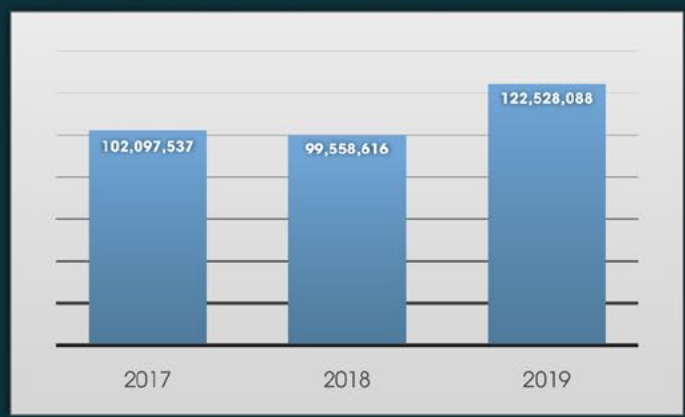


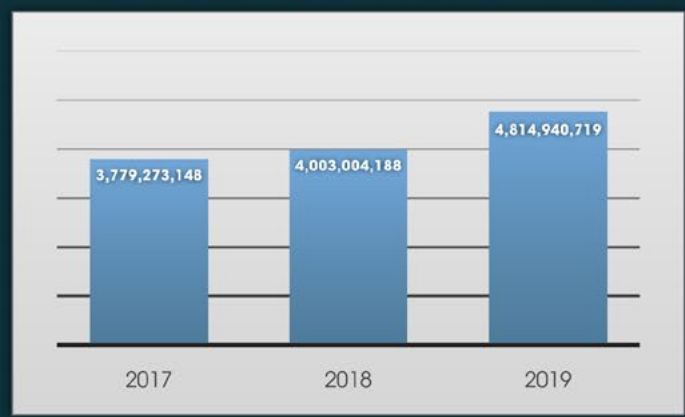


PHÂN TÍCH NHU CẦU TRONG NƯỚC VÀ QUỐC TẾ VỀ NGÀNH NỘI THẤT CỦA VIỆT NAM

Lượng đồ gỗ và bộ phận đồ nội thất xuất khẩu (chiếc)



Kim ngạch đồ gỗ, bộ phận đồ gỗ xuất khẩu (USD)



NHỮNG THAY ĐỔI VỀ LƯỢNG VÀ KIM NGẠCH XUẤT KHẨU ĐỒ NỘI THẤT VÀ BỘ PHẬN ĐỒ NỘI THẤT TỪ NĂM 2017 ĐẾN NĂM 2019

Nguồn: Tính toán của VIFOREST, FPA Bình Định, HAWA, BIFA và Forest Trends, dựa trên dữ liệu thống kê của Tổng cục Hải Quan

| | |
|---|----|
| MỤC LỤC | 2 |
| LỜI GIỚI THIỆU | 4 |
| PHẦN 1: GIỚI THIỆU INNOVATIVE HUB | 6 |
| 1. Innovative Hub - Đại lý ủy quyền toàn cầu của Alibaba.com | 6 |
| 1.1 Về chúng tôi | 6 |
| 1.2 Tại sao nên lựa chọn Innovative Hub? | 7 |
| 1.3. Các dịch vụ | 7 |
| PHẦN 2: TÌNH HÌNH NGÀNH NỘI THẤT TRONG NƯỚC VÀ BÁO CÁO XUẤT KHẨU NGÀNH NỘI THẤT TẠI VIỆT NAM | 8 |
| 2.1. Tổng quan tình hình ngành Nội thất ở Việt Nam | 8 |
| 2.2. Phân tích thị trường Nội thất | 8 |
| 2.2.1. Doanh thu ngành nội thất của Việt Nam năm 2019 | 8 |
| 2.2.2. Nhu cầu tiêu thụ ngành nội thất tại Việt Nam | 9 |
| 2.2.3. Thói quen lựa chọn sản phẩm Nội thất của người Việt | 10 |
| 2.2.4. Nhu cầu thiết kế nội thất tăng mạnh | 10 |
| 2.3. Tổng quan kim ngạch xuất khẩu ngành nội thất năm 2019 | 11 |
| 2.4. Tình hình xuất khẩu đồ nội thất của doanh nghiệp Việt trong đại dịch Covid-19 năm 2020 | 12 |
| 2.5. Các quốc gia nhập khẩu chính ngành Nội thất của Việt Nam trên thế giới | 14 |
| 2.6. Xu hướng kinh doanh Thương mại điện tử ngành Nội thất | 16 |
| 2.6.1. Lợi thế của kinh doanh Nội thất Online | 16 |
| 2.6.2. Thách thức khi kinh doanh Nội thất Online | 16 |
| PHẦN 03: CƠ HỘI XUẤT KHẨU TRỰC TUYẾN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NGÀNH NỘI THẤT: | 18 |
| 3.1. Các SMEs Việt Nam ngành Nội Thất có tiềm năng xuất khẩu vô cùng lớn. | 18 |
| 3.2. Cơ hội xuất khẩu trên sàn Thương mại điện tử Alibaba.com | 19 |
| 3.2.1. Số liệu ngành Nội Thất trên Alibaba.com | 20 |
| 3.2.2. Xu hướng mua hàng toàn cầu ngành Nội Thất trên Alibaba.com | 22 |
| 3.2.3. Các sản phẩm HOT về Outdoor Furniture trên Alibaba.com | 23 |
| 3.2.4. Các sản phẩm HOT về Baby Furniture trên Alibaba.com | 23 |
| 3.2.5. Những từ khóa HOT về ngành Furniture trên Alibaba.com | 24 |
| 3.2.6. Lợi thế của doanh nghiệp Việt khi kinh doanh nội thất trên Alibaba.com | 25 |
| PHẦN 04: ALIBABA.COM & GIẢI PHÁP XUẤT KHẨU TRỰC TUYẾN CHO CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT: | 27 |
| 4.1. Giới thiệu về Alibaba.com | 30 |
| | 27 |

| | | |
|----------------|--|-----------|
| 4.2. | Tiềm năng xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam | 28 |
| 4.2.1. | Lợi thế kinh doanh trên Alibaba.com | 28 |
| 4.2.1.1. | Việt Nam là quốc gia đứng thứ 04 trong 10 nước cung ứng toàn cầu trên nền tảng Alibaba.com | 28 |
| 4.2.1.2. | Số lượng thành viên đăng ký khổng lồ | 29 |
| 4.2.1.3. | Thị trường xuất khẩu tiềm năng của doanh nghiệp Việt | 30 |
| 4.2.1.4. | Xây dựng Minisite chuyên nghiệp cho doanh nghiệp | 31 |
| 4.3. | Không cần nhiều nhân sự để quản lý thành công gian hàng Alibaba.com | 44 |
| LỜI KẾT | | 47 |

LỜI GIỚI THIỆU

Theo khảo sát của Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam (VECOM) cho thấy đồ nội thất nằm trong TOP 10 sản phẩm được mua bán phổ biến nhất trên các sàn giao dịch điện tử tại Việt Nam năm 2019. Cụ thể, đồ nội thất đứng thứ 8 trong danh sách 10 sản phẩm được mua bán trực tuyến phổ biến nhất gồm: Quần áo, giày dép; điện tử, điện lạnh; mẹ và bé; sách, văn phòng phẩm; thủ công, mỹ nghệ; linh, phụ kiện; hóa mỹ phẩm; đồ nội thất; thực phẩm, đồ uống; đồ ăn nhanh.

Theo báo cáo của Statista, doanh thu của ngành nội thất và thiết bị nội thất tại Việt Nam ước tính vào khoảng 478 triệu USD trong năm 2019. Trong giai đoạn 2019-2023, tỷ lệ tăng trưởng hàng năm của doanh thu ngành nội thất được dự báo ở mức 13,5%. Theo đó, ngành kinh doanh nội thất và sản phẩm nội thất tại Việt Nam được dự báo có doanh thu khoảng 793 triệu USD vào năm 2023.

Nhu cầu trong nước về mặt hàng nội thất chưa bao giờ là hết HOT và luôn có dấu hiệu tăng trưởng mạnh qua các năm.

Trên thế giới, dịch bệnh Covid-19 đang ngày càng diễn biến phức tạp trên toàn cầu, các ca nhiễm liên tục ghi nhận mức tăng kỷ lục. Nhưng không vì điều này mà làm ảnh hưởng đến nhu cầu nhập khẩu các mặt hàng Nội Thất của Việt Nam tại các quốc gia và châu lục lớn như Mỹ, Trung Quốc, EU. Theo tính toán từ số liệu sơ bộ của Tổng cục Hải quan, 4 tháng đầu năm 2020, **đồ nội thất bằng gỗ** là mặt hàng xuất khẩu chính trong các mặt hàng gỗ và sản phẩm gỗ xuất khẩu. Tính chung 4 tháng đầu năm 2020 đồ nội thất bằng gỗ đạt 2,04 tỷ USD tăng 3,1% so với tháng 4/2019. Chiếm 61,8% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước.

Đồ nội thất phòng khách và phòng ăn chiếm 20,5% tổng kim ngạch xuất khẩu. Tháng 4/2020 đạt 136,9 triệu USD giảm 17% so với tháng 4/2019. Tính chung 4 tháng đầu năm đạt 674,72 triệu USD, tăng 8,3% so với cùng kỳ năm 2019.

Xuất khẩu **đồ nội thất nhà bếp** trong tháng 4 tăng 84,7%, đạt 49,31 triệu USD so với tháng cùng kỳ 2019. Chiếm 5,3% trong tổng kim ngạch xuất khẩu. Tính chung 4 tháng đầu năm đạt 173,26 triệu USD tăng 81,2% so với cùng kỳ năm 2019.

Ngoài ra, trong 4 tháng đầu năm 2020, xuất khẩu một số mặt hàng đều tăng như: Dăm gỗ đạt 601 triệu USD, tăng 9,9% so với cùng kỳ năm 2019. Gỗ ván và ván sàn đạt 414 triệu USD, tăng 19,8%; cửa gỗ đạt 10,4 triệu USD, tăng 5,9%; đồ gỗ mỹ nghệ đạt 7,2 triệu USD, tăng 36,3%.

Thông qua các báo cáo, chúng ta hoàn toàn có thể thấy được nhu cầu trong nước và quốc tế đang ngày càng gia tăng. Ebook: **PHÂN TÍCH NHU CẦU TRONG NƯỚC VÀ QUỐC TẾ VỀ NGÀNH NỘI THẤT CỦA VIỆT NAM** sẽ đi từ tổng quát đến chi tiết nhất những số liệu cụ thể về nhu cầu ngành nội thất của Việt Nam cả thị trường trong nước lẫn trên thế giới và đồng thời cũng giúp các doanh nghiệp Việt khai phá những tiềm năng mà chúng ta đang nắm giữ để xuất khẩu trực tuyến toàn cầu thông qua nền tảng Thương Mại Điện Tử Xuyên Biên Giới Alibaba.com

Bản quyền thuộc về Công Ty TNHH Innovative Hub - Đại Lý Alibaba Tại Singapore và Việt Nam. Mọi trích dẫn và tham khảo từ quyển Ebook này xin vui lòng ghi rõ nguồn tham khảo. Xin chân thành cảm ơn!

PHẦN 1: GIỚI THIỆU INNOVATIVE HUB

1. Innovative Hub - Đại lý ủy quyền toàn cầu của Alibaba.com:

1.1. Về chúng tôi:

Innovative Hub được thành lập vào năm 2016 với tư cách là Đối tác dịch vụ toàn cầu của Alibaba.com tại Singapore trong 3 năm, chúng tôi đã phục vụ hơn 1000 doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Singapore và chuyển đổi số thành công các hoạt động kinh doanh truyền thống của các doanh nghiệp thông qua Alibaba.com. Sứ mệnh của Innovative Hub là chuyển đổi số các doanh nghiệp để kinh doanh trên toàn cầu, chúng tôi cung cấp các dịch vụ chuyên về nền tảng Thương mại điện tử để giúp các doanh nghiệp vươn ra khỏi các hình thức kinh doanh truyền thống trước đây.

Innovative Hub tiếp tục tăng trưởng và phát triển thông qua cung cấp các dịch vụ tư vấn chuyên nghiệp về chuyển đổi số cho các doanh nghiệp. Với sự phát triển không ngừng và câu chuyện thành công của chúng tôi tại thị trường Singapore, chúng tôi đã tiếp tục mở rộng ra khu vực và toàn cầu. Việt Nam chính là thị trường mở rộng đầu tiên của Innovative Hub và sẽ tiếp tục phát triển với tốc độ ổn định với tầm nhìn: Trở thành đối tác chiến lược và đáng tin cậy nhất trong chuyển đổi số của các doanh nghiệp ở Đông Nam Á.

Về đội ngũ Innovative Hub: Chúng tôi là tập thể năng động, có niềm đam mê mãnh liệt trong đổi mới sáng tạo và quyết tâm trở nên xuất sắc trong các lĩnh vực chuyên môn của mình. Chúng tôi lao động với với tinh thần tận tâm và đây chính là nguồn năng lượng, mang đến nhiều ý tưởng và là niềm tự hào của tập thể đội ngũ Innovative Hub. Văn hóa công ty của chúng tôi là mang lại lợi thế cạnh tranh và tạo dựng một môi trường nơi những cá nhân xuất sắc, thông minh, năng động có thể vươn đến thành công. Chúng tôi luôn đồng hành cùng với khách hàng của mình và cùng nhau từng bước xây dựng tiến đến con đường thành công. Chúng tôi dám nghĩ lớn và làm việc chăm chỉ để không ngừng thúc đẩy bản thân trở nên tốt hơn và trở nên xuất sắc hơn trong các dịch vụ của mình mỗi ngày.

1.2. Tại sao nên lựa chọn Innovative Hub?

Công ty đầu tư trực tiếp từ nước ngoài:



Chất lượng



Toàn vẹn



Lãnh đạo



Đổi mới



**Sự hài lòng
của khách hàng**



Làm việc nhóm

- Là công ty FDI của Singapore, chúng tôi tin tưởng vào sự xuất sắc trong kinh doanh. Sự hiệu quả cùng lực lượng lao động lành nghề, đáng tin cậy là những phẩm chất và lợi thế của các công ty Singapore.
- Hồ sơ theo dõi đã được chứng minh với tư cách là Đối tác Dịch vụ Toàn cầu của Alibaba tại thị trường Singapore.
- Đối tác Alibaba giàu kinh nghiệm, có kinh nghiệm vận động các dự án chính phủ ở Singapore.
- Đội ngũ nhân viên phục vụ chuyên nghiệp 3 sao được chứng nhận bởi Alibaba.com
- VAS đã chấp thuận nhà cung cấp Alibaba.com cho Singapore, Việt Nam, Ấn Độ, Pakistan, Malaysia, Thái Lan và Indonesia.
- Hỗ trợ thêm thông qua sự kiện kết hợp kinh doanh Ngoại tuyến / Trực tuyến thường xuyên với Thương nhân Singapore.

1.3. Dịch vụ Innovative Hub:

| DỊCH VỤ | MÔ TẢ CHI TIẾT |
|---------------------------------------|---|
| Thiết kế minisite | Thiết kế cửa hàng điện tử của doanh nghiệp trên Alibaba.com để nhấn mạnh điểm khác biệt của bạn |
| Đăng sản phẩm | Tiết kiệm thời gian và chi phí mà vẫn có chất lượng tin đăng cao |
| Quản lý tài khoản | Thuê ngoài tài khoản của bạn với chuyên gia nội bộ của chúng tôi |
| Digital Marketing | Tạo khách hàng tiềm năng với Digital Marketing tích hợp |
| Bảo trì tài khoản | Duy trì tài khoản của bạn tốt hơn với các chuyên gia nội bộ của chúng tôi để đạt được kết quả tốt hơn |
| Chụp ảnh sản phẩm | Chụp ảnh sản phẩm chuyên nghiệp để giới thiệu sản phẩm độc đáo của doanh nghiệp |
| Cung cấp thị trường dữ liệu xuất khẩu | Nhận thông tin chi tiết về thị trường xuất khẩu với khách hàng tiềm năng và thông tin về đối thủ cạnh tranh |
| Giải pháp hỗ trợ tuyến dụng nhân sự | Chúng tôi giúp bạn thuê và đào tạo nhân sự thương mại điện tử |

PHẦN 2: TÌNH HÌNH NGÀNH NỘI THẤT TRONG NƯỚC VÀ BÁO CÁO XUẤT KHẨU NGÀNH NỘI THẤT TẠI VIỆT NAM

2.1. Tổng quan tình hình ngành Nội thất ở Việt Nam

Ngành Nội thất ở Việt Nam là một trong những ngành hoạt động sôi nổi nhất trên thế giới với lịch sử lâu đời về sản xuất và phân phối sản phẩm Nội thất. Theo thống kê, Việt Nam có khoảng 4.900 doanh nghiệp đầu tư sản xuất chế biến đồ gỗ nội thất, là nhà xuất khẩu đồ nội thất lớn nhất Đông Nam Á, đứng thứ hai ở khu vực châu Á - Thái Bình Dương và đứng thứ năm trên thế giới, sau Trung Quốc, Đức, Ý và Ba Lan.

Thị trường nội thất Việt Nam có thể chia thành 2 phân khúc chính: Hàng thông thường và hàng cao cấp. Các sản phẩm thông thường được làm từ thợ mộc hoặc các doanh nghiệp nhỏ ở địa phương. Sản phẩm cao cấp thường là hàng nhập khẩu hoặc được sản xuất bởi các doanh nghiệp lớn. Để gia tăng khả năng cạnh tranh và củng cố vị trí của mình trên thị trường toàn cầu, các nhà sản xuất nội thất Việt Nam lựa chọn cách trở thành nguồn cung cấp cho các công ty nước ngoài, với khoảng 1.500 doanh nghiệp xuất khẩu.

2.2. Phân tích thị trường Nội thất

2.2.1. Doanh thu ngành nội thất của Việt Nam năm 2019

Khảo sát của Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam (VECOM) cho thấy đồ nội thất nằm trong TOP 10 sản phẩm được mua bán phổ biến nhất trên các sàn giao dịch điện tử tại Việt Nam năm 2019. Cụ thể, đồ nội thất đứng thứ 8 trong danh sách 10 sản phẩm được mua bán trực tuyến phổ biến nhất gồm: Quần áo, giày dép; điện tử, điện lạnh; mẹ và bé; sách, văn phòng phẩm; thủ công, mỹ nghệ; linh, phụ kiện; hóa mỹ phẩm; đồ nội thất; thực phẩm, đồ uống; đồ ăn nhanh.

Theo báo cáo của Statista, doanh thu của ngành nội thất và thiết bị nội thất tại Việt Nam ước tính vào khoảng 478 triệu USD trong năm 2019. Trong giai đoạn 2019-2023, tỷ lệ tăng trưởng hàng năm của doanh thu ngành nội thất được dự báo ở mức 13,5%. Theo đó, ngành kinh doanh nội thất và sản phẩm nội thất tại Việt Nam được dự báo có doanh thu khoảng 793 triệu USD vào năm 2023.

Trong đó, nhóm mặt hàng có doanh thu cao nhất trong ngành nội thất là sản phẩm nội thất, đồ gia dụng với doanh thu 358 triệu USD trong năm 2019.

Theo báo cáo của Statista, doanh thu của ngành kinh doanh nội thất tại Việt Nam xếp thứ 37 trên thị trường nội thất toàn cầu.

Mặc dù thu nhập bình quân đầu người không cao, nhưng nhu cầu về nội thất cao cấp ở Việt Nam không thua kém gì ở Hồng Kông, Singapore hay là những nước có thu nhập rất cao. Trong đó, Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh là 2 thị trường có nhu cầu sử dụng sản phẩm nội thất cao cấp đang gia tăng nhanh chóng.

Theo thống kê của Thương vụ Ý tại Việt Nam, nhu cầu tiêu thụ đồ gỗ bình quân của Việt Nam hiện là hơn 21 USD/người/năm. Tính ra, quy mô tiêu thụ nội thất trong nước năm 2018 đã lên đến con số khoảng 4 tỉ USD. Năm 2018 Việt Nam chi gần 500 triệu USD để nhập khẩu hàng nội thất, dự đoán sẽ tiếp tục tăng trong những năm tiếp theo.

Thị trường bất động sản bùng nổ cũng là một trong lý do khiến thị trường nội thất, đặc biệt là thị trường nội thất phân khúc cao cấp, phát triển. Nhiều thương hiệu đồ nội thất và trang trí đến từ Ý, Đan Mạch, Đức, Thụy Điển... cũng đang có kế hoạch thâm nhập vào thị trường nội thất Việt Nam. Người dùng Việt Nam đang ngày càng quan tâm nhiều hơn về không gian sống, chú ý đến tính thẩm mỹ, nghệ thuật của các đồ dùng nội thất chứ không còn mang tính cảm quan như trước đây.

Thời gian tới, ngành nội thất sẽ có thay đổi mạnh mẽ, bắt đầu từ sự xâm nhập thị trường và đặt nhà máy sản xuất từ các nước đến Việt Nam. Nhiều cơ hội về thiết kế, nguyên liệu, thiết bị, Marketing... được hội tụ. Nhiều thương hiệu đồ nội thất và trang trí đến từ Ý, Đan Mạch, Đức, Thụy Điển... đều đang thâm nhập vào thị trường Việt Nam.

Ngành nội thất sẽ có sự thay đổi mạnh mẽ với sự góp mặt của các thương hiệu nổi tiếng trên thế giới. Nhiều cơ hội về các lĩnh vực thiết kế, nguyên liệu, thiết bị Marketing... cũng trở nên sôi động. Sự thay đổi này sẽ đem tới cho người dùng Việt Nam nhiều sự lựa chọn với những sản phẩm nội thất có chất lượng và thẩm mỹ cao.

Một báo cáo của Hawa cho biết năm 2018, tổng giá trị tiêu dùng nội thất của thị trường Việt Nam đạt khoảng 4 tỉ USD, xuất khẩu của ngành gỗ đạt con số kỷ lục lên tới 9 tỉ USD, nhưng chưa nhiều thương hiệu đồ gỗ nội thất Việt được biết đến trên sân nhà.

2.2.2. Nhu cầu tiêu thụ ngành nội thất tại Việt Nam

Theo số liệu của Hội Mỹ nghệ và Chế biến gỗ TP.HCM (HAWA), chỉ riêng với đồ gỗ, nhu cầu tiêu thụ bình quân ở Việt Nam là 21 USD/người/năm. Tính ra, quy mô tiêu thụ đồ gỗ nội thất trong nước năm 2018 lên đến 4 tỉ USD.

Theo ông Phan Đăng Chương - Phó tổng giám đốc Công ty ERNST & Young Vietnam Limited, trong vòng 5 năm qua, có khoảng 400.000 - 500.000 căn hộ nhà phố, chung cư cao cấp ra đời tại Việt Nam. Trung bình mỗi căn hộ sử dụng ít nhất

từ 100 - 200 triệu đồng cho phần nội thất, như vậy, có trên dưới 100.000 tỉ đồng cho nhu cầu này.

2.2.3. Thói quen lựa chọn sản phẩm Nội thất của người Việt

Theo khảo sát của nội thất Hàn Quốc được công bố tại Hội thảo “Xu hướng sử dụng vật liệu gỗ nội thất giai đoạn 2020 - 2022”: Phần lớn người dân Việt Nam vẫn đang giữ thói quen tới cửa hàng nội thất để lựa chọn sản phẩm rồi đặt mua. Đây là những sản phẩm có sẵn và mang tính đại trà. Tuy nhiên, kết quả cuộc khảo sát này cũng cho thấy, tỷ lệ lựa chọn qua sự tư vấn của đơn vị thiết kế, kiến trúc sư có chiều hướng gia tăng, đặc biệt trong những năm gần đây, khi phong cách sống của người Việt thay đổi, bên cạnh lưu giữ giá trị truyền thống gia đình với những không gian sum họp bên nhau thì sự tôn trọng sở thích, cá tính riêng của từng cá nhân cũng được đề cao. Chính vì thế, xu hướng tự lựa chọn vật liệu, định hình sản phẩm cùng sự tư vấn của nhà thiết kế khi có nhu cầu về nội thất là điều dễ hiểu.

Đối tượng quyết định lựa chọn nội thất cũng có sự thay đổi đáng kể khi phụ nữ chiếm đến 60% - 70%, đặc biệt với những sản phẩm như tủ bếp, tủ quần áo, tỷ lệ này sẽ còn tăng trong thời gian tới. Vì vậy, bên cạnh công năng, giá trị thẩm mỹ của sản phẩm sẽ cần được đẩy mạnh hơn nữa cũng như khuyến khích mua hàng nội thất Online cũng dần phát triển với sự bùng nổ của thời đại số và các sàn thương mại điện tử.

Thế hệ Millennials (những người có năm sinh từ 1980 - 2000) dần trở thành lực lượng lao động chính trên thế giới, là đối tượng khách hàng tiềm năng mà ngành Nội thất nhắm đến trong những năm gần đây. Những người này thường không hứng thú tới việc đến xem và chọn nội thất trực tiếp tại cửa hàng. Họ có xu hướng lựa chọn mua hàng trên mạng để thuận tiện và tiết kiệm thời gian hơn. Hoặc khi mua các sản phẩm có giá trị lớn, họ thường sẽ tham khảo thông tin sản phẩm, review trên website hay sàn thương mại điện tử và đến xem trực tiếp sản phẩm tại cửa hàng. Điều này cho thấy Thương mại điện tử có tác động lớn đến hành vi mua hàng của thế hệ trẻ hiện nay.

2.2.4. Nhu cầu thiết kế nội thất tăng mạnh

Ông Huỳnh Văn Hạnh - Phó Chủ tịch Hội mỹ nghệ và Chế biến gỗ TP. Hồ Chí Minh (HAWA) khẳng định, dung lượng thị trường vẫn đang tăng lên theo từng năm. Trong năm 2019, dự báo tổng dung lượng giá trị của thị trường đạt khoảng 5 tỉ USD, trong đó, chưa tới 1 tỉ USD là sản phẩm nhập khẩu, số còn lại do thị trường nội địa đáp ứng.

Về nguyên nhân thị trường tiêu dùng đồ gỗ nội địa gia tăng, ông Hạnh cho hay, Việt Nam là thị trường rất lớn với dân số lên tới trên 96 triệu người và là quốc gia đang phát triển nên nhu cầu xây dựng, kiến thiết các công trình nhà ở, khách sạn... rất lớn. Thêm vào đó, xu hướng tiêu dùng của người Việt hiện nay không nghĩ tới giá rẻ mà họ yêu cầu sản phẩm phải phù hợp với phong cách, kiến trúc của ngôi nhà. Đây cũng là điều dễ hiểu khi những thương hiệu nội thất có thiết kế độc đáo, cao cấp rất ăn khách.

Ông Hạnh cho rằng, khả năng tiêu thụ đồ nội thất của Việt Nam còn rất lớn và sẽ tiếp tục tăng hơn so với mức dự báo như hiện nay. Đặc biệt là gần đây, Thủ tướng yêu cầu ngành gỗ phải giữ cho được thị trường nội địa nên các doanh nghiệp trong ngành đã ngày một chú trọng hơn, thậm chí những doanh nghiệp vốn chỉ xuất khẩu thì cũng đã có xu hướng tìm hiểu để quay lại nội địa.

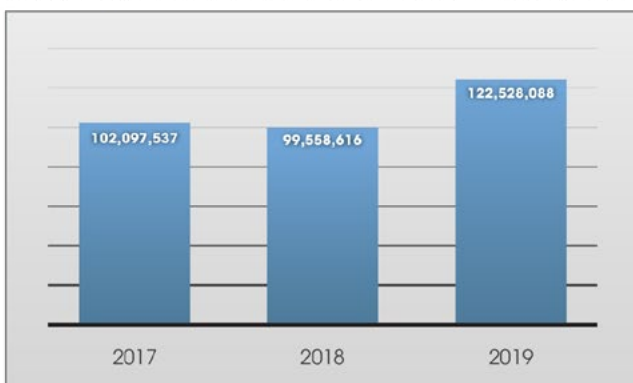
Ông Park YN - CEO của YN Việt Nam với thương hiệu nội thất online Dongsuh Furniture - chia sẻ, mặc dù tình hình thị trường bất động sản không tích cực như kỳ vọng song doanh thu bán nội địa của doanh nghiệp này vẫn tăng trưởng khoảng 10% trong Quý 1 năm 2020 so với Quý 4 năm 2019. Nên điểm mấu chốt là phải nắm bắt được xu hướng tiêu dùng cũng như thói quen mua sắm nội thất của người Việt.

(Nguồn: dongsuh.vn)

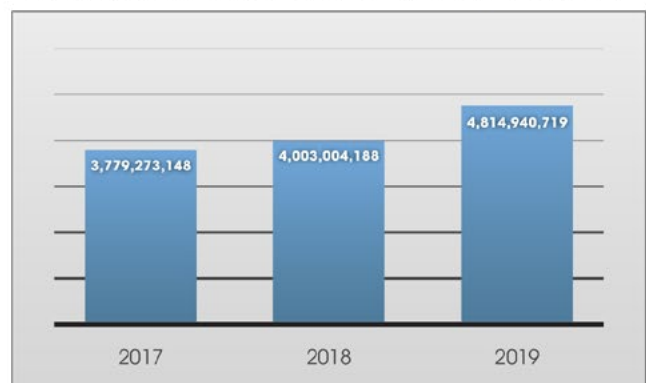
2.3. Tổng quan kim ngạch xuất khẩu ngành nội thất năm 2019

Theo báo cáo VIỆT NAM XUẤT NHẬP KHẨU GỖ VÀ SẢN PHẨM GỖ: THỰC TRẠNG 2019 VÀ XU HƯỚNG 2020 được thực hiện bởi Tổ chức Forest Trends, Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam (VIFOREST), Hội Mỹ nghệ và Chế biến gỗ Thành phố Hồ Chí Minh (HAWA), Hội chế biến gỗ tỉnh Bình Dương (BIFA), Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Bình Định (FPA Bình Định) cho thấy rằng, vào năm 2019, đồ nội thất và bộ phận đồ nội thất tiếp tục là nhóm mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu đứng đầu của Việt Nam. Lượng xuất khẩu năm 2019 đạt trên 122 triệu chiếc với giá trị kim ngạch đạt 4,8 tỉ USD.

Lượng đồ gỗ và bộ phận đồ nội thất xuất khẩu (chiếc)



Kim ngạch đồ gỗ, bộ phận đồ gỗ xuất khẩu (USD)



NHỮNG THAY ĐỔI VỀ LƯỢNG VÀ KIM NGẠCH XUẤT KHẨU ĐỒ NỘI THẤT VÀ BỘ PHẬN ĐỒ NỘI THẤT TỪ NĂM 2017 ĐẾN NĂM 2019

Nguồn: Tính toán của VIFOREST, FPA Bình Định, HAWA, BIFA và Forest Trends, dựa trên dữ liệu thống kê của Tổng cục Hải Quan

Kim ngạch mặt hàng này năm 2019 cao hơn 1,2 lần so với kim ngạch năm 2018, tương đương với gia tăng 800 triệu USD.



**PHÂN TÍCH
NHU CẦU TRONG NƯỚC VÀ QUỐC TẾ
VỀ NGÀNH NỘI THẤT CỦA VIỆT NAM**

SCAN ĐỂ NHẬN FULL EBOOK



innovativehub.com.vn 