TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Việt Nam lần đầu tiên là đối tác xuất khẩu thủy sản lớn thứ năm vào thị trường Singapore

05:30 26/04/2024

Trong 15 nước xuất khẩu thủy sản hàng đầu vào thị trường Singapore, Malaysia tiếp tục là nước dẫn đầu, tiếp theo là Na Uy ở vị trí thứ hai, Indonesia xếp thứ ba, Trung Quốc xếp thứ tư, và Việt Nam lần đầu tiên vượt qua Nhật Bản vươn lên vị trí đối tác xuất khẩu thủy sản lớn thứ năm vào thị trường Singapore.

Thương vụ Việt Nam tại Singapore cho biết, theo thống kê của Cơ quan quản lý Doanh nghiệp Singapore, trong 3 tháng đầu năm 2024, Singapore đã nhập khẩu thủy sản từ gần 100 quốc gia và vùng lãnh thổ với tổng kim ngạch nhập khẩu đạt gần 340 triệu SGD, giảm 5,67% so với cùng kỳ năm 2023.



Ảnh internet.

Nhóm sản phẩm thủy sản chiếm tỷ trọng lớn tại thị trường Singapore gồm: tôm, cua, thủy sản giáp xác (HS0306), chiếm gần 25% tổng lượng tiêu thụ của thị trường; tiếp đến là cá tươi, ướp lạnh (HS0302), chiếm 19,86%; Phi lê cá, thịt cá ướp lạnh hoặc đông lạnh (HS0304), chiếm 18,15%; cá đông lạnh (HS0303)

chiếm 15,45%; thủy sản thân mềm (HS0307), chiếm 11,02%... Các nhóm mặt hàng như cá tươi, cá chế biến và thủy sản thủy sinh chiếm tỷ trọng tương đối thấp, lần lượt là 4,05%; 4,11% và 2,43%.

Trong 15 nước xuất khẩu thủy sản hàng đầu vào thị trường Singapore, Malaysia tiếp tục là nước dẫn đầu, tiếp theo là Na Uy ở vị trí thứ hai, Indonesia xếp thứ ba, Trung Quốc xếp thứ tư, và Việt Nam lần đầu tiên vượt qua Nhật Bản vươn lên vị trí đối tác xuất khẩu thủy sản lớn thứ năm vào thị trường Singapore.

Theo thống kê, thị phần thủy sản của thị trường Singapore nhìn chung vẫn được chia đều cho các đối tác do mỗi nước đều có những thế mạnh xuất khẩu riêng. Trong đó, 6 quốc gia có thị phần lớn nhất chiếm từ 9% - 13%, cụ thể Malaysia (13,60%), Na Uy (11,45%), Indonesia (11,13%), Trung Quốc (10,15%), Việt Nam (8,58%) và Nhật Bản (8,34%).

Tuy nhiên, mỗi quốc gia có sản phẩm thế mạnh riêng và chi phối từng phân khúc khác nhau. Malaysia có thế mạnh về các mặt hàng cá tươi sống và tôm, cua, thủy sản giáp xác với thị phần ở 2 phân khúc này lần lượt là 28,34% và 21,30%. Na Uy và Tây Ban Nha có thế mạnh về sản phẩm cá tươi ướp lạnh và cá đông lạnh.

Trung Quốc có lợi thế đối với các sản phẩm thủy sản thân mềm (chiếm 35,62% thị phần) và Nhật Bản có lợi thế về các loại thủy sản thủy sinh (chiếm 41,77% thị phần). Việt Nam chiếm lĩnh thị trường thủy sản Singapore bằng các sản phẩm cá phi lê đông lạnh với (chiếm 26,85%) và cá chế biến (chiếm 16,88%).

Thị phần còn lại chia đều cho hơn 90 đối tác khác, trong đó có Chi lê, Ấn Độ, Úc, Thái Lan, Mỹ...



Ảnh minh họa (nguồn: Internet)

Về mức tăng trưởng của 15 đối tác xuấtkhẩu thủy sản hàng đầu vào Singapore, số liệu ở bảng 2 cho thấy, có 5/15 đối tác tăng trưởng âm và 9/15 đối tác tăng trưởng dương. Một số đối tác có mức tăng trưởng mạnh như: Argentina (tăng 3,7 lần), St. Helena (tăng 2,4 lần), Chile (tăng 98,92%), Úc (tăng 50,5%).

Đối với mặt hàng thủy sản của Việt Nam, kim ngạch xuất khẩu của thủy sản Việt Nam vào thị trường Singapore trong 3 tháng đầu năm 2024 tăng 3,22% (giá trị xuất khẩu đạt hơn 24 triệu SGD), chiếm thị phần 8,58%. Các số liệu thống kê cho thấy, kim ngạch xuất khẩu thủy sản từ Việt Nam sang Singapore trong năm 2023 tăng mạnh ở nhóm Cá tươi - HS0301 (tăng 29,27%), trong khi đó 3 nhóm hàng có sự sụt giảm mạnh là Nhóm thủy sản thủy sinh – HS0308 (giảm 78,95%); Nhóm cá đông lạnh – HS0303 (giảm 26,37%), Nhóm Thủy sản thân mềm – HS0307 (giảm 16,03%).

Quý 1 năm 2024, đánh dấu mốc Việt Nam đã vượt qua Nhật Bản, vươn lên từ vị trí đối tác lớn thứ 6 lần đầu tiên lên vị trí đối tác xuất khẩu thủy sản lớn thứ 5 vào Singapore.

Theo ông Cao Xuân Thắng, Tham tán thương mại, Trưởng Thương vụ Việt Nam tại Singapore, trong chính sách đa dạng nguồn cung, Singapore liên tục tìm kiếm, mở rộng và đa dạng hóa thị trường nhập khẩu bằng nhiều hình thức khác nhau.

Điều này đảm bảo an ninh nguồn cung thực phẩm cho Singapore, đồng thời khiến cho sự cạnh tranh giữa các nước xuất khẩu thủy sản vào Singapore ngày

càng lớn. Mặt khác, tình trạng lạm phát gia tăng cũng là một thách thức không nhỏ cho ngành thủy sản các nước xuất khẩu vào Singapore, trong đó có Việt Nam. Nước nào tận dụng được lợi thế về logistics cũng như giảm thiểu được các chi phí sẽ tạo được lợi thế cạnh tranh lớn hơn trong xuất khẩu hàng hóa vào Singapore.

Các số liệu thống kê thể hiện được vị trí và vai trò quan trọng của mặt hàng thủy sản Việt Nam tại thị trường Singapore. Tuy nhiên, để có thể giữ vững và nâng cao thứ hạng, tăng thị phần và tăng giá trị xuất khẩu thủy sản sang Singapore, Việt Nam cần tiếp tục nâng cao hơn nữa chất lượng các mặt hàng thủy sản. Một số vụ việc liên quan đến thu hồi sản phẩm thực phẩm có nguồn gốc xuất xứ từ Việt Nam gần đây tại Singapore, do đối tác không tuân thủ về dãn nhãn cảnh báo thành phần dị ứng và một số điều kiện nhập khẩu, cho thấy các doanh nghiệp Việt Nam cần phải đặc biệt lưu ý cập nhật các quy định của địa bàn, giữ uy tín chất lượng và thương hiệu sản phẩm của Việt Nam.

Để đẩy mạnh xuất khẩu mặt hàng thuỷ sản sang thị trường Singapore nói riêng và thị trường thế giới nói chung, Thương vụ Việt Nam tại Singapore khuyến cáo các doanh nghiệp thủy hải sản Việt Nam nghiên cứu và tận dụng hiệu quả từ các FTA mà Việt Nam là thành viên; thường xuyên cập nhật các quy định của địa bàn, đặc biệt là các quy định về tiêu chuẩn chất lượng, nhãn mác hàng hóa,...; tích cực tham gia các hội chợ triển lãm, tăng cường quảng bá thương hiệu, quảng bá sản phẩm, tăng sự hiện diện hàng hóa Việt Nam tại thị trường quốc tế; nâng cao năng lực cạnh tranh, duy trì ổn định chất lượng hàng hóa, giữ uy tín với đối tác quốc tế. Ngoài ra, cần thận trọng thẩm tra thông tin đối tác trước khi ký kết, giao nhận hàng hóa và thanh toán, tránh rủi ro trong giao dịch kinh doanh.

Minh Anh