

Xu hướng tiêu dùng & phân phối sản phẩm thủy sản tại thị trường EU



Nguyễn Hoài Nam – Phó Tổng Thư ký VASEP (T12/2013)

1

I/ NHẬN ĐỊNH:

- EU 27 là 1 trong 3 thị trường tiêu thụ lớn sản phẩm thủy sản trên thế giới.
- Xu hướng tiêu dùng & diễn biến kiểm soát chất lượng của EU **tác động trực tiếp** đến xu hướng & sản xuất thủy sản của các nước thứ 3 – đặc biệt các nước cung cấp thủy sản cho EU.

2

I/ NHẬN ĐỊNH: XU HƯỚNG 3 TT THUỶ SẢN CHÍNH (2010 – 2015)

1. Nhật: suy giảm thời gian dài, duy trì mức tiêu thụ cao

- Tiêu thụ lớn: 65 kg/người/năm
- Tăng mức kiểm soát ATTP (chỉ tiêu kiểm & tần suất kiểm)

2. Mỹ: tăng trưởng thời gian dài, sớm thành thị trường hàng đầu

- Tăng về số lượng và tiêu thụ: 24 kg/người/năm
- Đồng đô la Mỹ sụt giảm & thiếu ổn định.
- Sức tiêu thụ giảm trong năm 2008 – 2009, tăng trở lại từ 2010.
- Tăng mức kiểm soát ATTP, ghi nhãn, truy xuất nguồn gốc, bảo hộ SX nội địa và thêm nhiều các chứng nhận tự nguyện

3. Châu âu: tăng trưởng cao, thị trường lớn

- Tăng số lượng, ổn định tiêu thụ vào khoảng 21kg/người/năm
- Thủy sản nhập khẩu tăng trong 5 năm qua (cá tra từ Vnam, hàu từ Chile ...)
- Tăng mức kiểm soát ATTP, ghi nhãn, truy xuất nguồn gốc, bảo hộ SX nội địa và thêm nhiều các chứng nhận tự nguyện

3

Mặt hàng số 1: Tôm - BẢO HÒA & CẠNH TRANH!

1. **USA:** Nhu cầu nhập Tôm lớn nhất thế giới (550 – 570.000 tấn/năm) và ổn định. Việt Nam là nhà cung cấp lớn thứ 5 (40 – 44.000 tấn/năm) và đã có dấu hiệu giảm sút bắt đầu từ cuối 2009. Thái Lan là số 1 (180 – 195.000 tấn/năm) từ 2012 về trước, nhưng EMS đã làm Thái Lan sụt giảm.
2. **EU 27:** Nhu cầu nhập Tôm lớn thứ 2 thế giới (465 – 480.000 tấn/năm) và cũng khá ổn định. Việt Nam đứng thứ 6 (21-25.000 tấn) các nhà cung cấp (sau Ecuador, Ấn độ, Argentina, Bangladesh, Thái Lan). Thái Lan đã tăng trưởng rất mạnh trong 2 năm 2009-2010, đặc biệt 2010 tăng gần 88% so với 2009.
3. **Nhật Bản:** Nhu cầu nhập ổn định trong 3 năm trở lại đây và dự kiến tiếp tục ổn định nhu cầu này trong 2-3 năm tới với mức 190 – 200.000 tấn/năm. Việt Nam đã & đang là nhà cung cấp Tôm số 1 cho Nhật Bản (39 – 43.000 tấn/năm), tuy nhiên đang bị cạnh tranh quyết liệt bởi 2 nước cung cấp thứ 2 & thứ 3: Thái lan và Indonesia.

4

Mặt hàng số 1: Tôm - BẢO HÒA & CẠNH TRANH!

NHẬP KHẨU TÔM VÀO EU, T1-T8/2013, nghìn USD

	Exporters	Tôm chế biến	Tôm nguyên liệu	TỔNG
	Tổng	593.942	2171721	2.765.663
1	Ecuador	5.174	390.430	395.604
2	India	16.953	252.822	269.775
3	Bangladesh	6.533	187.351	193.884
4	Argentina		184.760	184.760
5	Thailand	85.558	81.809	167.367
6	Netherlands	57.565	101.250	158.815
7	Viet Nam	31.616	105.511	137.127
8	Belgium	35.784	98.922	134.706
9	Canada	117.695	10	117.705
10	China	10.782	88.336	99.118
11	Spain	2.312	96.057	98.369
12	Denmark	43.002	38.369	81.371
13	Indonesia	28.312	32.713	61.025
14	Madagascar		58.895	58.895
15	Germany	21.043	36.054	57.097

5

II/ TIÊU THỤ THỦY SẢN EU & XU HƯỚNG

1. Tổng KL tiêu thụ SP thủy sản tại EU khoảng 10,7 triệu tấn năm 2005, dự kiến khoảng 11,2 triệu tấn vào 2015 – nhu cầu tiêu thụ lớn, nhưng ổn định, tăng trưởng khá thấp. Trong khi, EU chỉ sản xuất khoảng 6,5 triệu tấn/năm (k.thác và N.trồng), lượng thiếu hụt khoảng 4,2 – 4,5 triệu tấn.
2. **Pháp, Tây Ban Nha, Anh & Italia** là những nước tiêu thụ chính, chiếm hơn 70% lượng tiêu dùng của toàn EU.
3. Các nước trong vùng Địa Trung hải và bán đảo Scandinavian (**Bồ Đào nha, TBN, Pháp, Phần Lan, Latvia, Thụy điển, Đan mạch, Italia**) là những nước có tiêu thụ thủy sản theo đầu người lớn (28 – 58 kg/ng/năm). Trong khi các nước Trung âu (**Séc, Áo, Rumani, Hungari, Bungari, Slovakia, Ba lan**) ít có thói quen ăn thủy sản (tiêu thụ đầu người: 3-7 kg/ng/năm) nhưng mức tiêu thụ thủy sản đang tăng cao do tăng trưởng thương mại thủy sản cũng như thu nhập đầu người tại các nước này đang tăng lên.

6

II/ TIÊU THỤ THỦY SẢN EU & XU HƯỚNG

4. Cá ngừ, cá Hồi và Tôm là những sản phẩm thông dụng ở toàn EU. Người tiêu dùng EU ưa chuộng các sản phẩm hải sản từ biển, nhưng đã có sự thay đổi trong gần thập kỷ qua khi các SP từ nuôi trồng ngày càng được quan tâm. Một số nước (Hà Lan, Anh, Pháp ...) đã & đang ngày càng quan tâm đến một số loài thủy sản nuôi trồng nhập khẩu có giá cạnh tranh như: cá rô sông Nile, cá rôphi và cá pangasius (Việt Nam).
5. Nguồn gốc SP và các SP bền vững (**có chứng nhận**) đang là xu hướng trong phân phối & tiêu dùng các sản phẩm thủy sản tại EU.

7

II/ TIÊU THỤ THỦY SẢN EU & XU HƯỚNG

6. Thị trường thủy sản EU có thể chia thành 3 khu vực chính:
 - **Bắc Âu**, bao gồm cả Anh, Ireland, Hà lan và các nước thuộc bán đảo Scandinavian: tiêu dùng chủ yếu các loài thủy sản nước lạnh như cá tuyết, thu, pollack, cá hồi (trout) ... Tại đây, các đồ ăn sẵn, ăn nhanh thông dụng hơn các nước phía Nam âu (ĐTH), và như vậy các sản phẩm thủy sản chế biến có thị phần cao hơn hẳn các sản phẩm thô.
 - **Các nước vùng Địa Trung hải (Nam Âu)**: các loài thủy sản tiêu thụ thông dụng là: cá trích, mực ống, bạch tuộc và các loại nhuyễn thể. Tại các nước này, phần lớn lượng tiêu thụ là hải sản tươi hoặc chưa qua chế biến
 - **Trung Âu**, gồm cả Áo, Ba lan và CH Czech: Ít có thói quen ăn thủy hải sản và có mức tiêu thụ thấp nhất EU.
- Tuy nhiên, các SP cá ngừ đóng hộp, cá hồi và tôm là thông dụng ở cả 3 khu vực kể trên.

8

II/ TIÊU THỤ THỦY SẢN EU & XU HƯỚNG

7. Các SP thủy sản đắt tiền hơn (giáp xác: tôm ...):

Trước đây chỉ tập trung ở 1 số TP. Tuy nhiên, cùng với sự tăng trưởng sản lượng tôm & nhuyễn thể các loại từ nuôi trồng, cùng xu hướng giá giảm các SP nuôi thì lượng tiêu dùng nhóm thủy sản này cũng đã tăng trưởng khá trong thập niên vừa qua.

8. Các SP thủy sản có thương hiệu ngày càng chiếm vị trí quan trọng trong các nhóm sản phẩm đóng hộp, chế biến sẵn hoặc đông lạnh. Tuy nhiên, tại các nước có thói quen tiêu dùng hàng thủy sản tươi (Ân Độ, Ý, Italia) thì SP có thương hiệu lại chỉ chiếm một thị phần nhỏ hơn.

9

II/ TIÊU THỤ THỦY SẢN EU & XU HƯỚNG

9. Thị hiếu theo tuổi đời: Đa số các nước EU, mức tiêu thụ thủy sản cao nhất là nhóm người trên 50 tuổi, họ cũng là những người thích dùng các SP tươi hoặc cần chế biến nấu chín trước khi ăn hơn những người trẻ. Các lứa tuổi khác đều thích ăn thủy sản, nhưng đặc biệt trẻ em thích ăn thủy sản **ăn liền, fish&chip, fish finger, đóng hộp** hơn là hàng tươi.

10

II/ TIÊU THỤ THỦY SẢN EU & XU HƯỚNG

10. Các loài thủy sản đã làm gia tăng mức tiêu thụ của EU:

- 1) **Cá hồi**: tăng tiêu dùng ở cả dạng SP tươi và hun khói.
- 2) **Tôm**: đặc biệt là tôm nhiệt đới;
- 3) Các sản phẩm **fillet hun khói** từ cá hồi, cá thu, lươn ...
- 4) Các SP giá trị gia tăng: Surimi, sushi và các SP ăn sẵn;
- 5) Các loài cá: cá rô sông Nile, rôphi và đặc biệt cá da trơn từ Việt Nam (*Pangasius*).

Dự kiến: những loài trên vẫn tiếp tục là điểm nhấn và tăng trưởng trong tiêu dùng thủy sản tại EU.

11

II/ TIÊU THỤ THỦY SẢN EU & XU HƯỚNG

11. Xu hướng 5 năm tới:

- Việc phục hồi kinh tế chậm của EU 27 sau khủng hoảng kinh tế bắt đầu từ 2008-2012 tiếp tục ảnh hưởng đến xu hướng tiêu dùng thủy sản của EU: **tăng trưởng chậm**.
- Tuy nhiên, sẽ tiếp tục tăng trưởng cả sản lượng & giá trị tiêu dùng thủy sản tại EU theo xu hướng đang diễn ra bắt đầu từ những năm 1980s đến nay. Trong đó, giá trị tiêu dùng có mức tăng nhiều hơn mức tăng khối lượng (do phát triển các hàng GTGT, tiện dụng...tăng lên).
- Giá thủy sản sẽ tiếp tục có xu hướng tăng do thương mại tiêu dùng trong khối và thị hiếu ăn thủy sản tăng lên.

12

III/ PHÂN PHỐI THỦY SẢN TẠI EU

1. Các nhà nhập khẩu, các đại lý và các cty chế biến là các đối tác kinh doanh quan trọng nhất. Các kênh bán lẻ bao gồm các siêu thị, chợ và kho hàng tiện dụng. Các nhà bán lẻ đã trở nên thông dụng tại các chợ và các nơi phân phối tập trung.
2. Số lượng các liên kết trong chuỗi cung cấp, bao gồm nhà nhập khẩu, các nhà phân phối, siêu thị, các đại lý, các nhà bán lẻ đã và đang giảm đi rõ rệt.

13

III/ PHÂN PHỐI THỦY SẢN TẠI EU

3. Các kênh phân phối hàng thủy sản cũng đang co hẹp lại do việc gia tăng sự cạnh tranh và các dịch vụ hậu cần logistics trong thương mại TS được cải thiện.
4. Một xu hướng đang diễn ra là việc nhiều nhà bán lẻ mua hàng thủy sản trực tiếp từ người sản xuất, đặc biệt các SP TS nuôi trồng, các sản phẩm tươi, hoặc từ 1 hoặc vài nhà cung cấp được lựa chọn.

14

SƠ ĐỒ KÊNH PHÂN PHỐI THỦY SẢN TẠI EU



III/ PHÂN PHỐI THỦY SẢN TẠI EU

CÁC NHÀ NHẬP KHẨU (Importers)

- Mua & bán SP thủy sản chủ yếu cho ngành công nghiệp chế biến và các nhà bán buôn, bán lẻ.
- Họ thực hiện việc nhập khẩu, rồi sở hữu các mặt hàng. Trong hầu hết các trường hợp, họ đã có trao đổi lâu dài với nhà cung cấp và có thể yêu cầu các nhà xuất khẩu về: chất lượng, size cỡ, bao bì, quy cách bao gói....

III/ PHÂN PHỐI THỦY SẢN TẠI EU

NHÀ CHẾ BIẾN (*Processing industry*)

- *Các nhà nhập khẩu tại EU cũng có thể là nhà chế biến các SP cuối cùng.*
- *Các nhà chế biến (nhập khẩu) có thể chế biến nguyên liệu thành các bán thành phẩm như fillet hoặc đông block, sau đó bán cho các công ty chế biến khác.*

17

III/ PHÂN PHỐI THỦY SẢN TẠI EU

CÁC ĐẠI LÝ (*Agents*) – Nhà Thương mại

- *Các đại lý được thiết lập tương tác giữa nhà Nhập khẩu & Nhà Xuất khẩu, cũng như triển khai các hoạt động Mua hoặc Bán.*
- *Hầu hết các đại lý làm trên nguyên tắc hưởng Hoa hồng do bên Bán chi trả, thông thường từ 2-5% giá mua hàng.*
- *Có 2 loại đại lý: đại diện cho Người mua (nhà NK hoặc tái Xuất khẩu), và đại diện cho Người Bán (nhà XK). Họ nắm bắt tốt xu hướng của thị trường, giá cả ...*
- *Các đại lý đóng vai trò quan trọng trong triển khai việc hậu cần, mua bán, tìm kiếm sản phẩm mới và thị trường mới.*

18

III/ PHÂN PHỐI THỦY SẢN TẠI EU

CÁC KÊNH BÁN LẺ (*Retail channels*)

- Bao gồm các siêu thị, cửa hàng, trung tâm phân phối, các chợ tập trung và các kho thực phẩm. Có nhiều kênh bán lẻ, phụ thuộc mỗi khu vực và thị hiếu tiêu dùng, đặc điểm phân phối.
- **Siêu thị** đòi hỏi tính tiện dụng, dịch vụ và trên cả là an toàn trong chuỗi cung cấp, dễ dàng truy xuất nguồn gốc sản phẩm.
- **Các cửa hàng, chợ**: đa dạng, mua trực tiếp từ nhà NK hoặc nhà bán buôn.
- **Nhà hàng, điểm phục vụ thực phẩm**: chế biến hàng ăn sẵn, mua hàng từ nhà bán buôn, nhà chế biến hoặc siêu thị.
- **Các tổ chức công ích**: trường học, nhà dưỡng lão, bệnh viện ... thường mua trực tiếp từ nhà NK để có được SP an toàn, chất lượng cao.

19

III/ CƠ HỘI & THÁCH THỨC

Cơ hội:

- Giá trị tiêu thụ thủy sản tiếp tục tăng, đặc biệt là các nước thành viên EU mới;
- Dễ chấp nhận các loài thủy sản mới;
- SP thủy sản đã chứng minh và tạo được hình ảnh tích cực cho sức khỏe người tiêu dùng.
- FTA EU-VN: sẽ cho cơ hội tốt về thuế NK

Thách thức:

- Người tiêu dùng lo ngại việc ngày càng tăng yêu cầu các SP thủy sản bền vững (ASC, GlobalGAP, MSC...)
- Tăng các đòi hỏi về truy nguyên nguồn gốc và bảo tồn (IUU ..).

20

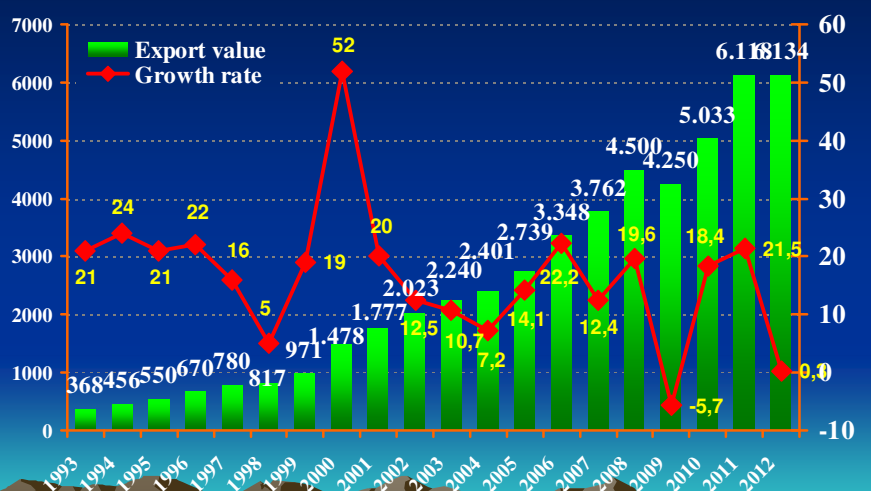
Việt Nam: Công nghiệp CBTS

- **567** nhà máy chế biến thủy sản (quy mô công nghiệp) đang đáp ứng các tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn TP (HACCP, GMP, SSOP);
- **447** nhà máy đủ tiêu chuẩn xuất khẩu sang EU (so với năm 1999: chỉ 17) – mới bổ sung **32** nhà máy vào 20/9/2013.
- Đa dạng hóa sản phẩm ngày càng lớn
- Tỷ lệ các sản phẩm GTGT đang tăng, nhiều sản phẩm đã được chấp nhận ở các chuỗi siêu thị của Mỹ, EU & Nhật Bản
- Là một trong số ít các quốc gia (Thái Lan, Việt Nam, Trung Quốc) có lợi thế về lao động;

21

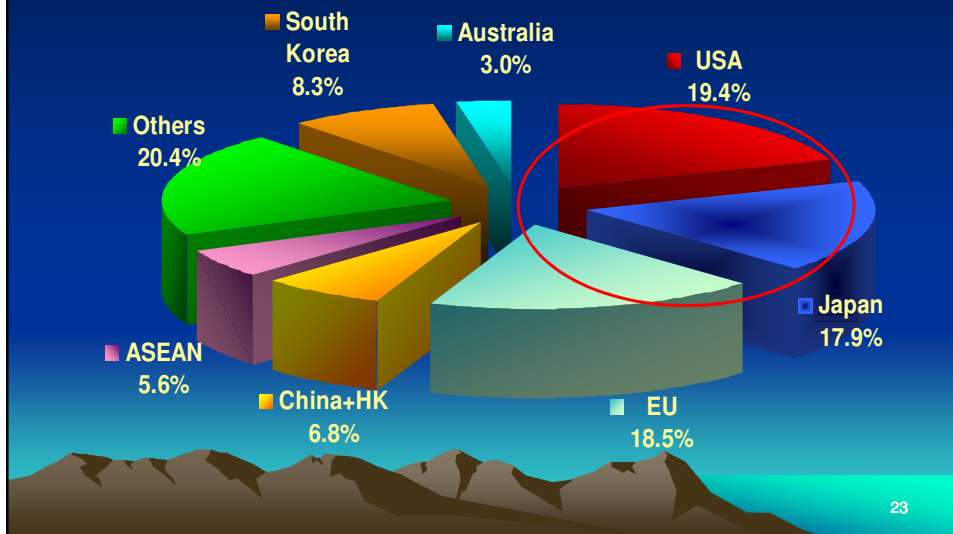
Việt Nam: Tăng trưởng XK TS

Million USD

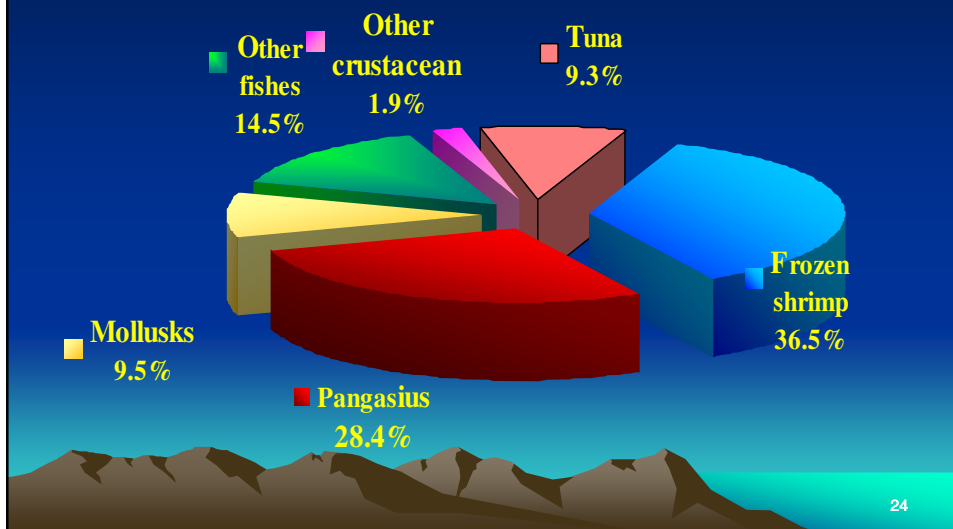


22

Cấu trúc Thị trường XK 2012 (theo giá trị (By Value))



Cấu trúc Sản phẩm XK (2012) (theo giá trị (By Value))

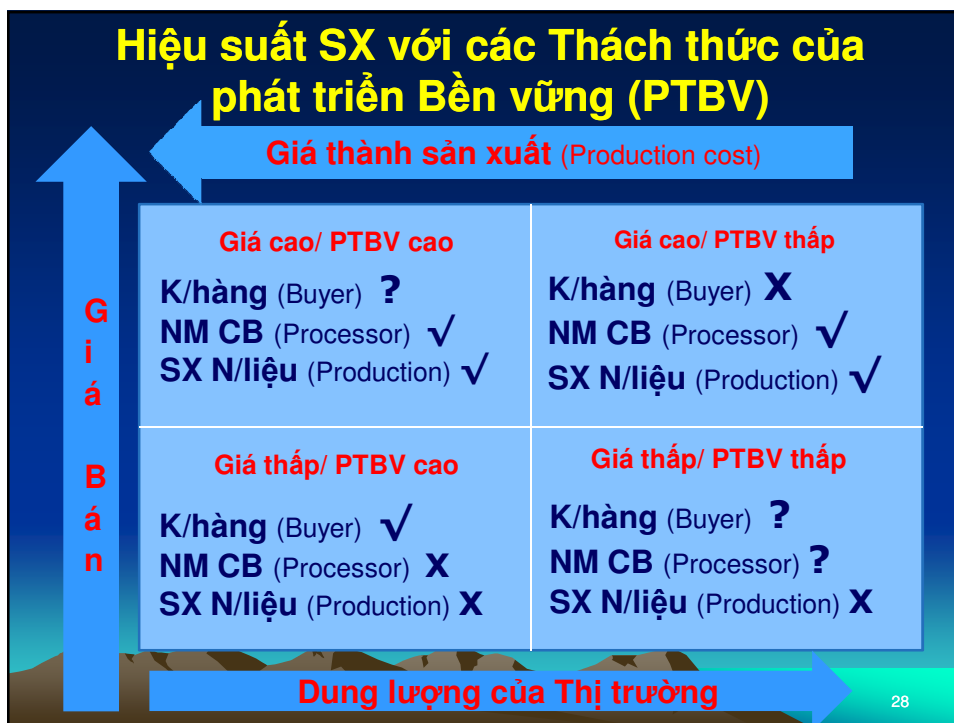
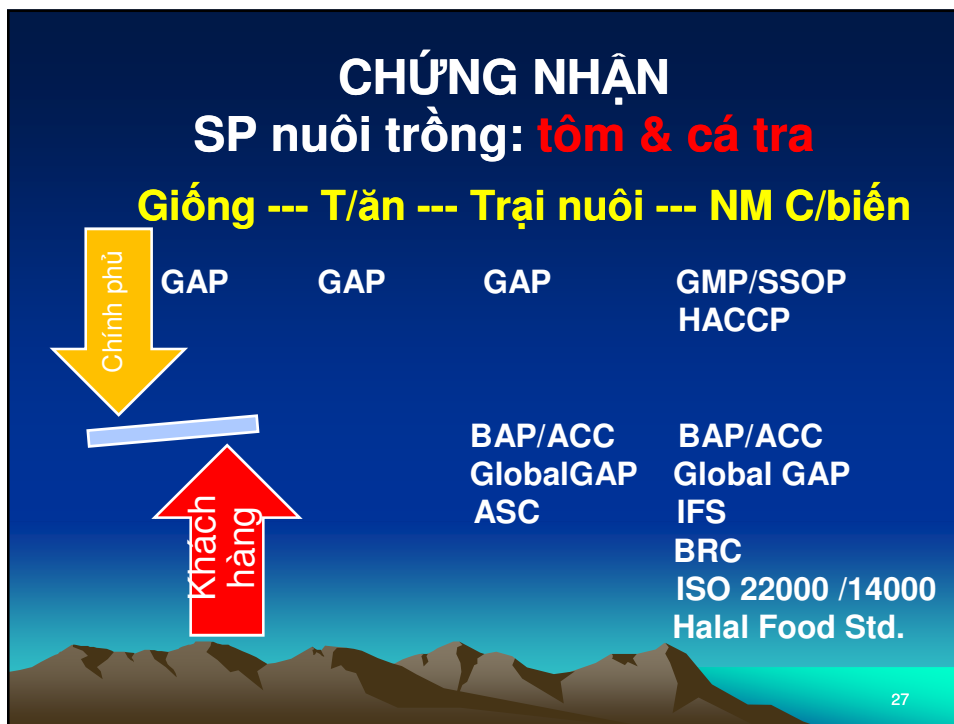


CHỨNG NHẬN

25

Chứng nhận tự nguyện...!!!





Cảm ơn!

HIỆP HỘI CHẾ BIẾN VÀ XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM (VASEP)

Website: www.vasep.com.vn / www.pangasius-vietnam.com

29