


BỘ CÔNG THƯƠNG  
CỤC THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ KINH TẾ SỐ

# ĐỊNH HƯỚNG XÚC TIẾN XUẤT KHẨU QUA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI VIỆT NAM – NHẬT BẢN

Hội thảo thúc đẩy thương mại điện tử xuyên biên giới  
Việt Nam – Nhật Bản: Kết nối thị trường và tiềm năng  
mở rộng xuất khẩu bền vững

 Tokyo, Nhật Bản

 Tháng 6 năm 2026



# NỘI DUNG CHÍNH

1

**Bối cảnh phát triển** đối với hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới Việt Nam - Nhật Bản

2

**Cơ hội và yêu cầu** đặt ra đối với hoạt động xuất khẩu qua thương mại điện tử xuyên biên giới

3

Hoàn thiện **khung pháp lý** nhằm thúc đẩy phát triển thương mại điện tử theo hướng bền vững

4

**Định hướng** thúc đẩy xuất khẩu qua thương mại điện tử xuyên biên giới Việt Nam – Nhật Bản





Phần 1.

# BỐI CẢNH PHÁT TRIỂN ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU QUA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI VIỆT NAM - NHẬT BẢN

# TÁI CẤU TRÚC MÔI TRƯỜNG THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ



Biến động địa chính trị



Tái cấu trúc chuỗi cung ứng



Chuyển đổi số



Chuyển dịch đầu tư



Thay đổi hành vi tiêu dùng



# TÁI CẤU TRÚC MÔI TRƯỜNG THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ



Thương mại toàn cầu



Số hóa và dữ liệu



Kinh tế nền tảng



**Dữ liệu và nền tảng số** đang trở thành động lực mới của thương mại quốc tế



# VIỆT NAM VÀ THỊ TRƯỜNG NHẬT BẢN



## VIỆT NAM



Quy mô thị trường TMĐT B2C

**31 tỷ USD**



Tốc độ tăng trưởng

**25,5%**



Hạ tầng số

**phát triển**



## NHẬT BẢN



- Quy mô thị trường lớn
- Thương mại điện tử phát triển
- Hệ thống logistics hiện đại
- Thị trường yêu cầu chất lượng cao



# VIỆT NAM VÀ THỊ TRƯỜNG NHẬT BẢN



VIỆT NAM

NHẬT BẢN



Kết nối thị trường



Mở rộng xuất khẩu



Phát triển bền vững

TIỀM NĂNG HỢP TÁC GIỮA HAI QUỐC GIA NGÀY CÀNG LỚN



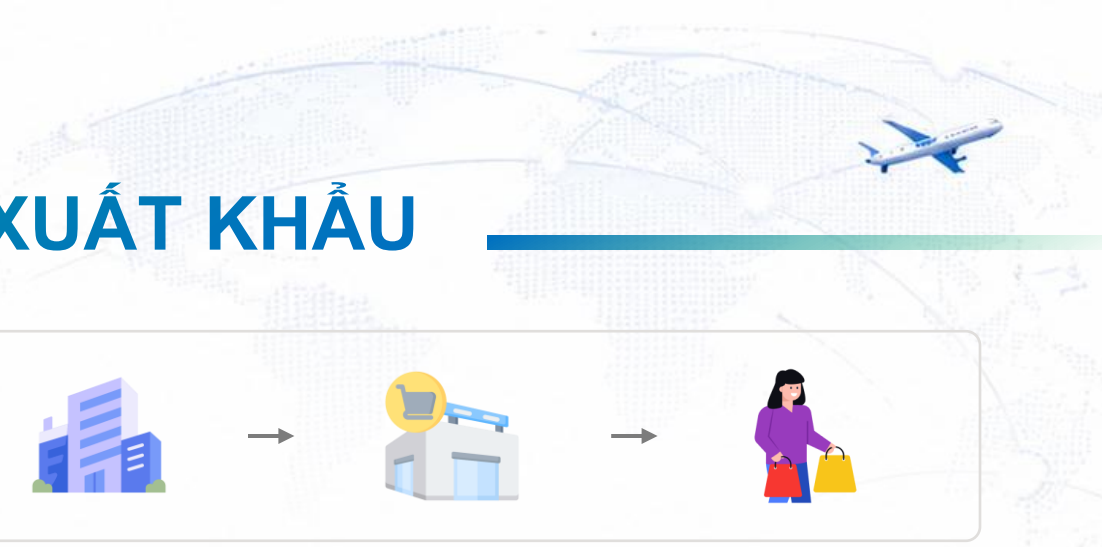


Phần 2.

# CƠ HỘI VÀ YÊU CẦU ĐẶT RA ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU QUA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI



# THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ MỞ RỘNG XUẤT KHẨU



Xuất khẩu truyền thống



Thương mại điện tử xuyên biên giới



# THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ MỞ RỘNG XUẤT KHẨU

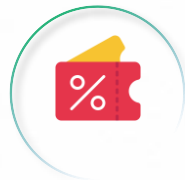
Thương mại điện tử  
xuyên biên giới



Rút ngắn chuỗi trung gian



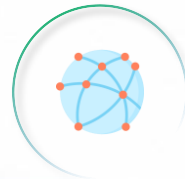
Tiếp cận trực tiếp khách hàng



Giảm chi phí giao dịch



Mở rộng thị trường giao dịch



Tăng khả năng tham gia chuỗi giá trị toàn cầu



Động lực mới  
cho tăng trưởng  
xuất khẩu bền vững



# CƠ HỘI ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

## NÔNG SẢN, THỰC PHẨM

Nhu cầu lớn, ổn định  
Sản phẩm đa dạng, chất lượng  
Lợi thế về nguồn cung và sản xuất



## SỨC KHỎE, MỸ PHẨM THIÊN NHIÊN

Xu hướng tiêu dùng lành mạnh  
Sản phẩm thiên nhiên, an toàn  
Tiềm năng xây dựng thương hiệu



## ĐẶC SẢN, THỦ CÔNG MỸ NGHỆ

Bản sắc văn hóa phong phú  
Sản phẩm độc đáo, khác biệt  
Phù hợp thị trường quốc tế



Sản phẩm

Thương hiệu

Giá trị

# YÊU CẦU ĐẶT RA VỚI DOANH NGHIỆP

1

Tiêu chuẩn kỹ thuật

2

Truy xuất nguồn gốc

3

Logistics xuyên biên giới

7

Bảo vệ người tiêu dùng



4

Năng lực số

5

Cơ sở dữ liệu

6

Xây dựng thương hiệu





Phần 3.

# HOÀN THIỆN KHUNG PHÁP LÝ NHẪM THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ THEO HƯỚNG BỀN VỮNG

# KHUNG PHÁP LÝ MINH BẠCH

## 1. Hoàn thiện chính sách, pháp luật



Rà soát quy định

Đảm bảo đồng bộ, thống nhất

Hành lang pháp lý thuận lợi

## KHUNG PHÁP LÝ

## 2. Tăng cường quản lý, giám sát



Nâng cao năng lực quản lý

Phối hợp liên ngành, quốc tế

Tăng cường ứng dụng công nghệ

## 3. Bảo vệ quyền lợi các bên



Bảo vệ người tiêu dùng

Môi trường cạnh tranh công bằng

Hỗ trợ SMEs tham gia quốc tế

## 4. Thúc đẩy chuẩn hóa và hội nhập



Tiếp cận các tiêu chuẩn quốc tế

Kết nối, trao đổi dữ liệu

Thúc đẩy hợp tác song phương

# LUẬT THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

**Luật Thương mại điện tử số 122/2025/QH15**  
được thông qua ngày 10 tháng 12 năm 2025, hiệu  
lực từ **01 tháng 7 năm 2026**

Luật hướng đến mục tiêu

- Thể chế hóa chủ trương;
- Giải quyết các tồn tại, vướng mắc;
- Điều chỉnh các vấn đề mới trong TMĐT;
- Thúc đẩy TMĐT theo hướng bền vững...

# LUẬT THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

“ **Hoạt động thương mại điện tử là hoạt động thương mại được tiến hành một phần hoặc toàn bộ trên môi trường điện tử.** ”

*(Luật Thương mại điện tử Việt Nam số 122/2025/QH15)*

## Phạm vi điều chỉnh

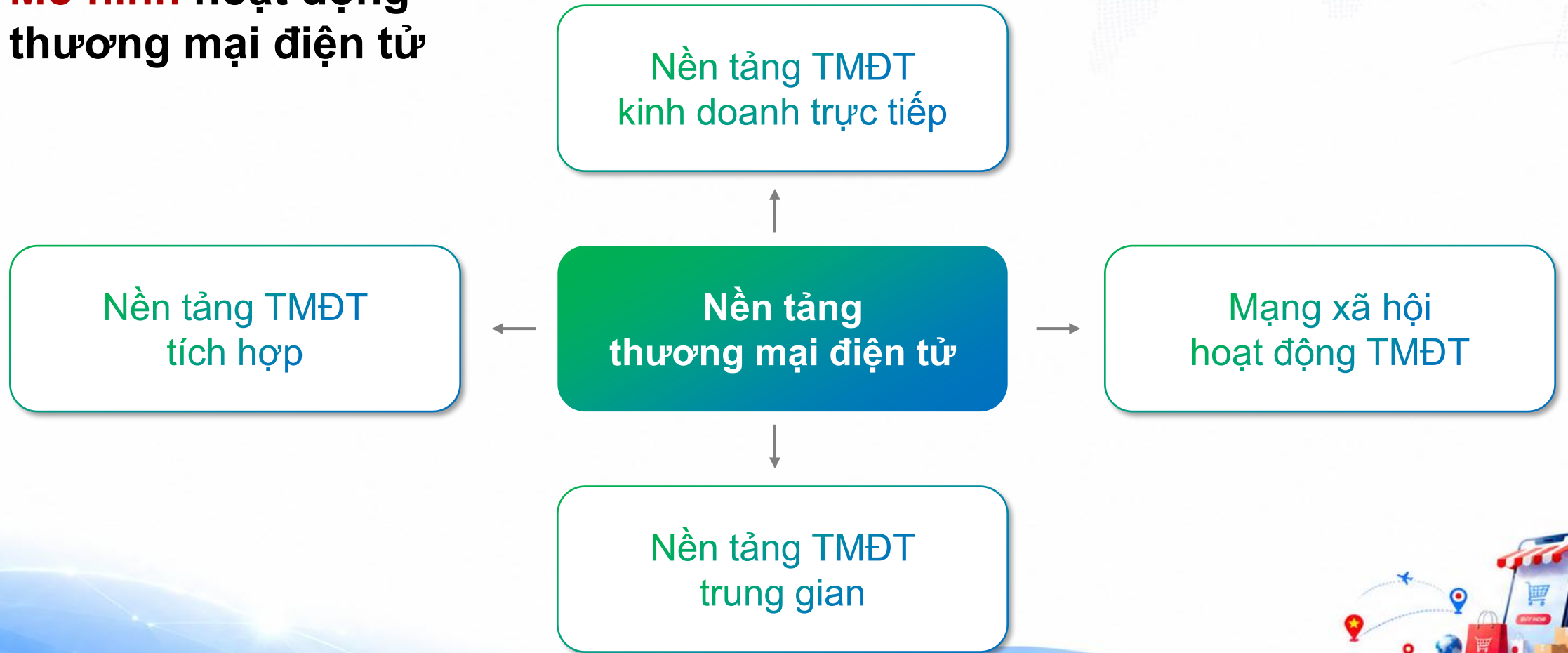
Chính sách phát triển thương mại điện tử;  
Nền tảng thương mại điện tử và trách nhiệm của các tổ chức, cá nhân trong hoạt động thương mại điện tử;  
Thương mại điện tử có yếu tố nước ngoài;  
Trách nhiệm của tổ chức cung cấp dịch vụ hỗ trợ thương mại điện tử;  
Ứng dụng công nghệ trong quản lý, xử lý vi phạm trong thương mại điện tử.

## Đối tượng áp dụng

Tổ chức, cá nhân trong nước và nước ngoài tham gia hoạt động TMĐT tại Việt Nam.  
*(trừ dịch vụ ngân hàng, dịch vụ trung gian thanh toán, dịch vụ kinh doanh chứng khoán trên nền tảng số, sở giao dịch hàng hóa, kho ứng dụng trên mạng)*

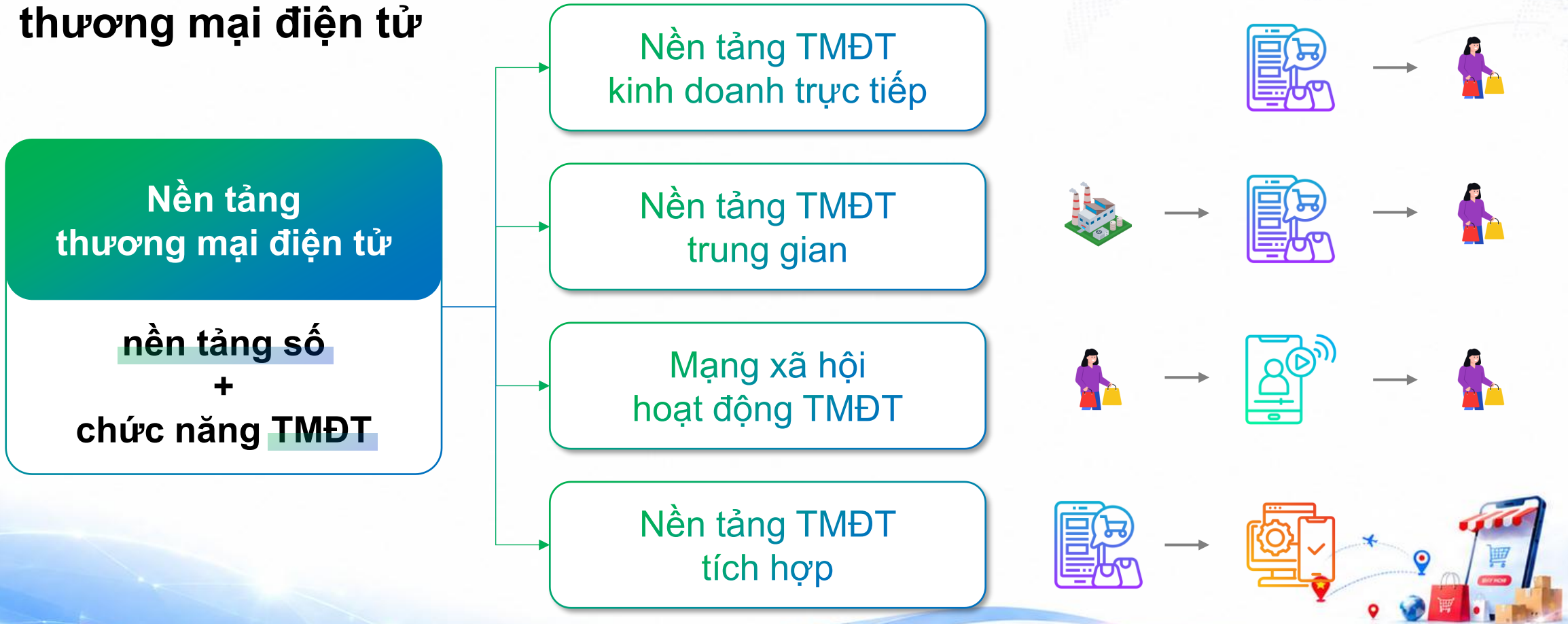
# LUẬT THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

## Mô hình hoạt động thương mại điện tử



# LUẬT THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

## Mô hình hoạt động thương mại điện tử



# LUẬT THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

## Loại hình và trách nhiệm của chủ thể tham gia hoạt động TMĐT



### Chủ thể tham gia hoạt động TMĐT

1

Chủ sở hữu nền tảng

2

Thông tin người bán

3

Điều kiện giao dịch chung

4

Thông tin sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ

5

Kiểm tra, rà soát, xử lý, gỡ bỏ

6

Báo cáo trực tuyến



# LUẬT THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

## Loại hình và trách nhiệm của chủ thể tham gia nền tảng TMĐT trung gian



### Chủ thể tham gia nền tảng TMĐT

1

Công khai thông tin về người bán, HH, DV

2

Người bán chứng minh đáp ứng điều kiện

3

Kiểm duyệt nội dung thông tin

4

Định danh người bán

5

Lưu trữ thông tin

6

Phối hợp, thu hồi hàng hóa có khuyết tật



# LUẬT THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

## Loại hình và trách nhiệm của chủ thể tham gia mạng xã hội hoạt động TMĐT



### Mạng xã hội hoạt động TMĐT

1

Trách nhiệm giống nền tảng TMĐT trung gian

2

Phân loại, hiển thị dấu nhận diện người bán

3

Tách riêng hoạt động TMĐT thành mục riêng biệt

4

Có công cụ xác nhận nội dung hợp đồng với giao dịch thông qua chức năng liên lạc trực tuyến



# LUẬT THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

## Loại hình và trách nhiệm của chủ thể tham gia nền tảng TMDT trung gian



### Nền tảng số lớn

1

Xây dựng hệ thống giải quyết tranh chấp trực tuyến

2

Không áp đặt người bán, người mua phải sử dụng dịch vụ của một nhà cung cấp



# LUẬT THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

## Loại hình và trách nhiệm của chủ thể tham gia nền tảng TMĐT trung gian



### Nền tảng TMĐT tích hợp

1

Chỉ tích hợp nền tảng TMĐT hợp pháp

2

Xây dựng tiêu chí kỹ thuật, bảo mật

3

Bỏ tích hợp nền tảng có dấu hiệu vi phạm

4

Lưu trữ dữ liệu

5

Kết nối danh sách các nền tảng tích hợp

X

Không được có các yêu cầu gây hạn chế



# LUẬT THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

**TMĐT xuyên biên giới**  
không có hiện diện tại Việt Nam



**Nền tảng TMĐT**  
không hiện diện

**1**

Thành lập pháp nhân tại Việt Nam

**2**

Ủy quyền pháp nhân tại Việt Nam

**3**

Ký quỹ tại ngân hàng Việt Nam

## Tiêu chí

- Đáp ứng các yêu cầu cụ thể như có tên miền “.vn”, hiển thị tiếng Việt, số lượng giao dịch đạt ngưỡng

- Thực hiện các quy định theo yêu cầu của pháp luật Việt Nam





# LUẬT THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

## Dịch vụ hỗ trợ thương mại điện tử

### Hạ tầng kỹ thuật

Ngăn chặn hành vi vi phạm trong vòng 24h kể từ khi nhận được yêu cầu  
Chỉ hợp tác với nền tảng TMĐT hợp pháp

### Logistics

Báo cáo theo yêu cầu  
Chỉ hợp tác với nền tảng TMĐT hợp pháp

### Chứng thực HĐĐT

Đảm bảo tính bảo mật, toàn vẹn  
Công khai quy chế, đáp ứng điều kiện KD  
Kết nối với Nền tảng quản lý HĐ TMĐT

### Trung gian thanh toán

Cung cấp thông tin về giao dịch khi nhận được yêu cầu  
Chỉ hợp tác với nền tảng TMĐT hợp pháp



# LUẬT THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

## Livestream bán hàng và tiếp thị liên kết

### Livestream bán hàng

#### Chủ quản nền tảng TMĐT:

Xác thực danh tính người livestream; Thực hiện các biện pháp kiểm soát nội dung phiên livestream;

#### Người bán hàng hóa và cung cấp dịch vụ:

Cung cấp các tài liệu phục vụ phiên livestream;

#### Người livestream:

Xác thực danh tính; Thực hiện livestream phù hợp, đúng quy định

### Tổ chức cung cấp dịch vụ tiếp thị liên kết

- Xác thực danh tính
- Có cơ chế theo dõi, giám sát hoạt động người tiếp thị liên kết
- Ngăn chặn, gỡ bỏ các liên kết cho hàng hóa, dịch vụ vi phạm
- Không tạo liên kết cho hàng hóa, dịch vụ cấm hoặc vi phạm
- Chỉ hợp tác, cung cấp dịch vụ cho nền tảng TMĐT hợp pháp
- Lưu trữ thông tin



Phần 4.

# ĐỊNH HƯỚNG THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU QUA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI VIỆT NAM - NHẬT BẢN

# ĐỊNH HƯỚNG TRỌNG TÂM



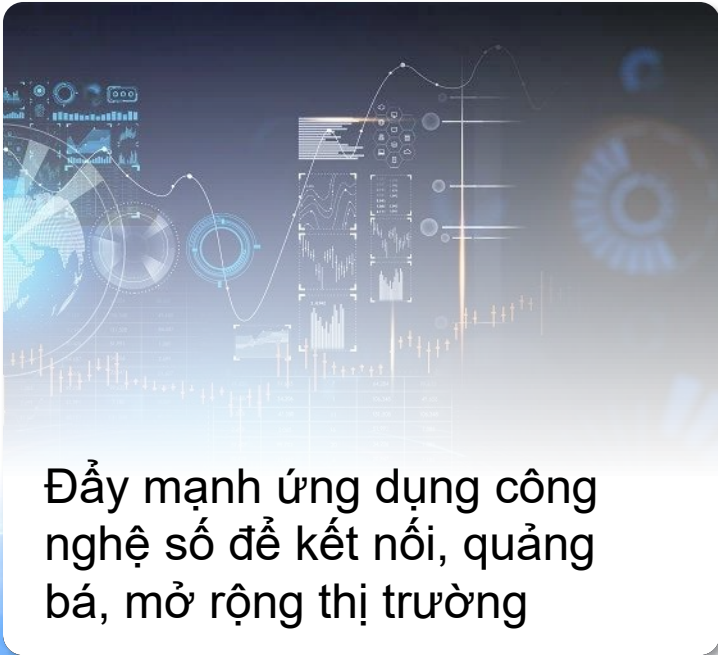
Đổi mới ứng dụng thương mại số



Xây dựng thương hiệu số



Hoàn thiện hệ sinh thái hỗ trợ



Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số để kết nối, quảng bá, mở rộng thị trường



Tạo dựng và nâng tầm thương hiệu Việt Nam trên các nền tảng số



Phát triển các dịch vụ hỗ trợ như hạ tầng, logistics, thanh toán... một cách đồng bộ

# ĐỊNH HƯỚNG TRỌNG TÂM



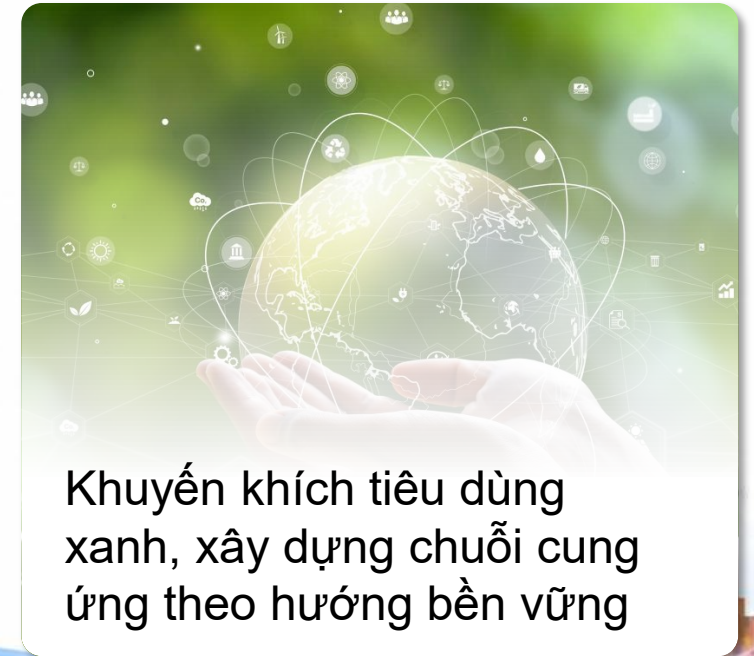
Nâng cao năng lực doanh nghiệp



Đẩy mạnh hợp tác chiến lược



Thúc đẩy TMĐT xanh và bền vững



# ĐỊNH HƯỚNG TRỌNG TÂM



“

Thương mại điện tử không chỉ là phương thức bán hàng mới mà đang từng bước trở thành hạ tầng của thương mại quốc tế thế hệ mới.

”





# TRÂN TRỌNG CẢM ƠN




BỘ CÔNG THƯƠNG  
CỤC THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VÀ KINH TẾ SỐ

# ĐỊNH HƯỚNG XÚC TIẾN XUẤT KHẨU QUA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI VIỆT NAM – NHẬT BẢN

Hội thảo thúc đẩy thương mại điện tử xuyên biên giới  
Việt Nam – Nhật Bản: Kết nối thị trường và tiềm năng  
mở rộng xuất khẩu bền vững

 Tokyo, Nhật Bản

 Tháng 6 năm 2026