

Hấp dẫn thị trường bánh kẹo Việt Nam

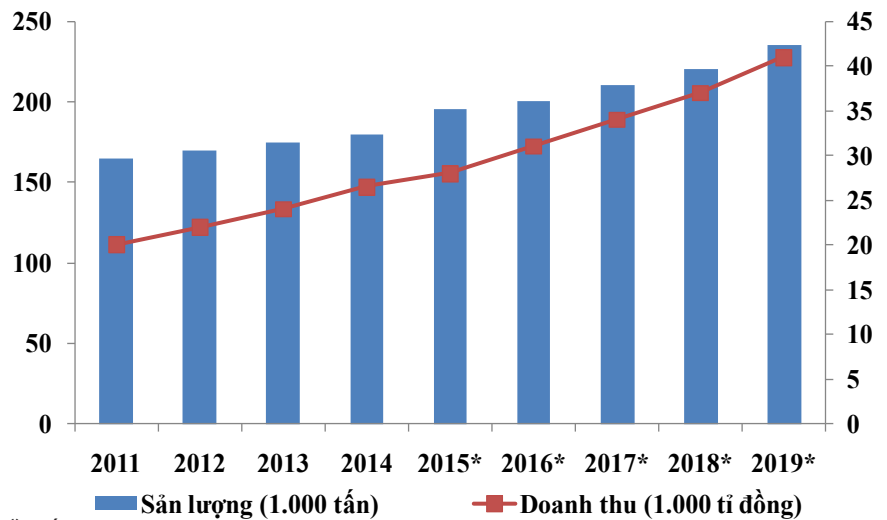
ANH TÙNG

Bánh kẹo - loại sản phẩm không đòi hỏi công nghệ cao, không là mặt hàng thiết yếu trong đời sống, nhưng doanh thu không hề nhỏ và ngày càng phát triển.

Những năm qua, ngành bánh kẹo Việt Nam có tốc độ tăng trưởng cao và ổn định, với sản lượng hàng năm trên 150 ngàn tấn, doanh thu năm 2014 đạt 27 ngàn tỉ đồng (BĐ 1). Mức tăng trưởng doanh thu hàng năm toàn ngành bình quân trong giai đoạn 2010 – 2014 đạt 10%, trong khi con số này trong giai đoạn 2006 – 2010 là 35%, dự báo từ 2015- 2019 mức tăng trưởng khoảng 8- 9%.

Số liệu về ngành bánh kẹo Việt Nam được thống kê dưới đây theo hai nhóm sản phẩm: **nhóm sản phẩm bánh kẹo** gồm các sản phẩm bánh quy, cookies và crackers, bánh snacks, kẹo và sôcôla; và **nhóm sản phẩm bánh mì** gồm bánh mì, bánh cake và bánh pastry.

BĐ 1: Phát triển ngành bánh kẹo Việt Nam



Nguồn: Vũ Ánh Nguyệt, Báo cáo ngành VietinbankSc, Ngành Bánh kẹo Việt Nam.

Nhóm bánh mì:



Bánh mì

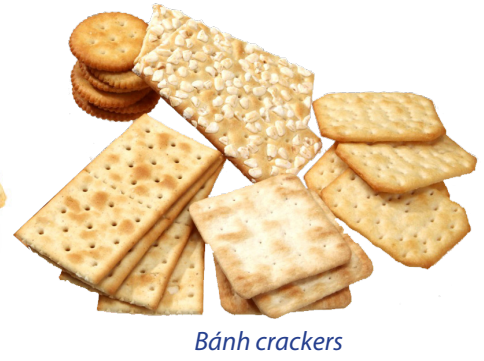


Bánh cake



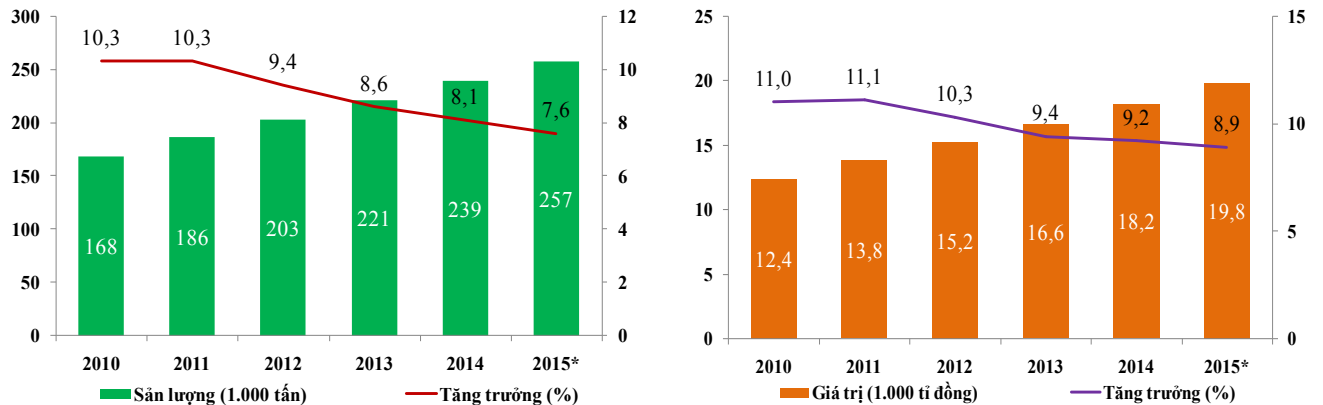
Bánh pastry

Nhóm bánh kẹo:



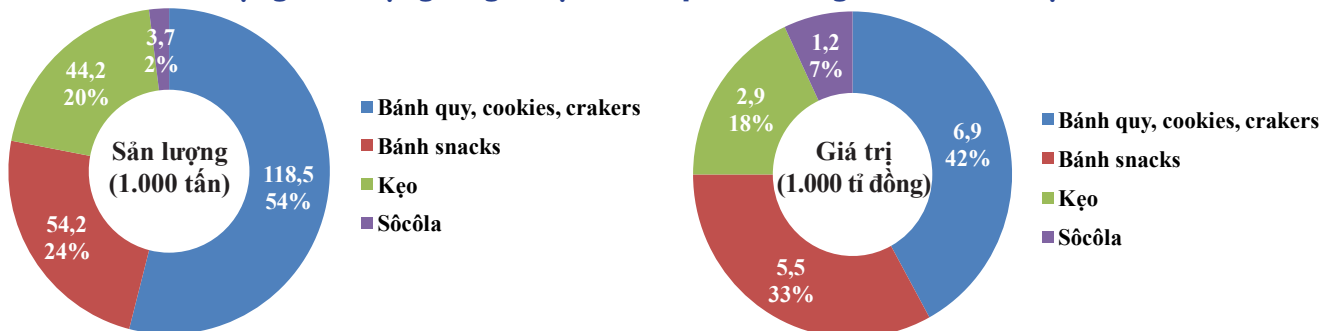
Nhóm sản phẩm bánh kẹo từ 2010 đến nay tăng đều về sản lượng lẫn giá trị, năm 2013 sản lượng đạt 221 ngàn tấn với 16,6 ngàn tỉ đồng, nhưng mức tăng trưởng giảm dần (BĐ 2). Các loại bánh quy, cookies và crackers chiếm tỉ trọng cao nhất trong nhóm sản phẩm này, kể đến là các loại bánh snacks, kẹo các loại và sôcôla (BĐ 3).

BĐ 2: Phát triển sản lượng và giá trị thị trường nhóm sản phẩm bánh kẹo



Nguồn: Agrofood Research Report, EU- VietNam Business Network; Euromonitor International, VPBS research.

BĐ 3: Tỉ trọng sản lượng và giá trị các sản phẩm trong nhóm bánh kẹo, năm 2013

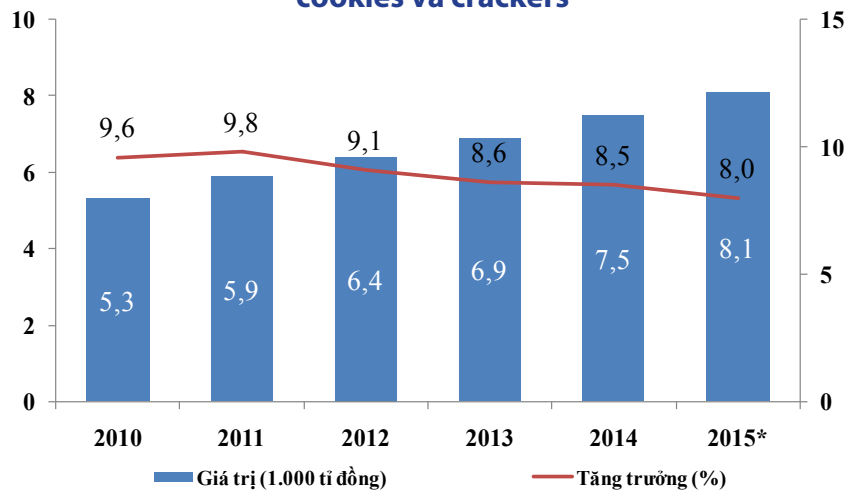


Nguồn: Agrofood Research Report, EU- VietNam Business Network; Euromonitor International, VPBS research.

Giai đoạn 2010 đến 2013 tăng trưởng bình quân hàng năm các loại bánh quy, cookies và crackers là 9,2% (BĐ 4), các loại bánh snacks là 9,5% (BĐ 5). Dù giá trị thị trường không bằng các loại bánh, nhưng kẹo có mức tăng trưởng cao nhất trong giai đoạn này, đạt bình quân 12,6% (BĐ 6).

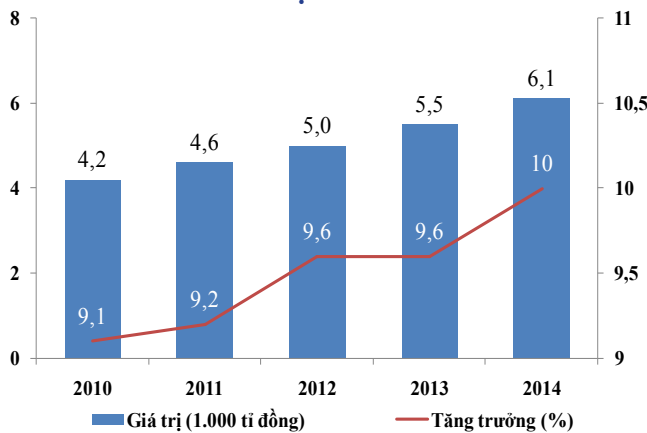
Nhóm sản phẩm bánh mì từ 2010 đến nay cũng theo xu thế tăng về sản lượng và giá trị, tỉ lệ tăng trưởng hàng năm gia tăng trong giai đoạn 2010-2012, nhưng có xu hướng giảm thấp từ đó đến nay (BĐ 7). Trong nhóm này, bánh pastry chiếm tỉ trọng thấp nhất (2%), kể đến là bánh cake (21%), còn lại 77% là bánh mì (BĐ 8).

BĐ 4: Giá trị thị trường và tăng trưởng của các loại bánh quy, cookies và crackers



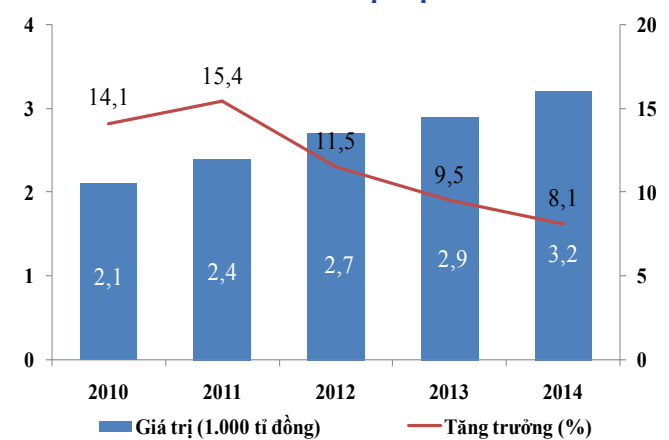
Nguồn: Agrofood Research Report, EU - VietNam Business Network; Euromonitor International, VPBS research.

BĐ 5: Giá trị thị trường và tăng trưởng của các loại bánh snacks



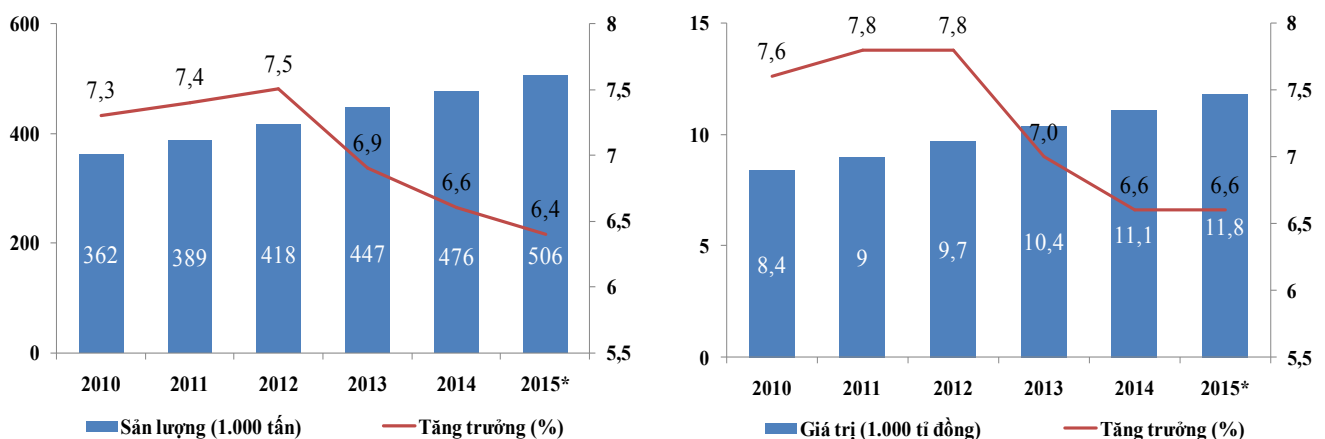
Nguồn: Agrofood Research Report, EU - VietNam Business Network; Euromonitor International, VPBS research.

BĐ 6: Giá trị thị trường và tăng trưởng của các loại kẹo



Nguồn: Agrofood Research Report, EU - VietNam Business Network; Euromonitor International, VPBS research.

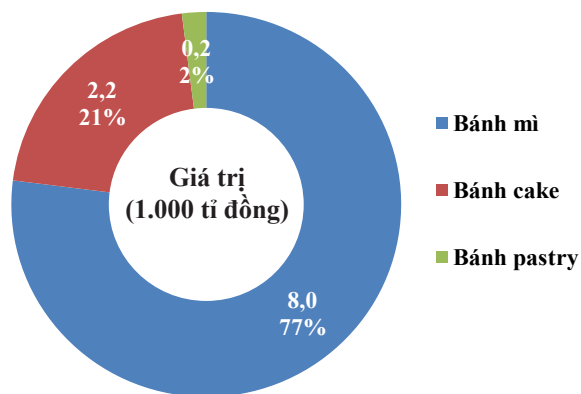
BĐ 7: Phát triển sản lượng và giá trị thị trường các loại bánh mì



Nguồn: Agrofood Research Report, EU - VietNam Business Network; Euromonitor International, VPBS research.

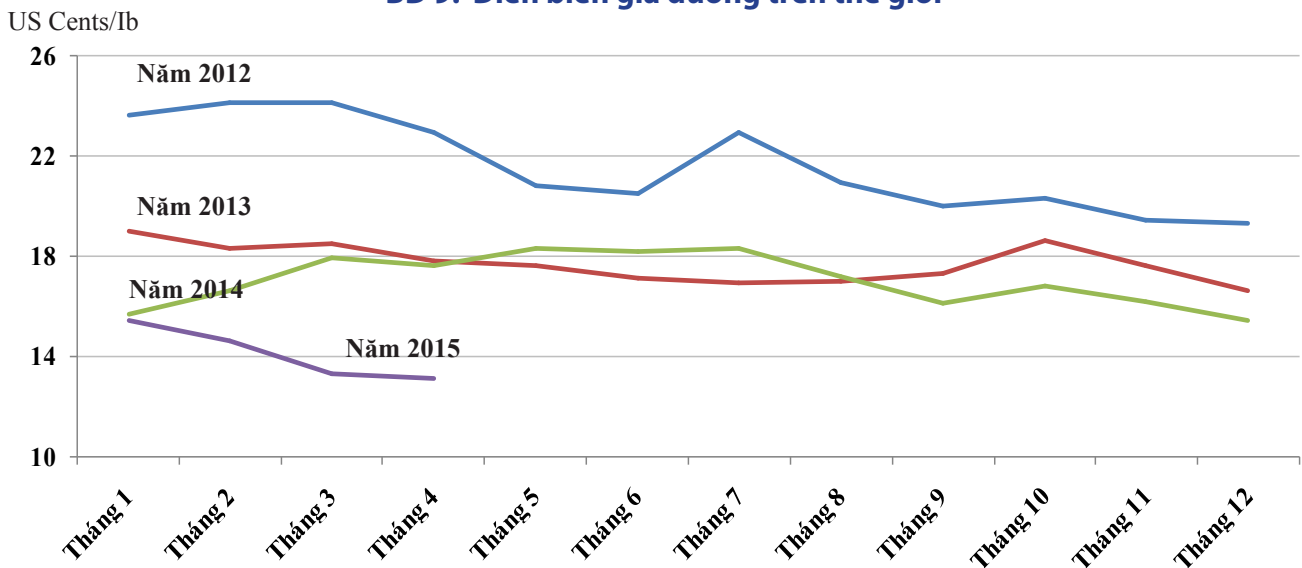
Các sản phẩm bánh kẹo vô cùng phong phú và mỗi nhà sản xuất lại có những dòng sản phẩm đặc trưng, tạo ưu thế riêng trên thị trường. Dù dưới bất kỳ dạng thức nào, thành phần nguyên liệu trong các sản phẩm bánh kẹo chủ yếu vẫn là đường và bột mì, chiếm đến 35-40%. Với việc Việt Nam hầu như phải nhập toàn bộ bột mì và một phần đường, trong bối cảnh giá đường thế giới liên tục giảm trong những năm vừa qua (nhất là những tháng đầu năm 2015) và giá lúa mì cũng được dự báo sẽ tiếp tục giảm mạnh trong thời gian tới, sẽ khá thuận lợi cho ngành bánh kẹo (BĐ 9, Bảng 1).

BĐ 8: Tỷ trọng các sản phẩm trong nhóm bánh mì
(Theo giá trị thị trường, năm 2013)



Nguồn: Agrofood Research Report, EU - VietNam Business Network; Euromonitor International, VPBS research.

BĐ 9: Diễn biến giá đường trên thế giới



Nguồn: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), Food Outlook, 2015; International Sugar Agreement (ISA).

Bảng 1: Thị trường lúa mì thế giới

ĐVT: Triệu tấn

	2013 / 2014	2014 / 2015	2015 / 2016
Sản lượng	717,2	729,5	719,1
Thương mại	156,7	153,0	151,0
Tổng sử dụng	965,3	711,7	716,1
Thực phẩm	480,8	484,6	488,8
Chăn nuôi	128,1	139,0	139,4
Khác	86,4	88,1	87,9
Dự trữ	189,4	200,0	198,9
Chỉ số giá (2002-2004 = 100) (FAO)	194	181	157

Nguồn: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), Food Outlook, 2015.

Khoảng 70% sản lượng bánh kẹo sản xuất trong nước được tiêu thụ ở thị trường nội địa. Tiềm năng thị trường bánh kẹo ở Việt Nam còn rất lớn, bởi mức tiêu thụ bánh kẹo trên đầu người hiện chỉ khoảng 2 kg, thấp hơn mức trung bình của thế giới (2,8 kg/người/năm); dân số đông và khá trẻ.

Kim ngạch xuất khẩu bánh kẹo và các sản phẩm ngũ cốc của Việt Nam đạt 453,6 triệu USD vào năm 2014, số xuất khẩu tăng đều mỗi năm nhờ các doanh nghiệp không ngừng nâng cao chất lượng và mở rộng thị trường. Hiện thị trường xuất khẩu bánh kẹo Việt chủ yếu là Campuchia và Trung Quốc (Bảng 2).

Những năm gần đây, công nghệ và các trang thiết bị sản xuất bánh kẹo của các doanh nghiệp Việt Nam đã có bước cải tiến đáng kể, hệ thống phân phối được đầu tư, giúp sản phẩm nội chiếm ưu thế. Tuy vậy, bánh kẹo ngoại vẫn len lỏi thâm nhập vào thị trường Việt Nam, nhất là từ các nước ASEAN. Giá trị các loại bánh kẹo và sản phẩm ngũ cốc nhập khẩu qua đường chính thức năm 2014 là 228 triệu USD, cao hơn năm 2013 (202 triệu USD) nhưng thấp hơn nhiều so với năm 2012 (BĐ 10).

Ngành bánh kẹo Việt Nam hiện có khoảng 30 doanh nghiệp sản xuất quy mô công nghiệp, khoảng 1.000 cơ sở sản xuất nhỏ và một số công ty nhập khẩu bánh kẹo từ nước ngoài.

Chiếm lĩnh thị trường là các doanh nghiệp lớn, theo doanh thu năm 2014,

Bảng 2: Việt Nam xuất khẩu bánh kẹo và các sản phẩm từ ngũ cốc 7 tháng đầu năm 2014

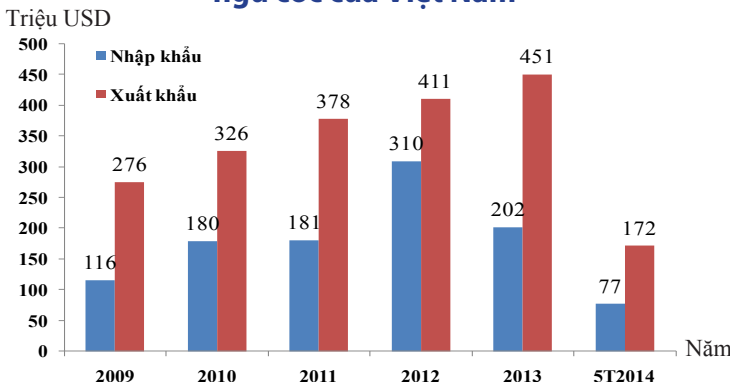
Thị trường	7T/2014	7T/2013	So sánh 7T/2014 với 7T/2013 (%)
	(1.000 USD)		
Tổng kim ngạch	242.956	246.306	-1,36
Campuchia	32.054	51.193	-37,39
Trung Quốc	22.729	19.573	16,13
Mỹ	18.441	17.368	6,18
Nhật	15.155	17.864	-15,16
Hàn Quốc	12.529	14.294	-12,34
Philippine	11.453	11.154	2,67
Pháp	9.313	6.504	43,20
Ba Lan	7.794	8.336	-6,50
Anh	7.665	7.298	5,04
Úc	7.003	4.680	49,63
Đài Loan	6.961	7.859	-11,42
Đức	6.596	7.010	-5,90
Malaysia	6.485	5.198	24,76
Nga	5.593	5.571	0,39
Hà Lan	5.485	3.544	54,77
Singapore	5.054	4.134	22,27
Tiểu Vương Quốc Ả Rập Thống Nhất	3.443	2.428	41,81
Canada	3.412	3.558	-4,1
Cộng hòa Séc	2.616	3.494	-25,12
Hồng Kông	1.593	1.535	3,78

Nguồn: <http://socongthuong.binhduong.gov.vn>, TCHQ

Tập đoàn Kinh Đô dẫn đầu, chiếm 19% thị phần (BĐ 11). Kinh Đô và Bibica những năm qua có doanh thu và lợi nhuận tương đối khả quan (BĐ 12 và BĐ 13, Bảng 3). Tuy nhiên, hiện Lotte (Hàn

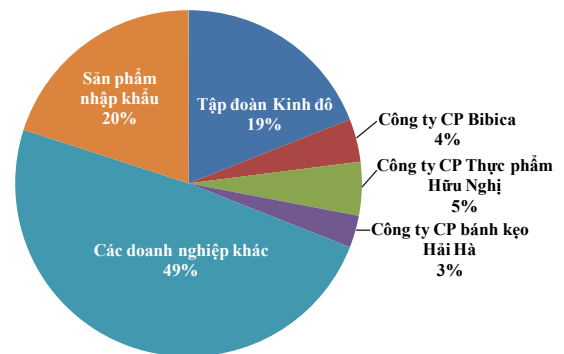
Quốc) đã sở hữu trên 44% cổ phần Bibica và chiếc ghế Chủ tịch HĐQT công ty do người Hàn nắm giữ; trong năm 2015, "đại gia" ngành bánh kẹo Việt - Kinh Đô, đã bán 80% cổ phần mảng bánh kẹo

BĐ 10: Xuất nhập khẩu bánh kẹo và các sản phẩm ngũ cốc của Việt Nam



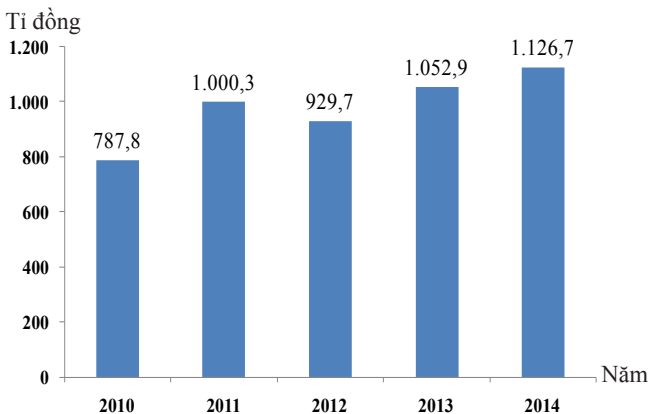
Nguồn: Nguyệt A. Vũ, Báo cáo ngành VietinbankSc, Ngành bánh kẹo Việt Nam.

BĐ 11: Thị phần bánh kẹo Việt Nam (Theo doanh thu năm 2014)



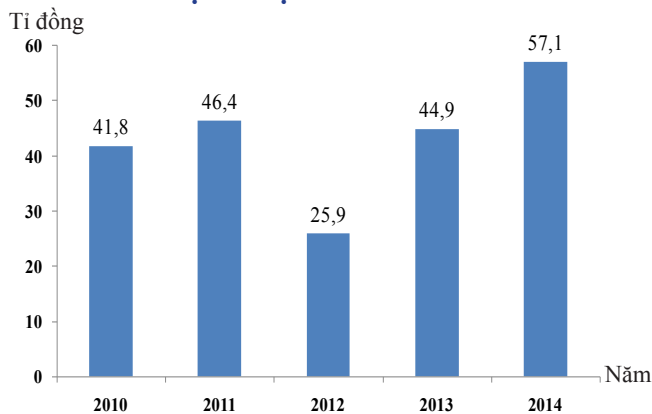
Nguồn: Vũ Ánh Nguyệt, Báo cáo ngành VietinbankSc, Ngành Bánh kẹo Việt Nam.

ĐB 12: Phát triển doanh thu của Bibica



Nguồn: Báo cáo Đại hội đồng cổ đông thường niên của Công ty Bibica, 2015

ĐB 13: Lợi nhuận sau thuế của Bibica



Nguồn: Báo cáo Đại hội đồng cổ đông thường niên của Công ty Bibica, 2015

cho Tập đoàn Mondelez International (Mỹ). Có thể nói ngành bánh kẹo trong nước gần như không còn một tên tuổi lớn nào của người Việt!

Song song đó, các gương mặt bánh kẹo ngoại xuất hiện ngày càng nhiều và nhanh chóng ở các thành phố lớn, có thể kể đến như: Tous Le Jour, Orion, Paris Baguette (Hàn Quốc); Mondelez, Mars, Kraf Food (Mỹ); Bread Talk (Singapore), Euro Cake (Thái Lan);... Thị trường bánh kẹo Việt Nam đã thu hút sự quan tâm của các doanh nghiệp nước ngoài. Bánh kẹo không phải là một sản phẩm đòi hỏi công nghệ cao, nhưng các doanh nghiệp nội địa đang đứng trước nguy cơ cạnh tranh mạnh mẽ từ các doanh nghiệp nước ngoài.

Bất chấp các biến động trên thị trường, tiềm năng phát triển ngành bánh kẹo Việt Nam rất lớn. Theo Quy hoạch phát triển ngành kỹ nghệ thực

Bảng 3: Kết quả kinh doanh của Công ty Kinh Đô

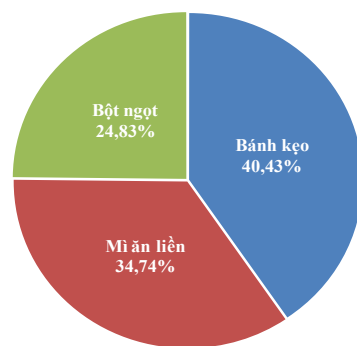
ĐVT: Tỉ đồng

	2011	2012	2013	2014
Doanh thu	4.247	4.286	4.561	4.953
Lợi nhuận sau thuế	274	354	494	536

Nguồn: Nguyễn Thị Hải Yến, Bảo Việt Securities.

phẩm Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 tại Quyết định số 202/QĐ-BCT của Bộ Công Thương, cơ cấu các nhóm sản phẩm kỹ nghệ thực phẩm theo hướng tăng tỷ trọng các nhóm sản phẩm bánh kẹo (ĐB 14). Cụ thể, đến năm 2020, ngành sản xuất bánh kẹo phấn đấu đạt sản lượng 2.200 ngàn tấn; xem xét đầu tư mới các nhà máy sản xuất bánh, kẹo cao cấp tại khu vực phía Bắc (Quảng Ninh, Hải Phòng), khu vực miền Trung (Quy Nhơn, Bình Định), khu vực phía Nam (Đồng Nai, Cần Thơ và Thành phố Hồ Chí Minh).

ĐB 14: Cơ cấu ngành kỹ nghệ thực phẩm Việt Nam năm 2020



Nguồn: Bộ Công Thương.



Lướt qua thị trường bánh kẹo thế giới

Thị trường bánh kẹo toàn cầu đã lớn và sẽ tiếp tục phát triển, ngành bánh kẹo là mảnh đất màu mỡ cho các doanh nghiệp tung hoành. Thị trường bánh kẹo lớn nhất là Mỹ, kế đến là Trung Quốc và Vương quốc Anh (Bảng 4); nơi nhập khẩu nhiều bánh kẹo cũng là Mỹ, kế là Đức và Vương quốc Anh (Bảng 5).

Doanh thu đáng nể là Tập đoàn Mondelez International Inc., năm 2014 đạt gần 28 tỉ USD (Bảng 6).

Theo số liệu năm 2011, dân các nước Hà Lan, Ý và Bỉ tiêu thụ hơn 10 kg bánh các loại/năm (BĐ 15, BĐ 16, BĐ 17); tiêu thụ trên 5 kg kẹo/năm là dân các nước Thụy

Điển, Đan Mạch, Phần Lan, Đức và Vương quốc Anh; dẫn đầu tiêu thụ kẹo sôcôla là Thụy Sĩ, trên 10 kg/người/năm, kế đến là Đức, Vương quốc Anh và Na Uy. Có thể nói, dân các nước phát triển tiêu thụ nhiều bánh kẹo. Khu vực châu Âu tiêu thụ bình quân khoảng 20 kg bánh kẹo/người/năm (Bảng 7). □

Bảng 4: 10 thị trường bánh kẹo hàng đầu thế giới, năm 2014

Thị trường	Doanh số bán lẻ (Triệu USD)
Mỹ	31.790,1
Trung Quốc	15.198,7
Vương quốc Anh	14.056,1
Nga	13.393,5
Đức	12.893,2
Brazil	10.866,8
Pháp	8.447,4
Nhật	7.795,0
Ý	5.384,1
Mexico	4.763,9

Nguồn: www.agr.gc.ca. Confectionery Products in Japan; Global Trade Atlas.

Bảng 5: 10 thị trường nhập khẩu bánh kẹo dẫn đầu thế giới, năm 2013

Thị trường	Nhập khẩu (Tỉ USD)	Nơi cung ứng và thị phần chiếm lĩnh (%)		
Mỹ	3,69	Canada: 40,8	Mexico: 26,0	Đức: 5,9
Đức	2,79	Bỉ: 21,5	Hà Lan: 5,5	Thụy Sĩ: 13,0
Vương quốc Anh	2,55	Đức: 2,2	Bỉ: 13,5	Ba Lan: 13,1
Pháp	2,32	Bỉ: 28,8	Đức: 23,9	Ý: 11,2
Canada	1,29	Mỹ: 60,7	Bỉ: 5,7	Đức: 4,9
Hà Lan	1,23	Bỉ: 32,2	Đức: 22,9	Pháp: 12,9
Bỉ	1,05	Hà Lan: 30,2	Đức: 24,9	Pháp: 16,2
Nga	0,95	Ukraine: 38,3	Đức: 14,3	Ý: 8,5
Tây Ban Nha	0,78	Pháp: 27,7	Đức: 23,8	Ý: 14,0
Ý	0,77	Đức: 38,3	Pháp: 14,7	Bỉ: 11,4
Nhật	0,71	Singapore: 25,9	Bỉ: 11,6	Mỹ: 10,5

Nguồn: www.agr.gc.ca. Confectionery Products in Japan. Global Trade Atlas.

Bảng 6: 5 Nhà sản xuất bánh kẹo hàng đầu thế giới, năm 2014

Doanh nghiệp	Doanh thu (Triệu USD)
Mondelez International Inc.	27.804,3
Mars Inc.	27.103,8
Nestlé SA	15.607,8
Ferrero Group	9.925,7
The Hershey Co.	9.530,5

Nguồn: www.agr.gc.ca. Confectionery Products in Japan; Euromonitor.



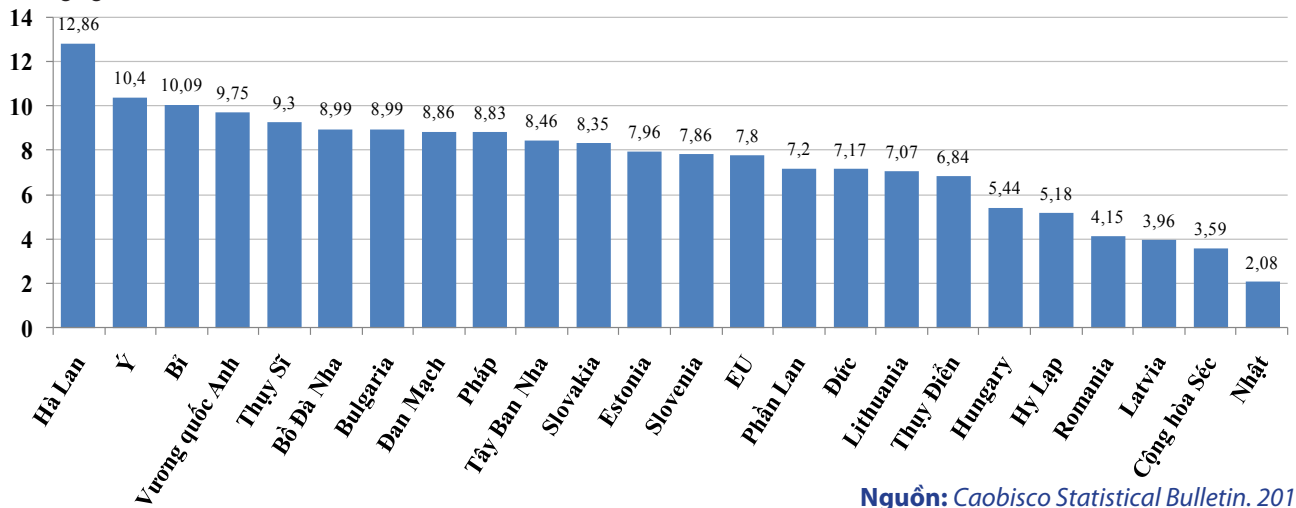
Bảng 7: Tiêu thụ bánh kẹo bình quân đầu người ở châu Âu

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2011/2006
ĐVT	kg/người/năm						%
Bánh các loại	12,32	11,26	11,3	11,13	11,6	11,18	-9,3
Kẹo	3,69	3,44	3,37	3,19	3,42	3,33	-10
Sôcôla	5,22	5,4	5,23	4,93	4,98	5,04	-3,4

Nguồn: [Caobisco Statistical Bulletin](http://www.caobisco.com). 2013

BD 15: Tiêu thụ bánh ở một số nước

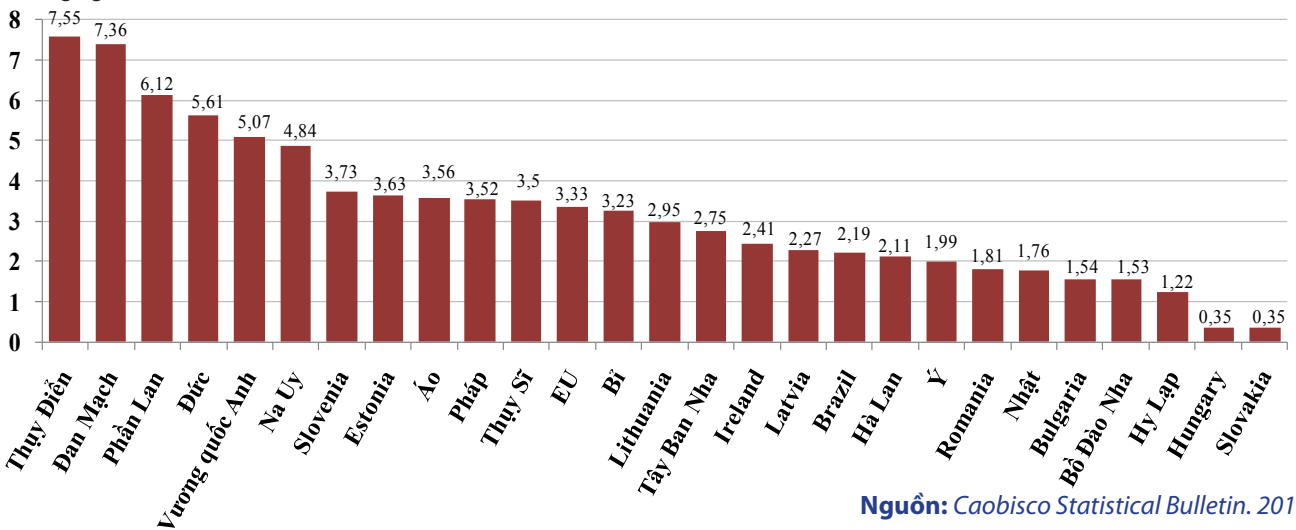
ĐVT: kg/người/năm 2011



Nguồn: Caobisco Statistical Bulletin. 2013

BD 16: Tiêu thụ kẹo ở một số nước

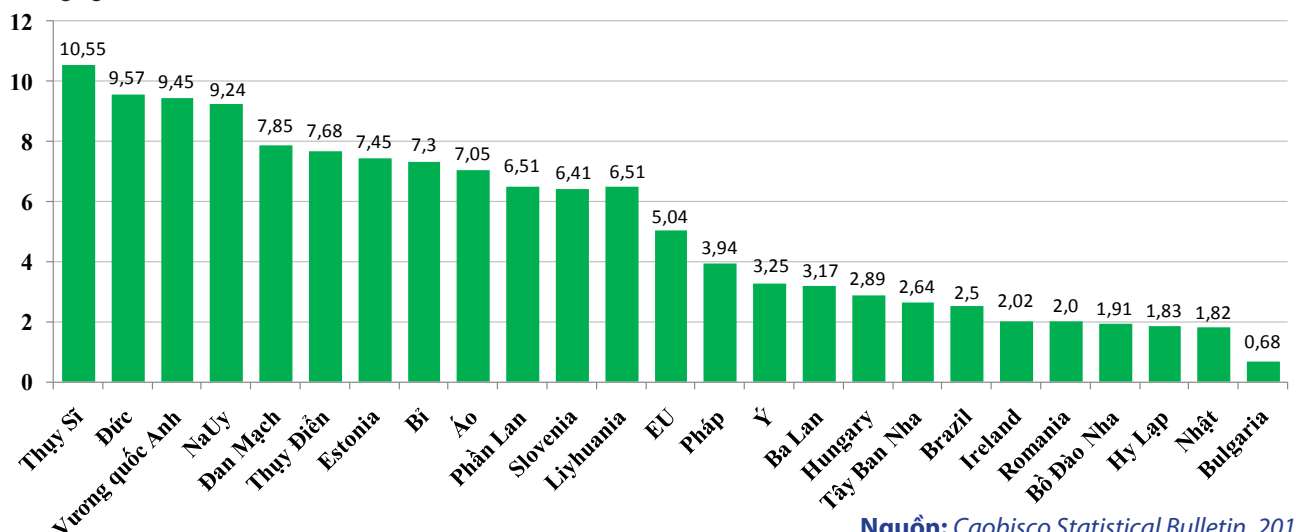
ĐVT: kg/người/năm 2011



Nguồn: Caobisco Statistical Bulletin. 2013

BD 17: Tiêu thụ kẹo sôcôla ở một số nước

ĐVT: kg/người/năm 2011



Nguồn: Caobisco Statistical Bulletin. 2013