

BỘ CÔNG THƯƠNG
THƯƠNG VỤ VIỆT NAM TẠI MALAYSIA

HỒ SƠ

THỊ TRƯỜNG MALAYSIA

(PHẦN I)

THÔNG TIN TỔNG QUAN VÀ TIỀM NĂNG THỊ TRƯỜNG MALAYSIA

Thực hiện: Phùng Văn Thành
Tham tán Thương mại
Trưởng Thương vụ Việt Nam tại Malaysia

Kuala Lumpur, tháng 9 năm 2026

THÔNG TIN TỔNG QUAN VÀ TIỀM NĂNG THỊ TRƯỜNG MALAYSIA

1. Quy mô thị trường, đặc điểm tiêu dùng, phân phối và thực trạng nền kinh tế Malaysia

1.1. Thông tin chung về thị trường Malaysia

Malaysia là quốc gia quân chủ lập hiến liên bang, gồm 13 bang và 02 vùng liên bang, tên chính thức là Liên bang Malaysia, có thủ đô là Kuala Lumpur nhưng trụ sở của Chính phủ Liên bang được đặt tại Putrajaya. Thể chế quân chủ nghị viện, lưỡng viện. Thượng nghị viện có 70 thành viên, nhiệm kỳ 03 năm, trong đó 40 thành viên do nhà vua chỉ định, số còn lại do các hội đồng bang và vùng lãnh thổ bầu (mỗi hội đồng bang và vùng lãnh thổ bầu 02 thành viên). Hạ viện gồm 192 thành viên được bầu bằng tuyển cử phổ thông đầu phiếu, nhiệm kỳ 05 năm. Malaysia có các thành phố lớn gồm George Town, Johor Bahru, Ipoh, Shah Alam, Kota Kinabalu, Kuching. Quốc khánh là ngày 31 tháng 8 năm 1957. Đơn vị tiền tệ là đồng ringgit.

Về vị trí địa lý, Malaysia nằm ở phía Đông Nam Châu Á, bị tách làm hai phần thông qua biển Đông, gồm bán đảo Malaysia và 1/3 diện tích phía bắc đảo Borneo (Đông Malaysia), được bao bọc bởi Indonesia, vùng biển Nam Trung Quốc và Nam Việt Nam. Bán đảo Malaysia có biên giới trên bộ và trên biển với Thái Lan, và có biên giới trên biển với Indonesia, Việt Nam và Singapore. Đông Malaysia có biên giới trên bộ và trên biển với Brunei, Indonesia, có biên giới trên biển với Việt Nam và Philippines, và giáp biên giới với Campuchia qua Vịnh Thái Lan.

Malaysia có diện tích là 329.847 km², trong đó diện tích lãnh thổ là 328.657 km² và diện tích lãnh hải 1.190 km². Dân số khoảng 34,2 triệu người (theo số liệu năm 2025 của Cơ quan Thống kê quốc gia của Malaysia). Malaysia là quốc gia đa dân tộc và văn hóa, đặc điểm này đóng một vai trò lớn trong hệ thống chính trị quốc gia. Dân tộc người Malay chiếm số đông, khoảng 50,4%, người Hoa đứng thứ hai, khoảng 23,7%, còn lại là các dân tộc khác. Phần đông dân số Malaysia sống trên bán đảo Malaysia.

Về tôn giáo, người theo đạo hồi chiếm số đông, khoảng 60.4%, theo phật giáo khoảng 19.2%, và thiên chúa giáo khoảng 9.1%. Hồi giáo là quốc giáo nhưng quyền tự do tôn giáo được đảm bảo. Nhà nước và hệ thống pháp luật dựa trên thông luật kiểu Anh Quốc. Quốc vương là nguyên thủ quốc gia, được chọn từ các quân chủ kế tập của chín bang Mã Lai theo chế độ quân chủ, thay đổi sau mỗi 5 năm.

Thủ tướng là người đứng đầu chính phủ liên bang. Lãnh đạo Chính phủ hiện nay là Thủ tướng Anwar Ibrahim. Bộ trưởng Bộ Đầu tư, Thương mại và Công nghiệp hiện nay của Malaysia là Tengku Datuk Seri Utama Zafrul Aziz.

Malaysia là quốc gia nhiệt đới và là một trong 17 quốc gia đa dạng sinh học nhất trên thế giới với nhiều loài đặc hữu. Về khí hậu, nhiệt độ ban ngày dao động ở mức 29~35 độ C và ban đêm ở mức 26~29 độ C.

Malaysia bắt nguồn từ các vương quốc Mã Lai hiện diện trong khu vực và từ thế kỷ 18, các vương quốc này bắt đầu lệ thuộc vào Đế quốc Anh. Các lãnh thổ đầu tiên của Anh được gọi là các khu định cư Eo biển. Các lãnh thổ tại bán đảo Malaysia được hợp nhất thành Liên hiệp Malaya vào năm 1946. Sau đó Malaya được cải tổ thành Liên bang Malaya vào năm 1948 và trở thành nước độc lập vào ngày 31 tháng 8 năm 1957. Malaya hợp nhất với Bắc Borneo, Sarawak và Singapore vào ngày 16 tháng 9 năm 1963 thành Malaysia. Đến năm 1965, Singapore bị tách khỏi liên bang.

Sau khi giành độc lập, Malaysia trở thành một trong những nước có nền kinh tế phát triển nhanh và bền vững nhất tại châu Á, GDP tăng trưởng liên tục, trung bình ở mức 6,5% trong gần 50 năm liên tiếp, chỉ số phát triển con người đạt mức cao. Tính đến năm 2025, GDP của Malaysia đạt 470,6 tỷ USD, thu nhập bình quân đầu người đạt 13.901 USD/người.

Về truyền thông, yếu tố làm động lực thúc đẩy kinh tế Malaysia là các nguồn tài nguyên thiên nhiên, song, quốc gia này hiện cũng đang rất phát triển trong các lĩnh vực công nghiệp nặng, khoa học ứng dụng, du lịch, thương mại và y tế.

Về chính trị - xã hội, thời gian vừa qua, Chính phủ Malaysia dưới sự lãnh đạo của Thủ tướng Anwar Ibrahim tập trung thể hiện hình ảnh một chính quyền ổn định, chủ động và có trách nhiệm trong khu vực. Năm 2025 là một năm có ý nghĩa đặc biệt đối với Malaysia khi quốc gia này đồng thời đảm nhiệm vai trò Chủ tịch ASEAN và tiếp tục quá trình điều hành đất nước trong bối cảnh kinh tế toàn cầu nhiều biến động, áp lực xã hội gia tăng và yêu cầu cải cách ngày càng rõ nét từ phía người dân. Nhìn tổng thể, tình hình chính trị – xã hội Malaysia trong thời gian vừa qua đã duy trì được sự ổn định nền tảng, song bộc lộ rõ những thách thức nội tại liên quan đến chi phí sinh hoạt, niềm tin xã hội và hiệu quả thực thi chính sách công.

1.2. Quy mô thị trường, thực trạng nền kinh tế Malaysia

Malaysia có nền kinh tế thị trường công nghiệp mới, tương đối cởi mở và theo định hướng nhà nước, có GDP danh nghĩa lớn thứ 3 tại Đông Nam Á sau Thái Lan và Indonesia trong nhiều năm. Malaysia hiện là thành viên của Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (Asean), Hội nghị cấp cao Đông Á (EAS), Tổ chức Hợp tác Hồi giáo (OIC), Tổ chức Liên Hợp Quốc (UN), Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), Diễn đàn Hợp tác Kinh tế châu Á – Thái Bình Dương (APEC), Khối Thịnh vượng chung và Phong trào không liên kết.

Malaysia là nền kinh tế lớn thứ 6 trong Asean, đứng thứ 10 trong số các nước thành viên Hiệp định Đối tác Kinh tế toàn diện khu vực (RCEP), với tổng GDP đạt khoảng 444,19 tỷ USD vào năm 2025¹.

Kinh tế Malaysia là nền kinh tế hỗn hợp, có tính đa dạng, khả năng thích nghi và công nghiệp hóa cao, hướng tới xuất khẩu. Đây là quốc gia có thu nhập trung bình khá, nổi bật nhờ sự ổn định vĩ mô, cơ cấu ngành đa dạng, sự bứt phá mạnh mẽ của lĩnh vực kinh tế số và là trung tâm thương mại Hồi giáo toàn cầu. Malaysia là nền kinh tế số tăng trưởng nhanh nhất Đông Nam Á, với quy mô đạt khoảng 39 tỷ

¹ Số liệu của Ngân hàng Thế giới World Bank, 2025

USD. Động lực chủ lực đến từ thương mại điện tử, du lịch trực tuyến và hệ thống thanh toán không tiền mặt phát triển vượt bậc.

Nền kinh tế Malaysia đứng thứ 36 trên thế giới về GDP danh nghĩa, tuy nhiên, khi đo bằng sức mua tương đương, GDP của nền kinh tế này tăng lên thứ 30. Năng suất lao động của người lao động Malaysia cao thứ ba trong Asean và cao hơn đáng kể so với Indonesia, Việt Nam và Philippines.

Malaysia vượt trội so với các nước cùng nhóm thu nhập về khả năng cạnh tranh và đổi mới trong kinh doanh. Báo cáo năng lực cạnh tranh toàn cầu năm 2024 xếp hạng nền kinh tế Malaysia là nền kinh tế quốc gia có khả năng cạnh tranh thứ 34 trên thế giới trong khi Chỉ số đổi mới toàn cầu năm 2024 xếp hạng Malaysia là quốc gia có khả năng đổi mới thứ 33 trên toàn cầu.

Nền kinh tế Malaysia đã phát triển sự hội nhập theo chiều dọc và chiều ngang trên một số ngành công nghiệp liên kết xuất khẩu trong khi chiếm được thị phần toàn cầu đáng kể đối với các sản phẩm sản xuất và hàng hóa, từ mạch tích hợp, chất bán dẫn, dầu cò đến khí tự nhiên hóa lỏng. Hơn nữa, Malaysia là mắt xích quan trọng trong thị trường bán dẫn toàn cầu và là nước xuất khẩu thiết bị bán dẫn lớn thứ ba trên thế giới. Malaysia công bố kế hoạch nhắm mục tiêu đầu tư hơn 100 tỷ USD cho ngành công nghiệp bán dẫn khi tự định vị mình là một trung tâm sản xuất toàn cầu.

Malaysia cũng đã thu hút được lượng lớn đầu tư trực tiếp nước ngoài tập trung vào sự bùng nổ trí tuệ nhân tạo toàn cầu với các công ty công nghệ nước ngoài như Google, Microsoft và ByteDance. Các tập đoàn này đã đầu tư nhiều tỷ USD để tận dụng lợi thế cạnh tranh của Malaysia trong trung tâm dữ liệu và siêu máy tính do lực lượng lao động trình độ cao, giá đất rẻ, chi phí nước và điện thấp và không có thiên tai. Điều này dự kiến sẽ củng cố vị thế của Malaysia như một trung tâm điện toán đám mây cho toàn châu Á, tăng cường lĩnh vực có giá trị cao và thúc đẩy nền kinh tế của nước này đạt được mục tiêu nền kinh tế thu nhập cao của chính phủ.

Các trụ cột chính của nền kinh tế Malaysia bao gồm:

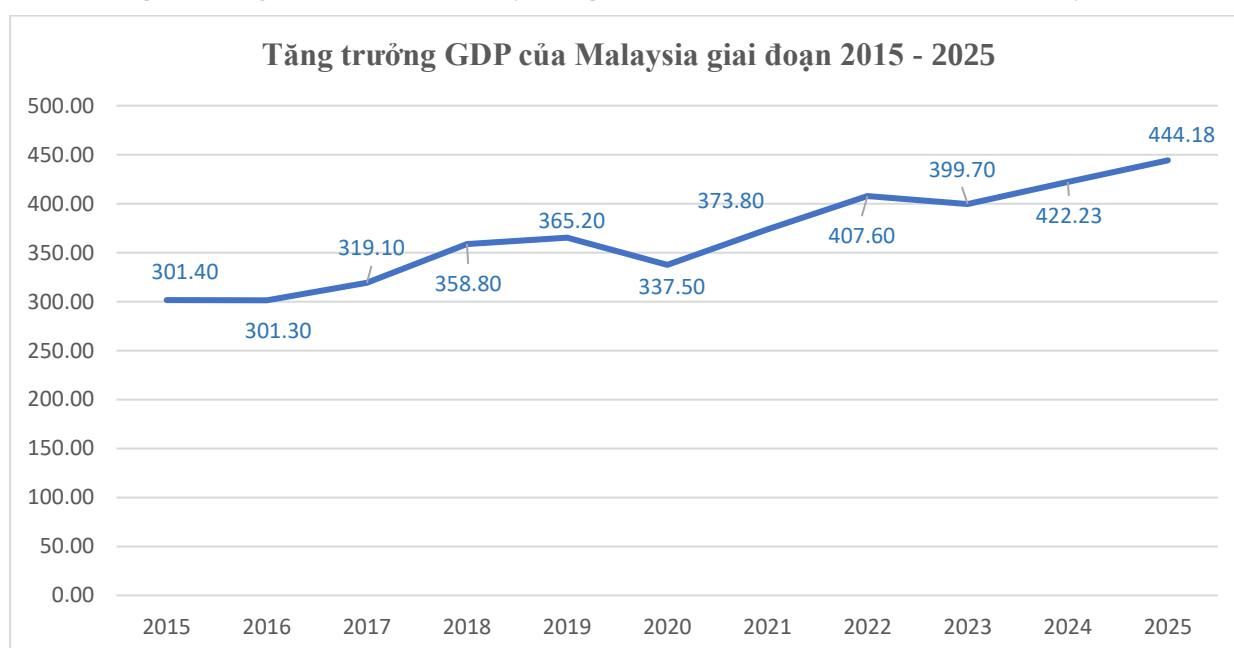
- *Ngành dịch vụ*: Là ngành đóng góp nhiều nhất cho GDP của Malaysia, chiếm tới gần 55% tổng sản phẩm quốc nội của nền kinh tế. Các ngành dịch vụ chính bao gồm bán lẻ, tài chính, du lịch, các dịch vụ mới nổi.
- *Ngành công nghiệp (công nghiệp chế tạo sản xuất và điện tử)*: Malaysia đã tham gia rất sâu trong chuỗi giá trị toàn cầu liên quan tới chế tạo sản xuất và điện tử. Lĩnh vực chế tạo sản xuất các sản phẩm điện dân dụng và điện tử của Malaysia phát triển rất mạnh, đặc biệt hiện nay Malaysia là đối tác quan trọng toàn cầu trong lĩnh vực sản xuất và xuất khẩu các linh kiện bán dẫn, cũng như kiểm nghiệm và đóng gói. Ngành công nghiệp đóng góp khoảng 36,9% GDP cho Malaysia. Công nghiệp vùng bán đảo Malaysia (Peninsular Malaysia) có cao su và cọ dầu, ngành chế biến và sản xuất, dầu mỏ và khí đốt tự nhiên, sản xuất điện và điện tử, dược phẩm, công nghệ y tế, thiết bị điện tử và bán dẫn, chế biến gỗ. Công nghiệp vùng Sabah có khai thác gỗ, dầu mỏ và sản xuất khí tự nhiên. Công nghiệp vùng Sarawak có chế biến nông nghiệp, dầu và khí tự nhiên sản xuất, khai thác gỗ.

- *Khai thác dầu khí và khí đốt:* Doanh nghiệp nhà nước Petronas của Malaysia là đầu tàu dẫn dắt ngành khai thác và xuất khẩu xăng dầu và khí đốt, mang lại nguồn thu khổng lồ cho nhà nước.
- *Ngành nông nghiệp và sản phẩm nông nghiệp:* Đóng góp của ngành sản xuất nông nghiệp của Malaysia cho GDP nhìn chung có xu hướng giảm, tuy nhiên, Malaysia vẫn duy trì là một trong những quốc gia sản xuất và xuất khẩu dầu cọ và cao su tự nhiên lớn nhất thế giới. Ngành nông nghiệp đóng góp khoảng 8,4% GDP của Malaysia. Sản phẩm nông nghiệp của vùng bán đảo Malaysia (Peninsular Malaysia) có dầu cọ, cao su, ca cao và gạo, vùng Sabah có dầu cọ, cây trồng sinh kế, cao su và gỗ, vùng Sarawak có dầu cọ, cao su, gỗ và tiêu.

Hiện nay Malaysia đang phát triển mạnh mẽ kinh tế biển, nền kinh tế hàng hải (kinh tế xanh) đã vươn lên đóng góp tới khoảng 40% GDP cho Malaysia.

Trong giai đoạn 2015–2025, Malaysia duy trì được đà tăng trưởng kinh tế ổn định, với GDP tăng từ mức 301 tỷ USD năm 2015 lên 444,18 tỷ USD năm 2025, tương ứng với mức tăng trưởng trung bình 4%/năm, riêng năm 2025 tăng trưởng 5,2%, một kết quả đáng ghi nhận trong bối cảnh kinh tế toàn cầu có nhiều biến động, với mức tăng trưởng trung bình thế giới trong cùng giai đoạn chỉ đạt 2,8%/năm.

Tăng trưởng GDP của Malaysia giai đoạn 2015 – 2025 (đơn vị: tỷ USD)



Giống như nhiều nền kinh tế khác, Malaysia chịu ảnh hưởng tiêu cực từ đại dịch COVID-19 trong năm 2020, với GDP ghi nhận mức sụt giảm 5,5% so với năm 2019. Tuy nhiên, nền kinh tế nước này đã nhanh chóng phục hồi và tăng trưởng trở lại từ năm 2021.

Xét về các chỉ số kinh tế vĩ mô, nền kinh tế Malaysia được đánh giá là có mức độ ổn định tương đối cao. Theo số liệu thống kê của Ngân hàng Thế giới, trong giai đoạn 2015–2025, tỷ lệ lạm phát của Malaysia được duy trì ở mức thấp, trung bình khoảng 1,8% - 1,9%/năm, trong khi tỷ lệ thất nghiệp trung bình khoảng 3,7%/năm.

1.3. Đặc điểm tiêu dùng tại Malaysia

Với quy mô dân số khoảng 34,2 triệu người, trong đó trên 70% dân số đang ở độ tuổi lao động (15–64 tuổi), tạo nên một cơ cấu dân số vàng, nền tảng quan trọng cho tăng trưởng và tiêu dùng nội địa. Mặc dù quy mô dân số không lớn, thị trường Malaysia vẫn được đánh giá là hấp dẫn nhờ tầng lớp trung lưu đang gia tăng nhanh, tỷ lệ dân cư đô thị cao (chiếm gần 80% dân số) và mức sống thuộc nhóm cao nhất trong khu vực Đông Nam Á (GDP bình quân đầu người đạt 11.867 USD/người/năm 2024). Những yếu tố này đang mở ra dư địa tiêu dùng đầy tiềm năng và tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu hàng hóa vào thị trường này.

Với dân số sống tập trung ở khu vực đô thị tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển một thị trường tiêu dùng hiện đại, có tổ chức và dễ dàng tiếp cận với các mô hình bán lẻ tiên tiến. Mức thu nhập của người dân Malaysia thuộc nhóm cao cũng cho thấy tiềm lực về sức mua mạnh mẽ và nhu cầu ngày càng đa dạng đối với các sản phẩm tiêu dùng chất lượng cao, mang tính tiện ích và trải nghiệm.

Đặc điểm văn hóa của Malaysia cũng góp phần hình thành nên một thị trường tiêu dùng phong phú. Văn hóa nước này là sự giao thoa độc đáo giữa phương Đông và phương Tây, kết hợp ảnh hưởng từ các cộng đồng người Mã Lai, Trung Quốc, Ấn Độ và di sản thuộc địa. Chính sự đa dạng này mở ra cơ hội cho nhiều loại sản phẩm, từ truyền thống đến hiện đại, từ châu Á đến phương Tây, đồng thời đòi hỏi doanh nghiệp phải có khả năng tùy biến linh hoạt để phù hợp với từng phân khúc tiêu dùng cụ thể.

Đáng chú ý, người dân Malaysia chủ yếu theo Hồi giáo với hơn 60% dân số thực hành tôn giáo này. Điều này làm cho các sản phẩm Halal trở thành một phần không thể thiếu trong đời sống hàng ngày, không chỉ giới hạn ở thực phẩm mà còn mở rộng sang các lĩnh vực như mỹ phẩm, dược phẩm, thời trang và dịch vụ.

Thói quen chi tiêu của người tiêu dùng Malaysia cũng chịu ảnh hưởng lớn từ yếu tố lễ hội. Với sự đa dạng sắc tộc, quốc gia này có nhiều lễ hội quan trọng như Hari Raya Aidilfitri, Tết Nguyên đán, Deepavali và Giáng sinh... những dịp cao điểm mua sắm trong năm. Vào những thời điểm này, người tiêu dùng chi tiêu mạnh tay cho các sản phẩm như thực phẩm, quần áo, quà tặng và đồ trang trí. Điều này mở ra cơ hội lớn cho các chiến dịch khuyến mãi theo mùa, thiết kế sản phẩm theo chủ đề lễ hội và các hoạt động tiếp thị sáng tạo nhằm thu hút người tiêu dùng.

Mặc dù có thu nhập bình quân đầu người tương đối cao trong khu vực, người tiêu dùng Malaysia vẫn nổi tiếng là nhạy cảm về giá. Họ có xu hướng so sánh giá, chờ đợi ưu đãi trước khi quyết định mua hàng, khiến các sản phẩm có giá thành cạnh tranh và khuyến mãi hấp dẫn thường chiếm ưu thế. Điều này đòi hỏi các nhà bán lẻ và doanh nghiệp xuất khẩu phải liên tục đổi mới chính sách giá, triển khai các chương trình giảm giá, combo ưu đãi hoặc tặng kèm để giữ chân khách hàng trong một thị trường cạnh tranh khốc liệt.

Song song với sự nhạy cảm về giá, người tiêu dùng Malaysia cũng có mức độ trung thành thương hiệu cao. Một khi đã tin tưởng và yêu thích thương hiệu, họ sẵn sàng chi tiêu cao hơn để sở hữu sản phẩm, đặc biệt trong các ngành hàng như mỹ

phẩm, điện tử và chăm sóc cá nhân. Điều này cho thấy tầm quan trọng của việc xây dựng hình ảnh thương hiệu rõ ràng, tạo dựng uy tín và kết nối cảm xúc với khách hàng nếu muốn phát triển bền vững tại thị trường này.

Cuối cùng, xu hướng tiêu dùng kỹ thuật số tại Malaysia đang phát triển mạnh mẽ nhờ vào sự phổ cập của Internet và điện thoại thông minh. Mua sắm trực tuyến trở thành thói quen phổ biến, nhất là với giới trẻ và cư dân đô thị. Các nền tảng như Shopee, Lazada hay Zalora... đóng vai trò quan trọng trong hệ sinh thái thương mại điện tử, không chỉ mang lại trải nghiệm mua sắm tiện lợi mà còn hấp dẫn người tiêu dùng nhờ các chương trình khuyến mãi, giao hàng nhanh và phương thức thanh toán linh hoạt. Chính phủ Malaysia cũng đang tích cực hỗ trợ thương mại điện tử thông qua các chương trình như *Go-eCommerce Onboarding* hay *Shop Malaysia Online*, đã góp phần củng cố nền tảng tiêu dùng số hiện đại và đầy tiềm năng trong những năm tới.

1.4. Đặc điểm phân phối hàng hóa tại Malaysia

Người Malaysia đời sống khá giả so với nhiều nước láng giềng. Điều này là do nền kinh tế hướng đến xuất khẩu đang phát triển nhanh chóng, thuế thu nhập quốc dân tương đối thấp, thực phẩm địa phương và nhiên liệu vận tải có giá cả phải chăng, cũng như hệ thống chăm sóc sức khỏe công cộng do một bên chi trả được trợ cấp hoàn toàn. Với mức độ đô thị hóa ngày càng cao và dân số đa dạng về văn hóa - tôn giáo, Malaysia phát triển hệ thống phân phối hàng hóa đa tầng, kết hợp giữa truyền thống và hiện đại nhằm đáp ứng hiệu quả nhu cầu tiêu dùng không ngừng thay đổi của người dân nước này.

Hệ thống phân phối truyền thống vẫn giữ vai trò quan trọng tại nhiều khu vực, đặc biệt ở các thị trấn nhỏ và khu dân cư có thu nhập trung bình, thấp. Các chợ dân sinh, cửa hàng tạp hóa nhỏ... là nơi cung cấp hàng hóa thiết yếu hằng ngày như thực phẩm tươi sống, gia vị, nhu yếu phẩm và đồ khô... Tuy nhiên, cũng giống như nhiều quốc gia đang phát triển khác, ảnh hưởng của hệ thống phân phối truyền thống tại Malaysia đang dần bị thu hẹp trước sự phát triển nhanh chóng của kênh phân phối hiện đại và xu hướng tiêu dùng tiện lợi, an toàn, minh bạch hơn.

Trong khi đó, các kênh phân phối hiện đại đã và đang chiếm vị trí trung tâm trong chuỗi cung ứng hàng tiêu dùng, đặc biệt tại các thành phố lớn Kuala Lumpur, Selangor, Johor Bahru hay Penang. Những chuỗi siêu thị lớn như Lotus's (trước đây là Tesco), Giant, AEON, Econsave, Mydin hay Jaya Grocer... đang mở rộng mạng lưới phủ rộng khắp. Các hệ thống này cung cấp đa dạng hàng hóa, từ thực phẩm, đồ gia dụng đến mỹ phẩm và đồ điện tử, với dịch vụ bài bản và không gian mua sắm hiện đại, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của tầng lớp trung lưu đang phát triển.

Bên cạnh đó, các trung tâm thương mại quy mô lớn như Mid Valley Megamall, Pavilion Kuala Lumpur, Suria KLCC hay 1 Utama... không chỉ là điểm mua sắm mà còn là không gian trải nghiệm tiêu dùng tổng hợp, tích hợp ăn uống, giải trí, làm đẹp và thời trang, phục vụ giới trẻ và tầng lớp có thu nhập khá trở lên.

Thương mại điện tử cũng đang nổi lên như một kênh phân phối đầy tiềm năng và tăng trưởng nhanh chóng, đặc biệt trong giai đoạn hậu đại dịch. Các nền tảng

Shopee, Lazada, PG Mall và TikTok Shop... ghi nhận lượng truy cập lớn nhờ sự bùng nổ của hình thức mua sắm trực tuyến và thanh toán không dùng tiền mặt. Người tiêu dùng Malaysia, đặc biệt là giới trẻ thành thị, đã dần quen với các chiến dịch flash sale, livestream bán hàng, voucher hoàn tiền, và mô hình “buy now – pay later” (BNPL), khiến kênh thương mại điện tử ngày càng giữ vai trò thiết yếu.

2. Cam kết quốc tế, tình hình giao thương xuất nhập khẩu của Malaysia

2.1. Cam kết quốc tế, tình hình giao thương của Malaysia

Vị trí địa lý mang lại lợi thế chiến lược trong thúc đẩy hoạt động xuất nhập khẩu của Malaysia. Nằm ở trung tâm của khu vực Đông Nam Á, nơi giao cắt giữa tuyến vận tải biển nối Ấn Độ Dương với Thái Bình Dương, Malaysia giữ vai trò như một cửa ngõ quan trọng kết nối Đông Á, Nam Á, Trung Đông và châu Phi. Đặc biệt, việc nằm kề eo biển Malacca, một trong những tuyến hàng hải chiến lược và nhộn nhịp nhất thế giới, nơi vận chuyển gần 40% tổng lượng hàng hóa đường biển toàn cầu, không chỉ tạo thuận lợi cho Malaysia trong việc xuất khẩu hàng hóa ra thế giới mà còn càng củng cố thêm cho vị thế của nước này như một điểm trung chuyển trọng yếu trong chuỗi logistics khu vực châu Á – Thái Bình Dương.

Ngoài ra, giao thương của Malaysia cũng được thúc đẩy nhờ hệ thống cảng biển và cơ sở hạ tầng logistics hiện đại. Các cảng như Port Klang, Tanjung Pelepas... thường xuyên nằm trong nhóm những cảng container nhộn nhịp nhất thế giới.

Một lợi thế đáng kể khác của Malaysia là môi trường ngôn ngữ thuận lợi cho hội nhập quốc tế. Tiếng Anh, dù không phải là ngôn ngữ chính thức, nhưng được sử dụng rộng rãi và thông thạo trong giáo dục, hành chính và đặc biệt là trong thương mại. Nhờ khả năng sử dụng tiếng Anh thành thạo, các doanh nghiệp Malaysia có thể dễ dàng đàm phán, ký kết hợp đồng và mở rộng hoạt động thương mại với nhiều thị trường mà không bị giới hạn bởi rào cản ngôn ngữ.

Do phụ thuộc nhiều vào thương mại quốc tế, Malaysia đã áp dụng các chính sách thương mại tự do và đặt trọng tâm cao vào các Hiệp định thương mại song phương và khu vực. Malaysia đã tham gia Hiệp định chung về Thương mại và Thuế quan (GATT) năm 1957, và là một trong những thành viên sáng lập của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), thay thế GATT. Malaysia cũng đã ký các Hiệp định thương mại tự do song phương với các nước bao gồm Úc, Chile, Ấn Độ, Nhật Bản, New Zealand, Thổ Nhĩ Kỳ và Pakistan.

Ở cấp khu vực, Malaysia tham gia Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (Asean) và thành lập Khu vực mậu dịch tự do Asean (AFTA). Đây là Hiệp định thương mại nhằm hỗ trợ sản xuất trong nước ở tất cả các nước Asean, đại diện cho một thị trường có GDP hơn 2,2 nghìn tỷ USD, dân số hơn 620 triệu người. Thông qua AFTA, Malaysia có các Hiệp định thương mại tự do khu vực với Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Ấn Độ, Úc và New Zealand.

Malaysia cũng đã ký các hiệp định thương mại khu vực bao gồm Hệ thống Ưu đãi Thương mại – Tổ chức Hội nghị Hồi giáo (TPS-OIC), Hiệp định ưu đãi thuế quan PTA; Hiệp định Thương mại Tự do Malaysia – Liên minh châu Âu (MEUFTA);

Hiệp định Đối tác Kinh tế Malaysia – EFTA (MEEPA); Đang tham gia đàm phán Hiệp định Thương mại Tự do Asean – Hồng Kông (AJKFTA).

Malaysia cũng tham gia các Hiệp định thương mại tự do quan trọng trong thời gian gần đây như Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) và Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP).

Hoạt động trao đổi thương mại của Malaysia diễn ra khá sôi động với kim ngạch xuất nhập khẩu tăng trưởng đáng kể trong một thập kỷ qua. Theo số liệu của ITC Trademap, tổng giá trị xuất nhập khẩu của Malaysia đã tăng từ 377,5 tỷ USD năm 2015 lên đến 714,55 tỷ USD năm 2025.

Kim ngạch xuất nhập khẩu của Malaysia giai đoạn 2015-2025 (đơn vị: tỷ USD)

Năm	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Tổng XNK	Tăng trưởng	Cán cân TM
2015	200,89	176,60	377,49	5,48%	24,29
2016	189,96	168,78	358,64	-4,99%	21,08
2017	217,72	195,08	412,80	15,10%	22,63
2018	247,49	217,66	465,15	12,68%	29,82
2019	238,16	204,99	443,15	-4,73%	33,17
2020	233,55	189,56	423,11	-4,52%	43,99
2021	299,29	238,32	537,61	27,06%	60,97
2022	353,15	295,09	648,24	20,58%	58,06
2023	312,96	265,97	578,94	-10,69%	46,99
2024	330,05	300,08	630,13	8,84%	29,96
2025	375,33	339,22	714,55	13,39%	36,11

Nguồn: ITC Trademap, 2026

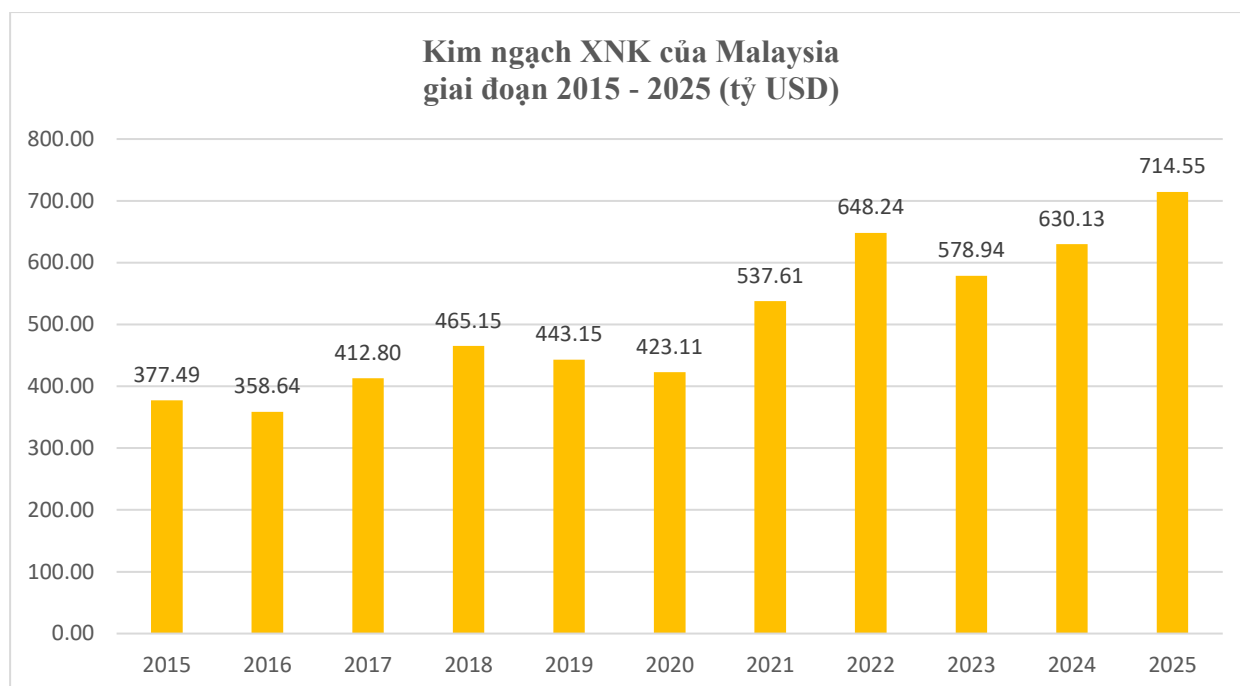
Theo số liệu chính thức của Cục Phát triển Ngoại Thương Malaysia (Matrade), năm 2025, hiệu quả thương mại của Malaysia đạt mức kỷ lục, ghi nhận tổng giá trị thương mại, xuất khẩu và nhập khẩu cao nhất từ trước đến nay, cho thấy khả năng phục hồi và tính cạnh tranh của quốc gia trong bối cảnh thương mại toàn cầu ngày càng bất ổn. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Malaysia năm 2025 lần đầu tiên vượt mốc 3 nghìn tỷ ringgit, cụ thể đạt 3.061 tỷ RM (khoảng 750,0 tỷ USD)², tăng 6,3% so với năm 2024. Xuất khẩu tăng 6,5%, đạt 1.607 tỷ RM (khoảng 393,7 tỷ USD), trong khi nhập khẩu tăng 6,2% lên 1.455 tỷ RM (khoảng 356,5 tỷ USD). Thặng dư thương mại đạt 151,80 tỷ RM (khoảng 37,2 tỷ USD), đánh dấu năm thứ 28 liên tiếp thặng dư thương mại (xuất siêu) kể từ năm 1998.

Trong giai đoạn 2015-2025, thặng dư thương mại của Malaysia tăng mạnh từ 24,3 tỷ USD năm 2015 đạt mức kỷ lục 60,97 tỷ USD vào năm 2021, giai đoạn phục hồi mạnh mẽ sau đại dịch COVID-19, trước khi điều chỉnh xuống còn 36,11 tỷ USD

² Theo số liệu của ITC Trademap, 2026, kim ngạch xuất nhập khẩu của Malaysia năm 2025 là 714,55 tỷ USD.

vào năm 2025. Trong cả giai đoạn 2015 - 2025, thặng dư thương mại trung bình của Malaysia đạt 37 tỷ USD mỗi năm.

Tổng kim ngạch XNK của Malaysia giai đoạn 2015 – 2025 (đơn vị: tỷ USD)



2.2. Kim ngạch, thị trường và những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Malaysia

Malaysia chủ trương phát triển kinh tế theo hướng xuất khẩu. Trong giai đoạn đầu, Malaysia từng phụ thuộc vào xuất khẩu các sản phẩm nông sản như dầu cọ, cao su và nguyên liệu thô. Đến nay, cùng với sự phát triển của nền kinh tế, trọng tâm đã chuyển dịch sang xuất khẩu sản phẩm chế tạo, điện - điện tử, năng lượng xanh và công nghệ bán dẫn bên cạnh dầu mỏ và khí đốt. Giá trị xuất khẩu các sản phẩm công nghệ cao của Malaysia thứ ba trong Asean. Xuất khẩu sản phẩm dầu cọ của Malaysia đứng thứ hai về khối lượng và giá trị trên toàn cầu, sau Indonesia. Kim ngạch xuất khẩu của Malaysia có sự tăng trưởng đáng kể (tăng 1,9 lần), từ khoảng 201 tỷ USD năm 2015 lên đến 375,33 tỷ USD năm 2025.

Kim ngạch và tăng trưởng xuất khẩu của Malaysia giai đoạn 2015 - 2025

Năm	Xuất khẩu (tỷ USD)	Tăng trưởng (%)		Năm	Xuất khẩu (tỷ USD)	Tăng trưởng (%)
2015	200,89	5,72%		2021	299,29	28,15%
2016	189,96	-5,44%		2022	353,15	17,99%
2017	217,72	14,61%		2023	312,96	-11,38%
2018	247,49	13,67%		2024	330,05	5,46%
2019	238,16	-3,77%		2025	375,33	13,72%
2020	233,55	-1,93%		Bình quân	272,59	6,98%

Trong giai đoạn 2015 - 2025, kim ngạch xuất khẩu bình quân hàng năm của Malaysia đạt 272,59 tỷ USD, mức tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu trung bình hàng năm của Malaysia đạt 6,98%.

Sự tăng trưởng xuất khẩu đáng kể được củng cố bởi lượng hàng xuất khẩu kỷ lục sang các đối tác thương mại truyền thống, cụ thể là Asean, Hoa Kỳ, Đài Loan và Liên minh châu Âu (EU), phản ánh sự hội nhập mạnh mẽ của Malaysia vào các chuỗi cung ứng toàn cầu có giá trị cao và dựa trên công nghệ. Thành tích này đạt được bất chấp những bất ổn toàn cầu ngày càng gia tăng, bao gồm căng thẳng địa chính trị, tái cấu trúc chuỗi cung ứng và nguy cơ chủ nghĩa bảo hộ gia tăng.

Cơ cấu xuất khẩu của Malaysia cho thấy vai trò nổi bật và sự phụ thuộc lớn vào các ngành chế tạo, đặc biệt là điện – điện tử, song cũng cho thấy có xu hướng chuyển dịch dần sang các sản phẩm có giá trị gia tăng cao hơn.

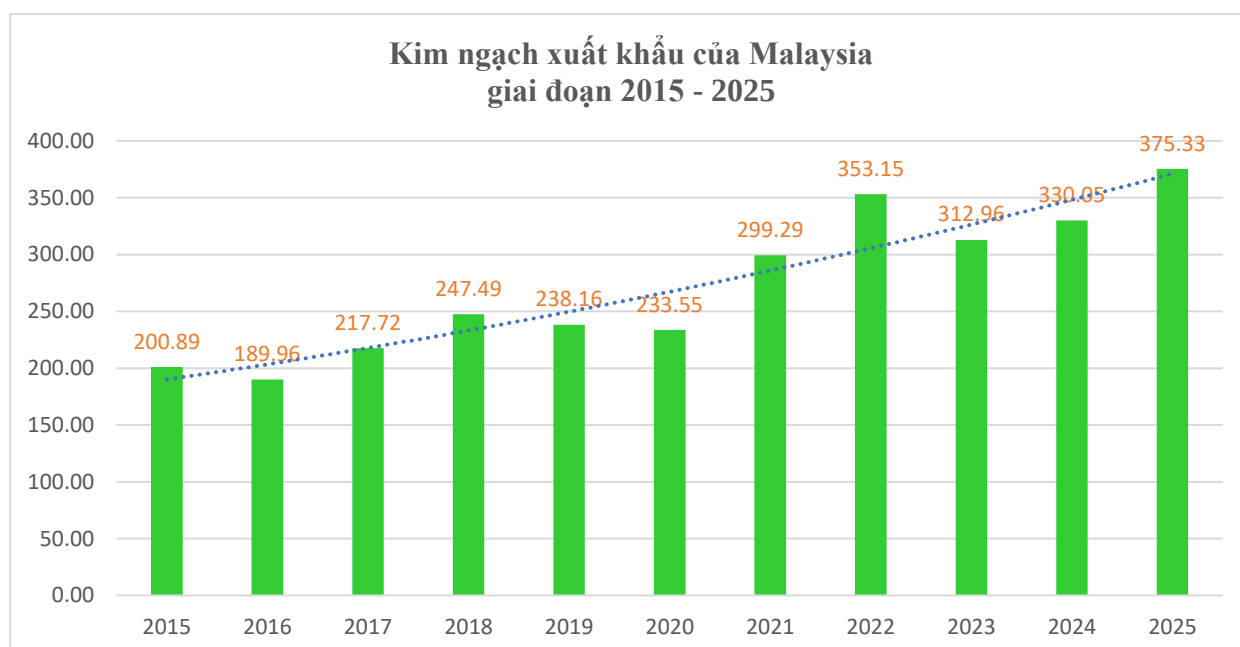
Cơ cấu nhóm hàng xuất khẩu chủ lực của Malaysia bao gồm:

Nhóm ngành công nghiệp chế biến chế tạo (máy móc và điện tử): Nhóm ngành công nghiệp chế biến chế tạo (nhóm hàng máy móc thiết bị điện, cơ khí và linh kiện bán dẫn – Chương 84, 85) đóng vai trò nòng cốt, chiếm gần một nửa tổng kim ngạch xuất khẩu của Malaysia.

Năng lượng: Nhiên liệu khoáng sản là nhóm sản phẩm xuất khẩu lớn thứ hai, chiếm khoảng 11.16% tổng giá trị xuất khẩu.

Hàng hóa khác: Các nguyên liệu phục vụ sản xuất như hóa chất, chất dẻo, cao su và các sản phẩm nhôm, sắt thép.

Kim ngạch xuất khẩu của Malaysia giai đoạn 2015 – 2025 (đơn vị: tỷ USD)



Năm 2025, xuất khẩu hàng hóa chế tạo của Malaysia vượt mốc 1 nghìn tỷ RM năm thứ năm liên tiếp, đạt giá trị cao nhất từ trước đến nay là 1.388 nghìn tỷ RM (tương đương khoảng 340,1 tỷ USD), chiếm 86,4% tổng kim ngạch xuất khẩu, tăng 7,7% so với năm 2024.

Thiết bị điện tử và điện gia dụng vẫn là sản phẩm xuất khẩu hàng đầu, ghi nhận giá trị cao nhất từ trước đến nay, tăng 18,3% lên 711,61 tỷ RM (khoảng 174,3 tỷ USD), chiếm 44,3% tổng kim ngạch xuất khẩu. Sự tăng trưởng này chủ yếu được thúc đẩy bởi nhu cầu mạnh mẽ đối với các mạch tích hợp điện tử (IC), tăng mạnh 24,3% lên 389,15 tỷ RM (khoảng 95,3 tỷ USD), được hỗ trợ bởi việc áp dụng nhanh chóng các chip công nghệ tiên tiến trên toàn cầu và xu hướng số hóa ngày càng tăng, bao gồm trí tuệ nhân tạo (AI) và tự động hóa.

Tốp 10 sản phẩm xuất khẩu chính của Malaysia năm 2025

STT	Mặt hàng	Kim ngạch XK (tỷ USD)	Tỷ trọng
01	Chương 85: Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh/hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ kiện của các loại máy trên	151,18	40,28%
02	Chương 27: Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm chưng cất từ chúng; các loại sáp khoáng chất	41,90	11,16%
03	Chương 84: Máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng	41,20	10,98%
04	Chương 15: Chất béo và dầu có nguồn gốc từ động vật, thực vật hoặc vi sinh vật và các sản phẩm tách từ chúng; chất béo ăn được đã chế biến; các loại sáp động vật hoặc thực vật	21,48	5,72%
05	Chương 90: Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, chính xác, y tế hoặc phẫu thuật; các bộ phận và phụ kiện của chúng	17,94	4,78%
06	Chương 39: Nhựa và các sản phẩm nhựa	9,33	2,49%
07	Chương 38: Các sản phẩm hóa chất khác	7,39	1,97%
08	Chương 76: Nhôm và các sản phẩm bằng nhôm	7,24	1,93%
09	Chương 40: Cao su và các sản phẩm cao su	6,65	1,77%
10	Chương 72: Sắt và thép	5,45	1,45%

Nguồn: ITC Trademap, 2026

Các sản phẩm thiết bị điện tử và điện gia dụng khác ghi nhận mức tăng trưởng xuất khẩu đáng kể trong năm 2025 bao gồm (i) Máy tính, tăng 56,8% so với năm trước lên 50,67 tỷ RM (khoảng 12,4 tỷ USD); (ii) Linh kiện cho IC, tăng 28,3% lên 48,14 tỷ RM (khoảng 11,8 tỷ USD); (iii) Thiết bị khác dùng để truyền hoặc nhận giọng nói, hình ảnh và dữ liệu khác, tăng 33,7% lên 36,05 tỷ RM (khoảng 8,8 tỷ USD); (iv) Linh kiện và phụ kiện máy tính, tăng 81,4% lên 19,38 tỷ RM (khoảng 4,7 tỷ USD); và (v) Dây dẫn, cáp và các dây dẫn điện khác có lớp cách điện và cáp quang, tăng 55,7% lên 7,92 tỷ RM (khoảng 1,9 tỷ USD).

Xuất khẩu các sản phẩm điện tử và điện gia dụng sang các thị trường trọng điểm như Mỹ, Singapore, Đặc khu hành chính Hồng Kông, Trung Quốc và Đài Loan đã ghi nhận sự tăng trưởng.

Các sản phẩm chế tạo khác cũng ghi nhận sự tăng trưởng xuất khẩu đáng kể trong năm 2025 bao gồm (i) Máy móc, thiết bị và phụ tùng, tăng 13,5% so với năm 2024 lên 78,30 tỷ RM (khoảng 19,2 tỷ USD); (ii) Thiết bị quang học và khoa học, tăng 10,9% lên 65,64 tỷ RM (khoảng 16,1 tỷ USD); (iii) Sản phẩm chế biến từ dầu cọ, tăng 16,2% lên 40,64 tỷ RM (khoảng 10,0 tỷ USD); (iv) Thực phẩm chế biến, tăng 8,8% lên 38,47 tỷ RM (khoảng 9,4 tỷ USD); và (v) Sản phẩm khoáng phi kim loại, tăng 14,2% lên 14,23 tỷ RM (khoảng 3,5 tỷ USD).

Xuất khẩu các sản phẩm điện tử và điện gia dụng, máy móc, thiết bị và phụ tùng, thiết bị quang học và khoa học cũng như thực phẩm chế biến đều đạt giá trị xuất khẩu cao nhất từ trước đến nay.

Các sản phẩm xuất khẩu chính Malaysia trong năm 2025

STT	Sản phẩm	Kim ngạch xuất khẩu (tỷ MYR)	Kim ngạch xuất khẩu (tỷ USD)	Tăng trưởng (%)	Tỷ trọng (%)
1	Điện và điện tử (E&E)	711.61	174.35	18.3%	44.3
2	Sản phẩm dầu khí	103.55	25.37	-18.7%	6.4
3	Dầu cọ và các nông sản từ dầu cọ	84.22	20.63	6.2%	5.2
4	Máy móc, thiết bị và phụ tùng	78.30	19.18	13.5%	4.9
5	Thiết bị khoa học và quang học	65.64	16.08	10.9%	4.1
6	Hóa chất và sản phẩm hóa chất	65.20	15.97	-11.4%	4.1
7	Sản phẩm từ kim loại	63.16	15.47	2.7%	3.9
8	Khí hóa lỏng	51.63	12.65	-16.6%	3.2
9	Các sản phẩm từ dầu cọ	40.64	9.96	16.2%	2.5
10	Thực phẩm chế biến	38.47	9.43	8.8%	2.4
	Các sản phẩm khác	304.21	74.53	-0.4%	18.9
	TỔNG XUẤT KHẨU	1,606.65	393.63	6.5%	

Nguồn: MATRADE, (tỷ giá 1 USD = 4,1 MYR)

Thị trường xuất khẩu chính của Malaysia là Singapore; Trung Quốc; Hoa Kỳ; Nhật Bản; Thái Lan; Hồng Kông; Ấn Độ. Trong thời gian vừa qua, thị trường xuất khẩu của Malaysia tiếp tục được đa dạng hóa, trong đó Asean, Trung Quốc, Hoa Kỳ và EU vẫn giữ vai trò chủ lực.

Các thị trường xuất khẩu chính của Malaysia năm 2025

TT	Thị trường xuất khẩu chính của Malaysia năm 2025	Kim ngạch xuất khẩu (tỷ MYR, FOB)	Kim ngạch xuất khẩu (tỷ USD)	Tăng trưởng so với cùng kỳ năm 2024 (% theo MYR)	Tỷ trọng (%)
1	Singapore	249.55	61.14	8.1%	15.5%
2	Hoa Kỳ	233.08	57.10	17.2%	14.5%
3	Trung Quốc	188.88	46.27	0.6%	11.8%
4	Hồng Kông (TQ)	96.23	23.58	8.4%	6.0%
5	Đài Bắc Trung Hoa	87.95	21.55	31.2%	5.5%
6	Nhật Bản	76.38	18.71	-8.4%	4.8%
7	Thái Lan	64.08	15.70	8.6%	4.0%
8	Việt Nam	55.24	13.53	2.6%	3.4%
9	Hàn Quốc	52.62	12.89	-3,0%	3.3%
10	Ấn độ	52.30	12.81	0.3%	3.3%
11	Khác	450.35	110.34	3.9%	28.0%
Tổng cộng		1,606.65	393.63	6.5%	

Mạng lưới rộng lớn các Hiệp định thương mại tự do của Malaysia, bao gồm các khuôn khổ khu vực quan trọng như CPTPP và RCEP, tiếp tục tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiếp cận thị trường, đa dạng hóa điểm đến xuất khẩu và giảm thiểu rủi ro thương mại, tạo điều kiện cho xuất khẩu tiếp tục xu hướng tăng.

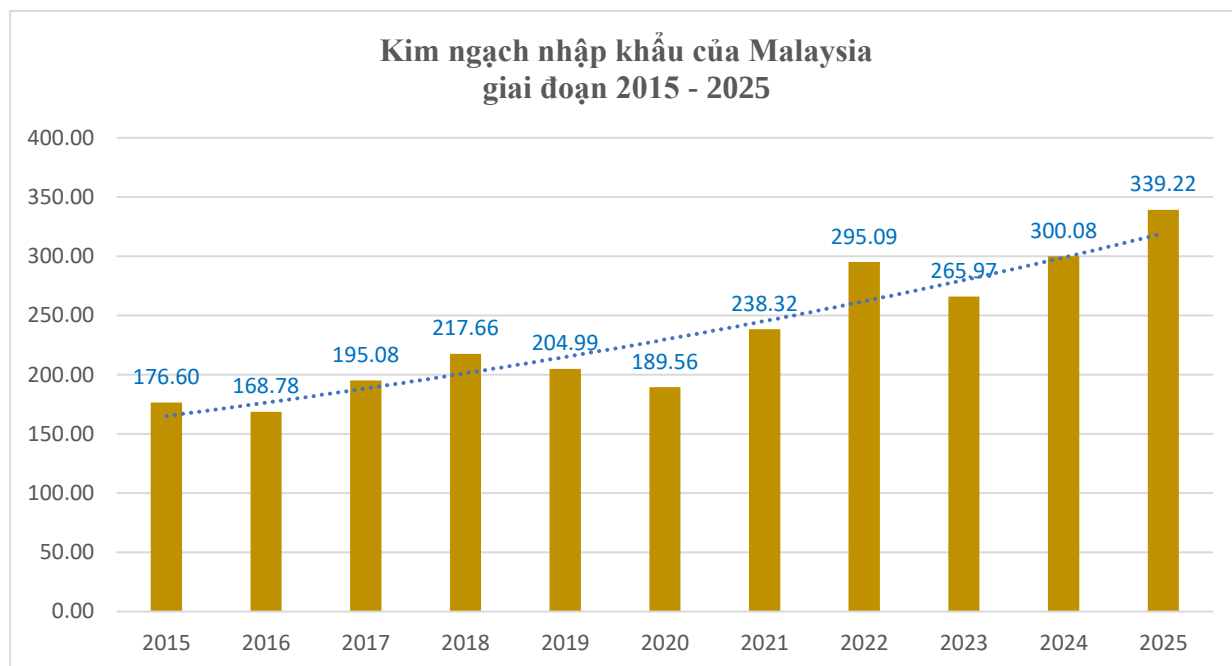
2.3. Kim ngạch, thị trường và những mặt hàng nhập khẩu chính của Malaysia

Mặc dù có những biến động trong ngắn hạn do nhiều yếu tố nhưng kim ngạch nhập khẩu của Malaysia nhìn chung vẫn duy trì xu hướng tăng một cách đều đặn trong một thời gian dài, từ mức 176,6 tỷ USD năm 2015 lên đến 339,22 tỷ USD vào năm 2025. Các sản phẩm nhập khẩu chính bao gồm các sản phẩm dân dụng như điện và điện tử và các loại nguyên liệu và máy móc phục vụ sản xuất như hoá chất, sản phẩm dầu khí, máy móc, thiết bị và phụ tùng, nhựa sản phẩm kim loại sắt, thép...v.v.

Năm	Nhập khẩu (tỷ USD)	Tăng trưởng (%)		Năm	Nhập khẩu (tỷ USD)	Tăng trưởng (%)
2015	176,60	4,68%		2021	238,32	25,72%
2016	168,78	-4,43%		2022	295,09	23,82%
2017	195,08	15,58%		2023	265,97	9,87%
2018	217,66	11,57%		2024	300,08	12,82%
2019	204,99	5,82%		2025	339,22	13,04%
2020	189,56	-7,53%		Bình quân	235,58	9,56%

Trong giai đoạn 2015 – 2025, kim ngạch nhập khẩu bình quân hàng năm của Malaysia đạt 235,58 tỷ USD, tăng trưởng kim ngạch nhập khẩu bình quân hàng năm đạt 9,56%.

Kim ngạch nhập khẩu của Malaysia giai đoạn 2015 – 2025 (đơn vị: tỷ USD)



Cơ cấu hàng hóa nhập khẩu cho thấy nhu cầu cao và ổn định của nền kinh tế Malaysia đối với các sản phẩm phục vụ sản xuất, đặc biệt là nhóm hàng máy móc, thiết bị điện – cơ khí, nhiên liệu khoáng, sắt thép, nhôm, hóa chất... Đây là những mặt hàng đóng vai trò then chốt trong việc duy trì hoạt động sản xuất – chế biến của quốc gia này.

Tốp 10 sản phẩm nhập khẩu chính của Malaysia năm 2025

STT	Mặt hàng	Kim ngạch NK (tỷ USD)	Tỷ trọng
01	Chương 85: Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ kiện của các loại máy trên	109,43	32,26%
02	Chương 84: Máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng	52,71	15,54%
03	Chương 27: Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm chưng cất từ chúng; các loại sáp khoáng chất	40,85	12,04%
04	Chương 39: Nhựa và các sản phẩm nhựa	9,24	2,72%
05	Chương 87: Xe trừ phương tiện chạy trên đường sắt hoặc đường tàu điện và các bộ phận và phụ kiện	8,69	2,56%

06	Chương 90: Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, chính xác, y tế hoặc phẫu thuật; các bộ phận và phụ kiện của chúng	8,48	2,50%
07	Chương 71: Ngọc trai, đá quý hoặc đá bán quý, kim loại quý và các sản phẩm của chúng; đồ trang sức làm bằng chất liệu khác; tiền kim loại	8,21	2,42%
08	Chương 72: Sắt và thép	5,81	1,71%
09	Chương 38: Các sản phẩm hóa chất khác	4,99	1,47%
10	Chương 88: Máy bay, tàu vũ trụ và các bộ phận	4,94	1,46%

Nguồn: ITC Trademap, 2026

Năm 2025, tổng kim ngạch nhập khẩu của Malaysia tăng 6,2% lên 1.455 tỷ RM so với năm 2024, mức cao nhất được ghi nhận từ trước đến nay. Ba nhóm hàng nhập khẩu chính theo mục đích sử dụng, chiếm 72,5% tổng kim ngạch nhập khẩu năm 2025 là (i) Hàng hóa trung gian, trị giá 720,78 tỷ RM, chiếm 49,5% tổng kim ngạch nhập khẩu, giảm 3,8%, chủ yếu do nhập khẩu nguyên liệu công nghiệp chế biến giảm; (ii) Hàng hóa vốn, đạt 214,48 tỷ RM, chiếm 14,7% tổng kim ngạch nhập khẩu, tăng 29,1%, do nhập khẩu hàng hóa vốn phi vận tải tăng; (iii) Hàng tiêu dùng, đạt 120,15 tỷ RM, chiếm 8,3% tổng kim ngạch nhập khẩu, tăng nhẹ 2,3%, do nhập khẩu hàng hóa lâu bền tăng.

Các sản phẩm nhập khẩu chính của Malaysia trong năm 2025

TT	Sản phẩm	Kim ngạch nhập khẩu (tỷ MYR)	Kim ngạch nhập khẩu (tỷ USD)	Tăng trưởng (%)	Tỷ trọng (%)
01	Điện và điện tử (E&E)	567.71	139.09	24.6%	39.0
02	Máy móc, thiết bị và phụ tùng	120.81	29.60	6.3%	8.3
03	Sản phẩm dầu khí	96.63	23.68	-24.8%	6.6
04	Hóa chất và sản phẩm hóa chất	94.91	23.25	-8.9%	6.5
05	Các sản phẩm kim loại	65.17	15.97	-8.3%	4.5
06	Phương tiện vận tải	59.43	14.56	13.6%	4.1
07	Dầu thô	53.56	13.12	-15.2%	3.7
08	Thiết bị quang học và nghiên cứu	35.40	8.67	8.8%	2.4
09	Thực phẩm chế biến	30.78	7.54	-3.8%	2.1
10	Các sản phẩm sắt thép	28.32	6.94	-13.7%	1.9
	Các sản phẩm khác	302.12	74.02	6.3%	20.8
	TỔNG NHẬP KHẨU	1,454.85	356.44	6.2%	

Nguồn: MATRADE, (tỷ giá 1 USD = 4,1 MYR)

Về thị trường, Trung Quốc là thị trường nhập khẩu lớn nhất của Malaysia kể từ năm 2011, tiếp theo là Singapore, Đài Loan, Mỹ và Nhật Bản. Tổng cộng, các thị trường này chiếm 58,6% tổng kim ngạch nhập khẩu của Malaysia. Trong khi, nhập khẩu từ thị trường các nước Asean chiếm 22% tổng kim ngạch nhập khẩu, còn nhập khẩu từ thị trường EU chiếm 6,8%.

Các thị trường nhập khẩu chính của Malaysia trong năm 2025

TT	Thị trường nhập khẩu chính của Malaysia	Kim ngạch nhập khẩu (tỷ MYR, FOB)	Kim ngạch nhập khẩu (triệu USD)	Tăng trưởng so với cùng kỳ năm 2024 (% theo MYR)	Tỷ trọng (%)
01	Trung Quốc	353.03	86.49	19.1%	24.3%
02	Singapore	152.83	37.44	-7.6%	10.5%
03	Đài Bắc Trung Hoa	145.07	35.54	32.9%	10.0%
04	Hoa Kỳ	134.39	32.93	6.4%	9.2%
05	Nhật Bản	66.59	16.31	-5.1%	4.6%
06	Hàn Quốc	64.48	15.80	16.3%	4.4%
07	Indonesia	62.84	15.40	2.8%	4.3%
08	Thái Lan	54.50	13.35	-1.8%	3.7%
09	Việt Nam	36.89	9.04	26.1%	2.5%
10	Đức	30.51	7.48	-5.6%	2.1%
	Khác	353.73	86.66	-4.2%	24.3%
	Tổng cộng	1,454.85	356.44	6.2%	

Nguồn: MATRADE, (tỷ giá 1 USD = 4,1 MYR)

3. Tiêu chuẩn Halal, đặc điểm đặc trưng của thị trường Malaysia

3.1. Khái niệm và tiềm năng sản phẩm Halal tại Malaysia

Halal là thuật ngữ tiếng Ả rập có nghĩa là được phép hoặc hợp pháp. Trái nghĩa với nó là “Haram”, chỉ những gì bị cấm hoặc không hợp pháp. Sản phẩm halal là các loại thực phẩm và đồ uống mà người theo đạo Hồi được phép tiêu thụ theo quy định của Luật Hồi giáo. Đối với cộng đồng người Hồi giáo, việc tuân thủ các nguyên tắc này là quy định bắt buộc trong đời sống hàng ngày.

Theo truyền thống, Halal được hiểu là chỉ áp dụng cho thịt và gia cầm (cụ thể là liên quan đến phương thức giết mổ gia cầm). Tuy nhiên, đến nay phạm vi Halal được mở rộng sang cả các loại thực phẩm không phải thịt như sản phẩm từ sữa, bánh nướng, đồ ăn nhẹ, bánh kẹo, bữa ăn chế biến sẵn và các sản phẩm thực phẩm, đồ uống đã qua chế biến khác. Trong ngành công nghiệp thực phẩm, các nguyên liệu,

dây chuyền sản xuất và các dịch vụ như logistics hay kho bãi hiện cũng có thể được chứng nhận tuân thủ các tiêu chuẩn Halal.

Thị trường thực phẩm Halal toàn cầu đã duy trì đà tăng trưởng ổn định trong những năm gần đây, nhờ vào sự gia tăng dân số Hồi giáo toàn cầu, mức sống ngày càng cao của người tiêu dùng Hồi giáo và xu hướng tiêu thụ thực phẩm Halal ngày càng tăng ở nhóm người không theo đạo Hồi do các tiêu chuẩn về an toàn và vệ sinh thực phẩm của loại thực phẩm này.

Ngành thực phẩm Halal ước tính đạt giá trị 1.434 tỷ USD vào năm 2023, chiếm khoảng 60% tổng chi tiêu của người tiêu dùng Hồi giáo trên toàn cầu và dự kiến sẽ đạt 1.939 tỷ USD vào năm 2028, tương ứng với tốc độ tăng trưởng hàng năm là 6,2%. Theo thông tin từ Halal Development Corporation (cơ quan do chính phủ Malaysia bảo trợ nhằm thúc đẩy ngành công nghiệp Halal), mới chỉ có một phần năm nhu cầu về thực phẩm Halal của cộng đồng Hồi giáo được đáp ứng, chưa kể nhu cầu bổ sung từ những người tiêu dùng không theo đạo Hồi.

3.2. Thị trường và quy định tiêu chuẩn Halal của Malaysia

Malaysia với phần đông dân số theo đạo Hồi (khoảng 60,4%) và Hồi giáo là quốc giáo nên yêu cầu về tiêu chuẩn Halal rất nghiêm ngặt, đồng thời là thị trường nhiều tiềm năng cho các sản phẩm Halal. Bên cạnh là thị trường tiềm năng tiêu thụ sản phẩm Halal, Chính phủ Malaysia còn định hướng phát triển trở thành trung tâm xuất khẩu sản phẩm Halal lớn của thế giới. Vì vậy, Malaysia còn là đối tác tin cậy để hợp tác phát triển các sản phẩm Halal cho cộng đồng người Hồi giáo.

Malaysia là quốc gia dẫn đầu thị trường toàn cầu trong ngành thực phẩm Halal, giữ vị trí số một ở hạng mục thực phẩm Halal trong Chỉ số Kinh tế Hồi giáo toàn cầu (GIEI – Global Islamic Economy Index) trong suốt 11 năm liên tiếp kể từ khi chỉ số này ra mắt năm 2013. Trong bảng xếp hạng năm 2024, Malaysia đạt 117,0 điểm ở phân khúc thực phẩm Halal, vượt xa quốc gia đứng thứ hai là Singapore (89,8 điểm) và quốc gia đứng thứ ba là UAE (84,1 điểm), qua đó khẳng định lợi thế vượt trội của mình trong lĩnh vực thực phẩm Halal.

Malaysia cũng nằm trong nhóm 5 quốc gia nhập khẩu thực phẩm Halal hàng đầu thuộc Tổ chức Hợp tác Hồi giáo (OIC) vào năm 2023, với kim ngạch nhập khẩu đạt 20,8 tỷ USD (chiếm 7% tổng kim ngạch nhập khẩu), xếp sau Ả Rập Xê Út (27,4 tỷ USD), Indonesia (25,5 tỷ USD) và Thổ Nhĩ Kỳ (22,6 tỷ USD). Tuy nhiên, do dân số Hồi giáo của Malaysia tương đối khiêm tốn, quy mô thị trường thực phẩm Halal của Malaysia hiện nay ước tính khoảng trên 50 tỷ USD, con số khá nhỏ so với các quốc gia Hồi giáo khác như Indonesia và Bangladesh (theo Báo cáo Tình hình Kinh tế Hồi giáo toàn cầu giai đoạn 2024-2025, Indonesia và Bangladesh là hai thị trường thực phẩm Halal lớn nhất, với quy mô thị trường ước tính lần lượt khoảng trên 160 tỷ USD và trên 140 tỷ USD).

Mặc dù quy mô thị trường thực phẩm Halal nhỏ hơn so với các quốc gia lớn khác trong khối OIC, Malaysia vẫn được công nhận là quốc gia dẫn đầu ngành công nghiệp thực phẩm Halal toàn cầu. Điều này không chỉ nhờ vào sự tăng trưởng mạnh mẽ của thị trường thực phẩm Halal trong nước (với tốc độ tăng trưởng hàng năm

khoảng 6,2% trong giai đoạn 2025–2031) mà còn nhờ sự chủ động của chính phủ Malaysia trong việc thúc đẩy ngành công nghiệp Halal thông qua các biện pháp như chính sách hỗ trợ và hệ thống chứng nhận Halal được quốc tế công nhận.

Chính phủ Malaysia đang áp dụng cách tiếp cận toàn diện để thúc đẩy ngành công nghiệp Halal, trong đó thực phẩm Halal là một trong những lĩnh vực trọng tâm. Điều này được thể hiện thông qua việc thành lập Tập đoàn Phát triển Halal (HDC - Halal Development Corporation) vào năm 2006, đóng vai trò là cơ quan điều phối trung tâm nhằm thúc đẩy sự phát triển của hệ sinh thái Halal tại Malaysia (bao gồm cả mảng thực phẩm Halal). Nước này cũng có một cơ quan chuyên trách của chính phủ để xây dựng các tiêu chuẩn Halal và cấp Chứng nhận Halal, đó là Cục Phát triển Hồi giáo Malaysia (JAKIM).

Bên cạnh thiết lập cơ cấu hành chính toàn diện nhằm hỗ trợ phát triển ngành công nghiệp Halal, tháng 3 năm 2023, Chính phủ Malaysia đã thông qua Quy hoạch Tổng thể Công nghiệp Halal (HIMP) 2030, một kế hoạch cấp quốc gia về phát triển ngành công nghiệp Halal. Kế hoạch đặt mục tiêu tham vọng đưa Malaysia trở thành quốc gia dẫn đầu nổi bật trong nền kinh tế Halal toàn cầu, với quy mô thị trường Halal nội địa dự kiến đạt 113 tỷ USD vào năm 2030.

Kế hoạch cũng đặt ra các mục tiêu cụ thể gồm:

- (a) thu hút đầu tư vào ngành công nghiệp Halal;
- (b) hỗ trợ các doanh nghiệp Halal trong nước tiếp cận thị trường quốc tế; và
- (c) đào tạo bồi dưỡng nhân tài cho ngành.

Malaysia cũng là quốc gia tiên phong trong việc thành lập các khu công nghiệp Halal (Halal parks). Đây là các khu công nghiệp chuyên biệt dành cho các nhà sản xuất sản phẩm Halal, với mục tiêu thu hút các thương hiệu Halal danh tiếng toàn cầu đến sản xuất tại Malaysia cũng như nuôi dưỡng các thương hiệu Halal nội địa. Theo HIMP 2030, trong số 22 khu công nghiệp Halal của Malaysia, có 14 khu đạt chứng nhận HALMAS. Đây là chứng nhận dành cho các đơn vị vận hành khu công nghiệp Halal đáp ứng đầy đủ các yêu cầu theo *Hướng dẫn Phát triển Khu công nghiệp Halal chuyên biệt* của HDC.

Với tư cách là đơn vị đạt chuẩn HALMAS, các nhà vận hành, doanh nghiệp trong ngành và đơn vị cung cấp dịch vụ logistics (bao gồm cả nhà đầu tư nước ngoài, với điều kiện họ đăng ký thành lập công ty mới tại Malaysia chỉ hoạt động trong các lĩnh vực liên quan đến Halal) có thể hưởng các ưu đãi. Cụ thể:

Loại hình	Ưu đãi
Doanh nghiệp sản xuất ngành Halal	• Miễn thuế doanh thu xuất khẩu 05 năm; hoặc miễn 100% thuế chi phí vốn/chi phí đầu tư tài sản cố định trong vòng 10 năm • Miễn thuế nhập khẩu và thuế doanh thu từ nguyên liệu đầu vào để sản xuất các sản phẩm Halal • Giảm chi bằng hai lần chi phí bỏ ra để xin công nhận các tiêu chuẩn quốc tế như HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points)

Doanh nghiệp logistics ngành Halal	• Miễn hoàn toàn thuế thu nhập 05 năm; hoặc miễn 100% thuế chi phí vốn/chi phí đầu tư tài sản cố định trong vòng 05 năm • Miễn thuế nhập khẩu và thuế doanh thu từ công cụ, trang thiết bị và máy móc dùng trực tiếp trong các kho lạnh bảo quản phù hợp với các chính sách hiện hành
Doanh nghiệp đầu tư vận hành khu công nghiệp Halal	• Miễn hoàn toàn thuế thu nhập 10 năm; hoặc miễn 100% thuế chi phí vốn/chi phí đầu tư tài sản cố định trong vòng 05 năm • Miễn thuế nhập khẩu và thuế doanh thu từ công cụ, trang thiết bị và máy móc dùng trực tiếp trong các kho lạnh bảo quản phù hợp với các chính sách hiện hành

Tại thị trường Malaysia, chứng nhận Halal có vai trò quan trọng. Chứng nhận Halal là giấy phép thông hành cho sản phẩm tiêu dùng trong cộng đồng người Hồi giáo, để xác định những sản phẩm nào phù hợp cho người Hồi giáo tiêu dùng và đảm bảo rằng thực phẩm đã được chế biến theo các nguyên tắc Hồi giáo. Cục Phát triển Hồi giáo Malaysia (JAKIM) là cơ quan cấp chứng nhận Halal. Chứng nhận Halal sẽ cho phép doanh nghiệp dán nhãn đạt tiêu chuẩn Halal lên bao bì đóng gói sản phẩm của mình và/hoặc trưng biển đạt tiêu chuẩn Halal tại cơ sở sản xuất.

Để đạt được chứng nhận Halal từ JAKIM đòi hỏi các yêu cầu tiêu chuẩn chất lượng nghiêm ngặt. Ví dụ, sau khi nộp đầy đủ các tài liệu cần thiết, nhân viên kiểm soát của JAKIM sẽ đến thăm các cơ sở chế biến thực phẩm của đương đơn để đảm bảo rằng các cơ sở này đáp ứng các yêu cầu Halal khi xử lý thực phẩm. Ngoài ra, các doanh nghiệp được yêu cầu phải có một cán bộ chuyên trách về tuân thủ Halal để quản lý các vấn đề Halal và nhân viên cũng được yêu cầu phải được đào tạo bài bản. Nhân viên JAKIM có thể yêu cầu đương đơn thay đổi cơ sở vật chất và/hoặc xem xét lại chuỗi sản xuất để đảm bảo tuân thủ theo các tiêu chuẩn, điều kiện Halal sau lần đánh giá đầu tiên. Việc đánh giá có thể gây tốn kém đối với các ứng viên nước ngoài vì phát sinh chi phí đi lại và chỗ ở cho các nhân viên kiểm soát này. Nhờ tuân thủ các tiêu chuẩn và uy tín cao của JAKIM, chứng nhận Halal của tổ chức này được công nhận rộng rãi trên toàn thế giới.

4. Chính sách khuyến khích xuất nhập khẩu và đầu tư của Malaysia

Malaysia nổi bật là một trong những nước phát triển kinh tế thành công tại khu vực châu Á. Từ một nước nông nghiệp khi mới độc lập với sản phẩm cao su và thiếc chiếm một nửa GDP, Malaysia đã trở thành một nước có nền kinh tế mở và đa dạng. Điều này một phần do Malaysia đã thực hiện thành công các chính sách xuất nhập khẩu và đầu tư.

Từ khi chuyển hướng phát triển kinh tế từ hướng nội sang ngoại, hoạt động ngoại thương và thu hút đầu tư của Malaysia trở nên rất năng động, là động lực chính thúc đẩy sự tăng trưởng kinh tế. Malaysia đã có chính sách phù hợp cho từng thời kỳ để phát triển ngoại thương và thu hút đầu tư.

Một trong những điểm nổi bật của nền kinh tế Malaysia là khả năng thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài. Nhờ vào môi trường đầu tư ổn định, cơ sở hạ tầng hiện đại và các chính sách ưu đãi hấp dẫn, Malaysia đã trở thành điểm đến lý tưởng cho

các nhà đầu tư quốc tế. Trong giai đoạn 2020 - 2025, đầu tư nước ngoài vào Malaysia tiếp tục tăng trưởng, thu hút đầu tư tập trung vào các lĩnh vực công nghệ cao, phát triển kinh tế số, dịch vụ tài chính, năng lượng tái tạo, các dự án thân thiện môi trường.

Chính sách khuyến khích xuất nhập khẩu và khuyến khích, thu hút đầu tư của Malaysia nổi bật với các ưu đãi thiết thực về thuế, cơ sở hạ tầng và quyền sở hữu. Cụ thể như (i) ưu đãi các dự án đầu tư (gồm cả đầu tư trong nước và nước ngoài) và miễn giảm thuế cho các dự án sản xuất hàng xuất khẩu; (ii) thành lập các khu thương mại tự do (FTA); (iii) khuyến khích các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu; (iv) cho phép nhà đầu tư nước ngoài được sở hữu 100% vốn cổ phần của doanh nghiệp nếu xuất khẩu được từ 80% sản phẩm trở lên; (v) thực hiện tín dụng xuất khẩu trong đó có bảo hiểm các rủi ro trong xuất khẩu; (vi) đơn giản hóa thủ tục, giấy tờ liên quan đến xuất khẩu; (vii) thành lập Cơ quan chuyên trách xuất khẩu (MATRADE); (viii) tổ chức nhiều hội chợ xúc tiến xuất khẩu; (ix) tổ chức các phái đoàn thương mại (kể cả các phái đoàn cấp cao) ra nước ngoài để tìm hiểu cơ hội giao thương và đầu tư; (x) thường xuyên đổi mới cơ cấu mặt hàng xuất khẩu.

Các ưu đãi như giảm 10% thuế giá trị gia tăng cho sản phẩm xuất khẩu, giảm 5% giá nguyên liệu đầu vào nội địa để sản xuất hàng xuất khẩu, cũng như chi phí quảng cáo, nghiên cứu thị trường. Với mục tiêu tạo việc làm và khuyến khích đầu tư mở rộng của doanh nghiệp FDI, Malaysia đã đưa ra điều kiện để được hưởng ưu đãi là lao động thường xuyên từ 500 người trở lên hoặc vốn giải ngân đạt từ 25 triệu ringgit trở lên. Nhằm khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào phát triển nguồn nhân lực, Malaysia cấp ưu đãi cho phép các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực đào tạo hướng nghiệp cho người lao động hoặc xây dựng các trường đào tạo.

Đặc biệt, Malaysia có chính sách ưu đãi cho các nhà đầu tư tiên phong và trợ cấp thuế đầu tư để áp dụng cho các nhà đầu tư ở các lĩnh vực như chế biến sản phẩm nông nghiệp; sản xuất các sản phẩm cao su; các sản phẩm từ dầu cọ; hóa chất và hóa phẩm dầu khí; dược phẩm; đồ gỗ; bột giấy, giấy và bảng giấy; các sản phẩm từ bông vải sợi; may mặc... với các điều kiện về việc áp dụng công nghệ, về mức độ giá trị gia tăng và các mối liên kết công nghiệp của dự án. Những lĩnh vực trên đều là những ngành có thế mạnh của Malaysia, Chính phủ Malaysia muốn thúc đẩy phát triển những ngành thuộc thế mạnh của mình nên đã có chính sách ưu đãi, thu hút đầu tư nước ngoài nhằm nâng cao công nghệ sản xuất và chất lượng sản phẩm.

Không chỉ đưa ra các chính sách ưu đãi thu hút đầu tư vào các ngành có thế mạnh, Malaysia còn khuyến khích đầu tư cho các ngành công nghệ cao, dự án chiến lược, máy móc thiết bị công nghiệp... Chính phủ Malaysia đẩy mạnh chủ trương miễn thuế nhập khẩu đối với máy móc thiết bị cho các khu chế xuất và các dự án hướng vào xuất khẩu.

Các chính sách khuyến khích, thu hút đầu tư phi thuế được áp dụng như:

- Áp dụng chính sách đào tạo lao động theo yêu cầu của chủ đầu tư, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp nước ngoài hoạt động. Gần đây, Malaysia có qui định, các nhà chuyên môn, chuyên gia quản lý và kỹ thuật đóng thuế thu nhập thì không phải trả thuế sử dụng nhân công nước ngoài;

- Mọi thủ tục gây phiền hà cho đầu tư nước ngoài dần được loại bỏ và thay vào đó là các cơ chế, thủ tục nhanh, gọn, thông thoáng và hiệu quả.

Nhìn chung, chính sách thu hút đầu tư nói chung và chính sách thuế trong thu hút đầu tư của Malaysia nói riêng về cơ bản là tương đối đồng bộ và nhất quán, minh bạch đối với các nhà đầu tư nước ngoài. Bên cạnh cam kết bảo đảm sở hữu; tạo lập môi trường chính trị - xã hội ổn định; nâng cấp cơ sở hạ tầng kinh tế - kỹ thuật; chú trọng đào tạo phát triển nguồn nhân lực; thúc đẩy hoạt động nghiên cứu và chuyển giao công nghệ... Malaysia còn có chính sách khuyến khích ưu đãi về thuế, qua đó, đã tạo được môi trường đầu tư hấp dẫn đối với các nhà đầu tư nước ngoài. Chính sách thuế thu hút đầu tư của Malaysia cũng thể hiện tính linh hoạt, kịp thời bổ sung, điều chỉnh phù hợp với tình hình thực tiễn trong nước và quốc tế.

5. Đánh giá tiềm năng, những thuận lợi và khó khăn thách thức khi tham gia xuất nhập khẩu hàng hóa với Malaysia

5.1. Đánh giá tiềm năng, những thuận lợi và khó khăn thách thức khi tham gia xuất khẩu hàng hóa vào thị trường Malaysia

Malaysia là nền kinh tế phát triển có quy mô GDP và dân số lớn, sức mua cao và nhu cầu tiêu thụ hàng hóa đa dạng. Là nền kinh tế sản xuất, Malaysia cũng có nhu cầu cao đối với các loại công cụ, dụng cụ, trang thiết bị, máy móc, sản phẩm cơ khí, nhiên liệu cũng như nguyên vật liệu đầu vào phục vụ cho sản xuất, sắt thép, hóa chất. Ngoài ra, Malaysia có vị trí địa lý thuận lợi, nằm ở trung tâm Đông Nam Á, hệ thống cảng biển lớn bao gồm cả các cảng container là đầu mối phân phối hàng hóa lý tưởng đi toàn khu vực. Malaysia là thành viên và đã tham gia nhiều hiệp định thương mại tự do song phương và khu vực. Những yếu tố này làm cho Malaysia trở thành thị trường xuất khẩu có nhiều tiềm năng cho các loại sản phẩm hàng hóa. Điều đặc biệt, là nước có phần lớn dân số theo đạo Hồi nên Malaysia có nhu cầu cao đối với các sản phẩm Halal. Nhiều quốc gia trên thế giới trong đó có Việt Nam đã tận dụng các ưu thế của mình để tìm cách tiếp cận, khai thác và xuất khẩu hàng hóa vào Malaysia.

Tuy nhiên, khai thác thị trường Malaysia cũng có nhiều khó khăn, đầu tiên phải kể đến là tiêu chuẩn Halal. Malaysia là quốc gia có dân số theo đạo Hồi chiếm số đông và Hồi giáo là quốc giáo nên các sản phẩm hàng hóa, đặc biệt là thực phẩm, phải tuân thủ và đáp ứng các điều kiện nghiêm ngặt, và phải được cấp chứng nhận Halal để có thể được tiêu thụ rộng rãi tại thị trường này. Đây là rào cản lớn nhất đối với các mặt hàng thực phẩm, nông sản chế biến, các loại đồ uống, mỹ phẩm và nhiều mặt hàng tiêu dùng khác. Chứng nhận Halal do JAKIM cung cấp được xem là một trong những hệ thống nghiêm ngặt nhất thế giới. Đạt tiêu chuẩn Halal không chỉ liên quan đến sản phẩm cuối cùng mà còn bao gồm toàn bộ chuỗi cung ứng, từ nguyên liệu, chế biến, bảo quản đến vận chuyển. Nếu không có chứng nhận Halal, nhiều sản phẩm rất khó tiếp cận hệ thống phân phối lớn tại Malaysia.

Ngoài ra, các sản phẩm xuất khẩu vào thị trường Malaysia còn phải tuân thủ các điều kiện, tiêu chuẩn khác như tiêu chuẩn xanh và bền vững (sản xuất sạch, minh bạch dữ liệu phát thải và nguyên liệu đầu vào...), các biện pháp kiểm dịch động thực vật và an toàn thực phẩm (SPS), yêu cầu tiêu chuẩn kỹ thuật và quy chuẩn sản phẩm

(hàng hóa nhập khẩu phải tuân thủ các quy định kiểm định khắt khe và phải đảm bảo các tiêu chuẩn kỹ thuật và quy chuẩn sản phẩm để được phép lưu thông).

Malaysia áp dụng nhiều biện pháp kiểm dịch nghiêm ngặt để kiểm soát chất lượng hàng nhập khẩu. Các cơ quan chuyên môn chịu trách nhiệm kiểm tra sản phẩm nông nghiệp, chăn nuôi và thực phẩm. Những mặt hàng như trái cây tươi, thủy sản, thịt và thực phẩm chế biến phải có chứng nhận kiểm dịch, giấy xác nhận an toàn thực phẩm và có thể trải qua kiểm tra thực tế tại cửa khẩu. Ngoài ra, quốc gia này quy định chặt chẽ về dư lượng hóa chất, kháng sinh và phụ gia. Điều này buộc doanh nghiệp xuất khẩu phải đầu tư vào truy xuất nguồn gốc.

Malaysia áp dụng nhiều quy chuẩn kỹ thuật đối với hàng nhập khẩu, đặc biệt là thiết bị điện, điện tử, sản phẩm công nghiệp và hàng tiêu dùng. Nhiều mặt hàng phải đáp ứng tiêu chuẩn SIRIM và phải được chứng nhận hợp quy trước khi đưa vào lưu hành. Ngoài các yêu cầu kỹ thuật, Malaysia còn áp dụng quy định liên quan đến an toàn sản phẩm, hiệu suất năng lượng và bảo vệ môi trường.

Cuối cùng, Malaysia là nước có nền sản xuất mạnh theo hướng xuất khẩu, thị trường Malaysia có độ mở lớn nên tính cạnh tranh của thị trường cao, sản phẩm nhập khẩu không chỉ phải cạnh tranh trực tiếp với các sản phẩm nội địa mà còn với cả sản phẩm nhập khẩu từ các nước khác như Trung Quốc, Mỹ, Nhật Bản, Indonesia, Thái Lan. Đặc biệt, Trung Quốc là nguồn nhập khẩu lớn nhất của Malaysia cộng với cộng đồng người Hoa đông đảo vốn đã quen với sản phẩm đại lục càng làm cho tính cạnh tranh của thị trường này thêm cao.

Tóm lại, mặc dù được đánh giá tích cực và có nhiều tiềm năng, khả năng giao thương xuyên biên giới, thị trường có độ mở và thuận lợi cho hàng hóa xuất khẩu nhưng Malaysia vẫn tồn tại nhiều khó khăn, rào cản và quy định hạn chế nhằm bảo vệ các ngành chiến lược và duy trì chuẩn mực văn hóa, tôn giáo.

5.2. Đánh giá tiềm năng, những thuận lợi và khó khăn thách thức khi tham gia nhập khẩu hàng hóa từ thị trường Malaysia

Với nền kinh tế phát triển theo hướng xuất khẩu và vị trí địa lý, điều kiện giao thương thuận lợi nên Malaysia cũng là thị trường tốt để nhập khẩu các loại sản phẩm hàng hóa. Các sản phẩm chế tạo kết tinh công nghệ cao, các sản phẩm điện, điện tử và các sản phẩm công nghệ bán dẫn là thế mạnh xuất khẩu của Malaysia và là nguồn hàng nhập khẩu cho các quốc gia. Ngoài ra, một số sản phẩm nông nghiệp đặc trưng như dầu cọ cũng là nhóm sản phẩm nhập khẩu tiềm năng. Đặc biệt, các sản phẩm có chứng nhận Halal là thế mạnh của Malaysia, được chấp nhận rộng rãi trong cộng đồng người Hồi giáo. Cuối cùng, vị trí địa lý, ngôn ngữ và hệ thống các cảng biển lớn, dịch vụ logistics cũng là những điểm mạnh, tạo lợi thế cho việc nhập khẩu hàng hóa từ thị trường Malaysia.

Tuy nhiên, bên cạnh những mặt hàng thế mạnh, Malaysia cũng đang áp dụng cơ chế cấp phép xuất khẩu trong một số lĩnh vực. Với hàng dệt may, giấy phép phải bảo đảm tuân thủ các thỏa thuận song phương. Với cao su, gỗ, dầu cọ và thiếc, doanh nghiệp thường cần xin chấp thuận nhằm khuyến khích chế biến nội địa.

6. Nhận định, dự báo về nhu cầu thị trường Malaysia trong thời gian tới

Năm 2026 và những năm tới, thương mại của Malaysia dự kiến sẽ tăng trưởng ở mức vừa phải, phù hợp với triển vọng thương mại toàn cầu do Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) công bố (dự báo khối lượng thương mại hàng hóa toàn cầu sẽ tăng khoảng 0,5% trong năm 2026). Tuy nhiên, triển vọng này vẫn tiềm ẩn rủi ro giảm sút do các biện pháp hạn chế thương mại, căng thẳng địa chính trị, sự không chắc chắn về chính sách và điều kiện nhu cầu toàn cầu yếu hơn.

Theo đó, Báo cáo Triển vọng Kinh tế năm 2026 của Bộ Tài chính Malaysia dự báo thương mại của Malaysia sẽ tăng 3,3% trong năm 2026, được hỗ trợ bởi sự tăng trưởng xuất khẩu 2,8% và nhập khẩu 3,9%. Cùng với triển vọng này, Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) dự kiến sẽ tăng trưởng từ 4,0% đến 4,5%, được hỗ trợ bởi nhu cầu nội địa ổn định và hoạt động đầu tư bền vững. Mức tăng trưởng sẽ tiếp tục khả quan trong những năm tiếp theo.

Hơn nữa, Thống kê Thương mại Bán dẫn Thế giới (WSTS) dự báo doanh số bán dẫn toàn cầu sẽ tăng 26,3% trong năm 2026 (so với mức 22,5% trong năm 2025), cho thấy sự phục hồi theo chu kỳ trong ngành công nghiệp bán dẫn. Chu kỳ tăng trưởng này dự kiến sẽ hỗ trợ nhu cầu bền vững đối với các sản phẩm điện tử và thiết bị điện trong suốt cả năm 2026 và những năm tiếp theo. Điều này tạo thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu của Malaysia, vốn có thế mạnh về các sản phẩm điện, điện tử và các sản phẩm bán dẫn.

Về thị trường, việc tận dụng tối đa các hiệp định thương mại tự do sẽ rất quan trọng trong việc tạo điều kiện cho các sản phẩm của Malaysia tiếp cận các thị trường rộng lớn và đa dạng hơn, từ đó hỗ trợ tăng trưởng xuất khẩu. Việc tiếp cận thị trường mới nổi rộng hơn cũng được kỳ vọng sẽ tạo ra thêm nhiều cơ hội cho các nhà xuất khẩu Malaysia bằng cách giảm sự phụ thuộc vào các thị trường truyền thống và mở rộng cơ sở xuất khẩu.

Một trong những yếu tố chính dẫn dắt nền kinh tế Malaysia là nhu cầu tiêu dùng trong nước, vốn chiếm phần lớn đóng góp vào kinh tế. Các chuyên gia nhận định rằng tiêu dùng tư nhân sẽ tiếp tục là mỏ neo cho tăng trưởng năm 2026 và các năm tiếp theo, được củng cố bởi tăng lương, chính sách hỗ trợ thu nhập cho nhóm có thu nhập thấp và trung bình, cũng như tỷ lệ thất nghiệp thấp. Điều này cho phép nhận định thị trường tiêu dùng Malaysia trong giai đoạn tới sẽ tiếp tục duy trì nhu cầu cao cho các sản phẩm thiết yếu lẫn hàng hóa tiêu dùng phổ thông, dịch vụ ăn uống, giải trí và bán lẻ.

Bên cạnh đó, ngành du lịch và dịch vụ liên quan được xem là trụ cột tăng trưởng quan trọng nhờ chiến dịch “Visit Malaysia Year 2026”, với mục tiêu thu hút lượng lớn khách quốc tế. Dự báo ngành này sẽ thúc đẩy nhu cầu dịch vụ vận tải, lưu trú, ăn uống, mua sắm và chăm sóc sức khỏe dành cho khách quốc tế, tạo ra nhu cầu mạnh mẽ cho hàng hóa, dịch vụ liên quan đến du lịch, giải trí và dịch vụ cao cấp.

Trong lĩnh vực công nghiệp, Malaysia được dự báo tiếp tục duy trì nhu cầu cao đối với các sản phẩm công nghệ và bán dẫn khi nước này định vị bản thân là một trung tâm sản xuất và cung cấp linh kiện trong chuỗi giá trị công nghệ toàn cầu.

Xu hướng dịch chuyển chuỗi cung ứng toàn cầu (đặc biệt là chiến lược “China-plus-one”) khiến các doanh nghiệp lớn trên thế giới tập trung đầu tư xây dựng cơ sở sản xuất linh kiện bán dẫn, thiết bị điện tử và trung tâm dữ liệu tại Malaysia, điều này không chỉ tạo ra nhu cầu cao cho các loại trang thiết bị công nghệ, vật tư kỹ thuật mà còn kéo theo nhu cầu dịch vụ phụ trợ.

Malaysia cũng đang từng bước chuyển dịch cơ cấu năng lượng và công nghiệp sang hướng xanh và bền vững. Các lĩnh vực như năng lượng tái tạo, thủy lực, hydrogen và công nghiệp giảm phát thải carbon được nhận định sẽ ghi nhận nhu cầu và đầu tư tăng lên trong thập niên tới. Điều này mở ra cơ hội cho các doanh nghiệp trong lĩnh vực công nghệ xanh, thiết bị sạch và các giải pháp phân tích dữ liệu năng lượng.

Về ngành dịch vụ tài chính và logistics, nhu cầu dự báo sẽ tiếp tục mạnh mẽ do tăng trưởng thương mại nội địa và quốc tế, trong khi logistics và vận tải sẽ được nâng cấp nhờ sự mở rộng của thị trường thương mại điện tử và giao nhận hàng hóa. Ngành bán lẻ hiện đại, đặc biệt trong phân khúc hàng tiêu dùng nhanh, điện tử, thời trang và các sản phẩm chăm sóc cá nhân, cũng được dự báo duy trì nhu cầu cao nhờ thu nhập hộ gia đình tăng, cùng với chính sách hỗ trợ thu nhập và chi tiêu.

Mặc dù nhu cầu nội địa và một số ngành dịch vụ tăng trưởng mạnh, Malaysia vẫn đối mặt với rủi ro từ môi trường bên ngoài, chủ yếu là bối cảnh thương mại toàn cầu không chắc chắn và triển vọng xuất khẩu có thể chịu ảnh hưởng từ các biện pháp thuế quan và xung đột thương mại trên thế giới, điều mà các tổ chức quốc tế cũng đã nhắc tới trong nhận định về triển vọng kinh tế.