

**BỘ CÔNG THƯƠNG**  
**TRUNG TÂM THÔNG TIN CÔNG NGHIỆP VÀ THƯƠNG MẠI**

---



**Bài viết**

**Tổng hợp, phân tích, đánh giá tình hình thực thi Hiệp định CEPA trong  
hoạt động thương mại của Việt Nam với thị trường UAE  
tháng 7/2026**

**Thuộc nhiệm vụ: “Thu thập, tổng hợp, phân tích và cung cấp thông tin  
phục vụ triển khai Hiệp định CEPA” năm 2026**

***Hà Nội, tháng 7/2026***

## MỤC LỤC

|                                                                                                                                |                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <b>DANH MỤC BIỂU ĐỒ, BẢNG.....</b>                                                                                             | <b>4</b>         |
| <b>TÓM TẮT.....</b>                                                                                                            | <b>5</b>         |
| <b><i>1. Tổng quan thương mại song phương giữa Việt Nam - UAE.....</i></b>                                                     | <b><i>7</i></b>  |
| 1.1 Đánh giá hoạt động xuất khẩu hàng hóa tới UAE .....                                                                        | 7                |
| 1.1.1 Đánh giá hoạt động xuất khẩu hàng hóa tới UAE qua các tháng giai đoạn năm 2021 - 2025 .....                              | 7                |
| 1.1.2 Đánh giá hoạt động xuất khẩu hàng hóa tới UAE tháng 6 và 6 tháng năm 2026 .....                                          | 8                |
| 1.1.3 Đánh giá xuất khẩu các nhóm hàng có yêu cầu/chứng nhận Halal tới UAE và khả năng đáp ứng của doanh nghiệp Việt Nam ..... | 10               |
| 1.2 Đánh giá hoạt động nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ UAE .....                                                            | 12               |
| 1.2.1 Đánh giá hoạt động nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ UAE qua các tháng giai đoạn năm 2021 - 2025.....                   | 12               |
| 1.2.2 Đánh giá hoạt động nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ UAE tháng 6 và 6 tháng năm 2026 .....                              | 13               |
| 1.3 Đánh giá cán cân thương mại Việt Nam - UAE .....                                                                           | 15               |
| 1.3.1 Đánh giá cán cân thương mại Việt Nam – UAE qua các tháng giai đoạn năm 2021 - 2025 .....                                 | 15               |
| 1.3.2 Đánh giá cán cân thương mại Việt Nam – UAE tháng 6 và 6 tháng đầu năm 2026.....                                          | 16               |
| 1.4 Đánh giá tác động của CEPA tới xuất, nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam với UAE tháng 6 và 6 tháng năm 2026.....              | 17               |
| <b><i>2. Nhập khẩu hàng hóa của UAE.....</i></b>                                                                               | <b><i>18</i></b> |
| 2.1 Tình hình nhập khẩu hàng hóa của UAE và vị trí của Việt Nam.....                                                           | 18               |
| 2.2 Đánh giá vị thế cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam so với các quốc gia xuất khẩu Halal .....                                 | 21               |

|                                                                                |           |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>3. Chính sách, quy định và tiến trình thực thi CEPA Việt Nam – UAE.....</b> | <b>24</b> |
| 3.1. Thuế quan- lợi ích lớn nhất nhưng phải đáp ứng điều kiện xuất xứ.....     | 24        |
| 3.2. Quy tắc xuất xứ: điều kiện quan trọng nhất để hưởng ưu đãi .....          | 24        |
| 3.3. Quy định kỹ thuật và SPS vẫn là rào cản chính.....                        | 25        |
| 3.4. Hải quan và thủ tục thương mại.....                                       | 25        |
| 3.5. Thuế quan của Việt Nam đối với hàng UAE cũng đã được triển khai....       | 26        |
| 3.6. Quy định và hệ thống chứng nhận Halal của UAE.....                        | 26        |
| 3.6.1. Các tiêu chuẩn Halal chủ yếu.....                                       | 27        |
| 3.6.2. Chứng nhận Halal và Halal National Mark.....                            | 27        |
| 3.6.3. Tổ chức chứng nhận Halal nước ngoài phải được UAE công nhận .....       | 28        |
| 3.6.4. Yêu cầu về truy xuất nguồn gốc.....                                     | 28        |
| 3.6.5. Yêu cầu về ghi nhãn .....                                               | 28        |
| 3.6.6 Kiểm định và đánh giá sự phù hợp .....                                   | 29        |
| <b>4. Đánh giá triển vọng xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa Việt Nam – UAE</b>     | <b>29</b> |
| <b>KẾT LUẬN.....</b>                                                           | <b>32</b> |
| <b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>                                                | <b>33</b> |

## **DANH MỤC BIỂU ĐỒ, BẢNG**

### **BIỂU ĐỒ**

|                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Biểu đồ 1: Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tới UAE theo tháng giai đoạn năm 2021 – 2026..... | 7  |
| Biểu đồ 2: Nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ UAE theo tháng giai đoạn năm 2021 – 2026.....  | 13 |
| Biểu đồ 3: Cán cân thương mại theo tháng qua các năm giai đoạn 2021 - 2026 .....             | 15 |
| Biểu đồ 4: Trị giá nhập khẩu hàng hóa của UAE qua các năm 2021 - 2024..                      | 18 |

### **BẢNG**

|                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Bảng 1: Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tới UAE tháng 6 và 6 tháng năm 2026 .....                 | 9  |
| Bảng 2: Đánh giá theo nhóm hàng có yêu cầu/chứng nhận Halal .....                                 | 11 |
| Bảng 3: Nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ UAE tháng 6 và 6 tháng năm 2026 .....                  | 14 |
| Bảng 4: Các thị trường cung cấp hàng hóa chủ yếu cho UAE giai đoạn năm 2021 - 2024 .....          | 21 |
| Bảng 5: So sánh vị thế cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam so với các quốc gia xuất khẩu Halal ..... | 22 |
| Bảng 6: Tóm tắt Tiến trình thực thi CEPA đến tháng 8/2026 .....                                   | 26 |
| Bảng 7: Các tiêu chuẩn Halal chủ yếu .....                                                        | 27 |
| Bảng 8: Những yêu cầu doanh nghiệp Việt Nam cần đặc biệt lưu ý .....                              | 29 |

## TÓM TẮT

Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện Việt Nam – UAE (CEPA) có hiệu lực từ ngày 03/02/2026, mở ra khuôn khổ mới cho quan hệ thương mại song phương, trong đó UAE cam kết mở cửa thị trường ở mức cao đối với hàng hóa Việt Nam. CEPA tạo lợi thế về thuế quan, cải thiện khả năng cạnh tranh của hàng Việt Nam và mở rộng cơ hội tiếp cận không chỉ thị trường UAE mà cả khu vực Trung Đông, châu Phi thông qua vai trò trung tâm thương mại, logistics và tái xuất của UAE. Tuy nhiên, khả năng tận dụng CEPA phụ thuộc lớn vào việc doanh nghiệp đáp ứng quy tắc xuất xứ, tiêu chuẩn kỹ thuật, SPS, truy xuất nguồn gốc và yêu cầu Halal.

Việt Nam hiện giữ vị thế xuất siêu lớn và tương đối ổn định trong quan hệ thương mại hàng hóa với UAE. Giai đoạn 2021–2025, Việt Nam liên tục xuất siêu; xuất khẩu đạt mức cao nhất trong năm 2025 với 5,91 tỷ USD, trong khi nhập khẩu đạt 0,63 tỷ USD. Điều này cho thấy UAE là thị trường có ý nghĩa quan trọng đối với xuất khẩu của Việt Nam, nhưng cơ cấu thương mại vẫn chưa cân bằng và Việt Nam chưa khai thác hết tiềm năng nhập khẩu từ UAE.

6 tháng đầu năm 2026, xuất khẩu của Việt Nam sang UAE đạt 2,53 tỷ USD, giảm 11,61% so với cùng kỳ năm 2025; nhập khẩu đạt 1,07 tỷ USD và tăng rất mạnh. Việt Nam vẫn xuất siêu khoảng 1,46 tỷ USD, nhưng mức xuất siêu giảm đáng kể do nhập khẩu tăng nhanh. Riêng tháng 6/2026, xuất khẩu đạt 537,14 triệu USD, trong khi nhập khẩu đạt 526,64 triệu USD, khiến cán cân chỉ còn xuất siêu khoảng 10,5 triệu USD. Diễn biến này cho thấy thương mại hai chiều đang có xu hướng mở rộng, đồng thời cơ cấu thương mại có khả năng cân bằng hơn sau khi CEPA có hiệu lực.

Vị trí của Việt Nam tại thị trường UAE tập trung chủ yếu ở nhóm hàng điện tử và một số sản phẩm công nghiệp. Trong 6 tháng đầu năm 2026, điện thoại và linh kiện chiếm 59,56%, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện chiếm 10,87% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang UAE. Giày dép chiếm 4,02%, máy móc, thiết bị chiếm 3,22%, hàng dệt may chiếm 2,40%. Việt Nam có lợi thế rõ về năng lực sản xuất, giá thành và nguồn cung ổn định đối với các nhóm hàng này. Tuy nhiên, mức độ tập trung cao vào điện thoại và điện tử

cũng làm xuất khẩu dễ chịu tác động khi nhu cầu hoặc chuỗi cung ứng của các ngành này biến động.

Dư địa tăng trưởng lớn nhất của Việt Nam nằm ở nông sản, thực phẩm, thủy sản và các sản phẩm Halal. Việt Nam có lợi thế về nguồn nguyên liệu, năng lực chế biến và giá cạnh tranh đối với gạo, cà phê, hạt điều, hồ tiêu, thủy sản, rau quả và thực phẩm chế biến. Trong khi đó, UAE có nhu cầu lớn đối với thực phẩm và là cửa ngõ phân phối hàng hóa vào khu vực Trung Đông. CEPA tạo điều kiện thuận lợi hơn về thuế, nhưng để chuyển lợi thế sản xuất thành thị phần, doanh nghiệp phải đáp ứng đầy đủ yêu cầu Halal, an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc và ghi nhãn.

Thách thức lớn nhất của Việt Nam là sức ép cạnh tranh từ các nước đã có vị thế vững chắc tại UAE. Trung Quốc có lợi thế về quy mô và giá; Ấn Độ có vị trí địa lý và mạng lưới thương mại rộng; Thái Lan và Indonesia có thế mạnh về thực phẩm, nông sản và thủy sản; Malaysia nổi bật về hệ thống Halal; Thổ Nhĩ Kỳ có lợi thế về khoảng cách địa lý và logistics. Vì vậy, CEPA giúp Việt Nam cải thiện lợi thế về thuế nhưng không tự động tạo lợi thế về thị trường.

Một hạn chế khác là mức độ đa dạng hóa xuất khẩu của Việt Nam còn thấp. Trong khi điện thoại và linh kiện chiếm gần 60% xuất khẩu sang UAE, nhiều nhóm hàng có tiềm năng như thủy sản, gạo, hạt điều, hồ tiêu, rau quả và thực phẩm chế biến mới chiếm tỷ trọng nhỏ. Đây là khoảng trống cần được khai thác để giảm phụ thuộc vào một số nhóm hàng và nâng cao giá trị xuất khẩu.

Triển vọng giai đoạn 2026–2030 được đánh giá tích cực. CEPA sẽ tạo động lực quan trọng để Việt Nam mở rộng xuất khẩu, trong khi UAE có thể trở thành điểm trung chuyển để hàng Việt Nam tiếp cận sâu hơn thị trường Trung Đông và châu Phi. Tuy nhiên, lợi thế quyết định trong giai đoạn tới không còn chỉ là giá và thuế quan mà là khả năng đáp ứng tiêu chuẩn, chứng nhận Halal, truy xuất nguồn gốc, chất lượng và xây dựng thương hiệu.

Nhìn tổng thể, Việt Nam đang có vị thế tốt về năng lực sản xuất và giá cạnh tranh nhưng chưa tương xứng về thị phần và khả năng đáp ứng hệ sinh thái Halal tại UAE. CEPA tạo ra cơ hội để thu hẹp khoảng cách này; nhiệm vụ

trọng tâm của doanh nghiệp Việt Nam là tận dụng ưu đãi thuế, đa dạng hóa nhóm hàng, nâng tỷ lệ chế biến sâu và chuẩn hóa sản phẩm theo yêu cầu của thị trường UAE.

**1. Tổng quan thương mại song phương giữa Việt Nam - UAE**

**1.1 Đánh giá hoạt động xuất khẩu hàng hóa tới UAE**

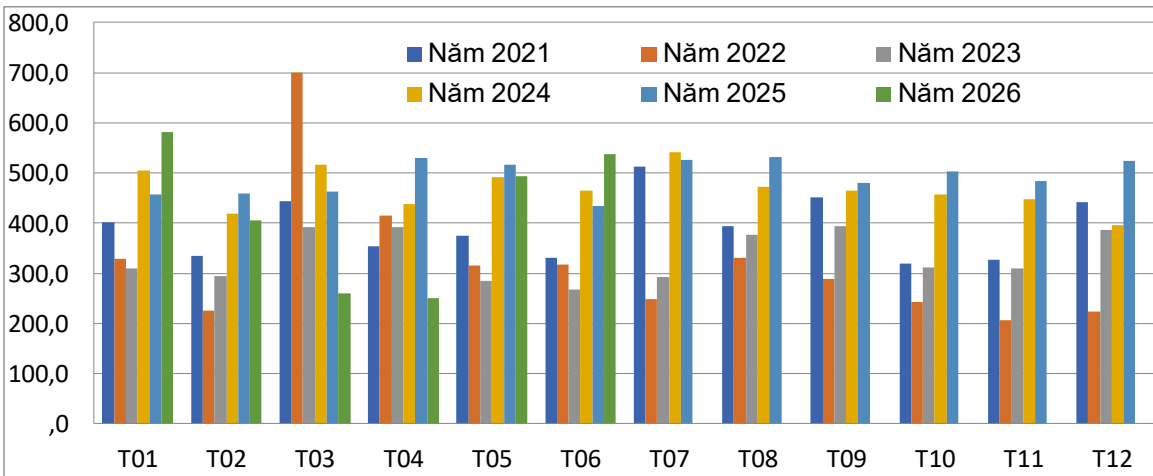
**1.1.1 Đánh giá hoạt động xuất khẩu hàng hóa tới UAE qua các tháng giai đoạn năm 2021 - 2025**

Giai đoạn năm 2021–2022, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tới UAE biến động mạnh. Năm 2021, xuất khẩu dao động từ 320,3–512,3 triệu USD/tháng; năm 2022 giảm rõ rệt, từ 701,2 triệu USD trong tháng 3 xuống 206,9 triệu USD trong tháng 11, mức thấp nhất trong 5 năm.

Giai đoạn năm 2023–2025, xuất khẩu phục hồi và tăng rõ rệt. Năm 2023, trị giá xuất khẩu chủ yếu dưới 400 triệu USD/tháng; sang năm 2024, 10/12 tháng đạt trên 400 triệu USD; năm 2025, 11/12 tháng đạt trên 450 triệu USD, trong đó tháng 8 đạt cao nhất 532,4 triệu USD.

Nhìn chung, năm 2024–2025 đánh dấu sự chuyển biến tích cực rõ rệt, khi xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tới UAE vừa tăng về quy mô, vừa duy trì mức cao ổn định hơn so với giai đoạn năm 2021–2023.

**Biểu đồ 1: Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tới UAE theo tháng  
giai đoạn năm 2021 – 2026 (ĐVT. Triệu USD)**



Nguồn: Cục Hải quan

### **1.1.2 Đánh giá hoạt động xuất khẩu hàng hóa tới UAE tháng 6 và 6 tháng năm 2026**

#### *Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tới UAE tháng 6/2026*

Theo số liệu thống kê của Cục Hải quan Việt Nam, tháng 6/2026, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tới UAE đạt 537,14 triệu USD, tăng 8,73% so với tháng 5/2026 và tăng 23,41% so với tháng 6/2025, chiếm 1,06% tổng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam.

Điện thoại các loại và linh kiện đạt 326,59 triệu USD, chiếm 60,80% xuất khẩu tới UAE; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 61,07 triệu USD, chiếm 11,37%. Hai nhóm này chiếm 72,17% tổng xuất khẩu tới UAE. Tiếp theo là giày dép 17,19 triệu USD, chiếm 3,20%; máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng 12,15 triệu USD, chiếm 2,26%; hạt điều 8,09 triệu USD, chiếm 1,51%; hàng dệt, may 7,63 triệu USD, chiếm 1,42%; hạt tiêu 6,88 triệu USD, chiếm 1,28%; hàng rau quả 6,38 triệu USD, chiếm 1,19%; hàng thủy sản 5,71 triệu USD, chiếm 1,06%; phương tiện vận tải và phụ tùng 4,47 triệu USD, chiếm 0,83%; gạo 3,38 triệu USD, chiếm 0,63%; các nhóm còn lại chiếm tỷ trọng dưới 1% mỗi nhóm. Hàng hóa khác chiếm 12,57%.

#### *Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tới UAE 6 tháng năm 2026*

Tính chung 6 tháng đầu năm 2026, 6 tháng đầu năm 2026, tổng trị giá xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tới UAE đạt 2,53 tỷ USD, giảm 11,61% so với cùng kỳ năm trước. Cơ cấu xuất khẩu tập trung chủ yếu vào nhóm hàng công nghiệp chế biến, trong đó điện thoại các loại và linh kiện, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện chiếm tỷ trọng lớn.

Điện thoại các loại và linh kiện đạt 1,51 tỷ USD, chiếm 59,56% tổng trị giá xuất khẩu hàng hóa tới UAE, giảm 4,42% so với cùng kỳ năm trước. Riêng tháng 6/2026, trị giá xuất khẩu đạt 326,59 triệu USD, tăng 43,92% so với tháng 6/2025.

Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 275,00 triệu USD, chiếm 10,87%, giảm 0,86% so với cùng kỳ năm trước. Cùng với điện thoại các loại



và linh kiện, hai nhóm hàng này đạt 1,78 tỷ USD, chiếm 70,43% tổng trị giá xuất khẩu hàng hóa tới UAE.

Giày dép các loại đạt 101,69 triệu USD, chiếm 4,02%, giảm 17,30% so với cùng kỳ năm trước. Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác đạt 81,37 triệu USD, chiếm 3,22%, giảm 58,17%. Hàng dệt, may đạt 60,68 triệu USD, chiếm 2,40%, giảm 12,63%.

Một số nhóm hàng khác có tỷ trọng trên 1% giảm mạnh so với cùng kỳ năm trước gồm hàng rau quả đạt 35,50 triệu USD, chiếm 1,40%, giảm 40,96%; hạt điều đạt 29,04 triệu USD, chiếm 1,15%, giảm 66,17%.

Một số mặt hàng tuy chỉ giữ tỷ trọng rất thấp nhưng lại có mức tăng trưởng rất lớn là túi xách, ví, vali, mũ và ô dù, đạt 11,11 triệu USD, tăng 14,31% so với cùng kỳ năm trước. Đá quý, kim loại quý và sản phẩm chỉ chiếm 0,25% tổng trị giá xuất khẩu, đạt 6,44 triệu USD, nhưng tăng gấp 13 lần so với cùng kỳ 6 tháng đầu năm 2025, .

Nhìn chung, cơ cấu xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tới UAE trong 6 tháng đầu năm 2026 có mức độ tập trung cao, với riêng điện thoại các loại và linh kiện cùng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện chiếm 70,43% tổng trị giá. Xuất khẩu giảm 11,61% so với cùng kỳ năm trước, chủ yếu do nhiều nhóm hàng chủ lực giảm mạnh, trong khi các nhóm khác tăng trưởng chưa đủ lớn để bù đắp mức giảm

**Bảng 1: Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam tới UAE tháng 6  
và 6 tháng năm 2026**

| Nhóm/mặt hàng                              | Tỷ trọng năm 2026 (%) |         | Năm 2026 (nghìn USD) |             | So với tháng 5/2026 (%) | So với năm 2025 (%) |         |
|--------------------------------------------|-----------------------|---------|----------------------|-------------|-------------------------|---------------------|---------|
|                                            | Tháng 6               | 6 tháng | Tháng 6              | 6 tháng     |                         | Tháng 6             | 6 tháng |
| Tổng xuất khẩu hàng hóa                    |                       |         | 50.787.247           | 266.513.503 | 8,22                    | 28,09               | 21,04   |
| Xuất khẩu hàng hóa tới UAE                 | 100                   | 100     | 537.136              | 2.530.250   | 8,73                    | 23,41               | -11,61  |
| Điện thoại các loại và linh kiện           | 60,80                 | 59,56   | 326.585              | 1.506.946   | 9,81                    | 43,92               | -4,42   |
| Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện | 11,37                 | 10,87   | 61.071               | 275.004     | 26,11                   | 51,82               | -0,86   |
| Giày dép các loại                          | 3,20                  | 4,02    | 17.192               | 101.694     | -25,46                  | -33,41              | -17,3   |

| Nhóm/mặt hàng                             | Tỷ trọng năm 2026 (%) |         | Năm 2026 (nghìn USD) |         | So với tháng 5/2026 (%) | So với năm 2025 (%) |         |
|-------------------------------------------|-----------------------|---------|----------------------|---------|-------------------------|---------------------|---------|
|                                           | Tháng 6               | 6 tháng | Tháng 6              | 6 tháng |                         | Tháng 6             | 6 tháng |
| Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác | 2,26                  | 3,22    | 12.152               | 81.365  | -2,74                   | -68,08              | -58,17  |
| Hàng dệt, may                             | 1,42                  | 2,40    | 7.631                | 60.675  | -25,73                  | -33,61              | -12,63  |
| Hàng rau quả                              | 1,19                  | 1,40    | 6.377                | 35.501  | -2,98                   | -42,49              | -40,96  |
| Hạt điều                                  | 1,51                  | 1,15    | 8.086                | 29.038  | 169,56                  | -39,69              | -66,17  |
| Phương tiện vận tải và phụ tùng           | 0,83                  | 0,85    | 4.467                | 21.500  | 107,1                   | 41,78               | -73,42  |
| Hạt tiêu                                  | 1,28                  | 0,80    | 6.875                | 20.341  | 11,42                   | 21,15               | -37,26  |
| Hàng thủy sản                             | 1,06                  | 0,76    | 5.714                | 19.122  | 57,47                   | 5,54                | -21,42  |
| Gạo                                       | 0,63                  | 0,52    | 3.377                | 13.269  | 94,47                   | -11,26              | -35,27  |
| Túi xách, ví, vali, mũ và ô dù            | 0,54                  | 0,44    | 2.900                | 11.113  | 49,49                   | 222,95              | 14,31   |
| Gỗ và sản phẩm gỗ                         | 0,23                  | 0,40    | 1.220                | 10.000  | -6,53                   | -45,93              | -36,26  |
| Sắt thép các loại                         | 0,31                  | 0,35    | 1.691                | 8.846   | -40,08                  |                     | 70,2    |
| Đá quý, kim loại quý và sản phẩm          | 0,21                  | 0,25    | 1.153                | 6.439   | 271,32                  | 200,74              | 1347,67 |
| Sản phẩm từ chất dẻo                      | 0,21                  | 0,18    | 1.115                | 4.499   | 67,06                   | 98,69               | -16,64  |
| Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc       | 0,19                  | 0,18    | 1.032                | 4.458   | 67,19                   | -16,25              | -39,5   |
| Sản phẩm từ sắt thép                      | 0,16                  | 0,11    | 835                  | 2.829   | -8,99                   | -67,61              | -86,5   |
| Giấy và các sản phẩm từ giấy              | 0,03                  | 0,04    | 157                  | 1.092   | -19,06                  | -61,82              | -62,41  |
| Chè                                       | 0,00                  | 0,02    | 0                    | 551     |                         | -100                | -24,34  |
| Hàng hóa khác                             | 12,57                 | 12,49   | 67.508               | 315.966 | -3,98                   | 61,98               | 26,77   |

*Nguồn: Tính toán từ số liệu của Cục Hải quan*

### **1.1.3 Đánh giá xuất khẩu các nhóm hàng có yêu cầu/chứng nhận Halal tới UAE và khả năng đáp ứng của doanh nghiệp Việt Nam**

#### ***Đánh giá xuất khẩu các nhóm hàng có yêu cầu/chứng nhận Halal tới UAE:***

Đối với thị trường UAE, yêu cầu Halal tập trung chủ yếu vào thực phẩm, đồ uống, nông sản chế biến, thủy sản, mỹ phẩm, dược phẩm và thực phẩm bổ sung. Đây là rào cản quan trọng bên cạnh các yêu cầu về an toàn thực phẩm, chất lượng và đăng ký sản phẩm. Đối với thực phẩm thuộc diện áp dụng, sản

phẩm phải đáp ứng yêu cầu Halal và được chứng nhận bởi tổ chức được UAE công nhận. UAE có Dấu Halal quốc gia (National Halal Mark) do Bộ Công nghiệp và Công nghệ tiên tiến UAE quản lý.

Thủy sản, nông sản và thực phẩm chế biến là những nhóm hàng Việt Nam có khả năng đáp ứng Halal tốt nhất do có lợi thế về nguồn nguyên liệu và năng lực chế biến. Tuy nhiên, đối với sản phẩm chế biến, yêu cầu không chỉ nằm ở nguyên liệu chính mà còn bao gồm phụ gia, hương liệu, gelatin, enzyme, dầu mỡ và các nguyên liệu phụ trợ, đồng thời phải kiểm soát nguy cơ nhiễm chéo trong quá trình sản xuất. Đây là khâu doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa, còn hạn chế.

Mỹ phẩm, dược phẩm và thực phẩm bổ sung có mức độ đáp ứng khó hơn do sử dụng nhiều hoạt chất, tá dược và nguyên liệu có nguồn gốc động vật. Doanh nghiệp phải truy xuất được nguồn gốc nguyên liệu và kiểm soát toàn bộ quá trình sản xuất. Vì vậy, năng lực sản xuất hiện có chưa đủ; vấn đề quyết định là hệ thống quản lý Halal và chứng nhận phù hợp với yêu cầu của UAE.

**Bảng 2: Đánh giá khả năng đáp ứng yêu cầu/chứng nhận Halal theo nhóm hàng**

| Nhóm hàng          | Tiềm năng xuất khẩu Halal | Khả năng đáp ứng hiện nay | Điểm nghẽn chính                       |
|--------------------|---------------------------|---------------------------|----------------------------------------|
| Thủy sản           | Cao                       | Khá                       | Nguyên liệu, phụ gia, chế biến         |
| Nông sản           | Cao                       | Khá                       | Chế biến, phụ gia, chứng nhận          |
| Thực phẩm chế biến | Rất cao                   | Trung bình – khá          | Công thức, phụ gia, dây chuyền         |
| Đồ uống không cồn  | Cao                       | Khá                       | Thành phần, hương liệu, quy trình      |
| Mỹ phẩm            | Cao                       | Trung bình                | Nguồn gốc nguyên liệu, cồn, collagen   |
| Dược phẩm          | Cao                       | Trung bình – thấp         | Hoạt chất, tá dược, gelatin, quy trình |
| Thực phẩm bổ sung  | Cao                       | Trung bình                | Thành phần và nguồn nguyên liệu        |

***Khả năng đáp ứng của doanh nghiệp Việt Nam:***

Khả năng đáp ứng Halal của doanh nghiệp Việt Nam hiện chưa đồng đều. Các doanh nghiệp lớn, có hệ thống quản lý chất lượng và chuỗi cung ứng

tương đối hoàn chỉnh có khả năng đáp ứng tốt hơn; trong khi nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ còn chưa cập nhật về tiêu chuẩn Halal, chưa kiểm soát được nguồn nguyên liệu và chưa có chứng nhận được thị trường UAE công nhận. Hiện nay, chỉ khoảng 0,2% doanh nghiệp Việt Nam có sản phẩm đạt chứng nhận Halal, cho thấy dư địa cải thiện còn rất lớn.

Điểm nghẽn lớn nhất hiện nay là chứng nhận và kiểm soát chuỗi cung ứng Halal, không phải năng lực sản xuất. Doanh nghiệp muốn mở rộng xuất khẩu sang UAE cần tập trung vào ba khâu: (1) sử dụng tổ chức chứng nhận được UAE công nhận; (2) kiểm soát nguồn gốc nguyên liệu, phụ gia và quy trình sản xuất; (3) xây dựng hệ thống truy xuất và kiểm soát Halal xuyên suốt chuỗi cung ứng.

*Đánh giá chung:* Việt Nam có lợi thế về thủy sản, nông sản, thực phẩm chế biến và đồ uống, nhưng mức độ đáp ứng Halal chưa tương xứng với tiềm năng xuất khẩu. Trong bối cảnh CEPA Việt Nam–UAE đã có hiệu lực, việc đáp ứng Halal sẽ quyết định khả năng chuyển lợi thế về thuế quan thành tăng trưởng xuất khẩu thực tế. Do đó, Halal cần được xem là điều kiện tiếp cận thị trường, thay vì chỉ là một chứng nhận bổ sung.

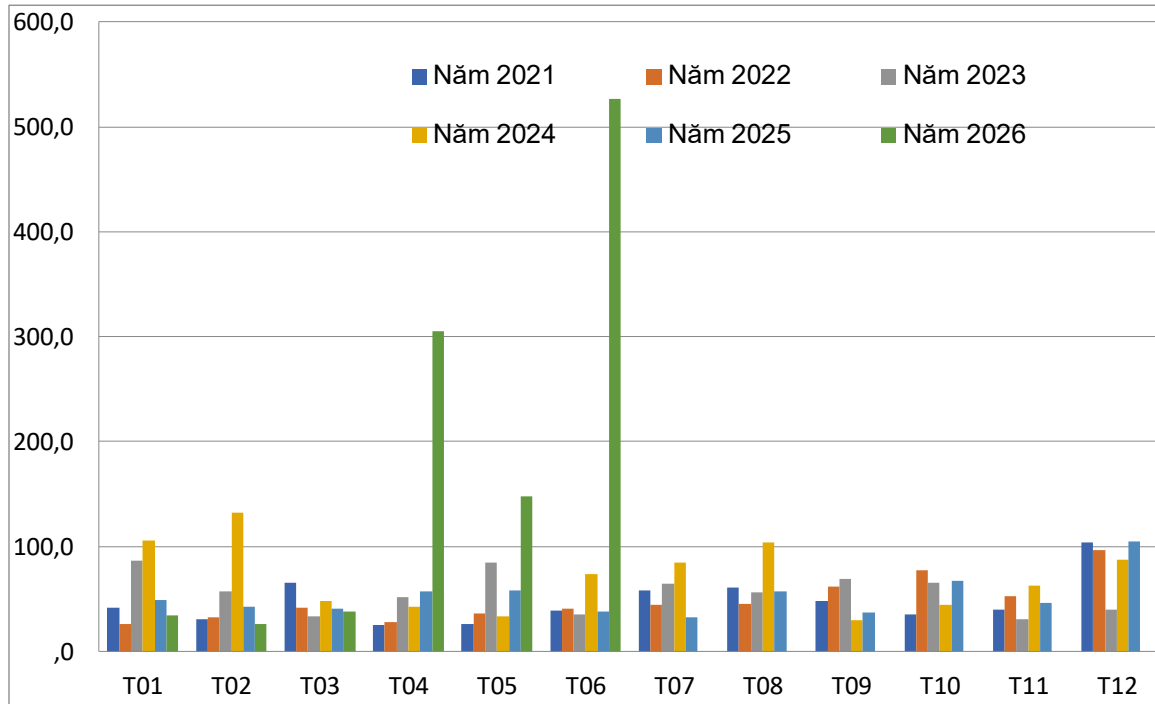
## **1.2 Đánh giá hoạt động nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ UAE**

### **1.2.1 Đánh giá hoạt động nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ UAE qua các tháng giai đoạn năm 2021 - 2025**

Theo số liệu thống kê từ Cục Hải quan Việt Nam, giai đoạn năm 2021–2022, nhập khẩu hàng hóa từ UAE duy trì ở mức thấp và biến động theo tháng, chủ yếu dưới 100 triệu USD/tháng. Năm 2021, nhập khẩu cao nhất vào tháng 12 với 104,2 triệu USD; năm 2022 đạt mức cao nhất 96,2 triệu USD vào tháng 12.

Giai đoạn năm 2023–2025, nhập khẩu biến động mạnh hơn giữa các tháng. Năm 2023, trị giá nhập khẩu cao nhất đạt 86,3 triệu USD vào tháng 1; năm 2024 tăng mạnh, đạt 132,7 triệu USD vào tháng 2, cao nhất trong cả giai đoạn 2021–2025. Sang năm 2025, nhập khẩu giảm trở lại, nhưng tháng 12 tăng lên 105,2 triệu USD.

**Biểu đồ 2: Nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ UAE theo tháng giai đoạn năm 2021 – 2026 (ĐVT. Triệu USD)**



*Nguồn: Cục Hải quan*

Nhìn chung, năm 2024 là năm nhập khẩu từ UAE đạt mức cao và biến động mạnh nhất, trong khi năm 2025 nhập khẩu giảm so với năm 2024 và tiếp tục dao động theo tháng. So với xuất khẩu, quy mô nhập khẩu từ UAE thấp hơn rất nhiều, qua đó Việt Nam duy trì thặng dư thương mại lớn với UAE trong giai đoạn năm 2021–2025.

### **1.2.2 Đánh giá hoạt động nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ UAE tháng 6 và 6 tháng năm 2026**

#### *Nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ UAE tháng 6/2026*

Theo số liệu thống kê của Cục Hải quan Việt Nam, tháng 6/2026, nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ UAE đạt 526,64 triệu USD, tăng 257% so với tháng 5/2026 và tăng 1.282,8% so với tháng 6/2025, chiếm 0,99% tổng nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam trong tháng. Mức tăng đột biến chủ yếu đến từ hàng hóa khác, đạt 502,81 triệu USD, chiếm 95,48% tổng nhập khẩu từ UAE, tăng rất mạnh so với tháng 5/2026 và so với cùng kỳ năm 2025.

Trong các nhóm hàng xác định được, chất dẻo nguyên liệu đạt 19,57 triệu USD, chiếm 3,72%, tăng 206,25% so với tháng 5/2026 và tăng 1,62% so với tháng 6/2025. Sản phẩm khác từ dầu mỏ đạt 1,70 triệu USD, chiếm 0,32%, giảm 19,21% so với tháng 5/2026 và giảm 68,88% so với tháng 6/2025; khí đốt hóa lỏng đạt 1,62 triệu USD, chiếm 0,31%, giảm 67,64% so với tháng 6/2025. Các nhóm còn lại đều chiếm dưới 0,1% mỗi nhóm.

#### *Nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ UAE 6 tháng năm 2026*

Tính chung 6 tháng đầu năm 2026, nhập khẩu hàng hóa từ UAE đạt 1,07 tỷ USD, tăng tới 273,63% so với cùng kỳ năm 2025, chiếm 0,38% tổng nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam. Mức tăng rất cao chủ yếu do hàng hóa khác đạt 928,69 triệu USD, chiếm 86,54% tổng trị giá nhập khẩu và tăng gấp 29,5 lần so với cùng kỳ năm 2025.

Chất dẻo nguyên liệu đạt 82,00 triệu USD, chiếm 7,64%, giảm 18,31% so với cùng kỳ năm 2025; sản phẩm khác từ dầu mỏ đạt 27,39 triệu USD, chiếm 2,55%, giảm 51,77%; khí đốt hóa lỏng đạt 17,99 triệu USD, chiếm 1,68%, giảm 73,75% so với cùng kỳ năm 2025.

Nhìn chung, nhập khẩu từ UAE trong 6 tháng năm 2026 tăng đột biến, nhưng mức tăng tập trung gần như toàn bộ vào nhóm “hàng hóa khác”.

**Bảng 3: Nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ UAE tháng 6  
và 6 tháng năm 2026**

| Nhóm/mặt hàng             | Tỷ trọng năm 2026 (%) |         | Năm 2026 (nghìn USD) |             | So với tháng 5/2026 (%) | So với năm 2025 (%) |          |
|---------------------------|-----------------------|---------|----------------------|-------------|-------------------------|---------------------|----------|
|                           | Tháng 6               | 6 tháng | Tháng 6              | 6 tháng     |                         | Tháng 6             | 6 tháng  |
| Tổng nhập khẩu hàng hóa   |                       |         | 53.431.722           | 283.169.411 | 2,48                    | 45,19               | 33,43    |
| Nhập khẩu hàng hóa từ UAE | 100                   | 100     | 526.636              | 1.073.196   | 257                     | 1.282,83            | 273,63   |
| Chất dẻo nguyên liệu      | 3,72                  | 7,64    | 19.572               | 82.003      | 206,25                  | 1,62                | -18,31   |
| Sản phẩm khác từ dầu mỏ   | 0,32                  | 2,55    | 1.696                | 27.389      | -19,21                  | -68,88              | -51,77   |
| Khí đốt hóa lỏng          | 0,31                  | 1,68    | 1.621                | 17.988      |                         | -67,64              | -73,75   |
| Kim loại thường khác      | 0,03                  | 0,55    | 155                  | 5.950       | -90,44                  | -88,27              | -51,46   |
| Quặng và khoáng sản khác  | 0,00                  | 0,34    | 0                    | 3.617       |                         |                     | 1.336,75 |

| Nhóm/mặt hàng                             | Tỷ trọng năm 2026 (%) |         | Năm 2026 (nghìn USD) |         | So với tháng 5/2026 (%) | So với năm 2025 (%) |          |
|-------------------------------------------|-----------------------|---------|----------------------|---------|-------------------------|---------------------|----------|
|                                           | Tháng 6               | 6 tháng | Tháng 6              | 6 tháng |                         | Tháng 6             | 6 tháng  |
| Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác | 0,11                  | 0,30    | 566                  | 3.194   | 69,99                   | -41,13              | -69,32   |
| Đá quý, kim loại quý và sản phẩm          | 0,04                  | 0,28    | 219                  | 3.046   | -83,64                  | 2,74                | 229,09   |
| Thức ăn gia súc và nguyên liệu            | 0,00                  | 0,12    | 0                    | 1.315   |                         | -100                | -81,91   |
| Hàng hóa khác                             | 95,48                 | 86,54   | 502.807              | 928.694 | 270,43                  | 10.104,91           | 2.954,52 |

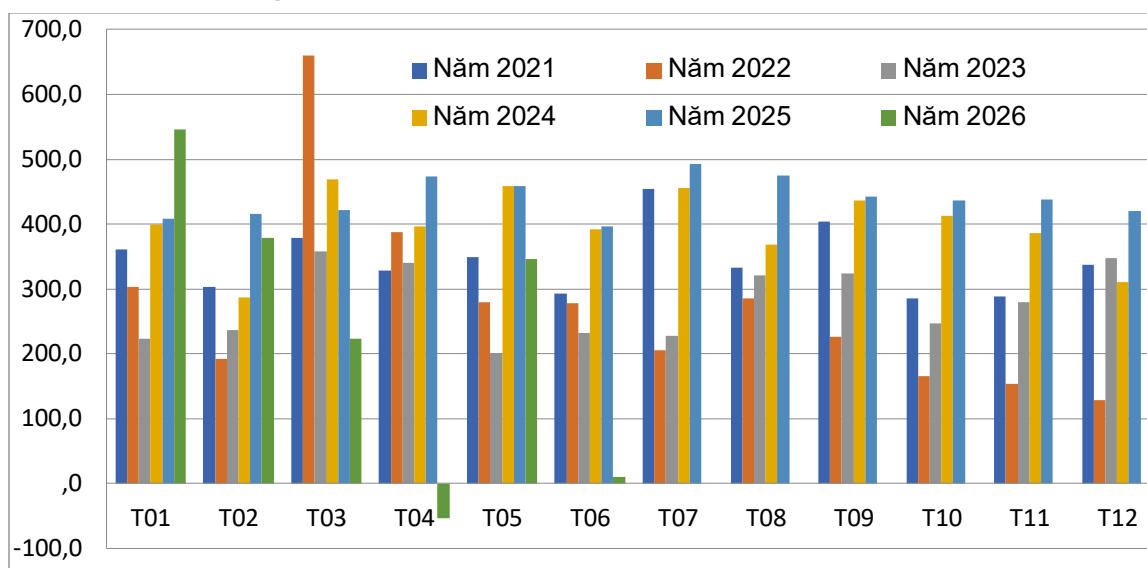
*Nguồn: Tính toán từ số liệu của Cục Hải quan*

### 1.3 Đánh giá cán cân thương mại Việt Nam - UAE

#### 1.3.1 Đánh giá cán cân thương mại Việt Nam – UAE qua các tháng giai đoạn năm 2021 - 2025

Giai đoạn năm 2021–2022, Việt Nam duy trì xuất siêu với UAE trong tất cả các tháng, song mức xuất siêu năm 2022 giảm rõ rệt so với năm 2021. Năm 2021, cán cân thương mại dao động từ 284,9–453,6 triệu USD/tháng; năm 2022 giảm mạnh, đặc biệt từ tháng 7 và xuống mức thấp nhất 127,9 triệu USD vào tháng 12.

**Biểu đồ 3: Cán cân thương mại theo tháng qua các năm giai đoạn 2021 – 2026 (ĐVT. Triệu USD)**



*Nguồn: Tính toán từ số liệu của Cục Hải quan*

Giai đoạn năm 2023–2025, cán cân thương mại phục hồi và tăng mạnh. Năm 2023, mức xuất siêu chủ yếu dưới 350 triệu USD/tháng; sang năm 2024, cán cân cải thiện rõ, với 11/12 tháng đạt trên 300 triệu USD. Năm 2025 là năm tích cực nhất, khi 12/12 tháng đều xuất siêu trên 390 triệu USD, trong đó tháng 7 đạt mức cao nhất 492,9 triệu USD.

Nhìn chung, năm 2024–2025 đánh dấu sự cải thiện rõ rệt cán cân thương mại Việt Nam – UAE, với mức xuất siêu cao nghiêng về Việt Nam và ổn định hơn so với năm 2022–2023.

### **1.3.2 Đánh giá cán cân thương mại Việt Nam – UAE tháng 6 và 6 tháng đầu năm 2026**

Theo số liệu thống kê của Cục Hải quan Việt Nam, tháng 6/2026, Việt Nam xuất khẩu sang UAE 537,14 triệu USD và nhập khẩu 526,64 triệu USD, qua đó xuất siêu 10,50 triệu USD. So với tháng 6/2025, xuất khẩu tăng 23,41% trong khi nhập khẩu tăng tới 1.282,8% khiến mức xuất siêu thu hẹp mạnh. Đáng chú ý, nhập khẩu tăng chủ yếu do nhóm hàng hóa khác đạt 502,81 triệu USD, chiếm 95,48% tổng nhập khẩu từ UAE, trong khi xuất khẩu vẫn tập trung vào điện thoại và sản phẩm điện tử.

Tính chung 6 tháng đầu năm 2026, Việt Nam xuất khẩu sang UAE 2,53 tỷ USD, nhập khẩu 1,07 tỷ USD, qua đó xuất siêu 1,46 tỷ USD. So với cùng kỳ năm 2025, xuất khẩu giảm 11,61% trong khi nhập khẩu tăng 273,63%. Tuy nhiên, do quy mô nhập khẩu vẫn thấp hơn đáng kể so với xuất khẩu, Việt Nam tiếp tục duy trì thặng dư thương mại lớn với UAE.

Cán cân thương mại 6 tháng đầu năm chủ yếu được hỗ trợ bởi đà tăng của xuất khẩu điện thoại và sản phẩm điện tử, trong khi nhập khẩu tăng đột biến ở nhóm hàng hóa khác. Riêng hai nhóm điện thoại và máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện chiếm 70,43% xuất khẩu, còn nhóm hàng hóa khác chiếm 86,54% nhập khẩu từ UAE.

Nhìn chung, 6 tháng đầu năm 2026 Việt Nam vẫn duy trì lợi thế xuất siêu lớn với UAE, đạt khoảng 1,46 tỷ USD; tuy nhiên, cán cân thương mại có dấu hiệu thu hẹp nhanh trong tháng 6 do nhập khẩu tăng đột biến. Đây là diễn biến



cần theo dõi trong các tháng tiếp theo, nhất là trong bối cảnh CEPA bắt đầu được thực thi từ tháng 2/2026. CEPA có hiệu lực làm 94,9% số dòng thuế của UAE đối với hàng hóa Việt Nam, trong đó 74,2% được xóa bỏ ngay khi Hiệp định có hiệu lực.

#### **1.4 Đánh giá tác động của CEPA tới xuất, nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam với UAE tháng 6 và 6 tháng năm 2026**

CEPA Việt Nam – UAE có hiệu lực từ tháng 2/2026 đã tạo điều kiện thuận lợi hơn cho thương mại hai chiều, nhưng chưa thể tách riêng và định lượng chính xác tác động của CEPA do thời gian thực thi mới được 5 tháng và hoạt động xuất nhập khẩu còn chịu ảnh hưởng của nhu cầu thị trường, đơn hàng và giá hàng hóa.

Đối với xuất khẩu, tháng 6/2026, Việt Nam xuất khẩu sang UAE đạt 537,14 triệu USD, tăng 8,73% so với tháng 5/2026, tăng 23,41% so với tháng 6/2025. Tính chung 6 tháng, xuất khẩu đạt 2,53 tỷ USD, giảm 11,61% so với cùng kỳ năm 2025. Tăng trưởng tập trung vào điện thoại các loại và linh kiện cùng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, chiếm 70,43% tổng xuất khẩu 6 tháng; trong khi nhiều nhóm hàng có tiềm năng hưởng lợi từ CEPA như giày dép, dệt may, rau quả, hạt điều và hạt tiêu lại giảm.

Đối với nhập khẩu, tháng 6/2026, Việt Nam nhập khẩu từ UAE đạt 526,64 triệu USD, tăng tới 257% so với tháng 5/2026 và tăng gấp 12,8 lần so với tháng 6/2025. Tính chung 6 tháng, nhập khẩu đạt 1,07 tỷ USD, tăng 273,63% so với cùng kỳ năm 2025. Tuy nhiên, mức tăng đột biến này chưa thể coi là tác động trực tiếp của CEPA, bởi riêng nhóm hàng hóa khác đạt 928,69 triệu USD, chiếm 86,54% tổng nhập khẩu và tăng gấp 29,5 lần so với cùng kỳ. Cần xác định cụ thể thành phần của nhóm này mới có thể đánh giá chính xác tác động của ưu đãi thuế quan.

Tác động đến cán cân thương mại bước đầu vẫn có lợi cho Việt Nam. Tháng 6/2026, Việt Nam chỉ xuất siêu 10,50 triệu USD, thấp hơn rất nhiều so với mức xuất siêu của các tháng đầu năm. Tuy nhiên, 6 tháng đầu năm Việt Nam vẫn xuất siêu 1,46 tỷ USD với UAE. Điều này cho thấy CEPA chưa làm

thay đổi vị thế xuất siêu của Việt Nam, nhưng khoảng cách xuất khẩu – nhập khẩu đã thu hẹp đáng kể trong tháng 6.

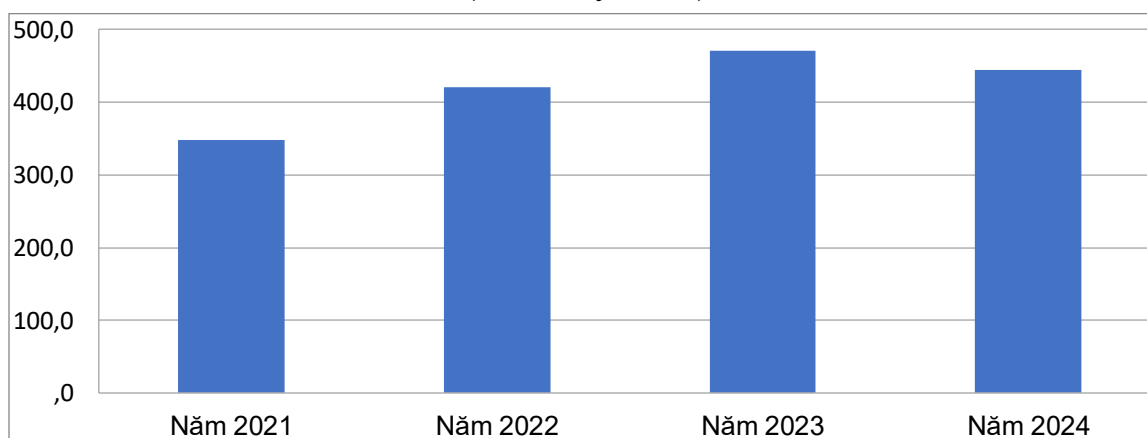
Đánh giá chung: Sau khi CEPA có hiệu lực, xuất khẩu của Việt Nam sang UAE duy trì đà tăng trong 6 tháng đầu năm, trong khi nhập khẩu tăng đột biến, đặc biệt trong tháng 6. CEPA đang mở rộng cơ hội tiếp cận thị trường thông qua cắt giảm thuế quan, nhưng hiệu quả thực tế phụ thuộc vào khả năng doanh nghiệp tận dụng ưu đãi, đáp ứng quy tắc xuất xứ, tiêu chuẩn kỹ thuật và Halal. 6 tháng cuối năm 2026 sẽ là giai đoạn quan trọng để đánh giá rõ hơn tác động thực chất của CEPA đối với quy mô và cơ cấu thương mại Việt Nam – UAE.

## 2. Nhập khẩu hàng hóa của UAE

### 2.1 Tình hình nhập khẩu hàng hóa của UAE và vị trí của Việt Nam

Tổng trị giá nhập khẩu hàng hóa của UAE tăng mạnh trong giai đoạn năm 2021–2023, từ 347,53 tỷ USD năm 2021 lên 420,49 tỷ USD năm 2022 và 470,54 tỷ USD năm 2023. Năm 2023 đạt mức cao nhất trong giai đoạn được xem xét. Sang năm 2024, nhập khẩu giảm 5,5% xuống 444,67 tỷ USD, nhưng vẫn cao hơn đáng kể năm 2021. Số liệu ITC cho thấy thị trường nhập khẩu của UAE có quy mô rất lớn và duy trì nhu cầu cao đối với hàng hóa từ các nguồn cung quốc tế.

**Biểu đồ 4: Trị giá nhập khẩu hàng hóa của UAE qua các năm 2021 - 2024**  
(ĐVT: Tỷ USD)



*Nguồn: Cục Hải quan*

### *Trung Quốc là đối thủ cạnh tranh lớn nhất của Việt Nam:*

Trung Quốc giữ vị trí số 1 trong nguồn cung hàng hóa cho UAE trong toàn bộ giai đoạn năm 2021–2024. Trị giá nhập khẩu từ Trung Quốc tăng từ 51,80 tỷ USD năm 2021 lên 83,98 tỷ USD năm 2024, tăng khoảng 62%. Trong khi tổng nhập khẩu của UAE năm 2024 đạt 444,67 tỷ USD, hàng Trung Quốc chiếm khoảng 18,9%. Khoảng cách giữa Trung Quốc và các nguồn cung còn lại rất lớn, cho thấy Trung Quốc đang giữ lợi thế cạnh tranh đặc biệt mạnh tại UAE.

Đối với Việt Nam, Trung Quốc là đối thủ cạnh tranh trực tiếp đáng chú ý nhất, nhất là ở các nhóm hàng điện tử, máy móc, thiết bị điện, hàng tiêu dùng, dệt may, giày dép và sản phẩm công nghiệp. Khả năng cung ứng với quy mô lớn, giá cạnh tranh và mạng lưới phân phối rộng giúp hàng Trung Quốc chiếm thị phần cao tại UAE.

### *Ấn Độ và Mỹ duy trì vị trí cạnh tranh cao với Việt Nam:*

Ấn Độ đứng thứ hai, với trị giá xuất khẩu vào UAE tăng từ 20,88 tỷ USD năm 2021 lên 33,11 tỷ USD năm 2024, chiếm khoảng 7,45% tổng nhập khẩu của UAE năm 2024. Ấn Độ có lợi thế tại UAE ở thực phẩm, nông sản, dệt may, hóa chất, sản phẩm công nghiệp và nhiều mặt hàng phục vụ cộng đồng người Ấn Độ rất lớn tại UAE.

Mỹ đứng thứ ba, tăng từ 16,88 tỷ USD năm 2021 lên 26,38 tỷ USD năm 2024, chiếm khoảng 5,93% nhập khẩu của UAE. Mỹ có thế mạnh ở máy móc, thiết bị, hàng công nghệ cao, phương tiện vận tải, sản phẩm hàng không và một số nhóm hàng công nghiệp có giá trị cao. Đây là đối thủ đáng chú ý của Việt Nam ở nhóm sản phẩm công nghệ và thiết bị.

### *Thổ Nhĩ Kỳ nổi lên nhanh trong các nguồn cung UAE*

Thổ Nhĩ Kỳ là một trong những thị trường có tốc độ mở rộng mạnh nhất. Trị giá nhập khẩu của UAE từ Thổ Nhĩ Kỳ tăng từ 9,58 tỷ USD năm 2021 lên 19,40 tỷ USD năm 2024, tăng gấp đôi; chiếm khoảng 4,36% năm 2024. Thổ Nhĩ Kỳ đứng thứ 4, vượt qua nhiều nhà cung cấp truyền thống.

Đây là đối thủ cần đặc biệt lưu ý đối với Việt Nam ở dệt may, giày dép, thực phẩm, đồ nội thất, kim loại và sản phẩm công nghiệp. Lợi thế về vị trí địa lý gần UAE, thời gian giao hàng ngắn và quan hệ thương mại thuận lợi giúp hàng Thổ Nhĩ Kỳ có sức cạnh tranh cao.

#### *Nhật Bản và nhóm nhà cung cấp châu Âu*

Nhật Bản duy trì vị trí thứ 5, với trị giá nhập khẩu tăng từ 10,86 tỷ USD năm 2021 lên 15,96 tỷ USD năm 2024. Nhật Bản có lợi thế chủ yếu ở phương tiện vận tải, máy móc, thiết bị điện tử và sản phẩm công nghiệp.

Các nguồn cung châu Âu như Đức, Thụy Sĩ, Italy và Pháp cũng tăng đáng kể. Riêng Đức tăng từ 8,30 tỷ USD năm 2021 lên 13,48 tỷ USD năm 2024; Thụy Sĩ tăng lên 13,01 tỷ USD và Italy đạt 12,02 tỷ USD. Nhóm này chủ yếu cạnh tranh ở các sản phẩm có chất lượng và giá trị gia tăng cao.

#### *Vị trí và sức cạnh tranh của Việt Nam*

Việt Nam tăng đáng kể quy mô cung cấp hàng hóa cho UAE. Trị giá nhập khẩu của UAE từ Việt Nam tăng từ 7,60 tỷ USD năm 2021 lên 7,47 tỷ USD năm 2022, 11,05 tỷ USD năm 2023 và 11,83 tỷ USD năm 2024. Riêng giai đoạn năm 2022–2024, trị giá tăng khoảng 58,4%. Năm 2024, Việt Nam đứng thứ 9 trong các thị trường cung cấp hàng hóa cho UAE, với thị phần khoảng 2,66%.

Đáng chú ý, Việt Nam đã vượt qua hoặc duy trì vị trí cạnh tranh với nhiều nguồn cung lớn như Anh, Pháp và Saudi Arabia về trị giá hàng hóa cung cấp cho UAE năm 2024. Tuy nhiên, khoảng cách với các nguồn cung dẫn đầu vẫn rất lớn: trị giá hàng hóa Trung Quốc vào UAE năm 2024 cao gấp 7 lần Việt Nam, Ấn Độ cao khoảng 1,8 lần và Mỹ cao khoảng 1,2 lần.

Nhập khẩu hàng hóa của UAE giai đoạn năm 2021–2025 duy trì quy mô rất lớn, nhưng cơ cấu nguồn cung có sự phân hóa rõ. Trung Quốc giữ vị trí áp đảo; Ấn Độ và Mỹ duy trì vị trí thứ hai và thứ ba; Thổ Nhĩ Kỳ tăng nhanh; trong khi Nhật Bản và các nước châu Âu giữ lợi thế ở nhóm hàng công nghệ, máy móc và sản phẩm có giá trị gia tăng cao.

**Bảng 4: Các thị trường cung cấp hàng hóa chủ yếu cho UAE  
giai đoạn năm 2021 - 2024**

(ĐVT: Tỷ USD)

| <b>Thị trường cung cấp</b> | <b>Năm 2021</b> | <b>Năm 2022</b> | <b>Năm 2023</b> | <b>Năm 2024</b> | <b>Thứ hạng năm 2024</b> |
|----------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------------------|
| Tổng nhập khẩu của UAE     | 347,53          | 420,49          | 470,54          | 444,67          | —                        |
| Trung Quốc                 | 51,80           | 67,22           | 77,42           | 83,98           | 1                        |
| Ấn Độ                      | 20,88           | 27,28           | 30,45           | 33,11           | 2                        |
| Mỹ                         | 16,88           | 21,42           | 26,87           | 26,38           | 3                        |
| Thổ Nhĩ Kỳ                 | 9,58            | 9,60            | 17,66           | 19,40           | 4                        |
| Nhật Bản                   | 10,86           | 12,01           | 15,17           | 15,96           | 5                        |
| Đức                        | 8,30            | 8,51            | 11,30           | 13,48           | 6                        |
| Thụy Sĩ                    | 5,35            | 6,08            | 11,21           | 13,01           | 7                        |
| Italy                      | 7,98            | 8,68            | 10,08           | 12,02           | 8                        |
| <b>Việt Nam</b>            | <b>7,60</b>     | <b>7,47</b>     | <b>11,05</b>    | <b>11,83</b>    | <b>9</b>                 |
| Guinea                     | 2,58            | 2,61            | 9,05            | 11,25           | 10                       |
| Anh                        | 5,37            | 7,72            | 8,82            | 10,87           | 11                       |
| Pháp                       | 6,09            | 7,06            | 8,58            | 10,57           | 12                       |
| Saudi Arabia               | 7,38            | 9,34            | 7,87            | 8,48            | 13                       |
| Nga                        | 3,71            | 8,19            | 6,45            | 7,05            | 14                       |
| Iraq                       | 2,70            | 3,53            | 5,65            | 6,88            | 15                       |

Nguồn: Tính toán từ số liệu của ITC

## **2.2 Đánh giá vị thế cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam so với các quốc gia xuất khẩu Halal**

Việt Nam có lợi thế về nguồn cung nhưng đang ở vị thế sau các nước đã phát triển hệ sinh thái Halal. Việt Nam có thế mạnh rõ ở gạo, cà phê, hạt điều, hồ tiêu, thủy sản, rau quả, thực phẩm chế biến và đồ uống; đây cũng là những nhóm hàng có khả năng đáp ứng nhu cầu Halal. Năm 2024, xuất khẩu hàng Halal của Việt Nam sang Trung Đông và châu Phi đạt gần 700 triệu USD, cho thấy dư địa thị trường đã hình thành nhưng quy mô vẫn còn khiêm tốn so với tiềm năng.

Malaysia đang có lợi thế cạnh tranh mạnh nhất về hệ thống Halal. Điểm mạnh của Malaysia không chỉ nằm ở sản phẩm mà ở thương hiệu chứng nhận, tiêu chuẩn, cơ quan quản lý và hệ thống phân phối Halal. Chứng nhận JAKIM của Malaysia được nhiều tổ chức Halal quốc tế công nhận, trong đó có UAE; đây là lợi thế lớn về mức độ tin cậy khi đưa hàng vào các thị trường Hồi giáo. Vì vậy, Việt Nam khó cạnh tranh với Malaysia nếu chỉ dựa vào giá; hướng phù hợp hơn là cạnh tranh bằng nguồn nguyên liệu, chất lượng sản phẩm, khả năng chế biến và giá thành.

Indonesia có lợi thế đặc biệt về quy mô thị trường và hệ thống quản lý Halal. Indonesia là thị trường Hồi giáo lớn và đã triển khai yêu cầu chứng nhận Halal bắt buộc đối với nhiều nhóm sản phẩm. Điều này khiến doanh nghiệp Indonesia có kinh nghiệm sâu hơn trong kiểm soát nguyên liệu, quy trình sản xuất và chứng nhận Halal. Đối với Việt Nam, Indonesia vừa là thị trường tiềm năng vừa là đối thủ cạnh tranh trực tiếp, nhất là đối với thực phẩm, đồ uống, gia vị và nông sản chế biến.

**Bảng 5: So sánh vị thế cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam  
so với các quốc gia xuất khẩu Halal**

| <b>Tiêu chí</b>            | <b>Việt Nam</b>   | <b>Thái Lan</b> | <b>Malaysia</b> | <b>Indonesia</b> | <b>Thổ Nhĩ Kỳ</b> |
|----------------------------|-------------------|-----------------|-----------------|------------------|-------------------|
| Nguồn cung nông sản        | Mạnh              | Mạnh            | Khá             | Mạnh             | Khá               |
| Thủy sản                   | Rất mạnh          | Rất mạnh        | Khá             | Mạnh             | Khá               |
| Gạo                        | Rất mạnh          | Rất mạnh        | Khá             | Mạnh             | Khá               |
| Thực phẩm chế biến         | Khá               | Rất mạnh        | Rất mạnh        | Mạnh             | Mạnh              |
| Hệ thống chứng nhận Halal  | Đang hoàn thiện   | Mạnh            | Rất mạnh        | Mạnh             | Mạnh              |
| Công nhận quốc tế về Halal | Hạn chế hơn       | Mạnh            | Rất mạnh        | Mạnh             | Mạnh              |
| Logistics tới UAE          | Bất lợi tương đối | Bất lợi vừa     | Khá             | Khá              | Rất thuận lợi     |
| Giá thành sản phẩm         | Cạnh tranh        | Cạnh            | Cao hơn         | Cạnh tranh       | Trung bình        |

| Tiêu chí           | Việt Nam        | Thái Lan   | Malaysia   | Indonesia  | Thổ Nhĩ Kỳ |
|--------------------|-----------------|------------|------------|------------|------------|
|                    |                 | tranh      |            |            |            |
| Hệ sinh thái Halal | Đang hình thành | Phát triển | Hoàn chỉnh | Phát triển | Phát triển |

Thái Lan có vị thế cạnh tranh cao nhờ đã hình thành ngành Halal xuất khẩu quy mô lớn. Trung tâm Thông tin Halal Thái Lan cho biết trị giá xuất khẩu sản phẩm Halal nước này đạt trên 200 tỷ baht/năm, tương đương khoảng 5–6% tổng trị giá xuất khẩu; các thị trường quan trọng gồm Indonesia, Malaysia và Trung Đông, trong đó UAE có nhu cầu lớn đối với thủy sản đông lạnh, gạo và thực phẩm chế biến của Thái Lan. Thái Lan còn có hệ thống chứng nhận xuất khẩu HL.2 và cơ chế xử lý hồ sơ nhanh, giúp giảm thời gian thông quan tại các thị trường Hồi giáo. Đây là đối thủ cạnh tranh trực tiếp nhất của Việt Nam trong nhóm gạo, thủy sản, thực phẩm chế biến và đồ uống.

Thổ Nhĩ Kỳ có ưu thế lớn về vị trí địa lý và khả năng tiếp cận thị trường Trung Đông. Khoảng cách vận chuyển ngắn hơn Việt Nam giúp hàng Thổ Nhĩ Kỳ có lợi thế về thời gian giao hàng và chi phí logistics, đặc biệt với thực phẩm, nông sản chế biến và hàng tiêu dùng. Đây là lợi thế mà Việt Nam khó bù đắp hoàn toàn bằng giá.

#### *Đánh giá đối với UAE*

Tại UAE, Việt Nam có khả năng cạnh tranh tốt nhất ở nhóm nông sản, thủy sản, gạo, cà phê, hạt điều, hồ tiêu và thực phẩm chế biến. Đây là những sản phẩm Việt Nam có nguồn cung lớn, kinh nghiệm xuất khẩu và lợi thế về giá. Tuy nhiên, lợi thế này chỉ chuyển thành thị phần khi doanh nghiệp đáp ứng được chứng nhận Halal được UAE chấp nhận, truy xuất nguồn gốc và kiểm soát toàn bộ chuỗi nguyên liệu – sản xuất – vận chuyển. Việt Nam hiện vẫn gặp hạn chế do hệ thống chứng nhận còn phân tán và chưa được các tổ chức Halal lớn như JAKIM, MUI và MUIS công nhận rộng rãi.

Điểm yếu lớn nhất của Việt Nam hiện nay không phải là năng lực sản xuất mà là năng lực chứng minh sản phẩm Halal. Việt Nam đã ban hành các

tiêu chuẩn quốc gia về Halal và thành lập Trung tâm Chứng nhận Halal Quốc gia, nhưng hệ thống vẫn đang trong quá trình hoàn thiện năng lực và mở rộng công nhận quốc tế.

Vì vậy, xét về vị thế cạnh tranh, có thể xếp Việt Nam sau Malaysia, Thái Lan và Indonesia về năng lực hệ sinh thái Halal; nhưng Việt Nam có lợi thế cạnh tranh đáng kể về nguồn nguyên liệu, năng lực sản xuất và giá thành. Với UAE, CEPA tạo thêm lợi thế về thuế quan, nhưng không thay thế yêu cầu Halal. Do đó, để tăng thị phần, trọng tâm của Việt Nam phải chuyển từ “có sản phẩm phù hợp” sang “có sản phẩm được chứng nhận Halal và được thị trường UAE tin cậy”. Đây là khoảng cách cạnh tranh lớn nhất cần được khắc phục.

### **3. Chính sách, quy định và tiến trình thực thi CEPA Việt Nam – UAE**

CEPA Việt Nam – UAE được ký ngày 28/10/2024 và chính thức có hiệu lực từ ngày 03/02/2026. Hiệp định gồm 18 chương, 15 phụ lục và 2 thư song phương, bao quát thương mại hàng hóa, quy tắc xuất xứ, TBT, SPS, hải quan, phòng vệ thương mại, dịch vụ, đầu tư và mua sắm chính phủ.

#### **3.1. Thuế quan- lợi ích lớn nhất nhưng phải đáp ứng điều kiện xuất xứ**

CEPA cam kết xóa bỏ hoặc cắt giảm thuế quan đối với hơn 90% số dòng thuế, trong đó UAE dành ưu đãi cho khoảng 95% trị giá hàng hóa nhập khẩu từ Việt Nam. Đây là lợi thế đáng kể cho hàng Việt Nam tại UAE, nhất là các nhóm hàng có mức thuế MFN tương đối cao.

Tuy nhiên, thuế suất CEPA không tự động được áp dụng. Hàng hóa phải đáp ứng quy tắc xuất xứ của hiệp định và có chứng từ chứng minh xuất xứ hợp lệ. Vì vậy, lợi ích thực tế của CEPA phụ thuộc trực tiếp vào khả năng doanh nghiệp đáp ứng xuất xứ và hoàn thiện hồ sơ.

#### **3.2. Quy tắc xuất xứ: điều kiện quan trọng nhất để hưởng ưu đãi**

Việt Nam đã ban hành Thông tư 24/2026/TT-BCT ngày 05/05/2026 quy định quy tắc xuất xứ thực hiện CEPA. Thông tư quy định nguyên tắc xác định xuất xứ, quy tắc cụ thể đối với từng sản phẩm, mẫu C/O và cơ chế dành cho



nhà xuất khẩu đủ điều kiện.

Đáng chú ý, cơ quan Hải quan chấp nhận chứng từ xuất xứ theo Thông tư 24 đối với tờ khai nhập khẩu đăng ký từ ngày 03/02/2026; C/O có thể được cấp hồi tố cho hàng xuất khẩu từ ngày CEPA có hiệu lực.

Tác động thực tế: doanh nghiệp cần kiểm soát chặt nguồn nguyên liệu, tỷ lệ nguyên liệu có xuất xứ và hồ sơ sản xuất. Đây là khâu có thể quyết định hàng hóa có thực sự được hưởng ưu đãi CEPA hay không.

### **3.3. Quy định kỹ thuật và SPS vẫn là rào cản chính**

CEPA có các chương về TBT và SPS, tạo khuôn khổ minh bạch hơn cho tiêu chuẩn kỹ thuật, an toàn thực phẩm, kiểm dịch động thực vật và thủ tục đánh giá sự phù hợp. Tuy nhiên, CEPA không xóa bỏ các tiêu chuẩn kỹ thuật của UAE. Doanh nghiệp vẫn phải đáp ứng quy định của UAE đối với từng sản phẩm.

Đối với thực phẩm, đồ uống, nông sản chế biến, thủy sản, mỹ phẩm và các sản phẩm có thành phần động vật, Halal là yêu cầu cần đặc biệt lưu ý. Với thịt, gia cầm và sản phẩm từ thịt nhập khẩu, UAE yêu cầu chứng nhận Halal từ tổ chức được cơ quan có thẩm quyền của UAE công nhận. Một số nhóm thực phẩm, thực phẩm bổ sung và mỹ phẩm có thành phần nguồn gốc động vật cũng chịu yêu cầu liên quan đến Halal.

Như vậy, giảm thuế không đồng nghĩa giảm yêu cầu kỹ thuật. Đây sẽ là rào cản lớn đối với doanh nghiệp Việt Nam chưa có hệ thống quản lý Halal, truy xuất nguồn gốc và kiểm soát nguyên liệu phù hợp.

### **3.4. Hải quan và thủ tục thương mại**

CEPA đưa ra khuôn khổ về hải quan và tạo thuận lợi thương mại, hướng tới minh bạch hóa thủ tục và giảm chi phí giao dịch. Tuy nhiên, doanh nghiệp vẫn phải thực hiện đầy đủ thủ tục nhập khẩu của UAE, bao gồm khai báo hải quan, chứng từ xuất xứ, hóa đơn, vận tải và các giấy phép hoặc chứng nhận chuyên ngành nếu mặt hàng thuộc diện quản lý.

Do đó, rào cản sau CEPA chuyển mạnh từ thuế quan sang tuân thủ quy

định. Doanh nghiệp có sản phẩm cạnh tranh về giá nhưng hồ sơ không đầy đủ vẫn có nguy cơ không được hưởng ưu đãi hoặc bị chậm thông quan.

### **3.5. Thuế quan của Việt Nam đối với hàng UAE cũng đã được triển khai**

Về phía Việt Nam, Nghị định 143/2026/NĐ-CP ngày 05/05/2026 ban hành Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt để thực hiện CEPA trong giai đoạn 2026–2027, cùng điều kiện áp dụng mức thuế ưu đãi.

Như vậy, đến giữa năm 2026, cả hai phía đã bắt đầu xây dựng và ban hành các văn bản nội luật cần thiết để thực thi cam kết thuế quan và xuất xứ.

**Bảng 6: Tóm tắt Tiến trình thực thi CEPA đến tháng 8/2026**

| Thời điểm        | Nội dung chính                                                                                                                         |
|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 28/10/2024       | Việt Nam và UAE ký CEPA                                                                                                                |
| 03/02/2026       | CEPA chính thức có hiệu lực                                                                                                            |
| 05/05/2026       | Việt Nam ban hành Thông tư 24/2026/TT-BCT về quy tắc xuất xứ                                                                           |
| 05/05/2026       | Việt Nam ban hành Nghị định 143/2026/NĐ-CP về biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt 2026–2027                                            |
| Từ 03/02/2026    | C/O theo CEPA được sử dụng để xem xét hưởng thuế ưu đãi đối với các tờ khai đủ điều kiện                                               |
| Đến tháng 8/2026 | CEPA đã bước sang giai đoạn thực thi thực tế, trọng tâm chuyển sang tận dụng ưu đãi thuế, chứng minh xuất xứ và đáp ứng tiêu chuẩn UAE |

### **3.6. Quy định và hệ thống chứng nhận Halal của UAE**

UAE áp dụng hệ thống kiểm soát sản phẩm Halal trên cơ sở Quyết định số 10 năm 2014 của Nội các và hệ thống tiêu chuẩn quốc gia về Halal. Cơ quan đầu mối là MoIAT, chịu trách nhiệm quản lý hệ thống, đăng ký các tổ chức chứng nhận Halal và cấp Halal National Mark.

Rào cản Halal tại UAE hiện không nằm chủ yếu ở việc UAE thiếu quy định mà ở yêu cầu doanh nghiệp phải chứng minh sự phù hợp một cách có hệ thống. Đối với Việt Nam, ba điểm cần khắc phục nhanh là nâng số lượng tổ

chức chứng nhận Halal được UAE công nhận, chuẩn hóa truy xuất nguồn gốc nguyên liệu và kiểm soát Halal xuyên suốt chuỗi sản xuất.

Đáng chú ý, hệ thống của UAE hiện có nhiều tổ chức chứng nhận Halal nước ngoài đã được đăng ký, trong đó danh sách MoIAT cập nhật tháng 7/2026 cho thấy có các tổ chức từ Trung Quốc, Ấn Độ, Australia, New Zealand, Anh, Mỹ, Italy và nhiều nước khác. Điều này tạo áp lực cạnh tranh trực tiếp đối với doanh nghiệp Việt Nam: đối thủ không chỉ có sản phẩm Halal mà còn có hệ thống chứng nhận và truy xuất đã được thị trường UAE chấp nhận.

### 3.6.1. Các tiêu chuẩn Halal chủ yếu

Đây là hệ thống tiêu chuẩn mà doanh nghiệp cần đối chiếu tùy theo từng nhóm sản phẩm; không phải mọi mặt hàng đều chịu cùng một yêu cầu Halal.

UAE hiện sử dụng một số tiêu chuẩn quan trọng:

**Bảng 7: Các tiêu chuẩn Halal chủ yếu**

| <b>Tiêu chuẩn</b> | <b>Nội dung</b>                                            |
|-------------------|------------------------------------------------------------|
| UAE.S 2055-1      | Yêu cầu chung đối với thực phẩm Halal                      |
| UAE.S 2055-2      | Yêu cầu đối với tổ chức chứng nhận Halal                   |
| UAE.S 993         | Yêu cầu giết mổ động vật theo quy định Hồi giáo            |
| UAE.S GSO 713     | Yêu cầu vệ sinh đối với cơ sở giết mổ, chế biến gia cầm    |
| UAE.S GSO 21      | Yêu cầu vệ sinh đối với cơ sở sản xuất thực phẩm           |
| UAE.S GSO 9       | Ghi nhãn thực phẩm đóng gói sẵn                            |
| UAE.S 2055-4      | Yêu cầu đối với mỹ phẩm và sản phẩm chăm sóc cá nhân Halal |

### 3.6.2. Chứng nhận Halal và Halal National Mark

Halal National Mark là dấu chứng nhận quốc gia của UAE do MoIAT quản lý. Theo MoIAT, việc sử dụng Halal National Mark là tự nguyện, nhưng sản phẩm, dịch vụ hoặc hệ thống sản xuất muốn sử dụng dấu này để chứng minh sự phù hợp với yêu cầu Sharia phải được chứng nhận theo hệ thống của UAE.

Điểm cần lưu ý đối với doanh nghiệp Việt Nam là không nên hiểu “Halal National Mark tự nguyện” đồng nghĩa với việc hàng hóa thuộc diện yêu cầu

Halal có thể xuất khẩu mà không cần chứng nhận. Đối với từng sản phẩm, doanh nghiệp phải xác định yêu cầu nhập khẩu chuyên ngành của UAE và yêu cầu của nhà nhập khẩu. Đặc biệt, các sản phẩm có nguồn gốc động vật và thực phẩm có thành phần cần kiểm soát Halal phải đáp ứng yêu cầu tương ứng.

### **3.6.3. Tổ chức chứng nhận Halal nước ngoài phải được UAE công nhận**

Đây là điểm quan trọng nhất đối với doanh nghiệp Việt Nam.

UAE không mặc nhiên chấp nhận mọi chứng nhận Halal do tổ chức nước ngoài cấp. MoIAT có hệ thống Registered Halal Certification Bodies, trong đó ghi rõ quốc gia, tổ chức chứng nhận, thời hạn hiệu lực và trạng thái hoạt động. Chỉ các tổ chức đáp ứng yêu cầu và được đăng ký mới có chứng nhận được UAE chính thức công nhận trong hệ thống này.

Để được đăng ký, tổ chức chứng nhận phải có giấy phép hoạt động hợp lệ và chứng chỉ công nhận còn hiệu lực, kèm phạm vi công nhận, từ một tổ chức công nhận được MoIAT chấp thuận.

MoIAT hiện công nhận nhiều tổ chức công nhận, trong đó có ENAS của UAE, EIAC, GAC, UKAS, ACCREDIA, ENAC, A2LA, JAS-ANZ, KAB và một số tổ chức khác.

Vì vậy, doanh nghiệp Việt Nam cần kiểm tra tổ chức cấp chứng nhận Halal trước khi ký hợp đồng, thay vì chỉ kiểm tra xem tổ chức đó có phải là tổ chức Halal hay không. Điều quyết định là chứng nhận của tổ chức đó có được UAE công nhận và còn hiệu lực hay không.

### **3.6.4. Yêu cầu về truy xuất nguồn gốc**

Halal của UAE không chỉ kiểm tra sản phẩm cuối cùng mà hướng tới toàn bộ chuỗi cung ứng. MoIAT mô tả Halal National Mark là cơ chế kiểm chứng sự phù hợp của toàn bộ chuỗi cung ứng sản phẩm Halal với yêu cầu Sharia và hệ thống chất lượng.

Do đó, doanh nghiệp Việt Nam cần kiểm soát được:

Nguyên liệu → Phụ gia → Quá trình sản xuất → Vệ sinh và tách biệt → Đóng gói → L kho → Vận chuyển → Sản phẩm cuối cùng.

Đối với nguyên liệu có nguồn gốc động vật, vấn đề chứng minh nguồn gốc Halal đặc biệt quan trọng. Doanh nghiệp nên lưu hồ sơ nhà cung cấp, chứng nhận Halal của nguyên liệu, lô sản xuất, quy trình vệ sinh, hồ sơ kiểm soát nhiễm chéo và hồ sơ xuất hàng để phục vụ kiểm tra.

### 3.6.5. Yêu cầu về ghi nhãn

Đối với thực phẩm đóng gói sẵn, UAE áp dụng UAE.S GSO 9 về ghi nhãn thực phẩm đóng gói sẵn. Vì vậy, doanh nghiệp phải bảo đảm thông tin trên nhãn đáp ứng quy định của UAE và phù hợp với hồ sơ sản phẩm.

Đặc biệt, không được sử dụng tuyên bố hoặc dấu Halal trên nhãn khi không có cơ sở chứng nhận phù hợp. Với các sản phẩm sử dụng nguyên liệu, phụ gia hoặc thành phần có nguy cơ không phù hợp Halal, doanh nghiệp phải kiểm soát và chứng minh nguồn gốc trước khi đưa ra thị trường.

### 3.6.6 Kiểm định và đánh giá sự phù hợp

Quá trình chứng nhận không chỉ dựa vào hồ sơ. MoIAT yêu cầu các quy trình đánh giá sự phù hợp; đối với việc cấp giấy phép sử dụng các dấu hợp chuẩn quốc gia, hồ sơ có thể bao gồm báo cáo thử nghiệm từ phòng thử nghiệm được công nhận, cùng với đánh giá tại cơ sở.

Điều này có nghĩa doanh nghiệp cần chuẩn bị đồng thời hồ sơ pháp lý, hồ sơ nguyên liệu, quy trình sản xuất và bằng chứng kiểm nghiệm, thay vì chỉ xin một giấy chứng nhận Halal cho sản phẩm cuối cùng.

**Bảng 8: Những yêu cầu doanh nghiệp Việt Nam cần đặc biệt lưu ý**

| <b>Nội dung</b>    | <b>Yêu cầu đối với doanh nghiệp</b>                            |
|--------------------|----------------------------------------------------------------|
| Chứng nhận Halal   | Sử dụng tổ chức chứng nhận được UAE công nhận                  |
| Tổ chức chứng nhận | Kiểm tra trạng thái Active trên danh sách MoIAT                |
| Nguyên liệu        | Kiểm soát nguồn gốc và tình trạng Halal                        |
| Sản xuất           | Kiểm soát nhiễm chéo, vệ sinh và phân tách phù hợp             |
| Truy xuất          | Có hồ sơ từ nguyên liệu đến lô hàng xuất khẩu                  |
| Ghi nhãn           | Tuân thủ quy định ghi nhãn của UAE; chỉ sử dụng tuyên bố Halal |

| <b>Nội dung</b>     | <b>Yêu cầu đối với doanh nghiệp</b>                     |
|---------------------|---------------------------------------------------------|
|                     | khi đủ căn cứ                                           |
| Kiểm nghiệm         | Thực hiện theo yêu cầu của từng nhóm sản phẩm           |
| Giết mổ             | Tuân thủ UAE.S 993 và yêu cầu đối với cơ sở giết mổ     |
| Mỹ phẩm             | Lưu ý riêng UAE.S 2055-4                                |
| Hiệu lực chứng nhận | Theo dõi thời hạn và phạm vi chứng nhận của tổ chức cấp |

#### **4. Đánh giá triển vọng xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa Việt Nam – UAE**

*Xuất khẩu:* Trong thời gian tới, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang UAE có triển vọng tăng, nhờ CEPA đã có hiệu lực từ ngày 03/02/2026, mở rộng ưu đãi thuế quan và tạo điều kiện thuận lợi hơn cho hàng Việt Nam tiếp cận thị trường UAE. Thương mại hai chiều Việt Nam – UAE đã tăng mạnh, đạt khoảng 6,55 tỷ USD năm 2025, tạo nền tảng cho tăng trưởng tiếp theo.

Các nhóm hàng có triển vọng tốt gồm điện thoại và linh kiện, máy vi tính và sản phẩm điện tử, giày dép, dệt may, nông sản, thủy sản và thực phẩm chế biến. UAE đồng thời là trung tâm logistics và tái xuất lớn của khu vực, tạo thêm khả năng để hàng Việt Nam tiếp cận các thị trường Trung Đông và Bắc Phi.

*Nhập khẩu:* Nhập khẩu hàng hóa từ UAE cũng có xu hướng tăng, nhất là nguyên liệu và sản phẩm phục vụ sản xuất như chất dẻo nguyên liệu, sản phẩm dầu mỏ, khí đốt hóa lỏng, kim loại và hóa chất. CEPA giúp giảm thuế và tạo điều kiện thuận lợi hơn cho doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận nguồn nguyên liệu, năng lượng và hàng hóa trung gian từ UAE. UAE cũng đang đẩy mạnh thương mại phi dầu mỏ; riêng 6 tháng đầu năm 2026, thương mại phi dầu mỏ với các đối tác đã thực thi CEPA đạt 304,3 tỷ AED.

*Cán cân thương mại:* Việt Nam nhiều khả năng tiếp tục duy trì xuất siêu với UAE, nhưng mức xuất siêu có thể thu hẹp nếu nhập khẩu nguyên liệu, năng lượng và hàng hóa trung gian từ UAE tăng nhanh sau khi CEPA được thực thi. Đây là xu hướng tích cực nếu nhập khẩu phục vụ sản xuất, góp phần giảm chi phí đầu vào và nâng cao năng lực xuất khẩu.

*Đánh giá chung:* Giai đoạn năm 2026–2030, CEPA sẽ là động lực quan trọng thúc đẩy thương mại Việt Nam – UAE. Tuy nhiên, tăng trưởng xuất khẩu sẽ không chỉ phụ thuộc vào ưu đãi thuế mà còn phụ thuộc vào khả năng đáp ứng quy tắc xuất xứ, tiêu chuẩn kỹ thuật, truy xuất nguồn gốc và yêu cầu Halal của UAE. Việt Nam cần chuyển từ khai thác lợi thế giá sang nâng cao chất lượng, chế biến sâu và xây dựng hệ thống chứng nhận Halal để mở rộng thị phần bền vững.

## KẾT LUẬN

CEPA Việt Nam – UAE có hiệu lực từ ngày 03/02/2026 tạo bước chuyển quan trọng trong quan hệ thương mại song phương, mở rộng đáng kể cơ hội tiếp cận thị trường UAE cho hàng hóa Việt Nam thông qua ưu đãi thuế quan và thuận lợi hóa thương mại. UAE đồng thời là trung tâm thương mại, logistics và tái xuất của khu vực Trung Đông, tạo điều kiện để doanh nghiệp Việt Nam mở rộng thị trường sang các quốc gia trong khu vực.

Việt Nam đang có vị thế xuất siêu rõ rệt trong quan hệ thương mại với UAE, với xuất khẩu duy trì ở mức cao trong những năm gần đây. Tuy nhiên, cơ cấu xuất khẩu còn tập trung lớn vào điện thoại, linh kiện và một số sản phẩm công nghiệp; các nhóm hàng có tiềm năng như nông sản, thực phẩm chế biến, thủy sản và sản phẩm Halal chưa chiếm tỷ trọng tương xứng. Đây vừa là hạn chế về mức độ đa dạng hóa, vừa là dư địa để mở rộng xuất khẩu trong thời gian tới.

Lợi thế lớn nhất của Việt Nam là năng lực sản xuất, nguồn cung nguyên liệu phong phú và khả năng cạnh tranh về giá, đặc biệt đối với nông sản, thủy sản, thực phẩm chế biến, dệt may, giày dép và một số sản phẩm công nghiệp. Tuy nhiên, Việt Nam phải cạnh tranh với các nhà cung cấp lớn như Trung Quốc, Ấn Độ, Thái Lan, Malaysia, Indonesia và Thổ Nhĩ Kỳ, trong khi mức độ nhận diện thương hiệu và hệ thống chứng nhận Halal của Việt Nam còn hạn chế.

Thách thức trọng tâm trong giai đoạn thực thi CEPA là khả năng đáp ứng các điều kiện tiếp cận thị trường UAE. Bên cạnh quy tắc xuất xứ để được hưởng ưu đãi thuế quan, doanh nghiệp phải đáp ứng yêu cầu về tiêu chuẩn kỹ thuật, an toàn thực phẩm, SPS, truy xuất nguồn gốc, ghi nhãn và chứng nhận Halal. Vì vậy, ưu đãi thuế từ CEPA chỉ thực sự tạo lợi thế cạnh tranh khi doanh nghiệp có khả năng chuyển hóa thành sản phẩm đạt chuẩn và được thị trường chấp nhận.

Trong giai đoạn năm 2026–2030, triển vọng thương mại Việt Nam – UAE được đánh giá tích cực. Việt Nam có khả năng tiếp tục duy trì xuất siêu,



đồng thời mở rộng xuất khẩu các nhóm hàng nông sản, thực phẩm, thủy sản và sản phẩm Halal. Để tận dụng hiệu quả CEPA, cần tập trung vào đa dạng hóa sản phẩm, nâng tỷ lệ chế biến sâu, chuẩn hóa chứng nhận Halal, tăng khả năng truy xuất nguồn gốc và xây dựng thương hiệu tại UAE. Đây là những yếu tố quyết định việc Việt Nam có thể chuyển lợi thế từ CEPA thành tăng trưởng xuất khẩu thực chất, bền vững và nâng cao vị thế trên thị trường UAE.

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

Cục Hải quan Việt Nam – số liệu xuất nhập khẩu Việt Nam – UAE.

ITC – Trade Map – số liệu nhập khẩu của UAE và thị phần các nước cung cấp.

UAE Ministry of Economy & Tourism – thông tin và tiến trình thực thi CEPA.

Bộ Công Thương Việt Nam – văn bản, quy tắc xuất xứ và biểu thuế thực thi CEPA.

UAE Ministry of Industry and Advanced Technology (MoIAT) – quy định, tiêu chuẩn và hệ thống Halal.

MoIAT – Registered Halal Certification Bodies – danh sách tổ chức chứng nhận Halal được UAE công nhận.

WTO – chính sách thương mại và các cam kết của UAE.

Reuters – thông tin đối chiếu về CEPA và quan hệ thương mại Việt Nam – UAE.

**Phụ trách theo dõi nhiệm vụ**

**Người thực hiện**

**Đặng Thanh Hằng**

**Đỗ Hồng Nhuận**