



TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI



HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH



VIỆN HÀN LÂM KHOA HỌC XÃ HỘI VIỆT NAM



VIỆN NGHIÊN CỨU NAM Á, TÂY Á VÀ CHÂU PHI

# KỶ YẾU

## HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC GIA

"ĐỔI MỚI SÁNG TẠO, HỘI NHẬP VÀ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG"

Chủ đề năm 2025: ***"Phát triển kinh tế và thương mại Halal của Việt Nam"***

NHÀ XUẤT BẢN HÀ NỘI

- 52 TÌM HIỂU THỊ TRƯỜNG THỰC PHẨM HALAL Ở TRUNG QUỐC VÀ HÀM Ý CHO VIỆT NAM

**Trương Tuấn Vũ**

*Trường Đại học Khoa học Huế*

Email: [truongtuanvu@husc.edu.vn](mailto:truongtuanvu@husc.edu.vn)

- 67 CHUỖI CUNG ỨNG THỰC PHẨM HALAL: KHUNG LÝ THUYẾT VÀ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ CHO VIỆT NAM

**TS. Trần Thị Thu Hương**

*Trường Đại học Thương mại*

Email: [tranthuhuong@tmu.edu.vn](mailto:tranthuhuong@tmu.edu.vn)

**ThS. Nguyễn Thị Hồng Hà**

*Trường Đại học Thương mại*

Email: [ha.nth@tmu.edu.vn](mailto:ha.nth@tmu.edu.vn)

- 83 THỰC TIỄN PHÁT TRIỂN HỆ SINH THÁI KINH TẾ HALAL Ở ẢN ĐỘ VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM

**TS. Huỳnh Thanh Loan**

*Viện Nghiên cứu Nam Á, Tây Á và Châu Phi*

Email: [loanvass.lh@gmail.com](mailto:loanvass.lh@gmail.com)

- 98 Ý ĐỊNH TIÊU DÙNG THỰC PHẨM HALAL TẠI VIỆT NAM: KHUNG LÝ THUYẾT DỰA TRÊN MÔ HÌNH HÀNH VI HOẠCH ĐỊNH

**Bui Dang Thanh**

*Foreign Trade University*

Email: [thanhbd@ftu.edu.vn](mailto:thanhbd@ftu.edu.vn)

- 104 KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN DU LỊCH HALAL CỦA NHẬT BẢN VÀ HÀM Ý CHO VIỆT NAM

**TS. Phan Cao Nhật Anh**

*Viện nghiên cứu Nam Á, Tây Á và châu Phi - VASS*

Email: [pcnanh@hotmail.com](mailto:pcnanh@hotmail.com)

- 117 PHÁT TRIỂN KINH TẾ HALAL Ở VIỆT NAM: KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP

**Dr. Le Nguyen Dieu Anh**

*Thuongmai University*

Email: [dieuanh.ln@tmu.edu.vn](mailto:dieuanh.ln@tmu.edu.vn)

## TÌM HIỂU THỊ TRƯỜNG THỰC PHẨM HALAL Ở TRUNG QUỐC VÀ HÀM Ý CHO VIỆT NAM

**Trương Tuấn Vũ**

Trường Đại học Khoa học Huế

Email: truongtuanvu@husc.edu.vn

**Tóm tắt:** Bài viết phân tích kinh nghiệm quản lý thị trường thực phẩm Halal của Trung Quốc, tập trung vào quy mô, đặc điểm thị trường, các chính sách quản lý, quy trình chứng nhận và kiểm soát chất lượng. Trung Quốc không có luật Halal cấp quốc gia nhưng áp dụng các quy định linh hoạt theo từng địa phương, kết hợp giám sát chặt chẽ và mở rộng hợp tác quốc tế. Bên cạnh những ưu điểm như hệ thống kiểm soát nghiêm ngặt và các quy định rất tỉ mỉ, chi tiết, mô hình này vẫn tồn tại hạn chế về sự thiếu thống nhất trong tiêu chuẩn Halal. Từ đó, bài viết rút ra hàm ý cho Việt Nam, đề xuất xây dựng khung pháp lý rõ ràng, hệ thống chứng nhận thống nhất, tăng cường kiểm soát chất lượng và thúc đẩy xuất khẩu, nhằm tận dụng tiềm năng của thị trường Halal và nâng cao năng lực cạnh tranh quốc tế.

**Từ khóa:** Halal, Trung Quốc, thực phẩm, thị trường.

### 1. Tổng quan về thị trường thực phẩm Halal ở Trung Quốc

Thị trường thực phẩm Halal đang ngày càng trở thành một phần quan trọng của nền kinh tế toàn cầu, với nhu cầu ngày càng tăng không chỉ từ các quốc gia Hồi giáo mà còn từ nhiều nước

khác, bao gồm cả Trung Quốc. Trung Quốc có dân số Hồi giáo hơn 20 triệu người, chủ yếu thuộc các dân tộc Duy Ngô Nhĩ, Hồi, Kazakh. Để đáp ứng nhu cầu tiêu thụ trong nước cũng như mở rộng xuất khẩu, Trung Quốc đã xây dựng các chính sách quản lý thị trường thực phẩm Halal với mục tiêu kiểm soát chất lượng, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, đồng thời duy trì sự ổn định xã hội. Kinh nghiệm về quản lý thị trường thực phẩm Halal của Trung Quốc có thể trở thành bài học quý giá cho các quốc gia có thị trường thực phẩm Halal đang ngày càng mở rộng, trong đó có Việt Nam.

### **1.1. Quy mô của thị trường**

Ở Trung Quốc, thực phẩm Halal không chỉ là nhu cầu thiết yếu của cộng đồng người Hồi giáo mà còn là một phần quan trọng trong văn hóa ẩm thực của các dân tộc thiểu số. Có khoảng 10 dân tộc thiểu số, bao gồm người Hồi, người Duy Ngô Nhĩ, người Kazakh, người Đông Hương, người Kyrgyzstan, người Salar, người Tajik, người Uzbek, người Bảo An và người Tatar có thói quen ăn uống theo chế độ Halal (金山报, 2006). Trong những năm gần đây, sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế Trung Quốc cùng với việc cải thiện mức sống của người dân đã tạo điều kiện thuận lợi cho sự mở rộng của thị trường thực phẩm Halal. Xu hướng này được thúc đẩy bởi sự gia tăng dân số, đặc biệt là cộng đồng người Hồi giáo, cũng như nhu cầu ngày càng cao đối với các sản phẩm thực phẩm an toàn, lành mạnh và giàu dinh dưỡng. Quá trình đô thị hóa nhanh chóng, sự thay đổi trong thói quen tiêu dùng và sự phổ biến của Internet cũng tạo ra những động lực mới cho sự phát triển của thị trường thực phẩm Halal. Các kênh bán hàng trực tuyến phát triển mạnh mẽ đã mở ra cơ hội tiếp cận khách hàng rộng lớn hơn cho các doanh nghiệp trong ngành. Đồng thời, số lượng và chủng loại thực phẩm Halal trên các nền tảng thương mại điện tử cũng liên tục gia tăng. Trước nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng về chất lượng và độ an toàn của thực phẩm Halal, các doanh nghiệp cũng đẩy mạnh đầu tư vào quy trình sản xuất, kiểm soát chất lượng và đảm bảo vệ sinh thực phẩm, góp phần nâng tầm ngành công nghiệp này.

Theo báo cáo nghiên cứu về xu hướng phát triển và định hướng đầu tư của ngành thực phẩm Halal tại Trung Quốc giai đoạn 2023-2029 do Market Research Online công bố, quy mô thị trường thực phẩm Halal của Trung Quốc đạt 1,06 nghìn tỷ nhân dân tệ vào năm 2017, tăng 5,5% so với cùng kỳ năm trước. Năm 2018, con số này tăng lên 1,13 nghìn tỷ nhân dân tệ, tương ứng với mức tăng trưởng 5,6%, và đến năm 2019, quy mô thị trường đạt 1,18 nghìn tỷ nhân dân tệ, tăng 4,8% so với năm 2018. Trong giai đoạn từ năm 2017 đến năm 2019, tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm của thị trường thực phẩm Halal tại Trung Quốc duy trì ở mức khoảng 5%, phản ánh sự phát triển ổn định và tiềm năng tăng trưởng lớn của ngành hàng này (Market Research, 2023). Năm 2023, quy mô thị trường thực phẩm Halal Trung Quốc đạt 3,023 tỷ nhân dân tệ (贝哲斯咨询, 2024). Điều này cho thấy thị trường thực phẩm Halal tại Trung Quốc không chỉ sôi động mà còn có nhiều cơ hội để tiếp tục mở rộng trong tương lai.

### **1.2. Đặc điểm của thị trường**

Xét về sự phân bố thị trường, thực phẩm Halal tại Trung Quốc có tính vùng miền rõ rệt, tập trung chủ yếu ở các khu vực Tây Bắc, Đông Bắc và Bắc Trung Quốc - nơi có đông đảo cộng

đồng Hồi giáo sinh sống và hệ thống thị trường tương đối phát triển. Trong đó, Tân Cương, Cam Túc, Thanh Hải và một số tỉnh khác có quy mô thị trường lớn và chuỗi công nghiệp hoàn chỉnh. Ở các khu vực ven biển phía Đông, với sự gia tăng dân số Hồi giáo và nhu cầu tiêu dùng ngày càng lớn, thị trường Halal cũng đang phát triển mạnh mẽ.

Về đơn vị kinh doanh, thị trường thực phẩm Halal của Trung Quốc có sự tham gia của nhiều doanh nghiệp thuộc các thành phần khác nhau, từ các tập đoàn nhà nước lớn đến các công ty tư nhân uy tín và nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ. Cạnh tranh diễn ra gay gắt trên nhiều phương diện, từ phát triển sản phẩm, xây dựng thương hiệu cho đến mở rộng kênh phân phối. Tuy nhiên, cùng với áp lực cạnh tranh ngày càng gia tăng, xu hướng hợp tác và liên kết giữa các doanh nghiệp cũng dần được đẩy mạnh, tạo ra những liên minh trong ngành nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh chung.

Bên cạnh sự mở rộng về quy mô, cơ cấu sản phẩm trong thị trường thực phẩm Halal cũng đang dần được tối ưu hóa. Các mặt hàng truyền thống như thịt bò, thịt cừu và các sản phẩm từ sữa vẫn giữ vị thế chủ đạo, song các sản phẩm Halal hiện đại như bánh ngọt, thực phẩm chế biến sẵn và thực phẩm tiện lợi cũng ngày càng được người tiêu dùng ưa chuộng. Ngoài ra, khi thị trường thực phẩm Halal toàn cầu ngày càng mở cửa, các doanh nghiệp Trung Quốc cũng tích cực mở rộng hoạt động xuất khẩu, giúp tăng cường vị thế của ngành trên thị trường quốc tế.

Xét về phân khúc sản phẩm, thị trường thực phẩm Halal Trung Quốc vẫn tập trung chủ yếu vào các mặt hàng truyền thống như thịt, sữa và bánh ngọt, trong khi các dòng sản phẩm hiện đại như thực phẩm tiện lợi và thực phẩm đông lạnh cũng đang chiếm một thị phần nhất định. Cạnh tranh trong phân khúc sản phẩm truyền thống diễn ra rất sôi động, trong khi các sản phẩm mới nổi có tốc độ tăng trưởng nhanh, phản ánh xu hướng tiêu dùng thay đổi. Đặc biệt, khi người tiêu dùng ngày càng chú trọng đến chất lượng, an toàn và yếu tố dinh dưỡng, phân khúc thực phẩm Halal hiện đại đang trở thành động lực tăng trưởng mới, thu hút nhiều doanh nghiệp tham gia vào thị trường đầy tiềm năng này (恒州博著, 2025).

### **1.3. Cấu trúc của hàng hóa Halal trên thị trường**

#### **1.3.1. Thực phẩm Halal truyền thống**

Thực phẩm Halal truyền thống là một phần quan trọng trong thị trường thực phẩm Halal tại Trung Quốc, bao gồm các sản phẩm như thịt bò, thịt cừu, sản phẩm từ sữa, bánh ngọt và nhiều loại thực phẩm khác. Những sản phẩm này được cộng đồng Hồi giáo đánh giá cao nhờ quy trình chế biến đặc biệt, giữ nguyên hương vị truyền thống và đảm bảo các tiêu chuẩn Halal nghiêm ngặt. Các món ăn đặc trưng như xiên cừu nướng, thịt xé bằng tay luôn được ưa chuộng, trong khi các sản phẩm từ sữa như sữa chua và phô mai thu hút người tiêu dùng nhờ hàm lượng dinh dưỡng cao và hương vị độc đáo. Bên cạnh việc duy trì phương pháp chế biến truyền thống, các doanh nghiệp cũng không ngừng đổi mới nhằm đáp ứng thị hiếu ngày càng đa dạng của người tiêu dùng hiện đại.

Việc sản xuất và kinh doanh thực phẩm Halal truyền thống đã phát triển trên quy mô toàn quốc, hình thành nên một chuỗi cung ứng hoàn chỉnh. Từ chăn nuôi, chế biến đến phân phối, tất

cả các khâu đều được kiểm soát chất lượng chặt chẽ. Đặc biệt, quá trình thu mua và chế biến nguyên liệu tuân thủ nghiêm ngặt các quy định của luật Hồi giáo để đảm bảo tính Halal của sản phẩm. Khi thị trường mở rộng, nhiều doanh nghiệp đã ứng dụng công nghệ tiên tiến nhằm nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, góp phần đẩy mạnh tăng trưởng trong ngành.

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt, các công ty thực phẩm Halal truyền thống tập trung vào xây dựng thương hiệu và chiến lược tiếp thị. Họ tăng cường quảng bá thông qua các triển lãm thương mại, tổ chức sự kiện nếm thử sản phẩm để nâng cao nhận diện thương hiệu. Đồng thời, trước xu hướng tiêu dùng ngày càng ưu tiên thực phẩm lành mạnh và an toàn, các doanh nghiệp cũng điều chỉnh sản phẩm theo hướng ít béo, ít đường, giàu protein và bổ sung chất xơ nhằm đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng hiện đại.

### 1.3.2. Thực phẩm Halal hiện đại

Thực phẩm Halal hiện đại là mô hình kinh doanh mới được phát triển dựa trên nền tảng thực phẩm Halal truyền thống, kết hợp công nghệ hiện đại và xu hướng thực phẩm tiên tiến. Các sản phẩm trong phân khúc này bao gồm thực phẩm tiện lợi Halal, thực phẩm đông lạnh nhanh Halal, đồ ăn nhẹ Halal... đáp ứng nhu cầu ngày càng cao về sự tiện lợi, dinh dưỡng và đa dạng trong bữa ăn. Những sản phẩm này không chỉ đảm bảo tiêu chuẩn Halal mà còn được cải tiến về hương vị, bao bì và thành phần dinh dưỡng để phù hợp hơn với phong cách sống hiện đại.

Các doanh nghiệp sản xuất thực phẩm Halal hiện đại thường ứng dụng dây chuyền sản xuất tự động hóa và công nghệ tiên tiến để chuẩn hóa quy trình chế biến. Nhờ đó, họ có thể duy trì hương vị truyền thống trong khi vẫn đảm bảo khả năng sản xuất quy mô lớn để đáp ứng nhu cầu thị trường. Ngoài ra, nhằm mở rộng tập khách hàng, thực phẩm Halal hiện đại cũng có sự đa dạng về hương vị, chẳng hạn như xúc xích giảm béo Halal, bánh bao đông lạnh nhanh Halal, thu hút đặc biệt giới trẻ và những người có lối sống bận rộn.

Về chiến lược tiếp thị, các doanh nghiệp thực phẩm Halal hiện đại tận dụng các nền tảng trực tuyến và mạng xã hội để quảng bá thương hiệu và sản phẩm, gia tăng mức độ phủ sóng trên thị trường. Đồng thời, để đáp ứng yêu cầu ngày càng cao về chất lượng và an toàn thực phẩm, họ cũng chú trọng hơn đến việc kiểm soát chất lượng, tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế như ISO và HACCP, qua đó củng cố niềm tin của người tiêu dùng. Nhờ những nỗ lực này, thực phẩm Halal hiện đại đang ngày càng chiếm lĩnh thị trường và trở thành một phân khúc quan trọng trong ngành thực phẩm Halal (恒州博著, 2025).

### 1.3.3. Thực phẩm Halal mới nổi

Thực phẩm Halal mới nổi là những sản phẩm ra đời trong thời gian gần đây, được phát triển dựa trên nền tảng của thực phẩm Halal truyền thống và hiện đại, đồng thời tích hợp các xu hướng thực phẩm quốc tế để đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng Hồi giáo. Phân khúc này không chỉ giới hạn ở các sản phẩm từ thịt và sữa mà còn mở rộng sang các dòng sản phẩm như thực phẩm chay Halal, thực phẩm hữu cơ Halal, thực phẩm chức năng Halal. Sự phát triển sản phẩm mới nổi trên thị trường thực phẩm Halal được thúc đẩy bởi sự đổi mới, sở thích của

người tiêu dùng và xu hướng toàn cầu. Các công ty chế biến và phân phối thực phẩm Halal đang mở rộng danh mục sản phẩm được chứng nhận Halal của mình bằng các sản phẩm sáng tạo, ví dụ như thịt có nguồn gốc thực vật được chứng nhận Halal hướng đến người tiêu dùng trẻ tuổi và quan tâm đến sức khỏe. Những sản phẩm dạng này đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng về các lựa chọn ăn uống bền vững và có đạo đức (Ho, 2019).

Thực phẩm Halal chế biến cũng là một xu hướng đang phát triển mạnh mẽ với những nhà cung cấp nổi tiếng như Yurun Halal (雨润清真), Shuanghui Halal (双汇清真), cung cấp từ các món ăn truyền thống Trung Quốc đến các hương vị quốc tế như Địa Trung Hải. Những sản phẩm này đang ngày càng phổ biến ở thị trường thành thị, phản ánh nhu cầu của người tiêu dùng hướng đến sự tiện lợi và vệ sinh. Ngành đồ uống cũng chứng kiến sự tiến bộ với các loại nước ép, đồ uống tăng lực và đồ uống không cồn có chứng nhận Halal thâm nhập thị trường, trong đó có cả nước ép hữu cơ hướng đến người tiêu dùng thân thiện với môi trường. Những thương hiệu nổi tiếng nhất là Wahaha (娃哈哈), Master Kong (康师傅), Yili (伊利), Mengniu (蒙牛)... Ngoài ra, các sản phẩm từ sữa được chứng nhận Halal, bao gồm phô mai và sữa chua đang được phát triển để đáp ứng nhiều sở thích ăn uống khác nhau. Các sản phẩm Halal cao cấp như sô cô la và món tráng miệng cũng được phát triển để thu hút phân khúc khách hàng có thu nhập cao (贝哲斯咨询, 2024).

## 2. Chính sách quản lý thị trường

Trong bối cảnh nền kinh tế thị trường ngày càng phát triển và nhu cầu tiêu dùng đa dạng hoá, thực phẩm Halal đã trở thành một lĩnh vực được Chính phủ Trung Quốc đặc biệt quan tâm. Chính sách quản lý thị trường thực phẩm Halal tại Trung Quốc không chỉ nhằm đảm bảo chất lượng và an toàn thực phẩm mà còn góp phần bảo vệ quyền lợi hợp pháp của các dân tộc thiểu số, giữ gìn bản sắc văn hóa và tạo ra môi trường kinh doanh lành mạnh.

### *\* Về hệ thống pháp luật và các quy định quản lý*

Trung Quốc không có luật về quản lý thực phẩm Halal ở cấp quốc gia. Trong Luật An toàn Thực phẩm của Trung Quốc cũng có điều khoản liên quan đến thực phẩm Halal nhưng không đề cập cụ thể về các tiêu chuẩn Hồi giáo, mà chủ yếu nhấn mạnh vào khía cạnh an toàn vệ sinh thực phẩm. Gần đây, một số quy định chung về thực phẩm Halal đã được ban hành ở cấp độ quốc gia như: Tiêu chuẩn của Trung Quốc về Thực phẩm Halal (GB/T 27404-2008) do Ủy ban Tiêu chuẩn Quốc gia ban hành (中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局, 2008), đưa ra các yêu cầu về sản xuất, chế biến và ghi nhãn thực phẩm Halal. Hơn nữa, chính quyền trung ương Trung Quốc cũng đã thể hiện sự quan tâm ngày càng sâu sắc đối với ngành thực phẩm Halal thông qua việc ban hành hàng loạt văn bản pháp lý và chính sách điều chỉnh. Các văn bản như “Quy định quản lý thực phẩm Halal” và “Biện pháp quản lý giấy phép sản xuất thực phẩm Halal” (国家民委网站, 2005) được xem là nền tảng pháp lý cơ bản, quy định rõ ràng các yêu cầu đối với từng khâu trong chuỗi cung ứng từ sản xuất, lưu thông đến bán hàng. Những quy định này được xây dựng nhằm đảm bảo rằng mọi sản phẩm mang nhãn hiệu Halal phải đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn an

toàn thực phẩm cũng như phù hợp với thói quen, phong tục của các dân tộc thiểu số có chế độ ăn uống Halal.

Trong khi Trung Quốc chưa xây dựng một bộ quy định quản lý Halal cụ thể ở cấp quốc gia, các chính quyền địa phương đã chủ động đưa ra các quy định riêng phù hợp với điều kiện thực tế của từng khu vực. Nhiều địa phương đã thiết lập cơ chế cấp phép sản xuất và kinh doanh Halal thông qua việc ban hành “biên báo Halal” (江苏省政务服务管理办公室, 2025) và giấy phép sản xuất kinh doanh. Điều này không chỉ giúp định danh rõ ràng các đơn vị sản xuất, kinh doanh thực phẩm Halal mà còn tạo ra hệ thống giám sát chuyên sâu, đảm bảo rằng sản phẩm thực phẩm Halal đến tay người tiêu dùng luôn đạt tiêu chuẩn về chất lượng và an toàn.

Trung Quốc có cách tiếp cận riêng biệt trong việc định nghĩa và phân loại thực phẩm Halal. Theo đó, thực phẩm Halal được hiểu là những sản phẩm có nguồn gốc từ động vật và các sản phẩm phái sinh từ chúng, được sản xuất, chế biến, lưu trữ và bán hàng theo phong tục, tập quán ăn uống của các dân tộc thiểu số. Một số quy định địa phương, như của Khu tự trị Duy Ngô Nhĩ Tân Cương, đã quy định rằng các sản phẩm không chứa thịt, sữa hay dầu ăn không được phép dán nhãn “Halal” (自治区人大常委会, 2024). Điều này nhằm ngăn chặn việc lạm dụng, “tổng quát hóa” nhãn hiệu Halal, giúp người tiêu dùng nhận diện đúng đắn những sản phẩm thực sự đảm bảo theo tiêu chuẩn Halal truyền thống.

### **\* Về quy trình chứng nhận sản phẩm Halal**

Chứng nhận thực phẩm Halal hợp pháp yêu cầu các thủ tục và điều kiện nghiêm ngặt, bao gồm việc nộp các tài liệu có liên quan đến Cục Dân tộc và Tôn giáo địa phương, chẳng hạn như đơn xin cấp phép thực phẩm Halal, sổ hộ khẩu hoặc chứng minh thư, giấy phép kinh doanh, giấy phép dịch vụ ăn uống, v.v., và đáp ứng một loạt các yêu cầu về trình độ, chẳng hạn như phải có người Hồi giáo trong số những người đứng đầu hoặc quản lý chủ chốt của công ty và nhân viên mua hàng, lưu trữ và sản xuất chính phải là người Hồi giáo.

Trước đây, việc chứng nhận thực phẩm Halal ở Trung Quốc chủ yếu do các tổ chức Hồi giáo địa phương hoặc các hiệp hội thương mại quản lý. Tuy nhiên, gần đây chính phủ đã thắt chặt quản lý, yêu cầu các tổ chức này phải được nhà nước phê duyệt và chịu sự giám sát chặt chẽ. Để một doanh nghiệp có thể sản xuất và kinh doanh thực phẩm Halal, họ phải tuân thủ quy trình chứng nhận nghiêm ngặt, bao gồm các bước:

1. Đăng ký chứng nhận: Doanh nghiệp nộp đơn xin chứng nhận Halal tại các tổ chức được chính phủ cho phép.
2. Kiểm tra nguyên liệu và quy trình sản xuất: Các tổ chức chứng nhận sẽ đánh giá nguồn nguyên liệu, quy trình sản xuất và hệ thống quản lý chất lượng.
3. Thẩm định tại nhà máy: Một nhóm chuyên gia Halal sẽ đến kiểm tra trực tiếp tại nhà máy để đảm bảo tuân thủ các quy định.
4. Cấp giấy chứng nhận Halal: Nếu đạt yêu cầu, doanh nghiệp sẽ được cấp chứng nhận Halal có thời hạn nhất định và phải gia hạn định kỳ.

Việc chứng nhận thực phẩm Halal bất hợp pháp liên quan đến hành vi vi phạm hệ thống cấp phép sản xuất và vận hành thực phẩm, có khả năng gian lận và sẽ bị pháp luật trừng phạt nghiêm khắc. Theo Điều 35 của Luật An toàn thực phẩm của Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa, nhà nước thực hiện chế độ cấp phép cho hoạt động sản xuất và kinh doanh thực phẩm (中华人民共和国食品安全法, 2009). Người tham gia sản xuất thực phẩm, kinh doanh thực phẩm, dịch vụ ăn uống phải có giấy phép theo quy định của pháp luật. Việc sản xuất và bán thực phẩm Halal trái phép mà không được cấp phép cấu thành hành vi chứng nhận thực phẩm Halal bất hợp pháp, vi phạm hệ thống cấp phép theo luật định này. Đối với những hành vi vi phạm pháp luật này, cơ quan quản lý, giám sát an toàn thực phẩm sẽ điều tra, xử lý theo quy định của pháp luật, bao gồm: đình chỉ hoạt động sản xuất, kinh doanh, tịch thu tang vật, phương tiện, thực phẩm, dụng cụ, thiết bị, nguyên liệu, vật phẩm sản xuất, kinh doanh trái phép và xử lý vi phạm hành chính như phạt tiền. Nếu việc chứng nhận thực phẩm Halal bất hợp pháp liên quan đến hành vi cố ý lừa dối người tiêu dùng tin rằng thực phẩm họ mua tuân thủ các tiêu chuẩn Halal thì hành vi đó có thể cấu thành gian lận. Theo quy định có liên quan của Bộ luật Hình sự Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa, nếu một người biết rõ hành vi của mình sẽ gây hại cho xã hội và mong muốn hoặc để cho hậu quả đó xảy ra, đồng thời cấu thành tội cố ý thì phải chịu trách nhiệm hình sự. Trong những trường hợp nghiêm trọng, người vi phạm có thể phải đối mặt với các hình phạt hình sự như giam giữ hoặc phạt tù (中华人民共和国司法部, 2020).

Tuy nhiên, một trong những điểm gây tranh cãi là quy trình chứng nhận Halal tại Trung Quốc không được thống nhất trên toàn quốc. Mỗi khu vực có thể có yêu cầu khác nhau, điều này gây khó khăn cho doanh nghiệp muốn mở rộng thị trường (企悦服务侠, 2025).

#### ***\* Về các biện pháp quản lý và giám sát thị trường***

Biện pháp xử lý các hành vi vi phạm: Nhằm đảm bảo rằng mọi hoạt động sản xuất và kinh doanh đều tuân thủ đúng quy định của pháp luật, Chính phủ Trung Quốc đã triển khai một loạt các biện pháp quản lý nghiêm khắc. Các hoạt động kinh doanh bất hợp pháp sẽ bị trấn áp bằng các biện pháp pháp lý. Các cơ quan chức năng liên tục kiểm tra và xử lý những trường hợp sản xuất, kinh doanh thực phẩm Halal giả, kém chất lượng hoặc không có giấy phép. Việc xử phạt nghiêm khắc đối với các đơn vị vi phạm nhằm tạo hiệu ứng răn đe, ngăn chặn sự lạm dụng nhãn hiệu “Halal” trên thị trường. Các cơ quan an toàn thực phẩm cấp tỉnh cần phối hợp với các sở, ban, ngành công an, nông nghiệp, quản lý thị trường và các sở, ngành khác cùng cấp để tổng hợp, phân loại thông tin rủi ro từ các khiếu nại, phản ánh của người dân, thông báo của sở, thanh tra, giám sát đột xuất, phân tích dữ liệu lớn, báo cáo của phương tiện truyền thông, v.v., tổ chức đánh giá rủi ro, xây dựng kế hoạch công tác chấn chỉnh chuyên đề phù hợp với thực tế địa phương, làm rõ những vấn đề tồn đọng cần giải quyết ở các địa phương, tinh chỉnh phân công công tác, củng cố trách nhiệm công tác. Các sở quản lý nông nghiệp, nông thôn và thị trường ở tất cả các khu vực đều theo dõi chặt chẽ các huyện có chăn nuôi lợn, bò, cừu và gà thịt lớn, các khu vực biên giới giữa các tỉnh, thành phố và huyện, các nút giao thông nông thôn - thành thị, các khu vực sản

xuất thịt tập trung, các khu vực có nhiều báo cáo công khai và các khu vực khác dễ xảy ra rủi ro và nguy hiểm tiềm ẩn. Chính quyền địa phương tập trung vào các địa điểm trọng điểm như trang trại, lò giết mổ, bãi thải gia súc, gia cầm chết vô hại và các cơ sở sản xuất sản phẩm thịt chế biến sẵn, tiến hành kiểm tra và kiểm tra bí mật, lập danh sách các manh mối có vấn đề, điều tra và trừng phạt bất kỳ hành vi bất hợp pháp hoặc bất thường nào được tìm thấy (公安部 & 市场监管总局, 2024). Khi tiến hành thanh tra rà soát các cơ sở cung cấp dịch vụ ăn uống Halal, các cơ quan chức năng tập trung vào việc liệu họ có giấy phép hợp lệ hay không, liệu nhân viên có chứng chỉ đào tạo sức khỏe hợp lệ hay không, liệu các cơ sở ba phòng thủ có đáp ứng các yêu cầu hay không, liệu nguyên liệu gia cầm và gia súc mua vào có được mua từ lò giết mổ Halal hay quây Halal hay không và liệu có yêu cầu chứng chỉ và hóa đơn hay không. Các biện pháp này đảm bảo việc sản xuất và bán thực phẩm Halal tuân thủ đúng quy định (公安部 & 市场监管总局, 2024). Bên cạnh đó, bất kỳ tổ chức hoặc cá nhân nào đều có quyền báo cáo bất kỳ hành vi vi phạm nào đối với Quy định quản lý thực phẩm Halal của Khu tự trị Duy Ngô Nhĩ Tân Cương cho các cơ quan có thẩm quyền có liên quan. Cơ quan dân tộc của chính quyền nhân dân cấp huyện trở lên chịu trách nhiệm giám sát và quản lý thực phẩm Halal trong phạm vi hành chính của mình. Các sở công thương, y tế, an ninh công cộng, kinh tế thương mại, giám sát chất lượng và kỹ thuật, kiểm dịch và các sở khác chịu trách nhiệm giám sát và quản lý thực phẩm Halal theo chức năng của mình (新疆维吾尔自治区民宗委, 2004).

Yêu cầu về tỷ lệ lao động từ các dân tộc thiểu số: Để đảm bảo tính xác thực và gắn bó với truyền thống văn hóa, các đơn vị sản xuất và kinh doanh Halal thường phải đảm bảo một tỷ lệ nhất định lao động thuộc các dân tộc thiểu số. Điều này không chỉ giúp bảo tồn phong tục mà còn tạo điều kiện cho việc giám sát hoạt động sản xuất, kinh doanh một cách chặt chẽ hơn (新疆维吾尔自治区民宗委, 2004).

Quy định về kiểm soát nguyên liệu đầu vào: Các quy định yêu cầu đơn vị sản xuất không được sử dụng nguyên liệu thô không Halal, đảm bảo rằng toàn bộ quy trình chế biến đều tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn Halal (公安部 & 市场监管总局, 2024).

Quản lý nhãn hiệu và sắp xếp các khu vực bán hàng: Một trong những điểm nhấn trong quản lý thực phẩm Halal tại Trung Quốc là việc xác định rõ ràng dấu hiệu nhận diện sản phẩm. Các quy định địa phương thường yêu cầu sản phẩm phải ghi chữ “Halal” hoặc biểu tượng Halal trên bao bì. Đồng thời, các địa điểm bán hàng được sắp xếp một cách riêng biệt - hoặc có khoảng cách rõ ràng so với các quầy hàng chứa các sản phẩm không phù hợp - nhằm ngăn chặn sự pha trộn không đúng quy định và bảo vệ sự thuần khiết của sản phẩm Halal (区市场监督管理局, 2017).

#### ***\* Về các quy định quản lý thực phẩm Halal ở cấp địa phương***

Tại nhiều khu vực, các quy định quản lý Halal đã được triển khai cụ thể và có tính đặc thù dựa trên điều kiện địa phương. Ví dụ Điều 2 của Quy định quản lý thực phẩm Halal của Khu tự trị dân tộc Hồi Ninh Hạ nêu rõ rằng thực phẩm Halal là những sản phẩm có nguồn gốc động vật

được sản xuất và chế biến theo thói quen ăn uống của người Hồi và các dân tộc thiểu số khác (国家法律法规数据库, 2013). Điều 10 trong quy định của Khu tự trị Duy Ngô Nhĩ Tân Cương quy định rằng các sản phẩm không chứa thành phần từ thịt, sữa hay dầu ăn không được dán nhãn “Halal”. Qua đó, các quy định này góp phần hạn chế việc “tổng quát hóa” nhãn hiệu và bảo vệ tính xác thực của sản phẩm Halal (自治区人大常委会, 2024).

Ngoài việc ghi chữ “Halal” trên bao bì, một số địa phương còn quy định cụ thể về kiểu dáng của logo và biển báo Halal. Mặc dù không có yêu cầu thống nhất về kiểu logo trên toàn quốc, nhưng hầu hết các quy định địa phương đều nhấn mạnh rằng các biểu tượng, văn bản không được sử dụng phải phù hợp với quan niệm, phong tục của các dân tộc thiểu số (江苏省政务服务管理办公室, 2025). Điều này nhằm tránh việc sử dụng hình ảnh, biểu tượng không phù hợp, gây hiểu lầm hoặc xúc phạm đến truyền thống văn hóa của người tiêu dùng Halal.

Một điểm quan trọng khác trong quy định địa phương là việc quản lý khu vực bán hàng. Thực phẩm Halal thường được bán tại các khu vực hoặc quầy hàng chuyên biệt để đảm bảo không bị pha trộn với các loại thực phẩm không phù hợp với tiêu chuẩn Halal. Một số quy định thậm chí còn yêu cầu nhân viên bán hàng phải thuộc cộng đồng dân tộc thiểu số, từ đó tăng cường sự tin tưởng của người tiêu dùng đối với tính xác thực của sản phẩm.

### ***\* Về yếu tố Halal trong chiến lược ngoại giao kinh tế của Trung Quốc***

Chính sách quản lý thực phẩm Halal của Trung Quốc không chỉ nhằm đáp ứng nhu cầu nội địa mà còn là công cụ quan trọng trong chiến lược mở rộng ảnh hưởng kinh tế và địa chính trị. Một trong những biểu hiện rõ nhất là việc ký kết các hiệp định song phương, như Thỏa thuận Chứng nhận Halal với New Zealand năm 2016, giúp hàng hóa Trung Quốc tiếp cận thị trường Trung Đông thông qua đối tác trung gian (新华网, 2016).

## **3. Đánh giá về chính sách quản lý thị trường thực phẩm Halal của Trung Quốc**

### ***\* Về ưu điểm:***

Chính sách quản lý thị trường thực phẩm Halal của Trung Quốc mang lại nhiều lợi ích đáng kể, không chỉ giúp kiểm soát chất lượng sản phẩm mà còn tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững của ngành. Một trong những ưu điểm quan trọng là hệ thống quản lý linh hoạt theo từng địa phương, cho phép các tỉnh, khu tự trị có đông người Hồi giáo sinh sống như Ninh Hạ, Tân Cương, Cam Túc hay Thanh Hải có thể đưa ra các quy định phù hợp với điều kiện thực tế và nhu cầu của cộng đồng. Điều này giúp đảm bảo rằng các tiêu chuẩn Halal được thực hiện sát với phong tục, tập quán địa phương, từ đó nâng cao tính khả thi và hiệu quả của chính sách.

Ngoài ra, các biện pháp kiểm soát chất lượng nghiêm ngặt cũng là một điểm mạnh đáng chú ý. Trung Quốc yêu cầu các doanh nghiệp thực phẩm Halal phải trải qua quá trình chứng nhận chặt chẽ và tuân thủ hệ thống kiểm soát an toàn thực phẩm theo tiêu chuẩn quốc gia. Việc áp dụng các tiêu chuẩn chất lượng như HACCP, ISO trong sản xuất thực phẩm Halal không chỉ đảm bảo an toàn thực phẩm mà còn giúp doanh nghiệp nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Bên cạnh đó, chính sách yêu cầu tỷ lệ lao động từ các dân tộc thiểu số trong ngành thực phẩm

Halal giúp duy trì tính xác thực của sản phẩm và bảo tồn phong tục truyền thống của cộng đồng Hồi giáo.

Một ưu điểm khác là sự phối hợp giữa chính quyền và các tổ chức xã hội. Chính phủ Trung Quốc đã kết hợp với các hiệp hội thực phẩm Halal, tổ chức Hồi giáo và doanh nghiệp để xây dựng tiêu chuẩn ngành, giám sát thị trường và nâng cao nhận thức của người tiêu dùng. Điều này không chỉ giúp các chính sách Halal dễ dàng được triển khai mà còn tạo ra sự đồng thuận cao trong xã hội, giảm thiểu các xung đột giữa chính quyền và cộng đồng Hồi giáo.

Cũng có thể thấy rằng, Trung Quốc đang tích cực mở rộng hợp tác quốc tế trong lĩnh vực thực phẩm Halal, thông qua các thỏa thuận song phương và đa phương nhằm thúc đẩy thương mại thực phẩm Halal. Việc ký kết các hiệp định như “Thỏa thuận về Chứng nhận Halal đối với Thịt xuất khẩu từ New Zealand sang Trung Quốc” (新华网, 2016) cho thấy nỗ lực của Trung Quốc trong việc hội nhập vào chuỗi cung ứng thực phẩm Halal toàn cầu, đồng thời nâng cao tiêu chuẩn trong nước để phù hợp với thị trường quốc tế.

Nhìn chung, chính sách quản lý thị trường thực phẩm Halal của Trung Quốc là một minh chứng rõ ràng cho nỗ lực của Nhà nước trong việc đảm bảo an toàn thực phẩm, bảo vệ quyền lợi của các dân tộc thiểu số và giữ gìn bản sắc văn hóa truyền thống. Từ trung ương đến địa phương, qua việc ban hành các quy định pháp luật cụ thể, xây dựng hệ thống tiêu chuẩn ngành và tăng cường giám sát nghiêm ngặt, Trung Quốc đã tạo ra một môi trường kinh doanh Halal ngày càng lành mạnh, ổn định và phát triển bền vững. Những biện pháp quản lý được áp dụng không chỉ giúp xử lý hiệu quả các vi phạm mà còn tạo điều kiện cho sự phát triển đồng bộ của ngành. Hợp tác liên ngành, kết hợp với sự tham gia tích cực của các tổ chức chuyên ngành và cộng đồng dân tộc thiểu số, là chìa khóa đưa ngành thực phẩm Halal đạt được chất lượng sản phẩm cao, an toàn và đúng văn hóa. Trong tương lai, với những điều chỉnh và cải tiến liên tục, cùng với sự hợp tác quốc tế, thị trường thực phẩm Halal tại Trung Quốc hứa hẹn sẽ còn được củng cố, phát triển và mang lại lợi ích thiết thực cho cả người tiêu dùng lẫn các doanh nghiệp, đồng thời góp phần vào sự ổn định và thống nhất quốc gia.

#### ***\* Về hạn chế và biện pháp khắc phục:***

Tuy nhiên chính sách quản lý thị trường Halal của Trung Quốc cũng có những hạn chế và thách thức nhất định. Trong bối cảnh thị trường thực phẩm Halal tại Trung Quốc ngày càng phát triển, sự thiếu thống nhất trong tiêu chuẩn Halal đã trở thành một vấn đề nan giải đối với cả doanh nghiệp lẫn người tiêu dùng. Trong vấn đề này, Trung Quốc chưa có được sự thống nhất cao như một số quốc gia có thị trường thực phẩm Halal phát triển khác. Malaysia được xem là hình mẫu về hệ thống chứng nhận Halal thống nhất và minh bạch. Cơ quan JAKIM (Jabatan Kemajuan Islam Malaysia) là tổ chức duy nhất được chính phủ ủy quyền cấp chứng nhận Halal, với các tiêu chuẩn được quốc tế công nhận. Quy trình chứng nhận của Malaysia bao gồm kiểm tra nguyên liệu, quy trình sản xuất, đóng gói và phân phối, đảm bảo tính nhất quán từ khâu đầu vào đến đầu ra. Điều này giúp hàng hóa Halal của Malaysia dễ dàng tiếp cận thị trường toàn cầu, đặc biệt là các nước Hồi giáo (Ismail và cộng sự, 2017). Indonesia cũng áp dụng mô hình tương tự với

MUI (Majelis Ulama Indonesia) - tổ chức tôn giáo độc lập chịu trách nhiệm chứng nhận Halal. Không giống như Malaysia hay Indonesia - nơi chỉ có một cơ quan chứng nhận Halal duy nhất được quốc tế công nhận - Trung Quốc hiện nay tồn tại nhiều tổ chức cấp chứng nhận với các tiêu chuẩn riêng biệt, điều này không chỉ tạo ra sự mâu thuẫn trong nhận thức về chất lượng sản phẩm mà còn gây khó khăn đáng kể cho các doanh nghiệp khi muốn xuất khẩu sản phẩm ra thị trường quốc tế. Chẳng hạn, về yêu cầu nhân sự, tỉnh Liêu Ninh quy định doanh nghiệp phải có nhân viên là người dân tộc thiểu số có thói quen ăn Halal ở các vị trí chủ chốt như quản lý, mua sắm, chế biến và bán hàng, thậm chí chủ doanh nghiệp cá thể cũng phải thuộc nhóm này (辽宁省人民代表大会常务委员会, 2012). Trong khi đó, các quy định của thành phố Thượng Hải chỉ yêu cầu một “tỷ lệ thích hợp” nhân viên là người dân tộc thiểu số mà không đưa ra con số cụ thể (上海市人民代表大会常务委员会, 2004). Ngược lại, khu vực Hà Nam đặt ra tỷ lệ cụ thể: ít nhất 15% nhân viên sản xuất, 20% nhân viên kinh doanh và 25% nhân viên dịch vụ ăn uống phải là người dân tộc thiểu số. Các tỉnh Giang Tô và Côn Minh cũng có yêu cầu riêng, như Giang Tô đòi hỏi nhân viên chủ chốt trong sản xuất là người dân tộc thiểu số (江苏省人民代表大会常务委员会, 2005), còn Côn Minh yêu cầu các vị trí then chốt như mua sắm, giết mổ và chế biến phải do nhóm này đảm nhiệm (昆明市届人民代表大会常务委员, 2010). Ngoài ra, quy định về giấy phép và cơ sở vật chất của các địa phương cũng khác nhau. Sự không thống nhất này gây ra nhiều hậu quả cho doanh nghiệp hoạt động trong nước. Nó làm tăng chi phí tuân thủ khi doanh nghiệp phải điều chỉnh quy trình sản xuất và kinh doanh để đáp ứng các yêu cầu khác nhau ở mỗi địa phương, từ tỷ lệ nhân sự, thủ tục cấp phép đến cơ sở vật chất chuyên dụng như dụng cụ, phương tiện vận chuyển và kho bãi. Chẳng hạn, một doanh nghiệp ở Liêu Ninh cần đảm bảo tất cả vị trí chủ chốt do người dân tộc thiểu số đảm nhận, nhưng nếu mở rộng sang Hà Nam, họ phải đáp ứng thêm các tỷ lệ nhân viên cụ thể. Hơn nữa, sự khác biệt trong tiêu chuẩn dẫn đến chất lượng sản phẩm Halal không đồng đều, làm giảm niềm tin của người tiêu dùng trong nước. Một sản phẩm được sản xuất theo quy định của Giang Tô có thể không đáp ứng yêu cầu giết mổ nghiêm ngặt ở Côn Minh, gây ra sự nghi ngờ về tính hợp pháp và chất lượng.

Đối với doanh nghiệp xuất khẩu, tác động của sự không thống nhất này càng nghiêm trọng hơn. Một trong những khó khăn lớn nhất là chứng nhận Halal từ các địa phương khác nhau có thể không được công nhận trên thị trường quốc tế, đặc biệt ở các quốc gia như Malaysia hay Indonesia, nơi áp dụng tiêu chuẩn Halal nghiêm ngặt như của JAKIM hay MUI (Ismail và cộng sự, 2017). Ví dụ, yêu cầu giết mổ định điểm ở Côn Minh hay tỷ lệ nhân viên cụ thể ở Hà Nam có thể không phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế, khiến sản phẩm Halal Trung Quốc khó cạnh tranh với các nước có tiêu chuẩn thống nhất như Malaysia hay Thái Lan. Điều này làm giảm khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp Trung Quốc trên thị trường toàn cầu. Doanh nghiệp xuất khẩu còn phải chịu thêm chi phí để đáp ứng cả tiêu chuẩn địa phương nơi sản xuất và tiêu chuẩn của quốc gia nhập khẩu, bao gồm đào tạo nhân sự, cải tạo cơ sở vật chất và xin chứng nhận bổ sung. Nếu không tuân thủ đúng quy định của từng địa phương, họ còn đối mặt với rủi ro pháp lý như bị phạt tiền hoặc thu hồi giấy phép, như ở Côn Minh, nơi mức phạt có thể lên đến 5.000 Nhân dân tệ và giấy phép bị thu hồi nếu vi phạm quy định sản xuất.

Sự không thống nhất trong tiêu chuẩn Halal còn ảnh hưởng đến uy tín và thương hiệu của doanh nghiệp Trung Quốc. Sự khác biệt giữa các địa phương khiến người tiêu dùng quốc tế, đặc biệt ở các thị trường nhạy cảm như Trung Đông hay Đông Nam Á, nghi ngờ về tính “Halal” thực sự của sản phẩm. Điều này không chỉ tác động đến từng doanh nghiệp mà còn ảnh hưởng đến uy tín chung của ngành Halal Trung Quốc, khiến sản phẩm nước này bị đánh giá thấp hơn so với các quốc gia có tiêu chuẩn đáng tin cậy hơn.

Song song với đó, trong những năm gần đây, các chính sách kiểm soát hoạt động tôn giáo tại Trung Quốc ngày càng chặt chẽ, dẫn đến việc một số chính quyền địa phương yêu cầu loại bỏ từ “Halal” trên các biển hiệu, bao bì sản phẩm nhằm tránh phân biệt giữa thực phẩm Halal và không Halal. Những biện pháp này đã tạo ra một môi trường pháp lý phức tạp, khi mà các tiêu chuẩn và quy định không chỉ bị chia rẽ giữa các tổ chức chứng nhận mà còn phải đối mặt với sự can thiệp của chính sách kiểm soát tôn giáo, từ đó gây ra những tranh cãi gay gắt giữa cộng đồng Hồi giáo và chính quyền về quyền được sử dụng những sản phẩm phù hợp với tín ngưỡng của mình, đồng thời ảnh hưởng tiêu cực đến niềm tin của người tiêu dùng và uy tín của ngành.

Để khắc phục những bất cập trên và thúc đẩy sự phát triển bền vững của thị trường thực phẩm Halal, từ năm 2016 trở đi, các cơ quan chức năng đã triển khai một loạt các biện pháp cải thiện hệ thống quản lý một cách toàn diện. Các quy định về sản xuất, kinh doanh và giám sát Halal đã được hoàn thiện với việc làm rõ trách nhiệm của từng bộ phận, nhằm khắc phục hiện tượng “không phải là Halal” hay “tổng quát hóa Halal” - nơi một số đơn vị kinh doanh lợi dụng nhãn hiệu Halal để gây hiểu lầm cho người tiêu dùng (恒州博著, 2025). Bên cạnh đó, sự hợp tác quốc tế được tăng cường qua các thỏa thuận như “Thỏa thuận về Chứng nhận Halal đối với Thịt xuất khẩu từ New Zealand sang Trung Quốc” đã mở ra hướng đi mới cho thương mại, đồng thời giúp tăng cường giám sát đối với hàng nhập khẩu. Song song với đó, các chương trình đào tạo và tuyên truyền được triển khai nhằm nâng cao nhận thức cho doanh nghiệp và người tiêu dùng về tiêu chuẩn Halal, kết hợp với các hoạt động thanh tra và xử lý vi phạm nghiêm khắc - từ việc thu hồi giấy phép đến áp dụng các biện pháp xử phạt răn đe. Những biện pháp này không chỉ góp phần xây dựng một văn hóa tiêu dùng minh bạch, đáng tin cậy mà còn định hướng phát triển ngành thực phẩm Halal theo một lộ trình bền vững, đồng thời bảo vệ nghiêm chỉnh các giá trị văn hóa và truyền thống của các dân tộc thiểu số trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế hiện nay.

#### **4. Bài học kinh nghiệm và hàm ý chính sách cho Việt Nam**

Kinh nghiệm quản lý thực phẩm Halal của Trung Quốc có thể cung cấp nhiều bài học quan trọng cho Việt Nam trong việc xây dựng chính sách, thúc đẩy sản xuất và tiếp cận thị trường Halal toàn cầu.

##### **\* Thứ nhất, xây dựng khung pháp lý rõ ràng và cơ chế quản lý linh hoạt**

Một trong những yếu tố quan trọng giúp Trung Quốc quản lý tốt thị trường thực phẩm Halal là sự kết hợp giữa các quy định pháp lý chung ở cấp trung ương và cơ chế quản lý linh hoạt ở địa phương. Mặc dù Trung Quốc không có một bộ luật Halal thống nhất trên toàn quốc, nhưng chính quyền trung ương đã ban hành “Quy định quản lý thực phẩm Halal” và “Biện pháp quản lý giấy phép sản xuất thực phẩm Halal”, tạo cơ sở pháp lý cho việc kiểm soát chất lượng và an toàn thực phẩm Halal. Điểm đáng chú ý trong cách tiếp cận của Trung Quốc là việc cho phép chính

quyền địa phương tùy chỉnh các quy định phù hợp với điều kiện thực tế. Các tỉnh, thành phố có đông dân Hồi giáo như Ninh Hạ, Tân Cương, Thanh Hải, Cam Túc đã thiết lập những quy định chi tiết về thực phẩm Halal, từ yêu cầu về nguyên liệu, quy trình chế biến, nhãn mác sản phẩm cho đến cơ chế kiểm soát kinh doanh. Việc phân quyền này giúp chính sách Halal vừa đảm bảo tính thống nhất, vừa có thể thích nghi với nhu cầu và điều kiện cụ thể của từng khu vực.

Vấn đề pháp lý cũng là điều mà ngành thực phẩm Halal ở Việt Nam cần chú ý. Từ kinh nghiệm của Trung Quốc, chúng ta có thể thấy rằng Việt Nam cũng cần xây dựng một khung pháp lý đầy đủ, rõ ràng về thực phẩm Halal, bao gồm cả tiêu chuẩn sản xuất, chứng nhận, kiểm soát chất lượng và thương mại quốc tế. Đồng thời, có thể áp dụng cơ chế quản lý linh hoạt theo địa phương, đặc biệt ở các tỉnh có tiềm năng phát triển thực phẩm Halal như An Giang, Tây Ninh, Bình Dương.

**\* Thứ hai, xây dựng hệ thống giám sát chất lượng chặt chẽ và kiểm soát chặt vi phạm**

Trung Quốc đã áp dụng hệ thống giám sát nghiêm ngặt để đảm bảo chất lượng thực phẩm Halal, từ sản xuất đến lưu thông trên thị trường. Chính phủ yêu cầu doanh nghiệp phải tuân thủ các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm như HACCP, ISO, đồng thời triển khai các cuộc thanh tra định kỳ, kiểm tra đột xuất và xử phạt nghiêm minh đối với các vi phạm. Một số biện pháp kiểm soát vi phạm điển hình của Trung Quốc có thể kể đến là:

- Tịch thu sản phẩm Halal giả mạo hoặc kém chất lượng.
- Thu hồi giấy phép kinh doanh đối với doanh nghiệp không tuân thủ quy định.
- Công khai danh sách các công ty vi phạm trên phương tiện truyền thông.
- Áp dụng công nghệ truy xuất nguồn gốc sản phẩm bằng QR Code hoặc Blockchain để tăng tính minh bạch.

Kinh nghiệm của Trung Quốc trong giám sát sản phẩm Halal là điều chúng ta cần học hỏi. Việt Nam cần tăng cường kiểm soát chất lượng thực phẩm Halal, đặc biệt là đối với các sản phẩm xuất khẩu. Cần có cơ chế thanh tra thường xuyên, áp dụng các công nghệ tiên tiến để truy xuất nguồn gốc sản phẩm và xử lý nghiêm minh các vi phạm nhằm bảo vệ uy tín của ngành thực phẩm Halal trong nước.

**\* Thứ ba, hỗ trợ doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu thực phẩm Halal**

Chính phủ Trung Quốc đã thực hiện nhiều biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp sản xuất thực phẩm Halal, giúp họ tiếp cận thị trường quốc tế thông qua các chương trình xúc tiến thương mại, hội chợ Halal và các hiệp định thương mại song phương. Nước này đã cung cấp ưu đãi thuế cho doanh nghiệp sản xuất thực phẩm Halal, hỗ trợ tài chính cho doanh nghiệp đầu tư vào công nghệ chế biến thực phẩm Halal, tổ chức hội chợ, triển lãm quốc tế về thực phẩm Halal để quảng bá sản phẩm, khuyến khích doanh nghiệp hợp tác với các tập đoàn thực phẩm Halal lớn trên thế giới. Nhờ những biện pháp này, nhiều doanh nghiệp thực phẩm Halal Trung Quốc đã có thể mở rộng thị trường ra các nước Hồi giáo như Malaysia, Indonesia, UAE và Saudi Arabia. Phía Việt Nam cũng cần có các chương trình hỗ trợ cụ thể như ưu đãi thuế, hỗ trợ tiếp cận thị trường và đào tạo về tiêu chuẩn Halal để cạnh tranh với các trung tâm xuất khẩu Halal đang phát triển ngày càng sôi động trên thế giới. Với bối cảnh thị trường Halal tại Việt Nam còn đang trong quá trình hình

thành, việc áp dụng chính sách ưu đãi thuế có thể là một động lực quan trọng để kích thích đầu tư và phát triển ngành. Tuy nhiên, cần cân nhắc điều chỉnh sao cho phù hợp với thực trạng của doanh nghiệp Việt vì các doanh nghiệp Việt Nam thường có quy mô nhỏ hơn và chưa thực sự hội nhập sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu. Bên cạnh ưu đãi thuế, cần có các biện pháp hỗ trợ về chuyển giao công nghệ, đào tạo nâng cao kỹ năng và phát triển chuỗi cung ứng Halal theo hướng thống nhất tiêu chuẩn quốc tế.

Ngoài ra, Trung Quốc còn sử dụng ngoại giao Halal để thúc đẩy thương mại, thông qua việc ký kết các hiệp định hợp tác với các nước Hồi giáo, tham gia các tổ chức quốc tế về thực phẩm Halal và mời gọi đầu tư từ các quốc gia Hồi giáo vào ngành công nghiệp Halal trong nước. Việt Nam cần xây dựng chiến lược ngoại giao Halal, trong đó các đại sứ quán, cơ quan thương mại sẽ đóng vai trò kết nối doanh nghiệp trong nước với các đối tác nước ngoài. Đồng thời, Việt Nam cần chủ động tham gia các tổ chức quốc tế về thực phẩm Halal để nâng cao uy tín và mở rộng thị trường xuất khẩu.

Nhìn chung, bài học từ Trung Quốc cho thấy rằng, để phát triển thị trường thực phẩm Halal một cách bền vững, Việt Nam cần có một chiến lược tổng thể, bao gồm xây dựng khung pháp lý rõ ràng, thiết lập hệ thống chứng nhận thống nhất, kiểm soát chất lượng chặt chẽ, hỗ trợ doanh nghiệp và đẩy mạnh hợp tác quốc tế. Việc áp dụng các bài học này sẽ giúp Việt Nam khai thác hiệu quả tiềm năng của thị trường Halal, nâng cao giá trị xuất khẩu và tạo dựng thương hiệu thực phẩm Halal uy tín trên thế giới.

## 5. Kết luận

Thị trường thực phẩm Halal tại Trung Quốc đang phát triển mạnh mẽ, đáp ứng nhu cầu của cộng đồng người Hồi giáo và các dân tộc thiểu số. Với các chính sách và quy định ngày càng hoàn thiện, Chính phủ Trung Quốc đang nỗ lực đảm bảo an toàn thực phẩm và bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng. Tuy nhiên, vẫn còn nhiều thách thức cần được giải quyết, đặc biệt là việc thống nhất các quy định địa phương và ngăn chặn tình trạng lạm dụng nhãn Halal. Với sự phối hợp chặt chẽ giữa các bộ ban ngành và sự tham gia tích cực của cộng đồng, thị trường thực phẩm Halal tại Trung Quốc hứa hẹn sẽ tiếp tục phát triển bền vững và chuyên nghiệp hơn trong tương lai. Đối với Việt Nam, thị trường Halal là một cơ hội lớn nhưng cần có chiến lược phát triển bài bản. Việc học hỏi kinh nghiệm của Trung Quốc, đồng thời điều chỉnh để phù hợp với bối cảnh trong nước, sẽ giúp Việt Nam xây dựng một ngành thực phẩm Halal vững mạnh, đáp ứng yêu cầu của thị trường toàn cầu và gia tăng giá trị xuất khẩu trong tương lai.

## Tài liệu tham khảo

1. Ho, S. (2019). *Green Common Announces Mainland China Launch, Debuts Omnipork On T-Mall*. Green Queen Nov 8, 2019, <https://www.greenqueen.com.hk/green-common-launches-mainland-china-tmall-global/>
2. Market Research (2023). *Global Halal Sauce Market Growth 2023-2029*. LP Information, Inc. pp.5-6
3. Md Ismail, Che Thalbi and A. Rahman, Aspaella and Abdullah, Nor Anita (2017) *Halal Food Regulations in Malaysia: Concept and Compliance*. Man In India, 97 (1). pp. 291-300. ISSN 0025-1569

## NHÀ XUẤT BẢN HÀ NỘI

Địa chỉ: Số 4 Tổng Duy Tân, Hoàn Kiếm, Hà Nội  
Điện thoại: 024.3825.2916 - Fax: 024.3928.9143  
Website: <http://www.nxb.hanoi.com.vn>

# KỶ YẾU

## HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC GIA

"ĐỔI MỚI SÁNG TẠO, HỘI NHẬP VÀ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG"

Chủ đề năm 2025: "*Phát triển kinh tế và thương mại Halal của Việt Nam*"

Chịu trách nhiệm xuất bản:

Tổng Giám đốc - Tổng Biên tập

TS. Vũ Văn Việt

Biên tập:

Đàm Thị Ly,

Phạm Thị Anh Minh

Thiết kế:

Nguyễn Hữu Trọng

ISBN: 978-604-44-5862-5

---

In: 300 cuốn, khổ 20,5x29,5cm, tại Công ty CP Đầu tư và Phát triển Vietmax. Địa chỉ: Lô D10-11, Cụm Sản xuất Làng nghề tập trung, Tân Triều, Thanh Trì, Hà Nội. Số xác nhận ĐKXB: 1191-2025/CXBIPH/01-116/HN. Quyết định xuất bản số: 1395/QĐ-HN, ngày 14 tháng 11 năm 2025. In xong và nộp lưu chiểu năm 2025.