TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Cơ hội khẳng định thương hiệu LOPANG BANANA tại thị trường Hàn Quốc

19:11 18/06/2020

Lần đầu tiên chuối Việt Nam chính thức được bày bán tại thị trường bán lẻ Hàn Quốc - thương hiệu LOPANG BANANA kỳ vọng sẽ chiếm được lòng tin của người tiêu dùng Hàn Quốc.

Tại tổ hợp siêu thị Lotte Mart gần Ga trung tâm Seoul, nơi có mật độ người đi lại đông nhất Hàn Quốc, Công ty Lotte Mart đã phối hợp với Đại sứ quán Việt Nam tại Hàn Quốc tổ chức sự kiện giới thiệu sản phẩm chuối Việt Nam phân phối tại chuỗi siêu thị Lotte trên toàn Hàn Quốc. Đây là sự xuất hiện chính thức lần đầu tiên của chuối Việt Nam tại thị trường bán lẻ Hàn Quốc.



Lần đầu tiên chuối Việt Nam chính thức được bày bán tại thị trường bán lẻ Hàn Quốc

Trước đó, từ năm 2014, chuối Việt Nam đã bắt đầu được xuất khẩu vào thị trường Hàn Quốc. Tuy nhiên, chỉ mang tính chất thử nghiệm, thăm dò thị trường nên chuối Việt Nam thời điểm đó chưa được đưa vào các hệ thống siêu thị lớn như Lotte Mart.

Theo Thương vụ Việt Nam Hàn Quốc, những năm gần đây, kim ngạch xuất khẩu chuối của Việt Nam sang Hàn Quốc có sự chuyển biến đáng kể. Nếu như năm 2015, Việt Nam chỉ xuất được khoảng 180 tấn chuối với giá trị 132.000 USD thì đến hết năm 2019 khối lượng xuất khẩu đã tăng lên 6.685 tấn, đạt 4,2 triệu USD. Có được kết quả tích cực trên là trong thời gian qua các doanh nghiệp Việt Nam đã tích cực phối hợp với doanh nghiệp Hàn Quốc và Thương vụ nghiên cứu, cải thiện giống chuối, quy trình trồng, thu hoạch, bảo quản và đóng gói sản phẩm phù hợp với thị hiếu tiêu dùng của người Hàn Quốc.

Với năng lực vượt trội về hệ thống phân phối và kinh nghiệm quản lý chất lượng của Lotte Mart, thương hiệu LOPANG BANANA của Việt Nam chắc chắn sẽ chiếm được lòng tin của người tiêu dùng Hàn Quốc.

Chuối LOPANG BANANA được trồng trên vùng cao nguyên tại xã Lơ Pang, huyện Mang Yang, tỉnh Gia Lai có độ chênh lệch nhiệt độ giữa ngày và đêm lớn, vỏ dầy và có độ ngọt gấp 1-2 lần so với sản phẩm cùng loại. Giá bán có tính cạnh tranh cao, loại 1,2kg là 3.980 won. Dự kiến Lotte Mart sẽ nhập khoảng 1.600 tấn/năm (1 tuần 2 công-ten-nơ 31 tấn) để phân phối qua 81 đại siêu thị trên toàn Hàn Quốc.

Với quy mô nhập khẩu chuối trên 300 triệu USD/năm, chuối là mặt hàng Việt Nam có nhiều dư địa để cải thiện và gia tăng thị phần tại Hàn Quốc. Trong thời gian tới, Đại sứ quán Việt Nam tại Hàn Quốc sẽ tiếp tục phối hợp chặt chẽ với Lotte Mart và các nhà phân phối khác để đẩy mạnh xuất khẩu mặt hàng trên vào thị trường Hàn Quốc.

Hàn Quốc là thị trường có sức mua lớn, dân số trên 51 triệu dân, thu nhập bình quân đầu người năm 2019 đạt 33.400 USD/người/năm, đứng thứ 26 thế giới. Hàn Quốc là nước có nhu cầu nhập khẩu các sản phẩm nông sản, thực phẩm cho tiêu thụ trong nước rất cao. Trong đó, nhiều nhất là các nhóm sản phẩm thủy hải sản, rau củ và trái cây. Trung bình mỗi người Hàn Quốc tiêu dùng khoảng 65kg trái cây mỗi năm.

Các loại trái cây được ưa chuộng tại Hàn Quốc là chuối, cà chua, dưa hấu, dâu, nho… nhưng sản xuất trong nước chỉ đáp ứng khoảng 60% nhu cầu. Đặc biệt chuối là sản phẩm Hàn Quốc phải nhập gần như 100% do điều kiện canh tác không thuận lợi. Các quốc gia xuất khẩu chuối vào Hàn Quốc nhiều nhất là Philippines (78,6%), Ecuador (7,7%), Guatemala (5,2%), Peru (5%), Mexico (1,6%) và Việt Nam 1,4%).

Minh Anh