



ĐẶC SAN

HALAL

SỐ 02/2023

**THỊ TRƯỜNG THỰC PHẨM HALAL TOÀN CẦU
CHUYỂN ĐỘNG HALAL VIỆT NAM
TIẾNG NÓI DOANH NGHIỆP
TIÊU ĐIỂM HALAL
SỰ KIỆN HALAL NỔI BẬT**



ĐẶC SẢN HALAL



THỊ TRƯỜNG THỰC PHẨM HALAL TOÀN CẦU

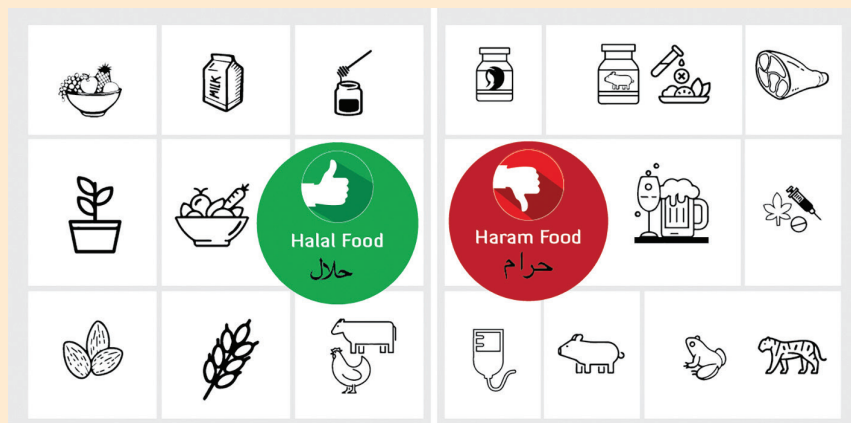


TIÊU CHUẨN HALAL

1. THỰC PHẨM HALAL:

Trong tín ngưỡng Hồi giáo, có hai loại thực phẩm là Halal và Haram. Thực phẩm Halal được coi là thực phẩm hợp pháp, thích hợp để ăn, trong khi thực phẩm Haram bị cấm.

Thực phẩm Halal là những sản phẩm “được cho phép”, “hợp pháp” để sử dụng theo Luật Hồi giáo, với những yêu cầu nghiêm ngặt từ thành phần đến khâu chế biến, vận chuyển. Thực phẩm Halal được chế biến theo luật của người Hồi giáo, được làm sạch, bảo quản và đóng gói bằng vật liệu và thiết bị đóng

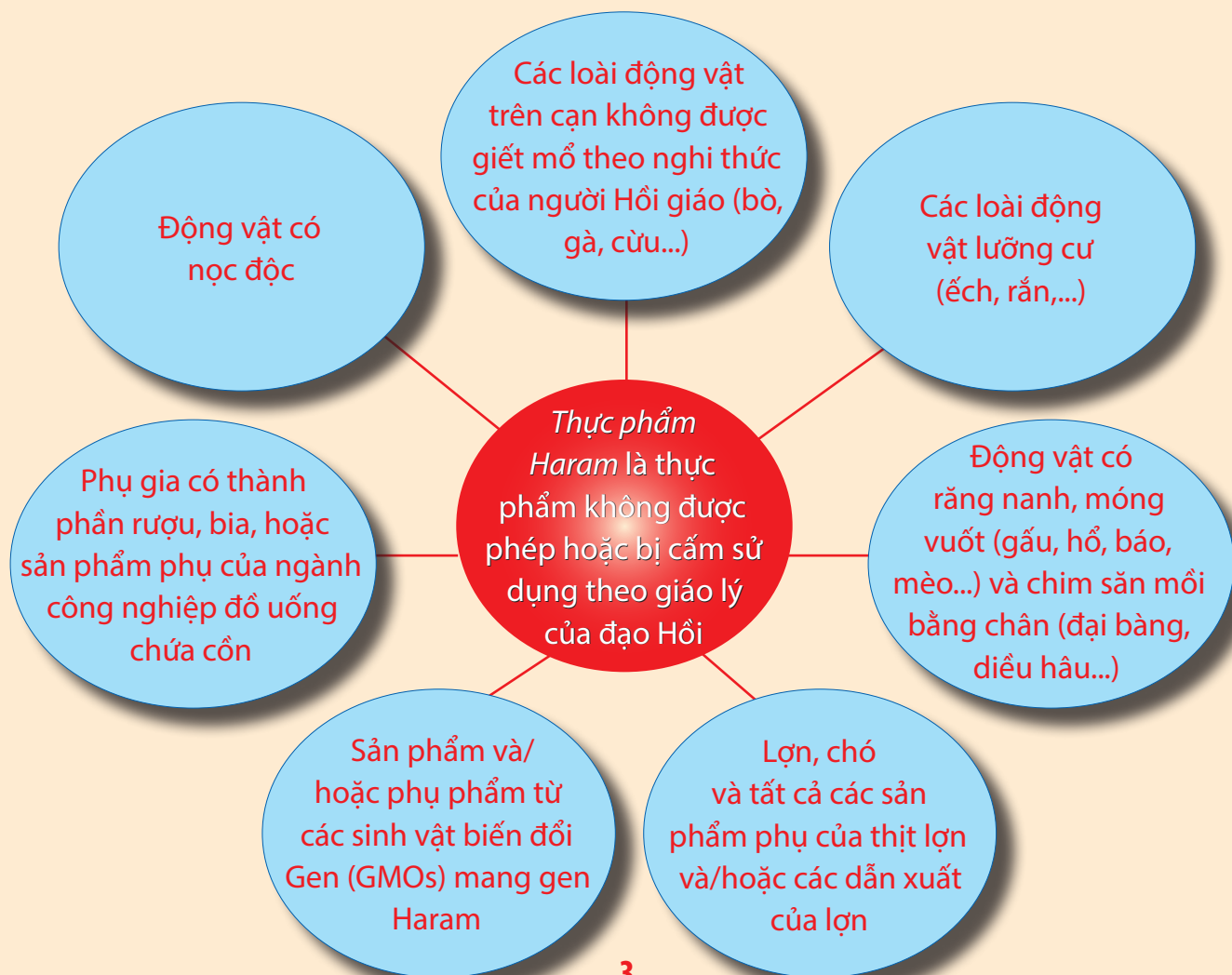


Ảnh minh họa về thực phẩm Halal và Haram.
Nguồn: blog.halalnavi.com.

gói được chứng nhận Halal.

Thực phẩm Halal cấm sử dụng các thành phần có nguồn gốc từ con người hoặc động vật và các sinh vật biến đổi gen (GMO), chẳng hạn như chất lỏng thải ra từ

cơ thể, giảm bông, lợn và các dẫn xuất của lợn, máu tươi và xác thối. Thực phẩm Halal cũng không chứa các thành phần như rượu, polyme gốc silicone, L-cysteine, lipase, thủy ngân, dimethicone và rennet, có hại cho con người.

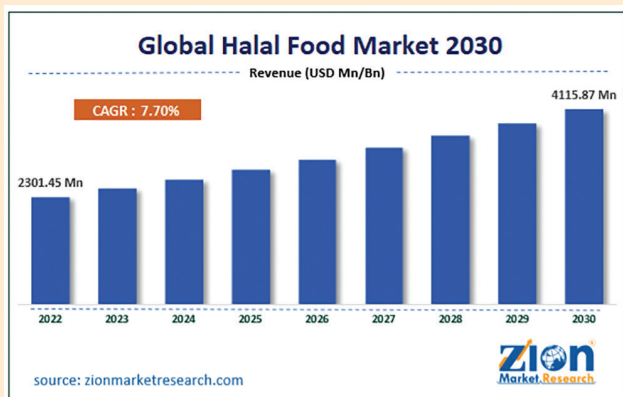




2. QUY MÔ NGÀNH THỰC PHẨM HALAL TOÀN CẦU:

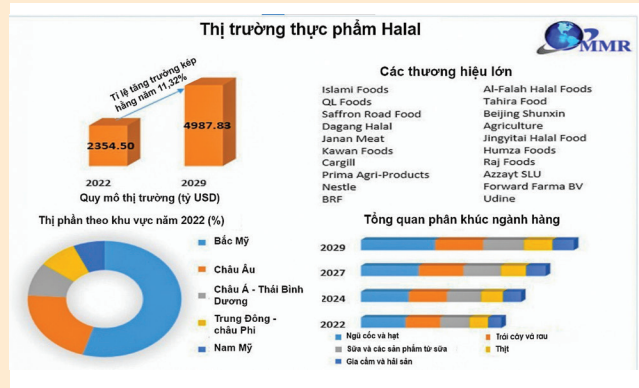
Thực phẩm là lĩnh vực tiêu dùng chính của các nền kinh tế Hồi giáo. Quy mô và tốc độ tăng trưởng của lĩnh vực thực phẩm Halal toàn cầu được các tổ chức nghiên cứu dự báo có tiềm năng phát triển rất cao trong thời gian tới.

Theo nghiên cứu của Tổ chức Nghiên cứu thị trường Zion (Ấn Độ), quy mô lĩnh vực thực phẩm Halal toàn cầu năm 2022 đạt 2.301,45 tỷ USD và dự báo đạt 4.115,87 tỷ USD vào năm 2030. Tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm của thị trường thực phẩm Halal toàn cầu giai đoạn 2023-2030 đạt 7,7%/năm.



Thị trường thực phẩm Halal toàn cầu giai đoạn 2023-2030. Nguồn: Zion Market Research.

Tập đoàn Nghiên cứu và Tư vấn Phân tích Thị trường Quốc tế (IMARC) cũng đưa ra dự báo tương đối sát với nghiên cứu của hãng Zion trong đó quy mô của thị trường thực phẩm Halal toàn cầu năm 2023 đạt 2.467,9 tỷ USD và có khả năng tăng gấp 2,5 lần, đạt 5.814, 3 tỷ USD vào trước năm 2032. Tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm của thị trường thực phẩm Halal toàn cầu giai đoạn 2024-2032 ước đạt 9,7% năm.



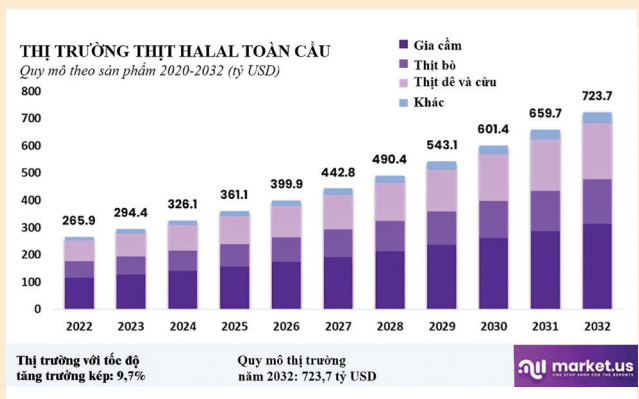
Tổng quan về ngành thực phẩm Halal toàn cầu từ năm 2022-2029. Nguồn: Maximizemarketresearch.

3. CÁC LĨNH VỰC THỰC PHẨM HALAL:

Lĩnh vực thực phẩm Halal được phân loại phổ biến theo nhóm thực phẩm, kênh phân phối và khu vực địa lý.

3.1. Các nhóm thực phẩm:

- Dựa trên sản phẩm, các ngành công nghiệp thực phẩm Halal toàn cầu được chia thành các nhóm thịt các loại; ngũ cốc; rau củ quả; sữa và sản phẩm từ sữa; gia cầm và hải sản. Thịt chiếm thị phần cao nhất trong các nhóm thực phẩm Halal, phổ biến là bò, cừu và dê. Ngũ cốc chiếm thị phần thứ hai, phổ biến là gạo, lúa mì, lúa mạch, yến mạch và bánh mì.



Quy mô và tốc độ tăng trưởng của thị trường thịt Halal toàn cầu giai đoạn 2022-2032. Nguồn: Market.us.

3.2. Các kênh phân phối:



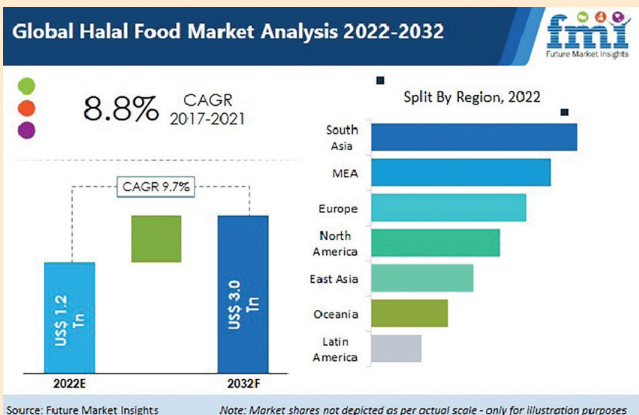
Góc bán sản phẩm Halal của một siêu thị tại châu Âu.
Nguồn: medium.com.

- Các kênh phân phối thực phẩm Halal toàn cầu bao gồm: siêu thị và đại siêu thị; cửa hàng tiện lợi; cửa hàng trực tuyến; cửa hàng chuyên dụng và các cửa hàng khác.

- Năm 2022, siêu thị và đại siêu thị là phân khúc dẫn đầu và đóng góp tới gần 46,12% thị phần phân phối thực phẩm Halal toàn cầu. Sự hiện diện của hệ thống siêu thị, đại siêu thị ngày càng tăng và thị hiếu của người tiêu dùng muốn mua sắm tại siêu thị đã thúc đẩy sự gia tăng thị phần của kênh phân phối siêu thị, đại siêu thị. Đặc biệt, khi lạm phát toàn cầu gia tăng, người tiêu dùng có xu hướng mua hàng từ siêu thị hơn vì được tiếp cận với nhiều lựa chọn và các ưu đãi chiết khấu, giảm giá. Hơn nữa, một số công ty dẫn đầu tiên tưng ra sản phẩm mới chọn kênh phân phối siêu thị để tận dụng tập hợp khách hàng đồng đảo của kênh siêu thị.

3.3. Các khu vực địa lý:

Năm 2022, Nam Á chiếm thị phần thị trường thực phẩm Halal toàn cầu lớn nhất, tiếp đó là Trung Đông - châu Phi, châu Âu, Bắc Mỹ, Đông Á, châu Đại Dương và Mỹ Latinh.



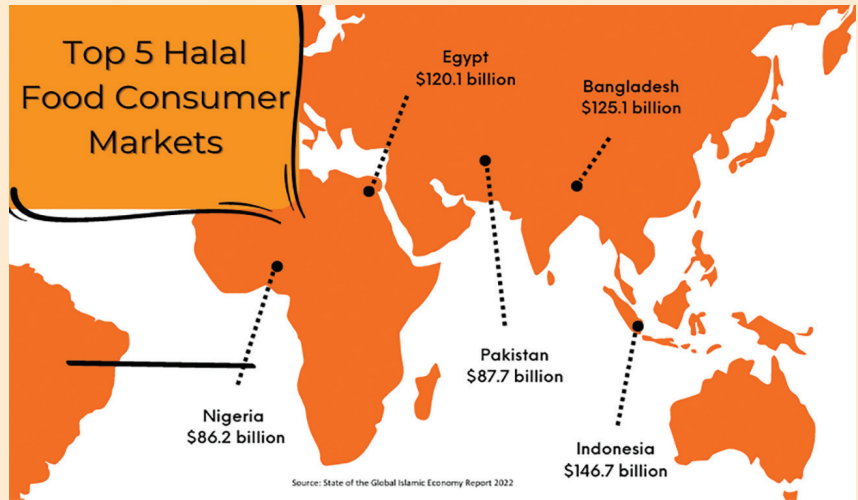
Thị phần thị trường thực phẩm Halal toàn cầu phân theo khu vực địa lý.
Nguồn: Future Market Insights.

4. CÁC THỊ TRƯỜNG THỰC PHẨM HALAL LỚN:

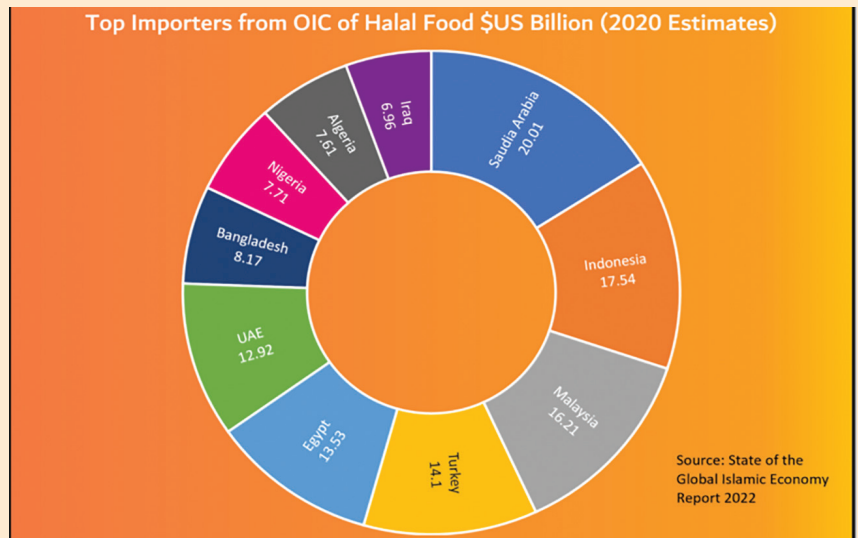
4.1. Các thị trường tiêu thụ thực phẩm Halal lớn nhất trong Tổ chức Hợp tác Hồi giáo (OIC): Indonesia (146,7 tỷ USD), Bangladesh (125,1 tỷ USD), Ai Cập (120,1 tỷ USD), Pakistan (87,7 tỷ USD), Nigeria (86,2 tỷ USD).

4.2. 10 quốc gia Hồi giáo nhập khẩu thực phẩm Halal lớn nhất trong OIC: Saudi Arabia (20,01 tỷ USD), Indonesia (17,54 tỷ USD), Malaysia (16,21 tỷ USD), Thổ Nhĩ Kỳ (14,1 tỷ USD), Ai Cập (13,53 tỷ USD), UAE (12,92 tỷ USD), Bangladesh (8,17 tỷ USD), Nigeria (7,71 tỷ USD), Algeria (7,61 tỷ USD), Iraq (6,96 tỷ USD).

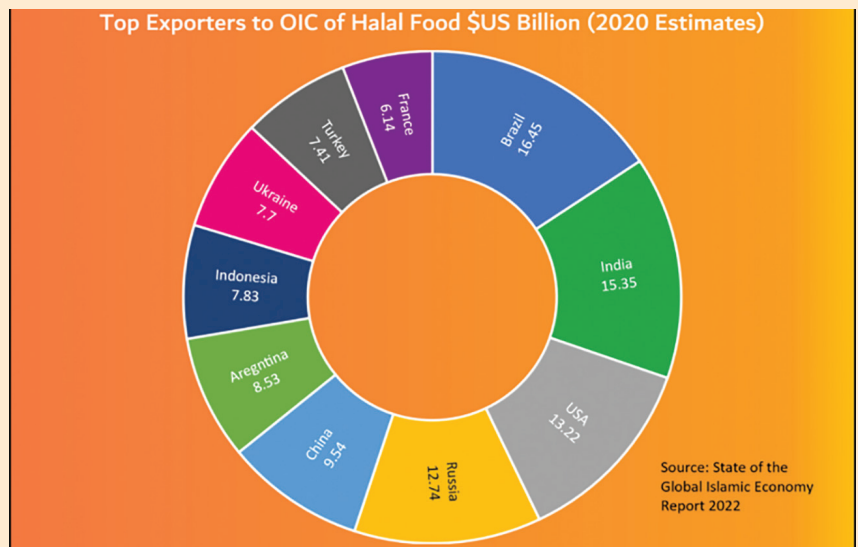
4.3. 10 nước xuất khẩu thực phẩm Halal lớn nhất tới OIC: Brazil (16,45 tỷ USD), Ấn Độ (15,35 tỷ USD), Mỹ (13,22 tỷ USD), Nga (12,74 tỷ USD), Trung Quốc (9,54 tỷ USD), Argentina (8,53 tỷ USD), Indonesia (7,83 tỷ USD), Ukraine (7,7 tỷ USD), Thổ Nhĩ Kỳ (7,41 tỷ USD), Pháp (6,14 tỷ USD).



05 thị trường tiêu thụ thực phẩm Halal lớn nhất trong OIC. Nguồn: State of the Global Islamic Economy Report 2022.



Các quốc gia nhập khẩu thực phẩm Halal lớn nhất sang các nước OIC. Nguồn: State of Global Islamic Economy Report 2022.



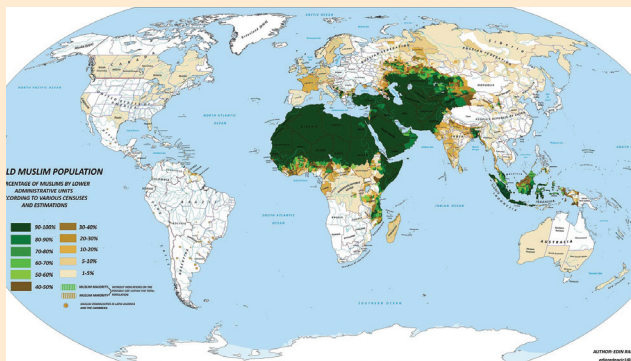
Các quốc gia xuất khẩu thực phẩm Halal lớn nhất trong OIC năm 2022. Nguồn: State of the Global Islamic Economy Report 2022.

5. MỘT SỐ XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA NGÀNH THỰC PHẨM HALAL:

5.1. Nhu cầu tiêu dùng thực phẩm Halal trên toàn cầu tiếp tục gia tăng:

Dân số Hồi giáo tiếp tục tăng, dự kiến sẽ đạt 2,2 tỷ người vào năm 2030 và 2,8 tỷ người vào năm 2050, kéo theo nhu cầu tiêu dùng thực phẩm Halal gia tăng.

Mức chi tiêu và sử dụng các sản phẩm Halal có xu hướng tăng ở nhóm dân số phi Hồi giáo do các sản phẩm Halal đáp ứng nhiều tiêu chí về vệ sinh an toàn thực phẩm, chất lượng và bảo vệ môi trường...



Bản đồ phân bố dân số Hồi giáo trên thế giới. Nguồn: <https://www.nationsonline.org/>.

5.2. Xu hướng tiêu dùng bữa ăn tiện lợi và ăn nhanh Halal có xu hướng tăng lên:

Tại Singapore, Tập đoàn Kimly công bố mua lại 75% cổ phần của công ty dịch vụ thực phẩm Halal Tenderfresh với giá 40,7 triệu USD.

Tại Trung Đông, chuỗi cửa hàng thức ăn nhanh Chuck. E Cheese của Mỹ có kế hoạch mở 50 cửa hàng, trong đó có 25 cửa hàng ở Saudi Arabia.

Tại Mỹ, chuỗi cửa hàng Halal Guy có kế hoạch tăng gấp đôi cửa hàng ở khu vực Trung Tây.

Tại Hàn Quốc, chuỗi cửa hàng tiện lợi CU

của Hàn Quốc tung ra hai gói bữa ăn sẵn làm bằng nguyên liệu được chứng nhận Halal.



Một cửa hàng Chuck. E Cheese của Mỹ tại Saudi Arabia. Nguồn: www.safari.com.sa.

5.3. Nhiều nước đang thúc đẩy tự chủ chiến lược trong sản xuất lương thực, đầu tư công nghệ để phát triển nông nghiệp bền vững, nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng ngày càng gia tăng và bảo đảm an ninh lương thực, nổi bật là:

Saudi Arabia đã đạt được 60% khả năng tự cung tự cấp trong sản xuất gia cầm và đặt mục tiêu đạt 80% vào năm 2025, đang có kế hoạch mở rộng sản xuất sang lĩnh vực rau và cá.

UAE, gần đây, ký thỏa thuận với Israel để xây dựng, phát triển công nghệ nông nghiệp, thực phẩm dựa trên thực vật và tế bào.



Mô hình canh tác theo chiều dọc (vertical farming) tại Các tiểu vương quốc Ả-rập thống nhất (UAE). Nguồn: TimeoutDubai.



Nhà máy Al Maha của Nestle ở Dubai, UAE sử dụng năng lượng mặt trời để phục vụ sản xuất. Nguồn: www.foodnavigator-asia.com.

Nhà máy Al Maha của Nestle ở Dubai (UAE) là nhà máy sản xuất sử dụng năng lượng mặt trời lớn nhất thế giới, với 85% điện năng cho sản xuất từ năng lượng mặt trời. Tập đoàn Agthia, UAE đã mở trung tâm công nghệ đóng gói mới để phát triển bao bì chống chịu thời tiết bền vững và sáng tạo. Nigeria đã phát triển, hướng tới xuất khẩu một loại đậu đũa kháng côn trùng có khả năng tạo ra doanh thu 638 triệu USD cho Nigeria trong 6 năm.

5.4. Nhu cầu về các sản phẩm có nguồn gốc thực vật có xu hướng tăng, thúc đẩy nhiều công ty đầu tư sản xuất các sản phẩm này:

Nổi bật là tại UAE, công ty bán lẻ Spinneys đã phát động sáng kiến “Sức mạnh của thực vật” nhằm quảng bá thực phẩm chay, có nguồn gốc thực vật nhằm đáp ứng mức tăng trưởng 600% về doanh số bán sản phẩm có nguồn gốc thực vật. Công ty thực phẩm Al-Islami có trụ sở tại UAE cũng đã đưa ra loại bánh mì kẹp thịt bò làm từ thực vật không chứa chất bảo quản.



Một sản phẩm bánh mì kẹp thịt làm từ thực vật của công ty Al-Islami. Nguồn: www.foodnavigator-asia.com.



CHUYỂN ĐỘNG HALAL VIỆT NAM



LÃNH ĐẠO CẤP CAO, CÁC BỘ, NGÀNH TĂNG CƯỜNG THÚC ĐẨY HỢP TÁC QUỐC TẾ VỀ HALAL

1 Chủ tịch nước Võ Văn Thưởng đề nghị Malaysia và Brunei tăng cường phát triển Halal tại Tuần lễ Cấp cao Diễn đàn Hợp tác Kinh tế châu Á - Thái Bình Dương (APEC) lần thứ 30 được tổ chức tại Mỹ.

Với Malaysia, Chủ tịch nước Võ Văn Thưởng, tại cuộc gặp Thủ tướng Malaysia Anwar Ibrahim ngày 16/11/2023 bên lề APEC 30 tại Mỹ, đã đề xuất hai bên sớm hoàn tất đàm phán và ký kết các hiệp định, thỏa thuận nhằm tạo cơ sở và khuôn khổ hợp tác sâu rộng hơn nữa giữa hai nước trong các lĩnh vực;



Chủ tịch nước Võ Văn Thưởng tiếp Thủ tướng Malaysia Anwar Ibrahim. Nguồn: Thông tấn xã Việt Nam.

phối hợp thúc đẩy thương mại - đầu tư, phấn đấu đạt kim ngạch 18 tỷ USD thời gian tới; mong muốn Chính

phủ Malaysia quan tâm hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm Halal vào thị trường Malaysia.



Chủ tịch nước Võ Văn Thưởng tiếp Quốc vương Brunei Haji Hassanal Bolkiah. Nguồn: Thông tấn xã Việt Nam.

Với Brunei, Chủ tịch nước Võ Văn Thưởng, tại cuộc gặp Quốc vương Brunei Haji Hassanal Bolkiah, đề nghị hai nước phối hợp chặt chẽ, thực hiện hiệu quả Chương trình hành động triển khai quan hệ Đối tác toàn diện Việt Nam - Brunei 2023-2027 với những lĩnh vực ưu tiên gồm hợp tác về dầu khí, hóa chất, sản xuất sản phẩm Halal và du lịch, giao lưu nhân dân.

2 Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính và các nhà lãnh đạo Thổ Nhĩ Kỳ, UAE nhất trí tăng cường hợp tác trong lĩnh vực Halal. Từ ngày 29/11-03/12/2023, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính thăm chính thức Thổ Nhĩ Kỳ, tham dự Hội nghị Thượng đỉnh hành động khí hậu thế giới trong khuôn khổ COP28 và tiến hành một số hoạt động song phương tại UAE.

Với Thổ Nhĩ Kỳ, đây là chuyến thăm chính thức đầu tiên của một Thủ tướng Chính phủ Việt Nam đến Thổ Nhĩ Kỳ kể từ khi hai nước thiết lập quan hệ ngoại giao năm 1978 và càng đặc biệt hơn khi diễn ra vào dịp kỷ niệm 45 năm thiết lập quan hệ ngoại giao Việt Nam - Thổ Nhĩ Kỳ và 100 năm ngày thành lập nước Cộng hòa Thổ Nhĩ Kỳ. Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính và các nhà lãnh đạo Thổ Nhĩ Kỳ đã thống nhất về nhiều biện pháp quan trọng nhằm nâng cao hiệu quả hợp tác toàn diện giữa hai nước, trong đó nhất trí tăng cường hợp tác thương mại, đầu tư, phát triển ngành Halal (sản phẩm phù hợp với quy tắc Hồi giáo), nông nghiệp, du



Phó Tổng thống Thổ Nhĩ Kỳ Cevdet Yilmaz và Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính tại lễ đón chính thức. Nguồn: VPG.

lịch, hướng đến sớm đưa kim ngạch thương mại song phương lên mức 4-5 tỷ USD trong thời gian tới. Đáng chú ý, trong Tuyên bố chung giữa Việt Nam và Thổ Nhĩ Kỳ nhân chuyến thăm chính thức Thổ Nhĩ Kỳ của Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính, hai bên ghi nhận tiềm năng hợp tác trong lĩnh vực nông nghiệp và cam kết trao đổi cụ thể hơn về việc đẩy nhanh các thủ tục phê duyệt liên quan nhằm tăng cường xuất nhập khẩu các sản phẩm có nguồn gốc nông nghiệp và động vật; nhất trí tiếp tục hỗ trợ phát triển ngành công nghiệp Halal tại Việt Nam thông qua chia sẻ kinh nghiệm và xây dựng năng lực. Lãnh đạo cấp cao hai nước đã lần đầu tiên trao đổi về khả

năng nâng cấp quan hệ lên một khuôn khổ đối tác mới để tạo điều kiện đưa quan hệ song phương đi vào chiều sâu, thực chất, hiệu quả hơn và khả năng khởi động đàm phán về một Hiệp định thương mại tự do giữa hai nước.

Với UAE, chuyến công tác góp phần tạo ra những xung lực mới để đưa quan hệ song phương lên tầm cao mới. Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính và các nhà lãnh đạo UAE đã nhất trí một số biện pháp cụ thể, mang tính đột phá, nhằm thúc đẩy hơn nữa hiệu quả hợp tác giữa hai nước như đẩy nhanh đàm phán và sớm ký kết Hiệp định Đối tác Kinh tế toàn diện (CEPA), sớm nâng kim ngạch thương mại lên 10

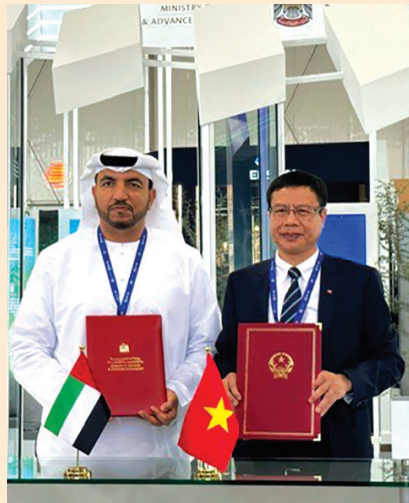


Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính tiếp Phó Tổng thống UAE Sheikh Mansour bin Zayed Al Nahyan. Nguồn: VPG.

tỷ USD trong những năm tới; UAE tăng cường hỗ trợ Việt Nam phát triển ngành Halal, thúc đẩy hợp tác về tăng trưởng xanh, chuyển đổi số, đổi mới sáng tạo, xây dựng trung tâm tài chính, thể thao...

Trong khuôn khổ chuyến thăm, Bộ Khoa học và Công nghệ (KH&CN) và Bộ Công nghiệp và Công nghệ Tiên tiến UAE (MoIAT) đã ký kết Bản ghi nhớ (MOU) trong lĩnh vực tiêu chuẩn hoá, đo lường, đánh giá sự phù hợp và hệ sinh thái Halal vào ngày 01/12/2023. MoIAT có nhiệm vụ thúc đẩy nghiên cứu phát triển công nghệ tiên tiến và đổi mới sáng

tạo, thiết lập khuôn khổ phát triển các ngành công nghiệp xuất khẩu và hoàn thiện hệ thống hạ tầng



Đại diện Bộ Khoa học và Công nghệ và Bộ Công nghiệp và Công nghệ Tiên tiến UAE đã ký Bản ghi nhớ trong lĩnh vực tiêu chuẩn hoá, đánh giá sự phù hợp và hệ sinh thái Halal. Nguồn: Thông tấn xã Việt Nam.

chất lượng quốc gia UAE. MoIAT cũng là cơ quan quản lý hoạt động chứng nhận Halal tại UAE.

Việc ký kết MOU trên tạo cơ sở quan trọng để thúc đẩy hợp tác giữa Việt Nam và UAE trong lĩnh vực tiêu chuẩn đo lường chất lượng, củng cố hạ tầng chất lượng của hai nước hướng tới phục vụ mục tiêu phát thải ròng bằng 0 (Net Zero 2050) của Việt Nam. Thông qua MOU, UAE nhất trí hợp tác trong hoạt động xây dựng tiêu chuẩn và chứng nhận Halal, từ đó hỗ trợ phát triển ngành Halal của Việt Nam.

3 Bộ Ngoại giao chủ trì với các Cơ quan đại diện (CQĐD) Việt Nam ở nước ngoài tổ chức Hội nghị Giao ban Ngoại giao kinh tế về tăng cường hợp tác quốc tế để xây dựng và phát triển ngành Halal Việt Nam (20/11/2023).

Đây là lần đầu tiên Bộ Ngoại giao phối hợp với các Bộ Khoa học và Công nghệ, Công Thương, Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và các cơ quan liên quan, đồng chủ trì tổ chức Hội nghị để cùng rà soát, trao đổi và đề xuất các biện pháp triển khai hiệu quả Đề án “Tăng cường hợp tác quốc tế để xây dựng và phát triển ngành Halal Việt Nam đến năm 2030”, góp phần đa dạng hóa thị trường xuất khẩu và giúp sản phẩm Việt Nam thâm nhập thị trường Halal toàn cầu.

Tham dự hội nghị có khoảng 100 đại biểu, bao gồm đại diện lãnh đạo các Bộ Công Thương, Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Khoa học và Công nghệ; đại diện lãnh đạo một số tỉnh, thành phố; hơn 22 các Trưởng/lãnh đạo/đại diện các CQĐD Việt Nam tại nước ngoài và đại diện các hiệp hội, doanh nghiệp Việt Nam có sản phẩm Halal hoặc có tiềm năng xuất khẩu sản phẩm vào thị trường Halal toàn cầu.

Phát biểu khai mạc hội nghị, Thứ trưởng Bộ Ngoại giao Nguyễn Minh Hằng nhấn mạnh tầm quan trọng của Đề án trong lần đầu tiên đề ra định hướng lớn, tầm quốc gia về huy động nguồn lực quốc tế để phát triển ngành Halal Việt Nam bài bản, chuyên nghiệp, toàn diện, từ đó tạo hướng đi mới trong triển khai công tác NGKT phục vụ phát triển, giúp khai mở thị trường Halal toàn cầu giàu tiềm năng và đa dạng hóa các thị trường xuất khẩu. Thứ trưởng Bộ Ngoại giao Nguyễn Minh Hằng đánh giá, sau 9 tháng kể từ khi ban hành, dưới sự chỉ đạo quyết liệt của lãnh đạo cấp cao, đặc biệt là Thủ tướng Chính phủ, các hoạt động hợp tác quốc tế để phát triển ngành Halal đã được thúc đẩy mạnh mẽ ở nhiều cấp, ngành, địa phương và đã đạt được một số kết quả. *Nổi bật là Halal đã trở thành một trong các trọng tâm hợp tác giữa Việt Nam và một nước Hồi giáo như Brunei, Malaysia, Indonesia, Saudi Arabia, UAE... Tổng cục Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng đã ký bản ghi nhớ MOU với Trung tâm Đo lường Quốc gia Iran (INSO), đánh dấu thỏa thuận đầu tiên mà Việt Nam ký kết với một đối tác nước ngoài trong lĩnh vực Halal trong năm 2023.*



Thứ trưởng Bộ Ngoại giao Nguyễn Minh Hằng phát biểu khai mạc Hội nghị.
Nguồn: Báo Thế giới và Việt Nam.



Đại diện các bộ/ngành phát biểu tại Hội nghị. Nguồn: Báo Thế giới và Việt Nam.

Đại diện các Bộ Ngoại giao, Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Công Thương đánh giá cao tiềm năng, cơ hội của thị trường Halal toàn cầu; rà soát tình hình triển khai Đề án trong 9 tháng qua và đề xuất các giải pháp cụ thể, thực chất để phát triển ngành Halal Việt Nam trong thời gian tới. Đại diện các bộ, ngành cho rằng cần tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động hợp tác quốc tế để huy động các nguồn lực phát triển ngành Halal, đặc biệt là lồng ghép nội dung hợp tác Halal trong các hoạt động trao đổi đoàn cấp cao với các đối tác Hồi giáo, thúc đẩy xây dựng Trung tâm chứng nhận Halal quốc gia đầu tiên của Việt Nam, đẩy mạnh hoàn thiện bộ tiêu chuẩn quốc gia về Halal và ký kết, triển khai các thỏa thuận, bản ghi nhớ về hợp tác trong lĩnh vực Halal, xây dựng Nghị định Chính phủ về quản lý sản phẩm và

dịch vụ Halal, tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại hàng hóa, đặc biệt nông, thủy, hải sản... sang các thị trường Halal, đề xuất các biện pháp đẩy mạnh tổ chức sản xuất, chế biến, phát triển, xúc tiến chuỗi giá trị nông, lâm, thủy sản của Việt Nam đạt chứng nhận Halal như đối thoại chính sách, hướng dẫn quy trình sản xuất, chế biến, tăng cường cung cấp các thông tin thị trường cho hiệp hội, doanh nghiệp, đẩy mạnh kết nối doanh nghiệp...

Đại diện các hiệp hội như Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu thủy sản Việt Nam (VASEP), Hiệp hội Nông nghiệp hữu cơ; các tập đoàn như Vin Cà phê, Phú Gia, Long Hưng Holdings, Cao nguyên Bình Phước... chia sẻ đánh giá của đại diện các bộ, ngành, tỉnh, thành về tiềm năng, cơ hội thị trường Halal toàn cầu. Đại diện các hiệp hội cũng đánh giá cao Chính phủ đã quan tâm, đồng hành, hỗ

trợ các doanh nghiệp trong thâm nhập thị trường Halal toàn cầu thời gian qua, nhất là việc ban hành Đề án. Các đại biểu cũng nêu các khó khăn đối với việc sản xuất và xuất khẩu sản phẩm Halal như: thiếu thông tin về thị trường, tiêu chuẩn Halal, chi phí đầu tư dây chuyền sản xuất, trang thiết bị để sản xuất sản phẩm Halal, xin cấp chứng nhận Halal và đặc biệt là việc đạt chứng nhận Halal đa dạng, phù hợp với yêu cầu riêng của từng thị trường...

Các hiệp hội, doanh nghiệp đề nghị Chính phủ quan tâm, tạo điều kiện hỗ trợ doanh nghiệp hơn nữa để tiếp cận hiệu quả thị trường Halal toàn cầu, như việc ban hành các chính sách hỗ trợ sản xuất (ưu đãi lãi suất, thuê đất, thuế...), khuôn khổ pháp lý, các tiêu chuẩn hướng dẫn sản xuất, nuôi trồng đạt chứng nhận Halal; tăng cường cung cấp thông tin thị trường; đẩy mạnh các

hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối doanh nghiệp với các thị trường Halal; xây dựng kênh phân phối nội địa về sản phẩm Halal...

Đại diện các tỉnh Bến Tre, Bình Phước (xuất khẩu tương đối thành công sản phẩm Halal vào các thị trường Hồi giáo) đã chia sẻ các chương trình, chính sách, kế hoạch của tỉnh nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm xuất khẩu, đáp ứng tiêu chuẩn của các thị trường Halal và đề xuất các biện pháp hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu địa phương tiếp cận thị trường Halal hiệu quả như tăng cường cung cấp thông tin cập nhật về thị trường Halal các nước; các hướng dẫn về quy trình, điều kiện để được cấp chứng nhận Halal; kết nối doanh nghiệp tỉnh với các kênh phân phối, đối tác Halal quốc tế; hỗ trợ các chương trình xúc tiến thương mại, đầu tư, quảng bá tiềm năng, thế mạnh của các địa phương...

Phát biểu tại Hội nghị, các đồng chí Đại sứ/Lãnh đạo các CQĐD ta tại nước ngoài đã nêu bật tiềm năng, cơ hội hợp tác trong lĩnh vực Halal với các thị trường Hồi giáo/các nước sản xuất Halal hàng đầu thế giới như Saudi Arabia, Malaysia, Brunei, Ấn Độ, Hàn

Quốc... Các Trưởng CQĐD đề xuất các biện pháp cụ thể nhằm tăng cường hợp tác trong lĩnh vực Halal với các quốc gia đặc biệt về thương mại; hợp tác đầu tư; lựa chọn đối tác ưu tiên để thúc đẩy hợp tác Halal (như Brunei, Malaysia, Indonesia, Saudi Arabia, UAE...); đẩy mạnh công nhận chứng nhận Halal của Việt Nam với các nước; hợp tác đào tạo, chia sẻ kinh nghiệm, chuyên môn, năng lực cho các tổ chức cấp chứng nhận Halal Việt Nam; tăng cường cung cấp thông tin về thị trường Hồi giáo (thị hiếu, tập quán kinh doanh, các quy định thị trường...); hỗ trợ các hoạt động xúc tiến thương mại của địa phương, doanh nghiệp tại các thị trường Hồi giáo...

Phát biểu bế mạc Hội nghị, Thứ trưởng Bộ Ngoại

giao Nguyễn Minh Hằng nêu 5 nhóm nhiệm vụ trọng tâm về tăng cường hợp tác quốc tế phát triển ngành Halal Việt Nam, khẳng định với tinh thần ngoại giao kinh tế phục vụ phát triển, Bộ Ngoại giao sẽ tích cực phối hợp chặt chẽ với các Bộ Khoa học và Công nghệ, Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Công Thương, Ban Tôn giáo Chính phủ và các cơ quan liên quan hỗ trợ, đồng hành cùng các địa phương, hiệp hội và doanh nghiệp để phát triển ngành Halal Việt Nam.

Việc chủ động, tích cực triển khai Đề án và sự vào cuộc đồng bộ của các bộ, ban, ngành và cơ quan liên quan sẽ góp phần xây dựng ngành Halal Việt Nam ngày càng bài bản, toàn diện và mạnh mẽ trong thời gian



Đại diện các CQĐD Việt Nam ở nước ngoài và địa phương dự Hội nghị bằng hình thức trực tuyến.

Nguồn: Báo Thế giới và Việt Nam.

tới, đóng góp vào việc tăng cường năng lực nội sinh, kiến tạo động lực tăng trưởng mới cho sự phát triển kinh tế toàn diện, bền vững và góp phần làm sâu sắc thêm quan hệ hợp tác thực chất, hiệu quả giữa Việt Nam với các đối tác.

4 Bộ Ngoại giao chủ trì tổ chức Tọa đàm về nâng cao hiệu quả quảng bá nông sản Việt Nam tại khu vực châu Phi - Nam Sahara (01/11/2023) và tại khu vực Trung Đông - Bắc Phi (06/12/2023).

Hai tọa đàm là cơ hội để đánh giá triển vọng, những thuận lợi và khó khăn đối với công tác giới thiệu, quảng bá các mặt hàng nông sản Việt Nam tại thị trường Trung Đông - châu Phi, nhu cầu thành lập các Phòng/không gian trưng bày hàng mẫu nông sản tại các CQĐD Việt Nam, đồng thời trao đổi phương hướng, giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động quảng bá nông sản tại khu vực trong thời gian tới.

Các đại biểu tham dự tọa đàm đánh giá khu vực Trung Đông - châu Phi, với dân số gần 1,9 tỷ người, là thị trường có nhiều tiềm năng và dư địa mà các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản của Việt Nam cần tiếp tục đẩy mạnh khai thác trong thời gian tới, nhất



*Khu trưng bày sản phẩm nông sản của các địa phương Việt Nam xuất sang thị trường Trung Đông - châu Phi.
Nguồn: Báo Thế giới và Việt Nam.*

là nông sản Halal; cho rằng công tác quảng bá nông sản Việt Nam sang thị trường khu vực hiện đang gặp phải một số khó khăn như: thiếu thông tin, hiểu biết về thị trường, đối tác và quy định pháp luật, tập quán làm ăn của nước sở tại dẫn đến tâm lý e ngại, chưa chú trọng đúng mức đối với công tác quảng bá nông sản với khu vực; chi phí vận chuyển hàng mẫu cao do khoảng cách địa lý xa xôi; thủ tục hải quan phức tạp, các quy định rào cản kỹ thuật hạn chế nhập khẩu nông sản, quy cách bao bì sản phẩm và việc bảo quản hàng mẫu,... Bên cạnh đó, theo đại diện của Bộ Công Thương, có hiện tượng một số doanh nghiệp còn chưa chủ động trong công tác phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước để quảng bá sản phẩm, chưa

bảo đảm được nguồn hàng trưng bày.

Tại các tọa đàm, các đại biểu đã trao đổi về ý tưởng thành lập, tổ chức Phòng/ Không gian trưng bày hàng mẫu nông sản Việt Nam tại các CQĐD Việt Nam tại khu vực, cho rằng đây là biện pháp thiết thực để hỗ trợ địa phương và doanh nghiệp giới thiệu sản phẩm, trước thực tiễn tập quán văn hóa kinh doanh cần được trực tiếp xem và kiểm tra các mặt hàng trước khi giao dịch. Tuy nhiên, để triển khai tốt mô hình này, các địa phương, doanh nghiệp xuất khẩu nông sản và hậu cần nên chú trọng phối hợp, gắn kết chặt chẽ, thường xuyên hơn với các CQĐD Việt Nam tại khu vực trong việc xác định sản phẩm ưu tiên thúc đẩy quảng bá đối với từng

thị trường, cách thức tổ chức mô hình trưng bày; chủ động cung cấp hàng mẫu, tài liệu thông tin giới thiệu sản phẩm phù hợp một cách thường xuyên, lâu dài...

Với tinh thần ngoại giao phục vụ phát triển kinh tế-xã hội của đất nước, Bộ Ngoại giao và các CQĐD Việt Nam ở khu vực luôn sẵn sàng phối hợp tích cực, chặt chẽ với các Bộ, ngành, địa phương và doanh nghiệp trong hoạt động quảng bá nông sản nhằm đạt được những hiệu quả thiết thực, thực chất, mang lại nhiều lợi ích cho địa phương, doanh nghiệp và người nông dân Việt Nam, trong đó có việc thành lập Phòng/Không gian trưng bày hàng mẫu nông sản Việt Nam tại các CQĐD Việt Nam.

5 Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và Bộ Công Thương đồng chủ trì tổ chức Tọa đàm “Kết nối thông tin về nhu cầu thị hiếu và phổ biến quy định thị trường nông sản của khu vực Trung Đông - châu Phi”.

Ngày 24/11/2023, Cục Chất lượng, Chế biến và Phát triển thị trường chủ trì, phối hợp với Vụ Thị trường châu Á - châu Phi, Bộ Công thương tổ chức tọa đàm “Kết nối thông tin về nhu cầu thị hiếu và phổ biến quy định thị trường nông sản

của khu vực Trung Đông, châu Phi”.

Ông Ngô Hồng Phong, Phó Cục trưởng Cục Chất lượng, Chế biến và Phát triển thị trường cho biết châu Phi chiếm thị phần rất nhỏ, chỉ 2,1% trong số các khu vực tiêu thụ sản phẩm nông lâm thủy sản của Việt Nam so với các thị trường truyền thống như châu Á, châu Âu, châu Mỹ.

Trong 10 tháng đầu năm, xuất khẩu nông sản vào các khu vực thị trường trọng điểm đều có xu hướng giảm so với cùng kỳ (châu Mỹ giảm 20,6%, châu Âu giảm 11,8%), riêng châu Phi tăng 21,6% và châu Á tăng 5,7%. Trong đó, Trung Đông và châu Phi là hai khu vực thị trường rộng lớn với nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ, là thị trường tiềm năng và triển vọng, có nhu cầu nhập

khẩu lớn các mặt hàng nông sản của Việt Nam, đặc biệt là nhóm hàng lương thực, thực phẩm.

Trong những năm gần đây, xuất khẩu nông sản của Việt Nam sang hai khu vực thị trường này có xu hướng gia tăng. Tổng giá trị xuất khẩu nông, lâm, thủy sản vào hai khu vực này năm 2022 đạt trên 1,6 tỷ USD (tăng 2,6% so với cùng kỳ) và 10 tháng đầu năm 2023 đã đạt gần 1,6 tỷ USD (tăng 11,7%), trong đó xuất khẩu vào khu vực Trung Đông năm 2022 đạt trên 836 triệu USD (tăng 22,3%), 10 tháng năm 2023 đạt gần 700 triệu USD (tăng 2,6%); xuất khẩu vào khu vực châu Phi năm 2022 đạt trên 859 triệu USD (giảm 11,3%) nhưng 10 tháng 2023 đã đạt gần 900 triệu USD (tăng 20,1%).



Ông Ngô Hồng Phong, Phó Cục trưởng Cục Chất lượng, Chế biến và Phát triển thị trường (Bộ NN-PTNT) cho biết hai thị trường Trung Đông và châu Phi đang cho thấy tiềm năng đặc biệt lớn đối với các mặt hàng nông lâm thủy sản của Việt Nam. Nguồn: Báo Nông sản Việt.

Thị phần tại hai thị trường này còn hạn chế và giá trị đạt được còn nhỏ song tốc độ tăng giá trị xuất khẩu một số mặt hàng trong thời gian qua đã cho thấy tiềm năng đặc biệt lớn của hai khu vực thị trường này, đặc biệt trước tình hình khó khăn tại một số thị trường truyền thống như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản.

Theo ông Nguyễn Phúc Nam, Phó Vụ trưởng Vụ Thị trường châu Á - châu Phi (Bộ Công Thương), Trung Đông là thị trường có thu nhập cao, có nhu cầu lớn các sản phẩm chất lượng cao, đây là cơ hội để hàng nông, lâm, thủy sản Việt Nam thâm nhập và gia tăng thị phần ở khu vực này. Đối với châu Phi, với dân số hơn 1,4 tỷ người, năng lực sản xuất còn hạn chế, luôn có nhu

cầu nhập khẩu lớn các mặt hàng nông sản của Việt Nam.

Ngoài những cơ hội, việc xuất khẩu nông sản và thủy sản từ Việt Nam đến khu vực này đối mặt với nhiều thách thức. Trong số đó, sự chênh lệch về ngôn ngữ, văn hóa, hệ thống pháp luật, phong tục kinh doanh và điều kiện di chuyển giữa Việt Nam và khu vực này vẫn là những rào cản đáng kể, làm hạn chế sự phát triển của mối quan hệ hợp tác kinh tế và thương mại giữa Việt Nam và các quốc gia trong khu vực. Với mạng lưới thương mại của Việt Nam ở khu vực này vẫn chưa đủ phát triển, nhiều doanh nghiệp Việt thường phải xuất khẩu thông qua các công ty trung gian quốc tế để tránh rủi ro. Thực tế này làm tăng giá trị xuất khẩu

của nông sản và thủy sản Việt Nam, giảm độ cạnh tranh và đôi khi làm cho thương hiệu Việt Nam không được địa phương biết đến.

Một khía cạnh khác là chi phí dịch vụ hậu cần liên kết giữa Việt Nam và khu vực Trung Đông - châu Phi vẫn có hạn chế, với chi phí vận chuyển và bảo hiểm cao dẫn đến giá thành xuất khẩu cao, từ đó giảm sức cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam trong khu vực. Đáng lưu ý, vấn đề gian lận và lừa đảo trong giao dịch thương mại vẫn là phổ biến, cùng với việc thiếu thông tin về đối tác, thị trường, chính sách và quy định quản lý xuất nhập khẩu trong khu vực, tạo ra rủi ro kinh doanh ở mức độ cao. Hơn nữa, do các ngân hàng thương mại Việt Nam và khu vực này chưa thiết lập mạng lưới đại lý, doanh nghiệp gặp khó khăn trong quá trình thanh toán xuất nhập khẩu, đồng thời phải chịu chi phí liên quan đến việc phải sử dụng ngân hàng quốc tế; những khó khăn này liên quan đến phương thức thanh toán cũng đang góp phần làm tăng gánh nặng tài chính cho doanh nghiệp.

Tại tọa đàm, đại diện các thương vụ Việt Nam tại khu vực Trung Đông - châu Phi cũng cung cấp các thông tin về tiềm năng và nhu cầu thị



Thị trường châu Phi luôn có nhu cầu nhập khẩu lớn các mặt hàng nông sản của Việt Nam.
 Nguồn: Bộ Công Thương.

trường, các quy định của thị trường nhập khẩu, các lưu ý trong trao đổi, thanh toán thương mại và các đầu mối kết nối, liên hệ, hỗ trợ doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu, định hướng sản xuất cho các địa phương.

6 Bộ Khoa học và Công nghệ tăng cường hợp tác quốc tế về tiêu chuẩn hóa trong ngành Halal.

Đến nay, Bộ Khoa học và Công nghệ đã ban hành 5 tiêu chuẩn quốc gia TCVN lĩnh vực Halal (Thực phẩm Halal - Yêu cầu chung; Thực hành nông nghiệp tốt đối với cơ sở sản xuất Halal; Thức ăn chăn nuôi Halal; Thực phẩm Halal - Yêu cầu đối với giết mổ động vật; Đánh giá sự phù hợp - Yêu cầu đối với tổ chức chứng nhận sản phẩm Halal). Các tiêu chuẩn trên được xây dựng trên cơ sở hài hòa với tiêu chuẩn phổ biến như: Tiêu chuẩn CODEX CXG 24-1997 General Guidelines for Use of the Term Halal, Tiêu chuẩn Malaysia MS 1500:2019; Halal Food - Yêu cầu chung, GSO 2215:2012, Thực hành nông nghiệp tốt (Tiêu chuẩn khu vực vùng Vịnh), UAE.S 2055 -1:2015; Sản phẩm Halal - Phần 1 - Yêu cầu chung đối với thực phẩm Halal (Tiêu chuẩn UAE). Đồng thời, Bộ Khoa học và Công nghệ đang nghiên cứu xây



Ông Ramlan Osman, đồng sáng lập tổ Trung tâm Halal (Halal Centre of Excellence) làm việc tại Tổng cục Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng.

Nguồn: Tổng cục Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng.

dựng Đề án Thành lập Trung tâm chứng nhận Halal quốc gia trong tháng 12/2023 và đang tích cực làm việc với các tổ chức chứng nhận Halal của các nước để thúc đẩy ký kết và triển khai các thỏa thuận, bản ghi nhớ hợp tác trong lĩnh vực Halal.

Trước đó, ngày 02/8/2023, Tổng cục Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng thuộc Bộ Khoa học và Công nghệ đã có buổi làm việc với đại diện Trung tâm Halal Việt Nam, chuyên gia Ramlan Osman - người đồng sáng lập tổ Trung tâm Halal (Halal Centre of Excellence) về các nội dung liên quan đến định hướng phát triển ngành Halal nói chung và lĩnh vực tiêu chuẩn hóa trong ngành Halal nói riêng.

Tại buổi làm việc, ông Hà Minh Hiệp, Quyền Tổng Cục trưởng Tổng cục Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng cùng các chuyên gia nhận định,

điểm mấu chốt là cần phát triển công nghiệp Halal của Việt Nam hướng tới thị trường xuất khẩu có tiềm năng, tăng doanh số xuất khẩu sản phẩm của Việt Nam được chứng nhận Halal. Tuy nhiên, các nước Hồi giáo có những yêu cầu khác nhau đối với việc xin cấp và cấp chứng nhận Halal nên trọng tâm hiện nay là tập trung vào xây dựng hệ thống chứng nhận của Việt Nam cho sản phẩm Halal, được thừa nhận và chỉ định từ các quốc gia Hồi giáo.

Tiến tới hội nhập với thị trường Halal trên thế giới theo định hướng từ Chính phủ, thời gian tới cần triển khai những hoạt động cụ thể như sau: (i) Nghiên cứu thể chế hóa để quản lý hoạt động đánh giá sự phù hợp về Halal; (ii) Thúc đẩy hợp tác quốc tế với các nước như Malaysia, Indonesia, UAE, Saudi Arabia, Iran... để trao đổi thông tin và ký kết



Ông Trần Quốc Dũng, Giám đốc Trung tâm Chứng nhận Phù hợp giới thiệu về hoạt động của QUACERT trong buổi làm việc với chuyên gia Ramlan Osman.
 Nguồn: Tổng cục Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng.

các thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau (MRA) giữa các đơn vị thuộc Tổng cục và các tổ chức chứng nhận của các nước; học tập kinh nghiệm của các quốc gia phi Hồi giáo như Hàn Quốc năm 2013 hợp tác với JAKIM của Malaysia để công nhận Trung tâm Chứng nhận Halal của Hàn Quốc - Korean Muslim Federation (KMF); Singapore, Philippines và Thái Lan ký thỏa thuận với các OIC để tăng cường trao đổi thông tin, cấp chứng nhận Halal...; nghiên cứu hợp tác với Viện Tiêu chuẩn và Đo lường dành cho các nước Hồi giáo (Standard and Metrology Institute for Islamic Countries); (iii) Đẩy mạnh thông tin, tuyên truyền, nâng cao nhận thức trong cộng đồng về sản phẩm/dịch vụ Halal, chứng nhận Halal...

Trong khuôn khổ buổi làm việc, ông Ramlan Osman đã

làm việc tại Trung tâm Chứng nhận Phù hợp (QUACERT). Theo ông Ramlan, Halal là thị trường có nhiều tiềm năng phát triển ở Việt Nam, mặc dù không phải quốc gia Hồi giáo nhưng Việt Nam có nhiều lợi thế do có thể mạnh về sản xuất nông nghiệp, công nghiệp chế biến thực phẩm và du lịch.

Ông cho biết thêm, việc sử dụng các sản phẩm Halal có xu hướng ngày càng tăng, mở rộng sang cả thị trường phi Hồi giáo do sản phẩm Halal đáp ứng nhiều tiêu chí về vệ sinh an toàn thực phẩm, chất lượng và bảo vệ môi trường. Kinh nghiệm cho thấy, một số quốc gia có nền công nghiệp Halal phát triển trên thế giới không phải là các quốc gia Hồi giáo, chẳng hạn như Hàn Quốc, Thái Lan, Philippines,... Ông Ramlan Osman cũng

chia sẻ nhiều thông tin về kinh nghiệm hoạt động phát triển tri thức và hệ sinh thái Halal.

7 CQDD Việt Nam tại Singapore và Sở Công Thương Hà Nội đồng chủ trì tổ chức Hội nghị tìm hiểu thị trường Halal Singapore và kết nối doanh nghiệp Việt Nam - Singapore.

Ngày 17/8/2023, CQDD Việt Nam tại Singapore và Sở Công Thương Hà Nội đồng chủ trì, phối hợp với Warees Hala Pte Ltd tổ chức Hội nghị tìm hiểu thị trường Halal Singapore và kết nối doanh nghiệp Việt Nam - Singapore nhằm giúp các doanh nghiệp Việt Nam hiểu rõ hơn toàn cảnh thị trường Halal Singapore và các điều kiện tiêu chuẩn để cấp chứng chỉ Halal tại Singapore.

Phát biểu tại hội nghị, Đại sứ đặc mệnh toàn quyền Việt Nam tại Singapore Mai Phước Dũng cho hay, trong những năm gần đây, quan hệ kinh



Đại sứ đặc mệnh toàn quyền Việt Nam tại Singapore Mai Phước Dũng phát biểu tại Hội nghị.
 Nguồn: Báo Công Thương.

tế Việt Nam - Singapore phát triển mạnh mẽ. Singapore hiện là nhà nước đầu tư ngoài lớn tại Việt Nam với khoảng 3.000 dự án, từ công nghiệp chế biến chế tạo, bất động sản, sản xuất điện, bán buôn bán lẻ tới khoa học công nghệ.

Về thương mại, năm 2022 tổng kim ngạch thương mại 2 chiều tăng 11,6% so với năm 2021, trong đó sản phẩm Halal đóng góp một phần không nhỏ. Sản phẩm Halal Việt Nam không chỉ xuất khẩu sang Singapore mà còn được tái xuất sang các thị trường khác. Nhận thức tầm quan trọng của thị trường Halal, vừa qua, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định phê duyệt Đề án “Tăng cường hợp tác quốc tế để xây dựng và phát triển ngành Halal Việt Nam đến năm 2030” với những mục tiêu cụ thể”, Đại sứ Mai Phước Dũng thông tin.

Đại sứ cũng đồng thời khẳng định, Singapore là điểm lý tưởng cho sản xuất, thương mại và tái xuất sản phẩm Halal sang các thị trường hồi giáo lớn do có hệ thống logistics hiện đại, phát triển. “Hội nghị này sẽ giúp doanh nghiệp hiểu hơn về thị trường Halal Singapore, từ đó hình thành các chương trình hợp tác thiết thực, hiệu quả. Đại sứ quán luôn sẵn sàng chia sẻ, kết nối thông tin, tạo

điều kiện giải quyết khó khăn cho doanh nghiệp”, Đại sứ Dũng nhấn mạnh.

Phát biểu tại Hội nghị, bà Nguyễn Kiều Oanh, Phó Giám đốc Sở Công Thương Hà Nội thông tin Singapore là nhà đầu tư lớn thứ 2 của Hà Nội sau Nhật Bản và là thị trường xuất khẩu quan trọng của các doanh nghiệp Hà Nội.

Lãnh đạo Sở Công Thương cũng cho hay Hà Nội có nhiều lợi thế phát triển sản phẩm Halal như dược phẩm, thực phẩm và doanh nghiệp trên địa bàn thành phố rất quan tâm tới chứng nhận Halal trong khi Singapore có số lượng người Hồi giáo cao, nhiều du khách là người Hồi giáo. Mặt khác, Singapore có nhiều kinh nghiệm phát triển thương mại, sản phẩm Halal và có chứng nhận Halal được nhiều quốc gia Hồi giáo chấp nhận. Hy vọng, qua sự kiện này, doanh nghiệp hai bên sẽ đẩy mạnh liên kết trở thành đối tác quan trọng của nhau trong tương lai.

Theo thông tin từ Thương vụ Việt Nam tại Singapore, với tỷ trọng nông nghiệp rất thấp trong GDP, Singapore hiện mới chỉ tự chủ được khoảng 10% nhu cầu thực phẩm, 90% còn lại là nhập khẩu. Tuy nhiên, thực phẩm chế biến lại là một trong những mặt hàng



Bà Nguyễn Kiều Oanh, Phó Giám đốc Sở Công Thương Hà Nội phát biểu tại Hội nghị. Nguồn: Báo Công Thương.

xuất khẩu lớn của Singapore, với kim ngạch xuất khẩu khoảng 9 tỷ USD/năm, trong đó, tới 70% giá trị xuất khẩu là các mặt hàng có chứng nhận Halal. Các chuyên gia ước tính, thị trường thực phẩm Halal Singapore sẽ giữ mức tăng trưởng khoảng 7-10% trong những năm tới đây.

Với tỷ lệ cao dân số là người Hồi giáo và rất nhiều khách du lịch hàng năm là người Hồi giáo, cộng đồng người Hồi giáo tại Singapore thuộc nhóm dân cư có thu nhập cao và khả năng mua sắm, tiêu dùng lớn. Singapore cũng có hệ thống phân phối các sản phẩm Halal rộng khắp với rất nhiều chuỗi siêu thị và cửa hàng tiện lợi. Bên cạnh đó, với vai trò là trung tâm thương mại của khu vực và thế giới, các sản phẩm tạm nhập tái xuất vào thị trường thứ 3 chiếm khoảng 54% tổng kim ngạch xuất khẩu, trong đó có các sản phẩm Halal. Singapore còn có hệ thống chứng nhận Halal



rất tốt, được thừa nhận bởi các quốc gia hồi giáo như Brunei, Indonesia, Malaysia và các đối tác thương mại lớn như UAE, Úc, Châu Âu và Mỹ. Có thể nói, Singapore là cửa ngõ lý tưởng cho sản xuất, thương mại, tái xuất các sản phẩm thực phẩm Halal vào các quốc gia Hồi giáo lớn thông qua hệ thống hạ tầng logistics rất phát triển cho thương mại quốc tế.

Khẳng định lợi thế của chứng nhận Halal tại thị trường Singapore, bà Dewi Hartaty Suratty, Giám đốc điều hành Warees Hala Pte Ltd cho hay: Khi có chứng chỉ Halal, doanh nghiệp Việt Nam có thể tiếp cận 2 tệp khách hàng, gồm: khách hàng là người Hồi giáo và khách hàng không phải người Hồi giáo. Bà cũng đồng thời lưu ý, việc đạt chứng chỉ Halal đã khó nhưng quản lý và sử dụng đúng còn khó hơn, do đó doanh nghiệp cần có nhân lực cho công tác quản lý, vận hành chứng chỉ này. Ngoài ra, chứng chỉ Halal không được phép chuyển giao và không sử dụng sai logo của Halal.

8 Viện Nghiên cứu Châu Phi và Trung Đông thuộc Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam chủ trì tổ chức Hội thảo khoa học “Văn hóa Hồi giáo và triển vọng phát triển ngành Halal ở Việt Nam”.



Nhà hàng Batavia Halal Indonesian Restaurant & Café tại số 116 Ngọc Hà, Ngọc Hồ, Ba Đình, Hà Nội chuyên phục vụ các món chay về Halal. Nguồn: Topgo.

Các ý kiến tại hội thảo cho rằng, việc hiểu về văn hóa Hồi giáo (văn hóa Islam) sẽ giúp Việt Nam nắm bắt được tâm lý, thói quen, thị hiếu, lễ nghi, tôn giáo..., từ đó khai mở thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa Halal đầy tiềm năng. Với tổng số người theo đạo Hồi lên tới gần 30% dân số toàn cầu, thị trường này có giá trị lên tới 1.972 tỷ USD vào năm 2024 với tỷ lệ tăng trưởng khoảng 6,3%/năm. Tuy nhiên, các doanh nghiệp Việt Nam hiện chỉ đứng thứ 100 thế giới trong việc thâm nhập thị trường này vì nhiều lý do.

Theo PGS.TS Lê Phước Minh - Viện trưởng Viện Nghiên cứu Châu Phi và Trung Đông, phát triển ngành Halal sẽ thúc đẩy sự phát triển các lĩnh vực, dịch vụ đi kèm, đồng thời, là cơ hội để Việt Nam thu hút các nhà đầu tư, các du khách Hồi giáo đến kinh doanh và du lịch tại

Việt Nam; muốn xây dựng mối quan hệ bền vững trong phát triển kinh tế - xã hội với thế giới Hồi giáo, cần tìm hiểu về văn hóa Hồi giáo, hiểu về những phong tục, tập quán, những điều kiêng kỵ trong cuộc sống của cộng đồng Hồi giáo ở trên thế giới và Việt Nam.

Hơn thế nữa, theo Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF), chỉ riêng du lịch của người Islam giáo chiếm 10% nền kinh tế du lịch thế giới với mức chi tiêu cho du lịch ước tính đạt 200 tỷ USD. Du lịch Halal sẽ tiếp tục là một trong những ngành du lịch phát triển nhanh nhất thế giới và du khách Halal sẽ là một phân khúc chính của thị trường du lịch khi dân số Hồi giáo được dự báo đạt mức 2,2 tỷ người vào năm 2030...

Cơ hội tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu

Hiện nay, ở Việt Nam, cộng đồng Hồi giáo có khoảng

100.000 người, tập trung ở 14 tỉnh, thành phố. Tuy nhiên, hiện Việt Nam chỉ có khoảng 20 mặt hàng xuất khẩu ở thị trường Halal. Với nhiều lợi thế về nông nghiệp, thực phẩm, du lịch, dệt may... và là một nước hội nhập sâu với việc tham gia nhiều hiệp định thương mại tự do, tuy nhiên, mức độ và hiệu quả tham gia thị trường Halal toàn cầu chưa tương xứng với tiềm năng của Việt Nam.

Làm rõ hơn về cơ hội của Việt Nam trong ngành thực phẩm Halal, Tiến sĩ Đinh Công Hoàng (Viện Nghiên cứu Châu Phi và Trung Đông) cho biết, biểu tượng Halal đã tạo dấu ấn sâu sắc trên bản đồ quốc tế, bao trùm vấn đề nhân văn, tính bền vững, chăn nuôi nhân đạo và trách nhiệm của doanh nghiệp. Điều này giúp ngành công nghiệp Halal phát triển, đi từ những ngành truyền thống đến các lĩnh vực mới nổi: Dược phẩm, chăm sóc sức khỏe, du lịch, thời trang...

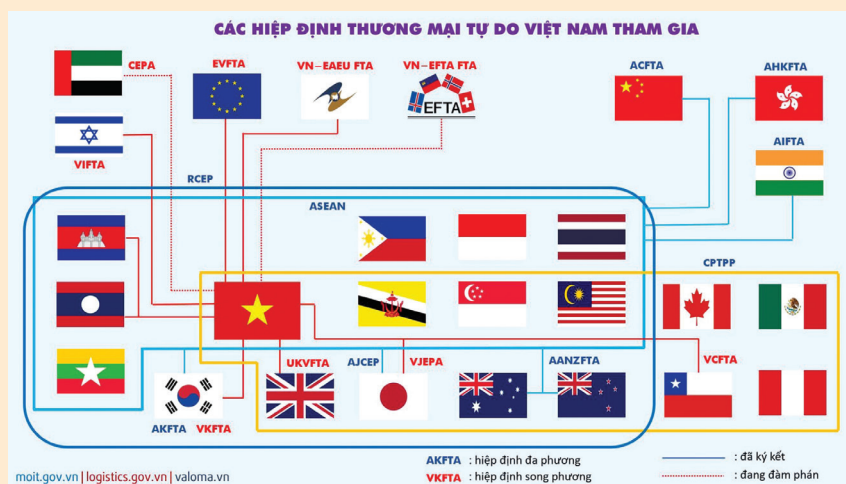
Theo Tiến sĩ Đinh Công Hoàng, cơ hội để Việt Nam tham gia vào chuỗi cung ứng Halal thế giới có thể nhìn thấy ở yếu tố vị trí địa lý khi chúng ta ở gần các quốc gia Hồi giáo trong khu vực Đông Nam Á như Indonesia, Malaysia... Việt Nam có thể mạnh về các sản phẩm nông sản như trà, cà phê, quế hồi, hồ tiêu... mà thị

trường Halal có nhu cầu. Bên cạnh đó, Việt Nam có các Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới, chất lượng cao với các thị trường khắt khe (EU, Mỹ, Nhật Bản...) là nền tảng để tiếp cận thị trường Halal. Tuy nhiên, điểm hạn chế là hiện không có nhiều doanh nghiệp Việt Nam hiểu biết rõ về Halal, việc cấp chứng nhận Halal còn khó khăn, doanh nghiệp để được cấp chứng nhận còn cần đầu tư nhiều chi phí.

Từ những nhận định trên, Tiến sĩ Đinh Công Hoàng đề xuất nghiên cứu ký kết FTA với thị trường Halal, chẳng hạn như CEPA với UAE. Cần thành lập cơ quan quản lý Halal tại Việt Nam và triển khai cấp chứng nhận Halal cho doanh nghiệp. Đồng thời, cần thiết lập hệ sinh thái Halal, thu hút các doanh nghiệp FDI và đầu tư Halal trong nước, thúc đẩy xuất khẩu sản phẩm thực phẩm, nông sản, mỹ

phẩm, may mặc, giày dép. Việt Nam đã ký kết và thực thi các FTA thế hệ mới, chất lượng cao với các thị trường khắt khe như EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản là nền tảng tốt để doanh nghiệp Việt Nam có thể vượt qua những rào cản tại thị trường Halal.

Làm rõ hơn ưu thế của doanh nghiệp khi tiếp cận thị trường Halal, Tiến sĩ Lê Kim Sa, Phó Viện trưởng Viện Nghiên cứu Châu Phi và Trung Đông, nêu rõ: Điều thú vị của doanh nghiệp khi đi theo chuẩn mực Halal toàn cầu là không phải mang sản phẩm đi chào hàng. "Đây là điểm vô cùng đặc biệt, bởi trong hệ thống Halal thế giới có sẵn chuỗi cung ứng đang có cầu cao, trong khi số doanh nghiệp đạt được chứng nhận Halal còn rất ít. Sự khắt khe của thị trường Halal lại chính là cơ hội cho doanh nghiệp Việt đối với thị trường này".



Các FTAs mà Việt Nam đã ký kết/đang đàm phán với các nước trên thế giới.

Nguồn: Hiệp hội phát triển nhân lực logistics Việt Nam.



CÁC ĐỊA PHƯƠNG TĂNG CƯỜNG THỨC ĐẨY NGÀNH HALAL VIỆT NAM

1 Quảng Ninh tổ chức Hội nghị Giải pháp thu hút khách du lịch Hồi giáo ngày 12/9/2023.

Tại hội nghị, ông Nguyễn Trung Khánh, Cục trưởng Cục Du lịch quốc gia Việt Nam, cho biết, người Hồi giáo rất thích đi du lịch và là nhóm chi trả cao, do đó các quốc gia luôn dành sự quan tâm đặc biệt cho nhóm khách này. Theo báo cáo chỉ số Hồi giáo toàn cầu, những năm gần đây, số người theo đạo Hồi đi du lịch trên thế giới tăng khá nhanh. Nếu năm 2013, khoảng 108 triệu lượt khách đạo Hồi đi du lịch thì đến năm 2019 đã đạt 160 triệu lượt. Sau 2 năm đại dịch, từ năm 2021, tốc độ phục hồi thị trường này dần ổn định. Năm 2023, dự báo khoảng 140 triệu lượt khách Hồi giáo đi du lịch khắp nơi trên thế giới. Đến năm 2028, con số này là khoảng 230 triệu lượt, chi tiêu lên tới 225 tỷ USD. Tuy nhiên, ông Nguyễn Trung Khánh nhận xét số lượng khách quốc tế theo đạo Hồi đến Việt Nam còn rất khiêm tốn. Từ năm 2015 (những vị khách Hồi giáo đầu tiên đến TP. Hồ Chí

Minh) cho đến trước dịch Covid-19, Việt Nam mới đón được gần 1 triệu khách Hồi giáo do thiếu nhà hàng theo chuẩn Halal, chưa có nơi cầu nguyện cho khách và hạn chế về truyền thông quảng bá.

Trong khi đó, thống kê của Bộ Du lịch và Thể thao Thái Lan cho thấy, có hơn 400.000 khách từ khu vực Trung Đông (trong số 11,8 triệu khách quốc tế) tới Thái Lan năm 2022, tăng 65% so với cùng kỳ năm 2019. Tổng chi tiêu của nhóm du khách này cũng tăng 71% so với năm 2019. Thái Lan đứng thứ tư trong danh sách các quốc gia không theo đạo Hồi được khách Hồi giáo ưa chuộng, sau Malaysia, Singapore và Anh.

Còn tại Việt Nam, du lịch Hồi giáo chưa thực sự được quan tâm, đầu tư đúng mức. Những nhu cầu dành riêng cho khách du lịch Hồi giáo chưa được đầu tư nhiều. Tại các sân bay, cả nước chỉ có một phòng cầu nguyện cho người Hồi giáo và khu ẩm thực Halal tại sân bay Tân Sơn Nhất, hoàn thành vào tháng 12/2022. Tuy

nhien, nơi này không dành cho tất cả khách du lịch phổ thông theo đạo Hồi mà chỉ dành cho 70 khách VIP hạng thương gia là tín đồ Hồi giáo - chiếm tỷ lệ nhỏ so với hàng ngàn du khách Hồi giáo qua lại mỗi ngày.

TP. Hồ Chí Minh hiện có 14 thánh đường Hồi giáo, nhưng chỉ có 3 thánh đường nằm ở khu vực trung tâm thuận lợi cho khách du lịch cầu nguyện. Ở các khu vực Đông Nam Bộ như Bình Dương, Đồng Nai, Bà Rịa - Vũng Tàu, khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long và cả khu vực Tây Nguyên như Đà Lạt, nhà hàng Halal và phòng cầu nguyện dường như chưa có, trừ một số ít thánh đường Hồi giáo mà du khách có thể được phục vụ.

Theo bà Trần Nữ Ngọc Anh, chuyên gia dự án EU, Chủ tịch Hội đồng quản trị Công ty Cổ phần Tập đoàn Khách sạn Đông Á, du lịch Hồi giáo đang có xu hướng dịch chuyển sang các nước Đông Nam Á, trong đó có Việt Nam. Song, Việt Nam chưa thực sự chú trọng thị trường này, chưa kiến tạo cơ hội phát triển và kêu gọi đầu

tư rộng rãi dịch vụ du lịch đặc thù tại các địa phương, điểm đến chính trong cả nước.

Bà Nguyễn Huyền Anh, Phó Giám đốc phụ trách Sở Du lịch Quảng Ninh - thừa nhận, dù khách Ấn Độ và khách đến từ các nước Hồi giáo tới Quảng Ninh gần đây tăng dần, như khách Ấn 8 tháng năm 2023 đạt 113.000 lượt so với khoảng 22.000 khách của cả năm 2022, gấp hơn 5 lần, nhưng vẫn không nhiều. Rào cản khiến địa phương khó hút khách là việc truyền thông, quảng bá còn hạn chế; sự khác biệt về văn hóa, tôn giáo, thị hiếu tiêu dùng nên sản phẩm du lịch chưa phong phú; cơ sở hạ tầng chuyên biệt phục vụ dòng khách này còn yếu...

Theo đánh giá, thị trường khách du lịch Hồi giáo là một trong những thị trường du lịch lớn nhất thế giới khi số lượng người theo tôn giáo này chiếm tới 1/4 dân số toàn cầu. Quy mô của thị trường du lịch Hồi giáo được dự đoán sẽ đạt 230 triệu lượt khách, với mức chi tiêu có thể lên tới 225 tỷ USD vào năm 2028.

Tại Việt Nam, 2 điểm đến đón khách du lịch Hồi giáo



Bà Nguyễn Huyền Anh, Phó Giám đốc phụ trách Sở Du lịch Quảng Ninh phát biểu tại hội nghị.
Nguồn: Sở Du lịch Quảng Ninh.

chính là Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh. Dù là một trung tâm du lịch hàng đầu của cả nước, sở hữu hạ tầng giao thông phát triển, sản phẩm du lịch đa dạng, hấp dẫn song việc đón khách du lịch Hồi giáo tới Quảng Ninh trong thời gian qua còn khiêm tốn. Kể từ năm 2018 đến hết tháng 8 năm 2023, lượng khách du lịch Hồi giáo tới Quảng Ninh ước đạt gần 500 nghìn lượt. Khách du lịch Hồi giáo đến Quảng Ninh chủ yếu đến từ các quốc gia như: Malaysia, Indonesia, Singapore, Ấn Độ và Trung Đông. Tiềm năng đón khách du lịch Hồi giáo của Quảng Ninh là rất lớn

tuy nhiên lượng khách còn hạn chế, thời gian lưu trú của khách còn ngắn.

Dựa trên những phân tích, chia sẻ của các chuyên gia, doanh nghiệp du lịch quốc tế, ngành du lịch Quảng Ninh sẽ tập trung triển khai các giải pháp như phổ biến chứng nhận Halal tới các cơ sở lưu trú, nhà hàng, khách sạn; tăng cường đào tạo nguồn nhân lực hiểu về văn hóa Halal; xây dựng sản phẩm du lịch, dịch vụ thân thiện với khách du lịch Hồi giáo; đồng thời thúc đẩy hình thành liên kết giữa các doanh nghiệp để đón khách du lịch Halal.

Tập trung vào nhóm khách Hồi giáo thu nhập cao



Ông Nguyễn Trung Khánh, Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam phát biểu chỉ đạo tại hội nghị.
Nguồn: Sở Du lịch Quảng Ninh.

Qua phân tích và đánh giá thị trường, xu hướng du lịch của người Hồi giáo, đang rất khả quan. Tính về số dân, người Hồi giáo trên thế giới hiện có khoảng 2,1 tỷ người. Vậy làm thế nào để thu hút dòng tiền này chảy vào các dịch vụ du lịch ở Việt Nam đang là hướng quan tâm mới của các nhà đầu tư và những nhà kinh doanh du lịch. Trong khi đó, Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 cũng xác định cần quan tâm phát triển các thị trường mới, nhiều tiềm năng, trong đó có thị trường Trung Đông, Ấn Độ.

Cục trưởng Nguyễn Trung Khánh cho rằng, Việt Nam cần tập trung khai thác thị trường Hồi giáo có khả năng chi trả cao, du lịch dài ngày, đặc biệt chú trọng khu vực Trung Đông, trong đó có Hội đồng các nước vùng Vịnh (GCC) gồm 6 nước Arab Saudi, UAE, Oman, Qatar, Kuwait và Bahrain. Ông lý giải, khách du lịch từ khu vực Trung Đông ngoài đặc điểm chung là theo đạo Hồi, còn có đặc điểm riêng là thích đi nghỉ dưỡng

biển, tiện nghi, riêng tư, có spa, safari cho trẻ con, kết hợp đi du lịch để tìm cơ hội thương mại, đầu tư. Do vậy, cần tập trung nghiên cứu đầu tư nâng tầm dịch vụ phục vụ nhu cầu đặc biệt của khách Hồi giáo. Tiếp tục khai thác thị trường khách du lịch Hồi giáo gần như Malaysia, Indonesia, Singapore, Ấn Độ. Do đó, cần chú trọng khai thác và mở rộng nhà hàng Halal phục vụ nhu cầu ẩm thực cho khách du lịch Hồi giáo.

Đồng thời, xây dựng nơi cầu nguyện dành riêng cho người Hồi giáo ở những khu vực công cộng, nhà hàng, khách sạn, điểm vui chơi giải trí,... đảm bảo sự tiện lợi cho khách ở mọi nơi, mọi thời điểm, bởi người theo đạo Hồi cầu nguyện 5 lần một ngày.

Theo bà Trần Nữ Ngọc Anh, điều khó nhất là mọi thứ phải đạt đến chuẩn xanh, sạch, thật sự thân thiện với người Hồi giáo. Một khi đạt được niềm tin của họ, tự họ sẽ giới thiệu cho nhau, tự lan tỏa và chia sẻ trong cộng đồng Hồi giáo. Đây là lợi ích bền vững lâu dài mà du lịch Việt Nam cần hướng đến, tận dụng.

Cuối hội nghị là chương trình ký kết hợp tác giữa các doanh nghiệp lữ hành quốc tế



Các doanh nghiệp lữ hành và cơ sở lưu trú ký biên bản ghi nhớ về tăng cường liên kết, hợp tác tăng thu hút khách du lịch Hồi giáo tới Quảng Ninh.
Nguồn: Sở Du lịch Quảng Ninh.

tiêu biểu hàng đầu Ấn Độ và Việt Nam về thị trường khách du lịch Ấn Độ, khách du lịch Hồi giáo (du lịch Halal) và các doanh nghiệp du lịch, khách sạn, tàu du lịch, điểm mua sắm... tỉnh Quảng Ninh.

2 TP. Hồ Chí Minh tổ chức Diễn đàn hợp tác và phát triển ngành Halal trong khối ASEAN.

Ngày 31/10/2023, Ủy ban nhân dân TP. Hồ Chí Minh phối hợp với Sở Công Thương, Hội Lương thực Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh (FFA), Tổng Lãnh sự quán Malaysia, Indonesia, Singapore tại TP. Hồ Chí Minh tổ chức “Diễn đàn hợp tác và phát triển ngành Halal trong khối ASEAN” nhằm hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam có cơ hội tham gia sâu rộng hơn vào chuỗi cung ứng hàng hoá Halal quốc tế, tăng cường các hoạt động xuất khẩu vào thị trường các nước Hồi giáo; đồng thời thắt chặt mối quan hệ hữu nghị giữa Việt Nam và các quốc gia Hồi giáo tại ASEAN nói chung và TP. Hồ Chí Minh nói riêng. Song song đó, TP. Hồ Chí Minh tập trung các chính sách để phát triển ngành công nghiệp Halal, nhất là lĩnh vực thực phẩm và các ngành phụ trợ,

hậu cần như logistics, kho bãi...

Hiện nay, TP. Hồ Chí Minh đã có thêm nhiều các tổ hợp dịch vụ đạt chuẩn Halal phục vụ cho cộng đồng người Hồi giáo, số lượng doanh nghiệp đạt tiêu chuẩn xuất khẩu Halal ngày càng tăng cả về chất lượng lẫn số lượng. Điển hình là Tổng công ty thương mại Sài Gòn (Satra) đã đưa vào hoạt động Cửa hàng thực phẩm tiện lợi Satrafoods Halal tại Quận 1, TP. Hồ Chí Minh từ năm 2019; đây là cửa hàng đầu tiên tại TP. Hồ Chí Minh phục vụ trên 300 loại sản phẩm đạt chuẩn Halal như: trái cây, thực phẩm chế biến, các loại thức ăn nhanh, hàng tiêu dùng, thời trang và quà lưu niệm... Satra cũng đang lên kế hoạch mở thêm hai cửa hàng tiện lợi dành cho người theo đạo Hồi tại TP. Hồ Chí Minh. Với vị trí là một đô thị đặc biệt, một trung tâm lớn về kinh tế và là đầu tàu có sức thu hút, sức lan tỏa của vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, Ủy ban nhân dân TP. Hồ Chí Minh đang tiến hành triển khai các hoạt động nhằm định hướng phát triển ngành công nghiệp Halal gắn với sản xuất - tiêu dùng xanh và xuất khẩu bền vững.



*Diễn đàn Hợp tác và phát triển ngành Halal trong khối ASEAN.
Nguồn: Báo Đảng Cộng sản Việt Nam.*



*Ông Võ Văn Hoan, Phó chủ tịch UBND TP. Hồ Chí Minh.
Nguồn: Báo Đảng bộ TP. Hồ Chí Minh.*

Tại diễn đàn, Ông Võ Văn Hoan, Phó chủ tịch UBND TP. Hồ Chí Minh, cho rằng trong bối cảnh nền kinh tế thế giới có nhiều biến động, việc đa dạng hóa các thị trường xuất khẩu, khai mở các thị trường mới là chìa khóa vàng để đẩy mạnh xuất khẩu. Ông Tee Ramlan, Giám đốc Vietnam Halal Center (VHC), nói có khoảng 70 nền kinh tế mà Việt Nam có triển vọng xuất khẩu sản phẩm Halal. “Thái Lan, Đài Loan đã xuất khẩu nhiều sản phẩm Halal rồi thì sao Việt Nam không xúc tiến”, ông đặt vấn đề. Theo ông, bước đầu cần phát triển nguồn nhân lực, đào tạo lao động tay nghề cao cho ngành Halal. Bà Phi Vân đề xuất tăng liên kết vùng giữa TP. Hồ Chí Minh và các tỉnh thành lân cận để nâng cao nhận thức về

tiêu chuẩn Halal, hình thành chuỗi cung ứng khép kín từ vùng nguyên liệu – sản xuất đến nơi phân phối và xuất khẩu theo tiêu chuẩn này.

Về phía doanh nghiệp, bà Cao Thị Phi Vân, Phó giám đốc Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố (ITPC), cho biết nhiều quốc gia là các thị trường tiêu dùng Hồi giáo hoặc xuất khẩu sản phẩm Halal lớn trên thế giới như Indonesia, Malaysia, Saudi Arabia bày tỏ mong muốn hợp tác với Việt Nam trong đầu tư, phát triển ngành Halal để phục vụ tiêu dùng và xuất khẩu. Tuy nhiên, xuất khẩu sản phẩm Halal của Việt Nam còn rất khiêm tốn. Năng lực xuất khẩu top 20 thế giới nhưng Việt Nam chưa có tên trong danh sách 20-30 nước cung cấp thực phẩm Halal toàn cầu. Bà Vân cho biết thêm Việt Nam có tiềm năng tiếp cận thị trường Halal bởi thế mạnh nông, thủy sản lớn, gần những nơi tiêu dùng Halal và sở hữu nhiều hiệp định thương mại tự do. Tuy nhiên, cả nước chỉ có khoảng 20 mặt hàng xuất khẩu sang thị trường Halal với 40% địa phương chưa có sản phẩm xuất khẩu chứng nhận Halal.

Bà Lý Kim Chi, Chủ tịch

Hội Lương thực Thực phẩm TP. Hồ Chí Minh (FFA), cho biết bình quân mỗi năm Việt Nam có 50 doanh nghiệp được chứng nhận Halal với các sản phẩm chủ yếu là hải sản, đồ uống, bánh kẹo, là con số rất khiêm tốn. Tại FFA, mới một số đơn vị có tiềm lực như Vinamilk, Bột Quốc tế, Tân Quang Minh, Bibica, Cholimex, Hùng Hậu có chứng nhận Halal và xuất khẩu. “Nhìn chung kim ngạch còn khiêm tốn so với tiềm năng của doanh nghiệp”, bà nói. Nguyên nhân là sự khác biệt về văn hóa kinh doanh, thị hiếu tiêu dùng và đặc biệt là quy trình khắt khe của việc xin chứng nhận Halal, vốn không có giá trị vĩnh viễn và giá trị cũng khác nhau với từng nước Hồi giáo. Ví dụ, theo kinh nghiệm của Bidrico, cần 12 bước để được cấp chứng nhận Halal cho sản phẩm.

Bà Lê Thị Phượng, Giám đốc kinh doanh Công ty CP Mekong Herbals, đơn vị đã có chứng nhận Halal, xác nhận quy trình rất phức tạp, đòi hỏi có kiến thức, kỹ năng chuyên môn. Quy định đặt ra một số giới hạn trong sản xuất như nguyên liệu không chứa thành phần từ lợn, chất gây nghiện hoặc các sản

phẩm bị cấm trong đạo Hồi; dụng cụ không tiếp xúc với các sản phẩm không Halal, tức phải có dây chuyền sản xuất riêng với sản phẩm thông thường. “Chi phí đầu tư cao, quá trình đạt chứng nhận đòi hỏi thời gian, công sức, tài chính là thách thức cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ”, bà Phượng nói. Bản thân nhà máy cũng phải đạt chuẩn GMP, ISO, HACCP trong khi vùng nguyên liệu cũng cần các chuẩn Global GAP, Organic.

Trong thời gian tới Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP. Hồ Chí Minh (ITPC) sẽ tiếp tục phối hợp Sở Công Thương và Lãnh sự quán các nước triển khai thêm các chương trình hội thảo, diễn đàn hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng thị trường xuất khẩu Halal, cũng như tận dụng hiệu quả chính sách thuế nhập khẩu từ các hiệp định thương mại tự do, đặc biệt là các hiệp định tự do thương mại thế hệ mới CPTPP, EVFTA... tiềm năng hợp tác và phát triển lĩnh vực sản xuất thực phẩm, để phát triển chuỗi cung ứng sản phẩm Halal, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa có cơ hội trao đổi, giao lưu, chia sẻ kinh nghiệm trong quá trình xây dựng và phát



Lãnh đạo TP. Hồ Chí Minh thăm khu trưng bày các sản phẩm Halal của Việt Nam và các doanh nghiệp Indonesia, Malaysia.

Nguồn: Báo Đảng Cộng sản Việt Nam.

triển sản phẩm theo quy trình chuẩn chất lượng Halal, cũng như mở rộng thị trường xuất khẩu của doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu vào thị trường các nước Hồi giáo.

Doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam nên chủ động tìm hiểu và xin chứng nhận Halal

Phát biểu tại diễn đàn, bà Cao Thị Phi Vân, Phó Giám đốc Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP. Hồ Chí Minh (ITPC) cho rằng, cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam khi tham gia vào thị trường Halal toàn cầu là rất lớn. Tuy nhiên, điểm hạn chế là hiện không có nhiều doanh nghiệp Việt Nam hiểu biết rõ về Halal, việc cấp chứng nhận Halal còn khó khăn, doanh nghiệp để

được cấp chứng nhận cần đầu tư nhiều chi phí.

Bà Cao Thị Phi Vân chia sẻ, để hỗ trợ phát triển và đưa các sản phẩm đạt chứng nhận Halal của doanh nghiệp TP. Hồ Chí Minh nói riêng và Việt Nam nói chung vào các thị trường Halal cần tập trung vào các định hướng cụ thể như: công tác tuyên truyền nâng cao nhận thức về ngành Halal, văn hóa Hồi giáo cho người dân, doanh nghiệp và các sở, ban, ngành; đẩy mạnh quảng bá hình ảnh, thương hiệu các sản phẩm, dịch vụ Halal Việt Nam với thị trường toàn cầu; xây dựng và hoàn thiện cơ chế quản lý phù hợp, từng bước hướng tới việc hoàn thiện hành lang pháp lý trong chứng nhận, quản lý, phát triển tiêu chuẩn Halal.

Để thuận lợi trong xúc tiến quảng bá sản phẩm, và đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Halal, bà Cao Thị Phi Vân khuyến nghị doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam nên chủ động tìm hiểu và xin chứng nhận Halal, điều kiện tiên quyết của bất cứ nhà nhập khẩu, phân phối của các nước Hồi giáo như Brunei, Indonesia, Malaysia, UAE...; lưu ý về các tiêu chuẩn Halal của từng thị trường cũng như các biện pháp phòng vệ thương mại tại các quốc gia này.

Ông Agustaviano Sofjan, Tổng lãnh sự Indonesia tại TP Hồ Chí Minh khuyến nghị các nước nên tìm kiếm các cơ hội tại thị trường Halal trong khu vực và trên toàn cầu nhằm đóng góp vào sự phát triển

kinh tế và thịnh vượng chung của ASEAN; nhấn mạnh hợp tác trong ngành công nghiệp này cần có tính bao trùm và không bỏ lại bất kỳ ai phía sau với mục tiêu nhằm biến ASEAN trở thành Tâm điểm của Tăng trưởng (the Epicentrum of Growth).

Ông Jason Yeo - Phó Chủ tịch Hiệp hội doanh nghiệp Singapore tại Việt Nam cho hay, Hiệp hội Thương mại Singapore tại Việt Nam (SCCV) được thành lập với nhiệm vụ giúp kết nối doanh nghiệp Singapore với các đối tác Việt Nam trong nhiều lĩnh vực khác nhau. SCCV cũng hợp tác chặt chẽ với Hiệp hội doanh nghiệp và Liên đoàn doanh nghiệp Singapore để giúp thiết lập các cuộc đối thoại và tăng cường hợp tác

với các doanh nghiệp Việt Nam.

Trong khuôn khổ Diễn đàn còn có khu trưng bày các sản phẩm Halal của Việt Nam và các doanh nghiệp Indonesia, Malaysia. Đây là cơ hội giúp cho doanh nghiệp Việt Nam và các nước có cơ hội gặp gỡ, tìm kiếm đối tác xuất khẩu đồng thời có thể quan sát trực tiếp và dùng thử các sản phẩm, hàng hóa của đối tác.

3 Đà Nẵng tổ chức chương trình trao đổi, chia sẻ kỹ năng phục vụ thị trường khách du lịch Hồi giáo (Halal).

Tham gia chương trình có đại diện các nhà hàng, khách sạn, công ty lữ hành, khu điểm du lịch tại Đà Nẵng. Ông Nguyễn Xuân Bình, Phó



*Doanh nghiệp của Đà Nẵng gặp gỡ, kết nối với các doanh nghiệp du lịch tại Ấn Độ.
Nguồn: Báo Tổ Quốc.*



Quang cảnh tại buổi trao đổi, chia sẻ kỹ năng phục vụ thị trường khách du lịch Hồi giáo (Halal) do Sở Du lịch Đà Nẵng tổ chức. Nguồn: Báo Tổ Quốc.

Giám đốc Sở Du lịch Đà Nẵng cho biết, đây là hoạt động nhằm chuẩn bị chu đáo cho việc đón và phục vụ khách thị trường đầy tiềm năng này trong thời gian đến. Theo đó, Sở Du lịch chia sẻ các thông tin, kiến thức cơ bản để hiểu biết thêm về dòng khách đặc thù này, từ đó có thể xây dựng các sản phẩm phù hợp nhằm đáp ứng yêu cầu phục vụ thị trường Hồi giáo.

Theo Phó Giám đốc Sở Du lịch Đà Nẵng, kể từ ngày 15/3/2022, sau khi Chính phủ có chủ trương mở cửa hoàn toàn hoạt động du lịch trong nước và quốc tế, công tác xúc tiến thị trường, khôi phục các đường bay đã và đang được thành phố tập trung triển khai với nhiều kết

quả khả quan.

Trong 10 tháng đầu năm 2023, lượng khách đến Đà Nẵng đã có xu hướng tăng mạnh và đang trên đà khôi phục với tổng lượt khách cơ sở lưu trú phục vụ ước đạt hơn 6,4 triệu lượt, tăng 107% so với cùng kỳ năm 2022. Trong đó, khách quốc tế ước đạt 1,71 triệu lượt, tăng 5,18 lần so với cùng kỳ năm 2022. Top 10 thị trường khách đến Đà Nẵng bên cạnh những thị trường khách truyền thống Hàn Quốc, Đài Loan, Thái Lan, Mỹ, Úc hiện nay còn có thị trường Ấn Độ.

Phó Giám đốc Sở Du lịch Đà Nẵng đánh giá các thị trường khách du lịch Hồi giáo hết sức tiềm năng để

đón và phục vụ. Thời gian qua, thành phố Đà Nẵng đã tập trung triển khai nhiều hoạt động xúc tiến, truyền thông quảng bá mạnh mẽ để khôi phục các thị trường, đặc biệt đối với thu hút thị trường Hồi giáo thông qua việc tổ chức các chương trình giới thiệu du lịch tại Ấn Độ, các nước Đông Nam Á, đón đoàn famtrip, presstrip đến Đà Nẵng khảo sát sản phẩm, dịch vụ du lịch... Kể từ tháng 10/2022, việc mở hai đường bay thẳng đầu tiên từ hai thành phố lớn và quan trọng nhất của Ấn Độ là Mumbai và New Delhi đến Đà Nẵng của hãng hàng không Vietjet Air là tiền đề thuận lợi để kết nối nguồn khách đến thành phố.



TIẾNG NÓI DOANH NGHIỆP



DOANH NGHIỆP QUAN TÂM ĐẾN CHỨNG NHẬN HALAL - CHÌA KHÓA ĐỂ THÂM NHẬP HIỆU QUẢ VÀO THỊ TRƯỜNG HALAL TỶ ĐÔ

1 Đại diện Văn phòng chứng nhận Halal - HCA Việt Nam, bà Nguyễn Thị Ngọc Hằng, cho biết chứng nhận Halal là chương trình đánh giá theo chuẩn mực quốc tế cho sản phẩm/dịch vụ có trách nhiệm. Dẫn chứng về sự khắt khe của Halal: một công ty yêu cầu sản phẩm Halal nhưng có sản xuất sản phẩm liên quan đến chất cấm (thịt heo, rượu, bia) thì dây chuyền đã từng sản xuất sản phẩm liên quan đến thịt heo bắt buộc phải tẩy rửa theo nghi thức Hồi giáo trước khi tiến hành sản xuất sản phẩm Halal (chỉ thực hiện một lần duy nhất). Ngoài ra, dây chuyền sản xuất sản phẩm có thịt heo phải tách biệt hoàn toàn về nhà xưởng, thiết bị, con người với dây chuyền sản phẩm Halal.

Khi chứng nhận cho một sản phẩm có tên nhãn hàng cụ thể thì bắt buộc phải đánh giá hiện trường tất cả các nhà máy sản xuất ra sản phẩm mang cùng tên nhãn hàng đó (bao gồm cả đơn vị gia công bên ngoài); sản phẩm không



Nhiều doanh nghiệp Việt đã chủ động lấy được chứng nhận Halal để không chỉ phục vụ người Hồi giáo tại Việt Nam mà còn hướng đến xuất khẩu.
Nguồn: Báo Nông nghiệp Việt Nam.

mô phỏng hình con giống, bao bì sản phẩm không có hình ảnh thịt heo, liên quan đến con heo; tên sản phẩm không được liên quan đến tôn giáo khác, không liên quan đến Haram (bị cấm). Trong quá trình đánh giá Halal, cơ quan đánh giá sẽ tiến hành truy xuất nguyên liệu và tất cả thành phần có trong quá trình sản xuất, cho nên doanh nghiệp cần phải rất kỹ trong khâu này. Sau khi được cấp chứng nhận, doanh nghiệp cũng phải lưu ý khi ra sản phẩm

mới, thay đổi nguyên liệu... phải đảm bảo tính toàn vẹn Halal trong quá trình sản xuất. Đổi lại sự khắt khe trên, khi được cấp chứng chỉ Halal sẽ giúp doanh nghiệp có thể đáp ứng được các yêu cầu xuất khẩu vào các quốc gia Hồi giáo; được người Hồi giáo tin tưởng mua, sử dụng, tạo lòng tin cho người tiêu dùng. Từ đó, giúp doanh nghiệp tăng cơ hội tham gia vào chuỗi cung ứng nguyên liệu và sản phẩm Halal toàn cầu.

2 Theo Giám đốc Văn phòng Chứng nhận Halal Việt Nam, ông Mohammed Omar, sản phẩm Halal được xác nhận không có các thành phần Haram (bị cấm) và đảm bảo sự tinh khiết trong quá trình sản xuất. Có 5 bước để một sản phẩm được chứng nhận đạt quy trình Halal. Thứ nhất, người sản xuất phải có tinh thần trung thực, có đức tin và tự giác tuân thủ theo đúng luật Hồi giáo. Thứ hai, không sử dụng nguyên liệu chứa dẫn xuất của rượu, thịt lợn, một số loại động vật bị cấm hoặc hoặc động vật giết mổ không theo nghi thức đạo Hồi (zabihah). Thứ ba, các thiết bị sử dụng chế biến phải tách biệt, không dùng chung để chế biến sản phẩm khác, nếu nhiễm bẩn phải tẩy rửa theo nguyên tắc Hồi giáo và chỉ được tẩy rửa 1 lần duy nhất. Thứ 4, phải tách biệt



*Ông Mohammed Omar, Giám đốc Văn phòng Chứng nhận Halal Việt Nam.
Nguồn: Văn phòng Chứng nhận Halal.*

giữa người nấu đồ ăn Halal và người nấu các món không Halal. Thứ 5, khâu quản lý từ khi sản xuất đến lúc vận chuyển cũng phải đảm bảo tuân thủ luật Hồi giáo.

3 Giám đốc kinh doanh công nghiệp, Công ty Cổ phần Nafoods Group, bà Hồ Thị Loan, cho rằng sản phẩm được sản xuất và cấp chứng



*Bà Hồ Thị Loan, Giám đốc Kinh doanh Công nghiệp, Công ty Cổ phần Nafoods Group.
Nguồn: Văn phòng Chứng nhận Halal.*

nhận Halal là yêu cầu bắt buộc đối với thị trường Hồi giáo. Hiểu một cách sâu hơn là người Hồi giáo có tiêu chuẩn riêng và tiêu chuẩn này quy định các sản phẩm thực phẩm phải được sản xuất an toàn và bảo đảm chất lượng, không có bất cứ nguyên liệu nào bị luật Hồi giáo cấm như thịt lợn. Theo thuật ngữ Hồi giáo, Halal là được phép còn Haram là không được phép, cấm kỵ. Và tiêu chuẩn Halal là chìa khoá để doanh nghiệp bước vào thị trường tiêu thụ của người Hồi giáo.

Nafoods Group đã xác định điều này và áp dụng tiêu chuẩn Halal ngay từ những ngày đầu mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh. Do đặc thù sản phẩm cũng như tìm đến đúng đơn vị tư vấn cấp chứng nhận nên chúng tôi hầu như không gặp khó khăn trong việc tiếp cận và áp dụng tiêu chuẩn này. Đơn cử, sản phẩm nước ép, trái cây đông lạnh và những sản phẩm tự nhiên,

nguyên chất, nguyên liệu sử dụng không có Haram, được sản xuất theo quy trình đảm bảo chất lượng nên dễ dàng được cấp chứng nhận Halal. Còn các sản phẩm trái cây sấy hay đóng hộp có sử dụng các thành phần bổ sung như đường thì việc đánh giá sẽ yêu cầu nghiêm ngặt hơn. Như đường sử dụng phải có chứng nhận Halal và chứng nhận đó phải được đơn vị uy tín cấp. Ngoài

ra, quy trình sản xuất được giám sát và đánh giá chặt chẽ, khi cần thiết phải điều chỉnh quy trình để đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm theo quy định của tiêu chuẩn. Và Halal không chỉ đơn thuần là tiêu chuẩn áp dụng cho những sản phẩm phân phối ở thị trường Hồi giáo mà đã trở thành một trong những tiêu chuẩn chính yếu trong hệ thống quản lý an toàn vệ sinh thực phẩm của Nafoods.

4 Nhà sáng lập và Giám đốc công ty Tân Nhất Hương, bà Vũ Thị Hoài Sơn,

cho biết để sản phẩm đạt chứng nhận Halal - đủ điều kiện đi vào các thị trường Hồi giáo, thì nguyên liệu đầu vào cũng phải có chứng nhận Halal, đây là điều kiện then chốt và bắt buộc. Hơn nữa, các tiêu chí cho chứng nhận Halal của từng nước thường xuyên thay đổi và tinh chỉnh, nên thường thì từ 1 đến 2 năm, tổ chức cấp các chứng chỉ Halal sẽ mở các khóa đào tạo nhằm cập nhật những thông tin mới nhất cho doanh nghiệp. Hiện Tân Nhất Hương đang là công ty có thị phần lớn



*Bà Vũ Thị Hoài Sơn, nhà sáng lập và Giám đốc công ty Tân Nhất Hương.
Nguồn: Cafebiz.*

thứ 2 ở thị trường kem trang trí bánh Việt Nam. Thị phần của Tân Nhất Hương năm 2009 là 10%, 2013 là 33% và 43% trong 2022. Hiện 65% sản phẩm của công ty bán trong nước cho 8.000 tiệm bánh ở 64

tỉnh thành, trong đó có các chuỗi lớn như Tous Les Jours hay ABC Bakery hay các đại siêu thị như Lotte/ Big C. 35% còn lại được xuất khẩu ra 16 nước trên thế giới - 60% trong đó là đến các quốc gia đạo Hồi.



TIÊU ĐIỂM HALAL



BRUNEI



1 Tổng quan về ngành công nghiệp Halal của Brunei Darussalam.

Brunei là quốc gia được đánh giá cao về Chỉ số Phát triển con người (đứng thứ 2 sau Singapore trong khu vực Đông Nam Á). Theo xếp hạng của Heritage Foundation, Brunei là một trong những quốc gia có mức độ tự do kinh tế cao tại khu vực, xếp thứ 9/39 quốc gia châu Á - Thái Bình Dương về Chỉ số Tự do Kinh tế năm 2023.

Nền kinh tế của Brunei có quy mô GDP khoảng 16,6 tỷ USD, phụ thuộc vào dầu khí (chiếm hơn 60% GDP), với dân số dưới nửa triệu người, chủ yếu là người Hồi giáo (chiếm 67% tổng dân số). Brunei đang nỗ lực giảm phụ thuộc vào dầu khí bằng cách đa dạng hóa nền kinh tế, tập trung phát triển các ngành phi dầu khí như thủy sản, nông nghiệp, dệt may, ngân hàng và công nghiệp Halal. Do năng lực sản xuất không cao, Brunei có nhu cầu nhập khẩu nhiều

sản phẩm và hàng hóa Halal và đặt trọng tâm phát triển công nghiệp Halal vào việc quảng bá Chứng nhận và Nhãn hiệu Halal Brunei trở thành thương hiệu dẫn đầu khu vực và thế giới.

Thương hiệu Halal Brunei là sáng kiến của Bộ Tài nguyên Cơ bản và Du lịch cùng với sự hợp tác từ Hội đồng Tôn giáo, Bộ Tôn giáo, Bộ Y tế và Bộ Tài chính Brunei. Thương hiệu Halal của Brunei có uy tín trên thị trường toàn cầu nhờ vào sự giám sát chặt chẽ của Chính phủ. Chứng nhận và Giấy phép Halal của Brunei do Bộ Tôn giáo cấp. Thương hiệu Halal Brunei là động lực quan trọng thúc đẩy nền kinh tế Brunei, bao gồm tất cả các lĩnh vực Halal có liên quan như thực phẩm, dược phẩm, mỹ phẩm, cung cấp nguyên liệu thô, sản xuất và chế tạo, đóng gói, lưu trữ, vận chuyển, logistic và các dịch vụ khác. Nhãn hàng Halal của Brunei được công bố vào tháng 8/2007 và được ra mắt tại Triển lãm Halal Quốc tế lần thứ tư tháng 7/2009.



2 Các văn bản pháp luật liên quan đến Halal của Brunei.

STT	Các văn bản quy phạm pháp luật	Nội dung
1	Luật về Chứng chỉ và Nhãn hiệu Halal năm 2005, sửa đổi năm 2020 (Halal Certification and Halal Label Act, 2005)	Quy định về việc xin và cấp Giấy chứng nhận Halal hoặc Giấy phép Halal. Chứng chỉ Halal (Halal Certificate) dành cho các doanh nghiệp/cá nhân làm công việc chuẩn bị và phục vụ (nhưng không sản xuất) thực phẩm, như nhà hàng, căng-tin, quán cà phê, khu ẩm thực (foodcourts) và các bếp trung tâm (central kitchens). Giấy phép Halal (Halal Permit) dành cho các doanh nghiệp/cá nhân liên quan đến chế biến thực phẩm, chẳng hạn như các nhà máy chế biến thực phẩm. Sau khi được cấp phép, nhà sản xuất phải dán nhãn hàng Halal Brunei trên bao bì thực phẩm. Các doanh nghiệp bán lẻ kinh doanh các sản phẩm tiêu dùng, bao gồm dược phẩm, thực phẩm chức năng và thuốc truyền thống, cũng cần xin Giấy phép Halal cho từng sản phẩm.
2	Luật về Thịt Halal (Halal Meat Act) năm 1998	Quy định định nghĩa về thịt Halal và thành phần cấu thành thịt Halal theo luật Hồi giáo
3	Bộ tiêu chuẩn PBD 24: 2007 về thực phẩm Halal (Brunei Darussalam Standard PBD 24:2007 on Halal Food)	Quy định hướng dẫn về sản xuất, chuẩn bị, chế biến, phân phối và bảo quản thực phẩm Halal.
4	Hướng dẫn chứng nhận Halal BCG HALAL 1:2007 (Guideline for Halal Certification BCG HALAL 1: 2007)	Quy định các quy trình xin cấp chứng chỉ Halal liên quan đến đơn xin cấp chứng chỉ, đơn xin cấp nhãn hàng Halal và kiểm toán nhằm đảm bảo việc thực hiện Bộ tiêu chuẩn PBD 24: 2007 về thực phẩm Halal.
5	Hướng dẫn GD24:2010 về việc chế xuất dược phẩm, thuốc cổ truyền và thực phẩm chức năng Halal (Brunei Darussalam Guidelines for Manufacturing and Handling of Halal Medicinal Products, Traditional Medicines and Health Supplements GD24:2010)	Hướng dẫn tìm nguồn cung ứng nguyên liệu thô, sản xuất, đóng gói, vận chuyển và bảo quản dược phẩm, thuốc cổ truyền và thực phẩm chức năng Halal.

3 Một số kênh phân phối sản phẩm Halal tại Brunei:

- Hệ thống siêu thị Hua Ho

Hua Ho Department Store-Tg Bunut

SĐT: +673 2676665

Fax: +673 2676688

Địa chỉ: Lot 51181, Kg Tanjong Bunut, Mukim Kilanas, Jalan Tutong

Hua Ho Department Store- Senkurong

SĐT: +673 2660465

Fax: +673 2660466

Địa chỉ: Pengiran Haji Othman Building, Simpang 1530, Kg Senkurong A, BG1121

Hua Ho Department Store - Manggis Branch

SĐT: +673 2345522

Fax: +673 2342525

Địa chỉ: KM 9, Jalan Muara, Kampong Manggis, Bandar Seri Begawan, Brunei dan Muara BC3615, Brunei Darussalam

- Hệ thống siêu thị Supa Saver

SĐT: +673 8328777

Email: service@supasave.com.bn

Websites: www.supasave.com.bn

Địa chỉ: Mukim Kilanas, Jalan Tutong

- Hệ thống siêu thị Singgah

SĐT: +673 2242067/7457744

Email: hello@singgah.com.bn

Địa chỉ: PGGMB Building, Jalan Kianggeh, Bandar Seri Begawan BS811



Một siêu thị bán sản phẩm Halal tại Brunei.
Nguồn: The Scoop.

SAUDI ARABIA

1 Tổng quan về ngành thực phẩm Halal tại Saudi Arabia:

Ngành thực phẩm Halal của Saudi Arabia có quy mô 74,93 tỷ USD (2021), dự đoán tăng lên 104,37 tỷ USD (năm 2026). Saudi Arabia là nhà sản xuất thực phẩm và đồ uống lớn nhất vùng Vịnh, có thể sẽ là quốc gia phát triển nhanh nhất và chiếm thị phần lớn nhất trong thị trường thực phẩm và đồ uống Halal của khu vực.

Xuất khẩu thực phẩm đạt 3,89 tỷ USD năm 2021 (3,63 tỷ USD năm 2016) trong đó xuất khẩu sang các nước OIC đạt 3,52 tỷ USD (chiếm 91% xuất khẩu thực phẩm toàn cầu của Saudi Arabia).

Các công ty thực phẩm trong nước như Tập đoàn Savola và Almarai (công ty sữa tích hợp theo chiều dọc lớn nhất thế giới) có sự



Các sản phẩm của JBS SA. Nguồn: Seeking Alpha.

hiện diện mạnh mẽ trong khu vực và có tiềm năng lớn để trở thành những công ty thực phẩm lớn nhất toàn cầu.

Người dân Saudi Arabia có mức tiêu thụ thịt gà cao nhất thế giới, bình quân 50 kg thịt gà/người/năm.

Các công ty toàn cầu có mặt tại thị trường Saudi Arabia, chẳng hạn như JBS SA, nhà cung cấp thịt lớn nhất thế giới, đã thành lập các cơ sở để sản xuất chủ

yếu thực phẩm đông lạnh, bao gồm thịt bò, thịt gà, rau và trái cây.

Tổng đầu tư vào lĩnh vực sản xuất và chế biến thực phẩm tại Saudi Arabia dự kiến đạt 70 tỷ USD vào năm 2030, tăng khoảng 59% so với tổng đầu tư vào năm 2016. Chính phủ Saudi Arabia đã đưa ra các chính sách mới để hỗ trợ sản xuất nhiều thực phẩm Halal hơn. Những chính sách này được kỳ vọng sẽ làm cho

đất nước tự cung tự cấp trong sản xuất thực phẩm và đồ uống.

2 Sự phát triển ngành Halal của Saudi Arabia:

Theo Báo cáo Kinh tế Halal hàng năm của các nước OIC 2022 (2022 Annual OIC Halal Economy Report), Saudi Arabia xếp thứ 3 trong bảng xếp hạng Chỉ số Đầu tư và Thương mại Halal của OIC.

Saudi Arabia đang ngày càng trở thành một trung tâm cung cấp thực phẩm

Halal với các khoản đầu tư lớn vào sản xuất thực phẩm và hậu cần kể từ năm 2020, cũng như các yêu cầu pháp lý mới đối với thực phẩm và nguyên liệu Halal được áp dụng từ năm 2021. Điều này phù hợp với những nỗ lực Saudi Arabia đang thực hiện thông qua Kế hoạch Tầm nhìn 2030 nhằm đa dạng hóa nền kinh tế và thu hút đầu tư vào các lĩnh vực phi dầu mỏ như công nghiệp, giáo dục, giải trí và du lịch.

Là một phần của tầm

nhìn chuyển đổi này, Saudi Arabia đã đưa ra Chiến lược Halal Quốc gia vào năm 2021 nhằm đưa nước này trở thành quốc gia dẫn đầu toàn cầu về quy định, nghiên cứu & phát triển, sản xuất, xuất khẩu và hậu cần trong ngành công nghiệp Halal.

Saudi Arabia có quan hệ hợp tác với 40 nước, vùng lãnh thổ gồm 72 tổ chức/trung tâm dịch vụ Halal trên khắp thế giới để kiểm soát chất lượng sản phẩm thực phẩm. Trong đó, ở



Thực phẩm có chứng chỉ Halal tại siêu thị ở Riyadh. Nguồn: anba.com.br.



Triển lãm thực phẩm Saudi Arabia.
Nguồn: Crystal.

Australia có 6, UAE có 5, ở mỗi nước Mỹ, New Zealand, Brazil, Ấn Độ, Hà Lan và Đức có 3 cơ quan. Tất cả các cơ quan trong số các nước kể trên đều được chấp thuận bởi Cơ quan Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Saudi Arabia (SFDA).

3 Cơ quan phụ trách về tiêu chuẩn, chứng nhận và công nhận Halal:

- Cơ quan Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm (SFDA) là cơ quan duy nhất có thẩm quyền cấp phép cho các mặt hàng Halal trong nước và nhập khẩu, bao gồm các loại như: thực phẩm, thuốc/dược phẩm, thiết bị y tế, thức ăn gia

súc, thuốc lá, thuốc trừ sâu, thiết bị phòng nghiên cứu, nước hoa và sản phẩm làm đẹp, sản phẩm dinh dưỡng.

- Cơ quan Tiêu chuẩn, Đo lường và Chất lượng (SASO) phụ trách xây dựng và thông qua các tiêu chuẩn đối với hàng hóa, sản phẩm và dịch vụ, trong đó có sản phẩm Halal.

4 Khuôn khổ pháp lý và văn bản pháp luật điều chỉnh các hoạt động sản xuất và chứng nhận Halal:

- Tháng 5/2021, SFDA đã ban hành bộ luật mới quy định về những mặt hàng thực phẩm cần có chứng nhận Halal. Trước đó, chỉ

các mặt hàng thịt nhập khẩu và làm từ thịt cần xin chứng nhận Halal. Tuy nhiên, bộ luật mới có hiệu lực từ 01/01/2021 đã mở rộng ra tất cả các mặt hàng gồm thực phẩm đông lạnh, bánh kẹo, đồ có thời hạn sử dụng dài, thực phẩm làm từ sữa, dầu ăn, chất béo... Các doanh nghiệp nước ngoài cần chú ý để xin cấp phép từ đúng 69 cơ quan cấp phép đã đăng ký với SFDA. Đây cũng là những động thái mới nhất từ Saudi Arabia nhằm hợp nhất hệ thống cấp phép Halal với các nước khác trong khối GCC.

Các văn bản, quy định pháp luật về Halal và



Saudi Food and Drug Authority (SFDA) Products Recall Guidance: A Comprehensive Guide to Procedures and Responsibilities

Cơ quan SFDA của Saudi Arabia, chịu trách nhiệm cấp phép cho các mặt hàng Halal trong nước và hàng nhập khẩu. Nguồn: SFDA.

liên quan đến nhập khẩu thực phẩm nhập khẩu vào Saudi Arabia thường xuyên được cập nhật tại đường link: https://www.sfda.gov.sa/en/regulations?keys=®ulation_type=All&date%5Bmin%5D=&date%5Bmax%5D=&tags=1&page=0.

- Đối với thực phẩm Halal, Saudi Arabia áp dụng các tiêu chuẩn: SFDA.FD/GSO 2055-1 (Các yêu cầu chung đối với thực phẩm Halal) và SFDA.FD/GSO 993 (đối với giết mổ động vật).

- Bên cạnh đó, có rất nhiều quy định cần phải thực hiện trước khi xuất/nhập khẩu sản phẩm vào

Saudi Arabia và các quy định này cũng thường xuyên được cập nhật tại https://www.sfda.gov.sa/sites/default/files/202111/SFADFgdfg_1.pdf.

- Saudi Arabia đã bắt đầu áp dụng hệ thống quản lý Halal trong vài năm qua như thành lập Trung tâm Halal trong Cơ quan Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Saudi Arabia (SFDA) sau đó đưa ra hệ thống phê duyệt các tổ chức cấp chứng nhận Halal nước ngoài. Hệ thống này thay thế yêu cầu trước đây là phải được Liên đoàn Thế giới Hồi giáo công nhận để chứng chỉ Halal được chấp nhận ở Saudi Arabia.

- Cơ quan Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Saudi Arabia (SFDA) khẳng định tất cả thực phẩm được bán ở Saudi Arabia đều là sản phẩm Halal và phải đảm bảo tuân thủ các thông số kỹ thuật tiêu chuẩn đã được phê duyệt (không chứa cồn và tuân thủ các yêu cầu về quy trình sản xuất, quy định vệ sinh an toàn thực phẩm). SFDA thường xuyên thanh kiểm tra và kiểm nghiệm các sản phẩm có nghi vấn để đảm bảo tính xác thực và tuân thủ các quy định và công bố công khai, minh bạch trên website của SFDA.

CÁC HỘI NGHỊ, DIỄN ĐÀN QUỐC TẾ VỀ HALAL 2024

- **World Islamic Economic Forum 2024**
Thời gian: 15 - 17/01/2024
Địa điểm: Abu Dhabi National Exhibition Center, UAE
- **Prodexpo-Russia**
Thời gian: 05 - 09/02/2024
Địa điểm: Expocentre, Moscow, Nga
- **Bahrain Halal Expo**
Thời gian: 06 - 07/02/2024
Địa điểm: Manama, Bahrain
- **London Muslim Shopping Festival**
Thời gian: 24 - 25/02/2024
Địa điểm: ExCeL London, Anh
- **Halal Expo Albania**
Thời gian: 01/3 - 03/4/2024
Địa điểm: Palace Of Congress, Tirana County, Albania
- **Algeria Food Expo**
Thời gian: 04 - 07/3/2024
Địa điểm: PR 28, Đường Georges Clémenceau Kouba 16000 Algiers, Algeria
- **International Conference on Islamic Banking, Finance and Commerce (ICIBFC)**
Thời gian: 25 - 26/3/2024
Địa điểm: Doha, Qatar
- **Halal Market Fair 2024**
Thời gian: 10 - 12/4/2024
Địa điểm: Tokyo Big Sight, Koto, Nhật Bản
- **Halal Canada Expo 2024**
Thời gian: 08 - 09/5/2024
Địa điểm: The International Centre 6900 Airport Road Mississauga, ON L4V 1E8, Canada
- **Saudi Food Show 2024**
Thời gian: 21 - 23/5/2024
Địa điểm: Riyadh Front, Saudi Arabia
- **Halal Expo Nigeria 2024**
Thời gian: 27 - 29/8/2024
Địa điểm: Landmark Event Center, Lagos, Nigeria
- **Malaysia International Halal Showcase (MIHAS)**
Thời gian: 17 - 20/9/2024
Địa điểm: Trung tâm Triển lãm và Thương mại Quốc tế MITEC, Kuala Lumpur, Malaysia
- **World Halal Summit 2024**
Thời gian: 27 - 30/11/2024
Địa điểm: Istanbul Expo Center, Thổ Nhĩ Kỳ
- **Saudi International Halal Expo 2024**
Thời gian: 01 - 30/11/2024
Địa điểm: Riyadh, Saudi Arabia
- **Halal Indonesia Expo**
Thời gian: 01 - 30/12/2024
Địa điểm: Gedung Pusat Niaga Lt., 1 Arena PRJ Kemayoran, Jakarta 10620, Indonesia
- **Triển lãm Asian Hajj & Umrah Expo 2024**
Thời gian: 16 - 18/12/2024
Địa điểm: India Expo Centre & Mart test, Greater Noida, Indonesia

Chịu trách nhiệm nội dung: **Vụ Trung Đông - châu Phi, Bộ Ngoại giao**

Chịu trách nhiệm thiết kế và xuất bản: **Báo Thế giới & Việt Nam, Bộ Ngoại giao**