

GỖ VIỆT

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

Số 151 - Tháng 12. 2022
No. 151 - December, 2022
NĂM THỨ 13 - 13 YEARS

Ngành gỗ Việt Nam tích vốn cho tăng trưởng
Vietnam's wood industry accumulates capital for growth

Định vị
thương hiệu
gỗ Việt

Positioning the
Vietnam Wood brand

NGÀNH DẪM CHỜ "VỐN" PHÁT TRIỂN
THE WOODCHIP INDUSTRY WAITS
FOR CAPITAL TO DEVELOP



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



Gỗ tròn

Oak - Ash - Birch - Beech - Poplar - Walnut



Gỗ xẻ sấy

Oak - Ash - Birch - Beech - Poplar - Walnut



Gỗ xây dựng

Hinoki, Accoya, Thermo - Hemlock, Laka Wood...

CHỢ ĐẦU MỐI NỘI THẤT GỖ TÂY TAVICO HỒ NAI



**CHỢ ĐẦU MỐI NỘI THẤT LỚN NHẤT VIỆT NAM
CHỢ SỈ CHO KHÁCH LẺ**

- ▶ Diện tích 120.000m² quy tụ trên 100 gian hàng
- ▶ Mẫu mã phong phú với trên 1.000 sản phẩm
- ▶ Đa dạng từ Truyền thống đến Hiện đại sang trọng
- ▶ Cách Tp. Hồ Chí Minh 30km, gần ga Hồ Nai - Biên Hòa

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



Hotline : 1900234519
Website : www.tavicowood.com
Email : info@tavicowood.com
Địa chỉ : Khu Dịch Vụ KDC Tân Cảng - Long Bình,
Khu phố 7, Phường Long Bình, Thành phố Biên Hòa, Tỉnh Đồng Nai

CHỢ ĐẦU MỐI NỘI THẤT GỖ TÂY - TAVICO HỒ NAI



Hotline : 085555595
Website : www.nothattavico.com
Email : info@tavicowood.com
Địa chỉ : Số 81, Đường Điều Xén, Tổ 8, khu phố 9,
Phường Tân Biên, Thành phố Biên Hòa, Tỉnh Đồng Nai

**SẢN XUẤT TẠI
VIỆT NAM**



LIHSING



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>



Thư tòa soạn

Letter of Editors

Thư Quý độc giả!

Chúng ta sắp sửa nói lời chào tạm biệt năm 2022 với nhiều lo toan, bộn bề, năm có những hi vọng nhưng cũng đầy khó khăn thách thức. Năm 2022 là một năm chứng kiến nhiều biến động địa chính trị, năm của những xung đột, năm của lạm phát tăng cao và nhiên liệu, nguyên liệu tạo ra sức ép lớn đến mọi quốc gia, mọi nền kinh tế, mọi ngành công nghiệp và đến từng cá thể.

Kinh tế Việt Nam 9 tháng đầu năm phục hồi được xem là kỳ diệu, nhưng chỉ có tính nhất thời vì những yếu tố làm nên điều này không còn tiếp tục từ quý 4 và các năm tiếp theo khi lạm phát ở các thị trường lớn trên thế giới tăng cao đã khiến hầu hết các ngành công nghiệp mũi nhọn trong nước chịu ảnh hưởng nặng nề.

Ngành gỗ cũng trải qua những giông bão tương tự, và đối diện với các khó khăn chưa từng có, tình trạng giảm, chậm, hủy hay không có đơn hàng sản xuất kéo theo giảm lao động, tình hình tài chính khó khăn ảnh hưởng nghiêm trọng đến hoạt động sản xuất ngành gỗ.

Ngoài ra, các doanh nghiệp còn gặp phải các khó khăn như khách hàng cắt giảm đơn hàng khi giá cước vận tải tăng cao và xung đột Nga - Ukraine khiến đầu ra giảm, khách hàng hủy ngang các đơn hàng đã đặt, cũng như các đơn hàng đang sản xuất dở dang; chi phí thuê đất phải trả dòng tiền bị gián đoạn.

Thưa Quý độc giả!

Các chuyên gia cho rằng, hiện tại không còn là thời điểm để tìm ra giải pháp nữa, mà phải rất ráo tìm giải pháp cho năm 2023 khi những ảnh hưởng tiêu cực này vẫn tiếp diễn đối với ngành sản xuất và xuất khẩu của Việt Nam.

Khó khăn từ các yếu tố bên trong lẫn bên ngoài như nhu cầu thị trường thế giới giảm sút, giá nhập khẩu nguyên liệu đầu vào tăng, việc tiếp cận vốn qua các kênh gặp nhiều hạn chế, giải ngân đầu tư công chậm... Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cũng phản ánh những quy định liên quan đến thủ tục đầu tư, đất đai... trở nên khắt khe, chi phí tuân thủ cao hơn trước, nhiều khả năng sẽ làm chậm nhịp phục hồi của ngành chế biến xuất khẩu.

Nhưng dù thế nào thì nền kinh tế Việt Nam cũng không thể để những giá trị đã tạo dựng được trong nhiều năm qua bị xói mòn, những thành quả gây dựng được không thể làm lung lay hoặc bị đổ vỡ.

Và ngành gỗ cũng không nản lòng, bất chấp những khó khăn kéo dài suốt ba năm qua. Chúng ta đã đối diện với thách thức gấp đôi nhưng cũng đã sáng tạo gấp đôi, tìm tòi gấp đôi để có thể vượt qua được tất cả khó khăn.

Chúng ta cùng nhau sắp xếp lại một năm nhiều lo lắng và chuẩn bị tâm thế lạc quan và khai phá những cơ hội mới trong năm 2023.

Dear readers,

We are about to say goodbye to 2022 with many worries, chaos, year of hopes but also full of difficulties and challenges. 2022 is a year of many geopolitical fluctuations, a year of conflicts, a year of high inflation and fuel and raw materials that create great pressure on every country, every economy, every industry, and every individual.

The recovery of Vietnam's economy in the first 9 months of the year is considered miraculous. However, it is only temporary because the factors that make this do not continue from the fourth quarter and the following years when high inflation in major markets around the world has caused most of the domestic spearhead industries to be severely affected.

The wood industry also experienced similar storms, and faced unprecedented difficulties. The situation of reduction, delay, cancellation or no production orders led to a reduction in labor. The difficult financial situation seriously affected the wood industry's production.

In addition, businesses also face difficulties such as customers cutting orders when freight rates are high. And the Russia-Ukraine conflict causes output to decrease. Moreover, customers cancel orders placed, as well as orders in progress; land rental costs payable interrupted cash flow.

Dear Readers!

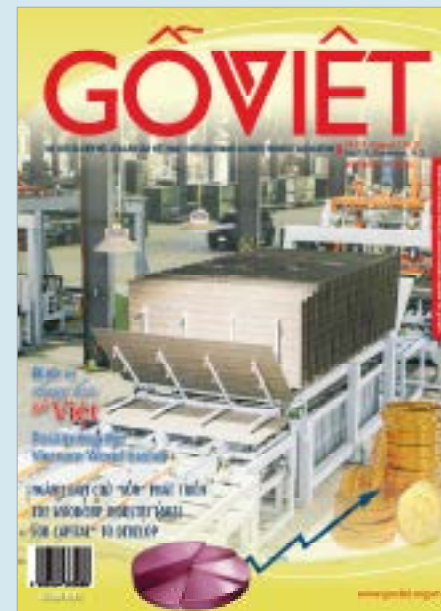
Experts say that now is no longer the time to find solutions, but to find solutions for 2023 when these negative effects continue to affect Vietnam's manufacturing and export industries.

Difficulties from internal and external factors such as declining world market demand, increasing import prices of input materials, limited access to capital through channels, slow disbursement of public investment, etc. Besides, businesses also reflect that regulations related to investment procedures, land... become stricter, compliance costs are higher than before, which is likely to slow down the recovery rate of export processing industry.

But no matter what, the Vietnamese economy cannot let the values built up over the years be eroded, the achievements built cannot be shaken or broken.

And the wood industry is not discouraged, despite the difficulties that have lasted for the past three years. We have faced double challenges but also have been twice as creative and researched twice to be able to overcome all difficulties.

Together, let's rearrange an anxious year and prepare to be optimistic and explore new opportunities in 2023.



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 - BT TT delivered 31/10/2014
by Ministry of Information and Communications, Socialist
Republic of Viet Nam.

Giấy phép xuất bản số

322/GP - BTTTT Cấp ngày 31/10/2014

Ảnh bìa: Nhà máy gỗ MDF, Plywood Thanh Thành Đạt. Nguồn: Internet

Số 151 - Tháng 12. 2022
No. 151 - December, 2022

MỤC LỤC/ CONTENT

6 SỰ KIỆN & BÌNH LUẬN EVENTS & COMMENTS

Định vị thương hiệu Gỗ Việt
Positioning the Vietnam Wood brand

10 VẤN ĐỀ HỒM NAY CURRENT ISSUES

Tìm hướng đi riêng
Find the own way
Ngành dăm chờ "vốn" phát triển
The woodchip industry waits for "capital" to develop

22 CẦU CHUYỆN DOANH NGHIỆP BUSINESS CORNER

Thương hiệu đồ gỗ nội thất xây dựng lòng tin như thế nào?
Với tư cách là 1 thông dịch viên tiếng Nhật tôi may mắn được tham gia triển lãm

28 PHONG CÁCH STYLE

Sự ấm áp của gam màu trung tính

30 PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG SUSTAINABILITY

Thiếu FSC, khó mở rộng thị trường đồ gỗ
To lack FSC, it is difficult to expand the furniture market

36 ĐỐI THOẠI CHÍNH SÁCH POLICY DIALOGUE

Chuyện về con cá hay cần câu
The story of a fish or a fishing rod

42 THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG GỖ TIMBER MARKET INFORMATION

44 ĐỊA CHỈ TIN CÂY YELLOW PAGES

46 HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP EXPORT & IMPORT

50 HỘI CHỢ TRIỂN LÃM EVENT CALENDAR

Định vị thương hiệu GỖ VIỆT

▼ CẨM LÊ

Thương hiệu là linh hồn của doanh nghiệp, thể hiện niềm tin của khách hàng đối với sản phẩm. Thương hiệu tầm quốc gia giúp doanh nghiệp mở rộng thị trường, và muốn có thương hiệu quốc gia, từng doanh nghiệp phải xây dựng được nền móng tốt.

Thương hiệu ngành gỗ, một lần nữa, lại trở thành chủ đề của những nhà quản lý và hoạch định chính sách. Trong bối cảnh xuất khẩu gỗ gặp khó khăn vì những biến động chính trị, kinh tế trên khắp thế giới, khiến cho tốc độ tăng trưởng của ngành không đạt như kì vọng cả về giá trị, thị trường và độ rộng của thương hiệu.

Đây là thời điểm mà người tiêu dùng trên thế giới thắt chặt chi tiêu, và đặt túi tiền của mình ở những sản phẩm đáng tin cậy, có thương hiệu, thì ngành gỗ Việt Nam đang đối mặt với thách thức kép, không chỉ phải duy trì được đơn hàng xuất khẩu, mà còn thuyết phục được người tiêu dùng lựa chọn sản phẩm đồ gỗ của Việt Nam.

Ông Nguyễn Văn Diện, Vụ trưởng Vụ Phát triển sản xuất Lâm nghiệp, trong Hội thảo thúc đẩy thương hiệu gỗ Việt đầu tháng 12 cho rằng, thương hiệu là linh hồn của doanh nghiệp, thể hiện niềm tin của khách hàng đối với sản phẩm và không chỉ về chất lượng mà còn cả về chính sách hậu mãi.

Nhưng với thị trường xuất khẩu, sản phẩm gỗ Việt Nam vẫn chưa tạo ra được ấn tượng thật sự. Các chuyên gia dẫn chứng là, gỗ xuất khẩu của Việt Nam vẫn phải thông qua thương hiệu của doanh nghiệp nước ngoài.

Nguyên nhân cũng được chỉ rõ, là do chính sách phát triển thương hiệu ngành chế biến gỗ chưa quan tâm đúng mức. Các doanh nghiệp gỗ và sản phẩm gỗ Việt Nam vẫn thiếu và yếu về nguồn lực, do đó, việc xây dựng thương hiệu vẫn còn hạn chế. Đây đang là rào cản sự phát triển của ngành gỗ chế biến tại thị trường thế giới.



Làm thế nào để tạo ra một thương hiệu Gỗ Việt như Chính phủ đặt ra nhiệm vụ trong các năm trước là một bài toán cần được giải đáp bởi những giải pháp đồng bộ, có kế hoạch và chiến lược cụ thể. Xây dựng được những tiêu chuẩn chất lượng, những đặc điểm nổi bật về thiết kế, những giá trị nội hàm, quảng bá hình ảnh, ứng dụng công nghệ, đào tạo nguồn nhân lực quản lý hệ thống bán hàng ở nước ngoài.

Hợp tác với các doanh nghiệp nước ngoài cũng là một phương án được các chuyên gia khuyến nghị, giống như một số doanh nghiệp đầu ngành đã thuê những chuyên gia thiết kế nước ngoài sáng tạo ra những sản phẩm mang đầy đủ những đặc điểm của đồ gỗ Việt Nam, nhưng vẫn có độ mở với thế giới về hình ảnh, xu hướng, cũng như phong cách.

Bây giờ là lúc thay đổi tư duy phát triển sản phẩm, từng doanh nghiệp định hướng sản phẩm và định vị được thương hiệu ở thị trường thế giới sẽ tạo ra nền tảng cho sự phát triển của thương hiệu Gỗ Việt. Xây dựng thương hiệu sẽ giúp doanh nghiệp và ngành gỗ có điều kiện phát triển tầm nhìn, định hướng, tiếp cận đa dạng thị trường quốc tế, tăng giá trị thương mại và tối ưu hóa lợi nhuận. ▼

Độc nhanh

Kinh tế năm 2023 được dự báo nhiều thách thức

Theo Ban kinh tế Trung ương, kinh tế Việt Nam tăng trưởng nhanh trong năm nay (dự kiến đạt 8%), nhưng tính chung cả giai đoạn 2021-2022 chỉ tăng trưởng bình quân khoảng 5,2%, thấp hơn nhiều so với mục tiêu bình quân 6,5% mà Đại hội Đảng lần thứ XIII đặt ra cho giai đoạn 2021-2025. Trong khi đó, từ bên ngoài, do Việt Nam có độ mở lớn, nên trong nước sẽ chịu tác động của kinh tế toàn cầu, vốn đang có nhiều dấu hiệu rõ nét hơn về suy thoái. Theo ghi nhận của Ban Kinh tế Trung ương, xuất nhập khẩu của Việt Nam trong năm sau có thể bị tác động mạnh khi 7 nền kinh tế vốn chiếm khoảng 50,8% kim ngạch xuất khẩu gồm Mỹ, Nhật Bản, Hà Lan, Đức, Anh, Hong Kong; và 7 nền kinh tế chiếm gần 42% kim ngạch nhập khẩu gồm Nhật, Đài Loan, Hàn Quốc, Mỹ, Malaysia, Australia, Indonesia, được dự báo suy thoái nhẹ.

Việt Nam là nút quan trọng trong chuỗi cung ứng của Mỹ

Tại Diễn đàn Xuất khẩu 2022 do Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP HCM (ITPC) tổ chức hôm nay, ông Alex Tatsis - Trưởng phòng kinh tế, Tổng Lãnh sự quán Mỹ tại TP HCM - đánh giá vai trò của Việt Nam ngày càng quan trọng trong chuỗi cung ứng. "Chuỗi cung ứng" ông đề cập là từ chất bán dẫn phục vụ sản xuất điện thoại và ô tô đến các tấm pin mặt trời để thúc đẩy cuộc cách mạng năng lượng sạch và thích ứng với biến đổi khí hậu. Trong đó, Việt Nam nhập khẩu chip máy tính, gỗ cứng, bông và thức ăn chăn nuôi từ Mỹ để làm nguyên liệu phục vụ sản xuất chất bán dẫn, đồ nội thất, may mặc và hải sản trong nước.

Xuất khẩu của Việt Nam bị ảnh hưởng không nhẹ

Theo các chuyên gia HSBC, Việt Nam đã thâm nhập sâu vào hệ sinh thái sản xuất toàn cầu nên khó tránh khỏi những tác động khi thương mại toàn cầu chậm lại, nói cách khác, giai đoạn chứng lại đã tới. Chỉ số nhà quản trị mua hàng (PMI) thế giới đã liên tục giảm từ tháng 5/2021 và đi sâu vào vùng thu hẹp sản xuất từ tháng 9 năm nay (tức dưới mốc 50 điểm) với số lượng đơn hàng mới sụt giảm. Kết quả, Việt Nam bị tác động mạnh mẽ. Kể từ tháng 9, hơn 630.000 công nhân bị ảnh hưởng do đơn hàng nước ngoài giảm sút, với khoảng 90% phải giảm giờ làm. Nguyên nhân chính đến từ lĩnh vực điện tử - vốn chiếm khoảng 35% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Đơn hàng điện tử mới trên thế giới đã bắt đầu giảm mạnh từ nửa cuối năm nay. Tác động xảy ra trên diện rộng tại ba điểm đến chính của xuất khẩu Việt Nam là Mỹ, Trung Quốc và châu Âu.

Lạm phát toàn cầu có thể đã đạt đỉnh

Bloomberg Economics và một số chuyên gia cho rằng lạm phát toàn cầu có thể đã đạt đỉnh nhưng vẫn còn nhiều thử thách để đưa nó về mục tiêu 2%. Theo số liệu của Bloomberg Economics, lạm phát toàn cầu quý III là 9,8% và được dự báo 3 tháng cuối năm nay ở mức 9,5%, còn năm sau sẽ là 5,3%. Các thước đo lạm phát chính được công bố ở Mỹ và eurozone trong tuần này cũng hạ nhiệt. Lạm phát đã chậm lại ở châu Âu vào tháng 11 - lần đầu tiên sau 17 tháng - và đã giảm ở Mỹ kể từ tháng 6. Hiện chi phí thực phẩm, nhiên liệu và kỳ vọng lạm phát của các nhà đầu tư trên thế giới giảm. Cùng với đó, động thái siết chặt tiền tệ của các ngân hàng trung ương bắt đầu có tác động với độ trễ nhất định.

Positioning the Vietnam Wood brand

CAM LE

Brand is the soul of the business, expressing customers' beliefs about the product. National brands help businesses expand their markets. And in order to have a national brand, each business must build a good foundation.

The timber industry brand is, once again, the subject of regulators and policymakers. In the context of wood export facing difficulties because of political and economic fluctuations around the world, the growth rate of the industry did not meet expectations in terms of value, market and brand breadth.

This is a time when consumers around the world tighten their spending, and put their pocketbook on reliable and branded products. While the Vietnam wood industry is facing a double challenge, not only maintaining export

orders, but also convincing consumers to choose Vietnamese wooden products.

Mr. Nguyen Van Dien, Director of the Forestry Production Development Department, in the Seminar to promote the Vietnam wood brand in early December, said that brand is the soul of the business, showing customers' trust in products and not only in quality but also in after-sales policy.

But with the export market, Vietnamese wood products have not yet made a real impression. According to experts, Vietnam's export wood still has to go through the brand name of foreign enterprises.

The reason is also pointed out, is that the brand development policy of the wood processing industry has not been paid enough attention. Vietnamese wood and wood products

enterprises are still lacking and weak in resources, therefore, branding is still limited. This is a barrier to the development of the wood processing industry in the world market.

How to create a Vietnam Wood brand as the Government set the task in previous years is a problem that needs to be solved by synchronous solutions, specific plans and strategies. Building quality standards, outstanding design features, intrinsic values, promoting images, applying technology, training human resources to manage overseas sales systems.

Cooperation with foreign enterprises is also an option recommended by experts, just like some leading enterprises have hired foreign designers to create products with all the characteristics of Vietnamese furniture but they are still open to the world in terms of images, trends, and styles.

Now it is the time to change product development thinking, each product-oriented enterprise and brand positioning in the world market will create the foundation for the development of Vietnam Wood brand. Branding will help businesses and the wood industry have conditions to develop their vision, orientation, access to a variety of international markets, increase commercial value and optimize profits. **V**

Read fast

The economy in 2023 is forecasted with many challenges

According to the Central Economic Commission, Vietnam's economy has grown rapidly this year (expected to reach 8%), but in the whole period 2021-2022, the average growth rate is only about 5.2%, much lower than the average target of 6.5% set by the 13th Party Congress for the period 2021-2025. Meanwhile, from the outside, because Vietnam has a large openness, the domestic economy will be affected by the global economy, which is showing more obvious signs of recession. As noted by the Central Economic Commission, Vietnam's import and export in the following year may be strongly affected when seven economies include the US, Japan, the Netherlands, and the United States. Germany, UK, Hong Kong, which account for about 50.8% of export turnover; and 7 economies accounting for nearly 42% of import turnover, including Japan, Taiwan, South Korea, the US, Malaysia, Australia, and Indonesia, are forecast to have a slight recession.

Vietnam is an important node in the US supply chain

At the Export Forum 2022 organized by the Investment and Trade Promotion Center of Ho Chi Minh City (ITPC) today, Mr. Alex Tatsis - Economic Section Chief, U.S. Consulate General, Ho Chi Minh City - evaluated the increasingly important role of Vietnam in the supply chain. The "supply chain" he refers to ranges from semiconductors used to make phones and cars to solar panels to fuel the clean energy revolution and adapt to climate change. In particular, Vietnam imports computer chips, hardwood, cotton and animal feed from the US to use as raw materials for domestic production of semiconductors, furniture, apparel and seafood.

Vietnam's exports are not lightly affected

According to HSBC experts, Vietnam has penetrated deeply into the global manufacturing ecosystem, so it is difficult to avoid the impacts when global trade slows down. In other words, the period of slowing down has come. The Purchasing Managers' Index (PMI) has been steadily declining worldwide since May 2021 and entered the production contraction zone from September this year (i.e. below the 50 point mark) with a decrease in the number of new orders. . As a result, Vietnam was strongly affected. Since September, more than 630,000 workers have been affected by a drop in foreign orders, with about 90% having to reduce working hours. The main reason comes from the electronics sector - which accounts for about 35% of Vietnam's total export turnover. New electronics orders around the world have started to decline sharply since the second half of this year. The impact is widespread in the three main destinations of Vietnamese exports, namely the US, China and Europe.

Global inflation may have peaked

Bloomberg Economics and some experts think that global inflation may have peaked but there are still many challenges to getting it back to the 2% target. According to data from Bloomberg Economics, global inflation in the third quarter was 9.8% and is forecasted in the last 3 months of this year at 9.5%, and next year will be 5.3%. The main inflation measures published in the US and eurozone this week also cooled. Inflation slowed in Europe in November - for the first time in 17 months - and has been falling in the US since June. Food, fuel costs and inflation expectations of investors around the world now show reduce. Along with that, the monetary tightening moves of central banks began to have an impact with a certain delay.



TÌM HƯỚNG ĐI RIÊNG

XUÂN LÂM

Khi xuất khẩu gỗ ghép thanh bị đóng băng đầu ra, hầu hết gỗ nguyên liệu từ rừng trồng được bán thẳng cho các xưởng làm dăm hoặc viên nén khi những mặt hàng này đang trở thành điểm sáng của ngành gỗ những tháng cuối năm.

Xuất khẩu gỗ ghép thanh đã chứng lại trong những tháng qua bởi ảnh hưởng của lạm phát ở các thị trường lớn như Mỹ, EU. Hầu hết các doanh nghiệp chế biến gỗ ghép thanh như Mộc Quyết Thắng đều đang tồn lượng hàng trong kho rất lớn, nếu thị trường lưu thông trở lại, cũng phải mất 6-8 tháng sau mới giải quyết hết hàng tồn và trong trường hợp xuất khẩu bất động kéo dài, các doanh nghiệp sẽ khó có thể cầm cự được khi đang đối mặt với khó khăn về nguồn vốn.

Nếu thuận lợi, vào cuối tháng 12, khi các room tín dụng được nới rộng thêm 1,5-2%, các doanh nghiệp có thể được cung ứng thêm vốn và tìm cách xoay sở chờ thị trường phục hồi vào đầu năm sau.

Ván ghép thanh là đầu ra rất quan trọng của gỗ rừng trồng, nhưng đang có nghịch lý về nguyên liệu, khi nhiều cơ sở và xưởng chế biến tận dụng tối đa nguyên liệu để chế biến viên nén.

Chỉ tay vào khối lượng gỗ ghép thanh tồn kho, bà Nguyễn Hoàng Lý, Giám đốc Công ty TNHH Mộc Quyết Thắng không giấu nỗi sự bùi ngùi nói: "Giá viên nén hiện bằng giá nguyên liệu chúng tôi mua để ra phôi và làm hàng sản xuất, xuất khẩu ván ghép thanh".

Suốt thời gian qua, Mộc Quyết Thắng chỉ nhận đơn hàng theo sản xuất xuất khẩu, và nhờ sự trợ giúp của các doanh nghiệp khác để giữ chân công nhân và nền tảng sản xuất. Vì vậy, theo bà Lý, gỗ rừng trồng được bán thẳng cho các xưởng làm dăm, "vừa nhanh lại có tiền ngay và sản lượng không hạn chế".

Ở Hồ Nai, nơi "đóng quân" của Mộc Quyết Thắng, hiện tại, hầu hết các xưởng cửa đều thu mua tất cả các loại gỗ từ rừng trồng như gỗ keo, cao su, gỗ điều, để đáp ứng phôi nguyên liệu cho sản xuất viên nén và làm dăm.

Bị cạnh tranh nguyên liệu với ngành dăm và viên nén, không có đơn hàng và lãi suất tăng cao, trong những tháng đầu năm 2023, nếu thị trường phục hồi, các doanh nghiệp tại Đồng Nai rất khó để tìm được nguyên liệu từ gỗ rừng trồng để chuẩn bị cho đơn hàng sắp tới.

Theo dự báo, nền kinh tế của EU và Mỹ sẽ suy giảm đến hết năm và có khả năng sẽ hồi phục lại. Nếu tình hình dăm và gỗ băm tiếp tục tăng giá và chiếm lĩnh nguyên liệu của phôi xuất khẩu sẽ dẫn đến tình trạng thiếu nguyên liệu đầu vào.

Mặt khác, các doanh nghiệp làm gỗ ghép thanh đang đối mặt với nghịch lý gỗ xẻ tăng giá nhưng không có phôi thực hiện đơn hàng xuất khẩu nên giá giảm. Và nếu lấy nguyên liệu ngay từ thời điểm này cũng không đáp ứng đủ nhu cầu sản xuất vì nó đã qua các công đoạn cưa, xẻ, sấy.

Bà Lưu Phụng Linh Tiên, Giám đốc Công ty TNHH Thương mại, sản xuất và dịch vụ Tân Thành Phú bản khoăn: "Ván ghép thanh nguyên liệu đầu vào là các cây gỗ lớn, hiện đang giảm thậm chí không còn, dăm gỗ trước phát triển rất mạnh nhưng hiện cũng đang giảm giá một chút. Các doanh nghiệp sẽ thu mua nguyên liệu gỗ từ các đơn vị nào, có sự cạnh tranh của các đơn vị với nhau không?".

Tại khu vực tỉnh Quảng Ngãi và Quảng Nam có rất nhiều công ty dăm gỗ và sự cạnh tranh nguyên liệu giữa doanh nghiệp sản xuất gỗ ghép thanh và dăm gỗ diễn ra hàng ngày, hàng giờ. "Đây là chuyện bình thường của thị trường và giá cả cạnh tranh lên xuống thất thường là do mỗi công ty, mỗi khu vực có khách hàng riêng biệt khác nhau, dẫn đến giá cả khác nhau", bà Tiên nhận định.

Muốn làm gỗ ghép thanh cần có gỗ bản to mới bền chắc và đúng quy định. Hiện tại, giữa hai mảng dăm gỗ và ván ghép thanh đang có độ chênh khác biệt về sự tăng trưởng và suy giảm, khai thác nguyên liệu và nguồn cung. Với những cách tiếp cận khác nhau, dẫn đến "cách hiểu khác nhau về nguyên liệu gỗ rừng trồng", ông Đặng Công Quang, giám đốc một doanh nghiệp tại Đà Nẵng chia sẻ.

Hiện nay, ở Đà Nẵng, quy tụ nhiều doanh nghiệp sản xuất đồ gỗ nội thất, gỗ ghép thanh xuất khẩu sang thị trường Mỹ và EU, ngoài ra còn sản xuất dăm, viên nén, và khi hai mặt hàng này tăng trưởng đã dẫn đến khan hiếm nguồn cung gỗ nguyên liệu, trong khi ván ghép thanh đình trệ.

Nhưng đi ngược với tình hình thực tại, Công ty TNHH Lâm Thanh Hưng (Thanh Hóa), lại có hướng đi khác biệt, khi chủ trương đầu tư vào các hạng mục sản xuất mà ngành hàng đang bị chứng lại.

"Chúng tôi sẽ đầu tư sản xuất gỗ ghép thanh với công suất 80.000m³/năm, ván ép cũng tương đương", bà Nguyễn Thị Thanh, giám đốc Lâm Thanh Hưng tự hào nói, "Sản phẩm tận thu thì tùy thuộc vào sản phẩm đầu ra của ván ép, thường ở mức 50-60 nghìn tấn".

Đó là kế hoạch gây choáng ngợp của Lâm Thanh Hưng, khi họ quyết tâm đầu tư nhà máy chế biến trên diện tích 3,8ha, với tổ hợp sản xuất ván ép, ván ghép thanh, sản phẩm tận thu. "Có thể đối với các đơn vị khác thì đơn hàng chứng lại nhưng chúng tôi có thể có đường đi riêng và có những sản phẩm đặc thù đáp ứng được thị trường", bà Thanh nói. Đây là chiến lược mà doanh nghiệp đang hướng tới và cố gắng tìm cách đi riêng, không bị để tồn đọng sản phẩm quá nhiều.

Tổng mức đầu tư mà Lâm Thanh Hưng bỏ ra là 120 tỉ VNĐ cho nhà máy này. Đồng thời, Lâm Thanh Hưng cũng tiếp tục mua nguyên liệu để giải phóng vốn cho người trồng rừng. **V**



Find the own way

XUAN LAM

When the output of finger joint wood is frozen, most of the timber from planted forests is sold directly to the factories making woodchips or pellets when these goods are becoming the highlight of the wood industry in the last months of the year.

The export of finger joint wood has slowed down for recent months due to the influence of inflation in major markets such as the US and EU. Most of the finger joint wood processing enterprises such as Moc Quyet Thang Co., Ltd have a very large inventory in their warehouses, if the market returns to circulation, it will take from 6 to 8 months to settle all inventories and in case the immovable export lasts for a long time, it will be difficult for enterprises to endure when they are facing the difficulties in capital.

If favorable, at the end of December, when credit rooms are expanded by 1.5-2%, enterprises can be provided with more capital and find a way to wait for the market to recover at the beginning of next year.

Finger joint wood is a very important output of planted forest wood, but there is a paradox in terms of raw materials, when many facilities and processing factories make the most of raw materials to process pellets.

Pointing to the volume of finger joint wood in stock, Ms. Nguyen Hoang Ly, Director of Moc Quyet Thang Co., Ltd could not hide her sadness and said: "The price of pellets

is currently equal to the price of raw materials we buy to make rough drafts, make production goods and export finger joint wood".

During the past time, Moc Quyet Thang Co., Ltd only received the orders for export manufacture, and thanks to the help of other businesses to retain workers and production platforms. Therefore, according to Ms. Ly, planted forest timber is sold directly to woodchip factories, "it is not only quickly, receives immediate money, but also unlimited output".

Ho Nai where Moc Quyet Thang Co., Ltd is located, most sawmills currently buy all kinds of wood from planted forests such as acacia, rubber, cashew in order to meet the raw materials for the manufacture of pellets and making woodchips.

Due to the competition for raw materials with the woodchip and pellet industry, no orders and high interest rates, in the first months of 2023, if the market recovers, it will be difficult for the businesses in Dong Nai to find the materials from planted forests and prepare for upcoming orders.

According to forecasts, the economies of the EU and the US will decline until the end of the year and are likely to recover. If the situation of woodchips and chopped wood continues to increase in price and dominate the raw materials for export, it will lead to a shortage of input materials.

On the other hand, the enterprises that make finger joint wood are facing the paradox that sawn timber prices increase but there is no material to fulfill export orders, so prices fall. And if taking

raw materials right from this time, it will not meet the production demand because it has gone through the stages of sawing, splitting and drying.

Ms. Luu Phung Linh Tien, Director of Tan Thanh Phu Service and Manufacturing Trading Co., Ltd. wondered: "The finger joint board of the input materials is large timber trees, which are now decreasing or not even remaining, the woodchips used to be very strong but now they are also decreasing in price a bit. Which businesses will enterprises buy timber from? are there any competition from other businesses?"

In Quang Ngai and Quang Nam provinces, there are many woodchip companies and the competition for raw materials between wood chip enterprises of manufacturing finger joint wood and woodchips takes place every day, every hour. "This is a normal thing in the market and the competitive price fluctuates up and down because each company and each region has different customers, leading to different prices," Ms Tien said.

To make finger joint wood, it is necessary to have a big wood that is strong and suitable regulations. Currently, there is a difference in growth, decline, raw material exploitation and supply between the woodchip and finger joint wood. With different approaches, it leads to "different understanding of planted forerst timber materials", shared Mr. Dang Cong Quang, a director of a Da Nang enterprise.

Currently, in Da Nang, there are many enterprises which are manufacturing wooden furniture, finger joint wood for export to the US and EU markets, in addition to producing woodchips and pellets, and when these two goods have grown, which leads to a shortage of timber supply, while finger joint wood is stagnated.



But contrary to the actual situation, Lam Thanh Hung Co., Ltd (Thanh Hoa province), has a different direction, its policy invests in production items which is slowing down.

"We invests manufacture finger joint wood with a capacity of 80,000m³ per year, plywood is also equivalent", Ms. Nguyen Thi Thanh, a director of Lam Thanh Hung Co., Ltd proudly said, "The salvaged product depends on the output product of finger plywood, usually at 50-60 thousand tons".

That is the overwhelming plan of Lam Thanh Hung Co., Ltd, when they determine to invest in a processing factory on an area of 3.8 hectares, with a manufacture complex of plywood, finger joint wood and salvaged products. "Maybe for other enterprises, orders are slowing down, but we can have our own way and specific products to meet the market," Ms. Thanh said. This is the strategy that businesses are aiming for and trying to find an own way, without having too much product backlog.

The total investment that Lam Thanh Hung Co., Ltd spent VND120 billion for this factory. At the same time, Lam Thanh Hung Co., Ltd also continues to buy raw materials to pay capital for forest growers. **V**

V VŨ HUY

Ngành dăm chờ "vốn" phát triển

Gia dăm gỗ thay đổi liên tục, thời điểm đầu năm 2022 giá dăm gỗ xuất khẩu chỉ là 130 USD/tấn nhưng đến giữa năm đã tăng vọt lên 180 USD/tấn, nhưng theo ông Thang Văn Thông, Phó tổng giám đốc Tập đoàn Hào Hưng, cuối tháng 12 giá dăm gỗ sẽ giảm và chững lại.

Trung bình mỗi năm tại cảng Nghi Sơn xuất khẩu đi 1.400 tấn PDMT, tương đương 3 triệu tấn dăm tươi. Hiện Nghi Sơn đang tồn lượng dăm lớn khoảng gần 400.000 tấn, không thua gì cảng Cái Lân (tồn 500.000 tấn), đó còn chưa kể đến hàng tồn ở cảng PDSC và cảng Đại Dương.

Việc giá dăm chững lại một phần do suy thoái kinh tế, nhưng nguyên nhân chính là do một vài nhà nhập khẩu chuyển hướng mua ở các thị trường khác. Giá thành ở các thị trường này cũng tương đương với giá thành thu mua ở Việt Nam, "nhưng chất lượng của các nước cao hơn, sợi có thể đạt 4,7 nhưng của Việt Nam chỉ đạt 4,5", ông Thông nhận định.

Xuất khẩu trong ba tháng đầu quý 4 đang chậm lại và giá giảm xuống, việc này dẫn đến thu mua đầu vào nguyên liệu cũng điều chỉnh xuống nhưng không nhiều như đầu ra, "bởi nếu thế bà con sẽ chịu thiệt",

Theo các chuyên gia trong ngành, dự kiến giá dăm sẽ giảm tiếp và bắt đầu vào đầu tháng 12, đây là tháng cuối trước kỳ nghỉ tết Âm lịch, trong quá trình này, các doanh nghiệp vẫn phải thu mua nguyên liệu đầu vào cho các hộ dân. Đồng thời đợi neo giá trong tháng 1, đầu tháng 2. Năm nay tết Âm lịch vào ngày 20/1/2023, như vậy, trong tháng 12, các doanh nghiệp sẽ dừng chế biến và dự trữ nguyên liệu cho năm sau.

Hầu hết các doanh nghiệp phải thích ứng với lịch nghỉ tết và thói quen ăn tết của các hộ cung cấp nguyên liệu, "nhưng sản xuất được bao nhiêu, doanh nghiệp vẫn thu mua bấy nhiêu". Nhưng để có thể tăng giá trở lại, theo ông Thông, đây cũng là thời điểm cần thay đổi, vì đơn hàng những tháng cuối năm đã hoàn thành, tháng 12 sản xuất chỉ chiếm 50% nhưng giá thành do khách hàng họ chào mua, nên các doanh nghiệp vẫn có thể tạo ra sự khác biệt.

Khi tăng giá bán, giá thành tăng cao thì bán cũng cao, vốn sử dụng nhiều, quay vòng cũng nhiều, nhưng nhiều hơn với điều kiện không ách tắc bất kỳ khâu nào. Khi đó, mọi cái sẽ thuận lợi. Nhưng nếu ách tắc bất kỳ khâu nào thì sẽ ảnh hưởng tới toàn chuỗi.

70% xuất khẩu gỗ dăm là tới thị trường Trung Quốc, nên việc tìm kiếm thị trường mới là rất khó, bởi các thị trường lớn như EU hay Mỹ đều có nguồn nguyên liệu của họ. Trong khi Nhật Bản chỉ chiếm 15% khẩu lượng xuất khẩu, nên đẩy khối lượng lên rất khó và cũng chỉ có Trung Quốc là thị trường tiêu thụ dăm gỗ lớn nhất và ngoài thị trường này ra, không có thị trường nào có thể thu nhập khối lượng dăm gỗ lớn hơn.

Mặt khác, điều gây đau đầu là trong thời gian này, nguồn vốn là thách thức lớn với không chỉ doanh nghiệp mà cả các hộ cung cấp nguyên liệu, vì từ đầu tháng 12, các doanh nghiệp đã không còn đủ vốn để nhập nguyên liệu, trong khi đang tồn đọng tiền hoàn thuế nhiều.

"Hi vọng, các ngân hàng mở room tín dụng để tháo gỡ khó khăn về tài chính, và đến cuối

tháng 12, các doanh nghiệp mới tiếp cận được nguồn vốn từ ngân hàng, nhưng chúng tôi trông đợi nhất vẫn là hoàn thuế", ông Thông chia sẻ. Không chỉ doanh nghiệp của ông Thông mà đa số doanh nghiệp xuất khẩu dăm cũng đang cùng chung vướng mắc này.

Theo ông Tô Xuân Phúc, chuyên gia Forest Trends, đối với các doanh nghiệp sản xuất và chế biến có sử dụng gỗ rừng trồng cần quan tâm tới việc tạo ra các vùng nguyên liệu nhằm ổn định đầu vào, việc tạo vùng nguyên liệu có thể tạo vùng nguyên liệu có thể thông qua hình thức các doanh nghiệp liên kết với các hộ dân, là những người có tiếp cận với nguồn quỹ đất trồng rừng.

Khi chủ động được nguồn nguyên liệu thông qua các hình thức liên kết với các hộ trồng rừng và công ty lâm nghiệp sẽ giúp các doanh nghiệp ổn định sản xuất kinh doanh. Tuy nhiên, để có thể tạo ra chuỗi cung ứng thì các doanh nghiệp vẫn cần nguồn vốn lớn, nhưng với những khó khăn hiện tại, đây cũng là một chủ đề chưa thể đáp ứng thỏa mãn. **V**

Ông Thang Văn Thông: Phải phân chia vùng nguyên liệu hài hòa

Để tạo ra vùng nguyên liệu cần cuộc cách mạng thay đổi từ giống cây đến kỹ thuật trồng rừng và nâng diện tích trồng rừng lên cao hơn nữa. Việt Nam sử dụng cây để chế biến đồ gỗ nội, ngoại thất, ván ép, dăm gỗ và viên nén. Trong 22 năm làm dăm gỗ, nhiều ý kiến cho rằng, chúng ta đang xuất nguyên liệu thô nhưng không thể làm gì khác vì chúng ta không chế biến ra sản phẩm khác được, giá trị cao hơn được.

Trong thời gian vừa qua xuất khẩu dăm gỗ tăng trưởng mang lại lợi nhuận cho ngành gỗ nói chung, nhưng có ý kiến đánh giá là ngành dăm lấy hết nguyên liệu chế biến, nhưng tôi cho rằng, nguyên liệu chế biến dăm không thể là gỗ to được, chủ yếu là gỗ nhỏ. Gỗ to cung cấp cho ngành chế biến gỗ xuất khẩu vì giá cao hơn, không ai mang nguyên liệu giá trị cao bán cho ngành sản xuất giá trị thấp được. Do đó, cần các nhà quản lý và thực hiện chính sách có cái nhìn tổng thể để quản lý sản xuất.

Một câu hỏi khác đặt ra là tại sao các doanh nghiệp chế biến gỗ không chế biến sản phẩm gần tinh tại khu vực vùng nguyên liệu miền Bắc, miền Trung rồi vận chuyển vào miền Nam, như vậy sẽ giảm được 30% cước vận chuyển; 40% công chi phí hao hụt và giảm đi được 40% chi phí giá thành?

The woodchip industry waits for "capital" to develop

VU HUY

The woodchip price changes continuously, at the beginning of 2022, the export price of wood chips was only US\$130 per ton, but in the middle of the year it had skyrocketed to US\$180 per ton, but according to Mr. Thang Van Thong, Deputy General Director of the Hao Hung Woodchip Group, at the end of December, the woodchip price will decrease and level off.

On average, each year at Nghi Son port, 1,400 tons of PDMT are exported, it is equivalent to 3 million tons of fresh woodchips. Currently, Nghi Son port has the big inventory of nearly 400,000 tons of woodchips, it is not inferior to Cai Lan port (500,000 tons in stock), it does not mention the inventory at PDSC port and Dai Duong port.

The woodchip price slowed down partly due to the economic recession, but the main reason was that the importer select the other markets. The price in these markets is also equivalent to the purchase price in Vietnam, "but the quality of other countries is higher, their fiber-



wood can reach 4.7 but Vietnam's one only reaches 4.5", Mr. Thong considered.

The exports in the first two months of the fourth quarter are slowing down and their prices are falling, which lead to a decrease in the purchase of input materials, but not as much as output, "because if so, the people will be suffered loses" Mr. Thang Van Thong emphasized.

According to the industrial experts, it is expected that the woodchip price will continue to decrease and start in early December, this is the last month before the Lunar New Year holiday, in this process, enterprises still have to purchase the input materials for households. At the same time, they have to wait for pegging in January and early February. This year the Lunar New Year is on January 20, 2023, so in December, enterprises will stop their processing and stockpiling raw materials for next year.

Most businesses have to adapt to the Tet holiday schedule and Tet holiday habits of the households that supply raw materials, "but they can manufacture as much as they still buy". But to be able to increase the price again, according to Mr. Thong, this is also the time to need to change, because the orders in the last months of the year have

MR. THANG VAN THONG: MUST DIVIDE THE MATERIAL AREA IN HARMONY

To make a raw material area, it is necessary to revolutionize the change from tree varieties to afforestation techniques and raise the area of forest planting to a higher level. Vietnam uses trees to process interior and exterior furniture, plywood, woodchips and pellets. During 22 years of making woodchips, many people think that we are exporting raw materials but we can't do anything else because we can't process other products with higher value.

In the past time, the export of woodchips has grown, made profits to the wood industry in general, but there are opinions that the woodchip industry has taken all processing materials, but I think that the materials for processing woodchips cannot be big wood, mainly small wood. Big wood is supplied to the export woodworking industry because of the higher price, no one bring high-value raw materials to sell to the low-value industry. Therefore, it is necessary for the State authorities and policy makers to have an overview to manage the production.

Another question is why wood processing enterprises do not process near-finished products in the Northern and Central raw material areas and then transport them to the South, thus it will reduce the freight by 30%; 40% of lost labor and 40% of cost?

been completed, the manufacture in December only accounts for 50%, but the price is due to customers they offer to buy, so enterprises can still make a difference.

When the selling price increases, the price increases, the selling is also high, the capital is used a lot, the turnover is also much, but more on the condition that there is no bottleneck in any stage. Then everything will be fine. But if any stage is congested, it will affect the whole chain.

70% of woodchip exports are to the Chinese market, so finding new markets is very difficult, because big markets like the EU or the US all have their raw materials. While Japan only accounts for 15% of the export volume, it is very difficult to push the volume up and only China is the largest market for consuming the woodchips and besides this market, there is no other market that can collect import a larger volume of woodchips.

On the other hand, thing causes headaches during this time, capital is a big challenge for not only businesses but also households providing raw materials, because since the beginning of December, businesses have no longer enough capital to import raw materials, while there is a large backlog of tax refunds.

"Hopefully, banks will open a credit room to remove financial difficulties, and by the end of December, businesses will be able to access the capital from banks, but we expect tax refund most." Mr. Thong shared. It is not only Mr. Thong's business, but also the majority of woodchip exporters has the same problem.

According to Mr. To Xuan Phuc, a senior expert of Forest Trends, for manufacturing and processing enterprises that use planted forest wood, it is necessary to pay attention to establish the raw material areas in order to stabilize inputs. It is possible to establish the raw material areas through the form of businesses associated with households, who have access to the land fund for afforestation.

When taking the initiative in the source of raw materials through the form of association with afforestation households and forestry companies, it will help businesses stabilize their manufacture and trade. However, to be able to make a supply chain, businesses still need a large amount of capital, but with the current difficulties, this is also a topic that cannot be satisfied. ▣

Net Zero:

Cơ hội để giữ chân USD

▼ HÀ ANH

Nền kinh tế Việt Nam được dựa trên xuất khẩu, do đó, các sản phẩm của Việt Nam phải vượt qua được rào cản về biên giới carbon của châu Âu và Mỹ. Vì vậy, để xuất khẩu bền vững sang các thị trường lớn, bắt buộc phải tính đến sản xuất hàng hóa bằng các nguồn năng lượng sạch gắn với hiệu quả năng lượng.

Đó là một trong những tiền đề quan trọng để thực hiện cam kết Net Zero (có nghĩa là nỗ lực cắt giảm lượng khí thải nhà kính xuống gần bằng 0 nhất có thể). Mặt khác, 27 quốc gia thành viên EU sẽ bắt đầu thực hiện thí điểm CBAM.

Dự kiến, 27 quốc gia thành viên EU sẽ bắt đầu thực hiện thí điểm CBAM (Cơ chế điều chỉnh biên giới carbon) vào tháng 10/2023. Theo đó đánh thuế carbon đối với tất cả hàng hóa xuất khẩu sang thị trường EU dựa trên cường độ phát thải khí nhà kính trong quy trình sản xuất tại nước sở tại.

Theo Hội đồng châu Âu, CBAM ban đầu sẽ áp dụng đối với các hàng hóa nhập khẩu như thép, xi măng, phân bón, nhôm, điện và hydro. Đây là những lĩnh vực có nguy cơ rò rỉ carbon cao và có lượng khí thải carbon cao, chiếm 94% lượng khí thải công nghiệp của EU.

Các nhà nhập khẩu sẽ phải báo cáo lượng khí thải có trong hàng hóa nhập khẩu, nếu lượng khí thải này vượt quá tiêu chuẩn của EU, họ sẽ phải mua "chứng chỉ khí thải" theo mức giá carbon hiện nay tại EU. CBAM cũng sẽ được áp dụng đối với những hàng hóa nhập khẩu có quy trình sản xuất gián tiếp phát thải carbon ra môi trường.

Theo TS. Hà Huy Tuấn, Đại học Chu Văn An, nguyên Phó Chủ tịch Ủy ban Giám sát tài chính quốc gia, các doanh nghiệp Việt Nam sản xuất và xuất khẩu các mặt hàng thuộc phạm vi áp dụng CBAM có khả năng phải trả thêm khoản phí xả thải.

Vì vậy, doanh nghiệp phải xây dựng hệ thống báo cáo với EU, tính toán sơ bộ mức xả thải xem phải trả thêm bao nhiêu tiền theo giá tham chiếu tại thị trường EU. Nếu định phát triển tại thị trường EU lâu dài thì phải tính mức tăng, cuối cùng cần phải điều chỉnh lại phương thức sản xuất kinh doanh.

Tuy nhiên, theo bà Phạm Thị Ngọc Thủy, Phó giám đốc thường trực Văn phòng Ban Nghiên cứu Phát triển kinh tế tư nhân (Ban IV, thuộc Hội đồng Tư vấn cải cách thủ tục hành chính của Thủ tướng Chính phủ), cho biết, nhận thức của doanh nghiệp Việt Nam về Net Zero còn thấp, chỉ có khoảng 10% doanh nghiệp hiểu CBAM hay Net Zero là gì, nhưng cũng chỉ ở mức độ bắt đầu.

Bà Thủy cho biết, Chính phủ đã chỉ đạo để luật hóa các cam kết, trong đó có Nghị định 06/2022, trong đó bao gồm cả việc triển khai thực hiện nhiệm vụ ra sao, bộ ngành nào là đầu mối. Bên cạnh đó là các Quyết định 01 và Quyết định 01/2022 của Thủ tướng Chính phủ về vấn đề này.

Và bà cũng cho rằng, cần liên tục cập nhật thông tin về CBAM, vì với các dự luật, Mỹ không thực hiện thí điểm mà nếu CBAM nếu được thông qua thì sẽ áp dụng trong năm 2024. Vì vậy, nếu không theo dõi chặt chẽ, xuất khẩu vào thị trường Mỹ sẽ bị ảnh hưởng lớn.

Lạc quan hơn một chút, ông Vương, Chủ tịch chi hội nhựa tái sinh, cho biết, hiện chưa có diễn đàn nào để mọi người chia sẻ về CBAM. Và đây là cơ hội, chứ không phải thách thức, bởi vì chỉ có khủng hoảng mới có cơ hội và sáng kiến mới.

Ông nhấn mạnh đến cách hiểu CBAM là một cách đánh thuế, và các doanh nghiệp Việt Nam thay vì sợ hãi có thể tận dụng để làm thế nào giảm thải carbon, tận dụng thị trường trong nước để đồng USD ở lại Việt Nam. ▼



Net Zero:

HA ANH

An opportunity to keep USD



Vietnam's economy is export-based, so Vietnamese products must overcome the carbon border barriers of Europe and the US. Therefore, in order to sustainably export to major markets, it is imperative to take into account the production of goods with clean energy sources associated with energy efficiency.

That is one of the important prerequisites to realize the Net Zero commitment (meaning the effort to cut greenhouse gas emissions as close to zero as possible). On the other hand, the 27 EU member states will start piloting CBAM.

It is expected that the 27 EU member states will start piloting the CBAM (Carbon Border Adjustment Mechanism) in October 2023. Accordingly, a carbon tax is imposed on all goods exported to the EU market based on the intensity of greenhouse gas emissions in the production process in the host country.

According to the Council of Europe, CBAM will initially apply to imported goods such as steel, cement, fertilizer, aluminum, electricity and hydrogen. These are high carbon leakage and high carbon emissions

sectors, accounting for 94% of EU industrial emissions.

Importers will have to report emissions contained in imported goods, if these emissions exceed EU standards, they will have to purchase "emissions certificates" at current carbon prices in the EU. CBAM will also be applied to imported goods whose production processes indirectly emit carbon into the environment.

According to Dr. Ha Huy Tuan, Chu Van An University, former Vice President of the National Financial Supervisory Commission, Vietnamese enterprises manufacturing and exporting products covered by CBAM may have to pay an additional discharge fee.

Therefore, enterprises must build a reporting system with the EU, preliminary calculation of the level of emissions to see how much more they have to pay according to the reference price in the EU market. If you intend to develop in the EU market for a long time, you must calculate the increase, and eventually need to adjust your production and business methods.

However, according to Ms. Pham Thi Ngoc Thuy, permanent deputy director of the Office of the Research and Development Department of the Private Economy (Board IV, under the Advisory Council for Administrative Procedure Reform of the Prime Minister), said that the awareness of Vietnamese businesses about Net Zero is still low, only about 10% of businesses understand what CBAM or Net Zero is, but it is only at a starting level.

Ms. Thuy said that the Government has directed to legalize commitments, including Decree 06/2022, including how to implement tasks, which ministries are the focal points. In addition, there are Decision 01 and Decision 01/2022 of the Prime Minister on this issue.

And she also said that it is necessary to constantly update information about CBAM, because With the bills, the US does not pilot, but if CBAM is passed, it will apply in 2024. Therefore, if not closely monitored, exports to the US market will be greatly affected.

A little more optimistic, Mr. Vuong, chairman of the recycled plastic association, said that there is currently no forum for people to share about CBAM. And this is an opportunity, not a challenge, because only in crisis there are new opportunities and initiatives.

He emphasized how to understand CBAM as a way of taxing, and Vietnamese businesses, instead of being afraid, can take advantage of how to reduce carbon emissions, taking advantage of the domestic market so that the dollar stays in Vietnam. **V**



THƯƠNG HIỆU ĐỒ GỖ NỘI THẤT xây dựng lòng tin như thế nào?

▼ GỖ VIỆT

Nhu cầu về đồ gỗ và đồ nội thất tiếp tục tăng ở Hoa Kỳ, với một nghiên cứu của Statista về đồ nội thất cho thấy mức tăng 31% kể từ năm 2019 và tốc độ tăng trưởng hàng năm là 4,5% cho đến năm 2026. Làm việc từ xa đã trở nên phổ biến hơn và mọi người đã biến ngôi nhà của mình thành không gian văn phòng thoải mái hơn.

Nhưng các chỉ số kinh tế hiện tại có thể làm giảm những dự báo đó. Một cuộc thăm dò từ Ipsos cho thấy 81% người tiêu dùng được khảo sát đang cố gắng theo dõi giá cả và 77% đang cắt giảm những thứ không cần thiết. Bất chấp những thời điểm bất ổn này, các thương hiệu vẫn có cơ hội tiếp tục xây dựng niềm tin và lòng trung thành với người tiêu dùng.

“Các thương hiệu nên đồng cảm với nhu cầu của người mua sắm ngay bây giờ. Các chiến lược tiếp thị tập trung vào việc tạo ra nhiều lựa chọn cho khách hàng cân nhắc và lòng trung thành của khách hàng đang được chú ý trong môi trường kinh tế hiện tại,” Jay Symonds, quản lý cấp cao về Ngành công nghiệp gia dụng tại Amazon Ads cho biết.

Theo Jay Symond, có ba cách để thương hiệu xây dựng mối quan hệ lâu dài với khách hàng mới và khách hàng hiện tại.

1. Thu hút người mua hàng thông qua cách kể chuyện của thương hiệu

Bất kỳ chương trình truyền hình, bộ phim hay cuốn sách hay nào cũng phải bắt đầu bằng một câu chuyện hay. Điều tương tự cũng có thể nói đối với một thương hiệu. Là con người, chúng ta có thể kết nối tốt hơn với thế giới xung quanh nhờ sức mạnh kể chuyện. Đó là lý do tại sao khi đề cập đến việc tương tác với khách hàng, nhận thức về thương hiệu chỉ là một trong nhiều điều quan trọng. Đó cũng là việc dệt nên một sợi dây thâu vào xung quanh một câu chuyện hấp dẫn. Khách hàng đang tương tác với thương hiệu theo những cách mới, nhưng họ cũng đang phát triển mối quan hệ dựa trên câu chuyện của thương hiệu, ý nghĩa của thương hiệu và cách họ nhận biết thương hiệu đó. Theo một cuộc khảo sát năm 2022 của Ipsos, gần 3/4 khách hàng hiểu rằng một thương hiệu yêu thích có thể cần tăng giá trong thời gian thiếu hàng hoặc lạm phát, nhưng vẫn có cơ hội thu hút họ thông qua cách kể chuyện phù hợp.

Amazon Ads cung cấp một số giải pháp để giúp các thương hiệu giới thiệu câu chuyện thương hiệu của họ. Ví dụ: cửa hàng mang đến cho nhà quảng cáo cơ hội giới thiệu thương hiệu và sản phẩm của họ trong trải nghiệm mua sắm sống động, nhiều trang. Các thương hiệu có thể giúp người mua sắm tìm hiểu về câu chuyện thương hiệu của họ bằng cách sử dụng các ô kéo và thả hoặc các mẫu được thiết kế sẵn để tạo Cửa hàng nhiều trang tùy chỉnh với nội dung đa phương tiện động và phong phú, chẳng hạn như hình ảnh và video.

Cùng với cửa hàng trưng bày, các thương hiệu có thể sử dụng Thương hiệu được tài trợ để kể câu chuyện độc đáo của họ. Thương hiệu được tài trợ có thể giúp các thương hiệu tăng khả năng hiển thị và quyết định cách họ muốn giới thiệu thương hiệu của mình với khách hàng. Cho dù đó là tạo dòng tiêu đề tùy chỉnh để chia sẻ thông điệp thương hiệu hay tối ưu hóa chiến lược giá thầu của họ cho các vị trí đáp ứng tốt nhất mục tiêu hiệu suất của bạn, thì vẫn có nhiều cách để thương hiệu tạo trải nghiệm phù hợp với đối tượng phù hợp.

Theo Amazon Internal Insights 2022, các thương hiệu nội thất trong nhà bao gồm các giải pháp xây dựng thương hiệu như Cửa hàng, Thương hiệu được tài trợ và Amazon Live trong chiến lược của họ đã quan sát thấy mức độ nhận biết (tìm kiếm thương hiệu) cao hơn trung bình 14,1 lần và doanh số bán hàng tăng 1,1 lần trên amazon.

2. Tiếp cận khách hàng toàn thời gian

Giờ đây, có thể duyệt, so sánh và mua đồ nội thất giữa các cuộc họp, lớp học, cuộc hẹn hoặc đơn giản là khi xem TV ở nhà. Quảng cáo truyền hình trực tuyến giúp các thương hiệu tiếp cận những người tiêu dùng trên quy mô lớn trong suốt cả ngày. 1/3 số người mua sắm vẫn dành một nửa giờ rảnh xem các chương trình bán hàng trực tuyến. Nghiên cứu về Người tiêu dùng được kết nối của Amazon, Hoa Kỳ, tháng 7 năm 2021, cho thấy, Quảng cáo trên Truyền hình trực tuyến đang hoạt động hiệu quả cho các thương hiệu đồ nội thất gia đình, với mức tăng trưởng trung bình là 179% về số lượng khách hàng lặp lại so với giai đoạn trước.

Kể chuyện qua âm thanh cũng có tác dụng mạnh mẽ như vậy vì khán giả có thể nghe khi họ thấy thuận tiện hoặc trong khi họ đang thực hiện các hoạt động như đi lại, tập thể dục hoặc nấu ăn. Quảng cáo qua âm thanh là một cách khác để thương hiệu có thể tiếp cận đối tượng nội thất gia đình.

3. Cung cấp trải nghiệm mua sắm trực tuyến và tại cửa hàng liền mạch

Mua đồ nội thất trong nhà không còn là một chuyến đi đơn lẻ, hay thậm chí là một trải nghiệm mua sắm đơn lẻ. Người mua sắm có thể duyệt trên điện thoại của họ khi họ đang ở trong các cửa hàng thực tế. Theo một nghiên cứu chung do Amazon Ads và Kantar thực hiện vào năm 2021, 74% người mua sản phẩm đồ gỗ đã nghiên cứu trực tuyến trước khi mua. Người mua hàng có thể đặt hàng trực tuyến và trả lại tại một cửa hàng. Do đó, các thương hiệu đang tìm cách nâng cao trải nghiệm đa kênh, bao gồm quảng cáo trên các dịch vụ phát trực tuyến.

Bằng cách kết nối trải nghiệm mua sắm giữa các điểm giao hàng và cửa hàng trưng bày, các thương hiệu có thể gặp gỡ người mua sắm ở bất cứ nơi nào họ chọn mua sản phẩm thông qua quảng cáo trực tuyến và tại cửa hàng. Các thương hiệu đồ gỗ nội thất gia đình đã hiểu biết trong việc kết hợp ba hoặc nhiều hơn giải pháp quảng cáo như quảng cáo Sản phẩm được tài trợ, Hiển thị và Truyền hình trực tuyến đã đạt được kết quả tăng trưởng khách hàng lặp lại trung bình gấp 2,7 lần so với các thương hiệu chỉ chọn một hoặc hai giải pháp quảng cáo trong cùng một thời điểm.

Mang đi? Người tiêu dùng mua sắm vào thời gian riêng của họ, suốt cả ngày, quanh năm. Các thương hiệu có thể hiện diện trong những khoảnh khắc hàng ngày này thông qua trải nghiệm quảng cáo sống động để cung cấp thông tin có liên quan trước, trong và sau khi mua sắm nhằm giúp đưa ra quyết định mua hàng. Bất chấp thời kỳ kinh tế biến động, các thương hiệu vẫn có thể tìm ra những cách phù hợp và thấu đáo để kết nối với người mua sắm, xây dựng lòng tin và giúp họ cảm thấy được trân trọng.

“Chiến lược toàn kênh có thể giúp bạn tiếp cận nhiều người mua sắm hơn trên nhiều điểm tiếp xúc hơn. Tại Amazon Ads, chúng tôi cam kết tiếp tục kết nối trải nghiệm mua sắm đa kênh để giúp các thương hiệu thu hút người mua sắm trên nhiều trải nghiệm khác nhau, cho dù họ mua sắm tại cửa hàng, trực tuyến hay cả hai,” Symonds cho biết. ▼

Với tư cách là 1 thông dịch viên tiếng Nhật tôi may mắn được tham gia triển lãm

ĐINH THỊ DUNG

Vietbuild lần thứ 3 diễn ra từ ngày 25 tới 29/08/2022 tại Công Viên Phần Mềm Quang Trung, quận 12 thành phố Hồ Chí Minh với quy mô hơn 1000 gian hàng tới từ 200 thương hiệu trong và ngoài nước.

Lần đầu tiên bước chân vào khu triển lãm tôi hoàn toàn bị choáng ngợp bởi không gian rộng lớn của khu trưng bày, sự chín chu trong khâu chuẩn bị của các gian hàng, có những gian hàng được thiết kế như 1 ngôi nhà hiện đại vô cùng đẹp đẽ, lại có những gian hàng được thiết kế như những gian bếp sang trọng với chất liệu hoàn toàn mới và thân thiện với môi trường.

Nhưng trên hết, tôi ấn tượng nhất với sản phẩm của gian hàng mình phụ trách. Gian hàng tôi phụ trách là 1 trong 5 gian hàng mà Hiệp Hội Xuất Khẩu Gỗ Nhật Bản phối hợp tổ chức nhằm giới thiệu với người tiêu dùng Việt Nam các sản phẩm gỗ từ Sugi và Hinoki của Nhật Bản. Gian hàng tôi phụ trách trưng bày các sản phẩm như Gối Gỗ Hinoki, túi thơm từ hạt gỗ, tinh dầu được chiết xuất từ thân gỗ và lá cây Hinoki. Không gian của gian hàng được trang trí đơn giản, nhưng lại thu hút được sự quan tâm của rất nhiều khách hàng. Tôi cũng như rất nhiều khách hàng đã rất bất ngờ khi được trải nghiệm thực tế các sản phẩm nói trên đặc biệt là sản phẩm Gối Gỗ. Điều đầu tiên thu hút khách hàng là mùi thơm nhẹ nhàng dễ chịu toát ra từ các hạt gỗ Hinoki. Điều thứ hai là sự êm ái lạ thường khi nằm trên gối. Mọi người cứ ngỡ chiếc gối được làm bằng các hạt gỗ chắc sẽ rất cứng, nằm sẽ dễ bị đau đầu, nhưng không... từ kích thước hạt, hình dáng cho tới chiều cao chiếc gối tất cả dường như đã được tính toán rất kỹ càng, để khi nằm lên tất cả đều phải thoát lên "Ồ, êm quá, hoàn toàn không đau!". Cảm các hạt gỗ thơm tho được chế tác tinh xảo tôi và tất cả các khách hàng đều hiểu rằng nhà sản xuất đã dành rất nhiều tâm huyết cho sản phẩm này.

Các sản phẩm tinh dầu và túi thơm cũng rất được ưa chuộng. Các khách hàng đưa túi thơm lên ngang



mũi và liên tục nói "thơm quá, mùi dễ chịu quá" làm tôi cảm thấy rất tự hào và hãnh diện. Tôi rất vui vì sản phẩm mình phụ trách được rất nhiều khách hàng yêu quý, nhưng đáng tiếc là mục đích của triển lãm lần này là giới thiệu sản phẩm nên khách hàng không mua được sản phẩm nào. Hy vọng công ty phân phối sản phẩm có thể nhanh chóng đưa sản phẩm tới tay các khách hàng thân yêu.



Ngoài ra, Hiệp Hội còn rất chu đáo khi chuẩn bị quà là các miếng ghép lát ly bằng gỗ Sugi cho các khách hàng điền vào bảng khảo sát ý kiến. Miếng lát ly có 2 hình dạng chính là hình lục giác và hình vuông, với các họa tiết độc đáo. Phần lớn khách hàng thích miếng lát hình lục giác, nhưng thật khó để ghép được hình này. Nhờ có phần quà nhỏ này mà khách hàng rất vui vẻ khi điền thông tin khảo sát ý kiến. Đa phần khách hàng cảm thấy các gian hàng trưng bày của Hiệp Hội được bày trí khá đẹp mắt, các sản phẩm cũng phong phú đa dạng, bảng khảo sát câu hỏi dễ hiểu, sự lựa chọn cho câu trả lời phong phú, đa dạng. Tuy nhiên, một phần nhỏ khách hàng cũng có ý kiến rằng nên có thêm phần tự ghi câu trả lời của khách. Nhìn chung tất cả khách hàng đều rất vui vẻ và hài lòng khi tới tham quan tại gian hàng.

Gian hàng thứ 2 mà tôi ấn tượng là gian hàng của công ty MARUBENI LUMBER, trưng bày và bán các sản phẩm đồ chơi bằng gỗ cho em bé. Sự đa dạng về mặt hàng, sự tinh tế trong cách trưng bày, các sản phẩm bằng gỗ xinh xắn, đáng yêu và thân thiện với trẻ nhỏ nên đặc biệt thu hút sự quan tâm của khách hàng. Các sản phẩm

đồ chơi không những đẹp mà còn có tác dụng giáo dục như các dụng cụ dạy bé học bảng chữ cái, đếm... nên rất đắt hàng. Sau 5 ngày triển lãm thì các sản phẩm mang theo hầu như đã được bán gần hết và tôi nhớ mình đã chi gần 2man Yen Nhật để mua đồ chơi tại gian hàng này.

Gian hàng thứ 3 là của Japan Wood Station HCM. Gian hàng đem tới 1 ngôi nhà nhỏ và 1 phòng xông hơi được làm hoàn toàn bằng gỗ Sugi và Hinoki. Đây cũng là gian hàng được rất nhiều khách tham quan. Qua đợt triển lãm này tôi mới biết nhu cầu làm nhà bằng gỗ tự nhiên của người Việt Nam nhiều đến vậy, đặc biệt là các cô chú lớn tuổi. Các cô chú tới đây chủ yếu để tìm gỗ và tìm đơn vị thi công nhà gỗ, với giọng hồ hởi khi gặp được gian hàng, cô chú tâm sự " ước nguyện của cô là làm được 1 ngôi nhà nhỏ bằng gỗ, con coi sao báo giá cho cô sớm sớm nha, cái nhà này thơm mùi gỗ cô thích lắm". Hay có 1 chị khách hàng đi 2 ngày chỉ để nắn nỉ Mr Suzuki bán cho 2 chiếc ghế ngồi kiểu Nhật được trưng bày tại gian hàng trong khi có rất nhiều gian hàng gần đó bán đủ các loại ghế hiện đại, đa năng. Qua đó có thể thấy sự tin yêu của khách hàng Việt Nam đối với các sản phẩm từ gỗ Nhật. Các khách hàng trong ngành kiến trúc, thiết kế nội ngoại thất nhận xét gỗ Sugi và Hinoki của Nhật có vân đẹp, dễ chế tác, đặc biệt rất thơm nên được nhiều người ưa chuộng, tuy nhiên do giá thành còn cao, khó nhập hàng nên chưa được sử dụng rộng rãi. Dẫu vậy, sau này tôi mới vô tình được biết, góc bếp bằng



gỗ Hinoki là trào lưu mới rất được yêu thích tại Việt Nam

Gian hàng thứ 4 của Hội Đồng Phát Triển Sản Phẩm Gỗ Tỉnh Ehime trưng bày các sản phẩm gỗ ép thanh CTL từ gỗ Sugi và gỗ Hinoki. Gian hàng được nhiều khách tham quan tỏ ra thích thú bởi mùi hương nhẹ nhàng độc đáo của cây gỗ Hinoki, nhiều thợ mộc lành nghề cũng tỏ ra ấn tượng với kỹ thuật tạo lỗ mộc truyền thống cho phần kết cấu mà hoàn toàn không dùng đinh ốc. Ngoài ra các mô hình mẫu gỗ được gia công khéo léo để sử dụng như vật liệu ốp lát trang trí cho mặt ngoài của công trình cũng được các bạn kiến trúc sư trẻ tuổi hết sức thán phục bởi tính thẩm mỹ sáng tạo cao.

Sau cùng là gian hàng của Công ty Tenshin chuyên cung cấp các loại gỗ vật liệu, nhưng đặc biệt thu hút các em bé tham quan triển lãm vì trong không gian gian hàng có bố trí 2 xích đu cho em bé. Trực tiếp phụ trách gian hàng là cô người Malaysia nên khách hàng không trao đổi được nhiều nhưng sản phẩm trưng bày là các sản phẩm hay được sử dụng, và gian hàng được



trưng bày ở vị trí thuận lợi nên rất đông khách hàng ghé xem.

Tôi cảm thấy mình thật may mắn khi được tham dự triển lãm lần này. Thông qua triển lãm tôi hiểu hơn nhiều về gỗ Nhật, đặc biệt là Hinoki và kỹ thuật đỉnh cao trong sản xuất gỗ ép, cũng như loại Gối bằng gỗ vô cùng sáng tạo và hữu ích cho sức khỏe. Cũng như rất nhiều ý kiến từ khách hàng mà tôi may mắn được nghe, hy vọng gỗ Nhật, đặc biệt là Hinoki có thể phổ biến hơn để tất cả những khách hàng yêu quý loại gỗ này có thể dễ dàng mua được. Mong rằng ngôi nhà bằng gỗ Hinoki sẽ không còn là điều quá xa lạ với người Việt Nam 🇻🇳

Asian Design, American Hardwood



The Roof Stool by Trang Nguyen
Species: American red oak, cherry and maple

Discovered

DESIGNERS FOR TOMORROW

Young Vietnamese designer Trang Nguyen's Roof Stools were inspired by the overlapping roof tiles of traditional Vietnamese temples. Created from American cherry, hard maple and red oak, the different timbers create a contrasting effect when the stools are stacked. The small stools are strong, simple and delightful in equal measure – providing additional seating in a home and creating a beautiful composition when not in use.

The Roof Stools was shown at The Design Museum, London in 2021 as part of Discovered, an exhibition of work from 20 young designers from 16 different countries, and also selected to be shown at Triennale Milano 2022.



www.americanhardwood.org/SEA



@americanhardwoodSEA



@ahec_sea



Sự ấm áp của Gam màu trung tính

GỠ VIỆT

Không gian Twentieth, USA, bởi Woods + Dangaran

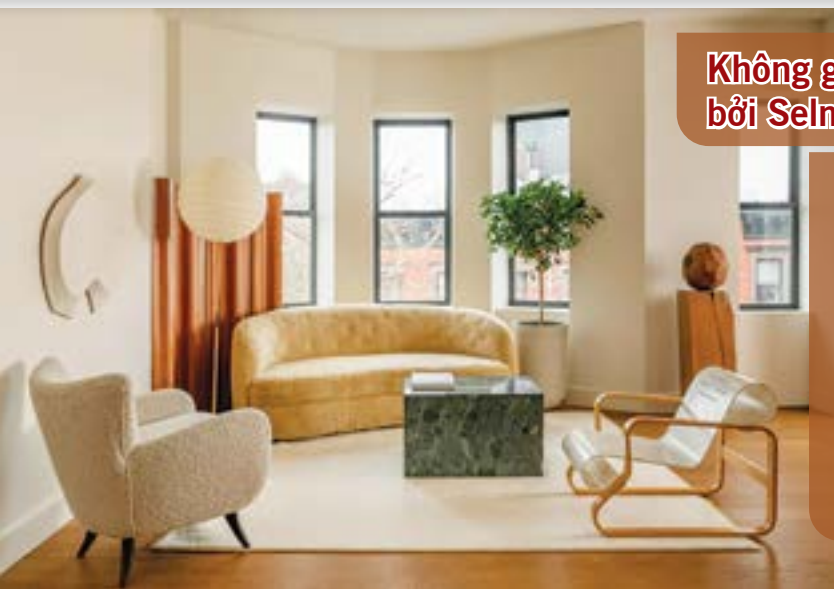
Ngôi nhà ở Santa Monica này có hai khu vực sinh hoạt riêng biệt – phòng gia đình (hình trên) và phòng khách trang trọng (ở trên) – nằm cạnh khu vực trung tâm có cây ô liu hàng chục năm tuổi.

Mặc dù được đóng khung bằng kính, nhưng các phòng vẫn giữ được bầu không khí giản dị với sự trợ giúp của vật liệu màu đất, từ lò sưởi Travertine đến tấm thảm Cashmere màu vàng hồng và ghế lớn được hoàn thiện bằng vải nhung màu nâu sô cô la.



Không gian Amity Street Residence, USA, bởi Selma Akkari and Rawan Muqaddas

Các nhà thiết kế kiến trúc Selma Akkari và Rawan Muqaddas đã sử dụng sàn gỗ sồi ấm áp và những bức tường màu kem, tương phản với đá sẫm màu và giá sách bằng gỗ nhuộm màu, để làm sinh động căn hộ "bị bỏ quên" trong một tòa nhà thuộc thế kỷ 20 ở Brooklyn. Nó là sự tương phản giữa các mặt đối lập là chủ đề chính đằng sau sự sáng tạo; tối giản nhưng ấm áp, tinh tế nhưng phong phú.



Không gian Hygge Studio, Brazil, bởi Melina Romano

Một lò sưởi màu đen được treo trên trần nhà trong phòng khách để tạo tương phản với tông màu nhẹ nhàng khác của nội thất. Tông màu nhẹ nhàng được thể hiện ở mọi thứ từ ghế sofa màu kem và tấm thảm dệt cho đến vách lam có hình khối cobogó hoạt động như một vách ngăn phòng. Tường và sàn được ốp bằng gạch đất nung do nhà thiết kế địa phương Melina Romano lựa chọn để tạo sự cân bằng giữa "hiện đại và đồng quê".



Không gian East Village Apartment, USA, bởi GRT Architects

GRT Architects có trụ sở tại New York đã sử dụng các vật liệu và tông màu ấm để hiện đại hóa căn hộ East Village đã được tân trang nhưng vẫn bảo tồn được bố cục từ thế kỷ trước. Phòng khách được làm mới bằng cách thêm một giá sách được hỗ trợ bởi các tấm màu sienna và bổ sung cho nó một tấm thảm theo phong cách trang trí nghệ thuật, hình học được thể hiện bằng các sắc thái trầm của màu xanh lá cây xô thơm và hoa hồng bụi.



20 Bond apartment, USA, bởi Home Studios

Các đường cong nổi bật một cách tự do trong không gian này, từ viên chân tường bằng đồng cho đến bộ giá đỡ tròn bằng gỗ sồi và đồng thau trong phòng khách, được thực hiện bởi công ty nội thất Home Studios. Tông màu trầm của gỗ được bổ sung bởi một bộ ghế bành kiểu Đan Mạch cổ với ghế bọc da dệt và phiên bản màu đỏ hồng của bàn phụ Candy Cube của nhà thiết kế Sabine Marcelis.



Không gian Gale Apartment, Brazil, bởi Memola Estudio

Đồ nội thất có màu nền đất, màu đất bên trong sảnh khách này được bao quanh bởi hai bức tường có chiều cao gấp đôi – một bức chứa bộ sưu tập nghệ thuật của chủ sở hữu và bức còn lại được ốp bằng đá khảm cạnh. "Đồ nội thất đã được bọc lại để phù hợp với bảng màu mới, lấy cảm hứng từ mùa thu và màu hoàng hôn ở cuối chân trời," công ty thiết kế Memola Estudio cho biết. ▣



Thiếu FSC, khó mở rộng

thị trường ĐỒ GỖ

MY TRANG

Doanh nghiệp chế biến gỗ phải chịu chi phí lớn hơn về gỗ FSC (Hội đồng quản lý rừng) khi nguồn cung trong nước chưa thể thay thế nhập khẩu.

Công ty Tekcom ở Bình Dương đang cùng lúc tìm kiếm nguồn gỗ FSC, từ trong nước và nhập khẩu từ các nước láng giềng. Việc nhập khẩu 5% nguyên liệu gỗ keo có FSC từ Lào giúp Tekcom giảm bớt áp lực gỗ FSC. Nhưng sự cải thiện chỉ là tạm thời. Nhu cầu 18.000 m³/tháng gỗ nguyên liệu, bao gồm FSC và nguồn hợp pháp khác, không phải khi nào cũng được đáp ứng, trong khi cơ hội đảm bảo nguồn cung lâu dài từ trong nước còn rất mong manh.

“Chúng tôi đã không thể phát triển lợi thế gần vùng nguyên liệu gỗ cao su ở Tây Nguyên hay thông ở Đông Nam Bộ”, bà Nguyễn Hải, Trưởng bộ phận Giám sát đầu thầu (Procurement Supervisor) của Tekcom, cho biết. Bà cũng “lấy làm tiếc” về việc chứng nhận FSC gỗ cao su tại Việt Nam chưa được cấp trở lại. Việt Nam có diện tích cao su tương đối lớn, năm 2021 đạt gần 939.000 ha, theo Hiệp hội Cao su Việt Nam, nhưng đến nay chưa có diện tích nào đạt được chứng chỉ FSC.

Thời điểm này, dù tốn kém hơn, Tekcom ở Bình Dương đã hoàn tất các đơn hàng cuối năm nhờ mua đủ lượng gỗ cao su có chứng chỉ FSC. Tuy nhiên, các doanh nghiệp chế biến gỗ khác đang phải chịu chi phí tăng vọt khi nhu cầu sản phẩm có FSC của châu Âu và Mỹ tăng nhanh.

Bà Hải cũng nhận thấy, việc thiếu hụt nguồn gỗ FSC trong nước đang làm hạn chế sự chủ động về nguyên liệu của nhiều doanh nghiệp chế biến gỗ xuất khẩu. Hậu quả là họ có nguy cơ không thể đáp ứng đủ nhu cầu gỗ FSC của hiện tại và tương lai. Những viễn cảnh có thể xảy ra nhất là không đáp ứng được yêu cầu của khách hàng, nhà máy giảm công suất, lao động giảm thu nhập và bất ổn về doanh thu và lợi nhuận trong năm tới.

Tại Tekcom, xuất khẩu đã chậm lại vào 6 tháng trước. “Chúng tôi đang chuyển sang sản xuất sản phẩm chất lượng cao, nhằm thay thế thị phần vón

ép của Nga trên thị trường thế giới”, bà Hải cho biết, “Tekcom cũng sẽ khởi công một nhà máy mới tại Bình Định trong năm tới để tận dụng vùng nguyên liệu keo có FSC của miền Trung và miền Bắc”.

Tuy nhiên, bà Hải cũng thừa nhận, những kế hoạch trong tương lai chưa thể khóa lấp phần thiếu hụt nguyên liệu FSC hiện tại. Những lo ngại về nguồn cung gỗ FSC ở Việt Nam đang dẫn đến tình trạng thiếu chủ động nguyên liệu của các doanh nghiệp chế biến gỗ, đặc biệt là những doanh nghiệp xuất khẩu sang Mỹ và EU, nơi nhu cầu FSC tăng mạnh từ 3 năm gần đây.

Trên thị trường nội địa, gỗ FSC gặp phải những rào cản làm giảm sức cạnh tranh. Các địa phương có diện tích rừng trồng có chứng chỉ FSC lớn chủ yếu ở các tỉnh phía Bắc và Bắc Trung bộ, nhưng nhu cầu sử dụng gỗ FSC ở các địa phương này không lớn. Trong khi đó, các trung tâm chế biến gỗ lớn nhất của Việt Nam tập trung chủ yếu ở vùng Đông Nam Bộ. Chi phí vận chuyển gỗ FSC từ Bắc vào Nam rất cao, khiến gỗ FSC bị giảm cạnh tranh.

Bây giờ, nhu cầu gỗ FSC tăng lên còn làm phức tạp thêm tình hình, buộc các doanh nghiệp phải nhập khẩu để bù đắp phần thiếu hụt trong nước. Công ty ván ép xây dựng Nhật Nam ở Bình Dương đang phải nhập gỗ dẻ gai (beech) từ Pháp, nguồn cung dẻ gai tốt nhất, để sản xuất ghế cho Starbucks, McDonald's của Mỹ.

“Yêu cầu gỗ FSC chiếm khoảng 25% đơn hàng của công ty”, ông Nguyễn Nhật

Nam, giám đốc Nhật Nam, cho biết, “Sản phẩm sử dụng nguyên liệu có FSC đang bán cao hơn 25% so với không có FSC”. Người tiêu dùng trên thế giới, nhất là ở hai thị trường châu Âu và Mỹ ngày nay chỉ sử dụng sản phẩm khi biết chắc rằng nó được tạo ra không phải từ việc phá rừng.

Trên thế giới đang có hai hệ thống chứng chỉ bền vững gồm PEFC (Chương trình xác nhận chứng chỉ rừng) và FSC. Để đạt được chứng chỉ PEFC hay FSC, các công ty hoặc hộ trồng rừng phải đáp ứng các tiêu chí nghiêm ngặt về môi trường, xã hội và kinh tế.

Việt Nam đã phát triển Hệ thống chứng chỉ rừng Quốc gia (VFCS), hệ thống này được PEFC công nhận. Theo Tổng cục Lâm nghiệp, tính đến cuối tháng 3/2022, Việt Nam có 53 đơn vị trồng rừng, với 226.429 ha rừng đạt chứng chỉ FSC và 54.529 ha rừng đạt chứng chỉ VFCS, trong đó chiếm 18% trong tổng diện tích 226.429 ha rừng có chứng chỉ FSC là rừng tự nhiên, 82% còn lại là rừng trồng.

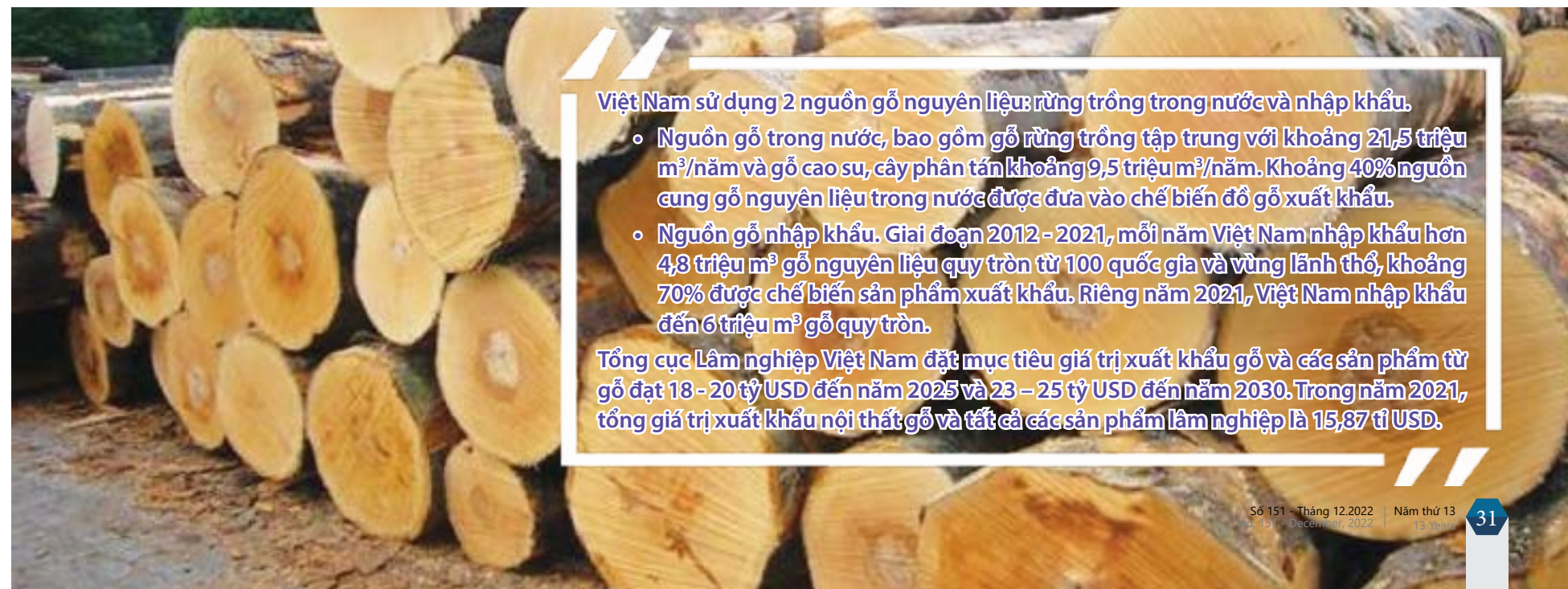
Một số doanh nghiệp xác nhận, việc thực hiện và duy trì chứng chỉ FSC của các đơn vị trồng rừng đang vướng nhiều trở ngại, đến từ 4 nhóm rào cản, đó là về đất đai, kỹ thuật, thị trường và về chính sách. Năng suất gỗ của rừng FSC đạt chưa cao, chỉ từ 75 - 130 m³/ha, do người trồng rừng chưa tiếp cận được với nguồn giống cây lâm nghiệp chất lượng, không được hướng dẫn chi tiết, nên chưa đáp ứng được các tiêu chí nghiêm ngặt khi thực hiện và duy trì chứng chỉ FSC.

Ông Trần Thiên, Giám đốc Công ty Thanh Hòa ở TP Hồ Chí Minh nhận xét, lợi ích thu được của người chủ rừng là quá nhỏ so với các khâu khác trong chuỗi. Trong khi đó, sự bền vững của chuỗi sản xuất, chế biến và xuất khẩu gỗ chỉ được tính khi nhà chế biến sử dụng gỗ FSC được ưu tiên, sau khi họ đã trả ít nhất 2-3% giá trị sản phẩm. Khi đó, người trồng rừng FSC không có tiền chi trả chi phí đánh giá và vận chuyển gỗ đến các nhà máy.

Ông Thiên cho biết, chi phí đánh giá FSC của các tổ chức nước ngoài rất lớn, chi phí đánh giá ban đầu lên tới gần 100.000 USD. Kể đến đánh giá hàng năm cũng trên 5.000 USD – một khoản chi quá lớn đối với người trồng rừng.

Ông Thiên cũng chỉ ra một thực tế, sự lãng phí nguồn nguyên liệu FSC đang diễn ra trong bối cảnh Việt Nam bị cảnh báo về nguồn cung gỗ hợp pháp từ những quốc gia nhập khẩu sản phẩm gỗ. Ông cho rằng, FSC có thể là giải pháp hiệu quả nhằm xử lý những rủi ro về nguồn gốc gỗ. Chi phí đánh giá cũng sẽ giảm xuống nếu Việt Nam phát triển được diện tích FSC quy mô một tỉnh.

Chính phủ Việt Nam chủ trương phát triển gỗ rừng trồng để chủ động nguồn nguyên liệu, giảm phụ thuộc vào nguồn gỗ nhập khẩu. Các bên ủng hộ phát triển gỗ FSC tin rằng các nhà sản xuất sẽ tăng đầu tư vào các vùng nguyên liệu gỗ được chứng nhận FSC khi lợi nhuận làm giảm do khó khăn về đầu vào. Đồng thời, các nhà mua hàng nước ngoài cũng dễ đặt hàng từ Việt Nam hơn. **V**



Việt Nam sử dụng 2 nguồn gỗ nguyên liệu: rừng trồng trong nước và nhập khẩu.

- Nguồn gỗ trong nước, bao gồm gỗ rừng trồng tập trung với khoảng 21,5 triệu m³/năm và gỗ cao su, cây phân tán khoảng 9,5 triệu m³/năm. Khoảng 40% nguồn cung gỗ nguyên liệu trong nước được đưa vào chế biến đồ gỗ xuất khẩu.
- Nguồn gỗ nhập khẩu. Giai đoạn 2012 - 2021, mỗi năm Việt Nam nhập khẩu hơn 4,8 triệu m³ gỗ nguyên liệu quy tròn từ 100 quốc gia và vùng lãnh thổ, khoảng 70% được chế biến sản phẩm xuất khẩu. Riêng năm 2021, Việt Nam nhập khẩu đến 6 triệu m³ gỗ quy tròn.

Tổng cục Lâm nghiệp Việt Nam đặt mục tiêu giá trị xuất khẩu gỗ và các sản phẩm từ gỗ đạt 18 - 20 tỷ USD đến năm 2025 và 23 - 25 tỷ USD đến năm 2030. Trong năm 2021, tổng giá trị xuất khẩu nội thất gỗ và tất cả các sản phẩm lâm nghiệp là 15,87 tỷ USD.

To lack FSC, it is difficult to expand the furniture market

Wood processing enterprises have to bear larger expenses of FSC (Forest Stewardship Council) wood when domestic supply cannot replace imports.



▼ MY TRANG

Tekcom Corporation in Binh Duong is simultaneously looking for the sources of FSC wood from both domestic and imported ones from neighboring countries. The import of 5% acacia certified FSC from Laos helps Tekcom reduce the pressure of FSC wood. But the improvement is only temporary. The demand for 18,000 m³ per month of timber, including FSC-certified and other legal sources, is not always met, while the chance to ensure long-term supply from the country is still very slim.

"We have not been able to develop the advantages near the rubber areas in the Central Highlands or pine in the Southeast," said Ms. Nguyen Hai, Head of Tekcom Corporation's Procurement Supervisor. She also "regrets" that the FSC certification of rubber in Vietnam has not been granted again. Vietnam has a relatively large rubber area, nearly 939,000 hectares in 2021, according to Vietnam Rubber Association, but so far no area has achieved FSC certification.

At this time, although it is more expensive, Tekcom Corporation in Binh Duong has completed the year-end orders by purchasing the enough volume of the FSC certified rubber. However, other wood processing enterprises are experiencing the skyrocketing costs as the demand for FSC-certified products in Europe and the US increases rapidly.

Ms. Hai also realized that the lack of domestic FSC wood sources is limiting the initiative in raw materials of many wood processing enterprises for export. As a result, they have the risk of not being able to meet the current and future FSC wood demand. The scenarios can happen most that enterprises fail to meet customer requirements, factories are reduced their capacity, labor is reduced their income, revenue and profit are uncertain in the coming year.

At Tekcom Corporation, exports were slowed six months ago. "We are transferring to produce high quality products in order to replace Russian plywood market share in the world market", said Ms. Hai. "Tekcom Corporation will also open a new factory

in Binh Dinh next year in order to take advantage of the FSC-certified acacia areas in the Central and the North".

However, Ms. Hai also admitted that future plans cannot fill the current shortage of FSC raw materials. The concerns about the supply of FSC wood in Vietnam are leading to a initiative lack in raw materials of wood processing enterprises, especially those exporting ones to the US and EU, where the demand for FSC has increased sharply since 3 recent years.

In the domestic market, FSC wood faces barriers to reduce its competitiveness. The localities with large areas of FSC-certified plantations are mainly in the North and North Central provinces, but the demand for using the FSC wood in these localities is not large. Meanwhile, the largest wood processing centers of Vietnam are mainly concentrated in the Southeast region. The cost of transporting the FSC wood from the North to the South is very high, which makes FSC wood less competitive.

Now, the increased demand for FSC wood further complicates the situation, which force businesses to import, make up for the shortfall in the country. Nhat Nam Construction Plywood Co., Ltd. in Binh Duong is importing beech from France, the best

supply of beech in order to manufacture the chairs for Starbucks and McDonald's in the US.

"The requirement for FSC wood accounts for about 25% of the company's orders", said Mr. Nguyen Nhat Nam, director of Nhat Nam Co., "The products which use the FSC-certified raw materials are selling 25% higher than without FSC". The consumers in the current world, especially in the two markets of Europe and the US only use the products when they know surely that it is not made from deforestation.

There are two sustainable certification systems in the world, including PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) and FSC. To achieve the PEFC or FSC, afforestation companies or households must meet stringent environmental, social and economic criteria.

Vietnam has developed a National Forest Certification Scheme (VFCS), which is recognized by the PEFC. According to Vietnam Administration of Forestry, by the end of March 2022, Vietnam had 53 afforestation businesses, with 226,429 hectares of FSC certified forests and 54,529 hectares of VFCS certified forests, of which accounted for 18% of the FSC certified total area of 226,429 ha is natural forests, the remaining 82% is planted forests.

Some enterprises confirmed that the FSC implementation and maintenance of forest plantation units are facing four groups of barriers, including land, technology, market and policy. The timber productivity of FSC forests is not high, only from 75 - 130 m³ per ha, because forest growers have not had access to a source of quality forestry plant varieties, have not been guided in detail, so as

Vietnam uses two timber sources: domestic and imported forests.

- Domestic timber sources, including concentrated plantation timber with about 21.5 million m³ per year and rubber and scattered trees about 9.5 million m³ per year. About 40% of the domestic timber supply is used to process furniture for export.
- Imported timber source. In the period of 2012 - 2021, Vietnam imported more than 4.8 million m³ of timber from 100 countries and territories each year, about 70% was processed for export. Particularly in 2021, Vietnam imported up to 6 million m³ of logs.

The Vietnam Administration of Forestry sets its target that the export value of timber and wood products will reach US\$18-20 billion by 2025 and US\$23-25 billion by 2030. In 2021, the total export value of furniture and all forestry products was US\$15.87 billion.

implementing and maintaining the FSC certification, the strict criteria have not been met yet.

Mr. Tran Thien, Director of Thanh Hoa Co., Ltd. in Ho Chi Minh City commented that the benefits gained by forest owners are too small compared to other stages in the chain. Meanwhile, the sustainability of the wood production, processing and export chain is only counted when processors use FSC timber as priority, after they have paid at least 2-3% of the product value. At that time, FSC-certified forest growers did not have the money to pay the cost of assessing and transporting their timber to the factories.

Mr. Thien said that the FSC assessment expense of foreign organizations is very large, the initial assessment expense is up to nearly US\$100,000. Next, the annual assessment is also over US\$5,000 - a huge expense for forest growers.

Mr. Thien also pointed out the fact that the waste of FSC raw materials is happening in the context of Vietnam being warned about the legal supply of wood from countries that import wood products. He said that FSC could be an effective solution to handle the risks of wood origin. Assessment expense will also be reduced if Vietnam develops the FSC-certified area in the provincial scale.

The Government of Vietnam advocates the development of plantation timber to have source of timber proactively and reduce the dependence on imported timber. The parties support the FSC wood development and believe that producers will increase their investment in FSC-certified timber areas as profits decrease due to the input constraints. At the same time, it is easier for foreign buyers to order from Vietnam. ▼

Lãi suất giảm,

doanh nghiệp chờ vốn về

▼ CHU KHÔI

Gặp khó về đầu ra, khiến toàn bộ tiền vốn hoạt động của nhiều doanh nghiệp (gồm cả vốn tự có và vay ngân hàng) đang bị “chôn” hết vào hàng tồn kho. Điều mong mỏi của doanh nghiệp lúc này là các cơ quan lý nhà nước hỗ trợ giãn nợ, hỗ trợ lãi suất vay vốn để vượt qua cơn khốn khó.

Vốn “chôn” vào hàng tồn kho

Theo ông Cao Văn Đồng, Ban chấp hành Hiệp hội chế biến gỗ tỉnh Bình Dương, ngành xuất khẩu gỗ chưa năm nào gặp nhiều khó khăn và thách thức như năm nay. Chi phí đầu vào tăng, lượng hàng tồn kho lại đang ở mức cao khiến doanh nghiệp gỗ gặp khó chồng khó.

"Tồn kho hiện tại toàn hàng giá cao, trong khi ở Mỹ và các nước phương Tây đang trong tình trạng lạm phát cao, lãi suất cao, ngành địa ốc đóng băng dẫn đến hàng tồn kho ở các nhà bán lẻ nói chung đang chất như núi, khiến các nhà sản xuất Việt Nam tạm thời không có đơn hàng trong 6 tháng đầu năm 2023. Nếu may mắn có đơn hàng thì có từng tháng", ông Vũ Tiến Thập, Chủ tịch HĐQT Công ty Cổ phần Nội thất D'Furni, cho biết.

Tại Công ty Lâm sản Hải Oanh ở thôn Yên Thái, xã Tế Lợi, huyện Nông Cống, tỉnh Thanh Hóa, những chồng gỗ ghép thanh nối nhau san sát từ ngoài đường vào trong nhà xưởng, đầu đầu cũng chật kín những lô gỗ ghép thanh.

Ông Đỗ Văn Hải, Giám đốc Công ty Xuất nhập khẩu Lâm sản Hải Oanh cho biết: "Chúng tôi chuyên xuất gỗ ghép thanh nguyên liệu đến một số nhà máy sản xuất đồ gỗ tại TP. HCM và Bình Dương. Các nhà máy đó sản xuất tủ, bàn ghế gỗ và xuất khẩu sang Hoa Kỳ và EU. Tuy nhiên, từ tháng 4/2022 trở lại đây, do gỗ nguyên liệu không bán được, hàng tồn kho ngày càng nhiều.

Hiện lượng hàng gỗ ghép thanh tồn kho tại nhà

xưởng của Công ty Hải Oanh đã lên tới 1.400 m³, tương đương 20 tỉ đồng.

"Công ty chúng tôi trước đây thường xuyên có hơn 100 công nhân, nhưng tôi đã phải cho 80 công nhân nghỉ việc từ tháng 5/2022 đến nay. Nhưng nếu tình trạng ngành sản xuất đồ gỗ “đóng băng” kéo dài, nguy cơ công ty không cầm cự được. Vì trong khi nguồn thu giảm còn rất thấp, công ty vẫn phải trả lãi vay ngân hàng, lại phải duy trì trả lương cho 20 nhân lực. Giờ chỉ mong được ngân hàng cho giãn nợ đến khi thị trường hồi phục, công ty giải phóng được hàng tồn kho thì sẽ có tiền trả nợ.

Đến Công ty TNHH Thương mại - Sản xuất và Dịch vụ Tân Thành Phú ở Cụm công nghiệp Bình Nguyên (huyện Bình Sơn, Quảng Ngãi) với diện tích đất rộng tới 4,67ha, chúng tôi chứng kiến những kho hàng khổng lồ chứa đầy áp gỗ ván ghép thanh chưa thể xuất khẩu. Nhà xưởng chế biến gỗ ghép thanh với hàng trăm máy móc cũng nằm im lìm, không có bóng dáng một công nhân nào.

Bà Lưu Phụng Linh Tiên - Giám đốc Công ty TNHH Thương mại - Sản xuất và Dịch vụ Tân Thành Phú cho biết hàng trăm tỷ đồng tiền vốn của doanh nghiệp đang “đóng băng” trong 800m³ gỗ ghép thanh tồn kho. Ngoài ra, còn tồn khối lượng lớn gỗ xẻ phiêu chưa chế biến thành gỗ ghép. Công ty đã phải giảm tới 80% lao động do đến thời điểm này hoàn toàn không có đơn hàng.

Nhiều doanh nghiệp lựa chọn hình thức “ngủ đông” và kỳ vọng vào sự phục hồi kinh tế từ các thị trường lớn như Hoa Kỳ, EU,... và tình hình xuất khẩu đồ gỗ nội thất khởi sắc trở lại, khi đó, gỗ ghép thanh sẽ bớt khó. Tuy nhiên, có chờ được đến lúc đó hay không lại tùy thuộc vào nội lực của mỗi doanh nghiệp. Theo các doanh nghiệp, nếu thị trường gỗ nguyên liệu “ấm” lên, thì phải mất 6 - 8 tháng sau mới giải quyết hết hàng tồn, khi đó hoạt động sản xuất mới khôi phục được về trạng thái bình thường như trước đây.

Doanh nghiệp đang phải đối mặt với khó khăn kép cả về tài chính, đơn hàng và thị trường. Thời điểm này, chúng tôi rất cần sự trợ sức từ Chính phủ và các bộ ngành", ông Đỗ Văn Hải bày tỏ.

Ngân hàng giảm lãi suất, doanh nghiệp chờ vốn

Ông Nguyễn Lâm Viên, Chủ tịch Hội đồng Quản trị Công ty cổ phần Vinamit thông tin, lãi suất cho vay tăng là một trong những vấn đề khiến lãnh đạo các doanh nghiệp đau đầu. Nông nghiệp là lĩnh vực ưu tiên, nên các doanh nghiệp đang được vay với lãi suất chỉ 5-6%/năm.

"Khoảng 30-50% vốn hoạt động của doanh nghiệp là từ ngân hàng. Các doanh nghiệp vừa trải qua đợt dịch Covid-19, chưa kịp phục hồi, nếu phải đối diện với biến động tài chính thì sẽ khó khăn", ông Viên lo ngại. Ở thời điểm này, các ngân hàng đã điều chỉnh lãi suất về vùng an toàn là 9,5%/năm.

Tuy nhiên, dù đã có cam kết đồng thuận nhưng "sóng ngầm" vẫn diễn ra do các ngân hàng vẫn lách bằng nhiều cách khác nhau.

Ghi nhận thực tế cho thấy, lãi suất vốn vay ngân hàng luôn là một trong những yếu tố trực tiếp tác động vào giá thành sản phẩm, dịch vụ và cũng trực tiếp kéo giảm sức cạnh tranh của doanh nghiệp Việt trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu.

Theo các chuyên gia kinh tế, giải pháp duy nhất hiện nay là đẩy nhanh tiến độ giải ngân của gói hỗ trợ 2% lãi suất và đảm bảo cho doanh nghiệp được tiếp cận được gói hỗ trợ 2% lãi suất do điều kiện vay rất khó khăn.

"Ngân hàng đòi hỏi doanh nghiệp phải có báo cáo tài chính có lãi trong 2-3 năm liền, nhưng sau đợt dịch Covid-19, hầu hết doanh nghiệp không có lãi. Các ngân hàng còn yêu cầu doanh nghiệp phải chứng minh có thể trả được nợ, nhưng trong bối cảnh thị trường còn trầm lắng, bấp bênh, doanh nghiệp khó đáp ứng điều kiện này", TS. Huỳnh Trung Minh, chuyên gia tài chính - ngân hàng chia sẻ.

TS. Huỳnh Trung Minh đề xuất, lúc này cần cởi bỏ hạn mức tín dụng để cởi trói cho nền kinh tế. Hiện thặng dư thương mại đang tăng, thặng dư tài khoản vãng lai cũng bắt đầu có sau thời gian thâm hụt do ảnh hưởng của dịch Covid-19, dự trữ ngoại hối tăng lên đáng kể, kiểm soát tỷ giá hối đoái tốt. Do đó, Ngân hàng Nhà nước vẫn có thể nới lỏng chính sách tiền tệ, giúp thị trường phục hồi. Khi đó, áp lực lạm phát có thể gia tăng, nhưng Chỉ số Giá tiêu dùng bình quân vẫn hợp lý. ▼



Chuyện về CON CÁ hay ẦN CẦU

CAO CẨM



Gần đây, thành phố Hồ Chí Minh công bố báo cáo dự báo Nhu cầu nhân lực và thị trường lao động thành phố tháng 12 cần khoảng 25 nghìn chỗ làm mới. Trong đó, khu vực thương mại, dịch vụ chiếm 68% tổng nhu cầu, nhóm ngành công nghiệp, xây dựng chiếm 32%.

Đó là một nguồn tuyển dụng lớn đối với hàng chục nghìn công nhân mất việc do nhà máy thiếu đơn hàng suốt thời gian, con số này có thể còn lớn hơn khi nhiều thị trường xuất khẩu chủ lực của Việt Nam chưa thể hồi phục.

Trong số này, chắc chắn có cả những công nhân tại các nhà máy chế biến sản xuất gỗ xuất khẩu. Một câu hỏi xuất hiện, tại sao những công nhân này không thể ứng tuyển hoặc tìm được một công việc mới đáp ứng với nhu cầu lao động mà thành phố Hồ Chí Minh muốn tuyển dụng?

Đầu tiên, trái ngược với các năm trước, năm nay lượng lớn lao động bị mất việc nên nhu cầu tìm việc so với trước tăng cao. Trong khi đó, nhu cầu tuyển dụng lại giảm mạnh. Như vậy, nguồn cung lao động đang cao hơn nhu cầu của thị trường.

Có những điểm trái ngược giữa các công nhân mất việc ngành gỗ với nhu cầu tuyển dụng của thành phố Hồ Chí Minh, nó được thể hiện rõ ở ngành



ngành, nhóm lao động mất việc là khối sản xuất, trong khi doanh nghiệp tuyển lại tập trung ở khối bán lẻ thương mại dịch vụ. Môi trường làm việc và yêu cầu kỹ năng, kinh nghiệm của hai khối ngành này rất khác nhau.

Mặt khác, về vị trí địa lý, khối ngành sản xuất thu hẹp hoạt động, cắt giảm lao động tập trung nhiều các tỉnh lân cận như Bình Dương hay Đồng Nai, trong khi khối bán lẻ thương mại dịch vụ ở trung tâm và khu dân cư.

Người lao động giản đơn sẽ ưu tiên tìm việc gần chỗ ở. Do đó để nhà tuyển dụng và người tìm việc có thể đáp ứng được nhu cầu của nhau cần thêm thời gian để điều chỉnh, thích ứng. Vì vậy, lượng lao động mất việc của ngành gỗ nhưng không thể đáp ứng được các ngành nghề khác cũng là sự lãng phí lớn với chính bản thân họ, doanh nghiệp cần tuyển dụng và cả xã hội.

Đồng thời, tâm lý của người lao động là không muốn bắt đầu đào tạo

lại một ngành nghề lĩnh vực mới, và chỉ muốn gắn bó với ngành họ đã làm thuần thục nhiều năm qua. Nó cũng là một hạn chế cản trở lao động ngành gỗ bắt nhịp với sự thay đổi của việc làm hay tìm kiếm một công việc mới.

Một báo cáo khác từ trung tâm nghiên cứu xã hội cho thấy, tuyển dụng luôn liên quan đến độ tuổi lao động. Công nhân dưới 40 tuổi được các nhà máy cần nhưng lại là nhóm ngần ngại. Đây là những lao động trẻ, việc bị đẩy ra khỏi môi trường công xưởng sau đợt cắt giảm khiến họ nghĩ đến kế sinh nhai mới, quay về quê hoặc chờ rút bảo hiểm xã hội một lần. Trong khi đó, nhóm ngoài 40 tuổi không còn lựa chọn nào khác, muốn tìm việc thì thị trường lại không cần.

Đến đây, một câu hỏi vĩ mô được đặt ra với những nhà quản lý và hoạch định chính sách, làm thế nào để có thể điều tiết thị trường lao động khi cung cầu lao động tiếp tục lệch pha, và công tác dự báo nhân lực thế nào, cũng như người lao động trong ngành gỗ nói riêng có khả năng tự chuyển đổi công việc hoặc cần chuyển đổi công việc có dễ dàng không? 

THE STORY OF A FISH OR A FISHING ROD

CAO CAM



Recently, Ho Chi Minh City published a report forecasting human demand and the city's labor market in December needs about 25,000 new jobs. In which, the trade and service sector accounted for 68% of the total demand, the industry and construction group accounted for 32%.

It is a great source of recruitment for tens of thousands of workers who have lost their jobs due to a long lack of orders at the factory. A number that could be even larger when many of Vietnam's key export markets have not been able to recover.

Among these, there are certainly workers at processing factories that produce export timber. A question arises, why can't these workers apply or

find a new job that meets the labor demand that Ho Chi Minh City wants to recruit?

First, in contrast to previous years, this year a large number of workers lost their jobs, so the demand for job search increased compared to the previous year. At the same time, recruitment demand dropped sharply. Thus, the supply of labor is higher than the demand of the market.

There are contrasts between the workers who lost their jobs in the wood industry and the recruitment

needs of Ho Chi Minh City. It is clearly shown in the industry, the group of workers who lost their jobs is the production sector, while businesses focus on recruiting in the retail, commerce, and service sectors. The working environment and the skill and experience requirements of these two sectors are very different.

On the other hand, in terms of geographical location, the manufacturing sector has narrowed its activities, cutting labor, and is concentrated in neighboring provinces such as Binh Duong or Dong Nai, while the retail, trade and service sectors are located in the centers and residential areas.

Simple workers will prioritize finding jobs near their accommodation. Therefore, for employers and job seekers to meet each other's needs, it takes more time to

adjust and adapt. Therefore, the number of unemployed workers in the wood industry but unable to meet other occupations is also a great waste for themselves, businesses that need to recruit and the whole society.

At the same time, the mentality of employees is that they don't want to start retraining in a new field, and just want to stick with the industry they have mastered over the years. It is also a limitation that prevents wood workers from catching up with the change of job or looking for a new job.

Another report from the center for social research shows that recruitment is always related to working age. Workers under the age of 40 are needed by factories, but they are a reluctant group. These are young workers, being pushed out of the factory environment after the staff reduction makes them think of new livelihoods, return to their hometown or wait for the one-time withdrawal of social insurance. Meanwhile, the group over 40 years old has no other choice, if they want to find a job, the market doesn't need them.

At this point, a macro question is raised for policy managers and makers, how to regulate the labor market when labor supply and demand continue to be out of phase, and the forecast of labor force is not enough. Is it possible to change jobs by themselves or need to change jobs easily? 



Hãy tiếp cận những công nghệ ván sàn mới giúp rút ngắn thời gian lắp đặt

Để có mặt sàn tuyệt vời thì chẳng còn cách nào nhanh hơn những công nghệ drop-lock của i4F cả nhờ khả năng lắp đặt nhanh hơn tới 30% so với những cơ cấu góc/góc cơ bản. Công nghệ này không đòi hỏi phải chèn thêm vật liệu hay công cụ lắp đặt chuyên dụng, lại có kết nối cực kỳ chắc chắn, đồng thời kết hợp trơn tru với mọi vật liệu và mọi hình dáng.

Hãy trao đổi với nhà sản xuất hiện tại của bạn hoặc liên hệ với chúng tôi để tìm kiếm bằng sáng chế i4F đang được áp dụng vào sản xuất ván sàn có trang bị công nghệ drop-lock của chúng tôi. Hãy sẵn sàng để hạ đo ván các đối thủ cạnh tranh và nhanh chóng thu lợi nhuận.



Công nghệ của **Click4U®**
và **3L TripleLock®**



Canadian Wood.
Natural Beauty.

Gỗ Canada.
Vẻ đẹp tự nhiên.

WESTERN HEMLOCK GỖ ĐỘC CẦN BỜ TÂY



TRY CANADIAN WOOD
HÃY DÙNG THỬ GỖ CANADA

canadianwood.com.vn
+84 (0)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.



THAM KHẢO GIÁ MỘT SỐ LOẠI GỖ TRÒN, GỖ XẺ NHẬP KHẨU THÁNG 11/2022

Kích thước	Phương thức giao hàng	Đơn giá (USD/1m³)
GIÁ GỖ BẠCH ĐÀN XẺ		
Nhập khẩu từ Brazil		
Gỗ Bạch đàn Grandis. Quy cách: 19/25/28/33x 88-104 x 2100-3050 mm	CIF	347
Gỗ Bạch đàn Grandis FSC. Quy cách: 28/32/45x79-129x2100-4700 mm	CIF	441
GIÁ GỖ THÔNG XẺ		
Nhập khẩu từ New Zealand		
Gỗ thông. Quy cách: 63 x 100/125/150/175/200 x 2500-4900 mm	CIF	262
Gỗ thông. Quy cách: 25 x100/125/150/175/200/231/289 x 2500-4900 mm	CIF	210
Nhập khẩu từ Brazil		
Gỗ thông. Quy cách: 19 x 100 x 2440 mm	CIF	345
Nhập khẩu từ Chile		
Gỗ thông. Quy cách: 28/32/37 x 75-300 x2000 mm	CIF	300
GIÁ GỖ SỒI XẺ		
Nhập khẩu từ Mỹ		
Gỗ sồi trắng. xẻ sấy loại 2C, 4/4	CIF	550
Gỗ sồi đỏ. xẻ sấy loại 2C, 5/4	CIF	658
Nhập khẩu từ Đức		
Gỗ sồi trắng. loại ABC. Kích thước: 22 x 100-560 x 2000 -4900 mm	CIF	701
Gỗ sồi trắng. loại ABC. Kích thước: 35 x 160- 580 x 1800-5800 mm	CIF	927
GIÁ GỖ TẦN BÌ XẺ		
Nhập khẩu từ Mỹ		
Gỗ tần bì xẻ, sấy loại 1C, 4/4	CIF	662
Gỗ tần bì) xẻ, sấy loại 2C, 6/4	CIF	552
GIÁ GỖ TEAK TRÒN		
Nhập khẩu từ Panama		
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 50 - 59 cm, dài: 1.8 - 2.95 m	CIF	250
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 60 - 69 cm, dài: 1.8 - 2.95 m	CIF	260
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 80 - 89 cm, dài: 1.8 - 2.95 m	CIF	390
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 80 - 89 cm, dài: 3.0 m trở lên	CIF	390
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 90 - 99 cm, dài: 1.8 - 2.95 m	CIF	445
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 90 - 99 cm, dài: 3.0 m trở lên	CIF	485
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 100 - 109 cm, dài: 1.8 - 2.95 m	CIF	550
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 100 - 109 cm, dài: 3.0 m trở lên	CIF	564
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 110 - 119 cm, dài: 1.8 - 2.95 m	CIF	600
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 110 - 119 cm, dài: 3.0 m trở lên	CIF	625
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 120 - 129 cm, dài: 1.8 - 2.95 m	CIF	455
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 130 - 139 cm, dài: 1.8 - 2.95 m	CIF	550
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 140 - 149 cm, dài: 1.8 - 2.95 m	CIF	589
Nhập khẩu từ Brazil		
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 100-109 cm, dài: 5.0-5.9mm	CIF	615
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 110-119 cm, dài: 5.0-5.9m	CIF	650
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 120 -129 cm, dài: 5.0-5.9m	CIF	690
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 120 -129 cm, dài: 5.0-5.9m	CIF	730
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 140-149 cm, dài: 5.0-5.9m	CIF	770
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 100-109 cm, dài từ 2.3-3.5 m	CIF	477
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 110-119 cm, dài từ 2.3-3.5 m	CIF	517
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 120- 129 cm, dài từ 2.3-3.5 m	CIF	537
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 130- 139 cm, dài: từ 2.3-3.5 m	CIF	577
Gỗ Teak tròn, dạng lóng, FSC. Vành: 140- 149 cm, dài: từ 2.3-3.5 m	CIF	602
GIÁ GỖ BẠCH ĐÀN TRÒN		
Nhập khẩu từ Uruguay		
Gỗ Bạch đàn- Grandis, FSC. Đường kính: 30 cm trở lên, dài: 5.8 m trở lên	CIF	180
Nhập khẩu từ South Africa		
Gỗ Bạch đàn - Cladocalyx, FSC. Đường kính: 30-39 cm, dài: 2.8/3.8/5.8 m	CIF	220
Gỗ Bạch đàn - Cladocalyx, FSC. Đường kính: 25-29 cm, dài: 2.8/3.8/5.8 m	CIF	215
GIÁ GỖ SỒI TRÒN		
Nhập khẩu từ Mỹ		
Gỗ sồi đỏ, lóng, 2SC. Đường kính: 30 cm trở lên, dài : 2.4-5.5 m	CIF	310
Gỗ sồi trắng, loại 2SC. Đường kính: 25cm, trở lên, dài : 2.4 m trở lên	CIF	350

GIÁ GỖ TẦN BÌ TRÒN		
Nhập khẩu từ Pháp		
Gỗ tần bì, loại ABC. Đường kính từ 30 -39 cm, dài: 3.0 trở lên	CIF	268
Gỗ tần bì, loại ABC. Đường kính từ 40 cm trở lên, dài 2.0 m trở lên	CIF	309

THAM KHẢO GIÁ NHẬP KHẨU SẢN PHẨM MDF THÁNG 11/2022

Kích thước	Phương thức giao hàng	Đơn giá USD/1 m³
Nhập khẩu từ Thái Lan		
Ván MDF, HMR E1, dùng cho sản xuất đồ nội thất. Kích thước: 6.0 x 1220 x 2440 mm	CFR	330
Ván MDF, MR, E2, chưa trà nhám, dùng sản xuất bàn ghế. Kích thước: 5.5/6.0 x 1220 x 2440 mm	CFR	258
Ván MDF, MR, E2, chưa trà nhám, dùng sản xuất bàn ghế. Kích thước: 17 x 1220 x 2440 mm	CFR	257

THAM KHẢO GIÁ NHẬP KHẨU SẢN PHẨM PLYWOOD THÁNG 11/2022

Kích thước	Phương thức giao hàng	Đơn giá USD/1 m³
Ván Plywood, HWPW CARB P2. Kích thước: 9 x 1220 x 2440 mm	CIF	375
Ván Plywood, dùng sản xuất đồ gỗ nội thất. Kích thước: 9.0 x 1220 x 2440 mm	C&F	450
Ván Plywood, đã qua xử lý nhiệt, dùng sản xuất đồ gỗ nội thất. Kích thước: 10 x 1220 x 2440 mm	C&F	311
Ván Plywood, đã qua xử lý nhiệt, dùng sản xuất đồ gỗ nội thất. Kích thước: 12 x 1220 x 2440 mm	C&F	303
Ván Plywood, đã qua xử lý nhiệt, dùng sản xuất đồ gỗ nội thất. Kích thước: 15 x 1220 x 2440 mm	C&F	307
Ván Plywood, đã qua xử lý nhiệt, dùng sản xuất đồ gỗ nội thất. Kích thước: 18 x 1220 x 2440 mm	C&F	309
Ván Plywood, CARB P2/TSCA Title VI . Kích thước: 12 x 1220 x 2440 mm	C&F	503
Ván Plywood, CARB P2/TSCA Title VI . Kích thước: 22 x 1220 x 2440 mm	C&F	450

THAM KHẢO GIÁ XUẤT KHẨU MỘT SỐ MẶT HÀNG GỖ THÁNG 11/2022

Kích thước	Phương thức giao hàng	Đơn giá (USD/1m³)
GIÁ XUẤT KHẨU DẶM GỖ		
Xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản	FOB	191
Xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc	FOB	186
Xuất khẩu sang thị trường Hàn Quốc	CFR	226
GIÁ XUẤT KHẨU VIÊN NÉN NGUYÊN LIỆU		
Xuất khẩu sang thị trường Hàn Quốc	FOB	172
Xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản	FOB	177
GIÁ XUẤT KHẨU VÁN BÓC		
Ván bóc làm từ gỗ cao su xuất khẩu sang Hàn Quốc	FOB	375
Ván bóc làm từ gỗ keo xuất khẩu sang Trung Quốc	FOB	160
GIÁ XUẤT KHẨU VÁN DẶM		
Nhật Bản		
Ván dăm- 20x1220x2440 mm	CFR	305
Ván dăm- 15 x 1220 x 2440 mm	CFR	295
GIÁ XUẤT KHẨU MDF		
Indonesia		
Ván MDF -MPN EPA TSCA Title VI CARB -P2, dày 2.5 mm	CFR	250
Ván MDF -MPN EPA TSCA Title VI CARB -P2, dày 9 mm	CFR	265
Ván MDF -MPN EPA TSCA Title VI CARB -P2, dày 18 mm	CFR	250
GIÁ XUẤT KHẨU GỖ DÁN		
Korea (Republic)		
Gỗ dán làm từ gỗ keo rừng trồng, AB. Kích thước: 11.5 x 1220 x 2440 mm	CFR	256
Gỗ dán làm từ gỗ keo rừng trồng, LVL. Kích thước: 17 x 95 x 170 mm	CFR	266
Japan		
Gỗ dán làm từ gỗ keo rừng trồng. Kích thước: 38/53/83 x 79/80 x 3950 mm	CFR	318
Gỗ dán làm từ gỗ keo rừng trồng. Kích thước: 79/80 x 79/80 x 2430/3960mm	CFR	315
Gỗ dán công nghiệp làm từ gỗ keo. Kích thước: 8.0 x 920 x 1830 mm	CFR	310
Gỗ dán công nghiệp làm từ gỗ keo. Kích thước: 8.0 x 1230 x 2440 mm	CFR	256
Hoa Kỳ		
Gỗ dán core bạch đàn keo, phủ bạch dương loại D/E UV2S 18 x1220 x2440 mm	FOB	500
Gỗ dán core bạch đàn keo, phủ bạch dương loại C/E UV1S 6 x1220 x2440 mm	FOB	540
Gỗ dán core bạch đàn keo, phủ bạch dương loại C/D UV2S 19 x1220 x2440 mm	FOB	545
Gỗ dán core bạch đàn keo, phủ bạch dương loại D/E UV2S 16 x1220 x2440 mm	FOB	480

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@woodsland.com.vn
Web: https://woodsland.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, xã Lộc Hòa, Tp. Nam Định, tỉnh Nam Định
Tel: (+84) 097 4538283 **Fax:** (+84 2283) 86 2220
Email: nafoco@nafoco.com **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 TNHH MỘT THÀNH VIÊN NĂNG LƯỢNG AN VIỆT PHÁT

Đ/c: Số 2402, Đường Nguyễn Cơ Thạch, Sala Residence, Phường An Lợi, Quận 2, Tp. Hồ Chí Minh.
Tel: (+84 283) 6364 496 **Email:** info@anvietenergy.com
Web: https://anvietenergy.com/
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 CỔ PHẦN GỖ MDF VRG DONGWHA

Địa chỉ: Lô G, Khu công nghiệp Minh Hưng III, xã Minh Hưng, huyện Chơn Thành, tỉnh Bình Phước
Tel: (+84 283) 910 3966 **Fax:** (+84 283) 910 3967
Email: sales@vrgdongwha.com
Web: http://www.dongwha.com
Sản phẩm: Sản xuất MDF



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: Oude Watertorenstraat 25, 3930 Hamont-Achel, Belgium
Tel: +32 11922111 **Mobile:** +84 909728117
Email: dong@i4f.com (Licensing Manager in 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 NGUYỄN

Địa chỉ: TĐ 59,60,70, TBD 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; salesmanager@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; maygothanhthong12@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: KP9, 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 11 THÁNG NĂM 2022

XUẤT KHẨU

Theo số liệu thống kê sơ bộ của Tổng cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ (G&SPG) của Việt Nam trong tháng 11/2022 tiếp tục giảm, đạt 1,74 tỷ USD, giảm nhẹ 2,1% so với tháng trước đó và giảm 7,7% so với tháng 11/2021.

Trong đó, kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ đạt 760 triệu USD, giảm 1,8% so với tháng 10/2022 và giảm 17,92% so với cùng kỳ năm ngoái.

11 tháng năm 2022, kim ngạch xuất khẩu G&SPG của cả nước đạt 14,687 tỷ USD, tăng 9,8% so với cùng kỳ năm 2021; đứng thứ 6 về trị giá trong số các mặt hàng/nhóm mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam.

Trong đó, kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ đạt 10,15 tỷ USD, tăng 1,5% so với cùng kỳ năm ngoái, chiếm 69,1% tổng kim ngạch xuất khẩu G&SPG, giảm so với tỷ trọng 74,73% của cùng kỳ năm 2021.

Dự báo, năm 2022, kim ngạch xuất khẩu G&SPG tăng trưởng khoảng 10% so với năm trước đó, giảm khá mạnh so với tốc độ tăng trưởng của ngành năm 2021 là 19,7%.

Lạm phát toàn cầu đặc biệt tại các thị trường xuất khẩu G&SPG như chiếm tỷ trọng lớn như Hoa Kỳ, các nước châu Âu; Thị trường bất động sản Trung Quốc trầm lắng là những nguyên nhân chính làm chững lại tốc độ tăng trưởng toàn ngành trong năm 2022.

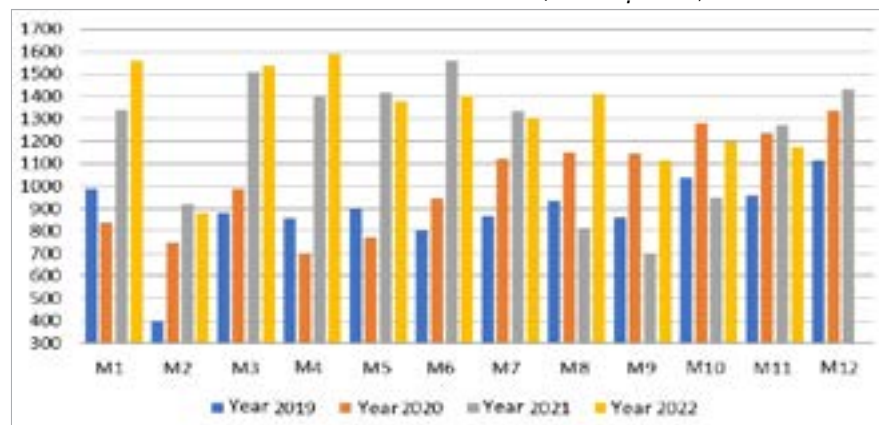
Nhiều khả năng tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất G&SPG sẽ tăng trưởng sẽ đạt mức trên 15% trong năm 2023 khi kinh tế toàn cầu dần ổn định trở lại.

15 ngày đầu tháng 12/2022, kim ngạch nhập khẩu G&SPG về Việt Nam đạt 573 triệu USD, tăng 6,3% so với cùng kỳ tháng 11/2022.

Biểu đồ 1: Tham khảo kim ngạch xuất khẩu G&SPG của Việt Nam theo tháng từ năm 2019 - 2022

Chart 1: Reference to Vietnam's export turnover of W&WP monthly in the period of 2019 - 2022

(ĐVT: Triệu USD/Unit: Million USD)



(Nguồn: Gõ 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)

Tháng 11/2022 năm 2022 kim ngạch xuất khẩu G&SPG của các doanh nghiệp FDI đạt gần 532 triệu USD, tăng 3,16 so với tháng trước đó, và giảm 13,44% so với cùng kỳ năm ngoái.

Trong đó, kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ đạt 464 triệu USD, giảm 1,48% so với tháng 10/2022; giảm 14,55% so với cùng kỳ năm 2021.

11 tháng năm 2022, kim ngạch xuất khẩu G&SPG của các doanh nghiệp FDI đạt 6,842 tỷ USD, tăng 1,01% so với cùng

VIETNAM EXPORT AND IMPORT OF WOOD AND WOOD PRODUCTS IN THE FIRST 11 MONTHS OF 2022

EXPORT

According to the preliminary statistics of the General Department of Vietnam Customs, the export turnover of wood and wood products (W&WP) of Vietnam in November 2022 decreased again, achieved US\$1.74 billion, slightly down 2.1% compared to the previous month and down 7.7% compared to November 2021.

In which, the export turnover of wood products reached US\$760 million, down 1.8 % compared to October 2022 and down 17.92% over the same period last year.

In the first 11 months of 2022, the W&WP export turnover in the whole country reached US\$14.687 billion, up 9.8% over the same period in 2021; ranked 6th in value among Vietnam's export goods/commodity groups.

In which, the export turnover of wood products reached US\$10.15 billion, up 1.5% over the same period last year, accounted for 69.1% of the total export turnover of W&WP, decreased compared to the proportion of 74.73% of the same period in 2021.

In 2022, W&WP export turnover grow by about 10% compared to the previous year, a sharp decrease compared to the growth of 19.7% in 2021.

The global inflation, especially in key W&WP export markets such as the United States, Europe countries accounts for the large proportion; The quiet Chinese real estate market is the main reasons for slowing down the growth of the whole industry in 2022.

It is likely that the growth of W&WP export turnover will reach over 15% in 2023 when the global economy gradually stabilizes.

In the first 15 days of December 2022, the W&WP import turnover into Vietnam reached US\$573 million; up 6.3% compared to the first 15 days of November 2022.

FDI enterprises

In November 2022, the W&WP export turnover of FDI enterprises reached nearly US\$532 million, up 3.16% compared to the previous month, down 13.44% over the same period last year.

In which, the export turnover of wood products reached US\$464 million, down 1.48% compared to October 2022, down 14.55% over the same period 2021.

In the first 11 months of 2022, the W&WP export turnover of FDI enterprises reached US\$6.842 billion, up 1.01% over the

kỳ năm ngoái; chiếm 51,2% tổng kim ngạch xuất khẩu G&SPG của toàn ngành.

Trong đó, kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ đạt 6,239 tỷ USD, tăng 0,67% so với cùng kỳ năm 2021; chiếm 91,19% tổng kim ngạch xuất khẩu G&SPG của các doanh nghiệp FDI và chiếm 62,48% tổng kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ toàn ngành.

THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU:

Tháng 11/2022, trong khi kim ngạch xuất khẩu G&SPG sang thị trường Hoa Kỳ, Trung Quốc, Canada, Australia, Đài Loan giảm so với tháng trước đó, đặt biệt thị trường Trung Quốc giảm 23,41%; Canada giảm 14,64% so với tháng trước đó.

Ngược lại, tăng mạnh tại trường Nhật Bản và Anh.

11 tháng đầu năm 2022, mặc dù chỉ tăng 0,57% nhưng Hoa Kỳ vẫn là thị trường xuất khẩu G&SPG lớn nhất của Việt Nam, đạt gần 8 tỷ USD, chiếm tới 54% tổng kim ngạch xuất khẩu G&SPG toàn thị trường.

Đáng chú ý, tăng rất mạnh sang thị trường Trung Quốc, Nhật Bản và Hàn Quốc, mới mức tăng lần lượt 45,73%; 33,27% và tăng 16,06% so với cùng kỳ năm ngoái. Bên cạnh đó, thị trường Australia, Malaysia, Đài Loan, Bỉ cũng ghi nhận mức tăng khá cao so với cùng kỳ năm ngoái.

Ngược lại, 02 thị trường lớn tại Châu Âu là Anh và Hà Lan lần lượt giảm 11,05% và giảm 12,83% so với cùng kỳ năm 2021.

Bảng 1: Tham khảo kim ngạch xuất khẩu G&SPG sang một số thị trường trong 11 tháng năm 2022

Table 1: Reference to the export turnover of W&WP to some markets in the first 11 months of 2022

(ĐVT/Unit: 1.000 USD)

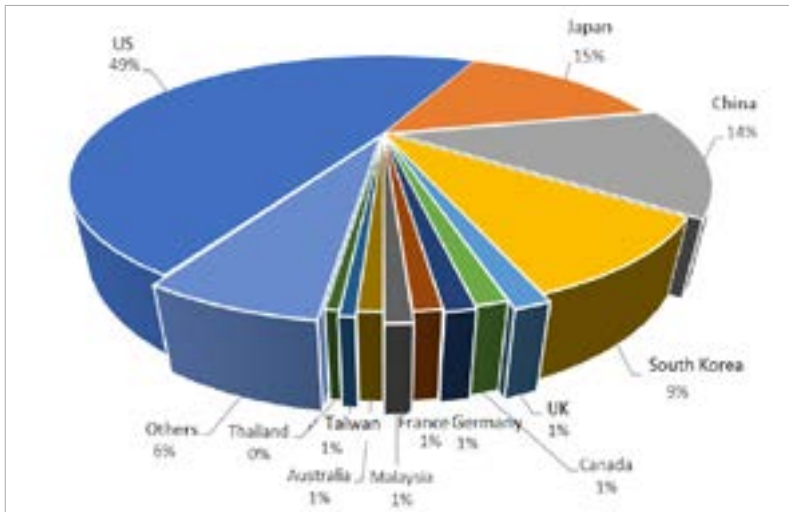
Thị trường/Market	November 2022	Compared to October 2022 (%)	Compared to November 2021 (%)	First 11 months of 2022	Compared to first 11 months of 2021 (%)
US	570,933	-3.77	-21.97	7,981,675	0.57
China	159,788	-23.41	23.75	1,992,604	45.73
Japan	171,883	7.57	28.00	1,718,508	33.27
South Korea	107,545	41.78	41.03	924,664	16.05
Canada	13,891	-14.64	-31.00	220,398	4.48
UK	15,705	5.40	-34.22	212,946	-11.05
Australia	10,548	-33.24	-38.95	176,608	17.78
Malaysia	11,398	17.71	-29.08	134,075	19.84
France	12,104	17.20	9.61	118,009	16.00
Germany	13,272	40.52	9.45	116,615	3.07
Taiwan	6,803	-27.32	-1.84	83,517	23.34
Netherlands	5,827	120.50	-28.02	72,301	-12.83
Belgium	4,575	-55.76	-35.64	68,788	20.86
Thailand	5,854	-1.61	-10.53	62,033	5.97
Denmark	3,566	-24.55	-23.39	42,140	4.11
Singapore	3,783	8.40	4.70	39,409	46.74
Arab Saudi	3,215	15.06	32.76	35,857	-4.32
Spain	3,763	78.06	20.43	35,328	9.55
Mexico	2,936	-6.97	-1.39	29,770	47.23
Sweden	2,873	41.19	15.30	29,268	12.22
India	3,272	9.11	81.90	27,605	50.83
Poland	3,160	44.40	71.09	27,442	33.56
Italy	3,060	9.09	-2.18	26,770	-6.03
UAE	2,107	-6.87	7.14	26,729	-4.37
Newzealand	1,251	-40.81	-52.00	26,674	-2.98
Cambodia	2,595	7.73	49.94	23,412	16.00
Chile	838	11.98	-46.35	12,968	-33.23
South Africa	400	18.09	-53.49	8,560	45.38
Switzerland	540	-15.57	-42.22	7,218	8.57
Laos	188	64.32	-64.00	5,396	-33.92
Portugal	448	-16.77	50.69	5,181	78.06
Hong Kong	355	41.84	-12.87	4,545	17.97
Turkey	907	-6.63	281.22	4,154	42.58
Russia	458	31.05	-60.18	3,268	-50.50
Kuwait	222	-55.57	-70.38	2,859	-60.97
Greece	173	37.40	-61.28	2,800	31.72
Norway	33	-73.91	-83.01	2,533	4.53
Czech	509	65.93	47.43	1,645	-9.36
Finland	172	88.79	-16.50	1,415	26.18
Austria	251	409.84	39.46	877	-25.77

(Nguồn: Gõ 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 tháng 11 năm 2022

Chart 2: Reference to the market share of Vietnam's W&WP export turnover in November 2022

(ĐVT: Triệu USD/Unit: Million USD)



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

NHẬP KHẨU

KIM NGẠCH NHẬP KHẨU:

Theo số liệu thống kê sơ bộ của Tổng cục Hải quan, kim ngạch nhập khẩu G&SPG về Việt Nam trong tháng 11/2022 đạt 221 triệu USD, giảm 0,6% so tháng trước đó và giảm 3,07% so với tháng 11/2021.

11 tháng đầu năm 2022, kim ngạch nhập khẩu G&SPG về Việt Nam đạt 2,822 tỷ USD, tăng 4,1% so với cùng kỳ năm ngoái.

Kim ngạch xuất khẩu chứng lại, thị trường bất động sản trong nước chứng lại là những nguyên nhân chính khiến kim ngạch nhập khẩu G&SPG theo đó cũng giảm tốc, chỉ tăng 4,1% so với cùng kỳ năm ngoái.

11 tháng đầu năm 2022, Việt Nam đã xuất siêu 11,86 tỷ USD trong hoạt động xuất nhập khẩu G&SPG.

15 ngày đầu tháng 12/2022, kim ngạch nhập khẩu G&SPG về Việt Nam đạt 108 USD, giảm nhẹ so với cùng kỳ tháng 11/2022.

Doanh nghiệp FDI

Tháng 11/2022, kim ngạch nhập khẩu G&SPG của các doanh nghiệp FDI đạt gần 60 triệu USD, giảm 2,41% so với tháng trước đó và giảm 24,45% so với cùng kỳ năm 2021.

11 tháng năm 2022, kim ngạch nhập khẩu G&SPG của các doanh nghiệp FDI đạt trên 964 triệu USD, giảm 12,41% so với cùng kỳ 2021, chiếm 35,6% tổng kim ngạch nhập khẩu G&SPG của toàn ngành.

11 tháng năm 2022, các doanh nghiệp FDI đã xuất siêu 5,877 tỷ USD trong hoạt động xuất nhập khẩu G&SPG.

Thị trường nhập khẩu

Tháng 11/2022, kim ngạch nhập khẩu G&SPG từ thị trường Trung Quốc, Thái Lan và Lào về Việt Nam tăng khá mạnh, lần lượt tăng 17,2%; 11,5% và tăng 14,38% so với tháng trước đó.

Ngược lại, kim ngạch nhập khẩu G&SPG giảm mạnh từ thị trường Hoa Kỳ, Congo, Newzealand, Brazil, Nga, Malaysia, Indonesia và Chile.

IMPORT

IMPORT TURNOVER:

According to the statistics of the General Department of Vietnam Customs, the W&WP import turnover into Vietnam in November 2022 reached US\$221 million, down 0.6% over the previous month and down 3.07% compared to November 2021.

In the first 11 months of 2022, the W&WP import turnover into Vietnam reached US\$2.822 billion, up 4.1% over the same period last year.

The slowdown in export turnover and the domestic real estate market are the main reasons why W&WP import turnover also decelerated, only increased by 4.1% over the same period last year.

In the first 11 months of 2022, Vietnam had a trade surplus of US\$11.86 billion in W&WP import and export.

In the first 15 days of December 2022, the W&WP import turnover into Vietnam achieved US\$108 million, decreased slightly compared to the same period in November 2022.

FDI enterprises

In November 2022, the W&WP import turnover of FDI enterprises achieved nearly US\$60 million, down 2.41% compared to previous month and down 24.45% over the same period in 2021.

In the first 11 months of 2022, the W&WP import turnover of FDI enterprises achieved over US\$964 million, down 12.41% compared to the same period in 2021, accounted for 35.6% of total W&WP import turnover of the whole industry.

In the first 11 months of 2022, FDI enterprises had a trade surplus of US\$5.877 billion in W&WP import and export.

Import market

In November 2022, the W&WP import turnover from China, Thailand and Laos into Vietnam increased quite strongly, respectively 17.2%; 11.5% and 14.38% compared to October 2022.

In contrast, the import turnover of W&WP from the UK, Congo, Newzealand, Brazil, Russia, Malaysia, Indonesia and Chile decreased strongly.

In the first 11 months of 2022, despite a decrease of 9.65% compared to the same period last year, China was still the largest

11 tháng năm 2022, mặc dù giảm 9,65% so với cùng kỳ năm ngoái nhưng Trung Quốc vẫn là thị trường cung ứng G&SPG lớn nhất cho Việt Nam, đạt 852 triệu USD, chiếm 30% tổng kim ngạch nhập khẩu G&SPG về nước ta.

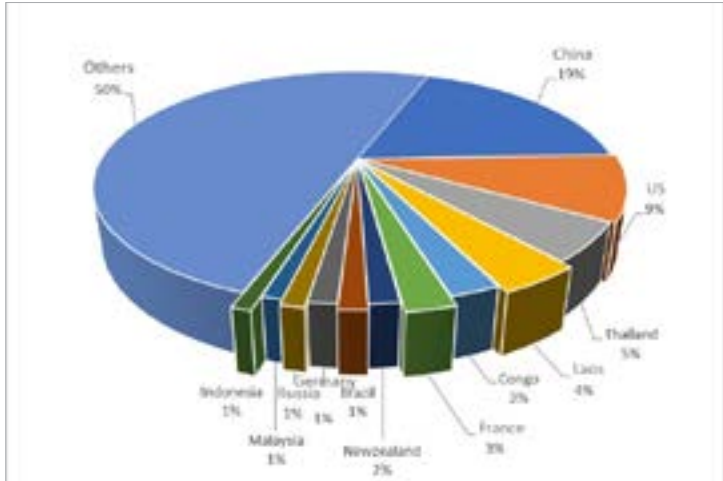
Bên cạnh đó, thị trường Brazil, Chile, Newzealand và Malaysia cũng giảm khá mạnh so với cùng kỳ năm ngoái.

Ngược lại, nhập khẩu G&SPG từ thị trường Lào, Congo, Pháp và Nga lại tăng rất mạnh. Trong đó thị trường Congo tăng tới 81,37%; Và tăng nhẹ tại từ thị trường Hoa Kỳ, Thái Lan.

Biểu đồ 3: Tham khảo tỷ trọng kim ngạch nhập khẩu G&SPG về Việt Nam trong tháng 11 năm 2022

Chart 3: : Reference to the import turnover density of W&WP into Vietnam in November 2022

(ĐVT: Triệu USD/Unit: Million USD)



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

Bảng 2: Tham khảo kim ngạch nhập khẩu G&SPG từ một số thị trường về Việt Nam 11 tháng năm 2022

Table 2: Reference to some markets supplying W&WP for Vietnam in the first 11 months of 2022

(ĐVT/Unit: 1.000 USD)

Thị trường/Market	November 2022	Compared to October 2022 (%)	Compared to November 2021 (%)	First 11 months of 2022	Compared to first 11 months of 2021 (%)
China	53,769	17.20	-36.20	852,657	-9.65
US	26,151	-15.92	32.81	331,924	6.38
Thailand	15,181	11.50	20.41	132,308	7.01
Laos	11,930	14.38	-27.13	128,567	34.92
Brazil	4,147	-22.24	-49.38	95,422	-17.94
Congo	7,146	-22.71	30.35	88,546	81.37
France	7,098	-8.22	541.14	87,579	29.28
Chile	2,662	-39.79	-49.42	71,368	-17.80
Russia	3,428	-19.38	-43.37	59,996	16.37
Germany	4,113	27.85	41.83	52,662	2.20
Newzealand	4,314	-12.85	-4.36	50,560	-21.30
Malaysia	2,909	-12.74	2.84	35,278	-34.86
Indonesia	2,823	-16.35	24.46	27,486	2.00
Italy	2,093	82.03	8.32	22,192	17.95
South Korea	2,618	231.85	6.83	20,953	1.24
Finland	533	-68.37	47.35	20,514	23.01
Argentina	106	-83.40	-82.96	18,762	39.12
Australia	378	-90.31	-56.05	12,125	-54.00
Canada	870	-3.57	-22.78	12,084	-28.60
Belgium	1,270	-15.66	156.32	11,929	74.18
Cambodia	1,238	-0.71	131.50	11,534	13.81
Ghana	1,006	15.02	22.85	11,484	-8.02
Japan	505	0.54	104.47	6,709	-21.98
Sweden	38	-95.12	-87.54	6,284	-29.43
South Africa	202	96.30	-76.55	4,813	-27.14
Taiwan	212	-13.47	-42.98	3,020	-14.90
Myanmar	170	49.21	-3.99	1,998	76.59

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

Ho Chi Minh Export Furniture Fair 2023

Hawa Expo

One-stop Furniture Sourcing
B2B Matching
Factories visit
HawaExpo After Dark
Exclusive Furniture Pavilions



Growth through
diversification



22-25/02/2023
VIETNAM

SECC - 799 Nguyen Van Linh
Tan Phu W, D7, HCMC

Co-organizer



Handicraft & Wood Industry
Association of HCMC



Hochiminh City Department
of Industry and Trade

Website: www.hawaexpo.com
Email: info@hawa.org.vn



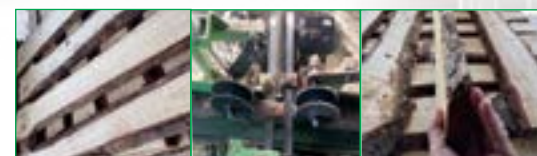
上源木工 機械有限公司
THUONG NGUYEN WOODWORKING MACHINE CO., LTD

Add: Land parcel 59-60-70, Map No.1, Phuoc Thai Hamlet,
Thai Hoa Ward, Tan Uyen Dist, Binh Duong Province VietNam.
Tel: +84-6503777 558 - Fax: +84-6503777 559

THUONG NGUYEN MACHINERY MANUFACTURER



HIGH FREQUENCY
WOOD BOARD JOINTING MACHINE AND FULL AUTO SYSTEM



TN28S2
SMALL LOG PROCESSING



CSTN 1802
AUTO. SEAT PLANER



Wooden Furniture
manufacturer



Outdoor - Indoor - Cabinet

TIENDAT FURNITURE CORPORATION

QUY NHON - VIET NAM



Available at www.tiendatquinhon.com.vn

The fully credible destination for whom paying much attention to Wooden Furniture...

National Way 1A - Area 7 - Bui Thi Xuan Ward- Qui Nhon City - Binh Dinh Province - Viet Nam