

CEO Motaro Group khảo sát Uzbekistan: Hợp tác - đưa sản phẩm mẹ và bé vào thị trường Trung Á

13:31 29/11/2025

Ngày 27/11, Tổng giám đốc kiêm nhà sáng lập Motaro Group Đào Anh Tuấn, đã lên đường sang Uzbekistan trong chuyến công tác kéo dài 10 ngày. Chuyến đi nhằm khảo sát thị trường, tìm hiểu hành vi tiêu dùng, văn hóa bản địa và làm việc với doanh nghiệp sở tại, để chuẩn bị các bước hợp tác - đưa sản phẩm tã bỉm Việt Nam vào hệ thống phân phối tại Trung Á.



Ông Đào Anh Tuấn gặp gỡ đối tác tại Uzbekistan

Bối cảnh thị trường Uzbekistan và tiềm năng cho sản phẩm mẹ và bé

Với hơn 37 triệu dân, Uzbekistan hiện là quốc gia đông dân nhất khu vực. Tỷ lệ sinh ổn định, dân số trẻ và xu hướng nâng cao chất lượng chăm sóc trẻ khiến nhu cầu đối với các sản phẩm mẹ và bé tăng mạnh trong những năm gần đây.

Đặc biệt, tã bỉm dùng 1 lần, đang trở thành lựa chọn phổ biến tại các thành phố lớn như Tashkent, Samarkand, Namangan...

Trong bối cảnh đó, các sản phẩm mỏng - nhẹ - thấm hút tốt - an toàn cho da trẻ, được bà mẹ ưu tiên. Đây là phân khúc mà doanh nghiệp Việt Nam có lợi thế cạnh tranh, đặc biệt về chất lượng ổn định và mức giá hợp lý.

Nhận thấy xu hướng này, ông Đào Anh Tuấn đã trực tiếp sang Uzbekistan để trao đổi hợp tác với đối tác, đồng thời quan sát thị trường và văn hoá của đất nước, trước khi xuất khẩu sản phẩm sang quốc gia này.

Khảo sát hệ thống bán lẻ: Tìm hiểu nhu cầu của ba mẹ Uzbekistan

Trong gần 10 ngày công tác, ông Đào Anh Tuấn dành phần lớn thời gian di chuyển qua nhiều khu vực bán lẻ như siêu thị, cửa hàng mẹ và bé, trung tâm thương mại và các quầy hàng truyền thống.

Việc khảo sát thực tế, giúp ông ghi nhận rõ ràng về mức giá trung bình của các dòng tã bỉm đang lưu hành, mẫu mã và thiết kế được phụ huynh ưa chuộng, các thương hiệu chiếm thị phần lớn.

Với đặc điểm khí hậu khô, lạnh vào mùa đông và nóng nhẹ vào mùa hè, nhiều phụ huynh ưu tiên các sản phẩm có bề mặt mềm, thoáng khí, ít gây hăm, đồng thời có khả năng thấm hút cao để sử dụng trong thời gian dài.

Song song đó, ông Đào Anh Tuấn làm việc với doanh nghiệp nhập khẩu phân phối để tìm hiểu tiêu chuẩn hàng hóa, quy định nhãn mác, thủ tục nhập khẩu, chi phí logistics và yêu cầu kiểm định chất lượng.

Đây đều là những yếu tố then chốt để sản phẩm có thể thâm nhập thị trường thuận lợi và đảm bảo sự cạnh tranh dài hạn.



Ông Đào Anh Tuấn làm việc với đối tác để đưa sản phẩm xuất khẩu sang Uzbekistan

Honey Premium và Royalsoft, 2 sản phẩm chủ lực chuẩn bị tiến vào Trung Á

Motaro Group đưa 2 dòng tẩy bầm chủ lực sang Uzbekistan là Honey Premium và Royalsoft.

Đây là 2 sản phẩm được phát triển theo tiêu chí thiết kế mỏng nhẹ, bề mặt mềm và thân thiện với da, lỗ thấm hút cải tiến, tiêu chuẩn an toàn cao. Những yếu tố này phù hợp với nhu cầu đang tăng của thị trường Uzbekistan, nơi ba mẹ ưu tiên sự tiện lợi, chất lượng và mức giá hợp lý.

Thành công tại Uzbekistan, sẽ là cánh cửa quan trọng để Motaro mở rộng sang các thị trường quốc tế khác.



Những đơn hàng đầu tiên đang được vận chuyển sang Uzbekistan

Bước đi đầu tiên trong chiến lược đưa tã bỉm Việt Nam ra thế giới

Chuyến công tác lần này được xem là bước đặt nền móng cho chiến lược mở rộng quốc tế của Motaro Group.

Việc trực tiếp khảo sát thị trường, tiếp xúc người tiêu dùng bản địa và làm việc với đối tác sở tại, giúp doanh nghiệp có cái nhìn chính xác hơn về nhu cầu và điều kiện thị trường.

Từ những trải nghiệm thực tế tại Uzbekistan, Motaro Group có cơ sở để xây dựng kế hoạch dài hạn, điều chỉnh sản phẩm phù hợp khi tiến vào khu vực Trung Á, nơi vẫn còn đầy tiềm năng để phát triển các sản phẩm mẹ và bé chất lượng cao.

Bảo Thương