

Hàng nông thủy sản - thực phẩm Việt Nam có nhiều tiềm năng xuất khẩu sang Nhật Bản

10:35 11/02/2022

Nhật Bản là thị trường có nhu cầu nhập khẩu và tiêu thụ lớn các sản phẩm nông thủy sản - thực phẩm nước ngoài. Việt Nam được đánh giá là quốc gia có thế mạnh về những mặt hàng đó và có khả năng cung ứng tốt cho thị trường Nhật Bản.

Kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông, thủy sản của Việt Nam sang Nhật Bản năm 2021 đạt 1,8 tỷ USD, giảm nhẹ ở mức 0,5% so với năm 2020. Mặc dù mặt hàng chủ lực trong nhóm hàng này là hàng thủy sản có mức giảm 7,4%, các mặt hàng còn lại ghi nhận mức tăng trưởng rất tốt như: Cà phê tăng 25,5%; hàng rau quả tăng 20%; hạt điều tăng 39%; hạt tiêu tăng 56%... Một số mặt hàng hoa quả Việt Nam cũng chiếm thị phần lớn và ngày càng phổ biến trên thị trường như thanh long, xoài, dứa, vải...



Ảnh minh họa.

Tại Nhật Bản, số lượng người dân đến từ các nước Châu Á hiện đang sinh sống và làm việc lên tới 10 triệu người, đồng thời số lượng người Việt Nam tăng rất nhanh trong những năm qua, với số liệu thống kê khoảng gần 500.000 người

trong năm 2021. Do vậy hàng nông thủy sản – thực phẩm nhập khẩu từ Việt Nam ngày càng được biết đến rộng rãi, được cả người Nhật, cộng đồng người Việt và người dân các nước Châu Á khác đón nhận và có lượng tiêu thụ tốt tại thị trường Nhật Bản. Đây là những tiền đề cho thấy hàng nông thủy sản Việt Nam còn nhiều tiềm năng để xuất khẩu hơn nữa sang Nhật Bản trong thời gian tới.

Trong bối cảnh dịch Covid-19 kéo dài khiến cho việc sang nước ngoài tham gia triển lãm, gặp gỡ giao thương trực tiếp với đối tác... của doanh nghiệp cả hai nước bị hạn chế, Thương vụ Việt Nam tại Nhật Bản - với vai trò là cầu nối kết nối doanh nghiệp cũng như là đơn vị phối hợp thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại tại Nhật Bản - đã chủ động nghiên cứu, triển khai những hình thức xúc tiến thương mại mới nhằm đáp ứng với tình hình mới. Thương vụ thường xuyên phối hợp với các đơn vị chức năng của Bộ Công Thương, các địa phương của Việt Nam và Nhật Bản tổ chức các buổi hội thảo trực tuyến giới thiệu về tiềm năng, thế mạnh xuất nhập khẩu của Việt Nam, đồng thời hỗ trợ kết nối giao thương giữa các doanh nghiệp uy tín của cả hai nước.

Thương vụ Việt Nam tại Nhật Bản chú trọng đẩy mạnh công tác kết nối các doanh nghiệp xuất khẩu nông thủy sản – thực phẩm của Việt Nam với các nhà nhập khẩu và chuỗi phân phối lớn của Nhật Bản. Những mặt hàng có chất lượng cao của các doanh nghiệp đạt danh hiệu “Thương hiệu quốc gia” cũng được tăng cường giới thiệu, quảng bá tại các hoạt động xúc tiến thương mại của Thương vụ. Thông qua sự kết nối của Thương vụ, một số sản phẩm Việt Nam đã thâm nhập thành công vào chuỗi phân phối tại Nhật Bản, có thể kể đến các sản phẩm nước dừa, sữa dừa... mang nhãn hiệu VIETCOCO đã được công ty KOMA nhập khẩu và phân phối cho chuỗi các cửa hàng bán đồ Việt tại Tokyo và các tỉnh lân cận, hay như sản phẩm cà phê Việt Nam đã được nhập khẩu và bán tại chuỗi siêu thị OK – chuỗi siêu thị bình dân rất được ưa chuộng tại Tokyo.

Cùng với sự đổi mới trong thị hiếu tiêu dùng, người dân Nhật Bản ngày càng quan tâm đến các sản phẩm chất lượng cao được nhập khẩu từ nước ngoài. Các sản phẩm nông thủy sản - thực phẩm của Việt Nam đang ngày càng xuất hiện phổ biến với đa dạng chủng loại trên các kệ hàng của các chuỗi siêu thị lớn tại Nhật Bản như AEON, Donkihote, Itoiyokado...

Bên cạnh đó, với mục tiêu tuyên truyền đẩy mạnh kêu gọi người Việt Nam tại nước ngoài tiêu dùng hàng Việt, Thương vụ Việt Nam tại Nhật Bản đã ký biên bản ghi nhớ hợp tác với Hiệp hội Doanh nghiệp Việt Nam tại Nhật Bản. Hai bên đã và đang phối hợp triển khai công tác kết nối đưa hàng Việt vào hệ thống các khu trung tâm thương mại của thành viên Hiệp hội chuyên về hàng thực phẩm,

hàng tiêu dùng... nhằm phục vụ nhu cầu ngày càng cao của đông đảo cộng đồng người Việt Nam tại Nhật.

Mặc dù hàng nông thủy sản - thực phẩm Việt Nam còn nhiều tiềm năng để gia tăng xuất khẩu hơn nữa sang Nhật Bản, tuy nhiên các doanh nghiệp Việt Nam cũng cần lưu ý một số đặc điểm đặc thù của thị trường để việc xuất khẩu và bán hàng có hiệu quả và mang tính bền vững. Cần tận dụng hiệu quả các ưu đãi về thuế quan từ các Hiệp định thương mại tự do (VJEPA, AJCEP, CPTPP, RCEP...). Người tiêu dùng Nhật Bản có sự nhạy cảm cao với sự thay đổi liên tục giá bán của một sản phẩm nào đó, do vậy các nhà nhập khẩu Nhật Bản luôn đề cao sự ổn định của giá cả và lượng cung ứng từ phía đối tác Việt Nam.

Các sản phẩm hàng Việt trước tiên cần luôn đảm bảo chất lượng tốt để đáp ứng các quy định khắt khe về vệ sinh an toàn thực phẩm của Nhật Bản; đồng thời cũng cần có sự đa dạng về khẩu vị cho phù hợp với người Nhật, sự cải tiến trong thiết kế mẫu mã bao bì cho bắt mắt và thu hút người tiêu dùng (ví dụ như có nhãn mác ghi bằng tiếng Nhật giới thiệu chi tiết thông tin sản phẩm để tạo niềm tin của người mua hàng). Bên cạnh đó công tác tuyên truyền giới thiệu về thương hiệu, sản phẩm cũng cần được chú trọng nhiều hơn nữa. Thương vụ Việt Nam tại Nhật Bản sẽ luôn đóng vai trò hỗ trợ, đồng hành cùng các doanh nghiệp nhằm mục tiêu chung là góp phần giúp thương hiệu hàng Việt Nam ngày càng được đón nhận tại Nhật Bản và trên thế giới.

Anh Minh