



# INVESTMENT & TRADE PROMOTION

NEWSLETTER

[www.itpc.hochiminhcity.gov.vn](http://www.itpc.hochiminhcity.gov.vn)

INVESTMENT AND TRADE PROMOTION CENTRE OF HCMC

NO.38/2025 (1128) - OCT.17<sup>TH</sup>.2025

## Việt Nam - Indonesia: Hợp tác & Phát triển



## Vietnam - Indonesia: Cooperation and Development

BILINGUAL EDITION



## ITPC - cơ quan chuyên trách xúc tiến thương mại và đầu tư của UBND Thành phố Hồ Chí Minh

Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) là đơn vị sự nghiệp công lập thuộc Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh.

Trung tâm thực hiện chức năng **tham mưu** các chương trình, kế hoạch về xúc tiến thương mại, xúc tiến đầu tư; **tham mưu** các chương trình hỗ trợ, chính sách khuyến

khích xuất khẩu, thu hút đầu tư nước ngoài vào Thành phố và đầu tư của doanh nghiệp Thành phố ra nước ngoài và vào các địa phương khác, các giải pháp cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh của Thành phố; **tổ chức thực hiện** các chương trình, hoạt động xúc tiến thương mại và đầu tư của Thành phố; **hỗ trợ, tư vấn** cho nhà đầu tư, doanh nghiệp

*(Trích theo Quyết định 2169/QĐ-UBND ngày 26/5/ 2025 của UBND TP.HCM)*

về chính sách, pháp lý và các thủ tục hành chính liên quan đến đầu tư, thương mại; **đầu mối tiếp nhận**, điều phối và hỗ trợ, giải quyết tháo gỡ khó khăn, vướng mắc của nhà đầu tư, doanh nghiệp trong quá trình hoạt động trên địa bàn Thành phố; **cung cấp các dịch vụ** sự nghiệp công trong lĩnh vực xúc tiến thương mại, đầu tư và hỗ trợ doanh nghiệp.



## ITPC - A specialized agency for investment and trade promotion under the Ho Chi Minh City People's Committee

Investment and Trade Promotion Centre of HCMC (ITPC) is a public service unit under the Ho Chi Minh City People's Committee.

ITPC is responsible for **advising** investment and trade promotion programs and plans; **proposing** supporting programs, export incentive policies, attracting foreign investment into the city and promoting outbound

investment by municipal enterprises to other localities and overseas, recommending solutions to improve the city's investment and business environment.

Additionally, ITPC **implements** the city's investment and trade promotion programs; provides consultancy and support to investors, enterprises regarding

policies, legal frameworks and administrative procedures relating to investment, trade; serves as a **focal point** to receive, coordinate and resolve issues faced by investors, enterprises operating in the city; and **delivers public services** in the field of trade and investment promotion, as well as enterprise support.

*(Extracted from Decision No.2169/QĐ-UBND dated on May 26, 2025 issued by the HCMC People's Committee)*

### Mục lục - Contents:

3: Thư tòa soạn - From the Editor	9 - 11: Vietnam - Indonesia Trade and Investment Cooperation Potential: Targeting USD 18 billion by 2028
4 - 5: Mời tham dự Đoàn doanh nghiệp TP.HCM tại Triển lãm Sial Interfood 2025	12: Indonesia - Việt Nam: Tận dụng mạng lưới FTA để mở rộng thị trường khu vực và toàn cầu
Invitation to join the HCMC business delegation to Sial Interfood 2025	13: Indonesia - Vietnam: Leveraging the FTA Network to Expand Regional and Global Markets
6 - 7 - 18: TP.HCM - Điểm đến đầu tư chiến lược tại Việt Nam	
HCMC - A Strategic Investment Destination in Vietnam	14 - 15: Văn hóa và tập quán kinh doanh tại thị trường Indonesia
8 - 10: Tiềm năng hợp tác thương mại - đầu tư Việt Nam - Indonesia: Hướng tới mục tiêu 18 tỷ USD năm 2028	16 - 17: Business Culture and Practices in the Indonesian Market



## INVESTMENT AND TRADE PROMOTION CENTRE OF HO CHI MINH CITY

### Thư tòa soạn

*Quý bạn đọc thân mến!*

Việt Nam và Indonesia - hai đầu tàu phát triển năng động trong khu vực ASEAN - đang bước vào giai đoạn hợp tác sâu rộng với nhiều tiềm năng bứt phá. Kể từ khi hai nước thiết lập quan hệ Đối tác Chiến lược năm 2013, quan hệ song phương đã phát triển mạnh mẽ trên hầu hết các lĩnh vực, đặc biệt là thương mại và đầu tư. Trong Tuyên bố chung tháng 3 năm 2025, Tổng Bí thư Tô Lâm và Tổng thống Prabowo Subianto đã thống nhất mục tiêu nâng kim ngạch thương mại song phương lên 18 tỷ USD vào năm 2028, thể hiện quyết tâm đưa hợp tác kinh tế Việt Nam - Indonesia lên tầm cao mới.

Với vị trí chiến lược, dân số trẻ và thị trường tiêu dùng hơn 270 triệu dân, Indonesia hiện là một trong những đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam trong ASEAN, và là cửa ngõ kết nối vào thị trường Hồi giáo toàn cầu. Ngược lại, Việt Nam đang khẳng định vị thế là điểm đến đầu tư hấp dẫn của doanh nghiệp Indonesia nhờ môi trường đầu tư ổn định, năng lực sản xuất - xuất khẩu mạnh, cùng hệ thống các hiệp định thương mại tự do (FTA) toàn diện và đa dạng như ASEAN, CPTPP và RCEP.

Trên tinh thần đó, Bản tin ITPC xuất bản số song ngữ với chủ đề **“Việt Nam - Indonesia: Hợp tác & Phát triển”** nhằm mang đến góc nhìn toàn diện về quan hệ hợp tác thương mại - đầu tư Việt Nam - Indonesia, cập nhật xu hướng hội nhập khu vực cũng như giới thiệu môi trường đầu tư năng động của Thành phố Hồ Chí Minh - trung tâm kinh tế lớn nhất Việt Nam.

Trân trọng giới thiệu cùng bạn đọc.

**Bản tin ITPC**

### From the Editor

*Dear Readers and Investors!*

Vietnam and Indonesia - two dynamic growth engines in ASEAN region - are entering a new phase of deepened cooperation with great potential for breakthrough growth. Since the Strategic Partnership was established in 2013, both countries' bilateral relations have flourished in most areas, especially in trade and investment. In the Joint Statement issued in March 2025, General Secretary Tô Lâm and President Prabowo Subianto agreed on the goal of boosting the bilateral trade volume to USD 18 billion by 2028, reflecting the determination to elevate their economic cooperation to a new height.

With its strategic location, young population and consumer market of 270 million people, Indonesia has been one of the largest trading partners of Vietnam within ASEAN, serving as a gateway to the global Muslim market. In return, Vietnam has affirmed itself as the attractive investment destination for Indonesian enterprises thanks to its stable investment environment, strong manufacturing and export capacity, together with a comprehensive and diverse network of FTAs such as ASEAN, CPTPP and RCEP.

With that in mind, ITPC Newsletter proudly presents this bilingual special edition themed **“Vietnam - Indonesia: Cooperation and Development”**. It aims to offer an overall insight of the trade and investment relations between Vietnam and Indonesia, update readers on regional integration trends, and introduce HCMC's dynamic investment environment - the country's leading economic hub.

We are pleased to share this edition with you.

**ITPC Newsletter**

# Mời tham dự Đoàn doanh nghiệp TP.HCM tại Triển lãm Sial Interfood 2025

**T**rung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố (ITPC) tổ chức Cụm gian hàng Việt Nam và đoàn doanh nghiệp tham gia kết nối giao thương với nhà phân phối, nhập khẩu quốc tế và Indonesia tại Triển lãm Sial Interfood 2025 nhằm hỗ trợ doanh nghiệp của Thành phố trưng bày, giới thiệu sản phẩm tiêu biểu và kết nối giao thương với nhà nhập khẩu quốc tế tại chương trình.

Triển lãm Sial Interfood 2025 tại Indonesia là một trong những sự kiện triển lãm quốc tế lớn nhất khu vực Đông Nam Á trong lĩnh vực thực phẩm, đồ uống, nguyên liệu, phụ gia và thiết bị chế biến thực phẩm. Năm 2024, Triển lãm Sial Interfood tập trung hơn 1.200 doanh nghiệp tham gia triển lãm, thu hút 90.000 lượt khách tham quan đến từ 30 quốc gia. Với kết quả tích cực như trên, ITPC trân trọng kính mời Quý doanh nghiệp tham dự chương trình với thông tin cụ thể như sau:

❖ **Thời gian:** Từ ngày 12 đến ngày 15 tháng 11 năm 2025 (04 ngày).

❖ **Địa điểm:** Trung tâm Triển lãm Jakarta International Expo (JIE expo) Kemayoran, Jakarta, Indonesia.

❖ **Qui mô và ngành hàng:**

- Quy mô: Gian hàng chung dự kiến 54m<sup>2</sup>.

- Doanh nghiệp mời tham gia: Khoảng 15 - 20 doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh sản xuất và kinh doanh trong các lĩnh vực như: hải sản, đồ uống, thực phẩm đóng hộp, bánh kẹo, thực phẩm chay, dược phẩm, lương thực - thực phẩm, dệt may, chăm sóc sức khỏe - sắc đẹp, thủ công mỹ nghệ và các ngành dịch vụ khác; sản phẩm và dịch vụ đáp

ứng tiêu chuẩn Halal. Yêu cầu sản phẩm tham gia trưng bày, triển lãm là sản phẩm đã xuất khẩu hoặc có tiềm năng xuất khẩu, là sản phẩm tiêu biểu, có chất lượng, thương hiệu uy tín của doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh, truy xuất nguồn gốc rõ ràng, ưu tiên các sản phẩm đạt tiêu chuẩn Halal và đạt các chứng nhận quốc tế khác.

❖ **Đối tượng tham gia:**

- Doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh có năng lực sản xuất và xuất khẩu sản phẩm lương thực, thực phẩm,... và có giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh do Sở Kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp.

- Ưu tiên các doanh nghiệp sản xuất của Thành phố có sản phẩm được xác định là sản phẩm công nghiệp chủ lực và sản phẩm công nghiệp tiềm năng của Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2025 - 2030, doanh nghiệp đạt các danh hiệu Thương hiệu Vàng Thành phố,...

❖ **Chi phí tham gia:**

a) Chi phí doanh nghiệp được hỗ trợ theo quy định Nhà nước: Chi phí thuê mặt bằng; chi phí thiết kế, thi công, dàn dựng, trang trí tổng thể khu trưng bày và gian hàng của doanh nghiệp Thành phố tại Hội chợ. Mức hỗ trợ theo Thông tư số 171/2014/TT-BTC ngày 14 tháng 11 năm 2014 của Bộ Tài chính thông qua Nguồn ngân sách của ITPC.

**Lưu ý:** Mỗi doanh nghiệp tham gia chương trình được hỗ trợ trưng bày 01 vị trí trong Cụm gian hàng Thành phố Hồ Chí Minh.

b) Chi phí doanh nghiệp tự chi trả khi tham gia chương trình:

- Chi phí quản lý tham gia chương trình trưng bày và kết nối giao thương trong không gian chung: 5 triệu đồng/doanh nghiệp (đã bao gồm VAT).

- Tự chi trả các chi phí liên quan đến nhân sự của doanh nghiệp như: xuất nhập cảnh, vé máy bay, ăn, ở, đi lại, phiên dịch; chi phí liên quan đến hàng hóa như: các loại thuế về hàng hóa, chi phí gửi hàng,...

❖ **Hồ sơ đăng ký tham gia chương trình:**

- Phiếu Đăng ký tham gia.

- Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh của doanh nghiệp (photo, đóng dấu của đơn vị).

- Thông tin các sản phẩm tham gia triển lãm, quảng bá.

- Các hồ sơ công bố, chứng nhận đạt được của từng sản phẩm tham gia, chứng minh doanh nghiệp và sản phẩm thuộc đối tượng tham gia chương trình.

- Phiếu báo cáo kết quả (gửi về ITPC ngay khi kết thúc chương trình).

Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố (ITPC) xin thông báo và kính mời Quý doanh nghiệp đăng ký tham gia.

## Phòng Dịch vụ và Hỗ trợ doanh nghiệp - ITPC

Địa chỉ: 92 - 96 đường Nguyễn Huệ, phường Sài Gòn, TP.HCM.

Chị Thùy Trang - Chuyên viên Phòng Dịch vụ và Hỗ trợ doanh nghiệp

Điện thoại: 0903 367 567

Email: tranglt@itpc.gov.vn

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

# Invitation to join the HCMC business delegation to Sial Interfood 2025

The Investment and Trade Promotion Centre of Ho Chi Minh City (ITPC) is organizing the Vietnam Pavilion and leading a business delegation to Sial Interfood 2025, where they will engage with distributors as well as international and Indonesian importers. It aims to facilitate the HCMC enterprises to showcase and promote signature products, and networking with global importers.

Sial Interfood 2025 in Jakarta is one of the largest international exhibitions of food & beverage products, ingredients, additives and food processing equipment in South East Asia. In 2024, Sial Interfood attracted nearly 1,200 exhibitors and 90,000 visitors from 30 countries. Building on these positive results, ITPC is honoured to invite your esteemed enterprises to join the program with details as follows:

❖ **Time:** November 12 - 15, 2025 (4 days).

❖ **Location:** Jakarta International Expo (JIExpo), Kemayoran, Jakarta, Indonesia.

❖ **Scale and sectors:**

- Scale: a shared pavilion of 54 sqm.

- Participating enterprises: about 15 - 20 HCMC enterprises operating in sectors such as: seafood, beverage, canned food, confectionery, vegetarian products, pharmaceuticals, agricultural products, textiles and garments, health and beauty care, handicraft, and other services; products and services compliant with Halal standards. Showcased products should already be exported or have strong export potential. They must represent key products of HCMC, be of high quality products under reputable brands, and have transparent traceability. Priority is given to Halal-certified and other internationally certified products.

❖ **Participants:**

- HCMC enterprises with proven capacity to produce and export food and foodstuffs, and holding a valid

## Enterprise Services and Support Department - ITPC

Address: 92 - 96 Nguyen Hue Street, Sai Gon Ward, Ho Chi Minh City

Contact: Ms. Thuy Trang - Officer, Business Services and Support Division

Tel: +84 903 367 567 Email: tranglt@itpc.gov.vn

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



Business Registration Certificate issued by the HCMC Department of Planning and Investment.

- Priority will be given to HCMC enterprises whose products are recognized as the city's key and potential industrial products for the period of 2025-2030, as well as to winners of the HCMC Gold Brand Award.

❖ **Participation Costs:**

a) Costs covered by State regulations: These include booth rental, design and construction, overall setup and decoration of the Ho Chi Minh City pavilion and booths at the fair. Support is provided under Circular No. 171/2014/TT-BTC dated November 14, 2014 by the Ministry of Finance, funded by ITPC's budget.

**Note:** Each enterprise will be supported with one booth within the Ho Chi Minh City Pavilion.

b) Costs borne by enterprises:

Program management fee for participation in the exhibition and business-matching activities within the common space: VND 5 million (about USD 190) per enterprise (VAT included).

Other expenses related to company personnel, such as immigration procedures, air tickets, meals, accommodation, transport, interpreters; as well as costs related to goods, including taxes, shipping, and related services.

❖ **Application Dossier:**

- Registration Form.

- Business Registration Certificate.

- Information on products to be exhibited and promoted.

- Relevant product declarations and certificates, proving eligibility of the enterprise and products for the program.

- Post-event Report Form (to be submitted to ITPC immediately after the program).

The Investment and Trade Promotion Centre of Ho Chi Minh City (ITPC) respectfully announces and invites your esteemed enterprises to register for participation.



**ITPC phối hợp tổ chức Hội thảo "Cơ hội vàng từ Bất động sản Công nghiệp TP.HCM" vào tháng 7/2025. (ITPC co-organized the seminar "Golden Opportunities from HCMC's Industrial Real Estate".)**

## TP.HCM - Điểm đến đầu tư chiến lược tại Việt Nam

### Vị thế quốc gia và lợi thế nhân lực

Tại sự kiện “Bàn tròn doanh nghiệp giữa Singapore và Thành phố Hồ Chí Minh” tổ chức tại Singapore ngày 28/8, bà Cao Thị Phi Vân, Phó Giám đốc Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC), nhấn mạnh những tiềm năng và lợi thế cạnh tranh của Việt Nam nói chung và TP.HCM nói riêng. Việt Nam được đánh giá là điểm đến chiến lược ở Đông Nam Á với dân số hơn 101 triệu người, trong đó khoảng 70% đang trong độ tuổi lao động - một lợi thế dài hạn về nguồn nhân lực. Nền kinh tế tiếp tục duy trì tăng trưởng ổn định; năm 2024 đạt 7,09% GDP, lạm phát được kiểm soát và thương mại quốc tế tăng mạnh. Việc ký kết 17 hiệp định thương mại tự do với hơn 60 đối tác đã mở rộng cơ hội tiếp cận thị trường nước ngoài cho doanh nghiệp, trong khi các nỗ lực cải cách hành chính và chính sách ưu đãi tiếp tục củng cố niềm tin của nhà đầu tư.

### TP.HCM - đầu tàu kinh tế và hạ tầng kết nối

Trong bức tranh chung đó, TP.HCM nổi lên nhu cầu đầu tàu kinh tế của cả nước, đóng góp hơn 24% GDP với GRDP trên 115 tỷ USD. Sau khi mở rộng địa giới hành

## HCMC - A Strategic Investment Destination in Vietnam

### National Position and Human Resource Advantages

At the Business Roundtable between Singapore and Ho Chi Minh City organized in Singapore on August 28, Ms. Cao Thi Phi Van, Deputy Director of Investment and Trade Promotion Centre of HCMC (ITPC), emphasized the potential and competitive strengths of Vietnam in general and HCMC in particular. Vietnam is regarded as a strategic destination in South East Asia with a population of over 101 million, about 70% of whom are of working-age - a long-term advantage in human capital. The economy maintains stable growth, achieving GDP growth of 7.09% in 2024, with inflation kept under control and robust expansion in international trade. The signing of 17 free trade agreements with over 60 partners has broadened market access opportunities for foreign enterprises, while ongoing administrative reforms and preferential policies continue to strengthen investor confidence.

### HCMC - a driving force of the economy with integrated infrastructure

In that overall landscape, HCMC has emerged as an economic locomotive of the country, accounting for over

chính lên 6.772 km<sup>2</sup>, thành phố có dân số gần 14 triệu người, tạo nền tảng cho quy mô thị trường nội địa lớn và lực lượng lao động dồi dào. TP.HCM không chỉ là trung tâm tài chính, dịch vụ và đổi mới sáng tạo, mà còn liên kết chặt chẽ với các thế mạnh của vùng kinh tế trọng điểm phía Nam - từ công nghiệp chế biến, chế tạo tại Bình Dương đến cảng biển nước sâu và năng lượng ở Bà Rịa - Vũng Tàu. Hệ thống hạ tầng logistics, cảng biển và khu công nghiệp đồng bộ hiện là một trong những yếu tố quan trọng thu hút đầu tư dài hạn; hiện thành phố có hơn 400.000 doanh nghiệp hoạt động, là nguồn đối tác dồi dào cho nhà đầu tư nước ngoài.

### Cơ chế chính sách và định hướng thu hút đầu tư

Phát biểu tại Hội thảo “Cơ hội vàng từ Bất động sản Công nghiệp TP.HCM” do ITPC tổ chức vào ngày 17/7/2025, bà Cao Thị Phi Vân khẳng định môi trường đầu tư tại TP.HCM đang ngày càng ổn định và thông suốt nhờ việc triển khai mạnh mẽ các cơ chế, chính sách đặc thù. Nổi bật có Nghị quyết số 98/2023/QH15 của Quốc hội, cùng với các nghị quyết quan trọng về khoa học - công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số và hội nhập quốc tế, cũng như các quyết sách về xây dựng pháp luật và phát triển kinh tế tư nhân (trong đó có Nghị quyết số 57-NQ/TW; Nghị quyết số 59-NQ/TW ngày 24/01/2025; Nghị quyết số 66-NQ/TW ngày 30/04/2025; Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 04/05/2025). Nhờ đó, Thành phố hướng tới thu hút mạnh hơn các lĩnh vực có hàm lượng tri thức và công nghệ cao như sản xuất thông minh, trí tuệ nhân tạo, bán dẫn, công nghệ sinh học, đô thị thông minh và các giải pháp xanh - bền vững.

### Khu chế xuất, khu công nghiệp: quy hoạch, mục tiêu và định hướng phát triển bền vững

Cũng trong sự kiện trên, ông Trần Việt Hà, Phó trưởng Ban Quản lý Các khu chế xuất và công nghiệp TP.HCM, cho biết sau sáp nhập, TP.HCM hiện có 66 khu chế xuất và khu công nghiệp với tổng diện tích hơn 27.000 ha. Theo quy hoạch tầm nhìn đến năm 2050, Thành phố đặt mục tiêu mở rộng lên 105 khu chế xuất, khu công nghiệp với tổng diện tích quy hoạch hơn 49.000 ha, khẳng định vị thế là trung tâm công nghiệp hàng đầu quốc gia.

Trong giai đoạn 2025 - 2030, các khu chế xuất và khu công nghiệp TP.HCM đặt mục tiêu thu hút đầu tư đạt khoảng 20 - 21 tỷ USD; suất đầu tư bình quân ước đạt 8 -  
(Xem tiếp trang 18)

24% of the national GDP with a GRDP exceeding USD 115 billion. After administrative boundary expansion to the area of 6,772 square kilometers, the city has a population of nearly 14 million, laying the groundwork for large domestic market scale and abundant workforce. HCMC is not only a hub for finance, services and innovation, but also strongly linked to Southern Key Economic Region's strengths, such as processing and manufacturing industries in Binh Duong, deep-sea ports and the energy sector in Ba Ria - Vung Tau. The synchronized system of logistics infrastructure, seaports and industrial zones is one of the essential factors to attract long-term investment. The city currently has over 400,000 operating enterprises, a rich pool of potential partners for foreign investors.

### Policy Mechanisms and Investment Orientation

Speaking at the seminar “Golden Opportunities from HCMC’s Industrial Real Estate” organized by ITPC on July 17, 2025, Ms. Cao Thi Phi Van affirmed that Ho Chi Minh City’s investment environment is becoming increasingly stable and transparent, driven by the strong implementation of special mechanisms and policies.



**Bà Cao Thị Phi Vân, PGD ITPC, phát biểu tại Hội thảo “Cơ hội vàng từ Bất động sản Công nghiệp TP.HCM”. (Ms Cao Thi Phi Van, Deputy Director of ITPC, speaking at the seminar “Golden Opportunities from HCMC’s Industrial Real Estate”.)**

Among the highlights is Resolution No. 98/2023/QH15 of the National Assembly, along with key resolutions on science and technology, innovation, digital transformation, and international integration, as well as policies on legal development and private sector growth - including Resolution No. 57-NQ/TW, Resolution No. 59-NQ/TW (dated January 24, 2025), Resolution No. 66-  
(Tbc on page 18)

# Tiềm năng hợp tác thương mại - đầu tư Việt Nam - Indonesia: Hướng tới mục tiêu 18 tỷ USD năm 2028

Mối quan hệ thương mại Việt Nam - Indonesia đang chứng kiến sự phát triển vượt bậc với những con số ấn tượng. Theo dữ liệu từ Phòng Thương mại Indonesia tại Việt Nam, Việt Nam hiện là đối tác thương mại ASEAN lớn thứ tư của Indonesia, trong khi Indonesia xếp thứ hai trong thương mại với Việt Nam. Theo số liệu chính thức từ Trade Map (ITC), kim ngạch thương mại song phương đã đạt 16,7 tỷ USD năm 2024, tăng mạnh từ mức 14,1 tỷ USD năm 2022 và 13,8 tỷ USD năm 2023. Việc hai nước nâng cấp quan hệ lên Đối tác Chiến lược Toàn diện vào tháng 3/2025 đã tạo nền tảng vững chắc cho mục tiêu đưa kim ngạch thương mại lên 18 tỷ USD vào năm 2028. Mục tiêu nâng kim ngạch thương mại song phương lên 18 tỷ USD vào năm 2028 - được Tổng Bí thư Tô Lâm

và Tổng thống Indonesia Prabowo Subianto xác nhận trong Tuyên bố chung vào tháng 3/2025.

## Thương mại Việt Nam - Indonesia tăng trưởng mạnh

Theo dữ liệu Trade Map, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Indonesia liên tục tăng: từ 4,53 tỷ USD năm 2022 lên 5,08 tỷ USD năm 2023 (+12,1%) và đạt 6,18 tỷ USD năm 2024 (+21,7%). Tỷ trọng xuất khẩu cũng mở rộng từ 1,22% lên 1,53%, cho thấy Indonesia ngày càng quan trọng với kinh tế Việt Nam.

Ở chiều ngược lại, nhập khẩu từ Indonesia đạt 9,62 tỷ USD năm 2022, giảm còn 8,73 tỷ USD năm 2023 trước khi phục hồi lên 10,5 tỷ USD năm 2024 (+20,2%). Việt Nam vẫn thâm hụt thương mại, nhưng mức thâm hụt biến động từ 5,09 tỷ USD xuống 3,65 tỷ USD rồi tăng nhẹ lên 4,38 tỷ USD.

Về cơ cấu, máy móc điện và thiết bị (HS 85) dẫn đầu xuất khẩu với 828 triệu USD năm 2024, chiếm 1% thị phần. Đáng chú ý nhất là ngũ cốc (HS 10, chủ yếu gạo) với kim ngạch 756 triệu USD, tăng trưởng kỷ lục +132%/năm giai đoạn 2020 - 2024, chiếm 14% thị phần nhập khẩu ngũ cốc của Indonesia.

Ở chiều nhập khẩu, nhiên liệu khoáng (HS 27) vẫn thống trị với 2,53 tỷ USD năm 2024, tăng trưởng ổn định +30%/năm, chiếm 9% tổng nhập khẩu nhiên liệu của Việt Nam.

Thực tế này cho thấy nông nghiệp Việt Nam đang có lợi thế cạnh tranh rõ rệt tại Indonesia, đồng thời mở ra cơ hội để công nghiệp và năng lượng khai thác tiềm năng hợp tác sâu rộng hơn.

## Hợp tác đầu tư đa chiều Việt Nam - Indonesia

Năm 2024 đánh dấu bước ngoặt trong dòng vốn đầu tư của Việt Nam sang Indonesia. Phòng Thương mại Indonesia tại Việt Nam cho thấy Việt Nam hiện có 123 dự án đầu tư tại Indonesia. Theo Cục Đầu tư nước ngoài (Bộ Kế hoạch và Đầu tư), Indonesia đã trở thành điểm đến đầu tư lớn thứ hai của Việt Nam với 137,6 triệu USD, chiếm 20,7% tổng vốn đầu tư ra nước ngoài, tăng vọt 227 lần so với năm 2023.

Trong tổng vốn đầu tư ra nước ngoài 664,8 triệu USD năm 2024 (tăng 57,7% so với 2023), Indonesia chỉ xếp sau Lào (191,5 triệu USD, 28,8%). Đây là bước tiến đáng chú ý bởi năm 2023 Indonesia gần như không ghi nhận vốn đầu tư từ Việt Nam.

(Xem tiếp trang 10)



Kết nối giao thương giữa doanh nghiệp 2 nước tại Hội thảo "Triển vọng xúc tiến thương mại Indonesia - Việt Nam năm 2024" do ITPC phối hợp tổ chức. (Business networking between enterprises from both countries at the seminar "Prospects for Indonesia - Vietnam Trade Promotion 2024", co-organized by ITPC.)



**Ông Trần Phú Lữ, Giám đốc ITPC phát biểu tại Hội thảo "Thúc đẩy hợp tác quốc tế trong Ngành Công nghiệp Halal giữa Việt Nam và Indonesia" do ITPC phối hợp tổ chức vào tháng 4/2025. (Mr. Trần Phú Lữ, Director of ITPC, delivering remarks at the seminar "Promoting International Cooperation in the Halal Industry between Vietnam and Indonesia", co-organized by ITPC in April 2025.)**

## Vietnam - Indonesia Trade and Investment Cooperation Potential: Targeting USD 18 billion by 2028

The trade relations between Vietnam and Indonesia are experiencing a remarkable development with impressive figures. Data from the Indonesian Chamber of Commerce in Vietnam showed Vietnam as Indonesia's fourth-largest ASEAN trade partner, while Indonesia ranked second in trade with Vietnam. According to official data from Trade Map (ITC), the bilateral trade volume reached USD 16.7 billion in 2024, surging sharply from USD 14.1 billion in 2022 and USD 13.8 billion in 2023. The two nations' upgrade to Comprehensive Strategic Partnership in March 2025 has created a solid foundation for the target of USD 18 billion bilateral trade turnover by 2028. General Secretary To Lam and President Prabowo Subianto affirmed this target in their Joint Statement in March 2025.

### Vietnam - Indonesia Trade Growth

According to Trade Map data, Vietnam's exports to Indonesia rose from USD 4.53 billion in 2022 to USD

5.08 billion in 2023 (+12.1%), then jumped to USD 6.18 billion in 2024 (+21.7%). Export share expanded from 1.22% to 1.53%, underscoring Indonesia's growing importance to Vietnam's economy.

On the import side, purchases from Indonesia reached USD 9.62 billion in 2022, fell to USD 8.73 billion in 2023, and rebounded to USD 10.50 billion in 2024 (+20.2%). Vietnam remains in trade deficit, but the gap narrowed from USD 5.09 billion to USD 3.65 billion before widening slightly to USD 4.38 billion.

By product group, electrical machinery and equipment (HS 85) led exports at USD 828 million in 2024 (1.0% market share). Cereals (HS 10), mainly rice, saw record growth of +132% per annum during 2020 - 2024, reaching USD 756 million and accounting for 14% of Indonesia's cereal imports.

On the import roster, mineral fuels (HS 27) dominated with USD 2.53 billion in 2024, growing steadily at +30% per annum and representing 9% of Vietnam's total fuel imports.

*(Tbc on page 11)*

Dự án nổi bật nhất là nhà máy xe điện VinFast tại Subang, Tây Java, quy mô 200 triệu USD, khởi công tháng 7/2024. Dự kiến quý IV/2025, nhà máy đi vào hoạt động với công suất 50.000 xe/năm, sản xuất các mẫu SUV điện VF 3, VF 5, VF 6, VF 7 phiên bản tay lái nghịch phục vụ thị trường Indonesia.

### Indonesia tăng cường đầu tư vào Việt Nam

Tính đến cuối 2024, theo Cục Đầu tư nước ngoài (Bộ Kế hoạch và Đầu tư), Indonesia có 130 dự án tại Việt Nam với tổng vốn lũy kế 669,7 triệu USD. Riêng năm 2024, Indonesia triển khai 37 dự án với 27,2 triệu USD, gồm 19 dự án mới, 6 dự án tăng vốn và 12 thương vụ góp vốn, mua cổ phần.

Quy mô đầu tư chưa lớn so với Đức (482 dự án, 2,8 tỷ USD) hay Pháp (700 dự án, 3,9 tỷ USD), nhưng Indonesia duy trì sự hiện diện ổn định. Các tập đoàn như Ciputra đã tạo dấu ấn, trong đó Ciputra Hanoi là biểu tượng hợp tác song phương. Với nền tảng hiện tại, Indonesia còn nhiều dư địa mở rộng đầu tư, nhất là sau khi quan hệ hai nước được nâng lên Đối tác Chiến lược Toàn diện.

### Lĩnh vực hợp tác tiềm năng

#### **An ninh lương thực và chuỗi cung ứng**

Trong khuôn khổ Đối tác Chiến lược Toàn diện (3/2025), hai nước ưu tiên hợp tác về an ninh lương thực và chuỗi cung ứng nông nghiệp bền vững. Tại Diễn đàn Hợp tác An ninh lương thực Việt Nam - Indonesia tháng 8/2025, hai bên cam kết tăng cường hợp tác ngành công nghiệp thực phẩm.

Quyền Tổng Lãnh sự Indonesia tại TP.HCM Adiguna Wijaya nhấn mạnh: “Việt Nam và Indonesia là hai



**Xe VinFast được bán tại thị trường Indonesia. (VinFast electric vehicles are now available in the Indonesian market.)**

đầu tàu ASEAN về dân số và GDP. Hai nước sẽ ưu tiên hợp tác nông nghiệp, phát triển chuỗi cung ứng, tiêu chuẩn Halal để tạo chuỗi giá trị bền vững cho khu vực”. Indonesia mạnh về dầu cọ, cà phê; trong khi đó Việt Nam có thế mạnh về xuất khẩu gạo.

#### **Kinh tế số và chuyển đổi xanh**

Hai bên đã thống nhất mở rộng hợp tác trong kinh tế số, kinh tế xanh, đổi mới sáng tạo, năng lượng, xe điện, thương mại điện tử, AI và tài chính số.

Trong chuyến thăm cấp Nhà nước của Tổng Bí thư Tô Lâm tới Indonesia (3/2025), hai nước ký thỏa thuận tăng cường năng lực trong lĩnh vực kỹ thuật và kinh tế số. Tháng 6/2025, Bộ Kế hoạch Quốc gia Indonesia (Bappenas) và Tập đoàn FPT ký hợp tác chuyển đổi số, đào tạo AI và công nghệ xanh, mở cơ hội lớn cho doanh nghiệp công nghệ Việt tại thị trường 270 triệu dân.

#### **Công nghiệp công nghệ cao và năng lượng tái tạo**

Hợp tác công nghiệp công nghệ cao, nông nghiệp, thủy sản và năng lượng tái tạo được đẩy mạnh. Trong bối cảnh chuyển đổi năng lượng toàn cầu, hydro xanh và công nghệ sạch trở thành động lực mới.

Tháng 9/2025, Vingroup ký thỏa thuận với chính quyền tỉnh Nam Sulawesi (Indonesia) phát triển các dự án năng lượng tái tạo lớn, gồm điện mặt trời, hệ thống lưu trữ và kết nối lưới điện. Đây là minh chứng cho cam kết của doanh nghiệp Việt trong việc góp phần thực hiện mục tiêu trung hòa carbon của Indonesia.

Với hai nền kinh tế chiếm 55% dân số và 45% GDP ASEAN, Việt Nam và Indonesia đang đứng trước cơ hội lớn trong hợp tác chuyển đổi số và phát triển bền vững. Sự bứt phá trong đầu tư cùng các lĩnh vực hợp tác đa ngành - từ an ninh lương thực đến năng lượng sạch - hứa hẹn tạo động lực mới, đưa quan hệ song phương vào giai đoạn hợp tác sâu rộng và toàn diện hơn.

### Triển vọng đến năm 2028

Trong tầm nhìn dài hạn đến năm 2045, hai nước sẽ cùng phấn đấu trở thành các quốc gia phát triển, thu nhập cao thông qua tăng cường hợp tác khoa học công nghệ, chuyển đổi số và phát triển bền vững. Mối quan hệ Việt Nam - Indonesia không chỉ mang lại lợi ích cho người dân hai nước mà còn góp phần quan trọng vào sự phát triển và thịnh vượng chung của ASEAN.

These figures highlight Vietnam's clear competitive edge in agriculture within Indonesia and open new opportunities for Vietnam's industrial and energy sectors.

## **Vietnam - Indonesia Multidimensional Investment Cooperation**

Vietnam's outbound investment into Indonesia surged in 2024. Data from the Indonesian Chamber of Commerce in Vietnam currently shows 123 Vietnamese projects in Indonesia. According to the Foreign Investment Agency (Ministry of Planning and Investment), Indonesia became Vietnam's second-largest overseas investment destination with USD 137.6 million, accounting for 20.7% of total outbound capital - a 227-fold increase over 2023.

Of the USD 664.8 million total outbound investment in 2024 (up 57.7% year-on-year), only Laos ranked higher at USD 191.5 million (28.8%). This marks a notable breakthrough, as Indonesia saw negligible Vietnamese capital in 2023.

The standout project has been VinFast's USD 200 million electric-vehicle plant in Subang, West Java, launched in July 2024. The plant is slated to begin production in Q4 2025 with a capacity of 50,000 vehicles per year, manufacturing the right-hand-drive VF 3, VF 5, VF 6, and VF 7 models for the Indonesian market.

## **Indonesia Strengthens Investment in Vietnam**

By end-2024, Indonesia had 130 projects in Vietnam with a cumulative capital of USD 669.7 million, according to the Foreign Investment Agency (Ministry of Planning and Investment). In 2024 alone, it rolled out 37 projects worth USD 27.2 million - 19 new ventures, 6 capital increases, and 12 equity deals.

Although still modest compared with Germany (482 projects, USD 2.8 billion) and France (700 projects, USD 3.9 billion), Indonesia maintains a stable presence. Enterprises like Ciputra have left their mark, with Ciputra Hanoi symbolizing bilateral cooperation. With this foundation, Indonesia has ample room to expand investment, especially after bilateral ties were elevated to a Comprehensive Strategic Partnership.

### **Potential Cooperation Sectors**

#### ***Food Security and Supply Chain***

Under the Comprehensive Strategic Partnership (March 2025), the two countries will prioritize cooperation in food security and sustainable agricultural supply chain.

At the Vietnam - Indonesia Food Security Cooperation Forum in August 2025, both sides pledged to boost cooperation in food industry sector.

Acting Consul General of Indonesia in HCMC, Adiguna Wijaya, emphasized, "Vietnam and Indonesia are ASEAN engines in population and GDP. We will prioritize agricultural cooperation, develop supply chains and Halal standards to create sustainable value chains in the region". Indonesia excels in palm oil and coffee, while Vietnam's strength lies in rice exports.

#### ***Digital economy and Green transformation***

Two sides agreed to widen the cooperation in digital economy, green economy, innovation, energy, electric vehicles, e-commerce, AI and digital finance.

During the official state visit of General Secretary To Lam to Indonesia (March 2025), two nations signed the capacity-building agreement in technology and digital economy sectors. In June 2025, the Ministry of National Development Planning of Indonesia and FPT Group signed a cooperation agreement on digital transformation, AI training and green technology, opening significant opportunities for Vietnamese tech enterprises in the 270-million-strong market.

#### ***High-tech industry and Renewable energy***

The cooperation has intensified in high-tech industry, agriculture, seafood and renewable energy. In the global energy transformation, green hydrogen and green technology have become new driving factors.

In September 2025, Vingroup signed an agreement with South Sulawesi Province to develop major renewable energy projects, including solar power, storage systems, and grid interconnection. This is proof that Vietnamese enterprises pledge to make a contribution to Indonesia's carbon neutrality target.

With 55% of ASEAN's population and 45% of its GDP, Vietnam and Indonesia stand at the threshold of digital transformation and sustainable development. Their investment breakthroughs and multidimensional cooperation - from food security to green energy - promise fresh momentum toward comprehensive partnership.

### **Outlook to 2028**

Under the long-term vision to 2045, both countries will strive to become developed, high-income nations by enhancing cooperation in science and technology, digital transformation, and sustainable development. The Vietnam - Indonesia relationship not only benefits their citizens but also plays a key role in ASEAN's collective growth and prosperity.

# Indonesia - Việt Nam: Tận dụng mạng lưới FTA để mở rộng thị trường khu vực và toàn cầu

**T**rong bối cảnh các hiệp định thương mại tự do như ASEAN và RCEP đang định hình lại bản đồ thương mại toàn cầu, Việt Nam và Indonesia nổi lên với lợi thế đặc biệt. Với nguồn tài nguyên dồi dào của Indonesia và mạng lưới 18 FTA mà hai nước đang cùng tham gia, xu hướng đa dạng hóa chuỗi cung ứng toàn cầu đang mở ra cơ hội vàng cho cả hai nền kinh tế.

## Cơ hội từ mạng lưới thương mại tự do khu vực

Indonesia và Việt Nam đang tận dụng lợi thế từ việc cùng tham gia 8 hiệp định thương mại tự do chung, tạo nên mạng lưới ưu đãi đa tầng hiếm có. Ngoài RCEP - Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực với 30% GDP toàn cầu - hai nước còn được hưởng lợi từ AFTA (Khu vực Mậu dịch tự do ASEAN) với thuế quan 0 - 5% và 6 hiệp định ASEAN+1 khác với các đối tác lớn như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Australia - New Zealand và Ấn Độ.

Lợi thế tích lũy từ nhiều FTA cho phép doanh nghiệp lựa chọn ưu đãi thuế quan tối ưu cho từng sản phẩm. Sau ba năm kể từ khi RCEP

có hiệu lực (2022), hiệp định này đã góp phần thúc đẩy thương mại nội khối tăng trung bình khoảng 3%, trong khi AFTA giúp thương mại nội ASEAN đạt 21,2% tổng thương mại khu vực năm 2024. Theo Ngân hàng phát triển Châu Á (ADB), đến 2030, các FTA sẽ giúp nâng thu nhập thành viên thêm 0,6% và tạo ra khoảng 2,8 triệu việc làm mới.

Trong bối cảnh Hoa Kỳ áp thuế đối ứng 20% lên hàng hóa Việt Nam, mạng lưới FTA chung mang lại dư địa đa dạng hóa thị trường xuất khẩu. Thay vì phụ thuộc vào thị trường Mỹ (330 triệu dân), doanh nghiệp Việt Nam có thể hướng sang khối RCEP (2,3 tỷ dân) với mức thuế nhiều mặt hàng giảm từ 10 - 15% xuống chỉ còn 0 - 5%.

Nhà đầu tư Indonesia tại Việt Nam cũng được hưởng lợi kép: vừa tiếp cận thị trường trong nước với hơn 101 triệu dân, vừa tận dụng Việt Nam làm trung tâm xuất khẩu sang 17 thị trường khác trong mạng lưới FTA.

Tuy nhiên, bên cạnh ưu đãi thuế, các rào cản phi thuế quan vẫn là thách thức lớn. Doanh nghiệp phải chịu chi phí đáng kể để đáp ứng tiêu chuẩn kỹ thuật, kiểm định vệ sinh và quy định Halal tại Indonesia. Cùng với đó, hệ thống logistics còn thiếu

đồng bộ, thủ tục hải quan kéo dài, hạ tầng phân phối rời rạc, khiến chi phí vận chuyển chiếm tới 10 - 18% GDP ở nhiều nước ASEAN. Nếu không được tháo gỡ, những rào cản này có thể làm giảm đáng kể hiệu quả thực tế của các FTA, bất chấp ưu đãi thuế quan trên giấy tờ.

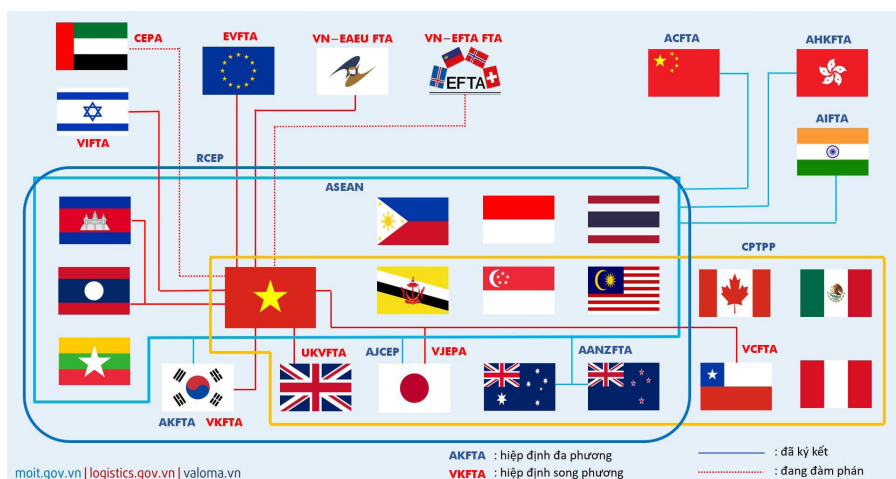
## Lợi thế cho nhà đầu tư Indonesia

### Quy tắc tích lũy RCEP nâng tầm lợi thế

RCEP tạo “quy tắc tích lũy” cho phép hàng hóa xuất xứ từ một nước thành viên được sử dụng làm nguyên liệu ở nước khác mà không mất ưu đãi. Tuy nhiên, nhà đầu tư Indonesia vẫn phải đáp ứng các điều kiện như tỷ lệ giá trị gia tăng hoặc thay đổi mã HS. Cơ chế tự chứng nhận xuất xứ trong RCEP cũng giúp doanh nghiệp giảm thủ tục hành chính so với các FTA truyền thống.

### Lợi thế địa lý và logistics chiến lược

Tại Diễn đàn hợp tác an ninh lương thực Indonesia - Việt Nam (8/2025), đại diện Sở Công Thương TP.HCM nhấn mạnh cần tăng cường kết nối logistics, đặc biệt là cảng Cái Mép - Thị Vải với các cảng chính của Indonesia. Đại sứ Indonesia Denny Abdi cũng nhận định Việt Nam có thể trở thành điểm đầu vào chiến lược, vừa tiếp cận hơn 101 triệu dân trong nước, vừa mở rộng sang toàn ASEAN. Với 89 cảng biển thông thường và 10 cảng đầu khí, TP.HCM sau sát nhập đang khẳng định vị thế trung tâm logistics hàng đầu Đông Nam Á, tạo lợi thế dài hạn cho nhà đầu tư Indonesia khai thác thị trường khu vực và toàn cầu.



# Indonesia - Vietnam: Leveraging the FTA Network to Expand Regional and Global Markets

**A**gainst the backdrop of ongoing free trade agreement (FTA) such as ASEAN and RCEP reshaping the global trade landscape, Vietnam and Indonesia are positioning as emerging economies with unique advantages. With Indonesian natural endowments and a network of 18 FTAs that two nations are part of, the ongoing diversification of global supply chains is creating value opportunities for both economies.

## Opportunities from the Regional Free Trade Network

Indonesia and Vietnam has been leveraging the 8 shared FTAs, forming an unique multi-layered network of trade preferences. Beyond RCEP - the Regional Comprehensive Economic Partnership accounting for 30% of the global GDP - two nations benefit from AFTA (ASEAN Free Trade Area) with tariff rates between 0 - 5% and 6 other ASEAN+1 deals with senior partners such as China, Japan, Korea, Australia - New Zealand and India.

The cumulative benefits from multiple FTAs allow enterprises to select the most favorable tariff preferences for each product. After 3 years from the RCEP's effectiveness (2022), this agreement has made a contribution to increase intra-ASEAN trade by around 3%, while AFTA has raised intra-bloc trade to 21.2% of the region's total trade in 2024. According to Asian Development Bank, by 2030, FTAs could lift members' income by 0.6% and generate roughly 2.8 million new jobs.

As the United States imposes a 20% reciprocal tariff on Vietnamese goods, this shared FTA network provides room for export market diversification. Instead of depending on the US market (330 million population), Vietnamese enterprises can switch to RCEP bloc - home to 2.3 billion consumers where tariffs on many products have been reduced from 10 - 15% to as low as 0 - 5%.

Indonesian investors in Vietnam are gaining double benefits: accessing the domestic market of over 101 million people, and taking advantages of Vietnam as an export hub to other 17 markets in the FTA network.

However, beyond tariff incentives, non-tariff barriers are still major challenges. Enterprises have to face considerable costs to comply with technical standards, sanitary measures, and Halal certification requirements in Indonesia. At the same time, the fragmented logistics system and lengthy customs procedures, and fragmented



**Đề xuất tăng cường kết nối logistics đặc biệt là cảng Cái Mép – Thị Vải với các cảng chính của Indonesia. (The proposal to strengthen logistics connectivity, especially between Cai Mep – Thi Vai Port and major ports in Indonesia.)**

distribution infrastructure have made logistics costs accounting for 10 - 18% GDP in many ASEAN countries. Unless these obstacles are addressed, these obstacles will undermine the actual effectiveness of FTAs despite tariff preferences on paper.

## Advantages for Indonesian Investors

### **RCEP's Cumulation Rules Enhance Regional Value**

RCEP introduces a "rule of cumulation" that allows goods originating in one member state to be used as inputs in another without losing preferential status. However, Indonesian investors must still meet criteria such as value-added thresholds or changes in HS codes. The self-certification of origin mechanism under RCEP also helps enterprises cut administrative procedures compared with traditional FTAs.

### **Geographic and Strategic Logistics Edge**

At the Indonesia - Vietnam Food Security Cooperation Forum (August 2025), a representative from Ho Chi Minh City's Department of Industry and Trade emphasized the need to strengthen logistics connectivity - particularly between the Cai Mep - Thi Vai port complex and Indonesia's key ports. Indonesian Ambassador Denny Abdi noted that Vietnam could serve as a strategic gateway, giving investors access to over 101 million domestic consumers while expanding across ASEAN.

With 89 general ports and 10 oil and gas terminals, Ho Chi Minh City - following its recent administrative consolidation - is consolidating its position as one of Southeast Asia's leading logistics hubs, offering Indonesian investors a long-term platform to tap regional and global markets.

# Văn hóa và tập quán kinh doanh tại thị trường Indonesia

## 1. Văn hóa định hình hành vi kinh doanh

Văn hóa kinh doanh tại Indonesia được xây dựng trên nền tảng các giá trị cộng đồng, trong đó nổi bật là hai nguyên tắc “musyawarah-mufakat” (thảo luận để đạt đồng thuận) và “gotong royong” (hợp tác, tương trợ). Hai giá trị này khuyến khích các bên tham gia vào quá trình trao đổi ý kiến, hướng tới sự đồng thuận thay vì đối đầu. Vì vậy, tiến trình ra quyết định thường kéo dài hơn so với các nền văn hóa coi trọng tốc độ. Các lãnh đạo cấp cao vẫn là người có quyền quyết định cuối cùng, nhưng họ chỉ đưa ra lựa chọn sau khi đã lắng nghe và tổng hợp ý kiến từ nhiều phía để bảo đảm sự gắn kết bền vững trong quan hệ hợp tác.

Bên cạnh đó, quan niệm “jam karet” (giờ cao su) phản ánh tính linh hoạt trong cách nhìn về thời gian. Ở Indonesia, các cuộc họp hiếm khi đi thẳng vào vấn đề ngay lập tức mà thường bắt đầu bằng những cuộc trò chuyện xã giao để tạo dựng sự tin cậy. Trong giao tiếp, tính tôn ti trật tự cũng được coi trọng, thể hiện rõ qua việc xưng hô bằng danh xưng

“Bapak” hoặc “Ibu” trước tên riêng, như một hình thức thể hiện sự tôn trọng và thiện chí.

## 2. Phong cách đàm phán: Gián tiếp và dựa trên quan hệ

Trong đàm phán kinh doanh, người Indonesia có xu hướng sử dụng lối nói gián tiếp và uyển chuyển để tránh làm mất thể diện đối tác. Việc ép buộc một câu trả lời dứt khoát thường phản tác dụng, bởi họ thường dùng những câu như “saya pikir dulu” (tôi sẽ suy nghĩ thêm) hoặc “nantinya kita bicarakan” (chúng ta sẽ bàn sau) nhằm có thêm thời gian cân nhắc và tham vấn nội bộ. Quá trình đàm phán vì vậy thường được chia thành nhiều vòng, không chỉ trên bàn thương lượng mà còn thông qua các bữa ăn hay chuyến thăm cơ sở sản xuất, theo nguyên tắc “quan hệ trước, điều khoản sau”.

Trong hoạt động trao đổi, việc sử dụng danh thiếp in song ngữ là cần thiết, và khi trao nên dùng tay phải hoặc cả hai tay, đồng thời dành vài giây đọc trước khi cất đi để thể hiện sự trân trọng. Tôn giáo cũng là yếu tố không thể thiếu trong quan hệ kinh

doanh. Do phần lớn dân số Indonesia theo đạo Hồi, cần tránh tổ chức họp vào giờ cầu nguyện ngày thứ Sáu, lưu ý điều chỉnh lịch làm việc trong tháng Ramadan và, nếu có thể, tham gia bữa iftar (bữa ăn sau khi mặt trời lặn), vốn được coi là hành động lịch sự và là cơ hội tốt để củng cố quan hệ.

## 3. Xây dựng kết nối và mạng lưới

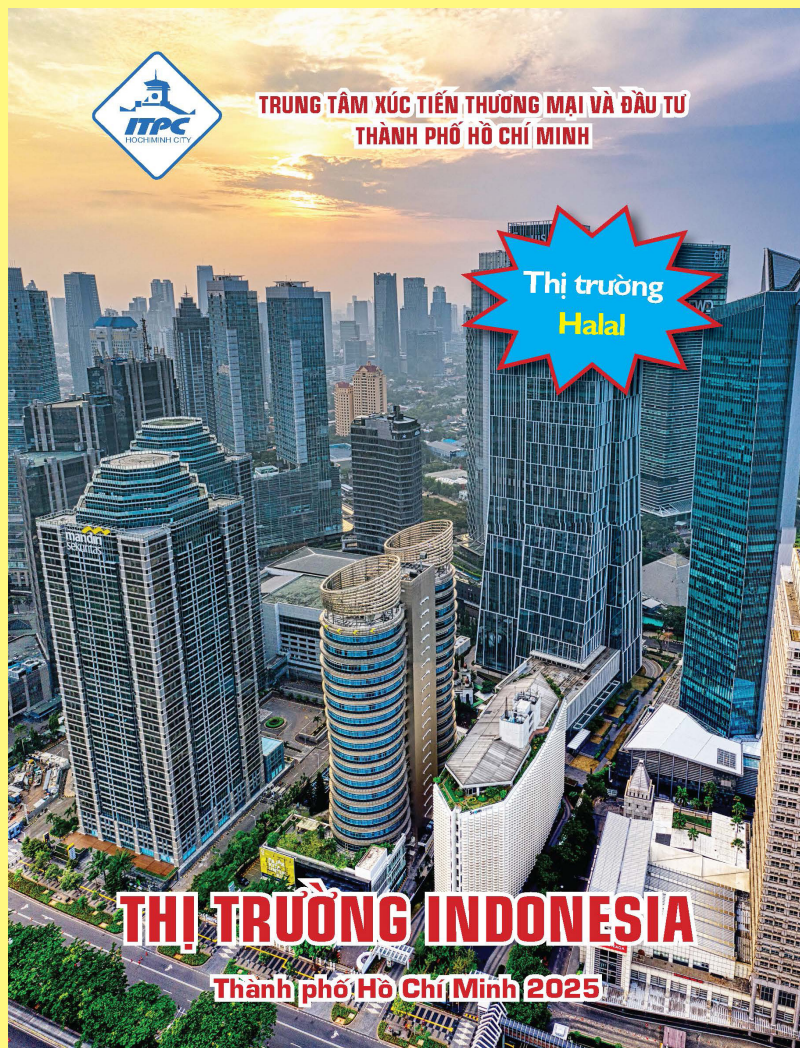
Trong môi trường kinh doanh Indonesia, mối quan hệ cá nhân (relasi) thường quan trọng hơn các điều khoản hợp đồng bằng văn bản. Niềm tin và uy tín cá nhân được xem là nền tảng của hợp tác lâu dài. Các tổ chức như KADIN (Phòng Thương mại và Công nghiệp Indonesia) và HIPMI (Hiệp hội Doanh nhân trẻ) đóng vai trò là cánh cửa kết nối quan trọng. Doanh nghiệp nước ngoài nếu tích cực tham gia hội chợ, diễn đàn và sự kiện do các tổ chức này tổ chức sẽ dễ dàng tiếp cận doanh nghiệp bản địa cũng như cơ quan quản lý.

Trong bối cảnh số hóa, WhatsApp và các nền tảng di động trở thành kênh giao tiếp chính. Doanh nghiệp cần xây dựng cơ chế phản hồi nhanh và duy trì liên lạc thường xuyên thông qua các nhóm chat dự án để thể hiện sự chuyên nghiệp. Ngoài ra, sự hỗ trợ từ các phòng thương mại nước ngoài và cơ quan xúc tiến thương mại tại Jakarta có ý nghĩa quan trọng, giúp cung cấp dịch vụ tư vấn, danh bạ đối tác và các kết nối tin cậy. Đặc biệt, phương thức giới thiệu ấm (warm introduction) được đánh giá là hiệu quả hơn nhiều so với việc gửi email lạnh (cold email) trực tiếp.



**Tặng quà là một trong những nét văn hóa độc đáo của người Indonesia. (Gift-giving is one of the unique cultural traditions of the Indonesian people.)**

Các nội dung “**Văn hóa và tập quán kinh doanh tại thị trường Indonesia**” trong những trang này được tham khảo và trích từ ấn phẩm “**Thị trường Indonesia**” do ITPC vừa xuất bản. Mời bạn vào trang web <http://itpc.hochiminhcity.gov.vn> để tải ấn phẩm này cùng nhiều tài liệu thú vị và bổ ích khác.



#### 4. Lộ trình tiếp cận doanh nghiệp Indonesia

Để thâm nhập thị trường Indonesia, doanh nghiệp nước ngoài có thể lựa chọn nhiều hình thức tùy mục tiêu. Nếu ưu tiên tốc độ, hợp tác với đại lý hoặc nhà phân phối bản địa là phương án khả thi. Trường hợp mong muốn kiểm soát cao và phát triển dài hạn, thành lập công ty có vốn nước ngoài (PT PMA) là lựa chọn phù hợp. Nếu chỉ tập trung xúc tiến thương mại và nghiên cứu thị trường,

văn phòng đại diện (KPPA) là phương án an toàn.

Khung pháp lý đầu tư hiện nay được điều chỉnh bởi Positive Investment List (Perpres 10/2021, sửa đổi bởi 49/2021), trong đó cho phép doanh nghiệp nước ngoài sở hữu 100% vốn trong nhiều lĩnh vực như logistics, viễn thông, năng lượng. Để vận hành, doanh nghiệp phải đăng ký trên hệ thống OSS-RBA, nhận mã NIB, xác định ngành nghề KBLI, xin giấy phép tùy mức rủi ro và thực hiện nghĩa vụ hậu kiểm.

Về hợp đồng, Luật Ngôn ngữ 2009 quy định mọi hợp đồng với đối tác Indonesia phải có bản tiếng Indonesia, nếu không có thể bị tuyên vô hiệu. Do đó, hợp đồng song ngữ (Indonesia - Anh hoặc Việt) cùng điều khoản rõ ràng về ngôn ngữ ưu tiên là lựa chọn an toàn. Với sản phẩm thuộc diện Halal, doanh nghiệp nên sớm xin chứng nhận từ BPJPH trước hạn 17/10/2026. Ngoài khu vực tư nhân, cơ hội còn đến từ việc tham gia mua sắm công qua e-Katalog và e-procurement LPSE, với điều kiện đáp ứng yêu cầu kỹ thuật và nội địa hóa. Đồng thời, cần chú ý đến quy định về gratifikasi (quà biếu), theo đó doanh nghiệp phải báo cáo quà tặng cho Ủy ban Chống Tham nhũng (KPK) trong vòng 30 ngày.

#### 5. Khuyến nghị thực hành

Để hoạt động kinh doanh hiệu quả tại Indonesia, doanh nghiệp cần chuẩn bị toàn diện. Trước các cuộc họp, nên gửi agenda song ngữ, xác định rõ vai trò người tham dự và dành thời gian đầu cho trao đổi thân mật. Khi thảo luận, tránh phê bình trực diện và sử dụng ngôn ngữ mềm dẻo như “chúng tôi đề xuất...” hay “chúng ta có thể thử giai đoạn 1...”. Một chiến lược an toàn là triển khai các dự án nhỏ theo dạng pilot trước khi mở rộng.

Bên cạnh đó, cần duy trì liên lạc đều đặn qua WhatsApp, phản hồi nhanh chóng và chủ động mời đối tác tham gia hội chợ, sự kiện chuyên ngành. Về pháp lý, doanh nghiệp nên rà soát ngành nghề dựa trên Positive Investment List, chuẩn bị hồ sơ trên OSSÉRBA, ký hợp đồng song ngữ và lên kế hoạch chứng nhận Halal kịp thời. Khi phối hợp hài hòa những yếu tố này, doanh nghiệp không chỉ đáp ứng được yêu cầu pháp lý mà còn khẳng định hình ảnh chuyên nghiệp, củng cố sự hiện diện bền vững tại thị trường Indonesia.

# Business Culture and Practices in the Indonesian Market

## 1. Culture shapes business behavior

Business culture in Indonesia is built upon community values, with two key principles standing out: *musyawarah-mufakat* (deliberation to reach consensus) and *gotong royong* (mutual cooperation and support). These values encourage parties to engage in consultation and aim for consensus rather than confrontation. As a result, decision-making processes usually take longer compared to cultures that prioritize speed. Senior leaders still retain the final decision-making authority, but they typically act only after listening to and consolidating diverse opinions, ensuring sustainable cohesion in partnerships. In addition, the concept of *jam karet* (“rubber time”) reflects a flexible perception of time. Meetings in Indonesia rarely start with direct business discussions but often begin with small talk to build trust. Hierarchy is also emphasized in communication, expressed through respectful address using *Bapak* (Mr.) or *Ibu* (Ms./Madam) before one’s first name, as a sign of courtesy and goodwill.

## 2. Negotiation style: Indirect and relationship-oriented

In business negotiations, Indonesians tend to use indirect and tactful communication to avoid causing the counterpart to lose face. Pressing for a firm answer can backfire, as they often respond with phrases like *saya pikir dulu* (“I will think it over”) or *nanti kita bicarakan* (“we will discuss it later”), signaling the need for more time to deliberate and consult internally. Negotiations are therefore usually conducted over multiple rounds, not only at the bargaining table but also through meals or site visits, following the principle of “relationship first, terms later.”

In exchanges, using bilingual business cards is important. Cards should be presented with the right hand or both hands, and it is customary to spend a few seconds reading them before putting them away as a sign of respect. Religion is also inseparable from business relations. Since the majority of Indonesians are Muslim, companies should avoid scheduling meetings during Friday prayers, adjust working hours during Ramadan, and, if possible, attend

*The contents on “Business Culture and Practices in the Indonesian Market” featured in these pages are referenced and adapted from the publication “The Indonesian Market” recently released by ITPC. You are invited to visit our website at <http://itpc.hochiminhcity.gov.vn> to download this publication and explore many other informative and useful materials.*

*iftar* (the post-sunset meal), which is considered polite and a valuable opportunity to strengthen ties.

## 3. Building connections and networks

In Indonesia’s business environment, personal relationships (*relasi*) often matter more than written contract terms. Trust and personal reputation are regarded as the foundation of long-term cooperation. Organizations such as KADIN (Indonesian Chamber of Commerce and Industry) and HIPMI (Indonesian Young Entrepreneurs Association) serve as vital gateways for networking. Foreign companies that actively participate in trade fairs, forums, and events hosted by these organizations can gain easier access to local businesses and regulators.

In the digital context, WhatsApp and mobile platforms have become the primary communication channels. Companies should establish quick-response mechanisms and maintain regular contact via project chat groups to demonstrate professionalism. Moreover, support from foreign chambers of commerce and trade promotion agencies in Jakarta is highly valuable, as they provide consulting services, partner directories, and reliable connections. Particularly, warm introductions are far more effective than sending cold emails directly.

## 4. Roadmap for approaching Indonesian businesses

Foreign companies seeking to enter the Indonesian market can choose different modes depending on their goals. If speed is a priority, working with local agents or distributors is a feasible option. For those aiming



for higher control and long-term growth, establishing a foreign investment company (PT PMA) is more appropriate. If the focus is mainly on trade promotion and market research, setting up a representative office (KPPA) is a safe choice.

The current investment framework is governed by the Positive Investment List (Perpres 10/2021, amended by 49/2021), which allows 100% foreign ownership in many sectors such as logistics, telecommunications, and energy. To operate, businesses must register on the OSS-RBA system, obtain an NIB (Business Identification Number), identify their KBLI (business classification code), apply for the relevant licenses based on risk levels, and comply with post-licensing obligations.

Regarding contracts, the 2009 Language Law requires that all agreements with Indonesian partners include a version in Indonesian; otherwise, they may be declared void. Thus, bilingual contracts (Indonesian - English or Indonesian - Vietnamese) with a clear priority language clause are the safest option. For products subject to Halal requirements, companies should obtain certification from BPJPH well before the October 17, 2026 deadline. Beyond the private sector, opportunities also arise from public procurement through e-Katalog and LPSE e-procurement, provided technical and localization requirements are met.

At the same time, companies must observe regulations on gratifikasi (gifts), under which any corporate gifts must be reported to the Corruption Eradication Commission (KPK) within 30 days.

## 5. Practical recommendations

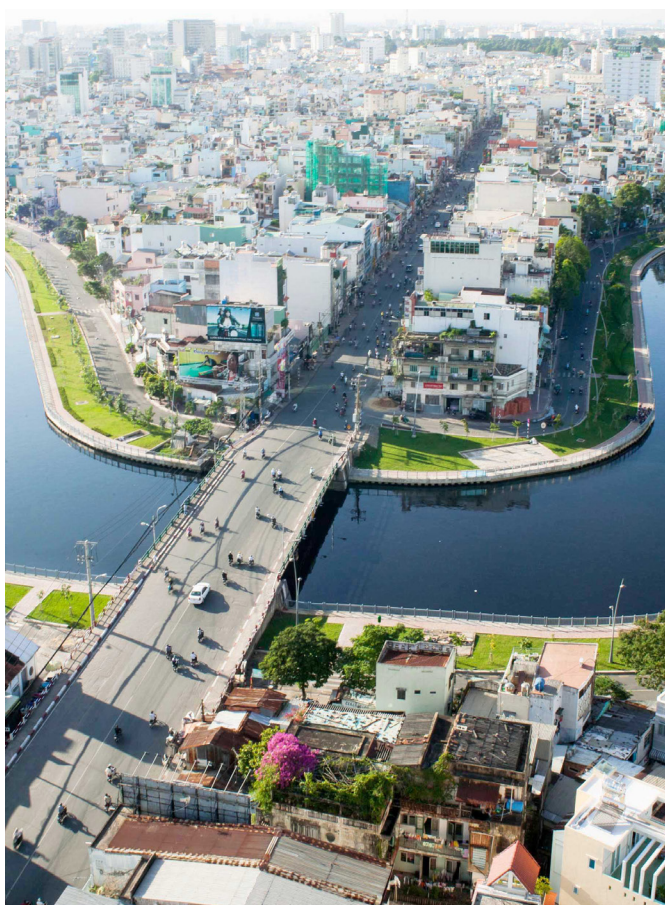
To operate effectively in Indonesia, businesses should prepare comprehensively. Before meetings, it is advisable to send a bilingual agenda, clearly define participants' roles, and allow time at the beginning for informal conversation. During discussions, avoid direct criticism and use soft phrasing such as "we propose..." or "we could try phase 1..." A safe strategy is to start with small pilot projects before scaling up. Additionally, companies should maintain consistent contact via WhatsApp, respond promptly, and proactively invite partners to trade fairs and industry events. From a legal standpoint, businesses should review their sectors against the Positive Investment List, prepare documentation on the OSS-RBA system, sign bilingual contracts, and plan Halal certification in a timely manner. By aligning these elements, companies not only meet legal requirements but also project a professional image and strengthen their long-term presence in the Indonesian market.

(Tiếp theo trang 9)

10 triệu USD/ha; đồng thời phân đấu giải ngân 70% tổng vốn đầu tư đăng ký theo tiến độ. Ban quản lý cho biết họ sẽ tập trung thu hút bốn ngành công nghiệp chủ lực, ưu tiên phát triển các phân khúc có hàm lượng công nghệ cao, giá trị gia tăng lớn và thân thiện môi trường; cùng lúc khuyến khích các ngành có tính chiến lược như điện tử - bán dẫn, trí tuệ nhân tạo, máy học, dữ liệu lớn, chuỗi khối, công nghệ sinh học, vật liệu mới và công nghiệp môi trường.

Hướng tới mô hình phát triển bền vững, TP.HCM đang thí điểm chuyển đổi mô hình hoạt động tại một số khu chế xuất, khu công nghiệp; khuyến khích doanh nghiệp tham gia chuỗi cộng sinh, tiến tới kinh tế tuần hoàn và ứng dụng công nghệ mới để nâng cao giá trị gia tăng cho nhà đầu tư.

### Khẳng định vị thế đầu tư



Tổng hợp các yếu tố về quy mô thị trường, nguồn nhân lực, hạ tầng kết nối và khuôn khổ chính sách, TP.HCM tiếp tục khẳng định vị thế là điểm đến đầu tư hấp dẫn trong khu vực. Những định hướng và mục tiêu cụ thể của thành phố về phát triển khu chế xuất - khu công nghiệp cùng các chính sách ưu tiên cho ngành công nghệ cao là cơ sở để các nhà đầu tư quốc tế cân nhắc, tìm hiểu sâu hơn các cơ hội hợp tác tại nhiều phân khúc chiến lược.

(continued from page 9)

NQ/TW (dated April 30, 2025), and Resolution No. 68-NQ/TW (dated May 4, 2025).

With these frameworks in place, the city is moving to attract more investment in knowledge-intensive and high-tech industries such as smart manufacturing, artificial intelligence, semiconductors, biotechnology, smart urban development, and green, sustainable solutions.

### Export Processing and Industrial Zones: Planning, Targets, and Sustainable Development Orientation

At the same event, Mr. Tran Viet Ha, Deputy Head of HCMC Exporting Processing and Industrial Zones Authority (HEPZA), said that following the recent merger, the city now has 66 export processing and industrial zones covering more than 27,000 hectares. Under the development plan with a vision toward 2050, Ho Chi Minh City aims to expand to 105 zones with a total planned area of over 49,000 hectares, reinforcing its position as the country's leading industrial hub.

For the 2025-2030 period, the city's export processing and industrial zones target USD 20 - 21 billion in investment, with an average investment density of USD 8 - 10 million per hectare, and aims to disburse 70% of total registered capital as scheduled. The management board said it will focus on attracting investment in four key industries, prioritizing high-tech, high value-added, and environmentally friendly segments. Strategic sectors include electronics-semiconductors, artificial intelligence, machine learning, big data, blockchain, biotechnology, new materials, and environmental industries.

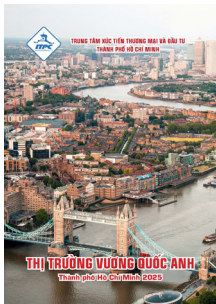
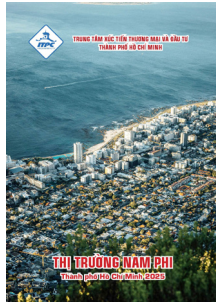
Moving toward a sustainable development model, Ho Chi Minh City is piloting the transformation of several export processing and industrial zones, encouraging enterprises to participate in industrial symbiosis networks, promote the circular economy, and apply new technologies to enhance value for investors.

### Affirming Investment Position

By combining its market scale, human resources, connectivity infrastructure, and policy framework, Ho Chi Minh City continues to assert its position as an attractive investment destination in the region. The city's concrete strategies for developing export processing and industrial zones, along with priority policies for high-tech sectors, provide a solid foundation for international investors to explore deeper cooperation opportunities across multiple strategic segments.

**Đón đọc các ấn phẩm của ITPC.**

Có thể tải trực tiếp từ trang [www.itpc.hochiminhcity.gov.vn](http://www.itpc.hochiminhcity.gov.vn)



**Stay updated with ITPC's publications**

Now available for download at [www.itpc.hochiminhcity.gov.vn](http://www.itpc.hochiminhcity.gov.vn)



NEWSLETTER  
**INVESTMENT & TRADE PROMOTION**

**PUBLISHING LICENSE**

License no.54/GP-XBBT dated December 27, 2024 issued by HCMC Department of Information and Communications



**HEAD OFFICE**

Investment and Trade Promotion Centre of Ho Chi Minh City

**Address:** 51 Dinh Tien Hoang, Tan Dinh Ward, Ho Chi Minh City

**Tel:** (028) 3823 6738

**Fax:** (028) 3824 2391

**Email:** [itpc@itpc.gov.vn](mailto:itpc@itpc.gov.vn)

**Website:** [www.itpc.hochiminhcity.gov.vn](http://www.itpc.hochiminhcity.gov.vn)



**ITPC OFFICIAL FACEBOOK PAGE**

<https://www.facebook.com/ITPC.HOCHIMINH CITY>



- Publication schedule: 01 issue per week.
- Size: 19cm x 27cm.
- Number of pages: 20 pages.
- Print run: 1,000/issue.
- Language: Vietnamese and bilingual (Vietnamese - English).

# Your Next Business Destination

92 - 96 Nguyen Hue St., Sai Gon Ward,  
Ho Chi Minh City



## Comprehensive Support for Business Promotion:

- Q&A sessions under the “HCMC Business - Government Dialogue”;
- Market consulting services;
- Product showcasing and organization of trade and investment promotion events;

A spacious venue of nearly 1,000 square meters; state-of-the-art audiovisual facilities; a team of experienced and committed business promotion professionals.

## Enterprise Services and Support Department - ITPC

Address: 92 - 96 Nguyen Hue Street, HCMC

Phone: (028) 3822 2982

Website: [www.itpc.hochiminhcity.gov.vn](http://www.itpc.hochiminhcity.gov.vn)  
[vexa.vn](http://vexa.vn)



**If your business needs promotion support, contact ITPC today!**