

SẢN PHẨM TÔM (HS 160520) – THỊ TRƯỜNG HOA KỲ XU HƯỚNG THỊ TRƯỜNG

1. Xu hướng và hành vi tiêu dùng của người Mỹ

Người tiêu dùng Hoa Kỳ ưa chuộng sản phẩm tôm chế biến và tôm đông lạnh. Trong thực đơn của nhiều nhà hàng, các món ăn chế biến từ tôm ngày càng phổ biến.

Tôm có hàm lượng chất béo thấp, là nguồn giàu protein, có chứa các loại vitamin và khoáng chất quan trọng và dễ tiêu hóa. Tôm đã trở thành một trong các loại thủy sản được ưa thích của người Mỹ trong những năm gần đây.

Do kinh tế Mỹ hồi phục chậm hơn mong đợi khiến nhu cầu cũng tăng trưởng thấp hơn. Một số chủ nhà hàng cho rằng sắp tới họ sẽ khó có thể kham nổi mức tăng giá thực phẩm. Thực tế này có thể tác động tới tiêu thụ tôm. Một số nhà phân phối thủy sản quy mô lớn cho biết doanh số rất thấp trong ngành nhà hàng, dù thậm chí đã chuyển sang các cỡ nhỏ rẻ hơn. Họ lo ngại tôm sẽ biến mất khỏi thực đơn. Giá tôm leo thang do nguồn cung thấp chứ không phải do nhu cầu tăng lên.

Tuy nhiên, tôm đông lạnh nhập khẩu vẫn được người Mỹ ưa thích cả về hình thức và kích cỡ phổ biến. Người tiêu dùng thường mua tôm với nhiều cỡ khác nhau, thông dụng nhất là cỡ 26-30 con/pound và 36-40 con/pound. Ngoài ra tôm sú, tôm nâu, tôm hùm cũng là mặt hàng tiêu thụ nhiều ở Hoa Kỳ.

Tôm là danh mục sản phẩm lớn thứ hai trên thị trường thủy sản, chiếm khoảng 30% doanh số bán hàng hải sản trong những năm gần đây. Tuy nhiên, một báo cáo về doanh số bán tôm của Tập đoàn The Perishables cho thấy các nhà bán lẻ đã giảm bớt các chiến dịch quảng bá cho các sản phẩm thủy sản giá trị cao như tôm. Nhu cầu đối với tôm giảm cũng khiến cho giá giảm. Cho đến khi nguồn cung còn bảo đảm, giá thấp sẽ khuyến khích tiêu dùng trong ngắn hạn.

Tôm hùm là một trong những mặt hàng hải sản chịu tác động nhiều nhất của khủng hoảng kinh tế. Tôm hùm sống vẫn là sản phẩm nổi bật trong thị trường ngách các sản phẩm cao cấp ở vùng biển phía đông và cũng đang ngày càng mạnh lên ở khu vực vùng biển phía tây.

Mặc dù tiêu thụ tôm hùm trong các nhà hàng đã giảm đáng kể, doanh số bán tôm hùm sống ở các siêu thị vẫn tương đối cao nhờ việc áp dụng các công nghệ mới giúp bảo quản các thùng tôm hùm sống dễ dàng hơn.

Thị trường tôm của Mỹ có xu hướng rất rõ ràng theo yêu cầu về sức khỏe và thuận lợi cho người tiêu dùng. Cũng như thế, người tiêu dùng ngày càng quan tâm nhiều hơn về việc chứng minh nguồn gốc xuất xứ sản phẩm, đảm bảo an toàn, sức khỏe cho người sử dụng và bảo vệ môi trường.

Hành vi tiêu dùng của người Mỹ ngày càng thay đổi thất thường theo giá cả quốc tế và cấu trúc nhập khẩu của Mỹ. Tuy nhiên, mặt hàng tôm bóc vỏ ướp đá hoặc đông lạnh vẫn là sản phẩm ưa thích của người tiêu dùng Mỹ, và tập trung tiêu thụ nhiều hơn các chủng loại tôm cỡ nhỏ, giá rẻ và những chủng loại tôm có giá trị gia tăng như đã chế biến sẵn rất tiện lợi, và tốn ít thời gian chế biến.

Người Mỹ có thu nhập cao và nhu cầu sử dụng thủy sản rất đa dạng. Thông thường, tiêu thụ tôm giảm từ tháng 1 đến tháng 5, và sau đó thì sức tiêu thụ tăng cao hơn đến tháng 12. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng chậm của nền kinh tế Mỹ đã làm ảnh hưởng đến ngành

dịch vụ nhà hàng, một trong những kênh tiêu thụ chính yếu đối với các sản phẩm tôm, và vì thế đã kéo theo sở thích hành vi tiêu dùng của người dân Mỹ.

Người Mỹ thường tiêu thụ nhiều tôm trong các dịp nghỉ lễ khi tụ hội với bạn bè. Mùa cao điểm của tôm là tuần lễ trước Giáng sinh và tuần lễ Giáng sinh.

Người tiêu dùng Mỹ chủ yếu mua thủy sản tại các cửa hàng, siêu thị, nơi họ tin tưởng về chất lượng và các điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm. Các kênh tiêu thụ thủy sản trên thị trường Hoa Kỳ có mối quan hệ rất chặt chẽ, mang tính chuyên môn hóa cao, hiếm có trường hợp các siêu thị lớn hoặc các công ty bán lẻ độc lập mua hàng trực tiếp từ các nhà xuất khẩu nước ngoài.

Chứng nhận

Hầu như người tiêu dùng Mỹ ngày càng quan tâm đến việc đánh bắt thủy hải sản và hậu quả đối với môi trường và xã hội của việc đánh bắt đó. Vấn đề quan tâm này thường được hướng vào các nhà bán lẻ chính và các nhà bán lẻ này phải đảm bảo rằng các nhà cung cấp chứng minh được nguồn gốc xuất xứ các sản phẩm được sản xuất.

Các sản phẩm thủy hải sản khi nhập khẩu vào Mỹ phải đáp ứng được các tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn thực phẩm của Hoa Kỳ. Chứng nhận được nhiều người biết đến là nhãn MSC (Marine Stewardship Council, Hiệp hội quản lý hàng hải, <http://www.msc.org>), được dán trên cái túi bán lẻ và người tiêu dùng dễ dàng nhận thấy được.

Áp dụng thực hành sản xuất theo tiêu chuẩn GAP, hệ thống HACCP để đảm bảo chất lượng sản phẩm, đầu tư phát triển công nghệ để đáp ứng tiêu chuẩn về môi trường, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực vật... Hoa Kỳ không yêu cầu các lô hàng thủy sản nhập khẩu vào Hoa Kỳ phải có chứng thư vệ sinh (Health Certificate), nhưng đề cao trách nhiệm của nhà sản xuất trong áp dụng HACCP, kiểm soát tốt điều kiện sản xuất

Các nhà chế biến các loại thực phẩm được bán tại Hoa Kỳ cần phải thực hiện theo chương trình Thực phẩm Sản xuất tốt (GMP). Những quy định này chỉ rõ các nhà chế biến và phân phối phải lưu tâm tới việc giữ cho thực phẩm sạch và an toàn trong quá trình sản xuất, đóng gói và vận chuyển. Các quy định của GMP được nêu trong Các quy định Liên bang về Mã Hoa Kỳ. Thông tin chi tiết, có thể tham khảo tại trang web: http://www.access.gpo.gov/nara/cfr/waisidx_03/21cfr110_03.html.

Theo Bộ luật Liên bang Mỹ 21 CFR, chỉ có các doanh nghiệp nước ngoài nào đã thực hiện chương trình HACCP có hiệu quả mới được xuất khẩu thủy sản vào thị trường Mỹ. Đây là một hệ thống quản lý chất lượng mang tính phòng ngừa nhằm đảm bảo an toàn thực phẩm và chất lượng thực phẩm thông qua việc phân tích những mối nguy và thực hiện các biện pháp kiểm soát tại các điểm kiểm soát tới hạn.

HACCP nhấn mạnh tính nhất thiết phải kiểm soát tại các điểm kiểm soát tới hạn. HACCP nhấn mạnh tính nhất thiết phải kiểm soát dây chuyền công nghệ sản xuất để đảm bảo an toàn, vệ sinh cho sản phẩm thay vì kiểm soát sản phẩm cuối cùng.

Để được phép đưa hàng thủy sản vào Mỹ, doanh nghiệp phải gửi kế hoạch, chương trình HACCP cho Cục Thực phẩm và Dược phẩm Hoa Kỳ (FDA). FDA xem xét khi cần thì kiểm tra. Nếu FDA kết luận là đạt yêu cầu thì cấp phép cho doanh nghiệp đó.

Tất cả các sản phẩm khi nhập khẩu đều phải có giấy chứng nhận quốc tế ISO 9002 và HACCP. Về nhãn mác, phải ghi đúng tên chủng loại thường dùng ở Mỹ.

Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Mỹ (FDA) đã công bố Cẩm nang An toàn thực phẩm mới cập nhật nhằm giảm thiểu các nguy cơ mất an toàn thực phẩm trong ngành thủy sản. Đây là lần thứ 4 FDA điều chỉnh, sửa đổi “Cẩm nang Kiểm soát và Nguy cơ về

an toàn thực phẩm thủy sản”, nằm trong lộ trình áp dụng Đạo luật Hiện đại hóa An toàn thực phẩm, có hiệu lực từ tháng 1/2011. Nội dung sửa đổi bao gồm:

- Cập nhật biện pháp xử lý vi khuẩn gây bệnh trong thủy sản có vỏ - bao gồm vi khuẩn *Vibrio vulnificus* và *V. parahaemolyticus*;
- Điều chỉnh các khuyến cáo về thời gian và nhiệt độ thích hợp để kiểm soát tốt hơn sự hình thành histamin và vi khuẩn gây bệnh;
- Thông tin về các quy định và mức cho phép được thay đổi từ lần điều chỉnh gần đây;
- Thông tin về mối nguy của các loài thủy sản mới trên thị trường Mỹ;
- Mô tả chi tiết hơn về việc mắc bệnh và tổn thương tiềm ẩn liên quan đến thủy sản.

Cục Quản lý Dược phẩm và Thực phẩm Mỹ (FDA) vừa ban hành hai quy định mới về đảm bảo an ninh, an toàn thực phẩm trong nước. Đây là những quy định đầu tiên được các nhà chức trách mới của Cục đưa ra trong khuôn khổ Luật Hiện đại Hóa An toàn Thực phẩm của FDA (FSMA), đã được quốc hội Mỹ thông qua hồi tháng 1/2011 và có hiệu lực vào ngày 3/7/2011.

Quy định thứ nhất nhằm củng cố quyền lực của FDA trong việc ngăn chặn thực phẩm không an toàn thâm nhập vào thị trường trong nước và cho phép tịch thu thực phẩm được cho là sản xuất trong điều kiện vệ sinh không đảm bảo ngay cả khi không có bằng chứng tin cậy. Từ tháng 7/2011, FDA sẽ có quyền giữ lại 30 ngày đối với các sản phẩm thực phẩm giả mạo hoặc gắn sai nhãn hiệu trong khi chờ quyết định về việc sẽ tịch thu hoặc cấm phân phối sản phẩm. Trước đây, FDA phối hợp với các cơ quan của bang, cấm sản phẩm thực phẩm nhất định dưới sự quản lý của cơ quan luật của bang cho đến khi việc thi hành luật có thể được đề xướng ở một tòa án liên bang.

Quy định thứ hai nhấn mạnh rằng bất kỳ nhà nhập khẩu thực phẩm nào vào Mỹ cũng phải thông báo cho FDA xem sản phẩm của họ, kể cả thức ăn cho vật nuôi, đã bị từ chối ở những nước nào. Điều này sẽ cung cấp cho FDA nhiều thông tin hơn về thực phẩm nhập khẩu, từ đó giảm thiểu nguy cơ đối với sức khỏe cộng đồng.

Yêu cầu mới trên có thể hỗ trợ cho FDA áp dụng thêm nhiều biện pháp quản lý rủi ro đối với thực phẩm nhập khẩu. Cuối năm nay hoặc năm tới, sẽ có thêm một loạt quy định đề xuất cho cả thực phẩm nhập khẩu và thực phẩm trong nước, điều này giúp FDA tiếp tục xây dựng hệ thống an toàn thực phẩm mới sau khi Quốc hội thông qua. (www.foodsafetynews.com).

Mới đây, Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm (FDA) đã thông báo sẽ áp dụng quy định quản lý mới đối với tất cả các loại thực phẩm nhập khẩu, bao gồm cả thủy sản. Đây là những quy định cuối cùng nằm trong hệ thống quy định của Luật Hiện đại hóa An toàn thực phẩm (FSMA).

Hai quy định mới yêu cầu các công ty nhập khẩu của Hoa Kỳ phải tiến hành xác minh các nhà cung cấp nước ngoài, đảm bảo họ thực hiện các biện pháp an toàn thực phẩm theo hướng phòng ngừa và đạt tiêu chuẩn an toàn thực phẩm tương đương tiêu chuẩn của các nhà sản xuất và chế biến tại Hoa Kỳ. Các đơn vị thẩm định an toàn thực phẩm của nước ngoài cũng nằm trong phạm vi quy định này.

Các doanh nghiệp sẽ phải xác định các mối nguy có thể xảy ra đối với từng loại thực phẩm, ghi chép và lưu trữ tư liệu để phục vụ quá trình thẩm định. Các cơ sở đã được FDA chứng nhận sẽ tiến hành hoạt động thẩm định.

Đây là lần đầu tiên FDA chính thức có quy định về điều này. FDA không quy định doanh

nghiệp phải có chứng nhận cho sản phẩm, nhưng theo quy định mới, chứng nhận có thể được FDA sử dụng khi xác định có nên cho phép nhập khẩu một số loại thực phẩm có nguy cơ cao vào Hoa Kỳ hay không.

Quy định mới sẽ được áp dụng cho mọi loại thực phẩm nhập khẩu vào thị trường Hoa Kỳ, gồm cả thủy sản. Theo báo cáo, hơn 90% thủy sản tiêu thụ trên thị trường được nhập khẩu từ nước ngoài.

Với quy định mới, FDA sẽ triển khai hoạt động của theo hướng phòng ngừa khi đối phó với vấn đề an toàn thực phẩm. Nếu có hiệu lực, FSMA sẽ tăng cường sức mạnh của FDA trong thanh tra các cơ sở sản xuất và tăng cường việc tuân thủ các tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm. FDA sẽ tiếp tục thực hiện thanh tra thực phẩm tại biên giới và tăng cường thanh tra các cơ sở ở nước ngoài. Thông tin chi tiết có thể tham khảo tại trang web: <http://www.fda.gov>.

2. Xu hướng về phong cách sống

Sự phát triển của một số các nhà hàng món ăn dân tộc, nhà hàng quốc tế và các chương trình nấu ăn đặc biệt đã khơi dậy sự quan tâm của người tiêu dùng chọn nhiều các sản phẩm thủy hải sản không mang tính truyền thống. Trong thực đơn của nhiều nhà hàng, các món ăn chế biến từ tôm ngày càng phổ biến.

3. Xu hướng trong những phân khúc

Có một sự khác biệt rất lớn giữa các sản phẩm đã có nhãn mác và nhãn hiệu riêng biệt. Tôm đã có nhãn mác đặc biệt rất quan trọng trong phân khúc sản phẩm đông lạnh và đã được chế biến.

Các thương hiệu có thể mạnh trong các quốc gia như tôm đông lạnh sẽ được mua nhiều trong các siêu thị, trong các hệ thống cung ứng nhà hàng. Nói chung, các sản phẩm của các quốc gia đang phát triển được bán ở các chuỗi hệ thống bán lẻ dưới thương hiệu của các công ty và tập đoàn lớn của Mỹ.

4. Xu hướng đổi mới

Các chuỗi siêu thị lớn đang ngày càng có yêu cầu cao về tôm đóng gói sẵn hoặc được đóng gói trong thành những khẩu phần thức ăn nhỏ dành cho những hộ gia đình ít người. Xu hướng này có khả năng dẫn đến gia tăng khối lượng tiêu thụ. Các siêu thị cũng có nhu cầu cao về sản phẩm tôm đông lạnh đóng gói sẵn. Việc phát triển kỹ thuật đóng gói và làm lạnh mới (như đóng gói chân không) đem lại hiệu quả cao trong việc kéo dài thêm hạn sử dụng. Hầu hết các nhà xuất khẩu Việt Nam với quy mô sản xuất lớn vẫn giữ nguyên chi phí-giá và có xu hướng chuyển sang giá trị gia tăng.

5. Xu hướng phát triển sản phẩm/giá trị gia tăng

Đã có một sự gia tăng nhu cầu về sản phẩm giá trị gia tăng và thuận tiện. Ví dụ như tôm có kích cỡ lớn còn nguyên vỏ, tôm xiên que, tôm xếp trong khay đã được đóng gói sẵn cho người tiêu dùng, và tôm đã được chế biến sẵn cho các bữa ăn, sản phẩm tempura và chiên sẵn rất có tiềm năng để mở rộng thị trường. Người tiêu dùng thường mua sản phẩm tôm được đóng gói thành từng phần nhỏ và tôm được chế biến sẵn để giảm bớt thời gian nấu ăn.

Nhà nhập khẩu và người tiêu dùng thường có yêu cầu cao hơn về khả năng cung cấp đều đặn và chất lượng ổn định. Đáp ứng được yêu cầu trên chỉ có thể là 2 sản phẩm sau:

tôm sú cỡ từ lớn đến 25, tôm chân trắng cỡ từ 26 đến nhỏ.

Các sản phẩm giá trị gia tăng được thiết kế chủ yếu để:

- Lôi cuốn nhóm khách hàng mục tiêu
- Mở rộng các kênh phân phối mới (tôm dành cho bữa ăn trưa, ăn tối nhanh và ăn liền tại chỗ)
- Lôi cuốn khách hàng có mức thu nhập khá chi tiêu bằng cách thuyết phục họ với các sản phẩm đắt giá.

6. Cơ hội thị trường

Hoa Kỳ là nước nhập khẩu thủy sản lớn nhất thế giới, với kim ngạch đạt 17,27 tỷ USD trong năm 2012, chiếm 14% tổng nhập khẩu trên toàn thế giới. Cùng với xu hướng suy giảm về nhu cầu thủy sản thế giới trong năm 2012, nhu cầu nhập khẩu của Hoa Kỳ tuy vẫn ở mức cao trên thế giới, nhưng tốc độ tăng trưởng đã chững lại.

Đối với Việt Nam, Hoa Kỳ cũng là nước nhập khẩu lớn nhất các sản phẩm thủy sản của Việt Nam, chủ yếu là nhập khẩu tôm và cá ngừ (đứng hàng đầu) và cá tra (đứng thứ 2). Xuất khẩu thủy sản sang thị trường Hoa Kỳ chiếm tỷ trọng khoảng 20% trong tổng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam, với kim ngạch xuất khẩu sang Hoa Kỳ đạt 1,17 tỷ USD năm 2012. Trong 5 tháng đầu năm 2013, xuất khẩu thủy sản sang Hoa Kỳ tăng 7,5% so với mức giảm 2,6% của tổng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang các thị trường thế giới nói chung.

Tuy nhiên, dự báo xuất khẩu thủy sản Việt Nam sang Hoa Kỳ và các thị trường thế giới nói chung trong năm 2012 và 2013 vẫn ảm đạm. Nguyên nhân là do nguồn nguyên liệu trong nước thiếu hụt, nhu cầu của Hoa Kỳ không tiến triển nhiều do vẫn chịu ảnh hưởng của suy thoái kinh tế, trong khi đó các rào cản kỹ thuật và thuế quan của Hoa Kỳ ngày càng tăng cao như thuế chống bán phá giá đối với cá tra Việt Nam đã tăng 65% và Hoa Kỳ vừa áp thuế chống trợ cấp đối với tôm Việt Nam vào tháng 5/2012...

Ngành thủy sản Việt Nam có những lợi thế nhất định trong xuất khẩu sang Hoa Kỳ. Tuy nhiên, tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là tăng về khối lượng, trong khi giá trị xuất khẩu không cao. Điều đó thể hiện sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam còn chịu thua thiệt về giá so với các đối thủ cạnh tranh trên thế giới. Do vậy, ngành thủy sản trước hết cần nâng cao chất lượng, giá trị sản phẩm, tập trung cải thiện điều kiện môi trường thủy sản như quy hoạch vùng sản xuất, đầu tư cơ sở hạ tầng, trang thiết bị, hệ thống thủy lợi... để đảm bảo nuôi trồng, chế biến sản phẩm với công nghệ sạch theo quy chuẩn quốc tế, áp dụng rộng rãi quy trình thực hành sản xuất tốt (GAP), đồng thời đẩy mạnh xây dựng thương hiệu thủy sản Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Hoa Kỳ là nước nhập khẩu tôm nhiều nhất thế giới hiện nay. Khoảng 80% - 90% tôm tiêu thụ ở Hoa Kỳ là nhập khẩu từ các nước như Thái Lan, Indonesia, Việt Nam, Trung Quốc, Ecuador... Do đó, cơ hội xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ rất lớn đối với doanh nghiệp Việt Nam. Tuy nhiên, doanh nghiệp Việt Nam muốn xuất khẩu được tôm vào Hoa Kỳ phải tuân theo những quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm của họ. Doanh nghiệp Việt Nam không nên chạy theo số lượng mà nên quan tâm nâng cao và duy trì chất lượng. Nhu cầu thủy sản của thế giới nói chung và Hoa Kỳ nói riêng sẽ ngày càng tăng, nhưng yêu cầu vệ sinh an toàn thực phẩm và bảo vệ môi trường cũng sẽ ngày càng cao. Nâng cao chất lượng để có thể nâng cao giá bán cũng là biện pháp hiệu quả nhất để có thể giảm được mức thuế chống bán phá giá tôm vào Hoa Kỳ hiện nay.