TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Việt Nam nỗ lực thúc đẩy chính sách pháp luật và thực thi hiệu quả để thúc đẩy kinh tế Halal

06:27 24/04/2026

Tại Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam (VASS số 1 Liễu Giai, Hà Nội đã diễn ra Hội thảo khoa học quốc tế Đổi mới sáng tạo, hội nhập và phát triển bền vững với chủ đề “Kinh tế Halal: Động lực của phát triển bền vững”.

Hội thảo do Viện Nghiên cứu Nam Á, Tây Á và châu Phi (ISAWAAS) thuộc phối hợp cùng Trường Đại học Thương mại và Viện Kinh tế - Xã hội và Môi trường (IESE) tổ chức, trong bối cảnh Việt Nam đang đứng trước ngưỡng cửa của "kỷ nguyên vươn mình".



Toàn cảnh Hội thảo

Hội thảo đã thu hút được các chuyên gia hàng đầu, các nhà ngoại giao và giới hoạch định chính sách quốc gia và đại diện các Đại sứ quán các quốc gia Hồi giáo như Malaysia, Indonesia, Arap- Xê út, Thổ Nhĩ Kỳ, Pakistan, Băng la đét... để cùng với Việt Nam đánh giá và góp ý cho những nỗ lực xây dựng phát triển nền kinh tế Halal của Việt Nam tuy còn non trẻ nhưng giàu tiềm năng.

Việt Nam nỗ lực thúc đẩy chính sách pháp luật và thực thi hiệu quả để thúc đẩy kinh tế Halal
https://thuonghieucongluan.com.vn/viet-nam-no-luc-thuc-day-chinh-sach-phap-luat-va-thuc-thi-hieu-qua-de-thuc-day-kinh-te-halal-a315342.html



Các chuyên gia, nhà khoa học tham dự Hội thảo

Các phiên làm việc và thảo luận của Hội thảo tập trung giải quyết các bài toán chiến lược từ kinh nghiệm quốc tế đến thực tiễn phát triển kinh tế Halal bền vững, xây dựng thương hiệu và tiếp cận thị trường Halal trên thế giới và Việt Nam. Phiên thứ nhất bàn về kinh nghiệm quốc tế và giải pháp phát triển kinh tế Halal bền vững trong bối cảnh mới, với sự tham luận trực tuyến của Thứ trưởng Bộ Điều phối Phát triển Nguồn nhân lực và Văn hóa, Cộng hòa Indonesia, và sự tham luận trực tiếp của các chuyên gia tư vấn từ Malaysia, và các học giả uy tín từ Viện Nghiên cứu Nam Á, Tây Á và châu Phi (ISAWAAS), Trường Đại học Thương mại cũng như Viện Kinh tế - Xã hội và Môi trường (IESE). Phiên thứ hai tập trung vào việc xây dựng thương hiệu và tiếp cận thị trường Halal bền vững thông qua sự phối hợp giữa ba nhà: Nhà nước, nhà nghiên cứu và nhà doanh nghiệp, với sự góp mặt và chia sẻ thực tế của các diễn giả đến từ Đại học RMIT Hà Nội, và đại diện các doanh nghiệp có sản phẩm Halal và đơn vị cấp nhận Halal.

Hội thảo cũng là diễn đàn có uy tín và có sức lan toả lớn, quy tụ hơn 150 đại biểu bao gồm các nhà hoạch định chính sách, các nhà ngoại giao bao gồm các đại sứ và đại biện của các quốc gia Hồi giáo tại Việt Nam, các nhà khoa học và giảng viên, các doanh nghiệp, và giới báo chí của Việt Nam và quốc tế

Theo nhận định của các nhà nghiên cứu, kinh tế Halal quốc tế đã mở rộng sang nhiều lĩnh vực như dược phẩm, mỹ phẩm, du lịch và dịch vụ... hình thành một hệ sinh thái kinh tế tương đối toàn diện. Với quy mô dự báo vượt 10.500 tỷ USD vào năm 2030, kinh tế Halal không còn là thị trường ngách mang nặng văn hóa

tôn giáo khó tiếp cận mà đã trở thành động lực chiến lược để Việt Nam hiện thực hóa mục tiêu tăng trưởng hai con số.



GS.TS. Lê Văn Lợi - Ủy viên Trung ương Đảng, Chủ tịch Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam phát biểu chủ trì Hội thảo

Phát biểu khai mạc, GS.TS Lê Văn Lợi, Chủ tịch Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam đặt vấn đề về sự cấp thiết của việc tìm kiếm những "trụ cột mới" trong bối cảnh thế giới đầy biến động. Xung đột địa chính trị tại Trung Đông và tình trạng đứt gãy chuỗi cung ứng toàn cầu đang đặt ra thách thức về tính tự chủ kinh tế. Trong bức tranh đó, kinh tế Halal nổi lên như một giải pháp cứu cánh.



GS.TS. Lê Văn Lợi phát biểu chào mừng Hội thảo

Đảng và Nhà nước đã có những bước đi quyết liệt thông qua Quyết định số 10/QĐ-TTg phê duyệt đề án phát triển ngành Halal Việt Nam đến năm 2030. Việc thành lập Trung tâm Chứng nhận Halal Quốc gia (HALCERT) và ban hành các Tiêu chuẩn quốc gia (TCVN) là minh chứng cho tầm nhìn đưa Việt Nam thành "mắt xích trọng yếu trong chuỗi cung ứng Halal toàn cầu". Với phân khúc thực phẩm và đồ uống Halal dự kiến đạt 6.751,83 tỷ USD vào năm 2032 với tốc độ tăng trưởng kép ấn tượng 12,5%, Việt Nam hoàn toàn có thể trở thành một mắt xích trong chuỗi cung ứng này.



Đại sứ Cộng hòa Indonesia tại Việt Nam, Ngài Adam Mulawarman Tugio phát biểu tại Hội thảo

Đại sứ Đặc mệnh toàn quyền Cộng hòa Indonesia tại Việt Nam, ông Adam Mula warman Tugio chỉ ra rằng, hơn 80% tiêu thụ Halal toàn cầu nằm ở các quốc gia Tổ chức Hợp tác Hồi giáo (OIC). Indonesia hiện chiếm hơn 11% thị phần và đã xuất khẩu hơn 42 tỷ USD thực phẩm Halal trong năm 2023. Tuy nhiên, một xu hướng mới đang định hình lại thị trường: nhu cầu không chỉ đến từ người Hồi giáo. Người tiêu dùng phi Hồi giáo như Nhật Bản, Hàn Quốc, châu Âu, châu Mỹ... đang dần ưa chuộng sản phẩm Halal vì sự gắn kết giữa tiêu chuẩn này với tính vệ sinh, minh bạch và phát triển bền vững. Đó là kinh nghiệm quý báu để Việt Nam hướng tới khai thác và thích nghi dần với thị trường này.

Các đại biểu tham dự đã đi sâu trao đổi, thảo luận hai trọng tâm lớn: Một là nhận diện rõ những kinh nghiệm quốc tế bao gồm những bài học thành công và không thành công, định vị các rào cản và đề xuất giải pháp phát triển kinh tế Halal bền vững trong bối cảnh mới. Hai là xây dựng thương hiệu và thiết lập con đường tiếp cận thị trường Halal một cách hiệu quả, minh bạch và bền vững.



PGS.TS. Nguyễn Xuân Trung, Viện trưởng Viện Nghiên cứu Nam Á, Tây Á và Châu Phi phát biểu đề dẫn Hội thảo

Trong trong báo cáo đề dẫn, PGS.TS. Nguyễn Xuân Trung, Viện trưởng Tây Á, Nam Á và châu Phi ISAWAAS, Halal không chỉ là chứng nhận tôn giáo mà là sự giao thoa của nhiều tiêu chuẩn khắt khe: An toàn vệ sinh thực phẩm (tương đồng với ISO 22000, HACCP), trách nhiệm xã hội (đối xử nhân đạo với động vật, không gian lận lao động) và tính toàn vẹn của toàn bộ chuỗi cung ứng. Sự chuyển dịch từ "Halal" sang "Halalan Toyyiban" (vừa được phép, vừa tốt/sạch) cho thấy Halal đang trở thành một hệ sinh thái kinh tế nhân văn, tương thích hoàn toàn với các Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDGs) của Liên Hợp Quốc. Chỉ trong thời gian ngắn từ 2023 đến nay, Việt Nam đã xây dựng được những nền tảng hạ tầng pháp lý quan trọng. Ở giai đoạn tiếp theo, cần tập trung vào việc mở rộng sự công nhận quốc tế đối với các chứng chỉ Halal nội địa. Việt Nam có lợi thế lớn về nông nghiệp, mạng lưới FTA rộng khắp và chi phí sản xuất cạnh tranh. Nếu kết hợp được cách tiếp cận ESG hiện có với các giá trị Halal, Việt Nam hoàn toàn có thể trở thành một "trung tâm Halal chi phí thấp nhưng độ tin cậy cao". Bên cạnh đó, việc xây dựng thương hiệu Halal bền vững không thể tách rời sự phối hợp "ba nhà": Nhà nước, Nhà nghiên cứu và Nhà doanh nghiệp.



PGS.TS. Nguyễn Mạnh Hùng, Phó Giám đốc Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh phát biểu tại Hội thảo

PGS, TS Nguyễn Mạnh Hùng, Phó Giám đốc Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Phó Chủ tịch kiêm Tổng Thư ký Hội đồng Lý luận Trung ương khẳng định, chủ đề của Hội thảo CIISD năm 2026 không chỉ có ý nghĩa học thuật, mà còn mang tính thực tiễn rất sâu sắc. Đây là một chủ đề nằm ở giao điểm của nhiều vấn đề lớn: Hội nhập quốc tế, chuyển đổi mô hình tăng trưởng, phát triển bền vững, ngoại giao kinh tế, hiểu biết văn hóa và xây dựng lòng tin giữa các quốc gia, các cộng đồng, các nền văn minh.

Thực phẩm Halal là cánh cửa đầu tiên để nhận diện một hệ thống tiêu chuẩn gắn với niềm tin tôn giáo, chuẩn mực đạo đức, chất lượng sản phẩm và sự an toàn đối với người tiêu dùng. Tuy nhiên, nếu chỉ dừng lại ở đó sẽ chưa nhìn thấy đầy đủ chiều sâu, chiều rộng và tiềm năng phát triển của lĩnh vực này; mà cần phát triển từ “thực phẩm Halal” đến “kinh tế Halal”. Sự phát triển về nhận thức này có ý nghĩa rất quan trọng. Khi nhìn Halal như một lĩnh vực kinh tế, đây là vấn đề của chiến lược quốc gia, của thể chế, của tiêu chuẩn, chuỗi cung ứng, nguồn nhân lực, năng lực doanh nghiệp, của ngoại giao kinh tế và sự hiểu biết văn hóa.

Nhấn mạnh kinh tế Halal không chỉ là câu chuyện của thương mại, mà còn là cây cầu của hiểu biết văn hóa và lòng tin chính trị, PGS, TS Nguyễn Mạnh Hùng tin tưởng, Việt Nam có những điều kiện quan trọng để tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị Halal toàn cầu. Khi các doanh nghiệp Việt Nam thúc đẩy hợp tác kinh tế Halal với các quốc gia Islam, họ không chỉ bán hàng hóa, không chỉ mở

rộng thị trường, không chỉ tìm kiếm lợi nhuận mà đang thực sự bước vào một không gian giao lưu văn hóa, nơi sự tôn trọng niềm tin, phong tục, tập quán và chuẩn mực của đối tác có ý nghĩa rất quan trọng. Hiểu đúng về Halal cũng là hiểu đúng hơn về cách mà văn hóa, tôn giáo và kinh tế gắn bó với nhau trong đời sống quốc tế hiện đại.



Tiến sỹ Aemin Nasir đến từ Đại học RMIT Việt Nam

Tiến sỹ Aemin Nasir đến từ Đại học RMIT Việt Nam, người rất quan tâm chia sẻ các kinh nghiệm nghiên cứu của Đại học RMIT với người quan tâm tại Hội Thảo đã chia sẻ: "Việt nam nên chú trọng đào tạo nhân lực Halal từ gốc, bắt nguồn từ cac trường cao đẳng nghề, trường đại học để sinh viên có thể hiểu biết về các yêu cầu, quy chuẩn, thuật ngữ dùng trong ngành kinh tế Halal ngay từ trong quá trình đào tạo nguồn nhân lực phục vụ cho việc vận hành nền kinh tế Halal. Việt Nam phải có đội ngũ riêng đươc đào tạo để phát triển Halal cho Việt Nam mà không phải mãi phụ thuộc vào các chuyên gia nước ngoài vào chuyên gia nc ngoài. Viêc Nghị đinh 127/2026 được ban hành mới đây cũng sẽ góp phàn quản lý viêc cấp chứng chỉ Halal và tạo được uy tín về chứng chỉ trên trường quốc tế. Nghị định cũng đề cao khuôn khổ pháp lý cho viêc hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm Halal, cung cấp dịch vụ Halal".

Trên cương vị người vận hành chuỗi nhà hàng Halal tiêu chuẩn quốc tế, khi được yêu cầu đánh giá về chuỗi cung ứng Halal, đăc biệt là nguồn thịt Halal, Mr Raja Mahmood Janjua - chủ chuỗi nhà hàng Halal Nan N Kabab và thương hiêu

Bánh mì Halal Raja Express cho biết "thời gian trước, nguồn cung thịt Halal tại Việt Nam rất khó và hạn chế, đa số phải nhập từ Australia, sau này ở quy mô công nghiệp, Việt Nam đã nuôi được gà Halal. Ở Ninh Thuận, nguồn cừu nuôi lấy thịt rất nhiều nhưng quy mô giết mổ đạt yêu cầu vệ sinh an toàn thực phẩm và tiêu chuẩn Halal chưa cao, măc dù đó là địa phương có cộng đồng Hồi giáo sinh sống. Về tương lai, Việt Nam nên giúp người chăn nuôi đạt chuẩn Halal về giết mổ để cung cấp thit cừu số lượng lớn cho thị trường và xuất khẩu thịt cừu Halal.

Bà Phạm Thị Thanh Thủy - Giám đốc công ty TNHH TM Việt Nam - Pakistan (Vietpark) và Công ty Đào tạo Halal Raja Viêt Nam, bà tin tưởng rằng, một khi các doanh nghiêp Viêt Nam nhận biết được cơ hội và chuyển hướng sang sản xuất các sản phẩm đạt chứng chỉ Halal, thì mức tăng trưởng doanh thu sẽ rất ấn tượng và bền vững.

Ông Ramlan Osman, Phụ trách Trung tâm Halal quốc gia Halcert cho biết, chỉ trong hơn 1 năm đi vào hoạt động, Halcert Việt Nam đã chứng nhận được hơn 1.000 sản phẩm cho các doanh nghiệp Việt Nam. Ông tự tin cho biết, để đạt được con số 10.000 sản phẩm Việt Nam có chứng nhận Halal trong vài năm tới không phải là không thể. Điều này sẽ giúp Việt Nam nhanh chóng hoàn thiện hệ sinh thái Halal và sớm trở thành một trung tâm Halal trên phạm vi toàn cầu dù không phải là quốc gia Hồi giáo. Các quốc gia đi trước như Malaysia đang nỗ lực giúp Việt Nam hoàn thành tâm nguyện này.

Hội thảo “Kinh tế Halal: Động lực của phát triển bền vững” không chỉ là diễn đàn học thuật mà còn là dịp kết nối B2G, B2B và B2C, tạo điều kiện để các doanh nghiệp quảng bá hình ảnh và trách nhiệm xã hội. Hội thảo kết thúc bằng lễ tri ân các đối tác đồng hành và tiệc giao lưu Halal Buffet gây được thiện cảm lớn cho quan khách và những người tham dự.

PV