

Bản tin chuyên ngành GỖ NỘI THẤT



Tháng 10/2021

Phân tích thị trường

Đánh giá thị trường nội thất trong nước những tháng đầu năm

Tiềm lực xuất khẩu

Phân tích các thị trường xuất khẩu tiềm năng cho xuất khẩu đồ gỗ nội thất

Cơ hội giao thương

LỜI NÓI ĐẦU

Nghề sản xuất đồ gỗ nội thất là nghề có truyền thống lâu đời ở Việt Nam. Đi cùng với xu hướng phát triển toàn cầu, hiện nay, ngành sản xuất đồ nội thất Việt Nam đã phát triển vượt bậc, trở thành một trong những ngành công nghiệp năng động nhất thế giới. Việt Nam hưởng lợi trực tiếp từ sự kiện cuộc chiến tranh thương mại Mỹ - Trung 2018 khi các nhà buôn Mỹ cần tìm kiếm nguồn hàng đa dạng hơn ngoài Trung Quốc – nơi giá sản phẩm gỗ tăng rất cao do bị áp thuế nặng.

Trong những năm gần đây, một số hiệp định khác cũng có tác động rất tích cực đến sự phát triển của ngành gỗ nội thất Việt Nam như hiệp định EVFTA, UKVFTA – cấp phép dỡ bỏ rào cản thương mại đối với luồng hàng hóa giữa Việt Nam và EU, hay CPTPP – mở đường tự do thương mại đối với 11 nước – tất cả những tác động này là yếu tố thúc đẩy sự trỗi dậy của ngành đồ gỗ Việt Nam, giúp Việt Nam từng bước được công nhận và đạt tới vị trí là thị trường xuất khẩu lớn thứ ba trên thị trường quốc tế với sự phát triển đáng ghi nhận đặc biệt là trong giai đoạn 2015-2020. So với các nước xuất khẩu đồ gỗ lớn khác trên thế giới, ngành đồ gỗ Việt Nam vẫn đang nắm giữ lợi thế sản xuất về tiềm năng mở rộng thị phần toàn cầu.

Để các doanh nghiệp xuất khẩu gỗ có cái nhìn tổng quan về tình hình xuất khẩu các mặt hàng gỗ nội thất của Việt Nam cũng như triển vọng xuất khẩu mặt hàng này sang một số thị trường lớn, đồng thời tiếp cận những cơ hội giao thương với một số nhà nhập khẩu hàng đầu thế giới, Trung tâm Phát triển thương mại điện tử đã biên soạn Bản tin thông tin thị trường gỗ. Bản tin gồm những nội dung chính sau:

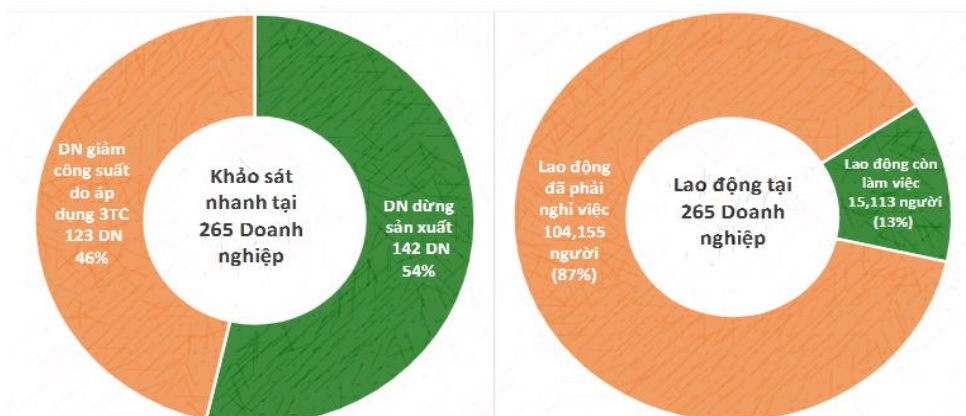
- I. Thực trạng thị trường nội thất trong nước 6 tháng đầu năm 2021
- II. Triển vọng xuất khẩu sang một số thị trường
- III. Cơ hội giao thương

I. Thực trạng thị trường nội thất trong nước 6 tháng đầu năm 2021

1. Sản xuất

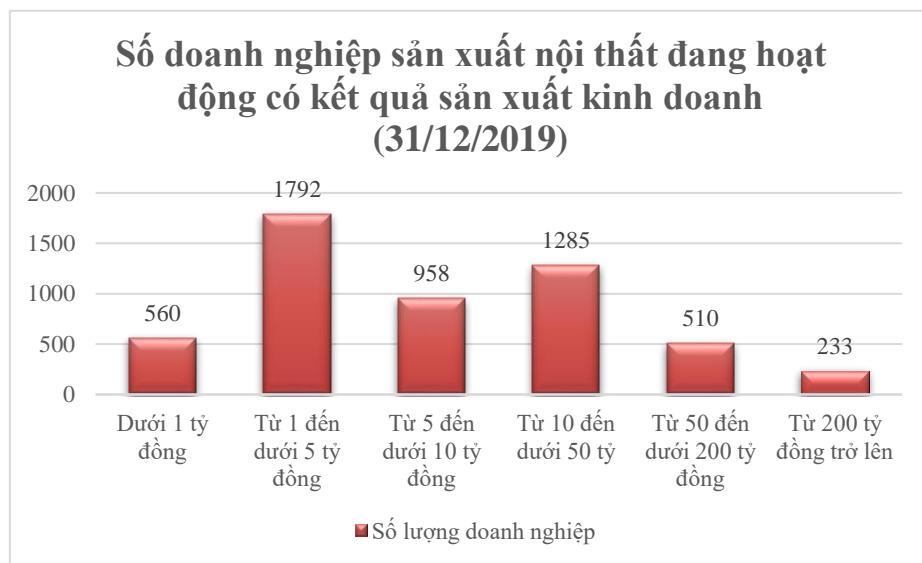
Dưới chính sách dừng khai thác và đóng cửa rừng tự nhiên của Chính phủ từ năm 2016, nguồn gỗ nguyên liệu trong nước của Việt Nam chủ yếu đến từ gỗ rừng trồng như gỗ keo, cao su, bạch đàn, Trong năm 2020, diện tích rừng trồng đạt 4.398.030 ha với sản lượng khai thác gỗ đạt 20,5 triệu m³. Việc tăng sản lượng gỗ rừng trồng đóng vai trò quan trọng nhằm tạo điều kiện cho ngành công nghiệp chế biến, chế tạo chủ động được 70% nguồn nguyên liệu trong nước. Đối với mục tiêu phát triển lâu dài, ngành sản xuất sản phẩm gỗ Việt Nam kỳ vọng hướng tới giảm nguyên liệu nhập khẩu, giảm giá thành sản phẩm, tạo ưu thế cạnh tranh cho các sản phẩm đồ nội thất bằng gỗ. Tính chung 7 tháng đầu năm 2021, sản lượng gỗ khai thác đạt gần 9,5 triệu m³, trong khi nhập khẩu gỗ nguyên liệu ở mức 4,2 triệu m³, tăng trị tăng 33% về lượng và tăng 40,4% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020.

Trước những ảnh hưởng nặng nề của dịch Covid-19, sản xuất đồ gỗ gặp nhiều khó khăn do Việt Nam áp dụng nhiều biện pháp giãn cách chặt chẽ, dẫn tới năng suất giảm. Số liệu của Tổng cục Thống kê cho thấy, chỉ số sản xuất của ngành công nghiệp sản xuất đồ nội thất gỗ trong tháng 7 nói chung giảm nhẹ 0,8% so với trong tháng 6. Khảo sát nhanh tại Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai do 3 Hiệp hội HAWA, BIFA và DOWA đối với 265 doanh nghiệp thành viên cho thấy tình hình sản xuất cụ thể của các doanh nghiệp này như sau:



Công đoạn gia công sản xuất của Việt Nam được đánh giá là phát triển nhanh từ nước sản xuất thủ công sang dây chuyền hiện đại hơn, đáp ứng được nhu cầu của các thị trường khó tính nhất. Mặc dù tình hình dịch bệnh còn diễn biến phức tạp, dự báo về năng lực sản xuất trong nửa cuối năm 2021 cho số liệu tích cực, với 83,1% doanh nghiệp có thể giữ vững hoặc cho ra khối lượng sản xuất tốt hơn so với cùng kỳ 2020.

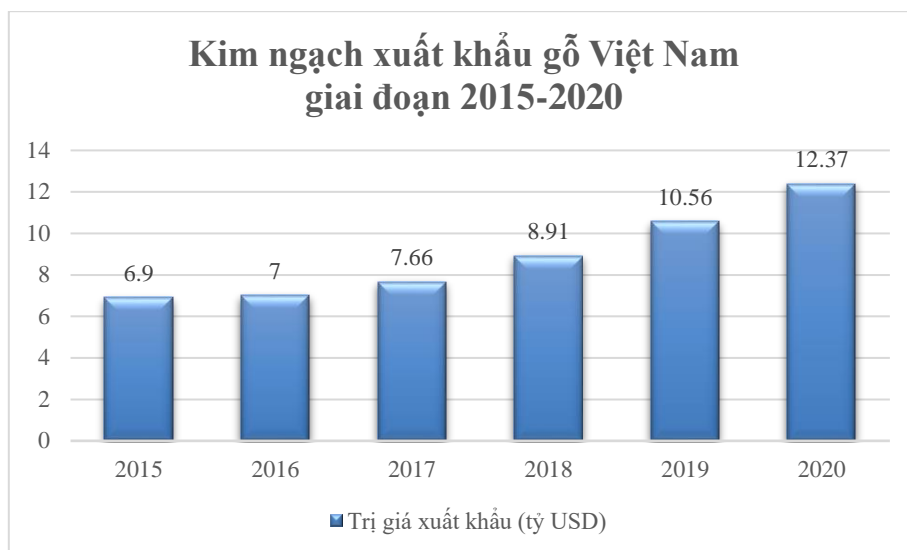
Theo Tổng cục Thống kê, tổng số doanh nghiệp đang hoạt động trong ngành đồ gỗ có kết quả sản xuất kinh doanh tại Việt Nam hiện nay là 5.338, bao gồm các công ty nhà nước, công ty có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) và các doanh nghiệp tư nhân. Doanh nghiệp tư nhân quy mô vốn nhỏ 1-5 tỷ đồng chiếm tỷ lệ lớn nhất với 33,6%, trong khi đó, các doanh nghiệp với quy mô vốn lớn (trên 200 tỷ đồng) chỉ chiếm 4,4%.



2. Xuất khẩu

Trong giai đoạn 2015-2020, xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam đã ghi nhận sự phát triển tích cực và dần chiếm tỷ trọng đáng kể trong thị trường đồ gỗ thế giới. Thị phần đồ gỗ xuất khẩu của Việt Nam trên thị trường thế giới được cải thiện rõ rệt nhờ xuất khẩu mặt hàng này tăng trưởng rất mạnh. Là nước đứng top 3 ngành xuất khẩu đồ gỗ, thị phần của Việt Nam đã cải thiện rất nhiều trong xu hướng gia tăng nhu cầu ngày càng cao của thế giới, từ mức chỉ 5,8% vào năm 2015 tăng lên gần gấp 3 lần vào năm 2020, đạt 14,5% thị phần gỗ nội thất toàn cầu. Trong những năm này, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ bình quân của Việt Nam cũng ghi nhận ở mức cao, đạt 25,4%, với giá trị xuất khẩu bình quân đạt 5,64 tỷ USD/năm khi so sánh với mức tăng trưởng của EU (2,8%) hay Trung Quốc (2,5%).

Việt Nam ghi nhận 2019 và 2020 là hai năm liên tiếp ngành gỗ Việt Nam đạt giá trị kim ngạch xuất khẩu trên 10 tỷ USD với mức tăng lần lượt 18,6% và 17,1% so với cùng kỳ năm trước đó. Giá trị xuất khẩu đồ gỗ và sản phẩm gỗ đã tăng tới gần 4 lần so với năm 2010 với chỉ 3,44 tỷ USD. Các thị trường xuất khẩu chính của đồ gỗ nội thất Việt Nam bao gồm Hoa Kỳ, Nhật Bản, Anh, Hàn Quốc và Úc. Trong năm 2020, thống kê cho thấy đã có 75 doanh nghiệp đạt giá trị xuất khẩu trên 30 triệu USD/năm, trong đó có 7 doanh nghiệp đã xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ với giá trị lớn trên 100 triệu USD.



Sang năm 2021, theo thống kê của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), nhập khẩu đồ nội thất bằng gỗ toàn cầu quý I năm 2021 đạt 18,2 tỷ USD, trong đó tỷ trọng nhập khẩu từ Việt Nam đã chiếm 19,4% tổng trị giá. Theo Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam, đồ gỗ nội thất chiếm giá trị cao nhất trong tổng giá trị xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam. Năm 2020 đã ghi nhận ngành đồ gỗ nội thất đứng đầu về kim ngạch xuất khẩu với giá trị cao, đạt 5,9 tỷ USD, chiếm tới 49% giá trị xuất khẩu toàn ngành gỗ, trong đó đồ gỗ phòng ngủ 1,373 tỷ USD; đồ nội thất nhà bếp 679 triệu USD và đồ nội thất văn phòng 434 triệu USD. Thành công này được đánh giá là do sự tiến bộ về hoàn thiện sản phẩm nội thất và có chất lượng kỹ thuật cao, đồng thời cho thấy sự dịch chuyển cơ cấu mặt hàng từ xuất khẩu gỗ nguyên liệu sang thành phẩm hoàn thiện, có giá trị kinh tế cao.

Bảy tháng đầu năm 2021 chứng kiến nhiều thành tựu xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ Việt Nam trên thị trường giao thương quốc tế. Trong 7 tháng của năm 2021, kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ đã chạm mốc 9,58 tỷ USD, tăng 55% so với cùng kỳ năm 2020, trong đó sản phẩm gỗ tăng trưởng 64% so với cùng kỳ năm 2020. Việc dịch chuyển cơ cấu ngành gỗ từ sản xuất sản phẩm thô sang đẩy mạnh sản phẩm có giá trị cao như tủ bếp – mặt hàng ghi nhận đạt 550 triệu USD trong 7 tháng đầu năm 2021, sẽ tiếp tục thúc đẩy thành công của nội thất bằng gỗ Việt Nam ra thế giới.

Kim ngạch xuất khẩu đồ nội thất phòng ngủ của Việt Nam (phần lớn là đồ gỗ) trong tháng 7/2021 đạt 196 triệu USD, nâng trị giá xuất khẩu trong 7 tháng lên tới 1,4 tỷ USD, tăng 47,3% so với cùng kỳ năm 2020. Trong số này, trị giá xuất khẩu tới thị trường Hoa Kỳ chiếm tỷ trọng cao nhất, đạt 991,4 triệu USD, tăng 69,8% so với cùng kỳ năm ngoái.

Dữ liệu từ ITC cho thấy nhập khẩu đồ nội thất bằng gỗ của Pháp đã tăng gần 60% so với cùng kỳ năm ngoái chỉ trong 6 tháng đầu năm 2021. Trong khi đó, mặc dù là nhà cung cấp đồ nội thất bằng gỗ lớn thứ sáu ở Pháp, xuất khẩu đồ nội thất Việt Nam mới chỉ đạt hơn 78,4 triệu USD vào tháng 7/2021. Hiệp định Thương mại Tự do Liên minh châu Âu - Việt Nam (EVFTA) được kỳ vọng sẽ mang lại lợi ích cho việc nâng cao thị phần đồ gỗ nội thất Việt Nam tại thị trường này nhờ việc dỡ bỏ các hàng rào phi thuế quan, tạo lợi thế cạnh tranh của ngành gỗ Việt Nam. Bên cạnh đó, Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Vương quốc Anh (UKVFTA) cũng đã chứng minh lợi ích lớn đối với ngành gỗ Việt Nam với sự tăng trưởng tốt, trị giá kim ngạch xuất khẩu đạt 174,4 triệu USD trong đó nổi bật ở mảng nội thất văn phòng và nội thất nhà bếp.

Để đáp ứng nhu cầu ngày càng gia tăng toàn cầu, các doanh nghiệp ngành sản xuất đồ nội thất Việt Nam đã phát triển đầu tư sản phẩm mới, đi đôi với phát triển công nghệ và sử dụng hiệu quả kênh tiếp thị. Việc đẩy mạnh bán hàng trên các kênh thương mại điện tử như Alibaba cũng được xem là một hướng đi mới phù hợp với điều kiện và hoàn cảnh, là một bước ngoặt mang sản phẩm gỗ Việt Nam tiếp cận được rộng và tốt hơn với các nhà nhập khẩu quốc tế.



Theo thống kê trong 7 tháng đầu năm nay, kim ngạch xuất khẩu tại các thị trường chính mà Việt Nam xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ như Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc và EU chiếm tới trên 90% tổng giá trị xuất khẩu gỗ và lâm sản.

3. Tác động của Covid-19 đến sản xuất và xuất khẩu đồ gỗ

Sự bùng phát Covid-19 đã và đang tác động xấu đến tất cả các ngành công nghiệp trên toàn thế giới. Trên thực tế, đại dịch đã phá vỡ cơ bản các chức năng kinh doanh của rất nhiều ngành công nghiệp trên phạm vi toàn cầu. Việc các nước phải phong tỏa toàn quốc, trong đó có Việt Nam để ngăn chặn sự lây lan của Covid-19 cũng đã tác động rất tiêu cực đến ngành xây dựng là động lực thu nhập lớn nhất của thị trường nội thất.

Trước sự bùng phát của làn sóng lây nhiễm Covid-19 lần thứ 4 từ cuối tháng 4 năm 2021, làm đà hồi phục của kinh tế trong nước có xu hướng chững lại do giảm tốc trong lĩnh vực sản xuất và xuất khẩu. Tuy nhiên, xuất khẩu đồ nội thất vẫn phòng của Việt Nam là một ngoại lệ. Theo thống kê của Tổng cục Hải quan, trong 7 tháng đầu năm 2021, kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ đạt gần 9,58 tỷ USD, tăng 54,8% so với cùng kỳ năm 2020; trong đó, sản phẩm gỗ đạt 7,45 tỷ USD, tăng 64,2% so với cùng kỳ năm 2020. Theo thông tin từ các nhà nhập khẩu, chính vì dịch bệnh diễn ra, các quốc gia thực hiện giải pháp giãn cách xã hội, người lao động làm việc tại nhà nên họ có nhu cầu cao về trang bị bàn ghế, giường, tủ mới nhằm cải thiện không gian. Do đó, người tiêu dùng thế giới có thêm thời gian và nguyện vọng mua sắm, tìm kiếm các sản phẩm, đồ gỗ nội thất trên mạng, khiến cho nhu cầu tăng cao ở nhiều thị trường.

Sự gia tăng đơn hàng, tăng kim ngạch xuất khẩu là tín hiệu tích cực của các doanh nghiệp chế biến, xuất khẩu gỗ Việt Nam. Mặc dù vậy, cũng chính vì sự gia tăng đơn hàng trong diễn biến dịch bệnh sẽ khiến khả năng đáp ứng của nhiều doanh nghiệp bị hạn chế. Doanh nghiệp ngành gỗ hiện đang phải chống chọi với khó khăn trước mắt do dịch Covid-19 gây ra như: nguy cơ đứt gãy chuỗi cung ứng, giá cước vận tải tăng cao, đóng cửa nhà máy vì giãn cách xã hội, ... có thể ảnh hưởng tiêu cực tới kết quả kinh doanh của những tháng cuối năm 2021. Thực tế, khi làn sóng dịch xâm nhập vào TP Hồ Chí Minh và các tỉnh phía Nam, nhiều nhà máy gỗ đã phải tạm dừng sản xuất bởi không đủ khả năng tổ chức, thu xếp cơ sở vật chất phục vụ ăn, nghỉ tại chỗ cho hàng nghìn lao động theo mô hình "3 tại chỗ" trong thời gian quá ngắn. Ngoài ra, doanh nghiệp ngành gỗ cũng tiềm ẩn những rủi ro khác như việc truy xuất nguồn gốc sản phẩm phải thực hiện khắt khe theo yêu cầu của khách hàng; trong đó, truy xuất nguồn gốc từng bộ phận sản phẩm càng được thực hiện chặt chẽ, tránh một chi tiết sản phẩm làm ách tắc cả lô hàng xuất khẩu.

Nhằm đối mặt với những khó khăn do dịch Covid-19, các doanh nghiệp sản xuất đồ gỗ Việt Nam cũng dần tìm ra hướng đi cho mình đó là để thích ứng với những sự cố như Covid-19, doanh nghiệp đã thay đổi cách tiếp thị và bán hàng đa kênh. Không chỉ bán hàng theo hình thức truyền thống với những khách hàng lâu năm mà phải kết hợp giữa trực tiếp (offline) và qua công nghệ (online) để tiếp cận

nhiều khách hàng mới hơn. Khi dịch bệnh khiến người tiêu dùng hạn chế ra ngoài và đến nơi đông người thì thương mại điện tử càng trở thành công cụ bán hàng hiệu quả. Trong đó, ngành sản xuất đồ gỗ đầy mạnh và phát triển trên các kênh trực tuyến như Alibaba.com được xem là một bước ngoặt đưa sản phẩm gỗ của Việt Nam tiếp cận khách hàng quốc tế. Trước những cơ hội mà thương mại điện tử mang lại, doanh nghiệp cần thích ứng và vận dụng nhanh chóng các ứng dụng công nghệ vào thiết kế, sản xuất và dịch vụ trải nghiệm cho khách hàng như virtual showroom, 3D Scanning, Digital catalogue, ... nhờ đtđt lợi đến hoạt động xuất khẩu, ảnh hưởng tới chi phí và lợi nhuận của các doanh nghiệp.

Theo dự báo, triển vọng xuất khẩu đồ nội thất văn phòng được đánh giá sẽ tiếp tục đạt tốc độ tăng trưởng nhanh trong thời gian tới nhờ sự hồi kinh tế tích cực tại các quốc gia lớn trên thế giới. Trước đà phục hồi mạnh mẽ và tốc độ tiêm vaccine ngừa Covid-19 cùng hàng loạt biện pháp kích thích kinh tế ở các nước phát triển, trong báo cáo Triển vọng Kinh tế Toàn cầu (GEP) được Ngân hàng Thế giới (WB) công bố ngày 8/6/2021, WB đã nâng dự báo tăng trưởng kinh tế toàn cầu trong năm 2021 lên 5,6%, cao hơn 1,5 điểm phần trăm so với dự báo được đưa ra vào tháng 1/2021 và đánh dấu tốc độ phục hồi nhanh nhất kể từ năm 1973 đến nay. Hiện nay vẫn còn nhiều dư địa để các doanh nghiệp đồ nội thất bằng gỗ của Việt Nam khai thác, đặc biệt là việc tận dụng hiệu quả ưu đãi lợi thế từ các Hiệp định Thương mại tự do như CPTPP, EVFTA, UKVFTA, ..., do vậy cần phải nhanh, năng động để đón lấy cơ hội thị trường càng sớm càng tốt.



II. Triển vọng xuất khẩu sang một số thị trường

1. Thị trường Hoa Kỳ

Tình hình xuất khẩu đồ gỗ sang Hoa Kỳ

Năm 2020 và những tháng đầu năm 2021 đã chứng kiến đà tăng trưởng ngoạn mục của ngành chế biến, xuất khẩu đồ gỗ nội thất Việt Nam, từ vị trí thứ 5 vươn lên trở thành quốc gia xuất khẩu đồ gỗ lớn thứ 2 thế giới.



Không những vậy, Việt Nam đã thay thế Trung Quốc trở thành quốc gia xuất khẩu sản phẩm nội thất lớn nhất sang thị trường Mỹ. Trong thời gian qua, thương hiệu gỗ của Việt Nam tại thị trường Mỹ đã được cải thiện rõ rệt và có chỗ đứng nhất định. Người dân nước này sẵn sàng mua sản phẩm đồ gỗ nội thất của Việt Nam, thậm chí giá cả có đắt hơn so với sản phẩm tương tự của thị trường Trung Quốc.

Tính chung trong vòng 2 năm gần đây, Chính phủ Hoa Kỳ đã áp đặt mức thuế cao tới 25% đối với hầu hết các loại đồ nội thất Trung Quốc khiến kim ngạch xuất khẩu nội thất nước này vào nước này liên tục giảm mạnh, thay vào đó là nguồn cung đến từ Việt Nam. Kim ngạch xuất khẩu nội thất vào Hoa Kỳ của Việt Nam từ chỗ chưa bằng 1/3 Trung Quốc đến nay đã bắt đầu nhỉnh hơn.

Bất chấp những ảnh hưởng do dịch bệnh Covid-19 và cước phí vận chuyển tăng cao, kim ngạch xuất khẩu gỗ và các sản phẩm từ gỗ của Việt Nam sang Mỹ trong 7 tháng đầu năm 2021 tăng 77,4% so với kim ngạch 7 tháng đầu 2020. Một số mặt hàng đồ gỗ xuất khẩu sang Mỹ gồm: nội thất phòng ngủ, phòng bếp, bàn ghế phòng ăn, bàn, ghế, tủ... phục vụ việc học và làm việc tại nhà.

Triển vọng xuất khẩu

Theo dự báo từ Hiệp hội Ngân hàng Thế chấp (MBA) Hoa Kỳ, năm 2021 thị trường nhà ở gia đình tại Hoa Kỳ đạt khoảng 1,134 triệu ngôi nhà, trong năm 2022 đạt 1,165 triệu ngôi nhà; năm 2023 đạt 1,210 triệu ngôi nhà. Thị trường nhà ở Hoa Kỳ tăng trưởng mạnh, kéo theo nhu cầu về đồ nội thất gia đình tăng trong năm 2021 và những năm tới. Đây là cơ hội lớn cho các thị trường cung cấp đồ nội thất bằng gỗ, trong đó có Việt Nam.



Bên cạnh đó, dịch Covid-19 khiến người dân Mỹ ở trong nhà nhiều hơn, họ có nhu cầu sửa sang nhà cửa, mua sắm đồ đạc mới thay thế đồ gỗ nội thất trong nhà. Đặc biệt, thói quen tiêu dùng đồng bộ là lý do khiến tiêu thụ đồ gỗ tại thị trường Mỹ sẽ tăng lên. Dự báo sản phẩm chiến lược cho sự bứt phá của ngành gỗ trong thời gian tới tại thị trường này sẽ là tủ bếp, tủ nhà tắm (chưa kể ván trang trí), bàn ghế ăn thông dụng, bàn café, bàn điều khiển tivi. Ngoài các sản phẩm nội thất thì nhu cầu về văn phòng tại nhà vẫn cao do người đi làm và học sinh, sinh viên làm việc, học tập tại nhà. Bàn, ghế, tủ tài liệu và tủ sách là những sản phẩm quan trọng cho không gian làm việc chuyên nghiệp tại nhà.

Để gia tăng xuất khẩu sang thị trường Mỹ, doanh nghiệp cần nhận thức lại về vấn đề thị trường, chiến lược sản phẩm, tạo ra khả năng cạnh tranh để tham gia vào chuỗi cung ứng. Thay vì trước đây các doanh nghiệp tập trung đầu tư vào làm nhiều mặt hàng thì nay nên tập trung vào một số sản phẩm. Các doanh nghiệp vẫn có thể sử dụng 70% các thiết bị đang có để sản xuất tìm giải pháp xử lý bề mặt và xử lý khâu hoàn thiện, khâu sơn sản phẩm.

Bên cạnh những thuận lợi để thúc đẩy xuất khẩu vào thị trường Mỹ, các doanh nghiệp xuất khẩu gỗ cũng cần lưu ý tới uy tín trong giao dịch bởi đây là thị trường lớn và rất nghiêm khắc trong chuyện lẫn tránh thuế, gian lận thương mại. Dù doanh nghiệp đã xuất khẩu vào thị trường này nhiều lần, tuy nhiên, chỉ 1 lần kiểm tra mà có vấn đề không rõ ràng phía Mỹ sẽ không cho doanh nghiệp giao thương trong một thời gian khá dài.

2. Thị trường Anh

Tình hình xuất khẩu đồ gỗ sang Anh

Theo Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam, giá trị xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ sang Anh trong 6 tháng đầu năm 2021 đạt 146,5 triệu USD, tăng 53,5% so với cùng kỳ năm 2020. Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực sang Anh như đồ gỗ xây dựng, ghế ngồi, nội thất nhà bếp, phòng ngủ, nội thất khác đều tăng từ 16% đến 47% trong nửa đầu năm 2021. Phân tích từ số liệu thống kê cho thấy, trong 5 tháng đầu năm 2021, mặt hàng đồ gỗ sử dụng trong xây dựng như cửa gỗ, ván sàn, ... có giá trị xuất khẩu đạt 3,46 triệu USD, tăng 42% so với cùng kỳ. Mặt hàng ghế ngồi đạt 20,12 triệu USD, tăng 37% so với cùng kỳ năm 2020. Nội thất nhà bếp xuất đạt 6,7 triệu USD, tăng 16% so với cùng kỳ năm 2020. Nội thất văn phòng đạt 17,69 triệu USD, tăng 17%. Giá trị xuất khẩu của mặt hàng nội thất bằng gỗ khác đạt 41,78 triệu USD, tăng 23%.



Theo số liệu thống kê từ Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC), Anh nhập khẩu đồ nội thất bằng gỗ chủ yếu từ thị trường Trung Quốc và Ba Lan với tỷ trọng nhập khẩu từ 2 thị trường này chiếm 53,6% tổng trị giá nhập khẩu đồ nội thất bằng gỗ của Anh. Việt Nam là thị trường cung cấp lớn thứ 3 cho Anh, nhưng trị giá nhập khẩu từ Việt Nam chỉ chiếm 7,5% trong tổng trị giá nhập khẩu mặt hàng này của Anh.

Tuy nhiên, với những diễn biến phức tạp của dịch bệnh Covid-19 tại các tỉnh phía Nam trong thời gian qua, dự báo trong quý III và IV năm 2021, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng gỗ và sản phẩm gỗ sang Anh sẽ giảm so với những tháng đầu năm do tác động của dịch bệnh Covid-19 tại thị trường trong nước, nhưng sẽ tăng từ 10-12%.

Triển vọng xuất khẩu

Hiệp định UKVFTA đi vào thực thi, nhiều mặt hàng gỗ và sản phẩm từ gỗ có thuế suất về 0% trong vòng 5 năm (gỗ nguyên liệu hiện có thuế suất 2-10%). Đồ gỗ là một trong các ngành hàng xuất khẩu được hưởng lợi lớn từ Hiệp định UKVFTA. Do đó, vẫn còn nhiều dư địa để các doanh nghiệp ngành gỗ của Việt Nam khai thác. Mặt khác, nhờ giá cả có tính cạnh tranh cao, nguyên liệu tốt, chất lượng sản phẩm cao. Gỗ cao su từ Việt Nam cũng là loại gỗ mà Anh hay cả EU đều không trồng được nhiều. Đây là những lợi thế của gỗ và sản phẩm gỗ Việt tại thị trường Anh. Ngoài ra, một số công ty lớn trong ngành gỗ tại Anh đã có cơ sở sản xuất hoặc ký hợp đồng đối tác dài hạn với các nhà sản xuất tại Việt Nam như IKEA, nhà bán lẻ đồ gỗ nội thất thị phần lớn nhất tại Anh.



Hiệp định UKVFTA cũng sẽ giúp cân bằng lợi thế trong sân chơi thương mại cho doanh nghiệp Việt xuất khẩu sang Anh. Đồng thời, gia tăng tính minh bạch về tiêu chuẩn chất lượng. Từ đây, thương hiệu sản phẩm đạt chuẩn Anh Quốc sẽ giúp hàng hóa Việt Nam trong đó có mặt hàng gỗ và sản phẩm gỗ dễ dàng thâm nhập nhiều thị trường trong khối EU. Ngoài ra, UKVFTA không chỉ giúp tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng này sang Anh mà còn tạo sức hấp dẫn cho môi trường đầu tư kinh doanh tại Việt Nam, thu hút dòng vốn FDI vào Việt Nam trong ngành chế biến gỗ.

Bên cạnh những lợi ích mà ngành chế biến gỗ đạt được từ Hiệp định UKVFTA thì các doanh nghiệp gỗ Việt Nam cũng phải đối mặt với rào cản kỹ thuật đối với hàng hóa nhập khẩu từ phía Anh là rất chặt chẽ. Để khai thác hiệu quả lớn từ Hiệp định UKVFTA, các doanh nghiệp ngành gỗ cần đầu tư nâng cao giá trị, chất lượng sản phẩm hàng hóa nhằm củng cố tính cạnh tranh của sản phẩm tại thị trường. Song song với đó, doanh nghiệp cần đáp ứng các tiêu chuẩn và quy trình quản lý, coi trọng trách nhiệm xã hội, minh bạch hóa thông tin về lao động, môi trường sản xuất để có sự chuẩn bị tốt nhất khi phải đối mặt với áp lực cạnh tranh.

3. Thị trường Nga

Tình hình xuất khẩu đồ gỗ sang Nga

Liên bang Nga được đánh giá là thị trường xuất khẩu lớn, còn nhiều tiềm năng mở rộng thị phần dành cho các doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là các nhóm thuộc lĩnh vực xây dựng và sản phẩm từ gỗ, đồng thời cũng là cửa ngõ để Việt Nam tiếp cận thị trường châu Âu. Số liệu của Tổng cục Hải quan cho thấy tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam sang thị trường này trong 7 tháng đầu năm 2021 đạt 3,88 triệu USD, giảm 18,68% so với cùng kỳ năm 2020.

Theo số liệu từ Hệ thống thông tin Ru-Stat, nhập khẩu hàng hóa từ nhóm "Gỗ và sản phẩm từ gỗ" sang Nga giai đoạn 1/2020 - 12/2020 là 679 triệu USD, với tổng trọng lượng 1 triệu tấn. Trong cơ cấu hàng hóa nhập khẩu theo quốc gia (nhóm hàng "Gỗ và sản phẩm gỗ"), Belarus đứng ở vị trí thứ nhất (35%), thứ hai là Trung Quốc (18%) và Việt Nam xếp thứ 18 với kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này sang Nga năm 2020 đạt 4,4 triệu USD, chiếm 0,7% thị phần.

Các mặt hàng đồ nội thất bằng gỗ nhập khẩu vào Nga trong 5 tháng đầu năm 2021

Mã HS	Mặt hàng	Kim ngạch 5 tháng/2021 (triệu USD)	Tăng trưởng so với 5 tháng/2020 (%)
940360	Đồ nội thất phòng khách và phòng ăn	112,14	32,73
940350	Đồ nội thất phòng ngủ	23,36	36,97
940340	Đồ nội thất nhà bếp	23,26	14,84
940330	Đồ nội thất văn phòng	19,17	24,07
940161 + 940169	Ghế khung gỗ	44,65	39,01

Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế

Ở Nga, nhu cầu về đồ nội thất đang tăng nhẹ do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, người dân phải ở nhà nhiều hơn, vì vậy họ dành thời gian để tân trang lại ngôi nhà và quan tâm nhiều tới các sản phẩm nội thất. Trong cơ cấu mặt hàng đồ nội thất bằng gỗ xuất khẩu tới thị trường Nga trong 5 tháng đầu năm 2021 được Trung tâm Thương mại Quốc tế thống kê, đồ nội thất phòng khách và phòng ăn đạt giá trị lớn nhất 112,14 triệu USD, ghi nhận mức tăng trưởng 32,73% so với cùng kỳ năm 2020, đưa Việt Nam vào top 10 nước xuất khẩu mặt hàng này sang Nga nhiều nhất trong tháng 5/2021. Ghế khung gỗ là mặt hàng có mức tăng cao nhất 39,01%

so với 5 tháng đầu năm 2020, kim ngạch nhập khẩu của Nga đối với mặt hàng này trong 5 tháng đầu năm nay đạt 44,65 triệu USD. Đáng chú ý, tính riêng trong tháng 5/2021, Việt Nam là một trong 5 thị trường cung cấp ghế khung gỗ lớn nhất cho Nga.

Xu hướng tiêu dùng của người dân Nga do tác động của tình hình kinh tế chính trị hiện nay đang có những thay đổi đáng kể. Người dân Nga đang dần từ bỏ thói quen mua sắm hàng xa xỉ, hàng đắt tiền để lựa chọn các sản phẩm có tính năng sử dụng cao, giá cả phù hợp với thu nhập. Do đó, các dòng sản phẩm thuộc phân khúc “dành cho đại chúng”, phục vụ người tiêu dùng có thu nhập trung bình sẽ có triển vọng thâm nhập vào thị trường này. Bên cạnh đó, yêu cầu sản phẩm đối với thị trường Nga cũng không quá khắt khe như Nhật Bản hay một số nước Âu Mỹ. Những yêu cầu cơ bản như tuân thủ pháp luật có liên quan, nhãn hiệu, những yếu tố ảnh hưởng đến môi trường sinh thái, sức khỏe, an toàn đều phải tôn trọng; yêu cầu chất lượng đều phải dựa theo tiêu chuẩn của Liên bang Nga và tham khảo tiêu chuẩn của các nước Tây Âu. Để có chỗ đứng trên thị trường Nga, doanh nghiệp Việt Nam cần quan tâm đến 5 yếu tố hàng đầu: đảm bảo chất lượng; chính sách giá ổn định tránh biến động; đối tác tin cậy; nâng cao uy tín thương hiệu; giữ mối quan hệ chặt chẽ với người tiêu dùng.

Triển vọng xuất khẩu

Hiện nay vẫn còn nhiều dư địa để các doanh nghiệp đồ nội thất bằng gỗ của Việt Nam khai thác thị trường Liên bang Nga, đặc biệt cần nghiên cứu kỹ, tận dụng ưu đãi từ các Hiệp định hợp tác kinh tế thương mại giữa khối EAEU và Việt Nam nói chung cũng như Việt Nam với Liên bang Nga nói riêng, mạnh dạn đầu tư vào sản xuất và tiêu thụ hàng hóa tại thị trường này.

Trong bối cảnh dịch bệnh vẫn tiếp tục diễn biến phức tạp, thời gian tới, các hoạt động xúc tiến thương mại sẽ tiếp tục được đẩy mạnh nhằm cung cấp thông tin kết nối giao thương, hỗ trợ doanh nghiệp trên môi trường trực tuyến cũng như hỗ trợ trực tiếp, tổ chức hội thảo/giao thương doanh nghiệp. Vì vậy, các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu đồ nội thất gỗ Việt Nam cần chủ động tham gia các triển lãm, hội chợ chuyên ngành để tìm hiểu thị trường Nga và tìm kiếm đối tác kinh doanh.

4. Thị trường Hàn Quốc

Nhu cầu nhập khẩu đồ gỗ của thị trường Hàn Quốc

Theo số liệu từ Hiệp hội Thương mại Quốc tế Hàn Quốc (KITA), trong năm 2020, nước này đã nhập khẩu đồ nội thất bằng gỗ với trị giá 1,22 tỷ USD, tăng 7,9% so với năm trước. Việc thường xuyên áp dụng phong toả, giãn cách nhằm ngăn chặn sự lây lan của dịch Covid-19 đã thay đổi nhiều thói quen sinh hoạt và tiêu dùng hàng ngày, mọi người dành nhiều thời gian ở nhà hơn, do đó nhu cầu cải tạo không gian sống và làm việc tại nhà cũng gia tăng đáng kể. Bên cạnh đó, Chính phủ Hàn Quốc cũng đang đẩy mạnh yêu cầu xây dựng lại những khu chung cư cũ trên 30 năm, khiến nhu cầu sản phẩm nội thất trong gia đình cũng tăng cao.

Một lý do khác khiến nhu cầu tiêu thụ đồ nội thất tăng cao tại Hàn Quốc là do gia tăng số hộ gia đình độc thân – số người sống một mình chiếm đến hơn 30% vào năm 2019. Điều này góp phần tăng nhu cầu và tạo ra xu hướng tiêu thụ đồ nội thất có kích thước nhỏ, đa năng, phù hợp với diện tích nhỏ.



Thị trường nội thất văn phòng Hàn Quốc cũng được Mordor Intelligence dự báo sẽ tăng trưởng trong 5 năm tới với tỷ lệ tăng trưởng kép hàng năm ở mức 2,8%. Sự gia tăng về số lượng các công ty khởi nghiệp và văn phòng gia đình kéo theo số lượng người có việc làm ngày càng tăng tại Hàn Quốc đẩy cao nhu cầu về nội thất văn phòng trong những năm tới. Bên cạnh đó, thu nhập bình quân đầu người tại Hàn Quốc ngày càng tăng và nhu cầu chi tiêu cao cho nội thất văn phòng là yếu tố chính đưa thị trường nội thất văn phòng có thể sẽ tăng trưởng với tốc độ đáng kể.

Trong bối cảnh dịch Covid-19 vẫn diễn biến khó lường nhưng xu hướng tiêu thụ đồ nội thất bằng gỗ của Hàn Quốc vẫn tăng trưởng khả quan, sẽ là cơ hội cho các doanh nghiệp xuất khẩu đồ gỗ nội thất của Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Hàn Quốc trong thời gian tới.

Nhập khẩu đồ nội thất bằng gỗ của Hàn Quốc nửa đầu năm 2021

Đơn vị tính: triệu USD

Mặt hàng	Kim ngạch 6 tháng đầu năm 2020	Kim ngạch 6 tháng đầu năm 2021	Tăng trưởng so với cùng kỳ 2020
Đồ nội thất phòng khách và phòng ăn	128,24	14,83	+16,83%
Đồ nội thất phòng ngủ	73,96	85,98	+16,26%
Đồ nội thất nhà bếp	46,89	53,19	+13,45%
Đồ nội thất văn phòng	32,04	41,58	+29,79%
Ghế khung gỗ	288,03	353,42	+22,70%
Tổng	569,15	684,01	+20,18%

Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế

Tình hình xuất khẩu gỗ nội thất Việt Nam tới thị trường Hàn Quốc

Mặt hàng gỗ nội thất Hàn Quốc nhập khẩu từ Việt Nam nửa đầu năm 2021

Đơn vị tính: triệu USD

Mặt hàng	Kim ngạch 6 tháng đầu năm 2020	Kim ngạch 6 tháng đầu năm 2021	Tăng trưởng so với cùng kỳ 2020
Đồ nội thất phòng khách và phòng ăn	22,77	23,81	+4,57%
Đồ nội thất phòng ngủ	21,21	24,56	+15,75%
Đồ nội thất nhà bếp	15,22	16,49	+8,36%
Đồ nội thất văn phòng	2,98	3,12	+4,94%
Ghế khung gỗ	45,95	46,62	+1,46%
Tổng	108,13	114,60	+5,98%

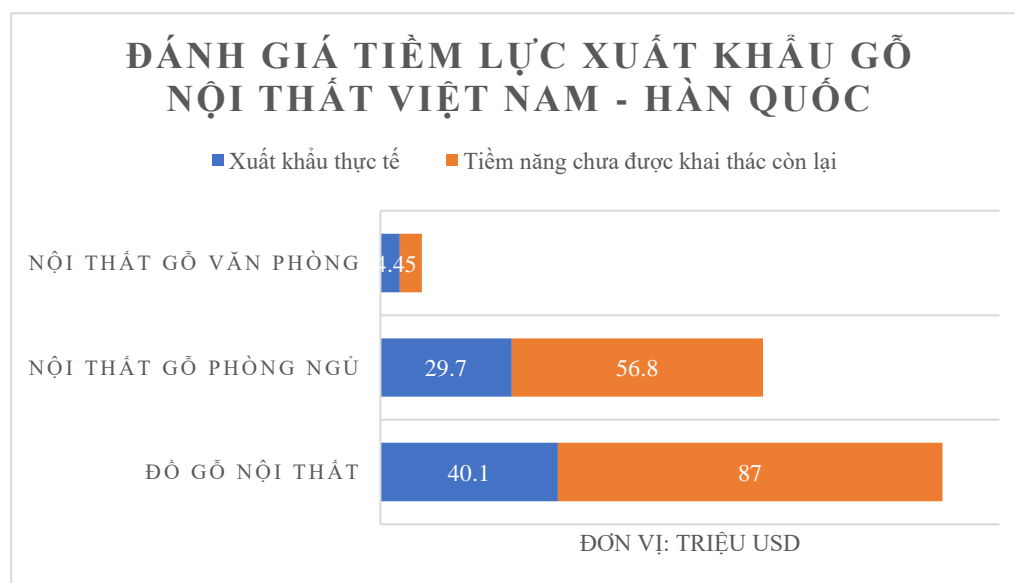
Nguồn: Tính toán theo số liệu của Trung tâm Thương mại Quốc tế

Theo Bộ Công Thương, kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ sang thị trường Hàn Quốc 6 tháng đầu năm 2021 tăng trưởng thuận lợi, đạt hơn 453 triệu USD, khi nhiều doanh nghiệp có xu hướng quan tâm và đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường này. Trong tháng 7, diễn biến của dịch Covid 19 phức tạp gây khó khăn cho hoạt động xuất khẩu, khiến trị giá xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ Việt Nam sang thị trường này cũng giảm nhẹ 3,4% với kim ngạch 81,13 triệu USD.

Đáng chú ý, mặc dù năm 2020 nền kinh tế Hàn Quốc chịu ảnh hưởng bởi dịch Covid-19 nhưng nhu cầu đồ nội thất, đặc biệt là các mặt hàng đồ nội thất bằng gỗ vẫn tăng trưởng tốt tại thị trường này. Do đó, kết quả xuất khẩu gỗ hướng tới thị trường Hàn Quốc vẫn được dự báo duy trì ở mức khả quan.

Triển vọng xuất khẩu

Bên cạnh Hiệp định thương mại ASEAN – Hàn Quốc đã mang về lợi ích lớn cho Việt Nam trong những năm qua, Hiệp định Đối tác Kinh tế toàn diện khu vực (RCEP) được ký kết mới đây vào ngày 15/11/2020 giữa các nước châu Á – Thái Bình Dương mở ra cơ hội mới cho Việt Nam tới các đối tác. Hiệp định này được kỳ vọng sẽ tạo nên khu vực thương mại tự do lớn nhất thế giới, chiếm tới gần 1/3 nền kinh tế toàn cầu với trị giá tương đương 26.200 tỷ USD. Với quy mô thị trường lên tới 2,2 tỷ người, hiệp định hướng tới cắt giảm thuế quan và thiết lập các quy tắc chung trong các lĩnh vực như thương mại điện tử và sở hữu trí tuệ, mở cửa thị trường hàng hoá, dịch vụ, đầu tư, ... trong khu vực địa lý RCEP, tạo thuận lợi thương mại đáng kể cho các nước thành viên. Việc ký kết hiệp định có ý nghĩa rất lớn thúc đẩy xuất khẩu Việt Nam tới thị trường Hàn Quốc nói chung, cũng như với ngành đồ gỗ nói riêng.



Theo đánh giá của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), tiềm lực xuất khẩu đồ gỗ nội thất của Việt Nam tới Hàn Quốc là lạc quan và còn khá nhiều dư địa phát triển. Xuất khẩu đồ gỗ nội thất Việt Nam có thể đạt mức 127,1 triệu USD, trong đó nội thất phòng ngủ có thể đạt giá trị 86,5 triệu USD, nội thất văn phòng đạt 9,4 triệu USD. Đáng chú ý, xuất khẩu thực tế đồ nội thất nhà bếp cao hơn khá nhiều, hơn gấp 1,5 lần so với tiềm lực phát triển được đánh giá, cho thấy sự phát triển vượt trội của xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam.

III. Cơ hội giao thương

1. Hội chợ triển lãm quốc tế về ngành gỗ

STT	Tên hội chợ	Thời gian/ địa điểm tổ chức	Sản phẩm
1	Hội chợ nội thất CIFF	Tháng 3 (tại Quảng Châu, Trung Quốc), tháng 9 (tại Thượng Hải, Trung Quốc)	<ul style="list-style-type: none"> - Đồ nội thất ngoài trời, sân vườn (bàn, ghế...); - Đồ nội thất gia đình: nội thất phòng ngủ, phòng khách, phòng ăn (phong cách hiện đại và cổ điển); - Đồ nội thất văn phòng; - Đồ nội thất khách sạn.
2	Hội chợ Furniture China	Hàng năm tại Thượng Hải, Trung Quốc	<ul style="list-style-type: none"> - Đồ nội thất gia đình (phong cách hiện đại và cổ điển); - Đồ nội thất văn phòng; - Đồ nội thất cho trẻ em.
3	Hội chợ Wohnen & Interieur	Tháng 5 tại Viên, Áo	<ul style="list-style-type: none"> - Kiến trúc và thiết kế; - Đồ nội thất
4	Hội chợ Bauen & Energie	Tháng 11 tại Viên, Áo	<ul style="list-style-type: none"> - Xây dựng; - Đồ nội thất tổng hợp (nội thất gia đình, văn phòng, nhà bếp...)
5	Hội chợ High Point Market	Hàng năm tại Mỹ	- Đồ gỗ nội, ngoại thất
6	Hội chợ Wood Taiwan	Tháng 4 hoặc 5 hàng năm tại Đài Loan	<ul style="list-style-type: none"> - Máy móc, thiết bị ngành gỗ; - Đồ gỗ nội, ngoại thất
7	Hội chợ Interior Lifestyle Tokyo 2021	Tokyo, Nhật Bản	- Đồ nội, ngoại thất

2. Danh sách một số nhà xuất nhập khẩu gỗ uy tín

Thị trường Nga

Tên doanh nghiệp	Địa chỉ	Số điện thoại	Sản phẩm nhập khẩu
OOO DILAR	200/1, OFFICE 207, KRASNOARMEYSKAYA STR., ROSTOV-ON-DON, RUSSIA, 344010 ROSTOV-ON-DON RUSSIA	7(863)20-366-00	Chair and a half love seat; queen sofa sleeper; accent chair;
LLC IKEA TORG	141400 Khimki, Moscow Region Russia		Chopping board
RUSSIMVOL LLC	RUSSIA, CHELYABINSK CITY, ROSSIYSKAYA STREET, 53A POSTAL CODE 454006		Gỗ ván
MELODY, LLC	ROOM.4, AREA II, FL. 2, BL. 1, BULATNIKOVSKAYA 6, MOSCOW, RUSSIA, 117403		Gỗ PVC
MULTISNAB COMPANY CO., LTD.	690022, VLADIVOSTOK, 32 YENISEISKAYA STR. RUSSIA	7(423)2791107 Mail: office@prlg.ru	Muồng, khay, thớt gỗ

Thị trường Nhật Bản

Tên doanh nghiệp	Địa chỉ	Số điện thoại	Sản phẩm nhập khẩu
TOYO KOGEI CO., LTD	Cinquieme Bidg. 8F, 5-14-3 Nishi-Nippori Arakawa-ku JAPAN , TOKYO 116-0013	(+81-3-3914-5411)	Gỗ tấm
PRAIRIE HOMES, INC	7F I.M.Y Bld 7-14, 3-Chome aoi higashi-ku, nagoya, aichi, japan	+81-529307855	Sàn gỗ

TOYO KOGEI CO., LTD	Cinquieme Bidg. 8F, 5-14-3 Nishi-Nippori Arakawa-ku JAPAN , TOKYO 116-0013		Gỗ tấm
SENSHUKAI CO., LTD	1-6-23 DOSHIN, KITA-KU, OSAKA 530-0035, JAPAN		Ghế bàn ăn, bàn ăn

Thị trường EU

Tên doanh nghiệp	Địa chỉ	Số điện thoại	Sản phẩm nhập khẩu
HOUTHANDEL LUYTEN NV	MOLENSTRAAT 52 2200 MORKHOVEN-BELGIUM	+32 14 26 36 31	Gỗ cao su
SUNRISE BLUE LAGOON LTD	RAJON ODESOS -7, DEBAR STREET, AP.8, 9000 VARNA, BULGARIA Reg. No BG204104272	+359-52630012	Ghế gỗ, sofa
FGF MOBILI SRL	VIA DELLA FOSSA, 2 B LOC ORCENICO INFERIORE 33080 ZOPPOLA (PN), ITALY		Ghế gỗ sồi
NTERBUILD DISTRIBUTION (NORDIC) AB	EXPORTGATAN 17 PORT 1 422 46 HISINGS BACKA SWEDEN		Bàn gỗ ban công
IWERK GMBH	KONIGSBERGER WEG 10, D-74523 SCHWABISCH HALL, DEUTSCHLAND		Bàn làm việc, bàn học, ghế

Thông tin sử dụng trong bản tin được thu thập từ những nguồn mà chúng tôi cho là đáng tin cậy. Thông tin trong bản tin chỉ mang tính tham khảo, các ước tính, dự báo có giá trị đến ngày ra báo cáo và có thể thay đổi bởi những biến động thị trường. Rất mong nhận được sự phản hồi, trao đổi thông tin và đóng góp ý kiến của độc giả để Bản tin ngày càng chất lượng hơn.

Đơn vị thực hiện:

Trung tâm phát triển Thương mại điện tử - Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số

Tel: 024.222.05363/

Email:

Mọi ý kiến đóng góp xin liên hệ số điện thoại và email trên.