

Hội thảo:

**TIỀM NĂNG THỊ TRƯỜNG ÚC TỪ HIỆP ĐỊNH ĐỐI TÁC TOÀN DIỆN
VÀ TIẾN BỘ XUYÊN THÁI BÌNH DƯƠNG (CPTPP)**

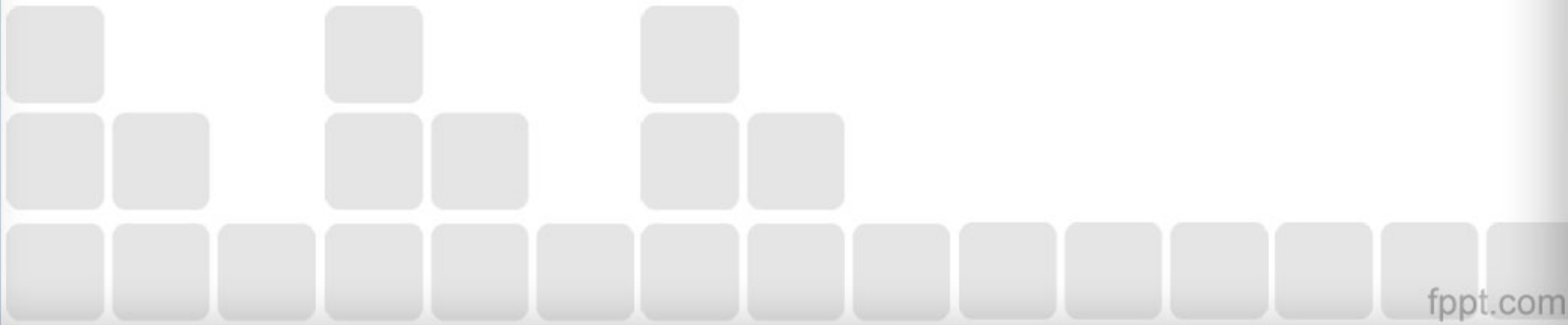
Hà Nội, Việt Nam - 04/2019

Tiềm năng của thị trường Úc nhìn từ góc độ thực tiễn

*TS. Đinh Thị Mỹ Loan
Chủ tịch Hiệp hội các nhà bán lẻ Việt Nam
Trọng tài viên Trung tâm Trọng tài Quốc tế Việt Nam*

Nội dung chính

- ❖ Một số đặc điểm thị trường Úc
- ❖ Hệ thống bán lẻ của Úc:
Làm thế nào để tiếp cận?

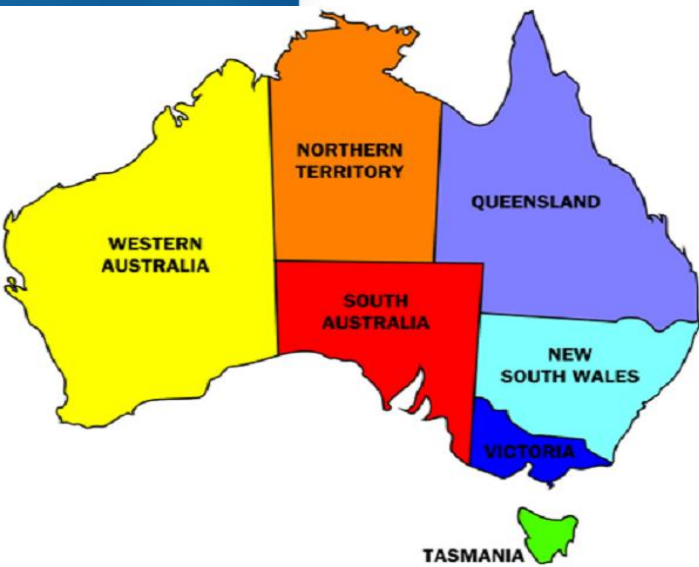


Một số đặc điểm thị trường Úc

❖ Một vài con số:

- Úc là một nền kinh tế phát triển thuộc nhóm G20,
- Dân số khoảng **25 triệu người**,
- Tổng GDP khoảng 1.390 tỷ USD, GDP bình quân đầu người đạt khoảng **50.000 USD/người/năm**.
- Nền kinh tế đã **tăng trưởng suốt 27 năm liên tục** không hề suy thoái, nhờ sức mua khá lớn, tiêu dùng tăng mạnh và chương trình đầu tư cơ sở hạ tầng của Ch/phủ nước này.

➔> **Úc là thị trường tiềm năng, tuy chỉ có 25 triệu dân, nhưng có nhu cầu nhập khẩu nhiều; là một thị trường nhiều tiềm năng cho các SP XK VNam.**



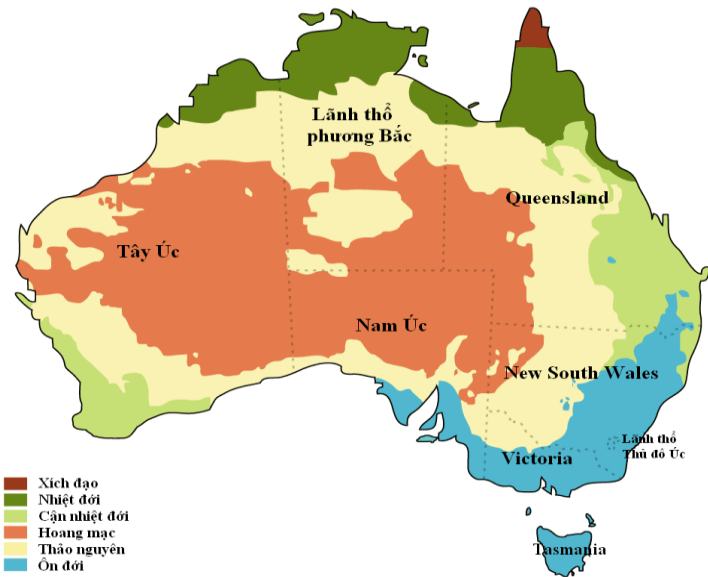
Quy mô thương mại giữa Việt Nam và Úc trong 10 năm gần đây tăng bình quân gần 10%/năm, trong đó năm 2017 tăng 22,1% và 2018 tiếp tục đà này.

Một số đặc điểm thị trường Úc

- Trong vài năm gần đây, cộng đồng doanh nghiệp Úc ngày càng quan tâm nhiều tới thị trường Việt Nam và ngược lại.
- Hiện nay, Việt Nam và Úc đã trở thành đối tác thương mại quan trọng của nhau. Chỉ trong vòng 10 năm, kể từ năm 2005, kim ngạch thương mại hai chiều năm đã tăng gấp hai lần, từ 3 tỷ lên 6 tỷ USD.
- Úc là bạn hàng xuất khẩu đứng thứ 8 và bạn hàng nhập khẩu đứng thứ 12 của Việt Nam và theo chiều ngược lại Việt Nam là bạn hàng thứ 14 của Úc cả về NK và XK

Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa Việt – Úc trung bình trong 10 năm gần đây chỉ chiếm 1,8% tổng kim ngạch XKHH của Việt Nam và chỉ chiếm 1,7% tổng kim ngạch NK của Úc. → > **XKHH của Việt Nam sang Úc còn cách xa so với tiềm năng của nước ta và nhu cầu nhập khẩu hàng hóa của phía Bạn.**

Một số đặc điểm thị trường Úc



* **Vị trí địa lý: Úc nằm ở Nam bán cầu ...**

Thời điểm mua hàng của Úc không trùng với thời điểm mua hàng của các nước ở Bắc Bán Cầu →> rất nhiều nhà cung cấp nước ngoài sẵn sàng đưa ra mức giá “hàng trái mùa” cho những lô hàng bán đi Úc.

* **Câu hỏi thực tế: Có cần đi thăm/khảo sát nhiều th/phố lớn của Úc?**

Có thể nói, hai thành phố quan trọng nhất đối với các nhà cung cấp nước ngoài là Sydney và Melbourne.

Mặc dù có diện tích rộng như nước Mỹ nhưng Úc không có những phân đoạn thị trường theo địa lý phong phú như Mỹ.

→> Vì vậy, nếu như không có nhu cầu nghiên cứu đặc biệt (ví dụ, Perth hay Brisbane nếu muốn xuất khẩu khoáng sản, dầu lửa, gas, các sản phẩm nông nghiệp, và Adelaide nếu nhằm mục tiêu vào ngành công nghiệp tự động và rượu vang), ***hầu hết chỉ cần một chuyên thăm Sydney và Melbourne là khá đủ, đặc biệt là thị trường hàng tiêu dùng.***

Một số đặc điểm thị trường Úc

Người tiêu dùng Úc: Các bạn là ai?




❖ Sở thích và thị hiếu của NTD Úc:

- Nhìn chung, NTD Úc khá bảo thủ và rất hiểu biết về vấn đề “giá cả tương xứng với giá trị”.
- Trong những năm qua, ở một số phân đoạn thị trường, thị phần giá rẻ đang suy giảm và NTD sẵn sàng trả giá cao cho những sản phẩm có chất lượng. →> Không có nghĩa là NTD Úc lúc nào cũng sẵn sàng trả giá cao. Thực tế, phần lớn họ luôn so sánh giá cả của rất nhiều nhà bán lẻ khác nhau trước khi quyết định mua hàng.

*

Quan điểm của NTD Úc đối với hàng hóa NK:

- Lựa chọn ưu tiên luôn được dành cho hàng nội địa
(*Việt Nam ta cũng vậy mà!* )

- Đại bộ phận NTD Úc có thái độ khá cởi mở đối với HHNK. Điều quyết định cuối cùng là các yếu tố như chất lượng, kiểu dáng và giá cả mà không quá coi trọng nguồn gốc xuất xứ.



AUSTRALIAN MADE®

Một số đặc điểm thị trường Úc

- ❖ **Sở thích và thị hiếu của NTD Úc (Tiếp):**
 - Cần lưu ý NTD Úc rất quan tâm đến vấn đề chất lượng. Rất nhiều đơn vị bán lẻ ở Úc theo chính sách hoàn trả lại tiền hoặc đổi hàng nếu hàng hóa có vấn đề về chất lượng hoặc thậm chí chỉ đơn giản do người mua thay đổi ý định mua hàng.
 - Người tiêu dùng Úc đặt ra tiêu chuẩn chất lượng rất cao đối với hàng hóa và được bảo vệ bởi một loạt các quy định BVNTD ở tất cả các bang. Nhà nhập khẩu và bán lẻ cũng có quan điểm này và sẽ không chấp nhận là sản phẩm chưa đạt tiêu chuẩn kiểm tra chất lượng và an toàn của họ được đến với NTD.



* *Một ví dụ cụ thể: Ông Hoàng Vi Cao – Công ty TCT Export tại Sydney, nơi nhập khẩu quả thanh long ruột đỏ vào thị trường Úc cho biết: “Úc được đánh giá là thị trường khó tính nhưng hết sức tiềm năng. Khi XK các mặt hàng nông sản vào Úc, các DN cần lưu ý tuân thủ quy định kiểm dịch của Úc về vùng trồng, cơ sở đóng gói, chiếu xạ, bao bì, nhãn mác, kiểm tra dư lượng thuốc trừ sâu ngay từ Việt Nam”.*



*Nhân dân xã
Chiềng Hặc
(Yên Châu)
đóng gói sản
phẩm xoài
chuẩn bị xuất
khẩu sang Úc*

Một số đặc điểm thị trường Úc

Người tiêu dùng Úc: Các bạn là ai?

❖ Sở thích và thị hiếu của NTD Úc (Tiếp):

Có thể tiếp cận NTDv Úc qua sản phẩm độc đáo/riêng biệt. Ví dụ:

- Xoài xanh Sơn La sang Úc: Sau khi đưa thành công lô hàng xoài xanh Sơn La đầu tiên sang Úc để đánh giá, thử nghiệm và đã được thị trường chấp nhận, Công ty TNHH Agricare Việt Nam đã chính thức xuất khẩu sang thị trường này

Ảnh: 3 tấn xoài tượng da xanh của Sơn La chuẩn bị xuất khẩu sang Australia

- Cuối cùng, NTD Úc rất yêu thích chính sách hoàn trả hàng...

Các DN Việt Nam có thể chưa quen với chính sách này nhưng người tiêu dùng Úc lại rất chú trọng vào chính sách hoàn trả hàng bởi họ muốn được đảm bảo về chất lượng.



**Return &
Refund
Policy**



Một số đặc điểm thị trường Úc

❖ Quan điểm của nhà nhập khẩu Úc

* ***Yêu cầu đối với các nhà cung cấp mới ở nước ngoài là:***

Giá cả: giá sản phẩm nhập khẩu đã tính thuế giao tại Úc phải rẻ hơn giá mặt hàng tương tự được sản xuất tại Úc hoặc từ các nguồn khác;

Sự tin cậy: nhà cung cấp phải có khả năng sản xuất những sản phẩm có chất lượng ổn định, giao hàng đúng hạn và giữ liên lạc thường xuyên;

Tính linh hoạt: nhà cung cấp phải sẵn sàng chấp nhận những đơn đặt hàng có giá trị vừa phải (điều này là đặc biệt quan trọng với thị trường quy mô nhỏ của Úc).

* ***Câu hỏi đầu tiên cho nhà cung cấp mới thường liên quan tới giá FOB/FCA của sản phẩm.***

Nhà nhập khẩu Australia thường mong muốn trả giá thấp hơn so với các nhà nhập khẩu tại Mỹ và Châu Âu nhưng đòi hỏi hàng hóa nhất định phải có chất lượng đồng đều, đơn hàng số lượng nhỏ và giao hàng đúng hạn.

Lý do:

- Sự cạnh tranh mạnh mẽ trong lĩnh vực nhập khẩu và bán lẻ
- Sự mở cửa của chính sách nhập khẩu của Úc;
- Số lượng lớn các nhà cung cấp từ các nước lân cận cố gắng bán hàng vào thị trường Úc

Một số đặc điểm thị trường Úc

Cách tiếp cận các nhà nhập khẩu Úc



@ Một số thực tiễn:

- * Gửi thư quảng cáo chào hàng tới nhà nhập khẩu Úc: Cách tiếp cận này thường được sử dụng nhưng cũng thường không thành công. →>
- Cách tiếp cận thành công nhất là tham quan khảo sát thị trường và thảo luận, trao đổi trực tiếp với các cty Úc. →> Nên sắp xếp cuộc gặp trước khi đến →> **Liên hệ với Thương vụ Việt Nam tại Úc để được giúp đỡ**
- Hầu hết các nhà nhập khẩu Úc không thích mặc cả →> giá chào hàng đầu tiên phải chính xác. Nếu mức giá không thực tế, nhà nhập khẩu Úc thường sẽ không xem xét đến đơn chào hàng.

Vì vậy, điều quan trọng nhất: Đưa ra mức giá “hợp lý nhất”. Mức giá này thường phải thấp hơn mức giá chào cho người mua tại Mỹ và Châu Âu với tỷ lệ mặc cả không quá 3% đến 5%. Với quần áo nhập khẩu, nhà NK Úc luôn muốn nhận được báo giá thấp hơn so với doanh nghiệp Mỹ và châu Âu từ 5-10%.

- * Tuy nhiên, nhà nhập khẩu Úc thường quyết định đặt hàng chỉ khi trước đó họ đã thẩm tra các quy trình hoạt động sản xuất của nhà cung cấp để kiểm tra trình tự, kiểm soát chất lượng, hoạt động sản xuất và hiệu quả chung của DN cung cấp.

Một số đặc điểm thị trường Úc

@ Một số thực tiễn (tiếp):

- * Hầu hết các nhà nhập khẩu Úc thường có mối quan hệ gần gũi với những nhà cung cấp quen thuộc để đảm bảo việc kinh doanh được liên tục và rất ít khi thay đổi nhà cung cấp một cách đột ngột.
- Quan điểm của nhà nhập khẩu Úc với nhà cung cấp mới: Họ khá lo ngại những khó khăn trong quan hệ KD với nhà c/cấp mới, lo ngại khi làm ăn với nhà cung cấp không/chưa chứng tỏ được sự tự tin trong việc cung cấp hàng có chất lượng ổn định, giao hàng đúng hạn và giữ liên hệ thường xuyên.
- Đơn hàng đầu tiên của thị trường Úc thường nhỏ do họ muốn kiểm tra thị hiếu của NTD trước khi tiến tới nhập đơn hàng lớn hơn.

Khi làm ăn với một khách hàng mới, nhà nhập khẩu Úc thường đặt hai hoặc ba đơn hàng thử nghiệm để đảm bảo nhà CC đáp ứng được các tiêu chuẩn về chất lượng. Khi đạt yêu cầu, những đơn hàng sau có thể tăng lên.

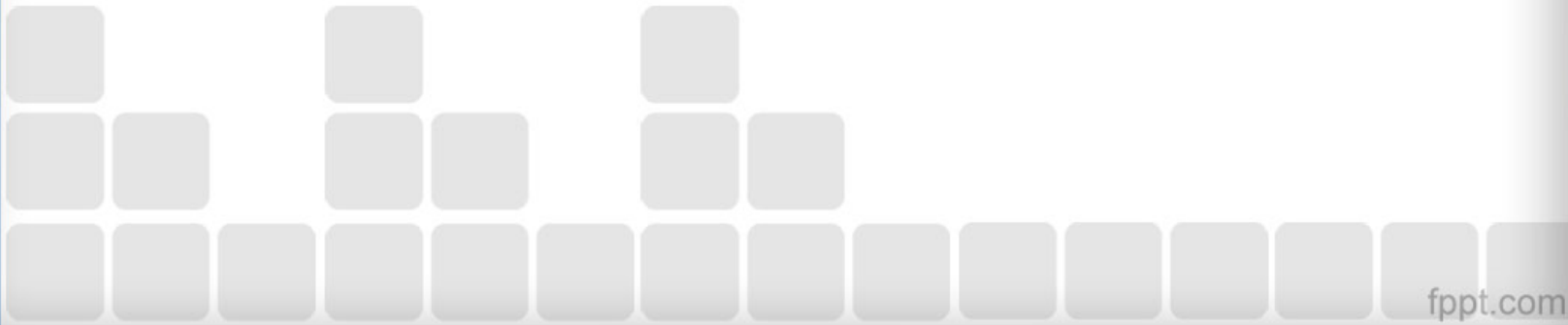
Một số đặc điểm thị trường Úc

Cách tiếp cận các nhà nhập khẩu Úc

- Ngày càng nhiều nhà nhập khẩu hàng tiêu dùng của Úc sử dụng dịch vụ của đại lý mua hàng ở nước ngoài để tìm nhà cung cấp phù hợp, hỗ trợ đàm phán mua hàng, kiểm tra chất lượng, thu xếp vận chuyển hàng hóa và thanh toán. Hình thức này đặc biệt được áp dụng trong trường hợp các nhà nhập khẩu mua hàng từ một nước không quen và họ không chắc chắn về độ tin cậy của các nhà cung cấp khác nhau.

Xem tiếp phần sau:

Hệ thống bán lẻ của Úc: Làm thế nào để tiếp cận?



Một số đặc điểm thị trường Úc

Khó khăn, thách thức

Khó khăn chung:

- Thị trường hai nước xa cách về địa lý và khác biệt về thị hiếu tiêu dùng.
- Chính sách thương mại và thuế của Úc khá minh bạch, nhưng hàng rào phi thuế quan (các tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn kỹ thuật, ...) khá chặt chẽ.
- Cơ cấu hàng XK vẫn nặng về nguyên liệu thô và hàng sơ chế (trên 70% kim ngạch XK). Chất lượng cũng còn nhiều bất cập
- Hàng nông, thủy sản, thực phẩm chế biến còn chưa đáp ứng được quy định VS ATTP. Hàng công nghiệp chủ yếu là gia công, phụ thuộc vào chất lượng nguyên phụ liệu và mẫu mã sản phẩm

Khó khăn cụ thể:

- Hàng NK từ Việt Nam thường được nhập thô →> gia công/đóng gói lại và gắn thương hiệu nhà NK
- Các tập đoàn bán lẻ lớn đặt đại lý mua hàng theo khu vực như đại lý tại Hồng Kông, Thượng Hải và Thái Lan, chưa có ở Việt Nam ...
- Tiêu chuẩn mua hàng của Úc khá cao, đơn hàng lại nhỏ

Một số đặc điểm thị trường Úc

Cần làm gì để XK và tăng XK vào Úc?

- ♣ Xây dựng chiến lược kinh doanh dài hạn: Cần lựa chọn chiến lược sản phẩm và chiến lược thâm nhập thị trường phù hợp với nhu cầu, tình hình thực tế của thị trường và khả năng của từng DN. Không vội vàng mà cần có quá trình lâu dài: từ giới thiệu sản phẩm, tạo lòng tin, thiết lập quan hệ rồi mới thực hiện giao dịch kinh doanh;
 - ♣ Nghiên cứu đổi mới và nâng cao chất lượng sản phẩm để nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng
 - ♣ Đa dạng hoá và nâng cao chất lượng hàng xuất khẩu nhằm tăng khả năng cạnh tranh của hàng Việt Nam trên thị trường Úc cũng như tránh các hàng rào kỹ thuật đã có và sẽ có trong tương lai.
- Cơ cấu XK của Việt Nam sang Úc khá đơn điệu và chất lượng hàng còn nhiều bất cập khi so sánh với cơ cấu và chất lượng HHXK của các đối thủ cạnh tranh khác như Trung Quốc, Thái Lan, Ma-lai-xi-a, In-đô-nê-xi-a.
- ♣ Nếu muốn trụ vững trên thị trường Úc, các doanh nghiệp Việt Nam phải hướng đến một nền sản xuất sạch hơn, ở đó chất lượng sản phẩm luôn là vấn đề đặt lên hàng đầu chứ không phải là sản lượng và giá cả thấp. →> Hình thành chuỗi liên kết là rất cần thiết ...

Nguồn : Thương vụ Việt Nam tại Australia

Một số đặc điểm thị trường Úc

Cần làm gì để XK và tăng XK vào Úc (tiếp)?

- ♣ Chú trọng xây dựng thương hiệu cho hàng XK: Đăng ký và bảo vệ thương hiệu hàng XK, đặc biệt, khi hàng XK đã có chỗ đứng trên thị trường, tránh bị mất hay tranh chấp thương hiệu. →> Nâng tầm thương hiệu Việt Nam, xây dựng lòng tin đối với người tiêu dùng và thay đổi nhận thức về việc Việt Nam chỉ cung cấp các sản phẩm rẻ tiền
- ♣ Cần có hiểu biết về các quy định chất lượng hàng hóa, vệ sinh thực phẩm, an toàn sinh học... thiết lập hệ thống kiểm tra cũng như thường xuyên đổi mới công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm →> Đảm bảo sản phẩm xuất sang thị trường Úc luôn có chất lượng cao, đáp ứng được đòi hỏi khắt khe về tiêu chuẩn kỹ thuật và an toàn

Lưu ý: Bất cứ lô hàng nhập khẩu nào không đáp ứng yêu cầu kiểm tra về kỹ thuật và an toàn của Úc thì danh tính của nhà sản xuất, nhà nhập khẩu cũng như thương hiệu của sản phẩm đó đều được thông báo rộng rãi trên cả nước. →> một bất lợi lớn, ảnh hưởng xấu tới thương hiệu hàng hóa cũng như đến việc XK của DN sang Úc về sau.

Nguồn : Thương vụ Việt Nam tại Australia

Hệ thống bán lẻ của Úc: Làm thế nào để tiếp cận?

***Sản phẩm nào của Việt Nam đã có mặt
tại thị trường Úc?***

**Top 10 mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Úc
(2011 - 2015)**

- 1. Điện thoại và linh kiện**
- 2. Dầu thô**
- 3. Máy tính, điện tử và linh kiện**
- 4. Giày dép**
- 5. Thủy sản**
- 6. Gỗ và sản phẩm gỗ**
- 7. Dệt may**
- 8. Máy móc, thiết bị, dụng cụ ...**
- 9. Hạt điều**
- 10. Kim loại thường khác và sản phẩm**

Các mặt hàng XK có tiềm năng gia tăng thị phần

1. Máy tính, điện tử và linh kiện
2. Dệt may
3. Giày dép
4. Gỗ và sản phẩm gỗ
5. Túi xách, ví, vali, mũ và ô/dù
6. Kim loại thường khác và sản phẩm
7. Máy móc, thiết bị, dụng cụ ...
8. Dây điện và dây cáp điện
9. Thủy sản

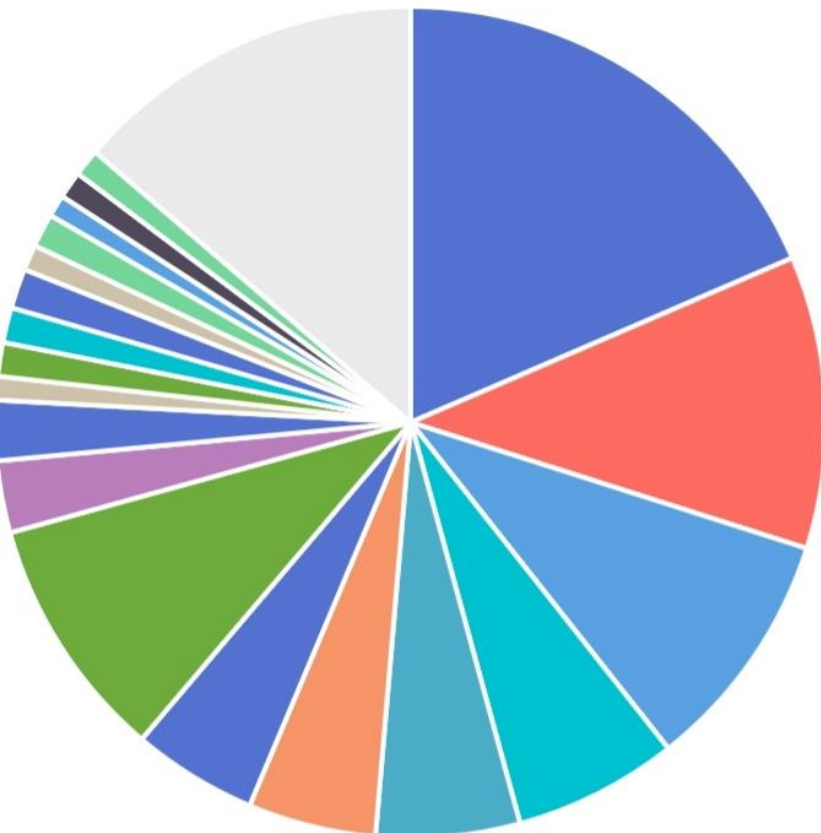
Lưu ý: Chi tiết xin tham khảo ý kiến/tham vấn với Thương vụ Việt Nam tại Úc

Những mặt hàng có lợi thế XK sang Úc

1. Túi xách, ví, vali, mũ và ô/dù
2. Sản phẩm sắt thép
3. Đồ chơi, dụng cụ thể thao
4. Sản phẩm hóa chất
5. Sản phẩm nội thất từ chất liệu khác gỗ
6. Sản phẩm chất dẻo
7. Thủy tinh và sản phẩm thủy tinh
8. Hạt tiêu
9. Cà phê

Nguồn : Thương vụ Việt Nam tại Úc

MẶT HÀNG XUẤT KHẨU NĂM 2018



- Điện thoại
- Dầu thô
- Điện tử vi tính
- Giày dép
- Hàng dệt may
- Thuỷ sản
- Gỗ và sản phẩm gỗ
- Máy móc dụng cụ
- Hạt điều
- Sản phẩm sắt thép
- S/p kim loại khác
- Phương tiện vận tải
- Túi xách phụ kiện
- Sản phẩm chất dẻo
- Cà phê
- Nội thất không bằng gỗ
- Giấy và sản phẩm
- Sắt thép
- Hàng rau quả
- Các mặt hàng khác

Hệ thống bán lẻ của Úc: Làm thế nào để tiếp cận?

❖ Vài nét về hệ thống bán lẻ của Úc

I. Loại hình bán lẻ hàng hóa



Woolworths
the fresh food people



coles



Metcash

HARRIS FARM
MARKETS

DAVID JONES

MYER

hs harris scarf

AUSTRALIA
POST



Kmart

TRADE
SECRET
Big Brands. Small Prices.

BIGW

Dan Murphy's
LOWEST
PRICES
FIRST

BWS

7
ELEVEN

CALTEX



Hệ thống bán lẻ của Australia: Làm thế nào để tiếp cận?

❖ Các loại hình bán lẻ chính của Úc

- **Siêu thị và cửa hàng tạp hóa** là một trong những ngành hàng có mức độ phân bố tập trung nhất tại Úc. Bốn siêu thị lớn nhất chiếm tới 90,8% thị phần trong đó riêng hai siêu thị Coles và Woolworths đã chiếm tới 70% thị phần.

Các siêu thị cũng phải cạnh tranh với nhau và với các siêu thị mini như các cửa hàng tiện lợi cũng như các quán cà phê, nhà hàng, các cửa hàng ăn nhanh và cửa hàng mua đồ ăn mang đi ...

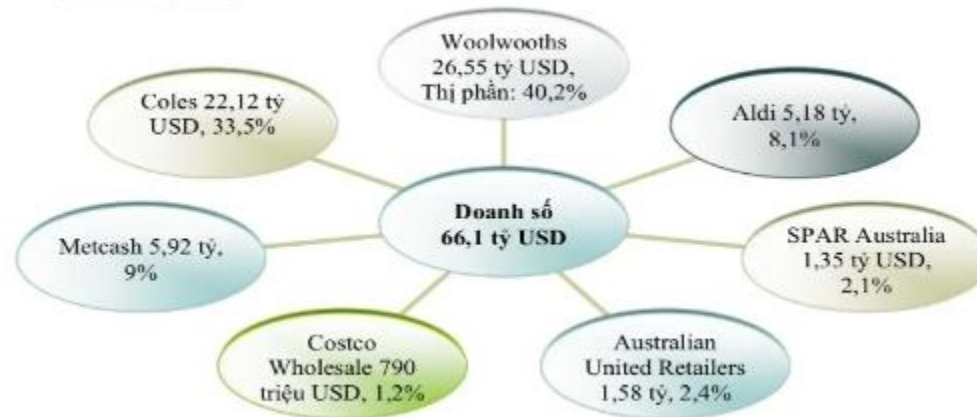
- **Cửa hàng bách hóa** có mức độ tập trung rất cao. Bốn hãng lớn nhất là Big W thuộc Woolworths Limited của Úc, Myer thuộc sở hữu của TPG tại Hoa Kỳ, David Jones thuộc sở hữu của Công ty Woolworths Holdings Limited của Nam Phi và West Farmer gồm Target và Kmart
- **Bán lẻ trực tuyến** khá phân tán, chỉ có 2 hãng bán lẻ lớn là West Farmer và Woolworths là đáng kể nhất trong khi các doanh nghiệp đứng ở các vị trí kế tiếp có thị phần không quá 1%.

Số lượng các DN bán lẻ trực tuyến là hơn 42 nghìn. Doanh thu bán lẻ trong giai đoạn 2010-2015 tăng lên tới 18,9% mỗi năm và dự kiến sẽ tiếp tục tăng khoảng 9,3% mỗi năm trong giai đoạn 2016-2020.

Nguồn : Thương vụ Việt Nam tại Australia

Hệ thống bán lẻ của Australia: Làm thế nào để tiếp cận?

1.2 Thị phần



Câu hỏi: Liệu có nên mở/đầu tư siêu thị tại Úc?

Hệ thống siêu thị ở Úc có độ mở khá thấp, chỉ có 2 nhà ĐT nước ngoài là ALDI của Đức và Costco của Hoa Kỳ mặc dù Chính phủ Úc đã nới lỏng chính sách tạo thuận lợi cho các nhà đầu tư FDI...

Tesco - Vương quốc Anh và Lidl - Đức đang cân nhắc việc mở siêu thị tại Úc nhưng vẫn đang do dự về hiệu quả kinh doanh ... (Costco chưa có kết quả tốt đẹp như ALDI).

Nguồn : Thương vụ Việt Nam tại Australia

Hệ thống bán lẻ của Australia: Làm thế nào để tiếp cận?

❖ Chính sách mua hàng qua Đại lý của Úc

- Những nhà bán lẻ lớn có một chính sách đã được thiết lập từ lâu là qua một đại lý nước ngoài được họ chỉ định. Một số tập đoàn lớn đặt đại lý mua hàng theo khu vực và hầu như chưa có đại lý thu mua hàng tại Việt Nam, ví dụ Woolworths đặt đại lý mua hàng khu vực châu Á tại Hồng Kông, Thượng Hải và sắp tới là Thái Lan ...
- Các doanh nghiệp Việt Nam thường cũng không mặn mà cung cấp hàng hoá trực tiếp cho các hệ thống phân phối bán lẻ của Úc do không đáp ứng được các yêu cầu khắt khe về thủ tục, tiêu chuẩn và thanh toán nên thường chọn cung cấp hàng qua trung gian.

Hệ thống bán lẻ của Australia: Làm thế nào để tiếp cận?

Sự tăng giá trong kênh phân phối

- **Đại lý mua hàng:** Ở nước ngoài 1 đại lý hưởng hoa hồng của Australia: khoảng từ 3-6% giá FOB;
- **Nhà nhập khẩu bán buôn** những mặt hàng tiêu dùng số lượng lớn: từ 40-80 % giá nhập khẩu (đã tính thuế) tùy thuộc vào từng mặt hàng;
- **Các cửa hàng bách hóa giảm giá:** 35~40% giá bán;
- **Các cửa hàng bách hóa:** 40-75% giá bán;
- **Các cửa hàng bán lẻ qui mô nhỏ:** 50-100% giá bán;
- **Các chuỗi siêu thị:** 15-35% giá bán

Ví dụ, giá bán lẻ của mặt hàng may mặc thông thường NK thường cao hơn gấp bốn lần so với giá FOB, trong khi các mặt hàng NK độc quyền được bán ở một cửa hàng bách hóa hoặc cửa hàng nhỏ có thể gấp sáu hoặc tám lần giá FOB.

Giá bán lẻ cuối cùng ở Úc thường cao hơn ở Hoa Kỳ nhưng giá người mua Úc chấp nhận từ người cung cấp thường thấp hơn giá người mua Hoa Kỳ chấp nhận.

Hệ thống bán lẻ của Australia: Làm thế nào để tiếp cận?

Các nhà bán lẻ lớn nhất ở Úc:

1. Chuỗi bán lẻ lớn nhất ở Úc là **Woolworths Limited**

(www.woolworthslimited.com.au), bao gồm:

- Woolworths, Safeway (các siêu thị)
- Big W (các cửa hàng bách hóa bán hàng giảm giá)
- Tandy (300 cửa hàng bán lẻ đồ điện tử)
- Woolworths Liquor (các cửa hàng bán rượu bia)
- Caltex Woolworths Plus (các cửa hàng xăng dầu)
- Australian Leisure & Hospitality Group Limited (270 địa điểm có giấy phép, và hơn 450 cửa hàng bán lẻ rượu hiệu BWS và Dan Murphy's)
- Masters Home Improvement là chuỗi bán lẻ lớn đồ kim khí dùng trong gia đình.

2. Tập đoàn bán lẻ lớn thứ hai ở Úc có trụ sở chính đóng tại Perth là

Wesfarmers Limited (www.wesfarmers.com.au), bao gồm siêu thị, các bách hoá bán HH thông thường hay các bách hoá bán hàng chuyên dụng, trạm xăng, cửa hàng rượu bia, cửa hàng c/cấp đồ gia đình và văn phòng.

Các thương hiệu: Coles, BiLo, Vintage Cellars, Liquorland, 1st Choice và Coles Express, và một số khách sạn; Kmart ; Target , vv ...

Các nhà bán lẻ lớn nhất ở Úc (tiếp):

- 3. Harvey Norman Holdings Ltd** (www.harveynorman.com.au) bán đồ nội thất và đồ điện tử gia dụng lớn nhất nước Úc với gần 200 cửa hàng trên toàn nước Úc và 66 cửa hàng ở New Zealand, Singapore, Malaysia, Slovenia, và Ireland.
- 4. Metcash Limited** (www.metcash.com) bao gồm Metcash Food & Grocery, Australian Liquor Makers, Mitre 10 and Automotive Brand Group và có chín trung tâm phân phối chiến lược các thực phẩm đông lạnh, thực phẩm khô cung cấp hàng cho hơn 3.000 cửa hàng bán lẻ thực phẩm độc lập trên toàn nước Úc
- 4. Chuỗi cửa hàng bán lẻ đồ kim khí hàng đầu ở Úc là Bunnings** (www.bunnings.com.au) cùng với **chuỗi bán lẻ đồ văn phòng Officeworks** (www.officeworks.com.au)
- 6. Tập đoàn Automotive Brands Group** là công ty phân phối và đại lý các linh kiện ô tô đứng thứ ba toàn nước Úc
- 7. Công ty Australian Pharmaceutical Industries Limited** (www.api.net.au) là công ty bán buôn và bán lẻ nhiều thương hiệu các sản phẩm y tế, thực phẩm chức năng, và mỹ phẩm

Các nhà bán lẻ lớn nhất ở Úc (tiếp):

JB Hi-fi Limited(www.jbhifi.com.au) chuyên bán lẻ thiết bị âm thanh hi-fi, loa, TV, DVD, VCR, đĩa DVD phim và nhạc ...

Chuỗi cửa hàng bách hoá lớn nhất ở Úc là Myer (www.myer.com.au) có lịch sử 113 năm KD, hiện có 66 khu mua sắm trên toàn nước Úc ...

David Jones Limited (www.davidjones.com.au) : Cửa hàng bách hóa tổng hợp qui mô trung bình ở Úc, hiện công ty có 35 cửa hàng tổng hợp cao cấp bán quần áo, đồ dùng gia đình, đồ gia dụng, đồ chơi...

Super Retail Group Limited (www.superretailgroup.com) là một tập đoàn bán lẻ phụ tùng, phụ kiện, thiết bị và công cụ ô tô, thuyền, các thiết bị câu cá và cắm trại và là nhà bán buôn, bán lẻ, phân phối xe đạp và các phụ tùng xe đạp ... với nhiều thương hiệu như Supercheap Auto, BCF (Boating Camping and Fishing), Goldcross Cycles, Ray's Outdoors, FCO, Rebel Sport, và Amart All Sports.

Billabong International Limited(www.billabong.com) chuyên bán lẻ đồ phụ kiện lướt sóng, lướt ván, trượt tuyết.

Exego Group Pty Ltd (www.repco.com.au) chuyên bán lẻ phụ tùng ô tô thay thế với 435 cửa hàng

Nguồn: Thương vụ Việt Nam tại Australia

Hệ thống bán lẻ của Australia: Làm thế nào để tiếp cận?

❖ Giải pháp chung:

- **Tận dụng ưu đãi từ Hiệp định AANZ FTA và CP TPP:**
Đẩy mạnh XK những mặt hàng mà Việt Nam có lợi thế và được hưởng nhiều ưu đãi như rau quả và rau quả chế biến, thiết bị điện tử, cao su và sản phẩm cao su, nhựa và sản phẩm nhựa, hàng dệt may, giày dép, gỗ và sản phẩm gỗ, sắt và sản phẩm sắt, túi xách, ví, va li, mũ, ô và dù, hạt tiêu, sản phẩm gốm sứ, sản phẩm mây tre cói thảm, vv ...
- **DN cần có hiểu biết về các quy định pháp luật về chất lượng hàng hóa, an toàn thực phẩm, an toàn sinh học, vv ...**
- **Cung cấp các sản phẩm mới, sáng tạo, có giá trị gia tăng cao**

Hệ thống bán lẻ của Australia: Làm thế nào để tiếp cận?

❖ Giải pháp cụ thể:

- Đưa hàng vào siêu thị và cửa hàng tạp phẩm:
Tìm hiểu các thông tin cần thiết về các siêu thị (cả các hệ thống siêu thị lớn và siêu thị quy mô nhỏ), đặc biệt là chính sách liên quan đến tìm kiếm nhà cung cấp ...

Một vài links ...

www.woolworthslimited.com.au

https://myersupplier.myer.com.au/web/Merchandise_Compliance.shtml

➔> Tiếp cận các đại lý khu vực và/hoặc nhà bán buôn cung cấp hàng hóa

- Đưa hàng vào các cửa hàng bách hóa
- Tiếp cận các nhà bán lẻ trực tuyến

Địa chỉ hữu ích

- **THƯƠNG VỤ VIỆT NAM TẠI ÚC (KIỂM NHIỆM VA-NU-A-TU, QUẦN ĐẢO MÁC-SAN, MI-CRÔ-NÊ-XI-A, QUẦN ĐẢO XÔ-LÔ-MÔNG)**

Địa chỉ: 9 Poate Rd, Centennial Park, NSW 2021, Australia

Điện thoại: +61 2 9356 4869/ Fax: +61 29361 5898

Email: au@moit.gov.vn/vntrade@bigpond.net.au

Các tài liệu cần tham khảo:

“Hệ thống phân phối của Úc và các giải pháp đưa hàng Việt Nam vào hệ thống này” cung cấp những thông tin cần thiết về hệ thống phân phối của Úc, giúp các doanh nghiệp đưa hàng Việt trực tiếp vào chuỗi phân phối bán buôn, bán lẻ của Úc

... và rất nhiều các tư liệu quý khác



MỘT SỐ QUY ĐỊNH
ĐỐI VỚI HÀNG HÓA
NHẬP KHẨU VÀO ÚC

Giới thiệu sách “Một số quy định đối với hàng hoá...”



***Xin trân trọng
cảm ơn!***

***TS. Đinh Thị Mỹ Loan
Chủ tịch Hiệp hội các nhà bán lẻ Việt Nam
Trọng tài viên Trung tâm Trọng tài Quốc tế Việt Nam
loanmydinhh@gmail.com***