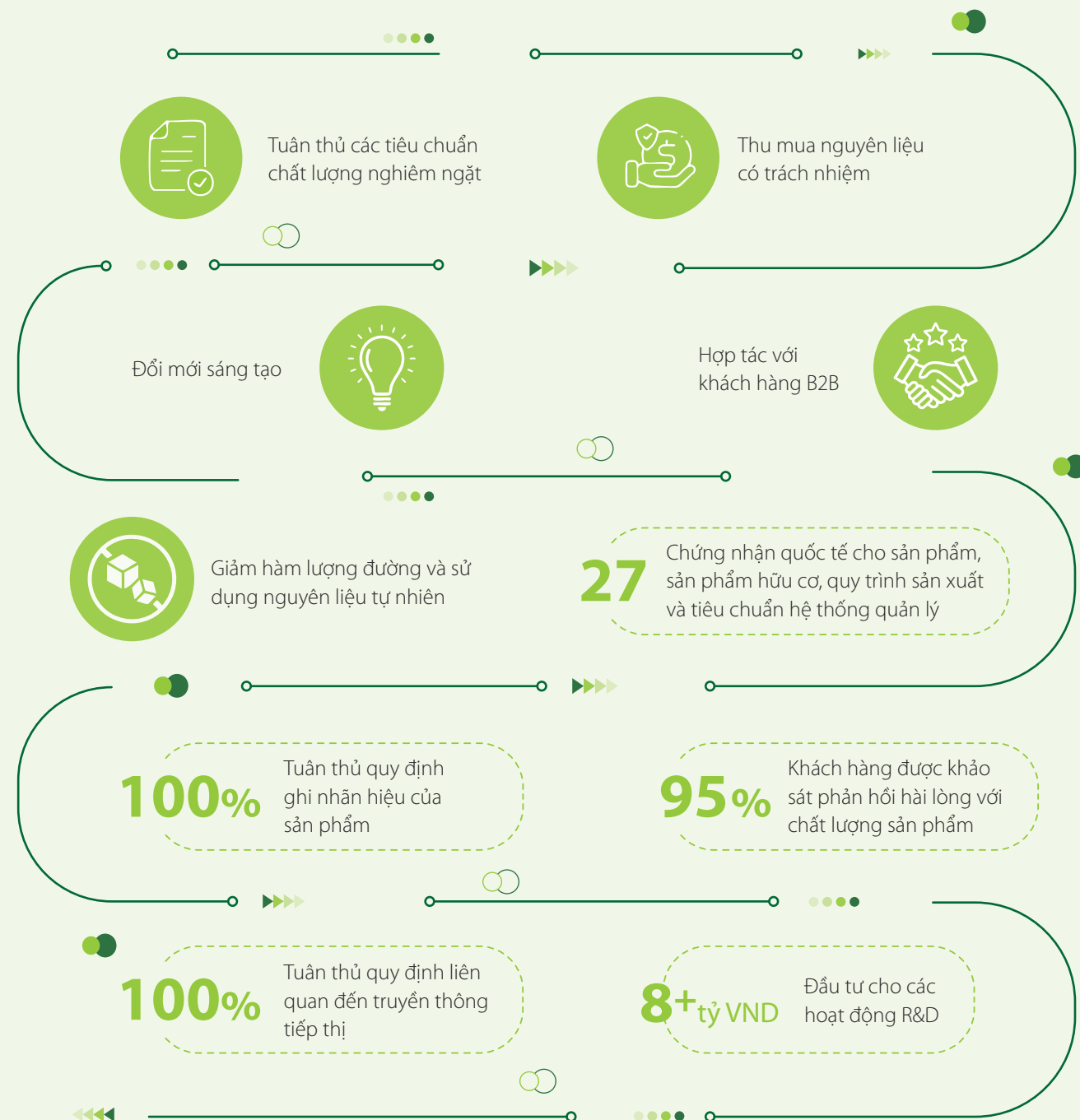




SẢN PHẨM LÀNH MẠNH

Betrimex cam kết mang đến những sản phẩm từ dừa an toàn, bổ dưỡng, góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống của người tiêu dùng. Với mục tiêu trở thành nhà cung cấp giải pháp hàng đầu cho ngành dừa Việt Nam với các sản phẩm dừa có giá trị dinh dưỡng cao và bền vững, Betrimex đặt **"Sản phẩm lành mạnh"** làm trọng tâm trong chiến lược phát triển bền vững của mình.

Để hiện thực hóa cam kết này, Betrimex áp dụng một hệ thống quản trị toàn diện, bao gồm:



CAM KẾT VÀ CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM LÀNH MẠNH

Betrimex cam kết phát triển các sản phẩm từ dừa an toàn và tốt cho sức khỏe, phù hợp với tầm nhìn và sứ mệnh, đồng thời tôn trọng môi trường và đóng góp tích cực cho cộng đồng.

27 chứng nhận quốc tế về sản phẩm, sản xuất và tiêu chuẩn hệ thống quản lý - chính là cam kết Betrimex luôn tuân thủ tiêu chuẩn chất lượng và an toàn thực phẩm nghiêm ngặt, Betrimex đảm bảo hơn 90% sản phẩm không chứa chất bảo quản, và hơn 50% sử dụng các thành phần và phụ gia có nguồn gốc tự nhiên nhằm giữ nguyên hương vị và giá trị dinh dưỡng tự nhiên của dừa. Hiện nay, 36% danh mục sản phẩm của Betrimex đạt chứng nhận hữu cơ, phản ánh cam kết phát triển sản phẩm lành mạnh.

NỖ LỰC R&D ĐÁP ỨNG NHU CẦU THỊ TRƯỜNG

Betrimex không ngừng đầu tư vào hoạt động R&D nhằm nâng cao chất lượng dinh dưỡng và giữ được hương vị tự nhiên trong sản phẩm, đồng thời đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng.

- Công nghệ UHT (Ultra-High Temperature):** Xử lý nhiệt độ siêu cao, tiệt trùng sản phẩm ở nhiệt độ cao trong thời gian ngắn, giúp tiêu diệt vi sinh vật, kéo dài thời gian bảo quản mà vẫn giữ được giá trị dinh dưỡng và hương vị tự nhiên.
- Công nghệ VTIS (Vapour Temperature Injection System):** Công nghệ tiệt trùng bằng hơi nước trực tiếp, giúp rút ngắn thời gian xử lý nhiệt và bảo toàn tối đa hương vị tự nhiên của sản phẩm.





Năm 2024, Betrimex đã ra mắt **11 công thức sản phẩm mới** và **13 loại bao bì thứ cấp (thùng carton)** thân thiện với môi trường. Các cải tiến đáng chú ý về độ lành mạnh trong công thức mới:

1. Giảm hàm lượng đường và calo

Đáp ứng nhu cầu về đồ uống “low calories” và tốt cho người ăn kiêng, tiểu đường, hay người tiêu dùng theo chế độ ăn lành mạnh.

2. Tăng thành phần tự nhiên và nguyên liệu hữu cơ

Một số công thức mới ưu tiên sử dụng dừa hữu cơ, kết hợp với các nguyên liệu sạch như nước ép trái cây tự nhiên, không chất tạo màu hay bảo quản nhân tạo.

3. Bổ sung công dụng chức năng (functional beverages)

Một số sản phẩm có xu hướng tăng cường chất điện giải hoặc chiết xuất thực vật để hỗ trợ tiêu hóa hoặc bù khoáng.

4. Clean-label - nhãn sạch minh bạch và có nguồn gốc rõ ràng

Danh sách nguyên liệu trong sản phẩm ngắn gọn, dễ hiểu, không chứa các phụ gia không được phép - phù hợp với định hướng “clean label” đang chiếm ưu thế ở thị trường EU và Mỹ. Các khách hàng B2B được khuyến khích áp dụng các giải pháp sản phẩm tự nhiên thông qua việc cung cấp tài nguyên và hỗ trợ chuyển đổi sang các công thức tự nhiên, tạo ra sản phẩm lành mạnh cho người tiêu dùng và phù hợp với xu hướng thị trường.

Công ty đặt mục tiêu đến năm 2030, 90% danh mục sản phẩm không bổ sung đường, góp phần nâng cao sức khỏe cộng đồng và thúc đẩy thói quen tiêu dùng lành mạnh.

(*) Co-packing (Contract Packing): Là mô hình trong đó một đối tác bên ngoài (co-packer) thực hiện các hoạt động đóng gói sản phẩm theo tiêu chuẩn, và thương hiệu của Betrimex. Điều này giúp doanh nghiệp tận dụng năng lực sản xuất sẵn có của đối tác để mở rộng quy mô một cách linh hoạt mà không cần đầu tư thêm vào nhà máy.

OEM (Original Equipment Manufacturer): Là hình thức hợp tác trong đó Betrimex sản xuất sản phẩm theo yêu cầu và dưới thương hiệu của đối tác. Đây là chiến lược giúp tối ưu hóa công suất nhà máy, mở rộng thị trường gián tiếp và tăng doanh thu qua kênh B2B.

Xu hướng tiêu dùng tại các thị trường xuất khẩu chính

Thị trường tiêu thụ dừa lớn nhất thế giới

Hơn 4 tỷ trái dừa được tiêu thụ mỗi năm, trong đó khoảng 1,5 tỷ trái phục vụ cho ngành chế biến. Nhu cầu tập trung vào các sản phẩm có nguồn gốc tự nhiên và sẵn sàng tiêu dùng.

4+ tỷ trái dừa được tiêu thụ mỗi năm

Thị trường tiêu thụ nước dừa lớn nhất toàn cầu

Trong 8 tháng đầu năm 2024, nhập khẩu dừa tươi đạt 45 nghìn tấn, trị giá 47 triệu USD (tăng 12% về lượng, 19% về giá trị). Người tiêu dùng ưu tiên sản phẩm hữu cơ, không chất bảo quản, và có lợi cho sức khỏe - đặc biệt là nước dừa và các sản phẩm thay thế sữa.

45 nghìn tấn Dừa tươi nhập khẩu **47** triệu USD Giá trị đạt được

Thị trường đang phát triển mạnh về đồ uống tự nhiên

Tiêu thụ 60-70 triệu lít nước dừa mỗi năm, chiếm ~10% tổng tiêu thụ toàn cầu. Xu hướng tiêu dùng hướng tới các sản phẩm ít calo, thân thiện với môi trường và đạt chứng nhận hữu cơ.

60-70 triệu lít Nước dừa tiêu thụ mỗi năm

Trung Quốc

Hoa Kỳ

Châu Âu

() Clean label (nhãn sạch)** là xu hướng do người tiêu dùng thúc đẩy, khuyến khích doanh nghiệp phát triển sản phẩm có bảng thành phần rõ ràng, dễ hiểu, sử dụng nguyên liệu tự nhiên và hạn chế phụ gia nhân tạo. Xu hướng này bao gồm:

1. Nguyên liệu tự nhiên - không hương liệu, phẩm màu, chất bảo quản hay phụ gia tổng hợp;
2. Thành phần đơn giản, dễ nhận biết;
3. Minh bạch về nguồn gốc nguyên liệu và quy trình sản xuất;
4. Chế biến tối giản - tránh các kỹ thuật xử lý khiến sản phẩm bị coi là “nhân tạo”.



SẢN PHẨM LÀNH MẠNH

Lợi thế cạnh tranh nổi bật của sản phẩm Betrimex

Chất lượng nguyên liệu vượt trội

Vùng nguyên liệu dừa được phát triển ngay tại “Thủ phủ dừa” Bến Tre và chỉ những trái dừa đủ 11-12 tháng tuổi mới đạt chất lượng thu hoạch, đáp ứng yêu cầu cao từ các thị trường khó tính như EU, Mỹ và Nhật Bản.

Chứng nhận hữu cơ quốc tế

Hơn 10.000 ha vùng trồng đạt chứng nhận hữu cơ USDA (Mỹ), EU Organic, JAS (Nhật Bản), Trung Quốc... tạo lợi thế cạnh tranh rõ rệt trong bối cảnh người tiêu dùng toàn cầu ưu tiên sản phẩm có nguồn gốc bền vững.

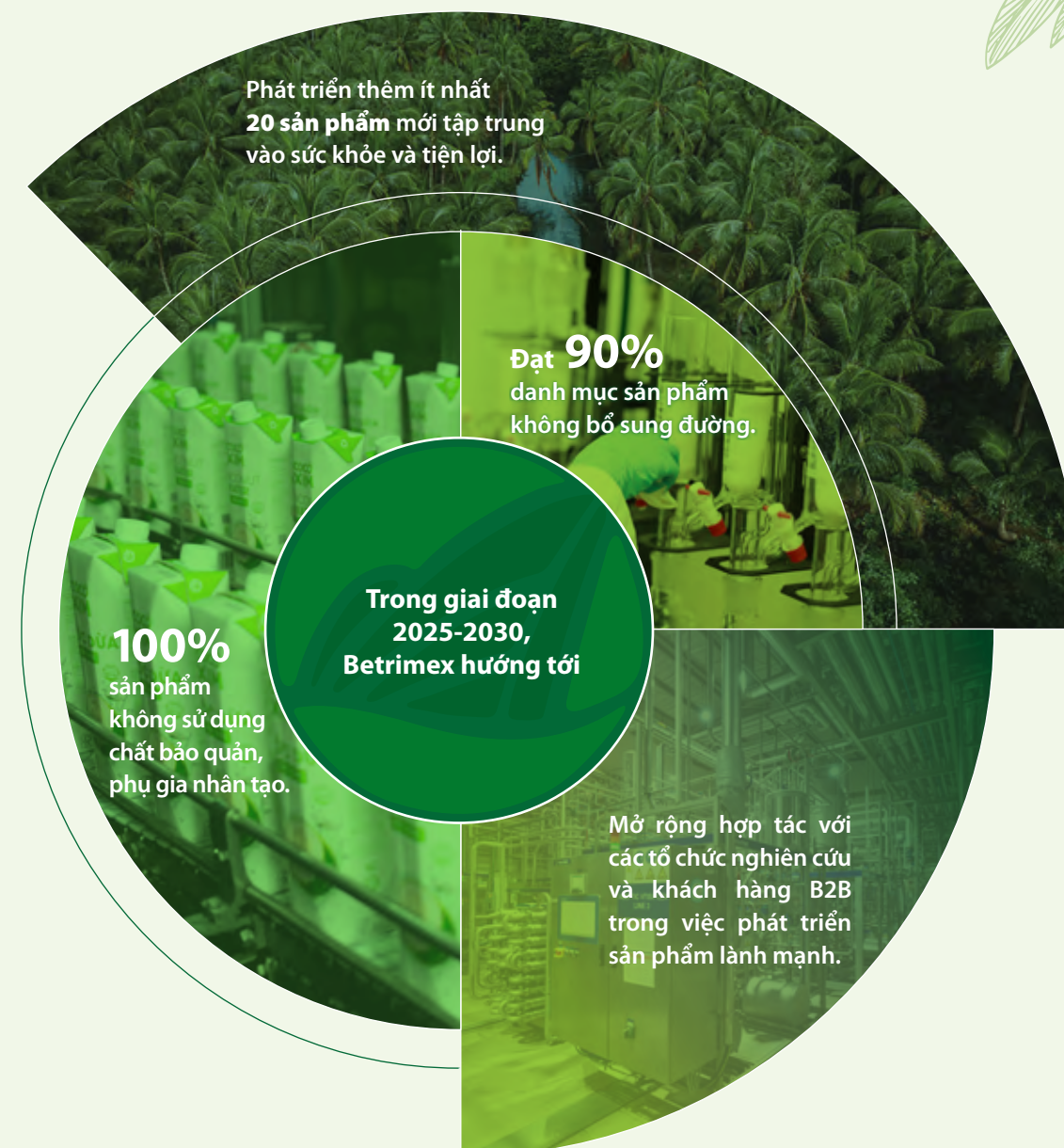
Công nghệ bảo quản tiên tiến

Quy trình xử lý hậu thu hoạch hiện đại giúp kéo dài thời hạn bảo quản lên đến 70 ngày mà vẫn giữ nguyên chất lượng cảm quan và dinh dưỡng của sản phẩm.

Chiến lược sản xuất linh hoạt, thích ứng nhanh

Việc phát triển các mô hình hợp tác đóng gói (co-packing) và OEM không chỉ giúp tối ưu chi phí đầu tư nhà máy mà còn nâng cao khả năng phục vụ đa dạng phân khúc khách hàng trên toàn cầu - từ thương hiệu nội địa đến các chuỗi bán lẻ quốc tế.

MỤC TIÊU VÀ ĐỊNH HƯỚNG TƯƠNG LAI



Sự kết hợp giữa chất lượng sản phẩm, chứng nhận quốc tế, công nghệ bảo quản hiện đại và năng lực sản xuất linh hoạt đã tạo nên vị thế khác biệt cho Betrimex trong chuỗi giá trị dừa toàn cầu.