
DOANH NGHIỆP XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM 2017

NGÀNH SỮA



Sản lượng sữa nước sản xuất năm 2017 (1.333,4 triệu lít) đáp ứng gần như toàn bộ nhu cầu sản xuất và tiêu dùng trong nước, nhưng mấy ai biết phần lớn trong số ấy là sữa hoàn nguyên.

Đa số người tiêu dùng Việt đều không biết tới hoặc không phân biệt được sữa hoàn nguyên và sữa nước. Có một thực tế rằng, hiện nay có nhiều người tiêu dùng dù đã mua sữa, sử dụng sữa rất nhiều năm nhưng vẫn không phân biệt giữa sữa tươi 100%, sữa tươi tiệt trùng và sữa hoàn nguyên. Người Việt khi mua sữa đa phần là theo thói quen chứ ít ai tìm hiểu, truy vấn nguồn gốc và cho rằng đó là việc của cơ quan chức năng.

Trong thời gian qua trước đề xuất, kiến nghị từ các doanh nghiệp sản xuất sữa tươi thì cơ quan chức năng đã có những yêu cầu với các nhà sản xuất phải ghi rõ trên sản phẩm về thành phần và nguồn gốc sữa,... Yêu cầu là vậy nhưng theo các doanh nghiệp sản xuất sữa tươi như vậy là chưa đủ, những thông tin về nguồn gốc sữa bột được nhập khẩu từ đâu, nguồn sữa tươi được thu mua như thế nào cần phải được ghi rõ ràng và đầy đủ. Điều quan trọng nhất để tạo ra một thị trường sữa minh bạch thì sữa hoàn nguyên phải ghi là sữa hoàn nguyên, sữa tươi thì phải ghi rõ nguồn nguyên liệu để người mua dễ dàng chọn lựa.

Thị trường sữa tươi sau gần 10 năm từ năm 2010 đến nay sản lượng sữa tươi vẫn chỉ chiếm một phần nhỏ trong sản lượng sữa tiêu thụ. Nhiều người không khỏi ngạc nhiên khi mà sữa trên thị trường Việt Nam thứ mà trước giờ chúng ta luôn nghĩ, luôn gọi là sữa tươi thì có tới 65-70% là sản phẩm sữa hoàn nguyên.

Trước đây, tỷ lệ sữa tươi nhiều lúc chỉ chiếm khoảng 10% rồi 25- 30% khi có sự xuất hiện của các doanh nghiệp sản xuất sữa tươi (nổi bật là tập đoàn TH), đến nay cũng đã hơn 10 năm con số này vẫn chỉ loanh quanh ở mức 30%

Nguyên nhân là do thị trường chưa thực sự minh bạch, các doanh nghiệp sản xuất sữa tươi chưa có nhiều lợi thế để cạnh tranh.

IX. TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU CÁC MẶT HÀNG NHÓM NGÀNH SỮA

(Trong ngành này chỉ nghiên cứu doanh nghiệp ở các mã Hải Quan: HS0401, HS0402)

1. Tình hình xuất khẩu chung

1.1. Về Kim ngạch

Kết thúc năm 2017, doanh thu ngành sữa Việt Nam đạt trên 100 nghìn tỷ đồng tăng gần 10% so với năm 2016. Kim ngạch xuất khẩu sữa đạt khoảng 300 triệu USD chủ yếu đến từ sữa chua và các sản phẩm từ sữa, vượt xa mục tiêu 120-130 triệu USD/năm. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu sữa bột và sữa nước đạt khoảng 80,4 triệu USD chiếm hơn 1/4 tổng kim ngạch xuất khẩu sữa.

1.2. Về mặt hàng

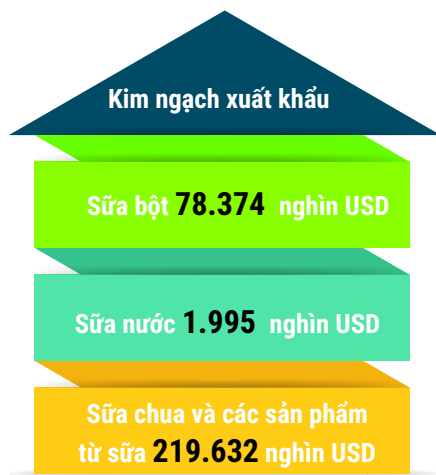
Năm 2017, Việt Nam đã xuất khẩu khoảng 219,6 triệu USD sữa chua và các sản phẩm từ sữa.

Đây là sản phẩm xuất khẩu chính trong việc xuất khẩu sữa chiếm hơn 73% tổng kim ngạch xuất khẩu sữa trong năm 2017.

Kim ngạch xuất khẩu sữa bột của Việt Nam đạt 78,4 triệu USD chiếm 26% tổng kim ngạch xuất khẩu sữa.

Việt Nam đã xuất khẩu 21,6 nghìn tấn sữa bột chỉ bằng 17% sản lượng sữa bột sản xuất trong nước (127 nghìn tấn).

Xuất khẩu một số mặt hàng sữa năm 2017



Nguồn: Vibiz tổng hợp

Các doanh nghiệp sữa Việt Nam sản xuất được 1.333,4 triệu lít sữa nước trong năm 2017, tăng 6,6% so với năm 2016.

Lượng sữa nước sản xuất ra chủ yếu đáp ứng nhu cầu sản xuất và tiêu dùng trong nước, xuất khẩu chỉ chiếm một phần rất nhỏ 1,8 triệu lít và giá trị đạt gần 2 triệu USD.

1.3. Về thị trường

Trong năm 2017, Việt Nam xuất khẩu sữa bột và sữa nước sang các thị trường chính như: **Philippines, Campuchia, Các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống Nhất, Trung Quốc, Sudan.**

Tổng kim ngạch nhập khẩu từ 5 thị trường này đạt 47,9 triệu USD chiếm khoảng 89,5% tổng kim ngạch xuất khẩu sữa bột và sữa nước. Trong đó, Việt Nam xuất khẩu sữa bột và sữa nước là sang Các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống Nhất với kim ngạch xuất khẩu đạt khoảng 29,4 triệu USD, tiếp đến là thị trường Sudan (7,14 triệu USD), Philippines (5,04 triệu USD), Campuchia (2,4 triệu USD) và Trung Quốc (1,18 triệu USD).

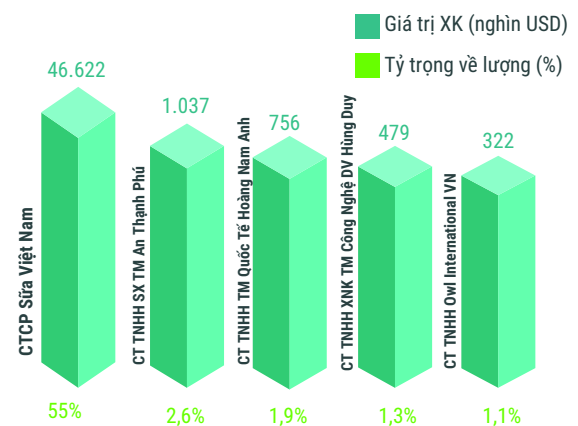
2. Tình hình xuất khẩu một số mặt hàng nhóm ngành Sữa

2.1. Sữa bột

Kim ngạch xuất khẩu sữa bột của Việt Nam trong năm 2017 đạt 78,4 triệu USD và khối lượng đạt 21,6 nghìn tấn, chiếm 26% tổng kim ngạch xuất khẩu sữa cả nước.

Trong đó, kim ngạch xuất khẩu quý 2/2017 đạt 22,15 triệu USD tăng 65% so với quý 1. Sau sự tăng mạnh vào quý 2, kim ngạch xuất khẩu sữa bột trong quý 3 và quý 4 không có nhiều biến động ổn định xung quanh mức 21 triệu USD.

Top 5 doanh nghiệp xuất khẩu sữa bột năm 2017



Nguồn: Vibiz tổng hợp

Đóng góp đến 55% lượng sữa bột xuất khẩu cả nước, Công ty CP Sữa Việt Nam là doanh nghiệp xuất khẩu sữa bột lớn nhất cả nước trong năm 2017 và giá trị xuất khẩu đạt 46,6 triệu USD.

Ngoài việc phân phối mạnh trong nước với mạng lưới hơn 220.000 điểm bán hàng phủ khắp 63 tỉnh thành, sản phẩm của Công ty Vinamilk còn được xuất khẩu ra thế giới. Từ phát pháo mở đường tại thị trường Iraq theo chương trình đổi dầu lấy lương thực của Liên hợp quốc vào năm 1998 với 300 tấn sữa bột và 2.000 tấn sữa béo nguyên kem.

Đến nay qua nhiều năm nỗ lực tìm kiếm thị trường, tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, hiện sản phẩm của Vinamilk đã được xuất khẩu đến 43 nước trên thế giới như Mỹ, Pháp, Canada, Ba Lan, Đức, khu vực Trung Đông, khu vực Đông Nam Á,... với hàng loạt sản phẩm đa dạng như sữa bột, bột dinh dưỡng, sữa đặc, sữa nước, sữa đậu nành, yogurt, nước trái cây, kem,... Với mục tiêu trở thành một trong 50 công ty sữa lớn nhất toàn cầu, đưa thương hiệu sữa quốc gia Việt Nam vào bản đồ thế giới, Vinamilk luôn đặt mục tiêu xuất khẩu sữa trong chiến lược phát triển dài hạn. Sau nhiều nỗ lực gần đây nhất vào ngày 12/5/2017, Công ty CP Sữa Việt Nam (Vinamilk) đã chính thức ký kết bản ghi nhớ hợp tác cung cấp sản phẩm sữa sang thị trường Trung Quốc.

Trong năm 2017, các công ty sản xuất sữa chủ yếu xuất khẩu sữa bột thông qua 3 doanh nghiệp xuất nhập khẩu là Công ty TNHH sản xuất thương mại An Thạch Phú, Công ty TNHH thương mại quốc tế Hoàng Nam Anh, Công ty TNHH XNH thương mại công nghệ dịch vụ Hùng Duy.

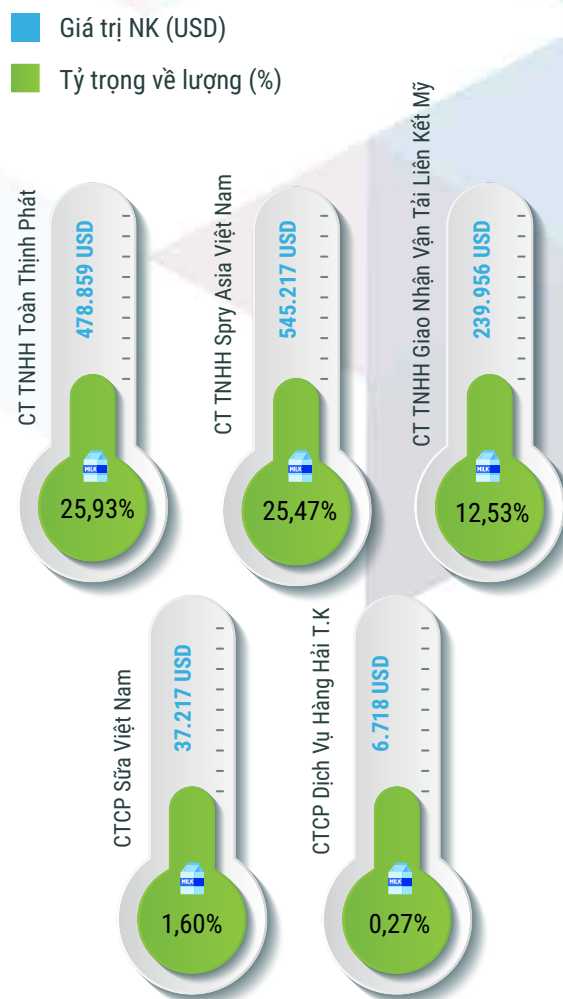
Trong các công ty xuất nhập khẩu trên, Công ty TNHH sản xuất thương mại An Thạch Phú là công ty xuất khẩu nhiều nhất chiếm 2,6% trong tổng số 21,6 triệu tấn sữa bột xuất khẩu và giá trị đạt 1,04 triệu USD.

2.2. Sữa nước

Trong khi, thị trường sữa nước chủ yếu do các hãng ngoại nắm thị phần thì thị trường sữa nước có thể coi là miếng bánh thuộc về các doanh nghiệp nội địa.

Cả năm 2017, sản lượng sữa nước đạt 1.333,4 triệu lít và có thể tăng thêm 10% vào năm 2018 khi mà các doanh nghiệp đang tăng cường xây dựng các trang trại bò sữa mới để tăng sản lượng. Sữa nước sản xuất trong nước chủ yếu nhằm đáp ứng nhu cầu sản xuất và tiêu dùng trong nước chỉ có một phần nhỏ là xuất khẩu (1,8 triệu lít). Trong đó tới 39% là xuất khẩu sang Cuba, cụ thể khối lượng đạt 699 nghìn lít và giá trị đạt 719 nghìn USD.

Top 5 doanh nghiệp xuất khẩu sữa tươi năm 2017



Nguồn: Vibiz tổng hợp

Có thể thấy thị phần xuất khẩu sữa nước của Việt Nam chủ yếu thuộc về 1 số ít công ty, Top 5 doanh nghiệp đứng đầu chiếm tới 65,8% tổng lượng sữa nước xuất khẩu cả nước. Trong tổng số sữa nước xuất khẩu có tới hơn nửa (54,2%) là các sản phẩm mang thương hiệu Vinamilk, điều này cho thấy thị phần to lớn của doanh nghiệp đứng đầu ngành sữa Việt Nam (Công ty CP Sữa Việt Nam).

Hiện công ty Vinamilk là doanh nghiệp hàng đầu trong ngành, thu tóm phần lớn thị phần của thị trường sữa, chiếm 54,5% thị phần sữa nước, 40,6% thị phần sữa bột, 33,9% thị phần sữa chua uống, 84,5% thị phần sữa chua ăn, 79,7% thị phần sữa đặc trên toàn quốc và là thương hiệu lớn thứ 2 Việt Nam với giá trị thương hiệu 1.362 tỷ đồng sau khi tăng 352 tỷ đồng so với năm 2016.

Nói đến câu chuyện thị phần sữa nước thì không thể không nhắc đến FrieslandCampina Việt Nam.

Với đà phát triển mạnh mẽ sau hơn 20 hoạt động tại Việt Nam, FrieslandCampina đã trở thành doanh nghiệp lớn thứ 2 trong phân khúc sữa nước, chiếm tới 25,7% thị phần sữa nước.

Có thể coi đây vừa là thắng lợi cũng vừa là thất bại của FrieslandCampina. Thắng lợi ở việc công ty không những giữ vững mà còn tăng nhẹ thị phần của mình trong thị trường sữa đầy cạnh tranh. Thất bại ở chỗ, khoảng cách thị phần giữa công ty và người dẫn đầu Vinamilk ngày càng lớn, nếu năm 2009 khoảng cách này chỉ là 13% thì đến nay nó đã cách xa thêm 15,8%. Được thành lập từ năm 1995 với tên gọi Công ty Dutch Lady Việt Nam (thuộc tập đoàn Royal FrieslandFoods). Đến năm 2009, Royal FrieslandFoods và Campina hợp nhất thành Royal FrieslandCampina trở thành 1 trong 4 tập đoàn sữa lớn nhất thế giới. Sự kiện hợp nhất này là cơ sở và cũng là nguyên nhân chính mà Công ty Dutch Lady Việt Nam đổi tên thành FrieslandCampina Việt Nam. Là một doanh nghiệp đến từ Hà Lan, khi đặt chân tới đất Việt với các sản phẩm sữa “Cô gái Hà Lan” công ty đã nhanh chóng chiếm được lòng người tiêu dùng Việt.

Với công nghệ chế biến sữa hàng đầu thế giới, thừa hưởng hơn trăm năm kinh nghiệm chăn nuôi bò sữa từ nông dân Hà Lan cùng với nguồn hỗ trợ từ công ty mẹ, Friesland-Campina Việt Nam có thể coi là đối thủ đáng gờm nhất của ông lớn Vinamilk tại thị trường sữa Việt Nam.

Không có được nhiều thị phần như Vinamilk hay FrieslandCampina, các doanh nghiệp sữa khác như TH Milk, Nutifood, IDP, Hà Nội Milk,... đã và đang không ngừng có những hành động cạnh tranh cụ thể trong phân khúc này nhằm xác định chỗ đứng cho mình.

Với sự phát triển mạnh mẽ, sáng tạo cũng như đảm bảo chất lượng trong từng sản phẩm, rất có khả năng trong tương lai những doanh nghiệp trên sẽ cướp được một phần cốc sữa trên tay Vinamilk và FrieslandCampina.

Trong 5 doanh nghiệp có tên trong bảng xếp hạng thì có tới 3 công ty là doanh nghiệp logistics, hỗ trợ các doanh nghiệp sữa trong nước trong việc xuất khẩu.

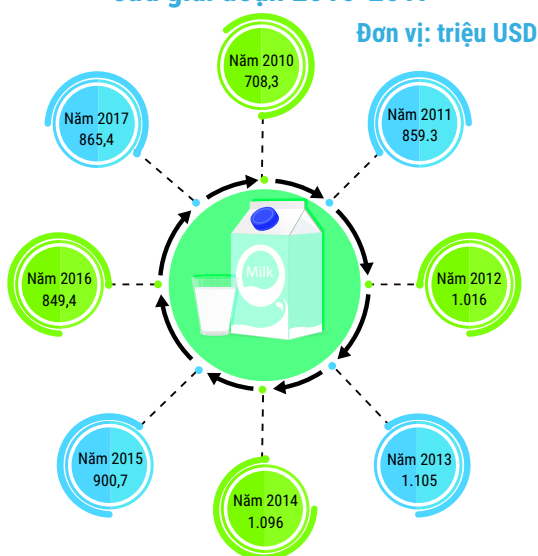
Trong 3 doanh nghiệp logistic trên thì Công ty TNHH Toàn Thịnh Phát là công ty có sản lượng sữa xuất khẩu nhiều nhất. Trong 1,8 triệu lít sữa nước xuất khẩu năm 2017 thì có tới 25,93% là do Công ty TNHH Toàn Thịnh Phát xuất khẩu và giá trị đạt 479 nghìn USD. Toàn bộ lượng sữa nước trên được Công ty TNHH Toàn Thịnh Phát xuất khẩu sang thị trường Cuba.

3. Tình hình nhập khẩu chung

3.1. Về kim ngạch

Từ năm 2010 đến hết năm 2017, Việt Nam đã nhập khẩu khoảng **7,4 tỷ USD** mặt hàng sữa và các sản phẩm sữa, trung bình mỗi năm nước ta bỏ ra **817 triệu USD** để nhập khẩu sữa nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước.

Kim ngạch nhập khẩu sữa và các sản phẩm sữa giai đoạn 2010-2017



Nguồn: Vibiz tổng hợp từ Tổng Cục Hải Quan

Trong giai đoạn 2010-2013, kim ngạch nhập khẩu sữa tăng liên tục qua các năm. Trong 4 năm, kim ngạch nhập khẩu sữa đã tăng 396,6 triệu USD từ 708,3 triệu USD lên 1,1 tỷ USD. **Sau đó tăng liên tục và đạt đỉnh vào năm 2013 (1,1 tỷ USD), kim ngạch nhập khẩu sữa đổi chiều giảm liên trong 3 năm.** Kết thúc đã giảm vào năm 2016, kim ngạch nhập khẩu sữa chỉ còn 849,4 triệu USD giảm 23% so với năm 2013. Đến năm 2017, kim ngạch nhập khẩu sữa và các sản phẩm sữa đã có sự tăng nhẹ (1,9%) so với năm 2016 và đạt 865,4 triệu USD.

3.2. Về mặt hàng

Năm 2017, kim ngạch nhập khẩu sữa bột của Việt Nam đạt 523,7 triệu USD chiếm hơn nửa (61%) tổng kim ngạch nhập khẩu sữa và các sản phẩm sữa cả nước.

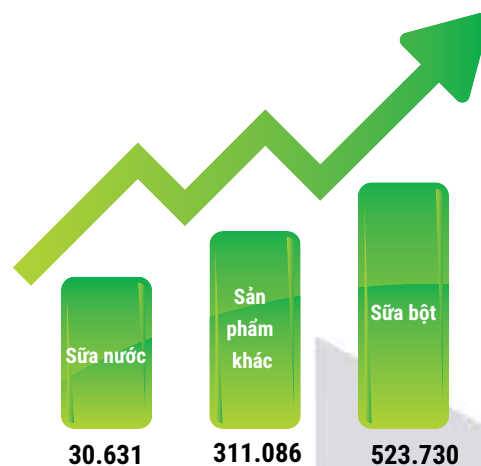
Việt Nam đã nhập khẩu khoảng 223,2 nghìn tấn sữa bột trong năm 2017 gấp khoảng 13 lần lượng sữa bột xuất khẩu (21,6 nghìn tấn).

Đối với sữa nước kim ngạch nhập khẩu năm 2017 đạt khoảng 30,6 triệu USD và khối lượng đạt 32,2 triệu lít.

So với lượng sản phẩm sữa nước sản xuất trong nước (1.333,4 triệu lít) thì lượng nhập khẩu chỉ bằng 2,4%.

Nhập khẩu một số mặt hàng sữa năm 2017

Đơn vị: nghìn USD



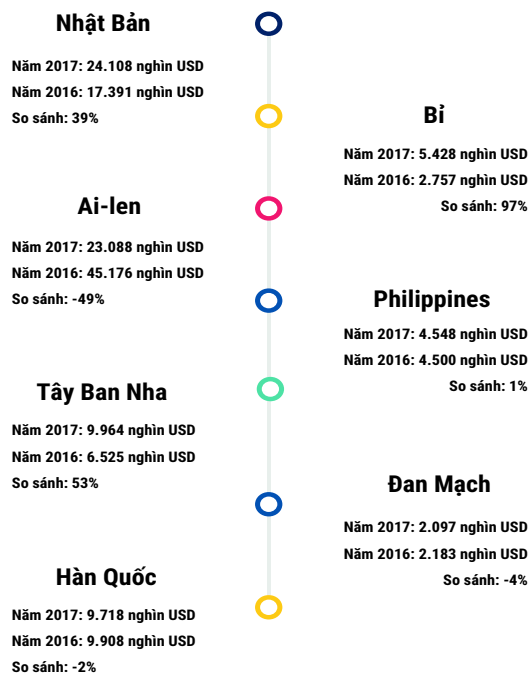
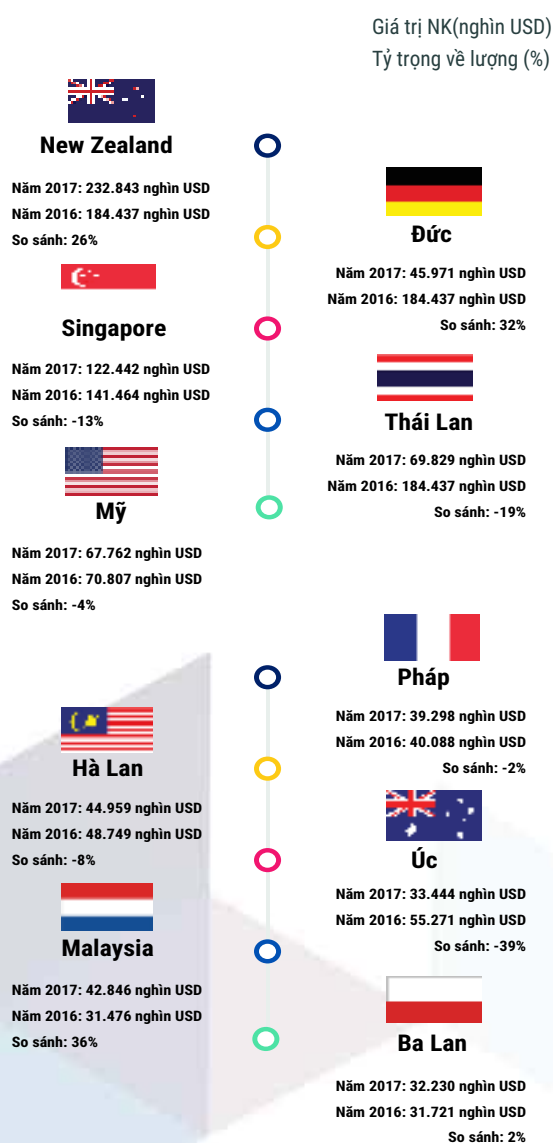
Nguồn: Vibiz tổng hợp

3.3. Về thị trường

Việt Nam nhập khẩu sữa và các sản phẩm sữa chủ yếu từ thị trường New Zealand, Singapore, Mỹ, Đức, Thái Lan,...

Năm 2017, kim ngạch nhập khẩu từ thị trường New Zealand đạt 232,8 triệu USD chiếm tới 26,9% và tăng 26% so với năm 2016. Kế đến là Singapore và Mỹ với kim ngạch nhập khẩu lần lượt là 122,4 triệu USD và 67,8 triệu USD. Kim ngạch nhập khẩu từ cả 2 thị trường này đều suy giảm so với năm 2016, cụ thể kim ngạch nhập khẩu từ thị trường Singapore giảm 19 triệu USD giảm 13% và từ thị trường Mỹ giảm 3 triệu USD giảm 4%.

Kim ngạch nhập khẩu sữa và sản phẩm sữa theo quốc gia



Nguồn: Vibiz tổng hợp từ Tổng Cục Hải Quan

Tổng kết năm 2017, trong 17 thị trường nhập khẩu sữa và các sản phẩm sữa có 9 (52,9%) thị trường giảm kim ngạch và 8 (47,1%) thị trường tăng kim ngạch.

Trong đó, nổi bật nhất phải kể tới thị trường Bỉ tuy kim ngạch nhập khẩu chỉ đạt 5,42 triệu USD nhưng đã tăng gần 2 lần so với năm 2016. Ở chiều ngược lại, Ai-len là thị trường nhập khẩu có kim ngạch giảm mạnh nhất (giảm 49%), tiếp đến là thị trường Úc (giảm 39%) và thị trường Thái Lan (giảm 19%).

Trong số 10 nước đối tác tham gia ký kết hiệp định CPTPP ngày 9/3/2018 thì có tới 5 nước xuất khẩu sữa sang thị trường Việt Nam với thị phần lớn.

Sau khi hiệp định CPTPP có hiệu lực thuế xuất nhập khẩu sữa từ các thị trường này sẽ được giảm dần về 0% (riêng New Zealand thuế xuất nhập khẩu đã giảm về 0% từ năm 2018). Trong các năm tới, do không phải chịu thuế xuất nhập khẩu khả năng lớn là kim ngạch nhập khẩu sữa của Việt Nam sẽ có sự gia tăng mạnh, người tiêu dùng có cơ hội sử dụng sữa ngoại giá rẻ và các doanh nghiệp sữa trong nước sẽ phải cạnh tranh công bằng với các doanh nghiệp ngoại ngay trên sân nhà.

4. Tình hình nhập khẩu một số mặt hàng nhóm ngành Sữa

4.1. Sữa bột

Năm 2017, Việt Nam nhập khẩu khoảng 223,2 nghìn tấn sữa bột gấp 1,73 lần sản lượng sữa bột sản xuất trong nước.

Khối lượng sữa bột nhập khẩu qua các quý không có quá nhiều biến động, xoay quanh mức trung bình 55,8 nghìn tấn. Trong đó, quý 3 có khối lượng nhập khẩu nhiều nhất với 66 nghìn tấn chiếm 29% và khối lượng nhập khẩu quý 4 là ít nhất với 48,2 nghìn tấn chiếm 22%.

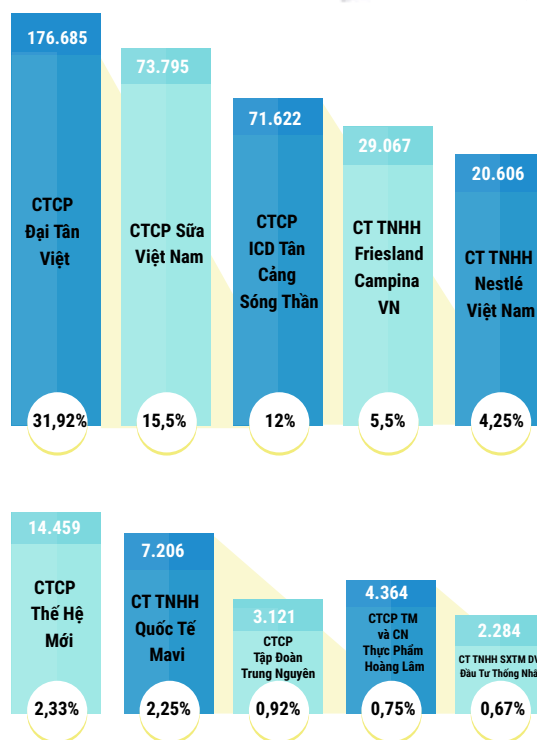
Thị trường sữa bột tại Việt Nam hiện đang cạnh tranh vô cùng khốc liệt với sự góp mặt của hơn 300 thương hiệu.

Với những ưu thế cả về thương hiệu lẫn nguồn lực, lâu nay thị trường sữa bột do các hãng ngoại độc chiếm thị phần và các doanh nghiệp nội địa phải chịu lép vế ngay trên sân nhà.

Trong những năm tới khi mà hiệp định CPTPP có hiệu lực, thuế xuất nhập khẩu của các thị trường nhập khẩu sữa chính dần giảm về 0% thì sức ép của các hãng sữa ngoại lên các doanh nghiệp nội địa ngày càng lớn và nếu không có những hành động cụ thể, hiệu quả thì rất có thể các doanh nghiệp sữa nội địa sẽ mất luôn cả thị phần vốn đã ít ỏi của mình.

Top 10 doanh nghiệp nhập khẩu sữa bột năm 2017

Giá trị NK: nghìn USD
Tỷ trọng về lượng (%)



Nguồn: Vibiz tổng hợp

Công ty CP Đại Tân Việt

Thành lập từ năm 1997 với tiền thân là Công ty TNHH thương mại dịch vụ Đại Tân Việt. Hiện nay, Công ty CP Đại Tân Việt là một trong những nhà nhập khẩu và phân phối thực phẩm, nguyên liệu làm từ sữa và các loại thực phẩm khác hàng đầu Việt Nam. Sau 20 năm hoạt động, công ty đã có mạng lưới phân phối rộng khắp và có kinh nghiệm lâu năm trong lĩnh vực phân phối độc quyền của các hãng nổi tiếng. Với việc phát triển và mở rộng quy mô mạnh mẽ, công ty là một trong Top 50 doanh nghiệp tư nhân hàng đầu tính theo doanh thu và nằm trong Top 300 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam nhận được nhiều giải thưởng do Nhà nước ban tặng.

Kết thúc năm 2017, Công ty CP Đại Tân Việt đã bỏ ra khoảng 176,7 triệu USD để nhập khẩu sữa bột nhằm đáp ứng nhu cầu kinh doanh của mình và là doanh nghiệp nhập khẩu nhiều sữa bột nhất tại Việt Nam chiếm tới 31,92% tổng lượng sữa bột nhập khẩu cả nước. Trong đó có tới 63% là công ty nhập khẩu từ New Zealand và 24% từ Mỹ.

Công ty ICD Tân Cảng Sóng Thần

Công ty ICD Tân Cảng Sóng Thần chiếm 12% tổng lượng sữa bột nhập khẩu và giá trị đạt 71,6 triệu USD.

Công ty Cổ phần ICD Tân Cảng Sóng Thần (tiền thân là Công ty TNHH MTV ICD Tân cảng Sóng thần thành lập từ 21/12/2000) là một thành viên của Tổng Công ty Tân cảng Sài Gòn, là trung tâm dịch vụ Logistics phức hợp với Tổng diện tích 500.000 m², vị trí nằm giữa trung tâm các khu công nghiệp tỉnh Bình Dương, kết nối các tuyến giao thông huyết mạch như Quốc lộ 1, Quốc lộ 13, Quốc lộ 14, đường Xuyên Á, đường sắt Bắc Nam.

Công ty TNHH FrieslandCampina Việt Nam

Năm 2017, khối lượng nhập khẩu sữa bột của Công ty TNHH FrieslandCampina Việt Nam chiếm 5,5% và giá trị nhập khẩu đạt 29 triệu USD.

Công ty TNHH FrieslandCampina Việt Nam bắt đầu thực hiện hoạt động phát triển ngành sữa tại Việt Nam từ năm 1995 với mức đầu tư mỗi năm khoảng 1 triệu USD. Sau 20 năm hoạt động, FrieslandCampina Việt Nam hiện đã trở thành một trong những thương hiệu hàng đầu trong ngành sản xuất sữa tại Việt Nam. Hơn 2.400 hộ nông dân đã được ký hợp đồng thu mua và thường xuyên được huấn luyện, kiểm tra, đang cung cấp khoảng 170 tấn sữa chất lượng mỗi ngày (chiếm 23- 25% lượng sữa nước của cả nước). FrieslandCampina Việt Nam không chỉ cung cấp cho người dân mỗi năm hơn 1,5 tỷ suất sữa chất lượng cao, với các nhãn hiệu đã được người dân Việt Nam tin yêu như Dutch Lady, Friso, YoMost, Fristi, Completa,... mà còn tạo ra hơn 15 ngàn việc làm trực tiếp và gián tiếp cho người lao động tại Việt Nam.

Công ty TNHH Nestlé Việt Nam

Năm 2017, Công ty TNHH Nestlé Việt Nam đã chi ra khoảng 20 triệu USD nhập khẩu sữa bột, chiếm 4,25% về lượng và là 1 trong 5 doanh nghiệp nhập khẩu sữa bột nhiều nhất.

Công ty TNHH Nestlé Việt Nam được thành lập năm 1995, là công ty 100% vốn đầu tư nước ngoài, trực thuộc Tập đoàn Nestlé S.A. Với cam kết đầu tư lâu dài vào Việt Nam, trong những năm qua tập đoàn Nestlé đã không ngừng đầu tư xây mới, mở rộng dây chuyền sản xuất tại các nhà máy và đa dạng hóa các sản phẩm phục vụ nhu cầu về thực phẩm, dinh dưỡng cho người tiêu dùng Việt Nam.

Hiện nay Nestlé Việt Nam đang điều hành 04 nhà máy sản xuất các sản phẩm thực phẩm và đồ uống đặt tại Đồng Nai và Hưng Yên và tuyển dụng hơn 2000 nhân viên trên toàn quốc.

Tất cả các nhà máy của Nestlé tại Việt Nam đều được thiết kế và xây dựng nhằm đáp ứng những tiêu chuẩn cao nhất về chất lượng thống nhất trong cả tập đoàn, đồng thời luôn tuân thủ pháp luật Việt Nam về bảo vệ môi trường, phòng ngừa ô nhiễm. Với tổng vốn đầu tư liên tục tăng lên đến nay trên 520 triệu đô la Mỹ, Nestlé Việt Nam trở thành một trong những công ty có vốn đầu tư nước ngoài thành công hàng đầu tại Việt Nam, có những đóng góp đáng ghi nhận cho sự phát triển kinh tế và xã hội của đất nước.

4.2. Sữa nước

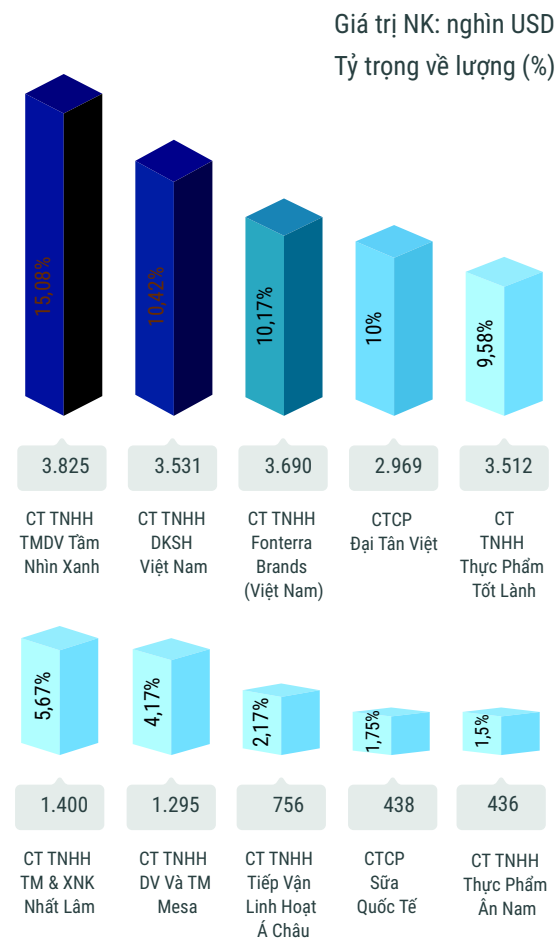
Ngược lại xu hướng lựa chọn mua sữa bột của các hãng sữa ngoại thì người tiêu dùng Việt chọn sữa nước chủ yếu được chọn từ sản phẩm của các công ty nội địa.

Sản lượng sữa nước sản xuất trong nước (1.333,4 triệu lít) đáp ứng gần như toàn bộ nhu cầu sản xuất và tiêu dùng trong nước.

Năm 2017, Việt Nam nhập khẩu khoảng 32,2 triệu lít sữa tươi (bằng 2,4% sản lượng) và giá trị đạt 30,6 triệu USD.

Trong đó, kim ngạch nhập khẩu quý 1/2017 đạt 8,04 triệu USD và khối lượng đạt 9,12 triệu lít, chiếm 26% về giá trị và 29% về khối lượng. Sang tới quý 2, lượng sữa tươi nhập khẩu đã có sự giảm nhẹ, giảm 5% về giá trị và 15% về khối lượng so với quý 1 đưa kim ngạch đạt 7,56 triệu USD và khối lượng đạt 7,8 triệu lít. Sau đó khối lượng nhập khẩu sữa tươi tăng nhẹ vào quý 3 (14%) rồi giảm 28% trong quý 4. Một số thị trường nhập khẩu chính là Pháp (7,9 triệu lít), Úc (7,5 triệu lít), New Zealand (5,6 triệu lít) và Đức (2,6 triệu lít).

Top 10 doanh nghiệp nhập khẩu sữa nước năm 2017



Nguồn: Vibiz tổng hợp

Trong số 10 doanh nghiệp đứng đầu về nhập khẩu sữa tươi năm 2017 thì có 5 công ty sản xuất và thương mại sữa và 5 công ty xuất nhập khẩu. Khối lượng sữa tươi nhập khẩu của 5 doanh nghiệp XNK chiếm 37,5% tổng lượng sữa tươi nhập khẩu cả nước.

Trong đó nhập khẩu nhiều nhất là Công ty TNHH TMDV Tầm Nhìn Xanh chiếm 15,08% trong tổng số 32,2 triệu lít sữa tươi nhập khẩu và giá trị đạt 3,82 triệu USD.

Trong số 5 công ty sản xuất và thương mại sữa thuộc Top 10 nổi bật như: Công ty TNHH Fonterra Brands Việt Nam (10,17%), Công Ty CP Đại Tân Việt (10%), Công Ty CP Sữa Quốc Tế (1,75%),...

Công ty TNHH Fonterra Brands Việt Nam

Fonterra Brands là một công ty dinh dưỡng toàn cầu thuộc sở hữu của 10.500 nông dân New Zealand. Fonterra Brands lần đầu tiên đặt chân tới thị trường Việt Nam vào năm 1980 với tên gọi Công ty TNHH Fonterra Brands Việt Nam. Tại Việt Nam, công ty kinh doanh tập trung vào các nhãn hàng tiêu dùng, dịch vụ ăn uống và các thành phần sữa với hơn 1000 nhân viên địa phương tại trụ sở chính tại thành phố Hồ Chí Minh cùng 900 cố vấn dinh dưỡng và đội ngũ bán hàng trên toàn quốc.

Công ty CP Sữa Quốc Tế

Được thành lập năm 2004, Công ty CP Sữa Quốc Tế (IDP) không ngừng nghiên cứu và phát triển sản phẩm sữa LIF Love'in Farm cũng như mô hình nông trại bò sữa khắp Việt Nam.

Hoài bão vươn ra thị trường thế giới là vậy nhưng mọi chuyện không như mong đợi khi mà IDP đứng còn không vững ngay trên sân nhà khi mà doanh thu không đủ bù cho chi phí. Để khắc phục tình trạng trên cũng như thực hiện hoài bão của mình, cuối năm 2012 IDP đã mời ông Trần Bảo Minh người được ví von là “**phù thủy marketing**” về làm giám đốc điều hành. Nhờ những thay đổi trong cơ cấu, cũng như sự “thay máu” năm 2014 đã giúp IDP đưa ra những hoạch định chiến lược dài hạn,

Khi đó IDP được ví như chú kiến càng mang vũ khí hạng nặng đi đấu với voi (Vinamilk, TH Milk, FrieslandCampina,...) khi được trang bị tiềm lực tài chính, công nghệ và kinh nghiệm quản trị từ những nhà đầu tư tên tuổi. Tuy nhiên ngay cuối năm 2014, IDP đã báo lỗ gần **70 tỷ đồng** trong khi doanh thu ghi nhận đạt **1.700 tỷ**.

Dù được đầu tư như vậy nhưng sau hơn 4 năm dưới sự điều hành của vị phù thủy marketing đầy tài năng và cũng giỏi tiêu tiền Trần Minh Bảo, thành công lớn nhất của IDP chỉ là thu hút được các nhà đầu tư chiến lược và đưa thương hiệu Love In Farm vào thị trường miền Nam. Trong khi các đối thủ khác cùng thuộc nhóm dưới phát triển nhanh chóng với độ tăng trưởng cao thì tình hình tài chính của IDP vẫn chưa có nhiều khởi sắc, trong 3 năm từ 2014-2016 IDP đã lỗ tổng cộng 320 tỷ đồng.

Dù không đạt được những gì như mong đợi nhưng cũng phải thừa nhận rằng dưới bàn tay của vị giám đốc Trần Bảo Minh công ty IDP đã có nhiều thay đổi.

Kết luận

So với các thương hiệu sữa nước ngoài, các doanh nghiệp ngành sữa của Việt Nam đang bị bất lợi một cách tương đối về hầu hết tất cả các khía cạnh, ngoại trừ yếu tố chi phí, thời gian bảo quản và khoảng cách địa lý.

Thị phần sữa bột gần như nằm trong tay các doanh nghiệp ngoại khi mà người tiêu dùng Việt Nam có xu hướng ưa thích sử dụng các thương hiệu nước ngoài, đặc biệt là sản phẩm sữa bột. Khi CPTPP và các hiệp định thương mại khác được thực thi, lợi thế này sẽ bị sụt giảm đáng kể.

Tuy nhiên, nếu có những chiến lược phát triển cụ thể và hiệu quả thì các doanh nghiệp trong nước vẫn có thể cải thiện lợi thế cạnh tranh của mình trong dài hạn.

Các doanh nghiệp có thể cải thiện chất lượng nguồn cung sữa nguyên liệu, giảm thiểu chi phí sản xuất sữa, thay đổi nhận thức của người tiêu dùng, nâng cao tiềm lực tài chính, uy tín thương hiệu cũng như sự kết nối trong ngành.

Để nâng cao lợi thế cạnh tranh so với các doanh nghiệp ngoại,

Các doanh nghiệp cũng như cơ quan Nhà nước cần hỗ trợ về mặt tài chính lẫn kỹ thuật để giúp người nông dân nâng cao chất lượng con giống, cải thiện kỹ thuật chăn nuôi.

Các doanh nghiệp trong nước phải liên kết chặt chẽ với nhà phân phối cũng như các doanh nghiệp cùng ngành để nâng cao giá trị cạnh tranh toàn ngành.

Doanh nghiệp cần nâng cao chất lượng, cung cấp cho khách hàng những thông tin xác thực về sản phẩm, lấy được lòng tin và thuyết phục người tiêu dùng sử dụng sữa nội.

Ngoài ra chính phủ cần đưa ra các quy định, chính sách tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp trong nước, kết hợp với các doanh nghiệp tạo dựng các kênh thông tin tham khảo tin cậy cho người tiêu dùng.

Chính phủ cần hoàn thiện cơ chế giám sát và quản lý chặt chẽ các hành vi cạnh tranh không lành mạnh.

Một số chính sách trong ngành sữa

Nhóm chính sách về phát triển chăn nuôi bò sữa

Ngày 17 tháng 3 năm 2014, Bộ NN & PTNT đã đưa ra Quyết định số 458/QĐ - BNN - CN về chính sách khuyến khích, hỗ trợ phát triển chăn nuôi bò sữa đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030

Ngày 9 tháng 5 năm 2014, Bộ NN & PTNT ban hành Quyết định số 984/QĐ - BNN - CN phê duyệt đề án "Tái cơ cấu ngành chăn nuôi theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững", trong đó đưa ra các tiêu chí phấn đấu cho ngành chăn nuôi bò sữa Việt Nam đến năm 2020. Theo đó, vào năm 2020 tổng đàn bò đạt 300.000 con, tổng sản lượng sữa đạt hơn 0,9 triệu tấn, 100% bò sữa được nuôi theo hình thức trang trại và chăn nuôi công nghiệp, chỉ phát triển chăn nuôi bò sữa ở những vùng truyền thống và có khả năng đầu tư công nghệ cao.

Bổ sung đàn bò giống ngoại chất lượng cao, tăng cường áp lực chọn lọc giống bò, áp dụng các tiến bộ kỹ thuật trong chăm sóc, nuôi dưỡng để nâng cao chất lượng sữa.

Ngày 4 tháng 9 năm 2014, Thủ tướng chính phủ ban hành Quyết định số 50/QĐ-TTg về chính sách hỗ trợ nâng cao hiệu quả chăn nuôi nông hộ giai đoạn 2015 - 2020.

Nhóm chính sách về phát triển ngành công nghiệp chế biến sữa

Ngày 28/6/2010, Bộ Công thương ban hành Quyết định số 3399/QĐ-BCT phê duyệt Quy hoạch phát triển ngành công nghiệp chế biến sữa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2025. Với các mục tiêu cụ thể như sau:

- Năm 2015 cả nước sản xuất 1,9 tỷ lít quy ra sữa tươi, tiêu thụ đạt trung bình 21 lít/người 1 năm. Sữa tươi sản xuất trong nước đạt 660 triệu lít đáp ứng 35% nhu cầu Kim ngạch xuất khẩu đạt 90-100 triệu USD.

- Năm 2020 cả nước sản xuất 2,6 tỷ lít quy ra sữa tươi, tiêu thụ đạt trung bình 27 lít/người 1 năm. Sữa tươi sản xuất trong nước đạt 1 tỷ lít đáp ứng 38% nhu cầu Kim ngạch xuất khẩu đạt 120- 130 triệu USD.

- Năm 2025 cả nước sản xuất 3,4 tỷ lít quy ra sữa tươi, tiêu thụ đạt trung bình 34 lít/người 1 năm. Sữa tươi sản xuất trong nước đạt 1,4 tỷ lít đáp ứng 40% nhu cầu. Kim ngạch xuất khẩu đạt 150-200 triệu USD.

Nhóm chính sách về quản lý giá sữa

Chính phủ đã ban hành Quyết định số 1097/QĐ-BTC ngày 20/5/2014 về áp dụng biện pháp bình ổn giá đối với sản phẩm sữa dành cho trẻ em dưới 6 tuổi. Ban hành mức giá tối đa trong khâu bán buôn đối với 25 sản phẩm, xác định giá tối đa trong khâu bán lẻ bằng giá tối đa trong khâu bán buôn cộng chi phí khác có liên quan theo hướng dẫn của cơ quan có thẩm quyền tối đa không quá 15% giá tối đa trong khâu bán buôn.



**INSTITUTE FOR BRAND
AND COMPETITIVENESS
STRATEGY**

VIBIZ.VN

Vietnam Business Monitor

Add: Floor 3, House C, La Thanh Guesthouse,
218 Doi Can, Lieu Giai, Ba Dinh, Hanoi
Phone: 02462919137
Email: info@bcsi.edu.vn

Add: R401, Narenca Building,
85 Nguyen Chi Thanh St, Dong Da Dist, Hanoi
Phone: (+84) 62913648
Cell : (+84) 962 526 886
Email : info@vibiz.vn