



## ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากฐานอย ประเทศไทยเวียดนาม

รวบรวมโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงฮานอย

8 กันยายน 2565

### การบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในเวียดนามเติบโตร้อยละ 20 ต่อปี



สมาคมบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปโลก (World Instant Noodles Association: WINA) ระบุว่า เวียดนาม บริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมากที่สุดในโลกแซงแชมป์เกาหลีใต้ เป็นอันดับ 1 ในการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปต่อหัวในโลกในปี 2564

บริษัท Nongshim ซึ่งเป็นผู้ผลิตบะหมี่ชั้นนำในเกาหลีใต้ระบุว่า เวียดนามมีการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ตลอด 3 ปีที่ผ่านมาจาก 55 ซองในปี 2562 มาเป็น 72 ซองในปี 2563 และ 87 ซองในปี 2564 แต่ในเกาหลีใต้ 73 ซองและในเนปาล 55 ซอง

เกาหลีใต้ครองอันดับหนึ่งของโลกระหว่างปี 2556-2563 โดยมีการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป 75 ซองในปี 2562 เพิ่มขึ้นเป็น 80 ซองในปี 2563 แต่ลดลงเหลือ 73 ซองในปี 2564 การบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในเวียดนามที่เพิ่มขึ้นยังนำไปสู่มูลค่าตลาดรวมบะหมี่ ในเวียดนามสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว จากปี 2562 มูลค่าตลาดบะหมี่รวมอยู่ที่ 5,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มาเป็น 7,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2563 เพิ่มขึ้นมาอีกเป็น 8,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2564 ขึ้นมาเป็นประเทศที่มีมูลค่าตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก รองจากจีนและอินโดนีเซีย

ปัจจุบันในเวียดนามมีบริษัทประมาณ 50 บริษัทผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ทั้งบริษัทในประเทศและต่างประเทศ โดยมีบริษัทชั้นนำในตลาดได้แก่ Acecook ภายใต้แบรนด์ Hao Hao บริษัท Masan Consumer ภายใต้แบรนด์ Omachi Kokomi และ Asia Food ภายใต้แบรนด์ Mi Gau Do

บริษัท Acecook เปิดตัวอย่างเป็นทางการในปี 2538 ประสบความสำเร็จในการสร้างแบรนด์บะหมี่ Hao Hao ให้กลายเป็นบะหมี่ประจำชาติของเวียดนาม โดยครองส่วนแบ่งการตลาดของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ

ในปี 2564 รายได้ของบริษัท Acecook อยู่ที่ 12.2 ล้านล้านด่ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 และกำไรหลังหักภาษีอยู่ที่ 1.36 ล้านล้านด่ง ลดลงร้อยละ 28

ในขณะที่เดียวกันด้วยระบบตลาดขนาดใหญ่ในเวียดนาม โดยเฉพาะระบบซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ เช่น WinMart/Winmart+ ที่มีหลายพันแห่ง ทำให้ผลิตภัณฑ์บะหมี่ของ Masan Consumer มีความได้เปรียบอย่างมากในการกระจายสินค้า

ในปี 2564 ยอดขายบะหมี่ของบริษัท Masan Consumer มีมูลค่า 8,800 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 28 และเท่ากับร้อยละ 72 ของรายได้ของบริษัท Acecook

สำหรับแบรนด์ต่างประเทศ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของเกาหลีใต้ได้รับความนิยมในตลาดเวียดนาม โดยเฉพาะวัยหนุ่มสาว ในปี 2564 บริษัท Paldo Vina มีรายได้จำนวน 912 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 8 และกำไร 49,000 ล้านดอลลาร์

(จาก <https://en.vietnamplus.vn/> / 6 กันยายน 2565)