

Tóm lược

Cuộc khảo sát thị trường này do CBI thực hiện sẽ bàn về những điểm nổi bật của thị trường các sản phẩm ngành cơ khí tại Đức như sau:

- Thị trường các sản phẩm ngành cơ khí tại Đức là thị trường rộng lớn nhất so với các thị trường khác tại Châu Âu. Trong khi kể từ năm 2003, nhu cầu nội địa về sản phẩm ngành cơ khí tăng khoảng 7,9%/năm và đạt mức 34 tỷ Euro vào năm 2007 thì mức sản xuất của ngành này tăng khoảng 9,5% đạt mức 53 tỷ Euro. Theo truyền thống, Đức là nhà xuất khẩu lớn về sản phẩm ngành cơ khí. Trong giai đoạn 2003-2007, mức doanh thu xuất khẩu (tăng 12%) nhiều hơn mức doanh thu ở thị trường nội địa.
- Năm 2007, Đức là nhà nhập khẩu sản phẩm ngành cơ khí lớn nhất tại thị trường Châu Âu. Trong giai đoạn 2003-2007, tổng giá trị nhập khẩu hàng năm tăng khoảng 8,6%, năm 2007 đạt giá trị 15 tỷ Euro.
- Giá trị hàng nhập khẩu từ các nước đang phát triển (DCs) hàng năm tăng khoảng 25%. So với năm 2003, trong năm 2007, tổng giá trị nhập khẩu vào thị trường Đức của các nước đang phát triển tăng từ 5% đến 8,8%.
- Trung Quốc chiếm đến 58% tổng sản lượng nhập khẩu của các nước đang phát triển vào Đức, theo sau là Ấn Độ (9,5%), Thổ Nhĩ Kỳ (9,4%), Braxin (6,8%), Nam Phi (3,3%), U-crai-na (2,7%) và Thái Lan (2,0%). Các nước đang phát triển có mức tăng lớn nhất là Oman, Việt Nam, Tunisia, Chilê, Iran, Ấn Độ và Malaixia.
- Sự hợp lý hóa của phương thức sản xuất và mức đầu tư tăng lên của các nhà sản xuất Đức khiến cho ngành công nghiệp Đức càng cạnh tranh nhiều hơn. Điều này có thể sẽ làm giảm nhu cầu ký hợp đồng phụ với các nước đang phát triển. Tuy nhiên, một số công ty Đức cũng sẽ tiếp tục giảm phần sản xuất trong nước để thuê gia công ở nước ngoài.

Cuộc khảo sát này sẽ cung cấp cho các nhà xuất khẩu ngành sản phẩm cơ khí thông tin thị trường cụ thể liên quan đến việc thâm nhập vào thị trường Đức. Sáu nhóm hàng được đề cập gồm thiết bị và bộ phận truyền lực cho động cơ; thiết bị và hệ thống vận hành; gia công bằng máy, khuôn rập và khuôn đúc; thủy lực; động cơ điện và khí lực. Bằng việc tập trung vào một quốc gia cụ thể, cuộc khảo sát này cung cấp thêm thông tin bổ sung cho nguồn thông tin và dữ liệu tổng quát mà cuộc khảo sát thị trường với chủ đề “Thị trường các sản phẩm ngành cơ khí tại Châu Âu” do CBI thực hiện trên thị trường Châu Âu nói chung. Cuộc khảo sát này còn bao gồm cái nhìn khái quát và sự giải thích cho các sản phẩm được lựa chọn có liên quan, những nhận xét tổng quát về số liệu thống kê được sử dụng cũng như nhiều thông tin khác về ngành hàng này. Những thông tin trên có thể được tải về từ địa chỉ: <http://www.cbi.eu/marketinfo>.

1. Mô tả thị trường: nhu cầu ngành công nghiệp và mức sản xuất

Phần này đề cập đến nhu cầu ngành công nghiệp và mức sản xuất của 6 nhóm Phần này đề cập đến nhu cầu và sản xuất của 6 nhóm sản phẩm có liên quan. Xin lưu ý rằng nhu cầu được tính bằng cách sử dụng cơ sở dữ liệu sản xuất, xuất khẩu và nhập khẩu của Prodcum (nhu cầu = sản xuất + nhập khẩu – xuất khẩu). Đây là những dữ liệu có sẵn chi tiết nhất.

Nhu cầu

Tổng nhu cầu về các sản phẩm ngành cơ khí tại Đức lên đến 34 tỷ Euro trong năm 2007. Đức là thị trường rộng lớn nhất tại Châu Âu cho các sản phẩm của ngành cơ khí, đứng trước Ý và Pháp. Trong giai đoạn 2003 – 2007, nhu cầu về ngành này tăng khoảng 7,9%/năm. Nhu cầu của thị trường Châu Âu đối với các nhóm sản phẩm cơ khí như sau:

- Thiết bị và bộ phận truyền lực cho động cơ: chiếm 35% trong tổng số nhu cầu của thị trường Châu Âu cho nhóm sản phẩm này.
- Thiết bị và hệ thống vận hành: chiếm 18% tổng nhu cầu.
- Gia công bằng máy, khuôn rập và khuôn đúc: chiếm 40% tổng nhu cầu.
- Thủy lực: chiếm 27% tổng nhu cầu.
- Động cơ điện: chiếm 33% tổng nhu cầu.
- Khí lực: chiếm 27% tổng nhu cầu.

Bảng 1 - Nhu cầu sản phẩm ngành cơ khí tại Đức giai đoạn 2003-2007

	2003	2004	2005	2006	2007	CAGR*
Tổng giá trị	24.687	26.251	26.472	28.666	33.517	7,9%
Thiết bị và bộ phận truyền lực cho động cơ	7.061	7.605	7.519	8.793	10.649	10,8%
Thiết bị và hệ thống vận hành	5.261	4.949	5.136	5.120	6.303	4,6%
Gia công bằng máy, khuôn rập và khuôn đúc	4.306	5.388	5.546	5.839	6.211	9,6%
Thủy lực	2.497	2.557	2.722	2.972	3.480	8,7%
Động cơ điện	3.244	3.369	3.209	3.568	3.899	4,7%
Khí lực	2.318	2.384	2.339	2.373	2.976	6,4%

Nguồn: Eurostat Prodcorn (2009)

*CAGR: tỷ lệ tăng trưởng cộng dồn hàng năm (Compound Annual Growth Rate)

Yếu tố quyết định cho nhu cầu sản phẩm ngành cơ khí là chi tiêu của ngành, mà hoạt động này lại được kích thích bởi sự tăng trưởng của nền kinh tế. Điều này có thể được thấy rõ trong giai đoạn 2003-2007 với mức chi tiêu và nhu cầu cho các sản phẩm của ngành cơ khí tăng đều đặn. Nhìn chung, nhu cầu cho ngành công nghiệp và dự báo sản xuất cho năm 2009 và 2010 là khá ảm đạm do sự suy sụp của nền kinh tế toàn cầu đang bắt đầu tác động lên nhu cầu vốn dành cho ngành công nghiệp cơ khí. Những hạn chế về tín dụng, sự không đảm bảo tài chính và sự sụt giảm của lượng đơn đặt hàng cùng với việc sử dụng vốn thấp càng góp phần làm tăng sự ảm đạm của ngành công nghiệp cơ khí. Kết quả là năm 2009, cả nhu cầu ngành công nghiệp và sản lượng sản xuất tại Châu Âu và tại Đức đều giảm. Tuy nhiên hiện vẫn chưa thể đánh giá được mức nghiêm trọng của sự sụt giảm này.

Những khuynh hướng và đặc điểm của nhu cầu ngành công nghiệp

Sau đây là những khuynh hướng và đặc điểm chính yếu tác động đến nhu cầu về sản phẩm ngành cơ khí tại Đức:

- Triển vọng tốt đẹp cho ngành động cơ điện. Thị trường động cơ điện có triển vọng khá tốt. Giá năng lượng tăng cùng ý thức ngày càng nâng cao về việc sử dụng năng lượng sẽ ảnh hưởng đến môi trường được xem là những yếu tố thúc đẩy chính cho sự phát triển của thị trường động cơ điện.
- Cải tiến mới. Trong giai đoạn nghiên cứu, những yếu tố hàng đầu cho sự phát triển bền vững là việc liên tục cải tiến và phát triển sản phẩm mới, chuyển đổi từ sản xuất riêng lẻ từng khâu sang hệ thống kết hợp nhiều khâu sản xuất, kết hợp cơ khí với các công nghệ khác như vi điện tử, tin học, quang học và công nghệ cảm biến. Khuynh hướng cải tiến mới này được thể hiện ở ngành cơ khí điện tử, nguyên vật liệu mới, kỹ thuật năng lượng, công nghệ thu nhỏ và chuyển đổi từ phần cứng sang phần mềm.
- Việc quyết định thời gian các chương trình ảnh hưởng đến nhu cầu ngành gia công bằng máy, khuôn rập và khuôn đúc. Ngành gia công bằng máy, khuôn rập và khuôn đúc của Đức bị chi phối bởi các nhà sản xuất xe thế giới và các ngành công nghiệp cung cấp bộ phận tự động, hai yếu tố này gộp lại chiếm hơn 50% giá trị thị trường, làm cho nhu cầu ngành này chịu tác động bởi những thay đổi lớn do việc quyết định về thời gian các chương trình mẫu xe chính của ngành công nghiệp tự động. Việc giảm sút của ngành sản xuất tự động trong năm 2008 và 2009 và sự sụt giảm các chương trình về mẫu xe mới dẫn đến nhu cầu cho ngành gia công bằng máy, khuôn rập và khuôn đúc giảm đáng kể.

Phân khúc thị trường

Những nhóm sản phẩm đề cập đến ở trên được ứng dụng trong phạm vi rộng lớn các ngành công nghiệp. Ngành thiết bị và bộ phận truyền lực cho động cơ, khí lực và thủy lực được sử dụng vào trong quá trình sản xuất của nhiều ngành công nghiệp khác nhau, khác từ máy móc cho đến công suất và thiết bị di động. Ngược lại, ngành thiết bị và hệ thống vận hành thì được dùng để di chuyển hàng hóa, các ngành này được gọi là những sản phẩm của công đoạn cuối cùng. Chúng được dùng ở bất kỳ nơi nào cần sự vận chuyển, điều khiển và bốc dỡ. Cuối cùng, sự gia công bằng máy, khuôn rập và khuôn đúc được ứng dụng trong nhiều ngành công nghiệp sản xuất cho ra hình dáng cuối cùng của sản phẩm. Một vài ví dụ của các ngành sản xuất công nghiệp này là công nghiệp luyện thép, đúc khuôn và ngành công nghiệp tạo khuôn chất dẻo,

không những vậy còn được dùng trong ngành công nghiệp dúc phẩm. Chính vì điều này mà không thể chỉ tạo ra một mảng thị trường. Tuy nhiên, ngành công nghiệp cơ khí máy móc có thể dùng như mảng thị trường có liên quan đến sản xuất máy móc. Máy móc nói chung là gồm các sản phẩm cơ khí được đề cập trong cuộc khảo sát này ngoại trừ ngành thiết bị và hệ thống vận hành. Xin lưu ý rằng loại máy khác nhau thì sản phẩm cơ khí được sử dụng đến cũng khác nhau. Hơn nữa, trong khi tất cả các loại máy móc đều cần đến thiết bị và bộ phận truyền lực cho động cơ, khí lực và/hoặc thủy lực thì ngành gia công bằng máy, khuôn dập và khuôn đúc được đặc biệt sử dụng cho các loại dụng cụ máy móc dùng cho ngành luyện kim. Những đặc điểm và khuynh hướng đáng chú ý nhất của thị trường Đức liên quan đến ngành sản xuất máy móc gồm:

- Trong giai đoạn 2003-2007, Đức là nhà sản xuất máy móc lớn nhất tại Châu Âu. Do nhu cầu về thiết bị mới và hiệu quả tăng lên nên mức sản xuất tăng nhanh trong giai đoạn này. Xuất khẩu vẫn giữ vai trò động lực thúc đẩy chính của tăng trưởng. Bảng 1.2 cung cấp số liệu về giá trị sản xuất máy móc trong nước. Mức tăng lớn nhất là sản xuất máy cho ngành khai thác mỏ, khai thác đá, xây dựng và máy kéo nông nghiệp.
- Tầm quan trọng lớn lao của ngành. Ngành công nghiệp máy móc có vai trò rất quan trọng tại Đức, đóng góp khoảng 15% công ăn việc làm cho cả nước.
- Thương hiệu 'Made in Germany' (được làm tại Đức) vẫn có giá trị. Trong khi số công ty Đức ngày càng tăng lên, mức lương và thuế cũng như tính linh hoạt của thị trường lao động bị hạn chế là những lý do khiến các công ty Đức phải ký hợp đồng phụ với các nhà sản xuất nước khác. Tuy nhiên, nhãn mác 'Made in Germany' (làm tại Đức) vẫn có giá trị trên thị trường toàn cầu. Đối với một số công ty tại Châu Âu, điều này chính là lý do khiến họ thường khởi đầu hợp tác sản xuất với các công ty thuộc Đông Đức trước đây. Đây là sự kết hợp hoàn hảo giữa chi phí thấp (cụ thể là lương nhân công) và thương hiệu mạnh.
- Ngành công nghiệp máy móc phát triển mạnh tại Tây Đức nhưng lại thiếu hụt lao động. Ngành công nghiệp máy móc của Đông Đức phát triển rất nhanh chóng. Nhưng kể từ khi Đông Đức và Tây Đức thống nhất, nhiều công ty thuộc nhà nước sở hữu trước đây đã bắt đầu chuyên sâu vào các thị trường thích hợp. Và trong những năm gần đây, tốc độ thay thế công nhân của những công ty này đặc biệt cao hơn rõ rệt so với các công ty khác tại Đức. Sachsen và Thüringen là hai công ty có tốc độ thay thế công nhân cao nhất. Tuy nhiên, do mức lương nhân công thấp tại Đông Đức nên các kỹ sư trình độ cao đã chuyển sang làm việc tại Tây Đức sau khi nước Đức thống nhất. Vì ngành công nghiệp máy móc của Đông Đức đang trong giai đoạn phát triển mạnh nhất nên sự thay đổi này dẫn đến thiếu hụt lao động trình độ cao.
- Sự phát triển mạnh mẽ của ngành sản xuất máy móc. Nhìn chung, giai đoạn từ năm 2003-2007 đã cho thấy kết quả kinh doanh tốt đẹp của các nhà sản xuất máy móc của Đức. Trong giai đoạn này, mức tăng của ngành sản xuất máy chiếm khoảng 11%, với mức tăng cao nhất là của ngành sản xuất máy cho ngành khai thác mỏ, khai thác đá và xây dựng (tăng 19%) và máy kéo nông nghiệp (tăng 14%). Bảng 1.2 sẽ cung cấp số liệu về giá trị sản xuất máy móc tại Đức.

Bảng 2 - Sản xuất máy móc tại Đức giai đoạn 2003-2007

(đơn vị: triệu Euro)

Các ngành	2003	2005	2007	CAGR
Khai thác mỏ, khai thác đá và xây dựng	6.087	8.302	12.147	18,9%
Máy nông nghiệp, không gồm máy kéo	3.119	3.685	4.667	10,6%
Máy chế biến thực phẩm, nước giải khát và thuốc lá	3.086	3.402	4.425	9,4%
Máy cho ngành dệt, trang sức và thuốc da	4.937	4.689	4.705	-1,2%
Máy sản xuất giấy và bia cứng (các tông)	1.882	1.932	2.126	3,1%
Máy kéo nông nghiệp	2.061	2.630	3.497	14,1%

Nguồn: Eurostat Prodcorn (2009)

Vị trí và thị phần của Đức tại Châu Âu về sản xuất máy ở các ngành như sau:

- Máy phục vụ ngành xây dựng, khai thác mỏ và khai thác đá: Đức đứng vị trí thứ 1 chiếm 26% thị phần tại Châu Âu, xếp trên Ý (chiếm 15%) và Anh (12%).

- Máy nông nghiệp, không bao gồm máy kéo: đứng vị trí dẫn đầu (26%) trước Ý (20%) và Pháp (11%).
- Máy chế biến thực phẩm, nước giải khát và thuốc lá: đứng vị trí số 1 (27%) trước Ý (22%) và Hà Lan (9,8%).
- Máy cho ngành dệt, trang sức và thuốc da: đứng thứ 1 (42%) trước Ý (31%) và Pháp (6,5%).
- Máy sản xuất giấy và bìa cứng (bìa các tông): đứng thứ 2 (23%) sau Phần Lan (30%) nhưng đứng trước Ý (19%) và Thụy Điển (7,0%).
- Máy kéo nông nghiệp: đứng thứ 1 (39%) trước Ý (19%) và Pháp (13%).

Sau đây là một vài nhà sản xuất máy nổi tiếng của Đức:

- Tập đoàn CLAAS – <http://www.claas.com> – sản xuất máy nông nghiệp.
- Duetz – <http://www.deutz.de> - sản xuất máy nông nghiệp.
- Homag – <http://www.homag.de> – sản xuất máy chế biến gỗ.
- Công ty máy móc điện tử Schneider – <http://www.schneider-electric-motion.com> – sản xuất bộ điều khiển, động cơ máy móc.
- Siempelkamp – <http://www.siempelkamp.com> – máy móc thiết bị cho ngành khai thác cao su, gỗ và ngành tạo tác bằng kim loại.
- Sumitomo Demag – <http://www.sumitomo-demag.com> – sản xuất máy móc dùng cho ngành chế tạo những đồ bằng cao su hoặc chất dẻo bằng cách phun vật liệu nóng vào khuôn.

Tình hình sản xuất

Tổng sản lượng các sản phẩm cơ khí của Đức trong năm 2007 đạt 53 tỷ Euro. Đức là nhà sản xuất sản phẩm cơ khí hàng đầu tại Châu Âu, trước Ý và Pháp. Trong giai đoạn 2003-2007, sản lượng tăng khoảng 9,5%/năm. Thị phần tại thị trường Châu Âu của các nhóm sản phẩm cơ khí như sau:

- Thiết bị và bộ phận truyền lực cho động cơ: chiếm 46% tổng sản lượng sản xuất tại Châu Âu về nhóm sản phẩm này.
- Thiết bị và hệ thống vận hành: 26%.
- Gia công bằng máy, khuôn rập và khuôn đúc: 42%.
- Thủy lực: 41%.
- Động cơ điện: 38%.
- Khí lực: 33%.

Bảng 3 - Mức sản xuất các sản phẩm ngành cơ khí của Đức, giai đoạn 2003-2007, đơn vị: triệu Euro

	2003	2004	2005	2006	2007	CAGR
Tổng giá trị	37.214	41.163	42.872	47.412	53.404	9,5%
Thiết bị và bộ phận truyền lực cho động cơ	10.453	11.746	12.284	14.147	16.702	12,4%
Thiết bị và hệ thống vận hành	9.104	9.036	9.904	10.700	11.977	7,1%
Gia công bằng máy, khuôn rập và khuôn đúc	5.276	6.799	6.825	7.151	7.542	9,3%
Thủy lực	4.920	5.458	5.713	6.330	7.118	9,7%
Động cơ điện	4.078	4.413	4.455	4.937	5.287	6,7%
Khí lực	3.383	3.710	3.672	4.147	4.778	9,0%

Nguồn: Eurostat Prodcorn (2009)

Các nhà sản xuất quan trọng

Sau đây là một vài nhà sản xuất của Đức trong ngành cơ khí:

- ABM – <http://www.abm-antriebe.de> – thiết bị và bộ phận truyền lực cho động cơ.
- Atlanta – <http://www.atlantagmbh.de> - thiết bị và bộ phận truyền lực cho động cơ.
- Autefa Automation – <http://www.autefa.de> – thiết bị và hệ thống vận hành.
- Bosch Rexroth – <http://www.boschrexroth.com> – thủy lực.
- Festo – <http://www.festo.de> – khí lực.
- Flender – <http://www.flender.com> - bộ phận truyền lực cho động cơ.
- Gechter – <http://www.gechter.de> – thủy lực và khí lực.
- Hawe Hydraulik – <http://www.hawe.de> – thủy lực.
- Jungheinrich – <http://www.jungheinrich.de> - thiết bị và hệ thống vận hành.
- Keaser – <http://www.keaser.com> – khí lực, máy nén.
- Lenze – <http://www.lenze.de> - bộ phận truyền lực cho động cơ.
- Mädlar – <http://www.maedler.de> - bộ phận truyền lực cho động cơ.
- SEW Eurodrive – <http://www.sew-eurodrive.de> - bộ phận truyền lực cho động cơ.
- Siemens – <http://www.siemens.com> – động cơ điện.
- Tandler – <http://www.tandler.de> - bộ phận truyền lực cho động cơ.

Khuynh hướng và đặc điểm của sản xuất các sản phẩm cơ khí

Sau đây là những khuynh hướng và đặc điểm chính yếu tác động đến sản xuất sản phẩm cơ khí tại Đức:

- Ngành công nghiệp về thiết bị và bộ phận truyền lực cho động cơ đang thay đổi nhanh chóng. Mục tiêu hướng đến của các nhà sản xuất thiết bị và bộ phận truyền lực cho động cơ là không còn xem ngành kỹ thuật cơ khí, cơ khí điện tử, điện tử và công nghệ thông tin như những ngành riêng biệt trong sản xuất của ngành nữa mà xem chúng như một hệ thống tổng thể. Phương thức sản xuất lồng ghép kết hợp các ngành kỹ thuật này thành một hệ thống sản xuất tổng thể mở ra nhiều lĩnh vực mới về cải tiến sáng tạo cho các nhà sản xuất về công nghệ truyền lực cho động cơ. Điều này còn làm phát sinh các cơ hội mới trong các thị trường trên toàn cầu đang ngày càng hội tụ và đòi hỏi chu kỳ phát triển sản phẩm mới ngày càng phải rút ngắn. Các nhà sản xuất máy móc động cơ của Đức được đầu tư trang thiết bị tốt cho quá trình toàn cầu hóa với những trung tâm chuyên môn chuyên môn rộng lớn, các trung tâm phát triển và sản xuất hiện đại. Trong vài năm tới, ngành công nghiệp cơ khí của Đức sẽ đóng vai trò chủ chốt trong quá trình phát triển sản phẩm hộp số động cơ 6 bánh răng tốc độ và tăng cường hợp nhất công nghệ diezen hiện đại.
- Sản phẩm đơn lẻ và chuỗi sản xuất nhỏ đang thịnh hành. Trong khi việc sản xuất xe cộ và ngành cơ khí điện tử bị chi phối bởi các chuỗi máy móc sản xuất lớn theo đúng tiêu chuẩn thì sản phẩm đơn lẻ và chuỗi sản xuất nhỏ đang chiếm ưu thế trong sản xuất ngành cơ khí. Nhiều công ty với quy mô vừa và nhỏ hiện đang là các công ty hàng đầu trong lĩnh vực của họ trên thị trường thế giới.
- Thuê gia công bên ngoài tiếp tục giữ vai trò quan trọng. Các công ty Đức cố giảm phần sản xuất trong nước và thay bằng việc thuê gia công bên ngoài, đồng thời tập trung cung cấp những sản phẩm mà Đức có lợi thế so sánh như: máy móc lớn, các dây chuyền sản xuất phức hợp, các nhà máy chìa khóa trao tay (xây dựng xong và chuyển giao sẵn sàng để sử dụng) và máy móc cho các mục đích cụ thể chẳng hạn như ngành in ấn. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, các công ty Đức trở nên ít quan tâm hơn đến việc ký hợp đồng phụ cho sản xuất sản phẩm của họ với các công ty nước ngoài. Các doanh nghiệp thích sản xuất tại Đức hơn do cơ sở hạ tầng tốt và trình độ lao động cao. Bên cạnh đó, sản phẩm cơ khí của Đức có danh tiếng và thương hiệu 'made in Germany' (làm tại Đức) vẫn còn rất có giá trị.
- Vị trí vững chắc của ngành thủy lực/khí nén. Ngành công nghiệp thủy lực/khí nén, là tập hợp của ngành công nghiệp thủy lực và khí lực, của Đức là lớn nhất tại Châu Âu. Đây là ngành công nghiệp rất thành công tại Đức vì dẫn đầu về công nghệ, cải tiến mới và xuất khẩu. Nhiều công ty của Đức trong ngành này là những công ty hàng đầu trên thị trường thế giới. Một lợi thế rõ ràng của những ứng dụng ngành thủy lực của Đức là có 1 tiêu chuẩn truyền thông quan trọng, Profibus (<http://www.profibus.com>), chiếm khoảng 80% thị phần.

- Dẫn đầu thế giới về ngành gia công bằng máy, khuôn rập và khuôn đúc. Đức dẫn đầu thế giới về ngành sản xuất có độ chính xác cao, phức tạp và độ bền cao TDM. Đặc điểm của ngành công nghiệp này được hình thành bởi các chương trình tập huấn học nghề vững chắc và những nỗ lực R&D trên phạm vi rộng lớn.

Cơ hội và thách thức

Các khuynh hướng và sự phát triển thị trường tạo ra các cơ hội và thách thức cho các nhà xuất khẩu. Một khuynh hướng nhất định nào đó trong cùng thời điểm có thể là thách thức cho người này nhưng cũng có thể là cơ hội cho người khác. Do đó mà các khuynh hướng sau đây cần được phân tích trong sự liên hệ với các tình huống cụ thể của bạn. Những cơ hội và thách thức chủ yếu cho các nhà xuất khẩu của các nước đang phát triển như sau:

+ Ngành gia công bằng máy, khuôn rập và khuôn đúc (40%), thiết bị và bộ phận truyền lực cho động cơ (35%), động cơ điện (33%), thủy lực (27%), khí lực (27%) và ngành thiết bị và hệ thống vận hành (18%): chiếm 1 phần lớn trong tổng nhu cầu của Châu Âu về nhóm ngành sản phẩm này.

+ Việc ký hợp đồng phụ sản xuất chủ yếu nhắm tới những khâu sử dụng nhiều lao động đặt ra nhiều cơ hội kinh doanh thuận lợi cho các nước đang phát triển có chi phí nhân công thấp.

+ Nhiều công ty Đức đang cố gắng giảm phần sản xuất trong nước và thay thế bằng việc thuê gia công bên ngoài.

± Nhu cầu cho sản phẩm cơ khí tăng lên trong giai đoạn từ năm 2003-2007 nhưng giảm sút trong năm 2009.

- Đức là nhà sản xuất hàng đầu về sản phẩm cơ khí tại Châu Âu.

- Đức đòi hỏi cao về trình tự thời gian (vui lòng xem bảng trong Chương 2).

- Thị trường cơ khí của Đức là thị trường có tính đổi mới với chu kỳ phát triển sản phẩm mới ngắn.

- Sự hợp lý hóa của phương thức sản xuất và việc tăng mức đầu tư của các nhà sản xuất Đức càng khiến cho ngành công nghiệp của Đức thêm cạnh tranh. Xu hướng này có thể dẫn đến giảm nhu cầu ký hợp đồng sản xuất phụ với các quốc gia đang phát triển.

Điều nhận thấy là cuộc khủng hoảng kinh tế, ở chừng mực nào đó, ảnh hưởng đến những cơ hội và thách thức được đề cập ở trên. Do đó, các nhà sản xuất và xuất khẩu cần theo dõi sát sao diễn biến kinh tế. Vui lòng xem Chương 7 của khảo sát thị trường do CBI thực hiện cho thị trường Châu Âu để biết thêm thông tin về những cơ hội và thách thức.

Các nguồn thông tin hữu ích :

- Hiệp hội cơ khí Đức (Association of German Engineering) – <http://www.vdma.com> – tất cả chi nhánh cơ khí đều là thành viên của Hiệp hội này. Chẳng hạn như chi nhánh thủy lực/khí nén có thể được tìm thấy tại địa chỉ - <http://www.vdma.org/fluid>.
- Hiệp hội Kỹ sư của Đức – <http://www.vdi.de>
- Hiệp hội các công ty thép và xử lý kim loại – <http://www.wsm-net.de>
- Dữ liệu thống kê Eurostat từ nguồn dữ liệu Procom – <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb/setupdimselection.do> - có thể đăng ký miễn phí để thu thập nhiều dữ liệu.

2. Các kênh thương mại để thâm nhập thị trường

Các kênh thương mại

Khách hàng cho các sản phẩm cơ khí là những nhà thầu mua bán máy móc, thiết bị và các công ty cung cấp chính cho họ. Bên cạnh sử dụng nguồn cung cấp trực tiếp, họ còn mua các sản phẩm này thông qua trung gian, trên thực tế bên trung gian hầu hết đều là các nhà nhập khẩu/phân phối, đặc biệt là đối với các sản phẩm tiêu chuẩn. Các đại lý sẽ phù hợp hơn cho các sản phẩm dùng trong ngành may đo và các sản phẩm ít phức tạp. Hai nhóm ngành hàng mục tiêu này là những ngành hàng quan trọng nhất đối với các nhà xuất khẩu (tiềm năng) ở các nước đang phát triển. Nhưng lưu ý rằng điều này không áp dụng cho ngành gia công bằng máy, khuôn rập và khuôn đúc vì đối với các sản phẩm của ngành này, cách tốt nhất là làm việc trực tiếp với các nhà sản xuất. Mặc dù cung cấp trực tiếp là cách được áp dụng phổ biến trong ngành công nghiệp cơ khí, tuy nhiên việc làm ăn thông qua trung gian lại được khuyến khích hơn do họ biết rất rõ về từng thị trường ở địa phương và có mạng lưới phân phối rất tốt trong nước.

Theo các chuyên gia trong ngành, người mua tại Đức, những người tìm kiếm các nhà cung cấp ở các nước đang phát triển, chú trọng vào chất lượng của cả sản phẩm và của tổ chức, sau đó là sự tin nhiệm (thời gian, chi phí giao hàng), giá thấp, tính mau lẹ, sự cộng tác ăn ý. Vui lòng xem thêm tài liệu khảo sát thị trường do CBI thực hiện đối với Châu Âu để biết thêm chi tiết về các kênh thương mại có liên quan ở thị trường này.

Thực tiễn : thời gian giữa lúc bắt đầu và lúc hoàn thành 1 quá trình sản xuất mới là thử thách.

Theo các chuyên gia công nghiệp của Đức, chính vì yêu cầu về trình tự thời gian giữa lúc bắt đầu và lúc hoàn thành 1 quá trình sản xuất mới trong ngành công nghiệp cơ khí nên rất khó cho công ty nước ngoài cung cấp sản phẩm cơ khí cho các nhà sản xuất máy móc của Đức. Trình tự thời gian giữa lúc bắt đầu và lúc hoàn thành 1 quá trình sản xuất mới kéo dài trong 4 tuần là bình thường nhưng lại là khoảng thời gian quá ngắn cho hầu hết các nhà sản xuất ở các nước đang phát triển. Đây là lý do chính giải thích tại sao nguồn cung từ các nước xa xôi cho thị trường Đức về sản phẩm cơ khí vẫn còn ít ỏi. Tuy nhiên, ngoại trừ Trung Quốc là nguồn cung quan trọng nhất cho các công ty của Đức trong số các quốc gia đang phát triển (vui lòng xem Chương 3).

Theo khảo sát do VDMA thực hiện vào năm 2008, Trung Quốc được xếp thứ 7 trong số 35 nhà cung cấp hàng đầu thế giới về các nhóm sản phẩm cơ khí phụ, đồng thời Trung Quốc cũng đã thay thế Mỹ để trở thành nhà sản xuất hàng đầu thế giới về nhóm ngành sản phẩm này. Điều đáng lưu ý ở đây là nhóm ngành sản phẩm này bao gồm các loại sản phẩm chất lượng từ trung bình đến thấp. Nói đến Châu Phi thì Nam Phi không được xem có tiềm năng lớn để trở thành nguồn cung hàng cho các công ty của Đức, thay vào đó, Bắc Phi lại có nhiều cơ hội hơn. Cuối cùng, hai thành viên mới của Liên minh Châu Âu là Rumani và Bungari là những quốc gia rất có tiềm năng thành công trở thành nguồn cung cấp hàng cho các nhà sản xuất máy của Đức. Đây rõ ràng là thách thức lớn cho các công ty của các nước đang phát triển muốn xuất khẩu vào Đức.

Các nhà cung cấp hàng trung gian

Một vài nhà cung cấp hàng trung gian trong ngành công nghiệp cơ khí của Đức :

- Bearing Partners (các nhà sản xuất đệm cuxinê) – <http://www.bearing-partners.de> – vui lòng xem bảng bên dưới để biết thêm thông tin. Apeltrath und Rundt là một thành viên trong nhóm này – <http://www.apeltrath-rundt.com>.
- Brammer – <http://www.brammer.biz> – công ty đặt trụ sở tại Anh nhưng có vị trí quan trọng về sản xuất đệm cuxinê và bộ phận truyền lực cho động cơ tại Đức.
- Eriks – <http://www.eriks.nl> – công ty của Hà Lan có thị phần khá lớn về phân phối sản phẩm bộ phận truyền lực cho động cơ tại Đông Đức và Tây Đức.
- Fiedler Kugellager – <http://www.kugellagerfiedler.com> – nhà nhập khẩu về sản phẩm ổ đĩa.
- Hengstenberg – <http://www.hengstenberg-gruppe.de> – một đại lý lớn về sản phẩm thiết bị và bộ phận truyền lực cho động cơ, thủy lực và gia công bằng máy.
- Sket – <http://www.sket-handel.de> – nhập khẩu các bộ phận khuôn đúc và máy luyện kim.

Thực tiễn : Bearing Partners (<http://www.bearingpartners.com>) là một tập đoàn gồm 8 nhà kinh doanh hàng đầu về sản phẩm ổ đĩa chống ma sát tại Đức. Kinh doanh tại 26 nơi khác nhau, đều có nhà kho chứa hàng, tập đoàn này được xem là có lượng hàng dự trữ trong kho có sẵn lớn nhất tại Châu Âu. Hầu hết sản phẩm đệm cuxinê đều được mua từ các quốc gia Châu Âu khác và từ Mỹ nhưng mạng lưới cung cấp hàng của tập đoàn Bearing Partners còn ở cả các quốc gia đang phát triển. Hiện tại, phần sản phẩm nhập từ các quốc gia đang phát triển trong tổng số lượng hàng nhập khẩu còn ít nhưng trong tương lai có thể sẽ tăng lên. Ngoài ra, Bearing Partners hiện đang mua hàng sản xuất tại các nước đang phát triển một cách gián tiếp, cụ thể là mua hàng, mà hàng này lại là hàng nhập, từ các công ty khác của Đức. Mặc dù email được xem là cách liên lạc tốt nhất với Bearing Partners nhưng cũng có thể gặp đại diện của tập đoàn Bearing Partners tại các hội chợ thương mại.

Cấu trúc giá

Biên độ lợi nhuận của các sản phẩm cơ khí khá rộng vì lợi nhuận tùy thuộc vào quy mô của đơn đặt hàng, phạm vi và loại hình chuỗi phân phối, hình thức giao hàng, giá trị tăng thêm và nguyên vật liệu. Tóm lại, sản phẩm càng phổ biến thì cạnh tranh càng gay gắt và lợi nhuận càng thấp. Với các nhà xuất khẩu của các nước đang phát triển có năng lực sản xuất sản phẩm cơ khí (chẳng hạn như cải tiến phương thức sản xuất của một số sản phẩm nhất định nào đó) thì có mức lợi nhuận cao hơn. Mức hoa hồng cho các đại lý của

ngành công nghiệp cơ khí được dao động từ 1 đến 10%. Trong khi đó lợi nhuận của nhà nhập khẩu dao động từ 15 đến 35%.

Thực tiễn : một nhà nhập khẩu sản phẩm đệm cuxinê của Đức với lịch sử lâu đời trên thị trường rất quen thuộc với các nhà sản xuất Trung Quốc. Công ty này có các mối quan hệ làm ăn lâu dài với các nhà xuất khẩu Trung Quốc về sản phẩm đệm cuxine có và không có nhãn mác thương hiệu. Tuy nhiên, công ty chỉ nhập sản phẩm trực lẫn và đệm cuxinê khuôn đúc vì các sản phẩm này được ứng dụng hạn chế vào các ngành cơ khí khác. Còn với các sản phẩm được ứng dụng rộng rãi hơn như sản phẩm đệm cuxinê dùng trong ngành động cơ điện thì sản phẩm của Trung Quốc không đáp ứng được yêu cầu đặt ra. Vì vậy sản phẩm này vẫn chỉ được cung cấp bởi các nhà sản xuất của Đức và Châu Âu. Để tìm các đối tác kinh doanh tiềm năng tại thị trường Đức, các nhà xuất khẩu của các nước đang phát triển nên tham gia các hội chợ thương mại để gặp gỡ trực tiếp các đối tác, điều này hiệu quả hơn nhiều so với việc gọi điện thoại hoặc gửi email. Sau đó, khi mối quan tâm chung giữa hai bên về hợp tác làm ăn được thiết lập thì các nhà xuất khẩu này nên mời công ty đối tác của Đức đến tham quan nhà máy sản xuất của mình để họ thấy được quy trình sản xuất. Hội chợ thương mại Hannover Messe, tổ chức hàng năm vào tháng 4, là hội chợ tốt nhất để các bên gặp gỡ. Ngoài ở Đức, hội chợ này còn được tổ chức tại Ấn Độ, Thổ Nhĩ Kỳ, các khối Ả rập thống nhất và Trung Quốc. Để biết thời gian và địa điểm tổ chức, vui lòng xem tại địa chỉ - <http://www.hannovermesse.de>.

Lựa chọn đối tác thương mại thích hợp

Có nhiều cách để tìm thấy các đối tác thương mại tiềm năng tại Đức. Bên cạnh những cơ hội gặp gỡ các đối tác có triển vọng tại các hội chợ thương mại thì hiện nay Internet là một nguồn thông tin hỗ trợ tìm kiếm đối tác rất hữu hiệu. Các nguồn thông tin cụ thể có liên quan đến việc tìm đối tác tại Đức gồm :

- Hiệp hội cơ khí của Đức (Association of German Engineering – VDMA) – <http://www.vdma.com> – vào mục ‘Members’ sau đó là mục ‘Member companies’.
- Bearing Partners – <http://www.bearing-partners.de> – tập đoàn gồm 8 nhà phân phối sản phẩm đệm cuxinê hàng đầu của Đức. Chọn bảng tiếng Anh và nhấp chuột vào phần ‘Partnership overview’.
- Trung tâm thương mại điện tử (E-trade Center) – <http://www.e-trade-center.com> – đây là cổng thông tin để tìm đối tác thương mại của Đức.
- Cổng thương mại của Đức (German Trade Portal) – <http://www.handelsvertreter.de> – chọn bảng tiếng Anh và nhấp chuột vào phần ‘Agents’ để tìm danh bạ.
- Liên đoàn quốc gia các đại lý thương mại và phân phối của Đức (National Federation of German Commercial Agencies and Distribution) – <http://www.cdh.de> - chọn bảng tiếng Anh và nhấp chuột vào phần ‘Business contact’.
- Rotes Buch – <http://www.rotebuch.de> – tổng quan về tất cả các nhà cung cấp dụng cụ/sản phẩm máy móc của Đức. Đến mục màu xanh lá cây để tìm cơ sở dữ liệu về công ty của Đức.
- Sachon – <http://www.sachon-diedeutscheindustrie.de> – cơ sở dữ liệu này gồm các nhà cung cấp của Đức về sản phẩm ngành gia công bằng máy và khuôn rập trong số các sản phẩm khác.
- Thị trường điện tử VDMA (VDMA e-market) – <http://www.power-transmission-e-market.com> – nhấp chuột vào ‘Companies’ để tìm thông tin chi tiết của công ty được phân loại theo sản phẩm.
- Werkzeug und Formenbau – <http://www.werkzeug-formenbau.de> – nhấp chuột vào phần ‘Online-Guide’ để vào danh mục về các nhà sản xuất ngành gia công bằng máy, khuôn rập và khuôn đúc tại Đức.
- ‘Wer liefert was?’ – <http://www.wlw.de> – cơ sở dữ liệu của Đức về các công ty.

Vui lòng xem Chương 3 về khảo sát thị trường do CBI thực hiện trên thị trường Châu Âu để có danh sách các nguồn thông tin tổng quát và nguồn thông tin tại nước bạn. Xem Chương 6 của bản khảo sát này để biết các công cụ xúc tiến kinh doanh chính.

3. Thương mại: nhập khẩu và xuất khẩu

Nhập khẩu

Trong năm 2007, Đức là nhà nhập khẩu lớn nhất các sản phẩm cơ khí tại Châu Âu, đứng trước Pháp và Ý. Trong giai đoạn 2003- 2007, tổng giá trị nhập khẩu hàng năm tăng khoảng 8,6%, đạt 15 tỷ Euro trong năm 2007. Thị phần nhóm sản phẩm cơ khí này và mức tăng trung bình hàng năm như sau:

- Thiết bị và bộ phận truyền lực cho động cơ: chiếm tỷ lệ 38% tổng thị phần nhóm sản phẩm cơ khí này. Mức tăng giá trị nhập khẩu hàng năm là 9,7%.
- Thiết bị và hệ thống vận hành: chiếm 21%. Mức tăng giá trị nhập khẩu hàng năm: 13%.
- Thủy lực: chiếm 12%. Mức tăng giá trị nhập khẩu hàng năm: 11%.
- Động cơ điện: chiếm 12%. Mức tăng giá trị nhập khẩu hàng năm: 6,9%.
- Gia công bằng máy, khuôn rập và khuôn đúc: chiếm 8,8%. Mức tăng giá trị nhập khẩu hàng năm: 3,0%.
- Khí lực: chiếm 7,9%. Mức tăng giá trị nhập khẩu hàng năm: 8,1%.

Bảng 4 - Giá trị hàng nhập khẩu và các nhà cung cấp hàng đầu vào thị trường Đức, giai đoạn 2003-2007, thị phần theo tỷ lệ % giá trị

Sản phẩm	2003 (triệu Euro)	2005 (triệu Euro)	2007 (triệu Euro)	Các nhà cung cấp hàng đầu (thị phần theo tỷ lệ %)	Thị phần (%)
Tổng	5.855	8.267	10.298	Trong EU: Ý (12), Pháp (11), Ý (10), Cộng hòa Séc (7), Áo (6), Hà Lan (5)	70
	4.118	2.473	3.022	Ngoài EU (không tính các nước đang phát triển): Thụy Sĩ (7), Mỹ (5), Nhật (5), Hàn Quốc (1), Canada (1)	21
	527	740	1.290	Các nước đang phát triển: Trung Quốc (5), Ấn Độ (1), Thổ Nhĩ Kỳ (1), Braxin (1), <0,5: Nam Phi, Ucraina, Thái Lan, Mêhicô, Philipin, Serbia	9
Thiết bị và bộ phận truyền lực cho động cơ	2.117	3.148	4.000	Trong EU: Ý (15), Pháp (11), Áo(7), Slovakia (6), Bỉ (6)	71
	1.529	907	1.104	Ngoài EU (không tính các nước đang phát triển): Nhật (7), Mỹ (4), Thụy Sĩ (3), Canada (2), Hàn Quốc (1)	20
	233	295	509	Các nước đang phát triển: Trung Quốc (4), Ấn Độ (2), Braxin (1), Thổ Nhĩ Kỳ (1), Nam Phi (1), <0,5: Ucraina, Thái Lan, Mexicô, Croatia, Indonesia	9
Thiết bị và hệ thống vận hành	1.231	1.906	2.480	Trong EU: Pháp (13), Ý (10), Hà Lan (9), Áo (8), Cộng hòa Séc (8)	80
	589	344	421	Ngoài EU (không tính các nước đang phát triển): Thụy Sĩ (6), Mỹ (4), Nhật (2), Hàn Quốc (1), Canada (1).	14
	57	125	203	Các nước đang phát triển: Trung Quốc (5), <0,5: Thổ Nhĩ Kỳ, Ucraina, Braxin, Thái Lan, Nam Phi, Ấn Độ, Croatia, Việt Nam, Malaysia	7
Thủy lực	663	809	1.008	Trong EU: Ý (9), Pháp (8), Bỉ (8), Cộng hòa Séc (7), Hà Lan (4).	60
	397	332	519	Ngoài EU (không tính các nước đang phát triển): Mỹ (13), Thụy Sĩ (10), Nhật (3), Hàn Quốc (3), <0,5: Đài Loan	31
	55	87	155	Các nước đang phát triển: Trung Quốc (6), Thổ Nhĩ Kỳ (1), <0,5: Ấn Độ, Braxin, Philipin, Mêhicô, Nam Phi, Malaixia, Ả-rập-xê-út, Serbia	9

Động cơ điện	679	1.056	1.303	Trong EU : Pháp (16), Cộng hòa Séc (13), Ý (11), Áo (4), Hungary (4)	73
	577	246	247	Ngoài EU (không tính các nước đang phát triển) : Thụy Sĩ (5), Nhật (4), Mỹ (3), <0,5 : Hàn Quốc, Đài Loan	14
	107	126	228	Các nước đang phát triển: Trung Quốc (9), Thổ Nhĩ Kỳ (1), <0,5 : Braxin, Tunisi, Ấn Độ, Việt Nam, Nam Phi, Serbia, Mêhicô, Thái Lan	13
Gia công bằng máy, khuôn rập và khuôn đúc	690	663	684	Trong EU: Ý (13), Áo (6), Pháp (5), Cộng hòa Séc (5), Hà Lan (4)	53
	681	427	484	Ngoài EU (không tính các nước đang phát triển): Thụy Sĩ (20), Hàn Quốc (5), Mỹ (5), Nhật (3), Đài Loan (2)	38
	52	70	119	Các nước đang phát triển : Trung Quốc (5), Ấn Độ (1), Thổ Nhĩ Kỳ (1), Braxin (1), <0,5: Nam Phi, Malaysia, Sri Lanka, Thái Lan, Bosnia và Herzegovina, Croatia	9
Khí lực	474	685	824	Trong EU : Pháp (15), Ý (8), Cộng hòa Séc (7), Ba Lan (7), Hungary (6)	72
	344	218	247	Ngoài EU (không tính các nước đang phát triển) : Mỹ (8), Thụy Sĩ (7), Nhật (3), <0,5 : Hàn Quốc, Canada	22
	23	36	76	Các nước đang phát triển : Trung Quốc (4), Braxin (1), <0,5: Thổ Nhĩ Kỳ, Ấn Độ, Mêhicô, Ucraina, Philipin, Chilê, Pakistan, Croatia	7

Nguồn : Eurostat (2009)

Nhập khẩu từ các nước đang phát triển

Trong giai đoạn 2003-2007, giá trị hàng nhập khẩu từ các nước đang phát triển tăng hàng năm khoảng 25%. So với năm 2003, tổng giá trị nhập khẩu từ các nước đang phát triển tăng từ 5,0% đến 8,8% trong năm 2007. Phần trị giá tăng này được chia theo nhóm sản phẩm như sau:

- Thiết bị và bộ phận truyền lực cho động cơ: tăng từ 6,0% đến 9,1%.
- Thiết bị và hệ thống vận hành: tăng từ 3,0% đến 6,5%.
- Thủy lực: tăng từ 4,9% đến 9,2%.
- Động cơ điện: tăng từ 7,8% đến 13%.
- Gia công bằng máy, khuôn rập và khuôn đúc: tăng từ 3,7% đến 9,2%.
- Khí lực: tăng từ 2,7% đến 6,6%.

Trung Quốc chiếm 58% tổng lượng hàng nhập khẩu từ các nước đang phát triển vào Đức. Tiếp theo sau Trung Quốc lần lượt là Ấn Độ (9,5%), Thổ Nhĩ Kỳ (9,4%), Braxin (6,8%), Nam Phi (3,3%), Ucraina (2,7%), Thái Lan (2,0%). Trong lượng hàng xuất khẩu của các nước đang phát triển vào Đức thì phần của Trung Quốc không tăng nhanh bằng mức tăng trung bình ở Châu Âu (2,2%/năm so với 6,8%/năm). Các nước đang phát triển có phần tăng nhiều là Oman, Việt Nam, Tunisia, Chilê, Iran, Ấn Độ và Malaysia.

Xuất khẩu

Trong năm 2007, Đức là nhà xuất khẩu lớn nhất về các sản phẩm cơ khí tại Châu Âu, đứng trước Ý và Pháp. Trong giai đoạn 2003-2007, tổng giá trị xuất khẩu hàng năm tăng khoảng 12% và đạt 35 tỷ Euro trong năm 2007. Sau đây là tỷ lệ phần trăm và mức tăng trung bình hàng năm về giá trị xuất khẩu của mỗi sản phẩm trong nhóm sản phẩm cơ khí như sau :

- Thiết bị và bộ phận truyền lực cho động cơ: chiếm 34% trong nhóm sản phẩm cơ khí. Mức tăng trung bình hàng năm về giá trị xuất khẩu là 13%.

- Thiết bị và hệ thống vận hành: chiếm 26%. Mức tăng: 14%.
- Thủy lực: chiếm 16%. Mức tăng: 16%.
- Động cơ điện: chiếm 9,1%. Mức tăng: 10%.
- Gia công bằng máy, khuôn rập và khuôn đúc: chiếm 7,6%. Mức tăng: 3,2%.
- Khí lực: chiếm 7,9%. Mức tăng: 12%.

Tuy nhiên, có một phần nhỏ lượng hàng xuất khẩu là hàng tái xuất đến các nước Châu Âu khác.

Mối quan hệ giữa nhập khẩu, quy mô thị trường, sản xuất và xuất khẩu.

Các mức tăng trưởng tại Đức khá lạc quan. Trong giai đoạn 2003- 2007, lượng hàng nhập khẩu hàng năm tăng khoảng 8,6%, riêng lượng hàng nhập khẩu từ các nước đang phát triển tăng tới 25%/năm. Trong cùng giai đoạn này, mức sản xuất của Đức tăng khoảng 9,5%/năm. Mức tăng của sản xuất và của lượng hàng nhập khẩu được thúc đẩy bởi mức cầu tăng hàng năm vào khoảng 7,9% và bởi mức tăng nhanh của lượng hàng xuất khẩu (12%/năm). Trong năm 2007, mức sản xuất của Đức vượt mức cầu nội địa khoảng 19 tỷ Euro.

Tuy vậy, không thể phản ánh được phần nào là của sản xuất trong nước, phần nào là nhập khẩu ở Đức và phần nào được tái/xuất khẩu. Điều này làm cho việc dự đoán nhu cầu của thị trường Đức về sản phẩm của các nhà xuất khẩu gặp chút khó khăn. Phần giá trị hàng nhập khẩu của các nước đang phát triển trong tổng giá trị hàng nhập khẩu chiếm khoảng 8,8% trong năm 2007. Trong hoàn cảnh kinh tế hiện nay, nền kinh tế sẽ suy giảm trong năm 2009 và 2010. Tình trạng này sẽ làm cho các nhà xuất khẩu của các nước đang phát triển gặp khó khăn trong việc chiếm thị phần ở thị trường Đức.

Cơ hội và thách thức

- + Đức là nhà nhập khẩu lớn nhất của Châu Âu về sản phẩm cơ khí.
- + Tổng giá trị nhập khẩu của hầu hết các nhóm sản phẩm cơ khí đều tăng.
- + Tổng giá trị nhập khẩu từ các nước đang phát triển vào thị trường Đức tăng từ 5% đến 8,8% cao hơn mức tăng trung bình của Châu Âu (7,4%).
- + Nhóm sản phẩm ngành động cơ điện được ghi nhận là chiếm phần nhiều nhất trong lượng hàng nhập khẩu từ các nước đang phát triển (chiếm 13%).
- + So với mức trung bình của Châu Âu (64%), hàng nhập khẩu của Trung Quốc chiếm tỷ lệ hơi thấp hơn (là 58%) trong tổng lượng hàng nhập khẩu từ các nước đang phát triển.
- Đức đã tiến hành thúc đẩy thặng dư mậu dịch (xuất khẩu nhiều hơn nhập khẩu) cho tất cả nhóm ngành sản phẩm cơ khí: thiết bị và bộ phận truyền lực cho động cơ (6,2 tỷ Euro); thiết bị và hệ thống vận hành (6 tỷ Euro); thủy lực (3,8 tỷ Euro); động cơ điện (1,4 tỷ Euro); gia công bằng máy, khuôn rập và khuôn đúc (1,4 tỷ Euro) và khí lực (1,6 tỷ Euro). Điều này có nghĩa là mức sản xuất nội địa cho các nhóm sản phẩm này sẽ lớn hơn so với nhu cầu nội địa.
- Tổng giá trị nhập khẩu của ngành gia công bằng máy, khuôn rập và khuôn đúc giảm sút.

Điều lưu ý là một khuynh hướng nhất định nào đó trong cùng thời điểm có thể là thách thức đối với người này nhưng lại là cơ hội cho người khác.

Các nguồn thông tin hữu ích

- Cơ quan hỗ trợ mở rộng xuất khẩu của Châu Âu (EU Expanding Exports Helpdesk) – <http://exporthelp.europa.eu> → đến phần : 'trade statistics' (số liệu thống kê thương mại).
- Eurostat – Văn phòng thống kê chính thức của Châu Âu – <http://epp.eurostat.eu> → chọn đến phần 'themes' (các đề tài) ở bên trái trang chủ → tiếp đến phần 'external trade' (ngoại thương) → tiếp đến phần 'data- full view' (dữ liệu- toàn cảnh) → sau đó đến phần 'external trade – detailed data' (ngoại thương – dữ liệu chi tiết).
- Tìm hiểu về Eurostat : xem 'Quick guide to easy comext' → http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb/assets/User_guide_Easy_Comext_20080117.pdf

3. Diễn biến giá cả

Bên cạnh giá dầu và nguyên liệu thô (ví dụ: thép) thì yếu tố quan trọng khác ảnh hưởng đến giá là tỷ giá hối đoái (TGHĐ) giữa đồng đô la Mỹ và đồng Euro. Cả hai biến số này (giá dầu và nguyên liệu thô và TGHĐ

giữa Euro/USD) đều làm cho việc sự đoán về diễn biến giá cả rất khó khăn. Theo số liệu không chính thức, giá hàng nhập khẩu tăng trung bình 1,8%/năm trong giai đoạn từ năm 2003-2007. Đây là mức tăng giá thấp hơn so với mức tăng giá trung bình tại Châu Âu là 2,7% trong cùng giai đoạn. Sự thay đổi mức giá trung bình hàng năm theo nhóm sản phẩm như sau:

- Thiết bị và bộ phận truyền lực cho động cơ: +0,4% CAGR, đạt mức 7,2 Euro/kg trong năm 2007. Giá nhập khẩu từ nước đang phát triển: 3,2% CAGR, đạt mức 4,0 Euro/kg.
- Thiết bị và hệ thống vận hành: +1,0% CARG, đạt mức 4,9 Euro/kg trong năm 2007. Giá nhập khẩu từ nước đang phát triển: -1,9% CAGR, đạt mức 1,9 Euro/kg.
- Thủy lực: hầu như vẫn giữ mức giá ổn định là 14,2 Euro/kg trong năm 2007. Giá nhập khẩu từ nước đang phát triển: +10,3% CAGR, đạt mức 7,9 Euro/kg.
- Động cơ điện: +1,3% CAGR, đạt mức 7,7 Euro/kg trong năm 2007. Giá nhập khẩu từ nước đang phát triển: -5,8% CAGR, đạt mức 4,9 Euro/kg.
- Gia công bằng máy, khuôn rập và khuôn đúc: -1,4% CARG, đạt mức 19,3 Euro/kg trong năm 2007. Giá nhập khẩu từ nước đang phát triển:
 - -3,3% CAGR, đạt mức 10,2 Euro/kg.
- Khí lực: -2,5% CARG, đạt mức 14,1 Euro/kg trong năm 2007. Giá nhập khẩu từ nước đang phát triển: +8,2% CAGR, đạt mức 6 Euro/kg.

Sự khác biệt về giá nhập khẩu trung bình (tính trên 1 kg) cho thấy mức giá hàng nhập khẩu từ các nước đang phát triển thấp hơn mức giá của tổng lượng hàng nhập khẩu. Giá nhân công tại các nước đang phát triển là tương đối thấp. Xem Phần 4.5 và Chương 5 của khảo sát thị trường do CBI thực hiện đối với thị trường Châu Âu để biết thêm thông tin về diễn biến giá nhập khẩu.

Các nguồn thông tin hữu ích

- Eurostat – Văn phòng thống kê chính thức của Châu Âu – <http://epp.eurostat.ec.europa.eu> – bằng cách so sánh giữa giá trị và sản lượng nhập khẩu có thể có được ý niệm về diễn biến giá nhập khẩu.
- Một vài công ty của Đức cũng chào giá sản phẩm cơ khí trên trang web của họ. Chẳng hạn như công ty FluidConcept – <http://www.fluidconcept.de> – đến phần ‘Unterlagen’ và công ty Apeltrath – http://www.apeltrath-rundt.com/downloads/ina_fag/FAG_Preisliste_2008-11_Preiskorrektur_2009-01.pdf

5. Những nguyên tắc thâm nhập thị trường

Với tư cách là một nhà sản xuất ở một quốc gia đang phát triển chuẩn bị thâm nhập vào thị trường Đức, bạn cần phải biết các nguyên tắc thủ tục đặt ra để thâm nhập thị trường của đối tác kinh doanh và của chính phủ Đức. Những nguyên tắc này được đòi hỏi thông qua hệ thống pháp luật, nhãn mác thương hiệu, bộ luật, hệ thống quản lý và được đặt ra dựa trên những yêu cầu về bảo vệ môi trường, đảm bảo an toàn và sức khỏe người tiêu dùng và những mối quan tâm về xã hội. Hơn nữa, bạn cũng cần phải tuân theo luật pháp của Châu Âu và am hiểu về những nguyên tắc bất thành văn mà các đối tác kinh doanh của bạn tại Châu Âu đòi hỏi.

Để biết thông tin về những yêu cầu thuộc luật pháp và những yêu cầu không thuộc luật pháp, vui lòng truy cập vào phần ‘tìm kiếm dữ liệu CBI’ (search CBI database) tại địa chỉ trang web: <http://www.cbi.eu/marketinfo>, chọn mục phân loại là sản phẩm cơ khí và chọn thị trường Đức, sau đó nhấp chuột (click) vào nút tìm kiếm và chọn mục những yêu cầu tiếp cận thị trường.

Đóng gói, ghi dấu và dán nhãn

Đóng gói nhằm mục đích đảm bảo rằng sản phẩm khi nhập vào Đức không bị bể nứt và hư hỏng. Ngoài ra, việc đóng gói còn phải được ghi dấu, không chỉ để nhận biết sản phẩm trong quá trình vận chuyển mà còn cung cấp những thông tin về số lượng, trọng lượng, tên và nhãn hiệu sản phẩm. Tùy vào chủng loại mà các sản phẩm cơ khí được đóng kiện bằng gỗ, kim loại, nhựa hoặc trong côngtenơ. Tóm lại, hầu hết tất cả sản phẩm đều có kiểu đóng gói/kiện phù hợp riêng cho từng loại. Mỗi nhà sản xuất đều phải đáp ứng những yêu cầu riêng cho việc dán nhãn sản phẩm của họ.

Các nguồn thông tin hữu ích

- Thông tin thêm về đóng gói/kiện sản phẩm có thể được tìm thấy trên website của ITC (Trung tâm Thương mại quốc tế - International Trade Center) về đóng hàng xuất khẩu: <http://www.intracen.org/ep/packing/packit/htm>.

- Hầu hết các sản phẩm cơ khí đều chịu mức quan thuế từ 0- 6% nhưng không có hạn ngạch cho các sản phẩm này. Thông tin chi tiết về sản phẩm cụ thể của bạn (mã hàng/sản phẩm) có thể được tìm thấy tại địa chỉ: <http://exporthelp.europa.eu>.

6. Kinh doanh

Thông tin tổng quát về việc thực hiện kinh doanh buôn bán chẳng hạn như cách tiếp cận đối tác tiềm năng, xây dựng mối quan hệ làm ăn, chào hàng, thương thảo hợp đồng (phương thức thanh toán và vận chuyển) có thể được tìm thấy trong tài liệu hướng dẫn xuất khẩu của CBI, mục 'Export Planner' và 'Your image builder'.

Xúc tiến kinh doanh

Đối với các nhà xuất khẩu ở các nước đang phát triển, báo chí về thương mại và các hội chợ thương mại là một trong những công cụ xúc tiến thương mại quan trọng nhất, những công cụ này sẽ được trình bày vắn tắt dưới đây. Để biết thêm thông tin, vui lòng xem tham khảo tài liệu khảo sát thị trường về những sản phẩm cơ khí do CBI thực hiện đối với thị trường Châu Âu.

Hội chợ thương mại

Đến tham quan và tham dự hội chợ thương mại ở nước ngoài là một công cụ hiệu quả để giao tiếp với khách hàng tương lai. Việc này còn tạo ra nhiều cơ hội để chuyển tải thông điệp của một nhà sản xuất nào đó đến với khách hàng hơn bất cứ công cụ xúc tiến nào khác. Đây cũng là nguồn thông tin quan trọng đối với việc phát triển thị trường, công nghệ sản xuất và những vấn đề đáng quan tâm khác. Các hội chợ thương mại có liên quan gồm:

- CEMAT – <http://www.cemat.de> – Hội chợ về các dịch vụ hậu cần và sản xuất được tổ chức 3 năm/lần vào tháng 5 tại Hannover (hội chợ lần tới vào năm 2011)
- EMO – <http://www.emo-hannover.de> – Hội chợ về ngành gia công bằng máy được tổ chức 6 tháng/lần (trong các năm lẻ) vào tháng 9 tại Hannover. Hội chợ lần sau được tổ chức vào năm 2011.
- Euroguss – <http://www.euroguss.de> – Hội chợ về ngành đúc khuôn bằng áp suất được tổ chức 6 tháng/lần (trong các năm lẻ) vào tháng 5 tại Nürnberg.
- Euromold – <http://www.euromold.com> – Hội chợ hàng năm về ngành chế tạo khuôn đúc, gia công bằng máy và thiết kế được tổ chức vào tháng 12 tại Frankfurt.
- Hannover Messe – <http://www.hannovermesse.de> – Triển lãm hàng đầu thế giới về ngành công nghệ trong công nghiệp được tổ chức hàng năm vào tháng 4 tại Hannover, gồm nhiều hội chợ thương mại về các sản phẩm riêng biệt.
- Interlift – <http://www.interlift.afag.de> – Hội chợ về công nghệ thang máy được tổ chức 6 tháng/lần (trong các năm lẻ) vào tháng 10 tại Augsburg.
- Logimat – <http://www.logimat.de> – Hội chợ hàng năm về kho bãi và dịch vụ hậu cần trong sản xuất được tổ chức vào tháng 3 tại Stuttgart.
- METAV – <http://www.messe-duesseldorf.de/metav> - Hội chợ về sản xuất và kỹ thuật tự động được tổ chức 6 tháng/lần (trong các năm chẵn) từ tháng 3 đến tháng 4 tại Dusseldorf.
- MOTEK – <http://www.motek-messe.com> – Hội chợ hàng năm về công nghệ vận hành được tổ chức vào tháng 9 tại Stuttgart.
- Powtech – <http://www.powtech.de> – Hội chợ hàng năm về kỹ thuật gia công máy móc được tổ chức vào tháng 10 tại Nürnberg.

Vui lòng tìm thêm thông tin về hội chợ thương mại tại địa chỉ - <http://www.eventseye.com> và <http://www.auma.de>.

Báo chí thương mại

Một bài báo hay giới thiệu về công ty bạn hoặc giới thiệu về sản phẩm mới của công ty sẽ nâng cao thêm hình ảnh và làm tăng nhận thức của người tiêu dùng về công ty của bạn. Với tầm quan trọng đó, việc tạo dựng mối quan hệ với những tờ báo chuyên viết về thương mại sẽ rất hữu ích và nên tận dụng mối quan hệ này bất cứ lúc nào có thể. Sau đây là một vài tạp chí thương mại của Đức:

- Fluid (chất lưu) – <http://www.fluid.de> – nguyệt san về thủy lực/khí nén.
- Handling (vận hành) – <http://www.handling.de> – nguyệt san về kỹ thuật tự động và dịch vụ hậu cần.

- Hebezeuge-foerdermittel – <http://www.hebezeuge-foerdermittel.de> – nguyệt san về hệ thống và thiết bị vận hành.
- Industrie Anzeiger – <http://www.industrieanzeiger.de> – nguyệt san về hợp đồng phụ.
- Industriearmaturen – <http://www.oldenbourg-industrieverlag.de> – tập san về van công nghiệp, xuất bản 5 kỳ/năm.
- Konstruktion – <http://www.technikwissen.de> – nguyệt san về ngành xây dựng.
- Konstruktion + Engineering – <http://www.k-e.de> – nguyệt san về ngành cơ khí.
- Konstruktionspraxis – <http://www.konstruktionspraxis.de> – nguyệt san về ngành xây dựng và kỹ thuật tự động.
- MachineDesign – <http://www.machinedesign.com> – nguyệt san về gia công cơ khí.
- ME – <http://www.mechatronik-engineering.de> – bán nguyệt san về cơ khí điện tử và cơ khí.
- O+P – <http://www.industrie-service.de> – nguyệt san về ngành thủy lực và khí lực.
- Produktion – <http://www.produktion.de> – tạp chí công nghiệp hàng tuần.
- Scope – <http://www.scope-online.de> – nguyệt san công nghiệp.
- TM Technisches Messen – <http://www.tm-messen.de> – nguyệt san về ngành đo đạc.
- Werkzeug & Formenbau – <http://www.werkzeug-formenbau.de> – tạp chí về ngành gia công bằng máy và phát triển sản phẩm, xuất bản 5 lần/năm.

Quảng bá trang web

Thời buổi ngày nay, điều hiển nhiên phải có trong kinh doanh là phải tạo dựng được một trang web chuyên nghiệp nhắm vào nhóm sản phẩm mục tiêu của bạn. Hãy làm cho trang web của bạn có thể tương tác và quảng bá một cách hiệu quả. Có thể tìm thêm thông tin này tại 'the CBI Export Manuals 'Website Promotion' (Những hướng dẫn về xuất khẩu của CBI 'Quảng bá trên trang web'), có tại địa chỉ - <http://www.cbi.eu/marketinfo>.

Văn hóa kinh doanh

Với một nhà xuất khẩu thì kiến thức về văn hóa là một kỹ năng then chốt đảm bảo thành công. Thông tin về những sự khác biệt về văn hóa tại Châu Âu có thể được tìm thấy tại 'Chương 3 – Hướng dẫn xuất khẩu của CBI – Xuất khẩu vào thị trường Châu Âu'. Những thông tin hướng dẫn này có thể được tải về từ địa chỉ - <http://www.cbi.eu/marketinfo>. Ngoài ra, vui lòng tham khảo 'Kwintessential' để biết những lời khuyên từ thực tế về văn hóa và phép xã giao trong kinh doanh tại Đức (<http://www.kwintessential.co.uk>).

Các nguồn thông tin hữu ích khác

Bên cạnh một số nguồn thông tin có liên quan đã được đề cập ở các chương trước, một số nguồn thông tin hữu ích về làm ăn kinh doanh tại Đức như sau:

- Association for Electronic & Information Technologies (Hiệp hội về công nghệ thông tin và điện tử) – <http://www.vde.com>
- Association of German Engineers (Hiệp hội kỹ sư Đức) – <http://www.vdi.de> – cung cấp hướng dẫn về ngành cơ khí.
- E-trade-center – <http://www.e-trade-center.com> – giới thiệu đối tác kinh doanh trực tuyến.
- Federation of German Industries (BDI) (Liên đoàn các ngành công nghiệp Đức) – <http://www.bdi-online.de>
- German chamber of commerce (Phòng Thương mại Đức) – <http://www.ihk.de>
- German Trade Portal (Cổng Thương mại Đức) – <http://www.handelsvertreter.de>
- Trade association for the supplying industry (Hiệp hội thương mại về ngành công nghiệp cung ứng) – <http://www.argez.de>

(Theo CBI – www.cbi.eu)