**BỘ CÔNG THƯƠNG**

**TRUNG TÂM THÔNG TIN CÔNG NGHIỆP VÀ THƯƠNG MẠI**

**BÁO CÁO**

**TÌNH HÌNH THỊ TRƯỜNG LOGISTICS ASEAN**

**Số tháng 5/2019**

**THUỘC NHIỆM VỤ**

**“Xây dựng Hệ thống cung cấp, kết nối thông tin, dữ liệu logistics   
giai đoạn 2017-2020”**

**Hà Nội, 2019**

**MỤC LỤC**

[**1.** **Tình hình và xu hướng chung** 2](#_Toc10108623)

[*1.1.* *Hoạt động logistics* 2](#_Toc10108624)

[*1.2.* *Tình hình kinh tế, sản xuất, thương mại, đầu tư liên quan đến hoạt động logistics* 3](#_Toc10108625)

[**2.** **Thị trường logistics Singapore** 4](#_Toc10108626)

[***2.1.*** ***Hoạt động vận tải và cảng biển*** 4](#_Toc10108627)

[***2.2.*** ***Kho bãi, giao nhận, logistics trong thương mại điện tử:*** 6](#_Toc10108628)

[**3.** **Thị trường logistics Malaysia:** 8](#_Toc10108629)

[***3.1.*** ***Tình hình chung*** 8](#_Toc10108630)

[***3.2.*** ***Vận tải, cảng biển*** 9](#_Toc10108631)

[**4.** **Thị trường logistics Thái Lan:** 12](#_Toc10108632)

[***4.1.*** ***Phân tích sâu về thị trường logistics chuỗi lạnh của Thái Lan giai đoạn 2019-2022*** 12](#_Toc10108633)

[***4.2.*** ***Các hãng hàng không giá rẻ có nhiều cơ hội ở thị trường hàng không Thái Lan*** 16](#_Toc10108634)

[**5.** **Thị trường logistics của một số nước khác trong khu vực** 17](#_Toc10108635)

[***5.1.*** ***Lào*** 17](#_Toc10108636)

[***5.2.*** ***Philipinnes*** 18](#_Toc10108637)

**DANH MỤC HÌNH**

[Hình 1: Số lượng tàu cập cảng biển Singapore qua các tháng 4](#_Toc10108638)

[Hình 2: Lượng hàng qua cảng Singapore các tháng 5](#_Toc10108639)

[Hình 3: Lưu lượng container qua cảng biển của Singapore 5](#_Toc10108640)

[Hình 4: Thị trường chuỗi lạnh Thái Lan (dự báo đến năm 2030) 12](#_Toc10108641)

[Hình 5: Sáu thị trường quốc tế hàng đầu được xếp hạng theo tỷ lệ công suất quốc tế (% số ghế) 19](#_Toc10108642)

**NỘI DUNG BÁO CÁO**

1. **Tình hình và xu hướng chung**

## *Hoạt động logistics*

Theo báo cáo Thị trường kho vận và phân phối ASEAN - Tăng trưởng, xu hướng và dự báo (2019 - 2024) được phát hành bởi Reportlinker vào cuối tháng 5/2019, một số xu hướng nổi bật trên thị trường logistics ASEAN như sau:

Thị trường logistics và phân phối ASEAN được ước tính sẽ chứng kiến sự tăng trưởng mạnh mẽ trong giai đoạn dự báo, do nhu cầu mở rộng lĩnh vực thương mại điện tử. Các yếu tố thúc đẩy sự tăng trưởng của thị trường là nhu cầu cao từ dịch vụ hậu cần dặm cuối và cải thiện nhanh chóng cơ sở hạ tầng giao thông.

Trong số các quốc gia thành viên, Singapore sẽ tiếp tục dẫn đầu logistics trong khu vực ASEAN, nhờ khả năng tận dụng lợi thế về địa lý và dẫn đầu về ứng dụng công nghệ hiện đại trên thị trường vận tải hàng hóa và hậu cần. Những công ty lớn của nước này đã đóng góp phần lớn vào việc phát triển cơ sở hạ tầng kho bãi, với xu hướng hiện đại hóa hệ thống kho bãi tại Singapore và nhiều nước khác trong ASEAN, trong đó có Việt Nam. Singapore cũng sẽ tiếp tục là nơi tập trung của các công ty quốc tế và các sáng kiến được thực hiện bởi chính phủ, như Adapt and Grow, Go Digital, cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ để cải thiện năng lực logistics khu vực.

Tại nước thành viên khác của ASEAN, chính quyền địa phương đã hỗ trợ cho sự phát triển cơ sở hạ tầng của khu vực. Kế hoạch tổng thể về hậu cần và thuận lợi hóa thương mại, các thành phố thông minh do ủy ban ASEAN lên kế hoạch được kỳ vọng sẽ thúc đẩy thị trường phát triển logistics khu vực phát triển nhanh chóng.

Ảnh hưởng của tăng trưởng thương mại điện tử

Có hơn 330 triệu người dùng internet trong khu vực ASEAN, thương mại điện tử trong khu vực được ước tính sẽ trở thành một ngành công nghiệp lớn trong những năm tới. Ước tính nền kinh tế internet ASEAN đạt 72 tỷ USD về tổng giá trị hàng hóa vào năm 2018. Khoảng 3,8 triệu người dùng mới được ước tính sẽ trực tuyến mỗi tháng trong khu vực, đưa ASEAN trở thành thị trường internet tăng trưởng nhanh nhất thế giới đến năm 2020.

Ngoài ra, tăng thu nhập khả dụng (tất cả sáu quốc gia lớn trong khu vực dự kiến ​​vượt ngưỡng thu nhập trung bình 3.000 USD/người/năm) và hệ thống thanh toán trực tuyến khả dụng cao hơn, có khả năng cho phép tăng trưởng nền kinh tế internet, ước tính sẽ tăng lên 240 tỷ USD vào năm 2025.

Sự phát triển của thương mại điện tử gây áp lực lên ngành kho bãi và hậu cần đang phát triển trong khu vực. Thương mại điện tử tạo ra nhu cầu và giao hàng nhanh chóng, cùng với hàng tồn kho mạnh. Điều này chỉ có thể thông qua sự phát triển của lĩnh vực kho bãi. Một số lượng lớn những công ty logistics trong khu vực ASEAN, như Yusen hậu cần, CEVA và CWT Logisticsđã liên tục phát triển cơ sở hạ tầng kho của họ để đáp ứng áp gia tăng từ lĩnh vực thương mại điện tử.

## *Tình hình kinh tế, sản xuất, thương mại, đầu tư liên quan đến hoạt động logistics*

Thỏa thuận đầu tư (IA) giữa Hồng Kông và 5 quốc gia thành viên ASEAN sẽ có hiệu lực vào ngày 17 tháng 6 năm 2019.

Sau khi IA có hiệu lực, năm quốc gia thành viên ASEAN là Lào, Myanmar, Singapore, Thái Lan và Việt Nam sẽ cung cấp cho các doanh nghiệp Hồng Kông đầu tư vào khu vực của họ sự đối xử công bằng với các khoản đầu tư, bảo vệ vật lý và an ninh, và đảm bảo về việc chuyển nhượng miễn phí các khoản đầu tư và lợi nhuận của họ.

Trong trường hợp chiếm quyền hoặc mất đầu tư do chiến tranh, xung đột vũ trang hoặc các sự kiện tương tự, năm quốc gia thành viên ASEAN nêu trên cũng sẽ bồi thường cho các doanh nghiệp Hồng Kông đầu tư vào khu vực của họ theo tiêu chuẩn đã được quy định trong IA.

Trong khi đó, các nội dung liên quan đến Lào và Việt Nam theo Hiệp định thương mại tự do (FTA) giữa Hồng Kông và ASEAN sẽ có hiệu lực vào ngày 11 tháng 6 năm 2019. Ngoài những nội dung được công bố trước đó, các nội dung liên quan đến Hồng Kông và Lào, Myanmar, Singapore, Thái Lan và Việt Nam theo FTA sẽ có hiệu lực vào ngày 11 tháng 6 năm nay.

Khi thực hiện FTA đã đề cập, Singapore đưa ngay thuế quan về mức 0%, trong khi Lào, Myanmar, Thái Lan và Việt Nam sẽ giảm dần hoặc loại bỏ thuế hải quan đối với hàng hóa có nguồn gốc từ Hồng Kông. Các cam kết giảm thuế bao gồm nhiều loại hàng hóa từ Hồng Kông bao gồm trang sức, các mặt hàng may mặc và phụ kiện quần áo, đồng hồ và đồng hồ và đồ chơi.

Về thương mại dịch vụ, khi triển khai FTA và đối với Lào, Myanmar, Singapore, Thái Lan và Việt Nam, các nhà cung cấp dịch vụ Hồng Kông sẽ được hưởng các điều kiện tiếp cận thị trường ràng buộc về mặt pháp lý và do đó được hưởng lợi từ các cơ hội kinh doanh nâng cao trong một loạt các dịch vụ các ngành.

Hồng Kông và ASEAN đã ký FTA và IA vào cuối năm 2017. Ngày bắt đầu có hiệu lực của năm quốc gia thành viên ASEAN còn lại là Brunei Darussalam, Campuchia, Indonesia, Malaysia và Philippines sẽ được công bố sau.

|  |
| --- |
|  |

1. **Thị trường logistics Singapore**
   1. **Hoạt động vận tải và cảng biển**
      1. *Vận tải biển và cảng biển:*
2. Đội tàu mang quốc tịch Singapore và số lượng tàu qua cảng:

Tình hình tàu qua cảng Singapore tiếp tục diễn biến kém khả quan.

Theo số liệu của Cơ quan thống kê quốc gia Singapore, trong tháng 4/2019, số tàu mang quốc tịch Singapore đã giảm 01 chiếc so với tháng trước, còn 4471 chiếc, nhưng tải trọng vẫn tăng lên, đạt 93.026 triệu tấn.

Hình 1: Số lượng tàu cập cảng biển Singapore qua các tháng

*Nguồn: Cơ quan Hàng hải và Cảng biển Singapore*

Số lượng tàu qua cảng của Singapore trong tháng 4/2019 đạt 11.243 chiếc, giảm 2,31% so với tháng trước đó. Tính chung 4 tháng đầu năm 2019, có tổng cộng 44.705 tàu qua cảng của Singapore, giảm 7,7% so với cùng kỳ năm 2018.

1. Lượng hàng hóa qua cảng:

Lượng hàng hóa qua cảng biển của Singapore đạt 53,8 triệu tấn trong tháng 4/2019, tăng nhẹ 3,44% so với tháng trước đó. Nhưng tính chung 4 tháng đầu năm 2019, lưu lượng hàng hóa qua cảng biển nước này vẫn giảm 0,8% so với cùng kỳ năm 2018, chỉ đạt 205,7 triệu tấn,

Hình 2: Lượng hàng qua cảng Singapore các tháng

*Nguồn: Cơ quan Hàng hải và Cảng biển Singapore*

1. Lưu lượng container qua cảng:

Lưu lượng container qua cảng của Singapore trong tháng 4/2019 đạt 2,99 triệu TEUs, giảm 2,43% so với tháng trước. Như vậy tổng lưu lượng container trong 4 tháng đầu năm đạt 11,89 triệu TEUs, tăng 1,1 % so với cùng kỳ năm trước.

Hình 3: Lưu lượng container qua cảng biển của Singapore

*Nguồn: Cơ quan Hàng hải và Cảng biển Singapore*

* + 1. *Vận tải hàng không:*

Lượng hàng hóa vận chuyển qua sân bay Changi (Singapore) đã giảm 12,8% trong tháng 4/2019 xuống còn 156.000 tấn. Trong khi đó vận chuyển hàng khách vẫn tăng 2,8% lên 5,58 triệu hành khách.

Trong số 10 thị trường khách hàng lớn nhất, Australia vẫn dẫn đầu với mức tăng trưởng 8% so với cùng kỳ năm trước.

Tính đến ngày 1 tháng 5 năm 2019, hơn 100 hãng hàng không hoạt động tại Sân bay Changi, kết nối Singapore với khoảng 400 thành phố ở khoảng 100 quốc gia và vùng lãnh thổ trên toàn thế giới. Với hơn 7.400 chuyến bay theo lịch trình hàng tuần, một chiếc máy bay cất cánh hoặc hạ cánh tại Changi cứ sau khoảng 80 giây.

* 1. **Kho bãi, giao nhận, logistics trong thương mại điện tử:**

***Singapore phát triển công nghệ theo dõi chuỗi cung ứng cho các chủ hàng***

Nhà khai thác cảng container PSA International và công ty xử lý hàng hóa có trụ sở tại sân bay Changi, SATS ký thỏa thuận tăng cường kết nối trên không.

PSA và SATS cho biết họ sẽ hợp tác trong một loạt các sáng kiến đa ngành, đặc biệt là trong các lĩnh vực vận chuyển, bảo quản hàng hóa dễ hỏng, điện tử và thương mại điện tử. Từ mối liên kết dữ liệu từ sân đến cổng và mở rộng mạng giữa cả hai công ty, đến khả năng tăng cường theo dõi xuyên suốt chuỗi cung ứng. Mối quan hệ đối tác sẽ tạo điều kiện minh bạch dữ liệu và dễ dàng di chuyển lô hàng trong các khu vực thương mại tự do (FTZ) khác nhau.

Bản ghi nhớ (MOU) được ký nhằm mục đích cung cấp cho chủ sở hữu hàng hóa và nhà cung cấp dịch vụ hậu cần kết nối liền mạch để đạt hiệu quả cao hơn trong chuỗi cung ứng.

SATS và PSA cũng sẽ tích hợp các hệ thống của họ để hỗ trợ tuân thủ quy định và xây dựng khả năng phân tích dữ liệu. COSYS +, một hệ thống quản lý và xử lý nhà ga hàng hóa toàn diện do SATS vận hành, sẽ được liên kết với CALISTATM, nền tảng chuỗi cung ứng toàn cầu được phát triển bởi công ty con của PSA GeTS Asia, để cung cấp cập nhật theo thời gian thực và khả năng hiển thị lớn hơn cho các lô hàng được vận chuyển qua các kênh đa phương thức.

Sự hợp tác này với SATS sẽ tăng cường khả năng của Singapore trong việc cung cấp kết nối đa phương thức trên biển để đáp ứng các nhu cầu này. Ngoài ra, thông qua kết nối kỹ thuật số CALISTATM và COSYS +, họ sẽ có thể cung cấp cho các bên liên quan trong vận tải đa phương thức tầm nhìn tốt hơn về hàng hóa của họ và bảo vệ tốt hơn tính toàn vẹn của hàng hóa, với thời gian và chi phí vận chuyển được tối ưu hóa.

***SingPost rời khỏi thị trường Mỹ trong bối cảnh thua lỗ để tập trung vào châu Á***

Sau khi xem xét chiến lược về các doanh nghiệp tại Hoa Kỳ, Singapore Post Ltd (SingPost) đã quyết định bán các công ty thương mại điện tử là Jagged Peak và TradeGlobal khi rời khỏi thị trường này.

Tăng cường cạnh tranh và tăng chi phí cùng với các vụ phá sản của khách hàng trong ngành được coi là các nguyên nhân chính. Cả hai công ty đã được mua lại vào năm 2015 khi nhà điều hành bưu chính Singapore tham gia vào thương mại điện tử, bắt đầu thực hiện chiến lược xây dựng một mạng lưới công nghệ và nền tảng logistic thương mại điện tử đầu cuối. Các khoản đầu tư tại Mỹ được giám sát bởi Wolfgang Baier, người đã từ chức giám đốc điều hành vào tháng 12/2015.

SingPost cho biết thế mạnh và lợi thế cạnh tranh chiến lược của họ là ở Đông Nam Á và Châu Á Thái Bình Dương, nơi sẽ mang lại cơ hội tăng trưởng hấp dẫn và thu nhập từ đầu tư tốt hơn.

Nhìn chung, Tập đoàn đã chứng kiến ​​khối lượng thương mại điện tử xuyên biên giới cao hơn thúc đẩy tăng doanh thu, tăng 2,9% lên 1,56 tỷ SGD (1,14 tỷ USD) cho cả năm kết thúc vào ngày 31 tháng 3 năm 2019.

Lợi nhuận ròng từ vốn chủ sở hữu giảm 86% xuống còn 19 triệu SGD, chủ yếu là do các khoản phí tổn thất một lần tại các doanh nghiệp ở Mỹ. Lợi nhuận ròng dưới mức giảm 5,8% xuống còn 100,1 triệu SGD, ngoại trừ tác động của các mặt hàng đặc biệt và các mặt hàng một lần khác. Nếu loại trừ các doanh nghiệp tại Mỹ, lợi nhuận ròng cơ bản vẫn tăng hơn 15,8% trong năm 2018.

Phân khúc Bưu chính và Bưu kiện của Tập đoàn đã chứng kiến ​​doanh thu tăng 4,1% trong năm 2018, nhờ vào sự tăng trưởng doanh thu thư quốc tế mạnh mẽ với khối lượng giao hàng liên quan đến Thương mại điện tử xuyên biên giới cao hơn.

Mảng Logistics kết thúc năm với mức giảm doanh thu nhẹ 0,3%. Doanh nghiệp giao nhận vận tải hàng hóa của Tập đoàn đã ghi nhận doanh thu cao hơn do giá cước tăng, nhưng mức tăng không bù đắp được sự sụt giảm doanh thu do các hợp đồng bất lợi của Quantium Solutions.

Phân khúc Logistics đã thu hẹp 76,2%, phần lớn là do tổn thất tại Quantium Solutions. Công ty thương mại điện tử Trung Quốc Alibaba nắm giữ 34% cổ phần của Quantium, SingPost nắm phần còn lại.

1. **Thị trường logistics Malaysia:**
   1. ***Tình hình chung***

- Bộ Giao thông Malaysia đang tìm cách nới lỏng các hạn chế đối với giấy phép (AP) đã được phê duyệt đối với việc nhập khẩu một số hàng hóa trong nỗ lực biến Malaysia thành một trung tâm trung chuyển cho khu vực ASEAN. Malaysia có nhiều lợi thế để trở thành một trung tâm logistics, nhưng bằng cách nới lỏng các hạn chế, nước này có thể cung cấp nhiều lựa chọn trung chuyển hơn nữa.

- Ngày 21/5/2019, Singapore và Malaysia đã nhất trí lùi việc xây dựng Hệ thống Liên kết giao thông nhanh Johor Bahru-Singapore (RTS Link) cho đến ngày 30 tháng 9 theo yêu cầu của Malaysia. Malaysia cũng sẽ bồi hoàn cho Singapore cho các chi phí phát sinh - khoảng 600.000 đô la Singapore. Trong thời gian đình chỉ, Malaysia sẽ quyết định xem họ có ý định tiến hành dự án RTS Link hay không. Malaysia cũng có thể đề xuất thay đổi phạm vi dự án và Singapore sẽ đưa ra bất kỳ thay đổi nào như vậy.

Liên kết RTS, kết nối Bukit Chagar ở Johor Bahru của Malaysia với Woodlands ở Singapore, dự kiến sẽ vận chuyển 10.000 hành khách mỗi giờ mỗi chiều. Dự án đặt mục tiêu hoàn thành vào năm 2024, nhưng hiện đang chậm tiến độ do Malaysia liên tục trì hoãn xác nhận của đối tác liên doanh.

* 1. ***Vận tải, cảng biển***
     1. *Vận tải*

Malaysia Airlines (MAB) và Japan Airlines (JAL) hợp tác kinh doanh các chuyến bay giữa Malaysia và Nhật Bản, nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ được cung cấp bởi cả hai hãng trên các chuyến bay giữa Malaysia và Nhật Bản.

Vào năm 2012, khi MAB quyết định gia nhập liên minh oneworld, hai hãng hàng không bắt đầu cung cấp các hoạt động bay liên danh giữa Nhật Bản và Malaysia. Việc kinh doanh chung sẽ đánh dấu một chương mới sẽ cung cấp nhiều giá trị hơn cho khách hàng.

Ngoài ra, MAB và JAL cũng sẽ tìm cách hợp tác trong phạm vi rộng hơn, như trao đổi thực tiễn tốt nhất, khám phá sự hợp tác trong các lĩnh vực hoạt động khác, như vận chuyển hàng hóa và cùng phát triển du lịch ở cả thị trường Nhật Bản và Malaysia.

Cả MAB và JAL đều đã nộp đơn lên MAVCOM và Bộ Đất đai, Cơ sở hạ tầng, Giao thông và Du lịch của Nhật Bản, tìm kiếm cơ hội được miễn trừ khỏi luật chống độc quyền. Nếu được chấp thuận, MAB và JAL sẽ cố gắng cung cấp các tùy chọn du lịch thuận tiện cho khách hàng với mạng lưới toàn diện trên khắp Malaysia và Nhật Bản.

Hiện tại, Malaysia Airlines khai thác một dịch vụ 12 lần mỗi tuần và Japan Airlines khai thác dịch vụ 7 lần mỗi tuần, đại diện cho tổng số 19 chuyến bay hàng tuần, giữa Kuala Lumpur và Tokyo. Malaysia Airlines cũng khai thác một dịch vụ hàng ngày từ Kuala Lumpur đến Osaka và dịch vụ 2 lần mỗi tuần từ Kota Kinabalu đến Tokyo. Thỏa thuận sẽ mở ra cơ hội cho cả hai quốc gia tăng lưu lượng đến từ thị trường tương ứng của họ.

Theo Tập đoàn Malaysia Airlines, Japan Airlines luôn có liên kết thương mại mạnh mẽ với hãng hàng không quốc gia và đã chuẩn bị sẵn sàng cho việc thực hiện bước quan trọng tiếp theo này với đối tác thân thiết. Một mạng lưới toàn diện hơn cho khách hàng tôi đồng thời đóng vai trò chính trong việc tăng cường hơn nữa quan hệ thương mại giữa Malaysia và Nhật Bản, tăng du lịch và quảng bá sân bay quốc tế Kuala Lumpur như một trung tâm hàng không.

Hợp tác kinh doanh giữa Malaysia Airlines và Japan Airlines là một cột mốc quan trọng trong Kế hoạch kinh doanh dài hạn nhằm khám phá nhiều cơ hội chiến lược cũng như làm sâu sắc thêm nhiều mối quan hệ đối tác.

Theo các văn bản phê duyệt có liên quan, Malaysia Airlines và Japan Airlines dự định bắt đầu kinh doanh chung vào năm 2020.

* + 1. *Cảng biển:*

Hiện tại, Malaysia có tổng cộng bảy cảng lớn của Liên bang là Cảng Klang, Cảng Johor, Cảng Tanjung Pelepas, Cảng Kuantan, Cảng Penang, Cảng Bintulu và Cảng Kemaman. Trong khi đó, các cảng ở Sabah và Sarawak thuộc thẩm quyền của Chính phủ bang Sabah và Sarawak tương ứng.

Bộ Giao thông vận tải Malaysia đã ban hành các hành vi / pháp lệnh / công báo sau đây để điều chỉnh các hoạt động liên quan đến vận hành và vận chuyển cảng như sau:

* Ocean Cargo Transport Act 1950 [Act 532]: Luật vận chuyển hàng hóa bằng đường biển
* Federal light dues Act 1953 [Act 240]:
* Penang port Commission Act 1955 [Act 138]:
* Port Authorities Act 1963 [Act 487]:
* Ports (privatisation) Act 1990 [Act 422]
* International Yacht Registration Act Langkawi 2003 [Act 630]

*(Độc giả có nhu cầu nhận các file tiếng Anh về các luật này vui lòng liên hệ ban biên tập)*

* 1. ***Kho bãi, giao nhận và các hoạt động logistics khác***

FedEx Johor Station tham gia vào Mạng lưới Đường bộ Châu Á

(FedEx) ra mắt trạm/ga xử lý hàng hóa tại Johor mới, một cơ sở hậu cần một cửa tại cửa ngõ của Singapore, nhằm tăng cường kết nối của khu vực phía nam Malaysia với thế giới.

Nhà kho rộng 2.676 m2, là một kho tích hợp và cơ sở phân loại có kích thước lớn hơn gấp đôi so với nhà ga trước đó. Được trang bị các băng tải và hệ thống phân loại kính thiên văn tiên tiến, cơ sở này có khả năng xử lý tới 1.100 gói hàng mỗi giờ.

Ga Johor - nằm ở thành phố Johor Bahru, phía nam của Malaysia, ngay đối diện Singapore sầm uất và đắt đỏ - sẽ được hỗ trợ bởi 51 phương tiện (bao gồm xe tải và xe tải 40 feet) đi qua hơn 43 tuyến đường ở Johor Bahru, Batu Pahat và Kluang.

Cơ sở này cũng sẽ được quản lý bởi 90 thành viên trong nhóm tập trung vào việc tạo điều kiện cho các chuyến hàng ưu tiên và kinh doanh quốc tế, vận chuyển hàng hóa có giá trị cao và hàng hóa có yêu cầu bảo quản cao như điện tử và linh kiện sản xuất cho các ngành công nghiệp khác nhau như ô tô và hàng hải.

Theo cam kết của FedEx để cung cấp các kết nối toàn cầu trong khi giảm thiểu tác động môi trường, các tấm pin mặt trời tạo ra tới 2.100 kWh và tiết kiệm 15-18% mức tiêu thụ năng lượng mỗi tháng đã được lắp đặt tại cơ sở để giúp giảm sự phụ thuộc của trạm vào các nguồn năng lượng truyền thống. Cơ sở này cũng được trang bị hệ thống thu gom nước mưa để rửa xe, tối ưu hóa hơn nữa việc sử dụng nước.

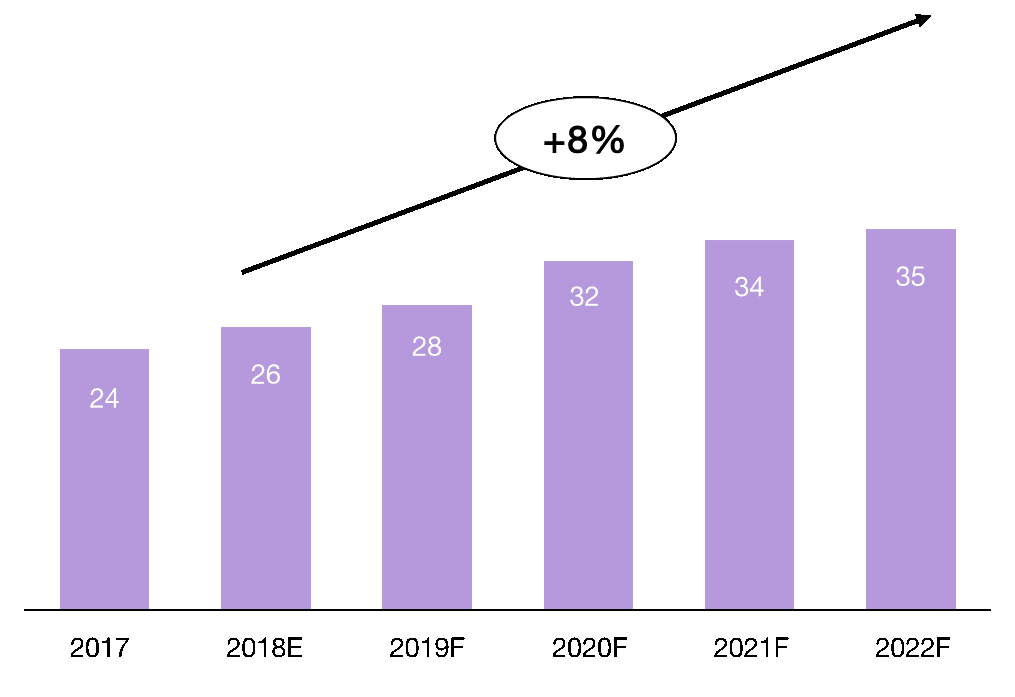
Nhà ga FedEx Johor nằm ở Iskandar Malaysia, một trong những hành lang tăng trưởng kinh tế quan trọng của đất nước. Chỉ riêng bang Johor đã thu hút được 22,5 tỷ đô la Mỹ đầu tư vào lĩnh vực sản xuất, sản lượng cao nhất trong cả nước từ 2013 đến 2016.

Mạng lưới Đường bộ Châu Á (ARN) là một mạng lưới đường bộ dài 7.000 km với các dịch vụ đường bộ xuất nhập khẩu từ cửa đến cửa, cung cấp quyền truy cập vào hơn 125 thành phố kết nối tất cả các thị trường trọng điểm ở Đông Nam Á và Trung Quốc, từ Singapore đến Quảng Châu. Ngoài ra, xe tải ARN được trang bị các công nghệ và tính năng an toàn mới nhất được giám sát bởi Trung tâm chỉ huy an ninh khu vực FedEx, hoạt động 24 giờ có trụ sở tại Singapore. Như vậy tính cả Johor, FedEx hiện có 13 nhà ga trên khắp Malaysia ở các bang Negeri Sembilan, Perak, Pahang, Penang, Sabah, Sarawak, Selangor và lãnh thổ liên bang của Kuala Lumpur.

1. **Thị trường logistics Thái Lan:**
   1. ***Phân tích sâu về thị trường logistics chuỗi lạnh của Thái Lan giai đoạn 2019-2022***

Thị trường hậu cần chuỗi lạnh ở Thái Lan hiện trị giá khoảng 26 tỷ baht và có khả năng tăng 8%/năm từ năm 2019 đến 2022 với việc mở rộng ngành công nghiệp thực phẩm và đồ uống là động lực chính.

Hình 4: Thị trường chuỗi lạnh Thái Lan (dự báo đến năm 2030)



Ghi chú: *\* Tính từ chi phí vận chuyển và cho thuê của kho được kiểm soát nhiệt độ và khối lượng sản phẩm chính yêu cầu hậu cần chuỗi lạnh.*

*Nguồn: Phân tích EIC dựa trên dữ liệu từ Vụ Thương mại nội địa, Bộ Thương mại Thái Lan.*

Hậu cần chuỗi lạnh, một loại hình hậu cần liên quan đến lưu kho và vận chuyển sản phẩm trong môi trường được kiểm soát nhiệt độ, đã liên tục phát triển và ngày càng được áp dụng bởi các doanh nghiệp thực phẩm và đồ uống để thay thế các dịch vụ hậu cần truyền thống.

Lợi ích của việc sử dụng dịch vụ hậu cần chuỗi lạnh là chất lượng sản phẩm được duy trì trong khi tỷ lệ hư hỏng giảm, đặc biệt là đối với thịt, trái cây và rau quả, các sản phẩm hải sản, đồ ăn sẵn, đồ uống và các sản phẩm từ sữa.

Nhu cầu ngày càng tăng của dịch vụ hậu cần chuỗi lạnh được phản ánh trong giá trị thị trường đã tăng lên 26 tỷ baht, chiếm 5% tổng thị trường hậu cần tăng thái Lan, so với mức 2% trong năm 2017.

Giá trị thị trường của dịch vụ hậu cần chuỗi lạnh cũng có khả năng tiếp tục tăng 8% CAGR trong ba năm tới (2019-2022) với các yếu tố hỗ trợ chính; sự tăng trưởng theo cấp số nhân của xuất khẩu trái cây sang Trung Quốc, xuất khẩu thủy sản hồi phục sau khi Thái Lan được EU rút thẻ vàng IUU Fishing, và sự mở rộng nhanh chóng về số lượng cửa hàng tiện lợi và chuỗi nhà hàng.

Tại Thái Lan, hậu cần chuỗi lạnh bao gồm hai hoạt động quan trọng được kiểm soát nhiệt độ: kho bãi và vận chuyển. Trung bình, kho lưu trữ được kiểm soát nhiệt độ mang lại tỷ suất lợi nhuận gộp cao hơn so với vận chuyển 15%.

Phân khúc kho kiểm soát nhiệt độ trong dài hạn có biên lợi nhuận gộp cao ở mức 40% và có khả năng tăng dựa trên việc mở rộng nhu cầu và chi phí thuê cao hơn. Nói chung, dịch vụ nhà kho kiểm soát nhiệt độ bao gồm hai loại: cho thuê dài hạn với một hợp đồng 3 năm hoặc lâu hơn và cho thuê kho tạm thời. Trong năm năm (2013-2017), kho kiểm soát nhiệt độ theo hợp đồng dài hạn có biên lợi nhuận gộp cao vào khoảng 40% với tỷ lệ tăng trưởng doanh thu khoảng 27%. Mặc dù doanh thu cho thuê tạm thời đã tăng ở mức 160%, tỷ suất lợi nhuận gộp thấp hơn chỉ khoảng 15%. Điều này là do chi phí lao động tại Thái Lan trong phân khúc này cao hơn vì lao động luôn được yêu cầu để phục vụ khách hàng với các thông báo ngắn hạn nhưng liên tục.

Với các hợp đồng dài hạn, người thuê kho sẽ đầu tư vào máy móc và thiết bị cũng như thuê nhân viên của mình để hỗ trợ vận hành. Do đó, chủ sở hữu một kho kiểm soát nhiệt độ đang có lợi thế về chi phí và quản lý không gian lưu kho. Tuy nhiên, vẫn chỉ có một số lượng hạn chế các nhà cung cấp dịch vụ do đầu tư ban đầu cao và thời gian hoàn vốn dài.

Biên lợi nhuận gộp cho việc nhập kiểm soát nhiệt độ trong ngắn hạn để tăng do nhu cầu thị trường cao hơn và chi phí thuê cao hơn bình quân tăng 5% mỗi năm. Trong khi đó, chi phí điện, một chi phí trực tiếp quan trọng cho loại hình kinh doanh này, có khả năng tăng thêm một lượng nhỏ.

Vận chuyển được kiểm soát nhiệt độ với các đối tác kinh doanh có tỷ suất lợi nhuận gộp là 24% nhưng có khả năng giảm do cạnh tranh về giá và rủi ro từ biến động giá dầu. Dịch vụ vận chuyển được kiểm soát nhiệt độ có thể được chia thành hai mẫu dựa trên khách hàng chính của họ. Họ hoặc tập trung vào việc cung cấp dịch vụ cho các đối tác kinh doanh của họ hoặc cho tất cả khách hàng. Kinh doanh với các đối tác sở hữu tỷ suất lợi nhuận gộp ở mức 24%, cao hơn so với những doanh nghiệp cung cấp dịch vụ cho tất cả các khách hàng có tỷ suất lợi nhuận gộp ở mức 6%. Điều này là do sự hợp tác, cho dù dưới hình thức liên doanh hoặc hợp tác phát triển mạng lưới giao thông, cho phép doanh nghiệp quản lý các tuyến vận tải của họ một cách hiệu quả dẫn đến chi phí vận hành thấp hơn.

Tuy nhiên, một biên lợi nhuận gộp về giao thông kiểm soát nhiệt độ có khả năng giảm trong tương lai. Điều này là do rào cản thấp đối với bản chất gia nhập của doanh nghiệp nơi người chơi mới không cần một khoản đầu tư lớn và hợp đồng vận chuyển thường được đàm phán hàng năm. Với sự gia tăng của những người tham gia, do đó, các nhà cung cấp dịch vụ có thể phải đối mặt với sự cạnh tranh ngày càng tăng về giá cả và dịch vụ. Đồng thời, các nhà cung cấp dịch vụ cũng phải đối mặt với sự biến động của giá dầu vì nó chiếm 30% - 40% tổng chi phí.

Tham gia vào một quan hệ đối tác kinh doanh và ký hợp đồng dài hạn là hai chiến lược quan trọng hướng tới sự thành công của dịch vụ kho bãi và vận chuyển được kiểm soát nhiệt độ. Từ phân tích trước đó, có thể lập luận rằng việc hình thành mối quan hệ hợp tác với các nhà sản xuất sản phẩm, nhà bán lẻ hàng đầu và chuỗi nhà hàng có thể giúp doanh nghiệp phát triển mối quan hệ hiệu quả với khách hàng và duy trì dòng doanh thu ổn định. Quan hệ đối tác thường được phát triển dưới hình thức liên doanh hoặc hợp tác phát triển trong mạng lưới dịch vụ tích hợp có thể đáp ứng các yêu cầu dịch vụ khác nhau. Ngoài ra, ký hợp đồng dài hạn có thời hạn 3 năm hoặc dài hơn cũng là một yếu tố thành công quan trọng khác vì nó cho phép doanh nghiệp phát triển một chiến lược hiệu quả để có được lợi nhuận hiệu quả cao hơn và hiệu quả chi phí tối đa, cũng như tối ưu hóa việc sử dụng kho và xe tải.

Ngày nay, các doanh nghiệp thực phẩm và đồ uống đang ngày càng sử dụng các nhà cung cấp dịch vụ hậu cần chuỗi lạnh đại diện cho một cơ hội đáng kể cho những người mới tham gia. Thông thường, chi phí hậu cần cho kinh doanh thực phẩm và đồ uống chiếm 10% tổng chi phí bán hàng. Một khi hậu cần chuỗi lạnh trở nên cần thiết hơn cũng như đòi hỏi chuyên môn hóa các chuyên gia chuỗi lạnh và đầu tư vốn cao (ví dụ: xây dựng kho, phương tiện vận tải và hệ thống CNTT), kinh doanh thực phẩm và đồ uống có xu hướng sử dụng các nhà cung cấp dịch vụ hậu cần chuyên về chuỗi lạnh thay vì hơn là điều hành riêng của họ.

Các nhà cung cấp dịch vụ hậu cần này sẽ giúp doanh nghiệp giảm quá trình làm việc và chi phí hậu cần. Hậu cần chuỗi lạnh được tìm thấy dưới hai hình thức là

1) Các nhà cung cấp dịch vụ hậu cần và kinh doanh thực phẩm và đồ uống thiết lập quan hệ đối tác kinh doanh ở cấp độ hợp tác cung cấp giải pháp hậu cần chuỗi lạnh hoàn chỉnh cho doanh nghiệp và mở rộng sang các doanh nghiệp tương tự khác và

2) Kinh doanh thực phẩm và đồ uống nhà cung cấp dịch vụ hậu cần chuỗi lạnh.

Cả hai loại hình thức dịch vụ hậu cần chuỗi lạnh tại Thái Lan đều mang lại những cơ hội quan trọng cho cả nhà cung cấp dịch vụ hậu cần hiện tại và nhà cung cấp dịch vụ tiềm năng tham gia kinh doanh dịch vụ hậu cần chuỗi lạnh.

Tuy nhiên, theo các chuyên gia logistics, có ba thách thức quan trọng đối với các nhà cung cấp dịch vụ chuỗi lạnh mới tại Thái Lan, đó là mức nhiệt độ khác nhau cần thiết cho các sản phẩm khác nhau, cạnh tranh khốc liệt trên thị trường này và các quy định nghiêm ngặt hơn từ cả phía Thái Lan và các nước bạn hàng.

Kinh doanh dịch vụ hậu cần chuỗi lạnh có tiềm năng phát triển hơn nữa trong khi hiện tại có một số lượng hạn chế các nhà cung cấp dịch vụ được chứng nhận tiêu chuẩn quốc tế. Do đó, hậu cần chuỗi lạnh là cơ hội hấp dẫn cho nhà cung cấp dịch vụ hậu cần hiện tại và nhà cung cấp dịch vụ tiềm năng để mở rộng kinh doanh. Tuy nhiên, cũng có những thách thức quan trọng để xem xét đó là:

1) Các mức nhiệt độ khác nhau cần thiết để vận chuyển và lưu trữ các sản phẩm khác nhau theo tiêu chuẩn của Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Thái Lan và các cơ quan liên quan. Các nhà cung cấp dịch vụ hậu cần chuỗi lạnh tiềm năng cần làm rõ một sản phẩm tập trung và xin giấy phép vì sẽ khó thay đổi sản phẩm với các yêu cầu khác nhau;

2) Cạnh tranh sẽ trở nên gay gắt hơn trong một thời gian dài vì một số doanh nghiệp thực phẩm và đồ uống đã thiết lập mối quan hệ chính thức tại mức độ hợp tác để cung cấp một giải pháp hậu cần chuỗi lạnh hoàn chỉnh nhằm mở rộng trong tương lai. Do đó, các nhà cung cấp dịch vụ hậu cần không có giải pháp chuỗi lạnh và nhà cung cấp dịch vụ tiềm năng sẽ phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt;

3) Các quy định liên quan đến môi trường và vệ sinh đang trở nên nghiêm ngặt hơn ở nhiều quốc gia, như yêu cầu ghi nhãn RFID ở Mỹ để người tiêu dùng theo dõi nhiệt độ và việc thực thi Thực hành phân phối tốt cho các nhà cung cấp dịch vụ hậu cần chuỗi lạnh ở EU sẽ tạo thêm chi phí cho các nhà cung cấp dịch vụ hậu cần. Ngoài ra, họ cũng có thể phải đối mặt với các rủi ro liên quan đến thương mại khác đối với các sản phẩm cần hậu cần chuỗi lạnh, ví dụ, các hạn chế nhập khẩu đối với các sản phẩm trồng trọt được Indonesia áp dụng đã ảnh hưởng đến xuất khẩu nông sản của Thái Lan.

* 1. ***Các hãng hàng không giá rẻ có nhiều cơ hội ở thị trường hàng không Thái Lan***

Thái Lan là một trong những điểm du lịch nổi tiếng nhất đối với người Úc, tạo ra hơn 800.000 du khách và 1,6 triệu hành khách mỗi năm. Tuy nhiên, việc cắt giảm sức tải của Thai Airways và việc đình chỉ các dịch vụ Sydney-Bangkok của Emirates đang khiến công suất ghế giảm 30% tại thị trường Úc-Thái Lan.

AirAsia đã tận dụng cơ hội này và đang triển khai dịch vụ bay thẳng đầu tiên giữa Úc và Thái Lan. Thai AirAsia X sẽ cạnh tranh với Thai Airways trên tuyến Brisbane-Bangkok từ ngày 25 tháng 6 năm 2019, khi hãng triển khai bốn chuyến bay hàng tuần và có thể thêm nhiều tuyến Úc-Thái Lan vào cuối năm 2019.

Vận chuyển hàng không giá rẻ (LCC) đường dài được định vị tốt, do thị trường Úc-Thái Lan bao gồm chủ yếu là hành khách rất nhạy cảm về giá. Jetstar đã liên tục khai thác thị trường này và cả AirAsia và Scoot đều cung cấp các tùy chọn một cửa hấp dẫn với nhiều cặp thành phố giữa hai nước.

Một tập đoàn hàng không LCC lớn khác là Lion, đã xem xét kỹ lưỡng việc thâm nhập thị trường Úc-Thái Lan, sử dụng công ty liên kết Thai Lion. Tuy nhiên, Thai Lion đã quyết định không ra mắt các dịch vụ của Úc ngay bây giờ do những trở ngại về quy định, điều này sẽ mở ra cho AirAsia.

1. **Thị trường logistics của một số nước khác trong khu vực** 
   1. ***Lào***

Bộ Công Thương Lào có kế hoạch ban hành một điều lệ dịch vụ mới để giảm thời gian ủy quyền xuất nhập khẩu, như một phần trong nỗ lực cải thiện môi trường kinh doanh.

Cục Xuất nhập khẩu của Bộ Công Thương Lào coh biết mục đích nhằm hỗ trợ các nhà khai thác kinh doanh hưởng lợi từ các dịch vụ công được cải tiến.

Theo quy định mới, các doanh nghiệp sẽ có thể được phép nhập khẩu và xuất khẩu xe, nhiên liệu và kim cương trong vòng một ngày sau khi gửi yêu cầu chính thức. Nếu các doanh nghiệp gửi yêu cầu điện tử thông qua hệ thống một cửa quốc gia, quá trình phê duyệt sẽ chỉ mất nửa ngày.

Ngoài việc giảm thời gian phát hành chứng từ xuất nhập khẩu, Bộ này có kế hoạch giảm một nửa thời gian cần thiết để cấp cho các doanh nghiệp giấy chứng nhận xuất xứ. Năm 2018, quy trình này mất đến 4 tiếng đồng hồ.

Kể từ năm nay, các nhà khai thác kinh doanh sẽ có thể có được giấy chứng nhận vận chuyển hàng hóa và hàng hóa nhập khẩu để xuất khẩu trong vòng một ngày, giảm từ hai ngày trong năm 2018.

Liên quan đến việc trả lời các câu hỏi của các nhà khai thác kinh doanh, các quan chức xuất nhập khẩu sẽ trả lời trong vòng ba ngày, giảm so với năm ngày trước đó.

Để tiếp tục tạo điều kiện cho thương mại xuyên biên giới, Cục Xuất nhập khẩu của Bộ Công thương Lào đã gặp các cơ quan hữu quan để đề xuất những thay đổi mà họ nên thực hiện. Một trong những khuyến nghị này là để chính phủ Lào hủy bỏ quy trình phê duyệt xuất nhập khẩu hiện đang cần cho các hàng hóa liên quan đến chăn nuôi, thực phẩm và thuốc. Tuy nhiên, chính phủ Lào cần tiếp tục kiểm tra chất lượng hàng hóa nhập khẩu tại các cửa khẩu biên giới. Điều này có nghĩa là chính phủ Lào nên tự do cho phép hàng hóa được nhập khẩu miễn là đáp ứng các tiêu chuẩn quốc gia đã đặt ra.

Báo cáo của Cục Xuất nhập khẩu Lào cũng cho thấy một sự cải thiện lớn tại các trạm kiểm soát biên giới, và thêm rằng bây giờ mất ít thời gian hơn để nhập khẩu hàng hóa.

* 1. ***Philipinnes***

Philippines đã trở thành một điểm đến thân thuộc của du khách Bắc Á, đây là động lực chính của thị trường Philippines-Bắc Á. Số lượng du khách Bắc Á đến Philippines đã tăng nhanh, dẫn đến tăng trưởng nhanh chóng về lưu lượng hành khách.

Các hãng hàng không giá rẻ (LCC) đặc biệt được hưởng lợi từ sự tăng trưởng nhanh chóng về nhu cầu đi lại giữa Philippines và Bắc Á. Các LCC đang tìm cách tranh thủ các phân khúc thị trường có vị trí tốt, đặc biệt là bên ngoài Manila đang bị tắc nghẽn, vì hầu hết các tuyến bay giữa Philippines-Bắc Á đều nhạy cảm về giá.

Sức chứa (tính theo số ghế) của các chuyến bay tuyến Philippines-Bắc Á đã tăng gần 20% trong năm qua và gần 70% trong bốn năm qua.

LCC đã tăng trưởng rất ấn tượng, tỷ lệ thâm nhập LCC vào thị trường Philippines-Bắc Á tăng từ 27% vào tháng 4-2015 đến 42% hiện nay.

LCC hiện chiếm 33% công suất ghế Manila-Bắc Á, so với 60% công suất ghế ngoài Manila-Bắc Á.

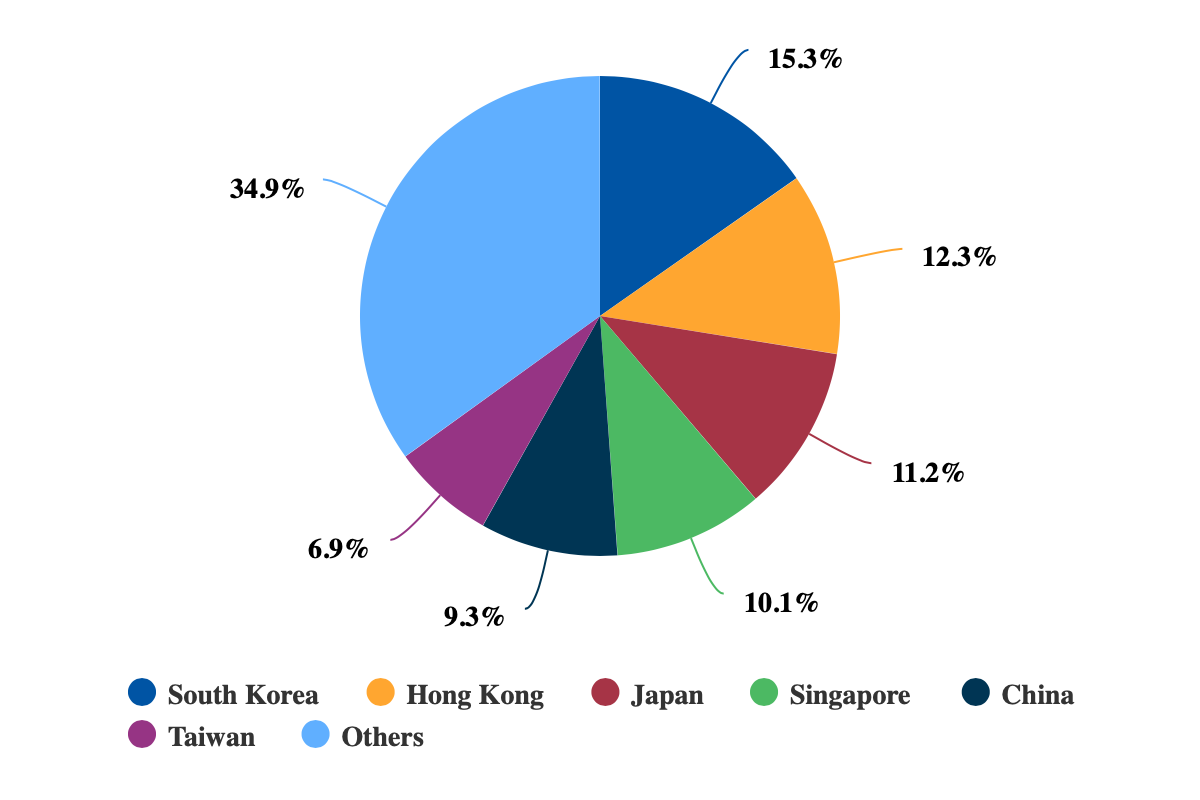
Hiện tại có 12 LCC cạnh tranh tại thị trường Philippines-Bắc Á, trong đó có chín LCC Bắc Á.

Dự kiến mở rộng LCC nhanh hơn khi số lượng khách Bắc Á đến Philippines, nơi đã chiếm hơn một nửa tổng số khách, tiếp tục tăng.

*Bắc Á chiếm 55% công suất ghế quốc tế của Philippines*

Bắc Á là một thị trường khổng lồ cho Philippines và chiếm hơn một nửa tổng công suất ghế quốc tế từ Philippines. Hiện tại có hơn 220.000 ghế một chiều hàng tuần từ Philippines đến Bắc Á, so với hơn 80.000 ghế hàng tuần đến Đông Nam Á, đây là thị trường lớn thứ hai của Philippines.

Hình 5: Sáu thị trường quốc tế hàng đầu được xếp hạng theo tỷ lệ công suất quốc tế (% số ghế)



Ba thị trường quốc tế hàng đầu của Philippines ở Bắc Á là Hàn Quốc, Hồng Kông và Nhật Bản. Trung Quốc và Đài Loan cũng nằm trong nhóm sáu thị trường lớn nhất. Năm thị trường này kết hợp chiếm 55% tổng công suất ghế quốc tế từ Philippines.

LCC rất phù hợp với thị trường Philippines-Bắc Á vì đây chủ yếu là thị trường giải trí trong nước, chủ yếu là du lịch. Một phần lớn của thị trường nước ngoài nhỏ hơn cũng bao gồm lưu lượng lao động nhạy cảm về giá (người Philippines làm việc ở Bắc Á).

Trong khi Philippines là một phần của Đông Nam Á, thì sự gần gũi của nó với Bắc Á cho phép toàn bộ khu vực nằm trong phạm vi hẹp. Đây là một thành phần quan trọng trong việc đạt được tỷ lệ thâm nhập LCC cao bởi vì hầu hết các LCC không vận hành máy bay thân rộng. Trong số 12 LCC cạnh tranh tại thị trường Philippines-Bắc Á, chỉ có hai (Cebu Pacific và Jin Air) có máy bay thân rộng.

Nếu không có những hạn chế về vị trí tại Manila, LCC có thể sẽ có một phần công suất thậm chí còn lớn hơn ở thị trường Philippines-Bắc Á. Manila chiếm 65% công suất ghế của Philippines-Bắc Á nhưng 58% số lượng phong trào nhỏ hơn. LCC chỉ có 33% thị phần chỗ ngồi tại thị trường Bắc Á Manila-Philippines, so với 60% thị phần của thị trường ngoài Manila-Philippines.

**Bảy sân bay của Philippines có dịch vụ đến Bắc Á**

Bảy sân bay ở Philippines có dịch vụ đến Bắc Á. Cebu là cửa ngõ lớn thứ hai, chiếm 19% công suất ghế của Philippines-Bắc Á. Tỷ lệ LCC của công suất Cebu-Bắc Á là 54%.

Các sân bay khác của Philippines có dịch vụ đến Bắc Á là Kalibo, Clark, Puerto Princesa, Tagbilaran và Iloilo. LCC chiếm hai phần ba sức chứa của các hãng hàng không Bắc Á tại năm sân bay này, mặc dù một trong những sân bay (Tagbilaran) chỉ có các dịch vụ quốc tế do FSC vận hành.

**Bảng 1: Số ghế trung bình/tuần của các hãng bay**

| **STT** | **Sân bay** | **Mã theo IATA** | **Số ghế trong tuần** | **Tỷ trọng trong tổng số ghế** | **Tỷ trọng của các LCC** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Manila Ninoy Aquino International | MNL | 286,753 | 64.8% | 33% |
| 2 | Mactan-Cebu International | CEB | 85,505 | 19.4% | 54% |
| 3 | Kalibo | KLO | 35,637 | 8.0% | 65% |
| 4 | Clark International | CRK | 25,456 | 6% | 73% |
| 5 | Puerto Princesa | PPS | 2,926 | 0.6% | 89% |
| 6 | Tagbilaran ([Bohol](https://centreforaviation.com/data/profiles/airports/tagbilaran-airport-tag)-Panglao) | [TAG](https://centreforaviation.com/data/profiles/airlines/transportes-aereos-guatemaltecos-5u) | 2,520 | 0.6% | 0% |
| 7 | Iloilo | ILO | 1,074 | 0.2% | 100% |

Trong khi Philippines hiện đang được phục vụ bởi chín LCC Bắc Á, hiện có 24 LCC Bắc Á và một số dự án khởi nghiệp đang chuẩn bị bắt đầu hoạt động.

Các LCC Trung Quốc đặc biệt được nhắm đến bởi Mactan-Cebu và các sân bay khác của Philippines. Hiện tại chỉ có một trong số 11 LCC của Trung Quốc phục vụ Philippines. Philippines đặc biệt là một thị trường mục tiêu rõ ràng cho Spring Airlines, LCC lớn nhất của Trung Quốc.

Chín hãng hàng không giá rẻ Bắc Á đã khai thác thị trường Philippines cũng rất muốn mở rộng thị trường này. Cebu Pacific và Philippines AirAsia đang mở rộng đội tàu để tăng cơ hội khai thác thị trường Philippines.

Trong số 60 tuyến đường nối Philippines với Bắc Á, các hãng LCC chiếm trên 41.

Trong năm qua, 16 tuyến Philippines-Bắc Á mới đã được đưa ra. LCC đã chiếm 13 trong số 16 lần phóng tuyến này.

Số lượng tuyến đường kết nối Philippines và Bắc Á sẽ tiếp tục tăng, dẫn đầu là các LCC. Do tắc nghẽn ở Manila nên Cebu và các sân bay thứ cấp nhỏ hơn sẽ được hưởng lợi khi LCC mở rộng.

Cebu và hầu hết các sân bay thứ cấp là cửa ngõ đến các điểm du lịch nổi tiếng, khiến chúng trở nên hấp dẫn đối với các LCC Bắc Á í: Kalibo là cửa ngõ đến Boracay; Puerto Princesa và Tagbilaran là các cửa ngõ vào các hòn đảo bãi biển nổi tiếng của Palawan và Panglao.