

Tiếp thị thanh long Việt Nam tại Úc

Một hướng dẫn để hiểu về tiềm năng của thanh long Việt Nam tại thị trường Úc

Mục	Thông tin
Các khu vực trồng trọt của Úc	<ul style="list-style-type: none">Thanh long được sản xuất với mục đích thương mại tại Northern Territory, Queensland, Nam Úc và phía bắc New South Wales. Bang Northern Territory chiếm 70% cây trồng tại Úc.Các giống ruột trắng và đỏ đều được trồng; các giống ruột trắng phổ biến hơn.
Tình hình sản xuất tại Úc	<ul style="list-style-type: none">Không có số liệu nào gần đây về việc sản xuất thanh long tại Úc. Tuy nhiên, trong hai năm 2011–12, theo ước tính có khoảng 740 tấn đã được thu hoạch, với tổng trị giá 2,2 triệu đô la Úc.
Tiêu thụ	<ul style="list-style-type: none">Thanh long thường được tiêu thụ tươi tại Úc
Thu hoạch và sau thu hoạch	<ul style="list-style-type: none">Mùa thanh long Úc kéo dài từ tháng Mười tới tháng Tư. Sản phẩm có thể được dự trữ 1 tháng, tuy nhiên lượng mức thấp của việc sản xuất trong nước không cho phép các chương trình dự trữ.Trái cây được rửa, để khô và thường được đóng gói vào các khay một lớp.Thanh long thường được bán theo số lượng hơn là theo cân, mỗi khay thường nặng từ 3,5 – 5,0 cân.
Thị trường	<ul style="list-style-type: none">Úc là một thị trường mà trái cây và rau củ tươi được cung cấp chủ yếu bởi các nhà sản xuất Úc.Lượng mức thương mại nhập khẩu của trái cây và rau củ tươi thấp, với lượng nhập khẩu tương đương ít hơn 2% của lượng mức sản xuất nội địaNhập khẩu phần lớn được giới hạn tới các sản phẩm trái mùaCác siêu thị nắm hơn 70% của tổng thị trường trái cây tươi và là kênh bán lẻ chủ yếu với số còn lại là dịch vụ bán lẻ bởi các hộ kinh doanh rau quả hoặc chợ tươi sống.Các siêu thị rất ủng hộ sản xuất trong nước và chủ động giới hạn lượng sản phẩm nhập khẩu trên các kệ hàng của họ.Coles và Woolworths, hai chuỗi siêu thị tại Úc, tuyên bố:<ul style="list-style-type: none">“Chúng tôi nỗ lực đảm bảo nguồn trái cây và rau củ tươi của chúng tôi từ nông dân Úc thông qua chính sách đặt nguồn gốc từ Úc lên hàng đầu” – ColesColes tuyên bố rằng họ bán sản phẩm nhập khẩu trong các trường hợp sau:<ul style="list-style-type: none">Sản phẩm không được trồng tại Úc (ví dụ: Dừa uống nước)Nguồn cung bị giới hạn tại Úc (ví dụ: Việt quất vào mùa hè)Đang không phải mùa tại Úc (ví dụ: cherry vào mùa đông)Khi khách hàng muốn một sản phẩm đặc biệt (ví dụ: Kiwi Vàng)Khi khách hàng của chúng tôi muốn có sản phẩm thay thế (ví dụ: Tỏi)“96% số trái cây và rau củ tươi được bán tại Woolworths được trồng tại các nông trường Úc” – Woolworths“Woolworths tích trữ thực phẩm tươi của Úc từ bất cứ nơi nào có thể và chỉ nhập khẩu khi trái cây và rau củ địa phương đã hết mùa” – WoolworthsVới sự tập trung của việc bán lẻ trái cây tươi tại các siêu thị, hiểu biết về sản xuất nội địa là một điều quan trọng để hiểu rõ hơn về phạm vi cơ hội trên thị trường đang tồn tại cho sản phẩm nhập khẩuCác hộ kinh doanh rau củ có ít hạn chế hơn trong cách nhìn nhận về sản phẩm nhập khẩu và là một kênh quan trọng, nhưng nhỏ hơn, cho trái cây ngoại nhập khẩu
Tiếp thị	<ul style="list-style-type: none">Thanh long được coi là một thị trường ngách và loại quả này đang được bán với số lượng khá nhỏ tại cả siêu thị và hộ kinh doanh rau củ.Vai trò của việc nhập khẩu thanh long là để bổ sung cho trái cây Úc và phát triển toàn thị trường thanh long bằng cách tăng cường hành vi mua của khách hàngMột chương trình cung cấp nên được xây dựng để bổ sung cho ngành sản xuất Úc thêm hiểu biết về sự cạnh tranh thị trường từ các loại trái cây ngoại vùng nhiệt đới khácSố lượng hạn chế của thanh long ruột đỏ có thể mang đến cơ hội cho trái cây nhập khẩuCác siêu thị lớn có vai trò chủ chốt, nắm giữ phần lớn cổ phần bán lẻCác chợ bán buôn trong các thủ phủ là con đường chính để trái cây nhập khẩu được phân phối và bán. Các siêu thị và các hộ mua bán lẻ tới các chợ này và mua sản phẩm đang cần, dựa trên lượng cung có sẵn.

	<ul style="list-style-type: none"> • Các chuỗi siêu thị thường ưu tiên mua bán trực tiếp với người trồng sản xuất số lượng lớn hoặc thay vào đó với nhà đóng gói hoặc đại lý thu gom nông sản từ một số người trồng để đảm bảo nguồn cung đều đặn. • Các siêu thị đối mặt với các thách thức liên quan tới việc duy trì một nguồn cung đều đặn của sản phẩm tươi, chất lượng tới các cửa hàng của họ. Để làm điều này, họ đề ra những đặc điểm mà nhà cung cấp phải tuân thủ. Các đặc điểm đưa ra yêu cầu về màu sắc, dạng ngoài, các thuộc tính cảm quan, hình thù, kích thước, độ chín, các hư hỏng/khiếm khuyết/rối loạn tự nhiên, nhiệt độ, bao bì, tem mác, các điều kiện nhận hàng, dư lượng hóa chất, các thuộc tính sức khỏe, các thực hành sản xuất và chính sách sử dụng lao động được áp dụng bởi nhà sản xuất. • Các nhà bán buôn và bán lẻ thường tìm các nhà cung cấp có thể giao hàng đều đặn đúng giờ và đáp ứng các đặc điểm và số lượng yêu cầu • Các nhà bán lẻ đặc chủng, bao gồm hộ kinh doanh rau củ, trái cây và chợ tươi, cạnh tranh dựa trên nền tảng chất lượng cao hơn, chủng loại đa dạng hơn và giá trị tốt hơn. Điều này được tạo nên qua các kỹ năng vận hành bán lẻ tốt hơn và khả năng cung cấp nhiều hơn một hạng sản phẩm (các đặc điểm ít hạn chế hơn) • Một trong những cách tốt nhất để theo dõi các dấu hiệu về thị trường và giá cả và để theo đó lên kế hoạch bán là thiết lập các mối quan hệ làm ăn tốt với nhà nhập khẩu của quý vị.
Cân nhắc luật lệ	<p>Mọi nhà cung cấp phải tuân thủ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • BICON: BICON là cơ sở dữ liệu về các điều kiện nhập khẩu An toàn Sinh học của Chính phủ Úc cho hơn 20,000 cây trồng, động vật và các sản phẩm sinh học. Nó sẽ giúp quý vị xác định điều kiện nhập khẩu nào tồn tại và nếu một giấy phép nhập khẩu nào đó được yêu cầu. BICON nên được tham khảo thường xuyên trước khi xuất khẩu. https://bicon.agriculture.gov.au/BiconWeb4.0 • FSANZ: Thực phẩm nhập khẩu phải tuân thủ các yêu cầu của <i>Đạo luật Kiểm soát Thực phẩm Nhập khẩu 1992</i>, cũng như luật pháp về thực phẩm của các bang và vùng lãnh thổ Úc. Các luật này yêu cầu mọi thực phẩm nhập khẩu đáp ứng các tiêu chuẩn được đặt ra trong Bộ luật Tiêu chuẩn Thực phẩm Úc và New Zealand (Australia New Zealand Food Standards Code) (“Bộ luật”). Bộ Luật bao gồm các giới hạn dư lượng tối đa (MRLs) và giới hạn dư lượng bên ngoài (ERLs) cho các chất hóa học nông nghiệp hoặc thú y được phép có trong thực phẩm, bao gồm thực phẩm nhập khẩu. <p>Các nhà cung cấp siêu thị phải tuân thủ thêm với:</p> <ul style="list-style-type: none"> • HARPS: HARPS là một chương trình do nhà bán lẻ dẫn dắt được thiết kế để hỗ trợ việc tuân thủ an toàn thực phẩm, luật pháp và luật thương mại đối với các nhà cung cấp cho các nhà bán lẻ tạp hóa lớn tại Úc. ALDI, Coles, Costco, Metcash (IGA) và Woolworths tham gia vào HARPS và họ yêu cầu các nhà sản xuất đang cung cấp cho họ phải có SQF, Global G.A.P. hoặc chứng nhận Freshcare. www.harpsonline.com.au • SMETA: SMETA là một trong những thủ tục thẩm tra xã hội được sử dụng rộng rãi nhất trên thế giới. Nó cung cấp một cách được ghi nhận toàn cầu để đánh giá các hoạt động chuỗi cung ứng có trách nhiệm, bao gồm luật lao động, sức khỏe và an toàn, môi trường và đạo đức kinh doanh. Sử dụng SMETA, một nhà cung cấp có thể có một cuộc thẩm tra được thực hiện và chia sẻ nó với nhiều khách hàng, hơn là có một cuộc thẩm tra riêng cho từng khách hàng. Các tài liệu SMETA được thiết kế để được sử dụng bởi các thẩm định viên có kinh nghiệm phù hợp với các thực hành hiện đã thiết lập. www.sedexglobal.com • Đặc điểm siêu thị: Các nhà bán lẻ chính đặt ra đặc điểm cho các sản phẩm được bán trong các cửa hàng của họ. Thông tin này sẽ được cung cấp bởi nhà nhập khẩu.



AUSTRALIAN HORTICULTURAL
EXPORTERS' AND IMPORTERS' ASSOCIATION

Marketing Vietnamese dragon fruit in Australia

A guide to understanding the market potential for Vietnamese dragon fruit in Australia

Title	Information
Australian growing regions	<ul style="list-style-type: none"> • There is commercial production of dragon fruit in the Northern Territory, Queensland, Western Australia and northern New South Wales. The Northern Territory accounts for 70% of plantings in Australia. • Both white and red-fleshed varieties are grown; white-flesh varieties are more common.
Australian production status	<ul style="list-style-type: none"> • There is no recent data on the production of dragon fruit in Australia. However, in 2011–12 it was estimated that around 740 tonnes were harvested, with a gross value of AU\$2.2 million.
Uses	<ul style="list-style-type: none"> • Dragon fruit is usually consumed fresh in Australia
Harvest and postharvest	<ul style="list-style-type: none"> • The Australia dragon fruit season extends from October to April. Product can be stored for 1 month however the low volume of domestic production does not warrant storage programs. • The fruit is washed, dried and usually packed into single layer trays. • Dragon fruit are generally sold on count, rather than weight, each tray will generally weigh between 3.5–5.0 kilograms.
Markets	<ul style="list-style-type: none"> • Australia is a market in which fresh fruit and vegetables are predominantly supplied by Australian producers. • Import trade volume in fresh fruit and vegetables product is low, with imports equating for less than 2 per cent of local production volumes • Imports are largely limited to counter-seasonal products • Supermarkets hold more than 70 per cent of the total fresh fruit market and are the dominant retail channel with the balance of retail serviced by greengrocers or fresh markets. • Supermarkets are very supportive of domestic production and actively limit the amount of imported product on their shelves. • Coles and Woolworths, the two major supermarket chains in Australia, state: <ul style="list-style-type: none"> ○ “We work hard to source our fresh fruit & veg from Aussie growers through our Australia first sourcing policy” – Coles ○ Coles state that they retail imported product in the following instances: <ul style="list-style-type: none"> ▪ The product isn't grown in Australia (eg drinking Coconuts) ▪ Supply is limited in Australia (eg Blueberries in summer) ▪ It is not in season in Australia (eg Cherries in winter) ▪ When customers want a unique product (eg Gold Kiwifruit) ▪ When our customers want an alternative (eg Garlic) ○ “96 per cent of fresh fruit and vegetables sold at Woolworths are grown on farms in Australia” – Woolworths ○ “Woolworths stocks Australian fresh food wherever possible and only imports when local fruit and vegetables are out of season” – Woolworths • Given the concentration of fresh fruit retail market in the supermarkets. It is important to understand domestic production to better understand the scope of the market opportunity that exists for imported produce • Greengrocers are less restrictive in their views on imported products and are an important, but smaller, channel for imported exotic fruits
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Dragon fruit are considered a niche industry and the fruit is currently sold in relatively small quantities in both supermarkets and greengrocers. • The role for the importation of dragon fruit is to complement the Australian fruit and grow total market for dragon fruit by increasing purchasing behaviour in consumers • A supply program should be constructed to be complementary to Australian production with an understanding of market competition from other exotic tropical fruits • The limited availability of red-fleshed dragon fruit may offer a market opportunity for imported product • Major supermarkets have a dominant role, holding the majority of retail share

	<ul style="list-style-type: none"> • Wholesale markets in capital cities are the primary way in which imported fruits are distributed and sold. Supermarkets and other retail buyers visit the markets and buy produce required, based on available supply. • The supermarket chains often prefer to deal directly with growers who produce larger volumes or alternatively with packers or agents who consolidate produce from a number of growers to ensure consistent supply. • Supermarkets are exposed to challenges associated with maintaining a consistent supply of quality, fresh product to their stores. To do this they set prescriptive specification that suppliers must comply to. Specifications set requirements for colour, visual appearance, sensory attributes, shape, size, maturity, physical damage/imperfections/disorders, temperature, packaging, labelling, receival conditions, chemical residues, health attributes, production practices and labour use policies employed by producer. • Wholesalers and retailers are generally looking for suppliers that can consistently deliver on time and to the required specifications and volumes • Specialist retailers, which include greengrocers, fruiterers and fresh markets, compete on the basis of higher quality, wider range and better value. This is enabled through higher retail operating skills and an ability to range more than one grade of product (i.e. less restrictive specifications) • One of the best ways to monitor market and price signals and to plan sales accordingly is the establishment of good business relationships with your importer.
Regulatory considerations	<p>All suppliers must comply with:</p> <ul style="list-style-type: none"> • BICON: BICON houses the Australian Government's Biosecurity import conditions database for more than 20,000 plants, animals, minerals and biological products. It will help you to determine what import conditions exist and if an import permit is required. BICON should be consulted regularly prior to export. https://bicon.agriculture.gov.au/BiconWeb4.0 • FSANZ: Imported food must comply with the requirements of the <i>Imported Food Control Act 1992</i>, as well as Australian state and territory food laws. These laws require all imported food to meet the standards set out in the Australia New Zealand Food Standards Code (the Code). The Code includes the maximum residue limits (MRLs) and extraneous residue limits (ERLs) for agricultural or veterinary chemicals that are permitted in food, including imported food. <p>Supermarket suppliers must additionally comply with:</p> <ul style="list-style-type: none"> • HARPS: HARPS is a retailer-led scheme designed to assist with compliance to food safety, legal and trade legislation for suppliers to the major grocery retailers in Australia. ALDI, Coles, Costco, Metcash (IGA) and Woolworths participate in HARPS and they require supplying producers to have either SQF, Global G.A.P. or Freshcare certification. www.harpsonline.com.au • SMETA: SMETA is one of the most widely used social audit procedures in the world. It provides a globally-recognised way to assess responsible supply chain activities, including labour rights, health & safety, the environment and business ethics. Using SMETA, a supplier can have one audit conducted and share it with multiple customers, rather than having a different audit conducted for each customer. The SMETA documents are designed to be used by experienced auditors in line with current established practices. www.sedexglobal.com • Supermarket specifications: The major retailers set specification for products that are sold in their stores. This information will be provided by the importer.



AUSTRALIAN HORTICULTURAL
EXPORTERS' AND IMPORTERS' ASSOCIATION