



THƯƠNG HIỆU UY TÍN TRÊN THỊ TRƯỜNG SỮA VIỆT NAM

Mục lục

I. Tổng quan thị trường sữa Việt Nam hiện nay

II. Tình hình nhập khẩu sữa tại Việt Nam

III. Các thương hiệu sữa uy tín đạt được sự hài lòng của khách hàng tại Việt Nam

1. Các thương hiệu sữa nước uy tín đạt được sự hài lòng của khách hàng
2. Các thương hiệu sữa bột uy tín đạt được sự hài lòng của khách hàng

Nằm trong xu thế chung của các nước đang phát triển trên thế giới, nhu cầu về các sản phẩm sữa tại Việt Nam như một nguồn bổ sung dinh dưỡng thiết yếu ngày càng tăng lên. Với một đất nước đang phát triển, có tốc độ đô thị hóa và tăng dân số cao như Việt Nam, nhu cầu tiêu thụ sữa sẽ tiếp tục tăng trong những năm tiếp theo. Điều này có thể thấy qua sự gia tăng doanh số và doanh thu ổn định từ sữa và các sản phẩm liên quan đến sữa của các hãng sản xuất sữa tại thị trường Việt Nam.

Viện nghiên cứu chiến lược thương hiệu và cạnh tranh (Institute for brand and Competitiveness strategy) phối hợp cùng Vibiz.vn - chuyên trang hàng đầu về cơ sở dữ liệu tri thức kinh tế và kinh doanh đưa ra bảng xếp hạng các thương hiệu uy tín trên thị trường sữa Việt Nam 2017.

I. Tổng quan thị trường sữa Việt Nam hiện nay

Là một quốc gia đông dân, cơ cấu dân số trẻ với mức tăng dân số cao khoảng 1,2%/năm, tỷ lệ tăng trưởng GDP 6-8%/năm, thu nhập bình quân đầu người tăng 14,2%/năm Việt Nam được đánh giá là thị trường tiêu thụ sữa tiềm năng. Những yếu tố này kết hợp với xu thế cải thiện sức khỏe và tầm vóc của người Việt Nam khiến cho nhu cầu tiêu thụ các sản phẩm sữa luôn giữ mức tăng trưởng cao.



Năm 2016, tổng doanh thu toàn ngành ước đạt trên 95,000 tỷ đồng. Tổng giá trị của sữa bột và sữa nước hiện chiếm tới 3/4. Trong đó sữa tươi đạt sản lượng trên 1.103,8 triệu lít còn sữa bột có sản lượng 97,3 ngàn tấn tăng 19,5% so với năm 2015.

I. Tổng quan thị trường sữa Việt Nam hiện nay

Cuộc cạnh tranh của các hãng sữa nước là cuộc chiến trên các dòng sản phẩm sữa tươi thanh trùng, sữa tươi tiệt trùng và sữa hoàn nguyên (sữa được pha ra từ bột). Hơn 70% số lượng sữa nước trên thị trường ở Việt Nam là sữa hoàn nguyên, phần còn lại là sữa tươi từ các vùng nguyên liệu của các công ty trong nước. Ngoài ra, trên thị trường sữa Việt Nam mới xuất hiện một dòng sữa tươi đáp ứng nhu cầu sử dụng thực phẩm hữu cơ của người tiêu dùng – sữa tươi organic với sự cạnh tranh của 2 ông lớn trong ngành sữa là Vinamilk và TH True milk. Tuy rằng dòng sữa tươi organic chưa được người tiêu dùng biết tới rộng rãi nhưng với sự chỉ đạo quyết liệt của Chính phủ, sự tuyên truyền mạnh mẽ của các phương tiện truyền thông, chắc chắn xu hướng sử dụng thực phẩm organic nói chung, sữa organic nói riêng sẽ nhanh chóng lan rộng trong cộng đồng người tiêu dùng Việt Nam. Bởi vậy, tiềm năng thị trường sữa organic đang rất lớn mà khả năng đáp ứng hiện đang cực kỳ hạn chế.

Sữa bột cũng bao gồm 2 dòng sản phẩm là sữa tươi dạng bột (bao gồm bột sữa nguyên kem, bột sữa tách béo, hoặc không béo) và sữa bột công thức (sữa bột và các thành phần vitamin khoáng chất được bổ sung theo công thức nhất định).

Quy mô thị trường sữa của Việt Nam tăng trưởng nhanh với tốc độ trung bình 15% trong 5 năm vừa qua. Tăng trưởng doanh thu ngành sữa chủ yếu nhờ vào hai mảng chính là sữa bột và sữa nước, chiếm 74% tổng giá trị thị trường. Năm 2016, mức tiêu thụ trung bình đạt 24 lít/người/năm; kim ngạch xuất khẩu đạt 90-100 triệu USD. Dự báo đến năm 2020, mức tiêu thụ 27 lít/người/năm; kim ngạch xuất khẩu đạt 120 - 130 triệu USD. Chi phí trung bình của sữa thành phẩm ở Việt Nam hiện khoảng 1,4 USD/lít, vẫn cao hơn mức 1,2-1,3 USD/lít ở New Zealand và Úc.

I. Tổng quan thị trường sữa Việt Nam hiện nay



II. Tình hình nhập khẩu sữa tại Việt Nam

Việt Nam hiện có khoảng 60 doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh sữa với hơn 300 nhãn hàng. Tuy nhiên, tổng lượng sữa tươi mới đáp ứng khoảng 20-25% nhu cầu, cộng với nhu cầu tiêu thụ sữa tại Việt Nam có xu hướng tiếp tục gia tăng nên thị trường sữa Việt Nam còn phụ thuộc rất lớn vào lượng sữa và nguyên liệu sữa nhập ngoại.

Hàng năm, Việt Nam phải nhập khẩu khoảng 1 tỷ USD sữa, bao gồm cả sữa nguyên liệu và thành phẩm. Việc thiếu hụt 70% lượng sữa cho chế biến và tiêu thụ đã khiến Việt Nam phải gia nhập nhóm 20 nước nhập khẩu sữa lớn nhất thế giới.

II. Tình hình nhập khẩu sữa tại Việt Nam

Kim ngạch nhập khẩu sữa và sản phẩm từ sữa 9 tháng năm 2017 đạt 650,9 triệu USD, tăng 3,49% so với cùng kỳ 2016. Trong đó New Zealand là thị trường nhập khẩu sữa chính của Việt Nam, chiếm thị phần lớn 25,4% tổng kim ngạch, đạt 165,8 triệu USD tăng 19,3%. Đứng thứ hai là thị trường Singapore, tuy nhiên tốc độ nhập khẩu từ thị trường này lại suy giảm 13,81% xuống còn 93,3 triệu USD, kể đến là thị trường Đức, Thái Lan, Hoa Kỳ, Hà Lan....

Nhìn chung, 9 tháng đầu năm nay, kim ngạch nhập khẩu sữa và sản phẩm liên quan đến sữa từ các thị trường có tốc độ tăng trưởng chiếm 68,75% và ngược lại các thị trường với kim ngạch nhập khẩu suy giảm chỉ chiếm 31,25% trong đó kim ngạch nhập khẩu từ thị trường Australia giảm mạnh nhất giảm 28,44% so với cùng tương ứng với 27,7 triệu USD.

2. Tình Hình Nhập Khẩu Sữa Tại Việt Nam

- Hàng năm, Việt Nam phải nhập khẩu khoảng 1 tỷ USD sữa, bao gồm cả sữa nguyên liệu và thành phẩm.
- Việc thiếu hụt 70% lượng sữa cho chế biến và tiêu thụ đã khiến Việt Nam phải gia nhập nhóm 20 nước nhập khẩu sữa lớn nhất thế giới. Việt Nam là quốc gia nhập siêu các sản phẩm sữa chủ yếu từ New Zealand.

Thị trường nhập khẩu sữa và sản phẩm từ sữa 9 tháng 2017

Thị trường	9/2017 (USD)	9/2016 (USD)	So sánh (%)	Thị trường	9/2017 (USD)	9/2016 (USD)	So sánh (%)
New Zealand	165.895.809	139.055.380	19,30	Pháp	47.756.663	58.387.263	-8,75
Singapore	93.329.151	108.283.421	-13,81	Australia	165.895.809	139.055.380	-28,44
Đức	50.440.473	37.344.865	35,07	Nhật Bản	165.895.809	139.055.380	-1,46
Thái Lan	47.756.663	58.387.263	-18,21	Hàn Quốc	93.329.151	108.283.421	8,73
Hoa Kỳ	165.895.809	139.055.380	1,40	Tây ban Nha	50.440.473	37.344.865	20,82
Hà Lan	165.895.809	139.055.380	7,97	Đi	47.756.663	58.387.263	148,21
Malaysia	93.329.151	108.283.421	39,58	Philippines	3.397.434	3.119.722	8,90
Ba Lan	50.440.473	37.344.865	27,84	Đan Mạch	1.849.641	1.489.968	24,14

- 9 tháng năm 2017 kim ngạch nhập nhóm hàng này đạt 650,9 triệu USD, tăng 3,49% so với cùng kỳ 2016 (đạt 629 triệu USD)

II. Tình hình nhập khẩu sữa tại Việt Nam

Trong bối cảnh nhu cầu tiêu thụ sữa có xu hướng ngày càng tăng, dư địa tiềm năng đang bị sữa ngoại nhập chiếm hữu là cơ hội lớn đối với ngành chăn nuôi bò sữa cũng như sản xuất, thương mại sữa trong tương lai. Đồng thời, các công ty sữa của Việt Nam sẽ phải cạnh tranh trong cuộc chiến giành thị phần cùng các thương hiệu sữa lớn trên thế giới.

III. Các thương hiệu sữa uy tín đạt được sự hài lòng của khách hàng tại Việt Nam

1. Các thương hiệu sữa nước uy tín đạt được sự hài lòng của khách hàng

1.1 Mức độ nhận biết và tin dùng các sản phẩm sữa nước sản xuất trong nước

Trong khi thị trường sữa bột chủ yếu do các hãng nước ngoài nắm thị phần thì thị trường sữa nước có thể coi là phân khúc của doanh nghiệp nội.

III. Các thương hiệu sữa uy tín đạt được sự hài lòng của khách hàng tại Việt Nam

1. Các thương hiệu sữa nước uy tín đạt được sự hài lòng của khách hàng

1.1 Mức độ nhận biết và tin dùng các sản phẩm sữa nước sản xuất trong nước

1. Các Thương Hiệu Sữa Nước Uy Tín Đạt Được Sự Hài Lòng Của Khách Hàng

- Thị phần sữa nước hiện nay chủ yếu nằm trong tay các doanh nghiệp sữa nội, trong đó, Vinamilk nắm giữ hơn 50% thị phần. Nếu cách đây vài năm chỉ một vài tên tuổi như Vinamilk hay Dutch Lady chiếm lĩnh hầu hết thị trường thì nay hàng chục thương hiệu từ Vinamilk, Dutch Lady, TH True Milk, Mộc Châu, Ba Vì, Nutifood, Hanoi milk gia nhập với mức giá chênh lệch không nhiều.

1.1 Mức Độ Nhận Biết Và Tin Dùng Các Sản Phẩm Sữa Nước Sản Xuất Trong Nước

STT	Tên sản phẩm	Mức độ nhận biết (%)	Công ty sản xuất
1	Sữa tươi Vinamilk 100%	98,7%	Vinamilk
2	Vinamilk ADM GOLD	95,3%	Vinamilk
3	Sữa tươi TH True Milk	90,3%	TH True Milk
4	Sữa tươi Cô Gái Hà Lan Active 20+**	78,3%	Friesland Campina
5	Sữa tươi Ba Vì 100%	78,1%	CTCP Sữa Quốc tế
6	Sữa tươi Mộc Châu	69%	CTCP Giống bò sữa Mộc Châu
7	Sữa cô gái Hà Lan 100% sữa tươi	65%	Friesland Campina
8	Sữa tươi Vinamilk 100% Organic	56,9%	Vinamilk
9	Sữa Cô Gái Hà Lan Cao Khỏe**	45,9%	Friesland Campina
10	Sữa đặc trùng Flex	34,8%	Vinamilk
11	Sữa tươi hữu cơ TH True Milk Organic	28,1%	TH True Milk
12	Sữa LIF kun	26,9%	CTCP Sữa Quốc tế

Trong nhiều năm qua, Vinamilk luôn dẫn đầu thị trường với sản phẩm sữa tươi và nhiều sản phẩm dinh dưỡng chất lượng quốc tế. Với những nỗ lực cải tiến công nghệ và tiên phong với các xu hướng sản phẩm mới, Vinamilk tiếp tục củng cố và khẳng định vị trí là công ty sữa số 1 Việt Nam. Sản phẩm sữa tươi Vinamilk 100% là sản phẩm đứng đầu về cả sản lượng lẫn doanh số bán ra trong phân khúc sữa tươi từ năm 2015 tới nay, với mức độ nhận biết và tin dùng gần như tuyệt đối (98,7%). Bên cạnh sản phẩm sữa tươi Vinamilk 100%, Vinamilk ADM GOLD cũng là sản phẩm rất phổ biến của Vinamilk, có mức độ nhận biết và tin dùng đạt 95,3%. Ngoài ra Vinamilk còn tung ra thị trường sản phẩm sữa tươi Vinamilk 100% Organic và sữa tiệt trùng Flex, các sản phẩm này cũng được đông đảo người tiêu dùng biết tới và tin dùng.

III. Các thương hiệu sữa uy tín đạt được sự hài lòng của khách hàng tại Việt Nam

1. Các thương hiệu sữa nước uy tín đạt được sự hài lòng của khách hàng

1.1 Mức độ nhận biết và tin dùng các sản phẩm sữa nước sản xuất trong nước

Chiếm thị phần lớn chỉ sau Vinamilk là Friesland Campina Việt Nam với các sản phẩm sữa cô gái Hà Lan 100% sữa tươi, sữa tươi Cô Gái Hà Lan Active 20+™, sữa Cô Gái Hà Lan Cao Khỏe™ đều có mức độ nhận biết và tin dùng khá cao. Nếu cách đây vài năm chỉ một vài tên tuổi như Vinamilk hay Dutch Lady chiếm lĩnh hầu hết thị trường thì hiện nay hàng chục thương hiệu từ Vinamilk, Dutch Lady, TH True Milk, Mộc Châu, Ba Vì, Nutifood, Hanoi milk gia nhập với mức giá chênh lệch không nhiều. Đặc biệt, TH True Milk tuy ra đời sau nhưng tốc độ tăng trưởng rất mạnh, vươn lên đứng thứ 3 trong thị phần sữa nước tại Việt Nam với các sản phẩm Sữa tươi TH True Milk, Sữa tươi hữu cơ TH True Milk Organic.

1.2 Mức độ nhận biết và tin dùng các sản phẩm sữa nước nhập ngoại tại Việt

Cùng với các loại sữa nội, thị trường sữa tươi đóng hộp VN thời gian qua cũng tràn ngập các thương hiệu nước ngoài do người tiêu dùng ngày nay có xu hướng chọn các sản phẩm sữa từ những con bò được chăn thả tự nhiên hơn là bò nuôi công nghiệp vì e ngại dư lượng kháng sinh cũng như hormone tăng trưởng.

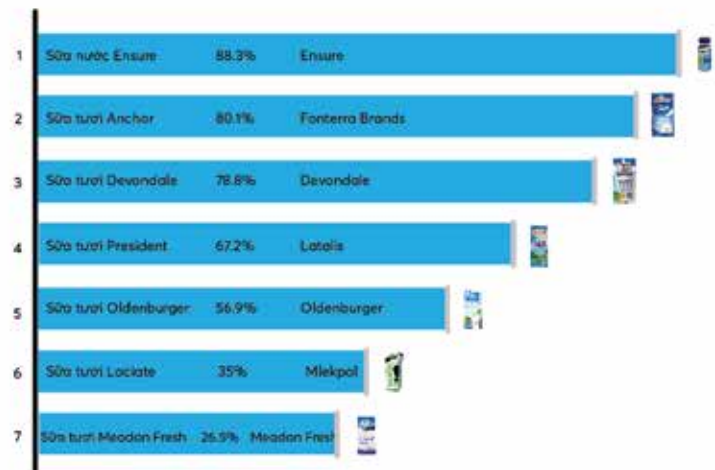
III. Các thương hiệu sữa uy tín đạt được sự hài lòng của khách hàng tại Việt Nam

1. Các thương hiệu sữa nước uy tín đạt được sự hài lòng của khách hàng

1.2 Mức độ nhận biết và tin dùng các sản phẩm sữa nước nhập ngoại tại Việt

1.2 Mức Độ Nhận Biết Và Tin Dùng Các Sản Phẩm Sữa Nước Nhập Ngoại Tại Việt Nam

Cùng với các loại sữa nội, thị trường sữa tươi đóng hộp VN thời gian qua cũng tràn ngập các thương hiệu nước ngoài do người tiêu dùng ngày nay có xu hướng chọn các sản phẩm sữa từ những con bò được chăn thả tự nhiên hơn là bò nuôi công nghiệp vì e ngại dư lượng kháng sinh cũng như hormone tăng trưởng.



Các loại sữa tươi nhập ngoại được người tiêu dùng biết đến nhiều nhất phải kể đến sữa nước Ensure với 88,3% người tiêu dùng biết tới và tin dùng, sữa tươi Anchor với mức độ nhận biết và tin dùng 80,1%. Ngoài ra, người tiêu dùng còn ưa chuộng một số loại sữa khác như sữa tươi Devondale, sữa tươi President , sữa tươi Laciata, sữa tươi Oldenburger và sữa tươi Meadon Fresh.

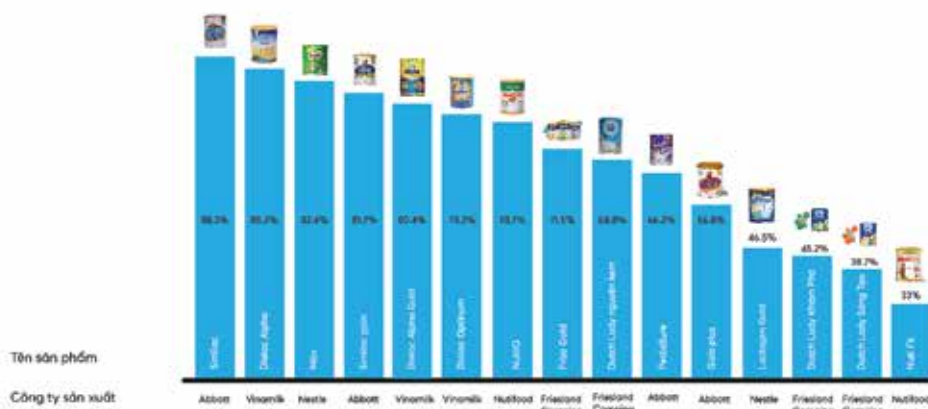
III. Các thương hiệu sữa uy tín đạt được sự hài lòng của khách hàng tại Việt Nam

2. Các thương hiệu sữa bột uy tín đạt được sự hài lòng của khách hàng

2.1 Mức độ nhận biết và tin dùng các sản phẩm sữa bột sản xuất tại Việt Nam

Thị phần sữa bột Việt Nam đang cạnh tranh mạnh, tuy nhiên đó lại không phải sân chơi cho các doanh nghiệp nội. Với những ưu thế về cả thương hiệu và nguồn lực, các thương hiệu ngoại đang độc chiếm thị phần sữa bột trong nước.

2. Các Thương Hiệu Sữa Bột Uy Tín Đạt Được Sự Hài Lòng Của Khách Hàng
2.1. Mức độ nhận biết và tin dùng các sản phẩm sữa bột sản xuất tại Việt Nam



Thị phần sữa bột Việt Nam đang cạnh tranh mạnh. Tuy nhiên, đó lại không phải sân chơi cho các doanh nghiệp nội. Với những ưu thế về cả thương hiệu và nguồn lực, các thương hiệu ngoại vẫn sẽ độc chiếm thị phần sữa bột trong nước.

III. Các thương hiệu sữa uy tín đạt được sự hài lòng của khách hàng tại Việt Nam

2. Các thương hiệu sữa bột uy tín đạt được sự hài lòng của khách hàng

2.1 Mức độ nhận biết và tin dùng các sản phẩm sữa bột sản xuất tại Việt Nam

Theo thống kê sơ bộ hiện có hơn 300 thương hiệu sữa bột đang cạnh tranh trong thị trường Việt Nam. Trong đó các công ty ngoại chiếm đa số, Abbott là công ty đang chiếm ưu thế với khoảng 24% thị phần, công ty này lại chia nhỏ thành rất nhiều dòng sản phẩm khác nhau với mức độ nhận biết và tin dùng cao như Similac (88,3%), Similac gain (81,7%), PediaSure (66,3%) và Gain plus (56.8%). Tiếp theo sau là Vinamilk góp mặt với các sản phẩm Dielac Alpha, Dielac Alpha Gold, Dielac Optinum. Ông lớn Friesland Campina với các sản phẩm Dutch Lady nguyên kem, Dutch Lady Khám Phá , Dutch Lady Sáng Tạo và Friso Gold cũng chiếm một phần lớn thị phần sữa bột trong nước.

Bên cạnh các sản phẩm sữa của Abbott, Vinamilk, Friesland Campina, thì những sản phẩm Nutifood như NutiIQ, NutiFit hay Lactogen Gold, Milo của Nestle cũng có thị phần không nhỏ trong thị trường sữa bột.

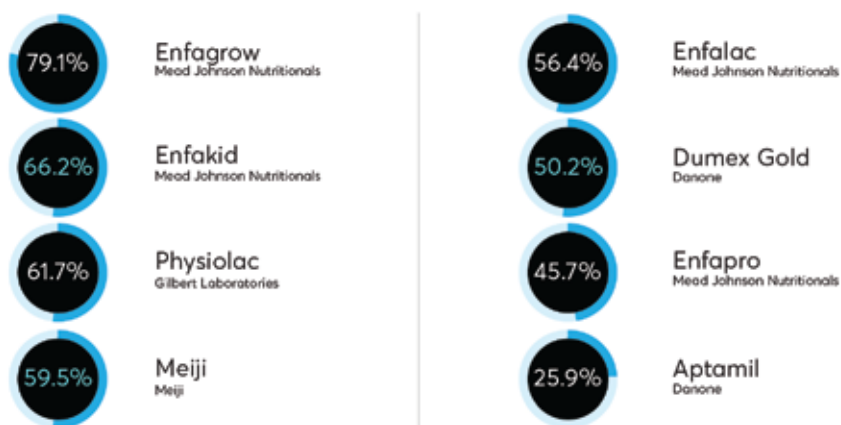
III. Các thương hiệu sữa uy tín đạt được sự hài lòng của khách hàng tại Việt Nam

2. Các thương hiệu sữa bột uy tín đạt được sự hài lòng của khách hàng

2.2 Mức độ nhận biết và tin dùng các sản phẩm sữa nhập ngoại trên thị trường Việt Nam.

Ngoài những dòng sữa bột có nhà máy tại Việt Nam, trên thị trường hiện nay còn rất nhiều loại sữa nhập ngoại khác như Aptamil của Anh, Đức, Meiji của Nhật, Enfa của Mỹ. Các loại sữa này chiếm thị phần không nhỏ trên thị trường sữa bột Việt Nam, được đông đảo người tiêu dùng biết tới và tin dùng.

2.2 Mức Độ Nhận Biết Và Tin Dùng Các Sản Phẩm Sữa Nhập Ngoại Trên Thị Trường Việt Nam



Ngoài những dòng sữa bột có nhà máy tại Việt Nam, trên thị trường hiện nay còn rất nhiều loại sữa nhập ngoại khác như Aptamil của Anh, Đức, Meiji của Nhật, Enfa của Mỹ. Các loại sữa này chiếm thị phần không nhỏ trên thị trường sữa bột Việt Nam.

Kết luận

Ngành công nghiệp chế biến sữa của Việt Nam thời gian qua đạt được tốc độ tăng trưởng hết sức ấn tượng cả về giá trị lẫn sản lượng. Thị trường sữa trong nước đang có được những điều kiện phát triển thuận lợi (ví dụ nhu cầu ngày càng gia tăng của người tiêu dùng, quy mô doanh nghiệp chế biến sữa ngày càng tăng hay xu hướng mở rộng ngành chăn nuôi bò sữa...). Tuy nhiên ngành sữa nội địa vẫn đang gặp phải rất nhiều khó khăn, làm hạn chế tiềm năng phát triển (chẳng hạn như nhu cầu chưa thật sự khoa học của người tiêu dùng, sự thiếu nhất quán trong quản lý của một số cơ quan chức năng...)

Với thế mạnh của 1 chuyên trang hàng đầu về cơ sở dữ liệu tri thức kinh tế, nhằm hỗ trợ khách hàng có được những thông tin tức thời, chính xác, chất lượng trong lĩnh vực sữa chuyên trang Vibiz.vn với 2 giải pháp: cập nhật thông tin tự động, và phân tích thông tin theo yêu cầu sẽ hỗ trợ rất lớn cho các doanh nghiệp ra quyết định một cách nhanh chóng, chính xác và hiệu quả nhất dựa trên thông tin thực theo thời gian thực, cũng như nâng cao sức cạnh tranh.

Hãy liên hệ với chúng tôi để được hỗ trợ tư vấn các dịch vụ báo cáo phù hợp với nhu cầu của doanh nghiệp, thương hiệu.



XIN CHÂN THÀNH CẢM ƠN

VIBIZ.VN
Vietnam Business Monitor

TRUNG TÂM PHÂN TÍCH VÀ DỮ LIỆU THÔNG TIN KINH TẾ

Intelligence information and data mining solutions of Yoilo Global

Phone : (+844) 62913648

Cell : (+84) 962 526 886

Email : info@vibiz.vn

Add : R401, 04fl, Narenca Building, 85 Nguyen Chi Thanh St, Dong Da Dist, Hanoi

Công ty Cổ phần YOILO Toàn Cầu

Add : R401, 04fl, Narenca Building, 85 Nguyen Chi Thanh St, Dong Da Dist, Hanoi