

Báo cáo ngành VietinbankSc
Ngành Bánh kẹo Việt Nam
07-2014

Nguyệt A. Vũ

2 Khái quát ngành

- 2 Định nghĩa ngành
- 2 Lĩnh vực hoạt động
- 2 Ngành tương đồng
- 2 Nguồn tham khảo

3 Tổng quan ngành

4 Sức hấp dẫn ngành

- 4 Tóm tắt báo cáo
- 5 Yếu tố chính tác động
- 6 Tình hình kinh doanh
- 8 Triển vọng ngành
- 10 Chu kỳ của ngành

11 Sản phẩm & Thị trường

- 11 Chuỗi cung ứng
- 12 Sản phẩm
- 13 Yếu tố quyết định cầu
- 14 Thị trường chính

- 16 Địa bàn kinh doanh

18 Môi trường cạnh tranh

- 18 Mức độ tập trung thị trường
- 18 Yếu tố thành công
- 19 Cấu trúc chi phí
- 20 Cơ sở cạnh tranh
- 22 Rào cản gia nhập
- 22 Mức độ toàn cầu hóa

23 Điều kiện kinh doanh

- 23 Công nghệ & Hệ thống
- 23 Biến động doanh thu
- 23 Chính sách & Quy định
- 23 Hỗ trợ ngành

25 Số liệu thống kê

- 25 Số liệu ngành & Chỉ số chính
- 26 Doanh nghiệp niêm yết

27 Doanh nghiệp lớn

- 27 Công ty CP Kinh Đô - KDC
- 28 Công ty CP Bibica - BBC
- 29 Công ty CP Bánh kẹo Hải Hà - HHC

Cập nhật ngành

Khái quát ngành Bánh kẹo Việt Nam

Định nghĩa Ngành

Sản xuất bánh kẹo hiện nay là một phân đoạn phát triển và năng động của khu vực chế biến thực phẩm và đồ uống. Ngành công nghiệp bánh

kẹo bao gồm công ty chuyên sản xuất và kinh doanh các sản phẩm bánh, kẹo, sô cô la.

Lĩnh vực hoạt động

Hoạt động chính

Sản xuất, kinh doanh các sản phẩm bánh kẹo

Kinh doanh xuất khẩu sản phẩm bánh kẹo

Nhập khẩu các trang thiết bị, kỹ thuật, nguyên vật liệu phục vụ quá trình sản xuất của công ty

Sản phẩm chính

Bánh – kẹo ngọt

Sô cô la

Kẹo cao su

Ngành tương đồng

10602: Sản xuất tinh bột và các sản phẩm từ tinh bột

10750: Sản xuất món ăn, thức ăn chế biến sẵn

10740: Sản xuất mì ống, mỳ sợi và sản phẩm tương tự

10790: Sản xuất các sản phẩm thực phẩm khác chưa được phân vào đâu

Nguồn tham khảo

Những thông tin liên quan đến ngành

www.businessmonitor.com

Công ty khảo sát thị trường quốc tế Business Monitor International (BMI)

www.euromonitor.com

Công ty nghiên cứu thị trường toàn cầu Euromonitor International

www.customs.gov.vn

Tổng cục Hải quan

www.fao.org

Tổ chức lương thực và nông nghiệp Liên hợp quốc

Tổng quan về Ngành

Số liệu chính

Doanh thu 2013e

24.6 nghìn tỷ VND

Lương 2013e

3.6 nghìn tỷ VND

Lợi nhuận 2013e

2.4 nghìn tỷ VND

Số doanh nghiệp

30

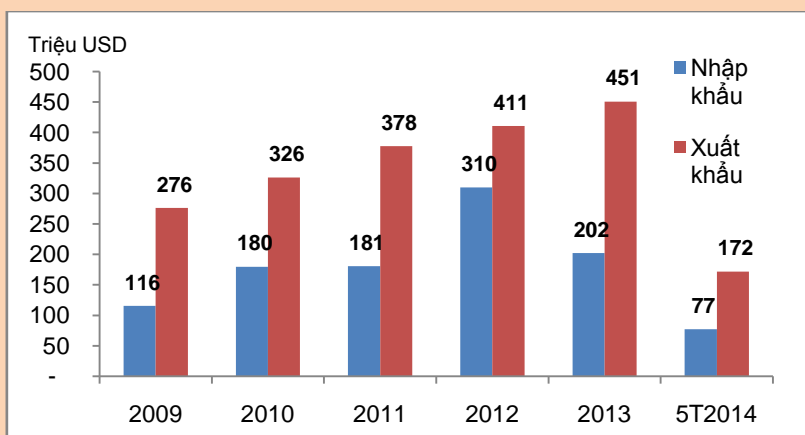
Tăng trưởng 14-18

7.9%

Thị phần 2013

Cty CP Kinh Đô (KDC)	28%
Cty CP Bibica (BBC)	8%
Cty CP Bánh kẹo Hải Hà (HHC)	6%
Cty CP Thực phẩm Hữu Nghị	3%

Tình hình XNK bánh kẹo & các sản phẩm ngũ cốc của Việt Nam qua các năm



Nguồn: Tổng cục thống kê

Yếu tố chính tác động đến ngành

Tăng trưởng kinh tế

Yếu tố mùa vụ

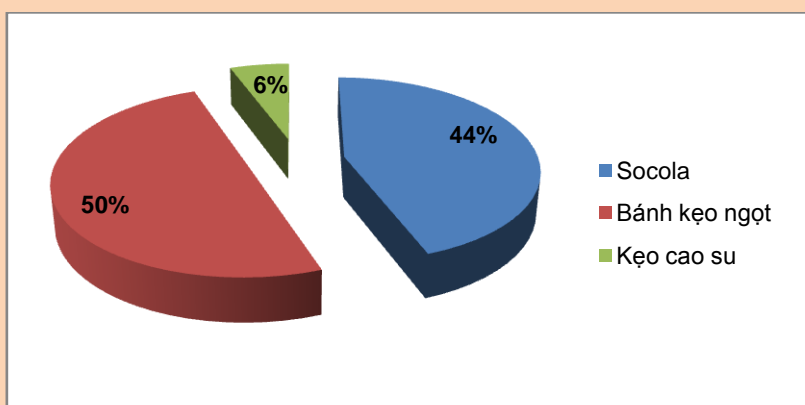
Nguyên liệu đầu vào

Thị hiếu tiêu dùng

Điều kiện khí hậu

p. 5

Cơ cấu sản phẩm 2013 (theo lượng)



Nguồn: BMI Q2/2014

Cấu trúc ngành

Chu kỳ ngành	Tăng trưởng	Rào cản gia nhập	Tr.bình-Thấp
Biến động doanh thu	Thấp	Toàn cầu hóa	Tr.bình
Hỗ trợ ngành	Thấp	Mức độ cạnh tranh	Cao
Tập trung ngành	Trung bình-Thấp	Mức độ quy định ngành	Thấp

Sức hấp dẫn của Ngành

Tóm tắt báo cáo | Yếu tố tác động chính | Tình hình sản xuất kinh doanh
Triển vọng ngành | Chu kỳ sống của ngành

Tóm tắt báo cáo

Ngành bánh kẹo vẫn được biết đến là một trong những ngành có tốc độ tăng trưởng cao và ổn định tại Việt Nam. Vai trò ngành sản xuất bánh kẹo ngày càng được khẳng định khi giữ tỷ trọng lớn trong ngành kỹ nghệ thực phẩm (tăng từ 20% lên 40% trong gần 10 năm trở lại đây).

Hiện nay Việt Nam có khoảng 30 doanh nghiệp sản xuất có quy mô, khoảng 1000 cơ sở sản xuất nhỏ và một số công ty nhập khẩu bánh kẹo nước ngoài.

Các doanh nghiệp nội địa đang chiếm lĩnh thị trường, trong đó, phần doanh nghiệp chiếm tỷ trọng lớn (Tập đoàn Kinh Đô, Cty CP Bánh kẹo Hải Hà, Cty CP Bibica) là 42%, doanh nghiệp khác 38%. Hàng nhập khẩu chỉ chiếm 20%.

Thị trường tiêu thụ chủ yếu vẫn là thị trường nội địa với khoảng 80% sản lượng sản xuất được cung cấp cho nhu cầu trong nước. Song theo xu thế hội nhập phát triển chung, các doanh nghiệp trong ngành đã không ngừng nâng cao chất lượng, mở rộng thị trường, góp phần nâng cao kim ngạch xuất khẩu ngành hàng bánh kẹo qua các năm. Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, kim ngạch

xuất khẩu bánh kẹo và các sản phẩm ngũ cốc năm 2013 đạt 451.2 triệu USD, tăng 9.85% so với năm 2012, thị trường xuất khẩu chính là Campuchia và Trung Quốc.

Trong 2 năm trở lại đây, do ảnh hưởng từ suy giảm kinh tế, thị trường bánh kẹo Việt Nam đã tăng trưởng với một tốc độ chậm hơn. Theo báo cáo mới nhất của BMI, tăng trưởng doanh thu của ngành năm 2013 là 9.95%, thấp hơn so với mức 11.44% năm 2012 và 22.2% của năm 2011. Mặc dù vậy, thị trường bánh kẹo Việt Nam được đánh giá là hấp dẫn khi vượt xa mức tăng trưởng trung bình 3% của khu vực Đông Nam Á và 1.5% của thế giới.

Trong dài hạn, ngành bánh kẹo tiếp tục được nhận định có tiềm năng phát triển mạnh nhờ các yếu tố như cơ cấu dân số trẻ, nhận thức về sức khỏe ngày càng nâng cao, cùng với dòng vốn đầu tư vào ngành đang gia tăng. BMI dự báo rằng, trong năm 2014, ngành bánh kẹo sẽ đạt tốc độ tăng trưởng là 10.7%, CARG đến năm 2018 là 7.9%.

Sức hấp dẫn của Ngành

Yếu tố chính tác động

Tăng trưởng kinh tế

Cũng như nhiều ngành sản xuất kinh doanh khác, ngành hàng bánh kẹo cũng phải chịu ảnh hưởng trực tiếp từ những biến động của nền kinh tế.

Từ năm 2008 đến nay, khi khủng hoảng kinh tế diễn ra, dòng vốn trên thị trường trong nước khựng lại, doanh nghiệp khó đẩy nhanh sản xuất, người tiêu dùng cắt giảm chi tiêu và hướng đến các mặt hàng nhu yếu phẩm. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả kinh doanh của các nhà sản xuất bánh kẹo, điển hình như những doanh nghiệp đầu ngành chiếm thị phần lớn, tốc độ tăng trưởng có xu hướng giảm qua các năm, đồng thời chuyển hướng kinh doanh sang các sản phẩm tiêu dùng thiết yếu khác để đảm bảo tăng trưởng doanh thu.

Trong thời gian tới, khi nền kinh tế hồi phục, thu nhập gia tăng, chi tiêu tiêu dùng tăng cao, đặc biệt hướng vào các dòng sản phẩm cao cấp sẽ thúc đẩy tăng trưởng doanh số bán hàng giá trị của ngành.

Yếu tố mùa vụ

Yếu tố mùa vụ là một trong những đặc điểm của ngành bánh kẹo Việt Nam khiến doanh thu của các doanh nghiệp trong ngành tập trung chủ yếu ở một thời kỳ nhất định như Tết Nguyên Đán hay Tết Trung Thu. Trong khi đó, sản lượng bánh kẹo tiêu thụ khá chậm tại thời điểm sau Tết và mùa hè do khí hậu nắng nóng.

Nguyên liệu đầu vào

Một đặc điểm khá quan trọng của ngành bánh kẹo đó là nguyên vật liệu đầu vào nhập khẩu chiếm tỷ trọng khá lớn, như bột mì (nhập khẩu gần như toàn bộ), đường (nhập khẩu một phần), hương phụ liệu... Chính vì vậy sự tăng giá của

các nguyên vật liệu này cũng như sự biến động tỷ giá hối đoái, gây ảnh hưởng lớn đến giá thành sản phẩm, gây áp lực lên lợi nhuận của ngành.

Thị hiếu tiêu dùng

Nhận thức người tiêu dùng ngày tăng đối với các vấn đề sức khỏe liên quan đến lượng đường nạp vào cơ thể, như bệnh béo phì, tiểu đường hay cao huyết áp được xem như là một vấn đề lớn đối với các nhà sản xuất bánh kẹo. Vì vậy, để đáp ứng được đa dạng nhu cầu của nhiều nhóm khách hàng khác nhau, các hãng đang chuyển dịch theo hướng đầu tư các sản phẩm bánh kẹo chức năng và có lợi cho sức khỏe như các loại bánh chay hay bánh dành cho người ăn kiêng...

Bên cạnh đó, thói quen tiêu dùng theo vùng miền đối với thị trường nội địa cũng tác động không nhỏ đến chiến lược phát triển sản phẩm của các doanh nghiệp trong ngành.

Điều kiện tự nhiên

Nguyên vật liệu sản xuất bánh kẹo có nguồn gốc từ các hàng hóa nông sản, điều kiện thời tiết bất lợi, dịch bệnh xảy ra sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động sản xuất kinh doanh của ngành hàng.

Bên cạnh đó, sản phẩm bánh kẹo chịu ảnh hưởng lớn của khí hậu nóng ẩm. Từ đó, ảnh hưởng đến chất lượng và năng suất lao động, khó khăn trong việc bảo quản và vận chuyển sản phẩm. Vì vậy phần lớn các công ty trong ngành đều tập trung ở các khu vực đông dân cư, sức mua lớn, đảm bảo sự thuận lợi trong giao dịch, mua bán. Ngược lại, việc tiếp cận các thị trường ở xa như miền núi, vùng sâu vùng xa lại gặp nhiều khó khăn.

Sức hấp dẫn của Ngành

Tình hình kinh doanh

Thị trường thu hẹp, các doanh nghiệp chuyển hướng đầu tư

Bánh kẹo nội đang chiếm ưu thế

Sau nhiều năm chịu áp lực cạnh tranh mạnh từ các sản phẩm bánh kẹo ngoại nhập, đến nay các doanh nghiệp nội địa đang chiếm lĩnh thị phần trong nước.

Ưu thế về giá cả, chất lượng, minh bạch về thông tin nguồn gốc là những yếu tố chính giúp bánh kẹo nội đang chiếm ưu thế trong việc nắm giữ thị phần tại thị trường trong nước. Các doanh nghiệp bánh kẹo Việt Nam đang cung cấp khoảng 80% cho nhu cầu thị trường nội địa, 20% còn lại là bánh kẹo nhập khẩu.

Những năm gần đây, mặt bằng công nghệ và các trang thiết bị sản xuất bánh kẹo của các doanh nghiệp Việt Nam đã có bước cải tiến đáng kể. Đa số các máy móc thiết bị đều được nhập khẩu từ Châu Âu, Nhật Bản, Hàn Quốc, các nhà sản xuất uy tín trong nước đều áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế như ISO, HACCP vào quá trình sản xuất nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm.

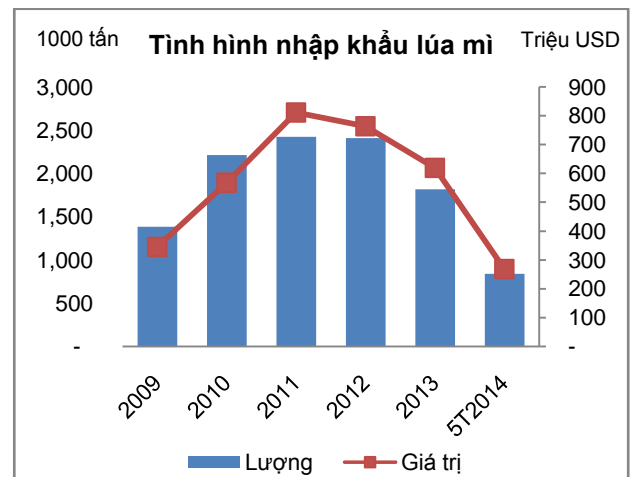
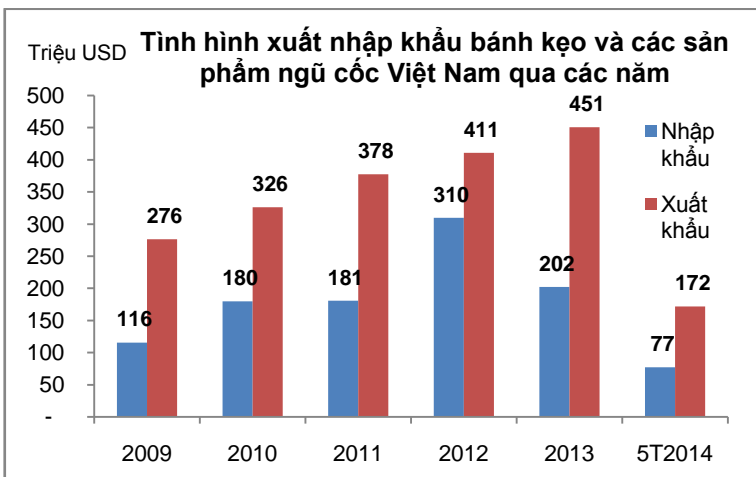
Bên cạnh đó, hệ thống phân phối được đẩy mạnh đầu tư cũng là điểm mạnh giúp các doanh nghiệp trong nước phủ sóng sản phẩm của mình rộng khắp trên thị trường.

Sản phẩm nội chiếm ưu thế khiến giá trị các loại bánh kẹo và sản phẩm ngũ cốc nhập khẩu qua đường chính thức trong năm 2013 giảm khá mạnh so với năm 2012. Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, trong khi kim ngạch xuất khẩu các bánh kẹo và các sản phẩm ngũ cốc tiếp tục xu hướng tăng trong năm 2013 (tăng 9.85% so với năm 2012, đạt 451.2 triệu USD), thì tổng giá trị nhập khẩu các sản phẩm này giảm 22%, tương ứng đạt hơn 242 triệu USD.

Tốc độ tăng trưởng chậm lại

Trong 2 năm trở lại đây, ngành bánh kẹo Việt Nam đã tăng trưởng với một tốc độ chậm hơn do bản chất nhóm hàng không thiết yếu trong bối cảnh sức mua suy giảm. Theo báo cáo mới nhất của BMI (Q2/2014), tăng trưởng của ngành bánh kẹo là 9.95%, thấp hơn hơn so với mức 11.44% năm 2012 và 22.2% của năm 2011.

Tuy nhiên, thị trường bánh kẹo Việt Nam vẫn được đánh giá là hấp dẫn khi so với mức tăng trưởng trung bình 3% của khu vực Đông Nam Á 1.5% của thế giới.



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Sức hấp dẫn của Ngành

Tình hình kinh doanh (tiếp theo)

Chuyển hướng kinh doanh

Tuy đã chiếm được thị phần trong nước, song với tình hình kinh tế còn khó khăn, lại xuất hiện thêm nhiều các thương hiệu nước ngoài như Glico, Lotte... khiến tốc độ tăng trưởng của các doanh nghiệp bánh kẹo Việt Nam có phần bảo hòa. Điều này dẫn đến việc một số doanh nghiệp chuyển hướng, phát triển những sản phẩm khác, nhằm nâng cao doanh thu.

Kinh Đô hiện đang nắm giữ thị phần bánh kẹo lớn nhất hiện nay (28%) cũng từng bước chuyển hướng đầu tư sang các mặt hàng thiết yếu có sức tiêu thụ mạnh tại thị trường Việt Nam như mỹ gói, nước tương, dầu ăn.

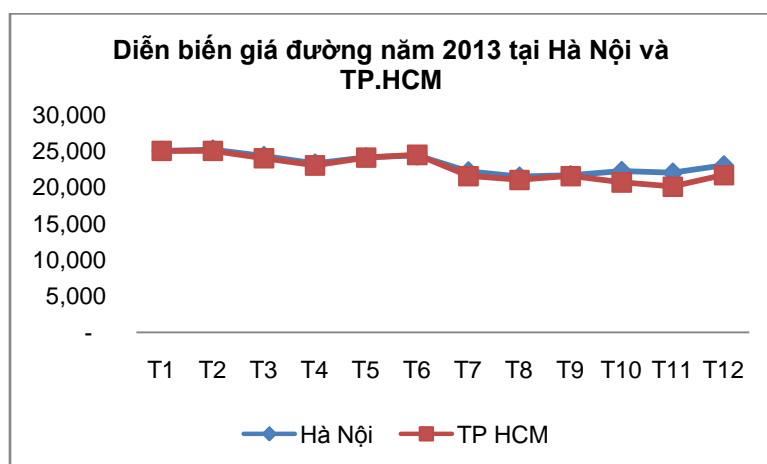
Dù vẫn giữ vững những sản phẩm truyền thống, thế mạnh là bánh kẹo, song sự chuyển hướng của các doanh nghiệp lớn trong ngành cũng cho thấy một thị trường có xu hướng thu hẹp, tính cạnh tranh cao của bánh kẹo Việt Nam. Sự cạnh tranh sẽ càng khốc liệt hơn khi hàng rào thuế quan sẽ dần dỡ bỏ trong vài năm tới.

Biên lợi nhuận cải thiện nhờ giá nguyên vật liệu đầu vào giảm

Trong năm 2013, các doanh nghiệp trong ngành bánh kẹo được hưởng lợi từ việc giá nguyên liệu đầu vào chính là bột mì và đường giảm.

Theo FAO, nguyên nhân chính khiến giá lúa mì giảm so với năm 2012 là do sản lượng bội thu (tăng 7.4% y-o-y) đã đưa nguồn cung trên thị trường thế giới về mức ổn định, đồng thời sản lượng ngô tăng mạnh. Giá đường thế giới cũng bắt đầu giảm từ những tháng đầu năm 2013, giá đường thô giảm khoảng 26% và giá đường trắng giảm 20% trong năm 2013.

Trong Q1/2014, giá lúa mì tăng 15%, do căng thẳng ở Đông Âu làm gia tăng lo ngại nguồn cung, tuy nhiên lại giảm 17% kết thúc Q2/2014. Theo báo cáo đánh giá triển vọng nông sản của FAO trong giai đoạn 2013-2022, giá ngô và giá lúa mì dự kiến sẽ tiếp tục giảm mạnh trong thời gian tới do người nông dân gia tăng sản xuất. Giá đường cũng được dự báo sẽ tiếp tục giảm trong thời gian tới do sản lượng thặng dư lớn.



Nguồn: AGROINFO 2013

Sức hấp dẫn của Ngành

Triển vọng ngành

Triển vọng tích cực trong 6 tháng cuối năm

Triển vọng ngắn hạn

Những dấu hiệu tích cực trong tăng trưởng kinh tế sẽ đem lại những tiềm năng trong tăng trưởng tiêu dùng.

Dự báo cả năm 2014, kinh tế thế giới sẽ phục hồi mạnh mẽ hơn so với 6 tháng đầu năm nhờ tín hiệu tích cực từ các nền kinh tế lớn như

Mỹ, Châu Âu, Nhật Bản. Hưởng lợi từ sự phục hồi các nền kinh tế lớn, các nước mới nổi và đang phát triển, trong đó có Việt Nam cũng được dự báo tăng trưởng cao trở lại, với mức tăng trưởng GDP trong năm 2014 được dự báo là 5.6% theo IMF 04/2014 và 6% theo BMI Q2/2014.

2014f	Doanh thu (1000 Tỷ VND)	% Tăng trưởng y-o-y	Tiêu thụ đầu người	
			kg	'000 VND
Bánh kẹo ngọt	21.19	9.63	-	228.91
Sôcôla	4.54	11.88	0.56	49.01
Kẹo cao su	1.54	22.33	0.08	16.69
Tổng	27.27	10.65	1.96	294.62

Nguồn: BMI Q2/2014

Cũng theo dự báo mới nhất của BMI, doanh thu ngành bánh kẹo Việt Nam năm 2014 sẽ tăng 10.65% so với năm 2013, tương ứng đạt 27 nghìn tỷ VND. Trong đó, các sản phẩm bánh kẹo ngọt truyền thống vẫn chiếm tỷ trọng lớn, song mức tăng trưởng cao lại thuộc về nhóm hàng sô cô la và kẹo cao su, vốn được đánh giá là xu hướng tiêu thụ chủ yếu của giới trẻ trong điều kiện kinh tế xã hội phát triển và hội nhập mạnh mẽ như hiện nay.

Triển vọng dài hạn cho thị trường bánh kẹo Việt Nam là tích cực

Triển vọng dài hạn

Xét về dài hạn, các yếu tố như sức mua tăng, cơ cấu dân số thuận lợi, nhận thức về sức khỏe ngày càng nâng cao, cùng với vốn đầu tư vào ngành đang gia tăng sẽ là những động lực hỗ trợ ngành bánh kẹo Việt Nam tăng trưởng mạnh.

Sức mua tăng: Tỷ lệ tăng trưởng chi tiêu của người tiêu dùng (CAGR) của Việt Nam trong giai đoạn 2011-2020 được dự báo sẽ thuộc hàng cao nhất trong khu vực ASEAN, đạt 8%, cao hơn mức 5% của Indonesia và Malaysia, mức 4% của Thái Lan, Philippines và Singapore (nguồn: Global Insights, Bain Analysis). Trong đó, ngành thực phẩm và đồ uống là 3%.

Tăng trưởng kinh tế tại Việt Nam trong những năm tới đem lại thu nhập cao hơn, đẩy mạnh chi tiêu tiêu dùng. Đô thị hóa nhanh chóng cũng đem lại nhiều cơ hội cho các cửa hàng bán lẻ hiện đại, thúc đẩy tăng trưởng sức mua trong dài hạn. Theo thống kê của BMI, mức tiêu thụ bánh kẹo bình quân đầu người của Việt Nam trong năm 2013 là 1.89kg, hiện vẫn khá thấp so với

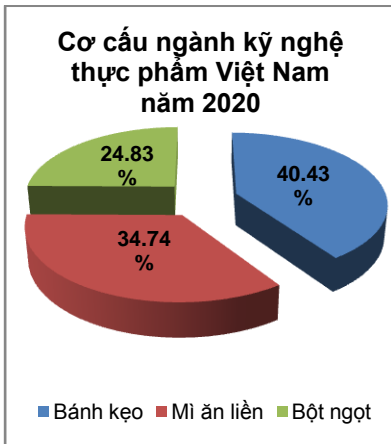
mức trung bình của Thế giới là 2.8kg/người/năm.

Cơ cấu dân số trẻ: Theo quỹ dân số Liên Hợp Quốc (UNFPA), Việt Nam đang bước vào thời kỳ “dân số vàng”. Dân số với quy mô lớn (hơn 90 triệu dân), và cơ cấu dân số trẻ, đang ở độ tuổi trưởng thành, Việt Nam thực sự là thị trường hấp dẫn cho ngành thực phẩm, đồ uống nói chung và ngành bánh kẹo nói riêng. Theo báo cáo BMI Q2/2014, 51.9% dân số Việt Nam ở độ tuổi dưới 30, đây là nhóm dân số có xu hướng sử dụng sản phẩm bánh kẹo nhiều hơn. Mặt khác, đây là cơ hội để ngành phát triển với lực lượng lao động dồi dào và chi phí nhân công thấp.

Nâng cao nhận thức sức khỏe: Nhận thức sức khỏe ngày càng tăng đã thay đổi dần thói quen tiêu dùng đối với sản phẩm bánh kẹo chức năng và tốt cho sức khỏe. Các doanh nghiệp bánh kẹo lớn trong ngành cũng đang không ngừng phát triển và đưa ra thị trường các dòng sản phẩm này. Các sản phẩm chức năng thường có giá cao hơn, và khi nhu cầu gia tăng sẽ đem lại doanh số bán hàng giá trị cao hơn.

Sức hấp dẫn của Ngành

Triển vọng Ngành (tiếp tục)

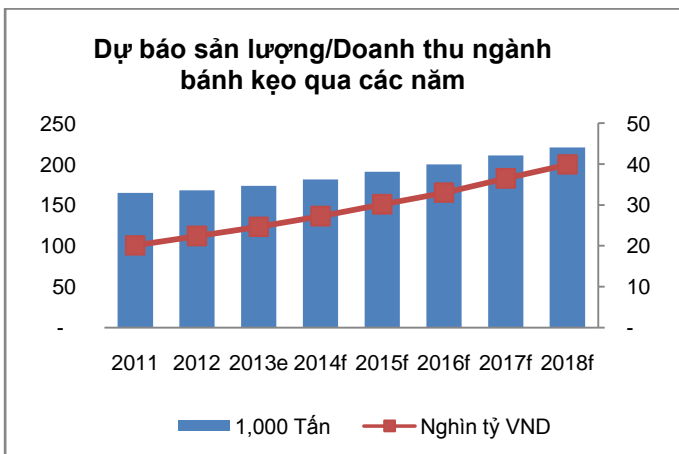


Nguồn: Bộ Công thương 2014

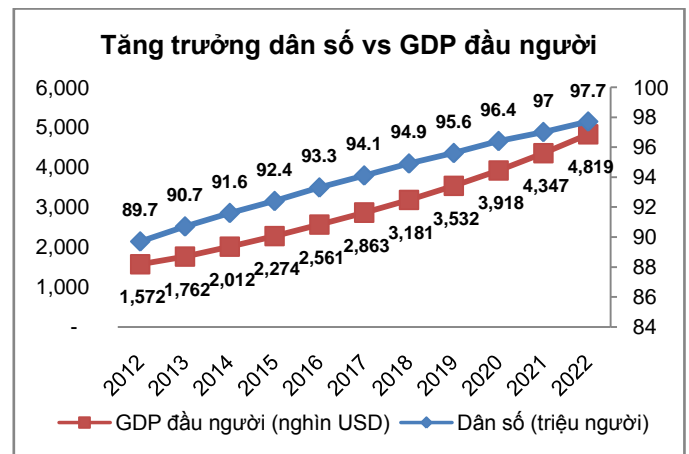
Tiếp tục thu hút đầu tư phát triển ngành:

Theo đánh giá của BMI, Việt Nam đang là một trong những thị trường bán lẻ hấp dẫn nhất tại Châu Á (chỉ sau Ấn Độ) trong lĩnh vực thực phẩm. Tốc độ tăng trưởng nhanh và ổn định của ngành công nghiệp bánh kẹo đang thu hút đầu tư mạnh của các doanh nghiệp nước ngoài với lợi thế vốn và công nghệ. Điều này sẽ nâng cao sự cạnh tranh trong ngành, từ đó thúc đẩy sự phát triển chung của ngành.

Ngành bánh kẹo tiếp tục giữ tỷ trọng lớn (40.43%) với vai trò dẫn dắt sự phát triển chung của ngành kỹ nghệ thực phẩm. Theo đó, ngành nhận được những kế hoạch đầu tư cụ thể mang tính chiến lược theo quyết định quy hoạch phát triển ngành kỹ nghệ thực phẩm Việt Nam của Bộ Công Thương. Mục tiêu tốc độ tăng trưởng bình quân giá trị sản xuất công nghiệp giai đoạn 2011-2015 là 13.21%, giai đoạn 2016-2020 là 14.87% và giai đoạn 2021-2025 là 12.44%.



Nguồn: BMI Q2/2014



Nguồn: BMI Q3/2013

Sức hấp dẫn của Ngành

Chu kỳ ngành

Ngành bánh kẹo Việt Nam đang trong giai đoạn **Tăng trưởng**

Mặc dù chịu ảnh hưởng khó khăn chung của nền kinh tế, tác động trực tiếp đến sức mua của thị trường, ngành sản xuất bánh kẹo Việt Nam vẫn đang ở giai đoạn tăng trưởng.

Xét về quá trình phát triển: Trong vòng 10 năm trở lại đây, ngành bánh kẹo đã không ngừng phát triển.

Theo số liệu Viện Nghiên cứu Chiến lược – Bộ Công Thương, bánh kẹo đã thay thế mì ăn liền trở thành ngành chiếm tỷ trọng lớn trong ngành kỹ nghệ thực phẩm (tăng từ 20% năm 2005 lên 40% hiện nay), và tiếp tục duy trì tỷ trọng cao này trong dài hạn.

Bên cạnh đó, các cơ sở sản xuất bánh kẹo cũng tăng nhanh từ con số 182 cơ sở trong năm 2005 lên 324 cơ sở năm 2011.

Xét về tốc độ tăng trưởng: ngành Bánh kẹo được dự báo tiếp tục giữ tốc độ tăng trưởng cao hơn với tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế. Theo báo cáo mới đây nhất của

BMI, mức tăng trưởng doanh thu của ngành trong giai đoạn 2014-2018 đạt 7.9%, cao hơn tốc độ tăng trưởng GDP trong cùng giai đoạn của Việt Nam là 5.4% (theo dự báo của OECD năm 2013).

Xét về sự phát triển sản phẩm: các doanh nghiệp trong ngành đang không ngừng đa dạng hóa các dòng sản phẩm cũng như nâng cao chất lượng, mẫu mã bao bì để đáp ứng nhu cầu, đòi hỏi ngày càng cao của khách hàng.

Bên cạnh các sản phẩm tiêu thụ truyền thống là bánh kẹo ngọt, các sản phẩm thuộc dòng cao cấp hơn như sô cô la hay các sản phẩm xu hướng tiêu dùng năng động của giới trẻ như kẹo cao su, các sản phẩm chức năng đang có những bước tăng trưởng ấn tượng trong những năm vừa qua..

Theo dự báo của BMI, doanh thu sô cô la và kẹo cao su sẽ tiếp tục tăng mạnh trong năm 2014, lần lượt tăng 12% và 22% so với năm 2013.

Để có bản đầy đủ của Báo cáo này, vui lòng liên lạc với chúng tôi:

Phòng Nghiên cứu Phân tích

T +84 4 3974 7952
F +84 4 3094 7572
E research@vietinbanksc.com.vn

Phòng Môi giới chứng khoán

T +84 4 3974 6900
F +84 4 3974 7572
E moigioichungkhoan@vietinbanksc.com.vn

Phòng Môi giới chứng khoán - CN Hồ Chí Minh

T +84 8 3820 9987
F +84 8 3820 0921
E moigioiHCM@vietinbanksc.com.vn

W www.vietinbanksc.com.vn



Công ty Cổ phần Chứng khoán Ngân hàng Công thương (VietinbankSC) là một công ty chứng khoán được cấp phép với đầy đủ các chức năng nghiệp vụ, có số vốn điều lệ là 800 tỷ đồng, tương đương 40 triệu đô la.

VietinbankSC được niêm yết trên sàn GDCK Hà Nội (HNX) với mã giao dịch "CTS"

Liên hệ

306 Bà Triệu, Hai Bà Trưng, Hà Nội

T +84 4 3974 7952

F +84 4 3094 7572

W www.vietinbanksc.com.vn

Lưu ý sử dụng

Báo cáo này được cung cấp bởi Công ty Cổ phần Chứng khoán Ngân hàng Công thương (VietinbankSC), và được sử dụng chủ yếu cho khách hàng của Công ty, tuân theo nghiêm ngặt các điều khoản sử dụng. VietinbankSC không có bất kỳ cam kết cá nhân nào về tính đầy đủ và chính xác của dữ liệu hay thông tin có trong báo cáo này. Công ty từ chối trách nhiệm cũng như phủ nhận tất cả trách nhiệm pháp lý (ngoại trừ những trách nhiệm không thể phủ nhận theo luật pháp) đối với bất kỳ tổn thất hay thiệt hại nào được gây ra hoặc phát sinh với bất cứ cá nhân nào, bắt nguồn từ việc sử dụng hoặc tin tưởng vào

số liệu và thông tin trong báo cáo. Bản quyền báo cáo thuộc sở hữu của VietinbankSC. Báo cáo được cung cấp dựa trên cơ sở người dùng đồng ý không sao chép các tài liệu, thông tin trong báo cáo để sử dụng với mục đích riêng. Trong trường hợp người sử dụng sử dụng hoạt trích dẫn tài liệu thông tin trong báo cáo này trong các giấy tờ, báo cáo, hay ý kiến để chuẩn bị cho bất kỳ ai khác, người sử dụng phải đồng ý trích dẫn nguồn tài liệu là từ VietinbankSC.

Copyright 2013 VietinbankSC