



**Báo cáo Nhu
cầu hàng may
mặc ở thị
trường châu Âu**



Nội dung

- 1 Điều gì đưa Châu Âu là thị trường đáng quan tâm cho hàng dệt may?
- 2 Thị trường Châu Âu nào cung cấp nhiều cơ hội nhất cho các nhà xuất khẩu hàng dệt may?
- 3 Các sản phẩm gì từ các nước đang phát triển có tiềm năng nhất tại thị trường dệt may Châu Âu?
- 4 Cơ hội từ EVFTA

Liên minh Châu Âu - một thị trường dệt may lớn

doanh thu

€162

Tỷ (2019)

Tăng hàng năm:

- 1,8%

Nhập khẩu

€177.3

Tỷ (2019)

Tăng trung bình
(2014-19):

5.0%

Xuất khẩu

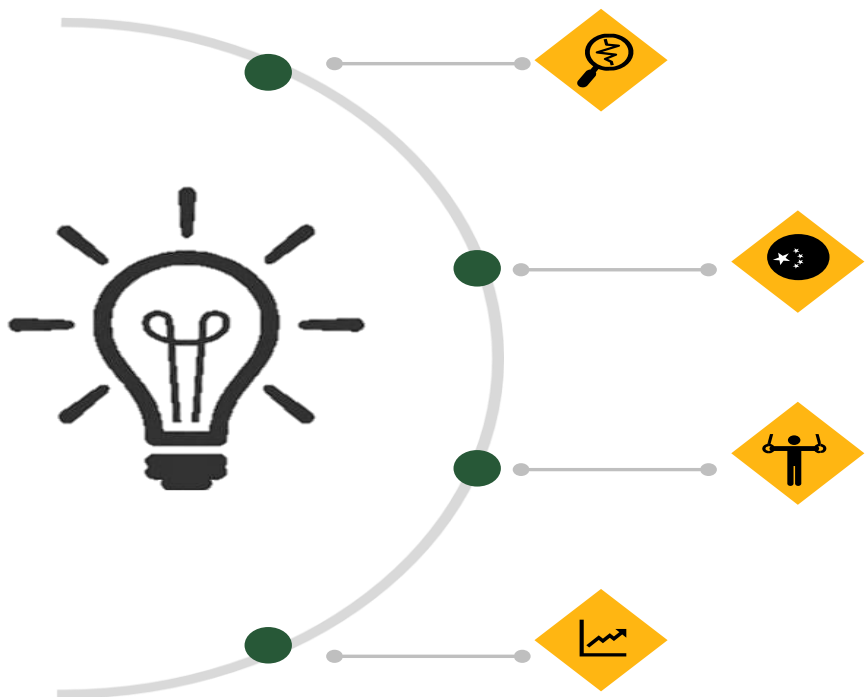
€126

Tỷ (2019)

Tăng trung bình
(2014-19):

5.9%

Tip để tăng cơ hội thành công ở thị trường EU



- Tập trung nỗ lực vào 5 thị trường lớn – Đức, Pháp, Tây Ban Nha, Hà Lan, Italy.
Và Balan có thể là nước có nhiều cơ hội trong số các nước Châu Âu

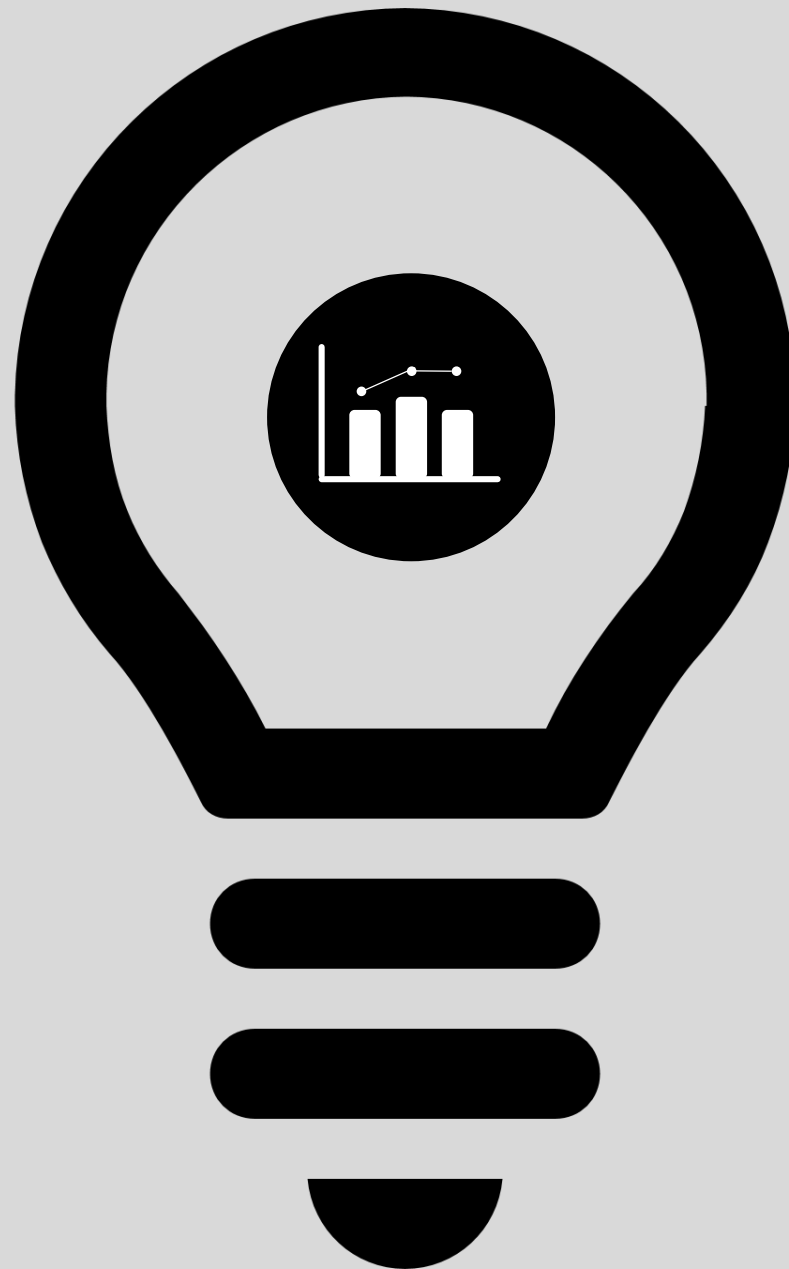
Hiểu người mua châu Âu về nhu cầu của họ đối với các sản phẩm thay thế cho sản phẩm Trung Quốc và sẵn sàng đưa ra các câu trả lời thuyết phục xung quanh chi phí cạnh tranh với chất lượng, thiết kế và năng lực kỹ thuật cao, thân thiện với môi trường hơn.

Tìm hiểu thói quen và nhận thức mới của người tiêu dùng, bao gồm các xu hướng mới về tính bền vững hoặc sức khỏe, đồng thời cung cấp các sản phẩm phù hợp được hỗ trợ bởi chiến dịch tiếp thị có tác động qua cả kênh truyền thống và kênh mới.

Xuất khẩu thành công sản phẩm sang châu Âu đòi hỏi nhiều quyết định và kinh nghiệm. Cần luôn tìm kiếm các thông tin tại các trang hướng dẫn xuất khẩu vào EU.

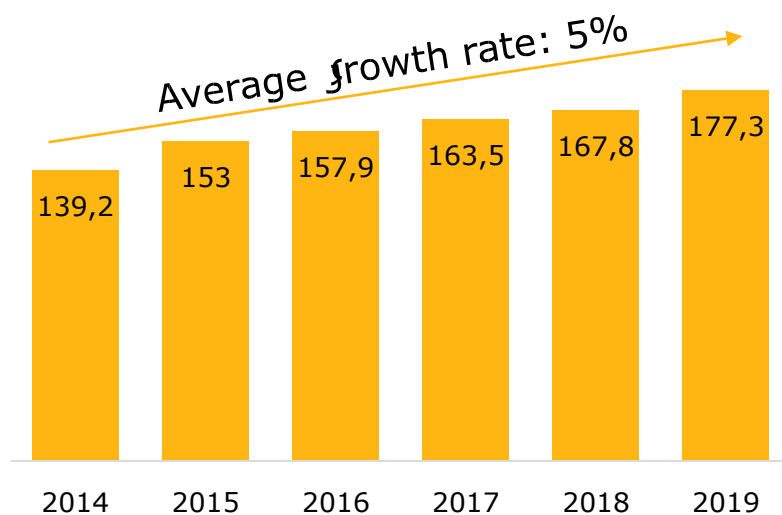
1

Điều gì làm Châu Âu là thị trường hấp dẫn cho ngành dệt may?





Tăng trưởng Nhập khẩu dệt may của EU , trị giá tỷ €



21.3% trị giá thương mại toàn cầu đưa EU thành nhà nhập khẩu hàng dệt may lớn nhất thế giới.

71.7% Trị giá nhập khẩu hàng may mặc EU (2019) là từ 6 nước Đức, Pháp, Anh (trước khi rời EU), Tây Ban Nha, Hà Lan và Italy

Balan là thị trường tăng trưởng cao

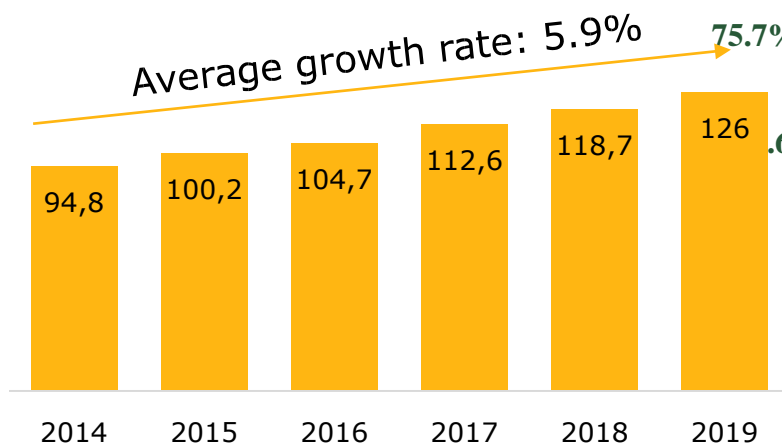
Source: Eurostat



EU Là nhà tái xuất lớn hàng may mặc

21.7% trị giá xuất khẩu hàng dệt may toàn cầu năm 2019 từ EU, đứng thứ 2 sau Trung Quốc trong năm 2019

Xuất khẩu dệt may châu Âu Trị giá tỷ €



75.7% xuất khẩu đến các nước trong EU năm 2019

1.6% trị giá gộp lại đến từ Italy, Germany, Spain, the

Hà Lan, Pháp, Anh (trước khi rời EU) và Ba Lan là những nước xuất khẩu nhiều hàng dệt may

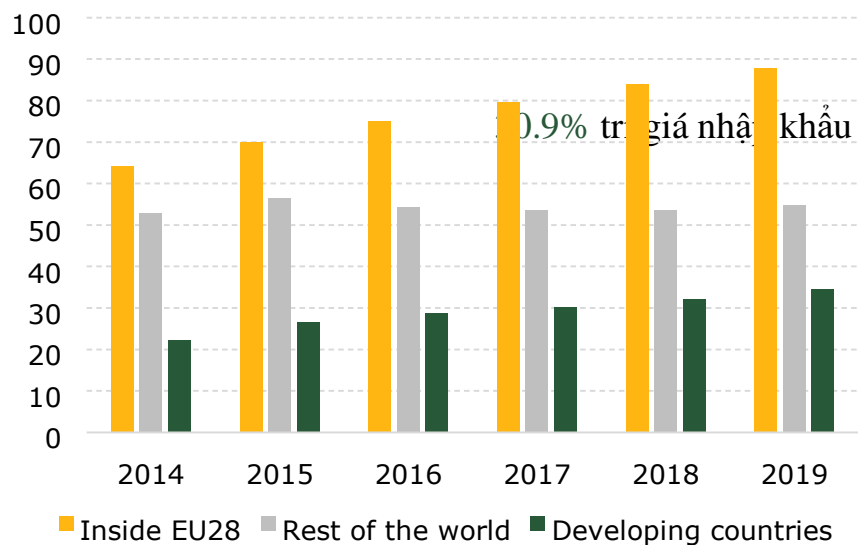
Poland là nhà xuất khẩu lớn thứ 8 tại EU, tăng trưởng 12% giai đoạn 2014-2019

Source: Eurostat



Nhập khẩu từ các nước đang phát triển tăng trưởng nhanh hơn toàn bộ tỷ lệ nhập khẩu của EU

**Nhập khẩu dệt may của EU theo xuất xứ
2014 -2019, trị giá tỷ €**



49.6%: trị giá nhập khẩu hàng dệt may là từ trong EU năm 2019, tăng từ 46,1% năm 2014.

30.9% trị giá nhập khẩu (2019) là từ thế giới, giảm giảm từ 37.9% năm 2014.

19.5% Trị giá nhập khẩu năm (2019) là từ các nước đang phát triển, tăng từ 16.0% in 2014

9.2% là tỷ lệ tăng trung bình hàng năm (2014 – 19) trong nhập khẩu từ các nước đang phát triển.

Source: Eurostat



10 nhà XK hàng đầu ngoài EU năm 2019, trị giá tỷ €; giai đoạn 2014-19

Country	Value	5-yr. growth
China	€27.1	↓-1.2%
Bangladesh	€17.7	↑9.7%
Turkey	€10.3	↑1.9%
India	€5.4	↑1.0%
Cambodia	€4.0	↑12.4%
Vietnam	€3.7	↑10.4%
Pakistan	€3.3	↑8.9%
Morocco	€2.8	↑3.6%
Myanmar	€2.4	↑59.6%
Tunisia	€2.0	↓0.6%

Source: Eurostat

Các nước Châu Á chiếm ưu thế trong XK dệt may sang EU



Bất chấp mức tăng trưởng trung bình hàng năm giảm 1,2% trong năm 2019, Trung Quốc vẫn là nhà xuất khẩu hàng may mặc lớn nhất sang EU với 15,3% thị phần, tiếp theo là Bangladesh (10%) và Thổ Nhĩ Kỳ (5,8%)

Hoạt động kinh doanh thời trang nhanh dự kiến sẽ chuyển sang các nhà cung cấp ở các nước đang phát triển khác

Giá trị xuất khẩu hàng may mặc của Myanmar sang EU đã tăng nhanh nhất, ở mức trung bình 59,6% hàng năm từ 253 triệu euro năm 2014 lên 2,4 tỷ euro năm 2019. Những nước mạnh mẽ khác bao gồm Campuchia, Việt Nam, Pakistan và Bangladesh.



Top 10 nhà xuất khẩu hàng đầu trong EU

10 nhà XK hàng đầu trong EU năm 2019, trị giá tỷ € billion; giai đoạn 2014-19

Romania	€2.1	↓-2.6%	

Country	Value	5-yr. growth	
Germany	€18.1	↑8.7%	Năm 2019, Đức và Ý đều thống trị nhập khẩu hàng may mặc trong EU với 16,4% thị phần, tiếp theo là Hà Lan (5,3%), Tây Ban Nha (4,7%) và Pháp (3,8%).
Italy	€10.9	↑5.2%	
The Netherlands	€9.4	↑9.4%	Các nước đã tăng tỷ trọng nhập khẩu hàng may mặc của EU trong giai đoạn 2014–19 là Đức, Ý, Hà Lan, Tây Ban Nha, Pháp và Ba Lan.
Spain	€8.4	↑8.8%	
France	€6.8	↑6.1%	Xuất khẩu hàng may mặc nội khối EU của Ba Lan đã tăng giá trị lên 6,4 tỷ euro vào năm 2019 từ 2,9 tỷ euro năm 2014, ở mức trung bình 17,1% mỗi năm.
Poland	€6.4	↑17.1%	
Belgium	€6.0	↑4.1%	tăng trưởng nhanh nhất
United Kingdom	€4.7	↑5.1%	
Denmark	€3.0	↑4.9%	Những nước tăng mạnh mẽ khác sau Ba Lan là Hà Lan, Tây Ban Nha và Đức

Poland

Xuất khẩu hàng may mặc của Ba Lan trong khối EU đã tăng giá trị lên 6,4 tỷ euro vào năm 2019 từ 2,9 tỷ euro năm 2014, ở mức trung bình 17,1% mỗi năm.

Source: Eurostat



COVID-19 - Ảnh hưởng đến ngành dệt may



Key figures

3% Giá trị thương mại toàn cầu giảm trong Quý 1 năm 2020.

11,5 % Nhập khẩu của EU giảm trong quý 1 năm 2020

28,1% Sản lượng sản xuất của EU giảm trong quý 1 năm 2020

22,4% giảm khối lượng bán hàng dệt may, quần áo và giày dép tại các cửa hàng chuyên doanh ở EU 6 tháng đầu năm 2020

Tác động chính:

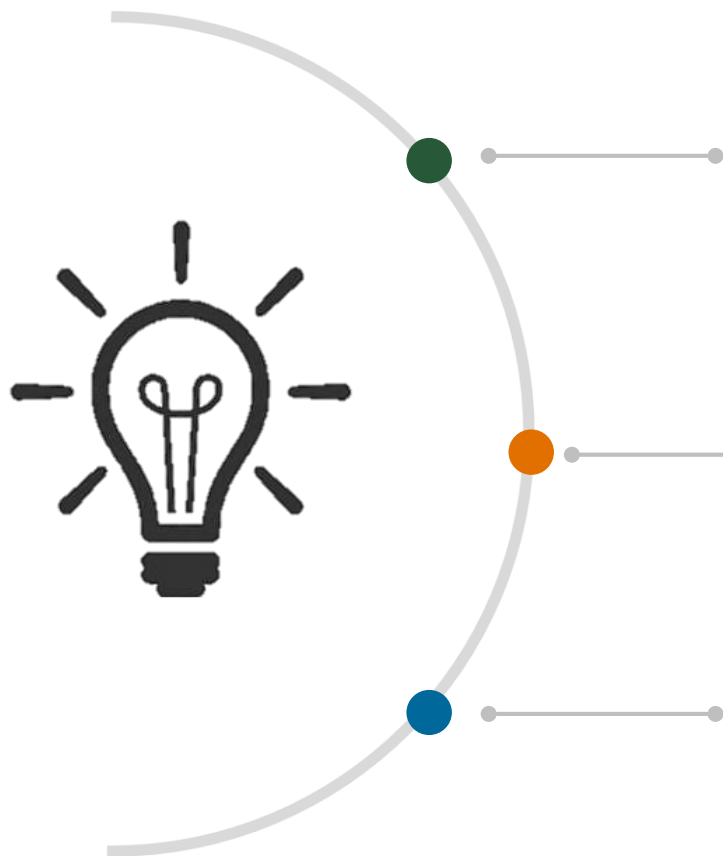
- Người tiêu dùng không còn cần phải mua quần áo thường xuyên hoặc ở tất cả.
- Nhiều công ty thời trang châu Âu đã tạm dừng tất cả các đơn đặt hàng của họ hoặc thậm chí hủy bỏ chúng.
- Tình trạng cách giãn ở nhiều nước trên thế giới dẫn đến khó khăn trong việc vận chuyển.
- COVID-19 có thể gây ra sự suy thoái kinh tế lớn nhất kể từ Thế chiến II, ảnh hưởng đến tất cả các ngành từ tài chính đến khách sạn.

Key impacts





Chuẩn bị để tham gia vào thị trường dệt may châu Âu



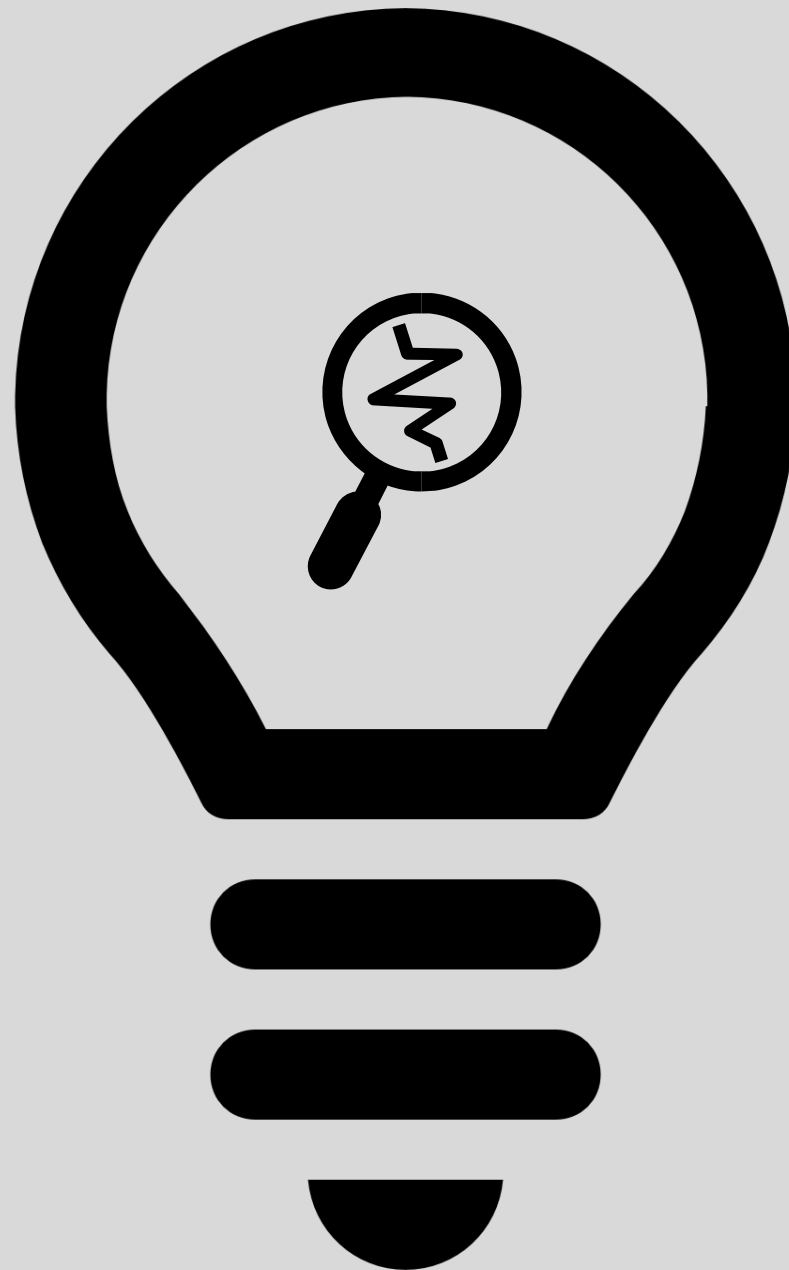
Sẵn sàng cạnh tranh với các nhà cung cấp khác cho khách hàng lớn từ sáu thị trường hàng đầu (Đức, Pháp, Vương quốc Anh, Tây Ban Nha, Hà Lan và Ý). Bạn có thể làm điều này bằng cách 1) giám sát các dịch vụ của các nhà cung cấp khác và 2) xây dựng lòng tin để người mua tiết lộ nhu cầu và kỳ vọng thực sự của họ.

Nhiều khách hàng EU có thể từ từ rời khỏi Trung Quốc, chủ yếu là do chi phí tăng và danh tiếng tiêu cực ("Sản xuất tại Trung Quốc" được coi là đồng nghĩa với "chất lượng thấp" và điều kiện làm việc kém), hoặc trở nên thu hút hơn đối với các nhà cung cấp từ các quốc gia khác, vì vậy hãy đảm bảo quảng cáo chiêu hàng bán hàng của bạn luôn sẵn sàng khi có cơ hội

Theo dõi tác động của COVID-19 và sẵn sàng với "việc phải làm" ngay lập tức cũng như các hành động trung và dài hạn để vượt qua những thất bại và nắm bắt cơ hội mới

2

Thị trường nào cung cấp nhiều cơ
hội nhất cho các nhà xuất khẩu hàng dệt may





Top 10 nước nhập khẩu hàng đầu eu

**Top 10 nhà nhập khẩu hàng đầu eu năm 2019,
Trị giá tỷ €, tăng trưởng giai đoạn 2014-2019**

Country	Value	5-yr. growth
Germany	€34.9	↑4.4%
France	€22.4	↑3.5%
United Kingdom	€20.7	↑2.6%
Spain	€17.8	↑7.0%
Netherlands	€16.1	↑6.4%
Italy	€15.2	↑3.9%
Belgium	€8.2	↑2.7%
Poland	€7.5	↑14.1%
Austria	€6.1	↑5.6%
Sweden	€4.4	↑5.2%

Thị trường hàng may mặc Tây Âu lớn hơn và phát triển hơn thị trường Trung và Đông Âu. Mặc dù các thị trường Đông Âu, đặc biệt là Ba Lan, đang tăng trưởng với tốc độ cao hơn nhiều so với các thị trường ở Tây Âu, nhưng họ vẫn tương đối nhỏ nếu so sánh

71.7% trị giá hàng may mặc năm 2019 đến từ 6 nước Germany, France, the United Kingdom, Spain, the Netherlands and Italy

Các thị trường EU nhập khẩu hàng may mặc phát triển nhanh nhất là Romania (14,7%), Ba Lan (14,1%) và Hungary (11,8%) trong giai đoạn 2014-19. Tuy nhiên, ba quốc gia này cùng nhau chỉ chiếm 6,1% trong tổng NK của EU.



Đức có trị giá NK hàng may mặc lớn nhất với thị phần NK từ Trung quốc giảm

Tri giá nhập khẩu

Khối lượng nhập khẩu

€34.9

billion (2019)

Trung bình
(2014-19):

4.4%

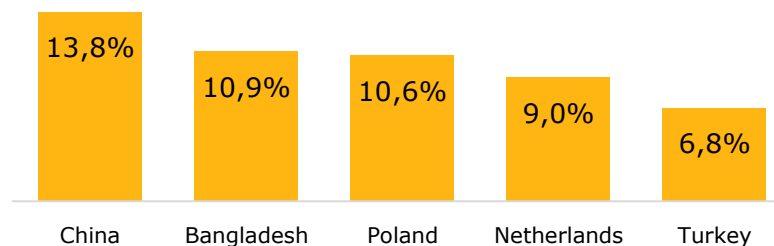
6.4

billion units
(2019)

Trung bình
(2014-19):

1.7%

Thị phần xuất khẩu của 5 nhà XK hàng đầu



Động lực nhập khẩu

- Nhập khẩu từ trong EU tăng trong 5 năm tăng (8,4%) cao hơn nhiều so với nhập ngoài EU (1,2%).
- Trong 5 năm qua, thị phần của Trung Quốc giảm từ 21,9% xuống 13,8%.
- Ba Lan tăng tỷ trọng nhập khẩu và Bangladesh cũng tăng tỷ trọng XK đáng kể.

Các khách hàng quan trọng

- Các brand hàng đầu: Hugo Boss, Adidas, Escada, Tom Tailor, Jil Sander, Joop!, PUMA
- Các nhà bán lẻ hàng đầu: Zalando, C&A, H&M, Peek & Cloppenburg, KiK, New Yorker, Takko, s.Oliver



Pháp giảm nhập khẩu từ Trung quốc 5,1% nhưng nước này vẫn là nhà cung cấp chính

Trị giá NK

Khối lượng NK

€22.4

billion (2019)

Trung bình
(2014-19):

3.5%

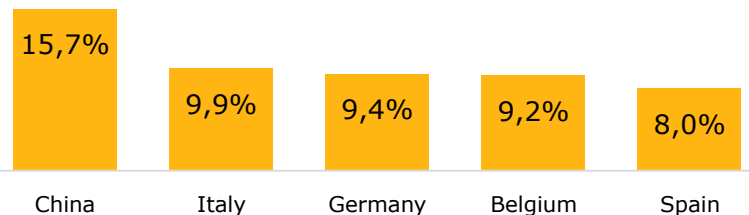
3.6

billion units
(2019)

Trung bình
(2014-19):

0.4%

Thị phần XK của 5 nhà XK hàng đầu



Động lực nhập khẩu

- Nhập khẩu trong khối EU tăng với tốc độ cao hơn so với ngoài EU, lần lượt là 3,8% và 3,3%;
- Trong 5 năm, thị phần nhập khẩu của Trung Quốc giảm 5,1%. Bỉ cũng giảm;
- Hà Lan, Tây Ban Nha, Việt Nam và Bangladesh tăng thị phần.

Các khách hàng quan trọng

- Nhân hiệu hàng đầu: Louis Vuitton, Chanel, Dior, Givenchy, Yves Saint Laurent, Balenciaga, Hermès, Balmain, Lacoste
- Các nhà bán lẻ hàng đầu: Amazon, Decathlon, Galeries Lafayette, Kiabi, La Halle, Camaieu, C&A, H&M

Source: M-Brain analysis based on Eurostat data



Tổng khối lượng nhập khẩu của Anh giảm nhưng khối lượng nhập khẩu tăng đáng kể (7.6%)

Tri giá NK

Khối lượng NK

€20.7

billion (2019)

Trung bình
(2014-19):

2.6%

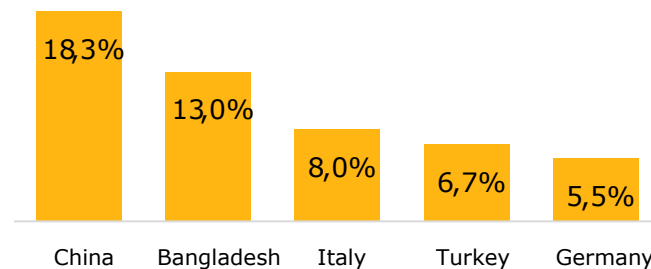
3.6

billion units
(2019)

Trung bình
(2014-19):

-3.4%

Thị phần của 5 nhà XK hàng đầu



- Lượng nhập khẩu trong EU tăng 7,6% so với mức tăng 0,2% của nhập khẩu ngoài EU;
- Trung Quốc mất 7,7% thị phần trong 5 năm qua. Thổ Nhĩ Kỳ và Ấn Độ cũng đã giảm;
- Bangladesh, Hà Lan, Ý và Đức tăng thị phần.

- Brands hàng đầu : Alexander McQueen, Burberry, Stella McCartney, Temperley London, Vivienne Westwood
- Nhà bán lẻ hàng đầu : ASOS, Marks&Spencer, Next, Primark, Arcadia, Debenhams, New Look, TKMaxx, H&M

Source: M-Brain analysis based on Eurostat data



Tây ban Nha có Trị giá tăng trưởng nhập khẩu lớn nhất trong các nước EU hàng đầu

Tri giá NK

Khối lượng NK

€17.8

billion
(2019)

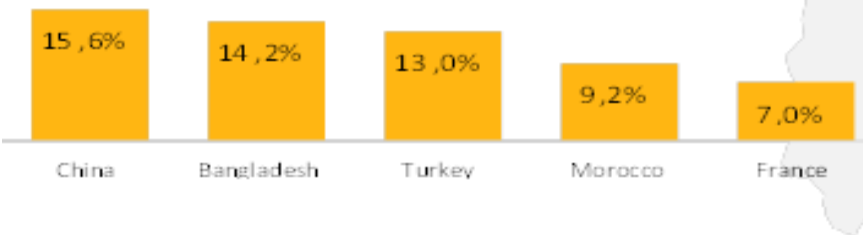
AGR
(2014-
19):
7.0%

3.3

billion
units
(2019)

AGR
(2014-
19):
4.5%

Thị phần của 5 nước XK hàng đầu



- Nhập khẩu ngoài EU tăng với tốc độ 5 năm là 8,5%, trong khi nhập khẩu nội EU tăng 3,9%.
- Nhập khẩu từ Trung Quốc, Bồ Đào Nha, Việt Nam và Ý giảm trong 5 năm.
- Nhập khẩu từ Bangladesh, Thổ Nhĩ Kỳ, Campuchia và Myanmar tăng trong cùng thời gian.

Leading brands: LOEWE, DELPOZO, Adolfo Dominguez, Desigual, Bimba y Lola, Uterqüe

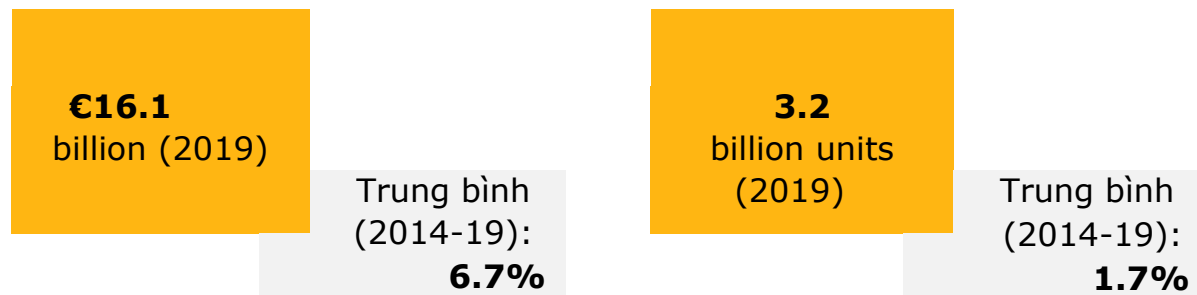
- Leading retailers: El Corte Ingles Group, Mango, Tendam, Stradivarius, Bershka, Massimo Dutti, Pull and Bear, Oysho



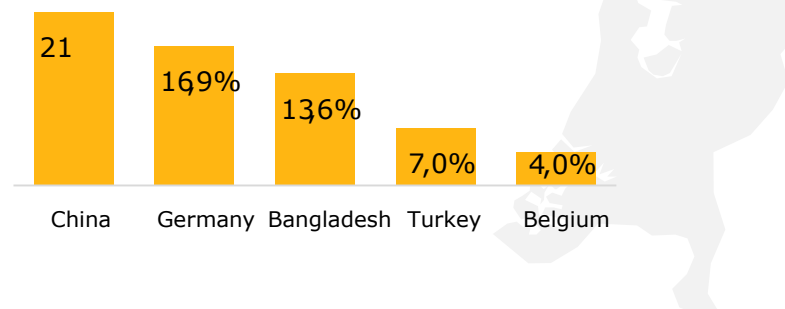
Hà lan vẫn là nhà nhập khẩu tương đối cao từ Trung quốc - cao nhất trong top 6 nhà NK hàng đầu

TRi giá NK

Khối lượng NK



Thị phần 5 nhà XK hàng đầu



- Tốc độ tăng trưởng nhập khẩu nội khối EU bình quân hàng năm (10,5%) cao hơn so với nhập khẩu ngoài EU (4,7%).
- Nhập khẩu từ Trung Quốc, Thổ Nhĩ Kỳ, Ba Lan và Bangladesh đã giảm trong 5 năm qua.
- Nhập khẩu từ Đức, Myanmar và Việt Nam tăng trong cùng thời gian.

- Leading brands: Scotch & Soda, Laundry Industry, Mexx, Viktor & Rolf
- Leading retailers: G Star, WE, C&A, H&M, Zalando

Source: M-Brain analysis based on Eurostat data



Ý nhập khẩu từ trong EU tăng đáng kể

Trị giá NK

€15.2
billion (2019)

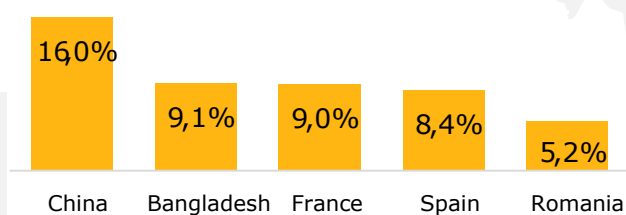
Trung bình
(2014-19):
3.9%

Khối lượng NK

2.5
billion units
(2019)

Trung bình
(2014-19):
1.3%

Thị phần 5 nhà XK hàng đầu

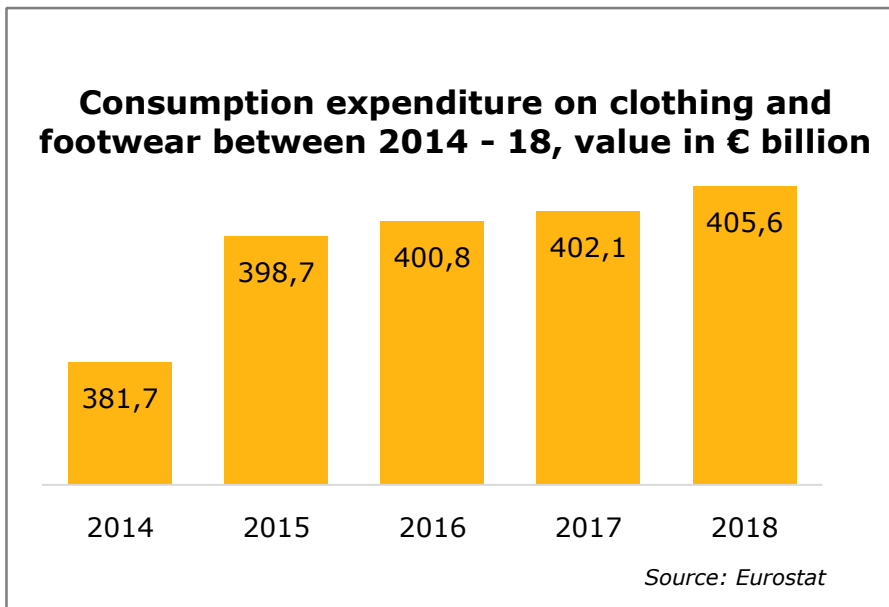


- Nhập khẩu nội địa EU tăng nhiều hơn nhập khẩu ngoài EU với mức tăng trưởng trung bình hàng năm là 5,8% so với 2,4%.
- Trung Quốc mất 6,1% thị phần. Romania Thổ Nhĩ Kỳ và Tunisia cũng quan sát thấy sự sụt giảm.
- Tây Ban Nha, Pháp và Bangladesh tăng thị phần lần lượt là 1,9%, 1,2% và 1,6%.

- Leading brands: Armani, Prada, Zegna, Dolce & Gabbana, Valentino, Salvatore Ferragamo, Versace, Gucci.
- Leading retailers: Yoox, Benetton, Calzedonia, H&M, Max Mara, Teddy, Rinascente



Các hộ gia đình Châu Âu chi tiêu nhiều hơn cho quần áo và giày dép



Tăng trưởng tiêu thụ quần áo và giày dép giai đoạn 2014-2018



Các nước EU có tỷ trọng chi tiêu hộ gia đình cho quần áo và giày dép cao nhất: Estonia (6,2%), Ý (6,1) và Lithuania (6%)



Các nước EU có tỷ trọng chi tiêu hộ gia đình cho quần áo và giày dép thấp nhất: Bulgaria (3,2%), CH Séc

Vương quốc Anh, nhà nhập khẩu hàng may mặc lớn thứ ba của châu Âu và thị trường xuất khẩu lớn thứ ba của châu Âu cho các nhà cung cấp nước đang phát triển, cuối cùng đã rời EU vào tháng Giêng 2020



Các nhà nhập khẩu hàng đầu EU từ các nước đang phát triển

Country	Value of developing country imports	5-yr. growth	Developing country share of imports
Germany	€7.07	↑8.8%	20.2%
Spain	€6.22	↑13.5%	34.9%
United Kingdom	€4.77	↑6.3%	23.0%
France	€3.98	↑7.1%	17.8%
Netherlands	€3.81	↑6.9%	23.7%
Italy	€2.88	↑6.0%	18.9%
Belgium	€1.73	↑5.2%	21.2%
Poland	€1.08	↑41.9%	14.4%
Denmark	€0.92	↑16.5%	22.5%
Sweden	€0.76	↑13.2%	17.4%

83%

Germany

nhập khẩu hàng may mặc từ các nước đang phát triển năm 2019 là từ Germany, Spain, United Kingdom, France, the Netherlands and Italy.

Là nhà NK lớn nhất tính theo trị giá từ các nước đang phát triển năm 2019

Spain

Có tỷ lệ tăng trưởng cao nhất (2014–19) trong top 6 nhà NK từ các nước đang phát triển

Poland

có mức tăng trưởng nhập khẩu trung bình hàng năm mạnh nhất từ các nước đang phát triển, tiếp theo là Áo và Đan Mạch. Công ty quần áo lớn nhất của Ba Lan kiểm soát các thương hiệu Reserved, Cropp, House, Mohito và Sinsay.



Các nhà NK EU khác NK từ các nước đang phát triển

Nhập khẩu hàng may mặc từ các nước đang phát triển vào các thị trường Đông Âu khác vẫn còn rất nhỏ so với các thị trường hàng đầu của EU.



Romania

€85.6
(2019)million



Hungary

€12.4
(2019)million



Other
countries

Below €12.4 million
(2019)

Một số thương hiệu mới nổi từ Đông Âu bao gồm Dzhus, RCR Khomenko, Anna K, The Knotty Ones, Nehera.

Mặc dù cơ bản thấp, nhập khẩu hàng may mặc từ các nước đang phát triển vào các thị trường Đông Âu khác như Romania, Hungary, Lithuania, Bulgaria và Latvia đang tăng với tốc độ tăng trưởng hàng năm rất cao. Các quốc gia này có thể chưa phải là thị trường lớn đối với các nhà cung cấp từ các nước đang phát triển nhưng cần được quan sát để có cơ hội trong tương lai.



Giá đơn vị NK trung bình tăng nhanh nhất ở Anh

Giá trung bình của NK từ trong và ngoài EU của 6 nhà NK lớn năm 2019, trị giá€, giai đoạn 2014-19

Country	Average unit price of intra EU imports	5-yr. change	Average unit price of extra EU imports	5-yr. change
Germany	€9.06	+€1.83	€3.96	+€0.04
Spain	€7.60	+€0.81	€4.88	+€0.67
United Kingdom	€15.89	+€4.38	€4.12	+€0.80
France	€7.63	+€0.94	€5.16	+€0.80
Netherlands	€9.57	+€1.11	€3.79	+€0.70
Italy	€9.10	+€1.57	€4.70	+€0.31

Quần áo nhập khẩu từ các nước châu Âu khác thường đắt hơn 1,5 đến 3,9 lần trên một chiếc so với quần áo nhập khẩu từ bên ngoài EU. Cụ thể hơn đối với hàng nhập khẩu từ các nước đang phát triển, đơn giá trung bình đã giảm ở Đức và Ý trong 5 năm qua, trong khi ở các thị trường nhập khẩu hàng đầu khác của EU, giá lại tăng. Tây Ban Nha có mức tăng giá cao nhất đối với hàng may mặc nhập khẩu từ các nước đang phát triển trong 5 năm qua.

Source: Eurostat

Giá cao nhất: các nước Scandinavian

Giá thấp nhất: Các nước Đông Âu

Đan Mạch

Giá quần áo và giày dép cao nhất trong năm 2018 (cao hơn 38,8% so với mức trung bình của EU), tiếp theo là Thụy Điển (26,2%) và Phần Lan (20,9%)

quốc gia ít tốn kém nhất cho quần áo và giày dép (thấp hơn 22% so với mức trung bình của EU), tiếp theo là Romania (17,5%) và Hungary (12%)

Bulgaria



Cách nhanh chóng thành lập thị trường hàng may mặc ở EU



Cung cấp các đề nghị cạnh tranh để sản xuất hàng loạt và phát triển năng lực của bạn đối với các mặt hàng và phụ kiện có giá trị cao để cung cấp một giải pháp thay thế rẻ hơn và đáng tin cậy cho sản xuất của Trung Quốc

Tiếp cận với các thương hiệu và nhà bán lẻ lớn đang thành công ở nhiều nước Châu Âu, chẳng hạn như H&M, để có cơ hội ký hợp đồng phụ tiềm năng

Truy cập trang Thông tin thị trường may mặc để tìm thông tin giúp bạn đưa hàng may mặc hoặc sản phẩm may mặc của mình vào thị trường Châu Âu

Theo dõi tác động kinh tế của Brexit, hiểu rõ thuế nhập khẩu hải quan của Anh sẽ thay thế thuế nhập khẩu hải quan tiêu chuẩn của EU sau khi kết thúc giai đoạn chuyển đổi

3

Sản phẩm gì từ các nước
đang phát triển có tiềm năng nhất
tại thị trường EU?



Thống kê nhập khẩu các mặt hàng giai đoạn 2014-2019

Product category	Value	5-yr. growth
Knitwear	€21.5	↑4.9%
Pants, trousers and shorts	€16.1	↑4.7%
Bodywear	€15.3	↑3.8%
Fashion sportswear	€15.2	↑7.2%
T-shirts	€13.7	↑5.0%
Coats, jackets, blazers	€11.0	↑5.4%
Dresses	€11.2	↑9.4%
Denim	€9.2	↑3.6%
Women's tops, blouses shirts	€7.6	↑1.8%
Men's shirts	€7.6	↑2.1%
Babywear and children's wear	4.0	↑3.8%
Active sportswear	3.1	↑9.7%
Leather	2.9	↑0.2%
Skirts	2.6	↑6.9%
Swimwear	2.2	↑8.5%
Suits and ensembles	1.5	↓-0.8%
Other product categories	32.6	↑5.2%
TOTAL	177.3	↑5.0%



Knitwear (hàng dệt):

là danh mục hàng may mặc lớn nhất được nhập khẩu vào EU với giá trị 21,2 tỷ euro (2019) chiếm 12,2% tổng nhập khẩu hàng may mặc

46.1%

của các mặt hàng quần áo nhập khẩu vào EU (2019) là quần dài, quần dài và quần short, áo bó sát, đồ thể thao thời trang và áo phông

Active sportswear (đồ thể thao)

là danh mục sản phẩm tăng trưởng nhanh nhất (9,7%) theo giá trị nhập khẩu, trong khi các danh mục hàng đầu khác đều tăng trưởng từ 7,2% đến 9,4% mỗi năm

Suits & ensemble (Đồ vest, đồ bộ)

là những danh mục sản phẩm duy nhất có nhập khẩu giảm trong giai đoạn đó với 0,8% giảm trung bình (2014-2

Quần áo bền vững là những danh mục mới nổi



Sustainable

Loại bền vững tăng
trưởng ổn định trong EU

- › Châu Âu, đặc biệt là Bắc Âu, là thị trường chính cho xuất khẩu hàng dệt may bền vững
- › Bất chấp nhu cầu về hàng may mặc bền vững ngày càng tăng, người tiêu dùng châu Âu không phải lúc nào cũng sẵn sàng trả nhiều hơn cho loại sản phẩm này, mặc dù điều này đang dần thay đổi
- › Có các sáng kiến quy định ở cấp quốc gia và châu Âu thúc đẩy tính bền vững, bao gồm Hiệp định của Hà Lan về hàng dệt may bền vững. Về phía nguồn cung, số lượng các thương hiệu bền vững đang tăng lên và tất cả các thương hiệu và nhà bán lẻ hàng đầu đang thực hiện các chiến lược và biện pháp bền vững khác nhau.
- ›

Wearable technology and smart clothing ›

Mặc dù phân khúc quần áo thông minh chưa phát triển quá nhanh ở Châu Âu, nhưng do sự phổ biến, một số nhà phân tích tin rằng quần áo thông minh là một thị trường đầy hứa hẹn trong tương lai.

Thị trường mặc ở châu Âu ước tính đạt 72,8 triệu chiếc vào năm 2020 (khoảng 11 tỷ Euro). Ví dụ về công nghệ có thể bao gồm các dây đeo theo dõi thể dục, chẳng hạn như Fitbit, Runtastic, Mio và Misfit; áo lót thể thao thông minh; đồng hồ thông minh, chẳng hạn như Apple Watch; kính thông minh như kính google, kính mắt thông minh của Sony, các đồ quần áo cho thú cưng, các đồ áo khoác có trang bị đèn LED....



Product category	Value	5-yr. growth
Pants, trousers and shorts	€4.8	↑7.3%
Knitwear	€4.7	↑9.0%
T-shirts (men's and women's)	€3.9	↑5.8%
Denim	€2.9	↑5.4%
Fashion sportwear	€2.4	↑19.4%
Men's shirts	€2.1	↑4.6%
Bodywears	€2.2	↑12.3%
Women's tops, blouses, shirts	€1.2	↑6.3%
Dresses	€1.3	↑14.3%
Coats, jackets, blazers	€1.3	↑16.3%
Babywear and children's wear	€0.9	↑10.7%
Leather	€0.34	↓-1.4%
Skirts	€0.38	↑9.0%
Swimwear	€0.29	↑11.1%
Active sportwear	€0.30	↑17.6%
Suits and ensembles	€0.12	↑3.9%
Other product categories	€5.4	↑12.6%
TOTAL	€34.6	↑9.2%

Trị giá nhập khẩu từ các nước đang phát triển theo loại sản phẩm, tỷ eur, tăng trung bình giai đoạn 2014-2019

18,7 tỷ eur : giá trị (2019), 54,1% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng may mặc của các nước đang phát triển sang EU bao gồm hàng dệt kim, quần dài, quần dài và quần đùi, áo phông, denim và đồ thể thao thời trang

Tăng trưởng nhanh nhất : danh mục nhập khẩu từ các nước đang phát triển là đồ thể thao thời trang, đồ thể thao năng động và áo khoác, áo khoác và áo khoác

Thời trang thể thao: tăng trung bình 19,4%

Xuất khẩu của các nước đang phát triển chiếm 27,6% đến 31,5% tổng số nhập khẩu ở dạng denim, quần dài, quần tây và quần short, áo phông và đồ nam áo sơ mi, vốn là danh mục tập trung cho các nước đang phát triển. Các danh mục đang phát triển tốt là hàng dệt kim, quần áo bố sát và áo khoác,

Đơn giá trung bình của hàng nhập khẩu có xuất xứ từ các nước đang phát triển trong năm 2019

Product category	Value	5-yr. change	
Coats, jackets, blazers	€13.9	+€0.26	› Đơn giá trung bình của hàng may mặc nhập khẩu vào EU từ các nước đang phát triển rất khác nhau tùy thuộc vào sản phẩm.
Fashion sportwear	€11.49	+€1.09	
Denim	€7.27	+€0.30	
Suits and ensembles	€7.01	-€1.24	› Hầu hết các loại sản phẩm đều có sự phát triển về giá tích cực trong 5 năm qua.
Pants, trousers and shorts	€6.00	+€0.21	
Dresses	€5.51	+€0.43	› Áo khoác, và quần áo thể thao thời trang có giá cao hơn và có đơn giá nhập khẩu trung bình lần lượt là 13,90 € và 11,49 €.
Skirts	€5.12	+€1.08	
Knitwear	€5.05	+€0.34	› Áo phông và quần áo bó sát là hàng may mặc có giá trị thấp với đơn giá nhập khẩu trung bình lần lượt là 1,79 € và 1,26 €.
Men's shirts	€4.49	+€0.39	
Women's tops, blouses, shirts	€4.31	+€0.38	› Giá váy tăng nhiều nhất từ đơn giá trung bình là 4,04 € năm 2014 lên 5,12 € vào năm 2019
Swimwear	€4.09	+€0.26	
Leather	€3.84	-€1.94	› Giá của hai loại đã giảm trong năm 2014–2019: Da (giảm 50,5%) và com-lê và quần áo (giảm 15%)
T-shirts (men's and women's)	€1.79	+€0.13	
Bodywear	€1.26	+€0.12	
Overall average for imported apparel items	€3.83	+€0.37	



Cách để biết mặt hàng may mặc nào nên xuất khẩu sang EU



Tận dụng tiềm năng của quần áo thể thao đã cho thấy sự phát triển đáng kể trong những năm qua. Xem nghiên cứu của CBI Xuất khẩu quần áo thể thao sang Châu Âu để biết thêm chi tiết

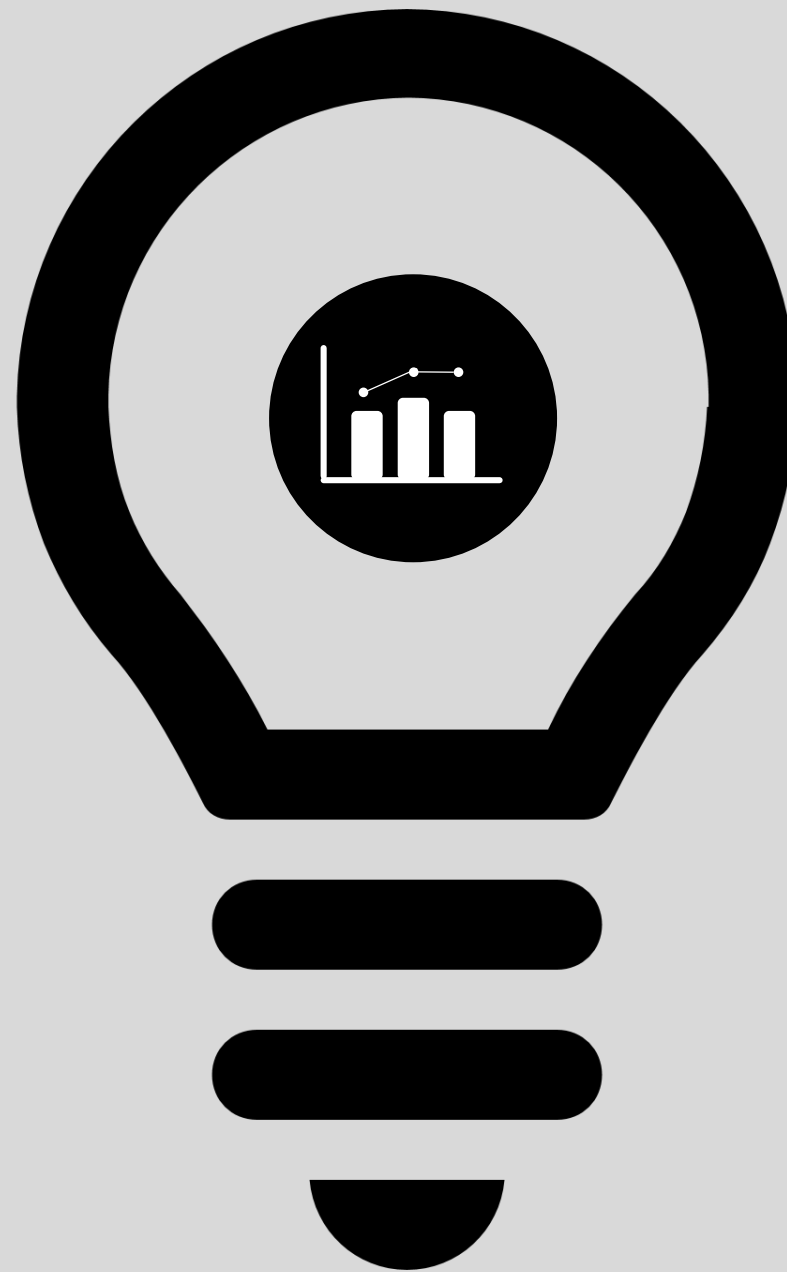
Tận dụng cơ hội cho các mặt hàng có đơn giá cao hơn, chẳng hạn như váy. Tìm hiểu về xu hướng và theo dõi các xu hướng mới để cung cấp các mặt hàng phù hợp nhất với thị hiếu của người tiêu dùng

Không thể phủ nhận tính bền vững là một xu hướng lâu dài. Cần phải hiểu những kỳ vọng này và không chỉ tập trung vào nguyên liệu hoặc sản xuất không CO2 mà còn vào toàn bộ chuỗi cung ứng để chiếm được trái tim và tâm trí của người tiêu dùng một cách bền vững

Đơn giá cho đồ da cũng như quần áo và quần áo đồng phục đã giảm; nếu muốn thành công, tốt nhất là có điểm bán hàng đặc biệt độc đáo

4

Cơ hội từ EVFTA
Triển vọng cho ngành dệt may





Cam kết EVFTA về thuế quan đối với dệt may

Trong EVFTA, EU cam kết dành ưu đãi thuế nhập khẩu cho hàng dệt may Việt Nam như sau:

Loại bỏ ngay 42,5% số dòng thuế nhập khẩu, có thuế suất cơ sở từ 8-12%, ngay khi Hiệp định có hiệu lực (**Nhóm A**). Các mặt hàng này chủ yếu là nguyên phụ liệu dệt may (thuộc các Chương 50-59), các loại hàng dệt kim và móc Chương 60), và một số ít loại trong các nhóm sản phẩm may mặc thuộc Chương 61-63 (như bộ đồ vest hoàn chỉnh, đồ ngủ nữ, áo len trẻ em, đồ bơi, chăn, rèm cửa, túi xách hoặc túi đựng bằng vải...);

Các sản phẩm còn lại loại bỏ thuế nhập khẩu dần từ mức thuế MFN trung bình là 12% hiện nay xuống 0% trong thời hạn từ 3 năm (**nhóm B3- giảm 3%/năm**), 5 năm (**nhóm B5- giảm 2%/năm**) hoặc 7 năm (**nhóm B7 - giảm 1,5%/năm**) kể từ ngày EVFTA có hiệu lực. Phần lớn là các sản phẩm may mặc và sản phẩm tương tự thuộc các Chương 61, 62, 63.

Lộ trình cam kết giảm thuế cho một số mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang EU

HS	Mô tả	GSP (%)	Lộ trình EVFTA
6201	Áo khoác ngoài, áo choàng cho nam giới hoặc trẻ em trai	9,6	B7

HS	Mô tả		GSP (%)	Lộ trình EVFTA
	trừ 6201.93	Loại khác – Từ sợi nhân tạo		B5
6204	Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, blazer cho phụ nữ hoặc trẻ em gái		9,6	Đa số A
	trừ 6204.13	Bộ com lê từ sợi tổng hợp		B5
	6204.32/33	Áo jacket/blazer từ bông/sợi tổng hợp		
	6204.39	Áo jacket/blazer từ các vật liệu dệt khác		B3
6203	Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, blazer cho nam giới hoặc trẻ em trai		9,6	Đa số B5
	trừ 6203.19	Bộ com lê từ bông/ xơ tái tạo/ vật liệu dệt khác		A
	6203.31	Áo jacket/		



HS	Mô tả		GSP (%)	Lộ trình EVFTA
		blazer từ len		
	6203.49	Quần từ xơ tái tạo		B3
	6203.11/12	Bộ com lê từ len/ sợi tổng hợp		B7
6202	Áo khoác ngoài, áo choàng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái		9,6	Đa số B7
	trừ 02.12.90/ 6202.13.90	từ bông/sợi nhân tạo có trọng lượng trên 1kg tính trên quần áo		B5
6109	Áo phông, áo may ô và các loại áo lót khác, dệt kim hoặc móc		9,6	B5
6110	Áo bó, áo chui đầu, áo cài khuy (cardigan), gi-lê và các mặt hàng tương tự, dệt kim hoặc móc		9,6	B5
6104	Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, blazers cho phụ nữ hoặc trẻ em gái, dệt kim hoặc móc		9,6	Đa số A

HS	Mô tả		GSP (%)	Lộ trình EVFTA
	trừ 6104.43	Váy từ sợi tổng hợp		B3
	6104.63	Quần dài từ sợi tổng hợp		
	6104.33	Áo Jacket/blazer từ sợi tổng hợp		B5
	6104.53	Chân váy từ sợi tổng hợp		
6210	Quần áo may từ các loại vải thuộc nhóm 5602, 5603, 5903, 5906 hoặc 5907		9,6	B5
6307	Các mặt hàng đã hoàn thiện khác, kể cả mẫu cắt may		5-9,6	A
6205	Áo sơ mi nam giới hoặc trẻ em trai		9,6	Đa số B7
	trừ 6205.20	từ bông		B5



Cam kết EVFTA về quy tắc xuất xứ đối với hàng dệt may

EVFTA quy định về các điều kiện quy tắc xuất xứ mà hàng hóa phải tuân thủ để được hưởng ưu đãi thuế quan.

Hiệp định EVFTA yêu cầu quy tắc xuất xứ “2 công đoạn” (từ vải trở đi) đối với hàng dệt may. Cụ thể, để sản phẩm may mặc được coi là có xuất xứ theo EVFTA thì:

* Vải sử dụng để tạo thành sản phẩm phải có xuất xứ Việt Nam/EU; và

* Việc cắt, may phải được thực hiện tại Việt Nam/EU.

Tuy nhiên, EVFTA có cam kết linh hoạt về quy tắc xuất xứ cộng gộp cho phép vải có xuất xứ Hàn Quốc hoặc một nước thứ ba cùng có FTA với Việt Nam và EU được coi như có xuất xứ theo EVFTA (Hàn Quốc là nước duy nhất hiện có cả FTA với Việt Nam và EU).

EVFTA cho phép chia nhỏ lô hàng trong trường hợp quá trình vận chuyển hàng hóa có quá cảnh qua nước thứ ba không phải thành viên với điều kiện hàng hóa vẫn nằm dưới sự giám sát của hải quan. Đây là Hiệp định FTA thứ hai cùng với CPTPP cho phép doanh nghiệp thực hiện việc này. Quy định này rất thuận lợi cho các doanh nghiệp khi xuất khẩu, họ có thể đưa các trung tâm phân phối lớn chia nhỏ giao hàng theo các thời điểm mùa vụ phù hợp.

TRÂN TRỌNG CẢM ƠN SỰ QUAN TÂM CỦA QUÝ VỊ
TRÂN TRỌNG CẢM ƠN SỰ CỘNG TÁC CỦA CÁC NHÀ NGHIÊN CỨU EU

[n](#)



<https://vn-eu-tradehub.com/>



BE@moit.gov.vn



[Viet-Nam-Trade-Office-to-Belgium-EU-and-Luxembourg](#)



[@ VietnamEu](#)