trẻ am hiểu công nghệ, sự phát triển của tầng lớp trung lưu, cùng vị thế mắt xích trọng yếu của Việt Nam trong chuỗi giá trị logistics toàn cầu thông qua các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như CPTPP hay RCEP. Bên cạnh đó, môi trường thể chế không ngừng hoàn thiện, tiêu biểu là việc FTSE Russell nâng hạng thị trường vốn Việt Nam lên trạng thái “Thị trường mới nổi” vào tháng 10 năm 2025, đã củng cố niềm tin vững chắc cho các quỹ đầu tư tư nhân và quỹ mạo hiểm tham gia vào các hoạt động đổi mới sáng tạo.



Khu công nghiệp VSIP tại Nghệ An.

Sự chuyển dịch này cũng được phản ánh rõ qua hoạt động M&A với sự tham gia của các tập đoàn và quỹ đầu tư tư nhân, quỹ mạo hiểm đến từ Singapore. Điển hình là dòng vốn đầu tư vào hệ sinh thái khởi nghiệp và tiêu dùng của Việt Nam, như việc quỹ Vertex Growth Fund do Temasek hỗ trợ dẫn dắt vòng gọi vốn Series C vào thương hiệu Coolmate. Để tối ưu hóa sự am hiểu thị trường bản địa và đảm bảo các quy trình pháp lý, phần lớn doanh nghiệp Singapore ưu tiên lựa chọn hình thức liên doanh hoặc thiết lập liên minh chiến lược với các đối tác uy tín tại Việt Nam. Song song với đó, yếu tố tăng trưởng xanh cũng trở thành định hướng trọng tâm khi các nhà đầu tư đẩy mạnh vốn vào năng lượng tái tạo, công trình và chuỗi cung ứng xanh, phù hợp với Kế hoạch Xanh 2030 của Singapore.

Dấu ấn của các doanh nghiệp Singapore còn được thể hiện rõ qua các dự án hạ tầng công nghiệp, tiêu dùng và bất động sản quy mô lớn. Minh chứng điển hình cho sự hợp tác kinh tế là mạng lưới Khu công nghiệp Việt Nam - Singapore (VSIP) giữa Becamex IDC và Sembcorp Development, cung cấp hạ tầng tiêu chuẩn quốc tế thu hút dòng vốn đầu tư lớn, gắn liền với định hướng của Thủ tướng Singapore Lawrence Wong nhằm nâng tổng số lên 30 khu VSIP vào năm 2026. Trong lĩnh vực đô thị và lưu trú, Tập đoàn Keppel khẳng định vai trò nhà đầu tư lớn với 26 dự án và tổng vốn đăng ký đạt 3,9 tỷ USD, đồng thời vận hành quỹ tư nhân Keppel Vietnam Fund thành lập từ năm 2020 với quy mô quản lý tài sản dự kiến đạt 1 tỷ SGD. Tập đoàn CapitaLand hiện nắm giữ danh mục 19.000 căn hộ thuộc 19 dự án và đặt mục tiêu phát triển 30.000 căn hộ tại Việt Nam vào năm 2029. Cùng với đó, Mapletree và Frasers Property đang liên tục đóng góp vào hạ tầng các trung tâm kinh tế lớn thông qua các hệ sinh thái bất động sản quy mô bao phủ từ văn phòng hạng A đến hạ tầng logistics. Thị trường tiêu dùng nội địa ngày càng mở rộng cũng thúc đẩy sự phát triển của ngành công nghiệp tiêu dùng và thương mại điện tử, tiêu biểu là việc tập đoàn nông sản Wilmar tiếp tục kế hoạch đầu tư thêm 53 triệu USD trong năm 2026 để mở rộng các nhà máy tinh luyện và đóng gói. Đồng thời, các nền tảng công nghệ như Grab và Shopee không ngừng gia tăng quy mô hoạt động, trong đó có việc Shopee đưa vào vận hành trung tâm phân loại tự động thứ 4 nhằm hoàn thiện hạ tầng logistics phục vụ nhu cầu thương mại điện tử.

➤ **Thành phố Hồ Chí Minh – Tâm điểm dòng vốn và cơ chế đột phá**

Tính đến thời điểm hiện tại, Singapore duy trì vị thế vững chắc là nhà đầu tư nước ngoài lớn nhất tại TP.HCM với tổng vốn đăng ký vượt mốc 15 tỷ USD. Nguồn vốn này được định hướng mang tính chiến lược, tập trung sâu vào các lĩnh vực nền tảng và có sức lan tỏa rộng như bất động sản cao cấp, phát triển hạ tầng đô thị thông minh, hệ thống logistics hiện đại và năng lượng, trực tiếp góp phần hoàn thiện diện mạo và nâng cao năng lực cạnh tranh của Thành phố trên trường quốc tế.

Trong quý đầu tiên năm 2026, TP.HCM tiếp tục ghi nhận các dự án cấp mới quy mô lớn của Singapore, bao gồm dự án TikTok Shop Việt Nam với số vốn 125 triệu USD tập trung vào lĩnh vực thông tin truyền thông, hay dự án nhà máy Techtronic Tools Việt Nam đầu tư 81 triệu USD trong ngành công nghệ chế biến, chế tạo. Cơ cấu vốn này tiếp tục được củng cố qua các hoạt động tăng vốn và mua bán sáp nhập, cụ thể như Công ty TNHH SP Việt Nam tăng vốn thêm 67 triệu USD, Tập đoàn Momogi tăng vốn 55,4 triệu USD và đăng ký góp thêm hơn 64,3 triệu USD vào Công ty TNHH Bibica Capital. Đồng thời, Công ty Cổ phần Kredivo Việt Nam cũng đầu tư gần 34,4 triệu USD vào Công ty CP Timo Việt Nam, cùng cam kết đầu tư thêm 46 triệu USD của tập đoàn Wilmar nhằm mở rộng chuỗi sản xuất hàng tiêu dùng thiết yếu tại địa bàn Thành phố.

Mặt khác, việc áp dụng linh hoạt Nghị quyết 260/2025/QH15 (sửa đổi, bổ sung Nghị quyết 98/2023/QH15 về cơ chế, chính sách đặc thù phát triển TP.HCM) của Quốc hội đã mang lại kết quả tích cực khi cho phép rút ngắn tới 50% thời gian xử lý thủ tục hành chính, tháo gỡ hiệu quả các vướng mắc pháp lý cho các nhà đầu tư. Hơn nữa, TP.HCM đang triển khai định hướng chiến lược xây dựng Trung tâm Tài chính Quốc tế thế hệ mới. Thay vì áp dụng mô hình truyền thống, trung tâm này định hướng hoạt động theo cơ chế thử nghiệm (sandbox), tích hợp các phân khu chuyên biệt về công nghệ tài chính, quản lý tài sản số, token hóa và stablecoin.

Song song đó, trong lĩnh vực công nghệ cao và bán dẫn, mới đây vào sáng 21/07/2026, Công ty TNHH MTV Phát triển Công viên phần mềm Quang Trung (QTSC) đã phối hợp với Thương vụ Việt Nam tại Singapore tổ chức “Diễn đàn hợp tác Việt Nam - Singapore về công nghiệp bán dẫn năm 2026” tại TP.HCM. Tại sự kiện, QTSC trình bày định hướng phát triển các khu công nghệ số tập trung chuyên ngành, hình thành không gian dành riêng cho R&D, thiết kế vi mạch, kiểm thử, đóng gói và sản xuất bán dẫn. Đồng thời, QTSC và Hiệp hội Công nghiệp Bán dẫn Singapore (SSIA) đã chính thức ký kết Biên bản ghi nhớ (MOU) hợp tác nhằm kết nối hệ sinh thái bán dẫn Việt Nam với mạng lưới doanh nghiệp Singapore và khu vực.

➤ Đòn bẩy tài chính từ định chế quốc tế và Tiêu chuẩn Xanh (ESG)

Trong hợp tác đầu tư song phương, các định chế tài chính đóng vai trò kết nối và điều phối dòng vốn, tiêu biểu là Ngân hàng UOB với các giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp quốc tế tiếp cận thị trường Việt Nam. Thông qua mạng lưới 11 Trung tâm Tư vấn FDI tại châu Á, ngân hàng này đã hỗ trợ cho hơn 340 doanh nghiệp thâm nhập thị trường Việt Nam với tổng vốn đầu tư cam kết vượt 8 tỷ SGD, góp phần tạo việc làm cho hơn 50.000 lao động nội địa. Định hướng hoạt động lâu dài của UOB tại Việt Nam được thể hiện cụ thể qua việc nâng vốn điều lệ lên 10 nghìn tỷ VNĐ vào năm 2025, đồng thời triển khai kế hoạch xây dựng tòa nhà UOB Plaza tại trung tâm TP.HCM (dự kiến hoàn thành năm 2030).

Sự tham gia của các định chế tài chính còn góp phần nâng cao chất lượng dòng vốn trong bối cảnh hoạt động huy động vốn toàn cầu đang dịch chuyển theo xu hướng áp dụng nghiêm ngặt các tiêu chuẩn về Môi trường, Xã hội và Quản trị (ESG), cùng các giải pháp tài trợ thương mại xanh. UOB đã thực hiện tài trợ cho 20 dự án xanh tại Việt Nam, nằm trong gói cam kết trị giá 44 tỷ USD dành cho hệ sinh thái tài chính bền vững trong khu vực ASEAN. Xu hướng dịch chuyển xanh này gắn liền với chính sách vĩ mô của hai chính phủ, tiêu biểu là việc Việt Nam và Singapore ký kết thỏa thuận thực hiện Điều 6 Hiệp định Paris về biến đổi khí hậu vào tháng 9 năm 2025.

THUẬN LỢI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI HÀNG VIỆT NAM TẠI SINGAPORE



Hình ảnh do AI thiết kế.

CƠ HỘI

➤ Hợp tác kinh tế số và công nghệ cao

Việc hai nước ký kết Biên bản ghi nhớ đối tác kinh tế số - kinh tế xanh tạo lập hành lang pháp lý vững chắc cho doanh nghiệp. Hiệp định khung Kinh tế số ASEAN (DEFA) là nền tảng cốt lõi gia tăng tiềm năng kinh tế số toàn khu vực, trong đó Việt Nam được đánh giá sẽ là một trong những quốc gia đi đầu về số hóa.

Nhu cầu công nghệ tại Singapore đang tăng trưởng vượt bậc theo chu kỳ công nghệ toàn cầu, đặc biệt là các giải pháp liên quan đến trí tuệ nhân tạo (AI), mạch tích hợp và sản phẩm lưu trữ dữ liệu, mở ra không gian phát triển cho các nhóm hàng máy móc thiết bị điện (HS 85) và thiết bị cơ khí (HS 84) từ Việt Nam.

Thế mạnh cạnh tranh từ lực lượng lao động trẻ và kỹ sư AI tài năng của Việt Nam là cơ hội vàng để cung ứng dịch vụ outsource công nghệ cao cho các tập đoàn tại đảo quốc. Theo Research and Markets, thị trường bán dẫn Việt Nam dự kiến tăng thêm 2,22 tỷ USD trong giai đoạn 2025 - 2030 (CAGR khoảng 7,1%). Nhằm chuẩn bị nguồn lực,

Hiệp hội Công nghiệp bán dẫn Singapore (SSIA), Liên minh SEVINA và Trường Cao đẳng FPT Polytechnic mới đây đã ký kết thành công hợp tác tăng cường đào tạo, phát triển đội ngũ kỹ sư và chuyên gia bán dẫn.

Dịch vụ kết nối quét mã QR bằng tài khoản ngân hàng Việt Nam tại Singapore đã được triển khai giúp giao dịch diễn ra theo thời gian thực, chuyển đổi trực tiếp giữa SGD và VND mà không cần dùng tiền mặt hay mất thời gian đổi tiền.

Cả Việt Nam và Singapore đều kết nối thành công với Cơ chế Một cửa ASEAN. Nền tảng số hóa này cho phép doanh nghiệp chỉ cần nộp thông tin và chứng từ thương mại một lần duy nhất tại Hệ thống một cửa quốc gia, dữ liệu sau đó sẽ được tự động trao đổi và xử lý an toàn với các quốc gia thành viên khác trong khu vực.

➤ **Dur địa từ kinh tế xanh**

Quốc đảo Singapore đang thúc đẩy chiến lược phát triển bền vững với mục tiêu cốt lõi là đạt trạng thái trung hòa carbon vào năm 2050, mở ra dư địa cho các doanh nghiệp Việt Nam cung ứng sản phẩm năng lượng xanh.

Khuôn khổ pháp lý theo Điều 6 Hiệp định Paris cho phép doanh nghiệp hai nước hợp tác triển khai các giải pháp carbon thấp. Nói cách khác, Singapore rót vốn vào các dự án tại Việt Nam để thực hiện hoạt động kinh tế xanh, sau đó đổi lấy “tín chỉ carbon” mang về nước để đạt mục tiêu môi trường.

Quan hệ đối tác song phương đang hiện thực hóa các dự án lớn như kế hoạch xuất khẩu điện trực tiếp từ Việt Nam sang Singapore. Đồng thời, hai nước cũng mở rộng hợp tác nghiên cứu phát triển các công nghệ xanh như công nghệ năng lượng hydro và xây dựng các phương thức vận chuyển hydro an toàn xuyên quốc gia.

Từ tháng 2/2026, Chính phủ Singapore ban hành chính sách điều chỉnh khoản hoàn trả phí đăng ký bổ sung ưu đãi (PARF), cắt giảm tới 45% số tiền chủ xe phải trả khi hủy đăng ký xe mới để đổi sang xe điện, từ đó tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà sản xuất xe điện (bao gồm doanh nghiệp Việt Nam).

➤ **Sự dịch chuyển chuỗi cung ứng**

Hiện đang có làn sóng dịch chuyển sản xuất sang Đông Nam Á. Việc mở rộng các Khu công nghiệp Việt Nam - Singapore (VSIP) thông minh, tích hợp công nghệ hiện đại giúp doanh nghiệp Việt Nam kết nối trực tiếp, tham gia sâu vào chuỗi cung ứng khu vực và liên kết điện tử, máy móc, ô tô và hỗ trợ logistics.

Việt Nam đang từng bước hình thành các trung tâm logistics quốc gia tại Hải Phòng, Đà Nẵng, Thành phố Hồ Chí Minh và Cần Thơ. Sự đầu tư đồng bộ này giúp nâng cao

năng lực kết nối trực tiếp chuỗi cung ứng xuyên biên giới trong khu vực ASEAN với trung tâm dịch vụ lưu kho, lọc hóa dầu và phân phối nhiên liệu chiến lược toàn cầu của Singapore.

➤ **Bước ngoặt từ các ngành hàng chủ lực**

Nền tảng “Chợ đầu mối nông sản trực tuyến Việt Nam” chính thức ra mắt tại Singapore giúp thiết lập hệ thống kết nối trực tiếp giữa nhà sản xuất Việt với các nhà nhập khẩu, phân phối khu vực. Mô hình thương mại số này cho phép gom đơn hàng để tối ưu giá thành, đảm bảo sản lượng ổn định, kiểm soát minh bạch và truy xuất nguồn gốc.

Đến hết năm 2025, doanh nghiệp Việt nắm giữ ưu thế cạnh tranh ở các phân khúc chiến lược: nhóm phi lê cá và thịt cá ướp lạnh/cấp đông (HS 0304) giữ vị trí thống lĩnh tại quốc đảo với 29,7% thị phần, đạt giá trị 63 triệu SGD; nhóm động vật giáp xác (HS 0306) tăng trưởng 25,4%, đạt 28,6 triệu SGD; nhóm động vật thân mềm (HS 0307) tăng trưởng 35,8%, đạt 15,8 triệu SGD.

Thị trường kinh tế Halal tiềm năng hàng tỷ USD mở ra không gian hợp tác mới cho nông thủy sản Việt Nam tiếp cận gần 2 tỷ người tiêu dùng Hồi giáo toàn cầu nhờ kết hợp lợi thế chế biến của Việt Nam với các tổ chức chứng nhận, tài chính của Singapore.

THÁCH THỨC

➤ **Cạnh tranh từ các quốc gia khu vực**

Quá trình số hóa đã kích hoạt áp lực cạnh tranh từ các quốc gia khác đối với các ngành công nghiệp nội địa Việt Nam.

Ở mảng nông lâm thủy sản, doanh nghiệp Việt Nam hiện đang chia sẻ thị trường với hai đối thủ lớn trong khu vực là Malaysia (159,5 triệu SGD; 13,1% thị phần) và Indonesia (139,1 triệu SGD; 11,4% thị phần). Thách thức duy trì và mở rộng thị phần tập trung chủ yếu ở các danh mục cốt lõi như nhóm Động vật giáp xác (HS 0306) và Động vật thân mềm (HS 0307) trước các nguồn cung lớn khác như Trung Quốc, Nhật Bản và Na Uy.

Doanh nghiệp Việt chịu áp lực lớn từ hàng tạm nhập tái xuất qua Singapore của các tập đoàn đa quốc gia. Điển hình là nhóm máy móc điện tử (HS 85) nhập từ Singapore đạt 5,9 tỷ SGD (5 tháng đầu 2026), nhưng có tới 95,3% thực chất đến từ nước thứ ba.

Chi phí logistics của Việt Nam hiện chiếm tới 16-18% GDP, cao hơn hẳn so với

Singapore (8-10%). Hơn nữa, cơ sở hạ tầng vận tải đa phương thức chưa đồng bộ, hiệu quả hải quan còn hạn chế và các trung tâm logistics trọng điểm chưa hoàn thiện.

➤ **Rào cản tiêu chuẩn kỹ thuật**

Nhà nhập khẩu và người tiêu dùng Singapore đòi hỏi cao về chất lượng sản phẩm, giá cả cạnh tranh, tính minh bạch và khả năng giao hàng ổn định.

Cơ quan có thẩm quyền Singapore phân định nghiêm ngặt về quy trình công nghệ; trong đó quy định rõ các công đoạn gia công thô sơ (thông gió, sấy khô, làm lạnh để bảo quản, loại bỏ bụi, sàng lọc, phân loại, rửa, sơn, cắt đơn giản, thay đổi bao bì, đóng gói đơn giản, dán nhãn mác phân biệt, trộn đơn giản hoặc lắp ráp cơ học đơn giản các bộ phận để thành sản phẩm hoàn chỉnh) đều không được công nhận là làm thay đổi bản chất hàng hóa.

Việc ứng dụng công nghệ mới (như TMS, WMS, IoT, Blockchain) tại Việt Nam vẫn diễn ra tương đối cục bộ và thiếu đồng bộ trong chuỗi giá trị.

Doanh nghiệp Việt Nam gặp rào cản lớn khi phải giải quyết bài toán xây dựng hệ thống thanh toán kỹ thuật số đồng thời với đào tạo công nhân có kỹ năng số bài bản, hỗ trợ khối doanh nghiệp nhỏ và vừa, vốn đòi hỏi lộ trình dài hạn và nguồn kinh phí lớn.

➤ **Quy định kiểm soát hải quan**

Thông qua hệ thống TradeNet, hải quan Singapore áp dụng cơ chế kiểm soát kỹ thuật và pháp lý vô cùng khắt khe; hàng hóa chỉ trải qua quá trình chế biến tối thiểu hoặc thô sơ tại nước trung chuyển sẽ hoàn toàn không đủ điều kiện để công nhận có xuất xứ từ quốc gia đó.

Doanh nghiệp phải lưu trữ nguyên vẹn tất cả các hồ sơ, dữ liệu, chứng từ khai báo hải quan trong thời gian ít nhất là 05 năm kể từ ngày đơn xin giấy phép nhập khẩu được phê duyệt.

Mọi hành vi khai báo không chính xác, thiếu trung thực về quốc gia hay khu vực xuất xứ đều cấu thành hành vi vi phạm pháp luật nghiêm trọng theo Đạo luật Hải quan và Đạo luật Quy định về Xuất nhập khẩu của Singapore. Hình phạt có thể bao gồm: tịch thu hàng hóa, xử phạt tài chính hoặc truy cứu trách nhiệm cá nhân.

➤ **Rủi ro từ biến động kinh tế vĩ mô**

Khi thị trường Singapore bước vào giai đoạn điều chỉnh cầu, doanh nghiệp và nhà nhập khẩu tại đây bắt đầu giảm khối lượng hàng tồn kho và đàm phán giá theo hướng có lợi cho họ đối với các nhóm hàng công nghiệp chủ lực.

THÔNG TIN HỖ TRỢ XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ

HỘI THẢO XÚC TIẾN XUẤT KHẨU VÀO THỊ TRƯỜNG SINGAPORE



Vào ngày 13/3/2025, ITPC đã phối hợp cùng Thương vụ Việt Nam tại Singapore đã tổ chức Hội thảo “Xúc tiến xuất khẩu vào thị trường Singapore”. Sự kiện nhằm hiện thực hóa mục tiêu hỗ trợ các doanh nghiệp trong nước tiếp cận và mở rộng thị trường xuất khẩu sang đối tác kinh tế then chốt này.

Phát biểu khai mạc, bà Hồ Thị Quyên, Phó Giám đốc ITPC, cho biết sự kiện Hội thảo lần này là một hoạt động thiết thực, thể hiện quyết tâm của ITPC trong việc hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng thị trường xuất khẩu, đặc biệt chú trọng thị trường Singapore, một đối tác thương mại có vai trò then chốt của Việt Nam.

Một trong những nội dung trọng tâm trong sự kiện chính là việc ITPC giới thiệu chương trình “Không gian giới thiệu sản phẩm tiêu biểu của doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh” tại Hội chợ triển lãm thực phẩm và đồ uống FHA (FHA – Food & Beverage 2025) đã diễn ra thành công tại Singapore.

Cũng tại Hội thảo, ông Cao Xuân Thắng, Tham tán Thương mại Việt Nam tại Singapore, mang đến cái nhìn tổng quan về thị trường Singapore, xu hướng tiêu dùng hiện hành cũng như các quy chuẩn, lưu ý quan trọng mà doanh nghiệp Việt cần nắm vững khi thâm nhập vào thị trường này. Tiếp đến, ông Wesley Chua, Thủ quỹ danh dự của Singcham Vietnam, chia sẻ chi tiết về chuỗi hoạt động kết nối mà hiệp hội đang triển khai nhằm hỗ trợ cho việc giao thương, xuất nhập khẩu giữa cộng đồng doanh nghiệp hai nước.

Thông qua Hội thảo, ITPC kỳ vọng góp phần hiện thực hóa các cam kết chiến lược, đưa mối quan hệ hợp tác kinh tế, thương mại giữa Việt Nam và Singapore ngày càng thịnh vượng, chặt chẽ và sâu rộng hơn trong tương lai.

CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

➤ Đại sứ quán Việt Nam tại Singapore

Địa chỉ: số 10 Leedon Park, Singapore 267887

Điện thoại: (+65) 6462 5994

Fax: (+65) 6462 5936

Email: vnemb.sg@mofa.gov.vn; bhcd.sin@gmail.com (email về bảo hộ công dân)

Website: <https://vnembassy-singapore.mofa.gov.vn>

➤ Thương vụ Việt Nam tại Singapore

Địa chỉ: số 10, Leedon Park, Singapore 267887

Điện thoại: (+65) 6468 3747

Fax: (+65) 6467 0458

Email: sg@moit.gov.vn

Website: www.vntradesg.org

➤ Đại sứ quán Singapore tại Hà Nội

Địa chỉ: số 41 - 43 đường Trần Phú, phường Ba Đình, Hà Nội

Điện thoại: (+84) 24 3848 9168 | (+84) 24 3848 9170

Fax: (+84) 24 3848 9178 | (+84) 24 3848 9181 (Visa)

Email: singemb_han@mfa.sg

Website: <https://hanoi.mfa.gov.sg/>

➤ Tổng Lãnh sự quán Singapore tại TP.HCM

Địa chỉ: Sài Gòn Center Tower 2, số 67 đường Lê Lợi, phường Sài Gòn, TP.HCM

Điện thoại: (+84) 28 3822 5174

Fax: (+84) 28 3914 2938

Email: singcg_hcm@mfa.sg

Website: <https://hochiminhcity.mfa.gov.sg/>

CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI SINGAPORE

Thời gian	Tên sự kiện	Ngành hàng - Quy mô
21 – 23/8/2026	APAC Food & Beverage Expo	Thực phẩm & Đồ uống ~100.000 lượt tham quan >500 nhà triển lãm
02 – 04/9/2026	Built Environment Expo (BEX Asia)	Xây dựng và Kiến trúc ~10.000 lượt tham quan >500 nhà triển lãm
09 – 11/9/2026	Medical Fair Asia	Y tế & Dược phẩm ~20.000 lượt tham quan >500 nhà triển lãm
21 – 23/10/2026	ITB Asia	Du lịch & Lữ hành ~20.000 lượt tham quan >500 nhà triển lãm
18 – 20/11/2026	Singapore Fintech Festival	Ngân hàng & Tài chính ~100.000 lượt tham quan >500 nhà triển lãm
07 – 09/4/2027	BeautyAsia - Singapore	Thời trang & Làm đẹp 7.000 lượt tham quan 124 nhà triển lãm

07 – 09/4/2027	Tyrexpo Asia	Ô tô & Phụ tùng ô tô ~10.000 lượt tham quan >500 nhà triển lãm
10 – 13/5/2027	HR Tech Asia (HRTECH)	Công nghệ & Quản trị nhân sự ~10.000 lượt tham quan >500 nhà triển lãm
26 – 28/5/2027	CommunicAsia	Viễn thông ~20.000 lượt tham quan >500 nhà triển lãm
28/6 – 01/7/2027	ILTM Asia Pacific	Du lịch & Lữ hành >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