

**BÁO CÁO THỊ TRƯỜNG
ĐỒ NỘI THẤT TẠI TÂY BAN NHA
2005**

(THƯƠNG VỤ TẠI TÂY BAN NHA TỔNG HỢP)

1. MỨC TIÊU DÙNG

Nhu cầu tiêu dùng đồ nội thất tại TBN tốt nhất trong Liên minh Châu Âu 15 thành viên. Tuy nhiên, mức tiêu dùng của từng cá nhân vẫn tương đối thấp vì đặc điểm cấu trúc gia đình tại TBN: có 40,3 triệu người TBN sống tại 16,8 triệu căn hộ; thiếu niên TBN sống tách khỏi gia đình muộn hơn so với các nước EU khác.

TBN hiện trung bình có 2,4 người trong một căn hộ, đạt tỉ lệ cao nhất EU. Năm 2004, thị trường nội thất TBN đạt trị giá 6,341 triệu, chiếm 9% thị phần EU. Có 4 triệu người TBN mua đồ nội thất. Nhóm mua sắm lớn nhất là các hộ gia đình với từ 1-2 con (chiếm 42%), tiếp đó là các cặp vợ chồng không con (chiếm 12%). Nhiều căn hộ trở nên quan tâm tới thiết kế nội thất và sự đa dụng của căn phòng, đặc biệt là phòng khách và phòng ngủ (như kèm thêm tính năng phòng làm việc).

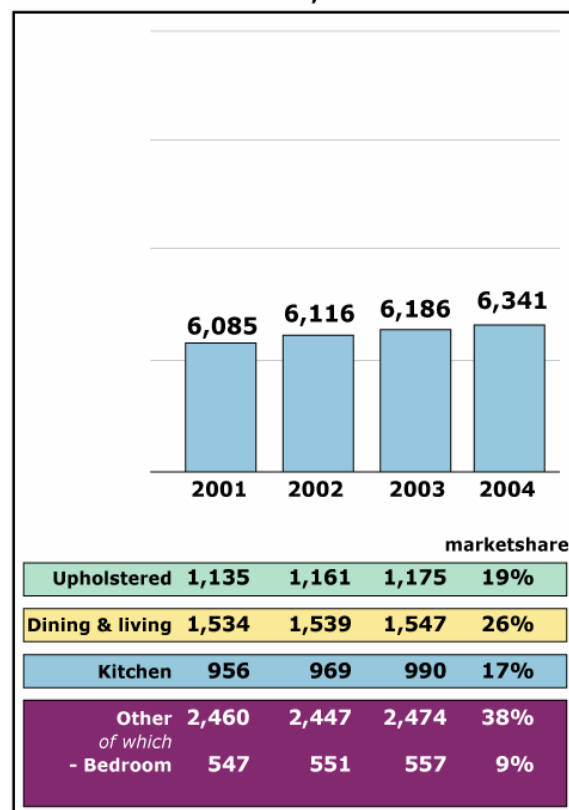
Như thể hiện trong Hình 1.1, đồ dùng trong phòng ăn và phòng ngủ chiếm 26% thị phần.

Số lượng hàng bán tăng trong những năm gần đây, mặc dù bị tác động bởi sự xuất hiện của đồng euro và nạn thất nghiệp gia tăng, đặc biệt tại khu vực ven đô. Sự gắn kết giữa các cặp vợ chồng trẻ cũng là một nhân tố giới hạn lượng hàng bán, phù hợp với những nghiên cứu gần đây của Viện Công nghệ đồ nội thất và đồ gỗ (AIDIMA). Chất lượng quan trọng hơn giá cả và quyết định đối với sự lựa chọn của hầu hết người tiêu dùng.

Lượng hàng bán tăng 2,5% năm 2004 và các kênh tiêu thụ vẫn đang mở rộng phạm vi hoạt động tại TBN, đặc biệt là doanh nghiệp của Pháp Conforama, gần đây đã mở chi nhánh tại Malaga và Bilbao, và Grupo Rey với tổng số 105 chi nhánh.

Về sự ưu tiên đối với những loại đồ nội thất khác nhau, 42% người tiêu dùng thích kiểu hiện đại (mang tính thời đại) hơn, 24% thích kiểu dáng thiết kế, 16% thích sự dân dã và 10% thích phong cách truyền thống.

Figure 1.1 Spanish furniture consumption, value in € million, 2001-2004

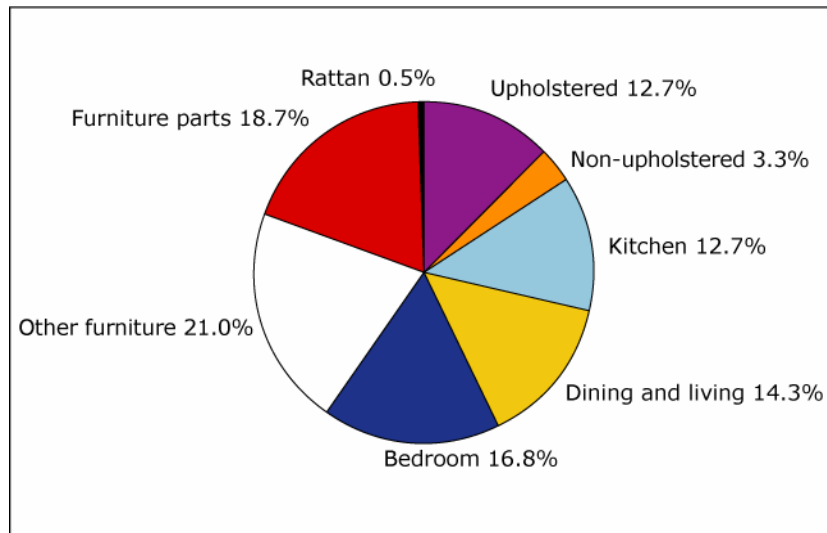


Source: Aidima, Euromonitor (2005)

2. SẢN XUẤT

Các nhà cung ứng sản phẩm TBN hầu hết tập trung tại Valencia, Cataluña, Basque và Murcia. Majorca sẽ tổ chức hội chợ thế giới đầu tiên về đồ gỗ và đồ nội thất trong năm 2006, Hội chợ này sẽ có sự tham gia của các doanh nghiệp, chuyên gia từ nhiều nước trên thế giới. Sản xuất ở TBN tăng 3% năm 2004, đạt 6,885 triệu euro, mặc dù xuất khẩu chịu sự cạnh tranh gay gắt từ Trung Quốc. Có 102.960 người làm việc tại 12.750 đơn vị sản xuất đồ nội thất.

Figure 2.1 Production of domestic furniture in Spain 2004, as percent of total value



Source: Spanish National Statistics (2005)

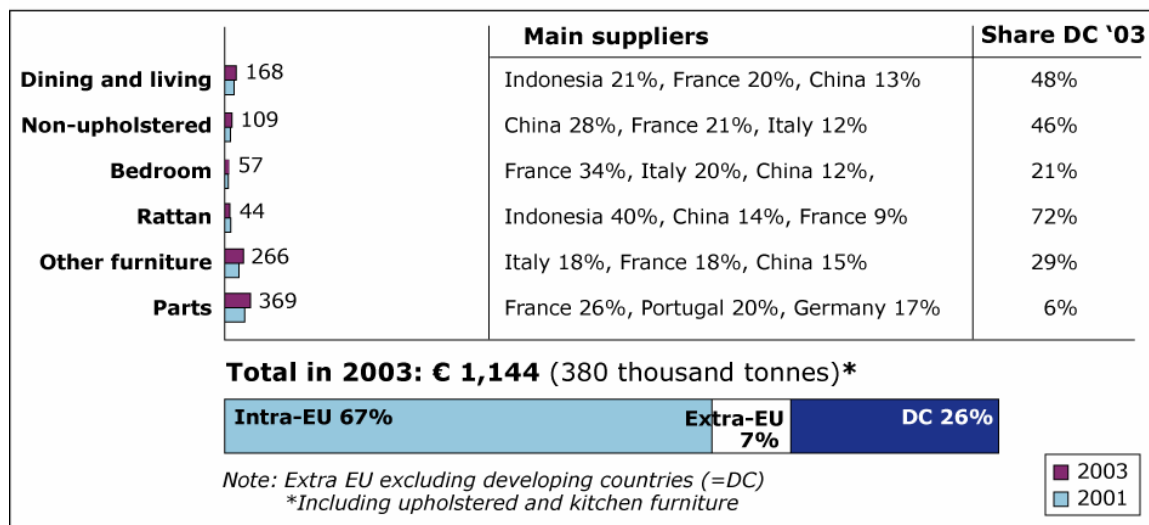
Ngành công nghiệp đồ nội thất TBN mang tính manh mún cao với chỉ 10% các công ty có hơn 20 nhân viên. Theo số liệu từ Tổng cục thống kê quốc gia TBN, ngành công nghiệp đồ nội thất sản xuất 19% cấu kiện nội thất, 17% đồ dùng cho phòng ngủ, 14% đồ dùng trong phòng ăn và phòng khách, sản phẩm dùng cho mục đích không xác định chiếm tới 21%.

3. NHẬP KHẨU

Năm 2003, TBN nhập 380 nghìn tấn, đạt 1.144 triệu euro, chiếm 5% tổng nhập khẩu của EU, vì hầu hết nhu cầu đồ nội thất của TBN được đáp ứng bởi thị trường trong nước. TBN nhập 67% từ các nước EU khác, chỉ 7% từ các nước Châu Âu không trong EU, trong khi 26% tới từ các nước đang phát triển.

Nhập khẩu đồ nội thất của TBN tăng 27%, từ 896 lên 1.144 triệu euro, chủ yếu do tăng nhập nhóm đồ nội thất khác và cấu kiện (tăng 36%, từ 286 tới 389 triệu euro). Sản phẩm ghế nhồi nệm và không nhồi nệm, sản phẩm từ tre, đồ dùng phòng ăn, phòng khách và phòng ngủ cũng tăng nhu cầu trong giai đoạn này. Giống các nước EU khác, TBN là nhà nhập khẩu cấu kiện lớn (32% năm 2003).

Figure 3.1 Spanish furniture imports 2001-2003, value in € million



Source: Eurostat (2004)

Theo số liệu từ Eurostat (trình bày trong biểu trên), Pháp (chiếm 22% tổng giá trị nhập khẩu) và Ý (chiếm 18%) là các nhà cung ứng chủ yếu của TBN. Các nhà cung ứng khác gồm có Trung Quốc (12%), Đức (10%), Bồ Đào Nha (9%), Indonesia (7%), Anh (2%), Vietnam (2%), Bỉ (2%), Phần Lan, Thụy Điển, Đan Mạch và Đài Loan.

Nhập khẩu đồ nội thất từ các nước đang phát triển đạt giá trị 300 triệu euro. Về số lượng, nhập khẩu từ các nước đang phát triển tăng 110%, từ 66 lên 139 nghìn tấn trong giai đoạn giữa 2001-2003. Các nước nhập khẩu lớn là Trung Quốc (134 triệu euro năm 2003) và Indonesia (82 triệu euro). Các nhà cung ứng quan trọng từ những nước phát triển khác có **Việt Nam (đạt 18 triệu euro)**, Brazil, Philippines, India, Mexico, Thái Lan và Malaysia.

4. XUẤT KHẨU

TBN là nhà xuất khẩu đồ nội thất có tầm cỡ của EU, với giá trị xuất khẩu đạt 1.175 triệu euro năm 2003, chiếm 5% tổng giá trị xuất khẩu của EU. Xuất khẩu đồ nội thất TBN chịu ảnh hưởng từ suy thoái kinh tế gần đây nên giảm 11%, từ 365 xuống còn 320 nghìn tấn trong các năm 2001-2003. Về giá trị, xuất khẩu giảm 14%, từ 1.363 xuống còn 1.175 triệu euro. Xuất khẩu các nhóm sản phẩm của TBN giảm (đặc biệt đồ phòng ngủ (giảm 31%, từ 135 xuống 93 triệu euro), đồ phòng ăn và phòng khách (giảm 26%, từ 198 xuống 146 triệu euro). Trong xuất khẩu của TBN, nhóm sản phẩm đồ nội thất khác chiếm 25%, tiếp đó là cấu kiện đồ nội thất (20%).

Năm 2003, các thị trường EU khác nhập 69%, trong đó Pháp vẫn là thị trường chính (chiếm 28% xuất khẩu TBN), tiếp đó là Bồ Đào Nha và Đức. Xuất khẩu tới các nước không thuộc EU giảm do nhu cầu thấp của thị trường Châu Á.

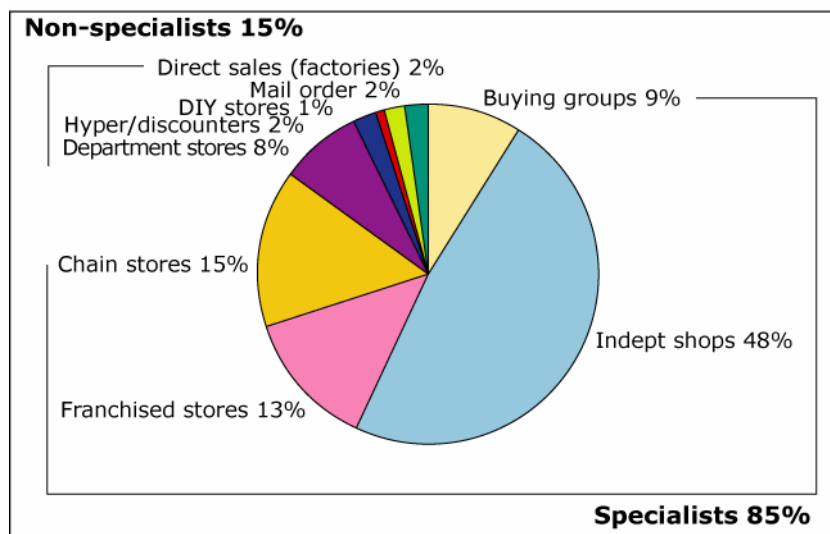
5. CẤU TRÚC THƯƠNG MẠI

Giống như Ý, các cửa hàng đồ nội thất độc lập tại TBN chiếm 48% doanh thu bán lẻ, và lấy hàng trực tiếp từ các nhà sản xuất địa phương hoặc các nhà bán buôn hoạt động trong vùng. Năm 2004, có khoảng 17.000 điểm bán lẻ đồ nội thất tại TBN, trong đó 80% có diện tích nhỏ hơn 250 m². Có rất ít sự chuyên môn hoá theo kiểu dáng và nhiều cửa hàng trưng bày nhiều nhóm mặt hàng, chúng tạo thành thị trường đồ nội thất rất mạnh mẽ của TBN.

Tuy nhiên, từ cuối những năm 90, giai đoạn tập trung thị trường bắt đầu với việc mở rộng kênh bán hàng tại TBN của Moblerone (<http://www.moblerone.com>) và của các doanh nghiệp quốc tế. Các kênh bán hàng của Thụy Điển (IKEA, Habitat), chuỗi cửa hàng nhượng quyền của Pháp (Conforama) đóng góp vào sự tăng trưởng thị phần bán lẻ. Năm 2004, các cửa hàng theo chuỗi và cửa hàng nhượng quyền cùng hình thành 1/3 thị trường TBN (xem hình 5.1). Chủ yếu là các cửa hàng hạch toán độc lập.

IKEA mở cửa hàng đầu tiên tại TBN năm 1996 và giờ là một trong số những tên tuổi hàng đầu TBN với 9 cửa hàng, mỗi cửa hàng có không gian tới hơn 22.000 m². Năm 2004, IKEA chiếm 4% thị trường đồ nội thất TBN. IKEA có trung tâm phân phối đặt tại Vals và có kế hoạch mở 16 điểm bán hàng mới tới 2010.

Figure 5.1 Share of Retail Distribution of domestic furniture in Spain, 2004, percent value



Source: Euromonitor, Mintel (2005)

Các cửa hàng nhượng quyền do Pháp sở hữu gồm có Merkamueble (51 điểm bán hàng, doanh thu 259 triệu euro), Galerías Tarragona (65 điểm bán hàng), Conforama (9 điểm

bán hàng, doanh thu 70 triệu euro), Roche Bobois (37 điểm bán hàng). Các chuỗi cửa hàng của TBN gồm: Moblerone (32 điểm bán hàng, 75 triệu euro), Meubles Valencia (11 điểm bán hàng), Espejo Hermanos, Luna Lunera (đồ nội thất cho trẻ em) và Artimueble (dành cho bán hạ giá).

48% doanh thu đồ nội thất tại TBN đạt được từ các cửa hàng độc lập và 9% từ các tập đoàn, trong đó Acem và Intermovil là lớn nhất. Các nhà bán lẻ hàng đầu khác có: Grupo Expo Mobi (<http://www.expomobi.com>, với 65 điểm bán), Muebles La Fabrica (26 điểm bán), Grupo Muebles Rey (16 điểm bán) và Kibua (22 điểm bán).

Liên quan tới các cửa hàng không chuyên, các siêu thị và cửa hàng cùng chiếm 15% doanh thu. Cửa hàng El Corte Inglés đứng đầu thị trường đồ nội thất TBN và bán được 605 triệu euro, chiếm 8% thị trường đồ nội thất năm 2004. Số lượng các cửa hàng DIY (Pháp) tăng tại TBN, trong đó cung cấp nhóm đồ nội thất RTA. Thị phần của hàng bán trực tiếp bởi các nhà máy đồ nội thất giảm trong vài năm gần đây, nhưng hàng bán trực tiếp vẫn chiếm tỉ lệ quan trọng, đạt 3% năm 2004.

6. ĐỊA CHỈ QUAN TRỌNG

6.1 Tổ chức tiêu chuẩn

AIDIMA – Viện Công nghệ đồ nội thất

E-mail: <mailto:informacion@aidima.es>

Internet: <http://www.aidima.es>

Hiệp hội tiêu chuẩn và chứng thực TBN (AENOR)

Email: <mailto:info@aenor.es>

Internet: <http://www.aenor.es>

6.2 Hiệp hội thương mại

1 HIỆP HỘI CÁC NHÀ SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU ĐỒ NỘI THẤT TBN (ANIEME)

E-mail: <mailto:info@anieme.com>

Internet: <http://www.anieme.com>

Liên hiệp các nhà sản xuất đồ gỗ TBN (Confemadera)

E-mail: <mailto:info@confemadera.com>

Internet: <http://www.confemadera.es>

6.3 Các nhà tổ chức hội chợ

Hội chợ đồ nội thất quốc tế (FIM)

E-mail: <mailto:feriavalencia@feriavalencia.com>

Internet: <http://www.feriavalencia.com>

6.4 Báo chí chuyên ngành

Infurma

E-mail: <mailto:consultoria@infurma.es>

Internet: <http://www.infurma.es>