

## Tóm tắt báo cáo

Bản nghiên cứu thị trường này trình bày về thị trường các hạt ăn được, trái cây sấy khô và rau tại Hà Lan. Bao gồm những điểm nổi bật sau đây:

- Thị trường Hà Lan cho các hạt ăn được và trái cây sấy khô mặc dù không lớn nhưng đang tăng trưởng.
- Hà Lan không sản xuất các loại hạt ăn được. Ngoài ra, sản lượng trái cây sấy khô và rau là không đáng kể. Do vậy, phụ thuộc rất nhiều vào nhập khẩu.
- Nhập khẩu các hạt ăn được của Hà Lan lớn thứ 2 trong khối EU. Cả về giá trị lẫn khối lượng đều đang tăng (tăng 56% về giá trị và 53% về khối lượng) và nhập khẩu tăng trưởng cao hơn mức trung bình của EU.
- Các nước đang phát triển cung cấp 68% lượng nhập khẩu các hạt trong năm 2008, chiếm thị phần cao nhất trong toàn EU. Giá trị nhập khẩu từ các nước đang phát triển tăng 90% và giá trị và 58% trong khoảng từ năm 2004 đến năm 2008.
- Hà Lan là nước tái xuất khẩu các loại hạt ăn được: 66% giá trị hàng nhập khẩu được xuất khẩu trong năm 2008.
- Giá trị nhập khẩu trái cây sấy khô và rau quả của Hà Lan chỉ tăng 6% về giá trị và giảm 42% về khối lượng từ năm 2004 đến năm 2008. Hà Lan là nhà nhập khẩu lớn thứ 4 trong khối EU.
- Hầu hết trái cây sấy khô và rau quả được nhập khẩu từ các nước đang phát triển (chiếm 52%) và số lượng nhập khẩu này đang tăng lên.
- Cơ hội tốt nhất cho các nhà xuất khẩu từ các nước đang phát triển thuộc về các sản phẩm như nho khô, dừa, mận và các loại trái cây sấy khô khác.

Bản khảo sát thị trường này cung cấp cho các nhà xuất khẩu ở các nước đang phát triển (Các nước đang phát triển) những thông tin về các loại hạt ăn được, trái cây sấy khô và thị trường rau quả tại Hà Lan.

### 1. Mô tả thị trường: Tiêu thụ và Sản lượng

#### Tiêu thụ

Hà Lan là nước có mức tiêu thụ các loại hạt ăn được lớn thứ 6. Xét về tổng khối lượng, Hà Lan là nước có lượng tiêu thụ ở mức trung bình trong EU. Tuy nhiên, lượng tiêu thụ trên đầu người là cao nhất trong khối EU. Trong năm 2007, 157 ngàn tấn đã được tiêu thụ (nhu cầu công nghiệp và tiêu dùng); 9,6 kg/ người (mức trung bình của EU là 4,4kg/người).

Cho đến nay, đậu phộng là loại hạt được phổ biến nhất, chiếm 62% các loại hạt ăn được trên thị trường trong năm 2007. Hà Lan là đất nước tiêu thụ hạt đậu phộng lớn. Đậu phộng được tiêu thụ bằng nhiều cách khác nhau, ví dụ như là một món ăn khô, như bơ đậu phộng, nước cốt và các thanh sô cô la. Hạt điều (chiếm 16% thị trường về khối lượng), hạnh nhân (6%), hạt hồ trăn và hồ đào (mỗi loại chiếm 2%) được tiêu thụ chủ yếu như đồ ăn nhẹ, mặc dù có số lượng tương đối nhỏ được sử dụng làm nguyên liệu cho ngành công nghiệp bánh kẹo. Ví dụ, bột làm từ nhân hạnh đào nghiền nhỏ và bánh hạnh nhân rất phổ biến với người tiêu dùng tại Hà Lan.

Khoảng một nửa số các loại hạt được bán thông qua kênh bán lẻ và sử dụng ngành dịch vụ thực phẩm như các đồ ăn nhẹ, và nửa còn lại được bán như là dùng trong ngành công nghiệp chế biến thực phẩm hoặc thông qua lĩnh vực dịch vụ thực phẩm (Sở Nông nghiệp Mỹ (USDA), 2007).

Trong năm 2008, mức tiêu thụ trái cây sấy khô và rau quả (công nghiệp và nhu cầu tiêu dùng) chiếm đến 143 ngàn tấn, đạt giá trị 114 triệu € (Bảng 1).

Từ năm 2004 đến năm 2008, lượng tiêu thụ giảm 7% về giá trị. Về khối lượng tiêu thụ trong năm 2008 chỉ bằng ½ số lượng của năm 2004.

**Bảng 1 - Mức tiêu thụ rau quả và trái cây sấy khô tại Hà Lan 2004 – 2008**

Đvt: triệu € và ngàn tấn

	2004		2006		2008	
	Giá trị	Khối lượng	Giá trị	Khối lượng	Giá trị	Khối lượng
<b>Rau quả và trái cây sấy khô</b>	124	312	122	273	114	143

Source: Eurostat (Prodcom) 2009

Hầu như tất cả các loại rau quả sấy khô được sử dụng trong ngành công nghiệp thực phẩm để sản xuất các loại thực phẩm chế biến, trong khi một phần đáng kể của trái cây sấy khô được bán lẻ. Hà Lan là một trong những thị trường có mức tiêu thụ trái cây sấy khô và rau quả thấp trong khối EU, tuy nhiên họ có một vai trò quan trọng trong việc giao thương cho các sản phẩm này, đặc biệt là trái cây sấy khô.

### **Lượng tiêu thụ thức ăn nhẹ và các sản phẩm bánh kẹo**

Theo Trung tâm nghiên cứu thức ăn nhẹ và các sản phẩm bánh kẹo của Hà Lan (SSZ) cho thấy, mức tiêu thụ các thanh kẹo đang gia tăng. Tăng từ 161 triệu USD trong năm 2006 đến 179 triệu USD trong năm 2008. Tuy nhiên, khối lượng tiêu thụ giảm nhẹ từ 23,8 ngàn tấn còn 23,1 ngàn tấn.

Ngoài ra bánh bích-quy, được sử dụng như là một món ăn nhẹ giữa bữa ăn có lợi cho sức khỏe và thường chứa trái cây hoặc hạt sấy khô được khá phổ biến. Trong năm 2007, những loại bánh bích-quy này được bán ra tăng 16% so với năm 2006. Tuy nhiên, tăng trưởng đã bị chậm lại trong năm 2008. Khối lượng bán đạt 24 ngàn tấn trong năm 2006 và tăng lên 26 ngàn tấn trong năm 2008.

Trong năm 2008, doanh số bán lẻ của các loại hạt cứng như đồ ăn nhẹ (toàn bộ) được 221 triệu €, tăng 4,2% so với năm 2007. Ngoài ra khối lượng cũng tăng: từ 36 ngàn tấn trong năm 2007 đến 37 ngàn tấn trong năm 2008.

### **Phân khúc thị trường**

Ngoài những phân khúc nói chung, việc phân khúc còn phân theo các khía cạnh sau đây là có liên quan đến thị trường Hà Lan nói riêng:

#### *Dân tộc*

Một trong những phân khúc người tiêu dùng năng động nhất là bộ phận dân cư không thuộc người Hà Lan đang phát triển nhanh chóng. Trong năm 2007, các nhóm dân tộc thiểu số ước tính 3,2 triệu người, chiếm 19,4% dân số của Hà Lan. Người gốc Indonesia là người thiểu số lớn nhất (chiếm 12,3 % trong tổng sắc tộc), tiếp theo là Thổ Nhĩ Kỳ (11,6%), Suriname (10,5%), và Ma-rốc (10,4%) (Theo Cục thống kê Trung Ương (CBS), 2008). Sự đa dạng của nhóm này là không ngừng phát triển (USDA, 2007c). Thị phần chia sẻ của các dân tộc này đang phát triển như: trong năm 2005 và 2006 lượng dân số không thuộc Hà Lan tăng 5%, trong khi các dân tộc Hà Lan chỉ tăng 1% (USDA, 2007a). Mỗi nhóm dân tộc giữ một phần truyền thống ẩm thực của mình riêng. Đặc biệt là cách nấu nướng của người Bắc Phi và Trung Đông sử dụng nhiều nữa trái cây sấy khô và các hạt ăn được hơn là theo cách nấu nướng của người Hà Lan.

### **Xu hướng tiêu thụ**

Ngoài những xu hướng chung được mô tả trong bản khảo sát thị trường CBI 'Các loại hạt ăn được và trái cây sấy khô và rau quả tại thị trường EU', các xu hướng tiêu dùng sau đây có liên quan đến thị trường tại Hà Lan:

#### *Sức khỏe*

Trong xu hướng sức khỏe, người cao tuổi là một nhóm người tiêu dùng quan trọng. Họ đang bắt đầu quan tâm nhiều hơn về cuộc sống khỏe mạnh và dần loại bỏ những sản phẩm có hàm lượng chất béo cao, điều này đã gây nên lượng tiêu thụ của các hạt ăn được giảm. Mặc dù các loại hạt ăn được được xem là có lợi cho sức khỏe người tiêu dùng khi chúng có chứa chất béo chưa bão hòa. Thay vào đó người tiêu dùng có xu hướng chọn những thức ăn nhẹ có lợi cho sức khỏe có hàm lượng chất béo thấp.

#### *Tiện lợi*

Cũng như các nước tại EU khác, nhu cầu tăng cao cho các sản phẩm tiện lợi, các món ăn đã được chuẩn bị sẵn, các sản phẩm thực phẩm dễ chế biến và các thức ăn nhẹ, đặc biệt là trong số những người tiêu dùng có ít thời gian nhưng giàu có. Các sản phẩm tiện lợi là rất quan trọng cho họ và họ phải trả thêm tiền cho những thực phẩm đa dạng, hương vị và sức khỏe (USDA, 2007a). Số lượng nhỏ và những hộ đơn cũng ngày càng tăng thêm vào tác động của xu hướng thị trường này.

#### *Thực phẩm Dân tộc*

Với sự tăng trưởng của thị trường thích hợp cho dân tộc, số lượng các cửa hàng đáp ứng nhu cầu về thực phẩm Hà Lan phi truyền thống đang gia tăng mạnh mẽ. Sự tăng số lượng người tiêu dùng của các nền văn hoá tại Hà Lan kết quả là nhu cầu ngày càng tăng cho các sản phẩm thực phẩm phi truyền thống. Hơn nữa, người Hà Lan có một lịch sử của thương mại quốc tế và du lịch ngày càng phát triển đến nhiều nơi mới. Kết quả là Hà Lan là rất cởi mở với khẩu vị mới và sản phẩm mới (USDA, 2007a).

#### *Sản lượng*

Hà Lan không sản xuất các loại hạt ăn được trên cơ sở thương mại (FAO, 2009). Hà Lan cũng không sản xuất bất kỳ trái cây sấy khô nào. Sản lượng rau quả sấy khô trong năm 2008 chiếm 5,9 ngàn tấn đạt giá trị 18 triệu €. So với năm 2004, tăng 29% về giá trị và 73% về khối lượng.

**Bảng 2 - Sản lượng trái cây sấy khô và rau ở Hà Lan, 2004-2008,**

ĐVT: triệu € và nghìn tấn

	2004		2006		2008	
	Value	Volume	Value	Volume	Value	Volume
Trái cây sấy khô	0	0	0	0	0	0
Rau quả sấy khô	13,702	3,387	14,911	4,401	17,699	5,868

Nguồn: Eurostat (Prodcum) 2009

Hà Lan là nước có ngành công nghiệp thực phẩm và đồ uống theo xu hướng quốc tế mạnh mẽ. Hà Lan cũng có một số công ty hàng đầu trong ngành công nghiệp này, bao gồm Friesland Foods, Numico (thuộc sở hữu của Danone) và Unilever. Ngành công nghiệp thực phẩm rất tập trung vào nhập khẩu, chuyển đổi và xuất khẩu (USDA, 2007a). Gần một nửa số doanh thu trong ngành công nghiệp thực phẩm đến từ xuất khẩu (Bộ Nông nghiệp, thực phẩm thiên nhiên và chất lượng, LNV, 2007).

### Cơ hội và mối đe dọa

- + Hà Lan có một ngành công nghiệp thực phẩm và thương mại theo định hướng quốc tế, được xem là cửa ngõ cung ứng cho thế giới các sản phẩm thực phẩm và nguyên liệu.
- + Thị trường thực phẩm Hà Lan có dung lượng trung bình, nhưng luôn đổi mới và đón nhận các xu hướng quốc tế.
- + Người tiêu dùng Hà Lan quan tâm đến những sản phẩm thực phẩm mới, đặc biệt là nếu sản phẩm này có lợi có sức khỏe. Khi người tiêu dùng vẫn ưa chuộng những loại thực phẩm nước ngoài, nhập khẩu vẫn rất cần thiết.
- + Trái cây khô chỉ là một nhóm sản phẩm nhỏ nhưng tiềm năng tăng trưởng là rất lớn kể từ khi nó được xem như là một loại thức ăn nhẹ có lợi cho sức khỏe.
- Tiêu thụ các loại hạt ăn được ước tính không tăng nhiều mặc dù có xu hướng tăng trưởng cho các loại hạt cao cấp.

Xu hướng và phát triển thị trường có thể tạo ra cơ hội và mối đe dọa cho các nhà xuất khẩu. Một xu hướng được đưa ra có thể có nhiều rủi ro đi kèm cho nhiều người, nhưng là cơ hội cho những người khác. Những xu hướng này do đó phải luôn luôn được phân tích cẩn thận trong mối tương quan đến hoàn cảnh cụ thể nào đó. Xác định vị trí cụ thể của các nhà xuất khẩu để xem quyết định phát triển hoặc cung cấp xu hướng cơ hội hoặc mối đe dọa. Tham khảo thêm <http://www.cbi.eu/marketinfo>.

### Nguồn hữu ích

- VIGEF là tổ chức thương mại cho các công ty trong ngành công nghiệp chế biến hoa quả và rau <http://www.vigef.nl>
- FNLI là nền tảng cho ngành công nghiệp chế biến và tổ chức thương mại - <http://www.fnli.nl>
- VMT tạp chí thương mại cho ngành công nghiệp thực phẩm Hà Lan (tiếng Hà Lan) <http://www.vmt.nl>
- Trung tâm nghiên cứu thức ăn nhẹ và bánh kẹo (trang web tiếng Hà Lan) - <http://www.ssz.nl/>

## 2. Kênh thương mại xâm nhập thị trường

### Các kênh thương mại

Các kênh thương mại quan trọng nhất cho các nhà xuất khẩu các loại hạt ăn được và trái cây sấy khô và rau quả từ các nước đang phát triển là các nhà nhập khẩu và đại lý chuyên về các sản phẩm này. Trái cây sấy khô và các loại rau được nhập khẩu với khối lượng nhỏ hơn tiếp theo là trái cây tươi và rau quả được xử lý bởi các nhà nhập khẩu chuyên ngành. Các nhà nhập khẩu này cũng nhập các loại hạt ăn được (mà thường được thấy ở Hà Lan). Các nhà nhập khẩu này cũng có thể pha trộn, rang (trong trường hợp hạt) và tái đóng gói để bán lẻ. Họ cung cấp cho các dịch vụ thực phẩm, các nhà bán lẻ và ngành công nghiệp thực phẩm. Một số nhà nhập khẩu có thương hiệu riêng của họ.

Ngành công nghiệp bánh kẹo và thức ăn nhẹ là một trong những ngành sử dụng chủ yếu các loại hạt ăn được, họ tự tổ chức nhập khẩu hoặc sử dụng các nhà nhập khẩu chuyên ngành.

Danh sách các nhà nhập khẩu lớn nhất tại Hà Lan:

- Van Eeghen International BV - <http://www.vaneeghen.com>;
- Catz International BV - <http://www.catz.nl>;
- Rhumveld, Winter and Konijn BV - <http://www.rhumveld.com>;
- The Nut Company - <http://www.thenutcompany.com>;
- Delinuts - <http://www.delinuts.nl>;
- Dutch Nut Group - <http://www.dutch-nut-group.nl>.

Cảng Rotterdam là cảng lớn nhất tại châu Âu và một trong những cảng lớn nhất trên thế giới. Hai con sông chính gặp nhau tại Biển Bắc ở Rotterdam: sông Rhine kết nối với Đức và trung tâm châu Âu và sông Meuse (Maas) nối với Bỉ và Pháp. Rotterdam cũng là kết nối với Antwerp bằng đường thủy. Hơn nữa, Rotterdam cũng là một thành phố lớn thuận tiện cho việc vận chuyển bằng đường bộ đến nhiều quốc gia EU.

### **Kênh thương mại bán lẻ**

Chuỗi hệ thống nhà bán lẻ là các cửa hàng quan trọng nhất cho các loại trái cây chế biến và rau quả và các hạt ăn được. Kênh thương mại bán lẻ tại Hà Lan ngày càng trở nên bền vững. 5 nhà bán lẻ lớn nhất chiếm 66% thị phần của thị trường thực phẩm bán lẻ (USDA, 2007b).

Các siêu thị Hà Lan chiếm 90% tổng doanh số thực phẩm bán lẻ. Hầu hết các siêu thị được sở hữu bởi các công ty Hà Lan. Các nhà bán lẻ nước ngoài chỉ chiếm một thị phần nhỏ, chủ yếu là các cửa hàng giá rẻ của Đức (USDA, 2007b). Các người buôn bán nước ngoài đang gia tăng, một phần là kết quả của sự sáp nhập và mua lại tiêu biểu cho thị trường bán lẻ Hà Lan (Euromonitor, 2008a).

Nhiều nhà bán lẻ không nhập khẩu trực tiếp mà thích sử dụng các nhà cung cấp hơn, các nguồn cung cấp này cung cấp một hoặc nhiều loại sản phẩm có đầy đủ các chi tiết cho các siêu thị. Các nhóm mua hàng dẫn đầu là: Superunie (<http://www.superunie.nl>, cho một số nhà bán lẻ trong đó có Plus và spar) và Albert Heijn (<http://www.ah.nl>).

Các nhà bán lẻ quan trọng nhất tại Hà Lan là:

- Ahold (Albert Heijn, chiếm 28% thị phần) - <http://www.ahold.com>;
- Schuitema (C1000, chiếm 14%) - <http://www.schuitema.nl>;
- Aldi (chiếm 9%) - <http://www.aldi.nl>;
- Sperwer Holding (Plus và spar, chiếm 8%) - <http://www.sperwer.nl>;
- Super de Boer (trước đây gọi là Laurus, chiếm 7%) - <http://www.laurus.nl>.

### **Xu hướng trong bán lẻ**

Năm 2007, cuộc chiến về giá đã kết thúc và các nhà bán lẻ đang tập trung vào khía cạnh chất lượng, tiện lợi và đa dạng. Từ tháng 7 năm 2006 đến tháng 7 năm 2007, giá lương thực tăng lần nữa, khoảng 10%. Trong năm 2008, hai siêu thị lớn đã giảm giá cho hơn 1.000 sản phẩm, nâng cao mối lo sợ cho một cuộc chiến về giá mới.

Hiện tại, thị phần của các cửa hàng bán giá rẻ đã ổn định (USDA, 2007b). Thị phần của sản phẩm mang nhãn hiệu tư nhân tiếp tục tăng, từ 20,7% trong 2006 đến 21,4% trong năm 2007. Các cửa hàng tiện lợi, chẳng hạn như các cửa hàng nhỏ tại các trạm xăng và các trạm xe lửa chỉ chiếm một phần nhỏ trong doanh thu bán lẻ nhưng số lượng tại các nơi này đang phát triển nhanh (Euromonitor, 2008a). Trong số các sản phẩm phổ biến nhất được bán thông qua các cửa hàng này là các loại nước ép trái cây, sản phẩm ăn liền và thức ăn nhẹ có lợi cho sức khỏe (USDA, 2007b).

### **Cơ cấu giá**

Biên độ lợi nhuận khác nhau rõ rệt tùy thuộc vào từng loại và chất lượng của sản phẩm, kênh phân phối, các thay đổi liên tục trong cung và cầu và kết quả là giá cả biến động. Ước tính rằng cá nhà nhập khẩu thực phẩm EU cần đạt lợi nhuận từ 5 – 10% để bù đắp chi phí kinh doanh và rủi ro.

### Lựa chọn một đối tác thương mại phù hợp

Để biết thông tin về việc chọn đối tác thương mại phù hợp, xin tham khảo

<http://www.cbi.eu/marketinfo..>

Đối với thông tin tổng quát, vào CBI publication chọn 'Export Planner ".

Cơ sở dữ liệu trực tuyến sau cung cấp cái nhìn tổng quan của các đối tác tiềm năng cho các nhà xuất khẩu từ Các nước đang phát triển:

Thực phẩm thế giới - <http://www.thefoodworld.com>. Đi tới mục 'Cơ sở dữ liệu cho các công ty', chọn sản phẩm và quốc gia cần quan tâm;

Europages - <http://www.europages.com>. Nguồn hữu ích cho việc tìm kiếm chi tiết liên hệ và thông tin về các hoạt động của các nhà nhập khẩu.

Cơ quan hướng dẫn thương mại - các trang vàng cơ quan của Hà Lan để tìm nhà nhập khẩu từ khoá 'Thương mại') và cơ quan kiểm soát thực phẩm tại địa chỉ <http://www.organictradeguide.com>.

### 3. Thương mại: Nhập khẩu và xuất khẩu

#### Nhập khẩu

##### *Nhập khẩu các loại hạt ăn được*

Hà Lan chiếm 14% tổng nhập khẩu các loại hạt ăn được của EU trong năm 2008, trở thành nhà nhập khẩu lớn thứ 2 sau Đức. Nhập khẩu các loại hạt ăn được chiếm 504 ngàn tấn đạt 784 triệu € về giá trị. Nhập khẩu từ các nước đang phát triển khá cao: chiếm 68% tổng giá trị nhập khẩu (Bảng 3). Hà Lan là một nước tái xuất khẩu lớn: 66% về giá trị nhập khẩu được xuất khẩu trong năm 2008.

Các sản phẩm nhập khẩu chính tại Hà Lan là đậu phộng (chiếm 43% giá trị nhập khẩu trong năm 2008), hạt điều (25%), hạnh nhân (7%) và hạt hồ trăn (7%). Đậu phộng và hạt điều là những hạt chủ yếu được nhập khẩu từ các nước đang phát triển, trong khi hầu hết các hạt hạnh nhân và hồ trăn đến từ các quốc gia phát triển bên ngoài khối EU. Các hạt chiếm thị phần nhỏ trong nhập khẩu nhưng được nhập khẩu chính từ các nước đang phát triển là macadamias, hazel, hạt brazil và hạt dẻ.

Từ năm 2004 đến năm 2008, nhập khẩu các loại hạt ăn được tăng gấp đôi cả về giá trị lẫn khối lượng (tăng 11% về giá trị và khối lượng hàng năm). Nhập khẩu tăng với tốc độ nhanh hơn so với tiêu thụ và do đó tái xuất khẩu đang gia tăng. Nguồn cung nhập khẩu các hạt ăn được tại Hà Lan nhiều loại hơn so với các nước EU. Các nước đang phát triển đạt được thị phần nhập khẩu các hạt ăn được tại Hà Lan. Với mức tăng trưởng 90% về giá trị (17% hàng năm) và 58% về khối lượng, nhập khẩu từ các nước đang phát triển tăng nhanh hơn lượng tổng nhập khẩu. Nhập khẩu nội khối EU giảm 2% về giá trị mặc dù khối lượng tăng.

Tổng nhập khẩu tăng lên đối với tất cả các loại hạt ăn được, trừ hạt hazel và hạt hồ đào. Nhập khẩu các loại trồng trên đất như hạt điều, hạt dẻ hạt hồ trăn đã tăng trưởng nhanh hơn mức trung bình. Nhập khẩu từ Các nước đang phát triển đang tăng cho mỗi sản phẩm và đặc biệt tăng mạnh đối với đậu phộng, hạt điều, hạt hồ trăn và hạt dẻ.

Các nước đang phát triển nhanh chóng đạt được thị phần trong nhập khẩu đậu phộng. Từ năm 2004 đến năm 2008, nhập khẩu từ các nước EU tăng 50% về giá trị, trong khi nhập khẩu từ các nước đang phát triển tăng đáng kể, với 105% về giá trị. Argentina là nhà cung cấp quan trọng nhất (chiếm 58% giá trị nhập khẩu trong năm 2008), tiếp theo là Trung Quốc. Argentina chiếm phần lớn nhất trong tăng trưởng nhập khẩu. Xuất khẩu của đất nước này đến Hà Lan tăng 185% về giá trị và tăng hơn gấp đôi về khối lượng. Argentina hưởng lợi việc Trung Quốc không được phép xuất khẩu đậu phộng sang EU trong một thời gian do có chất aflatoxins quá cao. Thị phần nhập khẩu của Mỹ tại Hà Lan giảm trong khi Brazil, một nhà cung cấp nhỏ, là xuất khẩu các loại hạt trồng trên đất nhiều hơn đến Hà Lan. Hầu hết các loại hạt trồng trên đất nhập khẩu được tái xuất khẩu đến các nước EU khác.

Trong năm 2008, các nước đang phát triển chiếm 90% giá trị nhập khẩu hạt điều. Từ năm 2004 đến năm 2008, tổng nhập khẩu tăng 73% về giá trị, nhưng nhập khẩu từ các nước đang phát triển đang tăng nhanh chóng (tăng 105%). Việt Nam trở thành một nhà cung cấp quả lê quan trọng cho các nước phát triển. Từ năm 2004 đến năm 2008, nhập khẩu gần như tăng gấp đôi về giá trị và khối lượng, kết quả là Việt Nam chiếm 52% giá trị nhập khẩu trong năm 2008 (Bảng 3). Ấn Độ, nhà cung cấp lớn thứ hai, cho thấy lượng cung cấp phát triển chỉ ở mức khiêm tốn. Mozambique và Tanzania chỉ chiếm một phần nhỏ nhưng nhập khẩu từ các nước này đã tăng trưởng mạnh mẽ từ năm 2004 đến năm 2008.

**Hạt hạnh nhân và hồ trăn** đứng ở vị trí số 3 và 4 trong nhóm sản phẩm nhập khẩu tính về giá trị. Mỹ và Tây Ban Nha là những nhà cung cấp hạt hạnh nhân quan trọng nhất trong khi các nước đang phát triển chỉ chiếm một phần rất nhỏ trong nhập khẩu (chủ yếu là Morocco và Chi-lê). Mỹ cũng là nhà cung cấp hạt hồ trăn quan trọng nhất. Thổ Nhĩ Kỳ, Iran và Trung Quốc cung cấp một lượng nhỏ hạt hồ trăn đến Hà Lan.

Ngày càng có nhiều **hạt hồ đào** đến từ các nước đang phát triển. Nhập khẩu những sản phẩm này từ các nước đang phát triển đang tăng mạnh hơn nhiều so với tổng nhập khẩu. Từ năm 2004 đến năm 2008, giá trị nhập khẩu hạt hồ đào từ các nước đang phát triển tăng 249% về giá trị và 70% về khối lượng. Đặc biệt là Chi lê và Ấn Độ đã xuất khẩu nhiều hạt hồ đào hơn đến Hà Lan từ năm 2004 đến 2008. Mỹ, các nhà cung cấp lớn nhất, giảm kinh nghiệm đã xuất khẩu sang Hà Lan giảm.

Nhập khẩu hạt **macadamias** là tương đối nhỏ (16 triệu € và 3.000 tấn trong năm 2008) nhưng lại tăng 47% về giá trị và 172% về khối lượng từ năm 2004 đến 2008. 2/3 lượng hàng nhập khẩu đến từ các nước đang phát triển (đặc biệt là Nam Phi và một lượng nhỏ từ Malawi và Trung Quốc). Đặc biệt là nhập khẩu từ Nam Phi đã phát triển rất mạnh mẽ.

Nhập khẩu **hạt Hazel** giảm 23% về giá trị và 18% về khối lượng, đạt 12 triệu € và 3.000 tấn trong năm 2008. Thổ Nhĩ Kỳ là nhà cung cấp chính chiếm 75% lượng nhập khẩu. Hạt hazel chủ yếu được nhập khẩu từ các quốc gia EU khác.

Nhập khẩu **hạt brazil** đạt 9 triệu € và 3.000 tấn trong năm 2008. Từ năm 2004 đến năm 2008, nhập khẩu tăng 22% về giá trị và 32% về khối lượng. Các nước đang phát triển chiếm 2/3 tổng nhập khẩu. Bolivia cung cấp 56% giá trị nhập khẩu trong năm 2008, Brazil và Chi-lê mỗi nước chiếm 3%. Hạt Brazil khác được nhập khẩu từ Vương quốc Anh và Bỉ (tái xuất khẩu).

**Hạt dẻ** là mặt hàng nhập khẩu ít nhất. Mặt hàng này nhập khẩu 3.000 tấn vào năm 2008 và đạt mức 3 triệu euro, nhiều hơn gấp đôi về giá trị và nhiều gấp 3 lần sản lượng trong năm 2004. Trung Quốc là nhà cung cấp chính (85%), và tăng trưởng mạnh về nhập khẩu. Pháp chiếm 6% là nhà cung cấp lớn thứ hai, sau đó là Tây Ban Nha (3%).

**Bảng 3 - Những nhà cung cấp mặt hàng hạt ăn được vào Hà Lan, năm 2004 – 2008**

	2004 Triệu €	2006 Triệu €	2008 Triệu €	Những nhà cung cấp hàng đầu trong năm 2008 (tính theo %)	Thị phần (%)
<b>Tổng số hạt ăn được</b>	<b>501</b>	<b>683</b>	<b>784</b>		
Trong EU	112	122	110	Đức (5,1%), Anh (3,8%), Tây Ban Nha (2,5%), Pháp (1,9%), Bỉ (0,3%)	14%
Các nước phát triển ngoài EU	107	175	138	Mỹ (16%), Úc (0,9%), Israel (0,1%)	18%
Các nước đang phát triển	283	387	536	Achentina (25%), Việt Nam (13%), Trung Quốc (9,4%), Ấn Độ (7,5%), Thổ Nhĩ Kỳ (3,6%), Braxin(2,6%), Nam Phi (1,6%), Mozambique (0,8%), Chi-lê (0,8%), Tanzania (0,7%)	68%
<b>Đậu phộng</b>	<b>193</b>	<b>195</b>	<b>334</b>		
Trong khối EU	16	10	24	Đức (2,2%), Tây Ban Nha (2,1%), Anh (1,8%), Pháp (0,9%)	7,1%
Các nước đang phát triển ngoài khối EU	39	25	28	Mỹ (8,0%), Israel (0,2%), Úc (0,1%)	8,3%
Các nước đang phát triển	138	160	283	Argentina (59%), Trung Quốc (16%), Braxin (4,3%), Nicaragua (1,5%), Paraguay (1,4%), Nam Phi (1,0%), Ấn Độ (0,6%), Ghana (0,3%), Sudan (0,2%), Ai Cập (0,1%)	85%

<b>Điều</b>	<b>96</b>	<b>164</b>	<b>193</b>		
Trong khối EU	15	24	19	Anh (9,3%), Đức (0,1%), Tây Ban Nha (0,1%), Đan Mạch (0,1%), Pháp (0,0%)	9,8%
Các nước phát triển ngoài EU	0	4	0	Mỹ (0,1%)	0,2%
Các nước đang phát triển	81	136	174	Việt Nam (52%), Ấn Độ (27%), Mozambique (3,%), Tanzania (2,%), Braxin (2,8%), Nigeria (0,6%), Ivory Coast (0,4%), Nicaragua (0,2%), Sri Lanka (0,1%), Guinea Bissau (0,1%)	90%
<b>Hạt hạnh</b>	<b>51</b>	<b>98</b>	<b>54</b>		
Trong EU	20	30	17	Tây Ban Nha (20%), Anh (6,3%), Đức (1,8%), Pháp (1,7%), Hy Lạp (1,1%)	32%
Các nước phát triển ngoài EU	29	64	35	Mỹ (62%), Úc (2,2%), Canada (0,2%)	64%
Các nước đang phát triển	1	3	2	Morocco (1,9%), Chi-lê (1,0%), Trung Quốc (0,3%), Iran (0,1%), Syria (0,1%), Việt Nam (0,1%), Thổ Nhĩ Kỳ (0,1%)	3,7%
<b>Hạt hồ trăn</b>	<b>28</b>	<b>66</b>	<b>51</b>		
Trong EU	13	12	8	Đức (8,7%), Pháp (6,5%), Hy Lạp (0,1%), Ý (0,1%), Luxembua (0,1%)	16%
Các nước đang phát triển ngoài EU	13	52	43	Mỹ (84%)	84%
Các nước đang phát triển	1	2	0	Thổ Nhĩ Kỳ (0,3%), Iran (0,2%), Trung Quốc (0,1%), Kirghizstan (0,1%)	0,7%
<b>Hạt hồ đào</b>	<b>17</b>	<b>20</b>	<b>25</b>		
Trong EU	3	5	4	Pháp (9,0%), Đức (6,5%), Phần Lan (0,7%), Tây Ban Nha (0,6%), Anh (0,3%)	18%
Các nước phát triển ngoài EU	10	12	10	Mỹ (38%), Úc (0,7%), Canada (0,3%)	39%
Các nước đang phát triển	3	4	11	Chi lê (20%), Ấn Độ (13%), Ukraine (3,3%), Moldova (1,9%), Trung Quốc (1,3%), Pakistan (1,3%), Kirghizstan (1,0%), Thổ Nhĩ Kỳ (0,5%), Uzbekistan (0,4%), Argentina (0,2%)	43%
<b>Hạt macadamia</b>	<b>11</b>	<b>17</b>	<b>16</b>		
Trong khối EU	0	1	0	Đức (0,5%)	<1%
Các nước phát triển Ngoài EU	4	3	5	Úc (33%)	33%
Các nước đang phát triển	7	14	11	Nam Phi (53%), Malawi (7,0%), Trung Quốc (4,2%), Kenya (0,8%), Brazil (0,5%), Ả Rập Saudi (0,5%), Guatemala (0,3%), Chi lê (0,2%)	66%
<b>Các loại hạt khác và hạt hỗn hợp</b>	<b>106</b>	<b>123</b>	<b>110</b>		

Nguồn: Eurostat, 2008, 2009

### Trái cây và rau quả sấy khô

Hà Lan là nhà nhập khẩu lớn thứ 5 tại Châu Âu đối với mặt hàng trái cây và rau quả sấy khô, chiếm 8% tổng nhập khẩu của EU về mặt hàng này trong năm 2008. Rau quả và trái cây sấy khô chính đã được đề cập trong bảng 4. Năm 2008, nhập khẩu 233 ngàn tấn trị giá 239 triệu euro. 1/3 trái cây và rau quả sấy khô được nhập khẩu từ các nước khác tại EU và các nước đang phát triển chiếm 1/2 giá trị nhập khẩu trong năm 2008 (Bảng 3.2). So với năm 2004, giá trị tổng nhập khẩu tăng 6% (1,5% mỗi năm) nhưng số lượng giảm 42%. Hà Lan không sản xuất hạt hay trái cây và rau quả sấy khô và do đó tùy thuộc vào nhập khẩu.

Giữa năm 2004 – 2008, nhập khẩu từ các nước khác tại EU ít hơn (giảm 30% về giá trị và 60% về số lượng) và tăng nhiều hơn từ các nước phát triển (tăng 54% về giá trị và 98% về số lượng).

Nho và quả lý chua khô chiếm 27% giá trị nhập khẩu trong năm 2008. Các nước phát triển có thị phần nhập khẩu nho khô rất cao (75% giá trị trong năm 2008) và Thổ Nhĩ Kỳ là nhà cung cấp chính (chiếm 50% giá trị nhập khẩu). Hy Lạp, nhà cung cấp quả lý chua khô lớn nhất và quan trọng nhất EU, chiếm 12%. Nhập khẩu từ Thổ Nhĩ Kỳ tăng 32% trong khi xuất khẩu của Hy Lạp sang Hà Lan vẫn hoàn toàn ổn định trong những năm 2004 – 2008. Nhập khẩu từ Mỹ và Chi-lê tăng nhiều nhất, xuất khẩu của hai nước này sang Hà Lan tăng hơn gấp đôi.

**Bảng 4 - Những nhà cung cấp trái cây và rau quả sấy khô hàng đầu sang Hà Lan, năm 2004 – 2008**

	2004 Triệu €	2006 Triệu €	2008 Triệu €	Những nhà cung cấp hàng đầu trong năm 2008 (tính theo %)	Thị phần (%)
<b>Tổng giá trị trái cây và rau quả sấy khô</b>	<b>225</b>	<b>228</b>	<b>239</b>		
Trong EU	122	102	85	Pháp (72%), Đức (6,7%), Hy Lạp (5,2%), Bỉ (5,0%), Bồ Đào Nha (2,7%)	36%
Các nước phát triển ngoài EU	22	19	28	Mỹ (8,1%), Canada (1,6%), Israel (1,0%), Nga (0,4%), Singapore (0,2%)	12%
Các nước đang phát triển	81	106	125	Thổ Nhĩ Kỳ (19%), Trung Quốc (7,8%), Chilê (6,4%), Philippines (3,9%), Nam Phi (2,4%), Iran (1,6%), Ai Cập (1,5%), Argentina (1,5%), Indonesia (1,1%), Tanzania (1,1%)	52%
<b>Nho và quả lý chua khô</b>	<b>48</b>	<b>51</b>	<b>64</b>		
Trong EU	11	9	9	Hy Lạp (12%), Bỉ (1,4%), Đức (1,1%), Pháp (0,3%), Anh (0,3%)	15%
Các nước phát triển ngoài EU	3	3	6	Mỹ (9,9%)	9.9%
Các nước đang phát triển	34	40	49	Thổ Nhĩ Kỳ (50%), Chi lê (8,3%), Nam Phi (7,6%), Iran (4,3%), Uzbekistan (2,9%), Trung Quốc (1,4%), Afghanistan (0,3%), Acentina (0,3%), Pakistan (0,1%)	75%



<b>Đậu tây khô</b>	<b>18</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	
Trong EU	5	5	5	Hungary (14%), Đức (3,0%), Pháp (2,4%), Anh (2,0%), Bỉ (1,0%)
Các nước đang phát triển ngoài EU	5	5	4	Mỹ (17%), Canada (4,1%), Úc (0,1%), Israel (0,1%), Đài Loan (0,1%)
Các nước đang phát triển	9	9	12	Trung Quốc (23%), Tanzania (13%), Ethiopia (8,7%), Chi-lê (8,6%), Thổ Nhĩ Kỳ (0,9%), Thái Lan (0,6%), Peru (0,4%), Myanmar (0,3%), Djibouti (0,3%), Madagascar (0,2%)
<b>Dừa khô</b>	<b>8</b>	<b>11</b>	<b>17</b>	
Trong EU	<1	1	3	Bỉ (16%), Anh (1,7%), Ba Lan (0,4%), Đức (0,3%), Luxembourg (0,3%)
Các nước phát triển ngoài EU	1	<1	1	Singapore (3,3%), Mỹ (0,1%)
Các nước đang phát triển	7	10	13	Philippines (54%), Indonesia (16%), Sri Lanka (3,3%), Việt Nam (3,2%), Thái Lan (0,6%), Ivory Coast (0,1%), Ấn Độ (0,1%)
<b>Củ hành khô</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	
Trong EU	6	8	6	Pháp (15%), Bỉ (15%), Đức (7,3%), Anh (3,3%), Áo (1,4%)
Các nước phát triển ngoài EU	2	1	3	Mỹ (19%)
Các nước đang phát triển	4	3	5	Ai Cập (22%), Ấn Độ (8,2%), Trung Quốc (7,5%), Thổ Nhĩ Kỳ (0,1%)
<b>Đậu khô</b>	<b>35</b>	<b>25</b>	<b>13</b>	
Trong EU	35	20	8	Pháp (46%), Đức (7,0%), Bỉ (4,4%), Anh (2,6%), Hungary (2,4%)
Ngoài EU các nước đang phát triển	<1	2	2	Canada (8,9%), Mỹ (5,1%), Nga (3,3%), Áo (1,1%)
Các nước đang phát triển	<1	3	2	Ukraine (17%), Argentina (1,2%), Thổ Nhĩ Kỳ (0,3%), Trung Quốc (0,1%), Ấn Độ (0,1%), Peru (0,1%)
<b>Mận khô</b>	<b>9</b>	<b>13</b>	<b>11</b>	
Trong EU	2	4	2	Pháp (12%), Tây Ban Nha (1,6%), Đức (0,6%), Anh (0,1%), Bỉ (0,1%)
Các nước phát triển ngoài EU	5	2	4	Mỹ (33%), Đài Loan (0,4%), Hong Kong (0,2%)
Các nước đang phát triển	1	7	5	Argentina (28%), Chi-lê (21%), Serbia (1,2%), Việt Nam (0,6%), Thổ Nhĩ Kỳ (0,6%), Trung Quốc (0,3%), Thái Lan (0,1%)

<b>Trái chà là</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>7</b>		
Trong EU	1	4	2	Pháp (19%), Bỉ (4.3%), Đức (2.5%), Anh (1.2%)	30%
Các nước phát triển ngoài EU	3	3	3	Israel (29%), Mỹ (15%), Các tiểu vương quốc Ả Rập (0,4%), Na Uy (0,3%), Hong Kong (0,2%)	45%
Các nước đang phát triển	1	2	2	Iran (11%), Nam Phi (9,6%), Tunisia (3,7%), Trung Quốc (0,8%), Ả Rập Saudi (0,1%)	25%
<b>Mơ khô</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>7</b>		
Trong EU	<1	<1	1	Pháp (3.8%), Đức (3,7%), Bỉ (1,7%), Anh (0.7%), Cộng hòa Czech (0,2%)	10%
Các nước phát triển ngoài EU	<1	<1	<1	Mỹ (4,9%)	4,9%
Các nước đang phát triển	5	4	6	Thổ Nhĩ Kỳ (82%), Trung Quốc (1,3%), Nam Phi (1,2%), Argentina (0,7%), Syria (0,2%)	85%
<b>Các loại rau quả khô khác</b>	<b>66</b>	<b>65</b>	<b>62</b>		
<b>Các loại trái cây khô khác bao gồm hạt hỗn hợp</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>22</b>		

Nguồn: Eurostat, 2008, 2009

Hơn ½ **đậu tây** nhập khẩu từ các nước phát triển và việc nhập khẩu từ những nước đang phát triển đang ngày càng tăng nhanh hơn so với nhập khẩu từ những nước trước đây. Trung Quốc là nhà cung cấp lớn nhất và nhập khẩu từ nước này đang ngày càng tăng mạnh. Ethiopia và Chi-lê cũng xuất khẩu nhiều đậu tây hơn sang Hà Lan trong khi xuất khẩu đậu tây sang Tanzania ngày càng giảm. Nhập khẩu từ Mỹ, nhà cung cấp lớn thứ hai giảm 4% theo giá trị từ năm 2004 – 2008.

**Dừa khô** là một trong những mặt hàng trái cây khô nhập khẩu tăng trưởng nhanh nhất. Hầu hết dừa khô nhập khẩu từ các nước Đông Nam Á, đặc biệt là Philippine và Indonesia. Các mặt hàng khác nhập khẩu ngày càng tăng trong từ năm 2004 – 2008 là **hành khô**, **đậu xanh khô** và **đậu khô adzuki**. Nhập khẩu những mặt hàng trái cây khô và rau quả khô giảm nhiều nhất.

### Xuất khẩu

Năm 2008, Hà Lan đã xuất khẩu 259 ngàn tấn hạt ăn được trị giá 519 triệu euro. Hà Lan chiếm 23% giá trị xuất khẩu của EU và là nhà xuất khẩu lớn nhất tại EU. Những mặt hàng xuất khẩu nhiều nhất là đậu phộng (43% giá trị xuất khẩu năm 2008), kế tiếp là điều (20%), quả hồ trăn (11%), quả hạnh (5%), hạt macadami, quả hồ đào và trái phỉ (2% mỗi loại)

Hà Lan là nhà xuất khẩu lại lớn nhất về mặt hàng đậu phộng tại EU. Trong năm 2008, Hà Lan đã xuất khẩu 182 ngàn tấn trị giá 225 triệu euro. Nhiều hơn 90% đậu phộng đã xuất khẩu sang các nước EU khác. Những nơi xuất khẩu chính là Đức (35% giá trị xuất khẩu năm 2008), Pháp (17%), Mỹ (15%) và Phần Lan (9%). Giữa những năm 2004- 2008, xuất khẩu đậu phộng tăng 33% tính theo giá trị và 17% tính theo khối lượng. Do đậu phộng cũng là một phần của **mixture** (chiếm 12% các mặt hàng quả hạt có thể ăn được xuất khẩu khác của Hà Lan), xuất khẩu thậm chí có thể nhiều hơn hiện nay.

Hà Lan cũng là nhà xuất khẩu hạt điều lớn nhất tại EU. Số lượng đã xuất khẩu là 27 ngàn tấn trị giá 105 triệu euro trong năm 2008. Đức vẫn là nơi xuất khẩu đến chính với thị phần chiếm 53% giá trị xuất khẩu trong năm 2008. Các nước xuất khẩu để khác là Pháp (9%), Bỉ (8%) và Mỹ (9%). Các nước EU vẫn là những nơi xuất khẩu đến chủ yếu đối với tất cả các loại hạt khác bởi Hà Lan và là thị phần lớn nhất vào Đức. Xuất khẩu tất cả các loại hạt ngày càng tăng ngoại trừ quả hồ đào.

Xuất khẩu 96 ngàn tấn trái cây và rau quả sấy khô trị giá 142 triệu euro trong năm 2008. Hà Lan là nhà xuất khẩu lớn thứ ba tại EU (chiếm 10% giá trị xuất khẩu trong năm 2008) sau Pháp và Đức. Từ năm 2004 –

2008, giá trị xuất khẩu tăng 24% và số lượng xuất khẩu tăng 6%.

Hầu hết những mặt hàng đã xuất khẩu là đậu tây (chiếm 19% giá trị xuất khẩu trong năm 2008), dừa khô (11%), nho khô (11%), mận khô (7%), đậu Hà Lan khô (5%) và nấm khô (5%). Hà Lan cũng xuất khẩu nhiều loại trái cây và rau quả khô khác nhưng giá trị xuất khẩu của những mặt hàng đó thấp hơn 7 triệu euro trong năm 2008.

Xuất khẩu trái cây khô nhiều nhất trong những năm 2004 – 2008, ngoại trừ chuối khô và **trái cây tẩm đường**. Xuất khẩu nhiều loại rau quả khô không ổn định.

Tất cả các mặt hàng xuất khẩu, 87% xuất khẩu sang các nước khác tại EU, đặc biệt là Đức, Bỉ và Pháp. Một số ngoại lệ là trái cây tẩm đường hầu hết được xuất khẩu sang Switzerland, Mỹ, Norway và Nga. Mỹ là nơi nhập khẩu chính đối với mặt hàng đậu xanh.

#### **Cơ hội và rủi ro**

- + Hà Lan nhập khẩu hạt ăn được ngày càng tăng. Các nước đang phát triển là những nhà cung ứng quan trọng và thị phần nhập khẩu của họ ngày càng mạnh. Hà Lan là quốc gia nhập khẩu mạnh đối với mặt hàng hạt do những loại hạt này được sản xuất tại vùng có khí hậu nhiệt đới (đậu phộng và điều) và loại hạt đặc biệt là macadamias.
- + Phần lớn nhập khẩu tăng được dùng cho xuất khẩu lại (66%), hơn 90% trong EU, làm cho Hà Lan trở thành nhà cung ứng quan trọng vào các nước khác tại EU. Hà Lan là cửa ngõ quan trọng vào EU đối với mặt hàng hạt ăn được từ các nước phát triển.
- + Các sản phẩm đặc trưng của nước phát triển mà hiện nay xuất khẩu tốt là đậu phộng, hạt điều, macadamia và quả hồ đào.
- ± Giá trị nhập khẩu của Hà Lan đối với trái cây và rau quả khô ngày càng tăng nhưng số lượng nhập khẩu không tăng. Hơn ½ trái cây và rau quả khô đã nhập khẩu được tái xuất khẩu và Hà Lan là nhà xuất khẩu lại chính tại EU.
- Giá trị nhập khẩu tại các nước đang phát triển ngày càng tăng. Các sản phẩm nhập khẩu tốt nhất là dừa khô, nho khô, trái cây tẩm đường và nấm khô.

Xu hướng và việc phát triển thị trường có thể mang đến nhiều cơ hội và rủi ro cho các nhà xuất khẩu. Một xu hướng được đưa ra có thể có nhiều rủi ro đi kèm cho nhiều người, nhưng là cơ hội cho những người khác. Do đó, những xu hướng này luôn luôn nên được phân tích kỹ mỗi tương quan tình hình tài chính cụ thể của công ty. Tình hình cụ thể của các nhà xuất khẩu quyết định có nên phát triển hay xu hướng đó có mang lại cơ hội và rủi ro hay không. Tham khảo thêm ở trang web <http://www.cbi.eu/marketinfo>.

#### **Các nguồn hữu ích**

- EU Expanding Exports Helpdesk - <http://exporthelp.europa.eu/>
- Eurostat – <http://epp.eurostat.ec.europa.eu> – thống kê chính thức của EU
- Tìm hiểu về eurostat: Quick guide to easy comext – [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb/assets/User\\_guide\\_Easy\\_Comext\\_20080117.pdf](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb/assets/User_guide_Easy_Comext_20080117.pdf)

#### **4. Phát triển giá**

Các mức giá khác nhau áp dụng cho các kênh thương mại khác nhau. Nhìn chung, giá của quốc gia đối với mặt hàng hạt ăn được không khác nhiều so với giá trên thị trường thế giới. Sự khác biệt về giá là do cơ cấu hậu cần (logistic) khác nhau tạo nên, biên độ lợi nhuận thương mại khác nhau, hay khác nhau về chất lượng sản phẩm và nhu cầu của từng vùng khác nhau. Giá và lợi nhuận thấp nhất đối với các sản phẩm có chất xơ có số lượng giao dịch lớn (đậu phộng được dùng cho ngành công nghiệp).

Hơn 6 năm qua, chỉ số giá người tiêu dùng đối với mặt hàng thực phẩm (CPI) đang dao động thất thường (bảng 5). Khoảng năm 2003, giá tiêu dùng của mặt hàng hạt ăn được và trái cây sấy khô bắt đầu giảm xuống mức vào năm 2006. Năm 2007, chỉ số giá tăng trở lại nhưng ở mức thấp hơn so với chỉ số giá mặt hàng thực phẩm nói chung (CBS, 2009).

**Bảng 5 - Chỉ số giá tiêu dùng của các sản phẩm được lựa chọn, 2003 – 2008**

Năm	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Mặt hàng thực phẩm nói chung</b>	102,8	99,7	98,5	100,0	100,9	106,9
<b>Các loại hạt ăn được và trái cây sấy khô</b>	112,6	108,7	103,9	100,0	100,0	102,3

Nguồn: CBS, 2009

Xem bản nghiên cứu thị trường của CBI “Thị trường các hạt ăn được, trái cây và rau quả khô tại Châu Âu.

**Các nguồn hữu ích**

- Giá một số mặt hàng hạt ăn được, trái cây và rau quả sấy khô do The Public Ledger xuất bản - <http://www.agra-net.com>.
- Trung tâm thương mại quốc tế, dịch vụ thông tin thị trường - <http://www.intracen.org/mas/mns.htm>
- CBS cung cấp thông tin về phát triển giá tại Hà Lan - <http://www.cbs.nl>.
- Thông tin về các nhà nhập khẩu và các đại lý có thể được cập nhật từng mức giá của từng sản phẩm riêng biệt (xem chương 2)

**5. Những yêu cầu tiếp cận thị trường**

Những nhà sản xuất tại các nước đang phát triển chuẩn bị xâm nhập vào Hà Lan nên cẩn trọng với những yêu cầu tiếp cận thị trường của các đối tác thương mại và chính phủ Hà Lan. Những yêu cầu được quy định thông qua luật và nhãn hàng, mã hàng và hệ thống quản lý. Những yêu cầu này dựa trên những vấn đề quan tâm đến môi trường, an toàn và sức khỏe người tiêu dùng và xã hội. Những nhà sản xuất cần tuân theo các luật lệ của EU và cẩn trọng với những yêu cầu thêm ngoài luật mà các đối tác thương mại tại EU có thể đòi hỏi.

Để biết thêm những yêu cầu theo luật và ngoài luật, vào :Search CBI database” tại trang web <http://www.cbi.eu/marketinfo>, chọn lĩnh vực thị trường và Netherlands trong mục lựa chọn → nhấp vào nút “search” và chọn những yêu cầu tiếp cận thị trường. Những mặt hàng thực phẩm đến tay người tiêu dùng cuối cùng (đã thành phẩm, sản phẩm được đóng gói để bán lẻ) phải có nhãn mác và thông tin bằng tiếng Hà Lan. Những thông tin thêm về việc đóng gói bao bì có thể được tìm thấy tại trang web ITC về đóng gói xuất khẩu: <http://www.intracen.org/ep/packit.htm>

**Thuế quan và hạn ngạch**

Đối với các loại hạt ăn được và trái cây sấy khô và rau quả khi bước vào thị trường Hà Lan, phải thanh toán thuế nhập khẩu. Các danh mục giá cả hoặc hạn ngạch thuế thường không được áp dụng cho trái cây và rau quả được bảo quản, ngược lại với trái cây và rau quả tươi. Các nước thuộc Hệ thống Ưu đãi chung (GSP) của EU có thể tận dụng các mức thuế suất ưu đãi thấp hơn so với mức bình thường. Xem thông tin thêm tại Bản khảo sát thị trường CBI ‘Các loại hạt ăn được và trái cây sấy khô và rau quả tại thị trường EU’ Thông tin thêm về GSP, biểu thuế, mức thuế và hạn ngạch có thể tìm thấy tại địa chỉ <http://exporthelp.europa.eu>.

Đối với các loại hạt ăn được và trái cây sấy khô và rau quả được bán tại Hà Lan, được áp dụng mức thuế giá trị gia tăng giảm 6%.

**6. Kinh doanh**

Thông tin chung về hoạt động kinh doanh bao gồm tiếp cận các đối tác kinh doanh tiềm năng, xây dựng mối quan hệ, cung cấp, phương thức thanh toán, điều kiện giao hàng và xử lý các hợp đồng có thể được tìm thấy trong quyền Cẩm nang hướng dẫn xuất khẩu của CBI ‘Lập kế hoạch Xuất khẩu’ và ‘Xây dựng hình ảnh của bạn’. Ngoài ra, nhận thức về văn hóa là một kỹ năng quan trọng trong việc đảm bảo sự thành công của nhà xuất khẩu. Thông tin về khác biệt văn hóa tại thị trường EU có thể được tìm thấy tại Chương 3 của quyền Cẩm nang hướng dẫn xuất khẩu của CBI ‘Xuất khẩu sang EU’. Những thông tin hướng dẫn sử dụng này có thể tải về từ địa chỉ <http://www.cbi.eu/marketinfo> - đến mục các ấn phẩm tìm kiếm.

**Các nguồn hữu ích**

Các hiệp hội thương mại có liên quan đến các loại hạt ăn được và trái cây sấy khô tại Hà Lan:

- Hiệp hội trái cây khô Hà Lan (NZV) - <http://www.zuidvruchten.nl/home/> (tiếng Hà Lan, được dịch ra tại trang BabelFish - <http://babelfish.yahoo.com>);

- Ủy ban đầu phộng Hà Lan - <http://www.dutchpeanut.nl>;
- FNLI là nền tảng cho ngành công nghiệp chế biến và các tổ chức thương mại - <http://www.fnli.nl> ( tiếng Hà Lan);.

Các hội chợ thương mại cho các nhà xuất khẩu có liên quan đến hạt ăn được và trái cây sấy khô và rau quả tại Hà Lan là:

- Anuga, là hội chợ thương mại dẫn đầu về thực phẩm và thức uống trên toàn thế giới. Lần tổ chức tiếp theo sẽ diễn ra tại Cologne, Đức vào năm 2011 - <http://www.anuga.com..>
- BioFach, hội chợ về các sản phẩm hữu cơ và tự nhiên được tổ chức hàng năm tại Nuremberg, Đức. Hội chợ sẽ được tổ chức tiếp vào tháng 2 năm 2010 - <http://www.biofach.de/main/Page.html>.
- Sial, triển lãm thương mại cho ngành công nghiệp thực phẩm. Triển lãm tiếp theo sẽ được tổ chức từ ngày 17 đến ngày 21 tháng 10 năm 2010 tại Paris, Pháp - <http://www.sial.fr>.
- Các tạp chí thương mại có liên quan đến các nhà xuất khẩu các loại hạt ăn được và trái cây sấy khô và rau quả tại Hà Lan là:
- VMT - <http://www.vmt.nl>. Tạp chí thương mại cho ngành công nghiệp thực phẩm Hà Lan (tiếng Hà Lan).
- Distrifood - <http://www.distrifood.nl> , Newssite dành cho hệ thống siêu thị (tiếng Hà Lan).
- Thông tin thêm về văn hóa kinh doanh và nghi thức có thể được tìm thấy trên các trang web sau: <http://www.kwintessential.co.uk>.

(Theo CBI – [www.cbi.eu](http://www.cbi.eu))