**Nông sản, lương thực, thực phẩm Việt Nam tại các kênh phân phối trên thị trường New Zealand**

**Thị phần của nông sản Việt Nam tại New Zealand**

Hiện nay, nhiều mặt hàng nông, thủy sản Việt Nam đã trở nên phổ biến và có chỗ đứng trên thị trường New Zealand. Việt Nam là nhà cung cấp hàng đầu (số 1 hoặc số 2 thị trường) đối với một số mặt hàng như hạt điều (96%), hạt tiêu (65%), cá basa phi lê (100%), tôm đông lạnh (27%).

Về thủy sản (HS 03), trong năm 2020, kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường đạt 16,6 triệu NZD, chiếm 9% thị phần, xếp thứ 4 sau Trung Quốc, Na Uy, Australia. Kim ngạch và thị phần của một số tiểu nhóm cụ thể như sau: cá basa phi lê đông lạnh (HS 030462) đạt 1,76 triệu NZD, chiếm 100% thị phần; tôm đông lạnh (HS 030617), 12,1 triệu NZD, 27% thị phần; cá phi lê đông lạnh khác (030489), 1,1 triệu NZD, 17% thị phần; trứng cá đã chế biến, bảo quản (HS 1604), 2,1 triệu NZD, chiếm 2% thị phần; chế phẩm tôm, cua, mực (HS1605), 6 triệu NZD, chiếm 16% thị phần;

Về nông sản, mặt hàng hạt điều Việt Nam chiếm vị thế tuyệt đối với kim ngạch đạt gần 27 triệu NZD, chiếm 96% thị phần năm 2020. Mặt hàng cà phê, hạt tiêu, chè (HS 09) đạt 7,9 triệu NZD, chiếm 4% thị phần, trong đó hạt tiêu nguyên hạt (HS 090411) đạt 1 triệu NZD, chiếm 65%; hạt tiêu đã xay, nghiền (HS 090412) đạt 2 triệu NZD, chiếm 60%; cà phê chưa rang (HS090111), đạt 3,6 triệu NZD, chiếm 5% thị phần.

Mặt hàng rau, củ (HS 07) năm 2020 đạt kim ngạch 1,8 triệu NZD, chiếm 2% thị phần, trong đó rau đông lạnh (HS 0710) đạt 1,3 triệu NZD, chiếm 5% thị phần; tinh bột sắn (HS 0714) đạt 395.000 NZD, chiếm 2% thị phần.

Mặt hàng gạo (HS 1006) năm 2020 đạt kim ngạch 9 triệu NZD, chiếm 9% thị phần, trong đó chủ yếu là mặt hàng gạo xát (HS 100630), đạt 8,25 triệu NZD, chiếm 9% thị phần.

**Hệ thống nhập khẩu-phân phối, bán lẻ lương thực, thực phẩm của New Zealand**

Các sản phẩm lương thực, thực phẩm chế biến của Việt Nam được phân phối tại New Zealand qua các nhà nhập khẩu-bán buôn và nhập khẩu-bán lẻ của New Zealand

Do quy mô thị trường nhỏ, các nhà nhâp khẩu lương thực, thực phẩm lớn tại New Zealand thực hiện luôn vai trò phân phối với kách hàng thường xuyên là nhà bán buôn thứ cấp, chuỗi siêu thị bán lẻ, các cửa hàng bán lẻ và cơ sở dịch vụ ăn uống. Một vài nhà nhập khẩu-phân phối gần như chiếm thị phần chủ đạo cho toàn bộ một nhóm ngành hàng, ví dụ:

• Trong mảng phân phối hàng thực phẩm, gia vị, đồ hộp khô có Davis Trading, Gilmours Wholesale Food với các cửa hàng hoạt động theo mô hình của Cash’nCarry và 02 đối tác lớn của Foodstuffs là Toops và Trents trên hai đảo chính; về gia vị, cacao có Sherratt Ingredients.

• Trong hệ thống phân phối hàng thủy hải sản đông lạnh có Shore Mariner và King Fisher;

• Trong hệ thống hàng thực phẩm châu Á có Lim Brothers Import & Export, Soung Yueen, Tai Ping. *Sản phẩm lương thực, thực phẩm chế biến của Việt Nam hầu hết được nhập khẩu và phân phối qua các đầu mối này.*

Ước tính, nhà nhập khẩu-bán buôn nhập khẩu tới 80% lượng hàng hóa trong khi nhà nhập khẩu-bán lẻ nhập khẩu khoảng 20% lượng hàng hóa còn lại. Một số nhà nhập khẩu-bán buôn đồng thời là nhà phân phối đối với hàng sản xuất trong nước, ví dụ King Fisher phân phối 90% hàng trong nước và chỉ 10% hàng nhập khẩu.

Trong ngành thực phẩm, các siêu thị và cửa hàng bán lẻ chỉ chiếm 30% lượng hàng phân phối, còn lại, hầu hết khách hàng là hệ thống ngành dịch vụ thực phẩm và ăn uống gồm các nhà hàng, khách sạn, hệ thống bán hàng thức ăn nhanh.

Phần lớn các nhà nhập khẩu-phân phối đều trực tiếp làm việc với các nhà xuất khẩu nước ngoài, một số nhập khẩu-phân phối vẫn nhập từ các công ty mẹ hoặc đại lý thương mại tại nước thứ ba như Australia, Singapore, Hong Kong, Malaysia…

Đối với các mặt hàng đông lạnh hoặc hàng bảo quản chuyên biệt, nhà nhập khẩu-phân phối gần như giữ vai trò chủ đạo và thực hiện toàn bộ các hoạt động logistics đưa hàng tới các siêu thị, cửa hàng bán lẻ cũng như các cửa hàng dịch vụ ăn uống.

Các nhà nhập khẩu-phân phối đồng thời đảm nhiệm việc bao gói hàng hóa và gắn thương hiệu của mình đối mặt hàng khô, thực phẩm nhập theo lô lớn và được đóng gói lại theo các kích cỡ nhỏ hơn để tiện bán lẻ. Hàng hóa từ kho của nhà nhập khẩu-phân phối cũng được vận chuyển trực tiếp tới các siêu thị bán lẻ căn cứ theo phân bổ của chuỗi siêu thị.

**Hệ thống bán lẻ lương thực, thực phẩm**

Hai tập đoàn Woolworths New Zealand và Foodstuffs độc quyền lĩnh vực siêu thị thực phẩm của New Zealand. Quy mô thị trường nông sản, lương thực (grocery) của New Zealand là 22 tỷ đô la trong đó hai tập đoàn chiếm 90% thị phần. Các hộ gia đình tại New Zealand chi tiêu bình quân 234 đô la mỗi tuần. 3 triệu hộ mua sắm tại một cửa hàng thuộc sở hữu của Countdown và 3,3 triệu hộ mua sắm tại cửa hàng của Foodstuffs mỗi tuần.

Woolworths, trụ sở tại Auckland, sở hữu và điều hành hơn 180 siêu thị mang thương hiệu Countdown và 60 chuỗi cửa hàng tiện ích Super Value và Fresh Choice trên toàn quốc. Foodstuffs, có trụ sở chính ở cả Đảo Bắc và Đảo Nam, sở hữu hơn 700 siêu thị, cửa hàng lớn nhỏ với các thương hiệu khác nhau như New World, PAK’nSAVE, Four Square, On the Spot, Liquorland, Henry’s Beer Wines & Spirits, Raeward Fresh v.v..

Mọi hàng hóa muốn được đưa vào các siêu thị phải được trụ sở hai tập đoàn phê duyệt (trong chính sách của mình, một số quyết định mua hàng và phân phối của Woolworths chịu sự chi phối của công ty mẹ tại Australia. *Năm 2019, sản phẩm gạo và bánh tráng hữu cơ của Việt Nam đã được chấp nhận phân phối tại hệ thống siêu thị của Foodstuff tại Đảo Bắc. Một số sản phẩm Việt Nam khác thường xuyên có mặt tại hệ thống siêu thị Foodstuff là hạt điều, tôm đông lạnh và thanh long.*

Vừa qua, Ủy ban Thương mại New Zealand đã xây dựng báo cáo lĩnh vực tạp hóa bán lẻ, và dựa trên các số liệu chứng minh các thế độc quyền này khiến các tập đoàn thu được siêu lợi nhuận, khiến giá thực phẩm của New Zealand đắt nhất trong khối OECD, *'Lợi tức trên vốn bình quân sử dụng'* của Woolworths là 21,6% và Foodstuff là 23,8% trong giai đoạn 2015-2019. Con số này cao hơn nhiều so với ước tính của Ủy ban Thương mại về tỷ suất sinh lợi thông thường - từ 4,6 đến 6,1%.5,4%. *Thu nhập trước lãi vay và tỷ suất lợi nhuận thuế* của Foodstuffs South Island trong năm 2019 - cao hơn nhiều so với tỷ suất lợi nhuận quốc tế là 3,1% (tỷ suất lợi nhuận của công ty trong năm 2011 thậm chí còn cao hơn, gần 7%). The Warehouse Group một trong những tập đoàn bán lẻ của New Zealand đã mất 15 năm để cố gắng giành quyền độc quyền nhưng từ bỏ vì không thành công. Costco của Mỹ mở cửa hàng đầu tiên ở New Zealand và chưa có kế hoạch cụ thể cho việc mở rộng. Ủy ban Thương mại đang đề xuất việc hình thành một chuỗi siêu thị thứ ba để phá vỡ thế độc quyền, bao gồm cả việc Countdown và Woolworths bán các cửa hàng thuộc sở hữu của mình để tạo ra nhóm bán lẻ siêu thị thứ ba.