

Báo cáo Ngành Cao su - Săm lốp

10/2014

KHÓ KHĂN ƯƠM MẦM TĂNG TRƯỞNG

“...Thực trạng giá cao su giảm mạnh đang tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp sản xuất nội địa tiết giảm chi phí, từng bước thâm nhập vào phân khúc lốp Radial tạo động lực tăng trưởng mạnh mẽ trong dài hạn và đưa thương hiệu lốp xe Việt Nam vươn tầm ra thế giới...”



Ngô Kinh Luân

Chuyên viên phân tích

E: luannk@fpts.com.vn

P: (08) - 6290 8686 - Ext: 7595

NỘI DUNG

A. NGÀNH CAO SU – SĂM LỐP	4
I. Tổng quan Ngành Cao su thiên nhiên	4
1. Chuỗi giá trị cao su toàn cầu	7
2. Ngành cao su thiên nhiên trong nước	9
3. Phân tích chuỗi giá trị Ngành CSTN của Việt Nam	12
4. Vị thế Ngành cao su thiên nhiên Việt Nam	14
5. Khác biệt giữa Ngành CSTN Việt Nam với các nước khu vực	15
6. Tình hình xuất - nhập khẩu CSTN tại Việt Nam	18
7. Phân tích mô hình 5-Forces Ngành Cao su thiên nhiên Việt Nam	21
8. Các chính sách liên quan đến Ngành Cao su thiên nhiên	22
9. Triển vọng Ngành Cao su thiên nhiên (CSTN)	23
II. Ngành Săm lốp	24
1. Tổng quan Ngành săm lốp Thế giới	24
2. Ngành săm lốp Việt Nam	28
3. Phân tích chuỗi giá trị Ngành săm lốp Việt Nam	34
4. Xu hướng Radial hóa	37
5. Phân tích SWOT Ngành săm lốp Việt Nam	39
6. Các chính sách liên quan đến Ngành Săm lốp	41
7. Triển vọng Ngành săm lốp	42
B. CẬP NHẬT DOANH NGHIỆP TRONG NGÀNH	43
I. Quy mô các doanh nghiệp niêm yết trong Ngành	43
II. Hiệu quả kinh doanh đối lập (CSTN – Săm lốp)	48
III. Tình hình tài chính	52
C. KHUYẾN NGHỊ ĐẦU TƯ	56
D. PHỤ LỤC	62

TIÊU ĐIỂM

Ngành CSTN thế giới

- Trong 10 năm qua (2003-2013), trên thế giới tốc độ tăng trưởng CAGR của sản lượng sản xuất và sản lượng tiêu thụ lần lượt đạt 4,2% và 3,7%.
- Diện tích trồng cao su và sản lượng khai thác tập trung phần lớn ở khu vực Châu Á (chiếm 93%).
- 88,8% tổng sản lượng sản xuất CSTN toàn cầu bắt nguồn từ nhóm 6 quốc gia: Thái Lan (34,41%), Indonesia (25,60%), Việt Nam (7,89%), Trung Quốc (7,11%), Ấn Độ (6,99%) và Malaysia (6,85%).
- 68,7% tổng sản lượng tiêu thụ CSTN thế giới thuộc về 6 quốc gia: Trung Quốc (36,65%), Ấn Độ (8,46%), Mỹ (8,06%), Nhật Bản (6,23%), Indonesia (4,72%) và Thái Lan (4,59%).
- Chênh lệch cung cầu tiếp tục ở mức cao trong năm nay và sẽ giảm dần trong giai đoạn 2014 - 2016. Động lực để giá cao su tăng trưởng mạnh trong vài năm tới là khá thấp.

Ngành CSTN Việt Nam

- Diện tích trồng cao su của Việt Nam năm 2013 đạt 955.700 ha (tăng 4,1% yoy), sản lượng khai thác đạt 949.100 tấn (tăng 8,2% yoy).
- Trong giai đoạn 2003-2013, tốc độ tăng trưởng CAGR của diện tích cao su đạt 8,0%/năm; sản lượng khai thác đạt 10,1%/năm.
- Việt Nam xếp hạng 5 thế giới về diện tích trồng cao su và đứng thứ 3 thế giới về sản lượng sản xuất CSTN. Đồng thời năm 2013, Việt Nam vượt qua Ấn Độ để vươn lên nhóm các quốc gia dẫn đầu về năng suất khai thác, đạt 1,74 tấn/ha.
- 56% diện tích trồng cao su tập trung ở khu vực Đông Nam Bộ.
- Tính đến cuối năm 2013, diện tích trồng cao su của Việt Nam tại Lào và Campuchia lần lượt đạt 28.000 ha và 89.000 ha. Riêng Tập đoàn HAGL đã trồng được 36.130 ha tại 2 quốc gia trên và CTCP Gemadept đang triển khai trồng 29.500 ha cao su tại Campuchia.
- Lượng cao su tiêu thụ trong nước chỉ chiếm khoảng 15-16% so với tổng nguồn cung.
- Tồn tại sự khác biệt lớn trong cơ chế hoạt động của Ngành cao su Việt Nam so với các quốc gia khu vực: Thái Lan, Malaysia, Indonesia.
- Trong 6 tháng đầu năm 2014, sản lượng xuất khẩu giảm 8,7% và kim ngạch xuất khẩu giảm hơn 32% so với cùng kỳ năm 2013.
- Trong 6 tháng đầu năm 2014, Việt Nam đã nhập khoảng 44.557 tấn cao su thiên nhiên với kim ngạch 82,9 triệu USD, giảm 12,1% về lượng và giảm 35,4% về giá trị so với cùng kỳ năm trước.
- Triển vọng ngành CSTN trong nước tiếp tục khó khăn trong 2 năm tới do tình trạng thặng dư cung tiếp tục ở mức cao và kéo dài đến năm 2016.

Ngành săm lốp thế giới

- Thị trường săm lốp toàn cầu tập trung vào 2 phân khúc sản phẩm: nhóm lốp lắp ráp theo xe mới - OEM (chiếm 25-27%) và nhóm lốp thay thế - Replacement (chiếm 73-75%).
70% thị phần săm lốp toàn cầu thuộc về 5 quốc gia bao gồm: Nhật chiếm 23,9%; Pháp (14,2%), Mỹ (13,1%) Trung Quốc (13,5%).
- Xét về sản lượng sản xuất lốp xe ô tô: khu vực Châu Á chiếm đến 60-61% sản lượng toàn cầu.
- Xét về sản lượng tiêu thụ: mức tiêu thụ của 3 khu vực Châu Á, Châu Âu và Bắc Mỹ chiếm 86% tổng mức tiêu thụ của toàn cầu.
- Hiện nay nhu cầu tiêu thụ lốp Radial đang chiếm lĩnh toàn cầu.

Ngành Săm lốp Việt Nam

- Cả nước có 830 doanh nghiệp hoạt động trong ngành săm lốp.
- Lốp xe đạp đang bão hòa. Lốp xe máy chỉ đáp ứng được khoảng 80% nhu cầu. Đối với lốp xe ô tô, 80-90% sản lượng sản xuất đều phục vụ xuất khẩu.
- 61% thị phần lốp xe tải nội địa thuộc về 5 doanh nghiệp bao gồm Bridgestone (nhập khẩu), Michelin (nhập khẩu), Cao su Đà Nẵng (DRC), Casumina (CSM) và Yokohama (sản xuất và nhập khẩu).
- Thị phần săm lốp của thị trường nội địa: Casumina chiếm 33%, tiếp theo là DRC (25%), SRC khoảng 10%, còn lại 31% thuộc về các doanh nghiệp khác.
- Đối với dòng lốp ô tô Radial, khoảng 90% thị phần thuộc về các doanh nghiệp FDI và hàng nhập khẩu.
- Theo số liệu 6 tháng đầu năm 2014, kim ngạch xuất khẩu đã đạt 217 triệu USD, tăng 12,9% so với cùng kỳ 2013. Kim ngạch nhập khẩu lốp xe của Việt Nam là 140,57 triệu USD, giảm 16% so với cùng kỳ 2013.
- Năm 2014 là năm tiền đề thâm nhập thị trường của lốp Radial của DRC và CSM. Giai đoạn 2015-2016 sẽ tạo ra sức bật tăng trưởng trong doanh thu và quan trọng hơn hết là gia tăng thị phần của cả DRC và CSM trong phân khúc sản phẩm này.

Khuyến nghị

- **Cao su Phước Hòa (PHR – HOSE) – THEO DÕI, giá mục tiêu cuối năm là 30.300 đ/cp (+4,5%)**
Doanh thu năm 2014 ước tính giảm 16-20% so với mức đạt được trong năm 2013.
LNTT ước tính đạt 221-245 tỷ đồng, thấp hơn kế hoạch 2014 từ 8-17%, giảm 49-54% so với cùng kỳ. Với ước tính này, EPS 2014 đạt mức 2.154-2.388 đồng/cp. Theo đó, PHR đang giao dịch với mức PE forward là 11x, khá cao so với ngành. Giá mục tiêu định giá theo FCFF là 30.300 đ. **(Chi tiết)**
- **Cao su Đồng Phú (DPR – HOSE) – THEO DÕI, giá mục tiêu cuối năm là 35.400 đ/cp (-16%)**
Doanh thu 2014 ước tính đạt khoảng 925-940 tỷ đồng, đạt 92% kế hoạch năm.
LNTT cả năm ước đạt khoảng 211-221 tỷ đồng, đạt 85-89% so với kế hoạch 2014, giảm 46% so với cùng kỳ.
Với ước tính này, EPS 2014 đạt mức 4.565 - 4.723 đồng/cp, giá mục tiêu trong ngắn hạn là 35.400 đ mặc dù thấp hơn giá thị trường 16% tuy nhiên hiện tại giá DPR có thể dao động ngắn hạn trong vùng giá 40.000 – 50.000 đ nhờ tin tích cực từ việc mua 2.000.000 cp quỹ. Vì vậy, chúng tôi khuyến nghị **THEO DÕI** đối với cổ phiếu này. **(Chi tiết)**
- **Cao su Tây Ninh (TRC – HOSE) – THEO DÕI, giá mục tiêu cuối năm là 33.200 đ/cp (+3,8%)**
Tổng doanh thu năm nay của riêng kinh doanh cao su sẽ vào khoảng 532 tỷ đồng, tổng doanh thu cả công ty đạt 573 tỷ đồng, đạt 80% kế hoạch năm. **(Chi tiết)**
LNTT ước tính đạt 168 tỷ đồng, vượt 23% kế hoạch, giảm 37% so với năm 2013. Theo đó, EPS tương ứng đạt 4.740 đồng/cp. Giá mục tiêu theo PE của TRC là 33.200 đ, tương ứng PE bằng 7,0x.
- **Cao su Hòa Bình (HRC – HOSE) – BÁN**
Do vườn cao su giá nhiều (trên 50%), năng suất thấp, hoạt động kinh doanh kém hiệu quả, triển vọng dài hạn không có gì cải thiện.
Do doanh thu cao su cả năm nay ước đạt 230,7 tỷ đồng, đạt 88% kế hoạch cả năm. Lợi nhuận sau thuế năm nay sẽ vào khoảng 53,7 tỷ đồng, đạt 77% kế hoạch đề ra, giảm 17% yoy.
EPS 2014 sẽ đạt 3.110 đ/cp. Với giá hiện tại 39.000 đ/cp (ngày 30/09/2014), HRC đang giao dịch tại mức PE forward là 12,5x khá cao so với Ngành CSTN hiện nay (bình quân Ngành khoảng 7,0x). Vì vậy chúng tôi khuyến nghị **BÁN** đối với cổ phiếu này. **(Chi tiết)**

■ **Cao su Thống nhất (TNC – HOSE) – BÁN**

Hoạt động kinh doanh bao gồm nhiều ngành nghề không ổn định. Quy mô vườn cao su nhỏ, năng suất thấp, hiệu quả kinh doanh không cao.

Vị thế của TNC vẫn chưa được đánh giá cao so với các doanh nghiệp cao su niêm yết còn lại.

*EPS 2014 ước đạt 694 đ/cp, đang giao dịch tại mức PE forward là 17x rất cao so với mức bình quân ngành là 7x. Vì vậy chúng tôi khuyến nghị **BÁN** đối với cổ phiếu này.* (Chi tiết)

■ **Cao su Đà Nẵng (DRC – HOSE) – NĂM GIỮ, giá mục tiêu 12 tháng tới là 60.300 đ/cp (-4,3%)**

Sản lượng tiêu thụ tăng mạnh cả lốp Bias và lốp Radial. LNST ước tính đạt 369-383 tỷ đồng, giảm khoảng 2% so với năm 2013. Chủ yếu là do hạch toán khấu hao và lãi vay từ nhà máy Radial.

Tiềm năng tăng trưởng từ lốp Radial trong các năm tiếp theo.

(Chi tiết)

EPS dự kiến 2014 vào khoảng 4.450-4.615 đ/cp. Giá mục tiêu 12 tháng tới là 60.300 đ/cp.

■ **Casumina (CSM–HOSE)–NĂM GIỮ, giá mục tiêu 12 tháng tới là 48.200 – 51.500 đ/cp (+3,4-10%)**

Sản lượng tiêu thụ tăng mạnh nhưng LNST 2014 sẽ giảm do hạch toán khấu hao và lãi vay từ nhà máy Radial.

Có thu nhập bất thường từ chuyển nhượng dự án Bất động sản trong năm nay và năm 2015.

Tiềm năng tăng trưởng từ lốp Radial trong các năm tiếp theo.

EPS năm 2014 đạt 4.820 đ/cp (chưa tính khoảng lợi nhuận từ chuyển nhượng) và đạt 5.150 đồng/cp (bao gồm khoảng lợi nhuận từ chuyển nhượng dự án). (Chi tiết)

■ **Cao su Sao Vàng (SRC – HOSE) – THÊM, giá mục tiêu là 30.600 đ/cp (+9%)**

Kỳ vọng KQKD tích cực trong năm nay nhờ sản lượng tiêu thụ tăng mạnh.

Sản lượng bán ra của SRC trong 8 tháng đầu năm tăng trưởng khá tốt, trong đó lốp xe đạp tăng 10%, lốp xe máy tăng 40%.

Chúng tôi dự báo doanh thu 2014 có khả năng đạt 959 tỷ đồng, LNTT đạt 95,3 tỷ đồng, tăng 10% yoy, tương ứng EPS 2014 là 4.081 đ/cp. Giá mục tiêu ngắn hạn theo PE của SRC là 30.600 đ/cp. (Chi tiết)

Danh mục từ viết tắt

CSTN	: Cao su thiên nhiên
CSTH	: Cao su tổng hợp
ANRPC	: Hiệp hội các nước trồng cao su trên thế giới
IRSG	: Tổ chức thông tin cao su quốc tế
VRA	: Hiệp hội cao su Việt Nam
VRG	: Tập đoàn công nghiệp cao su Việt Nam
AFET	: Hiệp hội cao su Thái Lan
LMC	: Tổ chức nghiên cứu thị trường ô tô, trụ sở tại Anh
LNTT	: Lợi nhuận trước thuế
LNST	: Lợi nhuận sau thuế

A. NGÀNH CAO SU – SĂM LỐP

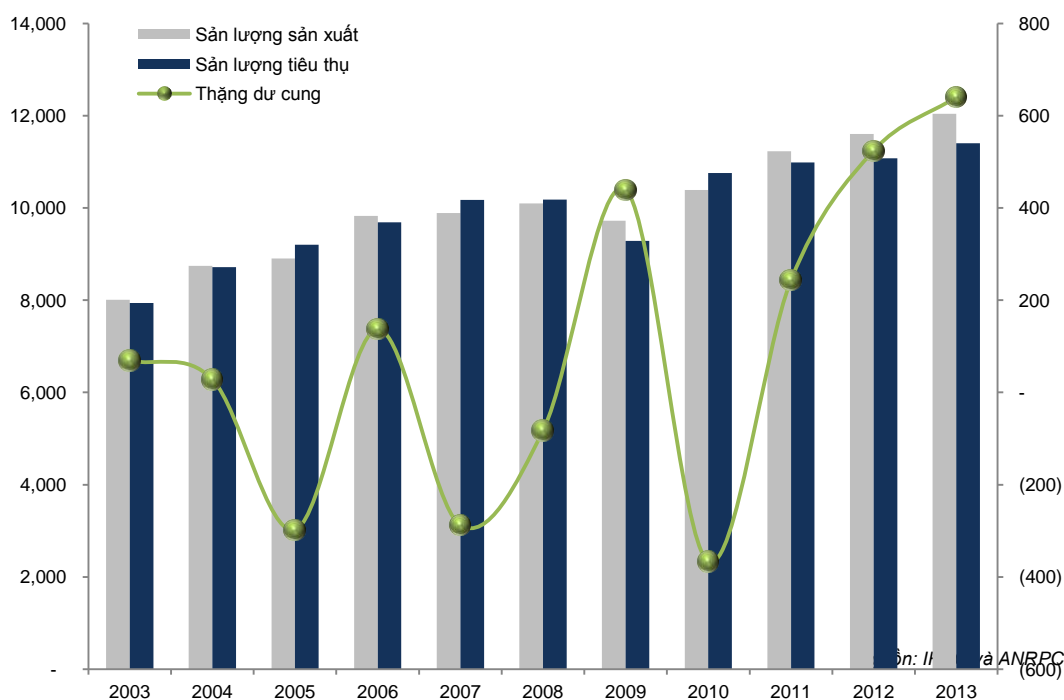
I. Tổng quan Ngành Cao su thiên nhiên

Sản lượng cao su sản xuất và tiêu thụ của thế giới năm 2013 lần lượt đạt 12,04 và 11,32 triệu tấn. Theo đó, so với năm 2012 sản lượng tiêu thụ tăng 2,67% và sản lượng sản xuất tăng 3,73%.

Trong 10 năm qua (2003-2013), trên thế giới tốc độ tăng trưởng CAGR của sản lượng sản xuất và sản lượng tiêu thụ lần lượt đạt 3,7% và 3,4%.

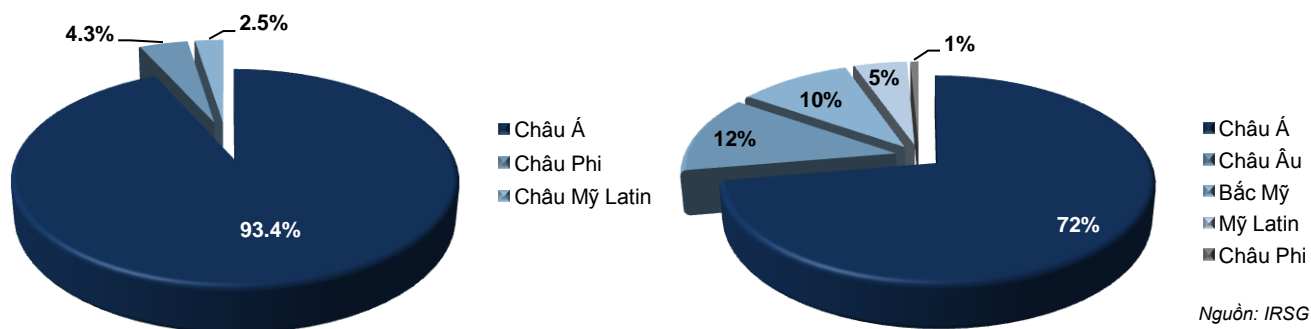
Mức thặng dư cung cao su thiên nhiên (CSTN) của thế giới sau khi tăng liên tục trong giai đoạn 2011-2013, lần lượt là 243 nghìn tấn, 524 nghìn tấn và 640 nghìn tấn.

Cung cầu cao su thiên nhiên trên thế giới



Diện tích trồng cao su và sản lượng khai thác tập trung phần lớn ở khu vực Châu Á (chiếm 93%), kế đến là Châu Phi (4-5%), Mỹ Latin (2-3%).

Xét về mức tiêu thụ cao su thiên nhiên (CSTN) thì Châu Á là khu vực tiêu thụ cao su thiên nhiên lớn nhất thế giới, chiếm khoảng 72% tổng nhu cầu, kế đến là Châu Âu (12%), Bắc Mỹ (10%), còn lại khoảng 6% từ các Châu lục khác.



Theo thống kê đến cuối năm 2013, 88,85% tổng sản lượng sản xuất CSTN của toàn cầu bắt nguồn từ nhóm 6 quốc gia bao gồm: Thái Lan (34,41%), Indonesia (25,60%), Việt Nam (7,89%), Trung Quốc (7,11%), Ấn Độ (6,99%) và Malaysia (6,85%). Trong năm qua Việt Nam đã vượt qua Malaysia và Ấn Độ để vươn lên vị trí thứ 3 trong nhóm 6 nước sản xuất CSTN lớn nhất thế giới.

Trong 6 quốc gia kể trên, tính đến cuối năm 2013 thì Indonesia là quốc gia có diện tích trồng cao su lớn nhất thế giới với 3,49 triệu ha, kế đến là Thái Lan (3,43 triệu ha), xếp vị trí thứ 3 và 4 lần lượt là Trung Quốc (1,16 triệu ha) và Malaysia (1,06 triệu ha). Thứ hạng thứ 5 và 6 thuộc về Việt Nam và Ấn Độ với diện tích đạt 955.700 ha và 776.000 ha.

68,7% tổng sản lượng tiêu thụ CSTN của thế giới thuộc về 6 quốc gia bao gồm Trung Quốc (36,65%), Ấn Độ (8,46%), Mỹ (8,06%), Nhật Bản (6,23%), Indonesia (4,72%) và Thái Lan (4,59%). Riêng Trung Quốc bình quân 5 năm qua chiếm 32% tổng sản lượng tiêu thụ CSTN và chiếm đến 25% tổng kim ngạch nhập khẩu CSTN toàn cầu.

Cơ cấu thị trường sản xuất CSTN năm 2013

Quốc gia	1.000 Tấn	% Tỷ trọng
Thái Lan	4,141	34.41
Indonesia	3,081	25.6
Việt Nam	950	7.89
Trung Quốc	856	7.11
Ấn Độ	842	6.99
Malaysia	825	6.85
Bờ biển ngà	275	2.29
Brazil	173	1.44
Myanmar	147	1.22
Sri Lanka	131	1.08
Philippines	111	0.92
Khác	26	4.20

Cơ cấu thị trường tiêu thụ CSTN năm 2013

Quốc gia	1.000 Tấn	% Tỷ trọng
Trung Quốc	4,150.0	36.65
Ấn Độ	958.2	8.46
Mỹ	913.0	8.06
Nhật	705.4	6.23
Indonesia	534.0	4.72
Thái Lan	520.0	4.59
Malaysia	434.1	3.83
Hàn Quốc	396.0	3.50
Brazil	395.3	3.49
Đức	249.5	2.20
Việt Nam	154.0	1.36
Khác	1,718.5	16.91

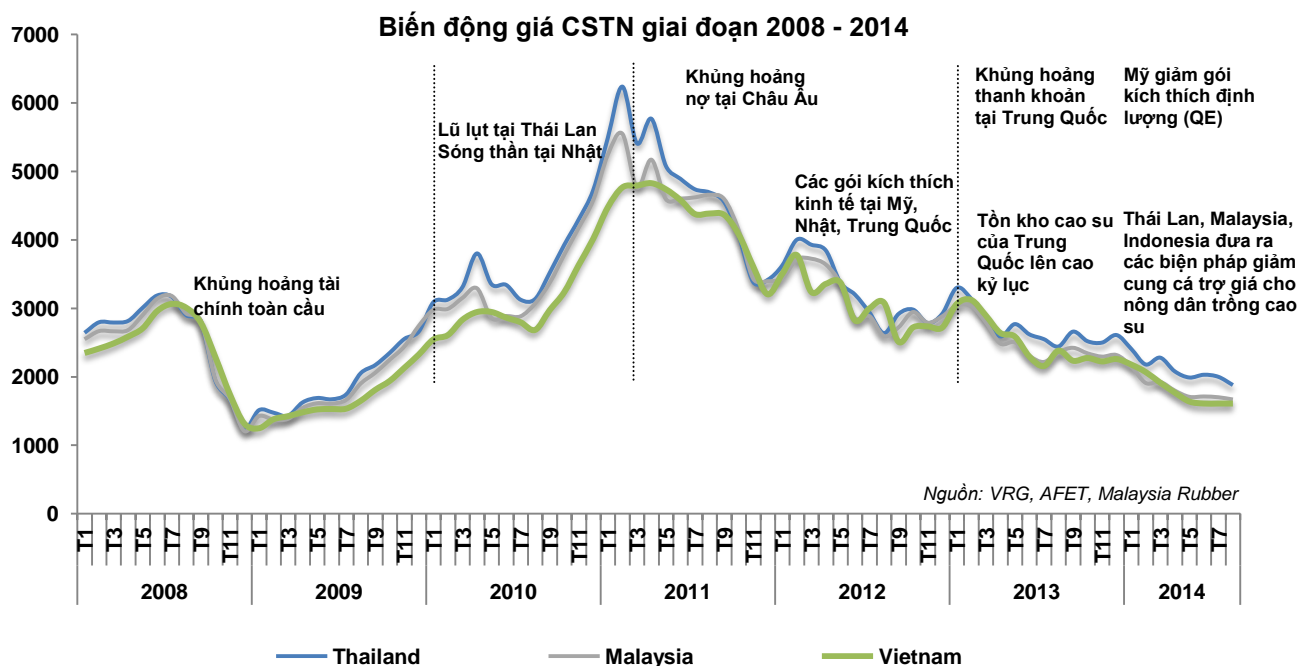
Nguồn: The Rubber Economist

Khoảng 87-94% tổng sản lượng xuất khẩu CSTN toàn cầu hiện nay thuộc về bốn quốc gia bao gồm: Thái Lan (3,66 triệu tấn), Indonesia (2,72 triệu tấn), Malaysia (1,38 triệu tấn) và Việt Nam (1,07 triệu tấn).

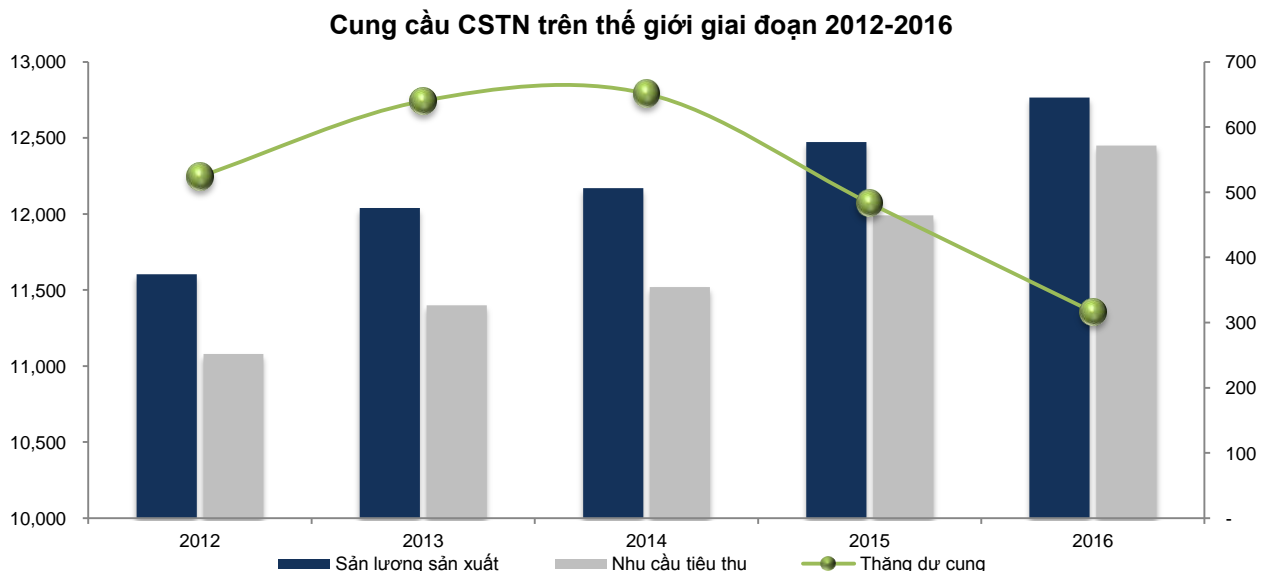
Top 4 quốc gia xuất khẩu CSTN năm 2013

Quốc gia	1.000 tấn	% Tỷ trọng
Thái Lan	3,664	40.5%
Indonesia	2,719	30.1%
Malaysia	1,380	15.3%
Việt Nam	1,076	11.9%
Còn lại	201	2.2%

Nguồn: ANRPC

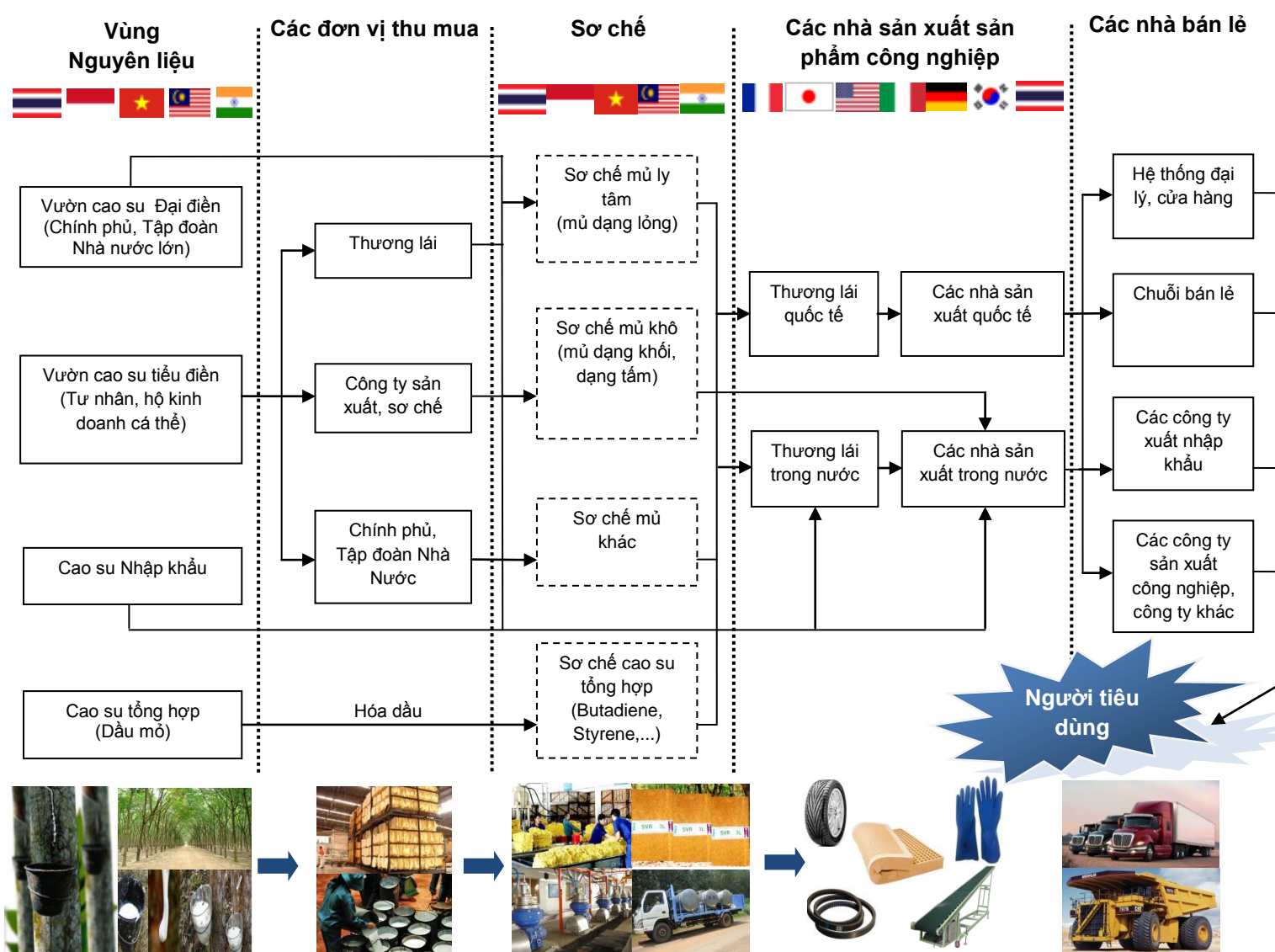
Biến động giá cao su theo các sự kiện kinh tế giai đoạn 2008-2014


Dựa vào cơ cấu tiêu thụ và sản xuất CSTN trên toàn cầu như đã trình bày bên trên và các sự kiện xảy ra trong quá khứ thì ta có thể thấy rằng sản phẩm mủ CSTN luôn chịu ảnh hưởng bởi các sự kiện kinh tế, xã hội, thiên tai lũ lụt,... tại các quốc gia phát triển và có tầm ảnh hưởng lớn đến nhu cầu tiêu thụ và nguồn cung cấp CSTN của thế giới như Mỹ, Nhật, Trung Quốc, Thái Lan, Malaysia,...

Dự báo sản lượng cao su thiên nhiên trong các năm tới


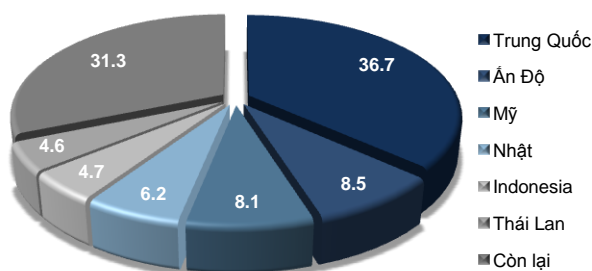
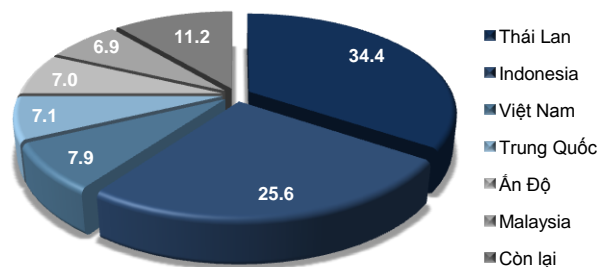
Nguồn: The Rubber Economist Report

Theo dữ liệu chúng tôi thu thập được từ The Rubber Economist và IRSG cho thấy tình trạng cung vượt cầu như hiện nay sẽ kéo dài ít nhất là đến năm 2016. Đó cũng chính là hệ lụy của làn sóng toàn cầu trồng cao su giai đoạn 2007-2009 trước đây khi mà giá cao su trong xu hướng tăng tích cực. Giai đoạn 2013-2016 sẽ là thời gian mà những diện tích cao su trồng trong giai đoạn 2007-2009 đưa vào khai thác dẫn đến nguồn cung tăng mạnh. Trong giai đoạn 2013-2016, sản lượng sản xuất dự báo sẽ tăng trưởng 2%/năm trong khi đó sản lượng tiêu thụ được dự báo tăng trưởng là 3%/năm vì vậy khoảng cách cung cầu sẽ được thu hẹp dần trong 3 năm tới cho đến năm 2016. Tuy nhiên có thể thấy được động lực để giá cao su tăng trưởng mạnh trong vài năm tới là khá thấp.

1. Chuỗi giá trị cao su toàn cầu


a.1 Vùng nguyên liệu: Đây là khâu quan trọng bậc nhất trong chuỗi giá trị của ngành. Và là khâu chiếm dụng vốn và đất đai trong dài hạn. Đây là khâu được xem là rào cản lớn khi gia nhập vào ngành này. Cao su thiên nhiên tập trung ở các quốc gia có khí hậu nhiệt đới. Cây cao su phát triển tốt phải đáp ứng đủ 4 yếu tố thổ nhưỡng là nhiệt độ từ 26 độ C, lượng mưa 1.800 mm trở lên, độ ẩm từ 80%, tầng đất sâu 1 m và độ cao so với mực nước biển từ 300 m trở xuống. Trong khâu này năng suất khai thác quyết định đến hiệu quả kinh doanh. Hiện nay, 88,85% tổng sản lượng sản xuất CSTN của thế giới thuộc về 6 quốc gia bao gồm: Thái Lan, Indonesia, Việt Nam, Trung Quốc, Ấn Độ và Malaysia. Tổng diện tích trồng của các quốc gia này cũng chiếm khoảng 80-90% diện tích trồng cao su của toàn cầu.

a.2 Khâu thu mua: Đây là khâu trung chuyển CSTN từ vườn đến nhà máy sơ chế, tỷ suất lợi nhuận thường thấp. CSTN là một loại hàng hóa được giao dịch thường xuyên tại các Sàn hàng hóa trên thế giới nổi tiếng gồm có: Tocom, Sicom, AFET, Malaysia,... Vì vậy việc thu mua cũng sẽ được thực hiện thông qua các sàn này, thông qua các thương lái trung gian, đồng thời sẽ được các công ty chế biến tại quốc gia đó thu mua trực tiếp từ nông dân. Ngoài ra, theo chủ trương của từng quốc gia, hàng năm Chính phủ các nước hoặc Hiệp hội cao su các nước sẽ có chính sách thu mua, dự trữ CSTN nhằm lập kho dự trữ bình ổn giá.

Cơ cấu tiêu thụ CSTN của toàn cầu

Cơ cấu sản xuất CSTN của toàn cầu


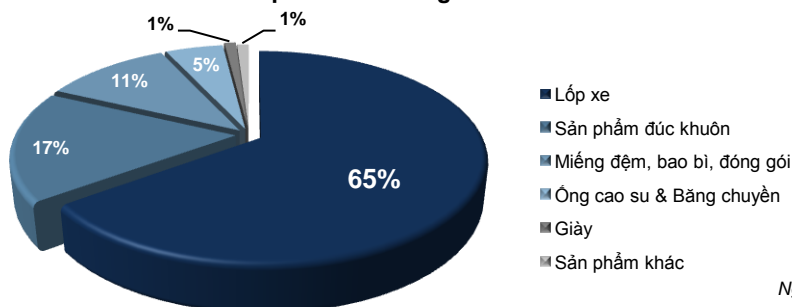
Nguồn: ANRPC, The Rubber Economist

a.3 Khâu sơ chế: Tất cả mủ cao su sau khi cạo sẽ được đưa về nhà máy sơ chế để tạo ra sản phẩm trung gian sử dụng làm nguyên liệu sản xuất trong các ngành công nghiệp liên quan trong chuỗi giá trị của ngành cao su. Tỷ suất lợi nhuận gộp của khâu này ở mức khá (21-40%) tùy vào từng thời điểm của giá cả cao su trên thị trường. Tuy nhiên thực tế phần lớn các doanh nghiệp quy mô lớn thường sở hữu một chuỗi từ vùng nguyên liệu (vườn cây) đến khâu chế biến. Như vậy tỷ suất lợi nhuận của chuỗi này khá cao so với từng khâu riêng biệt. Sản phẩm điển hình của khâu này là mủ ly tâm (dùng sản xuất gối nệm, găng tay sản phẩm y tế,...); mủ dạng khối (dùng trong sản xuất săm lốp, băng tải,...).

a.4 Khâu sản xuất công nghiệp: đây là khâu có giá trị gia tăng cao hơn so với khâu sơ chế. Khâu này sử dụng cao su đã sơ chế để tiếp tục sản xuất ra các sản phẩm tiêu dùng như: săm lốp, găng tay, nệm, bao cao su, băng tải, dây an toàn, giày và dụng cụ thể thao,... Trong khâu này có sự hiện diện của các tập đoàn lớn trên thế giới như Michelin (Pháp), Bridgestones (Nhật), Top Gloves (Malaysia), Kossan (Malaysia), Durex (Mỹ), Trojan (Mỹ), Bata Shoes (Thái Lan), Aquatex (Mỹ),...

Hiện nay, trên thế giới ngành săm lốp là ngành tiêu thụ cao su thiên nhiên (CSTN) nhiều nhất, chiếm 65% tổng lượng tiêu thụ CSTN toàn cầu. Sản phẩm khuôn đúc chiếm 17%, gối nệm cao su chiếm khoảng 11%. Chính vì chiếm tỷ trọng cao trong cơ cấu tiêu thụ cao su toàn cầu, chúng tôi ưu tiên tập trung đánh giá và phân tích sâu hơn Ngành săm lốp trong báo cáo lần này.

Bên cạnh cao su thiên nhiên thì cao su tổng hợp cũng là một nguyên liệu được tiêu thụ với khối lượng khá cao trên thế giới hiện nay, thậm chí còn cao hơn cả CSTN. Nếu CSTN tiêu thụ hàng năm vào khoảng 11,1 triệu tấn thì cao su tổng hợp vào khoảng 14,8 triệu tấn. Đối cao su tổng hợp, trong 5 năm qua mức chênh lệch cung – cầu không đáng kể, luôn có sự cân bằng nhất định giữa nhu cầu và tiêu thụ đối với sản phẩm này. Đây là nguyên liệu được sản xuất ra trong quá trình lọc hóa dầu, được sử dụng kết hợp với CSTN trong sản xuất săm lốp và các sản phẩm công nghiệp khác.

Tỷ trọng lượng CSTN tiêu thụ theo nhóm sản phẩm trên thế giới


Nguồn: VRA

a.5 Khâu bán lẻ: các thành phẩm từ khâu sản xuất sẽ được phân phối đến tay người tiêu dùng đồng thời cũng là sản phẩm đầu vào cho một ngành sản xuất khác như: lắp ráp ô tô, băng tải, dây cua-roa,...

Với các khâu được phân chia chi tiết như trên thì thực tế chúng ta có thể chia làm 2 nhóm chính là Nhóm từ Vùng cung cấp nguyên liệu → Sơ chế (nhóm Upstream) và Nhóm sản xuất → tiêu thụ (nhóm Downstream). Trong đó, nhóm Upstream thường mang lại giá trị gia tăng thấp hơn nhóm Downstream.

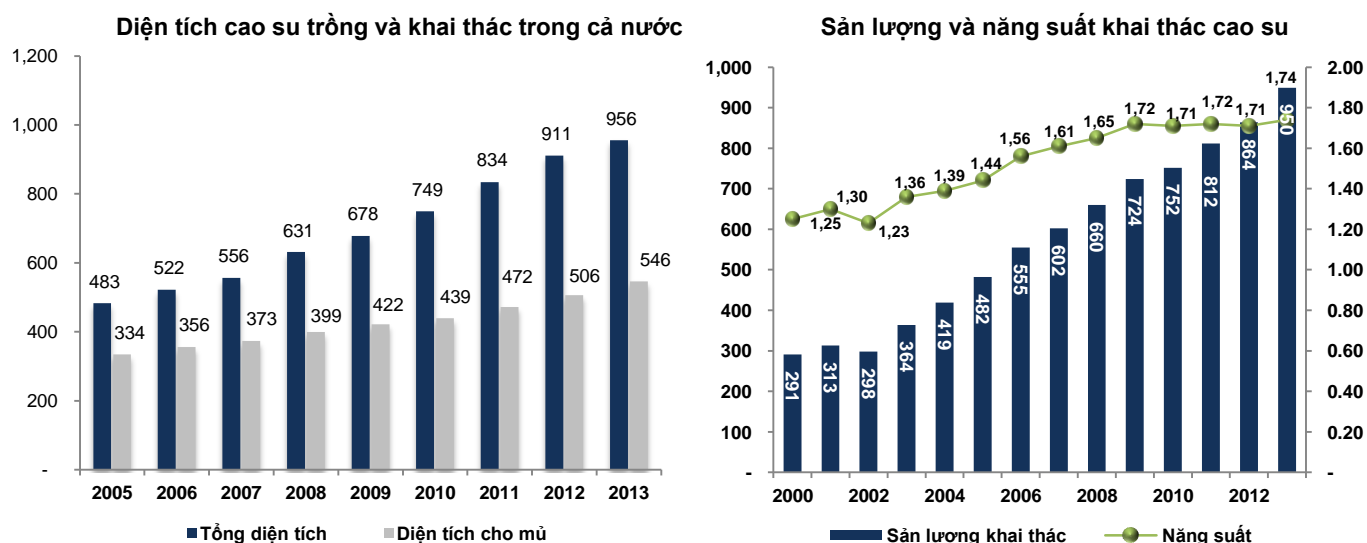
2. Ngành cao su thiên nhiên trong nước

Diện tích trồng cao su trong nước tính đến cuối năm 2013 đạt 955.700 ha, tăng 4,1% (tương ứng 37.800 ha) so với năm 2012, trong đó diện tích khai thác mủ là 545.600 ha, chiếm 57%. Tổng diện tích cao su của Việt Nam trong 10 năm qua đạt tăng trưởng CAGR là 8,0%/năm. Trong đó diện tích cho mủ đạt tăng trưởng CAGR 7,4%/năm.

Ngoài ra, tính đến cuối năm 2013, còn có thêm diện tích cao su của Tập đoàn CN Cao su Việt Nam (VRG) trồng tại Campuchia là 89.000 ha, tại Lào là 28.000 ha. Riêng Tập đoàn HAGL trồng được 36.130 ha tại 2 quốc gia trên và CTCP Gemadept đang triển khai trồng 29.500 ha cao su tại Campuchia. Bên cạnh đó còn có các doanh nghiệp tư nhân khác cũng đang tiến hành trồng cao su tại Campuchia và Lào nhưng chưa có số liệu thống kê cụ thể.

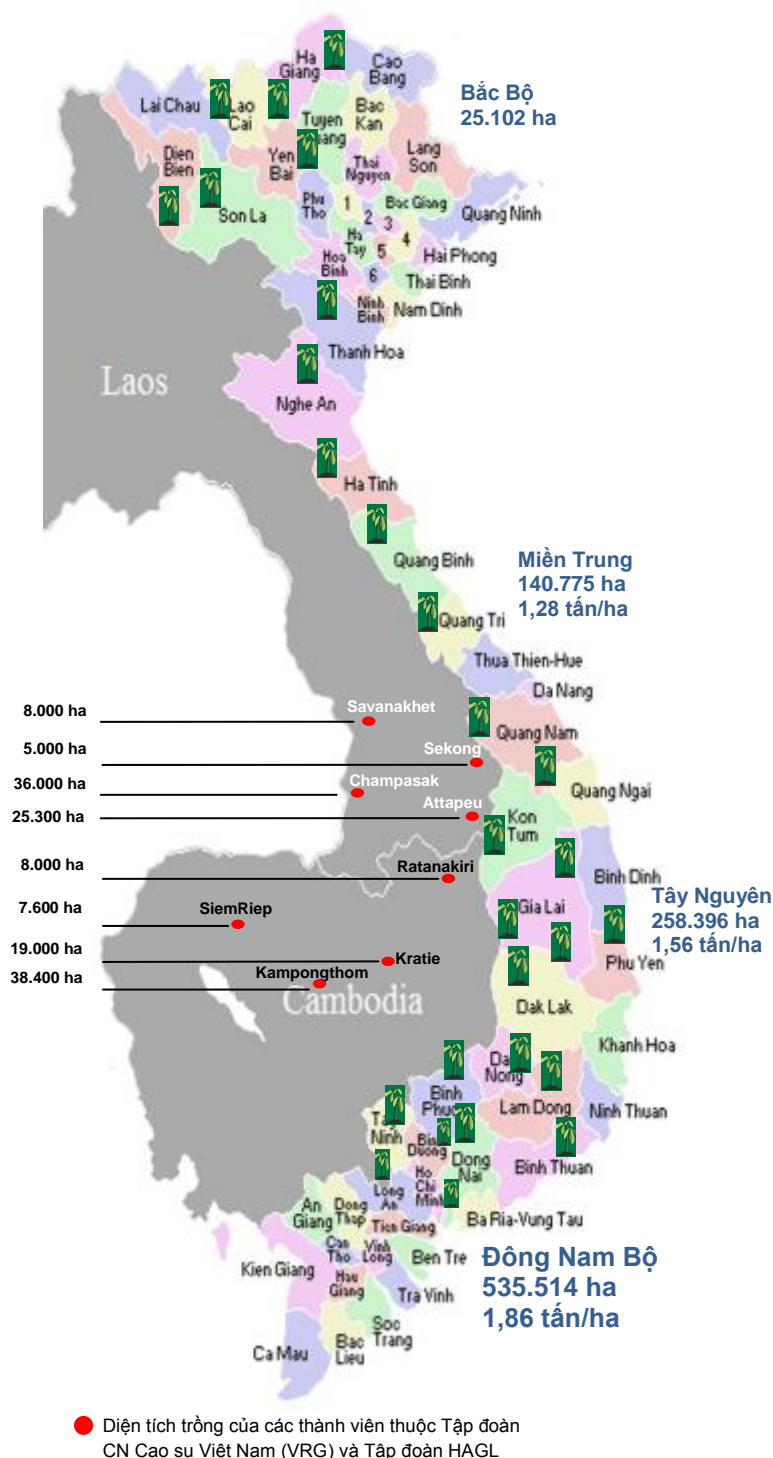
Tổng sản lượng khai thác CSTN năm 2013 của cả nước đạt 949.100 tấn, tăng 8,2% so với năm 2012.

Năm 2013, Việt Nam đạt năng suất khai thác là 1,74 tấn/ha, mức cao nhất trong 10 năm trở lại đây và tiếp tục kéo dài chuỗi 5 năm liên tiếp đạt năng suất trên 1,7 tấn/ha. Việt Nam đã chính thức vượt qua Ấn Độ nằm trong nhóm các nước dẫn đầu thế giới về chỉ tiêu này.



Nguồn: ANRPC, FPTSS

Phân bố diện tích cao su của Việt Nam

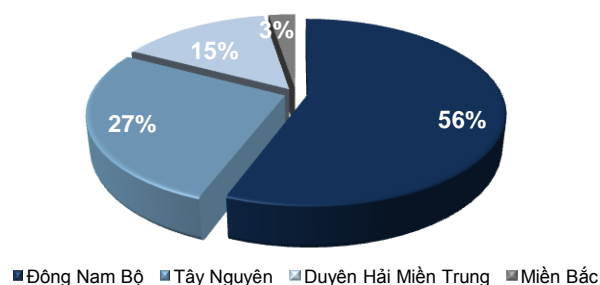


Nguồn: VRA, FPTS tổng hợp

[\(Chi tiết xem tại đây\)](#)

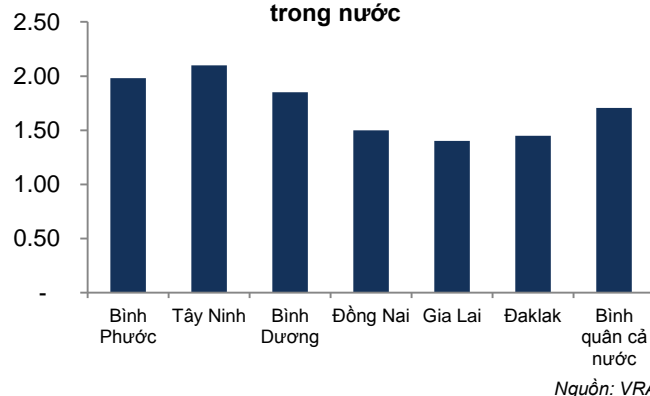
Hiện nay HAGL là doanh nghiệp tư nhân của Việt Nam có diện tích trồng cao su tại Lào và Campuchia lớn nhất với tổng diện tích là 36.130 ha tại các tỉnh Attapeu, Sekong, Ratanakiri.

Cơ cấu phân bổ rừng cao su trong cả nước



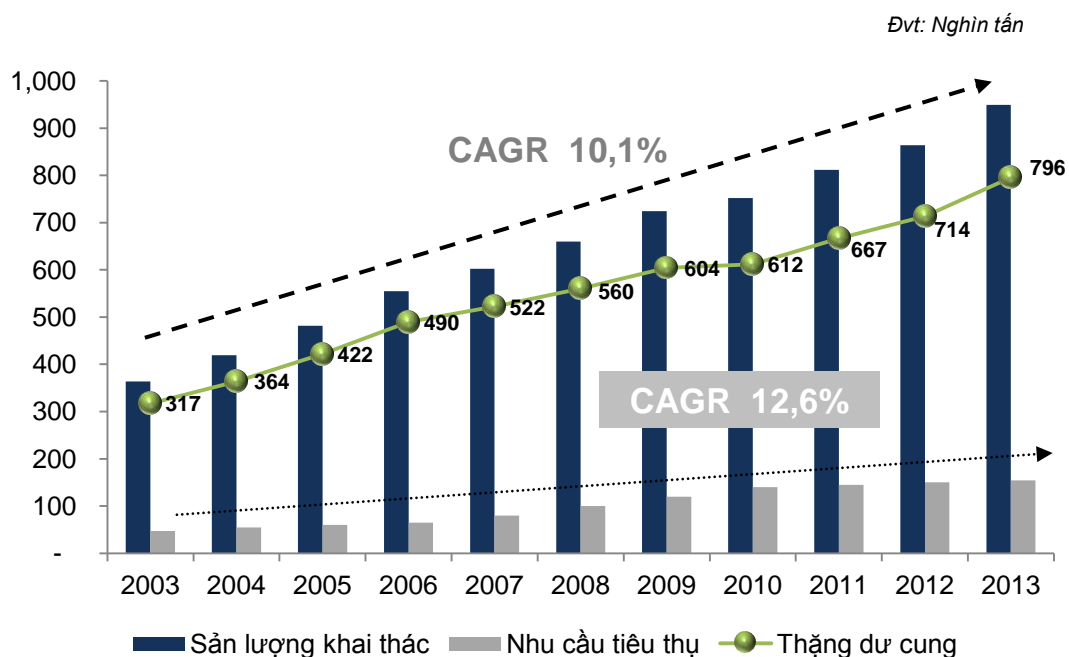
Khu vực Đông Nam Bộ được xem như thủ phủ cao su thiên nhiên của Việt Nam, chiếm 56% diện tích trồng cao su của cả nước, kể đến là Tây Nguyên, Duyên Hải miền Trung và Bắc Bộ.

Năng suất khai thác cao su của các tỉnh tiêu biểu trong nước



Hiện nay xét trong các tỉnh trọng điểm thì Bình Phước và Bình Dương là 2 tỉnh có diện tích trồng cao su lớn nhất cả nước. Trong đó, Bình Phước chiếm 22% diện tích cả nước và 36% tổng diện tích trồng cao su của vùng Đông Nam Bộ. Bình Dương chiếm khoảng 18%, kể đến là Tây Ninh 10%, Gia Lai 11%, Đồng Nai 6% diện tích cả nước. Năng suất cao nhất tập trung ở 3 tỉnh Bình Phước, Tây Ninh, Bình Dương, bình quân đạt 2 tấn/ha, cao hơn mức bình quân cả nước là 1,74 tấn/ha.

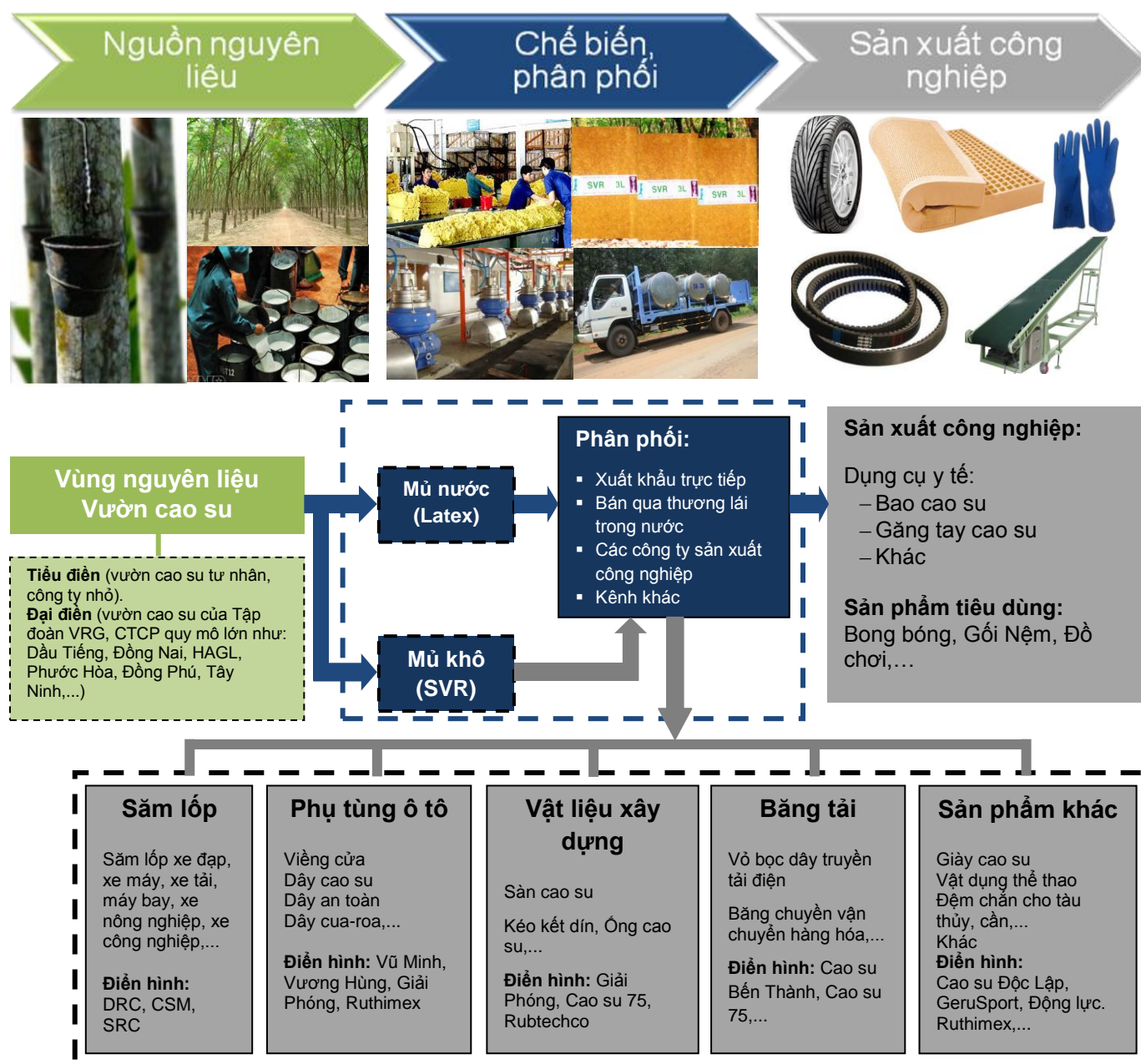
Bên cạnh diện tích cao su trong nước, tính đến năm 2013, diện tích trồng cao su của Việt Nam tại Lào và Campuchia lần lượt đạt 28.000 ha và 89.000 ha. Tại Lào tất cả diện tích đều tập trung ở khu vực Nam Lào, giáp với các tỉnh: Quảng Nam, Kon Tum, Thừa Thiên Huế,... Các doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là Tập đoàn CN Cao su Việt Nam (VRG) đang nỗ lực tiếp tục triển khai trồng để đạt hạn mức được Chính Phủ Lào cấp là 30.000 ha. Bên Campuchia, dự kiến năm 2014 sẽ hoàn thành trồng hết 100.000 ha theo hạn mức được Chính phủ Campuchia đã cấp.

Sản xuất và tiêu thụ cao su thiên nhiên trong nước


Nguồn: Agroiinfo

Trong giai đoạn 2003-2013, tốc độ tăng trưởng của mức tiêu thụ cao su thiên nhiên bình quân tại Việt Nam đạt 12,6%/năm, mức tiêu thụ bình quân 5 năm gần nhất đạt khoảng 135.000 tấn/năm, tỷ lệ tiêu thụ so với sản lượng khai thác bình quân đạt 17%. Cụ thể, năm 2008 đạt 100.000 tấn và đến năm 2013 đã tăng lên mức 154.000 tấn.

Cao su thiên nhiên tại Việt Nam chủ yếu 70-80% dùng cho sản xuất săm lốp, găng tay y tế, gối nệm,...Ngoài ra, tiêu thụ cao su thiên nhiên tại Việt Nam được đóng góp một phần không nhỏ từ hoạt động tạm nhập nguyên liệu để tái xuất. Tiêu thụ cao su trong nước chỉ đạt tỷ lệ thấp là do (1) Quy mô sản xuất công nghiệp các sản phẩm từ cao su trong nước chưa cao, (2) Các doanh nghiệp sản xuất mủ cao su trong nước phần lớn chú trọng xuất khẩu nhằm đạt hiệu quả và mức lợi nhuận cao hơn. Việc tiêu thụ trong nước hiện nay phần lớn được thể hiện thông qua hình thức mua/bán giữa các doanh nghiệp sản xuất cao su thiên nhiên với các công ty thương mại trong nước, sau đó các công ty này mang đi xuất khẩu. Thực tế trong cơ cấu tiêu thụ của các doanh nghiệp CSTN niêm yết, thì khoảng 40-50% sản lượng được tiêu thụ trong nước và hầu hết lượng hàng này đều được xuất khẩu ra nước ngoài thông qua các công ty thương mại. Vì vậy, xét về thực chất, lượng tiêu thụ cao su trong nước chỉ chiếm khoảng 15-16% so với tổng nguồn cung. Điều này cho thấy với nguồn cung cao su dồi dào như thế sẽ mang đến một lợi thế rất lớn dành cho các doanh nghiệp sử dụng cao su làm nguyên liệu sản xuất trong nước và cũng là cơ sở để thu hút các doanh nghiệp FDI chuyên sản xuất chế biến sản phẩm từ cao su như: lốp xe, nệm, băng tải, găng tay, bao cao su,... đầu tư và sản xuất tại Việt Nam.

3. Phân tích chuỗi giá trị Ngành CSTN của Việt Nam


Nguồn: FPTTS tổng hợp

Khâu nguyên liệu và sơ chế (Upstream)

(Chi tiết xem tại đây)

Tỷ suất lợi nhuận gộp cao: TCT Cao su Đồng Nai (26,8%), PHR (31%), DPR (41%), TRC (36%), Kuala Lumpur Kepong (20,6%); HwaFong Thai Rubber (24,5%).

Nhóm nguyên liệu và sơ chế: Ngành CSTN Việt Nam cũng tương tự như của toàn cầu. Ngành cũng được chia thành 2 nhóm Upstream và Downstream. Trong đó, Upstream bao gồm các công ty chuyên trồng, khai thác mủ cao su đồng thời sơ chế mủ cao su, nhóm Downstream sẽ bao gồm các công ty sản xuất công nghiệp như săm lốp, găng tay, nệm, băng tải, ... Tương đồng với thế giới thì nhóm Downstream thường tạo ra các sản phẩm có giá trị gia tăng cao hơn nhóm Upstream. Một thực tế ở Việt Nam, cơ cấu phân bổ diện tích trồng cao su của Việt Nam hiện là 53% là đại điền, 47% là tiểu điền. Hàng năm các công ty lớn thuộc Tập đoàn đều phải thu mua mủ của nông dân với 2 mục đích: (1) Cung ứng đủ lượng mủ để sơ chế; (2) Hỗ trợ kinh tế cho người nông dân trong vùng theo chủ trương của Tỉnh và Nhà nước.

Các công ty lớn trong nhóm Upstream này bao gồm Tổng công ty cao su Đồng Nai, Cao su Dầu Tiếng, Cao su Phú Riềng, 5 doanh nghiệp cao su thiên nhiên niêm yết PHR, DPR, TRC, HRC, TNC,... Ngoài ra, còn có Tập đoàn HAGL cũng đầu tư gần 44.500 ha cao su tại 3 quốc gia Việt Nam – Lào – Campuchia. Đây được xem là doanh nghiệp tư nhân sở hữu rừng cao su lớn nhất của Việt Nam tính đến hiện tại.

Khâu phân phối, giao dịch thương mại (Midstream) (Chi tiết xem tại đây)

Tỷ suất lợi nhuận gộp ở nhóm này rất thấp (1-5%) và không ổn định, lợi nhuận chủ yếu dựa trên sản lượng.

Khâu này hoạt động theo 2 hình thức cơ bản: (1) Các công ty khai thác và sơ chế mủ cao su bán trực tiếp đến khách hàng nội địa hoặc xuất khẩu (Dầu Tiếng, Đồng Nai, PHR, DPR, TRC, HAGL,...); (2) Tập hợp các công ty thương mại chuyên thu mua cao su sơ chế để xuất khẩu nhằm hưởng chênh lệch giá. Các doanh nghiệp điển hình, thuộc top 50 doanh nghiệp dẫn đầu xuất khẩu cao su thiên nhiên gồm có: XNK Tổng hợp Bình Phước, Việt Phú Thịnh, Trung Chính, Hoa Sen Vàng,... Với đặc thù chỉ làm thương mại, các doanh nghiệp thuộc nhóm (2) sẽ gặp rủi ro lớn nhất đó là việc không sở hữu vườn cao su dẫn đến phụ thuộc hoàn toàn theo thị trường. Lợi nhuận không ổn định.

Khâu sản xuất công nghiệp (Downstream) (Chi tiết xem tại đây)

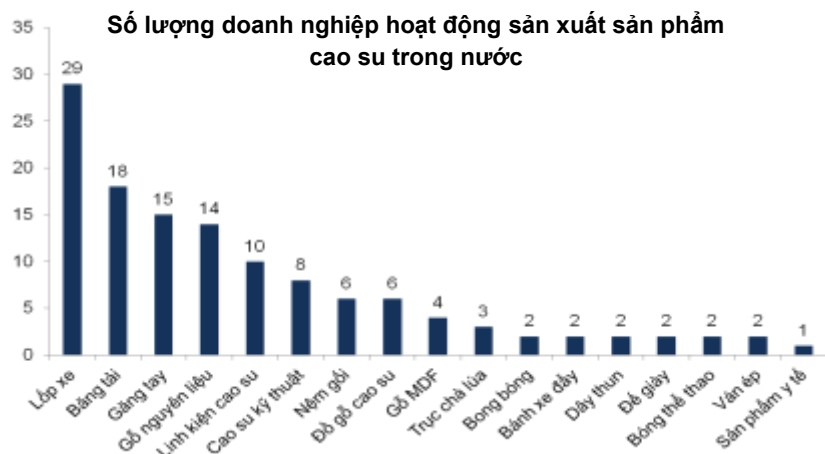
Tỷ suất lợi nhuận gộp ở mức khá.

Cao su thiên nhiên (CSTN) được thu mua làm nguyên liệu đầu vào để sản xuất các sản phẩm công nghiệp. Hiện tại của Việt Nam chủ yếu dùng cho sản xuất xăm lốp (chiếm 60-70% sản lượng), còn lại thuộc về nhóm gang tay y tế, gối nệm, băng tải,... Trong phạm vi cả nước hiện nay có 29 công ty sản xuất và kinh doanh lốp xe, 18 công ty sản xuất băng tải, 15 công ty sản xuất gang tay, 6 công ty sản xuất gối nệm cao su, còn lại thuộc về các nhóm sản phẩm khác như: đế giày, dây thun, bóng thể thao,... **Trong cơ cấu tiêu thụ CSTN cũng như nhóm doanh nghiệp thuộc khâu sản xuất công nghiệp thì nhóm xăm lốp chiếm tỷ trọng cao nhất vì vậy chúng tôi tập trung đánh giá và phân tích Ngành Săm lốp trong báo cáo lần này.**

Tỷ suất lợi nhuận gộp của một số công ty điển hình trong và ngoài nước

Công ty	Săm lốp	Băng tải	Gang tay	Giày cao su	Bao Cao su
Trong nước	DRC: 21%; CSM: 19%; SRC: 14%	BRC: 23%	NA	NA	NA
Nước ngoài	Michelin: 30,5% Bridgestone: 33,6% Apollo: 21-25% Doublecoin: 14,3% Chengshin: 20% Kenda: 20-28%	Titan International: 14,3% Somi Conveyor: 29% Nippon conveyor: 16,3%	Top Glove: 17,6% Kossan: 27-33% Hartalega: 34,45% Supermax: 20-30%	BataShoe Thailand: 35%	Durex: 35% Karex: 20,6%

Nguồn: Bloomberg



Doanh nghiệp điển hình:

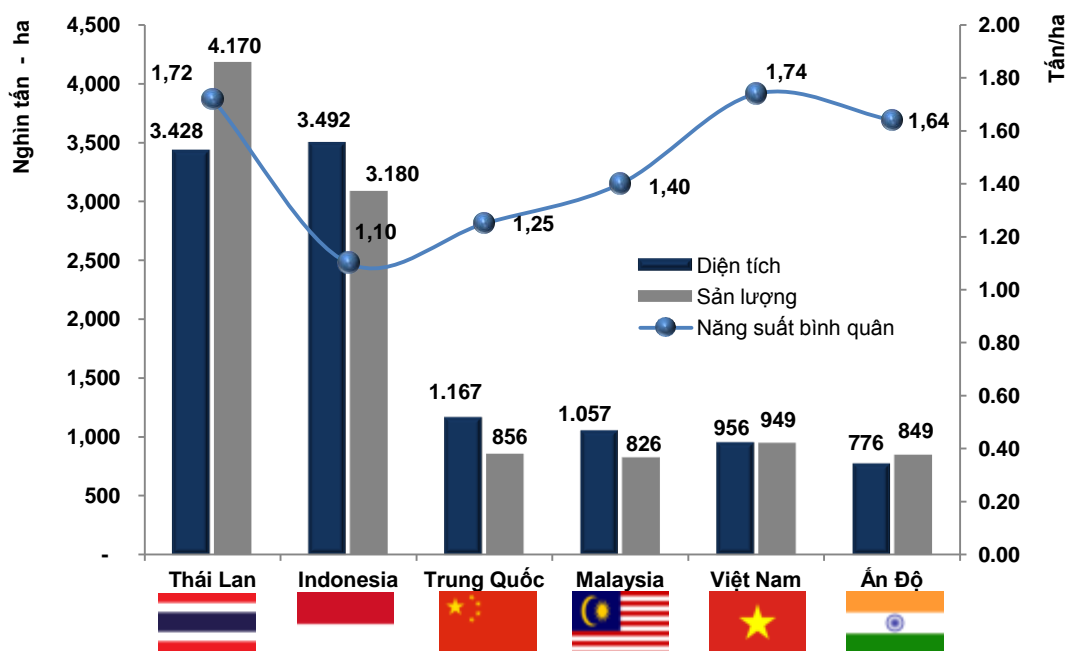
1. Lốp xe: Cao su Đà Nẵng (DRC), Casumina (CSM), Cao su Sao Vàng (SRC),...
2. Băng tải: Cao su Bến Thành (BRC), Cao su 17/05,...
3. Gang tay: VRG Khải Hoàn, Showa Glove (Nhật Bản), Nam Cường, Nam Long,...
4. Bao cao su: Merufa, Laprodex,...
5. Gối Nệm: KymDan, Đồng Phú (DPR), Vạn Thành, Liên Á,...
6. Bóng thể thao: Geru Star Sport, Động Lực,...

Nguồn: Danh bạ DN Cao su Việt Nam

4. Vị thế Ngành cao su thiên nhiên Việt Nam

Tính đến năm 2013, Việt Nam xếp hạng thứ 5 trên thế giới về diện tích trồng cao su (đạt 955.700 ha) và đã vượt qua Malaysia, Ấn Độ và Trung Quốc để vươn lên vị trí thứ 3 thế giới về sản lượng mủ cao su khai thác (đạt 949.100 tấn). Xét về năng suất khai thác, riêng năm 2013 đạt mức 1,74 tấn/ha tăng nhẹ so với mức 1,71 tấn/ha của năm 2012 và đã chính thức vượt qua Ấn Độ để nằm trong nhóm các quốc gia có năng suất khai thác cao su cao nhất thế giới.

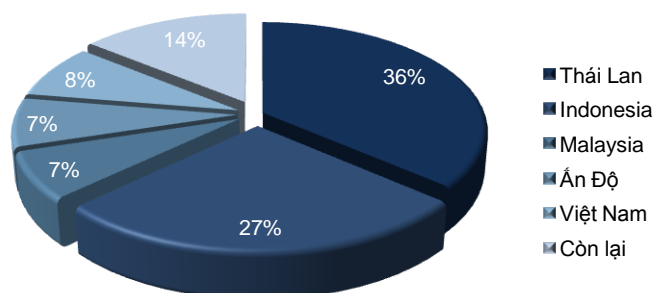
So sánh số liệu CSTN của các quốc gia năm 2013



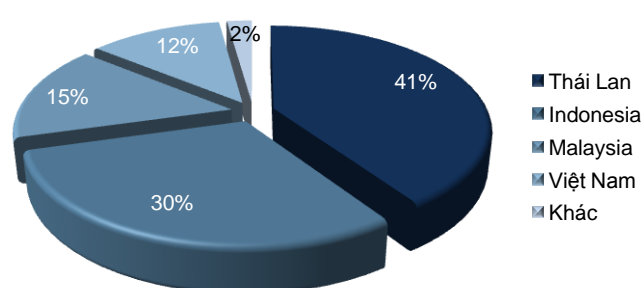
Nguồn: ANRPC

Tổng sản lượng cao su thiên nhiên (CSTN) sản xuất trên toàn cầu năm 2013 đạt 11,5 triệu tấn, trong đó 88,85% sản lượng thuộc về nhóm 6 quốc gia bao gồm: Thái Lan (4,14 triệu tấn); Indonesia (3,08 triệu tấn), Việt Nam (0,95 triệu tấn), Trung Quốc (0,86 triệu tấn), Ấn Độ (0,84 triệu tấn), Malaysia (0,83 triệu tấn). Trong nhóm 6 quốc gia trên thì Thái Lan, Indonesia, Malaysia và Việt Nam tiếp tục là 4 quốc gia xuất khẩu CSTN lớn nhất thế giới, chiếm 85-93% tổng sản lượng xuất khẩu CSTN của toàn cầu, cụ thể: Thái Lan (3,66 triệu tấn); Indonesia (2,7 triệu tấn); Malaysia (1,38 triệu tấn); Việt Nam (1,07 triệu tấn). Riêng Việt Nam trong năm qua sản lượng xuất khẩu tăng 24,4% so với năm 2012. Với khí hậu, thổ nhưỡng phù hợp và thế mạnh nông nghiệp lâu đời cũng như công tác nghiên cứu phát triển giống tốt đã giúp cho 6 quốc gia trên liên tục đứng đầu thế giới về diện tích, sản lượng khai thác và xuất khẩu trong gần một thập kỷ qua.

Các quốc gia sản xuất cao su lớn nhất thế giới

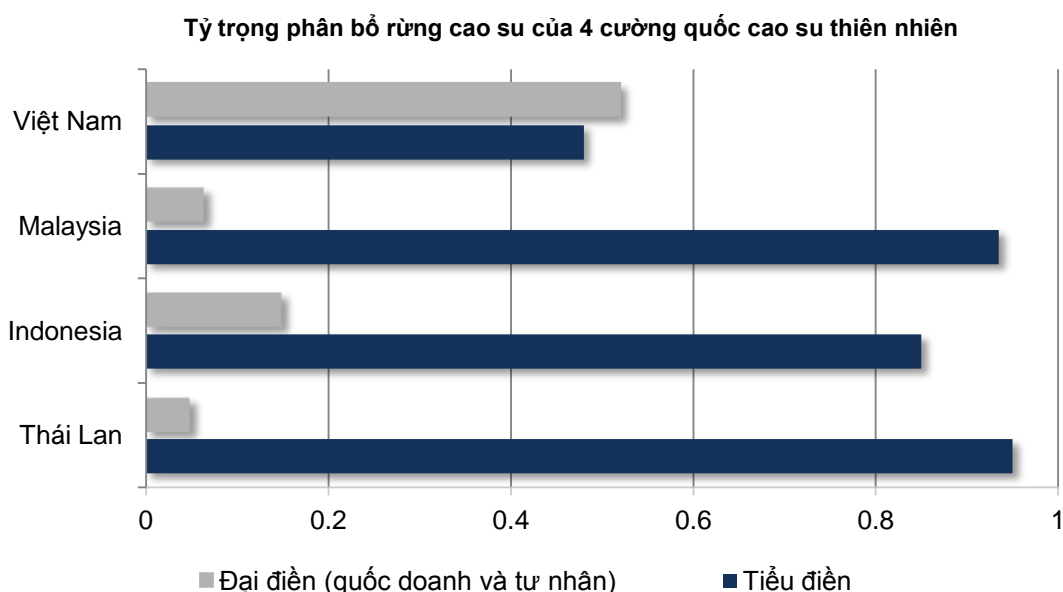


Các quốc gia xuất khẩu cao su lớn nhất thế giới



Nguồn: ANRPC

5. Khác biệt trong cơ chế vận hành Ngành cao su thiên nhiên giữa Việt Nam và 3 cường quốc cao su là Thái Lan - Malaysia - Indonesia



Nguồn: Số liệu thống kê từ các quốc gia

Vấn đề quản lý

Hiện nay, khác với các quốc gia trong khu vực, Ngành cao su Việt Nam chưa có sự quản lý trực tiếp từ Nhà nước. Trong khi đó, đối với ngành cao su của 3 quốc gia trên chịu sự quản lý trực tiếp của Nhà nước thông qua Tổng Cục cao su hoặc các cơ quan chuyên trách riêng cho Ngành cao su. Trong nước, nhiều nơi làm tương Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam (VRG) là đại diện quản lý Nhà nước về cao su thiên nhiên của cả nước nhưng thực tế không phải vậy. Tập đoàn VRG chỉ là một doanh nghiệp thuộc sở hữu Nhà nước, hoạt động và nắm giữ cổ phần chi phối tại các đơn vị thành viên trong tập đoàn. VRG không có chức năng quản lý Nhà nước đối với Ngành cao su thiên nhiên trong nước. Tại Việt Nam chưa có cơ quan quản lý Nhà nước dành riêng cho Ngành CSTN mà hiện nay Ngành CSTN chỉ trực thuộc Bộ Nông nghiệp, chịu sự quản lý chung cùng với các mặt hàng nông nghiệp khác (gạo, sắn,...) thông qua Cục chế biến Nông lâm sản. Vì vậy, tại Việt Nam chưa có sự tách bạch, chưa có cơ chế riêng cho Ngành CSTN. Chính điều này dẫn đến thực trạng chưa có sự đồng bộ trong quy hoạch diện tích trồng cao su trên bình diện cả nước, trong điều phối sản phẩm mủ cao su giữa các khu vực trong nước cũng như chưa kiểm soát đồng bộ và chặt chẽ về chất lượng cao su trong nước và sản phẩm cao su xuất khẩu.







(Xem chi tiết tại đây)

Vấn đề chất lượng

Khu vực tiểu điền chiếm tỷ trọng lớn trong Ngành cao su thiên nhiên (CSTN) Việt Nam (chiếm 47% tổng diện tích cao su cả nước) chưa đảm bảo và chưa chấp hành tốt các quy định về tiêu chuẩn trong quy trình chế biến mủ cao su và chất lượng sản phẩm cao su. Thậm chí nếu bên nhập khẩu không đề nghị các chứng nhận chất lượng thì các đơn vị tư nhân cũng sẽ dễ dàng bỏ qua khâu kiểm định chất lượng để tiết giảm chi phí. Chính điều này là nguyên nhân dẫn đến chất lượng cao su trong nước và xuất khẩu không đạt tiêu chuẩn, không đồng đều về chất lượng gây ảnh hưởng chung cho toàn ngành cao su thiên nhiên Việt Nam từ xưa đến nay, làm giảm

uy tín cũng như dẫn đến mức giá bán xuất khẩu của cao su Việt Nam luôn thấp hơn so với Thái Lan, Malaysia và Indonesia. [\(Xem chi tiết tại đây\)](#)

Đvt: Nghìn tấn

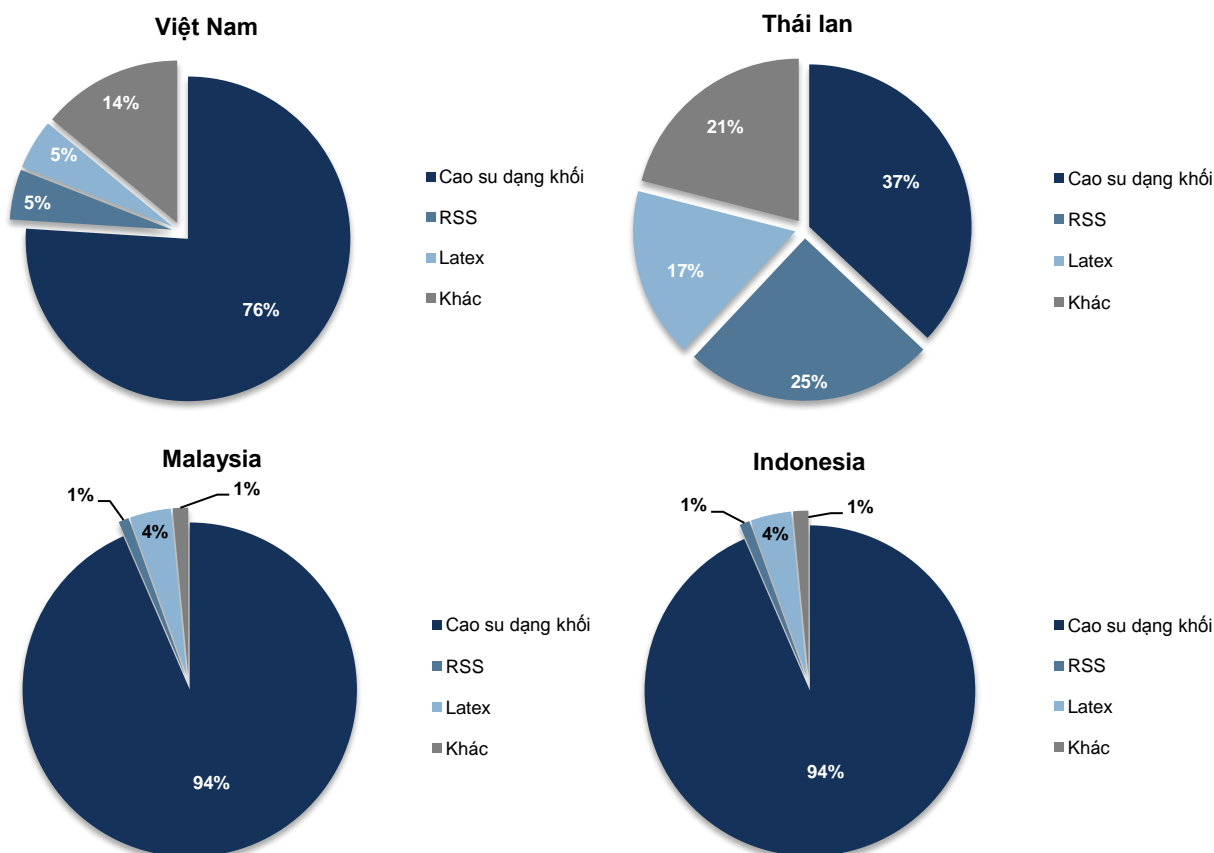
Quốc kỳ	Quốc gia	Sản lượng sản xuất	Sản lượng tiêu thụ	Xuất khẩu	Nhập khẩu
	Thái Lan	4.170	519	3.664	0.9
	Indonesia	3.180	603	2.719	26
	Malaysia	826	456	1.380	955
	Việt Nam	950	155	1.076	280
	Ấn Độ	849	953	26	292
	Trung Quốc	856	4.150	15	3.701
	Còn lại	675	4.293	-	-
	Toàn cầu	11.505	11.128	-	-

Nguồn: ANRPC

Vấn đề năng suất khai thác

Điểm tích cực của Ngành CSTN của Việt Nam đối với 3 quốc gia trên đó là tỷ lệ sở hữu vườn cao su khá đồng đều giữa khu vực tiểu điền và khu vực quốc doanh (đại điền) tương ứng tỷ lệ là 47 - 53. Trong khi đó tỷ lệ tiểu điền tại Indonesia là 85%, Thái Lan và Malaysia là hơn 90%. Viện nghiên cứu cao su của Việt Nam được đánh giá là top 3 trên thế giới với nhiều giống mới và chất lượng cao được nghiên cứu và công bố mỗi năm.

Nhờ lợi thế trên cùng với diện tích vườn cây cao su của Tập đoàn VRG khá lớn tạo điều kiện thuận lợi để trồng thí điểm các giống mới, nếu thành công có thể thực hiện ngay lập tức trên diện rộng. Từ đó khuyến cáo cho các hộ tiểu điền áp dụng. Điều này giúp rút ngắn được thời gian ứng dụng giống mới, tạo điều kiện nâng cao năng suất vườn cây trên quy mô rộng khắp cả nước. Hiện nay, Việt Nam vẫn thuộc nhóm các quốc gia đạt năng suất khai thác cao su lớn nhất thế giới, bình quân 3 năm qua luôn trên 1,7 tấn/ha. [\(Xem chi tiết tại đây\)](#)

Các sản phẩm mủ cao su xuất khẩu thế mạnh của 4 cường quốc CSTN
Sản phẩm CSTN xuất khẩu của Việt Nam, Thái Lan, Malaysia, Indonesia


Nguồn: Số liệu thống kê từ các quốc gia

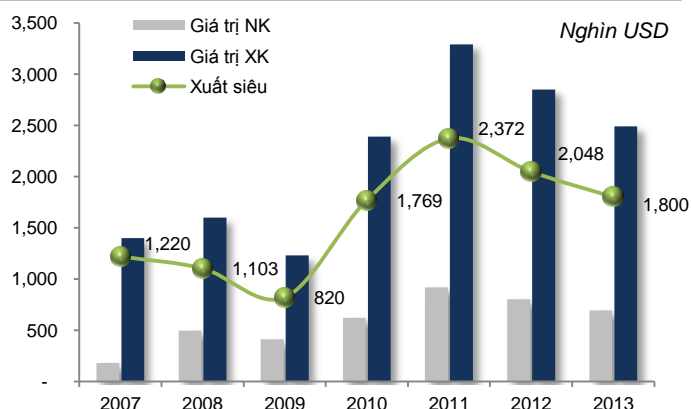
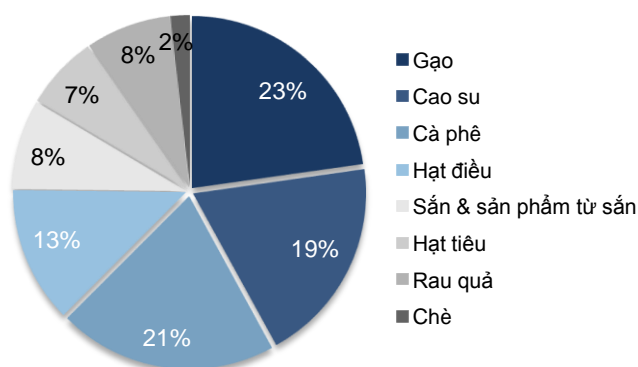
Với đặc tính quốc gia cũng như truyền thống sản xuất hình thành từ xưa dẫn đến sự khác biệt trong cơ cấu sản phẩm cao su sơ chế tại các quốc gia trên. Nguồn cung luôn phải dựa theo nhu cầu để thực hiện. Trên thực tế khoảng 65-70% sản lượng cao su thiên nhiên toàn cầu được dùng trong sản xuất săm lốp và nguyên liệu chính là nhóm mủ cao su định chuẩn kỹ thuật (cao su dạng khối). Vì vậy nhóm sản phẩm này luôn chiếm tỷ trọng cao trong cơ cấu sản phẩm của các nước.

Tại Việt Nam, do tỷ lệ sở hữu của đại điền khá lớn, chất lượng của nhóm doanh nghiệp này được kiểm soát tốt dẫn đến các doanh nghiệp lớn và Tập đoàn VRG tập trung vào sản phẩm cao su chất lượng cao như SVR 3L đồng thời cũng sản xuất các sản phẩm phục vụ cho nhu cầu lớn của săm lốp như SVR 10,20. Vì vậy, đã từ lâu các sản phẩm này được xem là thế mạnh của ngành cao su Việt Nam.

Đối với Thái Lan, do đặc tính sở hữu tiểu điền rộng khắp và các hộ tiểu điền từ lâu đã có khả năng tự sơ chế mủ cao su tằm (RSS) tại vườn dẫn đến tỷ lệ sản phẩm này trong cơ cấu sản xuất của Thái Lan khá cao (25%). Các quốc gia còn lại tỷ lệ này gần như không đáng kể, khoảng 1-5%. Ngoài ra, tại Thái Lan tập hợp khá nhiều các công ty sản xuất các sản phẩm cao su từ săm lốp, găng tay đến các thiết bị y tế, dụng cụ thể thao, băng tải,... Điều này dẫn đến nhu cầu sử dụng khá đa dạng vì vậy cơ cấu sản phẩm mủ cao su tại Thái Lan khá đồng đều vừa phục vụ nhu cầu nội địa vừa đáp ứng các đơn hàng xuất khẩu.

Đối với Malaysia và Indonesia sản phẩm cao su cao su khối gần như chiếm tỷ lệ áp đảo với các sản phẩm thế mạnh lần lượt là SMR 10, 20 (Malaysia) và SIR 20 (Indonesia) dùng trong sản xuất xăm lốp. Ngoài ra, đối với sản phẩm mủ latex (dùng trong sản xuất sản phẩm y tế, gối nệm, ống cao su,...) đây là sản phẩm thế mạnh của Malaysia bởi quốc gia này được xem là thủ phủ của sản phẩm găng tay y tế của toàn cầu với các công ty hàng đầu thế giới như Top Glove, Supermax. Chính vì vậy trong cơ cấu sản xuất mủ cao su của Malaysia, mủ latex chiếm đến 8-13%; trong cơ cấu tiêu thụ nội địa chiếm 80% và chiếm khoảng 4% trong cơ cấu xuất khẩu mủ cao su của Malaysia.

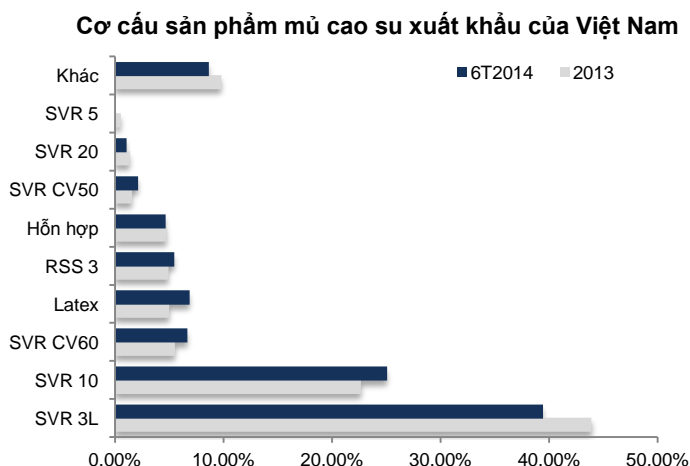
6. Tình hình xuất - nhập khẩu CSTN tại Việt Nam



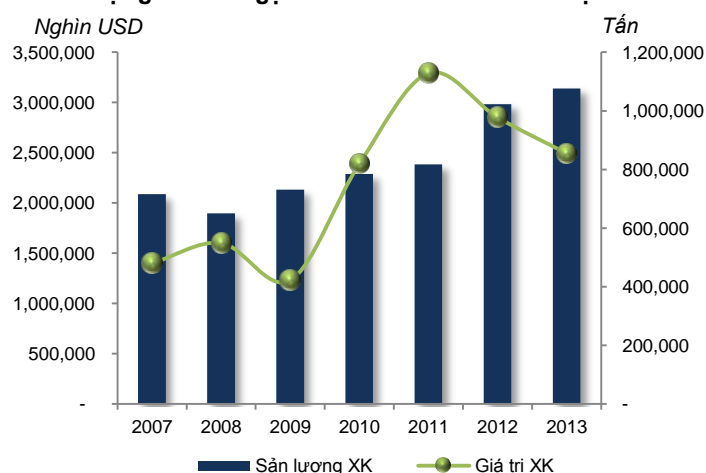
Nguồn: FPTs tổng hợp

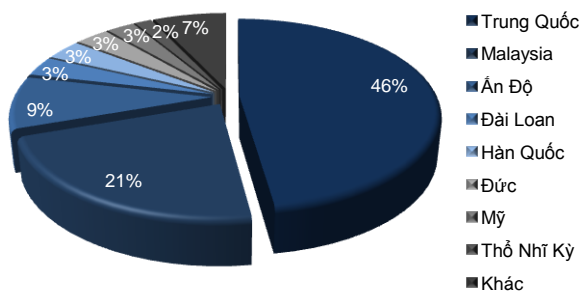
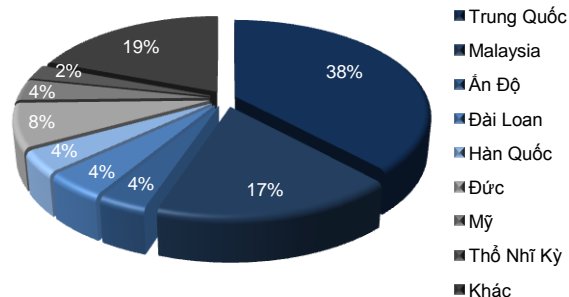
Trong số các hàng hóa nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, cao su thiên nhiên (CSTN) xếp vị trí thứ 3 về giá trị xuất khẩu trong các năm qua (chiếm 19%) đạt 2,49 tỷ USD tăng 5,2% so với năm 2012, đứng sau gạo và cà phê, đóng góp khoảng 2% vào tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Việt Nam là nước xuất siêu CSTN, tuy nhiên trong 3 năm qua do giá CSTN giảm mạnh dẫn đến giá trị xuất khẩu có xu hướng giảm nhưng xét về lượng thì trong 3 năm qua đạt tăng trưởng 14,7%/năm. Trong 6 tháng đầu năm 2014, sản lượng xuất khẩu giảm 8,7% và kim ngạch xuất khẩu giảm hơn 32% so với cùng kỳ năm 2013.

Thị trường xuất khẩu, sản phẩm mủ cao su xuất khẩu chủ lực



Sản lượng và kim ngạch xuất khẩu CSTN của Việt Nam



Cơ cấu thị trường xuất khẩu mủ cao su của Việt Nam 2013 theo giá trị

Cơ cấu thị trường xuất khẩu mủ cao su của Việt Nam 6T2014 theo giá trị


Nguồn: Tổng cục hải quan, VRA

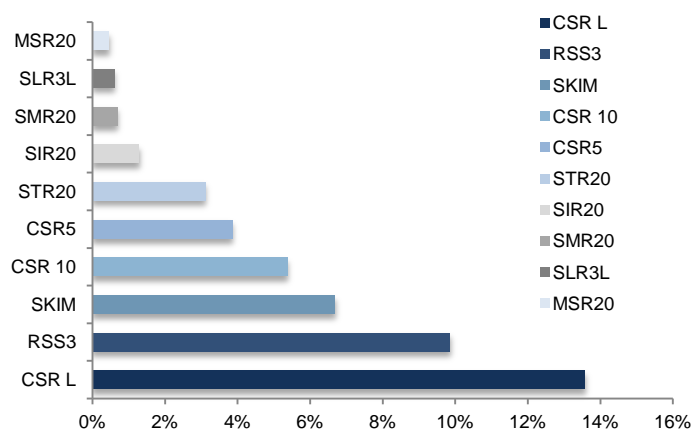
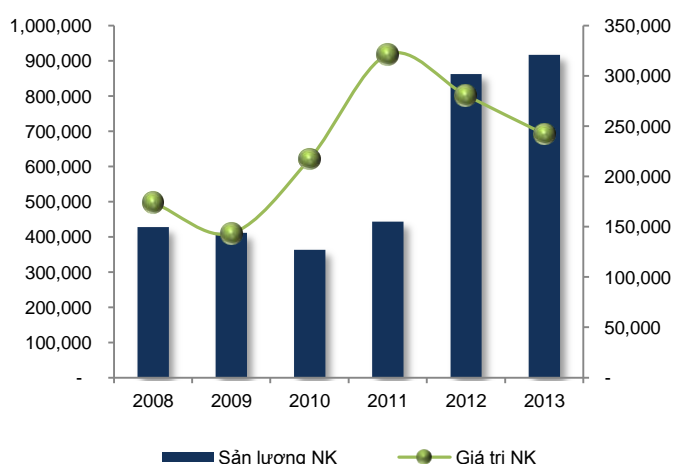
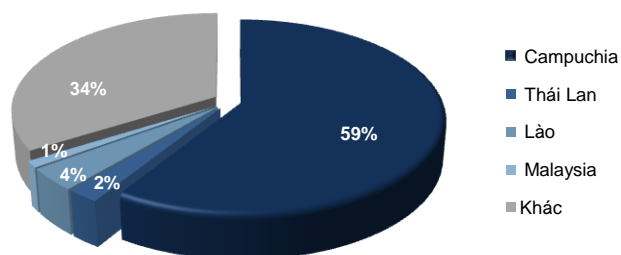
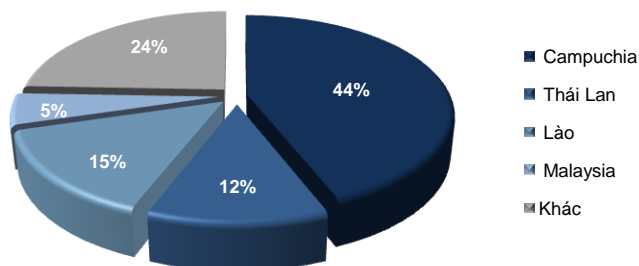
Trong năm 2013, cao su thiên nhiên của Việt Nam đã được xuất khẩu sang hơn 72 thị trường, tập trung vào 20 thị trường lớn với thị phần chiếm 97,6%. Trong đó, thị trường Trung Quốc vẫn dẫn đầu, đạt 511.448 tấn, chiếm 47,5% tương đương mức năm 2012 nhưng giảm mạnh so với thị phần 61% của năm 2011. Giá trị xuất khẩu CSTN sang Trung Quốc cũng giảm từ mức 59% của năm 2011 còn 46% trong năm 2013 vừa qua. Thị trường Malaysia đứng thứ hai, đạt 227.159 tấn, chiếm 21,1% cao hơn mức 19,6% so với năm 2012. Đứng thứ 3 thuộc về thị trường Ấn Độ với sản lượng đạt 88.178 tấn, chiếm tỷ lệ 8,2% cao hơn mức 7% của năm 2012.

Nguyên nhân dẫn đến thị phần xuất khẩu sang Trung Quốc giảm là do chủ trương chuyển dịch cơ cấu và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu của Tập đoàn VRG, của toàn ngành nhằm tránh phụ thuộc quá nhiều vào một thị trường là Trung Quốc như trước đây. Hướng đi này giúp cho ngành cao su Việt Nam giảm thiểu được rủi ro đầu ra, tránh bị thụ động trong hoạt động xuất khẩu cũng như tránh bị áp lực từ phía người mua. Bởi nhu cầu cao su là đến từ toàn cầu, việc giảm phụ thuộc vào một thị trường sẽ giúp đưa cao su Việt Nam đến với thế giới, từ đó giúp cho hoạt động xuất khẩu sẽ linh hoạt và tăng trưởng tốt hơn.

Thị trường xuất khẩu CSTN 6 tháng đầu năm 2014

Thị trường	6T2014			% So với 6T2013	
	Sản lượng (Tấn)	Tỷ trọng sản lượng	Giá trị (Nghìn USD)	Sản lượng	Giá trị
Trung Quốc	138.542	39,7%	247.840	-23,6%	-42,6%
Malaysia	64.624	18,5%	112.296	-13,4%	-41,3%
Ấn Độ	24.998	7,2%	49.658	+23,9%	-10,4%
Hàn Quốc	14.921	4,3%	28.960	-0,4%	-23,8%
Mỹ	12.987	3,7%	24.194	+19,1%	-9,3%
Đức	11.618	3,3%	24.870	-12,3%	-32,9%
Đài Loan	10.935	3,1%	23.013	-18,4%	-40,6%
Thổ Nhĩ Kỳ	8.398	2,4%	16.154	+18,8%	-9,4%
Khác	61.584	17,8%	125.255		
Tổng cộng	348.607	100%	652.241	-8,7%	-32,2%

Với định hướng trên, trong 6 tháng đầu năm nay sản lượng CSTN xuất khẩu đã có sự thay đổi đáng kể. Sản lượng xuất sang Trung Quốc giảm 23,6%, giá trị xuất khẩu giảm đến 42,6%. Tỷ trọng giá trị xuất khẩu sang Trung Quốc trong 6 tháng đầu năm chỉ còn 39,7%. Sản lượng xuất khẩu sang các thị trường Ấn Độ, Mỹ và Thổ Nhĩ Kỳ đang có sự gia tăng đáng kể lần lượt tăng 23,9%; 19,1% và 18,8% so với cùng kỳ 2013.

Thị trường nhập khẩu CSTN và sản phẩm mủ CSTN nhập khẩu của Việt Nam
Cơ cấu sản phẩm mủ cao su nhập khẩu của Việt Nam

Sản lượng và kim ngạch nhập khẩu CSTN của Việt Nam

Cơ cấu thị trường nhập khẩu CSTN của Việt Nam 2013 theo sản lượng

Cơ cấu thị trường nhập khẩu CSTN của Việt Nam 6T2014 theo sản lượng


Nguồn: ANRPC, VRA

Từ trước đến nay, thị trường nhập khẩu cao su thiên nhiên (CSTN) lớn nhất của Việt Nam là Campuchia và Thái Lan. Theo số liệu cập nhật sơ bộ của Tổng cục Hải quan, trong năm 2013, sản lượng cao su thiên nhiên Việt Nam nhập khẩu 321.000 tấn, trong đó nhiều nhất là Campuchia ước khoảng 46.790 tấn, chiếm 59% tổng sản lượng CSTN nhập khẩu, giảm 19,6% so với năm 2012. Thị trường Thái Lan chiếm 17%.

Cao su thiên nhiên nhập từ Lào tăng nhanh, hơn 3,3 lần so với năm 2012, đạt 12.098 tấn, chủ yếu do diện tích cao su của doanh nghiệp Việt Nam đầu tư tại Lào đã bắt đầu được thu hoạch và được nhập vào Việt Nam để tiêu thụ trong nước hoặc tái xuất.

Trong 6 tháng đầu năm 2014, Việt Nam đã nhập khoảng 44.557 tấn cao su thiên nhiên với kim ngạch 82,9 triệu USD, giảm 12,1% về lượng và giảm 35,4% về giá trị so với cùng kỳ năm trước. Xét về sản lượng, thị trường nhập khẩu cao su thiên nhiên có sự thay đổi về tỷ trọng trong đó thị trường Campuchia giảm từ mức 59% của năm 2013 còn 44,0% trong 6T2014. Lượng nhập khẩu từ thị trường Lào và Thái Lan có sự tăng trưởng mạnh lần lượt lên mức 15% và 12% cao hơn nhiều so với mức 4% và 2% của năm 2013 là do giảm lượng nhập khẩu cao su từ Malaysia, Myanmar, Philippines,...

7. Phân tích mô hình 5-Forces Ngành Cao su thiên nhiên Việt Nam

Khoản mục	Diễn giải
Rào cản gia nhập ngành	<p>Rào cản gia nhập ngành là khá cao do đòi hỏi phải có một quỹ đất lớn để tiến hành trồng cao su. Hiện nay diện tích đất trống để trồng cao su tại Việt Nam ngày càng thu hẹp gây khó khăn cho doanh nghiệp hiện tại và khó khăn hơn cho doanh nghiệp mới vào ngành.</p> <p>Ngoài ra, cây cao su có đặc điểm là từ 5-6 năm mới có thể khai thác vì vậy cần có nguồn vốn lớn, dài hạn để đầu tư và duy trì trong giai đoạn trồng trọt ban đầu.</p> <p>Yêu cầu về công nghệ không cao do chủ yếu các doanh nghiệp trong ngành chỉ dừng ở mức sản xuất cao su sơ chế và xuất khẩu thô.</p>
Sức mạnh nhà cung cấp	<p>Số lượng công ty trồng và cung cấp cao su trong nước khá nhiều, mức độ tập trung không cao.</p> <p>Khác biệt giữa các doanh nghiệp khá lớn về diện tích rừng cao su sở hữu nhưng đối với danh mục sản phẩm chế biến thì gần như tương đồng. Hiệu quả kinh doanh cao hay thấp phụ thuộc rất nhiều vào 2 yếu tố này.</p> <p>Số lượng nhà cung cấp khá nhiều vì vậy chi phí chuyển đổi nhà cung cấp không cao. Theo đó, khả năng độc quyền nhóm cũng thấp.</p>
Sức mạnh người tiêu dùng	<p>Số lượng người mua trong và ngoài nước rất lớn.</p> <p>Thông tin người mua nhận được tương đối tốt do các doanh nghiệp trong ngành khá minh bạch trong việc cung cấp thông tin về sản phẩm, hoạt động kinh doanh. Đặc biệt các doanh nghiệp niêm yết trên sàn cung cấp thông tin khá rõ ràng và chi tiết giúp các khách hàng và nhà đầu tư tiếp cận dễ dàng.</p> <p>Mức độ tập trung của khách hàng không cao. Phần lớn các doanh nghiệp trong ngành đều sản xuất các dòng sản phẩm tương tự nhau vì vậy khách hàng có thể chọn lựa, so sánh giữa các nhà cung cấp khá dễ dàng.</p> <p>Bên cạnh yếu tố giá cả thì chất lượng sản phẩm là yếu tố quan trọng bậc nhất. Bởi cao su thiên nhiên là nguyên liệu đầu vào của các ngành sản xuất công nghiệp khác, đồng thời là sản phẩm xuất khẩu vì vậy chất lượng sản phẩm là yếu tố quan trọng tác động đến quyết định của khách hàng.</p>
Sản phẩm thay thế	<p>Với những tính năng vượt trội, giá trị sử dụng mang tính đặc thù riêng, đã được công nhận và dùng trong sản xuất sản phẩm y tế, sản phẩm tiêu dùng, xăm lốp,...cao su thiên nhiên khó có thể bị thay thế hoàn toàn bởi một nguyên liệu nào khác.</p> <p>Bên cạnh CSTN còn có cao su tổng hợp với những tính năng tương tự, tuy nhiên sản phẩm này phụ thuộc nhiều vào giá dầu của thế giới. Phần lớn chỉ là nguyên liệu dùng để trộn lẫn với CSTN trong sản xuất xăm lốp và khó có thể thay thế CSTN.</p> <p>Chi phí chuyển đổi thấp do giá cao su tổng hợp thấp hơn CSTN.</p>

Cạnh tranh nội bộ ngành	Giá trị gia tăng của ngành còn thấp, đa phần là xuất khẩu sản phẩm cao su thô.
	Sự khác biệt giữa các sản phẩm chỉ ở mức tương đối do các doanh nghiệp trong ngành có quy trình sản xuất khá tương đồng chỉ tùy thuộc vào khả năng kỹ thuật chuyên môn và kinh nghiệm của từng công ty.
	Tình trạng sản lọc hiện đang diễn ra trong ngành chủ yếu tập trung vào khu vực tiểu điền, các hộ nông dân nhỏ lẻ. Phần lớn do vốn đầu tư cao, giá bán lại thấp dẫn đến việc chặt bỏ cây cao su chuyển sang trồng nông sản khác. Tuy nhiên chỉ xảy ra trên quy mô nhỏ lẻ, mức độ ảnh hưởng đến khả năng thu hẹp quy mô ngành là không cao.
	Về quy định mức giá bán sản: khả năng áp đặt giá là tương đối cao chủ yếu là phụ thuộc hoàn toàn theo mức giá sản do Tập đoàn CN Cao su Việt Nam (VRG) áp đặt mỗi năm nhằm đảm bảo biên lợi nhuận cho ngành và tránh trường hợp bán phá giá giữa các thành viên. Về mức giá bán, chủ yếu sản phẩm cao su Việt Nam đều tham chiếu theo giá thế giới, đặc biệt là giá từ các thị trường Malaysia, Thái Lan, Indonesia.

8. Các chính sách liên quan đến Ngành Cao su thiên nhiên

- *Quyết định 1003/QĐ-BNN-CB do Bộ NN và PTNT*
- *Bộ Tài chính quyết định giảm thuế xuất khẩu đối với sản phẩm cao su*
- *Miễn thuế TNDN cho cá nhân, hộ gia đình trồng cao su*
- *Hình thành khu vực tam giác cao su Đông Dương*

Quyết định 1003/QĐ-BNN-CB do Bộ NN và PTNT

Theo Quyết định 1003/QĐ-BNN-CB do Bộ NN và PTNT đã ký ban hành ngày 13/05/2014 về việc nâng cao giá trị gia tăng của Ngành hàng nông lâm thủy sản trong chế biến và giảm tổn thất sau thu hoạch. [\(Xem chi tiết\)](#)

Bộ Tài chính quyết định giảm thuế xuất khẩu đối với sản phẩm cao su

Bộ Tài chính đã ban hành Thông tư số 111/2014/TT-BTC sửa đổi mức thuế suất thuế xuất khẩu một số mặt hàng cao su thuộc nhóm 40.01, 40.02, 40.05 quy định tại Biểu thuế xuất khẩu ban hành kèm theo Thông tư số 164/2013/TT-BTC xuống 0%, được áp dụng từ 2/10/2014. [\(Xem chi tiết\)](#)

Miễn thuế TNCN cho cá nhân, hộ gia đình trồng cao su

Thứ trưởng Bộ Tài chính Đỗ Hoàng Anh Tuấn đã có văn bản gửi Cục thuế các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương hướng dẫn thực hiện miễn thuế TNCN đối với hộ gia đình, cá nhân trồng cây cao su. [\(Xem chi tiết\)](#)

Hình thành khu vực tam giác cao su Đông Dương

Để đảm bảo cho sự phát triển bền vững của ngành, Tập đoàn cao su Việt Nam (VRG) cũng đã và đang thúc đẩy hợp tác phát triển trồng cao su tại Lào (30.000 ha) và Campuchia (100.000 ha) nhằm hình thành khu vực tam giác cao su Đông Dương với định hướng trở thành vùng phát triển cao su lớn nhất thế giới. [\(Xem chi tiết\)](#)

9. Triển vọng Ngành Cao su thiên nhiên (CSTN)

Trong thời gian qua, Ngành CSTN đã và đang đối diện với khó khăn của việc giá cao su liên tục giảm. Từ đầu năm đến nay hàng loạt các biện pháp hỗ trợ được đưa ra từ các cường quốc cao su như Thái Lan, Indonesia, Malaysia cắt giảm sản lượng xuất khẩu, hạn chế cạo mủ nhằm tiết giảm cung và Việt Nam giảm thuế xuất khẩu mủ cao su từ 3% và 5% về 0%; giãn nợ, khoan nợ đối với các đơn vị xuất khẩu cao su gặp khó khăn,... Tuy nhiên vẫn chưa thấy được sự khởi sắc của ngành cao su trong và ngoài nước. Vấn đề hiện nay là quy hoạch cao su tổng thể trên toàn cầu đã và đang bị bất đồng dẫn đến nguồn cung tăng quá mạnh. Trước đây, vào giai đoạn 2007-2009 khi giá cao su tăng cao dẫn đến nhiều nước trên thế giới cùng đua nhau trồng cao su dẫn đến diện tích trồng cao su tăng mạnh và đến giai đoạn 2013-2014, những diện tích tăng thêm này được đưa vào khai thác làm cho nguồn cung tăng nhanh. Đây được xem là nguyên nhân chính dẫn đến giá cao su giảm mạnh trong 2 năm vừa qua. Hậu quả là ngành cao su trong nước và cả thế giới đang gặp khó khăn.

Đối với tình hình thế giới

- Theo dự báo của The Rubber Economist Ltd., thặng dư cung năm 2014 sẽ là 651.000 tấn cao hơn mức thặng dư 640.000 tấn của năm 2013 trong khi đó nhu cầu tiêu thụ năm 2014 dự báo chỉ tăng khoảng 2% so với năm 2013 cho thấy cơ sở để giá cao su phục hồi mạnh trong năm 2014 là rất thấp. Ngoài ra, mức chênh lệch cung-cầu sẽ tiếp tục ở mức cao trong 3 năm tới cụ thể năm 2015 là 483.000 tấn; năm 2016 sẽ giảm còn 316.000 tấn.
- Bên cạnh đó, theo dự báo của HSBC thì nhu cầu lốp xe toàn cầu đối với xe tải là 5,5% (2014) và 5,7% (2015); lốp xe du lịch và xe tải nhẹ sẽ đạt 3,8% (2014) và 4% (2015). Điều này cho thấy có sự phục hồi trong nhu cầu tiêu thụ cao su phục vụ cho sản xuất săm lốp. Tuy nhiên với mức thặng dư cung vẫn còn cao, kéo dài đến năm 2016 cho thấy động lực hồi phục mạnh về giá của cao su thiên nhiên là không cao. Và nếu có thì sẽ phục hồi với tốc độ chậm.
- Thêm vào đó trữ lượng lưu kho CSTN toàn cầu tiếp tục tăng. Theo The Rubber Economist Ltd., trữ lượng lưu kho tính đến cuối năm 2014 sẽ đạt 3,79 triệu tấn và tăng lên 4,33 triệu tấn năm 2015. Số tháng tồn kho dự báo sẽ tăng từ mức 2 tháng (năm 2013) lên mức 4 tháng vào năm 2016. Vì vậy, chúng tôi cho rằng triển vọng ngành CSTN trong 2 năm tới vẫn còn khó khăn.

Đối với thị trường trong nước

- Theo chúng tôi, Việt Nam cũng không nằm ngoài thực trạng khó khăn chung của cả thế giới. Bởi cao su thiên nhiên là một dạng hàng hóa giao dịch vì vậy ở mọi nơi trên thế giới đều sẽ chịu ảnh hưởng tương tự nhau. Theo hướng đi của Nhà nước và Tập đoàn cao su Việt Nam (VRG) đã và đang từng bước đa dạng hóa cơ cấu thị trường xuất khẩu nhằm tránh phụ thuộc vào một thị trường là Trung Quốc như trước đây giúp giảm thiểu rủi ro xuất khẩu cho ngành cao su trong nước. Gần đây nhất, VRG đang đàm phán hợp tác với đối tác Nhật là JTC Coporation và Shinichi Kato Officer để thu mua mủ cao su của Việt Nam hàng năm bởi các đối tác này là các đơn vị chuyên xuất khẩu cao su và thu mua cao su thiên nhiên cung cấp cho các hãng sản xuất lốp lớn tại Nhật như Bridgestones, Yokohama,... Đây cũng là một yếu tố tích cực cho xuất khẩu CSTN của Việt Nam trong vài năm tới.
- Tuy nhiên, theo chúng tôi vấn đề quyết định hiệu quả của ngành vẫn là mức giá bán cao su. Và điều này như đã phân tích bên trên thì hoàn toàn phụ thuộc vào cung cầu của thế giới. Vì vậy chúng tôi dự báo các doanh nghiệp CSTN trong nước sẽ tiếp tục đối mặt với những khó khăn của Ngành trong năm nay và cả năm 2015.

Về dự báo nhu cầu tiêu thụ CSTN nội địa: chúng tôi cho rằng nhu cầu sẽ gia tăng khi Tập đoàn VRG đã đầu tư mở rộng nâng công suất nhà máy sản xuất gang tay VRG Khải Hoàn từ 1,2 tỷ lên 3,2 tỷ chiếc/năm. Ngoài ra, đã có thêm 2 nhà máy sản xuất lốp Radial toàn thép của DRC và CSM đi vào hoạt động với công suất giai đoạn 1 lần lượt là 300.000 lốp/năm và 350.000 lốp/năm và sẽ nâng lên 600.000 và 1.000.000 lốp/năm trong các năm sau. Thêm vào đó, sang năm 2015, nhà máy mở rộng của Kumho Tyre (từ 3,15 lên 6,3 triệu lốp/năm) và năm 2016 nhà máy sản xuất lốp của Bridgestones (công suất 24.700 - 49.000 lốp/ngày) sẽ vào hoạt động. Trên thực tế cho thấy trong cơ cấu tiêu thụ CSTN trong nước thì sản xuất săm lốp và gang tay chiếm 70-80%, điều này khẳng định rằng với sự xuất hiện của các nhà máy trên sẽ là cơ sở thúc đẩy nhu cầu tiêu thụ cao su thiên nhiên trong nước trong các năm tới. Theo ước tính của chúng tôi sản lượng tiêu thụ cao su tăng thêm từ các nhà máy này sẽ vào khoảng 433.000 tấn. Điều này sẽ mang đến lợi ích cho các doanh nghiệp sản xuất cao su trong nước nhằm tìm kiếm đầu ra ngay tại thị trường nội địa và tăng giá trị cho sản phẩm cao su của Việt Nam. Đó cũng là cơ sở để chúng tôi tập trung phân tích và đánh giá một phân khúc thuộc chuỗi giá trị của Ngành cao su đó là sản xuất Săm lốp.

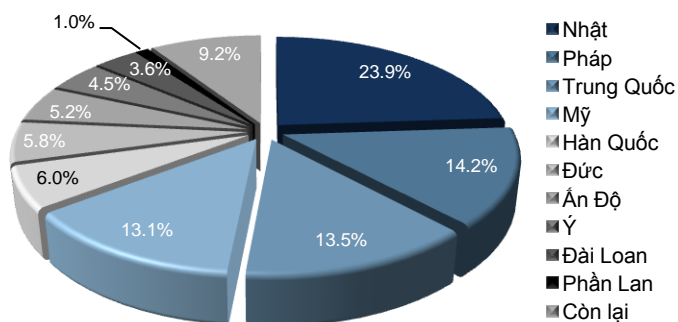
II. Ngành Săm lốp

1. Tổng quan Ngành săm lốp Thế giới

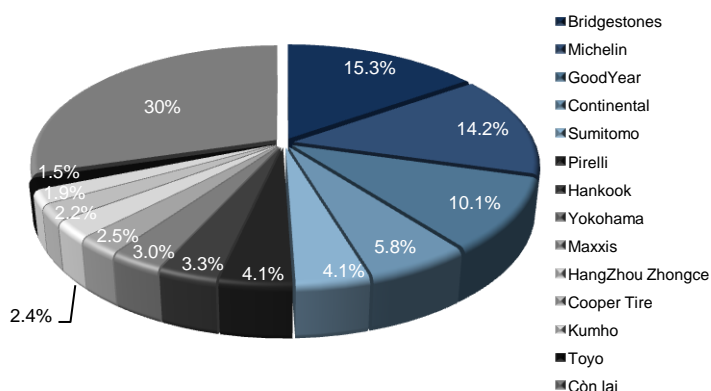
Thị trường săm lốp toàn cầu tập trung vào 2 phân khúc sản phẩm đó là nhóm sản phẩm lốp dành cho lắp ráp theo xe mới – OEM (chiếm 25-27%) và nhóm lốp dùng cho mục đích thay thế - Replacement (chiếm 73-75%). Các công ty lớn và danh tiếng thường xuyên nghiên cứu và phát triển các sản phẩm mới, kỹ thuật cao và chất lượng vượt bậc với mức tỷ suất lợi nhuận cao như lốp radial bán thép và toàn thép cho xe tải, máy bay, xe ô tô. Các doanh nghiệp nhỏ sẽ tập trung vào thị trường ngách với mức tỷ suất lợi nhuận thấp hơn thông qua các dòng sản phẩm như: lốp xe máy, lốp xe đạp, các sản phẩm phụ tùng trong săm lốp,...

Trong ngành săm lốp sản phẩm được phân chia theo 3 nhóm dựa vào chất lượng và thương hiệu. Nhóm 1 thuộc về các thương hiệu lớn, cao cấp như Bridgestone, Michelin, Goodyear, Continental, Pirelli,...; nhóm 2 thuộc về các thương hiệu bậc trung như Kumho, Yokohama, Hankook, Apollo...và nhóm 3 là các dòng sản phẩm phổ thông như: Inoue, Chengshin, Double Coin, Kenda,...

Thị phần săm lốp theo quốc gia



Thị phần săm lốp theo thương hiệu

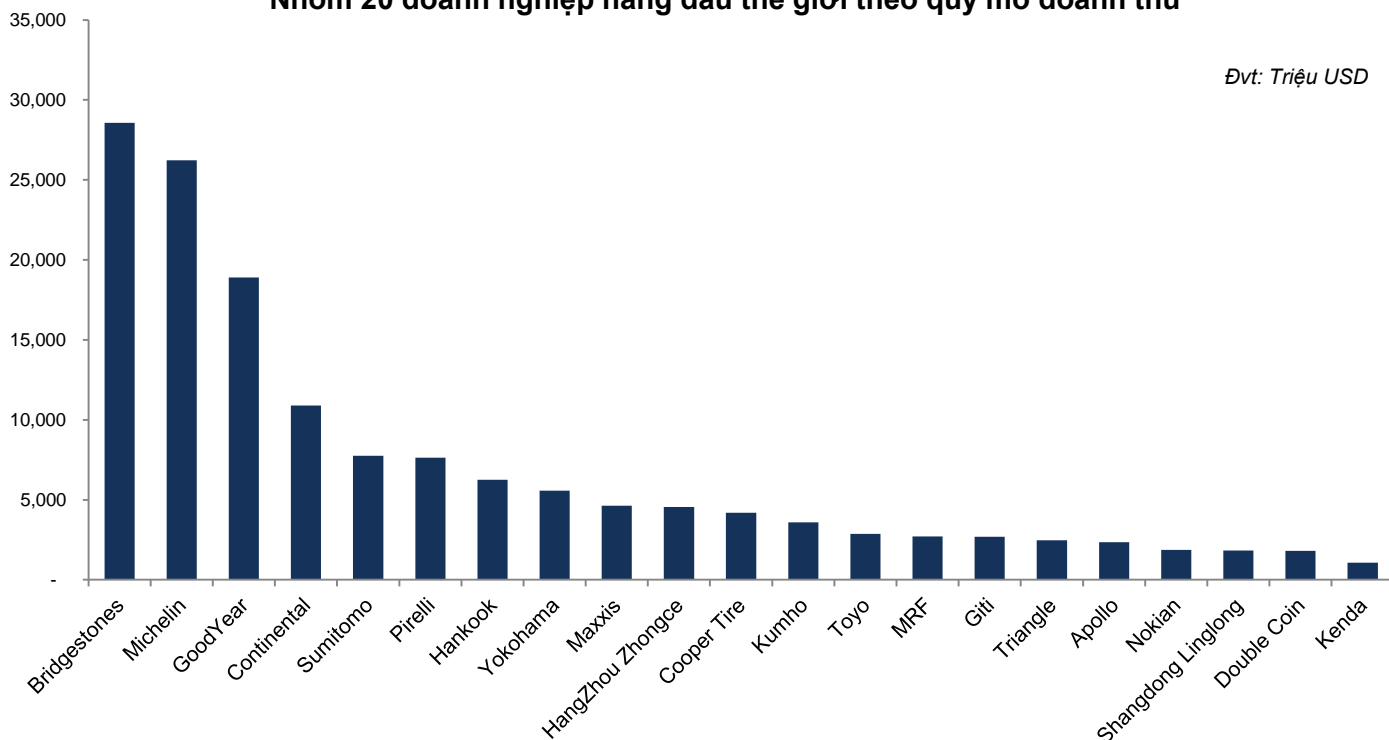


Nguồn: Tire Business, FPTs

Doanh thu bán lốp của các doanh nghiệp thuộc nhóm 1 chiếm khoảng 53% thị phần toàn cầu trong đó Bridgestones trong 5 năm qua liên tiếp dẫn đầu với thị phần hơn 15%, tiếp theo sau là Michelin (14%) và Goodyear (10%), khoảng 60% thị phần còn lại thuộc về các thương hiệu khác.

70% thị phần săm lốp toàn cầu thuộc về 5 quốc gia bao gồm: Nhật chiếm 23,9%; Pháp (14,2%), Mỹ (13,1%) Trung Quốc (13,5%).

Nhóm 20 doanh nghiệp hàng đầu thế giới theo quy mô doanh thu



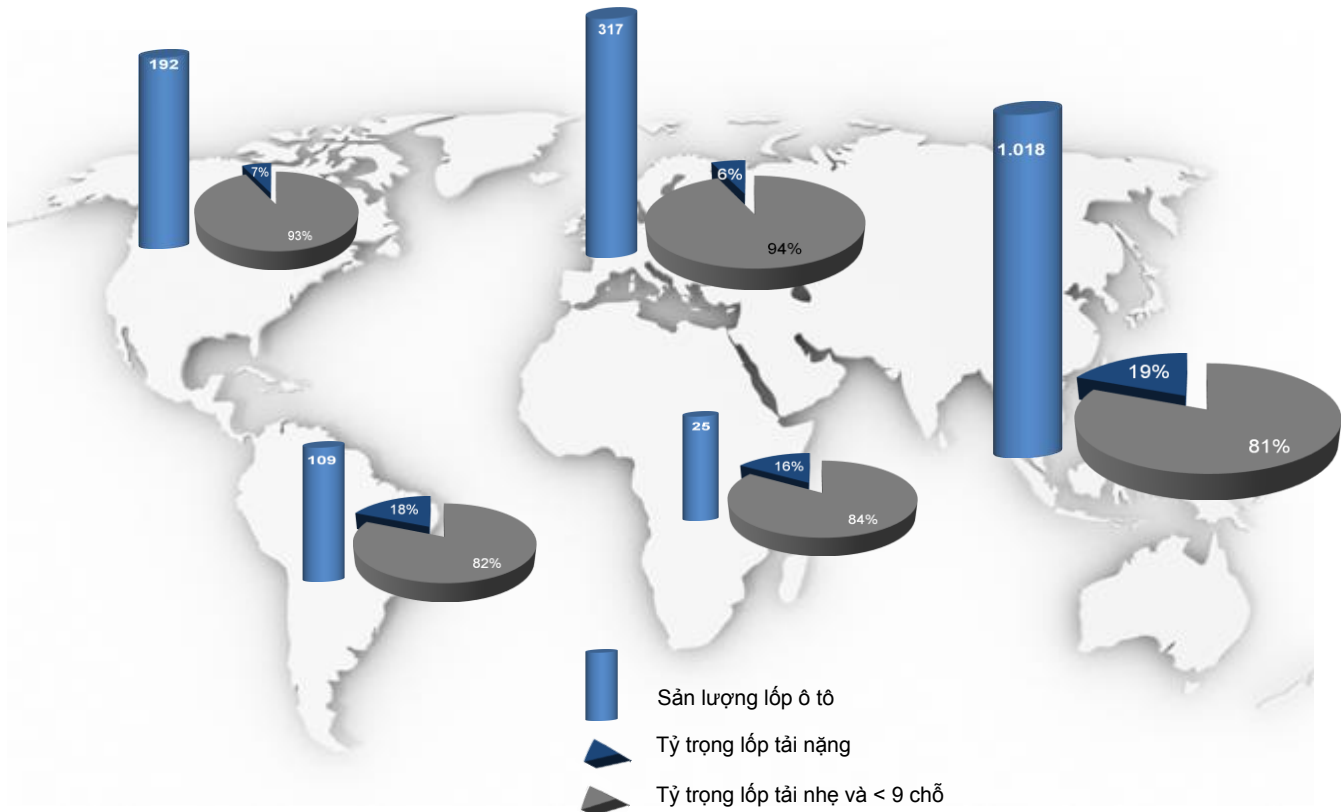
Nguồn: Tire Business, FPTIS

Sản xuất – Tiêu thụ

Phân loại theo khu vực: theo thống kê của LMC thì Trung Quốc đứng đầu thế giới về sản lượng sản xuất lốp dành cho xe ô tô du lịch, xe tải nhẹ và tải nặng với thị phần 27% trong tổng sản lượng sản xuất lốp ô tô của toàn cầu, đạt 501 triệu lốp trong năm 2013. Tiếp theo là 2 cường quốc Mỹ (11%) và Nhật Bản (10%). Trung Quốc cũng là quốc gia đứng đầu về tiêu thụ lốp xe tải nặng với tỷ lệ 34%, đạt 51 triệu lốp trong năm 2013; tiếp theo là Mỹ (16%), Nhật Bản (5%), Đức (6%). Đối với tiêu thụ dòng lốp dành cho xe du lịch và xe tải nhẹ thì Mỹ đứng vị trí số 1 với tỷ lệ 22%, đạt 316 triệu lốp năm 2013; kế đến là Trung Quốc (14%) và Nhật Bản (8%).

Xét về sản lượng sản xuất lốp xe ô tô, khu vực Châu Á chiếm đến 60-61% sản lượng toàn cầu với sản lượng đạt 1,02 tỷ lốp trong năm 2013; khu vực Châu Âu chiếm 19%, đạt 317 triệu lốp, kế đến là Bắc Mỹ và nước Mỹ lần lượt chiếm 11,5% và 6,5% còn lại là khu vực Châu Phi chiếm 1,5%.

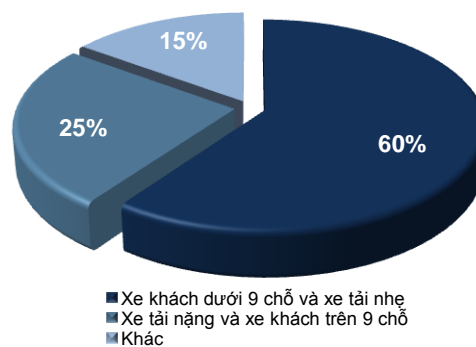
Xét về sản lượng tiêu thụ: mức tiêu thụ của 3 khu vực Châu Á, Châu Âu và Bắc Mỹ chiếm 86% tổng mức tiêu thụ của toàn cầu, trong đó khu vực Châu Á đạt 540 triệu lốp chiếm 36% toàn cầu; khu vực Châu Âu tiêu thụ 383 triệu lốp chiếm 25%, Bắc Mỹ đạt 192 triệu lốp tương đương 24% và 14% còn lại thuộc về khu vực Nam Mỹ, Châu Phi và Trung Đông.



Nguồn: HSBC Global

Phân loại theo sản phẩm:

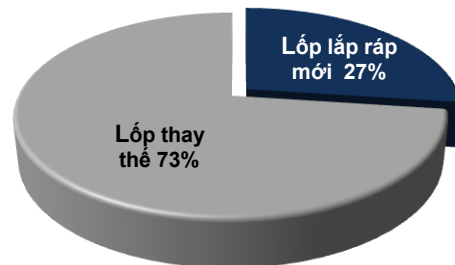
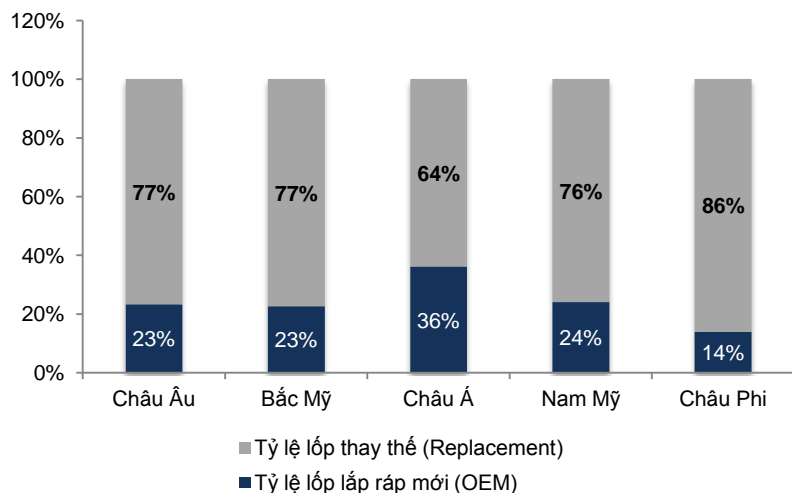
Theo thống kê về sản lượng sản xuất thì phân khúc lốp dành cho xe khách, xe tải nhẹ chiếm khoảng 87-89% sản lượng toàn cầu còn lại 11-13% thuộc về nhóm lốp dành cho lốp xe tải nặng và xe buýt.



Nguồn: FPTs tổng hợp

Dựa vào quy mô doanh số bán lốp toàn cầu thì khoảng 60% thuộc về nhóm lốp xe khách, xe <=9 chỗ, xe tải nhẹ; 25% từ nhóm lốp xe tải nặng, xe buýt, xe khách >9 chỗ và 15% còn lại thuộc về nhóm lốp chuyên dụng như: lốp nông nghiệp, lốp máy bay, lốp đặc ruột...

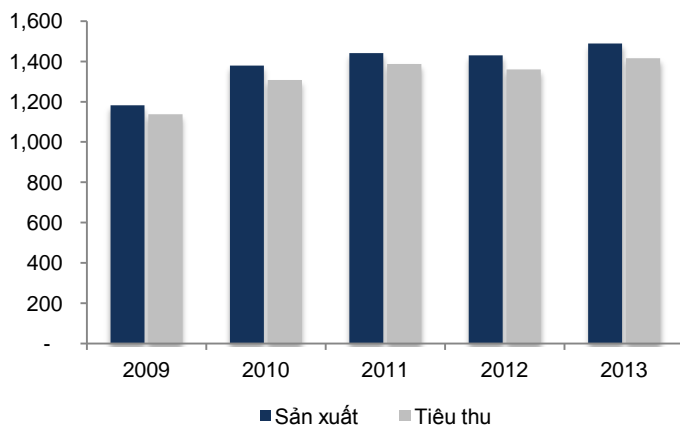
Phân loại theo mục đích sử dụng: phần lớn thuộc về thị trường lốp thay thế (Replacement) từ 73-75%. Thị trường lốp lắp ráp theo xe mới (OEM) chiếm 25-27% sản lượng tiêu thụ.



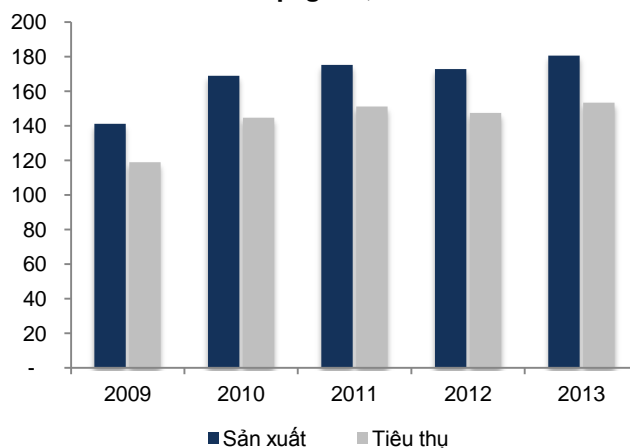
Nguồn: HSBC Global

Đối với dòng lốp dành cho xe khách, xe ≤ 7 chỗ, xe tải nhẹ, nguồn cung trong 5 năm qua luôn duy trì cao hơn nhu cầu khoảng 5%; đối với dòng lốp dành cho xe tải nặng, xe buýt thì tỷ lệ này là 17%.

Sản xuất và tiêu thụ lốp dành cho xe có tải trọng < 4,5 tấn



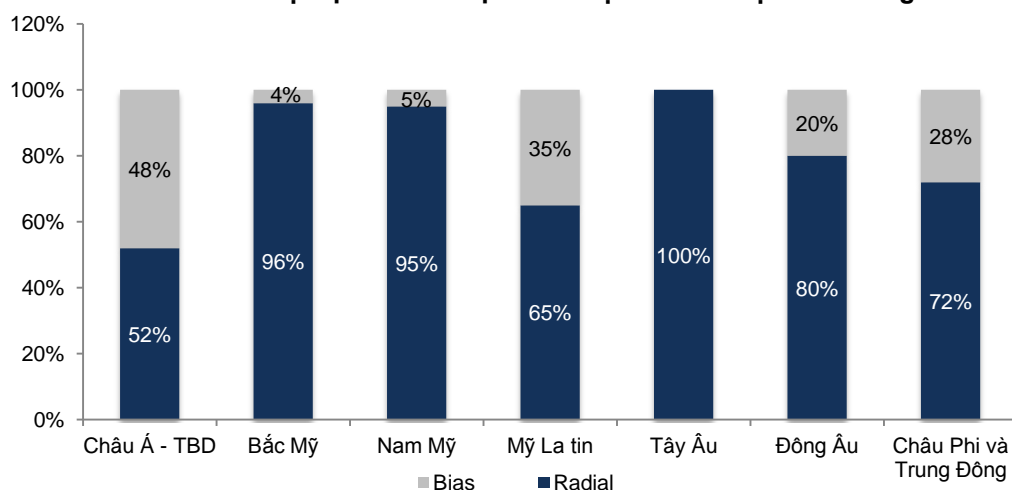
Sản xuất và tiêu thụ lốp dành cho xe có tải trọng > 4,5 tấn



Nguồn: LMC

Phân loại theo lốp Bias và lốp Radial:

Hiện nay nhu cầu tiêu thụ lốp Radial đang chiếm lĩnh toàn cầu, lốp Radial được sử dụng trên thế giới chiếm tới 92% đối với xe chở khách và tải nhẹ; tỷ lệ này đối với dòng xe tải nặng là 53%. Tại thị trường Bắc Mỹ tỷ lệ sử dụng lốp Radial chiếm đến 96%, Châu Phi và Trung Đông chiếm 72%, tỷ lệ này ở thị trường Châu Âu là 79%. Riêng khu vực Châu Á Thái Bình Dương bao gồm các nước ở thị trường cận biên và đang phát triển thì nhu cầu chuyển đổi từ lốp Bias sang lốp Radial đang dần tăng lên. Hiện nay cơ cấu tiêu thụ giữa hai loại lốp này là 52% lốp Radial và 48% lốp Bias. Trong tương lai gần tỷ lệ này sẽ được nâng cao theo tốc độ tăng trưởng kinh tế cũng như phát triển hạ tầng tại các quốc gia thuộc các khu vực trên.

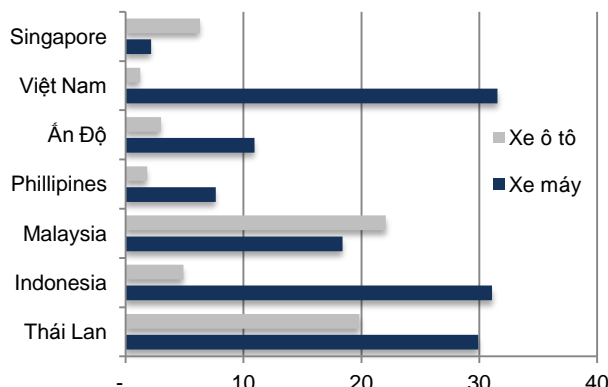
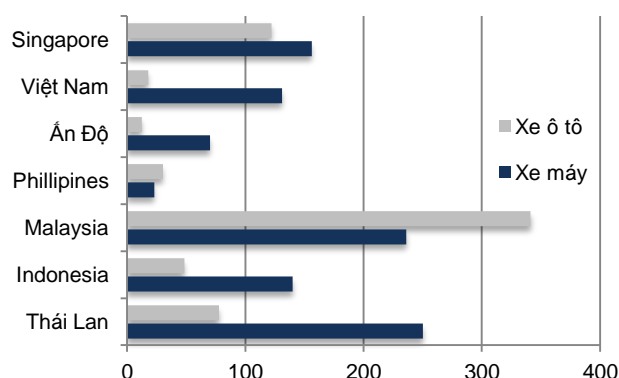
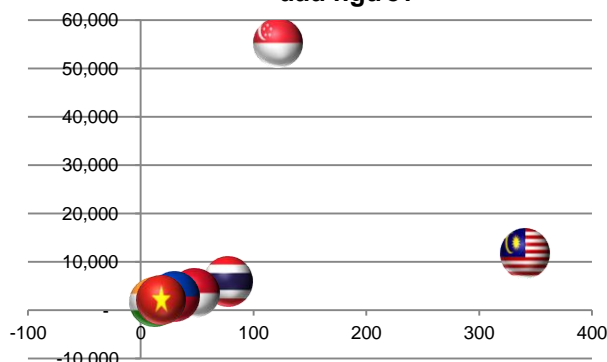
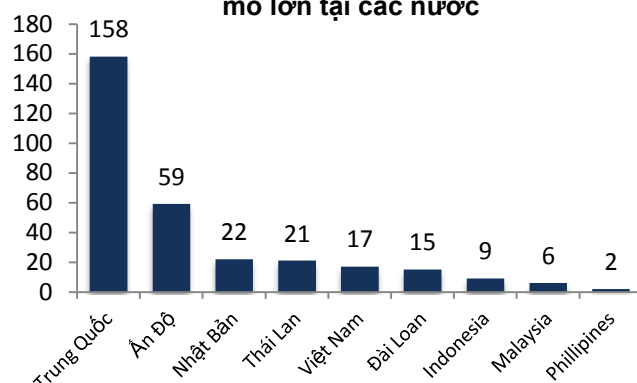
Cơ cấu tiêu thụ lốp Bias và lốp Radial tại các khu vực trên thế giới

Nguồn: LMC

2. Ngành săm lốp Việt Nam

Theo số liệu từ Hiệp hội cao su Việt Nam, trong nước có 830 doanh nghiệp hoạt động trong ngành lốp xe, bao gồm 30 doanh nghiệp sản xuất lốp xe, 17 nhà máy sản xuất lốp quy mô lớn, 170 doanh nghiệp mua bán lốp xe, 170 nhà xuất khẩu và 460 nhà nhập khẩu lớn nhỏ. Năm 2013, trong nước sản xuất được 23,3 triệu lốp xe đạp, 30 triệu lốp xe máy và khoảng 6,3 triệu lốp ô tô các loại (trong đó hơn 5,4 triệu lốp ô tô được xuất khẩu, phần lớn từ các công ty có vốn FDI sản xuất như Kumho, Chengshin, Kenda, Yokohama,...).

Nhu cầu tiêu thụ lốp xe trong nước hiện nay rất lớn. Trong đó, lốp xe đạp đạt 24 triệu lốp; lốp xe máy đạt 37,5 triệu lốp và lốp ô tô tiêu thụ 5 triệu lốp. Theo số liệu thống kê cho thấy cung cầu lốp xe đạp trong nước hiện nay khá cân bằng và gần như bão hòa. Lốp xe máy hiện nay sản lượng sản xuất vẫn chỉ đáp ứng được khoảng 80% nhu cầu. Đối với dòng lốp này, đa phần các doanh nghiệp trong nước chỉ có thể cạnh tranh thông qua phân khúc sản phẩm lốp thay thế. Đối với sản phẩm OEM thì hầu hết thị phần nằm trong tay các doanh nghiệp vốn FDI hoặc lốp nhập khẩu theo xe nguyên chiếc. Đối với lốp xe ô tô, mặc dù sản lượng sản xuất trong nước khá lớn, tuy nhiên khoảng 80-90% trong số đó đều phục vụ xuất khẩu. Vì vậy, thực tế lượng lốp do các doanh nghiệp nội địa sản xuất phục vụ cho thị trường trong nước chỉ đáp ứng khoảng 20-27% đối với lốp radial và 67% nhu cầu lốp ô tô bias. Điều này cho thấy khả năng tăng trưởng cho thị trường săm lốp nội địa còn khá cao.

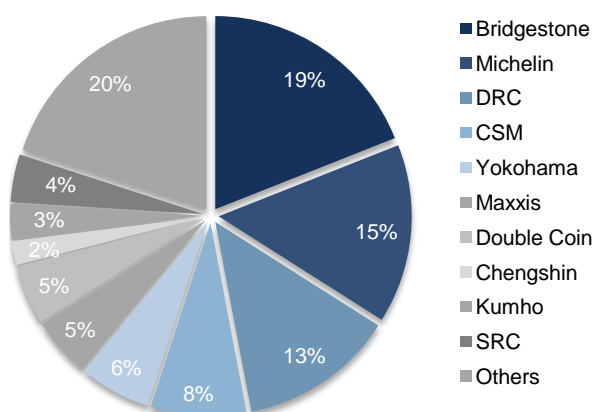
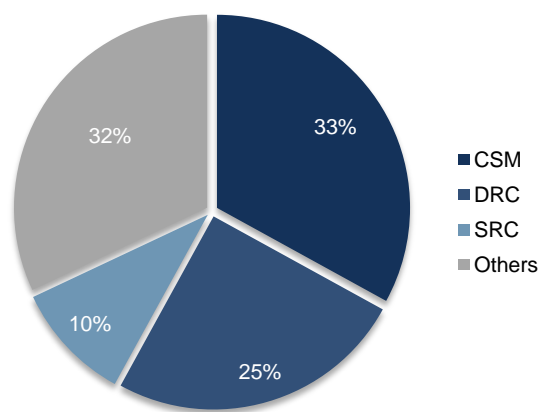
Ngoài ra, theo thống kê cũng như phân tích của nhiều chuyên gia cho thấy so với các nước trong khu vực thì tỷ lệ sở hữu xe ô tô/1.000 dân của Việt Nam còn khá thấp (17,8 xe/1.000 dân). Tỷ lệ này tại Thái Lan là 77,7 xe; Indonesia đạt 48,3 xe; Malaysia đạt 341 xe, Philipines đạt 30 xe. Theo tiến độ của Hiệp định AFTA thì đến năm 2018 thuế nhập khẩu xe ô tô sẽ về mức 0%, với mức sống của người dân Việt Nam ngày càng tăng cao, kèm theo đó là cơ sở hạ tầng giao thông tại Việt Nam được cải thiện, điều này sẽ giúp người tiêu dùng dễ dàng tiếp cận với các dòng xe ô tô, từ đó giúp gia tăng tỷ lệ sở hữu xe so với hiện nay. Về dài hạn, đây sẽ là cơ sở tích cực giúp kích thích tăng trưởng mức tiêu thụ các sản phẩm săm lốp thay thế cho lượng ô tô tăng thêm này cũng như lượng ô tô hiện đang lưu hành trong cả nước.

Tỷ lệ tiêu thụ xe / 1.000 dân

Tỷ lệ sở hữu xe / 1.000 dân

Tỷ lệ sở hữu xe/1.000 dân và GDP đầu người

Số nhà máy sản xuất săm lốp quy mô lớn tại các nước


Nguồn: WorldBank, Asean Automobile Federation, FPT S

Thị phần săm lốp trong nước

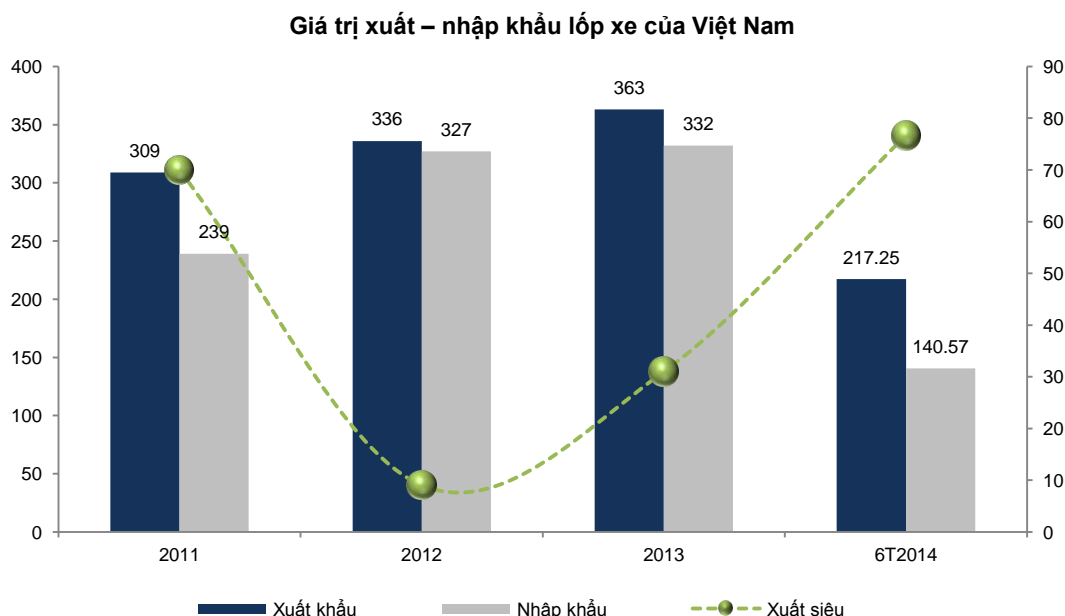
Xét trong thị trường nội địa, đối với các dòng lốp xe tải thì 61% thị phần đang thuộc về 5 doanh nghiệp bao gồm Bridgestone (nhập khẩu), Michelin (nhập khẩu), Cao su Đà Nẵng (DRC), Casumina (CSM) và Yokohama. Phần còn lại thuộc về các hãng lốp tư nhân khác trong nước, các doanh nghiệp thuộc nhóm FDI và hàng nhập khẩu. Nếu xét chung các loại sản phẩm săm lốp tiêu thụ trên thị trường nội địa thì Casumina hiện đang có mức thị phần cao nhất là 33%, tiếp theo là DRC (25%), SRC khoảng 10%, còn lại 31% thuộc về các doanh nghiệp khác.

Thị phần lốp xe tải trong nước

Thị phần săm lốp trong nước


Nguồn: Tyre Business, FPT S

Đối với dòng lốp ô tô Radial, khoảng 90% thị phần thuộc về các doanh nghiệp FDI và hàng nhập khẩu. Tuy nhiên từ đầu năm 2014 về sau dòng lốp Radial toàn thép đã có sự góp mặt của DRC và CSM khi mà 2 doanh nghiệp này đã đưa vào vận hành 2 nhà máy với công suất lần lượt là 600.000 lốp/năm và 1.000.000 lốp/năm. Hiện nay, cả hai doanh nghiệp này đều đang sản xuất với giai đoạn 1 là 300.000 lốp/năm và 350.000 lốp/năm. Hứa hẹn đây sẽ là phân khúc sản phẩm có mức độ cạnh tranh khá gay gắt trong thời gian tới.

Tình hình xuất - nhập khẩu lốp xe của Việt Nam

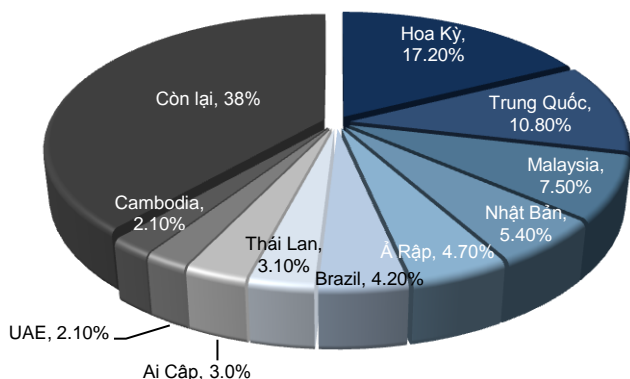
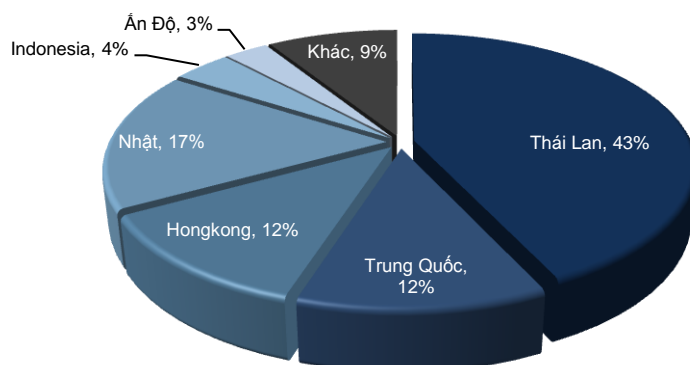
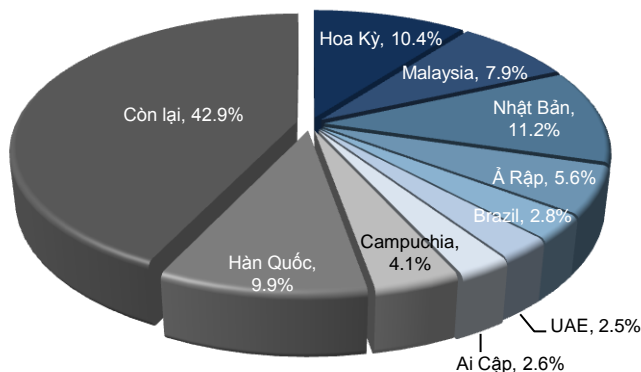
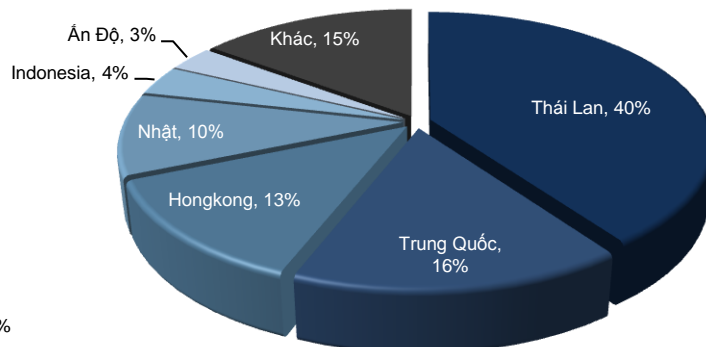


Nguồn: VRA, Tổng cục Hải quan, FPTTS

Năm 2013, giá trị xuất khẩu lốp xe của Việt Nam đạt 363 triệu USD, tăng 8,1% so với năm 2012 (335,7 triệu USD). Trong 3 năm qua giá trị xuất khẩu đạt tăng trưởng CAGR là 8%/năm. Năm 2013 là năm thứ 4 liên tiếp Việt Nam xuất siêu mặt hàng này. Theo số liệu 6 tháng đầu năm 2014, kim ngạch xuất khẩu đã đạt 217 triệu USD, tăng 12,9% so với cùng kỳ 2013. Xuất siêu 6 tháng đầu năm đạt 76,7 triệu USD, gấp 2,5 lần mức xuất siêu của cả năm 2013. Theo xu hướng này khả năng xuất khẩu năm nay sẽ đạt tăng trưởng tốt hơn so với giai đoạn 2012-2013 vừa qua.

Thực tế cho thấy, xuất khẩu săm lốp nhiều nhất vẫn là nhóm các doanh nghiệp FDI, bao gồm: Kumho, Chengshin, Chính Tân, Kenda, Yokohama,...chiếm gần 65% kim ngạch xuất khẩu, ba doanh nghiệp sản xuất lốp xe nội địa chủ lực của Việt Nam là DRC, CSM và SRC chiếm khoảng 14% giá trị xuất khẩu. CSM vẫn là doanh nghiệp có tỷ trọng xuất khẩu lớn nhất trong 3 doanh nghiệp niêm yết và cũng là doanh nghiệp có doanh thu tiêu thụ lốp xe đứng vị trí 67 trên thế giới theo thống kê năm 2013 của Tire Business.

Về nhập khẩu: Trong 3 năm qua, giá trị nhập khẩu đạt tốc độ tăng trưởng CAGR là 18%/năm. 6 tháng đầu năm nay, kim ngạch nhập khẩu lốp xe của Việt Nam là 140,57 triệu USD, giảm 16% so với cùng kỳ 2013.

Cơ cấu thị trường xuất khẩu lốp xe của Việt Nam 2013

Cơ cấu thị trường nhập khẩu lốp xe của Việt Nam 2013

Cơ cấu thị trường xuất khẩu lốp xe của Việt Nam 6T2014 (*)

Cơ cấu thị trường nhập khẩu lốp xe của Việt Nam 6T2014


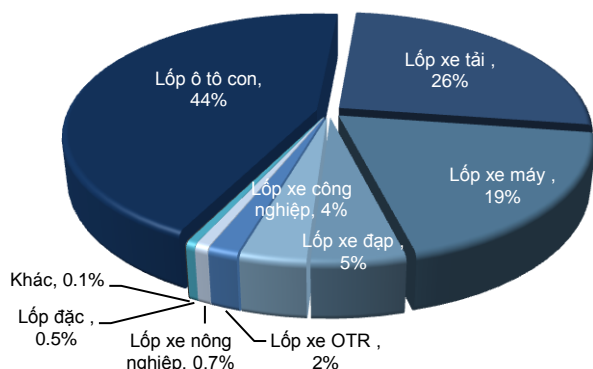
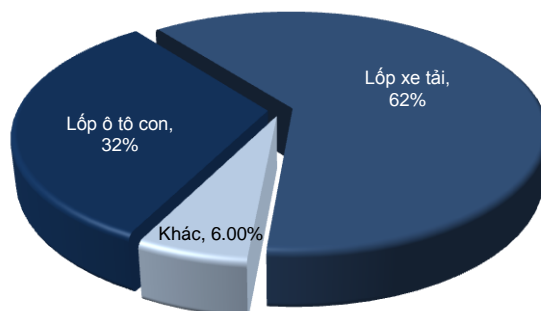
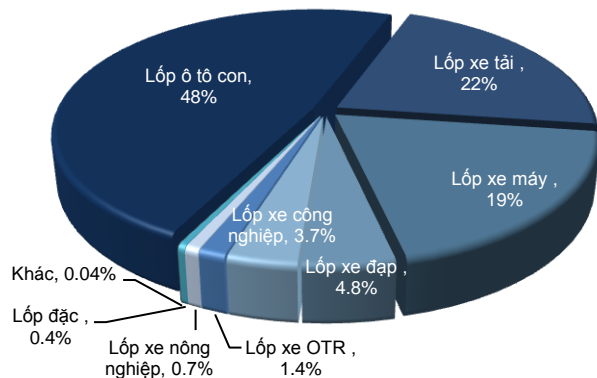
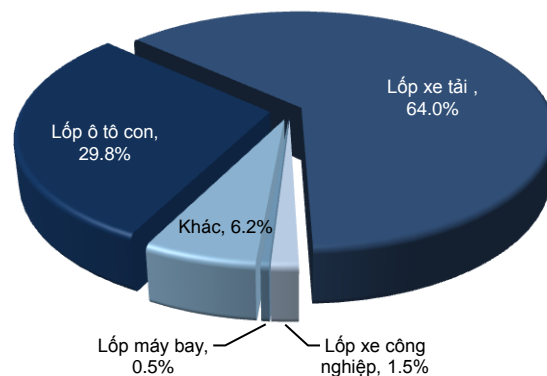
Nguồn: VRA, Tổng cục Hải quan, FPTSS

(*): Chưa số liệu cập nhật từ thị trường Trung Quốc

Thị trường xuất khẩu: năm 2013, sản phẩm săm lốp của Việt sản được xuất sang 115 quốc gia. Trong đó, lớn nhất là thị trường Mỹ đạt 62,5 triệu USD (17,2%), xếp thứ 2 là thị trường Trung Quốc đạt 39,2 triệu USD (10,8%), tiếp theo là thị trường Malaysia đạt 27,2 triệu USD (7,5%), Nhật đạt 19,6 triệu USD (5,4%), Ả rập thống nhất đạt 17,1 triệu USD (4,7%). Còn lại 197 triệu USD phân bổ cho 110 thị trường khác. Tỷ lệ này có sự thay đổi trong 6 tháng đầu năm nay, trong đó Nhật Bản vươn lên đầu bảng với tỷ lệ 11,2% với kim ngạch 24,38 triệu USD; tiếp theo là Hoa Kỳ (10,4%) và Malaysia (7,9%).

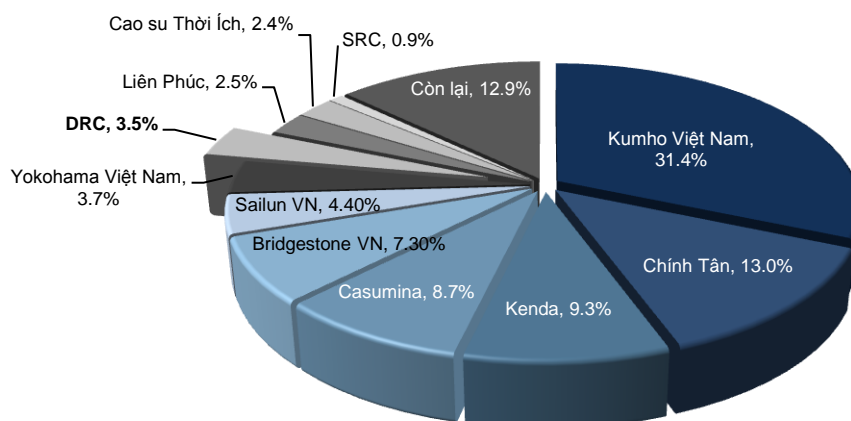
Xét về lượng thi Brazil nhập khẩu nhiều lốp xe nhất với 2,3 triệu chiếc, chủ yếu là lốp xe đạp và xe mô tô nên có giá trị thấp.

Thị trường nhập khẩu: năm 2013, Việt Nam nhập khẩu lốp xe chủ yếu từ thị trường Thái Lan (43%), tiếp theo là Trung Quốc (12%), Hồng Kông (12%), Indonesia (4%) và Ấn Độ (3%). Trong 6 tháng đầu năm nay các vị trí này vẫn không thay đổi, với 40% kim ngạch nhập khẩu, tương đương 78 triệu USD vẫn thuộc về thị trường Thái Lan; còn Trung Quốc chiếm 16%. Các loại lốp được nhập từ Thái Lan và Trung Quốc phần lớn là lốp xe tải và lốp ô tô với các thương hiệu như: Double Coin, Transking, Chengshin,... của Trung Quốc - Đài Loan và Bridgestone, Michelin được sản xuất từ Thái Lan. Ngoài ra, riêng lốp xe máy được nhập hầu hết từ Thái Lan với các thương hiệu quen thuộc như: Inoue, Vee Rubber, Deestone,... Đối với thị trường Nhật Bản, sản phẩm mà Việt Nam nhập khẩu phần lớn là lốp xe tải và lốp xe con với các thương hiệu nổi tiếng như Bridgestones, Yokohama,... với kim ngạch nhập khẩu đạt 13,7 triệu USD, giảm 31% so với cùng kỳ năm 2013.

Cơ cấu các loại lốp xe xuất khẩu của Việt Nam 2013

Cơ cấu các loại lốp xe nhập khẩu của Việt Nam 2013

Cơ cấu các loại lốp xe xuất khẩu của Việt Nam 6T2014

Cơ cấu các loại lốp xe nhập khẩu của Việt Nam 6T2014


Nguồn: VRA, Tổng cục Hải quan, FPTs

Trong năm 2013, mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu nhiều nhất là lốp ô tô con, đạt 159,47 triệu USD, chiếm 44%; tiếp theo là nhóm lốp xe tải đạt 93,7 triệu USD, chiếm 26%. Xếp thứ 3 là lốp xe máy, đạt 68 triệu USD, chiếm 19%; lốp xe đạp đạt 18,2 triệu USD, chiếm 5%. Các chủng loại lốp khác khoảng 23,5 triệu USD, chiếm 6,5%.

Cơ cấu doanh nghiệp xuất khẩu 6T2014


Nguồn: VRA, Tổng cục Hải quan

Trong 6 tháng đầu năm 2014, 3 chủng loại lốp xuất khẩu nhiều nhất tiếp tục là lốp ô tô con, đạt 104,5 triệu USD, chiếm 48%; lốp xe tải đạt 46,8 triệu USD, chiếm 22%; kế tiếp vẫn là lốp xe máy, đạt 41,9 triệu USD, chiếm 19%. Trong đó lốp ô tô con được

xuất khẩu nhiều nhất qua Nhật Bản, Hoa Kỳ và Hàn Quốc, chiếm khoảng 30% tổng kim ngạch xuất khẩu trong 6 tháng đầu năm.

Doanh nghiệp chiếm thị phần xuất khẩu lốp cao nhất vẫn là Kumho Tires (Hàn Quốc), chiếm 31,4% thị phần trong 6 tháng đầu năm 2014. Kế tiếp là doanh nghiệp tư nhân Chính Tân (13%); Kenda của Đài Loan (9,3%). Ba doanh nghiệp săm lốp niêm yết (DRC, CSM, SRC) chiếm 13%.

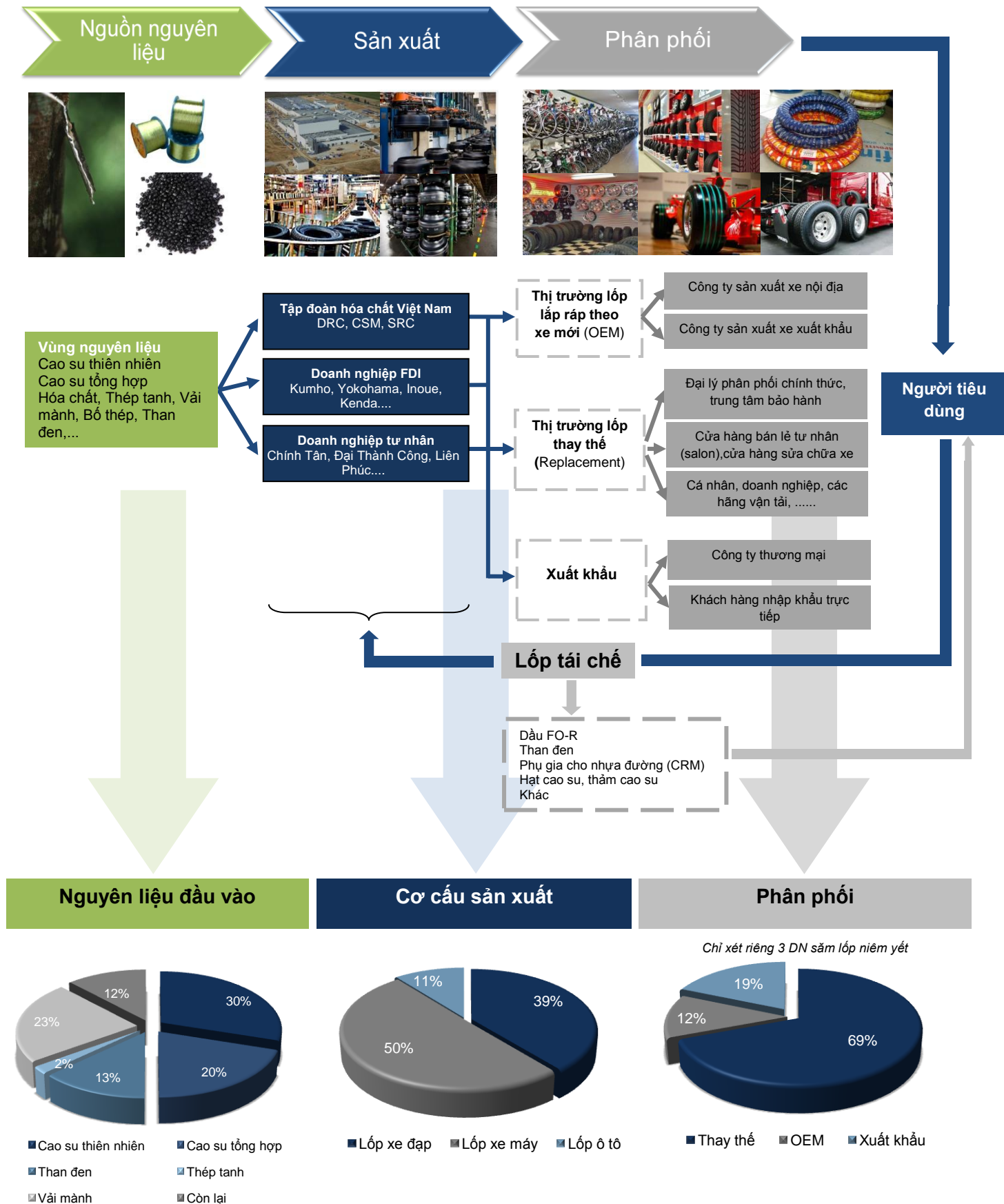
Đối với nhập khẩu trong 6 tháng đầu năm nay, 2 chủng loại lốp xe được nhập nhiều nhất là lốp xe tải (64%) và lốp xe ô tô con (29,8%). Gần 50% kim ngạch nhập khẩu lốp của Việt Nam thuộc về 7 doanh nghiệp, bao gồm Công ty TNHH Kinh doanh Lốp xe Bridgestone Việt Nam, Công ty TNHH Michelin Việt Nam, Công ty CP Xuất nhập khẩu Than, CTCP Lốp xe Việt, Công ty TNHH P&T, Công ty Ô tô Toyota Việt Nam, Công ty TNHH Quốc tế Jaguar Hà Nội.

Các nhãn hiệu lốp ô tô nhập khẩu về Việt Nam

TT	Tên mặt hàng	Thị trường nhập	Cửa khẩu nhập
1	Lốp ô tô con Sover Stone	Malaysia	Hải Phòng
2	Lốp ô tô tải Annaite	Trung Quốc	Cát Lái
3	Lốp ô tô Michelin	Thái Lan	Hải Phòng
4	Lốp tải nhẹ Toyo	Nhật Bản	Tân Cảng
5	Lốp ô tô tải nhẹ Triangle brand types	Trung Quốc	Hải Phòng
6	Lốp xe tải Belaz	Belarut	Hải Phòng
7	Lốp ô tô Gold Tyre	Trung Quốc	Hải Phòng
8	Lốp ô tô Bridgestone	Nhật Bản	Hải Phòng
9	Lốp ô tô Kumho	Hàn Quốc	Hải Phòng
10	Lốp ô tô MRF	Ấn Độ	Cảng Việt

Nguồn: VRA

3. Phân tích chuỗi giá trị Ngành săm lốp Việt Nam

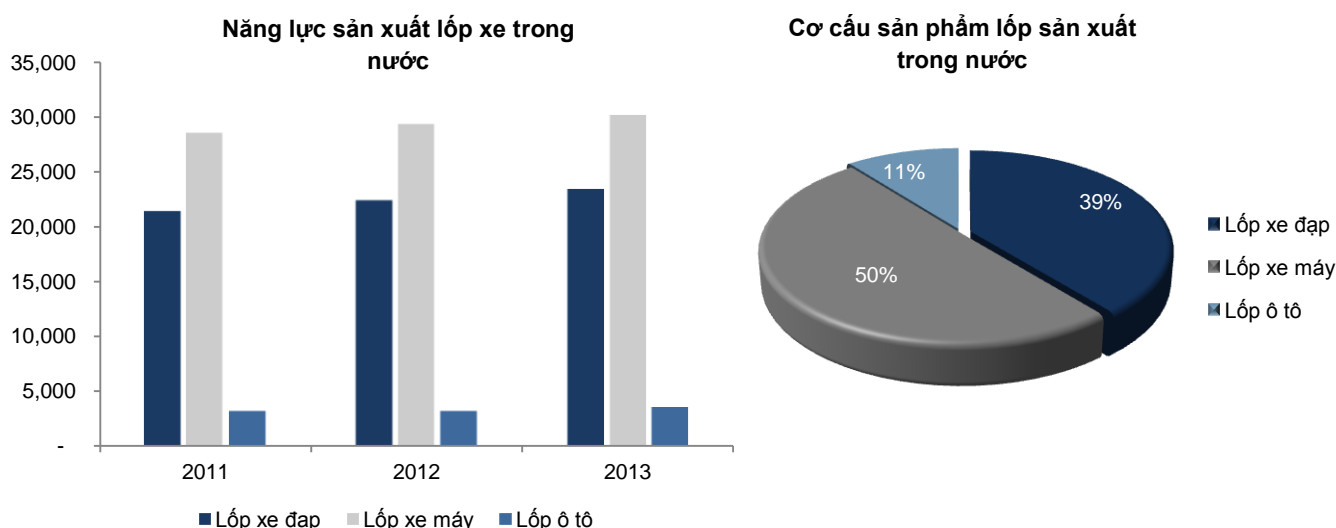


Nguồn nguyên liệu

Hiện tại ngành săm lốp đang chủ động được nguồn cao su thiên nhiên trong nước với sản lượng dồi dào và mức giá phù hợp. Cao su tổng hợp phần lớn phải nhập khẩu từ Hàn Quốc, Trung Quốc và Đài Loan,... với giá trị nhập khẩu hàng năm trên 500 triệu USD. Hai doanh nghiệp sản xuất cao su tổng hợp lớn nhất thế giới bao gồm Lanxess (Đức) và Sinopec (Trung Quốc). Các hóa chất, vải mảnh, than đen trong sản xuất săm lốp đều nhập khẩu phần lớn từ Trung Quốc. Riêng thép tanh sử dụng một phần sản xuất trong nước còn lại cũng phải nhập khẩu.

Khâu sản xuất

Năng lực sản xuất và nhu cầu tiêu thụ của cả nước



Nguồn: Bộ Công thương, FPTs

Theo số liệu thống kê đến năm 2013, tổng sản lượng lốp sản xuất của cả nước đạt 59,6 triệu lốp, trong đó lốp xe đạp đạt 23,3 triệu lốp chiếm 39%; lốp xe máy đạt 30 triệu lốp, chiếm 50%; còn lại 11% là lốp ô tô với 6,30 triệu lốp. Trong suốt 5 năm qua cơ cấu sản lượng của 3 loại lốp này được duy trì khá ổn định.

Cung cầu lốp xe trong nước

Chỉ tiêu (lốp/năm)	(triệu)	2011	2012	2013
Nhu cầu tiêu thụ				
Lốp xe đạp		-	-	24,00
Lốp xe máy		35,78	38,02	37,50
Lốp ô tô		4,32	4,58	5,00
Sản xuất				
Lốp xe đạp		21,30	22,28	23,30
Lốp xe máy		28,40	29,19	30,00
Lốp ô tô		3,08	3,08	6,30

Nguồn: Bộ Công thương, Cục đăng kiểm, FPTs

Hiện nay, nguồn sản xuất lốp xe đạp trong nước đã đủ sức đáp ứng nhu cầu tiêu thụ mỗi năm. Riêng lốp ô tô vẫn chưa đáp ứng được và phải nhập khẩu với số lượng lớn mỗi năm. Lốp xe máy hiện nay đáp ứng được khoảng 80% tổng nhu cầu và tỷ lệ này đối với lốp ô tô là 67-70%. Riêng lốp Radial phải nhập khẩu hàng năm lên đến 70-80%. Với dòng lốp Radial, hiện nay nguồn sản xuất trong nước chưa theo kịp tốc độ tăng trưởng tiêu thụ của thị trường nội địa.

Cung cầu lốp Radial trong nước

Lốp Radial	2011	2012	2013	2014	2015
Cung nội địa (*)	1.755	1.755	1.770	2.085	2.595
Tiêu thụ	2.879	3.118	3.376	3.918	4.286

Nguồn: FPTTS thu thập

() Nguồn cung lốp Radial toàn thép chiếm khoảng 73%*

Hiện nay với sự góp mặt của các sản phẩm lốp Radial từ DRC và CSM thì theo dự báo của chúng tôi thì đến 2015 nguồn cung trong nước chỉ mới đáp ứng được khoảng 60-62% nhu cầu lốp Radial cả nước và giả định DRC và CSM nâng tối đa công suất lên lần lượt là 600.000 và 1.000.000 lốp/năm, với tốc độ tăng trưởng nhu cầu lốp Radial như hiện tại thì đến 2020 nguồn cung trong nước cũng sẽ đáp ứng khoảng 65-67% nhu cầu nội địa. Điều này cho thấy có cơ sở để phân khúc lốp Radial tăng trưởng mạnh trong thời gian tới và là điểm sáng tích cực cho các doanh nghiệp nội địa như DRC và CSM khi đưa vào tiêu thụ các dòng lốp này. Tuy nhiên đây cũng là một thách thức cho các doanh nghiệp này nếu không đảm bảo được chất lượng thì sẽ rất dễ đánh mất hẳn mảnh đất màu mỡ này cho các nhãn hiệu lốp nước ngoài đang sản xuất, nhập khẩu và tiêu thụ tại Việt Nam. *(Xem chi tiết tại đây)*

Tại Việt Nam, bên cạnh 3 doanh nghiệp sản xuất nội địa đang hoạt động kinh doanh khá hiệu quả DRC, CSM và SRC thì còn có các doanh nghiệp vốn FDI đang hoạt động sản xuất, kinh doanh tại Việt Nam như sau: *(Xem chi tiết tại đây)*

Doanh nghiệp	Công suất (1.000 lốp/năm)	Lốp Radial	Lốp Bias	Lốp ô tô	Lốp tải nhẹ	Lốp xe buýt	Lốp xe máy	Lốp công nghiệp
Yokohama	800		x		x		x	x
Chengshin Rubber	18.570	x	x		x	x	x	
Kumho Tire	3.150	x		x	x			
Kenda Rubber	2.000		x				x	x
Inoue Rubber	-		x				x	
Sailun Tyre	12.000	x		x	x			

Nguồn: TireBusiness, FPTTS

Khâu phân phối

Hiện tại khâu phân phối của ngành sản xuất lốp Việt Nam tập trung vào phân khúc thay thế (chiếm 70-80%), đối với phân khúc lắp ráp theo xe mới (OEM) hầu hết nằm trong tay các doanh nghiệp và thương hiệu lớn của nước ngoài thông qua các dòng lốp nhập khẩu cùng với các sản phẩm lốp được các doanh nghiệp FDI sản xuất tại Việt Nam cụ thể như: lốp xe máy (Kenda, Inoue, Chengshin,...), lốp xe con (Michelin, Bridgestone, Kumho, Continental, Pirelli, Maxxis...), lốp xe tải (Bridgestone, Kumho, Continental, Yokohama, Chenshing,...). Ngoài ra, xét riêng 3 doanh nghiệp sản xuất

niêm yết, trong cơ cấu doanh thu thì kênh thay thế (Replacement) chiếm tỷ trọng lớn nhất 69%, kênh OEM chiếm 10-12% và kênh xuất khẩu chiếm 19%.

Bên cạnh gia công trực tiếp cho các hãng lắp ráp xe như Trường Hải, Vinaxuki, Chengshing, Continental, Honda, Yamaha, Suzuki,...Phần lớn các sản phẩm lốp được tiêu thụ tại thị trường nội địa thông qua hệ thống đại lý cấp 1, các cửa hàng của từng doanh nghiệp trải rộng khắp cả nước, cụ thể như sau:

Doanh nghiệp	Đại lý/Cửa hàng trong nước
CSM	159
SRC	119
DRC	107
Yokohama	124
Inoue	47
Kumho	222 (41 đại lý cấp 1)

Nguồn: FPTs tổng hợp

Bên cạnh đó, tại Việt Nam tồn tại các khu phố chuyên mua/bán, cung cấp, sửa chữa săm lốp xe ô tô quy mô lớn như: Tp.HCM (phố Lý Thái Tổ); Hà Nội (Giảng Võ, Láng Hạ); Đà Nẵng (từ sân bay đến đường Nguyễn Hữu Thọ và vòng xoay CMT8).

(Xem chi tiết tại đây)

Khâu tái chế và sản phẩm tái tạo từ lốp xe cũ

Sau khi kết thúc khâu tiêu thụ sản phẩm, các loại lốp sau khi sử dụng sẽ được đưa vào tái chế hoặc đưa vào khâu tái đắp để tiếp tục sử dụng. Theo nghiên cứu từ Thái Lan, nếu làm đúng kỹ thuật thì chất lượng lốp đắp có khả năng đạt 60-90% chất lượng của lốp mới và có thể chạy thêm 50.000-70.000 km.

Ngoài ra, lốp xe sau khi sử dụng có thể tạo ra các sản phẩm có nhiều lợi ích cho các ngành liên quan như: Dầu FO-R dùng làm nhiên liệu cho các lò hơi, lò luyện thép; Than đen làm phụ liệu cho sản xuất săm lốp; phụ gia cho nhựa đường; hạt cao su và thanm cao su dùng trong thể thao,...

(Xem chi tiết tại đây)

Tỷ lệ các sản phẩm tái tạo từ lốp xe đã qua sử dụng

Nguyên liệu	Tỷ lệ dầu đốt	Tỷ lệ bột carbon	Tỷ lệ thép	Tỷ lệ khí ga
Lốp xe tải lớn	45%-50%	25%-30%	10%	10%-15%
Lốp xe du lịch	40%-45%	30%-35%	10%	10%-15%
Lốp xe máy, xe đạp	30%-35%	35%-40%		15%-25%

Nguồn: ttmindustry

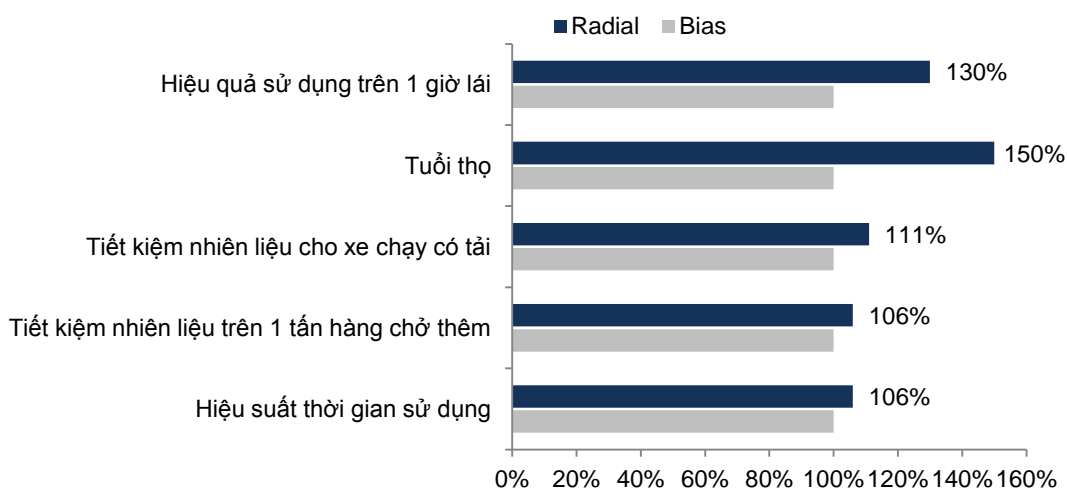
4. Xu hướng Radial hóa

Với độ bền, độ an toàn cao, ít sinh nhiệt và giảm tiêu hao nhiên liệu, xu hướng Radial hóa trong sản xuất lốp xe đã và đang lan rộng trên toàn cầu. Ở Việt Nam thì tỷ lệ tiêu thụ lốp Radial khá thấp, chỉ chiếm khoảng 10% và được sử dụng chủ yếu cho xe ô tô con.

Trên thế giới hiện nay, xu hướng sử dụng lốp Radial đã có từ rất lâu. Với những tính năng vượt trội đã giúp lốp Radial chiếm tỷ trọng tiêu thụ khá cao trên cả thế giới. Đặc biệt tại các khu vực phát triển như Bắc Mỹ tỷ lệ sử dụng lốp radial lên đến 96-100%;

Châu Phi và Trung Đông khoảng 72%, Châu Âu là 79%; Châu Á – Thái Bình Dương vào khoảng 52%. Riêng ở Mỹ, Nhật là 100%, Malaysia là 90%, Trung Quốc là 50%.

Tính năng vượt trội của lốp Radial so với lốp Bias

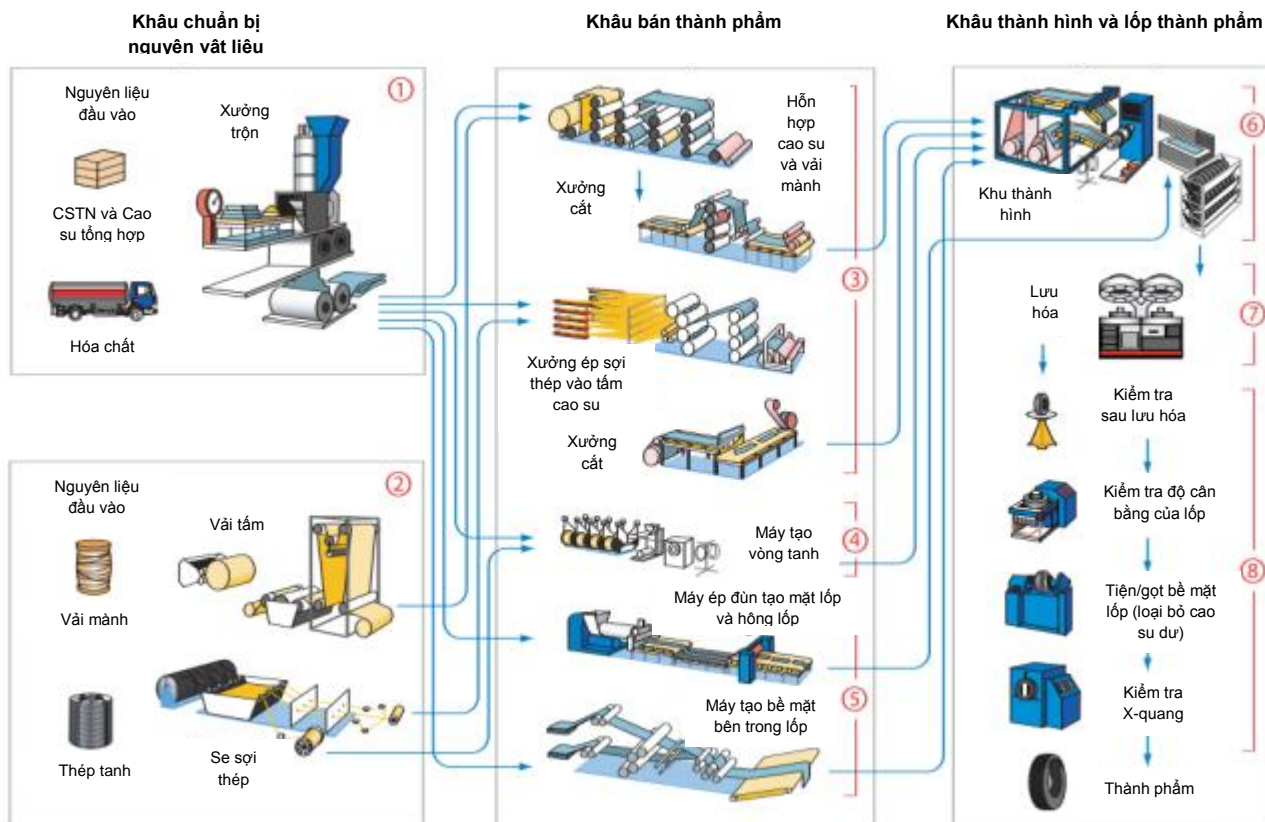


Nguồn: Michelin, Apollo, FPT S

Lốp Radial phù hợp chạy trên các loại đường tốt, đường phẳng với tốc độ cao. Nếu sử dụng lốp Radial đúng cách sẽ đem lại nhiều ưu điểm vượt trội đối với dòng lốp bias trước đây như: kéo dài tuổi thọ hơn 50%, tiết kiệm nhiên liệu lên đến 11%, tăng độ an toàn, tăng hiệu quả sử dụng lên đến 30%. *(Xem chi tiết tại đây)*

Tại Việt Nam đã và đang phát triển nhiều tuyến đường, nhiều dự án đường cao tốc vì vậy tất yếu nhu cầu thay thế lốp Bias chuyển sang sử dụng lốp Radial sẽ gia tăng trong tương lai gần.

Hiện tại, ở Việt Nam đã có hai doanh nghiệp đầu ngành là DRC và CSM đã đưa vào vận hành 2 nhà máy lốp Radial toàn thép với công suất lần lượt là 600.000 lốp/năm và 1.000.000 lốp/năm. Sản phẩm từ 2 nhà máy sẽ là động lực tạo tăng trưởng cho 2 doanh nghiệp này trong các năm tiếp theo. Ngoài ra, với việc đưa ra thị trường các dòng lốp Radial toàn thép dành cho các dòng xe tải sẽ giúp DRC và CSM gia tăng thị phần trong phân khúc sản phẩm này sẽ giúp đáp ứng nhu cầu ngày một cao của thị trường nội địa hiện nay. Điều này sẽ góp phần nâng cao uy tín và giá trị sản xuất lốp xe của Việt Nam và đặc biệt sẽ hạn chế tình trạng nhập khẩu các sản phẩm lốp nước ngoài như những năm trước đây.

Quy trình sản xuất lốp Radial


Nguồn: FPTTS tổng hợp

5. Phân tích SWOT Ngành săm lốp Việt Nam
Phân tích SWOT
Điểm mạnh

- Dân số nước ta khá đông trên 90 triệu người và hiện đang trong quá trình công nghiệp hóa - hiện đại hóa, cùng với việc đẩy mạnh phát triển cơ sở hạ tầng giao thông đường bộ sẽ giúp gia tăng mạnh nhu cầu sử dụng các phương tiện giao thông như xe ô tô cá nhân, xe du lịch, xe tải, xe máy,... để đi lại và làm việc đặc biệt ở các trung tâm đô thị hóa, nơi có nhiều xí nghiệp, nhà máy sản xuất. Theo đó, chắc chắn rằng nhu cầu sử dụng lốp xe không ngừng gia tăng, bao gồm cả lốp mới và lốp thay thế.
- Việt Nam sở hữu nguồn cao su thiên nhiên dồi dào, đây là nguồn nguyên liệu chiếm tỷ trọng cao nhất trong cơ cấu giá thành sản xuất săm lốp. Với nguồn nguyên liệu dồi dào và ổn định sẽ giúp tạo lợi thế cạnh tranh cho ngành săm lốp trong nước.
- Bên cạnh đó là nhân công rẻ và thuế xuất khẩu mặt hàng săm lốp là 0% thì tiềm năng tăng trưởng xuất khẩu của các sản phẩm săm lốp là khá lớn.
- Thị trường tiêu thụ lớn nhất thế giới là Châu Á, đặc biệt là Trung Quốc, Ấn Độ và Nhật đều thuận lợi về mặt địa lý cho các doanh nghiệp trong nước xuất khẩu sản phẩm của mình. Ngoài ra, các doanh nghiệp sản xuất lốp trong nước đã và đang tiếp cận rất tốt với các thị trường mới nổi như Châu Phi, Bangladesh, Sri-Lanka, Campuchia, Lào, Myanmar. Đây cũng được xem là lợi thế cạnh tranh của săm lốp Việt Nam so với các thương hiệu đất tiền trên thế giới tại các thị trường này.

Điểm yếu	<ul style="list-style-type: none"> Do quy mô sản xuất khá nhỏ so với các doanh nghiệp lớn của nước ngoài dẫn đến năng lực cạnh tranh về quy mô còn thấp (Economics of scale). Công nghệ đang sử dụng hiện nay chủ yếu nhập từ Trung Quốc, Đài Loan nên có sức cạnh tranh kém hơn so với công nghệ của Châu Âu, Pháp, Mỹ, Hàn Quốc, Nhật. Việt Nam chưa có quy chuẩn Quốc gia đối với mặt hàng cao su, săm lốp xe nhập khẩu làm giảm sức cạnh tranh của những thương hiệu nội địa cũng như chưa tạo rào cản đối với hàng ngoại nhập, giá rẻ chất lượng thấp. Ngoài ra, các doanh nghiệp Việt Nam gặp nhiều rào cản bảo hộ thương mại khi xuất khẩu đi các nước. Lực lượng cán bộ có năng lực còn thiếu, chưa tiếp cận được thị trường tăng trưởng mạnh là lốp ô tô con. Chưa tự chủ được một số nguyên liệu sản xuất lốp xe mà phải nhập khẩu từ nước ngoài như: cao su tổng hợp, than đen, hóa chất,...
Cơ hội	<p>Thị trường trong nước :</p> <ul style="list-style-type: none"> Theo thống kê thì tỷ lệ sở hữu xe ô tô cá nhân ở Việt Nam thấp hơn mức trung bình của các nước trong khu vực như Indonesia, Thái Lan, Malaysia. Điều này cho thấy về dài hạn nhu cầu tiêu thụ săm lốp trong nước sẽ không ngừng tăng lên. Nguồn cung tất cả các loại lốp ô tô hiện nay trong cả nước chỉ đáp ứng được 70-80% tổng nhu cầu cả nước (đã bao gồm các doanh nghiệp vốn FDI tại Việt Nam). Riêng lốp Radial chỉ mới đáp ứng được khoảng 10%, còn lại đều phải nhập khẩu. Như vậy dư địa tăng trưởng cho ngành săm lốp còn khá lớn. Ngoài ra, thuế suất nhập khẩu ô tô từ các nước ASEAN giảm xuống còn 50% và theo lộ trình đến năm 2018 giảm xuống 0% sẽ giúp lượng ô tô nhập khẩu vào Việt Nam gia tăng theo đó nhu cầu tiêu thụ lốp thay thế sau đó cũng sẽ tăng theo. Theo quy định từ Thông tư 06 của Bộ GTVT về giới hạn tải trọng xe vận tải đường bộ sẽ giúp chấn chỉnh lại thực trạng chở quá tải hiện nay. Theo đó các hãng vận tải buộc phải đầu tư thêm xe để phục vụ nhu cầu vận chuyển đáp ứng lượng hàng hiện nay. Từ đó có khả năng lượng lốp xe tiêu thụ sẽ gia tăng khi mà Thông tư này được thực thi một cách chặt chẽ và hiệu quả. Ngoài ra, theo quy trình kiểm định xe mỗi năm có quy định về xuất xứ và giấy tờ mua/bán hợp lệ của lốp xe. Vì vậy sẽ loại bỏ phần nào các loại lốp giá rẻ, chất lượng thấp nhập lậu, không rõ xuất xứ. Giúp bảo vệ các nhà sản xuất lốp uy tín trong nước. <p>Thị trường xuất khẩu :</p> <ul style="list-style-type: none"> Hiệp định Thương mại Hàng hóa ASEAN (ATIGA) về cắt giảm và xóa bỏ thuế quan rất nhiều mặt hàng đến năm 2018. Ngoài ra, sắp tới Hiệp định xuyên Thái Bình Dương (TPP) được áp dụng cũng sẽ tạo cơ hội cho Việt Nam về mặt hàng lốp ô tô nói chung và lốp ô tô Radial nói riêng có cơ hội thâm nhập sâu hơn vào các thị trường lớn trên thế giới. Hiện nay thị trường săm lốp Việt Nam chỉ chiếm khoảng 0,4% so với quy mô thị trường săm lốp thế giới. Theo thống kê từ Research and Markets cho thấy sản lượng xe ô tô của thế giới trong 12 năm tới sẽ không ngừng gia tăng, đặc biệt thị trường Trung Quốc dự báo tăng trưởng 11%/năm, (Ấn Độ 12%/năm), Đông Nam Á (5%/năm), Nam Mỹ (5%/năm). Đây là các thị trường tiêu thụ lốp Radial rất lớn, điều này sẽ tạo cơ hội cho lốp Radial của Việt Nam gia tăng xuất khẩu trong thời gian tới.

Thách thức

- Sự cạnh tranh mạnh mẽ từ các nước trong khu vực. Đặc biệt tiếp giáp với các thị trường lớn như Trung Quốc với các dòng lốp giá rẻ, chất lượng thấp thâm nhập vào thị trường trong nước mỗi năm.
- Thị trường săm lốp đã và đang đối mặt với việc cạnh tranh gay gắt giữa các doanh nghiệp trong nước, doanh nghiệp nước ngoài và hàng nhập khẩu. Hiện tại, rất nhiều thương hiệu nổi tiếng trên thế giới đều đã có đại lý ở Việt Nam. Ngoài ra, Bridgestone sẽ đưa nhà máy công suất khoảng 9 triệu lốp/năm đi vào hoạt động cuối năm 2016 ở Hải Phòng, Yokohama có công suất 400.000 lốp/năm. Kumho cũng sẽ nâng công suất nhà máy từ 3,15 triệu lốp/năm lên 6,3 triệu lốp/năm và các thương hiệu khác như Chengshin, Maxxis, Sailun,... Nguồn cung trong nước đến từ các công ty nước ngoài sẽ gia tăng, tạo áp lực cạnh tranh và là một thách thức khá lớn đối với các doanh nghiệp săm lốp trong nước.

6. Các chính sách liên quan đến Ngành Săm lốp

- *Thuế nhập khẩu lốp ô tô*
- *Thách thức của Hiệp định TPP đối với săm lốp Việt Nam*
- *Lộ trình giảm thuế nhập khẩu xe ô tô*
- *Thông tư 06/VBHN-BGTCT quy định về tải trọng xe và khổ giới hạn đường bộ*
- *Quy hoạch phát triển Ngành công nghiệp ô tô Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030*

Thuế nhập khẩu lốp ô tô

(Chi tiết xem tại đây)

Theo quy định của Thông tư số 156/2011/TT-BTC ngày 14/11/2011 của Bộ Tài chính và Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam để thực hiện Khu vực Thương mại Tự do ASEAN -Trung Quốc giai đoạn 2012-2014 ban hành kèm theo Thông tư số 162/2011/TT-BTC ngày 17/11/2011 của Bộ Tài chính thì:

Nếu mặt hàng lốp ô tô tải nhập khẩu là loại lốp cao su hơi, chưa qua sử dụng có chiều rộng không quá 450 mm (nhỏ hơn hoặc bằng 18 inch) thì thuế suất nhập khẩu là:

- 25% - sản phẩm nhập từ Trung Quốc
- 5% - sản phẩm nhập từ ASEAN

Nếu mặt hàng lốp ô tô tải được nhập khẩu là loại lốp cao su hơi, chưa qua sử dụng, có chiều rộng trên 450 mm (>18inch), thuế suất thuế nhập khẩu là:

- 10% - sản phẩm nhập từ Trung Quốc
- 0% - sản phẩm nhập từ ASEAN

Thách thức của Hiệp định TPP đối với săm lốp Việt Nam

Với tốc độ phát triển cơ sở hạ tầng của Việt Nam như hiện nay, xu hướng tiêu dùng lốp bias sẽ dần chuyển sang sử dụng lốp Radial. Đồng thời với cam kết WTO, AFTA, ATIGA và sắp tới là Hiệp định TPP, sản phẩm lốp Radial của nước ngoài sẽ tràn vào Việt Nam với mức giá ngày càng hấp dẫn.

(Chi tiết xem tại đây)

Lộ trình giảm thuế nhập khẩu xe ô tô

Theo cam kết tại Hiệp định Thương mại Hàng hóa ASEAN (ATIGA) có tên gọi trước đây là CEPT/AFTA, Việt Nam phải cắt giảm và xóa bỏ thuế quan rất nhiều mặt hàng đến năm 2018, trong đó có ô tô xe máy. Thuế nhập khẩu ô tô nguyên chiếc đã được duy trì ở mức rất cao từ 100 - 150% trong vòng 2 thập kỷ qua để bảo vệ ngành công nghiệp ô tô trong nước. Thực hiện cam kết ATIGA thuế nhập khẩu ô tô đã bắt đầu cắt

giảm từ năm 2012, cắt giảm xuống 70% vào năm 2012, 50% vào năm 2014 và sẽ cắt giảm hoàn toàn xuống 0% vào năm 2018.

(Chi tiết xem tại đây)

Thông tư 06/VBHN-BGTVT quy định về tải trọng xe và khổ giới hạn đường bộ

Thông tư số 06/VBHN-BGTVT áp dụng đối với các tổ chức, cá nhân liên quan đến công bố tải trọng, khổ giới hạn của quốc lộ; lưu hành xe quá tải trọng, xe quá khổ giới hạn, xe bán xích trên đường bộ; vận chuyển hàng siêu trường, siêu trọng và giới hạn xếp hàng hóa trên phương tiện giao thông đường bộ khi tham gia giao thông trên đường bộ.

(Chi tiết xem tại đây)

Quy hoạch phát triển Ngành công nghiệp ô tô Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030

Với mục tiêu phát triển Ngành công nghiệp ô tô Việt Nam trở thành ngành công nghiệp quan trọng của đất nước, đáp ứng tối đa nhu cầu thị trường nội địa về các loại xe tải, xe khách thông dụng và một số loại xe chuyên dụng. Phần đầu trở thành nhà cung cấp linh kiện, phụ tùng và một số cụm chi tiết trong chuỗi sản xuất công nghiệp ô tô thế giới.

(Chi tiết xem tại đây)

7. Triển vọng Ngành săm lốp

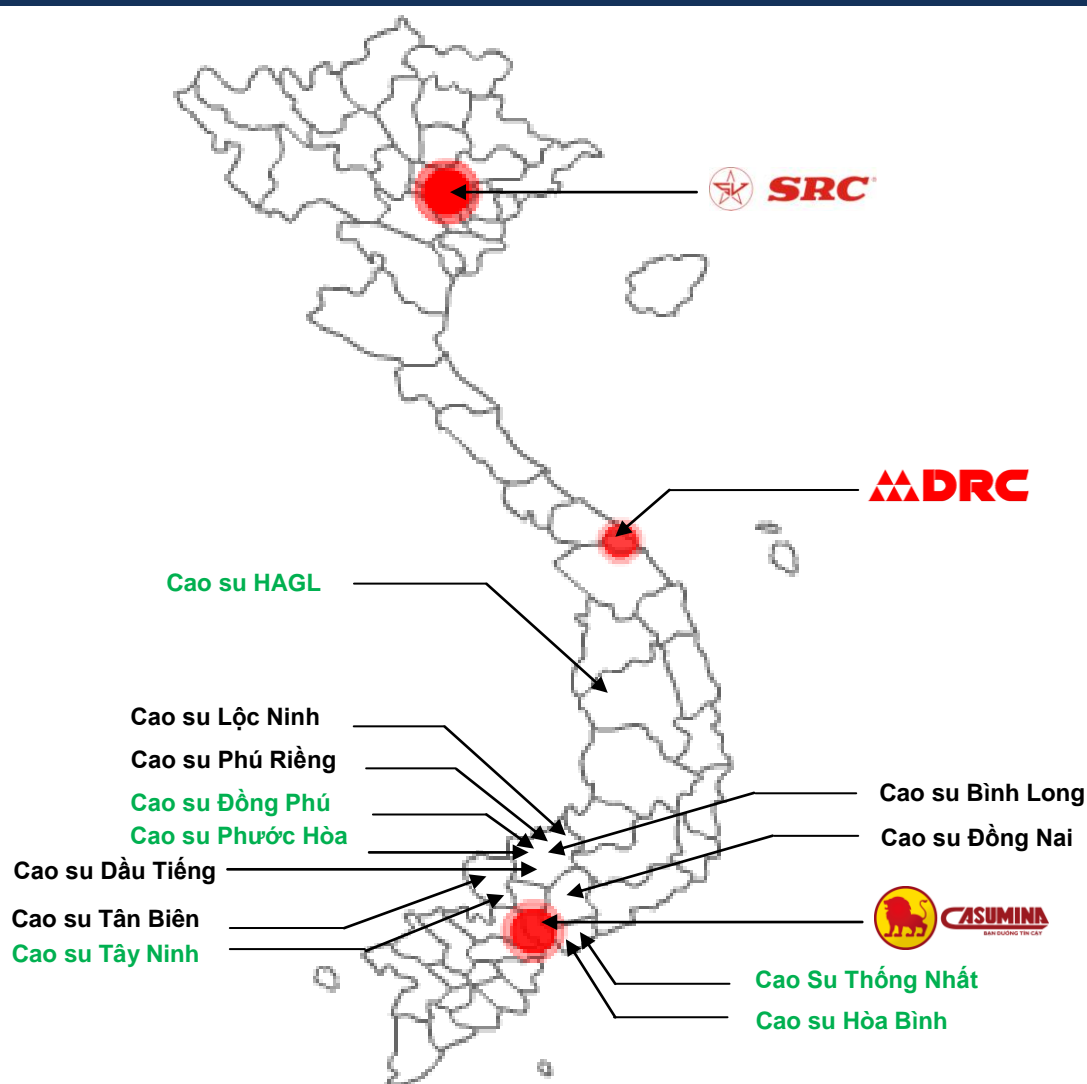
- Với tốc độ phát triển hạ tầng hiện nay, hàng loạt các đường cao tốc được đưa vào khai thác từ 2013 đến nay và vài năm tới sẽ là cơ sở giúp cho việc chuyển dịch xu hướng sử dụng lốp Bias sang lốp Radial ngày càng nhanh chóng hơn. Hiện tại hai doanh nghiệp trong nước là DRC và CSM đã bắt đầu thâm nhập vào phân khúc sản phẩm này thông qua việc đưa vào vận hành 2 nhà máy lốp Radial toàn thép. Theo đánh giá của Tập đoàn hóa chất Việt Nam (Vinachem) thì đây là các dự án vô cùng quan trọng cho việc phát triển ngành săm lốp Việt Nam trong tương lai, góp phần giảm hàng nhập khẩu, đa dạng nguồn cung săm lốp cũng như tăng giá trị cho nguyên liệu cao su thiên nhiên trong nước. Thực tế nhu cầu nội địa đối với loại lốp này là khá lớn, đây sẽ là mảnh đất màu mỡ giúp tạo sự tăng trưởng cho các doanh nghiệp săm lốp trong nước.
- Năm 2014 theo chúng tôi đánh giá sẽ là năm tiền đề khởi đầu cho DRC và CSM tiếp cận và giới thiệu sản phẩm lốp Radial ra thị trường. Năm nay cũng sẽ là năm để cả hai có thời gian chuẩn bị thật kỹ lưỡng từ sản lượng, chất lượng đến các Chứng nhận xuất khẩu dành cho sản phẩm Radial mang thương hiệu Việt chuẩn bị bước vào thị trường cạnh tranh quốc tế. Với sản lượng bán hiện nay khoảng 3.000 – 5.000 lốp/tháng của CSM và DRC là 10.000 lốp/tháng thì vẫn chưa phải là quá lớn so với công suất của nhà máy, so với nhu cầu thị trường. Tuy nhiên đó cũng sẽ là sự phản hồi tích cực từ thị trường nhằm tạo uy tín ban đầu cho sản phẩm của hai công ty. Từ đó giúp tạo cơ sở vững chắc, để sang giai đoạn 2015-2016 sẽ tạo ra sức bật trong sản lượng tiêu thụ, tăng trưởng trong doanh thu và quan trọng hơn hết là gia tăng thị phần của cả DRC và CSM trong phân khúc sản phẩm này.
- Đã từ lâu, thị trường trong nước phải đối mặt với nạn lốp nhập lậu, lốp kém chất lượng được nhập khẩu và tiêu thụ ngay tại thị trường nội địa, trong đó sản phẩm Trung Quốc chiếm 60-70%. Đặc biệt hơn nữa là các doanh nghiệp trong nước nhập khẩu lốp xe từ Trung Quốc có hành vi gian lận thương mại bằng cách kê khai sai mức giá, thấp hơn giá trị thực từ 25-30% để trốn thuế nhập khẩu và thuế GTGT. Và đến khi bán ra thị trường thì chỉ kê khai và xuất hóa đơn bằng ½ giá trị, phần còn lại thu bằng tiền mặt. Đây là một thực trạng rất đáng báo động. Bởi

nó sẽ làm thất thu thuế của Nhà Nước đồng thời tạo sự cạnh tranh không lành mạnh đối với các nhà sản xuất lốp ô tô cũng như các sản phẩm lốp chất lượng được sản xuất trong nước.

Đứng trước thực tế đó, để ngăn chặn tình trạng gian lận thương mại này, mới đây Tổng cục Hải quan đã ra Công văn số 10934/TCHQ-TXNK ngày 06/09/2014 yêu cầu Cục hải quan các tỉnh, thành phố thực hiện kiểm tra, rà soát tình trạng nhập khẩu mặt hàng lốp ô tô các loại để thu thập thông tin, tổng hợp để xác định giá trị tính thuế theo quy định của Bộ Tài chính đối với mặt hàng này. Điều này xem như hồi chuông cảnh tỉnh, giúp lập lại trật tự trong việc kiểm soát lốp xe nhập khẩu và tạo sự công bằng, cạnh tranh lành mạnh cho sản phẩm lốp xe sản xuất trong nước. Đây cũng là tín hiệu tích cực cho sản phẩm của 3 doanh nghiệp sản xuất nội địa là DRC, CSM và SRC trong những tháng cuối năm cũng như các năm tiếp theo.

B. CẬP NHẬT DOANH NGHIỆP TRONG NGÀNH

I. Quy mô các doanh nghiệp niêm yết trong Ngành



Sàn	Lĩnh vực	Mã CP	Số CP lưu hành	Thị giá 30/09/2014	Vốn hóa (VND) (tỷ đồng)	Vốn CSH (06/2014) (tỷ đồng)	Tổng TS (06/2014) (tỷ đồng)
HOSE	CSTN	PHR	78.490.047	29.000	2.339	2.092	3.177
HOSE	CSTN	DPR	42.125.000	43.200	1.841	2.201	3.330
HOSE	CSTN	TRC	29.125.000	32.000	958	1.375	1.521
HOSE	CSTN	HRC	17.260.976	39.000	675	486	656
HOSE	CSTN	TNC	19.250.000	11.900	229	295	322
HOSE	Săm lốp	DRC	83.073.849	61.000	5.109	1.368	3.244
HOSE	Săm lốp	CSM	67.292.000	46.600	3.135	1.199	3.294
HOSE	Săm lốp	SRC	18.224.216	29.900	539	290	542

Nguồn: FPTTS tổng hợp

Trong 2 nhóm ngành thì DRC dẫn đầu với giá trị vốn hóa lên đến 4.776 tỷ đồng. Xét về vốn chủ sở hữu thì DPR là doanh nghiệp dẫn đầu với 2.201 tỷ đồng. Xét về quy mô tổng tài sản thì PHR, DPR, DRC và CSM khá tương đồng nhau.

Nhóm doanh nghiệp cao su thiên nhiên

Tên doanh nghiệp	Diện tích vườn cao su (ha)	Diện tích khai thác (ha)	Năng suất (Tấn/ha)	Sản lượng khai thác (Tấn)
Cty TNHH MTV TCT Cao su Đồng Nai	43.822	22.240	1,69	35.000
Cty TNHH MTV Cao su Dầu Tiếng	28.820	19.377	1,59	30.800
CTCP Tập đoàn HAGL	44.500	6.136	1,32	8.110
Cty TNHH MTV Cao su Phú Riềng	18.850	12.661	2,02	26.100
CTCP Cao su Phước Hòa - PHR (**)	22.728	10.708	2,02	19.196
Cty TNHH MTV Cao su Bình Long	14.737	10.958	2,01	21.400
Cty TNHH MTV Cao su Kontum (*)	10.233	8.763	1,28	12.500
CTCP Cao su Đồng Phú - DPR (**)	16.933	7.502	2,25	16.323
Cty TNHH MTV Cao su Lộc Ninh	10.800	6.952	2,02	12.700
Cty TNHH MTV Cao su Chu Păh	9.000	5.693	1,23	8.300
Cty TNHH MTV Cao su Bà Rịa	8.546	3.250	1,85	6.000
Cty TNHH MTV Cao su Chu Sê	7.744	6.000	1,50	9.300
Cty TNHH MTV Cao su Mang Yang	7.607	6.612	1,14	8.000
CTCP Cao su Tây Ninh - TRC (**)	9.412	5.015	2,14	10.722
Cty TNHH MTV Cao su Tân Biên	6.162	6.050	2,21	12.200
CTCP Cao su Hòa Bình - HRC	5.102	2.224	1,11	1.639
CTCP Cao su Thống Nhất - TNC	2.074	1.364	0,95	1.257

(*): Số liệu năm 2011, các doanh nghiệp còn lại lấy số liệu năm 2013

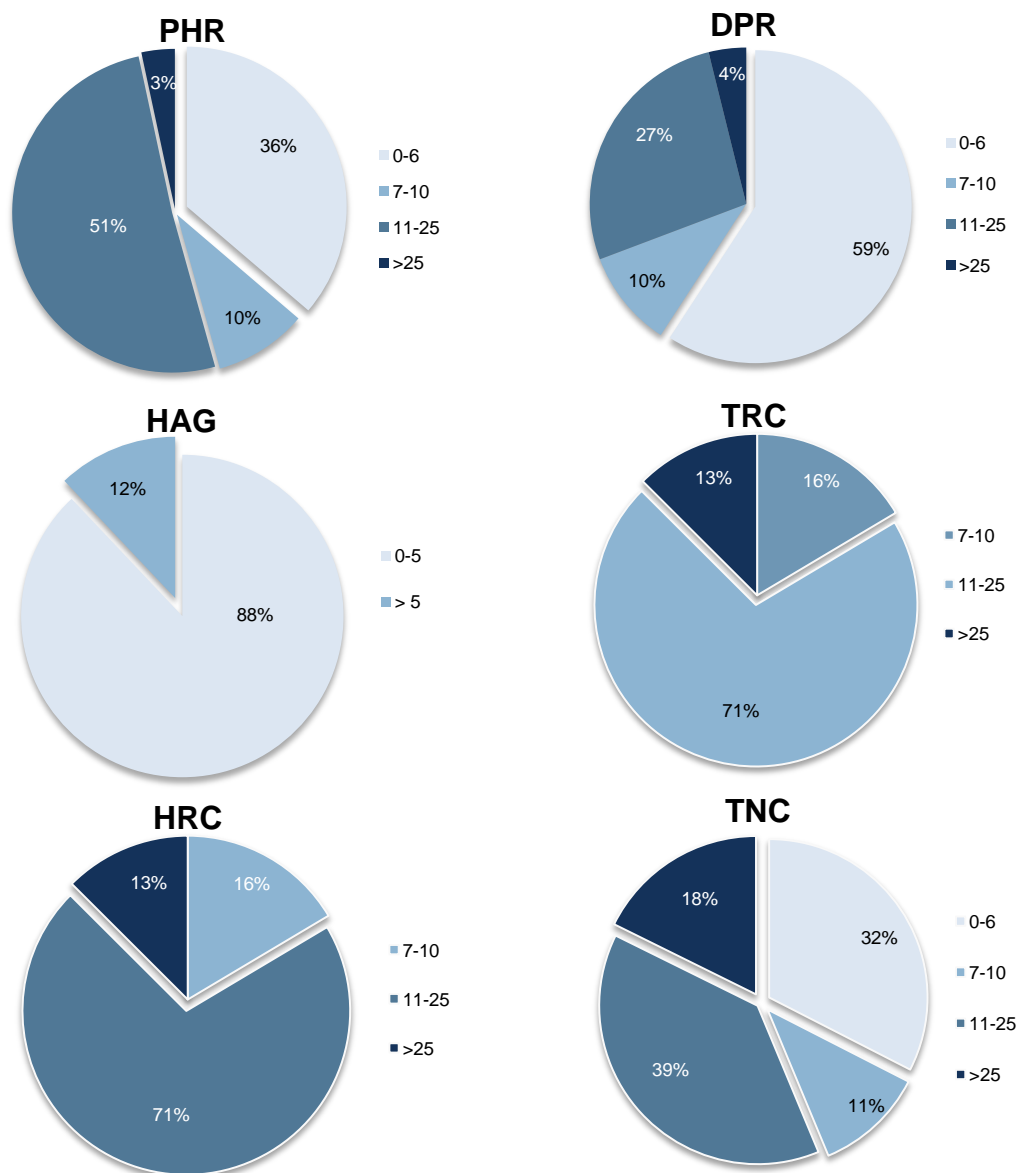
(**): Bao gồm diện tích trồng bên Campuchia, Lào

Nguồn: VRG, VRA, doanh nghiệp

Theo số liệu thống kê trong Ngành cho thấy, diện tích trồng cao su cả nước đạt 956.000 ha, sản lượng đạt 950.000 tấn. Trong đó, tính riêng Tập đoàn VRG diện tích đạt 392.000 ha (chiếm 41%), sản lượng đạt 266.800 tấn (chiếm 28%). Hiện nay, Tổng Công ty Cao su Đồng Nai là doanh nghiệp Nhà nước có diện tích trồng cao su lớn nhất cả nước, đạt 43.822 ha. Trong các doanh nghiệp cao su niêm yết, PHR vẫn là doanh nghiệp dẫn đầu về diện tích và sản lượng khai thác. Tại khu vực tư nhân, nếu xét cả diện tích trồng tại 3 quốc gia: Việt Nam - Campuchia - Lào thì hiện nay HAGL được xem là doanh nghiệp có quy mô vườn cao su lớn nhất nước, đạt 44.500 ha. Xét về năng suất khai thác, DPR được xem là doanh nghiệp dẫn đầu về chỉ tiêu này trong nhiều năm qua nhờ công tác quản lý khoa học và chặt chẽ trong khâu chăm sóc

và khai thác giúp giữ cho năng suất vườn cây luôn ổn định ở mức cao. HRC và TNC diện tích khá thấp, hiệu quả khai thác không cao, năng suất khai thác chỉ quanh mức 1 tấn/ha. Riêng với HRC, tỷ lệ vườn cây già nhiều (khoảng 50%) dẫn đến hiệu quả khai thác thấp, buộc lòng công ty phải thu mua mủ bên ngoài để chế biến và xuất bán. Từ đó làm giảm hiệu quả kinh doanh của công ty.

Cơ cấu vườn cao su của các doanh nghiệp CSTN niêm yết



Nguồn: Dữ liệu doanh nghiệp, FPTs tổng hợp

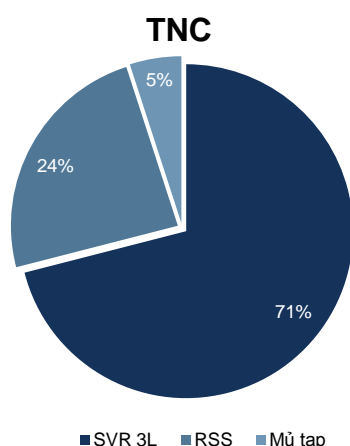
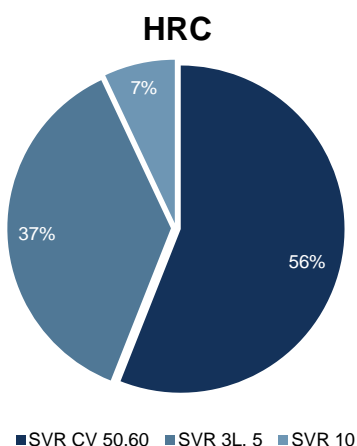
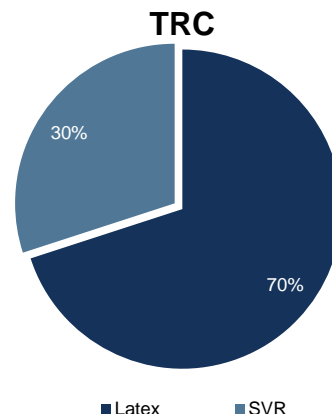
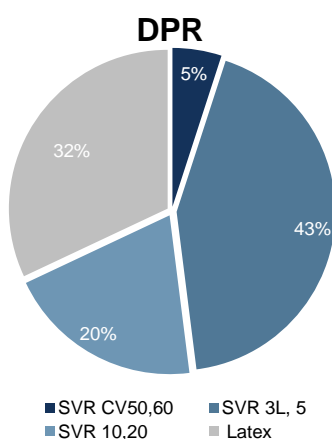
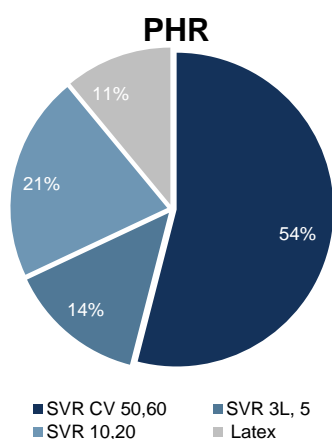
Hiện tại trong các doanh nghiệp niêm yết, HRC có tỷ lệ rừng cao su già cao nhất, diện tích rừng cao su trên 24 năm tuổi và hiện đang tái canh trồng mới khoảng 47% diện tích rừng cao su. Chính điều này đã làm giảm hiệu suất khai thác và làm tăng chi phí khai thác của HRC so với các công ty trong ngành.

PHR có 3% diện tích rừng hơn 25 năm tuổi, 51% có độ tuổi trong khoảng 11-25 tuổi thêm vào đó là khoảng 36% diện tích đang trong giai đoạn kiến thiết cơ bản để dần thay thế diện tích rừng già cỗi. DPR có 4% diện tích rừng cao su hơn 25 năm tuổi, 37% diện tích cây trong độ tuổi cho năng suất cao. Phần lớn diện tích trong độ tuổi 0-6 năm tại Campuchia thuộc dự án Đồng Phú – Kratie.

Tại TRC có 13% diện tích trên 25 năm tuổi và 71% diện tích nằm trong độ tuổi sung sức với trữ lượng mỏ khai thác cao (11-25 năm tuổi). TNC có khoảng 18% vườn cao su già trên 25 năm tuổi, 39% nằm trong độ tuổi từ 11-25 và hiện công ty đang tiến hành thanh lý khoảng 36% diện tích và tái canh trên diện rộng với hơn 32% diện tích trong độ tuổi 0-6 tuổi.

Diện tích cao su của HAGL chỉ mới trồng từ năm 2007, đến nay chỉ có khoảng 6.136 ha được đưa vào khai thác. Phần lớn diện tích còn lại đều dưới 5 năm tuổi.

Cơ cấu sản phẩm của các doanh nghiệp CSTN niêm yết



Nguồn: Dữ liệu doanh nghiệp và Tập đoàn VRG

Nhìn vào cơ cấu sản phẩm của các doanh nghiệp niêm yết trong ngành, ta có thể thấy hầu hết các doanh nghiệp sản xuất các dòng sản phẩm mủ cốm (SVR) và mủ ly tâm (Latex). Trong đó, SVR chiếm ưu thế hơn, đây cũng chính là dòng sản phẩm thế mạnh của Việt Nam. Trong cơ cấu xuất khẩu sản phẩm cao su thiên nhiên, dòng sản phẩm này chiếm khoảng 75-80%. PHR và HRC tập trung nhiều vào dòng sản phẩm giá trị cao SVR CV 50, 60; còn DPR tập trung vào dòng SVR 3L, 10, 20; riêng TRC có thế mạnh trong dòng mủ ly tâm (Latex) chiếm khoảng 70% sản lượng của công ty hàng năm và TNC có thêm sản phẩm mủ RSS (một loại mủ dùng trong sản xuất săm lốp) tạo sự khác biệt cho hai doanh nghiệp này đối với các doanh nghiệp niêm yết còn lại. HAGL cũng tập trung vào sản xuất mủ SVR 5, 10, 20 để cung cấp cho các hãng sản xuất săm lốp, tuy nhiên do sản lượng khai thác trong giai đoạn đầu còn thấp nên tỷ trọng cơ cấu sản phẩm mủ vẫn chưa được công bố cụ thể.

Nhóm doanh nghiệp sản lốp

Tên doanh nghiệp	Đvt	2012			2013		
		DRC	CSM	SRC	DRC	CSM	SRC
Công suất nhà máy	1.000 lốp/năm						
Lốp xe đạp		6.000	5.000	8.000	6.200	5.000	8.000
Lốp xe máy		2.000	6.000	2.500	2.000	6.000	2.500
Lốp xe ô tô, tải		780	1.200	500	780	1.200	500
Lốp Radial					300	350	
Sản lượng tiêu thụ	1.000 lốp						
Săm lốp xe đạp		7.686	9.044	7.896	8.045	9.941	7.877
Săm lốp xe máy		3.944	23.391	5.796	4.354	25.956	6.104
Săm lốp xe ô tô, tải		1.221	1.204	455	1.371	1.512	445
Lốp Radial					15		
Công suất khai thác	1.000 lốp						
Lốp xe đạp		57%	56%	45%	60%	72%	45%
Lốp xe máy		56%	70%	22%	57%	65%	21%
Lốp xe ô tô		100%	62%	56%	95%	72%	55%
Lốp Radial		-	-	-	5%	-	-

Nguồn: Doanh nghiệp, FPTTS tổng hợp

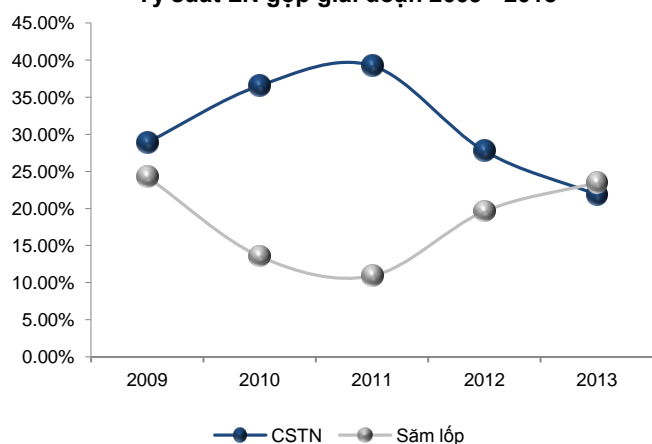
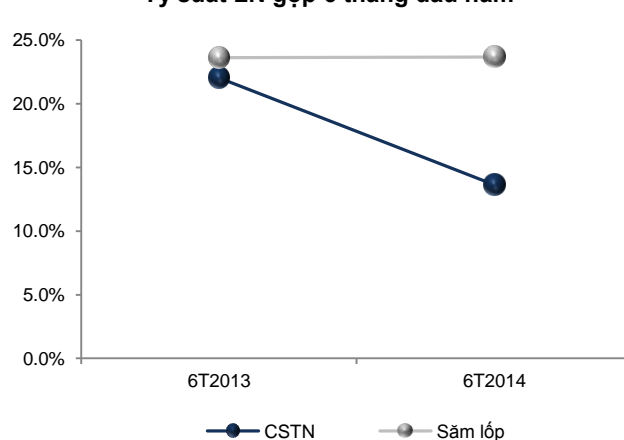
Trong 3 doanh nghiệp sản lốp niêm yết, DRC là doanh nghiệp có thế mạnh trong sản xuất lốp xe tải, xe đặc chủng (công suất 780.000 lốp/năm), CSM tập trung vào dòng lốp xe máy và tải nhẹ (6 triệu lốp/năm và 1,2 triệu lốp/năm), SRC dồn sức cho sản lốp xe đạp (8 triệu lốp/năm).

Gần đây cả hai doanh nghiệp DRC và CSM đã đưa vào vận hành 2 nhà máy lốp Radial toàn thép chuyên sản xuất lốp xe tải với công suất giai đoạn 1 lần lượt là 300.000 lốp/năm và 350.000 lốp/năm. Trong năm 2013, DRC đã tiêu thụ được 15.000 lốp Radial chiếm 5% công suất nhà máy. Trong 6 tháng đầu năm 2014, sản lượng tiêu thụ tăng mạnh, đạt khoảng 42.500 lốp Radial. Đối với CSM, nhà máy chỉ mới vận hành từ tháng 05/2014, vì vậy sản lượng tiêu thụ chưa cao, vào khoảng 3.000 – 5.000 lốp/tháng.

Xét về hiệu quả khai thác nhà máy: theo thống kê, DRC đang khai thác rất tốt công suất nhà máy sản xuất lốp xe ô tô, xe tải (95-100%); CSM có tỷ lệ khai thác nhà máy lốp xe máy cao nhất trong 3 doanh nghiệp (65%); SRC mặc dù là doanh nghiệp có thế mạnh trong lốp xe đạp tuy nhiên xét về tỷ lệ khai thác công suất nhà máy vẫn còn thấp (45%) và xét về sản lượng tiêu thụ lốp xe đạp mỗi năm thậm chí vẫn còn thấp hơn so với DRC và CSM. Điều này cho thấy khả năng cạnh tranh của SRC là rất thấp so với DRC và CSM.

II. Hiệu quả kinh doanh đối lập (CSTN – Săm lốp):
Doanh thu – Tỷ suất LN gộp – Tỷ suất LNST

Nhóm	Mã CP	Tăng trưởng doanh thu thuần 2010-2013	Tăng trưởng LNST 2010-2013	Tỷ suất LN gộp 2010-2013	Tỷ suất LNST 2010-2013	Doanh thu 2013	LNST 2013	Doanh thu 6T2014	LNST 6T2014	Tỷ suất LNST 6T2014
CSTN	PHR	-2.00%	-8.60%	33.00%	26.50%	1.912	387	726,6	119,3	16.40%
CSTN	DPR	2.30%	0.70%	43.20%	38.60%	1.1	369	314,2	75,5	24.00%
CSTN	TRC	-4.00%	-5.80%	37.10%	38.60%	675	230	232,4	68,2	29.40%
CSTN	HRC	-0.50%	-11.90%	14.80%	18.90%	406	65	88,8	30,4	34.20%
CSTN	TNC	-7.80%	-13.00%	30.90%	34.70%	142	34	30,9	11,3	36.60%
Săm lốp	DRC	9.10%	24.20%	20.20%	10.40%	2.803	375	1.545,6	184,9	11.90%
Săm lốp	CSM	5.40%	36.70%	18.50%	6.70%	3.133	360	1.468,4	169,3	11.50%
Săm lốp	SRC	8.80%	49.50%	13.00%	2.50%	982	48	477,4	36,9	7.70%

Tỷ suất LN gộp giai đoạn 2009 - 2013

Tỷ suất LN gộp 6 tháng đầu năm


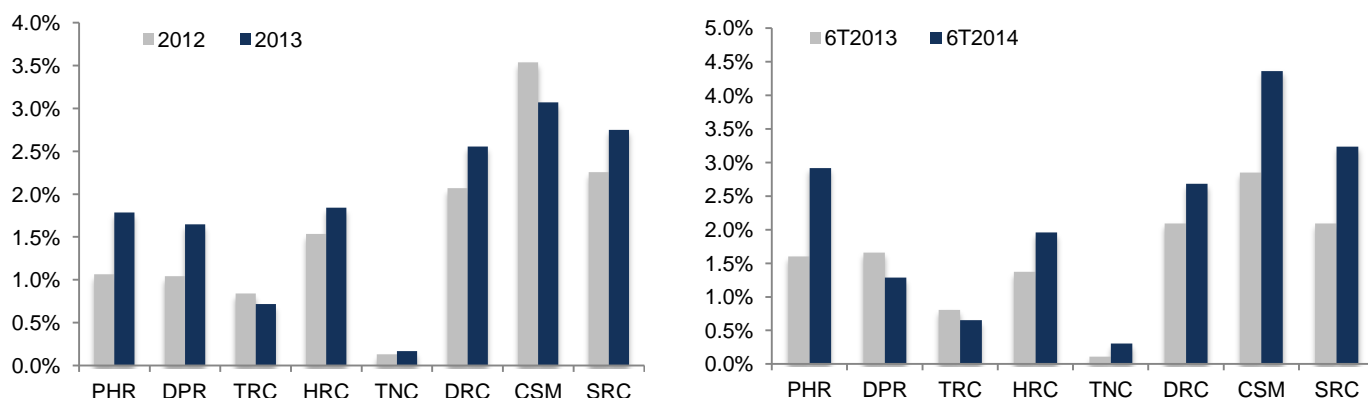
Nguồn: Dữ liệu doanh nghiệp, FPTs tổng hợp

- Trong chuỗi giá trị Ngành cao su thì CSTN là sản phẩm thuộc nhóm Upstream và săm lốp thuộc nhóm Downstream. Sản phẩm CSTN là nguyên liệu đầu vào của ngành săm lốp. Điều này cho thấy sự đối lập trong kết quả kinh doanh của 2 ngành này hay theo chúng tôi một cách nói khác đó là hiệu ứng đối lập giữa 2 nhóm doanh nghiệp này trong chuỗi giá trị ngành cao su.
- Trong giai đoạn 2010-2013, là thời kỳ giá cao su trải qua 2 xu hướng trái chiều đó là giai đoạn 2010-2011 (CSTN tăng giá kỷ lục trong lịch sử, lên mức 6.000 USD/tấn) và từ 2012-đến nay (giá CSTN lao dốc dài hạn). Điều này dẫn đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp CSTN chịu ảnh hưởng tiêu cực và hiệu quả liên tục suy giảm từ 2012 đến nay, thực tế cho thấy tốc độ tăng trưởng doanh thu lẫn lợi nhuận sau thuế (LNST) của hầu hết các doanh nghiệp CSTN đều là tăng trưởng âm.
- Tỷ suất lợi nhuận của nhóm CSTN đã giảm theo sự mất giá của mủ cao su, giảm từ mức bình quân 36,6% (năm 2010) xuống còn 21,9% (năm 2013). Trong nhóm ngành này, tỷ suất LN gộp cao nhất thuộc về 3 doanh nghiệp PHR, DPR và TRC (>33%). Xét về tỷ suất LNST, DPR và TRC là doanh nghiệp đạt hiệu quả cao nhất (>38%) là do TRC tập trung vào mủ latex, loại mủ có mức tỷ suất LN gộp ổn định, ít bị tác động bởi biến động giá thị trường; DPR có cơ cấu sản phẩm đa dạng tập trung nhiều vào mủ SVR 3L, 5; SVR 10, 20 và Latex đây là nhóm sản phẩm có nhu cầu tiêu thụ cao và hiệu quả tiêu thụ cao nhất đồng thời phần lớn đều sử dụng mủ khai thác của công ty, giúp cho hiệu quả kinh doanh của nhóm sản phẩm này được nâng cao hơn nữa. Trong khi đó PHR lại tập trung phần lớn vào mủ SVR

50,60 (54%) – loại mủ có nhu cầu sử dụng thấp hơn nhóm SVR 10,20, latex. Thêm vào đó, lượng mủ thu mua bên ngoài để chế biến sản xuất của PHR mỗi năm là khá lớn (khoảng 9.000-10.000 tấn/năm) dẫn đến hiệu quả kinh doanh thấp hơn 2 doanh nghiệp kể trên.

- Theo hướng ngược lại, ngành săm lốp lại được hưởng lợi rất nhiều từ thực trạng này. Có thể thấy rằng từ năm 2011 đến nay, hiệu quả kinh doanh của ngành này được cải thiện rất tốt. Doanh thu và LNST luôn đạt tăng trưởng cao qua các năm như số liệu nêu trong bảng trên. Tỷ suất LN gộp được cải thiện từ mức bình quân 13,6% (năm 2010) lên mức 23,5% (năm 2013). Đây cũng là lần đầu tiên trong 5 năm qua vượt mức tỷ suất LN gộp bình quân của 5 doanh nghiệp CSTN niêm yết.
- Trong nhóm săm lốp niêm yết, DRC là doanh nghiệp đạt hiệu quả kinh doanh với mức tỷ suất LN gộp và LNST cao nhất, mức bình quân 2010-2013 lần lượt đạt 20,2% và 10,4%. Điều giúp cho DRC đạt hiệu quả cao nhất đó là cơ cấu sản phẩm của công ty tập trung vào lốp xe ô tô, xe tải (chiếm 80% doanh thu, 72% lợi nhuận gộp), đây là phân khúc sản phẩm có hiệu quả kinh doanh cao nhất so với lốp xe máy và lốp xe đạp. Và hiện nay DRC là doanh nghiệp chiếm thị phần săm lốp ô tô lớn thứ 3 trong nước (chiếm 13% thị phần).
- Bên cạnh đó, CSM là doanh nghiệp có doanh thu bán lốp xe đứng vị trí thứ 67 trên toàn thế giới; xếp thứ 4 trong cơ cấu xuất khẩu lốp xe tại Việt Nam (chiếm 9,2% tổng kim ngạch xuất khẩu lốp xe) với kim ngạch xuất khẩu đạt 43 triệu USD năm 2013. Nhờ hoạt động xuất khẩu mạnh và sản phẩm đa dạng hơn đã giúp cho CSM đạt tăng trưởng cao hơn DRC trong giai đoạn 2010-2013, đạt 36,7%.
- Theo kết quả kinh doanh 6 tháng đầu năm 2014, tỷ suất LN gộp của nhóm doanh nghiệp CSTN đã giảm từ 21% (6T2013) còn 14% (6T2014). Trong khi đó nhóm ngành săm lốp vẫn duy trì được mức tỷ suất LN gộp cao ở mức 24%. Diễn biến này theo chúng tôi có thể kéo dài ít nhất là đến hết năm 2015 khi mà nguồn cung CSTN trên thế giới vẫn đang khá cao so với nhu cầu và theo dự báo giá CSTN vẫn chưa thể phục hồi mạnh từ nay đến hết 2015.

Chi phí bán hàng/Doanh thu



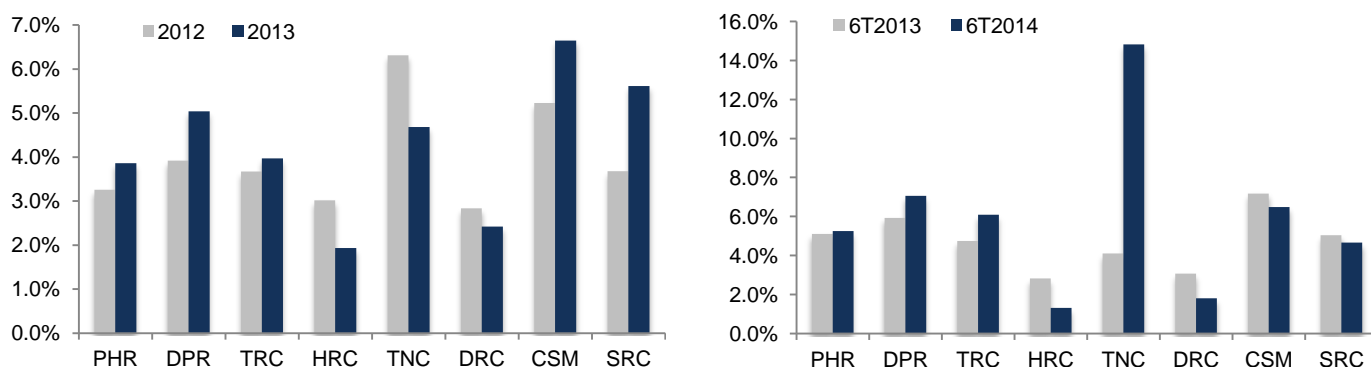
Nguồn: Dữ liệu doanh nghiệp, FPTs tổng hợp

Nhóm doanh nghiệp CSTN: chi phí bán hàng bình quân chiếm 1,2% doanh thu. Trong đó, các doanh nghiệp có tỷ trọng chi phí bán hàng cao phải kể đến là PHR, DPR và HRC. Đây là các doanh nghiệp phần lớn đều sản xuất mủ cao su kỹ thuật SVR (dạng khối) nên cần phải tốn chi phí bao bì, đóng gói vận chuyển cao. Đối với TRC là doanh nghiệp chuyên sản xuất mủ latex (chiếm 70% sản lượng) vì vậy gần như không tốn chi phí bán hàng do khách hàng đến tận nơi (nhà máy của TRC) để mua hàng. Do đó, chi phí bán hàng của TRC thường chỉ chiếm khoảng 0,7-0,8% doanh thu. Trong 6

tháng đầu năm, chi phí này của PHR và HRC có phần tăng cao trong khi 3 doanh nghiệp còn lại đều giảm so với cùng kỳ 2013 là do doanh thu của HRC giảm khá mạnh 53,6% trong khi chi phí bán hàng chỉ giảm 33,8% so với cùng kỳ. Với PHR, chi phí bán hàng tăng chủ yếu do các công ty con chế biến gỗ và sản xuất Nệm cao su.

Nhóm doanh nghiệp sản phẩm: chi phí bán hàng thường khá cao, bình quân chiếm 2,5-3,5% doanh thu. Do đặc thù ngành, các doanh nghiệp này phải đầu tư và duy trì hệ thống mạng lưới đại lý rộng khắp cả nước để phục vụ bán hàng đến tay người tiêu dùng. Bên cạnh đó là chi phí bao bì, in ấn nhãn hiệu, quảng cáo marketing hàng năm. Điều này buộc họ phải duy trì tỷ lệ chi phí bán hàng cao so với doanh thu qua các năm. Trong 6 tháng đầu năm nay, chi phí này của cả 3 doanh nghiệp đều tăng cao so với cùng kỳ là do giá cao su giảm các doanh nghiệp này đều phải tăng chiết khấu cho các đại lý dẫn đến chi phí bán hàng tăng cao.

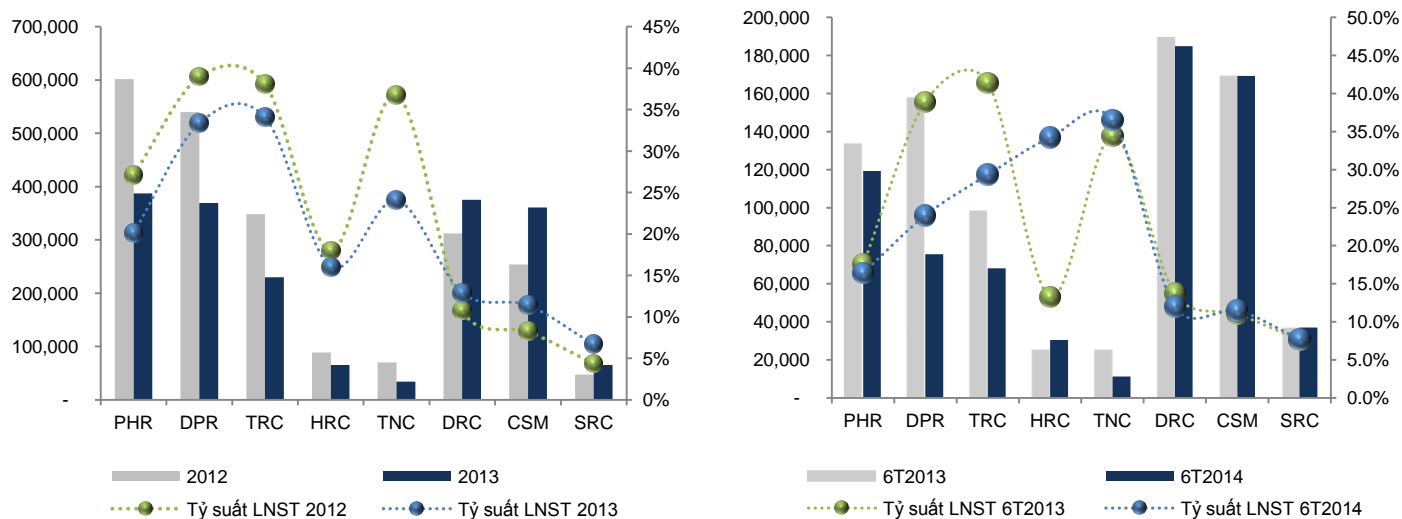
Chi phí QLDN/Doanh thu



Nguồn: Dữ liệu doanh nghiệp, FPTTS tổng hợp

Nhóm các doanh nghiệp CSTN: chi phí này bình quân ở mức 4,6% doanh thu. Trong đó, DPR là doanh nghiệp có tỷ lệ này cao nhất chủ yếu là do chi phí lương cán bộ quản lý tại DPR tương đối cao so với mặt bằng chung của các doanh nghiệp CSTN niêm yết. Trong 6 tháng đầu năm nay, do cao su rớt giá mạnh dẫn đến doanh thu giảm mạnh hơn chi phí vì vậy tỷ lệ chi phí QLDN/doanh thu ở hầu hết doanh nghiệp nhóm này đều tăng so với cùng kỳ 2013. Trong đó, TNC có mức tăng cao nhất là do doanh thu 6 tháng đầu năm nay của TNC giảm rất mạnh (giảm 58% so với cùng kỳ) do công ty không còn nguồn doanh thu từ bán nhân điều, điều thô và từ sản xuất gia công đồ gỗ. Trong khi đó chi phí QLDN lại tăng do công ty phải chi trợ cấp thôi việc cho khá nhiều công nhân nghỉ việc do giá cao su giảm mạnh làm chi phí này tăng 52% so với cùng kỳ.

Nhóm các doanh nghiệp sản phẩm: chi phí QLDN của CSM và SRC khá cao (>5% doanh thu) trong khi đó tỷ lệ này của DRC chỉ ở mức 2,6% doanh thu. Điều này cho thấy khả năng quản lý, kiểm soát và tiết kiệm chi phí của DRC là khá tốt và ổn định. Ngoài ra, do khác biệt về mặt địa lý nơi đặt trụ sở làm việc của DRC với CSM, SRC dẫn đến mức chi phí lương cho các cán bộ quản lý tại từng công ty có sự chênh lệch dẫn đến sự khác biệt đối với khoản chi phí QLDN giữa 3 doanh nghiệp này.

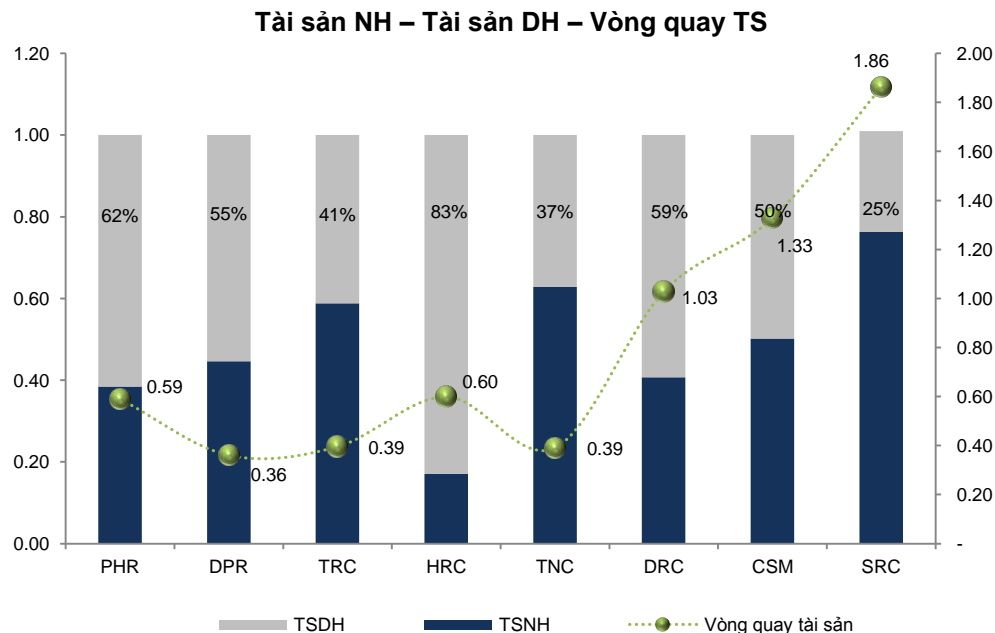
Lợi nhuận sau thuế và Tỷ suất LNST


Nguồn: Dữ liệu doanh nghiệp, FPTS tổng hợp

- Với đặc thù của ngành, nhóm doanh nghiệp CSTN có mức tỷ suất LN gộp cao hơn nhóm doanh nghiệp săm lốp. Đồng thời, chi phí bán hàng và QLDN so với doanh thu cũng chiếm tỷ lệ thấp hơn dẫn đến tỷ suất LNST cũng sẽ cao hơn nhóm doanh nghiệp săm lốp. Tuy nhiên xét riêng từng nhóm doanh nghiệp thì có thể thấy được, các doanh nghiệp CSTN trong 2 năm qua hiệu quả đang giảm mạnh và nhóm doanh nghiệp săm lốp hiệu quả được cải thiện đáng kể.
- Tỷ suất LNST của cả 3 doanh nghiệp săm lốp trong năm 2013 đều tăng ít nhất là 15% so với năm 2012. Riêng trong 6 tháng đầu năm nay, hiệu quả tỷ suất LNST/doanh thu của nhóm này có phần giảm nhẹ từ 10,78% (6T2013) còn 10,4% (6T2014) chủ yếu do các doanh nghiệp này giảm giá bán từ 5-7% và tăng chiết khấu cho các đại lý trước sự giảm giá mạnh của nguyên liệu CSTN.
- Với nhóm các doanh nghiệp CSTN, tỷ suất LNST/doanh thu trong 6 tháng đầu năm nay hầu hết đều sụt giảm so với cùng kỳ. Riêng có HRC và TNC cải thiện so với cùng kỳ. Nguyên nhân là do trong 6 tháng đầu năm HRC tăng cường thanh lý vườn cây cao su già giúp lợi nhuận khác tăng hơn 10 tỷ đồng so với cùng kỳ. Đối với TNC, tỷ suất LNST được cải thiện tuy nhiên điều này không bắt nguồn từ hoạt động kinh doanh cốt lõi mà đến từ hoạt động tài chính và thanh lý vườn cây. Cụ thể trong 6 tháng đầu năm do giá cao su giảm mạnh (giảm hơn 28% so với cùng kỳ) dẫn đến công ty chỉ đạt 568 triệu đồng lợi nhuận gộp (cùng kỳ 2013 đạt 9,8 tỷ đồng). Trong khi đó với hơn 8,7 tỷ đồng từ hoạt động tài chính và 8,6 tỷ đồng từ thanh lý vườn cây giúp LNST của TNC đạt 11,26 tỷ đồng tương ứng tỷ suất LNST/doanh thu đạt 36% cao hơn mức 34% của cùng kỳ năm 2013.

III. Tình hình tài chính

Tình hình tài sản và nguồn vốn



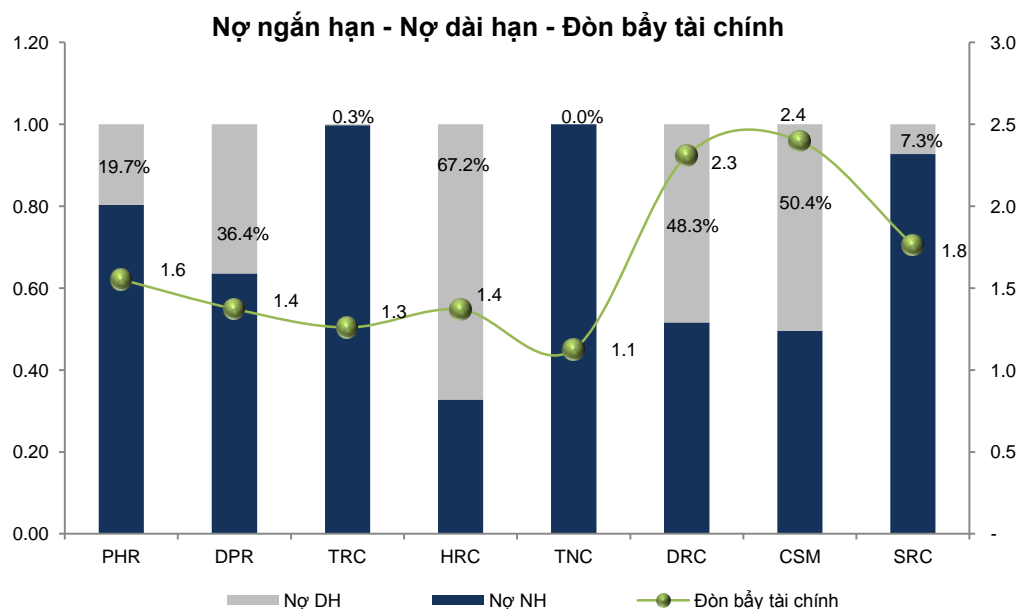
Nguồn: Dữ liệu doanh nghiệp, FPTTS tổng hợp

Trong nhóm doanh nghiệp CSTN, cơ cấu tài sản phần lớn không có sự đồng nhất. Chủ yếu là do các công ty đang thực hiện kế hoạch đầu tư dài hạn ở những thời điểm khác nhau dẫn đến tỷ lệ tài sản dài hạn có sự khác biệt. Trong đó, PHR và DPR là hai doanh nghiệp đi đầu trong việc đầu tư vườn cao su tại Campuchia vì vậy tài sản dài hạn chiếm tỷ lệ cao hơn trong cơ cấu tài sản, lần lượt là 62% và 55%. TRC đầu tư sau, tài sản ngắn hạn (TSNH) chiếm tỷ trọng lớn chủ yếu là do các khoản mục tiền, tương đương tiền và đầu tư ngắn hạn. Đối với HRC, tài sản dài hạn chiếm đa số (83%) chủ yếu là tài sản cố định và các khoản phải thu dài hạn từ việc công ty cho CB-CNV vay để xây nhà. Trong tài sản cố định chủ yếu là vườn cây, nhà máy chế biến (chiếm 14%), đầu tư tài chính dài hạn vào các công ty cao su khác để chia sẻ lợi nhuận (chiếm 47%). Đồng thời có thêm khoản xây dựng dở dang mà công ty đã chi ra để trồng tái canh các vườn cây già và trồng mới thêm trong năm 2013 khoảng 225 tỷ đồng (chiếm 38%). Tại TNC, tài sản ngắn hạn chiếm tỷ lệ cao hơn chủ yếu là lượng tiền và tương đương tiền của công ty (chiếm 40% tổng tài sản). Hiện công ty cũng đang chi đầu tư cho vườn cây cao su với giá trị đến cuối tháng 6/2014 khoảng 37 tỷ đồng cùng với khoản đầu tư dài hạn trị giá 26,8 tỷ đồng vào công ty xuất nhập khẩu nông lâm sản và phân bón Baria Serece từ những năm trước đây.

Trong nhóm doanh nghiệp săm lốp thì DRC và CSM có cấu trúc tài sản khá tương đồng nhau. Với việc đầu tư thêm nhà máy lốp Radial toàn thép đã nâng tỷ lệ tài sản của cả hai công ty trong năm qua. Riêng đối với SRC, trong các năm qua công ty chưa có kế hoạch đầu tư cho tài sản cố định cũng như đầu tư tài chính dài hạn dẫn đến tài sản giảm dần do khấu hao. TSNH chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu tài sản chủ yếu nằm ở hàng tồn kho (chiếm 53,6% tổng tài sản, trong đó thành phẩm chiếm gần 50%) và các phải thu khách hàng (chiếm 16% TSNH).

Xét về vòng quay tổng tài sản: nhóm săm lốp có vòng quay nhanh hơn, trong đó SRC có vòng quay cao nhất tuy nhiên chúng tôi không đánh giá cao khoản này vì giá trị tài sản của SRC đang giảm dần trong khi đó DRC và CSM vừa đầu tư lớn cho nhà máy Radial dẫn đến có sự chênh lệch giữa DRC, CSM và SRC. Vòng quay tài sản của nhóm doanh nghiệp CSTN cũng đang giảm dần do hiệu quả kinh doanh bị suy giảm từ 2011 đến nay. Trong đó PHR vẫn là doanh nghiệp đạt vòng quay cao nhất.

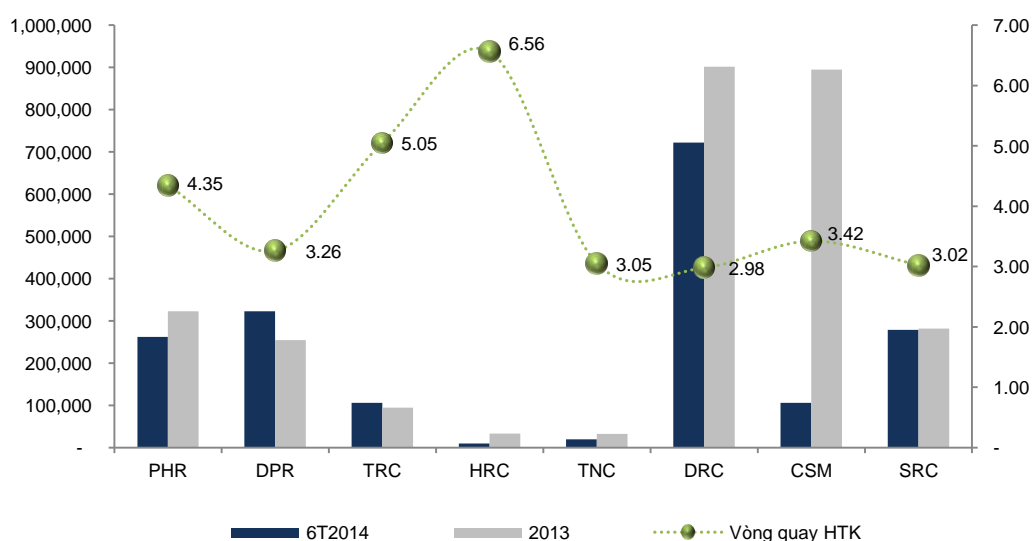
Vay nợ



Nguồn: Dữ liệu doanh nghiệp, FPTs tổng hợp

Nhóm ngành săm lốp thường có đòn bẩy cao hơn nhóm doanh nghiệp CSTN, bình quân ở mức 2,2 lần so với mức 1,1 lần của nhóm CSTN. Trong 3 doanh nghiệp săm lốp, DRC và CSM là 2 doanh nghiệp sử dụng đòn bẩy cao nhất, đặc biệt là trong năm 2013 do 2 doanh nghiệp này cần vốn để đầu tư nhà máy Radial toàn thép. PHR là doanh nghiệp sử dụng đòn bẩy tài chính cao nhất trong 5 doanh nghiệp CSTN đang niêm yết, bình quân ở mức 1,7 lần, 4 doanh nghiệp còn lại chỉ quanh mức 1,3 lần.

Hàng tồn kho – Vòng quay HTK

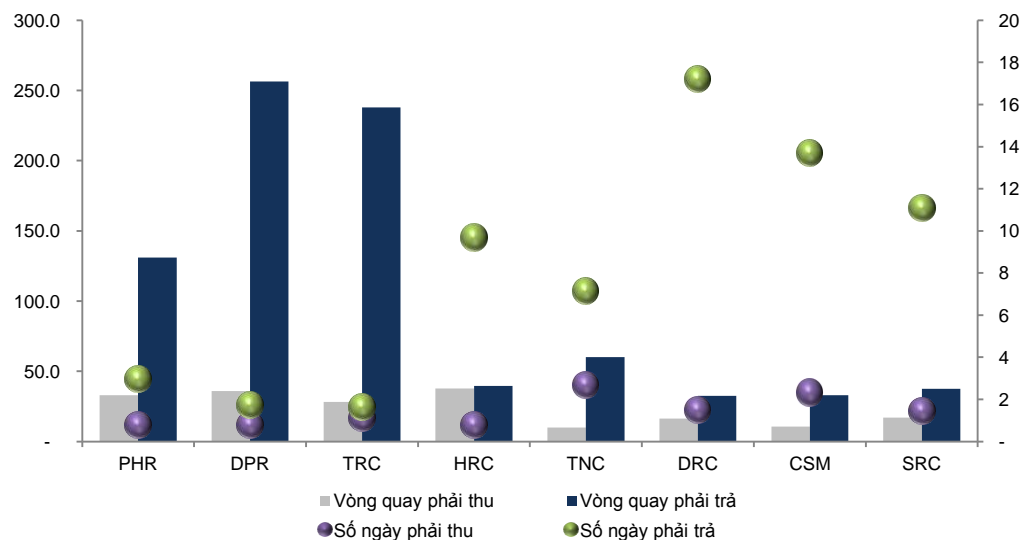


Nguồn: Dữ liệu doanh nghiệp, FPTs tổng hợp

Nhóm ngành CSTN có vòng quay hàng tồn kho bình quân ở mức 4,8 vòng/năm. Nhóm ngành săm lốp có vòng quay hàng tồn kho khá đồng đều, bình quân đạt mức 3,1 vòng/năm.

HRC là doanh nghiệp có vòng quay tồn kho cao nhất trong nhóm doanh nghiệp CSTN. Kế đến là PHR và TRC. Vòng quay của HRC cao nhất là do giá bán và doanh thu giảm mạnh buộc công ty chủ động giảm lượng hàng tồn kho đặc biệt là thành phẩm vào cuối năm (thời điểm giá cao su giảm do vào mùa khai thác) dẫn đến hàng tồn kho (HTK) giai đoạn 2011-2013 của công ty giảm 40% làm tăng vòng quay. PHR có vòng quay thấp hơn so với TRC là do công ty hạch toán phí sản xuất dở dang của KCN Phước Hòa (hơn 52 tỷ đồng) làm tăng hàng tồn kho chung của cả công ty. Nếu loại bỏ khoản mục này thì vòng quay HTK của PHR và TRC tương đương nhau, quanh mức 5 vòng/năm.

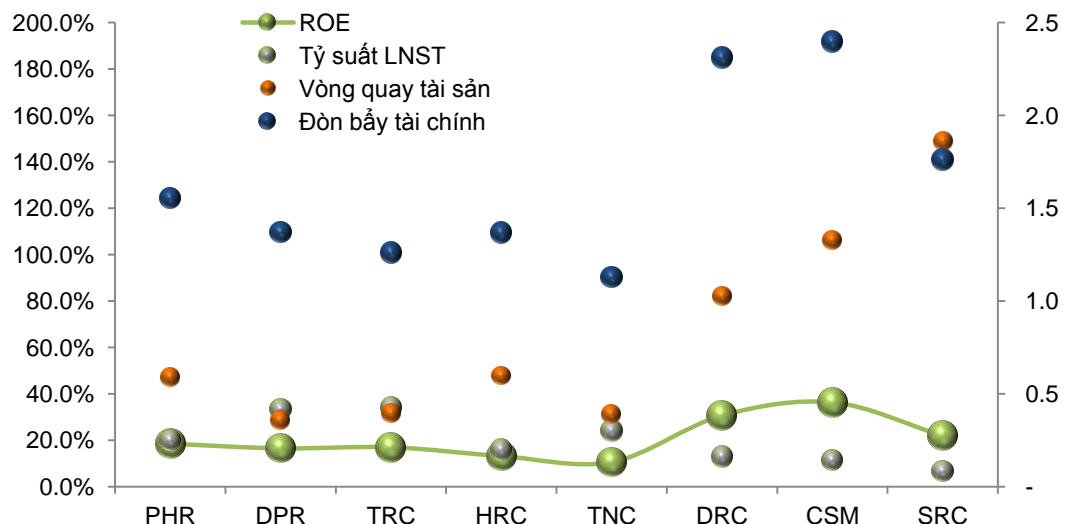
Vòng quay phải thu – Vòng quay phải trả



Nguồn: Dữ liệu doanh nghiệp, FPTs tổng hợp

Hầu hết các doanh nghiệp 2 ngành đều duy trì số ngày phải trả cao hơn số ngày phải thu. Đối với nhóm CSTN, phần lớn đều theo phương thức nhận tiền trước sau đó mới chuyển hàng vì vậy gần như không có các khoản phải thu. Riêng ngành săm lốp thường duy trì chính sách phải thu khoảng 3-5 ngày nhằm hỗ trợ khách hàng cũng như duy trì thị phần tiêu thụ.

Phân tích Dupont



Theo số liệu ta có thể thấy ngành săm lốp đạt tỷ lệ ROE cao hơn nhóm ngành CSTN. Nhờ kinh doanh hiệu quả kết hợp sử dụng đòn bẩy hợp lý giúp các doanh nghiệp săm lốp nâng cao khả năng khai thác tài sản. Ngoài ra, trong 3 năm qua giá cao su liên tục giảm giúp các doanh nghiệp săm lốp tiết giảm được chi phí nguyên liệu sản xuất lốp. Chính những điều thuận lợi trên đã giúp cho tỷ lệ ROE của các doanh nghiệp này luôn ở mức cao, bình quân đạt trên 20%.

Lưu chuyển tiền tệ

Lưu chuyển tiền tệ	Dòng tiền HĐKD		Dòng tiền đầu tư		Dòng tiền tài chính	
	2013	6T2014	2013	6T2014	2013	6T2014
PHR	102,836	(609)	(240,090)	19,489	181,652	(47,068)
DPR	595,641	(24,274)	(269,505)	(154,186)	(215,184)	(37,309)
TRC	(62,205)	(81,403)	(18)	126,173	72,756	(395.900)
HRC	(16,280)	(6,231)	(16,538)	14,460	22,811	(55.539)
TNC	(30,525)	6,743	10,827	15,646	(38,453)	(26,960)
DRC	148,754	419,656	(561,845)	(126,638)	391,978	(119,090)
CSM	333,407	521,597	(916,185)	(485,792)	587,657	6,943
SRC	126,802	12,684	(2,008)	247,288	(112,452)	(33,526)

Nguồn: BCTC soát xét của doanh nghiệp

- Dòng tiền hoạt động kinh doanh (HĐKD) của SRC giảm mạnh là do công ty tăng các khoản phải thu hỗ trợ đại lý để duy trì sản lượng tiêu thụ. Dòng tiền HĐKD của DRC và CSM tăng mạnh là do 6 tháng đầu năm nay doanh thu tiêu thụ tăng mạnh so với cùng kỳ và GVHB giảm nhờ giá CSTN giảm khoảng 30% so với cùng kỳ giúp cải thiện dòng tiền đáng kể cho cả hai doanh nghiệp này.
- Với việc đầu tư lớn cho nhà máy Radial toàn thép dẫn đến có dòng tiền đầu tư của cả DRC và CSM bị âm lớn là trong năm 2013. Sang năm 2014, cả hai đều đã đưa vào khai thác 2 nhà máy dẫn đến dòng tiền đầu tư 6T2014 giảm mạnh so với đầu năm. Đối với SRC, hiện tại công ty chưa có kế hoạch đầu tư mà thay vào đó dòng tiền đầu tư của công ty tăng cao chủ yếu đến từ tiền lãi cho vay và cổ tức được chia.
- Trái ngược với nhóm săm lốp, dòng tiền HĐKD của các doanh nghiệp CSTN 6 tháng đầu năm đều âm do tình hình kinh doanh sụt giảm mạnh trước tình trạng giảm giá của CSTN.
- DPR đang trong giai đoạn cuối hoàn thành trồng cao su tại Campuchia với dự án Đồng Phú – Kratie, diện tích đã trồng là 6.335 ha, phần còn lại chủ yếu nằm trong chi phí đầu tư dở dang vì vậy dòng tiền đầu tư giảm so với đầu năm. Theo đó, công ty cũng đã giải ngân tiền vay tài trợ cho các khoản đầu tư tại dự án Campuchia làm cho dòng tiền tài chính giảm so với đầu năm. PHR đã trồng xong 7.583 ha tại Campuchia trong năm 2013 vì vậy dòng tiền đầu tư đã dương trở lại trong 6 tháng đầu năm nay.
- Dòng tiền đầu tư của TRC tăng mạnh trong 6 tháng đầu năm là do công ty thu hồi vốn đầu tư đối ứng trước đây (khoản tiền đảm bảo cho khoản vay của Công ty con tại Campuchia). Nguồn vốn này được tài trợ bởi nguồn vay ngắn hạn. Vì vậy sau khi thu hồi, TRC đã dùng khoản tiền này để trả khoản vay ngắn hạn tương ứng trước đó dẫn đến dòng tiền tài chính giảm mạnh so với đầu năm.

C. Khuyến nghị đầu tư

Mã cp	Khuyến nghị	Thị giá 30/09/2014	Giá mục tiêu	Chênh lệch	EPS 2014		Room NN	PE	
					2013	2014E		Trailing	Forward
PHR	Theo dõi	29.000	30.300	+4,4%	4.744	2.154	19,77%	6,2x	11,0x
DPR	Giảm	43.200	35.400	-18,0%	8.706	4.723	26,21%	6,3x	7,5x
TRC	Theo dõi	32.000	33.200	+3,7%	7.893	5.088	21,42%	4,7x	7,5x
HRC	Bán	39.000	22.000	-43,5%	3.739	3.110	5,30%	9,6x	7,0x
DRC	Nắm giữ	61.000	60.300	-1,1%	4.519	4.850	36,82%	13,6x	11,5x
CSM	Nắm giữ	46.600	48.200	+3,4%	5.351	4.820	25,23%	8,7x	10,0x
SRC	Thêm	29.900	30.600	+2,3%	3.592	4.081	6,76%	7,8x	7,2x

Nguồn: FPTTS

PHR

THEO DÕI - giá mục tiêu 30.300 đ

- Lũy kế 6 tháng 2014, **PHR** tiêu thụ được **12.349 tấn**, tăng **17,5%** so với cùng kỳ năm 2013 (**10.511 tấn**), đạt **43%** kế hoạch cả năm (**28.500 tấn**).
- Giá bán bình quân 6 tháng đạt 45,7 triệu đồng/tấn**, giảm **25%** so với bình quân 6 tháng đầu năm 2013 (**61 triệu đồng/tấn**).
- Tổng kết 6 tháng, tổng doanh thu đạt **691,6 tỷ đồng**, tăng **8,7%** so với cùng kỳ, đạt **46%** kế hoạch 2014. Doanh thu tăng chủ yếu là do sản lượng tăng mạnh từ việc thu mua và chế biến xuất bán của công ty. Tuy nhiên do cao su thu mua có tỷ suất lợi nhuận thấp hơn so với cao su tự khai thác đồng thời giá bán giảm 25,1% so với cùng kỳ dẫn đến tỷ suất lợi nhuận chung chỉ đạt **18,8%** thấp hơn so với mức **26,7%** cùng kỳ năm trước. **LNTT 6 tháng đầu năm đạt 130 tỷ đồng giảm 23,5% so với cùng kỳ 2013, đạt 49% kế hoạch cả năm.**

Khuyến nghị:

- Theo dự phóng của chúng tôi, với mức giá bán như hiện nay quanh mức **40-43 triệu đồng/tấn**, **doanh thu năm 2014 của PHR có khả năng đạt 1.527-1.583 tỷ đồng**, vượt **0,7-4,4%** so với kế hoạch năm, giảm **16-20%** so với mức đạt được trong năm 2013. **LNTT ước tính đạt 221-245 tỷ đồng**, thấp hơn kế hoạch 2014 từ **8-17%**, giảm **49-54%** so với cùng kỳ.
- Với ước tính này, **EPS 2014 đạt mức 2.154-2.388 đồng/cp**, theo đó với mức giá thị trường ngày 03/10 là **29.800 đ** thì **PHR đang giao dịch với mức PE forward là 11x**, khá cao so với ngành (**7,0x**). **Giá mục tiêu định giá theo FCFF là 30.300 đ** vì vậy tôi khuyến nghị **THEO DÕI** đối với cổ phiếu này.

(Trở lại mục chính)

DPR

THEO DÕI - giá mục tiêu 35.400 đ

- Lũy kế 6 tháng 2014, **DPR** tiêu thụ được **6.411 tấn** tăng **18,9%** so với cùng kỳ năm 2013 (**5.393 tấn**), đạt **33,7%** kế hoạch cả năm (**19.000 tấn**).
- Giá bán bình quân 6 tháng đạt 43,6 triệu đồng/tấn**, giảm **26,9%** so với bình quân 6 tháng 2013 (**59,7 triệu đồng/tấn**).
- Tổng kết 6 tháng, tổng doanh thu đạt **339 tỷ đồng**, tăng **4,6%** so với cùng kỳ, đạt **33,8%** kế hoạch 2014. Doanh thu tăng chủ yếu là do sản lượng tăng mạnh từ

việc thu mua chế biến xuất bán của công ty(tăng gấp 2 lần cùng kỳ). Tuy nhiên do cao su thu mua có tỷ suất lợi nhuận thấp hơn so với cao su tự khai thác đồng thời giá bán của công ty giảm 26,9% so với cùng kỳ dẫn đến tỷ suất LNTT chung của công ty chỉ đạt 27% thấp hơn so với mức 53% cùng kỳ năm trước. Theo đó, **LNTT 6 tháng đầu năm đạt 91,5 tỷ đồng giảm 46,7% so với cùng kỳ 2013, đạt 36,7% kế hoạch cả năm.**

Khuyến nghị: Theo dự phóng của chúng tôi, với mức giá bán như hiện nay quanh mức 36-40 triệu đồng/tấn, doanh thu cả năm ước đạt khoảng 925-940 tỷ đồng, đạt 92% kế hoạch năm; **LNTT năm 2014 ước đạt khoảng 211-221 tỷ đồng, đạt 85-89% so với kế hoạch 2014, giảm 46% so với cùng kỳ.**

- Với ước tính này, EPS 2014 đạt mức 4.565 - 4.723 đồng/cp, theo đó với giá thị trường ngày 03/10 là 43.100đ thì DPR đang giao dịch tại mức PE forward là 9,1x cao hơn mức bình quân ngành là 7,0x.
- Bên Cao su Đồng Phú đã chốt quyết định mua 2.000.000 cp quỹ. Với mức giá không quá 50.000 đ/cp. Thời gian: 01/10 đến hết 30/10/2014.
- Nếu mua hết lượng cổ phiếu này thì tổng số cổ phiếu sẽ tăng lên 2.875.210 cp (chiếm 6,68%). Theo tôi việc mua cổ phiếu quỹ lần này có thể sẽ tạo hiệu ứng tích cực cho cp DPR trong ngắn hạn dao động trong vùng giá 40.000 – 50.000 đ.
- Tuy nhiên, với mức giá mục tiêu theo P/E như trên, hiện tại nhà đầu tư nên **THEO DÕI** đối với cổ phiếu này. (Trở lại mục chính)

TRC
THEO DÕI - giá mục tiêu 33.200 đ

- Lũy kế 6 tháng 2014, TRC tiêu thụ được 4.773 tấn tăng 11,9% so với cùng kỳ năm 2013 (4.262 tấn), đạt 34,9% kế hoạch cả năm (13.670 tấn).
- Giá bán bình quân 6 tháng đạt 45,3 triệu đồng/tấn, giảm 26,1% so với bình quân 6 tháng 2013 (61,4 triệu đồng/tấn).
- Sau 6 tháng, tổng doanh thu đạt 232,8 tỷ đồng, giảm 2,5% so với cùng kỳ 2013, đạt 32,2% kế hoạch 2014. Trong đó, doanh thu kinh doanh cao su đạt 217 tỷ đồng tăng 11,8% so với cùng kỳ nhờ sản lượng tăng 51% so với 6 tháng đầu năm 2013. Ngoài ra, còn có đóng góp từ doanh thu tài chính đạt 19,2 tỷ đồng và doanh thu khác từ thanh lý cao su đạt 49,9 tỷ đồng.
- LNTT 6 tháng đầu năm đạt 83,1 tỷ đồng giảm 19,9% so với cùng kỳ 2013, đạt 60% kế hoạch cả năm. Trong đó hoạt động thanh lý cao su chiếm đến 51%, lợi nhuận từ cao su chỉ chiếm khoảng 23%. So với các năm trước tỷ lệ giữa hoạt động kinh doanh mủ cao su và thanh lý cây cao su tương đương nhau nhưng năm nay tỷ lệ này khá chênh lệch. Điều này đã phản ánh phần nào khó khăn trong giai đoạn hiện tại của công ty. Với mức giá bán như hiện nay thì lợi nhuận từ kinh doanh mủ cao su là khá thấp.
- Tính đến hết 6 tháng đầu năm nay công ty chỉ mới tiêu thụ đạt 32,2% kế hoạch doanh thu cả năm, như vậy 6 tháng cuối năm để đạt kế hoạch thì bình quân 1 tháng công ty phải tiêu thụ 1.453 tấn, cao hơn 24,6% so với mức bình quân cùng kỳ của năm 2013. Đây là một thách thức tương đối lớn dành cho công ty.
- Giá cao su Latex, SMR10 trong tuần đầu tháng 09/2014 tại Malaysia lần lượt hiện còn khoảng 30,3 và 33,4 triệu đồng/tấn; SVR 10, SVR 3L tại cửa khẩu Móng Cái lần lượt chỉ còn 33,2 và 33,8 triệu đồng/tấn. Đây là 3 sản phẩm chủ lực, chiếm hơn 95% tổng sản lượng tiêu thụ của TRC. Thực tế cho thấy, khả năng đạt mức giá bán kế hoạch là 45 triệu đồng/tấn đặt ra từ đầu năm sẽ khá khó khăn đối với công ty khi mà những tháng cuối năm là vào vụ mùa của cao su, sản lượng tăng mạnh

và theo quá khứ giá cao su thường sẽ giảm trong giai đoạn này. Khả năng công ty không đạt kế hoạch là rất cao.

Khuyến nghị:

- Nếu theo giá bình quân 36-40 triệu đồng/tấn thì doanh thu cao su 6 tháng cuối năm có thể đạt khoảng 314 tỷ đồng. Theo đó tổng doanh thu năm nay của riêng kinh doanh cao su sẽ vào khoảng 532 tỷ đồng, tổng doanh thu cả công ty đạt 573 tỷ đồng, đạt 80% kế hoạch năm. LNTT ước tính đạt 168 tỷ đồng, vượt 23% kế hoạch, giảm 37% so với năm 2013. Theo đó, EPS tương ứng đạt 4.740 đồng/cp. **Giá mục tiêu theo PE của TRC là 33.200 đ, tương ứng PE bằng 7,0x.**
- Với giá thị trường hiện nay tôi khuyến nghị **THEO DÕI**. (Trở lại mục chính)

HRC

BÁN

- Trong tháng 8/2014, công ty khai thác được 168,9 tấn, lũy kế 8 tháng, công ty khai thác được 449,7 tấn, đạt được 28,1% kế hoạch năm (1.600 tấn). Lũy kế 08 tháng, công ty thu mua được 1.799 tấn. Sản lượng tiêu thụ 8 tháng đầu năm 2014 đạt 2.436 tấn đạt 42% kế hoạch, tương ứng doanh thu đạt 107,7 tỷ đồng, đạt 41% kế hoạch cả năm.
- HRC hiện đang trong quá trình trồng tái canh vườn cây cao su trên diện rộng (khoảng 50% diện tích). Vì vậy, trong giai đoạn hiện nay lượng mủ khai thác của công ty là rất thấp, phần lớn đều phải thu mua từ tiểu điền để chế biến và xuất bán. Điều này làm cho hiệu quả kinh doanh của công ty bị sụt giảm mạnh. Nếu quý 2 vừa qua không nhờ hoạt động thanh lý vườn cao su thì công ty đã bị lỗ. Trước tình hình khó khăn của ngành, giá cao su giảm liên tục (gần 30% yoy) thêm vào đó diện tích khai thác bị thu hẹp làm cho HRC đang gặp không ít khó khăn so với các doanh nghiệp trong ngành. Trong tình thế này, HRC đã quyết định đầu tư tài chính vào 4 công ty cao su nhằm chia sẻ lợi nhuận giúp giải cứu tình trạng khó khăn của công ty, bao gồm: Cao su Việt Lào (15% VDL); Cao su Bình Long (7,1%); Cao su Bà Rịa-Kampongthom (13,5% VDL); Cao su Lai Châu (4,1% VDL).
- Với tiến độ hiện nay, trong 4 tháng cuối năm HRC phải tiêu thụ mỗi tháng 841 tấn để đạt kế hoạch 5.800 tấn. Với giá bán hiện tại chỉ còn khoảng 36,6 triệu đồng/tấn thì doanh thu cao su 4 tháng còn lại ước tính đạt khoảng 123 tỷ đồng. Theo đó doanh thu cao su cả năm nay ước đạt 230,7 tỷ đồng, đạt 88% kế hoạch cả năm. Theo ước tính thì năm nay công ty sẽ thanh lý khoảng hơn 1.100 ha, trong 8 tháng qua công ty đã thanh lý 814 ha như vậy còn lại khoảng hơn 300 ha sẽ phải thanh lý trong 4 tháng còn lại, ước tính doanh thu khoảng 21 tỷ đồng, lợi nhuận thu về khoảng 20,7 tỷ đồng. Như vậy lợi nhuận sau thuế năm nay sẽ vào khoảng 53,7 tỷ đồng, đạt 77% kế hoạch đề ra.

Khuyến nghị: Với dự phóng này, EPS 2014 sẽ đạt 3.110 đ/cp. Với giá hiện tại 40.100 đ/cp (ngày 03/10/2014), HRC đang giao dịch tại mức PE forward là 12,9x khá cao so với Ngành CSTN hiện nay (bình quân Ngành khoảng 7x). Vì vậy chúng tôi khuyến nghị **BÁN** đối với cổ phiếu HRC. (Trở lại mục chính)

TNC

BÁN

Mặc dù TNC là doanh nghiệp trồng, chế biến và kinh doanh cao su tuy nhiên trong cơ cấu doanh thu hàng năm còn có nguồn thu từ bán hạt điều và kinh doanh thức ăn gia súc theo hình thức kinh doanh thương mại và sản xuất, gia công đồ gỗ. Trong 6 tháng đầu năm nay bên cạnh khó khăn của cao su làm doanh thu của sản phẩm này chỉ đạt 22,9 tỷ đồng bằng ½ của cùng kỳ năm 2013, các mảng kinh doanh hạt điều, sản xuất

đồ gỗ không còn đóng góp doanh thu cho công ty. Mảng kinh doanh thức ăn gia súc cũng giảm mạnh chỉ bằng 1/3 của cùng kỳ năm 2013.

LNST trong nửa đầu năm nay không bắt nguồn từ hoạt động kinh doanh cốt lõi mà đến từ hoạt động tài chính và thanh lý vườn cây. Cụ thể trong 6 tháng đầu năm do giá cao su giảm mạnh (giảm hơn 28% so với cùng kỳ) dẫn đến công ty chỉ đạt 568 triệu đồng lợi nhuận gộp (cùng kỳ 2013 đạt 9,8 tỷ đồng). Với hơn 8,7 tỷ đồng từ hoạt động tài chính và 8,6 tỷ đồng từ thanh lý vườn cây giúp LNST của TNC đạt 11,26 tỷ đồng.

Khuyến nghị:

Theo Nghị quyết HĐQT tháng 4/2014, công ty đã điều chỉnh kế hoạch lợi nhuận trước thuế từ 27 tỷ đồng xuống còn 15 tỷ đồng ([Link](#)). Như vậy với kết quả 6 tháng đầu năm, công ty đạt được 75% theo kế hoạch điều chỉnh. Tuy nhiên chúng tôi không đánh giá cao kết quả này bởi nó không đến từ hoạt động cốt lõi của doanh nghiệp.

Với quy mô nhỏ, hoạt động kinh doanh chưa đạt hiệu quả cao và không ổn định vì vậy vị thế của TNC vẫn chưa được đánh giá cao so với các doanh nghiệp cao su niêm yết còn lại. EPS năm 2014 ước tính đạt 694 đồng/cp. Với giá ngày 03/10/2014 là 12.100 đ/cp, TNC đang giao dịch tại mức PE forward là 17x, đây là mức rất cao so với bình quân ngành là 7,0x. Vì vậy, chúng tôi khuyến nghị **BÁN** đối với cổ phiếu này trong thời gian tới.

(Trở lại mục chính)

DRC

NĂM GIỮ - giá mục tiêu 60.300 đ

- **Lũy kế 6 tháng năm 2014**, DRC đạt **1.545 tỷ đồng doanh thu thuần** (đạt 45,3% kế hoạch 2014, tăng 12,1% so với cùng kỳ). Trong đó, doanh thu nội địa chiếm 90%, đạt tăng trưởng 14%; doanh thu xuất khẩu đạt tăng trưởng 12%. **LNTT đạt 237 tỷ đồng** (đạt 55,3% kế hoạch 2014, giảm 5,8% so với cùng kỳ). LNTT giảm so với cùng kỳ là do công ty phải hạch toán chi phí khấu hao và lãi vay từ nhà máy Radial.
- Mặc dù lốp radial vẫn chưa có lợi nhuận tuy nhiên điều quan trọng là sản phẩm của DRC được tiêu thụ khá tốt trên thị trường. Trong giai đoạn đầu của nhà máy tạm thời chỉ tiêu lợi nhuận chưa phải là yếu tố quan trọng mà điều đáng quan tâm hơn hết trong thời điểm này là tiến độ tiêu thụ lốp radial của công ty khá tốt. Trong 6 tháng đầu năm công ty tiêu thụ được hơn 42.500 lốp Radial, sản lượng tiêu thụ tăng mạnh từ 6.000 lốp/tháng lên mức 10.000 lốp/tháng. Điều này chứng tỏ sản phẩm lốp radial của DRC được thị trường công nhận, giúp DRC gia tăng thị phần trong phân khúc lốp này, về dài hạn sẽ tạo tăng trưởng cho công ty một khi sản lượng tiêu thụ từ nhà máy lốp radial gia tăng.
- Doanh thu quý 3/2014 ước tính đạt 894 tỷ đồng tăng 42% so với cùng kỳ 2013. LNTT quý 3/2014 ước tính đạt 90 tỷ đồng, giảm 25% so với cùng kỳ 2013 do DRC tiếp tục hạch toán chi phí khấu hao và lãi vay từ dự án Radial với tổng giá trị khoảng 48 tỷ đồng trong quý 3/2014.
- Mặc dù LNTT giảm nhưng điều quan trọng là sản lượng tiêu thụ của DRC đang đạt tăng trưởng tốt nhất trong 3 doanh nghiệp sản lốp niêm yết. Đây sẽ là cơ sở giúp DRC duy trì và phát triển thị phần đặc biệt là nâng cao tỷ lệ khai thác lốp Radial trong nửa cuối năm nay và các năm tiếp theo.

(Trở lại mục chính)

Khuyến nghị: Theo ước tính có khả năng LNTT năm nay DRC sẽ đạt mức 473-491 tỷ đồng. EPS dự kiến 2014 vào khoảng 4.450-4.615 đồng/cp, đạt khoảng 96-98% kế hoạch đề ra. **Giá mục tiêu của DRC theo PE là 54.000 đồng/cp và theo FCFF là 60.300 đ.** Chúng tôi khuyến nghị **NĂM GIỮ** cho mục đích đầu tư Trung-Dài hạn.

Lũy kế 6 tháng 2014, doanh thu thuần của CSM đạt 1.468 tỷ đồng, đạt 43,8% kế hoạch 2014, giảm 3,8% so với cùng kỳ. Trong đó, doanh thu xuất khẩu đạt 435 tỷ đồng, đạt 43,5% kế hoạch năm. LNTT đạt 217 tỷ đồng, đạt 72% kế hoạch 2014, giảm 2,7% so với cùng kỳ.

Tình hình tiêu thụ lốp Radial toàn thế: Hiện trong 6 tháng đầu năm, CSM vẫn chưa hạch toán khấu hao và lãi vay của dự án Radial vào kết quả kinh doanh chung của công ty nên chưa ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh trong nửa đầu năm nay. Trong tháng 6 vừa qua công ty tiêu thụ khoảng 1.500 lốp và tháng 7&8 vừa qua công ty tiêu thụ khoảng 7.000 lốp. Kế hoạch trong năm nay sẽ tiêu thụ khoảng 50.000 lốp, bình quân 7 tháng cuối năm tiêu thụ 6.928 lốp/tháng. Với tốc độ tiêu thụ hiện nay theo chúng tôi CSM sẽ tiêu thụ khoảng 35.000 lốp/tháng. Theo đó, doanh thu đóng góp cả năm dự kiến 170 tỷ đồng. Công ty đang tiến hành gửi mẫu sản phẩm sang Mỹ, Nhật, Châu Âu để xin cấp giấy chứng nhận xuất khẩu DOT (Mỹ), JIS (Nhật) và E-Mark của Châu Âu. Dự kiến đầu Q4/2014 sẽ nhận được.

Với giá cao su nguyên liệu đang giảm sâu như hiện nay (giảm từ 43 triệu đồng/tấn lúc đầu năm đến nay chỉ còn khoảng 33 triệu đồng/tấn), sẽ giúp cải thiện đáng kể tỷ suất lợi nhuận gộp 6 tháng cuối năm của công ty, đồng thời với mức giảm giá của nguyên liệu CSTN sẽ giúp trang trải bớt phần nào chi phí khấu hao và lãi vay từ dự án Radial trong năm nay. Theo đó, lợi nhuận sau thuế năm nay theo chúng tôi dự báo sẽ đạt 325-347 tỷ đồng, thấp hơn 3,6-9,7% so với năm 2013. Sự sụt giảm này chủ yếu là do hoạt động kinh doanh của mảng Radial vẫn chưa có lợi nhuận, nên làm ảnh hưởng đến lợi nhuận chung của công ty trong năm nay.

Thông tin về chuyển nhượng dự án Bất động sản:

Dự án số 09 Nguyễn Khoái, Quận 4, Tp.HCM: Casumina đã tiến hành thoái vốn và chuyển nhượng dự án này cho Novaland (đây là dự án liên doanh với Tân Thuận Việt). Tổng tiền thu về khoảng 225 tỷ đồng, hiện tại đã thu về khoảng 100 tỷ đồng, còn lại 125 tỷ đồng, chia đều trong 6 quý tiếp theo. Theo đó, mỗi quý sẽ thu về khoảng 20,8 tỷ đồng/quý. Lợi nhuận dự kiến khoảng 75 tỷ đồng từ chuyển nhượng dự án này (sẽ được ghi nhận theo tiến độ thu tiền). Trong năm nay, ước tính sẽ ghi nhận từ 28-37,5 tỷ đồng.

Dự án số 504 Nguyễn Tất Thành, Quận 4, Tp.HCM: sẽ rút vốn, thu về khoảng 20 tỷ tiền đền bù và các chi phí liên quan. Công ty đang tiến hành thủ tục, chưa ghi nhận. Tuy nhiên thủ tục vẫn chưa rõ ràng và chưa có cơ sở chắc chắn để ghi nhận vì vậy tôi tạm thời chưa đưa khoản mục này vào KQKD năm nay.

Khuyến nghị:

- Trong năm nay mặc dù lợi nhuận sẽ giảm so với cùng kỳ 2013 nhưng đó là điều tất yếu khi đưa vào vận hành nhà máy lốp Radial. Điều cần chú ý đó là sản lượng tiêu thụ, với dự phóng bên trên thì năm nay công ty có khả năng đạt 10-11% công suất giai đoạn 1.
- Lợi nhuận sau thuế năm 2014 ước tính khoảng 325-347 tỷ đồng, tương ứng EPS năm 2014 đạt 4.820 đồng/cp (chưa tính khoảng lợi nhuận từ chuyển nhượng) và đạt 5.150 đồng/cp (bao gồm khoảng lợi nhuận từ chuyển nhượng dự án). **Giá mục tiêu cuối năm là 48.200 - 51.500 đồng, tôi khuyến nghị**
NĂM GIỮ. (Trở lại mục chính)

SRC

THÊM - giá mục tiêu 30.600 đ

- Trong 3 doanh nghiệp sản xuất lốp, SRC được xem là kém cạnh tranh nhất. Điều đáng lưu ý đối với SRC hiện nay là thị trường lốp xe đạp xem như bão hòa, dư địa tăng trưởng không còn cao làm hạn chế khả năng tăng trưởng của công ty. Trong 6 tháng vừa qua công ty doanh thu giảm so với cùng kỳ là 1,4%, điều này cho thấy SRC đang gặp khó khăn trong việc tạo tăng trưởng cho công ty.
- Về thị trường xuất khẩu được xem là cứu cánh còn lại cho SRC, tuy nhiên Q2/2014 vừa qua doanh thu xuất khẩu cũng giảm 4,5% so với cùng kỳ cho thấy hướng xuất khẩu cũng đang gặp khó khăn. Mặc dù giá cao su giảm khoảng 20-25% so với cùng kỳ 2013 tuy nhiên tỷ suất lợi nhuận gộp của công ty gần như không cải thiện thậm chí còn giảm nhẹ, trong đó mức tỷ suất lợi nhuận gộp 6 tháng đầu năm nay là 19,3% giảm nhẹ so với mức 19,9% của 6 tháng đầu năm 2013.

Khuyến nghị:

- Nếu xét riêng trong năm nay, chúng tôi vẫn kỳ vọng kết quả kinh doanh của SRC sẽ tích cực hơn so với năm 2013 do nhu cầu thị trường chung tăng cao ở hầu hết các sản phẩm lốp. Bởi theo chúng tôi thu thập được thì sản lượng bán ra của SRC trong 8 tháng đầu năm tăng trưởng khá tốt, trong đó lốp xe đạp tăng 10%, lốp xe máy tăng 40%. Theo đó, chúng tôi dự báo doanh thu 2014 có khả năng đạt 959 tỷ đồng (-2,5% yoy), LNTT đạt 95,3 tỷ đồng (tăng 9,2% yoy), tương ứng **EPS 2014 là 4.081 đồng/cp**. **Giá mục tiêu ngắn hạn theo PE của SRC là 30.600 đồng/cp cao hơn giá thị trường ngày 29/09 (28.000 đ) 9%.** **Khuyến nghị **THÊM** với mục đích đầu tư ngắn hạn.**
- Xét về dài hạn có thể thấy hướng tăng trưởng cho SRC trong tương lai là khá mờ mịt bởi hiện tại công ty chưa có kế hoạch phát triển hay mở rộng sản xuất vì vậy nếu không có sự đột phá nào trong hoạt động sản xuất kinh doanh hiện tại khả năng cao SRC sẽ khó có tăng trưởng trong các năm tới.

(Trở lại mục chính)

D. PHỤ LỤC

Diện tích, sản lượng, năng suất cao su phân bố theo tỉnh năm 2013

Vùng/tỉnh	Diện tích	Diện tích cạo	Sản lượng	Năng suất
Miền Bắc	25.102			
Hà Giang	1.105	-	-	-
Lào Cai	1.516	-	-	-
Yên Bái	1.291	-	-	-
Phú Thọ	188	-	-	-
Điện Biên	4.257	-	-	-
Lai Châu	10.168	-	-	-
Sơn La	6.577	-	-	-
Bắc Trung bộ và Duyên hải miền Trung	140.775	62.216	79.525	1.283
Thanh Hóa	18.326	6.402	5.960	931
Nghệ An	9.501	3.987	4.651	1.167
Hà Tĩnh	10.722	2.601	2.301	885
Quảng Bình	14.821	4.566	4.461	977
Quảng Trị	18.542	10.906	14.265	1.308
Thừa Thiên Huế	9.270	5.897	6.782	1.150
Quảng Nam	12.880	2.684	3.355	1.250
Quảng Ngãi	1.231	506	416	822
Bình Định	68	4	5	1.400
Phú Yên	4.376	2.000	2.675	1.338
Bình Thuận	41.038	22.664	34.954	1.542
Tây Nguyên		114.687	178.920	1.560
Kontum	72.870	24.270	37.866	1.560
Gia Lai	105.064	58.019	89.930	1.550
Dak Lak	39.985	20.383	31.365	1.539
Dak Nong	31.739	12.015	19.759	1.645
Lâm Đồng	8.738	-	-	-
Đông Nam Bộ	535.514	371.298	690.355	1.856
Bình Phước	232.051	142.981	264.902	1.853
Tây Ninh	98.170	76.969	165.526	2.151
Bình Dương	133.155	108.484	194.849	1.796
Đồng Nai	44.514	27.289	42.125	1.509
Bà Rịa Vũng Tàu	23.624	12.175	15.953	1.310
Tp.HCM	4.000	3.400	7.000	2.059
Tổng cộng	959.787	548.835	949.100	1.729

Nguồn: VRA, VRG, Bộ NN-PTNT

Diện tích, sản lượng và năng suất cao su theo loại hình sản xuất tại Việt Nam năm 2013

Loại hình	Diện tích		Sản lượng		Năng suất
	ha	%	Tấn	%	
Đại điền	503.061	52,4	261.953	47,2	1,71
Quốc doanh	424.194	44,2	251.566	45,8	1,71
Tư nhân	78.867	8,2	10.387	1,9	1,64
Tiểu điền	456.726	47,6	286.882	52,3	1,75
Tổng cộng	959.787	100	548.835	100	1,73

(Trở lại
mục chính)

Nguồn: VRA, Sở NN-PTNT

Sự khác biệt giữa Ngành CSTN Việt Nam với các nước trong khu vực

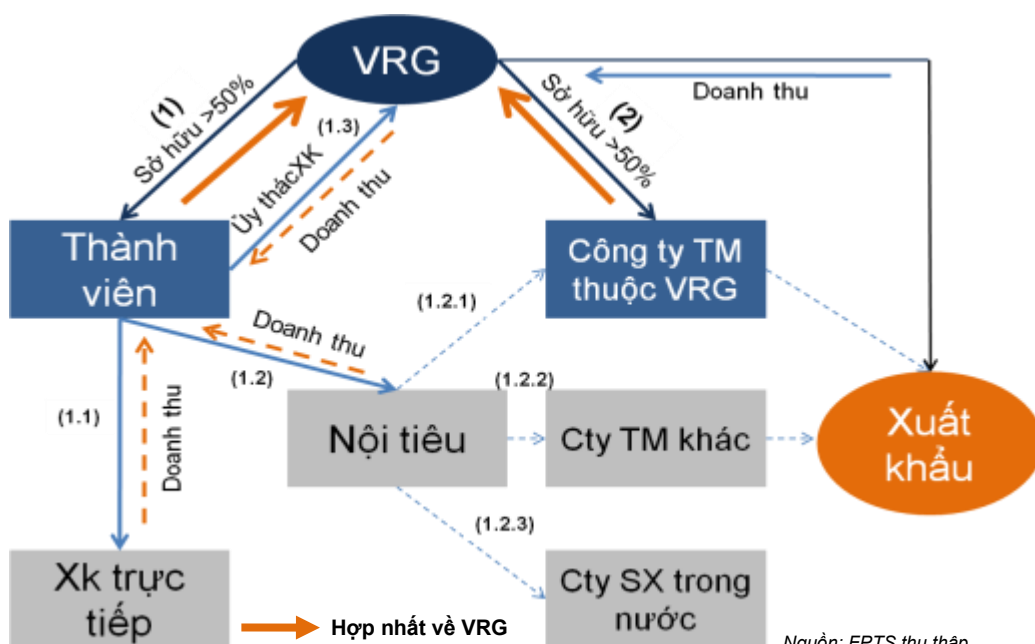
Vấn đề quản lý

(Trở lại mục chính)

Theo số liệu thống kê về phân bố diện tích cao su tại 4 cường quốc cao su là Thái Lan, Việt Nam, Indonesia và Malaysia, ta có thể thấy khác với Việt Nam, tại 3 quốc gia còn lại phần lớn diện tích thuộc về tiểu điền (trên 85%) dẫn đến cơ chế quản lý, vận hành và điều phối trong ngành cao su sẽ khác so với Việt Nam. Hiện nay, khác với các quốc gia khu vực, Ngành cao su Việt Nam chưa có sự quản lý trực tiếp từ Nhà nước. Trong khi đó, đối với ngành cao su của 3 quốc gia trên chịu sự quản lý trực tiếp của Nhà nước thông qua Tổng Cục cao su hoặc các cơ quan chuyên trách riêng cho Ngành cao su. Trong nước, nhiều nơi làm tương Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam (VRG) là đại diện quản lý cao su thiên nhiên cả nước nhưng thực tế không phải vậy. Tập đoàn VRG chỉ là một doanh nghiệp thuộc sở hữu Nhà nước, hoạt động và nắm giữ cổ phần chi phối tại các đơn vị thành viên trong tập đoàn. VRG không có chức năng quản lý Nhà nước đối với Ngành cao su thiên nhiên trong nước. Tại Việt Nam chưa có cơ quan quản lý Nhà nước dành riêng cho Ngành cao su mà hiện nay Ngành cao su thiên nhiên chỉ trực thuộc Bộ Nông nghiệp, chịu sự quản lý chung cùng với các mặt hàng nông nghiệp khác (gạo, sắn,...) thông qua Cục chế biến Nông lâm sản. Vì vậy, tại Việt Nam chưa có sự tách bạch, chưa có cơ chế riêng cho Ngành cao su. Chính điều này dẫn đến thực trạng chưa có sự đồng bộ trong quy hoạch diện tích trồng cao su, trong điều phối sản phẩm giữa các khu vực trong nước cũng như chưa kiểm soát đồng bộ và chặt chẽ về chất lượng cao su trong cả nước cũng như sản phẩm cao su xuất khẩu.

Tại 3 quốc gia trên, Chính phủ thường có những chính sách hỗ trợ tiểu điền về mặt giống, chi phí đầu tư ban đầu để trồng vườn cây cao su. Về mặt tài chính, các hộ tiểu điền sẽ nhận tiền hỗ trợ từ các công ty, các doanh nghiệp liên kết thu mua (tương tự tiền đặt cọc) để đầu tư cho vườn vẫy và ngược lại họ cũng được đảm bảo đầu ra cả về sản lượng và mức giá bán, theo đó đôi bên cùng có lợi. Tuy nhiên áp lực tài chính để duy trì vườn cây dài hạn luôn là một vấn đề khó khăn đối với 3 quốc gia này và Việt Nam cũng không loại trừ, đặc biệt là trong tình trạng giá cao su xoay quanh mức thấp như hiện nay.

Cơ chế hoạt động của Tập đoàn CN Cao su Việt Nam



Vấn đề chất lượng*(Trở lại mục chính)*

Sản phẩm cao su trong nước được kiểm phẩm và chứng nhận theo Tiêu chuẩn TCVN (TCVN 3769:2004; TCVN 6314:2007,...). Hiện nay, trong nước mặc dù Tập đoàn VRG (chiếm 41% diện tích và 28% sản lượng của cả nước) đang chấp hành rất tốt tiêu chuẩn này đối với sản phẩm mủ cao su thông qua chương trình kiểm tra chéo giữa các công ty trong Tập đoàn và áp dụng các tiêu chuẩn phòng kiểm nghiệm cấp quốc gia khá gắt gao đối với các phòng kiểm nghiệm của từng công ty thành viên. Tuy nhiên, với khu vực tư nhân và tiểu điền nơi chiếm đến 47% diện tích cao su và hơn 55% sản lượng cao su cả nước vẫn chưa đảm bảo và chưa chấp hành tốt tiêu chuẩn này. Thậm chí nếu bên nhập khẩu không đề nghị các chứng nhận chất lượng thì các đơn vị tư nhân cũng sẽ dễ dàng bỏ qua khâu kiểm định chất lượng để tiết giảm chi phí. Chính điều này là nguyên nhân dẫn đến chất lượng cao su xuất khẩu không đạt và gây ảnh hưởng chung cho toàn ngành cao su thiên nhiên Việt Nam từ xưa đến nay, làm giảm uy tín cũng như dẫn đến mức giá bán xuất khẩu của cao su Việt Nam luôn thấp hơn so với Thái Lan, Malaysia và Indonesia.

Với đặc trưng tại 3 quốc gia trên, diện tích hầu hết thuộc sở hữu của tiểu điền (quy mô lớn, thậm chí tương đương với các công ty thuộc Tập đoàn VRG) dẫn đến việc các quốc gia này đã thành lập hẳn các bộ phận chuyên trách (hợp tác xã) nhằm quản lý, hỗ trợ cho người dân về chọn giống, kỹ thuật nuôi trồng, giúp quản lý thu mua và kiểm soát chất lượng mủ khai thác theo từng địa phương. Việc mua/bán mủ sẽ được tổ chức đấu giá thông qua các sàn đấu giá tập trung tại từng địa phương. Tại các quốc gia này có hẳn bộ tiêu chuẩn kỹ thuật quốc gia dành cho mủ thu mua tại sàn đấu giá và thêm vào đó là kiểm định mủ tại nhà máy trước khi đưa vào sản xuất. Điều này giúp tạo sự nghiêm ngặt trong quản lý và đảm bảo chất lượng đầu vào của mủ cao su thu mua từ tiểu điền nhằm đảm bảo công bằng cho các tiểu điền thông qua việc mua/bán bám sát với giá thị trường và kiểm soát được chất lượng mủ ngay từ khâu đầu vào.

Và đây cũng chính là khâu mà ngành cao su Việt Nam còn khá yếu. Cơ chế thu mua còn khá manh mún, tùy vào từng nhà máy. Phần lớn mỗi công ty chế biến cao su đều tự thu mua riêng cho mình. Mặc khác, thông thường do nông dân tiểu điền sở hữu vườn cây nhỏ, sản lượng ít, buộc phải bán qua thương lái sau đó mới được bán lại cho các nhà máy. Từ đó phát sinh 2 vấn đề: (1) Giá bán thấp hơn so với giá thị trường do sản lượng bán từ tiểu điền thấp; (2) Chất lượng mủ đến các nhà máy bị giảm do tình trạng pha chế mủ nhằm kiếm lời của giới thương lái.

Chất lượng xuất khẩu là vấn đề cần xem xét nghiêm túc bởi thực tế tại cả 4 quốc gia thì sản lượng cao su tạo ra phần lớn đều xuất khẩu, tỷ lệ tiêu thụ nội địa vẫn chưa cao cụ thể: Thái Lan (13%), Indonesia (19%), Malaysia (55%), Việt Nam (15-16%). Tại Thái Lan - Indonesia - Malaysia đều quản lý rất nghiêm ngặt chất lượng sản phẩm từ đầu vào đến thành phẩm đầu ra. Điển hình tại Malaysia, các sản phẩm nếu muốn xuất khẩu đều phải được chứng nhận bởi Viện nghiên cứu cao su qua đó mới được chứng nhận là sản phẩm cao su có nguồn gốc từ Malaysia trước khi xuất bán. Chính điều này là điểm mấu chốt giúp tạo dựng uy tín rất lớn về chất lượng sản phẩm mủ cao su của 3 quốc gia này trên thị trường toàn cầu. Việc quản lý chất lượng cao su tại Việt Nam chưa thật sự chặt chẽ và không nhất quán (phần lớn bị ảnh hưởng bởi khu vực tư nhân, tiểu điền) dẫn đến chất lượng cao su không đồng đều, chưa tạo được uy tín vững chắc trên thị trường quốc tế. Từ đó làm giảm khả năng cạnh tranh về giá trên thị trường và phần lớn đều phải tham chiếu giá giao dịch của 3 cường quốc trên.

Vấn đề năng suất khai thác*(Trở lại mục chính)*

Điểm tích cực của ngành cao su Việt Nam đối với 3 quốc gia trên đó là tỷ lệ sở hữu vườn cao su khá đồng đều giữa khu vực tiểu điền và khu vực quốc doanh (đại điền) tương ứng tỷ lệ là 47% - 53%. Tại 3 quốc gia trên, tiểu điền thường có quy mô khá lớn (thậm chí tương đương với các công ty thuộc Tập đoàn VRG), nhóm này chiếm tỷ lệ rất cao (trên 85%). Thực tế cho thấy diện tích trồng cao su của Thái Lan, Indonesia cao gấp 3,5 lần của Việt Nam dẫn đến điều kiện để thử nghiệm và triển khai giống trên diện rộng gặp không ít khó khăn và không đồng bộ, làm giảm năng suất chung của toàn ngành. Tại Việt Nam, Viện nghiên cứu giống được đánh giá là top 3 trên thế giới với rất nhiều giống mới và chất lượng cao được nghiên cứu và công bố mỗi năm. Nhờ lợi thế đó cùng với diện tích vườn cây cao su của Tập đoàn VRG khá lớn tạo điều kiện thuận lợi để trồng thí điểm các giống mới, nếu thành công có thể thực hiện ngay lập tức trên diện rộng. Từ đó khuyến cáo cho các hộ tiểu điền áp dụng. Điều này giúp rút ngắn được thời gian ứng dụng giống mới, tạo điều kiện nâng cao năng suất vườn cây trên quy mô rộng khắp cả nước. Nhờ đó mà hiện nay Việt Nam là quốc gia đạt năng suất khai thác cao su cao nhất thế giới. Trong suốt 3 năm qua năng suất khai thác luôn cao hơn 1,7 tấn/ha. Đây chính là lợi thế của ngành cao su Việt Nam so với các quốc gia trên.

Với những đánh giá và phân tích bên trên có thể thấy vấn đề hiện tại đó là Ngành cao su Việt Nam cần có các chính sách phân bổ sản phẩm cao su phù hợp với nhu cầu tiêu thụ trong nước và xuất khẩu. Cần có một cơ quan chuyên trách quản lý riêng cho Ngành Cao su. Đồng thời phải thật sự quyết liệt trong khâu quản lý chất lượng sản phẩm cao su, cần có cơ chế và chính sách cũng như các tiêu chuẩn kỹ thuật gắt gao trong khâu kiểm soát chất lượng từ đầu vào đến sản phẩm đầu ra, đặc biệt là khâu xuất khẩu. Nếu làm được việc này, chúng tôi tin chắc rằng không lâu sau uy tín và khả năng cạnh tranh của sản phẩm cao su của Việt Nam chắc chắn sẽ được nâng cao đáng kể trên thị trường quốc tế, tạo động lực cho công tác quy hoạch và chiến lược phát triển cao su trong nước.

*(Trở lại mục chính)***Các chính sách ảnh hưởng đến Ngành CSTN Việt Nam****Quyết định 1003/QĐ-BNN-CB do Bộ NN và PTNT**

- Theo Quyết định 1003/QĐ-BNN-CB do Bộ NN và PTNT đã ký ban hành ngày 13/05/2014 về việc nâng cao giá trị gia tăng của Ngành hàng nông lâm thủy sản trong chế biến và giảm tổn thất sau thu hoạch.
- Trong đó, đối với sản phẩm cao su thiên nhiên sẽ tập trung nâng cao tỷ trọng sản xuất các sản phẩm mủ cao su có giá trị cao như SVR 50, 60 giảm bớt SVR 3L theo cơ cấu như sau: SVR CV 50, 60 (ống cao su, đệm trong xe ô tô, lốp ô tô cao cấp,...) chiếm 25%; SVR 3L chiếm 20%; mủ kem (latex) chiếm 20%; 35% còn lại thuộc về các sản phẩm RSS, SVR 10, SVR 20.
- Theo chúng tôi đánh giá, đề án này sẽ giúp chuẩn hóa lại cơ cấu sản phẩm mủ cao su của Việt Nam cũng như là một cách để phân loại đối với các nhóm doanh nghiệp sản xuất mủ cao su trong nước, từ đó tạo lợi thế cạnh tranh cho mủ cao su Việt Nam so với khu vực và cả thế giới. Cụ thể trong các doanh nghiệp cao su niêm yết thì PHR có thể mạnh về mủ SVR 50, 60; DPR chuyên về SVR 3L, 10, 20; TRC có đến 70% sản lượng là mủ latex,...
- Ngoài ra, trong đề án còn định hướng sẽ nâng cao đầu tư phát triển công nghiệp chế biến các sản phẩm cao su như săm lốp, găng tay, nệm cao su,... nhằm nâng tỷ lệ tiêu thụ cao su nội địa từ 17% lên mức 30% vào năm 2020.

Đây cũng là hướng đi đúng đắn nhằm nâng cao nhu cầu tiêu thụ cao su trong nước giúp đảm bảo đầu ra cho các doanh nghiệp sản xuất nội địa.

Bộ Tài chính quyết định giảm thuế xuất khẩu đối với sản phẩm cao su

- Bộ Tài chính đã ban hành Thông tư số 111/2014/TT-BTC sửa đổi mức thuế suất thuế xuất khẩu một số mặt hàng cao su thuộc nhóm 40.01, 40.02, 40.05 quy định tại Biểu thuế xuất khẩu ban hành kèm theo Thông tư số 164/2013/TT-BTC xuống 0%, được áp dụng từ 2/10/2014.
- Trước đây, các loại cao su thiên nhiên nguyên sinh (mủ latex); dạng tấm; SVR 10, 20, L, CV; RSS; mủ crepe, cao su hỗn hợp chưa lưu hóa bị áp thuế xuất khẩu 3% và cao su tổng hợp là 5%. Tuy nhiên sang năm 2013 các loại thuế này đã giảm xuống còn 1%. Và hiện nay đã giảm xuống 0% cho tất cả các mặt hàng này.
- Theo đánh giá khách quan thì mức giảm thuế này có một tác động tích cực đó là thúc đẩy các doanh nghiệp đa dạng hóa sản phẩm nhằm giảm rủi ro đầu ra cho sản phẩm cao su. Nhưng xét về gốc độ hỗ trợ cho ngành thì chưa đủ lớn do vấn đề giá cao su giảm mạnh là tình hình chung của toàn cầu, mức giá bán tại các nước đều giảm. Vấn đề quan trọng là nguồn cung cao su toàn cầu đang khá cao so với nhu cầu tiêu thụ. Dự kiến đến 2016 khoảng cách cung-cầu mới được rút ngắn lại. Vì vậy, đây chỉ là biện pháp kỹ thuật trong tình thế khó khăn hiện tại.
- Theo đánh giá của chúng tôi, việc giảm thuế xuất khẩu chỉ có tác động ngắn hạn, điều quan trọng hơn hết là về dài hạn nếu có áp thuế xuất khẩu thì cần có sự linh hoạt trong việc áp mức thuế xuất khẩu theo tình hình thị trường, theo từng khung giá tại những thời điểm cụ thể và cần xác định rõ mục đích sử dụng thuế xuất khẩu thu từ sản phẩm cao su nhằm góp phần nâng chất lượng sản phẩm cao su của Việt Nam.

Miễn thuế TNCN cho cá nhân, hộ gia đình trồng cao su

- Thứ trưởng Bộ Tài chính Đỗ Hoàng Anh Tuấn đã có văn bản gửi Cục thuế các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương hướng dẫn thực hiện miễn thuế TNCN đối với hộ gia đình, cá nhân trồng cây cao su. Theo đó các hộ gia đình, cá nhân trực tiếp sản xuất cao su chưa qua chế biến thành các sản phẩm khác hoặc chỉ sơ chế thông thường thì sẽ được miễn thuế TNCN.
- Theo chúng tôi đánh giá thì đây là một biện pháp hỗ trợ, chia sẻ với nông dân trồng cao su trước tình hình khó khăn của toàn Ngành trong nước hiện nay, giúp ổn định tâm lý cũng như đảm bảo thu nhập đối với người trồng cao su. Đây cũng sẽ là động lực giúp các hộ gia đình tiếp tục duy trì diện tích trồng cao su nhằm đảm bảo diện tích trồng và sản lượng khai thác của cả nước.

Hình thành khu vực tam giác cao su Đông Dương

Hiệp hội cao su đang phối hợp với các cơ quan bộ ngành nghiên cứu hướng tới thành lập sàn giao dịch cao su vào năm 2015 nhằm đạt được sự minh bạch về giá và công bằng cho người mua lẫn người bán. Để đảm bảo cho sự phát triển bền vững của ngành cũng như đảm bảo nguồn hàng hóa dồi dào cho Sàn giao dịch sắp tới thì Tập đoàn cao su Việt Nam (VRG) cũng đã và đang thúc đẩy hợp tác phát triển cao su tại Lào (30.000 ha) và Campuchia (100.000 ha) nhằm hình thành khu vực tam giác cao su Đông Dương với định hướng trở thành vùng phát triển cao su lớn nhất thế giới. Đây được xem là hướng phát triển dài hạn rất tốt cho ngành cao su Việt Nam.

Nếu làm được điều này sẽ giúp cho vị thế cũng như tiếng nói của Việt Nam trong Ngành cao su toàn cầu sẽ được nâng lên tầm cao mới từ đó đem lại nhiều lợi ích cho các doanh nghiệp và tiểu điền đang hoạt động trong ngành.

Hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp săm lốp thế giới

Thương hiệu	Quốc gia	ROE		Tỷ suất LN gộp		Tỷ suất LNTT	
		2012	2013	2012	2013	2012	2013
Bridgestone	Nhật Bản	13,69	12,70	33,64	36,45	8,82	9,53
Yokohama	Nhật Bản	17,72	14,74	32,53	34,26	9,25	9,28
Michelin	Pháp	17,92	12,68	31,25	31,64	10,18	8,41
Goodyear	Mỹ	37,90	63,70	18,24	21,07	2,10	4,16
Cooper	Mỹ	33,00	12,70	15,57	15,01	8,77	6,19
Pirelli	Ý	17,27	12,88	-	-	9,71	8,41
Kumho	Hàn Quốc	14,43	5,56	18,92	20,12	2,19	3,35
Nokian	Phần Lan	25,23	12,99	44,14	46,09	24,04	20,57

Nguồn: Bloomberg

([Trở lại mục chính](#))

Phân tích chuỗi giá trị Ngành săm lốp Việt Nam

Nguồn nguyên liệu

Hiện tại ngành săm lốp đang chủ động được nguồn cao su thiên nhiên trong nước với sản lượng dồi dào và mức giá phù hợp. Cao su tổng hợp phần lớn phải nhập khẩu từ Hàn Quốc, Trung Quốc và Đài Loan,...với giá trị nhập khẩu hàng năm trên 500 triệu USD. Hai doanh nghiệp sản xuất cao su tổng hợp lớn nhất thế giới bao gồm Lanxess (Đức) và Sinopec (Trung Quốc). Các hóa chất, vải mảnh, than đen trong sản xuất săm lốp đều nhập khẩu phần lớn từ Trung Quốc. Riêng thép tanh sử dụng một phần sản xuất trong nước còn lại cũng phải nhập khẩu.

Cơ cấu sử dụng cao su trong săm lốp (% theo khối lượng)

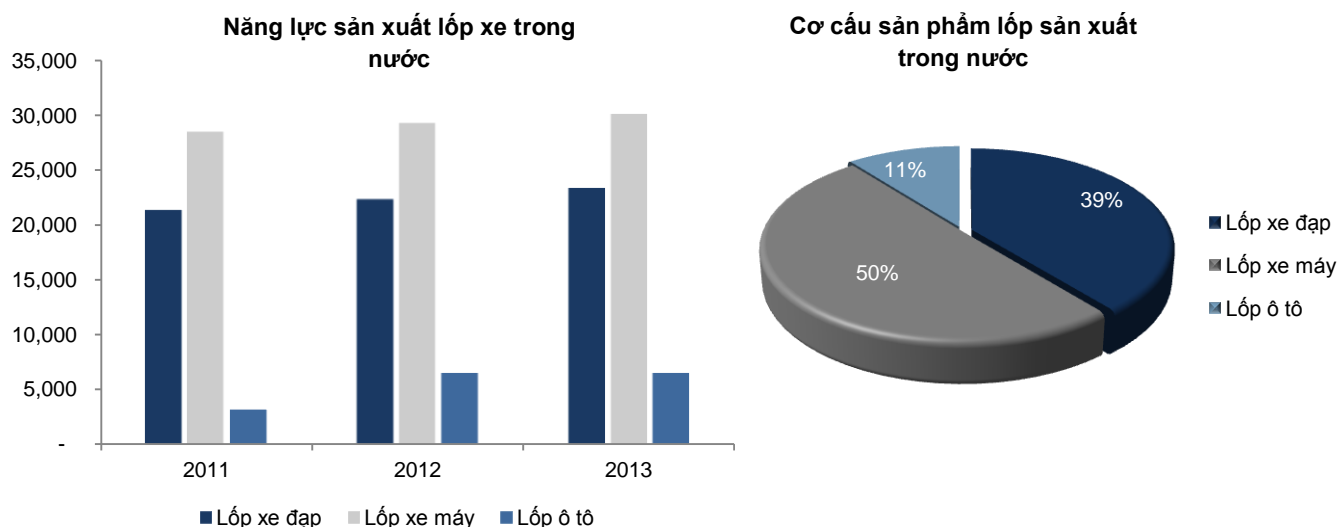
Nguyên liệu	Lốp xe du lịch	Lốp xe tải nhẹ	Lốp đặc chủng
Cao su	47%	45%	47%
Than đen	21.50%	22%	22%
Thép	16.50%	25%	12%
Vải mảnh	5.50%	-	10%
Hóa chất, phụ gia, vật tư khác	9.50%	8%	9%

Nguồn: FPTTS tổng hợp

Nguồn cung cấp nguyên vật liệu

STT	Nguyên liệu	Nguồn cung cấp
1	Cao su thiên nhiên	Trong nước
2	Cao su tổng hợp	Đài Loan, Hàn Quốc, Nhật, Thái Lan
3	Than đen	Ấn Độ, Hàn Quốc, Nhật, Úc
4	Hóa chất	Đài Loan, Việt Nam, Nhật, Thái Lan
5	Bổ thép	Malaysia, Hàn Quốc, Việt Nam, Nhật, Thái Lan
6	Vải mảnh	Trung Quốc, Mỹ, Nhật, Thái Lan.

Nguồn: FPTTS tổng hợp

Khâu sản xuất
(Trở lại mục chính)
Năng lực sản xuất và nhu cầu tiêu thụ của cả nước

Nguồn: Bộ Công thương, FPTS

Theo số liệu thống kê đến năm 2013, tổng sản lượng lốp sản xuất của cả nước đạt 59,6 triệu lốp, trong đó lốp xe đạp đạt 23,3 triệu lốp chiếm 39%; lốp xe máy đạt 30 triệu lốp, chiếm 50%; còn lại 11% là lốp ô tô với 6,30 triệu lốp. Trong suốt 5 năm qua cơ cấu sản lượng của 3 loại lốp này được duy trì khá ổn định.

Cung cầu lốp xe trong nước

Chỉ tiêu lốp/năm)	(triệu	2011	2012	2013
Nhu cầu tiêu thụ				
Lốp xe đạp		-	-	24,00
Lốp xe máy		35,78	38,02	37,50
Lốp ô tô		4,32	4,58	5,00
Sản xuất				
Lốp xe đạp		21,30	22,28	23,30
Lốp xe máy		28,40	29,19	30,00
Lốp ô tô		3,08	3,08	6,30

Nguồn: Bộ Công thương, Cục đăng kiểm, FPTS

Hiện nay, nguồn sản xuất lốp xe đạp trong nước đã đủ sức đáp ứng nhu cầu tiêu thụ mỗi năm. Riêng lốp ô tô vẫn chưa đáp ứng được và phải nhập khẩu với số lượng lớn mỗi năm. Lốp xe máy hiện nay đáp ứng được khoảng 80% tổng nhu cầu và tỷ lệ này đối với lốp ô tô là 67-70%. Riêng lốp Radial phải nhập khẩu hàng năm lên đến 70-80%. Với dòng lốp Radial, hiện nay nguồn sản xuất trong nước chưa theo kịp tốc độ tăng trưởng tiêu thụ của thị trường nội địa.

Cung cầu lốp Radial trong nước

Lốp Radial	2011	2012	2013	2014	2015
Cung nội địa (*)	1.755	1.755	1.770	2.085	2.595
Tiêu thụ	2.879	3.118	3.376	3.918	4.286

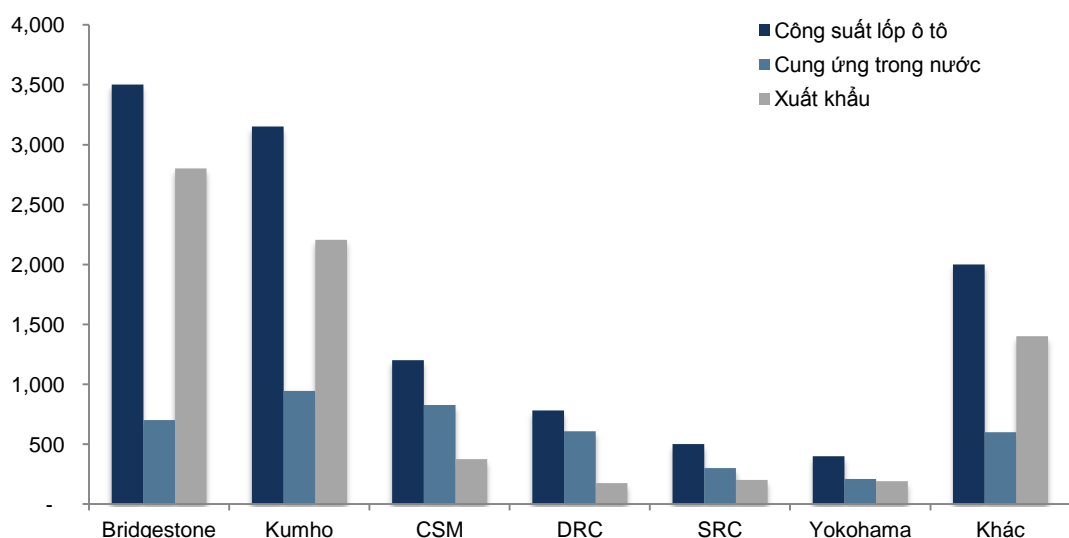
Nguồn: FPTS thu thập
() Nguồn cung lốp Radial toàn thép chiếm khoảng 73%*

Hiện nay với sự góp mặt của các sản phẩm lốp Radial từ DRC và CSM thì theo dự báo của chúng tôi thì đến 2015 nguồn cung trong nước chỉ mới đáp ứng được khoảng 60-62% nhu cầu lốp Radial cả nước và giả định DRC và CSM nâng tối đa công suất lên lần lượt là 600.000 và 1.000.000 lốp/năm, với tốc độ tăng trưởng nhu cầu lốp Radial như hiện tại thì đến 2020 nguồn cung trong nước cũng sẽ đáp ứng khoảng 65-67% nhu cầu nội địa. Điều này cho thấy có cơ sở để phân khúc lốp Radial tăng trưởng mạnh trong thời gian tới và là điểm sáng tích cực cho các doanh nghiệp nội địa như DRC và CSM khi đưa vào tiêu thụ các dòng lốp này. Tuy nhiên đây cũng là một thách thức cho các doanh nghiệp này nếu không đảm bảo được chất lượng thì sẽ rất dễ đánh mất hẳn mảnh đất màu mỡ này cho các nhãn hiệu lốp nước ngoài đang sản xuất, nhập khẩu và tiêu thụ tại Việt Nam.

Số liệu năng lực sản xuất của 3 doanh nghiệp sản lốp niêm yết

Loại lốp (Đvt: nghìn lốp)	DRC	CSM	SRC
Lốp xe đạp	6.200	5.000	8.000
Săm xe đạp	5.000	8.000	10.000
Công suất khai thác	62%	72%	45%
Lốp xe máy	2.000	6.000	2.500
Săm xe máy	2.000	22.000	7.000
Công suất khai thác	57%	70%	21%
Lốp ô tô	780	1.200	500
Săm ô tô	800	800	500
Công suất khai thác	95%	62%	55%

Nguồn: Bộ Công thương, Cục đăng kiểm, FPTTS

So sánh công suất sản xuất lốp ô tô của các doanh nghiệp tại Việt Nam


Nguồn: FPTTS

Các nhà sản xuất lốp xe nước ngoài như Bridgestone, Michelin, Kumho, Yokohama và Goodyear đang đầu tư vào Việt Nam với mục đích đưa Việt Nam trở thành điểm mới về sản xuất và thị trường tiêu thụ lốp xe của thế giới. Với chi phí lao động thấp, nguồn cung cao su dồi dào và thuế xuất khẩu 0% (so với 8% của Trung Quốc), Việt Nam có lợi thế rất lớn cho ngành sản xuất lốp xe. Theo trang Tirebusiness.com, quy mô thị trường lốp xe Việt Nam rất nhỏ so với thế giới (800 triệu USD so với 235 tỷ USD trên toàn cầu). Tuy nhiên, theo các nhà sản xuất lốp xe nước ngoài, Việt Nam là thị trường có tiềm năng mang lại lợi nhuận rất lớn, với tốc độ tăng trưởng 20 – 25%/năm. Hiện phân khúc lốp xe ô tô con trong nước đang nằm trong tay của các doanh nghiệp nước ngoài. Điển hình như Kumho (Hàn Quốc) vừa công bố kế hoạch đầu tư thêm 100 triệu USD vào Việt Nam để mở rộng nhà máy sản xuất lốp xe tại tỉnh Bình Dương với số vốn đầu tư ban đầu là 200 triệu USD. Nhà máy mở rộng dự kiến được hoàn thành vào năm 2015 với công suất 6,3 triệu lốp/năm, tăng gấp đôi so với hiện tại là 3,15 triệu lốp/năm. Bridgestone (Nhật Bản) đã nhận được giấy phép đầu tư để tăng vốn đầu tư vào nhà máy ở phía bắc thành phố Hải Phòng từ 574 triệu USD lên 1,2 tỷ USD. Nhà máy có công suất dự kiến là 9 triệu lốp/năm, lớn gấp 5,6 lần công suất của 2 nhà máy sản xuất lốp Radial của Casumina và DRC vào năm 2017 (tương đương 49.000 lốp/ngày). Hai công ty Kumho và Bridgestone đang tập trung sản xuất lốp Radial với công nghệ hiện đại cho xe con và sắp đến sẽ sản xuất lốp Radial cho cả xe tải, trong đó 95% để xuất khẩu sang Bắc Mỹ, Trung Đông, châu Á và Úc.

Tại Việt Nam, hiện có 3 doanh nghiệp sản xuất nội địa đang hoạt động kinh doanh khá hiệu quả bao gồm: CTCP Cao su Đà Nẵng là doanh nghiệp Việt Nam sản xuất sản phẩm lốp lớn nhất trong ngành, có thế mạnh trong phân khúc lốp xe tải, xe đặc chủng, xe công trình. Casumina với thương hiệu gắn liền với các dòng lốp xe máy, xe tải nhẹ. Cao su Sao Vàng tập trung vào sản xuất lốp xe đạp. Ngoài ra còn có các doanh nghiệp vốn FDI đang hoạt động sản xuất, kinh doanh tại Việt Nam như sau:

Doanh nghiệp	Công suất (1.000 lốp/năm)	Lốp Radial	Lốp Bias	Lốp ô tô	Lốp tải nhẹ	Lốp xe buýt	Lốp xe máy	Lốp công nghiệp
Yokohama	800		x		x		x	x
Chengshin Rubber	18.570	x	x		x	x	x	
Kumho Tire	3.150	x		x	x			
Kenda Rubber	2.000		x				x	x
Inoue Rubber	-		x				x	
Sailun Tyre	12.000	x		x	x			

Nguồn: TireBusiness, FPTIS

Hiệu quả kinh doanh theo từng nhóm lốp

EBIT Margin	Sản xuất lốp xe tải nhẹ và xe < 9 chỗ	Sản xuất lốp xe tải nặng	Sản xuất lốp xe máy	Sản xuất lốp xe đạp
Thế giới	9-15%	5-7%	6-7%	-
Doanh nghiệp điển hình	Michelin, Continental, Pirelli, Bridgestones	Michelin, Continental	Falcon Tyres	-
Việt Nam	19%	13%	14%	4,9%
Doanh nghiệp điển hình	DRC, CSM	DRC	CSM	SRC

Nguồn: Bloomberg, FPTIS

Trong ngành săm lốp có khá nhiều sản phẩm tương ứng với các dòng xe khác nhau. Tuy nhiên có thể chia làm các nhóm sản phẩm chính bao gồm: lốp xe tải nhẹ và xe < 9 chỗ, lốp xe > 9 chỗ, lốp xe tải nặng, lốp xe máy, lốp xe đạp.

Trong các nhóm sản phẩm này, săm lốp dành cho xe tải là nhóm có tỷ suất lợi nhuận gộp cao nhất, kể đến là nhóm săm lốp dành cho xe máy và xe đạp. Trên thế giới, các doanh nghiệp lớn đa phần đều sản xuất các dòng lốp dành cho xe ô tô con (< 9 chỗ), xe tải do nhu cầu rất lớn và tỷ suất lợi nhuận cao. Trong đó, 53% thị phần nằm trong tay của các tập đoàn lớn như: Michelin, Bridgestones, Goodyear, Continental, Pirelli,... Các dòng lốp xe máy và xe đạp phần lớn tập trung sản xuất ở các nước thuộc thị trường cận biên và đang phát triển như: Việt Nam, Sri-lanka, Brazil, Malaysia. Riêng thị trường Trung Quốc thì hầu hết các dòng lốp đều được sản xuất với quy mô lớn đủ sức để cung ứng cho toàn cầu với thị phần 27% lốp ô tô toàn cầu.

Khâu phân phối

(Trở lại mục chính)

Hiện tại khâu phân phối của ngành săm lốp Việt Nam tập trung vào phân khúc thay thế (chiếm 70-80%), đối với phân khúc lắp ráp theo xe mới (OEM) hầu hết nằm trong tay các doanh nghiệp và thương hiệu lớn của nước ngoài thông qua các dòng lốp nhập khẩu cùng với các sản phẩm lốp được các doanh nghiệp FDI sản xuất tại Việt Nam cụ thể như: lốp xe máy (Kenda, Inoue, Chengshin,...), lốp xe con (Michelin, Bridgestone, Kumho, Continental, Pirelli, Maxxis...), lốp xe tải (Bridgestone, Kumho, Continental, Yokohama, Chenshing,...).

Đối với kênh OEM và kênh bán hàng thay thế (Replacement) hiện vẫn chưa thể khẳng định chắc chắn kênh nào có mức biên lợi nhuận gộp cao hơn bởi điều này còn phụ thuộc vào quy mô tiêu thụ của từng kênh cũng như tỷ trọng tiêu thụ thực tế của 2 kênh này trong cơ cấu doanh thu của từng doanh nghiệp sản xuất. Với các doanh nghiệp quy mô toàn cầu, cung ứng lốp sản lượng lớn cho các hãng lắp ráp xe khi ấy với lợi thế quy mô cũng như sức ép về giá mua của các hãng lắp ráp khi đó mức tỷ suất lợi nhuận gộp sẽ thấp hơn so với kênh Replacement nhưng bù lại tổng lợi nhuận vẫn cao nhờ vào sản lượng cung cấp lớn. Ngược lại với quy mô cung ứng OEM nhỏ thì các doanh nghiệp sản xuất lốp xe sẽ duy trì mức tỷ suất lợi nhuận vừa đủ lớn để đảm bảo suất sinh lời của họ (lúc này tỷ suất sinh lời sẽ cao hơn lốp thay thế cùng chủng loại). Một yếu tố nữa làm cho tỷ suất lợi nhuận gộp của kênh OEM thường thấp hơn kênh thay thế đó là doanh nghiệp sản xuất lốp tiết giảm được chi phí quảng cáo, chi phí bán hàng do họ bán trực tiếp cho các hãng lắp ráp vì vậy họ sẽ chấp nhận bán giá thấp hơn so với kênh lốp thay thế. Thực tế cho thấy, với kênh OEM tỷ suất lợi nhuận gộp đạt khoảng >5% là đã có thể thực hiện. Đối với kênh thay thế thì tỷ suất lợi nhuận gộp cao hơn (>15%).

Tại Việt Nam, từ lâu đã tồn tại các khu phố chuyên mua/bán, cung cấp, sửa chữa săm lốp xe ô tô quy mô lớn như Tp.HCM (phố Lý Thái Tổ); Hà Nội (Giảng Võ, Láng Hạ); Đà Nẵng (từ sân bay đến đường Nguyễn Hữu Thọ và vòng xoay CMT8). Riêng khu phố Lý Thái Tổ, Q10, Tp.HCM trải dài từ trải dài từ vòng xoay Ngô Gia Tự-Lê Hồng Phong đến vòng xoay Nguyễn Văn Cừ - Nguyễn Thị Minh Khai. Tại đây có đến hơn 20 cửa hàng chuyên sửa chữa ô tô, chuyên mua/bán, sửa chữa và thay thế săm lốp ô tô. Ngoài ra, các cửa hàng, đại lý phân phối chính thức của các hãng lốp lớn của thế giới cũng đã có mặt tại đây như: Michelin, Yokohama, Bridgestones,...

Khâu tái chế và sản phẩm tái tạo từ lốp xe cũ

(Trở lại mục chính)

Sau khi kết thúc khâu tiêu thụ sản phẩm, các loại lốp sau khi sử dụng sẽ được đưa vào tái chế hoặc đưa vào khâu tái đắp để tiếp tục sử dụng. Theo nghiên cứu từ Thái

Lan, nếu làm đúng kỹ thuật thì chất lượng lốp đắp có khả năng đạt 60-90% chất lượng của lốp mới và có thể chạy thêm 50.000-70.000 km.

Ngoài ra, lốp xe sau khi sử dụng có thể tạo ra các sản phẩm có nhiều lợi ích cho các ngành liên quan như: Dầu FO-R dùng làm nhiên liệu cho các lò hơi, lò luyện thép; Than đen làm phụ liệu cho sản xuất săm lốp; phụ gia cho nhựa đường; hạt cao su và thảm cao su dùng trong thể thao,...

Hiện tại ở trong nước có các doanh nghiệp tái chế cao su lớn như: Công ty TNHH Môi trường công nghiệp xanh tại Hà Nội; CTCP Công nghệ và đầu tư Đông Nam Tây Ninh liên doanh của Thái Lan-Malaysia-Lào-Việt Nam. Vừa qua Công ty cổ phần Năng lượng tái tạo DVA cũng đã khởi công nhà máy tái chế cao su, nhựa thải tại huyện Tân Thành, Bà Rịa-Vũng Tàu Nhà máy có công suất xử lý 2.400 tấn cao su thải mỗi tháng, cung cấp ra thị trường trên 1.000 tấn dầu đốt FO-R, và 1000 tấn Carbon Black,... Tỷ lệ sản phẩm tái chế thu được tại Thái Lan như sau: Dầu đốt, bột carbon, thép, khí ga lần lượt là 35%, 33%, 12% và 20%. Bên dưới là tỷ lệ của một nhà cung cấp dây chuyền tại Việt Nam.

Tỷ lệ các sản phẩm tái tạo từ lốp xe đã qua sử dụng

Nguyên liệu	Tỷ lệ dầu đốt	Tỷ lệ bột carbon	Tỷ lệ thép	Tỷ lệ khí ga
Lốp xe tải lớn	45%-50%	25%-30%	10%	10%-15%
Lốp xe du lịch	40%-45%	30%-35%	10%	10%-15%
Lốp xe máy, xe đạp	30%-35%	35%-40%		15%-25%




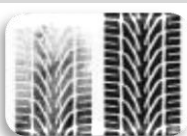



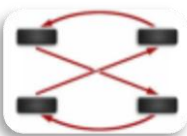

Nguồn: ttmindustry

So sánh các tính năng giữa lốp bias và lốp Radial (Trở lại mục chính)

Với cấu tạo được cải tiến vượt trội và được xem là một sự cách tân trong ngành săm lốp. Lốp radial đã mang đến cho người sử dụng những tính năng ưu việt giúp mang đến nhiều lợi ích thiết thực và tăng cường độ an toàn cho người sử dụng xe.

Sự khác biệt lớn nhất giữa lốp bias và lốp radial như sau: (1) Lốp bias trước đây được cấu tạo bởi các bố vải quấn chồng lên nhau theo góc 60 độ. Còn lốp radial thay các bố vải bằng các lớp bố thép hoặc bán thép (vừa vải vừa thép) đan thành từng lớp chồng lên nhau với 1 góc 90 độ hướng tâm. Với cấu trúc này giúp cho lốp được chắc chắn hơn nhiều lần và tạo sự cân bằng ngay từ bên trong cũng như giảm sinh nhiệt cho lốp trong quá trình vận hành. (2) Đối với lốp bias, phần bề mặt lốp và hông lốp là 1 khối thống nhất nhưng đối với lốp radial là 2 phần độc lập. Đối với lốp radial, hông lốp lúc này được xem như phần khung truyền lực. Lực sẽ được phân bổ đều cho hông lốp và bề mặt lốp. Chính điều này, giúp cho khả năng chịu áp lực, khả năng bám đường sẽ tốt hơn rất nhiều và giảm chấn động cho xe trong quá trình lưu thông.

Đối với lốp bias, cả hông lốp và bề mặt lốp đều chịu tác động chung, các lớp bố khi chịu lực tác động sẽ trượt lên nhau dẫn đến giảm khả năng truyền lực từ hông lốp xuống bề mặt lốp. Vì vậy khả năng bám đường của Bias sẽ thấp hơn và sinh nhiệt cao hơn dẫn đến hao mòn nhanh hơn và kém an toàn hơn. Bên dưới là tổng hợp các tiêu chí so sánh giữa Lốp Bias và Lốp Radial mà chúng tôi đã thu thập được:

Lốp Bias		Lốp Radial
Tuổi thọ		
Có khả năng sử dụng trong địa hình gồ ghề 40.000 – 80.000 km		Thích hợp đi đường phẳng và tốc độ cao Tuổi thọ cao hơn bias từ 50-100% trong cùng điều kiện sử dụng 60.000 – 120.000 km
Độ hao mòn		
Hao mòn nhanh hơn		Chậm hao mòn hơn 30-50%
Độ bám đường, độ cân bằng		
Thấp hơn dẫn đến tốc độ chạy sẽ thấp hơn.		Cao hơn giúp tốc độ chạy cao hơn và an toàn hơn.
Bề mặt bám đường		
Nhỏ hơn		Lớn hơn
Hao tổn nhiên liệu		
Cao hơn		Thấp hơn từ 11% trở lên
Mức sinh nhiệt		
Cao hơn		Thấp hơn
Độ bền		
Thấp hơn do dễ bị hao mòn và sinh nhiệt cao trong quá trình sử dụng.		Cao hơn so với lốp bias nhờ khả năng bám đường tốt và ít sinh nhiệt. Tuy nhiên dễ bị hư hỏng nếu xe chở vượt mức tải trọng quy định của lốp.
Khả năng vận hành		
Kém hơn do khả năng bám đường thấp hơn so với lốp Radial. Dễ gây ra chấn động cho xe, người lái và người ngồi trong xe.		An toàn, thuận tiện và tạo cảm giác lái thoải mái cho người lái xe. Bám đường tốt, giảm chấn động cho xe, người lái và người ngoài trong xe.
Giá cả và khả năng sửa chữa		
Dễ sửa chữa hơn Giá thấp hơn		Khó sửa chữa hơn Giá cao hơn

Thuế nhập khẩu lốp ô tô

Theo quy định của Thông tư số 156/2011/TT-BTC ngày 14/11/2011 của Bộ Tài chính và Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam để thực hiện Khu vực Thương mại Tự do ASEAN -Trung Quốc giai đoạn 2012-2014 ban hành kèm theo Thông tư số 162/2011/TT-BTC ngày 17/11/2011 của Bộ Tài chính thì:

Nếu mặt hàng lốp ô tô tải nhập khẩu là loại lốp cao su hơi, chưa qua sử dụng có chiều rộng không quá 450 mm (nhỏ hơn hoặc bằng 18 inch) thì thuế suất nhập khẩu là:

- 25% - sản phẩm nhập từ Trung Quốc
- 5% - sản phẩm nhập từ ASEAN

Nếu mặt hàng lốp ô tô tải được nhập khẩu là loại lốp cao su hơi, chưa qua sử dụng, có chiều rộng trên 450 mm (>18inch), thuế suất thuế nhập khẩu là:

- 10% - sản phẩm nhập từ Trung Quốc
- 0% - sản phẩm nhập từ ASEAN

Các quy định trên cũng được xem như một rào cản thương mại nhằm hạn chế các sản phẩm lốp xe nhập khẩu để bảo vệ và giữ thị trường nội địa cho sản phẩm lốp xe được sản xuất trong nước. Tuy nhiên về dài hạn đến năm 2018 các loại thuế suất sẽ gần như về 0%, lúc đó không phân biệt lốp xe nội địa hay nhập khẩu, tất cả đều phải cạnh tranh công bằng. Lúc bấy giờ chất lượng sẽ quyết định tất cả, từ nay đến đó sẽ là quãng thời gian không quá dài để các doanh nghiệp sản xuất lốp xe trong nước tích cực cải tiến công nghệ nhằm nâng cao chất lượng để giữ vững thị trường nội địa và mở rộng xuất khẩu nâng cao uy tín và tạo tăng trưởng cho ngành sản xuất lốp xe trong nước nói chung và cho doanh nghiệp sản xuất nói riêng. (Trở lại mục chính)

Thách thức TPP đối với sản xuất lốp xe Việt Nam

- Với tốc độ phát triển cơ sở hạ tầng của Việt Nam như hiện nay, xu hướng tiêu dùng lốp bias sẽ dần chuyển sang sử dụng lốp Radial. Đồng thời với cam kết WTO, AFTA, ATIGA và sắp tới là Hiệp định TPP, sản phẩm lốp Radial của nước ngoài sẽ tràn vào Việt Nam với mức giá ngày càng hấp dẫn. So với doanh nghiệp trong nước, các doanh nghiệp nước ngoài có lợi thế về quy mô, về thương hiệu cũng như kinh nghiệm sản xuất lốp Radial với chất lượng cao và chi phí giá thành thấp nhờ quy mô sản xuất lớn (economics of scale). Cụ thể, nhà máy mở rộng của Kumho Tires tại Bình Dương với công suất 6,3 triệu lốp/năm. Ngoài ra, một trong những ông lớn của ngành sản xuất lốp xe là Bridgestones cũng đang xây dựng nhà máy lốp xe của tại KCN Đình Vũ (Hải Phòng) với quy mô 49.000 lốp/ngày.
- Với lợi thế vùng nguyên liệu cao su rộng lớn tại Việt Nam đồng thời Hàn Quốc và Nhật Bản là 2 trong số các quốc gia tham gia ký kết Hiệp định TPP. Vì vậy, chắc chắn sản phẩm lốp sản xuất từ 2 nhà máy này sẽ được hưởng lợi rất nhiều trong vấn đề nhập khẩu nguyên liệu để sản xuất cũng như xuất khẩu thành phẩm. Trước mắt, sản phẩm từ 2 doanh nghiệp này sẽ phục vụ cho nhu cầu xuất khẩu đáp ứng cho hoạt động của các tập đoàn này ở nước ngoài tuy nhiên nếu nhu cầu thay đổi thì cả Kumho lẫn Bridgestones đều có thể thâm nhập ngay tại thị trường Việt Nam. Một điểm đáng lưu ý là phân khúc sản phẩm dành cho xe du lịch các doanh nghiệp trong nước gần như nhường sân chơi này cho các thương hiệu nước ngoài. Tuy nhiên với phân khúc lốp xe tải được đánh giá là mức độ cạnh tranh chưa quá gay gắt sẽ là mảnh đất màu mỡ giúp các doanh nghiệp Việt Nam như DRC và CSM có thể cạnh tranh sòng phẳng cả về giá cả lẫn chất lượng. (Trở lại mục chính)

Lộ trình giảm thuế nhập khẩu xe ô tô

- Theo cam kết tại Hiệp định Thương mại Hàng hóa ASEAN (ATIGA) có tên gọi trước đây là CEPT/AFTA, Việt Nam phải cắt giảm và xóa bỏ thuế quan rất nhiều mặt hàng nhập khẩu trong khu vực ASEAN đến năm 2018, trong đó có ô tô - xe máy. Thuế nhập khẩu ô tô nguyên chiếc đã được duy trì ở mức rất cao từ 100 - 150% trong vòng 2 thập kỷ qua để bảo vệ ngành công nghiệp ô tô trong nước. Thực hiện cam kết ATIGA thuế nhập khẩu ô tô đã bắt đầu cắt giảm từ năm 2012, cắt giảm xuống 70% vào năm 2012, 50% vào năm 2014 và sẽ cắt giảm hoàn toàn xuống 0% vào năm 2018.
- Điều đó có nghĩa là ngành công nghiệp ô tô Việt Nam còn rất ít thời gian để nâng cao năng lực cạnh tranh trước sức ép hiện hữu của các dòng xe nhập khẩu từ ASEAN khi thuế suất nhập khẩu ô tô nguyên chiếc xuống 0%. Đó là mặt sức ép đối với ngành sản xuất ô tô của Việt Nam. Tuy nhiên nếu xét về khía cạnh tiêu thụ lốp ô tô sẽ là mặt tích cực đặt biệt là phân khúc lốp thay thế (replacement) dành cho xe con và xe tải. Một khi mức thuế xuất giảm về 0% theo lộ trình thì lượng xe ô tô nhập khẩu vào Việt Nam sẽ gia tăng, về lâu dài kéo theo đó là lượng lốp tiêu thụ nhằm mục đích thay thế sẽ gia tăng, đó là câu chuyện của tương lai sau năm 2018.
- Từ nay đến 2018 là giai đoạn quan trọng để ngành sản xuất lốp trong nước có thêm thời gian để hoàn thiện và nâng cao chất lượng nhằm cạnh tranh sòng phẳng với lốp ngoại nhập. Tuy nhiên theo quan điểm của tôi, có khả năng về dài hạn ngành sản xuất lốp trong nước chỉ đủ sức cạnh tranh được trong mảng sản xuất lốp dành cho xe tải (đặc biệt là lốp radial), xe nông nghiệp, xe đạp, xe máy, xe đạp; còn các dòng lốp dành cho xe ô tô con (< 9 chỗ) sẽ rất khó cạnh tranh.
- Thực tế cho thấy theo quan sát trên thị trường, phần lớn các dòng xe con (< 9 chỗ) rất ít khi sử dụng lốp của DRC và CSM mà thay vào đó là các dòng sản phẩm nhập ngoại như Michellin, Bridgestone, Dunlop, Goodyear, Continental,... Bởi đây là phân khúc sản phẩm đặc thù với tâm lý ưa chuộng sản phẩm nước ngoài cũng như đẳng cấp của loại lốp sử dụng theo xe vì vậy phải hội tụ cả điều kiện cần là chất lượng và điều kiện đủ là thương hiệu thì mới có cơ hội cạnh tranh trong phân khúc này.

(*Trở lại mục chính*)

Thông tư 06/VBHN-BGTVT quy định về tải trọng xe và khổ giới hạn đường bộ

- Như trước đây, khi Thông tư 06 của Bộ GTVT chưa ra đời thì các hãng vận tải phần lớn đều chở vượt tải trọng, đó là thực trạng đã kéo dài từ lâu trong quá khứ. Tuy nhiên việc Thông tư 06 ra đời là hoàn toàn phù hợp với điều kiện kinh tế và hạ tầng hiện nay. Với mục đích chấn chỉnh lại việc chấp hành đúng trong vấn đề tải trọng sẽ gây không ít khó khăn đối với đa phần các hãng vận tải đang hoạt động hiện nay đồng thời cũng sẽ gián tiếp ảnh hưởng đến các doanh nghiệp hoạt động sản xuất trong nước. Bởi thực tế không nhiều các doanh nghiệp sản xuất lớn trong nước có riêng đội xe để vận chuyển hàng hóa mà phải thuê bên ngoài. Vì vậy, từ khi Thông tư 06 ra đời không ít các hãng vận tải tăng cước phí làm tăng chi phí đối với các doanh nghiệp trong nước. Đó là tác động đối với các doanh nghiệp sử dụng dịch vụ vận tải.
- Đối với các doanh nghiệp vận tải sẽ là một gáo nước lạnh trước hoạt động kinh doanh hiện tại của họ. Lúc này giả định với lượng hàng hóa lưu thông không đổi thì các doanh nghiệp vận tải muốn vận chuyển được hết khối lượng hàng này thì buộc phải đầu tư thêm đội xe. Khi đó lượng tiêu thụ xe tải nhẹ, xe tải nặng trong nước sẽ gia tăng trong đó một lượng lớn xe tải được sản xuất lắp ráp trong nước và sử dụng mặt hàng sản phẩm lốp trong nước. Theo đó, lượng xe tăng lên thì nhu cầu tiêu thụ lốp mới cũng sẽ tăng tương ứng. Thực tế thì DRC và CSM đã và đang gia

công cho các doanh nghiệp lắp ráp xe lớn trong nước như Auto Trường Hải, Vinaxuki,...

- Nhìn theo mặt tích cực thì chúng ta có thể thấy Thông tư 06 vừa giúp chấn chỉnh việc tuân thủ quy định vận tải đồng thời cũng gián tiếp giúp cho mặt hàng săm lốp có cơ sở để tăng trưởng trong thời gian tới, đây là một điểm tích cực cho các doanh nghiệp sản xuất săm lốp trong nước điển hình là DRC và CSM. Thêm vào đó, theo quy định của Cục đăng kiểm xe, hàng năm khi đi đăng kiểm xe thì các bộ phận lắp ráp phải đạt chuẩn mới được cấp chứng nhận đăng kiểm. Đây cũng là một yếu tố giúp loại bỏ các dòng lốp giá rẻ, kém chất lượng nhập khẩu từ Trung Quốc và các nước láng giềng khác. Từ đó giúp chuẩn hóa quy định về lốp xe, tạo dư địa tăng trưởng cho lốp nội địa.

(Trở lại mục chính)

Quy hoạch phát triển Ngành công nghiệp ô tô Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030

Theo quy hoạch của Thủ tướng chính phủ dành cho Ngành công nghiệp ô tô, định hướng đến 2020-2030 sẽ đẩy mạnh vào phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ cung cấp nguyên vật liệu cho sản xuất xe ô tô trong nước. Trong đó, chắc chắn sẽ có sản phẩm săm lốp ô tô. Ngoài ra, theo định hướng nước ta sẽ tập trung vào phát triển trình độ sản xuất các loại xe thuộc nhóm xe tải và xe trên 10 chỗ ngồi cho thấy nhu cầu phụ tùng lắp ráp cho 2 phân khúc xe này sẽ rất lớn trong đó có săm lốp.

Tỷ lệ % giá trị sản xuất trong nước

Loại xe	2020	2025	2030
Ô tô <= 9 chỗ	30-40	40-45	50-55
Ô tô >= 10 chỗ	35-45	50-60	70-75
Ô tô tải	30-40	45-55	65-70
Xe chuyên dụng	25-35	40-45	55-60

Nguồn: Quyết định 1211/QĐ-TTg

Với mục tiêu đến 2025 đạt 60% và 55% tỷ lệ cung ứng phụ tùng dành cho lắp ráp xe trên 10 chỗ ngồi và xe tải trong nước cho thấy dư địa tăng trưởng cho các sản phẩm lốp ô tô cho 2 nhóm xe này là rất cao. Như vậy săm lốp ô tô trong 2 phân khúc này sẽ có cơ sở để tăng trưởng trong cả 2 phân khúc thị trường là phân khúc lốp thay thế (Replacement) và lốp lắp ráp theo xe mới (OEM).

Số lượng xe sản xuất trong nước dự kiến

Loại xe (chiếc)	2020	2025	2030
Ô tô <= 9 chỗ	114,053	237,900	451,512
Ô tô >= 10 chỗ	14,154	29,102	51,288
Ô tô tải	97,952	197,017	356,115
Xe chuyên dụng	1,336	2,356	3,846
Tổng	227,495	466,375	862,761

Tỷ lệ % lắp ráp so với nhu cầu trong nước

Loại xe	2020	2025	2030
Ô tô <= 9 chỗ	60	65	70
Ô tô >= 10 chỗ	90	92	92
Ô tô tải	78	78	80
Xe chuyên dụng	15	18	20

Nguồn: Quyết định 1211/QĐ-TTg

Nếu quy hoạch này được triển khai một cách quyết liệt và bài bản theo lộ trình đặt ra sẽ tạo nền tảng tốt cho các ngành phụ trợ cho lắp ráp ô tô, trong đó có săm lốp sẽ có điều kiện tăng trưởng tốt và bền vững về lâu dài. Và đây cũng là điều kiện để các

doanh nghiệp trong ngành như DRC và CSM khai thác tối đa công suất nhà máy lốp radial toàn thép và sớm nâng công suất của 2 nhà máy lên 600.000 và 1.000.000 lốp/năm để tạo tăng trưởng dài hạn cho ngành nói chung và cho 2 doanh nghiệp này nói riêng.

Tuy nhiên một vấn đề cần xem xét là mảng săm lốp chỉ là một trong nhiều bộ phận cấu thành nên chuỗi giá trị sản xuất xe ô tô vì vậy để làm được điều này cần phải phát triển một cách đồng bộ nhiều nhóm sản phẩm khác nhau mới có thể tạo ra sự tăng trưởng chung cho toàn ngành. Lúc đó, các sản phẩm phụ trợ mới có cơ sở để tăng trưởng. Nếu không làm tốt điều này thì các doanh nghiệp FDI sẽ hạn chế đầu tư mà nếu có đầu tư họ cũng sẽ sử dụng sản phẩm nhập khẩu để lắp ráp xe. Khi ấy sản phẩm phụ trợ của chúng ta sẽ khó lòng cạnh tranh được. *(Trở lại mục chính)*

Các doanh nghiệp thuộc chuỗi giá trị Ngành CSTN

Các doanh nghiệp trồng và chế biến CSTN điển hình chưa niêm yết

Cao su Đồng Nai

- Thành lập năm 2009, là doanh nghiệp có quy mô diện tích cao su lớn nhất trong Tập đoàn CN Cao su Việt Nam (VRG) với 43.822 ha chia thành 13 Nông trường. Trong đó diện tích khai thác đạt 22.240 ha với sản lượng khai thác đạt 30.000 - 35.000 tấn. Ngoài ra công ty còn đầu tư 6.293 ha tại Campuchia và đang đầu tư nhà máy chế biến công suất 12.000 tấn/năm dự kiến Quý 3/2015 sẽ đưa vào vận hành.
- Năng suất 1,69 tấn/ha.
- Tổng tài sản đạt 4.224 tỷ đồng, vốn chủ sở hữu đạt 2.579 tỷ đồng. Vốn điều lệ: 1.707 tỷ đồng.
- Doanh thu năm 2013 đạt 1.834 tỷ đồng; LNTT đạt 759 tỷ đồng, tương ứng tỷ suất LNTT đạt 41,4% giảm so với mức 43,4% của năm 2012. Trong đó xuất khẩu chiếm khoảng 46% tổng doanh thu. Công ty thuộc top 50 doanh nghiệp xuất khẩu CSTN lớn nhất nước Thị trường xuất khẩu chính bao gồm: Singapore, Đài Loan, Malaysia, Đức, Ý.

Điểm mạnh: diện tích cao su lớn nhất ngành, sản phẩm đạt chứng nhận ISO 9001:2008; đặc biệt là chứng chỉ FSC tạo điều kiện thuận lợi để sản phẩm của công ty được xuất khẩu ra khắp thế giới.

Điểm yếu: diện tích cao su giá nhiều dẫn đến năng suất thấp khoảng 1,69 tấn/ha. Hiện công ty đang đầu tư tái canh vườn cao su với chi phí đầu tư dở dang khá lớn ở mức 929 tỷ đồng.

Cao su Dầu Tiếng

- Là doanh nghiệp có diện tích cao su lớn thứ 2 trong Tập đoàn CN Cao su Việt Nam (VRG), với 28.820 ha phân bổ thành 11 Nông trường. Trong đó, diện tích đang khai thác là 19.377 ha.
- Vốn điều lệ đạt 1.283 tỷ đồng.
- Sản lượng khai thác năm 2013 đạt 30.800 ha. Sản phẩm thế mạnh của Dầu Tiếng là SVR CV50, 60 và SVR 3L. Ngoài ra, công ty còn sản xuất nhiều loại mủ khác như: SVR L; SVR10, 20; SVR 5; cao su ly tâm (latex). Sản phẩm được chế biến thông qua 3 nhà máy. Công ty thuộc top 50 doanh nghiệp xuất khẩu CSTN lớn nhất nước

- Doanh thu năm 2013 đạt 2.388 tỷ đồng (giảm 20% so với năm 2012). LNTT năm 2013 đạt 663,9 tỷ đồng, tương đương tỷ suất LNTT/doanh thu đạt 27,8%.

Điểm mạnh:

Diện tích cao su lớn, sản phẩm đa dạng và chất lượng SVR CV50,60 thuộc loại tốt nhất trong Tập đoàn và trong khu vực.

Các nhà máy và sản phẩm đều đã được cấp chứng nhận ISO 9001:2008; ISO 14001:2004; FSC/FM-CoC; ISO/IEC 17025:2005. Nhờ đó mà kim ngạch xuất khẩu của công ty thường chiếm tỷ trọng lớn, khoảng 70% trong tổng doanh thu của công ty hàng năm. Thị trường xuất khẩu chính là Châu Âu, Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan.

Điểm yếu: rừng cao su già nhiều dẫn đến năng suất thấp khoảng 1,59 ha/tấn.

Cao su Phú Riềng

- Thành lập năm 1978, công ty có trụ sở tại Bình Phước, là doanh nghiệp lớn thứ 3 trong tập đoàn với diện tích cao su đạt 18.850 ha, phân bổ thành 14 Nông trường. Diện tích khai thác đạt 12.661 ha. Sản lượng khai thác năm 2013 đạt 26.100 tấn, với năng suất đạt 2,02 tấn/ha.
- Sản phẩm chính là SVR 3L, 10; SVR CV60.
- Công ty thuộc top 50 doanh nghiệp xuất khẩu CSTN lớn nhất nước. Kim ngạch xuất khẩu thường chiếm 49% tổng doanh thu của công ty. Thị trường xuất khẩu chính là Châu Âu, Hàn Quốc, Đài Loan, Trung Quốc,...

Cao su Lộc Ninh

- Thành lập năm 1978, trụ sở tại Bình Phước. Hiện tại Công ty có tổng diện tích là 10.800 ha, trong đó cao su khai thác bình quân khoảng 7.000 ha phân bổ thành 07 Nông trường. Sản lượng khai thác năm 2013 đạt 12.700 tấn. Năng suất 2,02 tấn/ha.
- Sản phẩm thế mạnh là mủ SVR 3L, SVR 5 chiếm 39% sản lượng chế biến.
- Ngoài ra còn có mủ SVR 10, 20 chiếm 24%; mủ latex chiếm 25% còn lại là mủ RSS.
- Kim ngạch xuất khẩu chiếm khoảng 11% tổng doanh thu của công ty, thị trường xuất khẩu chính bao gồm Châu Âu, Châu Mỹ, Châu Á.

Cao su Tân Biên

- Thành lập năm 1985, trụ sở tại tỉnh Tây Ninh. Diện tích vườn cao su đạt 6.161 ha. Hiện tại công ty đang tiến hành đầu tư trồng 17.000 ha cao su tại Campuchia thông qua công ty con là Tân Biên – Kampongthom.
- Công ty sản xuất hầu hết các loại mủ cao su, trong đó 70% sản lượng là mủ cốm (SVR) và 30% là mủ latex.
- Công ty thuộc top 50 doanh nghiệp xuất khẩu CSTN lớn nhất nước. Doanh thu xuất khẩu chiếm khoảng 20% tổng doanh thu. Thị trường xuất khẩu chính là Singapore, Nga, Mỹ, Đài Loan, Malaysia, Indonesia, Pháp.

Cao su Bình Long

- Thành lập năm 1976, trụ sở tại tỉnh Bình Phước. Tổng diện tích cao su đạt 14.737 ha chia thành 08 Nông trường. Trong đó diện tích khai thác đạt 10.958 ha. Năng suất bình quân đạt 2,01 tấn/ha. Công ty có 2 nhà máy chế biến.
 - Năm 2013 công ty khai thác được 21.354 tấn. Công ty thuộc top 50 doanh nghiệp xuất khẩu CSTN lớn nhất nước. Xuất khẩu hàng năm chiếm 35% tổng doanh thu của công ty. Thị trường xuất khẩu chủ yếu là Trung Quốc, Đài Loan, Hàn Quốc, Châu Âu, Nam Mỹ.
 - Sản phẩm chính là SVR CV50,60; SVR 10, 20 và mủ ly tâm. Sản phẩm của công ty đạt chất lượng ISO 9001-2008; ISO 17025-2005.
-

Cao su Bà Rịa

- Thành lập năm 1994, trụ sở tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu.
- Tổng diện tích cao su đạt 8.546 ha, trong đó khai thác 3.250 ha. Sản lượng khai thác năm 2013 đạt 6.000 tấn. Hiện tại công ty đang đầu tư trồng cao su tại Campuchia với công ty con là Bà Rịa – Kampongthom, diện tích 10.400 – 11.400 ha.
- Tổng tài sản đạt 1.279 tỷ đồng, vốn chủ sở hữu đạt 1.025 tỷ đồng.
- Doanh thu 2013 đạt 385,9 tỷ đồng, LNTT đạt 67,8 tỷ đồng tương đương tỷ suất LNTT đạt 17,6%. Hiệu quả kinh doanh của công ty khá thấp so với các công ty trong ngành, ROE chỉ đạt 1,6%.
- Sản phẩm chính của công ty bao gồm: SVR CV50,60, SVR 3L, SVR 10.
- Thị trường xuất khẩu chính là Singapore, Nhật Bản, Hàn Quốc, Nga, Châu Âu.

(Trở lại mục chính)

Các DN kinh doanh thương mại trong chuỗi giá trị Ngành CSTN**CTCP XNK Tổng hợp Bình Phước**

- Thành lập năm 1997 và cổ phần hóa năm 2006. Trụ sở đặt tại tỉnh Bình Phước.
- Công ty chuyên sản xuất và xuất khẩu mủ cao su (SVR 10, 3L); tinh bột khoai mì. Ngoài ra còn sản xuất gang tay y tế, đồ gỗ nội thất.
- Công ty sở hữu 06 nhà máy sản xuất tinh bột khoai mì (tổng công suất đạt 15.000 tấn/tháng) và 10 nhà máy sản xuất cao su (tổng công suất 10.000 tấn/tháng).
- Hàng năm công ty sản xuất khoảng 71.000 tấn cao su và 75.000 tấn tinh bột khoai mì.
- Thị trường xuất khẩu chính bao gồm: Trung Quốc, Đài Loan, Malaysia, Philippines, Ấn Độ, Nhật, Nam Mỹ,... Liên tiếp trong 3 năm trở lại đây, công ty luôn đứng vị trí số 01 trong cả nước về giá trị xuất khẩu sản phẩm cao su với kim ngạch xuất khẩu hơn 5.000 tỷ đồng.

CTCP Cao su Việt Phú Thịnh

- Thành lập năm 2003. Trụ sở đặt tại tỉnh Bình Phước với nhà máy công suất 18.000 tấn/năm.
- Hoạt động chính:
 - Sản xuất và kinh doanh xuất nhập khẩu hầu hết các sản phẩm mủ cao su: SVR CV50,60; SVR 3L; SVR 10,20; SVR 5, RSS,... Đối với mủ latex thì công ty không sản xuất mà chỉ thực hiện kinh doanh thương mại.
 - Mua bán hóa chất: Acid Formic, Acid Acetic, Acid Stearic,...
- Việt Phú Thịnh là doanh nghiệp đứng vị trí thứ 2 trong số các doanh nghiệp xuất khẩu cao su lớn nhất cả nước hiện nay.
- Là đơn vị sản xuất và xuất khẩu cao su thiên nhiên có uy tín với số lượng hàng lớn, đầy đủ chủng loại do các nhà sản xuất hàng đầu Việt Nam. Ngoài ra, Việt Phú Thịnh còn có khả năng cung cấp các sản phẩm mủ cao su được sản xuất từ Thái Lan, Malaysia, Indonexia, Campuchia với khối lượng lớn lên đến 1.000 tấn/lô hàng thông qua kênh xuất - nhập khẩu mà công ty đã tạo dựng từ trước đến nay.

Công ty TNHH SX-TM Hoa Sen Vàng

- Thành lập năm 2005, hoạt động kinh doanh chính là sản xuất, kinh doanh và xuất khẩu cao su thiên nhiên với hầu hết các sản phẩm: SVR 10,20; SVR 3L; SVR CV 50,60, Latex,...
- Là doanh nghiệp thuộc top 3 về giá trị xuất khẩu cao su lớn nhất cả nước hiện nay.
- Thị trường xuất khẩu chính bao gồm: Mỹ, Châu Âu, Trung Quốc, Ấn Độ, Đông Nam Á,... Giá trị xuất khẩu đạt hơn 3.300 tỷ đồng (162 triệu USD).

(Trở lại mục chính)

Các “tay chơi lớn” trong Ngành**Tập đoàn Sri-Trang – CSTN**

Đây là công ty sản xuất và chế biến cao su theo chuỗi giá trị lớn nhất thế giới hiện nay. Có trụ sở tại Thái Lan với 23 nhà máy, trong đó 21 nhà máy tại Thái Lan, 2 tại Indonesia. Với 61 nguồn cung cấp mủ cao su bao gồm 40 điểm tại Thái Lan và 21 điểm tại Indonesia. Ngoài ra công ty còn sở hữu hơn 6.000 ha cao su tại Thái Lan. Đây là những nguồn cung ứng quy mô lớn giúp công ty chủ động nguồn mủ cao su đầu vào.

Sản lượng cao su sản xuất hàng năm lên đến 1,3 triệu tấn chủ yếu là mủ cao su khối (TSR), RSS và latex. Nguồn cung của công ty chiếm 10% nhu cầu cao su của toàn cầu, chiếm 21% thị phần cung ứng của Thái Lan và khoảng 15% tổng nhu cầu nhập khẩu của Trung Quốc.

Sri-Trang hiện cũng là nhà sản xuất găng tay lớn thứ 4 thế giới và đứng đầu tại Thái Lan. Sản lượng khoảng 14 tỷ chiếc/năm. Ngoài ra, Sri-Trang còn là nhà sản xuất ống cao su (chịu áp suất cao) lớn nhất Thái Lan với sản lượng 42,5 triệu mét/năm.

Tổng tài sản đạt 1,37 tỷ USD, vốn CSH đạt 621 triệu USD.

Doanh thu năm 2013 đạt 2,86 tỷ USD. Tỷ suất LNST đạt khoảng 2%; ROE đạt 9,3%.

Liên minh Rubber Net - CSTN

Là công ty đa quốc gia có trụ sở tại Singapore, thuộc sở hữu của Tập đoàn Itochu của Nhật Bản chuyên kinh doanh xuất nhập khẩu hàng hóa và Southland Rubber Co.Ltd của Thái Lan chuyên sản xuất, chế biến cao su. Đây được xem là liên minh sản xuất và phân phối sản phẩm cao su hàng đầu thế giới.

Sản lượng hàng năm sản xuất khoảng 1 triệu tấn và xuất bán đạt 800.000 tấn.

Công ty có 16 nhà máy chế biến bao gồm: 12 nhà máy tại Thái Lan, 1 tại Malaysia, 2 tại Indonesia và 1 tại Ấn Độ. Các nhà máy này thuộc sở hữu bởi Southland Rubber Co.Ltd. Ngoài ra, công ty còn giá tiếp sở hữu các nhà máy của PT Aneka Bumi Pratama - công ty con của Tập đoàn Itochu và 3 nhà máy của Thaitech Rubber Corporation Ltd – công ty liên doanh giữa Tập đoàn Itochu (33%), Southland Rubber Co.Ltd (33,5%) và Sri-Trang (33,5%).

Astlett Rubber Inc – Phân phối

Thành lập năm 1885, trụ sở tại Canada.

Là doanh nghiệp phân phối sản phẩm cao su thiên nhiên và cao su tổng hợp thuộc top 10 thế giới hiện nay. Nguồn cao su được lấy từ Thái Lan, Indonesia, Malaysia và Việt Nam. Cao su tổng hợp phần lớn lấy từ Nga và Kumho (Hàn Quốc).

Lanxess – Cao su tổng hợp

Là doanh nghiệp sản xuất hóa chất hàng đầu thế giới và có sản lượng sản xuất cao su tổng hợp lớn nhất thế giới với hơn 1,6 triệu tấn/năm. Công ty có trụ sở tại Đức, có doanh thu năm 2013 đạt 8,3 tỷ Euro, riêng cao su tổng hợp và sản phẩm đàn hồi, chất dẻo chiếm 54-57%. Đóng góp doanh thu lớn nhất là từ thị trường Châu Âu (47%) và Châu Á –TBD (26%). Tổng tài sản của công ty đạt 6,8 tỷ Euro; vốn CSH đạt 1,9 tỷ Euro. Tỷ suất EBITDA cho mảng cao su tổng hợp, chất dẻo đạt mức 15,8% (2012) và 8,7% (2013).

Sinopec – Cao su tổng hợp

Thành lập năm 1998, thuộc Tập đoàn hóa chất Trung Quốc. Là doanh nghiệp chuyên khai thác chế biến các sản phẩm dầu mỏ như: xăng, LPD, CNG, dầu thô, cao su tổng

hợp, hóa chất khác. Sinopec hiện đứng đầu Châu Á về sản lượng sản xuất cao su tổng hợp với sản lượng năm 2013 đạt 1,33 triệu/tấn.

Tổng tài sản đạt 233 tỷ USD. Doanh thu năm 2013 đạt 7,1 tỷ USD; trong đó doanh thu hóa chất chiếm 38%; từ sản phẩm hóa dầu chiếm 28% còn lại là các sản phẩm khác.

(Trở lại mục chính)

Các doanh nghiệp sản xuất lốp vốn FDI tại Việt Nam

Inoue Tires Việt Nam

- Công ty được thành lập năm 1997, nhà máy đặt tại Vĩnh Phúc, với cơ cấu cổ đông bao gồm: 76% nước ngoài và 24% là của Tập đoàn Hóa chất Việt Nam (Vinachem). Trong 76% cổ đông nước ngoài bao gồm: Asian Inoue Rubber Pte.Ltd. (Nhật Bản); Inoue Rubber (Thailand) Public Co.,Ltd.; Inoue Rubber Singapore Pte.Ltd.; Bridgestone Corporation.
- Theo chúng tôi được biết thì đây là công ty duy nhất tại Việt Nam được chính thức ký hợp đồng chuyển giao công nghệ từ Công ty cao su INOUE Nhật Bản. Đây là nhà máy tiên tiến vào bậc nhất khu vực Đông Nam Á.
- Hiện nay công ty có khoảng 50 đại lý trên toàn quốc. Sản phẩm chính: săm lốp xe máy, săm lốp xe đạp, săm lốp xe đẩy.
- Inoue được xem là đối thủ cạnh tranh trực tiếp với cả 3 doanh nghiệp trong Tập đoàn VRG (DRC, CSM, SRC) trong phân khúc săm lốp xe máy cả lắp ráp theo xe mới (OEM) và lốp thay thế.
- Với công nghệ hiện đại cùng với thương hiệu từ Nhật Bản, săm lốp xe máy của công ty được cung cấp chính thức cho các hãng sản xuất và lắp ráp xe máy nổi tiếng nội địa như Yamaha, Honda, SYM,... Săm lốp xe đạp và xe đẩy phục vụ cho xuất khẩu. Riêng dòng sản phẩm săm xe máy, công ty đã cho ra đời loại săm làm từ 100% cao su tổng hợp (Butyl) với độ kín khí cao gấp 4 lần so với săm bình thường, đây được xem là sản phẩm khác biệt của công ty so với các hãng nội địa khác.

Công ty TNHH Yokohama Tyre Việt Nam

- Công ty được thành lập năm 2006, vốn 100% của Nhật Bản. Trước khi công ty này được thành lập thì đã có một liên doanh giữa Yokohama (56%), Casumina (30%) và Mitsubishi (14%) ra đời cuối năm 1997. Tuy nhiên liên doanh này đã giải thể vào năm 2012 do kinh doanh không hiệu quả.
- Sản phẩm chính: lốp xe máy, xe tải nhẹ, xe nâng.
- Công ty có 2 nhà máy: nhà máy đặt tại Bình Dương công suất 800.000 lốp/năm; nhà máy đặt tại KCN Nhơn Trạch I với công suất 180 tấn/tháng.
- Sản phẩm lốp xe máy của công ty được cung cấp cho các hãng sản xuất và lắp ráp xe nổi tiếng trong nước như: Honda, Yamaha, SYM, Suzuki, Piaggio.
- Yokohama Tyre được xem là đối thủ cạnh tranh trực tiếp với cả 3 doanh nghiệp trong Tập đoàn VRG (DRC, CSM, SRC) trong phân khúc săm lốp xe máy cả lắp OEM và lốp thay thế.

Kumho Tires Việt Nam

- Công ty thành lập năm 1993, vốn đầu tư 100% của Hàn Quốc.
- Sản phẩm chính: săm lốp xe du lịch và lốp Radial cho xe tải nhẹ.

- Nhà máy đặt tại Bình Dương với công suất 3,15 triệu lốp/năm và đang có kế hoạch nâng lên thành 6,3 triệu lốp/năm. Phần lớn lốp sản xuất của công ty phục vụ cho xuất khẩu, có khoảng 945.000 lốp tiêu thụ tại thị trường nội địa.
- Kumho Tires được xem là đối thủ cạnh tranh trực tiếp với DRC và Casumina trong các dòng lốp cho xe du lịch và xe tải nhẹ trong phân khúc lốp OEM và cả lốp thay thế. Đặc biệt dòng lốp dành cho xe con hầu hết nằm trong tay của Kumho Tires. Riêng dòng lốp xe tải dùng để thay thế thì hiện nay DRC vẫn chiếm ưu thế với thị phần đạt 13% và Casumina khoảng 8%, Kumho khoảng 5%.

Sailun Việt Nam

- Đây là công ty có vốn 100% của Tập đoàn Sailun - Trung Quốc, trong năm 2013 công ty đã đưa vào vận hành nhà máy sản xuất lốp Radial bán thép tại Tây Ninh.
- Sản phẩm chính là: lốp Radial bán thép dành cho xe du lịch và xe tải; lốp đặc chủng (OTR).
- Nhà máy của công ty có tổng vốn đầu tư là 597 triệu USD, chia làm 3 giai đoạn. Hiện giai đoạn đầu tiên đã hoàn tất với công suất dự kiến 7,8 triệu lốp PCR và 15 ngàn tấn OTR trong 1 năm. Giai đoạn thứ 2 sẽ bắt đầu vào năm 2015, nâng công suất PCR lên thêm 12 triệu lốp; còn giai đoạn cuối cùng sẽ tiến hành vào năm 2017, nâng công suất OTR lên thêm 50 ngàn tấn. Như vậy đến thời điểm 2017, nhà máy Sailun Việt Nam sẽ có tổng công suất là 19,8 triệu lốp PCR và 65 ngàn tấn OTR.
- Sản phẩm từ nhà máy sẽ có 70% được xuất khẩu đến châu Âu và Mỹ, 20-25% xuất khẩu đến thị trường Trung Đông và các nước Đông Nam Á, 5% dự kiến tiêu thụ nội địa Việt Nam. Trong những năm tới, tùy theo mức độ phát triển của nền kinh tế và thị trường ô tô Việt Nam, tỷ lệ tiêu thụ nội địa sẽ được nâng cao dần.

Chengshin Rubber Việt Nam

- Thành lập năm 2005.
- Chuyên sản xuất lốp xe tải, xe du lịch, xe máy.
- Công suất nhà máy tại Nhơn Trạch, Đồng Nai đạt 63.380 lốp/ngày.
- Cũng như Kumho và Yokohama, Chengshin đây cũng là đối thủ cạnh tranh trực tiếp với các doanh nghiệp nội địa trong phân khúc lốp xe máy, xe tải và xe du lịch.

DIỄN GIẢI KHUYẾN NGHỊ

Diễn giải về mức khuyến nghị đầu tư

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

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

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

Tuyên bố miễn trách nhiệm

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

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

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

Tại thời điểm thực hiện báo cáo phân tích, FPTTS và chuyên viên phân tích không nắm giữ bất kỳ cổ phiếu nào của các doanh nghiệp đề cập trong báo cáo này.

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

Bản quyền © 2010 Công ty chứng khoán FPT

Công ty Cổ phần Chứng khoán FPT Trụ sở chính

Tầng 2 - Tòa nhà 71 Nguyễn Chí Thanh,
Quận Đống Đa, Hà Nội, Việt Nam
ĐT: (84.4) 3 773 7070 / 271 7171
Fax: (84.4) 3 773 9058

Công ty Cổ phần Chứng khoán FPT

Chi nhánh Tp.Hồ Chí Minh
Tầng 3 - Tòa nhà Bến Thành
TimeSquare
136-138 Lê Thị Hồng Gấm, Quận
1, Tp.Hồ Chí Minh, Việt Nam
ĐT: (84.8) 6 290 8686
Fax: (84.8) 6 291 0607

Công ty Cổ phần Chứng khoán FPT

Chi nhánh Tp.Đà Nẵng
100 Quang Trung, Quận Hải Châu,
Tp.Đà Nẵng, Việt Nam
ĐT: (84.511) 3553 666
Fax: (84.511) 3553 888