

QUẢN DÀI NỮ SỢI TỔNG HỢP (HS 620463) – PHÁP THỐNG KÊ THƯƠNG MẠI VÀ ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

Tổng khối lượng và giá trị nhập khẩu

Năm 2006, Pháp là nhà nhập khẩu lớn thứ 3 trên thế giới các sản phẩm quần dài làm bằng sợi tổng hợp - HS 620463- của Việt Nam. Ở Châu Âu, Pháp đứng thứ 2 sau Anh nhưng trước Đức. Tính trung bình, Việt Nam tăng giá trị xuất khẩu sang Pháp 55% hàng năm trong giai đoạn 2002-2006. Năm 2006, Pháp nhập khẩu 643 tấn các sản phẩm HS 620463 từ Việt Nam, trị giá lên đến 19,949 triệu USD. Dự báo trong thời gian tới, xu hướng nhập khẩu mặt hàng này vào Pháp 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 tổng hợp -HS 620463- cho Pháp là Trung Quốc (chiếm 21 % tỷ trọng nhập khẩu), Maroc (11 %), Rumani (7 %), Tunisia (6 %) và Việt Nam (6 %). Việt Nam đứng vị trí thứ 5 trong năm này. Đặc biệt Malaysia tăng lượng xuất khẩu của mình vào Pháp rất nhanh trong giai đoạn 2002 – 2006, tốc độ tăng trưởng giá trị xuất khẩu trung bình vào Pháp là 116%. Việt Nam cũng đã rất thành công, tăng lượng xuất khẩu 149% trong cùng kỳ. Ba nước có tốc độ tăng trưởng xuất khẩu sản phẩm này sang Pháp sụt giảm nhiều nhất trong giai đoạn 2002-2006 là Campuchia (- 38%), Bỉ (-35 %) và Đức (-29 %).

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

	Giá trị (triệu USD)	Số lượng (tấn)	Tăng trưởng về giá trị '02-'06 (%)
Thế giới	323,359	10.420	-3
1.Trung Quốc	66,597	2.146	-12
2. Maroc	35,044	1.129	7
3. Rumani	22,548	727	- 7
4. Tunisia	26,762	669	5
5. Việt Nam	19,949	643	149
6. Thái Lan	18,283	589	24

Nguồn: Trademap (2008)

Một số nhà xuất khẩu hàng đầu các sản phẩm mã HS 620463 của các quốc gia cạnh tranh chính của Việt Nam sang Pháp gồm:

- Trung Quốc: Nantex (<http://www.nantex.com.cn>), Washuntex (<http://www.wanshuntex.com>)
- Tunisia: TFCE group (<http://www.tfce.com.tn>)
- Ma – rốc: <http://crystalmartinmaroc.com>

Các đối thủ tiềm năng

Các đối thủ tiềm năng của Việt Nam là các nước Nam Mỹ (Colombia, Peru), Đông Âu (Macedonia, Cộng Hòa Séc,...), Đông Nam Á (Indonesia, Malaysia), Hồng Kông, 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 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.