

QUẦN DÀI NỮ SỢI TỔNG HỢP (HS 620463) – NHẬT BẢN THỐNG KÊ THƯƠNG MẠI VÀ ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

Tổng khối lượng và giá trị nhập khẩu

Năm 2006, Nhật Bản là nhà nhập khẩu lớn thứ 6 trên thế giới các sản phẩm quần dài làm bằng sợi tổng hợp -HS 620463- của Việt Nam. Tính trung bình, Việt Nam tăng giá trị xuất khẩu sang Nhật Bản 11% hàng năm trong giai đoạn 2002-2006. Năm 2006, Nhật Bản nhập khẩu 240 tấn các sản phẩm HS 620463 từ Việt Nam, trị giá 6,646 triệu USD. Dự báo trong thời gian tới, xu hướng nhập khẩu mặt hàng này vào Nhật Bản vẫn tăng ổn định.

Các đối thủ cạnh tranh chính

Năm 2006, 3 nhà cung cấp lớn nhất các sản phẩm quần dài bằng sợi tổng hợp -HS 620463- cho Nhật Bản là Trung Quốc (chiếm 94 % tỷ trọng nhập khẩu), Việt Nam (2 %) và Ý (1%). Việt Nam đứng vị trí thứ 2 trong năm này. Đặc biệt Brazil tăng lượng xuất khẩu của mình vào Nhật Bản rất nhanh trong giai đoạn 2002 – 2006, tốc độ tăng trưởng giá trị xuất khẩu trung bình vào Nhật Bản là 1117%. Một quốc gia khác cũng có tốc độ tăng trưởng nhanh là Ấn Độ (284%) trong cùng kỳ. Việt Nam cũng khá thành công, tăng lượng xuất khẩu 11% trong cùng kỳ. Ba nước có tốc độ tăng trưởng xuất khẩu sản phẩm này sang Nhật Bản sụt giảm nhiều nhất trong giai đoạn 2002-2006 là Bangladesh (- 68%), Phillipines (-56 %) và Rumani (-40 %).

Các nhà cung cấp sản phẩm HS 620463 chính của Nhật Bản năm 2006

	Giá trị (triệu USD)	Số lượng (tấn)	Tăng trưởng về giá trị '02-'06 (%)
Thế giới	288,753	16,105	6
1. Trung Quốc	272,592	15,692	7
2. Việt Nam	6,646	0,240	11
3. Ý	1,950	0,011	-14

Nguồn: Trademap (2008)

Các đối thủ tiềm năng

Các đối thủ tiềm năng của Việt Nam là các nước Nam Mỹ (Brazil, Colombia), Đông Âu (Bungari...,), Ấn Độ, Hồng Kông.

Khuyến nghị

Các nhà xuất khẩu nên thiết lập quan hệ kinh doanh lâu dài với khách hàng. Tránh phải cạnh tranh với các nhà cung cấp khác bằng cách tập trung sản xuất hàng chất lượng ổn định, dịch vụ tốt (đáp ứng nhanh yêu cầu của khách hàng...) và sản phẩm phải đa dạng phong phú. Không nên chỉ tập trung vào sản xuất hàng giá rẻ vì sẽ không thể cạnh tranh được với Trung Quốc. Hơn nữa, thị trường Nhật yêu cầu cao và đơn hàng nhỏ nên các nhà cung cấp Trung Quốc không mặn mà lắm nên sẽ là ưu thế cho những doanh nghiệp nhỏ không ngại khó của Việt Nam. Tính kiên định và độ tin cậy là chìa khóa của thành công ở thị trường này.