

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



BÀI VIẾT THÁNG 4/2026

Quan hệ thương mại Việt Nam - Indonesia trong quý I/2026: Tăng trưởng tích cực nhưng nhập siêu vẫn ở mức cao

Thuộc nhiệm vụ:

Truyền thông về các chính sách, giải pháp, hoạt động nhằm phát triển xuất nhập khẩu và công tác hội nhập, tận dụng cam kết quốc tế trên các bản tin và trang thông tin điện tử của Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại.

Hà Nội, 2026

Quan hệ thương mại Việt Nam - Indonesia trong quý I/2026: Tăng trưởng tích cực nhưng nhập siêu vẫn ở mức cao

Trong tháng 3 và 3 tháng đầu năm 2026, quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Indonesia tiếp tục ghi nhận nhiều điểm sáng về tăng trưởng, đặc biệt ở hoạt động xuất khẩu. Tuy nhiên, cán cân thương mại vẫn nghiêng về phía nhập siêu của Việt Nam, cho thấy sự phụ thuộc tương đối lớn vào nguồn cung nguyên liệu từ Indonesia.

Theo tính toán từ số liệu của Cục Hải quan Việt Nam, trong tháng 3/2026, Việt Nam nhập siêu 600,65 triệu USD từ Indonesia, tăng 25,45% so với tháng trước. Diễn biến này cho thấy áp lực nhập siêu gia tăng trong ngắn hạn, chủ yếu xuất phát từ nhu cầu nhập khẩu nguyên liệu và hàng hóa phục vụ sản xuất trong nước tăng mạnh. Tuy nhiên, nếu so với cùng kỳ tháng 3/2025, mức thâm hụt này đã giảm 10,34%.

Tính chung 3 tháng đầu năm 2026, Việt Nam nhập siêu từ Indonesia khoảng 1,6 tỷ USD, tăng 9,46% so với cùng kỳ năm trước. Cán cân thương mại vẫn nghiêng rõ rệt về phía nhập siêu, đặc biệt trong các nhóm hàng nguyên liệu đầu vào như than đá, kim loại và một số sản phẩm công nghiệp cơ bản. Tuy nhiên, việc tốc độ gia tăng nhập siêu không quá cao, cùng với xu hướng cải thiện theo từng tháng là những tín hiệu cho thấy cán cân thương mại song phương đang dần ổn định hơn.

Ở chiều xuất khẩu, Việt Nam ghi nhận kết quả tăng trưởng khá tích cực. Trong tháng 3/2026, kim ngạch xuất khẩu sang Indonesia đạt 559,03 triệu USD, tăng mạnh 37,51% so với tháng trước và tăng 25,99% so với cùng kỳ năm 2025. Lũy kế 3 tháng đầu năm 2026, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Indonesia đạt khoảng 1,5 tỷ USD, tăng 4,61% so với cùng kỳ năm trước. Tuy nhiên, tỷ trọng của thị trường này trong tổng kim ngạch xuất khẩu lại giảm từ 1,35% xuống còn 1,18%, nằm trong nhóm các đối tác có tỷ trọng thấp, thấp hơn nhiều so với các thị trường chủ lực như Hoa Kỳ, Trung Quốc hay Liên minh châu Âu.

Xét về cơ cấu mặt hàng, xuất khẩu của Việt Nam sang Indonesia trong tháng 3/2026 và quý I/2026 khá đa dạng, trong đó nổi bật là một số nhóm hàng chủ lực. Đáng chú ý, nhóm sắt thép các loại dẫn đầu với kim ngạch đạt 95,33 triệu USD trong tháng 3, tăng đột biến 191,63% so với tháng trước và 221,18% so với cùng kỳ. Nhóm hàng dệt may cũng duy trì tăng trưởng tích cực, đạt 55,43 triệu USD trong tháng 3, tăng 40,14% so với tháng trước và 34,57% so với cùng kỳ.

Tính chung 3 tháng đầu năm 2026, cơ cấu xuất khẩu có xu hướng ổn định hơn, với sắt thép chiếm tỷ trọng cao nhất (chiếm 10,82%), tiếp đến là hàng dệt may (9,91%). Các nhóm hàng khác như nguyên phụ liệu dệt may, máy móc thiết bị và điện thoại, linh kiện cũng duy trì tỷ trọng đáng kể, góp phần tạo nên sự đa dạng trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu.

Theo số liệu từ Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), trong tháng 2/2026, Indonesia nhập khẩu từ Việt Nam đạt 551,65 triệu USD, tăng 11,81% so với tháng trước và tăng 29,63% so với cùng kỳ năm trước. Lũy kế hai tháng đầu năm, Việt Nam là đối tác cung ứng hàng hóa lớn thứ 9 của Indonesia với kim ngạch đạt 1,05 tỷ USD, tăng 11,36%. Tuy nhiên, tỷ trọng chỉ đạt 2,48%, giảm nhẹ so với 2,55% của cùng kỳ năm trước, cho thấy thị phần của Việt Nam vẫn còn khiêm tốn.

Đáng chú ý, Việt Nam phải đối mặt với sự cạnh tranh rất lớn từ các đối tác chủ chốt tại Indonesia như Trung Quốc (chiếm 37,88% tổng nhập khẩu), Singapore (7,88%) và Nhật Bản (4,75%). So với các đối thủ này, quy mô xuất khẩu của Việt Nam còn khá khiêm tốn, song vẫn có lợi thế về chi phí và vị trí địa lý trong khu vực ASEAN.

Ở chiều ngược lại, nhập khẩu của Việt Nam từ Indonesia tiếp tục duy trì quy mô lớn. Trong tháng 3/2026, kim ngạch nhập khẩu đạt khoảng 1,2 tỷ USD, tăng mạnh 30,99% so với tháng trước và tăng nhẹ 4,14% so với cùng kỳ năm trước. Lũy kế 3 tháng đầu năm, kim ngạch đạt trên 3,02 tỷ USD, tăng 7,07%, khẳng định Indonesia là một trong những nguồn cung quan trọng đối với Việt Nam.

Tuy nhiên, nếu so sánh với tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ thế giới, tốc độ tăng nhập khẩu từ Indonesia vẫn thấp hơn, khiến tỷ trọng của thị trường này giảm từ 2,83% xuống còn 2,38%. Về vị thế, Indonesia hiện ở mức trung bình trong các đối tác cung ứng cho Việt Nam, đứng sau các thị trường lớn như Trung Quốc, Hàn Quốc và Đài Loan.

Xét về cơ cấu nhập khẩu, than đá tiếp tục là mặt hàng chủ lực với kim ngạch 597,34 triệu USD trong 3 tháng, chiếm khoảng 19,8% tổng nhập khẩu từ Indonesia. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng của nhóm này chỉ đạt 3,15%, cho thấy nhu cầu ổn định. Ngược lại, nhóm sắt thép tăng mạnh 39,89%, nâng tỷ trọng lên 17,26%.

Đáng chú ý, nhóm ô tô nguyên chiếc ghi nhận mức tăng trưởng ấn tượng, đạt 322,28 triệu USD trong 3 tháng, tăng 24,51%. Các nhóm kim loại thường khác và hóa chất cũng tăng trưởng tích cực. Ở chiều ngược lại, một số mặt hàng như thủy sản, giấy và đặc biệt là máy vi tính, điện tử, linh kiện giảm mạnh, trong đó nhóm điện tử giảm tới 55,57%.

Với kết quả này, có thể thấy quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Indonesia trong quý I/2026 tiếp tục phát triển theo hướng mở rộng về quy mô, nhưng vẫn tồn tại sự mất cân đối khi Việt Nam duy trì trạng thái nhập siêu. Trong bối cảnh đó, việc nâng cao năng lực xuất khẩu, đa dạng hóa mặt hàng và tận dụng lợi thế khu vực sẽ là yếu tố để Việt Nam từng bước cải thiện cán cân thương mại và nâng cao vị thế tại thị trường Indonesia trong thời gian tới.

NỘI DUNG CHÍNH

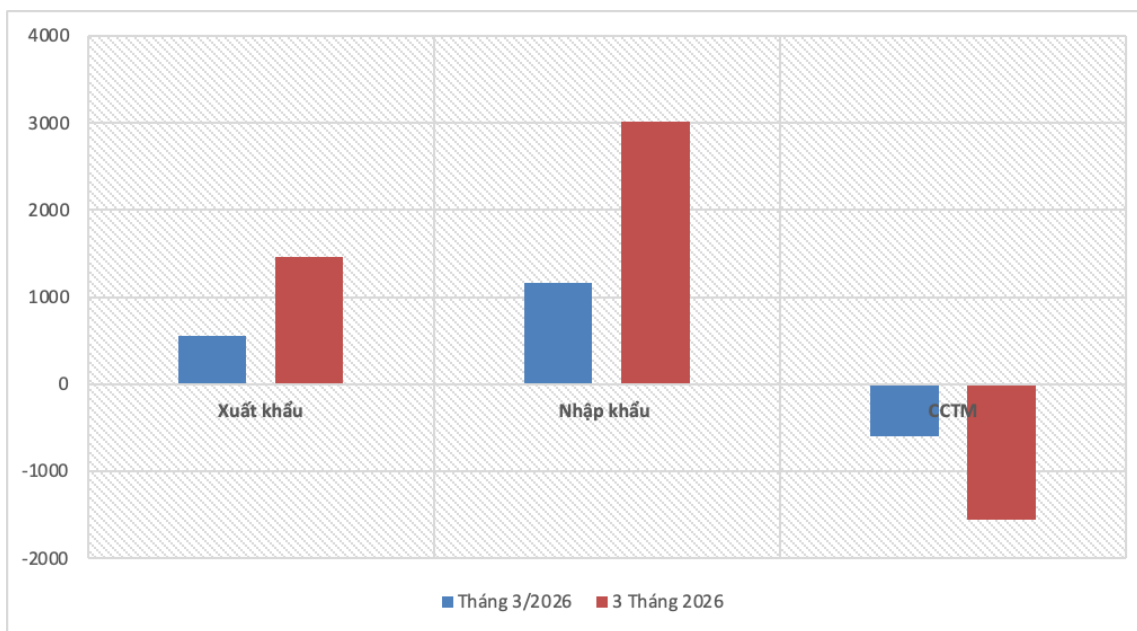
Tổng quan về quan hệ thương mại Việt Nam - Indonesia

Theo số liệu thống kê của Cục Hải quan Việt Nam, trong tháng 3/2026, cán cân thương mại của Việt Nam với Indonesia ghi nhận mức thâm hụt 600,65 triệu USD, tăng 25,45% so với tháng trước, cho thấy áp lực nhập siêu gia tăng trong ngắn hạn, chủ yếu do nhu cầu nhập khẩu nguyên liệu và hàng hóa phục vụ sản xuất tăng mạnh. Tuy nhiên, nếu so với cùng kỳ tháng 3/2025, mức thâm hụt này lại giảm 10,34%.

Trong 3 tháng đầu năm 2026, Việt Nam tiếp tục nhập siêu từ Indonesia với mức 1,6 tỷ USD, tăng 9,46% so với cùng kỳ năm trước. Về tổng thể, mức độ phụ thuộc của Việt Nam vào nguồn cung từ Indonesia vẫn còn khá lớn, đặc biệt ở các nhóm hàng nguyên liệu đầu vào như than đá, kim loại và một số sản phẩm công nghiệp cơ bản. Mặc dù cán cân thương mại vẫn nghiêng về phía nhập siêu, song tốc độ gia tăng nhập siêu trong quý I/2026 chưa ở mức quá lớn so với tốc độ mở rộng thương mại song phương.

Biểu đồ 1: Tình hình thương mại giữa Việt Nam - Indonesia trong tháng 3 và 3 tháng đầu năm 2026.

Đơn vị tính: Triệu USD



Nguồn: Tính toán từ số liệu của Cục Hải quan Việt Nam

Bảng 1: Thương mại giữa Việt Nam và Indonesia trong tháng 3 và 3 tháng đầu năm 2026

	Tháng 3/2026			3 Tháng 2026	
	(Triệu USD)	So với Tháng 2/2026 (%)	So với Tháng 3/2025 (%)	(Triệu USD)	So với 3 Tháng 2025 (%)
Kim ngạch xuất khẩu	559,03	37,51	25,99	1.455,64	4,61
Kim ngạch nhập khẩu	1.159,68	30,99	4,14	3.017,53	7,07
Cán cân thương mại	-600,65	25,45	-10,34	-1.561,89	9,46

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Hải quan Việt Nam

- Đối với xuất khẩu

Theo số liệu thống kê của Cục Hải quan Việt Nam, trong tháng 3/2026, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Indonesia đạt 559,03 triệu USD, tăng 37,51% so với tháng trước và tăng 25,99% so với cùng kỳ năm 2025. Đây là mức tăng trưởng tương đối tích cực. Tuy nhiên, xét về quy mô, Indonesia hiện

chưa nằm trong nhóm thị trường xuất khẩu chủ lực của Việt Nam và có tỷ trọng còn tương đối khiêm tốn so với các đối tác lớn như Hoa Kỳ, Trung Quốc hay EU. Xét trong 3 tháng đầu năm 2026, tổng kim ngạch xuất khẩu sang Indonesia đạt khoảng 1,5 tỷ USD, với mức tăng 4,61% so với cùng kỳ năm trước. Tỷ trọng của Indonesia trong tổng kim ngạch xuất khẩu cũng giảm từ 1,35% (năm 2025) xuống còn 1,18% (năm 2026).

Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Indonesia trong tháng 3/2026 và 3 tháng đầu năm 2026 nhìn chung khá đa dạng, trong đó nổi bật có một số nhóm hàng có kim ngạch lớn và giữ vai trò chủ lực.

Trong tháng 3/2026, nhóm sắt thép các loại là nhóm hàng Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang Indonesia với kim ngạch đạt 95,33 triệu USD, tăng đột biến tới 191,63% so với tháng 2/2026 và 221,18% so với cùng kỳ, cho thấy nhu cầu nhập khẩu sắt thép của thị trường Indonesia có xu hướng gia tăng trong giai đoạn gần đây. Tiếp theo là hàng dệt, may đạt 55,43 triệu USD, tăng 40,14% so với tháng trước và tăng 34,57% so với cùng kỳ, duy trì mức tăng trưởng ổn định,

Ngoài ra, một số nhóm hàng khác cũng có giá trị đáng kể như nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày (37,61 triệu USD), máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác (37,39 triệu USD), hay điện thoại và linh kiện (22,42 triệu USD). Tuy nhiên, điểm đáng lưu ý là không phải tất cả các nhóm đều tăng trưởng tích cực. Ví dụ nhóm mặt hàng phương tiện vận tải và phụ tùng hay điện thoại và linh kiện lại giảm đáng kể so với cùng kỳ.

Luỹ kế 3 tháng đầu năm 2026, cơ cấu mặt hàng có sự ổn định hơn. Nhóm mặt hàng sắt thép các loại chiếm tỷ trọng cao nhất (10,82%), tiếp đến là hàng dệt, may (9,91%). Bên cạnh đó, các nhóm như nguyên phụ liệu dệt may, máy móc thiết bị, và điện thoại linh kiện cũng chiếm tỷ trọng tương đối, dao động từ khoảng 5–7%, góp phần tạo nên sự đa dạng và cân bằng trong cơ cấu hàng hóa.

Bảng 2: Xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam sang Indonesia trong tháng 3 và 3 tháng đầu năm 2026.

Tên nhóm/mặt hàng	Tháng 3/2026			3 Tháng 2026		Tỷ trọng của mặt hàng	
	Trị giá (Triệu USD)	So với Tháng 2/2026 (%)	So với Tháng 3/2025 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 3 Tháng 2025 (%)	3 Tháng 2026 (%)	3 Tháng 2025 (%)
Tổng	559,03	37,51	25,99	1455,64	4,61	100	100
Sắt thép các loại	95,33	191,63	221,18	157,47	28,8	10,82	8,79
Hàng dệt, may	55,43	40,14	34,57	144,22	25,79	9,91	8,24
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	37,61	33,76	24,48	112,73	21,11	7,74	6,69
Phương tiện vận tải và phụ tùng	21,20	-63,95	-67,51	98,78	-13,03	6,79	8,16
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	37,39	61,01	9,55	97,18	-9,34	6,68	7,70
Điện thoại các loại và linh kiện	22,42	-28,06	-16,49	85,76	-20,13	5,89	7,72
Chất dẻo nguyên liệu	26,90	35,74	28,23	76,74	-6,93	5,27	5,93
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	21,75	-11,58	-2,47	73,03	22,9	5,02	4,27
Cao su	15,17	18,02	190,57	47,35	116,4	3,25	1,57
Cà phê	18,53	66,09	13,14	42,48	-30,33	2,92	4,38
Giấy và các sản phẩm từ giấy	12,99	41,28	30,25	38,29	34,9	2,63	2,04
Sản phẩm từ chất dẻo	12,50	27,56	-1,92	37,18	-4,89	2,55	2,81
Hóa chất	1,96	-78,88	-79	33,76	-45,99	2,32	4,49
Sản phẩm hóa chất	12,17	61,91	-40,28	32,18	-51,69	2,21	4,79
Giày dép các loại	12,81	97,86	34,58	30,26	-14,58	2,08	2,55
Xơ, sợi dệt các loại	7,78	14,12	20,16	23,91	-2,81	1,64	1,77
Sản phẩm từ sắt thép	17,11	421,6	364,09	22,42	128,52	1,54	0,71
Than các loại	3,84	-51,86	1065,18	14,79	99,12	1,02	0,53
Dây điện và dây cáp điện	3,38	40,08	28,9	8,32	2,98	0,57	0,58
Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc	2,82	61,53	18,88	8,07	30,08	0,55	0,45

Tên nhóm/mặt hàng	Tháng 3/2026			3 Tháng 2026		Tỷ trọng của mặt hàng	
	Trị giá (Triệu USD)	So với Tháng 2/2026 (%)	So với Tháng 3/2025 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 3 Tháng 2025 (%)	3 Tháng 2026 (%)	3 Tháng 2025 (%)
Sản phẩm từ cao su	2,38	41,68	1,67	7,15	28,16	0,49	0,40
Vải màn, vải kỹ thuật khác	1,99	26,45	-22,31	5,97	-9,67	0,41	0,47
Kim loại thường khác	2,98			4,76		0,33	
Hàng rau quả	1,90	69,71	77,9	4,69	18,97	0,32	0,28
Thức ăn gia súc và nguyên liệu	1,22	117,57	79,38	2,74	-36,48	0,19	0,31
Hàng thủy sản	1,26	56,37	45,64	2,28	-19,36	0,16	0,20
Gạo	0,72	167,68	-58,88	1,59	-74,75	0,11	0,45
Chè	0,41	23,75	-44,95	1,52	-40,65	0,10	0,18
Sản phẩm gốm, sứ	0,07	-68,96	-80,43	0,93	2,07	0,06	0,07
Xăng dầu các loại	0,13	-76,54		0,88		0,06	
Quặng và khoáng sản khác	0,04	-91,62	-62,63	0,70	133,89	0,05	0,02
Sản phẩm nội thất từ chất liệu khác gỗ	0,26	432,79	46,5	0,43	-31,51	0,03	0,05
Hàng hóa khác	106,59	111,38	73,59	237,06	30,99	16,29	13,01

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Hải quan Việt Nam

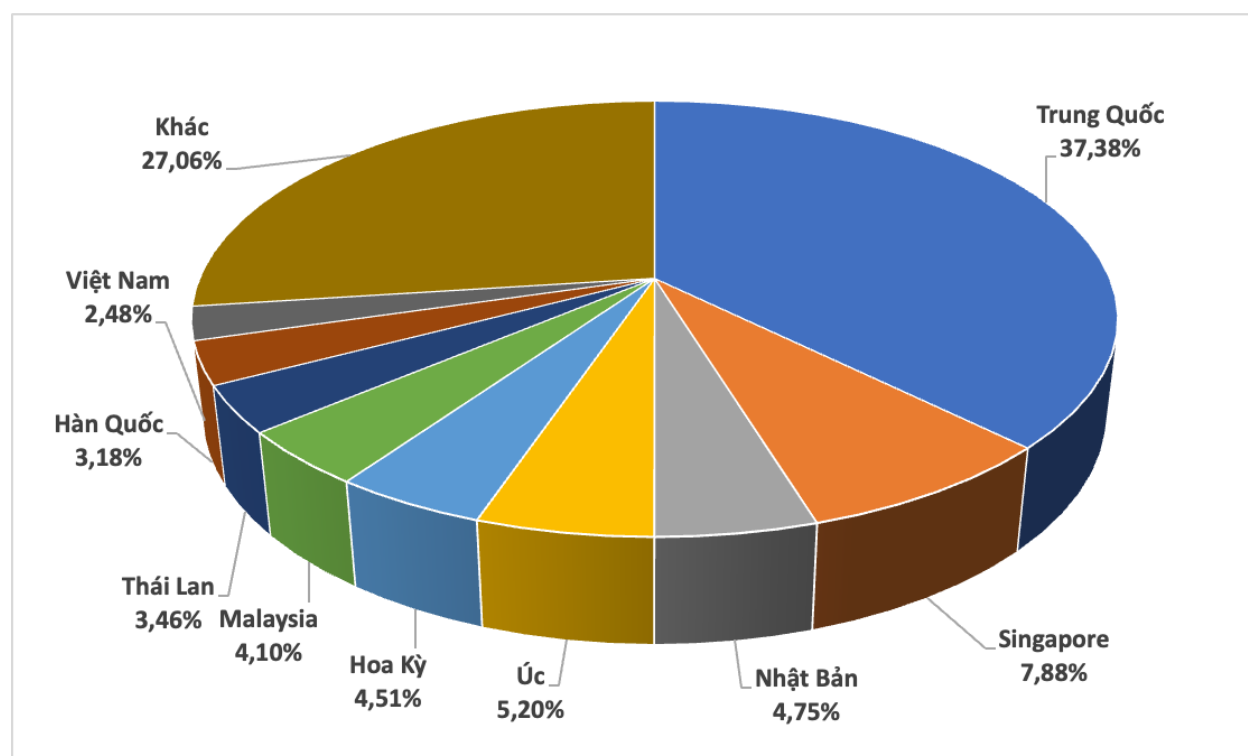
Theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), trong tháng 2/2026, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Indonesia từ Việt Nam đạt 551,65 triệu USD, tăng 11,81% so với tháng trước và tăng 29,63% so với cùng kỳ năm trước.

Luỹ kế hai tháng đầu năm 2026, Việt Nam đã vươn lên trở thành thị trường cung ứng hàng hóa lớn thứ 9 cho Indonesia với tổng kim ngạch đạt 1,05 tỷ USD, tăng 11,36% so với cùng kỳ năm trước. Tuy nhiên, tỷ trọng của Việt Nam trong tổng nhập khẩu của Indonesia chỉ đạt 2,48%, giảm nhẹ so với mức 2,55% của cùng kỳ năm trước. Mặc dù quy mô xuất khẩu tiếp tục mở rộng, nhưng tốc độ gia tăng

thị phần của Việt Nam vẫn chưa theo kịp sự mở rộng chung trong nhập khẩu của Indonesia.

Bên cạnh đó, Việt Nam đang phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ nhiều đối tác lớn tại Indonesia. Đáng chú ý, Trung Quốc giữ vị trí áp đảo với tỷ trọng lên tới 37,88% trong tổng kim ngạch nhập khẩu của Indonesia trong hai tháng đầu năm, theo sau là Singapore với 7,88% và Nhật Bản với 4,75%. So với các đối thủ này, quy mô và ảnh hưởng của hàng hóa Việt Nam vẫn còn khá khiêm tốn. Tuy nhiên, lợi thế của Việt Nam nằm ở sự tương đồng về cơ cấu sản phẩm, chi phí cạnh tranh và khoảng cách địa lý thuận lợi trong khu vực ASEAN, tạo điều kiện cho việc mở rộng thị phần nếu có chiến lược phù hợp.

Biểu đồ 2: Các nguồn cung ứng hàng hoá lớn cho thị trường Indonesia trong 2 tháng đầu năm 2026



Nguồn: Tính toán từ số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC)

- Đối với nhập khẩu

Theo số liệu thống kê của Cục Hải quan Việt Nam, trong tháng 3/2026, kim ngạch nhập khẩu hàng hoá từ thị trường Indonesia đạt 1,16 tỷ USD, tăng mạnh 30,99% so với tháng trước và tăng nhẹ 4,14% so với cùng kỳ năm trước. Lũy kế 3 tháng đầu năm 2026, kim ngạch nhập khẩu đạt 3,02 tỷ USD, tăng 7,07%, cho thấy Indonesia vẫn duy trì vai trò là nguồn cung quan trọng đối với Việt Nam, đặc biệt ở các nhóm hàng nguyên liệu đầu vào.

Tuy nhiên, khi đặt trong tương quan với tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ thế giới, có thể thấy tốc độ tăng nhập khẩu từ Indonesia trong 3 tháng đầu năm 2026 thấp hơn đáng kể so với mức tăng chung (tăng 27% so với cùng kỳ năm trước), khiến tỷ trọng của Indonesia trong cơ cấu nhập khẩu của Việt Nam giảm từ 2,83% của cùng kỳ năm trước xuống còn 2,38%.

Xét về vị thế trong các đối tác, Indonesia hiện nằm ngoài nhóm dẫn đầu và ở mức trung bình trong bảng xếp hạng các thị trường cung ứng cho Việt Nam. Các đối tác lớn như Trung Quốc (chiếm tới 39,59% tổng kim ngạch nhập khẩu), Hàn Quốc (14,80%) hay Đài Loan (7,98%) tiếp tục giữ vai trò chi phối nhờ lợi thế về quy mô sản xuất, công nghệ và chuỗi cung ứng. Trong khi đó, Indonesia chỉ chiếm tỷ trọng khiêm tốn 2,38%, thấp hơn cả một số thị trường trong khu vực như Malaysia hay Thái Lan trong một số thời điểm.

Xét về cơ cấu mặt hàng, nhóm than các loại vẫn giữ vai trò chủ lực khi đạt 244,76 triệu USD trong tháng 3 và 597,34 triệu USD trong 3 tháng, chiếm tỷ trọng lớn nhất là 19,8% trong tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hoá của nước ta từ Indonesia trong 3 tháng đầu năm, thấp hơn mức tỷ trọng 20,55% của cùng kỳ năm trước. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng của nhóm này trong quý I chỉ ở mức khiêm tốn là 3,15%), cho thấy nhu cầu ổn định nhưng không có đột biến. Ngược lại, nhóm sắt thép các loại ghi nhận mức tăng trưởng rất mạnh trong 3 tháng đầu năm, tăng 39,89%, nâng tỷ trọng lên 17,26% so với mức tỷ trọng 13,21% của cùng kỳ năm trước.

Đáng chú ý, nhóm ô tô nguyên chiếc có sự bứt phá rõ rệt với mức tăng 46,75% so với tháng trước và 27,76% so với cùng kỳ, đạt 157,56 triệu USD trong tháng 3;

lũy kế 3 tháng đạt 322,28 triệu USD, tăng 24,51%. Tương tự, nhóm kim loại thường khác và sản phẩm hóa chất cũng duy trì đà tăng trưởng tốt, góp phần củng cố nguồn cung nguyên vật liệu cho sản xuất công nghiệp trong nước.

Bảng 5: Nhập khẩu hàng hoá của Việt Nam từ Indonesia trong tháng 3 và 3 tháng đầu năm 2026

Tên nhóm/mặt hàng	Tháng 3/2026			3 Tháng 2026		Tỷ trọng của mặt hàng	
	Trị giá (Triệu USD)	So với Tháng 2/2026 (%)	So với Tháng 3/2025 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 3 Tháng 2025 (%)	3 Tháng 2026 (%)	3 Tháng 2025 (%)
Tổng	1.159,68	30,99	4,14	3.017,53	7,07	100	100
Than các loại	244,76	46,01	19,47	597,34	3,15	19,80	20,55
Sắt thép các loại	139,58	-14,65	-4,36	520,95	39,89	17,26	13,21
Ô tô nguyên chiếc các loại	157,56	46,75	27,76	322,28	24,51	10,68	9,18
Kim loại thường khác	102,30	24,64	20,81	283,81	26,88	9,41	7,94
Hàng hóa khác	83,55	45,76	-8,83	209,15	-6,98	6,93	7,98
Dầu mỡ động, thực vật	82,99	34,82	-18	203,37	-0,61	6,74	7,26
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	26,22	-44,27	37,45	90,83	75,25	3,01	1,84
Linh kiện, phụ tùng ô tô	37,58	73,42	11,97	89,58	10,24	2,97	2,88
Hàng thủy sản	29,78	45,18	-23,91	87,79	-26,49	2,91	4,24
Giấy các loại	34,95	106,67	-11,42	79,62	-8,88	2,64	3,10
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	27,57	56,77	-46,61	66,78	-55,57	2,21	5,33
Sản phẩm hóa chất	23,47	33,6	23,7	58,74	24,3	1,95	1,68
Thức ăn gia súc và nguyên liệu	16,03	49,89	37,47	40,77	7,01	1,35	1,35
Hóa chất	15,16	50,24	-36,49	35,96	-28,43	1,19	1,78
Chất dẻo nguyên	15,96	124,95	-18,74	34,98	-31,79	1,16	1,82

Tên nhóm/mặt hàng	Tháng 3/2026			3 Tháng 2026		Tỷ trọng của mặt hàng	
	Trị giá (Triệu USD)	So với Tháng 2/2026 (%)	So với Tháng 3/2025 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 3 Tháng 2025 (%)	3 Tháng 2026 (%)	3 Tháng 2025 (%)
liệu							
Chất thơm, mỹ phẩm và chế phẩm vệ sinh	13,22	27,55	37,46	30,22	32,77	1,00	0,81
Bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc	13,25	92,06	22,44	29,32	-0,73	0,97	1,05
Cao su	10,29	42,22	15,15	29,27	18,12	0,97	0,88
Vải các loại	12,98	93,26	47,08	27,88	21,12	0,92	0,82
Xơ, sợi dệt các loại	10,51	26,73	11,28	26,67	5,02	0,88	0,90
Hàng điện gia dụng và linh kiện	9,45	28,34	-26,9	23,84	-8,92	0,79	0,93
Dây điện và dây cáp điện	7,88	241,11	93,99	19,66	52,42	0,65	0,46
Nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày	7,05	29,21	-1,77	18,53	3,08	0,61	0,64
Chế phẩm thực phẩm khác	6,08	71,19	24,17	12,85	13,21	0,43	0,46
Hạt điều	2,41	-15,6	-31,94	12,54	-47,47	0,42	0,85
Thuốc trừ sâu và nguyên liệu	6,41	146,04	21,57	11,44	5,43	0,38	0,39
Sản phẩm từ chất dẻo	3,95	24,64	-11,29	11,20	3,69	0,37	0,38
Thủy tinh và các sản phẩm từ thủy tinh	4,76	183,93	274,06	8,35	156,5	0,28	0,12
Gỗ và sản phẩm gỗ	2,35	52,2	-10,9	6,06	-8,44	0,20	0,23
Sản phẩm từ giấy	2,49	164,45	-28,89	4,81	-35,59	0,16	0,27
Sản phẩm từ sắt thép	1,76	61,52	-1,46	4,56	5,84	0,15	0,15
Sản phẩm từ cao su	2,25	147,31	158,35	4,38	74,33	0,15	0,09
Bông các loại	1,21	-30,91	24,72	4,34	-15,15	0,14	0,18
Phân bón các loại	1,92		94,21	3,22	12	0,11	0,10

Tên nhóm/mặt hàng	Tháng 3/2026			3 Tháng 2026		Tỷ trọng của mặt hàng	
	Trị giá (Triệu USD)	So với Tháng 2/2026 (%)	So với Tháng 3/2025 (%)	Trị giá (Triệu USD)	So với 3 Tháng 2025 (%)	3 Tháng 2026 (%)	3 Tháng 2025 (%)
Dược phẩm	0,68	-36,95	14,2	3,14	56,04	0,10	0,07
Sản phẩm khác từ dầu mỏ	0,66	24,18	-38,48	1,92	-8,1	0,06	0,07
Sản phẩm từ kim loại thường khác	0,33	167,06	19,62	0,71	-8,23	0,02	0,03
Nguyên phụ liệu thuốc lá	0,31	72,04	-68,09	0,68	-50,41	0,02	0,05

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Hải quan Việt Nam

Ở chiều ngược lại, một số nhóm hàng lại ghi nhận xu hướng suy giảm, tiêu biểu như thủy sản (giảm 26,49% trong 3 tháng), giấy các loại (giảm 8,88% trong 3 tháng) hay đặc biệt là máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện giảm sâu tới 55,57% trong 3 tháng, khiến tỷ trọng nhóm này giảm đáng kể từ 5,33% xuống còn 2,21%.

Ngoài ra, nhóm máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác dù có quy mô chưa lớn nhưng lại tăng trưởng rất mạnh trong 3 tháng (tăng tới 75,25%), cho thấy tín hiệu tích cực về đầu tư sản xuất. Nhóm linh kiện, phụ tùng ô tô cũng tăng trưởng ổn định, phù hợp với xu hướng phát triển ngành công nghiệp ô tô trong nước.

Thông tin về định hướng thúc đẩy quan hệ thương mại giữa hai nước trong thời gian tới.

Tính đến cuối năm 2025, Indonesia hiện là đối tác thương mại lớn thứ 2 của Việt Nam và Việt Nam là đối tác thương mại lớn thứ 4 của Indonesia trong ASEAN. Hai nước đặt mục tiêu đạt kim ngạch 18 tỷ USD vào năm 2028 và mục tiêu này hoàn toàn khả thi. Việt Nam và Indonesia là những đối tác thương mại quan trọng của nhau trong ASEAN và cùng là thành viên của Khu vực Mậu dịch Tự do ASEAN (AFTA) và Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP) nên có nhiều lợi thế để tăng thương mại hai chiều. Các doanh nghiệp hai bên cũng

không ngừng tìm kiếm các cơ hội để khai phá tiềm năng lẫn nhau trong các lĩnh vực như xe sản xuất xe điện, kinh doanh xe taxi điện, phát triển trạm sạc xe điện...hay lĩnh vực ẩm thực, các cửa hàng điện máy của Việt Nam đều nhận được sự ưa chuộng của người dân Indonesia. Trong khi đó đối với thị trường Việt Nam, nhiều doanh nghiệp Indonesia cũng đánh giá cao có nhiều tiềm năng và cơ hội.

Triển vọng thúc đẩy hợp tác thương mại giữa Việt Nam và Indonesia trong thời gian tới được đánh giá là rất rộng mở, dựa trên cả nền tảng chính sách thuận lợi lẫn tính hỗ trợ trong cơ cấu hàng hóa của hai nền kinh tế. Trước hết, hai nước đều là thành viên tích cực của ASEAN và cùng tham gia nhiều hiệp định thương mại tự do như RCEP, tạo ra hành lang pháp lý thông thoáng, giúp giảm thuế quan, đơn giản hóa thủ tục và thúc đẩy lưu chuyển hàng hóa. Đây chính là nền tảng quan trọng để doanh nghiệp hai nước gia tăng tận dụng ưu đãi, mở rộng thị phần và tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng khu vực.

Về định hướng cụ thể, hai bên đang hướng tới đa dạng hóa cơ cấu thương mại theo hướng cân bằng và bền vững hơn. Việt Nam có thể đẩy mạnh xuất khẩu các nhóm hàng có thế mạnh như điện tử, máy móc, dệt may, nông sản chế biến sang Indonesia, trong khi tiếp tục nhập khẩu các mặt hàng nguyên liệu thiết yếu như than đá, kim loại...những lĩnh vực Indonesia có lợi thế. Sự hỗ trợ này không chỉ giúp tối ưu hóa nguồn lực mà còn góp phần ổn định chuỗi cung ứng trong bối cảnh kinh tế toàn cầu còn nhiều biến động. Đồng thời, việc nâng cao hàm lượng công nghệ và giá trị gia tăng trong hàng xuất khẩu cũng là hướng đi để Việt Nam cải thiện cán cân thương mại với Indonesia.

Bên cạnh đó, hai nước đang thúc đẩy mạnh mẽ hợp tác trong lĩnh vực logistics, kết nối hạ tầng và thương mại số. Việc phát triển các tuyến vận tải biển trực tiếp, giảm chi phí trung gian, cùng với ứng dụng thương mại điện tử xuyên biên giới sẽ tạo điều kiện thuận lợi hơn cho doanh nghiệp tiếp cận thị trường của nhau. Ngoài ra, các hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối doanh nghiệp, hội chợ triển lãm và trao đổi thông tin thị trường cũng được kỳ vọng sẽ gia tăng trong thời gian tới, góp phần tháo gỡ rào cản và nâng cao hiệu quả hợp tác.

Đánh giá triển vọng

Triển vọng phát triển quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Indonesia trong thời gian tới được đánh giá là rất tích cực và giàu tiềm năng. Trước hết, cả hai nền kinh tế đều sở hữu quy mô thị trường lớn, dân số đông và tầng lớp trung lưu đang gia tăng nhanh, tạo ra nhu cầu tiêu dùng đa dạng và không ngừng mở rộng. Đây là điều kiện thuận lợi để hàng hóa của mỗi nước thâm nhập sâu hơn vào thị trường của nhau, đặc biệt trong các lĩnh vực có tính bổ trợ cao như nông sản, thực phẩm chế biến, hàng tiêu dùng, điện tử và vật liệu công nghiệp.

Bên cạnh đó, triển vọng hợp tác không chỉ dừng lại ở trao đổi hàng hóa truyền thống mà còn mở rộng sang các lĩnh vực mới như thương mại điện tử, kinh tế số và logistics. Việc đầu tư nâng cấp hạ tầng vận tải, phát triển các tuyến kết nối trực tiếp và ứng dụng công nghệ trong quản lý chuỗi cung ứng sẽ góp phần rút ngắn khoảng cách địa lý, giảm chi phí và nâng cao hiệu quả lưu thông hàng hóa giữa hai nước.

Tuy nhiên, triển vọng tích cực này cũng đi kèm với không ít thách thức. Sự cạnh tranh từ các đối tác lớn trong khu vực, sự khác biệt về tiêu chuẩn kỹ thuật, cũng như yêu cầu ngày càng cao về chất lượng, môi trường và truy xuất nguồn gốc đòi hỏi cả hai nước phải liên tục cải thiện năng lực sản xuất và xuất khẩu. Đặc biệt, để quan hệ thương mại phát triển bền vững, cần có những giải pháp nhằm cân bằng hơn cán cân thương mại, tránh phụ thuộc quá mức vào một số nhóm hàng nguyên liệu.