

Cơ hội cho chè xanh đặc sản của Việt Nam tại thị trường Mỹ

09:50 13/03/2017

Văn phòng đại diện của Cục Xúc tiến thương mại tại New York và Ban quản lý Chương trình “Nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam thông qua hệ thống xúc tiến thương mại địa phương” vừa tổ chức cuộc tọa đàm về tìm hiểu cơ hội cho chè xanh đặc sản của Việt Nam tại thị trường Mỹ. Đây là một cơ hội thuận lợi để xây dựng thương hiệu quốc gia cho sản phẩm chè xuất khẩu của Việt Nam.

THCL Văn phòng đại diện của Cục Xúc tiến thương mại tại New York và Ban quản lý Chương trình “Nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam thông qua hệ thống xúc tiến thương mại địa phương” vừa tổ chức cuộc tọa đàm về tìm hiểu cơ hội cho chè xanh đặc sản của Việt Nam tại thị trường Mỹ. Đây là một cơ hội thuận lợi để xây dựng thương hiệu quốc gia cho sản phẩm chè xuất khẩu của Việt Nam.



Chè Việt Nam có cơ hội thuận lợi để xây dựng thương hiệu tại Mỹ

Tại cuộc tọa đàm, các đại biểu cùng các chuyên gia đã trao đổi về những bài học về nghiên cứu thị trường, phát triển sản phẩm, xây dựng thương hiệu và khảo sát thị trường để khi về nước sẽ đúc kết và chia sẻ lại với các công ty trong ngành. Các chuyên gia đều đánh giá cao tiềm năng của chè đặc sản Việt Nam tại thị trường Mỹ.

Ông Peter Goggi, Chủ tịch Hiệp hội Chè Mỹ, nhấn mạnh: “Thời cơ đang rất thuận lợi cho chè Việt Nam. Lịch sử trồng chè lâu đời, với những đồi chè và cây chè cổ thụ đã tồn tại qua nhiều thế hệ là những điều mà người tiêu dùng Mỹ rất hứng thú, đặc biệt là đối với phân khúc chè đặc sản”.

Theo các chuyên gia, các nhà sản xuất chè Việt Nam vẫn được khách hàng thế giới biết đến về khả năng cung cấp khối lượng lớn, giá rẻ và chất lượng xuất khẩu. Thách thức lớn trước mắt là phải thay đổi được hình ảnh này bằng cách tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị. Ngoài ra, các nhà sản xuất và xuất khẩu chè Việt Nam cũng đang phải đối mặt với nhiều thách thức về chi phí sản xuất, công nghệ chế biến, tiêu chuẩn chất lượng, quảng bá, xây dựng thương hiệu.

Ông Peter Goggi cho biết: “Người tiêu dùng Mỹ đã quen dùng một số loại chè nhất định. Đó là một thách thức. Song, sự độc đáo của chè Việt Nam, hương vị thơm ngon, cùng với lịch sử trồng chè lâu đời là thế mạnh trong thị trường chè đặc sản”.

Hiện có tới 158 triệu người Mỹ uống trà mỗi ngày. Tính ra, mỗi năm người Mỹ chi hơn 80 tỷ USD cho các sản phẩm trà. Đây được xem là thị trường tiềm năng cho sản phẩm chè đặc sản cao cấp của Việt Nam. Tuy nhiên, các chuyên gia chè quốc tế nhấn mạnh Mỹ là thị trường khó tính, có tiêu chuẩn cao về chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm.

Do đó, để có thể tạo dựng được thương hiệu tại Mỹ, các chuyên gia khuyến nghị các công ty Việt Nam cần phải có sự đầu tư nghiêm túc và kiên trì vào việc nâng cao chất lượng sản phẩm, đảm bảo mẫu mã và vệ sinh an toàn thực phẩm. Ngoài ra, các công ty cũng cần mở những chiến dịch quảng bá, khai thác những câu chuyện lý thú về lịch sử trồng chè và văn hóa thưởng trà của người Việt.

Từ lâu, chè đã được trồng rộng rãi ở Việt Nam, cung cấp việc làm cho hơn 354.000 nông dân và đóng góp lớn vào quá trình phát triển nông thôn và giảm bớt đói nghèo. Hiện Việt Nam là nước sản xuất chè lớn thứ 7 và xuất khẩu chè lớn thứ 5 trên thế giới. Tuy nhiên, Việt Nam vẫn chưa được thế giới ghi nhận là nước sản xuất và xuất khẩu chè hàng đầu, mặc dù đã có tiếng tăm về chè xanh và chè đặc sản.

Do đó, Chương trình “Nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam thông qua hệ thống xúc tiến thương mại địa phương” do Cục Kinh tế liên bang Thụy Sĩ (SECO) tài trợ, Cục Xúc tiến thương mại, Bộ Công Thương thực hiện đang hướng đến các hoạt động nhằm xây dựng hình ảnh ngành chè thông qua hỗ trợ một nhóm các doanh nghiệp có tiềm năng xuất khẩu tiếp cận thị trường chè xanh đặc sản của Bắc Mỹ.

Tại cuộc thi Chè quốc tế được tổ chức tại Canada tháng 9/2016, hai trong số các công ty được Chương trình tài trợ và hỗ trợ kỹ thuật đã được trao giải Vàng và Bạc đánh giá theo vùng sản xuất, đó là Chè Nhài Cozy trang trại Phú Hộ (của Công ty trách nhiệm hữu hạn Thế hệ mới Vĩnh Phúc - COZY) và Chè Tôm Nồn của Công ty cổ phần chè Hà Thái. Hiện Cục Xúc tiến thương mại đang hỗ trợ hai công ty này quảng bá các sản phẩm chè xanh cao cấp tại Canada và New York.

Phát biểu tại cuộc tọa đàm, Đại sứ Nguyễn Phương Nga nhấn mạnh tuy Việt Nam trở thành nước sản xuất chè lớn thứ 7 và nước xuất khẩu chè lớn thứ 5 trên thế giới, với 124.000ha diện tích trồng chè và hơn 500 cơ sở sản xuất chế

biển, công suất đạt trên 500.000 tấn chè khô mỗi năm, nhưng đa phần chè xuất khẩu Việt Nam vẫn chủ yếu xuất sang thị trường dễ tính, chưa nhiều sản phẩm đạt tiêu chuẩn xuất khẩu vào thị trường yêu cầu chất lượng cao như EU, Mỹ.

Đại sứ đánh giá cao việc các doanh nghiệp chè Việt Nam đạt giải thưởng cao ngay tại lần tham gia đầu tiên cuộc thi Chè quốc tế Bắc Mỹ. Đó thực sự là niềm tự hào, uy tín to lớn không chỉ đối với ngành chè Việt Nam, doanh nghiệp chè Việt Nam mà còn cả với vị thế của Việt Nam trên thị trường chè cao cấp quốc tế, góp phần xây dựng thương hiệu quốc gia cho sản phẩm chè xuất khẩu của Việt Nam.

Đinh Lê