

SƠ LƯỢC VỀ SẢN PHẨM NỘI THẤT PHÒNG NGỦ BẰNG GỖ (HS 940350)

1. Giới thiệu

Sản phẩm đồ nội thất phòng ngủ bằng gỗ được mô tả trong mã HS 940350 gồm các sản phẩm đồ nội thất bằng gỗ được sử dụng trong phòng ngủ, như giường ngủ và không bao gồm ghế ngồi các loại.

Giai đoạn 2014 – 2018, Việt Nam là nhà xuất khẩu sản phẩm đồ gỗ nội thất phòng ngủ lớn thứ hai trên thế giới chỉ sau Trung Quốc, với giá trị kim ngạch xuất khẩu năm 2018 trên 1,21 tỉ USD, tốc độ tăng trưởng giai đoạn 2014 – 2018 đạt 4%.

2. Các thị trường chính của mặt hàng nội thất phòng ngủ bằng gỗ (HS 940350)

Các thị trường chính nhập khẩu mặt hàng nội thất phòng ngủ bằng gỗ (HS 940350) chủ yếu của Việt Nam là Hoa Kỳ, Nhật Bản, Anh, Canada, Úc, Trung Quốc, Hàn Quốc, Ireland.

Trong số các thị trường chủ yếu, thị trường có tốc độ tăng trưởng nhập khẩu nhiều nhất là Ireland, với tỉ lệ tăng trưởng (%) giai đoạn 2014 – 2018 đạt 13%. Kế đến là Úc (11%) và Hoa Kỳ (7%).

Các thị trường dẫn đầu về kim ngạch đều là những thị trường khó tính về chất lượng. Hoa Kỳ là thị trường nhập khẩu sản phẩm 940350 nhiều nhất trong năm 2018, với hơn 843 triệu USD về giá trị, tăng gần 71 triệu USD so năm 2017. Nhật Bản chiếm hạng thứ hai về giá trị kim ngạch xuất khẩu, với gần 108 triệu USD. Anh là thị trường xuất khẩu lớn thứ ba của Việt Nam cho dòng sản phẩm này, với hơn 64 triệu USD. Canada đứng thứ 4 với kim ngạch nhập khẩu là 39,8 triệu USD. Vị trí thứ 5 là Úc với kim ngạch năm 2018 là 35,9 triệu USD

Bảng: Các thị trường xuất khẩu chính của mặt hàng 940350 của Việt Nam

Quốc gia	Xuất khẩu			
	Giá trị 2018 (nghìn USD)	Giá đơn vị (USD/tấn)	% thị phần trong tổng kim ngạch xuất khẩu HS 940350	% Tăng trưởng 2014 – 2018
Hoa Kỳ	843.035	N/A	69,2	7
Nhật	108.717	N/A	8,9	-1
Anh	64.014	N/A	5,3	-3
Canada	39.815	N/A	3,3	-5

Úc	35.974	N/A	3	11
Trung Quốc	35.575	N/A	2,8	3
Hàn Quốc	27.766	N/A	2,3	3
Ireland	6.311	N/A	0,5	13

Nguồn: Trade map (2019)

3. Các đối thủ cạnh tranh

Các quốc gia xuất khẩu đồ gỗ nội thất dẫn đầu về kim ngạch giai đoạn 2014 – 2018 trên thế giới nói chung tương đối không có nhiều thay đổi so với giai đoạn trước, tuy nhiên quốc gia xuất khẩu ở vị trí hàng đầu bắt đầu có tốc độ tăng trưởng âm, hoặc tăng trưởng chậm lại, đồng thời giá bình quân đơn vị của sản phẩm đồ nội thất nói chung đối với hầu hết thị trường dẫn đầu cũng giảm hơn giai đoạn trước.

Năm 2018, xuất khẩu đồ gỗ phòng ngủ Việt Nam xếp ở vị trí thứ hai trên thế giới, chỉ sau Trung Quốc, chiếm 11,4% thị phần thị trường đồ gỗ phòng ngủ thế giới.

Tốc độ tăng trưởng bình quân của Việt Nam trong giai đoạn 2014 – 2018 đạt 4% cao so mức tăng trưởng chung của thế giới (0%), tuy nhiên vẫn thấp hơn một số quốc gia khác như Ba Lan (10%), Malaysia (5%). Đặc biệt, nếu giai đoạn 2014 – 2018 tốc độ tăng trưởng của Việt Nam vượt qua Trung Quốc nước có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất nhưng tốc độ tăng trưởng -5%.

Xét về đơn giá bình quân sản phẩm, Ý tuy chỉ xếp thứ 7 về giá trị tổng kim ngạch xuất khẩu, nhưng lại có giá xuất khẩu bình quân đơn vị khá cao, đạt 5.216 USD/đơn vị, thể hiện mức độ đầu tư cho giá trị sản phẩm, giá trị gia tăng nhờ thiết kế, kiểu dáng và sáng tạo. Đặc biệt, sản phẩm đồ nội thất Trung Quốc bắt đầu có sự tăng trưởng về cả giá trị đạt 2.994 USD/đơn vị, cao hơn mức giá bình quân sản phẩm của Đức là 2.958 USD/ đơn vị.

Trung Quốc là quốc gia xuất khẩu sản phẩm 940350 nhiều nhất thế giới trong năm 2018, kế đến là Việt Nam, Ba Lan, Malaysia, Đức. Trung Quốc có tốc độ tăng trưởng trong 5 năm 2014 – 2018 ở mức âm (-5), nên sản lượng trong tương lai vẫn có thể giảm, đặc biệt trong bối cảnh cuộc chiến thương mại giữa Trung Quốc và Hoa Kỳ. Xét về tốc độ tăng trưởng của các nhà xuất khẩu hàng đầu, Ba Lan có tốc độ tăng trưởng cao nhất 10%

Bảng: Các quốc gia xuất khẩu chính mặt hàng 940350 trên thế giới

Quốc gia	Xuất khẩu			
	Giá trị 2018 (nghìn USD)	Giá đơn vị (USD/đơn vị)	Tăng trưởng % ('14-'18)	% thị phần thế giới

Trung Quốc	3.122.497	2.994	-5	29,2
Việt Nam	1.218.06	N/A	4	11,4
Ba Lan	848.310	2.026	10	7,9
Malaysia	719.148	51	5	6,7
Đức	595.077	2.958	-1	5,6
Thổ Nhĩ Kỳ	558.256	1.602	2	5,2
Ý	469.988	5.216	0	4,4
Brazin	302.158	1.696	3	2,8

Nguồn: Trade map (2019)

4. Phát triển thị trường

Chiến lược luôn có hiệu quả trong phát triển thị trường là vừa giữ vững và phát triển thị phần thị trường truyền thống vừa thâm nhập thị trường mới.

Với sản phẩm đồ gỗ phòng ngủ từ Việt Nam, các thị trường truyền thống vẫn còn tiềm năng phát triển là Đức, Thụy Sĩ, Hàn Quốc, Hoa Kỳ, Canada. Các thị trường phi truyền thống đã bắt đầu nhập hàng Việt Nam và thể hiện mức độ ưa chuộng cao, có nhiều tiềm năng trong tương lai là Ấn Độ, Oman, Indonesia, Bỉ, Nam Phi, Indonesia.

Đặc điểm mức sống và quan điểm người tiêu dùng sẵn sàng chi trả cho sản phẩm là yếu tố cần xem xét khi nghiên cứu thị trường xuất khẩu. Ví dụ tại thị trường Nhật Bản, do ảnh hưởng khủng hoảng kinh tế, người tiêu dùng có khuynh hướng thắt chặt chi tiêu cùng tâm lí ưa chuộng hàng hóa đa chức năng và bền vững, đòi hỏi sản phẩm phải có mức giá vừa phải, sử dụng được lâu và đa chức năng.

Cơ cấu hộ gia đình cũng là yếu tố cần quan tâm để điều chỉnh kích thước sản phẩm, kiểu dáng và màu sắc. Ví dụ, ở Anh, Đức, Pháp, Hà Lan, các hộ gia đình độc thân và hộ gia đình chỉ có hai người chiếm khoảng 2/3 tổng số hộ gia đình và có xu hướng gia tăng hơn trong những năm tới. Số lượng nam giới sống độc thân tại châu Âu ngày càng cao, vì vậy họ tham gia nhiều hơn vào việc trang trí nội thất trong gia đình. Điều này đòi hỏi các loại giường ngủ đơn được thiết kế phục vụ riêng cho đối tượng nam giới phải nhiều hơn về số lượng, và kích thước cũng to hơn so với sản phẩm phục vụ cho nữ, thiết kế đòi hỏi tính mạnh mẽ, màu sắc cần nhã nhặn và hiện đại hơn.

Về xu hướng trang trí nhà cửa theo độ tuổi, có thể thấy những người thanh niên, trung niên thường thích trang trí hơn là những người ở các nhóm tuổi khác. Do vậy mà đồ nội thất phòng ngủ ngày càng có xu hướng thiết kế đơn giản, hiện đại và thanh lịch. Nổi bật là phong cách lịch sự và tối giản lược: Chất lượng tốt (gỗ cứng) kết hợp với các màu sắc, crôm, thủy tinh, hoa văn kiểu Baróc, hoặc sử dụng họa tiết in ấn. Các loại đồ trang trí nội thất hiện đại thường dùng trang trí đơn giản, hình khối nhưng có xu hướng mềm mại hơn, có một số đường uốn thích hợp với trang trí lịch sự.

Ở các quốc gia châu Âu, châu Mỹ cũng như các thị trường phát triển như Nhật Bản, xu hướng sử dụng đồ nội thất thân thiện với môi trường ngày càng được chú trọng hơn làm tăng nhu cầu đối với các sản phẩm làm từ gỗ có thể tái chế hoặc được khai thác từ các nguồn rừng bền vững. Điều này tạo nên lợi thế cạnh tranh cho các công ty có nhãn FSC trên sản phẩm của mình.

Ngoài ra, xu hướng toàn cầu hóa hệ thống phân phối ngày càng được mở rộng, càng có nhiều nhà sản xuất nhận đơn hàng trực tuyến. Họ tìm kiếm nhà cung cấp, khách hàng và được tìm thấy bởi các khách hàng trực tuyến.

5. Một số xu hướng chủ yếu của thị trường đồ nội thất:

• Đồ nội thất xanh:

Là kết quả của sự nâng cao nhận thức với các yêu cầu pháp lý nghiêm ngặt hơn trên toàn thế giới về bảo vệ môi trường, các nhà sản xuất đồ nội thất thận trọng hơn trong việc lựa chọn vật liệu cho sản xuất. Ví dụ, họ sử dụng các loại vải không cho ra khói độc hại trong quá trình sản xuất, chẳng hạn như polypropylene. Để giảm tiêu thụ gỗ, một số nguyên liệu thay thế được sử dụng. Một số nhà sản xuất cũng đang làm đồ nội thất từ các sản phẩm tái chế. Một số khác đang áp dụng các phương pháp thiết kế đồ nội thất sử dụng ít vật chất. Sơn nội thất cũng cần phải thân thiện với môi trường.

• Đa chức năng:

Đồ nội thất linh hoạt hơn, nhiều chức năng và nhỏ hơn, kết hợp nhiều hơn trở nên phổ biến. Nhu cầu đối với loại đồ nội thất không chỉ giới hạn cho những người sống trong khu nhà nhỏ. Các sản phẩm như một chiếc giường lớn với rất nhiều không gian chứa đồ bên dưới và ghế xếp treo trên tường cũng có thể là giải pháp cho không gian trống trên sàn nhà.

• Đồ nội thất Sẵn sàng để lắp ráp (RTA) và Tự làm (DIY):

RTA và đồ nội thất Tự làm cũng như các sản phẩm trang trí nội thất đã trở nên phổ biến trên toàn thế giới, đặc biệt là ở châu Âu và Bắc Mỹ.

• Đồ nội thất tùy biến đại chúng (MCF):

Một xu hướng ngày càng phổ biến trong những năm gần đây, cho thấy cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ tùy biến tại đáp ứng nhanh chóng thông qua các quy trình linh hoạt với khối lượng lớn, và với chi phí tương tự để sản xuất hàng loạt.

6. Các vấn đề tiếp cận thị trường chủ yếu

Để tiếp cận các thị trường nước ngoài, nhà xuất khẩu nên biết các yêu cầu tiếp cận thị trường của các đối tác thương mại và của chính phủ nước ngoài.

Những yêu cầu này được đòi hỏi thông qua quy chế và thông qua nhãn dán, mẫu mã và các hệ thống quản lý. Những yêu cầu này dựa vào các vấn đề môi trường, sức khỏe người tiêu dùng và an toàn xã hội và sẽ khác nhau theo từng sản phẩm và từng thị

trường.

Ví dụ, về tiêu chuẩn quản lý, tổ chức tiêu chuẩn hóa quốc tế (ISO) đã phát triển tiêu chuẩn ISO 9000, ISO 9001 và ISO 9004 áp dụng cho việc quản lý chất lượng trong quá trình sản xuất. Các nhà nhập khẩu EU thường đề cao tiêu chuẩn chất lượng này. Ngoài ra, tại thị trường châu Âu, người tiêu dùng ngày càng ưu tiên lựa chọn sản phẩm thân thiện với môi trường và theo xu hướng phát triển bền vững. Các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu gỗ Việt Nam nên có một số chứng chỉ chứng nhận sinh thái, ví dụ chứng chỉ rừng FSC (Forest Stewardship Council - Hội đồng quản lý rừng quốc tế), yêu cầu chỉ được khai thác rừng trồng, rừng không có nguy cơ bị diệt chủng, đòi hỏi người được cấp chứng chỉ phải bảo đảm đa dạng sinh học, chức năng phòng hộ đồng thời phải có biện pháp nâng cao thu nhập của người lao động nghề rừng.

Ngoài ra, hiện nay xu hướng chung của thương mại thế giới, đặc biệt tại các thị trường xuất khẩu chính như Hoa Kỳ là xu hướng phòng vệ thương mại, với ngày càng nhiều trường hợp kiện bán phá giá và các vụ kiện kiện phòng vệ. Bên cạnh đó, nhiều doanh nghiệp Trung Quốc cũng đang tìm cách chuyển hoạt động sang Việt Nam để tận dụng ưu đãi nhờ qui tắc xuất xứ, dẫn đến nguy cơ cao cho hàng Việt Nam đối diện với các vụ kiện. Để tránh các trường hợp này, doanh nghiệp cần có sự chuẩn bị kỹ lưỡng hồ sơ chứng từ, hóa đơn mua hàng, có bộ phận trợ giúp pháp lý và theo dõi thường xuyên thông tin thị trường.

Gợi ý trang web theo dõi nguy cơ bị kiện bán phá giá: <http://canhbaosom.vn/>