BÁO CÁO

NGÀNH FOOD & BEVERAGE VIỆT NAM

Mục lục

1. Tổng quan ngành F&B 2023 2

2. Dự báo ngành F&B 2024 3

3. Những xu hướng nổi bật 2024 6

3.1 Làn sóng đồ uống tiện lợi 6

3.2 Nhu cầu "ăn sạch, uống sạch" tăng cao 6

3.3 Cuộc đua Michelin: Nâng tầm đẳng cấp ẩm thực Việt 6

3.4 Nâng cao chất lượng và trải nghiệm 6

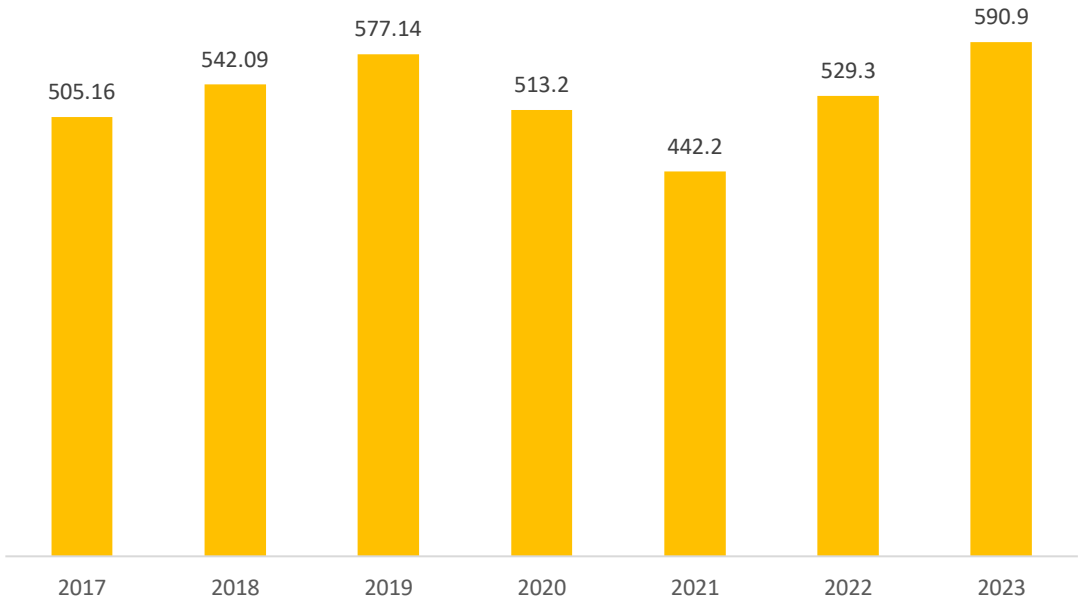
3.5 Chuyển đổi số trong kinh doanh F&B 7

3.6 Cơ hội ngành F&B cho nhà đầu tư nước ngoài 7

1. TỔNG QUAN NGÀNH F&B 2023

Mặc dù 2023 là một năm đầy thách thức với nhiều ngành kinh tế, F&B Việt Nam vẫn ghi nhận mức tăng trưởng ấn tượng 11,47%, đạt tổng doanh thu hơn 590.000 tỷ đồng. Riêng thị trường ăn tại quán đóng góp 538.500 tỷ đồng, tăng 10,87% so với năm 2022.

Hình 1: Doanh thu dịch vụ F&B Việt Nam (đơn vị: nghìn tỷ đồng)



Nguồn: Euromonitor.

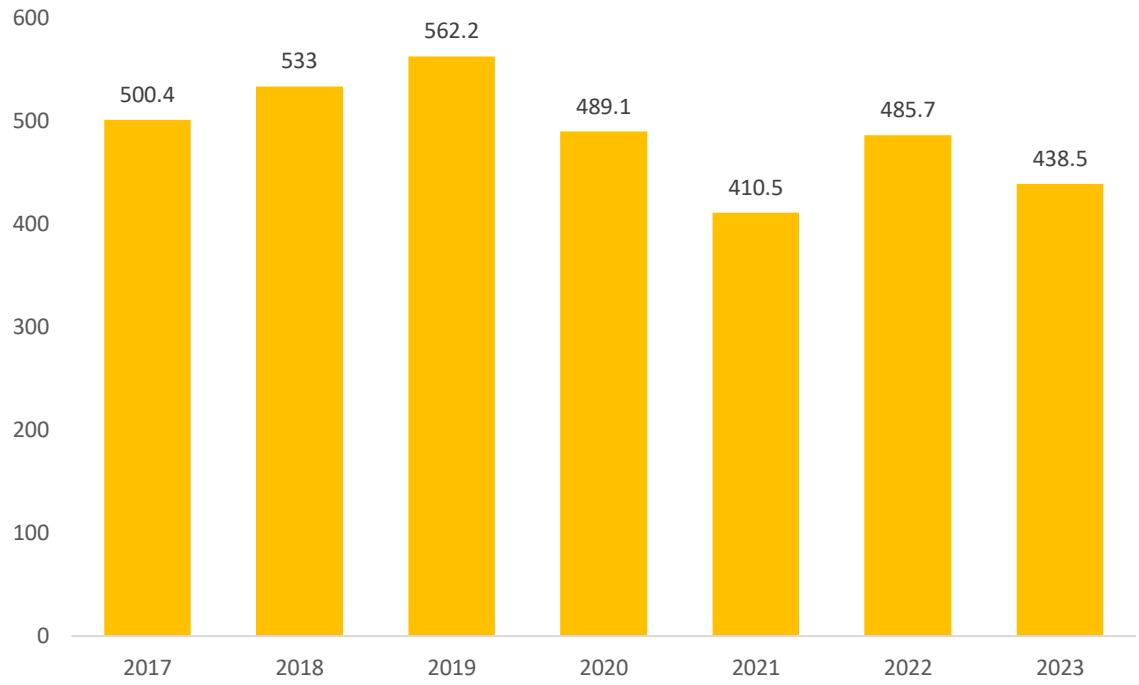
Báo cáo cho thấy 79,6% doanh nghiệp F&B tham gia khảo sát tin tưởng vào tương lai phát triển của ngành. Hơn 51% dự định mở rộng quy mô kinh doanh, thể hiện sự lạc quan và tiềm năng to lớn của thị trường.

Chi tiêu của người dân cho F&B có sự tăng trưởng nhẹ. Mức chi cho ăn uống ngoài tăng từ 5-10%, 14,9% thực khách sẵn sàng chi hơn 100.000 đồng cho bữa tối hàng ngày. Mức chi tiêu cho cà phê cũng tăng nhẹ, với 59,5% thực khách chi hơn 41.000 đồng cho một lần uống.

Nửa cuối năm 2023, các ứng dụng giao đồ ăn trực tuyến siết chặt khuyến mãi và tăng phí vận chuyển. Lượng đơn và tần suất đặt hàng giảm nhẹ, nhưng giá trị cho từng đơn hàng lại gia tăng. Doanh thu thị trường giao đồ ăn trực tuyến năm 2023 vẫn tăng trưởng hơn 20,18%, đạt 52.400 tỷ đồng.

Bất chấp những khó khăn của nền kinh tế, theo nghiên cứu của Ipos.vn, có đến 79,6% doanh nghiệp F&B cho biết tình hình kinh doanh đang có xu hướng tốt lên và có đủ nguồn lực để phát triển trong tương lai gần. Hơn thế nữa, 51,7% các cửa hàng ăn uống có dự định mở rộng quy mô.

Hình 2: Doanh thu thị trường ăn ngoài tại Việt Nam (đơn vị: nghìn tỷ đồng)

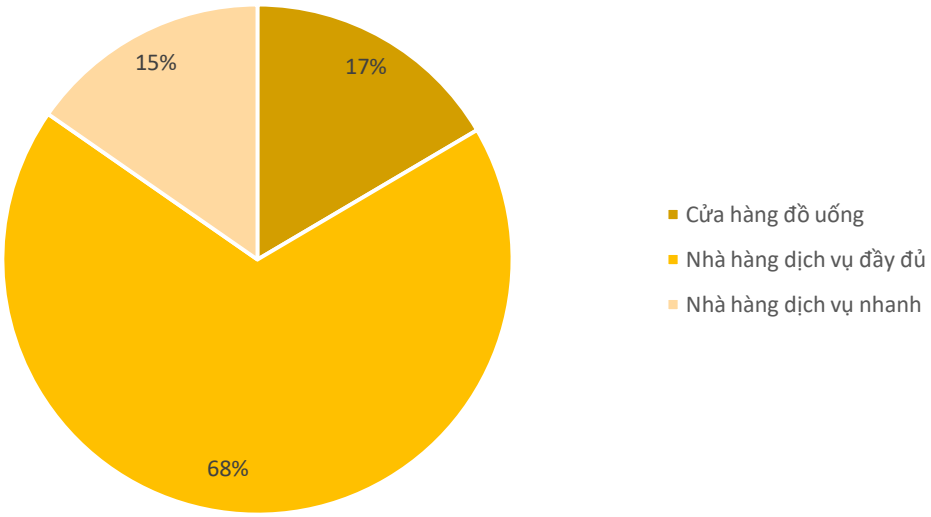


Nguồn: Euromonitor.

2. DỰ BÁO NGÀNH F&B 2024

Theo dự báo của Quỹ Tiền Tệ Thế Giới (IMF), Việt Nam là một trong những quốc gia có khả năng phát triển kinh tế vượt trội trong 5 năm tới. Các động lực về đầu tư, tiêu dùng, du lịch và xuất nhập khẩu được thúc đẩy mạnh mẽ là động lực để nền kinh tế Việt Nam nói chung và ngành F&B nói riêng thêm đà tăng trưởng. Năm 2024, giá trị thị trường ngành F&B tại Việt Nam dự kiến tăng 10,92% so với năm 2023 và đạt mốc hơn 655 nghìn tỷ đồng. Dự báo từ nay đến năm 2027, các cửa hàng F&B độc lập vẫn áp đảo với 93,9% thị phần, khẳng định vị thế thống trị của mô hình này.

Hình 3: Cơ cấu doanh thu theo loại hình dịch vụ 2023



Nguồn: Euromonitor.

Đẩy mạnh số hóa – hơn 50% doanh nghiệp bán đồ ăn trực tuyến

Theo báo cáo của iPOS.vn, năm 2023 chứng kiến sự bùng nổ của thanh toán không tiền mặt tại Việt Nam. Hình thức chuyển khoản/quét mã QR thống trị với 61,4% người dùng, theo sau đó là ví điện tử (11,8%) và thẻ ngân hàng/ thẻ tín dụng (7,2%). Hình thức thanh toán NFC tuy mới ra mắt gần đây nhưng cũng thu hút 1,1% người dùng lựa chọn.

Về thị trường giao đồ ăn trực tuyến, quy mô năm 2023 đạt 52,4 nghìn tỷ đồng, tăng trưởng 20,18% năm 2022 và gấp 3,5 lần thời kỳ trước dịch. Điều này cho thấy thói quen đặt đồ ăn online của người Việt ngày càng phổ biến, bởi nhiều tiện ích. Đây cũng là "mảnh đất màu mỡ" mà các doanh nghiệp F&B có thể khai thác hiệu quả song song với hình thức bán hàng tại chỗ.

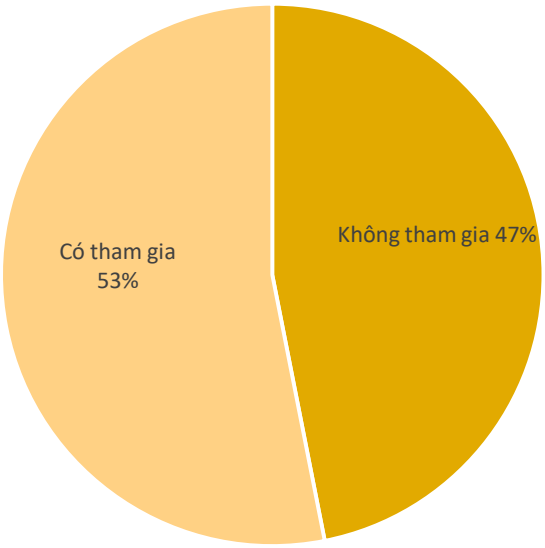
Kinh doanh online đang giúp các cửa hàng F&B có thêm dòng tiền. Trong danh sách các doanh nghiệp F&B sử dụng ứng dụng giao đồ ăn trực tuyến, 47,9% doanh nghiệp có tỷ lệ doanh thu trực tuyến chiếm từ 25-50% so với tổng doanh thu.

Năm vừa qua chứng kiến sự tăng trưởng số lượng cửa hàng trực tuyến, trên các ứng dụng giao đồ ăn. Tuy vậy, thị phần cửa hàng trực tuyến gần như giữ nguyên so với năm 2022.

Khảo sát của iPOS.vn cho thấy, tỷ lệ các doanh nghiệp đang sử dụng ứng dụng giao đồ ăn trực tuyến chỉ chiếm khoảng 53,1%, với điều kiện phát sinh ít nhất 5 đơn hàng/tuần.

Lý giải cho điều này, các chuyên gia F&B cho rằng một số lượng lớn cửa hàng dừng hoạt động và lượng cửa hàng F&B mới khai trương nhưng chưa bán online vẫn còn khá cao.

Hình 4: Tỷ lệ tham gia bán hàng trực tuyến của các thương hiệu F&B



Nguồn: Euromonitor.

Tần suất đặt hàng online của người Việt vẫn ở mức cao, với 29,4% gọi giao đồ ăn từ 1-2 lần/tuần và 20% gọi giao đồ ăn từ 3-4 lần/tuần. Doanh thu của thị trường giao đồ ăn trực tuyến năm 2023 tăng trưởng hơn 20,18%, đạt mốc 52,4 nghìn tỷ đồng.

Về các ứng dụng chiếm lĩnh thị trường giao đồ ăn, năm 2023 chứng kiến sự mở rộng thị trường mạnh mẽ của ShopeeFood, với 42,94% doanh nghiệp sử dụng và cao hơn 2,33% so với vị trí thứ hai là GrabFood.

Năm qua cũng chứng kiến khả năng mở rộng thị phần mạnh mẽ của BeFood, với hơn 10,84% doanh nghiệp đăng ký sử dụng. Ngạc nhiên hơn, BeFood mới chỉ hoạt động tại hai đô thị đặc biệt tại Việt Nam là Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh.

"Gây nhiều tiếc nuối nhất là Baemin, với 7,52% doanh nghiệp đăng ký sử dụng. Tuyên bố rời thị trường Việt Nam từ 0h ngày 8/12/2023, Baemin đã khép lại hành trình gần 5 năm đầy thú vị. Theo khảo sát, ứng dụng này được nhiều thực khách trẻ tuổi yêu mến nhất, do có thiết kế đẹp và thông điệp truyền thông sáng tạo", đại diện iPOS.vn bày tỏ.

Cũng theo iPOS.vn, hơn 90% các doanh nghiệp sử dụng ứng dụng chuyển đổi số trong khâu vận hành nhà hàng, quán cafe. Theo thang đánh giá, hầu hết các doanh nghiệp F&B tại Việt Nam đang ứng dụng tốt và hiệu quả phần mềm bán hàng, với 69,5% doanh nghiệp thừa nhận.

3. NHỮNG XU HƯỚNG NỔI BẬT 2024

3.1.Làn sóng đồ uống tiện lợi

Nhu cầu ngày càng cao cho sự tiện lợi và nhanh chóng sẽ thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của các mô hình đồ uống quy mô vừa và nhỏ. Với chi phí đầu tư hợp lý, vị trí thuận tiện, cùng menu đa dạng phù hợp với mua mang đi và giao hàng, phân khúc này hứa hẹn sẽ bùng nổ trong năm 2024.

3.2.Nhu cầu "ăn sạch, uống sạch" tăng cao

Bắt đầu từ giai đoạn đại dịch bùng phát, người tiêu dùng ngày càng quan tâm nhiều hơn đến sức khỏe của mình, cẩn trọng trong các lựa chọn ăn uống, và ưu tiên sử dụng những thực phẩm hữu cơ, sạch, lành mạnh, thay vì lựa chọn thức ăn nhanh, đồ chiên dầu mỡ hay các thói quen ăn vặt như trước đây. Chính sự thay đổi này của người tiêu dùng đã hình thành nên các xu hướng "ăn sạch, uống sạch" và không ít trào lưu ăn uống cũng bắt nguồn từ xu hướng này.

Trong năm 2023 vừa qua, có thể dễ dàng nhận thấy rất nhiều "hot trend" ăn uống nổi lên từ xu hướng "ăn sạch, uống sạch" này, điển hình như các loại bánh ăn kiêng, trà sữa keto, bánh trung thu healthy, hay bánh ngọt không đường,… Xu hướng này vừa là thách thức cho các người đứng đầu nhãn hàng, đòi hỏi thương hiệu phải nhanh nhạy "bắt trend" để đáp ứng nhu cầu của khách hàng, đồng thời cũng vừa là cơ hội cho những ai muốn bước chân vào ngành F&B. Tận dụng trend ăn uống healthy đang đạt đỉnh, những người mới trong ngành có thể thành công thu hút sự chú ý của người tiêu dùng và nhanh chóng kiếm được lợi nhuận cho hoạt động kinh doanh của mình. Đến năm 2024, xu hướng "ăn sạch, uống sạch" hứa hẹn vẫn sẽ tiếp tục được nhiều người quan tâm.

3.3.Cuộc đua Michelin: Nâng tầm đẳng cấp ẩm thực Việt

Sự cạnh tranh gay gắt giữa các nhà hàng cao cấp để nhận giải thưởng Michelin danh giá đang trở thành xu hướng nổi bật. Nhận thức được tầm quan trọng của giải thưởng này, các thương hiệu F&B đang dốc sức cải thiện chất lượng món ăn, nâng cao dịch vụ và hoàn thiện trải nghiệm khách hàng. Cuộc đua Michelin không chỉ mang đến lợi ích cho thực khách Việt Nam mà còn là đòn bẩy mạnh mẽ để các nhà hàng khẳng định vị thế trên bản đồ ẩm thực quốc tế.

3.4.Nâng cao chất lượng và trải nghiệm

Nắm bắt xu hướng chung của thị trường, các doanh nghiệp F&B sẽ tập trung nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ và trải nghiệm khách hàng để thu hút và giữ chân thực khách.

Báo cáo thị trường Kinh doanh Ẩm thực tại Việt Nam năm 2023 cho thấy một bức tranh đầy hứa hẹn cho ngành F&B. Nắm bắt được xu hướng và áp dụng chiến lược phù hợp sẽ giúp các doanh nghiệp F&B thành công trong thị trường đầy tiềm năng này.

3.5.Chuyển đổi số trong kinh doanh F&B

Kinh doanh F&B được xem là một trong những ngành có tốc độ chuyển đổi số rất nhanh tại Việt Nam. Đầu tiên có thể kể đến hầu hết các cơ sở kinh doanh hiện này đều đã thay đổi phương thức bán hàng, chuyển từ kinh doanh offline, chỉ bán hàng tại chỗ, sang kinh doanh online và tích hợp đa kênh. Tiếp đến, marketing online cũng là một xu hướng sẽ tiếp tục phát triển mạnh mẽ trên thị trường F&B Việt Nam. Rõ nhất có thể nhìn vào các nhà hàng, quán cà phê, hoặc ngay cả những quán ăn bình dân cũng đầu tư lập fanpage, tạo website, thậm chí là thiết kế ứng dụng riêng để xây dựng hình ảnh thương hiệu và hệ thống tiện ích cho hoạt động kinh doanh của mình.

3.6.Cơ hội ngành F&B cho nhà đầu tư nước ngoài

Thị trường Việt Nam trong những năm gần đây là "miếng bánh" hấp dẫn rất nhiều nhà đầu tư nước ngoài đặt mục tiêu tham gia đầu tư, nhất là dưới hình thức nhượng quyền thương mại. Theo thống kê của Bộ Công Thương, trong vòng 10 năm trở lại đây, hơn 50% thương vụ nhượng quyền được ký kết tại Việt Nam đều thuộc lĩnh vực F&B. Chính sự thay đổi hành vi người dùng trở nên hiện đại và sẵn sàng chi tiêu hơn, Việt Nam được mong đợi trở thành top 3 quốc gia châu Á trong lĩnh vực kinh doanh F&B.

Ngoài ra, với sự chuyển đổi kỹ thuật số cho việc trải nghiệm ăn uống, nhu cầu về sản phẩm chất lượng cao tăng cao, cùng với sự hiểu biết về xu hướng và tư duy mới trong kinh doanh F&B cũng là những điểm nổi bật khiến các nhà đầu tư nước ngoài chú ý đến thị trường Việt Nam. Ngược lại, các thương hiệu F&B Việt cũng đang dần thận trọng hơn đến quá trình sản xuất và hoạt động vận hành của mình, từ việc chọn nguyên liệu đầu vào, dây chuyền chế biến, đóng gói, cho đến nâng cấp chất lượng dịch vụ,… Điều này cho thấy các thương hiệu Việt đang có những động thái để củng cố và giữ vững vị thế của mình không chỉ với các đối thủ từ nước ngoài mà còn để cạnh tranh với những đối thủ nội địa.

Thông qua những phân tích trên, chúng tôi nhận thấy ngành F&B đã vượt qua những khó khăn và đang trong giai đoạn sẵn sàng chuyển mình đổi mới. Chính vì vậy, giai đoạn sắp tới sẽ chứng kiến những thay đổi và phát triển tích cực của ngành F&B, mang tới những cơ hội đầu tư tiềm năng cho thị trường. Chúng tôi sẽ tiếp tục đánh giá và nghiên cứu trong những bài phân tích sắp tới.

VỀ KIRIN CAPITAL

- Kirin Capital (dưới đây gọi tắt là Kirin). Là một tổ chức đầu tư vốn cổ phần tư nhân bắt nguồn và nghiên cứu chuyên sâu tại thị trường Việt Nam với tôn chỉ "Know Vietnam, Long Vietnam". Là công ty đầu tư vốn cổ phần tư nhân hiểu rõ Việt Nam nhất, dựa trên tầm nhìn "trao quyền cho doanh nhân, đồng hành cùng người thành công", công ty tìm kiếm các dự án có giá trị đầu tư dài hạn và tăng trưởng cao tại Việt Nam. Từ đó tạo cơ hội cho các nhà đầu tư từ khắp nơi trên thế giới đầu tư vào Việt Nam và chia sẻ lợi nhuận từ sự phát triển nhanh chóng của Việt Nam mang lại

ĐỘI NGŨ

- Với thế mạnh từ đội ngũ chuyên gia giàu kinh nghiệm, am hiểu môi trường đầu tư tại Việt Nam cùng hiệu quả đầu tư vượt trội, phòng Đầu tư công bao gồm:

PHUONG TRAN – Chuyên viên phân tích

Sau khi tốt nghiệp Đại học Earlham (USA), bà Phương đã có nhiều năm làm việc tại các công ty tài chính lớn như Deloitte Touche Tohmatsu Limited, Công ty cổ phần chứng khoán VNDIRECT, Công ty cổ phần chứng khoán MBS. Bà đã tham gia định giá và thành công trong nhiều thương vụ niêm yết, phát hành trái phiếu và mua bán sáp nhập có quy mô trên 500 tỷ đồng.

KHIEN TRAN – Chuyên viên đầu tư cao cấp

Có 7 năm kinh nghiệm trong ngành đầu tư, đặc biệt là trong lĩnh vực Đầu tư công và năng lượng tái tạo. Trong 4 năm công tác tại phòng đầu tư của Tập đoàn T&T Việt Nam, ông đã thực hiện nhiều thương đầu tư với quy mô hơn 650 tỷ đồng, mang lại hiệu suất sinh lời kép lên đến 31,2% mỗi năm.

Đầu tư công là một ngành được chúng tôi đặc biệt nghiên cứu và theo dõi trong dài hạn để phân tích, đánh giá và cung cấp đến Quý nhà đầu tư những thông tin quý giá nhất nhằm đem đến những góc nhìn khách quan, chính xác phục vụ hoạt động đầu tư hiệu quả.

(*) Miễn trừ trách nhiệm: Trên đây chỉ là những quan điểm của bộ phận dự án và không mang tính định hướng đầu tư.

(*) Nếu muốn tìm hiểu sâu hơn về ngành xin vui lòng liên hệ đến Bộ phận nghiên cứu đầu tư dự án 2 của kirin capital.

Quý nhà đầu tư có nhu cầu tìm hiểu thêm vui lòng liên hệ:

Trần Văn Khiên

Senior Investment Specialist

trankhien@kirincapital.vn

0971 716 251

Bùi Minh Ngọc

Assistant Chief Investment Officer – Public Investment

minhngocbui@kirincapital.vn

0969197628

Trần Minh Phương (Hailee Tran)

Analyst

Minhphuongtran@krincapital.vn

0869083297