

## SẢN PHẨM PHI LÊ CÁ ĐÔNG LẠNH (HS 030429) – THỊ TRƯỜNG MỸ THỐNG KÊ THƯƠNG MẠI VÀ ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

### Tổng nhập khẩu

Trong năm 2012, Mỹ là nhà nhập khẩu hàng đầu sản phẩm phi lê cá đông lạnh (HS 030429) của Việt Nam. Năm 2012, Việt Nam xuất khẩu 104.970 tấn sản phẩm HS 030429 sang Mỹ, đạt giá trị gần 410 triệu USD, chiếm 12,1% trong tổng thị phần nhập khẩu của Mỹ từ thế giới.

### Các đối thủ cạnh tranh chính

Các quốc gia xuất khẩu hàng đầu mặt hàng phi lê cá đông lạnh (HS 030429) vào Mỹ trong năm 2012 là Trung Quốc chiếm tỷ lệ áp đảo với 44,5%, kế đến Việt Nam (12,1%), Indonesia (7%), Chi Lê (6,9%), Na Uy (3,3%), Philippines (3,2%), Canada (2,8%).

Một số quốc gia có tốc độ tăng trưởng giá trị xuất khẩu khá mạnh vào Mỹ trong giai đoạn 2008 – 2012 là Colombia với 336%, Sri Lanka 137%...Việt Nam cũng có mức tăng trưởng xuất khẩu khá ấn tượng, đạt mức 40% tại thị trường này.

Ba quốc gia có mức tăng trưởng xuất khẩu sụt giảm nhiều nhất vào thị trường Mỹ trong giai đoạn 2008 – 2012 là Panama (-17%), Honduras (-17%), New Zealand (-11%).

### Các nhà cung cấp chính sản phẩm phi lê cá đông lạnh (HS 030429) của Mỹ trong năm 2012

	Giá trị (Nghìn USD)	Khối lượng (Tấn)	Mức tăng trưởng nhập khẩu năm 2008 – 2012, (%)
<b>Thế giới</b>	<b>3.380.110</b>	<b>572.509</b>	<b>10</b>
Trung Quốc	1.503.356	315.752	7
Việt Nam	409.638	104.970	40
Indonesia	237.796	23.712	8
Chi Lê	232.745	26.551	6
Na Uy	111.793	10.743	37
Philippines	109.039	5.898	31
Canada	95.392	8.750	0
Nhật Bản	79.478	4.629	22

Nguồn: Trademap 2013

## Các đối thủ tiềm năng chính

Trong năm 2012, một số quốc gia có khả năng trở thành đối thủ cạnh tranh tiềm năng của Việt Nam là: Indonesia với giá trị xuất khẩu đạt 237,8 triệu USD, tăng 38% so với năm 2011, kể đến là Chi Lê có giá trị xuất khẩu đạt 232,7 triệu USD, tăng 20% so với năm 2011, Na Uy với giá trị xuất khẩu đạt 111,8 triệu USD, Philippines có giá trị xuất khẩu đạt hơn 109 triệu USD, tăng 137% so với năm 2011.

## Xuất khẩu của Việt Nam sang Mỹ trong thời gian gần đây

Xuất khẩu phi lê cá đông lạnh sang Mỹ có xu hướng tăng mặc dù thị trường này vẫn còn nhiều rào cản từ thuế chống bán phá giá.

Nhu cầu cá basa hiện tại trên thị trường vẫn rất lớn, nhưng các nhà nhập khẩu chưa chấp nhận mức giá chào hàng mới của các nhà xuất khẩu và đang chờ đợi cơ hội để kéo giá giảm xuống. Mặc dù vậy, các doanh nghiệp cần duy trì mức giá chào hàng này để hy vọng khi đó thị trường sẽ có phản ứng tích cực và chấp nhận mức giá do doanh nghiệp đưa ra. Nếu thị trường có phản ứng tích cực với mức giá chào hàng mới thì sẽ là cơ hội tốt để duy trì mặt bằng giá xuất khẩu mới cho cá basa.

Đồng thời nguồn nguyên liệu cũng sẽ phải phát triển theo nhu cầu thì doanh nghiệp sẽ duy trì được giá cao, và như vậy cả người nuôi và doanh nghiệp đều có lợi.

## Kiến nghị

### • Duy trì mức giá xuất khẩu mới

Các doanh nghiệp nên đồng thuận giá sản xuất khẩu. Trách nhiệm này trước hết phải được thể hiện cụ thể thông qua việc định giá sàn, và trong giá sàn đó phải tính đến giá thu mua nguyên liệu đảm bảo lợi nhuận cho người nuôi và mức độ tăng trọng tối đa là 12% trên khối lượng tịnh nhằm hạn chế việc lạm dụng hóa chất tăng trọng, gây ảnh hưởng đến hình ảnh và giá trị của cá basa Việt Nam trên thị trường.

Việc thống nhất thực hiện giá sản xuất nhằm đẩy cao giá thu mua nguyên liệu với mục đích đảm bảo lợi nhuận cho người nuôi, mặt khác loại bỏ các sản phẩm kém chất lượng như có mức tăng trọng vượt quá giới hạn cho phép. Các doanh nghiệp cũng cần thống nhất và bán sản phẩm cá ra thị trường theo đúng quy cách đã được quy định, không bán sản phẩm giá thấp ra thị trường cho dù được người mua chấp nhận.

### • Tổ chức lại sản xuất và xuất khẩu

- Tổ chức sản xuất và xuất khẩu theo hướng “liên kết chuỗi giá trị ngành hàng”, trong đó doanh nghiệp là mắt xích chủ yếu đóng vai trò dẫn dắt và hỗ trợ người nuôi cá.
- Giải quyết các vấn đề chu kỳ giá và sản lượng, đáp ứng yêu cầu về truy xuất nguồn gốc; đảm bảo thực hiện các tiêu chuẩn quốc tế về an toàn vệ sinh, bảo vệ môi trường, bảo đảm phát triển bền vững.
- Ổn định diện tích nuôi, sản lượng cá nguyên liệu. Tăng cường công tác kiểm tra chất lượng đầu vào của cá giống, thức ăn, chế phẩm; kiểm soát chặt chẽ chất lượng sản phẩm xuất khẩu như tỉ lệ mạ băng; chất cấm trong nuôi và chế biến cá.
- Khuyến khích doanh nghiệp nâng cao công suất, đổi mới thiết bị công nghệ. Xây dựng quy chế giá sản xuất khẩu; giá sàn cơ bản.

- **Tập trung đầu mối xúc tiến thương mại, xây dựng và quảng bá hình ảnh chung**
  - Xây dựng chiến lược tiếp thị quốc gia cho ngành, chiến lược quảng bá vào các thị trường mục tiêu. Ngoài tham dự hội chợ, cần nghiên cứu khảo sát, đánh giá để xây dựng kế hoạch mở rộng thị trường xuất khẩu.
  - Quảng bá sản phẩm cho người tiêu dùng tại thị trường xuất khẩu: Quảng bá, tiếp thị tại chỗ bằng các sự kiện, lễ hội du lịch ẩm thực quy mô gắn với các sự kiện quốc gia.
- **Tăng cường khả năng phòng vệ trước các rủi ro**
  - Trang bị kiến thức, xây dựng các biện pháp phòng vệ như cơ sở pháp lý, chuẩn bị các loại hồ sơ, tư liệu rút kinh nghiệm từ các vụ kiện trước, xây dựng hệ thống cảnh báo sớm... để không bị động.
  - Tăng cường bảo vệ và phát triển thị trường cá basa, chủ động đấu tranh với những thông tin sai lệch, bôi nhọ sản phẩm cá basa Việt Nam.

- **Quảng bá thương hiệu cá basa**

Cá basa đã và đang trở thành loài cá được tiêu thụ phổ biến nhất thế giới, tuy nhiên người tiêu dùng ở nhiều thị trường lại hầu như không hiểu biết gì nhiều về ngành công nghiệp cá basa của Việt Nam, điều đó tạo điều kiện cho sự tồn tại của những thông tin sai lệch về cá basa. Việc quảng bá hình ảnh cá basa sẽ được thực hiện bởi các công ty tiếp thị chuyên nghiệp ở nước ngoài thông qua triển khai thực hiện các chương trình tiếp thị tại các thị trường chính như châu Âu, Mỹ, Trung Đông. Kết hợp với việc đó là các chương trình truyền thông có hệ thống và liên tục trong nước, từ các cơ quan nhà nước, đến các doanh nghiệp và hiệp hội ngành hàng.

Như vậy, cho dù được dự báo sản lượng cá basa nguyên liệu năm 2012 không nhiều nhưng đây lại chính là cơ hội lớn để ngành cá basa tái cấu trúc, cân đối khả năng cung cầu và hình thành mặt bằng giá mới nhằm đem lại hiệu quả cao hơn trong sản xuất kinh doanh mặt hàng có đóng góp lớn vào kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm thủy sản của Việt Nam.

Để biết thêm nhiều thông tin về giá: Bạn có thể vào các website sau:

- Globefish – <http://www.globefish.org> , các báo cáo thị trường thông thường và số liệu về giá
- FishSTAT - Food and Agriculture Organization – <http://www.fao.org/fi/website/FIRetrieveAction.do?dom=topic&fid=16073>
- Infofish - <http://www.infofish.org/marketreports/>, các báo cáo thị trường thông thường và số liệu về giá
- Trade Statistics for International Business Development – International Trade Centre: <http://www.trademap.org>.