

QUẦN DÀI NỮ SỢI BÔNG (HS 620462) – ANH THÔNG KÊ THƯƠNG MẠI VÀ ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

Tổng khối lượng và giá trị nhập khẩu

Năm 2006, Anh là nhà nhập khẩu lớn thứ 3 trên thế giới và đứng đầu ở Châu Âu các sản phẩm quần dài làm bằng sợi bông -HS 620462- của Việt Nam. Tính trung bình, Việt Nam tăng giá trị xuất khẩu sang Anh 85% hàng năm trong giai đoạn 2002-2006. Năm 2006, Anh nhập khẩu 1.151 tấn các sản phẩm HS 620462 từ Việt Nam, trị giá lên đến 12,318 triệu USD. Dự báo trong thời gian tới, xu hướng nhập khẩu mặt hàng này vào Anh vẫn tăng ổn định.

Các đối thủ cạnh tranh chính

Năm 2006, 5 nhà cung cấp lớn nhất các sản phẩm quần dài bằng sợi bông - HS 620462 - cho Anh là Trung Quốc (chiếm 15 % tỷ trọng nhập khẩu), Hồng Kông (13%), Thổ Nhĩ Kỳ (13 %), Bangladesh (11%) và Srilanka (7 %). Việt Nam đứng vị trí thứ 17 trong năm này. Đặc biệt Brazil tăng lượng xuất khẩu của mình vào Anh rất nhanh trong giai đoạn 2002 – 2006, tốc độ tăng trưởng giá trị xuất khẩu trung bình vào Anh là 266%. Một nước khác là Colombia với tốc độ tăng trưởng giá trị xuất khẩu trung bình vào Pháp là 132% trong cùng thời kỳ, kế đó là Ai Cập (122%). Việt Nam cũng rất thành công, tăng lượng xuất khẩu 85% trong cùng kỳ. Ba nước có tốc độ tăng trưởng xuất khẩu sản phẩm này sang Anh sụt giảm nhiều nhất trong giai đoạn 2002-2006 là Canada (- 59%), Thụy Sĩ (-58%) & Myanmar (-57 %).

Các nhà cung cấp sản phẩm HS 620462 chính của Anh năm 2006

	Giá trị (triệu USD)	Số lượng (tấn)	Tăng trưởng về giá trị '02-'06 (%)
Thế giới	1.108,669	55.827	12
1. Trung Quốc	162,000	9.657	88
2. Hồng Kông	144,920	7.350	-9
3. Thổ Nhĩ Kỳ	143,847	5.390	9
4. Bangladesh	122,187	10.717	42
5. Srilanka	80,152	3.851	30
6. Việt Nam	12,318	1.151	85

Nguồn: Trademap (2008)

Dưới đây là ví dụ của một nhà xuất khẩu lớn của Trung Quốc các sản phẩm mã HS 620462 sang Pháp: Công ty Coomex (<http://www.coomex.com>).

Các đối thủ tiềm năng

Các đối thủ tiềm năng của Việt Nam là các nước Phi-lip-pin, Campuchia.

Khuyến nghị

Các nhà xuất khẩu nên thiết lập quan hệ kinh doanh lâu dài với khách hàng. Tránh phải cạnh tranh với các nhà cung cấp khác bằng cách tập trung sản xuất hàng chất lượng cao, dịch vụ tốt (đáp ứng nhanh yêu cầu của khách hàng...) và có nét đặc trưng riêng của sản phẩm. Không nên chỉ tập trung vào sản xuất hàng giá rẻ. Tính kiên định và niềm tin là chìa khóa của thành công. Ngoài ra, hãy vào các trang web của các đối thủ cạnh tranh để biết thông tin và học hỏi từ họ.