TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Cơ hội lớn cho các DN Việt Nam xuất khẩu vào thị trường thực phẩm Halal

15:36 30/11/2020

Ngày 30/11, Bộ Ngoại giao phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tổ chức Diễn đàn "Tiềm năng thị trường thực phẩm Halal toàn cầu và cơ hội với Việt Nam."

Đây là lần đầu tiên Bộ Ngoại giao phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đồng tổ chức Diễn đàn nhằm nâng cao nhận thức về tiềm năng thị trường thực phẩm Halal, tầm quan trọng của chứng nhận Halal và các biện pháp giúp doanh nghiệp Việt Nam tham gia hiệu quả vào thị trường thực phẩm Halal toàn cầu.

Sự kiện có sự tham gia đông đảo của nhiều tổ chức quốc tế, khu vực, ngoại giao đoàn, đại diện Bộ, ban, ngành, địa phương và các doanh nghiệp Việt Nam, quốc tế... thể hiện sự quan tâm và nhu cầu ngày càng cao của doanh nghiệp cũng như quyết tâm của các Bộ, ban, ngành và địa phương trong hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận và tham gia sâu vào chuỗi sản xuất và cung ứng thực phẩm nói chung và thực phẩm Halal nói riêng, trên phạm vi toàn cầu.

Thực phẩm Halal là những sản phẩm "được phép" và "hợp pháp" theo Luật Hồi giáo với những tiêu chuẩn vô cùng chi tiết và nghiêm ngặt.

Phát biểu khai mạc Diễn đàn, Thứ trưởng Thường trực Bộ Ngoại giao Bùi Thanh Sơn cho biết đây là lần đầu tiên Bộ Ngoại giao phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đồng tổ chức diễn đàn về thị trường thực phẩm Halal, nhằm nâng cao nhận thức về tiềm năng của thị trường này; tầm quan trọng của chứng nhận Halal và các biện pháp giúp doanh nghiệp Việt Nam tham gia hiệu quả vào thị trường thực phẩm Halal toàn cầu.

Việt Nam là một trong những quốc gia xuất khẩu nông, thủy sản lớn trên thế giới với nhiều mặt hàng tiêu biểu như gạo, cao su, chè, điều, cà phê, hồ tiêu, tôm, cá... Hơn nữa, Việt Nam có những lợi thế quan trọng, nếu được tận dụng, phát huy tốt sẽ giúp xuất khẩu của Việt Nam vững vàng tham gia vào thị trường sản phẩm Halal.



Các đại biểu dự phiên Khai mạc Diễn đàn chụp ảnh lưu niệm. (Ảnh: Tuấn Anh)

Thứ trưởng Thường trực cho rằng, lợi thế thứ nhất, Việt Nam có vị trí địa lý gần những thị trường Halal lớn khi khoảng 62% dân số Hồi giáo tập trung tại châu Á. Ngay tại Đông Nam Á, Indonesia, quốc gia Hồi giáo đông dân nhất thế giới, là một thị trường tiềm năng, không xa lạ với doanh nghiệp Việt Nam.

Lợi thế thứ hai, đối với khu vực Trung Đông - Châu Phi (tập trung khoảng 30% dân số Hồi giáo), Việt Nam đang tích cực triển khai đề án phát triển quan hệ với các nước trong khu vực giai đoạn 2016-2025, trong đó có việc thực hiện các Tuyên bố cấp cao của Việt Nam với một số đối tác quan trọng về hợp tác, thúc đẩy xuất, nhập khẩu và chứng nhận các sản phẩm Halal.

Thứ ba, sau 35 năm đổi mới, hội nhập quốc tế, Việt Nam hiện là một mắt xích quan trọng trong nhiều liên kết kinh tế hàng đầu khu vực, nằm ở giao điểm của 16 hiệp định thương mại tự do (FTA), trong đó có một số FTA thế hệ mới như Hiệp định thương mại tự do với EU (EVFTA), Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương toàn diện và tiến bộ (CPTPP) và mới đây nhất là Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP). Đây là cơ sở quan trọng giúp doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận các thị trường, kể cả các thị trường khó tính, tiêu chuẩn cao như EU, thúc đẩy xuất khẩu các sản phẩm của Việt Nam, trong đó có các sản phẩm Halal.

Theo đánh giá của trung tâm Halal Việt Nam, các doanh nghiệp Việt Nam đã bước đầu xuất khẩu một số sản phẩm Halal nhưng mới chỉ đáp ứng được 1/3 nhu cầu từ các quốc gia trong Tổ chức Hợp tác Hồi giáo.

Nhiều doanh nghiệp còn gặp khó khăn trong việc cấp chứng nhận Halal và thiếu thông tin về thị trường, văn hóa kinh doanh, tiêu dùng để tham gia sâu vào thị trường Halal, nhất là tại các quốc gia Hồi giáo.

Thiên Trường