

GC & NỘI THẤT

90

ẨM PHẨM CỦA HỘI MỸ NGHỆ & CHẾ BIẾN GỖ TP. HỒ CHÍ MINH (HAWA)

TẾT
MỘC
2023

D.N.A

CÔNG NGHIỆP
NỘI THẤT
VIỆT NAM

THE DNA OF VIETNAM'S
FURNITURE INDUSTRY



NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TẤN



TAVICO

Gỗ Tây cho Người Việt

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



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

XẺ - SẤY - GIA CÔNG THEO QUY CÁCH

CHÍNH XÁC ĐẾN TỪNG THANH



Gỗ tròn

Oak - Ash - Birch - Beech - Poplar - Walnut



Gỗ xẻ sấy

Oak - Ash - Birch - Beech - Poplar - Walnut



Gỗ xây dựng

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

CHỢ ĐẦU MỐI NỘI THẤT GỖ TÂY **TAVICO HỒ NAI**



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

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



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

CHỢ ĐẦU MỐI NỘI THẤT GỖ TÂY - TAVICO HỒ NAI



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



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



CÔNG TY TNHH TM & SX SAO NAM

Lô P4 đường D7, KCN Nam Tân Uyên, P. Khánh Bình, thị xã Tân Uyên, T. Bình Dương

Điện thoại: 0274.3653601 - 0274.3653602 • Fax: 0274.3653600

Email: trangtransaonam@gmail.com • Website: saonamflooring.com

Sản phẩm xanh cho sức khỏe người tiêu dùng



Engineered flooring
Ván sàn gỗ công nghệ



Kết sức mạnh, nối thành công

ĐỖ XUÂN LẬP
Chủ tịch Viforest

Tuy ngành đang ở giai đoạn phát triển trầm nhất trong 20 năm qua nhưng năm mới sẽ có những khởi sắc nhất định.

Ngành chế biến xuất khẩu lâm sản Việt Nam trong năm 2022 chỉ tăng trưởng 6,1%. Trong suốt hơn một thập kỷ giữ vững tăng trưởng 2 con số, đây là năm tốc độ tăng trưởng của công nghiệp nội thất Việt Nam đã chậm lại. Nhà máy chế biến gỗ không còn tăng ca, rất nhiều doanh nghiệp (DN) phải giảm giờ làm, nhân công về quê ăn Tết sớm... Thực tế này buồn không? Câu trả lời là có. Nhưng không đáng lo.

Từ tháng 8/2022, đơn hàng giảm nhanh và đột ngột. DN hoang mang. Ngay cả những người làm công tác hiệp hội bước đầu cũng lúng túng, bất ngờ. Nhưng rồi sau khi mổ xẻ, xem xét các biến chuyển của thế giới thì thấy những khó khăn ấy đến từ khách quan, ảnh hưởng bởi địa chính trị và kinh tế toàn cầu. Nội lực lẫn các lợi thế cạnh tranh của ngành chế biến gỗ Việt Nam như nhân lực, nguyên liệu, công nghệ, sự hỗ trợ, các chính sách phát triển của nhà nước... vẫn còn.

Vậy thì vấn đề bây giờ là giải pháp để có thể thích ứng.

Ngành chế biến gỗ Việt Nam hiện giữ vị trí thứ 2 thế giới. Chúng ta xuất khẩu tăng dần đều qua các năm. Nhưng thị trường chính yếu chỉ có Mỹ (hơn 50%), châu Âu, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc... Công tác phát triển thị trường, tham gia vào giá trị thương mại chưa tốt chính là một trong những nguyên nhân mà nhiều năm qua thị trường xuất khẩu chủ lực của Việt Nam vẫn chỉ là những cái tên quen thuộc. Trong khi, tiềm năng các thị trường khác không nhỏ. Ví dụ, theo kế hoạch chuyển đổi quốc gia của Ả Rập Saudi, quốc gia này đã lên kế hoạch xây dựng hơn 555.000 đơn vị dân cư, khoảng 275.000 khách sạn, hơn 4,3 triệu mét vuông không gian bán lẻ và hơn 6,1 triệu mét vuông diện tích văn phòng mới. Quy ra lượng nội thất để lấp đầy những con số trên, cơ hội dành cho các DN nội thất toàn cầu không hề nhỏ.

Cùng với Trung Đông, các thị trường khu vực khác, như Ấn Độ cũng đang bùng nổ. Tất nhiên, những thị trường này cũng sẽ có đặc thù, đòi hỏi DN phải thay đổi để thích ứng. Làm thế nào để tiếp cận được những thị trường mới và giữ vững vị thế của mình chính là giải pháp cho sự phát triển của ngành lúc này.

Từ 2 năm trước, ông Huỳnh Văn Hạnh, cố Phó chủ tịch HAWA đã đề xuất một ý tưởng: Liên kết các hiệp hội chế biến gỗ để cùng phát triển. Đại diện các hiệp hội đã đồng thuận nhưng đến nay ý tưởng này mới được hiện thực hóa. DN có sự tham gia của các hiệp hội với mục tiêu phục vụ cộng đồng ngành gỗ mang tên Viforest Fair ra đời. Toàn bộ thuận lợi nhuận từ các hoạt động kinh doanh sẽ dành cho việc vận hành, triển khai các hoạt động chung. Công việc đầu tiên DN đại đồng này triển khai là HawaExpo 2023. Diễn ra từ 22/2/2023, đây là một hội chợ đầu tư bài bản nhằm mang đến cơ hội giao thương quốc tế cho các DN, tiếp cận mục tiêu mở rộng thị trường, giải quyết khó khăn trước mắt, vừa tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững cho ngành chế biến gỗ Việt Nam.

Theo Grand View Research, thị trường nội thất toàn cầu đạt giá trị 677 tỷ USD vào năm 2022. Trong đó, giá trị sản xuất tương đương 500 tỷ USD. Doanh số xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam năm qua đạt 16,928 tỷ USD. Xét về tỉ lệ thị phần, Việt Nam đã có tăng trưởng đáng kể. Song vẫn chưa như kỳ vọng.

Cũng theo Grand View Research, giá trị thương mại thị trường nội thất toàn cầu năm 2030 sẽ đạt 1.070 tỷ USD. Nghĩa là, dư địa của ngành vẫn còn rất nhiều để các DN có thể bứt phá hơn trong tương lai. Với tinh thần đoàn kết, chiến lược phát triển thị trường bài bản, tôi tin ngành chế biến gỗ Việt Nam sẽ nhanh chóng vượt qua khó khăn, phát triển thịnh vượng và bền vững. 📌

Strengths and successes connected



DO XUAN LAP
Chairman of Viforest

Despite being in the lowest phase in 20 years, the new year of 2023 is promising good outcomes.

In 2022, Vietnam's industry of timber and forestry products has a growth rate of merely 6.1%. After over a decade of two digit growth, the year's figure is indicative of decline in Vietnam's furniture. Factories no longer adopted extra overtimes, many businesses shortened working hours, and workers returned to their hometowns early... Sad reality? A big yes. But not so worrisome.

Since August 2022, the orders plummeted, and abruptly. Businesses confused, Even the industry's people in the associations could perceive the difficulties at first, unprepared. But then, upon closer examination of the world's tumultuousness came recognition that the difficulties were objective while being affected by the international politics and economy. The inner strengths and competitive edges of Vietnam's wood processing industry such as human resources, raw materials, technologies, assistance, and government's development policies persist.

So what are the solutions to be adaptable?

Vietnam's industry is ranked 2nd worldwide. We have consistently exported higher over the years. However, the primary markets are uniquely the U.S (over 50%), Europe, China, Japan, and Korea. The market development and participation in commercial values being inadequate is one of the major reasons Vietnam has largely exported to the same markets. Meanwhile, potential amongst other markets is high. For instance, according to Saudi Arabia's "National Transformation Program", over 550,000 household units, 275,000 hotels, 4.3 sqm of retail space, and over 6.1 sqm office space have been planned. In furniture terms, the international opportunities for the local businesses to fulfill these numbers are ever open.

Alongside the Middle East, other markets such as India are booming. Obviously, these markets are unique with their own characteristics, thus requiring the businesses to change and adapt accordingly. How to approach new markets and maintain the position is the solution for current growth.

Two years ago, Mr. Huỳnh Văn Hạnh, former HAWA's Deputy Chairman, suggested the wood associations working together. Though the representatives showed agreement, to date, the idea has not yet been realized. Viforest Fair was birthed out of the purpose to serve the wood making communities. All the profits from business activities will be back invested to the operations and implementation of common activities. The first task by Viforest is to implement HawaExpo 2023, happening from Feb 22, 2023, an encompassing opportunity for exposition and bringing forth trade opportunities from overseas to the local businesses while expanding the market and solving the imminent difficulties together, as well as laying a foundation for Vietnam's wood processing industry.

According to Grand View Research, the global furniture market is estimated at USD 677 billion in 2022, and export turnover is approximately USD 500 billion. Export turnover by Vietnam in 2022 is USD 16.928 billion. Regarding market share, Vietnam is still growing strong. However, less than expected.

Also according to Grand View Research, the global furniture market by 2030 will reach USD 1070 billion. Meaning, there is plenty of room for future growth for the local businesses. With solidarity, a well-thought-out strategy for market development, I believe that the local industry of Vietnam will soon overcome the difficulties, prospering and sustaining. 📌

MỤC LỤC



- 46 Vietnamese Timber Industry on the Path to net-zero
- 52 Cú hích mang tên HawaExpo 2023
- 68 Inspirations evoked from materials



- 28 Ông Nguyễn Quốc Trị - Thứ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn: Sự linh hoạt và thích ứng giúp công nghiệp nội thất Việt Nam phát triển
- 34 Mr. Nguyen Liem - Chairman of Binh Duong Furniture Association (BIFA): Solidarity brings forth new strengths
- 36 10 hoạt động nổi bật của HAWA trong năm 2022
- 70 Nhà thiết kế Nguyễn Đình Hòa - đồng sáng lập Laita: “Tôi học rất nhiều từ những người quanh mình”
- 76 Brilliant Nature
- 83 Nhà thiết kế trẻ Vũ Đình Nghiêm: Tìm lối đi riêng từ Eastern sofa
- 94 Material Planning for the Wood Processing Industry in 2023

In 2.500 bản, khổ 21x29,7 cm
tại CÔNG TY TNHH MTV LÊ QUANG LỘC
Địa chỉ: 161 Lý Chính Thắng, Q.3, TP.HCM
Giấy ĐKXB số: 15-2023/CXBIPH/04-01/ThT
Quyết định xuất bản số: 03/QĐ-NXB
NXBTT cấp ngày 12 tháng 01 năm 2023
Số ISBN: 978-604-310-483-7
In xong và nộp lưu chiểu quý I năm 2023

Đối tác liên kết: Công ty Cổ phần Phát triển HAWA
Địa chỉ: 41-45, đường số 7, KĐT Vạn Phúc, P. Hiệp Bình Phước, TP. Thủ Đức, TP.HCM
Chịu trách nhiệm xuất bản: Giám đốc **Phùng Thị Mỹ**
Chịu trách nhiệm nội dung: Tổng Biên tập **Lê Thị Thu Hương**
Biên tập: **Phương Lam Giang, Trần Ngọc Thương**
Chủ biên: **Trần Việt Tiến**
Biên soạn: **Nguyễn Quốc Khanh, Nguyễn Chánh Phương, Phương Quyên, Phạm Hồng, Khương Lê, Christopher Espita**
Thiết kế mỹ thuật: **Đỗ Tiến Đạt** Ảnh bìa: **Tony Minh**
Phụ trách tài trợ - Sửa bản in: **Trần Kim - Hồng Anh**

Phụ kiện nội thất hàng đầu từ AC

blum

Hệ thống tay nâng /
Lift systems

Hệ thống bản lề /
Hinge systems

Hệ thống ngăn kéo /
Runner & Box systems

Chất lượng đáp ứng được mọi nhu cầu / Quality tailored to your needs

Nhu cầu của bạn cũng như khách hàng của bạn rất quan trọng đối với chúng tôi. Chúng tôi chú tâm lắng nghe và nhanh chóng thấu hiểu. Đây là cách chúng tôi đạt được tiêu chuẩn chất lượng cao, vượt xa yêu cầu. Hãy cùng nhau định nghĩa lại chất lượng.



Your and your customers' needs are important to us. We listen closely and understand quickly. This is how we achieve our high standard of quality which often exceeds requirements. Let us redefine quality together.



www.blum.com

3 Vo Van Tan, D.3, HCMC

028 3822 3304

    / blumvietnam

SẢN XUẤT TẠI
VIỆT NAM



LIHSING®



CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN BCA

Địa chỉ: Khu Phố Phước Hải, Phường Thái Hòa, Thị Xã Tân Uyên, Tỉnh Bình Dương

Đường dây nóng: 0274-3791688/788/988 FAX: 0274-3752557 <https://www.facebook.com/ctybca>



Nhân diện DNA ngành chế biến gỗ Việt Nam

 Chuyên gia kinh tế PHẠM PHÚ NGỌC TRAI

Tìm ra những đặc điểm chính yếu của ngành chế biến Việt Nam để kịp thời tái cấu trúc, phát huy giá trị tích cực và cơ cấu lại chiến lược phát triển chính là đòi hỏi bức thiết nhất để đưa ngành chế biến gỗ đi qua khó khăn, hướng tới con đường phát triển bền vững.



Khi thông tin về sự sụt giảm đơn hàng diễn ra diện rộng trong ngành chế biến gỗ nói chung và các ngành sản xuất khác nói riêng, tôi tự hỏi hiện tượng này phản ánh năng lực cạnh tranh của Việt Nam bị đe dọa, đơn hàng dịch chuyển từ Việt Nam sang các nước khác? Hay đây là tình hình chung của thế giới?

“Nín thở qua sông”

Rất may, xét về nội lực doanh nghiệp (DN) lẫn môi trường kinh doanh quốc gia, chính sách đầu tư, chính sách phát triển ngành chế biến gỗ... tất cả đều phản ánh sự sụt giảm lần này chủ yếu do ảnh hưởng từ yếu tố khách quan. Đó là xung đột chính trị, lạm phát...

Nhưng, sự bị động thời gian qua một lần nữa cho thấy công nghiệp nội thất Việt Nam dù tăng trưởng

đều nhưng chưa có chiến lược phát triển toàn diện và bền vững. Lo lắng lớn nhất của DN hiện nay là có thể cầm cự được bao lâu? Thị trường vốn rất quan trọng, liệu DN có đủ sức để “nín thở qua sông”, chờ ngày thị trường hồi phục?

Nếu kéo dài tình trạng này khoảng 6 tháng, phần lớn DN không cầm cự được, nghĩa là không chỉ khủng hoảng mà còn là đối diện với rủi ro. Lúc này quản trị rủi ro là điều cần được ưu tiên xem xét. Đây là câu chuyện nhìn nhận lại các giá trị để đưa ra các quyết định tiếp theo.

Muốn quản trị rủi ro phải biết mình là ai, đang có gì, đang ở đâu trong tâm bão? Sức chịu đựng của DN tới đâu? Sức chịu đựng của nền kinh tế, của ngành tới đâu?... Để tránh rơi vào tình trạng vỡ đóa, tất cả các thông tin này đều cần chi tiết bởi số liệu cụ thể.



“

“NẾU CHỈ CÓ ĐAM MÊ MÀ KHÔNG BIẾT MÌNH MUỐN GÌ HAY NÓI CÁCH KHÁC LÀ THIẾU MỤC TIÊU CUỘC ĐỜI ĐỂ THEO ĐUỔI THÌ RẤT KHÓ QUY TỰ ĐƯỢC ĐỘI NGŨ CÙNG LÀM, CÙNG SẺ CHIA HOÀI BẢO LẤN THÀNH CÔNG”

Nói cách khác, đó là việc xem xét lại chuỗi di truyền (DNA) của một ngành nghề để có thể đưa ra những hoạch định chi tiết nhất.

Xác định đúng con đường phát triển

Harvard Business Review có 6 bước kinh điển để hoạch định chiến lược phát triển.

Thứ nhất, phải có tầm nhìn, phải biết mục tiêu phát triển. Ngành chế biến gỗ có tầm nhìn tốt nhờ gắn liền với sứ mệnh bảo vệ màu xanh, phát triển bền vững và tạo sinh kế cho lực lượng lao động lớn. Như vậy, tầm nhìn quốc gia của ngành gỗ vốn đã rất tốt.

Thứ hai, phân tích được nội tại, nghĩa là phải biết mình ở đâu, mình đang thế nào, có khả năng làm được gì... trong bức tranh chung. Thứ ba, xác định mục tiêu. Cần xác định tất cả những tài nguyên mình đang có, ngành hay DN sẽ phát triển tới điểm nào? Mục tiêu phát triển không đơn thuần là doanh số, lợi nhuận mà xa hơn là thị phần trong toàn bộ thị trường hay giá trị của công ty, của quốc gia. Thứ tư, xác định chiến lược ưu tiên, làm sao để hiện thực hóa mục đích đề ra. Thứ năm, kế hoạch thực hiện kinh doanh, tính cụ thể với con người, chiến lược kinh doanh, nguồn lực...

Bước cuối cùng là xem xét, quan sát để kịp thời điều chỉnh. Lãnh đạo các tập đoàn lớn, các ngành nghề phát triển lớn trên thế giới luôn dành thời gian quan sát thị trường để điều chỉnh chiến lược theo từng quý, từng năm, cũng như dự đoán tình hình để có thể ứng phó. Từ những điều chỉnh ở bước thứ sáu này, mô hình quản trị sẽ quay lại bước đầu tiên, đối chiếu các giá trị.

Vòng quay 6 bước hoạch định này từng bước mang đến giá trị và sự bền vững cho ngành, cho DN và quan trọng hơn, cho mỗi cá nhân. Bởi, cá nhân là tế bào của DN và DN lại là tế bào của cả nền kinh tế, quốc gia.

Ở Việt Nam, tôi may mắn được hợp tác với USAD (Hoa Kỳ) và Đại học Quốc gia xây dựng trung tâm phát triển năng lực lãnh đạo tại Việt Nam nhằm hỗ trợ đội ngũ doanh nhân khai phá và phát triển các giá trị lãnh đạo. Dự án này xuất phát từ nhu cầu thực tiễn. Bởi người lãnh đạo, nếu chỉ có đam mê mà không biết mình muốn gì trong cuộc đời này hay nói cách khác là thiếu mục tiêu cuộc đời để theo đuổi thì rất khó quy tụ được đội ngũ cùng làm, cùng sẻ chia hoài bão lẫn thành công.

Dự địa phát triển ngành chế biến gỗ nói riêng và vận hội của Việt Nam trên trường thế giới không hề nhỏ. Chỉ cần nỗ lực và xác định đúng con đường phát triển, tương lai sẽ đón chờ. 📌

Locating the DNA of

 Business consultant PHAM PHU NGOC TRAI

Figuring out the local industry's characteristics to promptly restructure, amplify the positive traits and re-define the growth strategies is an issue of utmost concern in order to bring the industry through hardships towards sustainable growth.

As the grand-scale decline of orders is taking place across the wood processing industry in particular and other manufacturing industries in general, I wonder if the phenomenon is reflective of the fact that our capacity for competition is threatened, and the orders being transferred to other countries? Or is it the big picture happening worldwide?

“Crossing the river while holding one’s breath”

Luckily, in terms of the inner strengths of local businesses and the national environment for business, the investment policies as well as other development policies applied for the wood processing industry, they reflect that the witnessed decline is being caused by objective factors. It is political conflicts, and inflation...

However, the setback is once again indicative that the local furniture industry, despite growing, is without a comprehensive and sustainable growth strategy. The biggest worry being, how long can the businesses withstand? The market is as ever important, so will the businesses be strong enough to “cross the river while holding their breath”, waiting for the recovery?

If the situation continues in another 6 months, most of the businesses cannot sustain, meaning that the crisis is extended to facing the risks. By then, risk management is a matter of vital significance. It is time the values were reassessed and further decisions made.

In management, it is fundamental to know who we are, what we have, where we are inside the heart of the storm? In order to avoid the arbitrariness, all the information needs verifying into details. In other words, it is the re-evaluation of the industry's DNA in order to bring forth the finest plannings.

Vietnam's wood processing industry



“

“IF THE LEADERS, ONLY WITH THEIR PASSION, DO NOT ALWAYS KNOW WHAT THEY WANT - IN OTHER WORDS, THEY LACK THE LIFETIME OBJECTIVE, UNABLE TO RALLY A TEAM BEHIND THEM AND SHARE THE AMBITIONS TOWARDS SUCCESS”

Define the right pathway

According to the Harvard Business Review, there are 6 classic steps to make one's plan strategic.

Firstly, a business needs to obtain a vision, knowing clearly the purpose for growth. The wood processing industry only develops alongside green, sustainable objectives while creating livelihoods for the large-scale labor force. This way, the national vision regarding the industry is already positive.

Secondly is internal analysis, known as knowing where one is, how one is, and what one is capable of in the bigger picture. *Thirdly*, define the targets. We need to define all existing resources, and what is the growth extent by the industry or by each business? If the targets are not in the sales figures, profits, but the larger market share across the markets, or the values upheld by a business or by a country? *Fourthly*, define the prioritized targets, how to materialize the set targets. *Fifthly*, a business plan, especially the manpower, the business strategies, as well as the resources...

Ultimately it is assessment and observation for adjustments where necessary. Leaders of global major businesses always invest their time adjusting the strategies by the quarters, years, as well as the

predictions in order to offer their response measures. From the adjustments in this step, the management model will resume to the original, first step, comparing and contrasting with the values.

This 6-step planning requires a step-by-step approach in bringing forth both the values and sustainability to the industry and the businesses, and more importantly, the individuals. Because, each of them is a cell within any business, and any business in turn is a single cell making up the entire national economy.

In Vietnam, I have been lucky enough to have collaborated with USAID (U.S) and the National University in launching a center for leaders' competency development, assisting the forward-thinking businessmen while developing leadership values. The project was originally conceived out of a demand in reality. Because the leaders, only with their passion, do not always know what they want - in other words, they lack the lifetime objective, unable to rally a team behind them and share the ambitions towards success.

The potential development in general and Vietnam's global opportunities are still huge. With great efforts and a clearly defined pathway towards growth, the future shall await. 📌

Ngành gỗ hướng tới tương lai



TÔ XUÂN PHÚC

Chương trình Chính sách Thương mại Lâm sản,
Tổ chức Forest Trends

Năm 2022 đã khép lại với nhiều biến động ảnh hưởng trực tiếp tới hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp ngành gỗ. Bước sang năm mới, doanh nghiệp trong ngành kỳ vọng vào những tín hiệu tích cực từ thị trường Thế giới.

Nhìn lại những khúc mắc

Theo Tổng cục Hải quan, năm 2022, kim ngạch xuất khẩu của ngành ước đạt 16,928 tỷ USD, tăng 6,1% so với năm 2021. Đây là năm đầu tiên trong 5 năm trở lại đây kim ngạch xuất khẩu tăng trưởng dưới 2 con số. Các đơn hàng của nhiều doanh nghiệp (DN) giảm 50 - 60%, thậm chí còn cao hơn so với các tháng đầu năm. Đơn hàng giảm mạnh nhất là từ Mỹ - thị trường đem lại trên 60% tổng kim ngạch xuất khẩu của ngành. Tiếp đến là EU và Vương quốc Anh - những thị trường nhập khẩu sản phẩm gỗ (HS 94) lớn của Việt Nam. Các mặt hàng có kim ngạch giảm bao gồm ghế ngồi và ván bóc (giảm 10% so với 2021).

Tuy nhiên kim ngạch xuất khẩu sang Hàn Quốc, Nhật Bản và đặc biệt là Trung Quốc tăng mạnh. Dăm gỗ và viên nén là 2 mặt hàng chủ đạo xuất sang các thị trường này. Đây cũng là nhóm mặt hàng có tốc độ tăng trưởng đột biến trong năm. Kim ngạch xuất khẩu 2 mặt hàng này tăng lần lượt là trên 60% và 80% so với 2021. Tóm lại, tăng trưởng về kim ngạch xuất khẩu năm 2022 của cả ngành chủ yếu đạt được trong quý II và III của năm và do kim ngạch của 2 mặt hàng dăm gỗ và viên nén.

Đón tín hiệu tích cực

Các yếu tố vĩ mô gây bất ổn cho ngành vẫn tồn tại, tuy nhiên có một số tín hiệu cho thấy các yếu tố này sẽ bớt căng thẳng trong năm 2023. Mặc dù lãi suất ngân hàng có thể tiếp tục tăng, mức tăng được dự báo ở mức thấp. Lạm phát ở Mỹ và EU sẽ được kiểm soát tốt hơn. Xung đột Nga - Ukraine có thể sẽ hạ nhiệt. Trung Quốc sẽ chấm dứt chính sách zero-Covid và mở cửa lại nền kinh tế. Các thay đổi này sẽ tạo động lực cho ngành tăng tốc trở lại, đặc biệt trong xuất khẩu.

Tiếp đó, mặc dù các vụ tranh chấp thương mại có liên quan tới một số mặt hàng gỗ xuất khẩu của Việt Nam vẫn tiếp tục diễn ra, việc Việt Nam đang thực hiện Hiệp định Đối tác tự nguyện VPA/ FLEGT ký kết với EU năm 2018 và Thỏa thuận Gỗ được ký với Hoa Kỳ năm 2021 nhằm đảm bảo các mặt hàng gỗ lưu thông trên thị trường là hợp pháp sẽ tiếp tục nâng cao hình ảnh của ngành gỗ Việt Nam trên thị trường quốc tế. Chính phủ Việt Nam kỳ vọng năm 2023 sẽ có được lô sản phẩm gỗ đầu tiên có giấy phép FLEGT khi xuất khẩu. Nếu mục tiêu này thành công, vị thế ngành gỗ Việt Nam sẽ được cải thiện rất nhiều trong thời

gian tới. Điều này tạo nền tảng quan trọng trong việc mở rộng thị trường xuất khẩu trong tương lai.

Vậy, lúc này, ngành nội thất Việt Nam đang cần gì?

Câu trả lời là tối đa hóa nội lực để có thể thúc đẩy ngành phát triển bền vững. Thứ nhất, ngành gỗ cần tập trung ưu tiên xây dựng chiến lược phát triển nguồn gỗ nguyên liệu rừng trồng bền vững. Chủ động được nguồn nguyên liệu hợp pháp và bền vững có vai trò sống còn đối với ngành. Việc chủ động đòi hỏi cần có đánh giá về nhu cầu sử dụng gỗ rừng trồng hiện tại và tương lai của các hợp phần khác nhau của ngành (chế biến đồ gỗ, dăm, ván, viên nén), đánh giá thực trạng của vùng nguyên liệu và từ đó đưa ra các công cụ chính sách và tài chính nhằm cân bằng nhu cầu của các hợp phần và kết nối giữa vùng nguyên liệu và năng lực chế biến.

Tạo nguồn nguyên liệu hợp pháp và bền vững cũng đòi hỏi hình thành mối liên kết giữa các công ty chế biến và các hộ trồng rừng. Liên kết này sẽ giúp đơn giản hóa chuỗi cung, kiểm soát chuỗi dễ dàng hơn.

Thứ hai, cần tăng cường quảng bá hình ảnh trên thị trường thế giới. Quảng bá hình ảnh bao gồm tham gia hội trợ, triển lãm quốc tế. Đại diện cơ quan thương mại của Việt Nam tại nước ngoài có vai trò quan trọng trong việc quảng bá hình ảnh của ngành. Quảng bá hình ảnh bao gồm việc xây dựng thương hiệu gỗ Việt và phổ cập thương hiệu này với cộng đồng Quốc tế. Ngành lâm nghiệp đã xây dựng được Hệ thống chứng chỉ quản lý rừng bền vững (VFCS) được Tổ chức PEFC (Chương trình chứng nhận rừng) công nhận. Quảng bá nên bao gồm cung cấp thông tin về gỗ rừng trồng của Việt Nam đạt chứng chỉ VFCS đảm bảo được các khía cạnh bền vững về kinh tế, xã hội và môi trường.

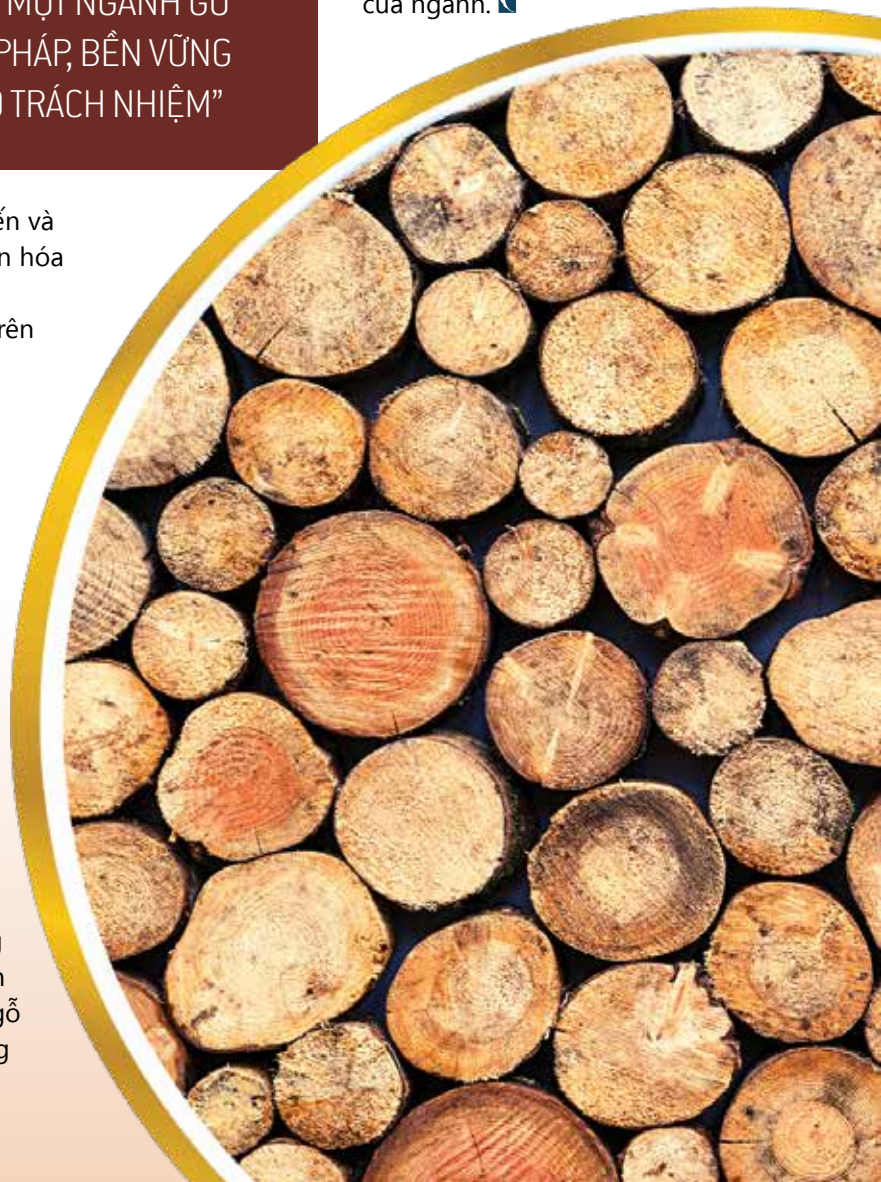
Cuối cùng, ngành gỗ cần chú trọng phát triển thị trường nội địa bởi đây là một hợp phần không thể tách rời thị trường xuất khẩu. Ngành cần hành động mạnh mẽ hơn trong việc giảm luồng cung gỗ rui ro nhập khẩu đang được sử dụng tại thị trường

nội địa, thay thế bằng các luồng cung khác an toàn hơn, bao gồm cả gỗ rừng trồng trong nước. Làm được điều này đòi hỏi các cơ chế, chính sách đặc biệt, trọng tâm giúp các làng nghề gỗ đang sử dụng luồng cung rui ro chuyển đổi nguyên liệu đầu vào. Điều này cũng đòi hỏi môi trường chính sách khuyến khích hình thành kết nối giữa các công ty của ngành với các hộ làng nghề.

Bên cạnh đó, Chính phủ cũng nên thiết lập các kênh thông tin, trao đổi thông tin với các quốc gia cung gỗ rui ro cho Việt Nam để đảm bảo rui ro trong luồng cung này được giảm thiểu. Ngành gỗ Việt Nam cần hướng tới việc xây dựng hình ảnh Quốc tế là một ngành gỗ hợp pháp, bền vững và có trách nhiệm. Năm 2023 nên được coi là năm khởi đầu quan trọng cho việc thực hiện chiến lược xây dựng hình ảnh này của ngành. 📌



“NGÀNH GỖ VIỆT NAM CẦN HƯỚNG TỚI VIỆC XÂY DỰNG HÌNH ẢNH QUỐC TẾ LÀ MỘT NGÀNH GỖ HỢP PHÁP, BỀN VỮNG VÀ CÓ TRÁCH NHIỆM”



Timber Industry Aims Towards the Future



TO XUAN PHUC

Forest Products Trade Policy Program, Forest Trends Organization

The year 2022 has ended with many changes that directly affect the production and business activities of timber industry companies. Businesses in the sector anticipate good signs from the global market as the new year begins.



Looking Back at the Problems

According to the General Department of Vietnam Customs, in 2022, the industry's export turnover is estimated at 16.928 billion USD, an increase of 6.1% compared to 2021. This is the first year in the last 5 years that export turnover has grown below a double-digit percentage. Many businesses saw a 50-60% decline in orders, which was much greater than in the year's first few months. The US market, which accounts for more than 60% of the entire export revenue for the sector, saw the largest decline in orders. Next is the EU and the UK - the major import markets for Vietnam's wood products (HS 94). Items with a decrease in turnover include seats and veneer (down 10% compared to 2021).

However, export turnover from Korea, Japan, and, in particular, China increased dramatically. Wood chips and pellets are the two main products exported to these markets. This is another group of items with a sudden growth rate during the year. The export turnover of these two items increased by over 60% and 80% respectively compared to 2021. In summary, the growth in export turnover in 2022 of the whole industry is mainly achieved in the second and third quarters of the year, thanks to the turnover of two items: wood chips and pellets.

Recognizing a positive sign

The industry is still being destabilized by macro factors, but there are some signs that these factors will ease in 2023. Although there is a chance that bank interest rates will rise further, this rise is predicted to be modest. Inflation in the US and EU will be better controlled. The Russia-Ukraine conflict is likely to cool down. China will end its zero-Covid policy and reopen its economy. These changes will create impetus for the industry to accelerate again, especially in exports.

Next, even though trade disputes over some of Vietnam's export wood products continue, the image of Vietnam's wood industry will continue to improve in the international market thanks to the fact that Vietnam is implementing the VPA/FLEGT Voluntary Partnership Agreement signed with the EU in 2018 and the Wood Agreement signed with the US in 2021 to ensure that timber products circulated on the market are legal. The Vietnamese government expects that in 2023, the first batch of wood products with a FLEGT license will be available for export. If this goal is accomplished, the position of Vietnam's wood industry will soon be significantly better. This will establish a crucial basis for developing export markets in the future.

What then must the Vietnamese furniture sector do at this time?

The answer is to maximize internal resources to be able to promote sustainable development of the industry. First, the creation of a sustainable timber

source for planted forests needs to be prioritized by the timber sector. The industry must proactively seek out lawful and ethical raw material suppliers. In order to be proactive, an evaluation of the current state of the source of raw materials, an evaluation of the current needs of the various industry products and services (furniture processing, chips, boards, and pellets), and an evaluation of the future needs of timber plantations are required. From there, policies and financial tools that can maintain a balance between the needs of the products and services and the sources of the raw materials and their processing capacity must be provided.

Establishing connections between processing businesses and people engaged in afforestation is also necessary for developing a lawful and sustainable source of raw materials. This link will help simplify the supply chain, making it easier to control the chain.

Second, the promotion of the brand's image on the global market needs to be strengthened. Participation in international fairs and exhibitions counts as image promotion. The promotion of the industry's reputation is greatly helped by representatives of Vietnam's trade agencies in other countries. Building a Vietnamese wood brand and making it well-known internationally are examples of image promotion. The forestry sector has developed a Sustainable Forest Management Certification System (VFCS) which is recognized by PEFC (Forest Certification Program). Promotion should include providing information about Vietnam's VFCS-certified plantation timber that ensures economic, social and environmental sustainability.

Finally, since the domestic market is a crucial part of the export market, the wood sector must

concentrate on expanding it. In order to replace unsafe imported lumber that are already being utilized on the domestic market with other safer supply sources, such as domestically grown forest timber, the industry needs to take tougher action. To achieve this, it is necessary to develop specialized and targeted policies and procedures to support woodcraft communities that are currently using raw materials from risky suppliers. A system of policies that promotes links between business entities in the industry and households in artisan villages is also necessary for this.



“VIETNAM’S WOOD SECTOR NEEDS TO WORK ON DEVELOPING A REPUTATION AS A LEGAL, SUSTAINABLE, AND ETHICAL TIMBER INDUSTRY ON A GLOBAL SCALE”

In addition, the government should also establish information channels with countries supplying risky timber to Vietnam in order to ensure that risks in these supply chains are minimized. Vietnam's wood sector needs to work on developing a reputation as a legal, sustainable, and ethical timber industry on a global scale. The year 2023 should be seen as an important starting year for the implementation of this image-building strategy for the industry. 📌





Ứng phó VUCA



VŨ QUANG HUY

Chủ tịch HĐQT - Tổng giám đốc TEKCOM

Khái niệm VUCA tích cực đã bắt đầu được các doanh nhân trên thế giới ứng dụng để đưa doanh nghiệp của mình bước ra khỏi sự Biến động, Bất định, Phức tạp và Mơ hồ mà thế giới ngày nay đang trải qua.

Hai năm trở lại đây, cùng với tinh thần “sống chung với Covid”, bình thường mới với đời sống con người hiện đã gắn liền với sự chấp nhận những đặc điểm của thế giới VUCA. Sự chấp nhận ấy, không ở thể bị động, xem đó là mặc nhiên. Doanh giới, những người làm công tác điều hành đã bắt đầu thiết lập tinh thần VUCA hoàn toàn mới.

Lợi thế cạnh tranh mới

Để ứng phó với Volatility - Biến động, chúng ta cần Vision - Tầm nhìn. Với Uncertainty - Bất định, chúng ta cần Understanding - Hiểu. Thay vì Complexity - Phức tạp, nhiều biến số cần Clarity - Giải thích, làm sáng tỏ. Và cuối cùng, thay vì chấp nhận Ambiguity - Sự mơ hồ, người ta sẽ hướng tới Agility - Tính linh hoạt, uyển chuyển.

Một tầm nhìn cụ thể (Vision), với chiến lược rõ ràng sẽ là công cụ tốt nhất để doanh nghiệp (DN) và người điều hành có kim chỉ nam, vững vàng hơn trong việc ứng

phó với những biến động diễn ra trên thương trường. Hiện nay, trong tình thế khá là nhiều thử thách, người dùng thắt chặt chi tiêu, các DN đau đầu vì thiếu đơn hàng. Câu hỏi mà các DN đặt ra cho mình, cho ngành, lúc này là năng lực cốt lõi và thế mạnh cạnh tranh của DN là gì?

Không có câu trả lời chung cho câu hỏi ấy. Bởi mỗi DN lại phụ thuộc vào một thị trường mục tiêu mà họ chọn. Sản phẩm nội thất cho thị trường Anh sẽ có những đòi hỏi khác với người dùng Canada. Cũng như, người dùng thích sử dụng gỗ nhân tạo sẽ có

“gu” khác với người dùng chọn gỗ tự nhiên. Hay tổ chức sản xuất ở Bình Định sẽ khác với vận hành nhà máy ở TP.HCM... Tất cả những khác biệt đặc thù ấy đều cần được nắm bắt (Understanding).

Hiểu được khách hàng, hiểu thị trường là điều kiện cần, nhưng chưa đủ. Trong bối cảnh rất nhiều thay đổi diễn ra, và diễn ra với tốc độ rất nhanh như hiện nay, DN phải làm rõ mình muốn gì, đâu là mục tiêu ưu tiên. Sự rõ ràng (Clarity) trong chiến lược kinh



doanh sẽ tạo điều kiện cho DN có thể chọn lựa được giữa buông và giữ. Ví dụ, khi giá cước vận tải biển hay giá nguyên liệu lên cao, ảnh hưởng đến giá trị đơn hàng, ảnh hưởng đến lợi nhuận. Hoặc lúc đơn hàng thiếu, năng suất giảm, chi phí cố định cho nhân công vẫn phải đảm bảo... Đối chiếu với điều kiện ưu tiên, DN sẽ chọn được giải pháp phù hợp. Tương tự, khi bước ra biển lớn, giữa rất nhiều nhu cầu nội thất của người dùng thế giới, nếu không rõ ràng trong việc xác định khách hàng mục tiêu, sẽ khó lòng xây dựng được danh mục sản phẩm, phân định khung giá hay định mức chất lượng sản phẩm phù hợp.

Sự rõ ràng giúp DN dễ dàng đưa ra lựa chọn phù hợp, dung hòa các lợi ích nhưng tính uyển chuyển (Agility) sẽ giúp DN hòa nhập với các điều kiện kinh doanh mới dễ dàng. Khả năng thích ứng còn tạo điều kiện cho DN tiếp cận dễ dàng hơn với người dùng, thị trường. Mở ra thêm những hướng đi mới, giúp DN thoát được khỏi cái khung năng lực của mình. Như vậy, nếu trang bị được 4 giá trị VUCA, đối trọng với 4 đặc tính VUCA trước đây, DN xem như có được lợi thế cạnh tranh mới cho mình.

Trong “nguy” luôn có “cơ”

DN ngành chế biến gỗ đang ở trong một giai đoạn hết sức đặc biệt, không ai tiên lượng được thị trường thời gian tới sẽ phát triển như thế nào? Ý kiến chung của mọi người là tương lai còn khó, bởi thị trường dự án nội địa bị ảnh hưởng từ việc bất động sản trong nước đóng băng và lạm phát khiến xuất khẩu chậm hẳn lại.

Nhưng, trong nguy luôn có cơ, DN ngành chế biến gỗ vẫn đang nhìn thấy nhiều cơ hội từ thách thức. Ví dụ, với sản phẩm ván ép, hiện thị trường mục tiêu chính là Mỹ gặp khó trong ngắn hạn, nhưng với thị trường châu Âu, đây lại là cơ hội. Hụt nguồn cung chính yếu từ Nga, châu Âu đang cần nguồn cung ván nhân tạo để bù vào khoảng trống khá lớn này, tạo cơ hội cho DN chế biến các quốc gia khác tham gia. Nếu đáp ứng được các điều kiện thị trường đưa ra, DN Việt Nam hoàn toàn có thể là ứng viên thay thế. Vấn đề là DN trong ngành có đủ năng lực để sản xuất những sản phẩm thỏa mãn các tiêu chuẩn của thị trường hay không.

Tương tự, với sản phẩm nội thất, tủ kệ bếp. DN đã bắt đầu đón nhận những tín hiệu vui từ thị trường

quen thuộc, tiềm năng là Mỹ nhưng vẫn còn đó những rủi ro khi các cáo buộc lẫn tránh xuất xứ vẫn chưa có kết quả cuối cùng. Hai khái niệm “nguy” lẫn “cơ” rõ ràng tồn tại song song với nhau. Nhiệm vụ của những người điều hành là chọn góc nhìn, chọn hướng đi thế nào để đón cơ, tránh nguy.

Thế giới vẫn sẽ sống trong khái niệm VUCA và thị trường luôn có tính chu kỳ, sau giảm sẽ là tăng. Chấp nhận, thích ứng, kiến tạo làm chủ cuộc chơi là điều mà cộng đồng DN chế biến gỗ cần làm để đón chào năm mới 2023. 📌



“CHẤP NHẬN, THÍCH ỨNG,
KIẾN TẠO LÀM CHỦ CUỘC CHƠI”
LÀ ĐIỀU MÀ CỘNG ĐỒNG DOANH
NGHIỆP CHẾ BIẾN GỖ CẦN LÀM ĐỂ
ĐÓN CHÀO NĂM MỚI”



Play VUCA with VUCA



MR. VU QUANG HUY

TEKCOM Corporation's CEO & Chairman of Directors



The positive concept VUCA has begun to be applied by worldwide entrepreneurs to distance their business away from the Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity the world is facing nowadays.

Within the past 02 years, joining with the "living with COVID-19" strategy, the new normal and everyone's daily lives have intertwined with the features of a VUCA world. Such acceptance, no longer passive, is palpable. The business world and its operators have already begun a whole new mindset for VUCA.

New edges of competition

To counter Volatility, we need Vision. To counter Uncertainty, we need Understanding. In place of Complexity and Multivariance, modern life calls for Clarity, for Explication. And ultimately, in place of Ambiguity, people are inclined towards Agility.

A clear-eyed Vision together with specific strategies will be the best navigational tool a business and its executives can have in response to the market fluctuations. Currently, facing multiple challenges such as austerity measures from customers or declining orders, the businesses are in deep trouble. The question being asked within the industry is what are the core values and competitive edges of a business?

There is never an umbrella answer to the question. Because each business is intrinsically bound to a target market of their own choice. Furniture goods for U.K's market differ from those in Canada. Similarly, users of artificial woods will exhibit a set of "tastes" different from that of natural wood lovers. Or the manufacturers in Binh Dinh will operate very differently from how a factory in Ho Chi Minh City operates. Such intrinsic differences are to be Understood.

Understanding customers and the market is necessary, yet insufficient. In the midst of the plethora of changes taking place, and rapidly so, the businesses are supposed to clarify what they look at and look forwards. A clarity in business strategy will render them in the just position of keeping on or giving up. Such as, during the time when sea freights or

raw material prices escalate, affecting the orders. Or when the orders run low, therefore the production capacity, fixed costs allocated for employees must be guaranteed... Weighing against the priorities, the businesses have to come up with adequate solutions. Similarly, upon entering big foreign shores, amidst the needs for interior products worldwide, being unclear in identifying target customers would result in difficulties in building product portfolio, price brackets or appropriate product standards.

A clarity will help the businesses to make the appropriate choice and harmonize the benefit factors; however Agility will help the businesses better integrate with the new business conditions.

Agility in adapting will even help the businesses to better approach consumers as well as markets. Opening up new directions and helping the businesses to transcend beyond their existing capacity framework. This way, once mastering the four VUCA's counter-qualities, any business can be perceived as competent enough for new competition.

Wherever there is danger, there lurks opportunity

Wood processors are undergoing a very unique period of time, wherein no single person can offer a precise prediction of how the market will be. The overall consensus lies at the conclusion that the future is hard, because the domestic market is being significantly affected by the real estate's freezing and inflation causing exports to slow down greatly.

However, wherever there is danger, there lurks opportunity. Wood processors still witness opportunities stemming from the challenges they face. For instance, with timber, while the major target market, the US, is difficult to reach in the short-term, the European market opens up. Now stripped of

the major supplies from Russia, European countries are in need of artificial timber to compensate, thus creating opportunities for international exporters. Once the market requirements are met, Vietnamese businesses can totally enter as qualified candidates. The problem is whether or not the industry businesses possess the capacity that meet these market requirements.

“

“ACCEPT, ADAPT AND DOMINATE THE GAME IS WHAT THE LOCAL BUSINESSES NEED TO DO IN ANTICIPATION OF THE NEW YEAR OF 2023”



Similarly with furniture products, and kitchen cabinets. The businesses are now receiving happy signal from the old and highly potential market of America, and yet are still facing the unresolved origin fraud. The two definitions of “opportunity” and “danger” apparently co-exist. It is the executives’ mission to find the just angle, to define the just direction to pick up opportunity and evade danger.

The world of ours will exist within the confines of VUCA and every market will follow the cycle of rise and fall and rise again. Accept, adapt and dominate the game is what the local businesses need to do in anticipation of the new year of 2023. 📌

GOODTEK

DOUBLE SURFACE PLANER

特 性：重切削、低噪音、可加工短料
Features: Heavy planing, Low noise, for short material processing.

全系列產品均獲多項專利保護 侵權必究
Full range of products are patent protected
All Rights Reserved



HS-635ARD



標準配備
standard accessory



GTM-1020W



選購配備
optional accessory

Challenge

Shortest workpiece of 100 mm
for double surface planing.
A pioneer in waste processing.



GT-400SF

本機已獲得中國大陸及台灣地區多項專利(仿冒必究)



選購配備
optional accessory



GTM-1320W



GT-600JJ

雙斜軸自動平刨機
Double Bevel Spindle Auto. Jointer

本機已獲得中國大陸及台灣地區多項專利(仿冒必究)



GT-610B (24")
GT-450B (18")
GT-400B (16")



GT-760ARD (30")
GT-635ARD (25")
GT-610A (24")

耀登機械股份有限公司 GOODTEK MACHINERY CO., LTD.

42942 台中市神岡區豐工中路 42 號 (豐洲科技園區內)
No. 42, Fenggong Central Rd., Shengang Dist.,
Taichung City 42942 (Feng Chou High-Tech Park)
Tel.: +886-4-2528-7668(Rep.) Fax: +886-4-2528-7669
E-mail: gtm8@ms47.hinet.net http://www.goodtek.com.tw



CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI VĨ ĐẠI
175 Hoa Lan, Phường 2, Quận Phú Nhuận, TP.HCM, Việt Nam
Hotline: (84) 079 2356 799 Tel: (84.28) 3517 3407 (5 lines)
E-mail: info@vetta.com.vn - sales@vetta.com.vn
Website: http://www.vetta.com.vn



Tư duy lãnh đạo mới trong bối cảnh mới



GIẢN TƯ TRUNG

Hiệu trưởng Trường Doanh nhân PACE

Sáu tháng vừa qua, ngành chế biến gỗ gặp nhiều khó khăn. Bên cạnh những lo toan về đơn hàng, về doanh số, về lao động... người làm nghề còn trăn trở về một điều rất mới: làm thế nào để cải thiện nội lực doanh nghiệp? Và làm thế nào để có thể lãnh đạo tốt hơn trong hoàn cảnh hiện nay?

Lãnh đạo là ai? Thông thường, người đứng đầu một tổ chức, một đội ngũ được xem là lãnh đạo. Nhưng nay trong bối cảnh mới, lãnh đạo là tất cả mọi người. Nếu không lãnh đạo tổ chức hay lãnh đạo đội ngũ, chúng ta lãnh đạo bản thân mình.

Lãnh đạo trong hoang mang

Với doanh nhân, lãnh đạo bản thân vững vàng và thích ứng, kịp thời đổi mới trước những đổi thay thời cuộc, có lẽ chính là nền tảng cho mọi sự lãnh đạo khác. Đã đến lúc phải làm mới tư duy lãnh đạo của mình.

Đòi hỏi làm mới tư duy lãnh đạo bắt nguồn từ thực tế. Thế giới đang vận hành với một sự biến động, bất định và không lường với tốc độ vô cùng nhanh chóng. Điều này dẫn đến 3 hệ lụy về mặt văn hóa mà nếu không

nhận thức kịp thời, doanh nghiệp (DN) sẽ ngày càng khó khăn hơn. Cụ thể, chúng ta đang chứng kiến thực tế hết sức khắc nghiệt: Mọi giá trị đều bị thách thức, nhiều chuẩn mực bị đảo lộn và niềm tin dễ dàng đổ vỡ. Nhiều điều tưởng chừng là chân lý, nay đã không còn. Trong nội bộ DN, tôi vẫn nghe các thành viên truyền tai nhau câu đùa: “Sáng đúng, chiều sai, mai lại đúng”.



Thực tế này cho thấy mọi quyết sách của lãnh đạo đều có thể đúng, có thể sai trong thời gian rất ngắn.

Lãnh đạo trong hoang mang, để không rơi vào thất bại, không còn con đường nào khác là bám vào năng lực cốt lõi và quay về giá trị cơ bản của con người. Dựa trên 2 giá trị này, mọi khó khăn đều có thể vượt qua.

Có 3 yếu tố cấu thành năng lực cốt lõi của một cá nhân lẫn tổ chức. Bao gồm: văn hóa, lãnh đạo và chuyên môn. Ngành chế biến gỗ Việt Nam xác định chiến lược phát triển dựa trên các giá trị đáng trân trọng, thể hiện được tầm nhìn lãnh đạo và chuyên môn cao như phát triển rừng trồng, giữ màu xanh cho trái đất, tuân thủ nguồn gốc xuất xứ, nguyên liệu hợp pháp, nâng cao

nội lực sản xuất, xây dựng thương hiệu, phát triển thiết kế, hệ thống phân phối... Đây chính là chuỗi giá trị cần thiết để ngành có thể phát triển và phát triển bền vững.

Tuy nhiên, để chuỗi giá trị ngành chế biến gỗ có thể thăng hoa thì nên đặt chuỗi trên khung văn hóa, nhân văn và nhân bản. Hội tụ được giá trị này, ngành sẽ hoàn thiện được năng lực cốt lõi.



**“ĐỂ CHUỖI GIÁ TRỊ
NGÀNH CHẾ BIẾN GỖ CÓ
THỂ THĂNG HOA THÌ NÊN
ĐẶT CHUỖI TRÊN KHUNG
VĂN HÓA, NHÂN VĂN VÀ
NHÂN BẢN”**



Có nhân bản, có bền vững

Vì sao giá trị văn hóa DN lại quan trọng đến như vậy?

Như đã nói, chúng ta đang sống trong một thế giới biến động khôn lường. Vai trò của văn hóa chính là “chân thẳng” và “chân ga” ở cả góc độ cá nhân, DN và quốc gia. “Chân thẳng” sẽ ngăn ta làm điều sai và điều ác cũng như ngăn ta rơi xuống vực sâu, còn “chân ga” sẽ thôi thúc ta làm điều đúng và điều tốt, đồng thời giúp ta vượt mọi khó khăn.

Ở góc độ DN, “chân thẳng” sẽ ngăn DN mắc phải những sai lầm không đáng có và dừng lại trước những cám dỗ trước mắt mà có thể là thảm họa trong tương lai. “Chân ga” chính là nội lực giúp DN vượt qua mọi khổn khó, là doanh khí và sức bật giúp DN hiện thực hóa được những khát vọng của mình.

Một DN nếu được xây dựng dựa trên những giá trị cốt lõi có tính bền vững thì sẽ có khả năng đứng vững trước phong ba bão táp. Ngược lại, nếu rời xa giá trị bền vững và năng lực cốt lõi của mình thì khi khủng hoảng ập đến sẽ khó mà đứng vững. Cả hai giá trị này đều hội tụ được nếu DN lấy giá trị của con người làm trọng.

Bất cứ điều gì chúng ta làm dựa trên nhân bản thì mọi thứ đều hoàn hảo. Có được giá trị cốt lõi, người điều hành DN khi ra quyết định cũng sẽ không sợ sai, vận hành DN không sợ sụp đổ. Khó khăn, thử thách của năm 2022 dự kiến sẽ còn kéo dài sang năm 2023. Tuy nhiên, các nhà hoạch định kinh tế đã chứng minh có nhiều tín hiệu khả quan, tích cực hơn trong nửa cuối năm 2023. Như vậy, để có thể vững vàng từ trong những khó khăn này và bút phá ở tương lai, doanh nhân cần trang bị cho mình năng lực mới, tinh thần mới, giá trị mới. Muốn vậy, mọi quyết định của DN rất cần được đặt dưới góc nhìn nhân bản và bền vững. Thực hiện được điều này, những giá trị mới ấy chắc chắn sẽ hình thành. ▣

N.K ghi

New leadership in new time



By GIAN TU TRUNG

Director of PACE Institute of Management

Over the past six months, the industry has encountered much difficulty. Besides the concerns over declining orders, sales, labors... industrialists face something very new: how to improve their inner strength? And how to offer greater leadership in the current context?

W

ho are the leaders? Naturally, they are ones holding the highest position in an organization, or amongst a group of people. However, in this new context, everyone is a leader. Without leadership, we lead ourselves.

Leading in the dark

For businesspeople, a firm self-leadership and timely flexibility in the face of changes are perhaps a foundation for all other forms of leadership. It is time we changed our mindset.

The necessity for mindset change stems straight off from reality. The world is operating upon upheavals, instability and unpredictability, and at an extreme pace. This leads to three 3 consequences, culturally speaking, that without an awareness upon which, businesses would plunge deeper into difficulty. Specifically, we are witnessing a harsh reality: Values are being contested, standards tossed and turned, trust broken with great ease. Many beliefs once held as truth no longer hold their weight. From inside the businesses, I still hear a popular joke “Accurate in the morning, inaccurate in the afternoon, and

accurate again tomorrow". The sentiment reflects that all top-level decisions can be right one moment and wrong the very next, shortly.

When you lead in the dark, so as not to fail, the only seeming right way is to fully embrace the core competency, and to return to fundamental human values. Based upon these two, every hardship can be overcome.

Core competency, be it of an individual or an organization, consists of the three factors: culture, leadership and expertise. Vietnam's wood processing industry has defined a development strategy built upon respectable values while demonstrating a high leadership vision as well as top expertise, such as afforestation, green developments, respect towards origin, legally sourced materials, increased production capacity, brand building, improvements upon design, distribution system,... Such is a value chain necessary for greater and more sustainable growth.

However, to elevate this value chain to a new height, it has to be placed upon a framework of culture, humanity and humanism. Only when the industry has them converged can its core competency be fulfilled.

Humane, and sustainable

Why do humane values matter that much?

Like said, we are living in a fast-changing, unpredictable world. The roles held by culture can be viewed as "brake" and "pedal" at individual, business or national level. "Brake" will keep us from doing the



“TO ELEVATE THE INDUSTRY’S VALUE CHAIN TO A NEW HEIGHT, IT HAS TO BE PLACED UPON A FRAMEWORK OF CULTURE, HUMANITY AND HUMANISM”

wrong and evil things, from falling into the abyss, while "pedal" will accelerate us to do the right and good things, to overcome hardship.

From a business' perspective, "brake" will prevent them from committing unnecessary mistakes and stopping before the imminent temptations or perhaps future disasters. "Pedal" is inner strength, one helping the business to transcend beyond hardship, the genuine spirit and resilience by which a business can materialize what it aspires after.

If a business is built upon the core, sustainable values, it can withstand any storms. Reversely, once straying away from these values, anytime a crisis arises, business will hardly stand. Only when the business places people at the center can these values converge.

All is perfect when built upon humanism. Once the core values are achieved, the top decision makers cannot go wrong, operations cannot go haywire. The 2022's challenges, hardships are expected to persist in 2023. However, economic planners have proven numerous positive signals towards the end of 2023. In order to stand firm amidst these difficulties and prepare for future breakthroughs, businesspeople need to equip themselves

with new competency, new spirit, even new values. To do so, all the decisions should very much need to be placed in a perspective of humanism and sustainability. Accomplishing this, new values are bound to be formed. 📌

Written by N.K

Cuộc đời là người thầy giỏi nhất

 SWAMI SITA

Cuộc đời là thao trường để mỗi người rèn luyện, đấu tranh, phát triển đức hạnh và các giá trị tốt đẹp hay rơi vào phía bên kia, nơi có sự tha hóa, bất chấp... Đó là hành trình trải nghiệm hạnh phúc cho những bài học về cuộc sống mà mỗi con người phải kinh qua. Với người kinh doanh, "chiến sự" bên trong bản thân còn khốc liệt và thử thách hơn rất nhiều lần.



Thầy Swami Sivananda, một hiền triết ở Himalayas, Ấn Độ nói rằng mục tiêu đích thực của đời sống là quay trở về cội nguồn, nơi mà từ đó chúng ta đã ra đi. Cũng như những dòng sông chảy không ngừng nghỉ cho đến khi chúng hòa vào biển cả - nguồn cuối cùng mà chúng nhận sự tiếp nguồn nước, chúng ta sẽ sống từ kiếp này sang kiếp khác không ngừng nghỉ cho đến khi ta đạt được sự hoàn hảo và sự sống vô hạn.

Ý nghĩa từ bên trong

Trong hành trình vô hạn định ấy, dù là doanh nhân, người làm thuê, người có gia đình hay độc thân, người xuất chúng hay chỉ là những thường dân, chúng ta vẫn cần tìm cho mình ý nghĩa cuộc đời. Đó là sức mạnh từ bên trong, để ta tìm thấy hạnh phúc trong bất kỳ hoàn cảnh nào, để ta thoát ra khỏi những phiền muộn đau khổ và trói buộc. Giá trị tốt đẹp này được xây dựng từ đâu?

Trước hết, ý nghĩa cuộc đời không đặt trên khái niệm thành công thông thường, với những tiền tài, vật chất, của cải hay danh vọng, quyền lực... Thành công mang lại ý nghĩa cuộc đời khi nó xuất phát từ các giá trị mà họ chia sẻ, giúp ích cho cộng đồng. Mỗi người đóng góp theo khả năng phù hợp với điều kiện năng lực của mình, làm với tâm thế tự do, tự tại, hết mình nhưng không gắn kết với kết quả, bởi lẽ "cố làm những điều tốt cũng có thể dẫn đến địa ngục", an nhiên với thực tại của đời sống.

Cuộc sống thật sự có ý nghĩa khi ta nối kết với các giá trị bên trong. Tình thức với những giá trị sống tốt đẹp trong cơ thể cường tráng sẽ là một cuộc sống dư giả, giàu có vững mạnh từ ở bên trong. Khi ấy, cuộc sống không phiền muộn mà tràn đầy sự hoàn hảo, thông thái và phúc lạc. Nét đẹp chính của cuộc sống là theo đuổi chân lý và vượt qua tất cả trở ngại bằng sự can đảm. Khi thân và tâm có nối kết với nhau, con người sẽ có được một cuộc sống cân bằng và thực sự ý nghĩa.

Bên cạnh việc kết nối với giá trị bên trong, theo triết lý của thầy Sivananda, sống phải gắn liền với việc chiến

đấu cho lý tưởng. Con người tiến hóa, phát triển mở rộng qua nhiều trải nghiệm khác nhau. Nếu muốn tiếp tục tồn tại thì đấu tranh là điều bắt buộc. Nhưng sự tranh đấu ở đây là đấu tranh với chính mình trên chiến trường tâm thức, vượt qua mọi yếu đuối cũng như những cám dỗ xấu xa. Đối mặt tất cả những khó khăn và những gian nan vất vả của cuộc sống để thành một con người dũng cảm tìm lại được chính mình, khi kiểm soát được tâm trí, chế ngự được đam mê thể chất và cái tôi kiêu ngạo.

Tinh thần phục vụ

Ý nghĩa cuộc sống có được khi thực hành phát triển những đức hạnh thánh thiện. Cuộc đời là người thầy giỏi nhất cho chúng ta. Cuộc đời là thao trường tốt nhất để chúng ta phát triển đức hạnh như lòng nhân từ, tha thứ, khoan dung, tình yêu vô hạn, sự đại lượng, sự thanh cao, tính hào hiệp, kiên nhẫn, ý chí... Hãy xác định một cách rõ ràng và gìn giữ thật cẩn thận bản chất thánh thiện của mình trong đời sống. Làm được điều này, khi bước ra thương trường, trong vai trò một doanh nhân, sứ mệnh kinh doanh sẽ được đặt để bên ngoài các giá trị vật chất, vụ lợi. Đó sẽ là câu chuyện kinh doanh trong phụng sự xã hội, kinh doanh để có thể đóng góp cho sự phát triển tốt đẹp của đời sống này.

Một doanh nghiệp với hơn 1.000 người lao động chẳng hạn, đã là một thế giới hội tụ rất nhiều đời sống. Ngay trong thế giới ấy, doanh nhân với vai trò điều hành, dẫn dắt, nếu có thể áp dụng tinh thần phục vụ cho cộng đồng, doanh nghiệp ấy sẽ phát triển theo một cách hoàn toàn khác. Ở đó, những việc riêng sẽ được dẫn lối bởi việc chung. Tất cả mọi người sẽ cùng nỗ lực vì giá trị tốt đẹp là tinh thần phục vụ mà người chủ dẫn toàn doanh nghiệp theo đuổi, tạo nên sức mạnh lớn giúp doanh nghiệp bứt phá. Trong bối cảnh khó khăn, tinh thần phục vụ ấy cũng sẽ giúp tập thể có được sức chống chịu lâu bền.

Như vậy, khi xây dựng được tinh thần kinh doanh phục vụ và dâng hiến, doanh nghiệp có thể thành công bên ngoài lẫn bên trong. Khi đó, cuộc sống lại càng trở nên có ý nghĩa, vững chãi theo thời gian. Theo lời thầy Sivananda, sống là nghệ thuật, sống là một cuộc hải hành trên đại dương mê mông của thời gian. Nó còn là một hành trình từ ô trọc đến thanh khiết, từ căm ghét đến yêu thương, từ bất toàn bất túc đến hoàn hảo, từ nô lệ đến tự do, từ u mê đến sự thông thái, từ yếu đuối đến mạnh mẽ. Sống là một dòng suối của ý thức. Không có vật gì là vô tri vô giác cả.

Mong tất cả chúng ta sẽ nhận thức được sự thiêng liêng của đời sống và có được một năm mạnh khỏe, hạnh phúc và tấn tới. 🌱

Life is the best teacher

By SWAMI SITA



Life is a training ground for each person to practice, struggle, develop virtues and good values or fall on the other side, where there is deterioration, carelessness ... It is a journey to experience happiness for life lessons that every human being has to go through. For business people, "the battle" inside themselves is much more intense and challenging.

Swami Sivananda, a sage in the Himalayas, India, says that the true goal of life is to get back to the source from which we came. Just as the rivers flow restlessly till they join the ocean - which they got their supply of water, so too, we would be restless here till we obtain Perfection and Infinite life.

The Meaning from within

In that infinite journey, whether as a businessman or an employee; married or single person; out-standing people or just ordinary people, we still need to find our own meaning in life. It is the power from within, for us to find

happiness in any situation, free from sorrows, pain, and bondage. Where does this good value come from?

The meaning of life is not based on the usual concept of success, with money, material things, wealth, name, fame, or relationship. It successfully brings more value to life when one develops meaningful values that can be shared with the community. Each person contributes freely according to one's capacity, in the spirit of dedication, calmness, self-acceptance and self-reliance, offering the results of one's actions with detachment, so as not to fall in the trap of doer-ship when "the road to hell is paved with good intentions".

Life is truly meaningful when we connect with our inner values. To be awakened while living life meaningfully in a healthy and strong body will give you a good and comfortable life when wealth and strength are derived from within. At that time, life becomes free from anxiety, fulfilled, wise and happy. The most beautiful aspect of life is when one pursues the truth within, conquering all obstacles with courage. When the physical is connected with the spiritual, one inherits a balanced and truly meaningful life.

Besides the connection with one's inner values, swami Sivananda said that to live is to fight for the ideal. Man evolves, grows, expands, and gains various experiences through struggle. If you want to continue your existence, the struggle is imperative. But the fight here is the brave fight with the internal foes on the battleground of your heart when one overcomes inner weaknesses and temptations to do bad. Boldly face all the difficulties and tribulations of this life to become a courageous person of self-mastery who has attained the Truth within, who has controlled the mind and has overcome passions, selfishness and ego.

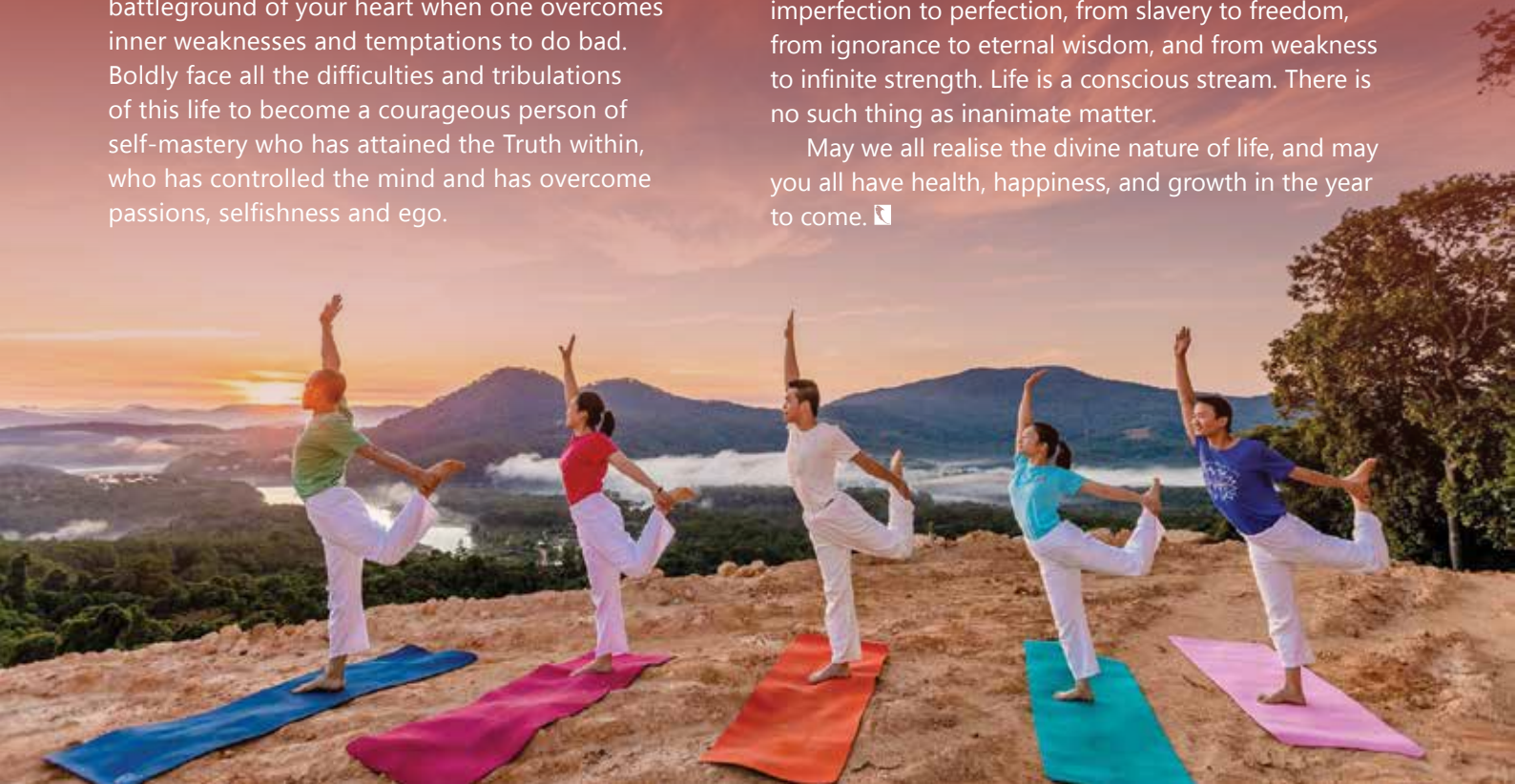
Spirit of service

The meaning of life is obtained through the practice of cultivating divine virtues. The world is your best teacher. The world is the best training ground for developing various divine virtues, such as mercy, forgiveness, tolerance, universal love, generosity, nobility, courage, magnanimity, pa-tience, strong will, etc. Identify and preserve your divine nature in life. Doing this, when stepping out into the marketplace, in the role of an entrepreneur, the business mission will be placed be-yond material and selfish values. It will be a business story to do social service and contribute to this life's good growth and development.

For example, an enterprise with more than 1,000 employees is already a world where many lives converge. Even in that world, an entrepreneur with an executive and leading role, if he can apply the spirit of service to the community, that business will grow in a completely different way. Per-sonal affairs will be guided by community affairs. Everyone will work together for the good value that is the spirit of service that the owner and the whole enterprise pursue, creating a great strength to help the business breakthrough. In difficult circumstances, that spirit of service will also help the team to have long-term resilience.

Thus, the enterprise can succeed externally and internally when building a spirit of service and dedication in business. At that time, life becomes more meaningful and stable over time. Swami Sivananda said life is an art and a voyage in the infinite ocean of time. Life is a journey from impu-riety to purity, from hatred to cosmic love, from death to immortality, from imperfection to perfection, from slavery to freedom, from ignorance to eternal wisdom, and from weakness to infinite strength. Life is a conscious stream. There is no such thing as inanimate matter.

May we all realise the divine nature of life, and may you all have health, happiness, and growth in the year to come. 🙏





SAMES KREMLIN AIRMIX®

Hơn cả Sơn Phủ: từ màu đến bóng, với NC-PU hoặc sơn nước, công nghệ phun sơn AIRMIX® luôn thân thiện đồng hành cùng mọi thể loại sản phẩm: mỗi lô hàng là một **TUYỆT TÁC** chinh phục thế giới.



 **AIRMIX®** tối ưu hoá:

Thẩm mỹ & chất lượng lớp phủ
Chi phí sản xuất: giảm thiểu thất thoát
Môi trường: giảm thiểu ô nhiễm



CTY TNHH TM VƯỢT SÓNG

Số 79, đường 55A, P. Tân Tạo, Q. Bình Tân, TP. HCM
ĐT: 028 3762 6534 – vuotsong2@gmail.com

AIRMIX® là một phát minh có cầu chứng
của SAMES KREMLIN (KREMLIN REXSON) - PHÁP

Ông Nguyễn Quốc Trị - Thứ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn: Sự linh hoạt và thích ứng giúp công nghiệp nội thất Việt Nam phát triển

 **HOÀI THƯƠNG thực hiện**

Năm 2022 khép lại với nhiều bất ngờ cho ngành chế biến gỗ, khi mà đơn hàng đột ngột sụt giảm khiến kết quả tăng trưởng cuối năm khác xa kỳ vọng đầu năm. Theo ông Nguyễn Quốc Trị, kết quả này đã được dự liệu từ trước và có những phương án thích ứng kịp thời.



Ảnh: Công Đạt

*** Năm 2022, ngành xuất khẩu lâm sản đã về đích với con số ước đạt 16,928 tỷ USD (tăng 6,1%) so với năm 2021. Ông đánh giá thế nào về kết quả này?**

- Đây là con số đáng mừng trong bối cảnh ngành đối diện với nhiều khó khăn. Diễn biến này cũng không quá bất ngờ. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (NN&PTNT) đã dự liệu một năm 2022 tiềm ẩn nhiều khó khăn, khó lường mang tính toàn cầu. Vì vậy, Bộ đã đưa mục tiêu xuất khẩu lâm sản năm 2022 là 16,3 tỷ USD, tương đương mức tăng khoảng 2,13% so với năm 2021. Như vậy, so với kế hoạch chung, chúng ta đã đạt và vượt mức kỳ vọng khoảng trên 3,8%.

Tuy nhiên, đây là mức tăng trưởng thấp so với những năm trước, và thấp hơn nhiều so với kỳ vọng của doanh nghiệp (DN). Vì không tiên liệu được những lý do khách quan của kinh tế thế giới nên ngành chế biến gỗ bước đầu chưa thích ứng kịp thời với điều kiện thị trường, đặc biệt là DN nhỏ và vừa. Dù sao, đây cũng chỉ là bước chững lại của ngành sau nhiều năm tăng trưởng vững vàng cũng như bút phá vào năm 2021.

*** Ông dự đoán và kỳ vọng xuất khẩu gỗ và nội thất Việt Nam sẽ phát triển thế nào trong năm tới?**

- Năm 2023, kinh tế thế giới vẫn đối mặt với không ít rủi ro. Ba nền kinh tế lớn nhất thế giới, cũng là những thị trường lớn của ngành gỗ là Hoa Kỳ, Trung Quốc, EU được dự báo sẽ tăng trưởng chậm lại đáng kể vào năm 2023.

Khi nhìn vào giá trị xuất khẩu lâm sản ta thấy các tháng cuối năm 2022 bình quân đạt khoảng 1,2 tỷ USD/tháng, theo dự báo xuất khẩu lâm sản sẽ duy trì tình trạng này đến hết quý II/2023 và chúng ta cũng kỳ vọng thị trường sẽ khôi phục trở lại vào những tháng cuối năm và ngành sẽ đạt mục tiêu xuất khẩu năm 2023 khoảng 17 tỷ USD.

*** Những kỳ vọng ấy được đặt trên nền tảng nào?**

- Trong bối cảnh hiện nay, xuất khẩu lâm sản của Việt Nam phụ thuộc rất nhiều vào diễn biến cuộc xung đột Nga - Ukraine và sự phục hồi tăng trưởng của nền kinh tế.

Cuộc xung đột Nga - Ukraine rất khó đoán định. Tuy nhiên, Thế giới sẽ dần thích ứng được với những tác động của cuộc xung đột, lấy lại tăng trưởng. Tăng trưởng kinh tế của các quốc gia có nhiều tác động đến xuất khẩu của ngành gỗ, nhất là thị trường Hoa Kỳ, với thị phần chiếm trên 50% tổng kim ngạch xuất khẩu ngành gỗ. Theo báo cáo, sau quý I và II tăng trưởng âm, quý III năm 2022 đã tăng trưởng dương 3,2%, niềm tin người tiêu dùng Hoa Kỳ tăng lên mức 108,3 điểm trong tháng 12/2022, cao hơn so với 101,4 điểm trong tháng 11/2022, mức cao nhất kể từ tháng 4/2022.

Khó khăn luôn là nguồn lực cho những người can đảm. Với tinh thần đoàn kết, nội lực và kinh nghiệm trên thị trường Thế giới trong nhiều năm qua, cộng đồng DN sẽ luôn biết tận dụng những cơ hội dù là nhỏ nhất để vươn lên.

*** Bản chất cốt lõi của ngành chế biến gỗ Việt Nam, theo quan sát của ông là gì?**

- Ngành gỗ có lịch sử lâu đời từ nghề mộc. Bản chất cốt lõi của ngành chế biến gỗ Việt Nam cũng không nằm ngoài những giá trị vốn có của con người Việt. Khi nói đến ngành gỗ, tôi nghĩ đến câu thành ngữ “dụng nhân như dụng mộc”, với ý nghĩa phổ biến nói về cách dùng người, nhưng ở chiều ngược lại, ta thấy được giá trị đã được coi là chuẩn mực, khuôn thước của những người thợ mộc, đó chính là sự linh hoạt và thích ứng cao trong mọi điều kiện, hoàn cảnh.

Trong những năm qua, cùng với việc hội nhập kinh tế thế giới, thì ngành gỗ Việt đã có những bước chuyển mình thần kỳ, chúng ta liên tục đạt được những cột mốc cao trong biểu đồ tăng trưởng ngành và đóng góp vào tăng trưởng kinh tế quốc gia. Ngành gỗ Việt Nam đã tự hào đứng thứ hai châu Á và thứ năm thế giới, khẳng định vị thế trên trường Quốc tế. Để đạt được điều đó, cộng đồng DN đã không ngừng nỗ lực vươn lên, hơn hết là sự chủ động, linh hoạt, thích ứng. “Cái khó ló cái khôn”, bằng bàn tay và khối óc của mình, ngành chế biến gỗ sẽ luôn tìm được cách để biến những điều bất lợi thành cơ hội. Tôi cho rằng những giá trị đó vẫn đang giúp ngành đối diện và vươn lên trong mọi hoàn cảnh khó khăn, biến động của Thế giới hôm nay và trong tương lai.

*** Theo ông, ngành cần làm gì để giữ gìn giá trị cốt lõi ấy?**

- Chưa bao giờ ngành gỗ có được sự phát triển đầy sinh khí như giai đoạn hiện nay, cùng với sự chung tay của toàn ngành lâm nghiệp để tháo gỡ những nút thắt về bài toán nguyên liệu bền vững, hình thành chuỗi liên kết, mở cửa thị trường với việc ký kết và tham gia một loạt các hiệp định thương mại... Thời gian tới, ngành cần quan tâm đến vấn đề nguồn nhân lực, nhất là nhân lực chất lượng cao. Nhân lực là nền móng, cũng chính

là yếu tố để tạo nên những thế mạnh khác biệt của ngành trong tương lai.

Xét về nội lực, ngành chế biến gỗ Việt Nam được đánh giá là nhiều thế mạnh như nhân công, nguyên liệu rừng trồng, khả năng quản trị của đội ngũ doanh nhân trong ngành đặc thù, sự đồng hành của các cơ quan quản lý... Tuy nhiên thế mạnh về nhân công giá rẻ sẽ phải được thay thế bằng khoa học công nghệ, máy móc, thiết bị tiên tiến, hiện đại, tự động hóa...

*** Về phía cơ quan chủ quản, Bộ NN&PTNT đã hoạch định gì cho ngành gỗ trong năm 2023?**

- Để khôi phục năng lực sản xuất cho toàn ngành đang giảm sút vì thiếu đơn hàng từ nửa cuối năm 2022, bên cạnh hoàn thiện hệ thống pháp luật ngành lâm nghiệp, trong năm 2023, Bộ NN&PTNT tập trung chỉ đạo, tổ chức triển khai một số hoạt động trọng điểm. Trong đó chú trọng khuyến khích, hỗ trợ các DN xây dựng thương hiệu, tập hợp các thương hiệu của các DN sẽ tạo nên thương hiệu cho ngành chế biến gỗ Việt Nam.

Bộ sẽ tạo điều kiện để các DN đẩy mạnh xúc tiến thương mại, phát triển thị trường ở các khu vực mới, tiềm năng, tập trung ưu tiên xúc tiến thương mại đối với các thị trường: Úc, Nga, Canada, Ấn Độ, châu Phi, Nam Mỹ... bằng cách phối hợp tổ chức hội chợ đồ gỗ Quốc tế HawaExpo 2023 để thu hút các đơn vị kinh doanh đồ gỗ Thế giới đến Việt Nam. Bộ đã yêu cầu các cơ quan tham tán thương mại về nông nghiệp của Việt Nam tại các nước hỗ trợ DN xuất khẩu, đồng thời khuyến khích các DN đầu tư vào kênh thương mại điện tử, hỗ trợ các DN trong các vụ kiện thương mại; có biện pháp bảo vệ thị trường nội địa hợp lý; đẩy mạnh triển khai thực thi các hiệp định song phương đã ký kết cũng như xây dựng và hình thành vùng nguyên liệu tập trung với lợi thế hơn 3,5 triệu ha gỗ rừng trồng sản xuất. Mục tiêu chính trong thời gian tới là tập trung phát triển rừng trồng gỗ lớn, có chất lượng, đáp ứng nhu cầu của sản xuất hàng hóa chất lượng cao, phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng.

*** Xin cảm ơn ông!**



**Mr. Nguyen Quoc Tri, Deputy Minister
of Agriculture and Rural Development:**

Vietnam's furniture industry prospers because of agility and adaptability

 **By HOAI THUONG**

The year 2022 came to a close with a lot of surprises: the decline in orders drives the growth rate to results way different from year-start's expectations. According to Mr. Nguyen Quoc Tri, Deputy Minister of Agriculture and Rural Development, the results were anticipated and not without a timely plan to adapt.

*** In 2022, timber and wood products export has reached the finish line at estimated USD 16.926 billion (6.1% increase compared with 2021's). What do you think about the result?**

- The result is plausible, especially in the context of many difficulties. However, it is far from unexpected. The Ministry of Agriculture and Rural Development had forecast that the year 2022 would have been full of imminent difficulties and unpredictability on a global scale, thus having set the export quota at USD 16.3 billion, or 2.13% increase to that of 2021. Viewed from the masterplan, we have exceeded the expectation by more than 3.8%.

The increase however remains a low one compared with the previous years, and much lower than the expectations by businesses. Unable to anticipate the objective happenings of the world economy, the local wood processing industry had not initially adapted to them, more particularly amongst medium and small businesses. Anyway, this can be viewed as a standstill, after years of steady growth as well as the 2022's breakthrough.

*** What are your predictions and expectations for Vietnam's export of timber and furniture products the following year?**

- In 2023, the global economy still has to face many risks. The world's three largest global economies, the US, China and EU, are forecast to be slowing down significantly in 2023.

Looking at the export value, within the final months alone, the average value was about USD bil 1.2, the figure forecasted to be remaining until the end of 2023's 2nd quarter. At the same time, we expect the global market will recover towards the final months, and local industry will reach the export value's target of USD bil 17.

*** Whereupon such expectations of yours are based?**

- In the current context, Vietnam's export is heavily dependent on the 2022 Russian invasion of Ukraine as well as the economy's recovery.

There is very little to talk about the former. However, the world is slowly adapting to the effects and regaining the growth momentum. Many countries' economic growth is bound to affect wood exporting, especially that of the US' market, whose share is 50% of the industry's export turnover. According to the report, after negative growth in the first and second quarter, in the third it grew to 3.2%, and the US' consumer confidence index rose to 108.3 in December, up from 101.4 in November, the highest since April 2022.

Difficulties give rise to the boldest people. With solidarity, strength and international experiences accumulated over the years, the business community in Vietnam will know where lies the opportunity for them to rise above.

*** What is the core nature of Vietnam's woodworking industry, in your observation?**

- Woodworking stemmed originally from carpentry. The core nature of Vietnam's woodworking does not stray away from the intrinsic values of Vietnamese people. Anytime talking about the woodworking industry, I often think of the old saying “用人如用木” (use people like wood), popularly known as the art of using people; however, reversely, we can as well see the values of agility and high adaptability in carpentry as gold standards amongst the carpenters in response to all situations.

Over the years, together with global integration, Vietnam's woodworking industry has undergone magical transformations, continuously hitting the high marks in growth charts and contribution to the domestic economy. Vietnam's industry is proudly ranked 2nd in Asia and 5th globally, cementing our position in international markets. Such achievements have been reached not without the constant efforts, and above all the proactivity, agility and adaptability. Since “[n]ecessity is the mother of invention”, with our mind and soul, the industry will always find ways to transform challenges to opportunities. I suppose that these have always been the values behind the industry, so that it can face and rise above any of the world's difficulties and upheavals nowadays and in the future.

*** To you, what does the industry need to preserve these values?**

- The industry has never entertained such robustness as it does nowadays, thanks to the joining hands of the entire forestry industry to untangle the bottlenecks in the problem of sustainable materials, chain of links, and market openings with the signings and participation in a host of trade agreements. Manpower being the foundation, it is a crucial factor to generate future differences.

Regarding internal resources, Vietnam's wood processing industry is assessed to be having multiple strengths such as manpower, plantation materials, businessmen's unique management ability, and the companionship of managing authorities... However, the cheap labor advantage will soon be replaced by advanced technology, modern machinery and equipment and automation...

*** From the authorities' perspective, what are the plans of the Ministry of Agriculture for the future?**

- To restore the whole industry's production capacity still being affected by the second half of 2022, in addition to improvements to the legal framework for

forestry, in 2023, the Ministry will focus on directing and implementing a number of key agendas. In which, both encouraging branding and rallying the businesses' existing brands will create an identity for Vietnam's wood processing industry.

The Ministry will facilitate greater trade promotion, market development in new territories with potential, with a focus on markets such as Australia, Russia, Canada, India, Africa, South America... by organizing international furniture fairs like HawaExpo to attract international businesses to Vietnam. The Ministry has asked for the favor of Vietnam's trade counselors in agriculture to support exporting, while encouraging the businesses to invest in e-commerce platforms and supporting them in cases of legal disputes; offering measures to reasonably protect domestic market; ushering the implementation of signed bilateral agreements while establishing concentrated material areas with the advantage of 3.5 mil hectares of forest timber for export. The primary incoming target is focus on developing large, high quality timber plantations, to meet the production needs for high quality products as well as those of consumers.

*** Thank you! 🙏**



Ông Nguyễn Liêm - Chủ tịch BIFA:

Sự đoàn kết sẽ tạo thêm sức mạnh

 LÊ NGUYỄN thực hiện



Xuyên suốt hành trình phát triển, theo nhận định của ông Nguyễn Liêm, ngành chế biến gỗ Việt Nam luôn vượt qua khó khăn bằng sự sáng tạo của mình. Trong bối cảnh hiện nay, khi mà các tổ chức hiệp hội trên cả nước đồng lòng, đồng thuận phát triển vì mục tiêu chung, ngành gỗ Việt Nam đang có cơ hội lần sức mạnh để kiến tạo nên những giá trị mới.

*** Biểu đồ phát triển ngành chế biến gỗ Việt Nam duy trì đà tăng trưởng ấn tượng nhiều năm trở lại đây. Khép lại năm 2022, dù vượt mục tiêu xuất khẩu 16 tỷ USD đề ra nhưng tỉ lệ tăng trưởng của ngành chỉ còn lại 1 con số. Ông đánh giá thế nào về kết quả này?**

- 2022 là một năm nhiều bất ngờ với ngành chế biến gỗ Việt Nam. Sau tăng trưởng nóng bất chấp những ngăn cản đại dịch năm 2021, ít người có thể hình dung được tình trạng thiếu đơn hàng khiến doanh nghiệp (DN) hoạt động dưới năng lực sản xuất như hiện nay. Dù có không ít DN rơi vào tình huống khó cầm cự nhưng tôi nghĩ, những thách thức hiện nay rồi cũng sẽ qua.

*** Đây không phải lần đầu, ngành nội thất gặp khó. Theo ông, khả năng vượt khó của DN nội thất Việt Nam thế nào?**

- Hơn 30 năm qua, ngành gỗ đã chứng kiến nhiều cuộc khủng hoảng. Qua mỗi đợt khó khăn, lại thấy năng lực chống chịu và khả năng thích ứng của DN

trong ngành rất cao. Còn nhớ, khủng hoảng tài chính năm 1997 hay cuộc khủng hoảng kinh tế đất đỏ 2008, ngành gỗ còn chịu thiệt hại nhiều hơn hiện tại. Nhưng, chúng ta vẫn vượt qua được khó khăn và tiếp tục phát triển cho đến vị trí hàng đầu trong danh sách các quốc gia xuất khẩu đồ nội thất lớn nhất thế giới.

Tình huống hiện nay có chút khó khăn hơn cho DN tất cả các ngành, do thế giới phải đối mặt với nhiều biến cố bất thường, dẫn đến khó đưa ra các dự báo. Nhưng, tôi tin kinh nghiệm ứng phó với các đợt khủng hoảng trước sẽ giúp DN nội thất có những điều chỉnh, quyết sách thích ứng kịp thời.

*** Là một trong những người thuộc thế hệ doanh nhân ngành nội thất đầu tiên của Việt Nam, theo quan sát của ông, ngoài khả năng chống chịu tốt, ngành chế biến gỗ có những thế mạnh đặc trưng nào?**

- Giá trị tốt đẹp có thể xem là biểu trưng mà ngành chế biến gỗ nói riêng và cả nước Việt Nam đang theo đuổi hiện nay là chính sách phát triển bền vững. Xuôi

theo dòng thời gian, từ khi hình thành nên công nghiệp chế biến thì chế biến gỗ Việt Nam bước qua việc sử dụng gỗ tự nhiên làm nguyên liệu. Thay vào đó, là chiến lược trồng rừng, vừa phủ xanh đồi trọc, vừa có nguồn nguyên liệu bản địa, vừa bảo toàn chỉ số carbon. Song song với nguyên liệu bản địa, ngành còn sử dụng gỗ hợp pháp, nhập khẩu từ các nguồn chính thống trên thế giới là chủ yếu. Nhờ những yêu cầu khắt khe từ các thị trường nhập khẩu



mà DN trong ngành ngày càng chú ý hơn về công tác bảo vệ môi trường, các chỉ số bền vững...

Sản phẩm gỗ do người Việt tạo ra có tính nghệ thuật rất cao. Hiện nay kết hợp thêm với những vật liệu mới như sắt, composit, vải... nội thất gỗ Việt Nam ngày càng hiện đại, chính phục được những thị trường khó tính nhất như Mỹ, châu Âu, Nhật Bản...

Nhìn lại cả một chiều dài phát triển sẽ thấy sự lột xác của ngành chế biến gỗ Việt Nam diễn ra rất nhanh. Từ năm 1990 - 2000, thiết bị sản xuất của ngành chủ yếu là bán tự động. Mười năm tiếp theo, các DN trong ngành cập nhật xu hướng tự động hóa. Từ năm 2010 đến nay là sự lên ngôi của các máy tổ hợp, chuyên hóa, CNC... Nhờ mạnh dạn ứng dụng công nghệ, trang bị thiết bị hiện đại... chất lượng nội thất Việt Nam ngày càng nâng cao, đủ sức cạnh tranh với các quốc gia khác. Quan trọng hơn, khoản đầu tư này còn giúp DN tăng lợi thế cạnh tranh, giảm thâm dụng lao động. Nếu như trước đây, một nhà máy 1.500 nhân viên chỉ tạo ra giá trị 20 triệu USD/năm, thì nay, chỉ với khoảng 700 - 800 nhân viên, nhà máy ấy đã có thể tạo ra 40 đến 50 triệu USD/năm.

*** Trong những điều kể trên, thế mạnh nào có thể được xem là “đặc sản” biểu trưng của chế biến gỗ Việt Nam?**

- Tất cả những điều kể trên có thể được xem là thế mạnh cốt lõi của ngành gỗ. Điều khiến ngành trở nên đặc biệt là sự đoàn kết. Với tôi, đó mới chính là thứ “đặc sản” đáng để các DN trong ngành tự hào. Sự đoàn kết dễ thấy nhất là việc các DN cùng đứng chung, cùng hưởng ứng các hoạt động mà các hiệp hội khởi xướng. Thậm chí là mới đây, trong năm 2022, khi mà sản xuất gặp khó khăn, 5 hiệp hội chế biến gỗ cả nước lại cùng nhau liên kết lại để có nguồn lực chung, tiến đến thực hiện công tác xúc tiến thương mại cho ngành. Hoạt động đầu tiên của sự liên kết này là hội chợ nội thất quốc tế HawaExpo 2023. Sau HawaExpo, các hội chợ chuyên ngành khác cũng sẽ được tổ chức, nhằm thiết lập và tổng hòa được các thành phần trong hệ sinh thái ngành chế biến gỗ. Khi đã xây dựng được hệ sinh thái, với sự tham gia đầy đủ của các thành phần, từ máy móc chế biến, nguyên liệu, công nghiệp phụ trợ... và dưới định hướng phát triển bền vững mà Chính phủ Việt Nam theo đuổi, tôi tin, ngành nội thất Việt Nam sẽ có những bước đột phá trong tương lai.

Chúng tôi tự hào với mô hình liên kết này và tin rằng, sự đoàn kết sẽ tạo thêm sức mạnh mới cho chế biến gỗ Việt Nam. Đây là giá trị đặc biệt mà các ngành công nghiệp khác chưa có được.

*** Theo dự đoán của ông, những khó khăn mà ngành chế biến gỗ đang đối mặt sẽ kết thúc khi nào?**

- Trong một thế giới nhiều biến động như hiện nay thì việc dự báo về tương lai, tôi cho rằng không cần thiết bằng việc xây dựng cho mình niềm tin và tâm thế sẵn sàng. Đã có nhiều DN trong ngành cho biết, đơn hàng bắt đầu quay trở lại. Đó là tín hiệu tích cực. Nhưng nếu chúng ta chỉ trông đợi những tín hiệu tích cực mà không chuẩn bị sẵn nội lực như nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đầu tư các giá trị gia tăng như thiết kế, thương hiệu... thì khi thị trường quay trở lại, chúng ta vẫn ở nguyên vị trí hiện tại.

*** Lâm Việt đã có những chuẩn bị nào cho tương lai?**

- Hiện tại, chúng tôi tập trung bảo toàn đội ngũ nhân lực. Với một nhà máy, dù có trang bị tối tân đến đâu thì “linh hồn” của sản xuất vẫn là con người. Lâm Việt vẫn đang cố gắng bảo tồn lực lượng lao động, dù đơn hàng đã giảm đến gần 50%. Vì giảm giờ làm khiến thu nhập của công nhân bị ảnh hưởng nên chúng tôi có những chính sách chăm lo, hỗ trợ đời sống anh em, tạo điều kiện để đời sống lẫn việc học hành của con cái họ được đảm bảo. Sự sụt giảm đơn hàng hiện nay trong ngành gỗ và cả những ngành sản xuất đặt ra bài toán nhân sinh rất quan trọng, đòi hỏi DN, các tổ chức, Nhà nước phải hết sức chú ý.

Lâm Việt cũng đang cơ cấu, tổ chức lại các bộ phận để tiết giảm chi phí, giảm thiểu lãng phí, tối ưu nguồn lực. Đồng thời, tập trung nghiên cứu các ứng mới từ sự phối hợp giữa gỗ và các vật liệu khác để có những sản phẩm cạnh tranh hơn, chờ ngày thị trường quay lại.

Ở vai trò hiệp hội, BIFA cùng các hiệp hội khác cũng đã có những kiến nghị cần thiết để Nhà nước hỗ trợ, đồng hành, tạo điều kiện cho các DN vượt khó bằng các chính sách mở, như giãn nợ, giãn thuế hay hoãn các khoản thu bảo hiểm xã hội... Hy vọng là khó khăn sẽ sớm qua và chúng ta sẽ khôi phục được nhịp phát triển của ngành.

*** Xin cảm ơn ông. 🙏**

“SỰ ĐOÀN KẾT SẼ TẠO THÊM SỨC MẠNH MỚI CHO CHẾ BIẾN GỖ VIỆT NAM. ĐÂY LÀ GIÁ TRỊ ĐẶC BIỆT MÀ CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP KHÁC CHƯA CÓ ĐƯỢC”

Mr. Nguyen Liem - Chairman of Binh Duong Furniture Association (BIFA):

Solidarity brings forth new strengths

 By LE NGUYEN

Across its growth journey, by Mr. Nguyen Liem's evaluation, the Vietnam wood processing industry has consistently overcome the challenges with intrinsic creativity. In nowadays' context, as the nationwide organizations and associations have agreed upon a common goal for growth, the industry is presented with opportunities and strengths to create new values.

*** The processing industry's growth chart has posed an impressive growth momentum in recent years. By the end of 2022, despite the USD 16 billion outstanding from the export target, industry growth remains single digit. What would you say about this result?**

- 2022 has been filled with surprises for Vietnam's wood processing industry. After a 2021's bout of expansive growth, despite the obstacles presented by the pandemic, few could have imagined short running orders, which has forced the businesses to operate below their capacity. Although many of them find themselves in difficulties, I believe that the current challenges will pass.

*** It is not the first time for the industry. In your opinion, how would the businesses in Vietnam overcome this?**

- Over the past 30 years, the industry has witnessed many crises. Each time, their resilience and adaptability remains very strong. As far as I remember, they had been inflicted much worse by the 1997 Asian financial crisis or the 2008 Global Financial Crisis. And yet, we have overcome the difficulties and continued to rise higher in the world's largest furniture exporters list.

The current situation may seem even harder to businesses across all industries, as the whole world is being faced with many unexpected mishaps, making it even harder to offer predictions. However, I believe that the accumulated experience from the previous crises will help the businesses navigate across through promptly made adjustments and decisions.

*** As a key figure in furniture's first generation in Vietnam, according to you, what are the unique strengths these businesses possess, in addition to resilience?**

- A good value perceived as symbolic to the industry as well as widely pursued across the country is sustainable development. Through the time, since its inception, the industry has moved from using natural reserves towards reforestation, regreening, resorting to indigenous resources while preserving the carbon index. In tandem with indigenous resources, the industry has as well utilized legally-produced timber, imported from the world's official resources. Thanks to the strict requirements from these importing markets, the

industry businesses have paid greater attention to environmental protection, sustainability indicators, etc.

The wood-based products by Vietnamese have strong aesthetic qualities. Currently the combination with other materials including iron, composite, fabric, wood products made-in-Vietnam are conquering even the most demanding of markets such as America, Europe or Japan.

Looking back, we can see that the industry has undergone a very fast transformation. During the period between 1990 and 2000, the machinery in use was largely semi-automatic. In the ensuing decade,

the businesses tried to adapt to the automation trend. Since 2010 there has witnessed the rise of complex machinery, assemblies and CNC. The bold investment in technology and tools has resulted in greater qualities, enabling greater competitions against makers from other countries. More importantly, such investment has produced more edges in competition

“

“SUCH SOLIDARITY
WILL BRING FORTH
NEW STRENGTHS
TO THE INDUSTRY.
IT IS A UNIQUE
VALUE THAT OTHER
INDUSTRIES DO
NOT YET OBTAIN”



while reducing labor intensity. In the past, a factory of 1500 workers generated USD 20 million per year; nowadays, with only half the amount of workers, the same factory can generate up to USD 40 or 50 million per year.

*** With these being said, what is the absolute, “specialty” strength of Vietnam’s wood processing industry?**

- While all the above are fundamental as the industry’s strengths, what makes us unique is oneness, or togetherness. To me, such is the true “specialty,” the one that makes everyone of us proud. The greatest evidence lies in how the businesses truly stand together, supporting the activities initiated by the organizations. Most outstandingly, in the recent 2022, when production was hit hard, all of 05 wood processing associations in Vietnam have united under one banner, and together promoted the industry. The first outcome of this unison is Ho Chi Minh City Export Furniture Fair 2023 (HawaExpo 2023). After HawaExpo, similar industrial exhibitions will be held, to consolidate and synchronize the wood processing ecosystem’s components. Once the ecosystem is established, with the participation from all components, from machinery to materials, to supporting industries, and under the sustainable development in pursuance to the government’s directive, I believe that the furniture industry of Vietnam will bear breakthroughs in the future.

We are proud of this model, and believe that such solidarity will bring forth new strengths to the industry. It is a unique value that other industries do not yet obtain.

*** In your estimation, when will these challenges finish?**

- Amidst a tumultuous, fast-changing world of nowadays, predictions are, methinks, not as important as building our own trust, and getting ready. Many businesses have reflected that the orders start coming back. It is a positive sign. However, relying too much

on these signs without self improvement such as improving the labor force, investing on added values like branding, designing..., when the market resumes to normal, we will remain where we are right now.

*** What has Lam Viet prepared for the future?**

- At the moment, we focus on preserving our human resources. For a factory, no matter how well equipped, the “soul” rests upon its people, its workers. Lam Viet has been trying to preserve our labor force, even when the order has been reduced to almost 50%. Because their income has been affected by reduced working hours, we have compensated with policies and support to both of their children’s daily lives and education. The declining orders in the wood processing industry alone and production industries in general has posed a fundamental problem to their livelihood, begging for serious considerations from the businesses, organizations and the Government itself.

In the meantime, Lam Viet has restructured and reorganized to cut down on costs, minimizing wastes while maximizing the resources. Also, we focus on new applications using the blend of woods and other materials to build new, more competitive products in anticipation of the market’s return to normal.

In its role as an organization, BIFA together with other associations have submitted for assistance from the Government, to accompany with and provide support to the businesses for them to overcome the difficulties with open policies such as debt reduction, tax delay or delayed collection of social insurances. We hope that the difficulties will soon be overcome and the industry will resume to its original pace.

*** Thank you very much. 🙏**



hoạt động nổi bật của HAWA trong năm 2022

2022 là một năm đặc biệt của ngành chế biến gỗ Việt Nam. Đơn hàng dồi dào trong quý I nhưng đến quý III và IV, hoạt động sản xuất đột ngột rơi vào trầm lắng do thiếu đơn hàng trên diện rộng. Đồng hành với định hướng phát triển bền vững của ngành, trong năm qua, HAWA đã phải nỗ lực rất nhiều để có thể triển khai hơn 30 hoạt động, hội thảo, đào tạo... để hỗ trợ doanh nghiệp (DN) theo đuổi mục tiêu: xúc tiến thương mại; chuyển đổi số và phát triển các giá trị gia tăng như thiết kế, thương hiệu... Cùng *Gỗ & Nội thất* điểm lại 10 hoạt động tiêu biểu của HAWA trong năm.

1. Vietnam Furniture Matching Week

Tiếp nối thành công của Vietnam Furniture Matching Week 2021, Tuần lễ giao thương quốc tế ngành gỗ và nội thất - Vietnam Furniture Matching Week 2022 (12 - 20/4/2022) là một trong những hoạt động xúc tiến thương mại thành công, đáp ứng mong đợi của cộng đồng DN ngành nội thất trong và ngoài nước. Diễn ra vào ngày 13/4 trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19 vẫn là mối lo, Vietnam Furniture Matching Week với nhiều hoạt động sáng tạo đã góp phần giúp DN ngành gỗ và thủ công mỹ nghệ đạt mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu.

Điểm nhấn của Vietnam Furniture Matching Week là chuỗi café kết nối, tạo điều kiện gặp gỡ trực tiếp với nhau theo từng mã hàng của ngành như: nội thất (indoor), ngoại thất (outdoor), sofa, tủ kệ bếp... Chuỗi hoạt động bao gồm cả offline lẫn online trên nền tảng HOPE quy tụ hơn 800 đại diện đến từ hơn 450 đơn vị trong ngành chế biến gỗ và thủ công mỹ nghệ tham gia.



2. Phát triển mạng lưới CIO ngành chế biến gỗ



Đây là sáng kiến được HAWA phối hợp cùng Ban Nghiên cứu phát triển kinh tế tư nhân (Ban IV) triển khai nhằm quy tụ nguồn nhân lực công nghệ chất lượng cao, hướng tới mục tiêu chuyển đổi số trong ngành chế biến gỗ. Dự án bao gồm nhiều hoạt động, từ đào tạo cung cấp thông tin, kỹ năng cũng như công cụ cần thiết để những lãnh đạo công nghệ thông tin làm chủ được bài toán số hóa và chuyển đổi số đến các buổi workshop sinh hoạt, diễn đàn để có kiến thức thực tiễn từ hoạt động của các DN trong ngành.

Sáng kiến đã thu hút sự quan tâm của nhiều lãnh đạo công nghệ các DN trong ngành cũng như các chuyên gia công nghệ, chuyển đổi số, các DN cung cấp giải pháp số và các cơ quan liên quan.

3. Chính thức vận hành Hội chợ HawaExpo với chuỗi chương trình OSE hỗ trợ DN nâng cao năng lực xúc tiến thương mại



Tháng 9/2022, ban chấp hành 5 hiệp hội VIFOREST, HAWA, BIFA, DOWA, FPA đã thống nhất thành lập Công ty Tổ chức hội chợ Viforest Fair, công ty tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại, xây dựng và quảng bá hình ảnh ngành nội thất - công nghiệp trọng điểm của Việt Nam. Hoạt động đầu tiên cũng là điểm nhấn quan trọng nhất trong sự hợp tác 5 hội là Hội chợ xuất khẩu đồ gỗ và nội thất TP.HCM năm 2023 (HawaExpo 2023). Được tổ chức từ ngày 22 - 25/2/2023, HawaExpo 2023 do HAWA trực

tiếp vận hành, với sự hỗ trợ của Sở Công Thương TP.HCM sẽ là hội chợ mở đầu cho chuỗi sự kiện triển lãm ngành gỗ truyền thống hàng năm trong khu vực.

Để có một hội chợ Quốc tế, bài bản và khác biệt, HawaExpo triển khai hàng loạt workshop hỗ trợ DN nâng cao năng lực trong công tác xúc tiến thương mại (Organizer Support Exhibitor - OSE) bao gồm: Thiết kế trưng bày và sắp đặt triển lãm; Xây dựng thương hiệu và hình ảnh... Chuỗi chương trình có sự tham dự của các chuyên gia quốc tế như nhà thiết kế Luca

Fois; nhà thiết kế Marta Meda; ông Nguyễn Cao Đô - chuyên gia thiết kế nhận diện thương hiệu, Giám đốc Clipper Indochine; ông Giuseppe De Francesco, nhiếp ảnh gia đến từ Ý...

Thông qua các hoạt động của OSE, các Exhibitor (nhà triển lãm) đã có dịp tương tác trực tiếp, được tư vấn cụ thể về cách thức tổ chức gian hàng, thiết kế không gian triển lãm, tổ chức hình ảnh, xây dựng nhận diện thương hiệu... để có thể chuẩn bị tốt nhất cho lần xuất hiện đầu tiên tại HawaExpo 2023.

4. Thúc đẩy thực hành thương mại lâm sản bền vững

Việc thực thi các quy định phát triển lâm sản bền vững là yêu cầu sống còn, không chỉ riêng ngành chế biến gỗ Việt Nam mà của cả thế giới. Trong tinh thần và mục tiêu chuyển đổi số ngành chế biến gỗ, HAWA đang đồng hành cùng Chính phủ lẫn DN đẩy mạnh số hóa quá trình thực thi VPA/FLEGT. Cụ thể là với nền tảng HAWA DDS. Trong năm 2022, bộ tiêu chuẩn HAWA DDS đã chính thức vận hành, tương thích hoàn toàn với nền tảng công nghệ thông tin về truy xuất và giải trình nguồn gốc gỗ HAWA DDS 1.0.

HAWA DDS 1.0 tích hợp nhiều tính năng hữu ích hỗ trợ khai báo và lưu trữ hồ sơ rừng, hồ sơ mua bán cây đứng, hồ sơ đăng ký khai thác, lưu thông giúp cho việc tra xét, truy xuất và xác minh nguồn gốc gỗ trở nên dễ dàng, nhanh chóng và đơn giản. Chỉ cần truy cập nền tảng HAWA DDS, người dùng có thể tìm kiếm thông tin, quản lý lẫn chứng minh nguồn gốc nguyên liệu một cách rõ ràng mà không phụ thuộc quá nhiều



vào hệ thống giấy tờ, thủ tục lưu trữ, tra xét thủ công như trước đây.

Bằng việc vận hành nền tảng HAWA DDS, ngành chế biến gỗ Việt Nam đang tiến đến câu chuyện số hóa quá trình tuân thủ Hiệp định VPA/FLEGT, tạo thuận lợi hơn cho DN xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ sang thị trường Quốc tế, đặc biệt là EU.

5. Giải thưởng thiết kế Hoa Mai 2022

Hoa Mai 2022 được đánh giá cao bởi tính ứng dụng trong các thiết kế tham gia tranh tài. Sau hơn 6 tháng phát động, cuộc thi thu hút 268 tác phẩm từ các nhà thiết kế trong cả nước.

Không ít ý tưởng hay, độc đáo đã xuất hiện tại Hoa Mai 2022, những cảm hứng từ cuộc sống thực tế, các chủ đề mang tính lịch sử, dấu xưa tích cũ được các thí sinh thể hiện là "đặc sản" trong mùa Hoa Mai thứ 20. Theo đánh giá của các chuyên gia, nhiều sản phẩm được vinh danh ở Hoa Mai 2022 có thể đưa vào sản xuất, bước ra thị trường. Cuộc thi khép lại với chiến thắng thuộc về Vũ Đình Nghiêm, nhà thiết kế nội thất trẻ luôn tự đặt cho mình nhiệm vụ phải tìm kiếm được các giải pháp bền vững trong sáng tạo.



6. Chuỗi Workshop "Nâng cao năng lực thiết kế và chế tác sản phẩm gỗ"

Dự án Đào tạo nâng cao năng lực thiết kế và chế tác sản phẩm gỗ do tổ chức ASEAN - Japan Center và HAWA phối hợp thực hiện nhằm phát triển đội ngũ thiết kế trẻ phục vụ cho mục tiêu này. Hai tên tuổi hàng đầu trong lĩnh vực sáng tạo ở Nhật Bản là nhà thiết kế Jin Kuramoto và kiến trúc sư Jo Nagasaka trực tiếp giảng dạy, thị phạm trong dự án.



Chuỗi workshop đào tạo kỹ năng thiết kế và chế tác sản phẩm gỗ dành cho 8 thí sinh đạt giải trong cuộc thi thiết kế Hoa Mai 2022 và 12 nhà thiết kế có kinh nghiệm trong ngành thiết kế nội thất, kiến trúc do ban tổ chức chọn lọc đã diễn ra từ ngày 26 - 30/12/2022. Bên cạnh kiến thức, trải nghiệm chia sẻ từ 2 chuyên gia, các designer còn được trực tiếp thực hành, sáng tạo sản phẩm trên gỗ tái chế.

7. Chuỗi chương trình tập huấn "Nâng cao năng lực, tuân thủ tính hợp pháp của sản phẩm gỗ xuất khẩu"

Là chương trình phối hợp giữa HAWA và USFS (Cục Kiểm lâm Hoa Kỳ), chuỗi workshop nâng cao năng lực cho các DN xuất khẩu nội thất hướng tới mục tiêu cập nhật và phổ biến các quy định, quy chuẩn về nguyên liệu trong sản xuất các sản phẩm nội thất trên thị trường thế giới. DN không những được tiếp cận chi tiết các yêu cầu tuân thủ tính hợp pháp về gỗ nguyên liệu đối với các thị trường xuất khẩu chủ lực mà còn cùng nhau phân tích lại các cáo buộc và biện pháp phòng vệ thương mại mà các quốc gia như Mỹ, Nhật, Hàn Quốc... và châu Âu đã và đang áp dụng với hàng nội thất Việt Nam.

Dự án cũng giúp DN tìm hiểu về trách nhiệm giải trình, các quy định pháp lý gỗ nhập khẩu dưới khung pháp lý nội địa, cụ thể là Nghị định 102/CP mà Chính phủ ban hành năm 2020. Chuỗi chương trình tập huấn khép lại với chuyến tham quan thực tế hoạt động nhà



máy điển hình, cập nhật kiến thức thực tiễn vào ngày 28/6 tại nhà máy Hồ Nai, một trong những DN hàng đầu về xuất khẩu đồ nội thất sang thị trường Mỹ tại Việt Nam. Tại đây, các DN đã trao đổi để rút ra được bài học kinh nghiệm, linh hoạt để ứng biến thay đổi trong sản xuất, thích ứng với những thay đổi của thị trường.

8. Mở rộng kết nối trong hệ sinh thái công nghiệp nội thất

Công tác kết nối với các ngành công nghiệp liên quan trong hệ sinh thái công nghiệp nội thất là nhiệm vụ mà Ban chấp hành HAWA chú trọng. Trong năm 2022, HAWA đã thành công trong việc ký kết hợp tác với hai tổ chức trong nước là Hiệp hội Xây dựng và Vật liệu xây dựng TP.HCM (SACA) và Hiệp hội Doanh nghiệp Dịch vụ Logistics Việt Nam (VLA). Mỗi quan hệ này giúp ngành có thể hoàn thiện chuỗi cung ứng nội thất cho dự án, mở rộng chuỗi cung ứng nội thất xuất khẩu ra thị trường thế giới. Hợp tác này cũng tạo nên cơ hội liên kết và phát triển giữa thành viên các hội.

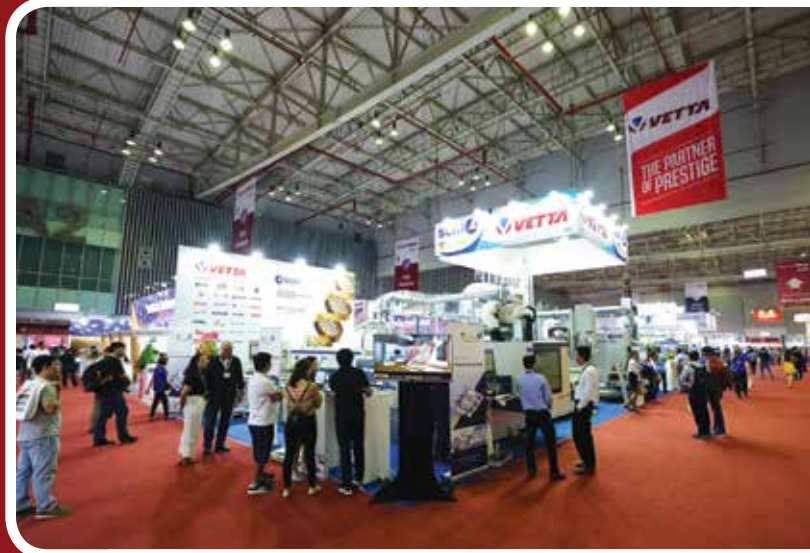


9. Tăng cường công tác xúc tiến thương mại

Trong bối cảnh đơn hàng giảm sút đột ngột thì phát triển thị trường mới, giữ vững thị trường chủ lực là bài toán mà các cơ quan quản lý đặt ra cho ngành nội thất. Nhằm trợ lực cho DN trong công tác xúc tiến thương mại, HAWA liên tục kết nối với thương vụ các nước để tìm thêm cơ hội xúc tiến thương mại cho các DN trong ngành. Điểm nhấn trong công tác xúc tiến thương mại năm 2022 của HAWA là đưa đoàn DN sang bang Missouri - Hoa Kỳ, kết nối với nguồn nguyên liệu hợp pháp, chủ lực cho sản xuất nội thất.

10. VietnamWood 2022

Phối hợp cùng Chan Chao International, HAWA thành công trong công tác tổ chức triển lãm chuyên về máy móc công nghệ và nguyên liệu phục vụ ngành chế biến gỗ mang tên VietnamWood. Trong 3 ngày diễn ra triển lãm, ban tổ chức đã tổ chức hai hội thảo chuyên đề lớn là "Giải pháp Thiết kế sản phẩm và Quản lý sản xuất thông minh cho ngành công nghiệp nội thất" và "Giải pháp Tự động hóa thông minh cho ngành công nghiệp nội thất" nhằm cung cấp cái nhìn hiện đại trong công tác đầu tư dây chuyền, thiết bị cho DN. Có đến 233 đơn vị đến từ khắp nơi trên thế giới tham gia triển lãm, thu hút gần 9.000 lượt khách tham quan.



10 outstanding activities of HAWA in 2022

2022 is a special year for Vietnam's wood processing industry. Orders were abundant in the first quarter, but in the third and fourth quarters, production suddenly fell into silence due to the lack of orders on a large scale. Orders were plentiful in the first quarter, but in the third and fourth quarters, a sudden shortage of significant orders caused production to halt. As a companion of the industry's sustainable development orientation, HAWA has had to make great efforts in the past year to be able to deploy more than 30 activities, seminars, trainings... to support companies in pursuing the following goals: Promotion of Commerce; Digital Transformation; and Creation of added values such as design, branding, etc. Together with Wood & Furniture, we will review 10 typical activities of HAWA during the past year.

1. Vietnam Furniture Matching Week

Following the success of Vietnam Furniture Matching Week 2021, Vietnam Furniture Matching Week 2022 (April 12-20, 2022) was one of the productive trade promotion initiatives that satisfied the demands



of the business community in the furniture sector both domestically and internationally. Vietnam Furniture Matching Week, which took place on April 13 while the Covid-19 epidemic was still a concern, was able to help businesses in the wood and handicraft industries reach their export growth goals thanks to its many imaginative events.

The highlight of the Vietnam Furniture Matching Week was a chain of connecting cafes, that facilitated face-to-face meetings according to each product code of the industry such as: furniture (indoor), exterior (outdoor), sofa, kitchen cabinets, etc. Activities both offline and online using the HOPE platform gathered more than 800 representatives from more than 450 groups in the woodworking and handcrafting industries.

2. Developing a Network of CIOs in the Wood Processing Industry



A high-quality, high-tech workforce is being gathered as part of a project by HAWA and the Department of Research and Development of the Private Economy (IV Department) to revolutionize the wood processing industry digitally. The project includes a wide range of activities, such as workshops and field trips where participants can learn firsthand about the operations of businesses in the sector. Training is also provided to give information technology leaders the knowledge, abilities, and tools they need to master the problem of digitalization and digital transformation.

Numerous industry technology leaders, specialists in technology, providers of digital solutions, companies specializing in digital transformation, and allied organizations have all taken notice of the project.

3. Officially Operating HawaExpo With a Series of OSE Programs to Help Businesses Improve Their Trade Promotion Capacity

In September 2022, the executive committees of five organizations—VIFOREST, HAWA, BIFA, DOWA, and FPA—agreed to form Viforest Fair, a business that coordinates construction, advertising, and trade promotion initiatives to build and promote the reputation of the furniture sector, a crucial sector for Vietnam. The first activity and also the most important highlight in the cooperation of the 5 associations is the Ho Chi Minh City Furniture and Furniture Export Fair in 2023 (HawaExpo 2023). HawaExpo 2023, which will be run directly by HAWA with assistance from the Department of Industry and Trade of Ho Chi Minh City, will take place from February 21-25, 2023, and serve as the kickoff event for a number of recurring yearly traditional wood industry fairs in the area.

In order to have an international, methodical, and distinctive fair, HawaExpo deploys a series of workshops to support businesses in improving their capacity in trade promotion (Organizer Support Exhibitor - OSE), including: design and installation of exhibitions; branding and image building... International professionals like designer Luca Fois,

designer Marta Meda, Mr. Nguyen Cao Do, Director of Clipper Indochine, and Italian photographer Mr. Giuseppe De Francesco all contributed to the series. Through OSE's activities, exhibitors had the opportunity to interact directly and receive specific advice on how to organize booths, design exhibition space, organize images, and build brand identity... to be able to best prepare for the first appearance at HawaExpo 2023.



4. Promoting Sustainable Forest Product Trade Practices



An essential prerequisite for the global wood processing business, as well as the wood processing sector in Vietnam, is the application of legislation on sustainable forest product development. To advance the digitalization of the VPA/FLEGT implementation process, HAWA is working with the government and private sector. This is done with the intention of transforming

the wood processing industry. Specifically with the HAWA DDS platform. In 2022, the HAWA DDS standard set was officially put into operation, fully compatible with the information technology platform on HAWA DDS 1.0 wood traceability and origination.

HAWA DDS 1.0 integrates many useful features to support the declaration and storage of forest records, standing tree purchase and sale records, logging and circulation registration records, and to make the inspection, traceability, and origin verification of wood easy, fast, and simple. Just by accessing the HAWA DDS platform, users can search for information, manage, and prove the origin of raw materials clearly without relying too much on the system of documents, storage procedures, and manual research as before.

By using the HAWA DDS platform, Vietnam's wood processing sector is advancing toward digitizing the process of adhering to the VPA/FLEGT Agreement and improving the circumstances for businesses to be able to export wood and wood products to the global market, particularly the EU.

5. Hoa Mai Design Award 2022

Hoa Mai 2022, which has finally returned after an epidemic-related delay, is praised for the application potential of the designs seen in the competition. After more than six months, the contest had gathered 268 works from designers all over the country. 56 proposals were carefully chosen by a panel of knowledgeable judges for the review phase. After that, 22 outstanding design concepts were selected as finalists.



At Hoa Mai 2022, there were many excellent and original concepts that were eloquently and effectively expressed by the contestants. These ideas were inspired by historical topics, old relics, and real-life examples. But in the 20th Hoa Mai season, the new applicability is the "specialty." Many of the products celebrated at Hoa Mai 2022, according to experts, can be produced and sold. The contest ended with the victory belonging to Vu Dinh Nghiem, a young interior designer who always sets himself on the task of finding sustainable creative solutions.



6. Workshop Series on "Improving Wood Product Design and Manufacturing Capabilities"

The young design team serves as the cornerstone for the Vietnamese furniture market's participation in the innovative segments of the global supply chain. The ASEAN-Japan Center and HAWA initiative, "Training to Improve the Capacity of Designing and Manufacturing Wood Products," intends to create a youthful design team to achieve this goal. Designer Jin Kuramoto and architect Jo Nagasaka, two well-known figures in Japan's creative community, directly instruct and promote the project.

The Hoa Mai 2022 design competition's eight winners and 12 seasoned designers from the interior design and architecture fields who were chosen by the board participated in a series of workshops from December 26 to 30, 2022, that provided them with training in the designing and manufacturing of wood products. In addition to hearing about the knowledge and experience shared by 2 experts, the designers also directly practiced creating products from recycled wood.

7. "Capacity Building, Compliance With the Legality of Exported Wood Products" Training Program Series

A series of workshops are being held as part of a collaborative program between HAWA and USFS (US Forest Service) to improve the ability of furniture exporters to update and disseminate regulations and standards on raw materials in products. In addition to having detailed access to the rules governing the legality of raw wood materials for important export markets, businesses can also work together to reexamine the charges and trade sanctions that various nations, including the US, Japan, Korea, and Europe, have been levying against Vietnamese furniture.

The project also helps businesses learn about the accountability and legal regulations for imported timber under the domestic legal framework, specifically Decree 102/CP issued by the Government in 2020. On June 28, the training series program came to a close with a field trip to a typical factory operation, updating practical knowledge. Ho Nai Factory is one of the biggest businesses in Viet Nam that exports furniture to the US market. Here, businesses exchanged lessons from experience and flexibly improvised changes in production and adapted to changes in the market.



8. Increasing Connectivity Within the Ecosystem of the Furniture Industry



Connecting with related industries in the furniture industry field is the task that the HAWA Executive Committee focuses on. In 2022, HAWA successfully signed cooperation agreements with two domestic organizations, the Sai Gon Construction and Building Material Association (SACA) and the Vietnam Logistics Business Association (VLA). This relationship helps the industry complete the furniture supply chain for the project and expand the furniture supply chain for export to the world market. This collaboration also fosters opportunities for association and development among association members.

9. Boosting trade promotion

In the face of a sudden decrease in orders, developing new markets and maintaining the main market is a problem that management agencies pose for the furniture industry. In order to support businesses in trade promotion, HAWA continuously connects with foreign trade deals to find more trade promotion opportunities for businesses in the industry. The highlight of HAWA's 2022 trade promotion is to bring business delegations to Missouri - USA, to connect with legal and key raw materials for furniture production.



10. VietnamWood 2022

In cooperation with Chan Chao International, HAWA succeeded in organizing an exhibition specializing in machinery, technology, and materials for the wood processing industry named VietnamWood. In order to give businesses a modern perspective on the investment in production lines and equipment, the organizers held two significant seminars over the course of the exhibition's three days, titled "Product Design Solutions and Smart Production Management for the Furniture Industry" and "Smart Information Automation Solutions for the Furniture Industry." The expo, which drew up to 9,000 visitors, featured up to 233 exhibitors from all around the world.



Ngành gỗ Việt tiến tới lộ trình

net-zero



Ngành gỗ Việt Nam có nhiều cơ hội gia tăng giá trị hơn là những thách thức khi theo đuổi hành trình tới net-zero. Quỹ Châu Á tại Việt Nam, Ban IV, Viforest cùng HAWA đã “mở xẻ” vấn đề này vào những ngày cuối cùng của năm 2022.

TS. Tô Xuân Phúc, Giám đốc điều hành Chương trình Quản lý tài nguyên và Chính sách thương mại (Forest Trends) đã tạm công bố số lượng doanh nghiệp (DN) ngành gỗ thuộc diện bị kiểm kê hiệu ứng nhà kính trong thực hiện lộ trình net-zero của Chính phủ Việt Nam với cam kết “mức phát thải ròng CO₂ về 0 vào năm 2050” tại COP26 tháng 11/2021.

62 DN!

Theo quyết định số 01/2022, những DN thuộc 6 lĩnh vực: năng lượng, giao thông, xây dựng, công nghiệp, nông - lâm nghiệp và chất thải ứng với một trong những điều kiện: có mức phát thải hàng năm tương đương trên 3.000 tấn CO₂, tổng lượng tiêu thụ điện trên 1.000 tấn dầu tương đương (TOE)/ năm, các công ty vận tải có mức tiêu thụ điện trên 1.000 TOE/ năm, các tòa nhà hành chính - thương mại có mức tiêu thụ điện năng trên 1.000

TOE/ năm, các xí nghiệp chế biến chất thải công suất chế biến trên 65.000 tấn/ năm... sẽ bị kiểm kê hiệu ứng nhà kính. Với quy định trên, theo thống kê chưa đầy đủ, sẽ có 1.912 DN Việt Nam nằm trong diện kiểm kê hiệu ứng nhà kính tần suất 2 năm/ lần với hạn ngạch lượng khí CO₂ theo quy mô của từng DN. Theo TS. Tô Xuân Phúc, trong danh sách trên, ngành gỗ có 62 DN trong diện bị giám sát về CO₂.

Chưa công bố cụ thể tên các DN, song theo ông Nguyễn Chánh Phương, Phó chủ tịch HAWA, đây là thông tin ban đầu, ngành gỗ sẽ thống kê, thông báo cho những DN đó biết trong thời gian tiếp theo. “Đây là phần việc tốn nhiều thời gian và công sức cho các cơ quan quản lý, giám sát liên quan với công cụ và phương thức kiểm định chặt chẽ, chính xác để tránh gây hoang mang, hoài nghi cho DN”, ông Phương nói.

Một nguồn doanh thu mới

Phân tích những cơ hội cho ngành gỗ Việt Nam về lộ trình net-zero COP26 của Chính phủ Việt Nam, ông Nguyễn Chánh Phương cho biết với thực tế sản xuất của cộng đồng DN gỗ hiện nay, ít có DN nào phải thay đổi công nghệ và quy trình quá lớn.



Thêm vào đó, nhiều DN có thêm hoạt động trồng rừng, sản xuất những sản phẩm tiêu hao lượng CO₂ phát thải sẽ được cấp thêm hạn ngạch về CO₂... "Họ có thể bán phần CO₂ dư thừa đó với mức giá thấp nhất là 10USD/ tấn, tăng thêm doanh thu và lợi nhuận", ông Phương bình luận.

Đồng quan điểm về tiềm năng thị trường mua bán CO₂ tại Việt Nam trong tương lai, TS. Tô Xuân Phúc cho rằng đó là một hướng tăng doanh thu khác của DN ngành gỗ, nhất là những DN trồng rừng vì chắc chắn họ xài ít hơn hạn ngạch được cấp. "Chỉ vài năm nữa thôi, thị trường mua bán CO₂ sẽ bùng nổ tại Việt Nam. Từng DN sẽ được cấp hạn ngạch về CO₂. Nếu mức phát thải thực tế thấp hơn chỉ tiêu, DN được quyền bán phần dư thừa với nhiều mức giá khác nhau tùy theo thời điểm nóng lạnh của thị trường", ông Phúc bình luận.



Một trong những thông tin mà DN ngành gỗ, kể cả sản xuất gỗ thấy phần chấn chính là cơ chế điều chỉnh Carbon biên giới (viết tắt là CBAM) của Liên minh Châu Âu (EU) như thông tin của TS. Hà Huy Tuấn (Trường Đại học Chu Văn An), nguyên Phó chủ tịch Ủy ban Giám sát tài chính quốc gia chia sẻ tại hội thảo trên. Theo TS. Tuấn, ngày 1/1/2023, CBAM sẽ được

thực hiện "nháp" và chính thức có hiệu lực vào ngày 1/1/2026.

TS. Tuấn lý giải, với quy định của CBAM, DN ngoài EU khi xuất khẩu hàng hóa có chứa khí thải CO₂ trong quá trình sản xuất vào thị trường EU sẽ phải trả phí CO₂ bằng với mức các DN EU đã đóng. Họ không phải trả mức phí này tại EU nếu đã trả khoản phí đó bằng với mức phí tại EU ở nước nhập khẩu, nếu thấp hơn thì phải trả phần chênh lệch.

Những điều kiện của CBAM là biện pháp kỹ thuật bảo hộ cộng đồng DN EU nhưng nhìn ở góc độ khác, là cơ hội chia sẻ chứng chỉ CO₂ của nhiều DN, trong đó ngành gỗ có lợi thế hơn. TS. Tuấn nói thêm:

"Trước mắt, EU có CBAM, sau đó Hoa Kỳ, Nhật, Canada... sẽ có những bộ quy định tương



Tại COP26, Chính phủ Việt Nam cam kết đưa mức phát thải ròng CO₂ về 0 vào năm 2050 với những đầu việc quan trọng: chấm dứt phá rừng nguyên sinh vào năm 2030, loại bỏ điện than vào năm 2040, cắt giảm 30% lượng khí metan toàn cầu so với năm 2022...

Còn nhiều thách thức

Trước bức tranh vừa tiềm năng, vừa thách thức mang tên phát thải CO₂, ông Michael R. DiGregorio, Trưởng đại diện Quỹ Châu Á tại Việt Nam cho rằng để gia tăng giá trị hàng hóa Việt Nam trên thị trường thế giới, cần khử CO₂ về 0. Muốn vậy, những DN nào nằm trong diện giám sát về phát thải phải đầu tư về công nghệ, giải pháp sản xuất xanh.

Theo ông Trần Bá Xuân, Giám đốc Mekong Holdings, DN Việt Nam sẽ phải đối mặt với "trăm điều khó" xoay quanh câu chuyện về khí phát thải. Trước hết, đó là tiếp cận nguồn vốn nào khi thay đổi công nghệ? Có được ưu đãi thuế quan ở EU, Nhật... nếu sạch CO₂... "Sợ nhất là thủ tục hành chính sẽ làm khó DN. Nếu muốn DN thay đổi nhanh theo xu hướng chung toàn cầu, nhà nước phải giảm tối đa thủ tục hành chính", ông Xuân nói.

Đây cũng là nhận định của bà Phạm Thị Ngọc Thủy, Phó giám đốc Thường trực Văn phòng Ban Nghiên cứu phát triển kinh tế tư nhân (ban IV, thuộc Hội đồng Tư vấn Cải cách thủ tục hành chính của Thủ tướng Chính phủ). Theo bà Thủy, cách đây vài năm, chuyện phát thải chỉ mang tính khuyến khích, giờ là bắt buộc vì nhiều khu vực, quốc gia đã có những quy định riêng, nếu không làm, buộc phải bỏ thị trường. Do vậy, DN cần chuẩn bị chu đáo về mặt thông tin, lựa chọn đối tác lẫn phương tiện thực hiện để có thể theo đuổi cả hai mục tiêu giảm phát thải và tận dụng để biến các chỉ số phát thải thành nguồn thu cho DN. 📌

Vietnamese Timber Industry on the Path to net-zero

By MY DUC

The Vietnamese timber industry faced more opportunities than setbacks to increase in value while pursuing a net-zero goal. Together, The Asia Foundation’s Vietnam office, IV Department (Department of Research and Development of the Private Economy), VNFOREST, and HAWA dissected this matter during the last few days of 2022.

Dr. To Xuan Phuc, Executive Director of Forest Trends, announced the provisional number of corporations in the timber industry subject to a yearly evaluation of greenhouse gas emissions during Vietnam’s journey to net-zero with the commitment to “reach the net-zero emission goal by 2050” announced at COP26, November 2021.

62 Corporations!

Based on Decision No. 01/2022, corporations in 6 sectors (energy, transport, construction, manufacturing industry, agriculture-timber industry, and waste industry) that meet the following criteria: Have an annual CO₂ emission level of over 3,000 tons. Total electricity consumption rate of over 1,000 tonne of oil equivalent (TOE)/year. Have administrative and commercial buildings with an electricity consumption rate of over 1,000 TOE/year. Waste processing companies with a processing capacity of over 65,000 tons/year... will be subject to an investigation of their impact on the environment. According to incomplete statistics in regards to the above criteria, there will be

1,912 Vietnamese companies subject to evaluation of greenhouse gas emissions every 2 years. Each company’s CO₂ quotas will be in accordance with the size of that company. Among that list, there are 62 companies belonging to the timber industry, says Dr. To Xuan Phuc.

The specific names of these companies have not been announced, but according to Mr. Nguyen Chanh Phuong, Vice President of HAWA, this is initial information. The timber industry will gather statistics and notify those companies in the future. “This is a time-consuming and labor-intensive job for the relevant management and supervisory agencies, involving strict and accurate inspection tools and methods, to avoid causing confusion and skepticism for businesses,” said Phuong.

A New Revenue Stream

Looking at the opportunities awaiting the Vietnamese timber industry as they work with the Vietnamese Government’s net-zero COP26 roadmap, Mr. Nguyen Chanh Phuong said that with the current production reality of the wood business community, not many businesses have to make huge changes in technology and processes. In addition, a lot of businesses that are active in afforestation and production of products that consume CO₂ emissions will be granted an additional CO₂ quota... “They can sell that excess CO₂ for as low as 10 USD/ton, which in turn increases their



“
At COP26, the Government of Vietnam committed to bringing net CO₂ emissions to zero by 2050 with important tasks: ending primary deforestation by 2030, eliminating coal power by 2040, and cutting 30% of global methane emissions compared to 2022...”



revenue and profit," Mr. Phuong commented.

Sharing the same opinion on the potential future of the CO₂ trading market in Vietnam, Dr. To Xuan Phuc said that it is another way to increase revenue for timber companies, especially those that plant forests, as they certainly use less than the quota they will be granted. "In just a few years, the CO₂ trading market will explode in Vietnam. Each company will be granted a CO₂ quota. If the actual emission level is lower than the target, companies have the right to sell the surplus at different prices depending on the hot and cold times of the market," Mr. Phuc noted.

One piece of information that companies in the timber industry, including wood production, feel excited about is the European Union (EU)'s carbon border adjustment mechanism (abbreviated as CBAM), as informed by Dr. Ha Huy Tuan (Chu Van An University), former Vice Chairman of the National Financial Supervision Commission, at the above seminar. According to Dr. Tuan, on January 1, 2023, CBAM will be "drafted" and officially be in effect on January 1, 2026.

Dr. Tuan explained that with CBAM's regulations, non-EU businesses that export goods to

the EU market that generated CO₂ emissions during the production process have to pay a CO₂ fee equal to the amount paid by EU businesses. They do not have to pay this fee in the EU if they have paid the same fee equal to the EU amount in the importing country. If the paid fee is less than the one in the EU, they must pay the gap.

The conditions of CBAM are the technical measures to protect the EU business community, but when you flip the perspective, it is also an opportunity to share CO₂ certificates for many businesses, in which the wood industry has an advantage. "For now, the EU has CBAM. Soon the US, Japan, Canada... will have similar sets of regulations but the level may be more rigid," Dr. Tuan added.

"However, despite that opportunity, Vietnam still does not have a specific way to implement the net-zero roadmap, so the export goods valued at 245 billion USD may face many difficulties and complications in the future because of CO₂!" Mr. Kunal Tara of McKinsey Company in Vietnam commented.

More Challenges Ahead

Facing this opportunity that entails both potential and challenge called CO₂ emissions,

Mr. Michael R. DiGregorio, Chief Representative of the Asia Foundation in Vietnam, said that in order to increase the value of Vietnamese goods on the world market, it is necessary to eliminate CO₂ to 0. To do so, companies that are subject to emission monitoring must invest in green production technologies and solutions.

According to Mr. Tran Ba Xuan, director of Mekong Holdings, Vietnamese companies will face "hundreds of difficulties" revolving around the topic of emissions. First of all, what source of capital should they pull from to cover technological change? Will they receive more preferential tariffs in the EU, Japan... if CO₂ levels are clean...? "The biggest fear is that administrative procedures will make it difficult for businesses. If we want businesses to change quickly according to the global trend, the state must minimize administrative procedures," said Xuan.

Expressing the same viewpoint is Ms. Pham Thi Ngoc Thuy, Standing Deputy Director of the Department of Research and Development of the Private Economy (IV Department, under the Advisory Council for Administrative Procedure Reform of the Prime Minister). According to Ms. Thuy, whereas a few years ago, the entire emission matter was merely an incentive, now it is mandatory because many regions and countries have their own regulations. If the businesses don't follow, they are forced to quit the market. Therefore, in order to both pursue emission reduction goals and take advantage of emission indicators to create new revenue sources, companies need to be well prepared in terms of information, choosing partners, and means of implementation. 📌



2023:

EU mạnh tay hơn với xuất xứ nguyên liệu gỗ

 TRÚC LÂM

Luật mới sẽ giúp đa dạng sinh học và khí hậu bằng cách yêu cầu các công ty đảm bảo các sản phẩm được bán ở Liên hiệp châu Âu (EU) không xuất phát từ nơi đất rừng bị phá.



Văn bản pháp lý ra đời trong bối cảnh Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp của Liên Hợp Quốc (FAO) ước tính có 420 triệu ha rừng - lớn hơn diện tích EU - đã bị mất do nạn phá rừng từ năm 1990 đến năm 2020. Và tiêu thụ của EU được cho là nguyên nhân gây ra khoảng 10% nạn phá rừng toàn cầu, trong đó, dầu cọ và đậu nành chiếm hơn hai phần ba. Do đó vào tháng 10 năm 2020, Nghị viện Châu Âu (EP) đã sử dụng đặc quyền của mình theo Hiệp ước để yêu cầu Ủy ban Châu Âu (EC) ban hành luật nhằm ngăn chặn nạn phá rừng toàn cầu do EU gây ra.

Theo thông cáo báo chí của EP, hôm 6/12, các thành viên của Nghị viện Châu Âu (MEP) đã đạt được thỏa thuận sơ bộ với các chính phủ EU về luật sản phẩm mới không phá rừng, yêu cầu các công ty xác minh và công bố tuyên bố "thẩm định" rằng hàng hóa của họ được bán tại EU không góp phần vào nạn phá rừng hoặc suy thoái rừng ở bất kỳ nơi đâu trên thế giới sau ngày 31/12/2020. Theo văn bản đã thống nhất, trong khi không có quốc gia hoặc sản phẩm nào bị cấm thì các công ty sẽ không được phép bán sản phẩm của họ tại EU nếu không có tuyên bố này. Theo yêu cầu của MEP, các công ty sẽ phải kiểm tra việc tuân thủ luật pháp của quốc gia sản xuất, bao gồm cả quyền con người và đảm bảo rằng quyền của người dân bản địa được tôn trọng.

Nhiều sản phẩm bị ảnh hưởng

Luật mới sẽ đảm bảo các sản phẩm người tiêu dùng châu Âu mua không góp phần phá hủy hoặc làm suy thoái rừng, bao gồm cả rừng nhiệt đới không thể thay thế, qua đó sẽ làm giảm sự góp phần của EU đối với biến đổi khí hậu và mất đa dạng sinh học trên toàn cầu. Các sản phẩm chịu ảnh hưởng bởi luật mới gồm: gia súc, ca cao, cà phê, dầu cọ, đậu nành và gỗ, cũng như các sản phẩm có chứa, hoặc đã được sản xuất bằng các sản phẩm cơ bản này (chẳng hạn như da, sô cô la, đồ nội thất), như đã được nêu trong đề xuất ban đầu của EC. Trong các cuộc thảo luận, MEP đã cố gắng bổ sung các sản phẩm cao su, than củi, giấy in và một số dẫn xuất dầu cọ. EP cũng bảo đảm một định nghĩa rộng hơn về suy thoái rừng, có tính đến việc chuyển đổi rừng nguyên sinh hoặc rừng tái sinh tự nhiên thành rừng trồng hoặc đất có rừng khác. EC sẽ đánh giá, muộn nhất là một năm sau khi luật có hiệu lực, khả năng mở rộng phạm vi sang các vùng đất có rừng khác. Không muộn hơn hai năm sau khi luật có hiệu lực, EC sẽ đánh giá việc mở rộng phạm vi sang các hệ sinh thái khác và các mặt hàng khác, bao gồm những vùng đất có trữ lượng carbon cao và có giá trị đa dạng sinh học. Đồng thời, EC sẽ đánh giá nhu cầu bắt buộc các tổ chức tài chính của EU chỉ tạo điều kiện cung cấp tài chính cho những dịch vụ không dẫn đến nạn phá rừng.



Kiểm tra nghiêm ngặt

Các cơ quan chức năng của EU sẽ có quyền truy cập thông tin do các công ty cung cấp, chẳng hạn như tọa độ địa lý, và tiến hành kiểm tra. Ví dụ, họ sẽ sử dụng các công cụ giám sát vệ tinh và phân tích DNA để xác minh nguồn gốc của sản phẩm. EC sẽ phân loại các quốc gia, hoặc một bộ phận quốc gia đó, bằng cách đánh giá rủi ro thấp hoặc vừa theo tiêu chuẩn, hoặc cao trong vòng 18 tháng kể từ khi quy định này có hiệu lực, và tỷ lệ kiểm tra đối với các nhà khai thác sẽ được thực hiện theo mức độ rủi ro quốc gia: 9% tổng khối lượng cho rủi ro cao, 3% cho rủi ro tiêu chuẩn và 1% cho rủi ro thấp. Đối với các quốc gia có rủi ro cao, các vùng bộ phận trong đó

cũng phải bị kiểm soát 9% tổng khối lượng. Các biện pháp trừng phạt đối với việc không tuân thủ sẽ tương xứng và có tính răn đe, đồng thời mức phạt tối đa được ấn định ít nhất là 4% tổng doanh thu hàng năm tại EU của nhà điều hành hoặc doanh nhân không tuân thủ luật pháp.

“

“TÔI HY VỌNG QUY ĐỊNH ĐỘT PHÁ NÀY SẼ TẠO ĐỘNG LỰC CHO VIỆC BẢO VỆ RỪNG TRÊN TOÀN THẾ GIỚI VÀ TRUYỀN CẢM HỨNG CHO CÁC QUỐC GIA KHÁC TẠI COP15”

Báo cáo viên CHRISTOPHE HANSEN

Sau thỏa thuận, báo cáo viên Christophe Hansen, nghị viên đến từ Luxembourg, thông báo: “Thật không dễ dàng nhưng chúng tôi đạt được một kết quả đầy tham vọng trước hội nghị về đa dạng sinh học của Liên Hợp Quốc tại Montreal (COP15). Công cụ mới quan trọng này sẽ bảo vệ không chỉ các khu rừng trên toàn thế giới mà còn ảnh hưởng đến cao su, giấy in và than củi. Ngoài ra, chúng tôi đã đảm bảo các quyền của người dân bản địa, những đồng minh đầu tiên của chúng tôi trong cuộc chiến chống nạn phá rừng. Định nghĩa này sẽ liên quan đến một khu vực rộng lớn của rừng. Tôi hy vọng quy định đột phá này sẽ tạo động lực cho việc bảo vệ rừng trên toàn Thế giới và truyền cảm hứng cho các quốc gia khác tại COP15”.

Bước tiếp theo, Nghị viện và Hội đồng Châu Âu sẽ chính thức phê chuẩn thỏa thuận. Luật mới sẽ có hiệu lực sau 20 ngày, kể từ ngày được công bố trên tạp chí chính thức của EU, nhưng một số điều khoản sẽ có hiệu lực sau 18 tháng. 📄



2023:

EU Tightens Regulations on Origin of Wood Materials

 By TRUC LAM

The new regulations mandate businesses to ensure that goods marketed in the European Union (EU) do not originate from deforested areas, which will benefit biodiversity and the fight against the climate crisis.

This legal document comes about as the Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) estimates that 420 million hectares of forest - larger than the size of the EU - have been lost to deforestation between 1990 and 2020. And EU consumption is thought to be responsible for around 10% of global deforestation, of which palm oil

and soybeans account for more than two-thirds. Thus in October 2020, the European Parliament (EP) used its prerogative under the Treaty to ask the European Commission (EC) to enact legislation aimed at halting global deforestation caused by the EU.

According to an EP press release, on December 6, members of the European Parliament (MEP) reached a preliminary agreement with EU governments on a new non-deforestation product law, requiring companies to verify and publish a "due diligence" statement that their goods sold in the EU do not contribute to deforestation or forest degradation anywhere in the world after 31 December 2020. Under the agreed text, while no countries or products are banned, companies will not be allowed to sell their products in the EU without this declaration. As required by MEPs, companies will have to check for conformity with local legislation, especially those pertaining to human rights, and make sure that local peoples' rights are maintained.



Many Products are Affected

The new law will ensure products purchased by European consumers do not contribute to the destruction or degradation of forests, including irreplaceable rainforests, thereby reducing the EU's contribution to climate change and loss of global biodiversity. Products affected by the new law include livestock, cocoa, coffee, palm oil, soybeans, and timber, as well as products containing, or that have been manufactured with, these basic ingredients (such as leather, chocolate, or furniture), as outlined in the EC's original proposal. During the discussions, MEPs tried to add rubber products, charcoal, printing paper and some palm oil derivatives. The EP also ensured a broader definition of forest degradation, to include the process of turning primary or naturally regenerating forest into plantations or other forested land. No later than one year after the law went into effect, the EC will assess the possibility of extension to other forested lands. No later than two years after the law took effect, the EC will assess the possibility to extend to other ecosystems and other commodities, including lands with high carbon stocks and of high biodiversity value. The EC will also determine if it is necessary to require EU financial institutions to only facilitate the funding of services that do not lead to deforestation.



“I HOPE THIS GROUNDBREAKING REGULATION WILL GIVE IMPETUS TO THE PROTECTION OF FORESTS AROUND THE WORLD AND INSPIRE OTHER COUNTRIES AT COP15”

Rapporteur CHRISTOPHE HANSEN



Strict scrutiny

EU authorities will have access to the information provided by businesses, such as geographic coordinates, and will conduct checks. For example, they will use satellite monitoring tools and DNA analysis to verify the origin of products. The EC will classify countries, or parts of them, by a low, standard, or high risk assessment within 18 months from the time this regulation took effect, and the rate of operator inspection will be done according to country risk level: 9% of total volume for high risk, 3% for standard risk level, and 1% for low risk. For high-risk countries, the areas within those countries must also be controlled by 9% of the total volume. Sanctions for noncompliance will be proportionate and deterrent, with a maximum penalty of at least 4% of an operator's or entrepreneur's total annual turnover in the EU for noncompliance.

After the agreement, the rapporteur Christophe Hansen, a member of parliament from Luxembourg, announced: “It has not been easy, but we have achieved an ambitious result ahead of the United Nations biodiversity conference in Montreal (COP15). This important new tool will protect not only forests around the world, but will also have an effect on rubber, printing paper, and charcoal. In addition, we have secured the rights of the local peoples, our first allies in the fight against deforestation. This definition would relate to a large area of forests. I hope this groundbreaking regulation will give impetus to the protection of forests around the world and inspire other countries at COP15.”

The agreement will next be legally ratified by the European Council and Parliament. Some elements of the new law will take effect 18 months after they are published in the official EU journal, but the new law will go into effect 20 days after that. 📄



Cú hích mang tên HawaExpo 2023



Với không gian triển lãm lên đến hơn 28.000m², 1.600 gian hàng, 80% trong đó là các nhà sản xuất nội thất xuất khẩu hàng đầu cùng hàng loạt hoạt động kết nối giao thương hấp dẫn, HawaExpo 2023 hứa hẹn tạo nên cú hích trong xúc tiến thương mại cho ngành chế biến gỗ Việt Nam năm 2023.

Ngày 22/2/2023, Hội chợ Xuất khẩu Đồ gỗ và Nội thất TP.HCM - HawaExpo 2023 chính thức khai mạc. Đây là sự kiện mở màn cho chuỗi các hội chợ nội thất lớn nhất trong khu vực châu Á, kéo dài từ Malaysia, Indonesia, Thái Lan, Trung Quốc... Với hình thức mới lạ, kết hợp nhiều hoạt động bên lề, HawaExpo 2023 cho thấy sự năng động, đổi mới và đột phá trong công tác tổ chức hội chợ quốc tế vốn bị gián đoạn thời gian dài do ảnh hưởng của dịch bệnh.

Những cái tên hàng đầu

"Sự linh hoạt về chất liệu và kiểu dáng là điều mà chúng tôi tập trung thể hiện khi trưng bày các thiết kế của mình tại HawaExpo 2023", ông Allan Kjaer, Giám đốc Phát triển kinh doanh Fine Scandinavia nói về định hướng của công ty khi tham gia HawaExpo 2023. Nhà máy đặt tại Bình Dương, Fine Scandinavia có bề dày kinh nghiệm trong việc xuất khẩu nội thất sang các thị trường khó tính như Mỹ, châu Âu... Ông Allan Kjaer cho biết dù tăng trưởng chậm trong năm 2022 nhưng Việt Nam vẫn là điểm đến lý tưởng của các nhà mua hàng nội thất quốc tế. Hội chợ lần này chính là cơ hội kết nối giao thương để các doanh nghiệp (DN) nội thất Việt lấy lại đà tăng trưởng. Chính vì lẽ đó, công ty đã chuẩn bị rất chu đáo, hứa hẹn mang đến HawaExpo 2023 những thiết kế mới nhất; đồng thời dành không gian cho khách hàng có thể kết nối trực tiếp với đội ngũ thiết kế, phát triển sản phẩm... để có thể nắm bắt nhu cầu và kết nối với khách hàng.

Cùng với Fine Scandinavia, những cái tên lớn trong ngành như AA Corporation, B Plus Furniture, Bảo Hưng Furniture, Boho Décor, Casta Kitchen Cabinet, Allingham Home, Sanyang Việt Nam, Square Home... cũng hội tụ tại HawaExpo 2023, tạo nên một hệ sinh thái nội thất phong phú, đa dạng, đầy đủ bao gồm nội thất trong nhà, ngoài trời, văn phòng, khách sạn và dự án, quà tặng và thủ công mỹ nghệ, phụ kiện gia đình, phần cứng, vật liệu, gỗ nguyên liệu, nhà gỗ...

Khác với các triển lãm nội thất trước đây, công tác thiết kế được chú trọng xuyên suốt, thống nhất từ không gian chung đến không gian của từng DN. Ban tổ chức dành nhiều tâm huyết để đầu tư không gian triển lãm các thiết kế mới, những sản phẩm từ đội ngũ thiết kế trẻ và DN trong ngành. Các không gian trưng bày như ASEAN Furniture Pavilion, Designed by Vietnam Pavilion, Acacia Pavilion, Japanese Pavilion... hứa hẹn sẽ là nơi thể hiện ngôn ngữ mới của thiết kế nội thất đương đại. Do vậy, không chỉ mang đến triển lãm những sản phẩm mới nhất, các DN còn đầu tư lớn

để có các phối cảnh cụ thể, theo công năng sử dụng, theo phong cách, xu hướng thiết kế... để khách hàng có cái nhìn tổng thể, bao quát nhất.

"HawaExpo 2023 là sự kiện xúc tiến thương mại quan trọng để giới thiệu các sản phẩm mới, công nghệ mới trong sản xuất, chế biến xuất khẩu lâm sản. Đồng thời là dịp để các DN quảng bá thương hiệu, sản phẩm, tiếp cận những dịch vụ tốt nhất trong chuỗi cung ứng, góp phần thúc đẩy ngành công



**"VỚI HÌNH THỨC MỚI LẠ,
KẾT HỢP NHIỀU HOẠT
ĐỘNG BÊN LỀ, HAWAEXPO
2023 CHO THẤY SỰ NĂNG
ĐỘNG, ĐỔI MỚI VÀ ĐỘT PHÁ
TRONG CÔNG TÁC TỔ CHỨC
HỘI CHỢ QUỐC TẾ"**



ngành chế biến gỗ và thương mại lâm sản Việt Nam phát triển ổn định, bền vững”, ông Lê Minh Hoan, Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn nhận xét. Theo Bộ trưởng, sự kiện này là nền tảng hỗ trợ để DN trong ngành có thể phấn đấu đạt mục tiêu xuất khẩu lâm sản từ 18 - 20 tỷ USD vào năm 2025 và tăng 23 - 25 tỷ USD vào năm 2030.

Kết nối và phát huy hệ sinh thái kinh doanh nội thất

Diễn ra từ ngày 22 đến 25/2/2023 tại Trung tâm Hội chợ và Triển lãm Sài Gòn (SECC), HawaExpo 2023 là sự kiện do Hội Mỹ nghệ và Chế biến gỗ TP.HCM (HAWA) phối hợp Sở Công Thương TP.HCM tổ chức, cùng sự liên kết từ 5 hiệp hội ngành gỗ lớn bao gồm VIFOREST, HAWA, BIFA, DOWA, FPA với sự bảo trợ của Bộ Công Thương, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam.

Bên cạnh đó, HawaExpo 2023 còn nhận được sự bảo trợ và ủng hộ của các tổ chức chính phủ trong và ngoài nước, các hiệp hội, đối tác... Những kết nối này tạo điều kiện để HawaExpo 2023 không chỉ tập trung trưng bày sản phẩm mà còn tổ chức được hàng loạt sự kiện hấp dẫn dành cho khách mua hàng quốc tế, diễn ra song song và kéo dài sau hội chợ như “HawaExpo After Dark”, tham quan showroom, khám phá văn hóa, ẩm thực... Tựa như một festival sáng

tạo của ngành công nghiệp nội thất, với hàng loạt các hoạt động bên lề, HawaExpo 2023 hứa hẹn sẽ trở thành sự kiện gắn liền với sự phát triển của du lịch trong nước.

Đặc biệt, nhờ chủ động liên kết với hệ thống thương vụ Việt Nam tại nước ngoài, HawaExpo 2023 được tạo điều kiện tối đa trong việc thu hút các nhà mua hàng quốc tế đến với Việt Nam dịp này. Ông Nguyễn Quốc Khanh, Chủ tịch HAWA chia sẻ: “Sở hữu năng lực sản xuất tốt, quản lý hiệu quả, lực lượng lao động hùng hậu và nguồn nguyên liệu sẵn có, ngành gỗ Việt Nam đang đứng thứ hai trên Thế giới về vị thế xuất khẩu. HawaExpo 2023 là hội chợ thể hiện sự đa dạng hóa và sức mạnh của các nhà sản xuất địa phương”.

Theo báo cáo của Tổng cục Lâm nghiệp, năm 2022, giá trị xuất khẩu gỗ và lâm sản Việt Nam ước đạt 16,928 tỷ USD, tăng 6,1% so với năm 2021. Mức tăng trưởng chậm này là một bước lùi. Bởi lẽ ngành luôn duy trì mức tăng trưởng 2 con số trong nhiều năm trở lại đây. Vì điều này mà ngành gỗ đang nỗ lực cũng như định hướng phát triển mới, phù hợp với yêu cầu từ thị trường Quốc tế. Như lời ông Khanh, HawaExpo 2023 chính là khẳng định sức mạnh bứt phá khỏi mô hình gia công và tham gia các phân khúc cao hơn trong chuỗi giá trị mà ngành chế biến gỗ Việt Nam theo đuổi. 📌

A giant leap called HawaExpo 2023

 By **MINH KHUE**

With an outstanding sqm 28,000 of exhibition space, 1600 stalls, 80% of whom being housed by Vietnam's leading furniture exporters, and paired with a host of attractive networking activities, HawaExpo is expected to become a giant leap in promoting Vietnam's wood processing industry to the global market in 2023.

HawaExpo 2023 will be officially launched on Feb 22, believed to be kicking off a series of Asia's largest furniture fairs and exhibitions to be held in Malaysia, Indonesia, Thailand, China, etc. With a spectacular outlook and immensely attractive public activities, HawaExpo 2023 is demonstrative of a dynamism, innovationism and breakthrough in organizing international fairs which had been interrupted by the COVID-19 pandemic.

Market's leading names

"You will experience in our display booth a huge flexibility in terms of materials and designs at HawaExpo 2023," said Allan Kjaer, Business & Product Development Manager at Fine Scandinavia, on what the company is aiming at when participating in the exhibition. With a manufacturing facility in Binh Duong, Fine Scandinavia boasts a bounty of experience in exporting furniture products to critical markets such as the U.S and Europe. Allan believed that, despite the 2022's slow growth, Vietnam remains an ideal destination for international furniture buyers. The upcoming exhibition is a great opportunity for local businesses to regain the momentum. For that reason, Fine Scandinavia has been thorough in preparation and promises to showcase only the latest designs, while facilitating direct meetups between customers and their team of designers

and developers... to gain a better understanding of customers' demands, including the demand for connection.

Alongside Fine Scandinavia, bigger industrial names such as AA Corporations, B Plus Furniture, Bảo Hưng Furniture, Boho Décor, Casta Kitchen Cabinet, Allingham Home, Sanyang Việt Nam, Square Home... all show up at HawaExpo 2023, together creating a hugely diverse, comprehensive ecosystem for furniture products and solutions, from interior to exterior, offices, hotels, projects, gifts, handicrafts, home accessories, hardwares, materials, raw woods, wooden houses, etc.

“

“WITH A SPECTACULAR OUTLOOK AND IMMENSELY ATTRACTIVE PUBLIC ACTIVITIES, HAWAEXPO 2023 IS DEMONSTRATIVE OF A DYNAMISM, INNOVATIONISM AND BREAKTHROUGH IN ORGANIZING INTERNATIONAL FAIRS”

Unlike with the previous installments, this time the design work has been consistently focused and unifying, from the common spaces to the individual booths. The organizers have enthusiastically endorsed new design works from both young talents and the industrial businesses themselves across this year's exhibition space. Display areas by ASEAN Furniture Pavilion, Designed by Vietnam Pavilion, Acadia Pavilion, Japanese Pavilion promise to flaunt the latest of contemporary furniture's language. Therefore, no longer limited to presenting the newest products, businesses are investing upon actual models, according to functionality or style or design trends, so as to best captivate the customers.

"HawaExpo 2023 is a primary trade promotion event, introducing new products and technologies

in processing and manufacturing forest products. It is also an opportunity for the businesses to promote themselves and their products, to access the premium services in the supply chains, to push the domestic processing and commercializing forest products towards steady, sustainable growth," said Mr. Lê Minh Hoan, Minister of Agriculture and Rural Development. In his opinion, the exhibition will serve as a foundation upon which the furniture industry's businesses can work towards the export target of USD 18 to 20 billions by 2025 and 23 to 25 billions by 2030.

Connect and promoting the interconnected ecosystem of interior and exterior furniture

Taking place from Feb 22 to 25, 2023 at Saigon Exhibition and Convention Center (SECC), HawaExpo 2023 is an exhibition event organized by Ho Chi Minh City's Handicraft and Wood Industry Association in collaboration with Ho Chi Minh City Department of Industry and Trade, and in partnership with the 5 major associations in the wood industry including VIFOREST, HAWA, BIFA, DOWA, FPA and the endorsements by Ministry of Industry and Trade, Ministry of Agriculture and Rural Development.

In addition, HawaExpo 2023 receives endorsements and support from local and international organizations, associations and partners. Such connections have enabled HawaExpo 2023 to not only focus on displaying the products but also be able to organize a series of fascinating events and activities, taking

place in parallel with the main exhibition including "HawaExpo After Dark", showroom visits, exploration through cultural and culinary experiences, to attract international buyers. Like a festival glorifying the industry's creative power and its many manifestations, HawaExpo 2023 promises to become a primary event closely associated with the expansion of local tourism.

In particular, owing to an active connection with Vietnamese business affairs overseas, HawaExpo 2023 is given the best incentives in order to attract international buyers to Vietnam at this event. "Possessing decent capacity for production, management, a robust labor force as well as available resources, Vietnam ranks 2nd in the world in exporting. HawaExpo 2023 is therefore a exhibition fair created to demonstrate the cultural diversity as well as the local manufacturers' strengths," said Mr. Nguyễn Quốc Khanh, HAWA Chairman.

According to the VietNam Administration Of Forestry, in 2022, Vietnam's estimated export turnover for woods and forest products is USD 16.928 billions, 6.1% higher than 2021. The figure is itself a stepback. Because the industry has always achieved two-digit growth in recent years. For that reason, the industry is striving and orienting towards new directions, better fitting with international demands. As with Mr. Khanh's words, HawaExpo 2023 is a power statement for the industry breaking away from the finishing processes and participating in more lucrative, higher quality segments in the value chain as pursued by the domestic industry of Vietnam. 📌



Ông Commons Luke - Giám đốc quốc gia Allingham Home Việt Nam: Việt Nam có nhiều lợi thế để phát triển nội thất bọc nệm

 PHI LONG thực hiện



Giá trị hàng hóa của ngành bọc nệm toàn cầu năm 2022 đạt 48,5 tỷ USD. Việt Nam là một trong 5 quốc gia xuất khẩu sofa khung gỗ (HS 940161) hàng đầu thế giới, với tốc độ tăng trưởng rất ấn tượng: trung bình của 10 năm là khoảng 40% và 5 năm gần đây là 50% - 60%. Theo ông Commons Luke, sự kết hợp tuyệt vời giữa hai thế mạnh ở ngành chế biến gỗ và may mặc đã mang đến cơ hội cho việc sản xuất nội thất bọc nệm tại Việt Nam.

*** Nội thất bọc nệm là một trong những ngành hàng tăng trưởng cao về mặt xuất khẩu của Việt Nam những năm gần đây. Ông đánh giá thế nào về nhu cầu sản phẩm này?**

- Theo quan sát của chúng tôi, các công ty Mỹ đóng vai trò không nhỏ trong lĩnh vực bọc nệm trên thị trường thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng. Trong hơn 8 năm hoạt động tại đây, Allingham đã sản xuất và tìm nguồn nguyên liệu cho sản phẩm bọc nệm khá thành công. Tuy nhiên, theo thời gian, các doanh nghiệp bản địa cũng đã có nhiều kinh nghiệm về ngành bọc nệm hơn. Chúng tôi thấy nhiều khách hàng từ những nơi khác tìm đến Việt Nam vì mặt hàng này.

Ngoài thị trường tiêu thụ chính là Mỹ, châu Âu..., gần đây chúng tôi quan tâm thị trường Trung Á nhiều hơn, như Úc và New Zealand. Bên cạnh đó, nhờ Hiệp định Thương mại Tự do Liên minh Châu Âu - Việt Nam (EVFTA), tôi nghĩ sắp tới sẽ có nhiều nhà phân phối và các doanh nghiệp từ châu Âu sang tìm nguồn sản phẩm bọc nệm từ Việt Nam.



“

Theo dự báo của CSIL, thị trường nội thất trong năm 2022 và 2023 phát triển nhất ở ba nhóm mặt hàng: ghế sofa (upholstered furniture), đồ nội thất nhà bếp (kitchen furniture) và đồ văn phòng, đặc biệt đồ văn phòng tại gia (home office furniture).

*** Theo ông, Việt Nam có lợi thế gì khi phát triển sản xuất mặt hàng này?**

- Từ lâu Việt Nam vẫn luôn có ngành công nghiệp sản xuất may mặc rất phát triển, nghĩa là có nhiều thợ may lành nghề. Đây là một lợi thế lớn trong ngành bọc nệm vì sẽ giúp tạo ra sản phẩm chất lượng cao với số lượng rất lớn. Điều này cùng với đức tính chăm



chỉ của người Việt Nam và việc dễ dàng tìm nguồn nguyên liệu sản xuất mang lại cho Việt Nam lợi thế lớn cũng như khả năng sản xuất nội thất bọc nệm rất tốt.

*** Chọn thiết kế làm giá trị cốt lõi của công ty, Allingham đầu tư thế nào cho khâu thiết kế để có thể mang đến cho người dùng những sản phẩm thoải mái, phù hợp với nhu cầu của người dùng cuối?**

- Chúng tôi đầu tư rất nhiều cho các đơn vị thiết kế trong và ngoài nước, nhờ vậy có thể nắm được trọng điểm thiết kế từ khắp nơi trên thế giới như Anh, Mỹ, Trung Á, châu Á... Bên cạnh đó, Allingham cũng có trung tâm phát triển sản phẩm trong nước, ở vùng ven thành phố Thủ Đức, để có thể kiểm soát quá trình thiết kế. Nó cũng giúp chúng tôi thực hiện được hai điều. Thứ nhất, khi hiểu rõ nhu cầu của người dùng cuối, chúng tôi có thể bảo đảm những thiết kế của mình đáp ứng được nhu cầu của họ, cũng như của chúng tôi. Thứ hai, nhờ biết rõ

những nguyên liệu được sử dụng trong sản phẩm, chúng tôi có thể bảo đảm rằng sản phẩm của mình vừa chú trọng đến tính thẩm mỹ, vừa có giá cả phải chăng.

*** Năm 2022, lượng tiêu thụ của ngành nội thất toàn cầu có phần chậm lại. Allingham có bị ảnh hưởng?**

- Thế giới rất rộng lớn và nhu cầu về nội thất phổ biến trên toàn cầu, từ tất cả những ai có một mái nhà, dù là châu Á, Mỹ hay Trung Á... ai cũng cần nội thất cả. Theo tôi, đây là một thị trường đầy tiềm năng, cả hiện tại và tương lai, dù thế giới có những biến động hay tăng trưởng. Bằng cách tập trung vào giá trị cốt lõi, cụ thể là tạo ra những sản phẩm chú trọng về cả thiết kế lẫn giá cả, chúng tôi đã phát triển trong năm 2022. Trong năm 2023, nhờ tiếp tục theo đuổi mục tiêu này, tôi nghĩ chúng tôi sẽ có thể tiếp tục phát triển.

*** Hiện xu hướng tiêu dùng đang đòi hỏi yếu tố bền vững, thân thiện với môi trường,**

Allingham có những quyết định cụ thể nào để đáp ứng nhu cầu này?

- Để thấy với sản phẩm bọc nệm, hai nguyên liệu chính là vải và da. Về vải, khách hàng của chúng tôi có thể lựa chọn vải tái chế, được làm từ các chai nhựa nung chảy để làm vải may sofa. Thông thường, một chiếc sofa hai chỗ ngồi sẽ cần khoảng 70 chai nhựa, tất nhiên sofa càng lớn thì càng dùng nhiều chai nhựa hơn.

Về da, nguồn da của chúng tôi được tái chế từ sản phẩm phụ của ngành chăn nuôi bò lấy thịt. Chúng tôi luôn đảm bảo da có nguồn gốc rõ ràng và dễ truy xuất nguồn, từ các trang trại ở Nam Mỹ, châu Âu, Mỹ cho đến khi thành chiếc sofa trong nhà bạn, nhờ vậy bạn có thể an tâm rằng đó là một quy trình bền vững, thân thiện với môi trường.

Gỗ làm ván ép mà chúng tôi sử dụng được trồng tại các đồn điền, các nông trại được kiểm soát, cũng là một quy trình có thể phát triển lâu dài.

Thùng đựng hàng chúng tôi sử dụng làm bằng bìa carton, nhựa PET hoàn toàn có thể tái chế. Mục tiêu của chúng tôi là đến năm 2030, mọi chi tiết bao bì đều có thể phân hủy hoàn toàn, có thể thải ra hoặc chôn xuống đất để mang lại lợi ích cho đất, tạo nên một quy trình hoàn toàn bền vững.

Tất nhiên, một phần của mục tiêu đó cũng bao gồm việc sản xuất ra những mặt hàng thật chất lượng, để chúng có tuổi thọ lâu dài, để người dùng có thể sử dụng thật lâu trước khi vứt đi.

*** Xin cảm ơn ông! 📧**



Mr. Luke Commons - Global Sales Manager:

Vietnam has many advantages to expand upholstered furniture

 **By PHI LONG**

The global mattress market is worth USD 48.5 billion. Vietnam is amongst the world's 5 biggest exporters of sofa with wooden frames (HS 940161), with impressive growth rate: in 10 years averagely 40% and 5 years 50-60%. According to Mr. Commons Luke, the marvelous combined strength between the two industries of wood processing and textile has brought upon many new export opportunities for the product.

*** Upholstered furniture enjoys one of Vietnam's highest growth in export volumes in recent years. How would you evaluate our products?**

- In our observation, American businesses are playing a considerable role in the global market in general and the local market of Vietnam in particular.

In the 8 years of operation in Vietnam, Allingham has successfully manufactured and outsourced the materials for upholstered furniture products. However, over the time, local businesses have gained more experience. We are witnessing customers from other regions coming for these products here in Vietnam.

In addition to the major markets of America, Europe, etc, we are moving our focus towards the Middle East, như Úc và New Zealand. Also, with the advent of the EU-Vietnam Free Trade Agreement (EVFTA), we suppose there will be even more additional European distributors and businesses looking for upholstered furniture in Vietnam.

*** To you, what are the certain advantages of Vietnam regarding the product?**

- Vietnam has always been known for a robust garment manufacturing industry, meaning there exists a large number of skilled tailors. This alone is a big advantage in upholstery, because it can yield a large number of high quality products. When combined with the inherent diligence in Vietnamese, and the wide availability of material resources, Vietnam is both advantageous and capable of creating high quality products.

*** Boasting design work being the core value, how does Allingham invest in the design stage and be able to bring to users only comfortable products that best match with end users' demands?**

- We have invested considerably in both domestic and international design units, which allows us to grasp the major design focuses from all over the world such as the U.K, US, Middle East, and Asia. Additionally, Allingham maintains a dedicated research center for domestic products, situated at the border with Thu Duc City, only to supervise the design processes. This establishment enables us to do the two following things. Firstly, able to better understand the end users' demands, we can guarantee that our designs can satisfy their demands as much as ours. Secondly, understanding the materials being used, we can guarantee both aesthetic values and affordability in our products.

*** In 2022, global furniture consumption has somehow slowed down. Is Allingham affected in any manner?**

- The world is huge, the demands widely popular, be it from anyone living under a roof, from



Europe or America, or the Middle East, everyone has a need for furniture. I suppose the market is full of potential, for the moment and the future alike, regardless of ups or downs, or sheer growth. By focusing on the core value, that is to create products with an emphasis on both design and price, we have thrived in 2022. In 2023, continuing this strategy, I believe we will continue to grow.

*** As the current trend calls for factors of sustainability and eco-friendliness, does Allingham offer any concrete decisions in response?**

- One can easily notice that with upholstered furniture, fabric and leathers are the two major materials. With fabric, our customers can select recycled fabrics, made from recycled plastic bottles. Normally, a two-seat sofa requires roughly 70 used plastic bottles, and obviously the number of plastic bottles will increase with the sofa's size.

With leather, our hide resource comes from the beef industry's byproducts. We always guarantee the legitimacy of our resources, easily traceable from the ranches in South America, Europe and America, until the finish of your sofa products, so that you can be totally at ease that the entire process is eco-friendly and sustainable.



According to CSIL's predictions, the global furniture market in 2022 and 2023 will grow best in the three areas: upholstered furniture, kitchen furniture and office furniture, most especially home office furniture.



The timber being in use is planted from tightly controlled plantations and farmlands, another sustainable cycle of growth.

Our containers are made up of carbon and recycled PET. Our target by 2030 is that every packaging detail is fully compostable to be either disposed of or buried to the ground to nourish the soil, by this creating a completely sustainable operation process. However, a major part of this target involves manufacturing top quality and enduring products, so users can use them for a long time before throwing them away.

*** Thank you very much! 🙏**

Bất ngờ ở thị trường nội địa

 QUÝ YÊN thực hiện



Tăng trưởng hơn 40% trong bối cảnh kinh doanh nội thất vướng trở ngại lớn từ các điều kiện kinh tế chung như hiện nay là nhờ An Cường chọn được lối đi riêng: làm chủ thị trường nội địa. Bà Nguyễn Thị Hào, Phó tổng giám đốc An Cường chia sẻ như vậy.

*** Năm 2022, Công ty Gỗ An Cường đạt doanh thu gần 4.400 tỷ đồng, trong đó lợi nhuận đạt hơn 600 tỷ đồng. Con số này có đạt mục tiêu mà An Cường đề ra từ đầu năm?**

- Mức tăng trưởng này đáp ứng đúng kỳ vọng của tập thể An Cường nhưng thú thật là có chút bất ngờ. Tình hình kinh doanh nội thất khả quan năm 2021 khiến doanh nghiệp (DN) đặt mục tiêu tăng trưởng cao cho năm 2022. Tuy nhiên những tác động lớn từ tình hình kinh tế thế giới khiến ngành nội thất cũng gặp nhiều khó khăn. An Cường về đích thành công trong năm 2022 thực sự là nỗ lực lớn của tất cả thành viên.

*** Trong bối cảnh nhiều DN trong ngành thiếu đơn hàng thì tăng trưởng ấn tượng của An Cường đến từ đâu, thưa bà?**

- An Cường hiện chiếm hơn 55% thị trường nguyên liệu gỗ công nghiệp và vật liệu trang trí bao gồm tấm MFC, tấm laminate, tấm acrylic tại Việt Nam, phân khúc trung cấp và cao cấp. Mục tiêu của chúng tôi là tăng độ phủ lên đến 70% thị phần. An Cường rất may mắn khi có xuất phát điểm là nhà sản xuất cung cấp nguyên vật liệu trang trí nội thất và vật liệu decor, từng bước phát triển, hội tụ đầy đủ các thành phần trong hệ sinh thái trong ngành nội thất gỗ công nghiệp với các giá trị như nguyên vật liệu, giải pháp, phụ kiện nội thất, sản xuất nội thất, phát triển thiết kế, xây dựng thương hiệu và xuất khẩu... Nhờ vậy chúng tôi có thể theo đuổi chiến lược "giải pháp gỗ nội thất cho mọi nhà", từ đó trở thành nhà cung cấp vật liệu, giải pháp và nội thất hàng đầu tại Việt Nam và Đông Nam Á.

May mắn thứ hai là An Cường chủ trương tập trung vào thị trường nội địa. Năm qua, trong khi thị trường xuất khẩu bị ảnh hưởng bởi suy thoái thì thị trường nội địa vẫn tăng trưởng tốt với sức mua cao. Tôi nghĩ nhờ chiến lược kinh doanh tập trung vào thị trường nội địa mà An Cường có được vị thế và tốc độ phát triển như hiện nay.

*** Nhưng thị trường bất động sản trong nước năm qua cũng gặp không ít trở ngại?**

- Bất động sản đóng băng cũng khiến ngành nội thất trong nước rơi vào khó khăn. Giá trị mà các hợp đồng dự án, căn hộ mang lại nguồn thu rất lớn cho DN nội thất. Tuy nhiên, An Cường một lần nữa may mắn khi xác định đối tượng phục vụ chính là người dùng cuối. Chúng tôi có bị ảnh hưởng trong mảng dự án nhưng ở mảng người dùng cuối thì thuận lợi.

Năm qua, kinh tế Việt Nam vẫn phát triển ổn định và người dùng trong nước vẫn chi dùng nhiều cho nhu cầu nội thất. An Cường nỗ lực phát triển dải sản phẩm của mình kéo dài từ khâu lựa chọn nguyên liệu đến thiết kế, thi công, lắp đặt, hoàn thiện công trình cho người dùng. Đây chính là mấu chốt để có thể nắm bắt được thị trường này. Hiện, thị trường nội địa chiếm đến 80% trong tổng doanh thu của An Cường.

*** Tỷ lệ này có quá chênh lệch trong bối cảnh Việt Nam là một quốc gia xuất khẩu nội thất hàng đầu thế giới?**

- Thị trường nội thất phục vụ hơn 100 triệu dân Việt Nam được định giá lên đến 5 tỷ USD, thực sự là mảnh đất tiềm năng. Thực tế cũng đã chứng minh lựa chọn này là hoàn toàn phù hợp.

An Cường tham gia mảng xuất khẩu khoảng 6 năm trở lại đây, tập trung vào tủ kệ bếp. Ngoài tiềm năng tiêu thụ khá lớn, đây cũng là một trong những kênh để An Cường thể hiện các giá trị thăng hoa của các loại ván nhân tạo mà chúng tôi sản xuất. Việc đầu tư nghiêm túc cho công nghệ sản xuất kết hợp với phát triển đội ngũ thiết kế đã giúp An Cường sản xuất được các loại gỗ bề mặt có hàm lượng sáng tạo cao như gỗ giả vải, giả bê tông... cùng bảng màu và vân gỗ vô cùng phong phú. Lợi thế này giúp chúng tôi tiếp cận được tệp khách hàng rất lớn như từ người trẻ đến người lớn tuổi.

*** Cụ thể công tác đầu tư của An Cường được triển khai như thế nào?**

- Chúng tôi may mắn có được sự đồng hành của các quỹ đầu tư lớn như Tập đoàn VinaCapital, Tập đoàn Sumitomo Forestry Nhật Bản ... với vai trò là đối tác cùng phát triển chứ không đơn thuần là đầu tư sinh lời. Mối quan hệ này tạo điều kiện cho An Cường tiếp cận nguồn nguyên liệu, kinh nghiệm quản trị và điều hành cùng những công nghệ sản xuất tiên tiến.

Công nghệ là một trong những lợi thế cạnh tranh không thể thiếu trong kinh doanh. Hai năm một lần, An Cường tham dự các hội chợ máy móc lớn nhất thế giới, kịp thời cập nhật thông tin để có thể đưa ra các quyết định đầu tư đúng đắn. Chúng tôi theo đuổi mục tiêu chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ thông tin khá quyết liệt.

Với con người, đây là khoản đầu tư để tạo sự khác biệt. Dù công ty có đầu tư hàng triệu USD vào hệ thống máy móc thì con người vẫn là giá trị quan trọng nhất. Chúng tôi tập trung phát triển đội ngũ thiết kế, tổ chức sân chơi thiết kế thường niên để quy tụ đội ngũ sáng tạo trẻ, tạo điều kiện cho họ phát triển và cũng là tạo điều kiện cho chính mình có được nguồn nhân lực trẻ, tiềm năng.

*** Năm 2023 được dự đoán là nhiều thách thức hơn. Mục tiêu của An Cường cho năm mới là gì?**

- An Cường vẫn đặt mục tiêu tăng trưởng 20%. Dù biết là sẽ rất khó khăn vì tình hình chung như các dự báo như báo chí đã đưa tin. Nhưng với sự nỗ lực, đoàn kết và cố gắng của hơn 3.000 thành viên An Cường, tôi tin là chúng tôi sẽ đạt được mục tiêu đề ra.

Hiện nay hệ thống showroom của An Cường đã phủ 50 trên 63 tỉnh và thành phố. Mục tiêu của chúng tôi là đến hết quý 2 năm 2023 Showroom An Cường sẽ có mặt tại 63 tỉnh thành. Đây cũng là phương thức chúng tôi hướng đến việc mở rộng thị trường - phát triển thị phần, đồng thời giúp khách hàng có những trải nghiệm tốt hơn về vật liệu, giải pháp và nội thất gỗ An Cường.

*** Xin cảm ơn bà! 🙏**



“

“THỊ TRƯỜNG NỘI THẤT PHỤC VỤ HƠN 100 TRIỆU DÂN VIỆT NAM ĐƯỢC ĐỊNH GIÁ LÊN ĐẾN 5 TỶ USD, THỰC SỰ LÀ MẢNH ĐẤT TIỀM NĂNG”



Against a great many obstacles generated by the economy's current conditions, according to Deputy Nguyen Thi Hao, An Cuong's 40% growth is the result when the business cuts its own path. That is to dominate the domestic market.



“

“THE DOMESTIC MARKET SERVES A POPULATION OF 100 MILLION PEOPLE, EVALUATED AS USD 5 BILLION, TRULY A MARKET FULL OF POTENTIAL”

An Cuong JSC: A black swan

 By QUY YEN

*** In 2022, the profit of An Cuong's Wood-working JSC reached over VND 600 billion, and revenue approximately VND 4.400 billion. Have these numbers reached the targets set by the company at the beginning of the year?**

- The outcome has met our expectations, and honestly not without a tint of surprise. The 2021's positive sales situation of furniture led to higher expectations for 2022. However, the worldwide economy's situation took a toll to the furniture business. That we can successfully reach the finish line is genuinely a tremendous effort of all of us.

*** When many businesses suffer from order deficit, where does this impressive growth of An Cuong JSC come from, you think?**

- Currently, we are making up more than 55% market share in industrial wood and interior décor accessories including MFCs, laminates and acrylic sheets in the domestic medium and high-end sections. Our objective is to increase up to 70% market share.

We have been very lucky to be starting out as a manufacturer and supplier of interior and décor materials and expanding across other valuable components of the domestic furniture ecosystem, such as raw materials, solution provider, furniture accessories making, furniture manufacturing, design development, brand building, and exporting.

Thanks to that, we can pursue the "Wooden furniture solutions for every household" strategy, from which we grow to become a major provider of materials, solution and furniture in both Vietnam and the region of Southeast Asia.

The second luck is our focus on the domestic market. In the past year, while the export market was heavily affected by the global recession, the domestic market still grew well, with high purchasing power. I suppose that, adopting a business strategy focused on the domestic market, An Cuong JSCC can enjoy today's position and growth pace.

*** But even the domestic growth was not without trouble?**

- The freeze in the real estate market was a major factor contributing to the troubles faced by the domestic furniture market, since construction projects and apartment buildings made up a large chunk of overall contract value. However, An Cuong JSC is once again lucky to have chosen end-users as its primary target. Affected by the projects segment, we reap benefits in our end-user segment.

Last year, the economy of Vietnam kept growing, local consumers spending handsomely on furniture. An Cuong has strived to develop its product range, across selection of raw materials to design, manufacturing, installation to completion works for users. This is fundamentally the key in how An Cuong captures the domestic market, which currently makes up 80% of total revenue.

*** For a major exporter globally like Vietnam, is this figure too one-sided?**

- The domestic market serves a population of 100 million people, evaluated as USD 5 billion, truly a market full of potential. What has happened in reality has proven that we have made the right choice.

We started exporting 6 years ago, focused on kitchen cabinets. Besides being a high added value potential, it is one of the company's channels to accentuate our produced premium quality Eco-veneer. Serious investment in the production technology and design team has made it possible for us to produce products with highly creative surfaces, such as fabric or concrete pattern, together with a wide range of colors and woodgrains. This has allowed us to reach a larger customer base, of young to old ages.



*** How do you implement the investment process?**

- We have been lucky enough to welcome the accompaniment of large-scale investment funds including VinaCapital and Sumitomo Forestry (Japan) as co-development partners instead of for-profits investors. Such relationships have granted us access to both raw materials, experiences in both management and operation, as well as advanced production technologies.

Technology is an indispensable competitive edge in nowadays' business world. Twice a year, An Cuong JSC would participate in the world's largest machinery fairs to keep ourselves updated and ready for prompt and accurate decision making. We also gear towards digital transformation and application of information technology rather aggressively.



We distinguish ourselves by investing in human resources. Despite millions of USD spent on machinery, human capital is our most valued asset. We place great focus on improving our design team, organizing annual playgrounds for young creatives, to usher their creativity as well as to gain access to a youthful, highly potential workforce.

*** The year 2023 is predicted to be even more challenging for business operations. What is An Cuong JSC's target for the following year?**

- We keep our target of 20% growth rate, despite the knowledge that the difficulties will persist as the news goes. However, with the collective efforts and solidarity by our 3.000 members, we truly believe that we will reach the target.

Currently, our showrooms are present in 50/63 provinces and cities in Vietnam. By the end of 2023's second quarter, we aim to be present across all the provinces of Vietnam. This is our means to better approach and satisfy the customers at every single meter of space, and take even greater care of them.

*** Thank you! 🙏**



MÁY MỘNG ÂM 10 ĐẦU CNC



MÁY CỬA LỌNG CNC



MÁY GHÉP HÌNH CNC



TRUNG TÂM GIA CÔNG CNC 5 TRỤC



MÁY CHÀ NHÁM CHỖI 9 TRỤC



TRỤ SỞ CHÍNH : 39H2, Kp Phú Hội, F. Vĩnh Phú, Tp. Thuận An, Bình Dương.
MIỀN TRUNG : Tổ 3, Khu Vực 5, F. Nhơn Phú, Tp. Quy Nhơn, Tỉnh Bình Định.
MIỀN NAM : Khu Dịch Vụ Tân Cảng - Long Bình, Tp. Biên Hòa, Đồng Nai.
MIỀN BẮC : Số 40 Phố Nguyễn Khê, Xã Nguyễn Khê, Đông Anh, Hà Nội.

NHÀ CUNG CẤP MÁY GHÉP GỖ SỐ 1 VIỆT NAM



MÁY FINGER MỘNG ĐỨNG VÀ NÀM



MÁY FINGER MỘNG NÀM TỐC ĐỘ CAO

Email: thanhthongcompany@gmail.com
Website: www.thanhthong.com.vn

HOTLINE

0983.177.534



Khơi cảm hứng từ vật liệu

 HOÀNG ANH thực hiện



Jin Kuramoto là một trong 5 cái tên đại diện cho thế hệ thiết kế đương đại Nhật Bản. Ông trở thành nguồn cảm hứng cho các nhà thiết kế toàn cầu và tạo ảnh hưởng lớn đến sự phát triển ngành sáng tạo ở quốc gia này. Cuối năm 2022, ông sang Việt Nam, hướng dẫn cho đội ngũ thiết kế trẻ trong workshop “Nâng cao năng lực thiết kế và chế tác sản phẩm gỗ” do HAWA và ASEAN - Japan Centre phối hợp thực hiện. *Gỗ & Nội thất* có dịp trao đổi cùng nhà thiết kế tài hoa này.

“

“VIỆC KẾT HỢP CÁC TÍNH NĂNG TỐT CỦA TỪNG LOẠI VẬT LIỆU CŨNG RẤT QUAN TRỌNG. ĐỪNG CỐ GẮNG LÀM MỌI THỨ BẰNG GỖ MÀ HẸY HƯỚNG ĐẾN VIỆC SỬ DỤNG HIỆU QUẢ CÁC VẬT LIỆU PHÙ HỢP Ở ĐÚNG NƠI”

*** Là một nhà sáng tạo công nghiệp có nhiều thành tựu trong lĩnh vực nội thất, hình như ông dành nhiều ưu ái cho nguyên liệu gỗ?**

- Gỗ là vật liệu thân thiện và truyền thống của người Nhật Bản. Nội thất bằng gỗ hiện diện phần lớn trong ngành công nghiệp đồ nội thất ở xứ sở mặt trời mọc.

Các nhà sản xuất vẫn đang phát triển sản phẩm nội thất gỗ mới mỗi ngày và người dùng nhiệt tình đón nhận. Vì lý do đó, tôi đã thiết kế rất nhiều đồ nội thất bằng gỗ.

Tiêu dùng bền vững đã là một đòi hỏi khắt khe từ phía khách hàng. Thời gian gần đây, nhiều dự án được bắt đầu xây dựng tại điểm xuất phát là tính bền vững. Từ nhà sản xuất, nhà thiết kế đến người dùng đều nghĩ đến các mục tiêu phát triển bền vững (Sustainable Development Goals - SDGs) mà Liên Hợp Quốc thông qua tại chương trình nghị sự 2030. Đội ngũ thiết kế toàn cầu đang nỗ lực sáng tạo để có thể đề xuất nhiều ý tưởng khác nhau, cùng hướng tới đích là sự phát triển bền vững.

Trong tất cả các loại vật liệu thì gỗ chính là thứ phù hợp cho mục tiêu ấy.

Tôi tin rằng điểm khởi đầu của thiết kế là lựa chọn chính xác vật liệu phù hợp với mục đích và chức năng. Tuy nhiên, không phải cứ dùng gỗ là tiêu dùng và sản xuất bền vững. Đây là một câu chuyện dài với nhiều mục tiêu cần được tính đến như chu kỳ và tính hợp lý. Ví dụ, việc sản xuất tại chỗ, tiêu thụ tại chỗ để giảm thiểu Carbon trong quá trình vận chuyển? Khai thác gỗ trong chu kỳ ngắn hay lâu năm?...

*** Nhưng, chinh phục các đặc tính của gỗ cũng là thách thức?**

- Thực tế đã chứng minh gỗ có nhiều ưu điểm như dễ gia công, giữ ấm... Nhưng mặt khác, nó cũng có nhược điểm là kém bền và ổn định so với kim loại và nhựa. Nhiệm vụ của người thiết kế là phải tận dụng được những đặc điểm tốt của gỗ đồng thời bù đắp những điểm yếu. Như một bài kiểm tra năng lực với người thiết kế, gỗ cũng là một chất liệu truyền cảm hứng chứa đầy thách thức.



Ông Jin Kuramoto hướng dẫn cho đội ngũ thiết kế trẻ

Tôi thường chia sẻ với các nhà thiết kế trẻ, việc kết hợp các tính năng tốt của từng loại vật liệu cũng rất quan trọng. Đừng cố gắng làm mọi thứ bằng gỗ mà hãy hướng đến việc sử dụng hiệu quả các vật liệu phù hợp ở đúng nơi.

*** Các thiết kế nội thất của ông và cộng sự được giới chuyên môn đánh giá là đậm dấu ấn cá nhân, là nguồn cảm hứng cho các sáng tạo công nghiệp đương đại của Nhật Bản. Ông có thể chia sẻ cách thức để nuôi dưỡng ý tưởng sáng tạo?**

- Cảm hứng cho thiết kế của tôi đến từ nhiều thứ khác nhau, chẳng hạn như xu hướng xã hội, nền tảng văn hóa và suy nghĩ của những người sáng tạo và quản lý... Khi chạm vào vật liệu, tôi nghĩ ra nhiều cấu trúc, hình dạng và chức năng khác nhau. Với tôi, vật liệu là nguồn cảm hứng lớn nhất.

Trung tâm Xúc tiến Thương mại, Đầu tư và Du lịch ASEAN (AJC) là một tổ chức liên chính phủ được thành lập bởi các Quốc gia Thành viên ASEAN và Nhật Bản vào năm 1981. Trung tâm này đã và đang thúc đẩy xuất khẩu từ các Quốc gia Thành viên ASEAN sang Nhật Bản. Đồng thời khôi phục đầu tư, du lịch cũng như như giao lưu, phát triển nhân lực giữa Nhật Bản và các quốc gia thành viên thông qua các buổi seminar, workshop, các chương trình xây dựng, nghiên cứu và phân tích chính sách, sự kiện giao lưu văn hoá, xuất bản và dịch vụ thông tin.

*** Trong chương trình workshop vừa qua cùng HAWA, là người chia sẻ kiến thức với các nhà thiết kế trẻ Việt Nam, các thí sinh tham dự cuộc thi Hoa Mai... ông ấn tượng thế nào về đội ngũ ấy?**

- Họ cởi mở, siêng năng và có tiềm năng. Là một trong những thế mạnh kinh tế của Việt Nam, ngành công nghiệp này sẽ ngày càng trở nên năng động

hơn trong nhiều khía cạnh khác nhau. Tôi nghĩ sẽ rất hữu ích nếu Việt Nam có một dự án mang tầm quốc gia, có thể tạo môi trường, điều kiện để các nhà thiết kế trẻ tập trung kiến tạo nên các giá trị thẩm mỹ và sự quyến rũ đặc thù của văn hóa bản địa song song với việc phát triển sản xuất.

Phát triển, quy tụ, kết nối đội ngũ sáng tạo chất lượng cao vào ngành chế biến gỗ cũng như tận dụng tối đa văn hóa sẽ là con đường giúp công nghiệp nội thất Việt Nam phát triển hơn nữa.

*** Theo ông, người thiết kế trẻ Việt Nam cần trang bị thêm những kỹ năng nào?**

- Mọi quốc gia đều cần những nhà thiết kế có thể thiết kế toàn bộ doanh nghiệp từ một góc nhìn bao quát, không chỉ giới hạn ở việc tạo ra những hình khối đẹp mắt mà còn có thể mở rộng ra các vấn đề xã hội và văn hóa. Vì lý do đó, điều quan trọng đối với một nhà thiết kế là phải có kiến thức rộng trong nhiều lĩnh vực khác nhau và có "kỹ năng tìm hiểu" để đào sâu. Đồng thời cũng cần phải có "kỹ năng giao tiếp" để truyền tải chính xác điều này đến mọi người và xã hội. Hội tụ được những kỹ năng trái ngược nhau là điều hết sức quan trọng đối với những người làm sáng tạo.

*** Những giải thưởng mà ông đạt được hay những buổi triển lãm, vinh danh tại Salone del Mobile có ý nghĩa thế nào với ông?**

- Việc tích lũy thành tích trong các giải thưởng thiết kế mang lại cho tôi niềm tin vào bản thân và các nhà thiết kế mà tôi cộng tác tại văn phòng của mình. Hơn thế nữa, nó cho tôi sự tin tưởng của người khác. Các tiêu chí đánh giá về nghệ thuật và thiết kế rất khó hiểu từ quan điểm của xã hội nói chung, vì vậy tôi tin rằng những giải thưởng rất hữu ích trong việc đánh giá các nhà thiết kế một cách định lượng.

*** Xin cảm ơn ông!**



Jin Kuramoto is one of the leading figures representative of Japan's contemporary design. He has become an inspiration for designers worldwide and a major influence for the development of Japan's creative industry. At the end of 2022, he landed in Vietnam to instruct the young designers in the "Improve design capacity and woodcraftship" workshop jointly organized by Hawa and ASEAN - Japan Centre. Our magazine is grateful to be interviewing this unique design talent.

Inspirations evoked from materials

 By HOANG ANH

*** An industrial designer with outstanding achievements in furniture, you seem to have a certain preference towards wood materials?**

- Wood is a traditional, and friendly material amongst Japanese. Modern wooden items are visibly dominant in Japan's furniture industries. Many manufacturers have been making new items to the wide reception by domestic consumers. Therefore, I, a person living in Japan, naturally design a lot of wooden items.

The ASEAN Promotion Centre on Trade, Investment and Tourism (ASEAN-Japan Centre) is an intergovernmental organization established by the ASEAN Member States and Japan in 1981. It has been promoting exports from the ASEAN Member States to Japan while revitalizing investment, tourism as well as people-to-people exchanges between the ASEAN Member States and Japan through seminars, workshops, capacity building programs, research and policy analysis, cross-cultural events, publication and information services, among others.

Sustainability has been a strict concern from customers. In recent times, many projects have been built around sustainability as the starting point. Manufacturers to designers to consumers have paid their attention to the Agenda for Sustainable Development Goals convened and approved by the UN. The global design team is making creative efforts to offer various concepts with a common goal towards sustainable development.

Of all the materials, wood is the most appropriate material to cater to such objective. I believe the starting point of any design is to accurately define the material fitting the purpose and function. However, not all woods are sustainable for consumption and production. This is a long story with multiple targets to be considered, such as cycle and reasonability. For instance, will on-site production and consumption reduce carbon footprint during transportation? Wood harvesty in a short cycle or long-term?

*** However, is conquering the wood's characteristics considered a challenge to you?**

- Reality has proven that wood's characteristics are easy to process, or warm keeping... The other side of it being, woods are not durable and consistent compared with metals and plastics. It is the designer's mission to utilize wood's positive characteristics while compensating for the negative ones. As a competency test for designers, wood is both inspiring and challenging.

I often share with young designers that it is very important to combine each material's positive characteristics. Do not try to woodenize everything, instead focus on the efficient use of the right materials in the right places.

*** Your and co's interior design has been acclaimed as deeply individualistic, an inspiration for contemporary Japan's creative design. Can you share with us certain ways to nourish creativity?**

- My inspiration comes from many things, such as social trends, creative individuals' cultural background and thinking. Accessing a material, I think of multiple structures, shapes and functions. To me, the material is the biggest inspiration.

*** In tandem with your design work, you task upon yourself teaching at universities while presiding over international design competitions. In your contact with young people, are you impressed by their proactivity, and their creativity?**

- Across multiple works and projects, I have always encountered new talents and fresh ideas. It is a true source of joy, a reward to lovers of design and creativity. I often call for the most authentic and active expression in young creatives.

I think that one day, I will be able to assist them by staying in the background. We can never forget that the most innovative and ambitious of ideas, the adventurousness, always begin with the youth.

*** According to you, what are other skills that young designers in Vietnam need to equip with?**

- Every country needs designers who are able to work from a comprehensive perspective, not limited by the visual stunningness only, but as well extended to socio-cultural narratives. For that reason, it is fundamental that a designer equipped themselves with a wide range of knowledge across multiple fields and disciplines, to have "learning skill" to dive deeply into the subject. At the same time, they also need "interpersonal skills" to express precisely what they want to express to the public, to the society. To be able to congregate opposing skills is a crucial thing amongst creative people.

*** Of all the awards you have, and the international exhibitions, what is the meaning that Salone del Mobile holds for you?**



“IT IS VERY IMPORTANT TO COMBINE EACH MATERIAL'S POSITIVE CHARACTERISTICS. DO NOT TRY TO WOODENIZE EVERYTHING, INSTEAD FOCUS ON THE EFFICIENT USE OF THE RIGHT MATERIALS IN THE RIGHT PLACES”

- The accumulation of achievements in design contests brings upon great confidence in me, as well as in the designers whom I work with in my office. Moreover, it gives me trust from other people. The evaluations regarding arts and designs are generally complex and hard to understand from the bigger society's perspective, therefore I believe that the awards are fundamental in helping evaluate quantitatively the designers.

*** Thank you!** 📌

Nhà thiết kế Nguyễn Đình Hòa - đồng sáng lập Laita:

“Tôi học rất nhiều từ những người quanh mình”

 NGUYỄN THU

5 năm trong nghề thiết kế, Laita đã hình thành những giá trị riêng, chinh phục các giải thưởng Quốc tế và định hình con đường phát triển với nhiều hạng mục: vừa kiến trúc, vừa thiết kế nội thất, sản phẩm, đồ họa và một đầu việc rất quan trọng là tư vấn sáng tạo cho các doanh nghiệp.



Không có ông chủ!

"Laita hiện nay không có ông chủ vì chỉ có 12 lao động. Tất cả cùng làm, miễn sao xong việc!", Hòa mở đầu câu chuyện của mình vậy.

Năm 2010, Hòa tốt nghiệp ngành kiến trúc Trường Đại học Văn Lang, 8 năm sau đó anh làm nghề kiến trúc với nhiều bậc thầy. Năm 2008, vợ anh, một nhà thiết kế của District Eight, đã chia sẻ với anh nhiều "chiều kích trong thiết kế" để trao thêm tự tin, củng cố quyết định để Hòa thành lập Laita.

Đội ngũ lao động tại Laita còn khá trẻ, 3 - 4 năm nghề kiến trúc nhưng họ đã trải qua nhiều thân phận khác nhau: Người là lao động tự do, người đã từng "bỏ phố về rừng"... với bao nhiêu cảm xúc ngổn ngang về nghề thiết kế. Hòa kể có bạn trẻ nói rằng không phải vì lương thấp mà chính là chán môi trường không tạo ra cảm xúc chân thực để làm nghề. "Bất hạnh nhất là có tiền mà không có ai cùng làm chung. Tôi không hứa hẹn gì nhưng ngày qua, năm tới..., họ ở lại với Laita, nghĩa là họ hài lòng". Với Hòa, đội ngũ trẻ mang lại cho anh nhiều giá trị nên anh phải biết ơn



ĐI THI ĐỂ TỰ TIN HƠN!

Dù mới 5 năm thành lập nhưng Laita đã sở hữu nhiều giải thưởng quốc tế: 2 lần nhận giải thưởng Red Dot Design Awards (Đức) vào năm 2020 và 2021, iF Design (Đức) năm 2021, Good Design (Hoa Kỳ) năm 2022... Năm 2022 Laita còn được tạp chí Dezeen (Anh) đề cử là văn phòng xuất sắc nhất của năm. Ngoài ra, nhiều mẫu thiết kế và giải pháp sáng tạo của Laita cũng có mặt tại các bảo tàng và triển lãm thiết kế tại Singapore, châu Âu.

Việc Laita đoạt được những giải thưởng thiết kế thế giới, theo lời Hòa, là cách để giới thiết kế Việt Nam giảm bớt mặc cảm so với các quốc gia có nghề thiết kế phát triển như Ý, Pháp, Anh, Nhật... "Có tự tin, trước hết là tự tin về sản phẩm, tầm nhìn, năng lực bản thân... mới dám đem sản phẩm dự thi. Tôi quan niệm, hạnh phúc nhất của người thiết kế là những sản phẩm được đi vào đời sống, tạo ra những sản phẩm cụ thể để cuộc sống con người dễ dàng hơn", Hòa nói.



TỐT, đối tác của Laita

các cộng sự của mình. Cách Hòa cảm ơn, là tạo điều kiện để đội ngũ thiết kế được làm những việc mà nhiều nơi không cho phép: Tự do sáng tạo.

Chính những sáng tạo không giới hạn, cùng kinh nghiệm tích lũy trong gần một thập kỷ của ông chủ trẻ mà Laita ngày càng có chỗ đứng trong giới thiết kế Việt Nam. Hiện, đây là đối tác của những khách hàng lớn như: HAWA, AA Corp, Trường Thành, TỐT, ASAHI... "Vì Laita được tin cậy nên tôi và cộng sự sẽ hết sức làm những gì mà thế hệ trước chưa làm. Tôi tin sẽ làm được, làm tốt hơn những gì mình đã nghĩ, đó như là một lời cảm ơn dành cho những người đã tin mình", Hòa chia sẻ.

Hiện hữu bằng sản phẩm

Thế mạnh của Laita là thiết kế kiến trúc. Hòa cho rằng những mẫu thiết kế kiến trúc có giá trị là đáp ứng nhu cầu sử dụng của cá nhân, cộng đồng trong vòng 10 - 20 năm. Đó là các mẫu kiến trúc nhà ở cho người thu nhập thấp, công sở, quán cà phê, trung tâm văn hóa... Anh nhắc tới mẫu nhà ở tại Long An có mức chi phí xây dựng vừa phải, đáp ứng nhu cầu sống của 7 thành

viên với 3 thế hệ. Đó là hệ thống quán café Rang Rang ở các trung tâm thương mại Crescent Mall, VivoCity, Lotte Mart... Về thiết kế gia dụng, Laita hiện có những sản phẩm như thảm, vật dụng nhà bếp; thời trang thì có túi xách...

Laita là đối tác của HAWA trong nhiều dự án, điển hình là thiết kế không gian triển lãm cho Vifa GU năm 2019. Đặc biệt tại HawaExpo 2023 sắp diễn ra vào ngày 22 - 25/2/2023, Laita đảm nhận công việc thiết kế không gian cho sự kiện kết nối giao thương này. "Đây là niềm vui vì được các bậc tiền bối của HAWA tin tưởng. Hy vọng Laita sẽ không làm khách tham quan thất vọng", Hòa cười.

Khao khát mô hình "3 trụ cột"

Nghề thiết kế tại Việt Nam, theo lời Hòa là chông chênh lắm. Anh từng nghe nhiều DN muốn tìm nhà thiết kế chuyên nghiệp nhưng họ đòi hỏi mẫu thiết kế ra đời ngay lập tức phải bán được hàng. Họ muốn thành công đến trong vài ngày, nhưng làm sao được, khi mà bất cứ sáng tạo nào cũng cần thời gian để thị trường thẩm thấu! Vì điều ấy mà cũng như những nhà thiết kế khác, Hòa khao khát mô hình "3 cột trụ", hội tụ 3 thành phần: nhà sản xuất -

nhà thiết kế và nhà bán hàng để thị trường có được những sản phẩm Việt giá cả hợp lý, thiết kế đẹp và khoa học, cùng với việc những mặt hàng đó "sống" được tại thị trường Việt Nam thay vì mua hàng nước ngoài.

Hòa mong muốn Việt Nam có ít nhất một bảo tàng thiết kế đúng nghĩa để giới thiết kế cũng như cộng đồng hiểu biết nhiều hơn về những sản phẩm sáng tạo từ bàn tay tài hoa của giới thiết kế trong và ngoài nước. Theo lời Hòa, Milan (Ý) có hàng chục bảo tàng thiết kế. Câu hỏi mà anh luôn trăn trở chính là: Làm nghề thiết kế mà không được sống trong môi trường đẹp làm sao có được những mẫu thiết kế đẹp, hữu dụng? Laita cố gắng xây dựng không gian sống thú vị nhất để kích thích nhân viên sáng tạo vì điều này.

Ở Laita, từ giám đốc đến đội ngũ thiết kế trẻ đều ngập tràn niềm tin về nghề thiết kế tại Việt Nam cũng như khao khát cống hiến. "Có thể hôm nay, tôi và cộng sự ở đây chưa làm được nhiều nhưng trong tôi luôn có niềm tin sẽ có nhiều bạn trẻ thực hiện được nhiều giá trị mới cho ngành thiết kế Việt Nam tương lai", anh nói vậy. 📌

Nguyen Dinh Hoa - Designer, Laita's Co-founder:

"I have learned a great deal from the people around me"

By NGUYEN THU

After 5 years in the business, Laita has established its own values, receiving international accolades while constantly defining their multi-category pathway to greater success: architecture, interior design, product, graphic, and most importantly, creative counseling for businesses.



No one is under anyone!

"At Laita, no one is under anyone, all 12 of us employees. All work together to get things done!", how Hòa began his story.

In 2010, Hoa graduated from Van Lang University's Architecture Department, and 8 years after, he was already working with the masters. In 2008, a sharing by his spouse, a fellow architect working at District Eight, about "dimensions in design" greatly assured Hòa to go on and establish Laita.

Laita's workforce remains relatively young, only 3 to 4 years working professionally, yet from various backgrounds: a freelancer, or someone "once abandoned the city and left for the forest", all those with complex feelings towards a career in design. Hoa said one of them told him that it was the working environment, not the payment, that hollowed out any inspiration in them. "The biggest unhappiness is having the resources to carry out, and not the people sharing the same vision with. I do not promise anything to them, but as days

go by, they remain to stay with Laita, meaning they're content with what happens." To Hòa, the young team brings nonetheless many great values, for which he is deeply grateful. Hòa expresses his gratitude by endlessly facilitating them to work in a space oftentimes unallowed for at many other places: one for creative freedom.

This combination between boundless creativity and Hòa's decade-long accumulated experience has cemented Laita's place in Vietnam's design world. These days, the company's list of partners includes major customers like HAWA, AA Corp, Trường Thành, TÔT, ASAHI... "As Laita is well trusted, my colleagues and I will try what the generation before us could not. I believe that we are and will be able to outperform what we conceive, as a token of gratitude towards those trusting us," said Hòa.

Visible through products

Laita's forte is architecture. Hoa says that architectural designs best demonstrate their values when they can satisfy the needs, be it from individuals

or a community, in 10 to 20 years to come. They include housing for low-income people, or office buildings, or cafe stores, or cultural centers... He gives a mention to an affordable housing unit in Long An, catering for the lives of 7 members from 3 generations. Or the Rang Rang coffee chain now easily found at major shopping centers including Crescent Mall, VivoCity and LotteMart. Regarding household items, Laita is offering products like carpets, kitchen utensils; for fashion, Laita offers bags, etc.

Laita is one of HAWA's trusted partners in many projects, the most outstanding being exhibition quarter for Vifa GU in 2019. At the incoming HawaExpo 2023 taking place from 22 to 25 Feb, 2023, Laita is tasked with designing the interior space, to connect the businesses. "It is such a joy to be trusted by the seniors at HAWA. We hope that Laita will not disappoint anyone visiting the fair," smiled Hòa.

Desiring towards a 3-pillar design

According to Hòa, design work in Vietnam remains uneven. He has personally heard stories about businesses, when looking for designers, require that the design works have to at once sell the products. They want immediate outcomes, which is impossible, because even the market needs time to consume the products! Therefore, like many other designers, Hòa desires a 3-pillar design, 3-component approach: producers - designers - marketers, in order to reach a product that is reasonably priced, beautifully and conscientiously designed, and enduringly accepted by the market, instead of us having to purchase them from overseas.

Hòa is wishing upon at least a proper design museum for both the professionals and the community to gain better understanding towards the products mastered by the local and international finest.

According to him, in Milan (Italy), there are dozens of such museum. The question he keeps asking himself is: If one is unable to live in an aesthetic environment, how is it possible to come up with aesthetically pleasing and functional products? Laita is trying to establish the most fascinating living space possible, in order to keep their creatives inspired.

At Laita, from director to young designers, we can find a great sense of hope towards their work in Vietnam, as well as their dedication. "Perhaps today, there is not much we can do, yet, but in me lies a deeply held belief that more young creatives will bring forth more values to Vietnam's design world in the future," said Hòa. 📌



Products of ASAHI, partner of Laita



COMPETE TO GAIN CONFIDENCE

Only 5 years in operation, Laita has brought home many international accolades: 2 times Red Dot Design Awards (Germany) in 2020 and 2021, iF Design (Germany) in 2021, Good Design (U.S) in 2022... In 2022, Laita has been longlisted for Dezeen Awards 2021 as emerging studio of the year. Furthermore, many of Laita's designs and solutions are being displayed at design exhibitions and fairs in Singapore and Europe.

Laita's receiving international designs, according to Hòa, is a good way for local designers in Vietnam to come to better terms with their inferiority complex against fellow designers from countries with more established design industries like Italy, France, Great Britain or Japan.

"Only when one is confident, first about their works, their vision and competency, does one bring them to competitions. In my opinion, a designer's happiest moment is when their works enter daily life, becoming real and making people's lives easier," said Hòa.




Products of TÔT, partner of Laita

Các chuyên gia từ những thương hiệu sơn danh tiếng đã nghiên cứu thị hiếu người dùng để cho ra bảng màu chủ đạo cho năm 2023. Năm nay, lựa chọn của người dùng là các tông màu đậm hơn so những năm trước, nhưng vẫn lấy cảm hứng màu sắc từ thiên nhiên.



Thiên nhiên rực rỡ

 BUI TRẦN

Mỗi năm, các chuyên gia về màu sắc từ các thương hiệu sơn hàng đầu Thế giới đều chọn ra "màu của năm" và công bố dự báo của họ. Thường một màu xu hướng sẽ đi kèm với một bảng màu có các sắc độ phù hợp. Những màu sơn thịnh hành này không chỉ xuất hiện dưới dạng màu tường trong nhà hay ngoài trời, mà còn có thể nhìn thấy trong mọi loại hình nghệ thuật, từ thời trang đến thiết kế nội thất và cả công nghệ.

1. Pantone: Viva Magenta

Công ty sơn Pantone đã chọn Viva Magenta là màu chính của năm. Viva Magenta là màu hồng đậm được mô tả là "dũng cảm và không sợ hãi". Màu này thuộc họ màu đỏ, sắc thái bắt nguồn từ tự nhiên và thể hiện một tín hiệu mới về sức mạnh.

Viva Magenta mang lại niềm vui thuần khiết, nó khuyến khích thử nghiệm cũng như thể hiện bản thân mà không bị gò bó. Màu này đã phổ biến trong thế giới thời trang và làm đẹp, giờ đây nó đang tiến vào thế giới nội thất. Sẽ rất đặc biệt nếu nó xuất hiện ở các vật dụng trang trí, nhưng chắc chắn còn táo bạo hơn nữa nếu đưa vào đồ nội thất hay dùng cho một bức tường làm điểm nhấn.

2. Nordroom: Màu vàng (ấm)

Màu vàng, giống như bất kỳ màu sắc nào khác, có nhiều sắc thái khác nhau. Từ màu vàng pastel rất nhạt đến màu vàng đất đậm. Và tông màu vàng ấm

đang xuất hiện ngày càng thường xuyên hơn trong các ngôi nhà khắp thế giới.

Màu vàng ấm cũng rất linh hoạt. Trong những ngôi nhà hiện đại, nó làm tăng thêm sự ấm áp và màu sắc. Đối với những ngôi nhà xưa cũ, nó làm tăng cảm giác về bề dày lịch sử của ngôi nhà vì nó là sắc thái đã được sử dụng cho nhà ở suốt nhiều thế kỷ.



3. Benjamin Moore: Raspberry Blush

Benjamin Moore đã chọn Raspberry Blush. Đây là sắc đỏ san hô tươi pha thêm chút hồng. Đó là một màu rất táo bạo và lôi cuốn, tạo nên một điểm nhấn rực rỡ.

Ngoài ra, Benjamin Moore cũng đã tạo ra một bảng tám màu sắc được tôn làm Màu của năm. Bảng Xu hướng màu 2023 được chọn vì cách thể hiện và cá tính riêng biệt của nó. Mỗi màu trong số tám màu sắc này đều mang lại nguồn cảm hứng và sự sáng tạo, đồng thời khuyến khích vượt ra ngoài truyền thống để trải nghiệm màu sắc đặc biệt.

4. PPG: Vining Ivy

PPG và thương hiệu sơn Glidden của họ đã chọn Vining Ivy làm Màu của năm 2023. Vining Ivy là màu xanh mòng két linh hoạt kết hợp giữa xanh lam đậm và xanh lục nguyên chất để tạo thành một sắc màu đá quý. Màu này có thể được dùng để tạo ra tâm trạng êm dịu cho không gian, vì sắc xanh lam của nó truyền đạt cảm giác yên bình trong khi màu ngọc lục bảo gợi lên cảm giác cân bằng. Khi kết hợp với nhau, hai tông màu này tạo ra một màu sắc cực đậm và hợp thời trang.

Ashley McCollum, chuyên gia về màu sắc của Glidden cho biết: "Người tiêu dùng đang tìm cách đơn giản hóa trong thời đại này, vì hai năm qua đã làm sáng tỏ tầm quan trọng của sự thanh thản và những khoảnh khắc nhỏ bé. Vining Ivy thể hiện sự rung cảm này một cách hoàn hảo. Nó tràn đầy năng lượng nhưng vẫn rất căn cơ, nó có thể hữu dụng ở mọi không gian theo đúng nghĩa đen".



5. Sherwin Williams: Redend Point

Sherwin Williams đã chọn Redend Point, một màu be ửng đỏ ấm áp, đóng vai trò như một điểm nhấn khi kết hợp với các tông màu lạnh hơn. Redend Point cũng có thể được sử dụng như một màu trung tính ấm áp cho bất kỳ căn phòng nào.

Màu này được xác định là không quá sáng hoặc quá tối, không quá ủ rũ cũng không quá ngọt ngào. Đó là một màu trung tính hoàn hảo để sử dụng trong nhà. Redend Point là một màu sắc tối giản, êm dịu và hấp dẫn, chứa đựng tinh thần kết nối với thế giới xung quanh chúng ta.



6. Dulux: Wild Wonder

Công ty sơn Dulux đã chọn Wild Wonder, sắc vàng tự nhiên sẽ giúp người dùng mang cả không gian ngoài trời vào nhà.

Wild Wonder nhắc đến cảm giác tự do trong tự nhiên (Wild) và sự kỳ diệu của tự nhiên quanh ta (Wonder). Thiên nhiên là tâm điểm của xu hướng màu sắc Dulux năm 2023. Thương hiệu này cũng đã chọn 3 bảng màu chứa đầy các sắc thái (tự nhiên) có thể kết hợp với Wild Wonder. Đây là bảng màu lấy cảm hứng từ sự kết nối với thiên nhiên, khao khát được cân bằng và bình lặng, cũng như hồi sinh tinh thần bằng sự vui tươi.

- **Balance (Cân bằng):** là một bảng màu gồm xanh lam thanh bình của đại dương và các màu pastel mang sắc thái thời tiết, tạo ra bầu không khí tĩnh lặng và yên bình trong ngôi nhà của bạn.

- **Connect (Kết nối):** Bảng Connect bao gồm các màu có sự kết nối tuyệt vời với thiên nhiên. Những sắc thái dựa trên màu đất này phản ánh một lối sống đơn giản hơn.

- **Revive (Hồi sinh):** Thêm niềm vui cho ngôi nhà của bạn với bảng Revive chứa đầy những màu sắc tươi sáng chiết trung pha trộn với các yếu tố hoài cổ.

7. Behr: Blank Canvas

Công ty sơn Behr lại lựa chọn Canvas, sắc trắng ấm áp mang đến vô số cơ hội thiết kế và trang trí.

Nghiên cứu do Behr Paint thực hiện đã chỉ ra rằng các chủ nhà muốn ngôi nhà của họ là nơi để thư giãn và trở thành một lối thoát khỏi những căng thẳng thường ngày. Màu trắng làm cho mọi người cảm thấy tích cực và giảm mức độ căng thẳng. Màu trắng cũng giúp thư giãn, tạo cảm giác bình tĩnh và tươi mới, đồng thời khiến mọi người cảm thấy tập trung. 📺

(Theo thenordroom.com)





Brilliant Nature

By BUI TRAN

Experts from famous paint brands have studied user tastes to come up with a main color palette for 2023. This year, users prefer darker tones than in previous years, but color inspiration continues to come from nature.

Each year, color experts from the world's leading paint brands select their "color of the year" and publish their forecasts. Often, a trending color will be accompanied by a palette of matching shades. These trending paint colors don't just appear as indoor or outdoor wall colors; they can also be seen in every form of art, from fashion to interior design to technology.



1. Pantone: Viva Magenta

Viva Magenta has been selected as the year's primary color by the paint manufacturer Pantone. The deep pink color Viva Magenta is described as "brave

and daring." This hue, which is a member of the red family and contains tones inspired by nature, stands in for a new indication of power.

Viva Magenta brings pure joy; it encourages experimentation and self-expression without restraint. This color has gained popularity in the fashion and cosmetics industries, and it is now entering the interior design industry. It will be very unique if used in decorative items, but it will be even more striking if used in furniture or as an accent wall.

2. Nordroom: Warm yellow

Like all other colors, yellow is available in a wide range of tones, from a light pastel yellow to a dark earthy yellow. Warm yellow hues are also becoming more prevalent in homes all across the world.

Warm yellow is also very versatile. It brings color and warmth to contemporary interiors. As a color that has been used in homes for ages, it accentuates the feeling of antiquity of older homes.

3. Benjamin Moore: Raspberry Blush

Benjamin Moore chose Raspberry Blush. This is a bright coral red with a hint of pink. It's a striking accent hue that is really bold and seductive.

In addition, Benjamin Moore developed an eight-color palette that has been named the Color of the Year. The palette for the 2023 Color Trends



was selected for its own expression and personality. Each of these eight hues inspires creativity and encourages stepping outside of the norm to explore unique colors.

4. PPG: Vining Ivy

Vining Ivy has been selected by PPG and its paint brand Glidden as the 2023 Color of the Year. Vining Ivy is a multipurpose teal color that blends intense blues and bright greens to create a gem-like shade. With its green undertones and soothing blue tones, this color can be used to infuse a room with a sense of tranquility. These two tones work together to provide a very striking and fashionable color.

"Consumers are looking to simplify in this day and age, as the past two years have highlighted the importance of serenity and small moments," said Ashley McCollum, color expert at Glidden. "Vining Ivy embodies this vibe perfectly. It's full of energy but still very fundamental, it can be used in literally any space."

5. Sherwin Williams: Redend Point

Sherwin Williams chose Redend Point, a warm blush beige that acts as an accent when paired with cooler tones. Redend Point also functions well as a cozy neutral for any space.

This color is defined as being neither too light nor too dark, neither too moody nor too sweet. It's a perfect neutral for indoor use. Redend Point is a minimalist, calming, and inviting color that embodies the spirit of connecting with the world around us.

6. Dulux: Wild Wonder

Dulux paint company has chosen Wild Wonder, a natural yellow color that will enable users to bring the outdoors into the house.

Wild Wonder refers to the feeling of freedom in nature (Wild) and the wonder of nature around us (Wonder). The core of the Dulux color trends for 2023 is nature. Additionally, the firm has picked three palettes with (natural) colors that can be combined with Wild Wonder. This color scheme was inspired by a sense of connectedness to nature, a desire for harmony and serenity, and the reviving effects of fun.




- **Balance:** Balance is a palette of calm ocean blues and pastel weather shades that create a calm and peaceful atmosphere in your home.

- **Connect:** The Connect panel includes colors that have a great connection to nature. These earthy-based shades reflect a simpler lifestyle.

- **Revive (Revive):** Add joy to your home using Revive panels which are filled with eclectic bright colors mixed with nostalgic elements.

7. Behr: Blank Canvas

The paint company Behr has again chosen Canvas, a warm white that offers countless design and decoration opportunities.

Homeowners want their house to be a place to unwind and serve as a getaway from the rigors of daily life, according to research from Behr Paint. White is calming and uplifting, which makes people feel better. White is also soothing, evokes a sense of freshness and tranquility, and helps individuals feel focused. 

(According to thenordroom.com)

 <p>C&P 2022 Top Industries Partner</p> <p>Nhà tư vấn và cung cấp giải pháp CAD/CAM chuyên nghiệp</p> <p>Văn phòng chính Hồ Chí Minh Chi nhánh Hà Nội Chi nhánh Đà Nẵng</p> <p>Email: vicoria@cspco.com.vn Website: www.cspco.com.vn Hotline: +84(0)938 023 888 Ms. Victoria / Ms. Thu Giới thiệu bởi Beaton & phát triển</p>	  <p>Giải pháp cắt da thật</p>	  <p>Phần mềm thiết kế 2D,3D</p>	  <p>Hệ thống trải cắt vải tự động</p>	  <p>Máy cắt 1 lớp</p>
---	---	---	---	---

7 xu hướng tiêu dùng nội thất được mong đợi

 MINH HƯƠNG

Người dùng đang chờ đợi những sản phẩm nội thất mang đến sự thoải mái và nổi bật về màu sắc cho năm mới. Ba nhà thiết kế nội thất: Karen Rohr của Mackenzie Collier Interiors; Aleem Kassam của Kalu Interiors và Jess Weeth của Weeth Home đã có đánh giá về các xu hướng tiêu dùng nội thất sẽ trở dậy trong năm 2023.

1. Tính bền vững

Karen Rohr của Mackenzie Collier Interiors cho biết, người tiêu dùng cũng như các nhà thiết kế sẽ tiếp tục "go green" vào năm 2023. Cô nói: "Một trong những xu hướng lớn nhất mà chúng ta đang chứng kiến là nhằm đến các vật liệu bền vững, thân thiện với môi trường. Các sản phẩm hoàn thiện bằng gỗ tự nhiên đang ngày càng trở nên phổ biến khi người tiêu dùng muốn tìm kiếm các sản phẩm ít gây tác động đến môi trường". Đổi lại, sẽ có sự nhấn mạnh vào "các thiết kế đơn giản hơn, tinh tế hơn". Theo Karen, những đường thẳng và tông màu trầm đang ngày càng trở nên phổ biến khi mọi người tìm cách tạo cảm giác bình yên trong ngôi nhà của mình.

2. Ghế ngồi thoải mái

Aleem Kassam của Kalu Interiors nói rằng đồ nội thất tiện nghi sẽ tiếp tục có tầm quan trọng nổi bật trong năm 2023. "Với việc mọi người sẽ tiếp tục dành nhiều thời gian hơn ở nhà, sự thoải mái vẫn giữ vai trò quan trọng hàng đầu khi quyết định chọn một chiếc ghế hoàn hảo cho bất kỳ căn phòng hoặc không gian nào. Khách hàng của chúng tôi đang tìm kiếm những món đồ mà họ có thể chìm đắm vào đó từ sáng đến tối, tất nhiên là đồng thời vẫn thể hiện phong cách



sang trọng. Trong năm tới, chúng ta sẽ thấy xu hướng này không giảm bớt chút nào".

Đồng quan điểm, Rohr cho rằng sự thoải mái sẽ tiếp tục hiện diện và bày tỏ những cảm nghĩ tương tự. Từ khi mọi người thay đổi lối sống và bắt đầu làm việc tại nhà hoặc có một lịch trình linh hoạt trong công việc, sự thoải mái là điều cần thiết trong thiết kế nội thất. Tìm kiếm những món đồ thoải mái và có phong cách, chú trọng vào chức năng sử dụng sẽ tiếp tục là xu hướng trong năm mới.

3. Nội thất có đường cong

Những món nội thất có đường cong sẽ tiếp tục tỏa sáng trong năm 2023. Jess Weeth của Weeth Home giải thích: "Việc kết hợp các nội thất có đường nét thẳng với những món có đường cong sẽ tạo ra sự căng thẳng và kịch tính".





4. Nội thất cổ điển

Theo Rohr, đồ nội thất lấy cảm hứng cổ điển cũng được cho là sẽ quay trở lại. Với sự phổ biến gần đây của những thiết kế kiểu giữa thế kỷ XX, không có gì ngạc nhiên khi những món đồ lấy cảm hứng từ quá khứ sẽ quay lại". Chợ trời, các cửa hàng đồ cổ địa phương và các trang web như Craigslist và Facebook Marketplace là những nguồn tuyệt vời để tìm thấy những món đồ cổ điển đẹp mắt mà không làm bạn cháy túi.

5. Nội thất cỡ lớn

Theo Aleem, nhà cửa hiện giờ dường như không còn kích thước nhỏ nữa, đồng thời lưu ý rằng kích cỡ sản phẩm sẽ tiếp tục là một yếu tố quan trọng trong năm 2023, tập trung vào "những món đồ cỡ lớn, phục vụ được nhiều mục đích hơn và có nhiều chỗ ngồi hơn. Trong năm 2023, chúng ta sẽ tiếp tục tụ tập ở nhà và giải trí tại gia".



6. Các chi tiết sọc nổi

Weeth cho rằng, đồ nội thất được chạm sọc nổi theo mọi kiểu sẽ là ưu tiên hàng đầu và là trung tâm trong năm tới. Cô giải thích rằng nó có thể thể hiện ở dạng dát sọc nổi lên các tấm vách tường, đúc phần đỉnh có sọc nổi, tủ có ngăn kéo và mặt cửa sọc nổi.



7. Nội thất nhiều màu sắc và hoa văn

Rohr lưu ý mọi người sẽ không e ngại sự táo bạo trong năm 2023. Cô nhận xét: "Cũng có rất nhiều người muốn tìm kiếm những món đồ khác thường. Nhiều khách hàng không sợ màu sắc và sẵn sàng muốn mua những món nội thất gây ấn tượng mạnh. Đối với những người như vậy, xu hướng sẽ là thử nghiệm màu sắc, hoa văn và những món đồ độc đáo, bắt mắt, có thể trở thành tâm điểm của căn phòng". Vì vậy, nếu có lần nào bạn để mắt đến một sản phẩm mạnh mẽ, phá cách, thì năm 2023 có thể là năm để dứt điểm thương vụ đó!

Weeth đồng tình và lưu ý hoa văn cũng sẽ đặc biệt thịnh hành. Cô cho biết: "Từ các đường kẻ sọc, các bản dập nổi bằng tay cho đến cảm hứng cổ điển, hoa văn mang đến chiều sâu và sự thú vị cho đồ nội thất bọc nệm. 📌"

(Tổng hợp từ thespruce.com)

The 7 most Anticipated Trends in Interior Design

By **MINH HUONG**

Customers are awaiting décor items that bring comfort and brilliant colors for the new year. Three interior designers: Kren Rohr from Mackenzie Collier Interiors, Aleem Kassam from Kalu Interiors, and Jes Weeth from Weeth Home give their own assessments of the rising spending trends for interior furniture in 2023.



1. Sustainability

Karen Rohr from Mackenzie Collier Interiors says that consumers and designers alike will continue to “go green” in 2023. “One of the biggest trends that we are witnessing is the focus on sustainable, environmentally friendly materials. Products made

from natural wood are getting more and more popular as the consumers want the items that have less impact on the environment,” she observes. In turn, people will seek out “simpler, more refined” designs. According to Karen, straight lines and muted tones are becoming more fashionable as people try to create peaceful spaces inside their homes.



2. Comfortable seats

Comfortable furniture will continue to hold an important status in 2023, says Aleem Kassam from Kalu Interiors. “As people continue to spend more time at home, comfort still plays a crucial role in choosing the perfect seat for any space or home. Our customers look for the kind of furniture that they can sink in from morning till night and at the same time, show off a classy look. With this coming year, we don’t see this trend falling away anytime soon.”

Rohr shares the same sentiments and says that “comfort” will continue. Ever since people started changing their lifestyles and working from home or having a more flexible working schedule, comfort has been a must in interior design. Searching for comfortable and stylish pieces while focusing on functional use will continue to be the trend of the upcoming year.



3. Curved lines

Décor items with curves will continue to shine in 2023. Jess Weeth from Weeth Home explains: “The combination of straight-lined pieces and curved items will create tension and drama.”

4. Vintage décor

Rohr also believes that furniture with a vintage aesthetic will make a comeback. With the current increase in popularity of the mid-20th-century style, it is no surprise that décor inspired by the past will take the stage again.” Flea markets, local antique stores, and online markets including Craigslist and Facebook Marketplace are wonderful places to look for eye-catching retro pieces without costing you an arm and a leg.

5. Large scale furniture

Aleem says today, houses are no longer small, and the size of the furniture remains an important factor in 2023, especially “larger scale furniture, which serves more purposes and provides more seats.



In 2023, we will continue to gather and entertain ourselves at home.”

6. Reeded patterns

In Weeth’s opinion, furniture with reeded details in all fashion will take all the spotlight next year. She says this design will show up in wall panels, reeded crown molding, and in cabinetry drawers and doors.

7. Colorful, pattern pieces



Rohr notes that people won’t shy away from being bold in 2023. “Many people seek peculiar pieces. A lot of customers aren’t afraid of color and want impactful décor items. For such audiences, the trend will be experimenting with color and patterns, and choosing unique, striking pieces that will be the center of attention in a room,” she comments. So, if you have an eye on a strong, visionary piece, 2023 will be the perfect time to close the deal!

Weeth agrees and notes that the pattern will also strongly increase in popularity. “From stripes to hand-blocked prints to classic-inspired, patterns add depth and fascination to upholstery,” she says. 📌



CÔNG TY CỔ PHẦN GỖ MDF VRG KIÊN GIANG

Đại chỉ: Lô M, Đường Số 1, KCN Thạnh Lộc, Thạnh Lộc, Châu Thành, Kiên Giang
Văn phòng: 236 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Phường Võ Thị Sáu, Quận 3, TP. HCM
Điện thoại: (0297) 3819868 / (028) 3932 0377
Fax: (0297) 3819869 / (028) 3932 0353
Website: www.mdfvrgkiengiang.vn

Chuyên sản xuất: các dòng ván không có đốm cao su với nguyên liệu từ gỗ Bạch đàn, Keo lai, Tràm nước thích hợp cho các sản phẩm sơn, phủ melamine bề mặt đòi hỏi chất lượng cao. Sản xuất trên dây chuyền thiết bị của hãng Siempelkamp - CHLB Đức. Sản phẩm theo tiêu chuẩn châu Âu EN 622-5.

CAM KẾT CHẤT LƯỢNG ĐẢM BẢO, ỔN ĐỊNH, ĐÚNG VỚI TIÊU CHUẨN CÔNG BỐ

Sản phẩm đa dạng: • MDF / HDF tiêu chuẩn E2, E0, E1, CARB • HDF chuyên dụng ván sàn • MDF / HDF chống ẩm HMR E2, E0, E1, CARB, V313 • Ván FSC • Ván chống cháy

VÁN HDF - HDF CARB



- Tỷ trọng từ 820 - 860 kg/m³
 - Liên kết nội IB: 0.7 - 1.1 N/mm²
 - Độ bền uốn tĩnh (Mor): 25 - 45 N/mm²
 - Đàn hồi uốn tĩnh (Moe): 2.500 - 3.300 N/mm²
 - Đạt tiêu chuẩn Carb P2 - EPA TSCA Title VI
- Dòng ván có mật độ sợi gỗ cao giúp ván cứng, chắc; khả năng bắt giữ vít tốt; khó cong, vênh; bề mặt láng mịn ít hút sơn, dễ dàng sơn, phủ
- Ứng dụng:** nội thất cao cấp, ván sàn, vách ngăn, hàng xuất khẩu...

VÁN FSC



Ván sử dụng nguồn gỗ có chứng nhận rừng trồng, với đầy đủ các loại như: MDF Carb FSC, HMR Carb FSC,... Đáp ứng cho các sản phẩm xuất khẩu yêu cầu về nguồn gốc gỗ, quy trình khai thác hợp pháp, đáp ứng các tiêu chuẩn bảo vệ môi trường.

VÁN SIÊU CHỐNG ẨM - HMR V313

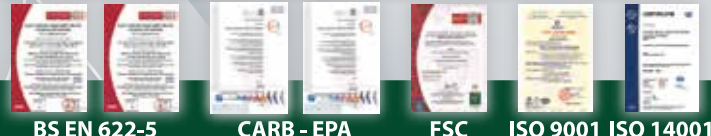


- Dòng ván có tính kháng ẩm, độ trương nở thấp:
- Độ trương nở ≤ 8%
 - Vượt qua quy trình kiểm tra V313
- Thích hợp với những nơi có nguy cơ bị ẩm ướt hoặc nơi có độ ẩm cao. Bề mặt láng mịn ít hút sơn, dễ dàng sơn, phủ..
- Ứng dụng:** có thể sử dụng làm tủ, bếp sử dụng trong các công trình cao cấp, các ứng dụng xuất khẩu

VÁN CHỐNG CHÁY



- Dòng ván được bổ sung loại keo đặc biệt giúp ván bắt lửa chậm, hạn chế cháy lan.
- Đạt tiêu chuẩn B2 theo bộ tiêu chuẩn của Đức (DIN 4102).
 - Bề mặt không bắt lửa trong 30s (ISO 11925)
 - Lửa không lan tới vị trí cách điểm đốt 150mm (ISO 11925)
 - Tàn lửa không làm cháy giấy lọc (ISO 11925)
- Ứng dụng:** làm cửa chậm cháy cho các căn hộ cao cấp, tủ bếp, vách ngăn...



CURVETTA Co., Ltd

Solid wood bending and much more.

42/17 DT 743 St, Binh Phuoc B Quarter Binh Chuan Ward, Thuan An Dist, Binh Duong Province, Vietnam



Curvetta is high specialized in solid wood bending.

- SERVICES:**
- We import and distribute FSC European lumber such as White Oak, Beech, Ash, Maple and other types of wood.
 - Elements in solid bentwood for the furniture industry.
 - Thonet chairs.
 - Prototypes, frames, replicas.
 - QRV - our new collection - creations based on steam-bent solid wood boards, never seen before.

- GOALS:**
- Highest quality services offered to our customers.
 - Continuous research and development of new products and solutions.
 - Cooperation with dynamic companies and a new generation of designers in Vietnam and abroad.





Nhà thiết kế trẻ Vũ Đình Nghiêm:

Tìm lối đi riêng từ Eastern sofa



Gương mặt và lối suy nghĩ già dặn, Nghiêm tâm sự về những ngày tháng cũ và những bước đi đầu tiên cho tương lai của chàng trai vừa bước sang tuổi hai mươi sáu. “Quán quân Hoa Mai 2022 là phần thưởng quý giá, khích lệ một nhà thiết kế không gian nội thất còn quá trẻ như tôi tiếp tục bước theo con đường thiết kế nội thất”.

Giá trị mới trong hình hài xưa cũ

Nghiêm dự thi Hoa Mai 2022 bằng bộ sản phẩm sofa có thiết kế “chẳng giống ai” so với những bộ sofa hiện đang bày bán tại các showroom ở Việt Nam! Bộ sofa có tên là Eastern sofa dựa trên thiết kế của những thanh gỗ được chồng xếp lên nhau như mái đình xưa, mái chùa, liên tưởng gần nhất là những thanh gỗ của một khung dệt xưa! “Tên dự thi là vậy. Khi trở thành sản phẩm thương mại, loại 2 chỗ ngồi sẽ có tên gọi là *loom sofa*, còn 1 chỗ ngồi là *loom lounge chair*”, Nghiêm giải thích về tên gọi chung của sản phẩm và cách định vị sản phẩm tùy theo tính năng, dù có cùng thiết kế.

Theo chàng trai trẻ này, khi nhắc đến từ “loom” trong tiếng Anh, khách hàng sẽ liên tưởng đến chiếc máy dệt ngày xưa. Những thanh gỗ có thiết kế đơn giản, thẳng thớm, tạo thành khung, có hai dây đai bằng da bò như dây trang trí nhưng giá trị thực chất là phụ giảm tải cho khung gỗ đặt mặt nệm trên sofa.

Ngoài thiết kế lạ mắt, dòng Eastern sofa của Nghiêm còn có những tiện ích khác, hợp với phong cách sống xanh đang là xu hướng của thời đại. Đó là linh kiện tháo rời, dễ lắp ráp, sử dụng nhiều loại vật liệu tái chế, từ đó tiết kiệm chi phí vận chuyển, giảm công lao động và giảm giá thành nếu đưa vào sản xuất đại trà. “Về ý tưởng thiết kế, có thể phát sinh nhiều vấn đề mới sau khi đi vào sản xuất nhưng đại thể, người tiêu dùng cuối sẽ tự tay lắp ráp chiếc sofa theo hướng dẫn kèm theo của nhà sản xuất. Đó là giá trị mới của Eastern sofa”, Nghiêm chia sẻ.

Nhìn đơn giản nhưng theo lời Nghiêm, anh đã hình thành ý tưởng từ nhiều năm trước khi vừa rời ghế Trường Đại học Kiến trúc TP.HCM. Khi ý tưởng đã chín, Nghiêm xin nghỉ việc không lương 2 tháng tại công ty sản xuất đồ gỗ District Eight (TP.HCM) để lang thang ra tận Huế, Hội An..., ngó nghiêng mái chùa, những khung dệt xưa... để lên mẫu chính thức cho Eastern sofa tham dự cuộc thi Hoa Mai 2022.



“NGOÀI THIẾT KẾ LẠ MẮT, DÒNG EASTERN SOFA CỦA NGHIÊM CÒN CÓ NHỮNG TIỆN ÍCH KHÁC, HỢP VỚI PHONG CÁCH SỐNG XANH ĐANG LÀ XU HƯỚNG CỦA THỜI ĐẠI”

Nghiêm vui lắm khi biết Eastern sofa đã đem lại giải nhất cho mình. Cùng với đó là nhiều lời mời làm việc cho các doanh nghiệp nội thất. Nghiêm nói: “Cảm ơn ông nội vốn là thợ phân kim, cảm ơn cha hiện là thợ kim hoàn đã cho tôi đam mê thiết kế. Tôi không thể quên những lời chia sẻ, giúp đỡ của Darren Chew là CEO, ông Tân là cố vấn kỹ thuật... của District Eight đã giúp tôi có được sản phẩm Eastern sofa dự thi hơn cả mong đợi”.

Nuôi dưỡng ước mơ sáng tạo

Cũng có doanh nghiệp tìm hiểu cận kề về Eastern sofa từ khi bài thi lọt vào vòng chung kết nhưng tới nay chưa có nhà sản xuất đồ gỗ nào đặt vấn đề chính thức mua lại quyền sử dụng mẫu thiết kế trên. Do vậy, Nghiêm vẫn đang tìm kiếm doanh nghiệp đồng hành, để có cơ hội nghe những góp ý, đánh giá từ các bậc tiền bối, từ khách hàng... rồi đưa sản phẩm đến người dùng.

Nghiêm vẫn tin triết lý thiết kế của mình thể hiện qua Eastern sofa sẽ được nhà sản xuất nào đó quan tâm. Anh cho biết đồ gỗ lắp ráp được người tiêu dùng trẻ Việt Nam bắt đầu xài nhiều. Họ mua hàng qua các sàn thương mại điện tử như Tiki, Lazada, Shopee... Dù giá rất rẻ nhưng đó chỉ là những mặt hàng nhái mẫu từ nước ngoài, thương hiệu sản xuất không có uy tín, chất lượng thấp. Do vậy, chàng trai này tiếp tục công việc thiết kế ở District Eight để có tiền lo cho bản thân và nuôi dưỡng ước mơ sáng tạo thêm nhiều mẫu mới để Eastern sofa trở thành bộ sưu tập đầu tiên của cuộc đời mình. Nghiêm chia sẻ: “Tôi sẽ theo đuổi con đường trở thành nhà thiết kế nội thất chuyên nghiệp. Muốn vậy, cần phải quyết đoán với thiết kế đã chọn. Nếu không, sẽ không thể hiện được chính mình mà còn gây khó các đối tác hỗ trợ như nhà sản xuất, nhà phân phối về sau khi sản phẩm ra thị trường”.

Sự quyết đoán ấy, Nghiêm bảo, học được từ thế hệ đi trước và từ những thất bại của mình. Hai năm trước, nhà thiết kế trẻ này cũng từng dự thi giải Hoa Mai bằng đồ án tốt nghiệp đại học. Nghiêm tâm sự: “Lần đó không có giải nhưng giúp tôi nhìn nhận công việc thiết kế nội thất một cách nghiêm túc hơn”.

Bước ra khỏi hào quang mà Hoa Mai 2022 mang lại, quán quân cuộc thi cho biết anh học được rất nhiều từ các thí sinh cùng trang lứa. Đó là đam mê, yêu và vui sống, không ngại khó, bình tĩnh, quyết đoán hơn, khắc khe với chính mình hơn... “Giải thưởng lớn nhất khi tham gia Hoa Mai là thời gian những người trẻ chúng tôi được làm việc với những bậc cha chú có nhiều kinh nghiệm trong thiết kế, sản xuất, thị trường và cả các chuyên gia về truyền thông. Đây sẽ là nền tảng để chúng tôi có thể bắt đầu cũng như gắn bó sâu hơn với ngành”, Nghiêm nói vậy. 📌

Vu Dinh Nghiem, young designer: Cutting a new path

By MINH TU



With boldness in his visage and his opinions, Nghiem talked about the old days, of how a young man barely 26 was making his first steps into the future. “Champion of Hoa Mai Design Award 2022 is a valuable prize, one that greatly encourages such a young designer like me to continue with the professional career”.

“New wine in old bottle”

Nghiem took part in Hoa Mai Design Contest 2022 with a set of sofa “unlike any other” currently on display and sold at the showrooms in Vietnam! Simply called Eastern sofa, his design was based upon how wood slats were put together to make the roof of old-time pagodas or temples, reminding us strongly of an old loom! “Eastern sofa was just the name used in the

with Eastern sofa

competition. Upon commercially produced, the two-seat design will be called loom sofa, while the one-seat will be loom lounge chair", explained Nghiem about the names and the functions of his works, despite them having the same design.

According to this young man, whenever "loom" in English is uttered, people will be reminded of the looms of the old. The slats are simplistically designed, in straight shapes and making up a frame, with two cowhide straps as decoratives, whose real value is to reduce the load for the wooden frame upon which the mattress is placed.

While being unique in design, his Eastern sofa has other functions as well, including being environmentally friendly, a trend of these days. They are easy to dismantle and assemble, made of recycled materials, thus reducing transportation and labor costs, as well as production costs upon mass production. "Conceptually speaking, many problems may arise upon mass-scale production; however, the gist of the product is people can by themselves assemble the sofa with instruction. It is the new value brought by the Eastern sofa", said Nghien.

Simple as it may appear, Nghiem recalled his earliest idea began many years prior to his graduation from Ho Chi Minh City University of Architecture. When the idea became ripe, he applied for a 2-month unpaid leave from District Eight Manufacturer to wander off to Hue and Hoi An to behold roofs of pagodas, the traditional looms, in order to sketch the final design for Eastern sofa, for the design competition.

It was to his great delight that the Eastern sofa earned him the highest prize. With it came many invites to work at furniture businesses. Nghiem said, "I am indebted to my granddad, a gold extractor, and to my father, a jeweler, for my passion for design. I can never forget the sharings and supports by CEO Darren Chew, Mr. Tan as District Eight's tech consultant in turning Eastern sofa to something beyond expected".

Ushering the creative dream

Though some businesses had studied Eastern sofa since its entry to the final round, to date no manufacturers have made up their mind on purchasing the rights to the design. Therefore, Nghiem is currently looking for a companion company, to listen to the seniors and customers' additional input and evaluations before bringing his design to the wider public.

Nghiem deeply believes that his concept in Eastern sofa will eventually catch the attention of a manufacturer. He is well aware that more and more young Viets are using RTA (ready to assemble) products. They make orders via e-commercial platforms such as Tiki, Lazada or Shopee, which turn out rather cheap because they are replicas of foreign products, or manufactured with low qualities by disreputable brands. Therefore, the young man proceeded with his design assignments at District Eight to sustain himself and his creative dreams, to add more designs to make the Eastern sofa his first-ever series. Nghiem shared, "I will continue and become a professional furniture designer. To do so, I need to be more determined. Otherwise, I could not adequately express myself while potentially causing troubles to the supporters, from manufacturers to distributors when the products are launched to the marketplace".

Such determination, said Nghiem, has been learned from the previous generation, and from his own failures. Two years ago, he participated in the Hoa Mai Design Competition with his graduation thesis. Nghiem said, "That time I did not win anything, however the experience helped me look at furniture design in a whole different, more serious light".

Stepping off from the glories, the Award winner said that he has had a lot to learn from his competitors, including their passion, their love towards life, their perseverance, strong-will

and strictness towards themselves as well. "The biggest prize I have obtained in the competition is the precious time young people like myself have been given to work with the elders, the seniors with loads of experiences in design, manufacturing, marketing and communication. Such is the very foundation upon which we youngsters can feel more deeply connected with the industry", said Nghiem. 📌

“

“WHILE BEING UNIQUE IN DESIGN, HIS EASTERN SOFA HAS OTHER FUNCTIONS AS WELL, INCLUDING BEING ENVIRONMENTALLY FRIENDLY, A TREND OF THESE DAYS”



CÔNG TY KỸ NGHỆ GỖ LONG VIỆT



CHUYÊN GIA CÔNG DÁN PHỦ VENEER, MELAMINE, LAMINATE

CHUYÊN SẢN XUẤT CÁC MẶT HÀNG FURNITURE

CẮT TÍNH DÁN CẠNH-DÁN CẠNH CONG-DÁN PROFILE

CHUYÊN SẢN XUẤT, CUNG ỨNG VÁN MDF, PLYWOOD, PB



Với hơn 18 năm xây dựng và phát triển, Công ty CP KN gỗ Long Việt trở thành một trong những công ty hàng đầu về lĩnh vực sản xuất veneer gỗ tự nhiên. Năm 2021 vừa qua chúng tôi đã đạt được sản lượng dán #6 triệu m². Trong năm 2022 này, công ty phấn đấu đạt mục tiêu sản lượng phủ dán veneer:

- ❖ Phủ dán veneer 7.000.000 m².
- ❖ Phủ dán melamine, laminate 2.000.000 m².
- ❖ Phủ dán pano profile 700.000 m².

Các nguồn veneer chủ lực: White Oak, Red Oak, White Ash, Maple, Cherry, Walnut, Mahogany, Poplar, Tràm, Xoài, Cao su, Xoan vườn...được nhập khẩu từ các thị trường lớn như Mỹ, Châu Âu, Newzealand, luôn có sẵn tại kho với trữ lượng lớn tương đương 1.500.000 m². Sẵn sàng đáp ứng mọi đơn hàng.



Hệ thống máy lạng, máy sấy lưới hiện đại BabCock, Cremona của (Đức, Ý, Nhật). Với 8 máy lạng Slice và 1 máy lạng Rotary, sản lượng sản xuất tương đương 8 triệu m²/năm, có độ dày từ 0.2 mm đến 2mm.



Tại phân xưởng Cắt may, được trang bị đầy đủ máy móc hiện đại có công suất lớn với sản phẩm đầu ra có đường mí rất nhỏ, khắc phục được các yếu điểm của kỹ thuật dán veneer. Đặc biệt công ty vừa lắp đặt và vận hành thành công dây chuyền sản xuất chỉ cuộn với công suất 10.000 mét/ngày.



Công ty có 10 chuyền dán, trong đó có 1 chuyền chuyên dán ván mẫu đảm bảo có thể giao mẫu cho khách hàng trong một ngày. Công suất dán hiện nay khoảng 20.000 m²/ngày đáp ứng kịp thời cho mọi đơn hàng.

Ngoài ra, chúng tôi có tham gia đầu tư 2 nhà máy chuyên sản xuất ván MDF, PB là Công ty CP KN ván PB Long Việt tại Đồng Nai và Công ty MDF Đăk Nông. Vì vậy chúng tôi luôn chủ động trong nguồn ván, rút ngắn thời gian sản xuất, tiết kiệm các chi phí trung gian.



Bên cạnh đó, chúng tôi còn chuyên gia công các chi tiết đặc biệt trong ngành gỗ như: Pano cửa, mặt học kéo, mặt ghế, chân bàn, mặt bàn, cánh cửa ép profile,... đáp ứng mọi yêu cầu khắt khe về chất lượng.

Trong năm vừa qua lượng hàng phủ dán pano tăng vượt trội nhờ đầu tư vào phát triển máy móc và dây chuyền sản xuất sản lượng tăng hơn 100.000m².

Đặc biệt trong năm 2021, chúng tôi đã phát triển Long Việt trở thành một công ty sản xuất nội thất tự chủ về toàn bộ dây chuyền gia công và nguyên vật liệu qua việc đầu tư: máy móc, chuyên sơn, mở rộng diện tích sản xuất, đội ngũ kỹ thuật có tay nghề cao, cùng một số chứng chỉ để đáp ứng thị trường nước ngoài như: TSCA, SMETA, BSCI...

Chúng tôi sản xuất các mặt hàng nội thất gia đình, dự án nhà hàng, khách sạn, resort, trường học, bệnh viện... trong và ngoài nước với công suất 100 container/ tháng. Một số khách hàng lớn đã và đang gắn bó với Furniture Long Việt ngay trong năm đầu tiên như The Living, Minh Dương, Modloft, Fine Scandinavia, RODE, Investment, ACTONA, Abbyson, Toàn Cầu (Nixxin)...

Với dây chuyền khép kín tự chủ từ nguyên vật liệu: MDF, PB, Plywood Gỗ, Veneer, Laminate, Melamine, PVC... Chúng tôi tự tin rằng khi các bạn hợp tác với Long Việt bạn sẽ nhận được mức giá ưu đãi nhất với sản phẩm có chất lượng tốt nhất và luôn luôn đảm bảo đúng tiến độ xuất hàng.



Chứng chỉ BSCI



Chứng nhận hệ thống QLCL ISO 9001:2015

Địa chỉ: 455/9B Đường DT 743, KP Chiêu Liêu, P. Tân Đông Hiệp, TX Dĩ An, Tỉnh Bình Dương

ĐT: 0274 3740 300

Website: www.veneerlongviet.com Email: sales@veneerlongviet.com

- Fax: 0274 3778 449

- Ms.Huệ 098 114 9016 - GD Kinh Doanh
Email: kimhue@veneerlongviet.com

- Mr.Cường 098 325 3571 - Trưởng Phòng Furniture
Email: cuongnguyen@veneerlongviet.com

ESG

trên chuỗi cung ứng



ESG (Environmental, Social and corporate Governance), là thuật ngữ chỉ nhóm các yếu tố môi trường, xã hội và quản trị doanh nghiệp (DN). Đó là xu hướng mới, là mục tiêu các DN Việt Nam đang hướng đến.

ESG được xem là chiến lược, văn hóa, cam kết của DN và là cách thức tạo ra lợi thế cạnh tranh, phát triển bền vững hình ảnh thương hiệu; góp phần gây dựng lòng tin, uy tín không chỉ với khách hàng, đối tác, cộng đồng mà còn với nhân sự của DN.

Công cụ nâng tầm DN

Năm 1988, PNJ được thành lập, là một công ty nhà nước. Hành trình của PNJ gắn liền với những nỗ lực tự chuyển mình. Năm 2021, PNJ đã lọt vào top 5 công ty quản trị tốt nhất. Năm 2022, nằm trong danh sách các DN bền vững tại Việt Nam do Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), Hội đồng Doanh nghiệp vì sự phát triển bền vững Việt Nam (VBCSD) bình chọn, là một trong top 10 công ty bền vững thuộc lĩnh vực thương mại, dịch vụ.

Chia sẻ tại hội thảo Sustainability excellence. global, diễn ra cuối tháng 11/2022 do CSR Universal - SE Global tổ chức, bà Trần Phương Ngọc Thảo, thành viên Ban giám đốc PNJ Group, Trưởng tiểu ban ESG, cho biết hơn 30 năm hình thành và phát triển văn hóa công ty, PNJ luôn hướng đến mục tiêu phát triển bền vững. Những năm gần đây, mục tiêu đó được cụ thể hóa trong các tiêu chuẩn ESG. Đặt lợi ích xã hội lên trên lợi ích DN, PNJ thường xuyên tổ chức các hoạt động tình nguyện như chiến dịch “Cảm ơn vì bạn

không xả rác”, “Cộng đồng xanh”, xây dựng 400 mái ấm tình thương, chương trình nuôi dưỡng trẻ tự kỷ. Trong đại dịch Covid, PNJ đã tổ chức nhiều hoạt động chia sẻ với cộng đồng, triển khai siêu thị 0 đồng, đồng hành với thai phụ, động viên và không giảm lương nhân viên. “Tại Việt Nam, tuy chưa có một quy chuẩn cụ thể nào về ESG, nhưng đó là xu thế của thế giới, được DN trong nước hưởng ứng mỗi ngày một mạnh hơn”, bà Thảo nói.

Theo đại diện PNJ, pháp luật môi trường và pháp luật xã hội Việt Nam rồi sẽ đuổi kịp các quy chuẩn thế giới, yêu cầu DN phải minh bạch thông tin trong báo cáo dữ liệu và báo cáo môi trường của mình. Bên cạnh đó, người tiêu dùng trẻ có xu thế ngày càng quan tâm đến môi trường xã hội. Do vậy, ESG là con đường phải tiến đến và có thể xem như một phiên bản được xây dựng cho DN, biến 17 mục tiêu phát triển bền vững của Liên Hợp Quốc thành những hoạt động cụ thể.

Nhận thấy ESG là công cụ tốt để nâng tầm DN, từ tháng 4/2022, PNJ bắt đầu hành trình xây dựng và chuẩn hóa ESG với việc ra mắt tiểu ban ESG, với mục tiêu gắn chặt các tiêu chuẩn ESG với chiến lược và hoạt động kinh doanh của công ty. Kế hoạch hành trình 5 năm ESG của PNJ có 3 giai đoạn: Xây dựng và chuẩn hóa (2022-2023), Tạo ra những tác động tích cực (2023-2025), Hướng đến những tiêu chuẩn quốc tế (2026-2027).



Hành trình chuyển đổi

Không chỉ PNJ, danh sách 100 DN bền vững tại Việt Nam hiện quy tụ khá nhiều cái tên ấn tượng, và năm 2022 cũng là năm thứ 7 VCCI chủ trì tổ chức chương trình bình chọn này. Chủ tịch VCCI, ông Phạm Tấn Công cho biết, trong danh sách ấy, có những DN lớn đã có bề dày lịch sử, chấp nhận chuyển đổi một cách có hệ thống từ tư duy kinh doanh đơn thuần sang kinh doanh bền vững. Nhưng, cũng có những DN mới chỉ là các start-up, đã xác định chiến lược kinh doanh có trách nhiệm để tạo giá trị bền vững ngay từ lúc thành lập.

Ông Nguyễn Chí Hiếu, Giám đốc bộ phận tư vấn ESG, Công ty KPMG cho biết, nhu cầu người dùng ngày càng tăng về tính minh bạch, bền vững của sản phẩm, tính thân thiện môi trường trong hoạt động DN. Các quy định, chế tài từ phía chính phủ các nước trong việc tuân thủ mục tiêu phát triển bền vững cũng tăng tương ứng. Chưa kể, những thay đổi trong nhận lực của lực lượng lao động trẻ cũng rất mạnh mẽ. Họ yêu cầu đơn vị sử dụng lao động phải có những cam kết, trách nhiệm với môi trường và xã hội... Trách nhiệm xã hội của DN không còn đơn thuần là CSR mà phải là ESG: Chiến lược bền vững vì cộng đồng. "Tất cả tạo áp lực lên đội ngũ lãnh đạo, điều hành DN. Xu

hướng chinh phục ESG từ phía các DN trong chuỗi cung ứng đã hình thành và phát triển mạnh mẽ", ông Hiếu nhận xét.

Theo ông Hiếu, các đòi hỏi của ESG trong DN không quá phức tạp. Thậm chí, nó bao hàm nhiều giá trị vốn đã phổ biến, nay tập hợp lại thành một chương trình bài bản. Với hàng trăm tiêu chuẩn mà bộ tiêu chuẩn ESG đưa ra, DN phải biết chọn lựa và phải có cơ chế "phễu lọc", chọn lựa những giá trị phù hợp để theo đuổi. Nghĩa là, DN cần có một chiến lược ESG, tiến hành từng bước theo năm. Chuyên gia KPMG nhấn mạnh: "Hành trình chuyển đổi ESG có thể diễn ra trong hơn chục năm. Tầm nhìn ESG sẽ mang lại lợi thế cho DN. Chiến lược ESG sẽ đồng hành cùng chiến lược kinh doanh của công ty".

Thực tế, theo ghi nhận từ KPMG, nhiều DN Việt Nam đã bắt đầu triển khai ESG. Lời khuyên từ phía đơn vị tư vấn này là DN không nên ôm đồm mà có thể bắt đầu từ việc gom lại các chính sách mình đã, đang làm xem mức độ tuân thủ các khuyến nghị bộ giá trị này từ phía DN đang thế nào. "Như việc khám sức khỏe, xem mình đang có những gì, DN khảo sát hiện trạng ESG, biết mình đang ở đâu rồi lập lộ trình, hướng tới các tiêu chuẩn ấy", ông Hiếu chia sẻ. 📌



“TẠI VIỆT NAM, TUY CHƯA CÓ MỘT QUY CHUẨN CỤ THỂ NÀO VỀ ESG, NHƯNG ĐÓ LÀ XU THẾ CỦA THẾ GIỚI, ĐƯỢC DN TRONG NƯỚC HƯỞNG ỨNG MỖI NGÀY MỘT MẠNH HƠN”

ESG on the supply chain

 By BUI TRAN

ESG (Environmental, Social and corporate Governance) is a term that refers to a group of environmental, social, and corporate governance factors. That is the new global trend, a goal that Vietnamese companies are aiming for.

ESG is considered a strategy, culture, and commitment of companies and a way to create competitive advantages and develop brand image sustainably, which contributes to building trust and a good reputation not only with customers, partners, and the community but also with the company's personnel.

Tools to Elevate your Business

In 1988, PNJ was established as a state-owned company. PNJ's journey is associated with self-transformation efforts. In 2021, PNJ entered the top five best management companies. In 2022, on the list of sustainable companies in Vietnam as voted on by the Vietnam Chamber of Commerce and Industry (VCCI) and the Vietnam Business Council for Sustainable Development (VBCSD), the company stood among the top 10 sustainable companies in the fields of trade and services.



Sharing at the Sustainability Excellence Global Conference held at the end of November 2022 by CSR Universal - SE Global, Ms. Tran Phuong Ngoc Thao, a member of the Board of Directors of PNJ Group and Head of the ESG Subcommittee, said that throughout the 30 plus years of forming and developing company culture, PNJ has always aimed for sustainable development. In recent years, this objective has been defined through the ESG criteria.

Putting social benefits above business interests, PNJ regularly organizes volunteer activities such as the "Thank You for Not Littering" campaign, the "Green Community" campaign, building 400 homes for those less fortunate, and nurturing autistic children programs. During the COVID pandemic, PNJ organized many activities to give back to the community: it implemented a 0-VND supermarket, attended to pregnant women, cheered the staff and did not take a cut from the salaries of the staff." Although there isn't a formal ESG standard in Vietnam, it is a global trend, and domestic businesses are responding with greater vigor every day," Ms. Thao said.

According to a representative of PNJ, Vietnam's environmental and social laws will eventually catch up with world standards, requiring businesses to be transparent in their data and environmental reports. In addition, young consumers tend to pay more and more attention to the environment and society. ESG is the way to go since it transforms the 17 sustainable development goals of the United Nations into actual operations, and it may be thought of as a version created for businesses.

to Pham Tan Cong, Chairman of the VCCI, there are major businesses with a long history on that list that have accepted the methodical shift from conventional business thinking to sustainable business. There are also other startup companies that have chosen a sensible business plan to build long-term value from the beginning.

According to Mr. Nguyen Chi Hieu, Director of the KPMG Company's ESG Consulting Department, consumer demand for transparency, product sustainability, and environmentally friendly corporate practices is rising. Government regulations and penalties related to adhering to sustainable development goals have risen in line with this. Not to mention, there have been significant shifts in the young labor's mindset. They demand social and environmental commitments and obligations from employers... Corporate social responsibility is no longer just CSR but ESG: a sustainable community approach. "All of this puts a strain on the business's leadership and operational teams. The trend of supply chain companies implementing ESG has formed and developed strongly," Mr. Hieu stated.

“

“ALTHOUGH THERE ISN'T A FORMAL ESG STANDARD IN VIETNAM, IT IS A GLOBAL TREND, AND DOMESTIC BUSINESSES ARE RESPONDING WITH GREATER VIGOR EVERY DAY”



PNJ established the ESG subcommittee in April 2022 after realizing that ESG is a useful instrument for enhancing business. The committee's objective is to match ESG standards with strategy and the company's business activities. The three stages of PNJ's 5-year ESG journey are: Build and Standardize (2022-2023), Create a positive impact (2023-2025), and Pursue worldwide standards (2026-2027).

Transformation Journey

In addition to PNJ, the list of Vietnam's top 100 sustainable firms includes a number of other notable companies, and 2022 marks the seventh time that VCCI will be hosting the voting campaign. According

Mr. Hieu believes that the ESG criteria for businesses are not overly complicated. It has a lot of ideals that are already widespread but have been organized into a systematic program. Companies must know how to choose and have a "filter funnel" process for choosing the suitable values to pursue out of the hundreds of criteria that the ESG set of standards gives. In other words, organizations must implement an ESG strategy year after year, step by step. The expert from KPMG stressed: "ESG transformation can take up to ten years to complete. Companies will benefit from the ESG vision. The company's business strategy and the ESG strategy will work together seamlessly." 📌

Quy hoạch nguyên liệu cho ngành chế biến gỗ 2023

 PHÚC TÔ

Yêu cầu về tính hợp pháp và bền vững của sản phẩm tại các thị trường chính của Việt Nam ngày càng chặt chẽ hơn. Các vụ tranh chấp thương mại vẫn kéo dài, trực tiếp tác động tới xuất khẩu. Nhìn vào thực trạng nguyên liệu của ngành chế biến gỗ năm 2022 để thấy những điều hướng cần thiết trong năm 2023 cho mảng quan trọng này.

Năm 2022 đã khép lại với nhiều biến động vĩ mô ảnh hưởng trực tiếp tới hoạt động sản xuất kinh doanh của ngành chế biến gỗ Việt Nam. Ở mảng nguyên liệu, đây cũng là năm chúng kiến nhiều thay đổi.

Giảm lượng, tăng giá

Việt Nam đã trở thành trung tâm chế biến đồ gỗ của thế giới. Nguồn cung gỗ nguyên liệu trong nước phục vụ chế biến sâu hạn chế do chính sách đóng cửa rừng tự nhiên và gỗ từ rừng trồng là gỗ nhỏ. Trong bối cảnh này, gỗ nguyên liệu nhập khẩu đóng vai trò then chốt nhằm phục vụ chế biến xuất khẩu và tiêu dùng nội địa. Mỗi năm Việt Nam nhập 5-6 triệu m³ nguyên liệu là gỗ tròn và gỗ xẻ. Số liệu hải quan cho thấy năm 2022, nhập khẩu mặt hàng này ước đạt 6,040 triệu m³, trị giá 2,283 tỷ USD, giảm 4,5% về lượng và tăng 5,8% về trị giá so với năm 2021.

Khoảng 60 - 70% lượng nhập khẩu này là từ các nguồn rủi ro thấp như Mỹ và các nước châu Âu với phần lớn được đưa vào chế biến thành sản phẩm để xuất khẩu. Nhu cầu sản phẩm gỗ tại các thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam như Hoa Kỳ, EU giảm kéo theo sự sụt giảm về cầu gỗ nguyên liệu nhập khẩu vào Việt Nam.

Trong số các nguồn cung gỗ ít rủi ro cho Việt Nam, Hoa Kỳ là nguồn cung gỗ tròn và xẻ lớn nhất. Kim ngạch nhập khẩu hết 11 tháng năm 2022 từ nguồn này chỉ tăng khoảng 4% so với năm 2021. Kim ngạch từ các nguồn cung lớn khác như Chile, Brazil, New Zealand giảm ở các mức tương ứng là 13%, 15% và trên 24% so với cùng kỳ năm trước.

Khoảng 30 - 40% lượng nhập còn lại chủ yếu là gỗ nhiệt đới, như từ châu Phi, Papua New Guinea (PNG), Lào, Campuchia... được sử dụng tạo sản phẩm phục vụ thị trường nội địa. Chính phủ Việt Nam coi gỗ nhiệt đới nhập khẩu vào Việt Nam là gỗ rủi ro và yêu cầu các doanh nghiệp (DN) nhập khẩu bổ sung bằng chứng và áp dụng các cơ chế giảm rủi ro trong luồng cung nhập khẩu này.

Gỗ nguyên liệu nhập khẩu từ các quốc gia nhiệt đới tăng trưởng ổn định. Kim ngạch nhập khẩu từ các nguồn chính như Cameroon, Lào, PNG và Nigeria tăng lần lượt là 28,6%; 50,6%; 122,4% và gần 80%. Tăng trưởng về nhập khẩu của luồng cung





“CHÍNH PHỦ ĐÁNH GIÁ GỖ NHIỆT ĐỚI NHẬP KHẨU VÀO VIỆT NAM LÀ RỦI RO VÀ YÊU CẦU CÁC DN NHẬP KHẨU BỔ SUNG BẰNG CHỨNG, ÁP DỤNG CÁC CƠ CHẾ GIẢM RỦI RO TRONG NGUỒN CUNG NGUYÊN LIỆU NHẬP KHẨU NÀY”



gỗ nhiệt đới cho thấy tính ổn định và mở rộng của thị trường nội địa đối với các sản phẩm được làm từ nguồn này nói riêng và từ gỗ nhiệt đới nhập khẩu nói chung.

Gỗ rừng trồng nội địa lên ngôi

Năm 2022, giá gỗ nguyên liệu rừng trồng trong nước tăng mạnh. Nguồn cung này đến nay chủ yếu được sử dụng để chế biến đồ gỗ xuất khẩu (gỗ lớn), các loại ván, dăm gỗ và viên nén (gỗ nhỏ, các phụ phẩm như cành, ngọn). Các đơn hàng đồ gỗ xuất khẩu giảm làm cầu về nguyên liệu gỗ lớn giảm theo. Tuy nhiên, nhu cầu và đặc biệt giá xuất khẩu của dăm gỗ và viên nén tăng đột biến.

Năm 2022, kim ngạch xuất khẩu dăm gỗ ước đạt 2,7 tỷ USD, tăng 54,7% so với năm 2021. Trung Quốc tăng cường nhập khẩu dăm gỗ từ Việt Nam không chỉ phục vụ cho ngành sản xuất giấy của nước này mà còn làm nguyên liệu cung cấp cho các nhà máy sản xuất viên nén ở Trung Quốc. Trung Quốc vẫn là thị trường lớn của các sản phẩm phụ, phế phẩm ngành gỗ của Việt Nam. Nếu như trước đây có nhiều DN cung ứng phế phẩm dăm gỗ cho thị trường Trung Quốc như Australia, Brazil, Việt Nam, thì trong giai đoạn biến động kinh tế, chỉ còn Việt Nam là nhà cung ứng. Bên cạnh đó, nhu cầu nhập khẩu dăm gỗ tại các thị trường Hàn Quốc, Nhật Bản cũng tăng mạnh. Nguyên nhân là do 2 thị trường này tiếp tục thực hiện chuyển đổi từ nguồn điện than sang điện sạch, bao gồm cả điện sinh khối.

Thiếu nguồn cung, Trung Quốc chuyển sang Việt Nam thu mua dăm gỗ, thậm chí mua cả lá cây, vỏ cây... Để đủ nhu cầu, thương nhân Trung Quốc phải đẩy giá mua lên gấp đôi. Đối với dăm gỗ, giá xuất khẩu tăng từ khoảng 120 USD/tấn từ những tháng đầu năm lên gần 200 USD/tấn vào các tháng cuối năm. Tương tự, giá viên nén (chủ yếu xuất sang Nhật Bản và Hàn Quốc) tăng từ khoảng 130 USD/tấn lên 200 USD/tấn, thậm chí cao hơn. Đến thời điểm cuối năm 2022, giá xuất khẩu dăm gỗ và viên nén đã tạm hạ nhiệt. Giá gỗ nguyên liệu rừng trồng cũng đã giảm nhưng vẫn cao hơn so với trước đây.

Giá xuất khẩu tăng đẩy giá gỗ nguyên liệu rừng trồng đầu vào tăng, làm cho người trồng rừng được hưởng lợi. Trong tương lai, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản... sẽ tiếp tục tăng nhập khẩu để thu mua gỗ nguyên liệu từ Việt Nam. Dòng sản phẩm từ phụ, phế phẩm ngành gỗ này có tiềm năng lọt vào nhóm các mặt hàng nông, lâm sản xuất khẩu trị giá trên tỷ USD. Hiện sức mua của thế giới tăng trưởng rất nhanh khi nguyên liệu gốc, nhất là nhiên liệu hóa thạch ngày càng đắt đỏ và khan hiếm.

Ngoài ra, xu thế đóng cửa các nhà máy điện hạt nhân và nhà máy điện than phát thải khí CO₂ ngày càng nhiều thì các nguyên liệu có tính chất bảo vệ môi trường như dăm gỗ càng có nhu cầu lớn. Điều này là cơ hội cho xuất khẩu. Tuy nhiên, giá nguyên liệu cao cũng khuyến khích người trồng rừng khai thác gỗ non. Điều này gây ra những lo ngại cho các DN chế biến sâu bởi việc thiếu nguồn cung gỗ rừng trồng là gỗ lớn trong tương lai hoàn toàn có thể xảy ra khi người trồng ưu tiên cho bài toán kinh tế trước mắt. 📌

Material Planning for the Wood Processing Industry in 2023

By PHUC TO

In Vietnam's major markets, the standards for product sustainability and legality are becoming more stringent. Exports are being adversely impacted by ongoing trade tensions. A looking at the raw material situation of the wood processing industry in 2022 reveals the necessary directions in 2023 for this important segment.



The year 2022 has ended with many macro fluctuations that directly affect the production and business activities of Vietnam's wood processing industry. This year has seen a great deal of changes in the raw materials sector as well.

Reduce Quantity, Increase Price

Vietnam has become the furniture processing center of the world. Due to the strategy of closing natural forests, there is a limited domestic supply of raw materials for heavy processing, while timber from planted forests is small in size. In this situation, imported raw wood plays a key role in processing for both export and domestic consumption. Every

year, Vietnam imports 5-6 million m³ of raw materials, which are logs and sawn timber. Customs data shows that in 2022, the import of this commodity is estimated at 6.04 million m³, worth 2.283 billion USD, down 4.5% in volume and up 5.8% in value compared to 2021.

About 60-70% of these imports are from low-risk sources such as the US and European countries with most of them being processed into products for export. The need for imported wood materials into Vietnam declined as a result of the decline in demand for wood products in Vietnam's major export markets, including the U.S and the EU. Among low-risk timber suppliers for Vietnam, the United States

is the largest source of logs and sawn timber. The import turnover in the first 11 months of 2022 from this source increased by about 4% compared to 2021. Other significant suppliers from Chile, Brazil, and New Zealand saw a decline in turnover of 13%, 15%, and more than 24%, respectively, during the same period last year.

Tropical timber from countries like Africa, Papua New Guinea (PNG), Laos, Cambodia, etc., which is utilized to make goods for the home market, makes up about 30-40% of the remaining imports. The Vietnamese government views imported tropical timber as dangerous wood and demands that importing companies offer more supporting documentation and use risk mitigation techniques for this import supply stream. Wood materials imported from tropical countries have grown steadily. Import turnover from primary sources such as Cameroon, Laos, PNG, and Nigeria increased by 28.6%, 50.6%, 122.4%, and almost 80% respectively. The increase in tropical wood imports demonstrates the stability and growth of the domestic market for goods derived from these specific sources and from tropical wood imported in general.

Inland plantation timber takes the stage

The price of domestic forest wood materials increased dramatically in 2022. Currently, this supply is mostly utilized to process export furniture (big wood), boards, wood chips, and pellets (small wood and by-products such as branches and tops). The decrease in export wooden furniture orders led to a decrease in the demand for large wood materials. However, the demand and especially the export price of wood chips and pellets increased dramatically.

In 2022, the export turnover of wood chips is estimated at 2.7 billion USD, an increase of 54.7% compared to 2021. China imported more wood chips from Vietnam not only to serve the country's paper industry but also to use as raw materials for domestic pellet factories. The by-products and waste products of Vietnam's wood industry still have a sizable market in China. In the past, numerous businesses

from countries like Australia, Brazil, and Vietnam supplied woodchip waste to the Chinese market, but during the period of economic turbulence, Vietnam was the sole provider. In addition, the demand for imported wood chips in the Korean and Japanese markets also increased sharply. The reason is that these two markets continue to make the transition from coal power to clean electricity, which includes biomass power.

China turned to Vietnam to buy wood chips and even other organic matter like leaves, bark, etc., due to a scarcity of supply. To meet the demand, Chinese traders had to double the purchase price. For wood chips, the export price increased from about 120 USD/ton in the first months of the year to nearly 200 USD/ton in the last months of the year. Similarly, the price of pellets (mainly exported to Japan and Korea) increased from about 130 USD per tonne to 200 USD per tonne. By the end of 2022, the price of wood chips and pellets for export had momentarily decreased. The price of wood for planting materials has also decreased but is still higher than before.

The price of raw materials from plantation forests rose due to the increase in export prices, increasing the profitability of forest growers. In the future, China, Korea, Japan, etc., will continue to increase their importation of raw wood from Vietnam. This line of wood by-products and waste products has the potential to join the group of exported agricultural and forestry products worth over a billion dollars. Currently, the world's purchasing power is growing very rapidly as raw materials, especially fossil fuels, are becoming increasingly expensive and scarce.

In addition, with the rising trend of closing nuclear power plants and coal power plants, which emit CO₂, materials with environmental protection properties such as wood chips are in greater demand. This is an opportunity for export. However, the high price of raw materials will also encourage forest growers to exploit young timber. Heavy processing companies are concerned because a future shortage of large timber from planted forests is entirely possible if growers prioritize immediate economic problems. 🌱



“THE VIETNAMESE GOVERNMENT VIEWS IMPORTED TROPICAL TIMBER AS DANGEROUS WOOD AND DEMANDS THAT IMPORTING COMPANIES OFFER MORE SUPPORTING DOCUMENTATION AND USE RISK MITIGATION TECHNIQUES FOR THIS IMPORT SUPPLY STREAM”



CÔNG TY TNHH CHỨNG NHẬN KNA

Tầng 11, tòa nhà Ladeco, 266 Đội Cấn, Ba Đình, Hà Nội
Lĩnh vực: chuyên làm và cung cấp dịch vụ chứng nhận về rừng, gỗ - xuất nhập khẩu, hệ thống ISO, trách nhiệm xã hội,...

Website: <https://knacert.com.vn/>

Đại diện: Phạm Minh Luân - Giám đốc

Điện thoại: 0932 211 786

Email: salesmanager@knacert.com



CÔNG TY TNHH MTV VIỆT KAI

533/8 Nguyễn Tri Phương, P.8, Q.10, TP.HCM

Lĩnh vực: Bán lẻ hàng may mặc, giày dép, hàng da và giả da trong các cửa hàng chuyên doanh

Facebook: <https://www.facebook.com/dacongnghiempicrofiber.vietkai>

Đại diện: Zhang WeiQin - Giám đốc

Điện thoại: +0970971472494

Email: vksolar002@gmail.com



CÔNG TY TNHH TIGERWOOD

661 The Oasis 2, đường D33- KDC Việt Sing, P. An Phú, TX. Thuận An, T. Bình Dương

Lĩnh vực: Kinh doanh gỗ nhập và Ván sàn gỗ

Website: <https://www.tigerwoodcorp.com/>

Đại diện: Xà Thụy Hà Vy - Giám đốc

Điện thoại: 0907 665 335

Email: vy@tigerwoodcorp.com



CÔNG TY TNHH THIẾT KẾ VÀ SẢN XUẤT NỘI THẤT QA

146A Phan Văn Trị, P.12, Q. Bình Thạnh, TP.HCM

Lĩnh vực: Sản xuất nội ngoại thất

Website: www.qa-furniture.com

Đại diện: Võ Vinh Quang - Giám đốc

Điện thoại: 0908 323 543

Email: quangvo@qa-furniture.com





CÔNG TY AF MADERAS

Juncal 1437, Office 501, Montevideo, Uruguay
 Lĩnh vực: Gỗ bạch đàn, Gỗ thông Taeda, Chủ rừng
 78,000 hecta rừng trồng gỗ bạch đàn, thông...

Website: <https://www.af.com.uy/>

Đại diện: Đoàn Văn Thịnh - Sales Representative

Điện thoại: 08 55 555 985

Email: dthinh@af.com.uy



KOTOBUKI SEA

CÔNG TY TNHH KOTOBUKI SEA

104/6, đường Amata 24-2-4, KCN Amata,
 P. Long Bình, TP. Biên Hòa, tỉnh Đồng Nai
 Lĩnh vực: Nội thất công cộng

Website: <http://www.kotobuki-sea.com>

Đại diện: Takeshita - Senior Director

Điện thoại: 0907 666 233

Email: takeshita_s@kotobuki.co.jp



CÔNG TY CỔ PHẦN CHẾ BIẾN GỖ NHẬT HUY

Tầng 8, tòa nhà Hàn Việt, 348 Kim Ngưu,
 Hai Bà Trưng, Hà Nội

Lĩnh vực: Chế biến gỗ

Website: <https://nhathuywoods.com.vn/>

Đại diện: Nguyễn Tuấn Anh - Giám đốc

Điện thoại: 0936 016 924

Email: manager.woods@nhathuygroup.com.vn



CÔNG TY TNHH FURNITURE VIỆT SƠN

34C đường Cây Bài, ấp 6, X. Phước Vĩnh An,
 H. Củ Chi, TP.HCM.

Lĩnh vực: Sản xuất gỗ nội thất cao cấp xuất khẩu

Website: www.vietsonfurniture.com

Đại diện: Lê Hoàng Tuấn Anh - Giám đốc

Điện Thoại: 0903 888 235

Email: info@vietsonfurniture.com



LEITZ TOOLING VIETNAM: Core values

Focus on the success of our customers

Even the best quality tools only can perform optimally if they are regularly maintained by experts. It must be resharpened and maintained in order to be ready for use again in a very short time. Especially in the regrinding service, Leitz - as a world market leader - stands for absolute process orientation, pronounced customer proximity and innovative solution ideas. Under the motto „Solutions in new dimensions“ Leitz not only describes its fields of competence, but also the benefits, that customers derive from them in their daily work.

Quality

The ultimate goal of the Leitz service is that the tools are as new when they leave the service station. Therefore, every process step is trimmed for absolute quality and precision. The standards developed are uniform worldwide and are systematically certified and fully documented. With this approach, Leitz is in the position to offer its manufacturer-quality tool service in more than 100 service stations all over the world.

Another quality feature is the sophisticated logistics concept. The tools are transported exclusively by qualified Leitz employees who ensure that the right tool is available in the right quantity and quality at the right place, at the right time.

Reliability

In recent years, Leitz has gained a great deal of customer proximity through its personal pick-up and delivery service. The service employee regularly visits the customers, accepts the tools, returns them reliably and sharpened and is also available to answer questions at each visit. In addition,

transparency and traceability in pricing are two further features that make the Leitz service particularly reliable and customer-oriented.

Know-How

140 years of company history and excellently trained employees, make Leitz a solution provider with particularly deep process knowledge and technology know-how in wood and wood-based material processing at the service of the customer. For example, consulting services in almost all production areas bring companies with ongoing production up to the latest state of the art, demonstrate economical machining solutions and optimize processes with the aim of increasing customer success.

In order to ensure the continuous qualification of our own employees with regard to technology and production technology, an ultra-modern service and training centre with strong practical relevance was created in Neresheim. Training courses and further education measures for our own employees and customers take place here, covering topics such as production technology or tool technology.

Productivity

There is hardly any region of the world in which Leitz is not in the immediate vicinity of its customers. Leitz is represented in 38 countries on all continents worldwide. All of these countries have their own service stations, around 50 of which specialize in resharpening diamond tools. This makes the Leitz service quickly accessible and reactive.



A tool was checked carefully on the modern machine

Sharpening and repair ensures that the tools are used optimally over the entire product life cycle. In addition to perfect machining quality, maximum tool life is achieved.


Flexibility

Leitz Tool Management is the solution for higher process reliability and tool availability, because Leitz takes care of the selection, scheduling, procurement, provisioning and stocking of the tools. Complete Care includes complete tool management for the customer, including tool service and continuous process engineering. Billing is based on flexible billing models such as square or linear meters or the number of products produced.

Efficiency

Each year, around 15 million tools are serviced in the Leitz service centres worldwide. This is only possible if your own processes are lean and result-oriented. Modern electronic recording systems via smartphone or tablet ensure efficient further processing of customer data and transparent work steps.

Sustainability

Inspection with measuring devices that measures the cutting edges down to a few hundredth of millimeter, can determine exactly how much has to be removed from the cutting material during eroding or grinding in order to again obtain a sharp cutting edge. Processing follows the principle "As much as necessary and as little as possible". Too much removal reduces tool life unnecessarily and too little removal is to the detriment of the cutting edge. In addition, the largely paperless production and service administration ensure that valuable resources are handled carefully. 

A strength of Leitz service: The technicians can resharpen all types of tools. Many standard service providers, however, are limited to certain types of tools



LEITZ TOOLING VIETNAM

Rental factory C-4, Road N1-2, Long Duc Industrial Park, An Phuoc ward, Long Thanh district, Dong Nai province, Vietnam

Tel: +84 251 3682 944

Email: sales_ltv@leitz.co.th

Website: <http://www.leitz.org/vi>



Canadian Wood.
Natural Beauty.

Gỗ Canada.
Vẻ đẹp tự nhiên.

WESTERN HEMLOCK GỖ ĐỘC CẦN BỜ TÂY



TRY CANADIAN WOOD
HÃY DÙNG THỬ GỖ CANADA

canadianwood.com.vn
+84 (0)274 380 3609



A range of high-quality certified lumber from sustainably managed forests of British Columbia, Canada.

Các loại gỗ xẻ chất lượng cao được chứng nhận từ nguồn rừng trồng được quản lý bền vững của tỉnh bang British Columbia, Canada.



Ho Chi Minh City Export Furniture Fair 2023

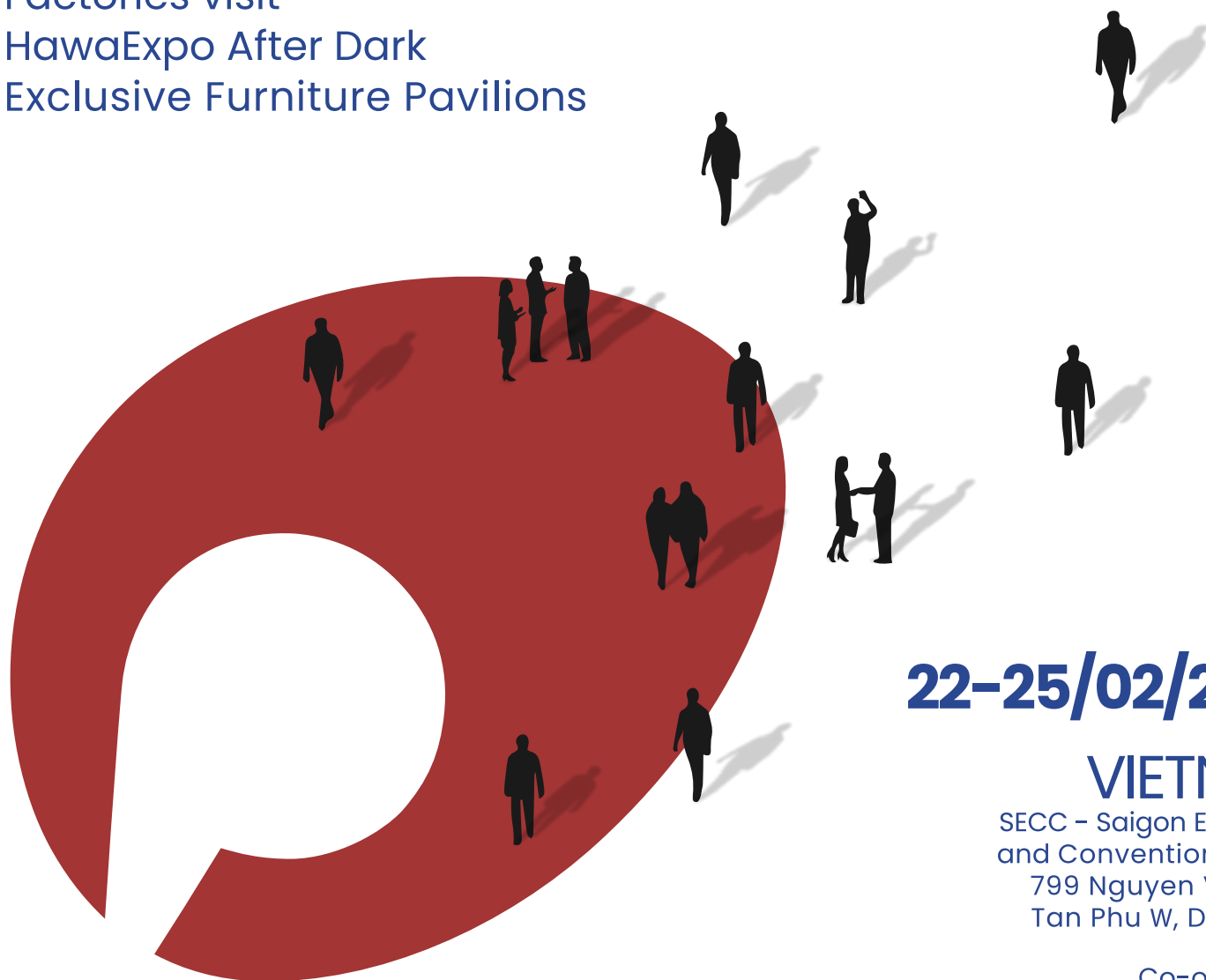
Hawa Expo



VIFOREST FAIR

**Growth through
diversification**

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



22-25/02/2023

VIETNAM

SECC – Saigon Exhibition
and Convention Center
799 Nguyen Van Linh
Tan Phu W, D7, HCMC

Co-organizer

Website: www.hawaexpo.com
Email: hawaexpo@hawa.org.vn
Hotline: 090 250 7770



Handicraft & Wood Industry
Association of HCMC



Hochiminh City Department
of Industry and Trade

Sách chuyên về quảng cáo, sách không bán



9 786043 104837