



# Thị trường Halal tại Malaysia

## Tầm nhìn Chiến lược: Tại sao phải là Malaysia?

Malaysia đang khẳng định vị thế Halal Hub toàn cầu với mục tiêu đóng góp 10,8% vào GDP quốc gia vào năm 2030. Đối với doanh nghiệp Việt Nam, đây là thị trường có độ mở lớn nhờ các hiệp định CPTPP và khuôn khổ ASEAN.

- **Quy mô ấn tượng:** Thị trường Halal Malaysia dự kiến đạt 113,2 tỷ USD vào năm 2025, trong đó ngành F&B chiếm tỷ trọng áp đảo với 85,2 tỷ USD.
- **Lợi thế cạnh tranh:** Sự tương đồng về văn hóa và khoảng cách địa lý giúp nông thủy sản Việt Nam giữ được độ tươi ngon và tối ưu chi phí vận chuyển.
- **Giá trị chứng nhận:** Chứng chỉ Halal từ Malaysia (JAKIM) được coi là "giấy thông hành" quyền lực, có giá trị tại hầu hết các quốc gia Hồi giáo.

### Thông tin quan trọng về hiệu lực

Đối tượng	Thời hạn hiệu lực
Sản phẩm thông thường	02 năm
Lò giết mổ	01 năm

**Lưu ý quan trọng:** Chứng chỉ của Indonesia (BPJPH) **không có hiệu lực** thay thế tại Malaysia và ngược lại.

# Hệ thống Pháp lý và Chứng nhận Halal JAKIM

Khác với các hệ thống khác, **JAKIM** (Cục Phát triển Hồi giáo Malaysia) là cơ quan quản lý cao nhất, vận hành qua hệ thống trực tuyến **MYeHALAL** để đảm bảo tính minh bạch.

## Các tổ chức chứng nhận tại Việt Nam được JAKIM thừa nhận

Doanh nghiệp Việt không cần đăng ký trực tiếp tại Malaysia mà có thể làm việc với các đơn vị ủy quyền trong nước:

**Halal Vietnam (HVN):** Đơn vị duy nhất được công nhận cho lĩnh vực lò giết mổ.

**Halal Certification Agency (HCA):** Tổ chức uy tín cho các sản phẩm thực phẩm và đồ uống (F&B).





## Xu hướng Tiêu dùng và Marketing năm 2026

Hiểu tâm lý khách hàng là chìa khóa để nội dung Marketing chạm đúng điểm chạm:

- **Sức mạnh của Gen Z & Trung lưu:** Ưu chuộng sản phẩm tiện lợi, bao bì minh bạch và tốt cho sức khỏe.
- **Sản phẩm Plant-based (Gốc thực vật):** Các loại hạt, ngũ cốc, trái cây sấy được coi là “mặc định Halal”, rất dễ tiếp cận thị trường nếu không có phụ gia cấm.
- **Chứng chỉ hỗ trợ:** Người tiêu dùng Malaysia tin tưởng hơn vào các sản phẩm có thêm HACCP, GMP hoặc ISO bên cạnh logo Halal.

## Lộ trình 4 Bước thâm nhập thị trường

Giai đoạn	Thời gian	Nội dung trọng tâm
<b>Bước 1: Rà soát</b>	1-3 tháng	Đối soát phụ gia, lựa chọn đơn vị chứng nhận (HVN/HCA).
<b>Bước 2: Thiết lập</b>	3-6 tháng	Thành lập Ban quản lý Halal, xây dựng quy trình vệ sinh (Sertu) và đào tạo nhân viên.
<b>Bước 3: Đánh giá</b>	2-4 tháng	Nộp hồ sơ trực tuyến và đón đoàn đánh giá hiện trường.
<b>Bước 4: Marketing</b>	Liên tục	In logo đúng quy chuẩn, tham gia hội chợ MIHAS hoặc SIAL để kết nối nhà phân phối.



## Những “điểm đỏ” cần lưu ý

1. **Hồ sơ nguyên liệu:** Nguyên liệu nhập khẩu (thịt bò, gia cầm) phải từ các nhà máy được cả JAKIM và Cục Thú y Malaysia (DVS) phê duyệt.
2. **Tính liên tục:** Phải nộp hồ sơ gia hạn ít nhất **03 tháng** trước khi chứng chỉ cũ hết hạn.
3. **Vệ sinh thiết bị:** Cấm tuyệt đối sử dụng bàn chải hoặc thiết bị làm từ lông động vật (đặc biệt là lông lợn).

*Việc chuẩn bị kỹ lưỡng theo tiêu chuẩn MS 1500:2019 không chỉ giúp doanh nghiệp chiếm lĩnh Malaysia mà còn là bước đệm vững chắc để vươn tới các thị trường khó tính hơn như Ả Rập Xê Út hay khu vực Vùng Vịnh.*