TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

100 triệu Đô la Mỹ giá trị hợp đồng xuất khẩu đầu năm của ngành sữa - tin vui từ Vinamilk

18:07 28/02/2023

Cuối tháng Hai, tại hội chợ Gulfood Dubai 2023 - hội chợ thương mại hàng nông sản, thực phẩm lớn nhất thế giới được tổ chức hàng năm từ năm 1995, Vinamilk là doanh nghiệp duy nhất của ngành sữa góp mặt. Tại đây, chia sẻ về hoạt động xuất khẩu đầu năm 2023, đại diện doanh nghiệp cho biết đã ký thành công nhiều hợp đồng với tổng giá trị đạt 100 triệu đô la Mỹ.



Trong ngày khai mạc khu gian hàng nông sản Việt Nam tại Hội chợ, ông Nguyễn Mạnh Tuấn - Đại sứ Việt Nam tại Tiểu Vương quốc Ả Rập (UAE) đã ghé thăm gian hàng của Vinamilk để trao đổi, động viên các doanh nghiệp tham gia sự kiện lần này.

Tin vui cho xuất khẩu của ngành sữa

Trong chuyến đi “xuất hành” đầu năm 2023, Vinamilk đã đem đến hội chợ Gulfood Dubai nhiều sản phẩm mới. Trong đó, đáng chú ý và thu hút được sự quan tâm của khách hàng là các sản phẩm đáp ứng nhu cầu dinh dưỡng đặc biệt như Dielac Premature (sữa bột dành cho trẻ thiếu tháng và sinh non). Bên cạnh đó, các sản phẩm xuất khẩu truyền thống như sữa bột Dielac, bột dinh dưỡng Ridielac, sữa đặc, sữa chua uống Probi, nước dừa… tiếp tục được giới thiệu, đẩy mạnh.

Gulfood Dubai năm nay thu hút sự tham gia của hơn 125 quốc gia và vùng lãnh thổ, với trên 5.000 gian hàng. Đây cũng là một trong những hội chợ ngành thực phẩm lớn nhất thế giới mà Vinamilk đã tham gia đều đặn trong hơn 10 năm qua với nhiều hợp đồng hàng chục triệu đô được ký kết.



Ông Zia Ahmad Mohd Asmail – đối tác lớn của Vinamilk tại khu vực Trung Đông đã tiếp tục ký kết các hợp đồng nhập khẩu sản phẩm của Vinamilk trong năm 2023, đóng góp vào doanh thu xuất khẩu 100 triệu USD trong những tháng đầu năm của công ty.

Chia sẻ về những sản phẩm mang thương hiệu Vinamilk, ông Zia Ahmad Mohd Asmail – đối tác lớn trong hơn 10 năm qua của Vinamilk tại khu vực Trung Đông cho biết: “Chúng tôi đã kinh doanh với Vinamilk từ 10 năm qua. Bắt đầu với thị trường Afghanistan. Nhưng nay chúng tôi muốn mở rộng, phân phối các sản phẩm của họ tại cả các quốc gia khác trong khu vực này. Tôi khá tự tin, khi thời gian qua họ luôn mang đến những sản phẩm, dịch vụ chất lượng và duy trì mối quan hệ với khách hàng một cách tốt đẹp”



Gian hàng của Vinamilk được rất đông khách tham quan ghé thăm và tìm hiểu.



Các khách hàng đến từ Trung Đông và Châu Phi biết đến Vinamilk qua các bảng xếp hạng quốc tế đã chủ động tới tìm kiếm các cơ hội giao thương với doanh nghiệp.



Hội chợ Gulfood Dubai là một trong những hội chợ ngành thực phẩm lớn nhất thế giới. Năm nay hội chợ thu hút hơn 5000 doanh nghiệp từ hơn 125 quốc gia và hàng trăm ngàn lượt khách tham quan.

Trung Đông là khu vực khá rộng lớn với nhiều quốc gia với gần nửa tỷ dân. Môi trường kinh doanh của Trung Đông ngày càng được cải thiện nhờ xu thế tăng cường liên kết khu vực nên dư địa mở rộng hợp tác thương mại giữa các doanh nghiệp Việt Nam với khu vực này là rất lớn.

Bắt đầu khai phá từ những năm 2000, đến nay Trung Đông đã trở thành thị trường chủ lực, đóng góp hơn 85% vào tổng doanh thu đến từ hoạt động kinh doanh xuất khẩu của Vinamilk. Ngoài Trung Đông, Vinamilk cũng đẩy mạnh hoạt động kinh doanh tại các thị trường khác như: Châu Á với các nước như Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore, Trung Quốc và có mặt tại hầu hết các nước Đông Nam Á... Tổng giá trị các hợp đồng xuất khẩu đi các thị trường được kí kết thành công của doanh nghiệp này đã đạt 100 triệu đô la Mỹ, các hợp đồng này dự kiến được thực hiện trong 06 tháng đầu năm 2023.

“Tuy các thách thức do biến động lớn trong năm 2022 vẫn còn, nhưng Vinamilk đã có được những kết quả tích cực đầu năm 2023 là hàng chục hợp đồng với giá trị lên đến 100 triệu USD đã được kí kết. Điều này đặc biệt ý nghĩa kinh tế trong bối cảnh xuất khẩu chung đều gặp khó khăn, chưa kể sản phẩm sữa của Việt Nam không phải là mặt hàng có quá nhiều lợi thế tự nhiên”, ông Võ Trung Hiếu, Giám đốc Kinh doanh quốc tế tại Vinamilk cho biết.

Có thể nói, những hợp đồng xuất khẩu này không chỉ có giá trị về mặt kinh tế mà cho thấy được sự linh động và chiến lược đúng đắn của doanh nghiệp trong

xác định thị trường tiềm năng, đầu tư có trọng điểm, đặc biệt trong ngành sữa – ngành ít lợi thế hơn so với các sản phẩm nông nghiệp khác của Việt Nam. Tính đến nay các sản phẩm của Vinamilk đã đặt chân đến 57 quốc gia và vùng lãnh thổ, với tổng kim ngạch xuất khẩu lũy kế đến nay đã vượt 3 tỷ USD.

Tìm cơ hội cho ngành sữa trong thời kỳ khó khăn

Tình hình lạm phát trên thế giới khiến sức tiêu thụ hàng tiêu dùng và sản phẩm sữa nói riêng giảm sút trong khi đó giá cước vận chuyển vẫn neo ở mức cao đã ảnh hưởng đến đơn hàng của doanh nghiệp Việt Nam trong năm 2022.

Theo ông Võ Trung Hiếu, Giám đốc Kinh doanh quốc tế Vinamilk: “Lạm phát toàn cầu thực sự đã ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu trong năm 2022. Trong bối cảnh khó khăn như vậy, chúng tôi vẫn liên tục tìm kiếm các cơ hội mới, phát triển thị trường, tham gia vào các hoạt động xúc tiến thương mại song song duy trì, nâng cao mối quan hệ với các khách hàng, nắm bắt được các xu hướng tiêu dùng mới để phát triển thị trường theo chiều rộng và cả chiều sâu.”

Đại diện Vinamilk cho biết thêm, bên cạnh Gulfood Dubai 2023, Vinamilk cũng tích cực tham gia các sự kiện thúc đẩy thương mại khác như Hội chợ Foodex Nhật Bản, Hội chợ FHA Singapore… Ngoài việc tìm kiếm những cơ hội mở rộng và khai phá thị trường xuất khẩu, đây cũng là các hoạt động để góp phần nâng cao thương hiệu của quốc gia trong ngành sữa. “Năm nay, nhiều đối tác khác đã chủ động tìm đến gian hàng của Vinamilk vì trước đó họ được biết Vinamilk, một thương hiệu sữa Việt Nam nhưng có giá trị thương hiệu lớn thứ 6 thế giới”, ông Hiếu chia sẻ.

Năm 2022, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vẫn ghi nhận tăng trưởng so với năm trước, với sự nỗ lực rất lớn của các doanh nghiệp Việt Nam, và là tiền đề quan trọng để bước vào năm 2023. Tuy nhiên, đối với từng lĩnh vực, tình hình xuất khẩu nói chung và với ngành sữa nói riêng vẫn còn đối mặt với nhiều thách thức đặc thù. Trong bối cảnh chung đó, chất lượng – giá cả - dịch vụ vẫn được cho là những mũi nhọn để sản phẩm sữa Việt Nam cạnh tranh và tiếp tục xây dựng chỗ đứng trên thị trường quốc tế.

Anh Thư