

KHAI THÁC TIỀM NĂNG NGÀNH HÀNG THỰC PHẨM TRÊN AMAZON



Mục lục

■ 1. Tổng quan thị trường thực phẩm tại Hoa Kỳ	4
1.1 Quy mô ngành hàng thực phẩm ở thị trường Hoa Kỳ.....	5
1.2 Xu hướng người tiêu dùng.....	6
■ 2. Quy mô ngành hàng thực phẩm trên Amazon	9
■ 3. Phân tích chuyên sâu về Cà phê - Sản phẩm phù hợp với thế mạnh của Việt Nam và nhu cầu tiêu thụ trên Amazon	13
■ 4. Các quy định cần tuân thủ cho ngành hàng thực phẩm	22
4.1 Các chứng từ/chứng chỉ bắt buộc phải có.....	23
4.2 Yêu cầu về thành phần sản phẩm.....	25
4.3 Yêu cầu về tuyên bố sản phẩm.....	26
4.4 Yêu cầu về bao bì sản phẩm.....	27
4.5 Yêu cầu về thời hạn sử dụng.....	27
■ 5. Đăng tải sản phẩm, tên sản phẩm và các điều cần lưu ý	28
■ 6. Sử dụng dịch vụ FBA	30
6.1 Gợi ý phương thức vận chuyển cho ngành hàng thực phẩm.....	31
6.2 Sử dụng Amazon Barcodes (FNSKU).....	31
■ 7. Tài liệu hữu ích	32

KHAI THÁC TIỀM NĂNG NGÀNH HÀNG THỰC PHẨM TRÊN AMAZON



PHÂN TÍCH CHUYÊN SÂU VỀ CÀ PHÊ

SẢN PHẨM PHÙ HỢP VỚI THỂ MẠNH CỦA VIỆT NAM VÀ NHU CẦU TIÊU THỤ TRÊN AMAZON



CÀ PHÊ RANG XAY



CÀ PHÊ NGUYÊN HẠT



CÀ PHÊ HÒA TAN

SỬ DỤNG DỊCH VỤ FBA

- Vận chuyển bằng đường biển để tiết kiệm chi phí
- Kết hợp vận chuyển đường biển và hàng không mùa cao điểm
- Sử dụng Mã vạch Amazon FNSKU.



3 HẠNG MỤC CƠ BẢN KHI ĐĂNG TẢI SẢN PHẨM



Tên sản phẩm

Hình ảnh

Các tính năng chính của sản phẩm

CÁC QUY ĐỊNH CẦN TUÂN THỦ CHO NGÀNH THỰC PHẨM



Yêu cầu về giấy tờ, chứng từ: FDA, hóa đơn, hình ảnh sản phẩm



Yêu cầu về thành phần sản phẩm



Yêu cầu về tuyên bố sản phẩm



Yêu cầu về thời hạn sử dụng

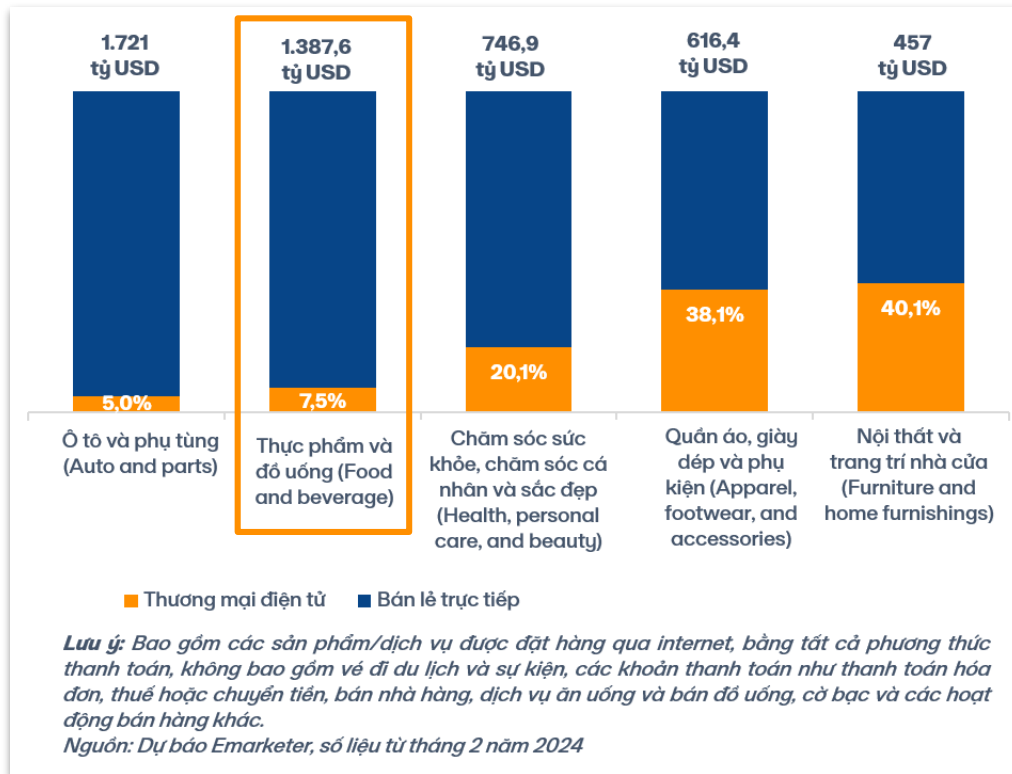


Yêu cầu về bao bì sản phẩm

1. Tổng quan thị trường thực phẩm tại Hoa Kỳ

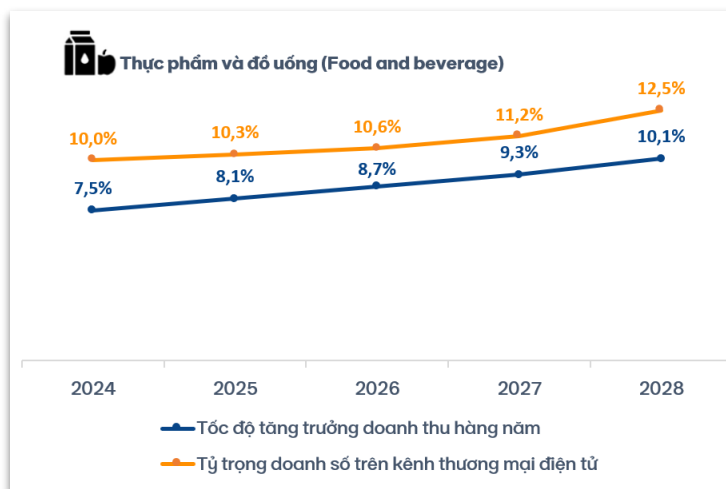
1.1 Quy mô ngành hàng thực phẩm ở thị trường Hoa Kỳ

Theo dự báo từ Emarketer, năm 2024 Thực phẩm và đồ uống là **danh mục bán lẻ lớn thứ hai tại Hoa Kỳ** với doanh thu **1.387 tỷ USD**. Trong đó, **7,5% doanh số** đến từ **thương mại điện tử**¹.



Dự báo doanh số qua kênh thương mại điện tử & bán lẻ trực tiếp của các danh mục bán lẻ hàng đầu Hoa Kỳ năm 2024 (Nguồn: Emarketer)

Với tốc độ tăng trưởng 10% hàng năm, **tỷ trọng doanh số trên kênh thương mại điện tử dự kiến sẽ đạt 10,1% vào năm 2028**². Điều này mở ra tiềm năng lớn cho các thương hiệu và nhà bán hàng tận dụng kênh thương mại điện tử để tiếp thị sản phẩm hiệu quả hơn.



Tốc độ tăng trưởng doanh thu hàng năm và tỷ trọng doanh số trên kênh thương mại điện tử năm 2024 - 2028 (Nguồn: Emarketer)

1.2. Emarketer

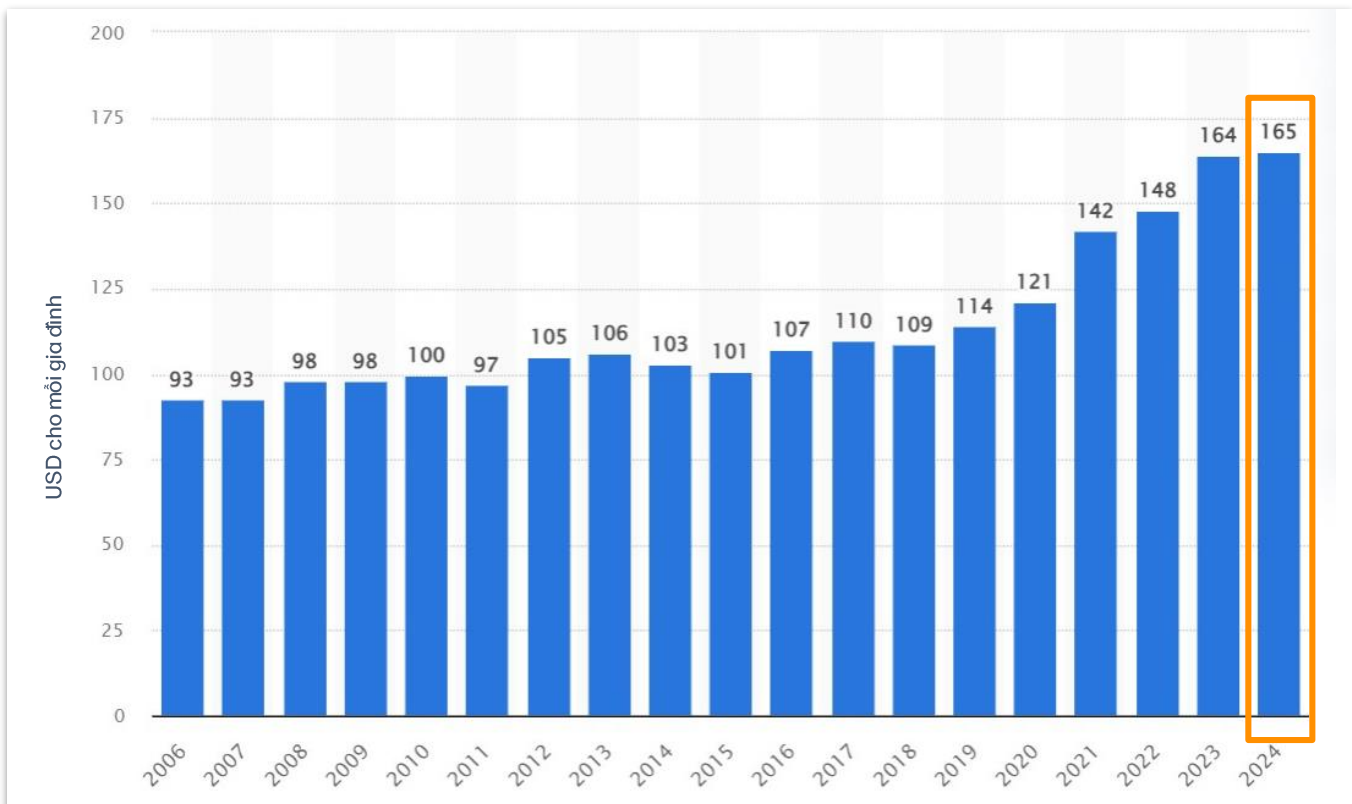
1.2 Xu hướng người tiêu dùng

Những tác động của đại dịch và lạm phát giá thực phẩm đã ảnh hưởng đến xu hướng tiêu dùng thực phẩm ở Hoa Kỳ. Trong đó, có ba xu hướng chính là:

- 1 Mức chi tiêu cho ngành hàng thực phẩm tăng đáng kể
- 2 Xu hướng ăn uống lành mạnh
- 3 Hạn chế tiêu thụ đường

1 Mức chi tiêu cho ngành hàng thực phẩm tăng đáng kể

Năm 2024, trung bình mỗi hộ gia đình Hoa Kỳ chỉ khoảng **165 USD mỗi tuần** cho việc mua sắm thực phẩm ở tất cả các kênh¹, đây là mức tăng đáng kể sau đại dịch. Với xu hướng mua sắm trực tuyến ngày càng tăng, giá trị ngành hàng thực phẩm trên kênh thương mại điện tử cũng được dự báo sẽ tăng trưởng mạnh mẽ.

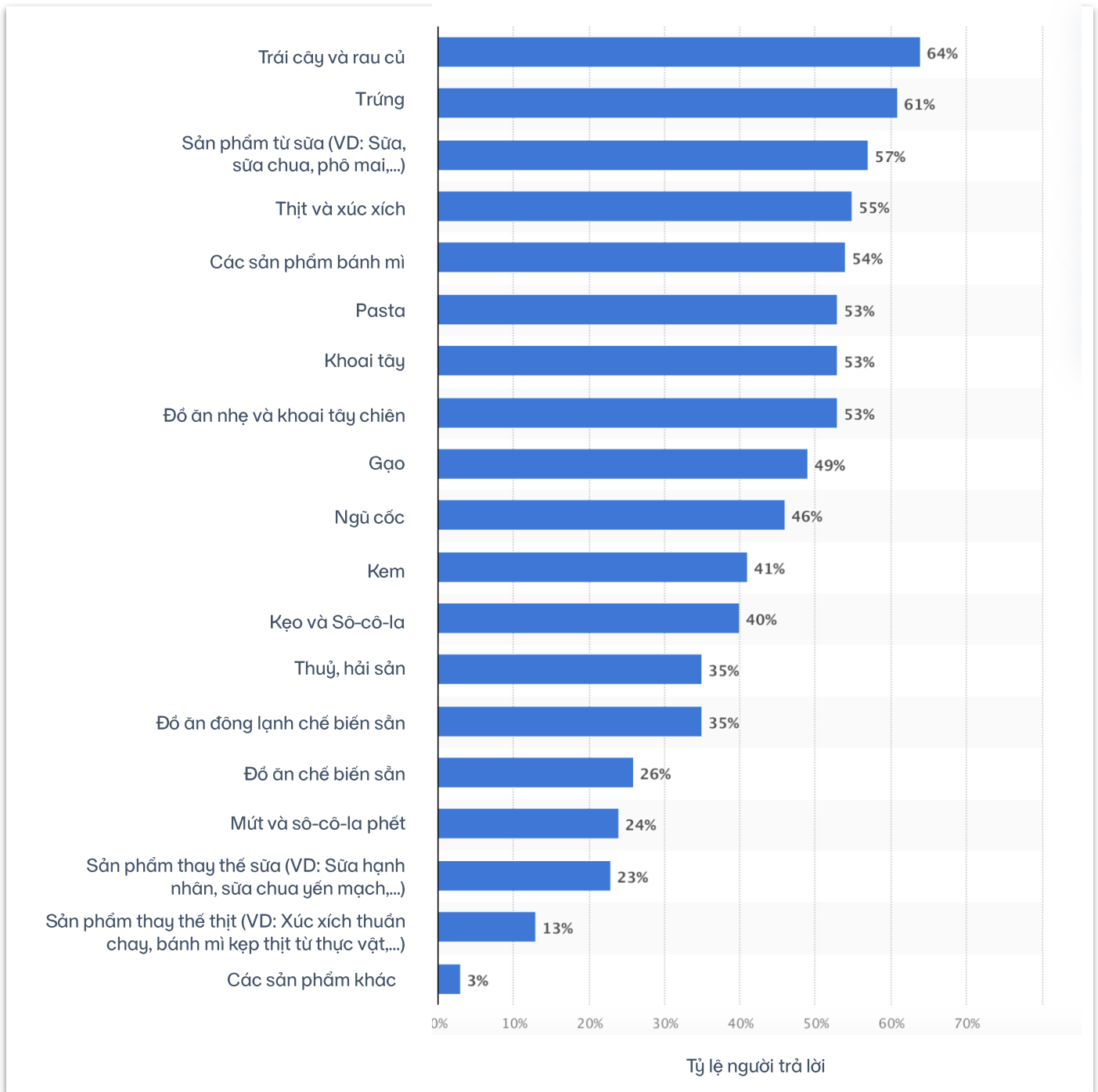


Số tiền trung bình mỗi tuần một hộ gia đình Hoa Kỳ chi tiêu cho việc mua sắm thực phẩm qua các năm (Nguồn: [Statista](#))

1. [Statista](#)

2 Xu hướng ăn uống lành mạnh

Ăn uống lành mạnh là xu hướng hàng đầu tại Hoa Kỳ. Trong đó, **trái cây và rau củ** trở thành mặt hàng được tiêu thụ thường xuyên nhất tính đến tháng 3 năm 2024¹.

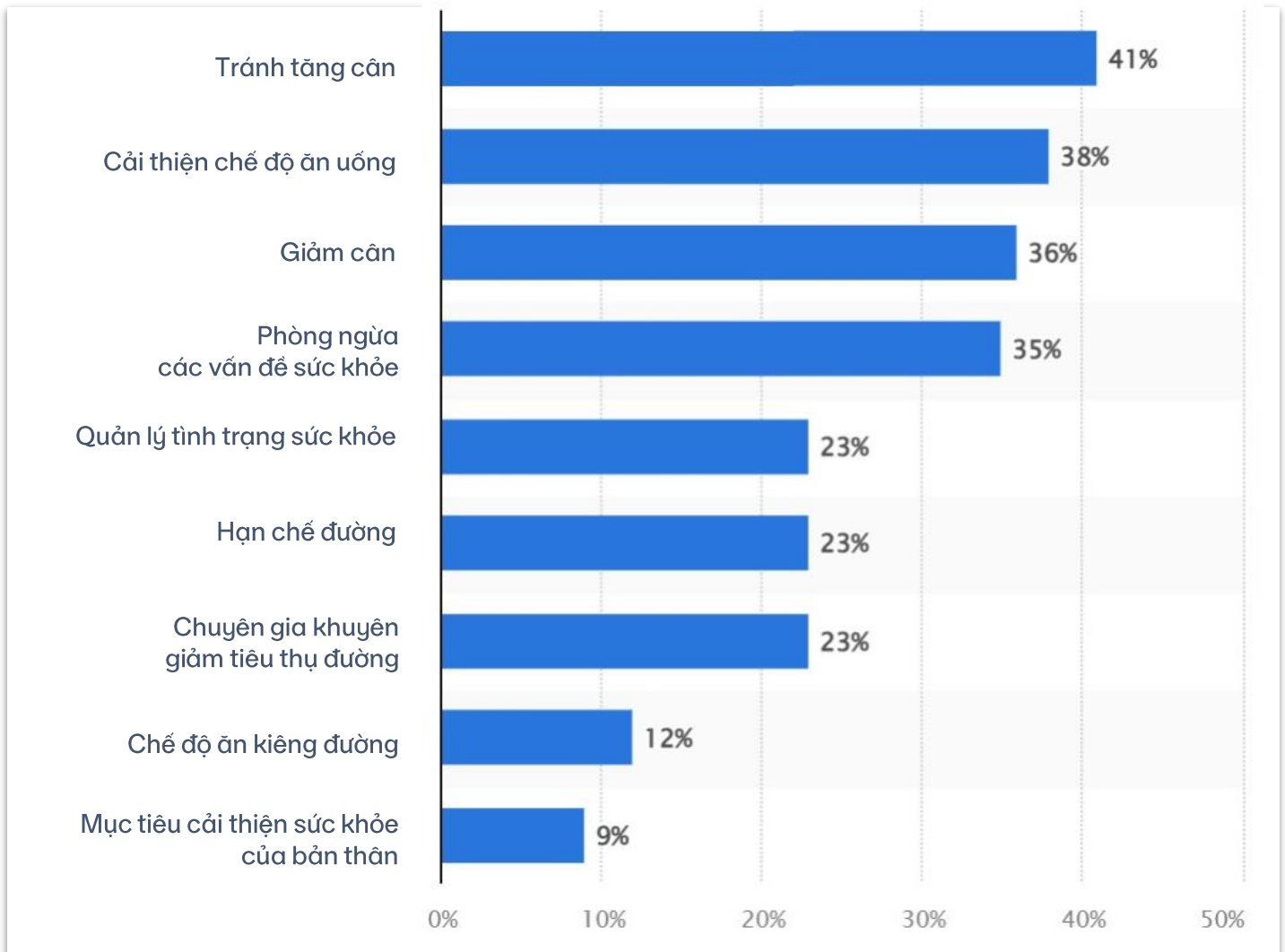


Thực phẩm được tiêu thụ thường xuyên ở Hoa Kỳ tính đến tháng 3 năm 2024
(Nguồn: [Statista](#))

1. [Statista](#)

3 Hạn chế tiêu thụ đường

Đáng chú ý, người tiêu dùng (đặc biệt là thế hệ Gen Z) đang có xu hướng hạn chế tiêu thụ đường nhằm tránh tăng cân, cải thiện chế độ ăn uống và phòng ngừa các vấn đề sức khỏe. Các nhà bán hàng cần chú ý điều chỉnh sản phẩm để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng về thực phẩm lành mạnh.



Những lý do hạn chế tiêu thụ đường ở Hoa Kỳ vào năm 2022 (Nguồn: [Statista](#))

2.

Quy mô ngành hàng thực phẩm trên Amazon

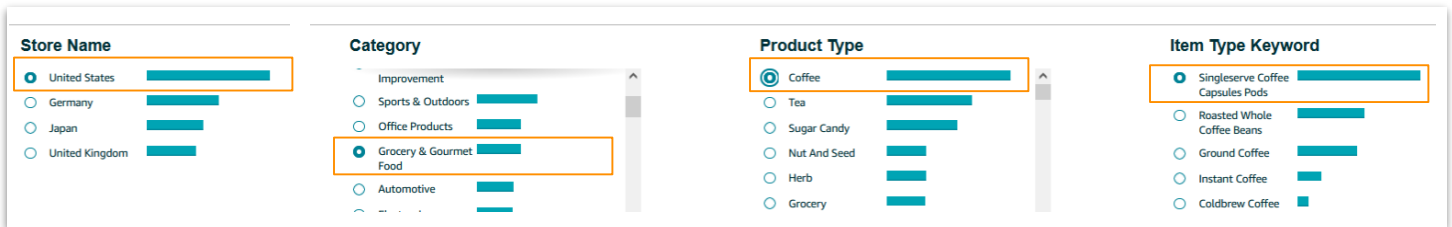
Sử dụng công cụ Hướng dẫn về sản phẩm trên thị trường (Marketplace Product Guidance) để tìm hiểu nhu cầu ngành thực phẩm

Đường dẫn truy cập:

Seller Central > Tăng trưởng (Growth) > Hướng dẫn về sản phẩm trên thị trường (Marketplace Product Guidance) > Thông tin chi tiết về danh mục sản phẩm (Category insights)

Tại đây, hãy chọn danh mục (Category) Thực phẩm & Thức ăn cao cấp (Grocery & Gourmet Food) và tùy chỉnh điều kiện lọc dữ liệu theo khu vực bán hàng (Store Name), loại sản phẩm (Product Type), từ khóa cho loại sản phẩm (Item Type Keyword) để có được thông tin và biểu đồ doanh số ròng cụ thể của từng ngách trong danh mục Thực phẩm.

Ví dụ, sau khi tùy chỉnh các điều kiện lọc như Hình 1, nhà bán hàng sẽ có được biểu đồ xu hướng hướng tăng trưởng doanh số ròng (net sales) của sản phẩm "Cà phê viên nén & cà phê pod (Singleserve coffee & capsule pod)" tại thị trường Hoa Kỳ qua 12 tháng, từ tháng 4.2023 đến tháng 3.2024 (Hình 2).

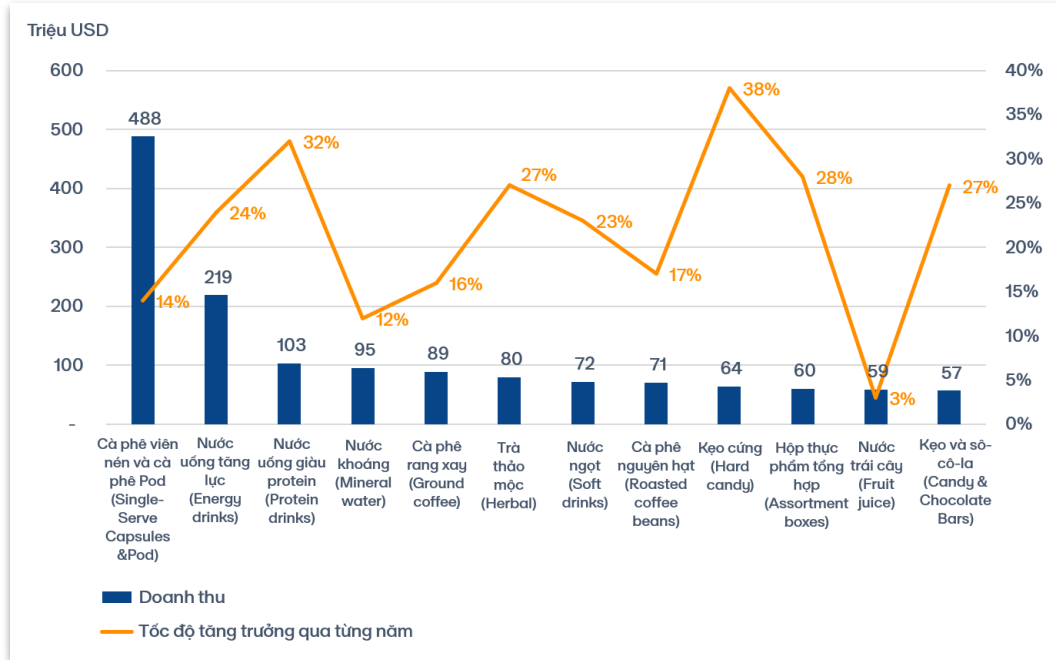


Hình 1: Hình ảnh minh họa cách tùy chỉnh điều kiện lọc ngách sản phẩm bằng công cụ Hướng dẫn về sản phẩm trên thị trường (Nguồn: Công cụ Hướng dẫn về sản phẩm trên thị trường trên Seller Central)



Hình 2: Biểu đồ tăng trưởng doanh số ròng của ngách sản phẩm Cà phê viên nén & Cà phê Pod (Nguồn: Công cụ Hướng dẫn về sản phẩm trên thị trường trên Seller Central)

Dựa trên dữ liệu chi tiết của các ngành thuộc danh mục Thực phẩm từ công cụ Hướng dẫn về sản phẩm trên thị trường (Marketplace Product Guidance) trên Seller Central, nhà bán hàng có thể tổng hợp kết quả doanh số ròng thành biểu đồ nhu bên dưới:



Doanh thu và tốc độ tăng trưởng qua từng năm của các danh mục thực phẩm bán chạy hàng đầu trên Amazon trong Quý 1 năm 2024 (Nguồn: Công cụ Hướng dẫn về sản phẩm trên thị trường trên Seller Central)

Từ biểu đồ này, có thể thấy mật hàng thực phẩm trên Amazon năm 2024 đã khởi đầu thuận lợi với nhiều danh mục hàng đầu đạt mức tăng trưởng 2 chữ số so với cùng kỳ năm trước. Tuy những năm gần đây, thị trường Hoa Kỳ ưa chuộng thực phẩm lành mạnh nhưng các danh mục hàng thực phẩm hàng đầu trên Amazon lại không thể hiện xu hướng này. Phần lớn sản phẩm trong 12 danh mục có doanh thu lớn nhất Quý 1 năm 2024 đều là **Cà phê, Đồ ngọt và Nước uống tăng lực**. Nguyên nhân dẫn đến việc này là do người dùng thường thích mua sản phẩm tươi ngon trực tiếp tại cửa hàng hoặc thông qua dịch vụ giao hàng nhanh. Còn trên Amazon, họ lại ưa chuộng sản phẩm có hạn sử dụng dài.

3 xu hướng nổi bật của 12 danh mục thực phẩm hàng đầu¹:



Đồ uống và sản phẩm thức uống được ưa chuộng: 8 danh mục thực phẩm hàng đầu (với mức doanh số hàng quý trên **70 triệu USD**) đều là các sản phẩm liên quan đến **đồ uống hoặc sản phẩm thức uống**.



Cà phê chiếm ưu thế trên Amazon: Trong top 8 danh mục thực phẩm bán chạy hàng đầu, có rất nhiều sản phẩm liên quan đến cà phê như cà phê nguyên hạt, cà phê rang xay,... Trong đó, Cà phê viên nén và Cà phê Pod (cà phê viên có vỏ bằng giấy) dùng một lần là sản phẩm bán chạy nhất trong danh mục hàng thực phẩm với doanh thu **488 triệu USD**, gấp đôi so với sản phẩm đứng thứ 2 (nước tăng lực).



Kẹo và đồ ngọt có xu hướng tăng trưởng tốt: Các sản phẩm liên quan đến đồ ngọt như kẹo cứng và Thanh kẹo và sô-cô-la đạt mức **tăng trưởng hơn 27%** so với cùng kỳ năm trước.

1. Công cụ Hướng dẫn về sản phẩm trên thị trường (Marketplace Product Guidance) trên Seller Central



Sử dụng công cụ Trình khám phá cơ hội sản phẩm (Product Opportunity Explorer) để tìm hiểu nhu cầu ngành thực phẩm

Khi tiếp tục nghiên cứu nhu cầu cà phê của người dùng trên Amazon bằng **công cụ Trình khám phá cơ hội sản phẩm (Product Opportunity Explorer)**, bạn có thể thấy cà phê Việt Nam cũng là một trong những sản phẩm nổi bật hàng đầu trong danh mục cà phê rang xay.

Đường dẫn truy cập:

Truy cập **Seller Central** > **Tăng trưởng (Growth)** > **Trình khám phá cơ hội sản phẩm (Product Opportunity Explorer)** > Chọn danh mục **Thực phẩm & Thức ăn cao cấp (Grocery & Gourmet Food)** > **Đồ uống (Beverages)** > **Coffee** > **Cà phê rang xay (Ground Coffee)** > Tìm kiếm cụm từ **"coffee"**.

Matching Niches for "coffee" in category "Ground Coffee" in United States							
Filter Results							
Showing 1 to 25 of 88							
Customer Need	Niche Details			Search Volume			
	Image	Top Search Terms	# of Top Clicked Products	Total Past 360 days	Growth Past 180 days	Total Past 90 days	
mushroom coffee		mushroom coffee, four sigmatic mushroom coffee, mud water	35	5,860,382	+18.85%	1,655,535	
decaf coffee		decaf coffee, decaf coffee beans, decaf coffee ground	56	2,031,596	+29.55%	582,648	
ryze mushroom coffee		ryze mushroom coffee, ryze, rize mushroom coffee organic	25	7,665,767	+29.85%	2,239,466	
folgers coffee		folgers coffee, folgers coffee k cups, folgers coffee classic roast	46	1,531,826	+10.17%	383,497	
vietnamese coffee		vietnamese coffee, trung nguyen coffee, vietnamese coffee beans	26	370,044	+24.86%	93,603	

Nguồn: Trình khám phá cơ hội sản phẩm (Product Opportunity Explorer)

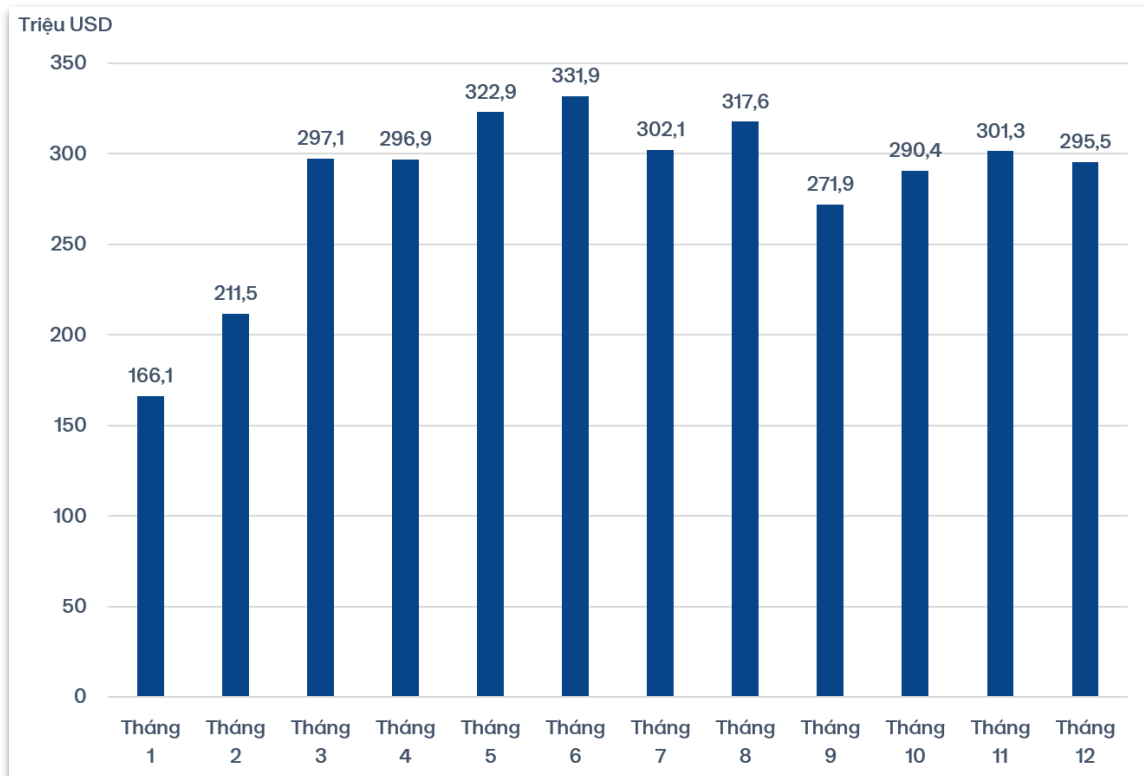
3.

Phân tích chuyên sâu về Cà phê – Sản phẩm phù hợp với thế mạnh của Việt Nam và nhu cầu tiêu thụ trên Amazon

Tình hình xuất khẩu và nguồn cung ứng cà phê tại Việt Nam

Việt Nam hiện đang có tiềm năng lớn trong việc xuất khẩu các sản phẩm như Cà phê, Trà và Đồ ngọt. Dựa trên 2 biểu đồ kim ngạch xuất khẩu thực phẩm từ Việt Nam sang Hoa Kỳ trong năm 2023 và tháng 1 năm 2024, có thể thấy:

- Với giá trị xuất khẩu trung bình hàng tháng đạt **280 triệu USD** năm 2023, xuất khẩu thực phẩm đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ¹.



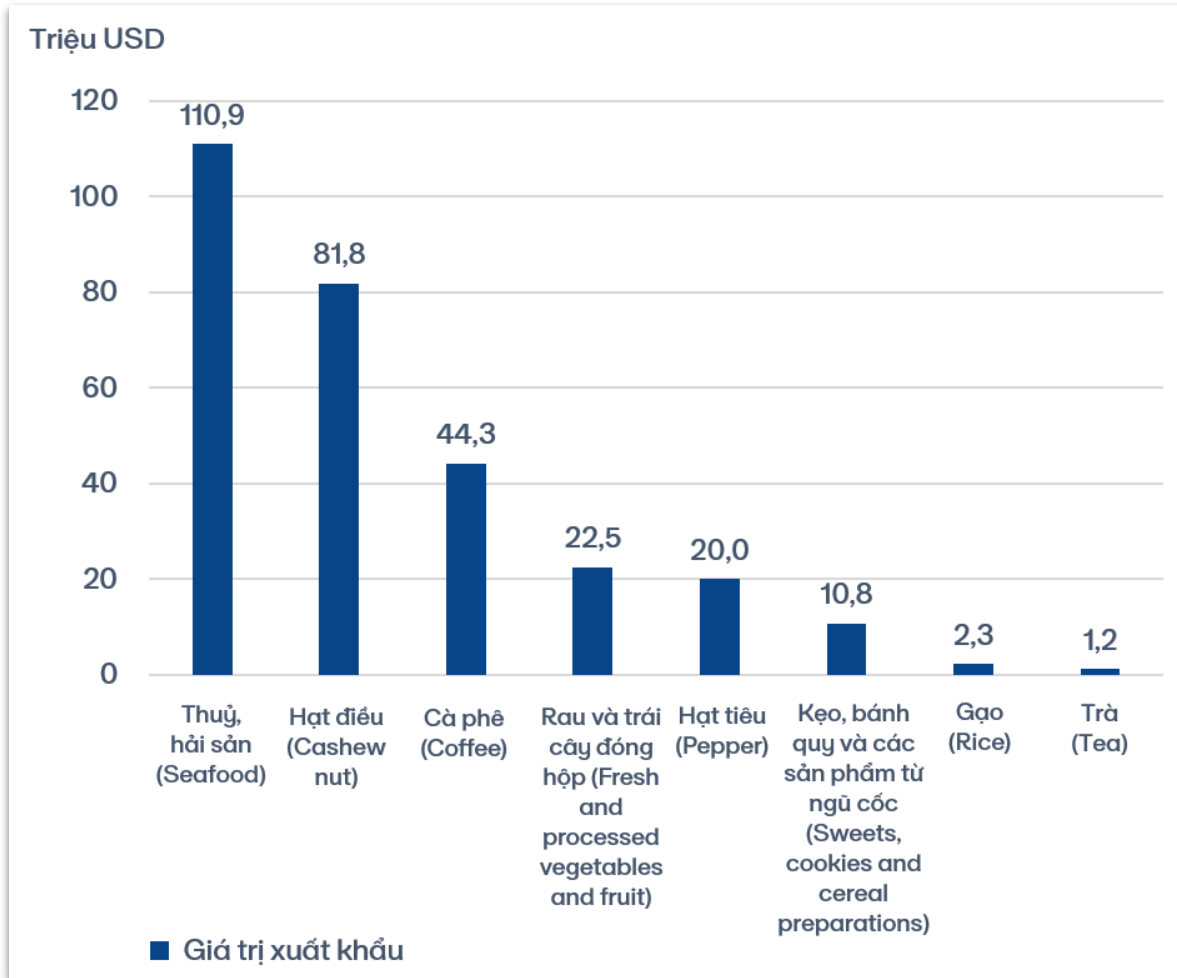
Kim ngạch xuất khẩu thực phẩm từ Việt Nam sang Hoa Kỳ năm 2023

(Nguồn: Dữ liệu từ [Tổng cục thống kê Việt Nam](#))

(Xem trang tiếp theo)

¹ [Tổng cục thống kê Việt Nam](#)

- Tháng 1 năm 2024, kim ngạch xuất khẩu hàng thực phẩm từ Việt Nam sang Hoa Kỳ đạt **293 triệu USD, tăng 77%** so với cùng kỳ năm trước¹.
- Bên cạnh sản phẩm xuất khẩu phổ biến nhất là Thủy, hải sản thì Cà phê, Kẹo ngọt và Trà cũng là một hàng xuất khẩu tiềm năng từ Việt Nam.



Tình hình xuất khẩu thực phẩm từ Việt Nam sang Hoa Kỳ Tháng 1 năm 2024
(Nguồn: Dữ liệu từ [Tổng cục thống kê Việt Nam](#))

¹ [Tổng cục thống kê Việt Nam](#)

Theo bản đồ sơ lược về nông sản ở Việt Nam, có thể thấy **cà phê** đang được trồng rất nhiều ở **phía Nam, khu vực Tây Nguyên**. Với nguồn cung ứng dồi dào, nhà bán hàng Việt Nam hiện đang có nhiều cơ hội để đẩy mạnh xuất khẩu, mở rộng kinh doanh cà phê trên Amazon.



Bản đồ sơ lược về nông sản Việt Nam

Cà phê Việt Nam và xu hướng cà phê tự phục vụ

Độ phổ biến:

Từ năm 2004

Từ năm 2019

Cà phê Việt Nam đã trở nên phổ biến hơn. Điều này thể hiện qua xu hướng tìm kiếm trên internet tại Hoa Kỳ¹.

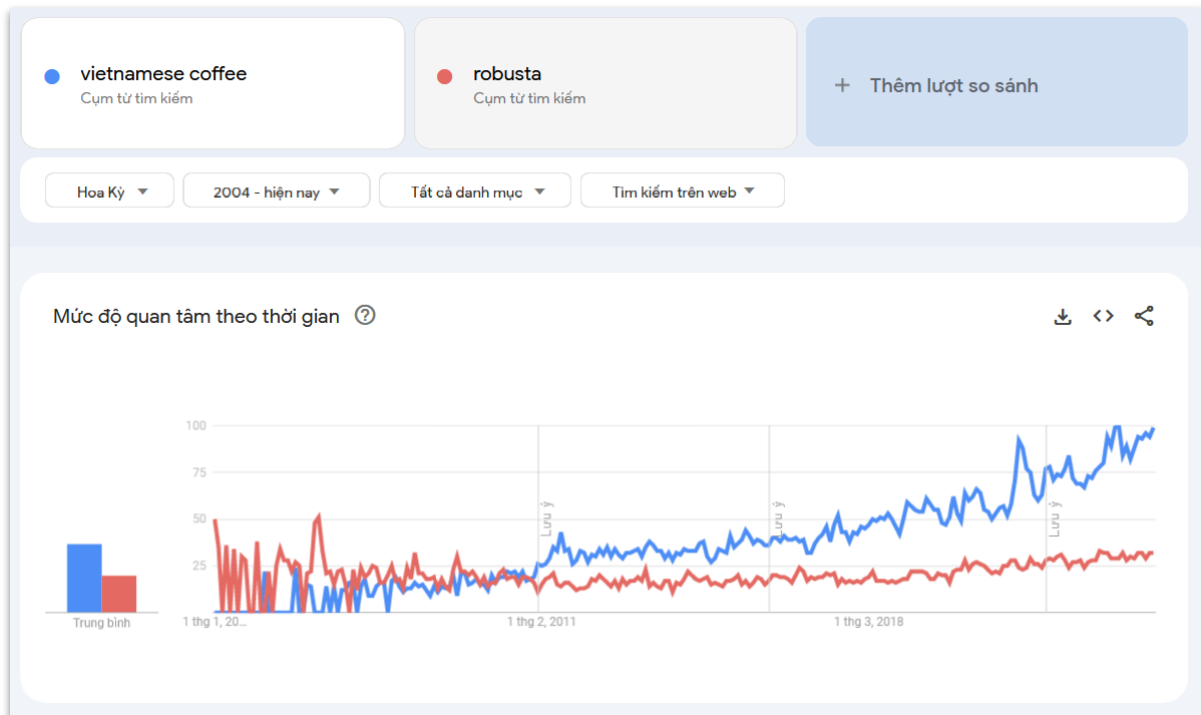
Xu hướng tìm kiếm bắt đầu tăng đáng kể, đặc biệt tăng mạnh vào giai đoạn từ năm 2019 đến nay.

Đặc biệt

Lượng tìm kiếm về hạt cà phê Robusta - loại hạt xuất khẩu chủ lực của Việt Nam cũng đang trên đà phát triển.

Đây là tín hiệu tích cực cho các nhà bán hàng đang muốn kinh doanh cà phê Việt Nam tại Hoa Kỳ.

Gợi ý: Nhà bán hàng nên tập trung quảng bá mặt hàng cà phê ở các bang có cộng đồng người Việt lớn như California, Washington và Hawaii để tận dụng mức độ nhận biết sản phẩm cao ở đây và mở rộng thị trường hiệu quả.

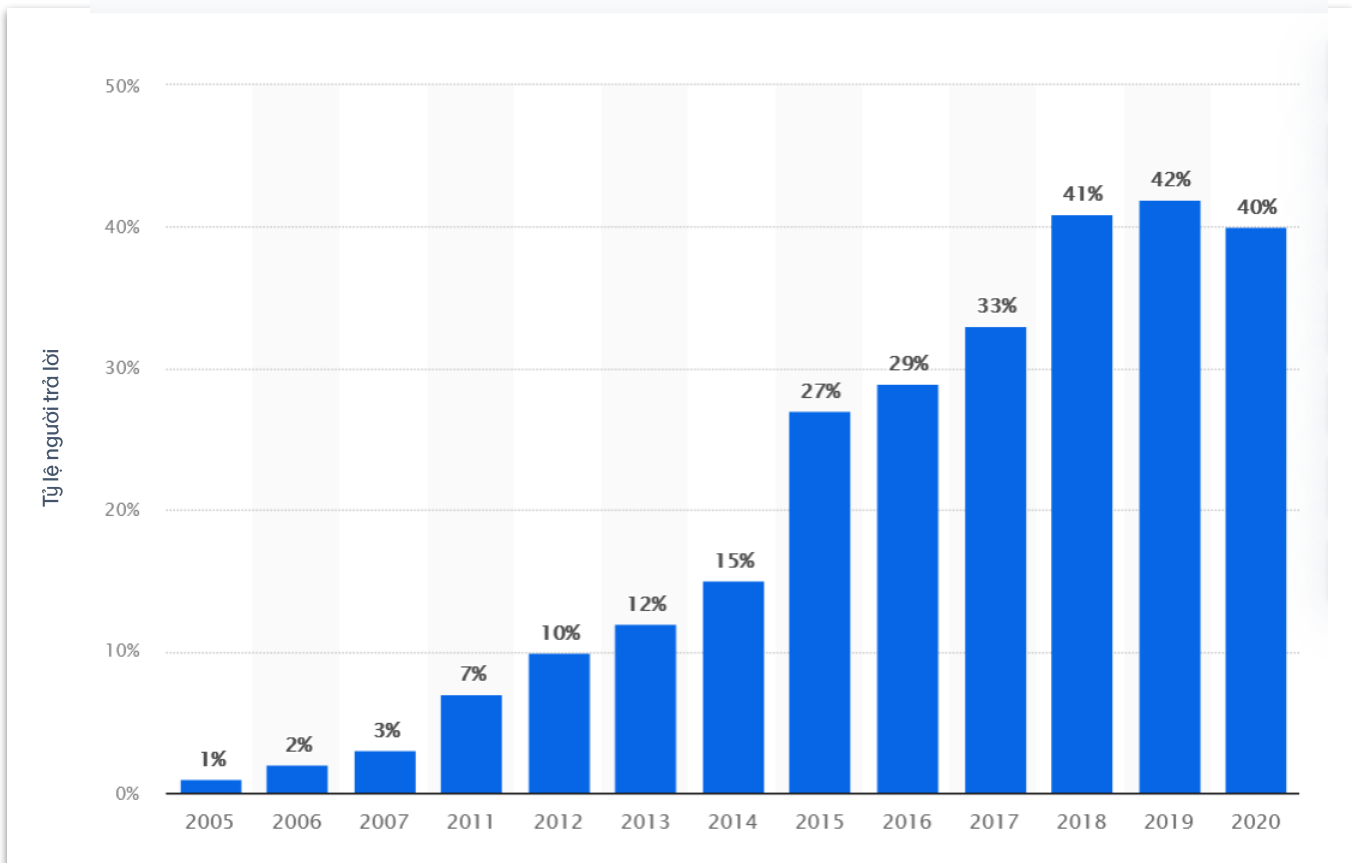


Xu hướng tìm kiếm cà phê Việt Nam và cà phê Robusta tại Hoa Kỳ theo thời gian (Nguồn: Google Trends)

1. Google Trends

Cách thức pha chế:

- Sau năm 2018, hơn **40% người tiêu dùng Hoa Kỳ** có máy pha cà phê tại nhà. Xu hướng này được thúc đẩy bởi thời gian ở nhà trong giai đoạn dịch COVID-19¹.
- Các phương pháp pha chế phổ biến nhất gồm: Pha bằng **máy pha cà phê nhỏ giọt, máy pha cà phê mini** và **ủ lạnh**. Các phương pháp này liên quan trực tiếp một số sản phẩm cà phê bán chạy nhất trên Amazon tại Hoa Kỳ, ví dụ như **cà phê rang xay, cà phê viên nén & cà phê Pod, cà phê nguyên hạt và cà phê hòa tan**².



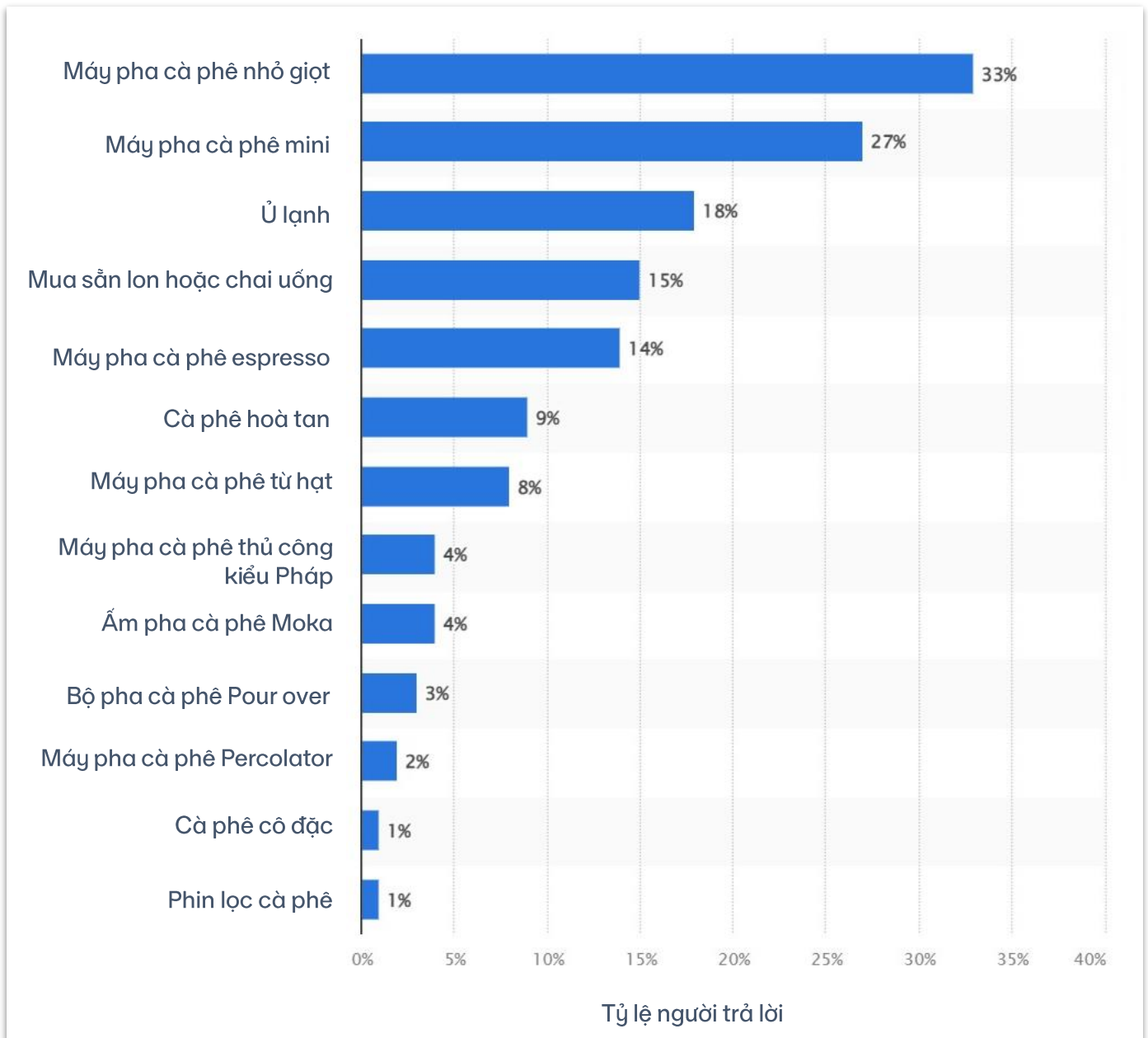
Tỷ lệ người tiêu dùng Hoa Kỳ sở hữu máy pha cà phê mini từ năm 2005 đến năm 2020

(Nguồn: Statista)

(Xem trang tiếp theo)

1. Statista

2. Statista



Cách thức pha chế của người tiêu dùng cà phê ở Hoa Kỳ năm 2023 (Nguồn: [Statista](#))

Thông tin về 3 loại cà phê bán chạy nhất trên Amazon¹

❖ Nhu cầu của người dùng Hoa Kỳ trên Amazon

Nhà bán hàng cần xem xét kỹ thói quen mua hàng của người tiêu dùng Hoa Kỳ đối với mặt hàng cà phê thông qua dữ liệu trên Amazon để lựa chọn và xây dựng danh mục sản phẩm hiệu quả. Có 3 yếu tố chính cần xem xét, đó là:

Xu hướng tìm kiếm sản phẩm

Theo dữ liệu từ Cụm từ tìm kiếm hàng đầu (Top Search Terms) trong công cụ Phân tích thương hiệu (Brand Analytics) tháng 3/2024, các từ khóa tìm kiếm hàng đầu về cà phê tại Hoa Kỳ không phải là loại hạt như Arabica hay Robusta. Thay vào đó, người mua quan tâm đến 4 thuộc tính: **Thương hiệu, loại sản phẩm (cà phê nguyên hạt, rang xay,...), hương vị và chế độ ăn kiêng**. Trong đó, 3 thuộc tính loại sản phẩm, hương vị và chế độ ăn kiêng là những yếu tố chính mà các nhà bán hàng Việt Nam cần chú ý khi tham gia thị trường cà phê Hoa Kỳ.

Hương vị yêu thích

Caramel, hạt dẻ, Sô-cô-la và Mocha là hương vị nổi bật, chiếm phần lớn trong tổng doanh số cà phê. Nhà bán hàng cần xem xét kết hợp các hương vị yêu thích này cùng với vị đặc trưng của loại hạt để xây dựng danh mục sản phẩm thu hút.

Mức giá

Giá dao động từ **10 - 40 USD** tùy từng loại cà phê. Nhưng khi nói về mức giá trên mỗi Oz, sự khác biệt trở nên đáng chú ý đối với từng loại sản phẩm:

- **Cà phê nguyên hạt (Roasted Whole Beans):** Có giá ổn định nhất. 5 sản phẩm hàng đầu trong Best Sellers Rank (BSR) có giá từ 0,4 - 0,68 USD/oz.
- **Cà phê rang xay (Ground Coffee):** Mức giá đa dạng. 5 sản phẩm hàng đầu có giá từ 0,21 - 1,35 USD/oz.
- **Cà phê hòa tan (Instant Coffee):** Khoảng giá khá rộng với 5 sản phẩm hàng đầu có giá từ 0,75 - 3,8 USD/oz.

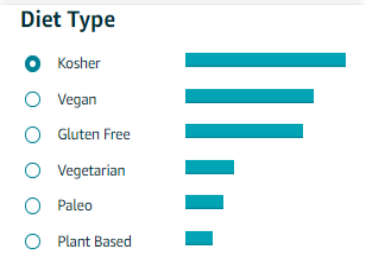
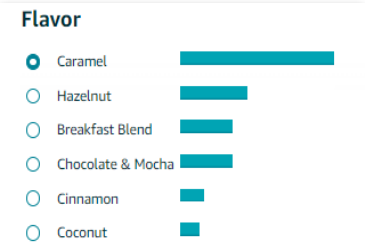
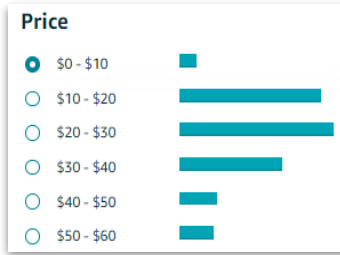


1. Dữ liệu tháng 3/2024 từ công cụ Hướng dẫn về sản phẩm trên thị trường (Marketplace Product Guidance) và công cụ Phân tích thương hiệu (Brand Analytics) trên Seller Central.

❖ **Đặc điểm chính của 3 loại cà phê bán chạy trên Amazon**

Cà phê nguyên hạt (Roasted Whole Beans)

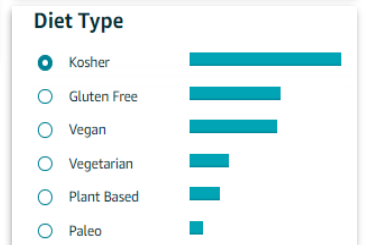
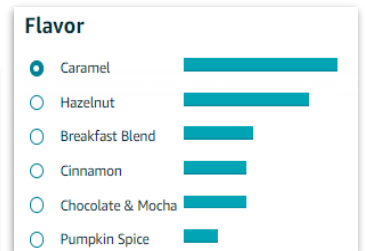
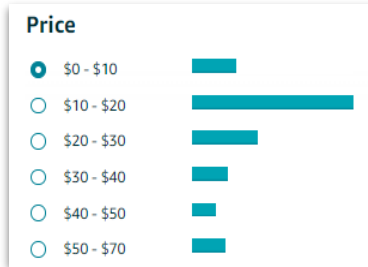
- **Giá cả:** Phổ giá khá đồng đều trong mức từ 10 - 40 USD.
- **Hương vị:** Hương vị được yêu thích nhất là Caramel.
- **Chế độ ăn kiêng:** Sản phẩm đạt tiêu chuẩn thực phẩm Kosher¹ được ưa chuộng nhất



Đặc điểm chính của loại cà phê nguyên hạt (Nguồn: Công cụ Hướng dẫn về sản phẩm trên thị trường (Marketplace Product Guidance) trên Seller Central)

Cà phê rang xay (Ground Coffee)

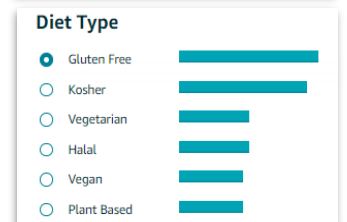
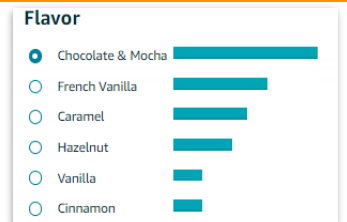
- **Giá cả:** Phổ giá cô đọng ở mức từ 10 - 20 USD.
- **Hương vị:** Hương vị được yêu thích nhất là Caramel.
- **Chế độ ăn kiêng:** Sản phẩm đạt tiêu chuẩn thực phẩm Kosher¹ được ưa chuộng nhất



Đặc điểm chính của loại cà phê rang xay (Nguồn: Công cụ Hướng dẫn về sản phẩm trên thị trường (Marketplace Product Guidance) trên Seller Central)

Cà phê hòa tan (Instant Coffee)

- **Giá cả:** Phổ giá kéo dài từ 10 - 60 USD.
- **Hương vị:** Hương vị được yêu thích nhất là Sô-cô-la & Mocha.
- **Chế độ ăn kiêng:** Sản phẩm không chứa gluten được yêu thích nhất.



Đặc điểm chính của loại cà phê hòa tan (Nguồn: Công cụ Hướng dẫn về sản phẩm trên thị trường (Marketplace Product Guidance) trên Seller Central)

1. Kosher: Là một khung quy tắc về thực phẩm (quy tắc ẩm thực, cách thức sản xuất, xử lý thực phẩm) của người Do Thái.

4.

Các quy định cần tuân thủ cho ngành hàng thực phẩm

Nếu bạn muốn đăng tải sản phẩm trên Amazon, bạn phải tuân thủ tất cả các luật, quy định, tiêu chuẩn hiện hành và chính sách của chúng tôi liên quan đến các sản phẩm đó và sản phẩm đăng tải.

4.1 Các chứng từ/chứng chỉ bắt buộc phải có

Giấy chứng nhận FDA

Nhà bán hàng cần đăng ký cơ sở sản xuất/đóng gói/phân phối của mình với FDA thông qua các nhà cung cấp dịch vụ được ủy quyền.



Hình ảnh minh họa cho một trong những giấy chứng nhận FDA hợp lệ

Hoá đơn

❖ **Các yêu cầu đối với hóa đơn hợp lệ:**

- Hoá đơn sử dụng tiếng Anh
- Có hơn 10 sản phẩm mà bạn đang yêu cầu bán
- Được phát hành không quá 180 ngày kể từ ngày nộp đơn
- Đảm bảo thông tin kinh doanh trên hóa đơn phải trùng khớp với tên doanh nghiệp, địa chỉ, thông tin liên hệ và người phụ trách được đăng ký trong tài khoản Amazon của nhà bán hàng
- Không được chỉnh sửa hoặc làm giả
- Phải bao gồm thông tin liên hệ của nhà cung cấp hoặc nhà phân phối. Trong trường hợp nhà bán hàng cũng là nhà sản xuất/ phân phối, thông tin của nhà bán hàng và nhà sản xuất/ phân phối có thể giống nhau trên hóa đơn. Ngoài ra, nhà bán hàng cũng có thể cung cấp hóa đơn mua nguyên vật liệu thô hoặc bao bì dùng cho quy trình sản xuất sản phẩm.
- Phải bao gồm sản phẩm mà bạn đang yêu cầu phê duyệt để bán

COMMERCIAL INVOICE
(HOÁ ĐƠN THƯƠNG MẠI)

Bill to (Người mua)
Address (Địa chỉ)
Tel (Số điện thoại)

INV No. CF27122023.7
(Số hoá đơn)
INV date: December 27, 2023
(Ngày lập hoá đơn): (27/12/2023)

NO.	Product (Sản phẩm)	Description (Mô tả sản phẩm)	Packing (Đóng gói)	Unit (Đơn vị tính)	Unit price (Đơn giá)	Quantity (Số lượng)	Price (VND) (Giá thành (VNĐ))	
1	A pack of dried mango (Gói xoài sấy)	Ingredients: 100% Mango (Thành phần: 100% xoài) Packed: 100gr/pack (Đóng gói: 100gr/gói)	100gr/pack	Pack (Gói)		200		
2	Box 2 packs dried mango (Hộp 2 gói xoài sấy)	Ingredients: 100% Mango (Thành phần: 100% xoài) Packed: 100gr/pack (Đóng gói: 100gr/gói, 2 packs/box)	100gr/pack, 2 packs/box	Box (Hộp)		100		
3	Box 4 packs dried mango (Hộp 4 gói xoài sấy)	Ingredients: 100% Mango (Thành phần: 100% xoài) Packed: 100gr/pack (Đóng gói: 100gr/gói, 4 packs/box)	100gr/pack, 4 packs/box	Box (Hộp)		25		
4	Box 6 packs dried mango (Hộp 6 gói xoài sấy)	Ingredients: 100% Mango (Thành phần: 100% xoài) Packed: 100gr/pack (Đóng gói: 100gr/gói, 6 packs/box)	100gr/pack, 6 packs/box	Box (Hộp)		20		
5	TOTAL (Tổng cộng)							
6								

Hình ảnh minh họa hóa đơn hợp lệ

Hình ảnh sản phẩm

Các hình ảnh của sản phẩm/bao bì phải **hiển thị từng mặt** của sản phẩm/bao bì. Thông tin ghi trên sản phẩm/bao bì phải **rõ ràng**. Amazon chỉ chấp nhận hình ảnh thực tế và sẽ không chấp nhận các thiết kế mô phỏng được tạo ra từ máy tính.



Hình ảnh minh họa bộ hình ảnh sản phẩm hợp lệ

4.2 Yêu cầu về thành phần sản phẩm



- Không bán các sản phẩm chứa các thành phần bị cấm bán trên Amazon, thông tin chi tiết [tại đây](#).
- Không được bán các sản phẩm đã qua sử dụng.

4.3 Yêu cầu về tuyên bố sản phẩm

❖ Tuyên bố hữu cơ



Các sản phẩm tuyên bố là hữu cơ, tuyên bố chứa các thành phần hữu cơ, hoặc sử dụng con dấu hữu cơ của Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ ("USDA") phải tuân thủ các quy định hữu cơ của USDA tại 7 CFR Phần 205. Nhà bán hàng phải tuân thủ đầy đủ các yêu cầu của quy định hữu cơ, bao gồm sản xuất, chứng nhận và gắn nhãn. Chi tiết [tại đây](#).

❖ Tuyên bố về bệnh tật



Amazon cấm bán các sản phẩm tuyên bố khẳng định sẽ chữa trị hoặc ngăn ngừa bệnh tật ở con người hoặc động vật mà không có sự chấp thuận của FDA. Danh sách đầy đủ về các bệnh tật không được tuyên bố chữa trị, giảm nhẹ, điều trị hoặc ngăn ngừa [tại đây](#).

❖ Tuyên bố về sản phẩm bảo vệ môi trường



Để bán sản phẩm góp phần bảo vệ môi trường, bạn cần đảm bảo các tuyên bố bảo vệ môi trường của mình không gây hiểu lầm về đặc điểm, tính năng sản phẩm và phải tuân thủ một số quy định bắt buộc của Amazon. Vui lòng tham khảo danh sách đầy đủ các yêu cầu tại đây. Vui lòng tham khảo danh sách đầy đủ các yêu cầu [tại đây](#).

❖ Tuyên bố được FDA chấp thuận



Các sản phẩm tuyên bố "Đã được phê chuẩn bởi FDA", "Được chấp thuận bởi FDA" hoặc sử dụng logo của FDA trên bao bì hoặc trang chi tiết sản phẩm trên Amazon cần phải đáp ứng các yêu cầu bổ sung. Để biết thêm thông tin, bạn có thể xem: [Liệu sản phẩm có thực sự được FDA chấp thuận?](#) và [Chính sách về logo của FDA](#).

Thuật ngữ "Được chấp thuận bởi FDA" chỉ áp dụng cho các thiết bị và thuốc, không phải là các thủ tục hoặc quy trình cụ thể. Thuật ngữ này chỉ nên được sử dụng khi FDA thực sự đã phê chuẩn thiết bị hoặc thuốc đó.

4.4 Yêu cầu về bao bì sản phẩm

Tất cả bao bì sản phẩm thực phẩm phải bao gồm các thông tin sau:



- Tên sản phẩm
- Tên, địa chỉ và thông tin liên hệ của nhà bán hàng
- Tên, địa chỉ và thông tin liên hệ của nhà sản xuất
- Phải có thông tin về ngày hết hạn. Để biết hướng dẫn cụ thể về gắn nhãn hạn sử dụng, vui lòng tham khảo [tại đây](#).
- Số lượng và khối lượng tịnh (trọng lượng của sản phẩm, không bao gồm bao bì)
- Tuân thủ theo các hướng dẫn của FDA. Các hướng dẫn này cung cấp thông tin về các yêu cầu về sản phẩm, thành phần, hình ảnh và các thông số khác có mặt trên nhãn.

4.5 Yêu cầu về thời hạn sử dụng

Phải vận chuyển thực phẩm với đủ thời hạn sử dụng, không được loại bỏ hoặc sửa đổi ngày hết hạn. Khi chuyển đến Trung tâm hoàn thiện đơn hàng, cần đảm bảo sản phẩm có đủ thời hạn sử dụng để tiêu thụ hết, cộng thêm 90 ngày. Ví dụ, một bao chè thảo mộc 30 gói được dùng hàng ngày cần có hạn sử dụng kéo dài ít nhất 120 ngày (30 ngày sử dụng + 90 ngày). Đối với hướng dẫn về thời hạn sử dụng cho từng sản phẩm, vui lòng xem [tại đây](#).

5.

Đăng tải sản phẩm, tên sản phẩm và các điều cần lưu ý



Có ba mục cơ bản cần lưu ý khi đăng tải sản phẩm:

Tên sản phẩm

- Đối với ngành thực phẩm, tên sản phẩm phải ghi rõ **khối lượng** và **hương vị** của sản phẩm.

❖ Công thức tên sản phẩm tham khảo:

[Tên thương hiệu] + [Tên sản phẩm] + [Kích cỡ - khối lượng] + [Hương vị/phong cách] + [Số lượng]

Ví dụ: [ABC] + [Sữa dừa nguyên chất] + [13.5-oz] + [Hương vị nguyên bản] + [12 lon]

Vì các sản phẩm tương tự có thể được đăng tải như các mặt hàng khác nhau tùy thuộc vào hương vị, số lượng và khối lượng nên thông tin này cần được ghi rõ ràng trong tên sản phẩm để tránh khiếu nại của khách hàng và giao nhầm hàng.

Hình ảnh

- Đối với ngành hàng thực phẩm, ngoài việc thiết kế bao bì, hình ảnh còn cần thể hiện các thông tin liên quan đến tính năng chính của sản phẩm như công thức, độ an toàn.
- Khi hình ảnh được chuẩn bị thu hút và chu đáo, lượng khách hàng và tỷ lệ chuyển đổi sẽ cao hơn.

Các tính năng chính của sản phẩm (mô tả sản phẩm)

- Thực phẩm là một trong những mặt hàng mà người tiêu dùng thường ngại thử sản phẩm mới, do đó, nhà bán hàng nên cung cấp các thông tin khác như nguồn gốc, xuất xứ hay lịch sử sản phẩm bên cạnh việc mô tả các đặc điểm cơ bản để xây dựng niềm tin cho người tiêu dùng.

6.

Sử dụng dịch vụ FBA

6.1 Gợi ý phương thức vận chuyển cho ngành hàng thực phẩm

Vận chuyển bằng đường biển là phương thức có lợi nhất vì giá trị của hàng thực phẩm thường khá thấp so với phí vận chuyển trên đơn vị thể tích hoặc khối lượng sản phẩm. Tuy nhiên, các nhà bán hàng thực phẩm thường vận chuyển lô hàng ban đầu bằng cả đường biển và đường hàng không để bổ sung hàng lưu kho kịp thời, nhất là vào mùa cao điểm.

Hai bước chuẩn bị để giải quyết vấn đề thông quan chậm trễ khi vận chuyển hàng đến Hoa Kỳ:

1 Đối với các sản phẩm mới, bạn nên gửi một lượng nhỏ các sản phẩm khác nhau bằng đường hàng không để kiểm tra xu hướng bán hàng, vì khó đoán trước sản phẩm nào sẽ bán chạy tại Hoa Kỳ. Việc kiểm tra này giúp tối ưu hóa hiệu quả quản lý hàng lưu kho.

2 Nên đăng tải sản phẩm với các thông tin được yêu cầu (tên sản phẩm, giá bán,...) và dữ liệu liên quan tới quy định cần tuân thủ (nguyên liệu, nguồn gốc xuất xứ,..) trước khi gửi hàng đến Trung tâm hoàn thiện đơn hàng trong lần đầu tiên. Các chi tiết khác về sản phẩm như Nội dung A+, Hình ảnh phụ, Câu chuyện thương hiệu có thể được điều chỉnh trong thời gian lưu kho tại các Trung tâm hoàn thiện đơn hàng.

6.2 Sử dụng Amazon Barcodes (FNSKU)



Để sử dụng FBA, các sản phẩm có ngày hết hạn



Phải được dán mã vạch của Amazon (FNSKU).



Nếu sản phẩm đã có mã vạch của nhà sản xuất



Bạn cần dán thêm mã vạch của Amazon để tránh nhầm lẫn khi quét.



Nếu gặp khó khăn về chi phí hoặc nhân lực



Bạn có thể sử dụng dịch vụ dán mã vạch của Amazon hoặc các công ty vận chuyển đối tác của Amazon trước khi gửi hàng đến FBA.

7.

Tài liệu hữu ích

Nhà bán hàng có thể tham khảo thêm các nguồn tài liệu sau đây để cập nhật những thông tin mới nhất về Khai thác tiềm năng ngành hàng thực phẩm trên Amazon:

- ▶ Tài liệu cơ bản: Website [Học viện nhà bán hàng cho nhà bán hàng mới](#)
- ▶ Kênh Youtube [Amazon Global Selling Việt Nam](#)
- ▶ Tài liệu chuyên sâu từ Học viện nhà bán hàng [Seller Central](#).