



ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ TP.HCM

BÁO CÁO
XU HƯỚNG THỊ TRƯỜNG - HOA KỲ
TÔM HS.160521

Thành phố Hồ Chí Minh 2022

XU HƯỚNG THỊ TRƯỜNG - HOA KỲ - TÔM HS.160521

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

Theo Undercurrent News, ngành tôm luôn là ngành có cung cầu và ổn định. Tuy nhiên, nhu cầu tôm của Hoa Kỳ giảm mạnh do ảnh hưởng nặng nề do Covid-19 kéo theo nhiều khu vực xuất khẩu tôm cũng giảm theo.

Vấn đề cốt lõi mà ngành xuất khẩu tôm phải giải quyết là lấp đầy khoảng trống trong nhu cầu do sự suy yếu của ngành dịch vụ thực phẩm cùng với việc cung cấp thực ăn cho một nền kinh tế suy thoái nghiêm trọng do lạm phát và Covid-19. Người tiêu dùng hiện nay ở Hoa Kỳ có xu hướng chuyển dần sang mua qua các kênh bán lẻ, đặc biệt là sử dụng dịch vụ thương mại điện tử. Do vậy, sự chuyển dịch này có thể là lâu dài và đặt ra nhiều vấn đề mới cần giải quyết.

Tại Hoa Kỳ, khác biệt về văn hóa là một rào cản cho tôm xuất khẩu của các quốc gia khác vào thị trường này. Nhiều người tiêu dùng ở Hoa Kỳ thích ăn tôm nhưng lại không biết chế biến tôm ra sao và chỉ quen ăn các sản phẩm tôm được nấu sẵn.

Thị trường xuất khẩu tôm dự kiến sẽ có một diện mạo hoàn toàn khác biệt trong những năm tới sau khi dịch Covid-19 đã thấy sự mong manh của thị trường khi mọi thứ đều có thể thay đổi nhanh chóng. Do đó, thị trường cũng đã mãi thay đổi về khách hàng, về cách mua hàng và cả về cách ăn.

Theo thông tin được chia sẻ tại Diễn đàn Thị trường Thủy sản Thế giới diễn ra 2022, nhu cầu đối với các sản phẩm tôm cỡ lớn và dễ chế biến ở thị trường Hoa Kỳ đã tăng. Theo đó, gần 275 triệu pao tôm đã được bán vào các kênh dịch vụ thực phẩm năm 2021, tăng 50 triệu pao so với năm 2020 với các nhà hàng nổi tiếng phong cách Mexico, Tây Ban Nha và Mỹ Latinh. Tổng doanh số dù thấp hơn 6 triệu pao so với năm 2019 tuy nhiên nhu cầu các sản phẩm nhất định vẫn tăng do áp lực lao động và lạm phát giá đã làm tăng nhu cầu.

Cũng theo Tập đoàn Thực phẩm Performance, nhu cầu tôm cỡ lớn như 12 con/kg và 26-30 con/kg tại phân khúc dịch vụ thực phẩm cũng chứng kiến xu hướng tăng. Theo dữ liệu của NPD SupplyTrack, doanh số bán tôm cỡ 26-30 con/kg tăng 12% so với năm 2019, tăng trên 5 triệu pao. Tôm cỡ lớn hơn 21-25 con và 16-20 con cũng tăng so

với năm 2019. Tôm cỡ 21-25 con tăng 3,18 triệu pao, tương đương mức tăng 7% và doanh số bán tôm cỡ 16-20 con/kg tăng 1,85 triệu pao, tăng 4%. Tôm cỡ lớn, chủ yếu là tôm dễ bóc vỏ (EZ Peel) tăng mạnh về doanh số trong năm 2021 so với năm 2019, tăng 9%, tương đương 1,4 triệu pao.

Doanh số bán tôm dễ chế biến trong năm 2021 tăng so với năm 2019 trong khi doanh số bán tôm yêu cầu nhiều bước chế biến hơn lại giảm. Doanh số tôm bóc vỏ, bỏ đuôi, rút chỉ lưng tăng 1% so với năm 2019 trong khi doanh số tôm bóc vỏ, để đuôi, bỏ chỉ lưng giảm 5%. Tôm còn vỏ, bỏ đầu giảm mạnh nhất 10% so với năm 2019.

Ba loại tôm cỡ lớn 26-30 con, 21-25 con, và 16-20 con/kg chiếm 55% tổng số các mặt hàng tôm được bán cho lĩnh vực dịch vụ thực phẩm năm 2021. Trong khi tôm cỡ nhỏ hơn giảm thị phần. Doanh số bán tôm cỡ nhỏ 31-40 con và nhỏ hơn giảm 14 triệu pao, tương đương 12%. Giá tôm năm 2021 tăng 14% so với năm 2019. Xu hướng này trái ngược so với một vài năm gần đây. Thông thường, khi giá tôm tăng thì người tiêu dùng thường giảm mua tôm cỡ lớn.

Giá các loài cao cấp khác tăng thúc đẩy người tiêu dùng và các nhà hàng tăng nhu cầu với tôm cỡ lớn. Trong khi giá tôm tăng 14% trong năm 2021 so với năm 2019, giá các mặt hàng khác như sò điệp, tôm hùm và cua tăng cao hơn. Giá sò điệp tăng 41%, tôm hùm tăng 56% và cua tăng 68%.

Mặc dù giá tôm cỡ lớn cao hơn so với 2 năm trước đây nhưng giá mặt hàng này vẫn khá rẻ so với các mặt hàng thủy sản có vỏ cao cấp khác. Khi khách hàng chọn thực đơn cho những dịp đặc biệt, tôm cỡ lớn là một sự lựa chọn phổ biến.

Các chứng nhận

Theo luật pháp Hoa Kỳ, tất cả các loại thực phẩm sản xuất trong nước và nhập khẩu đều phải chịu sự điều tiết của luật Liên bang như: Luật về Thực phẩm, Dược phẩm, Luật về Bao bì và Nhãn hàng, và một số phần của luật về Dịch vụ y tế. Ngoài ra còn có các quy định riêng của Bộ Nông nghiệp Mỹ, hoặc Cục Nghề cá biển quốc gia Mỹ.

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.

Bất cứ hàng hoá nào khi nhập khẩu vào Mỹ phải đảm bảo các tiêu chuẩn như là các sản phẩm nội địa. Nhà xuất khẩu và chế biến đều phải tuân theo các quy định của Mỹ, cụ thể là theo Bộ luật Liên bang Mỹ CFR (Code of Federal Regulations) để đảm bảo sản phẩm không có độc tố, an toàn trong sử dụng và được sản xuất trong điều kiện vệ sinh.

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.

Bộ luật liên bang Mỹ 21 CFR, quy định từ ngày 18/12/1997 chỉ có các doanh nghiệp nước ngoài nào đã thực hiện HACCP (Hazard Analysis Control Critical Point - Hệ thống phân tích mối nguy và điểm kiểm soát tới hạn) mới được xuất khẩu vào thị trường Mỹ. Kế hoạch HACCP nhấn mạnh vai trò của nhà sản xuất, thường xuyên ngăn ngừa và xử lý kịp thời những mối nguy có thể xâm nhập vào sản phẩm từ khâu nguyên liệu tới sản phẩm cuối cùng. Quy định này yêu cầu phải phân tích, kiểm soát dây chuyền công nghệ sản xuất tại các điểm kiểm soát trong suốt quá trình để đảm bảo sản phẩm an toàn, vệ sinh, thay cho phương pháp kiểm soát sản phẩm cuối cùng đã được áp dụng trước đây.

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 thuỷ 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 thương 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 thuỷ 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 đến việc

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 cũng ngày càng phổ biến.

3. Xu hướng trong những phân khúc

Các sản phẩm đã có nhãn mác và nhãn hiệu riêng biệt tạo được sự khác biệt rất lớn. Những sản phẩm tôm đã có nhãn mác có vai trò đặc biệt quan trọng trong phân khúc sản phẩm đông lạnh và đã được chế biến.

Các sản phẩm tôm có thương hiệu mạnh thường sẽ được mua nhiều trong các siêu thị hay được sử dụng nhiều hơn trong hệ thống chuỗi cung ứng của các nhà hàng. Nhìn chung, các sản phẩm tôm từ các quốc gia đang phát triển hiện được bán ở các chuỗi hệ thống bán lẻ dưới thương hiệu của các công ty và những tập đoàn lớn của Hoa Kỳ.

4. Xu hướng đổi mới

Các chuỗi siêu thị lớn đang ngày càng có yêu cầu cao hơn về các sản phẩm tôm đóng gói sẵn hay được đóng gói trong thành những khẩu phần thức ăn hoặc được đông lạnh đóng gói sẵn. Xu hướng này dẫn đến khả năng gia tăng khối lượng tiêu thụ. Do đó, việc phát triển kỹ thuật đóng gói và làm lạnh mới (như đóng gói chân không) đem lại được hiệu quả cao trong việc kéo dài thời hạn sử dụng cho sản phẩm. Vì thế, hầu hết các nhà xuất khẩu tôm 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

Nhu cầu về các sản phẩm giá trị gia tăng và thuận tiện đã có sự gia tăng. Cụ thể, các mặt hàng được đóng gói và chế biến sẵn tiềm năng lớn để mở rộng thị trường khi người tiêu dùng thường mua các sản phẩm tôm được đóng gói và chế biến sẵn tiết kiệm thời gian nấu nướng.

Do vậy, các sản phẩm giá trị gia tăng được thiết kế chủ yếu nhằm:

- 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

Xuất khẩu tôm vẫn là thế mạnh trong xuất khẩu thủy sản khi chiếm gần một nửa giá trị. Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP) dự kiến xuất khẩu tôm Việt Nam năm 2022 tăng từ 10 - 12%, kim ngạch xuất khẩu vượt mốc 4 tỷ USD. Trong đó, tăng trưởng do yếu tố giá 7 - 10%, tăng trưởng do tăng sản lượng 2 - 5%.

Về nguồn nguyên liệu phục vụ chế biến, xuất khẩu, năm 2022 nguyên liệu tôm của Việt Nam đủ cho chế biến, nhưng khả năng giá có thể tăng hơn do các yếu tố đầu vào biến động phức tạp.

Khả năng lạm phát sẽ làm giá thành sản xuất tăng, kéo theo tăng giá bán và làm suy yếu tốc độ tăng đơn hàng. Xung đột Nga - Ukraine tác động mạnh đến chi phí cũng như hoạt động logistics. Đây là một thách thức không nhỏ cho tăng trưởng xuất khẩu tôm của Việt Nam.

Với Việt Nam, theo đánh giá, năm 2022 Mỹ vẫn sẽ là thị trường nhập khẩu tôm lớn nhất của Việt Nam. Với sự hồi phục nhu cầu của chuỗi HORECA (kênh phân phối dùng trong nhà hàng, khách sạn mà khách hàng có thể truy cập) và thế mạnh tôm chế biến, xuất khẩu tôm Việt Nam sang Mỹ năm 2022 sẽ tiếp tục tăng.

Việt Nam hiện nay đang xuất khẩu tôm được xuất khẩu tới 103 thị trường trên thế giới. Trong đó, Hoa Kỳ vẫn là thị trường chính của ngành tôm Việt Nam. Ngành tôm Việt Nam đang được hưởng lợi từ xu hướng này khi các sản phẩm tôm của Việt Nam hiện đã có mặt trong hầu hết các hệ thống phân phối lớn ở Hoa Kỳ. Cũng theo thống kê của Viện Thủy sản Quốc gia Hoa Kỳ, tôm là loại hải sản được ưa thích nhất trong thực đơn của người tiêu dùng ở quốc gia này. Hằng năm, mỗi người dân Hoa Kỳ sẽ tiêu thụ trung bình khoảng 2 kg tôm.

Hoa Kỳ là quốc gia nhập khẩu tôm nhiều nhất thế giới hiện nay. Vì vậy, cơ hội xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ rất lớn đối với doanh nghiệp Việt Nam. Tuy nhiên, doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam muốn đưa được tôm vào Hoa Kỳ thì phải tuân theo những quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm và bảo vệ môi trường cũng sẽ ngày càng cao lên theo đó.