

## Thị trường quả bơ Hoa Kỳ

### 1. Một số nét về thị trường quả bơ của thế giới:

Kim ngạch xuất khẩu quả bơ của thế giới đạt khoảng 6 tỷ USD trong năm 2017 trong đó khu vực Bắc Mỹ (chủ yếu là Mexico) là nhà xuất khẩu lớn nhất với trên 3,1 tỷ USD, hơn 50% kim ngạch của thế giới, trong khi đó EU chiếm 22,8% và các nước Mỹ Latin trừ Mexico chiếm khoảng 19,5%, còn lại Châu Phi khoảng 3,4%, Châu Á, 1,7% và Châu Đại Dương đứng đầu là New Zealand với 1,6%. Trong số các nước xuất khẩu hàng đầu, Colombia là nước có kim ngạch tăng trưởng cao nhất, tăng gần 44 lần trong giai đoạn từ năm 2013-2017, Ma Rốc tăng 16 lần, Pé Ru tăng 2,1 lần và Chi Lê tăng 1,7 lần cũng trong khoảng thời gian này.

Nguồn cung quả bơ của thế giới đang tăng trưởng tuy nhiên, tuy nhiên ngoài các thị trường truyền thống như Hoa Kỳ và EU thì người tiêu dùng tại 2 quốc gia đông dân nhất thế giới là Trung Quốc và Ấn Độ cũng đang có xu hướng tăng tiêu dùng loại trái cây bổ dưỡng này. Do vậy vẫn còn có rất nhiều cơ hội phát triển cho cây bơ, thậm chí một số chuyên gia còn cho rằng trong tương lai gần có thể sẽ xảy ra việc thiếu hụt nguồn cung.

### 2. Thị trường quả bơ của Hoa Kỳ:

Theo Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), tổng giá trị quả bơ nhập khẩu của Hoa Kỳ năm 2018 là 2,35 tỷ USD, giảm 11%, từ 2,64 tỷ USD năm 2017, tuy nhiên lại tăng về khối lượng, Hoa Kỳ đã nhập 1,04 triệu tấn, tăng 15%, từ mức 0,9 triệu tấn năm 2017<sup>1</sup>. USDA cho biết trong các quốc gia xuất khẩu quả bơ vào Hoa Kỳ, Mexico với lợi thế là nguồn cung lớn nhất và cũng là nước có biên giới chung với Hoa Kỳ là nước đứng đầu, chiếm 87% về khối lượng và 88% giá trị tổng kim ngạch nhập khẩu, tăng 17% về khối lượng nhưng giảm 11% về giá trị trong năm 2018, Peru là nhà cung cấp quả bơ lớn thứ 2, chiếm 8% về khối lượng cũng như giá trị, Chile ở vị trí thứ 3, chiếm 3% tổng khối lượng và giá trị.

Mặc dù là nhà nhập khẩu ròng, Hoa Kỳ cũng là quốc gia trồng quả bơ. Quả bơ thương mại của Hoa Kỳ chủ yếu từ 3 bang là California, Florida và Hawaii có nguồn gốc từ Tây Ấn (West Indies), Guatemala, Mexico hoặc các giống lai của chúng, trong đó giống bơ Hass với hàm lượng dầu 18% - 22% là loại tốt nhất, tiếp theo là giống Fuerte (12% - 17%). Theo số liệu thống kê mới nhất<sup>2</sup>, quả bơ sản xuất của Hoa Kỳ năm 2017 đạt 146.310 tấn (đạt giá trị khoảng 392 triệu USD). Giống Hass có xu hướng chịu đựng tốt và cho năng suất cao. Ở Hoa Kỳ, bơ được bán trên thị trường như là một lựa chọn dinh dưỡng sức khỏe và là một nguồn tốt bổ sung dầu không bão hòa đơn (monounsaturated) có lợi. Một quả bơ trung bình chứa khoảng 15% lượng chất béo bão hòa hàng ngày được FDA khuyến nghị sử dụng. Ngoài ra, bơ có lượng kali nhiều hơn 60% so với chuối. Chúng cũng giàu vitamin B, vitamin E, vitamin K và folate. Quả bơ cũng là lựa chọn cho bệnh nhân tiểu đường. Xu hướng tiêu thụ quả bơ của Hoa Kỳ đã thay đổi từ năm 1970. Hiện mức tiêu thụ quả bơ đã tăng từ 2,23 pound, tương đương 0,96 kg/1 người/năm lên mức 7,1 pound hay tương đương 3 kg/người/năm (Statista, 2018).

<sup>1</sup> <https://www.thepacker.com/article/us-avocado-import-volume-15-2018>

<sup>2</sup> <https://www.agmrc.org/commodities-products/fruits/avocados>

Theo hiệp hội quả bơ Hass của Hoa Kỳ, nhu cầu thực phẩm tươi, sạch của người tiêu dùng đặc biệt là thế hệ Millennial (sinh từ năm 1980-1996) ngày càng tăng lên thì quả bơ với thành phần dinh dưỡng lý tưởng là sự lựa chọn bổ dưỡng, là nguyên liệu chế biến món ăn hoặc tham gia chế độ ăn uống khoa học. Một yếu tố quan trọng khác là ẩm thực của Mexico và Pan-Latin ngày càng được ưa chuộng tại Hoa Kỳ giúp tiêu dùng quả bơ phát triển. Do vậy, dự kiến lượng tiêu dùng quả bơ sẽ ngày càng tăng tại thị trường nhập khẩu quả bơ lớn nhất thế giới này.

Theo báo cáo Regional Avocado Shopper Insights: Regional profiles and national comparisons for household demographics and key purchase metrics năm 2018 của Hass Avocado Board, xu hướng tiêu dùng quả bơ tại Hoa Kỳ cho thấy quả bơ được 51% các hộ gia đình tại Hoa Kỳ tiêu thụ; số tiền trung bình 1 hộ gia đình tại Hoa Kỳ dành để mua quả bơ là 24,5 USD/năm; các chuyến đi du lịch hoặc công tác có tiêu dùng quả bơ trung bình là 6,19 chuyến và số tiền dùng mỗi chuyến là 3,96 USD. Thị trường tiêu thụ quả bơ Hoa Kỳ theo địa lý được chia làm 8 vùng chính gồm: bang California, Bờ Tây (West), Trung Nam (South Central), Đông Bắc (Northeast), Đông Nam (Southeast), Ngũ Đại Hồ (Great Lakes), Trung Nam (Midsouth), Đại Đồng bằng (Plains). Ba khu vực có truyền thống tiêu thụ quả bơ cao hơn mức trung bình ở Hoa Kỳ là California (69,4% hộ gia đình tiêu dùng quả bơ với 30 USD/năm), Bờ Tây (65,9% hộ gia đình tiêu dùng với 28,62 USD/năm), Trung Nam (61,2% hộ gia đình tiêu dùng với 26,86 USD/năm). Ngoài ra, vùng Đông Bắc có mức chi tiêu dành cho quả bơ 1 năm là 25,08 USD cũng cao hơn mức trung bình của Hoa Kỳ.

Nếu phân loại người tiêu dùng tại Hoa Kỳ theo 7 thành phần, xu hướng mua quả bơ cụ thể như sau:

- (1) Theo số lượng nhân khẩu 1 hộ dân cư, tỷ lệ mua quả bơ trong 1 hộ dân có 5 người trở lên là 12,3%; có 4 người là 15,9%; 3 người là 16,6%; 2 người là 33,2% và chỉ có 1 người là 22,1%.
- (2) Theo gia đình có trẻ em hay không, hộ gia đình có con tỷ lệ mua quả bơ là 36%, trong khi ngược lại, gia đình chưa có con là 64%.
- (3) Theo tình trạng hôn nhân, tỷ lệ mua quả bơ lần lượt như sau: đã kết hôn là 67,4%; độc thân là 13,8%; ly hôn, góa bụa và ly thân là 18,8%.
- (4) Theo người gốc Hispanic hay không, tỷ lệ mua quả bơ của người Hispanic là 17,5%, trong khi không phải gốc Hispanic là 82,5%.
- (5) Theo chủng tộc, tỷ lệ mua quả bơ lần lượt như sau người da trắng (75%), người gốc Á (5,6%), gốc Phi (9,5%), khác (9,9%).
- (6) Theo độ tuổi, tỷ lệ mua quả bơ đối với người trong độ tuổi từ 18 đến 34 là 22,2%; từ 35-44 là 18,5%; từ 45-54 là 19,2%; từ 55-64 là 17,7%; từ 65 trở lên là 22,3%.
- (7) Theo thu nhập, thu nhập dưới 20.000 USD/năm tỷ lệ mua quả bơ là 10%; từ 20.000-24.900 USD/năm là 6%; từ 25.000-34.900 USD/năm là 10,8%; từ 35.000-44.900 USD/năm là 8,5%; từ 45.000 - 49.900 USD/năm là 4,7%; từ 50.000-59.900 USD/năm là 8%; từ 60.000-69.900 USD/năm là 6,8%; từ 70.000-99.900 USD/năm là 17,4%; từ 100.000 USD trở lên là 27,7%.

Tỷ lệ mua quả bơ này được phản ánh cụ thể qua các khu vực thị trường chính của Hoa Kỳ như sau:

- (1) Tại California, tỷ lệ mua quả bơ cao hơn mức trung bình ở Hoa Kỳ trong các nhóm hộ gia đình có 5 người trở lên, người gốc Hispanic, người gốc Á và khác, cũng như nhóm có thu nhập trên 100.000 USD/năm; ngược lại, tỷ lệ mua quả bơ thấp hơn mức trung bình Hoa Kỳ đối với người gốc Phi và nhóm người trong độ tuổi từ 18-34.
- (2) Tại Bờ Tây trừ California (West), tỷ lệ mua quả bơ cao hơn mức trung bình của cả nước trong nhóm hộ gia đình có 5 người trở lên trong khi thấp đối với nhóm người gốc Á và Phi, cũng như nhóm có thu nhập trên 100.000 USD/năm.
- (3) Tại Trung Nam (South Central), tỷ lệ mua quả bơ cao trong nhóm người Hispanic và người có thu nhập từ 45.000 USD-49.900 USD/năm, trong khi thấp trong nhóm người gốc Á cũng như người còn độc thân.
- (4) Tại Đông Bắc (Northeast), tỷ lệ mua quả bơ cao đối với người còn độc thân và thu nhập trên 100.000 USD/năm, ngược lại tỷ lệ này thấp hơn mức trung bình trong nhóm có thu nhập 45.000 - 49.900 USD/năm và 20.000-24.900 USD/năm.
- (5) Tại Đông Nam (Southeast), tỷ lệ mua quả bơ cao trong nhóm người Mỹ gốc Phi, 2 nhóm có thu nhập từ 25.000-34.900 USD/năm và 20.000-24.900 USD/năm, trong khi đó, tỷ lệ thấp đối với hộ gia đình có 5 người trở lên, người gốc Á, người có thu nhập trên 100.000 USD/năm.
- (6) Tại Ngũ Đại Hồ (Great Lakes), tỷ lệ mua quả bơ thấp hơn mức trung bình của Hoa Kỳ đối với nhóm Hispanic và người Mỹ gốc Á và khác.
- (7) Tại Trung Nam (Midsouth), tỷ lệ mua quả bơ cao trong nhóm người Mỹ gốc Phi, trong khi thấp trong nhóm người Mỹ gốc Á và khác, cũng như người Hispanic.
- (8) Tại Đại Đồng Bằng (Plains), tỷ lệ mua quả bơ đạt mức thấp hơn trung bình của Hoa Kỳ đối với nhóm người Mỹ gốc Á, Phi và gốc khác, và đối với những người Hispanic.

### **3. Tiềm năng cho quả bơ của Việt Nam?**

Cây bơ Việt Nam được người Pháp đưa vào trồng ở nước ta vào những năm 1940, hiện nay bơ được trồng chủ yếu ở các tỉnh, thành như Lâm Đồng, Bà Rịa-Vũng Tàu, Đồng Nai, Phú Thọ, Đắk Nông,... Nhiều giống quả bơ Việt Nam cho trái gần như quanh năm, năng suất cao như quả bơ Cuba, bơ 034, bơ Booth, bơ Hass, bơ sáp... Tuy có một số điều kiện thuận lợi nhưng giá trị hàng hóa quả bơ Việt Nam còn thấp do hạn chế trong khâu ứng dụng khoa học kỹ thuật, quy mô sản xuất manh mún, không theo quy hoạch, quy trình sản xuất chưa đảm bảo, đầu ra sản phẩm không ổn định, chưa xây dựng được thương hiệu, chỉ dẫn địa lý,...

Hầu hết quả bơ tại Hoa Kỳ được tiêu thụ qua kênh các siêu thị lớn, với khối lượng lớn và do đó phải đáp ứng yêu cầu rất cao. Các công ty cung cấp quả bơ tới các siêu thị này thường phải chịu trách nhiệm và có khả năng kiểm soát các khâu trong chuỗi cung ứng, từ sản xuất tới phân phối. Do vậy, các nhà xuất khẩu có quy mô nhỏ thường gặp rất nhiều khó khăn trong việc tiếp

cận thị trường nếu không có kinh nghiệm hoặc không có sự liên kết với các chuỗi cung ứng. Đồng thời, việc quá trình vận chuyển quả bơ từ nơi sản xuất đến thị trường, đặc biệt là với các địa bàn có khoảng cách địa lý xa như Bắc Mỹ là một thách thức rất lớn. Các doanh nghiệp xuất khẩu cần đảm bảo có đủ các chứng chỉ chất lượng, cũng giống như việc xuất khẩu các mặt hàng trái cây, rau quả khác, cần thiết lập lòng tin với các đối tác trong chuỗi cung ứng với các cam kết mạnh mẽ về chất lượng, sự minh bạch thông tin và sự tin cậy trong việc đáp ứng các đơn hàng. Cùng với đó, việc tạo ra các câu chuyện thú vị cũng là một cách hết sức hiệu quả để quảng bá, xây dựng thương hiệu. Do quả bơ là một loại trái cây có thể dùng để ăn liền (ready-to-eat), các doanh nghiệp cần đặc biệt quan tâm đến các yếu tố an toàn thực phẩm, cần phải tích cực và chủ động đáp ứng các quy định của pháp luật cũng như yêu cầu của người mua hàng.

Về quy cách, đối với thị trường Hoa Kỳ, các cơ quan chức năng có một số quy định tối thiểu đối với quả bơ nhập khẩu<sup>3</sup> như sau: (1) Về xếp hạng (Grade), tất cả các loại bơ phải xếp loại (ít nhất) là số 2 của Hoa Kỳ vì loại này được xác định theo tiêu chuẩn của Hoa Kỳ đối với quả bơ Florida. (2) Về độ chín (Maturity), tất cả các loại quả bơ được nhập khẩu vào Hoa Kỳ - ngoại trừ các giống Hass, Fuerte, Zutano và Edranol - phải đáp ứng các yêu cầu về độ chín liên quan đến màu sắc, trọng lượng hoặc đường kính tối thiểu. Bên cạnh đó, các yêu cầu tối thiểu đối với các loại trái cây như: Còn nguyên vẹn, sạch sẽ, không mang côn trùng; không qua tiếp xúc với các môi trường quá ẩm ướt, ở trong tình trạng có thể vận chuyển, đóng gói được,... cũng cần phải được đáp ứng.

Để phát huy tiềm năng của cây bơ cũng như thúc đẩy xuất khẩu quả bơ vào các thị trường mới, ***trong tương lai có thể là Hoa Kỳ khi được mở cửa thị trường***, Việt Nam cần tìm kiếm và tuyển chọn những giống cây bơ ngon, chất lượng, năng suất cao, đặc biệt có chiến lược quảng bá tiếp thị hiệu quả. Nếu làm tốt công tác sản xuất, có sự đầu tư và cách tiếp cận thị trường phù hợp, quả bơ Việt Nam có thể sẽ nhanh chóng trở thành cây trồng có doanh thu xuất khẩu cao của Việt Nam./.

---

<sup>3</sup> <https://www.ams.usda.gov/rules-regulations/section8e/avocados>