

GỖ VIỆT

TẠP CHÍ CỦA HIỆP HỘI GỖ & LÂM SẢN VIỆT NAM - VIETNAM TIMBER & FOREST PRODUCT ASSOCIATION

Số 164 - Tháng 3. 2024

No. 164 - March, 2024

NĂM THỨ 15 - 15 YEARS

PHỦ SÓNG HÌNH ẢNH GỖ VIỆT NAM RA THẾ GIỚI
COVERING THE BRAND OF VIETNAMESE WOOD
TO THE WORLD

ĐƯA KHÁCH QUỐC TẾ ĐẾN GẦN HƠN VỚI
NGÀNH SẢN XUẤT GỖ VIỆT NAM
BRINGING INTERNATIONAL VISITORS
CLOSER TO VIETNAM'S WOOD
PRODUCTION INDUSTRY

Thúc đẩy thương hiệu gỗ Việt qua các hội chợ triển lãm
Promoting the Vietnamese wood brand through exhibitions



8 938504 385069

22.300 VNĐ



www.goviet.org.vn

**TAVICO**

Gỗ Tây cho Người Việt

TRUNG TÂM PHÂN PHỐI GỖ NGUYÊN LIỆU HỢP PHÁP

TAVICO LONG BÌNH



200.000m³ gỗ tròn/năm
200.000m³ gỗ xẻ sấy/năm

XẺ - SẤY - GIA CÔNG
THEO QUY CÁCH

CHÍNH XÁC ĐẾN TỪNG THANH



THẾ GIỚI GỖ VÀ NỘI THẤT TAVICOHOME



Mua sắm tại đây,
Mỗi ngày như Hội

- ▶ Hội chợ 365 ngày
- ▶ Đại siêu thị nội thất Gỗ Tây
- ▶ Nội thất làng nghề
- ▶ Trung tâm dịch vụ tiện ích

TRUNG TÂM PHÂN PHỐI GỖ NGUYÊN LIỆU HỢP PHÁP TAVICO - LONG BÌNH



Hotline: 1900 2345 29

Website: www.tavicowood.comEmail: info@tavicowood.com

Địa chỉ: Khu dịch vụ ICD Tân Cảng, Long Bình, KP7, Phường Long Bình, TP. Biên Hòa, Đồng Nai

THẾ GIỚI GỖ VÀ NỘI THẤT TAVICOHOME

Hotline: 0855 555 595

Website: www.noithattavico.comEmail: info@tavicowood.com

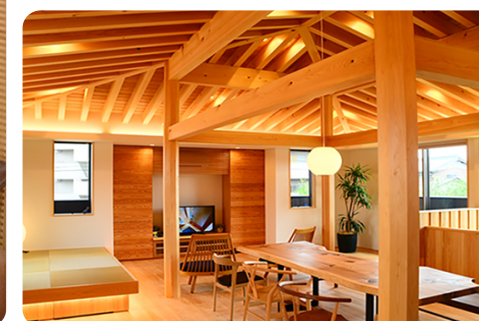
Địa chỉ: 81 đường Điều Xiển, KP9, Tân Biên, Biên Hòa, Đồng Nai



An toàn Tốt cho sức khỏe Dễ chịu Ấm áp

Gỗ Hinoki: loại gỗ quý cho đồ nội thất

Màu gỗ lõi là hồng nhạt, màu gỗ dác hầu như là màu trắng. Vân gỗ mịn, chất gỗ đồng nhất. Nếu hoàn thiện khéo sẽ cho độ bóng đẹp, đồng thời có mùi thơm đặc trưng. Gỗ lõi có độ bền cao, chịu được ẩm ướt trong thời gian dài. Ngoài ra, loại gỗ này cũng nổi tiếng bởi tác dụng khử mùi, hấp thụ formaldehyde, kháng khuẩn và chống mối mọt.



Hiệp hội xuất khẩu gỗ Nhật Bản

Japan Wood Products Export Association 112-0004

Tòa nhà Rinyu, 1-7-12 Koraku, Bunkyo-ku, Tokyo

TEL: +81-3-5844-6275

FAX: +81-3-3816-5062

Email: jwe@j-wood.orgURL: www.j-wood.org**JAPAN WOOD**
PRODUCTS EXPORT ASSOCIATION

Thư tòa soạn

Letter of Editors

Thư Quý độc giả!

Ngành gỗ Việt Nam đang trải qua những tháng đầu năm mới với nhiều niềm vui và sự hi vọng, dù chúng ta vẫn cần phải thận trọng với những diễn biến phức tạp của thế giới. Hai tháng đầu năm, kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ đạt 2,4 tỉ USD, tăng gần 44%, các doanh nghiệp đã có đơn hàng đến tháng 4-5.

Tình hình rõ ràng có vẻ sáng sủa hơn 2023 khi các thị trường lớn có những tín hiệu hồi phục rõ nét, tạo cú hích dây chuyền tới đơn hàng xuất khẩu, trong đó có nhóm hàng đồ gỗ. Nhưng tất nhiên, các doanh nghiệp không chủ quan và theo dõi chặt chẽ các diễn biến cả về thị trường cũng như địa chính trị trên thế giới.

Không chỉ vậy, theo thông tin được công bố bởi tổ chức nghiên cứu tư vấn về thị trường nội thất và ngành công nghiệp CSIL (Center for Industrial Studies) có trụ sở tại Milan (Italia), Việt Nam hiện đang là nhà sản xuất đồ nội thất lớn thứ 6 thế giới.

Đó là mức tăng trưởng cực kì ấn tượng về thứ hạng trong ngành sản xuất đồ nội thất toàn cầu, từ hạng 13 vào năm 2014 lên hạng 6 hiện tại, tính theo quy mô giá trị. Hiện nhóm 5 nhà sản xuất đồ nội thất lớn nhất lần lượt là Trung Quốc, Mỹ, Italia, Đức và Ấn Độ. Trong đó, Trung Quốc và Mỹ đã giữ vững vị thế nhất và nhì suốt thập niên qua.

Bà Giovana Castellina, Giám đốc nghiên cứu đa khách hàng về nội thất tại CSIL đánh giá ngành nội thất Việt Nam khá linh hoạt, tăng trưởng nhanh hơn các nước khác trong 10 năm qua. Việt Nam chủ yếu cung cấp đồ ngoài trời nhưng giờ đã phát triển mạnh nội thất. Ví dụ, 25% sản phẩm là đồ bọc nệm, chiếm đến 10% sản lượng đồ bọc nệm của châu Á - Thái Bình Dương.

Theo CSIL, trung bình hàng năm, Việt Nam tăng trưởng 10% về sản xuất và 11% về xuất khẩu nội thất, đứng thứ hai châu Á.

Thư Quý độc giả!

Theo dữ liệu của Cục lâm nghiệp, trong tổng kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ năm ngoái, đồ nội thất chiếm đến 82,9%, đạt gần 8,4 tỉ USD. Ông Trần Quang Bảo, Cục trưởng Cục Lâm nghiệp đánh giá các sản phẩm Việt Nam đang được khách quốc tế tin dùng.

Theo các chuyên gia, triển vọng thị trường xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ nói chung khó đoán định. Riêng với thị trường Mỹ, lượng tồn kho các mặt hàng còn nhiều. Và đặc điểm của các nhà mua hàng hiện nay là đặt đơn ngắn hạn, bởi vì lạm phát và chi phí lãi vay cao nên các doanh nghiệp không đặt theo năm hay 6 tháng mà theo vài tháng, thậm chí từng tháng.

Nhưng khi những hi vọng xuất hiện, ngành gỗ sẽ nắm giữ và biến nó thành động lực xuất khẩu trong năm 2024.

Ban Biên tập Tạp chí Gỗ Việt

Dear readers,

The Vietnamese wood industry is experiencing the early months of the new year with much joy and hope, although we still need to be cautious about the complex developments in the world. In the first two months of the year, wood and wood product exports reached 2.4 billion USD, an increase of nearly 44%, with businesses having orders until April-May.

The situation seems clearer and brighter than 2023 as major markets show clear signs of recovery, boosting the export chain, including the wood products category. However, businesses must not be complacent and closely monitor developments both in the market and in global geopolitics.

Moreover, according to information released by the research and consulting organization on the furniture market and the CSIL (Center for Industrial Studies) industry based in Milan, Italy, Vietnam is currently the 6th largest furniture manufacturer in the world.

This is an extremely impressive growth in ranking within the global furniture manufacturing industry, from 13th place in 2014 to 6th place currently, based on value scale. Currently, the top 5 largest furniture manufacturers are China, the United States, Italy, Germany, and India. Among them, China and the United States have maintained their top positions over the past decade.

Ms. Giovana Castellina, Director of Multiclient Research on Furniture at CSIL, evaluates the Vietnamese furniture industry as quite flexible, with faster growth than other countries over the past 10 years. Vietnam primarily supplied outdoor furniture, but now it has significantly developed indoor furniture as well. For example, 25% of the products are upholstered furniture, accounting for up to 10% of the upholstered furniture output in the Asia-Pacific region.

According to CSIL, Vietnam has an average annual growth rate of 10% in furniture production and 11% in furniture exports, ranking second in Asia.

Dear Readers!

According to data from the Forestry General Department, in the total export turnover of wood and wood products last year, furniture accounted for up to 82.9%, reaching nearly 8.4 billion USD. Mr. Tran Quang Bao, Director of the Forestry Department, evaluates that Vietnamese products are trusted by international customers.

According to experts, the prospects for the wood and wood product export market in general are difficult to predict. Specifically for the US market, there is still a significant amount of inventory. And the characteristic of current buyers is placing short-term orders because of inflation and high borrowing costs, so businesses are not placing orders for a year or six months but for a few months, even on a monthly basis.

However, when hopes arise, the wood industry will hold onto them and turn them into export momentum in 2024.

Editorial Board of Go Viet Magazine



Editor in Chief

Tổng biên tập PHẠM TÚ

Managing Editor, Chief of Office

Chánh văn phòng

Thư ký tòa soạn CAO THỊ CẨM

Advisors

Ban cố vấn

- ĐỖ XUÂN LẬP
Chủ tịch Hiệp hội
- ĐỖ THỊ BẠCH TUYẾT
Phó CT HĐQT Công ty CP Woodland
- VŨ HUY ĐẠI
Phó giáo sư, Tiến Sĩ
Trưởng Đại Học Lâm nghiệp
- TÔ XUÂN PHÚC
Tiến Sĩ, Đại học Quốc gia Úc

Translator

Biên dịch

TRẦN HÒA, TRANG EMMY

Art Direction

Thiết kế mỹ thuật

HỒNG NGÂN

GỖ VIỆT MAGAZINE

189 Thanh Nhàn, Hai Bà Trưng, Hà Nội

Hotline: 0961 15 15 18

Email: info@goviet.org.vn; goviet.magazine@gmail.com

Website: https://goviet.org.vn/

In tại

Công ty TNHH In Đại Thành

Publication Licence No 322/GP - BTMTT delivered 31/10/2014 by Ministry of Information and Communications, Socialist Republic of Viet Nam.

Giấy phép xuất bản số

322/GP - BTMTT do Bộ Thông tin và Truyền Thông

cấp ngày 31/10/2014

Ảnh bìa: Ảnh bìa sản phẩm đồ gỗ tại hội chợ IFEX Indonesia
Nguồn Gỗ Việt

Số 164 - Tháng 3. 2024
No. 164 - March, 2024

MỤC LỤC/ CONTENT

6 SỰ KIỆN & BÌNH LUẬN EVENTS & COMMENTS

Những điều cần học từ tổ chức sự kiện

Things to learn from event organizations

10 VẤN ĐỀ HỒM NAY CURRENT ISSUES

Ngành gỗ tạo ấn tượng với các nhà đầu tư

Wood industry makes an impression on investors

Phủ sóng hình ảnh gỗ Việt Nam ra thế giới

Covering the brand of Vietnamese wood to the world

26 CẦU CHUYỆN DOANH NGHIỆP BUSINESS CORNER

Sự xa xỉ từ tâm

Luxury from the heart

34 PHONG CÁCH STYLE

Phân vùng nội thất tạo phong cách của gia chủ

36 PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG SUSTAINABILITY

Nâng tầm doanh nghiệp nhờ chuyển đổi số

38 ĐỐI THOẠI CHÍNH SÁCH POLICY DIALOGUE

Rừng trồng gỗ lớn là chìa khóa của ngành gỗ

Large-scale afforestation is the key to the timber industry

42 THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG GỖ TIMBER MARKET INFORMATION

44 ĐỊA CHỈ TIN CÂY YELLOW PAGES

46 HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP EXPORT & IMPORT

Những điều cần học

TỪ TỔ CHỨC SỰ KIỆN

CẨM LÊ



Có một số sự kiện đáng chú ý trong những tháng đầu năm 2024 khiến chúng ta phải suy nghĩ và rút ra những bài học cho mình.

Trước tiên, dù chỉ diễn ra 12 ngày với 300 triệu baht đầu tư (ước tính là 207 tỉ đồng), Bangkok International Motor Show (BIMS) đóng góp đáng kể phần lớn doanh thu cả năm cho công ty tổ chức sự kiện lên tới hơn 500 triệu baht, chiếm 70% thu nhập của doanh nghiệp. Điều này cho thấy nguồn thu từ BIMS có thể lớn đến mức nào.

Kể từ lần đầu tiên tổ chức vào năm 1979,

đến nay đã là 45 lần, BIMS trung bình thu hút được hơn 1,3 triệu khách tham quan. Hai năm trở lại đây là 1,6 triệu và có xu hướng tăng lên. BIMS cũng từng cán mốc 2 triệu lượt khách tham quan năm 1996.

Trước đó, vào đầu tháng 3, Hội chợ Nội thất Quốc tế Malaysia (MIFF), hội chợ thương mại đồ nội thất lớn nhất Đông Nam Á, đã có khởi đầu tuyệt vời với số lượng kỷ lục 714 nhà triển lãm đến từ 15 quốc gia.

Sự kiện kéo dài bốn ngày, từ ngày 1 đến ngày 4 tháng 3, được điều hành bởi Bộ Nông nghiệp và hàng hóa tại Trung tâm Triển lãm và Thương mại

quốc tế Malaysia. MIFF đóng vai trò quan trọng trong việc tạo thuận lợi thương mại và tiếp cận các thị trường mới. Theo Chính sách hàng hóa nông nghiệp quốc gia năm 2030, giá trị xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ được đặt mục tiêu đạt 28 tỷ RM vào năm 2025 và 32,8 tỷ RM vào năm 2030.

Theo các con số được công bố, hội chợ dự kiến mang lại doanh thu 1,3 tỉ USD. Đó là con số vô cùng đáng ngưỡng mộ vì cần lưu ý rằng, thương mại quốc tế về gỗ và sản phẩm gỗ đã có xu hướng giảm 13,2%. Đây cũng là năm kỷ lục nữa của MIFF, khi đơn vị tổ chức đã mở rộng từ 15 lên 17 phòng triển lãm và số lượng nhà triển lãm đã tăng 6% so với năm ngoái.

Hội chợ không chỉ mang lại doanh thu lớn mà còn giúp các doanh nghiệp đồ gỗ nội thất của Malaysia duy trì tính cạnh tranh và tận dụng các xu hướng trong tương lai để nhắm đến đúng nhóm người tiêu dùng. Và cũng cần nhớ rằng, các nhà sản xuất đồ nội thất Malaysia đã phát triển từ các công ty địa phương trở thành các nhà xuất khẩu toàn cầu.

Trong năm 2024, ngành gỗ Việt Nam đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại, trong đó, có việc tổ chức các hội chợ triển lãm để tiếp cận các nhà đầu tư, kinh doanh trên toàn thế giới, cũng như nâng cao giá trị và hình ảnh của ngành gỗ Việt Nam.

Tổ chức một sự kiện với sự tham dự của các nhà triển lãm, các đối tác quốc tế, kết nối thông tin ngành gỗ có thể coi là một sự thành công nhưng tạo ra doanh thu lớn cho đơn vị tổ chức cũng là một trong những yếu tố cần quan tâm, bởi vì nó mang lại lợi nhuận trực tiếp cho tất cả các bên. ▼

ĐỌC NHANH

Việt Nam và Hoa Kỳ hợp tác nâng cao năng lực chống buôn bán gỗ trái phép

Sau hơn 2 năm thực hiện thỏa thuận với Hoa Kỳ về kiểm soát khai thác và buôn bán gỗ bất hợp pháp, Việt Nam đã chủ động thực hiện nhiều cam kết như rà soát và loại bỏ các ưu đãi tài chính đối với ngành chế biến gỗ, tăng cường kiểm soát và kiểm tra hải quan đối với các lô gỗ nhập khẩu nhằm đảm bảo nguồn gốc gỗ hợp pháp...

Bà Melissa Bishop – Đại biện lâm thời của Đại sứ quán Hoa Kỳ tại Việt Nam, cho biết Phía Hoa Kỳ đánh giá cao thỏa thuận về kiểm soát khai thác và buôn bán gỗ bất hợp pháp, vì đây là thỏa thuận thương mại đầu tiên của Hoa Kỳ nhằm thúc đẩy môi trường bền vững, là hình mẫu cho Hoa Kỳ hợp tác với các nước trong khu vực Ấn Độ Dương - Thái Bình Dương và toàn cầu. "Thỏa thuận này thể hiện cam kết của Chính phủ Việt Nam nhằm tăng cường kiểm soát nguồn gốc và chuỗi cung ứng gỗ, mở rộng thị trường xuất khẩu, cải thiện thể chế quản lý rừng, giải quyết tình trạng khai thác và thương mại gỗ trái phép.

Nghiên cứu hỗ trợ doanh nghiệp FDI khi áp thuế tối thiểu toàn cầu

Bộ Tài chính đang nghiên cứu chính sách hỗ trợ đầu tư cho doanh nghiệp FDI, khi Việt Nam áp thuế tối thiểu toàn cầu từ đầu năm nay. Việt Nam áp thuế tối thiểu toàn cầu từ đầu 2024. Mức thuế suất là 15% cho các doanh nghiệp đa quốc gia có tổng doanh thu hợp nhất từ 750 triệu euro (khoảng 800 triệu USD) trở lên trong hai năm của 4 năm liên tiếp. Khoảng 122 tập đoàn đầu tư nước ngoài phải nộp thuế này ở Việt Nam, theo rà soát của cơ quan thuế. Việc cần có chính sách ưu đãi đi kèm, hỗ trợ trở lại để doanh nghiệp nước ngoài yên tâm đầu tư khi áp thuế tối thiểu toàn cầu từng được các chuyên gia kiến nghị để giúp Việt Nam tránh nguy cơ nhà đầu tư nước ngoài chuyển vốn, dự án sang nước khác.

Việt Nam đang có 752 người siêu giàu

Theo báo cáo Thịnh vượng của Knight Frank (Anh), số người siêu giàu ở Việt Nam trong năm 2023 là 752 người, tăng 2,4% so với năm trước đó. Tại Đông Nam Á, tốc độ gia tăng người siêu giàu của Việt Nam cao hơn nhiều so với mức tăng 0,8% của Thái Lan nhưng thấp hơn mức 4,3% của Malaysia và 4,2% của Indonesia, hay 4% của Singapore. Để được xếp vào nhóm người siêu giàu, cá nhân phải sở hữu khối tài sản từ 30 triệu USD (khoảng 740 tỷ đồng) trở lên.

Tuy nhiên, Knight Frank dự kiến đến năm 2028, dân số siêu giàu Việt Nam sẽ đạt 978 người, tăng khoảng 30% so với năm 2023 và nằm trong top 5 của khu vực châu Á - Thái Bình Dương, dẫn trước cả Hàn Quốc, Hong Kong và Singapore.

Căng thẳng Biển Đỏ đe dọa kinh tế châu Á

Theo hãng nghiên cứu EIU, căng thẳng tại Biển Đỏ có thể làm giảm tốc tăng trưởng kinh tế của châu Á, đồng thời thổi bùng lạm phát tại đây. Theo số liệu của Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF), chỉ trong hai tháng đầu năm, hoạt động thương mại trên kênh đào Suez đã giảm 50% so với cùng kỳ năm ngoái vì lưu lượng tàu thuyền đi qua kênh đào Suez đã giảm. Tính toán của EIU cho biết việc vận chuyển hàng hóa từ châu Âu sang Malaysia và Singapore hiện mất 56 ngày. Trước khi Houthi bắt đầu tấn công tàu hàng hồi tháng 11/2023, con số này chỉ là 32 ngày. Thời gian vận chuyển đến Trung Quốc tăng từ 42 lên 55 ngày. Do việc gián đoạn chuỗi cung ứng sẽ khiến các hãng sản xuất tìm lựa chọn khác gần với người tiêu dùng hơn, thay vì sử dụng chuỗi cung ứng "đang căng thẳng" tại châu Á.

Things to learn from event organizations

CAM LE

There are some notable events in the early months of 2024 that make us think and draw lessons for ourselves.

Firstly, even though it only lasted for 12 days with an investment of 300 million baht (estimated at 207 billion VND), the Bangkok Motor Show contributed the majority of the annual revenue for the event organizing company, amounting to over 500 million baht, accounting for 70% of the company's income. This shows how significant the revenue from BIMS can be.

Since its first organization in 1979, up to now, it has been 45 times, BIMS has

attracted

an average of over 1.3 million visitors. The past two years saw 1.6 million visitors and the trend is increasing. BIMS also reached the milestone of 2 million visitors in 1996.

Earlier, in early March, the Malaysia International Furniture Fair (MIFF), the largest furniture trade fair in Southeast Asia, had a great start with a record number of 714 exhibitors from 15 countries.

The four-day event, from March 1 to March 4, was organized by the Ministry of Agriculture and Commodities at the Malaysia International Trade and Exhibition Center here yesterday. MIFF plays an important role in facilitating trade and accessing new markets. According to the National Agricultural Commodities Policy 2030, the target value of wood and wood product exports is set at 28 billion RM in 2025 and 32.8 billion RM in 2030.



According to the figures released, the fair is expected to generate revenue of 1.3 billion USD. This is an extremely impressive figure considering that international trade in wood and wood products has been declining by 13.2%. This is also another record year for MIFF, as the organizing unit has expanded from 15 to 17 exhibition halls and the number of exhibitors has increased by 6% compared to last year.

The fair not only brings in substantial revenue but also helps Malaysian furniture businesses maintain competitiveness and leverage future trends to target the right consumer groups. It's worth noting that Malaysian furniture manufacturers have evolved from local companies to global exporters.

In 2024, the Vietnamese wood industry is intensifying its trade promotion activities, including organizing trade fairs to reach investors and businesses worldwide, as well as enhancing the value and image of the Vietnamese wood industry.

Organizing an event with the participation of exhibitors, international partners, and networking industry information can be considered a success, but generating significant revenue for the organizing unit is also one of the crucial factors to consider because it directly brings profits to all parties involved. 

Read fast

Vietnam and the United States cooperate to enhance capacity in combating illegal timber trade

After over 2 years of implementing the agreement with the United States on controlling the logging and illegal timber trade, Vietnam has proactively fulfilled many commitments such as reviewing and eliminating financial incentives for the wood processing industry, strengthening customs control and inspection of imported timber shipments to ensure the legality of the timber's origin...

Ms. Melissa Bishop, Acting Spokesperson of the U.S. Embassy in Vietnam, stated that the United States highly appreciates the agreement on controlling logging and illegal timber trade, as this is the United States' first trade agreement to promote sustainable development, serving as a model for U.S. cooperation with countries in the Asia-Pacific region and globally. "This agreement demonstrates the Vietnamese government's commitment to enhancing control over the origin and supply chain of timber, expanding export markets, improving forest management mechanisms, and addressing the issue of illegal logging and timber trade."

Research to support FDI businesses as global minimum tax is implemented

The Ministry of Finance is studying investment support policies for FDI businesses as Vietnam implements the global minimum tax from the beginning of this year. Vietnam has applied the global minimum tax since early 2024. The tax rate is 15% for multinational enterprises with consolidated total revenue of €750 million (approximately \$800 million USD) or more over the past four consecutive years. About 122 foreign-invested corporations are subject to this tax in Vietnam, according to tax authorities' review. There is a need for accompanying preferential policies and support to reassure foreign businesses in investing as the global minimum tax, previously recommended by experts to help Vietnam avoid the risk of foreign investors transferring capital and projects to other countries.

Vietnam has 752 ultra-rich individuals

According to Knight Frank's Prosperity Report (UK), the number of ultra-rich individuals in Vietnam in 2023 was 752, an increase of 2.4% compared to the previous year. In Southeast Asia, Vietnam's rate of ultra-rich individuals increased much higher than Thailand's 0.8% but lower than Malaysia's 4.3%, Indonesia's 4.2%, or Singapore's 4%. To be classified as ultra-rich, individuals must own assets worth \$30 million (about 740 billion VND) or more.

However, Knight Frank predicts that by 2028, Vietnam's ultra-rich population will reach 978 individuals, an increase of about 30% compared to 2023 and will be in the top 5 in the Asia-Pacific region, surpassing South Korea, Hong Kong, and Singapore.

The tension in the South China Sea threatens the Asian economy

According to the research firm EIU, tension in the South China Sea could reduce economic growth in Asia and fuel inflation in the region. According to data from the International Monetary Fund (IMF), trade activities through the Suez Canal decreased by 50% in just the first two months of the year compared to the same period last year due to reduced ship traffic. EIU's calculations show that shipping goods from Europe to Malaysia and Singapore now takes 56 days. Before the Houthi attacks on ships began in November 2023, this number was only 32 days. The shipping time to China has increased from 42 to 55 days. Disruptions in the supply chain will lead manufacturers to seek alternative options closer to consumers, rather than using the "strained" supply chain in Asia.

Ngành gỗ tạo ấn tượng với CÁC NHÀ ĐẦU TƯ

▼ HẠNH NGUYỄN

Những tháng đầu năm, xuất khẩu gỗ đã ghi nhận những tín hiệu tích cực. Tuy nhiên, vẫn còn rất nhiều những thách thức ở phía trước, và việc đẩy mạnh các hình thức xúc tiến thương mại là cách để ngành gỗ lấy lại đà tăng trưởng xuất khẩu trong năm 2024 và các năm tiếp theo.

Đến với Hội chợ Quốc tế Hàng phong cách ngoài trời tại Quy Nhơn 2024 (Q-Fair 2024) diễn ra tại Bình Định từ ngày 9 đến ngày 12/3, ông Simon Greenaway – Nhà thiết kế quốc tế - cho biết, "Mục tiêu của chúng tôi đến đây là để có thể nhìn thấy các sản phẩm, thiết kế, chất lượng, nguyên liệu sử dụng trong lĩnh vực đồ gỗ ngoài trời từ đó xem xét có thể làm gì để hợp tác với ngành gỗ Việt Nam và các nhà máy của Việt Nam".

"Chúng tôi rất ấn tượng bởi các thiết kế mới, sáng tạo hội tụ tại Hội chợ, đặc biệt là việc sử dụng pha trộn của nhiều nguyên liệu khác nhau trong cùng một sản phẩm. Đây cũng là điều mà những nhà thiết kế như chúng tôi rất quan tâm và thích thú, chúng tôi sẽ nghiên cứu để có thể cùng nhau hợp tác, phát triển", ông Simon Greenaway nhấn mạnh về khả năng hợp tác với ngành gỗ Việt Nam, sau khi đi tham quan Hội chợ, và đánh giá cao ngành gỗ Việt Nam, cũng như đặc biệt ấn tượng bởi kỹ thuật sản xuất của các doanh nghiệp gỗ Việt, đồng thời nhìn thấy khả năng phát triển mạnh mẽ và lâu dài của ngành gỗ Việt trong thời gian tới.

Là doanh nghiệp sản xuất và chế biến đồ gỗ nội thất và ngoại thất đáp ứng được những tiêu chuẩn chất lượng cao nhất cho thị trường

Việt Nam và xuất khẩu sang nhiều quốc gia khác, tham gia Q-Fair 2024, đại diện Công ty TNHH Hoàng Hưng (thành phố Quy Nhơn, Bình Định) cho hay, doanh nghiệp mong muốn tìm kiếm thêm các khách hàng quốc tế cũng như cùng với các Hiệp hội Gỗ Việt Nam tạo ra không khí sôi động cho ngành gỗ.

Theo một số tổ chức nghiên cứu quốc tế, thị trường đồ gỗ nội ngoại thất sẽ 644,10 tỷ USD vào năm 2030 và với tốc độ tăng trưởng kép là 5,7% trong giai đoạn 2022-2030, trong đó dự báo sự tăng trưởng khả quan của nhu cầu sử dụng đồ gỗ ngoài trời, xuất phát từ xu hướng người tiêu dùng thể giới ngày càng ưa chuộng các vật liệu có nguồn gốc tự nhiên, thân thiện với môi trường.

Riêng với độ nội thất, theo thông tin được công bố bởi tổ chức nghiên cứu tư vấn về thị trường nội thất và ngành công nghiệp CSIL (Center for Industrial Studies) trụ sở tại Milan (Italy), trong thập niên qua, Việt Nam đạt được "tăng trưởng ấn tượng" về thứ hạng trong ngành sản xuất đồ nội thất toàn cầu, từ hạng 13 vào năm 2014 lên hạng 6 năm ngoái, tính theo quy mô giá trị.

Bà Giovana Castellina - Giám đốc nghiên cứu đa khách hàng về nội thất tại CSIL đánh giá ngành nội thất Việt Nam khá linh hoạt, tăng trưởng nhanh hơn các nước khác trong 10 năm qua. "Ban đầu nơi đây chủ yếu cung cấp đồ ngoài trời nhưng giờ đã phát triển mạnh nội thất. Ví dụ, 25% sản phẩm

là đồ bọc nệm, chiếm đến 10% sản lượng đồ bọc nệm của châu Á - Thái Bình Dương", bà Giovana Castellina cho biết.

Hiện thị trường xuất khẩu đồ gỗ Việt đã được mở rộng đến 140 quốc gia và vùng lãnh thổ, các sản phẩm Việt Nam đang được khách quốc tế tin dùng. Theo số liệu của Cục Lâm nghiệp (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn), giá trị xuất khẩu gỗ và lâm sản năm 2023 đạt 14,47 tỷ USD, giảm 15,4% so với năm 2022.

Bước sang những tháng đầu năm, tình hình xuất khẩu gỗ và các sản phẩm gỗ đã ghi nhận nhiều tín hiệu khả quan. Theo số liệu của Tổng cục Hải quan Việt Nam, trị giá xuất khẩu gỗ và các sản phẩm gỗ của Việt Nam đạt 765,74 triệu USD vào tháng 2/2024, giảm 47,85% về trị giá so với tháng trước và giảm 13% về trị giá so với cùng tháng năm trước. Lũy kế 2 tháng đầu năm, Việt Nam đã xuất khẩu tổng 2,24 tỷ USD mặt hàng gỗ và các sản phẩm từ gỗ, tăng 33,04% so với cùng kỳ năm 2023 và chiếm tỷ trọng 3,78% trong tổng kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng của Việt Nam.

Dù đã có những tín hiệu tích cực nhưng năm 2024 được nhận định vẫn còn nhiều khó khăn do ảnh hưởng của các cuộc xung đột địa chính trị chưa có dấu hiệu hạ nhiệt, thiên tai, biến đổi khí hậu diễn biến phức tạp, khó lường, kinh tế thế giới còn gặp nhiều khó khăn, chuỗi cung còn bị đứt gãy, lạm phát tăng cao, người tiêu dùng tiếp tục thắt chặt chi tiêu cho các sản phẩm không thiết yếu nói chung, trong đó có gỗ và sản phẩm gỗ nói riêng.

Để lấy lại tăng trưởng xuất khẩu gỗ và lâm sản trong bối cảnh giá trị xuất khẩu lâm sản năm 2023 sụt giảm chưa

từng có trong lịch sử, ông Nguyễn Quốc Trị - Thứ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn – cho rằng, việc tổ chức các hội chợ, triển lãm ngành gỗ tại các trung tâm sản xuất đồ gỗ lớn nhất cả nước, với quy mô hàng nghìn gian hàng, thu hút hàng trăm nghìn khách hàng tham quan sẽ là kênh xúc tiến thương mại hiệu quả; tạo ra nhiều sự kết nối, giao lưu, hợp tác. Từ đó, giúp đưa hình ảnh gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam đến với các khách hàng trên toàn thế giới, thu hút khách hàng đến với gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam. Đồng thời, giúp ngành chế biến gỗ và lâm sản, lấy lại đà tăng trưởng trong năm 2024 và các năm tiếp theo, thực hiện thành công mục tiêu xuất khẩu 20 tỷ USD lâm sản vào năm 2025 của Đề án phát triển ngành công nghiệp chế biến gỗ bền vững, hiệu quả giai đoạn 2021 – 2030 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt.

"Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn với vai trò là cơ quan quản lý nhà nước về lĩnh vực lâm nghiệp, cam kết sẽ luôn đồng hành cùng các doanh nghiệp, các Hiệp hội", ông Nguyễn Quốc Trị nhấn mạnh. ▼



Wood industry makes an impression on investors

HANH NGUYEN

In the first months of the year, wood export recorded positive signs. However, there are still many challenges ahead, and strengthening trade promotion is the way for the wood industry to regain its export growth in 2024 and the following years.

Quy Nhon Outdoor Lifestyle Fair 2024 (Q-Fair 2024) took place in Binh Dinh from March 9 to 12, Mr. Simon Greenaway, an international designer said, "Our target here is to be able to see the products, designs, quality, raw materials used in the field of outdoor furniture and then we consider what can be done to cooperate with the Vietnamese wood industry and Vietnam's factories".

"We were very impressed by the new, innovative designs gathered at the Fair, especially the mixed use of many different materials in the same product. This is also a thing that designers like us are very interested in and pleasant, we will research so we can cooperate and develop together," Mr. Simon Greenaway emphasized the possibility of cooperation with the Vietnamese wood industry, after visiting the Fair, he highly appreciated Vietnam's wood industry, as well as were particularly impressed by the production techniques of Vietnamese wood businesses, and saw the possibility of strong and long-term development of Vietnam's wood industry next time.

As a manufacturing and processing enterprise of interior and exterior wooden furniture that meets the highest quality



standards for the Vietnamese market and exporting to many other countries, participates in Q-Fair 2024, a representative of Hoang Hung Co., Ltd (Quy Nhon City, Binh Dinh) said that his business wanted to find more international customers as well as worked with Vietnam Wood Associations to create a vibrant atmosphere for the wood industry.

According to some international research organizations, the market of interior and exterior wooden furniture will reach US\$644.10 billion by 2030 with a compound growth of 5.7% in the period 2022-2030, which is forecasted to have positive growth in demand for using outdoor wooden furniture, the trend of world consumers has been increasingly favoring materials from natural origin and environmentally friendly.

As for furniture, according to the published information by the Centre for Industrial Studies (CSIL), its headquarters in Milan (Italy), for the past decade, Vietnam has achieved an "impressive growth" in ranking in the manufacturing industry of global furniture, from ranking 13th in 2014 to the 6th last year, based on the value scale.

Ms. Giovana Castellina, Director of Multi-Client Furniture Research at CSIL assessed that Vietnam's furniture industry was quite flexible, and grew faster than other countries in the past 10 years. "Initially, Vietnam mainly provided outdoor furniture, but it has been developing strongly for interiors. For example, 25% of products are upholstery, accounting for 10% of Asia-Pacific's upholstery output," said Ms. Giovana Castellina.

Currently, the Vietnamese wooden furniture export market has been expanded to 140 countries and territories, and Vietnamese products are being trusted by international customers. According to data from the Department of Forestry (Ministry of Agriculture and Rural Development), the export value of wood and forest products in 2023 reached US\$14.47 billion, down 15.4% compared to 2022.

For the first months of the year, the export situation of wood and wood products has recorded many positive signs. According to the data from the General Department of Vietnam Customs, Vietnam's export value

of wood and wood products reached US\$765.74 million in February 2024, down 47.85% in value compared to the previous month and decreased by 47.85% in value compared to the previous month. 13% in value compared to the same month last year. Cumulatively in the first 2 months of the year, Vietnam has exported a total of US\$2.24 billion of wood and wood products, an increase of 33.04% over the same period in 2023 and accounted for 3.78% of the export quota of Vietnamese products.

Although there have been positive signs, 2024 is still considered to have many difficulties due to the impact of geopolitical conflicts that show no signs of cooling down, natural disasters and climate change are complicated to predict, the economy is still facing many difficulties, supply chains are still broken, inflation is high, consumers continue to tighten their spending on non-essential products in general, including wood and wood products. in particular.

To regain the growth in the wood and forest products export in the historically unprecedented decline in the export value of forest products in 2023, Mr. Nguyen Quoc Tri, Deputy Minister of Agriculture and Rural Development said that organizing wood industry fairs and exhibitions at the largest centers of manufacturing wooden furniture in the country, with thousands of booths, attracting hundreds of thousands of visitors would be an effective trade promotion channel which made more connections, exchanges and cooperation. From there, it helps bring the image of Vietnamese wood and wood products to customers around the world, attracting customers to Vietnamese wood and wood products. At the same time, helping the processing industry of wood and forest products regain its growth in 2024 and the following years, successfully implement the export target of US\$20 billion of forest products by 2025 under Project on developing sustainable and effective wood processing industry in the period 2021 - 2030 approved by the Prime Minister.

"The Ministry of Agriculture and Rural Development, as the State authorities in the forestry sector, is committed to accompanying businesses and associations," Mr. Nguyen Quoc Tri emphasized.



Phủ sóng hình ảnh gỗ Việt Nam ra thế giới

XUÂN LÂM

Quý của hội chợ ngành gỗ

Chỉ trong vòng chưa đầy một tháng kể từ sau tết Nguyên đán 2024 đến nay, đã diễn ra liên tiếp 3 hội chợ quốc tế trong ngành chế biến gỗ, nội thất là VIFA Expo 2024 (Hội chợ Quốc tế đồ gỗ mỹ nghệ xuất khẩu Việt Nam) và Hawa Expo 2024 (Hội chợ Xuất khẩu đồ gỗ và nội thất); Hội chợ Quốc tế hàng phong cách ngoài trời Quy Nhơn 2024 (Q-FAIR 2024).

Đáng chú ý, các hội chợ khác như Hawa Expo 2024, Hortex Vietnam 2024... đều ghi nhận sự mở rộng mạnh mẽ về quy mô. Trong đó, Q-FAIR 2024 được tổ chức tại thành phố Quy Nhơn (tỉnh Bình Định) với bãi biển tuyệt đẹp, đây là một sự kiện hội chợ triển lãm mới lạ, độc đáo quy tụ hơn 1.000 gian hàng của hơn 100 doanh nghiệp ngành gỗ liên quan đến các sản phẩm ngoại thất và phục vụ phong cách sống hiện đại, Q-FAIR 2024 không chỉ là nơi trưng bày sản phẩm và công nghệ, mà còn là nơi doanh nghiệp ngành gỗ cùng nhau xây dựng những cầu nối, tạo ra những mối liên kết quan trọng giữa doanh nghiệp, nhà sản xuất và đối tác mua hàng quốc tế.

Không chỉ là hàng trăm nghìn những cú nhấp chuột tìm kiếm, các hội chợ, triển lãm của ngành gỗ Việt Nam trong những tháng đầu năm 2024 thu hút hàng chục nghìn nhà đầu tư và khách tham quan gian hàng, và giúp ngành gỗ đạt được hiệu quả phủ sóng cao trên toàn thế giới.

Ông Đỗ Xuân Lập – Chủ tịch Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam – cho hay, Q-FAIR 2024 là viên gạch đầu tiên đặt nền móng cho sự kiện xúc tiến xuất khẩu đồ gỗ ngoài trời mang tầm quốc gia với đông đảo nhà mua hàng, khách tham dự quốc tế, góp phần xây dựng một điểm đến nổi tiếng trên thế giới về thương hiệu “Đồ gỗ Bình Định”, nơi ngành gỗ đóng vai trò là ngành công nghiệp chế biến chủ lực, xấp xỉ 1 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu trong năm 2023 và hướng tới đạt mốc giá trị xuất khẩu 2 tỷ USD vào năm 2030.

Với Hawa Expo 2024, quy mô năm nay đã mở rộng gấp 3 lần so với 2023, quy tụ hơn 500 doanh nghiệp triển lãm, trong đó hơn 80% là doanh nghiệp sản xuất trong nước, 20% còn lại bao gồm các doanh nghiệp sản xuất đồ gỗ và thủ công mỹ nghệ nổi bật ở khu vực ASEAN, đơn vị thiết kế, cung ứng nguyên vật liệu, phụ kiện, dịch vụ phụ trợ trong và ngoài nước, vốn là những mắt xích quan trọng để tạo ra chuỗi cung ứng bền vững của ngành, phục vụ cho nhu cầu của khách mua hàng. Chiến lược này sẽ được giữ vững và hướng tới nâng cao số lượng trong những năm tiếp theo.

Quy Nhơn, 09-12.03.2024



“Trong suốt chiến dịch, dù ở nền tảng trực tuyến hay trực tiếp, chúng tôi luôn giới thiệu đây là hội chợ tổ chức ở Việt Nam, ưu tiên hỗ trợ cho ngành sản xuất đồ gỗ nội thất và thủ công mỹ nghệ của Việt Nam. Bên cạnh đó, chúng tôi cũng chủ động phối hợp với doanh nghiệp để tuyển chọn những sản phẩm đặc sắc nhất, những bộ sưu tập mới nhất chứ không chỉ đa dạng sản phẩm có thể sản xuất. Như thế, thực tế mới phản ánh năng lực và tiềm lực của ngành với nhà mua hàng quốc tế thông qua hội chợ”, ông Nguyễn Quốc Khanh chia sẻ.

Theo ông Nguyễn Quốc Khanh - Chủ tịch HAWA, chủ tịch Viforest Fair, trưởng Ban tổ chức Hội chợ Hawa Expo 2024, có hai vấn đề chưa được chú tâm tháo gỡ ở các hoạt động hội chợ trước đây. Thứ nhất, tỷ lệ các doanh nghiệp triển lãm nước ngoài chiếm tỷ trọng cao trong hội chợ xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam tạo ra sự cạnh tranh trực tiếp về đơn hàng cho doanh nghiệp Việt trên chính sân nhà. Thứ hai, số lượng các doanh nghiệp đủ chuẩn triển lãm ngày càng gia tăng trong khi số lượng chỗ tại các hội chợ hạn chế và không tỉ lệ thuận với nhu cầu doanh nghiệp.

Hawa Expo tiên phong mở rộng quy mô hội chợ tại hai địa điểm và quán triệt chiến lược ưu tiên xúc tiến thương

mại
c h o
doanh nghiệp
ngành gỗ và thủ công
mỹ nghệ Việt Nam. Đồng
thời chọn lọc và mở rộng các nhóm
doanh nghiệp nổi bật ở các nước khu vực
ASEAN để khẳng định vị thế của ngành gỗ và
mỹ nghệ Việt Nam, đưa Việt Nam trở thành trung tâm
của khu vực ASEAN cho nhu cầu mua hàng của thế giới.

Gỗ và các sản phẩm từ gỗ là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực, đóng góp quan trọng cho kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Với vị thế là quốc gia xuất khẩu đồ gỗ hàng đầu thế giới, ngành gỗ Việt có thị trường xuất khẩu trải dài hơn 140 quốc gia, vùng lãnh thổ, và ngày càng thâm nhập sâu hơn vào các thị trường quan trọng như Hoa Kỳ, EU, Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc...

Hiệu quả cao, chi phí thấp

Ghi nhận tại các hội chợ, triển lãm đã diễn ra thời gian qua, có thể thấy hiệu quả rất lớn mang lại cho các doanh nghiệp tham gia hội chợ nói riêng, cho ngành sản xuất của Việt Nam nói chung.

Ngân sách cho chiến dịch quảng bá Hawa Expo toàn cầu năm nay tăng gấp 3. Hiệu quả tính đến hiện tại là hơn 4.000 lượt khách quốc tế đăng ký tham quan, và hơn 160.000 lượt tìm kiếm tìm hiểu chương trình từ 20 quốc gia xuất khẩu chính. Ghi nhận trong suốt 6 tháng quảng bá toàn cầu, hội chợ nói riêng và thương hiệu sản phẩm gỗ - nội thất Việt đã phủ sóng tại 100 quốc gia, xuất hiện trên hơn 15.000 bản tin bằng 20 ngoại ngữ tại tất cả nhóm báo chuyên ngành quốc tế, xuất hiện tại hơn 100 trang chủ và hàng loạt sự kiện quốc tế liên quan nổi bật. Liên kết chéo để quảng bá sản

phẩm và chương trình đến khách quốc tế thuộc nhiều ngành cũng là sự nỗ lực đáng kể trong công tác quảng bá năm nay.

Còn theo ông Đỗ Xuân Lập, Hội chợ Q-FAIR 2024 có quy mô 1.000 gian hàng với sự tham gia của hơn 100 doanh nghiệp đến từ các quốc gia, vùng lãnh thổ như: Trung Quốc, Pháp, Tây Ban Nha, Đài Loan (Trung Quốc), Malaysia và Việt Nam cùng đông đảo khách tham quan đến từ trong nước và quốc tế. Trong năm 2025, quy mô gian hàng được nâng lên 1.500 gian và tiếp tục mở rộng trong tương lai.

Năm 2023 đã đặt ra những thách thức không nhỏ cho ngành gỗ Việt Nam và cả thế giới bởi lạm phát cao, lãi suất cao, tăng trưởng kinh tế chậm lại tại các thị trường tiêu thụ lớn như Mỹ, EU, và Anh, sự cạnh tranh từ các thị trường trong khu vực và quốc tế, sự bất ổn của thị trường toàn cầu cũng tác động đến môi trường kinh doanh trong nước.

Điều này yêu cầu chúng ta phải nhanh chóng đổi mới, tối ưu hóa quy trình

sản xuất, nâng cao chất lượng, sự độc đáo của sản phẩm, sự linh hoạt, sáng tạo từ phía cộng đồng doanh nghiệp ngành gỗ nói riêng và hàng đồ gỗ ngoài trời xuất khẩu nói chung để thu hút khách hàng và củng cố vị thế ngành gỗ Việt trên thị trường quốc tế.

Ông Lê Minh Thiện - Phó Chủ tịch Hiệp Hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam, Chủ tịch Hiệp Hội Gỗ và Lâm sản Bình Định – cho hay, VIFA Expo 2024, Hawa Expo 2024, Q-FAIR 2024 nói riêng và các hội chợ, triển lãm ngành gỗ nói chung sẽ là kênh xúc tiến thương mại - xuất khẩu hiệu quả giúp các doanh nghiệp ngành gỗ có cơ hội giới thiệu, quảng bá sản phẩm, là điểm hẹn của sự sáng tạo, đổi mới để các doanh nghiệp có thể tận dụng cơ hội này tìm kiếm những giải pháp tích cực, kết nối với đối tác tiềm năng và cùng nhau đưa ngành công nghiệp gỗ của Việt Nam vươn tới những đỉnh cao mới, cùng nhau vượt qua mọi thách thức, xây dựng một ngành công nghiệp gỗ mạnh mẽ, chất lượng và có vị thế trên thị trường quốc tế. 



SẢN XUẤT TẠI VIỆT NAM



CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN BCA

Địa chỉ: Khu Phố Phước Hải, Phường Thái Hòa, Thị Xã Tân Uyên, Tỉnh Bình Dương
Đường dây nóng: 0274-3791688/788/988 FAX: 0274-3752557 <https://www.facebook.com/ctybca>



Covering the brand of Vietnamese wood to the world

Not only hundreds of thousands of search clicks, fairs and exhibitions of Vietnam's wood industry in the first months of 2024 attract tens of thousands of investors and booth visitors and help the wood industry achieve highly effective coverage all over the world.

A quarter of the wood industry fair

In less than a month from the Lunar New Year 2024 until now, there have been three consecutive international fairs in the wood processing and furniture industry, VIFA Expo 2024 (Vietnam International Furniture and Fine Arts Export Fair) and Hawa Expo 2024 (Ho Chi Minh Export Furniture Fair); Quy Nhon Outdoor Lifestyle Fair 2024 (Q-FAIR 2024).

Notably, the fairs such as Hawa Expo 2024, and Hortex Vietnam 2024, etc all are strongly expanded in scale. Among them, the Q-FAIR 2024 is held in Quy Nhon City (Binh Dinh province) with a beautiful beach, this is a new and unique fair gathering more than 1,000 booths of over 100 businesses in the wood industry related to exterior products and serving modern lifestyle, the Q-FAIR 2024 is not only a place to display products and technology but also a place where wood industry businesses together establish the connections, make important relationships between businesses, manufacturers and international purchasing partners.

Mr. Do Xuan Lap, Chairman of the Vietnam Timber and Forest Product Association said that the Q-FAIR 2024 was the first foundation for a national outdoor furniture export promotion with a large number of purchasers, and international visitors, contributing to building up a world-famous destination for the brand "Binh Dinh Wooden Furniture", where the wood industry plays a key role in processing industry, approximately US\$1 billion export turnover in 2023 and aims to reach the export value milestone of US\$2 billion in 2030.

XUAN LAM



With Hawa Expo 2024, this year's scale has expanded 3 times compared to 2023, gathering over 500 exhibitors, of which over 80% are domestic manufacturing enterprises, and the remaining 20% include domestic enterprises of prominent wooden furniture and handicraft production in the ASEAN region, design units, suppliers of raw materials, accessories, and support services at home and abroad, which are important links to create a sustainable supply chain of the industry, serving the needs of buyers. This strategy will be maintained and aimed at increasing the quantities in the following years.

"During the campaign, whether on online or direct platforms, we always introduce this fair held in Vietnam, giving priority to supporting the Vietnamese furniture and handicraft manufacturing industry. Besides, we also proactively coordinate with businesses to select the most unique products, and the newest collections, not only the variety of products that can be manufactured. Thus, the fact reflects the capacity and potential of the industry to international buyers through the fair", Mr. Nguyen Quoc Khanh shared.

LIVING GALLERY

According to Mr. Nguyen Quoc Khanh, Chairman of Handicraft and Wood Industry Association of Ho Chi Minh City (HAWA), Chairman of the Viforest Fair, and Head of the Organizing Committee of Hawa Expo 2024, two problems have not been resolved in previous fair activities. Firstly, the proportion of foreign exhibitors accounts for a high one in the Vietnam furniture export fair, which creates direct competition for orders for Vietnamese businesses on their home turf. Secondly, the number of qualified businesses to exhibit is increasing while the number of locations at fairs is limited and it doesn't meet the demand of enterprises.

Hawa Expo pioneered expanding the scale of the fair at two locations and thoroughly grasped the prioritized strategy of trade promotion for Vietnamese wood and handicraft enterprises. At the same time, selecting and expanding the outstanding business groups in ASEAN countries affirm the position of Vietnam's wood and fine arts industry, making Vietnam the center of the ASEAN region for the purchasing needs of the world.

Wood and wood products are one of the main export products, making an important contribution to Vietnam's export turnover. As the world's leading wooden furniture exporter, Vietnam's wood industry has an export market to over 140 countries and territories and is increasingly penetrating deeper into important markets such as the United States, the EU, South Korea, Japan, China, etc.

High efficiency, low cost

Recorded at the fairs and exhibitions that have taken place in recent times, we can see the great efficiency brought to businesses participating in the fairs in particular, and Vietnam's manufacturing industry in general.

The budget for the global Hawa Expo promotion campaign has tripled this year. The effectiveness to date is that over 4,000 international visitors registered to visit, and over 160,000 searches to learn about the program from 20 exporting countries. It was recorded that during 6 months of global promotion, the fair in particular and the Vietnamese wood and furniture product brand had coverage in 100 countries, appearing in over 15,000 news reports in 20 foreign languages in all specialized newspaper groups, appearing on over 100 homepages and a series of prominent international related events. Cross-linking to promote products and programs to international customers in many industries is also a significant effort in this year's promotion.

According to Mr. Do Xuan Lap, the Q-FAIR 2024 has a scale of 1,000 booths with the participation of over 100 businesses from countries and territories such as China, France, Spain and Taiwan (China), Malaysia, and Vietnam with a large number of domestic and international visitors. In 2025, the booth size will be increased to 1,500 booths and will continue to expand in the future.

The year 2023 has posed significant challenges for the Vietnamese wood industry and the whole world due to high inflation, high interest rates, slow economic growth in major consumer markets such as the US, EU, and UK, and competition from regional and international markets, the instability of global market also impacts the domestic business environment.

This requires us to innovate quickly, optimize production processes, and improve quality, product uniqueness, flexibility, and creativity from the wood industry business community in particular and the goods industry in particular, and outdoor wooden furniture for export in general to attract customers and strengthen the position of Vietnam's wood industry in the international market.

Mr. Le Minh Thien, Vice Chairman of Vietnam Timber and Forest Product Association and Chairman of Forest Products Association of Binh Dinh said that the VIFA Expo 2024, Hawa Expo 2024, Q-FAIR 2024 in particular and the fairs, exhibitions in the wood industry in general, will be an effective trade and export promotion channel to help wood industry businesses have the opportunity to introduce and promote their products, and be a meeting place for creativity and innovation so that businesses can take advantage of this opportunity to find positive solutions, connect with potential partners and together bring Vietnam's wood industry to new peak, overcome all challenges together, and build up a strong, qualified wood industry and has a position in the international market. **V**

Đưa khách quốc tế đến gần hơn với NGÀNH SẢN XUẤT GỖ VIỆT NAM

Đổi mới, triển khai đa dạng, linh hoạt các hình thức xúc tiến thương mại, sẽ góp phần quan trọng đưa khách quốc tế đến gần hơn với ngành sản xuất, xuất khẩu gỗ Việt Nam. Đó là những chia sẻ của ông Vũ Bá Phú - Cục trưởng Cục xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) - với Tạp chí Gỗ Việt xung quanh vấn đề này.

THANH HUYỀN



Ông Vũ Bá Phú - Cục trưởng Cục xúc tiến thương mại
(Bộ Công Thương)

Với những tín hiệu khá tích cực trong những tháng đầu năm 2024, ông đánh giá như thế nào về tiềm năng xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ trong năm nay?

Chế biến và xuất khẩu các sản phẩm gỗ đã và đang trở thành một ngành kinh tế quan trọng, chủ lực trong nền kinh tế của Việt Nam. Cùng với sự phát triển của đất nước, ngành chế biến gỗ đã đạt được những thành tựu to lớn cả về số lượng, chất lượng doanh nghiệp, về kim ngạch xuất khẩu và thị trường tiêu thụ sản phẩm. Mỗi năm, ngành gỗ Việt Nam xuất khẩu trung bình trên 10 tỷ USD, đưa Việt Nam đã trở thành nước xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ lớn thứ 5 thế giới, thứ hai châu Á và đứng đầu khu vực Đông Nam Á.

Ghi dấu ấn từ các sản phẩm nguyên liệu đầu vào cho các ngành chế biến, xây dựng đến sản phẩm có tính hoàn thiện cao, thị trường xuất khẩu đồ gỗ Việt đã được mở rộng đến 140 quốc gia và vùng lãnh thổ.

Đặc biệt, sau những khó khăn của năm 2022, 2023, bước sang 2 tháng đầu năm 2024, ngành gỗ Việt Nam có những dấu hiệu rất tích cực. Trong đó, giá trị kim ngạch xuất khẩu gỗ 2 tháng đầu năm đã đạt được mức tăng trưởng 44% so với cùng kỳ năm trước. Đây là một tỷ lệ tăng trưởng rất khả quan.

Trong năm 2024, cùng với tình hình kinh tế thế giới có nhiều tín hiệu khả quan và được cải thiện hơn, dự báo thị trường đồ gỗ trên toàn thế giới cũng sẽ được cải thiện.

Theo đó, khủng hoảng kinh tế, lạm phát tại nhiều nước trên thế giới cũng đã kiểm soát được bước đầu; lượng hàng hóa tồn kho về đồ gỗ đã giảm xuống mức đáy vào cuối năm 2023 và đầu năm

2024. Do đó, năm 2024, thị trường tiêu thụ đồ gỗ của Việt Nam sẽ nhập khẩu trở lại.

Các thị trường nhập khẩu đồ gỗ chủ lực của Việt Nam cũng đã ghi nhận những tín hiệu bước đầu trong tăng trưởng kinh tế. Do đó, nhu cầu sẽ tăng, người dân cũng sẽ mua nhiều hơn các sản phẩm đồ gỗ Việt Nam.

Rõ ràng, các tín hiệu thị trường là khá tích cực, tuy nhiên, theo phản ánh của các doanh nghiệp, xuất khẩu hiện nay vẫn đang đối diện với nhiều khó khăn do giá cước vận tải tăng, khủng hoảng địa chính trị chưa kết thúc. Giải pháp đặt ra là gì để thúc đẩy xuất khẩu, thưa ông?

Trong bối cảnh này, chúng ta cần đẩy mạnh hơn nữa các hoạt động xúc tiến xuất khẩu. Hiện Việt Nam đã trở thành quốc gia đứng thứ 5 về xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ. Chúng ta có năng lực và tiềm năng để có thể vươn lên vị trí thứ 2, thứ 3 về xuất khẩu gỗ trên thế giới. Do đó, cần phải quảng bá mạnh mẽ hơn nữa thương hiệu gỗ Việt ra thị trường thế giới.

Việc này cần được tiến hành thông qua các hội chợ, triển lãm trong nước và quốc tế. Từ đầu năm đến nay, các Hiệp hội ngành gỗ đã tổ chức được rất nhiều các hoạt động có ý nghĩa, thiết thực và hiệu quả. Cụ thể là mới đây nhất, 2 hội chợ gồm Hawa Expo 2024 (Hội chợ Xuất khẩu đồ gỗ và nội thất); Hội chợ Quốc tế hàng phong cách ngoài trời Quy Nhơn 2024 (Q-FAIR 2024)



với quy mô hoành tráng, tổ chức bài bản, chuyên nghiệp, đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế sẽ góp phần thu hút đông các nhà mua hàng quốc tế đến tham quan, khảo sát... và ký kết đơn hàng. Trong năm 2024 và trong thời gian tới, cần đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến xuất khẩu theo hình thức này

Tôi cho rằng, hoạt động xúc tiến xuất khẩu ngay tại các địa phương sẽ có hiệu quả hơn so với việc chúng ta đi ra nước ngoài để tìm kiếm đối tác. Bởi khi chúng ta đón khách quốc tế tại ngay thị trường Việt Nam, chúng ta có thể mời khách hàng quốc tế đi thăm dây chuyền sản xuất, cách quản lý hiện đại, bền vững của doanh nghiệp trong ngành gỗ. Việc này sẽ để lại lòng tin, sự thiện cảm rất lớn đối với các nhà mua hàng quốc tế.

Về lâu dài, theo ông, ngành gỗ cần làm gì để vươn xa và nâng tầm trên thị trường quốc tế?

Bên cạnh yếu tố về giá cả, chất lượng sản phẩm và thời gian giao hàng, xanh hóa và phát triển bền vững là những tiêu chí cạnh tranh mà các thị trường lớn như Mỹ, EU, Nhật Bản... yêu cầu ở các nhà cung cấp.

Do đó, trong trung hạn và dài hạn, ngành gỗ cần đảm bảo phát triển bền vững gắn với tiêu chuẩn xanh, tiêu chuẩn bền vững của các thị trường nhập khẩu. Việc đổi mới dây chuyền công nghệ hiện đại, chuyển đổi xanh đi đôi với chuyển đổi số để từ đó doanh nghiệp có thể giảm được chi phí, nâng cao năng lực cạnh tranh cũng như đáp ứng được các yêu cầu khắt khe từ các thị trường nhập khẩu.

Ngoài ra, doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam muốn tồn tại phải thực sự chủ động nắm bắt thông tin, am hiểu thị trường và hoạt động xúc tiến thương mại là một trong những cách thức hữu hiệu hỗ trợ doanh nghiệp thâm nhập thị trường trực tiếp nhất.

Xin cảm ơn ông! ▣

BRINGING INTERNATIONAL VISITORS CLOSER TO VIETNAM'S WOOD PRODUCTION INDUSTRY

Innovating and deploying diversified and flexible ways of trade promotion will make an important contribution to bringing international visitors closer to Vietnam's wood production and export industry. Those are the shares of Mr. Director General of the Vietnam Trade Promotion Agency under Ministry of Industry and Trade with Go Viet Magazine about this issue.

THANH HUYEN

With quite positive signs in the first months of 2024, how do you assess the potential for exporting wood and wood products this year?

Processing and exporting wood products have become an important and key economic sector in Vietnam's economy. Along with the country's development, the wood processing industry has gained great achievements in terms of business quantity and quality, export turnover, and product consumption markets. Each year, Vietnam's wood industry exports an average of over US\$10 billion, which has made Vietnam the 5th largest exporter of wood and wood products in the world, the second one in Asia, and the first one in Southeast Asia.

Making its mark from input materials for the processing and construction industries to highly finished products, the Vietnamese wooden furniture export market has expanded to 140 countries and territories.

In particular, after the difficulties of 2022 and 2023, until the first 2 months of 2024, Vietnam's wood industry has very positive signs. In particular, the value of wood export turnover in the first 2 months of the year achieved a growth of 44% compared to the same period last year. This is a very positive growth rate.

In 2024, along with the world economic situation showing more positive and improving signs, the forecast for the worldwide wooden furniture market will also be

improved.

Accordingly, the economic crisis and inflation in many countries around the world have also been initially controlled; The amount of wooden furniture inventory has dropped to the bottom at the end of 2023 and early 2024. Therefore, in 2024, Vietnam's wooden furniture consumption market will import again.

Vietnam's main wooden furniture import markets have also recorded the initial signs of economic growth. Therefore, demand will increase, and people will also buy more Vietnamese wood products.

Market signals are quite positive, however, according to businesses, exports are still facing many difficulties because of increased transport costs and the geopolitical crisis has not ended yet. Which solutions are given to promote export, sir?

In this context, we need to further strengthen export promotion. Currently, Vietnam has become the 5th country in exporting wood and wood products. We have the capacity and potential to the 2nd and 3rd position in wood export in the world. Therefore, it is necessary to promote the Vietnamese wood brand to the international market strongly.

It is necessary to be done through domestic and international fairs and exhibitions. From the beginning of the year until now, Wood Industry Associations have organized many meaningful, practical, and effective activities. Specifically, most recently, two fairs include Hawa Expo 2024 (Furniture Export

Fair); and Quy Nhon Outdoor Lifestyle Fair 2024 (Q-FAIR 2024) with a grand scale, methodical, and professional organization, meeting international standards will contribute to attracting a large number of international buyers to visit, survey, etc and sign orders. In 2024 and in the coming time, it is necessary to promote export promotion in this way.

I think that export promotion to the locals will be more effective than going abroad to find partners. When we welcome international guests in the Vietnamese market, we can invite international customers to visit the production line and the modern and sustainable management of businesses in the wood industry. This will get great trust and sympathy from international buyers.

In the long term, in your opinion, what does the wood industry need to do to reach out and improve in the international market?

Besides price, product quality, and delivery time, greening and sustainable development are competitive criteria that major markets such as the US, EU, Japan, etc require from suppliers.

Therefore, in the medium and long term, the wood industry needs to ensure sustainable development associated with green and sustainable standards of import markets. Innovating modern technology lines and green transformation go hand in hand with digital transformation so that businesses can reduce their costs, improve competitiveness as well as meet strict requirements from import markets.

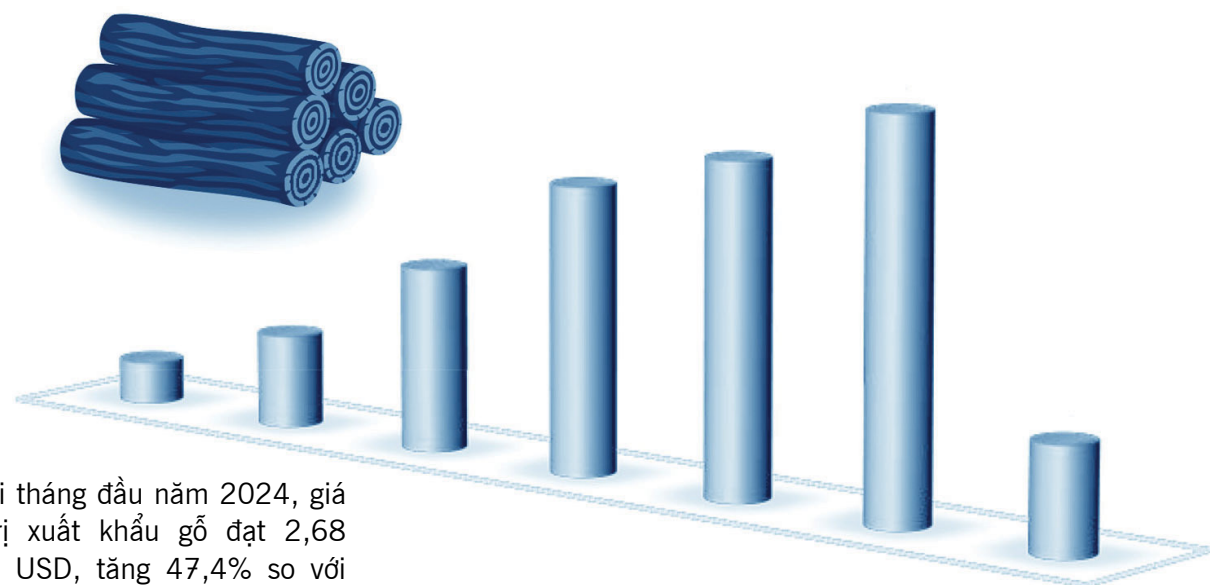
In addition, Vietnamese export businesses that want to survive must proactively capture information and understand the market, and trade promotion is one of the effective ways to support businesses in penetrating the most direct market.

Thank you!



NGÀNH GỖ THÍCH ỨNG VỚI BIẾN ĐỔI CỦA THỊ TRƯỜNG

▼ **UYỄN MY**



Hai tháng đầu năm 2024, giá trị xuất khẩu gỗ đạt 2,68 tỷ USD, tăng 47,4% so với cùng thời điểm năm ngoái. Ngành gỗ còn đón nhận tín hiệu lạc quan khi một số doanh nghiệp đã có đơn hàng đến đầu quý 2, trong đó, thị trường Bắc Mỹ có nhiều tiềm năng.

Đón nhận tín hiệu một cách tích cực, ông Nguyễn Quốc Khanh, Chủ tịch Hiệp hội chế biến gỗ thành phố Hồ Chí Minh, cho biết, đây là cú hích quan trọng đối với các doanh nghiệp chế biến gỗ xuất khẩu, khi thị trường đang phục hồi khá mạnh mẽ, nhiều doanh nghiệp phục hồi đơn hàng đến 90%.

Các thị trường xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ trong tháng các tháng đầu năm vẫn là Mỹ, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc và EU. Riêng tại thị trường châu Âu, Hà Lan bắt đầu là nước tăng nhập khẩu gỗ lên gấp đôi.

Số liệu từ Tổng cục Hải quan, trong tháng 1/2024, xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam sang Hà Lan ước đạt 9,2 triệu USD, tăng 5,1% so với tháng 12/2023 và tăng tới 93,8% so với tháng 1/2023.

Theo ông Khanh, do việc thiếu nguồn nhiên liệu nhập khẩu từ Nga nên Hà Lan đang có nhu cầu gia tăng nhập khẩu gỗ viên nén từ nhiều nước, trong đó có Việt Nam. Hà Lan hiện là một trong các thị trường nhập khẩu gỗ lớn của Việt Nam trong EU.

Tuy nhiên, Hà Lan cũng là thị trường khó tính, có nhiều quy định, tiêu chuẩn cao đối với hàng hóa. Do đó, để đẩy mạnh xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ vào thị trường này thì việc đáp ứng tiêu chuẩn lại càng hết sức quan trọng.

Dù ngành gỗ đã đạt được giá trị tăng trưởng cao nhưng theo các chuyên gia, thị trường vẫn còn khó đoán định do ngành gỗ vẫn đối mặt với một số rủi ro. Ở thời điểm hiện tại, nhiều doanh nghiệp vẫn đang tìm hiểu, đánh giá thực tế nhu cầu thị trường. Dự báo, phải sau tháng 6, bức tranh xuất khẩu toàn ngành gỗ mới rõ nét hơn.

Ông Đỗ Xuân Lập, Chủ tịch Hiệp hội gỗ và lâm sản Việt Nam, nhận diện những thách thức mà ngành gỗ phải đối mặt trong năm 2024 về cơ bản vẫn là các quy định về nguồn gốc gỗ nguyên liệu ngày càng chặt chẽ, chính sách phòng vệ thương mại của Mỹ đang sửa đổi, bổ sung tổng



cộng 22 nội dung liên quan một số quy định trong điều tra chống bán phá giá và chống trợ cấp, bao gồm cả những cách xác định một số trợ cấp mới như bảo hiểm xuất khẩu, xóa nợ và thuế trực tiếp... sẽ ảnh hưởng đến các doanh nghiệp gỗ trong nước.

"Riêng với thị trường Mỹ, lượng tồn kho các mặt hàng còn nhiều, cộng với những diễn biến chính trị khó lường khiến cho công tác dự báo càng khó khăn hơn", ông Lập nhấn mạnh.

Đồng tình với các dự báo này, ông Nguyễn Quốc Trị, Thứ trưởng Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn cho biết, ngành gỗ đang chịu áp lực lớn về chi phí logistics bởi những xung đột địa chính trị trên thế giới từ 1.000 USD lên tới hơn 6.800 USD. Trong khi giá gỗ nguyên liệu và vật tư sản xuất đầu vào cũng đều tăng rất cao.

"Đây là những khó khăn cực kỳ cơ bản và ngành gỗ cần phải bàn lại để phát triển nguồn cung trong nước", Thứ trưởng Trị nhấn mạnh. Cũng theo ông Trị, để giải quyết những vấn đề này, các Hiệp hội ngành gỗ và doanh nghiệp phải thống nhất quan điểm đó là để nâng cao giá trị sản phẩm thì phải tích hợp đầy đủ giá trị của sản phẩm đó. Hiện các doanh nghiệp chế

biến gỗ chưa phải thực hiện đo đếm lượng phát thải khí carbon nhưng sẽ phải làm sớm trong tương lai không xa, để làm sao giảm phát thải nhiều nhất và mang lại giá trị cao nhất.

Nhưng nhìn chung, các chuyên gia đều cho rằng, năm 2024 sẽ có những cơ hội thuận lợi hơn để các doanh nghiệp gỗ Việt Nam mở rộng, phát triển thị phần, vươn mạnh ra thị trường thế giới. Đồng thời, thị trường nội địa cũng là thị trường tiềm năng, tạo lợi thế cạnh tranh cho ngành công nghiệp chế biến gỗ nước ta tiếp tục phát triển.

Tuy nhiên, để tận dụng được các cơ hội đó, ông Đỗ Xuân Lập cho biết, Hiệp hội và các doanh nghiệp trong ngành đề nghị Bộ Công thương, Bộ Nông nghiệp cùng các bộ ngành liên quan tiếp tục hỗ trợ giới thiệu, quảng bá các hội chợ, hình ảnh ngành gỗ Việt tại các thị trường lớn.

Với tình hình khó khăn về thị trường xuất khẩu, các rào cản thương mại, biện pháp phòng vệ thương mại tại các thị trường xuất khẩu. Doanh nghiệp ngành gỗ đã và đang tích cực nỗ lực để hoạt động ổn định, hướng tới ngành gỗ phát triển bền vững, thích ứng với các biến đổi của thị trường", ông Lập nhận định.

Đồng thời, đưa ngành gỗ hướng tới phát triển xanh, khuyến khích các doanh nghiệp thực hiện kiểm kê khí nhà kính để giảm phát thải carbon, hướng tới việc gắn nhãn carbon vào sản phẩm gỗ Việt, đây được coi là điểm cộng nhận diện và thúc đẩy mạnh mẽ thương hiệu Gỗ Việt. ▼



Sự xa xỉ từ TÂM



Ông Nguyễn Chánh Phương

PHÓ CT HỘI MỸ NGHỆ VÀ CHẾ BIẾN GỖ
TP. HỒ CHÍ MINH (HAWA)

“Nhặt lại sự xa xỉ” (luxury offcut) và tổng hòa lại để tạo ra một không gian ngoại thất ngoài trời, đó là chủ đề chính của thiết kế “GOA AA”, đã để lại ấn tượng mạnh mẽ đối với tất cả những ai tham dự Hội chợ Q-Fair 2024. Điều xa xỉ nhất ở thiết kế này chính là thuyết phục khách hàng quốc tế rằng nó được sáng tạo dành riêng cho họ, đó là một phần của ý tưởng mà Kiến trúc sư Nguyễn Chánh Phương – Phó chủ tịch Hội Mỹ nghệ và Chế biến gỗ thành phố Hồ Chí Minh (HAWA), và cũng là Phó Tổng giám đốc AA Corporation chia sẻ với Tạp chí Gỗ Việt bên lề Hội chợ Q-Fair 2024.

HÀ ANH

Không chỉ nổi bật về thiết kế, gian hàng của AA Corporation tại Hội chợ Q-Fair 2024 còn hút khách hàng bởi các sản phẩm được làm từ các nguyên liệu thân thiện với môi trường và có ý nghĩa xã hội rất lớn, đâu là lý do đưa ra những ý tưởng này, thưa ông?

Ý tưởng để thiết kế và lên kế hoạch cho bộ sản phẩm tham dự Hội chợ Q-Fair 2024 được bắt đầu từ thời gian Covid-19. Như chúng ta đã biết, sau thời điểm Covid-19, tại EU và Hoa Kỳ, xu thế sống ngoài trời rất nhiều. Việt Nam là ‘thủ phủ’ làm hàng ngoài trời, nhưng chúng ta chủ yếu làm gia công, ít ai có thể phát triển được dòng hàng ngoài trời có tính chất đặc biệt.

Sau Covid-19, nhiều hãng nội thất nổi tiếng trên thế giới nếu như trước đây chỉ làm hàng trong nhà thì họ chuyển sang làm hàng ngoài trời. Nếu trước đây, nhiều người nghĩ rằng đồ ngoài trời là các sản phẩm tạm bợ, rẻ tiền, sử dụng 1-2 năm

hỏng thì bỏ, nhưng xu thế bây giờ họ không làm như vậy. Họ đưa sự xa xỉ ra ngoài trời. Nhưng đôi khi mà sự xa xỉ của các hãng châu Âu hơi quá.

AA Corporation cũng đi vào hướng đó. Đó là xu hướng “Living lifestyle” (tạm dịch là sống phong cách) nhưng có sự khác biệt. Bởi chúng tôi cho rằng, đã ra ngoài trời thì phải có sự thân thiện, sẽ vẫn là xa xỉ (luxury) nhưng cùng với đó là sự tinh tế và gần gũi.

Thứ hai, hiện đang có xu thế sử dụng vật liệu tự nhiên (tre, mây,...) và tái chế. Trong đó, với nguyên vật liệu tự nhiên, châu Á nói chung và Việt Nam nói riêng có sức hấp dẫn rất lớn với người châu Âu, nhất là các sản phẩm thủ công sử dụng nguyên liệu tự nhiên, phát triển nhanh bền vững.

Thứ ba, những năm gần đây, chúng ta nói nhiều đến xu hướng recycal (tái chế), tức là họ không muốn bỏ bất cứ vật liệu thừa, các hãng trên thế



giới họ cũng làm như vậy. IKEA là hãng nói về recycal rất nhiều nhưng bản thân sản phẩm của IKEA người tiêu dùng sử dụng rất nhanh và được ví giống như đồ “mì ăn liền”. Nhưng chúng tôi nghĩ khác, recycal phải được bắt đầu từ chính trong nhà máy của mình.

Tổng hợp từ 3 yếu tố: lối sống ngoài trời; sử dụng vật liệu tự nhiên và recycal đã tạo ra ‘GOA AA’.

Tuy nhiên, đây chỉ là ý tưởng, từ ý tưởng đến khi bắt tay vào thực hiện là không dễ. Đầu tiên là từ thiết kế, từ cảm hứng của mình và đích thân chủ tịch của AA đã phác thảo lên các thiết kế.

Bên cạnh đó, việc cộng nhiều yếu tố vật liệu trong một sản phẩm, việc tìm kiếm nguyên liệu cũng là cả một hành trình.

Chưa kể đến việc người công nhân họ quen làm với 1 loại vật liệu, do đó người kiến trúc sư phải đào tạo công nhân rất nhiều.

Và khi tổng hòa lại, chúng tôi sẽ tạo ra một không gian nội thất chứ không chỉ bán riêng một cái bàn hay một cái ghế. Cần tổng hợp rất nhiều yếu tố để đi vào được 1 thương hiệu và concep để tiếp thị tại Hội chợ Q-Fair 2024 đó là ‘nhặt lại sự xa xỉ’ - (luxury offcut) (offcut trong ngành gỗ đó là những cái thừa)

Những xa xỉ mà bỏ đi, đó là rác, nhưng chúng ta nhặt lại và làm lại cho nó một đời sống mới, giống như sau Covid-19 chúng ta hay nói đến khái niệm “Bình thường mới”.

Đây là câu chuyện về ý tưởng và thiết kế, nhưng câu chuyện về nguyên vật liệu tự nhiên hay tái chế để có thể sản xuất số lượng đáp ứng được nhu cầu của khách hàng rõ ràng không dễ kiếm, ông bình luận gì về điều này?

Khi làm số lượng nhiều và ít đôi khi là 2 phạm trù khác nhau. Theo quan điểm của AA Corporation - một đơn vị sản xuất lớn - thì việc tổ chức sản xuất lớn sẽ dễ hơn. Việc làm số lượng ít sẽ rất mất công và sẽ đội giá thành lên cao. Khi chúng ta làm lớn rồi thì trong mỗi bộ máy doanh nghiệp sẽ có bộ phận quản trị chuỗi cung ứng để có thể điều phối, phát hiện cũng như phát triển. Và thế mạnh của AA là chúng tôi có bộ phận thiết kế, có bộ phận quản trị chuỗi cung ứng, có xưởng sản xuất ngay trong AA, cộng với sự kết hợp của rất nhiều vệ tinh, đặc biệt là các làng nghề, nghệ nhân.

Trong mỗi bộ phận họ sẽ lo 1 khâu. Bộ 3 này kết hợp là khó chứ không dễ. Nhưng khi chúng ta làm chủ được chuỗi này thì công việc kinh doanh sẽ dễ dàng.

Câu hỏi đặt ra là nếu như chuỗi cung ứng này có vấn đề thì sao. Điểm AA mạnh nhất đó là thiết kế, do đó, chúng tôi sẽ chủ động thay thế các vật liệu. Chúng tôi vẫn đảm bảo nguyên tắc đó là sự tinh tế của thiết kế, sự bền vững của thiết kế, nhưng cũng có thể linh hoạt trong việc lựa chọn nguyên vật liệu thay thế, cũng như nhiều yếu tố khác. Bởi khi nắm được thiết kế, chúng ta không chỉ tạo ra được cái đẹp mà còn tạo ra được sự linh hoạt.

Đến với Hội chợ, doanh nghiệp mang đến bao nhiêu sản phẩm mới và ghi nhận sự đón nhận của khách hàng ra sao, nhất là các sản phẩm thân thiện với môi trường cũng như mang lại những tác động xã hội, thưa ông?

Đối với những hội chợ, đầu tiên, khách hàng đi hội chợ họ kỳ vọng thấy những cái gì đó mới. Đây là cảm giác rất quan trọng. Nếu là những gì quen mắt, đây sẽ không phải là điểm thu hút.

Do đó, đến với các Hội chợ, bản thân AA bao giờ cũng phải có các thiết kế mới, bắt mắt. Các thiết kế mới này phải bắt đầu và phải có cảm hứng từ những câu chuyện thực sự có. Tuy nhiên, có đôi khi, có nhiều nhà thiết kế bí quá, thiết kế xong rồi bịa ra câu chuyện. Chúng tôi không như vậy. Và như tôi chia sẻ, những cảm hứng sản phẩm đến với Hội chợ lần này được bắt nguồn từ sau Covid-19 và thậm chí là từ trong Covid-19

Như chúng ta đã biết, Covid-19 có 2 mùa, mùa đầu mọi người đang bán thắng lợi cả đồ ngoài trời và trong nhà.

Bước sang mùa Covid thứ 2 mới bắt đầu cho câu chuyện thị trường hospitality phát triển mạnh hơn hàng home. Trong đó, thị trường hospitality luôn cần những gì đó mới lạ. Những yêu cầu của thị trường, cộng với những cảm hứng từ việc nhìn thấy, theo dõi thị trường, chủ tịch của AA đã phát thảo thiết kế và ra đề bài cho cả Team từ thiết kế, sản xuất cũng như phối hợp làm việc với các nghệ nhân làng nghề.

Chúng tôi vẫn còn nợ họ. Bởi khi họ làm dự án này, chúng tôi cũng hứa sẽ cố gắng bán cho tốt để AA đặt hàng và để họ có công ăn việc làm. Việc này sẽ đem lại niềm vui cho cả 1 chuỗi.

Rõ ràng, đi ra hội chợ thì cần yếu tố mới, cần câu chuyện để kể. Khách hàng đi qua đi lại, hàng hóa thì rất nhiều, vậy cái gì là khác biệt, để chỉ cần 3 - 5 phút họ hiểu. Nếu câu chuyện không nổi bật lên được thì họ cũng sẽ đi mất.

Trong hội chợ lần này, do những yếu tố khách quan nên chưa có nhiều khách hàng nước ngoài đến, nhưng người dân địa phương Bình Định họ đi qua và nói rằng hình như khu gian hàng này là của nước ngoài. Đó cũng là những cảm giác mà chúng tôi mong muốn và đạt được.

Chúng tôi nhìn thấy rằng, những sản phẩm này gần gũi với phương Tây. Khách hàng phương Tây khi tham quan họ cũng rất thích. Toàn bộ gian hàng dựng lên một ngày và tháo đi cũng chỉ nửa ngày, không có bất cứ yếu tố gì tác động lên môi trường, đây là những điểm cộng rất lớn cho khách hàng trong và ngoài nước.

Bên cạnh 3 lý do chính như ông chia sẻ gồm: lối sống ngoài trời; sử dụng vật liệu tự nhiên và tái chế, còn lý do gì khác không thưa ông?

Chuyện này là đi theo xu thế giảm phát thải, thậm chí là đi tiên phong. Giảm phát thải một mặt nói về tuân thủ thì chúng ta cần phải có cả một hệ thống để đo đếm.

Thực sự, AA vẫn đang chưa có hệ thống đó. Các thiết kế của chúng tôi mới đang từ cái tâm của doanh nghiệp. Để chứng minh với đối tác nhà mua hàng là doanh nghiệp giảm phát thải thì cần xây dựng một hệ thống đo đạc, làm hồ sơ cho từng sản phẩm để giới thiệu cho khách hàng biết.

Ở AA có chứng chỉ FSC, tuy nhiên, trong này có nhiều vật liệu chưa phải là FSC, ví dụ như tre, mây. Những nguyên liệu tái chế chúng tôi đo được COC trong nhà máy, nhưng có được FSC hay không thì còn nhiều vấn đề.

Tuy nhiên, ít nhất chúng tôi phải viết xuống và ghi lại tất cả những gì đang làm, và người khách hàng sẽ nhìn thấy và họ có niềm tin.

Còn việc giảm phát thải toàn bộ, đây là câu chuyện quản trị mà một mình doanh nghiệp không làm được. Ở đây là cả 1 hệ thống công nhận của các đơn vị hữu quan.

Nên với AA, ở đây có 2 mặt. Theo đó, câu chuyện của AA không chỉ là kinh doanh sản phẩm, bởi khi rất nhiều khách hàng muốn mua các sản phẩm này thì sẽ giúp truyền cảm hứng cho các doanh nghiệp còn lại và rất có thể sẽ tạo cảm hứng cho việc nhà nước nhanh chóng 'xuống' chính sách.

Chúng ta phải thẳng thắn và trung thực trong những chuyện như vậy chứ không chỉ làm hình ảnh. Tất nhiên, doanh nghiệp phải làm hình ảnh thì mới bán được hàng.

Xin cảm ơn ông!



“

Ghế được làm từ 2 chất liệu chính gồm kim loại và giấy tái chế. Để sản xuất ra được một chiếc ghế, các nghệ nhân phải mất 2 tuần. Giấy không phải cứ đắp vào là được mà là cả một kỹ thuật để tạo ra được sản phẩm vừa có tính thẩm mỹ cao, bảo vệ môi trường và mang cả các yếu tố xã hội.

Hay với bàn làm việc được ghép từ nhiều phần gỗ thừa. Việc sử dụng công nghệ sản xuất sẽ tạo ra mỗi chiếc bàn có một kiểu hoa văn khác nhau, góp phần giảm phát thải của hệ sinh thái. Vỏ hộp sữa cũng được đưa vào tái chế để tạo ra các sản phẩm thân thiện môi trường. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng đưa vào các vật liệu thân thiện với môi trường trong thiết kế nhà như tre biển tính.

Tất cả các sản phẩm được hội tụ trong ngôi nhà GOA tại Q-Fair 2024 diễn ra tại Bình Định từ ngày 9 đến ngày 12/3 đều hướng đến 'nhặt lại sự xa xỉ' (luxury offcut).

Tiên phong trong sản xuất các sản phẩm xa xỉ mang giá trị nhân văn, giá trị cho cộng đồng, hướng đến tiêu dùng có trách nhiệm, AA đã đón nhận nhưng tín hiệu tích cực khi ngay tại Hội chợ, các khách hàng quốc tế và cả trong nước rất hứng thú với các sản phẩm của doanh nghiệp và lên kế hoạch đặt hàng.

”

LUXURY FROM THE HEART



Architect Nguyen Chanh Phuong
Vice President of Handicraft and Wood
Industry Association of
Ho Chi Minh City (HAWA)

“Luxury offcut” and combination to create an outdoor exterior space, which is the main theme of the “GOA AA” design, which has left a strong impression on all attendants of Quy Nhon Outdoor Lifestyle Fair 2024 (Q-Fair 2024). The most luxurious thing about this design is convincing international customers that it was created just for them, which is a part of the idea that Architect Nguyen Chanh Phuong, Vice President of Handicraft and Wood Industry Association of Ho Chi Minh City (HAWA), and also Deputy General Director of AA Corporation shared with Go Viet Magazine on the sidelines of the Q-Fair 2024.

HA ANH

It not only stands out in design, AA Corporation's booth at the Q-Fair 2024 but also attracts customers because its products are made from environmentally friendly materials and have great social significance. What is the reason for these ideas, sir?

The idea to design and plan the product set to attend the Q-Fair 2024 started the Covid-19 period. As we know, after

Covid-19, in the EU and the US, there is a strong trend of living outdoors. Vietnam is the 'capital' of outdoor goods, but we mainly do outsourcing, and few people can develop special outdoor goods.

After Covid-19, many famous furniture companies in the world, if they only made indoor products before, they have recently transferred to make outdoor products. In the past, many people thought that outdoor furniture was temporary, cheap products that could be discarded after 1-2 years of use, but the current trend isn't like that. They take luxury outdoors. But sometimes the luxury of European brands is a bit too much.

AA Corporation also follows that direction. That is the "Living lifestyle" trend (roughly translated as living style) but there is a difference. Because we believe that outdoor products must be friendly, they will still have luxury along with sophistication and intimacy.

Secondly, there is currently a trend of using natural materials (bamboo, rattan, etc) and recycling. Among them, with natural materials, Asia in general and Vietnam in particular have great attraction to Europeans,



especially handmade products using natural materials, developing rapidly and sustainably.

Thirdly, in recent years, we have talked a lot about the recycal trend, meaning they don't want to throw away any excess materials, and the companies in the world do the same. IKEA is a company that talks a lot about recycling, but IKEA's products themselves are used very quickly by consumers and are compared to "instant noodles". But we think differently, recycal must be started from our factory.

Synthesized from three factors: outdoor lifestyle; Using natural and recycal materials created 'GOA AA'.

However, this is just an idea, from idea to implementation is not easy. First comes from the design, my inspiration and the president of AA Corporation himself drafted the designs.

Besides, adding many material elements in a product, finding materials is also a journey.

It is not mentioned that workers are used to working with one type of material, so architects have to train workers a lot.

And as combined, we will create an interior space, it doesn't separately sell a table or a chair. It is necessary to synthesize many factors in a brand name and concept for marketing at the Q-Fair 2024, which is "luxury offcut" (offcuts in the wood industry are the leftovers).

The luxuries that are thrown away are trash, but we pick them up and give them a new life, just like after Covid-19 we often talk about the concept of "New Normal".

This is a story about ideas and designs, but the story about natural or recycled materials to produce the quantities that meet customer's demand for customers is not easy. What do you comment on this one?

When manufacturing large and small quantities are sometimes two different categories. From the perspective of AA Corporation, a large production unit, it is easier to organize large production. Working in small quantities will be very laborious and increased costs. When we get big, each business will have a management department of supply chain to coordinate, discover and develop. The AA Corporation's strength is that we have a design department, a management department of supply chain, and a production workshop right in AA Corporation, plus the combination of many satellites, especially craft villages and craftsmen.

In each department, they will take care of one step. Combining this trio is difficult. But when we master this chain, business will be easy.

The question is if this supply chain has problems. AA Corporation's strongest point is design, so we will proactively replace materials. We still ensure the principle of sophistication and sustainability of design, but can also be flexible in choosing alternative materials, as well as many other factors. When we understand design, we can not only create beauty but also create flexibility.

Coming to the Fair, your business brings many new products and how are they received by customers, especially if the products are environmentally friendly as well as how do they bring about social impacts, sir?

For fairs, first of all, customers go to the fairs, and they expect to see new things. This is a very important feeling. If it's something familiar to their eye, it won't be an attraction.

Therefore, when coming to Fairs, AA Corporation itself must always have new and eye-catching designs. These new designs must start and be inspired by real stories. However, sometimes, some designers who don't think the story after finishing design and then make it up. We are not like that. And as I shared, the product inspirations for this Fair is originated after Covid-19 and even during Covid-19.

As we know, Covid-19 has two seasons, in the first season people sold successfully both outdoor and indoor furniture.

At the second Covid season, the story of the hospitality market start to grow stronger than home goods. The hospitality market always needs something new. Market requirements, combined with inspiration from seeing and monitoring the market, AA Corporation's president drafted designs and assign tasks for the whole team from design, production as well as working coordination with craftsmen.

We still owe them. Because they do this project, we also promise to try to sell it well so that AA Corporation can place orders and so that they can have jobs. This will bring joy to the whole chain.

Attending the fair clearly requires new elements and stories to tell. Customers across our booth, there are a lot of goods, so what is the difference, it only takes 3-5 minutes for them to understand. If your story doesn't stand out, they'll go away.

At this fair, due to objective factors, there were not many foreign customers, but local people in Binh Dinh passed by and said that this booth seemed to be a foreign one. Those are also the feelings we desire and achieve.

We see that these products are close to the West. Western customers also enjoy our products when they visit. The entire booth was set up in one day and taken down in just half a day, there aren't any factors affecting the environment. These are huge strong points for domestic and foreign customers.



Besides three main reasons he shared including outdoor lifestyle and using natural and recycled materials, is there any other reason?

This is following the trend of reducing emissions, even pioneering. For the compliance of emission reduction, we need to have a whole system to measure it.

AA Corporation hasn't actually had that system yet. Our designs come from the heart of the business. To prove to purchasing partners that a business reduces emissions, it is necessary to build a measurement system and make dossiers for each product to introduce to customers.

There is an FSC certificate in AA Corporation, however, there are many materials that are not FSC, such as bamboo and rattan. We can measure the COC for recycled materials in our factory, but whether or not they can be FSC is still a problem.

However, at least we have to write down everything we are doing, and customers will see it and they will have belief.

As for reducing overall emissions, this is a management that our business alone cannot do. It is a whole recognized system by relevant units.

So with AA Corporation, there are two sides here. Accordingly, AA Corporation's story is not just about selling products, because many customers want to buy these products, it will help inspire the remaining businesses and will most likely inspire for the State authorities to issue the policy quickly.

We must be straightforward and honest in such matters, not just create an image. Of course, businesses must create images to sell products.

Thank you! ▣

The chair is made from two main materials: metal and recycled paper. To produce a chair, it takes artisans 2 weeks. Paper is not just something you can use rightly, but it is a technique to make a product that has a highly aesthetic factor, protects the environment, and has social elements.

Or with a desk assembled from many leftover pieces of wood. Using production technology will make each table with a different pattern, contributing to reducing ecosystem emissions. Milk cartons are also recycled to make environmentally friendly products. In addition, the business also provides environmentally friendly materials in home design such as modified bamboo.

All products gathered in the GOA house at Q-Fair 2024 which takes place in Binh Dinh from March 9 to 12 are aimed at "luxury offcut".

Pioneering in the production of luxurious products with humanistic values, values for the community, and responsible consumption, AA Corporation has received positive signals from international customers at the Fair and in the country, they are very interested in the company's products and planning to place orders.



Phân vùng nội thất tạo phong cách của gia chủ

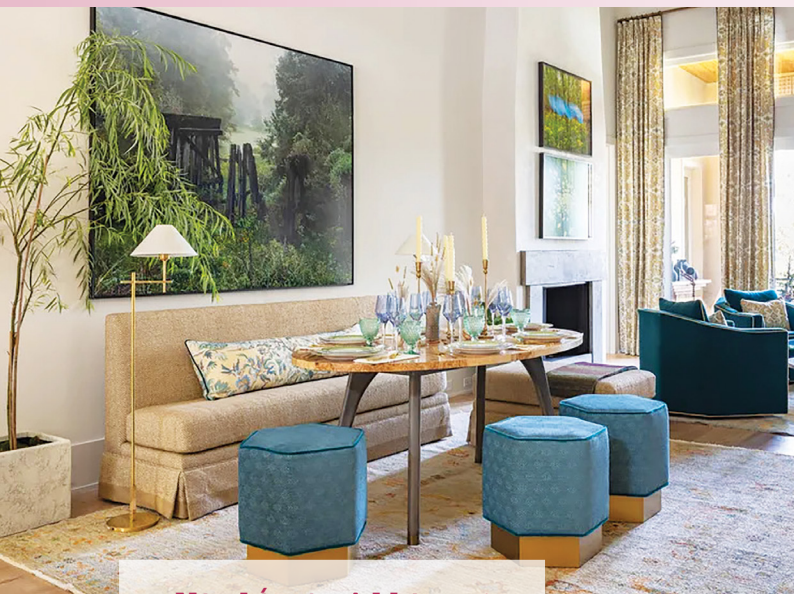
▼ PHẠM TRANG

Nếu ngôi nhà của bạn có không gian mở hoặc các phòng có mục đích kép, thì việc tìm hiểu về phân vùng là điều cần biết.

Phân vùng là một kỹ thuật mà các nhà thiết kế nội thất sử dụng để tạo ra các khu vực chức năng trong các phần của ngôi nhà để họ thực hiện từng nhiệm vụ được thực hiện và trông cũng đẹp mắt.

Khi các phòng có một chức năng duy nhất như nấu nướng, ăn uống, làm việc, v.v. - việc phân vùng không phải là điều quan trọng. Nhưng trong cách bố trí không gian mở ngày nay, nơi các bức tường và cửa ra vào không phân chia các khu vực cho các hoạt động khác nhau, việc biết cách phân biệt chúng là điều cần thiết. Và ngay cả những không gian như phòng ngủ cũng có thể được sử dụng kép bằng kỹ thuật phân vùng thông minh.

Tại đây, các chuyên gia thiết kế nội thất chia sẻ bí mật của họ về việc phân vùng các phòng để giữ được cảm giác cởi mở và rộng rãi nhưng vẫn hoạt động hiệu quả cho tất cả các nhiệm vụ diễn ra trong phần đó của ngôi nhà.



Nên bố trí mở không gian

Việc phân vùng bố cục theo khái niệm mở có vẻ phản trực giác: chắc chắn điều quan trọng nhất là nó phải là không gian mở. Nhà thiết kế nội thất Hope Austin của Hope Austin Interiors giải thích: "Phân vùng là thành phần bí mật để làm chủ các bố cục theo ý tưởng mở. Mặc dù những không gian này được biết đến với tính chất rộng lớn, nhưng việc phân vùng sẽ bổ sung thêm quy mô, sự thân mật và mục đích của con người. Bên cạnh đó là tính thẩm mỹ và khả năng sử dụng không gian, giúp chúng thích ứng với nhu cầu thay đổi."

Tại sao nên phân không gian ngủ

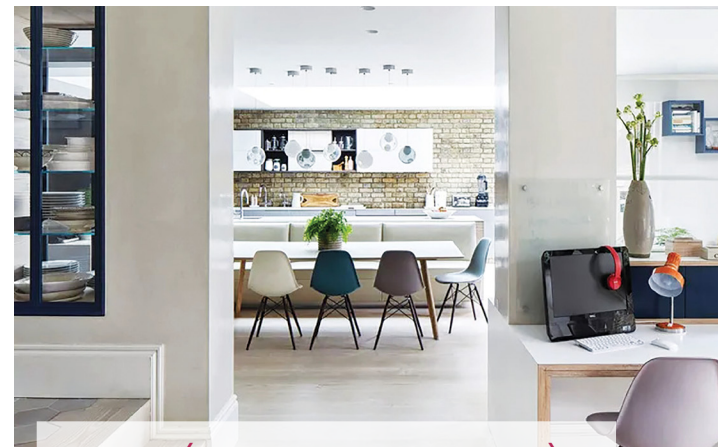
Theo các nhà thiết kế, một căn phòng có nhiều mục đích sử dụng cũng có thể được phân vùng và điều đó rất đáng làm. Phân vùng có thể làm cho căn phòng trở thành một không gian phong phú hơn cũng như làm cho nó phù hợp với các hoạt động khác nhau. Lorraine Enwright, người sáng lập Intuitive Dwellings, cho biết: "Trong một căn phòng duy nhất, việc phân vùng tạo ra cảm giác đa dạng và tối đa hóa chức năng".

"Ví dụ, trong phòng ngủ, bạn có thể tạo các khu vực nhỏ hơn với các chức năng và cảm giác khác nhau. Ngoài khu vực giường ngủ, bạn có thể tạo một góc đọc sách nhỏ ở ghế bên cửa sổ để thư giãn thay vì khu vực bàn làm việc có thể thiên về công việc hơn. Tất cả các khu vực riêng lẻ phối hợp với nhau để tạo ra một không gian cá nhân hoàn chỉnh và thoải mái".



Các yếu tố thiết kế không gian khu vực

Các khía cạnh khác nhau của thiết kế nội thất góp phần phân vùng không gian. Đồ nội thất, ánh sáng, thiết kế trần, màu sắc và hoa văn đều là những yếu tố có thể được sử dụng một cách trôi chảy nhưng độc đáo để xác định các không gian riêng lẻ trong một tổng thể. Nó xác định cách sử dụng các yếu tố khác nhau: Màu sắc và kết cấu: Phân biệt các khu vực trong khi xem xét tâm trạng và nhận thức về không gian. Ánh sáng: Sử dụng nhiều loại ánh sáng khác nhau để thiết lập tông màu cho từng vùng. Vị trí nội thất: Sắp xếp đồ nội thất để xác định ranh giới, cân bằng giữa sự cởi mở và riêng tư. Thảm và sàn: Đánh dấu các điểm chuyển tiếp mà không có rào cản vật lý, đảm bảo thiết kế gắn kết. Các yếu tố kiến trúc: Xác định không gian một cách tinh tế bằng nửa bức tường hoặc cột, kết hợp giữa chức năng và tính thẩm mỹ.



Bố trí không gian theo chủ đề

Theo Hope Austin, điều quan trọng là phải xác định không gian có phong cách và chức năng. Cô nói: "Vách ngăn phòng tạo ra những khu vực thân mật trong cách bố trí mở của bạn, trong khi các giải pháp lưu trữ thông minh giúp tránh tình trạng lộn xộn". "Chia sáng từng khu vực bằng các thiết bị chiếu sáng độc đáo và cố định chúng bằng những tấm thảm đẹp để tăng thêm sự ấm áp và thoải mái".

Lorraine Enwright khuyên: "Tạo cảm giác quy mô và thoải mái trong một khu vực rộng lớn bằng cách sử dụng những thay đổi về chiều cao/thiết kế trần nhà, ánh sáng mang lại sự tập trung và áp lực cho khu vực giao lưu cũng như các tính năng trang trí và đồ nội thất tạo ra các khu vực nhỏ trong tổng thể".

Cách kết nối bếp với phòng khách

Điều quan trọng là không làm ảnh hưởng đến tầm nhìn và tính cởi mở của sơ đồ mặt bằng trong đó nhà bếp mở ra khu vực sinh hoạt. Lorraine Enwright cho biết: "Việc tách một số tính năng cần thiết của nhà bếp thành khu vực rửa chén riêng biệt mang lại cho khu vực bếp/đảo tập trung một nét đặc trưng của bếp chuẩn bị mang tính xã hội, trong khi phần cần thiết của nhà bếp vẫn bị che khuất khỏi tầm nhìn". "Ánh sáng độc đáo và tông màu ấm áp tại hòn đảo tạo ra sự kịch tính và tập trung vào trung tâm của không gian, khuyến khích giải trí và cảm giác xã hội".

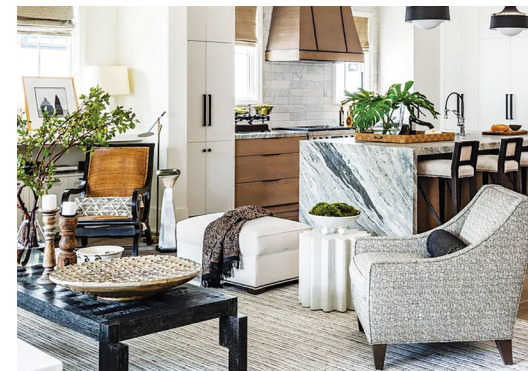
Kết hợp phòng khách và nơi làm việc cá nhân

Việc kết hợp một khu vực làm việc không có nghĩa là ảnh hưởng đến phong cách và sự thoải mái trong phòng khách. Lorraine Enwright khuyên: "Sử dụng các yếu tố thiết kế theo chiều dọc ở trung tâm của từng khu vực để thu hút sự chú ý của bạn và xác định không gian bằng ánh sáng, màu sắc và tỷ lệ. Ánh sáng ở trung tâm của không gian tạo ra bầu không khí và cảm giác về nơi chốn. Trong căn phòng này (hiển thị ở trên), chúng tôi đã sử dụng các yếu tố và ánh sáng được thu thập để thu hút bạn vào góc thoải mái của phòng khách rộng rãi này nhằm tạo ra trải nghiệm văn phòng".

Lựa chọn đồ nội thất cẩn thận. Hope Austin cho biết: "Kết hợp một chiếc bàn làm việc có thể trở thành một món đồ nội thất đẹp mắt, kết hợp hoàn hảo giữa công việc và giải trí".

Phòng khách và nhà ăn

Khi phòng khách bao gồm phòng ăn, bạn có thể duy trì cảm giác cởi mở và biến nó thành không gian phù hợp để giải trí. Hãy chọn loại vải hiệu suất cao có thể chịu được việc sử dụng hàng ngày, đảm bảo cả kiểu dáng và độ bền. Kết hợp chỗ ngồi trần linh hoạt, chẳng hạn như ghế đẩu hoặc ghế dài, để phục vụ khách một cách liền mạch. Sử dụng bàn điều khiển có chức năng gấp đôi như một bữa tiệc tự chọn để dễ dàng chuyển từ món khai vị trong phòng khách sang bữa tối ở khu vực ăn uống. ▼



Nâng tầm doanh nghiệp nhờ CHUYỂN ĐỔI SỐ

HÒA TRẦN

Những lợi ích dễ thấy nhất của việc chuyển đổi số đó là tăng năng suất và sản lượng sản phẩm gỗ, giảm chi phí nhân công, việc quản lý và theo dõi hoạt động sản xuất dễ dàng và bao quát hơn.

Điều đó được cụ thể hóa bằng những con số như giúp các doanh nghiệp gỗ giảm 10% chi phí, tăng trưởng từ 10- 20% doanh thu và tăng hơn 20% năng suất lao động nhưng mức độ chuyển đổi số của các doanh nghiệp ngành gỗ vẫn đang ở mức thấp...

Đối với ngành gỗ Việt Nam, 3 mục tiêu chính mà các doanh nghiệp trong ngành ưu tiên hướng đến khi chuyển đổi số là tối ưu chi phí (85%), tăng năng suất lao động (62,5%) và xây dựng thương hiệu, tăng doanh thu, trải nghiệm khách hàng (45%).

Theo số liệu trong một báo cáo công bố vào năm 2022, có đến 54,2% doanh nghiệp chưa thực hiện hoạt động chuyển đổi số nào trong công tác nhân sự, 25% doanh nghiệp đã sử dụng phần mềm quản trị nhân sự nhưng vẫn cần nâng cấp tính năng. Đây là một điểm bất lợi khiến nhân sự lao động của ngành không phát huy được hết khả năng vốn có.

Các chuyên gia nhận định, phần lớn doanh nghiệp đang đối mặt với 3 vấn đề chính trong sản xuất đó là quy trình sản xuất hiệu quả chưa cao, chưa biết rõ các sản phẩm lỗi ở công đoạn nào. Khó khăn trong việc đưa ra kế hoạch sản xuất và hoạch định nguồn lực sản xuất. Sử dụng nhiều giấy tờ, các file theo dõi khác nhau.

Tuy nhiên, điều ngạc nhiên không kém là theo báo cáo đó, có đến hơn 72% doanh nghiệp vẫn chưa ứng dụng phần mềm quản lý sản xuất vào hoạt động của doanh nghiệp. Mặc dù ngành gỗ là một ngành chuyên sản xuất và yêu cầu cao về quản lý chất lượng nhưng tỉ lệ ứng dụng phần mềm vào quản lý đang ở mức thấp.

Theo các chủ doanh nghiệp ngành gỗ, hiện tại, có nhiều doanh nghiệp muốn thực hiện chuyển đổi số nhưng còn gặp nhiều khó khăn. Bởi vì các thách thức phải đối mặt chính là chi phí ban đầu bỏ ra lớn, trong hoàn cảnh chi phí sản xuất tăng cao, lợi nhuận có xu hướng giảm và thị trường thế giới chưa ổn định, việc chi tiêu quá nhiều sẽ ảnh hưởng đến vốn đầu tư.

Mặt khác, các doanh nghiệp chưa có được năng lực công nghệ và đội ngũ nhân sự chưa đáp ứng cho chuyển đổi số. Một yếu tố khác là các doanh nghiệp thiếu đối tác chuyên nghiệp, có năng lực tư vấn và giải pháp tốt.

Cụ thể, có đến 82,5% doanh nghiệp lo ngại về chi phí bỏ ra ban đầu quá lớn. 80% doanh nghiệp thiếu đối tác chuyên nghiệp có năng lực tư vấn, giải pháp tốt có tính cạnh tranh cao. Bên cạnh đó, 65% doanh nghiệp đối mặt với những khó khăn về kỹ năng, năng lực công nghệ và đội ngũ nhân sự.

Theo ông Lê Minh Thiện, Giám đốc Công ty TNHH Hoàng Hưng, chuyển đổi số là một quá trình và cần nhân sự để tham gia, tuyên truyền để thay đổi cách hiểu và áp dụng của doanh nghiệp. Tuy nhiên, các doanh nghiệp vẫn đang cố gắng và xây dựng hệ thống quản lý. Việc thay đổi quản lý từ nhà máy với 200 công nhân lên 2000 công nhân với công suất lớn hơn rất cần sự chuyển đổi số để nâng tầm của doanh nghiệp.

Tại thủ phủ gỗ miền Trung Quy Nhơn, có nhiều doanh nghiệp đang xây dựng quy trình chuyển đổi số như Tiên Đạt, Đại Thành hay Hoàng Giang – doanh nghiệp trẻ mới nổi, đã tham gia vào quá trình chuyển đổi số với hi vọng chuyển đổi số để nâng cao chất lượng sản xuất và quản lý.

"Chuyển đổi số và chuyển đổi xanh, hiện không còn là xu hướng nữa mà là yếu tố bắt buộc của mỗi doanh nghiệp. Trong 12 năm qua, Công ty Cổ phần Lâm Việt đã dần thay đổi hệ thống quản lý và dần áp dụng chuyển đổi số vào quản lý sản xuất", ông Nguyễn Liêm, giám đốc công ty cho biết.

Nói về kinh nghiệm chuyển đổi số của Lâm Việt, ông Liêm cho biết, riêng với đồ gỗ, mỗi nhà máy khác nhau thì quy trình và xây dựng phần mềm lại khác nhau do sự khác biệt trong sản xuất, từng dòng hàng. Có những khó khăn rất đặc thù như việc đặt mã cũng đã mất 6 tháng đối với Lâm Việt, nếu sử dụng vít từ trong nước thì mã khác và từ Trung Quốc thì áp dụng mã khác.

Với việc áp dụng chuyển đổi số hiện đội ngũ quản lý chỉ cần quét mã là biết được tình hình sản xuất. Lâm Việt hiện có 3 IT quản lý, nhưng bộ phận ở dưới giảm 15 người. Việc giảm chi phí về nhân sự không phải là yếu tố quyết định, nhưng thông qua chuyển đổi số quản lý được rành mạch lối, lối của từng đơn hàng.

Theo ông, từ khi áp dụng công nghệ, Lâm Việt đã tiến hành xử lý phân loại gỗ thừa theo tiêu chuẩn, quy cách rồi đóng kiện đưa vào kho gỗ tận dụng và quản lý số liệu trên hệ thống, phần mềm cung cấp thông tin kho gỗ tận dụng, kho gỗ nguyên liệu để bộ phận hoạch định sử dụng quyết định cấp phát nguyên liệu cho sản xuất, tận dụng thành công kho gỗ thừa mang lại giá trị kinh tế lớn cho Lâm Việt.

Hiệu quả mang lại không chỉ là tiết kiệm chi phí, mà còn gia tăng lợi nhuận. Đặc biệt, trong thời điểm đại dịch Covid-19 và những khó khăn trong suốt năm qua, việc chuyển đổi số đã giúp doanh nghiệp duy trì được sản xuất và lợi nhuận,

Nhờ tính năng dự báo năng suất và tối ưu hóa của hệ thống đã giúp Lâm Việt chủ động phòng tránh giao hàng trễ hạn, tăng uy tín với khách hàng, đối tác. Từ đó, doanh nghiệp duy trì sự kết nối với các tập đoàn lớn và nhận các đơn hàng đều đặn hơn.

Ông Nguyễn Liêm cũng nhận định, chuyển đổi số là câu chuyện dài hơi, để thực hiện được việc này yếu tố quan trọng là sự quyết tâm đến cùng của

lãnh đạo công ty. Có rất nhiều công ty đã thực hiện được 6 tháng cho tới 1 năm nhưng sau lại không thực hiện.

Vì vậy, để chuyển đổi số thành công đòi hỏi lãnh đạo công ty phải cam kết, đồng thuận và đi đến cùng. Trong lúc đang chuyển đổi vừa hoạt động sản xuất vừa phải thực hiện các mô đun trong hệ thống quản lý để thay đổi. Điều này yêu cầu đội ngũ nhân sự công ty phải "đồng cam cộng khổ" cùng ban lãnh đạo. Cam kết từ lãnh đạo cấp cao tới nhân sự



thực hiện phải có sự cộng hưởng chung.

Đồng tình với những khó khăn mà Lâm Việt chỉ ra, ông Lâm Quang Nam – Ban chuyển đổi số của VINASA – Hiệp hội phần mềm và công nghệ Việt Nam nhấn mạnh, mỗi chuyển đổi số là làm việc cũ theo cách mới - cách thức số. Hay làm việc cũ theo cách mới. Một công ty sẽ không thể phát triển được nếu làm việc cũ theo một cách. Cách tăng tốc sự đổi mới này là áp dụng chuyển đổi số. Và mỗi đơn vị có bài học riêng, Lâm Việt làm đi làm lại vài năm, có thể phải đổi vài đối tác, nhưng đã thực hiện thành công, nên họ là một bài học kinh nghiệm để các đơn vị khác đi theo. **V**

RỪNG TRỒNG GỖ LỚN LÀ CHÌA KHÓA CỦA NGÀNH GỖ

CAO CẨM

Năm 2024, ngành gỗ hướng tới mục tiêu xuất khẩu đạt 15,2 tỉ USD, tăng khoảng 6% so với năm 2023. Một trong những giải pháp tốt nhất là sử dụng nguyên liệu từ gỗ rừng trồng trong nước.

Để đạt mục tiêu trên, ngành gỗ cần kiểm soát và quản lý chặt chẽ gỗ nhập khẩu, đảm bảo gỗ có nguồn gốc hợp pháp trước khi chế biến. Đặc biệt, khuyến khích sử dụng nguồn gỗ nguyên liệu từ rừng trồng sản xuất trong nước. Theo thống kê từ Cục lâm nghiệp, hiện tại, Việt Nam có khoảng gần 550 nghìn ha rừng trồng gỗ lớn và đến năm 2030, tổng diện tích sẽ đạt khoảng 1 triệu ha.

Phát biểu tại Hội nghị giao ban ngành gỗ mới đây, ông Nguyễn Quốc Khanh, Chủ tịch hiệp hội chế biến gỗ thành phố Hồ Chí Minh cho biết, gỗ lớn của Việt Nam chú trọng trồng là keo và cao su, hiện tổng diện tích trồng kéo chiếm hơn 30% tổng diện tích rừng trồng toàn quốc và là nguyên liệu chính cho các ngành công nghiệp chế biến gỗ, dăm gỗ, ván nhân tạo, giấy và bột giấy.

"Tại Indonesia, chính phủ khuyến khích trồng cây keruing từ 10 đến 12 năm, đề nghị Bộ nông nghiệp nghiên cứu thêm một vài giống cây khác của gỗ lớn để nâng cao giá trị rừng trồng", ông Khanh phân tích.

Các giống cây được chọn, theo ông Khanh, yêu cầu phải có năng suất, chất lượng cao, phù hợp với từng điều kiện lập địa, đáp ứng được yêu cầu của thị trường để đưa vào trồng rừng, có khả năng chống chịu sâu bệnh hại, thích ứng với điều kiện bất lợi của môi trường, ưu tiên phát triển giống bằng phương pháp mô, hom.

Đồng tình với ý kiến của ông Nguyễn Quốc Khanh, ông Đỗ Xuân Lập, Chủ tịch Hiệp hội gỗ và lâm sản Việt Nam nhận định, trồng rừng gỗ lớn mang lại hiệu quả cao hơn so với gỗ nhỏ, nhưng phải trồng loại gỗ gì và thời gian trồng kéo dài bao nhiêu năm.

"Công ty Tiên Đạt sản xuất mặt hàng xuất tử búp, nếu dùng gỗ dán làm bằng gỗ poplar và gỗ cao su, sản phẩm tạo ra bán với đơn giá 1.000 USD nhưng nếu dùng gỗ dán làm từ gỗ keo khai thác ở độ tuổi từ 4-5 năm thì chất lượng bề mặt của sản phẩm sẽ giảm, chỉ bán được 500 USD", ông Lập lấy ví dụ.

Tiếp lời ông Lập, ông Khanh đi sâu vào bản chất của việc trồng rừng nguyên liệu, đó là làm thế nào để người trồng rừng có thu nhập ổn định.

"Điều quan trọng nhất vẫn là vốn, cần có chính sách để doanh nghiệp ký kết với nông dân để đảm bảo đầu ra, giải quyết vấn đề này không chỉ bằng chính sách mà phải bằng tiếp thị. Chuỗi cung ứng thị trường gỗ không hoàn toàn nằm trong tay các doanh nghiệp Việt Nam, đa số doanh nghiệp xuất khẩu khả năng tiếp thị còn chưa cao", ông Khanh nhận định.

Đề cập đến vấn đề vốn để trồng rừng, ông Lê Đức Thuận, Sở nông nghiệp Thanh Hóa nhận định, nếu trồng rừng gỗ lớn đến 10 năm thì người dân không muốn trồng vì chịu nhiều thiệt thòi. Đầu tiên về giá cả, nếu trồng hai chu kỳ, mỗi chu kỳ 5 năm thì bán dăm lãi hơn bán gỗ lớn chu kỳ 10 năm, do trồng hai chu kỳ mật độ dày hơn, bán có lợi hơn. Mặt khác, nếu trồng rừng gỗ lớn kéo dài 10 năm, gặp thiên tai sẽ mất hết tất cả.

Theo ông, ở Thanh Hóa hiện tại, đang có 255 nghìn ha gỗ rừng trồng và xuất khẩu khoảng 425 triệu USD, chủ yếu là viên nén, dăm gỗ.

"Chính sách để phát triển trồng rừng gỗ lớn chỉ là lực đẩy, nhưng cần phải có thị trường kéo. Giá trị của việc để lại rừng trồng gỗ lớn

cần phải có công cụ để thúc đẩy tiêu thụ gỗ lớn", ông Thuận gợi ý cách giải quyết những khúc mắc hiện tại của việc trồng rừng gỗ lớn.

Trong khi đó, ông Nguyễn Tuấn Thanh - Phó Chủ tịch UBND tỉnh Bình Định cho biết, hiện nay, giá thành sản xuất của doanh nghiệp ngành gỗ còn khá cao, bên cạnh đó là những rủi ro trong việc cấp chứng chỉ rừng cũng như truy xuất nguồn gốc gỗ. Vì vậy, cần phải có giải pháp để phát triển vùng nguyên liệu.

Đứng dưới góc độ nhà nhập khẩu gỗ nguyên liệu cung cấp cho các doanh nghiệp chế biến gỗ xuất khẩu trong nước, ông Võ Quang Hà, Giám đốc Tavico cho biết, có rất nhiều khó khăn trong việc kiểm soát tính hợp pháp của gỗ nhập khẩu là rất quan trọng và để minh bạch gỗ nhập khẩu cần có sự quyết liệt của các cơ quan quản lý nhà nước.

"Một số nước mượn Việt Nam để nhập khẩu gỗ từ Mỹ và EU, sau đó xẻ, sấy, gia công và xuất về lại nước đây để né bị áp thuế 25%. Việc gian lận xuất xứ đang diễn ra thường xuyên và nếu không kiểm soát tốt, thì doanh nghiệp Việt Nam sẽ bị ảnh hưởng nặng nề", ông Hà khuyến nghị các cơ quan quản lý nhà nước tăng cường kiểm soát gỗ nhập khẩu vào Việt Nam, để tránh tác động tiêu cực tới ngành gỗ.

Kết luận tại Hội nghị giao ban, Thứ trưởng Nguyễn Quốc Trị đề nghị các hiệp hội, các doanh nghiệp tiếp tục đoàn kết, sáng tạo, cùng nhau vượt

qua khó khăn. Kịp thời thông tin cho nhau về các cơ chế, chính sách, các quy định mới, tình hình chế biến gỗ và thị trường lâm sản trong nước và thế giới để có định hướng sản xuất phù hợp, cũng như có giải pháp tránh các rủi ro trong hoạt động. Bên cạnh đó, các hiệp hội và các doanh nghiệp cùng bàn giải pháp để nâng cao giá trị sản phẩm, xuất khẩu trực tiếp sản phẩm sang nước ngoài.

Thứ trưởng khuyến khích các doanh nghiệp chế biến, xuất khẩu gỗ liên kết với người trồng rừng theo chuỗi sản xuất; chú trọng đầu tư, phát triển rừng trồng sản xuất gỗ lớn để chủ động nguồn nguyên liệu phục vụ chế biến và xuất khẩu. Thứ trưởng Nguyễn Quốc Trị đề nghị các đơn vị của Bộ NN&PTNT tiếp tục thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp phát triển nhanh và bền vững ngành công nghiệp chế biến gỗ và lâm sản ngoài gỗ phục vụ xuất khẩu; thực hiện có hiệu quả Quy chế phối hợp trong lĩnh vực chế biến và thương mại lâm sản, quản lý rừng bền vững và chứng chỉ quản lý rừng bền vững; kiểm soát và quản lý chặt chẽ nhập khẩu, đảm bảo gỗ có nguồn gốc hợp pháp trước khi chế biến, khuyến khích sử dụng nguồn gỗ nguyên liệu từ rừng trồng sản xuất trong nước. Bên cạnh đó, xây dựng kế hoạch phát triển thương hiệu gỗ Việt; tăng cường công tác tuyên truyền, quảng bá hình ảnh về gỗ, sản phẩm gỗ Việt Nam ra thị trường nước ngoài. 



Large-scale afforestation is the key to the timber industry

CAO CAM

In 2024, the timber industry aims to achieve export revenue of \$15.2 billion, an increase of about 6% compared to 2023. One of the best solutions is to use raw materials from domestically grown forests.

To achieve the above goal, the timber industry needs to tightly control and manage imported timber, ensuring that the wood has legal origins before processing. In particular, there is encouragement to use raw wood materials from domestically grown forests. According to statistics from the Forestry Department, Vietnam currently has approximately nearly 550 thousand hectares of large-scale planted forests, and by 2030, the total area is expected to reach about 1 million hectares.

Speaking at a recent timber industry conference, Mr. Nguyen Quoc Khanh, Chairman of the Ho Chi Minh City Timber Processing Association, stated that Vietnam's large-scale forests focus on planting acacia and rubber trees. Currently, the total area of planted acacia trees accounts for over 30% of the total planted forest area nationwide and is the main raw material for wood processing industries, wood chips, engineered wood, paper, and pulp.

"In Indonesia, the government encourages the planting of keruing trees for 10 to 12 years, and we suggest that the Ministry of Agriculture research more varieties of large-scale trees to increase the value of planted forests," analyzed Mr. Khanh.

Theselected tree varieties, according to Mr. Khanh, must have high productivity, quality, be suitable for each site condition, meet market requirements for

forest planting, be resistant to pests and diseases, adapt to adverse environmental conditions, and prioritize the development of varieties through cloning and grafting methods.

Agreeing with Mr. Nguyen Quoc Khanh's opinion, Mr. Do Xuan Lap, Chairman of the Vietnam Timber and Forest Products Association, noted that planting large-scale forests yields higher efficiency compared to small-scale forests. However, the choice of wood species and the duration of planting are crucial factors.

"For example, Tien Dat Company produces kitchen cabinets. If using plywood made from poplar and rubber wood, the product sells for \$1,000, but if using plywood made from acacia wood with harvested at the age of 4-5 years, the quality of surface decreases, and it can only be sold for \$500," Mr. Lap illustrated.

Expanding on Mr. Lap's point, Mr. Khanh delved into the essence of planting raw material forests, which is how to ensure stable income for forest growers.

"The most important thing is still capital. There needs to be policies for businesses to contract with farmers to ensure outlets. Solving this problem requires not only policies but also marketing. The timber market supply chain is not entirely in the hands of Vietnamese businesses. Most export businesses marketing capabilities are not yet high," Mr. Khanh emphasized.

Referring to the issue of capital for forest planting, Mr. Le Duc Thuan from the Department

of Agriculture and Rural Development in Thanh Hoa province noted that if planting large-scale forests for 10 years, people are not willing to plant because they suffer many disadvantages. Firstly, in terms of price, if planting two cycles, each cycle of 5 years, selling pulp yields more profit than selling large timber over a 10-year cycle because planting two cycles has a higher density, which is more beneficial. On the other hand, if planting large-scale forests for 10 years, they could lose everything if affected by natural disasters.

According to him, in Thanh Hoa province currently, there are 255 thousand hectares of planted forests, exporting about USD 425 million, mainly in wood pellets and wood chips.

"The policy to develop large-scale forest planting is just a push, but there needs to be a market pull. The value of leaving large timber forests must have tools to stimulate the consumption of large timber," Mr. Thuan suggested ways to address the current difficulties in planting large-scale forests.

Meanwhile, Mr. Nguyen Tuan Thanh, Vice Chairman of the People's Committee of Binh Dinh province, said that currently, the production costs of wood industry enterprises are still quite high, alongside risks in issuing forest certificates and tracing the origin of wood. Therefore, solutions are needed to develop the raw material area.

Looking from the perspective of importing raw wood for domestic wood processing and export enterprises, Mr. Vo Quang Ha, Director of Tavico, stated that there are many difficulties in controlling the legality of imported wood, which is crucial, and to make imported wood transparent, there needs to be determined efforts from state management agencies.

"Some countries use Vietnam to import wood from the US and EU, then cut, dry, process, and export it back to their country to avoid the 25% tax. Origin fraud is happening frequently, and if not well controlled, Vietnamese enterprises will be severely affected," Mr. Ha recommended that state management agencies strengthen

the control of imported wood into Vietnam to avoid negative impacts on the wood industry.

Concluding the conference, Deputy Minister Nguyen Quoc Tri suggested that associations and enterprises continue to unite, innovate, and overcome difficulties together. Timely sharing of information on mechanisms, policies, new regulations, the wood processing situation, and the domestic and global timber market is essential to guide appropriate production and find solutions to avoid risks in operations. Additionally, associations and enterprises should discuss solutions to enhance the value of products and directly export products abroad.

Deputy Minister encourages wood processing and export enterprises to link with forest growers in the production chain; focus on investing in and developing large-scale plantation forests to actively control the source of materials for processing and export. Deputy Minister Nguyen Quoc Tri suggested that units of the Ministry of Agriculture and Rural Development continue to implement tasks and solutions for the rapid and sustainable development of the wood processing industry and non-timber forest products for export; effectively implement the Coordination Regulation in the field of timber processing and trade, sustainable forest management, and sustainable forest management certification; control and manage imports tightly, ensuring that wood has legal origins before processing, and promote the use of raw material wood sources from domestically produced plantation forests. Additionally, develop a plan to promote the Vietnamese wood brand; enhance propaganda and promotion of the image of Vietnamese wood and wood products in foreign markets. 



THAM KHẢO GIÁ MỘT SỐ LOẠI GỠ TRÒN, GỠ XÈ NHẬP KHẨU THÁNG 2/2024

Kích thước	Phương thức giao hàng	Đơn giá (USD/1m³)
GIÁ GỠ BẠCH ĐÀN XÈ		
Nhập khẩu từ Brazil		
Gỗ Bạch đàn Grandis, FSC. Quy cách: 25/30/33/50/55 x 73-198 x 2100-3000mm	CIF	315
Gỗ Bạch đàn Grandis, FSC. Quy cách: 16x 100 trở lên x 3000 mm trở lên	CIF	288
GIÁ GỠ THÔNG XÈ		
Nhập khẩu từ New Zealand		
Gỗ thông. Quy cách: 25/38/40x 100/135/140x 4000-4500 mm	CIF	290
Gỗ thông. Quy cách: 22x 100-200 x 2400-3900 mm	CIF	260
Nhập khẩu từ Brazil		
Gỗ thông. Quy cách: 25/28/32/35/45 x 75/90/100/125 x 2130-3960 mm	CIF	210
Nhập khẩu từ Chile		
Gỗ thông. Quy cách: 16-18 x 90-140 x 2500- 1600-4900 mm	CIF	240
GIÁ GỠ SỒI XÈ		
Nhập khẩu từ Mỹ		
Gỗ sồi trắng, xẻ sấy loại 2C, 4/4	CIF	540
Gỗ sồi đỏ, xẻ sấy loại 1C, 8/4	CIF	700
Nhập khẩu từ Đức		
Gỗ sồi trắng, ABC. Kích thước: 22 x 100 -560 x 2000 -4900 mm	CIF	620
GIÁ GỠ TẦN BÌ XÈ		
Nhập khẩu từ Mỹ		
Gỗ tần bì xẻ, sấy loại 1C, 4/4	CIF	625
Gỗ tần bì xẻ, sấy loại 2A, 4/4	CIF	430
GIÁ GỠ TEAK TRÒN		
Nhập khẩu từ Brazil		
Gỗ Teak tròn, FSC. Vành: 110 - 119 cm, dài: từ 2.3-3.5m	CIF	477
Gỗ Teak tròn, FSC. Vành: 120 - 129 cm, dài: từ 2.3-3.5m	CIF	600
Gỗ Teak tròn, FSC. Vành: 130 - 139 cm, dài: từ 2.3-3.5m	CIF	649
Gỗ Teak tròn, FSC. Vành: 140 - 199 cm, dài: từ 2.3-3.5m	CIF	680
Nhập khẩu từ Costa Rica		
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 90 - 99 cm, dài: 2.2-2.7 m	CIF	555
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 100 - 109 cm, dài: 2.2-11.8 m	CIF	610
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 110 - 119 cm, dài: 2.2 -10m	CIF	645
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 120 - 142 cm, dài: 2.2-6.7 m	CIF	675
GIÁ GỠ BẠCH ĐÀN TRÒN		
Nhập khẩu từ UruGuay		
Gỗ Bạch đàn- Grandis, FSC. Đường kính: 31.75 cm trở lên, dài: 5.8 m	CIF	155
Gỗ Bạch đàn- Grandis, FSC. Đường kính: 50.5 cm trở lên, dài: 4.9 m	CIF	220
GIÁ GỠ SỒI TRÒN		
Nhập khẩu từ Mỹ		
Gỗ sồi đỏ, lóng, 3-4SC. Đường kính: 14-30 cm, dài: 8-16m	CIF	290
Gỗ sồi trắng, tròn, 2SC. Đường kính: 27cm trở lên, dài : 2.0m trở lên	CIF	445
GIÁ GỠ TẦN BÌ TRÒN		
Nhập khẩu từ Pháp		
Gỗ tần bì, loại ABC. Đường kính từ 30-39 cm, dài: 2.0 m trở lên	CIF	216
Gỗ tần bì, loại ABC. Đường kính từ 40 cm trở lên, dài: 2.0 m trở lên	CIF	259
Nhập khẩu từ Bỉ		
Gỗ tần bì, loại ABC. Đường kính 37cm, dài: 3.0 -11.6 m	CIF	233
Gỗ tần bì, loại ABC. Đường kính 39 cm, dài: 3.0 -11.6 m	CIF	240

THAM KHẢO GIÁ NHẬP KHẨU SẢN PHẨM MDF THÁNG 2/2024

Kích thước	Phương thức giao hàng	Đơn giá USD/1 m³
Nhập khẩu từ Thái Lan		
Ván MDF, MR, E2, chưa sơn, chưa tráng phủ, chưa dán giấy. Kích thước: 3.0 x 1220 x 2440 mm	CFR	
Ván MDF, MR, E1, chưa sơn, chưa tráng phủ, chưa dán giấy. Kích thước: 5.5 x 1220 x 2440 mm	CFR	
Ván MDF, MR, E2, chưa sơn, chưa tráng phủ, chưa dán giấy. Kích thước: 5.5 x 1220 x 2440 mm	CFR	255
Ván MDF, MR, E2, chưa sơn, chưa tráng phủ, chưa dán giấy. Kích thước: 9.0 x 1220 x 2440 mm	CFR	245
Ván MDF, MR, E2, chưa sơn, chưa tráng phủ, chưa dán giấy. Kích thước: 12 x 1220 x 2440 mm	CFR	240
Ván MDF, MR, E2, chưa sơn, chưa tráng phủ, chưa dán giấy. Kích thước: 17 x 1220 x 2440 mm	CFR	230

Ván MDF, MR, E1, chưa sơn, chưa tráng phủ, chưa dán giấy. Kích thước: 25 x 1220 x 2440 mm	CFR	255
Ván MDF, CARB P2, dùng sản xuất đồ gỗ. Kích thước: 2.5 x 1220 x 2440 mm	CFR	245
Ván MDF cao su, E1. Kích thước: 15/18 x 1220 x 2440 mm	CFR	213
Ván MDF cao su, E1. Kích thước: 21 x 1220 x 2440 mm	CFR	228
Ván MDF. Kích thước: 2.5 x 1220 x 2440 mm	CFR	235
Ván MDF, sản xuất nội thất. Kích thước: 12 x 1220 x 2440 mm	CFR	305
Ván MDF, sản xuất nội thất. Kích thước: 15/18 x 12200 x 2440 mm	CFR	300

THAM KHẢO GIÁ NHẬP KHẨU SẢN PHẨM PLYWOOD THÁNG 2/2024

Kích thước	Phương thức giao hàng	Đơn giá USD/1 m³
Ván Plywood, EPA, CARB P2. Kích thước: 3 x 1220 x 2440 mm	CFR	470
Ván Plywood, EPA, CARB P2. Kích thước: 6 x 1220 x 2440 mm	CFR	440
Ván Plywood, HWPW CARB P2. Kích thước: 15 x 1220 x 2440 mm	CIF	315
Ván Plywood, HWPW CARB P2. Kích thước: 19 x 1220 x 1620 mm	CIF	261
Ván Plywood, HWPW CARB P2, TSCA Title VI. Kích thước: 3 x 1220 x 2440 mm	CIF	428
Ván Plywood, HWPW CARB P2, TSCA Title VI. Kích thước: 11 x 1220 x 2440 mm	CIF	408
Ván Plywood, LVD, CARB P2. Kích thước: 6 x 1220 x 2440 mm	CIF	532
Ván Plywood, LVD, CARB P2. Kích thước: 9 x 1220 x 2440 mm		469
Ván Plywood, LVD, CARB P2. Kích thước: 12 x 1220 x 2440 mm	CIF	440
Ván Plywood, LVD, CARB P2. Kích thước: 15 x 1220 x 2440 mm	CIF	413
Ván Plywood, LVD, CARB P2. Kích thước: 18 x 1220 x 2440 mm		402

THAM KHẢO GIÁ XUẤT KHẨU MỘT SỐ MẶT HÀNG GỠ THÁNG 2/2024

Kích thước	Phương thức giao hàng	Đơn giá (USD/1m³)
GIÁ XUẤT KHẨU DẪM GỠ		
Xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản	FOB	143
Xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc	FOB	139
Xuất khẩu sang thị trường Hàn Quốc	FOB	135
GIÁ XUẤT KHẨU VIÊN NÉN NGUYÊN LIỆU		
Xuất khẩu sang thị trường Hàn Quốc	CIF	95
Xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản	FOB	148
GIÁ XUẤT KHẨU VÁN BÓC		
Ván bóc làm từ gỗ keo xuất khẩu sang Cambodia	FOB	160
Ván bóc làm từ gỗ bạch đàn xuất khẩu sang Cambodia	FOB	192
Ván bóc làm từ gỗ keo xuất khẩu sang Trung Quốc	DAF	160
Ván bóc làm từ gỗ cao su xuất khẩu sang Hàn Quốc	CFR	254
GIÁ XUẤT KHẨU VÁN DẪM		
Nhật Bản		
Ván dăm. Kích thước: 18 x 1240 x 2440 mm	CPT	234
Ván dăm. Kích thước: 15 x 1220 x 2440 mm	CFR	232
GIÁ XUẤT KHẨU MDF		
Indonesia		
Ván MDF - đã được xử lý nhiệt, kích thước: 12 x 1830 x 2440 mm	CFR	295
Ván MDF, FSC - EPA CARB-P2, MBR. Kích thước: 18 x 1830 x 2440 mm	CFR	305
India		
Ván MDF, HMR E2. Kích thước: 3 x 1220 x 2440 mm	FOB	280
Ván MDF, HMR E2. Kích thước: 5.5 x 1220 x 2440 mm	FOB	270
Ván MDF,HMR E2. Kích thước: 16.5 x 1220 x 2440 mm	FOB	241
Ván MDF, MBR E2. Kích thước: 3.6 x 1220 x 2440 mm	FOB	208
GIÁ XUẤT KHẨU GỠ DÁN		
Korea (Republic)		
Gỗ dán làm từ gỗ keo rừng trồng, E1. Kích thước: 11.5 x 1220 x 2440 mm	CFR	224
Gỗ dán làm từ gỗ keo rừng trồng, LVL. Kích thước: 15 x 140 x 1130 mm	CFR	210
Japan		
Gỗ dán làm từ gỗ keo rừng trồng. Kích thước: 38/53/83 x 79/80 x 3950 mm	CFR	275
Gỗ dán làm từ gỗ keo rừng trồng. Kích thước: 19 x 69 x 3960mm	CFR	266
Gỗ dán công nghiệp làm từ gỗ keo. Kích thước: 8.0 x 920 x 1830 mm	CFR	228
Gỗ dán công nghiệp làm từ gỗ keo. Kích thước: 8.0 x 1230 x 2440 mm	CFR	210
Hoa Kỳ		
Gỗ dán core bạch đàn, keo, loại D/E UV1S 12 x1220 x2440 mm	FOB	390
Gỗ dán core bạch đàn, keo, loại D/E UV2S 12 x1220 x2440 mm	FOB	439
Gỗ dán core bạch đàn keo, loại D/E UV1S 18 x1220 x2440 mm	FOB	339
Gỗ dán core bạch đàn keo, loại D/E UV2S 18 x1220 x2440 mm	FOB	369

Nguồn: Nhóm nghiên cứu VIFORES, Hawa, FPA Bình Định, Forest Trends và Tổng Cục Hải Quan.

ĐỒ GỖ/ WOOD PRODUCTS



CÔNG TY CỔ PHẦN WOODSLAND

Địa chỉ: Lô số 49K - KCN Quang Minh - TT Chi Đông - Mê Linh - HN
Điện thoại: (+84) 24 35840122
Email: info@woodsl.com.vn
Web: https://woodsl.com.vn
Sản phẩm: Sản xuất đồ gỗ ngoài trời, cửa gỗ, gỗ dán



CÔNG TY CỔ PHẦN KỸ NGHỆ GỖ TIẾN ĐẠT

Địa chỉ: Khu vực 7 - Phường Bùi Thị Xuân, Thành phố Qui Nhơn - Tỉnh Bình Định
Tel: (+84 0256) 510217/ 510 684 **Fax:** (+84 0256) 510682
Email: tiendat@dng.vnn.vn
Website: www.tiendatquinhon.com.vn
Sản phẩm: sản xuất các sản phẩm đồ gỗ trong nhà và ngoài trời



CÔNG TY CỔ PHẦN LÂM SẢN NAM ĐỊNH

Địa chỉ: Lô C1, đường D2, khu công nghiệp Hòa Xá, P. Lộc Hòa, Tp. Nam Định, tỉnh Nam Định
Tel: (+84) 0913.290.309 **Fax:** (+84 2283) 86 2220
Email: nafoco@nafoco.com.vn **Web:** https://nafoco.com.vn
Sản phẩm: Sản xuất đồ gỗ ngoài trời từ gỗ keo/ Outdoor furniture



CÔNG TY CỔ PHẦN LÂM VIỆT

Địa chỉ: Khu phố Khánh Lộc, Phường Khánh Bình, Thị xã Tân Uyên, tỉnh Bình Dương
Tel: (+84 274 3) 653114 **Fax:** (+84 2743) 653116
Email: Contact@lamvietfurniture.com
Web: http://www.lamvietfurniture.com
Sản phẩm: Sản xuất đồ gỗ

VIÊN NÉN/ WOOD PELLET



CÔNG TY CỔ PHẦN SMART WOOD VIỆT NAM

Địa chỉ: Số 33, N03B Khu đô thị Sài Đồng, Phường Phúc Đồng, Quận Long Biên, Thành phố Hà Nội
Điện thoại: 0987 879 857
Email: ib@smartwoods.com.vn
Web: http://smartwoods.com.vn/
Sản phẩm: Sản xuất mặt hàng viên nén nguyên liệu/wood pellet.



CÔNG TY CỔ PHẦN NĂNG LƯỢNG SINH HỌC PHÚ TÀI

Địa chỉ: Số 29 Thi Sách, P. Nguyễn Văn Cừ, Tp. Quy Nhơn, tỉnh Bình Định
Tel: (+84 2563) 841888 **Fax:** (+84 2563) 841168
Email: ntphongpm@gmail.com
Web: www.nangluongsinhhoc.com.vn
Sản phẩm: Sản xuất mặt hàng viên nén nguyên liệu/wood pellet

MDF



CÔNG TY TNHH DONGWHA VIỆT NAM

Nhà máy: Lô CN1,CN2,CN3,CN4 - KCN Sông Công II, Xã Tân Quang, TP Sông Công, Tỉnh Thái Nguyên, Việt Nam
Điện thoại: +84 0208 3935 623
Web: http://www.dongwhavietnam.com/
Sản phẩm: Sản xuất MDF, ván sàn



CÔNG TY CỔ PHẦN GỖ MDF THANH THÀNH ĐẠT

Địa chỉ: Cụm công nghiệp huyện Vũ Quang, xã Thọ Điền, huyện Vũ Quang, tỉnh Hà Tĩnh.
Tel: (+84 238) 3212828
Email: info@thanhthanhdat.com.vn
Web: http://www.ttdpanel.com.vn
Sản phẩm: Sản xuất MDF, HDF.

GỖ DÁN/ PLYWOOD



CÔNG TY TNHH JUNMA PHÚ THỌ

Đ/c: Lô số 10, KCN Thụy Vân, Xã Thụy Vân, Thành phố Việt Trì, Phú Thọ
Tel: (+84 2103) 99 1117 **Fax:**
Email: junma.phutho@junmawood.com
Web: www.lzjimmy.com
Sản phẩm: Sản xuất sản phẩm gỗ dán/plywood



CÔNG TY CỔ PHẦN TEKCOM

Địa chỉ: Lô M1-M2-M7-M8, Đường N2-N3, KCN Nam Tân Uyên mở rộng, Xã Hội Nghĩa, Thị xã Tân Uyên, Tỉnh Bình Dương, Việt Nam.
Tel: (+84) 977 668 000 **Email:** info@tekcom.vn
Web: http://www.tekcom.vn/
Sản phẩm: Sản xuất gỗ plywood trong xây dựng và thiết kế nội thất, tủ bếp, tủ phòng tắm

DỊCH VỤ/ SERVICES



i4F LICENSING NV

Địa chỉ: Industriedijk 19, 2300 Turnhout, Belgium
Tel: +32 11922111 **Mobile:** +84 (0) 988180594
Email: nhu@i4f.com (Country Manager, Vietnam)
Web: https://i4f.com
Sản phẩm: Cấp phép bằng sáng chế hèm khóa ván sàn SPC, LVT, Laminate



CÔNG TY TNHH TƯ VẤN QUẢN LÝ HẠNH GIA

Địa chỉ: 102/65/38 Lê Văn Thọ, phường 11, quận Gò Vấp, TP. Hồ Chí Minh
Người đại diện: Ông Lê Phước Văn **Điện thoại:** 0944 99 8067
Email: hanhgiaco@gmail.com **Website:** www.lean.com.vn
Dịch vụ: Tư vấn hệ thống sản xuất tinh gọn nhà máy chế biến gỗ (Toyota way), tư vấn các tiêu chuẩn quốc tế và đào tạo kỹ năng quản lý

MÁY CHẾ BIẾN GỖ/ WOODWORKING MACHINES



CÔNG TY TNHH MÁY CHẾ BIẾN GỖ THƯƠNG NGUYÊN

Địa chỉ: TĐ 59,60,70, TĐ số 1, KP. Phước Thái, P. Thái Hoà, TX. Tân Uyên, Tỉnh Bình Dương
Tel: (+84 2743) 777 558 **Fax:** (+84 2743) 777 559
Email: woodwm@thuongnguyen.vn; salesman@thuongnguyen.vn
Web: www.maychebiengo.net
Sản phẩm: Cung cấp máy chế biến gỗ



CÔNG TY TNHH BCA TECHNOLOGIES

Địa chỉ: Phuoc Hai - Thai Hoa - Tan Uyen Dist - Binh Duong Province
Tel: (+84 2743) 791 688 **Fax:** (+84 2743) 752 557
Email: lihsingvn@gmail.com
Web: https://www.facebook.com/ctybca/



CÔNG TY TNHH SẢN XUẤT THƯƠNG MẠI THANH THÔNG

Trụ sở chính: Tổ 3, Khu Vực 5, P. Nhơn Phú, TP. Quy Nhơn, Bình Định
VPDD tại Bình Dương: số 84/A, Khu Phố Hòa Long, Phường Lái Thiêu, TP Thuận An, Tỉnh Bình Dương.
VP tại TPHCM: 23C Nguyễn Thị Định, KP 3, P. An Phú, TP Thủ Đức, TP HCM
Điện thoại: 0256 222 1905 **Hotline:** 0983 177 534
Web: https://thanhthong.com.vn/
Email: thanhthongcompany@gmail.com; maygothanhtong12@gmail.com
Sản phẩm: Chuyên cung cấp máy móc, thiết bị ngành chế biến gỗ.



CÔNG TY TNHH HẢI PHƯƠNG

Địa chỉ: Cụm 3, xã Liên Hiệp, Huyện Phúc Thọ, Thành phố Hà Nội
Điện thoại: (+8424) 33648292
Email: haiphuong.vn@gmail.com
Web: http://haiphuonggroup.com/
Sản phẩm: Cung cấp các sản phẩm bu lông, vít, đinh tán, đai ốc, nở sắt, ray bi ngăn kéo tủ,... và các phụ kiện đột dập khớp nối ráp cho ngành công nghiệp gỗ.

NHẬP KHẨU GỖ/ IMPORTERS WOOD



CÔNG TY CỔ PHẦN TÂN VĨNH CỬU (TAVICO)

Địa chỉ: KP.9, P. Tân Biên, Tp Biên Hòa, Tỉnh Đồng Nai
Tel: (+84 0251) 3888 100/3888 101
(+84 0251) 3 609 100/ 609 101 Fax: (+84 0251) 3 888 105
E-mail: sales@tavicowood.com
Website: www.tavicowood.com
Sản phẩm: Cung cấp gỗ nguyên liệu: Tần bì, dẻ gai, sồi, dương,....



CÔNG TY TNHH THANH HÒA

Địa chỉ: #1002, số 2 Nguyễn Khắc Viện, P.Tân Phú, Q.7, TP. HCM.
Chi nhánh: Quy Nhơn: Lô A1-8, KCN Long Mỹ, TP. Quy Nhơn, T. Bình Định
Tel: (+84 028) 54138890 **Fax:** (+84 028) 54138891
Email: office@thanhhoaco.com **Website:** www.thanhhoaco.com
Sản phẩm: Cung cấp gỗ nguyên liệu FSC: Bạch đàn, Keo/Tràm, Teak, Sồi, Xoan đào, Mahogany...

PHỤ KIỆN/ ACCESSORIES



HÄFELE VIETNAM LLC

Địa chỉ: 3/F, Ree Tower, 9 Doan Van Bo St., Ward 12, Dist. 4, Ho Chi Minh
Tel: +84 28 39 113 113 Ext: 6220 **Fax:** +84 28 39 113 114
Toll-Free Hotline: 1800 1797
Web: http://www.hafele.com.vn
Sản phẩm: Cung cấp các phụ kiện ngành gỗ



CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHIỆP VÀ THƯƠNG MẠI LIDOVIT

Địa chỉ: Lô D5, đường số 3, KCN Bình Chiểu, Phường Bình Chiểu, Thành Phố Thủ Đức, Tp. Hồ Chí Minh
Điện thoại: (028) - 3729 4183 **Fax:** (028) - 3729 3929
Email: info@lidovit.com.vn **Web:** http://www.lidovit.com.vn/vi
Sản phẩm: Cung cấp các sản phẩm bulông, đai ốc, vít, vít gỗ, thanh ren, cùm, tắc ke, pat, rivê, móc, tán cây, khóa lục giác.

TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU GỖ VÀ SẢN PHẨM GỖ CỦA VIỆT NAM TRONG 2 THÁNG ĐẦU NĂM 2024

XUẤT KHẨU

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ (G&SPG) của Việt Nam trong hai tháng đầu năm 2024 khởi sắc, đạt 2,236 tỷ USD, tăng 33% với cùng kỳ năm ngoái.

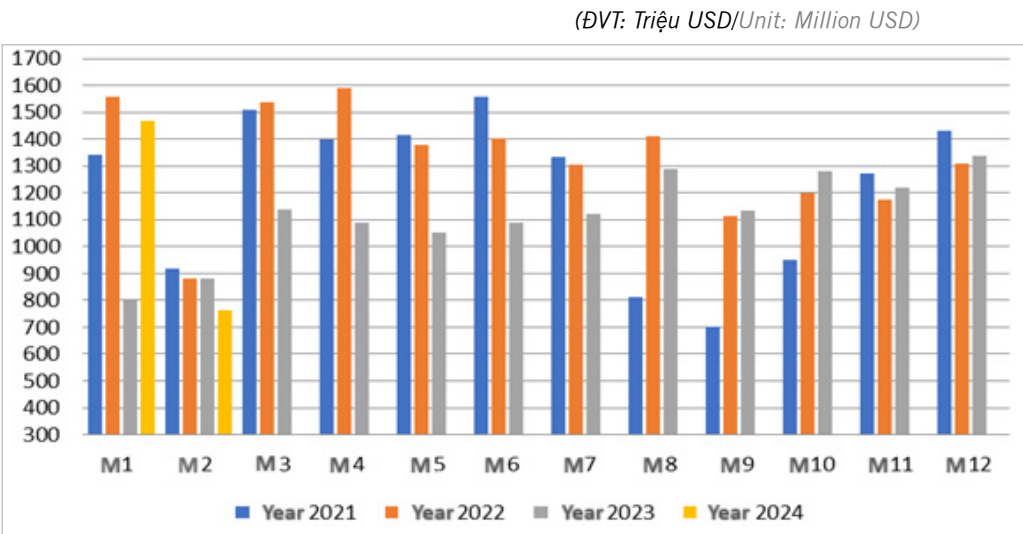
Trong đó, kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ (SPG) đạt 1,5 tỷ USD, tăng 42,8% so với hai tháng năm 2023; chiếm 67,4% tổng kim ngạch xuất khẩu G&SPG.

Đánh giá: Lạm phát toàn cầu đặc biệt tại các nền kinh tế lớn như Hoa Kỳ, Châu Âu, Nhật Bản, Trung Quốc đang dần được kiểm soát, lãi suất ngân hàng tại các nền kinh tế này đang trong lộ trình giảm; Kinh tế toàn cầu đang dần khởi sắc. Là những yếu tố khích thích tiêu dùng tăng trở lại, trong đó có mặt hàng G&SPG.

Trong 15 ngày đầu tháng 3/2024, kim ngạch xuất khẩu G&SPG đạt 613 triệu USD.

Biểu đồ 1: Tham khảo kim ngạch xuất khẩu G&SPG của Việt Nam theo tháng từ năm 2021 - 2024

Chart 1: Reference to Vietnam's export turnover of W&WP monthly in the period of 2021 - 2024



(Nguồn: Gỗ Việt phân tích từ số liệu Hải Quan /Resource: Go Viet analyzed from Customs data)

Doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI)

Hai tháng đầu năm 2024 kim ngạch xuất khẩu G&SPG của các doanh nghiệp FDI đạt trên 1,015 tỷ USD, tăng tới 46,11% so với 2 tháng đầu năm 2023; chiếm 45,39 tổng kim ngạch xuất khẩu G&SPG toàn ngành, tăng so với mức 41,33% của cùng kỳ năm ngoái.

VIETNAM EXPORT AND IMPORT OF WOOD AND WOOD PRODUCTS IN THE FIRST 2 MONTHS OF 2024

EXPORT

According to the statistics of the General Department of Vietnam Customs, the export turnover of wood and wood products (W&WP) of Vietnam in the first 2 months of 2024 improved, achieved US\$2.236 billion, increased by 33% compared to the same period last year.

In which, the export turnover of wood products reached US\$1.5 billion, up 42.8% compared to the first 2 months of 2023 and accounted for 67.4% of total W&WP export turnover

Assessment: Global inflation, especially in major economies such as the United States, Europe, Japan, and China, has gradually been controlled, bank interest rates in these economies have decreased; The global economy has gradually improved. These are factors that stimulate consumption to increase again, including W&WP products.

In the first 15 days of March 2024, theW&WP's export turnover reached US\$ 613 million.

FDI enterprises

In the first 2 months of 2024, the W&WP export turnover of FDI enterprises reached over US\$1.015 billion, up to 46.11% over the first two months last year; accounted for 45.39% of the total W&WP export turnover of the whole industry, up 41.33% in the same period last year.

Trong đó, kim ngạch xuất khẩu SPG đạt 916 triệu USD, tăng tới 49,63% so với cùng kỳ năm ngoái; chiếm 90,25% tổng kim ngạch xuất khẩu G&SPG của khối FDI và chiếm 60,78% tổng kim ngạch xuất khẩu SPG toàn ngành.

THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU:

Hai tháng đầu năm 2024, kim ngạch xuất khẩu G&SPG tăng mạnh tại hầu hết các thị trường chủ lực so với cùng kỳ năm ngoái: Hoa Kỳ tăng 51,56%; Trung Quốc tăng 23,35%; Canada tăng 47,22%...

Bên cạnh đó, thị trường Anh, Hà Lan, Australia, Pháp... đều tăng rất mạnh. Cá biệt thị trường Ấn Độ tăng tới 153,48% so với cùng kỳ năm 2023.

Ngược lại, Hàn Quốc là thị trường chủ lực duy nhất giảm 12,08% so với cùng kỳ năm ngoái; Và thị trường Nhật Bản xấp xỉ cùng kỳ năm 2023.

Bảng 1: Tham khảo kim ngạch xuất khẩu G&SPG sang một số thị trường trong 2 tháng đầu năm 2024

Table 1: Reference to the export turnover of W&WP to some markets in the first 2 months of 2024

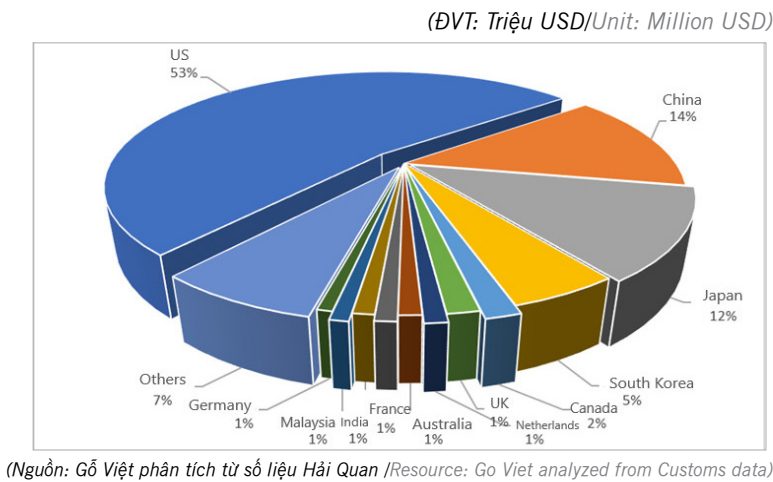
(ĐVT/Unit: 1.000 USD)

Thị trường/Market	2 months of 2024	2 months of 2023	Change (%)	Propotion (%)
USA	1,189,150	784,609	51.56	53.18
China	306,267	248,295	23.35	13.70
Japan	270,323	270,229	0.04	12.09
South Korea	112,362	127,795	-12.08	5.03
Canada	36,022	24,468	47.22	1.61
UK	32,756	24,245	35.11	1.46
Netherlands	23,195	14,802	56.70	1.04
Australia	23,058	15,718	46.70	1.03
France	22,113	17,458	26.66	0.99
India	21,675	8,551	153.48	0.97
Malaysia	19,100	18,112	5.46	0.85
Germany	15,724	12,127	29.67	0.70
Thailand	11,459	7,923	44.63	0.51
Belgium	9,905	6,892	43.70	0.44
Taiwan	8,175	11,164	-26.77	0.37
Spain	7,811	5,382	45.13	0.35
Cambodia	5,390	3,948	36.52	0.24
Denmark	5,266	5,446	-3.30	0.24
Singapore	4,858	5,585	-13.03	0.22
Poland	4,434	2,412	83.83	0.20
Mexico	4,268	3,408	25.26	0.19
Sweden	4,127	3,072	34.32	0.18
Italy	3,732	3,602	3.60	0.17
UAE	3,444	1,964	75.36	0.15
Arab Saudi	3,226	4,136	-22.01	0.14
Newzealand	2,698	2,059	31.04	0.12
Portugal	1,289	657	96.16	0.06
Chile	1,230	1,672	-26.42	0.06
Greece	1,219	1,022	19.29	0.05
Turkey	971	2,659	-63.47	0.04
South Africa	863	367	135.25	0.04
Switzerland	697	792	-12.04	0.03
Norway	576	213	170.64	0.03
Russia	528	756	-30.15	0.02
Kuwait	469	445	5.26	0.02
Laos	462	225	105.46	0.02
Hong Kong	428	379	12.78	0.02
Czech	357	323	10.37	0.02
Finland	281	113	149.44	0.01
Austria	144	106	35.24	0.01

(Nguồn: Gỗ Việt phân tích từ số liệu Hải Quan /Resource: Go Viet analyzed from Customs data)

Biểu đồ 2: Tham khảo thị phần về kim ngạch xuất khẩu G&SPG của Việt Nam trong 2 tháng năm 2024

Chart 2: Reference to the market share of Vietnam's W&WP export turnover in the first two months of 2024



NHẬP KHẨU

KIM NGẠCH NHẬP KHẨU:

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, kim ngạch nhập khẩu G&SPG về Việt Nam trong 2 tháng năm 2024 cũng tăng rất mạnh, đạt 342 triệu USD, tăng tới 26,3% so với cùng kỳ năm ngoái.

Trong 2 tháng đầu năm 2024, Việt Nam đã xuất siêu 1,89 tỷ USD trong hoạt động xuất nhập khẩu G&SPG.

Như vậy, cùng với kim ngạch xuất khẩu, kim nhập khẩu G&SPG được dự báo sẽ tục khởi sắc trong năm 2024

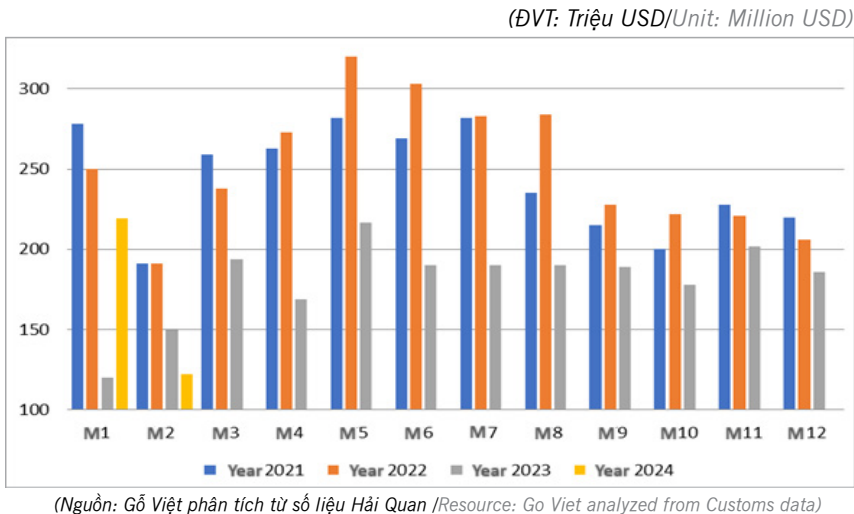
15 ngày đầu tháng 3/2024, kim ngạch nhập khẩu G&SPG về Việt Nam đạt 89 triệu USD.

Doanh nghiệp FDI

Hai tháng năm 2024, kim ngạch nhập khẩu G&SPG của các doanh nghiệp FDI đạt trên 128 triệu USD, tăng 62,48% so với cùng kỳ năm ngoái.

Biểu đồ 3: Kim ngạch nhập khẩu G&SPG về Việt Nam theo tháng trong từ năm 2021 - 2024

Chart 3: Import turnover of W&WP into Vietnam monthly in the period of 2021 - 2024



IMPORT

IMPORT TURNOVER:

According to the statistics of the General Department of Vietnam Customs, the W&WP import turnover into Vietnam in the first 2 months of 2024 achieved US\$342 million, up 26.3% compared to the same period last year.

In the first 2 months of 2024, Vietnam had a trade surplus of US\$1.89 billion in W&WP imports and exports.

Thus, along with the export turnover, the W&WP import turnover is forecasted to continue to improve in 2024.

In the first 15 days of March 2024, the W&WP's import turnover into Vietnam reached US\$89 million.

FDI enterprises

In the first 2 months of 2024, the W&WP import turnover of FDI enterprises achieved over US\$128 million, up 62.48% over the same period last year.

Trong 2 tháng đầu năm 2024, các doanh nghiệp FDI đã xuất siêu 886 triệu USD tại Việt Nam trong hoạt động xuất nhập khẩu G&SPG. Con số này của cùng kỳ năm 2023 là 615 triệu USD.

Thị trường nhập khẩu

Hai tháng đầu năm 2023, kim ngạch nhập khẩu G&SPG từ hầu hết các thị trường lớn đều tăng rất mạnh. Một số thị trường chủ lực tăng trên 100% như: Trung Quốc, Chile, Brazil và Nga.

Trong đó, Trung Quốc tiếp tục là thị trường cung ứng G&SPG lớn nhất của Việt Nam, đạt 139 triệu USD, tăng gần 108% so với cùng kỳ năm ngoái; chiếm 40,78% tổng kim ngạch nhập khẩu G&SPG toàn ngành.

In the first 2 months of 2024, FDI enterprises had a trade surplus of US\$886 million in W&WP import and export This figure for the same period in 2023 was US\$615 million.

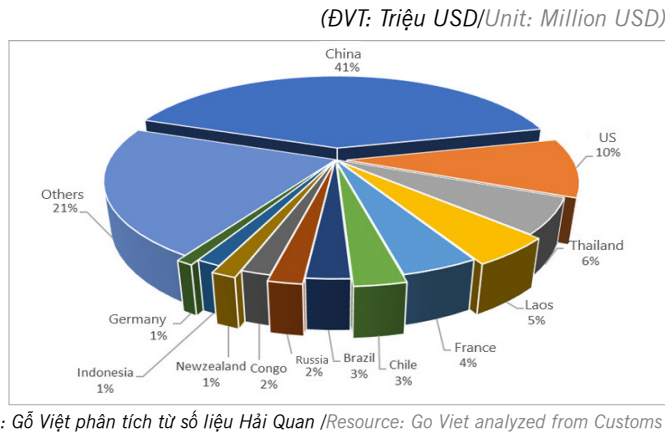
Import market:

In the first two months of 2023, W&WP import turnover from most major markets increased very strongly. Some key markets increased by over 100% such as: China, Chile, Brazil and Russia.

In particular, China continued to be Vietnam's largest W&WP supply market, reached US\$139 million, an increase of nearly 108% over the same period last year; accounted for 40.78% of the total W&WP import turnover of the whole industry.

Biểu đồ 4: Tham khảo tỷ trọng kim ngạch nhập khẩu G&SPG về Việt Nam trong 2 tháng đầu năm 2024

Chart 4: Reference to the import turnover proportion of W&WP into Vietnam in the first 2 months of 2024



Bảng 2: Tham khảo kim ngạch nhập khẩu G&SPG từ một số thị trường về Việt Nam trong 2 tháng đầu năm 2024

Table 2: Reference to the import turnover of W&WP from some markets into Vietnam in the first two months of 2024

(ĐVT/Unit: 1.000 USD)

Thị trường/Market	2 months of 2024	2 months of 2023	Change (%)	Propotion (%)
China	139,500	67,078	107.97	40.78
USA	33,449	26,055	28.38	9.78
Thailand	20,008	12,506	59.98	5.85
Laos	16,477	14,167	16.31	4.82
France	15,090	11,236	34.31	4.41
Chile	10,113	5,056	100.02	2.96
Brazil	8,603	3,992	115.51	2.52
Russia	6,727	3,085	118.04	1.97
Congo	5,748	8,953	-35.80	1.68
Newzealand	4,826	6,564	-26.47	1.41
Indonesia	4,756	4,974	-4.37	1.39
Germany	3,330	4,371	-23.82	0.97
Malaysia	2,413	4,374	-44.82	0.71
Italy	1,599	3,334	-52.04	0.47
Canada	1,427	1,096	30.11	0.42
Ghana	1,393	946	47.36	0.41
Cambodia	1,294	911	42.07	0.38
South Korea	1,221	2,171	-43.74	0.36
Japan	735	545	34.80	0.21
Argentina	727	133	448.58	0.21
Belgium	724	1,744	-58.47	0.21
Finland	717	1,283	-44.09	0.21
Australia	702	871	-19.40	0.21
Sweden	663	1,376	-51.80	0.19
South Africa	269	197	36.74	0.08
Taiwan	136	223	-38.85	0.04
Myanmar	59	232	-74.45	0.02

(Nguồn: Gỗ Việt phân tích từ số liệu Hải Quan /Resource: Go Viet analyzed from Customs data)



Canadian wood.
Natural beauty.

Gỗ Canada.
Vẻ đẹp tự nhiên.

YELLOW CEDAR GỖ BÁCH VÀNG



TRY CANADIAN WOOD
HÃY DÙNG THỦ GỖ CANADA

canadianwood.com.vn
+84 274 380 3609



A range of high-quality certified lumber from sustainably managed forests of British Columbia, Canada.
Các loại gỗ xẻ chất lượng cao được chứng nhận từ nguồn rừng trồng được quản lý bền vững của tỉnh bang British Columbia, Canada.



Global Sourcing
Fair VIETNAM
Home | Gift | Fashion

Triển lãm Nguồn Cung ứng Quốc tế hàng đầu Việt Nam



THÔNG TIN



Thời gian:
24-26/04/2024
9:00 AM – 5:00 PM



Quy mô:
650+ gian hàng, 13.000 m2



Địa điểm:
Trung tâm Hội chợ và Triển lãm
Sài Gòn, quận 7, TP. Hồ Chí Minh



Sản phẩm:
Nhà cửa & Nội thất, Quà tặng & Thủ
công mỹ nghệ, Thời trang & Phụ

TRIỂN LÃM B2B HÀNG ĐẦU VIỆT NAM

Nguồn cung xuất khẩu

Lựa chọn của top 100 thương hiệu lớn trên thế giới

Sản phẩm phong phú

Hơn 12.000 sản phẩm sẵn sàng xuất khẩu

Đa dạng nhà cung cấp

Kết nối với nhà cung ứng từ hơn 9 quốc gia

Giải pháp O2O

Kết nối trực tuyến, trực tiếp, mọi lúc mọi nơi

Kết nối toàn cầu

Gặp gỡ hơn 16.000 nhà mua hàng quốc tế

CÁC HOẠT ĐỘNG NỔI BẬT TẠI TRIỂN LÃM



Hội thảo Chuyên ngành



Kết nối Giao thương



Khu trưng bày sản phẩm nổi bật



Tham quan nhà máy

LIÊN HỆ

Thông tin liên hệ Ban tổ chức:
Email: gsfvietnam@globalsources.com

ĐĂNG KÝ NGAY





**BIFA WOOD
VIETNAM**

Endorsed by



BỘ CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM
MINISTRY OF INDUSTRY AND TRADE OF THE SOCIALIST REPUBLIC OF VIETNAM



BỘ NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN
HOCHIMINH CITY DEPARTMENT OF AGRICULTURE AND RURAL DEVELOPMENT

Organized by



VIFOREST FAIR



**8 - 11
AUGUST
2024**



**HỘI CHỢ MÁY VÀ NGUYÊN LIỆU GỖ
QUỐC TẾ BÌNH DƯƠNG**

**BINH DUONG INTERNATIONAL
WOODWORKING MACHINERY EXHIBITION**

**BIFA WOOD
VIETNAM**

Venue:



WTC Binh Duong New City Expo

Lot A19, Hung Vuong Street,
Hoa Phu Ward, Thu Dau Mot City,
Binh Duong Province, Viet Nam

HỘI CHỢ DIỄN RA VÀO THÁNG 8 HÀNG NĂM

BIFA WOOD VIETNAM

WILL BE ORGANIZED ANNUALLY IN AUGUST



+84 966 341 665