

Xu hướng tiêu thụ thủy sản tại châu Âu sau đại dịch COVID-19

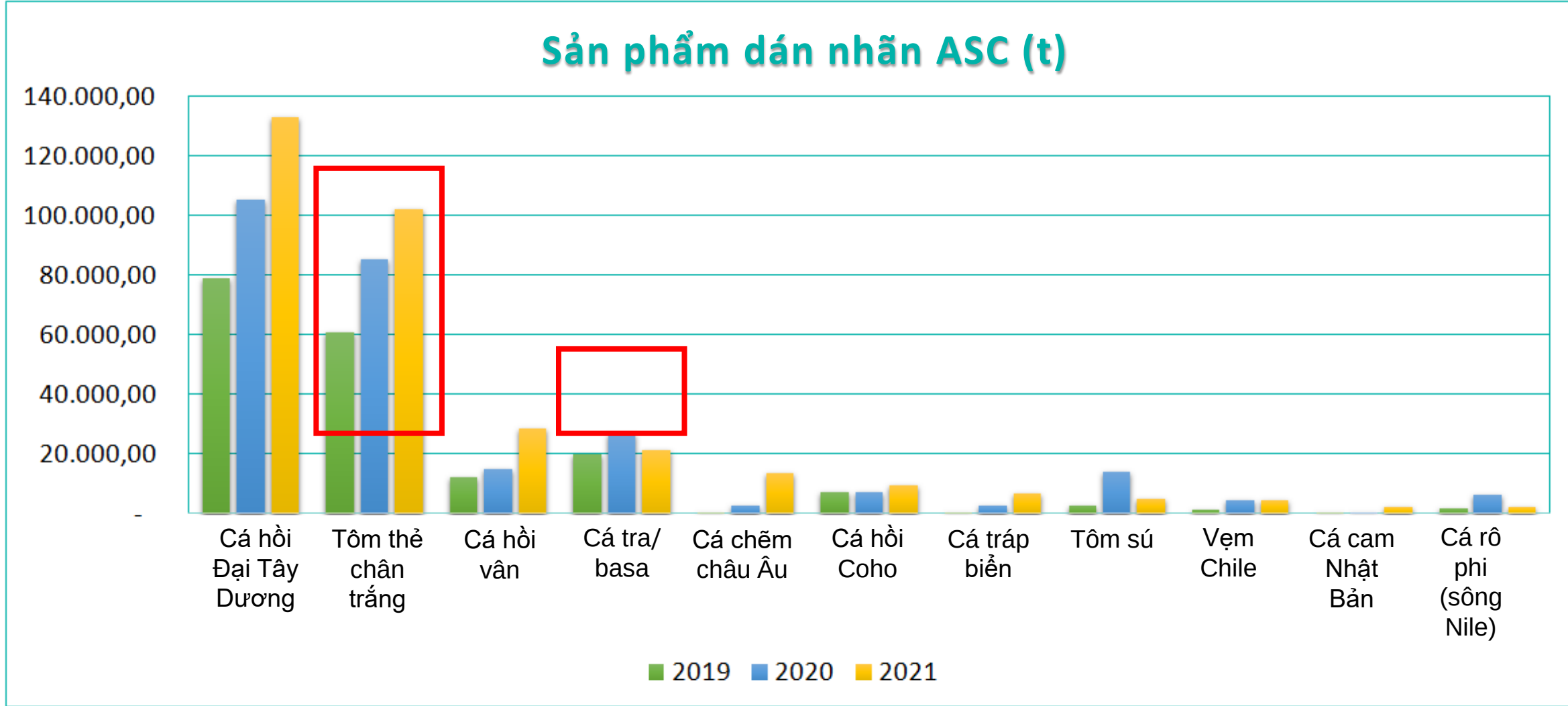
Dennis Wittmann, 8/2022

Aquaculture Stewardship Council
www.asc-aqua.org



ASC Seafood, Global production

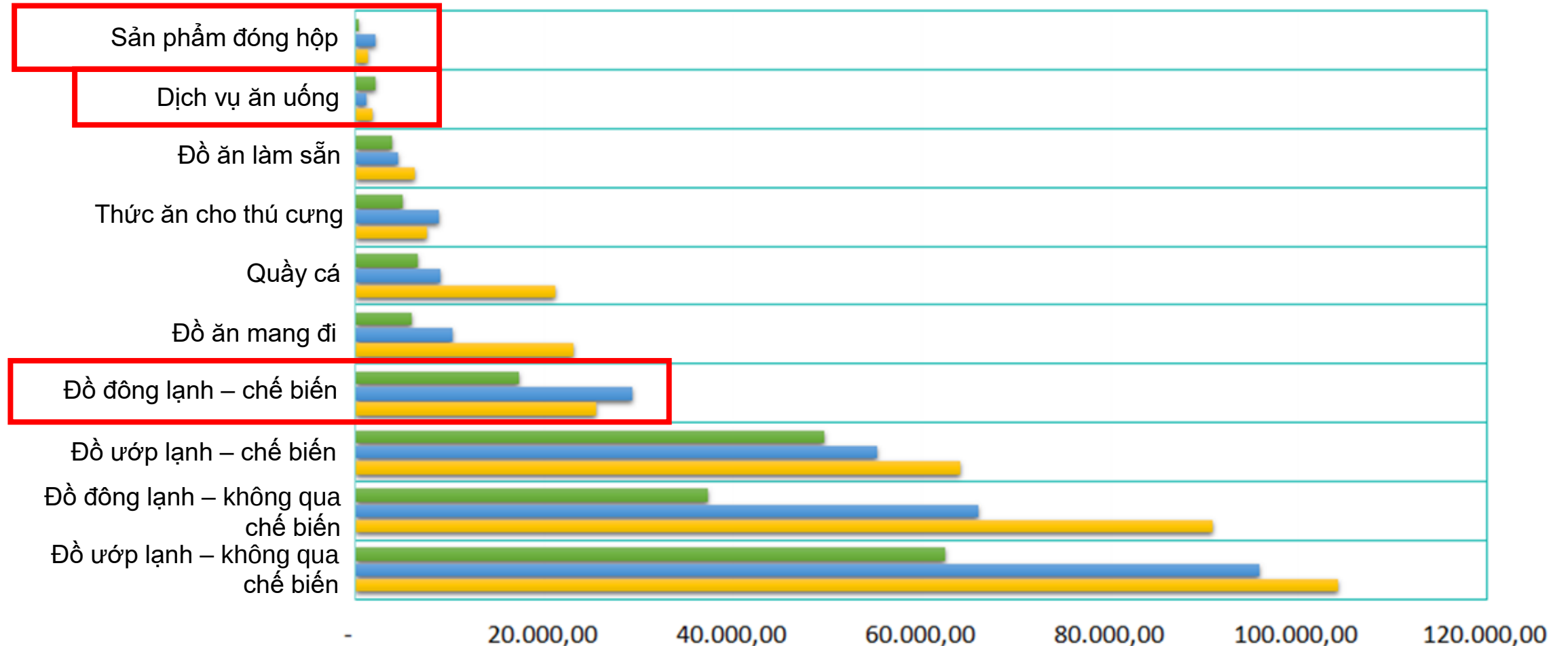
Những loài thủy sản quan trọng nhất châu Âu



Mức tăng trưởng của từng loại sản phẩm

Phân loại sản phẩm dán nhãn ASC (t)

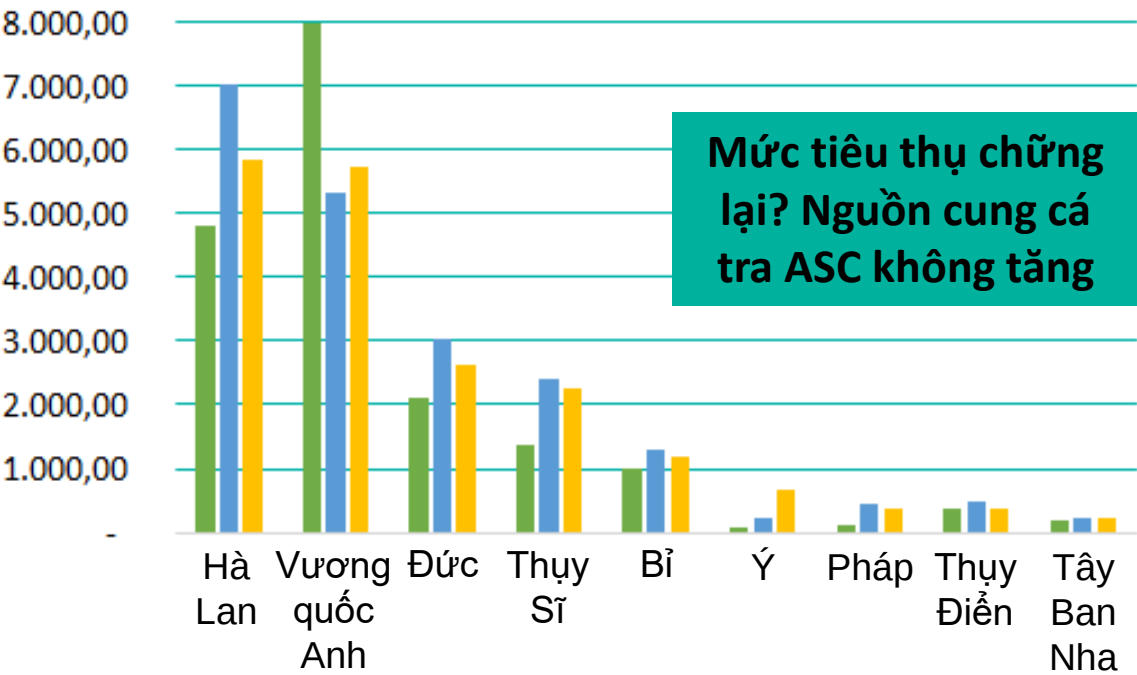
2019 2020 2021



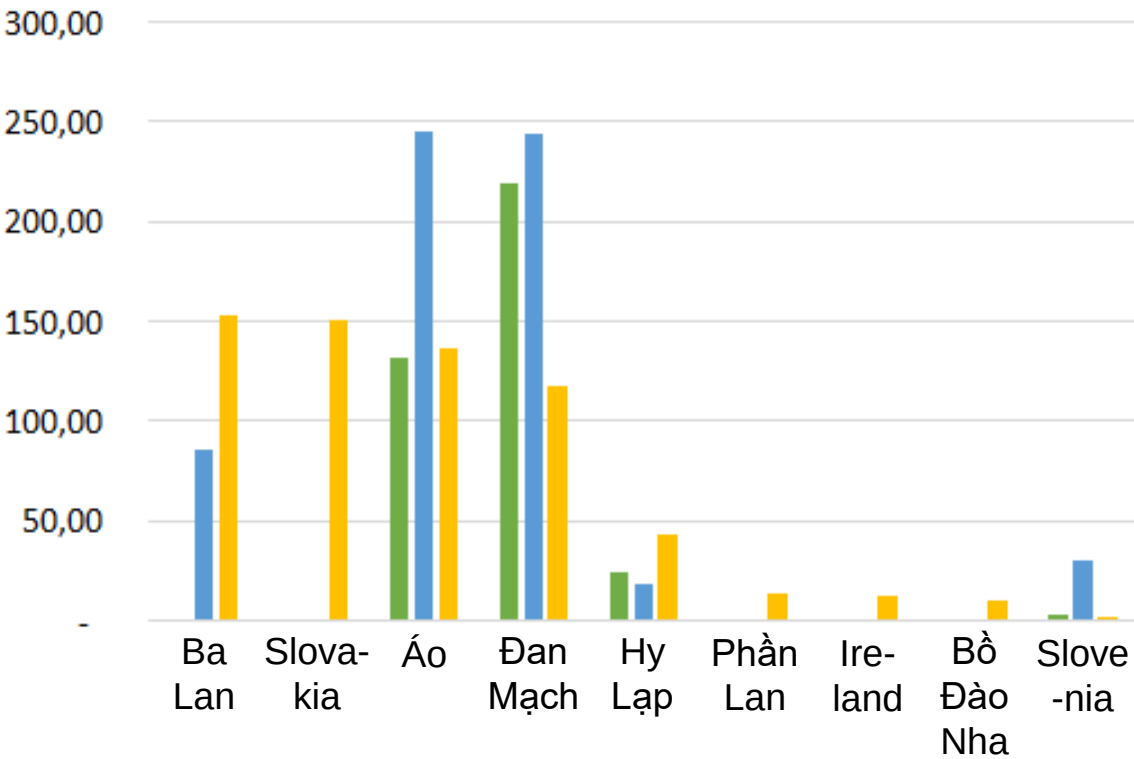
Phân tích nhanh về cá tra và tôm

Cá tra dán nhãn ASC được tiêu thụ ổn định tại châu Âu

Nhóm các quốc gia tiêu thụ cá tra nhiều nhất châu Âu



Nhóm các quốc gia tiêu thụ cá tra nhiều thứ hai châu Âu



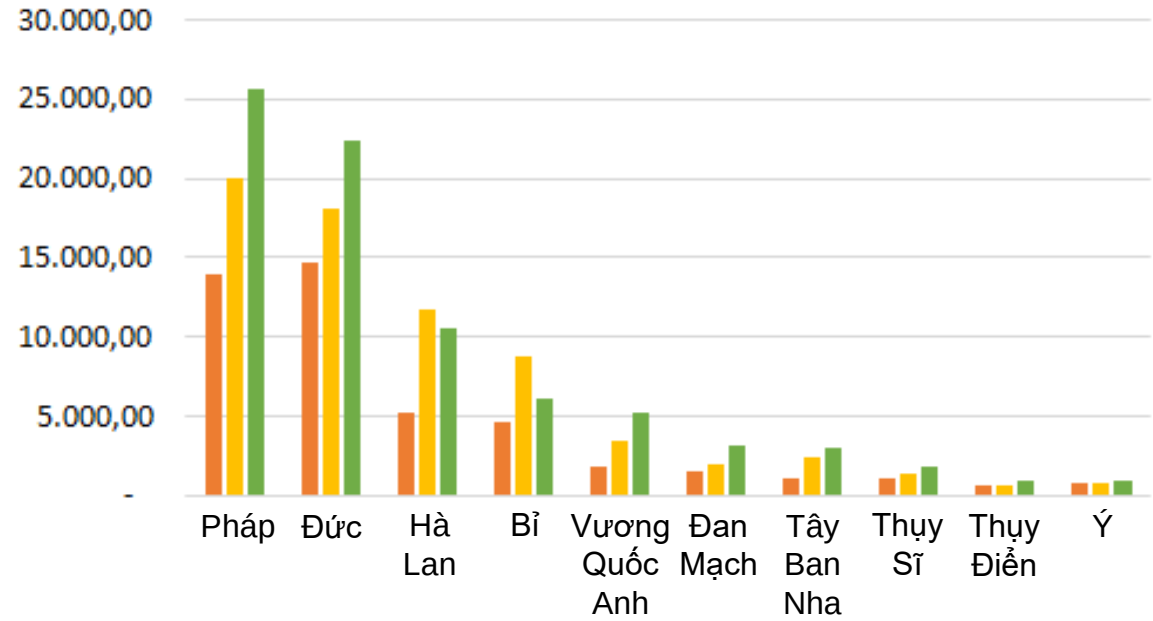
■ Cá tra ASC (t) 2019

■ Cá tra ASC (t) 2020

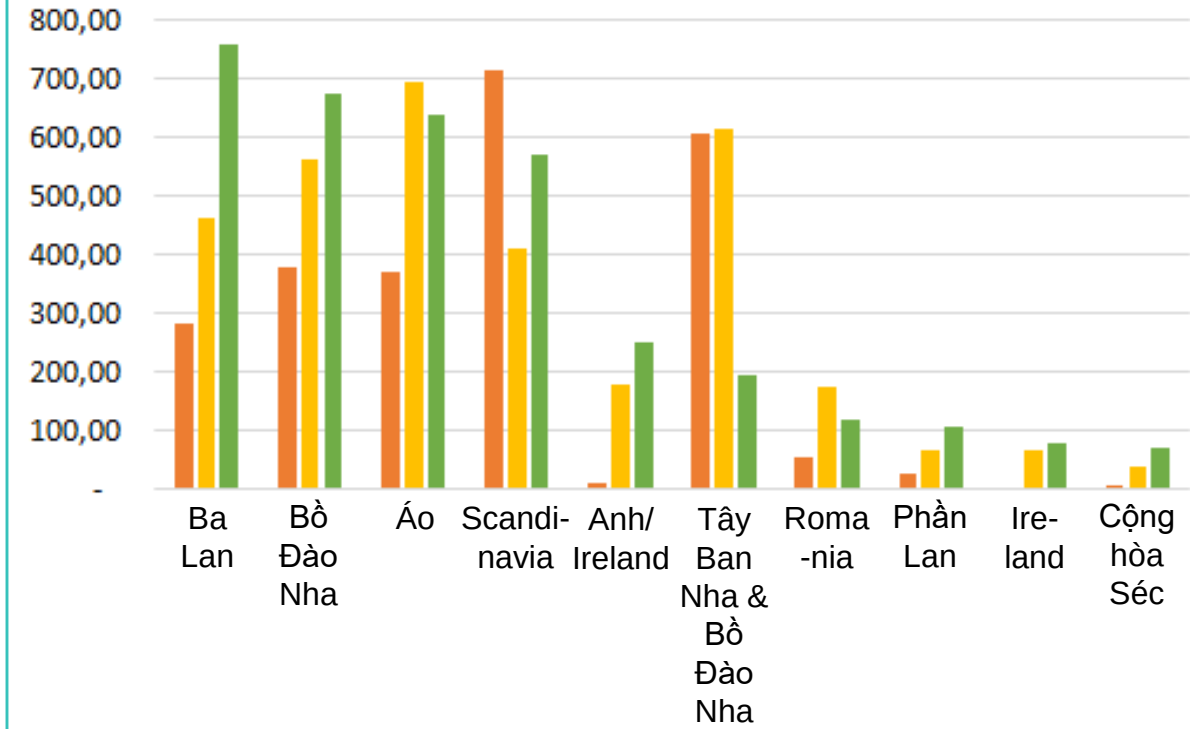
■ Cá tra ASC (t) 2021

Các quốc gia châu Âu có xu hướng tăng tiêu thụ tôm dán nhãn ASC

Nhóm các quốc gia tiêu thụ tôm nhiều nhất châu Âu



Nhóm các quốc gia tiêu thụ tôm nhiều thứ hai châu Âu



■ Tôm ASC (t) 2019

■ Tôm ASC (t) 2020

■ Tôm ASC (t) 2021

Kết luận được gì từ dữ liệu và kết quả nghiên cứu



Thói quen mua sắm thay đổi trong đại dịch

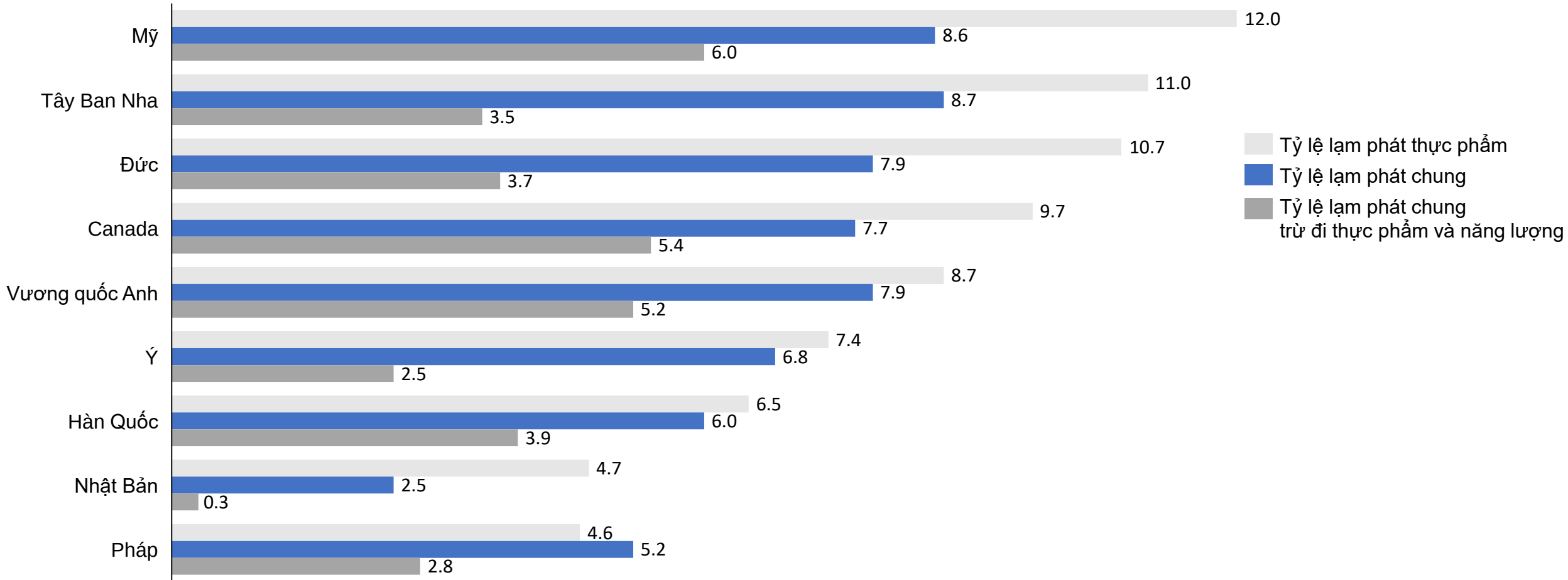
2020 là một năm đặc biệt

- Người tiêu dùng thay đổi thói quen mua sắm
 - Người tiêu dùng ít đến cửa hàng hơn để giảm nguy cơ lây nhiễm -> tăng tiêu thụ đồ hộp và sản phẩm đông lạnh
- Doanh số các sản phẩm dán nhãn ASC tăng, người tiêu dùng cân nhắc nhiều yếu tố trước khi mua hàng (tin vào giá trị của nhãn ASC)
- Ngành HORECA (khách sạn, nhà hàng, dịch vụ ăn uống, v.v.) chịu tác động mạnh.

Một thách thức mới lên thị trường thủy sản – chiến tranh ở Ukraine

Tỷ lệ lạm phát thực phẩm cao hơn tỷ lệ lạm phát chung tại nhiều nước

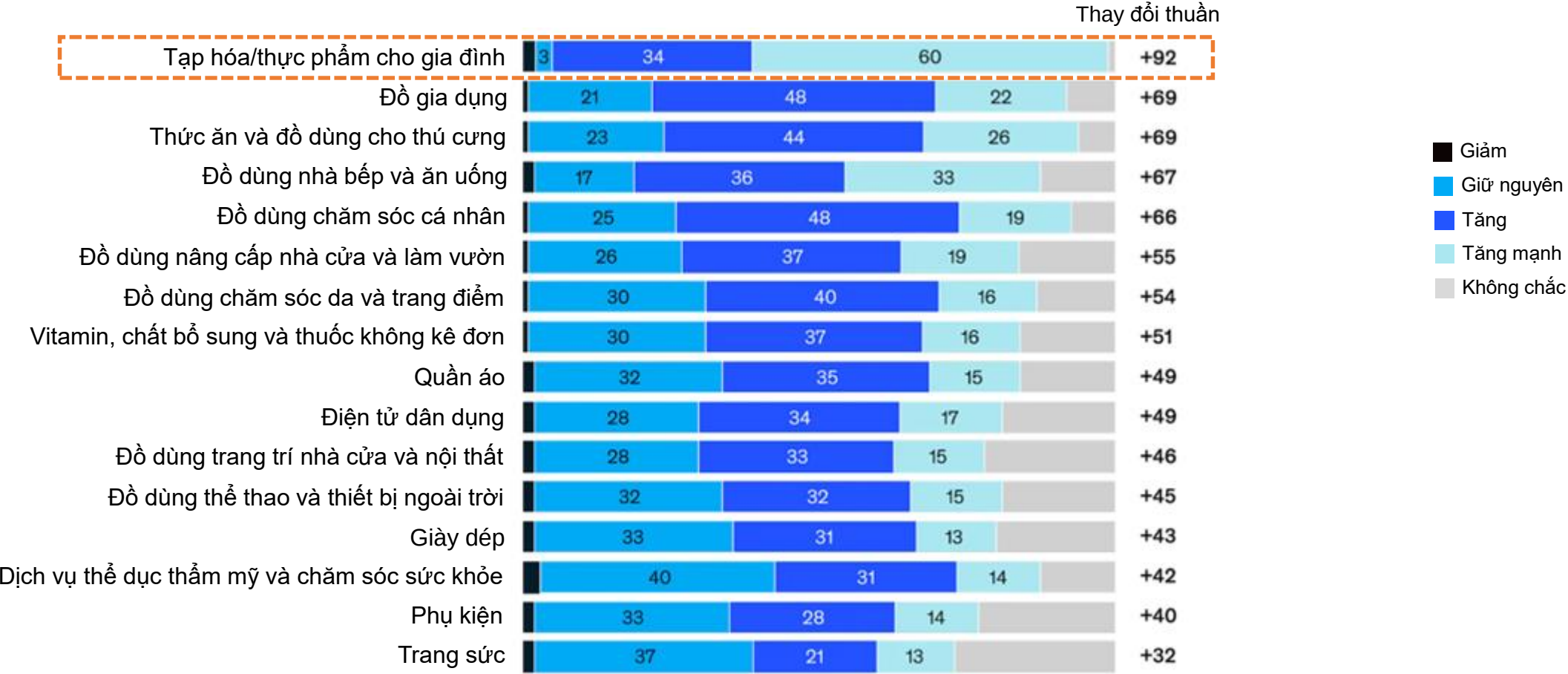
Tỷ lệ lạm phát chung, tỷ lệ lạm phát thực phẩm, và tỷ lệ lạm phát chung trừ đi thực phẩm & năng lượng, 5/2022



Người tiêu dùng cũng nhận thấy rằng, giá cả của hàng tạp hóa là thay đổi nhiều nhất



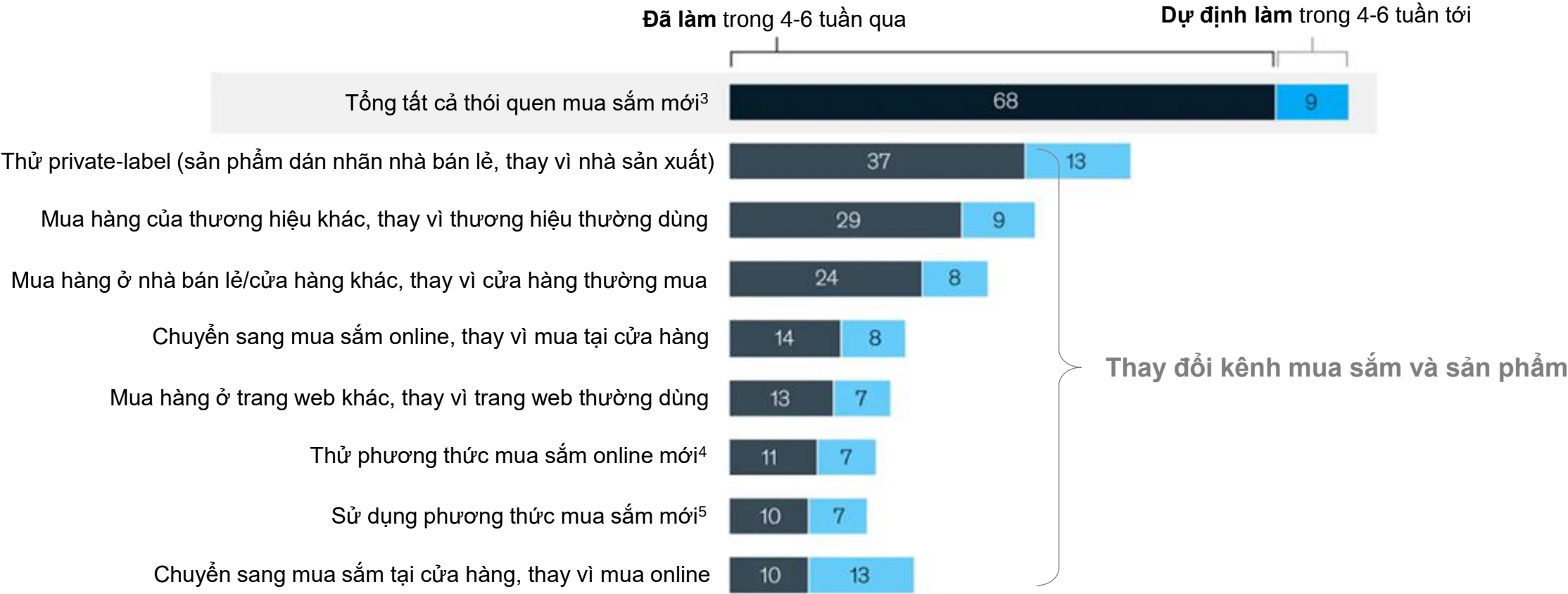
Thay đổi về giá trong 4-6 tuần qua (%) theo loại



Hơn 2/3 số người tiêu dùng đã thay đổi thói quen mua sắm do lạm phát



Hành vi đã làm và dự định làm khi mua tạp hóa và nhu yếu phẩm, %



Lượng lớn người tiêu dùng chuyển sang mua hàng tại cửa hàng giá rẻ, nhất là ở Đức



% số người tham gia khảo sát cho biết, họ mua hàng tại các cửa hàng bán lẻ khác, thay vì cửa hàng thường mua

Khác biệt giữa tất cả người dùng³, %
■ < -3 ■ Từ -3 đến +3 ■ > +3

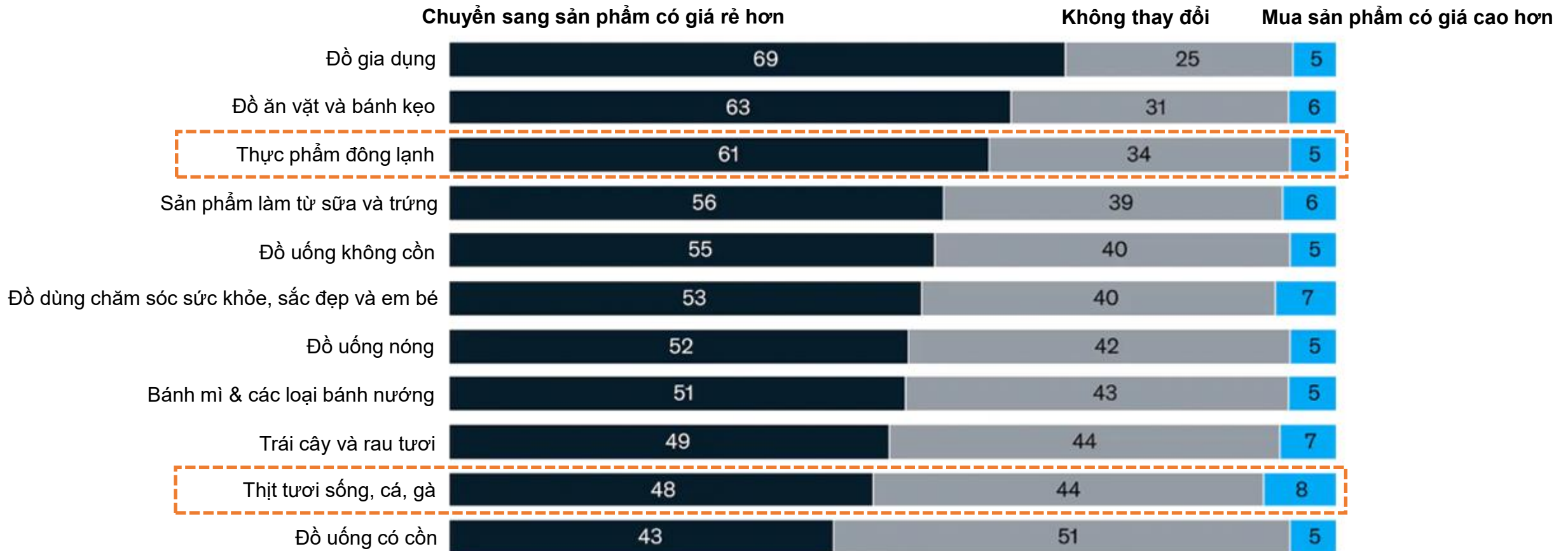
Kênh mua sắm	Tất cả người dùng, thay đổi thuần ²	Đức	Pháp	Vương quốc Anh	Ý	Tây Ban Nha
Cửa hàng giá rẻ (discounter)	19	+28	+18	+22	+4	+22
Siêu thị	-8	-12	-24	-9	+2	-4
Siêu thị lớn	-22	-16	-28	-25	-16	-25
Cửa hàng đặc sản	-24	-29	-21	-20	-25	-26
Cửa hàng tiện lợi	-27	-30	-29	-32	-27	-15

Cửa hàng giá rẻ có thực hiện tốt cam kết hơn các cửa hàng bán lẻ khác, về việc sử dụng nguồn cung thủy sản bền vững và thủy sản dán nhãn ASC, hay không?

Người tiêu dùng chuyển sang mua thực phẩm đông lạnh của các thương hiệu có giá thấp hơn – thói quen mua thực phẩm tươi sống ít thay đổi hơn



% số người tham gia khảo sát đã chuyển sang hàng tạp hóa/nhu yếu phẩm khác trong 4-6 tuần qua



Người tiêu dùng đồng ý rằng.....



Tốt cho sức khỏe và bền vững với môi trường, là những yếu tố được cân nhắc đầu tiên khi mua thủy sản

- Kể từ khi đại dịch bùng phát, người tiêu dùng châu Âu dần để ý hơn về loại sản phẩm họ mua.
- Người tiêu dùng muốn chắc chắn, sản phẩm đáp ứng các quy định về **đảm bảo chất lượng, khả năng truy xuất nguồn gốc, và xuất xứ.**
- Hơn 50% số người tiêu dùng cho rằng, thủy sản hiện giờ không **bền vững.**
- **Nhãn ASC** giúp người tiêu dùng dễ lựa chọn thủy sản hơn.



Cảm ơn quý vị đã chú ý lắng nghe



[Esther Luiten](#)

Global Commercial director

ASC DACH-Team



[Dennis Wittmann](#)

General Manager DACH



[Maren Pfalzgraf](#)

Communications Manager
DACH



[Anna Nau](#)

Marketing Manager
DACH



[Karin Brötzner](#)

Marketing Manager DACH
(Maternity leave)