

ÁO KHOÁC NỮ SỢI TỔNG HỢP (HS 620433) – ĐỨC

THỐNG KÊ THƯƠNG MẠI VÀ ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

Tổng nhập khẩu

Năm 2016, Đức là quốc gia nhập khẩu mặt hàng áo khoác làm bằng sợi tổng hợp (HS 620433) lớn thứ 4 của Việt Nam, sau Hoa Kỳ, Anh và Nhật Bản, chiếm 8,4% thị phần xuất khẩu của Việt Nam.

Trong giai đoạn từ năm 2012 - 2016, mức tăng trưởng xuất khẩu từ Việt Nam vào Đức tăng 14% mỗi năm.

Trong năm 2016, tổng giá trị nhập khẩu từ Việt Nam đạt khoảng 22,5 triệu USD, với tổng khối lượng tương đương 778 tấn, trung bình tăng 11% về khối lượng trong giai đoạn từ năm 2012 - 2016, và giảm 13% về giá trị so với năm 2015.

Các đối thủ cạnh tranh chính

Các nhà xuất khẩu hàng đầu mặt hàng (HS 620433) vào Đức trong năm 2016 là Trung Quốc chiếm 43,1% thị phần, xếp thứ 2 là Việt Nam (9,9%), Macedonia (4,3%) và Phần Lan (4%).

Các quốc gia và vùng lãnh thổ có tốc độ tăng trưởng giá trị xuất khẩu khá nhanh vào Đức trong giai đoạn 2012 - 2016 là Armenia (235%), Campuchia (154%), Myanmar (82%) và Georgia (73%) và Nhật Bản (72%). Việt Nam với tỉ lệ tăng trưởng xuất khẩu vào Đức là 14% trong cùng kỳ.

Ba quốc gia có mức tăng trưởng sụt giảm nhiều nhất là Ireland (-71%), Ai Cập (-33%) và Bỉ (-32%).

Các nhà cung cấp chính mặt hàng áo khoác nữ làm bằng sợi tổng hợp (HS 620433) cho Đức năm 2016

		Giá trị (Nghìn USD)	Khối lượng (Tấn)	Mức tăng trưởng năm 2015 - 2016, (%)	Mức tăng trưởng năm 2012 - 2016, (%)
Thế giới		226.633	6.638	-6	-6
1	Trung Quốc	97.618	3.127	-9	-8
2	Việt Nam	22.454	778	-13	14
3	Macedonia	9.839	260	25	5
4	Phần Lan	9.057	179	6	-6

5	Thổ Nhĩ Kỳ	8.988	170	-6	-17
6	Bangladesh	8.919	371	13	15
7	Romania	7.970	111	-1	-19
8	Ukraine	7.720	231	18	-7

Nguồn: Trademap 2016

Các đối thủ tiềm năng chính

Năm 2016, có thể kể đến một số quốc gia có khả năng trở thành các đối thủ cạnh tranh tiềm năng của Việt Nam như: Macedonia với giá trị xuất khẩu đạt 9,8 triệu USD, tăng 5% trong giai đoạn 2012 - 2016 và chiếm 4,3% thị phần nhập khẩu mặt hàng này của Đức.

Kế đến là Phần Lan, đạt 9,1 triệu USD về mặt giá trị xuất khẩu, tuy giá trị xuất khẩu mặt hàng này của Phần Lan giảm 6% trong 2012 - 2016, nhưng riêng năm 2016 thì giá trị xuất khẩu của quốc gia này vẫn tăng 6%/năm, chiếm 4% thị phần nhập khẩu của Đức.

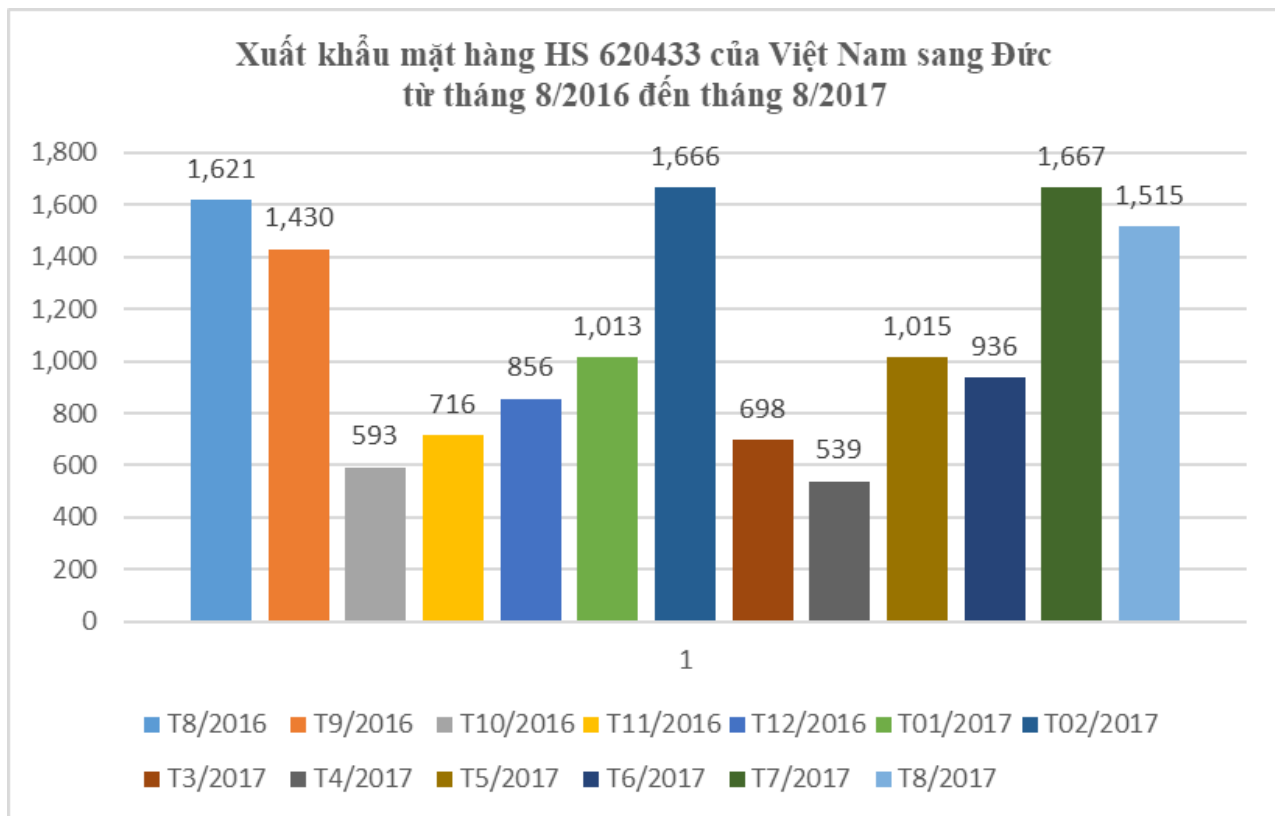
Xếp sau Phần Lan là Thổ Nhĩ Kỳ, xuất khẩu mặt hàng này sang Đức năm 2016 đạt gần 9 triệu USD, chiếm 4% thị phần của Đức.

Xuất khẩu của Việt Nam sang Đức trong thời gian gần đây

08 tháng đầu năm 2017, xuất khẩu mặt hàng áo khoác nữ sợi tổng hợp của Việt Nam sang Đức đạt 3,12 triệu USD.

Trong giai đoạn từ tháng 8/2016 đến tháng 8/2017, xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam sang Đức không ổn định, có những tháng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam tăng như từ tháng 11/2016 đến tháng 02/2017, nhưng lại giảm nhiều vào tháng 3 và tháng 4/2017.

Tuy nhiên, sau khi xuất khẩu giảm vào tháng 4/2010 thì giá trị xuất khẩu tăng trở lại và đạt mức cao nhất vào tháng 7/2017 (1,7 triệu USD). Sau đó xuất khẩu lại giảm vào tháng 8/2017 (1,5 triệu USD).



Nguồn: www.trademap.org

Khuyến nghị

Thiết lập các mối quan hệ lâu dài đối với các nhà mua hàng luôn được khuyến khích đặc biệt là các nhà nhập khẩu tại EU vì đây là một thị trường đầy tiềm năng. Bên cạnh đó cần phải chú ý đến các đối thủ cạnh tranh như Trung Quốc, vì họ có thế mạnh về những yếu tố khách quan như nguồn hàng rẻ, giá nhân công thấp.

Tuy nhiên xét về lâu dài, hạ giá thành sản phẩm xuống thấp không phải là cách tốt để quyết định sự tồn tại của mình tại thị trường EU. Chính vì thế chất lượng là yếu tố quan trọng và thiết yếu mà các nhà xuất khẩu cần quan tâm trước khi có kế hoạch xuất khẩu hàng hóa vào EU.

Ngoài ra, hãy vào các trang web của các đối thủ cạnh tranh để biết thêm thông tin và học hỏi kinh nghiệm từ họ.