

QUẦN DÀI NỮ SỢI TỔNG HỢP (HS 620463) – HOA KỲ THỐNG KÊ THƯƠNG MẠI VÀ ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

Tổng khối lượng và giá trị nhập khẩu

Năm 2006, Hoa Kỳ là nhà nhập khẩu lớn thứ 1 trên thế giới nhập khẩu các sản phẩm quần dài làm bằng sợi tổng hợp -HS 620463- của Việt Nam. Tính trung bình, Việt Nam tăng giá trị xuất khẩu sang Hoa Kỳ 29% hàng năm trong giai đoạn 2002-2006. Năm 2006, Hoa Kỳ nhập khẩu 22.211 tấn các sản phẩm HS 620463 từ Việt Nam (trung bình tăng 24% trong giai đoạn 2002-2006) với trị giá 339,976 triệu USD. Dự báo trong thời gian tới, xu hướng nhập khẩu mặt hàng này vào Hoa Kỳ vẫn tăng ổn định.

Các đối thủ cạnh tranh chính

Năm 2006, 5 nhà cung cấp lớn nhất các sản phẩm quần dài làm bằng sợi tổng hợp - HS 620463 - cho Hoa Kỳ là Trung Quốc (chiếm 14 % tỷ trọng nhập khẩu), Mehico (12%), Hồng Kông (10%), Indonesia (6%) và Bangladesh (6%). Việt Nam đứng vị trí thứ 6 trong năm này. Đặc biệt Albania tăng lượng xuất khẩu của mình vào Hoa Kỳ rất nhanh trong giai đoạn 2002 – 2006, tốc độ tăng trưởng giá trị xuất khẩu trung bình vào Hoa Kỳ là 205%, một quốc gia khác cũng có tốc độ tăng trưởng nhanh là Thụy Sĩ (104%) và Chi lê (89%) trong cùng kỳ. Việt Nam cũng khá thành công, tăng lượng xuất khẩu 47% trong cùng kỳ. Ba nước có tốc độ tăng trưởng xuất khẩu sản phẩm này sang Hoa Kỳ sụt giảm nhiều nhất trong giai đoạn 2002-2006 là Palestine (- 70%), Qatar (-68 %) và Nam Phi (-60 %).

Các nhà cung cấp sản phẩm HS 620463 chính của Hoa Kỳ năm 2006

	Giá trị (triệu USD)	Số lượng (tấn)	Tăng trưởng về giá trị '02-'06 (%)
Thế giới	6.101,518	397.357	4
1. Trung Quốc	855,118	63.573	45
2. Mêhico	724,097	53.544	-12
3. Hồng Kông	611,347	33.524	5
4. Indonesia	365,286	22.338	32
5. Bangladesh	352,056	25.874	22
6. Việt Nam	339,976	22.211	29

Nguồn: Trademap (2008)

Các đối thủ tiềm năng

Các đối thủ tiềm năng của Việt Nam là các nước Nam Mỹ (Chi-lê), Albania, Châu Âu (Thụy Sĩ), Srilanka, Ấn Độ.

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 ổn định, dịch vụ tốt (đáp ứng nhanh yêu cầu của khách hàng...), số lượng ổn định. Không nên chỉ tập trung vào sản xuất hàng giá rẻ vì sẽ không thể cạnh tranh được với Trung Quốc. Tính kiên trì và độ tin cậy là chìa khóa của thành công ở thị trường này.