



## NỘI THẤT PHÒNG KHÁCH VÀ PHÒNG ĂN – THỊ TRƯỜNG HOA KỲ THỐNG KÊ THƯƠNG MẠI VÀ ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

### 1. Tổng khối lượng và giá trị nhập khẩu

Năm 2018, Việt Nam là nhà xuất khẩu lớn thứ hai trên thị trường Hoa Kỳ sau Trung Quốc đối với sản phẩm đồ gỗ nội thất khác, đạt tổng kim ngạch 1,412 tỉ USD chiếm 20,4% thị phần. Xét trong toàn giai đoạn 5 năm từ 2014 – 2018, Hoa Kỳ tăng nhập khẩu từ thế giới ở mức 5%, nhưng tăng nhập khẩu từ Việt Nam 14%.

### 2. Các đối thủ cạnh tranh chính

Đối thủ cạnh tranh hàng đầu của Việt Nam trên thị trường Hoa Kỳ là Trung Quốc, Mexico, Canada, Indonesia, Ấn Độ và Ý. Trong đó, có thể thấy chỉ có Indonesia và Malaysia là quốc gia Đông Nam Á. Các quốc gia châu Mỹ như Mexico và Canada được hưởng lợi khi xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ trước hết nhờ vị trí địa lý thuận tiện, ngoài ra còn có các lí do khác như các hiệp định đa phương và song phương. Hàng nội thất từ Ý vốn nổi tiếng về chất lượng và tính sáng tạo trong thiết kế.

Ý là quốc gia xuất khẩu đồ nội thất phòng ngủ xếp thứ 3 trên thế giới, tuy nhiên chỉ xếp hạng 7 trên thị trường Hoa Kỳ, ngoài ra còn đang thể hiện chiều hướng suy giảm, tốc độ tăng trưởng -4% trong giai đoạn 2014-2018.

Quốc gia đối thủ hàng đầu của Việt Nam hiện nay là Trung Quốc, tuy nhiên khoảng cách giữa thị phần của Việt Nam và Trung Quốc khá lớn: Thị phần của Trung Quốc chiếm 46,3%, Việt Nam 20,4% - thị phần của Trung Quốc hơn 2 lần Việt Nam. Do thị phần đã khá lớn, trong giai đoạn 2014 – 2018, tốc độ tăng trưởng thị phần của Trung Quốc đã chậm lại và bằng 3% toàn giai đoạn.

Trong các đối thủ cạnh tranh Đông Nam Á, Malaysia và Indonesia là đối thủ truyền thống với nhiều thành tích đỉnh cao trong quá khứ. Tuy nhiên trong giai đoạn 2014-2018, Malaysia đã tụt xuống hạng thứ 8. Giai đoạn 2014-2018 Indonesia vẫn duy trì vị trí thứ 5, Thái Lan xuống vị trí thứ 11 trong các quốc gia xuất khẩu vào Hoa Kỳ, đứng sau Việt Nam ở vị trí thứ 2. Bắt đầu từ giữa năm 2007 đến năm 2008, đã có một sự đổi ngôi ngoại mục khi Việt Nam vượt lên cả Malaysia và Indonesia trở thành quốc gia xuất khẩu gỗ hàng đầu sang thị trường Hoa Kỳ của khu vực Đông Nam Á.

### **Bảng: Các quốc gia xuất khẩu sản phẩm 940360 hàng đầu vào thị trường Hoa Kỳ năm 2018**

*Đơn vị tính: nghìn USD*

Quốc gia	Giá trị xuất khẩu (nghìn USD)	Thị phần (%)	Tốc độ tăng trưởng giai đoạn 2014 – 2018 (%)
----------	-------------------------------	--------------	--



1. Trung Quốc	3.198.892	46,3	3
2. Việt Nam	1.412.600	20,4	14
3. Mexico	387.074	5,6	9
4. Canada	318.168	4,6	0
5. Indonesia	280.166	4,1	3
6. Ấn Độ	255.584	3,7	15
7. Ý	244.130	3,5	5
8. Malaysia	147.624	2,1	3
9. Ba Lan	96.298	1,4	4
10. Đài Loan	77.837	1,1	7

*Nguồn: Trade map, 2019*

### **3. Các đối thủ cạnh tranh tiềm năng**

Trong trung hạn Việt Nam chỉ có các đối thủ là các thị trường chính kể trên, trong đó nổi bật nhất là Trung Quốc và các quốc gia Đông Nam Á khác như Malaysia và Indonesia.

Xét về dài hạn, các đối thủ cạnh tranh tiềm năng của Việt Nam trên thị trường Hoa Kỳ theo thứ tự là Ấn Độ, Thụy Điển, Thổ Nhĩ Kỳ, Ba Lan, Hà Lan và Đài Loan.

Trong đó Ấn Độ là đối thủ vừa có vị thế trên thị trường vừa có tiềm năng tăng trưởng cao. Mặc dù năm 2018, Ấn Độ xếp thứ 6 trong các quốc gia xuất khẩu mặt hàng này vào Hoa Kỳ nhưng lại là quốc gia có tốc độ tăng trưởng cao nhất trong giai đoạn 2014-2018 là 15%.

### **4. Xuất khẩu Việt Nam sang Hoa Kỳ trong thời gian gần đây**

Xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ xét trong thời hạn 5 năm thể hiện mức tăng liên tục và ổn định, với giá trị kim ngạch tăng dần từ năm 2014, 2015, 2016, 2017 đến 2018 lần lượt là 817 triệu USD, 1.025 triệu USD, 1.117 triệu USD, 1.234 triệu USD và 1.412 triệu USD. Mức tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu vào Hoa Kỳ trong giai đoạn 2014-2018 là 14% chỉ thấp hơn Ấn Độ là quốc gia có tốc độ tăng trưởng 15%.

## **5. Khuyến nghị**

Tuy sản xuất và xuất khẩu sản phẩm đồ gỗ nội thất của Trung Quốc trên thị trường Hoa Kỳ khá lớn, tiềm năng tăng trưởng thị phần của họ không còn cao, và các sản phẩm của doanh nghiệp Việt Nam cũng đã dần có được chỗ đứng vững chắc trên thị trường rộng lớn này.

Nhập khẩu hàng từ Hoa Kỳ tuy có trời sụt qua các tháng trong năm nhưng chênh lệch không nhiều. Tuy vậy, doanh nghiệp cũng cần chuẩn bị hàng hóa và dự trữ cho những mùa khách hàng cần nhập khẩu với số lượng lớn, như dịp cuối năm hay mùa hè.

Tron bối cảnh chiến tranh thương mại Hoa Kỳ và Trung Quốc và với tốc độ tăng trưởng liên tục, doanh nghiệp Việt Nam hãy có những bước chuẩn bị cho cơ hội rộng của vào thị trường Hoa Kỳ