



# BÁO CÁO NGÀNH DỆT MAY

## CƠ HỘI BỨT PHÁ

*"...Với những lợi thế nội tại và kỳ vọng từ các Hiệp định thương mại tự do, dệt may Việt Nam đứng trước thời cơ thay đổi toàn diện cả chiều sâu và chiều rộng..."*

---

**Bùi Văn Tốt**

Chuyên viên Phân tích

E: [totbv@fpts.com.vn](mailto:totbv@fpts.com.vn)

P: (08)-6290 8686 - Ext: 7593

---

**04/2014**

## MỤC LỤC

<b>Tiêu điểm</b>	<b>1</b>
<b>I. Ngành dệt may thế giới</b>	<b>2</b>
1. Tổng quan ngành dệt may toàn cầu	2
2. Chuỗi giá trị dệt may toàn cầu	4
3. Các phương thức sản xuất chủ yếu	8
4. Ngành công nghiệp máy móc dệt may	9
<b>II. Ngành dệt may Việt Nam</b>	<b>11</b>
1. Tổng quan ngành dệt may Việt Nam	11
2. Tình hình xuất nhập khẩu	13
3. Chuỗi giá trị ngành dệt may Việt Nam	18
4. Phân tích mô hình Michael Porter	20
5. Phân tích SWOT	22
6. Các Hiệp định thương mại tự do	24
7. Pháp lý, chính sách liên quan	25
<b>III. Các doanh nghiệp dệt may</b>	<b>27</b>
1. Kết quả hoạt động kinh doanh	27
2. Tình hình tài chính	31
3. Khuyến nghị các doanh nghiệp niêm yết	35
4. Các doanh nghiệp chưa niêm yết tiêu biểu	38
Phụ lục	40

### Danh mục từ viết tắt

TCM	CTCP Dệt may – Thương mại – Đầu tư Thành Công
GMC	CTCP Sản xuất thương mại May Sài Gòn
EVE	CTCP Everpia Việt Nam
GIL	CTCP Sản xuất Kinh doanh Xuất nhập khẩu Bình Thạnh
TNG	CTCP Đầu tư và Thương mại TNG
KMR	CTCP Mirae
NPS	CTCP May Phú Thịnh – Nhà Bè
VITAS	Hiệp hội Dệt may Việt Nam
VCOSA	Hiệp hội Bông sợi Việt Nam
Bộ NN & PTNT	Bộ Nông nghiệp & Phát triển nông thôn
FDI	Đầu tư trực tiếp nước ngoài
TPP	Hiệp định Đối tác Kinh tế Chiến lược xuyên Thái Bình Dương
FTA	Hiệp định Thương mại tự do
MUTRAP	Dự án Hỗ trợ Chính sách Thương mại và Đầu tư châu Âu

**TIÊU ĐIỂM**

Quy mô thị trường dệt may toàn cầu hiện đạt khoảng 1.100 tỷ USD với giá trị mậu dịch đạt 700 tỷ USD. **EU là thị trường tiêu thụ lớn nhất, đạt 350 tỷ USD/năm và Trung Quốc là quốc gia xuất khẩu lớn nhất với 288 tỷ USD.** Các quốc gia đi trước như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản chủ yếu tập trung vào khâu mang lại giá trị gia tăng cao nhất của chuỗi giá trị dệt may là thiết kế, marketing và phân phối. Trong khi đó, hoạt động sản xuất tập trung tại Trung Quốc, Ấn Độ và các quốc gia đang phát triển như Bangladesh, Việt Nam, Pakistan, Indonesia,...Điểm đặc thù của ngành dệt may là hệ thống các nhà buôn tại 3 quốc gia chính là Hong Kong, Hàn Quốc, Đài Loan kết nối các công ty sản xuất với người tiêu dùng cuối.

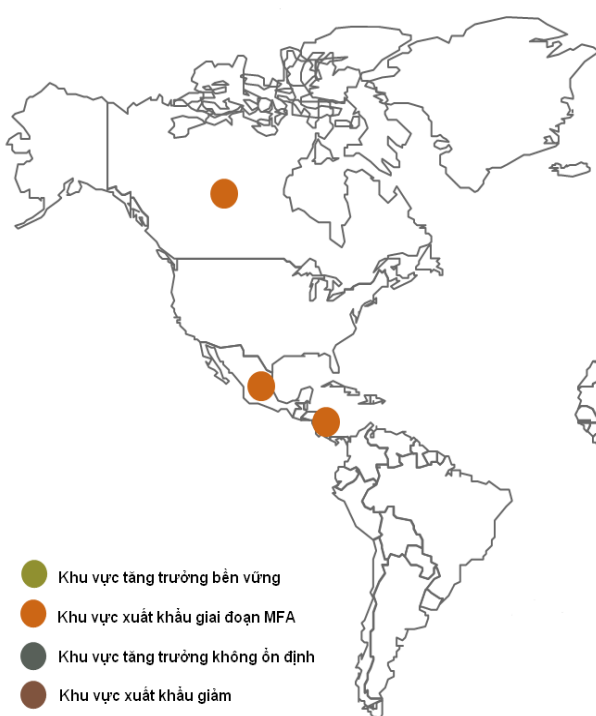
**Ngành dệt may toàn cầu** được dự báo sẽ phát triển theo những xu hướng sau.

- Tăng trưởng với CAGR 5%/năm và đạt giá trị 2.100 tỷ USD vào năm 2025.
- Tốc độ tăng trưởng của các quốc gia phát triển sẽ chậm lại và những nền kinh tế lớn mới nổi như Trung Quốc, Ấn Độ sẽ là động lực chính của sự tăng trưởng.
- Hoạt động gia công xuất khẩu sẽ dịch chuyển một phần từ Trung Quốc sang các quốc gia khác. Bangladesh và Việt Nam là 2 điểm đến đầu tiên của sự dịch chuyển này.
- Chuỗi giá trị dệt may toàn cầu thu hút đầu tư 350 tỷ USD trong giai đoạn 2012-2025.

Với tốc độ tăng trưởng trung bình 14,5%/năm giai đoạn 2008-2013, **Việt Nam là một trong những quốc gia có tốc độ tăng trưởng ngành dệt may lớn nhất thế giới.** Năm 2013, dệt may là ngành xuất khẩu lớn thứ 2 cả nước với giá trị đạt 17,9 tỷ USD. Tuy nhiên, ngành dệt may nước ta vẫn **chưa mang lại giá trị gia tăng cao** trong chuỗi giá trị dệt may toàn cầu do chủ yếu sản xuất xuất khẩu gia công theo phương thức CMT. Bên cạnh đó, ngành **công nghiệp phụ trợ vẫn chưa phát triển** là một trong những thách thức lớn trong việc khai thác những lợi ích từ các **Hiệp định thương mại tự do như TPP, FTA EU-Việt Nam được kỳ vọng sẽ thông qua** trong thời gian tới.

**Ngành dệt may Việt Nam** được dự báo sẽ phát triển theo những xu hướng sau.

- Tăng trưởng với CAGR 9,8%/năm và đạt giá trị xuất khẩu 55 tỷ USD vào năm 2025 nếu Hiệp định TPP được thông qua.
- Dịch chuyển nhập khẩu nguyên liệu từ các thị trường chính hiện tại là Trung Quốc, Đài Loan, Hàn Quốc về các nước nội khối TPP.
- Bắt đầu phát triển hướng sản xuất xuất khẩu theo các phương thức cao hơn CMT là FOB, ODM, OBM.
- Thu hút đầu tư lớn vào ngành công nghiệp phụ trợ và dòng vốn FDI từ các quốc gia lân cận nhằm tận dụng những lợi ích từ TPP và FTA EU-Việt Nam.

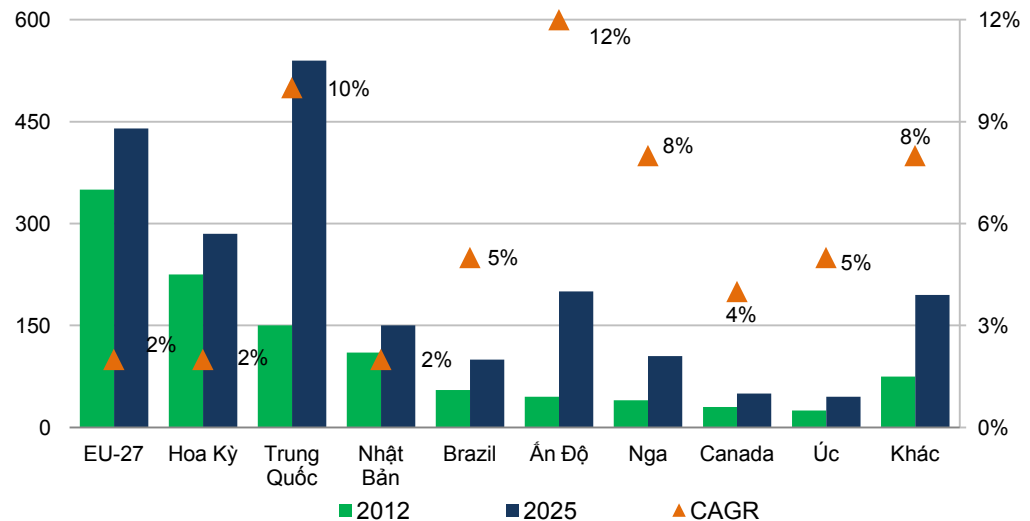


**CÁC KHU VỰC XUẤT KHẨU DỆT MAY TOÀN CẦU**

# I. NGÀNH DỆT MAY THẾ GIỚI

## 1. TỔNG QUAN NGÀNH DỆT MAY TOÀN CẦU

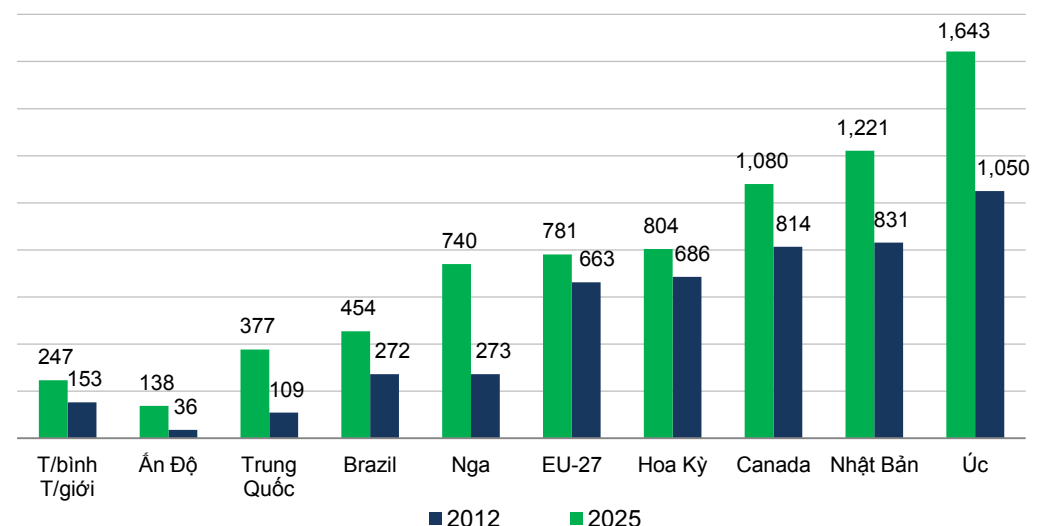
### Quy mô ngành dệt may toàn cầu (tỷ USD)



Nguồn: Global Competitiveness, Wazir Advisors

Quy mô thị trường dệt may thế giới năm 2012 đạt 1.105 tỷ USD; chiếm khoảng 1,8% GDP toàn cầu. Dự báo đến năm 2025, quy mô ngành dệt may toàn cầu đạt 2.110 tỷ USD, tương ứng CAGR giai đoạn 2012-2025 đạt khoảng 5%/năm. 4 thị trường tiêu thụ chính là EU-27, Hoa Kỳ, Trung Quốc, Nhật Bản với dân số chỉ khoảng 1/3 dân số toàn cầu nhưng chiếm hơn 75% tổng giá trị dệt may toàn cầu. EU-27 hiện là thị trường lớn nhất với giá trị đạt 350 tỷ USD mỗi năm. Tuy nhiên, dự báo đến năm 2025 Trung Quốc sẽ trở thành thị trường lớn nhất với giá trị 540 tỷ USD, tương ứng CAGR giai đoạn 2012-2025 đạt 10%/năm. Các thị trường lớn tiếp theo là Brazil, Ấn Độ, Nga, Canada, Úc. Ấn Độ được dự báo sẽ là thị trường có tốc độ tăng trưởng cao nhất với CAGR đạt 12%/năm và giá trị năm 2025 đạt 200 tỷ USD, qua đó sẽ vượt Nhật Bản, Brazil để trở thành quốc gia có quy mô thị trường lớn thứ 4 thế giới. Các quốc gia khác chiếm khoảng 44% dân số thế giới nhưng thị trường dệt may chỉ chiếm khoảng 7% quy mô thị trường dệt may toàn cầu.

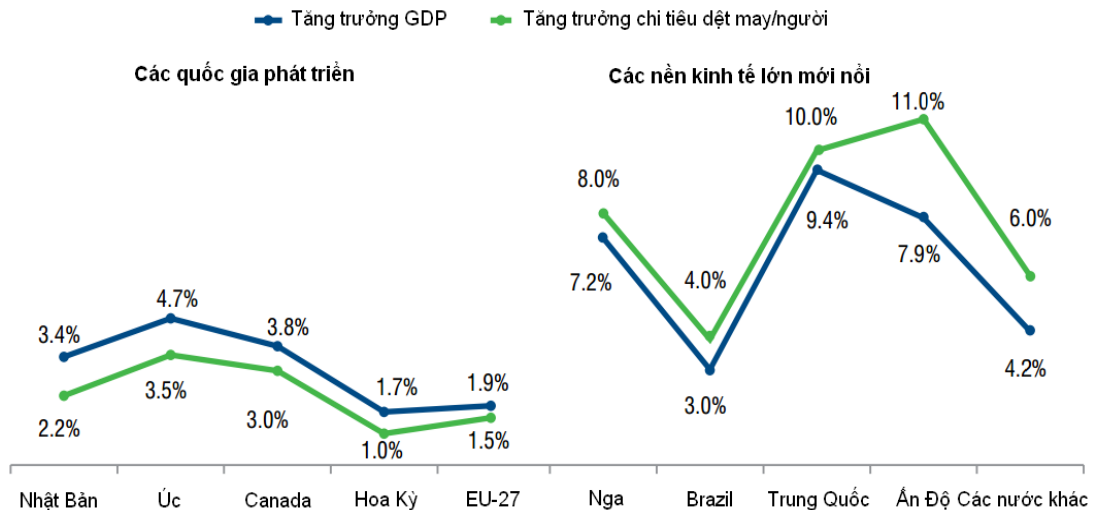
### Chi tiêu dệt may bình quân đầu người (USD/người)



Nguồn: Wazir Advisors, FPTs tổng hợp

Chi tiêu dệt may bình quân đầu người thế giới năm 2012 đạt 153 USD, dự báo đến năm 2025, mức chi tiêu này sẽ tăng lên 247 USD. Chi tiêu dệt may bình quân đầu người có sự khác biệt lớn giữa những quốc gia phát triển và đang phát triển. Úc là quốc gia có chi tiêu dệt may bình quân đầu người cao nhất với 1.050 USD/năm, trong khi Ấn Độ là quốc gia có mức chi tiêu dệt may bình quân đầu người thấp nhất trong các nền kinh tế lớn mới nổi; chỉ bằng khoảng 3% mức chi tiêu của Úc và 23,5% mức chi tiêu dệt may trung bình của thế giới. Dự báo đến năm 2025, Úc vẫn sẽ là quốc gia có mức chi tiêu dệt may bình quân đầu người lớn nhất thế giới.

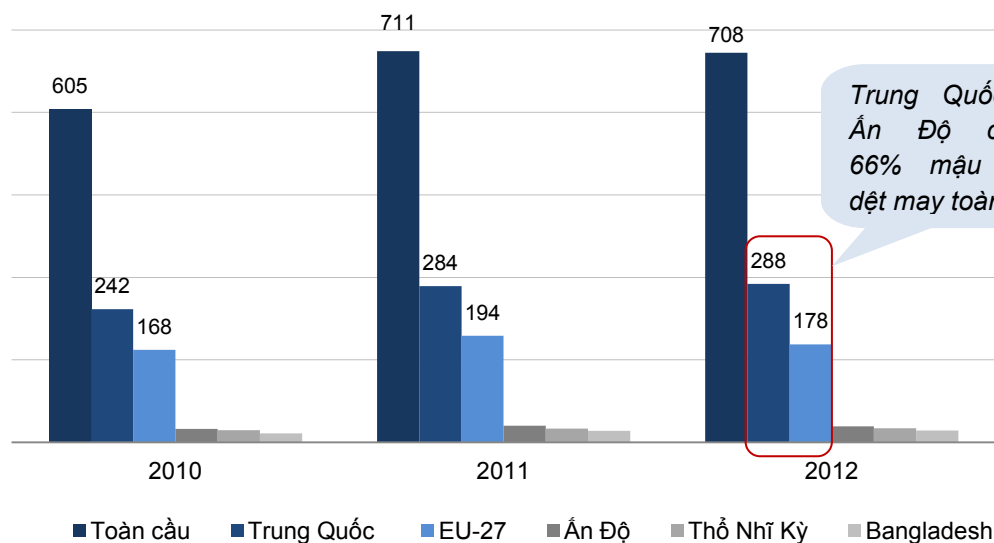
### Tốc độ tăng trưởng GDP và chi tiêu dệt may/người 2012-2025



Nguồn: Wazir Advisors

Đối với các quốc gia có nền kinh tế phát triển, tốc độ tăng trưởng chi tiêu dệt may bình quân đầu người thấp hơn tốc độ tăng trưởng GDP; điều này ngược lại với các nền kinh tế lớn mới nổi. Mặc dù được dự báo sẽ có tốc độ tăng trưởng cao nhất, nhưng chi tiêu dệt may bình quân đầu người Ấn Độ vẫn chỉ đạt khoảng 40% của Trung Quốc và 8% của Úc.

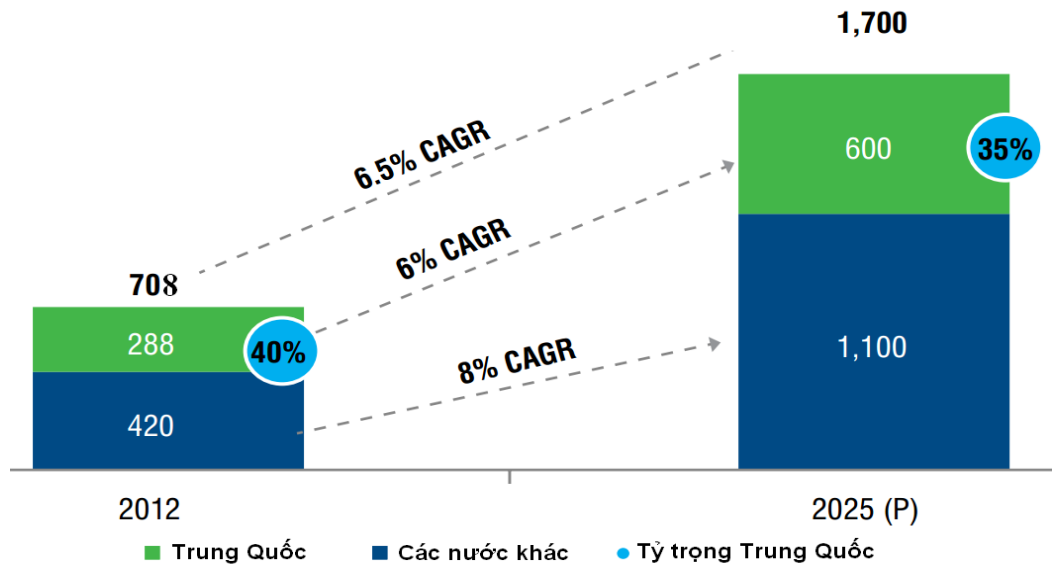
### Giá trị xuất khẩu dệt may toàn cầu (tỷ USD)



Nguồn: Wazir Advisors

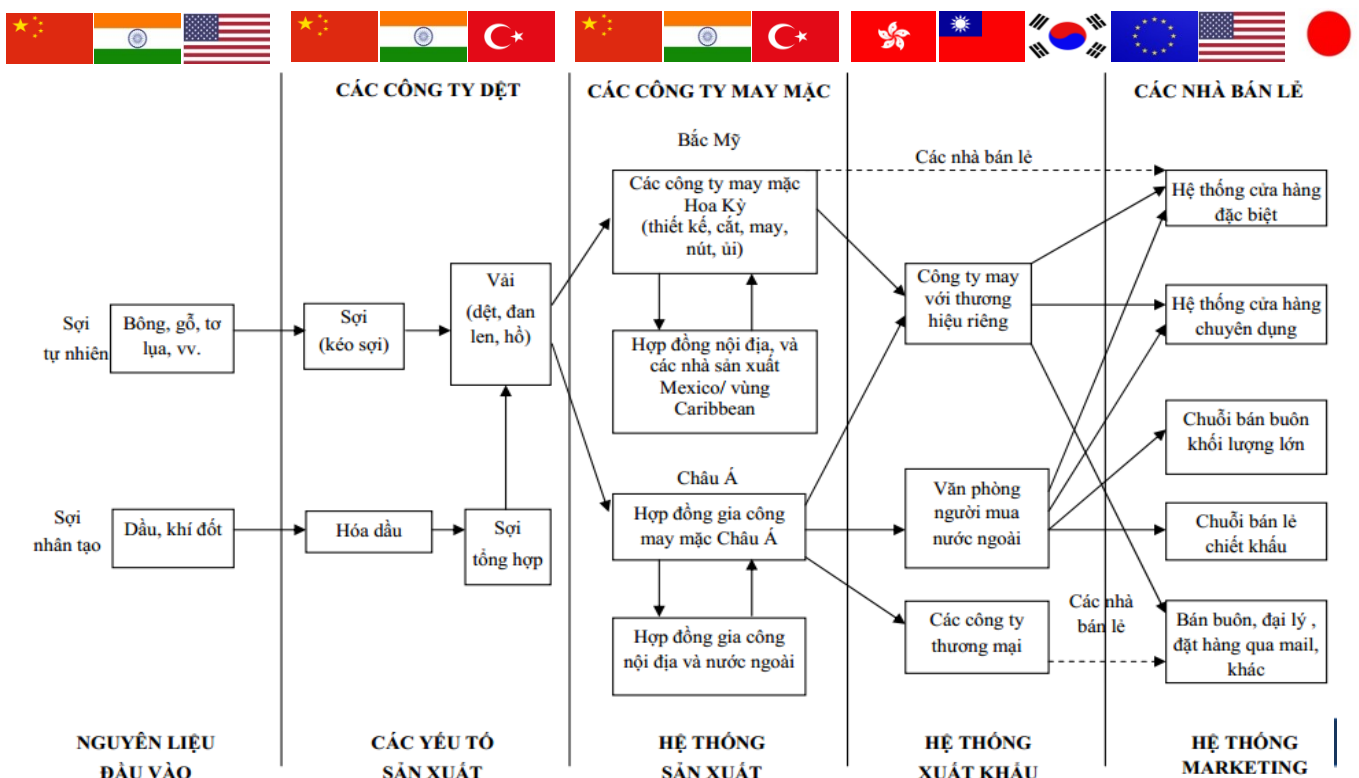
Thương mại dệt may toàn cầu năm 2012 đạt 708 tỷ USD. Trong đó, giá trị xuất khẩu sản phẩm dệt đạt 286 tỷ USD; giá trị xuất khẩu sản phẩm may đạt 423 tỷ USD. Trung Quốc là

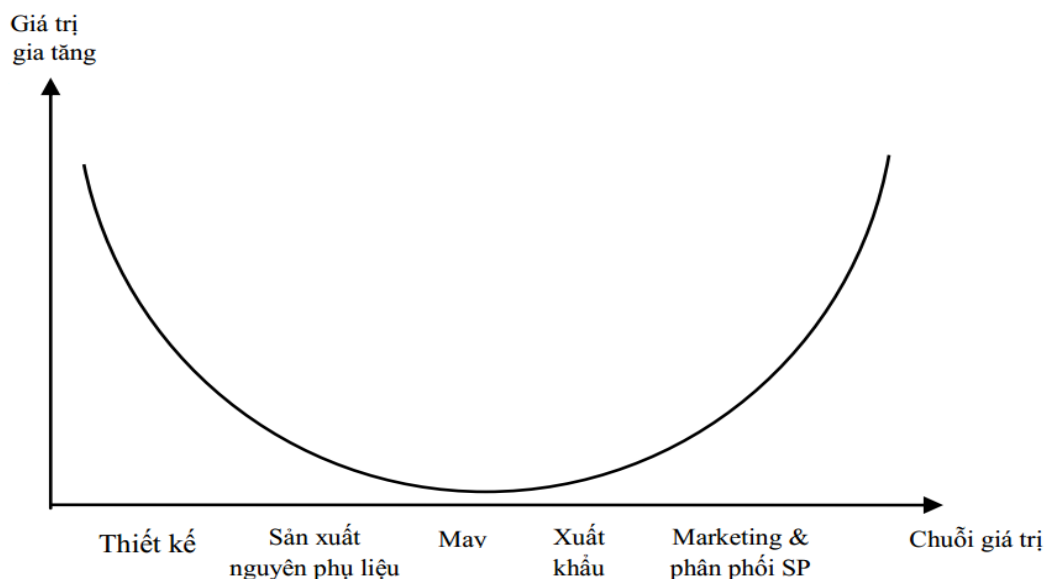
Quốc gia xuất khẩu lớn nhất thế giới đối với cả sản phẩm dệt và sản phẩm may, chiếm khoảng 40% tổng mậu dịch dệt may toàn cầu. 10 khu vực xuất khẩu dệt may lớn nhất thế giới là Trung Quốc, EU-27, Ấn Độ, Thổ Nhĩ Kỳ, Bangladesh, Việt Nam, Hoa Kỳ, Hàn Quốc, Pakistan và Indonesia. Bangladesh là quốc gia có giá trị xuất khẩu tương đương với Việt Nam. Năm 2012, giá trị xuất khẩu dệt may Bangladesh đạt 21,6 tỷ USD.

**Dự báo thương mại dệt may toàn cầu đến năm 2025 (tỷ USD)**


Nguồn: Wazir Advisors

Thương mại dệt may toàn cầu được dự báo sẽ tăng từ 708 tỷ USD năm 2012 lên 1.700 tỷ USD năm 2025 với tốc độ tăng trưởng CAGR 6.5%/năm. Tỷ trọng giá trị thương mại Trung Quốc trong tổng thương mại dệt may toàn cầu được dự báo giảm từ 40% hiện tại về 35% năm 2025. Sự sụt giảm thị phần Trung Quốc trong tổng thương mại dệt may toàn cầu sẽ tạo cơ hội cho các quốc gia sản xuất khác. Theo báo cáo “The global sourcing map” tháng 10/2013 của McKinsey, Bangladesh và Việt Nam sẽ là 2 điểm đến đầu tiên của sự dịch chuyển sản xuất từ Trung Quốc.

**2. CHUỖI GIÁ TRỊ DỆT MAY TOÀN CẦU**


**Giá trị gia tăng đóng góp vào sản phẩm**


Nguồn: FPTs tổng hợp

Chuỗi giá trị dệt may chịu ảnh hưởng bởi người mua, việc tạo ra sản phẩm cuối cùng phải qua nhiều công đoạn và hoạt động sản xuất thường được tiến hành ở nhiều nước. Trong đó, các nhà sản xuất với thương hiệu nổi tiếng, các nhà buôn, nhà bán lẻ lớn đóng vai trò then chốt trong việc thiết lập mạng lưới sản xuất và định hình việc tiêu thụ hàng loạt thông qua các thương hiệu mạnh và sự phụ thuộc vào những chiến lược thuê gia công toàn cầu nhằm thỏa mãn nhu cầu này. Chuỗi giá trị dệt may toàn cầu được chia làm 5 công đoạn cơ bản: 1) Cung cấp sản phẩm thô, bao gồm bông tự nhiên, xơ,...; 2) Sản xuất các sản phẩm đầu vào; sản phẩm của công đoạn này là chỉ và sợi, vải do các công ty dệt, nhuộm đảm nhận; 3) Thiết kế mẫu sản phẩm; sản xuất thành phẩm do các công ty may đảm nhận; 4) Xuất khẩu do trung gian thương mại đảm nhận; 5) Marketing và phân phối.

**Nguyên liệu bông đầu vào (triệu tấn)**

Các quốc gia sản xuất chính		Các quốc gia xuất khẩu chính		Các quốc gia nhập khẩu chính	
<b>Tổng cộng</b>	<b>25.2</b>	<b>Tổng cộng</b>	<b>8.4</b>	<b>Tổng cộng</b>	<b>8.4</b>
Trung Quốc	7	Hoa Kỳ	2.4	Trung Quốc	4
Ấn Độ	6.3	Ấn Độ	1.7	Bangladesh	0.7
Hoa Kỳ	2.8	Úc	0.9	Thổ Nhĩ Kỳ	0.5
Pakistan	2.1	Brazil	0.8	Indonesia	0.4
Brazil	1.6	Châu Phi	0.8	Việt Nam	0.4
Úc	1	Uzbekistan	0.6	Thái Lan	0.3
Uzbekistan	0.9	Achentina	0.3	Hàn Quốc	0.3
Khác	3.3	Khác	0.9	Khác	1.8

Nguồn: USDA, Bloomberg

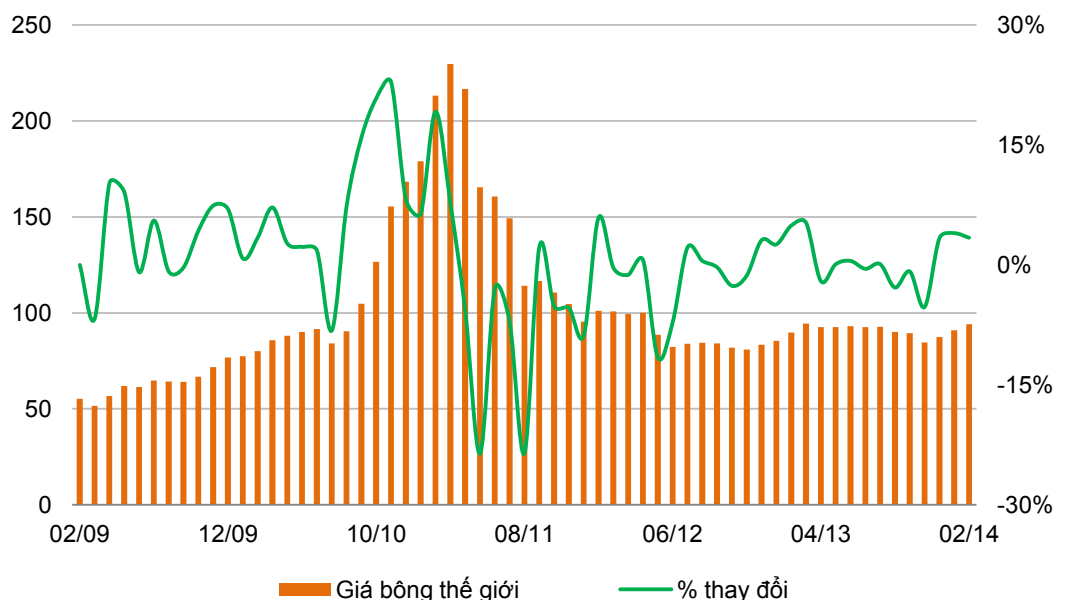
Bông được trồng ở hơn 80 quốc gia và vùng lãnh thổ với diện tích khoảng 33 triệu hecta và năng suất trung bình toàn cầu đạt khoảng 764 kg/ha. Sản lượng hiện đạt khoảng 25,2 triệu tấn. Châu Á là nơi có sản lượng cao nhất, đạt 17 triệu tấn, chiếm 67,5% tổng sản lượng toàn cầu; trong đó, Trung Quốc đạt 7 triệu tấn, Ấn Độ đạt 6,3 triệu tấn, Pakistan 2,2 triệu tấn. Ngoài khu vực Châu Á, các quốc gia và khu vực sản xuất bông lớn gồm Hoa Kỳ

2,8 triệu tấn và Brazil 1,6 triệu tấn. Tổng lượng bông xuất nhập khẩu trên thế giới trung bình hàng năm đạt 8,4 triệu tấn. Trong đó, các nước xuất khẩu chính gồm Hoa Kỳ (2,4 triệu tấn), Ấn Độ (1,7 triệu tấn), Úc (0,9 triệu tấn). Các nước nhập khẩu chính gồm Trung Quốc (4,0 triệu tấn), Bangladesh (0,7 triệu tấn), Thổ Nhĩ Kỳ (0,5 triệu tấn).

Tổng sản lượng toàn cầu các loại xơ hóa học, xơ tự nhiên khác (như len, tơ) đạt 48 triệu tấn; trong đó, Trung Quốc đạt 29 triệu tấn. Tổng số cọc sợi toàn cầu hiện là 250 triệu; trong đó, Trung Quốc có 120 triệu, Ấn Độ 50 triệu, Pakistan 12 triệu, Thổ Nhĩ Kỳ 10 triệu.

### Diễn biến giá bông thế giới (cents/pound)

Giá bông thế giới biến động mạnh trong những năm gần đây. Giá bông tăng từ 55,2 cents/pound tại thời điểm 02/2009 và đạt đỉnh 229,7 cents/pound tại thời điểm 03/2011 do tình hình khí hậu không thuận lợi trong năm 2011 đã làm giảm đáng kể sản lượng tại các quốc gia sản xuất bông hàng đầu như Ấn Độ, Hoa Kỳ, Pakistan và chính sách hạn chế xuất khẩu bông của Trung Quốc. Giá bông sau đó giảm liên tục và hiện đang ở mức 88 cents/pound. Theo dự báo của World Bank, giá bông sẽ tăng nhẹ trong những năm tới với tốc độ tăng hàng năm khoảng 1-2% do nhu cầu về bông ngày càng tăng.



Nguồn: Indexmundi

### Sản xuất nguyên phụ liệu

Đây là mắt xích quan trọng hỗ trợ ngành may mặc phát triển và là khâu thâm dụng đất đai và vốn. Đối với hàng may mặc, giá trị của phần nguyên phụ liệu chiếm tỷ trọng lớn khoảng 60-70% và quyết định đến chất lượng sản phẩm. Nguyên phụ liệu trong ngành dệt may thường chia thành hai phần: nguyên liệu chính và phụ liệu.

Nguyên liệu chính là thành phần chính tạo nên sản phẩm may mặc, chính là các loại vải. Tổng sản lượng vải toàn cầu hiện là 170 tỷ mét; trong đó, Trung Quốc đạt 86 tỷ mét, Ấn Độ đạt 50 tỷ mét, Thổ Nhĩ Kỳ và Pakistan lần lượt đạt 10 tỷ mét và 8 tỷ mét.

Phụ liệu là các vật liệu đóng vai trò liên kết nguyên liệu, tạo thẩm mỹ cho sản phẩm may mặc, gồm 2 loại phụ liệu chính là chỉ may và vật liệu dụng. Vật liệu dụng là các vật liệu góp phần tạo dáng cho sản phẩm may như: khóa kéo, cúc, dây thun,...



### Thiết kế và may

**Thiết kế.** Đây là khâu có tỷ suất lợi nhuận cao trong chuỗi giá trị và rất thâm dụng tri thức. Các nước đi trước trong ngành công nghiệp dệt may, sau khi đã dịch chuyển hoạt động sản xuất sang các nước đi sau thường chỉ tập trung vào khâu nghiên cứu và thiết kế sản phẩm mới nhằm tạo ra những thương hiệu nổi tiếng để đạt được tỷ suất lợi nhuận cao nhất. Việc cạnh tranh thương hiệu đang rất khốc liệt trên thị trường dệt may thế giới, các thương hiệu cạnh tranh nhau bằng các mẫu thiết kế đẹp, sáng tạo. Yếu tố quan trọng để thâm nhập và trụ vững được ở mắt xích này đòi hỏi các doanh nghiệp cần có các nhà thiết kế có khả năng nắm được xu hướng, thị hiếu thời trang của người mua toàn cầu.

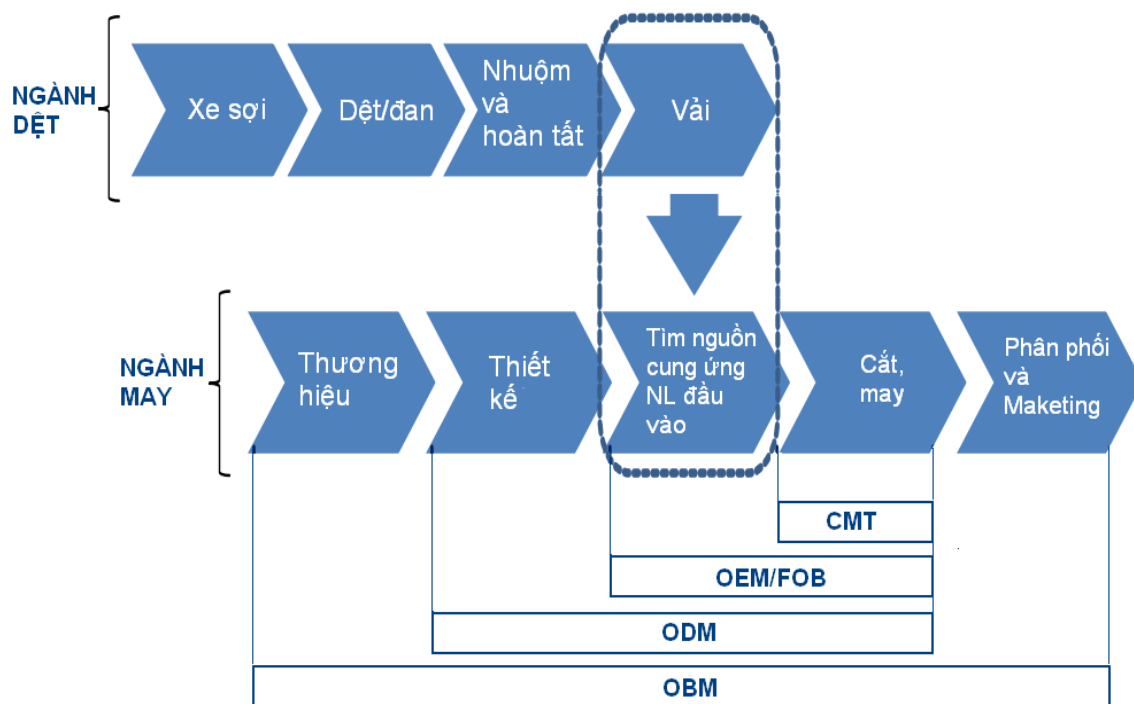
**May.** Đây là mắt xích thâm dụng lao động nhất nhưng lại có tỉ suất lợi nhuận thấp nhất. May là khâu các quốc gia mới gia nhập ngành thường chọn để thâm nhập đầu tiên vì không đòi hỏi đầu tư cao về công nghệ và rất thâm dụng lao động. Các quốc gia có ngành dệt may phát triển, tham gia chuỗi giá trị toàn cầu từ lâu thường không còn thực hiện các công đoạn trong khâu này nữa mà hợp đồng gia công lại cho các quốc gia mới gia nhập ngành, có nguồn lao động giá rẻ và việc sản xuất nguyên phụ liệu đầu vào chưa phát triển như Bangladesh, Việt Nam và Pakistan. Đây chính là đặc điểm chung của khâu sản xuất trong ngành dệt may thế giới. Đối với các doanh nghiệp tham gia hoạt động gia công, tỷ lệ giá trị gia tăng thu về trong phân khúc may cũng sẽ khác nhau tùy theo phương thức xuất khẩu là CMT hay FOB.

### Xuất khẩu

Đây là khâu thâm dụng tri thức, gồm các công ty may mặc có thương hiệu, các văn phòng mua hàng, và các công ty thương mại của các nước. Một trong những đặc trưng đáng lưu ý nhất của chuỗi dệt may do người mua quyết định là sự tạo ra các nhà buôn lớn không thực hiện bất cứ việc sản xuất nào. Các công ty này đóng vai trò trung gian kết hợp chuỗi cung ứng giữa các nhà sản xuất may mặc, các nhà thầu phụ với các nhà bán lẻ toàn cầu. Các nhà buôn, các nhà cung cấp là các trung gian đóng vai trò then chốt và nắm giữ phần lớn giá trị trong chuỗi may mặc toàn cầu dù họ không hề sở hữu nhà máy sản xuất nào. Hiện nay các nhà buôn, người mua ở Hồng Kông, Đài Loan, Hàn Quốc đang nắm đa số các điểm nút của mạng lưới này, đây được xem là “ba ông lớn” trong chuỗi cung ứng hàng dệt may thế giới.

### Thương mại hóa

Mắt xích này bao gồm mạng lưới marketing và phân phối sản phẩm, đây cũng là khâu thâm dụng tri thức. Các nhà bán lẻ nổi tiếng trên thế giới đang nắm giữ khâu này và thu được nguồn lợi nhuận rất lớn hàng năm. Các nhà phân phối thường chính là nhà thiết kế, vì họ là người hiểu rõ nhất nhu cầu và điều kiện để thoả mãn thị hiếu của khách hàng. Đây là mắt xích có suất sinh lợi cao nhất, do các công ty lớn trên thế giới nắm giữ và họ thường tạo ra các rào cản gia nhập ngành nên các quốc gia mới gia nhập chuỗi giá trị rất khó để xâm nhập được khâu này. Các công ty trong khâu này thường không trực tiếp sản xuất ra sản phẩm, chỉ thực hiện hoạt động phân phối đến người tiêu dùng cuối cùng nhưng họ đóng vai trò quan trọng trong việc định hướng và tác động đến chuỗi dệt may thế giới vì nắm rõ nhu cầu của những người tiêu dùng, cung cấp xu hướng thời trang cho các nhà thiết kế sản phẩm và nắm giữ hệ thống bán hàng, kênh phân phối trên toàn cầu.

**3. CÁC PHƯƠNG THỨC SẢN XUẤT CHỦ YẾU**


Nguồn: FPTSS tổng hợp

Các doanh nghiệp dệt may gia công hàng xuất khẩu may mặc thường áp dụng 4 phương thức xuất khẩu chính là CMT, FOB, ODM và OBM.

**CMT (Cut - Make - Trim)**

Đây là phương thức xuất khẩu đơn giản nhất của ngành dệt may và mang lại giá trị gia tăng thấp nhất. Khi hợp tác theo phương thức này, người mua cung cấp cho doanh nghiệp gia công toàn bộ đầu vào để sản xuất sản phẩm bao gồm nguyên liệu, vận chuyển, mẫu thiết kế và các yêu cầu cụ thể; các nhà sản xuất chỉ thực hiện việc cắt, may và hoàn thiện sản phẩm. Doanh nghiệp thực hiện xuất khẩu theo CMT chỉ cần có khả năng sản xuất và hiểu biết cơ bản về thiết kế để thực hiện mẫu sản phẩm.

**OEM/FOB (Original Equipment Manufacturing)**

FOB là phương thức xuất khẩu ở bậc cao hơn so với CMT; đây là hình thức sản xuất theo kiểu “mua nguyên liệu, bán thành phẩm”. Theo phương thức FOB, các doanh nghiệp chủ động tham gia vào quá trình sản xuất, từ việc mua nguyên liệu đến cho ra sản phẩm cuối cùng. Khác với CMT, các nhà xuất khẩu theo FOB sẽ chủ động mua nguyên liệu đầu vào cần thiết thay vì được cung cấp trực tiếp từ các người mua của họ. Các hoạt động theo phương thức FOB thay đổi đáng kể dựa theo các hình thức quan hệ hợp đồng thực tế giữa nhà cung cấp với các khách mua nước ngoài và được chia thành 2 loại:

**FOB cấp I.** Các doanh nghiệp thực hiện theo phương thức này sẽ thu mua nguyên liệu đầu vào từ một nhóm các nhà cung cấp do khách mua chỉ định. Phương thức xuất khẩu này đòi hỏi các doanh nghiệp dệt may phải chịu trách nhiệm về tài chính để thu mua và vận chuyển nguyên liệu.

**FOB cấp II.** Các doanh nghiệp thực hiện theo phương thức này sẽ nhận mẫu thiết kế sản phẩm từ các khách mua nước ngoài và chịu trách nhiệm tìm nguồn nguyên liệu, sản xuất và vận chuyển nguyên liệu và thành phẩm tới cảng của khách mua. Điểm cốt yếu là các doanh nghiệp phải tìm được các nhà cung cấp nguyên liệu có khả năng cung cấp các

nguyên liệu đặc biệt và phải tin cậy về chất lượng, thời hạn giao hàng. Rủi ro từ phương thức này cao hơn nhưng giá trị gia tăng mang lại cho công ty sản xuất cũng cao hơn tương ứng.

#### **ODM (Original Design Manufacturing)**

Đây là phương thức sản xuất xuất khẩu bao gồm khâu thiết kế và cả quá trình sản xuất từ thu mua vải và nguyên phụ liệu, cắt, may, hoàn tất, đóng gói và vận chuyển. Khả năng thiết kế thể hiện trình độ cao hơn về tri thức của nhà cung cấp và vì vậy sẽ mang lại giá trị gia tăng cao hơn rất nhiều cho sản phẩm. Các doanh nghiệp ODM tạo ra những mẫu thiết kế, hoàn thiện sản phẩm và bán lại cho người mua, thường là chủ của các thương hiệu lớn trên thế giới.

#### **OBM (Original Brand Manufacturing)**

Đây là phương thức sản xuất được cải tiến dựa trên hình thức OEM, song ở phương thức này các hãng sản xuất tự thiết kế và ký các hợp đồng cung cấp hàng hóa trong và ngoài nước cho thương hiệu riêng của mình. Các nhà sản xuất tại các nền kinh tế đang phát triển tham gia vào phương thức OBM chủ yếu phân phối sản phẩm tại thị trường nội địa và thị trường các quốc gia lân cận.

### **4. NGÀNH CÔNG NGHIỆP MÁY VÀ THIẾT BỊ DỆT MAY**

Sau khi xóa bỏ các hạn ngạch dệt may, ngành công nghiệp dệt may toàn cầu đang phát triển với tốc độ cao. Các trung tâm sản xuất máy móc dệt may như Trung Quốc, Đức, Italia, Thụy Sĩ và Ấn Độ đang cạnh tranh gay gắt để chế tạo và đấu thầu các công nghệ máy móc dệt may tốt nhất. Công ty phân tích công nghiệp toàn cầu (GIA) dự đoán thị trường máy dệt toàn cầu sẽ đạt 22,9 tỷ USD vào năm 2017.

#### **Trung Quốc trang bị công nghệ cao đối với máy móc dệt may**

Trung Quốc hiện vẫn là nhà sản xuất máy móc lớn nhất trong lĩnh vực dệt may toàn cầu. Nhiều quốc gia ở châu Á đang thực hiện việc điều chỉnh cơ cấu sản phẩm, do đó nhu cầu về máy móc dệt may công nghệ cao và hoàn thiện đang tăng. Ngành công nghiệp Trung Quốc có lợi thế rõ ràng về giá so với các cường quốc thương mại dệt may khác như Ấn Độ, Pakistan, Bangladesh và Thổ Nhĩ Kỳ, đặc biệt là đối với các thiết bị kéo sợi bông, thiết bị polyester và thiết bị nhuộm, in.

Trung Quốc hiện cung cấp máy móc dệt may và trang thiết bị cho 80% thị trường máy móc dệt may trong nước. Trung Quốc không chỉ là quốc gia xuất khẩu máy móc dệt may mà còn là nhà nhập khẩu máy dệt tiềm năng. Thị trường nhập khẩu tiềm năng đối với các máy móc dệt may là các tỉnh như Giang Tô, Chiết Giang và Quảng Đông, chiếm khoảng 71% tổng nhập khẩu máy dệt may của cả nước. Nhiều nhà sản xuất máy móc, thiết bị hàng đầu trên thế giới đã chọn Trung Quốc để thành lập và mở rộng cơ sở sản xuất. Trung Quốc tập trung hơn vào kỹ thuật dệt may và sử dụng công nghệ tự động hóa cao trong sản xuất dệt may, do đó nhu cầu máy móc, thiết bị sẽ tăng lên.

#### **Ấn Độ kỳ vọng cải tiến công nghệ**

Ngành công nghiệp máy móc dệt may Ấn Độ đã hơn 50 tuổi và đang không ngừng tăng trưởng. Ấn Độ có khoảng 750 đơn vị sản xuất máy móc và thiết bị, trong đó có hơn 250 đơn vị sản xuất máy hoàn chỉnh, và phần còn lại sản xuất phụ tùng và phụ kiện. Lĩnh vực sản xuất máy móc dệt may hiện nay đáp ứng 45-50% nhu cầu tổng thể của ngành công nghiệp dệt may trong nước, thành phần chủ yếu là cán bông, kéo sợi, dệt, chế biến. Ấn Độ sản xuất phụ kiện, khung máy và bộ phận tiêu hao rất tốt nhưng vẫn còn những lĩnh vực cần phát triển hơn nữa như sản xuất máy móc dệt (khung dệt thoi) và một số máy móc chế biến công nghệ cao.

Nhập khẩu máy móc dệt may Ấn Độ tăng từ 0,92 tỷ USD trong giai đoạn 2010-2011 đến 1,38 tỷ USD trong giai đoạn 2011-2012. Kim ngạch xuất khẩu trong giai đoạn 2011-2012 ước đạt 147 triệu USD so với 168 triệu USD đạt được trong thời kỳ 2010-2011.

#### **Ngành công nghiệp máy móc dệt may Italia tăng trưởng mạnh**

Italia là một trong những nhà sản xuất máy móc, thiết bị quan trọng với khoảng 300 công ty, sản xuất máy móc đạt giá trị 3,41 tỷ USD mỗi năm, với kim ngạch xuất khẩu lên đến 80% tổng doanh thu. Chất lượng công nghệ dệt may Italia được minh chứng bằng số lượng lớn các nước mua máy móc của Italia vào khoảng 130 quốc gia trên toàn thế giới.

#### **Tây Ban Nha tăng công suất sản xuất máy móc dệt may**

Ngành công nghiệp máy móc dệt may Tây Ban Nha đang phát triển mạnh, chủ yếu là các công ty vừa và nhỏ với số nhân lực dưới 50 nhân viên. Các công ty này vẫn đang phải chịu sự cạnh tranh gay gắt từ các nhà sản xuất hàng đầu thế giới để đạt được các tiêu chuẩn quốc tế về giá cả, thiết kế, chất lượng và dịch vụ. Các bộ phận máy dệt, kim, máy may, phụ kiện và con quay là các thành phần khác nhau tích hợp trong lĩnh vực máy móc dệt may của Tây Ban Nha. Lĩnh vực nhuộm màu và hoàn thiện sản phẩm là lĩnh vực hàng đầu của đất nước, tiếp theo là máy móc kéo sợi. Xuất khẩu máy móc chiếm 70% tổng sản lượng máy móc trong lĩnh vực dệt may của Tây Ban Nha.

#### **Đức cung cấp công nghệ đáng tin cậy**

Đức đã bị tuột khỏi vị trí dẫn đầu các nhà sản xuất máy móc dệt may nhưng vẫn xếp hạng thứ 5 trên toàn thế giới trong xuất khẩu máy móc dệt may. Châu Á là thị trường lớn nhất, chiếm 40% kim ngạch xuất khẩu máy móc dệt may của Đức. Ấn Độ là khách hàng lớn nhất châu Á trong năm qua, thị trường phổ biến thứ hai là Hoa Kỳ. Máy móc dệt may của Đức được đặc trưng bởi chất lượng cao và sản xuất theo khách hàng cụ thể.

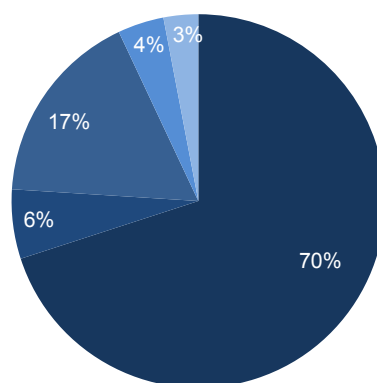
## II. NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM

### 1. TỔNG QUAN NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM

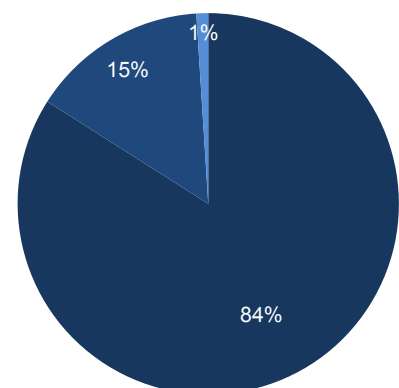
Chỉ tiêu	Đơn vị	Giá trị
Số lượng công ty	Công ty	6.000
Quy mô doanh nghiệp	Người	SME 200-500+ chiếm tỷ trọng lớn
Cơ cấu công ty theo hình thức sở hữu		Tư nhân (84%), FDI (15%), nhà nước (1%).
Cơ cấu công ty theo hoạt động		May (70%), se sợi (6%), dệt/đan (17%), nhuộm (4%), công nghiệp phụ trợ (3%)
Vùng phân bố công ty		Miền Bắc (30%), miền Trung và cao nguyên (8%), miền Nam (62%).
Số lượng lao động	Người	2,5 triệu
Thu nhập bình quân công nhân	VND	4,5 triệu
Số ngày làm việc/tuần	Ngày	6
Số giờ làm việc/tuần	Giờ	48
Số ca/ngày	Ca	2
Giá trị xuất khẩu dệt may 2013 (không tính xơ sợi)	USD	17,9 tỷ
Giá trị nhập khẩu dệt may 2013	USD	13,5 tỷ
Thị trường xuất khẩu chính		Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc
Thị trường nhập khẩu chính		Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan
Sản phẩm xuất khẩu chủ yếu		Áo jacket, áo thun, quần, áo sơ mi
Phương thức sản xuất		CMT (85%); khác (15%)
Thời gian thực hiện đơn hàng (lead time)	Ngày	90 – 100

Cùng với điện thoại và linh kiện, dệt may là ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam trong những năm qua. Năm 2013, sản phẩm dệt may Việt Nam xuất khẩu đến hơn 180 quốc gia và vùng lãnh thổ với kim ngạch xuất khẩu đạt 17,9 tỷ USD; chiếm 13,6% tổng kim ngạch xuất khẩu Việt Nam và 10,5% GDP cả nước. Tốc độ tăng trưởng dệt may trong giai đoạn 2008-2013 đạt 14,5%/năm đưa Việt Nam trở thành một trong những quốc gia có tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu dệt may nhanh nhất thế giới.

**Cơ cấu công ty theo hoạt động**



**Cơ cấu công ty theo sở hữu**



■ May ■ Xe sợi ■ Dệt ■ Nhuộm ■ Công nghiệp phụ trợ ■ Tư nhân ■ FDI ■ Nhà nước

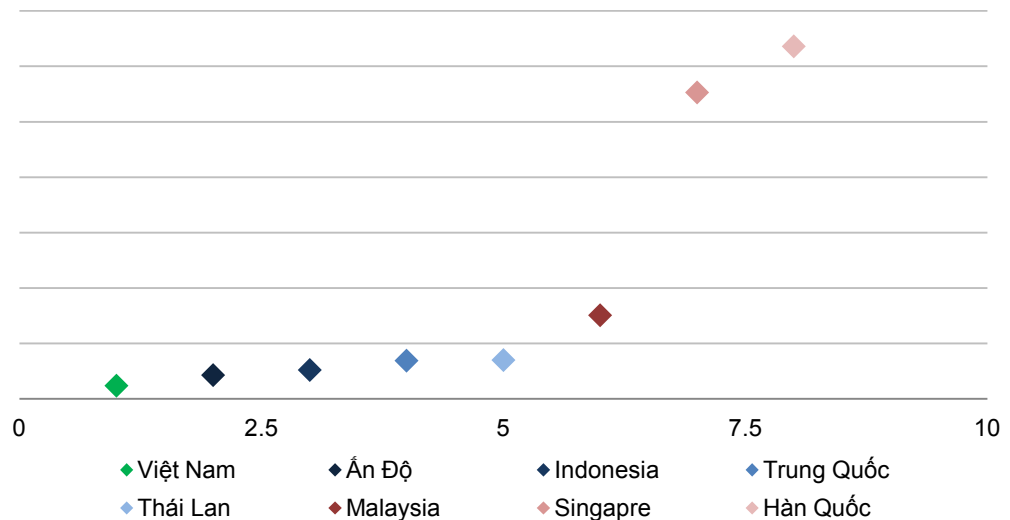
*Nguồn: Ministry of Foreign affairs of the Netherlands*

Hiện cả nước có khoảng 6.000 doanh nghiệp dệt may; thu hút hơn 2,5 triệu lao động; chiếm khoảng 25% lao động của khu vực kinh tế công nghiệp Việt Nam. Theo số liệu của VITAS, mỗi 1 tỷ USD xuất khẩu hàng dệt may có thể tạo ra việc làm cho 150 - 200 nghìn lao động, trong đó có 100 nghìn lao động trong doanh nghiệp dệt may và 50 - 100 nghìn lao động tại các doanh nghiệp hỗ trợ khác. Phần lớn các doanh nghiệp thuộc khu vực kinh tế tư nhân (84%); tập trung ở Đông Nam Bộ (60%) và đồng bằng sông Hồng. Các doanh nghiệp may chiếm khoảng 70% tổng số doanh nghiệp trong ngành với hình thức xuất khẩu chủ yếu là CMT (85%).

**Mục tiêu phát triển ngành dệt may đến năm 2015, định hướng đến năm 2020**

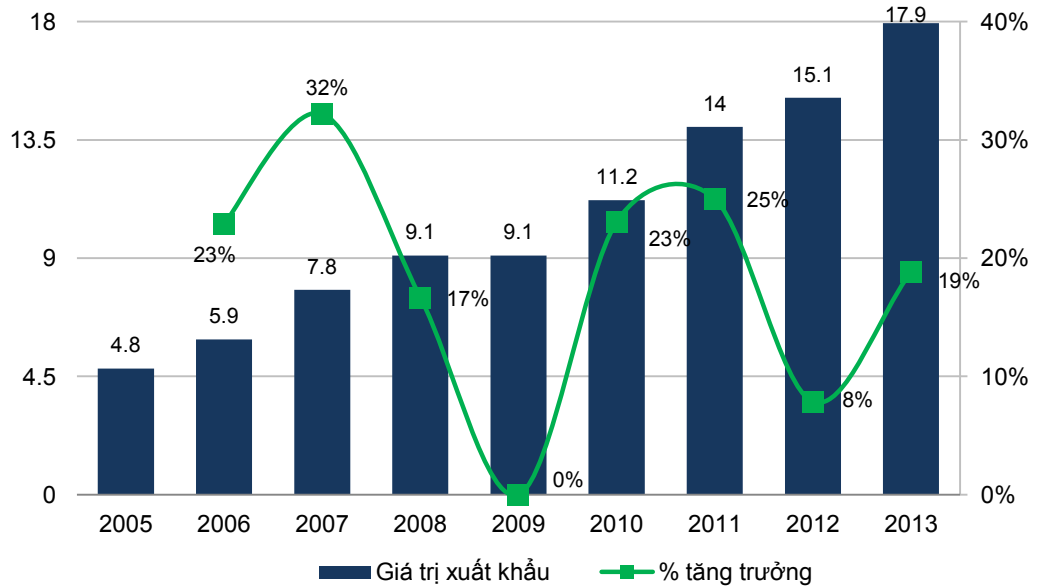
Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2015	Năm 2020
1. Doanh thu	Tỷ USD	18-21	27-30
2. Kim ngạch xuất khẩu	Tr. USD	18.000	25.000
3. Lao động	1.000 người	3.500	4.500
4. Sản phẩm chủ yếu			
- Bông xơ	1.000 tấn	40	60
- Xơ, sợi tổng hợp	1.000 tấn	210	300
- Sợi các loại	1.000 tấn	500	650
- Vải các loại	Tr. m <sup>2</sup>	1.500	2.000
- Sản phẩm may	Tr. SP	2.850	4.000
5. Tỷ lệ nội địa hóa	%	60	70

Nguồn: Quyết định 36/2008/QĐ-TTg

**Chỉ số năng suất lao động khu vực sản xuất**


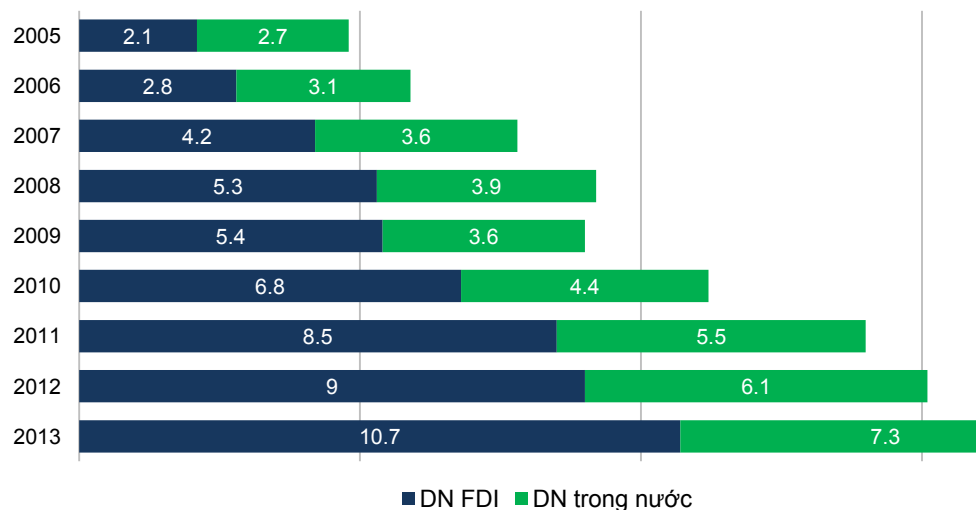
Nguồn: UNIDO China statistical yearbook

So với các quốc gia khác, năng suất lao động khu vực sản xuất của Việt Nam rất thấp. Chỉ số năng suất lao động khu vực sản xuất của Việt Nam chỉ đạt 2,4; trong khi các quốc gia sản xuất dệt may lớn khác như Trung Quốc, Indonesia là 6,9 và 5,2. Đây là một trong những điểm yếu lớn nhất của dệt may nói riêng và các ngành công nghiệp sản xuất thâm dụng lao động nói chung của nước ta.

**2. TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM**
**XUẤT KHẨU**
**Giá trị xuất khẩu dệt may Việt Nam (tỷ USD)**


Nguồn: Bloomberg

Kim ngạch xuất khẩu dệt may Việt Nam tăng đều qua các năm và hiện trở thành mặt hàng có giá trị xuất khẩu lớn thứ 2 của nước ta. Năm 2013, kim ngạch xuất khẩu dệt may Việt Nam đạt 17,9 tỷ USD; tăng 18,5% so với cùng kỳ; chiếm 13,6% tổng kim ngạch xuất khẩu Việt Nam. Nếu tính cả giá trị xuất khẩu xơ, sợi với 2,15 tỷ đồng; tổng giá trị xuất khẩu dệt may và xơ, sợi năm 2013 đạt 20,1 tỷ đồng; thấp hơn 1,15 tỷ đồng so với nhóm hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất là điện thoại các loại và linh kiện.

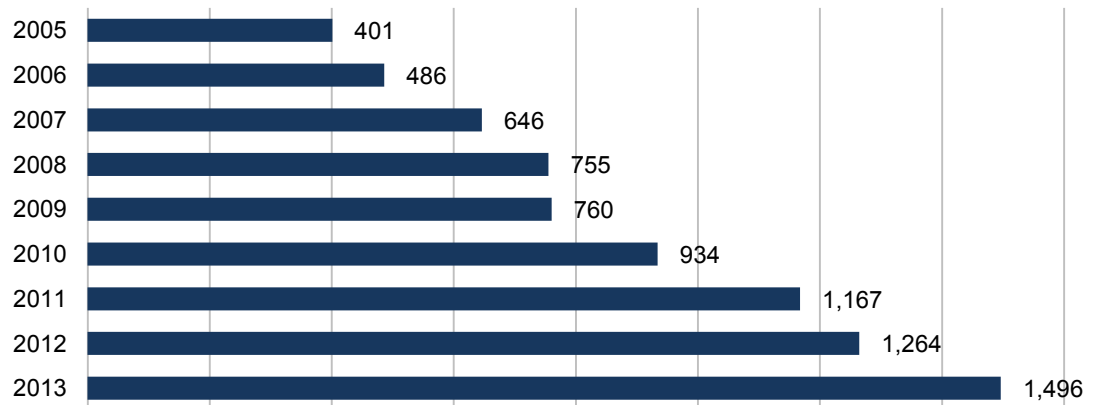
**Giá trị xuất khẩu doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp trong nước (tỷ đồng)**


Nguồn: Tổng cục thống kê

Xuất khẩu hàng dệt may của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) đạt kim ngạch cao hơn so với các doanh nghiệp trong nước. Năm 2005, xuất khẩu dệt may của doanh nghiệp FDI chỉ đạt 2,14 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 44% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may cả nước. Xuất khẩu nhóm hàng này của doanh nghiệp FDI liên tục

tăng và chính thức vượt doanh nghiệp trong nước kể từ năm 2007. Năm 2013, kim ngạch xuất khẩu của doanh nghiệp FDI đạt 10,7 tỷ USD, tăng 18,5% so với cùng kỳ và chiếm tỷ trọng 59,4% tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may. Giá trị xuất khẩu của doanh nghiệp trong nước đạt 7,3 tỷ USD, thấp hơn 3,4 tỷ USD so với doanh nghiệp FDI.

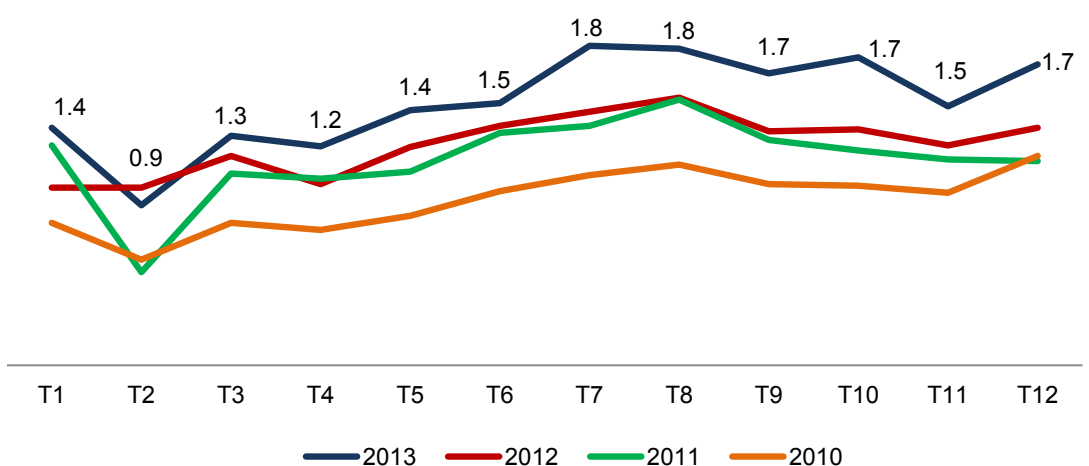
### Kim ngạch xuất khẩu dệt may bình quân tháng (triệu USD)



Nguồn: VITAS

Mức kim ngạch bình quân tháng của nhóm hàng dệt may xuất khẩu tăng liên tục qua các năm. Cụ thể, năm 2005 mức kim ngạch bình quân tháng chỉ là 401 triệu USD/tháng và đến thời điểm năm 2013 đạt 1,5 tỷ USD/tháng. Đáng chú ý, kim ngạch bình quân tháng năm 2013 tăng 232 triệu USD so với năm 2012, đây là mức tăng kỷ lục của xuất khẩu dệt may Việt Nam.

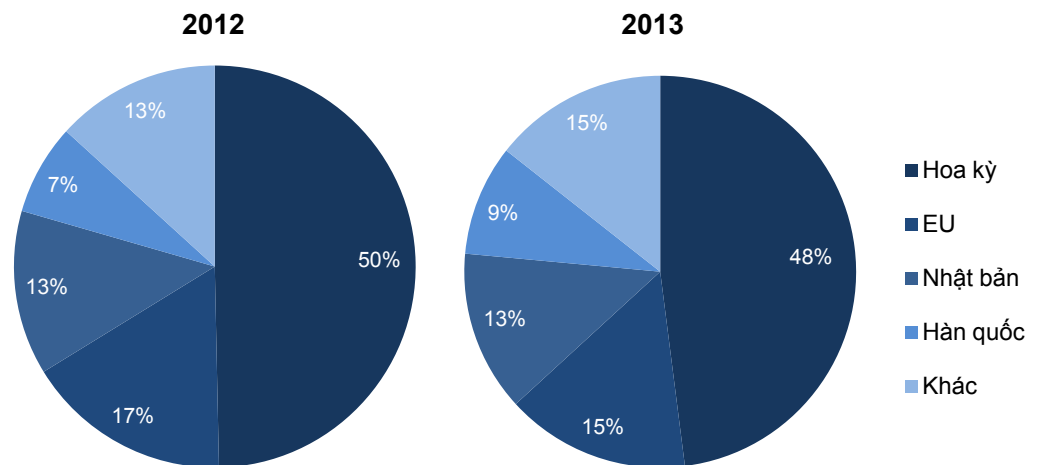
### Giá trị xuất khẩu theo tháng (tỷ USD)



Nguồn: VITAS

Chu kỳ xuất khẩu hàng dệt may do tính chất mùa vụ nên thường đạt giá trị thấp những tháng đầu năm; bắt đầu tăng trưởng vào tháng 5 và đạt mức cao nhất vào tháng 8 hằng năm; sau đó giảm nhẹ trong những tháng cuối năm. Tháng 07/2013, kim ngạch xuất khẩu đạt 1,82 tỷ USD – mức cao kỷ lục của xuất khẩu dệt may Việt Nam. 2 tháng đầu năm 2014, kim ngạch xuất khẩu đạt 3,2 tỷ USD; tăng 30,1% so với cùng kỳ năm 2013. Đây là dấu hiệu cho sự tăng trưởng vượt bậc của kim ngạch xuất khẩu năm 2014.



**Cơ cấu xuất khẩu vào các thị trường chính**


Nguồn: Bloomberg

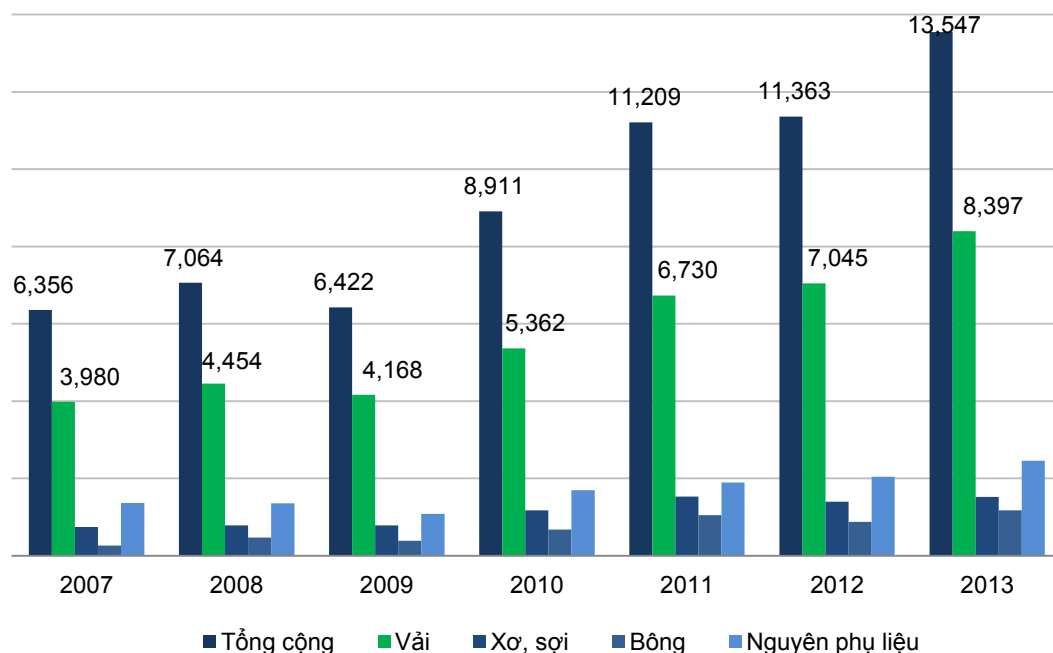
Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản và Hàn Quốc là 4 đối tác nhập khẩu hàng dệt may lớn nhất của Việt Nam. Năm 2013, tổng kim ngạch hàng dệt may xuất sang 4 thị trường này đạt 15,3 tỷ USD, chiếm tới 85,5% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của cả nước. Đặc biệt, kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ liên tục tăng mạnh qua các năm và đạt 8,6 tỷ USD năm 2013; chiếm 48% tổng kim ngạch xuất khẩu dệt may Việt Nam. Đồng thời trong số các nhóm hàng của Việt Nam xuất sang thị trường Hoa Kỳ thì hàng dệt may dẫn đầu với tỷ trọng chiếm 38% tổng kim ngạch xuất khẩu.

**Chủng loại hàng dệt may xuất khẩu**

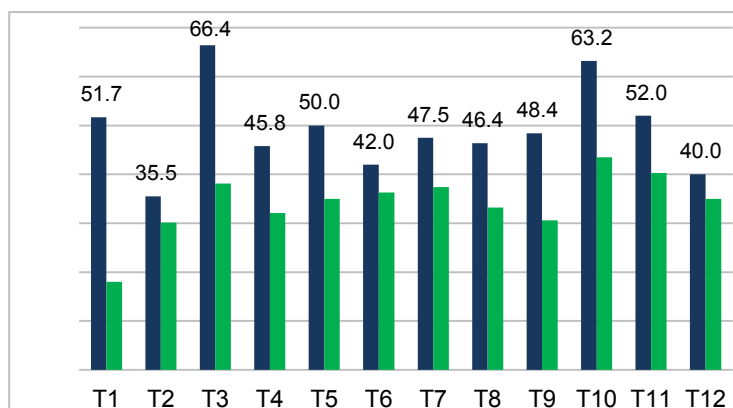
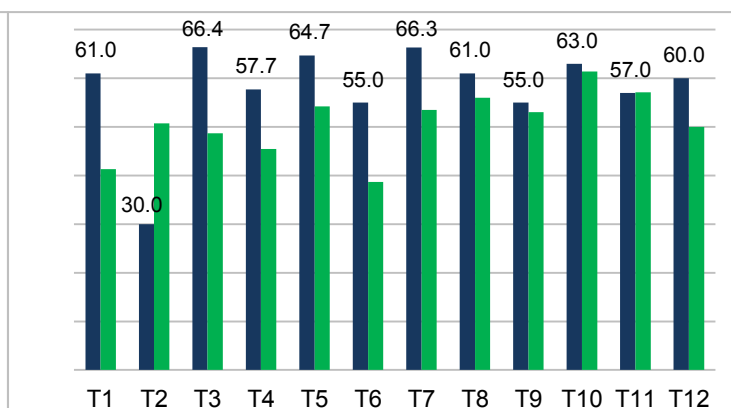
Chủng loại	2013 (triệu USD)	So 2012 (%)	Tỷ trọng XK (%)
Áo jacket	3,877	19.6	21.60
Áo thun	3,758	23.7	20.94
Quần	3,011	25.8	16.78
Áo sơ mi	1,016	14.6	5.66
Khác	6,285	3.2	35.02

Nguồn: VITAS

Hàng dệt may Việt Nam xuất khẩu ra thế giới chủ yếu là áo jacket, áo thun, quần và áo sơ mi. Năm 2013, giá trị xuất khẩu áo jacket đạt 3,88 tỷ USD; tăng 19,6% so với cùng kỳ và chiếm tỷ trọng 21,6% trong tổng giá trị xuất khẩu dệt may. Đạt mức tăng trưởng ấn tượng trong năm 2013 là mặt hàng áo thun và quần với tỷ lệ tăng lần lượt là 23,7% và 25,8% so với cùng kỳ.

**NHẬP KHẨU**
**Giá trị nhập khẩu dệt may (triệu USD)**

*Nguồn: VITAS*

Giá trị nhập khẩu ngành dệt may liên tục tăng qua các năm với CAGR trong giai đoạn 2009-2013 là 20,5%/năm (CAGR giá trị xuất khẩu dệt may trong cùng giai đoạn là 18,4%/năm). Năm 2013, giá trị nhập khẩu dệt may đạt 13.547 triệu USD; tăng 19,2% so với cùng kỳ; chiếm 10,25% tổng kim ngạch nhập khẩu Việt Nam năm 2013. Giá trị nhập khẩu sử dụng cho xuất khẩu năm 2013 đạt 10.432 triệu USD; theo đó tỷ lệ giá trị gia tăng đạt 48,1%. Trong cơ cấu nhập khẩu, vải chiếm tỷ trọng chủ yếu. Năm 2013, giá trị nhập khẩu vải đạt 8,397 triệu USD; chiếm 62% tổng kim ngạch nhập khẩu dệt may Việt Nam.

**Nhập khẩu bông theo tháng (nghìn tấn)**

**Nhập khẩu xơ sợi theo tháng (nghìn tấn)**

*Nguồn: VITAS*

### Nhập khẩu bông

Nhập khẩu bông năm 2013 đạt 589 nghìn tấn, trị giá 1.171 triệu USD; tăng 39% về lượng và 33,6% về giá trị so với năm 2012. Ước tính nhập khẩu bông của nước ta Q1/2014 đạt 170 nghìn tấn, tăng 10,7% so với cùng kỳ 2013.

Giá bông nhập khẩu trung bình năm 2013 giảm 3,9% so với cùng kỳ năm trước, xuống 2.018 USD/tấn. Dự báo giá nhập khẩu bông thế giới sẽ tăng nhẹ trong năm 2014 do nhu cầu từ các nhà sản xuất sợi tăng lên.

Nhập khẩu bông chủ yếu từ Hoa Kỳ; chiếm 39,3% tổng lượng bông nhập khẩu, sau đó là Ấn Độ và Úc. Đáng chú ý, nhập khẩu bông từ Brazil và Pakistan năm 2013 giảm nhiều, từ 43,4 - 63,6% về lượng so với cùng kỳ.

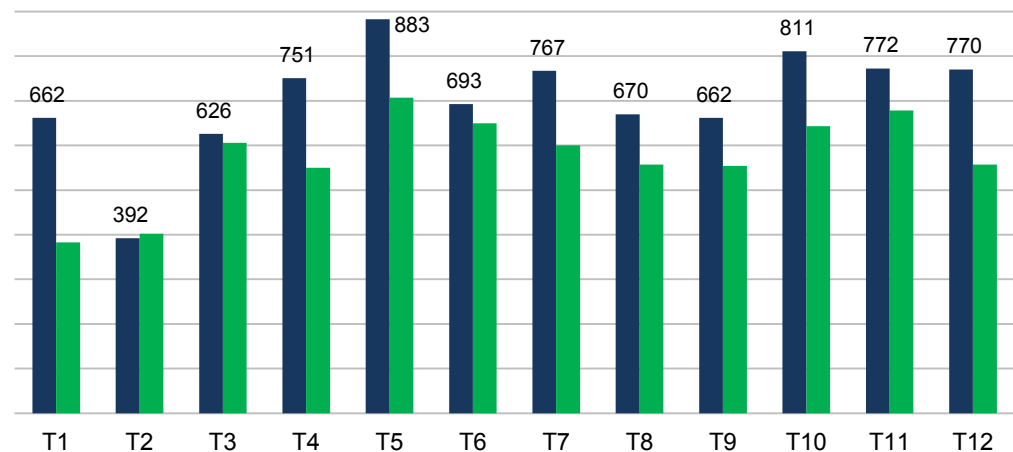
### Nhập khẩu xơ sợi

Nhập khẩu xơ, sợi nguyên liệu năm 2013 đạt 696 nghìn tấn, trị giá 1.520 triệu USD; tăng 7,7% về lượng và 8% về trị giá so với năm 2012. Tính riêng, xơ nguyên liệu nhập khẩu năm 2013 đạt 316,3 nghìn tấn, tăng 4,5% so với cùng kỳ. Ước tính nhập khẩu xơ sợi Q1/2014 đạt 173 nghìn tấn, tăng 10% so với cùng kỳ năm 2012.

Giá sợi nhập khẩu của nước ta năm 2013 tăng nhẹ 0,4% so với cùng kỳ năm 2012, lên 2.188 USD/tấn; giá xơ giảm 3,1% xuống 1.758 USD/tấn.

Nhập khẩu sợi chủ yếu từ Đài Loan và Trung Quốc; lần lượt chiếm khoảng 32% và 30,8% tổng lượng sợi nhập khẩu; tiếp theo là Thái Lan và Hàn Quốc. Nhập khẩu xơ chủ yếu từ Đài Loan và Thái Lan; lần lượt chiếm 40,6% và 21,9% tổng lượng xơ nhập khẩu.

### Nhập khẩu vải theo tháng (triệu USD)



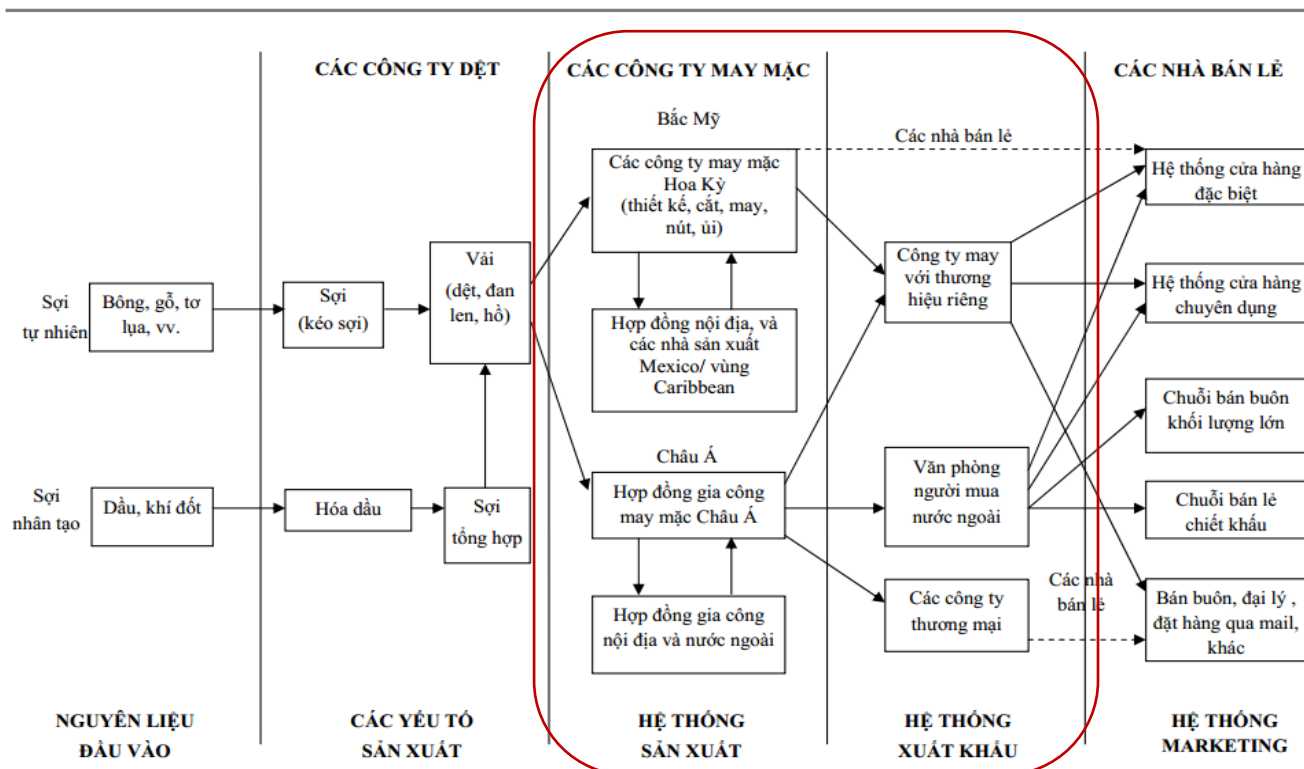
Nguồn: VITAS

Nhập khẩu vải năm 2013 đạt 8.397 triệu USD, tăng 19,3% so với năm 2012. Nhập khẩu vải 2 tháng đầu năm 2014 ước đạt 1.281 triệu USD, tăng 26,7% so với cùng kỳ năm 2013. Dự báo nhập khẩu vải nguyên liệu của nước ta Q1/2014 đạt 1,9 tỷ USD, tăng 17,7% so với cùng kỳ 2013, giá một số chủng loại vải Q1/2014 sẽ tăng nhẹ. Nhập khẩu vải chủ yếu từ Trung Quốc, Hàn Quốc và Đài Loan; lần lượt chiếm khoảng 46,1%, 20,3% và 14,9% tổng lượng vải nhập khẩu.

Nhập khẩu nguyên phụ liệu khác năm 2013 ước đạt 2,48 tỷ USD; tăng 19% so với cùng kỳ. Việt Nam vẫn phải nhập một khối lượng lớn vải, nguyên phụ liệu dệt may. Tỷ lệ nội địa hoá của dệt may đang cố gắng được nâng cao đến khoảng 40%. Năm 2013, Tập đoàn Dệt May (VINATEX) đã triển khai 42 dự án với tổng mức đầu tư 6.360 tỉ đồng trong đó

phần lớn tập trung cho các dự án sợi và dệt (12 dự án sợi và 9 dự án dệt). Mục tiêu đến năm 2017 sẽ đạt khoảng 25 vạn cọc sợi.

### 3. CHUỖI GIÁ TRỊ NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM



Nguồn: The international competitiveness of Asian economies in the apparel commodity chain (Gereffi, 2002)

### Nguồn cung cấp bông, xơ và sợi

#### Chương trình phát triển cây bông Việt Nam 2015-2020

Chỉ tiêu	Đơn vị	2015	2020
Diện tích cây trồng	Ha	30.000	76.000
Diện tích có tưới	Ha	9.000	40.000
Năng suất bình quân	Tấn/ha	1,5	2
Năng suất bông có tưới bình quân	Tấn/ha	2	2,5
Sản lượng bông xơ	Tấn	20.000	60.000
Số lượng	1.000 kiện	91,86	275,57

Nguồn: Cục xúc tiến thương mại

Hiện cả nước có khoảng 10 nghìn hecta trồng bông với sản lượng hằng năm chỉ đáp ứng khoảng 2% nhu cầu sản xuất. Nguyên nhân chính dẫn tới sự kém phát triển của ngành bông, xơ ở Việt Nam là do nước ta không có lợi thế cạnh tranh tự nhiên và không chú trọng đầu tư trong việc trồng bông và sản xuất xơ. Trồng bông là ngành rất thâm dụng đất đai, việc trồng bông chịu tác động nhiều bởi thời tiết, khí hậu, dẫn tới diện tích trồng bông ở Việt Nam vẫn chưa cao và còn manh mún. Bên cạnh đó, trình độ thâm canh của nông dân chưa tốt, không có hệ thống thủy lợi hỗ trợ, điều kiện trồng trọt chủ yếu phụ thuộc vào thiên nhiên, sản xuất thu hoạch bằng tay nên chất lượng bông của nước ta thấp dẫn tới giá bán không cạnh tranh so với các nước khác ở Bắc Mỹ và Châu Phi. Năng suất bông bình quân của nước ta hiện đạt khoảng 1,28 tấn/ha.

Cả nước hiện sử dụng khoảng 600 nghìn tấn bông tự nhiên, 400 nghìn tấn xơ các loại mỗi năm. Tuy nhiên, Việt Nam phải nhập khẩu 589 nghìn tấn bông, chiếm 99% tổng nhu cầu bông; bông sản xuất trong nước chỉ đáp ứng 2%, tương đương 12 nghìn tấn. Về xơ các loại thì nhập khẩu 220 nghìn tấn, chiếm 54% tổng nhu cầu về xơ.

### Số liệu về ngành kéo sợi Việt Nam

Chỉ tiêu	2010	2011	2012
Số lượng cọc sợi	3.650.000	4.500.000	5.100.000
Số lượng rotor	103.348	103.348	103.348
Sản xuất sợi từ bông và Polyester/tơ nhân tạo (tấn)	514.000	620.000	680.000
Xuất khẩu sợi (tấn)	336.000	384.000	415.000
Sản lượng vải (tỷ m <sup>2</sup> )	1.0	1.0	1.0
Lượng vải nhập khẩu (tỷ m <sup>2</sup> )	-	-	6.0

*Nguồn: Hiệp hội bông sợi Việt Nam (VCOSA)*

Ngành sợi phát triển thuận lợi trong những năm qua xuất phát từ hai nguyên nhân chính. Thứ nhất, ngành sợi đã phát huy được lợi thế cạnh tranh về chi phí đầu vào thấp so với các nước mà cụ thể là chi phí nhân công và tiền thuê đất. Thứ hai là do nhu cầu sợi của thị trường của thế giới tăng nhanh trong những năm gần đây. Tuy nhiên, đa số lượng sợi sản xuất trong nước được xuất khẩu trong khi các doanh nghiệp dệt trong nước lại nhập khẩu sợi từ nước ngoài do cung và cầu trong nước chưa phù hợp với nhau về số lượng và chất lượng sợi. Nước ta hiện xuất khẩu hơn 61% sợi, tập trung chủ yếu tại các thị trường như Trung Quốc, Thổ Nhĩ Kỳ, Hàn Quốc, Indonesia và Thái Lan. Sản phẩm sợi của nước ta chưa đa dạng về chủng loại, chất lượng các sản phẩm sợi chưa cao và chỉ mới tập trung ở phân khúc sản phẩm cấp thấp, trung bình nên không đáp ứng được nhu cầu của doanh nghiệp dệt may hàng cao cấp đòi hỏi nhiều loại nguyên liệu sợi khác nhau với các loại nguyên liệu đầu vào đặc biệt, thiết bị sản xuất hiện đại.

Năm 2012, cả nước có 100 nhà máy kéo sợi với tổng công suất 680 nghìn tấn sợi bông nhân tạo (tương đương 5,1 triệu cọc). Tuy nhiên, đa số đều có chất lượng không đảm bảo nên chủ yếu được sử dụng để xuất khẩu, sản xuất khăn hoặc các sản phẩm phụ. Vì vậy, ngành dệt may nước ta vẫn phải phụ thuộc vào nguồn sợi nhập khẩu. Năm 2013, nước ta nhập khẩu 380 nghìn tấn sợi để phục vụ nhu cầu sản xuất.

### Hoạt động dệt, nhuộm và hoàn tất

Vai trò của ngành dệt đối với ngành may nói riêng và tổng thể ngành dệt may là rất lớn vì vải là yếu tố quan trọng quyết định đến chi phí và chất lượng cuối cùng của một sản phẩm may mặc. Mặc dù có vai trò quan trọng trong việc cung cấp nguyên liệu tại chỗ cho ngành may nhưng trên thực tế, ngành dệt Việt Nam chưa phát triển như kỳ vọng.

Bên cạnh yếu tố chất lượng không đảm bảo thì sản lượng ngành dệt cũng không đáp ứng nhu cầu của ngành may. Năm 2012, ngành may có nhu cầu sử dụng khoảng 7 tỷ mét vải trong khi tổng lượng vải sản xuất trong nước chỉ đạt khoảng 1 tỷ mét, nước ta phải nhập khẩu 6 tỷ mét vải, tương đương 86% tổng nhu cầu.

Nước ta có khả năng nhuộm và hoàn tất 80.000 tấn vải đan và 700 triệu mét vải dệt mỗi năm. Tuy nhiên, chỉ khoảng 20-25% lượng vải dệt này đủ chất lượng để sản xuất thành phẩm xuất khẩu, trong khi vải đan hầu hết không đủ tiêu chuẩn để xuất khẩu và chỉ được dùng cho thị trường nội địa.

3 nguyên nhân chính dẫn đến sự yếu kém của ngành dệt trong chuỗi giá trị dệt may Việt Nam là: 1) Sự mâu thuẫn trong chính sách của nhà nước trong việc khuyến khích đầu tư

vào ngành dệt nhuộm và chính sách hạn chế các ngành công nghiệp gây ô nhiễm môi trường; 2) Quy mô doanh nghiệp dệt nhỏ, thiếu nhân lực quản lý giỏi; công nghệ lạc hậu; 3) Thiếu vắng các cụm ngành công nghiệp dệt may để hỗ trợ phát triển.

### Hoạt động may

Ngành may xuất khẩu Việt Nam đã phát triển nhanh chóng kể từ cuối những năm 80 và đầu những năm 90, đặc biệt Hiệp định thương mại song phương với Hoa Kỳ có hiệu lực vào năm 2001 đã thúc đẩy ngành dệt may Việt Nam mở rộng thị trường xuất khẩu đáng kể. Các doanh nghiệp xuất khẩu sản phẩm may mặc của Việt Nam hiện nay vẫn đang sản xuất theo phương thức gia công đơn giản. Theo thống kê của VITAS, tỷ lệ xuất khẩu hàng may mặc theo phương thức gia công CMT vẫn chiếm chủ yếu (khoảng 85%), xuất khẩu theo phương thức FOB chỉ khoảng 13% và chỉ 2% xuất khẩu theo phương thức ODM. Các doanh nghiệp Việt Nam xuất hàng theo FOB cũng chỉ chủ yếu ở mức FOB I nên giá trị gia tăng của ngành còn thấp.

Tỷ lệ xuất khẩu các sản phẩm may mặc theo phương thức FOB, ODM, OBM vẫn thấp do ngành dệt may của Việt Nam không chủ động được nguồn nguyên liệu, khả năng quản lý, huy động vốn nên vẫn chưa khai thác hết các lợi thế để thu lợi nhuận tối đa ở khâu này. Đặc biệt, ngành may mặc Việt Nam đang rất yếu ở mảng thiết kế sản phẩm vì thiếu các nhà thiết kế giỏi, khó tiếp cận và thiếu thông tin về nhu cầu khách hàng, xa thị trường tiêu dùng cuối cùng.

Nếu so sánh mất xích sản xuất ngành dệt may Việt Nam so với thế giới, có thể thấy trong khi mất xích sản xuất của ngành dệt may Việt Nam đang ở mức may gia công là chủ yếu thì các nhà sản xuất trên thế giới đang cạnh tranh bằng cách dịch chuyển lên phương thức sản xuất ODM hay OBM nhằm đáp ứng những thay đổi quan trọng trên thị trường.

### Hoạt động xuất khẩu, phân phối và marketing

Hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp dệt may Việt Nam hiện phụ thuộc vào các nhà buôn nước ngoài. Các nhà buôn đóng vai trò rất quan trọng là trung gian trong chuỗi cung ứng hàng dệt may của Việt Nam ra thế giới. Các nhà buôn trong khu vực thường từ Hồng Kông, Đài Loan và Hàn Quốc. Những doanh nghiệp bán lẻ, đa số thuộc thị trường EU, Nhật và Hoa Kỳ, sở hữu những thương hiệu hàng đầu quốc tế, những siêu thị, cửa hàng bán sỉ và bán lẻ. Các doanh nghiệp bán lẻ lớn tin cậy vào các nhà buôn để phát triển mạng lưới cung ứng của họ ở Việt Nam nhằm giảm chi phí giao dịch. Các doanh nghiệp đầu tư may mặc nước ngoài thường liên hệ trực tiếp với các nhà buôn tại Hồng Kông, Đài Loan hay Hàn Quốc. Do vậy, các doanh nghiệp Việt Nam (đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ) phụ thuộc rất lớn vào các nhà buôn nhỏ trong khu vực. Nói cách khác, các doanh nghiệp dệt may Việt Nam vẫn rất thiếu liên kết với những người tiêu dùng sản phẩm cuối cùng mà chỉ thực hiện các hợp đồng gia công lại cho các nhà sản xuất khu vực.

Hoạt động marketing và phân phối đang là khâu yếu của ngành dệt may Việt Nam. Điều này chủ yếu do chúng ta thực hiện các đơn hàng gia công ở mức CMT và FOB cấp I nên Việt Nam ít có các sản phẩm mang thương hiệu riêng của mình để tiếp cận với các nhà bán lẻ trên toàn cầu.

## 4. PHÂN TÍCH MÔ HÌNH MICHAEL PORTER

Yếu tố	Thành phần	Mức độ			Nhận định
		Thấp	Trung bình	Cao	
Các rào cản gia	Tính kinh tế theo quy mô			x	Hầu hết các doanh nghiệp ngành dệt may Việt Nam là doanh nghiệp may, khi quy mô tăng không chỉ chi phí cố định giảm, chi phí lưu động cũng giảm do công ty có thể mua nguyên vật liệu với mức giá thấp hơn (đơn hàng lớn) và chi phí nhân công giảm.

<b>nhập ngành</b>	Chính sách hạn chế của Chính phủ	x	Chính phủ Việt Nam đang khuyến khích nguồn vốn đầu tư vào ngành dệt may; tuy nhiên, rào cản từ chính sách đối với các doanh nghiệp nhuộm lớn do các vấn đề về môi trường.	
	Khả năng tiếp cận các yếu tố đầu vào		x	Khả năng tiếp cận các yếu tố đầu vào cao do hệ thống các nhà cung cấp và nhà buôn lớn.
	Khả năng tiếp cận kênh phân phối, khách hàng		x	Khả năng tiếp cận kênh phân phối, khách hàng cao do số lượng các nhà buôn lớn. Điều quan trọng là doanh nghiệp phải có đủ nguồn lực nội tại để có thể đáp ứng yêu cầu các đơn hàng.
	Yêu cầu về vốn đầu tư		x	Hoạt động chủ yếu của các công ty dệt may Việt Nam là sản xuất gia công nên yêu cầu đầu tư vào tài sản cố định tương đối lớn.
	Yêu cầu về công nghệ, kỹ thuật	x		Yêu cầu về công nghệ với hoạt động may không cao như đối với hoạt động dệt và nhuộm. Tuy nhiên, hiện các doanh nghiệp may đang chiếm khoảng 70% số doanh nghiệp trong ngành.

**Kết luận.** Đối với ngành dệt may Việt Nam, các rào cản gia nhập ngành không cao do chính sách khuyến khích phát triển ngành dệt may của Chính phủ và các yêu cầu về công nghệ, vốn,...không cao. Bên cạnh đó, việc tiếp cận các yếu tố đầu vào và kênh phân phối cũng tương đối dễ. Điều này giải thích vì sao hiện cả nước có đến khoảng 6.000 doanh nghiệp hoạt động trong ngành dệt may.

<b>Vị thế thương lượng nhà cung cấp</b>	Mức độ tập trung các nhà cung cấp	x	Số lượng các nhà cung cấp nguyên vật liệu lớn, mức độ tập trung không cao.	
	Sự khác biệt của các nhà cung cấp		x	Sự khác biệt của các nhà cung cấp không lớn.
	Ảnh hưởng các yếu tố đầu vào đối với chi phí hoặc sự khác biệt hóa sản phẩm		x	Chi phí nguyên vật liệu chiếm khoảng 60-70% giá vốn hàng bán và nguyên vật liệu ảnh hưởng lớn đến sự khác biệt hóa sản phẩm.
	Chi phí chuyển đổi nhà cung cấp	x		Số lượng và thông tin về nhà cung cấp nhiều dẫn đến chi phí chuyển đổi nhà cung cấp thấp.
	Sự tồn tại của các nhà cung cấp thay thế		x	Số lượng các nhà cung cấp thay thế ở các quốc gia chính như Trung Quốc, Đài Loan, Hàn Quốc,...lớn nhưng số lượng các nhà cung cấp tại thị trường Việt Nam không nhiều do ngành công nghiệp phụ trợ chưa phát triển tương xứng.
	Nguy cơ tăng cường sự hợp nhất của các nhà cung cấp	x		Do số lượng nhà cung cấp tương đối lớn và mức độ độc quyền thấp nên nguy cơ tăng cường sự hợp nhất các nhà cung cấp không cao.

**Kết luận.** Số lượng nhà cung cấp lớn, sự khác biệt không quá cao và chi phí chuyển đổi nhà cung cấp thấp dẫn đến vị thế thương lượng của nhà cung cấp thấp. Hiện tại, nhà cung cấp chủ yếu cho các doanh nghiệp dệt may Việt Nam là các công ty tại Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan. Để có thể hưởng các ưu đãi từ TPP và FTA EU-Việt Nam, các nhà sản xuất phải chuyển dịch nhà cung cấp về Việt Nam hoặc các nước nội khối. Đây sẽ là thách thức lớn do ngành công nghiệp phụ trợ ở những khu vực này chưa phát triển tương xứng với nhu cầu.

<b>Vị thế thương lượng của khách mua</b>	Số lượng người mua		x	Số lượng người mua có nhu cầu đặt hàng tại Việt Nam lớn.
	Thông tin người mua có được		x	Thông tin người mua có được về các doanh nghiệp trong ngành không nhiều do hệ thống thông tin về các doanh nghiệp không chi tiết.
	Tính nhạy cảm đối với giá		x	Bên cạnh vấn đề về giá, các vấn đề khác liên quan đến chất lượng sản phẩm, quy trình sản xuất, an toàn lao động, tuân thủ pháp lý,...cũng quan trọng không kém đối với các khách mua.
	Sự khác biệt hóa sản phẩm, dịch vụ		x	Sự khác biệt giữa các sản phẩm là tương đối do các nhà sản xuất có quy trình sản xuất, dịch vụ tương đối khác nhau, tùy thuộc vào khả năng và kinh nghiệm.
	Mức độ tập trung của khách hàng trong ngành	x		Mức độ tập trung của các khách hàng trong ngành thấp.

Mức độ sẵn có của hàng hóa thay thế	x	Mức độ sẵn có của hàng hóa thay thế tương đối cao, nhưng thông tin không nhiều.
-------------------------------------	---	---

**Kết luận.** Lợi thế thương lượng của khách mua không quá cao do nhu cầu lớn và công suất sản xuất của các doanh nghiệp còn thấp. Đặc biệt, trong giai đoạn cao điểm vào Q2 và Q3 hằng năm, các doanh nghiệp thường hoạt động ở công suất tối đa. Với xu hướng tăng lên của giá nhân công Trung Quốc và kỳ vọng từ các Hiệp định thương mại, dệt may Việt Nam sẽ tiếp tục nâng cao vai trò của mình trong chuỗi dệt may toàn cầu.

<b>Sản phẩm thay thế</b>	Các chi phí chuyển đổi trong sử dụng sản phẩm	x	Chi phí chuyển đổi sản phẩm thấp.
	Tương quan giá cả và chất lượng các mặt hàng thay thế	x	Các mặt hàng may mặc rất đa dạng với nhiều mức giá và chất lượng khác nhau. Do đó, người mua dễ dàng tìm thấy các sản phẩm thay thế tương quan về giá cả và chất lượng.
	Xu hướng sử dụng sản phẩm thay thế của khách hàng	x	Xu hướng sử dụng sản phẩm thay thế của khách hàng cao, tương ứng với những thay đổi về độ tuổi, thu nhập, xu hướng, v.v.

**Kết luận.** Khả năng chuyển đổi các dòng sản phẩm thay thế lớn (ví dụ từ jeans sang kaki, từ áo thun sang áo sơ mi, từ nhãn hiệu này sang nhãn hiệu khác, v.v). Điều này xuất phát từ chi phí chuyển đổi sản phẩm thấp, sự đa dạng về giá cả và chất lượng sản phẩm và sự thay đổi của xu hướng thời trang theo thời gian.

<b>Mức độ cạnh tranh trong ngành</b>	Các rào cản thoát khỏi ngành	x	Rào cản thoát khỏi ngành cao do tính đặc thù riêng của máy móc, thiết bị và các chính sách đối với người lao động.
	Mức độ tập trung của ngành	x	Mức độ tập trung của ngành thấp; đây cũng là đặc trưng của ngành dệt may Việt Nam. Số lượng doanh nghiệp trong ngành lớn và không có các doanh nghiệp có quy mô vượt bậc so với các doanh nghiệp còn lại.
	Giá trị gia tăng	x	Giá trị gia tăng hiện tại của ngành thấp do hoạt động chủ yếu là gia công CMT.
	Tình trạng tăng trưởng của ngành	x	Với những kỳ vọng từ các Hiệp định thương mại tự do và lợi thế về nguồn nhân công, Việt Nam là một trong những quốc gia có tốc độ tăng trưởng ngành dệt may cao nhất thế giới.
	Tình trạng dư thừa công suất	x	Hiện tại, đa số các doanh nghiệp dệt may đang hoạt động với công suất tối đa do tình hình khả quan về các đơn hàng.
	Khác biệt giữa các sản phẩm	x	Sự khác biệt giữa các sản phẩm là tương đối do các nhà sản xuất có quy trình sản xuất, dịch vụ tương đối khác nhau, tùy thuộc vào khả năng và kinh nghiệm.
	Tình trạng sàng lọc trong ngành	x	Tình trạng sàng lọc trong ngành ngày càng cao do những áp lực về chi phí đầu vào và những yêu cầu ngày càng cao về sản phẩm, dịch vụ.
Khả năng áp đặt giá	x	Khả năng áp đặt giá của nhà sản xuất thấp do đây là ngành phân tán và mức độ khác biệt hóa không quá lớn.	

**Kết luận.** Mặc dù nhu cầu đối với ngành lớn nhưng sự cạnh tranh trong ngành cao. Sự cạnh tranh không chỉ đối với các khách hàng lớn mà còn ở thị trường nguyên liệu đầu vào và lao động. Hiện tại, ngành công nghiệp phụ trợ Việt Nam chỉ đáp ứng nhu cầu nhỏ đối với các yếu tố đầu vào, do đó các doanh nghiệp chịu sự cạnh tranh mạnh mẽ để có thể tiếp cận nguồn nguyên liệu chất lượng, giá cả hợp lý. Bên cạnh đó, lao động là một trong những yếu tố quan trọng nhất của quá trình sản xuất. Lao động trong ngành dệt may chủ yếu là nữ với tuổi nghề không quá cao. Các doanh nghiệp phải cạnh tranh gay gắt để có thể thu hút và giữ lao động, đặc biệt là những lao động có kinh nghiệm, kỹ năng.

## 5. PHÂN TÍCH SWOT NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM

### Điểm mạnh

- Việt Nam được đánh giá cao nhờ ổn định chính trị và an toàn xã hội, có sức hấp dẫn

### Điểm yếu

- May xuất khẩu phần lớn theo phương thức gia công, khâu thiết kế chưa phát triển, tỷ lệ làm hàng



đối với các thương nhân và các nhà đầu tư nước ngoài.

- Chính phủ có những biện pháp ưu tiên và khuyến khích đầu tư vào ngành dệt may như ưu đãi thuế nhập khẩu cho các nguyên liệu thô với mục đích sản xuất các sản phẩm may tái xuất khẩu trong 3-4 tháng, miễn giảm thuế thu nhập doanh nghiệp,...
- Số người trong độ tuổi lao động Việt nam cao, trong khi dệt may là ngành thâm dụng lao động. Do đó, đây là một trong những lợi thế cạnh tranh của dệt may Việt Nam.
- Chi phí lao động dệt may Việt Nam thấp, trong khi kỹ năng và tay nghề may được đánh giá cao.
- Sản phẩm dệt may Việt Nam đã được nhiều thị trường khó tính như Hoa Kỳ, EU, và Nhật Bản chấp nhận.
- Việt Nam là nhà sản xuất xuất khẩu quan trọng vào 2 thị trường lớn là Hoa Kỳ và EU.
- Xây dựng mối quan hệ gắn bó với nhiều nhà nhập khẩu, nhiều tập đoàn tiêu thụ lớn trên thế giới.

theo phương thức FOB thấp.

- Mặt hàng còn phổ thông, chưa đa dạng. Vẫn chưa thể sản xuất xuất khẩu theo số lượng lớn các mặt hàng yêu cầu hàm lượng kỹ thuật cao.
- Ngành dệt và công nghiệp phụ trợ phát triển chưa tương xứng với ngành may nên không đủ nguồn nguyên phụ liệu đạt chất lượng để cung ứng cho ngành may, do đó giá trị gia tăng không cao.
- Hầu hết các doanh nghiệp dệt may có quy mô vừa và nhỏ, khả năng huy động vốn đầu tư thấp, hạn chế khả năng đổi mới công nghệ, trang thiết bị. Chính quy mô nhỏ đã khiến các doanh nghiệp chưa đạt được hiệu quả kinh tế nhờ quy mô, và chỉ có thể cung ứng cho một số thị trường nhất định.
- Kỹ năng quản lý sản xuất và kỹ thuật còn kém, năng suất lao động chưa cao.
- Chưa có chiến lược đào tạo bài bản nguồn nhân lực dệt may chất lượng cao và đội ngũ thiết kế có khả năng cạnh tranh với các quốc gia khác.
- Năng lực tiếp thị còn hạn chế, phần lớn các doanh nghiệp dệt may chưa xây dựng được thương hiệu riêng của mình trên thị trường quốc tế.

Cơ hội	Thách thức
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sản xuất dệt may đang có xu hướng chuyển dịch sang các nước đang phát triển trong đó Việt Nam là một trong những điểm đến hấp dẫn nhất, qua đó tạo thêm cơ hội và nguồn lực mới cho các doanh nghiệp dệt may về cả tiếp cận vốn, thiết bị, công nghệ sản xuất, kinh nghiệm quản lý tiên tiến, lao động có kỹ năng từ các quốc gia phát triển.</li> <li>• Việc Việt Nam hội nhập ngày càng sâu rộng hơn vào nền kinh tế khu vực và thế giới tạo điều kiện tiếp cận thị trường tốt hơn cho hàng dệt may.</li> <li>• Những cam kết của Việt Nam đối với cải cách và phát triển kinh tế đã tạo được sức hấp dẫn đối với các nhà đầu tư, và mở ra những thị trường mới và các quan hệ hợp tác mới.</li> <li>• Thị trường nội địa với dân số 91,5 triệu dân và mức sống ngày càng được nâng cao là cơ hội lớn cho các doanh nghiệp dệt may.</li> <li>• Đầu tư trực tiếp nước ngoài vào dệt may Việt Nam (FDI) liên tục tăng, đặc biệt trong giai đoạn gần đây khi kỳ vọng về TPP và FTA EU-Việt Nam tăng lên. Các doanh nghiệp FDI thường có trình độ công nghệ, kỹ thuật cao sẽ giúp nâng cao năng lực cạnh tranh của dệt may Việt Nam.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Xuất phát điểm của dệt may Việt Nam còn thấp, công nghiệp phụ trợ chưa thực sự phát triển, nguyên phụ liệu chủ yếu nhập khẩu, tỷ lệ gia công cao,...là thách thức lớn khi hội nhập kinh tế toàn cầu.</li> <li>• Môi trường chính sách chưa thuận lợi. Các văn bản pháp lý của Việt Nam còn đang trong quá trình hoàn chỉnh, trong khi năng lực của các cán bộ xây dựng và thực thi chính sách, cũng như các cán bộ tham gia xúc tiến thương mại còn yếu.</li> <li>• Các thị trường lớn vận dụng khá nhiều các rào cản về kỹ thuật, vệ sinh, an toàn, môi trường, trách nhiệm xã hội, chống trợ giá nhằm bảo hộ sản xuất trong nước. Nhiều doanh nghiệp Việt Nam có quy mô vừa và nhỏ, không đủ tiềm lực để theo đuổi các vụ kiện chống bán phá giá, dẫn đến thua thiệt trong các tranh chấp thương mại. Các rào cản thương mại trên đã được vận dụng ngày càng linh hoạt và tinh vi hơn, đặc biệt là trong bối cảnh khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu.</li> <li>• Mặc dù chính sách của Chính phủ khuyến khích đầu tư vào ngành công nghiệp phụ trợ nhưng các địa phương có xu hướng không thu hút đầu tư vào các ngành dệt nhuộm vì vấn đề môi trường.</li> <li>• Các doanh nghiệp FDI tạo ra sự cạnh tranh đáng kể với các doanh nghiệp trong nước về đơn hàng, nguyên liệu đầu vào, lao động,...</li> </ul>

## 6. CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO

### Hiệp định Đối tác Kinh tế Chiến lược xuyên Thái Bình Dương (TPP)

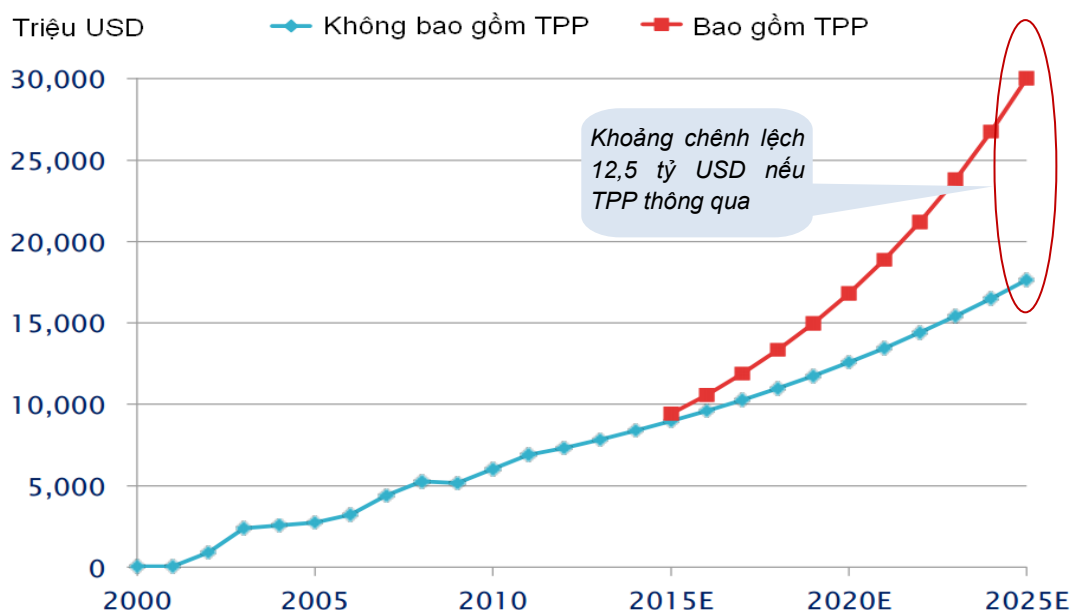
TPP là Hiệp định thương mại tự do với mục đích hội nhập các nền kinh tế thuộc khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Hiệp định hiện gồm 12 quốc gia thành viên: Việt Nam, Hoa Kỳ, Canada, Mexico, Peru, Chile, Brunei, Singapore, Malaysia, Úc, New Zealand, Nhật Bản. Quy mô GDP TPP ước tính khoảng 26.000 tỷ USD, chiếm 40% GDP toàn cầu. Với dân số khoảng 792 triệu người cùng tỷ lệ mật dịch đạt khoảng 1/3 kim ngạch thương mại toàn cầu. Tính đến thời điểm hiện tại, TPP đã trải qua 20 vòng đàm phán chính thức, 4 phiên cấp Bộ trưởng và rất nhiều phiên giữa kỳ, cuộc gặp song phương và viếng thăm.

TPP được xem là Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới. Các FTA truyền thống chủ yếu bao gồm các lĩnh vực thương mại hàng hóa, thương mại dịch vụ (+ đầu tư, + sở hữu trí tuệ). TPP bao gồm cả thương mại (hàng hóa, dịch vụ) và phi thương mại (lao động, môi trường, doanh nghiệp nhà nước,...). Ngoài ra, TPP còn cam kết cao hơn với việc cắt giảm gần 100% các loại thuế quan.

Hiện các quốc gia Chile, Brunei, Singapore, Malaysia, Úc, New Zealand, Nhật Bản đã ký FTA với Việt Nam, vì vậy tác động của TPP về mở cửa thị trường giữa Việt Nam và các nước này là không đáng kể. Trong khi, Hoa Kỳ hiện là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam, vì vậy TPP được kỳ vọng sẽ tác động lớn đến xuất khẩu Việt Nam vào thị trường này.

Việt Nam hiện xuất khẩu khoảng 1.000 dòng sản phẩm dệt may vào Hoa Kỳ với thuế suất bình quân 17-18%. Hiệp định TPP được kỳ vọng sẽ cắt giảm mức thuế quan này dần về 0%. Theo dự báo của Hiệp hội dệt may Việt Nam (VITAS), với triển vọng Hiệp định TPP, xuất khẩu dệt may Việt Nam sang Hoa Kỳ có thể tăng trưởng 12-13%/năm và có thể đạt 30 tỷ USD vào năm 2025, đưa quy mô xuất khẩu toàn ngành năm 2025 đạt khoảng 55 tỷ USD. Bên cạnh đó, nếu TPP thúc đẩy tốt đầu tư vào nguyên liệu như dự kiến thì các chỉ tiêu về xuất siêu, giá trị gia tăng và tỷ lệ nội địa hóa của ngành sẽ đều được nâng cao. Dự kiến ngành sẽ về đích sớm với mục tiêu đạt tỷ lệ nội địa hóa 60% vào năm 2015 và 70% vào năm 2020.

### Xuất khẩu dệt may Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ



Nguồn: VITAS

Tuy nhiên, để được hưởng thuế suất 0%, các doanh nghiệp dệt may phải đáp ứng yêu cầu “từ sợi trở đi”, có nghĩa các khâu từ kéo sợi, dệt - nhuộm - hoàn tất và may phải được thực hiện tại các nước thành viên TPP. Điều này đã gây ra nhiều trở ngại cho ngành dệt may Việt Nam vì ngành công nghiệp phụ trợ của Việt Nam chưa đủ mạnh. Hệ quả là nước ta phụ thuộc lớn vào nguồn cung nguyên liệu từ nước ngoài, chiếm gần 88% tổng nhu cầu. Phần lớn những nước mà Việt Nam nhập nguyên phụ liệu lại không nằm trong TPP.

### Hiệp định FTA EU – Việt Nam

EU là một trong những đối tác thương mại quan trọng nhất của Việt Nam. Năm 2013, kim ngạch xuất khẩu sang thị trường EU đạt 24,3 tỷ USD; chiếm 19,2% tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước, đưa EU trở thành thị trường xuất khẩu lớn nhất của nước ta. 5 sản phẩm dẫn đầu kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào EU là giày dép, may mặc, cà phê, thủy sản và sản phẩm nội thất. Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang EU phải chịu mức thuế trung bình 4,6%.

Theo Dự án hỗ trợ chính sách thương mại và đầu tư của châu Âu (MUTRAP), FTA EU-Việt Nam sẽ giúp tăng trưởng đầu tư của EU vào ngành công nghiệp dịch vụ của Việt Nam, tăng cường xuất khẩu của Việt Nam sang EU và cơ hội nâng cấp trình độ kỹ thuật của Việt Nam thông qua việc nhập khẩu hàng hóa chiến lược với mức giá thấp hơn. Bên cạnh đó, tự do hóa thương mại sẽ giúp tăng nguồn thu nhập quốc gia (nguồn thu từ hàng hóa nhập khẩu lớn hơn nguồn chi từ sự giảm thuế), cán cân thương mại được cân bằng.

Kết quả mô phỏng của MUTRAP cho thấy Việt Nam sẽ tăng đáng kể thu nhập quốc gia trong giai đoạn triển khai đến năm 2025 (thay đổi về GDP ước đạt 2-2,5%). Kim ngạch xuất khẩu Việt Nam sang EU ước tính sẽ tăng 75% đến 2020 trong trường hợp không có FTA EU – Việt Nam và 110% trong trường hợp FTA EU – Việt Nam được thông qua.

FTA EU – Việt Nam sẽ giúp giảm mức thuế hiện tại mà EU áp đối với mặt hàng may mặc Việt Nam từ 11,6% xuống 0%. Cụ thể, 5 mặt hàng may mặc xuất khẩu nhiều nhất sẽ được hưởng lợi là com-lê nữ, nam; áo khoác nam, nữ và hàng dệt kim. Đồng thời, giá trị xuất khẩu dệt may của Việt Nam vào EU tăng trưởng trung bình 6%/năm khi FTA dự kiến được ký kết vào cuối năm 2014 và có hiệu lực vào năm 2015.

## 7. PHÁP LÝ, CHÍNH SÁCH LIÊN QUAN ĐẾN NGÀNH

**1. Tháng 2/2013, Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án tái cơ cấu Tập đoàn Dệt May Việt Nam (VINATEX) giai đoạn 2013 - 2015.** Mục tiêu nhằm bảo đảm VINATEX tập trung vào lĩnh vực sản xuất, kinh doanh chính. Trên cơ sở đó hình thành chuỗi cung ứng sợi - dệt - nhuộm - may; nâng cao giá trị gia tăng trong sản phẩm dệt may, hiệu quả sản xuất kinh doanh và sức cạnh tranh của VINATEX, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội. Đồng thời, Thủ tướng Chính phủ yêu cầu Công ty mẹ - Tập đoàn Dệt May Việt Nam khẩn trương thực hiện cổ phần hóa trong năm 2014. Theo đó, sau khi tái cơ cấu sẽ có 4 doanh nghiệp do Công ty mẹ - Tập đoàn nắm giữ 100% vốn điều lệ; 6 doanh nghiệp do Công ty mẹ - Tập đoàn nắm giữ từ trên 50 - 65% vốn điều lệ và 20 doanh nghiệp do Công ty mẹ - Tập đoàn nắm giữ dưới 50% vốn điều lệ. Trong giai đoạn 2013 – 2015 phải thoái 100% vốn của Công ty mẹ - Tập đoàn tại 37 doanh nghiệp như: Công ty Đầu tư và Phát triển Bình Thắng; Công ty Tài chính cổ phần Dệt May Việt Nam; Trường đại học Trưng Vương và một số ngân hàng thương mại cổ phần,...Đồng thời, Bộ Công Thương phải có lộ trình và phương án cụ thể để hết năm 2015 hoàn thành việc thoái vốn.

**2. Tháng 02/2014, Thủ tướng Chính phủ ký quyết định số 288/QĐ-TTg về việc hỗ trợ kinh phí đào tạo nguồn nhân lực dệt may Việt Nam** cho Tập đoàn Dệt may Việt Nam. Theo đó, sẽ hỗ trợ 65,6 tỷ đồng từ nguồn ngân sách trung ương năm 2014 để hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực Dệt may Việt Nam.

**3. Tháng 03/2013, ban hành Thông tư số 30/2013/TTBTC hướng dẫn hoàn lại tiền thuế bảo vệ môi trường đối với túi ni lông làm bao bì đóng gói sẵn hàng hóa theo Nghị quyết số 02/NQ-CP ngày 07/01/2013 của Chính phủ.** Thông tư này áp dụng cho những tổ chức, hộ gia đình, cá nhân sản xuất hoặc nhập khẩu được hoàn lại tiền thuế bảo vệ môi trường đã nộp và tiền phạt chậm nộp nếu có. không truy nộp thuế nếu đã kê khai nhưng chưa nộp và tiền phạt chậm nộp nếu có từ 01/01/2012 đến hết 14/11/2012 đối với túi ni lông làm bao bì đóng gói sẵn hàng hóa.

**4. Bộ Tài Chính ban hành Thông tư số 38/2013/TT-BTC có hiệu lực từ 19/05/2013 sửa đổi mức thuế suất thuế nhập khẩu ưu đãi đối với một số mặt hàng thuộc nhóm 39.03, 54.02, 59.02, 72.17 tại biểu thuế xuất nhập khẩu ưu đãi.** Theo đó, sợi filament tổng hợp chưa đóng gói loại từ nhựa đàn hồi (mã 5402.44.00) và dây thép carbon cao phủ hợp kim đồng loại dùng để làm tanh lớp cao su loại bơm hơi (mã 7217.30.31) sẽ có mức thuế là 3%. Đối với polystyren loại giãn nở được ở dạng hạt (mã 3903.11.10); polystyren loại chịu tác động cao (mã 3903.19.21), loại khác (mã 3903.19.29) thuế suất tăng từ 3% lên 5%. Mức thuế đối với vải từ sợi Nylon-6 dùng làm lớp (mã 5902.10.91) tăng từ 5% lên 7%; vải từ polyester loại khác (mã 5902.20.99) tăng từ 0% lên 3%.

**5. Bộ luật Lao động (sửa đổi) có hiệu lực từ ngày 01/05/2013.** Một số điểm mới đáng chú ý của Bộ luật Lao động là quy định riêng đối với lao động nữ nhằm thúc đẩy bình đẳng giới trong tuyển dụng, sử dụng, đào tạo thời gian làm việc, thời gian nghỉ ngơi, tiền lương và các chế độ khác; và tăng thời gian nghỉ thai sản của lao động nữ lên 6 tháng, tự nhiên, lao động nữ có thể trở lại làm việc khi đã nghỉ ít nhất được 4 tháng.

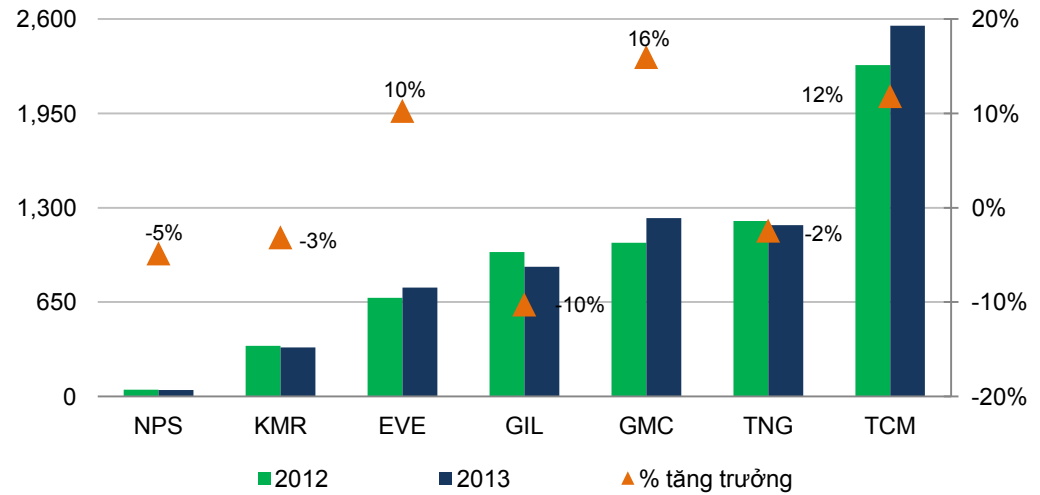
**6. Từ ngày 01/07/2013, luật Thuế thu nhập cá nhân có hiệu lực,** chính thức nâng mức giảm trừ gia cảnh cho bản thân người nộp thuế lên 9 triệu đồng và cho một người phụ thuộc lên 3,6 triệu đồng.

**7. Ngày 19/06/2013, Quốc hội đã thông qua Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật thuế thu nhập doanh nghiệp.** Theo đó, Luật quy định từ **01/01/2014 áp dụng mức thuế suất phổ thông là 22%**; doanh nghiệp có tổng doanh thu không quá 20 tỷ đồng được áp dụng thuế suất phổ thông 20% kể từ 01/07/2013. **Từ ngày 01/01/2016, mức thuế suất phổ thông là 20%** và mức thuế suất ưu đãi 20% được điều chỉnh giảm xuống 17%.

### III. CÁC DOANH NGHIỆP DỆT MAY

#### 1. KẾT QUẢ KINH DOANH CÁC DOANH NGHIỆP DỆT MAY NIÊM YẾT

##### Doanh thu thuần (tỷ đồng)



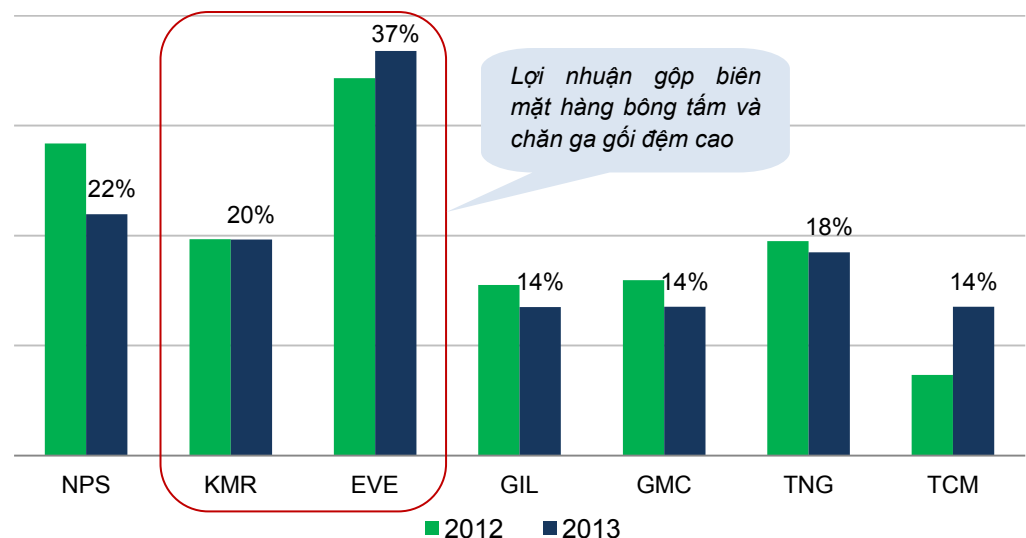
Nguồn: FPT S tổng hợp

Trong số các doanh nghiệp dệt may niêm yết, TCM là doanh nghiệp có quy mô lớn nhất với doanh thu năm 2013 đạt 2.554 tỷ đồng, tăng 12% so với cùng kỳ.

GMC là doanh nghiệp có tỷ lệ tăng trưởng doanh thu lớn nhất năm 2013 với 16% do các đơn hàng trong năm rất khả quan; đưa GMC trở thành công ty có quy mô lớn thứ 2 trong ngành dệt may với 1.229 tỷ đồng.

EVE cũng đạt mức tăng trưởng ấn tượng về doanh thu năm 2013 với 10%; đạt 751 tỷ đồng. Doanh thu tăng chủ yếu từ tăng trưởng ngành hàng bông tấm do tình hình đơn hàng trong năm khả quan. Doanh thu nhóm bông tấm đạt 227 tỷ đồng, tăng 51,3% so với cùng kỳ.

##### Lợi nhuận gộp biên



Nguồn: FPT S tổng hợp

EVE là doanh nghiệp có biên lợi nhuận gộp cao nhất, chủ yếu do đặc thù dòng sản phẩm chăn ga gối đệm và bông tấm có biên lợi nhuận cao hơn dòng sản phẩm quần áo. Năm

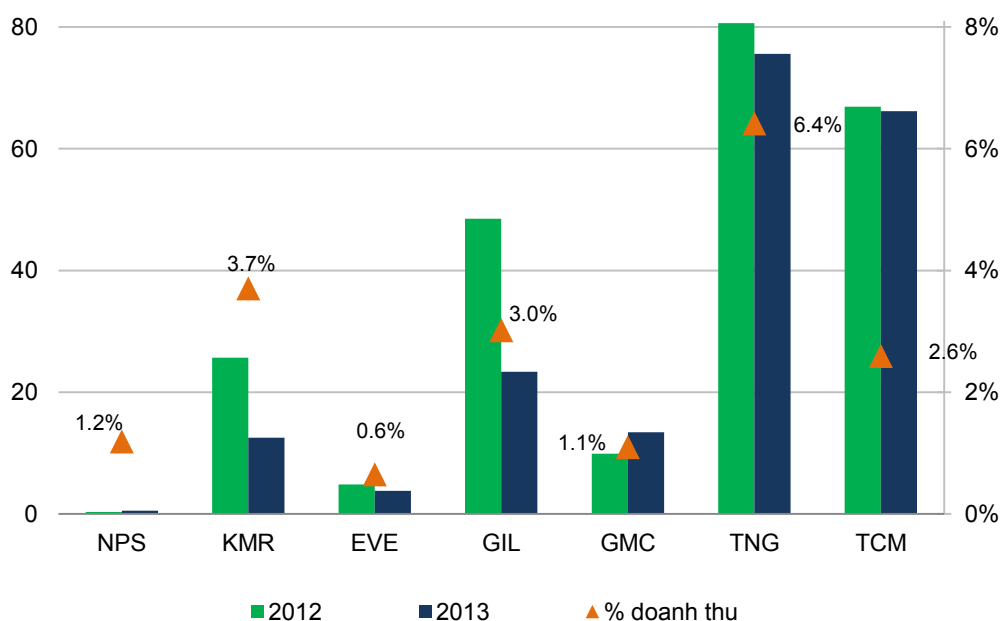
2013, biên lợi nhuận tiếp tục cải thiện và đạt 36,8% do mặt hàng bông tằm với biên lợi nhuận cao (41%) chiếm tỷ trọng lớn hơn trong tổng doanh thu so với cùng kỳ.

Biên lợi nhuận gộp TNG tương đối biến động trong giai đoạn 2009-2013 và hiện đạt 19,5%; đây là mức cao so với các doanh nghiệp gia công và sản xuất mặt hàng quần áo.

TCM là doanh nghiệp có sự cải thiện biên lợi nhuận gộp đáng kể nhất năm 2013. Điều này chủ yếu do năm 2012, công ty tiêu thụ lượng bông giá cao từ hợp đồng giao sau năm 2011 khiến biên lợi nhuận gộp chỉ đạt 7,3%. Đến Q1/2013, công ty đã tiêu thụ hết lượng bông tồn kho năm 2011 và giá bông thị trường giảm đáng kể nên lợi nhuận gộp biên năm 2013 tăng lên 13,5%.

GMC có sự sụt giảm về lợi nhuận gộp biên năm 2013 chủ yếu do công ty TNHH May Sài Gòn Xanh (công ty con) vừa được đưa vào hoạt động nên ghi nhận lỗ năm 2013, đồng thời tổng chi phí khấu hao cũng tăng lên trong năm.

### Chi phí tài chính (tỷ đồng)



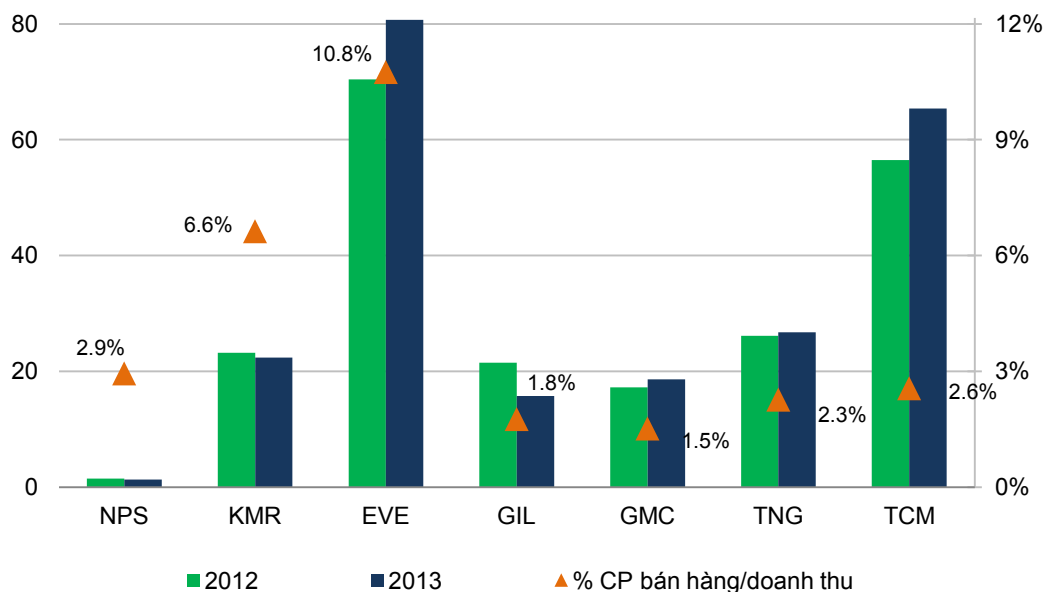
Nguồn: FPTTS tổng hợp

Chi phí tài chính năm 2013 của đa số các doanh nghiệp dệt may giảm so với cùng kỳ do mặt bằng lãi suất cho vay giảm.

TNG là doanh nghiệp có chi phí tài chính và tỷ trọng chi phí tài chính trên doanh thu cao nhất do công ty sử dụng đòn bẩy tài chính cao. Năm 2013, chi phí tài chính TNG là 75,7 tỷ đồng, tỷ lệ chi phí tài chính trên doanh thu là 6,4%; đây là mức rất cao so với mức trung bình ngành 2,7%.

Năm 2013, chi phí tài chính TCM là 66,2 tỷ đồng; giảm nhẹ so với cùng kỳ. Mặc dù vay nợ ngắn hạn và dài hạn của TCM đều lớn hơn TNG (661 tỷ đồng và 264 tỷ đồng so với 471 tỷ đồng và 185 tỷ đồng) nhưng chi phí lãi vay của TCM nhỏ hơn so với TNG (44,4 tỷ đồng so với 72 tỷ đồng) do TCM chủ yếu vay bằng USD với lãi suất thấp khoảng 3,5%-4%/năm trong khi TNG vay VND và USD với lãi suất cao hơn.

EVE là doanh nghiệp có tỷ lệ chi phí tài chính trên doanh thu thấp nhất. Năm 2013, chi phí tài chính là 4,8 tỷ đồng và tỷ lệ chi phí tài chính trên doanh thu đạt mức rất thấp là 0,6% chủ yếu do công ty hầu như không vay nợ.

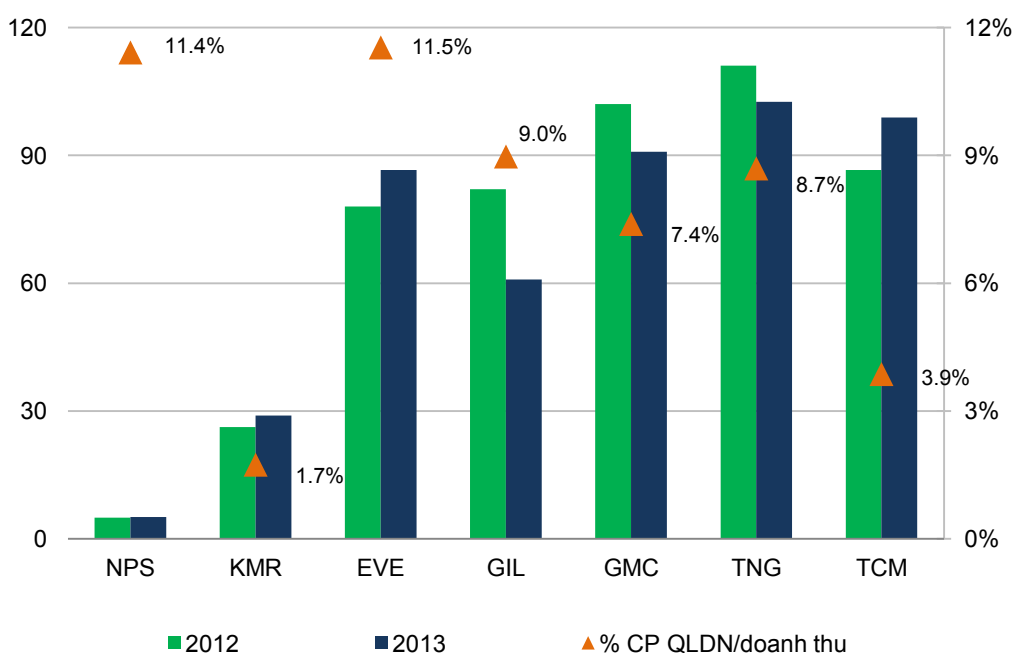
**Chi phí bán hàng (tỷ đồng)**


Nguồn: FPTs tổng hợp

EVE là doanh nghiệp có chi phí bán hàng cao và tỷ lệ chi phí bán hàng trên doanh thu cao nhất. Năm 2013, chi phí bán hàng là 80,7 tỷ đồng; tăng 10,3 tỷ đồng so với cùng kỳ do sự cạnh tranh trong ngành ngày càng cao và công ty chịu chi phí quảng cáo và quản lý hệ thống phân phối rộng.

Năm 2013, chi phí bán hàng của TCM là 65,4 tỷ đồng; tăng 9 tỷ đồng so với cùng kỳ tương ứng với tăng trưởng doanh thu của công ty.

GMC là công ty có tỷ lệ chi phí bán hàng trên doanh thu thấp nhất với 1,5% do các khách hàng lớn của công ty là những khách hàng lâu năm và hiện tại các đơn hàng rất nhiều nên chi phí tìm kiếm thêm các khách hàng mới không cao.

**Chi phí quản lý doanh nghiệp (tỷ đồng)**


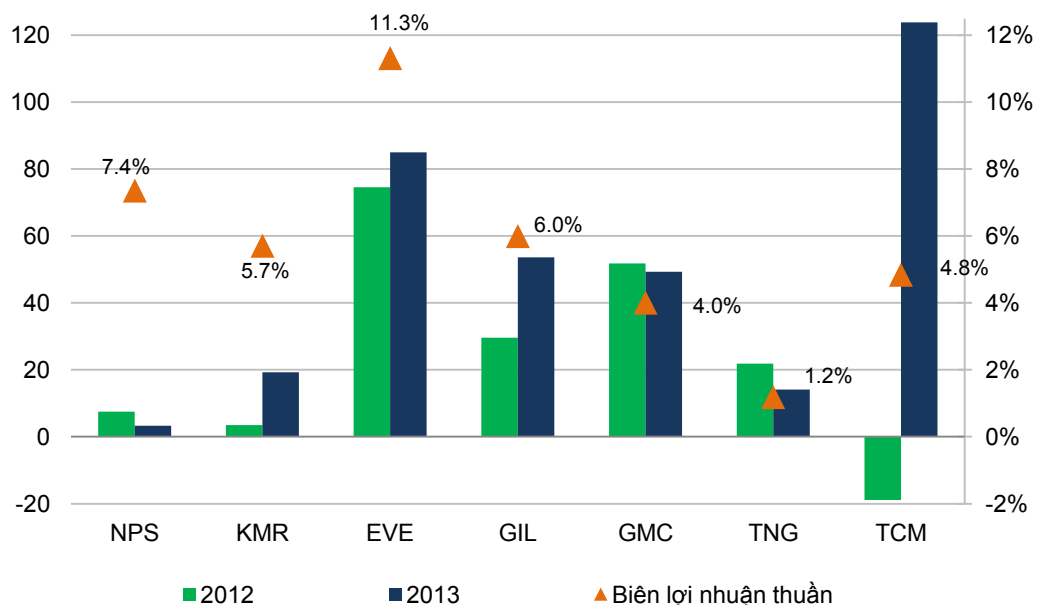
Nguồn: FPTs tổng hợp

TNG là doanh nghiệp có chi phí quản lý doanh nghiệp cao nhất. Năm 2013, mặc dù đã giảm 8,5 tỷ đồng so với cùng kỳ nhưng chi phí quản lý doanh nghiệp vẫn ở mức cao là 102,6 tỷ đồng. Tỷ lệ chi phí quản lý doanh nghiệp trên doanh thu là 8,7%; đây cũng là mức cao so với các doanh nghiệp sản xuất và gia công mặt hàng quần áo như TCM, GMC.

EVE là doanh nghiệp có tỷ lệ chi phí quản lý doanh nghiệp trên doanh thu cao nhất với 11,5%. Điều này được giải thích một phần do các cán bộ quản lý cấp cao là người nước ngoài nên mức lương của bộ phận này tương đối cao.

TCM có tỷ lệ chi phí quản lý doanh nghiệp trên doanh thu thấp với chỉ 3,9%. Điều này cho thấy hiệu quả trong quản lý và tiết kiệm chi phí của công ty.

### Lợi nhuận thuần (tỷ đồng)



*Nguồn: FPTTS tổng hợp*

Với tình hình xuất khẩu thuận lợi, lợi nhuận sau thuế của đa số doanh nghiệp trong năm 2013 tăng so với cùng kỳ.

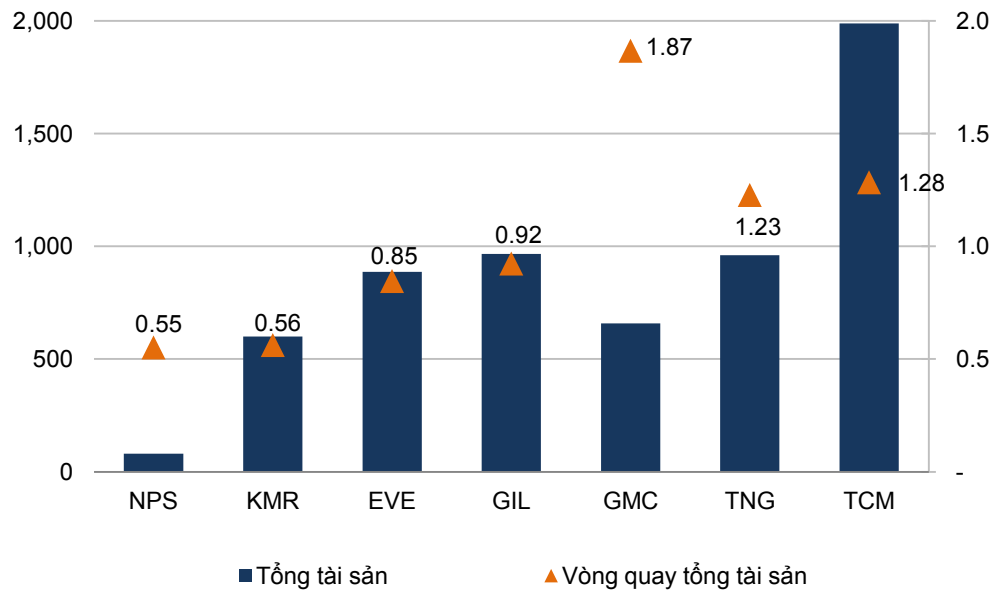
TCM là doanh nghiệp có mức tăng ấn tượng nhất; từ -19 tỷ đồng năm 2012 lên 124 tỷ đồng năm 2013 do thị trường xuất khẩu khả quan và giá bông nguyên liệu đầu vào giảm. TCM cũng là doanh nghiệp có lợi nhuận sau thuế cao nhất trong nhóm các doanh nghiệp niêm yết.

EVE là doanh nghiệp có biên lợi nhuận ròng cao nhất với 11,3% do biên lợi nhuận gộp mặt hàng chăn ga gối đệm và bông tằm cao và chi phí tài chính thấp. Năm 2013, lợi nhuận thuần công ty đạt 85 tỷ đồng, tăng 10 tỷ đồng so với cùng kỳ tương ứng với sự tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận gộp.

Lợi nhuận sau thuế GIL tăng từ 29,6 tỷ đồng năm 2012 lên 53,6 tỷ đồng năm 2013; tương ứng tốc độ tăng trưởng 81,1%. Biến động lợi nhuận chủ yếu do khoản thu nhập khác 84,5 tỷ đồng từ việc chuyển nhượng cao ốc văn phòng cho thuê tại 24C, Phan Đăng Lưu với giá trị 146 tỷ đồng.

Mặc dù lợi nhuận gộp biên cao hơn so với hầu hết các doanh nghiệp sản xuất và gia công mặt hàng quần áo nhưng TNG là doanh nghiệp có biên lợi nhuận thuần thấp nhất, chỉ đạt 1,2% trong năm 2013. Điều này chủ yếu do chi phí tài chính và chi phí quản lý doanh nghiệp của công ty cao hơn nhiều so với các doanh nghiệp cùng ngành.

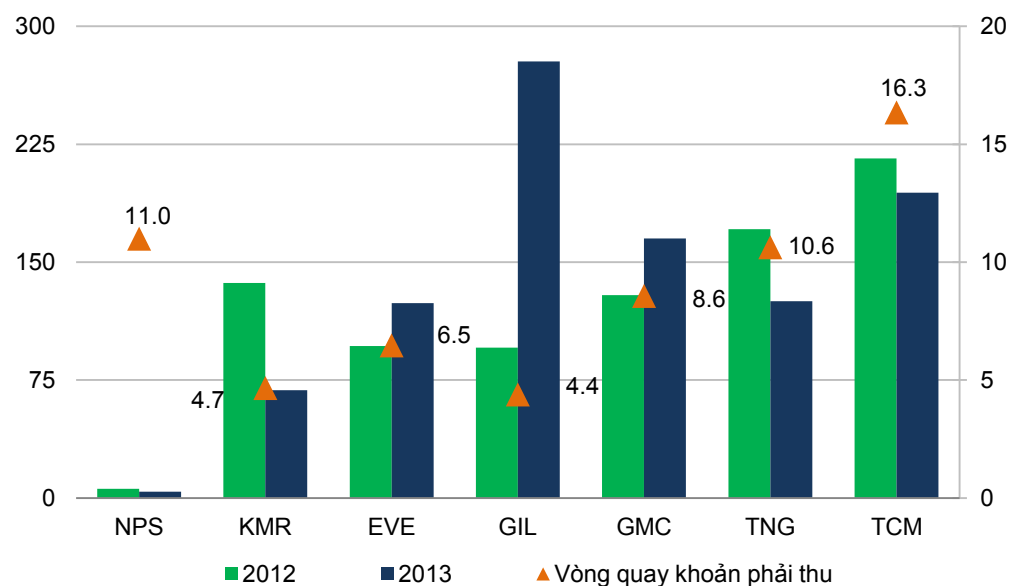


**2. TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH CÁC DOANH NGHIỆP DỆT MAY NIÊM YẾT**
**Tổng tài sản (tỷ đồng)**


Nguồn: FPTTS tổng hợp

TCM là doanh nghiệp có giá trị tổng tài sản cao nhất. Tại thời điểm 31/12/2013, giá trị tổng tài sản công ty đạt 1.989 tỷ đồng, cao hơn gấp đôi so với doanh nghiệp có giá trị tổng tài sản lớn thứ 2 là GIL với 966 tỷ đồng. Vòng quay tổng tài sản đạt 1,28; chỉ thấp hơn GMC.

GMC là doanh nghiệp có vòng quay tổng tài sản cao nhất. Năm 2013, vòng quay tổng tài sản công ty đạt 1,87; điều này thể hiện hiệu quả sử dụng tài sản của GMC. Tuy nhiên, so với các công ty khác, giá trị tài sản cố định của GMC ở mức thấp và công ty đang hoạt động ở công suất tối đa. Do đó, khi đơn hàng và quy mô tăng lên, GMC sẽ tốn khoản chi phí lớn cho đầu tư nâng cấp và mở rộng tài sản cố định.

**Giá trị khoản phải thu (tỷ đồng)**


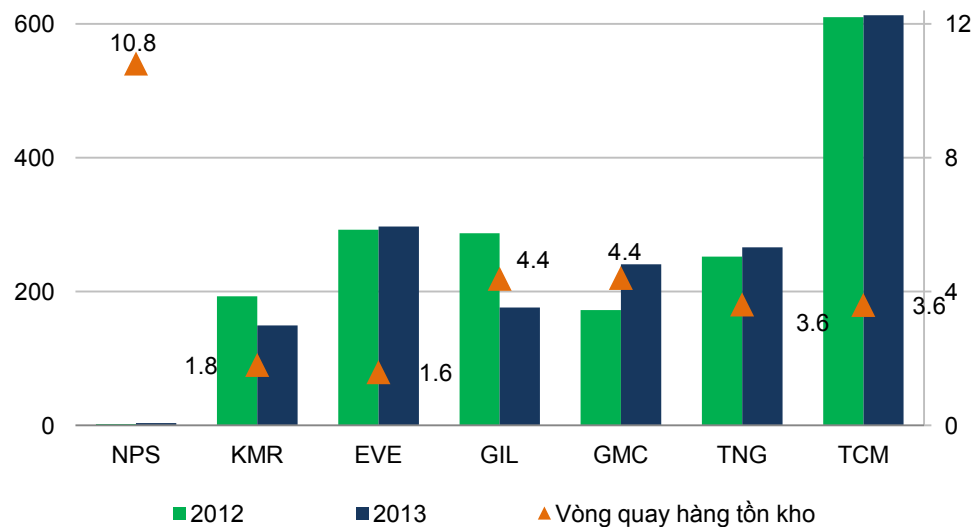
Nguồn: FPTTS tổng hợp

Giá trị khoản phải thu GIL tăng đột biến từ 96 tỷ đồng tại thời điểm 01/01/2013 lên 278 tỷ đồng tại thời điểm 31/12/2013 chủ yếu do khoản phải thu từ chuyển nhượng cao ốc văn phòng cho thuê giá trị 146 tỷ đồng.

Giá trị khoản phải thu KMR năm 2013 giảm mạnh do công ty hoàn tất việc thu hồi khoản phải thu 20,6 tỷ đồng từ công ty Mirae Fiber Tech.

TCM là doanh nghiệp có vòng quay khoản phải thu lớn nhất với 16,3 vòng; tương ứng số ngày phải thu là 23 ngày. Điều này thể hiện hiệu quả trong việc thu hồi tiền và hạn chế việc chiếm dụng vốn từ các khách hàng.

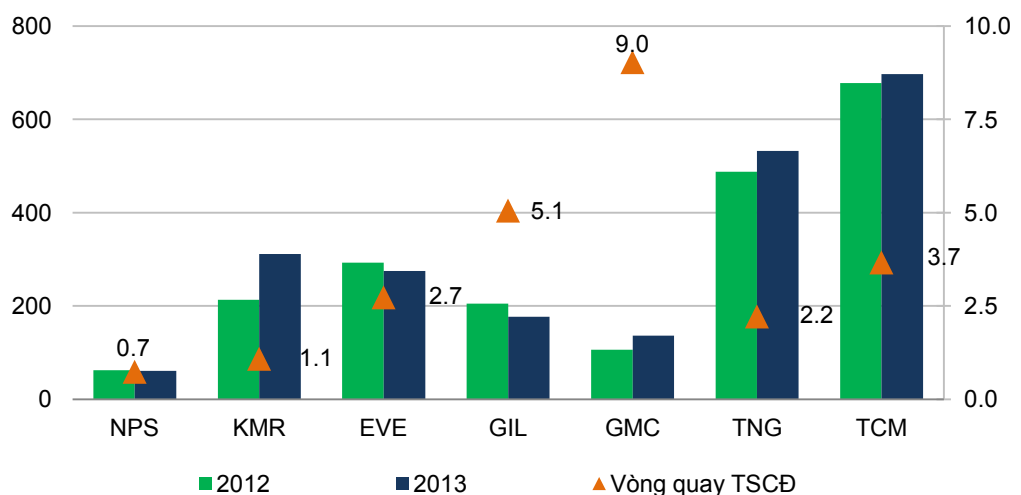
### Giá trị hàng tồn kho (tỷ đồng)



*Nguồn: FPTTS tổng hợp*

Đa số các doanh nghiệp có lượng hàng tồn kho tăng lên tại thời điểm cuối năm 2013 do tình hình các đơn hàng năm 2014 rất khả quan. TCM là doanh nghiệp có giá trị hàng tồn kho lớn nhất tương ứng với quy mô của công ty. Các doanh nghiệp sản xuất mặt hàng chăn ga gối đệm và bông tấm như EVE, KMR có vòng quay hàng tồn kho thấp hơn so với các doanh nghiệp sản xuất mặt hàng quần áo. EVE là doanh nghiệp có vòng quay hàng tồn kho thấp nhất với 1,6 vòng/năm; tương ứng số ngày tồn kho là 229 ngày.

### Giá trị tài sản cố định (tỷ đồng)



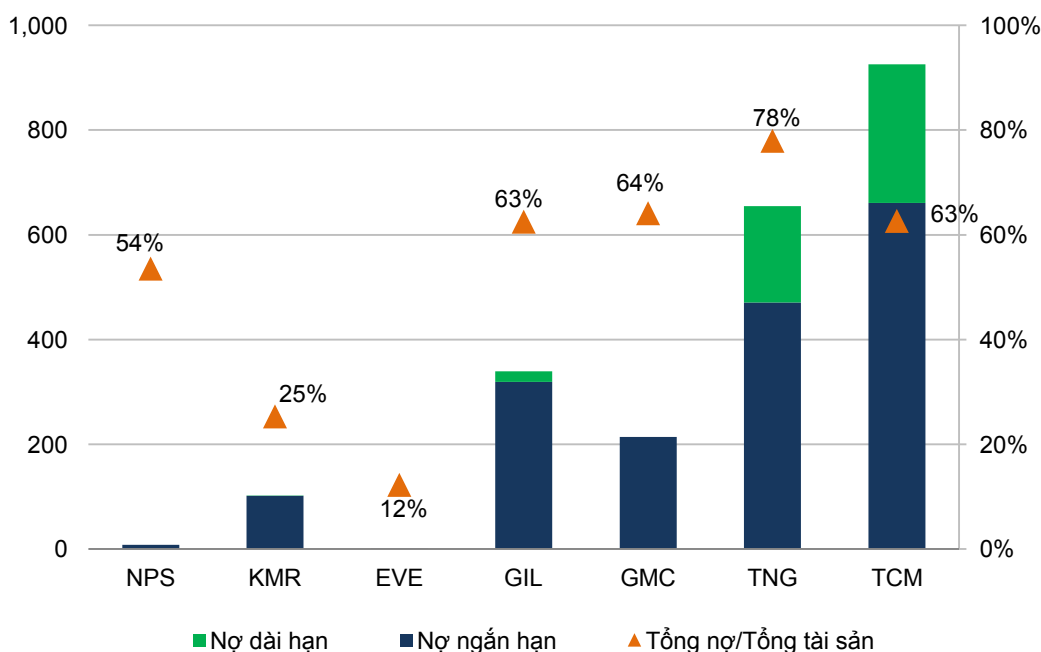
*Nguồn: FPTTS tổng hợp*

KMR là doanh nghiệp có mức tăng tài sản cố định lớn nhất trong năm 2013 với 98,2 tỷ đồng; đưa KMR trở thành doanh nghiệp có giá trị tài sản cố định lớn thứ 3, chỉ sau TNG và TCM.

GMC là doanh nghiệp có doanh thu lớn thứ 3 nhưng giá trị tài sản cố định nhỏ hơn hầu hết các doanh nghiệp khác. Do đó, vòng quay tài sản cố định của GMC đạt mức cao hơn nhiều so với các doanh nghiệp cùng ngành.

TNG là doanh nghiệp có sự đầu tư rất đáng kể vào tài sản cố định. Tốc độ tăng trưởng tài sản cố định trung bình trong giai đoạn 2008-2013 đạt 126%/năm. Tại thời điểm 31/12/2013, giá trị tài sản cố định công ty đạt 532 tỷ đồng, tăng 44 tỷ đồng so với thời điểm đầu năm.

### Cơ cấu nợ vay (tỷ đồng)

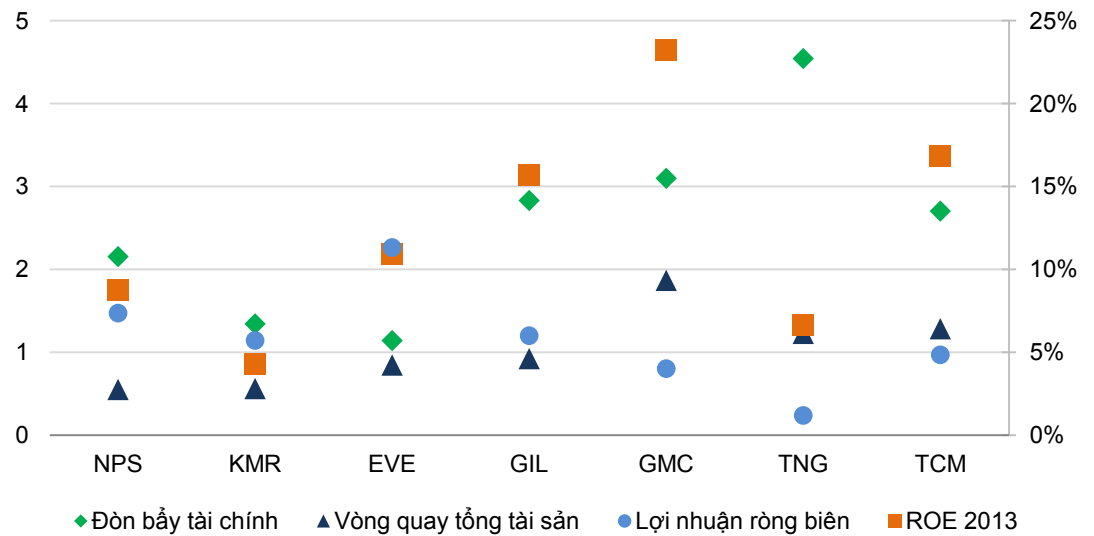


*Nguồn: FPTS tổng hợp*

TCM là doanh nghiệp có vay nợ cao nhất. Tại thời điểm 31/12/2013, vay nợ ngắn hạn và vay nợ dài hạn lần lượt là 661 tỷ đồng và 264 tỷ đồng. Hầu hết các khoản nợ của TCM đều bằng USD và lãi suất vay thấp khoảng 3,5-4%/năm.

TNG là doanh nghiệp có tỷ trọng tổng nợ trên tổng tài sản cao nhất với 77%. Do dùng đòn bẩy tài chính cao nên chi phí tài chính của TNG cũng ở mức cao so với các doanh nghiệp cùng ngành và ảnh hưởng rất lớn đến lợi nhuận của công ty.

Các doanh nghiệp sản xuất mặt hàng chăn ga gối đệm và bông tằm có tỷ lệ tổng nợ trên tổng tài sản thấp hơn nhiều so với các doanh nghiệp sản xuất quần áo. Trong đó, tổng nợ vay ngắn hạn và dài hạn của EVE tại thời điểm 31/12/2013 chỉ là 1,3 tỷ đồng.

**Phân tích Dupont**


Nguồn: FPTTS tổng hợp

Tỷ lệ ROE của các doanh nghiệp có sự khác biệt lớn do sự khác biệt ở tất cả các chỉ số đòn bẩy tài chính, vòng quay tổng tài sản và lợi nhuận ròng biên. Doanh nghiệp có tỷ lệ ROE cao nhất và thấp nhất là GMC và KMR với 23,2% và 4,3%.

ROE GMC đạt mức cao chủ yếu do công ty sử dụng đòn bẩy tài chính cao là 3,1x (chỉ thấp hơn TNG) và vòng quay tổng tài sản cũng đạt mức cao nhất là 1,87x; chủ yếu do giá trị đầu tư tài sản cố định nhỏ.

ROE TCM đạt 16,8% và chỉ thấp hơn GMC. Đòn bẩy tài chính và biên lợi nhuận ròng đạt mức trung bình của ngành nhưng vòng quay tổng tài sản cao giúp TCM đạt mức ROE cao thứ 2 trong các doanh nghiệp niêm yết.

TNG mặc dù sử dụng đòn bẩy tài chính cao nhất với 4,54x nhưng lợi nhuận ròng biên chỉ đạt 1,2% nên ROE chỉ đạt 6,6%; đây là mức thấp so với các doanh nghiệp khác.

EVE mặc dù đạt biên lợi nhuận ròng cao nhất với 11,3% nhưng do sử dụng đòn bẩy tài chính thấp với chỉ 1,14x nên ROE đạt 10,9%; mức trung bình so với các doanh nghiệp khác.

Các chỉ số về đòn bẩy tài chính và vòng quay tổng tài sản của KMR đều rất thấp; lần lượt là 1,34x và 0,56x khiến ROE đạt mức thấp nhất là 4,3%.

**Dòng tiền hoạt động (triệu đồng)**

Dòng tiền	NPS		KMR		EVE		GIL		GMC		TNG		TCM	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
SXKD	-2,8	2,2	50,3	65,3	187	61,7	-137,2	-52	21,1	4,3	-65,8	123,6	100,9	181,3
Đầu tư	-0,9	-0,6	-40	-41,3	-157	-52,9	-28,3	122,4	-31,3	-54,8	-90,5	-96,4	-23,6	-66,8
Tài chính	-3,1		-4,6	-13,2	-42,1	-64,8	101,8	-169,2	23,8	72,2	110	-28,6	-81,2	-87,1
L/chuyển tiền thuần	-6,8	1,6	5,8	10,9	-56	-12,1	-63,7	-98,8	13,6	21,9	-46,2	-1,4	-3,8	27,5
Tiền mặt cuối kỳ	2,2	3,9	9,1	20,4	107,3	51,4	202,8	103,9	30,7	52,4	13,6	12,2	90,6	118,1

Đa số các công ty có dòng tiền từ hoạt động kinh doanh cải thiện trong năm 2013. Trong đó, TNG là doanh nghiệp có mức tăng ấn tượng nhất từ -65,8 tỷ đồng năm 2012 lên 123,6 tỷ đồng năm 2013 chủ yếu do công ty đã thực hiện thu hồi các khoản phải thu từ khách hàng. TCM tăng 80,4 tỷ đồng do kết quả lợi nhuận trước thuế chuyển từ -24,4 tỷ đồng năm 2012 sang lãi 134,5 tỷ đồng năm 2013. EVE là doanh nghiệp có mức giảm dòng tiền từ hoạt động kinh doanh đáng kể nhất chủ yếu do giá trị hàng tồn kho và các khoản phải thu tăng trong năm 2013.

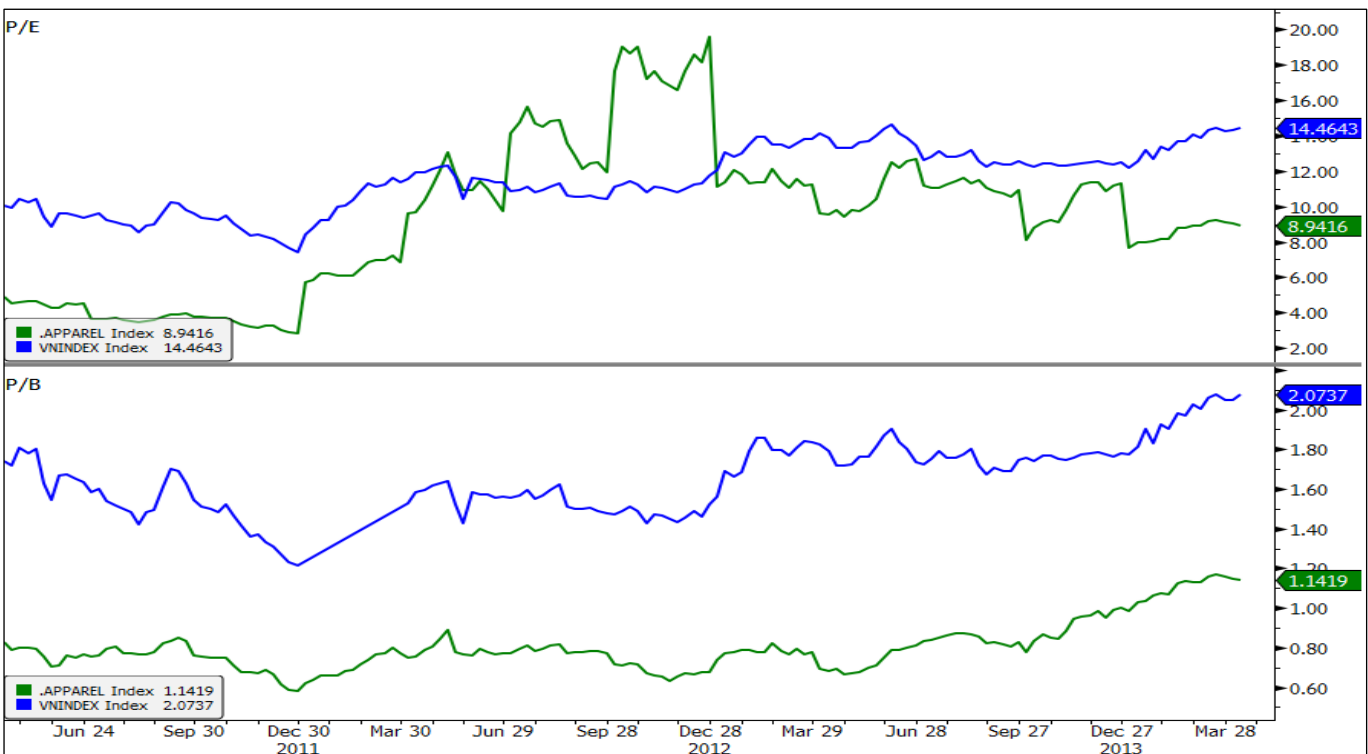
TNG là doanh nghiệp có dòng tiền chi vào hoạt động đầu tư lớn nhất trong năm 2013 với 96,4 tỷ đồng. Trong đó, công ty đã dùng 109,7 tỷ đồng chi để mua sắm, xây dựng tài sản cố định. Năm 2013, GIL là công ty duy nhất có dòng tiền từ hoạt động đầu tư dương với 122,4 tỷ đồng; chủ yếu từ khoản thu hồi các công cụ nợ của đơn vị khác. TCM cũng có sự đầu tư đáng kể vào việc chi mua sắm, xây dựng tài sản cố định năm 2013 với 68,8 tỷ đồng.

Dòng tiền từ hoạt động tài chính GIL năm 2013 là -169,2 tỷ đồng; chủ yếu do công ty trả nợ gốc vay. Trong khi đó, GMC tiếp tục có dòng tiền hoạt động tài chính dương do vay 75,8 tỷ đồng năm 2013.

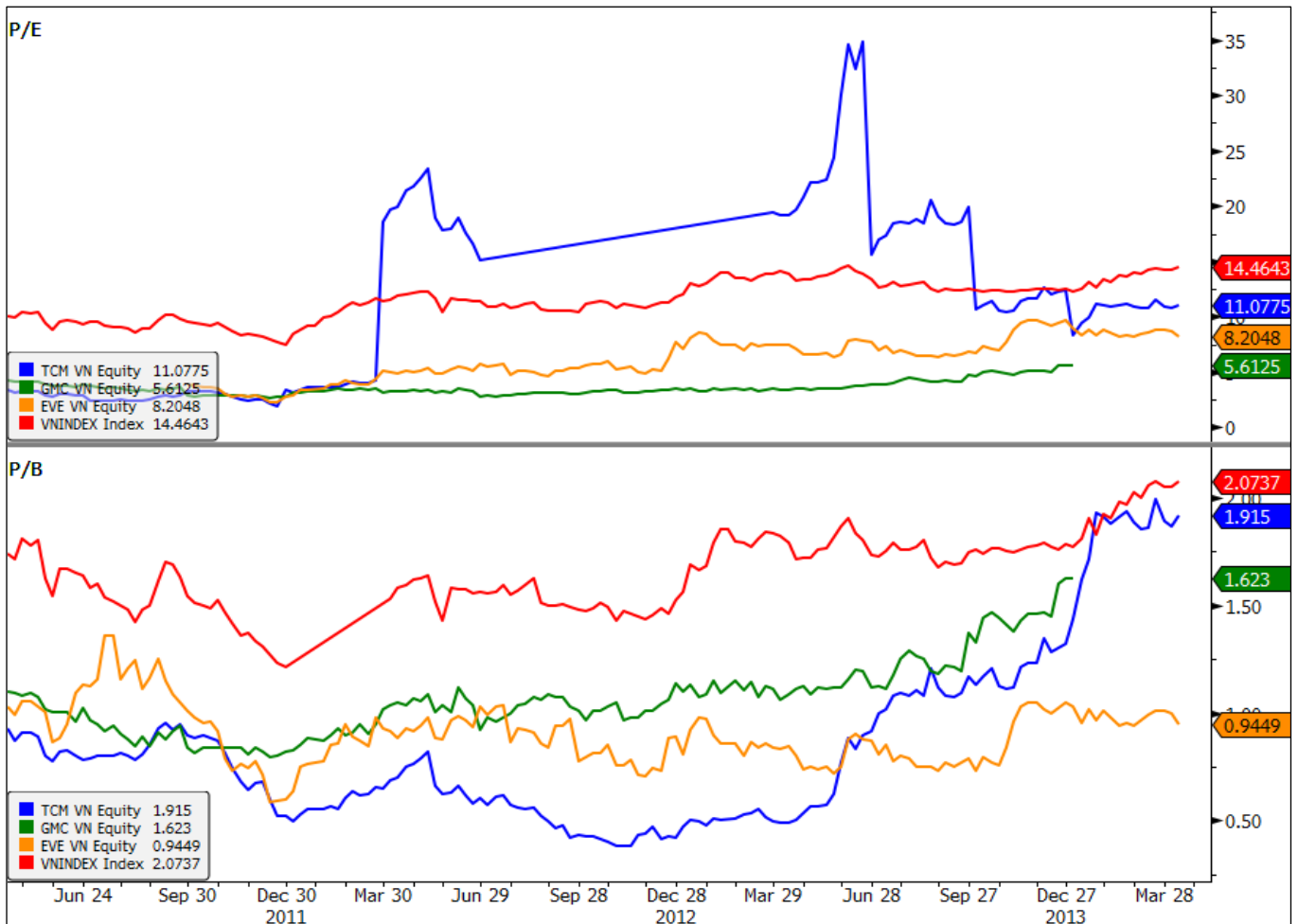
Tại thời điểm 31/12/2013, TCM là doanh nghiệp có giá trị tiền và tương đương tiền lớn nhất với 118,1 tỷ đồng, chiếm 5,9% tổng tài sản công ty. GIL là doanh nghiệp có tỷ lệ tiền mặt trên tổng tài sản và trên doanh thu thuần lớn nhất với 10,8% và 11,6%. TNG là công ty có doanh thu lớn thứ 2 nhưng lượng tiền mặt rất thấp với chỉ 12,2 tỷ đồng. Tỷ lệ tiền và tương đương tiền trên tổng tài sản và trên doanh thu cũng rất thấp với 1,3% và 1%. Đây là những dấu hiệu rủi ro cho thanh khoản và nhu cầu vốn lưu động của hoạt động sản xuất, kinh doanh.

### 3. KHUYẾN NGHỊ CÁC DOANH NGHIỆP DỆT MAY NIÊM YẾT TIÊU BIỂU

#### P/E, P/B ngành dệt may và VNIndex



Nguồn: Bloomberg

**P/E, P/B TCM, GMC, EVE và VNIndex**


Nguồn: Bloomberg

Cổ phiếu	Giá	Vốn hóa (tỷ đồng)	Tỷ suất cổ tức (%)		EPS (VND/cp)		PER		Khuyến nghị	Giá 2014
			2013	2014E	2013	2014E	2013	2014E		
TCM	29.000	1.438	4,87%	4,92%	2.515	3.218	8,2x	9,5x	Nắm giữ	30.500
GMC	32.600	349	7,04%	6,25%	5.361	5.670	5,6x	7,1x	Mua	40.000
EVE	27.500	756	5,56%	4,52%	3.227	3.377	9x	9,8x	Mua	33.200

**TCM - Năm giữ, giá mục tiêu 30.500 VND**

Năm 2014, dự báo thận trọng doanh thu đạt 2.810 tỷ đồng; lợi nhuận sau thuế đạt 158 tỷ đồng, tương ứng EPS forward 2014 là 3.218 VND/cổ phiếu. Chúng tôi đánh giá khả quan và khuyến nghị nhà đầu tư **NĂM GIỮ** cổ phiếu TCM trong trung và dài hạn với giá mục tiêu 30.500 VND nhờ những yếu tố hỗ trợ chính sau:

- Giá bông năm 2014 được dự báo sẽ giảm (do Chính phủ Trung Quốc giảm dự trữ bông) giúp tăng biên lợi nhuận gộp công ty.
- Kỳ vọng từ chính sách mở room khối ngoại FOL do hiện tại nhà đầu tư nước ngoài đang nắm giữ 49% số lượng cổ phiếu lưu hành.

- Kỳ vọng hưởng lợi từ việc giảm thuế suất vào thị trường Hoa Kỳ về 0% khi Hiệp định TPP có hiệu lực.
- Kế hoạch tham vọng về doanh thu và lợi nhuận sau thuế năm 2014 lần lượt là 2.823 tỷ đồng và 164,4 tỷ đồng dựa trên tình hình khả quan về các đơn hàng.
- Kết quả kinh doanh Q1/2014 khả quan với 37 tỷ đồng lợi nhuận sau thuế, tăng 64% so với cùng kỳ; hoàn thành 22,5% kế hoạch năm.
- Triển khai kế hoạch đầu tư mở rộng nhà máy tại tỉnh Vĩnh Long giai đoạn 2014-2017 với tổng vốn đầu tư 30 triệu USD. Nhà máy mới sẽ góp phần tăng công suất sản xuất, đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng và giảm chi phí cho công ty.

#### **GMC - Mua, giá mục tiêu 40.000 VND**

GMC là công ty có hoạt động ổn định và ít rủi ro do tập trung vào năng lực cốt lõi là hoạt động dệt may. Doanh thu tăng đều trong giai đoạn 2009-2013 với CAGR đạt 34,5%. Dự báo thận trọng lợi nhuận sau thuế năm 2014 đạt 60 tỷ đồng, tương ứng EPS forward 2014 là 5.670 VND/cổ phiếu. Năm 2014, tình hình hoạt động kinh doanh của công ty được đánh giá sẽ tiếp tục khả quan nhờ những yếu tố hỗ trợ sau:

- Nhu cầu gia tăng, hiện tại các nhà máy của GMC đang hoạt động ở công suất tối đa.
- Đã có đầy đơn hàng cho năm 2014.
- Bắt đầu chuyển dần sang hình thức ODM với giá trị gia tăng cao hơn FOB. Năm 2014, công ty đã có những đơn hàng ODM đầu tiên với giá trị 2 triệu USD.
- FTA EU-Việt Nam kỳ vọng ký kết năm 2014 và có hiệu lực vào năm 2015 sẽ giúp giảm thuế suất vào thị trường này về 0%. EU là thị trường xuất khẩu chính của công ty; chiếm 53% tổng doanh thu xuất khẩu.

#### **EVE – Mua, giá mục tiêu 33.200 VND**

EVE là công ty sản xuất và kinh doanh sản phẩm chăn ga gối đệm và bông tằm lớn nhất Việt Nam, đạt tốc độ tăng trưởng doanh thu trung bình 19.3%/năm trong giai đoạn 2008-2013 và rủi ro tài chính thấp do công ty hầu như không vay nợ. Năm 2014, dự báo doanh thu và lợi nhuận sau thuế lần lượt đạt 924 tỷ đồng và 93 tỷ đồng. Tôi đánh giá khả quan đối với cổ phiếu EVE và khuyến nghị MUA với giá mục tiêu 33.200 VND nhờ những yếu tố hỗ trợ sau:

- Tiếp tục tận dụng thế mạnh về thương hiệu và kênh phân phối để đạt mục tiêu về doanh thu.
- Các dòng sản phẩm mới như sản phẩm nội thất mang thương hiệu Everon Furniture, đệm lò xo cao cấp, khăn nhập khẩu từ Hàn Quốc,...được kỳ vọng sẽ mang lại 21 tỷ đồng doanh thu trong năm 2014.
- Kỳ vọng hưởng lợi gián tiếp từ Hiệp định TPP khi nhu cầu về bông tằm tăng lên.
- Kỳ vọng từ chính sách mở room khối ngoại FOL do hiện tại nhà đầu tư nước ngoài đang nắm giữ 49% số lượng cổ phiếu lưu hành.

**4. CÁC DOANH NGHIỆP DỆT MAY CHƯA NIÊM YẾT TIÊU BIỂU**

Chỉ Tiêu	Việt Tiến	Phong Phú	Nhà Bè	Hòa Thọ	Việt Thắng	Sợi Thế Kỳ	Dệt may Huế	May Đồng Nai	Dệt gia dụng Phong Phú
<b>Doanh thu Thuần</b>	<b>4,831</b>	<b>4,295</b>	<b>2,802</b>	<b>2,454</b>	<b>1,510</b>	<b>1,453</b>	<b>1,306</b>	<b>983</b>	<b>849</b>
Giá vốn hàng bán	4,159	3,720	2,291	2,217	1,356	1,276	1,152	899	708
<b>Lãi gộp</b>	<b>672</b>	<b>575</b>	<b>511</b>	<b>237</b>	<b>154</b>	<b>177</b>	<b>154</b>	<b>84</b>	<b>142</b>
Thu nhập tài chính	29	48	27	9	7	7	5	16	5
Chi phí tài chính	18	217	63	34	17	21	22	12	20
<i>Trong đó: Chi phí lãi vay</i>	<i>8</i>	<i>178</i>	<i>-</i>	<i>23</i>	<i>5</i>	<i>14</i>	<i>-</i>	<i>7</i>	<i>13</i>
Chi phí bán hàng	226	101	200	71	7	34	42	19	39
Chi phí quản lý DN	210	194	193	86	40	34	54	39	42
<b>Lãi/(lỗ) từ hoạt động kinh</b>	<b>247</b>	<b>110</b>	<b>82</b>	<b>56</b>	<b>123</b>	<b>95</b>	<b>40</b>	<b>31</b>	<b>46</b>
Lãi/(lỗ) công ty liên doanh, liên	53	171	16	(3)	-	-	-	2	-
Thu nhập/(Chi phí khác)	11	(0)	13	1	2	(0)	1	6	(5)
<b>Lãi/(lỗ) ròng trước thuế</b>	<b>312</b>	<b>281</b>	<b>12</b>	<b>53</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>41</b>	<b>39</b>	<b>41</b>
Thuế TNDN - Hiện thời	64	38	25	5	22	21	10	12	11
Thuế TNDN - Hoãn lại	-	(2)	(2)	-	-	(0)	-	(3)	-
<b>Lãi/(lỗ) ròng sau thuế</b>	<b>248</b>	<b>245</b>	<b>88</b>	<b>48</b>	<b>77</b>	<b>74</b>	<b>31</b>	<b>30</b>	<b>30</b>
Lợi ích cổ đông thiểu số	11	18	13	2	-	-	-	(0)	-
<b>Lãi/(lỗ) cổ đông công ty mẹ</b>	<b>237</b>	<b>227</b>	<b>76</b>	<b>46</b>	<b>77</b>	<b>74</b>	<b>31</b>	<b>30</b>	<b>30</b>
<b>Doanh thu thuần</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Giá vốn hàng bán	86.1%	86.6%	81.8%	90.3%	89.8%	87.8%	88.2%	91.4%	83.3%
<b>Lãi gộp</b>	<b>10.2%</b>	<b>13.4%</b>	<b>18.2%</b>	<b>9.7%</b>	<b>10.2%</b>	<b>12.2%</b>	<b>11.8%</b>	<b>8.6%</b>	<b>16.7%</b>
Thu nhập tài chính	0.5%	1.1%	0.9%	0.4%	0.5%	0.5%	0.4%	1.6%	0.6%
Chi phí tài chính	1.1%	5.0%	2.3%	1.4%	1.1%	1.4%	1.7%	1.2%	2.4%
<i>Trong đó: Chi phí lãi vay</i>	<i>0.3%</i>	<i>4.2%</i>	<i>0.0%</i>	<i>0.9%</i>	<i>0.3%</i>	<i>1.0%</i>	<i>0.0%</i>	<i>0.7%</i>	<i>1.5%</i>
Chi phí bán hàng	0.5%	2.4%	7.1%	2.9%	0.5%	2.4%	3.2%	1.9%	4.6%
Chi phí quản lý doanh nghiệp	2.6%	4.5%	6.9%	3.5%	2.6%	2.3%	4.2%	4.0%	5.0%
Lãi/(lỗ) từ hoạt động kinh doanh	8.1%	2.6%	2.9%	2.3%	8.1%	6.6%	3.1%	3.1%	5.4%
Lãi/(lỗ) công ty liên doanh, liên	0.0%	4.0%	0.6%	-0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%
Thu nhập/(Chi phí khác)	0.1%	0.0%	0.5%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.7%	-0.6%
<b>Lãi/(lỗ) ròng trước thuế</b>	<b>6.6%</b>	<b>6.5%</b>	<b>0.4%</b>	<b>2.2%</b>	<b>6.6%</b>	<b>6.6%</b>	<b>3.1%</b>	<b>4.0%</b>	<b>4.8%</b>
Thuế TNDN - Hiện thời	1.5%	0.9%	0.9%	0.2%	1.5%	1.4%	0.7%	1.3%	1.3%
Thuế TNDN - Hoãn lại	0.0%	0.0%	-0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	-0.3%	0.0%
<b>Lãi/(lỗ) ròng sau thuế</b>	<b>5.1%</b>	<b>5.7%</b>	<b>3.1%</b>	<b>2.0%</b>	<b>5.1%</b>	<b>5.1%</b>	<b>2.4%</b>	<b>3.0%</b>	<b>3.5%</b>
Lợi ích cổ đông thiểu số	0.0%	0.4%	0.4%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
<b>Lãi/(lỗ) thuần cổ đông công ty</b>	<b>5.1%</b>	<b>5.3%</b>	<b>2.7%</b>	<b>1.9%</b>	<b>5.1%</b>	<b>5.1%</b>	<b>2.4%</b>	<b>3.0%</b>	<b>3.5%</b>
ROA	10.1%	5.4%	4.7%	5.0%	9.8%	7.3%	6.1%	6.5%	6.3%
ROE	37.0%	20.7%	34.2%	20.2%	17.9%	14.8%	28.2%	28.7%	21.3%
EPS	8,468	3,459	4,149	3,072	3,873	2,359	6,176	5,006	3,765



Chỉ Tiêu	Việt Tiến	Phong Phú	Nhà Bè	Hòa Thọ	Việt Thắng	Sợi Thế Kỳ	Dệt may Huế	May Đồng Nai	Dệt gia dụng Phong Phú
<b>Tài sản ngắn hạn</b>	<b>1,899</b>	<b>2,296</b>	<b>1,271</b>	<b>558</b>	<b>489</b>	<b>404</b>	<b>314</b>	<b>293</b>	<b>353</b>
Tiền và tương đương tiền	324	76	171	19	49	76	26	88	12
Các khoản phải thu	788	973	452	188	174	103	153	102	143
Hàng tồn kho ròng	510	829	598	325	232	210	125	97	149
<b>Tài sản dài hạn</b>	<b>557</b>	<b>2,240</b>	<b>606</b>	<b>417</b>	<b>302</b>	<b>621</b>	<b>196</b>	<b>161</b>	<b>124</b>
Tài sản cố định	271	1,213	396	385	210	578	175	125	94
<b>Tổng tài sản</b>	<b>2,457</b>	<b>4,536</b>	<b>1,877</b>	<b>975</b>	<b>791</b>	<b>1,025</b>	<b>510</b>	<b>454</b>	<b>478</b>
<b>Nợ phải trả</b>	<b>1,732</b>	<b>3,090</b>	<b>1,548</b>	<b>718</b>	<b>358</b>	<b>522</b>	<b>400</b>	<b>344</b>	<b>336</b>
<b>Nợ ngắn hạn</b>	<b>1,553</b>	<b>2,123</b>	<b>1,489</b>	<b>563</b>	<b>358</b>	<b>306</b>	<b>306</b>	<b>332</b>	<b>313</b>
Vay ngắn hạn	114	1,510	932	362	186	71	163	177	195
<b>Nợ dài hạn</b>	<b>178</b>	<b>966</b>	<b>59</b>	<b>155</b>	<b>-</b>	<b>216</b>	<b>94</b>	<b>12</b>	<b>23</b>
Vay dài hạn	146	932	54	155	-	216	94	12	23
<b>Vốn chủ sở hữu</b>	<b>670</b>	<b>1,183</b>	<b>257</b>	<b>239</b>	<b>434</b>	<b>503</b>	<b>110</b>	<b>103</b>	<b>141</b>
Vốn chủ sở hữu	280	656	182	150	200	315	50	60	80
Lãi chưa phân phối	142	279	37	45	178	198	35	10	17
<b>Tổng nguồn vốn</b>	<b>2,457</b>	<b>4,536</b>	<b>1,877</b>	<b>975</b>	<b>791</b>	<b>1,025</b>	<b>510</b>	<b>454</b>	<b>478</b>
Tài sản ngắn hạn/Tổng tài sản	77%	51%	68%	57%	62%	39%	62%	64%	74%
Tài sản dài hạn/Tổng tài sản	23%	49%	32%	43%	38%	61%	38%	36%	26%
Tổng nợ/tổng tài sản	70%	68%	82%	74%	45%	51%	78%	76%	70%
Vốn chủ sở hữu/tổng tài sản	27%	26%	14%	24%	55%	49%	22%	23%	30%
Nợ ngắn hạn/tổng nợ	90%	69%	96%	78%	100%	59%	76%	96%	93%
Tổng tài sản/doanh thu	51%	106%	67%	40%	52%	71%	39%	46%	56%
Vốn CSH/doanh thu	14%	28%	9%	10%	29%	35%	8%	10%	17%
Nợ phải trả/Vốn CSH	259%	261%	602%	301%	82%	104%	365%	334%	238%
Nợ vay/Vốn CSH	39%	207%	383%	217%	43%	57%	235%	184%	154%
Vòng quay tổng tài sản	2.0	0.9	1.5	2.5	1.9	1.4	2.6	2.2	1.8
Vòng quay hàng tồn kho (ngày)	45	81	95	53	62	60	40	39	77
Vòng quay khoản phải thu (ngày)	44	64	51	27	36	24	41	32	57
Thanh toán hiện hành	1.2	1.1	0.9	1.0	1.4	1.3	1.0	0.9	1.1
Thanh toán nhanh	0.9	0.7	0.5	0.4	0.7	0.6	0.6	0.6	0.6

**PHỤ LỤC**
**Thị trường và kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam 2013**

<b>Thị trường</b>	<b>2013 (triệu USD)</b>	<b>So 2012 (%)</b>	<b>Tỷ trọng XK (%)</b>
USA	8,612	15.46	47.98
EU	2,729	11.82	15.21
<i>Germany</i>	652	16.74	3.63
<i>Spain</i>	535	30.66	2.98
<i>England</i>	471	4.36	2.63
<i>Netherlands</i>	254	2.97	1.41
<i>France</i>	179	2.56	1.00
<i>Belgium</i>	158	6.55	0.88
<i>Italia</i>	151	9.60	0.84
<i>Denmark</i>	91	-20.09	0.51
<i>Sweden</i>	73	38.87	0.40
<i>Poland</i>	33	50.64	0.18
<i>Czech Rep.</i>	27	-18.29	0.15
<i>Austria</i>	27	-2.64	0.15
<i>Slovakia</i>	13	-7.14	0.07
<i>Finland</i>	12	62.19	0.07
<i>Hungary</i>	9	41.41	0.05
<i>Greece</i>	8	-3.23	0.05
Japan	2,383	20.66	13.27
Korea	1,641	53.49	9.14
ASEAN	420	21.27	2.34
<i>Cambodia</i>	141	30.37	0.78
<i>Inodnesia</i>	89	15.79	0.49
<i>Malaysia</i>	52	18.67	0.29
<i>Thailand</i>	46	-1.09	0.26
<i>Singapore</i>	41	22.86	0.23
<i>Philippines</i>	31	20.12	0.17
<i>Myanmar</i>	13	133.16	0.07
<i>Laos</i>	8	11.26	0.04
Canada	391	24.21	2.18
China	355	43.67	1.98
Taiwan	201	-12.42	1.12
Hongkong	136	31.12	0.76
Russia	134	9.72	0.75

Nguồn: VITAS

**Chủng loại và kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may Việt Nam 2013**

<b>Chủng loại</b>	<b>2013 (triệu USD)</b>	<b>So 2012 (%)</b>	<b>Tỷ trọng XK (%)</b>
Áo jacket	3,877	19.61	21.60
Áo thun	3,758	23.73	20.94
Quần	3,011	25.78	16.78
Áo sơ mi	1,016	14.62	5.66
Váy	988	12.45	5.50

Quần áo trẻ em	890	29.53	4.96
Đồ lót	664	14.63	3.70
Vải	658	-0.94	3.67
Quần short	645	33.57	3.59
Áo	604	7.04	3.36
Màn	218	118.00	1.21
Quần áo vest	197	8.25	1.10
Găng tay	182	6.57	1.01
Quần áo BHLĐ	173	-3.57	0.96
Khăn bông	155	8.91	0.86
Quần áo ngủ	134	6.24	0.75
Quần áo bơi	121	23.07	0.67
Hàng may mặc	112	-23.30	0.63
Áo len	102	27.93	0.57
Áo kimono	86	-2.08	0.48
Quần jean	67	-41.21	0.37
Áo ghile	55	50.28	0.31
Bít tất	36	19.44	0.20
PL may	35	-7.45	0.19
Áo đạo hồi	34	78.67	0.19
Áo y tế	29	-13.15	0.16
Khăn lông	22	23.86	0.12
Quần áo mưa	22	7.67	0.12
Áo nỉ	13	-16.70	0.07
Khăn	11	25.65	0.06
Tạp dề	9	24.69	0.05
Áo lễ hội	8	-12.17	0.05
Caravat	5	-6.26	0.03
Áo gió	5	-12.16	0.03
Áo HQ	3	-1.04	0.02
Khăn bàn	2	13.47	0.01

Nguồn: VITAS

### Một số doanh nghiệp xuất khẩu điển hình năm 2013

Doanh nghiệp	2013 (triệu USD)	So 2012 (%)	Tỷ trọng (%)
Tổng Công Ty Cổ Phần May Việt Tiến	334	23.7	18.4%
Công ty TNHH May Tinh Lợi	267	47.69	14.7%
Công ty TNHH Hansae Việt Nam	227	-3.64	12.5%
Công ty TNHH HANESBRANDS Việt Nam, CN Huế	209	11.6	11.5%
Công Ty TNHH EINS VINA	197	5.73	10.8%
Công Ty TNHH SAKURAI Việt Nam	182	42.37	10.0%
Tổng Công Ty May 10 – CTCP	173	4.99	9.5%
CTCP Dệt 10/10	168	95.82	9.3%
Công Ty TNHH HANSAE T N	152	31.58	8.4%
Tổng công ty Đức Giang – CTCP	148	20.32	8.1%

Công ty TNHH HANSOLL VINA (HSV.)	147	-22.23	8.1%
Công Ty Cổ Phần May Sông Hồng	131	21.14	7.2%
Công Ty Cổ Phần Quốc Tế Phong Phú	125	25.15	6.9%
Công Ty TNHH POONG IN VINA	122	2.57	6.7%
Công ty TNHH May mặc Quảng Việt	117	-4.02	6.4%
Công ty TNHH Quốc tế Chutex	116	9.2	6.4%
Công ty TNHH HAI VINA	115	23.33	6.3%
Công ty TNHH PANKO VINA	113	64.73	6.2%
Công ty TNHH SHINSUNG Việt Nam	109	2.2	6.0%
Công ty TNHH Dệt may Hoa Sen	108	37.06	5.9%
Công ty CP May và Dịch vụ Hưng Long	108	53.12	5.9%
Công ty TNHH YOUNGONE Nam Định	106	11.29	5.8%
Tổng CTCP Dệt May Hòa Thọ	106	27.67	5.8%
Công ty TNHH Dệt May Eclat Việt Nam	104	53.9	5.7%
Công ty TNHH Liên doanh Vĩnh Hưng	103	22	5.7%
Công ty TNHH YAKJIN Việt Nam	101	15.75	5.6%
Công ty TNHH Nam Yang Sông Mây	97	34.04	5.3%
Công ty cổ phần May Sài Gòn 3	92	0.83	5.1%
Công ty TNHH VINA KOREA	91	1.25	5.1%
Công ty TNHH Hanesbrands Việt Nam	90	31.66	5.0%
Công ty TNHH Unico Global VN	86	56.85	4.7%
Công ty TNHH Esquel Garment Manufacturing (Việt Nam)	85	18.02	4.7%
Công ty CP May Bắc Giang	84	22.43	4.6%
Công ty TNHH KL Texwell Vina	83	16.45	4.6%
Công ty TNHH ESPRINTA (Việt Nam)	82	12.89	4.5%
Công ty TNHH Fashion Garments 2	80	24.51	4.4%

Nguồn: VITAS

### Doanh nghiệp dệt may tiêu biểu năm 2013

#### A. DOANH NGHIỆP TIÊU BIỂU NHẤT

1	Ngành may	Tổng Công ty CP May Việt Tiến
2	Ngành dệt	Công ty TNHH MTV Dệt kim Đồng Xuân

#### B. TOP 10 DOANH NGHIỆP TIÊU BIỂU TOÀN DIỆN - NGÀNH MAY

1	Tổng Công ty CP May Việt Tiến	Doanh nghiệp tiêu biểu nhất ngành May năm 2013, doanh nghiệp tiêu biểu nhất ngành dệt may 10 năm liền 2004-2013
2	Tổng Công ty May Nhà Bè - CTCP	
3	Tổng Công ty May 10 - CTCP	
4	Công ty CP Đồng Tiến	T
5	CTCP- Tổng Công ty May Đồng Nai	
6	Công ty CP May Tiền Tiến	toàn diện

7	Tổng Công ty CP Dệt May Hoà Thọ
8	Công ty CP May Sông Hồng
9	Công ty CP Quốc tế Phong Phú
10	Công ty CP Đầu tư và TM TNG

**C. TOP 5 DOANH NGHIỆP TIÊU BIỂU TOÀN DIỆN - NGÀNH DỆT**

1	Công ty TNHH MTV Dệt kim Đông Xuân	
2	Công ty CP Dệt gia dụng Phong Phú	
3	Công ty TNHH MTV Tổng Công ty 28	ệ
4	Công ty CP Dệt May - Đầu tư Thương mại Thành Công	
5	Công ty CP Dệt May Huế	

Nguồn: VITAS

**Sản lượng bông Việt Nam (mùa vụ 2010/11 - mùa vụ 2013/14)**

Chỉ Tiêu	2011/12	2012/13	2012/13 so với 2011/12 (%)	2013/14 dự báo
Diện tích trồng bông (nghìn ha)	10,6	9,84	-7,0	9,84
Năng suất (tấn/ha)	1,34	1,28	-4,5	1,28
Sản lượng hạt bông (nghìn tấn)	14,2	12,58	-11,4	12,58
Tốc độ tăng trưởng (%)	36,5	36,5		36,5
Sản lượng bông sợi (TMT)	5,18	4,59	-11,4	4,59
Sản lượng (nghìn kiện, 218kg/kiện)	24	21	-11,4	21

Nguồn: Bộ NN & PTNT, Tổng cục Thống kê Việt Nam, Dự báo của USDA

**Dữ liệu tổng hợp về sản lượng, cung cầu bông tại Việt Nam**

Chỉ Tiêu	2011/2012 (thời điểm bắt đầu 08/2011)		2012/2013 (thời điểm bắt đầu 08/2012)		2013/2014 (thời điểm bắt đầu 08/2013)
	Số liệu USDA	Số liệu điều chỉnh	Số liệu USDA	Số liệu điều chỉnh	Số liệu điều chỉnh
Diện tích gieo trồng (nghìn ha)	0	11	0	10	10
Diện tích thu hoạch (nghìn ha)	10	11	10	10	10
Số lượng dự trữ ban đầu (nghìn kiện)	341	341	339	309	388
Sản lượng (nghìn kiện)	23	24	23	21	21
Nhập khẩu (nghìn kiện)	1.625	1.624	2.150	1.858	1.914
Nhập khẩu từ Hoa Kỳ (nghìn kiện)	0	521	0		
Tổng cung (nghìn kiện)	1.989	1.989	2.512	2.188	2.323
Xuất khẩu (nghìn kiện)	0	0	0	0	0
Sử dụng (nghìn kiện)	1.650	1.680	2.100	1.800	1.908
Tổng tiêu thụ trong nước (nghìn kiện)	1.650	1.680	2.100	1.800	1.908
Lượng tồn kho (nghìn kiện)	339	309	412	388	415
Tổng lượng phân phối (nghìn kiện)	1.989	1.989	2.512	2.188	2.322
Năng suất	501	475	501	457	457

Nguồn: FAS, Số liệu dự báo chính thức của USDA

**Sản lượng bông Việt Nam theo vùng, giai đoạn 2010-2012**

Khu vực	2010			2011			2012*		
	Diện tích	Năng suất	Sản lượng	Diện tích	Năng suất	Sản lượng	Diện tích	Năng suất	Sản lượng
	<i>nghìn ha</i>	<i>tấn/ha</i>	<i>nghìn tấn</i>	<i>nghìn ha</i>	<i>tấn/ha</i>	<i>nghìn tấn</i>	<i>nghìn ha</i>	<i>tấn/ha</i>	<i>nghìn tấn</i>
Đông Bắc	0,82	1,2	0,98	0,90	1,24	1,12	0,80	1,30	1,04
Tây Bắc	1,80	1,2	2,16	1,90	1,16	2,20	1,80	0,80	1,44
Bắc Trung Bộ	0,12	1,1	0,13	0,12	1,20	0,14	0,12	0,80	0,10
Nam Trung Bộ	0,80	1,6	1,28	1,70	1,63	2,77	1,40	1,40	1,96
Tây Nguyên	3,90	1,34	5,23	4,12	1,35	5,56	3,90	1,40	5,46
Đông Nam Bộ	2,40	1,3	3,12	1,85	1,3	2,41	1,80	1,40	2,52
ĐBSCL	0	0	0	0	0	0	0,02	3,00	0,06
Tổng cộng	9,8	1,31	12,90	10,6	1,34	14,20	9,84	1,28	12,58

Nguồn: Bộ NN & PTNT, Tổng cục thống kê

**DIỄN GIẢI KHUYẾN NGHỊ****Diễn giải về mức khuyến nghị đầu tư**

Mức khuyến nghị trên dựa vào việc xác định mức chênh lệch giữa giá trị tiềm năng so với giá trị thị trường hiện tại của mỗi cổ phiếu nhằm cung cấp thông tin hữu ích cho nhà đầu tư có giá trị trong vòng 12 tháng kể từ ngày đưa ra khuyến nghị.

Mức kỳ vọng 18% được xác định dựa trên mức lãi suất trái phiếu Chính phủ 12 tháng cộng với mức phân bù rủi ro thị trường cổ phiếu tại Việt Nam.

Khuyến nghị	Diễn giải
<b>Kỳ vọng 12 tháng</b>	
<b>Mua</b>	Nếu giá mục tiêu <b>cao hơn</b> giá thị trường trên 18%
<b>Thêm</b>	Nếu giá mục tiêu <b>cao hơn</b> giá thị trường trong khoảng 7% đến 18%
<b>Theo dõi</b>	Nếu giá mục tiêu <b>so với</b> giá thị trường từ -7% đến 7%
<b>Giảm</b>	Nếu giá mục tiêu <b>thấp hơn</b> giá thị trường trong khoảng -7% đến -18%
<b>Bán</b>	Nếu giá mục tiêu <b>thấp hơn</b> giá thị trường trên -18%

**Tuyên bố miễn trách nhiệm**

Các thông tin và nhận định trong báo cáo này được cung cấp bởi FPTTS dựa vào các nguồn thông tin mà FPTTS coi là đáng tin cậy, có sẵn và mang tính hợp pháp. Tuy nhiên, chúng tôi không đảm bảo tính chính xác hay đầy đủ của các thông tin này.

Nhà đầu tư sử dụng báo cáo này cần lưu ý rằng các nhận định trong báo cáo này mang tính chất chủ quan của chuyên viên phân tích FPTTS. Nhà đầu tư sử dụng báo cáo này tự chịu trách nhiệm về quyết định của mình.

FPTTS có thể dựa vào các thông tin trong báo cáo này và các thông tin khác để ra quyết định đầu tư của mình mà không bị phụ thuộc vào bất kỳ ràng buộc nào về mặt pháp lý đối với các thông tin đưa ra.

Tại thời điểm thực hiện báo cáo phân tích, FPTTS nắm giữ 26 cổ phiếu GIL và chuyên viên phân tích nắm giữ 10 cổ phiếu TCM, 10 cổ phiếu GMC.

**Các thông tin có liên quan đến chứng khoán khác hoặc các thông tin chi tiết liên quan đến cổ phiếu này có thể được xem tại <https://ezsearch.fpts.com.vn> hoặc sẽ được cung cấp khi có yêu cầu chính thức**

Bản quyền © 2010 Công ty chứng khoán FPT

**Công ty Cổ phần Chứng khoán FPT**  
**Trụ sở chính**  
Tầng 2 - Tòa nhà 71 Nguyễn Chí  
Thanh,  
Quận Đống Đa, Hà Nội, Việt Nam  
ĐT: (84.4) 3 773 7070 / 271 7171  
Fax: (84.4) 3 773 9058

**Công ty Cổ phần Chứng khoán FPT**  
**Chi nhánh Tp.Hồ Chí Minh**  
136-138, Lê Thị Hồng Gấm, P.  
Nguyễn Thái Bình, Q.1, Tp.Hồ Chí  
Minh, Việt Nam  
ĐT: (84.8) 6 290 8686  
Fax: (84.8) 6 291 0607

**Công ty Cổ phần Chứng khoán FPT**  
**Chi nhánh Tp.Đà Nẵng**  
100, Quang Trung, P. Thạch Thang,  
Quận Hải Châu, TP. Đà Nẵng  
ĐT: (84.511) 3553 666  
Fax: (84.511) 3553 888