2008

NGÀNH HÀNG DỆT, MAY VIỆT NAM

VIETNAM CREDIT GROUP

Báo cáo công ty – Báo cáo ngành – Báo cáo quản trị rủi ro

Trụ sở chính
Tầng 15 Tòa nhà LICOGI 13,
Số 164 Khuất Duy Tiến, Quận Thanh Xuân - Hà Nội
Tel: (+84) 24 6262 0082 Fax: (+84) 24 6262 0083

Văn phòng TP.HCM
Tầng 8 Tòa nhà Master
Số 41 – 43 Trần Cao Vân, Quận 3 - TPHCM
Phone: (+84) 28 3521 0453 Fax: (+84) 28 3521 0460
www.vietnamcredit.com.vn

VietnamCredit

MỤC LỤC

Một số nhận xét chính của VIETNAMCREDIT 1
I. TỔNG QUAN NGÀNH DỆT MAY 1
1.1. Thế giới 1
1.1.1. Ngành dệt, may Trung Quốc 3
1.1.2. Ngành dệt, may Ấn Độ 5
1.2. Ngành dệt may Việt Nam 8
1.2.1. Tình hình kinh tế chung 8
1.2.2. Công nghiệp và sản lượng công nghiệp 10
1.2.3. Tình hình sản xuất, kinh doanh của ngành dệt may Việt Nam 12
1.2.4. Các Doanh nghiệp lớn trong ngành 14
1.2.4.1. Tập đoàn dệt, may Việt Nam (VINATEX) 14
1.2.4.2. Công ty CP may Sài Gòn 3 (GATEXIM) 15
1.2.4.3. Các doanh nghiệp khác trong ngành 16
II. MỘT SỐ NHẬN ĐỊNH CHÍNH VỀ TÌNH HÌNH HIỆN NAY 18
2.1. Dệt may Việt Nam là ngành CN mũi nhọn đạt tốc độ tăng trưởng cao 18
2.2. Dệt may Việt Nam phụ thuộc nhiều vào nguyên phụ liệu nhập khẩu 20
2.3. Dệt, may Việt Nam mới chỉ phát triển mạnh khâu gia công cuối cùng trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu 21
III. CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CỦA NGÀNH 24
3.1. Những cơ hội chính 24
3.1.1. Cơ hội từ sự trùng xuống của thị trường dệt may Trung Quốc 24
3.1.2. Cơ hội từ hội nhập thế giới 25
3.2. Thách thức của ngành 25
3.2.1. Thách thức từ thị trường thế giới 25
3.2.2. Thách thức từ thị trường nội địa 27
3.2.3. Thách thức nội tại ngành 27
3.3. Phương hướng phát triển ngành 29
3.3.1. Phát triển thị trường xuất khẩu và lấy thị trường nội địa làm điểm tựa 29
3.3.2. Tăng cường tính chủ động nguyên, phụ liệu đầu vào 30
3.3.3. Đầu tư nguồn lực 30
3.3.4. Phát triển nguồn nhân lực và kết hợp chuyển giao công nghệ 31
IV. BẢNG PHÂN TÍCH SWOT 32
V. DOANH NGHIỆP ĐƯỢC XẾP HẠNG TRONG NGÀNH 34

VietnamCredit

Một số nhận xét chính của VIETNAMCREDIT

1. Việt Nam xếp hạng 10 trong các quốc gia và vùng lãnh thổ xuất khẩu dệt, may hàng đầu thế giới với tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu (KNXK) rất cao: năm 2008, đạt kim ngạch xuất khẩu hàng dệt, may 9.1 tỷ USD, tốc độ tăng trưởng 18% - là quốc gia duy nhất đạt tốc độ tăng trưởng trên 2 con số. Đó là nền tảng phát triển ngành công nghiệp dệt may và xuất khẩu ở thời điểm hiện tại và cả trong tương lai.

2. Dệt may là ngành kinh tế lớn của Việt Nam với trên 2000 doanh nghiệp, sử dụng khoảng 2 triệu lao động, kim ngạch xuất khẩu luôn đứng thứ 2 sau dầu khí, chiếm khoảng 15% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Tuy nhiên, dệt may Việt Nam mới chỉ phát triển ở khâu gia công cuối cùng trong chuỗi giá trị sản phẩm vì vậy lợi nhuận của ngành được đánh giá còn thấp.

3. Lợi thế về lao động và chi phí sản xuất là tiền đề hấp dẫn đầu tư ngoại đối với dệt, may Việt Nam. Tuy nhiên, việc phụ thuộc quá lớn vào nguyên, phụ liệu cả khách quan (đơn đặt hàng yêu cầu nhập khẩu nguyên liệu) và nội tại ngành (chỉ đáp ứng được 25 - 30%) dẫn đến dệt may Việt Nam còn bị chi phối và tác động nhiều của thị trường bên ngoài.

4. Khả năng xâm nhập thị trường quốc tế cho tới nay của dệt may là khá tốt, những thị trường xuất khẩu chính của chúng ta đều lớn và nhiều tiềm năng như Mỹ (chiếm 55% kim ngạch xuất khẩu của ngành), châu Âu (18%), Nhật Bản (12%)… Tuy nhiên tại thị trường nội địa, dệt may Việt Nam còn phải cạnh tranh khốc liệt với hàng dệt, may ngoại đặc biệt là sản phẩm mang thương hiệu made in China.

5. Dệt, may Việt Nam có mặt trong top 10 thế giới. Tuy nhiên, không có một thương hiệu dệt may Việt Nam nào đủ mạnh để có thể so sánh với những thương hiệu như: D&G, GUCCI, LEVI'S, VALENTINO,… Đó là điều mà ngành dệt, may Việt Nam cần *phải tư duy lại tương lai để có được chiến lược phát triển hợp lý nhất*.

VietnamCredit