

# Gợi ý danh mục bán chạy trên Amazon - Đồ dùng nhà bếp

<a href="#"><u>Tổng quan thị trường đồ dùng nhà bếp ở nước ngoài</u></a>	<a href="#"><u>2</u></a>
<a href="#"><u>Gợi ý danh mục đồ dùng nhà bếp bán chạy</u></a>	<a href="#"><u>6</u></a>
<a href="#"><u>Chúng nhân hợp quy cho đồ dùng nhà bếp</u></a>	<a href="#"><u>20</u></a>

# 1. Tổng quan thị trường đồ dùng nhà bếp ở nước ngoài

## 1.1. Chân dung người tiêu dùng

### Nhóm người tiêu dùng

Chủ yếu là người nội trợ, tầng lớp lao động, nhân viên văn phòng. Mức chi tiêu của họ từ tầm trung trở lên, có mục tiêu và đòi hỏi nhất định về chất lượng cuộc sống. Vì vậy họ quan tâm đến hiệu quả về chi phí, đồng thời cũng để ý đến chất lượng và tính cá nhân hóa của sản phẩm.



Mức chi tiêu



Cá nhân hóa



Hiệu quả về chi phí

### Tần suất tiêu dùng

Tần suất mua đồ dùng nhà bếp không dùng điện của người Âu Mỹ tương đối cao, thường **mua lặp lại mỗi quý**. Còn tần suất mua đồ dùng nhà bếp sử dụng điện thì tương đối thấp.

Ngoài ra, do đồ dùng nhà bếp sử dụng điện có giá cao hơn và tuổi thọ dài hơn so với các đồ dùng không dùng điện, nên người tiêu dùng sẽ cần nhiều thời gian hơn để cân nhắc trước khi mua sản phẩm mới thay thế.

## Nhu cầu của người tiêu dùng

Đối với đồ dùng nhà bếp, người tiêu dùng thường quan tâm đến hiệu quả về chi phí, sự đa dạng của sản phẩm, chất lượng ổn định và được đảm bảo, nhận hàng nhanh chóng thuận tiện, v.v. Tuy nhiên, nhu cầu của người tiêu dùng ở các thị trường cũng có đôi chút khác biệt.

### Người tiêu dùng Hoa Kỳ

- Mong muốn sản phẩm có sự cạnh tranh về giá. Hơn 65% người Hoa Kỳ cho rằng giá cả cạnh tranh có thể nâng cao trải nghiệm mua sắm.
- Đồng thời họ mong muốn có nhiều sự lựa chọn hơn đối với các sản phẩm cùng loại và chất lượng cần được đảm bảo.
- Về vấn đề hậu cần, việc đúng hạn, trả hàng thuận tiện chính là mối quan tâm hàng đầu của người tiêu dùng.

### Người tiêu dùng Âu Mỹ

- Mong muốn hiệu quả về chi phí cao.
- Hàng đẹp, giá rẻ.

### Người tiêu dùng Nhật Bản

- Thích sản phẩm có phong cách mới mẻ, đơn giản. Mức độ trung thành với thương hiệu và tỷ lệ quay lại mua hàng trực tuyến đều rất cao. Do việc mua hàng được tính toán kỹ lưỡng nên tỷ lệ trả hàng tương đối thấp.
- Do phòng ở tương đối nhỏ, trần nhà thấp, nên người Nhật rất chú trọng đến các sản phẩm tiện lợi, dễ thu dọn.
- Chú trọng chi tiết, bao gồm: cách đóng gói, nhãn mác, chứng nhận mua hàng.
- Yêu thích các sản phẩm vệ sinh môi trường, hiệu suất cao, bao bì thiết kế đơn giản dễ hiểu, đặt hàng thuận tiện, giao hàng nhanh chóng.

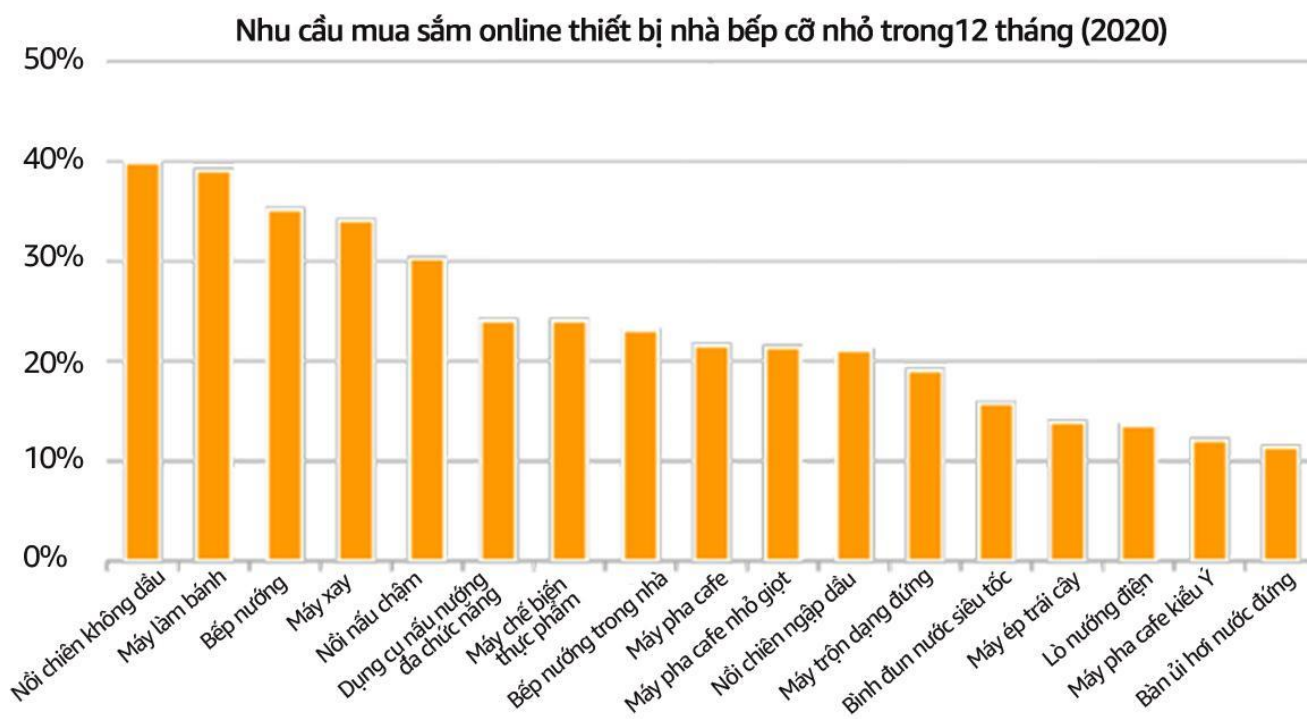
## 1.2. Xu hướng đồ dùng nhà bếp phổ biến ở nước ngoài trên Amazon

### Nhà bếp là nơi chi tiêu phổ biến

Do ảnh hưởng của dịch bệnh, hầu hết các gia đình ở Châu Âu và Hoa Kỳ đều ở nhà. Việc vào bếp vì thế trở thành một phần không thể thiếu trong đời sống hàng ngày. Đồ đựng thực phẩm, đồ dùng bếp và dụng cụ ăn uống đã trở thành những đồ dùng thiết yếu trong gia đình. Trong đó, dụng cụ bếp và dụng cụ ăn uống bằng inox chính là những món đồ yêu thích của người Âu Mỹ do dễ vệ sinh, tạo cảm giác thoải mái khi cầm nắm.

Nấu ăn tại nhà đã khơi dậy niềm yêu thích nghiên cứu ẩm thực của người nước ngoài. 54% người Hoa Kỳ cho biết họ sẽ tiếp tục nấu ăn tại nhà sau khi dịch bệnh qua đi, 46% người Hoa Kỳ cho biết trong tương lai sẽ nấu nướng tại nhà nhiều hơn. Do đó, có cơ sở để tin rằng nhu cầu về sản phẩm nhà bếp sẽ tiếp tục tăng mạnh. Ngoài các thiết bị nhà bếp thì dụng cụ bảo quản và nấu nướng cũng sẽ là những danh mục bán chạy.

Theo khảo sát, 43,1% người tiêu dùng Hoa Kỳ cho biết nếu có ý định mua trực tuyến một thiết bị nhà bếp cỡ nhỏ trong vòng 12 tháng tới, thì sản phẩm mà họ có khả năng mua nhiều nhất là nồi chiên không dầu, tiếp đó là máy làm bánh, bếp nướng, máy xay và nồi nấu chậm, v.v.



1. [Survey: Cooking more at home could become the new normal post-pandemic 04/2020](#)

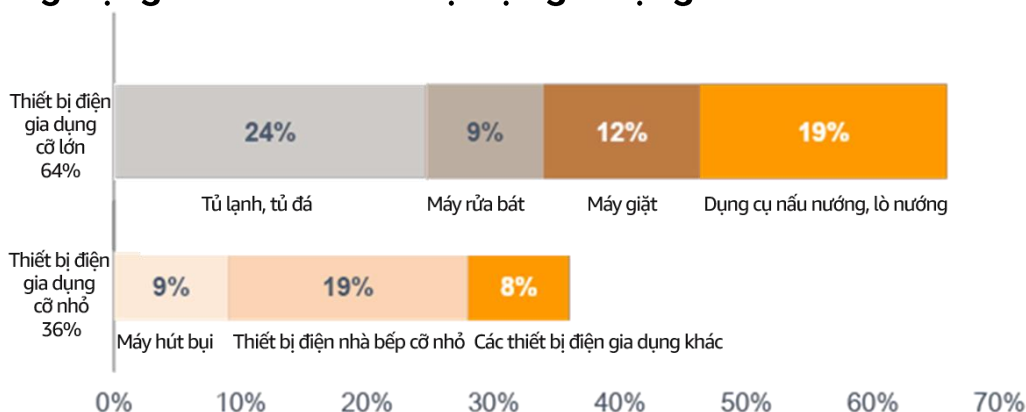
2. [Small Kitchen Appliance Consumers Are Most Likely to Purchase in Next 12 Month US, Statista, 2020](#)

### 1.3. Lời khuyên cho người bán

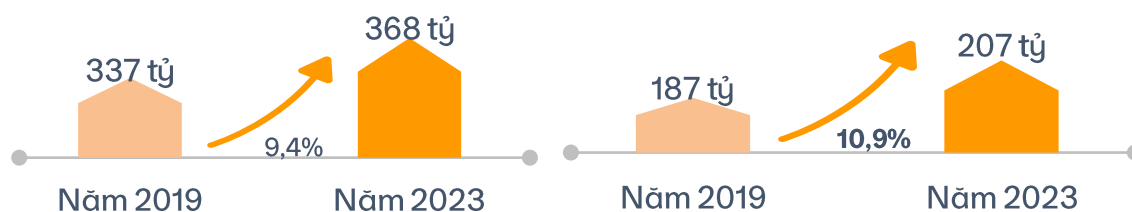
#### Đồ dùng nhà bếp

- Cần tiếp tục quan tâm chất lượng sản phẩm, chú trọng hiệu quả về chi phí để tạo ra bước đột phá, giành được lòng tin của người tiêu dùng Âu Mỹ, mở rộng tầm ảnh hưởng của thương hiệu.
- Chú ý đến các thiết bị nhà bếp cỡ nhỏ. Thiết bị điện gia dụng chủ yếu được phân thành thiết bị điện gia dụng cỡ lớn (ví dụ như: tủ lạnh, tủ đá, máy giặt,...) và thiết bị điện gia dụng cỡ nhỏ (ví dụ như: máy hút bụi, máy làm bánh, máy pha cà phê,...). Đồ dùng nhà bếp, thiết bị vệ sinh và các thiết bị gia đình khác (đặc biệt là thiết bị điện gia dụng cỡ nhỏ) có quy mô vượt quá 50% thị phần. Trong đó, thiết bị điện gia dụng cỡ nhỏ tăng trưởng nhanh nhất, dự kiến tỷ lệ tăng trưởng bình quân trong giai đoạn 2019-2023 là 10,9%, quy mô thị trường năm 2023 ước tính đạt 207 tỷ đô la Mỹ<sup>1</sup>.

#### Tỷ trọng doanh số thiết bị điện gia dụng toàn cầu năm 2019



#### Thiết bị điện gia dụng cỡ nhỏ có tiềm năng tăng trưởng mạnh Ước tính tỷ lệ tăng trưởng bình quân năm 2019-2023 là 10,9%



- Bên cạnh hộ gia đình, người bán cũng cần quan tâm đến các doanh nghiệp có nhu cầu tự hợp bên ngoài, tổ chức các buổi tiệc thương mại hoặc mua sắm cho nhà hàng. Ngoài ra, còn có các công ty ngành dịch vụ ăn uống, nhà ăn của chính phủ, bệnh viện, trường học, công ty và các quán cà phê, xe bán hàng trên đường,....

1. [Household Appliances Report, 2020, Statista](#)

## 2. Gợi ý danh mục đồ dùng nhà bếp bán chạy

Sản phẩm bán chạy trong danh mục đồ dùng nhà bếp và gợi ý bán hàng

### Đồ dùng nhà bếp không dùng điện

- Bảo quản và phân loại thực phẩm
- Dụng cụ bếp và dụng cụ ăn uống bằng inox
- Dụng cụ nhà bếp, dụng cụ nấu nướng
- Thiết bị và sản phẩm liên quan đến cà phê, trà
- Kho bếp
- Dụng cụ làm bánh
- Đồ dùng phục vụ tiệc

### Đồ dùng nhà bếp sử dụng điện

- Máy pha cà phê
- Máy xay thực phẩm, máy ép trái cây, máy xay sinh tố đá bào, máy làm đá
- Ấm điện đun nước
- Nồi chiên không dầu
- Nồi áp suất, nồi cơm điện
- Lò nướng, bếp nướng

## 2.1 Gợi ý sản phẩm đồ dùng nhà bếp không sử dụng điện

### Bảo quản và phân loại thực phẩm

**Sản phẩm bán chạy:** Hộp bảo quản, túi bảo quản thực phẩm.

**Yếu tố người tiêu dùng quan tâm:** Dung tích lớn/nhỏ, vật liệu có tốt và an toàn không, nhiệt độ sử dụng thích hợp, độ kín của sản phẩm, dễ vệ sinh không.

**Lời khuyên cho người bán:**

- Đồ bảo quản thực phẩm là sản phẩm tiêu dùng nên phải kiểm soát chặt chẽ chất lượng, trong sách hướng dẫn phải ghi chi tiết nhiệt độ sử dụng thích hợp.
- Nếu dùng được với lò vi sóng thì phải nhấn mạnh những vấn đề cần chú ý để tránh xảy ra nguy hiểm.
- Vòng đệm kín khí cần được làm từ vật liệu thân thiện với môi trường, đảm bảo chất lượng.
- Nếu trọng lượng thực tế của sản phẩm tương đối nặng, nên vận chuyển đường biển hoặc đường sắt để tiết kiệm hơn.

**Thị trường bán chạy:** Hoa Kỳ, Châu Âu

**Tháng bán chạy:** Cả năm

**Mức giá:** 10-50 USD, 9,3-46,8 EUR



## Dụng cụ bếp và dụng cụ ăn uống bằng inox

**Sản phẩm bán chạy:** Dụng cụ bếp và dụng cụ ăn uống bằng inox

**Yếu tố người tiêu dùng quan tâm:** Chất lượng vật liệu, công nghệ sản xuất, độ bóng sáng, kích thước to nhỏ, trường hợp sử dụng, có dễ làm sạch không, cảm giác khi cầm nắm.

**Lời khuyên cho người bán:**

- Sách hướng dẫn, trang thông tin chi tiết nên ghi rõ trường hợp cần sử dụng sản phẩm và kích thước của mỗi loại dao nĩa. Người mua Âu Mỹ có yêu cầu nghiêm ngặt về độ dài ngắn của dao nĩa và trường hợp sử dụng. Ngay trong 5 quốc gia Châu Âu cũng có sự khác biệt. Vì vậy, nếu ghi rõ thông tin sẽ tránh được việc người mua mua nhầm và trả hàng.
- Người mua Âu Mỹ rất quan tâm chất lượng cuộc sống nên về mặt vật liệu, cần chọn inox chất lượng cao, tốt cho sức khỏe và thân thiện với môi trường.
- Về công nghệ đánh bóng, phải chú ý đến độ bóng và hiệu ứng đánh bóng để đảm bảo chất lượng sản phẩm.
- Nếu trọng lượng thực tế của sản phẩm tương đối nặng, nên vận chuyển đường biển hoặc đường sắt để tiết kiệm hơn.

**Thị trường bán chạy:** Hoa Kỳ, Châu Âu

**Tháng bán chạy:** Cả năm, thời gian cao điểm là vào nửa cuối năm.

**Mức giá:** 20-25 USD, 18,7-46,8 EUR





## Dụng cụ nhà bếp, dụng cụ nấu nướng

**Sản phẩm bán chạy:** Chảo/nồi chiên dầu, chảo rán, dao, dụng cụ mài dao, giá để ráo nước, ấm nước.

**Yếu tố người tiêu dùng quan tâm:** An toàn, không độc hại, dễ vệ sinh, nhẹ và dễ sử dụng (phù hợp cho người nội trợ), tính năng ổn định, bền, hiệu quả về chi phí cao, kích thước hợp lý, dễ bảo quản.

**Lời khuyên cho người bán:**

- Có thể cung cấp các bộ nồi và dao với kích thước khác nhau để người tiêu dùng lựa chọn.
- Do Nhật Bản là quốc gia thường xảy ra thiên tai nên loại nồi và dao tiện dụng, dễ mang theo, sử dụng bên ngoài cũng là một sản phẩm tiềm năng.

**Thị trường bán chạy:** Nhật Bản

**Mức giá:** 1.000-4.000 JPY



### Thiết bị, sản phẩm liên quan đến cà phê, trà

**Sản phẩm bán chạy:** Máy xay cà phê bằng tay, tách/cốc cà phê, phụ kiện cho ấm đun và cốc nước, tạp dề.

**Yếu tố người tiêu dùng quan tâm:** Chất liệu chắc chắn, tinh xảo, dễ sử dụng (ví dụ: cốc có thể dùng với lò vi sóng), dễ vệ sinh (ví dụ: sản phẩm có thể được làm sạch bằng máy rửa bát), ít bám bẩn, mẫu mã hiện đại.

#### Lời khuyên cho người bán:

- Do Nhật Bản có các thương hiệu rất mạnh về cốc đựng nước/cốc giữ nhiệt, nên việc bán trực tiếp loại sản phẩm này sẽ phải chịu áp lực cạnh tranh khá lớn. Trong khi đó, áp lực cạnh tranh của các sản phẩm phụ kiện liên quan (ví dụ như: túi đựng bình nước giữ nhiệt, túi đựng cơm hộp,..) thì tương đối nhỏ.

**Thị trường bán chạy:** Nhật Bản

**Mức giá:** 1.500-8.500 JPY



## Kho bếp

**Sản phẩm bán chạy:** Tấm vách chia ngăn tủ, kệ đựng dao, kệ đựng dụng cụ nấu nướng, kệ đựng rượu vang, ngăn tủ, các dụng cụ phân loại và thu gom rác.

**Yếu tố người tiêu dùng quan tâm:** Hiệu quả sử dụng không gian, độ chắc chắn, thiết kế, chống dầu, chống nước và chống bám bẩn, độ kín, quy cách, chất liệu.

**Lời khuyên cho người bán:**

- Cung cấp càng nhiều thông số kỹ thuật của sản phẩm càng tốt.
- Khuyến cáo và giải thích rõ ràng về quy cách, chất liệu, đồ vật phù hợp để lưu trữ, vì khách hàng sẽ lựa chọn sản phẩm dựa vào không gian nhà bếp và kích cỡ dụng cụ nấu nướng.
- Nên bán các sản phẩm dễ kéo và dễ sắp xếp, tinh xảo.
- Bán các sản phẩm tiện dụng.
- Chọn sản phẩm có khả năng lưu trữ lớn.

**Thị trường bán chạy:** Hoa Kỳ

**Tháng bán chạy:** Cả năm

**Mức giá:** 10-200 USD



## Dụng cụ làm bánh

**Sản phẩm bán chạy:** Giấy bạc, khay giấy bạc, khay nướng, dao gọt, dụng cụ đánh trứng, khuôn cắt bánh quy, chày cán bột.

**Yếu tố người tiêu dùng quan tâm:** Quy cách, chất liệu, khả năng chống dính, chức năng, tính an toàn, khả năng chịu nhiệt và dễ vệ sinh.

**Lời khuyên cho người bán:**

- Chất liệu (thủy tinh, sắt, silicone, hợp kim, gốm), hình dáng, kích thước và cấu trúc khác nhau sẽ ảnh hưởng khác nhau đến thực phẩm nấu chín nên cần có sự phân biệt khi lựa chọn sản phẩm, chất lượng cũng cần được mô tả rõ ràng.
- Đưa ra nhiều bộ sản phẩm làm bánh khác nhau để dễ bán hàng hơn.
- Thị trường dụng cụ làm bánh có sự cạnh tranh lớn. Do đó, với loại sản phẩm này, nên chú trọng đến hiệu quả về chi phí.

**Thị trường bán chạy:** Hoa Kỳ

**Tháng bán chạy:** Dịp lễ

**Mức giá:** 10-50 USD



## Đồ dùng phục vụ tiệc

**Sản phẩm bán chạy:** Dĩa salad, dụng cụ ăn uống dùng một lần, bình đựng nước trái cây, đồ đựng rượu.

**Yếu tố người tiêu dùng quan tâm:** Đẹp, bảo vệ môi trường, quy cách, chất liệu, khả năng cách nhiệt.

**Lời khuyên cho người bán:**

- Nếu dịch bệnh chuyển biến tốt, các buổi tiệc mùa hè sẽ tăng lên. Trọng lượng, tính thẩm mỹ và khả năng chịu nhiệt của dụng cụ ăn uống là những yếu tố rất quan trọng, cần lưu tâm.
- Ở nước ngoài, mọi người rất chú trọng việc bảo vệ môi trường. Do đó, dụng cụ ăn uống dùng một lần mang tính bền vững ngày càng phổ biến. Người tiêu dùng có xu hướng hạn chế đồ nhựa và thích sử dụng những sản phẩm có thể phân hủy, tái sử dụng.

**Thị trường bán chạy:** Hoa Kỳ

**Tháng bán chạy:** Mùa hè

**Mức giá:** 10-30 USD



## 2.2. Gợi ý sản phẩm đồ dùng nhà bếp sử dụng điện

### Máy pha cà phê

**Yếu tố người tiêu dùng quan tâm:** Thiết kế bên ngoài đẹp, phù hợp nhiều vị trí, dễ sử dụng, an toàn, dễ vệ sinh.

**Lời khuyên cho người bán:**

- Văn hóa cà phê có lịch sử lâu đời ở nước ngoài, do đó, máy pha cà phê là thiết bị điện gia dụng rất phổ biến trong các hộ gia đình. Thiết bị này giúp tự động hóa toàn bộ quá trình pha cà phê: từ xay hạt, nén bột cho đến công đoạn pha chế và loại bỏ bã. Tất cả được thực hiện rất nhanh chóng, tiện lợi với thao tác đơn giản.
- Hiện tại, các thương hiệu lớn đang chiếm hầu hết thị phần ở phân khúc cao cấp, nhà bán hàng Việt Nam chỉ nên tập trung vào loại máy pha cà phê nhỏ giọt giá rẻ, trong tương lai có thể cân nhắc việc phát triển theo hướng kết hợp đặc tính sản phẩm với máy pha cà phê tự động tầm trung.

**Thị trường bán chạy:** Bắc Mỹ, Châu Âu, Nhật Bản

**Tháng bán chạy:** Cả năm

**Mức giá:** 30-300 USD, 28-280 EUR, 3.815-3.8149 JPY



## Máy xay thực phẩm, máy ép trái cây, máy xay sinh tố đá bào, máy làm đá

**Yếu tố người tiêu dùng quan tâm:** Dễ vệ sinh, độ ồn/độ mịn, có thể điều chỉnh thời gian, hiệu suất động cơ, có chức năng làm nóng, an toàn.

### Lời khuyên cho người bán:

- Thiết kế sản phẩm cần tối ưu hóa phần chân đế để có thể đứng vững (tránh rung lắc), ít gây tiếng ồn.
- Sách hướng dẫn sử dụng đơn giản, dễ hiểu và kèm theo các công thức nấu ăn tốt cho sức khỏe (nếu phù hợp với nhóm khách hàng tại địa phương thì càng tốt).
- Máy làm kem tự động chắc chắn là một sản phẩm cần có cho gia đình vào mùa hè. Loại máy này là một gợi ý tốt, nên xem xét khi lựa chọn các sản phẩm theo mùa.
- Chú ý vấn đề bằng sáng chế. Nhiều máy làm kem ở Âu Mỹ có khả năng đã được cấp bằng sáng chế thiết kế.

**Thị trường bán chạy:** Bắc Mỹ, Châu Âu

**Tháng bán chạy:** Cả năm (máy xay thực phẩm), mùa hè (máy xay sinh tố đá bào, máy làm đá)

**Mức giá:** 30-100 USD, 28-93 EUR



## Ấm điện đun nước

**Yếu tố người tiêu dùng quan tâm:** Chất liệu của thân ấm, thiết kế ấm nước, mức độ bảo vệ môi trường, tính an toàn và dễ vệ sinh, khả năng chống bỏng, thời gian đun sôi và chức năng chống đun khô.

### Lời khuyên cho người bán:

- Đối với sản phẩm đã có chỗ đứng, nhà bán hàng Việt Nam có thể chú trọng đến việc tối ưu hóa và cải tiến sản phẩm, chẳng hạn, đưa ra một số thiết kế thông minh dành cho các bà mẹ bận rộn chăm con nhỏ như: tính năng làm nóng chậm, kiểm soát nhiệt độ, giữ nhiệt, khóa an toàn trẻ em,....
- Sản phẩm bằng vật liệu inox cần tránh được mùi kim loại khó chịu.
- Sản phẩm nên có đèn LED báo sáng, nắp đóng mở ở góc độ lớn và thiết kế không dây,....
- Có thể bán kèm theo bộ ly tách để mở rộng các dòng sản phẩm.

**Thị trường bán chạy:** Bắc Mỹ, Châu Âu, Nhật Bản

**Tháng bán chạy:** Cả năm

**Mức giá:** 30-100 USD, 28-93 EUR, 3.815-1.2710 JPY





## Nồi chiên không dầu

**Yếu tố người tiêu dùng quan tâm:** Thể tích và dung tích, thiết kế bên ngoài, phạm vi kiểm soát nhiệt độ, dễ vệ sinh, nấu nướng không/ít dầu tốt cho sức khỏe, tính an toàn, chương trình nấu nướng đa dạng (kiểm soát nhiệt độ, thời gian), hệ thống lưu thông không khí.

**Lời khuyên cho người bán:**

- Hiện nay, trên thị trường có rất nhiều loại nồi chiên không dầu với mẫu mã khác nhau, phát triển theo hướng thông minh và công nghệ hóa. Các sản phẩm cũng dần tích hợp thêm nhiều chức năng, mang đến cho người tiêu dùng những trải nghiệm độc đáo.
- Nên tập trung vào việc tối ưu hóa thiết kế sản phẩm, tính an toàn, đơn giản, khả năng làm nóng thức ăn đồng đều, tính năng cách nhiệt. Đồng thời, có thể thử đột phá với những gợi ý thực đơn nấu nướng lành mạnh.
- Chú ý đến vấn đề bằng sáng chế, tránh việc sản phẩm bị vi phạm bản quyền khi bán ra (đặc biệt là bằng sáng chế thiết kế).

**Thị trường bán chạy:** Bắc Mỹ, Châu Âu, Nhật Bản

**Tháng bán chạy:** Cả năm

**Mức giá:** 40-200 USD, 37.4-187 EUR, 5.087-25.433 JPY



## Nồi áp suất, nồi cơm điện

**Yếu tố người tiêu dùng quan tâm:** Quy trình nấu hoàn toàn tự động, thể tích và dung tích, chất liệu và độ an toàn khi sử dụng (ví dụ: ruột nồi không phủ sơn), vật liệu kháng khuẩn, thời gian và hương vị khi nấu, dễ vệ sinh.

### Lời khuyên cho người bán:

- Xem xét thiết kế sản phẩm thông minh, có thể nấu nhanh, an toàn và tự động thực hiện nhiều chương trình nấu nướng. Ngoài ra, tiết kiệm năng lượng và chế độ dinh dưỡng lành mạnh cũng là xu hướng người tiêu dùng hiện đại đang theo đuổi;
- Chất liệu an toàn, các chi tiết thân thiện với người dùng, ví dụ: chỉ cần bấm nút là có thể tháo rời phần nắp. Đồng thời, cần thêm nhiều phụ kiện đi kèm như: giá đựng thức ăn nhiều tầng, hướng dẫn sử dụng, công thức nấu ăn, các tài liệu tham khảo về ẩm thực,..

**Thị trường bán chạy:** Bắc Mỹ, Châu Âu, Nhật Bản

**Tháng bán chạy:** Cả năm

**Mức giá:** 30-100 USD, 28-93 EUR, 3.815-12.710 JPY



## Lò nướng, bếp nướng

**Yếu tố người tiêu dùng quan tâm:** Dung tích lò nướng, môi trường phù hợp để sử dụng, công suất, nhiệt độ tối đa của lò, khả năng tiết kiệm năng lượng và bảo vệ môi trường, tính an toàn, đơn giản.

**Lời khuyên cho người bán:**

- Nhà bán hàng Việt Nam cần giải quyết tốt các vấn đề hậu mãi như vận chuyển và lắp đặt lò nướng cỡ lớn. Có thể bắt đầu bằng việc bán lò nướng cỡ nhỏ. Đối với một số gian bếp nhỏ, lò nướng cỡ lớn chiếm rất nhiều diện tích và khó vệ sinh, vì vậy lò nướng mini ra đời và rất được các gia đình nhỏ ở Châu Âu, Nhật Bản yêu thích.
- Nhu cầu đối với thiết bị nhà bếp thông minh ngày càng tăng. Điều này sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến thị trường thiết bị nhà bếp. Do đó, nên cân nhắc thiết kế sản phẩm theo xu hướng thông minh, kèm theo hướng dẫn sử dụng và các gợi ý công thức nấu ăn,...

**Thị trường bán chạy:** Bắc Mỹ, Châu Âu, Nhật Bản

**Tháng bán chạy:** Cả năm

**Mức giá:** 150-120 USD, 46.8-112.2 EUR, 6.358-15.260 JPY



## 3. Chứng nhận hợp quy cho đồ dùng nhà bếp

### Thị trường Hoa Kỳ

Cần tuân thủ:

- **FCC:** Áp dụng cho các sản phẩm vô tuyến như Wi-fi, Bluetooth, thiết bị vi sóng,.
- **DOE:** Áp dụng cho các sản phẩm liên quan đến thiết bị điện như đồ điện gia dụng cỡ nhỏ.
- **FDA:** Vật liệu tiếp xúc với thực phẩm như: lò vi sóng, nồi, chén bát, cần phù hợp với tiêu chuẩn này.
- **Cần có nhãn năng lượng và nhãn điện quang:** Tivi, tủ lạnh, tủ đông, tủ đá, máy giặt, máy điều hòa, quạt trần, v.v.



FDA Hoa Kỳ có những quy định nhất định đối với các sản phẩm tiếp xúc với thực phẩm, do đó nhiều hạng mục đồ dùng nhà bếp sẽ có liên quan.

Không phải mọi đồ dùng nhà bếp đều bắt buộc có chứng nhận FDA trước khi được bán trên thị trường, nhưng các vật liệu chế tạo sản phẩm đó phải tuân thủ “Chứng nhận an toàn” (GRAS), đồng thời căn cứ theo đạo luật FD&C thì tuyệt đối không được có các khiếm khuyết nguy hiểm và sai sót trong thiết kế.

Trong trường hợp không có các đợt kiểm tra định kỳ hoặc hoạt động lấy mẫu dụng cụ nấu nướng thì các khiếu nại của người tiêu dùng sẽ là yếu tố quan trọng để thúc đẩy FDA tiến hành kiểm tra sản phẩm.

Nguồn lực thanh tra của FDA có hạn nên sẽ dựa trên những rủi ro có thể lường trước đối với sức khỏe cộng đồng để quyết định các hoạt động cần ưu tiên giám sát. Một hàng có nguy cơ rủi ro thấp (như đồ dùng inox hoặc dụng cụ nấu nướng) có thể ít bị chú ý, còn mặt hàng có nguy cơ rủi ro cao (như cốc sứ tráng men oxit chì) thì cần lấy mẫu và kiểm tra định kỳ. Các công ty sản xuất hoặc nhà phân phối có thể phải chịu sự kiểm tra của nhân viên phụ trách an toàn người tiêu dùng. Nếu phát hiện sản phẩm vi phạm, FDA có thể sẽ gửi thư cảnh báo, thu hồi sản phẩm hoặc đưa ra lệnh cấm.

Để biết thêm chi tiết, vui lòng [nhấp vào đây](#).

## Thị trường Châu Âu

Cần tuân thủ CE, RoHS, WEEE (áp dụng cho các sản phẩm điện và điện tử), quy định về vật liệu tiếp xúc với thực phẩm (Regulation EC NO.1935/2004):

- **CE:** Đây là chứng nhận tự cấp bởi nhà sản xuất cho hàng hoá của mình;
- **WEEE:** Nếu bạn bán thiết bị điện hoặc điện tử (EEE), bạn có thể phải tuân thủ chỉ thị của Châu Âu 2012/19/EU về thu gom và tái chế phế liệu thiết bị điện và phế liệu điện tử (WEEE) (Chỉ thị về phế liệu thiết bị điện và điện tử), cũng như những quy định của chỉ thị này tại các quốc gia/khu vực có áp dụng;
- **RoHS:** Đây là chỉ thị hạn chế các chất độc hại. Chỉ thị 2011/65/EU hạn chế sử dụng một số chất độc hại trong thiết bị điện, điện tử (RoHS) được ban hành để thúc đẩy việc tái chế, xử lý chất thải thiết bị điện, điện tử (WEEE) theo hướng thân thiện với môi trường. Để thực hiện mục tiêu này, chỉ thị RoHS đã đưa ra hạn chế đối với một số chất độc hại trong sản xuất thiết bị điện, điện tử.



Chứng nhận CE thể hiện sản phẩm phù hợp với các tiêu chuẩn về sức khỏe, an toàn và bảo vệ môi trường của Khu vực kinh tế Châu Âu (EEA). Tuy nhiên, không phải tất cả hàng hóa được bán trong Khu vực kinh tế Châu Âu đều phải có dấu CE.

Các mặt hàng đơn cử thường thấy có nhãn CE bao gồm đồ chơi và trò chơi, Tivi/thiết bị âm thanh, thiết bị bảo vệ cá nhân, máy móc, vật liệu xây dựng, thiết bị khí đốt, du thuyền cá nhân và giải trí, bình áp suất và thiết bị đo lường.

Bạn có thể tham khảo thêm thông tin chi tiết tại các liên kết sau:

Để xem danh sách đầy đủ các hàng hóa có chứng nhận CE, [nhấp vào đây](#).

Để biết các bước nhà sản xuất cần thực hiện để được cấp chứng nhận CE, [nhấp vào đây](#).

## Thị trường Nhật Bản

Cần tuân thủ "Luật an toàn vật liệu và thiết bị điện" (PSE), Luật sóng vô tuyến (áp dụng cho các sản phẩm sóng vô tuyến).



Luật vệ sinh thực phẩm của Nhật Bản yêu cầu sản phẩm không được chứa các chất độc, gây hại cho cơ thể con người, đồng thời đưa ra các tiêu chuẩn kiểm định tương ứng. Chỉ sau khi vượt qua kiểm tra và kiểm định thì sản phẩm mới được xuất khẩu sang Nhật và bán ra thị trường. Bộ Y tế, Lao động và Phúc lợi Nhật Bản cũng sẽ căn cứ vào các tiêu chuẩn tương ứng để tiến hành quản lý giám sát. Có thể tham khảo "Seller Central" để biết các yêu cầu cụ thể.

Nếu muốn hiểu rõ hơn thông tin quy định, hãy xin ý kiến của các cơ quan chuyên môn hoặc tham khảo hướng dẫn quy định cần tuân thủ ở các thị trường (hàng hóa bị hạn chế, an toàn sản phẩm, hàng hóa có tính rủi ro cao khi vận chuyển trên Amazon,..).