

Báo cáo ngành VietinbankSc Ngành Dệt May Việt Nam

04-2014

Nguyệt A. Vũ

2 Khái quát ngành

- 2 Định nghĩa ngành
- 2 Lĩnh vực hoạt động
- 2 Ngành tương đồng
- 2 Nguồn tham khảo

3 Tổng quan ngành

4 Sức hấp dẫn ngành

- 4 Tóm tắt báo cáo
- 5 Yếu tố chính tác động
- 6 Tình hình hoạt động
- 9 Triển vọng ngành
- 11 Chu kỳ của ngành

12 Sản phẩm & Thị trường

- 12 Chuỗi giá trị
- 23 Sản phẩm
- 24 Yếu tố quyết định cầu
- 25 Thị trường chính

- 28 Thương mại quốc tế

- 29 Địa bàn kinh doanh

30 Môi trường cạnh tranh

- 30 Mức độ tập trung thị trường
- 30 Yếu tố thành công
- 31 Cấu trúc chi phí
- 32 Cơ sở cạnh tranh
- 35 Rào cản gia nhập
- 35 Mức độ toàn cầu hóa

36 Điều kiện kinh doanh

- 36 Công nghệ & Hệ thống
- 36 Biến động doanh thu
- 37 Chính sách & Quy định
- 38 Hỗ trợ ngành
- 40 Rủi ro & Biện pháp giảm thiểu rủi ro
- 42 Phân tích SWOT

43 Số liệu thống kê

- 43 Số liệu ngành & Chỉ số chính
- 46 Doanh nghiệp niêm yết

47 Doanh nghiệp lớn

- 47 Tập đoàn dệt may Việt Nam VINATEX
- 48 Công ty CP Dệt may – Đầu tư Thương mại Thành Công - TMC
- 49 Công ty CP Đầu tư và Thương mại TNG
- 50 Công ty CP Sản xuất Thương mại May Sài Gòn - GMC

Cập nhật ngành

Khái quát ngành Dệt may

Định nghĩa ngành

Ngành hàng dệt may là một trong những ngành chủ đạo của công nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng, liên quan đến việc sản xuất sợi, dệt nhuộm, vải, thiết kế sản phẩm, hoàn tất hàng may mặc và cuối cùng là phân phối hàng may mặc đến tay

người tiêu dùng. Ngành dệt may góp phần đảm bảo nhu cầu tiêu dùng, cần thiết cho hầu hết các ngành nghề và sinh hoạt; là một ngành đem lại thặng dư xuất khẩu cho nền kinh tế; góp phần giải quyết việc làm; tăng phúc lợi xã hội.

Lĩnh vực hoạt động

Hoạt động chính

Sản xuất, kinh doanh sợi, vải và các sản phẩm may mặc

Xuất nhập khẩu và kinh doanh thương mại ngành hàng dệt may

Sản phẩm chính

Các sản phẩm may mặc

Sản xuất sợi, vải

Sản xuất các nguyên phụ liệu khác

Ngành tương đồng

2030 Sản xuất sợi nhân tạo

1323: Sản xuất thảm, chăn đệm

1324: Sản xuất các loại dây bện và lưới

1420: Sản xuất sản phẩm từ da lông thú

1420: Sản xuất giày dép

Nguồn tham khảo

Những thông tin liên quan đến ngành

www.vietnamtextile.org.vn

Hiệp hội dệt may Việt Nam (VITAS)

www.vinatex.com.vn

Tập đoàn dệt may Việt Nam (VINATEX)

www.moit.gov.vn

Hiệp hội bông sợi Việt Nam (VCOSA)

www.otexa.ita.doc.gov

Office of Textiles and Apparel (OTEXA)

Tổng quan ngành

Một số chỉ tiêu chính

Doanh thu 2013e
\$24.89tỷ

Tăng trưởng xuất khẩu 13-20
10-12%

Lương 2013e
\$4.70tỷ

Lợi nhuận 2013e
\$1.07tỷ

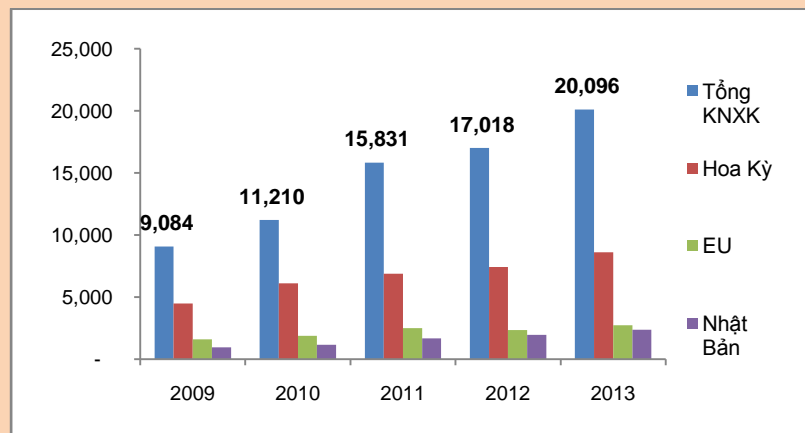
Tăng trưởng sản xuất 13-20
12-14%

Doanh nghiệp
5,982

Thị phần 2013 (theo KNXK)

Vinatex	14.4%
Việt Tiến	2.5%
Nhà Bè	1.8%
May 10	1.7%
Phong Phú	1.7%
Cty TNHH may Tinh Lợi	1.3%
Cty TNHH Hansae Việt Nam	1.1%
Cty TNHH HANESBRANDS	1.0%
Cty TNHH EINS VINA	0.9%

KNXK hàng dệt may Việt Nam 2009 - 2013 (triệu USD)



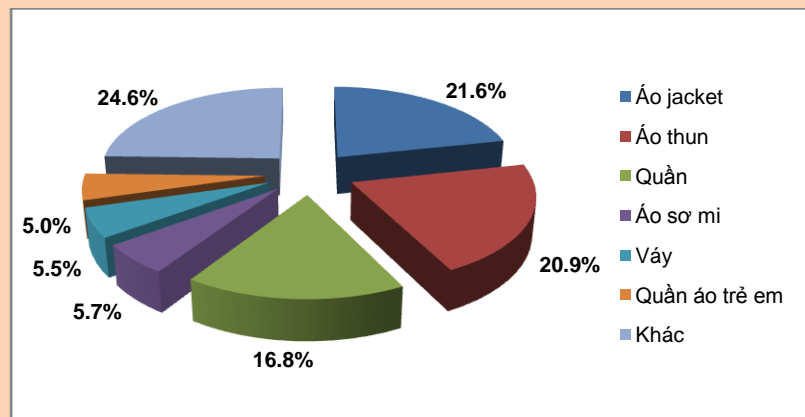
Nguồn: VITAS 2014

Các yếu tố chính tác động đến ngành Dệt may

- Tình hình kinh tế
- Nguyên liệu đầu vào
- Xu hướng tiêu thụ sản phẩm
- Thiết bị công nghệ
- Nguồn nhân lực
- Chính trị và cơ chế chính sách

p.5

Cơ cấu mặt hàng dệt may xuất khẩu 2013



Nguồn: VITAS 2014

Cấu trúc ngành

Chu kỳ ngành	Phát triển	Rào cản gia nhập ngành	Thấp/Cao*
Biến động doanh thu	Thấp	Mức độ toàn cầu hóa	Thấp
Hỗ trợ ngành	Thấp	Mức độ cạnh tranh	Cao
Mức độ tập trung	Thấp	Mức độ quy định	Tr.bình

* Rào cản gia nhập ngành Thấp đối với kinh doanh nội địa, Cao đối với kinh doanh xuất khẩu

Sức hấp dẫn ngành

Tóm tắt báo cáo | Yếu tố chính tác động | Tình hình hoạt động
Triển vọng ngành | Chu kỳ sống

Tóm tắt báo cáo

Ngành Dệt may Việt Nam sau hơn 20 năm liên tục phát triển với tỷ lệ tăng trưởng bình quân 15%/năm, đến nay đã vươn lên trở thành ngành kinh tế hàng đầu cả nước, với kim ngạch xuất khẩu đóng góp từ 10%-15% GDP hàng năm.

Việt Nam hiện là một trong 5 nhà xuất khẩu dệt may hàng đầu thế giới với thị phần 4%-5%. Thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam là Hoa Kỳ, EU và Nhật (chiếm trên 75% kim ngạch xuất khẩu hàng năm) với các sản phẩm may mặc chủ yếu là các sản phẩm từ bông và sợi tổng hợp cho phân khúc thị trường cấp trung và thấp.

Ngành công nghiệp dệt may Việt Nam hiện nay chỉ tham gia vào phần thứ 3 trong chuỗi cung ứng dệt may toàn cầu là Cắt và May, sản xuất theo phương thức gia công đơn giản, thiếu khả năng cung cấp trọn gói, nên giá trị gia tăng còn thấp.

Ngành dệt may Việt Nam vẫn còn phụ thuộc lớn vào nguyên phụ liệu nhập khẩu (khoảng 70%), chủ yếu từ thị trường Trung Quốc, Đài Loan, Hàn Quốc. Tuy nhiên, liên tiếp hai năm trở lại đây, lần đầu tiên Việt Nam xuất khẩu phụ liệu dệt may, khẳng định bước đầu cho sự tự chủ.

Theo thống kê Tập đoàn dệt may Việt Nam (VINATEX) trong năm 2013, Việt Nam có 5,982 công ty dệt may, với lực lượng lao động chiếm hơn 20% lao động trong khu vực công nghiệp và gần 5% tổng lực lượng lao động toàn quốc. Phần lớn các công ty được đặt tại miền Nam (62%), còn lại nằm ở miền Bắc

(30%), miền Trung và Tây Nguyên (8%). Trong đó, các công ty may chiếm tỷ trọng lớn (70%), còn lại là các công ty dệt (17%), kéo sợi (6%), nhuộm (4%), và ngành công nghiệp hỗ trợ (3%).

Bên cạnh đó, phải kể đến sự đóng góp cao và ngày càng tăng của các doanh nghiệp FDI trong giá trị xuất khẩu. Theo số liệu thống kê trong năm 2013 cũng như 2 tháng đầu năm 2014 đều cho thấy tỷ trọng xuất khẩu nghiêng hẳn về phía các doanh nghiệp FDI với hơn 60% tổng kim ngạch xuất khẩu.

Với lợi thế ổn định chính trị-xã hội và nguồn lao động, Dệt may Việt Nam đang có nhiều cơ hội để tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu, đặc biệt khi các hiệp định thương mại Đối tác xuyên Châu Á - Thái Bình Dương (TTP), Hiệp định thương mại tự do song phương Việt Nam - EU (FTA) được kí kết trong thời gian tới. Theo đó, mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu và tăng trưởng thị trường nội địa theo Quy hoạch phát triển ngành công nghiệp Dệt May đến năm 2020, tầm nhìn 2030 của Bộ Công Thương sẽ đạt khoảng 10%-12%/năm.

Mặc dù vậy, các doanh nghiệp trong ngành dệt may vẫn phải đối mặt với không ít khó khăn, thách thức khi hội nhập sâu với thị trường quốc tế: sự cạnh tranh gay gắt giữa các nước xuất khẩu, các rào cản thương mại ngày càng tăng từ các thị trường nhập khẩu lớn, nhất là từ Hoa Kỳ với các yêu cầu khắt khe về trách nhiệm xã hội, nhãn mác sinh thái, bảo vệ môi trường...

Sức hấp dẫn ngành

Yếu tố chính tác động đến ngành

Tình hình kinh tế

Ngành dệt may chịu sự tác động của tình hình biến động kinh tế toàn cầu. Các hoạt động xuất nhập khẩu đóng vai trò quan trọng trong ngành với kim ngạch xuất khẩu chiếm 80% tổng doanh thu toàn ngành, đồng thời nguyên phụ liệu dệt may cũng phụ thuộc tới 70% hàng nhập khẩu.

Tình hình lạm phát, biến động lãi suất, tỷ giá hối đoái sẽ ảnh hưởng đến giá cả đầu vào, đồng thời cũng đặc biệt ảnh hưởng đến việc tiếp cận vốn của các doanh nghiệp.

Đối với đầu ra sản phẩm, kinh tế càng phát triển, đời sống và thu nhập càng cao thì con người càng chú trọng đến các sản phẩm phục vụ tiêu dùng, trong đó có sản phẩm của ngành hàng dệt may.

Nguyên liệu đầu vào

Việc phát triển ngành dệt may cần thiết phải có thị trường cung cấp nguyên liệu, nếu không sản xuất sẽ phụ thuộc rất lớn vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu. Trên thực tế, Dệt may Việt Nam hiện đang phụ thuộc tới 70% vào nguyên liệu nhập khẩu. Khi đó các doanh nghiệp sẽ rất khó khăn trong khai thác những lợi thế từ TPP và FTA với những yêu cầu cao về quy tắc xuất xứ.

Xu hướng tiêu dùng sản phẩm

Sự lên ngôi của ngành thời trang tác động mạnh đến xu hướng tiêu dùng của thị trường, từ đó quyết định quá trình phát triển của ngành dệt may toàn cầu. Việc rút ngắn vòng đời sản phẩm của ngành thời trang đã tạo ra sự thay đổi căn bản trong chuỗi cung ứng, chuỗi giá trị cũng như thời gian đáp ứng đơn hàng và dệt may Việt Nam không nằm ngoài xu hướng này.

Thiết bị công nghệ

Công nghệ là yếu tố cơ bản đảm bảo cho quá trình sản xuất đạt hiệu quả cao. Máy móc thiết bị làm tăng năng suất, chất lượng sản phẩm; giảm chi phí sản xuất từ đó làm giảm giá thành sản phẩm... Nếu máy móc thiết bị hiện đại phù hợp với trình độ của người sử dụng thì máy được sử dụng hết công suất, sản phẩm làm ra vừa có chất lượng cao, mẫu mã phong phú, dễ dàng được thị trường chấp nhận hơn.

Nguồn nhân lực

Đây là một trong những yếu tố chính của hoạt động sản xuất kinh doanh, đặc biệt trong ngành dệt may. Nó được biểu hiện ở hai mặt là số lượng và chất lượng. Về mặt số lượng là những người trong độ tuổi lao động và thời gian của họ có thể huy động vào làm việc. Về mặt chất lượng thể hiện ở trình độ khéo léo của công nhân, trình độ quản lý...

Ngành dệt may có đặc trưng là sử dụng nhiều lao động, quy trình nhiều công đoạn thủ công. Chính vì thế đào tạo nguồn nhân lực có tính quyết định đến sự phát triển bền vững của ngành dệt may Việt Nam.

Chính trị và cơ chế chính sách

Tình hình chính trị ổn định trong nước sẽ tạo sự tin tưởng vững chắc cho việc đầu tư vào ngành, giúp thu hút nhiều vốn đầu tư. Các cơ chế chính sách ngày càng thông thoáng và hoàn thiện hơn, giúp các doanh nghiệp rất nhiều trong hoạt động kinh doanh của mình.

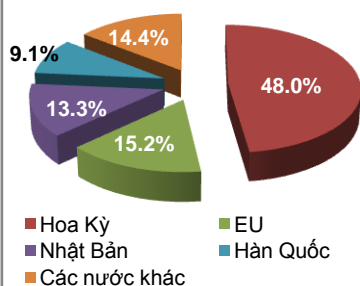
Bên cạnh đó, tình hình chính trị, môi trường kinh doanh của các thị trường xuất khẩu cũng tác động trực tiếp đến đầu ra sản phẩm. Những cơ chế chính sách, các yêu cầu và kiểm soát ngày càng nghiêm ngặt khi nhập khẩu hàng may mặc là những rào cản lớn mà các doanh nghiệp trong ngành luôn cần quan tâm chú ý.

Sức hấp dẫn ngành

Tình hình hoạt động

Xuất khẩu phụ liệu dệt may: Bước khởi đầu cho sự tự chủ

Thị trường xuất khẩu dệt may của Việt Nam năm 2013



Hoạt động xuất nhập khẩu

Số liệu của VITAS cho thấy, tổng kim ngạch xuất khẩu (KNXK) của Việt Nam năm 2013 đạt 20.09 tỷ USD, tương đương 10% GDP với tốc độ tăng 18.7%, trong đó hai mặt hàng chính của ngành là dệt-may mặc và xơ sợi đều đạt mức tăng trưởng khá.

Mặt hàng dệt và may mặc đạt 17.95 tỷ USD, tăng 18.9%; mặt hàng xơ sợi dệt các loại đạt 2.15 tỷ USD, tăng 16.7% so với cùng kỳ. Với 13.55 tỷ USD giá trị nhập khẩu, năm 2013 ngành dệt may Việt Nam đã xuất siêu 6.55 tỷ USD.

Hoa Kỳ tiếp tục là thị trường xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam trong năm 2013, với KNXK đạt 8.6 tỷ USD, tăng 15.46% so với năm 2012, tương ứng chiếm 48% tổng KNXK hàng dệt may Việt Nam. Theo sau là thị trường EU, Nhật Bản và Hàn Quốc, lần lượt chiếm tỷ trọng là 15.2%, 13,3% và 9.1%.

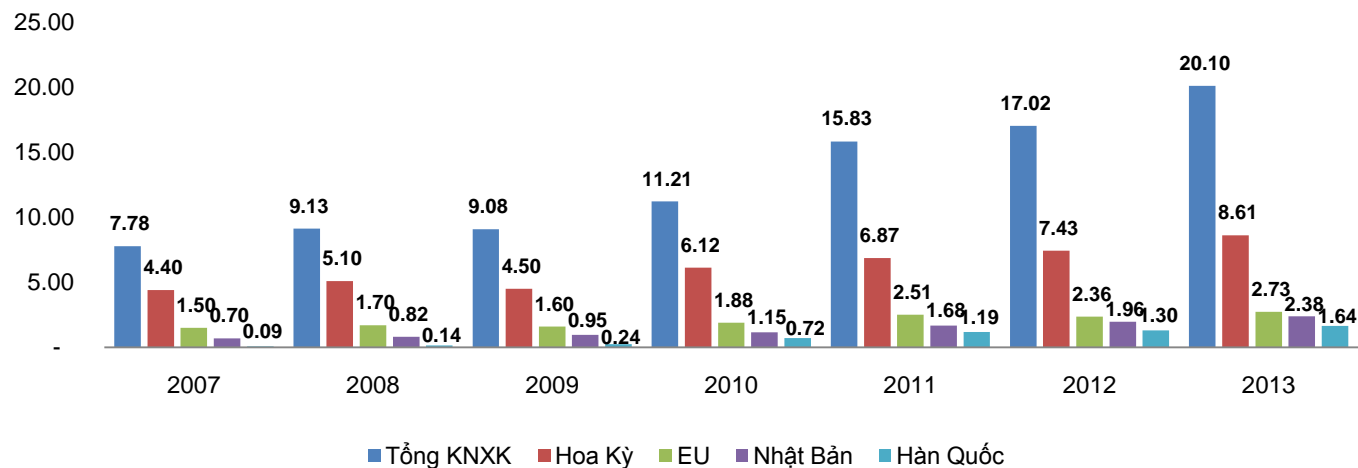
Theo thống kê của Tổng cục Hải Quan, riêng trong Q1/2014, KNXK hàng dệt may đạt 4,436 tỷ USD, tăng 17.1% so với cùng kỳ năm 2013.

Đơn vị: Triệu USD

TT	Chủng loại	2013	2012	So 13/12 (%)	T2/2014	So T1/14 (%)	2T/2014	So 2T 14/13 (%)
1	Xuất khẩu	20,096	17,018	18.7%	1,504	-27.1%	3,566	29.8%
	Xuất khẩu Dệt May	17,947	15,176	18.9%	1300	-31.8%	3,205	30.1%
	Xuất khẩu Xơ Sợi	2,149	1,842	16.7%	204	29.9%	361	26.7%
2	Nhập khẩu	13,547	11,363	18.8%	1,188	23.0%	1,189	-29.0%
	Bông	1,171	875	33.4%	134	37.6%	134	-19.4%
	Xơ sợi các loại	1,520	1,400	8.0%	125	12.3%	125	-39.4%
	Vải	8,397	7,045	19.3%	700	20.6%	700	-30.7%
	NPL DM	2,459	2,043	18.2%	229	29.5%	230	-21.4%
3	NK cho XK	10,432	8,587	16.2%	874	14.2%	912	-24.1%
4	Cân đối X-NK (1-3)	9,664	8,431	21.5%	630	-51.4%	2,654	71.7%
5	Tỷ lệ GTGT (4/1)	48.1%	49.5%	1.1%	41.9%	-21.0%	74.4%	18.2%

Tỷ USD

Tăng trưởng KNXK hàng dệt may Việt Nam qua các năm



Nguồn: VITAS 2/2014

Sức hấp dẫn ngành

Tình hình hoạt động (tiếp)

Thiếu và yếu kém trong khâu thiết kế, phụ thuộc vào nguyên phụ liệu nhập khẩu, năng suất lao động thấp khiến giá trị gia tăng của sản phẩm dệt may Việt Nam còn thấp

Liên tiếp trong 2 năm 2012, 2013 ngành dệt may Việt Nam đã xuất khẩu khoảng 800 triệu USD giá trị phụ liệu cho sản xuất hàng may mặc. Đây là kết quả của việc đẩy mạnh thực hiện chiến lược nội địa hóa nguyên phụ liệu cho sản xuất của ngành dệt may Việt Nam.

Theo VINATEX, mục tiêu của các nhà đầu tư sản xuất phụ liệu trong nước là tập trung phục vụ cho sản xuất nội địa nhằm đáp ứng quy mô xuất khẩu ngày càng tăng của ngành dệt may Việt Nam giai đoạn 2015-2020, đồng thời để đáp ứng yêu cầu về tỷ lệ nội địa hóa của các Hiệp định thương mại, nhu cầu nguyên phụ liệu sẽ tăng mạnh.

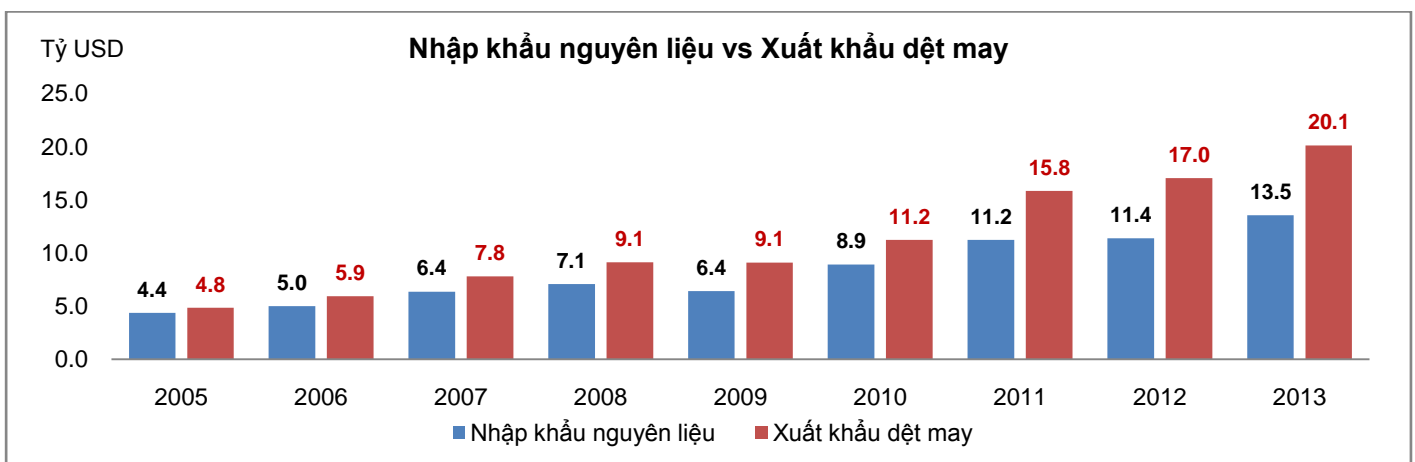
Thiếu nguyên phụ liệu để sản xuất

Năm 2013 các doanh nghiệp dệt may tiếp tục đối mặt với hạn chế lớn đó là thiếu nguyên liệu, phụ liệu. Đa phần nguyên phụ liệu sản xuất vẫn phải nhập khẩu.

Tính đến nay ngành dệt may mới chỉ nội địa hóa được khoảng 48% nguồn nguyên phụ liệu xuất nên giá trị thặng dư của ngành khó được cải thiện. Cụ thể hiện nay ngành mới chỉ đáp ứng được 2% nhu cầu bông, 1/8 nhu cầu vải. Tuy nhiên chất lượng chưa được đảm bảo.

Mặc dù tỷ lệ nội địa hóa đang từng bước được cải thiện, mỗi năm tăng từ 3%-5%, nhưng vẫn còn thấp xa so với mức 90% của Ấn Độ và 95% của Trung Quốc.

Theo dự báo của VITAS trong vài năm tới, nhập khẩu nguyên liệu trong lĩnh vực dệt may vẫn sẽ tiếp tục tăng, một phần do diện tích trồng bông của Việt Nam – một trong những nguyên liệu chính của sản xuất dệt may hiện chưa được đầu tư phát triển tương ứng với quy mô ngành.



Nguồn: VITAS 2013

Năng suất lao động thấp

Công tác quản lý năng suất, chất lượng lao động tại các doanh nghiệp dệt may đã được đầu tư quan tâm và cải thiện trong những năm gần đây, tuy nhiên năng suất lao động vẫn thấp hơn so với một số quốc gia trong khu vực.

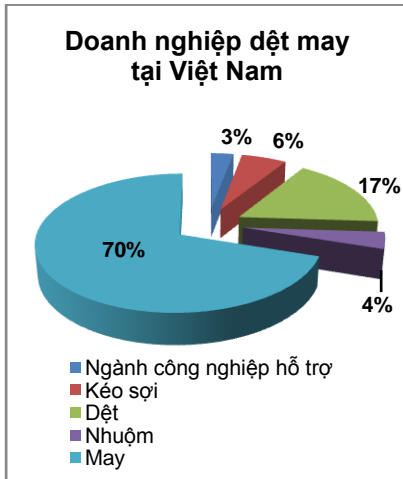
Hiện nay, năng suất lao động trung bình trong ngành bằng 1/3 so với Hồng Kông, 1/4 so với Trung Quốc

và bằng 1/8 so với Hàn Quốc, tính riêng với ngành dệt thì chỉ bằng 90% của Trung Quốc, 85% của Thái Lan.

Điều này ảnh hưởng rất nhiều đến giá thành, làm giảm tính cạnh tranh của sản phẩm. Đồng thời gây khó khăn trực tiếp lên các doanh nghiệp khi sức ép về chi phí nhân công ngày càng tăng trong khi năng suất lao động lại không tương ứng.

Sức hấp dẫn ngành

Tình hình hoạt động (tiếp)



Nguồn: VITAS 3/2013

Giá trị gia tăng thấp

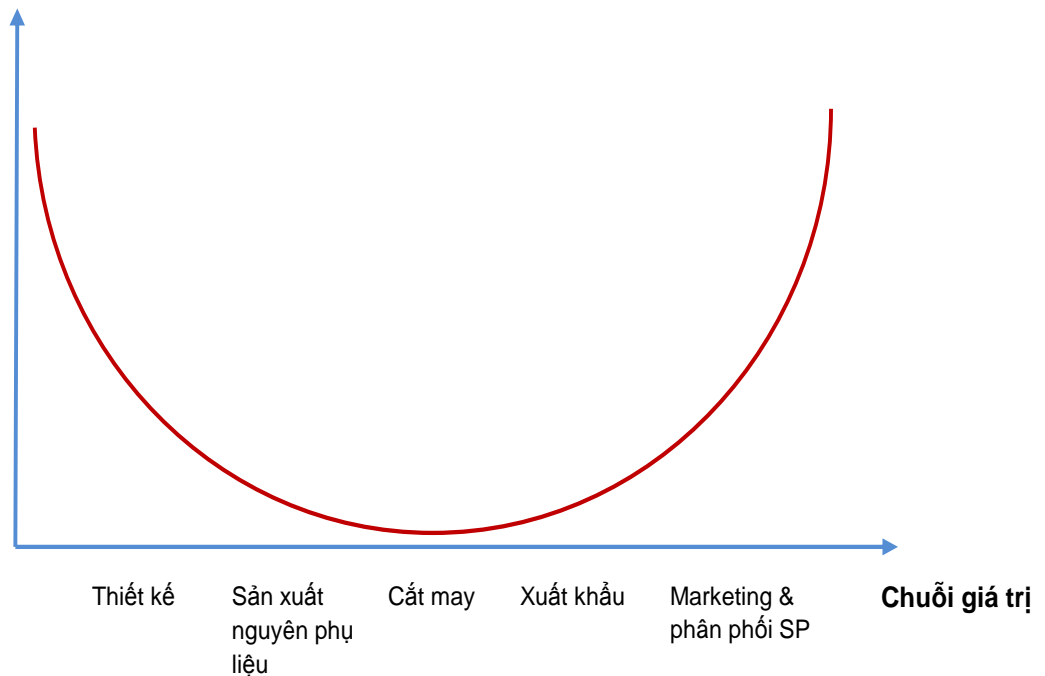
Trong chuỗi giá trị toàn cầu hàng dệt may, khâu có lợi nhuận cao nhất là thiết kế mẫu, cung cấp nguyên phụ liệu và thương mại. Tuy nhiên, ngành công nghiệp dệt may Việt Nam hiện nay gần như chỉ tham gia vào khâu sản xuất sản phẩm cuối cùng, được đánh giá là tạo ra giá trị gia tăng thấp nhất, với tỷ suất lợi nhuận chỉ chiếm khoảng 5%-10%.

Mặc dù Việt Nam đang nằm trong top 5 quốc gia xuất khẩu hàng dệt may, nhưng các doanh nghiệp dệt may Việt Nam chủ yếu là các nhà thầu phụ cho các nhà thầu may trong khu vực, hầu như không thực hiện quá trình thiết kế và không có

khả năng tự thiết kế và xây dựng thương hiệu.

CMT (Cut Make Trim – gia công thuần túy) và FOB (Free on Broad – mua nguyên liệu, bán thành phẩm) chiếm hơn 95% tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu, trong đó CMT chiếm 75.3% và FOB là 21.2%. Chỉ có khoảng 2%-3% giá trị xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam là ODM (Original Design Manufacturing – chủ động từ nguyên liệu, thiết kế, sản xuất thành phẩm). Nguyên nhân chủ yếu là do hạn chế về trình độ nguồn nhân lực, thiếu thông tin thị trường.

Giá trị gia tăng đóng góp vào sản phẩm



Sức hấp dẫn ngành

Triển vọng ngành

Ngành Dệt may Việt Nam năm 2014 sẽ có nhiều thuận lợi với mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu từ 17%-22%

Triển vọng tích cực từ đàm phán TTP – Hoa Kỳ tiếp tục là thị trường chính của Dệt may Việt Nam

Triển vọng ngành trong dài hạn

Ngành Dệt may Việt Nam năm 2014 được kỳ vọng sẽ hưởng lợi lớn từ sự hồi phục của kinh tế thế giới và việc ký kết hiệp định TPP.

Năm 2014, các tổ chức quốc tế như WB, IMF đều dự báo nền kinh tế thế giới có thể tăng trưởng 3.6% so với 2.6% năm 2013. Đặc biệt, dự báo tốc độ tăng trưởng kinh tế ở quốc gia phát triển như Mỹ, Nhật Bản, EU, Hàn Quốc, các thị trường chiếm hơn 70% giá trị xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam, đang có sự cải thiện khá tích cực, hứa hẹn gia tăng nhu cầu đối với hàng dệt may của Việt Nam.

Dự báo VITAS năm 2014, KNXK hàng dệt may Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ tiếp tục tăng mạnh, ước đạt 10 tỷ USD, tăng 17% so với năm 2013. Tương tự, xuất khẩu hàng dệt may sang EU sẽ gia tăng mạnh mẽ nếu Hiệp định Thương mại tự do song phương Việt Nam – EU được ký kết. KNXK sang thị trường Nhật Bản đạt 2.8 đến 3 tỷ USD, tăng 20%-25% so với năm 2013.

Triển vọng ngành trong dài hạn

Thực tế cho thấy, sau khi gia nhập WTO và ký kết các FTA, cùng với các ngành kinh tế khác đã mở ra cơ hội rất lớn cho dệt may Việt Nam. Đồng thời, dệt may Việt Nam cũng có điều kiện hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới, đẩy mạnh xuất khẩu

Theo VITAS, kể cả trong điều kiện chưa có thỏa thuận thương mại mới, thì ngành dệt may Việt Nam 2014 vẫn có thể đạt được tăng trưởng xuất khẩu khoảng 12%. Khi TTP được ký kết, mức tăng trưởng này có thể đạt từ 17%-22% so với mức 20.1 tỷ năm 2013, tương ứng đạt 23.5- 24.5 tỷ USD.

Bên cạnh đó, dù hiệp định TPP vẫn còn trong giai đoạn đàm phán nhưng thời điểm ký kết đang đến gần, thúc đẩy các nước thành viên TPP chuyển dần các đơn hàng sang Việt Nam nhằm đón đầu việc cắt giảm thuế quan.

Mặt khác, hiệp định TPP cũng có những quy định khắt khe hơn về nguồn gốc xuất xứ, công nghệ và lao động có khả năng làm tăng chi phí doanh nghiệp. Tuy nhiên, điều đó có thể được bù đắp bởi sự gia tăng sản lượng xuất khẩu.

do các rào cản thương mại như hạn ngạch dệt may vào Mỹ và các nước đã được dỡ bỏ, bình đẳng về thuế quan giữa các nước thành viên, cơ hội tiếp cận công nghệ, thông tin, các dịch vụ, cũng như kinh nghiệm quản lý được tốt hơn.

Khỏi các nước TTP là thị trường quan trọng nhất của ngành dệt may Việt Nam, chiếm khoảng 60% tổng KNXK. Trong đó, Hoa Kỳ- nước thành viên của TTP được đánh giá là thị trường tiêu thụ hàng dệt may lớn nhất thế giới với khoảng 100 tỷ USD/năm, chiếm 1/5 tổng lượng tiêu thụ toàn cầu, đồng thời cũng là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam với KNXK hàng năm chiếm gần 50% tổng KNXK toàn ngành.

Dự báo KNXK của Việt Nam đến năm 2025 ; Đơn vị: Tỷ USD

Mặt hàng	Chưa tính tác động TPP	Mức tăng	Đã tính tác động TPP	Tỷ lệ tăng (%)
Hàng dệt	26.0	12.9	38.9	49.6
Hàng may, da giày	113.0	51.9	164.9	45.9
Máy móc	14.4	2.0	16.4	13.9
Tổng KNXK	239.0	67.9	306.9	28.4

Nguồn: Giáo sư Peter Petri – Đại học Brandeis, 3/2013

Sức hấp dẫn ngành

Triển vọng ngành (tiếp)

Hiệp định TTP dự kiến có hiệu lực vào giữa năm 2014 sẽ là cơ hội rất lớn cho ngành dệt may khi Việt Nam là một trong 12 nước thành viên. Theo đó sẽ có hơn 90% mặt hàng dệt may xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ được điều chỉnh thuế suất về mức 0% so với mức trung bình là 17% hiện tại.

Điểm đáng lưu ý là Trung Quốc – nước đang chiếm thị phần xuất khẩu lớn nhất vào Hoa Kỳ hiện tại vẫn chưa tham gia đàm phán TPP (và nhiều khả năng sẽ không tham gia hiệp định này). Đây sẽ là lợi thế cạnh tranh rất đáng kể dành cho các doanh nghiệp dệt may Việt Nam. Theo đó, VITAS cho rằng ngành dệt may sẽ có thể cán đích 25 tỷ đến 27 tỷ USD xuất khẩu vào năm 2015 và nâng tỷ lệ nội địa hóa lên mức 70-75% vào năm 2020 thay vì hơn 48% như hiện nay.

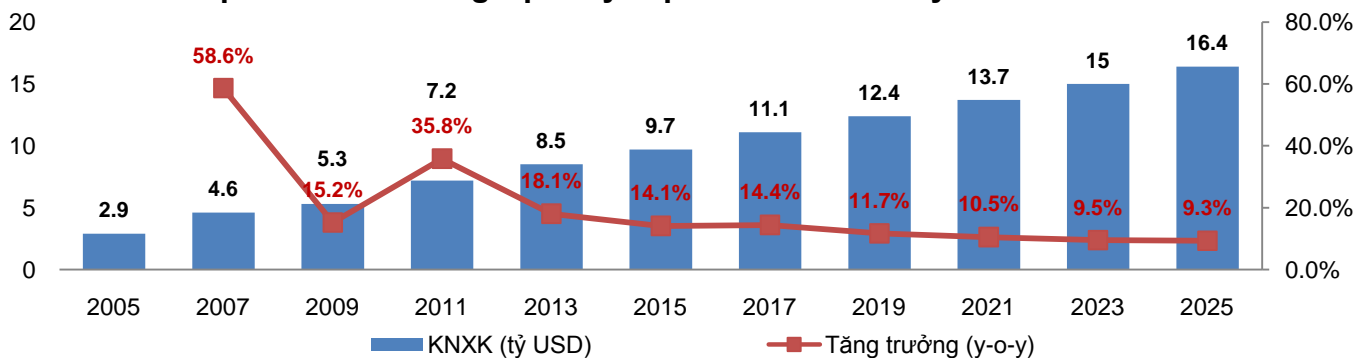
Cũng theo dự báo khác từ trường Đại học Brandeis – Hoa Kỳ vào tháng 3/2013, Hiệp định TPP sẽ giúp KNXK hàng dệt may của Việt Nam tăng 28.4% so với mức chưa tính tác động TPP, từ 239 tỷ USD lên 307 tỷ USD vào năm 2025.

Bên cạnh đó, Chính phủ Việt Nam đã sớm đặt mục tiêu cho ngành dệt may từ năm 2017-2020, dệt may Việt Nam sẽ phấn đấu đứng thứ hai, hoặc thứ ba trong top các nước xuất khẩu dệt may lớn nhất trên toàn thế giới. Đồng thời, mục tiêu đến năm 2020 dệt may Việt Nam sẽ có từ 5-7% các thương hiệu lớn hội nhập với thị trường thế giới.

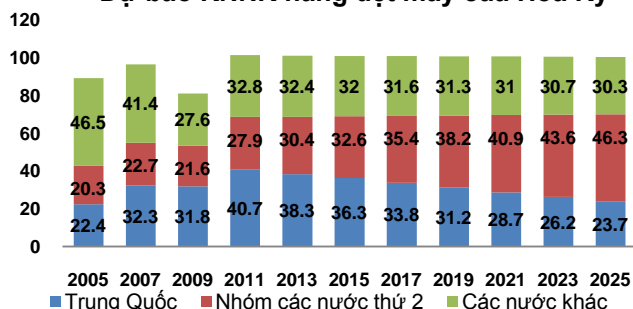
Mới đây nhất, theo Quy hoạch phát triển ngành công nghiệp Dệt may Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030 được Bộ Công Thương phê duyệt vào tháng 4/2014, ngành dệt may đặt mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu và tăng trưởng thị trường nội địa đạt từ 10%-12%/năm.

Trong tương quan chung của các ngành kinh tế, dệt may Việt Nam vẫn luôn là lĩnh vực mũi nhọn. Với tốc độ tăng trưởng nhanh và ổn định như hiện nay, ngành dệt may không chỉ đóng vai trò quan trọng đối với mục tiêu phục hồi đà tăng trưởng kinh tế, mà còn đảm bảo cân bằng cán cân thương mại của Việt Nam.

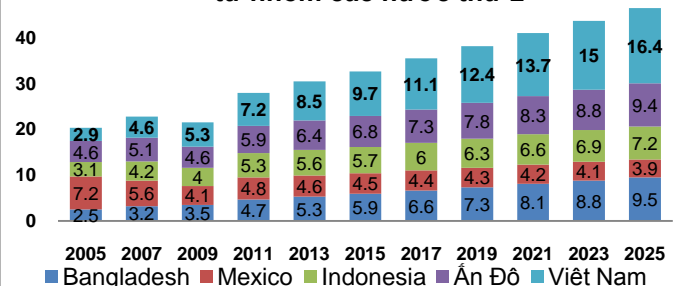
Dự báo KNNK hàng dệt may Việt Nam của Hoa Kỳ đến năm 2025



Dự báo KNNK hàng dệt may của Hoa Kỳ



Dự báo KNNK hàng dệt may của Hoa Kỳ từ nhóm các nước thứ 2



Nguồn: Bộ Thương Mại Hoa Kỳ

Sức hấp dẫn ngành

Chu kỳ sống của ngành

Ngành dệt may Việt Nam đang trên đường phát triển

Trong nhiều năm vừa qua, bất chấp tác động xấu của hai cuộc suy thoái kinh tế toàn cầu (2008-2011), Dệt may Việt Nam vẫn luôn là một trong những ngành có tốc độ tăng trưởng nhanh và ổn định, trở thành ngành xuất khẩu dẫn đầu cả nước.

Theo nghiên cứu mới nhất của Tổ chức Xúc tiến xuất khẩu từ các nước phát triển sang EU (CBI) thuộc Bộ Ngoại giao Hà Lan, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam trong giai đoạn 2005-2011 đạt mức cao nhất thế giới với 32%, trong khi đó Trung Quốc đạt 15%, Ấn Độ 10%, các nước Malaysia, Thái Lan, Thổ Nhĩ Kỳ đạt mức 7%.

Giai đoạn 2010-2013, trong điều kiện kinh tế còn nhiều bất ổn, dệt may Việt Nam vẫn giữ mức tăng trưởng tốt. Năm 2013, kim ngạch xuất khẩu tăng 79% so với năm 2010 (11.21 tỷ USD), tăng 18% so với năm 2012. Dự kiến trong năm 2014 và 2015, tốc độ tăng trưởng

sản xuất và xuất khẩu hàng dệt may đạt 12%-14%.

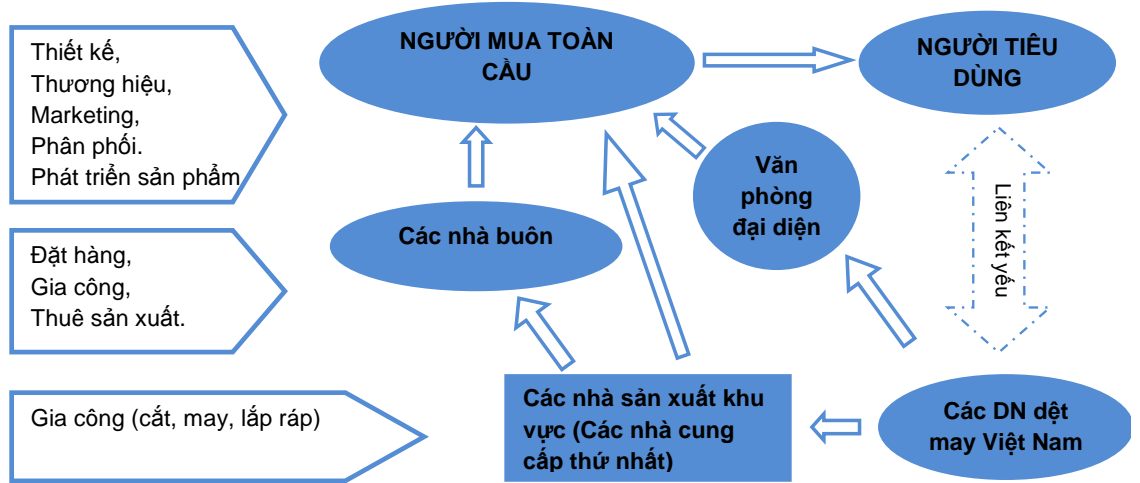
So sánh với tốc độ tăng trưởng GDP, năm 2013, tốc độ tăng trưởng GDP tăng trưởng 5.4%, thủ tướng cho biết GDP của Việt Nam trong 2 năm tới tăng trưởng lần lượt ở mức 5.8% và 6%. Theo đó, tốc độ tăng trưởng GDP bình quân 10 năm 2005-2015 đạt 6.5%. Như vậy, có thể thấy tốc độ tăng trưởng KNXXK dệt may Việt Nam cao hơn tốc độ tăng trưởng GDP.

Theo chiến lược phát triển ngành, bên cạnh mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu, ngành dệt may Việt Nam chú trọng vào công tác thiết kế thời trang, tạo ra các sản phẩm dệt may có tính khác biệt cao, từng bước xây dựng thương hiệu cho các doanh nghiệp. Cụ thể, ngành sẽ tập trung nâng tỷ lệ làm hàng ODM lên 12% - 14%. Riêng với hàng FOB, sẽ đẩy mạnh những đơn hàng được quyền chọn mua nguyên liệu, nhằm đem lại giá trị gia tăng cho sản phẩm.

Sản phẩm & Thị trường

Chuỗi giá trị | Sản phẩm | Yếu tố quyết định cầu
Thị trường chính | Thương mại quốc tế | Khu vực kinh doanh

Chuỗi giá trị



Chuỗi giá trị toàn cầu của ngành dệt may xuất khẩu có 5 công đoạn cơ bản là thiết kế, sản xuất phụ liệu, sản xuất, xuất khẩu và phân phối, thì

Việt Nam đang tham gia chủ yếu ở công đoạn sản xuất gia công và nằm ở đáy của chuỗi giá trị xét trên khía cạnh mức độ giá trị gia tăng tạo ra.

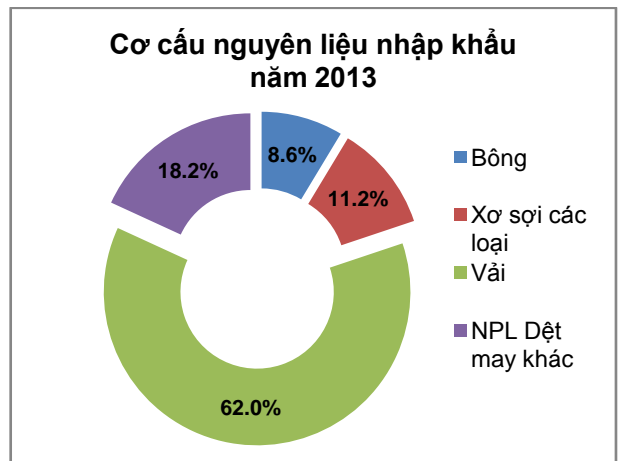
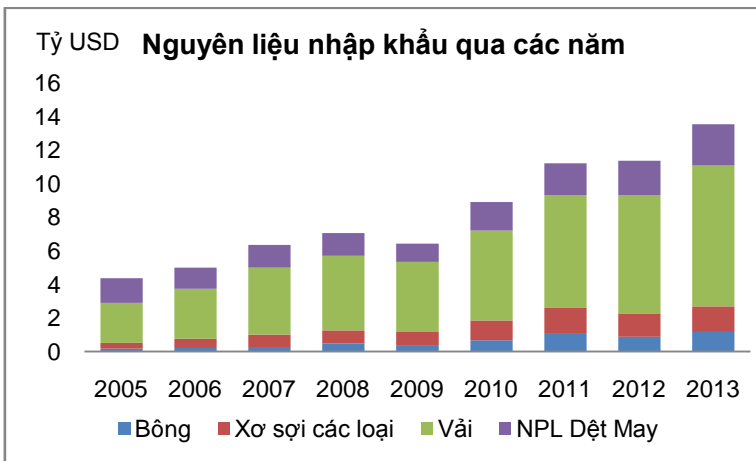
Chuỗi cung ứng đầu vào

Ngành dệt may đang phụ thuộc khoảng 70% nguyên phụ liệu nhập khẩu

Nguyên liệu đầu vào: bông tự nhiên, xơ sợi các loại, vải

Ngành dệt may Việt Nam có tính gia công lớn, công nghiệp phụ trợ chậm phát triển. Do đó, theo số liệu thống

kê của VITAS, hiện nay hơn 70% nguyên phụ liệu dệt may vẫn phải nhập khẩu.



Nguồn: VITAS 2013

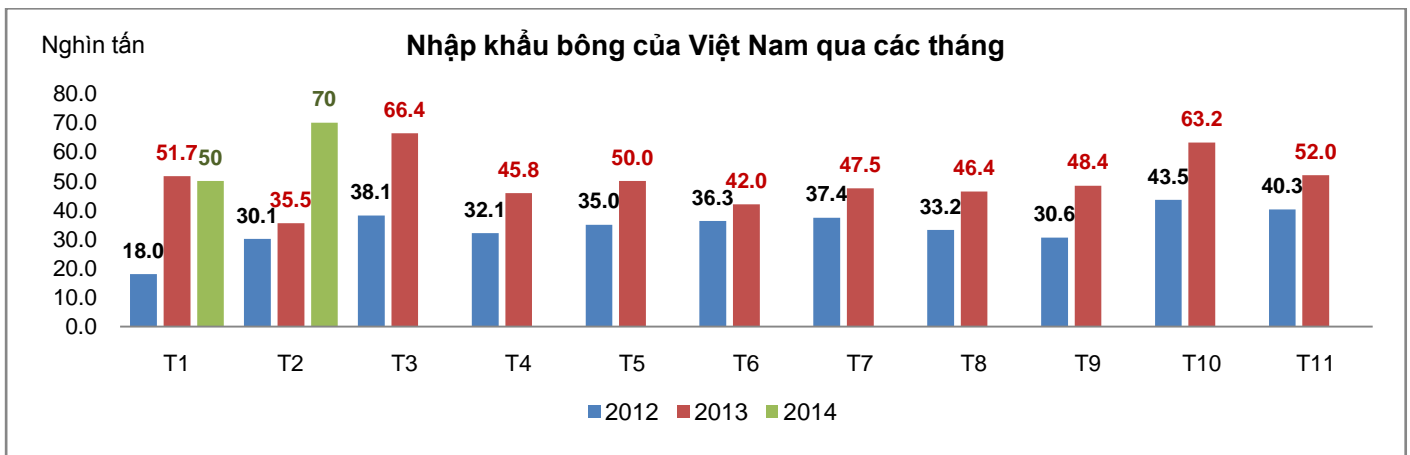
Bông

Bông là nguyên liệu chính cho ngành dệt may. Theo báo cáo mới đây của VITAS, nhu cầu sử dụng bông hàng năm của Việt Nam khoảng hơn 400 nghìn tấn và ngày càng tăng. Tuy nhiên, nguyên liệu này trong nước hiện nay chỉ có thể

đáp ứng được khoảng 5,000 tấn bông/năm (khoảng 1.2%). Phần còn lại tương ứng 98.8% phải nhập khẩu, chủ yếu từ Mỹ và Ấn Độ. Thực tế này là do điều kiện thời tiết không thuận lợi và do quỹ đất hạn chế cho nông nghiệp.

Sản phẩm & Thị trường

Chuỗi giá trị (tiếp)

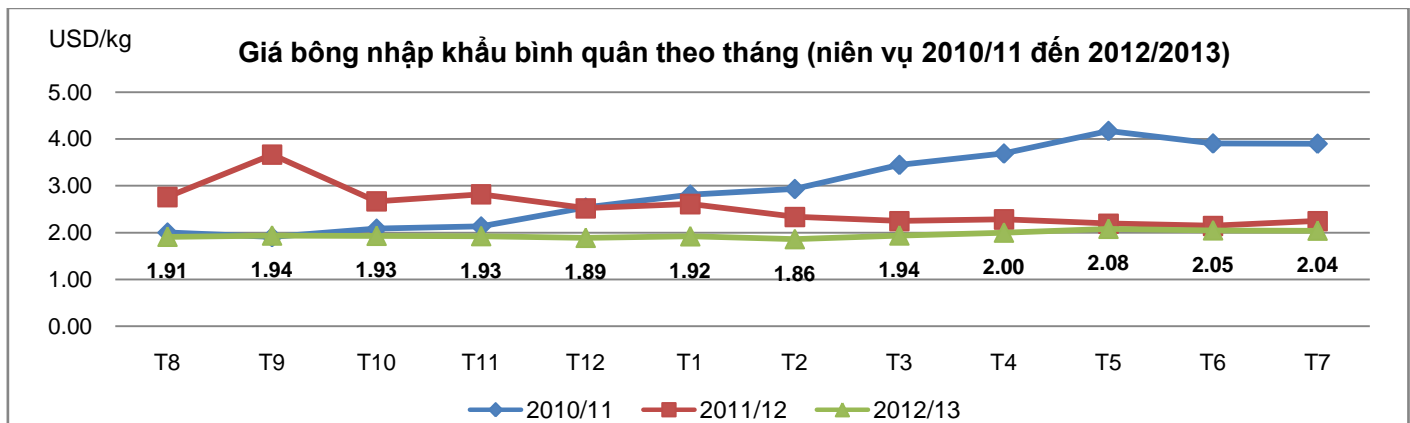


Nguồn: VITAS 2/2014

Theo thống kê của VITAS năm 2013, Nhập khẩu bông của Việt Nam đạt gần 590 nghìn tấn, trị giá 1,171 triệu USD, tăng 30.5% về lượng và 33.8% về giá trị.

Nhà cung cấp: Nhập khẩu bông chủ yếu từ Mỹ, chiếm 39.3% tổng lượng bông nhập khẩu, sau đó là Ấn Độ và Úc.

Giá cả: Giá bông nhập khẩu trung bình năm 2013 giảm 3.9% so với cùng kỳ năm trước, xuống 2,018 USD/tấn. Hiện nay giá bông thế giới đang liên tục hồi phục mạnh từ đầu năm 2014 tại New York. Dự báo giá nhập khẩu bông thế giới sẽ tiếp tục có xu hướng tăng do nhu cầu từ các nhà sản xuất sợi tăng lên.



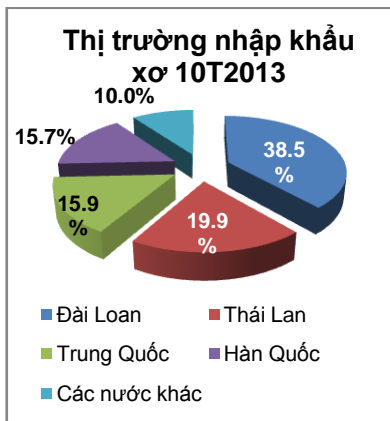
Nguồn: VITAS 2/2014

Chương trình phát triển cây bông vải được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt đến năm 2015 với diện tích là 30 nghìn ha, định hướng đến năm 2020 tăng lên 76 nghìn ha đã được triển khai 2 năm nay, tuy nhiên cho đến thời điểm năm 2013, diện tích

trồng loại cây này trên cả nước mới chỉ đáp ứng được xấp xỉ 40% so với mục tiêu đề ra năm 2015. Do đó, có thể thấy xu hướng nhập khẩu bông sẽ tiếp tục tăng trong những năm tới.

Sản phẩm & Thị trường

Chuỗi giá trị (tiếp)



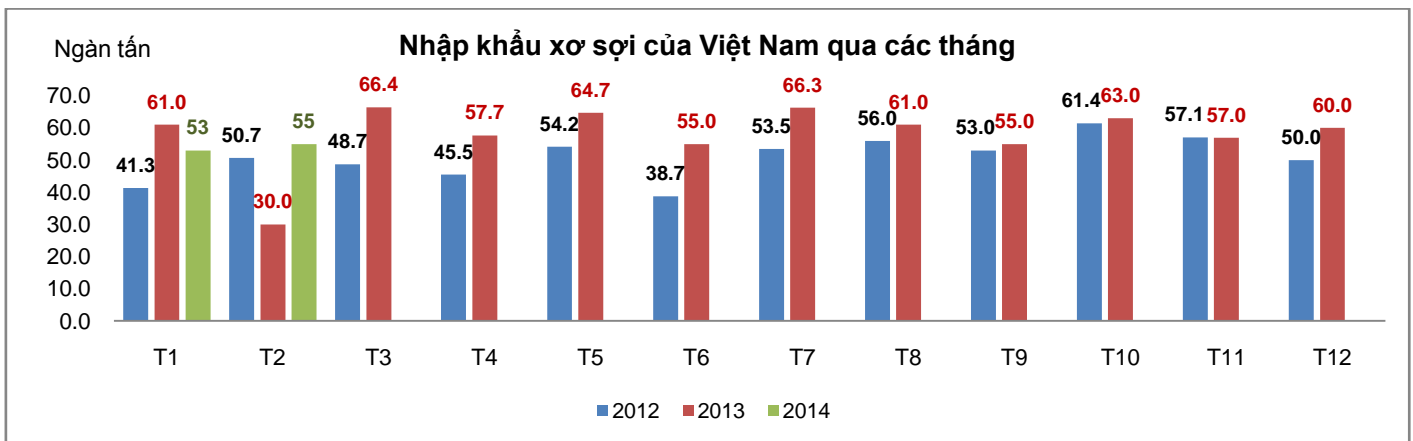
Xơ, sợi tổng hợp

Nhập khẩu xơ, sợi nguyên liệu của Việt Nam năm 2013 ước đạt 692 nghìn tấn, trị giá 1,520 triệu USD, tăng 7.1% về lượng và tăng 7.5% về trị giá so với năm 2013. Tính riêng xơ nguyên liệu nhập khẩu năm 2013 ước đạt 316,3 nghìn tấn, tăng 4.5% so với năm 2012.

Nhà cung cấp: Đài Loan và Trung Quốc vẫn đứng đầu bảng danh sách thị trường nhập khẩu sợi chính của Việt Nam, tiếp theo là Thái Lan và Hàn Quốc. Bên cạnh đó, các nhà

máy kéo sợi đầu tư nước ngoài là nguồn cung chính cho nhu cầu sợi ngày càng tăng của Việt Nam trong những năm gần đây như Tainan Việt Nam, Texhong Việt Nam (Trung Quốc), Kyung Bang (Hàn Quốc).

Giá cả: Giá sợi nhập khẩu trung bình năm 2013 tăng nhẹ 0.4% so với cùng kỳ 2012, lên 2,188 USD/tấn, giá xơ giảm 3.1%, xuống 1,758 USD/tấn.



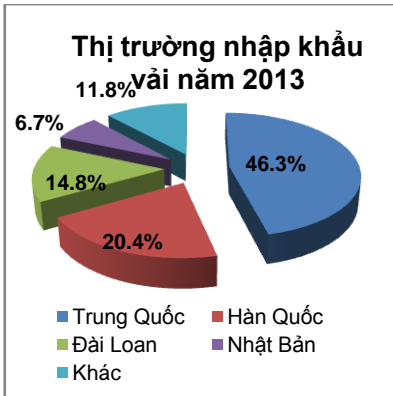
Thị trường nhập khẩu sợi chính	11T/2013			So 11T2012		
	Lượng (tấn)	Trị giá (USD)	Đơn giá (USD/Tấn)	Lượng (%)	Trị giá (%)	Đơn giá (%)
Đài Loan	199,494	392,600,047	1,968	-2.8	-4.6	-1.8
Trung Quốc	191,986	415,997,825	2,167	25.5	22.6	-2.3
Thái Lan	77,484	131,631,462	1,699	-0.4	-0.4	0
Hàn Quốc	72,767	182,858,949	2,513	1	-0.6	-1.6
Indonesia	27,222	59,596,091	2,189	21.1	17.1	-3.3
Ấn Độ	23,988	76,743,346	3,199	56.7	52.4	-2.7
Malaysia	16,899	26,328,494	1,558	-26.4	-21.6	6.5

Thị trường nhập khẩu xơ chính	10T/2013			So 10T2012		
	Lượng (tấn)	Trị giá (USD)	Đơn giá (USD/Tấn)	Lượng (%)	Trị giá (%)	Đơn giá (%)
Đài Loan	256,353	450,583,542	1,758	3	-0.4	-3.4
Thái Lan	104,099	173,677,192	1,668	1.3	-2.7	-4
Trung Quốc	41,236	71,566,574	1,736	8.7	8.5	-0.2
Hàn Quốc	40,002	70,745,916	1,769	24.2	12.5	-11.7

Nguồn: VITAS 2014

Sản phẩm & Thị trường

Chuỗi giá trị (tiếp)



Vải

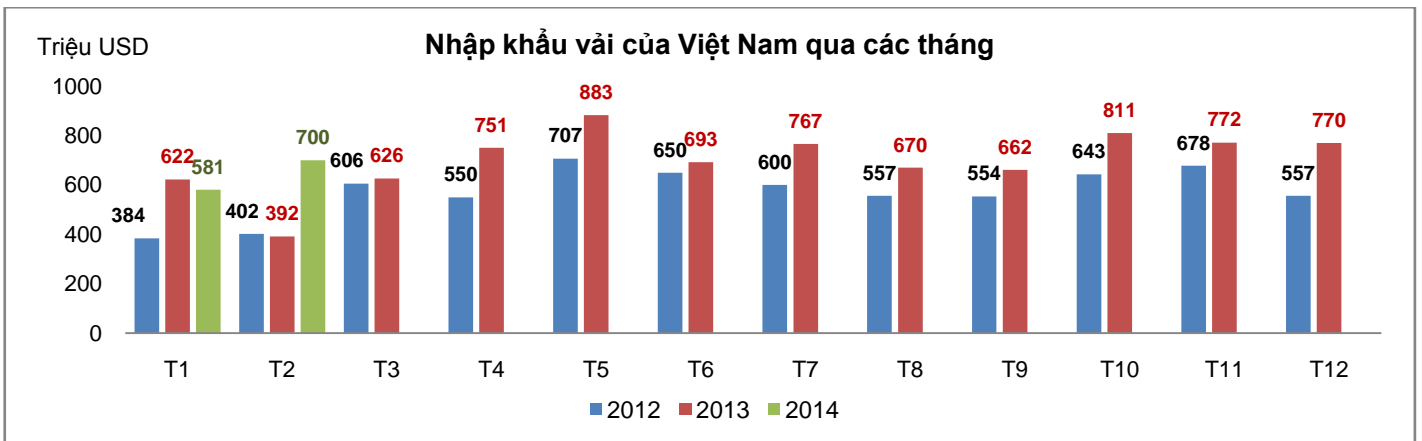
Theo dự báo của VITAS năm 2013, ngành Dệt may Việt Nam cần trên 10 tỷ mét vải mỗi năm trong thời gian 10 năm tới. Nếu được đầu tư đúng mức, các nhà sản xuất trong nước cũng chỉ sản xuất được tối đa 5 tỷ mét vải, đáp ứng 50% nhu cầu, số còn lại tiếp tục nhập khẩu.

Theo số liệu thống kê của VITAS 2013, cả nước sản xuất vải dệt từ sợi tự nhiên đạt 290 triệu m², tăng 3.1% so với năm 2012, sản xuất vải dệt từ sợi tổng hợp và sợi nhân tạo đạt khoảng 590 triệu m², giảm 9.8% so với cùng kỳ.

Năm 2013, nhập khẩu vải của Việt Nam đạt 8,397 triệu USD, tăng 19.3% so với năm 2012.

Trong 2 tháng đầu năm 2014 ước đạt 1,281 triệu USD, tương ứng tăng 26.7% so với cùng kỳ năm 2013. Dự báo nhập khẩu vải Q1/2014 đạt 1.9 tỷ USD, tăng 17.7 % n/n.

Nhà cung cấp: Trung Quốc và Hàn Quốc là hai nhà cung cấp vải lớn nhất của dệt may Việt Nam, thị phần lần lượt chiếm 46.3% và 20.4% năm 2013, tiếp theo là Đài Loan và Nhật Bản.



Nguồn: VITAS 2/2014

Nhập khẩu nguyên phụ liệu khác

Năm 2013, nhập khẩu NPL khác đạt 2.46 tỷ USD, tăng 18.2% so với năm 2012. Máy móc, phụ tùng hóa chất,

thuốc nhuộm dùng cho dệt, kéo sợi đều phải nhập khẩu.

Sản phẩm & Thị trường

Chuỗi giá trị (tiếp)

Phương thức thanh toán

Phương thức thanh toán chủ yếu được các doanh nghiệp trong ngành sử dụng cho giai đoạn mua, nhập nguyên vật liệu, hàng hóa cho sản xuất kinh doanh, được cung cấp bởi

các ngân hàng thông qua phát hành L/C nhập khẩu, và/hoặc đóng vai trò là ngân hàng tài trợ và cung cấp dịch vụ bảo lãnh thanh toán.

Dòng hàng tiền

Trung bình năm 2013, ngành dệt may mất khoảng 13 ngày để thanh toán cho nhà cung cấp. Từ 2011 đến 2013, hệ số vòng quay các khoản phải trả tăng từ 19.5x lên 27.2x, số ngày bình quân vòng quay các

khoản phải trả giảm từ 18 ngày xuống 13 ngày. Điều này cho thấy áp lực thanh toán trong ngắn hạn tăng lên, hay khả năng chiếm dụng vốn của doanh nghiệp đối với nhà cung cấp giảm.

Rủi ro

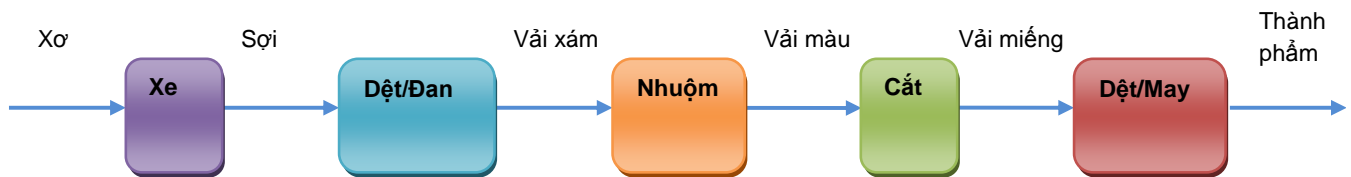
Các loại rủi ro	Nhận định rủi ro	Đánh giá rủi ro
Thiếu nguyên liệu đầu vào	Hơn 80% nguyên liệu đầu vào phải nhập khẩu → Tăng chi phí sản xuất Rủi ro về thời gian và chất lượng nguyên phụ liệu, dẫn tới ảnh hưởng đến hợp đồng giao hàng	Cao
Rủi ro tỷ giá	80% nguyên liệu được nhập khẩu → Biến động tỷ giá ảnh hưởng trực tiếp lên giá nguyên liệu nhập khẩu	Trung bình - Cao
Rủi ro lãi suất	Các doanh nghiệp trong ngành sử dụng đòn bẩy tài chính cao (1.7x) → Gặp khó khăn trong thanh toán nợ vay khi lãi suất tăng	Cao

Sản phẩm & Thị trường

Chuỗi giá trị (tiếp)

Sản xuất & Bảo quản dự trữ

Quy trình sản xuất



Nguồn: VietinbankSc tổng hợp

Chỉ 1/3 sợi sản xuất được sử dụng cho nhu cầu trong nước

Kéo sợi

Ngành trồng bông và kéo sợi là khâu của đoạn đầu của chuỗi dệt may và giữ vai trò trọng yếu trong việc cung cấp nguyên liệu đầu vào và cho các phân đoạn còn lại gồm dệt – nhuộm và cắt may.

Tính đến năm 2012, Việt Nam có khoảng 5.1 triệu cọc sợi, chiếm khoảng 2.04% số lượng toàn cầu, tương ứng ở vị trí thứ 6 trên thế giới. Với năng lực sản xuất hiện tại, Việt

Nam có thể sản xuất được khoảng 700,000 tấn sợi mỗi năm.

Các khâu trong chuỗi dệt may Việt Nam hiện vẫn chưa phát triển cân xứng với nhau, bước tiếp theo là Dệt và Nhuộm chưa thể đáp ứng được yêu cầu sản xuất. Do đó, chỉ khoảng 1/3 sợi sản xuất sử dụng cho nhu cầu trong nước, phần còn lại được xuất khẩu, chủ yếu sang Thổ Nhĩ Kỳ.

Khâu Dệt & Nhuộm công nghiệp được coi là nút thắt của ngành dệt may Việt Nam.

Dệt & nhuộm

Với khoảng 1/3 sợi được sử dụng cho sản xuất trong nước, các công ty dệt Việt Nam có thể sản xuất được 1.3 tỷ mét vải thô. Từ đó sẽ sản xuất được 0.8 tỷ mét vải nhuộm (0.5 tỷ mét vải thô phục vụ cho xuất khẩu).

Quy trình này đòi hỏi vốn đầu tư ban đầu cao, đặc biệt cho hệ thống xử lý nước thải. Thực tế hiện nay dệt may Việt Nam lại không có nhiều nhà máy nhuộm đáp ứng được những tiêu chuẩn cần thiết, năng lực sản xuất lại quá nhỏ nên cũng không thể

đáp ứng được đủ nhu cầu ngày càng tăng của sản xuất trong nước.

Thêm vào đó, đặc tính ngành may Việt Nam là gia công xuất khẩu, việc chọn nguyên liệu phải theo sự chỉ định của khách hàng, tạo thêm khó khăn cho ngành dệt nhuộm.

Theo như VITAS cho biết, khi gia nhập TTP, ngoài lợi thế giảm thuế vào thị trường các nước thành viên, ngành dệt may Việt Nam sẽ thu hút nhiều nguồn vốn FDI vào lĩnh vực dệt nhuộm, tăng thêm động lực phát triển cho ngành.

Cắt may là khâu sản xuất chính trong chuỗi dệt may của Việt Nam nhưng lại có tỷ suất lợi nhuận thấp nhất

Cắt may

Hiện nay Việt Nam ước tính cần 6.8 tỷ mét vải nhuộm cho sản xuất may mặc. Các công ty dệt và nhuộm trong nước chỉ đáp ứng được 0.8 tỷ mét vải nhuộm, tương ứng 11.8% tổng số vải nhuộm, còn lại 6 tỷ mét phải nhập khẩu.

Trong đó, 50% vải nhuộm được nhập khẩu từ Trung Quốc, phần còn

lại là từ các quốc gia Đài Loan, Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan, Ấn Độ... Việt Nam được đánh giá là có lợi thế ở khâu cắt may trong chuỗi cung ứng từ nguồn lao động dồi dào và yêu cầu vốn đầu tư thấp hơn. Tuy nhiên đây là khâu được cho là có tỷ suất lợi nhuận thấp nhất trong chuỗi giá trị ngành dệt may.

Sản phẩm & Thị trường

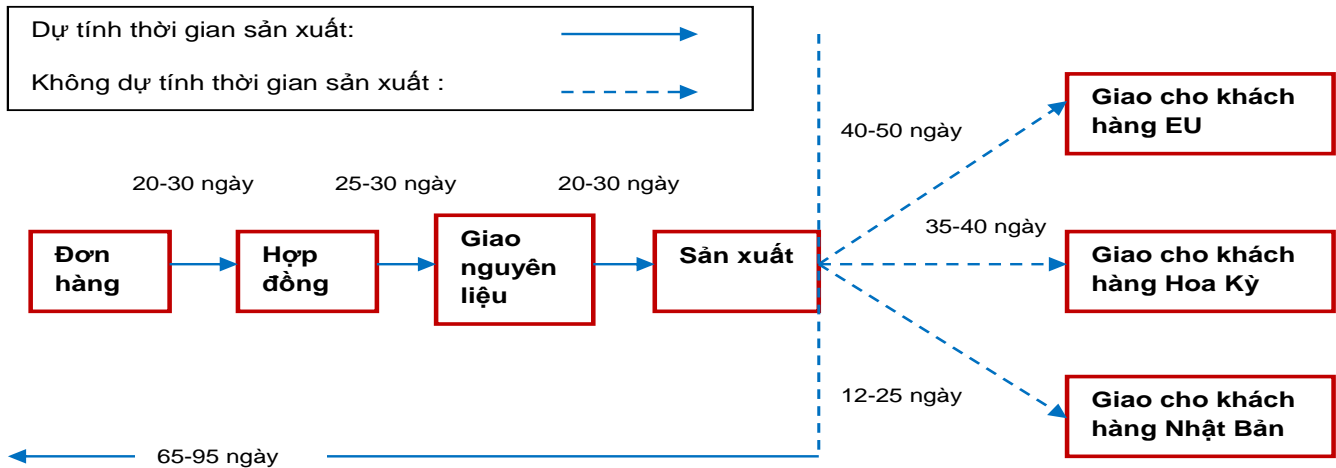
Chuỗi Giá Trị (tiếp)

Thời gian sản xuất

Thời gian sản xuất ngày càng có tầm quan trọng tác động lớn đến quyết định của khách hàng quốc tế. So sánh với một số nhà sản xuất lớn trên thế giới hiện nay, thời gian sản

xuất của hàng may mặc Việt Nam dài hơn so với Trung Quốc và Ấn Độ, ngắn hơn so với Bangladesh và Campuchia.

Thời gian sản xuất điển hình của xuất khẩu sản phẩm dệt may Việt Nam



Thời gian sản xuất trong ngành may mặc Việt Nam và một số đối thủ cạnh tranh

Ngành dệt	Hàng dệt kim (chu trình)			
	50-60 ngày	60-70 ngày	70-80 ngày	90-120 ngày
40-60 ngày	Trung Quốc			
50-70 ngày	Ấn Độ			
60-90 ngày	Malaysia, Thái Lan	Indonesia, Việt Nam		
90-120 ngày			Bangladesh	Campuchia

Nguồn: VITAS

Những nhân tố chính dẫn đến thời gian sản xuất kéo dài của xuất khẩu sản phẩm dệt may

Nhập khẩu nguyên liệu: mỗi liên kết dài nhất trong thời gian sản xuất là thời gian cần thiết dành cho nhập khẩu nguyên liệu từ các nước khác, trong khoảng từ 25 – 30 ngày, bao gồm:

- Vận chuyển từ các nước khác đến Việt Nam: 15-25 ngày

- Thủ tục hải quan: 3-7 ngày
- Vận chuyển tới các nhà máy: 2-3 ngày

Do đó, có thể thấy việc tiến hành sản xuất sẽ được rút ngắn đi rất nhiều khi các nhà sản xuất thu mua nguyên liệu trong nước.

So sánh thời gian vận chuyển

	Hoa Kỳ	EU	Nhật Bản
Trung Quốc	12-18 ngày	25-30 ngày	2-4 ngày
Ấn Độ	30-40 ngày	35-45 ngày	15-25 ngày
Việt Nam	35-45 ngày	40-50 ngày	12-15 ngày

Nguồn: VITAS

Thủ tục hải quan: Tổng thời gian cần thiết đối với thủ tục hải quan cho nhập khẩu nguyên liệu và xuất khẩu thành phẩm là từ 6-14 ngày. Trong

khi đó, Trung Quốc chỉ mất từ 1-1,5 ngày, điều này gây ra bất lợi trong khả năng cạnh tranh của dệt may Việt Nam trên thị trường toàn cầu.

Khoảng cách địa lý: Khoảng cách xa xôi giữa Việt Nam với Hoa Kỳ, Nhật Bản và Ấn Độ và công suất của các cảng Việt Nam đã làm giảm

sức cạnh tranh so với các đối thủ, đặc biệt là với Trung Quốc và Ấn Độ.

Sản phẩm & Thị trường

Chuỗi Giá Trị (tiếp)

Hàng tồn kho

Trong năm 2013, ngành dệt may mất trung bình khoảng 14 đến 15 ngày để giải phóng lượng hàng tồn kho. Trong giai đoạn từ 2011 – 2013, hệ số hàng tồn kho tăng từ 22x lên 25x. Điều này cho thấy tốc

độ quay vòng của hàng hóa trong kho tăng lên, tình hình quản trị hàng tồn kho đang được cải thiện. So với các ngành công nghiệp khác, ngành dệt may có số ngày hàng tồn kho tương đối thấp.

2013	Bắt động sản	Phân bón- Hóa chất	Nhựa - Cao su	Dược phẩm	Điện	Thép	Gas/Oils	Thực phẩm	Đồ uống	Hàng may mặc	Vật liệu xây dựng
Vòng quay hàng tồn kho	12.58	8.87	5.58	5.01	28.22	8.14	54.01	6.52	19.98	25.07	5.86
Số ngày tồn kho	29.01	41.15	64.41	72.85	12.93	44.84	6.76	55.98	18.27	14.56	62.29

Nguồn: Stockbiz

Theo Tập đoàn dệt may Việt Nam, trong 6 tháng đầu năm 2013, hàng tồn kho dưới 1 năm chiếm 82%, tồn kho trên 1 năm chỉ chiếm 2%. Trong đó, hàng tồn kho nội địa không cao

là do sức tiêu thụ không lớn, doanh nghiệp sản xuất tự cân đối để sản xuất cầm chừng, điều tiết đầu ra của thị trường nội địa.

Quy định trong quá trình sản xuất

Danh mục quy định, Tiêu chuẩn và Quy chuẩn Việt Nam về may mặc như:

- TCVN 6054:1995 về Quần áo may mặc thông dụng do Bộ Khoa học Công nghệ và Môi trường ban hành.
- TCVN 4737:1989: Vật liệu dệt – Vải may mặc – Danh mục chỉ tiêu chất lượng do Ủy ban Khoa học và Kỹ thuật Nhà nước ban hành.
- TCVN 2109:1977 về Sản phẩm may mặc – Phương pháp lấy mẫu do Ủy ban Khoa học và Kỹ thuật Nhà nước ban hành.
- QCVN 13:2008/BTNMT về nước thải công nghiệp dệt may do Bộ Tài nguyên và Môi trường ban hành.
- Thông tư số 32/2009/TT-BTC quy định tạm thời về giới hạn cho phép đối với hàm lượng formaldehyt, các amin thơm có thể giải phóng ra từ thuốc nhuộm azo trong các điều kiện khử trên sản phẩm dệt may.

Quy tắc xuất xứ và Nguyên tắc “từ sợi trở đi”

Ngành dệt may Việt Nam hiện đang trong quá trình thương lượng về nguyên tắc “từ sợi trở đi” (Yarn Forward), một trong những yêu cầu nghiêm ngặt nhất trong Quy tắc xuất xứ đối với các sản phẩm dệt may để

được hưởng mức thuế 0%. Điều này có nghĩa các khâu đoạn từ kéo sợi, dệt – nhuộm – hoàn tất và may phải được làm tại các nước thành viên TPP.

Sản phẩm & Thị trường

Chuỗi giá trị (tiếp)

Thị trường và kênh phân phối

Thị trường

Thị trường xuất khẩu: Dệt may Việt Nam hiện đang được xuất khẩu tới hơn 180 quốc gia và vùng lãnh thổ trên toàn thế giới

- **Hoa Kỳ (47.98%)**
- **EU (15.21):** Đức (3.63%), Tây Ban Nha (2.98%), Anh (2.63%), Hà Lan (1.41%), Pháp (1%)...
- **Nhật Bản (13.27%)**
- Hàn Quốc (9.14%)
- ASEAN (2.34%)
- Các nước khác: Canada, Trung Quốc, Đài Loan...

Thị trường nội địa:

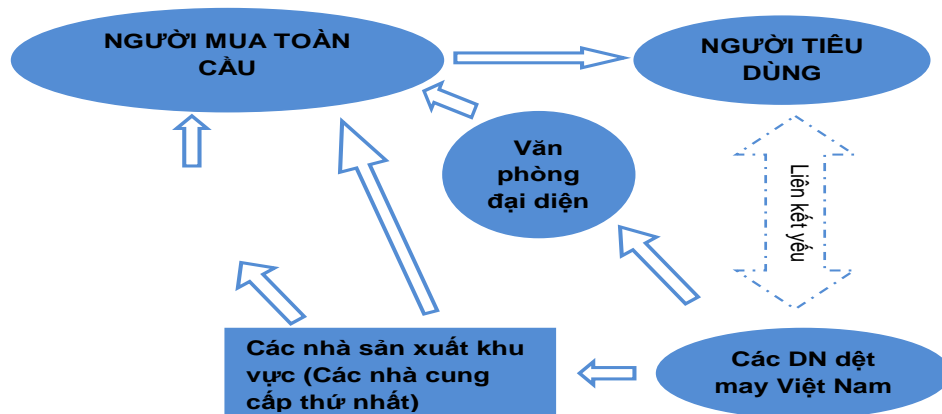
- Chợ
- Cửa hàng bán lẻ, siêu thị
- Trung tâm thương mại

Kênh phân phối

Hoạt động phân phối, mạng lưới xuất khẩu và marketing của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam hiện nay vẫn chưa thực sự phát triển, phụ thuộc nhiều vào các nhà buôn nước ngoài. Đây là điểm yếu lớn trong chuỗi giá trị ngành Dệt may Việt Nam, hạn chế xâm nhập vào các khâu cao hơn trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu.

Phần lớn các doanh nghiệp trong nước vẫn phải thông qua các nhà cung cấp khu vực để có các hợp đồng gia công, rất ít các doanh nghiệp có hợp đồng gia công trực tiếp từ các nhà bán lẻ. Một số khác thì thông qua các văn phòng đại diện ở Việt Nam của các thương hiệu nổi tiếng để cung cấp sản phẩm.

Liên kết yếu giữa các doanh nghiệp dệt may Việt Nam và người tiêu dùng sản phẩm cuối cùng



Quy trình tương tác giữa hệ doanh nghiệp và hệ thống đầu ra

Gần như không có sự tương tác trực tiếp giữa các doanh nghiệp dệt may Việt Nam và các nhà bán lẻ cuối cùng. Điều này gây khó khăn cho các nhà sản xuất trong việc nắm bắt

yêu cầu của thị trường để đáp ứng một cách nhanh chóng sự thay nhu cầu của người mua cũng như xu hướng thời trang mới trên thế giới.

Sản phẩm & Thị trường

Chuỗi giá trị (tiếp)

Giá xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam cao hơn từ 15%-30% so với giá thế giới

Giá bán:

Thị trường xuất khẩu: Chi phí cho nguyên phụ liệu, vận chuyển, lương tối thiểu tăng cao dẫn đến giá thành sản phẩm tăng lên là nguyên nhân chủ yếu khiến giá xuất khẩu sản phẩm dệt may Việt Nam sang các thị

trường lớn như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản hay Hàn Quốc thường cao hơn mức giá trung bình và so với các quốc gia xuất khẩu khác như Trung Quốc, Bangladesh, Ấn Độ... từ 15% đến 30%.

Thị trường nội địa: Kết quả của cuộc điều tra nghiên cứu thị trường trong năm 2013 cho thấy, nhu cầu về hàng may mặc trong nước chịu tác động lớn từ giá và có thể được phân chia thành 4 nhóm: giá mua từ 60,000 đến 100,000 đồng/bộ; 100,000 đến 300,000 đồng/bộ; 300,000 đến 1,000,000 đồng/bộ, và nhóm cuối cùng có giá từ 1,000,000 đồng/bộ trở lên.

Phần lớn các sản phẩm may mặc của Việt Nam có giá khá cao, chỉ một số doanh nghiệp may trong nước đang cố tung ra dòng sản phẩm có giá trung bình dưới 200,000 đồng/bộ. Vì thế nhìn chung thị trường may mặc ở Việt Nam rất khó khăn trong cạnh tranh với hàng may mặc giá rẻ nhãn mác Trung Quốc, Hồng Kông, Thái Lan.

Tên nước	Hoa Kỳ - 2013		EU - 2013		Nhật Bản – 10T/2013		Hàn Quốc- 2013	
	Số lượng (Tỷ M2)	Đơn giá (USD/M2)	Số lượng (100 kg)	Đơn giá (USD/kg)	Số lượng (100 kg)	Đơn giá (nghìn yên/kg)	Số lượng (100 kg)	Đơn giá (USD/kg)
Tổng	565,257,728	1.85	42,509,495	20.73	18,739,889	1.71	3,030,684	23.45
Trung Quốc	271,158,651	1.54	19,263,184	18.26	11,208,793	2.03	1,922,830	17.51
Việt Nam	36,025,151	2.43	998,344	24.01	1,074,239	2.01	560,599	29.64
Ấn Độ	37,301,144	1.69	2,083,268	25.95	292,637	1.33	15,809	34.28
Indonesia	17,262,207	3.03	661,181	23.12	1,277,628	0.86	176,527	23.17
Banladesh	19,446,182	2.63	8,154,833	15.21	305,043	1.60	55,081	26.04
Campuchia	11,315,194	2.29	1,094,676	20.06	83,367	2.86	36,945	23.27

Nguồn: VITAS, VietinBankSc tổng hợp

Phương thức thanh toán

Giai đoạn nhận đơn hàng/kí kết hợp đồng bán hàng, xuất khẩu/nhận L/C xuất khẩu: các doanh nghiệp sử dụng sản phẩm của ngân hàng như:

- Tài trợ trước giao hàng trên cơ sở L/C/Hợp đồng/Đơn đặt hàng
- Xác nhận L/C xuất khẩu, bảo lãnh thực hiện hợp đồng, bảo lãnh tiền đặt cọc cho người nhập khẩu.

Giai đoạn giao hàng, các doanh nghiệp xuất trình hóa đơn, chứng từ đến ngân hàng:

- Chiết khấu bộ chứng từ theo L/C, nhờ thu trả ngay (D/P), nhờ thu trả chậm (D/A)
- Bao thanh toán cho các giao dịch thanh toán theo phương thức tài khoản mở (Open account), chuyển tiền (TTR) và nhờ thu trả chậm (D/A)

Sản phẩm & Thị trường

Chuỗi giá trị (tiếp)

Các khoản phải thu – Dòng tiền

2013	Bất động sản	Phân bón- Hóa chất	Nhựa - Cao su	Dược phẩm	Điện	Thép	Da giày	Thực phẩm	Đồ uống	Hàng may mặc	Vật liệu xây dựng
Vòng quay các khoản phải thu	2.83	19.72	8.45	5.71	6.21	11.20	8.05	10.81	50.66	10.97	4.67
Days in receivables	128.98	18.51	43.20	63.92	58.78	32.59	45.34	33.77	7.20	33.27	78.16

Nguồn: Stockbiz.vn, VietinBankSc

Năm 2013, trung bình mất khoảng 33 ngày để nhận lại các khoản phải thu đối với ngành dệt may. Trong giai đoạn 2010-2013, hệ số vòng quay các khoản phải thu giảm từ 14x xuống 11x, kéo theo số ngày trung bình mà doanh nghiệp trong ngành thu được tiền tăng từ 26 ngày lên 33 ngày. Điều này chỉ ra rằng các doanh nghiệp đang gặp khó khăn

trong việc thu nợ, số tiền của doanh nghiệp bị chiếm dụng đang tăng lên, làm giảm sự chủ động của doanh nghiệp trong việc tài trợ nguồn vốn lưu động trong sản xuất. Tuy nhiên, so sánh với các ngành công nghiệp khác, đặc biệt trong nhóm hàng tiêu dùng, thì hệ số này cũng tương đối cao.

Rủi ro

Rủi ro	Nhận diện rủi ro	Mức độ
Rủi ro tỷ giá	Doanh thu hoạt động xuất khẩu chiếm khoảng 80% tổng doanh thu của ngành → Ngoại tệ mất giá làm giảm doanh thu	Trung bình - Cao
Rào cản kỹ thuật	Quy định về nhãn mác, an toàn sức khỏe, tiêu chuẩn thân thiện môi trường từ các thị trường chủ lực: EU, Mỹ, Nhật Bản Quy tắc xuất xứ “từ sợi trở đi” → Giảm đơn đặt hàng do không đáp ứng được yêu cầu nhà nhập khẩu	Cao
Rào cản thương mại	Rào cản về thuế quan, hạn ngạch thương mại tại các thị trường trọng điểm như Hoa Kỳ, EU → Thu hẹp thị trường và giảm xuất khẩu	Cao
Rủi ro cạnh tranh	Cạnh tranh mạnh mẽ từ các quốc gia Trung Quốc, Ấn Độ, Pakistan, Bangladesh... → Giảm thị phần	Cao

Sản phẩm & Thị trường

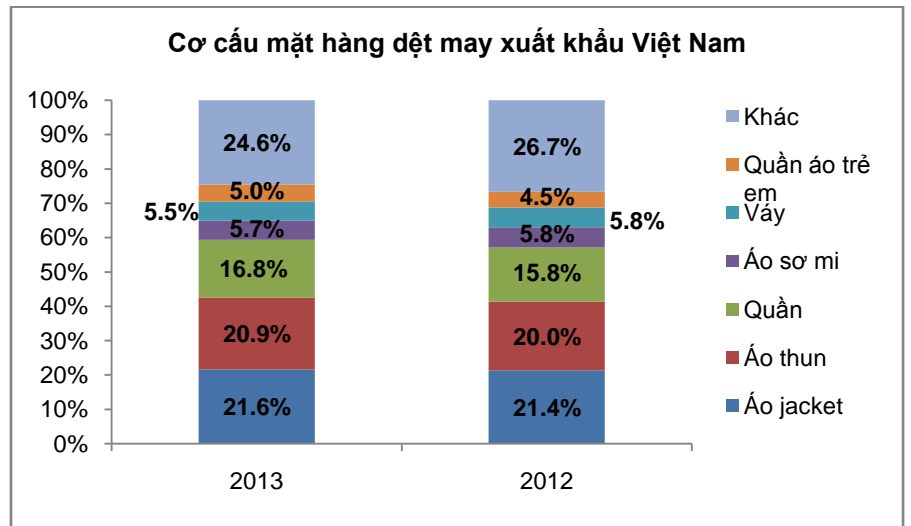
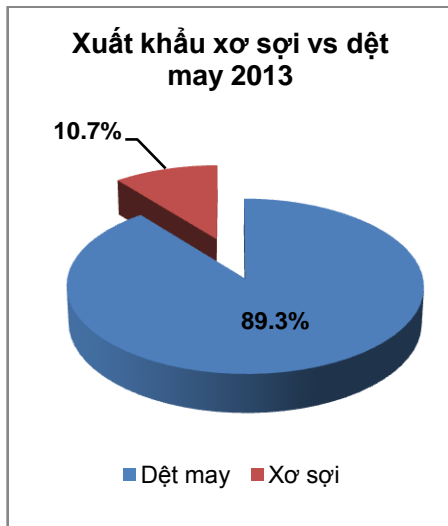
Sản phẩm

Sản phẩm may mặc xuất khẩu chủ yếu là các sản phẩm từ bông và sợi tổng hợp

Hàng may mặc: Áo jacket, áo thun, quần, áo sơ mi

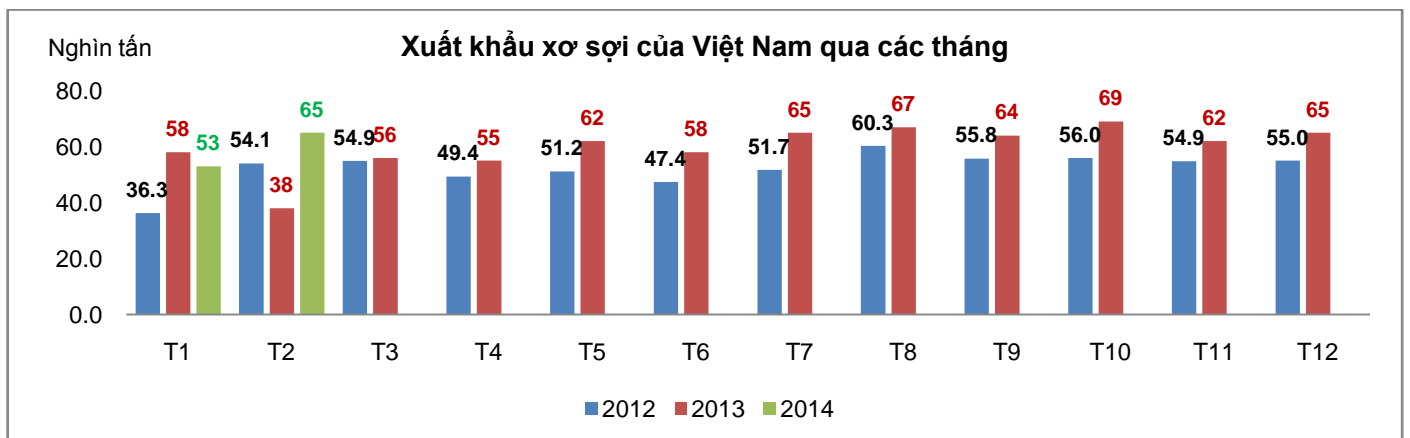
Số liệu chủng loại các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam trong những năm qua cho thấy, hơn 60% giá trị xuất khẩu của ngành may mặc là từ áo sơ mi, áo thun, áo khoác, quần,

phục vụ cho phân khúc thị trường cấp trung và cấp thấp. Các sản phẩm cao cấp như đồ vest hay váy được xuất khẩu với số lượng rất hạn chế.



Nguồn: VITAS 2/2014

Nguyên phụ liệu xuất khẩu: Xơ sợi



Nguồn: VITAS 2/2014

Sản xuất vải và các phụ liệu khác

Sản phẩm & Thị trường

Yếu tố quyết định cầu

Tình hình kinh tế

Các thị trường nhập khẩu hàng dệt may chịu ảnh hưởng trực tiếp từ khủng hoảng kinh tế dẫn đến thu hẹp nhập khẩu trong những năm vừa qua.

Năm 2014, nền kinh tế của các thị trường nhập khẩu lớn như Hoa Kỳ,

EU, Nhật Bản và Hàn Quốc bắt đầu hồi phục, nhu cầu tiêu dùng hàng dệt may tăng và năng lực sản xuất thực tế trong ngành được nâng cao, cơ hội tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam vào các thị trường này là khá thuận lợi.

Giá bán

Giá cả là một trong những yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến quyết định của khách hàng về lựa chọn sản phẩm.

Trong khi đó, phần lớn sản phẩm dệt may được xuất khẩu từ Việt Nam là những sản phẩm cấp thấp và trung bình, do đó không thể cạnh tranh với những sản phẩm cùng loại từ Trung Quốc do giá thành cao hơn và thời gian sản xuất cũng dài hơn.

Chi phí cho nguyên phụ liệu, vận chuyển, lương tối thiểu tăng cao dẫn đến giá thành sản phẩm tăng lên là nguyên nhân chủ yếu khiến giá bán sản phẩm dệt may Việt Nam cao hơn so với các cường quốc dệt may

khác như Trung Quốc, Ấn Độ hay Bangladesh.

Đối với thị trường trong nước: Mức thu nhập bình quân đầu người tịa Việt Nam chưa cao. Người tiêu dùng nội địa chi khoảng 20% thu nhập cho việc mua sắm sản phẩm may mặc. Vì vậy, giá cả là yếu tố quyết định hàng đầu.

Theo VINATEX, doanh thu tại thị trường trong nước vẫn tăng trưởng nhưng do mức giá còn khá cao nên độ phủ sản phẩm dệt may trong nước chưa rộng, đặc biệt là khu vực nông thôn với nhu cầu rất lớn nhưng thu nhập còn thấp.

Kiểu dáng, thiết kế hàng may mặc

Trong 3 yếu tố tạo nên sự khác biệt cho sản phẩm may mặc là loại vải, kiểu mẫu, kỹ thuật may và tính thời trang, thì kiểu dáng, mẫu mã là một nhân tố quan trọng, quyết định khoảng 50% đến việc lựa chọn mua của khách hàng.

Kiểu dáng của sản phẩm may mặc Việt Nam thường ít phong phú, đơn điệu, chậm thay đổi, dẫn đến ít sự

lựa chọn cho khách hàng. Bên cạnh đó, màu sắc cũng dập khuôn, đơn điệu, ít chủng loại, chưa gây được ấn tượng tâm lý tiêu dùng của khách hàng.

Trong khi đó, không chỉ có giá cả cạnh tranh, hàng may mặc Trung Quốc mẫu mã đa dạng, phong phú màu sắc bắt mắt nên được người tiêu dùng lựa chọn.

Yếu tố văn hóa - truyền thống

Nhu cầu tiêu dùng sản phẩm dệt may rất phong phú và đa dạng, được quyết định bởi phong cách ăn

mặc tùy thuộc vào văn hóa, phong tục tập quán, tôn giáo, khu vực...

Sản phẩm & Thị trường

Thị trường chính

Hoa Kỳ, EU và Nhật Bản là 3 thị trường xuất khẩu hàng đầu của ngành dệt may Việt Nam

Thị trường xuất khẩu

Hoa Kỳ

Hiện nay, Việt Nam là nhà cung cấp hàng may mặc lớn thứ hai vào Mỹ sau Trung Quốc, với kim ngạch xuất khẩu vào Mỹ năm 2013 chiếm 48% tổng giá trị xuất khẩu của toàn ngành.

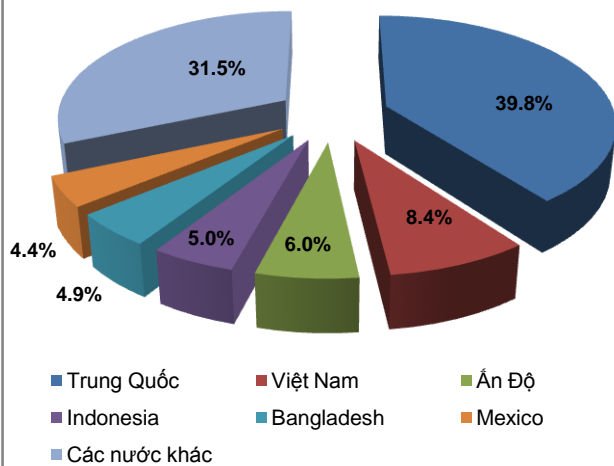
Theo số liệu thông kê của OTEXA năm 2013, khối lượng nhập khẩu hàng may mặc của Mỹ từ Việt Nam tăng mạnh nhất, tăng 14.59% về trị giá và 13.74% về lượng so với năm 2012. Cụ thể Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Mỹ 3.6 tỷ m², giá trị xuất khẩu đạt 8.77 tỷ USD, chiếm thị phần là 8.38%.

Trong khi đó, hầu hết thị phần của các nhà cung cấp khác đều giữ mức tăng trưởng thấp hơn nhiều so với Việt Nam. Thị phần hàng may mặc Trung Quốc năm 2013 là 39.79%, tăng 2.69% về giá trị xuất khẩu. Tương tự, thị phần may mặc của Indonesia (4.99%), Campuchia (2.47%) tăng 0.63% và 0.72% so với năm 2012.

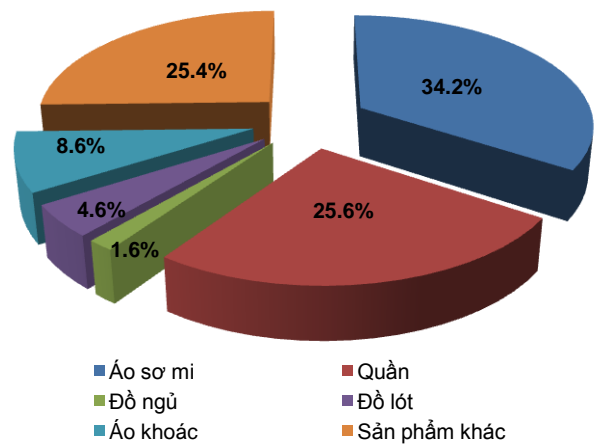
Đơn giá nhập khẩu hàng may mặc của Mỹ từ Việt Nam luôn đứng ở mức bằng hoặc cao hơn so với các nhà cung cấp cạnh tranh khác như Trung Quốc và Bangladesh. Tuy nhiên, tốc độ gia tăng nhập khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang thị trường Mỹ lại cao nhất trong số 10 nhà cung cấp lớn nhất vào thị trường này trong năm 2013.

Thêm vào đó, sắp tới hiệp định TPP được ký kết và có hiệu lực, vị thế hàng may mặc của Việt Nam tiếp tục được nâng cao. Dự báo sang năm 2014, kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của nước ta sang thị trường Mỹ ước đạt 10 tỷ USD, tăng 17% so với năm 2013. Đồng thời, dệt may Việt Nam cũng sẽ phải đối mặt với những yêu cầu khắt khe về rào cản kỹ thuật, thương mại liên quan đến trách nhiệm xã hội, nhân mac sinh thái, bảo vệ môi trường...

Nhập khẩu hàng may mặc sang Hoa Kỳ năm 2013

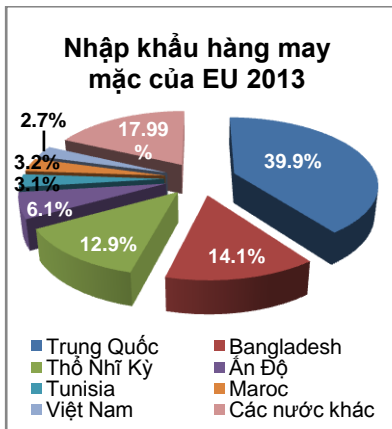


Cơ cấu hàng dệt may xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ năm 2013



Sản phẩm & Thị trường

Thị trường chính (tiếp)



EU

EU là thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 của ngành dệt may Việt Nam, với kim ngạch xuất khẩu 2013 chiếm 15,2% toàn ngành.

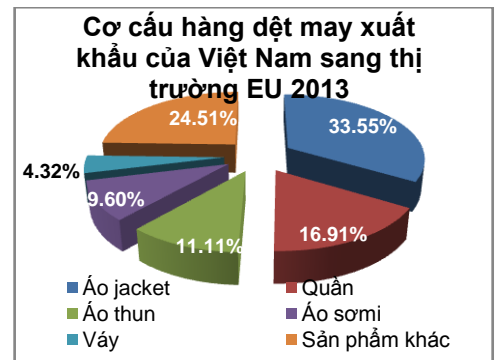
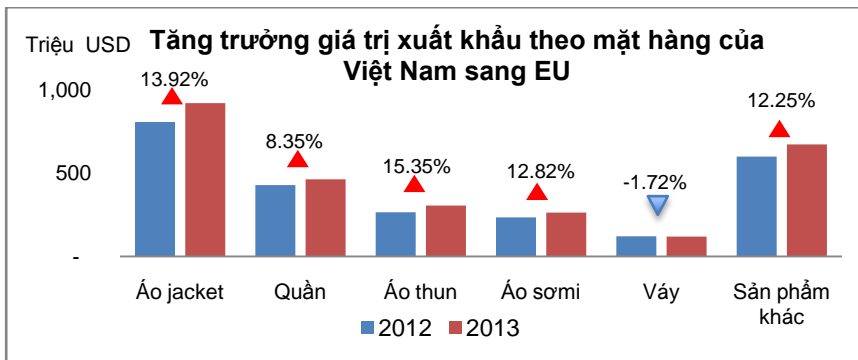
Hàng năm EU nhập khẩu hơn 250 tỷ USD hàng dệt may, trong khi đó Việt Nam mới chỉ xuất khẩu 2.4 – 2.5 tỷ USD, do đó thị phần hàng dệt may Việt Nam tại thị trường này còn rất nhỏ.

Năm 2013, theo số liệu của Eurosta, xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang EU chiếm thị phần là 2.72%, tăng 4.43% về giá trị và 8.81 về số lượng so với năm 2012, tương

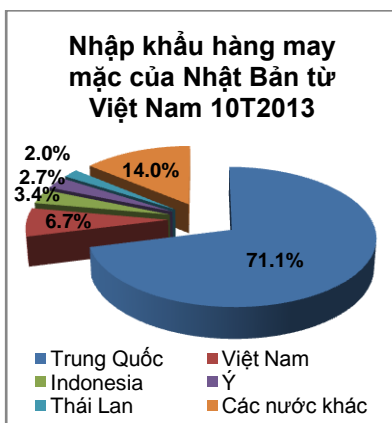
ứng đạt 2.4 tỷ USD và 99.8 nghìn tấn.

Ưu đãi thuế quan phổ cập GSP EU vừa thông qua cho Việt Nam (có hiệu lực từ 01/01/2014) là cơ hội tăng thị phần hàng may mặc Việt Nam lên 10.5% và càng thuận lợi hơn khi Hiệp định song phương FTA VN – EU chính thức có hiệu lực, dự kiến vào năm 2015.

Mặt khác, việc EU cho các nước Bangladesh, Lào, Campuchia được hưởng ưu đãi đặc biệt (thuế nhập khẩu về 0%) làm cho nhiều khách hàng chuyển hướng sang đặt hàng tại các nước này.



Nguồn: VITAS 2/2014



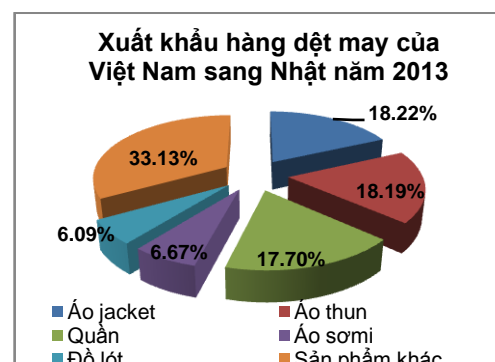
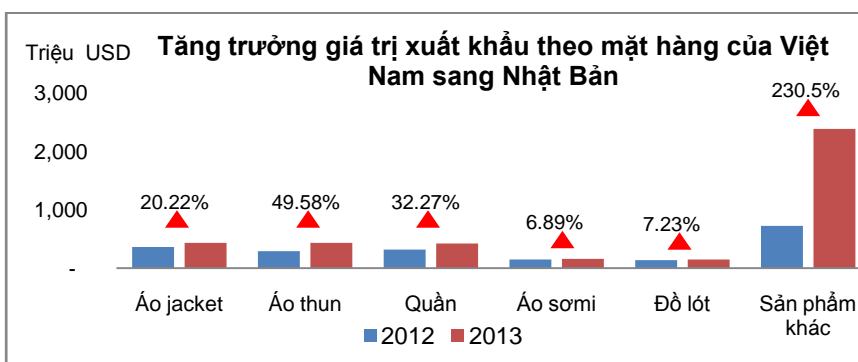
Nhật Bản

Việt Nam nằm trong top 10 các nhà cung cấp hàng dệt may lớn nhất vào thị trường Nhật Bản. Kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này năm 2013 chiếm 13.3% toàn ngành.

Năm 2013, trong khi Nhật Bản nhập khẩu gần như không tăng thì Việt Nam xuất khẩu hàng dệt may sang thị trường này tăng khoảng 13%. Các mặt hàng tăng mạnh là áo Jacket, áo thun, quần dài. Mặc dù

trong cơ cấu xuất khẩu, tỷ trọng của 3 mặt hàng này chiếm 54%, nhưng tỷ trọng đóng góp vào phần giá trị gia tăng lại lên tới gần 76%.

Sang năm 2014, triển vọng xuất khẩu hàng dệt may của nước ta sang thị trường Nhật Bản tiếp tục khả quan, ước đạt từ 2.8 đến 3 tỷ USD, tăng từ 20-25% so với năm 2013.



Nguồn: VITAS 2/2014

Sản phẩm & Thị trường

Thị trường chính (tiếp)



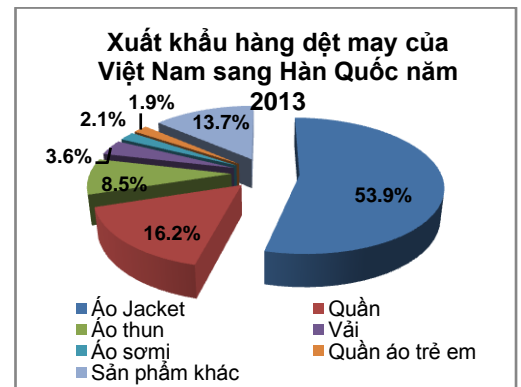
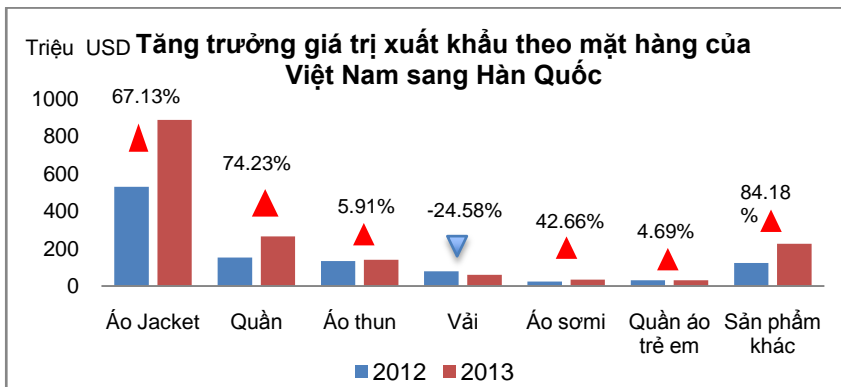
Hàn Quốc

Thị phần hàng dệt may của Việt Nam tại Hàn Quốc tăng mạnh từ khi Hiệp định thương mại tự do ASEAN – Hàn Quốc có hiệu lực năm 2007.

Trong năm 2013, xuất khẩu hàng dệt may sang Hàn Quốc đạt 1.64 tỷ

USD, tăng 53.49% so với năm 2012, chiếm 9.14% tổng kim ngạch xuất khẩu.

Năm 2014, dệt may Việt Nam có nhiều cơ hội tiếp tục tăng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này.

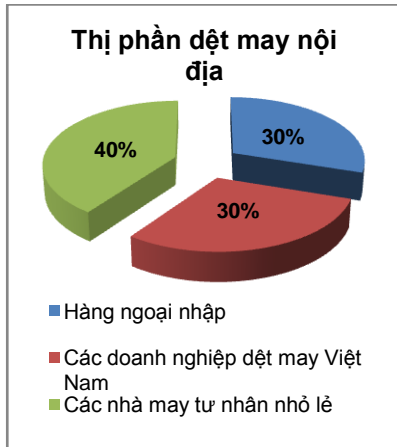


Nguồn: VITAS 2014

Sản phẩm & Thị trường

Thị trường chính (tiếp)

Các sản phẩm may mặc trong nước còn chiếm thị phần khá thấp



Nguồn: VINATEX 2013

Thị trường nội địa

Thị phần dệt may sản xuất trong nước chiếm khoảng 70% tổng mức tiêu thụ tại thị trường nội địa, 30% còn lại là hàng dệt may nước ngoài, trong đó có khoảng 20% hàng dệt may Trung Quốc dưới dạng tiểu ngạch.

Thực tế, sản phẩm may bình dân do Việt Nam sản xuất chất lượng tốt nhưng còn hạn chế trong chiếm lĩnh thị trường trong nước do từ trước đến nay chủ yếu tập trung cho xuất khẩu. Bên cạnh đó, mặc dù triển vọng phát triển thị trường may mặc ở khu vực nông thôn là rất lớn nhưng việc triển khai hệ thống phân phối tại khu vực này còn gặp nhiều khó khăn do nhu cầu tiêu dùng chưa cao, các kênh phân phối nhỏ khi giao hàng thường nợ đọng vốn, nên lượng vốn lưu động cần rất lớn.

Thị trường bán lẻ trong nước rất phân tán. Theo Euromonitor, các nhà bán lẻ quy mô nhỏ chiếm 86% tổng thị phần bán lẻ trong năm 2010, các sản phẩm được bán ra khá đa dạng, từ các sản phẩm với giá thành rất rẻ được sản xuất trong nước hoặc được nhập khẩu từ Trung Quốc đến các cửa hàng và nhà thiết kế đắt tiền. Ngoài ra, các cửa hàng bán lẻ kinh doanh hàng xách tay từ Châu Âu, Mỹ và Thái Lan ngày càng trở nên phổ biến.

Theo nghiên cứu mới đây của Nielsen – công ty chuyên cung cấp thông tin về đo lường các chỉ số truyền thông và thị trường cho thấy, có đến 90% người tiêu dùng được hỏi ở TP Hồ Chí Minh và 83% ở Hà Nội cho biết họ có thể hoặc chắc chắn sẽ mua hàng Việt Nam nhiều hơn. Có thể thấy xu hướng sự dụng hàng Việt Nam đang tăng lên.

Lý do khiến người tiêu dùng quay trở lại với các sản phẩm trong nước được đưa ra bao gồm: giá cả hợp lý, tính đa dạng, dịch vụ khuyến mại, bảo hành tốt, và quan trọng hơn là giảm mối quan ngại về vấn đề an toàn sức khỏe của sản phẩm may mặc tràn lan trên thị trường hiện nay.

Mức tăng trưởng tiêu thụ nội địa của ngành dệt may Việt Nam năm 2013 thấp hơn các năm trước (18-20%), đạt 12% so với cùng kỳ. Tuy nhiên, xét trong bối cảnh lạm phát năm nay thấp hơn các năm trước nên nếu loại trừ yếu tố giá khoảng 6% thì sự tăng trưởng về lượng vẫn nằm trong mức tăng trưởng hợp lý của tiêu dùng nội địa. Theo Quy hoạch phát triển ngành dệt may vừa được Bộ Công Thương phê duyệt (4/2014), tăng trưởng thị trường nội địa sẽ đạt khoảng 10%-12% từ nay cho đến năm 2020.

Thương mại quốc tế

Kim ngạch xuất khẩu chiếm khoảng 80% tổng doanh thu toàn ngành



Đến nay, dệt may Việt Nam đã xuất khẩu đi 180 quốc gia và vùng lãnh thổ trên toàn thế giới, với kim ngạch

xuất khẩu chiếm khoảng 80% tổng doanh thu toàn ngành.

Sản phẩm & Thị trường

Thương mại quốc tế (tiếp)

Thực tế cho thấy sau khi Việt Nam gia nhập Tổ chức thương mại thế giới WTO, ngành Dệt may Việt Nam đã có nhiều cơ hội tiếp cận công nghệ, thông tin, các dịch vụ cũng như kinh nghiệm quản lý tốt hơn và được bình đẳng về thuế quan giữa các nước thành viên.

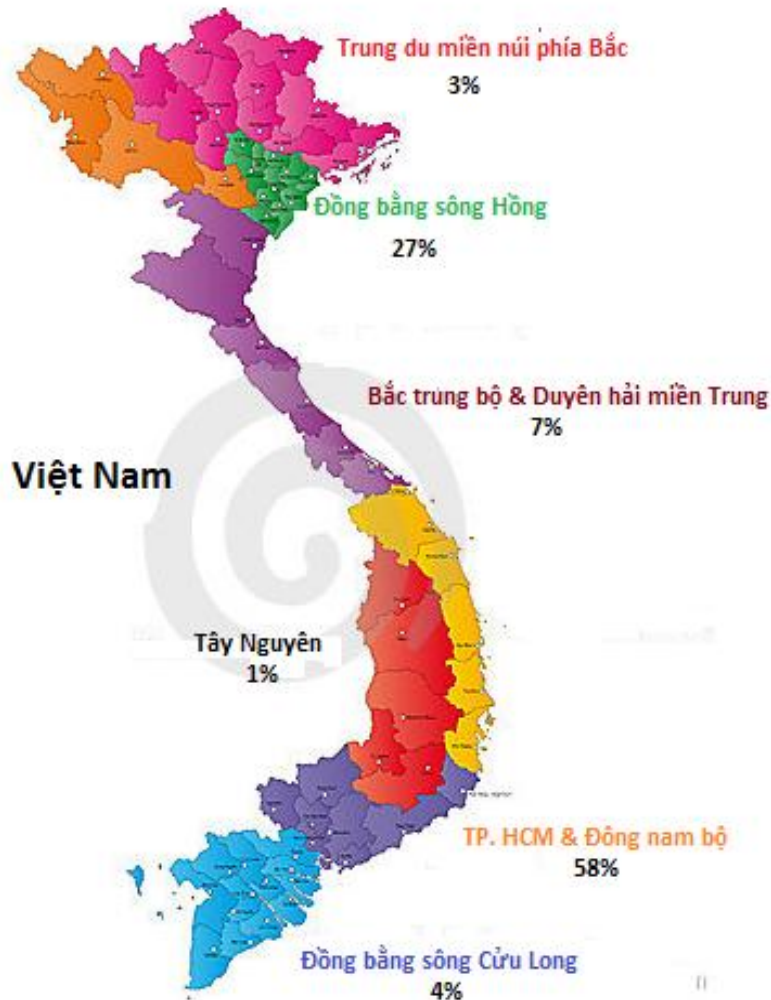
Dự kiến khi các hiệp định thương mại được ký kết trong thời gian tới, sẽ mang lại rất nhiều cơ hội phát triển mở rộng thị trường xuất khẩu dệt may của Việt Nam trong tương lai.

Địa bàn kinh doanh

Phần lớn các công ty được đặt tại miền Nam (62%), còn lại nằm ở miền Bắc (30%), miền Trung và Tây Nguyên (8%).

Theo Quy hoạch phát triển ngành công nghiệp Dệt may của Bộ Công Thương quyết định số 3218/QĐ-BCT, ngành sẽ được chia theo 7 khu

vực chính. Mỗi khu vực được định hướng phát triển phù hợp với đặc điểm tự nhiên và kinh tế từng vùng. Với Hà Nội (khu vực 1) và TP.HCM (khu vực 5) đóng vai trò quan trọng, được định hướng là trung tâm thiết kế thời trang, sản xuất mẫu mã, cung cấp dịch vụ, nguyên phụ liệu, công nghệ dệt may...



Nguồn: VITAS, VietinBankSc

Để có bản đầy đủ của Báo cáo này, vui lòng liên lạc với chúng tôi:

Phòng Nghiên cứu Phân tích

T +84 4 3974 7952
F +84 4 3094 7572
E research@vietinbanksc.com.vn

Phòng Môi giới chứng khoán

T +84 4 3974 6900
F +84 4 3974 7572
E moigioichungkhoan@vietinbanksc.com.vn

Phòng Môi giới chứng khoán - CN Hồ Chí Minh

T +84 8 3820 9987
F +84 8 3820 0921
E moigioiHCM@vietinbanksc.com.vn

W www.vietinbanksc.com.vn



Công ty Cổ phần Chứng khoán Ngân hàng Công thương (VietinbankSC) là một công ty chứng khoán được cấp phép với đầy đủ các chức năng nghiệp vụ, có số vốn điều lệ là 800 tỷ đồng, tương đương 40 triệu đô la.

VietinbankSC được niêm yết trên sàn GDCK Hà Nội (HNX) với mã giao dịch "CTS"

Liên hệ

306 Bà Triệu, Hai Bà Trưng, Hà Nội

T +84 4 3974 7952

F +84 4 3094 7572

W www.vietinbanksc.com.vn

Lưu ý sử dụng

Báo cáo này được cung cấp bởi Công ty Cổ phần Chứng khoán Ngân hàng Công thương (VietinbankSC), và được sử dụng chủ yếu cho khách hàng của Công ty, tuân theo nghiêm ngặt các điều khoản sử dụng. VietinbankSC không có bất kỳ cam kết cá nhân nào về tính đầy đủ và chính xác của dữ liệu hay thông tin có trong báo cáo này. Công ty từ chối trách nhiệm cũng như phủ nhận tất cả trách nhiệm pháp lý (ngoại trừ những trách nhiệm không thể phủ nhận theo luật pháp) đối với bất kỳ tổn thất hay thiệt hại nào được gây ra hoặc phát sinh với bất cứ cá nhân nào, bắt nguồn từ việc sử dụng hoặc tin tưởng vào

số liệu và thông tin trong báo cáo. Bản quyền báo cáo thuộc sở hữu của VietinbankSC. Báo cáo được cung cấp dựa trên cơ sở người dùng đồng ý không sao chép các tài liệu, thông tin trong báo cáo để sử dụng với mục đích riêng. Trong trường hợp người sử dụng sử dụng hoạt trích dẫn tài liệu thông tin trong báo cáo này trong các giấy tờ, báo cáo, hay ý kiến để chuẩn bị cho bất kỳ ai khác, người sử dụng phải đồng ý trích dẫn nguồn tài liệu là từ VietinbankSC.

Copyright 2013 VietinbankSC