

TỔNG LÃNH SỰ QUÁN VIỆT NAM TẠI SYDNEY
THƯỜNG VỤ VIỆT NAM TẠI ÚC



BÁO CÁO NGHIÊN CỨU

THỊ TRƯỜNG THUỶ SẢN CỦA ÚC
VÀ CÁC GIẢI PHÁP XÚC TIẾN XUẤT KHẨU THUỶ SẢN
CỦA VIỆT NAM VÀO THỊ TRƯỜNG NÀY

Sydney, tháng 01 năm 2016

MỤC LỤC

LỜI GIỚI THIỆU.....	5
CHƯƠNG I.....	6
KHÁI QUÁT TÌNH HÌNH SẢN XUẤT, THƯƠNG MẠI THUỶ SẢN TRÊN THẾ GIỚI.....	6
I. KHÁI QUÁT TÌNH HÌNH THUỶ SẢN THẾ GIỚI	6
II. TÌNH HÌNH THƯƠNG MẠI THUỶ SẢN THẾ GIỚI	9
1. Loài giáp xác.....	9
2. Cá ngừ.....	10
3. Loài thủy sản thân mềm.....	11
4. Cá thịt trắng.....	12
5. Loài nhuyễn thể.....	14
6. Cá hồi.....	15
III. DỰ BÁO TÌNH HÌNH SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ THUỶ SẢN TRONG THỜI GIAN TỚI	16
CHƯƠNG II.....	17
TÌNH HÌNH SẢN XUẤT, XUẤT NHẬP KHẨU THUỶ SẢN VIỆT NAM.....	17
I. TÌNH HÌNH SẢN XUẤT.....	17
1. Khai thác thủy sản	17
2. Nuôi trồng thủy sản	17
II. NHẬP KHẨU.....	19
III. XUẤT KHẨU.....	24
1. Sản phẩm xuất khẩu chính	25
2. Thị trường xuất khẩu chính.....	29
3. Doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản	39
IV. CƠ HỘI	43
1. AEC, TPP và một số FTA.....	43
2. Điều chỉnh tỷ giá	43
3. Tôm	44
4. Cá tra	44
5. Cá ngừ	44
6. Tăng cường đảm bảo chất lượng & đẩy mạnh kiểm soát kháng sinh trong thủy sản nuôi ..	44
V. KHÓ KHĂN – THÁCH THỨC	45
1. Vòng xoáy giảm giá	45
2. Biến động tiền tệ	45
3. Giá thành sản phẩm cao hơn so với các nước đối thủ, chi phí sản xuất tăng	46
4. Kháng sinh và kiểm soát kháng sinh	46
5. Cá tra	46
6. Quy định khắt khe về IUU của Mỹ.....	47
7. Hiệp định TPP và các FTA	47
8. Cá ngừ	47
VI. DỰ BÁO	48
1. Tôm	48
2. Cá tra	49
3. Cá ngừ	49
4. Mực, bạch tuộc	49
5. Xuất khẩu các mặt hàng hải sản khác	49

6.	Tổng xuất khẩu thủy sản.....	49
CHƯƠNG III.....		51
THỊ TRƯỜNG THỦY SẢN ÚC.....		51
I.	TÌNH HÌNH ĐÁNH BẮT VÀ KHAI THÁC THỦY SẢN ÚC	51
1.	Tổng quan ngành đánh bắt và khai thác thủy sản Úc	51
2.	Các phân khúc thị trường chính	53
3.	Thương mại quốc tế	55
4.	Địa điểm kinh doanh	56
5.	Một số doanh nghiệp trong ngành	57
6.	Các qui định và chính sách.....	59
7.	Hỗ trợ ngành	60
8.	Một số dữ liệu cơ bản về ngành.....	62
II.	TÌNH HÌNH NUÔI TRỒNG THỦY SẢN TẠI ÚC.....	63
1.	Tổng quan ngành nuôi trồng thủy sản Úc.....	63
2.	Các sản phẩm thủy sản nuôi trồng chính ở Úc.....	66
3.	Các kênh phân phối chính	68
4.	Thương mại quốc tế	69
5.	Địa điểm kinh doanh	71
6.	Một số doanh nghiệp trong ngành	72
7.	Các qui định và chính sách.....	74
8.	Một số dữ liệu cơ bản về ngành.....	76
III.	TÌNH HÌNH CHẾ BIẾN THỦY SẢN CỦA ÚC	77
1.	Tổng quan ngành chế biến thủy sản của Úc	77
2.	Sản phẩm và dịch vụ	80
3.	Các thị trường chính	82
4.	Thương mại quốc tế	83
5.	Địa điểm kinh doanh	85
6.	Một số doanh nghiệp trong ngành	86
7.	Các qui định và chính sách.....	88
8.	Một số dữ liệu cơ bản của ngành.....	89
IV.	CÁC QUI ĐỊNH THÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG.....	90
1.	An toàn thực phẩm	90
2.	Nhãn và chứng nhận thủy sản	92
CHƯƠNG IV.....		96
TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN CỦA VIỆT NAM VÀO THỊ TRƯỜNG ÚC VÀ CÁC GIẢI PHÁP XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI.....		96
I.	TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN CỦA VIỆT NAM VÀO THỊ TRƯỜNG ÚC.....	96
1.	Tôm	97
2.	Cá tra	99
3.	Cua, ghẹ	99
4.	Cá ngừ	100
II.	NHẬN ĐỊNH TÌNH HÌNH VÀ XU HƯỚNG NHẬP KHẨU	101
1.	Tiêu thụ thủy sản tăng nhanh	101
2.	Sản lượng thủy sản không đáp ứng đủ nhu cầu tiêu dùng	102
3.	Xu hướng gia tăng nhập khẩu thủy sản châu Á	102
4.	Tôm nguyên liệu tiếp tục là mặt hàng tiềm năng	102

III. CÁC GIẢI PHÁP XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI.....	103
1. Đối với Chính phủ.....	103
2. Đối với doanh nghiệp.....	106
<u>TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</u>	109
<u>PHỤ LỤC.....</u>	110
<u>CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI HÀNG THUỶ SẢN VIỆT NAM TẠI ÚC</u>	110

LỜI GIỚI THIỆU

Úc là quốc gia có diện tích khai thác hải sản lớn thứ ba trên thế giới với bờ biển dài gần 60.000 km, diện tích 14 triệu km². Úc có khoảng 3.000 loài cá nhưng chỉ có 10% được đánh bắt thương mại. Ngành hải sản Úc đạt giá trị khoảng 2 tỷ AUD/năm với khoảng 11.600 công nhân (7.300 trực tiếp và 4.300 gián tiếp).

Hàng năm Úc tiêu thụ khoảng 1 triệu tấn hải sản. Tuy nhiên, sản xuất trong nước của Úc mới chỉ đáp ứng được 30% nhu cầu, phải nhập khẩu 70% từ nước ngoài, gồm các loại như cá hộp (28%), phi lê cá (21,1%), tôm (13,6%), mực-bạch tuộc (8,7%), các loại khác (7,3%). Các nguồn nhập khẩu chính gồm New Zealand (cá, trai), Trung Quốc (tôm, mực), Thái Lan (các ngừ), Việt Nam (cá basa, cá chẽm, tôm). Xu hướng nhập khẩu ngày càng tăng theo quy mô dân số và thị hiếu tiêu dùng hải sản.

Với dân số trên 24 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 10 kg/năm 2000-2001 lên khoảng 15 kg/năm 2012-2013. 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.

Mặc dù, hàng năm Úc phải nhập khẩu khoảng 1,4-1,5 tỷ USD thủy sản và Việt Nam là nhà cung cấp thủy sản lớn thứ tư của Úc sau Thái Lan, New Zealand và Trung Quốc nhưng chỉ chiếm khoảng 11% thị phần.

Úc là thị trường xuất khẩu thủy sản tiềm năng của Việt Nam. Vấn đề hiện nay là các quy 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 ảnh hưởng đến uy tín của hàng Việt Nam nếu không loại trừ triệt để.

Để cung cấp thông tin về thị trường thủy sản Úc cho doanh nghiệp nhằm góp phần thúc đẩy thương mại hàng thủy sản Việt Nam tại Úc, Thương vụ xin trân trọng giới thiệu báo cáo nghiên cứu “***Thị trường thủy sản của Úc và các giải pháp xúc tiến xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường này***”.

Hy vọng tài liệu này sẽ hữu ích cho các doanh nghiệp.

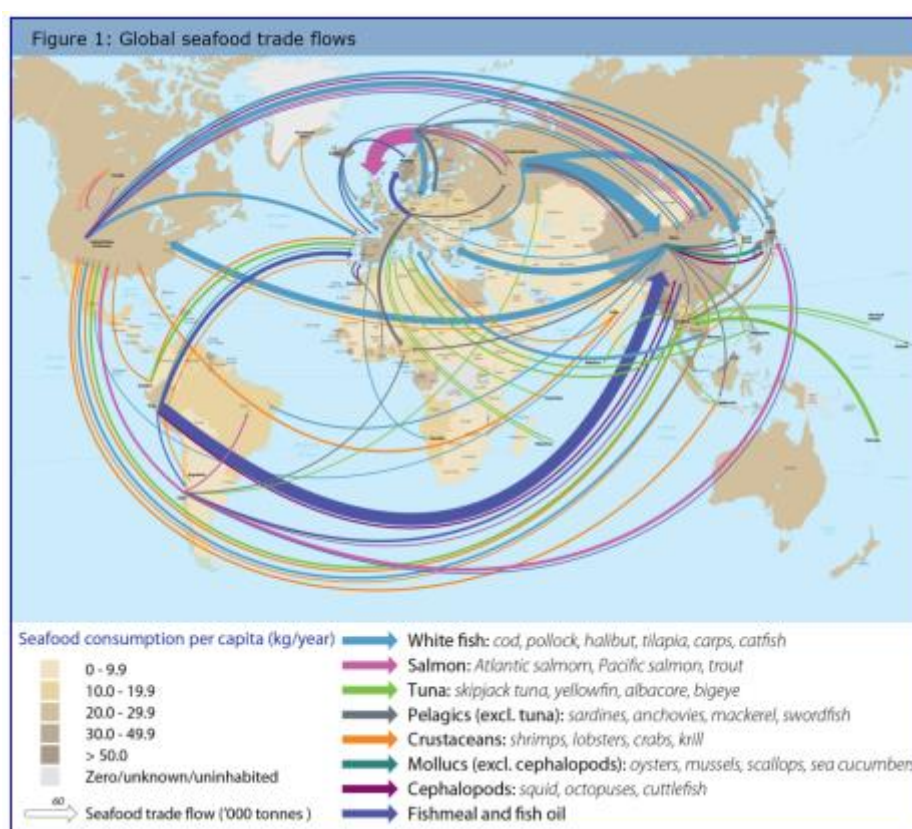
CHƯƠNG I

KHÁI QUÁT TÌNH HÌNH SẢN XUẤT, THƯƠNG MẠI THỦY SẢN TRÊN THẾ GIỚI

I. Khái quát tình hình thủy sản thế giới

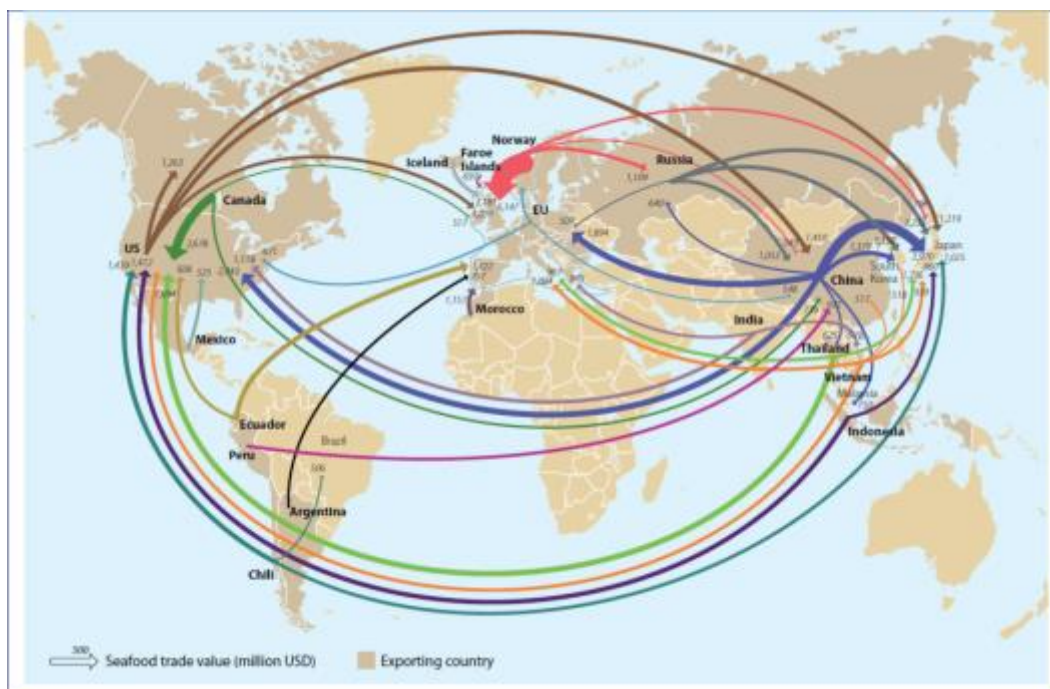
Thủy sản là ngành công nghiệp mang tính toàn cầu lớn. Đây là ngành công nghiệp đa dạng và cung cấp nhiều chủng loại sản phẩm, tối đa hoá thị trường nhập khẩu và xuất khẩu. Năm 2014, giá trị thương mại thủy sản toàn cầu đạt trên 140 tỷ USD, tăng gấp đôi chỉ trong vòng 5 năm. Sự tăng trưởng nhờ vào việc phát triển nuôi trồng thủy sản, giá nhân công thấp và giá thủy sản trung bình tăng cũng làm khối lượng sản phẩm thủy sản tăng. Năm 2014 đánh dấu sự tăng trưởng của thủy sản nuôi. Tốc độ tăng của thủy sản nuôi vượt thủy sản đánh bắt. Tổng sản lượng thủy sản tăng 1% lên 164,3 triệu tấn, trong đó thủy sản nuôi đạt 74,3 triệu tấn (tăng 5%) và thủy sản đánh bắt đạt 90 triệu tấn (giảm 2%). Thủy sản đánh bắt giảm chủ yếu do hiện tượng El Niño làm giảm hoạt động đánh bắt cá cơm. Bản đồ dưới đây mô tả chi tiết luồng thương mại thủy sản trên phạm vi toàn cầu.

Luồng thương mại thủy sản toàn cầu



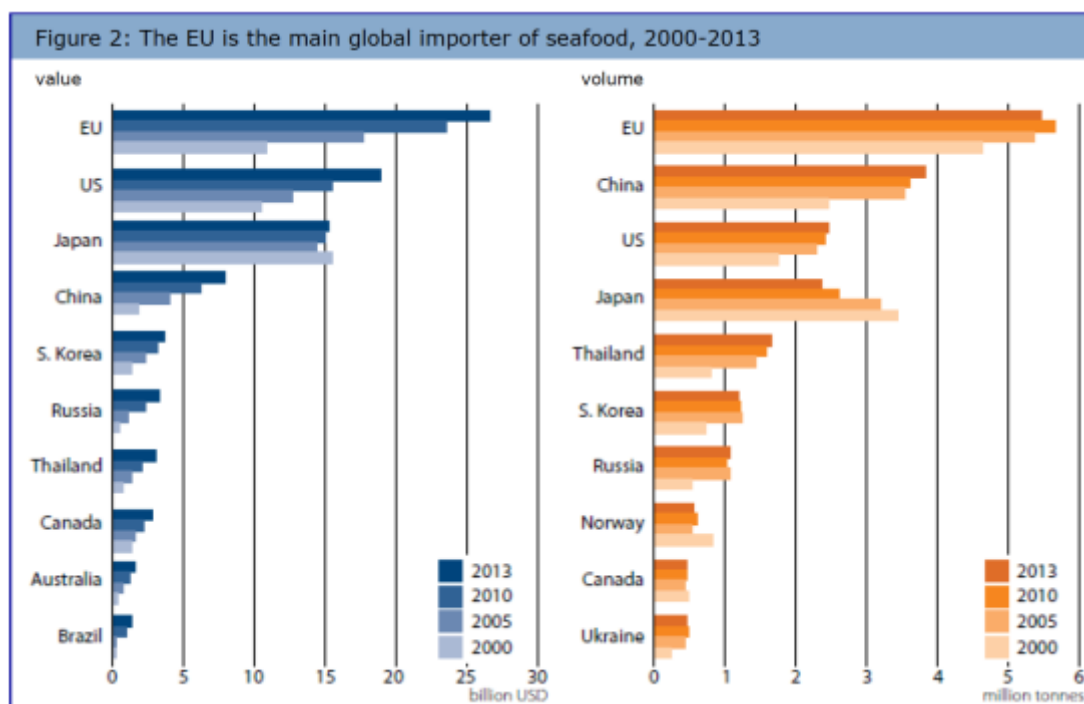
(Nguồn: Rabobank, Uncommtrade, Eurostat, 2015)

Giá trị thương mại thủy sản toàn cầu



(Nguồn: Rabobank, Uncommtrade, Eurostat, 2015)

EU dẫn đầu các nước nhập khẩu thủy sản, 2000 – 2013



(Nguồn: Rabobank, Uncommtrade, Eurostat, 2015)

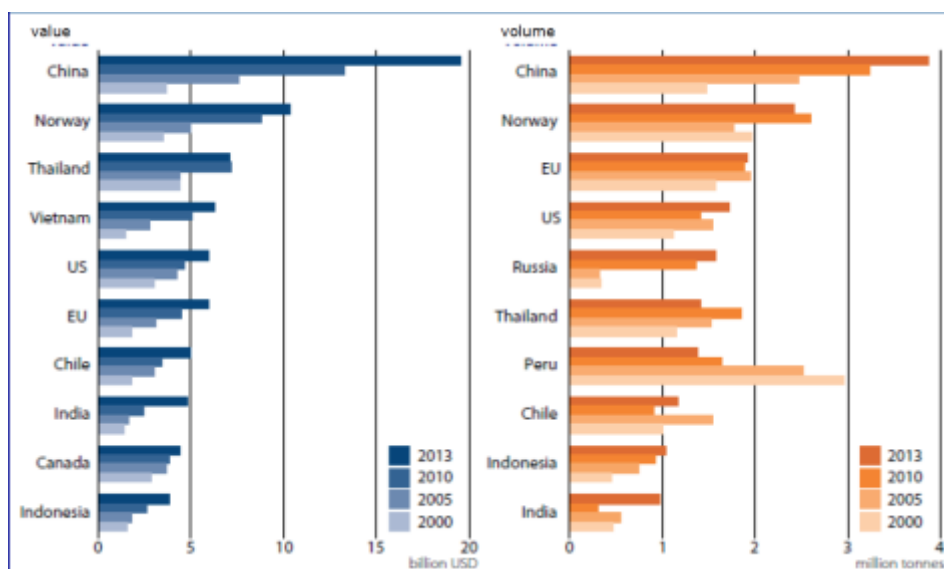
EU là thị trường nhập khẩu thủy sản lớn nhất thế giới, luôn đạt tốc độ tăng trưởng tốt.

Mỹ là thị trường nhập khẩu lớn thứ hai, nhập khẩu thủy sản đạt 19 tỷ USD, chỉ tăng về giá trị, không tăng khối lượng nhập khẩu.

Ngược lại xu hướng tăng trưởng của hai thị trường trên, trong những năm 2000, Nhật Bản là nước nhập khẩu lớn nhất thế giới song do dân số giảm, tiêu thụ thủy sản trên đầu người giảm, và đồng yên mất giá làm cho giá nhập khẩu tăng cao dẫn đến kết quả giảm nhập khẩu thủy sản trong ngắn hạn và dài hạn.

Trung Quốc trở thành thị trường quan trọng cho thủy sản cao cấp. Về giá trị, nhập khẩu của Trung Quốc cao hơn mức trung bình của các quốc gia thuộc EU. Trung Quốc cũng nhập khẩu nhiều nguyên liệu để chế biến và tái xuất. Trung Quốc vừa là nhà xuất khẩu thủy sản đồng thời cũng là nhà nhập khẩu lớn. Giá trị xuất khẩu thủy sản của Trung Quốc đạt 20 tỷ USD trong năm 2013, gấp đôi Na Uy. Trong khi Na Uy chủ yếu xuất khẩu sang thị trường EU và chủ yếu là các sản phẩm cá hồi thì Trung Quốc xuất khẩu nhiều loại sản phẩm, đến nhiều khu vực trên thế giới. Ngoài tái xuất các loại thủy sản nhập khẩu từ Nga, EU và Mỹ, Trung Quốc còn xuất khẩu cá đáy, cá hồi. Ngành sản xuất tôm, cá rô phi cũng đang phát triển mạnh mẽ.

Xuất khẩu thủy sản của Trung Quốc và Na Uy dẫn đầu thế giới, 2000 – 2013



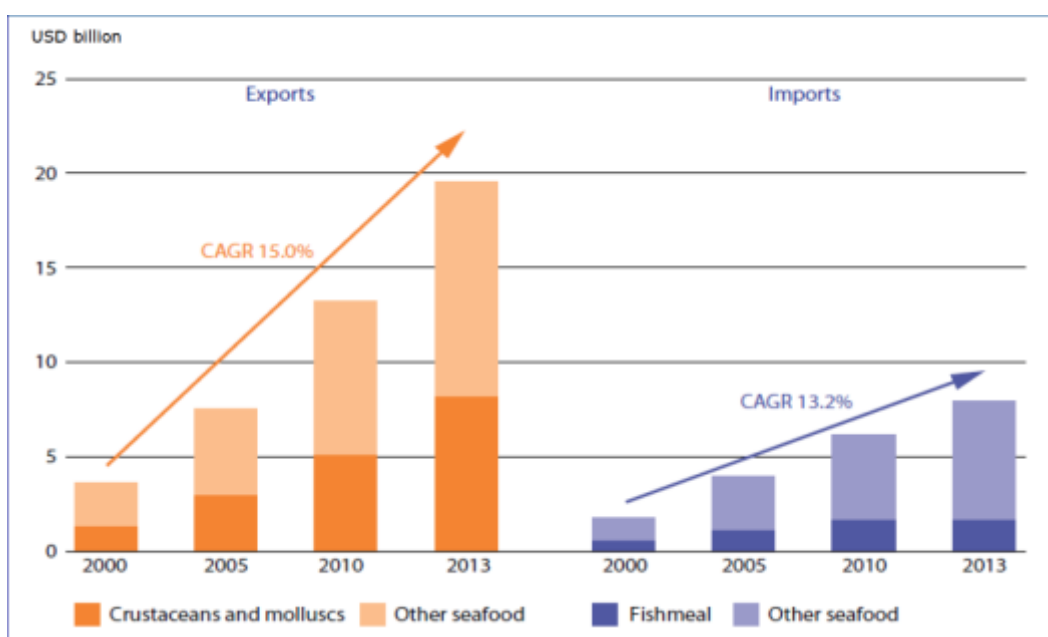
(Nguồn: Rabobank, Uncommtrade, Eurostat, 2015)

Tại Trung Quốc, tầng lớp trung lưu ngày càng gia tăng đồng nghĩa với nhu cầu thủy sản cao cấp tăng. Cùng với đó là giá đất và giá nhân công cũng đang tăng lên. Đây là yếu tố làm giảm tính cạnh tranh của hàng xuất khẩu.

Trung Quốc đang hướng đến thị trường trong nước nhiều hơn xuất khẩu khi giá tại thị trường trong nước đang ở mức cao, nhất là với hai mặt hàng tôm và cá rô phi. Tăng trưởng trung bình của xuất khẩu Trung Quốc đạt 15%. Do hiện tại, nhập khẩu tăng chậm hơn xuất khẩu nên đây vẫn là nước xuất siêu về thủy sản.

Trong những năm tới đây, Trung Quốc sẽ tiếp tục đứng đầu trong các nước xuất khẩu thủy sản. Các nước phát triển nuôi trồng thủy sản theo hướng xuất khẩu như Na Uy, Ấn Độ, Việt Nam, Indonesia, và Ecuador cũng sẽ tiếp tục xu hướng đẩy mạnh xuất khẩu.

Xuất nhập khẩu thủy sản của Trung Quốc



(Nguồn: Rabobank, Uncommtrade, Eurostat, 2015)

II. Tình hình thương mại thủy sản thế giới

1. Loài giáp xác

Tôm hùm, cua và nhiều loại tôm là một phần của ngành công nghiệp giáp xác cao cấp với sản lượng toàn cầu lên đến hơn 12 triệu tấn, trong đó 3 triệu tấn được xuất khẩu với trị giá hơn 25 tỷ USD do giá thành các sản phẩm này cao.

Sản lượng tôm nuôi tăng do nhu cầu tiêu dùng ở EU, Mỹ, và Nhật tăng. Năm 2014, giao dịch tôm tăng khoảng 5-6% so với năm trước. Dịch bệnh làm giảm khoảng 50% sản lượng tôm ở Thái Lan và Trung Quốc. Việt Nam tăng diện tích nuôi tôm, tuy nhiên vẫn bị ảnh hưởng bởi EMS. Trong khi đó, Ấn Độ gia tăng sản lượng tôm chân trắng khoảng 10-20% trong năm 2014 – 2015,

trong khi sản lượng tôm sú giảm với tỷ lệ tương đương. Sản lượng tôm nuôi ở khu vực Mỹ La tinh khá ổn định trừ Mexico bị giảm do EMS.

10 nước có giá trị nhập khẩu tôm cao nhất gồm: Mỹ, Nhật, Canada, Tây Ban Nha, Trung Quốc, Anh, Pháp, Hà Lan, Đức và Italy.

Luồng thương mại các loại giáp xác chính



(Nguồn: Rabobank, Uncommtrade, Eurostat, 2015)

2. Cá ngừ

Trong khi các thị trường truyền thống lớn giảm nhập khẩu so với năm trước, nhập khẩu từ các thị trường nhỏ và đang nổi tăng. Tuy nhiên, nói chung xuất khẩu cá ngừ hộp của các nước châu Á và Mỹ La tinh chỉ tăng nhẹ, thậm chí giảm.

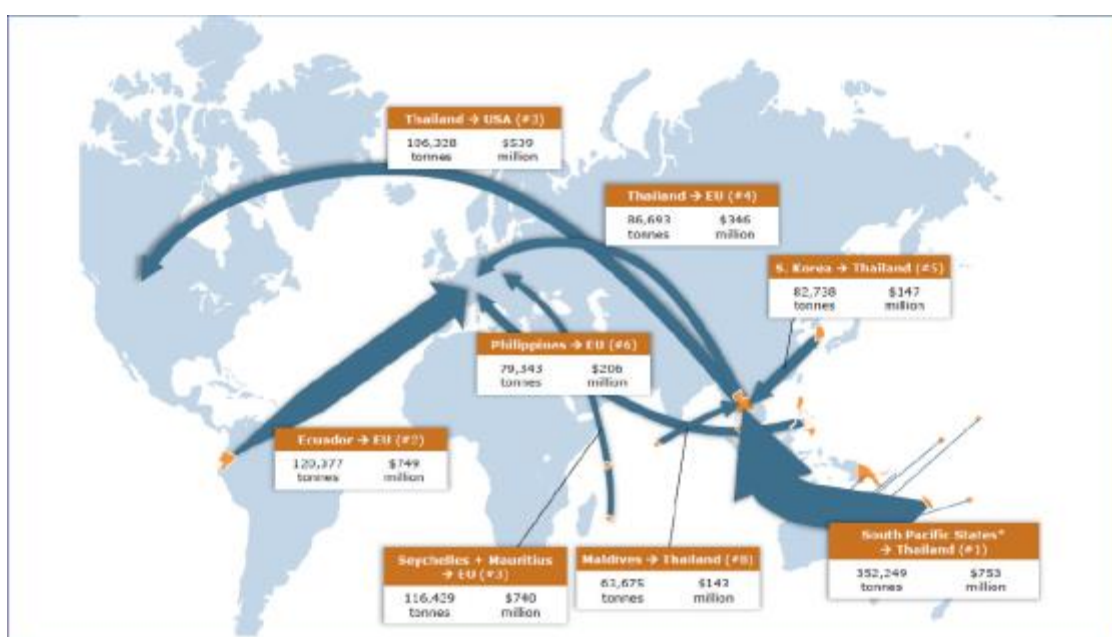
Lệnh cấm khai thác cá ngừ bằng các thiết bị dụ cá (FAD) ở Trung và Tây Thái Bình Dương không ảnh hưởng nhiều đến giá cá do nhu cầu của các nhà máy cá hộp ở châu Á giảm. Nhu cầu của hai thị trường lớn nhất là Mỹ và EU giảm.

Nhật Bản vẫn là thị trường số một tiêu thụ cá ngừ sashimi, tuy nhiên nhu cầu tiêu thụ sản phẩm giá cao này giảm ở phân khúc nhà hàng. Đồng Yên mất giá cũng ảnh hưởng đến nhập khẩu sản phẩm này.

Nhu cầu nhập khẩu cá ngừ hộp của Mỹ năm 2014 giảm, trong khi nhập khẩu cá tươi/ ướp lạnh tăng. Trong khi đó thị trường EU tiếp tục trầm lắng, ảnh

hưởng đến hai nguồn cung cấp chính là Ecuador và Thái Lan. Thị trường này cũng gia tăng nhập khẩu từ các nước châu Phi, Caribbean và Thái Bình Dương (ACP). Tuy nhiên, Thái Lan vẫn là nguồn cung cấp lớn nhất thăn cá ngừ hấp chín cho thị trường EU với khối lượng xuất khẩu tăng 60% so với năm trước. Các nguồn cung cấp lớn khác gồm Ecuador, Trung Quốc, Philippines và Indonesia. Ecuador và Papua New Guinea là hai nguồn cung cấp chính thăn cá ngừ hấp chín/đông lạnh cho EU.

Luồng thương mại cá ngừ



(Nguồn: Rabobank, Uncommtrade, Eurostat, 2015)

3. Loài thủy sản thân mềm

Tổng thương mại các loài thủy sản thân mềm đạt gần 6 tỷ USD trong năm 2013. Tính theo khối lượng, Trung Quốc vừa là nước xuất khẩu, vừa là nước nhập khẩu lớn nhất sản phẩm này, với khối lượng xuất khẩu là 445.000 tấn và nhập khẩu 362.000 tấn. Xuất khẩu của Trung Quốc đạt trị giá 1,5 tỷ USD và chủ yếu xuất khẩu sang Nhật Bản, EU, Mỹ và Hàn Quốc.

Các nước xuất khẩu chính các sản phẩm mực, bạch tuộc là Peru, Ấn Độ và Mỹ. EU là nước nhập khẩu lớn nhất, nhập khẩu hơn 1,2 tỷ USD hàng năm. Morocco là nước cung cấp mực và bạch tuộc lớn nhất cho EU với khối lượng hơn 68.000 tấn và trị giá hơn 360 triệu USD. Nhập khẩu mực, bạch tuộc của EU năm 2014 giảm và giá nhập khẩu không tăng tại những thị trường chính như Tây Ban Nha và Italy.

Sản lượng bạch tuộc ở một số nước khai thác chính Morocco và

Mauritania giảm khiến cho giá bạch tuộc ở một số thị trường chính như Nhật Bản tăng 30%. Tuy nhiên, nhu cầu nhập khẩu sản phẩm này ở thị trường Nhật Bản giảm 30% vì lượng tồn kho cao.

Luồng thương mại thủy sản thân mềm



(Nguồn: Rabobank, Uncommtrade, Eurostat, 2015)

4. Cá thịt trắng

Cá thịt trắng là sản phẩm thương mại có khối lượng lớn nhất và đa dạng nhất trong ngành thủy sản. Khối lượng thương mại cá thịt trắng đạt hơn 4 triệu tấn, với trị giá hơn 12 tỷ USD (khối lượng lớn nhất nhưng trị giá vẫn đứng sau cá hồi và các loài giáp xác). Nguồn cung cấp cá thịt trắng đến từ khai thác tự nhiên và nuôi tại trang trại. Khai thác tự nhiên chủ yếu là cá tuyết và cá minh thái. Các nước khai thác và xuất khẩu lớn nhất là Nga, Na Uy và Mỹ. Một lượng lớn cá thịt trắng của Nga được xuất khẩu sang Trung Quốc để tiếp tục chế biến sâu.

Giá cá tuyết ở một số thị trường chính tăng do hạn ngạch khai thác giảm, lệnh cấm nhập khẩu của Nga từ một số nước phương tây và thị trường Nga giữ lại nguồn cung để tiêu thụ trong nước. Sản lượng cá tuyết Thái Bình Dương giảm trong khi nhu cầu tăng khiến cho giá tăng.

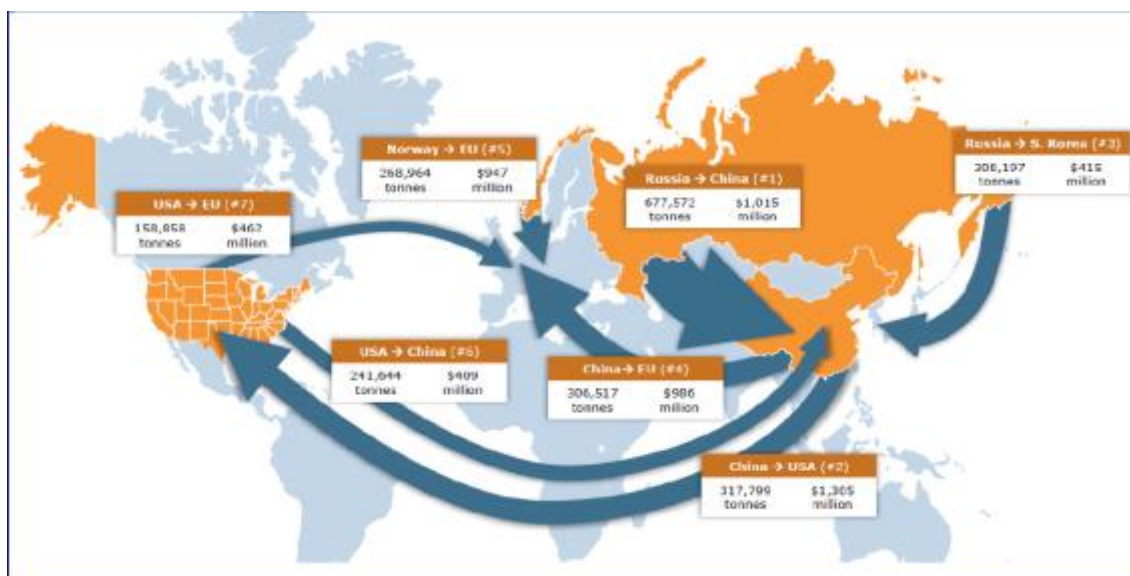
Mặc dù, kết quả điều tra cho thấy trữ lượng cá minh thái vùng biển Bering đã tăng 60% nhưng hạn ngạch đánh bắt cho phép (TAC) vẫn chưa được tăng, vẫn ở mức 2 triệu tấn trong khu vực khai thác này.

Giao dịch cá minh thái phile đông lạnh trên thị trường EU trầm lắng. Nhập khẩu của Đức tăng trong khi nhập khẩu của Pháp giảm. Nguồn cung cấp chính cho hai thị trường này là Trung Quốc đều giảm xuất khẩu, trong khi xuất khẩu từ Mỹ lại tăng. Xuất khẩu từ Nga cũng giảm 18% trên thị trường Đức và 29% trên thị trường Pháp.

Tổng nguồn cung surimi đông lạnh cho thị trường Nhật Bản khoảng 290.000 tấn năm 2014. Sản lượng của các nhà chế biến ở Hokkaido Nhật Bản dự kiến giảm khoảng 44.000 tấn, nhưng bù lại nhập khẩu từ Mỹ lại tăng. Giá surimi đông lạnh dự kiến tăng do sản lượng giảm, dù sản lượng ở các nước châu Á khác tăng. Năm 2013, nhập khẩu từ các nước châu Á vào Nhật Bản giảm 20% do đồng Yên mất giá, tuy nhiên năm 2014, nhập khẩu từ khu vực này đã tăng trở lại, dù đồng Yên vẫn yếu.

Xuất khẩu surimi cá minh thái của Mỹ tăng nhẹ, nhu cầu trong nước cũng tăng. Nhật Bản là thị trường tiêu thụ lớn nhất của Mỹ, tiếp đến là Hàn Quốc – hai thị trường đều tăng nhập khẩu từ nước này. Sản lượng surimi cá minh thái Alaska năm nay dự kiến vượt 180.000 tấn, lần đầu tiên đạt mức này sau gần một thập kỷ và nhập khẩu surimi cá minh thái Alaska của Nhật ước đạt 100.000 tấn.

Luồng thương mại cá thịt trắng



(Nguồn: Rabobank, Uncommtrade, Eurostat, 2015)

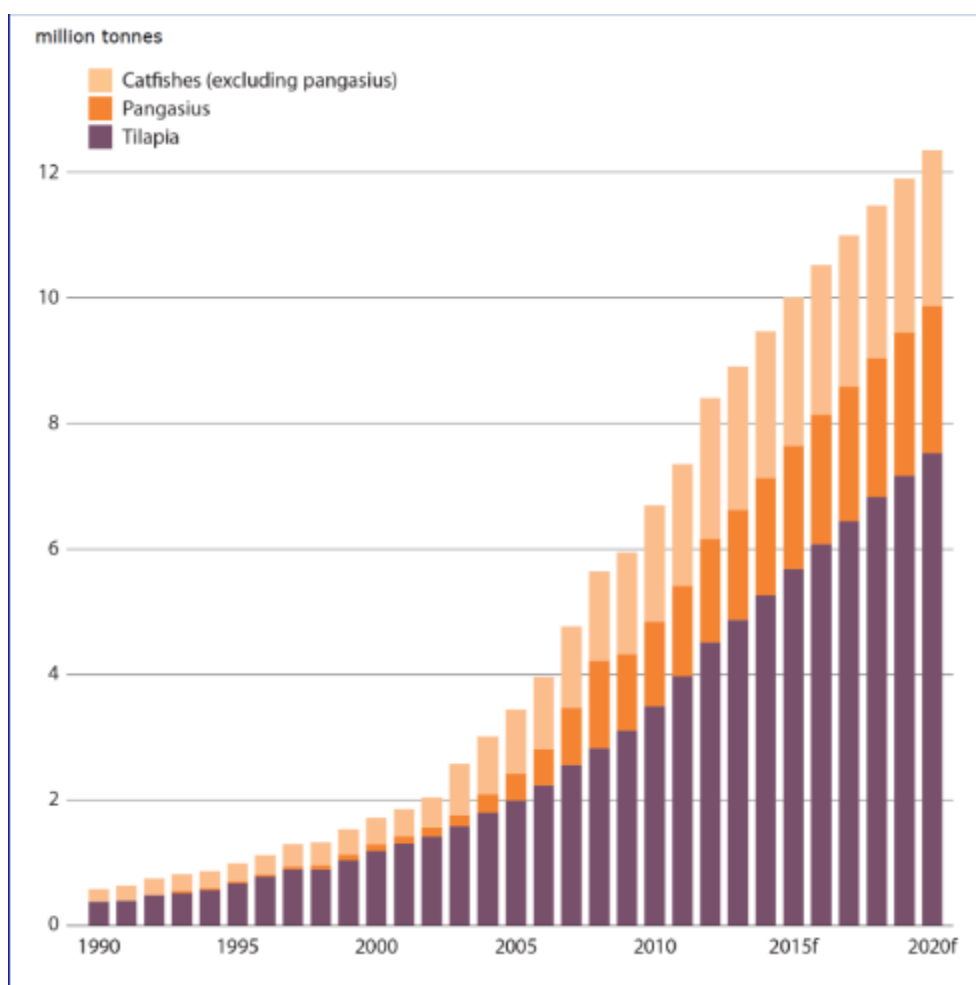
Cá thịt trắng nuôi tăng mạnh trong năm qua. Luồng thương mại cá thịt trắng nuôi chủ yếu đến từ các nước châu Á và cung cấp chủ yếu cho người tiêu dùng ở Mỹ và EU.

Trung Quốc là nước dẫn đầu sản xuất cá rô phi và xuất khẩu phần lớn

sang Mỹ. Mỹ nhập khẩu khoảng 1 tỷ USD cá rô phi mỗi năm. Cá rô phi bán ở Mỹ tăng mạnh trong những năm gần đây và đã vượt các sản phẩm thịt trắng truyền thống như cá tuyết và cá minh thái.

Năm 2014, Việt Nam là nước sản xuất và xuất khẩu cá tra đứng đầu thế giới, xuất khẩu 1,768 tỷ USD cá tra, tăng 0,4% so với năm 2013. Việt Nam xuất khẩu cá tra chủ yếu sang thị trường Mỹ, EU và các nước ASEAN.

Cá thịt trắng nuôi từ 1990 – 2020 (dự báo)



(Nguồn: Rabobank, Uncommtrade, Eurostat, 2015)

5. Loài nhuyễn thể

Sản lượng các loài nhuyễn thể (hàu, sò điệp, ngao, hến...) đạt hơn 22 triệu tấn trong năm 2012 và có tốc độ tăng trưởng ổn định. Tuy nhiên, thương mại các mặt hàng này bị hạn chế bởi khối lượng cao nhưng giá trị thấp. Khối lượng thương mại đạt khoảng 1 triệu tấn mỗi năm nhưng giá trị chỉ khoảng 5 tỷ USD. Trung Quốc là nước xuất khẩu lớn nhất, chiếm khoảng 30% khối lượng, khoảng 242.000 tấn mỗi năm, với trị giá khoảng 1,4 tỷ USD. Tổng xuất khẩu

hến năm 2014 tăng 6% so với năm 2013. Chi Lê là nước xuất khẩu chính hến, Tây Ban Nha đứng thứ hai và New Zealand đứng thứ ba. Hàn Quốc là nước xuất khẩu hầu lớn nhất và Nhật Bản là nước nhập khẩu hầu lớn nhất thế giới.

Thương mại loài nhuyễn thể



(Nguồn: Rabobank, Uncommtrade, Eurostat, 2015)

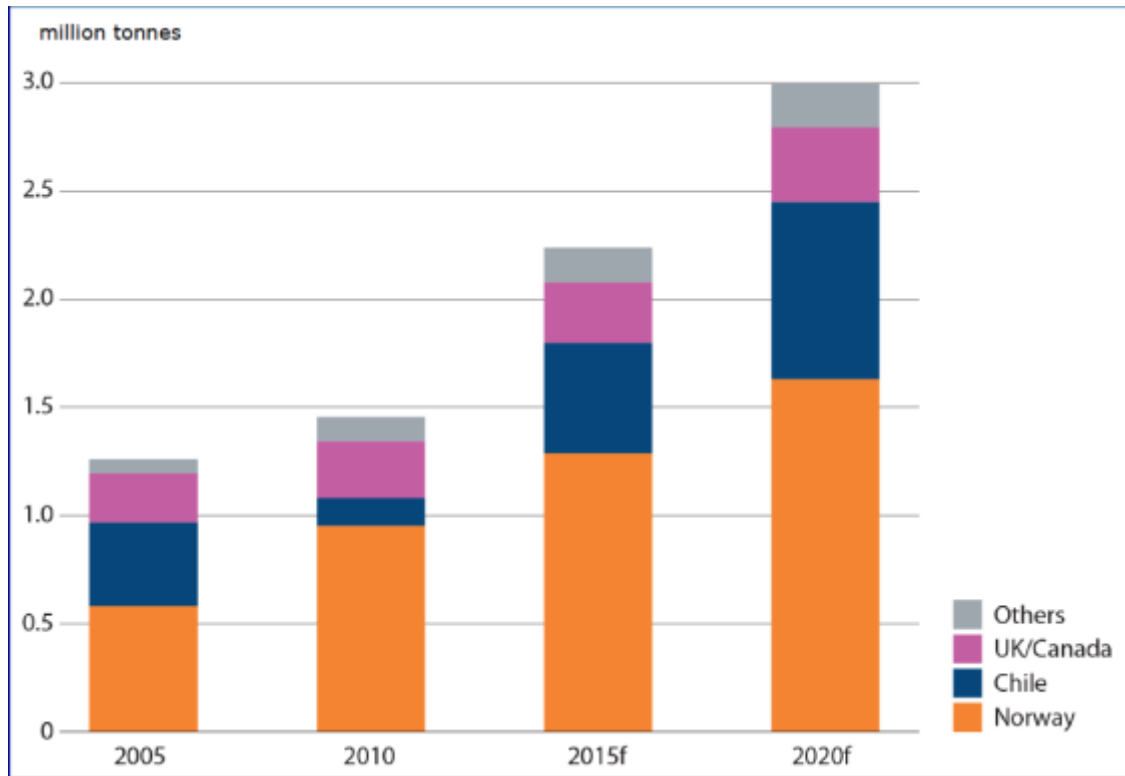
6. Cá hồi

Sản lượng cá hồi thấp nhưng lại có giá trị thương mại cao, xuất khẩu đạt hơn 14 tỷ USD trong năm 2013. Sở dĩ cá hồi có giá trị thương mại cao do sản xuất chỉ tập trung ở một số ít nước như Na Uy, Chi Lê, Canada và Anh. Cá hồi đánh bắt tự nhiên tại Mỹ và Nga được chế biến ở châu Á, chủ yếu là Trung Quốc.

Na Uy hiện đang là nước xuất khẩu cá hồi lớn nhất thế giới, khoảng 1 triệu tấn/năm và là nước cung cấp cá hồi chính cho thị trường EU và Nga. Cá hồi Na Uy xuất khẩu sang EU có giá trị thương mại lớn nhất trong ngành thủy sản.

Cá hồi Chi Lê đứng thứ hai, xuất khẩu khoảng 500.000 tấn và xuất khẩu chủ yếu sang Mỹ, Nhật Bản và Brazil. Từ khi lệnh cấm nhập khẩu của Nga năm 2014, luồng thương mại cá hồi đã có sự thay đổi. Chi Lê tăng xuất khẩu cá hồi sang Nga, trong khi Na Uy tăng xuất khẩu sang các thị trường khác như EU, Mỹ và một số thị trường mới nổi ở châu Á và Trung Đông.

Sản lượng cá hồi Đại Tây Dương năm 2005 – 2020 (dự báo)



(Nguồn: Rabobank, Uncommtrade, Eurostat, 2015)

III. Dự báo tình hình sản xuất và tiêu thụ thủy sản trong thời gian tới

Theo một nghiên cứu của Grand View Research, thị trường nuôi trồng thủy sản toàn cầu sẽ đạt giá trị 202,96 tỷ USD vào năm 2020. Nuôi trồng thủy sản gồm nuôi các loài nhuyễn thể, cá, giáp xác và các động thực vật thủy sinh khác.

Nâng cao nhận thức của người tiêu dùng về lợi ích của thủy sản và tiêu thụ thủy sản đối với sức khỏe đóng vai trò quan trọng để thúc đẩy sự phát triển của thị trường. Nhu cầu thủy sản nuôi trồng sẽ tăng do trữ lượng cá tự nhiên giảm. Nuôi cá trong ruộng lúa cũng là một giải pháp quan trọng trong 6 năm tới.

Cá chép là phân khúc sản phẩm lớn nhất, với sản lượng trên 25 triệu tấn vào năm 2013 và sẽ đạt trên 29 triệu tấn vào năm 2020. Tỷ lệ tăng trưởng trung bình hàng năm (CAGR) sẽ là 2,2% trong giai đoạn 2014 - 2020. Nhu cầu cá chép dự kiến tăng do đây là loài được nuôi nhiều, dễ nuôi.

Nhuỷn thể là phân khúc sản phẩm lớn thứ hai, với sản lượng khoảng 16,6 triệu tấn trong năm 2013. Tiêu thụ nhuỷn thể tăng vì những lợi ích sức khỏe mà nó mang lại.

Nhu cầu thủy sản nuôi trên toàn thế giới dự kiến đạt khoảng 80 triệu tấn vào năm 2020, với tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm là 2% trong giai đoạn 2014-2020.

Trung Quốc là nơi nuôi thủy sản lớn nhất, chiếm khoảng 53% tổng lượng thủy sản nuôi trên toàn cầu. Sản lượng của Trung Quốc sẽ còn tăng nhanh do nước này có điều kiện khí hậu thuận lợi cho nuôi thủy sản, có nguồn tài nguyên và lao động dồi dào.

Khu vực Châu Á Thái Bình Dương (trừ Trung Quốc) là nơi nuôi thủy sản lớn thứ hai, với tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm là 2,1% trong giai đoạn 2014-2020. Các nước trong khu vực này cũng có điều kiện khí hậu lý tưởng và có nhiều đổi mới trong công nghệ.

Thủy sản nước ngọt chiếm 60% tổng sản lượng thủy sản nuôi thủy sản và dự kiến tỷ lệ tăng trưởng lũy kế là 2,2% trong giai đoạn 2014-2020.

Các công ty đóng vai trò quan trọng trong nuôi thủy sản toàn cầu bao gồm Tassal Group Ltd., Blue Ridge Aquaculture, Cooke Aquaculture Inc., Nireus Aquaculture S.A và Cermaq ASA.

Theo một báo cáo mới của FAO, thủy sản nuôi có khả năng sẽ tăng cao hơn dự kiến trong thập kỷ tới, cung cấp một cơ hội để cải thiện dinh dưỡng cho hàng triệu người, đặc biệt là ở châu Á và châu Phi. Tăng cường đầu tư trong lĩnh vực nuôi thủy sản, đặc biệt là trong công nghệ nâng cao năng suất bao gồm các lĩnh vực sử dụng nước, chăm sóc, con giống và thức ăn... có thể sẽ tăng sản lượng nuôi 4,14 % mỗi năm cho đến năm 2022, mức tăng trưởng cao hơn so với dự báo 2,54 % hồi đầu năm 2015 của FAO và Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD).

Giá thủy sản năm 2022 sẽ cao hơn 27% so với hiện nay trong kịch bản cơ sở của FAO, nhưng có thể thấp hơn 20% nếu nuôi thủy sản được mở rộng một cách nhanh chóng hơn.

CHƯƠNG II

TÌNH HÌNH SẢN XUẤT, XUẤT NHẬP KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM

I. Tình hình sản xuất

1. Khai thác thủy sản

Nhìn chung năm 2015 là một năm thuận lợi cho hoạt động khai thác thủy sản, giá xăng dầu giảm làm giảm đáng kể chi phí sản xuất, thời tiết thuận lợi cùng với giá bán hải sản tăng cũng là một động lực khác để ngư dân tích cực bám biển. Các chính sách hỗ trợ khai thác, nuôi trồng hải sản và dịch vụ khai thác hải sản trên các vùng biển xa theo Quyết định số 48/2010/QĐ-TTg và chính sách hỗ trợ đóng tàu theo Nghị định 67/2014/NĐ-CP đã giúp ngư dân đầu tư tăng cường cho hoạt động khai thác xa bờ.

Khai thác cá ngừ: ước sản lượng cá ngừ của 3 tỉnh trọng điểm năm 2015 đạt 17.884 tấn giảm 3,8% so với năm trước. Trong đó, sản lượng cá ngừ Phú Yên là 4.300 tấn tăng 6,7% so cùng kỳ năm trước; Bình Định là 8.950 tấn bằng 95% so với cùng kỳ; Khánh hòa là 4.634 tấn giảm khoảng 10% so với cùng kỳ.

2. Nuôi trồng thủy sản

Sản lượng nuôi trồng thủy sản cả năm 2015 đạt 3.533 ngàn tấn, tăng 1,6% so với cùng kỳ. Mặc dù sản lượng thủy sản tăng nhưng nhìn chung, nuôi trồng thủy sản năm qua gặp rất nhiều khó khăn chủ yếu đến từ thị trường xuất khẩu. Tình hình sản xuất một số loài cụ thể như sau:

Cá tra

Ngành cá tra trong năm 2015 tiềm ẩn không ít những rủi ro do hạn chế về kỹ thuật chăn nuôi, chế biến cũng như khâu tiêu thụ. Chi phí sản xuất trong nước cao dẫn đến sản phẩm xuất khẩu kém cạnh tranh. Do gặp khó khăn trên nhiều thị trường truyền thống, các doanh nghiệp xuất khẩu lại chạy theo số lượng, chuyển hướng sang những thị trường yêu cầu chất lượng sản phẩm thấp và giá bán thấp hơn. Điều này càng gây sức ép lên giá nguyên liệu trong nước. Sản lượng cá tra năm 2015 của các tỉnh vùng Đồng bằng sông cửu Long ước đạt 1.123 ngàn tấn, tăng 0,4% so với cùng kỳ, trong đó Đồng Tháp ước đạt 375.277 tấn (-6%), An Giang ước đạt 248.064 tấn (+5%), Cần Thơ đạt 153.140 tấn (+2%).

Tôm nước lợ

Do bất lợi về thời tiết, mưa nắng thất thường đã ảnh hưởng không nhỏ đến tình hình nuôi tôm nước lợ trong năm 2015. Nhiều diện tích nuôi tôm bị thiệt hại cộng với giá tôm nguyên liệu giảm làm cho người nuôi tôm không có vốn đầu tư cải tạo, khôi phục sản xuất.

KẾT QUẢ SẢN XUẤT THỦY SẢN NĂM 2015 (ĐVT: Sản lượng: nghìn tấn; DT: nghìn ha)						
	Chỉ tiêu	Chỉ tiêu KH 2015	Thực hiện 2014	Thực hiện 2015	So sánh (%)	
					Kế hoạch	Cùng kỳ
I	TỔNG DIỆN TÍCH	1.300	1.257	1.278	98,5	105,1
1	Diện tích nuôi nước ngọt	450	419	450	100	107,4
	Diện tích nuôi cá tra	5,2	5,0	5	96,2	98
	Rô phi		23	25,4		110,4
	Đối tượng khác		391	400		113,7
2	Diện tích nuôi mặn – lợ	850	799	830	97,6	103,9
	DT nuôi tôm nước lợ	750	708		92,2	97,7
	Trong đó: Tôm sú	650	602,5	691,8	92,8	100,1
	Tôm chân trắng	100	106	603	87,0	82,3
	DT nuôi nhuyễn thể		33	89,6		128,2
	DT nuôi cá biển		13,1	42,3		114,5
	Diện tích nuôi rong, tảo biển		20	15,0		125,0
	Đối tượng khác		44,7	25		125,3
	Nuôi lồng (nghìn m ³)		19	56		
II	TỔNG SẢN LƯỢNG	6.400	6.330		102,5	103,6
1.	Sản lượng khai thác	2.600	2.910	6.559	116,4	104,0
	Khai thác biển	2.400	2.722	3.026	118,3	104,3
	Khai thác nội địa	200	183	2.840	93,0	106,1
2.	Sản lượng nuôi trồng	3.800	3.425	186	93,0	101,6
	Sản lượng nuôi ngọt	2.450	2.339	3.533	98,5	103,2
	Sản lượng cá tra	1.050	1.144	2.413	116,3	106,7
	Sản lượng cá rôphi		186	1.221		97,8
	Các đối tượng khác		836	182		128,1
	Nuôi lồng			1.071		
	Sản lượng nuôi mặn lợ	1.350	1.087		83,0	103,0
	Sản lượng tôm nước lợ	710	658,4	1.120	91,7	90,5
	Trong đó: tôm sú	260	264	595,9	95,8	101,6
	Tôm chân trắng	450	395	268,3	88,5	82,9
	Sản lượng cá biển		87	327,6		103,4
	Sản lượng nhuyễn thể		240	90		106,0
	Sản lượng rong, tảo			254,5		
	Thủy sản khác		86	30		174,4
	Nuôi lồng		16	150		

Nguồn: Tổng cục Thủy sản

- *Tôm sú*: Sản lượng ước đạt 249.200 tấn, tăng 3,2%. Vùng Đồng bằng sông Cửu Long, sản lượng ước đạt 255.873 tấn, tăng 4% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, Bạc Liêu sản lượng ước đạt 69.256 tấn (+13%), Sóc Trăng đạt 16.615 tấn (+5%), Trà Vinh đạt 13.955 tấn (+3%).

- *Tôm thẻ chân trắng*: Sản lượng ước đạt 344.600 tấn, giảm 3,7%. Sản lượng tôm thẻ chân trắng vùng Đồng bằng sông Cửu Long năm 2015 ước đạt 218.930 tấn, giảm 9%.

II. Nhập khẩu

Tổng nhập khẩu thủy sản cả năm 2015 đạt trên 1 tỷ USD, tăng 0,5% so với năm 2014. Trong đó nhập khẩu tôm chiếm tỷ trọng cao nhất, 40% với trên 426 triệu USD, giảm 11%; nhập khẩu cá ngừ 215 triệu USD, tăng 15%, chiếm 20%, các loại cá biển khác đạt 351 triệu USD, tăng 11% và chiếm 33%.

Các sản phẩm nhập khẩu của Việt Nam chủ yếu là dạng tươi/sống/đông lạnh để phục vụ cho hoạt động gia công và chế biến xuất khẩu. Trong đó cá biển tươi/đông lạnh mã HS 0302 và 0303 đạt 283 triệu USD, tăng 12%; cá ngừ tươi/đông lạnh mã HS 03 (trừ mã 0304: cá phile) đạt 184 triệu USD, tăng 10%; tôm chân trắng sống/tươi/đông lạnh (thuộc mã 03) đạt 281 triệu USD, tăng 8%; trong khi nhập khẩu tôm sú sống/tươi/đông lạnh (thuộc mã 03) đạt trên 86 triệu USD, giảm gần 41%.

Ấn Độ là nguồn cung cấp lớn nhất, chủ yếu là các sản phẩm tôm, cá ngừ với tổng giá trị 322 triệu USD chiếm 30%. Tuy nhiên, năm 2015 nhập khẩu giảm 9%, tiếp đến là ASEAN với 114 triệu USD, giảm 7% và chiếm gần 11% nhập khẩu. Đứng thứ ba là Đài Loan – nguồn cung cấp cá ngừ vằn quan trọng với 89 triệu USD, tăng 20% và chiếm 8,3%.

NHẬP KHẨU THỦY SẢN CỦA VIỆT NAM NĂM 2015				
Nguồn: VASEP (theo số liệu Hải quan Việt Nam)				
Nhóm hàng	Tên hàng	GT (USD)	Tỉ trọng	So sánh 2014 (%)
	Cá chế biến đông hộp (trừ cá ngừ, cá tra) (thuộc mã 16)	828.635	0,1	+6,3
	Cá chế biến khác (trừ cá ngừ, cá tra) (thuộc mã 16)	5.130.125	0,5	+260,6
	Cá giống	1.430.003	0,1	+194,5
	Cá khô thuộc mã 0305 (trừ cá ngừ, cá tra)	2.709.555	0,3	+323,8
	Cá sống + cá cảnh thuộc mã 0301	2.717.252	0,3	+213,6
	Cá tươi/đông lạnh (trừ cá ngừ, cá tra) thuộc mã 0302 và 0303	282.668.101	26,5	+12,6
	Chả cá và surimi	2.660.801	0,2	+17,7
	Nước mắm, mắm nêm các loại	315.688	0,03	+54,2
	Phi lê cá và các loại thịt cá (trừ cá ngừ, cá tra) thuộc mã 0304	52.439.182	4,9	-9,4
	Cá các loại khác (thuộc mã 0301 đến 0305, và 1604, trừ cá ngừ,	350.899.342	32,9	+11,2
	Cá ngừ đông hộp (thuộc mã 16)	1.144.543	0,1	+18,0
	Cá ngừ chế biến khác (thuộc mã 16)	1.666.956	0,2	+124,9
	Cá ngừ sống/tươi/đông lạnh/ khô (thuộc mã 03) (trừ cá thuộc mã	184.409.682	17,3	+10,4
	Cá ngừ thuộc mã 0304 (trừ sản phẩm chả cá và surimi)	27.659.573	2,6	+81,9
	Cá ngừ (thuộc mã 03 & 16)	214.880.753	20,1	+16,8
	Cá tra chế biến (thuộc mã 16)	38.585	0,004	
	Cá tra sống/tươi/đông lạnh/ khô (thuộc mã 03) (trừ cá thuộc mã	581.220	0,1	+277,6
	Cá tra thuộc mã 0304 (trừ sản phẩm chả cá và surimi)	7.529.563	0,7	+49,7
	Cá tra (thuộc mã 03 & 16)	8.149.368	0,8	+57,2
	Cua ghe và động vật giáp xác khác chế biến (thuộc mã 16)	611.236	0,1	+192,0
	Cua ghe & động vật giáp xác khác khô/muối/sống/tươi/đông lạnh (mã	21.749.648	2,0	-5,7
	Cua ghe và giáp xác khác (mã HS03 & 16)	22.360.884	2,1	-3,9
	Bạch tuộc chế biến (thuộc mã 16)	356.363	0,03	+137,7
	Bạch tuộc khô/muối/sống/tươi/đông lạnh (thuộc mã 03)	7.868.994	0,7	+20,8
	Mực chế biến khác (thuộc mã 16)	142.116	0,01	+16,9
	Mực khô, nướng, (thuộc mã 03), kể cả mực sấy ăn liền thuộc mã 16	642.496	0,1	+126,3
	Mực sống/tươi/đông lạnh (thuộc mã 03)	25.227.980	2,4	-24,8
	Nhuyễn thể chân đầu (thuộc mã 0307 & 16)	34.237.949	3,2	-15,7
	Ngao giống	25.248	0,002	-59,8
	Nhuyễn thể (trừ mực và bạch tuộc) sống/tươi/đông lạnh thuộc mã	10.226.787	1,0	-35,3
	Nhuyễn thể chế biến (trừ mực và bạch tuộc) thuộc mã 160590	1.049.621	0,1	-26,3
	Nhuyễn thể HMV (thuộc mã 0307 & 16)	11.301.656	1,1	-34,7
	Nhuyễn thể khác (hải sâm, hải quỳ, nhím biển, sao biển, trùn biển...)	414.973	0,04	+6,2
	Nhuyễn thể khác (trừ mực, bạch tuộc và NT 2 mảnh vỏ)	414.973	0,04	+6,2
	Tôm chân trắng chế biến (thuộc mã 16)	8.244.873	0,8	+5,3
	Tôm chân trắng sống/tươi/đông lạnh (thuộc mã 03)	280.696.518	26,3	+8,0
	Tôm giống	15.563.460	1,5	-22,2
	Tôm loại khác chế biến khác (thuộc mã 16)	1.000.512	0,1	-3,1
	Tôm loại khác khô (thuộc mã 03)	344.208	0,03	+3.725,2
	Tôm loại khác sống/tươi/đông lạnh (thuộc mã 03)	31.705.478	3,0	-23,3
	Tôm sú chế biến khác (thuộc mã 16)	1.949.715	0,2	+205,9
	Tôm sú sống/tươi/đông lạnh (thuộc mã 03)	86.426.679	8,1	-40,8

Tôm các loại (thuộc mã 03 & 16)	425.931.443	39,9	-10,7
Tổng:	1.068.176.368	100,0	+0,5

NHẬP KHẨU THUỸ SẢN CỦA VIỆT NAM TỪ CÁC THỊ TRƯỜNG NĂM 2015				
Nguồn: VASEP (theo số liệu Hải quan Việt Nam)				
STT	Xuất xứ	GT (USD)	Tỷ lệ GT (%)	So sánh cùng kỳ (%)
ASEAN		114.415.287	10,7	-7,5
1	Việt Nam (trả về hoặc TNTX)	58.964.788	5,5	50,1
2	Indonesia	27.248.894	2,6	-38,1
3	Thái Lan	13.904.895	1,3	-18,2
4	Singapore	4.835.395	0,5	1,3
5	Philippines	4.748.905	0,4	-48,1
6	Malaysia	2.906.475	0,3	-34,8
7	Myanmar	1.803.203	0,2	-64,0
8	Brunei	2.732	0,0003	-92,9
EU		72.321.850	6,8	9,0
9	Anh	18.222.810	1,7	16,8
10	Ba Lan	16.661.575	1,6	-34,4
11	Đan Mạch	13.416.721	1,3	-0,5
12	Tây Ban Nha	11.933.262	1,1	139,9
13	Pháp	3.927.029	0,4	24,2
14	Ireland	1.674.500	0,2	37,9
15	Lithuania	1.281.029	0,1	432,3
16	Áo	1.198.368	0,1	133,9
17	Hà Lan	1.025.653	0,1	8,9
18	Estonia	948.050	0,1	486,3
19	Bulgaria	529.624	0,05	176,4
20	Phần Lan	466.992	0,04	596,8
21	Bi	421.448	0,04	
22	Đức	408.819	0,04	53,4
23	Bồ Đào Nha	203.689	0,02	50,9
24	Italy	1.948	0,0002	307,2
25	Hàn Quốc	60.380.255	5,7	53,6
26	Nhật Bản	65.561.828	6,1	6,5
TQ và HK		53.550.417	5,0	28,1
27	Trung Quốc	53.423.095	5,0	27,9
28	Hồng Kông	127.323	0,01	547,1
29	Mỹ	32.256.646	3,0	-4,3
Các TT khác		669.689.908	62,7	-3,4
30	An Độ	322.225.308	30,2	-8,8
31	Đài Loan	88.993.436	8,3	20,0
32	Na Uy	78.877.105	7,4	19,3
33	Nga	36.459.402	3,4	12,3
34	Chile	30.346.366	2,8	-16,1
35	Ecuador	15.884.064	1,5	-29,7
36	Canada	14.319.783	1,3	-27,2
37	Kiribati	11.292.392	1,1	39,7
38	Argentina	9.990.590	0,9	-15,7

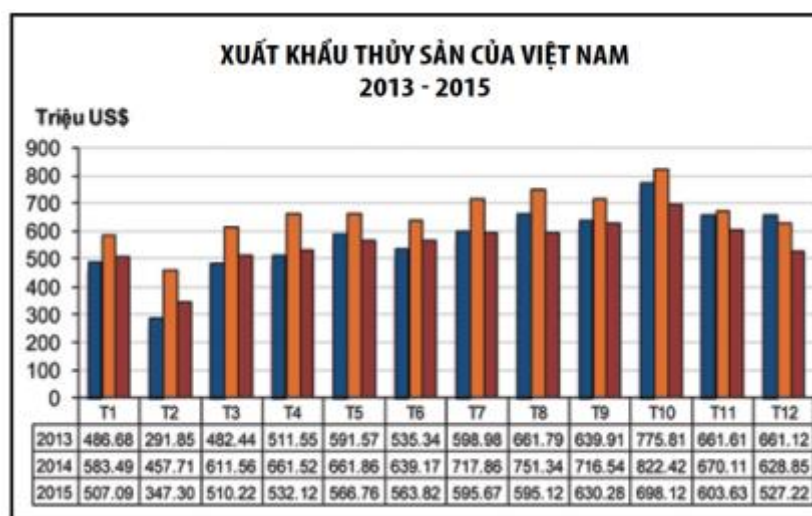
39	Australia	5.713.175	0,5	80,7
40	New Zealand	5.615.088	0,5	-11,4
41	Micronesia	4.969.423	0,5	-21,7
42	Papua New Guinea	3.694.428	0,3	77,7
43	Fiji	3.551.146	0,3	30,9
44	Mexico	3.334.219	0,3	294,1
45	Pakistan	3.138.220	0,3	-42,4
46	QĐ. Marshall	2.874.110	0,3	-51,3
47	Seychelles	2.832.240	0,3	266,9
48	Mauritius	2.505.383	0,2	53,3
49	QĐ. Solomon	2.340.197	0,2	160,4
50	Đảo Faroe	2.086.452	0,2	-60,9
51	Vanuatu	1.875.184	0,2	-82,8
52	Cape Verde	1.588.315	0,1	
53	Tuvalu	1.289.389	0,1	18,8
54	Venezuela	1.253.767	0,1	
55	Arập Xêut	1.094.134	0,1	361,1
56	Panama	1.083.501	0,1	
57	Belize	1.010.849	0,1	-32,0
58	Guinea	952.624	0,1	1.805,2
59	El Salvador	855.602	0,1	
60	Iceland	774.735	0,1	-39,3
61	Senegal	759.173	0,1	304,3
62	Greenland	670.062	0,1	-67,2
63	Oman	606.200	0,1	-36,3
64	Peru	518.297	0,05	-17,1
65	Antigua và Barbuda	434.979	0,04	
66	Maldives	423.364	0,04	617,8
67	Nicaragua	378.462	0,04	
68	Bangladesh	366.340	0,03	-82,3
69	Israel	329.327	0,03	-85,4
70	QĐ. Christmas	308.160	0,03	
71	Ghana	248.452	0,02	
72	UAE	221.000	0,02	309,3
73	Đảo Cook	212.213	0,02	5,6
74	Mozambique	178.580	0,02	-21,1
75	Mauritania	161.150	0,02	-53,7
76	Bahrain	159.525	0,01	
77	Triều Tiên	153.306	0,01	-80,3
78	Honduras	149.891	0,01	-48,4
79	Tanzania	141.600	0,01	-52,6
80	Uruguay	108.992	0,01	245,7
81	Iran	103.844	0,01	-93,6
82	Uganda	89.196	0,01	395,5
83	Morocco	73.675	0,01	-73,5
84	Nam Phi	49.498	0,005	-89,1
85	Kenya	24.000	0,002	47,9
	TỔNG	1.068.176.368	100,0	0,5

III. Xuất khẩu

Sau khi tăng mạnh vào năm 2014 nhờ nhu cầu nhập khẩu tăng, nguồn cung giảm, năm 2015, các yếu tố này đảo ngược xu hướng khiến cho xuất khẩu thủy sản Việt Nam cũng đảo chiều, giảm 16%, thậm chí giảm nhẹ 2,2% so với năm 2013. Trong suốt 16 năm qua, đây là mức giảm sâu nhất.



Thị trường tiêu thụ kém, giá xuất khẩu hạ và biến động giảm giá của các đồng ngoại tệ so với USD đã tác động mạnh đến xuất khẩu thủy sản Việt Nam, ảnh hưởng sâu nhất là mặt hàng tôm. Xuất khẩu tôm liên tục giảm 25 – 30% trong năm 2015. - Tháng cao điểm nhất của năm 2015 là tháng 10, xuất khẩu thủy sản đạt 698 triệu USD, giảm so với 822 triệu USD cùng kỳ năm 2014. Xuất khẩu trong tất cả các tháng đều thấp hơn 14- 25% so với cùng kỳ năm trước.

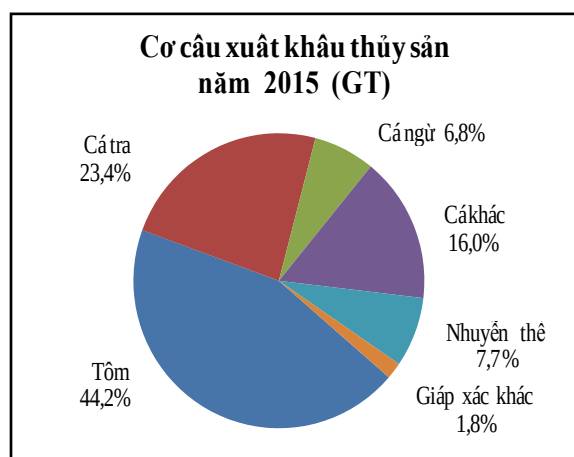


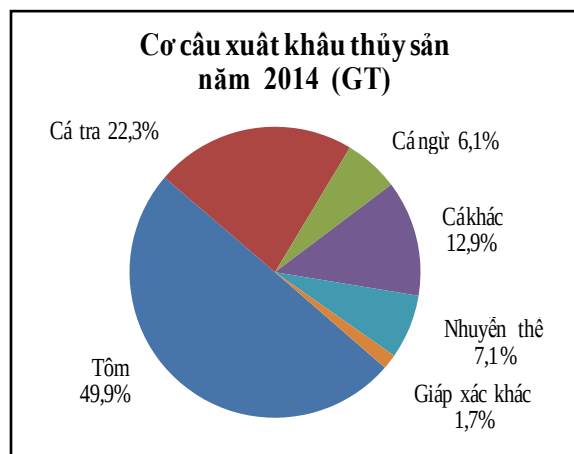
Giá trị xuất khẩu thủy sản trong quý IV tương đương với quý III, đạt trên 1,82 tỷ USD, giảm gần 14% so với cùng kỳ năm 2014. Xuất khẩu trong quý I đạt 1,3 tỷ USD, quý II tăng lên 1,6 tỷ USD.

1. Sản phẩm xuất khẩu chính

Mặc dù sụt giảm mạnh nhưng tôm tiếp tục giữ ngôi vị số 1 với tỷ trọng giá trị xuất khẩu 44% (giảm so với năm 2014 là 50,2%), trong khi cá tra, cá ngừ, hải sản khác chiếm tỷ trọng cao hơn so với năm ngoái: cá tra từ 22% lên 23,4%, cá ngừ từ 6,1% lên 6,8%.

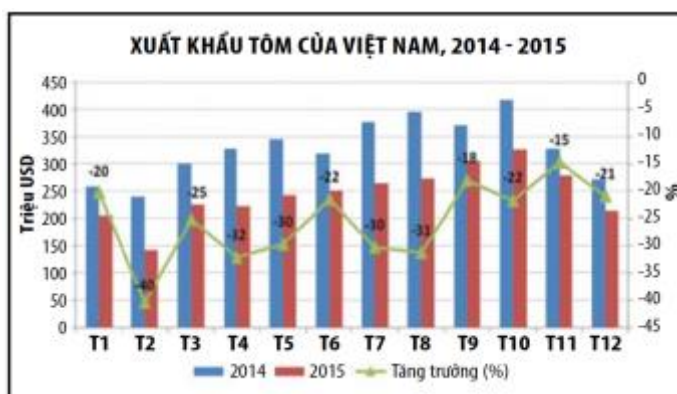
SẢN PHẨM THỦY SẢN XUẤT NĂM 2015 (TRIỆU USD)							
Sản phẩm	QI 2015	QII 2015	QIII 2015	QIV 2015	% tăng, giảm	2015	% tăng, giảm
Tôm các loại (mã HS 03 và 16)	573,954	716,209	840,846	821,361	-19,2	2.952,371	-25,3
- Tôm chân trắng	339,985	414,524	485,269	502,629	-16,5	1.742,408	-24,6
- Tôm sú	178,193	243,835	289,422	251,819	-26,8	963,270	-30,5
Cá tra (mã HS 03 và 16)	356,851	393,146	408,394	406,779	-17,3	1.565,170	-11,5
Cá ngừ (mã HS 03 và 16)	104,310	120,415	117,000	113,247	-6,6	454,972	-6,0
- mã HS 16	51,941	51,411	52,381	53,117	-16,0	208,850	-10,1
- mã HS 03	52,369	69,004	64,619	60,131	+3,6	246,123	-2,3
Mực và bạch tuộc (mã HS 0307)	86,963	111,610	114,337	116,284	-12,3	429,194	-11,2
Hải sản khác (mã HS 03 và 16)	242,539	321,324	340,500	371,310	+3,5	1.170,893	+2,0
TỔNG	1.364,617	1.662,705	1.821,077	1.828,981	-13,8	6.572,600	-16,1





Tôm

Năm 2015 xuất khẩu tôm giảm mạnh nhất với 25,3%, đạt 2,95 tỷ USD và chiếm 44%. Trong đó, xuất khẩu tôm chân trắng vẫn chiếm 59% với 1,74 tỷ USD, giảm 25% so với năm ngoái. Xuất khẩu tôm sú chiếm 32,6% với 963 triệu USD, giảm 30,5%.



Xuất khẩu tôm trong quý IV đạt 821 triệu USD, giảm 19%, trong đó tôm chân trắng đạt 503 triệu USD, giảm 16,5%, xuất khẩu tôm sú giảm 26,8% đạt 252 triệu USD.

Năm 2015, tôm Việt Nam được xuất khẩu sang 95 thị trường. Xuất khẩu sang các thị trường chính đều giảm đáng kể: Mỹ (-38%), EU (-19,7%), Nhật Bản (-21%), Trung Quốc (-15%), Hàn Quốc (-21%)...

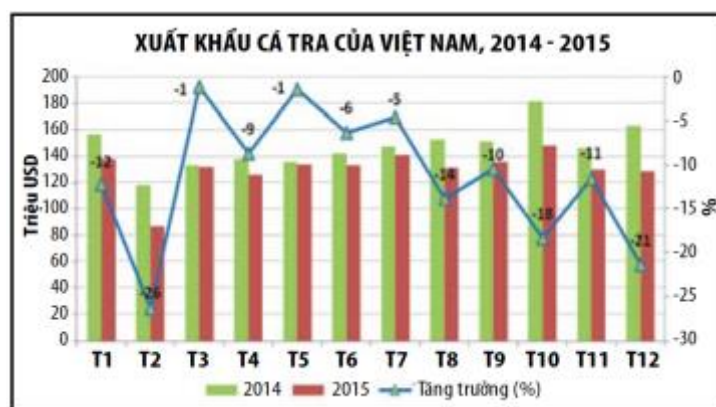
Năm 2014, xuất khẩu tôm gặp thuận lợi do sản lượng trong nước và nhập khẩu tăng; sản lượng và xuất khẩu của Trung Quốc và Thái Lan giảm, giá trung bình xuất khẩu tăng. Sang năm 2015, tình hình hoàn toàn đảo ngược: giá xuất khẩu giảm mạnh, sản lượng của Ấn Độ tăng mạnh, giá tôm của Ấn Độ cạnh tranh tại thị

trường Mỹ và đồng nội tệ của các nước cạnh tranh như Ấn Độ, Thái Lan, Trung Quốc, Indonesia giảm giá so với USD với tỷ lệ giảm mạnh hơn nhiều so với tỷ giá của đồng VNĐ so với USD.

Năm 2014, Việt Nam đứng đầu thế giới về giá trị xuất khẩu tôm, chiếm 15,2% thị phần, trên Ấn Độ và Ecuador, Trung Quốc, Indonesia và Thái Lan. Năm 2015, Việt Nam đã nhường vị trí cho Ấn Độ với giá trị xuất khẩu 3 quý đầu năm thấp hơn 10,6% so với của Ấn Độ. Thậm chí Việt Nam trở thành thị trường nhập khẩu tôm lớn thứ 2 của Ấn Độ, chỉ sau thị trường Mỹ với khối lượng khoảng 50 nghìn tấn trong 3 quý đầu năm, giá trị 374 triệu USD.

Cá tra

Sau khi tăng nhẹ năm 2014, bước sang năm 2015, xuất khẩu cá tra có xu hướng giảm liên tục qua các tháng. Xuất khẩu cá tra năm 2015 đạt 1,56 tỷ USD, giảm 11,5%, chiếm 23,8% tổng giá trị xuất khẩu. Như vậy, sau 4 năm liên tiếp duy trì xuất khẩu quanh mức 1,7 tỷ USD, xuất khẩu năm 2015 có chiều hướng giảm rõ rệt hơn.



Năm 2015, Việt Nam xuất khẩu cá tra sang 142 thị trường và xuất khẩu sang hầu hết các thị trường đều giảm. Trong đó, xuất khẩu sang EU giảm 17%, Mỹ giảm 6,3%, Mexico giảm 16,8%... Riêng xuất khẩu cá tra sang Trung Quốc duy trì tăng trưởng ổn định 43%.

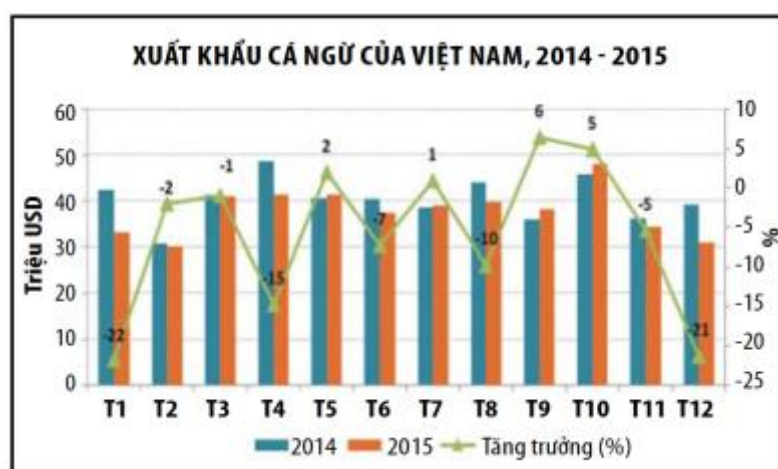
Xuất khẩu cá tra trong quý IV/2015 đạt 407 triệu USD, giảm 17%. Nhu cầu nhập khẩu ở các thị trường chính, nhất là EU không thể hồi phục khi đồng Euro mất giá thê thảm so với USD, khiến các nhà nhập khẩu hoặc hạn chế mua hàng, hoặc tìm cách hạ giá.

Nhu cầu cá tra tại thị trường Mỹ có thể vẫn cao. Tuy nhiên kết quả cuối cùng thuế CBPG cá tra POR 10 và kết quả sơ bộ POR 11 mà DOC Mỹ công

bổ năm 2015 đều bất lợi cho doanh nghiệp cá tra Việt Nam. Với kết quả POR 10 thuế CBPG áp dụng cho doanh nghiệp cá tra Việt Nam là gần 1 USD/ kg, doanh nghiệp khó có thể duy trì được thị trường. Hiện nay chỉ còn hơn chục doanh nghiệp xuất khẩu cá tra sang thị trường Mỹ. Với mức thuế sơ bộ 0,6 USD/kg cho POR 11 nếu công bố chính thức cũng sẽ tiếp tục gây khó cho doanh nghiệp xuất khẩu sang thị trường này.

Cá ngừ

Xuất khẩu cá ngừ tiếp tục xu hướng giảm từ năm 2013 đến nay. Năm 2015, Việt Nam xuất khẩu cá ngừ sang 107 thị trường đạt 455 triệu USD, giảm 6% so với năm 2014. Xuất khẩu cá ngừ trong quý IV/2015 đạt 113 triệu USD, giảm 6,6%, trong đó cá ngừ tươi/sống/ đông lạnh đang có dấu hiệu hồi phục, tăng 3% đạt 60 triệu USD, sau khi tăng 13% trong quý III đạt gần 65 triệu USD. Trong khi đó, xuất khẩu cá ngừ chế biến ngày càng giảm, giảm 16% đạt 53 triệu USD năm 2015, xuất khẩu sang EU và Nhật Bản tiếp tục giảm sâu (lần lượt giảm 28% và 9,5%). Đồng Euro và đồng Yên mất giá các làm cho nhu cầu nhập khẩu vào 2 thị trường này yếu hơn sau khi sụt giảm mạnh trong 2 năm qua.



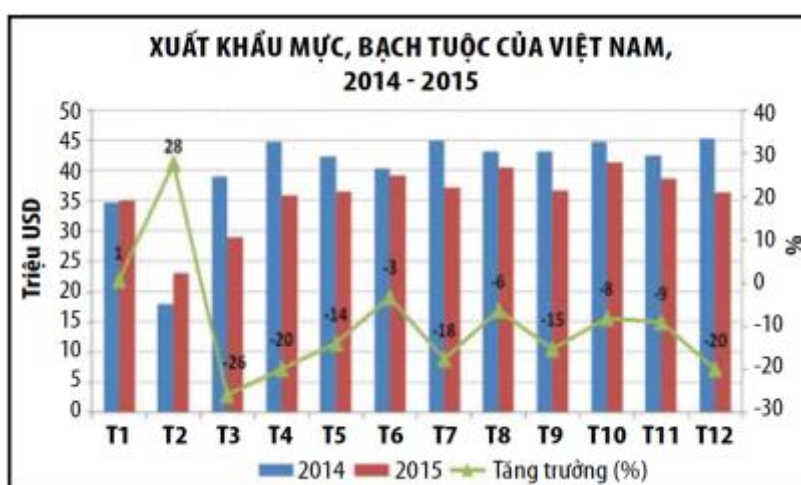
Tuy nhiên, xuất khẩu sang Mỹ lại tăng 8,5% có thể do đồng USD tăng giá khiến doanh nghiệp chuyển hướng sang thị trường này. Trên 50% sản phẩm cá ngừ xuất khẩu sang thị trường này là cá ngừ đóng hộp, đóng bao hoặc đóng túi. Hiện nay có khoảng trên 20 doanh nghiệp xuất khẩu cá ngừ sang thị trường Mỹ.

Mực, bạch tuộc và hải sản khác

Xuất khẩu mực, bạch tuộc năm 2015 đạt 429 triệu USD, giảm hơn 11% so với năm 2014, chiếm 6,5% giá trị xuất khẩu thủy sản. Trong đó, xuất khẩu mực chiếm 55% với 236 triệu USD, giảm 15%, bạch tuộc chiếm 45% với 193 triệu USD, giảm 5%.

Xuất khẩu mực, bạch tuộc trong quý IV/2015 đạt 116 triệu USD, giảm 12% so với cùng kỳ năm 2014.

Giá trị xuất khẩu mực, bạch tuộc năm 2015 ở mức thấp nhất trong 5 năm qua. Xuất khẩu chỉ tăng trong tháng 1 và tháng 2, sau đó liên tục sụt giảm qua các tháng.



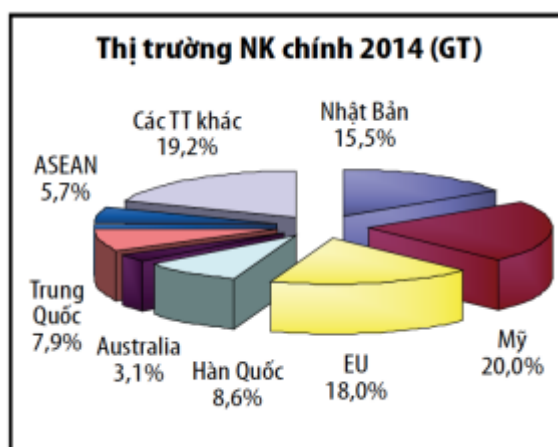
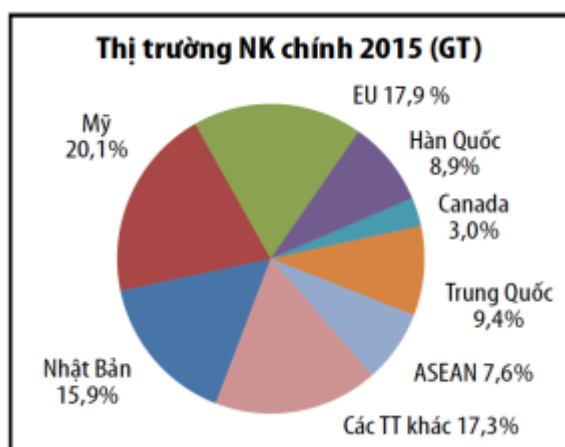
Năm nay, xuất khẩu sang các thị trường chính đều giảm đáng kể: EU giảm mạnh nhất 23,7%, Hàn Quốc giảm 6,2%, ASEAN giảm 9,6%, Nhật Bản giảm 9,5%...

Các đồng nội tệ tại các thị trường tiêu thụ chính giảm khiến nhập khẩu của các nước này sụt giảm, trừ thị trường Mỹ.

Năm 2015, xuất khẩu cá biển và các mặt hàng hải sản khác ngoài cá ngừ và mực, bạch tuộc đạt 1,17 tỷ USD, tăng 2%. Xuất khẩu trong quý IV đạt 371 triệu USD, tăng 3,5%.

2. Thị trường xuất khẩu chính

Năm 2015, Việt Nam xuất khẩu thủy sản sang 164 thị trường trên thế giới. Mỹ, Nhật Bản giảm tỷ trọng, EU vẫn giữ nguyên, trong khi Trung Quốc, Hàn Quốc và ASEAN đều tăng tỷ trọng trong tổng xuất khẩu thủy sản Việt Nam.

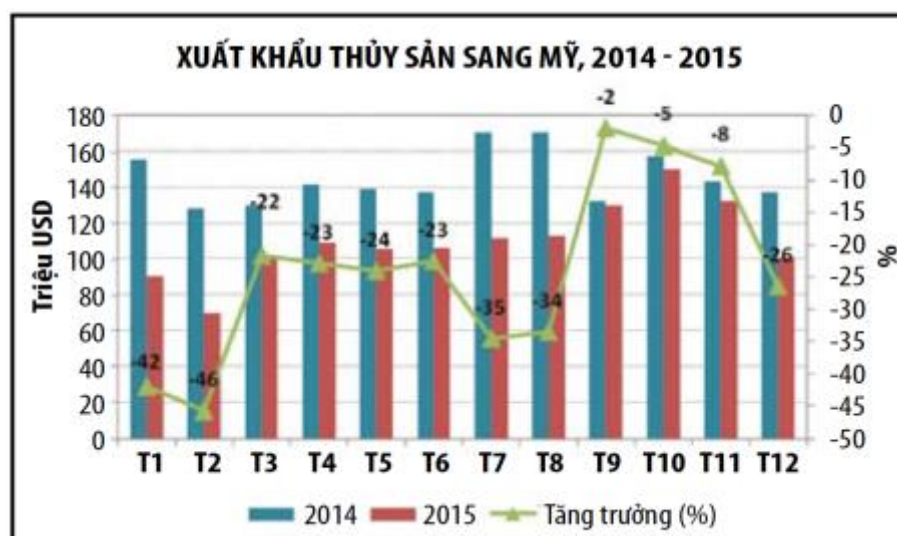


XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM SANG CÁC THỊ TRƯỜNG (triệu USD)							
Thị trường	QI/2015	QII/2015	QIII/2015	QIV/2015	% tăng/ giảm	2015	% tăng, giảm
Mỹ	261,522	321,719	354,891	383,752	-12,5	1.321,884	-24,2
EU	251,077	300,183	321,039	302,987	-18,6	1.175,287	-17,8
Anh	37,302	48,074	58,054	59,333	+107,9	202,763	+30,5
Đức	50,593	48,128	51,008	45,228	+44,7	194,958	-6,8
Hà Lan	34,913	46,756	47,890	43,570	-28,9	173,129	-24,5
Italy	22,417	34,299	32,702	27,517	-12,5	116,935	-18,4
Pháp	25,497	28,582	29,755	29,053	-20,2	112,888	-21,6
Ngày Bản	193,047	268,412	298,122	283,262	-18,7	1.042,843	-13,9
Trung Quốc	125,954	143,090	166,668	179,494	+21,4	615,207	+3,0
Hồng Kông	33,339	38,291	39,302	43,190	+9,4	154,122	+2,5
Hàn Quốc	119,604	146,153	151,698	167,646	-10,8	585,101	-11,7
ASEAN	106,566	128,105	131,121	133,437	+7,5	499,228	+10,2
Canada	37,766	46,561	61,727	51,086	-42,3	197,140	-26,5
Australia	37,047	41,990	51,974	47,941	-26,9	178,952	-25,2
Đài Loan	24,089	32,954	35,410	27,340	-21,3	119,793	-19,0
Mexico	30,443	14,732	28,904	35,752	-18,7	109,831	-12,3
Các TT khác	177,503	218,806	219,524	216,283	-19,8	727,335	-24,1
Tổng	1.364,617	1.662,705	1.821,077	1.828,981	-13,8	6.572,600	-16,1

Mỹ

Mỹ vẫn là thị trường nhập khẩu lớn nhất, chiếm 20,7% giá trị xuất khẩu thủy sản, 22,3% xuất khẩu tôm, 20% xuất khẩu cá tra, 41,8% xuất khẩu cá ngừ của Việt Nam.

Xuất khẩu thủy sản sang Mỹ năm 2015 đạt 1,32 tỷ USD, giảm 24% so với năm 2014. Trong đó tôm chiếm 49,7%, cá tra 23,9%, cá ngừ 14,4%.



SẢN PHẨM THỦY SẢN XK SANG MỸ (triệu USD)					
Sản phẩm		2014	2015	% tăng, giảm	Tỷ trọng (%)
TỔNG		1.744,452	1.321,844	-24,2	100
Cá tra	Tổng	336,803	315,496	-6,3	23,9
	HS16	0,320	0,161	-49,6	0,01
	HS03	336,483	315,335	-6,3	23,9
Tôm	Tổng	1.064,049	657,042	-38,3	49,7
	HS16	486,898	348,082	-28,5	26,3
	HS03	577,151	308,960	-46,5	23,4
Cá ngừ	Tổng	175,217	190,164	+8,5	14,4
	HS16	79,673	77,228	-3,1	5,8
	HS03	95,544	112,936	+18,2	8,5
Nhuận thế		13,582	14,389	+5,9	1,1
Cua ghe		70,275	57,684	-17,9	4,4
Cá biển		84,525	87,110	+3,1	6,6

Xuất khẩu thủy sản sang thị trường Mỹ trong quý IV/2015 giảm 12,5% đạt 384 triệu USD.

Kết quả thuế CBPG POR 10 với mức 0,97 USD/kg và kết quả sơ bộ POR 11 với mức 0,6 USD/kg đã tác động giảm xuất khẩu cá tra sang Mỹ. Tuy nhiên, năm nay thuế CBPG tôm POR 9 với mức 0,91%, thấp hơn nhiều so với POR 8 lại có lợi cho doanh nghiệp xuất khẩu tôm sang thị trường này.

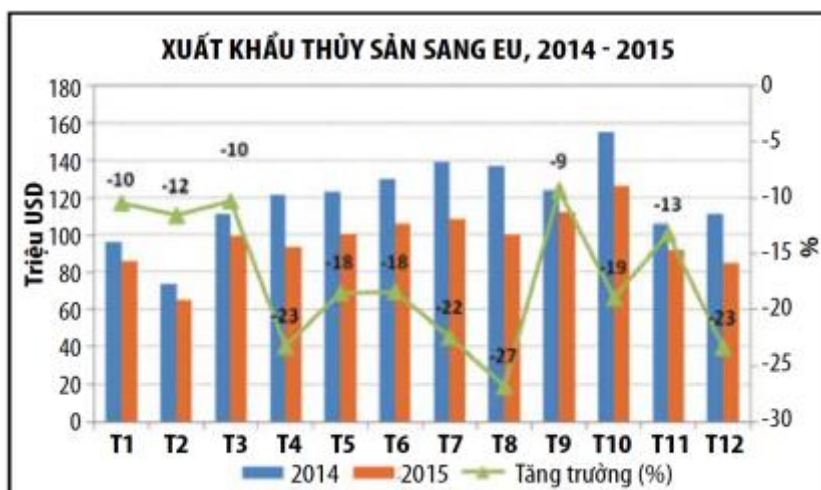
Trong 11 tháng đầu năm 2015, nhập khẩu thủy sản vào Mỹ đạt 2,45 triệu tấn với giá trị 17,5 tỷ USD, tăng 2,1% về khối lượng nhưng giảm 7,5% về giá trị. Giá trị nhập khẩu giảm do đồng USD tăng giá và giá tôm giảm.

Nhập khẩu tôm đạt 531.172 tấn (tăng 2,1%) với giá trị đạt 4,96 tỷ USD (giảm 19,2%). Nhập khẩu cá ngừ đạt đến 248,3 nghìn tấn (giảm trị giá 6%), với giá trị 1,36 tỷ USD (giảm 4,4%). Ước tính, tổng nhập khẩu thủy sản của Mỹ năm 2015 đạt khoảng 18,7 tỷ USD, giảm gần 7% so với 20,1 tỷ USD năm 2014. Tiêu thụ thủy sản của Mỹ năm 2015 tính theo bình quân đầu người có thể đạt trên 15 pao. Việt Nam là nguồn cung cấp thủy sản đứng thứ 5 cho thị trường Mỹ, chiếm 7% thị phần về giá trị. Trung Quốc đứng đầu với gần 14% thị phần, tiếp đến là Canada, Indonesia và Chile. Nhập khẩu từ các nước châu Á đều bị giảm về giá trị, chủ yếu do giá tôm trung bình giảm, trong đó giá trị nhập khẩu từ Việt Nam giảm mạnh nhất (-20%).

Năm 2014, Việt Nam là nguồn cung cấp tôm lớn thứ 3 cho thị trường Mỹ, chiếm 15% thị phần sau Ấn Độ (20,6%) và Indonesia (19,7%). Năm 2015, vị trí thứ 3 vẫn thuộc về Việt Nam nhưng thị phần đã giảm xuống còn gần 12%, trong khi Ấn Độ tăng lên 22,7% và Indonesia tăng lên 21,5%.

EU

EU duy trì vị trí thứ 2 trong các thị trường nhập khẩu thủy sản Việt Nam, chiếm 18,4% giá trị xuất khẩu thủy sản, 18,6% xuất khẩu tôm, 18,2% xuất khẩu cá tra, 21,4% cá ngừ, 14,3% mực bạch tuộc của Việt Nam. Xuất khẩu thủy sản sang EU năm 2015 đạt 1,17 tỷ USD, giảm 17,8% so với năm 2014. Trong đó, tôm chiếm 46,7%, cá tra chiếm 24%, cá ngừ 8,3%, mực bạch tuộc 9,6%... Xuất khẩu thủy sản sang thị trường EU trong quý IV/2015 đạt 303 triệu USD, giảm 18,6%. Nhu cầu tiêu thụ chưa kịp hồi phục thì đồng Euro mất giá liên tục so với đồng USD càng làm cho nhập khẩu thủy sản vào thị trường EU giảm sâu.



SẢN PHẨM THỦY SẢN XK SANG EU (triệu USD)					
Sản phẩm		2014	2015	% tăng, giảm	Tỷ trọng (%)
TỔNG		1.428,971	1.175,287	17,8	100
Cá tra	Tổng	344,290	285,101	-17,2	24,3
	HS16	8,677	8,220	-5,3	0,7
Tôm	HS03	335,613	276,881	-17,5	23,6
	Tổng	682,748	548,582	-19,7	46,7
	HS16	247,519	252,621	+2,1	21,5
Cá ngừ	HS03	435,229	295,961	-32,0	25,2
	Tổng	135,215	97,375	-28,0	8,3
	HS16	65,094	50,520	-22,4	4,3
Nhuyễn thể	HS03	70,121	46,855	-33,2	4,0
	Tổng	135,611	113,225	-16,5	9,6
Cua ghe		26,000	20,978	-19,3	1,8
		105,108	110,026	+4,7	9,4

10 tháng đầu năm 2015, nhập khẩu thủy sản vào EU đạt khoảng 38 tỷ USD, giảm 12,5% so với cùng kỳ năm 2014. Ước xuất khẩu thủy sản cả năm 2015 đạt khoảng 46 tỷ USD, giảm 8% so với năm 2014. Trong đó Anh là thị trường tiêu thụ thủy sản lớn nhất trong khối, chiếm tỷ trọng 12-13% giá trị nhập khẩu thủy sản hàng tháng của EU với 4,6 tỷ USD trong 10 tháng đầu 2015.

Cá đông lạnh phile mã HS 0304 vẫn được EU tiêu thụ nhiều nhất trong các sản phẩm thủy sản, chiếm trung bình khoảng 20% giá trị nhập khẩu thủy sản của khối này. Trung bình mỗi tháng EU nhập khẩu khoảng 750 triệu USD sản phẩm cá phile đông lạnh.

Nhu cầu cá đông lạnh tại châu Âu vẫn ở mức cao, nhất là khu vực Đông Âu. Người tiêu dùng quan tâm nhiều hơn đến vấn đề phát triển bền vững nghề cá và nuôi trồng thủy sản. Do đó, chứng nhận bền vững là một yêu cầu để tiếp cận thị trường. Trong ngắn hạn, điều này mới áp dụng cho thị trường cao cấp ở Bắc Âu và Tây Âu. Về lâu dài, các chứng nhận sẽ được áp dụng cho các phân khúc khác và phần còn lại của châu Âu.

Chứng nhận bền vững đối với các loài cá thịt trắng ngày càng trở nên quan trọng và dự kiến sẽ trở thành một yêu cầu đối với thị trường Bắc và Tây Âu. Từ năm 2014, tại châu Âu, hầu hết các sản phẩm cá thịt trắng đều được chứng nhận ASC (chủ yếu là cá tra và cá rô phi). Trong đó, Hà Lan có 250 sản phẩm, Thụy Sĩ có 200 sản phẩm và Đức có 170 sản phẩm.

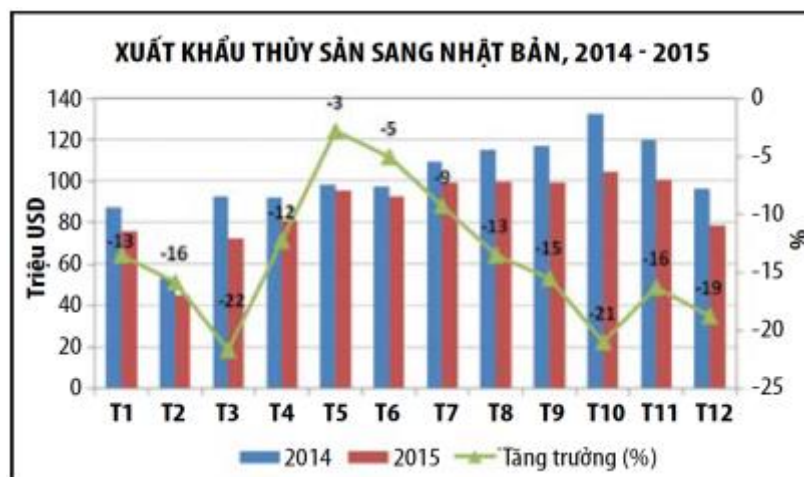
Do áp lực về giá, về lâu dài, châu Âu sẽ tăng nhập khẩu cá chế biến từ các nước đang phát triển. Nếu có thể cung ứng sản phẩm cá giá trị gia tăng chất lượng cao, doanh nghiệp có cơ hội kinh doanh tốt tại thị trường này.

Sản phẩm đóng gói chân không sát da (skin packaging) đang thu hút người mua. Một cách khác là đóng vào túi hơi (steaming bag): túi này có thể được đưa vào lò vi sóng.

Nhật Bản

Là thị trường lớn thứ 3, chiếm 16,3% tỷ trọng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam, chiếm 19,5% xuất khẩu tôm, 23,6% xuất khẩu mực, bạch tuộc, 4,5% xuất khẩu cá ngừ, 12% xuất khẩu surimi.

Năm 2015, tổng xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang Nhật Bản đạt trên 1 tỷ USD, giảm gần 14% so với năm 2014. Trong đó, tôm chiếm tỷ trọng lớn nhất 56%, mực, bạch tuộc chiếm 10,7%, cá ngừ 2% và cá biển khác (trừ cá ngừ) gần 28%. Xuất khẩu thủy sản sang Nhật Bản trong quý IV đạt 283 triệu USD, giảm 18,7%. Hiệp định TPP mới được ký kết với tỷ lệ cắt giảm các dòng thuế về 0% ngay lập tức với các mặt hàng như cá ngừ vây vàng, cá ngừ sọc dưa, tôm, cua, hy vọng xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường Nhật Bản sẽ khởi sắc hơn trong thời gian tới.



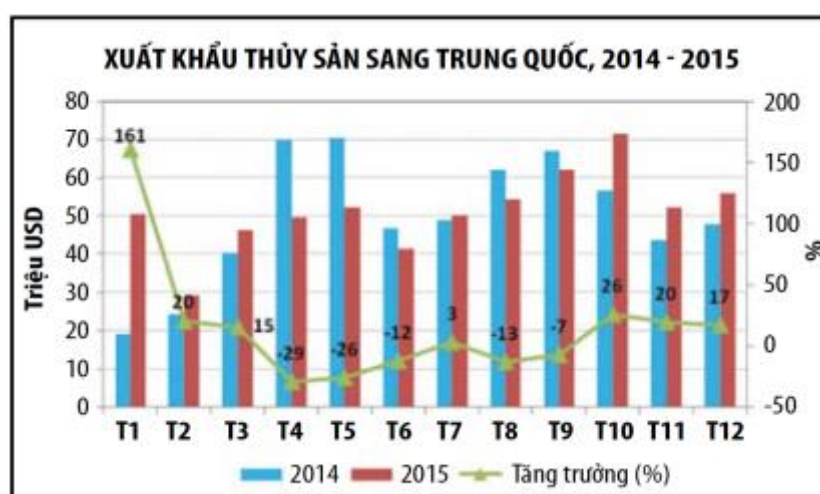
SẢN PHẨM THỦY SẢN XK SANG NHẬT BẢN (triệu USD)					
Sản phẩm		2014	2015	% tăng, giảm	Tỷ trọng (%)
TỔNG		1.211,059	1.042,843	-13,9	100
Cá tra	Tổng	10,812	9,522	-11,9	0,9
	HS16	0,026	0,421	+1.544,4	0,04
	HS03	10,787	9,101	-15,6	0,9
Tôm	Tổng	743,439	584,269	-21,4	56,0
	HS16	275,264	225,427	-18,1	21,6
	HS03	468,175	358,842	-23,4	34,4
Cá ngừ	Tổng	22,564	20,426	-9,5	2,0
	HS16	6,493	7,509	+15,6	0,7
	HS03	16,072	12,917	-19,6	1,2
Nhuyễn thể		121,133	111,316	-8,1	10,7
Cua ghe		19,740	25,593	+29,7	2,5
Cá biển		293,371	291,717	-0,6	28,0

Nhập khẩu thủy sản của Nhật Bản (bao gồm cả bột cá) 11 tháng đầu năm 2015 đạt 215.997 tấn, chỉ tăng 0,2% so với cùng kỳ năm 2014. Giá nhập khẩu trung bình đạt 5,94 USD/kg, tăng nhẹ so với mức 5,87 USD/kg của năm 2014. Nhập khẩu cá hồi trout và cá hồi salmon tăng 27% lên 20.376 tấn. Nhập khẩu cá ngừ vây vàng tăng 33,5% lên 5.486 tấn. Nhập khẩu surimi cá minh thái tăng 16,5% lên 9.539 tấn. Nhập khẩu cá ngừ tăng 89,7% lên 2.845 tấn. Ngược lại, nhập khẩu tôm giảm 8,3% còn 15.111 tấn. Nhập khẩu mực giảm 19% còn 6.014 tấn. Nhập khẩu cua giảm 11,3% còn 4.937 tấn. Nhập khẩu bột cá giảm 29,2% còn 13.155 tấn.

Trung Quốc và Hồng Kông

Là thị trường nhập khẩu thủy sản đơn lẻ đứng thứ 3 của Việt Nam, sau Mỹ và EU, chiếm 9,6% xuất khẩu thủy sản, 11,9% xuất khẩu tôm, 10,3% xuất

khẩu cá tra, 5% xuất khẩu mực, bạch tuộc... xuất khẩu thủy sản sang Trung Quốc tăng mạnh trong quý I, sau đó sụt dốc rất nhanh trong quý II do năm 2014, xuất khẩu cao đột biến vào tháng 4 và tháng 5 với 70 triệu USD/tháng, năm nay xuất khẩu chỉ duy trì ở mức trung bình 50 – 60 triệu USD/ tháng. Quý IV/2015, xuất khẩu thủy sản sang Trung Quốc đạt 179 triệu USD, tăng 21,4%. Xuất khẩu thủy sản năm 2015 sang Trung Quốc đạt 615 triệu USD, tăng 3% so với năm 2014. Trong đó, xuất khẩu tôm chiếm 57%, giảm so với tỷ trọng 73% năm 2014. Tổng giá trị xuất khẩu tôm sang Trung Quốc đạt 350 triệu USD, giảm 15% so với năm 2014.



SẢN PHẨM THỦY SẢN XK SANG TRUNG QUỐC (triệu USD)					
Sản phẩm		2014	2015	% tăng, giảm	Tỷ trọng (%)
TỔNG		597,136	615,207	+3,0	100
Cá tra	Tổng	113,152	161,522	+42,7	26,3
	HS16	935	544	-41,8	0,1
	HS03	112,217	160,978	+43,5	26,2
Tôm	Tổng	414,065	350,366	-15,4	57,0
	HS16	19,501	20,099	+3,1	3,3
	HS03	394,564	330,267	-16,3	53,7
Cá ngừ	Tổng	15,626	12,525	-19,8	2,0
	HS16	2,841	2,123	-25,3	0,3
	HS03	12,786	10,401	-18,6	1,7
Nhuyễn thể		24,084	22,927	-4,8	3,7
Cua ghe		3,888	5,885	+51,4	1,0
Cá biển		59,239	61,983	+4,6	10,1

Dự kiến xuất khẩu tôm sang thị trường này năm 2016 sẽ hồi phục. Theo thông tin từ Thương vụ Việt Nam tại Trung Quốc, Tổng cục Giám sát

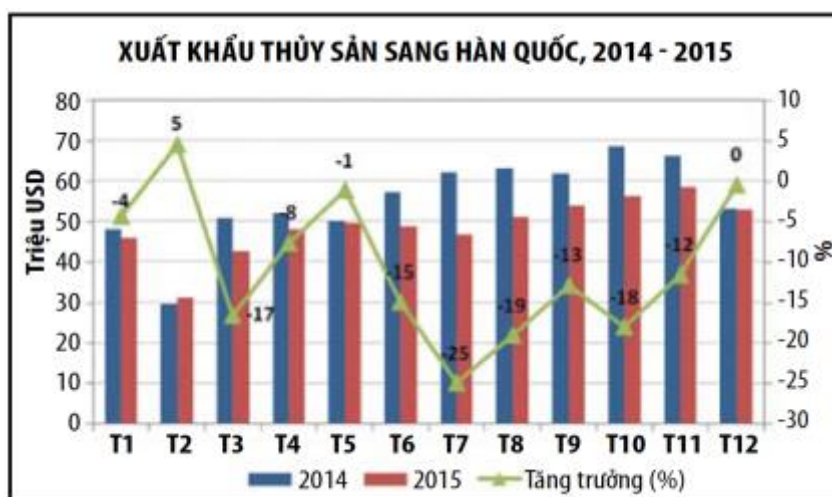
Chất lượng, Thanh tra và Kiểm dịch Trung Quốc (AQSIQ) đã cho phép một số doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu tôm sú sống trở lại vào nước này.

Đáng lưu ý là năm 2015, xuất khẩu cá tra sang Trung Quốc tăng khả quan 40 – 50% liên tục qua các tháng và thị trường này đang chiếm trên 10% xuất khẩu cá tra của Việt Nam.

Xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc tăng 50% trong nửa đầu của năm 2015, nhờ lợi thế về địa lý. Chi phí về nhân công của Việt Nam không cao bằng Trung Quốc, trong khi đó, Việt Nam lại là thành viên của TPP, có thể dễ dàng lưu chuyển hàng hóa sang thị trường EU. Indonesia và Malaysia đều phụ thuộc vào xuất khẩu dầu, than sang Trung Quốc nhưng nhu cầu của Trung Quốc đối với 2 mặt hàng này không còn cao như trước. Do đó, rất có thể hai nước này sẽ tăng cường xuất khẩu thủy sản vào thị trường Trung Quốc, vì vậy đây sẽ là 2 đối thủ của Việt Nam trên thị trường thủy sản Trung Quốc những năm tới.

Hàn Quốc

Xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang Hàn Quốc năm 2015 đạt 585 triệu USD, giảm 11,7% so với năm trước. Hàn Quốc chiếm 9,2% xuất khẩu thủy sản của Việt Nam, 8,5% xuất khẩu tôm, 38,2% xuất khẩu mực, bạch tuộc, 32% xuất khẩu surimi.



SẢN PHẨM THỦY SẢN XK SANG HÀN QUỐC (triệu USD)					
Sản phẩm		2014	2015	% tăng, giảm	Tỷ trọng (%)
TỔNG		662,808	585,101	-11,7	100
Cá tra	Tổng	5,620	5,021	-10,7	0,9
	HS16	0,012	0,079	+556,3	0,01
	HS03	5,608	4,942	-11,9	0,8
Tôm	Tổng	317,798	250,935	-21,0	42,9
	HS16	90,623	82,863	-8,6	14,2
	HS03	227,175	168,072	-26,0	28,7
Cá ngừ	Tổng	3,197	1,936	-39,4	0,3
	HS16	3,101	1,912	-38,4	0,3
	HS03	95	25	-74,1	0,0
Nhuễn thể		178,034	167,734	-5,8	28,7
Cua ghe		961	1,457	+51,6	0,2
Cá biển		157,197	158,018	+0,5	27,0

Xuất khẩu tôm chiếm tỷ trọng cao nhất 43%, mực, bạch tuộc 28,7%, cá biển 27% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường này.

Xuất khẩu 2 sản phẩm chính giảm trong năm nay: tôm giảm 21%, mực, bạch tuộc giảm 3,7%, trong khi cá biển tăng nhẹ 0,5%.

Tổng xuất khẩu thủy sản sang Hàn Quốc trong quý IV/2015 đạt 167,6 triệu USD, giảm 10,8% so với năm 2014.

Năm 2015, Hàn Quốc nhập khẩu 1,3 triệu tấn thủy sản các loại, giá trị 4,24 tỷ USD, tăng 4% về khối lượng và 2% về giá trị so với năm 2014. Giá trung bình nhập khẩu thủy sản vào Hàn Quốc là 3.249 USD/tấn, giảm 2% so với 3.310 USD/tấn năm 2014.

Việt Nam là nguồn cung cấp thủy sản lớn thứ 3 cho Hàn Quốc, chiếm 13,5% thị phần, sau Trung Quốc 26,3% và Nga 16,6%. Giá trung bình nhập khẩu thủy sản Việt Nam vào thị trường này đạt 4.348 USD/tấn, cao hơn đáng kể so với giá thủy sản từ Trung Quốc 3.249 USD/tấn và Nga 2.642 USD/tấn. Tuy nhiên, so với năm 2014, giá thủy sản của Việt Nam giảm mạnh nhất (-10%), trong khi Trung Quốc giảm 2% và Nga tăng 8%.

Đối với mặt hàng tôm, Việt Nam là nguồn cung lớn nhất cho Hàn Quốc, chiếm 51% giá trị nhập khẩu tôm của nước này. Tuy nhiên, năm 2015, giá tôm xuất sang thị trường này giảm trung bình 21%, đạt khoảng 8.296 USD/tấn, so với 10.444 USD/tấn năm 2014. Tại thị trường này, tôm Thái Lan vẫn có giá cao hơn Việt Nam với mức 10.570 USD/tấn.

Không chỉ tôm Việt Nam, giá tôm nhập khẩu từ các thị trường khác vào Hàn Quốc đều giảm đáng kể, trong đó tôm Trung Quốc giảm mạnh nhất 43%, Thái Lan giảm 17%, Ecuador giảm 13%...

Hàn Quốc là thị trường tiêu thụ mực, bạch tuộc lớn nhất của Việt Nam. Tuy nhiên, Việt Nam đang đứng thứ 2 sau Trung Quốc, xét về giá trị xuất khẩu mực, bạch tuộc cho thị trường Hàn Quốc. Giá trung bình mực, bạch tuộc của Việt Nam nhập khẩu vào Hàn Quốc là 5.290 USD, cao hơn so với 4.632 USD/tấn nhập khẩu từ Trung Quốc.

Năm 2015, Hàn Quốc nhập khẩu 156,6 nghìn tấn mực, bạch tuộc, trị giá 598 triệu USD, giảm 3% về khối lượng và 4% về giá trị. Nhập khẩu từ Trung Quốc, Việt Nam và Thái Lan đều giảm so với năm 2014 (lần lượt 11%, 5% và 4%). Giá trung bình nhập khẩu từ các nước này đều giảm 2-6%.

3. Doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản

Năm 2015 có khoảng 630 doanh nghiệp tham gia xuất khẩu thủy sản, trong đó, khoảng 130 doanh nghiệp tham gia xuất khẩu cá tra, giảm so với 150 doanh nghiệp cùng kỳ năm ngoái; 160 doanh nghiệp tham gia xuất khẩu tôm, giảm so với 200 doanh nghiệp cùng kỳ năm ngoái. Số doanh nghiệp tham gia xuất khẩu cá ngừ năm nay khoảng 80, tăng 20 doanh nghiệp so với năm ngoái.

100 doanh nghiệp xuất khẩu hàng đầu có tổng doanh thu 4,749 tỷ USD, chiếm 72% tổng doanh số xuất khẩu của ngành, giảm tỷ trọng so với 74% và so với doanh thu 5,781 tỷ USD cùng kỳ năm ngoái.

Minh Phu Seafood Corp năm nay vẫn giữ vị trí đứng đầu về kim ngạch xuất khẩu thủy sản với gần 341 triệu USD, chiếm 5,1% doanh số xuất khẩu của cả nước, giảm trên 33% về giá trị và tỷ trọng cũng giảm so với 6,5% cùng kỳ năm ngoái. Công ty TNHH chế biến Thủy sản Minh Phú - Hậu Giang từ vị trí thứ 3 tụt xuống đứng thứ 4 vì doanh số xuất khẩu giảm 18% từ 231 triệu USD xuống 190 triệu USD.

Năm 2014, công ty tôm STAPIMEX đứng thứ 2 với 249 triệu USD, chiếm 3,8% tổng xuất khẩu thủy sản của cả nước. Năm nay, công ty rơi xuống vị trí thứ 3 với 199 triệu USD, giảm 20% và chiếm gần 3% tổng xuất khẩu thủy sản của cả nước.

Doanh nghiệp tôm Quốc Việt rớt từ vị trí thứ 4 với 211 triệu USD năm 2014 xuống thứ 6 trong năm 2015, với 163 triệu USD, chiếm 2,4%.

Soán vị trí của STAPIMEX là Vinh Hoan Corp: từ vị trí thứ 5 với 207 triệu USD trong năm 2014 lên vị trí thứ 2 với 228 triệu USD, chiếm 3,4% doanh số của ngành. Có thể nói, năm 2015 là năm thành công của Vinh Hoan Corp với nỗ lực phát triển bền vững, đa dạng hóa sản phẩm, vượt qua khó khăn về thị trường.

10 doanh nghiệp hàng đầu năm 2015 đạt 1,76 tỷ USD doanh số xuất khẩu, chiếm 26,3% tổng doanh số xuất khẩu thủy sản của cả nước, trong khi 10 doanh nghiệp hàng đầu năm 2014 đạt 2,13 tỷ USD, chiếm 27,5%. Trong top 10 năm 2015, doanh số của hầu hết các doanh nghiệp đều giảm so với năm 2014, trừ công ty Vĩnh Hoàn.

TOP 10 DOANH NGHIỆP XUẤT KHẨU THỦY SẢN NĂM 2014 – 2015							
STT	DOANH NGHIỆP 2015	GT (USD)	Tỷ lệ GT (%)	STT	DOANH NGHIỆP 2014	GT (USD)	Tỷ lệ GT (%)
1	MINH PHU SEAFOOD CORP	341.319.100	5,11	1	MINH PHU SEAFOOD CORP	511.007.605	6,52
2	VINH HOAN CORP	227.593.269	3,41	2	STAPIMEX	249.374.500	3,18
3	STAPIMEX	198.858.564	2,98	3	Cty CBTS Minh Phú - Hậu Giang	231.066.154	2,95
4	Cty CBTS Minh Phú - Hậu Giang	190.035.514	2,85	4	QUOC VIET CO, LTD	211.078.371	2,69
5	CASES	181.324.498	2,72	5	VINH HOAN CORP	207.471.554	2,65
6	QUOC VIET CO, LTD	163.428.780	2,45	6	CASES	207.195.239	2,64
7	FIMEX VN	123.188.691	1,84	7	HUNG VUONG CORP	139.783.557	1,78
8	Cty CB TS và XNK Trang Khanh	121.415.865	1,82	8	FIMEX VN	135.871.663	1,73
9	BIENDONG SEAFOOD	116.663.771	1,75	9	Cty CB TS và XNK Trang Khanh	126.364.979	1,61
10	HUNG VUONG CORP	95.693.656	1,43	10	C. P Việt Nam	109.835.129	1,40

DOANH NGHIỆP XUẤT KHẨU THỦY SẢN VIỆT NAM NĂM 2015			
STT	DOANH NGHIỆP	GT (USD)	Tỷ lệ GT (%)
1	MINH PHU SEAFOOD CORP	341.319.100	5,11
2	VINH HOAN CORP	227.593.269	3,41
3	STAPIMEX	198.858.564	2,98
4	Cty CBTS Minh Phú - Hậu Giang	190.035.514	2,85
5	CASES	181.324.498	2,72
6	QUOC VIET CO., LTD	163.428.780	2,45
7	FIMEX VN	123.188.691	1,84
8	Cty CB TS và XNHẬP KHẨU Trang Khanh	121.415.865	1,82
9	BIENDONG SEAFOOD	116.663.771	1,75
10	HUNG VUONG CORP	95.693.656	1,43
11	NAVICO	93.099.028	1,39
12	C. P Việt Nam	81.111.083	1,21
13	THUAN PHUOC CORP	70.209.037	1,05
14	Cty CP TS Sạch Việt Nam	67.776.401	1,02
15	LDI CORP	67.506.408	1,01
16	NHATRANG SEAFOODS F17	67.175.308	1,01
17	HAVICO	66.460.461	1,00
18	Cty CP TS Nam Sông Hậu	62.963.581	0,94
19	Cty TNHH TS Hải Long Nha Trang	61.748.089	0,92
20	YUEH CHYANG CO	60.088.082	0,90
21	AGIFISH	59.265.007	0,89
22	Cty TNHH Anh Khoa	58.205.767	0,87
23	Cty TP XK Trung Sơn Hưng Yên	53.364.090	0,80
24	GODACO	52.012.165	0,78
25	HUNGCA CO., LTD	50.594.227	0,76
26	BIDIFISCO	50.464.108	0,76
27	SEA MINH HAI	49.359.341	0,74
28	AUVUNG SEAFOOD	45.220.437	0,68
29	Cty TNHH Đại Thành (Tiền Giang)	44.113.810	0,66
30	AMANDA FOODS (VN) LTD	41.628.364	0,62
31	Cty CP SeaVina	40.961.264	0,61
32	Cty CP CB TP Ngọc Trĩ	39.862.191	0,60
33	HIGHLAND DRAGON	39.789.961	0,60
34	Cty CP THS An Phú	38.435.776	0,58
35	Cty TNHH TS Phát Tiên	37.882.007	0,57
36	Cty CP TS NTSF	37.845.001	0,57
37	CAFISH	37.042.383	0,55
38	HAVUCO	36.802.271	0,55
39	Cty CP TS Trường Giang	35.816.193	0,54
40	PATAYA VIETNAM	34.858.846	0,52

41	Cty TNHH FOODTECH	34.182.032	0,51
42	Cty CP TS Hải Hương	33.858.949	0,51
43	HAI NAM CO., LTD	32.598.076	0,49
44	CL-FISH CORP	32.408.214	0,49
45	Cty TNHH Tín Thịnh	31.568.901	0,47
46	Cty TNHH HS Thanh Thê	29.988.671	0,45
47	Cty CP TS Cô Chiên	29.477.010	0,44
48	SEANAMICO	29.362.720	0,44
49	Cty TNHH Mai Linh	28.672.631	0,43
50	Cty CP CB & XNHẬP KHẨU TS Thanh Đoàn	28.527.581	0,43
51	SEAPRODEX DA NANG	28.404.543	0,43
52	BASEAFOOD	28.006.807	0,42
53	Cty TNHH Thông Thuận	27.988.714	0,42
54	SG FISCO	26.586.502	0,40
55	Cty CP SX XD TM Trung Sơn	26.540.190	0,40
56	UTXI CO	26.534.804	0,40
57	Cty TNHH TS Nguyễn Tiến	26.515.140	0,40
58	Cty CP Thực Phẩm Gm	26.060.445	0,39
59	Cty CP Vạn Ý	25.985.260	0,39
60	Cty TNHH Toàn Thắng	25.828.432	0,39
61	Cty CB HS xuất khẩu Khánh Hoàng	25.295.980	0,38
62	VIET FOODS CO., LTD	25.239.933	0,38
63	Cty CP TS Thông Thuận Cam Ranh	25.160.577	0,38
64	COIMEX	25.041.339	0,38
65	SEAPRIEXCO No. 4	25.036.694	0,37
66	SEAPRIMEXCO VIETNAM	24.816.119	0,37
67	Cty TNHH TS Camimex	24.128.080	0,36
68	Cty TNHH Trinity Việt Nam	22.771.355	0,34
69	Cty TNHH Thịnh Hưng	22.556.207	0,34
70	VIETNAM FISH-ONE CO., LTD	22.365.102	0,33
71	Cty TNHH TP TS Minh Bạch	22.195.035	0,33
72	Cty TNHH CB TS XUẤT Thiên Phú	22.067.150	0,33
73	CADOVIMEX II	21.934.720	0,33
74	NIGICO CO., LTD	21.843.035	0,33
75	CUULONG SEAPRO	21.694.104	0,32
76	Cty TNHH Huy Minh	21.508.534	0,32
77	BACLIEUFIS	21.473.461	0,32
78	Cty TNHH CB XNHẬP KHẨU TS Quốc Ái	21.065.564	0,32
79	Cty TNHH TS Trọng Nhân	20.854.843	0,31
80	Cty CP CBTS XNHẬP KHẨU Minh Cường	20.674.655	0,31
81	Cty TNHH Vạn Đạt	20.564.102	0,31
82	FINE FOODS COMPANY (FFC)	20.261.369	0,30
83	Cty CP CBTS và XNHẬP KHẨU Hoà Trung	20.260.660	0,30
84	Cty TNHH Thực Phẩm Việt	20.004.900	0,30
85	Cty TNHH TS Đông Hải	19.803.356	0,30
86	Cty TNHH TP ĐL Việt I-MEI	19.685.267	0,29

87	AQUATEX BENTRE	19206.948	0,29
88	SOUTH VINA	19086.830	0,29
89	Cty CP XNHẬP KHẨU TS An Mỹ	19080.500	0,29
90	Cty TNHH TM TS Nguyễn Chi	19040.175	0,29
91	Trang Corporation	18757.772	0,28
92	CTE JSCO	18566.962	0,28
93	Cty TNHH Vina Pride Seafoods	18170.799	0,27
94	Cty CP XNHẬP KHẨU TS Cửu Long	18094.557	0,27
95	Cty TNHH Huy Nam	17918.077	0,27
96	HTFOOD	17555.975	0,26
97	VINH QUANG FISHERIES CORP	17286.004	0,26
98	CAFATEX CORP	16540.745	0,25
99	Cty TNHH THS Hai Wang	15781.254	0,24
100	KISIMEX	15753.996	0,24
Các doanh nghiệp khác		1823.179.595	27,74
Tổng		6.572.600.346	100,00

IV. Cơ hội

1. AEC, TPP và một số FTA

Từ 2015 và bắt đầu 2016, việc tham gia cộng đồng ASEAN cũng như một số hiệp định thương mại tự do thế hệ mới sẽ được ký kết hoặc bắt đầu có hiệu lực sẽ có những tác động tích cực đến ngành hàng thủy sản trong việc gia tăng đầu tư, mở rộng thị phần, thúc đẩy sản xuất trong nước, tăng hàm lượng chế biến và có nhiều cơ hội phát triển hơn: ngoại trừ surimi, cá ngừ đóng hộp, thân cá ngừ và cua là mấy mặt hàng hoặc phải có hạn ngạch (EVFTA), hoặc lộ trình giảm thuế dài 7-10 năm, còn lại hầu hết các mặt hàng đều sẽ có mức thuế bằng 0% ngay khi hiệp định có hiệu lực hoặc chỉ lộ trình ngắn 3-5 năm.

Điều đặc biệt là khi các hiệp định có hiệu lực thì thủy sản Việt Nam có lợi thế so sánh hơn hẳn các nước xuất khẩu cạnh tranh như Indonesia, Thái Lan, Philipine, Ecuador, Argentina và Ấn Độ do các nước này hoặc không có FTA với các nước nhập khẩu thủy sản lớn (Mỹ, EU, Nhật Bản), hoặc không có lợi thế cộng gộp trong 12 nước TPP ngay cả khi đã có FTA (ví dụ với Nhật Bản).

2. Điều chỉnh tỷ giá

Do biến động tỷ giá các đồng ngoại tệ mạnh, nhất là sự phá giá liên tiếp của đồng NDT, 8 tháng đầu năm 2015, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã 3

lần điều chỉnh tỷ giá USD/VNĐ và kết quả là tỷ giá USD/VNĐ đã tăng 5%. Theo đó, sau lần điều chỉnh tháng 8/2015, tỷ giá đồng Việt Nam có thêm dư địa để linh hoạt trước các diễn biến bất lợi trên thị trường quốc tế và trong nước đến ít nhất 6 tháng đầu năm 2016, tạo sự ổn định hơn cho thị trường ngoại tệ và đảm bảo khả năng cạnh tranh của thủy sản Việt Nam xuất khẩu.

3. *Tôm*

Kết quả chính thức thuế CBPG POR9 (công bố ngày 9/9/2015) giữ và thấp hơn kết quả sơ bộ công bố 3/3/2015, là một thuận lợi hơn cho tôm Việt Nam.

4. *Cá tra*

Chính phủ và Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn đã tiếp thu và chỉ đạo kịp thời việc chưa áp dụng quy định về chất lượng cá tra xuất khẩu trong nghị định số 36/2014/NĐ-CP (năm 2015), cũng như đánh giá, xem xét và bổ sung, chỉnh sửa phù hợp nghị định 36/2014/NĐ-CP theo trình tự rút gọn để kịp thời áp dụng cho 2016.

5. *Cá ngừ*

Một số chính sách, đề án, chương trình của nhà nước và ngành cá ngừ được đánh giá là tích cực và có lợi ích lâu dài cho mục tiêu phát triển ngành khai thác-chế biến xuất khẩu cá ngừ. Bao gồm từ nghị định 67/2014/NĐ-CP về một số chính sách phát triển thủy sản; Đề án thí điểm tổ chức khai thác, thu mua, chế biến và tiêu thụ cá ngừ theo chuỗi giá trị của Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn; việc tuân thủ và nỗ lực trong hoạt động chống IUU và cấp C/C; chương trình hợp tác với EIU trong việc cam kết không gây hại cá heo và dán nhãn ‘an toàn cá heo’ khi xuất khẩu cá ngừ.

6. *Tăng cường đảm bảo chất lượng & đẩy mạnh kiểm soát kháng sinh trong thủy sản nuôi*

Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, các cơ quan nhà nước, địa phương và doanh nghiệp đều quan tâm và chủ động có các chương trình mục tiêu cụ thể cho an toàn thực phẩm, chất lượng sản phẩm và đặc biệt là kiểm soát kháng sinh. Sự quan tâm chung và những kế hoạch, trách nhiệm cụ thể của nhà nước và các thành phần trong chuỗi sản xuất sẽ là nòng cốt tạo nên niềm tin đối với khách hàng trong bối cảnh hiện nay.

V. Khó khăn – Thách thức

1. Vòng xoáy giảm giá

Năm 2016 sẽ tiếp tục xu hướng giảm giá từ 2015 do tác động của một số yếu tố cơ bản: kinh tế thế giới suy thoái, đặc biệt tại các thị trường chính, nhu cầu tiêu thụ giảm, nhiều đồng tiền mất giá so với USD kết hợp với việc gia tăng nguồn cung thủy sản. Vòng xoáy giảm giá xảy ra cho hầu hết các mặt hàng nông thủy sản, đặc biệt là các loài thủy sản cao cấp. Ví dụ, với sản phẩm tôm sú cỡ 16/20 của Việt Nam vốn được ưa chuộng tại thị trường Mỹ, giá đã giảm 14% từ 11,3 USD hồi đầu năm xuống còn 9,75 USD/pao trong quý III. Tôm sú vỏ cỡ 21/25 của Việt Nam giảm gần 30% từ 7,5 USD xuống 5,8 USD/pao, trong khi giá tôm cùng loại của Ấn Độ cũng giảm từ 6,9 USD xuống mức tương đương 5,85 USD/pao.

Quỹ tiền tệ thế giới (IMF) dự báo giá tôm thế giới sẽ giảm trong dài hạn do nhu cầu tiêu dùng yếu tại các thị trường truyền thống, biến động vĩ mô tại các thị trường mới nổi và dư cung tại các nước sản xuất lớn. Dự báo giá tôm năm 2016 sẽ giảm 4%; năm 2017 giảm 7%; năm 2020 giảm 13% so với năm 2015.

2. Biến động tiền tệ

Năm 2015, đồng USD tăng giá mạnh so với tiền tệ của các nước lớn cùng với động thái thả nổi hoặc phá giá đồng nội tệ của một số nước khiến cho thị trường bất ổn: nhu cầu giảm, áp lực cạnh tranh tăng. Đặc biệt là chính sách tỷ giá của Trung Quốc khiến cho thị trường tài chính và hàng hóa đã có những xáo trộn.

Trong 3 năm qua, Trung Quốc đã phá giá đồng NDT sau khi các đồng tiền chính giảm giá mạnh so với USD: Tính từ tháng 1/2013 đến tháng 8/2015: đồng Euro giảm 20%, đồng Yên nhật giảm 39%, đồng Won Hàn Quốc giảm 11% so với đồng USD. Ngược lại đồng NDT đã tăng giá suốt 3 năm qua, trước khi có động thái giảm giá vào tháng 8/2015, VNĐ cũng neo giá cố định. Đến tháng 8/2015, VNĐ giảm giá nhẹ (-5%) so với USD và NDT tính từ thời điểm tháng 1/2013.

Giảm giá mạnh nhất là nội tệ của các nước đang phát triển: đồng Real của Brazil giảm 72%, đồng Peso của Colombia giảm 52%, đồng Rupiah Indonesia giảm 42%, đồng Ringgit Malaysia giảm 33%, đồng Rupee Ấn Độ giảm 20%, Baht Thái Lan giảm 18% so với đồng USD. Sự giảm giá nội tệ của

các nước đối thủ này khiến cho nông sản và thủy sản Việt Nam cũng gặp nhiều khó khăn hơn trong cạnh tranh trên thị trường thế giới.

3. Giá thành sản phẩm cao hơn so với các nước đối thủ, chi phí sản xuất tăng

Đầu vào phụ thuộc vào các nguồn cung cấp nước ngoài (con giống, thức ăn, thuốc thú y), khó kiểm soát được giá và chất lượng. Giá thành sản xuất tôm Việt Nam cao hơn nhiều so với các nước đối thủ. Giá thành sản xuất một con tôm giống của Việt Nam hiện nay cao gấp gần 2 lần so với Ấn Độ, chi phí cho thức ăn trong chăn nuôi tôm của Việt Nam cũng cao hơn bình quân 40%. Trong khi đó, do nhiều yếu tố môi trường và dịch bệnh, tỷ lệ tôm nuôi thành công của Việt Nam hiện vẫn thấp, chỉ khoảng 33 – 35% đến tối đa 40%, trong khi Indonesia hay Ấn Độ tỷ lệ nuôi thành công lên tới 70%. Những yếu tố này khiến giá thành tôm nguyên liệu của Việt Nam luôn cao hơn đối thủ từ 1-3 USD/kg.

4. Kháng sinh và kiểm soát kháng sinh

Các ngành thủy sản nuôi (tôm, cá tra...) sẽ tiếp tục đứng trước những thách thức liên quan đến kháng sinh, đặc biệt là tôm nuôi. Việc kiểm soát phải theo chuỗi và có tính hệ thống. Các doanh nghiệp đang và sẽ phải đầu tư nhiều hơn trong chương trình kiểm soát ATTP. Nhưng đồng thời cần sự tham gia quyết liệt và hỗ trợ hiệu quả từ Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn và các cơ quan nhà nước liên quan trong kiểm soát sản xuất, nhập khẩu và phân phối thuốc và vật tư đầu vào.

5. Cá tra

- *Thuế CBPG cá tra vào Mỹ vẫn cao:* Bộ Thương mại Mỹ (DOC) vừa ra phán quyết sơ bộ mức thuế chống bán phá giá lần thứ 11 (POR11) đối với cá tra phiê đông lạnh của Việt Nam vào thị trường này trong giai đoạn 1/8/2013 đến 31/7/2014. Theo đó, mức thuế mà hai bị đơn bắt buộc là Hùng Vương và Thuận An lần lượt là 0,36 USD/kg và 0,84 USD/kg. 16 công ty là bị đơn tự nguyện trong đợt xem xét lần này chịu mức thuế là 0,6 USD/kg. Với mức thuế lên đến 0,6 USD/kg rất khó để các doanh nghiệp cá tra Việt Nam có thể đưa hàng vào Mỹ. Tuy nhiên, đây mới chỉ là phán quyết sơ bộ của DOC, phía Việt Nam vẫn có thời gian nghiên cứu cách tính toán của DOC để có những phản hồi nhằm thay đổi kết quả.

- *Chương trình thanh tra cá da trơn*: bao gồm cả cá tra Việt Nam, của Bộ Nông nghiệp Mỹ sẽ bắt đầu quá trình chuyển tiếp 18 tháng từ 1/3/2016. Chương trình áp dụng với những quy định và thủ tục mới mà phía Mỹ đòi hỏi phải có đánh giá tương đương hệ thống; việc tương đương mới là điều kiện để tiếp tục được xuất khẩu. Đây được đánh giá là không ít trở ngại cho xuất khẩu cá tra sang Mỹ.
- *Cạnh tranh với các loài cá thịt trắng khác*: từ 2014, nhiều nước đã bỏ quota khai thác cá tuyết (cod, alaska pollack, hake...). Cá rô-phi cũng đã cạnh tranh trực tiếp ở nhiều thị trường và ở những phân khúc lớn của thị trường. Cá tra đang và sẽ tiếp tục phải cạnh tranh “không cân sức” với các loài cá thịt trắng này tại EU, Mỹ, Nga và thậm chí ngay tại Thái Lan (thị trường nhập khẩu cá tra lớn nhất ASEAN).

6. Quy định khắt khe về IUU của Mỹ

Chương trình truy xuất nguồn gốc của Mỹ đòi hỏi có sự tham gia của ít nhất là các cơ quan như Cơ quan Hải quan và Bảo vệ Biên giới (CBP), Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm (FDA) và NOAA trong việc thực thi và giám sát, gây tốn kém cho các doanh nghiệp xuất khẩu. Các biện pháp nghiêm ngặt như vậy có thể tạo ra những trở ngại không cần thiết đối với thương mại và vi phạm hiệp định về các rào cản kỹ thuật đối với thương mại (TBT).

7. Hiệp định TPP và các FTA

Bên cạnh những cơ hội và tích cực trong vấn đề thuế hoặc cộng gộp, các biện pháp SPS – TBT trong TPP/FTAs đặt ra những thách thức không nhỏ đối với ngành thủy sản. Những rào cản dưới dạng quy định kỹ thuật, vệ sinh dịch tễ hay lao động rất có thể sẽ vô hiệu hóa lợi ích từ việc giảm thuế quan đối với hàng hóa Việt Nam; chẳng hạn, những quy định của TPP về quy tắc xuất xứ sẽ gây khó khăn cho một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như thủy – hải sản; còn về môi trường, có những yêu cầu cam kết cấm trợ cấp đánh bắt thủy hải sản có thể gây bất lợi đối với chính sách phát triển của ngành khai thác này.

8. Cá ngừ

- *Thuế nhập khẩu cao ở những thị trường chính*: trong khi hiện tại và cũng phải ít nhất 2 năm tới thì TPP và FTA với EU mới có thể có hiệu lực và thậm chí sau đó 5-10 năm nữa mới hết lộ trình giảm thuế về 0% ở nhóm mặt hàng cá ngừ. Nhà nước và ngành cá ngừ có nhiều nỗ lực

để cải thiện năng lực khai thác biển, nhưng thuế nhập khẩu vào các thị trường chính của cá ngừ Việt Nam rất cao, đặc biệt là với cá ngừ đóng hộp (HS16). Thuế suất nhập khẩu vào EU của cá ngừ HS03 là 18-22%, của HS16 là 24% và khi hiệp định có hiệu lực thì cá ngừ HS16 tiếp tục chịu hạn ngạch thuế quan; tương tự vậy khi xuất khẩu vào Mỹ, cá ngừ HS16 có thuế đang là 6-35%, và nay mai TPP hiệu lực thì lộ trình cũng phải 10 năm mới về được 0%.

- *Thiếu nguyên liệu cho chế biến xuất khẩu:* trong khi nhu cầu thế giới cao và giá cả tốt, nhưng sản lượng đánh bắt cá ngừ đại dương hiện đang bị giảm mạnh do chu trình El Nino hoạt động trong khu vực Biển Đông khiến cho cá ngừ có xu hướng di cư sang khu vực khác. Đồng thời, khu vực khai thác còn bị thu hẹp. Sản lượng khai thác cá ngừ ngày càng giảm và hạn chế. Thiếu nguyên liệu trầm trọng cho khu vực chế biến xuất khẩu. Nhiều doanh nghiệp đã và đang phải cạnh tranh với Thái Lan và Trung Quốc trong việc cố gắng nhập khẩu thêm các nguồn nguyên liệu cá ngừ từ các nước có công nghiệp khai thác đại dương tốt để duy trì khách hàng và sản xuất.
- *Những quy định quá khắt khe của EU khiến khó tăng được xuất khẩu sang EU:* Châu Âu ngoài những quy định về kiểm soát iuu (chống khai thác bất hợp pháp và không báo cáo, không theo quy định), thì còn đưa những quy định khắt khe về ATTP với hải sản nói chung và cá ngừ nói riêng. Đó là các tàu khai thác, hoặc phải có EU code (được EU công nhận đạt điều kiện ATTP), hoặc tàu khai thác đó phải được CQTQ nước mà tàu đó treo cờ chứng nhận rằng tương đương EU về điều kiện ATTP; hoặc như quy định thủ tục kiểm soát trong nước đối với “giấy chứng nhận ATTP” của lô nguyên liệu nhập khẩu để sản xuất xuất khẩu vào EU phải được ghi “... phù hợp yêu cầu của EU”... những quy định này cản trở đáng kể việc xuất khẩu cá ngừ nói riêng và hải sản nói chung sang châu Âu.

VI. Dự báo

1. Tôm

Xuất khẩu tôm vẫn bị ảnh hưởng của làn sóng giảm giá và áp lực cạnh tranh. Tuy nhiên, sẽ có tác động tích cực từ các hiệp định FTA đối với việc xuất khẩu sang các thị trường chính như Hàn Quốc, ASEAN, Nhật Bản, EU... cũng như việc giảm sản lượng ở Ấn Độ và Indonesia. Dự báo xuất khẩu tôm năm 2016 sẽ phục hồi, tăng 12,3% đạt 3,3 tỷ USD.

2. Cá tra

Năm 2016 xuất khẩu cá tra sang thị trường Mỹ bị tác động bởi quyết định cuối cùng về thanh tra cá da trơn của Bộ Nông nghiệp Mỹ. Nhu cầu nhập khẩu cá tra của các thị trường chưa cải thiện rõ rệt, và cạnh tranh mạnh bởi cá rô phi và cá tuyết. Dự báo xuất khẩu cá tra trong năm 2016 có thể giảm 4% đạt khoảng 1,5 tỷ USD.

3. Cá ngừ

Xuất khẩu cá ngừ có xu hướng hồi phục từ quý III năm 2015. Có thể nhu cầu nhập khẩu cá ngừ sẽ tiếp tục tăng trong năm 2016, nhất là ở những thị trường đã ký kết FTA với Việt Nam (Liên minh Kinh tế Á-Âu, Hàn Quốc...). Xuất khẩu cá ngừ năm 2016 có thể sẽ tăng nhẹ 11,6% đạt 507 triệu USD.

4. Mực, bạch tuộc

Dự báo xuất khẩu mực, bạch tuộc cả năm 2016 đạt 470 triệu USD, tăng 9,6% so với năm 2015.

5. Xuất khẩu các mặt hàng hải sản khác

Xuất khẩu các mặt hàng hải sản khác tiếp tục hồi phục, với giá trị xuất khẩu khoảng 1,3 tỷ USD, tăng 13% so với năm 2015.

6. Tổng xuất khẩu thủy sản

Với mức tăng trưởng khá của các mặt hàng tôm, mực, bạch tuộc, cá biển và các hải sản khác, dự báo tổng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam năm 2016 sẽ đạt khoảng 7,12 tỷ USD, tăng 8,4% so với năm 2015.

DỰ BÁO XK THỦY SẢN NĂM 2016 (triệu USD)			
Sản phẩm	2015	2016 (Dự báo)	Tăng trưởng (%)
Tôm các loại	2.952,371	3.315,946	12,3
Cá tra	1.565,170	1.504,902	-4
Cá ngừ	454,972	507,540	11,6
Mực và bạch tuộc	429,194	470,241	9,6
Hải sản khác	1.170,893	1.324,807	13,1
TỔNG CỘNG	6.572,600	7.123,436	8,4

CHƯƠNG III

THỊ TRƯỜNG THUỶ SẢN ÚC

I. Tình hình đánh bắt và khai thác thủy sản Úc

1. Tổng quan ngành đánh bắt và khai thác thủy sản Úc

Úc là quốc gia có diện tích khai thác hải sản lớn thứ 3 trên thế giới với bờ biển dài gần 60.000km, diện tích mặt nước 14 triệu km². Úc có khoảng 3.000 loài cá, hơn 2.800 thủy sản thân mềm và hơn 2.300 loài giáp xác nhưng chỉ có 10% được đánh bắt thương mại.

Ngành công nghiệp đánh bắt thủy sản đã gặp khó khăn trong năm năm qua. Doanh thu ngành công nghiệp giảm 0,6%/năm và đạt 1,4 tỷ đô la trong năm 2014-15. Sự sụt giảm liên tục của nguồn cá, sự gia tăng cạnh tranh từ hàng nhập khẩu và thủy sản nuôi trồng, chi phí hoạt động tăng cao, và các quy định chặt chẽ về hạn ngạch đánh bắt để bảo vệ môi trường và phát triển bền vững đã ảnh hưởng đến doanh thu của ngành.

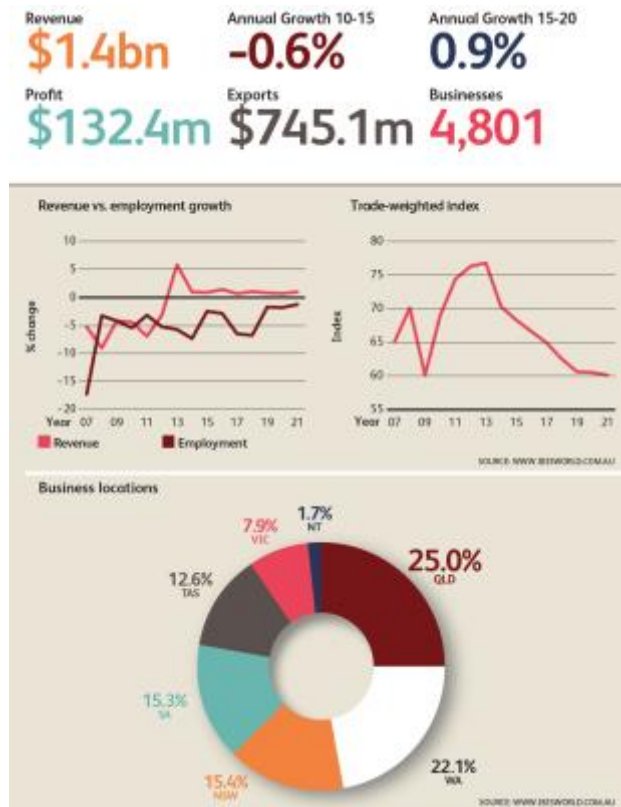
Các nhà khai thác đã phải đối mặt với sự cạnh tranh khốc liệt từ ngành công nghiệp nuôi trồng thủy sản. Ngành nuôi trồng thủy sản ngày càng bền vững hơn so với ngành đánh bắt tự nhiên. Hơn nữa, thủy sản nhập khẩu từ nước ngoài có giá thấp hơn đã tràn ngập thị trường, làm cho sản phẩm đánh bắt tự nhiên có giá cao tiêu thụ khó khăn hơn. Chi phí hoạt động tiếp tục tăng trong năm năm qua, đặc biệt là chi phí cho bảo dưỡng tàu, thiết bị dẫn đường và nhiên liệu. Do vậy, nhiều nhà khai thác đã buộc phải ra khỏi ngành công nghiệp này do lợi nhuận ngày càng suy giảm.

Tuy nhiên, một điểm sáng cho ngành là nhu cầu mạnh mẽ từ thị trường nước ngoài, đặc biệt là ở châu Á, đã giúp duy trì kim ngạch xuất khẩu trong năm năm qua và dự báo sẽ giúp ngành tăng trưởng 0,9%/năm trong vòng năm năm tới và đạt giá trị 1,5 tỷ đô la vào năm 2019-2020.

Hồng Kông, Trung Quốc và Nhật Bản là ba thị trường xuất khẩu chính, chiếm gần 80% doanh thu xuất khẩu của ngành công nghiệp đánh bắt thủy sản của Úc. Thu nhập cao của Hồng Kông và Trung Quốc đã thúc đẩy nhu cầu đối với các sản phẩm có giá trị cao như tôm hùm, bào ngư, tôm càng. Nhật Bản là khách hàng truyền thống lớn của Úc do cá đóng vai trò quan trọng trong chế độ ăn uống của nước này. Ngoài ra, nguồn cung trong nước của Nhật Bản ngày càng hạn hẹp, đặc biệt là cá ngừ, đã góp phần làm gia tăng nhu cầu nhập khẩu từ

Úc trong năm năm qua.

Tổng quan ngành đánh bắt, khai thác thủy sản của Úc



Các sản phẩm đánh bắt chính của Úc bao gồm:

Tôm hùm

Tôm hùm là mặt hàng đóng góp lớn nhất cho doanh thu của ngành đánh bắt thủy sản Úc. Tôm hùm được đánh bắt chủ yếu ở Tây Úc, Nam Úc và Tasmania. Doanh thu mặt hàng tôm hùm phụ thuộc chủ yếu vào xuất khẩu. Giá tôm hùm của Úc tăng trong năm năm vừa qua do nhu cầu quốc tế tăng mạnh và nguồn cung của các đối thủ cạnh tranh giảm. Đối thủ cạnh tranh chính của Úc là Cu Ba và Mexico.

Cá

Cá đánh bắt của Úc phong phú về thể loại, bao gồm cá hồi (salmon), cá mòi (sardines), cá chẽm (barramundi), cá tráp (bream), cá hồi (trout), các loại cá

dory, cá chai (flathead), cá gemfish, cá orange roughy, cá thu Tây Ban Nha (Spanish mackerel), cá ngừ (tuna), cá mối (whiting), cá đồi (mullet), và cá hồng (pink ling). Cá chiếm tỷ trọng lớn nhất trong ngành đánh bắt, chiếm hơn 70% tính theo trọng lượng nhưng chỉ chiếm 32,4% doanh thu của ngành do giá cá luôn thấp hơn các loại hải sản khác. Cá mối chiếm khối lượng lớn nhất, tiếp theo là cá ngừ, cá mập và cá chai.

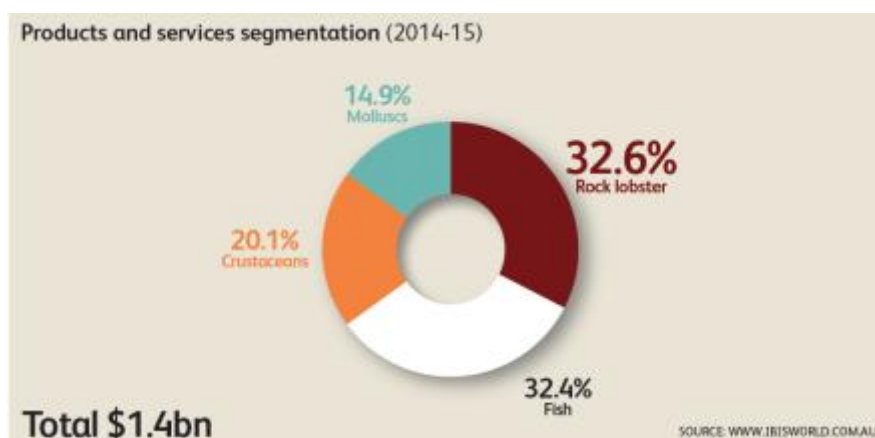
Một số loại cá hồi (salmon và trout) đã phải đối mặt với sự cạnh tranh gia tăng từ ngành công nghiệp nuôi trồng thủy sản trong suốt thập kỷ qua. Doanh thu của mặt hàng này giảm đáng kể mặc dù đây là mặt hàng phổ biến được người tiêu dùng Úc ưa chuộng.

Loài giáp xác

Loài giáp xác bao gồm tôm, cua và tôm hùm nước ngọt. Giáp xác là mặt hàng được bán nhiều nhất, tính theo khối lượng. Thị phần của phân khúc này vẫn ổn định trong năm năm qua, nhưng khối lượng sản xuất đã tăng lên. Tăng cạnh tranh từ các nhà sản xuất ở nước ngoài đã hạn chế tốc độ tăng giá.

Loài nhuyễn thể

Loài nhuyễn thể bao gồm bào ngư, bạch tuộc, sò điệp và mực. Loài nhuyễn thể là phân khúc nhỏ nhất cả về khối lượng và giá trị. Giá trị của phân khúc sản phẩm này đã giảm nhẹ trong vòng năm năm qua do sản lượng giảm vì việc thắt chặt hạn ngạch đánh bắt.



2. Các phân khúc thị trường chính

Các phân khúc thị trường chính của ngành đánh bắt hải sản của Úc bao

gồm các nhà chế biến thủy sản, các nhà bán buôn nội địa, và xuất khẩu. Xuất khẩu là phân khúc thị trường quan trọng nhất của ngành.

Xuất khẩu

Phân khúc thị trường lớn nhất của ngành là xuất khẩu, chiếm 51,8%. Xuất khẩu đã tăng thị phần trong vòng năm năm qua. Ba thị trường xuất khẩu chính là Hồng Kông, Trung Quốc và Nhật Bản. Một số loài thủy sản được đánh bắt để cung cấp theo yêu cầu của thị trường xuất khẩu, ví dụ, cá ngừ vây xanh miền Nam và tôm Kuruma đánh bắt chủ yếu để xuất khẩu sang Nhật Bản, trong khi bào ngư xuất khẩu chủ yếu sang Đông Á.

Các nhà máy chế biến thủy sản

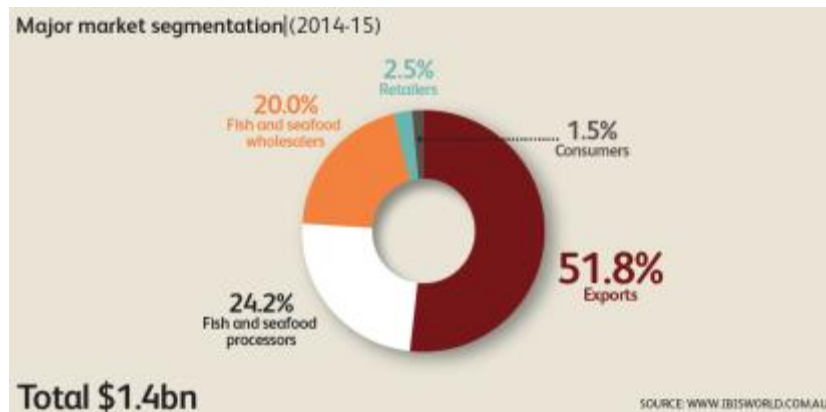
Các nhà máy chế biến thủy sản là phân khúc lớn thứ hai, chiếm 24,2%. Một khối lượng lớn sản phẩm cần chế biến trước khi bán ra thị trường trong nước. Chế biến bao gồm đóng hộp, nấu chín, sấy khô hoặc đông lạnh một phần. Phân khúc này không ổn định trong vòng năm năm qua.

Bán buôn

Các nhà bán buôn thủy sản thường mua sản phẩm trực tiếp từ người đánh bắt để bán lại tại thị trường bán lẻ trong nước và nước ngoài. Các nhà bán buôn cung cấp cho các cửa hàng hoặc các đơn vị dịch vụ, ví dụ như cửa hàng fish & chip, khách sạn và nhà hàng. Phân khúc này giảm trong vòng 5 năm qua, chỉ chiếm 20% thị phần.

Các nhà bán lẻ và người tiêu dùng

Các doanh nghiệp lớn trong ngành thường có các thỏa thuận cung cấp trực tiếp cho các nhà bán lẻ, chủ yếu là các siêu thị lớn. Các thỏa thuận này cho phép các siêu thị quản lý và kiểm soát chuỗi cung ứng của họ tốt hơn. Thị trường bán lẻ cũng bao gồm các nhà kinh doanh trang sức, ví dụ đối với các mặt hàng như ngọc trai. Một số nhà khai thác trong ngành công nghiệp đánh bắt, chẳng hạn như Raptis & Sons, có cửa hàng bán lẻ riêng, bán trực tiếp cho người tiêu dùng để kiếm lợi nhuận cao hơn.



3. Thương mại quốc tế

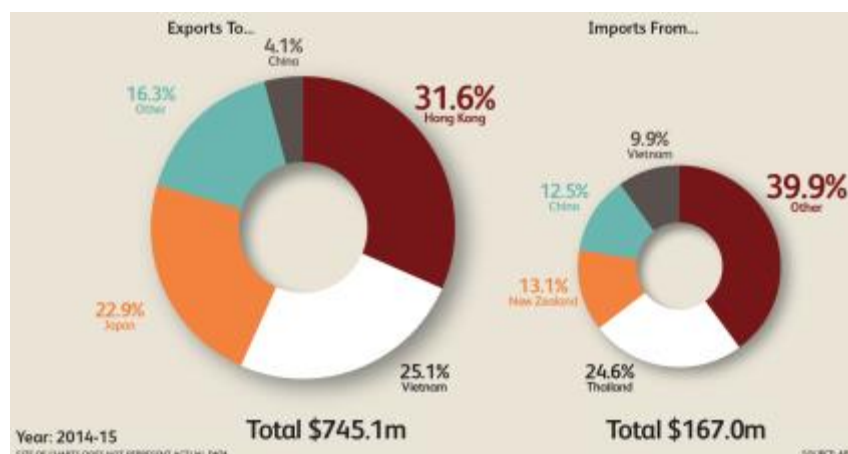
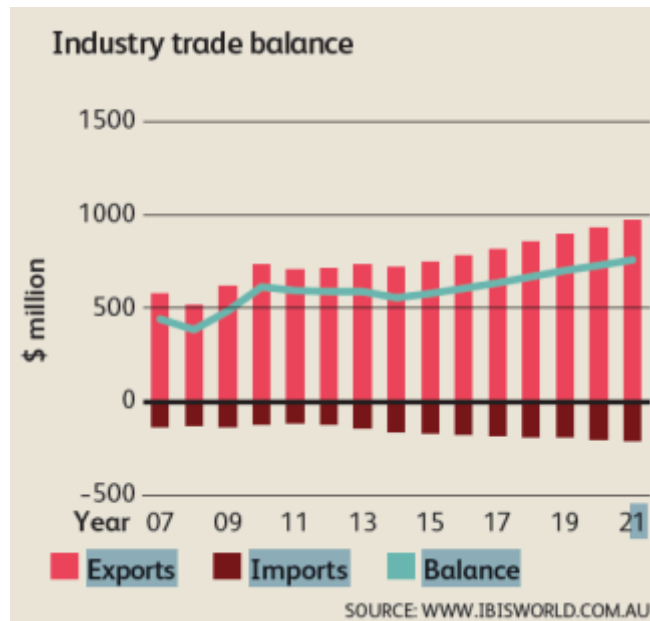
Xuất khẩu

Xuất khẩu tăng trong vòng 5 năm qua và chiếm khoảng 51,8% tổng doanh thu ngành trong năm 2014-2015. Kim ngạch xuất khẩu đã tăng trưởng trong năm năm qua, mặc dù đồng đôla Úc cao trong nhiều giai đoạn. Nhu cầu nhập khẩu từ Hồng Kông, Nhật Bản và Trung Quốc tăng do tầng lớp trung lưu ngày càng mở rộng và thu nhập của họ cũng tăng lên. Ba nước này chiếm gần 80% tổng kim ngạch xuất khẩu hải sản đánh bắt của Úc.

Tăng thu nhập ở các nước này đã ảnh hưởng tích cực đến xuất khẩu của Úc, đặc biệt góp phần gia tăng nhu cầu đối với các sản phẩm có giá trị cao như tôm hùm, cua, bào ngư. Các sản phẩm giá trị cao như ngọc trai cũng góp phần vào sự tăng trưởng doanh thu xuất khẩu.

Nhập khẩu

Nhập khẩu của ngành chiếm khoảng 19,4% nhu cầu trong nước trong năm 2014-2015. Hạn chế đánh bắt ở Úc hạn chế việc cung cấp trong nước, đồng nghĩa với việc tăng nhập khẩu để đáp ứng nhu cầu trong nước. Ngoài ra, nhập khẩu từ các nước có giá rẻ cũng giúp tăng cường khả năng chi trả cho thủy sản. Úc nhập khẩu chủ yếu từ các nước châu Á – Thái Bình Dương, trong đó Thái Lan, Trung Quốc và New Zealand chiếm hơn 50% kim ngạch nhập khẩu thủy sản vào Úc.



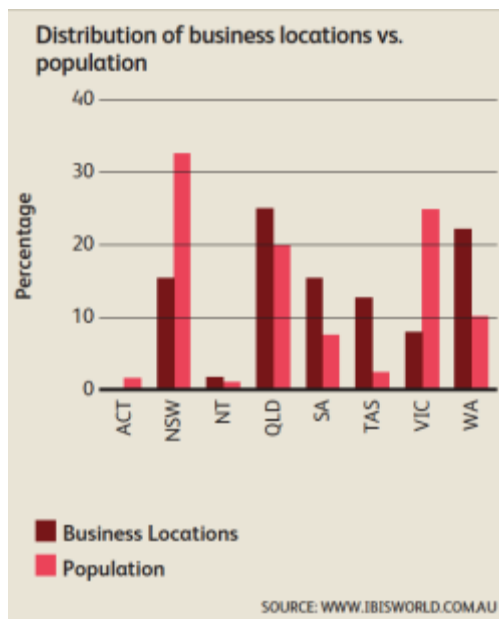
4. Địa điểm kinh doanh

Do tính chất của các hoạt động đánh bắt, các doanh nghiệp trong ngành có xu hướng được đặt tại các tiểu bang có diện tích bờ biển và số lượng các cảng biển lớn. Gần một nửa các doanh nghiệp của ngành có trụ sở tại Tây Úc và Queensland, nơi chiếm 55% bờ biển của Úc, và các doanh nghiệp khai thác có thể dễ dàng tiếp cận với vô số bến cảng, bao gồm Bunbury, Broome và Albany ở Tây Úc, và Port Douglas và Cairns ở Queensland.

Nam Úc và New South Wales lần lượt chiếm khoảng 15,3% và 15,4% doanh nghiệp trong ngành. Nam Úc là nơi có cảng Lincoln, là một trong những cảng cá thương mại lớn nhất tại Úc. Từ cảng Lincoln, các nhà khai thác có thể tiếp cận Great Australian Bight, cho phép đánh bắt tôm hùm đá miền Nam, tôm,

bào ngư, cá mòi và cá hồng. Tại New South Wales, các doanh nghiệp khai thác có thể tiếp cận khu vực đánh bắt thuộc Thái Bình Dương, từ các cảng như Vịnh Batemans và Cảng Eden.

Tasmania chiếm gần 13% doanh nghiệp trong ngành với sản phẩm có doanh thu cao nhất là bào ngư. Các doanh nghiệp ở Tasmania có thể hoạt động ở nhiều bến cảng, trong đó có Hobart, Margate, St. Helens và Devonport.



5. Một số doanh nghiệp trong ngành

Công ty A Raptis & Sons Pty Ltd (Raptis): chiếm khoảng 3,4% thị phần

A Raptis & Sons Pty Ltd (Raptis) là một công ty của Úc thuộc sở hữu tư nhân đã và đang hoạt động trong ngành công nghiệp trong hơn 40 năm. Các hoạt động chính bao gồm đánh bắt, chế biến hải sản, bán buôn và nuôi trồng thủy sản. Raptis khai thác một sản lượng lớn trong Vịnh Carpentaria, ngoài khơi bờ biển phía đông của bang Queensland và trong vùng biển Nam Úc. Công ty khai thác chủ yếu tôm, động vật thân mềm, cua và scampi.

Công ty có 15 tàu đánh cá thương mại, và có giấy phép đánh bắt tôm vùng phía bắc, Vịnh Carpentaria, Vịnh Saint Vincent và Vịnh Great Australia, cũng như các hoạt động đánh cá quốc tế khác. Ngoài mùa tôm, công ty tham gia đánh bắt động vật thân mềm (mực nang, mực ống, và bạch tuộc), sò điệp, cua, tôm hùm và scampi.

Raptis đã thực hiện một số nghiên cứu và phát triển quan trọng của ngành thủy sản.

Doanh nghiệp Sanford: chiếm khoảng 2,8% thị phần

Sanford là một doanh nghiệp New Zealand có trụ sở chính tại Auckland, New Zealand, hoạt động tại Úc thông qua hai công ty con là Ocean Fresh Fisheries Pty Ltd và Racovolis Amalgamated Fish Agents Pty Ltd. Công ty cũng điều hành các công ty thủy sản khác ở New Zealand và nhà máy chế biến thủy sản ở Trung Quốc.

Sanford đầu tư mạnh vào việc phối hợp với Chính phủ New Zealand và các công ty khác nghiên cứu và phát triển liên quan đến tính bền vững của sản phẩm. Khoản đầu tư này đã cho ra các sáng kiến như chương trình thu hoạch thủy sản chính xác. Chương trình hoạt động theo hướng phát triển công nghệ, trong đó cho phép các nhà khai thác nhắm vào cá theo loài và kích cỡ. Điều này giảm thiểu việc đánh bắt các loài cá khác mà các phương pháp đánh bắt truyền thống chưa làm được.

Tập đoàn Stehr: chiếm khoảng 1,3% thị phần

Tập đoàn Stehr là một công ty tư nhân được thành lập vào năm 1969. Các công ty con bao gồm Clean Seas Tuna Ltd, Australian Tuna Fisheries Pty Ltd, Santa Anna Tuna Fisheries Pty Ltd, JWS (Số 1) Pty Ltd và Stehr SZRL Unit Trust. Tập đoàn Stehr có cổ phần lớn trong công ty Clean Seas Tuna Ltd và công ty này đã được niêm yết trên ASX kể từ tháng 12 năm 2005.

Tập đoàn tham gia đánh bắt cá ngừ và nuôi trồng thủy sản ở Nam Úc. Hoạt động bao gồm lưới vét cá ngừ, đánh bắt xa bờ, và nuôi trồng thủy sản. Tập đoàn tổ chức hoạt động sản xuất giống để nhân giống cá và có một bộ phận nghiên cứu và phát triển lớn. Công ty sản xuất vượt mức 600 tấn cá ngừ vây xanh miền Nam, trên 500 tấn Kingfish đuôi vàng, và hơn 400 tấn mullock hàng năm. Cá ngừ được thu hoạch và chế biến cho thị trường Nhật Bản cao cấp và các thị trường khác.

Công ty Australian Fishing Enterprises Pty Ltd (AFE): chiếm khoảng 0,5% thị phần

AFE là một công ty của Úc thuộc sở hữu tư nhân, được thành lập vào năm 1987. Công ty có trụ sở tại cảng Lincoln, Nam Úc. Hoạt động chính bao gồm nuôi cá ngừ, trong đó có việc đánh bắt cá ngừ vây xanh miền Nam và đưa về

lòng để vỗ béo và bán. Mặc dù hoạt động chính AFE là nuôi trồng thủy sản, công ty cũng tham gia vào việc buôn bán thủy sản đánh bắt tại các chợ cá Melbourne và Sydney và tại thị trường quốc tế.

Đội tàu của công ty bao gồm một nhà máy đông lạnh 38-mét được mua lại vào năm 2004. Con tàu này cho phép cá được đóng băng trên biển ngay sau khi đánh bắt, cho phép công ty mở rộng thị trường trong nước và quốc tế với các sản phẩm tươi mà trước đây không thể tiếp cận.

6. Các qui định và chính sách

Ngành công nghiệp đánh bắt là ngành bị áp dụng các qui định ở mức độ cao và ngày càng nghiêm ngặt hơn. Do ngành công nghiệp đánh bắt hoạt động trên một số phân khúc, các doanh nghiệp khai thác bị ảnh hưởng bởi các qui định pháp lý theo nhiều cách khác nhau.

Các qui định của Chính phủ Liên bang và Chính phủ Bang

Quản lý nguồn lợi thủy sản của Úc là trách nhiệm của cả liên bang và tiểu bang. Theo Luật Biên ngoài khơi, Liên bang, các Bang và vùng lãnh thổ có thỏa thuận về quản lý những nơi có nhiều thủy sản dưới một quyền tài phán duy nhất.

Chính phủ Liên bang có trách nhiệm quy định các hoạt động đánh cá xảy ra trong phạm vi từ 3 đến 200 hải lý ngoài khơi bờ biển nước Úc (phần lớn khu vực đánh bắt của Úc). Chính phủ mỗi bang chịu trách nhiệm đối với việc đánh bắt thương mại trong phạm vi dưới 3 hải lý và đối với các loài cụ thể theo thỏa thuận với chính phủ liên bang (ví dụ Tasmania có thẩm quyền đối với cá hồi, tôm hùm đá và bào ngư)

Giấy phép đánh bắt thương mại

Đạo luật Quản lý Thủy sản Úc yêu cầu tất cả các nhà khai thác thương mại phải có giấy phép đánh bắt hợp lệ. Giấy phép đặt ra hạn ngạch khai thác không được vượt quá và được cấp bởi Cơ quan Quản lý Thủy sản Úc (AFMA), là cơ quan thay mặt cho Chính phủ Liên bang. Giấy phép này nhằm duy trì nguồn cung bền vững các loại cá, động vật thân mềm và động vật giáp xác ở vùng biển Úc và kiểm soát kỹ thuật đánh bắt. Giấy phép có hiệu lực trong một năm và phải xin cấp lại hàng năm. AFMA hiện không cấp giấy phép mới, do đó làm tăng giá trị của giấy phép hiện hành.

Quy tắc ứng xử đánh bắt có trách nhiệm

Tổ chức nông lương và Ủy ban Liên hợp quốc về Nghề cá khởi xướng Bộ ứng xử quốc tế về đánh bắt có trách nhiệm. Bộ ứng xử này là tự nguyện, các khía cạnh của bộ ứng xử dựa trên luật pháp quốc tế, cần được tôn trọng. Bộ ứng xử cung cấp cho các nhà khai thác một tập hợp các nguyên tắc và tiêu chuẩn liên quan đến việc quản lý và bảo vệ nguồn thủy sản và việc đánh bắt, chế biến và kinh doanh các sản phẩm thủy sản.

7. Hỗ trợ ngành

Ngành công nghiệp đánh bắt nhận được hỗ trợ ở mức độ cao. Chính phủ Liên bang cung cấp cả hỗ trợ trực tiếp, dưới hình thức một gói tài trợ và bồi hoàn chi phí, cũng như hỗ trợ gián tiếp, dưới hình thức thuế quan và khu vực đánh bắt cá của Úc. Ngành công nghiệp cũng được hưởng lợi từ một trung tâm nghiên cứu hợp tác.

Gói hỗ trợ điều chỉnh ngành Thủy sản

Với sự ra đời của khu bảo tồn biển vào năm 2012-13, Chính phủ Liên bang đã đưa ra các gói hỗ trợ điều chỉnh ngành thủy sản trị giá \$100 triệu cho ngư dân bị ảnh hưởng bởi việc tạo ra các khu bảo tồn biển. Theo chính phủ, chỉ có 1% cơ sở đánh cá thương mại có khả năng bị ảnh hưởng bởi việc tạo ra các khu bảo tồn.

Hệ thống bồi hoàn chi phí

Thủy sản của Úc được quản lý trên cơ sở bồi hoàn chi phí đầy đủ. Các nhà đánh bắt thủy sản thương mại phải trả các chi phí liên quan trực tiếp đến hoạt động đánh bắt, trong khi chính phủ trả chi phí cho các hoạt động có lợi cho cộng đồng rộng lớn hơn. Chi phí giám sát và thực hiện đánh bắt thủy sản thương mại trong nước được chia đều giữa các chính phủ và ngành công nghiệp.

Khu vực đánh bắt thủy sản của Úc

Ngành công nghiệp nhận một số bảo hộ trong việc sản xuất, từ giới hạn đánh bắt đặc quyền tại Úc. Một khu vực khai thác kinh tế 200 hải lý, được gọi là Khu vực đánh bắt thủy sản của Úc, được tuyên bố là của Úc. Khoảng cách này không được công nhận bởi tất cả các nước, bằng chứng là sự xâm nhập của Indonesia vào vùng biển Úc. Tuy nhiên, nó được phần lớn các nước trên thế giới chấp nhận.

Bảo hộ thuế quan

Thuế quan đánh vào nhiều sản phẩm thủy sản đã được giảm hoặc bãi bỏ. Nhập khẩu thủy sản hiện nay được miễn thuế. Thuế quan vẫn áp dụng đối với thủy sản chế biến, và nhập khẩu các sản phẩm chưa qua chế biến được hạn chế bởi các qui định về kiểm dịch.

Hợp tác nghiên cứu

Một trung tâm nghiên cứu thủy sản mới, Trung tâm nghiên cứu hợp tác thủy sản Úc (CRC), được thành lập vào năm 2007. Trung tâm hỗ trợ làm tăng mức độ sản xuất khai thác, trong khi giảm thiểu chất thải và đang nghiên cứu làm cách nào để tận dụng cá bỏ đi. Hai chương trình nghiên cứu chính hiện nay là giá trị lợi nhuận chuỗi và chất lượng và sự toàn diện của sản phẩm.

8. Một số dữ liệu cơ bản về ngành

Industry Data

	Revenue (\$m)	Industry Value Added (\$m)	Establishments	Enterprises	Employment	Exports (\$m)	Imports (\$m)	Wages (\$m)	Domestic Demand (\$m)
2005-06	1,875.4	474.3	6,715	6,519	10,308	660.4	152.3	184.5	1,367.3
2006-07	1,776.8	441.5	6,704	6,509	8,531	574.9	133.9	170.6	1,335.8
2007-08	1,616.4	366.4	6,530	6,402	8,253	513.8	129.1	149.5	1,231.7
2008-09	1,549.0	339.1	6,111	5,998	7,906	616.2	131.5	152.6	1,064.3
2009-10	1,480.7	344.8	6,308	5,975	7,476	733.6	119.9	143.9	867.0
2010-11	1,378.3	335.5	6,201	5,786	7,238	705.1	111.3	135.0	784.5
2011-12	1,335.2	294.5	5,972	5,520	6,859	708.8	120.2	128.5	746.6
2012-13	1,413.1	323.6	5,641	5,214	6,466	731.9	143.2	125.7	824.4
2013-14	1,426.9	306.8	5,321	4,909	5,992	718.0	162.6	122.4	871.5
2014-15	1,439.3	308.0	5,217	4,801	5,843	745.1	167.0	119.4	861.2
2015-16	1,459.9	293.0	5,108	4,701	5,677	778.8	173.2	121.3	854.3
2016-17	1,469.7	301.9	4,811	4,413	5,308	814.2	179.4	115.2	834.9
2017-18	1,485.1	281.3	4,500	4,153	4,949	853.5	185.5	109.5	817.1
2018-19	1,497.2	301.0	4,462	4,091	4,864	893.2	192.0	110.9	796.0
2019-20	1,507.7	312.8	4,415	4,075	4,776	928.4	200.1	109.9	779.4
Sector Rank	16/37	19/37	11/37	10/37	14/37	4/21	3/19	20/37	11/19
Economy Rank	462/776	520/775	145/776	111/775	391/775	46/211	127/207	592/775	157/207

Annual Change

	Revenue (%)	Industry Value Added (%)	Establishments (%)	Enterprises (%)	Employment (%)	Exports (%)	Imports (%)	Wages (%)	Domestic Demand (%)
2006-07	-5.3	-6.9	-0.2	-0.2	-17.2	-12.9	-12.1	-7.5	-2.3
2007-08	-9.0	-17.0	-2.6	-1.6	-3.3	-10.6	-3.6	-12.4	-7.8
2008-09	-4.2	-7.5	-6.4	-6.3	-4.2	19.9	1.9	2.1	-13.6
2009-10	-4.4	1.7	3.2	-0.4	-5.4	19.1	-8.8	-5.7	-18.5
2010-11	-6.9	-2.7	-1.7	-3.2	-3.2	-3.9	-7.2	-6.2	-9.5
2011-12	-3.1	-12.2	-3.7	-4.6	-5.2	0.5	8.0	-4.8	-4.8
2012-13	5.8	9.9	-5.5	-5.5	-5.7	3.3	19.1	-2.2	10.4
2013-14	1.0	-5.2	-5.7	-5.8	-7.3	-1.9	13.5	-2.6	5.7
2014-15	0.9	0.4	-2.0	-2.2	-2.5	3.8	2.7	-2.5	-1.2
2015-16	1.4	-4.9	-2.1	-2.1	-2.8	4.5	3.7	1.6	-0.8
2016-17	0.7	3.0	-5.8	-6.1	-6.5	4.5	3.6	-5.0	-2.3
2017-18	1.0	-6.8	-6.5	-5.9	-6.8	4.8	3.4	-4.9	-2.1
2018-19	0.8	7.0	-0.8	-1.5	-1.7	4.7	3.5	1.3	-2.6
2019-20	0.7	3.9	-1.1	-0.4	-1.8	3.9	4.2	-0.9	-2.1
Sector Rank	24/37	26/37	31/37	31/37	31/37	7/21	7/19	32/37	14/19
Economy Rank	551/776	547/775	656/776	660/775	688/775	75/211	80/207	688/775	159/207

Key Ratios

	IVA/Revenue (%)	Imports/Demand (%)	Exports/Revenue (%)	Revenue per Employee (\$'000)	Wages/Revenue (%)	Employees per Est.	Average Wage (\$)	Share of the Economy (%)
2005-06	25.29	11.14	35.21	181.94	9.84	1.54	17,898.72	0.04
2006-07	24.85	10.02	32.36	208.28	9.60	1.27	19,997.66	0.03
2007-08	22.67	10.48	31.79	195.86	9.25	1.26	18,114.62	0.03
2008-09	21.89	12.36	39.78	195.93	9.85	1.29	19,301.80	0.02
2009-10	23.29	13.83	49.54	198.06	9.72	1.19	19,248.26	0.02
2010-11	24.34	14.19	51.16	190.43	9.79	1.17	18,651.56	0.02
2011-12	22.06	16.10	53.09	194.66	9.62	1.15	18,734.51	0.02
2012-13	22.90	17.37	51.79	218.54	8.90	1.15	19,440.15	0.02
2013-14	21.50	18.66	50.32	238.13	8.58	1.13	20,427.24	0.02
2014-15	21.40	19.39	51.77	246.33	8.30	1.12	20,434.71	0.02
2015-16	20.07	20.27	53.35	257.16	8.31	1.11	21,366.92	0.02
2016-17	20.54	21.49	55.40	276.88	7.84	1.10	21,703.09	0.02
2017-18	18.94	22.70	57.47	300.08	7.37	1.10	22,125.68	0.02
2018-19	20.10	24.12	59.66	307.81	7.41	1.09	22,800.16	0.02
2019-20	20.75	25.67	61.58	315.68	7.29	1.08	23,010.89	0.02
Sector Rank	32/37	4/19	6/21	21/37	27/37	34/37	25/37	19/37
Economy Rank	620/775	103/207	36/211	456/775	684/775	757/775	748/775	520/775

II. Tình hình nuôi trồng thủy sản tại Úc

1. Tổng quan ngành nuôi trồng thủy sản Úc

Do dân số Úc cũng như dân số thế giới ngày càng tăng, do vậy nhu cầu phát triển thủy sản bền vững cũng ngày càng tăng.

Nhu cầu thủy sản của Úc đã tăng trong vòng 3 thập kỷ nay. Hiện tại, nhu cầu tiêu dùng thủy sản của Úc đã vượt quá khả năng cung cấp của ngành sản xuất thủy sản trong nước và nhu cầu này tiếp tục ngày càng tăng. Ngành nuôi trồng thủy sản trong nước do vậy có tiềm năng mở rộng để đáp ứng nhu cầu trong nước và quốc tế.

Tổng giá trị thực tế của ngành sản xuất nuôi trồng thủy sản đã tăng mạnh từ 108 triệu đô la năm 2002-2003 lên đến hơn 1 tỷ đô la hiện nay. Sự gia tăng mạnh nhất trong thập kỷ vừa qua là gia tăng trị giá sản xuất cá hồi (cá hồi salmon và cá hồi trout) và hàu.

Ngành công nghiệp nuôi trồng thủy sản của Úc đã tiếp tục phát triển mạnh trong năm năm qua, là một giải pháp khả thi để bù đắp sự suy giảm liên tục nguồn cá toàn cầu và trong nước. Trong giai đoạn này, sản xuất cá biển Úc giảm, trong khi tiêu thụ thủy sản toàn cầu đã tăng lên. Tiêu thụ thủy sản trong nước ổn định phần nào hạn chế sự phát triển ngành công nghiệp. Tuy nhiên, giá thủy sản và sản lượng nuôi trồng thủy sản ngày càng tăng trong tổng thị phần ngành thủy sản đã làm cho doanh thu toàn ngành tăng.

Ngành công nghiệp tăng trưởng khoảng 5% trong vòng năm năm qua và doanh thu năm 2014-15 đạt 1,2 tỷ đô la. Tuy nhiên, một số dịch bệnh trong năm 2012-13 đã làm giảm sản lượng, góp phần vào sự suy giảm doanh thu trong năm đó. Tuy nhiên, lợi nhuận ngành công nghiệp vẫn duy trì ổn định. Tăng giá và nhu cầu tăng tại các thị trường xuất khẩu, do đồng đô la Úc mất giá đã giúp doanh thu ngành công nghiệp tăng 7,7% trong 2014-15.

Ngành công nghiệp dự kiến sẽ mở rộng trong năm năm tiếp theo, do nhu cầu tiêu thụ thủy sản, dân số và thu nhập tăng đặc biệt ở các nước đang phát triển ở khu vực châu Á, và chính sách môi trường được thực hiện để đảm bảo bổ sung nguồn cá. Doanh thu ngành công nghiệp được dự báo sẽ tăng 3%/năm trong vòng năm năm tới và đạt 1,4 tỷ đô la vào năm 2019-20.

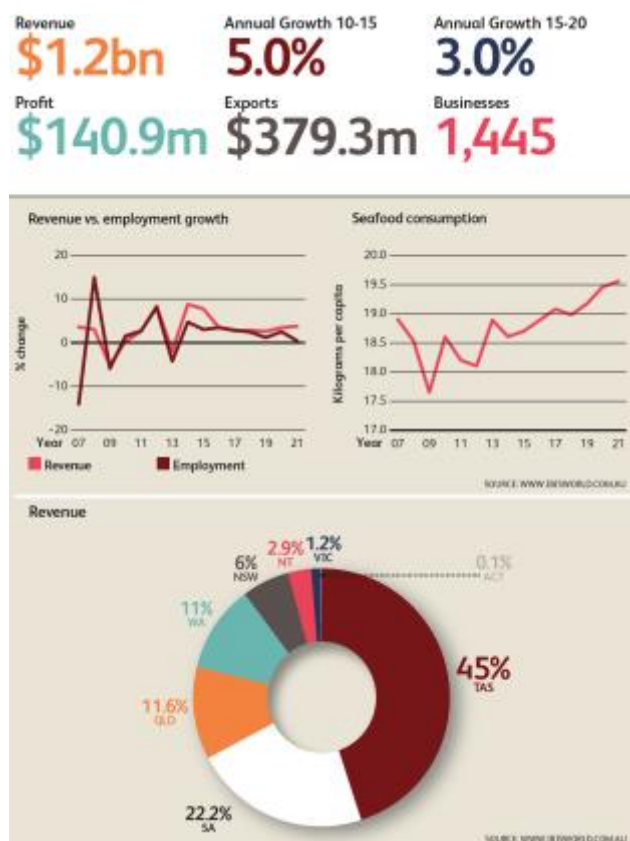
Trong thập kỷ qua, ngành công nghiệp nuôi trồng thủy sản đã được mở

rộng, do sự sụt giảm nguồn cá biển và nhiều loại hải sản khác. Theo báo cáo của Cục Nông nghiệp và Kinh tế tài nguyên và Khoa học, sản xuất thủy sản đánh bắt đạt đỉnh điểm vào năm 2004-2005 ở Úc, ở mức 280.000 tấn, và đã giảm liên tục từ thời gian đó. Nhiều loài cá, giáp xác và động vật thân mềm đã bị cạn kiệt.

Sự suy giảm trong hoạt động đánh bắt cá đã làm tăng tốc độ tăng trưởng của ngành nuôi trồng thủy sản, chiếm khoảng 35% tổng sản lượng thủy sản ở Úc và khoảng 45% tổng giá trị thủy sản.

Tổ chức Nông Lương thế giới (FAO) đã dự báo vào năm 2018, sản lượng thủy sản nuôi trồng sẽ vượt sản lượng đánh bắt phục vụ cho nhu cầu con người và vào năm 2021 hơn một nửa sản phẩm cá toàn cầu được sản xuất từ các trang trại nuôi trồng.

Nuôi trồng thủy sản của Úc bắt đầu vào những năm 1800, nhưng ban đầu chủ yếu tập trung vào việc nuôi cá hồi và tôm hùm đá. Mãi cho đến những năm 1980 và 1990 ngành công nghiệp mở rộng với việc bắt đầu nuôi cá hồi ở Tasmania, cùng một số loại cá, tôm càng, tôm hùm, tôm sú. Nhìn chung, sản xuất công nghiệp tăng khoảng 3,6% trong vòng năm năm qua. Sự tăng trưởng này nhấn mạnh vai trò của nuôi trồng thủy sản đã đóng góp vào việc giảm đánh bắt hải sản tự nhiên, tạo ra nguồn thủy sản bền vững hơn tại Úc.



Một số yếu tố kinh tế đã hỗ trợ cho nhu cầu của ngành trong năm năm qua. Bình quân tiêu thụ thủy sản trên đầu người tăng do thu nhập trung bình tăng. Thu nhập cao hơn đã giúp người tiêu dùng tiếp tục mua hải sản bất chấp giá bán lẻ tăng. Giá thủy sản bán lẻ đã tăng với tốc độ nhanh hơn so với giá gia cầm trong vòng năm năm qua. Thu nhập cao đã khiến một số người tiêu dùng thay thế các loại thịt gia cầm như thịt lợn, có giá rẻ bằng thủy sản.

Ý thức về sức khỏe đã hỗ trợ tiêu thụ thủy sản ổn định trong vòng năm năm qua. Những lo ngại về mức độ béo phì toàn cầu đang khuyến khích người tiêu dùng áp dụng chế độ ăn uống lành mạnh. Người tiêu dùng đã chuyển sang cá như một sự thay thế lành mạnh cho các loại thịt có nhiều mỡ hơn. Một số loại cá như cá hồi, chứa hàm lượng dầu omega-3, giúp tăng cường thông tin có lợi cho sức khỏe của ngành. Sản xuất cá hồi chiếm gần một nửa doanh thu ngành công nghiệp nuôi trồng. Tiêu thụ cá hồi đã phát triển đáng kể trong năm năm qua, nhờ vào chiến lược tiếp thị thành công nhằm tăng tiêu thụ trong nước.

Vấn đề nguồn hải sản tự nhiên ngày càng giảm trên toàn cầu đã giúp đưa ngành công nghiệp nuôi trồng gia nhập thương mại quốc tế. Xuất khẩu thủy sản nuôi trồng của Úc được đánh giá cao trên thị trường toàn cầu, do danh tiếng về sản xuất thủy sản chất lượng cao đáp ứng các điều kiện đảm bảo chất lượng nghiêm ngặt. Trong năm 2014-15, xuất khẩu chiếm khoảng 30,7% doanh thu của ngành. Đôla Úc cao hơn nhiều trong năm năm qua hạn chế sự tăng trưởng xuất khẩu. Tuy nhiên, đồng đô la Úc mất giá trong năm 2014-2015 đã làm cho xuất khẩu của Úc có giá phải chăng hơn tại các thị trường quốc tế và kích thích tăng trưởng xuất khẩu trong giai đoạn này. Trong khi Úc cũng nhập khẩu sản phẩm nuôi trồng thủy sản từ các nước nhưng kim ngạch nhập khẩu chỉ chiếm một phần rất nhỏ so với nhu cầu tiêu dùng trong nước.

Dựa trên các nghiên cứu được thực hiện bởi Tổ chức Nông Lương thế giới và Viện nghiên cứu Chính sách lương thực quốc tế, nhu cầu toàn cầu đối với thủy sản dự kiến sẽ tăng 1,3% mỗi năm trong vòng năm năm tới do dân số và kinh tế tăng trưởng, chủ yếu là ở các nước đang phát triển. Một số loại cá được coi là hàng cao cấp ở nhiều nước, vì vậy nhu cầu dự kiến sẽ tăng lên cùng với thu nhập ngày càng tăng ở các nước này.

Nhu cầu thủy sản trong nước dự kiến cũng sẽ tăng, do dân số, thu nhập tăng và xu hướng ăn uống lành mạnh. Tình trạng đánh bắt tự nhiên và nuôi trồng thủy sản trên toàn cầu giảm sẽ hạn chế nguồn cung, dẫn đến tăng giá. Hơn nữa, sản lượng đánh bắt cá biển của Úc cũng sẽ tiếp tục giảm, dẫn đến việc các ngành công nghiệp nuôi trồng thủy sản trong nước sẽ mở rộng để bổ sung sự thiếu hụt.

Khi nhu cầu thủy sản toàn cầu tăng lên, ngành công nghiệp nuôi trồng thủy sản Úc có cơ hội mở rộng thị trường xuất khẩu. Xuất khẩu thủy sản Úc được dự báo trở nên cạnh tranh hơn trên thị trường toàn cầu do sự mất giá của đồng đô la Úc. Xuất khẩu được dự báo sẽ tăng 3,9%/năm trong vòng năm năm, chiếm 32,1% doanh thu của ngành công nghiệp.

Ngành công nghiệp nuôi trồng thủy sản sẽ tiếp tục phải đối mặt với sự cạnh tranh từ các sản phẩm nhập khẩu. Việc cạnh tranh thành công với hàng nhập khẩu sẽ xác định lợi nhuận của ngành công nghiệp. Giá thủy sản nhập khẩu dự kiến sẽ tăng, phản ánh nguồn cung cầu trên thế giới. Ngoài ra, Trung Quốc, một nguồn nhập khẩu chính dự kiến sẽ xuất khẩu ít hơn và trở thành nước nhập khẩu ròng hải sản, có thể giảm bớt sự cạnh tranh. Trong khoảng thời gian năm năm tới, nhập khẩu dự kiến sẽ tăng 1,1%/năm, đạt 57,9 triệu đô la vào năm 2019-2020.

Tỷ suất lợi nhuận ngành công nghiệp được dự đoán sẽ giảm nhẹ trong năm năm đến năm 2019-2020. Dự đoán giá hải sản bán lẻ trong giai đoạn này sẽ tăng. Tuy nhiên, giá nguyên liệu dự báo cũng sẽ tăng do vậy lợi nhuận từ việc tăng giá sẽ bù đắp cho việc tăng giá nguyên liệu. Ngoài ra, lương dự kiến cũng sẽ tăng, với dự báo 4,3%/năm trong vòng năm năm tới.

Ngành nuôi trồng thủy sản Úc đang trong giai đoạn phát triển. Giá trị gia tăng của ngành công nghiệp (IVA), đo lường sự đóng góp của ngành công nghiệp cho nền kinh tế tổng thể, được dự báo sẽ tăng 4,4%/năm đến 2019-2020. Điều này chỉ ra rằng ngành công nghiệp đang phát triển nhanh hơn so với các nền kinh tế tổng thể, với GDP dự báo tăng trưởng 2,7% trong giai đoạn này.

Mặc dù IVA tăng trưởng mạnh, ngành công nghiệp đang hướng tới sự lớn mạnh. Số doanh nghiệp dự kiến sẽ giảm hàng năm là 0,3% trong giai đoạn 10 năm. Sự suy giảm này chỉ ra rằng các công ty lớn đang mở rộng hoạt động của mình để tận dụng các cơ hội tăng trưởng sản xuất hiện nay, hạn chế sự thành công của các công ty nhỏ hơn và buộc họ phải rời khỏi ngành công nghiệp.

2. Các sản phẩm thủy sản nuôi trồng chính ở Úc

Có ba loại trang trại nuôi trồng thủy sản ở Úc: cá, động vật giáp xác và động vật thân mềm. Cá chủ yếu bao gồm cá hồi, cá ngừ, cá chẽm, cá rô bạc và một số loài khác. Cá chiếm phần lớn doanh thu ngành công nghiệp, và ngày càng tăng một cách nhanh chóng do cá hồi được tiêu thụ phổ biến ở Úc.

Cá hồi

Cá hồi có giá trị nhất, chiếm khoảng 48,9% doanh thu của ngành công nghiệp. Nuôi cá hồi ở Úc bắt đầu vào năm 1998, và 95% sản lượng ở Tasmania. Thành công trong các chiến dịch tiếp thị và việc cải tiến công nghệ và quy trình nuôi đã làm tăng giá trị của cá hồi trong vòng năm năm qua. Xu hướng tăng tiếp tục được dự báo, tăng cả khối lượng và giá.

Cá ngừ

Cá ngừ là phân khúc sản phẩm có giá trị thứ hai. Cá ngừ vây xanh miền Nam, được nuôi ở Nam Úc đóng góp quan trọng vào phân khúc này. Cá ngừ thường được bán cho các nhà chế biến thủy sản để đóng hộp. Mặc dù biến động trong khối lượng sản xuất, giá cá ngừ đã tăng lên trong năm năm qua. Điều này là do nhu cầu và ý thức về sức khỏe của người tiêu dùng ngày càng tăng. Do đó, phân khúc này đã mở rộng thị phần doanh thu trong năm năm qua.

Cá khác

Phân khúc cá khác bao gồm cá chẽm, cá chình, cá bản địa khác và cá cảnh. Nhiều sản phẩm trong phân khúc này, đặc biệt là cá bản địa, phải đối mặt với sự cạnh tranh mạnh mẽ từ cá đánh bắt tự nhiên. Điều này là do khách hàng thường cảm nhận cá bản địa đánh bắt tươi hơn và chất lượng vượt trội. Thị phần của phân khúc này vẫn trì trệ trong năm năm qua. Sự phổ biến ngày càng tăng của cá chẽm đã đẩy giá và bù đắp cho việc giảm doanh thu từ cá chình, cá bản địa và cá cảnh.

Hàu ăn

Hàu ăn chiếm thị phần doanh thu cao nhất trong các loại động vật thân mềm. Hàu đã trở nên ngày càng phổ biến, đặc biệt là tại các thị trường xuất khẩu với thu nhập của người dân đang tăng cao. Mặc dù giá cả và nhu cầu tăng, thị phần của phân khúc này đã giảm nhẹ, do sự phát triển nhanh chóng của các phân khúc khác.

Hàu lấy ngọc

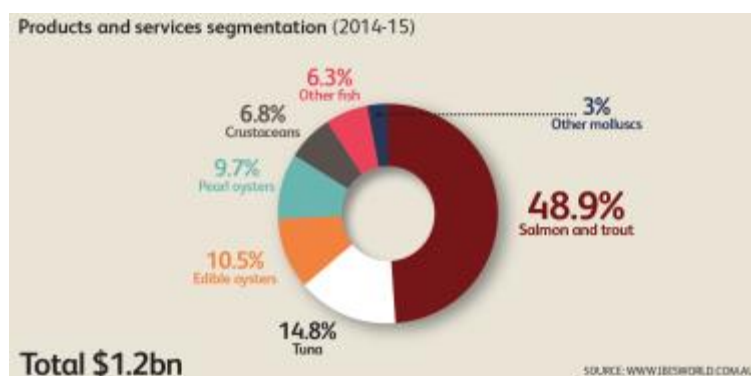
Một số trang trại nuôi hàu để lấy ngọc cung cấp cho ngành trang sức. Doanh thu hàu lấy ngọc đã giảm trong năm năm qua, do sự sụt giảm đáng kể về giá trị. Hàu được nuôi dọc nước Úc kéo dài từ New South Wales, Tây Úc, Nam Úc, Tasmania và Queensland.

Động vật thân mềm khác

Động vật thân mềm khác bao gồm bào ngư và vẹm xanh. Các sản phẩm này chiếm một phần nhỏ trong doanh thu ngành công nghiệp, do sự phổ biến của các sản phẩm nuôi trồng thủy sản khác. Giá biến động trong năm năm qua đã làm cho thu nhập của phân khúc này biến động.

Động vật giáp xác

Các phân khúc động vật giáp xác bao gồm tôm sú, tôm càng xanh, tôm hùm đỏ, và các loài khác. Mức sản xuất tăng đã làm tăng thị phần doanh thu của động vật giáp xác trong vòng năm năm qua. Tôm sú chiếm thị phần lớn nhất của phân khúc này và đã tăng lên 5,6%, chủ yếu do khối lượng sản xuất tăng. Phần lớn tôm được nuôi ở Queensland.



3. Các kênh phân phối chính

Có bốn kênh lớn phân phối chính: xuất khẩu, chế biến, bán buôn và siêu thị.

Xuất khẩu

Ước tính có khoảng 30,7% doanh thu của ngành công nghiệp từ xuất khẩu, trong đó chủ yếu được bán tại thị trường khu vực. Giá hải sản của Úc thường cao tương ứng với chất lượng và an toàn thực phẩm. Trong năm năm cho đến năm 2014-2015, xuất khẩu ngành công nghiệp tăng trưởng hàng năm khoảng 4,4%. Xuất khẩu được dự kiến sẽ tăng trong năm năm tiếp theo, do sự mất giá của đồng đô la Úc, khiến hàng xuất khẩu cạnh tranh hơn trên thị trường thế giới.

Chế biến thủy sản

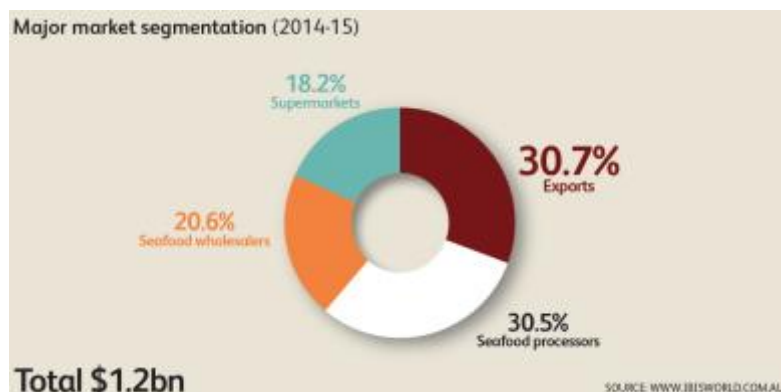
Chế biến thủy sản chiếm tỷ lệ lớn nhất tại thị trường trong nước. Một tỷ lệ đáng kể hải sản cần được xử lý trước khi bán cho người tiêu dùng trong nước. Chế biến bao gồm làm sạch, bỏ ruột và cắt lát đối với cá, hay là sơ chế động vật thân mềm và động vật giáp xác cho người tiêu dùng như bỏ vỏ, bỏ đầu tôm.... Chế biến cũng có thể bao gồm đóng hộp, sấy khô, làm đông hoặc chần chín một phần. Người tiêu dùng ngày càng muốn có các sản phẩm tiện lợi và các sản phẩm có giá trị gia tăng đã góp phần làm tăng thị phần doanh thu của phân khúc này.

Bán buôn

Bán buôn ước tính chiếm khoảng 20,6% doanh thu của ngành công nghiệp. Chỉ có sản phẩm chưa sơ chế, như cá nguyên con hoặc tôm không được rút ruột, được bán buôn. Thị phần bán buôn đã giảm trong năm năm qua, do sự gia tăng của các siêu thị và các cơ sở chế biến. Bán buôn thường bán cho các ngành công nghiệp dịch vụ thực phẩm, và cung cấp cho các siêu thị nhỏ và các cửa hàng tạp hóa.

Siêu thị

Bán hàng trực tiếp cho các siêu thị chiếm tỷ trọng nhỏ nhất của doanh thu ngành công nghiệp, mặc dù đã tăng lên trong năm năm qua. Tương tự như bán buôn, chỉ có cá chưa sơ chế, động vật thân mềm và các sản phẩm giáp xác được bán trực tiếp cho các siêu thị. Sản phẩm được bán trong các siêu thị thường có chất lượng thấp hơn, và ngày càng có nhiều sản phẩm có nguồn gốc từ nước ngoài. Mặc dù vậy, thị phần của siêu thị được dự báo sẽ tiếp tục tăng trong năm tiếp theo.



4. Thương mại quốc tế

Ngành công nghiệp nuôi trồng thủy sản Úc bị ảnh hưởng mạnh mẽ của

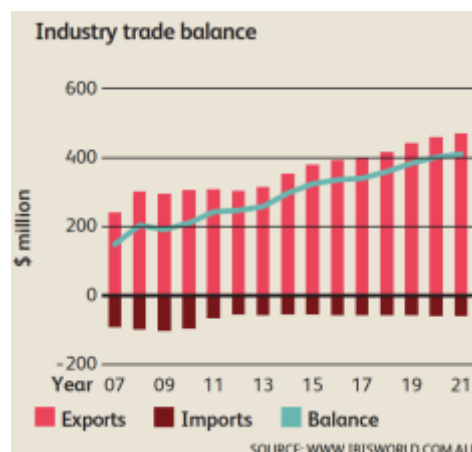
thương mại quốc tế, do xuất khẩu một khối lượng đáng kể. Sự gia tăng nhập khẩu thủy sản vào Úc cũng là một mối quan ngại đối với ngành công nghiệp nuôi trồng thủy sản.

Xuất khẩu

Theo Austrade, xuất khẩu thủy sản của Úc được đánh giá cao trên thị trường toàn cầu vì danh tiếng sản phẩm có chất lượng cao theo các điều kiện nghiêm ngặt bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm. Úc cũng xuất khẩu sản phẩm nuôi trồng thủy sản có giá cao hơn như ngọc trai, thường được bán cho Hồng Kông và Nhật Bản. Úc là nước xuất khẩu chính cá ngừ vây xanh miền Nam cho Nhật Bản. Úc cũng xuất khẩu số lượng lớn các loại thủy sản khác bao gồm cá hồi, hàu, và tôm. Xuất khẩu thủy sản Úc chiếm khoảng 30,7% doanh thu năm 2014-2015. Trước đây, khi đồng đô la Úc mạnh đã làm cho giá nuôi trồng hải sản tốn kém hơn, sản phẩm có giá cao và khó cạnh tranh trên thị trường thế giới. Sự mất giá của đồng đô la Úc trong hai năm qua 2014-2015 làm cho giá hải sản Úc tốt hơn và giúp tăng trưởng xuất khẩu.

Nhập khẩu

Nhập khẩu thủy sản nuôi trồng giảm khoảng 10,5%/năm trong vòng năm năm qua và chiếm khoảng 6% nhu cầu trong nước. Yếu tố giảm là do sự mất giá của đồng đô la Úc trong hai năm qua đã làm cho các sản phẩm nuôi trồng thủy sản nước ngoài đắt hơn trên thị trường tại Úc. Nhập khẩu thủy sản chủ yếu từ Trung Quốc và Indonesia, do giá cả cạnh tranh.





5. Địa điểm kinh doanh

Nuôi trồng thủy sản tại Úc tập trung ở Tasmania và Nam Úc, chiếm 67% doanh thu và 77% sản lượng. Tasmania có bờ biển biệt lập, môi trường tự nhiên và khí hậu mát mẻ làm cho nó trở thành khu vực nuôi trồng thủy sản chính của Úc. Bang này là nơi sản xuất chính cá hồi Đại Tây Dương, cá hồi vân, hàu Thái Bình Dương và trai của Úc. Thị phần sản xuất của Tasmania đã tăng và đóng góp vào doanh thu ngành công nghiệp trong năm năm qua, và điều này được dự kiến sẽ tiếp tục kéo dài trong thời gian tới do ngành công nghiệp tiếp tục được mở rộng nhanh chóng.

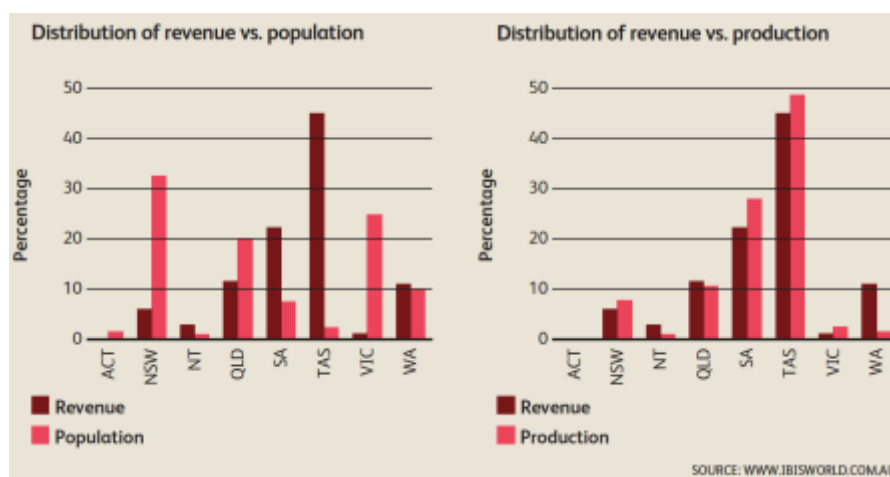
Ngành nuôi trồng thủy sản của Nam Úc có xu hướng chuyên về sản xuất cá ngừ vây xanh miền Nam. Thủy sản khác được sản xuất tại đây bao gồm cá chẽm, cá tuyết Murray và cá hồi vân. Nam Úc cũng nuôi trồng một số loại động vật giáp xác như tôm càng xanh và một số loại động vật thân mềm như hàu, trai. Giá trị nuôi trồng thủy sản của Nam Úc đã giảm trong năm năm qua, do sự sụt giảm về khối lượng sản xuất.

Tây Úc có thị phần lớn thứ tư trong ngành về giá trị nhưng chỉ chiếm 1,5% tổng sản lượng của ngành công nghiệp. Tây Úc nuôi trồng thủy sản có giá trị cao như nuôi trồng ngọc trai Nam Hải. Theo báo cáo thống kê ngư nghiệp mới nhất, phân khúc ngọc trai của Tây Úc trị giá 113 triệu đô la trong năm 2009-2010, chiếm 99% ngọc trai của cả nước. Tây Úc cũng nuôi cá chẽm, sò, bào ngư, cá rô bạc, cá hồi và tôm càng xanh.

New South Wales và Queensland chiếm 17,6% doanh thu của ngành công nghiệp và 18,4% sản lượng công nghiệp. NSW chủ yếu sản xuất hàu, tôm, cá, sò và tôm càng xanh, trong khi Queensland sản xuất nhiều tôm, cá chẽm, cá rô, cá tuyết Murray, tôm hùm đỏ, lươn, hàu ăn, ngọc trai và sản xuất giống. Khối lượng và giá trị sản xuất tăng ở Queensland trong vòng năm năm qua, trong khi

ở New South Wales, giá trị sản xuất tăng nhưng khối lượng sản xuất đã giảm nhẹ do giảm sản lượng của tôm, cá rô bạc và hào ăn.

Nuôi trồng thủy sản ở Victoria, Lãnh thổ Bắc Úc và Lãnh thổ Thủ đô Úc là không đáng kể so với các bang khác. Hoạt động nuôi trồng thủy sản của Victoria đã bị thu hẹp trong năm năm qua, chỉ chiếm 1,2% doanh thu của ngành công nghiệp. Theo Hội đồng Nuôi trồng thủy sản quốc gia, tỷ lệ sụt giảm do sự thiếu hụt giống, dịch virus của bào ngư và các vấn đề hạn hán liên quan.



6. Một số doanh nghiệp trong ngành

Tassal Group Limited

Tập đoàn Tassal là một doanh nghiệp niêm yết công khai, có trụ sở tại Tasmania. Công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất giống, nuôi trồng thủy sản, chế biến và bán hàng. Đây là doanh nghiệp nuôi trồng thủy sản và xuất khẩu cá hồi Đại Tây Dương lớn nhất của Úc.

Tassal điều hành sáu trang trại biển và hai trại giống ở Tasmania. Công ty đã đầu tư khoảng 166 triệu đô la trong năm năm qua để nâng cao tính bền vững của các hoạt động kinh doanh. Khoản đầu tư này bao gồm việc mở rộng sản xuất giống cá hồi của công ty tại Ranelagh, Tasmania. Việc mở rộng tốn khoảng 30 triệu đô la, dự kiến hoàn thành vào nửa đầu năm 2016. Việc mở rộng sẽ giảm thiểu nước thải và tránh lãng phí, bằng cách sử dụng nước dành cho tưới tiêu nông nghiệp.

Cá hồi Tassal được bán cho các nhà hàng, siêu thị và chợ cá ở Úc và Nhật Bản. Tassal là nhà cung cấp cá hồi tươi và cá hồi hun khói lớn nhất cho các siêu thị Úc. Công ty đang hướng tới việc tăng sản lượng chế biến cá hồi lên đến

30.000 tấn. Khoảng 60% doanh thu của tập đoàn từ việc bán buôn và bán cho các nhà cung cấp dịch vụ thực phẩm, trong khi 40% còn lại đến từ bán hàng cho các siêu thị và các cửa hàng bán lẻ khác. Tassal chủ yếu bán cho khách hàng ở hạ lưu New South Wales và Victoria. Công ty này xuất khẩu một phần nhỏ sản phẩm của họ.

Tập đoàn nuôi trồng thủy sản Huon

Huon là một công ty tư nhân, được thành lập vào năm 1994 từ việc mở rộng việc kinh doanh nông nghiệp gia đình của Peter và Frances Bender. Huon hiện tại là một trong những công ty nuôi cá hồi lớn nhất của Úc. Nó nằm ở Tasmania và sản lượng hàng năm trên 10.000 tấn. Tháng 10 năm 2014, công ty chào bán 28 triệu cổ phiếu ra công chúng nhằm tăng thêm 133 triệu đô la để mở rộng công ty và đầu tư trong vòng năm năm tới.

Huon có các trại giống của riêng mình, trang trại biển, chế biến và sản xuất. Công ty đầu tư rất nhiều vào phát triển công nghệ được sử dụng trong hệ thống nuôi cá hồi, được thiết kế để nâng cao môi trường biển, an sinh và chất lượng của cá hồi. Một trong những phát minh nổi tiếng nhất của công ty là một hệ thống cho ăn theo nhu cầu gọi là Aquasmart, cung cấp cá với một chế độ ăn tối ưu và hiện đang được bán trên toàn thế giới. Năm 2002, Huon bắt đầu tiếp thị cá hồi của mình theo thương hiệu riêng ở cấp độ bán lẻ, và công ty này nổi tiếng trên thị trường toàn cầu với các sản phẩm cá hồi cao cấp.

Công ty Paspaley Pearling

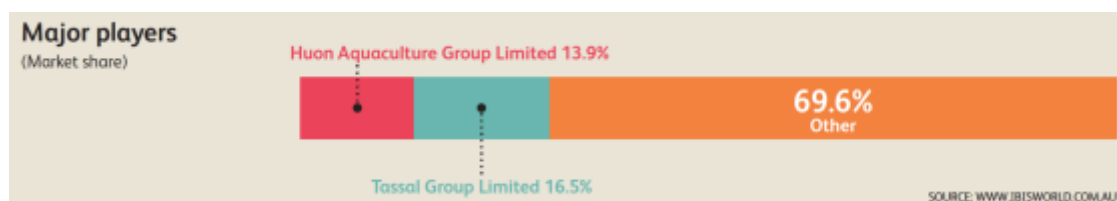
Công ty Paspaley Pearling Pty Limited (Paspaley) là một công ty con của Tập đoàn Paspaley, một công ty gia đình hoạt động trong các lĩnh vực liên quan đến ngọc trai. Công ty cũng đã đa dạng hóa các hoạt động như hàng không, sửa chữa tàu biển, bất động sản, chăn nuôi gia súc, căn hộ nghỉ dưỡng, bãi đỗ cho caravan và một khu mua sắm phức hợp. Paspaley sở hữu nhiều trang trại ngọc trai nằm giữa Dampier, Tây Úc và bán đảo Coburg, Bắc Úc. Công ty kiểm soát khoảng 60% giấy phép đánh bắt cá ở Tây Úc. Nông trại sản xuất ngọc trai Hải Nam, được bán cho người bán buôn. Thị trường xuất khẩu chính của Paspaley là Nhật Bản, Mỹ, Hồng Kông và châu Âu.

Paspaley cung cấp ngọc trai trực tiếp cho các nhà bán lẻ hoặc bán buôn, hoặc bán đấu giá tại Hồng Kông, Hoa Kỳ và Vương quốc Anh. Paspaley cung cấp khoảng 75% ngọc trai Hải Nam cho thị trường đá quý thế giới. Doanh thu từ nuôi ngọc trai của công ty có trị giá khoảng 50 triệu đô la trong 2014-2015.

Tập đoàn Stehr

Tập đoàn Stehr được thành lập vào năm 1969, và được tham gia đánh bắt cá ngừ và nuôi trồng thủy sản ở Nam Úc. Hoạt động của nó bao gồm lưới vét cá ngừ, chăn nuôi xa bờ, nuôi Kingfish chỉ vàng, cá ngừ và cá sủ (mullovey). Hoạt động của tập đoàn bao gồm cả việc sản xuất giống để nhân giống cá và có một bộ phận nghiên cứu và phát triển lớn. Stehr sản xuất hơn 600 tấn cá ngừ vây xanh miền nam, hơn 500 tấn Kingfish đuôi vàng và hơn 400 tấn sủ hàng năm. Cá ngừ được thu hoạch, chế biến cho thị trường cao cấp Nhật Bản và các thị trường khác.

Tập đoàn Stehr tham gia vào ngành công nghiệp thông qua công ty con lớn nhất của nó, là Clean Seas. Clean Seas đã phải đối mặt với những trở ngại đáng kể trong năm năm qua trong lĩnh vực sản xuất cá ngừ vây xanh và Kingfish. Trong 2011-12, doanh thu giảm mạnh 38,5% do bệnh dịch Kingfish. Hơn 100.000 con Kingfish chết vì căn bệnh này, gây thiệt hại cho công ty khoảng 17,5 triệu đô la. Sự thất bại của dự án tuyên truyền cá ngừ của Clean Seas sau khi đầu tư lên tới gần 40 triệu đô la cũng đã gây thiệt hại đáng kể cho công ty. Dự án được thiết kế để cho phép nuôi cá ngừ thành công trong điều kiện nuôi nhốt, nhưng bị giới hạn bởi những thất bại công nghệ. Doanh thu của Clean Seas trong năm 2014-2015 có tốt hơn, khoảng 8,6 triệu đô la.



7. Các qui định và chính sách

Ngành nuôi trồng thủy sản Úc được quản lý bởi các qui định nghiêm ngặt về môi trường. Chính phủ Úc có một số chương trình quốc gia về nghiên cứu, quản lý về an toàn sinh học, sức khỏe động vật dưới nước, an toàn thực phẩm, quản lý môi trường và tiếp cận thị trường và thương mại. Hầu hết các qui định về sản xuất, nuôi trồng thủy sản trong nước được áp dụng cho tất cả các bang và vùng lãnh thổ.

Các cơ sở nuôi trồng thủy sản, đặc biệt là những cơ sở hoạt động trong khu vực nguồn nước công cộng được yêu cầu tuân thủ các qui định về kiểm soát môi trường nghiêm ngặt, được giám sát bởi các cơ quan của các bang. Các tiêu chuẩn nghiêm ngặt về an toàn thực phẩm được áp dụng cho cả sản phẩm đánh bắt tự nhiên và nuôi trồng thủy sản.

Các tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm và môi trường nhằm đảm bảo cho sự phát triển của thủy sản trong khu vực nguồn nước của Úc an toàn để ăn và việc sản xuất thủy sản không ảnh hưởng đến môi trường nước.

8. Một số dữ liệu cơ bản về ngành

Industry Data

	Revenue (\$m)	Industry Value Added (\$m)	Establishments	Enterprises	Employment	Exports (\$m)	Imports (\$m)	Wages (\$m)	Domestic Demand (\$m)	Production (Kilotonne)
2005-06	952.4	338.0	1,688	1,468	4,221	231.7	39.8	160.4	760.5	54.7
2006-07	986.7	346.9	1,749	1,521	3,628	240.3	91.9	164.0	838.3	61.2
2007-08	1,016.7	304.6	1,779	1,547	4,170	301.4	97.4	175.2	812.7	64.2
2008-09	964.5	297.1	1,722	1,414	3,924	294.2	102.8	167.1	773.1	70.1
2009-10	967.1	322.2	1,699	1,477	3,984	306.1	95.8	171.0	756.8	73.8
2010-11	992.4	328.9	1,661	1,444	4,092	307.6	64.6	170.9	749.4	76.7
2011-12	1,075.8	380.3	1,656	1,364	4,422	302.5	55.1	185.3	828.4	81.8
2012-13	1,054.8	371.7	1,658	1,442	4,236	313.6	55.4	177.1	796.6	80.1
2013-14	1,147.3	395.3	1,654	1,438	4,436	352.2	55.0	190.9	850.1	83.7
2014-15	1,236.1	415.0	1,662	1,445	4,570	379.3	54.9	208.5	911.7	88.1
2015-16	1,278.7	437.5	1,650	1,435	4,729	391.3	55.3	216.5	942.7	N/A
2016-17	1,313.7	474.4	1,645	1,430	4,865	396.4	56.0	227.4	973.3	N/A
2017-18	1,350.9	486.2	1,643	1,429	4,984	416.2	56.6	236.1	991.3	N/A
2018-19	1,386.1	476.9	1,648	1,432	5,043	441.1	57.2	245.0	1,002.2	N/A
2019-20	1,434.1	494.5	1,655	1,436	5,171	459.6	57.9	257.7	1,032.4	N/A
Sector Rank	19/38	13/38	19/38	19/38	18/38	8/21	10/19	11/38	10/19	N/A
Economy Rank	483/776	472/775	284/776	253/775	445/775	69/211	159/207	480/775	158/207	N/A

Annual Change

	Revenue (%)	Industry Value Added (%)	Establishments (%)	Enterprises (%)	Employment (%)	Exports (%)	Imports (%)	Wages (%)	Domestic Demand (%)	Production (%)
2006-07	3.6	2.6	3.6	3.6	-14.0	3.7	130.9	2.2	10.2	11.9
2007-08	3.0	-12.2	1.7	1.7	14.9	25.4	6.0	6.8	-3.1	4.9
2008-09	-5.1	-2.5	-3.2	-8.6	-5.9	-2.4	5.5	-4.6	-4.9	9.2
2009-10	0.3	8.4	-1.3	4.5	1.5	4.0	-6.8	2.3	-2.1	5.3
2010-11	2.6	2.1	-2.2	-2.2	2.7	0.5	-32.6	-0.1	-1.0	3.9
2011-12	8.4	15.6	-0.3	-5.5	8.1	-1.7	-14.7	8.4	10.5	6.6
2012-13	-2.0	-2.3	0.1	5.7	-4.2	3.7	0.5	-4.4	-3.8	-2.1
2013-14	8.8	6.3	-0.2	-0.3	4.7	12.3	-0.7	7.8	6.7	4.5
2014-15	7.7	5.0	0.5	0.5	3.0	7.7	-0.2	9.2	7.2	5.3
2015-16	3.4	5.4	-0.7	-0.7	3.5	3.2	0.7	3.8	3.4	N/A
2016-17	2.7	8.4	-0.3	-0.3	2.9	1.3	1.3	5.0	3.2	N/A
2017-18	2.8	2.5	-0.1	-0.1	2.4	5.0	1.1	3.8	1.8	N/A
2018-19	2.6	-1.9	0.3	0.2	1.2	6.0	1.1	3.8	1.1	N/A
2019-20	3.5	3.7	0.4	0.3	2.5	4.2	1.2	5.2	3.0	N/A
Sector Rank	4/38	10/38	8/38	8/38	4/38	1/21	17/19	3/38	4/18	N/A
Economy Rank	65/776	137/775	390/776	342/775	149/775	28/211	147/207	33/775	13/206	N/A

Key Ratios

	IVA/Revenue (%)	Imports/Demand (%)	Exports/Revenue (%)	Revenue per Employee (\$'000)	Wages/Revenue (%)	Employees per Est.	Average Wage (\$)	Share of the Economy (%)
2005-06	35.49	5.23	24.33	225.63	16.84	2.50	38,000.47	0.03
2006-07	35.16	10.96	24.35	271.97	16.62	2.07	45,203.97	0.03
2007-08	29.96	11.98	29.64	243.81	17.23	2.34	42,014.39	0.02
2008-09	30.80	13.30	30.50	245.80	17.33	2.28	42,584.10	0.02
2009-10	33.32	12.66	31.65	242.75	17.68	2.34	42,921.69	0.02
2010-11	33.14	8.62	31.00	242.52	17.22	2.46	41,764.42	0.02
2011-12	35.35	6.65	28.12	243.28	17.22	2.67	41,904.12	0.03
2012-13	35.24	6.95	29.73	249.01	16.79	2.55	41,808.31	0.02
2013-14	34.45	6.47	30.70	258.63	16.64	2.68	43,034.27	0.03
2014-15	33.57	6.02	30.69	270.48	16.87	2.75	45,623.63	0.03
2015-16	34.21	5.87	30.60	270.40	16.93	2.87	45,781.35	0.03
2016-17	36.11	5.75	30.17	270.03	17.31	2.96	46,742.03	0.03
2017-18	35.99	5.71	30.81	271.05	17.48	3.03	47,371.59	0.03
2018-19	34.41	5.71	31.82	274.86	17.68	3.06	48,582.19	0.03
2019-20	34.48	5.61	32.05	277.34	17.97	3.12	49,835.62	0.03
Sector Rank	14/38	9/19	7/21	19/38	10/38	12/38	10/38	13/38
Economy Rank	396/775	151/207	52/211	432/775	441/775	626/775	563/775	472/775

III. Tình hình chế biến thủy sản của Úc

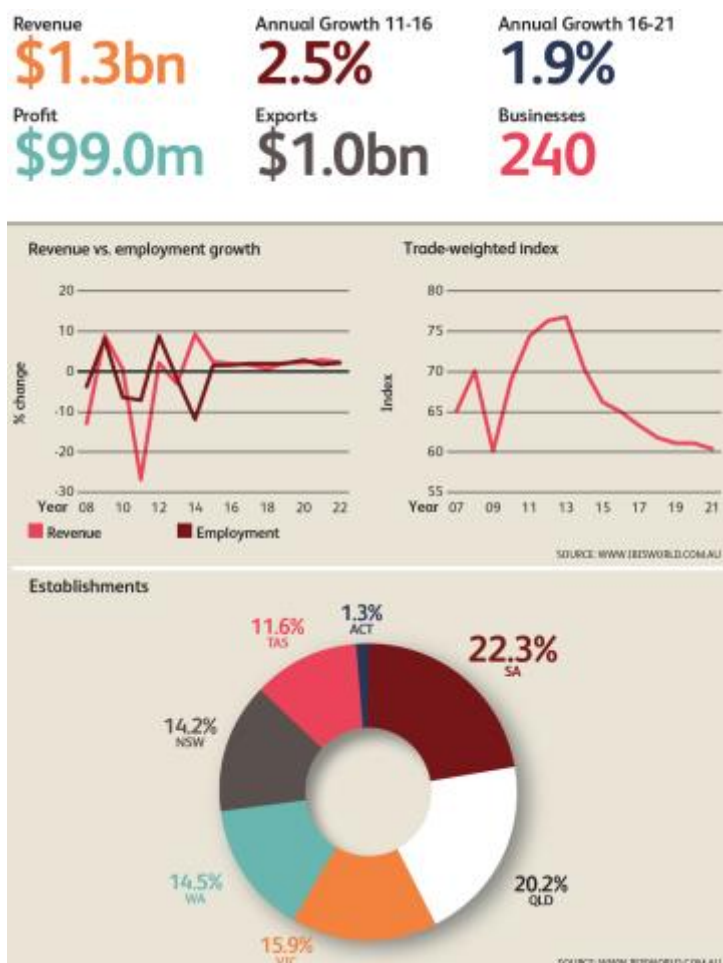
1. Tổng quan ngành chế biến thủy sản của Úc

Ngành công nghiệp chế biến thủy sản phải đối mặt với điều kiện sóng gió trong nửa đầu của thời kỳ năm năm qua do đánh bắt quá mức, điều kiện khí hậu, bệnh tật, chi phí nhiên liệu tăng, và hạn ngạch đánh bắt bị cắt giảm do chính sách quản lý bền vững.

Ngành công nghiệp chế biến thủy sản đã phát triển trong điều kiện không ổn định. Doanh thu ngành công nghiệp đã bị ảnh hưởng bất lợi bởi sự sụt giảm trong sản xuất thủy sản Úc và sự cạnh tranh gay gắt với hàng nhập khẩu. Trong năm năm qua, ngành công nghiệp đã trở nên phụ thuộc nhiều vào thị trường xuất khẩu. Doanh thu xuất khẩu đã tăng từ dưới 30% trong năm 2010-2011 lên gần 80% trong năm 2015-2016. Trong khi nhu cầu trong nước ổn định, hàng nhập khẩu giá thấp hơn và cạnh tranh đã làm giảm doanh thu trong nước. Dự kiến, 2015-2016, doanh thu ngành công nghiệp sẽ tăng 2,5% đạt 1,3 tỷ đô la do nhu cầu trong nước và xuất khẩu đều tăng.

Triển vọng của ngành công nghiệp chế biến thủy sản là không chắc chắn, như giảm sản xuất và nhập khẩu tăng tiếp tục đe dọa bán hàng trong nước. Nhu cầu đối với thủy sản chất lượng cao của Úc trên toàn cầu dự kiến sẽ vẫn mạnh mẽ trong năm năm tiếp theo. Bắc Mỹ và Châu Âu được dự báo sẽ chứng lại, trong khi các nước láng giềng châu Á, đặc biệt là Việt Nam, có nhu cầu mạnh mẽ đối với thủy sản chất lượng cao của Úc.

Việc chế biến thủy sản trong nước sẽ phụ thuộc vào sản lượng đánh bắt tự nhiên và nuôi trồng trong nước, mà hai nguồn cung này bị ảnh hưởng bởi chính sách thủy sản, chi phí sản xuất, khí hậu, dịch bệnh và phát triển sản xuất. Chính phủ dự kiến sẽ tiếp tục thực hiện chính sách tăng trưởng bền vững nguồn thủy sản của Úc. Các chính sách này sẽ làm giảm sản lượng đánh bắt trong ngắn hạn, nhưng cải thiện mức độ nguồn cung trong dài hạn. Nuôi trồng thủy sản được dự báo sẽ tăng trưởng mạnh trong năm năm tiếp theo. Đồng thời, cơ hội xuất khẩu cũng sẽ tiếp tục đóng góp cho thu nhập của ngành chế biến thủy sản. Trong năm năm tới, đến 2020- 2021, doanh thu ngành công nghiệp này được dự báo sẽ tăng 1,9%/ năm và đạt 1,4 tỷ đô la.



Xuất khẩu và giá cả

Ngành công nghiệp đã bị ảnh hưởng bất lợi do giảm mức sản xuất trong nước. Trong năm 2015-16, sản lượng thủy sản được dự báo sẽ vẫn chủ yếu là ổn định, trong khi khối lượng sản xuất dự kiến sẽ khó khăn hơn. Xu hướng này chủ yếu bởi sụt giảm mạnh trong sản xuất của mặt hàng có giá trị nhất ngành là tôm hùm đá, dẫn đến sản xuất tổng thể giảm mạnh và giá cả tăng. Xuất khẩu thủy sản đã tăng gấp ba lần trong vòng năm năm qua, sau nhiều năm sụt giảm ở mức 2 con số đến 2010-11. Trong 2015-16, xuất khẩu được dự báo sẽ tiếp tục phát triển, với Việt Nam dự kiến là thị trường xuất khẩu lớn nhất. Trong khi tại thời điểm 2010-2011, Việt Nam thậm chí không nằm trong danh sách 5 nước nhập khẩu thủy sản lớn nhất của Úc.

Một xu hướng quan trọng ảnh hưởng đến ngành công nghiệp này là sự gia tăng nhập khẩu thủy sản chế biến, mà có xu hướng rẻ hơn so với nguồn cung trong nước. Điều này đã góp phần vào việc giảm giá một số loại thủy sản nhất định, như tôm, ở Úc. Tuy nhiên, giá thủy sản chế biến đã tăng lên trong năm

năm qua, đặc biệt đối với các sản phẩm có giá trị cao.

Đánh bắt quá mức và bệnh dịch cùng với các vấn đề khác, đã ảnh hưởng đến nguồn cung thủy sản.

Ngành công nghiệp chế biến thủy sản dự kiến sẽ tiếp tục tăng trưởng trong năm năm tới, bất chấp những hạn chế sản xuất như hạn ngạch đánh bắt bị tụt giảm. Sự sụt giảm hạn ngạch đánh bắt tự nhiên dự kiến sẽ được bù đắp bởi sự tăng trưởng trong sản xuất nuôi trồng thủy sản. Tăng trưởng doanh thu ngành công nghiệp cũng được dự kiến sẽ được thúc đẩy bởi giá cao hơn nhờ sự tăng trưởng tại các thị trường xuất khẩu, đặc biệt là ở các khu vực Đông Nam Á. Trong năm năm tới, doanh thu ngành công nghiệp dự kiến sẽ đạt mức tăng trưởng hàng năm 1,9% tổng số 1,4 tỷ \$. Trong 2016-17, doanh thu ngành công nghiệp được dự báo sẽ tăng trưởng 1,7%.



Tăng trưởng nhu cầu thủy sản chế biến trong nước sẽ phụ thuộc vào kinh tế, thu nhập, tăng trưởng dân số, và thị hiếu của người tiêu dùng. Nhu cầu xuất khẩu cũng sẽ phụ thuộc vào sự biến động của đồng đô la Úc, sự cạnh tranh từ các nước khác và các chính sách thương mại. Thị trường xuất khẩu chính được dự kiến sẽ tăng khi các điều kiện kinh tế toàn cầu được cải thiện.

Trong những năm tới, người tiêu dùng sẽ trở nên ngày càng quan ngại về an toàn thực phẩm, nguồn gốc thực phẩm và môi trường bền vững. Một cách mà các nhà sản xuất chứng minh tính bền vững của sản phẩm là có được logo của Hội đồng Quản lý biển (MSC) cho sản phẩm của họ. MSC là một tổ chức độc lập, phi lợi nhuận cung cấp chứng nhận cho ngành thủy sản để đáp ứng tiêu chuẩn môi trường cho phát triển bền vững và quản lý. Các công ty có nhu cầu sử dụng logo chứng nhận phải có khả năng đảm bảo truy xuất nguồn gốc sản phẩm

thủy sản được chứng nhận từ tàu đánh bắt đến bàn ăn. Cho đến nay, có rất ít các công ty được chứng nhận tại Úc. Trong thị trường tôm hùm đá Tây Úc, chúng nhận đã được trao cho MG Kailis Holdings Pty Ltd và một số công ty khác. Con số này dự kiến sẽ tăng trong những năm tới do nhiều công ty cố gắng thu hút người tiêu dùng thông qua chất lượng và trách nhiệm xã hội đảm bảo.

Với sản lượng thủy sản hạn chế và việc không mặn mà với thị trường giá trị thấp hơn, thị trường trong nước có thể vẫn sẽ phụ thuộc nhiều vào nguồn cung nhập khẩu trong vòng năm năm tới. Giá cả nhập khẩu sẽ ảnh hưởng đến giá của ngành chế biến thủy sản Úc. Hiệp định thương mại tự do, đặc biệt với Trung Quốc, Nhật Bản và Hàn Quốc, dự kiến sẽ tạo cơ hội cho ngành thủy sản chế biến của Úc tại các thị trường xuất khẩu này. Thương mại hàng thủy sản của Úc có thể bị ảnh hưởng bởi những thay đổi về rào cản thương mại như các tiêu chuẩn về môi trường và sức khỏe.

Có tiềm năng để gia tăng giá trị cho các sản phẩm ở thị trường trong nước và xuất khẩu. Sáng kiến giá trị gia tăng bao gồm chuyển các sản phẩm có giá trị thấp thành các sản phẩm có giá trị cao như các mặt hàng thức ăn nhanh sẵn sàng để sử dụng, hoặc bằng cách chế biến cá nhỏ thành fillet lớn hơn. Kỹ thuật bảo quản được cải thiện, chẳng hạn như việc xử lý ban đầu tốt hơn và giữ lạnh tốt hơn nhằm cung cấp một sản phẩm tươi, có giá trị hơn. Bao bì tốt hơn sẽ cho phép các nhà khai thác kéo dài tuổi thọ của sản phẩm và làm cho sản phẩm hấp dẫn hơn với người tiêu dùng. Hầu hết sản phẩm xuất khẩu được xử lý ở mức tối thiểu khi rời khỏi nước Úc, nhưng thường được chế biến thêm ở các nước nhập khẩu.

2. Sản phẩm và dịch vụ

Ngành công nghiệp chế biến thủy sản Úc bao gồm một phạm vi rộng các sản phẩm thủy sản khác nhau phân loại theo cách cắt hoặc phương pháp sơ chế khác nhau. Các phân khúc bao gồm thủy sản tươi sống và đông lạnh; thủy sản đóng hộp; thủy sản hun khói, muối hoặc phơi khô; và các sản phẩm khác. Doanh thu các phân khúc khác nhau không tỷ lệ thuận với khối lượng bán ra, do sự khác biệt về giá hải sản và mức độ giá trị gia tăng.

Thủy sản tươi sống, ướp lạnh và đông lạnh

Trong 2015-16, ước tính khoảng 55,8% doanh thu của ngành công nghiệp được tạo ra từ phân khúc sản phẩm này. Khoảng hơn một nửa số cá đánh bắt thương mại được bán tươi hoặc đông lạnh, như cá nguyên con hoặc phi lê. Tôm và tôm hùm được bán nguyên con hoặc không đầu, đuôi được bán riêng. Thủy

sản tươi, ướp lạnh hoặc đông lạnh đem lại nguồn thu lớn nhất cho ngành. Thị phần doanh thu của phân khúc này đã giảm nhẹ trong năm năm qua, do sự phổ biến ngày càng tăng của phân khúc sản phẩm khác như cá hun khói.

Cá hộp

Ước tính có khoảng 33% doanh thu của ngành công nghiệp được tạo ra từ các loại cá đóng hộp, và phân khúc này ổn định trong vòng năm năm qua. Cá hộp được tiêu thụ nhiều do nhu cầu tiêu thụ sản phẩm tiện lợi. Tuy nhiên, trong khi tiêu thụ đã tăng lên, giá cả lại bị hạn chế do tăng quy mô kinh tế và áp lực cạnh tranh.

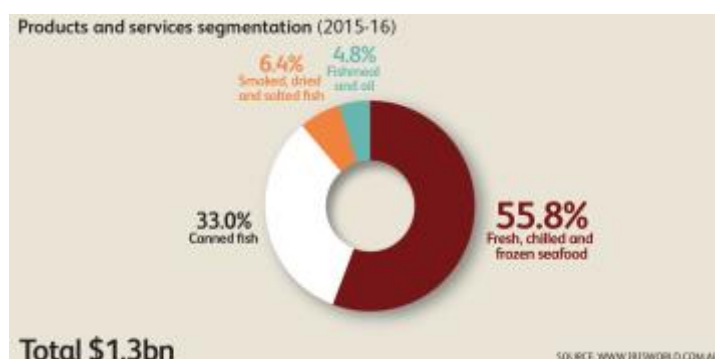
Trong năm năm qua, phân khúc này cũng đã được thúc đẩy bởi những sản phẩm với hương vị mới và cách đóng gói mới với chất lượng được cải thiện.

Cá hun khói, sấy khô và ướp muối

Hun khói, sấy khô và ướp muối là một phương pháp chế biến cá, và phân khúc này đóng góp một phần nhỏ vào khối lượng và doanh thu bán hàng của ngành công nghiệp hàng năm. Tuy nhiên, thị phần các sản phẩm này dự kiến ngày càng tăng. Trong 2015-16, cá hun khói, sấy khô và muối được dự đoán sẽ chiếm 6,4% doanh thu của ngành công nghiệp, tăng từ khoảng 3% trong năm 2010-11.

Bột cá và dầu cá

Ước tính có khoảng 4,8% doanh thu của ngành công nghiệp có nguồn gốc từ bột cá và dầu cá bán cho doanh nghiệp nuôi trồng thủy sản và các nhà sản xuất khác.



Nhu cầu thủy sản chế biến của Úc được xác định bởi một số yếu tố xoay quanh sức mua của người tiêu dùng, cũng như chất lượng và nguồn cung thủy

sản. Một trong những yếu tố có ảnh hưởng nhất là sức mạnh của đồng đô la Úc do tầm quan trọng của thương mại quốc tế đối với ngành công nghiệp. Một đồng đô la thấp hơn sẽ cho các nhà xuất khẩu lợi thế, do sản phẩm trở nên rẻ hơn ở thị trường nước ngoài, nhưng cũng có nghĩa là các nhà nhập khẩu sẽ khó đảm bảo thủy sản giữ giá do với một đồng tiền yếu khiến nhập khẩu đắt hơn.

Thông thường, giá cao thường dẫn đến sự sụt giảm nhu cầu và ngược lại. Một số sản phẩm thủy sản như tôm và tôm hùm, được coi là mặt hàng thực phẩm cao cấp và do đó nhu cầu ít tương ứng với sự thay đổi giá cả. Mặt khác, nhu cầu các sản phẩm rẻ hơn, chẳng hạn như cá ngừ đóng hộp và tôm chế biến nhập khẩu, sẽ thay đổi khi giá thay đổi do có sẵn sản phẩm thay thế. Giá của thủy sản cũng bị tác động tương đối bởi các sản phẩm thay thế khác (ví dụ gà) do đó sẽ ảnh hưởng đến nhu cầu.

Nhu cầu cũng có xu hướng liên quan chặt chẽ với những thay đổi về thu nhập. Thu nhập cao hơn cho phép chi tiêu cho các loại thủy sản nhiều hơn, bao gồm các sản phẩm có giá cao như loài giáp xác và loài thân mềm. Lo ngại về sức khỏe cũng khuyến khích việc tiêu thụ cá. Cá có ít chất béo và cholesterol, nhưng giàu axit béo omega 3 rất cần thiết cho sức khỏe, và do đó được coi là một nguồn protein lành mạnh hơn các loại thịt đỏ và thịt gia cầm.

3. Các thị trường chính

Xuất khẩu

Xuất khẩu được dự kiến sẽ chiếm 79,5% doanh thu năm 2015-16. Doanh thu xuất khẩu của ngành công nghiệp đã tăng lên trong năm năm qua, tăng từ mức dưới 30% trong năm 2010-2011. Sự gia tăng này chủ yếu là do nhu cầu tăng mạnh từ các thị trường châu Á lân cận như Hồng Kông, và gần đây hơn là Việt Nam. Hai nước này hiện nay chiếm hơn 80% nhu cầu xuất khẩu. Cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu đã ảnh hưởng đáng kể đến xuất khẩu của ngành công nghiệp, với kim ngạch xuất khẩu giảm mạnh cho đến 2010-2011. Xuất khẩu tăng trưởng mạnh mẽ trở lại trong năm 2011-2012 khi nền kinh tế toàn cầu phục hồi. Đồng đô la Úc tiếp tục giảm dự đoán sẽ làm thủy sản chế biến Úc ngày càng trở nên hấp dẫn đối với các thị trường nước ngoài.

Các nhà bán lẻ

Các siêu thị, chiếm phần lớn nhu cầu bán lẻ, và được dự kiến là một thị trường phát triển nhanh do bán buôn tăng và sự phát triển mạnh mẽ của hai siêu thị khổng lồ là Coles và Woolworths. Các nhà bán lẻ khác bao gồm các cửa

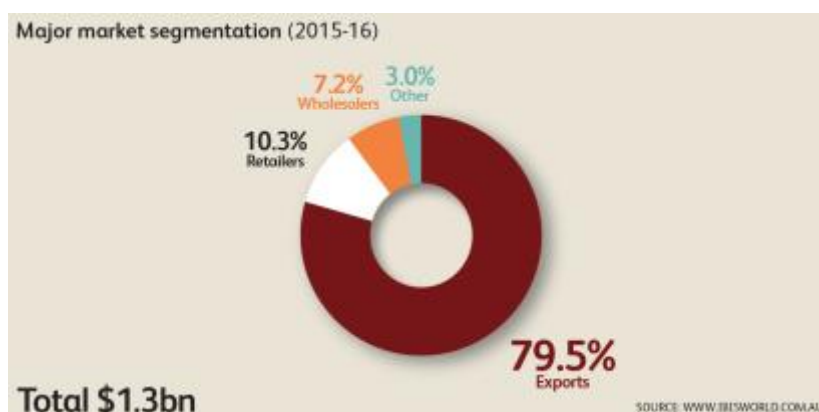
hàng thuỷ sản và tạp hóa. Trong năm năm tới, doanh thu bán hàng của các siêu thị dự kiến sẽ tiếp tục tăng do nhu cầu tiêu dùng đối với các sản phẩm tiện lợi ngày càng tăng. Thị phần các nhà bán lẻ hiện chiếm 10,3% ngành chế biến thuỷ sản Úc.

Bán buôn

Trong 2015-2016, thị phần bán buôn dự kiến chiếm khoảng 7,2% doanh thu của ngành công nghiệp chế biến thuỷ sản. Doanh thu của mảng bán buôn đã giảm trong năm năm qua và dự kiến sẽ tiếp tục giảm trong năm năm tới, đặc biệt khi các kênh khác như bán lẻ ngày càng giao dịch trực tiếp với các nhà sản xuất và ngư dân nhiều hơn.

Khác

Cơ sở dịch vụ thực phẩm, chủ yếu là các cửa hàng fish&chip, cũng là một thị trường quan trọng cho ngành công nghiệp. Cơ sở dịch vụ thực phẩm khác bao gồm các nhà hàng, quán cà phê, câu lạc bộ, các cửa hàng thức ăn nhanh, khách sạn... Thị phần của các nhà hàng được cho là đã giảm so với cửa hàng fish & chip và các quán cà phê do xu hướng ăn uống bình dân và rẻ tiền ngày càng tăng. Khách sạn, nhà hàng và các cơ sở dịch vụ thực phẩm cũng là những thị trường quan trọng cho ngành chế biến cá và thuỷ sản ở Úc.



4. Thương mại quốc tế

Thương mại quốc tế truyền thống là một yếu tố rất quan trọng của ngành công nghiệp chế biến thuỷ sản, đặc biệt là Úc dựa chủ yếu vào xuất khẩu sang các thị trường châu Á, nơi do đánh bắt quá mức đã ảnh hưởng đến ngành đánh bắt thuỷ sản của họ. Trong năm năm qua, doanh thu của ngành công nghiệp đã phụ thuộc ngày càng nhiều vào thị trường xuất khẩu, trong khi nhập khẩu thuỷ sản rẻ hơn để phục vụ cho thị trường trong nước.

Nhập khẩu

Nhập khẩu thủy sản chế biến ước tính tăng khoảng 6,6%/năm trong vòng năm năm qua, chiếm hơn 85% nhu cầu trong nước. Trong năm 2010-2011, hàng nhập khẩu chỉ đáp ứng được khoảng 60% nhu cầu trong nước, đây là minh chứng cho sự phụ thuộc ngày càng tăng vào hàng nhập khẩu rẻ tiền, trong khi ngành công nghiệp Úc xuất khẩu thủy sản sang châu Á. Nhu cầu nhập khẩu ngày càng tăng từ thị trường khu vực châu Á Thái Bình Dương, trong khi nhu cầu trong nước tương đối ổn định.

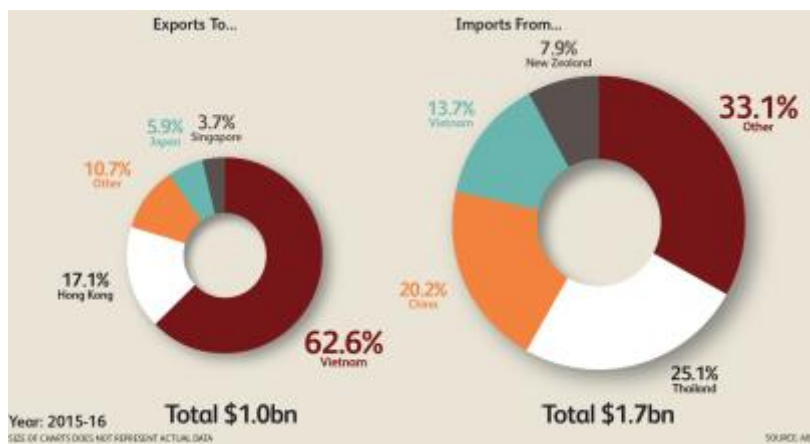
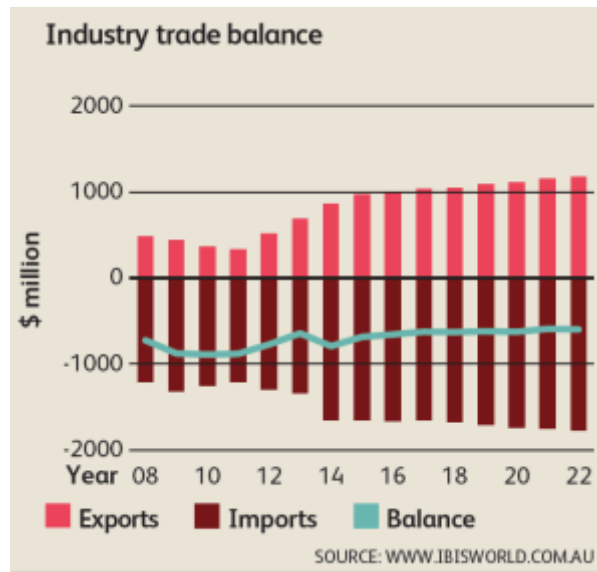
Khu vực Châu Á-Thái Bình Dương, do khoảng cách gần và giá hải sản không đắt, chi phối nguồn nhập khẩu. Thái Lan tiếp tục là nguồn cung lớn nhất của Úc, tiếp theo là Trung Quốc. Cả hai nước này đã đầu tư mạnh vào nuôi trồng thủy sản và đã trở thành nhà cung cấp hàng đầu thế giới. Đáng chú ý là phần lớn hàng nhập khẩu từ Đông Nam Á chỉ xử lý hạn chế như fillet và tẩm bột đã chiếm lĩnh thị trường nhập khẩu của Úc.

Xuất khẩu

Xuất khẩu được dự báo sẽ chiếm 79,5% doanh thu của ngành công nghiệp trong 2015-16, tăng từ dưới 30% trong năm 2010-2011 do nhu cầu ngày càng tăng của xuất khẩu thủy sản có giá trị cao từ các thị trường châu Á lân cận. Sự tăng trưởng mạnh mẽ nhu cầu từ Việt Nam là minh chứng cho xu hướng này. Sản phẩm xuất khẩu thường được xử lý ở mức tối thiểu, một phần là do các yêu cầu của các nhà nhập khẩu, điều đó cho phép các nhà chế biến cắt giảm chi phí không cần thiết để tăng giá trị và lợi nhuận.

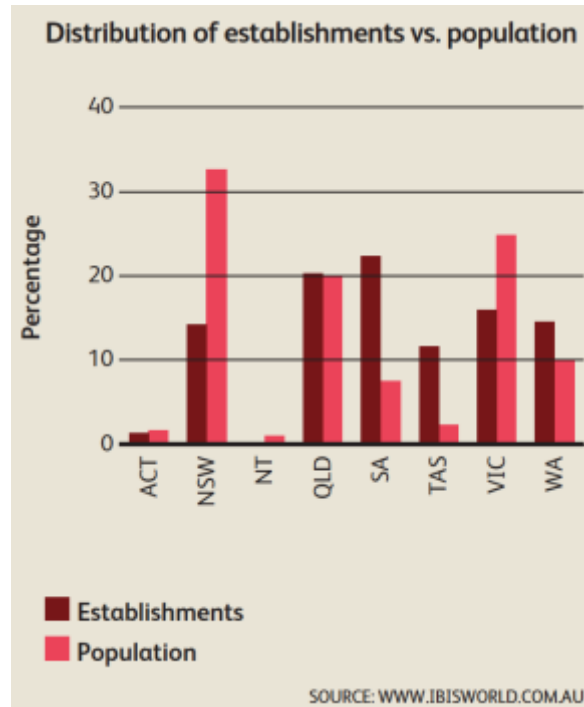
Trong năm năm qua, giá trị xuất khẩu thủy sản được ước tính tăng 25,2%/năm. Sự tăng trưởng về giá trị xuất khẩu là do nhu cầu đối với các sản phẩm giá trị cao từ thị trường mới nổi ở châu Á. Hồng Kông, Nhật Bản và Việt Nam là thị trường lớn nhất của ngành chế biến thủy sản Úc. Nhu cầu của Việt Nam ngày càng tăng và chiếm khoảng 70% nhu cầu xuất khẩu thủy sản chế biến của Úc.

Hồng Kông và Nhật Bản là các thị trường xuất khẩu hàng đầu trong 5 năm trước, nhưng giá trị xuất khẩu sang Nhật Bản đã giảm trong thập kỷ qua. Nhu cầu đối với sản phẩm thủy sản của Úc dự kiến sẽ tăng lên khi thị trường này trở lại với điều kiện kinh tế tốt hơn. Thị trường xuất khẩu có giá trị cao tại châu Á Thái Bình Dương dự kiến cũng sẽ tăng.

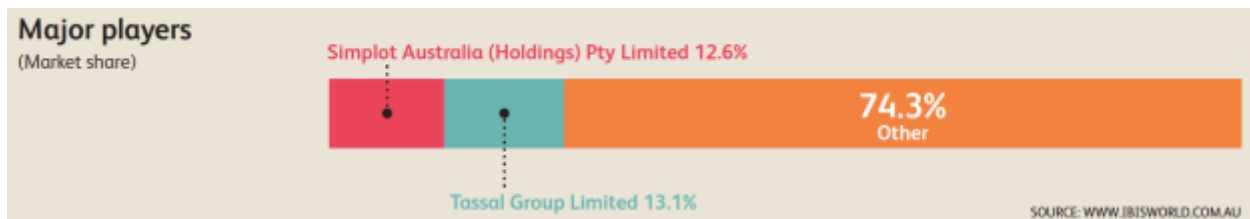


5. Địa điểm kinh doanh

Cơ sở chế biến thủy sản được tập trung chủ yếu về phía bờ biển phía Đông nơi mà phần lớn dân số sinh sống. New South Wales, Queensland, Tasmania và Victoria chiếm hơn 60% các cơ sở công nghiệp trong ngành. Chế biến chủ yếu diễn ra trong các nhà máy nằm ở trung tâm bờ biển gần với khu vực đánh bắt, trong đó có các nhà cung cấp nội địa chính của họ. Một số công ty của Úc hoạt động ở nước ngoài để giảm chi phí và dễ dàng tiếp cận với nguồn nguyên liệu.



6. Một số doanh nghiệp trong ngành



Simplot: 12,6% thị phần

Simplot là một công ty Úc thuộc sở hữu của nước ngoài tạo ra phần lớn doanh thu từ sản xuất thực phẩm. Công ty sản xuất và bán các sản phẩm đông lạnh, đóng hộp và nướng, bao gồm một loạt các sản phẩm thủy sản. Simplot Úc thuộc sở hữu hoàn toàn của Công ty Simplot JR trụ sở tại Mỹ, một nhà sản xuất thực phẩm tự nhiên và kinh doanh nông nghiệp.

Simplot được thành lập vào năm 1995, khi Pacific Dunlop bán cơ sở Edgell- Birds Eye cho JR Simplot. Ngày nay, công ty sử dụng gần 2.000 lao động trên khắp nước Úc và New Zealand, điều hành các hoạt động quản lý từ trụ sở chính tại Victoria. Simplot khai thác năm cơ sở chế biến (hai ở Tasmania, hai ở New South Wales và một ở Victoria), và cũng có văn phòng bán hàng tại mỗi tiểu bang và ở New Zealand. Công ty ở Úc cũng chịu trách nhiệm đối với các

hoạt động ở Đông Nam Á và Trung Quốc. Công ty là một trong 10 công ty thực phẩm và đồ uống hàng đầu tại Úc. Simplot tham gia ngành công nghiệp chế biến thủy sản với thương hiệu Birds Eye, trong đó sản xuất một số sản phẩm cá đông lạnh và ướp lạnh. Sản phẩm được bán cho các siêu thị và các cơ sở dịch vụ thực phẩm, bao gồm cả các nhà hàng, khách sạn, quán cà phê và bệnh viện.

Chế biến thủy sản chỉ chiếm một phần nhỏ trong doanh thu của công ty. Simplot đã cơ cấu lại hoạt động, đặt trọng tâm nhiều hơn vào tăng trưởng lợi nhuận chứ không phải là tăng trưởng về khối lượng, bằng cách giảm đáng kể các dòng sản phẩm của mình.

MG Kailis: 3,5% thị phần

MG Kailis là một công ty Úc có trụ sở tại Fremantle, Tây Úc. Các hoạt động chính của công ty là nuôi cấy ngọc trai; đánh bắt và chế biến tôm hùm, cá ngừ và tôm; và cung cấp dịch vụ hàng hải. MG Kailis đã hoạt động tại Broome, Vịnh Exmouth, Learmonth, Dongara và Fremantle ở Tây Úc; Vịnh Carpentaria ở Bắc Úc; Cảng Lincoln, ở Nam Úc; và Cairns, Bang Queensland. Công ty bán hàng trong nước và xuất khẩu sang các thị trường ở châu Á, châu Âu và Hoa Kỳ. Công ty có trên 60 tàu cá và hậu cần hoạt động tại Úc. Dịch vụ hàng hải bao gồm đóng và tân trang tàu, và dịch vụ nâng tàu.

Công ty Raptis & Sons: 3% thị phần

Raptis & Sons Pty Ltd, kinh doanh với thương hiệu Raptis, là một công ty Úc với phần lớn doanh thu từ đánh bắt, chế biến, và bán buôn thủy sản, và gần đây là nuôi trồng thủy sản. Công ty đã hoạt động trong ngành công nghiệp trong hơn 30 năm. Raptis xử lý một tỷ lệ lớn thủy sản đánh bắt trong vùng Vịnh Carpentaria, thuộc Bắc Úc, Queensland, và Nam Úc. Công ty xử lý các sản phẩm của mình để bán lẻ và bán buôn, cũng như các sản phẩm cho các công ty khác theo hợp đồng tại các cơ sở chế biến ở Adelaide. Công ty là một nhà cung cấp thủy sản lớn cho các nhà bán buôn, cửa hàng hải sản và các chuỗi siêu thị lớn ở Queensland.

Công ty Safcol: 2,5% thị phần

Safcol là một công ty Úc sở hữu của nước ngoài mà tạo ra phần lớn doanh thu từ đánh bắt, chế biến, tiếp thị và phân phối thủy sản. Công ty được thành lập vào năm 1945, khi một nhóm ngư dân Nam Úc thành lập một hợp tác xã. Công ty này lần đầu tiên được bán cho các nhà đầu tư nước ngoài vào năm 1991, khi tập đoàn Tropical của Malaysia mua lại Safcol. Công ty sản xuất cá ngừ và cá

hội đóng hộp và đóng gói, bao gồm một loạt các sản phẩm mang nhãn hiệu riêng cho các siêu thị lớn ở Úc.

7. Các qui định và chính sách

Cũng giống như các ngành công nghiệp chế biến thực phẩm khác, ngành công nghiệp chế biến hải sản phải chấp hành các qui định nghiêm ngặt về an toàn thực phẩm, các quy định ghi nhãn, cũng như một loạt các quy định về đánh bắt.

Cơ quan Tiêu chuẩn thực phẩm Úc - New Zealand (FSANZ) là cơ quan quản lý về an toàn thực phẩm. Ở Úc, FSANZ chịu trách nhiệm xây dựng các tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm, giới hạn dư lượng tối đa, sản xuất và chế biến, và thực hiện một loạt các chức năng khác bao gồm điều phối các hệ thống giám sát lương thực quốc gia và hệ thống thu hồi, tiến hành nghiên cứu và đánh giá chính sách về thực phẩm nhập khẩu.

Quy định nghiêm ngặt về an toàn thực phẩm đã được giới thiệu cho các nhà sản xuất thực phẩm, bao gồm cả chế biến thủy sản, dựa trên hệ thống phân tích mối nguy và kiểm soát điểm tới hạn (HACCP). Các cơ sở chế biến thủy sản được yêu cầu xác định các mối nguy hiểm, xây dựng và thực hiện một chương trình an toàn thực phẩm để kiểm soát các mối nguy hiểm được xác định, và có chương trình rà soát hàng năm. Hệ thống HACCP phải được áp dụng khi xuất khẩu sang Mỹ và Liên minh châu Âu. Các yêu cầu khác áp dụng cho thủy sản bao gồm ghi nhãn thành phần, xuất xứ, dinh dưỡng, hướng dẫn sử dụng, hạn sử dụng, tên và chi tiết nhà cung cấp, giới hạn dư lượng tối đa cho các hóa chất nông nghiệp, chất gây ô nhiễm và độc tố tự nhiên...

Hạn ngạch đánh bắt cũng có tác động tới ngành công nghiệp, mặc dù ít trực tiếp. Phần lớn thủy sản chế biến tại Úc được bắt ở địa phương. Hạn ngạch đánh bắt bị hạn chế sẽ làm cho số lượng các cơ sở chế biến ở địa phương giảm dần. Tuy nhiên, điều này không có nghĩa là các cơ sở chế biến thủy sản sẽ rời khỏi ngành kinh doanh nếu sản lượng khai thác trong nước giảm. Các nhà khai thác có thể nhập khẩu phục vụ chế biến trong nước.

8. Một số dữ liệu cơ bản của ngành

Industry Data

	Revenue (\$m)	Industry Value Added (\$m)	Establishments	Enterprises	Employment	Exports (\$m)	Imports (\$m)	Wages (\$m)	Domestic Demand (\$m)
2006-07	1,606.7	183.6	388	342	3,427	638.8	1,338.1	140.1	2,306.0
2007-08	1,400.2	179.1	342	306	3,300	483.6	1,206.6	129.4	2,123.2
2008-09	1,525.8	257.6	306	327	3,567	435.9	1,311.4	139.8	2,401.3
2009-10	1,533.7	332.5	299	269	3,339	364.6	1,253.3	118.8	2,422.4
2010-11	1,122.2	262.8	283	250	3,102	328.1	1,207.8	109.9	2,001.9
2011-12	1,146.3	215.7	297	252	3,376	518.6	1,289.1	112.9	1,916.8
2012-13	1,111.9	216.3	290	234	3,317	691.1	1,332.5	111.2	1,753.3
2013-14	1,214.9	182.1	287	233	2,924	857.9	1,649.2	100.5	2,006.2
2014-15	1,244.4	223.9	286	235	2,968	970.4	1,653.7	108.1	1,927.7
2015-16	1,268.8	229.0	289	240	3,016	1,008.9	1,663.8	109.7	1,923.7
2016-17	1,290.0	234.7	295	244	3,076	1,031.2	1,654.7	112.1	1,913.5
2017-18	1,299.4	238.1	298	247	3,136	1,047.5	1,675.0	114.7	1,926.9
2018-19	1,327.7	241.9	305	252	3,199	1,086.5	1,704.7	117.1	1,945.9
2019-20	1,357.5	245.4	308	255	3,289	1,108.2	1,732.3	119.2	1,981.6
2020-21	1,396.4	246.4	312	258	3,347	1,159.0	1,748.5	119.3	1,985.9
Sector Rank	94/176	115/176	78/176	73/176	93/176	26/168	34/167	130/176	92/167
Economy Rank	477/775	580/774	555/774	497/774	527/774	40/211	40/207	607/774	109/207

Annual Change

	Revenue (%)	Industry Value Added (%)	Establishments (%)	Enterprises (%)	Employment (%)	Exports (%)	Imports (%)	Wages (%)	Domestic Demand (%)
2007-08	-12.9	-2.5	-11.9	-10.5	-3.7	-24.3	-9.8	-7.6	-7.9
2008-09	9.0	43.8	-10.5	6.9	8.1	-9.9	8.7	8.0	13.1
2009-10	0.5	29.1	-2.3	-17.7	-6.4	-16.4	-4.4	-15.0	0.9
2010-11	-26.8	-21.0	-5.4	-7.1	-7.1	-10.0	-3.6	-7.5	-17.4
2011-12	2.1	-17.9	4.9	0.8	8.8	58.1	6.7	2.7	-4.3
2012-13	-3.0	0.3	-2.4	-7.1	-1.7	33.3	3.4	-1.5	-8.5
2013-14	9.3	-15.8	-1.0	-0.4	-11.8	24.1	23.8	-9.6	14.4
2014-15	2.4	23.0	-0.3	0.9	1.5	13.1	0.3	7.6	-3.9
2015-16	2.0	2.3	1.0	2.1	1.6	4.0	0.6	1.5	-0.2
2016-17	1.7	2.5	2.1	1.7	2.0	2.2	-0.5	2.2	-0.5
2017-18	0.7	1.4	1.0	1.2	2.0	1.6	1.2	2.3	0.7
2018-19	2.2	1.6	2.3	2.0	2.0	3.7	1.8	2.1	1.0
2019-20	2.2	1.4	1.0	1.2	2.8	2.0	1.6	1.8	1.8
2020-21	2.9	0.4	1.3	1.2	1.8	4.6	0.9	0.1	0.2
Sector Rank	62/176	47/176	39/176	21/176	35/176	50/168	115/167	59/176	122/167
Economy Rank	425/775	366/774	290/774	157/774	294/774	70/211	135/207	419/774	150/207

Key Ratios

	IVA/Revenue (%)	Imports/Demand (%)	Exports/Revenue (%)	Revenue per Employee (\$'000)	Wages/Revenue (%)	Employees per Est.	Average Wage (\$)	Share of the Economy (%)
2006-07	11.43	58.03	39.76	468.84	8.72	8.83	40,881.24	0.01
2007-08	12.79	56.83	34.54	424.30	9.24	9.65	39,212.12	0.01
2008-09	16.88	54.61	28.57	427.75	9.16	11.66	39,192.60	0.02
2009-10	21.68	51.74	23.77	459.33	7.75	11.17	35,579.51	0.02
2010-11	23.42	60.33	29.24	361.77	9.79	10.96	35,428.76	0.02
2011-12	18.82	67.25	45.24	339.54	9.85	11.37	33,441.94	0.01
2012-13	19.45	76.00	62.15	335.21	10.00	11.44	33,524.27	0.01
2013-14	14.99	82.21	70.61	415.49	8.27	10.19	34,370.73	0.01
2014-15	17.99	85.79	77.98	419.27	8.69	10.38	36,421.83	0.01
2015-16	18.05	86.49	79.52	420.69	8.65	10.44	36,372.68	0.01
2016-17	18.19	86.48	79.94	419.38	8.69	10.43	36,443.43	0.01
2017-18	18.32	86.93	80.61	414.35	8.83	10.52	36,575.26	0.01
2018-19	18.22	87.60	81.83	415.04	8.82	10.49	36,605.19	0.01
2019-20	18.08	87.42	81.64	412.74	8.78	10.68	36,242.02	0.01
2020-21	17.65	88.05	83.00	417.21	8.54	10.73	35,643.86	0.01
Sector Rank	154/176	10/167	10/168	82/176	157/176	91/176	171/176	115/176
Economy Rank	677/774	12/207	18/211	269/774	683/774	250/773	659/774	580/774

IV. Các qui định thâm nhập thị trường

1. An toàn thực phẩm

Cơ quan An toàn Sinh học của Bộ Nông nghiệp và Nguồn nước Úc chịu trách nhiệm quản lý hai bộ các yêu cầu mà thực phẩm nhập khẩu cần phải tuân thủ khi nhập khẩu vào Úc. Bộ thứ nhất yêu cầu về kiểm dịch. Bộ thứ hai yêu cầu về an toàn thực phẩm và hai bộ này nằm trong Luật Quản lý Thực phẩm Nhập khẩu ban hành năm 1992.

Tất cả thực phẩm nhập khẩu, bao gồm cả thủy sản phải đáp ứng các yêu cầu về an toàn sinh học. Khi thực phẩm nhập khẩu đáp ứng được các yêu cầu này, thực phẩm được giám sát để tuân thủ Luật Tiêu chuẩn Thực phẩm của Úc và New Zealand.

Luật Kiểm dịch năm 1908 qui định các điều kiện về kiểm dịch bắt buộc tất cả các loại thực phẩm nhập khẩu phải đáp ứng. Các hạn chế về kiểm dịch áp dụng cho nhiều loại thực phẩm tươi sống và thực phẩm chế biến được mang qua sân bay hoặc gửi đến Úc với mục đích tiêu dùng cá nhân.

Tháng 5 năm 2015, Quốc hội Úc đã thông qua Bộ luật An toàn sinh học 2015. Bộ luật này thay thế Luật Kiểm dịch 1908 và sẽ có hiệu lực bắt đầu từ ngày 16/6/2016. Bộ luật này bao gồm các Luật và quy định dưới luật nhằm củng cố và tăng cường công tác quản lý an toàn sinh học lên một trình độ cao hơn, bắt kịp với những tiến bộ kỹ thuật đã đạt được trong lĩnh vực vận tải và công nghệ. Đây là kết quả của quá trình làm việc kéo dài trong suốt 6 năm. Ngoài ra Chính phủ Úc đã thực hiện cải cách hành chính mạnh mẽ bằng việc sửa đổi nhiều quy định pháp luật về quản lý an toàn hóa chất trong đó có thuốc bảo vệ thực vật và thuốc thú y, quản lý an toàn vệ sinh thực phẩm cho người và động vật nuôi.

Toàn văn bộ luật xem tại:

<https://www.legislation.gov.au/Details/C2015A00061>

Cùng với việc cải cách chính sách pháp luật, Chính phủ Úc cũng đã cấp kinh phí đầu tư xây dựng và bước đầu đưa vào hoạt động từ cuối năm 2015 một trung tâm kiểm dịch hiện đại tại Quận Mickleham, cách trung tâm Thành phố Melbourne 32km về phía bắc. Chính phủ cũng đang có các biện pháp hỗ trợ tăng cường năng lực quản lý sinh vật hại thủy sinh nhằm hạn chế rủi ro đối với ngành nuôi trồng thủy sản. Cũng trong năm nay, lần đầu tiên Úc được công nhận là không còn bệnh dịch tả cổ điển trên lợn, qua đó Tổ chức Thú y thế giới đã chính thức công nhận là nước đứng đầu thế giới trong việc kiểm soát mọi dịch bệnh.

Sự ra đời của luật lệ mới về an toàn sinh học cũng kéo theo sự ra đời của Hệ thống cơ sở dữ liệu BICON thay thế cho hệ thống ICON cũ. BICON là một hệ thống cơ sở dữ liệu về điều kiện nhập khẩu hàng hóa của Chính phủ Úc nhằm đảm bảo yêu cầu an toàn sinh học.

Đây thực chất là hàng rào kiểm dịch để giúp ngăn ngừa sự thâm nhập của sinh vật hại và dịch bệnh vào Úc. Cơ sở dữ liệu này gồm có hơn 20 nghìn mặt hàng, sản phẩm động, thực vật, khoáng chất và sinh học. Cơ sở dữ liệu này sẽ cung cấp thông tin về các điều kiện để hàng hóa được phép nhập khẩu vào Úc trong đó có cả thông tin về việc có cần giấy phép nhập khẩu hay không.

Cũng tương tự như thực phẩm sản xuất tại nước Úc, thực phẩm nhập khẩu vào Úc phải đáp ứng được các tiêu chuẩn về thực phẩm. Việc giám sát thực phẩm nhập khẩu thuộc trách nhiệm của nhiều cơ quan chính phủ bao gồm các cơ quan địa phương, các tiểu bang và vùng lãnh thổ, và liên bang.

Cơ quan Tiêu chuẩn về Thực phẩm của Úc và New Zealand (FSANZ) là một cơ quan chính phủ chịu trách nhiệm phát triển và duy trì Luật Tiêu chuẩn Thực phẩm của Úc và New Zealand. Luật của Úc yêu cầu tất cả các loại thực phẩm phải đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm được qui định trong Luật Tiêu chuẩn Thực phẩm. Luật này áp dụng cho tất cả các loại thực phẩm bán trên thị trường nước Úc, bất kể là thực phẩm sản xuất trong nước hay thực phẩm nhập khẩu.

Cơ quan Tiêu chuẩn về Thực phẩm của Úc và New Zealand (FSANZ) theo dõi các vụ việc về an toàn thực phẩm trên toàn thế giới để đưa ra khuyến nghị cho Bộ Nông nghiệp và Nguồn nước Úc về việc giám sát và kiểm tra thực phẩm nhập khẩu vào Úc. FSANZ khuyến cáo Bộ Nông nghiệp những thực phẩm có nguy cơ trung bình hoặc nguy cơ cao đến sức khỏe của con người và đề xuất những biện pháp kiểm tra phù hợp. FSANZ còn đưa ra các đề xuất về đánh giá rủi ro cho các nhà làm luật ở các bang và vùng lãnh thổ, những người có trách nhiệm giám sát tất cả các loại thực phẩm tại bang và vùng lãnh thổ, bao gồm cả thực phẩm nhập khẩu.

Thực phẩm nhập khẩu vào Úc là đối tượng của Luật Kiểm soát Thực phẩm Nhập khẩu năm 1992. Luật này cho phép kiểm tra và giám sát thực phẩm nhập khẩu thông qua chương trình kiểm tra rủi ro tại biên giới, thuộc chương trình kiểm tra thực phẩm nhập khẩu của Bộ Nông nghiệp. FSANZ đề xuất Bộ Nông nghiệp những nhóm hàng thực phẩm có rủi ro để thực hiện kiểm tra trong chương trình này.

Cơ quan Tiêu chuẩn về Thực phẩm của Úc và New Zealand cung cấp tư vấn cho Bộ Nông nghiệp các loại thực phẩm có nguy cơ cao đối với sức khỏe cộng đồng từ mức độ trung bình đến mức độ cao. Bộ Nông nghiệp phân loại các loại thực phẩm này theo mức độ rủi ro và đưa vào chương trình kiểm tra.

Cơ quan Hải quan và Bảo vệ Biên giới Úc chuyển các loại thực phẩm nhập khẩu có nguy cơ rủi ro cho Bộ Nông nghiệp kiểm tra. Ban đầu, 100% các lô hàng được kiểm tra các mối nguy hiểm tiềm năng bao gồm các vi sinh vật và các chất ô nhiễm. Khi năm lô hàng liên tiếp đã qua kiểm tra mà không vi phạm, tỷ lệ kiểm tra được giảm xuống 25%; sau khi 20 lô hàng tiếp theo không vi phạm, tỷ lệ kiểm tra được giảm xuống 5%.

Thực phẩm có nguy cơ rủi ro không được thông quan cho đến khi có kết quả kiểm tra. Các lô hàng thực phẩm vi phạm khi kiểm tra, có nghĩa không đáp ứng được các tiêu chuẩn của Úc sẽ không được nhập khẩu. Các loại thực phẩm này phải được xử lý để đáp ứng yêu cầu hoặc tái xuất hoặc tiêu hủy.

Nếu bất kỳ lô hàng nào vi phạm, Bộ Nông nghiệp sẽ quay trở lại kiểm tra 100% các lô hàng tiếp theo cho đến khi không có vi phạm.

Ngoài các hoạt động kiểm tra thực hiện bởi Bộ Nông nghiệp tại biên giới, các cơ quan của tiểu bang và các vùng lãnh thổ có trách nhiệm giám sát tất cả các loại thực phẩm, bao gồm cả thực phẩm nhập khẩu, để bảo đảm các thực phẩm này an toàn khi bán ra thị trường. Mỗi bang và vùng lãnh thổ có luật riêng về thực phẩm, dựa trên Luật Thực phẩm mẫu do FSANZ soạn thảo và được Hội đồng Bộ trưởng về các quy định liên quan đến thực phẩm của Úc và New Zealand (ANZFRMC) thông qua. Mỗi bang và vùng lãnh thổ có hành động kiểm soát thực phẩm khác nhau nhưng đều nằm trong chương trình kiểm tra thực phẩm nhập khẩu của Bộ Nông nghiệp. Đối với các vấn đề liên quan đến thực phẩm nhập khẩu Bộ Nông nghiệp không kiểm tra hoặc sau này bị phát hiện ra không đáp ứng được tiêu chuẩn, FSANZ, Bộ Nông nghiệp và các cơ quan liên quan của bang, vùng lãnh thổ sẽ làm việc chặt chẽ với nhau để xử lý.

Để kiểm tra các điều kiện nhập khẩu với từng sản phẩm thủy sản khi nhập khẩu vào Úc, xin tra cứu thông tin chi tiết tại:

<https://bicon.agriculture.gov.au/BiconWeb4.0>

2. Nhãn và chứng nhận thủy sản

Nhãn sản phẩm

Người tiêu dùng Úc thích thủy sản trong nước và thường sẵn sàng trả nhiều hơn cho các sản phẩm Úc. Luật yêu cầu tất cả các loại thủy sản được bán tại các cửa hàng bán lẻ của Úc, cả đóng gói và chưa đóng gói, phải được dán nhãn xuất xứ. Điều này có nghĩa rằng người tiêu dùng Úc có thể nhận biết các sản phẩm thủy sản trong nước và nhập khẩu.

Từ ngày 1/7/2016, chính phủ Úc sẽ áp dụng hệ thống dán nhãn mới cho thức ăn, giúp người tiêu dùng có thêm thông tin về nơi sản xuất, chế biến của các loại thực phẩm.

Hệ thống nhãn mới cho thực phẩm tại Úc sẽ đơn giản và dễ hiểu, cung cấp thông tin về nguồn gốc thực phẩm gần như lập tức cho người tiêu dùng ngay lúc họ nhìn thấy món hàng, giúp người tiêu dùng có những thông tin cần thiết và rõ ràng ngay khi đưa ra quyết định mua chúng.

Bên cạnh thông tin thức ăn được sản xuất, nuôi trồng, làm ra hay đóng gói ở đâu, hệ thống nhãn dán trên thực phẩm mới còn cho biết rõ bao nhiêu phần trăm nguyên liệu trong món hàng xuất xứ từ nước Úc.

Trong nhiều năm qua, người Úc đã yêu cầu có sự thay đổi trong việc thông tin xuất xứ món hàng trên nhãn thực phẩm. Họ muốn thông tin rõ ràng hơn, ý nghĩa hơn, và chính xác hơn.

Cho đến thời điểm hiện tại, nguồn gốc thực phẩm ghi trên nhãn thường mập mờ. Người tiêu dùng rất khó khăn để hiểu và phân biệt được sự khác nhau giữa ‘made in’ (làm ở) và ‘product of’ (sản phẩm của).

Hệ thống nhãn mới này sẽ giúp người tiêu dùng dễ hiểu hơn, từ đó có đủ thông tin ngay khi họ phải đưa ra quyết định tại các kệ hàng trong siêu thị, các tiệm bán rau củ quả, hay ở chợ.

Có ba loại nhãn cho thực phẩm của Úc và chỉ 3 loại thực phẩm này được phép in hình con Kangaroo trên nhãn.

Grown in Australia: Thường thấy nhãn này trên các loại thức ăn tươi sống, là thực phẩm được nuôi, trồng, sản xuất ở Úc, và các thành phần trong đó 100% ở Úc.

Product of Australia: Đây là thực phẩm có 100% thành phần được nuôi trồng tại Úc, và được chế biến, đóng gói ở Úc.

Made in Australia: Loại sản phẩm dán nhãn này phải có ít nhất 70% thành phần được sản xuất, chế biến và đóng gói tại Úc. Tất cả những thực phẩm chỉ xắt ra, cho vào hộp, hay tái đóng gói tại Úc từ các nguồn nhập cảng từ 1/7/2016 sẽ không còn được dán nhãn hiệu “Made in Australia”.

Ngoài ra, các loại thực phẩm nhập khẩu hoặc nhập khẩu một phần sẽ phải ghi nhãn mác như sau:

Packed in Australia: Thực phẩm có ít hơn 70% thành phần có xuất xứ từ Úc sẽ dán nhãn này, và để rõ số phần trăm nguyên liệu trong đó đến từ hay được chế biến ở Úc.

Imported goods: Hàng nhập cảng và Úc bán phải để nhãn ghi rõ nguồn gốc xuất xứ của sản phẩm.

Trừ loại hàng nhập khẩu hoàn toàn, những sản phẩm còn lại, bên ngoài chữ và số, còn có hình cây thước thể hiện tỉ lệ phần trăm thành phần có nguồn gốc từ Úc.

Hệ thống nhãn mới sẽ áp dụng cho một loạt các loại thực phẩm bán lẻ ở Úc, bao gồm cả thủy sản, nhưng thức ăn bán trong các nhà hàng, quán cà phê, cửa hàng, và trường học là ngoại lệ.

Có một số loại thực phẩm không bị yêu cầu phải sử dụng hình kangaroo trên logo hay hình cây thước thể hiện tỉ lệ phần trăm của các thành phần từ Úc, nhưng vẫn sẽ phải nói rõ nơi nguyên liệu được trồng, sản xuất, thực hiện hoặc đóng gói. Tuy nhiên các nhà sản xuất cũng có thể tự nguyện sử dụng hệ thống nhãn mới này, bên cạnh việc đưa ra các thông tin quy định như trên.

Chỉ có các loại thực phẩm dưới đây không cần phải sử dụng nhãn mới:

- Gia vị, đồ nêm
- Các sản phẩm kẹo bánh
- Bánh quy và đồ ăn vặt
- Nước đóng chai
- Nước uống có ga và nước uống thể thao
- Trà và cà phê
- Thức uống có cồn

Các doanh nghiệp trong lĩnh vực bán lẻ thực phẩm ở Úc sẽ cần bắt đầu áp dụng hệ thống nhãn mới từ ngày 1/7/2016. Nhưng chính phủ Úc cho biết sẽ có hai năm thời gian chuyển tiếp, cho phép các doanh nghiệp có đủ thời gian

thích nghi với sự thay đổi trong khi vẫn tiếp tục thương vụ của họ. Nghĩa là, người tiêu dùng sẽ ngày càng thấy loại nhãn mới xuất hiện nhiều hơn trên các sản phẩm.

Sản phẩm thực phẩm nào còn nhãn cũ vào cuối giai đoạn chuyển tiếp vẫn có thể được bán cho đến hết thời hạn sử dụng. Nhãn dán trên thực phẩm sau khi kết thúc giai đoạn chuyển tiếp phải tuân theo các quy định mới của chính phủ.

Giấy chứng nhận

Các nhà bán lẻ ngày càng có xu hướng tìm kiếm các chương trình chứng nhận của bên thứ ba độc lập để chứng minh thủy sản có nguồn gốc từ các nguồn bền vững. Bằng cách mua các sản phẩm thủy sản từ các nguồn bền vững, các nhà bán lẻ cho thấy mức độ cam kết của họ với giá trị cộng đồng. Hiện nay, có rất nhiều chương trình đánh giá và cấp chứng nhận sản phẩm, nhưng chứng nhận của Hội đồng Quản lý biển được sử dụng rộng rãi và biết đến nhiều nhất.

Giấy chứng nhận cho phép các nhà bán lẻ và người tiêu dùng xác định được các sản phẩm được khai thác bền vững đối với cả thủy sản trong nước và nhập khẩu. Ví dụ, ngành thủy sản cá tuyết Nam Phi và cá hoki New Zealand, nhập khẩu vào Úc tương ứng 9,1 triệu đô la và 6,3 triệu đô la trong năm 2010-2011 đã được cấp giấy chứng nhận bởi Hội đồng Quản lý biển.

CHƯƠNG IV

TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU THỦY SẢN CỦA VIỆT NAM VÀO THỊ TRƯỜNG ÚC VÀ CÁC GIẢI PHÁP XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI

I. Tình hình xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường Úc

Kim ngạch nhập khẩu thủy sản của Úc đang tăng cao trong những năm gần đây, từ mức 868 triệu USD năm 2011 đến khoảng 1,6 tỷ USD năm 2015 (tăng 84%).

Kim ngạch nhập khẩu thủy sản từ Việt Nam trong 5 năm qua cũng tăng rất mạnh, từ 15 triệu USD năm 2011 đến 225 triệu USD trong năm 2014 (tăng 15 lần) trước khi giảm xuống còn 177 triệu USD năm 2015 (tăng 11,5 lần so với năm 2011).

ĐVT: Triệu USD

		2011	2012	2013	2014	2015	Thị phần 2015	% tăng bình quân
I	Dung lượng thị trường					1329,1		
I	Xuất khẩu của Úc	1013,8	1185,9	1166,6	1263,3	1267,1		5,7%
II	Nhập khẩu của Úc	868,2	1717,3	1814,3	1898,7	1586,5	100,0%	16,3%
1	Thái Lan	290,6	448,2	434,4	414,3	358,0	22,6%	5,3%
2	Trung Quốc	102,5	234,6	266,9	308,4	228,4	14,4%	22,2%
3	New Zealand	94,2	258,8	258,3	224,8	187,9	11,8%	18,9%
4	Việt Nam	15,6	181,8	179,5	225,3	177,6	11,2%	83,8%
5	Hoa Kỳ	70,8	82,8	91,8	84,5	82,3	5,2%	3,8%
6	Malaysia	42,9	90,8	102,5	98,2	80,3	5,1%	16,9%
7	Indonesia	11,1	49,4	62,9	71,5	74,0	4,7%	60,8%
8	Na Uy	21,1	27,6	33,2	59,2	47,4	3,0%	22,5%
9	Đài Loan	7,3	45,7	47,9	47,6	47,0	3,0%	59,3%
10	Đan Mạch	22,5	29,2	38,2	52,7	35,9	2,3%	12,3%
III	Xuất khẩu của Việt Nam	6.112,4	6.088,5	6.692,6	7.825,3	6.568,8		1,8%

Việt Nam hiện là một trong bốn nhà cung cấp thủy sản lớn nhất cho thị trường Úc (sau Thái Lan, Trung Quốc và New Zealand), nhưng mới chỉ chiếm khoảng 11,2% thị phần nhập khẩu tại thị trường này, con số này chưa bằng một nửa thị phần nhập khẩu thủy sản của Úc từ Thái Lan.

Đơn vị: triệu USD

	2011	2012	2013	2014	2015
Nhập khẩu của Úc	867,4	1.726,8	1.819,5	1.903,8	1.593,4
Nhập khẩu từ Việt Nam	15,6	181,8	179,5	225,3	177,6
Thị phần của Việt Nam	1,8%	10,5%	9,9%	11,8%	11,2%

1. Tôm

Trong các mặt hàng thủy sản thì tôm là mặt hàng được tiêu thụ nhiều nhất tại Úc. Lượng tiêu thụ tôm hàng năm lên tới 50.000-60.000 tấn. Trong 5 năm vừa qua, Úc nhập khẩu trung bình khoảng 30.000 tấn/năm 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. Năm 2015, Úc nhập khẩu 31.400 tấn từ các nước, trị giá khoảng 307 triệu USD, giảm 29,4% về khối lượng và 31% về giá trị so với năm 2014.

Tôm nuôi tại Úc thường rất đắt nhưng được ưa chuộng vì tươi và người Úc thích mua hàng thực phẩm trong nước vì uy tín thương hiệu. 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. Việt Nam đang là nước sản xuất tôm sú lớn nhất thế giới, trong khi người tiêu dùng Úc lại khá ưa chuộng tôm sú to. Việt Nam là nguồn cung cấp lớn nhất tôm cho thị trường Úc, chiếm 31,1% tổng giá trị nhập khẩu tôm vào thị trường này, tiếp đến là Trung Quốc chiếm 28%, Thái Lan 23% và Malaysia 11%, còn lại là các nước khác.

Giá trung bình nhập khẩu năm 2015 khoảng 9.755 USD/tấn, giảm 2,2% so với năm 2014. Giá của Việt Nam là 9.280 USD/tấn, giảm 14,7% so với năm 2015.

Mã HS	Sản phẩm	Giá trung bình (USD/tấn)	So 2014 (%)	Giá trị (nghìn USD)	So 2014 (%)	Khối lượng (tấn)	So 2014 (%)
	Tổng	9.755	-2,2%	306.813	-31,0	31.452	-29,4
030617	Tôm khác đông lạnh	10.044	-3,7	200.501	-32,2	19.962	-29,6
160521	Tôm chế biến không đóng hộp kín khí	9.474	-2,3	65.031	-24,8	6.864	-23,0
160529	Tôm chế biến đóng hộp kín khí	8.725	2,0	39.500	-34,3	4.527	-35,6

030627	Tôm khác không đông lạnh	19.000	47,8	1.425	16,7	75	-21,1
030616	Tôm nước lạnh đông lạnh	14.652	140,8	337	-72,2	23	-88,4
030626	Tôm nước lạnh không đông lạnh	19.000	111,1	19	111,1	1	0,0

Nguồn cung	Giá TB (USD/tấn)	So 2014 (%)	Giá trị (nghìn USD)	So 2014 (%)	Khối lượng (tấn)	So 2014 (%)
<i>Thế giới</i>	9.755	-2,2%	306.813	-31,0	31.452	-29,4
Việt Nam	9.280	-14,7	98.826	-25,6	10.649	-12,8
Trung Quốc	9.620	-4,0	86.675	-44,2	9.010	-41,9
Thái Lan	10.110	14,7	70.304	-18,1	6.954	-28,6
Malaysia	9.872	1,3	32.676	-19,0	3.310	-20,0
Indonesia	12.865	-1,9	13.508	-18,9	1.050	-17,3
Ấn Độ	11.500	-6,5	1.564	-82,6	136	-81,3
Myanmar	9.162	92,4	678	-73,3	74	-86,1
Philippines	5.521	111,3	403	8,6	73	-48,6
Bangladesh	12.297		455	45.400	37	
Đài Loan	8.143	15,1	285	54,9	35	34,6
Tây Ban Nha	14.667	-12,8	352	90,3	24	118,2
Úc	11.250	-16,3	225	86,0	20	122,2
Hồng Kong	12.842	60,5	244	510,0	19	280,0
Nhật Bản	8.538	-12,6	111	-63,4	13	-58,1
Hàn Quốc	7.800	233,3	39	-64,5	5	-89,4
Đan Mạch	16.000	396,6	112	-75,9	7	-95,1
Pháp	18.000	-9,4	36	-77,4	2	-75,0

Trong 5 năm qua, Việt Nam luôn là nước cung cấp tôm chế biến lớn nhất cho Úc mặc dù tốc độ tăng trưởng không ổn định như xuất khẩu tôm nguyên liệu đông lạnh. Tuy nhiên, số lượng các nước cung cấp tôm chế biến cho Úc giảm mạnh, từ 19 nhà cung cấp xuống 10 nước cung cấp sẽ tạo cơ hội cho Việt Nam tiếp tục duy trì và mở rộng thị phần trên thị trường này.

Kim ngạch nhập khẩu tôm của Úc từ năm 2011 đến năm 2015 tăng gần 20 lần, từ 17 triệu USD năm 2011 lên đến 335 triệu USD năm 2015. Trong khi đó, kim ngạch xuất khẩu tôm của Việt Nam sang Úc tăng đến hơn 50 lần giai đoạn 2011-2015 (từ 2 triệu USD đến 104 triệu USD). Năm 2015, kim ngạch xuất khẩu tôm chiếm đến 58,7% kim ngạch xuất khẩu toàn bộ thủy sản của Việt Nam.

Đơn vị: triệu USD

	2011	2012	2013	2014	2015
Nhập khẩu của Úc	16,9	370,4	394,2	477,8	335,3
Nhập khẩu từ Việt Nam	2,1	101,3	105,8	138,3	104,3
Thị phần nhập khẩu của Việt Nam	12,4%	27,3%	26,8%	28,9%	31,1%

2. Cá tra

Cá tra là mặt hàng Việt Nam chiếm ưu thế khi xuất khẩu sang Úc. Mặt hàng cá tra của Việt Nam gần như độc chiếm thị trường Úc, chiếm tỷ trọng từ 96% đến 98%. Trong đó, fillet cá tra đông lạnh là mặt hàng mà Việt Nam có kim ngạch xuất khẩu sang Úc cao nhất, xấp xỉ 15 triệu USD, tiếp đến là fillet cá tra tươi hoặc ướp lạnh, đạt gần 1,3 triệu USD trong năm 2015.

Đơn vị: triệu USD

	2012	2013	2014	2015
Nhập khẩu của Úc	19,17	17,82	17,92	16,58
Nhập khẩu từ Việt Nam	18,92	17,18	17,42	16,30
Tỷ trọng nhập khẩu từ Việt Nam	98.73%	96.41%	97.22%	98.27%

Đơn vị: nghìn USD

Mã HS	Sản phẩm	Giá trị 2015 (nghìn USD)	So 2014 (%)
030272	Cá tra tươi hoặc ướp lạnh	51	240,0
030324	Cá tra đông lạnh	185	-10,2
030432	Fillet cá tra tươi hoặc ướp lạnh	1.285	9,3
030462	Fillet cá tra đông lạnh	15.063	-8,8

Đơn vị: nghìn USD

TT	Nguồn cung	2012	2013	2014	2015	Thị phần 2015
Thế giới		19.166	17.816	17.918	16.584	100%
1	Việt Nam	18.923	17.176	17.419	16.297	98,27%
2	Thái Lan	47	349	254	142	0,86%
3	Trung Quốc	51	0	83	0	0%
4	New Zealand	0	0	8	4	0,02%

3. Cua, ghẹ

Mặt hàng cua, ghẹ cũng đang tăng trưởng khá tốt trong những năm gần đây. Úc chủ yếu nhập khẩu cua ghẹ đông lạnh hoặc đã qua chế biến. Việt Nam là nước xuất khẩu cua, ghẹ sang Úc nhiều thứ tư, sau Myanmar, Thái Lan và Indonesia.

Đơn vị: triệu USD

	2011	2012	2013	2014	2015
Nhập khẩu của Úc	14,7	18,2	23,3	25,6	23,2
Nhập khẩu từ Việt Nam	1,2	1,9	1,8	1,5	2,2
Thị phần nhập khẩu của Việt Nam	8,2%	10,4%	7,7%	5,9%	9,5%

Kim ngạch nhập khẩu của ghẹ của Úc tăng liên tục trong những năm gần đây, từ mức 14,7 triệu USD năm 2011 đến 23,1 triệu USD năm 2015 (tăng 58%). Trong khi đó, kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này từ Việt Nam tăng 76,2%, từ 1,2 triệu USD (năm 2011) đến 2,2 triệu USD (năm 2015).

Hiện thị phần cua, ghẹ của Việt Nam tại Úc tăng lên rất mạnh. Trong cơ cấu thị trường xuất khẩu, thị trường Úc chỉ chiếm 2% nhưng sản lượng xuất khẩu sang thị trường này lại đang tăng trưởng một cách nhanh chóng do giá xuất khẩu của chúng ta chỉ khoảng 8,5 USD/kg, thấp hơn giá của các đối thủ cạnh tranh khoảng 3-4 USD/kg.

4. Cá ngừ

Một mặt hàng thuỷ sản nữa Việt Nam xuất khẩu sang Úc nhưng kim ngạch chưa cao là cá ngừ.

Năm 2015, Úc nhập khẩu gần 48.000 tấn cá ngừ từ các nước, trị giá 217 triệu USD, giảm 23% về khối lượng và 14% về giá trị so với năm 2014. Giá trung bình nhập khẩu tăng 12% đạt 4.524 USD/tấn. Thái Lan là nguồn cung cấp lớn nhất chiếm 83% thị phần, Indonesia chiếm 14%, Italy chiếm 0,8%, còn lại là các nguồn cung khác.

Việt Nam đứng thứ 5 trong các nước xuất khẩu cá ngừ sang Úc. Năm 2015, Việt Nam xuất khẩu 186 tấn, đạt trị giá 871.000 USD, giảm 55,9% so với năm 2014.

Mã HS	Sản phẩm	Giá TB (USD/tấn)	So 2014 (%)	Giá trị (nghìn USD)	So 2014 (%)	Khối lượng (tấn)	So 2014 (%)
	Tổng cá ngừ	4.524	12,2	217.109	-13,6	47.989	-23,0
160414	Cá ngừ vằn, sọc đưa phile chế biến	4.508	12,5	213.788	-13,1	47.427	-22,7
030487	Cá ngừ vằn, sọc đưa phile đông lạnh	11.919	32,4	2.062	-42,6	173	-56,6
030232	Cá ngừ vây vàng	8.779	32,5	597	-37,9	68	-53,1

	tươi/ướp lạnh						
030345	Cá ngừ vây xanh đông lạnh	73.000		219	895,5	3	
030343	Cá ngừ vây, sọc dưa nguyên con đông lạnh	618	9,4	144	-14,8	233	-22,1
030341	Cá ngừ Albocore đông lạnh	2.813		135		48	
030342	Cá ngừ vây vàng đông lạnh	10.286	12,4	72	-86,9	7	-88,3
030349	Cá ngừ khác đông lạnh	1.867	15,7	56	12,0	30	-3,2

Nguồn cung	Giá TB (USD/tấn)	So 2014 (%)	Giá trị (nghìn USD)	So 2014 (%)	Khối lượng (tấn)	So 2014 (%)
<i>Thế giới</i>	4.524	12,2	217.109	-13,6	47.989	-23,0
Thái Lan	4.367	12,0	180.390	-16,8	41.310	-25,8
Indonesia	5.441	5,7	30.107	24,7	5.533	18,1
Philippines	2.940	-12,3	688	-71,9	234	-67,9
Italy	7.811	-25,6	1.656	66,1	212	123,2
Việt Nam	4.683	-23,2	871	-66,1	186	-55,9
Trung Quốc	3.940	70,6	591	126,4	150	32,7
Hàn Quốc	5.803	62,4	412	-51,4	71	-70,0
Úc	2.792		134		48	
Fiji	3.617	-25,2	170	-55,5	47	-40,5
Solomon	6.034	302,3	175	1066,7	29	190,0
Maldives	9.000	15,4	216	-57,4	24	-63,1
Tonga	8.864	-91,2	195	-3,5	22	1000,0
Bồ Đào Nha	8.591	-37,7	189	37,0	22	120,0
Na Uy	9.100		182		20	
Sri Lanka	7.857	102,6	110	-30,8	14	-65,9

II. Nhận định tình hình và xu hướng nhập khẩu

1. Tiêu thụ thủy sản tăng nhanh

Nhu cầu thủy sản ở Úc tăng đáng kể trong 3 thập kỷ qua. Theo thống kê tiêu thụ thủy sản bình quân/người của nước này đạt 15 kg vào năm 2012-2013 so với 10 kg trong năm 2000-2001.

Với lượng tiêu thụ khoảng 1 triệu tấn/năm, trong khi sản lượng thủy sản (bao gồm cả nuôi và khai thác) của nước này chỉ đạt khoảng 220.000 – 280.000 tấn/năm khiến Úc ngày càng gia tăng nhập khẩu thủy sản để đáp ứng nhu cầu thị trường.

Dân số Úc cũng đang gia tăng (hiện 24 triệu dân và dự kiến sẽ tăng lên 40 triệu dân vào giữa thế kỷ này) đồng nghĩa với tiêu thụ thủy sản của nước này sẽ tiếp tục tăng cao trong các năm tới.

Xuất khẩu luôn chiếm khoảng 49% giá trị và 22% tổng khối lượng thủy sản của Úc. Nhập khẩu thủy sản của Úc luôn lớn hơn xuất khẩu. Hàng năm, Úc phải nhập khẩu khoảng 70% nhu cầu tiêu dùng trong nước.

Đơn vị: nghìn USD

	2011	2012	2013	2014	2015
Nhập khẩu của Úc	867.413	1.726.804	1.819.539	1.903.734	1.593.393
Xuất khẩu của Úc	952.360	1.083.884	1.081.603	1.195.669	1.147.833

2. Sản lượng thủy sản không đáp ứng đủ nhu cầu tiêu dùng

Nhu cầu tiêu thụ thủy sản nói chung đã vượt xa khả năng sản xuất của Úc. Mặc dù nuôi trồng thủy sản đã được đẩy mạnh ở nước này tuy nhiên sản lượng khai thác giảm khiến tổng sản lượng thủy sản của Úc liên tục giảm trong mấy năm gần đây. Trong giai đoạn này, Úc đã thực hiện hàng loạt biện pháp như nhượng quyền khai thác lại cho chính phủ tại một số ngư trường trọng điểm cũng như giảm tần suất khai thác nhằm cải thiện điều kiện sinh học nhằm bảo tồn nguồn lợi thủy sản.

3. Xu hướng gia tăng nhập khẩu thủy sản châu Á

Các sản phẩm thủy sản nội địa của Úc chủ yếu để xuất khẩu (chiếm gần 50% tổng sản lượng). Trong khi nước này lại có xu hướng gia tăng nhập khẩu các sản phẩm thủy sản giá rẻ, chủ yếu là từ châu Á để đáp ứng nhu cầu tiêu thụ trong nước.

Nuôi trồng thủy sản của khu vực châu Á phát triển mạnh mẽ trong nhiều năm qua khiến châu Á trở thành nguồn cung cấp thủy sản chủ yếu cho thị trường thế giới trong đó có cả Úc. Thái Lan, Trung Quốc, và Việt Nam là các nước cung cấp thủy sản quan trọng cho thị trường này.

4. Tôm nguyên liệu tiếp tục là mặt hàng tiềm năng

Trong nhóm các loài giáp xác (HS0306) nhập khẩu vào Úc thì tôm nguyên liệu là mặt hàng chiếm tỷ trọng lớn nhất. Thống kê của Trung tâm

Thương mại Thế giới (ITC) cho thấy tôm đông lạnh nguyên liệu (HS030617) là mặt hàng chiếm tỷ trọng lớn nhất, chiếm trên 82,2%, còn lại là cua đông lạnh và các sản phẩm khác.

Nhập khẩu tôm đông lạnh nguyên liệu vào nước này trong 5 năm qua có sự tăng trưởng liên tục và khả quan từ 7,5-37%.

Thị trường Mỹ hiện nay có trên 50 nước cung cấp tôm nguyên liệu đông lạnh trong khi thị trường Úc hiện chỉ nhập khẩu từ 10 nước trên thế giới. Ngoài ra, Úc có xu hướng thu hẹp thị trường và tập trung nhập khẩu từ các thị trường chính. Đây là một trong những lợi thế rất lớn cho các nước cung cấp tôm hàng đầu cho Úc trong đó có Việt Nam.

III. Các giải pháp xúc tiến thương mại

1. Đối với Chính phủ

Đề tạo điều kiện cho doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu sang Úc và kim ngạch xuất khẩu thủy sản trong thời gian tới có bước tiến mạnh, việc tháo gỡ các rào cản thương mại, tạo thuận lợi cho doanh nghiệp là hết sức cần thiết.

Đối với mặt hàng thủy sản, tôm là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Việt Nam là nguồn cung cấp lớn nhất tôm cho thị trường Úc, chiếm 31% tổng giá trị nhập khẩu tôm vào thị trường này. Tuy nhiên, quy định tôm và sản phẩm tôm nhập khẩu vào Úc phải đáp ứng một trong các điều kiện sau:

1. Tôm và sản phẩm tôm có xuất xứ từ quốc gia/vùng được Úc công nhận sạch bệnh đốm trắng (WSSV), bệnh đầu vàng (YHV), Hội chứng Taura (TSV) và bệnh hoại tử gan tụy do vi khuẩn (NHPB). Riêng bệnh NHPB chỉ áp dụng đối với sản phẩm chưa đông lạnh;
2. Tôm được bỏ đầu, bóc vỏ (trừ đốt đuôi cuối) và được kiểm tra, chứng nhận âm tính với bệnh WSSV và YHV;
3. Tôm được chế biến sau (tẩm bột, bao bột, ướp bằng nước xốt ướt hoặc khô, được chế biến làm nhân bánh bao, bánh gối hay các sản phẩm tương tự);
4. Tôm được nấu chín.

Do Việt Nam chưa là quốc gia/vùng sạch bệnh WSSV, YHV, TSV, NHPB nên tôm xuất khẩu sang Úc phải áp dụng các quy định (2), (3), và (4). Tuy nhiên, việc áp dụng các quy định này cũng không phải đơn giản. Việc kiểm dịch WSSV, YHV trong tôm tươi của Việt Nam xuất sang Úc được kiểm dịch

riêng rẽ theo từng lô hàng, nếu kết quả dương tính (ngưỡng 0%) sẽ không được nhập vào Úc.

Một khó khăn nữa trong vấn đề này là các phòng lab của Úc kiểm virus theo phương pháp Real-time PCR, tức là kiểm ADN 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 tra được, do vậy doanh nghiệp không biết làm thế nào để có thể xuất được tôm đông lạnh tươi (raw frozen prawns) vào Úc, nên chỉ có thể xuất khẩu 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 gây thiệt hại không nhỏ với ngành sản xuất và xuất khẩu tôm của Việt Nam.

Đây có thể là nguyên nhân kỹ thuật gây ảnh hưởng đến việc đa dạng sản phẩm xuất khẩu vào thị trường này.

Nếu rào cản cho tôm được tháo gỡ, kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Úc sẽ có bước tiến đáng kể. Việc này cần có sự vào cuộc của các cơ quan quản lý nhà nước như Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn và Bộ Công Thương, cụ thể:

- Phối hợp với các nước ASEAN có chung lợi ích lựa chọn một số ngành hàng, trong đó có thủy sản, Úc đặt ra nhiều rào cản để thực hiện khảo sát các biện pháp phi thuế (NTM) trong khuôn khổ AANZFTA nhằm đấu tranh đề nghị Úc gỡ bỏ trong khuôn khổ đa phương và khu vực;
- Đàm phán với phía Úc để thúc đẩy việc thành lập cơ quan kiểm dịch thủy sản trước xuất khẩu tại Việt Nam được Úc công nhận kết quả, kể cả tổ chức kiểm dịch tư nhân nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp;
- Đàm phán với Chính phủ Úc để công nhận Việt Nam là vùng sạch bệnh WSSV, YHV, TSV, NHPB.

Ngoài các quy định chặt chẽ về kiểm dịch nêu trên, Chính phủ Úc gần đây đã và đang chuẩn bị ban hành một số Luật/quy định có khả năng phân biệt đối xử với hàng nhập khẩu, trong đó có Việt Nam như việc áp dụng hệ thống mới về dán nhãn nguồn gốc thực phẩm với những thông tin rõ ràng và đơn giản hơn nhằm giúp người tiêu dùng xác định nguồn gốc thực phẩm. Nhãn thực phẩm sẽ cho người tiêu dùng biết xuất xứ cụ thể về nơi sản phẩm được làm ra, trồng hay đóng gói.

Tương tự, việc ban hành Luật dán nhãn xuất xứ trong thực đơn nhà hàng cũng được kiến nghị ban hành.

Ngày 23/6/2014, Thượng viện Úc đã đề nghị Ủy ban giao thông và các vấn đề khu vực, nông thôn của Thượng viện (SRRATRC) xem xét và tổ chức tham vấn về việc luật hóa quy định dán nhãn xuất xứ đối với các sản phẩm thủy sản trong thực đơn tại các nhà hàng, quán ăn trên toàn quốc. Thời gian nhận báo cáo tham vấn đến ngày 01/8/2014, sau đó SRRATRC đã xem xét và phúc trình vấn đề vào cuối năm 2014.

Đề nghị tham vấn xuất phát từ sức ép của một số tổ chức, hiệp hội thuộc lĩnh vực nuôi, sản xuất thủy sản trong nước và một bộ phận người tiêu dùng Úc. Ngành công nghiệp thủy sản Úc lập luận rằng thực khách đang bị đánh lừa để họ tin rằng cá giá rẻ mà họ ăn là cá đánh bắt ở Úc – trong khi thực ra đây là những sản phẩm xuất phát từ các nước châu Á như Việt Nam và Thái Lan.

Tại Úc, trong khi các nhà bán lẻ cần phải dán nhãn ghi rõ nguồn gốc xuất xứ đối với mặt hàng thủy sản thì các nhà hàng, quán rượu và câu lạc bộ không bị áp dụng quy định này, trừ Vùng Lãnh thổ Bắc Úc. Việc luật hóa quy định này trên toàn quốc sẽ tác động không nhỏ đến quyết định của thực khách tại hệ thống các nhà hàng, quán ăn, đặc biệt là đối với bộ phận người tiêu dùng quen sử dụng sản phẩm của Úc, do đó có thể sẽ ảnh hưởng đến hoạt động nhập khẩu thủy sản vào Úc, đặc biệt từ các nước châu Á, trong đó có Việt Nam.

Tại thời điểm đó, Hiệp hội các nhà nhập khẩu thủy sản Úc (SIAA) đã gửi báo cáo tham vấn phản đối vấn đề này và đề nghị SRRATRC cân nhắc thận trọng khi xem xét và quyết định luật hóa quy định trên. Dưới sức ép của Hiệp hội các nhà nhập khẩu thủy sản Úc, các ngành hàng dịch vụ ăn uống và một số nước xuất khẩu thủy sản, Chính phủ đã không thành công trong việc luật hóa quy định dán nhãn xuất xứ đối với các sản phẩm thủy sản trong thực đơn tại các nhà hàng, quán ăn trên toàn quốc.

Tuy nhiên, ngày 27/5/2016, Chính quyền Bang New South Wales (NSW) đã ra thông cáo báo chí về việc luật hóa vấn đề nêu trên trong phạm vi tiểu bang. Mục đích nêu rõ trong thông cáo báo chí là để người tiêu dùng phân biệt được thủy sản nhập khẩu (chiếm 85% lượng tiêu thụ của bang NSW) và thủy sản đánh bắt và nuôi trồng nội địa nhằm thúc đẩy tiêu thụ thủy sản trong nước. Điều này, rõ ràng đã đi ngược lại với nguyên tắc Đối xử quốc gia (NT) trong WTO.

Việc luật hóa qui định dán nhãn xuất xứ hàng thủy sản trong các nhà hàng của Bang NSW nếu thành công sẽ kéo theo hệ lụy là các Bang khác cũng sẽ làm

theo và việc phân biệt đối xử đối với hàng thủy sản nhập khẩu sẽ xảy ra, nhất là trong bối cảnh, người dân Úc đang e ngại chất lượng hàng thủy sản của Việt Nam sau vụ việc cá chết hàng loạt ở các vùng biển miền Trung.

Do vậy, các cơ quan nhà nước, đặc biệt là các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài như Đại sứ quán, Tổng lãnh sự quán, Thương vụ cần theo dõi, nắm thông tin và đề xuất Chính phủ Việt Nam có những hành động kịp thời, đồng thời phối hợp chặt chẽ với các Hiệp hội có liên quan tại Úc để phản đối việc ban hành các văn bản có thể gây ảnh hưởng đến xuất khẩu thủy sản của Việt Nam.

2. Đối với doanh nghiệp

Ngoài các quy định chặt chẽ về kiểm dịch nêu trên, Chính phủ Úc gần đây đã và đang chuẩn bị ban hành một số Luật/quy định có khả năng phân biệt đối xử với hàng nhập khẩu, trong đó có Việt Nam như việc áp dụng hệ thống mới về dán nhãn nguồn gốc thực phẩm với những thông tin rõ ràng và đơn giản hơn nhằm giúp người tiêu dùng xác định nguồn gốc thực phẩm. Nhãn thực phẩm sẽ cho người tiêu dùng biết xuất xứ cụ thể về nơi sản phẩm được làm ra, trồng hay đóng gói. Tương tự, việc ban hành Luật dán nhãn xuất xứ thủy sản trong thực đơn nhà hàng cũng được kiến nghị ban hành.

Hệ thống nhãn mác mới dự kiến sẽ giúp tăng doanh thu các sản phẩm nội địa nhưng sẽ là một thách thức mới đối với hàng thực phẩm nhập khẩu từ nước ngoài, trong đó có Việt Nam nếu chúng ta không xây dựng được hình ảnh sản phẩm chất lượng cao, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm.

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 một số 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 và Nguồn nước Úc 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. Trong năm 2015, Việt Nam có 26 trường hợp vi phạm vệ sinh an toàn thực phẩm, trong đó mặt hàng thủy sản chiếm phần lớn các trường hợp vi phạm.

Ngoài ra, gần đây Úc phát hiện thủy sản Việt Nam bị bơm nước và tạp chất. Vấn đề này sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến hình ảnh thủy sản 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.

Nguồn cung hàng của Úc bị hạn chế bởi vì Úc chỉ có thể cung cấp 30% nhu cầu hiện nay, do vậy, hầu hết người tiêu dùng chỉ có hai lựa chọn hoặc mua hàng nhập khẩu, hoặc không ăn hải sản. Thật đáng tiếc là nhiều người chọn không mua hải sản và hầu hết người Úc ăn ít hơn 40% lượng hải sản mà các cơ quan sức khỏe khuyến cáo. Để khắc phục điều này (đạt được lượng tiêu thụ hải sản bình quân đầu người như khuyến cáo) Úc cần nhập thêm hàng triệu tấn hải sản. Do vậy, tiềm năng nhập khẩu vào thị trường Úc rất lớn nếu người tiêu dùng tin tưởng và quay sang lựa chọn các nhãn hiệu nhập khẩu. Việt Nam hiện là một trong bốn nhà cung cấp hải sản lớn nhất cho thị trường Úc nên chắc chắn sẽ tăng được thị phần nếu doanh nghiệp có cách tiếp cận và bước đi phù hợp, cụ thể:

- Quảng bá, tuyên truyền về tình hình sản xuất, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam, góp phần thay đổi nhận thức và thói quen đối với người tiêu dùng Úc đối với thủy sản nhập khẩu từ châu Á, trong đó có Việt Nam. Mặt khác, các doanh nghiệp cần tự mình nâng cao nhận thức làm ăn uy tín và bền vững; đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật và trình độ khoa học công nghệ để đảm bảo sản phẩm đạt các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm;
- Đảm bảo hơn nữa an toàn vệ sinh thực phẩm cũng như cải thiện chất lượng và mẫu mã sản phẩm sẽ giúp thủy sản Việt Nam nói chung và các sản phẩm tôm nói riêng tiến xa hơn trên thị trường Úc;
- Đa dạng hoá và nâng cao chất lượng hàng thủy sản xuất khẩu để nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng Việt Nam trên thị trường Úc. Các doanh nghiệp cần phải đa dạng hoá và nâng cao chất lượng sản phẩm thông qua việc đầu tư đổi mới công nghệ và chủ động triển khai áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế đáp ứng yêu cầu bảo vệ sức khỏe, môi trường. Nếu muốn trụ vững trên thị trường Úc, các doanh nghiệp Việt Nam phải hướng đến một nền sản xuất sạch hơn, ở đó chất lượng sản phẩm luôn là vấn đề đặt lên hàng đầu chứ không phải là sản lượng và giá cả thấp. Do vậy, việc hình thành chuỗi liên kết là rất cần thiết để có thể cạnh tranh trên thị trường;
- Xây dựng chiến lược kinh doanh dài hạn. Doanh nghiệp cần lựa chọn chiến lược sản phẩm và chiến lược thâm nhập thị trường Úc phù hợp với nhu cầu, tình hình thực tế của thị trường và khả năng của doanh nghiệp. Không nên thâm nhập thị trường một cách vội vàng mà cần có quá trình lâu dài: từ giới thiệu sản phẩm, tạo lòng tin, thiết lập quan hệ rồi mới thực hiện giao dịch kinh doanh; Nghiên cứu đổi mới và nâng cao chất lượng sản phẩm để nâng cao

khả năng đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng cũng như tránh các hàng rào kỹ thuật và vệ sinh an toàn thực phẩm đã có và sẽ có trong tương lai;

- Chú trọng xây dựng thương hiệu cho hàng xuất khẩu. Giải pháp ưu việt nhất là cung cấp các sản phẩm đổi mới có giá trị gia tăng cao, có xuất xứ tốt 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. Việc xây dựng thương hiệu với xuất xứ tốt là đặc biệt quan trọng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo thủy sản Việt Nam năm 2015 – VASEP
2. Fishing in Australia Industry Report – IBISWORLD
3. Aquaculture in Australia Industry Report – IBISWORLD
4. Fish and Seafood Wholesaling in Australia Report – IBISWORLD
5. Proposal – Aquaculture Market Research
6. Australian Seafood Trade 2014
7. World Seafood Trade Map – RABOBANK
8. Và một số nguồn khác

PHỤ LỤC

CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI
HÀNG THUỶ SẢN VIỆT NAM TẠI ÚC



THỦY SẢN VIỆT NAM

Sản phẩm chất lượng cho người Úc



Giới thiệu

- Thương vụ Việt Nam tại Úc tiến hành chiến dịch truyền thông quảng bá “Thủy sản Việt Nam – Sản phẩm chất lượng dành cho người Úc” – nhằm xây dựng hình ảnh tích cực và thân thiện hơn cho thủy sản Việt Nam trên thị trường Úc.
- Chiến dịch này truyền tải thông điệp về những lợi thế nổi bật của thủy sản Việt Nam, đặc biệt là cá tra và tôm nhằm cải thiện sự hiểu biết và lòng tin của thị trường Úc đối với chất lượng sản phẩm đạt tiêu chuẩn quốc tế khắt khe nhất từ nền công nghiệp nuôi trồng thủy sản Việt Nam.



THE PREMIUM FARMED FISH
FOR AUSTRALIANS ✓

Đối tượng đích

- Các nhà nhập khẩu thủy sản Úc
- Các nhà phân phối thủy sản Úc
- Người tiêu dùng Úc



THE PREMIUM FARMED FISH
FOR AUSTRALIANS ✓

Thông điệp chính

Việt Nam mang đến thị trường Úc
**HÀNG THỦY SẢN CHẤT LƯỢNG TỐT
NHẤT THẾ GIỚI**

Các trang trại Việt Nam sản xuất ra
CÁ TRA VÀ TÔM HÀNG ĐẦU THẾ GIỚI



THE PREMIUM FARMED FISH
FOR AUSTRALIANS ✓

Tình hình tiêu thụ thủy sản của Úc



THE PREMIUM FARMED FISH
FOR AUSTRALIANS ✓

- Hàng năm, Úc nhập khẩu hơn 200.000 tấn thủy sản, trị giá khoảng hơn 1 tỷ USD.
- Với dân số trên 24 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.
- 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.
- Tôm là loại hải sản được tiêu thụ nhiều nhất tại Úc. Lượng tiêu thụ tôm hàng năm lên tới 50.000 tấn. Loại hải sản được tiêu thụ nhiều thứ hai là cá hồi Đại tây dương. Loại hải sản được tiêu thụ nhiều thứ ba ở Úc là cá tra/basa.



Tình hình thủy sản Việt Nam trên thị trường Úc



THE PREMIUM FARMED FISH
FOR AUSTRALIANS ✓

- Việt Nam là một trong bốn nước có thị phần nhập khẩu thủy sản lớn nhất tại thị trường Úc, với hai sản phẩm mũi nhọn là fillet cá tra và tôm chế biến đông lạnh.
- Trên thị trường Úc, fillet cá tra phần lớn được nhập khẩu từ Việt Nam, là loại thủy sản nhập khẩu phổ biến và ngày càng được sử dụng rộng rãi.
- Fillet cá tra và tôm chân trắng có lợi thế về chất lượng về mặt dinh dưỡng với giá cả phải chăng.
- Tổng thể chất lượng, đóng gói, phân loại kích thước và xây dựng thương hiệu của thủy sản Việt Nam khá tốt.



THE PREMIUM FARMED FISH
FOR AUSTRALIANS ✓

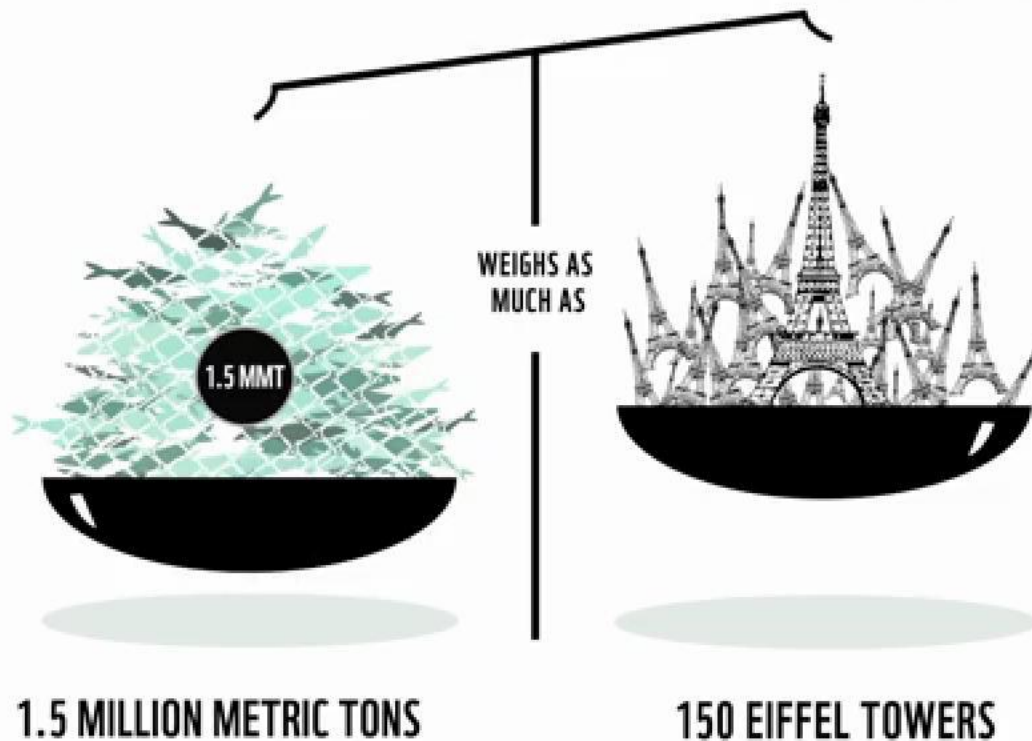
Người tiêu dùng Úc

- Theo Hướng dẫn về chế độ ăn uống của Úc: người Úc nên tăng 40% khẩu phần thủy sản trong bữa ăn hàng ngày.
- Để thực hành phong cách sống lành mạnh hơn, người tiêu dùng Úc cũng cân nhắc sự an toàn thực phẩm và tính bền vững của thủy sản và cách nuôi trồng, khai thác.
- Đang tồn tại một quan niệm sai lầm rằng cá và thủy sản nuôi trồng từ các nước châu Á trong đó có Việt Nam là “hàng nhập khẩu từ châu Á giá rẻ kém chất lượng”.



... trong khi đó trên thế giới

VIETNAM'S ANNUAL PANGASIU PRODUCTION



Hơn 10 năm qua, cá tra được công nhận tại các thị trường trên toàn thế giới là một lựa chọn sáng suốt cho chế độ ăn uống lành mạnh, giá cả phải chăng, cung cấp nguồn Omega 3 dồi dào.



THE PREMIUM FARMED FISH
FOR AUSTRALIANS ✓



Chiến dịch truyền thông
“Thủy sản Việt Nam – Sản
phẩm chất lượng dành cho
người Úc”



THE PREMIUM FARMED FISH
FOR AUSTRALIANS ✓

Thủy sản Việt Nam:



THE PREMIUM FARMED FISH
FOR AUSTRALIANS ✓

SỰ LỰA CHỌN LÀNH MẠNH, CÓ TRÁCH NHIỆM

- Tinh khiết
- Bổ dưỡng
- An toàn – không chất kháng sinh, hormone tăng trưởng, không có bất kỳ chất phụ gia nào



KHÔNG nuôi trong những ao, lồng nhỏ tự phát,
phi tiêu chuẩn tại gia đình

BỀN VỮNG

- Trách nhiệm đối với môi trường trong khi nuôi trồng.
- Sử dụng lao động hợp pháp, đối xử đúng luật với người lao động, trả công đầy đủ, thích hợp cho công nhân, đào tạo đầy đủ cho công nhân...
- Hàm lượng thực vật trong thức ăn cá cao hơn so với hàm lượng động vật.
- Hỗ trợ cho cộng đồng xung quanh trang trại.



THE PREMIUM FARMED FISH
FOR AUSTRALIANS ✓

SẢN PHẨM DỄ SỬ DỤNG

- Dễ nấu
- Sự kết hợp lý tưởng với các loại hải sản và rau củ khác
- Phù hợp với các cách chế biến khác nhau



Kế hoạch truyền thông



THE PREMIUM FARMED FISH
FOR AUSTRALIANS ✓

Trang thông tin điện tử (website)

- Thiết kế một trang thông tin điện tử tương tác mang tên “VietnamPremiumAquaculture.com” nhằm quảng bá các phẩm chất như có lợi và an toàn cho sức khỏe, bền vững với ngành nuôi trồng và chế biến của thủy sản có xuất xứ từ Việt Nam.
- Trang thông tin bao hàm loạt video clips, tài liệu quảng bá sản phẩm mục tiêu... về quy trình nuôi trồng và chế biến thủy sản xuất khẩu sang thị trường Úc tại Việt Nam.



Sách hướng dẫn nấu ăn

- Một cuốn sách hướng dẫn các phương thức biến thủy sản nuôi tại Việt Nam theo tiêu chuẩn thủy sản quốc tế thành những món ngon tinh tế theo đặc trưng và khẩu vị Úc, do các đầu bếp có tiếng tại Úc trình bày.
- Bố cục trình bày công thức được thiết kế phù hợp với người đọc phương Tây.
- Cuốn sách còn nhấn mạnh các lợi ích về sức khỏe, môi trường và tính bền vững của mặt hàng thủy sản.



Recipe for our tilapia created by celebrated chef

Debbie Gold



SHARE AND FIND RECIPES

You can share your favorite recipes for Regal Springs Tilapia on our Facebook page or in our Twitter feed. You can find others' favorites there, too, and on regalsprings.com.



THE PREMIUM FARMED FISH
FOR AUSTRALIANS ✓

Tài liệu quảng bá sản phẩm mục tiêu

- Áp phích cuộn và tờ rơi để trưng bày và phát tại triển lãm hoặc các sự kiện đặc thù của ngành.
- Nhấn mạnh các đặc tính cốt yếu của thủy sản Việt Nam bao gồm các thông tin về dinh dưỡng.
- Nhấn mạnh thông điệp về an toàn thực phẩm được chứng nhận bởi bên thứ ba.



THE PREMIUM FARMED FISH
FOR AUSTRALIANS ✓

Sản phẩm nghe nhìn (video)

- Loạt video clip giới thiệu ngành công nghiệp thủy sản Việt Nam nơi nuôi trồng và sản xuất cá tra và tôm xuất khẩu.
- Các nội dung tiếp theo được biên tập thành các tập phim với độ dài 3-4 phút hướng dẫn chế biến linh hoạt các món ăn với fillet cá tra và tôm, xen kẽ với các hướng dẫn của chuyên gia dinh dưỡng về lựa chọn thực phẩm có lợi cho sức khỏe khi sử dụng thủy sản Việt Nam hàng ngày.
- Sản phẩm nghe nhìn chiếu trên các kênh truyền hình của Úc.

