

BỘ CÔNG THƯƠNG
CỤC XUẤT NHẬP KHẨU

PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG UK

NGÀNH HÀNG THỦY SẢN



HÀ NỘI
THÁNG 11 NĂM 2022

MỤC LỤC

DANH MỤC BẢNG.....	4
DANH MỤC HÌNH.....	4
LỜI MỞ ĐẦU.....	5
PHẦN I: NHU CẦU NHẬP KHẨU THỦY SẢN CỦA THỊ TRƯỜNG UK ..	7
1.1. Tổng nhu cầu nhập khẩu.....	8
1.2. Cơ cấu thị trường nhập khẩu thủy sản.....	9
1.3. Xu hướng tiêu dùng thủy sản tại UK.....	10
1.4. Khả năng cạnh tranh của hàng thủy sản Việt Nam tại UK	13
1.5. Triển vọng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam sang UK.....	14
PHẦN II: KỊCH BẢN KHAI THÁC THỊ TRƯỜNG GIAI ĐOẠN 2022-2025 ĐỐI VỚI CÁC SẢN PHẨM THỦY SẢN	15
2.1. Kịch bản khai thác thị trường với mặt hàng tôm	16
2.2. Kịch bản khai thác thị trường mặt hàng cá ngừ	25
2.3. Kịch bản khai thác thị trường với mặt hàng cá tra	34
2.4. Kịch bản khai thác thị trường đối với mặt hàng nhuyễn thể.....	40
2.5. Kịch bản khai thác thị trường với nhóm hàng thủy sản khác	48
PHẦN III: KHUYẾN NGHỊ VỚI DOANH NGHIỆP.....	50
3.1. Các thông tin hữu ích.....	51
3.2. Giải pháp thúc đẩy xuất khẩu sang UK.....	53

DANH MỤC BẢNG

STT	Bảng	Nội dung	Trang
1	Bảng 1.1	Tổng mức tiêu thụ thủy sản ở Anh năm 2018-2020	11
2	Bảng 1.2	Cơ cấu mặt hàng nhập khẩu vào UK giai đoạn 2016-2020	12
3	Bảng 2.1	Thị phần của 20 thị trường cung ứng tôm lớn nhất vào UK	18
4	Bảng 2.2	Chủng loại cá ngừ thị trường UK nhập khẩu 7 tháng 2022	26
5	Bảng 2.3	Thị trường xuất khẩu cá ngừ chính vào Vương quốc Anh 7 tháng 2022	27
6	Bảng 2.4	Cơ cấu thị trường trong hoạt động thương mại thủy sản của UK năm 2021	35

DANH MỤC HÌNH

STT	Hình	Nội dung	Trang
1	Hình 1.1	Nhập khẩu thủy sản của Anh năm 2019-2022	8
2	Hình 1.2	Cơ cấu thị trường cung cấp thủy sản cho Anh năm 2020 (theo trị giá)	9
3	Hình 1.3	Thị trường cung cấp thủy sản cho Anh 7 tháng 2022 (theo trị giá)	10
4	Hình 2.1	Thị trường cung cấp thủy sản cho Vương quốc Anh năm 2021	18
5	Hình 2.2	Các dòng sản phẩm tôm tiêu thụ tại thị trường Vương quốc Anh	20
6	Hình 2.3	Lượng và kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Vương quốc Anh qua các tháng năm 2021-2022	22
7	Hình 2.4	Các dòng sản phẩm cá ngừ tiêu thụ tại thị trường UK	28
8	Hình 2.5	Xuất khẩu cá ngừ Việt Nam sang Vương quốc Anh năm 2019-2020	31
9	Hình 2.6	Xuất khẩu cá ngừ Việt Nam sang Vương quốc Anh 7 tháng 2022	31

LỜI MỞ ĐẦU

Cùng với Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) và Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu (EVFTA), Hiệp định UKVFTA cũng là một FTA thế hệ mới mà Việt Nam tham gia. Vương quốc Anh và Bắc Ai-len (UK) là một trong những đối tác kinh tế quan trọng hàng đầu của Việt Nam, là đối tác thương mại lớn thứ ba của Việt Nam tại châu Âu (sau Đức và Hà Lan). Hiệp định có ý nghĩa to lớn về kinh tế thương mại giữa hai nước, giúp duy trì không gián đoạn trao đổi thương mại giữa Việt Nam và UK, mở cửa thị trường cho hàng hóa của Việt Nam vào UK và ngược lại. Hiệp định đang và sẽ thúc đẩy xuất khẩu các mặt hàng chủ lực của Việt Nam, khi so sánh tương quan với nhiều đối thủ cạnh tranh chính.

UK là thị trường có kim ngạch nhập khẩu đứng thứ 4 thế giới trong khi thị phần xuất khẩu của Việt Nam sang UK mới chiếm khoảng 0,9% trong tổng nhập khẩu của UK, như vậy với dung lượng thị trường còn nhiều dư địa, mức thuế nhập khẩu được xoá bỏ về cơ bản theo cam kết UKVFTA, cơ hội để tăng trưởng xuất khẩu các ngành hàng có thế mạnh của Việt Nam sang thị trường UK là rất lớn.

Để khai thác hiệu quả Hiệp định UKVFTA, thúc đẩy xuất khẩu sang thị trường UK cần khai thác các ngành hàng có thế mạnh, xác định cụ thể được nhóm hàng ưu tiên, thị trường mục tiêu, các phân khúc hàng hoá còn dư địa khai thác, cũng như phương thức tiếp cận, xây dựng hình ảnh, uy tín, thương hiệu hàng hoá Việt Nam tại thị trường UK.

Song song với các ấn phẩm chuyên sâu về cam kết thuế quan, quy tắc xuất xứ của Hiệp định, ấn phẩm này được biên soạn nhằm hướng đến những thông tin về cam kết theo ngành hàng, đánh giá cụ thể cơ hội, tình hình thị trường, khả năng xúc tiến xuất khẩu, phát triển nguồn hàng phù hợp với nhu cầu, định hướng của thị trường, trước mắt trong giai đoạn đến năm 2025. Đây là thời gian đầu thực thi Hiệp định nên nhiều doanh nghiệp có thể còn chưa nắm bắt hết các quy định, chưa có đầy đủ thông tin một cách có hệ thống về các cơ hội thị trường được mở ra nhờ UKVFTA.

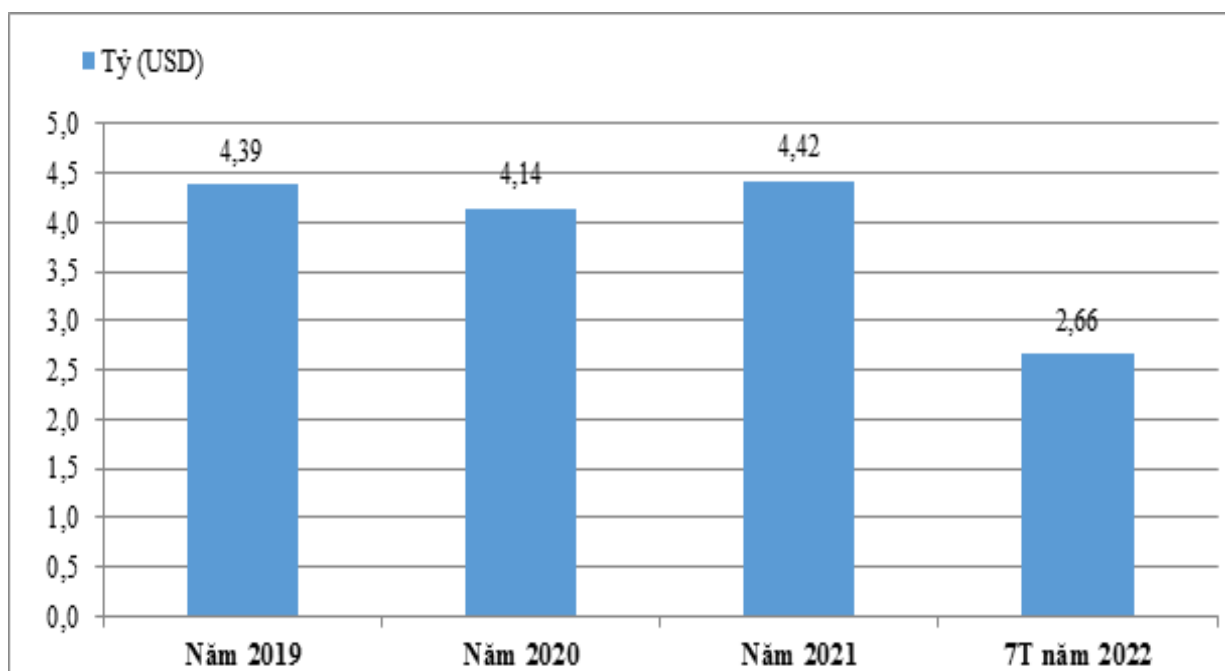
PHẦN I

NHU CẦU NHẬP KHẨU THỦY SẢN CỦA THỊ TRƯỜNG UK

1.1. Tổng nhu cầu nhập khẩu

Thủy sản là mặt hàng thực phẩm thiết yếu và rất được ưa chuộng ở Anh. Nhóm hàng thủy sản nhập khẩu vào Anh chủ yếu là các mặt hàng có nhóm HS là HS03, HS1604, HS1605. Theo dữ liệu thống kê từ ITC, trong giai đoạn 2019-2021 hàng năm Anh chi khoảng 4,32 tỷ USD để nhập khẩu thủy sản, chiếm 0,64% tổng trị giá nhập khẩu hàng hóa của Anh.

Hình 1.1. Nhập khẩu thủy sản của Anh năm 2019-2022



Nguồn: Tính toán từ số liệu thống kê của ITC

Năm 2020, dịch Covid-19 và vấn đề Brexit đã ảnh hưởng tới kết quả nhập khẩu thủy sản của Anh, cụ thể là giảm 5,62% so với năm 2019, đạt 4,144 tỷ USD. Trong đó Việt Nam là thị trường cung cấp thủy sản lớn thứ 3 cho Anh, chiếm 7,8% tổng trị giá nhập khẩu thủy sản của Anh, đạt 323,6 triệu USD, tăng 8,71% so với năm 2019.

Sang năm 2021, nhập khẩu thủy sản của Anh đã phục hồi trở lại sau khi dịch Covid-19 đã dần được kiểm soát và các đối tác cũng đã quen với các quy định mới của Anh sau Brexit. Theo số liệu thống kê của ITC, trị giá nhập khẩu thủy sản của Anh năm 2021 đạt 4,424 tỷ USD, tăng 6,8% so với năm 2020. Trong đó nhập khẩu thủy sản từ Việt Nam chiếm 6,9% đạt 305,1 triệu USD, giảm 5,7% so với năm 2020.

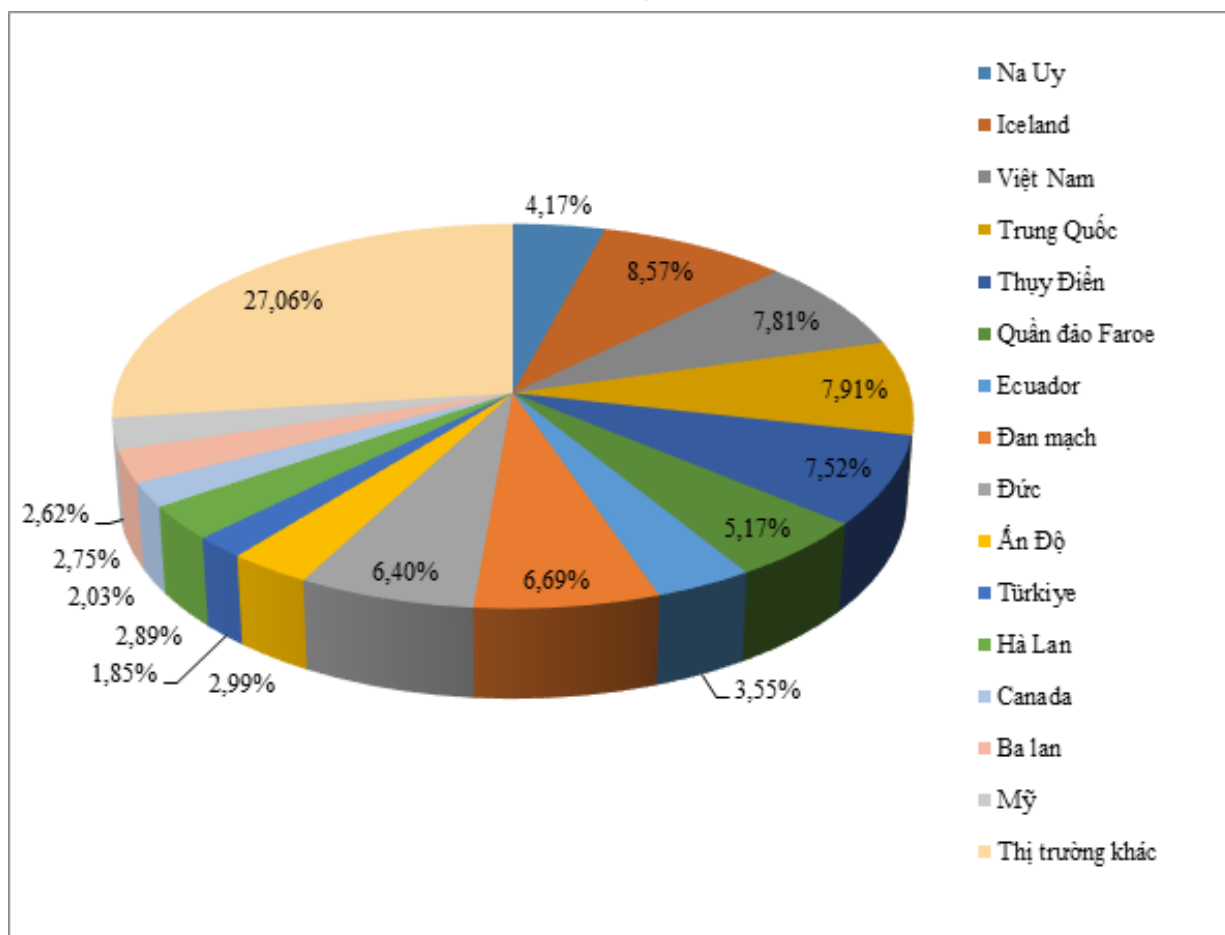
Nhập khẩu thủy sản của Anh tiếp tục tăng mạnh trong 7 tháng đầu năm 2022. Theo ghi nhận thống kê của ITC, nhập khẩu thủy sản của Anh trong 7 tháng đầu năm 2022 đạt 2,68 tỷ USD, tăng 9,03% so với 7 tháng năm 2021. Trong đó, Việt Nam là thị trường cung cấp thủy sản lớn thứ 4 cho Anh, chiếm 7,1% đạt 188,8 triệu USD, tăng 19,5% so với cùng kỳ năm 2021.

1.2. Cơ cấu thị trường nhập khẩu thủy sản

Nhập khẩu thủy sản của Anh trong giai đoạn này chịu tác động lớn từ dịch Covid-19. Nhập khẩu thủy sản của Anh từ những thị trường có thủy sản nước lạnh giảm khá mạnh trong năm 2020 như Nauy, Quần đảo Faroe và Canada. Nguyên nhân chính là do dịch Covid-19. Sau đó năm 2021 nhập khẩu thủy sản từ những thị trường này đều tăng trở lại.

Hình 1.2. Cơ cấu thị trường cung cấp thủy sản cho Anh năm 2020

(theo trị giá)

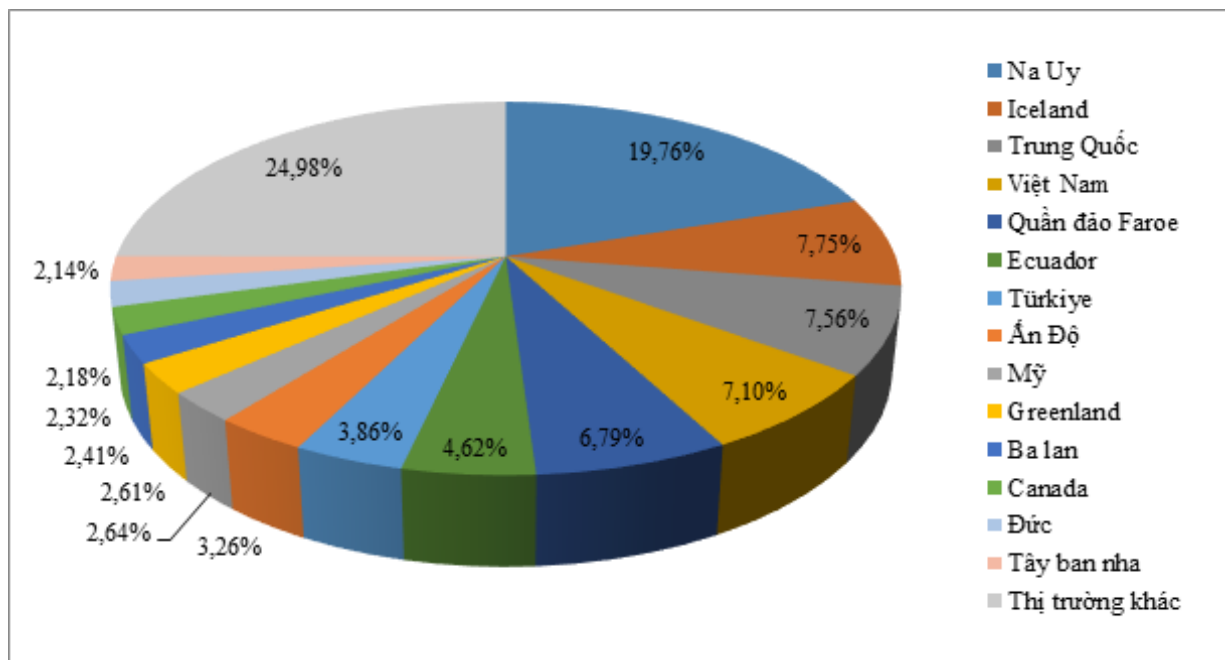


Nguồn: Tính toán từ số liệu thống kê của ITC

Nhập khẩu thủy sản từ những thị trường chuyên cung cấp thủy sản nước ấm là Trung Quốc, Việt Nam, Ecuador, Ấn Độ và Thái Lan cũng có diễn biến tương tự. Dịch Covid-19 khiến nguồn cung thủy sản của Ấn Độ, Trung Quốc, Thái Lan... giảm. Trong khi năm 2020 Việt Nam kiểm soát tốt dịch Covid-19 khiến cho thị phần thủy sản của Việt Nam tăng trong năm 2020. Đến năm 2021, dịch Covid-19 ở Việt Nam bùng phát khiến cho kết quả xuất khẩu thủy sản tới thị trường Anh bị giảm. Tuy nhiên thị phần thủy sản của Việt Nam ở Anh đã tăng trở lại trong 7 tháng đầu năm 2022 so với cùng kỳ năm 2021.

Đáng chú ý là nhập khẩu thủy sản của Anh từ Ecuador tăng liên tiếp trong năm 2020 và năm 2021. Tuy nhiên trong 7 tháng đầu năm 2022 lại có kết quả giảm nhẹ so với cùng kỳ năm 2021.

Hình 1.3. Thị trường cung cấp thủy sản cho Anh 7 tháng 2022 (theo trị giá)



Nguồn: Tính toán từ số liệu thống kê của ITC

1.3. Xu hướng tiêu dùng thủy sản tại UK

Tiêu thụ thủy sản bình quân đầu người:

Theo báo cáo mới công bố quý I/2022 của Defra Family Food, tiêu thụ thủy sản của người Anh ở nhà năm 2020 đạt 148,2 gam/người/tuần tăng 1,6% so với năm trước đó. Trong khi tiêu thụ thủy sản ở ngoài nhà đạt 15,64g/người/tuần, giảm 4,3%. Tổng mức tiêu thụ thủy sản của người Anh năm 2020 là 162,98 tăng 1% so với năm trước.

Dịch Covid-19 bùng phát là nguyên nhân chính khiến tiêu thụ thủy sản ở Anh tăng chậm lại và tiêu dùng thủy sản ở nhà tăng, ở ngoài nhà giảm trong năm 2020. Xu hướng tiêu dùng thủy sản đang tăng dần khi lượng nhập khẩu thủy sản vào Anh tăng dần từ năm 2020.

Bảng 1.1. Tổng mức tiêu thụ thủy sản ở Anh năm 2018-2020

	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
Tiêu thụ thủy sản ở nhà (gam/người/tuần)	138,50	145,7	148,02
Tiêu thụ thủy sản ở ngoài nhà (gam/người/tuần)	14,29	15,64	14,96
Tổng tiêu thụ thủy sản (gam/người/tuần)	152,79	161,34	162,98

Nguồn: Defra Family Food

Người Anh mua thủy sản chủ yếu qua kênh bán lẻ:

Theo báo cáo cập nhật của Defra Family Food thì khoảng 66% người tiêu dùng Anh mua thủy sản ở các cửa hàng bán lẻ. Nhu cầu tiêu dùng ở bên ngoài gia đình đang có xu hướng tăng trong năm 2021 khi dịch Covid-19 không còn ảnh hưởng lớn tới cuộc sống ở Anh.

Sau dịch Covid-19 doanh số bán lẻ các sản phẩm thủy sản đóng gói đông lạnh sẵn có tăng mạnh trong năm 2021 tại các cửa hàng bán lẻ.

Những sản phẩm thủy sản được ưu tiên lựa chọn:

Người tiêu dùng Anh luôn chỉ lựa chọn những sản phẩm có những tiêu chuẩn cao do các cơ quan chức năng ở Anh và EU cấp về chất lượng sản phẩm, về nguồn gốc, tính bền vững của sản phẩm, thân thiện với môi trường và tiện dụng.

Tuy nhiên lạm phát tăng cao ở Anh tác động mạnh tới quyết định chi tiêu của người tiêu dùng Anh đối với các sản phẩm thủy sản. Những sản phẩm thủy sản đông lạnh, tiện dụng dễ chế biến ở nhà sẽ là sản phẩm thủy sản được ưu tiên lựa chọn trong ngắn hạn ở Anh khi lạm phát tăng cao.

Dữ liệu báo cáo của Defra Family Food mới cập nhật tháng 6/2022 cho thấy xu hướng tiêu dùng thủy sản đông lạnh đóng gói sẵn đang tăng mạnh ở Anh trong quý I/2022. Tuy nhiên xu hướng này không được coi là mới vì trước đó các chuyên gia liên tục dự báo trong ngắn hạn xu hướng tiêu dùng thủy sản đóng gói đông lạnh phục vụ tiêu dùng thủy sản ở nhà ở Anh sẽ tăng mạnh.

Cơ cấu các mặt hàng nhập khẩu của UK

Về mặt hàng, chiếm phần lớn với hơn 70% tổng trị giá nhập khẩu vẫn là các mặt hàng cá tươi hoặc ướp/đông lạnh, fillet hoặc chế biến (HS 0302, 0303, 0304, 1604). Các mặt hàng cá khác như cá nổi (cá thu, cá trích,...) hay cá thị trắng, tỷ lệ tự cung tự cấp ước tính ở Anh là dưới 30% nên hiện nguồn cung các mặt hàng này cũng đang phụ thuộc vào hoạt động nhập khẩu.

Bảng 1.2. Cơ cấu mặt hàng nhập khẩu vào UK giai đoạn 2016-2020

Đơn vị tính: triệu USD

Mã HS	Mô tả	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR* % 2016-2020
Tổng nhập khẩu		4.420,0	4.361,9	4.541,1	4.718,9	4.450,8	0,2
030471	Cá tuyết phi lê đông lạnh	430,5	441,0	486,8	577,8	538,6	5,8
160414	Cá ngừ đại dương, cá ngừ vằn và cá ngừ ba chấm đã chế biến	468,7	513,8	549,9	511,9	480,5	0,6
030214	Cá hồi Đại Tây Dương và cá hồi Danub tươi hoặc ướp lạnh	433,2	424,1	487,5	535,9	477,2	2,5
030617	Tôm đông lạnh	429,8	458,0	415,3	433,6	400,9	-1,7
160521	Tôm không đóng bao bì kín khí	306,4	290,6	278,1	252,2	241,3	-5,8
160419	Các loại cá khác	181,8	170,8	187,3	192,4	240,6	7,3
230120	Bột mịn, bột thô và viên, từ cá hay động vật giáp xác, động vật thân mềm hay động vật thủy sinh không xương sống khác	131,8	122,7	156,2	177,8	188,7	9,4
160529	Tôm đóng bao bì kín khí	114,5	109,2	120,9	99,2	117,4	0,6
030472	Cá tuyết chấm đen fillet đông lạnh	77,6	84,8	106,0	120,0	110,4	9,2
030475	Cá minh thái fillet đông lạnh	69,0	62,5	77,5	96,9	104,0	10,8

Global Trade Tracker, 2021

*CAGR: Tỷ lệ tăng trưởng kép hàng năm

Nguồn: Theo Báo cáo của Agriculture and Agri-Food Canada

1.4. Khả năng cạnh tranh của hàng thủy sản Việt Nam tại UK

Tôm, cá tra, cá ngừ và mực là những mặt hàng thủy sản xuất khẩu chính của Việt Nam tới Anh. Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan 9 tháng đầu năm 2022, xuất khẩu tôm tới Anh chiếm 71,26%; xuất khẩu cá tra chiếm 20,63%; xuất khẩu cá ngừ là 1,52%; xuất khẩu mực là 1,36% trong tổng trị giá xuất khẩu thủy sản tới Anh.

Đối thủ cạnh tranh mặt hàng tôm:

Tôm là mặt hàng thủy sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam tới Anh, chiếm tới 71,26% tổng trị giá xuất khẩu tới thị trường này trong 9 tháng năm 2022. Các đối thủ cạnh tranh của tôm Việt Nam tại thị trường Anh là Trung Quốc, Ấn Độ, Ecuador và Thái Lan. Những năm trước dịch Covid-19 ảnh hưởng lớn tới nguồn cung tôm của Ấn Độ, Trung Quốc và Thái Lan. Riêng Ecuador trong giai đoạn 2020-2021 xuất khẩu tôm tới Anh vẫn tăng mạnh. Các nhà cung cấp tôm này đang dần ổn định nguồn cung do vậy tạo ra nhiều thách thức đối với mặt hàng tôm của Việt Nam trong thời gian tới, đặc biệt là tôm đến từ Ecuador và Ấn Độ.

Đối với mặt hàng cá tra:

Đây là mặt hàng thủy sản lớn thứ hai của Việt Nam được xuất khẩu tới Anh, chiếm 20,63% tổng trị giá xuất khẩu thủy sản tới Anh 9 tháng năm 2022. Đối thủ lớn nhất của mặt hàng cá tra phần lớn là những sản phẩm các thịt trắng khác có tính tương đồng và thay thế khi cần như các nhà cung cấp cá rô phi, cá nước lạnh. Lợi thế lớn nhất của cá tra Việt Nam là có mức giá phù hợp, dễ chế biến và tiện dụng cho chế biến ở nhà, phù hợp với nhu cầu tiêu dùng thủy sản tại nhà ở Anh tăng cao. Trong bối cảnh lạm phát tăng cao ở Anh thì lựa chọn các sản phẩm chế biến từ cá tra sẽ là lựa chọn phù hợp vì có mức giá tối ưu hơn các loại khác. Khả năng cạnh tranh của mặt hàng cá tra đối với các loại cá thịt trắng khác ở thị trường Anh trong thời gian tới là cao.

Đối với thủy sản khai thác như cá ngừ và mực:

Hai mặt hàng này là những mặt hàng thủy sản xuất khẩu lớn thứ 4 và thứ 5 tới Anh của Việt Nam tuy nhiên chỉ chiếm tỷ trọng rất khiêm tốn là 1,52% và 1,36%. Đây là những mặt hàng thủy sản không có kỳ vọng cạnh tranh cao ở thị trường Anh. Vì yêu cầu các sản phẩm khai thác của Anh là tương đương với EU. Trong khi thủy sản khai thác của Việt Nam đang chịu lệnh áp “thẻ vàng” của EC sẽ khiến cho nguồn cung hai nhóm hàng này của Việt Nam cho thị trường Anh là thấp.

1.5. Triển vọng xuất khẩu hàng thủy sản Việt Nam sang UK

Dự báo ngắn hạn:

Nhu cầu tiêu dùng thủy sản giá trung bình và rẻ ở dạng đông lạnh và tiện dụng sẽ được người tiêu dùng Anh lựa chọn ưu tiên trong bối cảnh lạm phát tăng cao. Do vậy các sản phẩm thủy sản nhập khẩu vào Anh sẽ tăng trong thời gian tới là tôm sú, tôm thẻ đông lạnh cỡ nhỏ và trung bình. Các sản phẩm cá thịt trắng đông lạnh và đóng hộp tiện dụng ở nhà cũng là sản phẩm thủy sản ưu tiên tiêu dùng và được nhập khẩu nhiều vào Anh trong thời gian tới. Mặt hàng cá tra và tôm cỡ trung bình và nhỏ của Việt Nam có nhiều cơ hội tăng thị phần trong thời gian tới.

Dự báo dài hạn:

Anh luôn là thị trường có yêu cầu cao và có cầu cao về những sản phẩm thủy sản chất lượng do vậy khi kinh tế phục hồi nhu cầu nhập khẩu những sản phẩm thủy sản có trị giá cao ở dạng tươi sống, cỡ to phục vụ tiêu dùng ở các nhà hàng sẽ tăng trở lại. Các sản phẩm thủy sản của Việt Nam cần đáp ứng được các yêu cầu của thị trường này thì cần có những sản phẩm tiên phong về mẫu mã, hình thức và khẩu vị khi đó mới có thể tăng mạnh thị phần thủy sản ở thị trường Anh.

PHẦN II

KỊCH BẢN KHAI THÁC THỊ TRƯỜNG GIAI ĐOẠN 2022-2025 ĐỐI VỚI CÁC SẢN PHẨM THỦY SẢN

2.1. Kích bản khai thác thị trường với mặt hàng tôm



2.1.1. Nhu cầu nhập khẩu của UK

Theo Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), tổng tiêu thụ hàng thủy sản của người dân UK từ năm 2018 đã đạt gần 2,7 triệu USD. Mặt hàng này được ưa chuộng do người dân Anh ngày càng có nhu cầu cao hơn trong việc tìm kiếm các thực phẩm giàu protein, tốt cho sức khỏe với mức giá phải chăng như cá hồi hay tôm. Tới năm 2020, quốc gia này đã trở thành thị trường thủy sản lớn thứ 12 trên thế giới về trị giá với thị phần khoảng 2,8% và đứng thứ 13 thế giới về lượng với thị phần khoảng 2,2%.

Chính phủ Anh cũng đã chỉ định các chuyên gia trong thủy sản thành lập một nhóm làm việc hướng tới mục tiêu tăng gấp đôi lượng tiêu thụ thủy sản vào năm 2040 bằng cách định lượng và xác định quy mô của sự tăng trưởng tiềm năng này, nhằm tạo ra một ngành phát triển mạnh, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Trong đó, dự án nghiên cứu việc Cơ quan An ninh Y tế Vương quốc Anh có công bố khuyến nghị tiêu thụ ít nhất hai phần thủy sản cho mỗi người mỗi tuần hay không và liệu nhu

cầu này có thể được duy trì hay không. Các tác động tích cực đến sức khỏe và cách chuỗi cung ứng có thể phát triển để đáp ứng nhu cầu tăng trưởng tiềm năng của ngành cũng được chú trọng.

Tuy có nhu cầu tiêu thụ tốt nhưng Vương quốc Anh không có khả năng tự cung ứng mặt hàng này cho thị trường nội địa. Đây đã từng là quốc gia xuất khẩu hải sản với các đội tàu đánh cá lớn, nhưng do sự suy giảm nguồn cung ở địa phương, hạn chế tiếp cận ngư trường và nhu cầu gia tăng nhanh chóng, thị trường này đã trở thành nhà nhập khẩu thủy sản lớn trong khu vực, đặc biệt từ năm 1984. Đến năm 2019, thị trường này đã nhập khẩu 854 nghìn tấn thủy sản, trị giá 5 triệu USD, tăng nhiều hơn gấp đôi lượng nhập khẩu năm 1983.

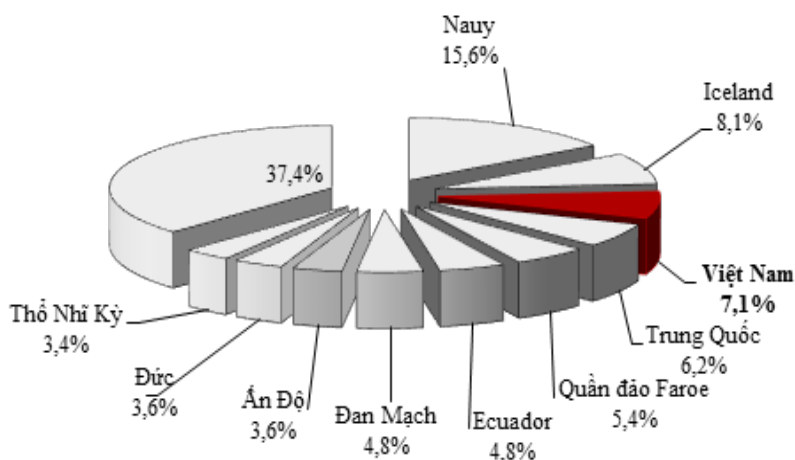
Trong năm 2021, thị trường này nhập khẩu trị giá khoảng 3,1 tỷ bảng Anh, tương đương hơn 3,7 tỷ USD vào năm 2021. Trong đó, nhiều nhất là cá hồi, chiếm 17% tổng nhập khẩu thủy sản với khoảng 117,5 nghìn tấn; đứng thứ hai là cá ngừ, chiếm 16% với 113,5 nghìn tấn; cá tuyết chiếm 13% với 85,4 nghìn tấn. Xét về trị giá, cá hồi vẫn chiếm vị trí dẫn đầu với 21%, đạt 672 triệu bảng, tương đương hơn 816 triệu USD; tôm đứng vị trí thứ hai với 20%, đạt 623 triệu bảng, tương đương 757 triệu USD; và cá thu chiếm 6% với 96 triệu bảng, tương đương gần 117 triệu USD.

2.1.2. Các nguồn cung ứng chính

Các nhà cung cấp thủy sản cho thị trường UK phần lớn nằm ở khu vực thị trường ngoài EU, với 8/10 nhà cung cấp lớn nhất thuộc nhóm này, chiếm 74,9% với trị giá gần 2,4 tỷ bảng trong năm 2021, tương đương khoảng 2,9 tỷ USD. ¼ trị giá nguồn cung thủy sản còn lại đến từ các quốc gia khu vực EU với 794 triệu bảng, tương đương khoảng 965 triệu USD năm 2021.

Xu hướng tăng nhập khẩu thủy sản từ các thị trường bên ngoài EU bắt đầu từ khoảng cuối năm 2020, đầu 2021, khi Brexit kết thúc và dịch Covid-19 tác động mạnh, khiến trị giá nhập khẩu thủy sản của quốc gia này từ các thị trường khối EU giảm 58%.

Thị trường cung cấp thủy sản lớn nhất cho Vương quốc Anh là Na-uy với 497 triệu bảng trị giá nhập khẩu trong năm 2021, chiếm 15,6%. Việt Nam là thị trường xuất khẩu thủy sản vào UK lớn nhất xét ngoài khối EU, với sản phẩm chủ yếu là tôm. Tính chung 9 tháng năm 2022, lượng thủy sản nhập khẩu của UK đạt 482.829 tấn với trị giá 2.665,92 triệu bảng Anh, giảm 2,06% về lượng và tăng 13,03% về trị giá so với cùng kỳ năm 2021.

Hình 2.1. Thị trường cung cấp thủy sản cho Vương quốc Anh năm 2021

Nguồn: Theo UK Fisheries Statistics - UK House of Common Library

Các mặt hàng động vật giáp xác, trong đó có tôm được nhập khẩu từ hầu hết các châu lục, từ châu Á, châu Âu, Bắc và Mỹ Latinh. Đối với tôm, Vương quốc Anh nhập khẩu chính từ 10 thị trường gồm Việt Nam, Ấn Độ, Bangladesh, Ecuador, Thái Lan, Honduras, Đan Mạch, Tây Ban Nha, Nicaragua và Hà Lan. Lượng tôm nước ấm Việt Nam và Ấn Độ chiếm khoảng một nửa lượng tôm nước ấm nhập khẩu vào UK.

Bảng 2.1. Thị phần của 20 thị trường cung ứng tôm lớn nhất vào UK

STT	Thị trường	Thị phần theo trị giá
	Tổng	100,0%
1	Việt Nam	26,1%
2	Ấn Độ	24,7%
3	Bangladesh	14,5%
4	Ecuador	7,0%
5	Thái Lan	5,7%
6	Honduras	5,1%
7	Đan Mạch	4,5%
8	Tây Ban Nha	2,1%
9	Nicaragua	1,8%
10	Hà Lan	1,5%
11	Bỉ	1,3%
12	Indonesia	1,2%

STT	Thị trường	Thị phần theo trị giá
13	Pháp	0,9%
14	Argentina	0,6%
15	Trung Quốc	0,6%
16	Ireland	0,5%
17	Đức	0,4%
18	Senegal	0,4%
19	Philippines	0,3%
20	Canada	0,2%

Nguồn: Theo World Integrated Trade Solution - World Bank

2.1.3. Thị hiếu, xu hướng tiêu thụ

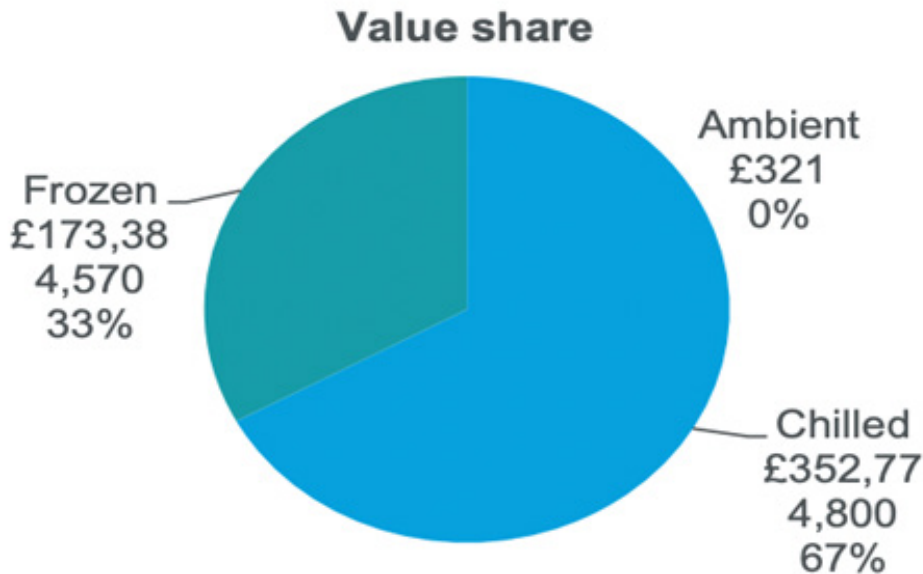
Đa phần người dân Vương quốc Anh đều ăn cá hoặc thủy sản ít nhất 1 lần/tuần. Chính phủ nước này cũng khuyến khích người dân sử dụng thủy sản làm thực phẩm chính trong ít nhất 2 bữa ăn mỗi tuần nhằm cung cấp đủ dinh dưỡng cho cơ thể. Thị hiếu của người dân Vương quốc Anh cũng khá ổn định. Người tiêu dùng tại thị trường này cũng khó thay đổi thói quen. Chiếm khoảng 62% lượng tiêu thụ thủy sản của Vương quốc Anh là 5 loài hải sản chính, bao gồm cả tôm với phần lớn nguồn cung đến từ các quốc gia khác.

Tôm là lựa chọn phổ biến trên thị trường bán lẻ thủy sản tại Anh trong nhóm các loài giáp xác, chiếm khoảng 10% tổng lượng tiêu thụ thủy sản tại thị trường này. Trong thị trường bán lẻ, với 67% thị phần, doanh số bán tôm ướp lạnh chiếm phần đa số, và 33% thị phần còn lại đến từ các sản phẩm đông lạnh.

Về phân loại, các sản phẩm tôm “tự nhiên” hiện chiếm tỷ trọng lớn nhất tổng trị giá bán ra với hơn 60% thị phần. Các sản phẩm tôm sú và tôm thẻ đông lạnh cũng được ưa chuộng hơn tại thị trường này. Ngoài ra, các sản phẩm chế biến từ tôm như bột, tẩm bột, bánh ngọt, các sản phẩm chế biến sẵn và nước sốt, sushi cũng được bày bán rộng rãi nhưng không có tăng trưởng đáng kể.

Đối với khu vực nhà hàng hay dịch vụ ăn uống, tôm cũng là nguyên liệu khá phổ biến với khoảng 61% các cơ sở kinh doanh này tại Anh. Tôm được sử dụng nhiều nhất trong các nhà hàng ăn nhanh (chiếm 48% tổng tiêu thụ khu vực nhà hàng); các nhà hàng (chiếm 21%) và quán rượu - pub (12%). Ngoài ra, tôm cũng rất được ưa chuộng trong các nhà hàng Ấn Độ, Trung Quốc với các món cuốn, súp, há cảo/màn thầu,...

Hình 2.2. Các dòng sản phẩm tôm tiêu thụ tại thị trường UK



Nguồn: Market Insight Factsheet: Prawn and Shrimp - Cơ quan Seafood, UK

Tương tự như các thị trường khác tại khu vực châu Âu, người tiêu dùng tại Vương quốc Anh cũng có xu hướng chú trọng tới không chỉ nguồn gốc, chất lượng sản phẩm, mà còn quan tâm tới các yếu tố về lao động, môi trường, hay tính bền vững của chuỗi giá trị trong sản xuất, cung ứng sản phẩm. Các yếu tố cơ bản khác như giá cả, cách thức chế biến và tính tương đồng trong bữa ăn, địa điểm sử dụng, cũng vẫn được quan tâm.

Xu hướng tiêu dùng thay đổi kể từ khi dịch Covid-19

Trong thời gian bắt đầu đợt phong tỏa đầu tiên nhằm phòng, chống dịch Covid-19 của Vương quốc Anh diễn ra vào khoảng tháng 3 năm 2020, doanh số bán lẻ hàng hóa tại thị trường này tăng vọt do người tiêu dùng bắt đầu dự trữ lương thực, thực phẩm. Đặc biệt, thị trường dịch vụ ăn uống hoàn toàn bị đóng băng, bao gồm cả các nhà hàng kinh doanh fish and chips. Trong khi đó, doanh số bán thực phẩm đông lạnh và đóng hộp tăng rất mạnh, nhưng doanh số bán thủy sản ướp lạnh ít tăng hơn do người dân tìm kiếm các mặt hàng có khả năng bảo quản lâu hơn. Tuy vậy, vào các giai đoạn cao điểm, tổng doanh số bán lẻ thủy sản hàng tuần ở thị trường này vẫn đạt mức tăng tới 56%. Người dân chuyển dần nhu cầu sang các sản phẩm thủy sản có mức giá trung bình như các mặt hàng sơ chế đông lạnh và tiện dụng để dễ dàng chế biến tại nhà trong bối cảnh giãn cách xã hội.



Tuy nhiên, dịch Covid-19 không thay đổi quan điểm tiêu dùng và nhập khẩu thủy sản của thị trường UK mà chỉ điều hướng cơ bản về yêu cầu đối với trị và tính tiện dụng của sản phẩm; xu hướng quan tâm tới tính bền vững, nguồn gốc sản phẩm và chất lượng của sản phẩm hoàn toàn không thay đổi.

2.1.4. Các cam kết, quy định của Vương quốc Anh với mặt hàng tôm

a) Cam kết về thuế quan đối với mặt hàng tôm theo Hiệp định UKVFTA

Theo cam kết tại Hiệp định UKVFTA, về cam kết thuế nhập khẩu ưu đãi, Hiệp định UKVFTA có cơ chế tiếp nối Hiệp định EVFTA.

Theo đó, cam kết thuế nhập khẩu hầu hết các loại tôm nguyên liệu vào Anh giảm từ 10-20% xuống 0% ngay khi hiệp định có hiệu lực.

b) Cam kết về quy tắc xuất xứ

Để được hưởng mức thuế ưu đãi như trong Hiệp định UKVFTA đã cam kết, các sản phẩm thủy sản của Việt Nam phải chứng minh được nguồn gốc xuất xứ. Quy định về Quy tắc xuất xứ trong UKVFTA tương tự với EVFTA, với tiêu chí xuất xứ đối với thủy sản nguyên liệu và thủy sản chế biến trong UKVFTA là xuất xứ thuần túy.

Điều này có nghĩa là thủy sản thô, sơ chế và thủy sản chế biến xuất khẩu của Việt Nam được coi là có xuất xứ theo Hiệp định UKVFTA khi nguyên liệu thủy sản dùng trong quá trình sản xuất có xuất xứ thuần túy từ Việt Nam (được sinh ra hoặc nuôi dưỡng, đánh bắt và chế biến hoàn toàn tại Việt Nam), không được phép nhập khẩu từ nước thứ ba ngoài Hiệp định.

2.1.5. Xuất khẩu mặt hàng tôm vào Vương quốc Anh sau gần 2 năm thực thi UKVFTA

Trong năm đầu tiên thực thi Hiệp định UKVFTA (từ tháng 1/2021 đến hết tháng 12/2021), đối với mặt hàng thủy sản, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Anh đạt hơn 316 triệu USD, chiếm gần 5,5% tổng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này và giảm 8% so với cùng kỳ năm 2020 và là thị trường lớn thứ 5 của thủy sản Việt Nam trong năm 2021 tính về thị trường đơn lẻ.

Sang đến năm thứ 2 thực thi Hiệp định, tính đến hết tháng 11 năm 2022, tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Vương quốc Anh đã đạt gần 5,63 tỷ USD, tăng 7,4% so với cùng kỳ năm 2021. Đối với mặt hàng thủy sản, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này đạt 290 triệu USD, chiếm gần 5,1% tổng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này và tăng nhẹ 1% so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, các sản phẩm từ tôm chiếm xấp xỉ 68%.

Giai đoạn trước khi thực thi Hiệp định UKVFTA, xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang thị trường này mặc dù có tăng trưởng tốt nhưng lại tăng giảm thất thường. Sau khi Hiệp định UKVFTA có hiệu lực, hoạt động xuất khẩu thủy sản sang Vương quốc Anh tương đối ổn định hơn.

Hình 2.3. Lượng và kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Vương quốc Anh qua các tháng năm 2021-2022



Nguồn: Tính toán từ số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam

Năm 2021, xuất khẩu tôm chiếm vị trí chủ lực 74% giá trị thủy sản Việt Nam sang Anh, nhưng cũng bị giảm 3,5%. Ngoài yếu tố chi phí vận chuyển tăng, tôm Việt Nam cũng bị áp lực cạnh tranh khốc liệt với tôm Ấn Độ tại thị trường Anh vì giá tôm Ấn Độ thấp hơn, nhất là tôm cỡ nhỏ phù hợp bán lẻ trong bối cảnh dịch Covid-19.

Theo thống kê của Tổng cục Hải quan, 2 tháng đầu năm 2022, xuất khẩu riêng mặt hàng tôm sang Anh chiếm 76% tổng xuất khẩu thủy sản với 33,5 triệu USD, tăng 55% so với cùng kỳ năm 2021. Trong 2 tháng đầu năm này, riêng tôm chân trắng chiếm 69% giá trị XK thủy sản sang Anh với 30,4 triệu USD, tăng 54%. Tôm sú chỉ chiếm 2,7% nhưng so với cùng kỳ năm trước tăng gấp 6 lần cho thấy tín hiệu rất lạc quan đối với mặt hàng này tại thị trường Anh.

2.1.6. Kịch bản khai thác thị trường giai đoạn 2022-2025

a) Tổng quan tình hình thị trường giai đoạn 2022-2025

Nhu cầu tiêu thụ của thị trường Vương quốc Anh rất lớn, thậm chí lớn hơn các thị trường đơn lẻ trong khối EU. Đặc biệt, với lợi thế về thuế quan từ Hiệp định UKVFTA, sản phẩm thủy sản Việt Nam đã tạo lập được lợi thế cạnh tranh so với các đối thủ thương mại khác như Trung Quốc, Thái Lan, Malaysia, Indonesia, Philippines, Ấn Độ, Brazil,... do các nhà cung cấp này chưa ký kết Hiệp định thương mại tự do với UK. Với năm 2022, xuất khẩu tôm góp sức lớn vào tăng trưởng xuất khẩu toàn ngành, giúp hoạt động xuất khẩu thủy sản cả năm dự kiến cán đích với kim ngạch 11 tỷ USD. Con số này được xem là mốc kỷ lục của ngành thủy sản Việt Nam.

Tuy nhiên, trong thời gian tới, thị trường tiêu thụ thủy sản nội địa tại Vương quốc Anh không thể tránh khỏi ảnh hưởng của các yếu tố tác động từ diễn biến thương mại hàng hóa toàn cầu. Lạm phát gia tăng cũng khiến giá cả các loại hàng hóa trở thành mối bận tâm cho người tiêu dùng. Hoạt động nhập khẩu thủy sản cũng khó tránh khỏi ảnh hưởng do các khó khăn về chi phí hay vận chuyển hàng hóa. Minh chứng là từ tháng 11, ảnh hưởng của các yếu tố bất ổn trên thị trường hàng hóa toàn cầu đã phản ánh lên kết quả xuất khẩu ngành hàng thủy sản nói chung và ngành tôm nói riêng, khiến tăng trưởng xuất khẩu thủy sản chững lại và rơi xuống mức âm, chỉ đạt khoảng 780 triệu USD, tạo ra nhiều lo ngại cho mục tiêu tăng trưởng của năm 2023.

b) Kịch bản tăng trưởng xuất khẩu

Theo các doanh nghiệp ngành hàng tôm ở khu vực Đồng bằng sông Cửu Long, dự báo sản lượng tôm toàn cầu trên 5 triệu tấn cho giai đoạn 2022-2023, tốc độ tăng trưởng trung bình 5%/năm. Trong đó:

- Trung Quốc là nước nuôi và nhập khẩu tôm lớn. Ngoài tiêu thụ nội địa, Trung Quốc cũng là nhà cung cấp tôm bao bột lớn nhất vào Mỹ. Tuy nhiên, Trung Quốc chỉ mua tôm Việt Nam thông qua thương lái và một số nhà máy chế biến thủy sản nhỏ, chủ yếu là sản phẩm tôm tươi luộc và tôm sú.

- Ấn Độ và Ecuador là hai cường quốc nuôi tôm có tốc độ tăng trưởng cao. Tuy nhiên, sản phẩm tôm từ Ecuador cũng đang có lợi thế với thị trường Mỹ do đường biển gần, chi phí vận tải biển thấp hơn từ 3-4 lần so với mức tương đương của hàng thủy sản từ châu Á.

Đối với sản phẩm tôm Việt Nam, vị thế ngành hàng đang được duy trì khá tốt ở Nhật Bản, Hàn Quốc, Australia và Vương quốc Anh. Tôm Việt Nam đang nỗ lực duy trì thị phần và tập trung vào chế biến sâu.

Tuy nhiên, trong bối cảnh một số cường quốc nuôi tôm như Ecuador và Ấn Độ đang có sản lượng khá tốt, và tình hình thương mại hàng hoá toàn cầu nhiều biến động, dự đoán mức tăng trưởng xuất khẩu toàn ngành tôm trong giai đoạn tới có thể duy trì mức ổn định khoảng hơn 4 tỷ USD, với tỷ trọng xuất khẩu sang thị trường UK chiếm khoảng 3,6%.

Về dài hạn, với đặc điểm của thị trường và nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng với các mặt hàng thủy sản, Vương quốc Anh vẫn sẽ là thị trường tiềm năng cho các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản của Việt Nam cũng đã dần thích nghi với những cam kết, khả năng tận dụng những ưu đãi tăng lên sẽ nâng cao tính cạnh tranh tại thị trường UK. Xuất khẩu dự báo sẽ tiếp tục tập trung vào các nhóm hàng chủ lực là tôm, cá tra, cá ngừ. Dự báo xuất khẩu tôm sang thị trường Vương quốc Anh giai đoạn 2022-2025 có thể hồi phục và duy trì tăng trưởng dương trung bình khoảng trên 10%/năm.

2.2. Kịch bản khai thác thị trường mặt hàng cá ngừ



2.2.1. Nhu cầu nhập khẩu

Theo Ủy ban về Độc tính của Hóa chất trong Thực phẩm, Sản phẩm Tiêu dùng và Môi trường của Vương quốc Anh (COT), trong tổng lượng tiêu thụ thủy sản trung bình của một người dân Anh, khoảng 217 g/người/tuần, thì lượng tiêu thụ các dòng cá béo (chưa tính cá ngừ đóng hộp) chiếm khoảng 1/4 với khoảng hơn 50 g/người/tuần. Đặc biệt, với xu hướng tiêu dùng thay đổi sau tác động của dịch Covid-19 khiến người dân Anh ưa chuộng các sản phẩm thực phẩm đã chế biến, đóng hộp do tính tiện dụng của chúng.

Tuy có nhu cầu tiêu thụ tốt nhưng tương tự như với các mặt hàng thủy sản khác, nguồn cung các dòng cá béo (oily fish) của Vương quốc Anh phần nhiều phụ thuộc vào hoạt động nhập khẩu. Trong tổng số khoảng 124 loài được nhập khẩu, chiếm khoảng 82% tổng khối lượng thủy sản mà quốc gia này tiêu thụ là 33 nhóm loài chính. Trong đó, 5 mặt hàng chính, chiếm khoảng 62% lượng tiêu thụ thủy sản của Vương quốc Anh, gồm: cá tuyết chấm đen, cá tuyết, cá hồi, tôm và cá ngừ, phần lớn đều đến từ các nguồn cung ứng bên ngoài.

2.2.2. Các nguồn cung ứng chính

Trong cơ cấu nhập khẩu, các mặt hàng cá tươi hoặc ướp/đông lạnh, fillet hoặc chế biến (HS 0302, 0303, 0304, 1604) chiếm phần lớn với hơn 70% tổng trị giá nhập khẩu do tỷ lệ tự cung tự cấp ước tính ở Anh hiện rất thấp nên nguồn cung phụ thuộc vào hoạt động nhập khẩu.

Các mặt hàng cá ngừ được nhập khẩu nhiều nhất vào UK là các sản phẩm đã qua chế biến với tỷ trọng trên 90% tổng trị giá nhập khẩu của mặt hàng. Tiếp theo là các sản phẩm đông lạnh và cuối cùng là các sản phẩm ướp lạnh hoặc cá tươi. Các sản phẩm cá ngừ chế biến hay phổ biến nhất là cá ngừ đóng hộp phù hợp với nhu cầu tiêu dùng của người dân Anh và có giá cả phải chăng.

Bảng 2.2. Chủng loại cá ngừ thị trường UK nhập khẩu 7 tháng 2022

Đơn vị tính: nghìn USD

Mã HS	Sản phẩm	7 tháng năm 2021	7 tháng năm 2022	Tăng, giảm (%)
	Tổng KN nhập khẩu	294.188	280.081	-4,8
160414	Cá ngừ vằn, bonito chế biến	272.298	254.471	-6,5
030487	Cá ngừ vằn, bonito phile đông lạnh	17.724	19.956	12,6
030235	Cá ngừ vây xanh ĐTD và TBD tươi/ ướp lạnh	1.188	3.692	210,8
030232	Cá ngừ vây vàng tươi/ướp lạnh	1.271	1.548	21,8
030342	Cá ngừ vây vàng đông lạnh	1.270	128	-89,9
030194	Cá ngừ vây xanh Thái Bình Dương và Đại Tây Dương sống	26	85	226,9
030349	Cá ngừ đông lạnh thuộc chi “Thunnus” (trừ Thunnus alalunga, Thunnus albacares, Thunnus ...)	84	51	-39,3
030233	Cá ngừ vằn hoặc cá ngừ sọc dưa tươi hoặc ướp lạnh	15	34	126,7
030341	Cá ngừ albacore đông lạnh	18	24	33,3
030231	Cá ngừ albacore/vây dài tươi/ướp lạnh	81	8	-90,1
030239	Cá ngừ tươi/ướp lạnh	21	6	-71,4
030343	Cá ngừ vằn, bonito đông lạnh	41	7	-82,9

Nguồn: Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu thủy sản Việt Nam (VASEP)

Tính riêng các mặt hàng cá ngừ, các nhà cung cấp lớn nhất hiện nay gồm: Ecuador (chiếm khoảng 27,8% thị phần nhập khẩu); Mauritius (chiếm hơn 14%); Seychelles (chiếm 10,1%); Ghana (chiếm 11,2%); Tây Ban Nha (chiếm gần 8%). Các thị trường cung ứng trong khu vực Đông Nam Á chiếm thị phần nhỏ hơn nhưng cũng nằm trong top 10 các nhà cung cấp cá ngừ lớn nhất cho Vương quốc Anh, như: Philippines (chiếm 8,6%); Indonesia (chiếm 3%); Thái Lan (chiếm 1,6%) và Việt Nam (chiếm 1,3%).

Bảng 2.3. Thị trường xuất khẩu cá ngừ chính vào Vương quốc Anh 7 tháng 2022

Đơn vị: nghìn USD

Nguồn cung	7 tháng năm 2021	7 tháng năm 2022	Tăng, giảm (%)
Tổng trị giá	294.188	280.081	-4,8
Ecuador	96.215	77.922	-19,0
Seychelles	39.561	28.504	-27,9
Tây Ban Nha	17.862	22.225	24,4
Philippines	18.117	24.061	32,8
Indonesia	7.572	8.508	12,4
Ghana	16.652	31.545	89,4
Hàn Quốc	10.148	10.171	0,2
Mauritius	37.083	39.432	6,3
Maldives	5.298	7.628	44,0
Papua New Guinea	4.847	5.343	10,2
Peru	2.916	5.998	105,7
Thái Lan	6.106	4.463	-26,9
Việt Nam	3.119	3.732	19,7
Madagascar	67	399	495,5
Ý	1.100	3.296	199,6
Sri Lanka	516	951	84,3
Bồ Đào Nha	4.396	988	-77,5
Trung Quốc	260	319	22,7
Ireland	960	676	-29,6
Đức	1.424	549	-61,4
Nhật Bản	971	1.268	30,6

Nguồn: Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu thủy sản Việt Nam (VASEP)

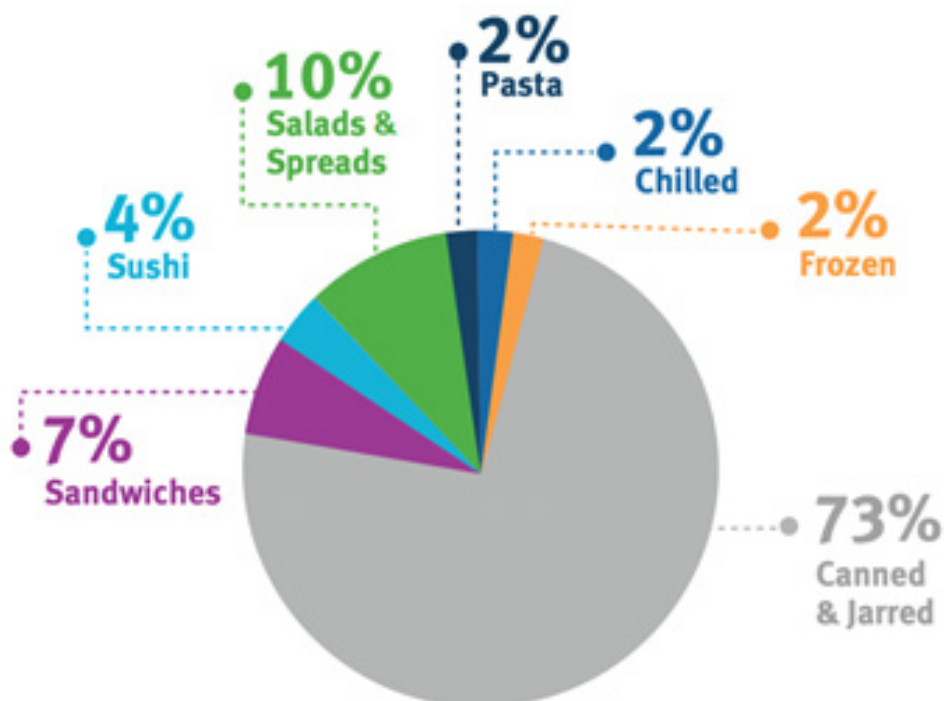
2.2.3. Thị hiếu, xu hướng tiêu thụ

Với thói quen sử dụng các sản phẩm thủy sản ít nhất 1 lần/tuần với lượng trung bình là gần 153 g/người/tuần, Vương quốc Anh được coi là một trong những thị trường ưa chuộng thủy sản, đặc biệt là các sản phẩm cá.

Xét về các sản phẩm chế biến, đóng hộp thì cá ngừ là lựa chọn hàng đầu của người tiêu dùng Anh. Tại Anh, cá ngừ là một loại thực phẩm được sử dụng chủ yếu trong các món ăn nhanh, như bánh mì kẹp, hay trong nhiều bữa ăn khi đi du lịch. Theo thống kê của cơ quan Seafish, 69% lựa chọn của người dân Anh trong nhóm thủy sản đóng hộp là các sản phẩm cá ngừ. Ngoài ra, do đặc tính của dòng cá béo khá phù hợp với nhiều hình thức chế biến, một số sản phẩm cá ngừ chế biến khác của cá ngừ như salad, sốt phủ ăn kèm, bánh mì,... cũng rất được ưa chuộng tại thị trường này.

Tương tự như các thị trường khác tại khu vực châu Âu, người tiêu dùng tại Vương quốc Anh cũng có xu hướng chú trọng tới không chỉ nguồn gốc, chất lượng sản phẩm, mà còn quan tâm tới các yếu tố về lao động, môi trường, hay tính bền vững của chuỗi giá trị trong sản xuất, cung ứng sản phẩm. Các yếu tố cơ bản khác như giá cả, cách thức chế biến và tính tương đồng trong bữa ăn, địa điểm sử dụng, cũng vẫn được quan tâm.

Hình 2.4. Các dòng sản phẩm cá ngừ tiêu thụ tại thị trường UK



Nguồn: *Seafood in multiple retail (2021 update)* - Cơ quan Seafish, UK

Xu hướng tiêu dùng thay đổi kể từ khi có dịch Covid-19

Trong thời gian bắt đầu đợt phong tỏa đầu tiên nhằm phòng, chống dịch Covid-19 của Vương quốc Anh diễn ra vào khoảng tháng 3 năm 2020, doanh số bán lẻ hàng hóa tại thị trường này tăng vọt do người tiêu dùng bắt đầu dự trữ lương thực, thực phẩm.

Trong bối cảnh đó, doanh số bán lẻ các mặt hàng thủy sản, đặc biệt là các sản phẩm đông lạnh, chế biến, đóng hộp,... tăng trưởng rất tốt. Sự gia tăng doanh số này đã đưa cá ngừ lên vị trí đứng đầu trong danh sách các sản phẩm thủy sản phổ biến nhất tính theo khối lượng (tấn) ở Anh. Sau thời gian đó, mặc dù cá hồi đã giành lại vị trí này nhưng người tiêu dùng vẫn chỉ gần 430 triệu bảng Anh cho 66.631 tấn sản phẩm cá ngừ trong khoảng thời gian từ tháng 6 năm 2020 đến tháng 6 năm 2021, cao hơn mức trước đại dịch và cá ngừ vẫn là lựa chọn phổ biến thứ hai đối với người mua sắm sản phẩm thủy sản trên cả nước.

Có thể thấy rằng các tác động của dịch Covid-19 đã khiến người dân Anh chuyển dần nhu cầu sang các sản phẩm thủy sản có mức giá trung bình như các mặt hàng sơ chế đông lạnh và tiện dụng để dễ dàng chế biến tại nhà trong bối cảnh giãn cách xã hội. Tuy nhiên, điều này không thay đổi quan điểm tiêu dùng và nhập khẩu thủy sản của thị trường này mà chỉ điều hướng cơ bản về yêu cầu đối với trị và tính tiện dụng của sản phẩm; xu hướng quan tâm tới tính bền vững, nguồn gốc sản phẩm và chất lượng của sản phẩm hoàn toàn không thay đổi.

2.2.4. Các cam kết, quy định của Vương quốc Anh với mặt hàng cá ngừ

a) Cam kết về thuế quan

Theo cam kết tại Hiệp định UKVFTA, về cam kết thuế quan, Hiệp định này có cơ chế tiếp nối Hiệp định EVFTA, đồng nghĩa với việc mức thuế nhập khẩu đối với các loại sản phẩm cá ngừ tươi và đông lạnh sẽ nhanh chóng được loại bỏ.

- Mức thuế cho sản phẩm cá ngừ loin đông lạnh hoặc phi lê sẽ được loại bỏ trong khoảng thời gian 3 năm từ mức 18% về 0%.

- Đối với cá ngừ chế biến sử dụng cho cá ngừ đóng hộp - tỉ lệ cơ bản 24% sẽ được giảm trong lịch trình 7 năm.

- Đối với cá ngừ đóng hộp và bao gói, mức hạn ngạch sẽ là 11.500 tấn mỗi năm sẽ được miễn thuế. Sau đó, mức thuế như ban đầu 20,5% sẽ được áp dụng, mức thuế này sẽ giảm 3,5% mỗi năm.

Với thoả thuận này, các sản phẩm cá ngừ của Việt Nam đang có lợi thế tại thị trường Anh.

b) Cam kết về quy tắc xuất xứ

Để được hưởng mức thuế ưu đãi như trong Hiệp định UKVFTA đã cam kết, các sản phẩm thủy sản của Việt Nam phải chứng minh được nguồn gốc xuất xứ. Quy định về Quy tắc xuất xứ trong UKVFTA tương tự với EVFTA, với tiêu chí xuất xứ đối với thủy sản nguyên liệu và thủy sản chế biến trong UKVFTA là xuất xứ thuần túy.

Điều này có nghĩa là thủy sản thô, sơ chế và thủy sản chế biến xuất khẩu của Việt Nam được coi là có xuất xứ theo Hiệp định UKVFTA khi nguyên liệu thủy sản dùng trong quá trình sản xuất có xuất xứ thuần túy từ Việt Nam (được sinh ra hoặc nuôi dưỡng, đánh bắt và chế biến hoàn toàn tại Việt Nam), không được phép nhập khẩu từ nước thứ ba ngoài Hiệp định.

2.2.5. Xuất khẩu mặt hàng cá ngừ vào Vương quốc Anh sau gần 2 năm thực thi UKVFTA

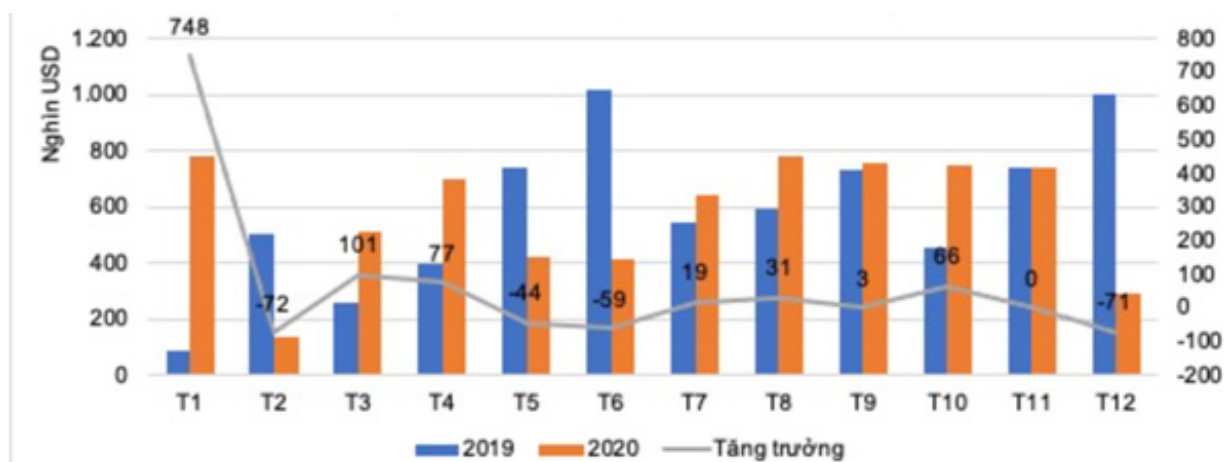
Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam, trong 5 năm của giai đoạn 2015-2020, Vương quốc Anh luôn là 1 trong 17 thị trường xuất khẩu cá ngừ lớn nhất của Việt Nam. Hiện Việt Nam xuất khẩu chủ yếu cá ngừ tươi và đông lạnh sang Anh, đặc biệt là thịt/philê cá ngừ đông lạnh mã HS 0304, chiếm tới 88% tổng giá trị xuất khẩu cá ngừ sang thị trường này.

Tuy nhiên, trong năm 2020 (1 năm trước khi UKVFTA có hiệu lực), hoạt động xuất khẩu cá ngừ của Việt Nam sang Anh chưa được như kỳ vọng, tăng giảm thất thường. Nguyên nhân chính của sự sụt giảm được cho là do tác động của đại dịch Covid-19 và việc Anh rời khỏi Liên minh Châu Âu (EU) đã làm thay đổi hành vi tiêu dùng của người Anh.

Giá trị xuất khẩu cá ngừ của Việt Nam sang thị trường này cả năm 2020 đạt gần 7 triệu USD, giảm 2% so với năm 2019. So với năm 2019, xuất khẩu nhóm sản phẩm này của Việt Nam sang Anh giảm, trong khi xuất khẩu cá ngừ đóng hộp lại tăng, dù thị phần còn rất khiêm tốn.

Trong năm 2021, năm đầu thực thi Hiệp định, thị trường này nhập khẩu thủy sản trị giá khoảng 3,1 tỷ bảng Anh, tương đương hơn 3,7 tỷ USD vào năm 2021. Trong đó, cá ngừ đứng vị trí thứ hai với tỷ trọng 16% tổng nhập khẩu thủy sản của thị trường này với 113,5 nghìn tấn, chiếm thị phần khá khiêm tốn với khoảng 2%.

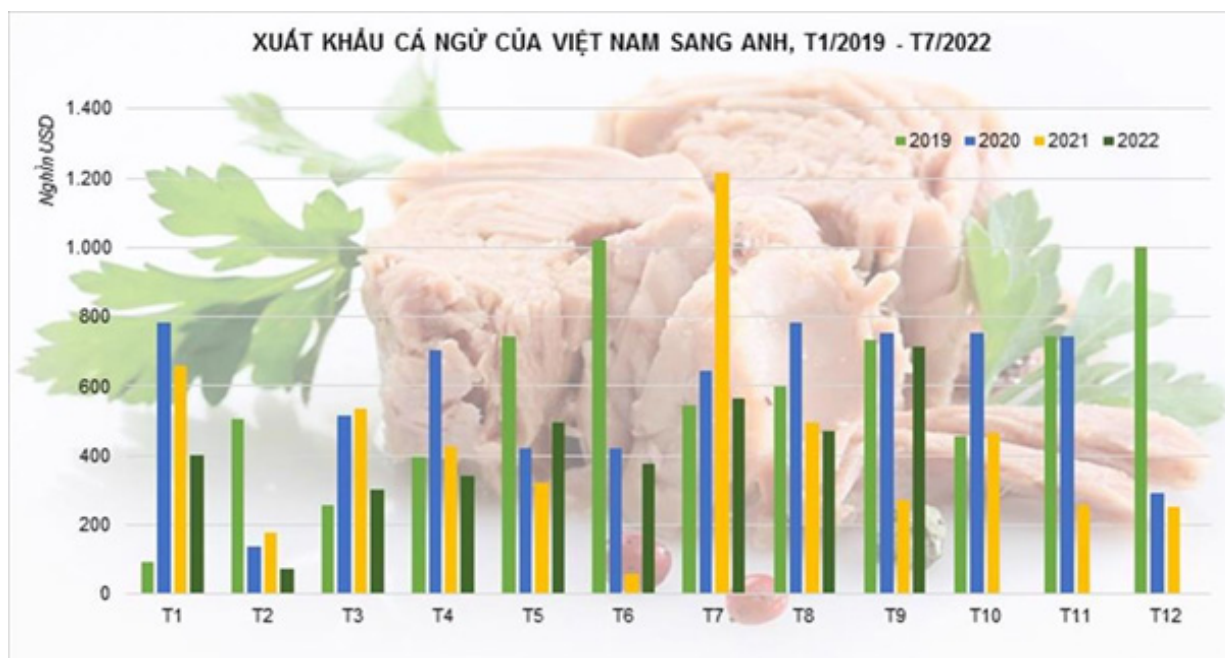
Hình 2.5. Xuất khẩu cá ngừ Việt Nam sang Vương quốc Anh năm 2019-2020



Nguồn: Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu thủy sản Việt Nam (VASEP)

Về phía thị trường Việt Nam, kể từ năm 2021 đến nay, do tác động của Brexit và ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 mà hoạt động xuất khẩu cá ngừ của Việt Nam sang Anh không ổn định và có xu hướng sụt giảm. Giá trị XK cá ngừ của Việt Nam sang Anh năm 2021 chỉ đạt gần 9,3 triệu USD, giảm 23% so với cùng kỳ năm 2020.

Hình 2.6. Xuất khẩu cá ngừ Việt Nam sang Vương quốc Anh 7 tháng 2022



Nguồn: Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu thủy sản Việt Nam (VASEP)

Sang năm 2022, các tháng đầu năm nhiều khó khăn khiến xuất khẩu cá ngừ sang thị trường này thấp hơn so với các năm trở lại đây. Tuy nhiên, xuất khẩu cá ngừ của Việt Nam sang Vương quốc Anh đã tăng trưởng mạnh trong tháng 9, với trị giá tăng 162% so với cùng kỳ năm 2021. Tuy nhiên, con số này không đủ bù đắp cho lượng sụt giảm trước đó, nên kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này trong 9 tháng đầu năm 2022 vẫn giảm 28% so với cùng năm 2021, đạt gần 3,4 triệu USD.

Việt Nam vẫn đang là nguồn cung cá ngừ lớn thứ 13 trong số 27 nguồn cung cá ngừ cho thị trường này. So với giai đoạn trước khi thực thi UKVFTA, xuất khẩu cá ngừ Việt Nam sang thị trường này đã bắt đầu có tăng trưởng tích cực tuy chưa ổn định.

2.2.6. Kịch bản khai thác thị trường giai đoạn 2022-2025

a) Tổng quan tình hình thị trường giai đoạn 2022-2025

Hiện tại, thị trường tiêu thụ thủy sản nội địa tại Vương quốc Anh không thể tránh khỏi ảnh hưởng của các yếu tố tác động từ diễn biến thị trường thương mại hàng hóa toàn cầu. Sự thiếu hụt lao động trong ngành dịch vụ thực phẩm của Anh và lĩnh vực đồ ăn nhanh như bánh mì kẹp sử dụng nhiều lao động cũng chịu ảnh hưởng. Nhiều nhà máy phải cắt giảm sản lượng.

Điều này đã khiến cho hoạt động nhập khẩu cá ngừ của Anh sụt giảm khi tính đến hết tháng 7 năm 2022, trị giá nhập khẩu mặt hàng này đã giảm 5% so với cùng kỳ năm 2021. Anh cũng đang đối mặt với tình trạng lạm phát cao kỷ lục. Văn phòng Thống kê Quốc gia Anh (ONS) cho biết, chỉ số giá tiêu dùng của nước này đã tăng 10,1% so với mức 9,9% trong tháng 8 năm 2022 do giá thực phẩm tăng vọt. Số liệu trong tháng 9 năm 2022 tương đương với mức ghi nhận được trong tháng 7 năm 2022 và là mức cao nhất trong 40 năm, nguyên nhân do hóa đơn năng lượng tăng vọt. Giá thực phẩm và đồ uống không còn tăng nhiều nhất, tới 14,5% và là mức tăng lớn nhất kể từ tháng 4 năm 1980.

Vì vậy, Anh có xu hướng tăng nhập khẩu cá ngừ từ các nguồn cung có ưu đãi thuế quan, các nguồn cung cá ngừ giá rẻ và có lợi thế về mặt địa lý như Ecuador, Philippines,...

b) Một số kịch bản chính

Tổ chức Nông Lương Liên Hợp Quốc (FAO) vừa đưa ra dự báo 3 kịch bản cho ngành thủy sản toàn cầu đến năm 2050. Trong đó, đối với thủy sản đánh bắt nói chung và cá ngừ nói riêng, kịch bản thứ nhất dự báo sản lượng đánh bắt tự nhiên giảm 9,6% vào năm 2050, phù hợp với dự báo về tác động của biến đổi khí hậu; dẫn đến tiêu thụ thủy sản bình quân giảm xuống 18,5 kg/người vào năm 2050, tức



trở lại mức trước năm 2012. Kịch bản thứ hai, *kịch bản được coi là hợp lý nhất*, sản lượng thủy sản đánh bắt tăng nhẹ do cải thiện khâu quản lý, và mức tiêu thụ cá và hải sản bình quân tăng từ mức 20,2 kg/người ước tính vào năm 2020 lên 22,3 kg/người vào năm 2050. Kịch bản thứ ba dự báo kết quả tích cực trong viễn cảnh phát triển nuôi trồng thủy sản thâm canh, sáng tạo, cùng với tiến bộ của nghề đánh bắt trên toàn thế giới. Ở kịch bản này, thủy sản đánh bắt có sản lượng bền vững tối đa ước tính 95,5 triệu tấn vào năm 2050; nâng mức tiêu thụ bình quân lên 25,5kg/người.

Tuy nhiên, trong ngắn hạn, cuộc xung đột giữa Nga và Ukraine có thể gây ra nhiều ảnh hưởng đến thương mại, giá cả, hậu cần, sản xuất, đầu tư, tăng trưởng kinh tế và sinh kế, gây ra những tác động đáng kể về an ninh lương thực cũng như ngành đánh bắt và nuôi trồng thủy sản.

Vì vậy, trong thời gian tới, với bối cảnh thị trường còn nhiều khó khăn, xuất khẩu cá ngừ nói chung và xuất khẩu cá ngừ sang Vương quốc Anh nói riêng cần nhiều nỗ lực để phục hồi về mức khoảng 12-15 triệu USD/năm. Kết quả này có thể đạt trong kịch bản sản lượng đánh bắt tự nhiên giảm mạnh và mức tiêu thụ cá ngừ của Anh gia tăng. Trong các kịch bản kém thuận lợi hơn, xuất khẩu cá ngừ sang Anh có thể đạt trên 10 triệu USD/năm.

Tuy nhiên, với lợi thế về thuế quan từ Hiệp định UKVFTA, sản phẩm cá ngừ Việt Nam đã tạo lập được lập lợi thế cạnh tranh so với các đối thủ thương mại khác. Về dài hạn, với đặc điểm của thị trường và nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng với các mặt hàng thủy sản, Vương quốc Anh vẫn sẽ là thị trường tiềm năng cho các doanh nghiệp. Dự báo xuất khẩu cá ngừ sang thị trường Vương quốc Anh giai đoạn 2022-2025 có thể sẽ dần hồi phục và đạt tăng trưởng trung bình 8-9%/năm.

2.3. Kích bản khai thác thị trường với mặt hàng cá tra



2.3.1. Nhu cầu nhập khẩu

Theo Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), tổng tiêu thụ thủy sản của người dân Vương quốc Anh từ năm 2018 đã đạt gần 2,7 triệu USD, đưa quốc gia này trở thành thị trường thủy sản lớn thứ 12 trên thế giới về trị giá với thị phần khoảng 2,8%, và đứng thứ 13 thế giới về lượng với thị phần khoảng 2,2%. Chính phủ Anh khuyến khích người dân sử dụng cá làm thực phẩm chính trong ít nhất hai bữa ăn mỗi tuần để cung cấp đủ dinh dưỡng cho cơ thể.

Tính đến năm 2021, thị trường này nhập khẩu trị giá khoảng 3,1 tỷ bảng Anh, tương đương hơn 3,7 tỷ USD. Các mặt hàng thủy sản chính được ưa chuộng tại thị trường này gồm: cá tuyết chấm đen, cá tuyết, cá hồi, tôm và cá ngừ. Năm mặt hàng này chiếm tới 62% tổng lượng tiêu thụ hải sản của Vương quốc Anh, mà trong đó có 2/5 là các sản phẩm cá thịt trắng, tương tự như mặt hàng cá tra của Việt Nam. Trên thực tế, thị trường này gần như phụ thuộc hoàn toàn vào nhập khẩu một số loài, bao gồm cả các loài cá thịt trắng nuôi.

2.3.2. Các nguồn cung ứng chính

Các nhà cung cấp thủy sản cho thị trường Vương Quốc Anh phần lớn nằm ở khu vực thị trường ngoài EU, với 8/10 nhà cung cấp lớn nhất thuộc nhóm này, chiếm

74,9% với trị giá gần 2,4 tỷ bảng trong năm 2021, tương đương khoảng 2,9 tỷ USD; ¼ trị giá nguồn cung thủy sản còn lại đến từ các quốc gia khu vực EU với 794 triệu bảng, tương đương khoảng 965 triệu USD năm 2021.

Trị giá nhập khẩu thủy sản của UK từ 10 nhà cung cấp lớn nhất chiếm tới gần 63% tổng nhập khẩu của thị trường này. Trong đó, Na Uy là thị trường cung cấp thủy sản lớn nhất cho Vương quốc Anh với 497 triệu bảng trị giá nhập khẩu trong năm 2021, chiếm 15,6%. Việt Nam là thị trường xuất khẩu thủy sản vào Vương quốc Anh lớn nhất xét ngoài khối EU.

Chiếm phần lớn với hơn 70% tổng trị giá nhập khẩu thủy sản của Vương quốc Anh vẫn là các mặt hàng cá tươi hoặc ướp/đông lạnh, fillet hoặc chế biến (HS 0302, 0303, 0304, 1604). Các nhà cung cấp cá lớn cho thị trường này là Trung Quốc, Pháp, Đức, Ba Lan và Thụy Điển, nhưng do các quốc gia này không phải là những nhà sản xuất cá hồi lớn nên hầu hết chỉ đảm nhiệm vị trí trung gian để đưa thủy sản vào Vương quốc Anh. Đặc biệt với cá thịt trắng, tỷ lệ tự cung tự cấp ước tính ở Anh là dưới 30% nên hiện nguồn cung các mặt hàng này cũng đang phụ thuộc vào hoạt động nhập khẩu.

Theo thống kê của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), nhập khẩu cá thịt trắng vào thị trường Anh trong 08 tháng đầu năm 2022 tăng 15% đạt 732 triệu USD. Khối lượng nhập khẩu đã sụt giảm do ảnh hưởng của chiến sự Nga - Ukraine dẫn đến thiếu nguồn cung. Giá trị nhập khẩu tăng vì giá nhập khẩu trung bình trong các tháng tăng từ 10%-34% so với cùng kỳ năm 2021.

Bảng 2.4. Cơ cấu thị trường trong hoạt động thương mại thủy sản của UK năm 2021

UK trade in fish by counry, 2021			
Exports	% total	Imports	% total
France	46.3%	Norway	15.6%
USA	12.8%	Iceland	8.1%
Spain	4.9%	Vietnam	7.1%
China	4.6%	China	6.2%
Netherlands	3.9%	Faroe Islands	5.4%
Ireland	3.7%	Ecuador	4.8%
Poland	2.6%	Denmark	4.8%
Italy	2.2%	India	3.6%
Lithuania	2.0%	Germany	3.6%
South Korea	2.0%	Turkey	3.4%

Nguồn: Theo UK Fisheries Statistics - UK House of Common Library

So với các loài cá thị trắng, cá tra phile đông lạnh (mã HS 030462) nhập khẩu vào Anh có giá trung bình tăng ít hơn với mức tăng khoảng từ 6%-19%. Việt Nam là nguồn cung cấp cá thịt trắng lớn thứ năm trên thị trường Anh, chiếm khoảng 7,5% thị phần. Anh nhập khẩu chủ yếu các loại cá thịt trắng (cá tuyết, cá minh thái, cá rô phi,...) từ Na Uy, Iceland, Quần đảo Faroe và từ Trung Quốc.

2.3.3. Thị hiếu, xu hướng tiêu thụ

Theo báo cáo của Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), mức tiêu thụ thủy sản trung bình năm 2019 của thị trường EU là gần 153 g/người/tuần; và mức này có thể tăng lên tới trên 210g/người/tuần sau năm 2022. Thị hiếu của người dân Vương quốc Anh cũng khá ổn định. Các sản phẩm cá, đặc biệt là các loại cá thị trắng như cá tuyết hay cá minh thái, vẫn tiếp tục được ưa chuộng do thói quen ăn uống với các món ăn quen thuộc như fish and chips hay chế biến linh hoạt trong các nhà hàng, loại hình dịch vụ ăn uống cao cấp.

Trong bối cảnh lạm phát tại Anh liên tục tăng nóng kể từ đầu năm nay và tăng tới mức cao nhất trong 40 năm (10,1%), các hộ gia đình phải chống chọi với cuộc khủng hoảng chi phí sinh hoạt do chuỗi cung ứng bị ảnh hưởng nghiêm trọng bởi đại dịch Covid-19 cũng như chiến sự Nga - Ukraine. Trước thực tế đó, xu hướng tiêu thụ và nhập khẩu thủy sản ở thị trường này chắc chắn sẽ bị tác động giảm trong thời gian tới và nhu cầu có thể vẫn tập trung nhiều hơn vào phân khúc thủy sản giá vừa phải hoặc thấp. Tuy nhiên, khi người tiêu dùng Anh nghiêng về các sản phẩm thực phẩm giá rẻ hơn, các sản phẩm cá thịt trắng được ưa chuộng, dư địa cho cá tra xuất khẩu sang thị trường này sẽ rộng mở, đặc biệt với lợi thế thuế quan nhập khẩu theo UKVFTA.

Tương tự như các thị trường khác tại EU, người tiêu dùng tại Vương quốc Anh cũng có xu hướng chú trọng tới không chỉ nguồn gốc, chất lượng sản phẩm, mà còn quan tâm tới các yếu tố về lao động, môi trường, hay tính bền vững của chuỗi giá trị trong sản xuất, cung ứng sản phẩm. Các yếu tố cơ bản khác như giá cả, cách thức chế biến và tính tương đồng trong bữa ăn, địa điểm sử dụng, cũng vẫn được quan tâm.

2.3.4. Các cam kết, quy định của Vương quốc Anh với mặt hàng cá tra

a) Cam kết về thuế quan theo UKVFTA

Theo cam kết tại Hiệp định UKVFTA, về cam kết thuế nhập khẩu ưu đãi, Hiệp định UKVFTA có cơ chế tiếp nối Hiệp định EVFTA.

Theo đó, mặt hàng cá tra có lộ trình giảm thuế về 0% sau 3 năm. Như vậy tới năm 2022, sản phẩm này gần như được nhập khẩu vào Anh với mức thuế 0%.



b) Cam kết về quy tắc xuất xứ

Để được hưởng mức thuế ưu đãi như trong Hiệp định UKVFTA đã cam kết, các sản phẩm thủy sản của Việt Nam phải chứng minh được nguồn gốc xuất xứ. Quy định về Quy tắc xuất xứ trong UKVFTA tương tự với EVFTA, với tiêu chí xuất xứ đối với thủy sản nguyên liệu và thủy sản chế biến trong UKVFTA là xuất xứ thuần túy.

Điều này có nghĩa là thủy sản thô, sơ chế và thủy sản chế biến xuất khẩu của Việt Nam được coi là có xuất xứ theo Hiệp định UKVFTA khi nguyên liệu thủy sản dùng trong quá trình sản xuất có xuất xứ thuần túy từ Việt Nam (được sinh ra hoặc nuôi dưỡng, đánh bắt và chế biến hoàn toàn tại Việt Nam), không được phép nhập khẩu từ nước thứ ba ngoài Hiệp định.

2.3.5. Xuất khẩu mặt hàng cá tra vào Vương quốc Anh sau gần 2 năm thực thi UKVFTA

Chiếm gần 15% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản Việt Nam vào thị trường này, nhưng do tác động của dịch Covid-19 và áp lực cước vận chuyển tăng cao khiến giá bán cá tra bị đẩy lên trong khi tâm lý người tiêu dùng vẫn coi đây là loại cá thịt trắng phân khúc trung bình thấp, việc người dân Vương quốc Anh sẵn sàng chi trả cho mức gia tăng giá bán của cá tra là rất khó. Vì vậy, dù có sự tăng trưởng mạnh mẽ năm 2020 nhưng xuất khẩu cá tra sang Anh cũng sụt giảm 23% trong năm 2021.

Tháng 10 năm 2022, xuất khẩu cá tra sang UK vẫn giữ được tăng trưởng 60% đạt 4,7 triệu USD. Tính đến hết tháng 10 năm 2022, Vương quốc Anh nhập khẩu thủy sản từ Việt Nam với giá trị gần 272 triệu USD, tăng nhẹ 3% so với cùng kỳ năm 2021. Gần 20% kim ngạch xuất khẩu sang UK là từ cá tra với tăng trưởng gần 32% so với cùng kỳ năm 2021. Luỹ kế 10 tháng đầu năm, xuất khẩu cá tra sang thị trường này mang về 54,7 triệu USD, chiếm 2,5% tổng xuất khẩu cá tra của Việt Nam.

Trong đó, cá tra phile đông lạnh (mã HS 0304) chiếm 90% tổng giá trị xuất khẩu loài này, đạt trên 49 triệu USD, cá tra nguyên con đông lạnh chiếm gần 4% và cá tra chế biến chiếm trên 6%.

2.3.6. Kịch bản khai thác thị trường giai đoạn 2022-2025

a) Tổng quan tình hình thị trường giai đoạn 2022-2025

Nhu cầu tiêu thụ của thị trường Vương quốc Anh rất lớn, thậm chí lớn hơn các thị trường đơn lẻ trong khối EU. Đặc biệt, với lợi thế về thuế quan từ Hiệp định UKVFTA, sản phẩm thủy sản Việt Nam đã tạo lập được lợi thế cạnh tranh so với các đối thủ thương mại khác như Trung Quốc, Thái Lan, Malaysia, Indonesia, Philippines, Ấn Độ, Brazil,... do các nhà cung cấp này chưa ký kết Hiệp định thương mại tự do với UK.

Tuy nhiên, trong thời gian tới, thị trường tiêu thụ thủy sản nội địa tại Vương quốc Anh không thể tránh khỏi ảnh hưởng của các yếu tố tác động từ diễn biến thị trường thương mại hàng hóa toàn cầu. Liên đoàn quốc gia về bảo vệ ngành cá và khoai tây chiên (NFFF) đã phải lên tiếng thay 410 thành viên về khả năng phải chịu thiệt hại lâu dài của ngành do giá gas và điện đã tăng 300% -500%, giá khí đốt tăng 35% do tác động của cuộc khủng hoảng năng lượng của châu Âu. Tình trạng này càng làm cho các cửa hàng fish & chip ở Anh thêm điêu đứng vì vốn đang phải chịu áp lực lớn khi giá cá tuyết cod và cá tuyết chấm đen haddock và các chi phí đầu vào khác như khoai tây, dầu hướng dương đều đã tăng cao.

Việc lạm phát ở mức cao kỷ lục trong 40 năm và gần như cao nhất ở các nước châu Âu khiến tiêu thụ các mặt hàng thực phẩm có giá cao bị hạn chế có thể trở thành cơ hội cho sản phẩm cá tra Việt Nam do mặt hàng này có mức giá vừa phải. Hơn nữa, nguồn cung cá thịt trắng tại thị trường này đang bị ảnh hưởng do lệnh cấm thủy sản từ Nga và nguồn cung cá thịt trắng tự nhiên toàn cầu giảm (theo Diễn đàn Cá đá 2022). Cá tra hoàn toàn có thể trở thành nguồn cung cá thịt trắng thay thế trên thị trường Anh, đặc biệt là các sản phẩm fish & chip phổ biến của nước này.

b) Một số kịch bản chính

Trong năm 2022, ngành hàng cá tra đã vượt qua những khó khăn, tận dụng cơ hội về nhu cầu thị trường sau đại dịch để tổ chức sản xuất và xuất khẩu, góp phần quan trọng đạt mục tiêu tăng trưởng của ngành thủy sản. Kim ngạch xuất khẩu cá tra cả năm dự kiến đạt 2,4 tỷ USD, tăng khoảng 70% so với cùng kỳ năm 2021, vượt qua đỉnh năm 2018 là 2,26 tỷ USD.

Bên cạnh hai thị trường chi phối xu hướng xuất khẩu cá tra là Trung Quốc (chiếm 30%) và Hoa Kỳ (chiếm 23%), Vương quốc Anh là một trong những thị trường có sự tăng trưởng tốt so với cùng kỳ, với giá xuất khẩu tăng. Có thể thấy ngành hàng cá tra đã triệt để tận dụng cơ hội về nhu cầu thị trường sau đại dịch Covid-19, đặc biệt là cơ hội về giá nên có được giá trị xuất khẩu vượt trội so với sản lượng, góp phần nâng cao giá trị của ngành hàng. Việt Nam cũng được đánh giá là một trong những nhà cung cấp thủy sản có công nghệ chế biến hiện đại nhất với hơn 700 cơ sở chế biến đạt chứng nhận bắt buộc của EU, Trung Quốc và số lượng doanh nghiệp có chứng nhận bền vững quốc tế ngày càng tăng.

Vì vậy, về triển vọng xuất khẩu ngành cá tra thời gian tới, trong trường hợp chịu ảnh hưởng mạnh mẽ từ các tác động của thị trường, xuất khẩu cá tra Việt Nam vẫn có cơ hội và tiềm năng duy trì, thậm chí gia tăng kim ngạch. Đối với thị trường Vương quốc Anh, mức tăng trưởng tối thiểu vẫn có thể đạt trên 10%/năm.

Trong triển vọng tốt từ thị trường khi Việt Nam trở thành nhà cung cấp được ưa chuộng tại thị trường này và các yếu tố biến động từ bối cảnh chung thế giới không tạo ra quá nhiều khó khăn cho ngành, dự báo xuất khẩu thủy sản sang thị trường Vương quốc Anh giai đoạn 2022-2025 có thể đạt trung bình 65- gần 70 triệu USD/năm, với mức tăng trưởng của ngành hàng cá tra có thể đạt tới khoảng 20%/năm.

2.4. Kích bản khai thác thị trường đối với mặt hàng nhuyễn thể

Các loài nhuyễn thể gồm: ngao, sò, hào, tu hài, ốc hương, vẹm xanh, trai ngọc, điệp quạt, ốc nhảy...



2.4.1. Nhu cầu nhập khẩu

Vương quốc Anh tiêu thụ gần 900 nghìn tấn hải sản mỗi năm, với khẩu phần ăn phổ biến với người tiêu dùng tương đương 5,2 tỷ phần ăn gồm cá và khoai tây chiên. Theo báo cáo của WWF (2022), với sự gia tăng dân số và xuất nhập khẩu tăng mạnh, thương mại bán buôn thủy sản của Vương quốc Anh đã tăng 47% từ năm 2010 đến năm 2019, với giá trị bán lẻ là 6,87 tỷ bảng Anh.

Đồng thời, Vương quốc Anh vẫn là một trong những quốc gia đánh bắt thủy sản lớn ở châu Âu, cung cấp hải sản để đáp ứng nhu cầu trong nước và quốc tế. Vương quốc Anh đã từng là quốc gia xuất khẩu hải sản ròng, với các đội tàu đánh bắt lớn ở địa phương và viễn dương với hành trình đến tận Grand Banks ở Canada ở phía tây và Biển Barents ở phía bắc. Tuy nhiên, do sự suy giảm nguồn cung ở địa phương, hạn chế tiếp cận ngư trường và nhu cầu gia tăng, Vương quốc Anh đã trở thành nhà nhập khẩu thủy sản ròng kể từ năm 1984.

Nhập khẩu hàng thủy sản của Vương quốc Anh trong tháng 9/2022 đạt 53.506 tấn với trị giá 306,89 triệu bảng Anh, tăng 7,6% về lượng và tăng 7,35% về trị giá so với tháng trước. So với tháng 9/2021, giảm 15,89% về lượng nhưng tăng 1,89% về trị giá. Tính chung 9 tháng năm 2022, lượng nhập khẩu đạt 482.829 tấn với trị giá 2.665,92 triệu bảng Anh, giảm 2,06% về lượng và tăng 13,03% về trị giá so với cùng kỳ năm trước.

Đối với mặt hàng nhuyễn thể, nhập khẩu năm 2021 của UK đạt 151,54 nghìn tấn với trị giá 728,9 triệu USD, tương ứng với mức tăng lần lượt là 14,1% và 13,6% so với cùng kỳ năm trước.

2.4.2. Các nguồn cung ứng chính

Tại thị trường Vương quốc Anh, sản phẩm của Việt Nam phải cạnh tranh với nguồn cung ứng nội địa và nguồn nhập khẩu từ hơn 70 thị trường khác trên thế giới. Theo số liệu của Hải quan Vương quốc Anh, trong 9 tháng năm 2022, những thị trường có giá trị nhập khẩu lớn gồm: Na Uy, Iceland, Trung Quốc, Đảo Faroe, Việt Nam, Hà Lan, Ecuador, Thổ Nhĩ Kỳ.

Theo số liệu thống kê theo mã HS (6 chữ số) của Vương quốc Anh nhập khẩu từ các thị trường, trong 8 tháng đầu năm 2022:

- **Đối với mặt hàng hàu**, lượng nhập khẩu hàu vào UK trong 8 tháng đầu năm đạt 238,4 tấn với trị giá 2 triệu bảng Anh, trong đó nhập khẩu từ Ireland đạt 107,8 tấn với trị giá 440,2 nghìn bảng; nhập khẩu từ Pháp đạt 69,4 tấn với trị giá 829,7 nghìn bảng, nhập khẩu từ Hàn Quốc đạt 48,9 tấn với trị giá 405,3 nghìn bảng.

- **Đối với mặt hàng điệp**, lượng nhập khẩu điệp vào UK trong 8 tháng đầu năm đạt 724 tấn với trị giá 13,6 triệu bảng Anh; trong đó nhập khẩu từ Pháp đạt 272,5 tấn với trị giá 4,3 triệu bảng Anh, nhập khẩu từ Canada đạt 182,2 tấn với trị giá 4 triệu USD; nhập khẩu từ Hà Lan đạt 66,5 tấn với trị giá 1,6 triệu bảng Anh.

- **Đối với mặt hàng mực nang và mực ống**, lượng nhập khẩu vào UK trong 8 tháng đầu năm đạt 5,2 nghìn tấn với trị giá 22,4 triệu bảng Anh. Trong đó, nhập khẩu từ Trung Quốc đạt 4,5 nghìn tấn với trị giá 18,5 triệu bảng Anh; theo sau là nhập khẩu từ Tây Ban Nha với lượng đạt 285,9 tấn và trị giá đạt 1,5 triệu bảng Anh.

- **Đối với mặt hàng bạch tuộc**, lượng nhập khẩu vào UK trong 8 tháng đầu năm đạt 624,7 tấn với trị giá 5,5 triệu bảng Anh. Trong đó, nhập khẩu từ Tây Ban Nha đạt 419,8 tấn với trị giá 3,9 triệu bảng Anh; theo sau là nhập khẩu từ Tây Ban Nha với lượng đạt 285,9 tấn và trị giá đạt 1,5 triệu bảng Anh, nhập khẩu từ Pháp đạt 22,3 tấn với trị giá 262 nghìn bảng Anh; nhập khẩu từ Việt Nam đạt 20 tấn với trị giá 113,9 nghìn bảng Anh.

- **Đối với mặt hàng ốc**, lượng nhập khẩu vào UK trong 8 tháng đầu năm đạt 378 tấn với trị giá 2,2 triệu bảng Anh. Trong đó, nhập khẩu từ Hoa Kỳ đạt 28 tấn với trị giá 519,2 nghìn bảng Anh; nhập khẩu từ Hà Lan đạt 105,9 tấn với trị giá 544 nghìn bảng Anh.

- **Đối với mặt hàng bào ngư và ốc nháy**, lượng nhập khẩu vào UK trong 8 tháng đầu năm đạt 11 tấn với trị giá 384,5 nghìn bảng Anh. Trong đó, nhập khẩu chủ yếu từ Australia với lượng đạt 10,5 tấn và trị giá 378,7 nghìn bảng Anh.

Đối thủ cạnh tranh:

Mặt hàng nhuyễn thể từ Việt Nam hiện chiếm 0.47% thị phần nhập khẩu vào Vương quốc Anh xét theo giá trị nhập khẩu (số liệu cập nhật mới nhất là năm 2021).

Nguồn cung ứng từ Na Uy: Với mặt hàng thủy sản chung, nhập khẩu từ thị trường Na Uy tháng 9/2022 đạt 7.415 tấn với trị giá 41,54 triệu bảng Anh, giảm 20,71% về lượng với tháng trước. So với tháng 9/2021, giảm 23,53% về lượng và giảm 6,61% về trị giá. Tính chung 9 tháng năm 2022, lượng nhập khẩu từ thị trường này đạt 85.284 tấn với trị giá 489,44 triệu bảng Anh, tăng 8,6% về lượng và tăng 40,77% về trị giá so với cùng kỳ năm trước. Nhóm hàng nhuyễn thể chiếm tỷ trọng nhỏ trong xuất khẩu thủy sản vào UK.

Hội đồng Thủy sản Na Uy đang phát động một chiến dịch xuất khẩu bền vững thủy sản sang Vương quốc Anh. Đây là một dự án thí điểm rất khác với các hoạt động tiếp thị thông thường. Mặc dù tính bền vững là một phần quan trọng trong hoạt động truyền thông của ngày nay, nhưng chưa đầu tư một cách chiến lược vào một chiến dịch tập trung vào hải sản bền vững. Anette Grøttland Zimowski, người quản lý hoạt động quảng cáo quốc tế của Hội đồng Thủy sản. Hải sản là một phần rất nhỏ trong chế độ ăn uống của thế giới phương Tây. Điều này xảy ra mặc dù các nhà nghiên cứu hàng đầu chỉ ra rằng các đại dương của Na Uy có tiềm năng sản xuất lương thực gấp sáu lần so với hiện nay. Chiến dịch này nhằm mục đích thúc đẩy tiêu thụ thủy sản bền vững liên quan đến vai trò của đại dương đối với sản xuất lương thực trong tương lai và định vị Na Uy là một quốc gia thủy sản có trách nhiệm và là quốc gia dẫn đầu cho sự thay đổi tích cực. Nhìn chung, Vương quốc Anh là thị trường lớn thứ sáu đối với hải sản của Na Uy. 120.497 tấn thủy sản đã được xuất khẩu sang Anh với giá trị 6,35 tỷ NOK, tăng 32% về giá trị và tăng 4% về khối lượng.

Nguồn cung ứng từ Trung Quốc: Về xuất khẩu thủy sản chung, từ thị trường chính thứ 3 trong tháng 9/2022 là Trung Quốc, lượng nhập khẩu tháng 9/2022 đạt 5.721 tấn với trị giá 28,11 triệu bảng Anh, tăng 30,82% về lượng và tăng 29,67% về trị

giá so với tháng trước. So với tháng 9/2021, tăng 22,71% về lượng và tăng 73,66% về trị giá. Tính chung 9 tháng năm 2022, lượng nhập khẩu từ thị trường này đạt 45.398 tấn với trị giá 201,68 triệu bảng Anh, tăng 15,52% về lượng và tăng 52,51% về trị giá so với cùng kỳ năm trước. Xuất khẩu hàng nhuyễn thể với mã HS 0307 (cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác) chiếm 7,7% trị giá nhập khẩu (đạt 2,2 triệu bảng Anh).

Ngoài ra, Sách trắng Chiến lược Lương thực của Vương quốc Anh được xuất bản gần đây (vào tháng 6 năm 2022) nhấn mạnh tầm quan trọng của ngành thủy sản thịnh vượng ở Vương quốc Anh nhằm xây dựng khả năng phục hồi của ngành trong bối cảnh kinh tế và chuỗi cung ứng toàn cầu biến động khó lường, đặc biệt là kể từ khi dịch bệnh Covid-19 bùng phát. Với mức độ tự cung tự cấp thấp trong tiêu thụ thủy sản của Vương quốc Anh, sự quan tâm của người tiêu dùng và các khuyến nghị về chế độ ăn uống đã được công bố, đây là cơ hội vàng để chính phủ, doanh nghiệp và ngành sản xuất thủy sản của Vương quốc Anh hợp tác với nhau để cải thiện tính bền vững và giảm “dấu chân carbon” (mức độ phát thải carbon) của sản xuất thủy sản và do đó đảm bảo ngành này có thể hỗ trợ nhu cầu thủy sản ngày càng tăng của người tiêu dùng Vương quốc Anh.

2.4.3. Thị hiếu, xu hướng tiêu thụ

a) Thị hiếu

Người tiêu dùng Vương quốc Anh có sở thích nổi bật đối với các loài mà họ thích ăn, sở thích được hình thành trong nhiều năm và khó thay đổi thói quen này trừ khi có các tác động lớn đến nhận thức hoặc khả năng chi trả. Nghiên cứu của WWF (2022) cho thấy người tiêu dùng Vương quốc Anh tương đối ngại rủi ro khi lựa chọn hải sản, với hành vi theo thói quen và lựa chọn an toàn là động lực chính cho những sở thích đó. Người tiêu dùng quan tâm đến việc ủng hộ hải sản sản xuất trong nước nhưng có rất ít bằng chứng để chứng minh sự vượt trội về các tiêu chí sản xuất.

Các nhà bán lẻ và nhà chế biến của Vương quốc Anh đã cố gắng giới thiệu các loài hải sản ít được biết đến hơn cho người tiêu dùng Vương quốc Anh với nhiều thành công khác nhau, thông qua đó giảm mức độ tiêu thụ tập trung quá nhiều vào một loại sản phẩm và dẫn đến việc khai thác quá mức đối với một loại thủy, hải sản nào đó. Tỷ lệ tự cung tự cấp ước tính của hầu hết các nhóm loài ở Anh là dưới 30%. Trên thực tế, Vương quốc Anh gần như hoàn toàn phụ thuộc vào nhập khẩu một số loài, bao gồm các loài cá nổi lớn và các loài cá thị trắng nuôi.

Vương quốc Anh có khả năng cung cấp tốt từ nguồn cung trong nước các loài vật thân mềm (như trai và sò điệp) và cá dẹt (chẳng hạn như cá bơn và cá bơn).

Các tiêu chí lựa chọn sản phẩm thủy sản tiêu thụ ở UK thường theo thứ tự sau: Đa số ưu tiên lựa chọn những sản phẩm thủy sản có xuất xứ ở Châu Âu, sau đó những sản phẩm thủy sản đảm bảo rõ thông tin về nguồn gốc của sản phẩm, thân thiện với môi trường, dễ sử dụng, giá của sản phẩm thủy sản đó so với những sản phẩm có tính chất tương đồng trong bữa ăn và địa điểm sử dụng. Người dân UK thường xuyên ăn thủy sản tươi sống ở nhà hàng vì họ cho rằng thủy sản tươi sống sẽ ngon hơn khi biết cách chế biến và các nhà hàng sẽ chế biến thủy sản tươi sống tốt hơn ở nhà. Trong khi những sản phẩm thủy sản đông lạnh, sơ chế, dễ chế biến sẽ được dùng nhiều hơn ở nhà, bếp ăn tập thể. Những sản phẩm thủy sản đóng hộp luôn được lựa chọn cho những chuyến du lịch ngắn ngày.

Ngoài ra những yếu tố liên quan tới văn hóa, mức thu nhập của người dân từng quốc gia, khu vực sẽ tác động mạnh tới xu hướng tiêu dùng và nhập khẩu thủy sản của UK.

b) Xu hướng tiêu dùng thay đổi kể từ khi có dịch Covid-19

Những sản phẩm thủy sản tươi sống, sản phẩm thủy sản có trị giá cao có nhu cầu giảm mạnh khi phải thực hiện giãn cách xã hội,... Những sản phẩm thủy sản có mức giá trung bình như thủy sản sơ chế đông lạnh, dễ chế biến tại nhà và thủy sản đóng hộp có nhu cầu tăng mạnh do tính tiện dụng trong bối cảnh phải giãn cách xã hội vì dịch Covid-19. Đây là những yếu tố nổi bật trong xu hướng tiêu dùng và nhập khẩu thủy sản của UK trong lúc dịch Covid-19 vẫn đang diễn biến phức tạp.

Dịch Covid-19 không thay đổi cơ bản về quan điểm tiêu dùng và nhập khẩu mà chỉ thay đổi ở giá trị sản phẩm và tính tiện dụng của sản phẩm. Những sản phẩm thủy sản có tính tiện dụng tiêu dùng ở nhà đang là lựa chọn của phần đông người tiêu dùng thủy sản ở UK. Riêng thói quen quan tâm tới tính bền vững, nguồn gốc sản phẩm và tính thân thiện là không thay đổi.

2.4.4. Các cam kết, quy định của UK với mặt hàng nhuyễn thể

a) Cam kết về thuế quan theo Hiệp định UKVFTA

Theo cam kết tại Hiệp định UKVFTA, đối với mặt hàng thủy sản, khoảng 50% số dòng thuế sẽ được xóa bỏ ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực, trong đó phần lớn các sản phẩm thủy sản hiện có mức thuế nhập khẩu vào UK cao từ 6 - 22% như hào, điệp, mực, bạch tuộc, nghêu, sò, bào ngư chế biến, tôm sú đông lạnh,... được giảm về 0% sau khi Hiệp định có hiệu lực.

b) Cam kết về quy tắc xuất xứ

Để được hưởng mức thuế ưu đãi như trong Hiệp định UKVFTA đã cam kết, các sản phẩm thủy sản của Việt Nam phải chứng minh được nguồn gốc xuất xứ. Tiêu chí xuất xứ đối với thủy sản nguyên liệu và thủy sản chế biến trong UKVFTA là xuất xứ thuần túy.

Điều này có nghĩa là thủy sản thô, sơ chế và thủy sản chế biến xuất khẩu của Việt Nam được coi là có xuất xứ khi nguyên liệu thủy sản dùng trong quá trình sản xuất có xuất xứ thuần túy từ Việt Nam (được sinh ra hoặc nuôi dưỡng, đánh bắt và chế biến hoàn toàn tại Việt Nam), không được phép nhập khẩu từ nước thứ ba ngoài Hiệp định.

c) Quy định về truy xuất nguồn gốc và ghi nhãn thủy sản:

Các quy định về truy xuất nguồn gốc và ghi nhãn thủy sản đảm bảo rằng thủy sản có thể được theo dõi thông qua chuỗi cung ứng và được mô tả chính xác cho người tiêu dùng.

Truy xuất nguồn gốc thủy sản là khả năng xác định đầy đủ một sản phẩm từ điểm bán trở lại điểm xuất xứ của sản phẩm. Điều này bắt buộc phải tuân theo các quy định pháp luật về thực phẩm chung của Vương quốc Anh, trong đó có các quy định về sản phẩm thủy sản.

Theo quy định của Vương quốc Anh, bất kỳ ai đưa thủy hải sản ra thị trường đều phải dán nhãn rõ ràng và chính xác. Điều này giúp việc mua thủy hải sản trở nên dễ dàng và an toàn hơn cho người tiêu dùng. Các quy định về ghi nhãn thủy sản rất quan trọng trong việc duy trì khả năng truy xuất nguồn gốc và tính bền vững trong ngành. Hải sản là đối tượng của nhiều quy định chung cho thực phẩm. Ngoài ra còn có các quy định cụ thể riêng cho hải sản. Vương quốc Anh rời EU vào ngày 31 tháng 1 năm 2020. Hiệp định Thương mại và Hợp tác EU-Vương quốc Anh (TCA) có hiệu lực vào 23:00 ngày 31 tháng 12 năm 2020. Hiệp định mới dẫn đến những thay đổi đối với:

- Giao dịch các sản phẩm thủy sản với Vương quốc Anh sẽ có những quy định mới về hải quan, thuế quan, kiểm tra an toàn thực phẩm và ghi nhãn;
- Thủy sản, hạn ngạch và quản lý nghề cá;
- Quyền tiếp cận lao động của người dân khi quyền tự do đi lại chấm dứt đối với những người từ EU đến Vương quốc Anh để làm việc.

d) Yêu cầu về an toàn thực phẩm, ghi nhãn và hải quan

EU và Anh đã đồng ý quy định riêng về an toàn thực phẩm và các tiêu chuẩn sản phẩm, thường được gọi là vệ sinh và kiểm dịch động thực vật (SPS) và Hàng rào kỹ thuật đối với thương mại (TBT). Điều này có nghĩa là sẽ có các cuộc kiểm tra tại biên giới EU và Vương quốc Anh để đảm bảo các sản phẩm nhập khẩu đáp ứng các tiêu chuẩn quy định bắt buộc. Nhóm hàng thủy sản sẽ cần phải kèm theo các tài liệu liên quan bao gồm:

- Xuất trình giấy giấy chứng nhận về an toàn thực phẩm.
- Chứng chỉ về đánh bắt hợp pháp
- Tờ khai hải quan
- Thông báo trước về lô hàng

đ) *Quy định về dư lượng hóa chất và các chất có thể gây ô nhiễm:*

Cho đến nay, quy định về dư lượng hóa chất trên sản phẩm thủy sản nhập khẩu vào Vương quốc Anh về cơ bản vẫn dựa trên Quy định của Ủy ban Châu Âu 1881/2006, được thực thi ở Vương quốc Anh với tên gọi là Quy định về Chất gây ô nhiễm trong Thực phẩm (Anh) năm 2013 và các quy định tương tự ở Bắc Ireland và Scotland.

Chất gây ô nhiễm là bất kỳ chất nào được tìm thấy trong thực phẩm mà không được thêm vào một cách có chủ ý nhưng có thể gây ảnh hưởng đến sức khỏe người và vật nuôi tiêu thụ thực phẩm đó.

Thủy sản có thể bị ô nhiễm trong quá trình sản xuất, hoặc các chất từ môi trường có thể xâm nhập vào thủy hải sản trước khi nó được đánh bắt hoặc thu hoạch. Dư lượng của các chất gây ô nhiễm trong thực phẩm được pháp luật kiểm soát để bảo vệ người tiêu dùng tại Vương quốc Anh. Các quy định này bao gồm mức tối đa cho phép của một số chất gây ô nhiễm có tên trong thực phẩm.

Mức tối đa các chất gây ô nhiễm cho phép trong hải sản và thông tin chi tiết như sau:

- *Chì:* Chì là một chất ô nhiễm không mong muốn của thực phẩm vì nó có một số tác hại đối với sức khỏe. Hàm lượng chì trong hải sản được kiểm soát bởi luật pháp như sau: Nhuyễn thể hai mảnh vỏ tối đa 1,5 mg/kg trọng lượng ướt.

- *Cadmium:* Cadmium là một chất gây ô nhiễm có thể được tìm thấy trong một số loài hải sản. Mức cadmium được kiểm soát bởi luật pháp. (Nhuyễn thể hai mảnh vỏ 1,0 mg/kg).

2.4.5. Xuất khẩu mặt hàng thủy sản vào UK sau 2 năm tận dụng ưu đãi thuế quan

Xuất khẩu mặt hàng nhuyễn thể năm 2021 đạt 866 tấn tương ứng với 3,4 triệu USD, tăng 32% về lượng và 35% về trị giá so với năm 2020.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu các mặt hàng nhuyễn thể từ Việt Nam sang thị trường UK đạt 607 nghìn tấn tương ứng với 2,9 triệu USD, tăng 88,6% về lượng và 159,6% về trị giá so với năm 2021.

Có thể thấy kể từ khi UKVFTA đưa vào thực thi, thuế quan được thực hiện ngay đối với nhóm hàng nhuyễn thể, tăng trưởng của nhóm hàng này tương đối cao. Các doanh nghiệp đã tận dụng được ưu đãi mang lại từ Hiệp định để đẩy mạnh xuất khẩu.

2.4.6. Kịch bản khai thác thị trường giai đoạn 2022-2025

Dự báo trong thời gian tới thị trường thủy sản ở Vương quốc Anh có thể trở nên cạnh tranh hơn do lạm phát cao và tăng trưởng kinh tế thấp. Sức mua giảm cùng với các yêu cầu kỹ thuật ngày càng chặt chẽ của Vương quốc Anh buộc các nhà xuất khẩu thủy sản trên toàn cầu phải cân nhắc các mục tiêu kinh doanh của mình trong trước mắt trong năm 2022.

Số liệu mới nhất cho thấy tỷ lệ lạm phát là 11,1% và tăng trưởng kinh tế thấp, khiến ngành thủy sản phải đối mặt với khó khăn về sức mua giảm và người tiêu dùng Anh Quốc đang cẩn trọng hơn với việc chi tiêu và các lựa chọn tiêu thụ thủy sản hàng ngày. Mặc dù vậy về trung hạn, với đặc điểm tiêu thụ nhiều thủy hải sản, Vương quốc Anh vẫn mang lại nhiều cơ hội cho các công ty thủy sản và đặc biệt là các nhà sản xuất cá hồi.

Với lợi thế thuế quan và đà tăng trưởng thuận lợi như hiện nay, kịch bản tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng nhuyễn thể từ Việt Nam sang UK giai đoạn 2022-2025 được dự báo như sau:

Kịch bản 1: Trong kịch bản tích cực khi nhu cầu toàn cầu phục hồi mạnh, chuỗi cung ứng hàng hoá được đảm bảo thông suốt, tăng trưởng xuất khẩu trung bình được dự báo ở mức 20%/năm. Khi đó, xuất khẩu các mặt hàng nhuyễn thể sang Vương quốc Anh có thể đạt 5 triệu USD năm 2025.

Kịch bản 2: Trong kịch bản trung bình khi nhu cầu toàn cầu phục hồi ở mức tương đối, chuỗi cung ứng hàng hoá được cải thiện một phần, tăng trưởng xuất khẩu trung bình được dự báo ở mức 10%/năm. Khi đó, xuất khẩu các mặt hàng nhuyễn thể sang Vương quốc Anh có thể đạt khoảng 3,8 triệu USD năm 2025.

Kịch bản 3: Trong kịch bản kém tích cực khi nhu cầu toàn cầu chưa được cải thiện, chuỗi cung ứng hàng hoá đứt gãy và bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố bất thường (dịch bệnh, căng thẳng địa chính trị, các biện pháp trừng phạt kinh tế giữa các quốc gia,...), kim ngạch xuất khẩu năm 2025 được dự báo xấp xỉ bằng năm 2022 ở mức dưới 3 triệu USD.

2.5. Kích bản khai thác thị trường với nhóm hàng thủy sản khác



2.5.1. Nhu cầu nhập khẩu của thị trường UK với một số các mặt hàng thủy sản khác

a) Mặt hàng sữa

Theo số liệu thống kê theo mã HS (6 chữ số) của Vương quốc Anh, lượng nhập khẩu sữa vào UK trong 8 tháng đầu năm 2022 đạt 26,4 tấn với trị giá 10,6 triệu bảng Anh, trong đó nhập khẩu từ Hồng Kông đạt 15,4 tấn với trị giá 72 nghìn bảng Anh.

b) Mặt hàng cá bơn

Đối với mặt hàng cá bơn, lượng nhập khẩu cá bơn vào UK trong 8 tháng đầu năm đạt 1670 tấn với trị giá 103 nghìn Anh, trong đó nhập khẩu từ Na Uy đạt 527,8 tấn với trị giá 4,9 triệu bảng Anh, nhập khẩu từ Iceland đạt 692 tấn với trị giá 2,5 triệu bảng Anh, nhập khẩu từ Tây Ban Nha đạt 72,2 tấn với trị giá 854 nghìn bảng Anh.

c) Mặt hàng cá rô phi và cá chép

Đối với mặt hàng rô phi và cá chép, lượng nhập khẩu vào UK trong 8 tháng đầu năm đạt 71 tấn với trị giá 357 nghìn Anh, trong đó nhập khẩu từ Colombia đạt 67 tấn với trị giá 336 nghìn bảng Anh, nhập khẩu từ Ấn Độ đạt 960 tấn với trị giá 6,1 nghìn bảng Anh.

2.5.2. Tình hình xuất khẩu các mặt hàng thủy sản khác từ Việt Nam sang thị trường UK

Xuất khẩu mặt hàng thủy sản khác từ Việt Nam sang thị trường UK năm 2021 đạt 4,3 nghìn tấn tương ứng với trị giá 21,3 triệu USD, giảm 31% về lượng và giảm 22% về trị giá so với năm 2020.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu các mặt hàng thủy sản trong 7 tháng đầu năm 2022 từ Việt Nam sang thị trường UK đạt 1,7 nghìn tấn tương ứng với 7,7 triệu USD, giảm 40% về lượng và 40% về trị giá so với năm 2021.

Đối với các mặt hàng thủy sản khác, nhiều nhóm hàng không được cắt giảm thuế quan ngay mà sẽ giảm thuế theo lộ trình 3 năm, 5 năm, 7 năm. Các mặt hàng này phần lớn không phải mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Đối với các mặt hàng này, UK có xu hướng mở rộng nhập khẩu từ các thị trường truyền thống như Iceland, Tây Ban Nha, châu Mỹ, Ấn Độ.

Nhập khẩu từ Việt Nam với các nhóm hàng giảm trong giai đoạn vừa qua có thể thấy đến từ 2 nguyên nhân: dịch bệnh Covid-19 và suy giảm kinh tế hậu đại dịch đã tác động tiêu cực tới cầu tiêu dùng hàng hóa; về mặt thuế quan, các mặt hàng này không được hưởng cam kết cắt giảm thuế quan ngay (nhóm A).

2.5.3. Kịch bản khai thác thị trường giai đoạn 2022-2025

Dự báo trong thời gian tới thị trường thủy sản ở Vương quốc Anh có thể trở nên cạnh tranh hơn do lạm phát cao và tăng trưởng kinh tế thấp. Sức mua giảm cùng với các yêu cầu kỹ thuật ngày càng chặt chẽ của Vương quốc Anh. Bên cạnh đó, các chương trình thúc đẩy xuất khẩu thủy sản trong nước của UK và chương trình đẩy mạnh sản xuất và xuất khẩu của Ireland có thể tăng mức độ cạnh tranh của ngành hàng.

Trong dài hạn, việc các nền kinh tế hồi phục dần song song với các cam kết thuế quan được thực thi để nâng số lượng mặt hàng có thuế suất 0% là các yếu tố hỗ trợ thúc đẩy xuất khẩu. Kịch bản dự báo xuất khẩu của nhóm hàng này sẽ là có sự sụt giảm trong ngắn hạn (2022-2023) và phục hồi trong giai đoạn (2024-2025).

PHẦN III

KHUYẾN NGHỊ VỚI DOANH NGHIỆP

3.1. Các thông tin hữu ích

3.1.1. Lưu ý cập nhật các thông báo về SPS Tại Việt Nam

Văn phòng Thông báo và Điểm hỏi đáp quốc gia về Vệ sinh dịch tễ và Kiểm dịch động thực vật Việt Nam (gọi tắt là Văn phòng SPS Việt Nam) đã được chính thức thành lập theo Quyết định số 99/2005/QĐ-TTg ngày 09/5/2005 của Thủ tướng Chính phủ. Văn phòng SPS Việt Nam là đầu mối thực hiện các nghĩa vụ minh bạch hóa theo yêu cầu của Hiệp định SPS của WTO, thực hiện chức năng là kênh thông tin chính thức giữa Việt Nam và các thành viên WTO về các vấn đề SPS. Văn phòng này có nhiệm vụ thông báo và hỏi đáp các nội dung và quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật; yêu cầu các nước thành viên của WTO cung cấp thông tin về các biện pháp, thủ tục đánh giá rủi ro về thanh tra, kiểm tra và các vấn đề liên quan khác về vệ sinh an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật. Văn phòng SPS Việt Nam là đơn vị trực thuộc Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và đặt trụ sở tại Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn. Các thông báo về SPS có thể được cập nhật hàng ngày tại các địa chỉ sau:

- Trang tra cứu thông báo và dự thảo quy định SPS của các nước thành viên WTO của Văn phòng SPS Việt Nam: <http://www.spsvietnam.gov.vn/thongbao-cac-nuoc-thanh-vien>
- Trang tra cứu các biện pháp SPS của WTO, cung cấp nhiều thông tin về Hiệp định và hoạt động liên quan đến SPS trên toàn thế giới: http://www.wto.org/english/tratop_e/sps_e/sps_e.htm
- Cổng thông tin điện tử của diễn đàn thông báo và trao đổi thông tin Bảo vệ Thực vật Quốc tế (IPP): <http://www.ippc.int>.
- Thông tin về các hoạt động của Tổ chức Thú y thế giới (OIE): <http://www.oie.int>.
- Tiêu chuẩn Codex: <http://www.codexalimentarius.net>.

3.1.2. Lưu ý về TBT

Đánh dấu và ghi nhãn là nhóm biện pháp TBT được áp dụng phổ biến nhất hiện nay, và trong nhiều trường hợp quy định về đánh dấu và ghi nhãn hàng hóa gây ra bất cập, tổn kém chi phí cho doanh nghiệp (đặc biệt trong trường hợp hàng hóa xuất khẩu đã tới cảng đến và bị giữ lại không cho lưu thông ra thị trường vì lý do nhãn, mác chưa đúng quy cách). Do đó, cùng với các quy định về ghi nhãn của UK, doanh nghiệp cũng cần tìm hiểu các cam kết về nhóm biện pháp này trong

UKVFTA để có chuẩn bị tuân thủ, tránh những rắc rối không cần thiết khi xuất khẩu, đồng thời có biện pháp xử lý, thông tin cho cơ quan Chính phủ để bảo vệ quyền lợi của mình trong trường hợp yêu cầu TBT về nhãn mác của phía nhập khẩu UK vi phạm cam kết EVFTA. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng phải thường xuyên cập nhật về những thay đổi trong quy định của UK về ghi nhãn và đánh dấu đối với hàng hóa để kịp thời đáp ứng.

3.1.3. Lưu ý về bảo hộ chỉ dẫn địa lý

Số lượng các chỉ dẫn địa lý Việt Nam đã đăng ký bảo hộ còn quá ít so với các nhãn hiệu thương mại đã đăng ký. Vì vậy, khả năng xảy ra tình trạng một chỉ dẫn địa lý dù đáp ứng đầy đủ các điều kiện để được bảo hộ nhưng lại trùng lặp hoặc tương tự một nhãn hiệu đã đăng ký trước có thể là rất lớn. Trong trường hợp này, mặc dù các cộng đồng sở hữu chỉ dẫn địa lý vẫn có các quyền được bảo hộ nhất định nhưng bị hạn chế và theo các điều kiện quy định.

Vì vậy, các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sẽ cần phải đặc biệt lưu ý tới cam kết về chỉ dẫn địa lý trong UKVFTA để có thể bảo vệ tốt nhất lợi ích liên quan của mình, tránh trường hợp bị các doanh nghiệp nước ngoài đăng ký bảo hộ nhãn hiệu trước và mất quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý cho các sản phẩm đặc sản của mình.

3.1.4. Lưu ý về chứng nhận xuất xứ C/O

Một số vấn đề trong triển khai quy định về xuất xứ UKVFTA mà cộng đồng doanh nghiệp cần chú ý như: Cơ chế chứng nhận xuất xứ khi GSP của Vương quốc Anh (UK) chấm dứt (01/01/2023); Một số điểm khác biệt tại UKVFTA so với FTA Việt Nam tham gia; Phương án cấp C/O cho lô hàng chia nhỏ tại EU rồi đưa sang UK; một số điểm sửa đổi, bổ sung Nghị định 31/2018/NĐ-CP.

3.1.5. Lưu ý trong giao dịch mua bán hàng hóa

Gần đây, tại một số nước như Bắc Âu, Ý, Pháp, Hà Lan... xuất hiện tình trạng mạo danh các công ty nhập khẩu uy tín để lừa đảo các doanh nghiệp nước ngoài. Các đối tượng lừa đảo (thường từ các khu vực Trung Đông hoặc châu Phi) lợi dụng tâm lý cho rằng các nước thuộc châu Âu là các nước phát triển, hệ thống luật pháp chặt chẽ, các công ty làm ăn đảm bảo uy tín, đã lập các website giả danh các công ty có thật với địa chỉ văn phòng giả nhằm tăng sự tin tưởng của các doanh nghiệp và sử dụng những phương thức lừa đảo sau:

Doanh nghiệp Việt Nam nhận được đơn mua hàng từ doanh nghiệp có trụ sở chính trên website tại một nước khác ngoài châu Âu nhưng có ghi địa chỉ chi nhánh tại châu Âu (địa chỉ giả). Mặc dù doanh nghiệp Việt Nam và bên mua hàng sử dụng hình thức thanh toán qua tín dụng chứng từ L/C, tuy nhiên bên mua hàng thường sử dụng địa chỉ ngân hàng tại một quốc gia khác có độ tín nhiệm thấp. Trên thực tế, các chứng từ nêu trên nhiều khả năng bị làm giả và rất khó xác minh.

Ngoài ra, phía ngân hàng Việt Nam đã chủ quan trong khâu kiểm tra và chuyển lại bộ chứng từ cho địa chỉ do đối tượng mua hàng cung cấp (không phải địa chỉ của Ngân hàng tại EU). Ngoài ra, còn có nhiều hình thức lừa đảo khác như doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam đã gửi hàng cho đối tác nhưng không được thanh toán hết số tiền còn lại. Bên nhập khẩu đưa ra lý do hàng kém chất lượng, bị hao hụt, không đúng yêu cầu nêu trong hợp đồng... nên từ chối lấy hàng, bỏ mặc hàng lưu kho với mức phí rất cao nhằm mục đích ép giá, gây thiệt hại và đẩy doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam vào tình trạng tiến thoái lưỡng nan.

Các hình thức lừa đảo ngày càng tinh vi, đa dạng và khó xác minh. Vì vậy, doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cần lưu ý, thận trọng và tìm hiểu kỹ đối tác trước khi ký kết, thực hiện hợp đồng mua bán.

3.2. Giải pháp thúc đẩy xuất khẩu sang UK

(i) Doanh nghiệp cần chủ động tìm hiểu thông tin thị trường, các quy định chính sách của UK, cùng các cam kết liên quan trong Hiệp định UKVFTA để có thể tận dụng hiệu quả các ưu đãi khi xuất khẩu sang thị trường UK

Một số công cụ thông tin mà cộng đồng doanh nghiệp có thể tham khảo:

Công cụ Trade Map (Bản đồ Thương mại của ITC)

Công cụ tra cứu Trade Map được ITC xây dựng nhằm giúp các doanh nghiệp tìm hiểu và nghiên cứu thông tin thương mại về các sản phẩm và thị trường chiến lược. Trade Map cung cấp số liệu về xuất nhập khẩu và thuế quan của từng sản phẩm của từng quốc gia với từng đối tác. Thông qua Trade Map, người dùng có thể tìm hiểu được thế mạnh xuất khẩu/nhu cầu nhập khẩu của từng đối tác thương mại và các đối thủ cạnh tranh hiện tại. Trade Map cung cấp số liệu theo từng năm, theo từng mã HS ở cấp 2, 4, hoặc 6 số, theo giá trị hoặc tỷ lệ phần trăm... Người dùng có thể trích xuất thông tin dưới dạng bảng, biểu đồ hoặc bản đồ và lọc các dữ liệu cần trích xuất theo hàng hóa, quốc gia, nhóm sản phẩm hoặc nhóm quốc gia... Trade Map là công cụ miễn phí và rất hữu hiệu đặc biệt cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ khi muốn tìm hiểu một thị trường xuất khẩu/nhập khẩu tiềm năng, đánh giá các đối thủ cạnh tranh hiện tại, để từ đó xây dựng các chiến lược xuất nhập khẩu cho doanh nghiệp mình.

Cổng Thông tin điện tử về FTA (FTAP)

Để giúp cộng đồng doanh nghiệp và người dân Việt Nam tận dụng hiệu quả các Hiệp định Thương mại tự do (FTA), đặc biệt là các FTA thế hệ mới như EVFTA, Bộ Công Thương đã phối hợp với các Bộ, ngành liên quan xây dựng và khai trương Cổng Thông tin điện tử về FTA (FTAP) vào năm 2020.

FTAP cung cấp công cụ tra cứu trực tuyến thông minh cho cộng đồng doanh nghiệp và các đối tượng quan tâm đối với cam kết của các FTA mà Việt Nam tham gia bao gồm UKVFTA, tập trung vào các cam kết thuế quan, quy tắc xuất xứ, dịch vụ và đầu tư, cũng như các thông tin khác như tình hình thị trường, các quy định về xuất nhập khẩu, phát triển bền vững v.v.

(ii) Ngoài việc tuân thủ các quy định và quy chuẩn bắt buộc của UK, doanh nghiệp cần phải đáp ứng các yêu cầu riêng của các nhà nhập khẩu, cùng những tiêu chuẩn, chứng nhận quốc tế cần thiết

Yêu cầu bổ sung về an toàn thực phẩm

An toàn thực phẩm là ưu tiên hàng đầu trong tất cả các lĩnh vực thực phẩm của UK, nên hầu hết người mua đều yêu cầu các hình thức chứng nhận bảo đảm. Các tiêu chuẩn, chứng nhận phổ biến thường được yêu cầu tại UK như:

- Tiêu chuẩn GlobalGAP: Đây là tiêu chuẩn phổ biến nhất và trở thành giấy thông hành thuận lợi khi tiếp cận thị trường UK. Tiêu chuẩn này bao hàm toàn bộ quá trình sản xuất ra sản phẩm, từ đầu vào trang trại như thức ăn, giống và các hoạt động nuôi trồng cho đến khi thành phẩm và rời khỏi trang trại đến tay người tiêu dùng. Mục tiêu cơ bản của tiêu chuẩn GlobalGAP là an toàn thực phẩm và truy xuất nguồn gốc, đồng thời bảo đảm các vấn đề khác như: an toàn sức khỏe, phúc lợi cho người lao động và bảo vệ môi trường.

- Việc thực hiện Hệ thống Quản lý chất lượng (QMS) cũng cần được quan tâm. Hệ thống này dựa trên Phân tích mối nguy và kiểm soát điểm tới hạn.

- Ngoài ra, một số hệ thống quản lý an toàn thực phẩm khác cũng có thể được yêu cầu như Tiêu chuẩn toàn cầu (BRC), Tiêu chuẩn thực phẩm (IFS), Chương trình thực phẩm chất lượng an toàn (SQF), FSSC 22000 hoặc các tiêu chuẩn ngành khác

Yêu cầu bổ sung về bền vững

Chứng nhận bền vững liên quan đến cơ sở chế biến cũng như địa điểm sản xuất chính mà từ đó cung cấp nguyên liệu thủy sản thô. Bất kể đó là tàu đánh cá hay trang trại cá, ngày càng có nhiều người mua UK yêu cầu các cơ sở sản xuất chính phải được chứng nhận.

Chương trình chứng nhận bền vững được chấp nhận phổ biến nhất ở UK đối với hải sản đánh bắt tự nhiên là của Hội đồng Quản lý hàng hải (MSC). Chương trình chứng nhận bền vững được chấp nhận phổ biến nhất đối với thủy sản nuôi trồng là của Hội đồng Quản lý nuôi trồng thủy sản (ASC). Ngoài ra, còn có một số chương trình chứng nhận khác như Dự án Cải thiện nghề cá (FIP), Friends of the Sea... Chứng nhận tuân thủ xã hội cũng giống như chứng nhận an toàn thực phẩm, chứng nhận tuân thủ xã hội chủ yếu liên quan đến các cơ sở chế biến. Các chứng chỉ này liên quan đến quyền, sức khỏe và thu nhập của những người làm việc trong cơ sở sản xuất và cả trong chuỗi cung ứng rộng lớn hơn. Tại UK, các chương trình công nhận tuân thủ xã hội của bên thứ ba được chấp nhận rộng rãi nhất là Tiêu chuẩn SA8000 về Trách nhiệm xã hội (SAI) và Sáng kiến Tuân thủ xã hội của doanh nghiệp (BSCI).

Chứng nhận thương mại công bằng

Các sản phẩm được chứng nhận thương mại công bằng cũng đang phát triển ở UK. Tiêu chuẩn thương mại công bằng phổ biến nhất là Fairtrade. Muốn sản phẩm được chứng nhận thương mại công bằng, cơ sở chứng nhận được công nhận phải kiểm tra các cơ sở trồng trọt và chế biến. Các cơ sở chứng nhận được công nhận bao gồm Control Union, Ecocert, Flocert, ProCert và SGS.

Các yêu cầu đối với thị trường ngách

Thị trường ngách bán lẻ cao cấp yêu cầu sử dụng công nghệ mới như truy xuất nguồn gốc hoặc blockchain và mức độ kiểm soát cao hơn nhiều đối với chuỗi cung ứng. Người tiêu dùng quan tâm hơn đến nguồn gốc thủy sản, điều này khuyến khích việc truy xuất nguồn gốc trong bán lẻ và cũng kích thích sự gia tăng của thủy sản được chứng nhận hữu cơ. Thủy sản hữu cơ chỉ có thể có nguồn gốc từ nuôi trồng thủy sản vì các quy định hữu cơ của UK trong đó tất cả thủy sản hữu cơ nhập khẩu phải tuân thủ, không cho phép hải sản đánh bắt tự nhiên được chứng nhận là thủy sản hữu cơ. Các mặt hàng phổ biến nhất được tìm thấy trong phân khúc hữu cơ là các loài như tôm và cá hồi. Người mua ở UK sẵn sàng trả một khoản phí bảo hiểm đáng kể cho thủy sản có chứng nhận hữu cơ. Cá và tôm sinh thái thường được bán với giá cao hơn từ 15% đến 40%. Để tiêu thụ thủy sản hữu cơ trên thị trường UK, yêu cầu tối thiểu cần đáp ứng là Quy định về thủy sản hữu cơ của UK.

(iii) Kiểm soát chặt chẽ toàn bộ quy trình sản xuất, đảm bảo truy xuất nguồn gốc, chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm, đáp ứng các yêu cầu, tiêu chuẩn kỹ thuật của thị trường UK.

(iv) Xây dựng vùng nguyên liệu bền vững, chú trọng từ khâu giống, nhằm tạo nguồn cung ứng ổn định về số lượng, đồng đều về chất lượng cho chế biến, xuất khẩu. Đẩy mạnh liên kết chuỗi từ ao nuôi, tàu cá đến thu mua nguyên liệu và chế biến, xuất khẩu; đồng thời, có thể tìm kiếm hợp tác với các đối tác đầu tư nước ngoài để tận dụng nguồn vốn và công nghệ tiên tiến. Ngoài ra có thể tham khảo kinh nghiệm của các nước cạnh tranh như Trung Quốc, Ấn Độ, Thái Lan... Đối với khai thác thủy hải sản, cần đầu tư đổi mới nâng cấp tàu có khả năng đánh bắt xa bờ, tàu có công suất lớn hiện đại, có khả năng bảo quản tốt và có thể chế biến ngay trên biển.

(v) Đa dạng hóa mặt hàng xuất khẩu và gia tăng các sản phẩm chế biến sâu. Lựa chọn phân khúc thị trường và kênh phân phối phù hợp với sản phẩm và quy mô của doanh nghiệp; chú trọng tìm hiểu thị hiếu, đặc trưng thị trường. Ví dụ, nếu sản phẩm đã có thương hiệu nên tiếp cận phân khúc thị trường bán lẻ chuyên ngành sẽ được giá cao hơn nhưng đòi hỏi chất lượng sản phẩm ổn định thay vì bán sản phẩm cho các nhà bán lẻ đã có thương hiệu sau đó họ sẽ đóng gói dưới thương hiệu của họ, hoặc bán sản phẩm thô.

(vi) Tăng cường áp dụng khoa học công nghệ, phát triển các hệ thống sản xuất và chế biến hiện đại, từ đó tối ưu hóa quá trình sản xuất để nâng cao chất lượng, giá trị gia tăng cho sản phẩm, giúp thủy sản Việt tiến dần tới các tiêu chuẩn quốc tế và tạo lợi thế cạnh tranh.

(vii) Gia tăng sản phẩm trên các thị trường ngách; tiếp cận thêm các thị trường mới thông qua các chuỗi siêu thị và các cửa hàng bán lẻ. Đầu tư phát triển các dòng sản phẩm hữu cơ cũng là một hướng đi triển vọng do ngày càng nhiều người tiêu dùng UK có xu hướng chuộng sử dụng hàng hóa có nguồn gốc tự nhiên, thân thiện với môi trường. Cải thiện mẫu mã, bao bì sản phẩm, chú trọng đóng gói, nhãn mác phù hợp với thẩm mỹ và tập quán tiêu dùng tại UK; đồng thời tăng tính tiện lợi của sản phẩm. Đẩy mạnh xây dựng và phát triển thương hiệu.

(viii) Đa dạng hóa các hình thức quảng bá, xúc tiến thương mại, tận dụng các công cụ trực tuyến nhưng cũng không nên bỏ qua các hình thức truyền thống như các hội chợ khu vực./.

