جمهوری اسلامی ایران
وزارت امور خارجه

شماره : ۵۱۱/۸۳۶۱۰۴
تاریخ : ۱۴۰۰/۰۴/۱۶
زمان : ۱۴:۲۹:۴
پیوست : دارد

بسمه تعالی

کلیه دفاتر وزارت امور خارجه در داخل کشور
معاون محترم هماهنگی امور اقتصادی استانداری زنجان

معاون محترم هماهنگی امور اقتصادی استانداری همدان

معاون محترم هماهنگی امور اقتصادی استانداری کهگیلویه و بویراحمد

معاون محترم هماهنگی امور اقتصادی استانداری چهارمحال و بختیاری

معاون محترم هماهنگی امور اقتصادی استانداری سمنان

معاون محترم هماهنگی امور اقتصادی استانداری ایلام

معاون محترم هماهنگی امور اقتصادی استانداری لرستان

معاون محترم هماهنگی امور اقتصادی استانداری مرکزی

معاون محترم هماهنگی امور اقتصادی استانداری البرز

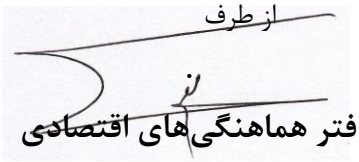
معاون محترم هماهنگی امور اقتصادی استانداری تهران

موضوع: معرفی بازار خرده فروشی مواد غذایی در مالزی و فرصت های آن برای شرکت های ایرانی

با سلام

احتراماً، به پیوست گزارش تهیه شده توسط سفارت کشورمان در کوالالامپور با موضوع « **بازار خرده فروشی مواد غذایی در مالزی و فرصت های آن برای شرکت های ایرانی** » ارسال می‌گردد.

لطفاً مقرر نمایید گزارش موصوف به نحو مقتضی به مراجع ذیربط استانی منعکس شود.



بازار خرده فروش مواد غذایی در مالزی و فرصت های آن

برای شرکت های ایرانی

سبک زندگی شهری در مالزی و ریشه دار بودن فرهنگ استفاده از غذا در بیرون از منزل؛ به معنای عدم تهیه و آشپزی در خانه ی مالزیایی ها است و همین فرهنگ موجب ترغیب مصرف کنندگان به سمت استفاده از غذای آماده یا نیمه آماده به عنوان یک راه حل سریع و آسان برای وعده های غذایی می شود. سود بالای حاصل از این رفتار شهروندان مالزیایی موجب شده در یک دهه اخیر با ورود جدی سرمایه گذاران حوزه مواد غذایی، تعداد شعبه های خرده فروشی یا هایپرمارکت ها در مالزی افزایش قابل توجهی پیدا کند. تا پیش از شروع بحران کرونا؛ Jaya Grocer به عنوان یکی از برندهای اصلی سوپرمارکت های مالزی در حال افزایش شعبات خود بود، و حضور در اماکن فروش بزرگ را یکی از استراتژی های خود انتخاب کرده بود. این موضوع برای سایر فروشگاه های زنجیره ای نیز صادق بوده و البته کرونا و کم شدن مصرف گرایی در مردم تاثیر مستقیمی بر کندی این روند داشته است.

براساس گزارش های موجود از جمله دلایل اصلی رشد صنایع مواد غذایی و واردات چند میلیارد دلاری به مالزی می توان به اقتصاد در حال توسعه، افزایش مصرف کنندگان و صنعت گردشگری رو به رونق (تا پیش از کرونا) اشاره کرد. واردات کل محصولات کشاورزی مالزی در سال 2018 و 2019 به ترتیب به 18 و 18.3 میلیارد دلار برآورد شده است. مهمترین کشورهایی که مالزی از آنها در این حوزه واردات دارد عبارتند از چین، تایلند، هند، نیوزیلند، استرالیا و اندونزی. به دلایل مختلف از جمله سیاست های تجاری و نظارتی و گمرکی نسبتا آسان در مالزی و نیز فرصتهایی که داشتن برند حلال (یکی از نقاط قوت شرکت های ایرانی) موجب شده بود که شرکت های ایرانی طی سه دهه گذشته تلاش هایی را برای ورود به بازار مالزی داشته باشند. برخی از این شرکت ها با پیش شرط حضور فعال و مستقیم در بازار داخلی این کشور موفق عمل کرده اند و اینک جزو برندهای شناخته شده محسوب می شوند و البته در مواردی نیز به دلایل مختلف از جمله مشکلات ناشی از تحریم ها ناچار به ترک این بازار شده اند. با این حال و به رغم همه مشکلات؛ بازار مصرف مالزی هم با توجه به جمعیت حدود33 میلیون نفری خود قابل توجه است و هم اینکه اگر شرایط تولید در این کشور برای شرکت های ایرانی بوجود آید می تواند دروازه ای به روی جمعیتی بالغ بر 650 میلیون نفر کشورهای عضو اتحادیه ی اسه آن باشد , بازاری که با انواع توافقات مختلف به لحاظ اقتصادی به هم وابسته تر و نزدیک تر شده است .

تخمین زده شده است که میزان خرده فروشی تنها در بازار مواد غذایی مالزی در سال 2019 به حدود 7.3 میلیارد دلار رسیده باشد که این رقم در مقایسه با سال 2015 نشان دهنده رشد 24 درصدی یا بیش از 1.4 میلیارد دلار است. همچنین پیش بینی می شود در صورت بر طرف شدن کرونا و باز شدن مرزها و بازگشت

وضعیت گردشگری به دوران پیش از کرونا؛ دوباره شاهد رشد در این بازار باشیم. براساس برخی ارزیابی ها تا سال 2024، ارزش گردش مالی در بخش خرده فروشی بازار مواد غذایی مالزی به 8/8 میلیارد دلار خواهد رسید. طی سالهای آینده مالزی همچنان یکی از وارد کننده های اصلی مواد غذاهای فرآوری شده در منطقه جنوب شرق آسیا خواهد بود. صادرات مواد غذایی فرآوری شده شامل: مواد غذایی نیمه آماده؛ فرآورده های لبنی فرآوری شده / آماده شده؛ سبزیجات و حبوبات فرآوری شده؛ میوه؛ نوشیدنی های غیر الکلی؛ چربی ها و روغن ها؛ شکلات و شیرینی؛ غذای حیوانات خانگی؛ انواع چاشنی و سس؛ می شود.

لازم به یادآوری است که بسیاری از محصولات غذایی (به عنوان مثال گوشت گاو یا مرغ) برای ورود به مالزی نیاز به گواهینامه حلال دارند. این نیاز که برای بسیاری از کشورها یکی از بزرگترین موانع به حساب می آید برای کشورمان می تواند یک مزیت باشد. در این راستا علاوه بر شناخته شدن برند ایکریک[1] حلال ایران توسط مرکز توسعه اسلامی مالزی (جاکیم)[2]، دو کشور مذاکراتی را در خصوص تفاهم در حوزه حلال نیز پیش برده اند که با تکمیل آن یکی از زیرساخت های مهم در گسترش تجارت بیشتر با مالزی شکل خواهد گرفت. .

نکته آخر اینکه براساس ارزیابی های تحلیلگران صنعت مواد غذایی، بیشتر فروش در بخش خرده فروشی مواد غذایی در اختیار پنج بازیگر اصلی قرار دارد: Mydin Mohamed Holdings, ،Dairy Farm Group Trendcell؛ AEON Group, Village Grocer Holdings .

در زیر تلاش شده است برخی از اصلی ترین فروشگاه های مواد غذایی در مالزی که اغلب به صورت زنجیره ای با شعبات بالا اداره می شود شناسایی و معرفی گردد.

نام	تعداد شعبه	شماره تماس	ایمیل
TESCO	62	1300131313	tescohelpline@tesco.com.my
AEON	22	03-9207 2005	feedback@aeonretail.com.my
ISETAN	4	03-2382 7777	contactus@isetan.com.sg
COLD STORAGE	6	03-77239393	service@coldstorage.com.my

[1] Islamic Chamber Research & Information Center (ICRIC)

[2] JABATAN KEMAJUAN ISLAM MALAYSIA (JAKIM) (in English: DEPARTMENT OF ISLAMIC DEVELOPMENT MALAYSIA)

mynewscareline@mynews.com.my	1800881231	530	Mynews
customerservice@villagegrocer.com.my	03-2282 0633	20	VILLAGE GROCER
contactus@7eleven.com.my	03-2142 1136	2400	7 ELEVEN
enquiry@kkgroup.my	03–9057 3308	300	KK
customer@jayagrocer.com	03-2161 1323	36	JAYA GROCER
customer_service@99speedmart.com.my	603 3362 6863	1750	99 SPEEDMART
Customerservice4420@my.lulumea.com	017-644 4200	2	LULU
	03-2693 8620	1	HANIFA
enquiry@sogo.com.my	03 2618 1888	3	SOGO
customersupport@dairy-farm.com.my	03-7723 9393	48	GIANT
hq@econsave.com.my	1800-88-3311	95	ECONSAVE
feedback@myhero.com.my	03-8060 0829	29	HERO
admin@scenicprima.com.my	03-8025 9100	68	MYDIN
nsktradecity@nskgroup.com.my	03-6120 7481/84/86	17	NSK
	03-2142 0592	1	HOCK CHOON
	03-2143 0066	3	MERCATO
familymart@ql.com.my	03-2856 1226	200	FAMILYMART

توصیه هایی برای ورود بهتر به بازار خرده فروشی مواد غذایی در مالزی:

- تجزیه و تحلیل قوانین مربوط به صنعت مواد غذایی در مالزی، الزامات بسته بندی، برچسب گذاری و معیارهای واردات محصولات مختلف مواد غذایی به بازار.
- بررسی بازار به لحاظ قیمتی و اینکه آیا محصول ایرانی با قیمت محصولات مشابه در بازار توان رقابت خواهد داشت یا خیر. این موضوع در خصوص کیفیت نیز باید مورد توجه قرار گرفته و سطح کیفی محصول و بسته بندی باید قابل رقابت باشد.
- شرکت در نمایشگاه های مربوط به مواد غذایی چه در کوالالامپور و چه در سایر ایالتهای مهم که می تواند نقش مهمی در بازاریابی و یافتن شرکای تجاری نقش داشته باشد.
- برقراری ارتباط با نمایندگان خرید و نیز واردکنندگان محلی که بازار هدفشان عمده فروشان، هتل ها، رستوران ها و فروشگاههای زنجیره ای مواد غذایی است.
- یکی از بهترین راه کارها برای ورود به بازار مواد غذایی در مالزی داشتن یک شریک محلی یا حداقل استفاده از توزیع کنندگان محلی برای فروش و بازاریابی محصول است زیرا نماینده محلی معتبر با تسلط کافی و لازم به الزامات و مقررات غذایی در این کشور می تواند فرصت های خوبی را برای شرکت های ایرانی فراهم آورد.