

NỘI THẤT PHÒNG KHÁCH VÀ PHÒNG ĂN (HS 940360) THỊ TRƯỜNG NHẬT BẢN - GIÁ CẢ

1. Giá hiện tại

Việt Nam là quốc gia xuất khẩu sản phẩm 940360 lớn thứ 2 trên thị trường Nhật Bản, chỉ sau Trung Quốc. Tuy nhiên giá bình quân chào bán mặt hàng xuất khẩu của ta trên thị trường Nhật không cao, chỉ đạt 2615 USD/tấn, thấp hơn mức bình quân thị trường năm 2012 là 2739 USD/tấn, thấp hơn nhiều so với Trung Quốc (3171 USD/tấn), Ý (5187 USD/tấn) và Philippines (8558 USD/tấn).

Tại Hikari Furniture, Tokyo chào bán bàn với giá từ 10.000 yên đến 50.000 yên/bàn (tùy theo chất liệu gỗ, tỉ lệ % gỗ so với các nguyên vật liệu khác, kiểu dáng và màu sắc thiết kế).

2. Giá theo mùa

Giá tại thị trường Nhật Bản cũng có thể thay đổi theo mùa, tùy theo nguồn cung và biến động thị trường. Giá có thể tăng trong giai đoạn mùa xuân và giảm trở lại vào mùa hè hoặc mùa đông.

Giá cũng có thể giảm khi nguồn cung tăng. Tuy nhiên trong năm 2012 giá tại Nhật tăng dần theo các quý trong năm, đạt cao nhất vào quý 4/2012. Đến đầu quý 1/2013 giá lại giảm và tăng trở lại vào quý 2/2013.

3. Mức kê giá

Theo chuẩn bán lẻ thị trường Nhật, các nhà phân phối thường bán ở mức giá tăng 50%, 100%, hoặc có thể là 200% so với giá gốc. Hàng đồ gỗ nội thất nói chung thường có mức kê giá gấp 4 lần.

Ikea Nhật Bản thường bán với giá bình quân cao hơn 25% tại Nhật Bản so với tại Hoa Kỳ.

Nhà nhập khẩu tính giá theo giá CIF (cộng thêm bảo hiểm, vận chuyển kho bãi, thuế từ giá FOB). Mức này khoảng từ 25% tới 30%. Tuy nhiên cũng tùy theo tình hình cụ thể như áp lực của nhà bán lẻ, nhu cầu tăng giảm của thị trường mà mức kê có thay đổi, có khi dao động từ 15% tới 60%.

Đối với đại lý: tiền hoa hồng trung bình từ 10% - 15% doanh thu.

4. Phát triển giá

Giá bán sản phẩm 940360 có xu hướng tăng dần qua các năm. Năm 2012, giá bán chung vào thị trường Nhật Bản cho sản phẩm này đạt 2.739 USD/tấn, tăng 8,86% so với 2011. Tuy nhiên, 5 thị trường chiếm thị phần hàng đầu có mức tăng giá đều chưa đạt đến mức này. Trong số 5 thị trường hàng đầu, Trung Quốc có mức tăng giá cao nhất năm 2011 – 2012, đạt 3,17%, kế đến là Việt Nam, đạt 2,62%.

Bảng 1- Giá nhập khẩu trung bình đồ gỗ khác HS 940360 của Nhật Bản

năm 2012

Việt Nam và 5 đối thủ cạnh tranh Giá trung bình USD/ tấn	Giá 2011 (USD/kg)	Giá 2012 (USD/kg)	% thay đổi về giá '11 – '12
<i>Thế giới</i>	2,516	2,739	8,86
Trung Quốc	2,901	3,171	3,17
Việt Nam	2,450	2,615	2,62
Malaysia	1,399	1,847	1,85
Indonesia	2,258	2,426	2,43
Thái Lan	1,928	1,966	1,97

Để tăng giá bán vào thị trường Nhật Bản, cạnh tranh với Trung Quốc trong dài hạn, doanh nghiệp Việt Nam chỉ còn cách đầu tư cho thiết kế và quảng bá và nâng cao chất lượng sản phẩm xuất khẩu. Chiến lược giảm giá có thể thu hút khách hàng trong ngắn hạn nhưng không giúp tăng trưởng thị phần một cách bền vững.

5. Thông tin thêm về giá

Để biết thêm nhiều thông tin về giá, nhà xuất khẩu có thể vào các website sau:

- International Trade Centre – ITC – <http://www.trademap.org>, các báo cáo thị trường thông thường và số liệu về giá.
- <http://www.fao.org/forestry/en/>
- <http://www.stat.go.jp/>

Các nhà nhập khẩu và các đại lý ở Nhật Bản có thể đưa ra thông tin cập nhật về các mức giá.