



Cải thiện thu nhập của nông dân trong chuỗi giá trị xoài thông qua việc phát triển thị trường chiến lược ở miền nam Việt Nam

Đánh giá cuối kỳ
tháng 9 năm 2022

- Tiêu đề:** Cơ hội xuất khẩu tại Hồng Kông và Châu Âu
- Người trình bày:** Diệu Phan, Đại học Adelaide/ SCAP
- Nhóm nghiên cứu:** Diệu Phan, Đại học Adelaide/ SCAP
Alec Zuo, Đại học Adelaide / SCAP
Robin Roberts, Đại học Griffith

Implementing Agency



SIAEP



Funding Agency



Australian Government
Australian Centre for
International Agricultural Research

Mục tiêu & Mục đích

Trọng tâm

- ▶ Cung cấp một nghiên cứu kinh doanh điển hình tập trung vào thị trường Hồng Kông như một cơ hội xuất khẩu cho xoài Việt Nam và Úc.
- ▶ Thu thập những thông tin thị trường về hành vi tiêu dùng xoài của người tiêu dùng ở Anh, Pháp và Đức.

Câu hỏi nghiên cứu

- ▶ Hồng Kông có phải là thị trường hấp dẫn và khả thi cho xuất khẩu xoài từ miền Nam Việt Nam và Úc?
- ▶ Hành vi mua xoài của người tiêu dùng Anh, Pháp và Đức là gì?
- ▶ Những thuộc tính nào của xoài được người tiêu dùng ở Anh, Pháp và Đức ưa thích?

Tổng quan

Thị trường Hồng Kông

- ▶ Hồng Kông là một thị trường dễ tiếp cận để bán xoài từ các nước khác
- ▶ Thị trường năng động - thường cho thấy xu hướng tăng trong tiêu dùng - đặc biệt là trái cây tươi và rau quả; nhưng điểm đáng quan ngại gần đây là tình trạng bất ổn của thành phố và tác động của việc hạn chế đi lại
- ▶ Hồng Kông đóng vai trò – là điểm đến tái xuất chính, > 50% thực phẩm nhập khẩu – được chuyển vào Trung Quốc và các khu vực lân cận
- ▶ Trong mùa cao điểm, xoài từ Philippines chiếm lĩnh thị trường; Xoài Úc là loại xoài phổ biến nhất vào mùa đông
- ▶ Mặc dù giá cả phải chăng, chất lượng hợp lý nhưng xoài Việt Nam thường ít được bán bởi các thương nhân

Thị trường Châu Âu

- ▶ Tiêu thụ xoài ở châu Âu đang tăng bất chấp khó khăn trong việc tìm nguồn cung ứng và sở thích ăn trái cây theo mùa của địa phương
- ▶ Đức, Anh và Pháp là những thị trường nhập khẩu xoài chính
- ▶ Các giống Kent và Keitt được ưa chuộng (chủ yếu từ Brazil, Peru và các nước bắc Phi)
- ▶ Nhu cầu về xoài chín và xoài tươi ngày càng tăng
- ▶ Có những yêu cầu về mức dư lượng tối đa (MRLs) đối với thuốc trừ sâu và các chất gây ô nhiễm khác, chẳng hạn như kim loại nặng
- ▶ Cần phải có giấy tờ kiểm dịch thực vật để xuất khẩu xoài sang châu Âu và phương pháp xử lý thủy nhiệt (còn gọi là xử lý nước nóng) trước khi xuất khẩu là tiêu chuẩn

Lợi ích của sự thay đổi

Hồng Kông

- ▶ Xoài Việt Nam được bán với giá cả phải chăng và chất lượng tốt. Các nhà xuất khẩu Việt Nam có thể vận chuyển xoài xanh của họ bằng đường biển để giảm chi phí vận chuyển.
- ▶ Xoài Việt Nam thường bị trộn lẫn với xoài Trung Quốc và do đó, thường không được khách hàng Hồng Kông nhận ra.

Anh, Pháp và Đức

- ▶ Người tiêu dùng coi ba thuộc tính hàng đầu của xoài ảnh hưởng đến quyết định mua hàng là kết cấu thịt /cảm giác từ miệng, độ ngọt và độ chín trong khi người tiêu dùng Anh và Đức cũng coi trọng độ mọng nước. Ba thuộc tính bên ngoài hàng đầu là công bố không có hóa chất, giá cả, và chứng nhận an toàn thực phẩm.
- ▶ Người tiêu dùng (75%) thích nhất là xoài cỡ trung bình (350-550g) trong khi người tiêu dùng Anh (21%) cũng thích xoài lớn (550-800g).
- ▶ Hầu hết người tiêu dùng mua một (23%) hoặc hai (44%) trái xoài trong mỗi lần mua.
- ▶ Khoảng 45% người tiêu dùng không biết xuất xứ của xoài mà họ mua.
- ▶ 28%, 21%, 19%, 12% và 5% người tiêu dùng biết xoài mua lần lượt là từ Brazil, Peru, Tây Ban Nha, Việt Nam và Úc.
- ▶ 34% và 18% người tiêu dùng lo ngại về an toàn thực phẩm liên quan đến trái cây tươi nhập khẩu từ Việt Nam và Úc.



Các khuyến nghị

Hồng Kông

- ▶ Xoài Việt Nam nên hướng đến khách hàng của các chợ truyền thống (và siêu thị); tuy nhiên, cần có thời gian để tiến hành tiếp thị và giới thiệu đến người tiêu dùng, trước khi nhắm đến những khách hàng có thu nhập cao hơn.
- ▶ Cần xem xét đào tạo cho các bên liên quan trong chuỗi cung ứng xoài Việt Nam để cung cấp xoài Việt Nam chất lượng cao (ví dụ: dọc theo chuỗi xuất khẩu).

Anh, Pháp & Đức

- ▶ Các nhà cung cấp xoài Việt Nam cần đạt được các chứng chỉ như chứng nhận không hóa chất, an toàn thực phẩm và thương mại công bằng để phục vụ tốt hơn thị trường xoài cao cấp.
- ▶ Đối với các nhà xuất khẩu xoài ở Việt Nam, xuất phát điểm vào thị trường EU có thể tập trung vào các loại xoài cỡ trung bình, độ chín thích hợp và bao bì cỡ đôi.
- ▶ Có thể có tiềm năng tăng trưởng đáng kể đối với xoài tươi cắt lát ở thị trường EU, đặc biệt là ở Anh.