

SẢN PHẨM TÔM HS.160529 - THỊ TRƯỜNG ÚC THỐNG KÊ THƯƠNG MẠI & CÁC ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

1. Tổng khối lượng và giá trị nhập khẩu

Năm 2016, Úc là nước nhập khẩu lớn nhất thế giới các sản phẩm tôm - HS.160529 của Việt Nam, tiếp theo sau là Anh, Pháp, Đức, Thụy Sĩ và Hoa Kỳ. Trong giai đoạn 2012-2016, trung bình xuất khẩu hàng năm sản phẩm HS.160529 của Việt Nam sang Úc tăng 6% về giá trị và 9% về khối lượng. Năm 2016, tổng nhập khẩu các sản phẩm này của Úc từ Việt Nam đạt 4.471 tấn với trị giá 34,145 triệu USD.

2. Các đối thủ cạnh tranh chính

Năm 2016, 10 nước cung cấp lớn nhất các loại tôm HS.160529 cho Úc gồm Việt Nam (chiếm 69,2% tổng nhập khẩu của Úc), Trung Quốc (12,1%), Thái Lan (11,5%), Indonesia (1,9%), Malaysia (1,6%), Myanmar (0,9%), Philippines (0,8%), Đài Loan (0,8%), Hồng Kông (0,5%) và Nhật Bản (0,3%). Năm 2016, Việt Nam là nước cung cấp sản phẩm HS.160529 lớn nhất sang Úc. Tuy nhiên, Việt Nam là nước có tốc độ tăng trưởng xuất khẩu sang Úc không cao lắm so với 10 quốc gia cung cấp lớn nhất các loại tôm HS.160529 vào Úc. Trong giai đoạn 2012-2016, tăng trưởng trung bình về giá trị của Việt Nam sang Úc tương đối khá đạt 6%; Trung Quốc có mức tăng trưởng trung bình về giá trị sang Úc giảm trong giai đoạn này là 16%. Trong giai đoạn 2012-2016, quốc gia có mức tăng trưởng hàng năm cao nhất trong tất cả các nước trên thế giới xuất khẩu mặt hàng HS.160529 sang Úc là Đài Loan có mức tăng trưởng 205%, tiếp theo là Nhật Bản 201%, Hồng Kông 57%, Indonesia 21%, Philippines 10%, Ấn Độ 9%, Sri Lanka 7% và Việt Nam 6%.

Các nước có tốc độ tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng mang mã số HS.160529 sang Úc sụt giảm nhiều nhất trong giai đoạn 2012-2016 gồm Singapore (-67%), Hàn Quốc (-43%), Myanmar (-19%), Trung Quốc (-16%), Thái Lan và Malaysia (-15%).

Bảng 1- Các nhà cung cấp sản phẩm HS.160529 lớn nhất của Úc, 2016

	Giá trị (triệu USD)	Số lượng (tấn)	Tăng trưởng về giá trị 2012-2016 (%)
Thế giới	49,349	6.246	-2
Việt Nam	34,145	4.471	6
Trung Quốc	5,986	813	-16
Thái Lan	5,671	544	-15
Indonesia	948	70	21
Malaysia	773	115	-15
Myanmar	429	55	-19

Philippines	414	80	10
Đài Loan	412	51	205
Hồng Kông	255	19	57
Nhật Bản	167	21	201
Ấn Độ	125	4	9
Singapore	7	2	-67

Nguồn: Trademap (2017)

Một số nhà xuất khẩu hàng đầu các sản phẩm HS.160529 của các nước cung cấp chính sang Úc gồm:

- Dalian Longhe Seafood Co., Ltd. (Trung Quốc, <http://www.longheseafood.com>)
- Qingdao Jinhaiyuan Industrial Group Co., Ltd. (Trung Quốc, <http://www.jinhaiyuan.com>)
- Quanzhou Huangda Fishery Co., Ltd. (Trung Quốc, <http://www.jdam.cn>)
- Shianlin Frozen Foods Processing Plant Co., Ltd (Trung Quốc, <http://xianningthai.com/>)
- Qingdao Han King Trading Co. Ltd. (Trung Quốc, <http://www.hankingtrading.com>)
- Xiamen Hanji Food Co. Ltd. (Trung Quốc, <http://www.hanji.com.cn>)
- AKE Rice Mill Co. Ltd. (Thái Lan, <http://www.akericemill.com>)
- Cornwall LTD.,Part. (Thái Lan, <http://www.siam66.com>)
- Gallant Ocean (Thailand) Co. Ltd. (Thái Lan, <http://www.gallant-ocean.com>)
- Siam Live Seafood Co., Ltd. (Thái Lan, <http://www.siamliveseafood.com>)
- May Ao Co., Ltd. (Thailand, <http://www.mayaogroup.com>)
- Monty & Totco Co., Ltd. (Thailand, <http://www.thai-choice.com>)
- SCT Co., Ltd. (Thailand, <http://www.scttrading.com>)
- Gallant Ocean (Thailand) Co. Ltd. (Thái Lan, <http://www.gallant-ocean.com>)
- Dominion International Fish Corp. (Canada, <http://www.dominionfish.com>)
- Vietnam Seafoods Group (Vietnam, <http://www.vietnamseafoods.com>)
- CADOVIMEX Corporation (Vietnam, <http://www.cadovimex.com.vn>)
- Thien Ha Seafoods Co,ltd (Vietnam, <http://www.panga-seaco.com>)
- Javico., Ltd. (Vietnam, <http://www.vietnhat.com>)
- Seaprodex Danang (Việt Nam, <http://www.seadanang.com.vn>)

- Minh Phu Seafood Group JSC (Việt Nam, <http://www.minhphu.com/>)
- STAPIMEX (Việt Nam, <http://www.stapimex.com.vn>)
- Nha Trang Seafoods Co. (Việt Nam, www.nhatrangseafoods.com.vn)
- Hai Soon Leong Sdn Bhd (Malaysia, <http://www.hslfood.com>)
- HSH Frozen Foods Sdn Bhd (Malaysia, <http://www.kanika.com.my>)
- Tropical Canning Corporation Sdn Bhd (Malaysia, <http://www.tropical.com.my>)
- PT. Mega Marine Pride (Indonesia, <http://www.megamarinepride.com>)

3. Tình hình xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian gần đây

Hiệp định thành lập Khu vực Thương mại Tự do Asean - Úc - New Zealand đã được ký kết vào ngày 27/2/2009 tại Thái Lan và có hiệu lực từ ngày 01/01/2010. Theo lộ trình trong Hiệp định này, đến nay, Úc đã giảm thuế suất xuống còn 0% đối với các sản phẩm thủy sản Việt Nam. Với mức thuế nhập khẩu thủy sản 0%, chính sách thương mại và thuế quan khá minh bạch, Việt Nam có nhiều cơ hội để đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản sang Úc trong những năm tới.

Thống kê cho thấy trong 5 năm qua, Việt Nam dẫn đầu về cung cấp tôm mã số HS.160529 cho Úc. Kim ngạch xuất khẩu tôm HS.160529 sang nước này trong năm 2016 là 34,145 triệu USD. Một điểm thuận lợi nữa của thị trường Úc đối với thủy sản Việt Nam là nước này không dựng nhiều rào cản khắt khe, vô lý như kiểu thuế chống bán phá giá, thuế chống trợ cấp,... như ở một số thị trường khác. Nói chung, so với Mỹ hay EU, thị trường Úc tương đối dễ tính hơn.

Trong 5 năm qua, Việt Nam luôn là nước xuất khẩu tôm chế biến lớn nhất sang Úc. Tuy nhiên, do các quy định nghiêm ngặt từ phía Úc đối với tôm cũng như sản phẩm tôm nhập khẩu nên Việt Nam hiện mới chỉ đưa được tôm đã luộc chín hoặc tôm tẩm bột, gia vị, chứ chưa thể xuất khẩu tôm tươi đông lạnh nguyên con vào Úc. Trong khi đó, nhu cầu về tôm tươi nguyên con ở Úc lớn hơn rất nhiều.

Tuy nhiên, không phải không có những khó khăn cho việc đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản vào thị trường đầy tiềm năng này. Trong đó, một trong những cái khó lớn nhất là chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm và mẫu mã sản phẩm. Đây là thách thức đối với thủy sản Việt Nam và Úc. Người Úc rất nhạy cảm với những vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm. Mà vừa qua, vẫn còn nhiều lô hàng thủy sản của Việt Nam bị cơ quan chức năng Úc cảnh báo. Mặt khác, những thông tin không đúng về chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm thủy sản Việt Nam được đăng tải trên một số phương tiện truyền thông ở châu Âu, Mỹ,... cũng đã có tác động tới một bộ phận người tiêu dùng Úc.

Úc là thị trường xuất khẩu thủy sản tiềm năng của Việt Nam. Vấn đề hiện nay là các qui định nghiêm ngặt của Úc về vệ sinh an toàn thực phẩm và an toàn sinh học. Hàng thủy sản của Việt Nam vẫn còn vài trường hợp dư lượng kháng sinh và dư lượng thuốc diệt nấm bị phát hiện và điều này sẽ ảnh hưởng đến uy tín của hàng Việt Nam nếu không loại trừ triệt để. Các trường hợp vi phạm do Bộ Nông nghiệp kiểm tra và phát hiện sẽ bị thông báo rộng rãi trên trang web của Chính phủ bao gồm cả tên nhà cung cấp và nước cung cấp. Ngoài ra, gần đây Úc phát hiện thủy sản Việt Nam bị bơm nước và tạp chất. Vấn đề này sẽ huỷ hoại

hình ảnh của Việt Nam. Nó làm giảm giá trị và chất lượng của sản phẩm và tồi tệ nhất là thủy sản Việt Nam bị giảm giá trên thị trường.

Giải pháp ưu việt nhất là đưa hàng có chất lượng cao và xuất xứ tốt của sản phẩm và xây dựng hình ảnh sản phẩm của Việt Nam không kém hơn các sản phẩm của Úc. Điều này hoàn toàn có thể. Xuất xứ tốt của sản phẩm (không phải giá thấp) nên là trọng tâm chính cần hướng tới. An toàn thực phẩm, môi trường bền vững, đãi ngộ lao động, tất cả được minh chứng bằng một giấy xác nhận độc lập sẽ là con đường chúng ta phải đi. Muốn thực sự hiểu thị trường, các nhà cung cấp nên đi thăm và dành thời gian để hiểu người tiêu dùng nghĩ gì và tìm giải pháp phù hợp cho hệ thống bán buôn và bán lẻ. Thiếu các kiến thức này, các nhà cung cấp sẽ gặp khó khăn trong chuỗi cung ứng.

Nhưng thành công thực sự cho Việt Nam sẽ là việc cung cấp các sản phẩm đổi mới có giá trị gia tăng cao hơn là chỉ đơn giản cung cấp các nguyên liệu thô và chủng loại hàng rẻ tiền. Việc này sẽ giúp nâng tầm thương hiệu Việt Nam, xây dựng lòng tin đối với người tiêu dùng và thay đổi nhận thức về việc Việt Nam chỉ cung cấp các sản phẩm rẻ tiền mà người Úc thường quan niệm hàng rẻ tiền là hàng có chất lượng không tốt.

Vấn đề khác đặt ra là các qui định nghiêm ngặt của Úc về vệ sinh an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật được sử dụng như 1 hàng rào kỹ thuật đối với các nước nhập khẩu thủy sản vào thị trường này, đặc biệt đối với sản phẩm tôm, nhất là tôm tươi đông lạnh, thế mạnh của tôm Việt Nam và các nước Đông Nam Á khác như Thái Lan, Indonesia.

Trong mấy năm qua, chính phủ Úc lấy lý do bảo vệ việc nuôi tôm trong nước và đã dựng nên hàng rào kỹ thuật là cho AQIS (cơ quan kiểm tra của Úc) kiểm tra virus đốm trắng (White spot) và đầu vàng (Yellow head) trong tôm tươi của Việt Nam xuất sang Úc, nếu kết quả dương tính (ngưỡng 0%) sẽ không được nhập vào Úc. Thực tế, lượng tôm nuôi ở Úc quá nhỏ so với lượng tôm nhập vào Úc hàng năm mà chủ yếu dùng cho chế biến sản phẩm tôm chín (whole cooked).

Một khó khăn nữa là các phòng lab của AQIS kiểm tra virus theo phương pháp Real-time PCR, tức là kiểm AND của virus, khi đó thì virus cho dù đã chết, chỉ còn lại xác vẫn bị coi là dương tính và bị trả hàng về.

Phương pháp này rất ít phòng lab ở Việt nam có thể kiểm được. Do vậy, doanh nghiệp không biết làm thế nào để có thể xuất được tôm tươi đông lạnh (raw frozen prawns) vào Úc, nên chỉ có thể xuất tôm đã luộc chín, hoặc tôm tẩm bột, tẩm gia vị mặc dù nhu cầu đối với mặt hàng này thấp hơn nhiều so với tôm tươi.

Để thúc đẩy xuất khẩu thủy sản nói chung và mặt hàng tôm nói riêng sang Úc, hiện nay, Vasep đang cùng với Thương vụ Việt Nam tại Úc kiến nghị, hợp tác với cơ quan hữu quan Úc xem xét bỏ việc kiểm tra các loại virus trên đối với tôm Việt Nam, vì điều này không đe dọa dịch bệnh cho ngành nuôi tôm nội địa do sản lượng tôm nuôi tại Úc rất ít và chủ yếu dùng cho sản phẩm whole cooked bán cho những phân khúc cao cấp.

Ngoài ra, trong khi chờ xem xét dỡ bỏ việc kiểm dịch nêu trên, nên có thỏa thuận song phương giữa AQIS và Cục Quản lý chất lượng Nông lâm sản và Thủy sản (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn) về thống nhất phương pháp kiểm tra virus. Các doanh nghiệp tôm Việt Nam có thể kiểm tra virus tại Việt Nam và khi có kết quả âm tính thì hoàn toàn yên tâm xuất hàng sang Úc mà không nơm nớp lo sợ hàng bị trả về.

Đồng thời, AQIS cần kiểm soát chặt chẽ hơn nữa vấn đề trọng lượng tịnh của tôm xuất khẩu

vào Úc tránh xảy ra việc gian dối người tiêu dùng, bán phá giá gây thiệt hại đến uy tín chất lượng tôm Việt Nam.

Do nhu cầu tiêu thụ thủy sản nói chung đã vượt xa khả năng sản xuất, hàng năm, lượng tiêu thụ thủy sản tại Úc vào khoảng 1 triệu tấn, trong đó tôm được tiêu thụ nhiều nhất lên tới 60.000 tấn. Với sản lượng thủy sản (bao gồm cả nuôi và khai thác) chỉ đạt khoảng 220.000-280.000 tấn/năm, Úc phải gia tăng nhập khẩu để đáp ứng nhu cầu thị trường. Bên cạnh đó, Úc có xu hướng gia tăng nhập khẩu sản phẩm thủy sản giá rẻ, chủ yếu là từ châu Á. Nhờ hoạt động nuôi trồng thủy sản phát triển mạnh mẽ trong nhiều năm trở lại đây nên châu Á đang trở thành nguồn cung cấp thủy sản chủ yếu cho thế giới.

Với dân số trên 23 triệu người (dự kiến tăng lên 40 triệu người vào năm 2050) và là một trong những nước có tiêu chuẩn sống cao nhất trên thế giới với mức tiêu thụ thủy sản bình quân đầu người tăng từ 10kg/năm vào những năm 1990 lên khoảng 25kg/năm hiện nay. Tuy nhiên, mức tiêu thụ bình quân này vẫn còn thiếu 40% so với khuyến cáo của các tổ chức về sức khỏe của nước này. Do vậy, nhu cầu tiêu thụ thủy sản của Úc sẽ còn tăng hơn nữa và là một thị trường tiềm năng cho xuất khẩu thủy sản của Việt Nam.

Tôm là loại hải sản được tiêu thụ nhiều nhất tại Úc. Lượng tiêu thụ tôm hàng năm lên tới 50.000 tấn. Úc nhập khẩu khoảng 25.000 tấn và lượng cung cấp còn lại từ các nhà nuôi trồng và đánh bắt địa phương. Tôm nuôi chỉ khoảng 4.000 tấn còn lại là đánh bắt tự nhiên. Tôm của Úc thường rất đắt nhưng được ưa chuộng vì tươi và người Úc thích mua hàng thực phẩm trong nước. Mặc dù vậy, ngày càng có nhiều người tiêu dùng chọn tôm đông lạnh nhập khẩu từ Thái Lan và Việt Nam do giá thành thấp hơn và chất lượng ngày càng được cải thiện (năm 2013, xuất khẩu tôm Việt Nam sang Úc đạt trên 128 triệu USD, tăng 27,5% so với năm 2012, chiếm 62% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản sang thị trường này và đây là thị trường tiêu thụ tôm lớn thứ 6 của Việt Nam sau Mỹ, Nhật Bản, EU, Trung Quốc và Hàn Quốc). Người tiêu dùng Úc chuộng tôm sú to.

Úc có nền kinh tế phát triển, nhu cầu nhập khẩu thủy sản lớn. Úc thật sự là thị trường tiềm năng cho xuất khẩu thủy sản Việt Nam. Nhưng để thành công, các nhà xuất khẩu Việt Nam cần nỗ lực hơn nữa trong việc đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, công tác quảng bá cũng như đa dạng hóa sản phẩm.

Úc là thị trường nhập khẩu thủy sản đầy tiềm năng bởi hàng năm nước này phải nhập khẩu 70% lượng thủy sản cho tiêu dùng nội địa. Trong 10 năm tới, thị trường này có thể nhập khẩu thêm 1 triệu tấn thủy sản mới đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng.

Để đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản vào thị trường này, các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản cần chủ động giám sát, kiểm tra việc sử dụng hóa chất, kháng sinh đúng quy định. Song song đó, cũng nên đẩy mạnh việc xuất khẩu sản phẩm bán thành phẩm, thành phẩm vì người tiêu dùng Úc thường không muốn mất nhiều thời gian trong khâu chế biến. Điều này vừa giúp đa dạng hóa sản phẩm xuất khẩu, tăng khả năng thâm nhập thị trường, vừa nâng cao được hàm lượng giá trị gia tăng trên đơn vị sản phẩm thủy sản xuất khẩu.

Trong 6 tháng đầu năm 2017, giá trị xuất khẩu mặt hàng tôm mã số HS.160529 của Việt Nam sang thị trường Úc đạt gần 14,501 triệu USD, tăng 9,54% so với cùng kỳ năm ngoái. Hiện Úc là thị trường nhập khẩu tôm mã số HS.160529 lớn nhất của Việt Nam.

Khuyến nghị



Các nhà xuất khẩu nên thiết lập quan hệ kinh doanh lâu dài với khách hàng Úc của họ cạnh tranh với Thái Lan bằng cách tập trung sản xuất tôm chất lượng cao, không nên chỉ tập trung vào sản xuất hàng giá rẻ. Tính kiên định và niềm tin là chìa khóa của thành công.