

GỖ & NỘI THẤT

95

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



Ông Chris Lee - Giám đốc
kinh doanh đơn vị sơn gỗ,
khu vực Đông Nam Á,
AkzoNobel:

**TRÁCH NHIỆM
“XANH”
VÌ THẾ HỆ
TƯƠNG LAI**



NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TẤN

» Tiêu điểm: **Phát triển xanh
tạo lợi thế cạnh tranh**



TAVICO

Gỗ Tây cho Người Việt

TRUNG TÂM PHÂN PHỐI GỖ NGUYÊN LIỆU HỢP PHÁP

TAVICO LONG BÌNH



200.000m³ gỗ tròn/năm

200.000m³ gỗ xẻ sấy/năm

**XẺ - SẤY - GIA CÔNG
THEO QUY CÁCH**

CHÍNH XÁC ĐẾN TỪNG THANH



THẾ GIỚI GỖ VÀ NỘI THẤT TAVICOHOME



**Mua sắm tại đây,
Mỗi ngày như Hội**

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

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

Hotline: 1900 2345 29

Website: www.tavicowood.com

Email: info@tavicowood.com

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



THẾ GIỚI GỖ VÀ NỘI THẤT TAVICOHOME

Hotline: 0855 555 595

Website: www.noithattavico.com

Email: info@tavicowood.com

Địa chỉ: 81 Đường Điều Xiển, KP9, Tân Biên, Biên Hòa, 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

Chuyển đổi xanh:

CƠ HỘI LỚN, LÂU DÀI

 **ÔNG NGUYỄN QUỐC KHANH**
Chủ tịch HAWA



Dù phải đối mặt với những thách thức trước mắt nhưng mục tiêu Net Zero vào năm 2050 mà Chính phủ Việt Nam theo đuổi, hay cam kết chống suy thoái rừng theo quy định EUDR sẽ áp dụng vào cuối năm 2024 đều mang đến cho ngành chế biến gỗ cơ hội lớn, lâu dài.

Trong xu hướng tiêu dùng bền vững, ngành gỗ được hưởng lợi từ sở thích sử dụng các vật liệu gỗ thay thế cho vật liệu có phát thải cao như kim loại, nhựa, bê tông...

Vật liệu gỗ lên ngôi

Không chỉ được sử dụng nhiều trong sản phẩm nội thất như trước đây, nguyên liệu gỗ còn có cơ hội lớn trong ngành xây dựng với Mass Timber (gỗ cấu kiện lớn). Vật liệu từ gỗ cũng sẽ được dùng nhiều trong ngành năng lượng sinh khối tái tạo (renewable biomass energy), ngành tiêu dùng, bao bì... vì khả năng phát thải thấp, dễ phân hủy và tái chế.

Với khả năng phát thải âm, ngành công nghiệp gỗ, đặc biệt là lâm nghiệp có thể đạt lượng tín chỉ carbon để giao dịch bù đắp cho các ngành công nghiệp khác (tín chỉ carbon là thuật ngữ chung cho tín chỉ có thể kinh doanh hoặc giấy phép đại diện cho 1 tấn carbon dioxide (CO₂) hoặc khối lượng của một khí nhà kính khác tương đương với 1 tấn CO₂ (tCO₂e). Việc mua bán phát thải khí CO₂ hay mua bán carbon trên thị trường được thực hiện thông qua tín

chì). Trong giai đoạn 2010-2020, hàng năm, ngành lâm nghiệp phát thải khoảng 30,5 triệu tCO₂e và hấp thụ -69,8 triệu tCO₂e.

Thách thức đối với ngành công nghiệp gỗ và ngành lâm nghiệp là phải xây dựng nguồn nguyên liệu đủ và ổn định về khối lượng cả trong nước lẫn nhập khẩu để đáp ứng nhu cầu đa dạng của các nhóm ngành công nghiệp gỗ, đồng thời bảo đảm mục tiêu bền vững môi trường trong nước và các cam kết quốc tế của Việt Nam. Một thách thức khác là việc xây dựng hạ tầng quản trị nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các tổ chức, doanh nghiệp, người dân có thể tận dụng cơ hội từ thị trường tín chỉ carbon.

Nguồn tín chỉ carbon dồi dào từ rừng

Cơ hội về tín chỉ carbon trong ngành công nghiệp gỗ sẽ đến từ carbon lâm nghiệp. Việt Nam có 14,2 triệu hecta rừng, chiếm 42% diện tích đất nước, trong đó rừng tự nhiên trên 10 triệu héc ta, còn lại là rừng trồng. Ở cả hai khu vực rừng tự nhiên và rừng trồng, nếu quản trị hiệu quả, chứng minh được sự tăng trưởng sinh khối và giảm phát thải thì đây chính là



Thị trường carbon đang đến gần

Hiện nay Việt Nam đã có Luật Lâm nghiệp, các quy định VNTLAS - Hệ thống đảm bảo gỗ hợp pháp, các Nghị định 102/2020/NĐ-CP quy định hệ thống bảo đảm gỗ hợp pháp Việt Nam, Nghị định 156/2018/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Lâm nghiệp... Chính phủ cũng đang xây dựng các quy định để tạo hành lang pháp lý cho thị trường tín chỉ carbon. Gần đây nhất là Nghị định 06/2022/NĐ-CP quy định cụ thể lộ trình phát triển, thời điểm triển khai thị trường carbon trong nước. Theo đó, đến hết năm 2027 sẽ xây dựng quy định quản lý tín chỉ carbon, hoạt động trao đổi hạn ngạch phát thải khí nhà kính và tín chỉ carbon; Xây dựng quy chế vận hành sàn giao dịch tín chỉ carbon; Triển khai thí điểm cơ chế trao đổi, bù trừ tín chỉ carbon trong các lĩnh vực tiềm năng và hướng dẫn thực hiện cơ chế trao đổi, bù trừ tín chỉ carbon trong nước cũng như quốc tế phù hợp với quy định của pháp luật và điều ước quốc tế mà Việt Nam

là thành viên; Thành lập, tổ chức vận hành thí điểm sàn giao dịch tín chỉ carbon kể từ năm 2025; Triển khai các hoạt động tăng cường năng lực, nâng cao nhận thức về phát triển thị trường carbon. Từ năm 2028 sẽ vận hành sàn giao dịch tín chỉ carbon chính thức.

Thời gian không còn nhiều nữa. Do vậy, bên cạnh hệ thống chính sách pháp luật đầy đủ thì cũng rất cần một cơ sở hạ tầng hoàn chỉnh hỗ trợ cho thị trường. Cụ thể là cơ sở hạ tầng về dữ liệu lâm nghiệp, nông nghiệp. Cơ chế quản trị cơ

sở dữ liệu này sẽ giúp người dân, các tổ chức, doanh nghiệp truy xuất nguồn gốc, xác minh các giao dịch. Bên cạnh đó, chuyển đổi số trong việc thiết lập cơ sở dữ liệu quốc gia về nông - lâm nghiệp và tạo điều kiện cho các nền tảng truy xuất, xác minh, quản trị phát thải khí nhà kính sẽ đảm bảo tính minh bạch, hiệu quả, giảm chi phí trung gian hành chính. Từ đó, giúp doanh nghiệp và người dân được hưởng lợi tối đa từ hiệu quả của thị trường tín chỉ carbon.

Trong nhiều năm qua, do đặc thù tài chính của Việt Nam có lãi suất thương mại khá cao, hạn chế người dân, doanh nghiệp trồng rừng gỗ lớn với chu kỳ khai thác dài (thông thường 5~7 năm). Với việc có được sự hỗ trợ của thị trường carbon, Nhà nước, các định chế ngân hàng và bảo hiểm cần vào cuộc để tạo ra cơ chế thúc đẩy trồng rừng gỗ lớn, vừa tạo đầu ra có giá trị gia tăng cao, vừa thêm thu nhập từ tín chỉ carbon. **■**

H.T ghi



VỚI KHẢ NĂNG PHÁT THẢI ÂM, NGÀNH CÔNG NGHIỆP GỖ, ĐẶC BIỆT LÀ LÂM NGHIỆP CÓ THỂ ĐẠT LƯỢNG TÍN CHỈ CARBON ĐỂ GIAO DỊCH BÙ ĐÁP CHO CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP KHÁC

nguồn tín chỉ carbon dồi dào. Vừa qua Việt Nam đã nhận được hơn 41 triệu USD đầu tiên (tương đương với 10,3 triệu tín chỉ carbon) từ Ngân hàng Thế giới (WB) do chuyển nhượng tín chỉ carbon rừng.

Đặc biệt, Việt Nam còn có cơ hội từ việc trồng rừng cho mục tiêu lấn biển, giữ đất ở khu vực biển phía Nam, Tây Nam từ Cần Giờ (TP. Hồ Chí Minh), Sóc Trăng, Bạc Liêu, Kiên Giang... Riêng trong lĩnh vực chế biến gỗ, về cơ bản đây vẫn là ngành phát thải âm, nếu doanh nghiệp xây dựng được hệ thống kiểm đếm phát thải khí nhà kính, hệ thống giúp truy vết dấu chân carbon (carbon footprint) thì khả năng sẽ có thừa tín chỉ carbon để thương mại, có nguồn thu ngoài sản phẩm chính. Những ngành như Mass Timber có nhiều tiềm năng khi sử dụng nhiều gỗ mà phát thải chế biến thấp, chưa kể ngành công nghiệp sử dụng nhiều gỗ sẽ thúc đẩy việc trồng rừng, đặc biệt là trồng rừng gỗ lớn, sinh trưởng nhanh.

MỤC LỤC



24 Chuyên gia thương hiệu
Trần Tuệ Tri: Thương hiệu xanh
tạo lợi thế cạnh tranh

28 Ông Angelo Moras - nhà sáng lập
thương hiệu Curvetta: Sáng tạo là
chìa khóa vượt qua thử thách



32 Hoa Mai Design Award 2023 - 2024:
Rộn rã tuổi hai mươi

40 Dán nhãn bền vững
cho sản phẩm gỗ

46 HawaExpo 2024: Một hội chợ,
ba điểm đến

48 Cơ hội lợi ngược dòng
của doanh nghiệp nội thất

52 Bà Nguyễn Thị Tường Vi -
Trưởng văn phòng đại diện ARISE
tại Việt Nam: Mở lối ra biển lớn

68 4 phát kiến mới của gỗ xây dựng

8 Việt Nam trước động lực
xanh và bền vững

14 Gấp rút chuẩn bị cho thị trường
tín chỉ carbon

18 Đón sóng phục hồi

22 Lợi thế của chế biến gỗ Việt Nam
trước đòi hỏi “xanh hóa”



In 1.500 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:-2023/CXBIPH/.....-...../ThT
Quyết định xuất bản số:/QĐ-NXB
NXBTT cấp ngày tháng năm 2023
Số ISBN:
In xong và nộp lưu chiểu quý IV 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. Hồ Chí Minh
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
Thiết kế mỹ thuật: Đỗ Tiến Đạt
Phụ trách tài trợ - Sửa bản in: Trần Kim - Hồng Anh

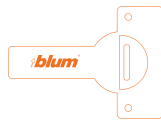


Thành lập từ năm 1952, Blum - thương hiệu sản xuất phụ kiện Bếp và Nội thất hàng đầu từ nước Áo có hơn 70 năm kinh nghiệm sản xuất và phân phối giúp khách hàng nâng tầm sự tiện lợi và hiện đại cho mọi không gian sống.

Blum is a renowned Austrian brand that was founded in 1952. We specialize in designing exceptional kitchen and furniture fittings that enhance the modernity and comfort of households.



Bản lề | Hinge



200.000

lần chu kì đóng mở
opening and closing cycles

Ray trượt ngăn kéo
Runners



100.000

lần chu kì đóng mở
opening and closing cycles

Tay nâng
Lift systems



80.000

lần chu kì đóng mở
opening and closing cycles

VIỆT NAM TRƯỚC ĐỘNG LỰC XANH VÀ BỀN VỮNG



 **LÊ NGUYỄN**

Xác định phát triển kinh tế xanh và phát triển bền vững là chìa khóa và là hướng đi bắt buộc của các quốc gia trên toàn cầu, Thủ tướng Phạm Minh Chính khẳng định Việt Nam quyết tâm theo đuổi mục tiêu phát thải bằng 0 vào năm 2050. Động lực chính trong hành trình chinh phục mục tiêu này, theo Thủ tướng, là nỗ lực chuyển đổi từ phía doanh nghiệp.

80 chuyên gia trong nước và quốc tế cùng hơn 700 đại diện doanh nghiệp (DN), các tổ chức... đã cùng tham dự Diễn đàn Kinh tế Xanh (GEF) 2023, tổ chức ngày 2/11 tại Hà Nội. Diễn đàn thu hút sự chú ý của quốc tế và các nguyên thủ cấp cao như Thủ tướng Việt Nam Phạm Minh Chính, Phó Chủ tịch điều hành Ủy ban Châu Âu Valdis Dombrovskis và Thủ tướng Hà Lan Mark Rutte.

Chiến lược không có chọn lựa khác

Phát biểu tại GEF, Thứ trưởng Bộ Công Thương Đỗ Thắng Hải đánh giá thời gian qua thế giới đã chứng kiến những thay đổi nhanh và lớn. Dưới tác động của cuộc đa khủng hoảng, từ kinh tế đến chính trị khiến cả thế giới đều phải nỗ lực tìm kiếm các mô hình phát triển phù hợp. “Để có thể nâng cao khả năng chống chịu và tính sáng tạo nhằm thích nghi với điều kiện mới, lựa chọn duy nhất của Việt Nam là tạo ra một mô hình mới, không chỉ để giải quyết các vấn đề hiện hữu mà còn có khả năng ngăn chặn các nguy cơ có thể phát sinh”, Thứ trưởng chia sẻ.

Mô hình mới này, theo Thứ trưởng, phải bao gồm được hai yếu tố “tăng trưởng xanh” và “phát triển bền vững”. Không đơn thuần là đáp ứng nhu cầu từ phía thị trường, đòi hỏi các sản phẩm thân thiện, lựa chọn này phù hợp cho phục hồi, phát triển của nền kinh tế và xa hơn là phòng ngừa rủi ro. Bởi, sức khỏe của nền kinh tế bất cứ quốc gia nào cũng gắn liền với tình hình biến đổi khí hậu và cạn kiệt tài nguyên thiên nhiên. “Công nghiệp xanh sẽ tạo động lực tăng trưởng mới và nâng cao lợi thế cạnh tranh cao. Đồng thời, thể hiện nỗ lực của các chính phủ trong việc hướng đến tăng trưởng xanh và bền vững. Vì vậy, theo đuổi mô hình kinh tế xanh, kinh tế số, kinh tế tuần hoàn và phát triển bền vững là chìa khóa thành công cho chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của các quốc gia, địa phương lẫn DN”, ông Thắng nói.



“

“VIỆT NAM XEM CÁC QUY CHUẨN XANH TRÊN TOÀN CẦU LÀ CƠ HỘI PHÁT TRIỂN NGÀNH NÔNG NGHIỆP THEO ĐỊNH HƯỚNG MINH BẠCH, TRÁCH NHIỆM, BỀN VỮNG VÀ TĂNG TRƯỞNG XANH”

Bộ trưởng Lê Minh Hoan



Đồng quan điểm, ông Gabor Fluit - Chủ tịch Eurocham cũng cho rằng bối cảnh thương mại toàn cầu đang trải qua một sự thay đổi mạnh mẽ. Người tiêu dùng đang ngày càng ưa chuộng các sản phẩm và dịch vụ thân thiện với môi trường. Đây không chỉ là một xu hướng nhất thời mà còn là một sự phát triển lớn trong hành vi của người tiêu dùng. Do vậy, DN bỏ qua các tiêu chí bền vững sẽ phải rời cuộc chơi và ngược lại, những DN thích ứng được hoàn toàn có khả năng trở thành dẫn đầu thị trường trong tương lai. “Trong vị thế của quốc gia cung ứng sản phẩm cho thị trường quốc tế, đối với các DN Việt Nam, việc đón nhận sự thay đổi này là cần thiết để duy trì khả năng cạnh tranh trong và ngoài nước”, ông Gabor Fluit nhấn mạnh.

Với tư cách đại diện cho là các DN châu Âu, Chủ tịch Eurocham cho biết sẽ nỗ lực hết mình để hỗ trợ Việt Nam trong hành trình chinh phục các mục tiêu bền vững. Tuy nhiên, ông cũng cho rằng quá trình chuyển đổi này đòi hỏi một nguồn lực khổng lồ, đặc biệt là việc nâng cao tay nghề cho lực lượng lao động, triển khai công nghệ, phát triển cơ sở hạ tầng và thúc đẩy môi trường kinh doanh sáng tạo đổi mới.

Biến thách thức thành lợi thế

“Đúng là các quy chuẩn tiêu dùng xanh sẽ đặt áp lực về phía các DN nhưng cũng sẽ trở thành lợi thế, nếu những đơn vị cung ứng sản phẩm cho thị trường thế giới kịp thời chuyển đổi”, Thủ tướng Hà Lan, ông Mark Rutte nhận xét như vậy khi chia sẻ về việc các quy định của Thỏa thuận Xanh của EU sắp có hiệu lực. Ông nhấn mạnh trọng tâm của những đòi hỏi cung cấp bền vững không còn nằm ở các quy định quốc tế mà xuất phát từ ý thức trách nhiệm của người dùng. Do đó, các nhà sản xuất Việt Nam cần nỗ lực hết sức để tận dụng những cơ hội này.

Đồng quan điểm, Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Lê Minh Hoan cũng khẳng định, mặc dù sẽ nhiều thách thức trong việc thực thi nhưng Việt Nam xem các quy chuẩn xanh trên toàn cầu là cơ hội phát triển ngành nông nghiệp theo định hướng minh bạch, trách nhiệm, bền vững và tăng trưởng xanh. Cụ thể nhất là ở Quy định chống phá rừng châu Âu được Ủy ban Châu Âu thông qua ngày 16/5/2023 (EUDR). Theo ông Hoan, Việt Nam tuân thủ quy định không chỉ vì mục đích xuất khẩu các mặt hàng bị ảnh hưởng như cà phê, cao su, gỗ và sản phẩm gỗ vào EU. Cơ quan quản lý dẫn DN đều xem đây là cơ hội để chuyển đổi xanh, bền vững các chuỗi cung ứng ngành hàng nông sản Việt Nam.

Tuy nhiên, Bộ trưởng cũng dự báo, khi Quy định có hiệu lực vào năm 2025, sẽ tác động trực tiếp đến một số chuỗi cung ứng ngành hàng cũng như sinh kế của nông hộ, đặc biệt là các nông hộ quy mô nhỏ vốn chiếm phần lớn ở Việt Nam. “Các chuỗi cung ứng nông sản tại Việt Nam đang phải đối mặt với nhiều thách thức để đáp ứng EUDR, đặc biệt trong các vấn đề về dữ liệu định vị, truy xuất nguồn gốc, hệ thống giám sát, phản hồi chống phá rừng”, Bộ trưởng nói.

Vì điều này mà tăng cường hợp tác, ứng dụng công nghệ để phục vụ mục tiêu chuyển đổi xanh là nhiệm vụ được Việt Nam đặt ra hàng đầu. Như lời của Thủ tướng Phạm Minh Chính, thời gian tới, Việt Nam sẽ tăng cường hợp tác kinh tế, thương mại và đầu tư, đặc biệt trong các lĩnh vực ưu tiên như năng lượng tái tạo, hydrogen xanh, hạ tầng xanh, chuyển đổi số, nông nghiệp thông minh, công nghiệp phát thải thấp... “Đó chính là nền tảng để Việt Nam có thể trở thành trung tâm đổi mới sáng tạo, trung tâm nghiên cứu của khu vực trong lĩnh vực chuyển đổi xanh và hình thành chuỗi giá trị hydrogen xanh ở Việt Nam”, Thủ tướng kết luận. 📌

EUDR

TÁC ĐỘNG VÀ TÁC DỤNG



TÔ XUÂN PHÚC

Giám đốc điều hành Forest Trends



Chính thức có hiệu lực từ 29/6/2023, giai đoạn chuẩn bị kéo dài từ 18 đến 24 tháng, EUDR hướng tới mục đích chính là đảm bảo người dùng không góp phần tạo nên suy thoái rừng. Đồng thời, góp phần giảm phát thải ở quy mô quốc tế, chống biến đổi khí hậu toàn cầu.

Cũng như các ngành cung ứng cà phê, cao su... chuỗi cung ứng chế biến gỗ sẽ đối mặt với nhiều thách thức trong việc đáp ứng Quy định không phá rừng của Liên minh Châu Âu (EUDR).

Nguy cơ vùng rủi ro

Theo EUDR, EU sẽ cấm nhập khẩu những mặt hàng nông sản có quy trình sản xuất trên đất có nguồn gốc từ phá rừng và gây suy thoái rừng. Thời điểm mất rừng là sau ngày 31/12/2020. Cụ thể, trước khi nhập khẩu các mặt hàng vào EU các công ty phải đưa ra tuyên bố thực hiện trách nhiệm giải trình. Trách nhiệm này thể hiện ở việc công bố các thông tin bao gồm: chi tiết về công ty, sản phẩm nhập khẩu, số lượng nhập và địa điểm (geolocation) về vị trí của tất cả các mảnh đất nơi sản xuất các mặt hàng. Trong đó, vị trí địa lý của một thửa đất được mô tả bằng kinh độ và vĩ độ, có đường ranh giới thửa đất và được số hóa

Dựa trên đó, cơ quan quản lý của EU (CA) có thể xác nhận về nguy cơ gây mất rừng bằng các hệ thống giám sát viễn thám. Không dừng lại ở đó, CA cũng sẽ quyết định tỷ trọng về số lượng công ty và hàng hóa nhập khẩu kiểm tra. Hàng hóa nhập khẩu hoàn toàn có thể bị tịch thu và các công ty có thể bị cấm xuất/nhập khẩu hoặc có thể bị xử phạt nếu không tuân thủ các quy định mới này.

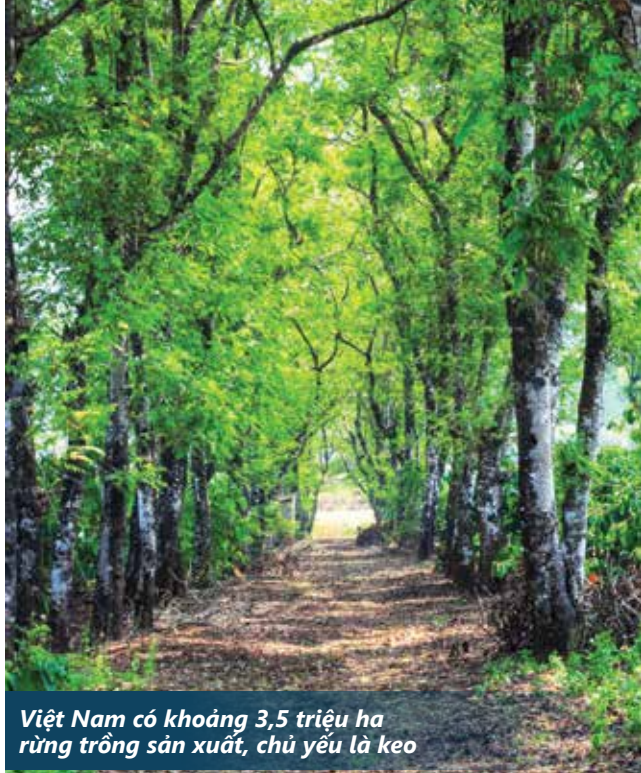
Đáng chú ý, các quốc gia hoặc vùng sản xuất hàng hóa sẽ được xếp hạng về rủi ro theo 3 nhóm: Rủi ro cao, thấp hoặc trung bình. Các sản phẩm nhập khẩu

từ các quốc gia vùng rủi ro cao sẽ chịu giám sát chặt chẽ hơn, kiểm tra gắt gao hơn. Ví dụ, vùng rủi ro thấp, tỷ lệ kiểm tra nhà nhập khẩu tối thiểu chỉ 1% nhưng vùng trung bình là 3% và vùng rủi ro cao sẽ là 9%, kiểm thêm 9% tỷ lệ kiểm tra hàng hóa tối thiểu.

Đến nay, EU vẫn đang trong quá trình phân loại các quốc gia cung ứng hàng hóa. Theo EU, việc phân loại căn cứ vào các tiêu chí thể hiện như: tốc độ mất rừng và suy thoái rừng; tốc độ mở rộng diện tích sản xuất các mặt hàng có liên quan (cụ thể là rừng trồng gỗ); xu thế sản xuất các sản phẩm liên quan. Ngoài ra, việc phân loại của EU cũng quan tâm đến các thông tin bên lề như chính sách từ cơ quan quản lý quốc gia/vùng sản xuất; thông tin từ công ty, các tổ chức phi chính phủ, từ bên thứ ba về các nỗ lực giảm phát thải trong nông, lâm nghiệp và các loại hình sử dụng đất. Chậm nhất là 30/12/2024, các nhà quản lý sẽ công bố danh sách các quốc gia/vùng theo từng nhóm rủi ro. Việt Nam nằm ở đâu trong danh sách này, đến nay, vẫn còn là "ẩn số".

Thách thức không hề nhỏ

Theo số liệu của Tổng cục Lâm nghiệp, Việt Nam hiện có khoảng 3,5 triệu ha rừng trồng sản xuất, chủ yếu là keo. Trong đó, diện tích rừng có chứng chỉ FSC, PEFC là dưới 10%, bao gồm cả diện tích trồng cao su. Nếu tách diện tích cao su ra thì ngành chỉ còn khoảng 5% diện tích rừng trồng đạt các tiêu chuẩn bền vững, có chứng chỉ.



Việt Nam có khoảng 3,5 triệu ha rừng trồng sản xuất, chủ yếu là keo

Việt Nam khai thác dung lượng gỗ bình quân từ rừng trồng là trên 30 triệu m³/năm. Xét về sở hữu diện tích rừng trồng, Việt Nam có khoảng 199 công ty lâm nghiệp nhà nước, doanh nghiệp (DN) tư nhân, hợp tác xã quản lý 2,1 triệu ha. Phần còn lại là 1,1 triệu hộ trồng rừng, quản lý 1,4 triệu ha. Bình quân mỗi hộ có sở hữu tầm 2 đến 3 lô đất khác nhau. Khoảng 60% hộ có sổ đỏ, phần còn lại là chưa. Nghĩa là, lâm dân đóng vai trò chủ đạo trong cung ứng gỗ rừng trồng nhưng đất sản xuất thì manh mún, mỗi hộ có nhiều mảnh đất khác nhau. Việc xác minh nguồn gốc đất rừng trồng sẽ mất nhiều thời gian, nhất là phải phụ thuộc vào chính sách, thủ tục từ chính quyền địa phương.

Bên cạnh đó, trong tổng số gỗ khai thác được hàng năm, chỉ 30 đến 40% là gỗ lớn, được dùng chế biến nội thất. Phần còn lại dùng sản xuất các chế phẩm khác như viên nén, gỗ nhân tạo, bột giấy... Thực sự, Việt Nam vẫn chưa thống kê được rõ tỷ trọng của sản phẩm nội, ngoại thất được làm từ gỗ rừng trồng. Chuỗi cung gỗ rừng trồng cũng phức tạp, thông qua nhiều khâu trung gian, nhiều bên tham gia.

Thời điểm EU tính toán việc mất rừng là 31/12/2020. Dù rằng, hoạt động sản xuất gỗ rừng trồng tại Việt Nam không gây mất thêm rừng nhưng trừ các diện tích đã đạt chứng chỉ, việc truy xuất nguồn gốc phần lớn diện tích rừng trồng còn lại rất khó khăn. Thách thức mà ngành đối diện sẽ khá lớn.

Thích ứng với luật chơi mới

Trong trường hợp Việt Nam bị EU xếp loại rủi ro thì toàn bộ chuỗi cung, bao gồm hàng nghìn DN và hàng triệu hộ trồng rừng sẽ bị tác động tiêu cực. Do vậy, thời gian này, Chính phủ cần chủ động kết nối, cung cấp thông tin và đối thoại với EU nhằm có được vị trí thuận lợi trong bảng xếp hạng mức độ rủi ro ở từng quốc gia. Cụ thể, những thông tin tích cực nên được cung cấp bao gồm: thực trạng chuỗi cung ứng rừng trồng; thực

trạng quản lý bảo vệ rừng; bản đồ và dữ liệu hiện trạng rừng và diễn biến rừng; các chương trình dự án bảo vệ rừng; đề án phát triển rừng bền vững cũng như chiến lược phát triển lâm nghiệp quốc gia.

Là thị trường xuất khẩu trọng điểm của Việt Nam, EU hiện tiêu thụ sản phẩm gỗ, cà phê, cao su nhiều từ Việt Nam. 3/7 loại hàng hóa nằm trong chương trình EUDR này cần được Nhà nước kiến nghị EU xếp loại theo nhóm mặt hàng để tránh chính sách bao trùm cho tất cả.

Thực tế, với sự tuân thủ khá tốt các chính sách truy xuất nguồn gốc trước đây, ngành chế biến gỗ đã là đại diện tiên phong trong chiến lược phát triển bền vững. Trước thách thức này, DN cần có được chuẩn bị tốt hơn, từ việc thu thập thông tin và có chiến lược giảm thiểu rủi ro bằng cách rà soát toàn bộ chuỗi cung, xác định các rủi ro liên quan trong chuỗi như: hộ trồng rừng, thương lái, thửa đất, các bên liên quan... Lúc này, DN cần ưu tiên thúc đẩy nguồn cung có chứng chỉ. Đồng thời, giúp lâm dân xác định vị trí thửa đất và làm chứng nhận sở hữu đất rừng trồng càng sớm càng tốt.



Trồng rừng, bảo vệ rừng là tiên đề phát triển bền vững

Để tác động của EUDR không tiêu cực mà trở thành cơ hội giúp Việt Nam quyết liệt hơn trong việc theo đuổi các mô hình nông nghiệp bền vững, phía hiệp hội cũng cần chủ động đánh giá toàn bộ chuỗi cung, thực trạng sản xuất, vùng nguyên liệu và cung cấp thông tin cho các bên liên quan. Việc phối hợp các cơ quan ban ngành, địa phương, tuyên truyền cho DN về EUDR, triển khai tập huấn... từ bây giờ thực sự rất cần thiết cho tương lai. Bởi từ EU, các thị trường khác rồi cũng có thể triển khai những đòi hỏi tương tự. 📌

TÀI CHÍNH CARBON RẤT GẦN



TS. BÙI ĐỨC HIẾU

**Phó Vụ trưởng Vụ Hợp tác Quốc tế
Bộ Tài Nguyên và Môi trường**

Việc mua bán, giao dịch tín chỉ carbon không chỉ giúp Việt Nam hòa nhập vào các hoạt động thích ứng với biến đổi khí hậu của thế giới mà còn mang lại nguồn lợi kinh tế không nhỏ.



Năm 2005, thị trường carbon của Liên minh châu Âu được hình thành và là thị trường sớm nhất trên thế giới. Tiếp theo, Hàn Quốc vận hành thử nghiệm vào năm 2012, chính thức vào năm 2015. Thị trường Trung Quốc vận hành thử nghiệm năm 2012 tại một vài tỉnh và chính thức ở cấp toàn quốc năm 2022. Kế đó là Vương quốc Anh, triển khai năm 2021 và mới đây Nhật Bản cũng vừa kết thúc thử nghiệm, vận hành chính thức từ 4/2023. Như vậy, thị trường tín chỉ carbon trên thế giới đang rất sôi động.

Các hình thức vận hành của thị trường carbon

Thị trường carbon trên thế giới hiện đang vận hành theo 3 hình thức: bắt buộc, tự nguyện và tuân thủ theo Điều 6 thỏa thuận Paris. Ngoài ra, có một hình thức nữa không liệt vào 3 loại trên và tương đối đơn giản là đơn thuần mang lên sàn mua bán (hiện chỉ có Singapore theo đuổi mô hình này).

Nếu quốc gia theo đuổi chính sách bắt buộc tham gia và thị trường carbon, Chính phủ yêu cầu

các doanh nghiệp (DN) trong danh sách giảm phát thải bắt buộc phải giảm phát thải hằng năm. Mỗi quốc gia lại yêu cầu giảm phát thải theo các ngành, lĩnh vực khác nhau chứ không phải tất cả ngành, lĩnh vực đang phát thải của quốc gia đó. Dựa trên hạn mức phát thải do Chính phủ áp cho mỗi ngành, lĩnh vực, DN phát thải vượt trần sẽ phải mua tín chỉ của Chính phủ bán hoặc mua của DN đang có sẵn tín chỉ do phát thải không hết hạn mức.

Năm 2022, Thủ tướng Chính phủ đã ra Quyết định quy định Danh mục 1912 DN phải kiểm kê khí nhà kính, trong đó có 62 DN thuộc ngành chế biến gỗ, bao gồm các DN sản xuất đồ gỗ, ván và viên nén... Việc kiểm kê này cho DN biết mức phát thải hiện tại của mình đang như thế nào và đâu là nguồn phát thải lớn nhất, từ đó có tiền đề cho các quyết định cắt giảm bao nhiêu, cắt giảm ra sao?

Với hình thức tự nguyện, các DN không nằm trong danh sách Chính phủ yêu cầu



THAM GIA THỊ TRƯỜNG CARBON, TÀI CHÍNH XANH CHẮC CHẮN SẼ LÀM TĂNG GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU CỦA DN, QUA ĐÓ GIÚP DN CÓ NHIỀU ĐIỂM CỘNG TRONG ĐÀM PHÁN, XUẤT KHẨU SẢN PHẨM

giảm phát thải nhưng đăng ký tự nguyện giảm phát thải, hoặc các DN lĩnh vực năng lượng tái tạo tham gia. Các DN này sẽ đăng ký với Chính phủ, thông qua một số tổ chức thẩm định cấp tín chỉ quốc tế như Tiêu chuẩn Vàng (Gold Standard), Tổ chức Xác nhận Tiêu chuẩn Carbon (VCS), Hội đồng Carbon toàn cầu (Global Carbon Council)... Sau khi được cấp tín chỉ, các DN sẽ đưa lên sàn mua bán, trao đổi và có thể bán cho các tổ chức, DN quốc tế để thu về nguồn tài chính cho mình.

Thị trường điều tiết giá

Phụ thuộc vào hình thức triển khai mà giá tín chỉ carbon cũng sẽ khác. Hiện chỉ có hình thức bắt buộc và tự nguyện là được định giá thông qua đấu giá hoặc mua bán trên sàn. Giá tín chỉ phụ thuộc vào cung - cầu như thị trường tự do. Biến động giá ở thị trường carbon sẽ phụ thuộc vào tình hình sản xuất, kinh doanh của DN, ngành, lĩnh vực phát thải. Ví dụ, Hàn Quốc hiện nay chỉ giao dịch khoảng 5-6 USD/tín chỉ, Úc 25 USD, trong khi Trung Quốc 10 USD còn EU lên đến 77 euro/tín chỉ.

Riêng ở hình thức thứ ba, tuân thủ theo Điều 6 thỏa thuận Paris, DN thực hiện theo cách thức hai quốc gia ký kết biên bản ghi nhớ hợp tác, nội dung trao đổi tín chỉ có thể tập trung vào một hoặc nhiều lĩnh vực, một hoặc nhiều DN thì tín chỉ carbon không tính theo giá trị tài chính. Ví dụ một quốc gia phát triển tài trợ công nghệ, kỹ thuật, tài chính cho một số lĩnh vực của một quốc gia đang phát triển. Sau đó, khi các DN ở quốc gia đang phát triển tạo ra được tín chỉ carbon, lượng tín chỉ này một phần được giữ lại ở DN và quốc gia đang phát triển đó, một phần sẽ đưa về

nước phát triển. Tỷ lệ bao nhiêu phần trăm cho mỗi bên sẽ do thỏa thuận ban đầu giữa hai quốc gia.

Lợi ích cho DN rất rõ ràng

Chính phủ Việt Nam đang đặt mục tiêu vận hành thử nghiệm sàn giao dịch tín chỉ carbon vào năm 2025, đến năm 2028 vận hành chính thức. Khung thời gian để tiếp cận và triển khai là phù hợp với nguồn lực hiện có và tương đồng với các quốc gia trong khu vực. Khung thời gian này cũng vừa đủ để các DN đầu tư chuyển đổi công nghệ, cắt giảm phát thải cũng như xây dựng đội ngũ nhân lực có khả năng vận hành, làm chủ công nghệ, thiết bị... Điều quan trọng nhất là phải làm, phải chuyển đổi, nếu không sẽ tụt hậu với những đòi hỏi mới của thế giới.

Năm 2022 Tesla bán tín chỉ carbon thu về 1,78 tỷ USD, chiếm 10% tổng lợi nhuận trong năm. Ví dụ này cho thấy trong cuộc chơi hướng tới Net Zero và thị trường carbon, DN sẽ có nhiều thách thức phải đối mặt nhưng lợi ích cũng rất rõ ràng. Bên cạnh mục tiêu phát triển bền vững của quốc gia, tham gia thị trường carbon, tài chính xanh chắc chắn sẽ làm tăng giá trị thương hiệu của DN, qua đó giúp DN có nhiều điểm cộng trong đàm phán, xuất khẩu sản phẩm. Quá trình thực hiện giảm phát thải cũng là cơ hội để DN thay đổi mô hình sản xuất, ứng dụng công nghệ và sau đó tạo ra tín chỉ để bán, thu về lợi nhuận.

Tất nhiên, muốn triển khai được, DN cần hội tụ được nguồn vốn, cập nhật kiến thức, nâng cao năng lực để tham gia cuộc chơi mang tên xanh hóa đang diễn ra ở quy mô toàn cầu. 📌

L.K ghi





GẤP RÚT CHUẨN BỊ CHO THỊ TRƯỜNG TÍN CHỈ CARBON



Năm 2020, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (NN&PTNT) và Ngân hàng Thế giới (WB) đã ký thỏa thuận chi trả giảm phát thải vùng Bắc Trung bộ (ERPA) nhằm chuyển nhượng 10,3 triệu tấn CO₂ giảm phát thải ở 6 tỉnh Bắc Trung bộ giai đoạn 2018-2025 và nhận về số tiền 51,5 triệu USD.

Sau 3 năm, con đường hình thành thị trường carbon tại Việt Nam đã có những tín hiệu khởi sắc. Đến nay, WB đã thanh toán 41,2 triệu USD (tương đương 80% kết quả giảm phát thải đã ký kết).

Tích cực khởi động thị trường

Ngày 28/12/2022, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 107/2022/NĐ-CP về thí điểm chuyển nhượng kết quả giảm phát thải và quản lý tài chính thỏa thuận chi trả giảm phát thải khí nhà kính vùng Bắc Trung bộ (gọi tắt là ERPA). Nghị định này đưa Việt Nam bước đầu tiếp cận xu hướng chung của thế giới trong việc trao đổi, chuyển nhượng lượng khí thải hay thương mại tín chỉ giảm phát thải. Đồng thời, giúp có thêm nguồn tài chính phục vụ quản lý, bảo vệ và phát triển rừng, hỗ trợ phát triển sinh kế cho đồng bào nghèo sống dựa vào rừng.

Đến nay, thị trường carbon đã có những bước tiến quan trọng. Bộ Tài chính và Bộ Tài nguyên và Môi trường đang hoàn thiện đề án thành lập thị trường carbon trong nước. Bộ Tài nguyên và Môi trường cũng đang chủ trì xây dựng chỉ thị của Thủ tướng Chính phủ về quản lý tín chỉ carbon và thực hiện đóng góp do quốc gia tự quyết định; phối hợp nghiên cứu, xây dựng quy định về quản lý, kinh doanh tín chỉ carbon để trình Chính phủ trong quý IV năm 2023.

Đặc biệt, Bộ NN&PTNT đang trình Chính phủ dự thảo sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 156/2018/NĐ-CP, trong đó đề xuất bổ sung nội dung về thí điểm chi trả dịch vụ hấp thụ và lưu giữ carbon của rừng, giảm phát thải khí nhà kính từ hạn chế mất rừng và suy thoái rừng, quản lý rừng bền vững, tăng trưởng xanh. "Chúng tôi hy vọng sau khi nghị định được ban hành, cùng với kết quả thí điểm ban đầu về thỏa thuận chi trả giảm phát thải khí nhà kính vùng Bắc Trung bộ sẽ tạo ra hành lang pháp lý, cơ sở quan trọng để triển khai thành công dịch vụ hấp thụ và lưu giữ carbon của rừng trên cả nước và sẽ tạo tiền đề cơ bản giúp nhanh chóng kết nối, thích ứng khi sàn giao dịch tín chỉ carbon được vận hành chính thức vào năm 2028", ông Trần Quang Bảo, Cục trưởng Cục Lâm nghiệp (Bộ NN&PTNT) cho hay.



Như vậy, Việt Nam đang rất tích cực trong việc hình thành thị trường carbon, có lộ trình rõ ràng, đang bắt kịp với xu thế của thế giới và đối với carbon rừng cũng không nằm ngoài lộ trình đó.

Lãnh đạo Cục Lâm nghiệp cũng cho biết với độ che phủ rừng của Việt Nam hiện nay là trên 42% thì tổng lượng hấp thụ CO₂ hàng năm lên đến gần 70 triệu tấn, trong khi lượng phát thải hàng năm của ngành lâm nghiệp chỉ khoảng 30 triệu tấn, thị trường carbon là cơ hội lớn của Việt Nam.



Thí điểm đến hết năm 2027

Hiện nay, một số tổ chức quốc tế, doanh nghiệp (DN) nước ngoài đã tiếp cận, đề xuất Việt Nam đàm phán thỏa thuận mua bán, trao đổi, chuyển nhượng kết quả giảm phát thải, tín chỉ carbon của rừng. Để tiếp tục huy động nguồn thu từ bán tín chỉ carbon rừng, Cục Lâm nghiệp đã xây dựng đề xuất tham gia sáng kiến Liên minh Giảm phát thải thông qua tăng cường tài chính lâm nghiệp (LEAF). Đây là chương trình giảm phát thải vùng Tây Nguyên và Nam Trung bộ đã được thể chế hóa đầu tiên tại Ý định thư ký kết giữa đại diện Bộ NN&PTNT và Tổ chức Tăng cường Tài chính Lâm nghiệp (Emergent) trong khuôn khổ COP26. Theo đó, dự kiến Việt Nam chuyển nhượng 5,15 triệu tín chỉ giảm phát thải từ rừng khu vực Tây Nguyên và Nam Trung bộ giai đoạn 2022-2026 với đơn giá dự kiến là 10 USD. Bộ NN&PTNT đang tích cực chuẩn bị các tài liệu và điều kiện để đàm phán, ký kết thỏa thuận.

Thị trường carbon Việt Nam theo dự kiến sẽ được thiết lập và vận hành vào năm 2028. Trước ý kiến cho rằng mốc thời gian này có trễ so với thị trường thế giới, Cục Lâm nghiệp lý giải “đến năm 2028 là phù hợp vì chúng ta cần thời gian để xây dựng hành lang pháp lý, kỹ thuật cũng như năng lực để vận hành và tham gia thị trường carbon trong nước”.

Thị trường carbon rừng sẽ được thực hiện theo lộ trình: Các địa phương có tiềm năng trao đổi, thương mại tín chỉ carbon rừng thí điểm đến hết năm 2027. Khi sẵn giao dịch tín chỉ carbon tại Việt Nam được chính thức thành lập và vận hành, Cục Lâm nghiệp sẽ tham mưu, báo cáo Bộ NN&PTNT chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành và địa phương tổng kết, đánh giá tình hình thực hiện thí điểm; trình Chính phủ sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện quy định đối với dịch vụ hấp thụ, lưu giữ carbon của rừng theo hướng kết nối, đồng nhất với những quy định về thị trường tín chỉ carbon chính thức.

“

TỔNG LƯỢNG HẤP THỤ CO₂ HÀNG NĂM LÊN ĐẾN GẦN 70 TRIỆU TẤN, TRONG KHI LƯỢNG PHÁT THẢI CỦA NGÀNH LÂM NGHIỆP CHỈ KHOẢNG 30 TRIỆU TẤN, THỊ TRƯỜNG CARBON LÀ CƠ HỘI LỚN CỦA VIỆT NAM

Sớm hoàn thiện hành lang pháp lý cho thị trường

Có một thực tế là hiện nay nhu cầu mua bán tín chỉ carbon rất lớn nhưng Việt Nam chưa có quy định về thị trường liên thông quốc tế nên khó xác định lượng tín chỉ carbon và giá cả chuyển nhượng, trong khi nguồn kinh phí để đo đếm, xác nhận số lượng tín chỉ carbon là rất lớn.

Vì vậy Nghị định sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định 156/2018/NĐ-CP được Chính phủ ban hành là hành lang pháp lý quan trọng để triển khai phát triển thị trường tín chỉ carbon rừng ở Việt Nam, là cơ sở cho ngành lâm nghiệp, địa phương, chủ rừng, các DN đầu tư, kinh doanh tín chỉ carbon rừng và các đối tác tiềm năng thực hiện triển khai trao đổi, thương mại carbon rừng giai đoạn từ nay đến năm 2027 được thuận lợi hơn.

Trong vai trò cơ quan quản lý, để hỗ trợ DN chuyển đổi và tận dụng được lợi thế, Cục Lâm Nghiệp sẽ tiếp tục triển khai, hoàn thiện cơ chế, chính sách; xây dựng, hướng dẫn, thiết lập môi trường pháp lý thuận lợi, cung cấp thông tin để DN thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững, kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn hướng tới Net Zero.

Ông Trần Quang Bảo cho rằng hơn lúc nào hết, các DN cần dành nguồn lực thích đáng, ưu tiên đầu tư, đổi mới, ứng dụng công nghệ, tăng cường hội nhập, hướng tới sản xuất xanh, có trách nhiệm bảo vệ môi trường, giảm phát thải khí nhà kính nhằm thực hiện tốt mục tiêu phát triển xanh, bền vững trong tương lai. ▣

SẢN XUẤT XANH CẦN TƯ DUY XANH

 ĐẶNG NGUYÊN

Cơ chế tài chính, mô hình sản xuất, đội ngũ tư vấn đã sẵn sàng, doanh nghiệp chỉ cần quyết tâm chuyển đổi sang mô hình sản xuất mới: Xanh và bền vững.



Hệ thống điện
mặt trời của
WOODSLAND

Bước chuẩn bị cho tương lai

Năm 2015, thương hiệu nội thất BOHO chính thức tham gia thị trường với 3 mảng: Thiết kế, thi công và sản xuất nội thất. Xác định trách nhiệm giải trình nguồn gốc nguyên liệu, các sản phẩm nội thất của BOHO đều đạt Chứng nhận Bảo vệ và Phát triển rừng FSC. Năm năm sau đó, 2020, không chỉ đạt chứng chỉ ISO 9001:2015, nhà máy BOHO còn đạt chứng chỉ LEED GOLD, trở thành nhà máy sản xuất đồ nội thất đầu tiên tại Việt Nam có được chứng nhận của Hội đồng Công trình Xanh Hoa Kỳ. “Việc theo đuổi các giá trị bền vững đã được công ty xác định từ trước nên quá trình xây dựng có nhiều thuận lợi”, ông Đỗ Hữu Nhật Quang, đồng sáng lập GreenViet, chuyên gia tư vấn các chứng nhận Công trình Xanh nhận xét.

Để có được chứng chỉ này, BOHO chọn giải pháp dùng pin năng lượng mặt trời để nhà máy có thêm được nguồn điện năng sạch, đồng thời giảm nhiệt vào nhà máy. Ngoài giải pháp kiến trúc để có thể lấy ánh sáng tự nhiên, công ty dùng đèn Dimming và cảm biến ánh sáng để kiểm soát tiêu thụ điện. Phía ngoài nhà máy, những con đường nhựa được trồng cây xanh, cho không khí mát hơn. Nhà máy cũng sử dụng nước hiệu quả bằng cách tái dùng nước để tưới cây, tiết kiệm nước nhờ lựa chọn thiết bị vệ sinh tiết kiệm. Theo ông Nhật Quang, tất cả các giải pháp này đều phục vụ mục tiêu giảm thiểu năng lượng và tài nguyên. Không chỉ tiết kiệm được tài chính, việc theo đuổi thành công



VIỆC CHUYỂN ĐỔI
SANG MÔ HÌNH NHÀ
MÁY XANH ĐÒI HỎI
TỔNG HÒA NHIỀU YẾU
TỐ, NHƯNG QUAN
TRỌNG PHẢI LÀ TƯ DUY
XANH TỪ PHÍA ĐỘI NGŨ
LÃNH ĐẠO

LEED GOLD còn giúp BOHO dễ dàng được khách hàng ở những thị trường cấp cao lựa chọn.

Tuy nhiên, BOHO là một trong những trường hợp chưa phổ biến trong ngành nội thất nói riêng và khối doanh nghiệp (DN) sản xuất nói chung. Lượng DN Việt Nam có được các chứng chỉ xanh thực sự chưa nhiều.

Theo ông Nhật Quang, công tác tư vấn từ thiết kế đến việc vận hành nhà máy mới trung bình mất 6 tháng đến 1 năm. Đội ngũ chuyên gia tư vấn sẽ tìm kiếm các giải pháp thay thế tiết kiệm nhất cho DN. Với việc cải tạo, chuyển đổi nhà máy cũ, thời gian có thể sẽ phải mất lâu hơn. “Là một quốc gia cung ứng sản phẩm cho thị trường các nước phát triển, Việt Nam không thể nằm ngoài xu hướng sản xuất xanh”, nhà sáng lập GreenViet khẳng định.

Hành động ngay lập tức

Tại hội thảo “Green Factory: Nhà máy xanh hướng tới trung hòa cacbon” do HAWA tổ chức, câu chuyện ngành dệt may

đang chịu áp lực trước Bangladesh khi họ đi khá xa về chứng chỉ xanh, một lần nữa được xới lên. Theo quan sát của các chuyên gia tư vấn chuyển đổi xanh, Bangladesh hiện đang có gấp 10 lần số lượng DN dệt may có chứng chỉ xanh ở Việt Nam. DN ngành gỗ không nhanh trong chuyển đổi, sớm muộn gì cũng sẽ chịu tình trạng tương tự. Ông Lê Xuân Tân, nhà sáng lập Happy Furniture cho biết khi Nghị viện Châu Âu (EP) thông qua luật cấm nhập khẩu các hàng hóa bị cho là liên quan các hoạt động phá rừng, cảm giác về

tính bút thiết trong chuyển đổi sang các phương thức sản xuất xanh ở DN vẫn chưa rõ ràng. Nhưng, khi cơ chế điều chỉnh biên giới carbon (CBAM) mà Liên minh Châu Âu (EU) thí điểm áp dụng giai đoạn chuyển tiếp từ ngày 1/10/2023, áp lực phải đáp ứng các tiêu chuẩn xanh, phát triển bền vững đã hết sức rõ nét. Tuy nhiên, mức độ e ngại ở DN vẫn còn nhiều.

Đồng quan điểm trên, ông Nhật Quang cũng cho rằng, các thương hiệu toàn cầu như NIKE, Adidas... đã tính toán được và công bố phác thảo bao nhiêu carbon, nước... trên từng sản phẩm của họ. Trong khi Việt Nam là quốc gia xuất khẩu đồ nội thất hàng đầu, quốc gia gia công cho các thị trường lớn mà vẫn chưa có hệ thống đo lường các chỉ số đó. Ông nhấn mạnh: “Chuyển đổi sản xuất xanh là việc phải hành động ngay”.

Nhiều ý kiến cho rằng, trong bối cảnh đơn hàng thiếu hụt suốt 10 tháng đầu năm 2022, đầu tư cho việc chuyển đổi sản xuất xanh có thể trở thành gánh nặng thêm cho DN. Tuy nhiên, theo ông Lê Anh Tuấn, đại diện GreenYellow, áp lực này hoàn toàn có thể tháo gỡ nhờ sự hiện diện của các DN theo đuổi mô hình ESCO: Công ty tư vấn, đầu tư năng lượng. Điển hình là GreenYellow với danh mục đầu tư tập trung vào các giải pháp, sản phẩm giúp DN giảm tải năng lượng khi hoạt động, từ hệ thống điện, hệ thống chiếu sáng, chuỗi cung ứng, cửa tự động, hệ thống điện mặt trời.... GreenYellow cam kết giúp DN tiết kiệm năng lượng hơn 20%, không mất chi phí đầu tư, có đội ngũ chuyên gia bảo hành suốt dòng đời, đảm bảo hiệu suất suốt vòng đời dự án, không tăng giảm lãi suất theo thời gian.

Dựa trên hiện trạng thực tế của nhà máy, DN đầu tư năng lượng sẽ tư vấn, triển khai các giải pháp phù hợp. DN có tài khoản để kiểm tra nguồn năng lượng

đang sử dụng của nhà máy, quy trình, diễn tiến theo thời gian thực. “Đến nay, đã có hơn 100 DN ứng dụng và tham gia hợp tác cùng chúng tôi khai thác điện mặt trời từ hệ thống mái nhà của nhà máy. Thiên Minh, WOODSLAND... là những DN điển hình trong ngành chế biến gỗ sử dụng năng lượng này”, ông Lê Anh Tuấn chia sẻ. Bên cạnh năng lượng, GreenYellow còn giúp DN chinh phục Chứng chỉ năng lượng tái tạo quốc tế I-REC để chứng minh lượng điện năng được DN sản xuất từ các nguồn năng lượng tái tạo, giúp giảm khí thải carbon, tạo thêm lợi thế cạnh tranh khi thị trường carbon ứng dụng tại Việt Nam trong thời gian sắp tới.

Theo ông Lê Xuân Tân, việc chuyển đổi sang mô hình nhà máy xanh đòi hỏi tổng hòa nhiều yếu tố, nhưng quan trọng phải là tư duy xanh từ phía đội ngũ lãnh đạo. Bởi, từ bước chuyển nhỏ nhất cũng có thể tạo nên giá trị cho nhà máy. Happy Furniture sử dụng xe nâng điện thay xe nâng dầu đã thấy hiệu quả tiết kiệm chi phí rõ rệt. Kinh nghiệm thực tế mà Happy Furniture có được là “Đầu tư xanh phải nhìn con đường dài, tính toán hạ tầng chi tiết, có tiền liệu cho tương lai. Quy hoạch tốt là chìa khóa của thành công”.

Trở lại câu chuyện của Bangladesh, quốc gia này đang có GDP thấp hơn Việt Nam nhưng nhà máy xanh nhiều hơn. Như vậy, chuyển đổi xanh không tốn nhiều tiền. Nếu quy hoạch hợp lý, đo lường cụ thể các giá trị và có tâm theo đuổi mục tiêu thì lợi ích đạt được sẽ không ít. Như lời ông Nhật Quang, nếu DN đi sâu, tìm kiếm các giải pháp sẽ đến được đích. Còn ngần ngại thì sản xuất mãi mãi không thể xanh. 📌

Thiên Minh là DN trong ngành chế biến gỗ khai thác điện mặt trời.
Ảnh: Quý Hòa





Hoạt động xuất khẩu của ngành gỗ có xu hướng phục hồi tích cực. Ảnh: Quý Hòa

ĐÓN SÓNG PHỤC HỒI



Dù khó có thể hoàn thành mục tiêu xuất khẩu đạt 17 tỷ USD đề ra đầu năm 2023 và không giữ được đà tăng trưởng liên tục nhưng ngành chế biến gỗ Việt Nam được xem là đã bước qua được giai đoạn khó khăn nhất, tiến đến phục hồi.

Theo số liệu từ Bộ Công Thương, ước tính trong tháng 10/2023, kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ đạt 1,2 tỷ USD, tăng 5,7% so với tháng 9/2023. Đây là một trong những tín hiệu tích cực mà ngành chế biến gỗ mong đợi, dù tính chung 10 tháng năm 2023, kim ngạch xuất khẩu mới chỉ đạt 10,8 tỷ USD, giảm 19,9% so với cùng kỳ năm 2022.

Bước chững lại của ngành chế biến gỗ

Nguyên nhân khiến kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ liên tục suy giảm kể từ đầu năm 2023 được các chuyên gia trong ngành xác định là do tổng cầu giảm. Đây là kết quả từ tác động của lạm phát và chính sách tiền tệ thắt chặt tại nhiều thị trường nhập khẩu đồ nội thất lớn. Theo ông Trần Lam Sơn - Tổng giám đốc Thiên Minh Furniture, thời gian gần đây hoạt động xuất khẩu của ngành gỗ đã và đang có xu

hướng phục hồi tích cực. Nhiều doanh nghiệp (DN) trong ngành đã có đơn hàng trở lại, phục vụ cho mùa mua sắm đồ nội thất cuối năm của thị trường thế giới.

Thống kê từ Tổng cục Hải Quan cho thấy, nhiều mặt hàng gỗ và sản phẩm gỗ xuất khẩu đã tăng trở lại như ghế khung gỗ, ván sàn, dăm gỗ... ông Nguyễn Chánh Phương - Phó Chủ tịch kiêm Tổng thư ký HAWA cho biết, mặc dù vẫn tăng trưởng âm, nhưng mức độ sụt giảm đã thu hẹp lại. Từ tháng 7 đến nay, tăng trưởng của ngành đều tăng so với tháng trước đó.

Theo Ngân hàng Thế giới (WB), tăng trưởng toàn cầu được dự báo đạt 2,1% trong năm 2023, tốc độ thấp nhất kể từ cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2008. Nhu cầu tiêu dùng của kinh tế thế giới sẽ sụt giảm, nhất là các mặt hàng không thiết yếu. Theo ông Nguyễn Chánh Phương, đến cuối năm 2023, tăng trưởng vẫn chưa thể có đột phá lớn.

Đối chiếu số liệu xuất nhập khẩu, Bộ Công Thương dự kiến, trong 3 tháng cuối năm 2023 xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ đạt khoảng hơn 4 tỷ USD, đưa kim ngạch xuất khẩu trong năm 2023 lên 13,6 tỷ đến 14 tỷ USD. Do đó, mục tiêu xuất khẩu 17 tỷ USD trong năm 2023 có thể không thể hoàn thành.

Cơ hội ở phía trước

Năm 2022, xuất khẩu gỗ và lâm sản đạt 15,67 tỷ USD, tăng 10,9% so với năm 2021. Doanh số dự kiến mà Bộ Công Thương đưa ra cho ngành gỗ trong năm 2023 cho thấy bước thụt lùi trong doanh số xuất khẩu. Đây có thể là năm đánh dấu sự gián đoạn trong mạch tăng trưởng liên tục của ngành chế biến gỗ Việt Nam. Tuy nhiên, xét về cơ hội thì độ phục hồi của ngành là khá nhanh, nếu so với các ngành xuất khẩu chủ lực khác.

Bắt đầu từ quý III, khi hàng tồn kho ở các thị trường mà Việt Nam có thể mạnh xuất khẩu đã giảm, tình hình sản xuất nội thất đã có phần sáng sủa hơn. Tại cuộc họp báo Chính phủ thường kỳ diễn ra đầu tháng 9/2023, Thứ trưởng Bộ Công Thương Đỗ Thắng Hải đưa ra con số khá lạc quan. Cụ thể, tại Mỹ, 6 tháng đầu năm tồn kho ở mức 20%, nhưng đến tháng 8 đã giảm còn 10% và dự báo đến cuối năm 2023 sẽ tiệm cận về mức 0%. Theo thứ trưởng, đây chính là cơ hội cho hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam.

Khảo sát tại các DN chế biến gỗ Việt Nam, thực tế sản xuất đã nhận nhích trở lại. Nguyễn Thanh, Lâm Hiệp Hưng, PORA... là những DN điển hình với việc khôi phục năng lực sản xuất. Ông Nguyễn Văn Sang - Giám đốc điều hành Công ty Nội ngoại thất FURNIST cho biết, tính đến cuối tháng 10, đơn hàng đã trở lại khoảng 30 - 40%. Từ nay đến cuối năm, đơn hàng dự kiến vẫn tiếp tục trở lại.

Tuy nhiên, tín hiệu tích cực này vẫn đi kèm các thử thách nhất định, khi mà các thị trường tiêu thụ chính của Việt Nam như Mỹ, EU... liên tục đặt ra các tiêu chuẩn mới cho hàng hóa nhập khẩu. Trong đó, các tiêu chuẩn bền vững, thân thiện với môi trường được đặt ra hàng đầu. Ông Nguyễn Chánh Phương cho

“
BƯỚC SỤT GIẢM
LẦN NÀY PHỤ THUỘC
NHIỀU Ở YẾU TỐ
KHÁCH QUAN NHƯNG
CŨNG ĐÃ CHO THẤY
TÍNH CẦN THIẾT CỦA
VIỆC CHỦ ĐỘNG
TRONG KINH DOANH
TOÀN CẦU, THAY VÌ
CHỈ NGỒI ĐỢI ĐƠN
HÀNG ĐẾN NHƯ
TRƯỚC ĐÂY

rằng, ngành đã trải qua thời gian tăng trưởng liên tục trong 10 - 15 năm với mức tăng trưởng mỗi năm đạt 10 - 15%. Bước sụt giảm lần này phụ thuộc nhiều ở yếu tố khách quan nhưng cũng đã cho thấy tính cần thiết trong việc chủ động hơn của kinh doanh toàn cầu, thay vì chỉ ngồi đợi đơn hàng đến như trước đây. “Thời gian tới, các DN cần đầu tư nhiều hơn trong công tác phát triển sản phẩm, mạnh dạn đầu tư chuyển đổi xanh, chuyển đổi số, từ đó tạo lợi thế cạnh tranh”, ông Phương nhấn mạnh.

Theo ông Phương, tiềm năng mở rộng xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ trong thời gian tới vẫn rất lớn, cơ hội mở rộng sang các thị trường mới như Ấn Độ, Trung Đông khá cao. Quy mô thị trường đồ nội thất toàn cầu được Fortune

Business Insights định giá 516,66 tỷ USD vào năm 2022 và dự báo tăng trưởng từ 541,52 tỷ USD năm 2023 lên 780,43 tỷ USD vào năm 2030. Dư địa cho DN nội thất Việt Nam phát triển hoàn toàn rộng lớn.

Vì điều này mà Tổng cục Lâm nghiệp, các hiệp hội mà cụ thể là HAWA đang rất quyết liệt trong tìm kiếm các giải pháp nhằm đảm bảo sự phát triển bền vững của ngành gỗ từ việc ứng dụng công nghệ, chủ động nguồn nguyên liệu hỗ trợ, thu hút đội ngũ sáng tạo trẻ cho ngành đến việc tiếp cận với những thị trường mới... Bước chuẩn bị này là hết sức cần thiết để DN trong ngành có thể sớm đón làn sóng phục hồi của nhu cầu nội thất thế giới. 📌



Ảnh: Q.H



CÔNG TY KỸ NGHỆ GỖ LONG VIỆT
CHUYÊN GIA CÔNG DÁN PHỦ VENEER, MELAMINE, LAMINATE
CHUYÊN SẢN XUẤT CÁC MẶT HÀNG FURNITURE
CẮT TINH 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 kĩ 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

LỢI THẾ CỦA CHẾ BIẾN GỖ VIỆT NAM TRƯỚC ĐÒI HỎI “XANH HÓA”

 HOÀI THƯƠNG thực hiện



Sau các đòi hỏi hợp pháp trong truy xuất nguồn gốc nguyên liệu, xuất khẩu nội thất Việt Nam đang đứng trước các yêu cầu mới từ thị trường quốc tế. Trong đó, các đòi hỏi từ CBAM, EUDR... được xem là rào cản. *Gỗ và Nội thất* đã trao đổi với ông Trần Quang Bảo, Cục trưởng Cục Lâm nghiệp (Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn) chung quanh vấn đề này.

* Ông đánh giá thế nào về tác động của những chính sách này đối với ngành sản xuất, chế biến gỗ?

- Bên cạnh việc giải trình truy xuất nguồn gốc nguyên liệu, thời gian tới các DN (DN) xuất khẩu lâm sản vào EU sẽ phải vượt qua thêm 2 rào cản nữa: (1) Báo cáo khối lượng xuất khẩu và lượng phát thải khí nhà kính, tiến tới bắt buộc phải trả chi phí bằng thuế hoặc tín chỉ carbon theo Cơ chế điều chỉnh biên giới carbon (CBAM). (2) Giải trình các sản phẩm xuất khẩu vào EU không liên quan đến phá rừng và suy thoái rừng theo EUDR về “Chuỗi các sản phẩm không gây mất rừng, suy thoái rừng xuất, nhập khẩu vào EU”.

Ngoài EU, các thị trường xuất khẩu lâm sản chính của Việt Nam như Hoa Kỳ, Nhật Bản cũng hướng tới yêu cầu giải trình truy xuất nguồn gốc nguyên liệu, báo cáo khối lượng xuất khẩu và lượng phát thải khí nhà kính, trả phí cho việc để phát thải khí nhà kính bằng thuế hoặc mua tín chỉ carbon...

Việc này sẽ khiến thời gian, chi phí sản xuất, xuất khẩu lâm sản tăng cao. Tuy nhiên đây là điều cần thiết và đảm bảo cho sự phát triển xanh, bền vững.

* Theo ông, những quy định mới sẽ tác động thế nào đến các DN trong ngành thời gian tới?

- EUDR tác động đến toàn bộ chuỗi cung từ DN trồng, chế biến cho đến xuất khẩu. Mức độ tác động của EUDR đối với DN lớn khác với các DN nhỏ và vừa. Thường thì các DN lớn dễ tuân thủ, thích ứng hơn.

Một số tác động chính:

+ Vì EU chưa có hướng dẫn cụ thể trong khi thời điểm áp dụng chỉ còn khoảng một năm, dẫn đến DN làm không đúng, tốn chi phí, công sức, thậm chí có thể gặp rủi ro.

+ Nếu chỉ một DN không tuân thủ, một ngành hàng không tuân thủ sẽ ảnh hưởng tới phân loại rủi ro quốc gia và mức độ, tỷ lệ kiểm tra hàng hóa của EU sẽ cao, chặt chẽ đối với quốc gia bị xếp loại rủi ro cao.



+ EUDR có thể tác động đến việc tổ chức sản xuất của DN vì cần đáp ứng, tuân thủ yêu cầu về bảo đảm không gây mất rừng. DN sẽ phải cung cấp thông tin địa lý nguồn gốc nguyên liệu cho các nhà nhập khẩu để thực hiện trách nhiệm giải trình. Ngoài ra DN phải xác định, lựa chọn lại nguồn nguyên liệu sao cho vừa hợp pháp, vừa đáp ứng yêu cầu không gây mất rừng, lựa chọn nguồn từ vùng ít rủi ro, nguồn có chứng chỉ Quản lý rừng bền vững.

*** Xét về mặt lợi thế, với gần 80% lượng gỗ nguyên liệu là gỗ rừng trồng trong nước, theo ông DN Việt Nam có điều kiện thuận lợi để theo đuổi mục tiêu phát triển bền vững?**

- Để đảm bảo phát triển bền vững nguồn nguyên liệu trong nước, DN cần tạo vùng nguyên liệu ổn định, nguồn gốc hợp pháp, đặc biệt là tăng cường quản lý rừng bền vững và cấp chứng chỉ rừng. Giải pháp là liên kết, hợp tác với các chủ rừng để xây dựng vùng nguyên liệu bền vững.

Các DN Việt Nam có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển nguồn nguyên liệu gỗ rừng trồng bền vững. Cụ thể: Điều kiện đất đai, khí hậu nhiều vùng phù hợp với phát triển vùng nguyên liệu. Đất đai được giao cho hộ gia đình; người dân có nhiều kinh nghiệm trong trồng, chăm sóc, khai thác gỗ rừng trồng; hình thành một số vùng nguyên liệu rừng trồng được quản lý bền vững và cấp chứng chỉ rừng theo tiêu chuẩn quốc tế, đảm bảo nguồn gốc hợp pháp.

Thuận lợi khác là đã có nhiều mô hình liên kết giữa DN và hộ trồng rừng. Ngoài ra chính sách trồng, khai thác, chế biến, tiêu thụ gỗ rừng trồng hiện nay khá thông thoáng, tạo điều kiện cho DN, chủ rừng đầu tư trồng rừng nguyên liệu, liên kết sản xuất theo hướng bền vững.

*** Hiện nay, mức độ chuyển đổi xanh của các DN vẫn còn khá ít. Theo ông, đâu là rào cản khiến DN chưa mạnh dạn và triệt để trong việc theo đuổi các giá trị bền vững?**

Hiện nay các DN chế biến gỗ chưa mạnh dạn và triệt để theo đuổi sản xuất xanh do 3 nguyên nhân chủ yếu:



NẾU ĐẠT ĐƯỢC MỤC TIÊU SẢN XUẤT XANH, CÁC DN CHẾ BIẾN LÂM SẢN SẼ CÓ LỢI THẾ HƠN CÁC DN KHÔNG ĐẠT VÌ NGƯỜI TIÊU DÙNG NGÀY CÀNG CHÚ TRỌNG ĐẾN SẢN PHẨM XANH



Ảnh: TL

Một là đa số DN vẫn chưa nhận ra tầm quan trọng của việc chuyển sang sản xuất xanh và chưa sẵn lòng thay đổi. Ngành gỗ hiện vẫn chưa chịu nhiều áp lực từ việc giảm phát thải CO₂, nhưng trong tương lai chắc chắn sẽ không tránh khỏi. Vì thế ngay từ bây giờ các DN gỗ cần phải thay đổi cách làm theo hướng giảm phát thải, xanh hóa chuỗi cung ứng hiện tại, coi đây là cơ hội để chuyển mình.

Hai là chưa có hướng dẫn cụ thể về công nghệ chế biến lâm sản phát thải khí nhà kính bao nhiêu là xanh, hướng dẫn đo lường khí nhà kính phát thải.

Ba là việc chuyển đổi sang sản xuất xanh làm tăng phí sản xuất vì phải chuyển đổi công nghệ, nguyên liệu, nhiên liệu, quy trình quản lý, vận hành DN...

*** Nếu vượt qua được những áp lực mang tính “cơm áo” thường nhật, quyết tâm theo đuổi mục tiêu phát triển bền vững với mô hình sản xuất xanh, chuỗi cung ứng xanh... DN sẽ được những lợi thế cụ thể nào?**

- Nếu đạt được mục tiêu sản xuất xanh, các DN chế biến lâm sản sẽ có lợi thế hơn các DN không đạt vì hiện nay người tiêu dùng ngày càng chú trọng đến sản phẩm xanh, sản phẩm không làm suy thoái, mất rừng, không phát thải khí nhà kính trong quá trình sản xuất; các DN đạt mục tiêu sản xuất xanh, chuỗi cung ứng xanh sẽ tạo được uy tín với khách hàng. Ngoài ra, thời gian tới, chỉ có sản phẩm xanh, không làm suy thoái, mất rừng; không phát thải khí nhà kính mới đủ điều kiện vào EU; đây là thị trường khó tính, đòi hỏi tiêu chuẩn rất cao nên có thể nói nếu sản phẩm vào được EU thì có thể xuất khẩu sang tất cả các thị trường còn lại. Một lợi ích khác là sắp tới Cơ chế điều chỉnh biên giới carbon được triển khai tại các thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam như EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản..., các sản phẩm đạt mục tiêu sản xuất xanh, chuỗi sản xuất xanh sẽ không phải đóng phí phát thải khí nhà kính, chi phí này thường sẽ cao hơn so với việc chuyển đổi sản xuất xanh. 📌

Chuyên gia thương hiệu Trần Tuệ Tri:

THƯƠNG HIỆU XANH TẠO LỢI THẾ CẠNH TRANH

 THỦY TIÊN thực hiện

“Bên cạnh việc kinh doanh, doanh nghiệp nào xây dựng được câu chuyện thương hiệu gắn với phát triển bền vững thì sẽ có được thành công” - chuyên gia thương hiệu Trần Tuệ Tri khẳng định như vậy trong cuộc trao đổi với *Gỡ & Nội thất* chung quanh những áp lực mà doanh nghiệp Việt phải đối diện khi thực hiện CBAM hay EUDR...



*** Ngoài những quy định khắt khe về nguồn gốc xuất xứ, nguyên liệu hợp pháp, không phá rừng... thì xu hướng lựa chọn tiêu dùng các sản phẩm thân thiện với môi trường cũng sẽ là áp lực không nhỏ buộc các doanh nghiệp (DN) phải tích cực chuyển đổi, hiện đại hóa mô hình sản xuất. Theo bà, ngành chế biến gỗ nói riêng và các ngành sản xuất nói chung có cơ hội nào từ áp lực phải chuyển đổi này?**

- Phát triển bền vững là tất yếu trong cạnh tranh. Các nước trên thế giới đều có những cam kết trong Hội nghị COP26, riêng Việt Nam cam kết phấn đấu đạt phát thải ròng bằng không vào năm 2050. Điều đáng nói là tại Việt Nam, tiêu dùng xanh đang dần thành một xu thế mới và nhận thức của người tiêu dùng về tiêu dùng xanh, sản phẩm xanh cũng ngày một nâng cao (ở các nước phát triển, thì đây là yêu cầu tất yếu).

Các DN cần có sự chuẩn bị để tạo ra sản phẩm có chất lượng tốt, giá thành cạnh tranh và đáp ứng được yếu tố xanh hóa. Có thể nói bên cạnh việc kinh

“

KHI XÂY DỰNG
THƯƠNG HIỆU XANH
THÌ CẦN KẾ ĐƯỢC CÂU
CHUYỆN XANH QUA
THIẾT KẾ, QUA CÁC
YẾU TỐ XANH NHƯ
TÍN CHỈ CARBON VÀ
PHẢI CÓ GIÁ THÀNH
CẠNH TRANH

doanh, DN nào xây dựng được câu chuyện thương hiệu gắn với phát triển bền vững thì sẽ thành công. ESG (viết tắt của 3 từ Environmental - môi trường), Social - xã hội và Governance - quản trị doanh nghiệp. Đây là bộ tiêu chuẩn để đo lường các yếu tố liên quan đến phát triển bền vững và ảnh hưởng, tác động của DN đến cộng đồng) có nhiều tiêu chí, DN có thể chọn một số yếu tố làm đòn bẩy để làm tốt nhất.

*** Theo bà, chuyển đổi xanh có thể trở thành một trong những thế mạnh để từ đó**

xây dựng thương hiệu ngành nội thất Việt Nam? Chẳng hạn nội thất xanh “made in Vietnam”?

- Chuyển đổi xanh có thể trở thành thế mạnh để xây dựng thương hiệu ngành nội thất Việt Nam. Chúng ta có thể xem xét định vị thương hiệu này. Vấn đề còn lại là chọn điểm mạnh nào để xây dựng câu chuyện trong lĩnh vực nội thất xanh bởi có nhiều yếu

tổ như vật liệu xanh, sản xuất xanh để giảm phát thải khí nhà kính, giảm thiểu các chất độc hại...

Ví dụ: Việt Nam có thế mạnh về tay nghề của người lao động, giá thành sản phẩm cạnh tranh, nguồn nguyên vật liệu phong phú như tre, nứa... có thể tạo sự khác biệt và bền vững. Hoặc việc tái sử dụng đồ nội thất vì người Việt Nam có thói quen tiêu dùng là sửa chữa lại các vật dụng "lấy cũ làm mới" và tôn vinh giá trị của đồ cổ. Hay quy trình sản xuất tránh những chất độc hại, giảm phát thải nhà kính...

*** Việc xây dựng thương hiệu xanh cho ngành gỗ cần bắt đầu từ đâu?**

- Xây dựng thương hiệu xanh cho ngành cũng giống như xây dựng thương hiệu cho một sản phẩm, một thành phố hay một quốc gia. Trước tiên cần tìm ra điểm mạnh, điểm yếu và điểm cân bằng. Đặc biệt, khi xây dựng thương hiệu xanh thì cần kể được câu chuyện xanh qua thiết kế, qua các yếu tố xanh như tín chỉ carbon và phải có giá thành cạnh tranh. Xây dựng thương hiệu cho ngành chế biến gỗ Việt Nam, theo tôi, cần tập trung vào sáng tạo và thiết kế, con người tài năng, quản lý và xây dựng hệ sinh thái.

*** Những kênh truyền thông nào ngành gỗ có thể tận dụng để kể về câu chuyện xanh hóa và mục tiêu phát triển bền vững này?**

- Trước tiên cần có chiến lược truyền thông, trong đó phải có các thương hiệu biểu tượng để kể câu chuyện này. Tùy theo đối tượng phục vụ mà có chiến lược truyền thông phù hợp. Ví dụ với các khách hàng B2B thì thông qua các expo, chương trình xúc tiến thương mại, hội nghị hội thảo... Với B2C thì xây dựng Flagship brand (tạm dịch: Thương hiệu hàng đầu) của Việt Nam, kéo theo các DN khác làm thành một "cửa hàng tổng" để giới thiệu và trưng bày sản phẩm; các kênh social media để lan tỏa...

*** Trong tiến trình xây dựng thương hiệu xanh cho ngành nội thất, vai trò của nhà nước, các hiệp hội và từng DN sẽ thế nào?**

- Đây sẽ là vai trò của tất cả cá nhân và tổ chức: Với các cơ quan ban, ngành: Có chính sách khuyến khích và tạo điều kiện, tạo lợi thế cạnh tranh về chi phí, ưu đãi về thuế, chính sách cho vay với lãi suất ưu đãi cho DN cũng như người tiêu dùng. Các chương trình thúc đẩy giảm thiểu phát thải khí nhà kính, tín chỉ carbon,... Các hiệp hội: Đào tạo, huấn luyện giúp DN gia tăng kỹ năng về quy trình sản xuất xanh, thiết kế xanh, đóng gói xanh... Tổ chức hoạt động khuyến mãi cho "Ngày nội thất xanh" với nhiều chương trình, hoạt động, đổi cũ lấy mới, tái chế sản phẩm... Cuối cùng là các DN, phải cùng nhau tạo hệ sinh thái nội thất xanh đẹp, giá cả cạnh tranh, tạo lợi ích cho người tiêu dùng và nhà sản xuất.

*** Như bà đã từng trao đổi, thương hiệu của ngành sẽ là một mắt xích trong hệ sinh thái của thương hiệu quốc gia. Việc xây dựng thương hiệu xanh cho ngành nội thất sẽ gắn với việc xây dựng thương hiệu Việt Nam như thế nào?**

- Chế biến gỗ nằm trong top 5 ngành có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. Như vậy, việc xây dựng thương hiệu cho ngành chế biến gỗ là cực kỳ cần thiết và sẽ là nền móng để hỗ trợ cho việc phát triển thương hiệu quốc gia. Khi xây dựng được thế mạnh của ngành sẽ giúp tạo nên hình ảnh một Việt Nam phát triển xanh, tạo ra lợi thế cạnh tranh, góp phần vào tăng trưởng GDP. Có thể lấy IKEA làm ví dụ. Nói đến IKEA là nói đến thương hiệu hàng đầu của ngành nội thất Thụy Điển. Nếu như chúng ta cũng xây dựng được những thương hiệu như thế sẽ kéo theo các DN trong ngành cùng vươn ra thế giới, đóng góp cho việc xây dựng thương hiệu quốc gia Việt Nam.

*** Xin cảm ơn bà. 📌**





Ông Chris Lee - Giám đốc kinh doanh đơn vị sơn gỗ, khu vực Đông Nam Á, AkzoNobel:

TRÁCH NHIỆM “XANH” VÌ THẾ HỆ TƯƠNG LAI

LÊ KHƯƠNG thực hiện

Có thâm niên cung ứng trên toàn cầu những sản phẩm sơn phủ bề mặt, AkzoNobel là thương hiệu đã đồng hành cùng nhiều doanh nghiệp chế biến gỗ ở Việt Nam. Theo ông Chris Lee, đón đầu các tiêu chuẩn xanh trong tiêu dùng nói chung và nội thất nói riêng là khoản đầu tư không mang lại lợi nhuận trước mắt mà mang đến lợi thế cạnh tranh lớn ở tương lai.

*** Hơn 15 năm có mặt tại Việt Nam, AkzoNobel có điều kiện chứng kiến giai đoạn phát triển khá ấn tượng của ngành chế biến gỗ Việt Nam. Ông đánh giá thế nào về tiềm năng và lợi thế phát triển của ngành?**

- Nếu chúng ta nhìn lại 5 - 10 năm trước, chế biến gỗ Việt Nam đã có một vị thế nhất định trên thị trường quốc tế. Có lẽ không cần phải chứng minh khả năng cạnh tranh lẫn chất lượng các sản phẩm gỗ của Việt Nam khi mà mức xuất khẩu đã luôn nằm trong top 5 trên thị trường nội thất thế giới.

AkzoNobel rất vinh dự khi chứng kiến và tham gia vào quá trình lý thú này. Đó là lý do chúng tôi không ngừng mở rộng đầu tư lẫn sản xuất tại Việt Nam, không chỉ phục vụ cho ngành xây dựng mà còn tập trung vào ngành chế biến gỗ. Tuy đối diện với thách thức về mặt đơn hàng, nhưng tôi tin tiềm năng của ngành chế biến gỗ Việt Nam vẫn còn rất lớn. Việc kinh doanh thường tăng hoặc giảm theo chu kỳ, vấn đề cốt lõi là chúng ta đối diện và thích ứng với nó như thế nào.

*** Nhưng những xáo trộn của thị trường hiện nay vẫn gây tâm lý bất ổn cho người làm nghề?**

- Như đã nói, tiềm năng xuất khẩu nội thất gỗ từ Việt Nam vẫn còn ở mức rất cao. Lợi thế này trước tiên đến từ vai trò điều tiết của Nhà nước bằng cách đồng hành, tạo điều kiện cho DN tham gia sản xuất, đồng thời cải thiện hạ tầng, phục vụ cho sự lớn mạnh hơn nữa của ngành. Những tác động ấy sẽ góp phần thu hút hơn nữa nhà đầu tư nước ngoài. Lượng FDI trong ngành chế biến gỗ hoạt động tại Việt Nam khá lớn, tạo được nhiều việc làm cho người dân địa phương. Tất cả cho thấy triển vọng của ngành chế biến gỗ Việt Nam rất khả quan. Tiềm năng này cũng là cơ hội cho AkzoNobel cũng như các DN trong hệ sinh thái của ngành.

*** Để thích ứng với hiện tại cần có chiến lược ra sao?**

- Trong vị thế một tập đoàn toàn cầu, chúng tôi luôn luôn trong tư thế sẵn sàng cho mọi tình huống có thể xảy ra. Với tình huống hiện tại của ngành chế biến gỗ, AkzoNobel theo đuổi chiến lược đồng hành cùng DN và cùng nhau nỗ lực vượt khó. Khi thị trường khó khăn, đòi hỏi của người dùng khắt khe hơn. Không chỉ đáp ứng được các đòi hỏi ấy, DN sản xuất nội thất còn phải không ngừng sáng tạo, đưa ra các lựa chọn mới để có thể thuyết phục khách hàng.

Là DN cung ứng các sản phẩm sơn phủ bề mặt, AkzoNobel không chỉ cung cấp các giải pháp sản xuất, mà còn có quy trình kết hợp, làm việc rất sâu với

khách hàng, từ khâu nghiên cứu thị trường, đón đầu xu hướng lẫn nghiên cứu giải pháp sản xuất, tư vấn tại xưởng. Chúng tôi tự hào khi sở hữu một lực lượng RD&I (nghiên cứu, phát triển và đầu tư) có quy mô toàn cầu. Chúng tôi không ngừng đầu tư tài nguyên và công sức để tìm kiếm các nguyên liệu mới, các sản phẩm mới, giải pháp mới cung cấp cho thị trường. Hoạt động thường niên của AkzoNobel là liên kết với các nhà thiết kế, chuyên gia thời trang hàng đầu và vận hành một trung tâm nghiên cứu xu hướng màu sắc, kịp thời đưa ra màu sắc đặc trưng của năm để định hướng thị trường, hỗ trợ các nhà thiết kế.

Chúng tôi không chỉ kinh doanh sơn, mà còn mang đến các giá trị về công nghệ, dịch vụ... Trong đó bao gồm việc làm sao để đem lại năng suất cao, tiết kiệm hơn quá trình sản xuất nhưng vẫn đảm bảo sản phẩm chất lượng cao nhất.



*** Cụ thể, khi làm việc với AkzoNobel, DN nội thất sẽ được hưởng những lợi ích nào?**

- Chúng tôi xác định việc hợp tác với các nhà sản xuất là rất quan trọng nhằm đảm bảo đáp ứng được chất lượng yêu cầu dành cho sơn phủ. Bộ phận kỹ thuật của AkzoNobel luôn duy trì mức độ cung cấp dịch vụ cao, không những cùng DN nghiên cứu yêu cầu đơn hàng, đưa ra giải pháp mà còn hỗ trợ tại xưởng để đảm bảo DN sản xuất nội thất có thể đáp ứng các nhu cầu bề mặt, dù đó là yêu cầu khắt khe nhất.

Một đặc thù của thị trường Việt Nam là mẫu mã, phong cách thiết kế phụ thuộc rất lớn thị trường xuất khẩu. Bộ phận RD&I của chúng tôi tại Việt Nam luôn hỗ trợ nhà sản xuất tìm ra các màu sắc, thiết kế, các quy trình phù hợp với các môi trường xuất khẩu cụ thể,



dù có những điểm chung và các khác biệt mang tính đặc thù. Chẳng hạn, Singapore yêu cầu các sản phẩm nội thất cho căn hộ tầm trung, thiết kế đương đại, còn thị trường châu Âu chuộng sự tối giản theo phong cách của IKEA. Trong khi đó thị trường Mỹ luôn phức tạp, cầu kỳ về thẩm mỹ lẫn mẫu mã. Hiểu rõ các biến số này, chúng tôi luôn đưa ra các giải pháp tối ưu cho sản xuất.

*** Theo ông, những đòi hỏi mới nào từ phía người dùng sẽ là thách thức với DN nội thất?**

- Ngoài chất lượng và tính sáng tạo, thị trường nội thất chứng kiến việc người dùng đang chú trọng nhiều đến quá trình cá nhân hóa.

Chưa hết, tầm nhìn của quốc gia lẫn cá nhân người dùng đều đang đặt trọng tâm vào phát triển bền vững, đòi hỏi nhà cung ứng nội thất phải có trách nhiệm trong toàn bộ quy trình sản xuất của mình. Nói đến sản xuất xanh có thể DN sẽ e ngại, nhưng thực chất đó là khoản đầu tư cần thiết và mang đến lợi thế cạnh tranh lớn ở tương lai.

*** AkzoNobel đã chuẩn bị thế nào cho các đòi hỏi sản xuất xanh?**

- Triết lý kinh doanh của AkzoNobel từ lâu đã đặt nhiệm vụ vì thế hệ tương lai làm chủ đạo. Phát triển xanh với 3P: People. Planet. Paint (Con người. Hành tinh. Sơn) là một trong những giá trị cốt lõi mà công ty theo đuổi. Chúng tôi tuân thủ nghiêm túc quy trình sản xuất xanh, cung ứng các sản phẩm sơn phủ đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn nhập khẩu của những thị trường khắt khe nhất như Mỹ, châu Âu, Nhật, Hàn Quốc...

*** Xin cảm ơn ông vì những trao đổi này! 🙏**

“
TẦM NHÌN CỦA QUỐC GIA
LẪN CÁ NHÂN NGƯỜI DÙNG
ĐỀU ĐANG ĐẶT TRỌNG TÂM
VÀO PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG,
ĐÒI HỎI NHÀ CUNG ỨNG NỘI
THẤT PHẢI CÓ TRÁCH NHIỆM
TRONG TOÀN BỘ QUY TRÌNH
SẢN XUẤT CỦA MÌNH



Ảnh: Q.H.

Hoạt động xuất khẩu của Việt Nam đã lấy lại đà tăng trưởng những tháng cuối năm nhưng doanh số xuất khẩu cả năm được sự đoán sẽ sụt giảm. Thách thức vẫn còn nhiều nhưng theo ông Angelo Moras đây chính là bước lùi để doanh nghiệp (DN) có thể tận dụng gia tăng hàm lượng sáng tạo, chuẩn bị thêm lợi thế cạnh tranh khi thị trường hồi phục.

Ông Angelo Moras - nhà sáng lập thương hiệu Curvetta: SÁNG TẠO LÀ CHÌA KHÓA VƯỢT QUA THỬ THÁCH

 MINH ĐẠO thực hiện

*** Sở hữu hơn 35 năm kinh nghiệm, từng là chuyên gia tư vấn cho các DN sản xuất nội thất châu Âu, điều gì khiến ông quyết định dừng chân ở Việt Nam?**

- Tôi may mắn sinh ra trong một gia đình có truyền thống làm mộc. Cha tôi vận hành một DN sản xuất nội thất ở Ý. Tôi học được rất nhiều từ ông nhưng xác định con đường của mình không cố định ở xưởng sản xuất ấy. Công việc tư vấn sáng tạo giúp tôi có điều kiện đi nhiều nơi, tiếp cận với nhiều môi trường khác nhau. Tuy nhiên, khi đến Việt Nam, tôi cảm nhận được rất rõ tiềm năng phát triển của ngành gỗ và nội thất nên quyết định dừng lại, tìm hiểu sâu hơn và cuối cùng là gắn bó lâu dài như hiện nay.

Curvetta trong tiếng Ý có nghĩa là đường cong nhỏ. Cách đây 14 năm, khi tôi thành lập DN ở Việt Nam, việc uốn gỗ để làm nội thất còn rất mới mẻ. Kỹ thuật chế tác mà tôi học được ở cha mình ứng dụng được rất nhiều trong sản xuất nội thất, nhất là nội thất cao cấp, phục vụ các DN xuất khẩu.

*** Nên tảng kỹ thuật giúp ông khởi nghiệp thuận lợi hơn?**

- Việc uốn gỗ được thực hiện bằng nhiều cách khác nhau, từ uốn nén, uốn máy, uốn bằng tay... Kỹ thuật

uốn gỗ truyền thống mà Curvetta sở hữu có thể tạo độ cong mềm mại cho rất nhiều nguyên liệu gỗ khác nhau, giữ vẻ đẹp tự nhiên của gỗ, nâng chất lượng sản phẩm tăng lên nhiều lần... nên được khách hàng, đối tác đón nhận nồng nhiệt. Đó là nền tảng rất tốt nhưng khi vận hành DN, ngoài kỹ thuật, còn đòi hỏi sự tổng hòa của rất nhiều yếu tố khác.

Ban đầu, mọi sự không thuận lợi chút nào, chúng tôi liên tục gặp lỗi và từng bước khắc phục. Lỗi hôm nay khác với lỗi của ngày hôm qua. Chúng tôi học từ những va vấp của chính mình. Học qua lỗi, trả giá qua lỗi và trưởng thành từ đó. Rất may là tôi có được những người bạn đồng hành người Việt rất tốt, rất chân thành và chúng tôi đã cùng nhau nỗ lực.

*** Ông có thể tiết lộ bí quyết uốn gỗ rất riêng của mình?**

- Nhiều năm làm công tác tư vấn cho các DN chế biến gỗ, tôi không ngại chia sẻ kiến thức lẫn kinh nghiệm của mình với các đồng nghiệp. Tuy nhiên, bản thân nội thất gỗ cũng là sản phẩm "sống", mỗi một thanh gỗ lại có vân, có sớ khác nhau, không hề đồng nhất nên phải dựa vào nguyên liệu mà đưa sáng tạo của mình vào đó, không thể rập khuôn.



CHÚNG TÔI TẬP TRUNG
NÂNG CAO TÍNH SÁNG
TẠO, CẢI TIẾN VÀ KHẮC
PHỤC DÙ LÀ NHỮNG
LỖI NHỎ NHẤT NHẤT

Cũng đã có người tìm hiểu và vận dụng phương thức của Curvetta nhưng không thành công.

Tựa như một nhà bếp, quy trình xử lý và uốn cong gỗ của Curvetta được tổ chức theo các chuyển nối tiếp, từ sơ chế nguyên liệu đến việc chế biến để cho ra đời sản phẩm cuối cùng. Công nhân trong chuyên sẽ là những người đầu bếp, thuận tiện di chuyển trong không gian của mình. Từng bộ phận được sắp xếp nối tiếp liền mạch với nhau.



Ảnh: Q.H.

là tất yếu bởi sự tăng trưởng của ngành gắn liền với diễn biến kinh tế toàn cầu.

Cũng như các DN nội thất Việt Nam, Curvetta không nằm ngoài tình hình suy giảm đơn hàng chung. Tuy nhiên, trong mọi tình huống khó khăn, chúng ta cần cố gắng đến cùng. Đơn hàng đã bắt đầu trở lại, báo hiệu sự hồi phục của ngành vào năm 2024.

*** Khách hàng chính của Curvetta?**

- Ban đầu, chúng tôi không sản xuất nội thất mà chỉ đảm nhận vai trò vệ tinh, thực hiện các chi tiết gỗ uốn cong, phần hoàn thiện thuộc về các DN xuất khẩu nội thất. Sau đó, chúng tôi phát triển thêm các sản phẩm của riêng mình và tham gia xuất khẩu sang Nhật, châu Âu. Thời gian gần đây, chúng tôi còn mở rộng khâu cung ứng nguyên liệu gỗ chất lượng cao từ thị trường châu Âu như Ý, Croatia... cho các DN Việt Nam.

*** Thị trường nội thất hiện nay còn nhiều thách thức, việc mở rộng có phù hợp về mặt thời điểm?**

- Gần 20 năm gắn bó với ngành chế biến gỗ Việt Nam, theo dõi từng bước phát triển của ngành, tôi tự tin khẳng định công nghiệp nội thất sẽ còn phát triển hơn trong thời gian tới. Tất nhiên, biểu đồ kinh doanh không thể nào chỉ có một chiều. Khúc quanh hiện tại

*** Chiến lược thích ứng với khó khăn của Curvetta là gì?**

- Chúng tôi tập trung nâng cao tính sáng tạo, cải tiến và khắc phục dù là những lỗi nhỏ nhất. Khả năng tối thượng của sáng tạo là mở ra những chân trời mới. Sáng tạo là chìa khóa vượt qua mọi thử thách.

Tôi luôn biết hơn thực tại, dù nó đang diễn ra thế nào, như ý mình hay không. Thời gian rồi đơn hàng vừa qua cho phép tôi tập trung vào việc thiết kế và thử nghiệm các dòng sản phẩm mới, phục vụ cho thị trường Nhật Bản, Hàn Quốc... Những thiết kế mới của chúng tôi nhận được tín hiệu đón nhận từ phía khách hàng khi tham gia các hội chợ nội thất quốc tế.

Dư địa của ngành nội thất Việt Nam còn lớn. Điều cần nhất hiện nay là việc thích ứng với những yêu cầu mới từ thị trường. Trong đó, chất lượng, tính sáng tạo và quan trọng nhất là tính bền vững cần phải được chú trọng và đón đầu để DN có thể bứt phá khi thị trường "ấm áp" trở lại.

*** Xin cảm ơn ông! 📌**

An toàn Tốt cho sức khỏe Dễ chịu Ấm áp Gỗ Hinoki: Loại gỗ quý cho đồ nội thất

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



Hiệp hội xuất khẩu gỗ Nhật Bản

Japan Wood Products Export Association 112-0004
Tòa nhà Rinyu, 1-7-12 Koraku, Bunkyo-ku, Tokyo

TEL:+81-3-5844-6275

FAX:+81-3-3816-5062

Email:jwe@j-wood.org

URL: www.j-wood.org



VÌ VIỆC LÀM BỀN VỮNG CHO DOANH NGHIỆP GỖ VIỆT NAM



Chiều 10/10, dự án “Hệ sinh thái năng suất vì việc làm bền vững cho doanh nghiệp gỗ Việt Nam” do tổ chức ILO phối hợp cùng HAWA triển khai đã chính thức được khởi động.



Hệ sinh thái năng suất vì việc làm bền vững (PE4DW) là chương trình do Vụ Doanh nghiệp (DN) và Vụ Chính sách Việc làm của Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO), phối hợp với Ban Thư ký Nhà nước Thụy Sĩ về Các vấn đề Kinh tế (SECO) và Cơ quan Hợp tác Phát triển Na Uy (NORAD) đồng khởi xướng. Hoạt động này hướng tới giải quyết những thách thức mới trong môi trường sản xuất công nghiệp, cải thiện các hạn chế về tăng trưởng năng suất và việc làm bền vững. Việt Nam là 1 trong 3 quốc gia tham gia thí điểm chương trình này.

Theo ông Phùng Đức Hoàng, đại diện ILO, điều phối viên dự án, chế tạo máy móc - thiết bị và chế biến gỗ là hai ngành ưu tiên được lựa chọn để can thiệp nhằm tác động tích cực đến năng suất và việc làm bền vững. Cụ thể, chương trình sẽ có các hoạt động hỗ trợ DN chế biến gỗ chuyển đổi số trong sản xuất, nhận thức và bước đầu thực hành giảm thải carbon cũng như nâng cao năng lực về quản trị carbon trong nhà máy. Dự án sẽ xác định và cố gắng cải thiện các hạn chế về tăng trưởng năng suất và việc làm bền vững ở cả 3 cấp độ: chính sách, ngành và DN. Đồng thời tìm kiếm các giải pháp tăng năng suất cho DN và đảm bảo lợi ích cho người lao động, tăng cường đối thoại và hợp tác tại nơi làm việc.

Với sự hỗ trợ kỹ thuật từ ILO, dự án sẽ được HAWA triển khai từ 10/2023 – 8/2024. Ông Nguyễn Chánh Phương, Phó chủ tịch HAWA cho biết HAWA và ILO sẽ tập trung vào các hoạt động nổi bật như talkshow chủ đề chuyển đổi số; Hoạt động khảo sát tham quan nhà

máy cùng các chuyên gia nhằm tìm ra giải pháp hỗ trợ; Tổ chức chương trình đào tạo đo lường lượng khí nhà kính và triển khai biện pháp giảm lượng khí nhà kính cho nhà máy... Qua đó từng bước giúp các DN nâng cao năng suất nói riêng; xa hơn là chinh phục các mục tiêu giảm thiểu phát thải, phát triển bền vững của ngành chế biến gỗ.

Tham gia dự án, DN sẽ có cơ hội tiếp cận kiến thức và kinh nghiệm quý báu từ các chuyên gia hàng đầu về năng suất lao động, các chuyên gia chuyển đổi số, chuyển đổi xanh. Các chuyên gia dự án sẽ giúp DN xem xét và đánh giá quy trình kinh doanh hiện tại, tìm ra các giải pháp tối ưu hóa, từ đó đảm bảo vận hành

hiệu quả, hiệu suất và bền vững. “Dự án cũng sẽ hỗ trợ các chương trình học hỏi kinh nghiệm từ các sáng kiến thành công về ứng dụng công nghệ mới trong ngành, tăng cường kết nối DN và các thị trường mới cũng như thúc đẩy hỗ trợ kỹ thuật để nâng cao công nghệ sản xuất đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững của các thị trường nhập khẩu lớn”, ông Hoàng nói. 📌



**DỰ ÁN TÌM KIẾM
CÁC GIẢI PHÁP TĂNG
NĂNG SUẤT CHO DN
ĐỒNG THỜI ĐẢM
BẢO LỢI ÍCH CHO
NGƯỜI LAO ĐỘNG,
TĂNG CƯỜNG ĐỐI
THOẠI VÀ HỢP TÁC
TẠI NƠI LÀM VIỆC**

HOA MAI DESIGN AWARD 2023 - 2024: RỘN RÃ TUỔI HAI MƯƠI

 MINH HƯƠNG



Ở lần tổ chức thứ Hai mươi, Giải thưởng Thiết kế sản phẩm nội thất gỗ - Hoa Mai Design Award 2023 - 2024 có nhiều đổi mới từ công tác tổ chức đến cơ cấu giải thưởng. Không còn gói gọn trong khuôn khổ một sân chơi thiết kế, Giải Hoa Mai vươn mình thành một festival sáng tạo, thu hút người trẻ và kết nối họ với những chuyên gia trong ngành.



“

NIỀM TỰ HÀO LỚN
CỦA HOA MAI DESIGN
AWARD LÀ ĐÃ THỨC
ĐẨY QUÁ TRÌNH BIẾN
Ý TƯỞNG PHÁC THẢO
TRÊN TRANG GIẤY TRỞ
THÀNH MỘT SẢN PHẨM
HOÀN CHỈNH



Năm nay, với chủ đề “Saigon Metropolitan”, Hoa Mai 2023 thu hút 320 bài dự thi của sinh viên đến từ 14 trường đại học cùng các kiến trúc sư tự do, các studio, doanh nghiệp (DN) nội thất... trên cả nước. Cuộc thi tiếp tục được Hội đồng Xuất khẩu Gỗ cứng Hoa Kỳ (AHEC) tài trợ chính cùng sự hỗ trợ nhiệt tình từ các DN cung ứng vật liệu, sản xuất nội thất, nguyên liệu, phụ kiện...

Những thay đổi lớn

Sáng 25/11, không gian Sun Life Flagship - De La Sol, quận 3, TP. Hồ Chí Minh rộn ràng đón chân khách tham quan. Đây là đầu tiên Triển lãm Hoa Mai Design Award được tổ chức, trình làng sản phẩm sáng tạo của các thí sinh khi còn đang ở giai đoạn ý tưởng thiết kế. Trong 4 ngày triển lãm, từ 25 đến 28/11,

không chỉ ban giám khảo lựa chọn ý tưởng, chấm giải, cả công chúng cũng có dịp tham quan những thiết kế này. Bên lề triển lãm, hàng loạt buổi nói chuyện chuyên đề về thiết kế như “Thương hiệu nội địa - Tinh thần bản địa”; “How to train your band?” đã được tổ chức. Tất cả tạo nên một không gian sáng tạo năng động, mới mẻ.

Bên cạnh chuỗi chương trình giao lưu tổ chức ở các trường đại học cả nước, Triển lãm Hoa Mai Design Award là một trong những điểm nhấn thú vị cho cả hành trình của Giải thưởng Hoa Mai 2023. Ông Phạm Chân Quang, Ủy viên Ban chấp hành HAWA, Phó Ban tổ chức, người chủ trì vòng chấm giải cho biết Hoa Mai Design Award 2023 có những thay đổi lớn, tạo nhiều hứng thú cho những người làm trong ngành kiến trúc, nội thất.



Bắt đầu từ chủ đề, theo nhà thiết kế Chương Đặng, câu chuyện về đô thị Sài Gòn vốn đã tạo cảm hứng sáng tạo cho rất nhiều thế hệ thiết kế. Nay những người trẻ tiếp tục kể câu chuyện nội thất đô thị dưới một góc nhìn mới mẻ hơn, sôi động hơn. “Chỉ cần quan sát đời sống của thị dân, lắng nghe những thanh âm của Sài Gòn thôi thì người sáng tạo cũng đã có thể được khơi gợi ý tưởng thiết kế”, ông Chương Đặng nói.

Đồng quan điểm, kiến trúc sư Phạm Nhân Thọ cũng cho rằng chủ đề của cuộc thi tạo điều kiện khá tốt cho đội ngũ sáng tạo trẻ. Bởi, Sài Gòn cái gì cũng được và cái gì cũng đúng. Bản thân Sài Gòn đã có rất nhiều thứ “gần đẹp”. Người làm sáng tạo có thể dựa trên nền tảng đó để thiết kế nên những thứ đẹp. Theo ông Thọ, mọi thứ đều có thể xảy ra và tốt hơn ở Sài Gòn nên sản phẩm đạt giải của cuộc thi phải hội tụ đủ các yếu tố của đô thị, có khả năng biến hóa, thích ứng được với nhu cầu khác nhau của người dùng.

Chờ đợi những đột phá

Với việc ra đề bài cụ thể, cuộc thi cũng cho thấy tính thực tế hơn, hướng đội ngũ thiết kế tập trung về thị trường năng động, đối tượng người dùng trẻ. Ông Phạm Chân Quang chia sẻ: “Mục tiêu lớn nhất của Hoa Mai 2023 là tìm kiếm những giải pháp cụ thể cho thị trường nội địa, tạo cơ hội cho người thiết kế thương mại hóa, đưa sản phẩm ra được thị trường, tiếp cận người dùng”.





Bước đột phá thứ hai của Hoa Mai 2023 là việc thu hút đối tượng thiết kế chuyên nghiệp tham gia. Bên cạnh bảng Open, bảng thi Grand là nơi quy tụ những nhà thiết kế nội thất đã hoạt động trên 5 năm, các DN sản xuất nội thất chuyên nghiệp.... Ở lần đầu tổ chức, bảng thi chuyên nghiệp nhận được hưởng ứng từ 24 đơn vị. Sức hút của Hoa Mai thực sự lan toả sâu trong cộng đồng DN nội thất.

Từ tổng số 299 ý tưởng gửi về, Ban Tổ chức đã chọn ra Top 50 thiết kế nổi bật vào vòng tuyển chọn của bảng Open Award. Tác giả đã có thời gian đối thoại, phân biện với Hội đồng Thiết kế để Ban Tổ chức tìm được 25 tác giả nổi bật nhất, chính thức bước vào giai đoạn phát triển, đưa sản phẩm từ ý tưởng ra đời thực.

Ở bảng Chuyên nghiệp, Ban Tổ Chức cũng chọn ra được 11 thiết kế bước vào vòng sản xuất. Như vậy, chung kết Hoa Mai lần thứ 20 sẽ là cuộc tranh tài sôi động, hứa hẹn sẽ mang đến thị trường 36 sản phẩm nội thất tiềm năng. Ban Tổ chức sẽ hỗ trợ thí sinh từ nguyên liệu, đội ngũ kỹ thuật ở nhà máy đến tư vấn, góp ý suốt quá trình hoàn thiện sản phẩm. Sao cho tại Gala trao giải Hoa Mai 2023 tổ chức tháng 3/2024 trong khuôn khổ HawaExpo sẽ là màn trình diễn đẹp mắt về thực lực của đội ngũ thiết kế nội thất trẻ Việt Nam.



Đánh giá cao tác động của Hoa Mai Design Award, ông Phạm Chân Quang trong vai trò một DN tham gia hỗ trợ thí sinh hiện thực hóa sản phẩm, đến ban giám khảo và giờ là ban tổ chức cho biết để thu hút được gần 9 ngàn người trẻ trên cả nước tham gia sân chơi này suốt 20 năm qua là một nỗ lực không hề nhỏ của Ban Tổ chức. Niềm tự hào lớn của Hoa Mai Design Award là đã thúc đẩy quá trình biến ý tưởng phác thảo trên trang giấy trở thành một sản phẩm hoàn chỉnh. Đây chính là tiền đề để công nghiệp nội thất Việt Nam có được nguồn nhân lực, hỗ trợ DN tiếp cận phương thức ODM, bước qua vai trò gia công đơn hàng để có thể nhận được giá trị cao hơn trong chuỗi cung ứng. 📌



Bảo tàng:

HÀNH TRÌNH TỪ VĂN HÓA ĐẾN DOANH SỐ

 NGUYỄN HÀ



Tựa như thực hiện một bộ phim để mang trải nghiệm đặc biệt của mình kể cho người tham quan, một thành phố, một ngành nghề hay thậm chí là một doanh nghiệp đều có thể tạo nên bảo tàng để có không gian kể những câu chuyện tuyệt vời cho mình và cho khách hàng của mình. Công nghiệp nội thất Việt Nam hoàn toàn có điều kiện để làm được điều này.

Một nghiên cứu công bố tại Pháp cho biết Bảo tàng Louvre lừng danh đem lại doanh thu từ 600 triệu đến hơn 1 tỷ euro mỗi năm. Theo nghiên cứu của Trung tâm Kinh tế Sorbonne, sức hấp dẫn và danh tiếng của Louvre khiến hầu hết du khách nước ngoài đặt chân đến Paris đều dành thời gian để thăm các báu vật trưng bày tại đây và họ đã chi trả hơn 400 triệu euro tiền vé cho bảo tàng này mỗi năm. Đó là chưa kể khoản thu từ các hoạt động tổ chức nghệ thuật, tài trợ, kinh doanh vật phẩm lưu niệm.

Định nghĩa đã mở rộng

Louvre là một trong số rất nhiều bảo tàng minh chứng cho việc lưu trữ và trưng bày hiện vật hoàn toàn có thể mang lại lợi ích cho quốc gia, cho địa phương. Đó cũng là mô hình mà Các Tiểu Vương quốc Ả Rập ứng dụng để đầu tư, thu hút khách tham quan đến với khu vực này. Louvre Abu Dhabi hay Bảo tàng Tương lai, công trình 7 tầng cao 77 mét, có hình dạng như một quả trứng bạc khổng lồ với một lỗ ở trung tâm, được miêu tả là “tòa nhà đẹp nhất thế

giới”, nằm gần tòa tháp biểu tượng Burj Khalifa đều đang thu hút rất nhiều khách tham quan. “Chúng ta vẫn quen nghĩ bảo tàng là nơi để cất giữ các hiện vật cổ xưa. Thực tế này còn đúng hay không? Có những vấn đề của bảo tàng mà bản thân là một kiến trúc sư, tôi vẫn chưa hiểu hết”, ông Nguyễn Quốc Khanh, Chủ tịch AA Corporation thú nhận.

Theo ông Khanh, trong bối cảnh hiện đại, định nghĩa về bảo tàng đã mở rộng hơn rất nhiều. Có thể hiểu bảo tàng là nơi mang trải nghiệm cho người đến thăm và một bảo tàng thì thể hiện mong muốn, câu chuyện của người vận hành nó. Khi đời sống kinh tế Việt Nam càng phát triển, bảo tàng cũng sẽ phát triển nhiều hơn. Đây là nhu cầu chính đáng và nhu cầu ấy sẽ đóng góp trải nghiệm cho ngành du lịch.

Đồng quan điểm, bà Delphine De Canecaude, CEO Museum Studio, thương hiệu vận hành và thiết kế, tư vấn các bảo tàng trên toàn cầu cũng cho rằng tựa như thực hiện một bộ phim để mang trải nghiệm đặc biệt của mình kể cho người tham quan, một thành phố, một ngành nghề hay thậm chí là một doanh nghiệp



Bảo tàng Tương Lai tại Dubai

“

“KHI ĐỜI SỐNG KINH TẾ VIỆT NAM CÀNG PHÁT TRIỂN, BẢO TÀNG CŨNG SẼ PHÁT TRIỂN NHIỀU HƠN. ĐÂY LÀ NHU CẦU CHÍNH ĐÁNG VÀ NHU CẦU ẤY SẼ ĐÓNG GÓP TRẢI NGHIỆM CHO NGÀNH DU LỊCH”
Ông Nguyễn Quốc Khanh

(DN) đều có thể tạo nên bảo tàng để có không gian kể những câu chuyện tuyệt vời cho mình, cho khách hàng của mình.

Động lực phía sau bảo tàng

Theo bà Delphine De Canecaude, nếu như năm 1976, thế giới chỉ có 22.000 bảo tàng thì hiện nay toàn cầu đã có hơn 95.000 bảo tàng trên tất cả các châu lục. Dù có rất nhiều định nghĩa tập trung vào giá trị di sản nhưng thực tế, bảo tàng không chỉ là một tòa nhà đơn thuần trưng bày hiện vật mà có trong đó văn hóa, khoa học, lịch sử, đời sống đại chúng, nhân chủng học, công nghệ... Tất cả những điều định hình xã hội loài người, không gian quá khứ đã qua và định hình xã hội sẽ đi đến đâu, đều có thể đưa vào bảo tàng. Đơn cử Bảo tàng Khoa học ở Singapore, tạo không gian cho sinh viên tham gia học tập, tương tác... “Bảo tàng có năng lượng, có sức sống và có thể tạo nên những trải nghiệm khác nhau. Động lực phía sau bảo tàng có tầm quan trọng rất lớn, giúp con người ghi nhớ về sự hiện diện của mình trên trái đất này. Do vậy giá trị bảo tàng đa dạng, có đóng góp cho quốc gia, cho ngành nghề, cho một tập thể...”, bà Delphine De Canecaude khẳng định.

Không gian bảo tàng cho con người bước vào một thế giới khác, tưởng tượng về một thế giới khác nên bảo tàng hiện đại ngày nay cần có giá trị đổi mới, tạo cảm hứng cho người tham quan. Thực tế, việc tham quan và “nghe” bảo tàng kể chuyện cuộc đời hoàn toàn có thể tạo nên những thay đổi tích cực, có tác động tới thế hệ tương lai. Bên cạnh đó, theo người đứng đầu Museum Studio, nguồn thu trong lĩnh vực này khá hấp dẫn. Bảo tàng Bilbao Tây Ban Nha là một ví dụ trong việc lấy bảo tàng làm nền phát triển kinh tế, du lịch cho quốc gia.

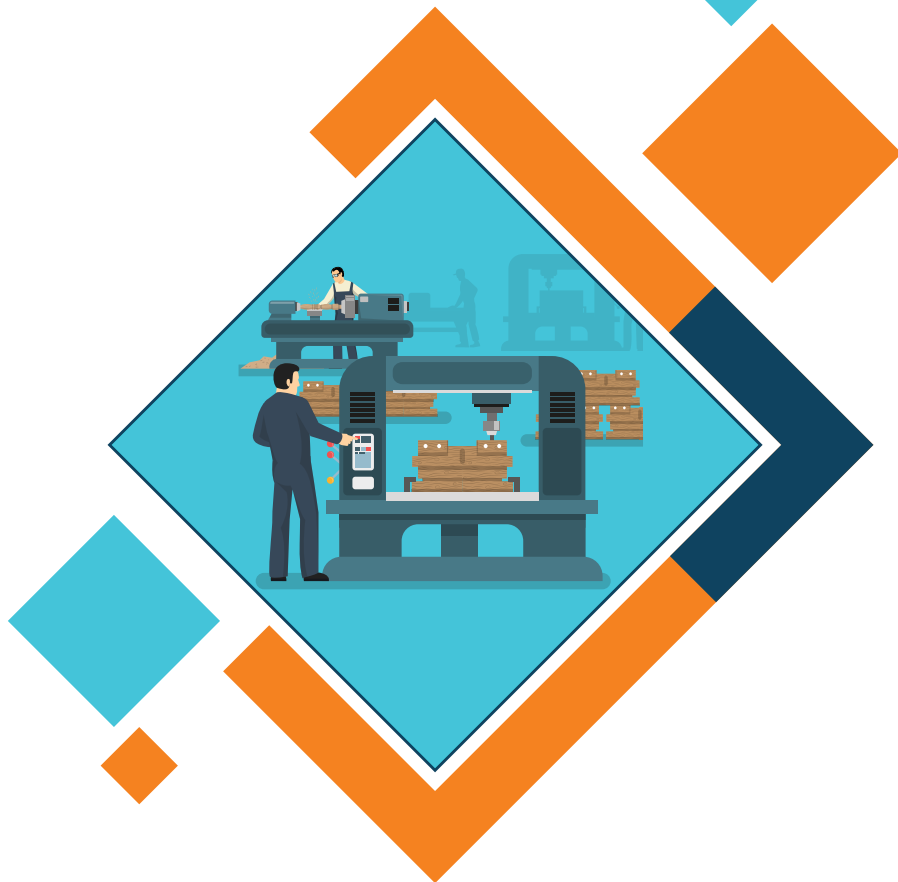
Từ khi ra đời, Bilbao đã có thể khôi phục lại đời sống của một vùng đất chỉ bằng 1 bảo tàng trị giá 1 triệu USD, thu hút hàng triệu du khách, thu được 450 triệu USD/năm cho thành phố. Từ không gian bảo tàng, có thể mở cơ hội cho xuất bản, bán lẻ, sản xuất... “Tất nhiên, thành công của một bảo tàng là sự tổng hòa của rất nhiều yếu tố như thương hiệu, đội ngũ điều hành, chính sách của Chính phủ... Quá trình xây dựng bảo tàng nhiều thách thức. Cần có sự tìm hiểu, nghiên cứu nghiêm túc, dài hơi, phải biết mình muốn kể câu chuyện gì và theo đuổi mục tiêu đó”, bà nói thêm.

Câu chuyện nào cho Việt Nam?

Trải nghiệm các vùng đất dọc theo hình chữ S, bà Delphine De Canecaude cho rằng sự phát triển của đời sống văn hóa, làng nghề Việt Nam qua hàng thế kỷ vẫn rực rỡ sắc màu, cực kỳ hấp dẫn người nước ngoài dù khá bình thường trong mắt dân bản địa.

Không dừng lại ở đó, theo nhà sưu tập Vincent Larnico còn rất nhiều điều hấp dẫn khác như ẩm thực, xe máy... mà người Việt có thể kể cho thế giới. Tương tự, với ngành thủ công mỹ nghệ hay công nghiệp nội thất, Việt Nam hoàn toàn có thể đầu tư bảo tàng để làm điểm tựa, kể câu chuyện, thông điệp phát triển và khát vọng của mình cho khách hàng thế giới.

Như một dự án kinh doanh, bảo tàng cũng cần chiến lược kinh doanh đảm bảo nguồn thu để có thể duy trì và phát triển nó. Do vậy, xây dựng kế hoạch tổng thể, kế hoạch tài chính, dòng tiền, kể cả việc gây quỹ cho dự án là điều cần thiết. “Vấn đề cốt lõi là cần có một nhóm tư vấn, tập hợp được các chuyên gia và quan trọng hơn là những người tâm huyết “đỡ đầu” cho dự án”, ông nói. ▣



Châu Âu là một trong những thị trường có tính chất định hướng tiêu dùng toàn cầu. Quy định nhằm giảm mất rừng, suy thoái rừng và Cơ chế điều chỉnh biên giới carbon ở khu vực này sẽ sớm dẫn dắt các thị trường khác tham gia. Thời gian tới, ngoài các hiệp định, đạo luật hiện hành, khung pháp lý kiểm soát chuỗi cung ứng ngành nội thất toàn cầu sẽ có thêm các quy định mới.

KHUNG PHÁP LÝ KIỂM SOÁT CHẾ BIẾN GỖ, SẢN XUẤT NỘI THẤT TOÀN CẦU

☀️ Các quy định phát triển bền vững đã thực thi

Chứng chỉ FSC (Forest Stewardship Council) là chứng chỉ được dùng cho các nhà quản lý rừng hay những nhà sản xuất các sản phẩm từ rừng đảm bảo được tiêu chí về phát triển bền vững.



The mark of responsible forestry



Hiệp định VPA/FLEGT là Hiệp định đối tác tự nguyện giữa Việt Nam và EU về thực thi luật lâm nghiệp, quản trị rừng và thương mại lâm sản, có tính chất ràng buộc về mặt pháp lý nhằm mục tiêu cải thiện quản trị rừng và thúc đẩy thương mại gỗ và sản phẩm gỗ hợp pháp từ Việt Nam xuất khẩu vào EU.

Lacey Act là đạo luật cấm buôn bán các loài cây và sản phẩm liên quan có nguồn gốc bất hợp pháp, bao gồm cả gỗ và các sản phẩm gỗ được Quốc hội Hoa Kỳ thông qua vào 22/5/2008.



Quy định nhằm giảm mất rừng và suy thoái rừng (EUDR)



Ngày 17/11/2021 Ủy ban Châu Âu (EC) đề xuất Quy định nhằm giảm mất rừng và suy thoái rừng (EUDR). EUDR cấm các công ty NK vào EU các sản phẩm bất hợp pháp và gây mất rừng và suy thoái rừng. Nền tảng lý giải cho EUDR là trách nhiệm nếu tiêu thụ các sản phẩm nuôi trồng trên đất rừng, lấn rừng, gây mất suy thoái rừng.

Thời điểm mất rừng: Từ 31/12/ 2020.

DN có thời gian chuẩn bị: 18 đến 24 tháng, tùy theo quy mô DN nhập khẩu.

30/12/2024 EU sẽ công bố danh sách các quốc gia/vùng theo từng nhóm rủi ro.

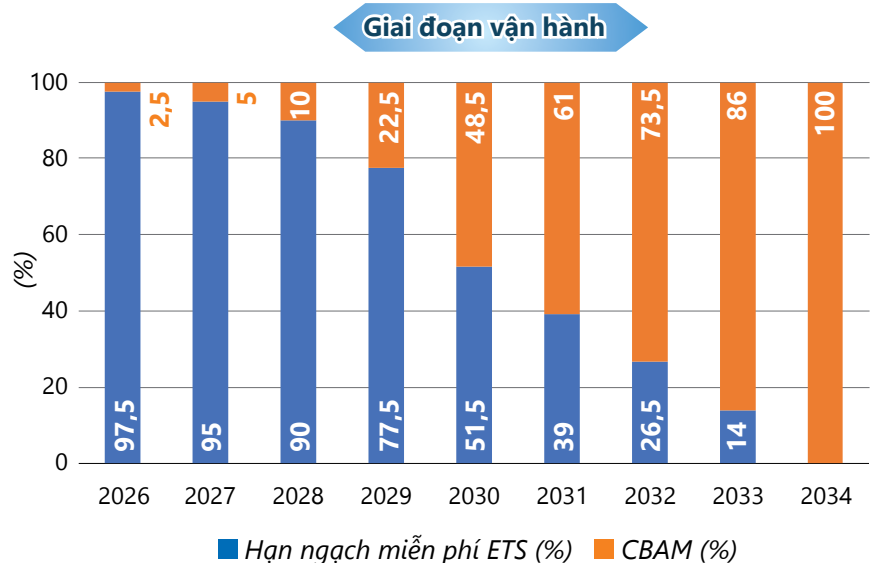
Cơ chế điều chỉnh biên giới carbon CBAM

Ngày 25/4/2023, Hội đồng Liên minh Châu Âu (EU) chấp thuận đề xuất của các thành viên của Nghị viện châu Âu (EP) về việc thực thi Cơ chế điều chỉnh biên giới carbon - CBAM.

Hàng hóa nhập khẩu vào lãnh thổ EU phải chịu thêm chi phí bổ sung theo lượng khí thải carbon. Chi phí bổ sung được mô phỏng theo giá của hệ thống giao dịch phát thải carbon (ETS). Trung bình khoảng 87 euro cho mỗi tấn CO₂.

Mục tiêu khuyến khích các DN sản xuất chuyển sang dạng công nghệ ít phát thải hơn.

Chính thức áp dụng 1/10/2023.



BẮT ĐẦU

Giai đoạn chuyển tiếp

Giai đoạn vận hành

Vận hành toàn bộ

10/2023

CBAM sẽ bắt đầu giai đoạn chuyển tiếp. Nhà nhập khẩu sẽ được yêu cầu tuân thủ các nghĩa vụ báo cáo và không chi phí CBAM.

01/2026

CBAM bắt đầu được dần dần đưa vào song song với việc loại bỏ dần hạn ngạch miễn phí của EU ETS.

2027

Ủy ban châu Âu thực hiện rà soát toàn diện về CBAM.

2034

CBAM chính thức vận hành toàn bộ.

(Đồ họa: TIẾN ĐẠT)

Ngày 5/10/2023,
Chương trình Chứng
thực chứng chỉ rừng -
PEFC đã tổ chức hội thảo
trực tuyến về tiêu chí
đánh giá nhãn bền vững
cho gỗ, các công cụ và
cách tính lượng carbon
lưu trữ trong gỗ.

DÁN NHÃN BỀN VỮNG CHO SẢN PHẨM GỖ



Carbon dioxide được xem là loại khí nhà kính quan trọng nhất, ngoài lượng CO₂ rất lớn trong khí quyển và nguy cơ gây ra tình trạng nóng lên toàn cầu, đây còn là loại khí thải chính trong hoạt động của con người.

Carbon dioxide trong nội thất gỗ

Suốt một thế kỷ qua, con người đã làm nồng độ CO₂ trong khí quyển tăng mạnh và vẫn đang tiếp tục tăng. Hậu quả là nhiệt độ trên toàn cầu đang nóng lên ở một tỷ lệ chưa từng thấy trong 2.000 năm. Trái đất nóng lên là tác nhân chính gây nên khủng hoảng khí hậu: Hạn hán, lũ lụt, nhiệt độ nóng cực đoan, băng tan...

Để giảm nhẹ khủng hoảng khí hậu, chúng ta cần giảm thiểu lượng CO₂ phát thải và cô lập (hấp thụ) CO₂ trong khí quyển. CO₂ có thể được cô lập ở những cây đang sống, thông qua quá trình quang hợp. Rừng là một bể chứa carbon khổng lồ. Nhưng đừng quên lưu trữ carbon chỉ là một trong những hoạt động của hệ sinh thái rừng. Khi gỗ được thu hoạch, carbon vẫn được lưu trữ trong gỗ xẻ và các sản phẩm được làm từ gỗ xẻ. Nó tiếp tục được giữ trong sản phẩm gỗ đến hết vòng đời. Rồi sau đó lại được lưu trữ trong sản phẩm tái sử dụng hoặc tái chế. CO₂ chỉ thoát ra lại môi trường khi gỗ phân hủy hoặc bị đốt.

Do đó, có thể nói nội thất gỗ đóng một vai trò quan trọng trong việc ngăn chặn khủng hoảng khí hậu. Giá trị thị trường nội thất toàn cầu năm 2022 ước tính là 557 tỷ USD, dự kiến sẽ tăng lên khoảng 651 tỷ

USD vào năm 2027. Điều này kết hợp cùng lượng tiêu thụ gỗ trên toàn cầu, dự báo đến năm 2050 sẽ tăng trưởng 37%.

Nếu rừng được quản lý bền vững, chúng ta sẽ có một nguồn cung nguyên liệu thô bền vững, đồng thời có một nguồn lưu trữ carbon quan trọng.

Tại buổi hội thảo trực tuyến về chủ đề carbon lưu trữ trong nội thất gỗ, do PEFC tổ chức vào ngày 5/10/2023, các diễn giả đã giới thiệu về tiêu chí đánh giá nhãn bền vững cho gỗ, các công cụ và cách tính lượng carbon lưu trữ trong gỗ.

Tiêu chí đánh giá bền vững của PEFC

Hubert Inhaizer, một thành viên của PEFC International, đã giới thiệu về PEFC Sustainability Benchmark (Tiêu chuẩn Bền vững của PEFC). Tiêu chuẩn này được thiết kế nhằm thúc đẩy và hỗ trợ hoạt động quản lý rừng bền vững, một hoạt động thiết yếu để khai mở và phát triển tiềm năng của rừng trong việc lưu trữ nhiều carbon hơn, đồng thời hỗ trợ cho các nỗ lực giảm nhẹ biến đổi khí hậu.

PEFC Sustainability Benchmark bao gồm 6 tiêu chí:

1. Duy trì và tăng cường hợp lý tài nguyên rừng cũng như sự đóng góp của chúng vào chu trình carbon toàn cầu.
2. Duy trì sức khỏe và sức sống của hệ sinh thái rừng.
3. Duy trì và khuyến khích những chức năng sản xuất của rừng (gỗ và ngoài gỗ).
4. Duy trì, bảo tồn và tăng cường hợp lý sự đa dạng sinh học trong hệ sinh thái rừng.

5. Duy trì và tăng cường hợp lý những chức năng phòng hộ trong hoạt động quản lý rừng (nhất là đất và nước).

6. Duy trì và tăng cường hợp lý những chức năng và điều kiện kinh tế-xã hội.

Trong đó, tiêu chí 1 và 5 có liên quan trực tiếp đến việc lưu trữ carbon.

Tiêu chí 1 đòi hỏi số lượng và chất lượng tài nguyên rừng, cũng như khả năng lưu trữ và cô lập carbon của rừng phải được bảo vệ không chỉ trong ngắn hạn, không chỉ trong trung hạn mà còn trong dài hạn. Và điều này đang được thực hiện bằng cách cân bằng tỷ lệ thu hoạch và tăng trưởng, sử dụng các biện pháp lâm nghiệp thích hợp. Nó giúp bảo vệ các nguồn dự trữ carbon cực kỳ quan trọng.

Tiêu chí 5 yêu cầu các chức năng phòng hộ của rừng đối với xã hội, chẳng hạn vai trò tiềm năng của chúng trong việc kiểm soát xói mòn, ngăn lũ, lọc nước, điều tiết khí hậu, cô lập carbon, cùng những hoạt động điều tiết và hỗ trợ khác của hệ sinh thái phải được duy trì và củng cố.



Để dàng tính lượng CO₂ trong gỗ với công cụ trực tuyến của PEFC

Phó giáo sư Negro Francesco, Đại học Torino, Ý giới thiệu sổ tay hướng dẫn tính toán lượng CO₂ được cô lập trong sản phẩm gỗ và công cụ tính trực tuyến.

Sổ tay cung cấp cái nhìn tổng quan về khả năng lưu trữ carbon trong gỗ và đồ nội thất làm từ gỗ, với các khái niệm cơ bản và phần giải thích chi tiết phương pháp tính lượng carbon được cố định trong các sản phẩm làm từ gỗ.

Công cụ tính lượng CO₂ trực tuyến của PEFC cho phép tính lượng CO₂ cố định trong các sản phẩm làm từ gỗ theo tiêu chuẩn EN 16449.

Bước đầu tiên, chọn loại sản phẩm: Từ gỗ nguyên khối, ván ép, OSB, ván dăm, MDF, HDF.

Bước hai, nhập mật độ của loại gỗ (có kèm theo bảng giá trị tham khảo trong sổ tay hoặc trong bảng dữ liệu của nhà sản xuất). Dữ liệu tham khảo sẽ cho kết quả ước tính kém chính xác hơn mật độ đo trực tiếp.

Bước ba, nhập chiều dài, chiều rộng, độ dày tính bằng cm của sản phẩm.

Ngoài ra, bạn có thể tính riêng thể tích, bằng đơn vị cm³, của sản phẩm rồi nhập vào ô thể tích (để dễ xử lý các phần không có dạng đa giác, như hình tròn hoặc cong).

Bấm vào "Calculate fixed CO₂" (Tính lượng CO₂ cố định) để xem lượng CO₂ cố định tính bằng kg trong sản phẩm.

Để tính tổng lượng CO₂ cố định trong một món nội thất, cần làm lại phép tính cho từng thành phần rồi cộng các giá trị lại.



CO₂ online calculator

Wood Product

Density(kg/m³)

Width(cm)

Length(cm)

Thickness(cm)

Volume(cm³)

Việc lưu trữ carbon góp phần làm giảm lượng khí thải carbon của các sản phẩm làm từ gỗ, trên thực tế, lượng khí thải này thường thấp hơn so với các sản phẩm thay thế không phải gỗ. Một số món nội thất, đặc biệt là những món đồ làm từ gỗ nguyên khối, có thể tồn tại hơn một trăm năm và do đó đạt đến khoảng thời gian liên quan đến việc bù đắp carbon. Nội thất bằng gỗ có thể dễ dàng tái chế khi hết thời gian sử dụng, để làm ván dăm hoặc pallet

chẳng hạn. Khi hết thời gian sử dụng, nội thất bằng gỗ có thể được lưu trữ tại bãi chôn lấp hoặc đốt để thay thế lượng khí thải từ nhiên liệu hóa thạch.

Cuộc đua đạt mức 0 rờng cho thấy các hành động nhằm cắt giảm lượng khí thải nhà kính xuống mức gần bằng 0 có thể đạt được vào năm 2050. Đây là một bước quan trọng trong việc giải quyết khủng hoảng khí hậu. 📌

(Nguồn: furniture.pefc.org)

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

LEADING THE MARKET FOR 20 YEARS

CSP được thành lập từ năm 2003 chuyên cung cấp các giải pháp CAD/CAM ứng dụng trong may mặc, giày dép, ba lô, túi xách, ô tô, sofa và nội thất như: Giải pháp cắt da thật Thagora, Hệ thống trải cắt Bullmer, Phần mềm thiết kế 2D/3D Optitex và Máy cắt một lớp Ruizhou.

Với kiến thức và kinh nghiệm thực tiễn hơn 20 năm trong ngành mà CSP đã hợp tác và nghiên cứu cùng với các hãng CAD/CAM nổi tiếng trên thế giới, CSP đã và đang mang lại những giải pháp công nghệ cao giúp tăng năng suất, tiết kiệm chi phí và giảm giá thành cho nhà máy.

TP. Hồ Chí Minh:

86 Đường số 10, KDC Cityland ParkHill,
Phường 10, Quận Gò Vấp, Tp. Hồ Chí Minh

Hà Nội:

Lầu 4, Tòa nhà CDS, Số 33, Ngõ 61, Lạc Trung,
Phường Vĩnh Tuy, Quận Hai Bà Trưng, Tp. Hà Nội

Đà Nẵng:

565 Đường Trường Chinh, Phường Hòa Phát,
Huyện Cẩm Lệ, Tp. Đà Nẵng



THAGORA[®]

by LEAR

Giải pháp cắt da thật Thagora là 1 giải pháp toàn diện đến từ Châu Âu bằng việc số hóa hình ảnh con da sử dụng máy scan; đến sắp sơ đồ tự động trên nhiều con da cùng lúc bằng phần mềm GPU; sử dụng máy cắt da tự động hoặc bàn cắt tay sử dụng projector.

OPTITEX

Phần mềm Optitex giải pháp thiết kế rập 2D và mô phỏng mẫu 3D với cùng giao diện thao tác, dễ dàng chỉnh sửa, thúc đẩy nhanh nhất quá trình đưa sản phẩm ra thị trường và tiếp cận với khách hàng.



bullmer

Hệ thống Trải Cắt Vải Tự Động Bullmer 1 giải pháp toàn diện đến từ Đức giúp nhà máy thực hiện quy trình trải vải và cắt vải hoàn toàn tự động, giảm chi phí nhân công, tiết kiệm chi phí nguyên vật liệu, đem lại hiệu suất tối ưu cho sản xuất.

RUIZHOU

Máy cắt da và máy cắt vải 1 lớp cho phòng cắt và phòng may mẫu. Giúp giảm chi phí và tăng hiệu quả làm việc trong phòng mẫu.

DOANH NGHIỆP NỘI THẤT TRƯỚC LÀN SÓNG XANH HÓA



Không chỉ Lacey Act, FSC hay FLEGT... các DN chế biến gỗ sẽ phải đối mặt với hàng loạt các quy định mới, từ CBAM tới EUDR hay mới đây nhất là Chiến lược thương mại xanh của hải quan Mỹ. Công tác sản xuất sẽ phải đảm bảo các tiêu chuẩn khắt khe hơn như đảm bảo truy xuất nguồn gốc, hạn chế phát thải carbon, dùng vật liệu xanh... Đứng trước các quy chuẩn mới, DN chế biến gỗ Việt Nam phải có những bước chuẩn bị rất ráo để có thể thích ứng.



Tháng 8/2023, AkzoNobel, đơn vị cung ứng sơn và các giải pháp bề mặt nhận được đơn hàng từ một doanh nghiệp (DN) chế biến gỗ lớn. Nhà máy cần giải pháp cho bề mặt có hiệu ứng kim khí (mech-effect), có khả năng kháng nước, độ bền cao, nguyên liệu gốc nước, an toàn, thân thiện với môi trường và đặc biệt là giảm thiểu phát thải để có thể phục vụ cho khách hàng phân khúc cao cấp ở Mỹ. "Đây là yêu cầu có tính chất thử thách lớn, để đáp ứng được, đội ngũ kỹ thuật của AkzoNobel phải nghiên cứu hàng tháng trời mới có thể tìm ra giải pháp cho khách hàng", ông Tee Loi Gan, Giám đốc dịch vụ kỹ thuật, đơn vị sơn gỗ, khu vực Nam Á, AkzoNobel nhận xét.

Không đi quá nhanh

Ngoài yêu cầu cao về mặt kỹ thuật, theo ông Gan, đơn hàng này thể hiện tính chuyển đổi của DN xuất khẩu nội thất, trước xu hướng sản xuất xanh. Xuất khẩu nội thất từ lâu đã gắn liền với các mục tiêu bền vững, cụ thể là sử dụng nguồn gốc gỗ hợp pháp,

không chứa các hợp chất gây hại cho sức khỏe... nhưng nhu cầu tiêu dùng bền vững từ phía người dùng lẫn những kiểm soát ngày càng gắt gao hơn từ phía các cơ quan quản lý đang đặt ngành trước những đòi hỏi mới. Mục tiêu tổng thể trong tham vọng khí hậu của EU là tính trung lập về khí hậu vào năm 2050. Do vậy, sản phẩm nhập khẩu vào châu Âu, trong đó có nội thất, không những phải được sản xuất trên đất rừng trồng hợp pháp mà còn gánh trên đó giá trị hàm lượng carbon thải ra trong quá trình sản xuất. "Cùng với đòi hỏi từ phía người dùng đã đề cao tính bền vững hơn trước, các tiêu chuẩn mới đặt ra nhiều thách thức cho DN Việt Nam. Thời gian vẫn còn nhưng nếu không sớm chuẩn bị, nguy cơ mất lợi thế cạnh tranh là hoàn toàn có thật", tiến sĩ Tô Xuân Phúc, Tổ chức Forest Trends, nhận xét.

Trước ví dụ điển hình cho việc mất lợi thế cạnh tranh là sự sụt giảm đột ngột đơn hàng của ngành dệt may về tay đối thủ cạnh tranh là Bangladesh, các DN sản xuất nội thất Việt Nam phần nào đã có những



dè chừng nhất định. Tuy nhiên, cách thức đầu tư và chiến lược chuyển đổi khá thận trọng. Ông Dwayne Wood, Tổng giám đốc Kaiser Việt Nam cho biết từ khi bắt đầu hoạt động tại Việt Nam, Kaiser đã tuân thủ nghiêm ngặt các quy định về môi trường của quốc gia sở tại và đòi hỏi của thị trường nhập khẩu. “Chúng tôi theo đuổi các đòi hỏi phát triển bền vững nhưng không áp lực phải tiên phong mà đầu tư theo nguyên tắc đón đầu. Nghĩa là sẽ tìm kiếm các giải pháp để vượt hơn các đòi hỏi hiện tại của thị trường nhưng cũng không đi quá xa để đảm bảo khoản đầu tư của mình được tối ưu”, ông chia sẻ.

Đối tác xanh, quy trình xanh

Nói về các quy chuẩn mới trong Thỏa thuận xanh châu Âu, ông Dwayne cho biết nhà máy cũng đã có chiến lược phù hợp. Trong đó việc chọn lựa đối tác tương đồng là quan trọng nhất bởi sản xuất nội thất đòi hỏi DN phải quy tụ được một hệ sinh thái với hàng loạt nhà cung cấp, đối tác khác nhau. “Với nhà cung ứng sơn, chúng tôi chọn AkzoNobel, thương hiệu đảm bảo các tiêu chuẩn xanh khắt khe nhất của thị trường thế giới...”, đại diện Kaiser nhận xét.



Theo người điều hành Kaiser, đối tác cung ứng xanh sẽ giúp DN đảm bảo việc “xanh hóa” toàn quy trình sản xuất của các DN nội thất. Đồng quan điểm, ông Tee Loi Gan cho biết với lợi thế của một thương hiệu có quy mô toàn cầu, nhiều nhà sản xuất nội thất sẽ mặc định giới thiệu AkzoNobel tới khách đặt hàng như một “bảo chứng” gắn liền với sự an toàn, thân thiện với môi trường và chất lượng.

Thực tế, AkzoNobel hiện có 4.000 nhà khoa học đang nghiên cứu và làm việc để thích ứng với những thách thức của biến đổi khí hậu trên toàn cầu.

“
ĐỐI TÁC CUNG ỨNG
XANH SẼ GIÚP DN
ĐẢM BẢO VIỆC “XANH
HÓA” TOÀN QUY
TRÌNH SẢN XUẤT CỦA
CÁC DN NỘI THẤT

AkzoNobel tập trung thử nghiệm, cải tiến các quy trình để giảm thiểu chất thải rắn và tiết kiệm năng lượng cũng như các tài nguyên khác. Từ đó thương hiệu này tạo ra một tiêu chuẩn xanh cho các sản phẩm sơn, cung cấp các dòng sơn sinh thái cao cấp và sản phẩm sơn chất lượng cao. Các dòng sơn phủ bề mặt nội thất không nằm ngoài tiêu chuẩn ấy. “Quan trọng là chúng tôi hợp tác với DN sản xuất rất chặt chẽ, tổ chức các buổi đào tạo, huấn luyện về cách sử dụng, cải thiện

hiệu năng để DN có thêm lợi thế cạnh tranh. Như vậy lựa chọn đối tác như AkzoNobel là giải pháp hiệu quả vì vừa đáp ứng những đòi hỏi về chứng nhận quốc tế, vừa được hỗ trợ kỹ thuật để cùng chinh phục các giải pháp sản xuất xanh”, ông Gan nhấn mạnh.



Người đứng đầu mảng sơn nội thất của AkzoNobel cho biết, so với các quốc gia khác như Singapore hay Indonesia, thị trường Việt Nam có đặc thù khác biệt là sự năng động. DN nội thất thường xuyên yêu cầu phải cung ứng mẫu trong thời gian ngắn. Do vậy đội ngũ kỹ thuật của AkzoNobel luôn phải hành động thật nhanh để đáp ứng.

Nhờ chính sách phát triển nhân lực phù hợp, AkzoNobel có được đội ngũ kỹ thuật lành nghề với không ít thành viên đã gắn bó hơn 20 năm. Lợi thế này giúp họ có thể chinh phục được các đòi hỏi không ngừng nâng cao của các DN sản xuất nội thất. Ông Tee Loi Gan dự đoán: “Trong tương lai, với định hướng về phát triển bền vững đã được cam kết cụ thể ở COP26, các chính sách của Chính phủ Việt Nam sẽ tiến dần tới các tiêu chuẩn sản phẩm thân thiện, an toàn cao hơn, DN nội thất phải xanh cả khi xuất khẩu lẫn phục vụ thị trường nội địa. Do vậy, những đòi hỏi từ phía DN sản xuất nội thất sẽ tiếp tục nâng cao hơn nữa”. 📌



HAWAEXPO 2024:

MỘT HỘI CHỢ, BA ĐIỂM ĐẾN

NHÃ UYÊN

HawaExpo 2024 là hội chợ xuất khẩu ngành gỗ được tổ chức liên kết với chuỗi hội chợ ngành gỗ các nước khu vực Đông Nam Á và Trung Quốc. Hội chợ sẽ giới thiệu các nhà sản xuất và nguồn cung ứng ngành nội thất và mỹ nghệ tại Việt Nam, sẵn sàng đáp ứng nhu cầu khách mua hàng trên toàn thế giới.

Mô hình hội chợ đa điểm

HawaExpo 2024, diễn ra từ 6-9/3/2024, với hơn 2.400 gian hàng, trong đó 80% thuộc nhóm doanh nghiệp sản xuất, hội chợ đã từng bước mở rộng danh mục sản phẩm trưng bày, danh mục các nhà triển lãm mới, xứng tầm hội chợ xuất khẩu đồ nội thất lớn nhất Việt Nam và là điểm đến tập hợp nhiều đơn vị sản xuất nhất Đông Nam Á. Đáng chú ý, cũng trong năm tới, dựa trên nhu cầu của khách mua hàng, mô hình triển lãm dạng chuỗi đầu tiên tại Đông Nam Á sẽ được ra mắt. Cụ thể, ba nhóm năng lực chính của ngành: Sản xuất - Thiết kế và sáng tạo - Chuỗi cung ứng hoàn thiện sẽ được quy về ba không gian triển lãm tại HawaExpo 2024: Connect Hall, Create Hall và Craft Hall.

Bước đi này hứa hẹn góp phần mang đến bức tranh toàn cảnh về năng lực của quốc gia xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ thứ 5 thế giới. Đồng thời từng bước tăng cường kết nối cung - cầu, tháo gỡ "công xưởng gia công" cho quốc gia, góp phần gia tăng giá trị xuất khẩu.

Connect Hall - trung tâm của sức mạnh chuỗi cung ứng Việt

Là không gian định hướng thể hiện trọn vẹn năng lực cung ứng quốc gia, Connect Hall được tổ chức tại SECC - TP. Hồ Chí Minh là trung tâm triển lãm lý tưởng nhất cho sự kiện đẳng cấp quốc tế. Connect Hall sẽ quy tụ các thương hiệu xuất khẩu nội thất hàng đầu, các thương hiệu sản xuất nguyên liệu cấp quốc gia đến các đơn vị nguyên liệu phụ trợ, vận tải, kết nối cung ứng cùng loạt dịch vụ liên quan khác... Tại đây, các khu vực "International Pavillion" và các showcase đặc biệt cũng góp phần khắc họa sức sống sôi động của thị trường Việt Nam.





Craft Hall - Trung tâm của năng lực gia công và sản xuất đa quy mô

Là không gian định hướng thể hiện đúng sức mạnh thực tại của mảng sản xuất, ban tổ chức HawaExpo đã quyết định đặt Craft Hall tại WTC, Bình Dương - thủ phủ của các nhà máy, công xưởng. Lựa chọn này giúp rút ngắn thời gian di chuyển trong vòng 5 phút đến thẳng các nhà máy của nhà triển lãm.



Create Hall - Trung tâm của thiết kế nội thất và giải pháp đổi mới, sáng tạo

Là không gian định hướng thể hiện tiềm lực mới của ngành - Thiết kế và sáng tạo, Create Hall hứa hẹn sẽ để lại ấn tượng tốt về năng lực thiết kế nội thất made in Vietnam cho khách tham quan.

White Palace Phạm Văn Đồng, TP. Hồ Chí Minh - công trình Việt Nam duy nhất từng được đề cử tại WAF (giải "Oscar" của ngành kiến trúc thế giới) là "nhà chung" được ban tổ chức "đo ni đóng giày" để góp phần truyền cảm hứng cho cộng đồng đại diện tinh hoa sáng tạo đầu tiên tại hội chợ.

Đến với Create Hall, bữa đại tiệc đầy mãn nhãn của hơn 100 thương hiệu với hàng ngàn thiết kế nội thất độc đáo, các sản phẩm trang trí không gian đương đại, sản phẩm thủ công mỹ nghệ tinh xảo đậm bản sắc địa phương chắc chắn sẽ chiều lòng khách tham quan. Bên cạnh đó, nhóm gian hàng về xu hướng vật liệu xanh, gian hàng giải pháp số hóa liên quan điều hành bởi cộng đồng CIO Việt Nam cũng là các nhân tố thú vị. Xen kẽ giữa 3 ngày triển lãm, hàng loạt showcases theo chủ đề thực hiện bởi đội ngũ giám tuyển chuyên nghiệp; các triển lãm tác phẩm thiết kế đoạt giải quốc gia - quốc tế; workshop của những nghệ nhân từ làng nghề truyền thống cùng với chuỗi hoạt động kết nối; talkshow chuyện nghề với sự góp mặt của hơn 30 chuyên gia sẽ liên tục được cập nhật.

Với sự đầu tư này, Create Hall được kỳ vọng là biểu tượng triển lãm cho lĩnh vực thiết kế nội thất và ứng dụng đổi mới của ngành xuất khẩu khu vực Đông Nam Á, truyền cảm hứng cho thế hệ thiết kế trẻ tự tin thể hiện "chất" riêng.

Đến với Craft Hall có hơn 700 gian hàng với nhiều nhà triển lãm mới, đa dạng quy mô sản xuất. Trong khuôn khổ sự kiện, nhiều showcase trưng bày quy mô lớn với dây chuyền sản xuất hiện đại, các gian hàng tinh tế của xưởng chế tác thủ công. Song song đó, workshop sẽ được dẫn dắt bởi nghệ nhân thủ công lão luyện, cùng nhiều hội thảo riêng cho mảng sản xuất, talkshow giới thiệu công nghệ mới sẽ giúp khách quốc tế đánh giá đúng tầm vóc Việt Nam hiện tại.

Ngoài ra, để khuyến khích các doanh nghiệp trẻ, vừa và nhỏ hội nhập quốc tế, ban tổ chức cũng có chính sách hỗ trợ chi phí gian hàng rất tốt, đến 40% so với chi phí tại SECC.

Với sự "cách tân" mang tính toàn diện, đầu tư liên kết chiến lược với các đơn vị thuộc lĩnh vực du lịch, truyền thông, kết nối cung ứng, mua hàng xuyên biên giới, hỗ trợ miễn phí phương tiện di chuyển qua 3 địa điểm ... HawaExpo 2024 hứa hẹn là đòn bẩy cho các doanh nghiệp tăng tốc sau một năm đầy thách thức vừa qua. 📍



Không ngừng thể nghiệm đa dạng họa tiết, hoa văn trong nghệ thuật thủ công mỹ nghệ, các bộ sưu tập độc quyền ra mắt tại HawaExpo 2024 của VietS chắc chắn đáng chờ đợi

CƠ HỘI LỢI NGƯỢC DÒNG CỦA DOANH NGHIỆP NỘI THẤT

 **BUI UYÊN**

Mặc cho bối cảnh kinh tế còn ảm đạm, hàng loạt thương hiệu sản xuất nội thất và mỹ nghệ đang tích cực chuẩn bị ra mắt các mẫu mã mới, bổ sung phân khúc sản phẩm cạnh tranh và ra mắt thương hiệu cao cấp. Những tín hiệu này cho thấy niềm tin vào tương lai xán lạn của ngành công nghiệp trọng yếu trong cán cân xuất khẩu của Việt Nam.

Chuẩn bị ra mắt thiết kế mới

Đến thăm doanh nghiệp Hồ Nai tại khu công nghiệp 2, Biên Hòa, Đồng Nai trong thời gian này, chúng tôi nhận thấy toàn bộ dây chuyền sản xuất vẫn hoạt động, không có dấu hiệu của bất cứ sự cắt giảm.

Với tầm nhìn dài hạn và kinh nghiệm hơn 20 năm trên thị trường Việt Nam, Hồ Nai hiện vẫn duy trì đầu tư làm mẫu và cập nhật các sản phẩm mới theo thị hiếu thị trường châu Âu với đường nét thanh lịch và có khả năng tháo rời.

Hồ Nai đang tích cực hoàn tất sản phẩm mới đa dạng màu sắc và họa tiết đáp ứng nhu cầu khách tại hội chợ HawaExpo 2024



Đồng thời, doanh nghiệp cũng hướng đến đa dạng hóa bảng màu nội thất, bám sát xu hướng bán lẻ trên thế giới. Ngoài xuất khẩu với bạn hàng quen thuộc, năm 2024, doanh nghiệp cũng dành riêng nhóm sản phẩm mới để trưng bày tại hội chợ xuất khẩu nội thất lớn nhất Việt Nam - HawaExpo 2024. Giám đốc Michael Gunther chia sẻ, với quy mô và sự đầu tư ấn tượng, Hồ Nai tin rằng đây là điểm đến lý tưởng để khách hàng tìm đối tác mới tại Việt Nam.

Bên cạnh mảng nội thất, các doanh nghiệp xuất khẩu đồ thủ công mỹ nghệ cũng đang tích cực phát triển nhiều bộ sưu tập để trình làng năm 2024. Đơn cử tại VietS, đội ngũ thiết kế đang liên tục hoàn thiện các sản phẩm thủ công với họa tiết thời thượng và đa dạng hình dáng theo công năng. Loạt hàng này sẽ theo VietS góp mặt tại hội chợ Ambiente ở thành phố Frankfurt của Đức vào tháng 1/2024. Đặc biệt, bà Hồng Quang - Giám đốc điều hành của thương hiệu cũng tự hào chia sẻ: "Dù quảng bá nhiều mẫu mã ở thị trường quốc tế, chúng tôi vẫn ưu tiên các bộ sưu tập độc quyền cho những sự kiện giao thương tại sân nhà như HawaExpo 2024 để góp sức với ban tổ chức, thể hiện giá trị và niềm tự hào của sản phẩm made in Vietnam".

Thêm phân khúc để “nhảy cùng điệu” với bối cảnh thị trường

Cùng thời điểm, thương hiệu Moho thuộc Công ty Savimex vừa cho ra bộ sưu tập mới mang tên Grenaa nhằm thích ứng với xu hướng tiêu dùng hiện tại. Grenaa thuộc chiến lược mở rộng phân khúc bình dân hơn, đáp ứng mức chi tiêu theo bối cảnh kinh tế nhưng vẫn duy trì chất lượng, tính thẩm mỹ đặc trưng của Moho.

Đội ngũ thiết kế và sản xuất của Moho chuẩn bị cho màn trình diễn tại HawaExpo 2024



Nhiều mẫu ngoại thất mới của Fine Scandinavia sẽ ra mắt ở HawaExpo 2024

“Nhằm cung cấp cho các đối tác quốc tế thêm lựa chọn linh hoạt với nhu cầu chi tiêu toàn cầu, Moho cũng nghiên cứu để ra mắt các bộ sưu tập thiết kế mới, mang hơi thở thẩm mỹ thanh lịch với mức giá kinh tế hơn. Tại hội chợ HawaExpo 2024, sự xuất hiện của các dòng sản phẩm mới này hi vọng thể hiện thiện chí đồng hành và năng lực đáp ứng đa dạng của Moho” - Ông Lim Hong Jin, Tổng giám đốc Công ty CP Hợp tác Kinh tế và Xuất nhập khẩu Savimex chia sẻ thêm.

Thương hiệu Fine Scandinavia cũng hé lộ sẽ ra mắt dòng ngoại thất mới với đủ dạng sản phẩm lè màu sắc ấn tượng phục vụ nhu cầu khách quốc tế vào năm 2024. Các sản phẩm này sẽ đồng loạt ra mắt ở hội chợ HawaExpo 2024 trong không gian phóng khoáng, duy mỹ.

Allingham Home cũng tiết lộ hình ảnh của các set sofa sang trọng, ứng dụng chất liệu vải thời thượng, đầy tinh tế cho không gian sống sẽ được ra mắt tại gian hàng ở Connect Hall, thuộc chuỗi hội chợ HawaExpo từ 6-9/3/2024.

Ra mắt thương hiệu mới, hội tụ tinh hoa

Với những tín hiệu ổn định của thị trường tiêu dùng xa xỉ và tầm nhìn lạc quan trong năm tới, Asahi M&A Industry Vietnam, đơn vị quản lý thương hiệu Asahi Furniture vừa hé lộ sẽ ra mắt thương hiệu mới mang tên Orientale vào đầu năm 2024. Ông Komatsu Toru - Giám đốc điều hành Asahi M&A Industry Vietnam cho biết Orientale là thành quả của sự kết hợp cùng Cerubo - một thương hiệu sản xuất nội thất danh tiếng cùng quốc tịch Nhật Bản.

Ghế Elegance cùng nhiều bộ sofa sang trọng sẽ góp mặt tại gian hàng Asahi



Theo đó, Orientale sẽ kế thừa quy trình quản lý chất lượng từ nguyên liệu đến thành phẩm hàng đầu thế giới, khả năng hoàn thiện các sản phẩm nội thất với độ khó cao của Asahi và nền tảng công nghệ tiên tiến trong khâu sản xuất, kỹ năng thủ công truyền thống Nhật Bản của Cerubo. Cùng với kỹ năng thủ công xuất sắc của người Việt, khối óc của nhà thiết kế tài ba người Nhật, thương hiệu mới được kỳ vọng sẽ trở thành biểu tượng xuất sắc, đại diện cho tinh hoa nội thất châu Á trên thị trường châu Âu và Mỹ. Tham gia triển lãm tại Hội chợ xuất khẩu đồ gỗ và nội thất lớn nhất Việt Nam, thương hiệu Orientale được kỳ vọng mở ra nhiều cơ hội hợp tác triển vọng.

Đồng thời, dòng ghế Elegance 2,1kg với kết cấu gỗ tần bì 3 lớp trừ danh, cùng nhiều bộ sản phẩm sofa sang trọng mới thuộc dòng Bridge, Elegance cũng sẽ góp mặt tại gian hàng Asahi. 📌



ĐIỂM SÁNG ẤN ĐỘ

QUỐC UY

Trong khi xuất khẩu sang thị trường truyền thống như Mỹ, EU... sụt giảm mạnh thì thị trường Ấn Độ đang nổi lên như một điểm sáng với mức tăng trưởng ấn tượng. Cơ hội cho doanh nghiệp Việt ở thị trường này tiếp tục rộng mở những tháng cuối năm.

Nắm giữ cơ hội lớn

Theo thống kê từ Tổng cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ tới thị trường Ấn Độ trong 8 tháng đầu năm 2023 đã đạt 64,9 triệu USD, tăng 265,8% so với cùng kỳ năm 2022. Trong đó, gỗ ván và ván sàn là mặt hàng xuất khẩu chính. Trong 7 tháng đầu năm 2023, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này tới Ấn Độ đạt 51,13 triệu USD, tăng 250,9% so với cùng kỳ năm 2022, chiếm 81,7% tổng kim ngạch xuất khẩu.

Tương tự, ở mặt hàng đồ nội thất bằng gỗ, Việt Nam cũng là quốc gia giữ kim ngạch xuất khẩu lớn thứ hai sang thị trường Ấn Độ, đạt 7,2 triệu USD, tăng 17,6% so với cùng kỳ năm 2022. Theo Bộ Thương mại và Công nghiệp Ấn Độ, cũng như các quốc gia khác, nhu cầu nhập khẩu đồ nội thất bằng gỗ của Ấn Độ cũng có xu hướng giảm từ đầu năm 2023. Cụ thể, trong 6 tháng đầu năm 2023, nhập khẩu đồ nội thất bằng gỗ của Ấn Độ đạt 71,8 triệu USD, giảm 33,2% so với cùng kỳ năm 2022. Các thị trường cung cấp chính cho Ấn Độ trước đây như Trung Quốc, Malaysia, Sri Lanka... đều giảm tỷ trọng.

Tuy nhiên, Singapore, Indonesia, Việt Nam... lại tăng xuất khẩu nội thất vào thị trường này. Nguyên nhân là vì các doanh nhân Ấn Độ thời gian qua nỗ lực tìm kiếm thêm nguồn cung mới, tạo thêm lựa chọn cho khách hàng. Ông Huzefa Samplewala - Chủ tịch Hiệp hội Nội thất Ấn Độ (AFMT) cho biết Việt Nam nắm giữ cơ hội lớn xuất khẩu nội thất vào Ấn Độ nhờ trình độ sản xuất cao, có khả năng đáp ứng nhu cầu đơn hàng từ trung đến cao cấp. Hiện Ấn Độ chưa phải là thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam, kim ngạch nhập khẩu chưa cao, chủng loại chưa nhiều và chưa có những đơn hàng lớn, dài hạn nhưng trong tương lai, tỉ trọng xuất khẩu nội thất từ Việt Nam sang Ấn chắc chắn sẽ tăng, đặc biệt là ở mặt hàng nội thất bằng gỗ.

Tăng trưởng cao

Thị trường nội thất Ấn Độ trị giá 16 tỷ USD và dự kiến sẽ tăng gấp đôi vào 2027, chưa đầy 5 năm tới đây. Theo Oxford Economics, năm 2020, ngành bán lẻ tại Ấn có trị giá 883 tỷ USD và dự kiến tăng tới 1.300

tỷ USD năm 2024, trở thành thị trường lớn thứ ba thế giới. Trong đó nội thất gia dụng chiếm 60% thị trường, đáng nói, khoảng 50% thuộc về Home Décor. Riêng với nội thất làm việc tại nhà, dự kiến sẽ đạt 3,49 tỷ USD vào 2026.

Bộ Thương mại và Công nghiệp Ấn Độ thống kê trong nửa đầu năm 2023, trị giá nhập khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của nước này đạt 1,02 tỷ USD, tăng 0,3% so với cùng kỳ năm 2022. Các mặt hàng chính Ấn Độ nhập khẩu (bao gồm mã HS 4403, 4407, 4408, 4412, 4418, 4421) chiếm 94% tổng trị giá nhập khẩu gỗ và sản phẩm gỗ. Dù tốc độ tăng trưởng rất cao nhưng xét về giá trị, Ấn Độ nhập khẩu từ Việt Nam chỉ chiếm 1,4% tổng trị giá nhập khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Ấn Độ.

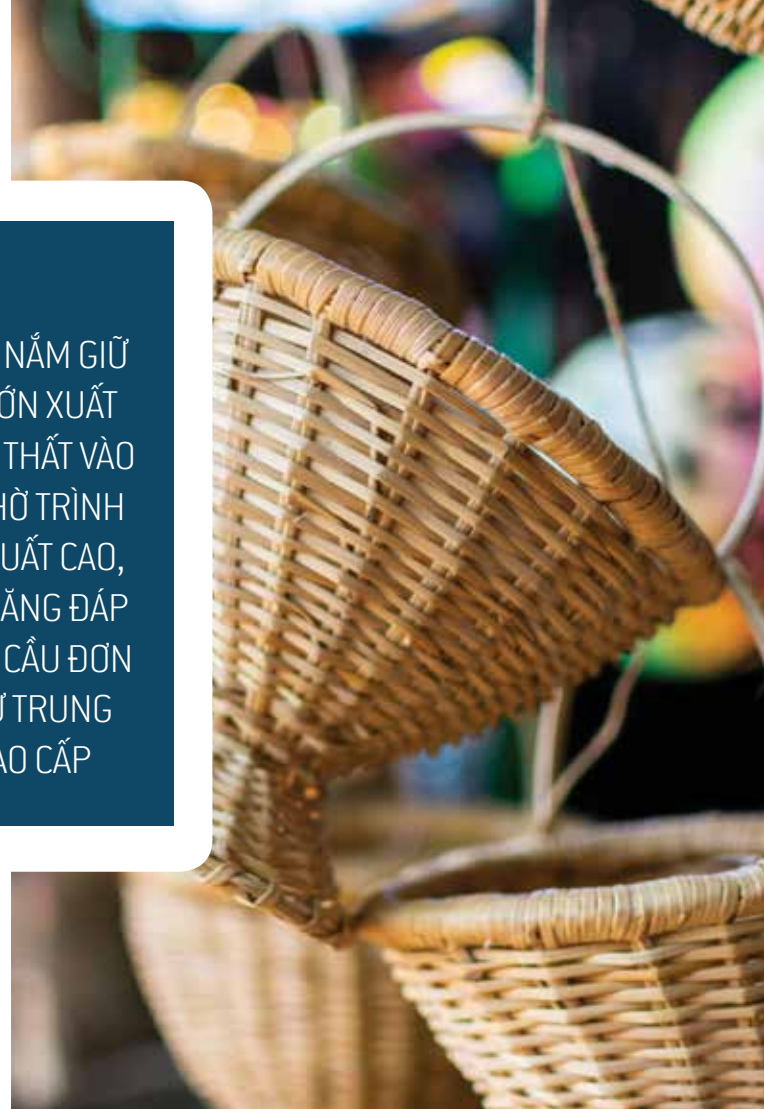
Bên cạnh vị trí địa lý thuận lợi trong khâu vận chuyển, hiện Ấn Độ hoàn toàn không áp thuế với nội thất nhập khẩu từ Việt Nam. Lợi thế này mở đường cho nội thất Việt thâm nhập sâu hơn vào thị trường đông dân nhất thế giới. “Dư địa cho các doanh nghiệp (DN) nội thất Việt Nam ở thị trường Ấn Độ là rất lớn”, ông Đỗ Duy Khánh, Tham tán Thương mại Việt Nam tại Ấn Độ nhận xét.

Theo ông Khánh, dù tiềm năng tăng trưởng cao nhưng thị trường Ấn

Độ cũng có những đòi hỏi buộc DN nội thất Việt Nam phải cẩn trọng tìm hiểu thông tin, đánh giá nhu cầu về sản phẩm và hàng loạt yêu cầu về môi trường, quy chuẩn chất lượng... Do đó, DN cần nghiêm túc đầu tư, ứng dụng công nghệ để gia tăng lợi thế cạnh tranh.

“

VIỆT NAM NẮM GIỮ CƠ HỘI LỚN XUẤT KHẨU NỘI THẤT VÀO ẤN ĐỘ NHỜ TRÌNH ĐỘ SẢN XUẤT CAO, CÓ KHẢ NĂNG ĐÁP ỨNG NHU CẦU ĐƠN HÀNG TỪ TRUNG ĐẾN CAO CẤP



Không chỉ yêu cầu chất lượng cao, thị trường Ấn Độ còn cần sự phong phú trong thiết kế. Theo ông Chinta Parekh, nhà mua hàng đến từ Ấn Độ, nguyên nhân là mỗi bang của Ấn đều có bản sắc riêng, đòi hỏi DN phải có khả năng linh hoạt trong thiết kế lẫn sản xuất mới đáp ứng được nhu cầu người dùng.

Bên cạnh đó, trong xu hướng tiêu dùng xanh, khách hàng Ấn Độ cũng đòi hỏi các tiêu chuẩn an toàn, bền vững ở sản phẩm nội thất đã, đang và sẽ áp dụng ở các quốc gia tiên tiến như Mỹ và châu Âu... “Muốn tham gia thị trường, DN Việt Nam phải đáp ứng được đầy đủ các tiêu chuẩn nội thất xanh”, ông Shailesh Patel, CEO Surani Interior, đơn vị cung ứng gỗ nhân tạo hàng đầu Ấn Độ tư vấn. 📌





**Bà Nguyễn Thị Tường Vi -
Trưởng văn phòng đại diện ARISE tại Việt Nam:**

MỞ LỐI RA BIỂN LỚN

 **HẢI KHÔI thực hiện**

Đánh giá cao khả năng thích ứng của các doanh nghiệp (DN) chế biến gỗ Việt Nam, đại diện ARISE cho rằng việc đầu tư trực tiếp ra nước ngoài cũng là một giải pháp hợp lý.

*** Chế biến gỗ Việt Nam được xem là ngành đóng góp lớn cho thu nhập quốc gia. Theo quan sát của bà, tiềm năng phát triển của ngành thế nào?**

- Gỗ và sản phẩm từ gỗ là một trong những mặt hàng xuất khẩu quan trọng của Việt Nam. Tiềm năng của ngành nội thất trong 5-10 năm tới được đánh giá rất cao với mức tăng trưởng kép ước tính ở 15,4%/năm. Thị trường xuất khẩu cũng mở rộng với những cơ hội mới tại Trung Đông. Thời gian tới, áp lực từ các yêu cầu về tiêu chuẩn môi trường quốc tế, như việc giảm thiểu lượng khí thải carbon, đặt ra nhu cầu cho ngành gỗ Việt Nam phải thích nghi, nâng cao chất lượng và cạnh tranh hơn.

*** Theo bà, mức sụt giảm này có lâu dài ?**

- Mặc dù đã có sự tăng trưởng so với tháng trước, các nhà phân tích cho rằng năm 2023 ngành gỗ vẫn đang ở trong tình trạng khó khăn. Nguyên nhân chủ yếu đến từ nhu cầu thị trường Mỹ và EU. Nhiều dự báo cho thấy các công ty ngành gỗ sẽ phục hồi vào năm 2024. Tuy nhiên, với sự linh hoạt, đổi mới và biết nắm bắt cơ hội, ngành này hoàn toàn có khả năng đứng vững trước sóng gió và tiến xa hơn trên bức tranh kinh tế toàn cầu. Chúng ta may mắn hoạt động trong một ngành đầy triển vọng nên khi khó khăn tuyệt đối không được mất hy vọng.

*** Bên cạnh câu chuyện xuất khẩu sản phẩm, bà đánh giá thế nào về khả năng trực tiếp đầu tư ra nước ngoài của DN Việt Nam ?**

- Ngành gỗ đang đối diện với những biến động của thị trường toàn cầu, đồng thời cũng mở ra cơ hội cho các DN có chiến lược thích ứng tốt. Một số "luật chơi" mới đòi hỏi tính bền vững trong sản phẩm nội thất. Điều này càng trở nên quan trọng khi ngành gỗ Việt Nam sắp đối mặt với Cơ chế điều chỉnh biên giới carbon của Liên minh Châu Âu. EU sẽ đánh thuế carbon đối với tất cả hàng hóa nhập khẩu vào thị trường các nước thuộc liên minh.

Với năng lực quản trị và điều hành của các DN Việt Nam, theo tôi, việc đầu tư trực tiếp ra nước ngoài cũng là một giải pháp hợp lý khi mà nguồn cung gỗ nguyên liệu trong nước chủ yếu là gỗ kích thước nhỏ, không phù hợp để chế biến đồ nội thất và chi phí nhân công ngày một cao. Là một trong 5 quốc gia hàng đầu xuất khẩu đồ nội thất của thế giới, DN Việt hoàn toàn có thể bước chân ra biển lớn theo một cách khác.

Nếu nhìn về Tây Phi sẽ thấy khu vực này đang có nguồn nguyên liệu thô và giá lao động thấp, giúp DN giảm được chi phí. Khu vực này cũng được hưởng lợi thế FTA, đặc biệt từ Mỹ và châu Âu, để tối ưu hóa chi phí và giành thêm thị phần.

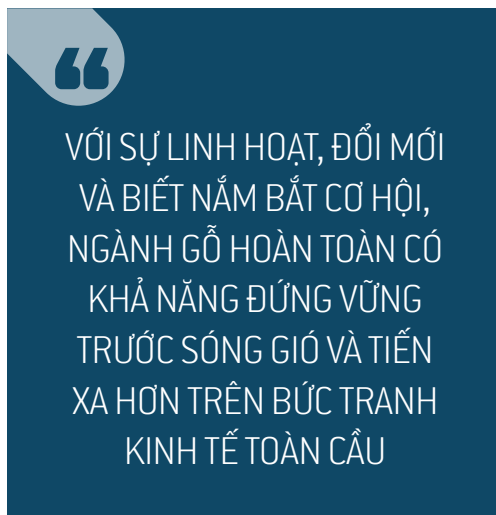
*** Cụ thể, những lợi ích lớn khi đầu tư ngành gỗ tại Tây Phi thế nào?**

- Châu Phi với diện tích rộng lớn và sự đa dạng về văn hóa đang trở thành một thị trường mới mẻ thu hút sự quan tâm của cả thế giới. Không chỉ là một điểm đến du lịch phong phú, châu Phi còn là một khu vực kinh tế với tiềm năng tăng trưởng mạnh mẽ. Dân số châu Phi trẻ và đông đúc, tạo ra một lực lượng lao động dồi dào và một thị trường tiêu dùng lớn có giá cả cạnh tranh.

Châu Phi có vị trí địa lý thuận lợi giữa hai thị trường lớn là Mỹ và châu Âu. Điều này giúp tiết kiệm chi phí và thời gian vận chuyển. Các nhà sản xuất gỗ có thể dễ dàng thu mua nguyên liệu chất lượng cao, có chứng chỉ hợp pháp.

Mục tiêu là tạo ra một môi trường kinh doanh thuận lợi, đảm bảo mọi hoạt động diễn ra theo hướng bền vững, phù hợp với chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của từng quốc gia. Sự hợp tác này không chỉ mang lại lợi ích cho ARISE và các DN hoạt động trong KCN, mà còn giúp thúc đẩy sự phát triển của ngành công nghiệp chế biến gỗ tại Tây Phi. Thông qua cơ chế hỗ trợ, thuế ưu đãi và cả việc cung cấp nguồn nguyên liệu gỗ dồi dào, các KCN của ARISE trở thành điểm đến lý tưởng cho nhiều DN muốn mở rộng và phát triển.

*** ARISE có những hỗ trợ cụ thể nào cho DN khi tiếp cận thị trường này?**



Một số quốc gia châu Phi có các chính sách thuế ưu đãi nhằm thu hút đầu tư nước ngoài. Những ưu đãi này không chỉ giảm thiểu gánh nặng tài chính cho các DN mà còn tạo ra môi trường kinh doanh thuận lợi. Các quốc gia ở châu lục này đang trải qua sự tăng trưởng ấn tượng, tạo nên một lớp trung lưu mới với nhu cầu tiêu thụ cao. Cơ hội phục vụ thị trường bản địa khá tiềm năng. Tuy nhiên, để thâm nhập và phát triển ổn định tại thị trường này, các DN cần trang bị kiến thức sâu rộng về văn hóa, chính trị và pháp luật của từng quốc gia, cũng như xây dựng một chiến lược kinh doanh linh hoạt, sáng tạo và phù hợp với điều kiện thực tế của thị trường.

*** Chính sách hỗ trợ DN ở các quốc gia này có thuận lợi?**

- ARISE là một trong những đơn vị phát triển khu công nghiệp (KCN) hàng đầu, chúng tôi luôn chú trọng hợp tác chặt chẽ với Chính phủ các nước khi đầu tư và triển khai các KCN tại Tây Phi. Ví dụ như KCN GSEZ ở Gabon, GDIZ ở Benin, PIA ở Togo.

- ARISE không chỉ xây dựng cơ sở hạ tầng, mà còn hỗ trợ marketing và tìm các đơn vị phân phối sản phẩm trong và ngoài KCN. Thông qua việc phát triển một KCN chuyên ngành gỗ, chúng tôi đã tạo ra một điểm nhấn đáng chú ý trên bản đồ kinh tế của châu Phi. Với hơn 144 công ty đến từ 19 quốc gia khác nhau, KCN này không chỉ đa dạng về quốc tịch mà còn phong phú về lĩnh vực hoạt động. Tổng thể có 22 lĩnh vực công nghiệp hoạt động trong KCN này, tạo nên một hệ sinh thái phong phú, từ sản xuất, chế biến đến logistics và dịch vụ hỗ trợ. Năm 2022, đã có hơn 25.200 container TEUS sản phẩm gỗ được xuất khẩu từ đây.

Thành công của KCN chuyên ngành gỗ do ARISE phát triển không chỉ đóng góp vào sự phát triển kinh tế của Congo mà còn tạo ra một mô hình cho nhiều quốc gia khác tại châu Phi. Việc kết hợp giữa việc tận dụng lợi thế nguồn nguyên liệu tự nhiên và hạ tầng, dịch vụ hỗ trợ hiện đại đã tạo ra một bức tranh kinh tế đầy màu sắc và tiềm năng.

*** Xin cảm ơn bà!** 🙏

**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>



ĐẦU TƯ NHÀ MÁY VÁN ÉP TẠI GABON



Sản xuất ván ép từ gỗ Okoume cao cấp
đạt lợi nhuận cao

100% Ván ép Okoume

***23% ROI**
trong 3-5 năm

CƠ HỘI GIỚI HẠN

Chỉ có một nhà máy có sẵn!

GSEZ CÓ GÌ CHO BẠN?

ĐÂY LÀ LÝ DO TẠI SAO NHÀ ĐẦU TƯ NÊN CHỌN GSEZ



Đảm bảo có
5-7ha đất với
nhà xưởng xây sẵn
sử dụng ngay



Đơn hàng xuất khẩu sẵn sàng
với Hợp đồng từ Bên mua
từ Hoa Kỳ và Châu Âu với nhiều
cơ hội xuất khẩu hấp dẫn



Tận dụng
nguồn cung cấp
Gỗ Okoume
đồi dào và ổn định



Gỗ đạt
chứng nhận FSG
để đảm bảo ván ép
đạt tiêu chuẩn quốc tế



Hỗ trợ
nguyên vật liệu
để đáp ứng
nhu cầu sản xuất



HỆ THỐNG THUẾ ĐỘC ĐÁO

0% Thuế thu nhập
Thuế tài sản
Thuế dịch vụ

100% hoàn vốn
và thu lợi nhuận

Miễn thuế VAT
Miễn thuế hải quan
đối với thiết bị
và nguyên vật liệu
nhập khẩu



Nhưng đó không phải là tất cả!

CHÚNG TÔI CUNG CẤP TẤT CẢ CÁC NGUYÊN VẬT LIỆU HỖ TRỢ SẢN XUẤT



**80.000
CBM**

lớp mặt ốp gỗ
đáp ứng nhu cầu
sản xuất ván ép



**NGUỒN KEO
DỒI DÀO**

với chuỗi cung ứng
đáng tin cậy



**12.000-15.000
CBM**

lõi gỗ từ
nhà sản xuất ván ép



**TIẾP CẬN GỖ
NGUYÊN LIỆU TẠI CHỖ**

GỖ OKOUME có sẵn để
hỗ trợ thêm cho
quá trình sản xuất



30

Nhà sản xuất
ván ép
tại Khu công nghiệp

**Đầu tư vào Sản xuất ván ép tại Gabon ngay hôm nay
và mở khóa con đường thành công!**

Tại sao chọn Gabon?

Các lý do thuyết phục:

- 👉 Nền kinh tế lớn thứ 2 trong khu vực CEMAC
- 👉 Xếp thứ 2 về chỉ số phát triển con người của UNDP
- 👉 Dự báo tăng trưởng 6% trong 5 năm tới
- 👉 Rừng tự nhiên và chủng loại gỗ phong phú
- 👉 Quốc gia an toàn và ổn định nhất
- 👉 Nhà sản xuất và xuất khẩu ván lạng nhiệt đới hàng đầu tại Châu Phi

Đặc khu kinh tế Gabon (GSEZ)

Cửa ngõ dẫn đến thành công của nhà đầu tư

- 👉 Liên doanh hợp tác công tư giữa chính phủ Gabon và ARISE IIP
- 👉 Hơn 144 công ty trong Khu công nghiệp
- 👉 Môi trường thân thiện với nhà đầu tư và ưu đãi thuế
- 👉 Cơ sở hạ tầng hiện đại với nhiều lựa chọn đi vào khu công nghiệp: đường bộ, cầu cảng, đường sắt,...
- 👉 Một bến container (1.500 TEUs) và một bến sông đảm bảo hàng hoá ra vào hiệu quả.
- 👉 Một bãi chứa gỗ dành cho các khách hàng của ARISE hoạt động trong lĩnh vực gỗ công nghiệp với nhật ký lưu trữ.

Cảng biển Owendo
40km

Cảng hàng không
30km



Được FDI Intelligence-Financial Times xếp hạng KCN tốt nhất thế giới năm 2020.

Khu công nghiệp được chứng nhận trung hòa carbon đầu tiên ở Châu Phi.



Một số nhà đầu tư trong khu công nghiệp của ARISE bao gồm các công ty nổi tiếng toàn cầu như:



Ms. Vi Nguyễn - (+84) 93 8410014 - vi.nguyen@arisenet.com
Website: <https://ariseiipvn.com>





Khách tại Vietnam Wood 2023 dành nhiều sự quan tâm cho gỗ Canada

BƯỚC ĐI MỚI CỦA GỖ MỀM

 NGUYỄN MINH

Vân mịn, màu sắc sáng đẹp, thớ chắc, dễ chế tác và gia công, thuận lợi lắp đặt và vận chuyển... là những thế mạnh giúp gỗ mềm có thể chinh phục được các doanh nghiệp chế biến đồ gỗ nội, ngoại thất.

Biến chuyển mới

"Cùng với sự thay đổi trong xu hướng tiêu dùng nội thất, hai năm trở lại đây, gỗ mềm được các doanh nghiệp (DN) chế biến gỗ ưa chuộng nhiều hơn hẳn", ông Peter Bradfield, chuyên gia tư vấn kỹ thuật gỗ đến từ Canada nhận xét. Đây là một biến chuyển nhiều bất ngờ của thị trường bởi gỗ cứng vốn luôn là lựa chọn ưu tiên của các nhà sản xuất nội thất.

Theo chuyên gia này, gỗ cứng đẹp, độ bền cao, có khả năng chống mối mọt, thích hợp thiết kế nội thất. Tuy nhiên, do thời gian sinh trưởng khá lâu nên hiện nay nguồn cung gỗ cứng hợp pháp không được tăng trưởng tốt như trước. Trong khi đó, gỗ mềm vẫn đảm bảo các điểm mạnh cần thiết mà khách hàng mua đồ nội thất cần như: tông màu sáng, vân phong phú, độ bền cao..., đặc biệt có sản lượng nhiều hơn gỗ cứng. Trong sản xuất, thao tác trên gỗ mềm dễ dàng hơn so với gỗ cứng. Nguyên liệu này không những dễ uốn cong để định hình mà còn dễ "ăn" màu, "ăn" keo nên có thể đáp ứng được các thiết kế phục vụ người trẻ. "Vì dễ thao tác nên thời gian gia công sản phẩm cũng được rút ngắn, giúp giảm chi phí sản xuất, tạo lợi thế cạnh tranh cho DN", ông Peter Bradfield nhận xét.

Gỗ mềm được thu hoạch từ các loài cây thuộc họ hạt trần, cây lá kim điển hình như cây họ thông, tuyết tùng, linh sam, vân sam, bách vàng... Chủ yếu được cung ứng từ khu vực Bắc Mỹ, nơi có chính sách phát triển rừng bền vững nên tính hợp pháp của gỗ mềm khá cao, đáp ứng các tiêu chuẩn bền vững của các thị trường nhập khẩu nội thất khó tính cũng như đảm bảo xu hướng tiêu dùng thông minh, bền vững mà người trẻ hướng tới. Điển hình là chính sách quản lý rừng bền vững tại Canada.

Theo ông Trần Thanh Vẹn - Giám đốc quốc gia Canadian Wood, một phần của Forestry Innovation Investment (FII), tỉnh bang British Columbia, Canada: Chiến lược phát triển lâm nghiệp ở Canada khá đặc biệt với tầm nhìn phát triển môi trường hơn 200



Những khu rừng đạt chứng nhận quản lý bền vững với nguồn gỗ chất lượng ở tỉnh bang British Columbia, Canada

“

CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN LÂM NGHIỆP Ở CANADA KHÁ ĐẶC BIỆT VỚI TẦM NHÌN PHÁT TRIỂN MÔI TRƯỜNG HƠN 200 NĂM, ĐƯỢC HOẠCH ĐỊNH CỤ THỂ TỪ RẤT LÂU TRƯỚC ĐÂY, NÊN TỶ LỆ PHÁ RỪNG HIỆN CHỈ 0,02%

năm, được hoạch định cụ thể từ rất lâu trước đây, nên tỷ lệ phá rừng hiện chỉ 0,02%. Chỉ riêng tại British Columbia, đã có 200 triệu cây mới được trồng mỗi năm. Theo đuổi mục tiêu lâm nghiệp bền vững giúp quốc gia này trở thành nhà cung ứng nguyên liệu gỗ hàng đầu thế giới. Hiện Mỹ là quốc gia nhập khẩu nhiều nhất gỗ Canada. “Gỗ Canada vân mịn, thớ chắc, cho độ bền cao. Cấp độ gỗ đa dạng nên đa dụng, từ chế tạo nội thất đến nguyên liệu xây dựng, xây nhà cao tầng bằng gỗ”, chuyên gia tư vấn Peter Bradfield nhận định.

Cho gỗ thăng hoa

Năm 2022, xuất khẩu gỗ xẻ của Canada đạt 33,6 triệu m³, giá trị xuất khẩu 10,8 tỷ USD. Là một trong những quốc gia xuất khẩu gỗ hàng đầu, đất nước lá phong có chương trình xúc tiến thương mại cho gỗ nguyên liệu khá ấn tượng.

Theo ông Trần Thanh Ven, Canada làm rất tốt công tác kết nối DN với nguồn cung ứng. 5 năm trở lại đây, Canadian Wood đã tiến hành tổ chức hàng loạt hội thảo chuyên ngành chia sẻ ưu điểm thẩm mỹ, công dụng của các loại gỗ Canada nhằm tiếp cận các DN xuất khẩu sang thị trường Mỹ, châu Âu; giới thiệu những chủng loại gỗ phù hợp với đặc trưng của từng thị trường để DN có nhiều lựa chọn. Đồng thời, tư vấn cách thức áp dụng hiệu quả những loại gỗ này vào từng dòng sản phẩm phù hợp cho các nhà thiết kế

trong nước. Ông tiết lộ: “DN xuất khẩu đón nhận tốt nhưng tiềm năng cũng không ít ở khối DN sản xuất nội thất nội địa. Chúng tôi đã bắt đầu nghiên cứu để tiếp cận khối DN trong nước”.

Ngoài ra, tổ chức này còn triển khai chương trình dùng thử gỗ Canada, cung cấp mẫu gỗ nổi tiếng như: Độc cần bờ Tây, linh sam Douglas, vân sam - thông - linh sam (nhóm SPF), tuyết tùng đỏ bờ Tây và bách vàng... để nhà máy dùng thử và nhận thấy rõ hơn các đặc tính,

lợi ích, ưu điểm của gỗ mềm Canada khi áp dụng vào sản xuất đồ nội, ngoại thất. “Canadian Wood có đội ngũ chuyên gia hỗ trợ kỹ thuật sát theo các nhà máy, bao gồm tư vấn chọn lựa chủng loại gỗ phù hợp với loại sản phẩm, cách thức thi công và kiểm soát chất lượng hoàn thiện, góp phần giúp nhà máy nâng cao hiệu quả chi phí, đa dạng hóa lựa chọn cho khách hàng của họ”, ông Ven nói.

Năm 2022, Việt Nam nhập khẩu lượng gỗ nguyên liệu trị giá hơn 3 tỷ USD từ 109 quốc gia và vùng lãnh thổ khác nhau, bao gồm 6,36 triệu m³ gỗ tròn và gỗ xẻ quy tròn. Cùng năm, theo cơ sở dữ liệu Comtrade, Canada xuất khẩu gỗ và các sản phẩm từ gỗ sang Việt Nam đạt 13,55 triệu USD. Hiệp ước thương mại CPTPP vận hành, tạo điều kiện cho kim ngạch giao thương giữa hai quốc gia tăng trưởng nhiều hơn. Các chuyên gia trong ngành đang kỳ vọng, thời gian tới, Việt Nam có thể tăng cường xuất khẩu nội thất sang Canada và ngược lại, nhập khẩu gỗ nguyên liệu nhiều hơn từ thị trường tiềm năng này. ▣





Gỗ xẻ

TRONG TIẾN TRÌNH XANH HÓA

 BUI TRẦN

Bức tranh công nghiệp gỗ xẻ phản ánh thị trường nội thất toàn cầu. Theo báo cáo của Mordor Intelligence, thị trường gỗ xẻ hiện trị giá 751,77 triệu USD, dự kiến sẽ tăng lên 780 triệu USD vào năm 2028 với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) là 0,74%.

Châu Á tiêu thụ mạnh

Cũng theo Mordor Intelligence, nhu cầu thị trường gỗ xẻ ngày càng tăng. Thu nhập tăng dẫn đến việc tiêu thụ gỗ xẻ tăng vì nó đồng nghĩa với việc chi nhiều tiền hơn cho nhà cửa và hoạt động xây dựng. Hơn nữa, quá trình đô thị hóa và tăng trưởng dân số cao ở các nước trên thế giới cũng dẫn đến nhu cầu về gỗ xẻ tăng lên.

Mặc dù khu vực tăng trưởng nhanh nhất thế giới là Bắc Mỹ, dự kiến sẽ tăng trưởng với CAGR cao cho đến năm 2028, nhưng châu Á - Thái Bình Dương (APAC) mới là khu vực thống trị thị trường gỗ xẻ nhờ có thị phần cao, do thu nhập tăng, quá trình đô thị hóa và tăng trưởng dân số. Tỷ lệ tiêu thụ gỗ xẻ ở đây khá cao, Trung Quốc là một trong những nước nhập khẩu gỗ xẻ lớn nhất thế giới. Các nhà sản xuất gỗ xẻ chính ở khu vực APAC bao gồm Ấn Độ, Malaysia và Việt Nam.

Tuy vậy, theo báo cáo của Fact.MR, châu Âu là khu vực sản xuất gỗ xẻ hàng đầu thế giới. Khu vực này cũng đang theo đuổi các quy tắc xây dựng xanh nên sử dụng gỗ như một lựa chọn bền vững cho các tòa nhà, thông qua đó mà giảm lượng khí thải carbon dioxide. Vì gỗ là nguyên liệu ít thải ra carbon dioxide nên đóng vai trò quan trọng trong mục tiêu sử dụng năng lượng hiệu quả. Như vậy, ngành công nghiệp gỗ xẻ đã tạo ra xu hướng xây dựng các công trình ít phát thải dioxide.

Theo cơ sở dữ liệu thương mại và sản xuất lâm nghiệp của FAO, 20 quốc gia xuất khẩu gỗ xẻ lớn nhất hiện nay đều có những chính sách phát triển lâm nghiệp bền vững.

Một trong những nước sản xuất và xuất khẩu gỗ mềm lớn nhất thế giới là Canada. Doanh số xuất khẩu gỗ của Canada lên đến 29,7 tỷ USD. Thị trường chính của những mặt hàng xuất khẩu này là Hoa Kỳ và Tây Âu. Trung Quốc và Nhật Bản cũng là những nhà nhập khẩu gỗ xẻ lớn của Canada. Năm 2021, Canada đã xuất khẩu lượng gỗ xẻ trị giá 29,7 tỷ USD.

Đức là nước xuất khẩu gỗ xẻ thứ hai trên thế giới. Doanh thu xuất khẩu: 24,2 tỷ USD. Trung Quốc, Áo, Mỹ và Ba Lan nằm trong số những thị trường nhập khẩu gỗ chính của Đức. Năm 2021, cả nước xuất khẩu lượng gỗ trị giá 24,2 tỷ USD.

Đứng thứ ba là Hoa Kỳ. Họ xuất khẩu các sản phẩm như gỗ phong, sồi đỏ, sồi trắng và dương vàng

sang các nước Trung Quốc, Canada, Việt Nam và Mexico. Nước này đã xuất khẩu lượng gỗ trị giá 21,7 tỷ USD vào năm 2021.

Những nhà cung ứng tiềm năng

Với doanh số xuất khẩu lên đến 16,8 tỷ USD, Thụy Điển là quốc gia xuất khẩu gỗ xẻ thứ tư trên toàn thế giới. Gần 70% diện tích Thụy Điển được bao phủ bởi rừng, tạo điều kiện cho nước này sở hữu nguồn nguyên liệu quan trọng nhất trong tiêu dùng xanh. Thị trường xuất khẩu chính của Thụy Điển bao gồm Hoa Kỳ, Trung Quốc và Trung Đông. Năm 2021, Thụy Điển xuất khẩu lượng gỗ trị giá 16,8 tỷ USD.

Trung Quốc đứng thứ năm trên danh sách xuất khẩu gỗ xẻ toàn cầu, doanh số đạt 14,8 tỷ USD. Trung Quốc xuất khẩu ván ép, gỗ xẻ và gỗ veneer sang nhiều nước trên thế giới như Hoa Kỳ, Nhật Bản và Anh. Quảng Tây là tỉnh sản xuất gỗ lớn nhất Trung Quốc. Năm 2021, quốc gia này đã xuất khẩu lượng gỗ xẻ trị giá 14,8 tỷ USD, trở thành một trong những nhà xuất khẩu gỗ xẻ quan trọng nhất thế giới. Tiếp đó là Phần Lan, với

doanh số 14,3 tỷ USD. Đất nước này xuất khẩu gỗ xẻ sang Đức, Hoa Kỳ, Thụy Điển và Trung Quốc.

Không chú trọng gỗ xẻ, Brazil xuất khẩu ván ép, đồ mộc, đồ nội thất, bột giấy, giấy và gỗ xẻ đi khắp thế giới. Phần lớn diện tích Brazil là rừng. Đây là nước xuất khẩu gỗ xẻ lớn thứ bảy của thế giới, cung cấp lượng gỗ trị giá 11,2 tỷ USD vào năm 2021.

Từ sau khi bị phương Tây trừng phạt thương mại kể từ cuộc xung đột với Ukraine, Nga đã chuyển hướng xuất khẩu gỗ xẻ sang các nước Trung Đông và Bắc Phi. Nước này xuất khẩu lượng gỗ xẻ trị giá 10 tỷ USD mỗi năm. Xếp sau Nga, Áo, Pháp, New Zealand, Chile là các quốc gia cung ứng gỗ xẻ đầy tiềm năng cho thị trường thế giới.

Ở khu vực châu Á, Thái Lan, Malaysia, Ấn Độ... cũng cung cấp nguồn gỗ nguyên liệu khá lớn. Đặc biệt là Ấn Độ, một trong những nước sản xuất gỗ nhiệt đới lớn nhất thế giới. Thị trường xuất khẩu hàng đầu của nước này là Hoa Kỳ, Trung Quốc và Nepal. Tuy nhiên, hoạt động xuất khẩu

của họ bị ảnh hưởng bởi lâm nghiệp không bền vững và khai thác gỗ bất hợp pháp. Năm 2021, Ấn Độ xuất khẩu lượng gỗ xẻ trị giá 2,05 tỷ USD. 📌

(Theo *Global Wood*)

“
GỖ LÀ NGUYÊN LIỆU
ÍT THẢI RA CARBON
DIOXIDE NÊN ĐÓNG
VAI TRÒ QUAN
TRỌNG TRONG MỤC
TIÊU SỬ DỤNG NĂNG
LƯỢNG HIỆU QUẢ



GỖ MỀM HOA KỲ: LỰA CHỌN MỚI



Cuối tháng 9/2023, đại diện hơn 50 doanh nghiệp thành viên HAWA đã có buổi kết nối thân mật với đoàn doanh nghiệp cung ứng gỗ mềm thuộc Hội đồng Xuất khẩu gỗ mềm Hoa Kỳ. Các doanh nghiệp đã có điều kiện tìm hiểu những thông tin thú vị về gỗ mềm, từ chủng loại, màu sắc, thuộc tính... đến khả năng cung ứng từ thị trường Mỹ.

Tối ưu hóa giá trị nguyên liệu gỗ

Việt Nam là nhà cung ứng đồ nội thất lớn nhất cho người dùng Mỹ, đồng thời là thị trường hấp thu nguyên liệu gỗ lớn nhất của Hoa Kỳ. Bà Nina Phạm, chuyên gia phát triển thị trường quốc tế, Phòng Nông nghiệp đối ngoại, Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA) cho biết, mục tiêu xuất khẩu gỗ nguyên liệu của Mỹ đang tạo điều kiện rất thuận lợi cho các nhà sản xuất đồ nội thất Việt Nam.

Đồng quan điểm, ông Jerry Hingle, chuyên gia Hội đồng Xuất khẩu gỗ mềm Hoa Kỳ cho biết, nhờ chính sách phát triển rừng bền vững, tăng trưởng gỗ nguyên liệu của Hoa Kỳ đã vượt quá sản lượng khai thác kể từ năm 1940. Do vậy, nhu cầu xuất khẩu nguyên liệu gỗ của Mỹ khá cao. Bên cạnh các lựa chọn gỗ cứng quen thuộc, với sản lượng khai thác lên đến hơn 89 triệu mét khối trong năm 2022, gỗ mềm Hoa Kỳ là lựa chọn mang tính mới mẻ cho các doanh nghiệp sản xuất đồ nội thất Việt Nam với nhiều lựa



chọn như: Huyết dụ, linh sam, thông miền Nam, bạch tùng miền Đông...

Hoa Kỳ có một loạt các luật liên bang và tiểu bang quản lý tính bền vững, hợp pháp và quản lý môi trường. Tương tự gỗ cứng, gỗ mềm Hoa Kỳ đảm bảo đáp ứng các tiêu chuẩn khai thác hợp pháp, hỗ trợ lâm nghiệp bền vững để xuất khẩu sang các thị trường tiêu thụ nội thất chính của Việt Nam, bao gồm: Quy định không phá rừng của Liên minh Châu Âu (EUDR), đạo luật cấm buôn bán gỗ bất hợp pháp của Mỹ (Lacey Act), đạo luật cấm khai thác gỗ trái phép của Úc (Australia Illegal Prohibition Act), đạo luật gỗ sạch của Nhật Bản (Japan Clean Wood Act)...



Dựa trên cơ sở phân loại thực vật ở góc độ khoa học chứ không phải độ cứng, có những loài được xếp loại gỗ mềm nhưng lại có độ cứng lớn hơn gỗ cứng. Trên thực tế, gỗ mềm đã được ứng dụng trong sản xuất nội thất từ khá lâu nhờ vân gỗ đẹp, độ bền đã được thử nghiệm... Các tiêu chuẩn phân loại gỗ mềm được áp dụng chủ yếu bao gồm: kết cấu, mặt gỗ, tỷ lệ gỗ sạch, không mắt, lõi. Với gỗ mềm Hoa Kỳ, nguyên liệu này còn được nâng lên một tầm cao mới bởi đầu tư công nghệ chế biến nguyên liệu gỗ ở quốc gia này khá bài bản. Theo ông Jerry Hingle, công nghiệp chế biến gỗ ở Mỹ hiện nay được ứng dụng sản xuất thông minh với những xưởng cơ giới hóa có khả năng chụp cắt lớp thân cây, đo chính xác kích thước mắt gỗ, hình dạng, công nghệ phân tích hình ảnh... để mọi bộ phận của cây đều có thể tận dụng, từ việc làm nội thất, làm viên nén, làm ván ép... "Trung bình một dây chuyền chế biến gỗ ở nhà máy đầu tư lên đến 250 triệu USD. Chúng tôi đầu tư công nghệ cao để tối ưu hóa giá trị của nguyên liệu gỗ", ông nói.

Ứng dụng rộng rãi

Nhờ xử lý tốt ở khâu chế biến, ứng dụng gỗ mềm Hoa Kỳ được phổ biến rộng rãi từ việc làm nội, ngoại thất đến cả ván sàn ngoài trời ở thị trường thế giới. Điển hình là Trung Quốc, Anh, Nhật Bản, Hàn Quốc... Thậm chí là các quốc gia vùng biển Caribe với khí hậu khắc nghiệt.



GỖ MỀM HOA KỲ LÀ LỰA CHỌN MANG TÍNH MỚI MẸ CHO CÁC DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT NỘI THẤT VIỆT NAM VỚI NHIỀU LỰA CHỌN NHƯ: HUYẾT DỤ, LINH SAM, THÔNG MIỀN NAM, BẠCH TÙNG MIỀN ĐÔNG...

Sự phong phú của gỗ mềm Hoa Kỳ mang đến cho các nhà thiết kế khá nhiều cảm hứng. Ví dụ, linh sam Douglas có vân và màu sắc đẹp cùng với khả năng chịu lực lớn nên thường được dùng làm ván sàn, trụ dầm, cầu, cấu trúc công trình.

Hemfir là loại gỗ màu sắc đẹp, khả năng gia công chính xác dễ dàng nên dùng làm cửa, nội thất trong nhà hay tường gỗ. Với các loài thông, ứng dụng cũng rất khác nhau. Nếu như thông miền Tây và thông trắng miền Đông có thể dùng làm nội thất, ván sàn, tấm ốp tường... do màu sắc sáng đẹp, vân mịn thẳng thì thông vàng miền Nam có tỷ trọng gỗ cao nên sở hữu độ bền cao, khả năng chống va đập, mài mòn cao nên phù hợp khi làm ngoại thất, ván sàn, công trình...

Ông Nick Clark, Chủ tịch Nick Clark Design cho biết, gỗ mềm có khả năng ứng dụng rộng rãi trong việc sản xuất nội - ngoại thất, đặc biệt là nội thất cao cấp. Hơn 40 năm gắn bó với nghề, ông chủ yếu lựa chọn gỗ mềm cho các thiết kế của mình. Tuy nhiên, công tác lựa chọn nguyên liệu được ông chú trọng rất lớn. Cụ thể, ông sẽ dành nhiều thời gian xem xét vân gỗ, nghiên cứu thuộc tính tự nhiên của loài rồi mới đưa vào thiết kế cho phù hợp. "Nội thất gỗ phải biểu thị được vẻ đẹp tự nhiên của chính nguyên liệu gỗ. Gỗ mềm Hoa Kỳ cho tôi có những lựa chọn phù hợp với các thiết kế của mình", ông Nick Clark nói. 📌

THIẾT KẾ để sửa chữa

BÙI GIA

Bắt nguồn từ các nguyên tắc tuần hoàn, mục đích của Spoke Sofa là cung cấp một giải pháp thay thế cho những chiếc ghế sofa thông thường vốn “khét tiếng là lãng phí”. Các nhà thiết kế tại studio Anderssen & Voll ở Na Uy đã thành công.



*Vải bọc nệm
có 7 loại màu
để lựa chọn*

Tuổi thọ lâu dài

Khi công ty nội thất Đan Mạch Takt ra mắt Spoke Sofa (sofa nan hoa), một loại ghế sofa có thể tháo rời hoàn toàn để thay thế và tái chế các bộ phận tại Copenhagen, thiết kế này đã gây được sự chú ý bởi vòng đời của nó rất dài. Định hướng của thương hiệu này là Spoke Sofa sẽ được truyền lại qua nhiều thế hệ vì có thể liên tục bảo trì khi có yêu cầu. Do đó, tất cả các bộ phận của Spoke Sofa có thể thay thế bằng tay. Thay vì vứt bỏ cả chiếc ghế và thay ghế mới, người dùng có thể tháo rời chiếc sofa này ra để tự thay thế các bộ phận của nó.



Đại diện Takt cho biết: “Tất cả các khớp nối đều lộ ra ngoài và có tính cơ học, vì vậy người dùng có thể sử dụng các công cụ đơn giản để tháo rời chiếc sofa này, sau đó đặt mua bộ phận thay thế từ trang web của chúng tôi để tự sửa chữa khi gặp phải vấn đề”.

Takt cho biết thêm Spoke đạt chứng nhận đầy đủ của EU Ecolabel, nhãn chính thức của Liên minh Châu Âu về thành tích xuất sắc với môi trường và được thiết kế sao cho tất cả các bộ phận cùng lớp nệm bọc có thể được sửa chữa, thay thế nhằm kéo dài tuổi thọ của chiếc sofa này.



Các nan gỗ dọc theo lưng ghế sofa tạo nên tên gọi của nó

Giải quyết lãng phí

Trong sản xuất nội thất, sản phẩm sofa được xem là khó tái chế. Henrik Taudorf Lorensen, người sáng lập kiêm giám đốc điều hành Takt cho biết ngành hàng sofa khét tiếng là lãng phí, vì vậy hãng luôn để mắt đến nó để tìm cách giải quyết. Ý tưởng đó dẫn dắt để các nhà thiết kế quyết định phần khung của Spoke Sofa được làm từ gỗ dẻ gai hoặc gỗ sồi được trồng ở châu Âu, có nguồn gốc rõ ràng.



“

THAY VÌ VỨT BỎ CẢ CHIẾC GHẾ
VÀ THAY GHẾ MỚI, NGƯỜI DÙNG
CÓ THỂ THÁO RỜI CHIẾC SOFA RA ĐỂ
TỰ THAY THẾ CÁC BỘ PHẬN CỦA NÓ

Lớp nệm bọc của nó được thiết kế tính toán cho đủ vừa vặn để dễ dàng tháo ra làm sạch, do thương hiệu vải Gabriel sản xuất từ 98% polyester tái chế sau khi sử dụng. Bản thân vật liệu này có thể tái chế 100%. “Chúng tôi đã thiết kế và định rõ lớp nệm bọc để đảm bảo người dùng có thể tháo nó ra, giặt ở nhà với nhiệt độ 400C và lắp lại – hoặc thay thế bằng một bộ mới nếu nó bị hỏng hay bạn muốn thay đổi hình thức bên ngoài”, ông khẳng định.

Chiếc sofa ba chỗ ngồi được phủ lớp nệm hình thoi có thể di chuyển tự do để phù hợp với nhiều mục đích sử dụng, bao gồm giao tế xã hội, thư giãn và làm giường ngủ trưa. Bản thân phần khung có hình dáng đặc trưng với các nan hoa được đặt nhịp nhàng chạy dọc theo lưng ghế. Takt cho biết: “Những nan hoa như thế này là phương pháp lâu đời để tạo ra một mặt đỡ phẳng và là đặc trưng của những chiếc ghế theo phong cách tiện ích kiểu Anh và Scandinavia suốt nhiều thế kỷ. Spoke Sofa sử dụng kỹ thuật thủ công truyền thống này và hợp nhất nó thành một cách thể hiện thẩm mỹ đương đại rõ ràng, làm nổi bật sự đơn giản, thoải mái và chất liệu tự nhiên. Thương hiệu Takt hy vọng thiết kế của chiếc sofa này sẽ giúp nó có tuổi thọ cao hơn”.

Không chỉ Spoke Sofa, tất cả nội thất của Takt đều được thiết kế để có thể sửa chữa. Khách hàng của hãng sẽ làm quen với mọi bộ phận trong quá trình lắp ráp bởi sản phẩm sẽ được đóng gói phẳng và đi kèm với bộ phụ kiện, hướng dẫn chi tiết. Nhờ vậy khi sự cố xảy ra, họ có thể xác định đúng bộ phận cần sửa chữa hoặc thay thế. “Chúng tôi tin rằng đồ nội thất nên được yêu quý, chăm sóc và truyền lại cho các thế hệ tương lai”, Taudorf Lorensen nói vậy. 📌

(Theo Dezeen)

ÍT HƠN ĐỂ NHIỀU HƠN

 PHẠM HỒNG THỦY

Liệu những sản phẩm nội thất chất lượng có thể tái sử dụng gần như vô tận?

Như hầu hết các ngành công nghiệp khác, ngành nội thất tuân theo mô hình kinh tế truyền thống là sản xuất tuyến tính. Nhiều nguyên liệu sản xuất đến từ những nguồn tài nguyên tự nhiên hữu hạn, như gỗ, ngày càng đắt đỏ. Mặc dù đã có những cải tiến đáng kể để tăng độ bền cũng như giảm số lượng gỗ cần dùng, tuy vậy, do cạnh tranh liên ngành về nguồn lực với chuỗi cung ứng ngày càng biến động đã dẫn đến xung đột giữa ngành sản xuất truyền thống với việc bảo tồn tự nhiên.

Với một tương lai tiềm ẩn nhiều rủi ro, Royal Ahrend, một doanh nghiệp lâu đời ở Hà Lan đã chuyển đổi mô hình truyền thống với việc định hình một nguyên tắc cốt lõi trong hoạt động sản xuất kinh

doanh: tạo ra những sản phẩm chất lượng có khả năng tái sử dụng gần như vô tận.

Trong 30 năm qua, tính bền vững và tuần hoàn đã đóng một vai trò quan trọng trong chiến lược của công ty. Với những nỗ lực không ngừng nghỉ, lượng khí thải carbon trên toàn cầu của Ahrend đã giảm 56% kể từ năm 1990 dù mở thêm bốn nhà máy mới. Công ty còn hướng đến một mục tiêu tham vọng hơn là cam kết đưa lượng khí thải nhà kính về gần như bằng không trên toàn bộ chuỗi giá trị chậm nhất vào năm 2050. Làm thế nào để một thương hiệu nội thất có thể biến những sản phẩm của mình thành các thiết kế vượt thời gian?

Tính bền vững

Vào thập niên 1930, những chiếc bàn Ahrend nặng nề đến mức hầu như không thể di chuyển được, thường kết thúc vòng đời của mình hòa vào dòng rác thải đô thị, hoặc được mang đi đốt để lấy năng lượng. Kể từ đầu những năm 1990, Ahrend đã thay đổi chiến lược, quan tâm tìm kiếm các giải pháp vật liệu bền



Dây chuyền sản xuất vận hành tự động của Ahrend

vững và tạo ra các dòng sản phẩm nội thất có khả năng kéo dài tuổi thọ.

Công ty bắt đầu tái cơ cấu lại các xưởng sản xuất, với các trạm xử lý chuyên dụng và quy trình thiết kế đặc biệt để tạo ra các bộ phận có thể dễ dàng tháo rời. Ghế văn phòng, bàn và các đồ nội thất khác được di chuyển tuần tự qua các trạm xử lý với các bộ phận được thêm vào, giống như một đứa trẻ đang lắp ráp mô hình Lego vậy. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho việc bảo trì, sửa chữa, cũng như nâng cấp các bộ phận mới, hoặc tái chế chúng một cách hiệu quả, để mỗi sản phẩm có thể có nhiều vòng đời khác nhau.

Một ví dụ điển hình là chiếc ghế làm việc Ahrend Cassina 160 được làm hoàn toàn từ vật liệu tái chế và có thể tái sản xuất lại khi hết tuổi thọ.

Tính tuần hoàn

Trong vài năm qua, với ý niệm đem tính tuần hoàn vào từng sản phẩm, Ahrend đã cung cấp cho khách hàng một dịch vụ với tên gọi FAAS (Furniture as a service) để hỗ trợ khách hàng bằng nhiều dịch vụ khác nhau. Với một khoản phí cố định hàng tháng, khách hàng có thể dễ dàng lựa chọn cho mình một không gian làm việc linh hoạt có thể dễ dàng thích ứng với sự thay đổi của môi trường kinh doanh.

Dựa trên cung và cầu giữa các tổ chức, dịch vụ này hoạt động giống như một nền tảng chia sẻ đồ nội thất. Người dùng thuê sản phẩm có thể dễ dàng trả lại đồ đã qua sử dụng, hoặc đồ cũ có thể được đem đi tân trang và tái sử dụng với khách hàng khác. Chế độ bảo hành được áp dụng trong suốt thời hạn của hợp đồng nên sản phẩm hư hỏng sẽ được sửa chữa hoàn toàn miễn phí.

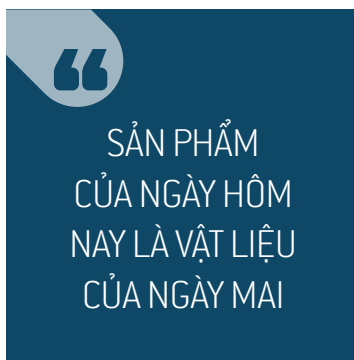
Khách hàng của Ahrend được hưởng lợi nhờ giảm đáng kể chi phí thiết lập văn phòng mới cũng như tăng khả năng duy trì sự tinh gọn và linh hoạt, đặc biệt với các công ty mới khởi nghiệp hoặc trong giai đoạn cần phát triển nhanh. Đối với các khách hàng doanh nghiệp lớn, việc đi thuê thay vì sở hữu đồ nội thất sẽ làm giảm chi phí quản lý tài sản trong hoạt động kinh doanh.

Việc đưa công nghệ mã QR vào từng sản phẩm, cùng với hệ thống cơ sở dữ liệu hiện đại, đã giúp Ahrend liên tục ghi nhật ký, lưu trữ và theo dõi lịch

sử của tất cả sản phẩm thuộc quyền sở hữu của họ. Điều này đảm bảo luồng thông tin thông suốt, cũng như tình trạng sản phẩm được đồng bộ trên toàn hệ thống cơ sở dữ liệu giúp mở rộng và quản lý mô hình FAAS ngày càng hiệu quả.

Sự tham gia của chuỗi cung ứng

Ahrend có mặt tại hơn 25 quốc gia và có chuỗi cung ứng toàn cầu bao gồm 5 cơ sở sản xuất. Ahrend không chỉ định hình quy trình sản xuất của mình để tạo ra các sản phẩm phù hợp triết lý kinh doanh, công ty còn yêu cầu các nhà cung cấp phải tuân thủ mô hình này. Khi Ahrend phát triển một sản phẩm mới, nhiều bên được mời cộng tác ngay từ ngày đầu tiên của quá trình thiết kế để thúc đẩy sự đổi mới trong chuỗi cung ứng.



Ahrend mang đến cho khách hàng sự linh hoạt hơn

Các dự án thành công cho đến nay bao gồm sự hợp tác với KLM Airlines để cung cấp vật liệu bọc cũ, cùng với nhà sản xuất linh kiện PLANQ để cung cấp kiến thức chuyên môn và cơ sở vật chất nhằm phân hủy các loại vải đã qua sử dụng và biến chúng thành vật liệu phủ bề mặt bàn bền bỉ. Dự án đã mang lại sản lượng hàng năm là 150.000 chiếc bàn, tiết kiệm được việc khai thác 2.250 tấn gỗ nguyên sinh từ rừng nguyên sinh.

Ở Ahrend có một câu thần chú "Ít hơn để nhiều hơn": Bằng cách tập trung vào việc sử dụng hiệu quả tài nguyên, tái sử dụng và tái chế, giảm thiểu tác động đến môi trường, công ty đang hướng tới một tương lai tươi sáng hơn, bền vững hơn. 🌱

(Nguồn: www.ellenmacarthurfoundation.org)



NHÀ GỖ LÊN NGÔI

LAN NHÀ

Các tòa nhà bằng gỗ hiện nay có thể được xây dựng cao hơn và nhanh hơn.

Nhà bằng gỗ sẽ ngày càng phổ biến hơn. Ít nhất, đó là lời đoán chắc của Tập đoàn AB Engineering France, có trụ sở ở Nanterre, ngoại ô Paris (Pháp).

Cao hơn, nhanh hơn

Hoạt động chính là nghiên cứu kỹ thuật đa ngành, trong đó có xây dựng công trình và kèm theo đó là văn phòng thiết kế với sản phẩm là khung gỗ đang phát triển mạnh, tập đoàn này đã đặt cược rằng công trình xây dựng bằng gỗ sẽ trở thành một phần trong cuộc sống của chúng ta.

Trên thực tế, trong khi các công trình xây dựng bằng gỗ phổ biến khắp Đại Tây Dương và vùng sông Rhine thì các loại nhà bằng gỗ có xu hướng phát triển mạnh mẽ ở Pháp. Tuy nhiên, nhờ những tiến bộ trong kỹ thuật xây dựng, các tòa nhà bằng gỗ ngày nay có thể được xây dựng

cao hơn và nhanh hơn. Trước đây độ cao công trình chỉ giới hạn khoảng 4 hoặc 5 tầng, nay các tòa nhà bằng loại vật liệu này đã tăng lên đáng kể. Kỹ thuật dán nhiều lớp theo hướng ép gỗ chéo (CLT: Cross Laminated Timber) cho phép xây dựng công trình gỗ cao hơn 15 tầng. Kỹ thuật này làm tăng đáng kể khả năng chịu lực và khả năng chịu tải của kết cấu gỗ.

Được xây dựng ở London, thủ đô Vương quốc Anh, The Stadthaus là nơi tiên phong mở đường cho các tòa nhà cao tầng bằng gỗ. Tòa nhà gỗ 9 tầng tuyệt đẹp này cung cấp 29 đơn vị nhà ở (tư nhân và xã

hội) cũng như nhiều văn phòng ở tầng trệt. Trong số những đặc điểm đáng kinh ngạc của tòa nhà này, chúng ta có thể lưu ý đến các bức tường, sàn nhà, cầu thang bộ và thang máy, tất cả đều làm bằng gỗ. Các bức tường chịu lực cũng được làm bằng gỗ. Thông tin đáng ngạc nhiên khác liên quan đến tòa nhà do kiến trúc sư Waugh Thistleton thiết kế này là thời gian xây dựng và số người làm việc tại chỗ. Chỉ cần 3 công nhân, một quản đốc trong vòng 9 tuần đã lắp ráp xong tòa nhà. Xây dựng bằng gỗ còn

mang lại lợi ích về sinh thái. Thậm chí rất sinh thái khi việc sử dụng gỗ đã tránh được quá trình phát thải gần 310 tấn CO₂.

“

CHỈ CẦN 3 CÔNG NHÂN,
MỘT QUẢN ĐỐC TRONG
VÒNG 9 TUẦN ĐÃ LẮP
RÁP XONG TÒA NHÀ GỖ
THE STADTHAUS 9 TẦNG
TUYỆT ĐẸP Ở LODON,
VƯƠNG QUỐC ANH



Chiến lược Carbon thấp

Để khuyến khích phát triển xây dựng bằng gỗ và vật liệu có nguồn gốc sinh học (như rơm rạ), Chính phủ Pháp đã thực hiện chiến lược carbon thấp và thông qua luật chuyển đổi năng lượng cho tăng trưởng xanh. Do đó, Chương trình Đầu tư tương lai (PIA) cung cấp cho các thành phố quan tâm khoản ngân sách 5,8 triệu euro để thực hiện các dự án xây dựng nhà cao tầng bằng gỗ. Khoản tiền này nhằm mục đích khuyến khích xây dựng sinh thái từ 5 đến 10 tòa nhà bằng gỗ và năng lượng tích cực cao đến 15 tầng. Khoản ngân sách này dựa trên tòa nhà 8 tầng bằng gỗ đầu tiên của Pháp, được xây dựng trong vòng chưa đầy một năm ở vùng Saint-Dié-des-Vosges dành cho công ty chuyên xây dựng nhà ở xã hội Toit Vosgien. Được gắn nhãn "xây dựng sinh thái" tòa nhà này được kết cấu bằng cách lắp ghép 700 khối hộp gỗ đúc sẵn trong xưởng. Rơm được bịt kín trong các vách ngăn để mang lại chất lượng cách nhiệt rất hiệu quả.

Ngoài mức tiêu thụ năng lượng rất thấp nhờ khả năng cách nhiệt được kiểm soát hoàn hảo, ưu điểm vượt trội của xây dựng bằng gỗ là chống lại lượng khí thải CO₂ một cách bền vững. Thật vậy, theo Văn phòng Thiết kế Carbon 4, sản xuất 1m³ bê tông thải ra 471kg khí nhà kính (GES). Trong khi đó, việc sản xuất cùng một lượng CLT tương đương với việc lấy

đi 460kg Carbon khỏi cân bằng khí quyển trong toàn bộ tuổi thọ của tòa nhà. Vì vậy, trong khi đối với nhà ở tập thể được xây bằng bê tông, mỗi mét vuông sẽ thải ra 420kg khí nhà kính thì 1m² xây từ gỗ sẽ loại bỏ 60kg Carbon khỏi khí quyển. Do đó, đối với một ngôi nhà rộng 30m², 15 tấn khí thải nhà kính được loại bỏ khỏi khí quyển, tương đương với 44 năm sưởi ấm bằng khí đốt cho ngôi nhà này.

Chưa hết, khi kiến trúc sư hợp sức với kỹ sư xây dựng, tham vọng của họ dường như vô hạn. Công ty Michael Green Architecture của Canada và DVVD của Pháp đã cùng REI France thiết kế tòa nhà cao tầng bằng gỗ cao nhất từng được xây dựng. Đây là dự án Baobab, một tòa nhà 35 tầng được họ thiết kế để dự cuộc thi mang tên Tái tạo Paris (Reinventer de Paris). Dự án quy mô lớn có khả năng không để phát tán 3.700 tấn CO₂, tương đương với lượng khí thải của 2.207 ô tô trong một năm. Ngoài khả năng không để phát tán CO₂, CLT còn mang lại nhiều lợi ích khác. Dạng gỗ này có độ ổn định kích thước tuyệt vời và tốc độ thực hiện tối ưu về lắp ráp, xây dựng. Với đặc tính linh hoạt và nhẹ nhàng ở gỗ và vẻ ngoài thẩm mỹ tự nhiên khiến nó trở thành vật liệu được các kiến trúc sư đánh giá cao. Mặt khác, hiệu suất nhiệt và âm thanh, độ bền cơ học cao và khả năng chống cháy khiến nó trở thành vật liệu xây dựng phù hợp cho các công trình nhà ở cao tầng. 📌



4 PHÁT KIẾN MỚI CỦA GỖ XÂY DỰNG



Gỗ có thể được xem là vật liệu xây dựng lâu đời và phổ biến nhất của nhân loại. Những cải tiến của 4 dự án mới đây tại Úc là đóng góp về công nghệ lẫn thiết kế giúp con người có thể tận dụng rộng rãi hơn tài nguyên gỗ.

Mật độ gỗ thông qua các phương pháp nén khác nhau giúp cải thiện độ bền và tăng cường khả năng chống cháy của gỗ mật độ thấp. Có khả năng chống lõm, trầy xước và mài mòn, gỗ đặc là vật liệu hoàn hảo cho sàn hoặc bề mặt khác.

Hình dung lại gỗ đặc

Theo trang tin Create Digital của Úc, hóa chất ngâm gỗ để tăng mật độ có nguy cơ tạo ra hiệu ứng đàn hồi. Cải thiện các tính chất cơ học của gỗ mật độ thấp có thể là một giải pháp bền vững, nhưng việc xử lý sơ bộ bằng hóa chất cũng có tác động riêng về mật năng lượng và ô nhiễm.

Công ty Công nghệ Gỗ 3RT, tại bang Victoria, đang hướng tới việc thay thế gỗ cứng già cỗi bằng gỗ cứng trồng trọt phát triển nhanh, có thể được sản xuất từ ván lạng đã bóc vỏ như ván ép. 3RT đã tạo ra đơn vị quản lý kỹ thuật số có thể biến rừng trồng và tàn dư rừng thành các khối gỗ giống như gỗ cứng trong vòng một ngày.

Chuyên gia Paulo Lavisci cho biết quy trình đã được cấp bằng sáng chế sử dụng keo nano gốc nước, kết



hợp với quá trình nén lủy tiến được điều khiển bằng thuật toán. Ông nói: "Nó không đòi hỏi quá nhiều năng lượng hoặc hóa chất để xuyên qua thành tế bào gỗ và cho phép đạt được mật độ dày đặc một cách có kiểm soát". Quy trình này tạo ra gỗ vuông và không có hình tròn - vốn có thể gây trở ngại về năng suất cũng như giúp quá trình xử lý tiếp theo dễ dàng hơn. Sản phẩm thu được phù hợp cho cả ứng dụng trang trí và kết cấu, có tiềm năng thay thế thép và nhôm như một vật liệu xây dựng bền vững hơn.

Gỗ cốt composite

Các kết cấu chịu lực bằng gỗ gồm cột, vách và sàn bằng gỗ khối nhiều lớp thường bị hạn chế về khả năng sử dụng hoặc hiệu suất chống cháy. Tiến sĩ Cristian Malux từ Trường Kỹ thuật Xây dựng Dân dụng thuộc Đại học Queensland (UQ) cho biết việc bổ sung một tỷ lệ nhỏ polymer cốt sợi (FRP) vào gỗ có thể tăng hiệu suất đáng kể. Thông qua Trung tâm Gỗ

Tương lai của Hội đồng Nghiên cứu Úc, ông đã nghiên cứu phát triển các mẫu gỗ FRP với sự trợ giúp của chính quyền Queensland và nhà sản xuất Hyne Timber.

Thiết kế gỗ gia cố bằng composite tập trung vào việc phát triển các hệ thống và sản phẩm gỗ đại trà cải tiến, gồm gỗ dán keo (GLT) và gỗ ghép chéo (CLT). Bằng cách làm cứng

gỗ, việc đưa FRP không chỉ làm giảm kích thước sản phẩm cần thiết mà còn làm tăng độ võng và độ rung của kết cấu. Mặt khác, vì FRP được đưa vào bên trong nhiều lớp gỗ trong quy trình sản xuất, lớp phủ gỗ sẽ bảo vệ FRP - vốn được coi là nhạy cảm với nhiệt độ cao của đám cháy, trong trường hợp nó không được bảo vệ. Malux khẳng định: "Chúng tôi đang thực hiện một loạt nghiên cứu thiết kế để chuyển hiệu suất sản phẩm được cải thiện sang hiệu suất của hệ thống tòa nhà. Chúng tôi hy vọng có thể triển khai một tòa nhà thương mại nếu tìm được nghiên cứu điển hình phù hợp cho nó".

Mặt cắt vách mỏng bằng gỗ FRP lai

PGS. Joe Gattas, cũng từ Trường Kỹ thuật Xây dựng Dân dụng UQ cho biết phần lớn môi trường xây dựng được tạo thành từ thép ở dạng các phần có tường mỏng. Theo truyền thống, gỗ không được sử dụng làm sản phẩm định hình do tính biến đổi tự nhiên cao và các khuyết tật bên trong vật liệu cũng như khó khăn trong việc kết nối các vật liệu gỗ có thành mỏng với nhau. Các vật liệu gỗ mỏng, chẳng hạn như gỗ veneer, có thể có đặc tính cơ học tốt nhưng chúng chủ yếu chạy dọc theo hướng thớ gỗ. Bằng cách kết hợp gỗ veneer và FRP, chúng ta có thể kiểm soát hướng di chuyển của vật liệu gỗ có thành mỏng với nhau, tăng cường các thuộc tính hiệu suất hai chiều. PGS. Gattas giải thích: "Bạn có độ bền và độ cứng cực tốt của gỗ, nhưng lại có đặc tính tương đối yếu ở trục thớ ngang và các đặc điểm tự nhiên làm giảm độ bền. Vì vậy, chúng tôi đặt một lớp FRP rất mỏng, vuông góc hoặc nghiêng theo hướng thớ gỗ, để cải thiện hiệu suất của thớ gỗ và giảm áp lực cục bộ của bất kỳ khuyết tật tự nhiên nào".

Vì FRP có thể được áp dụng cho các dạng phức tạp nên nó có thể được sử dụng để tạo ra một mặt cắt có thành mỏng với đặc tính cơ học theo trọng lượng riêng tương tự như các sản phẩm thép có thành mỏng, bao gồm dầm và cột. Điều này có nghĩa là các vật liệu gỗ theo truyền thống vốn được xem là sản phẩm phụ phi cấu trúc, chẳng hạn như ván lạng và ván ép cấp thấp, gỗ mỏng trong rừng hoặc sợi nông nghiệp, nay có thể được chế biến thành các sản phẩm gỗ kỹ thuật có hiệu suất cao.

Gỗ cứng lai ghép chéo

PGS. Jon Shanks - chuyên về kỹ thuật gỗ tại Đại học Tasmania (UTAS) cho biết con đường phát thải Carbon thấp nhất để xây dựng một tòa nhà thương không liên quan đáng kể đến sửa đổi vật liệu. Ông nói thêm: "Sự đổi mới tốt nhất có thể là một cách hơi khác để ghép khung gỗ lại với nhau, nghĩa là bạn có thể sử dụng nhiều tài nguyên hiện có hơn, trong đó CLT là một giải pháp tốt".

Tiến sĩ Assaad Taoum, giảng viên cao cấp về kỹ thuật xây dựng và kết cấu cho biết CLT được sản xuất bằng gỗ xẻ, dán và xếp lớp, có thể thay thế cho tấm bê tông, vách tường hoặc thậm chí mái nhà. Sản phẩm này có thể được sản xuất, khoan trước và chuẩn bị cho việc xây dựng bên ngoài công trường; sau đó lắp ráp tại chỗ với lượng lao động tối thiểu.



Trụ sở mới của cao ốc Atlassian Sydney, dự kiến sẽ hoàn thành vào năm 2025, sẽ là cấu trúc gỗ lai cao nhất thế giới, với sàn bên trong được làm gần như hoàn toàn bằng CLT. Trong khi các nhà sản xuất CLT ở Úc chủ yếu sản xuất từ các sản phẩm gỗ thông thì Công ty CUSP của Tasmania là nơi đầu tiên trên thế giới sản xuất nguyên liệu từ Eucalyptus nitens - một loại gỗ cứng thường được gọi là Shinning Gum. Sự đổi mới được xác định từ nghiên cứu của các trường kỹ thuật và kiến trúc cũng như thiết kế tại UTAS. Trong số này có trung tâm kiến trúc bền vững với gỗ - nơi đã tìm ra cách tái sử dụng sản phẩm từ đồn điền Shinning Gum, vốn ban đầu được chỉ định để sản xuất giấy và bột giấy khi được trồng từ 20 năm trước đó. Mặc dù gỗ không được dùng để sản xuất các sản phẩm kết cấu nhưng nhóm UTAS đã sử dụng gỗ dạng nguồn gốc có trách nhiệm về môi trường để làm ra sản phẩm kết cấu đáng tin cậy, kể cả CLT. 📌

Ông Vũ Anh Tuấn - Tổng Thư ký Hội Tin học TP.HCM (HCA),
Giám đốc Vườn ươm doanh nghiệp Phần mềm Quang Trung:



CHUYỂN ĐỔI XANH SONG HÀNH CHUYỂN ĐỔI SỐ

 MINH KIÊN thực hiện

Dù là thích ứng với các tiêu chuẩn mới trước mắt của thị trường nhập khẩu như CBAM, EUDR hay xa hơn nữa là chinh phục mục tiêu phác thải bằng 0 vào năm 2050 thì tất cả các ngành sản xuất lẫn dịch vụ của Việt Nam đều phải nỗ lực chuyển đổi xanh. Theo ông Vũ Anh Tuấn, quá trình chuyển đổi xanh của Việt Nam hoàn toàn có thể đẩy nhanh tiến độ và về đích dưới trợ lực chính của quá trình chuyển đổi số.



*** Ba năm trở lại đây, dưới tác động của đại dịch Covid, mục tiêu chuyển đổi số của các ngành sản xuất trở nên bức thiết. Tuy nhiên, với tình hình không mấy khả quan của kinh tế toàn cầu, dường như quá trình chuyển đổi số ở các nhà máy đã phần nào “giảm tốc”?**

- Chuyển đổi số là mục tiêu được các doanh nghiệp (DN) xác định lâu dài, không phải mục tiêu trước mắt. Thực tế, theo quan sát của tôi, suy giảm của kinh tế toàn cầu có ảnh hưởng nhưng sẽ không nhiều, do các DN hiện nay đang đứng trước nhu cầu mới là chuyển đổi xanh. Với DN Việt Nam, mục tiêu này là tối cần thiết bởi Chính phủ đã cam kết Net Zero vào năm 2050.

Quá trình chuyển đổi từ tự động hóa tiến đến mục tiêu phác thải bằng 0 chắc chắn cần phải có sự tham

gia của công nghệ. Bởi, việc giám sát, đo đếm phác thải, giải pháp tiết kiệm năng lượng... đều được xây dựng trên nền tảng công nghệ. Trong tiến trình xanh hóa của các ngành nghề, vai trò của chuyển đổi số rất lớn. Chuyển đổi số sẽ là phương tiện, là công cụ để phục vụ cho mục tiêu cuối cùng là chuyển đổi xanh, phát triển bền vững. Đồng thời, chuyển đổi số còn tạo điều kiện cho DN có thể tham gia vào thị trường tín chỉ carbon. Vì điều này mà thời gian tới, chuyển đổi số sẽ ngày càng mạnh mẽ hơn.

*** Cụ thể, công nghệ sẽ được sử dụng thế nào trong quá trình chuyển đổi xanh, thưa ông?**

- Ví dụ dễ thấy nhất là việc ứng dụng IOT vào đo đếm tự động phác thải carbon trong từng hoạt động của DN. Trong suốt quá trình sản xuất, từ công nghiệp

đến nông nghiệp hay dịch vụ, hoạt động các tòa nhà... đều phát sinh carbon. Trước nay chúng ta hoàn toàn không kiểm soát các chỉ số này. Khi ứng dụng IOT, công nghệ cảm ứng, cảm biến vào các thiết bị, các chuyên sản xuất... thì DN có thể đo đếm một cách chính xác lượng phát thải của mình.

Không dừng lại ở đó, trên nền dữ liệu thu nhập được, trí tuệ nhân tạo (AI) còn có thể giúp DN phân tích, đưa ra các tư vấn, giải pháp cụ thể cho lộ trình cắt giảm tốt nhất. Tiết giảm được carbon, DN có thêm điều kiện kinh tế bằng việc tham gia vào thị trường tín chỉ xanh, ngược lại, DN sẽ phải chịu thêm chi phí mua phát thải.

Vận hành hệ thống đo lường theo thời gian thực (real-time) cần hội tụ đủ phần mềm lẫn phần cứng. Công nghệ thông tin sẽ là nền tảng để thúc đẩy quá trình chuyển đổi xanh và chinh phục mục tiêu phát triển bền vững của DN, của quốc gia.

*** Áp lực về mặt thời gian của quá trình chuyển đổi xanh khá lớn. Các thiết bị lẫn công nghệ phục vụ cho quá trình này đã được phát triển ở Việt Nam?**

- Dù mức độ ứng dụng chưa thực sự nhiều, chủ yếu vẫn ở mức cơ bản, ví dụ như hệ thống quan trắc của các thành phố với các thiết bị lẫn công nghệ đều đã hội tụ và có thể triển khai ở Việt Nam trong thời gian ngắn.

Thực tế, việc gắn các thiết bị giám sát phát thải trên các dây chuyền sản xuất, các tòa nhà... trên thế giới cũng chưa phổ biến, chỉ có ở các DN thuộc top 500. Các chính phủ, tổ chức... đều đang rất nỗ lực để kịp thời chuyển đổi, ứng dụng công nghệ để sớm chinh phục mục tiêu phát triển xanh.

*** Với mục tiêu trở thành công xưởng của thế giới, cung ứng sản phẩm cho các thị trường khó tính nhất, DN Việt Nam cần chuẩn bị gì cho quá trình này?**

- DN Việt Nam cần nhất là tính quyết liệt. Lộ trình chuyển đổi số để chuyển đổi xanh phải được triển khai nhanh mới có thể sở hữu lợi thế cạnh tranh. Ngược lại, DN có thể mất thị trường bởi những đòi hỏi tiêu chuẩn xanh, thân thiện với môi trường không chỉ nằm ở các tổ chức, cơ quan nhập khẩu mà đã thực sự nằm ở người dùng cuối. Khách hàng sẽ không lựa chọn các sản phẩm thiếu tính bền vững.



*** Theo ông, quá trình này sẽ mang đến cơ hội nào cho kinh tế nước nhà?**

- Nhu cầu chuyển đổi số để chuyển đổi xanh sẽ tạo nên cơ hội rất lớn cho các DN triển khai ứng dụng công nghệ, tạo nhu cầu lớn về mặt nhân lực cho ngành công nghệ thông tin. Đây là điều cần được chuẩn bị trước.

Với các ngành khác, hoàn thành mục tiêu chuyển đổi xanh đồng nghĩa với việc con đường đưa sản phẩm đến thị trường thế giới sẽ rộng hơn. Sau rất nhiều các hoạt động phục vụ cho nhu cầu quá độ của con người, tôi nghĩ, chuyển đổi xanh có lẽ là mục tiêu lớn nhất, có thể bao hàm tất cả các mục tiêu khác, như việc khôi phục lại tài nguyên trái đất, tạo cơ hội phát triển bền vững của quốc gia, của DN...

*** Xin cảm ơn ông!**

“

CHUYỂN ĐỔI SỐ
SẼ LÀ PHƯƠNG TIỆN,
LÀ CÔNG CỤ ĐỂ PHỤC
VỤ CHO MỤC TIÊU CUỐI
CÙNG LÀ CHUYỂN ĐỔI
XANH, PHÁT TRIỂN
BỀN VỮNG

GIẢM THIỂU KHÍ THẢI CARBON KHÔNG ĐỦ ĐỂ BỀN VỮNG



MICHELLE SANCHEZ

Trưởng nhóm Phát triển bền vững RSHP (Anh)



Khi tập trung quá nhiều vào việc giảm thiểu lượng khí thải carbon, chúng ta đang bỏ qua các lĩnh vực gây hại khác của ngành xây dựng với tư cách là một ngành công nghiệp.

Kể từ khi Thỏa thuận Paris được ký kết vào năm 2015, một số tổ chức trong ngành xây dựng đã chủ trương triển khai mọi nỗ lực trong việc thực hiện các hướng dẫn và công cụ tính toán để có thể đạt được mục tiêu Net Zero (mức phát thải ròng bằng 0) vào năm 2050.

Làm hòa với thiên nhiên

Tôi cho rằng các kiến trúc sư phải bắt đầu chú trọng nhiều hơn đến việc bảo vệ đa dạng sinh học trong các dự án của họ. Đã đến lúc chúng ta phải làm hòa với thiên nhiên. Các kiến trúc sư nên bổ sung những nguyên tắc giảm thiểu tác động đến đa dạng sinh học vào dự án của mình, dù là công trình lớn hay nhỏ và bị ràng buộc như thế nào.

Chắc chắn là vẫn còn nhiều việc phải làm để giảm lượng carbon trong ngành xây dựng, nhưng khi tập trung toàn bộ nguồn lực để thực hiện, chúng ta đang quên mất hai điều quan trọng.

Thứ nhất, bền vững không chỉ giới hạn trong việc tác động đến môi trường. Năm 1987, Liên Hợp Quốc định nghĩa tính bền vững là sự cân bằng giữa tác

động đến môi trường, kinh tế và xã hội của bất kỳ dự án nào - đây là ba thành tố cơ bản của tính bền vững. Chúng ta quên rằng bền vững liên quan đến nhiều vấn đề hơn là chỉ riêng lượng khí thải carbon.

Thứ hai, ngoài việc góp 38% vào lượng khí thải carbon và khí nhà kính, ngành xây dựng còn có tác động tiêu cực rộng hơn. Giờ đây, sau khi đã có lộ trình để hướng tới việc giảm lượng carbon, chúng ta cần xem xét tính bền vững một cách tổng thể để chú ý hơn đến các lĩnh vực khác mà ngành đang gây hại.

Đa dạng sinh học sẽ là một trong những vấn đề quan trọng mà chúng ta cần giải quyết tiếp theo. Theo Diễn đàn Kinh tế Thế giới, cơ sở hạ tầng và môi trường xây dựng là nguyên nhân khiến 29% số loài bị đe dọa. Ước tính 44% GDP toàn cầu ở các thành phố có nguy cơ bị gián đoạn do thiên nhiên bị tổn hại.

Quay trở lại khái niệm ba thành tố cơ bản của tính bền vững, việc đưa các giải pháp lấy thiên nhiên làm gốc vào thiết kế sẽ có tác động xã hội tích cực đến cộng đồng địa phương và người sử dụng nhà. Tăng cường đa dạng sinh học có liên quan trực tiếp đến việc cải thiện sức khỏe và hạnh phúc, nhất là sức khỏe tâm thần.

2025 NET ZERO

Thêm 10% mức tăng rừng vẫn không đủ

Các chính trị gia đang dần nhận thức được vấn đề này. Hội nghị thượng đỉnh COP15 đã bắt đầu hướng tới một hiệp ước toàn cầu mới về bảo vệ thiên nhiên. Tại Vương quốc Anh, Kế hoạch Môi trường 25 năm của Chính phủ yêu cầu tất cả các hoạt động phát triển mới ở Anh phải nâng cao đa dạng sinh học ít nhất 10% theo thước đo dựa trên môi trường sống.

Luật này dự kiến có hiệu lực trong tháng 11 và cần được tất cả các bên liên quan đến môi trường xây dựng xem xét - từ nhà thiết kế, kiến trúc sư đến tổ chức tài chính và nhà tư vấn tài sản. Nhưng thêm 10% mức tăng rừng vẫn không đủ để có thể giảm bớt tác động tiêu cực mà lối sống của chúng ta đã gây ra cho đa dạng sinh học.

Chúng ta cần sáng tạo và đổi mới. Chúng ta cần tìm ra những cách thông minh để cung cấp không gian xanh và hành lang cho đời sống hoang dã và nơi trú ẩn cho các loài động vật khác nhau. Chúng ta cần khuyến khích quá trình thụ phấn và tạo ra cơ sở hạ tầng xanh trên quy mô lớn bất cứ khi nào có thể.

Tôi kêu gọi tất cả kiến trúc sư và các bên liên quan trong ngành xây dựng xem xét các dự án hiện tại của họ dựa trên báo cáo BiodiverCities của WEF, trong đó các chuyên gia đã liệt kê một loạt năm chiến lược chính để bổ sung vào dự án xây dựng nhằm tăng cường đa dạng sinh học.

Đầu tiên, chúng ta phải làm cho môi trường xây dựng trở nên nhỏ gọn hơn. Giảm sự mở rộng đô thị, bớt phá hủy môi trường sống hoang dã và hệ động thực vật. Chúng ta nên có cách tiếp cận với bất kỳ vùng đất nào chưa được xây dựng để có thể sử dụng cho các mục đích khác ngoài đô thị hóa.

Thứ hai, chúng ta phải thiết kế theo những cách tiếp cận tích cực với thiên nhiên bằng cách xây dựng những tòa nhà chia sẻ không gian với thiên nhiên và ít lấy con người làm trung tâm hơn. Mọi sự phát triển phải bao gồm không gian thân thiện với thiên nhiên và cầu nối sinh thái để kết nối môi trường sống cho động vật hoang dã. Nếu bắt đầu lấy đa dạng sinh học làm cốt lõi của thiết kế dự án, thì tôi tin chắc chúng ta sẽ tạo ra những địa điểm xanh hơn và hấp dẫn hơn.

“

SỰ SUY THOẢI NHANH CHÓNG VỀ ĐA DẠNG SINH HỌC TRÊN TRÁI ĐẤT CÓ THỂ ĐƯỢC ĐẢO NGƯỢC NẾU CHÚNG TA TÌM RA NHỮNG CÁCH MỚI ĐỂ THIẾT KẾ CÁC THÀNH PHỐ CỦA MÌNH

Cần suy nghĩ lại những gì chúng ta đang làm

Chúng ta cần các tiện ích đô thị tương thích với hành tinh. Để ngăn chặn tình trạng tổn thất đa dạng sinh học, chúng ta cần các tiện ích quản lý hiệu quả ô nhiễm không khí, nước và chất thải rắn trong môi trường đô thị. Chúng ta có thể triển khai các công nghệ mới có thể biến đổi các tiện ích đô thị, làm cho chúng tương thích với hành tinh.

Chúng ta cần cơ sở hạ tầng kết nối tích cực với thiên nhiên như đường bộ, đường sắt, đường ống và bến cảng. Muốn chuyển đổi trong các lĩnh vực này, chúng ta cần thay đổi trong cách tiếp cận đối với việc lập kế hoạch nhằm giảm thiểu tác động đến đa dạng sinh học bằng cách sẵn sàng chấp nhận những sự thỏa hiệp để tăng cường đa dạng sinh học. Xây dựng các hành lang bảo vệ đời sống hoang dã và chuyển sang sử dụng năng lượng tái tạo trong giao thông là những yếu tố chính của cơ sở hạ tầng kết nối tích cực với thiên nhiên.

Đã đến lúc phải suy nghĩ lại những gì chúng ta đang làm với tư cách là một ngành công nghiệp và nhận thức được rằng khi tập trung quá nhiều đến việc giảm lượng carbon, chúng ta đang bỏ qua các lĩnh vực khác mà ngành xây dựng gây hại không kém. Chúng ta cần giải quyết vấn đề biến đổi khí hậu và tính bền vững từ mọi phương diện. Chúng ta cần thiết kế một cách toàn diện, có tính đến ba thành tố căn bản của tính bền vững và mọi tác động liên quan đến nó. ▣

MINH CHÍNH
(Nguồn: *dezeen.com*)



ORIENT STAR GROUP

CÔNG TY TNHH GIAO NHẬN NGÔI SAO PHƯƠNG ĐÔNG

Lầu 3, Tòa nhà Cotecons, 236/6 Điện Biên Phủ,
P.17, Q. Bình Thạnh, TP.HCM

Lĩnh vực: Dịch vụ logistics - dịch vụ xuất nhập khẩu

Website: www.orientstargroup.com

Đại diện: Mr. Water Sung

Điện thoại: 84 28 6285 3880

Email: orientstar_hcm@orientstargroup.com



NGUYEN HOANG HAI CO., LTD

CÔNG TY TNHH SX TM NGUYỄN HOÀNG HẢI

71 Sông Lu, Tổ 1, Ấp 5, X. Hòa Phú,
H. Củ Chi, TP.HCM

Lĩnh vực: Nhà máy sản xuất hàng nội thất

Đại diện: Nguyễn Thụy Trang Anh

Điện thoại: 0907 868 949

Email: anh@nguyenhoangfurniture.com.vn



CÔNG TY TNHH NHÀ THÉP PEB

60A Trường Sơn, Q. Tân Bình, TP.HCM

Lĩnh vực: Xây dựng nhà thép

Website: www.pebsteel.com

Đại diện: Ông Logaraju Thulasiraj

Điện thoại: 0909 686 139

Email: marketing@pebsteel.com.vn



CÔNG TY CỔ PHẦN MPARIS

Số 5, đường số 10, KĐT Sala, TP. Thủ Đức

Lĩnh vực: Nội thất

Website: www.mparis.com.vn

Đại diện: Nguyễn Thị Kim Mỹ

Điện thoại: 0902 367 396

Email: mynguyen@mparis.com.vn





CÔNG TY TNHH SD

Khu phố 3, P.9, TP. Mỹ Tho, T. Tiền Giang
 Lĩnh vực: Sản xuất và kinh doanh sản phẩm đồ chơi,
 thiết bị giáo dục, đồ dùng làm từ gỗ.

Website: www.sdwoodentoy.com

Đại diện: Phạm Thị Xuân Thu

Điện thoại: 027 3385 4480

Email: thke102@sdwoodentoy.com



CÔNG TY TNHH MACRAME MASTERY

Tầng 14, Tòa nhà HM Town, 412 Nguyễn Thị Minh Khai, P.5, Q.3, TP.HCM

Lĩnh vực: sản phẩm macrame trang trí nhà cửa

Website: macramemastery.com

Đại diện: Khả Đoan

Điện thoại: 0938 688 486

Email: dara@macramemastery.com



SOURCEBYNET

VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN SOURCEBYNET PTE LTD TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Tầng 6, 186B Nguyễn Văn Hưởng, P. Thảo Điền, TP. Thủ Đức, TP.HCM

Lĩnh vực: Thiết kế và kinh doanh các sản phẩm nội ngoại thất

Website: www.sourcebynet.com

Đại diện: Drew Harkness

Điện thoại: 028 3512 3775



ROCHDALE SPEARS

CÔNG TY TNHH ROCHDALE SPEARS

Khu phố Đông Ba, P. Bình Hòa, TP. Thuận An, T. Bình Dương

Lĩnh vực: Sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ và đồ gỗ gia dụng xuất khẩu

Website: www.rochdalespears.com

Đại diện: Nguyễn Thị Bích Loan

Điện thoại: 0933 701 710

Email: info@rochdalespears.com





Sản phẩm bàn ghế cho ngành HORECA trưng bày tại hội chợ HOREC 2023



Quang cảnh một góc trưng bày của HOREC 2023

Hội chợ THAIFEX - HOREC Asia 2024:

CƠ HỘI PHÁT TRIỂN KINH DOANH VÀ THỊ TRƯỜNG CHO DOANH NGHIỆP VIỆT NAM



THAIFEX - HOREC Asia 2024 - Hội chợ chuyên ngành trong lĩnh vực HORECA (Hotel - Restaurant - Catering), sẽ diễn ra từ ngày 6 - 8/3/2024 tại Trung tâm Hội nghị và Triển lãm quốc tế IMPACT, Bangkok, Thái Lan.

HOREC 2024 là nơi quy tụ các nhà cung cấp, chuyên gia hàng đầu, các nhân vật ra quyết định trong ngành nhà hàng, khách sạn, dịch vụ thực phẩm và đồ uống... để gặp gỡ, đối thoại trực tiếp và cùng nhau tìm kiếm cơ hội kinh doanh, xu hướng và giải pháp mới nhất trong các ngành công nghiệp như bánh kẹo, cà phê, thực phẩm và đồ uống, đồ gỗ nội ngoại thất, nhà bếp, công nghệ, sức khỏe, vệ sinh, giặt ủi và các dịch vụ liên quan.

Tại sự kiện lần trước, HOREC 2023 đã được giới thiệu và ra mắt ở khu vực THAIFEX - HOREC Xperiential Zone của hội chợ Thaifex - Anuga Asia 2023. Sự kiện ra mắt đã thu hút nhiều công ty lớn và hiệp hội uy tín trong lĩnh vực Horeca của Thái Lan tham dự trưng bày, đi thăm như Hiệp hội Đầu bếp, Hiệp hội Cà phê, Hiệp hội Spa Thái Lan...

HOREC 2024 tổ chức tại thành phố Bangkok, Thái Lan, là cơ hội để doanh nghiệp của quý vị mở rộng phân khúc khách hàng từ lĩnh vực Horeca tại Thái Lan và các quốc gia khác tại khu vực châu Á. Thái Lan là một trong các quốc gia có tốc độ phát triển của ngành HORECA nhanh nhất tại Đông Nam Á nhờ lượng du khách quốc tế ngày càng tăng. Ngoài ra, còn phải kể đến hiệu ứng tích cực từ chương trình của giới đầu tư Thái Lan đầu tư 14 tỷ USD cho hàng loạt công trình tại Bangkok - nhằm cạnh tranh với Singapore.

Tham dự HOREC 2024, các công ty sẽ được hưởng lợi từ công tác tổ chức chuyên nghiệp và mạng

lưới kết nối kinh doanh rộng khắp toàn cầu của Koelnmesse, đơn vị tổ chức hội chợ hàng đầu thế giới trong lĩnh vực thực phẩm và đồ uống (Anuga...), lĩnh vực đồ gỗ, nội thất... (spoga+gafa, imm Cologne...). Ngoài những hoạt động tiếp thị xuyên suốt và rộng khắp từ Koelnmesse, hội chợ HOREC 2024 còn được thúc đẩy và quảng bá bởi đơn vị đồng tổ chức - Cục Xúc tiến Thương mại Thái Lan (DITP) với 58 văn phòng đại diện tại 42 quốc gia.

Tại HOREC 2024, chương trình Hosted Buyer Program 2024 sẽ mang đến cơ hội cho các công ty trưng bày gặp gỡ các nhà mua hàng hàng đầu từ các tập đoàn khách sạn lớn như Marriott, Accor, Asset World Corp, Centara...

Nhiều sự kiện quan trọng trong ngành và hoạt động kết nối kinh doanh cũng sẽ diễn ra tại hội chợ như Asian Barista Team Championship, THAIFEX - HOREC Academy, THAIFEX - HOREC Innovation Awards, THAIFEX - HOREC Xperiential Zone...



Dãy sản phẩm trưng bày tại THAIFEX - HOREC Asia 2024: Bakery and Ice Cream (Bánh và kem); Café and Bar (Cà phê và bar); Cleaning and Laundry (Dịch vụ vệ sinh và giặt ủi); Dining (Ăn uống); Furnishing (Đồ gỗ nội ngoại thất, hoàn thiện nội ngoại thất); Kitchen (Nhà bếp); Services (Dịch vụ); Technology (Công nghệ); Wellness (Sức khỏe, thư giãn).

Để cập nhật các thông tin mới nhất về THAIFEX-HOREC Asia 2024, vui lòng truy cập www.go2fair.com/thaifex-horec-asia (tiếng Việt), <https://thaifex-horec.asia> (tiếng Anh).

Quý doanh nghiệp quan tâm việc đi trưng bày hay đi thăm hội chợ này, vui lòng liên hệ Koelnmesse Việt Nam tại địa chỉ: Tòa nhà IDC, tầng 9, 163 Hai Bà Trưng, quận 3, TP.HCM, điện thoại: (028) 3822 7655, email: koelnmesse@export2global.com



Canadian wood.
Natural beauty.

Gỗ Canada.
Vẻ đẹp tự nhiên.

YELLOW CEDAR GỖ BÁCH VÀNG



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.





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



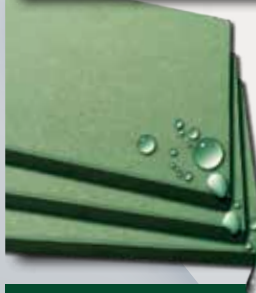
- Tỷ trọng từ 820 - 860 kg/m³
 - Liên kết nội IB: 0.7 - 1.1 N/mm²
 - Độ bền uốn tĩnh (Mor): 25 - 45 N/mm²
 - Độ đàn hồi uốn tĩnh (Moe): 2.500 - 3.300 N/mm²
 - Đạt tiêu chuẩn Carb P2 - EPA TSCA Title VI
- Dòng ván có mật độ sợi gỗ cao giúp ván cứng, chắc; khả năng bắt giữ vít tốt; khó cong, vênh; bề mặt 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...



GỖ & NỘI THẤT



BẢNG GIÁ QUẢNG CÁO GỖ & NỘI THẤT

- Khổ ấn phẩm: 21x30cm
- In màu chất lượng cao
- Phát hành 2 tháng/tập
- Số lượng phát hành: 2.000 cuốn/tập
- Phát hành miễn phí đến hội viên

VỊ TRÍ	CHÚ THÍCH	1 KỶ	3 KỶ (Giảm 5%)	6 KỶ (Giảm 9%)	9 KỶ (Giảm 12%)	12 KỶ (Giảm 15%)
TRANG BÌA	Bìa 2	15.000.000	14.250.000	13.650.000	13.200.000	12.750.000
	Bìa 3	15.000.000	14.250.000	13.650.000	13.200.000	12.750.000
	Bìa 4	18.000.000	17.100.000	16.380.000	15.840.000	15.300.000
TRANG RUỘT	Nguyên trang	9.000.000	8.550.000	8.190.000	7.920.000	7.650.000
NỬA TRANG	21x15cm	5.500.000	5.225.000	5.005.000	4.840.000	4.675.000
CHÂN TRANG	21x4cm	2.500.000	2.375.000	2.275.000	2.200.000	2.125.000

- Giảm giá 10% cho hội viên HAWA
- Giá chưa bao gồm thuế VAT
- Phụ thu 20% cho bài PR đã bao gồm chi phí tác giả phỏng vấn viết bài, biên tập nội dung và hình ảnh trong bài

Email: info@hawa.org.vn Hotline: 0902 507 770

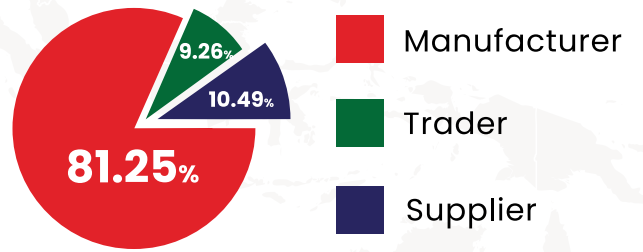


HAWA EXPO

By Numbers

>80%
MANUFACTURER

BUSINESS NATURE



Number of Exhibitors

432
brands

Number Booths

2.471 booth
9sqm/booth

Total exhibition Area

56.000
sqm

10 large markets



TOP 1 RANKING IN US, CANADA AND ASIA FOR KEYWORD
"Vietnam furniture fair"



355
millions of audiences

10.754 press release
with **10** popular languages



7 WORLD-WIDE roadshows 2023

The first roadshow to promote HawaExpo at leading global furniture exhibition in US, France, Korea, China, Indonesia, Vietnam



- 1 HPMKT - High Point Furniture Market
- 2 KOFURN - Korea International Furniture & Interior Fair
- 3 MAISON&OBJET
- 4 FURNITURE CHINA
- 5 IFFINA - Indonesia Meubel & Design Expo
- 6 Vietnam International Sourcing
- 7 China Global Wood Trade Conference

Được thành lập năm 2005, Công ty TNHH Phước Khang với doanh số hàng năm 220 tỉ đồng & nhân viên hơn 70 người, chúng tôi là nhà phân phối ủy quyền chính thức các sản phẩm thuộc tập đoàn **3M** từ năm 2006 (Tập đoàn kinh doanh đa ngành của Hoa Kỳ với doanh số hàng năm 32 tỉ USD và hơn 90,000 nhân viên hoạt động ở 200 quốc gia).

Giải pháp cho ngành
Chế biến Gỗ &
Composite



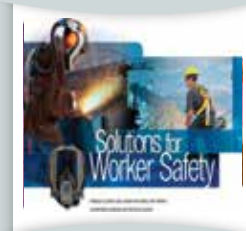
SP Keo & Băng keo
phục vụ ngành
Công nghiệp



Giải pháp cho ngành
Gia công Kim loại



SP về
Bảo hộ lao động
cá nhân



SP phục vụ ngành
Bảo trì bảo dưỡng
(MRO)



Sản phẩm
chăm sóc xe Auto



Các lĩnh vực hợp tác với **ENEOS**

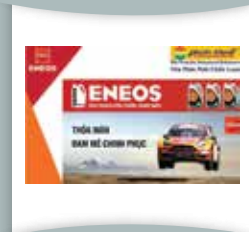
Dầu nhớt cho
động cơ Diesel



Dầu nhớt
xe gắn máy



Dầu nhớt
xe Auto



Dầu nhớt cho
Công nghiệp



Công ty TNHH Phước Khang cũng là nhà phân phối chiến lược các sản phẩm dầu nhờn mang thương hiệu **ENEOS** thuộc tập đoàn **ENEOS** từ Nhật Bản từ năm 2012 (Tập đoàn năng lượng lớn nhất châu Á với doanh thu hàng năm hơn 100 tỉ USD và hơn 10,000 nhân viên hoạt động ở hơn 60 quốc gia).

