Vietnam Trade Office in Spain
Paseo de la Castellana, 166, esc.2 Olzq
28046 Madrid, Spain

Tel: (34) 91.345.05.19
Fax: (34) 91.345.04.96
officomevn@mot.gov.vn

BÁO CÁO THỊ TRƯỜNG
LINH KIỆN ĐIỆN TỬ TẠI TÂY BAN NHA
2005

(THƯƠNG VỤ TẠI TÂY BAN NHA TỔNG HỢP)

Vietnam Trade Office in Spain
Paseo de la Castellana, 166, esc.2 Olzq
28046 Madrid, Spain

Tel: (34) 91.345.05.19
Fax: (34) 91.345.04.96
officomevn@mot.gov.vn

1. NHU CẦU CỦA NGÀNH CÔNG NGHIỆP

Thị trường linh kiện điện tử TBN ước đạt 2,4 triệu Euro, không kể lắp ráp. Thị trường này đang tăng trưởng tốt so với Pháp, Hà Lan, Ý và Anh, đạt mức 5%/năm tính từ 2003. Mức tăng trưởng tích cực nào tiếp nối giai đoạn khó khăn năm 2003. Lí do hồi phục là vì ngành công nghiệp điện tử TBN không có các nhà máy sản xuất máy tính cá nhân hoặc máy GSM, và vì thế không bị ảnh hưởng nhiều như những nước có nhiều nhà máy sản xuất máy tính. Thị trường vẫn hấp dẫn cho lĩnh vực điện máy do những khoản đầu tư lớn của các nhà cung ứng linh kiện ôtô. Trong mảng sản phẩm tiêu dùng, TBN cũng duy trì được ngành công nghiệp đồ gia dụng năng động. Mặc dù thị trường còn nhỏ, các công ty TBN gần đây trở nên năng động hơn trên một số thị trường chuyên dụng như viễn thông, quốc phòng và hàng không. Thị trường linh kiện điện tử được dự đoán sẽ tăng trưởng cho tới 2009, với xu hướng tăng chỉ thấp hơn hoặc tương đương năm 2004.

Biểu 1.1
Thị trường linh kiện điện tử giai đoạn 2002-2009
(Đơn vị triệu euro)

Sản phẩm	2002	2003	2004	2009	04-08 (hàng năm)
Linh kiện độc lập	1.190	1.133	1.326	1.588	4,7%
Linh kiện phụ thuộc	214	192	185	164	-2,3%
Linh kiện điện tử cơ khí	632	598	609	684	2,3%

Nguồn NBI (tháng /2005)

2. SẢN XUẤT

Sản xuất linh kiện tăng về lượng hơn 5,4 tỉ đơn vị, nhưng giảm về giá trị khoảng 1 tỉ euro năm 2003 (Biểu 1.2). Giá sản phẩm chịu áp lực cao. Ngành lắp ráp điện tử đạt 0,8 tỉ euro, tăng trưởng hơn 8% so với 2002.

Biểu 1.2
Sản xuất linh kiện điện tử giai đoạn 2001-2003
(Đơn vị tính: triệu euro và triệu đơn vị)

	2001		2002		2003	
	Giá trị	Lượng	Giá trị	Lượng	Giá trị	Lượng
Linh kiện điện tử (trừ lắp ráp)	**1.152**	**5.548**	**1.093**	**4.827**	**996**	**5.436**
Linh kiện phụ thuộc	410	862	321	97	295	103
Linh kiện điện tử cơ khí	520	4.668	534	4.701	566	5.308
Linh kiện độc lập	222	19	238	29	135	25
Lắp ráp điện tử	**992**	**208**	**778**	**221**	**844**	**220**

Nguồn: Eurostat 2005

Một số nhà sản xuất chủ yếu tại TBN:

- Fagor Electronica (http://www.fagorelectronica.com/)
- Tecnologica Componentes Electronicos (http://www.tecnologica.com/)
- Tyco Electronics Espana (http://www.tycoelectronics.com/)
- Diemen S.A (http://www.hrdiemen.es/)
- Elausa Electronica (http://www.elausa.com/).

3. NHẬP KHẨU

TBN cho thấy sự tăng trưởng chắc chắn trong nhập khẩu linh kiện điện tử từ 2002 (tăng 7% mỗi năm), đạt giá trị 1,7 tỉ USD năm 2004. Tuy nhiên, trong cùng thời kỳ, nhập khẩu sản phẩm lắp ráp giảm 14% xuống chỉ còn 0,8 tỉ euro năm 2004. Nhóm sản phẩm lớn nhất là linh kiện điện tử cơ khí với 0,71 tỉ euro, trong khi linh kiện phụ thuộc giảm xuống vị trí thứ 2 với 0,69 tỉ euro. Hầu hết nhập khẩu của TBN là từ EU trong năm 2004, đặc biệt là từ Đức và Anh. Như thể hiện trong Biểu 3.1, khối nước đang phát triển chiếm 8% thị phần trong tổng nhập khẩu cấu kiện điện tử và 7% thị phần sản phẩm điện tử lắp ráp. Họ hoạt động tốt trong lĩnh vực linh kiện phụ thuộc với 19% thị phần. Hầu hết được tiến

hành tại Trung Quốc (10%) và Brazil (4%), đó cũng là những nhà cung cấp của nước phát triển nhập khẩu nhiều nhất. Một nhà cung ứng khác không thuộc EU là Nhật Bản.

Biểu 3.1
Các nhà cung cấp đứng đầu về linh kiện và lắp ráp điện tử vào TBN năm 2004 (theo nhóm sản phẩm, % thị phần, đơn vị triệu euro)

Sản phẩm	2002	2004	Nhà cung cấp	Thị phần
Linh kiện độc lập	689	693	Trong EU : UK (23), Germany (17), Netherlands (5) Ngoài EU trừ DC : Japan (26), Taiwan (5), South Korea (3) DC : China (3), Brazil (1), Malaysia (1)	56 38 6
Linh kiện điện tử cơ khí	598	709	Trong EU : Germany (36), France (18), Italy (9) Ngoài EU trừ DC : Japan (4), USA (4), Switzerland (1) DC : China (3), Brazil (0), Morocco (0)	83 12 5
Linh kiện phụ thuộc	336	339	Trong EU : Germany (24), UK (10), Italy (8) Ngoài EU trừ DC : South Korea (7), Japan (7), USA (3) DC : China (10), Brazil (4), India (2)	60 21 19
Linh kiện điện tử (trừ lắp ráp)	1.623	1.741	Trong EU : Germany (26), UK (13), France (10) Ngoài EU trừ DC : Japan (13), USA (3), Taiwan (3) DC : China (4), Brazil (1), India (1)	68 24 8
Lắp ráp	897	772	Trong EU : Germany (17), Neth. (16), France (14) Ngoài EU trừ DC : Japan (11), USA (2), Taiwan (2) DC : Malaysia (4), China (3), Mexico (0)	74 19 7

Nguồn Eurostat (2005)

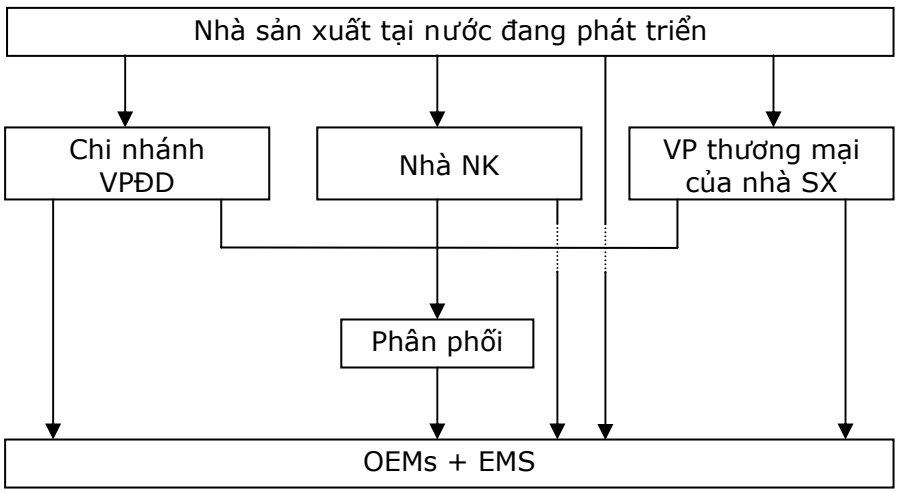
4. XUẤT KHẨU

Xuất khẩu linh kiện điện tử đạt 946 triệu euro năm 2004, tăng 12% so với 2003. Đứng đầu là linh kiện điện tử cơ khí (xuất 43%), tiếp theo là linh kiện độc lập (35%) và linh kiện phụ thuộc (22%). Nước nhập khẩu chủ yếu là Đức (294 triệu euro), Pháp (77 triệu euro) và Bồ Đào Nha (61 triệu euro). Sản phẩm lắp ráp xuất khẩu đạt giá trị 354 triệu euro, được xuất sang Bồ Đào Nha (67 triệu euro), Pháp (59 triệu euro) và Hà Lan (39 triệu euro).

5. CẤU TRÚC THƯƠNG MẠI

Hình 4.1 dưới đây cho thấy mô hình phân phối thông thường của linh kiện điện tử tại Liên minh Châu Âu. Hình này áp dụng cho tất cả các nước thành viên chủ yếu của EU, trừ một số ngoại lệ. Không có sự khác biệt lớn trong cấu trúc thương mại tại những nước thành viên mới.

Hình 4.1
Các kênh phân phối hàng linh kiện và lắp ráp điện tử tại EU



Tel: (34) 91.345.05.19
Fax: (34) 91.345.04.96
officomevn@mot.gov.vn

Mối liên hệ quan trọng nhất trong kênh phân phối, tồn tại giữa nhà sản xuất linh kiện điện tử của nước đang phát triển và nhà sản xuất thiết bị gốc (OEMs) và/hoặc nhà cung ứng dịch vụ sản xuất (EMS), đó là: văn phòng đại diện của nhà sản xuất, các nhà phân phối, văn phòng và nhà nhập khẩu. OEMs thường mua trực tiếp từ nhà sản xuất tại nước đang phát triển, nhưng chỉ với số lượng lớn trên cơ sở quan hệ đối tác thương mại truyền thống. Tầm quan trọng trong các kênh phân phối này không được biết tới, thậm trí các chuyên gia của ngành chỉ có thể dự đoán.

Văn phòng thương mại của nhà sản xuất

Các nhà sản xuất đa quốc gia lớn thường duy trì văn phòng thương mại của họ tại EU, nó thường có chức năng marketing. Đó là phần đầy đủ của công ty mẹ và sẽ mua sản phẩm của công ty. Một số đặc điểm gồm:

- Gắn với công ty của họ, hỗ trợ cao đối với khách hàng
- Đắt đỏ nhưng hiệu quả
- Marketing, bán hàng và quảng cáo cho sản phẩm của họ

Nhà nhập khẩu

Nhà nhập khẩu gia tăng giá trị sản phẩm dưới hình thức tư vấn, hướng dẫn, lưu kho, thương mại và dịch vụ sau bán hàng. Mối quan hệ của họ với OEMs và EMS rất tốt và thường được coi như nhà cung ứng nhiều nhóm sản phẩm cụ thể. Họ thường muốn có một hợp đồng độc quyền với nhà sản xuất, tương tự đối với các đại lí (sẽ được đề cập dưới đây). Lí do là vì họ phải đầu tư nhiều vào thông tin liên lạc, kiểm định chất lượng sản phẩm và quảng bá hình ảnh sản phẩm (thường qua Internet). Đổi lại điều này, họ mong đảm bảo rằng sản phẩm sẽ có sẵn qua các kênh bán hàng. Tuy nhiên, cần phải nhận thấy rằng sự độc quyền tại EU đang bị hạn chế. Tuy nhiên, nếu một đại lí của nhà nhập khẩu bỏ tiền cho việc giới thiệu sản phẩm, anh ta muốn được đảm bảo, và anh ta sẽ không giới thiệu sản phẩm trừ phi anh ta có được sự đảm bảo của nhà cung cấp hoặc trừ phi nhà cung cấp bao mọi chi phí liên quan. Nhà nhập khẩu thường hưởng khoản lãi từ 25-30%.

Đại lí

Các đại lí thiết lập quan hệ giữa các đơn vị sản xuất/xuất khẩu với người mua tại nước nhập khẩu. Họ chào sản phẩm dưới danh nghĩa của bên thứ 3, và hầu hết thời gian ho chuyên tâm vào phân phối sản phẩm hoặc bán hàng. Họ không có kho hàng và việc marketing do nhà sản xuất tiến hành. Đại lí thường hưởng từ 5-15% trên giá bán (trung bình 8%), phụ thuộc vào từng sản phẩm và mức độ hoạt động mà họ tham gia.

Nhà phân phối

Nhà phân phối là một kênh bổ sung, được sử dụng điển hình để cung ứng khối lượng nhỏ hàng linh kiện điện tử từ kho hàng. Nhà phân phối chủ yếu bán sản phẩm có số lượng nhỏ của nhà sản xuất. Họ không giới thiệu sản phẩm mới, marketing hay nhập khẩu trực tiếp từ các nhà sản xuất của các nước đang phát triển. Phân phối linh kiện điện tử đã trở thành một phương thức quan trọng phục vụ các OEMs và EMS. Gần 40% tổng giá trị bán hàng linh kiện điện tử cơ khí và khoảng 25% hàng linh kiện điện tử độc lập và phụ thuộc được lưu thông qua các nhà phân phối.

Một vài năm trước, nhà sản xuất bán thành phẩm bắt đầu chuyển gần 90% khách hàng thành nhà phân phối, chỉ giữ lại một số mối hàng quan trọng, phụ thuộc vào khối lượng sản phẩm liên quan. Trong thời gian đó, họ không giữ mối liên hệ với khách hàng trực tiếp để biết các phản hồi về tính năng kỹ thuật của sản phẩm, trong khi các nhà phân phối không cung ứng dịch vụ hỗ trợ kỹ thuật cần thiết để giới thiệu các công nghệ dành cho sản phẩm mới. Nhà sản xuất đã gần như mất dần quan hệ với người tiêu dùng trực tiếp và giờ họ đang quay lại hỗ trợ khách hàng, những người mua hàng từ nhà phân phối.

Vietnam Trade Office in Spain
Paseo de la Castellana, 166, esc.2 Olzq
28046 Madrid, Spain

Tel: (34) 91.345.05.19
Fax: (34) 91.345.04.96
officomevn@mot.gov.vn

Nhà cung ứng dịch vụ sản xuất điện tử (EMS)

Vai trò của OEMs đang thay đổi, rất nhiều OEMs tại Châu Âu có khuynh hướng chuyên vào thiết kế và marketing sản phẩm cuối cùng. Họ đã đóng cửa hoặc bán các cơ sở sản xuất cho các nhà cung ứng dịch vụ sản xuất điện tử (EMS). Các nhà thầu phụ này tiếp quản công việc lắp ráp, sản xuất và thử nghiệm sản phẩm. Họ cùng nhau tạo ra sản phẩm cuối cùng và cùng lắp ráp từ nhiều cấu kiện khác nhau. Trong quá trình này, OEM ban đầu lựa chọn, thử nghiệm và chứng nhận chất lượng linh kiện điện tử. EMS tiến hành việc kiểm tra và lắp ráp sản phẩm. Nhà sản xuất linh kiện điện tử được yêu cầu gửi mẫu cho OEM, để họ thử nghiệm các linh kiện. Một khi chấp nhận, họ thông báo cho nhà sản xuất về EMS sẽ lắp ráp sản phẩm cuối cùng. Điều này đang diễn ra ở mọi nơi trên thế giới, vì EMS yêu cầu rằng có có thể sản xuất ở bất cứ đâu (thậm trí tại Châu Âu) với mức phí thấp như nhau. Ho chào mức giá thấp đối với sản phẩm được sản xuất tại Ireland hay Ấn Độ (Họ mua linh kiện dự trên tiêu dùng toàn cầu của họ).

EMS tiến hành công việc trong mọi lĩnh vực sử dụng chính, mặc dù có khuynh hướng cho những đơn vị lớn hơn tập trung vào lĩnh vực có lượng tiêu thụ lớn, dễ trao đổi và có xử lí dữ liệu, với các EMS nhỏ hơn sẽ phụ vụ các nhà sản xuất với số lượng nhỏ trong lĩnh vực y tế, thiết bị, công nghiệp, truyền thông chuyên biệt và máy tính chuyên biệt. 5 EMS lớn nhất toàn cầu gồm:

- Solectron (http://www.solectron.com/)
- Jabil (http://www.jabil.com/)
- Celestica (http://www.celestica.com/)
- Flextronics (http://www.flextronics.com/)
- Sanmina-SCI (http://www.sanmina-sci.com/).

Liên minh chiến lược

Đây là một kênh phân phối thay thế. Được định nghĩa là:

- Hợp tác dài hạn trong nghiên cứu và phát triển và/hoặc
- Sản xuất và/hoặc
- Marketing/bán hàng.

Liên minh chiến lược tối ưu hoá nguồn nhân lực, giảm thiểu vốn đầu tư và thời gian quảng bá (quảng cáo toàn cầu). Hình thành liên minh chiến lược rõ ràng đem lại lợi ích cho cả 2 bên và sẽ đóng góp vào việc thực hiện cả mục tiêu của nhà xuất khẩu (ví dụ: tiếp cận công nghệ, mở rộng diện mặt hàng, cải thiện tiêu chuẩn chất lược, cải thiện khả năng cạnh tranh và tăng thị phần xuất khẩu), và mục tiêu của Châu Âu (tăng tính cạnh tranh bằng việc giảm chi phí, duy trì năng lực sản xuất/nơi làm việc tại Châu Âu và thâm nhập vào các thị trường xuất khẩu).

Internet

Internet đang đóng vai trò ngày càng quan trọng trong thương mại. Trước tiên, nhà xuất khẩu có thể đại diện cho chính mình bằng một website chuyên nghiệp và có chất lượng cao. Thứ 2, số lượng các cơ hội và sàn giao dịch nơi người mua và bán hàng linh kiện điện tử gặp nhau trực tuyến đang tăng rất nhanh. Một số đơn vị mua hàng Châu Âu đã mua sản phẩm của họ qua các sàn giao dịch trực tuyến này.

Những đơn vị đóng vai trò quan trọng

Một số đơn vị trung gian (đại lí hoặc nhà nhập khẩu) tại ngành công nghiệp linh kiện điện tử của EU, bao gồm:

- Acal (http://www.acal.co.uk/)
- Arrow Electronics Europe (nhà phân phối, http://www.arroweurope.com/)
- Avnet EMG Europe (nhà phân phối, http://www.avnettime.com/)
- Electrocomponents (http://www.electrocomponents.com/)
- Eurodis Electron (nhà phân phối, http://www.eurodis.com/)
- Future Electronics (nhà phân phối, http://www.futureelectronics.com/)
- PremierFarnell (nhà phân phối, http://www.premierfarnell.com/prem/)

- Selec Group (http://www.tekelec-expert.com/).

Danh sách các nhà phân phối theo từng nước EU có thể tìm thấy trên website: http://www.ideaelectronics.com/. Ngoài ra, Hiệp hội ngành công nghiệp công nghệ điện tử tiêu dùng (http://www.eicta.org/) có thể cung cấp những thông tin thêm về các công ty. Hiệp hội này tập hợp 32 hiệp hội ICT/CE của 24 nước Châu Âu với 48 thành viên là công ty.

6. MỘT SỐ WEBSITE HỮU ÍCH

6.1 Tổ chức tiêu chuẩn

Hiệp hội tiêu chuẩn và xác thực TBN **(AENOR)**
E-mail: mailto:info@aenor.es
Inernet http://www.aenor.es

6.2 Hiệp hội thương mại

Hiệp hội quốc gia về công nghiệp điện tử (**ANIEL)**
E-mail: mailto:fernandez@aniel.es
Internet: http://www.aniel.es

Hiệp hội doanh nghiệp điện tử, công nghệ thông tin và truyền thông TBN
E-mail: mailto:aetic@aetic.es
Internet: http://www.aetic.es

6.3 Báo chí thương mại

Cetisa/Boixareu Editóres SA (Nhà xuất bản)
E-mail: mailto:info@cetisa.com
Internet: http://www.cetisa.com

Conectrónica
E-mail: mailto:redaccion@conectronica.com
Internet: http://www.conectronica.com/
Frequency: ten times per year
Language: Spanish

Eurofach Electronica
E-mail: mailto:info@goodman-bp.com
Internet: http://www.goodman-bp.com
Frequency: monthly
Language: Spanish

Grupo Asesoramiento Comercial GM2 (publisher)
E-mail: mailto:gm2@lander.es
Internet: http://www.conectronica.com

Mundo Electrónico (Electronic World)
Frequency: eleven times per year
Language: Spanish