BÁO CÁO NGÀNH SĂM LỐP

Tháng 04/2017

RADIAL HÓA TẠO ĐỘNG LỰC TĂNG TRƯỞNG

"… Trong dài hạn, phân khúc săm lốp ô tô sẽ là động lực tăng trưởng chính cho ngành săm lốp Việt Nam. Radial hóa là xu hướng tất yếu, trong khi thị phần của lốp bias sẽ ngày càng bị thu hẹp lại…"

Nguyễn Tất Đạt

Chuyên viên phân tích

E: datnt@fpts.com.vn

P: (08) - 6290 8686 - Ext: 7580

TIÊU ĐIỂM

Ngành săm lốp thế giới

- Ngành công nghiệp sản xuất săm lốp là một ngành có tính chu kỳ và chịu ảnh hưởng trực tiếp bởi sự phát triển của nền kinh tế. Trong giai đoạn khủng hoảng, nhu cầu tiêu thụ và sử dụng ô tô cá nhân giảm đã tác động tiêu cực đến ngành săm lốp. Sau đó khi nền kinh tế phục hồi, nhu cầu tiêu thụ, sử dụng ô tô tăng kéo theo nhu cầu tiêu thụ săm lốp tăng trong những năm gần đây.

- Ngành săm lốp thế giới đang bước vào giai đoạn tăng trưởng ổn định với tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 3.2%/năm trong giai đoạn 2001 – 2015. Theo dự báo của LMC và Fredonia, nhu cầu lốp xe thế giới sẽ tiếp tục tăng trưởng với tốc độ bình quân khoảng 3-4%/năm trong giai đoạn 2015 – 2020.

- Động lực tăng trưởng cho ngành săm lốp thế giới trong những năm tới đến từ các thị trường đang phát triển như châu Á – Thái Bình Dương và đặc biệt là Trung Quốc. Các thị trường này được kỳ vọng sẽ đạt mức tăng trưởng bình quân hàng năm trên 6% trong giai đoạn 2015 – 2020 và đóng góp trên 70% vào tổng mức tăng trưởng của toàn thế giới. Trong đó, riêng Trung Quốc sẽ đóng góp tới 40%, với tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 9%/năm.

- Các thị trường phát triển như Bắc Mỹ và châu Âu đang bước vào giai đoạn bão hoà với tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm chỉ nằm trong mức 1-3% trong giai đoạn 2015 – 2020.

- Chi phí nguyên vật liệu chiếm tỉ trọng lớn trong cấu trúc chi phí của các doanh nghiệp săm lốp. Biến động giá của các loại nguyên vật liệu chính như cao su thiên nhiên, cao su tổng hợp và muội than đều có mối liên hệ với giá dầu thô.

- Biến động giá cao su tác động trực tiếp đến tỉ suất lợi nhuận gộp của các doanh nghiệp săm lốp. Tỉ suất lợi nhuận gộp trung bình của 10 nhà sản xuất lốp xe lớn nhất thế giới luôn cao hơn 20% và có xu hướng tăng trong giai đoạn 2010 – 2016.

- Thị trường săm lốp thế giới có mức độ tập trung cao. 5 doanh nghiệp lớn nhất chiếm trên 50% thị phần săm lốp toàn cầu. 4 quốc gia sản xuất săm lốp lớn nhất thế giới là Trung Quốc, Mỹ, Nhật Bản và Hàn Quốc chiếm 55% tổng sản lượng sản xuất.

- Khoảng trên 25% lượng tiêu thụ lốp xe ô tô hàng năm đi qua kênh lắp ráp theo xe mới (OEM), và 75% còn lại được tiêu thụ cho mục đích thay thế (Replacement) thông qua hệ thống đại lý phân phối, cửa hàng.

- Lốp xe ô tô con và xe thương mại hạng nhẹ chiếm 87% sản lượng tiêu thụ hàng năm, 13% còn lại thuộc về lốp xe thương mại hạng nặng như xe tải, xe khách. Từ nay tới năm 2020, nhu cầu lốp xe con và xe thương mại hạng nhẹ được dự báo sẽ tăng 4.5%/năm, trong đó riêng dòng lốp có kích thước lớn (trên 17 inch) sẽ tăng 7%/năm. Lốp xe thương mại hạng nặng được dự báo tăng 1.5%/năm.

- Radial hoá là xu hướng tất yếu. Tại các thị trường phát triển, tỉ lệ sử dụng lốp radial đạt trên 90%. Xu hướng radial hoá đang và sẽ còn diễn ra mạnh mẽ ở các thị trường đang phát triển, những nơi có tỉ lệ sử dụng lốp radial còn thấp và cơ sở hạ tầng đang phát triển nhanh.

Ngành săm lốp Việt Nam

- Tốc độ tăng trưởng về giá trị của thị trường săm lốp Việt Nam được dự báo sẽ đạt khoảng 8%/năm trong giai đoạn 2015 – 2020, cao gấp 2 lần so với mức bình quân của thế giới, đồng thời cũng cao hơn mức bình quân 6% của nhóm thị trường đang phát triển.

- Săm lốp xe đạp chiếm tỉ trọng nhỏ và đã bước vào giai đoạn bão hoà với tiềm năng tăng trưởng gần như không còn.

- Sau 2 năm sụt giảm 2013 – 2014, doanh số bán xe máy ở Việt Nam đã tăng mạnh trở lại trong những năm gần đây, tạo động lực tăng trưởng cho phân khúc săm lốp xe máy. Theo ước tính của chúng tôi, nhu cầu săm lốp xe máy có thể đạt mức tăng trưởng bình quân 6.5%/năm trong giai đoạn từ nay cho tới năm 2020.

- Lốp ô tô các loại sẽ là động lực tăng trưởng chính cho ngành săm lốp Việt Nam trong dài hạn. Nhu cầu tiêu thụ xe ô tô còn nhiều dư địa tăng trưởng, cùng với quyết tâm phát triển ngành công nghiệp ô tô và công nghiệp phụ trợ của Chính phủ là tiền đề cho sự tăng trưởng của phân khúc săm lốp ô tô.

- Năng lực tự chủ nguồn nguyên vật liệu của ngành săm lốp trong nước còn thấp nên hiệu quả kinh doanh phụ thuộc vào biến động giá nguyên vật liệu, biến động tỉ giá và lãi suất.

- Cơ cấu sản xuất, phân khúc sản phẩm và thị trường mục tiêu có sự phân hoá tương đối rõ ràng giữa các doanh nghiệp. Nhóm doanh nghiệp FDI phần lớn tập trung vào các sản phẩm lốp radial cho xe ô tô con để phục vụ mục tiêu xuất khẩu. Nhóm doanh nghiệp nội địa có danh mục sản phẩm đa dạng và phần lớn doanh thu do thị trường trong nước đóng góp.

- Mức độ cạnh tranh trong ngành săm lốp tương đối cao, đến từ săm lốp Trung Quốc và sản phẩm chất lượng cao, có thương hiệu mạnh của các doanh nghiệp FDI.

- Áp lực cạnh tranh từ săm lốp Trung Quốc trong những năm gần đây là rất cao, khiến các doanh nghiệp nội địa phải giảm giá bán, tăng chiết khấu, khuyến mại để giữ thị phần. Trong thời gian tới, áp lực cạnh tranh có thể được giảm bớt khi Mỹ đã gỡ bỏ thuế chống bán phá giá và thuế chống bảo hộ đối với săm lốp Trung Quốc.

- Việt Nam không nằm ngoài xu hướng radial hoá. Hiện tại, tỉ lệ sử dụng lốp radial cho ô tô ước tính đạt 50-60%. Với hệ thống cơ sở hạ tầng giao thông ngày càng hiện đại, nhu cầu cho các dòng lốp radial trong tương lai sẽ còn nhiều dư địa tăng trưởng.

- Các doanh nghiệp săm lốp nội địa đang tập trung vào phân khúc lốp ô tô tải. Với năng lực cạnh tranh trong phân khúc lốp radial cho xe ô tô con còn thấp, các doanh nghiệp nội địa đang nhường phân khúc có dư địa tăng trưởng cao nhất này cho các doanh nghiệp FDI và sản phẩm nhập khẩu.

Nhận định, khuyến nghị đầu tư

- **Khuyến nghị Trung lập trong ngắn hạn** (dưới 1 năm): Lốp xe Trung Quốc xuất khẩu sang Mỹ được gỡ bỏ thuế chống bán phá giá và thuế chống bảo hộ, cùng với các chính sách siết chặt ngành săm lốp của Trung Quốc có thể giảm bớt áp lực cạnh tranh lên các doanh nghiệp săm lốp Việt Nam. Các doanh nghiệp có khả năng tăng giá bán và giảm chiết khấu, khuyến mại. Tuy nhiên, cần theo dõi sát tình hình tiêu thụ lốp radial của các doanh nghiệp CSM và DRC.

- **Khuyến nghị Tích cực trong trung và dài hạn:** Tỉ lệ sở hữu xe ô tô trong dân cư vẫn còn ở mức thấp; thu nhập của người dân ngày càng tăng cùng với quyết tâm của Chính phủ với mục tiêu phát triển ngành công nghiệp ô tô và các ngành công nghiệp phụ trợ sẽ tạo nên tiềm năng tăng trưởng mạnh cho phân khúc săm lốp ô tô. Đây cũng là động lực tăng trưởng chính cho ngành săm lốp Việt Nam trong dài hạn.

MỤC LỤC

I. TỔNG QUAN NGÀNH SĂM LỐP THẾ GIỚI **2**

1. Lịch sử hình thành và các giai đoạn phát triển 2

2. Vòng đời ngành săm lốp thế giới 3

3. Chuỗi giá trị ngành săm lốp thế giới 5

4. Xu hướng cung cầu của ngành săm lốp thế giới trong những năm tới 15

5. Triển vọng ngành săm lốp thế giới 21

II. NGÀNH SĂM LỐP VIỆT NAM **23**

1. Lịch sử hình thành và các giai đoạn phát triển của ngành săm lốp Việt Nam 23

2. Vòng đời ngành săm lốp Việt Nam 23

3. Chuỗi giá trị của ngành săm lốp Việt Nam 24

4. Xu hướng cung – cầu của ngành săm lốp Việt Nam 36

5. Môi trường kinh doanh của ngành săm lốp Việt Nam 41

6. Mức độ cạnh tranh của ngành săm lốp Việt Nam 45

III. TRIỂN VỌNG CỦA NGÀNH SĂM LỐP VIỆT NAM **49**

1. Phân tích SWOT ngành săm lốp Việt Nam 49

2. Triển vọng và xu hướng ngành săm lốp Việt Nam 50

3. Khuyến nghị đầu tư 51

IV. CẬP NHẬT DOANH NGHIỆP TRONG NGÀNH **53**

1. Cập nhật quy mô và biến động của những doanh nghiệp trong ngành 53

2. Cập nhật một số chỉ số tài chính quan trọng của các doanh nghiệp 54

3. Cập nhật hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp trong ngành 54

4. Tình hình tài chính 57

5. Cơ cấu cổ đông sở hữu của các doanh nghiệp 61

6. Thông tin sơ lược khác về các doanh nghiệp 61

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

ANRPC	Hiệp hội các quốc gia sản xuất cao su thiên nhiên
IRSG	Tổ chức nghiên cứu cao su quốc tế
ITRC	Hội đồng cao su quốc tế 3 bên
OICA	Hiệp hội các nhà sản xuất ô tô thế giới
VAMA	Hiệp hội các nhà sản xuất ô tô Việt Nam
VAMM	Hiệp hội các nhà sản xuất xe máy Việt Nam
VRA	Hiệp hội cao su Việt Nam
MHCV	Xe thương mại hạng nặng
PC & LCV	Xe ô tô con và xe thương mại hạng nhẹ
OEM	Săm lốp lắp ráp theo xe mới
CAGR	Tốc độ tăng trưởng kép hàng năm

I. TỔNG QUAN NGÀNH SĂM LỐP THẾ GIỚI

1. Lịch sử hình thành và các giai đoạn phát triển

Lốp xe là bộ phận duy nhất trên mỗi chiếc xe tiếp xúc trực tiếp với mặt đường và chịu toàn bộ tải trọng của xe. Ngoài chức năng chính là chuyền lực kéo của động cơ xuống mặt đường giúp xe di chuyển, thì lốp xe còn có tác dụng mang lại sự linh hoạt cho chuyển động của xe và giảm các rung chấn truyền ngược lại từ mặt đường. Do đó, chất lượng của lốp xe ảnh hưởng rất lớn tới khả năng vận hành, tính an toàn, độ tiêu hao nhiên liệu của xe, đồng thời ảnh hưởng tới cảm giác lái, sự thoải mái của người lái và người ngồi trong xe.

Những chiếc lốp xe đầu tiên

Ngành công nghiệp sản xuất lốp xe thế giới đã trải qua 200 năm lịch sử với rất nhiều giai đoạn phát triển. Những chiếc lốp xe đầu tiên là những dải da hoặc sắt, được bọc xung quanh vành bánh xe bằng gỗ nhằm bảo vệ bánh xe khỏi những vật cản trên đường, tuy nhiên không giúp giảm chấn, giảm sóc cho xe.

Dù đã được tìm ra bởi Charles Macintosh vào những thập niên đầu thế kỷ 19, cao su tự nhiên chưa có những đặc tính phù hợp để được sử dụng làm lốp xe, do nó dễ chảy và dính khi gặp nhiệt độ cao nhưng lại dễ cứng lại khi gặp nhiệt độ thấp; tính đàn hồi, tính chịu lực cũng như tính bền, tính kháng thời tiết thấp. Chỉ cho đến khi Charles Goodyear phát minh thành công cao su lưu hoá vào năm 1839, với tính đàn hồi, tính bền và kháng thời tiết vượt trội so với cao su chưa lưu hoá, những chiếc lốp xe cao su đã ra đời và thay thế cho những chiếc lốp da, lốp sắt. Ở giai đoạn này, lốp xe vẫn là những dải cao su đặc dẹt bọc quanh vành bánh xe.

Đến năm 1845, Robert William Thomson là người đầu tiên phát minh ra lốp xe bơm khí nén, được thiết kế với nhiều ống cao su nhỏ chứa khí nén được ghép lại với nhau và bọc trong một lớp da, giúp giảm sóc cho xe. Tuy nhiên do còn nhiều hạn chế, những chiếc lốp xe với thiết kế này chưa từng được sản xuất đại trà, và những chiếc lốp cao su kiểu cũ vẫn được sử dụng.

Năm 1888, những chiếc lốp xe bơm khí nén đầu tiên được sản xuất với quy mô công nghiệp, sau khi John Boyd Dunlop thử nghiệm thành công loại lốp này trên những chiếc ô tô ba bánh. Giai đoạn cuối thế kỷ 19, ô tô ba bánh ngày càng được sử dụng nhiều hơn, giúp cho lốp xe bơm khí nén trở nên rất phổ biến và đã được sử dụng cho giải đua xe ô tô từ Paris đến Bordeaux. Do vậy, đây có thể được coi là cột mốc đầu tiên đánh dấu sự phát triển của ngành công nghiệp sản xuất săm lốp.

Lốp Bias

Trong suốt 50 năm tiếp theo, công nghệ sản xuất lốp xe đã đạt được những bước cải tiến vượt bậc dựa trên xương sống là thiết kế lốp dạng bias. Những cải tiến có thể kể đến như thiết kế lại vành bánh xe để việc thay thế lốp dễ dàng hơn; hoa lốp giúp cải thiện độ bám đường và bảo vệ lốp khỏi những vật cản; sử dụng carbon đen (muội than) để tăng tính kháng thời tiết, tăng độ bền cho lốp; phát minh lốp không săm. Đặc biệt với việc Du Pont sản xuất thành công cao su tổng hợp với quy mô công nghiệp vào năm 1931, ngành công nghiệp sản xuất săm lốp đã có thêm nguồn cung nguyên liệu đầu vào mới, bớt phụ thuộc vào cao su thiên nhiên và có điều kiện nâng cao chất lượng, sản lượng lốp xe.

Riêng với dòng lốp không săm, năm 1952 có thể được coi là thời điểm đầu tiên loại lốp này được sản xuất với quy mô công nghiệp bởi công ty BF Goodrich. Với nhiều ưu điểm vượt trội so với lốp có săm, nó đã được sử dụng ngày càng rộng rãi và dẫn tới việc loại bỏ săm trên ô tô. Cho tới nay, săm

đã không còn xuất hiện trên các mẫu xe ô tô hiện đại, mà chỉ còn được sử dụng trên những dòng xe cổ, xe trưng bày, và trên xe máy, xe đạp.

Lốp Radial

Sự ra đời của lốp Radial đánh dấu bước chuyển mình mạnh mẽ tiếp theo của ngành công nghiệp săm lốp thế giới. Mặc dù đã được nghiên cứu và phát triển bởi người Anh từ năm 1913, lốp radial chưa được sản xuất với quy mô công nghiệp và sử dụng phổ biến cho tới năm 1948, khi Michelin lần đầu giới thiệu loại lốp này ra thị trường châu Âu. Nhờ những ưu điểm về khả năng vận hành, tiết kiệm nhiên liệu, độ bền so với lốp bias mà lốp radial đã được sử dụng rộng rãi và dần thay thế lốp bias, trở thành lốp xe tiêu chuẩn cho mỗi chiếc xe ô tô xuất xưởng trong suốt 20 năm sau đó ở những thị trường ngoài Mỹ. Do cấu tạo phức tạp hơn, tính trung bình, chi phí sản xuất mỗi chiếc lốp radial cao hơn khoảng 45% so với lốp bias; đồng thời chi phí để đổi mới dây chuyền sản xuất lốp, chi phí thay đổi thiết kế và cải tiến kỹ thuật sản xuất ô tô (do ô tô với thiết kế cũ không phù hợp để sử dụng lốp radial) đã khiến cho những nhà sản xuất ô tô và săm lốp ở Mỹ không sẵn sàng cho xu thế mới. Cho tới năm 1967, Goodyear – nhà sản xuất lốp xe Mỹ và cũng là nhà sản xuất lốp xe lớn nhất thế giới tại thời điểm đó, đã tiếp nhận xu hướng lốp radial bằng một loại lốp bias cải tiến, có thiết kế kết hợp hai loại lốp này, giúp nó có độ bền khoảng 30,000 dặm (so với 23,000 dặm của lốp bias thông thường, và 40,000 dặm của lốp radial), trong khi vẫn có thể được sản xuất bằng các dây chuyền công nghệ hiện có đồng thời phù hợp để sử dụng cho ô tô có thiết kế cũ. Chỉ sau vài năm đưa ra thị trường, loại lốp này đã chiếm tới 87% thị trường lốp OEM ở Mỹ (từ 2% năm 1968).

Cuộc khủng hoảng năng lượng năm 1973 đã dẫn tới giá nhiên liệu tăng mạnh và người dân Mỹ có nhu cầu lớn hơn đối với những dòng xe tiết kiệm nhiên liệu. Số lượng xe ô tô được nhập khẩu vào Mỹ tăng nhanh chóng (từ mức chiếm 15% sản lượng tiêu thụ xe ở Mỹ năm 1973 lên 28% vào đầu thập niên 80). Những dòng xe nhập khẩu này được lắp sẵn lốp radial, và có thiết kế phù hợp với dòng lốp này. Nhờ vậy, người Mỹ đã nhận ra hiệu quả kinh tế lâu dài mà dòng lốp radial mang lại. Cho tới năm 1983, tất cả xe ô tô sản xuất mới ở Mỹ được lắp sẵn lốp radial, và các nhà sản xuất lốp xe Mỹ cũng chuyển trọng tâm sang dòng lốp này. Từ đó tới nay, công nghệ sản xuất lốp xe tiếp tục được nghiên cứu, cải tiến với mối quan tâm về mức độ an toàn, hiệu năng vận hành của lốp xe, và bảo vệ môi trường. Các công nghệ mới có thể kể đến như lốp xe run-flat: trong trường hợp bị thủng lốp vẫn có thể giúp xe tiếp tục di chuyển với tốc độ lên tới 80km/h trong một khoảng thời gian nhất định, tránh những tai nạn do sự cố thủng lốp bất ngờ. Các loại lốp xe hiệu năng cao/siêu cao (Ultra High Performance tyre – UHP) được thiết kế cho những dòng xe sang, xe thể thao, hướng tới những khách hàng có thu nhập cao, quan tâm tới khả năng vận hành cao của xe. Bên cạnh đó, với sự quan tâm ngày càng lớn đến các vấn đề về môi trường, những loại lốp xe thân thiện với môi trường như lốp dành cho xe chạy nguyên liệu hydrogen, xe ô tô điện hay lốp xe giúp giảm tiêu hao nhiên liệu ngày càng được sản xuất và sử dụng rộng rãi hơn.

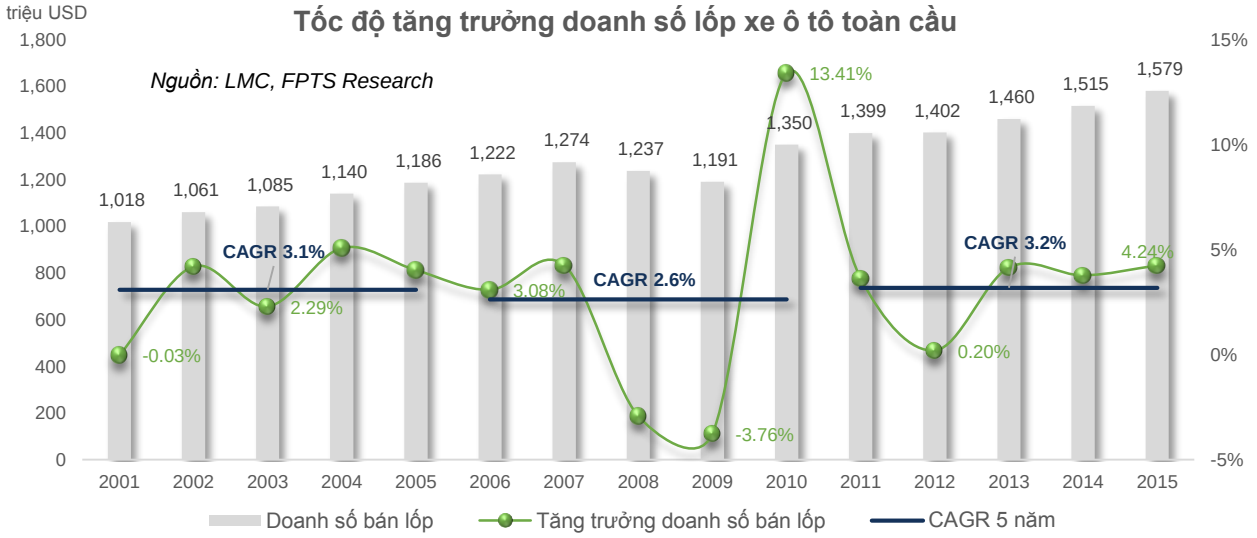
Như vậy, kết cấu lốp xe radial đang ngày càng trở nên phổ biến hơn so với kết cấu lốp bias trên phạm vi toàn cầu. Trong tương lai gần, các nhà sản xuất lốp xe tiếp tục tập trung nghiên cứu, phát triển các công nghệ sản xuất lốp có tiêu chuẩn an toàn cao hơn, khả năng tiết kiệm nhiên liệu tốt hơn và thân thiện với môi trường hơn. Bên cạnh đó, một số công nghệ mới ví dụ như lốp xe không hơi cũng đang được nghiên cứu và phát triển, có thể mang lại những thay đổi cho ngành săm lốp thế giới trong tương lai.

2. Vòng đời ngành săm lốp thế giới

Ngành công nghiệp sản xuất ô tô tiêu thụ phần lớn sản lượng lốp xe được sản xuất ra, do vậy vòng đời của ngành săm lốp thế giới phụ thuộc rất lớn vào sự phát triển của ngành công nghiệp ô tô. Vào cuối thế kỷ 19, sự ra đời của những chiếc ô tô đầu tiên cũng đồng thời đánh dấu sự khởi đầu của

ngành săm lốp. Trong suốt 100 năm tiếp theo, ngành săm lốp đã trải qua nhiều bước phát triển vượt bậc về công nghệ làm thay đổi bộ mặt của ngành như sử dụng cao su tổng hợp giúp giảm sự phục thuộc vào cao su thiên nhiên, đồng thời cải thiện khả năng vận hành của lốp xe; lốp không săm được sản xuất dẫn tới sự biến mất của săm trên ô tô; hay công nghệ sản xuất lốp Radial thay thế hoàn toàn công nghệ sản xuất lốp Bias ở các thị trường phát triển, và đang tiếp tục chiếm ưu thế ở những khu vực đang phát triển.

Sự bùng nổ của nhu cầu tiêu thụ và sử dụng ô tô ở châu Âu và Bắc Mỹ trong thế kỷ 20 đã tạo động lực tăng trưởng cho ngành sản xuất săm lốp thế giới với sản lượng tiêu thụ đạt xấp xỉ 1 tỉ lốp (tính riêng lốp ô tô) vào cuối giai đoạn này. Bước sang thế kỷ 21, trong khi thị trường ô tô ở các nước phát triển đã hết động lực tăng trưởng và bước vào giai đoạn bão hòa, thì khu vực thị trường đang phát triển đã vươn lên với nhu cầu tiêu thụ ô tô gia tăng nhanh chóng.

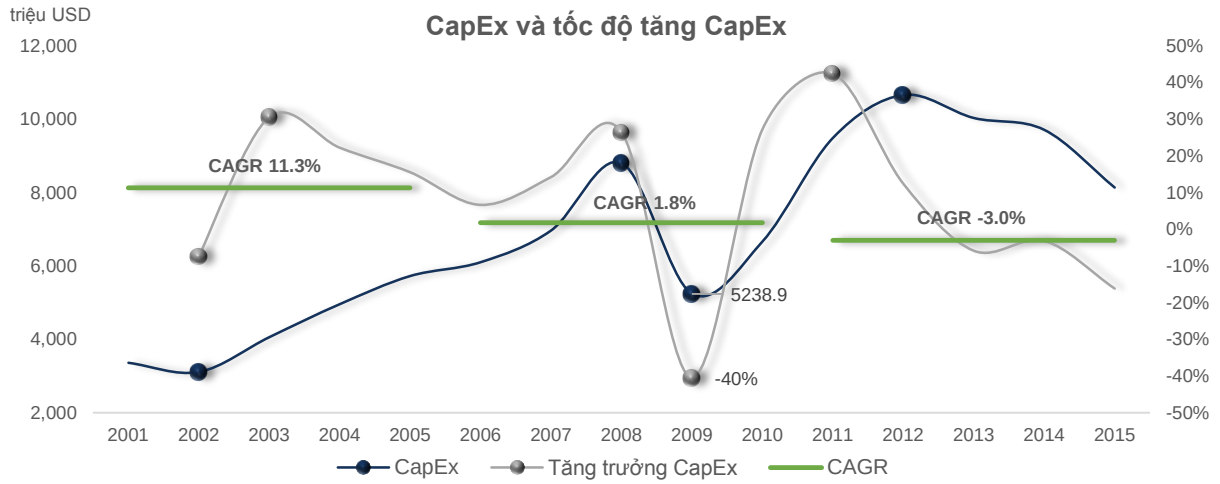


Nhờ động lực từ sự gia tăng nhu cầu tiêu thụ ô tô ở những thị trường đang phát triển, sản lượng tiêu thụ săm lốp thế giới tiếp tục tăng trưởng bền vững. Tuy cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới 2008 – 2009 đã làm sản lượng tiêu thụ sụt giảm, nhưng ngay khi nền kinh tế phục hồi, nhu cầu tiêu thụ ô tô tăng lại đã kéo theo sự phục hồi của nhu cầu tiêu thụ lốp, giúp tốc độ tăng trưởng kép của doanh số bán lốp toàn cầu trong giai đoạn 2006 – 2010 vẫn đạt 2.6%, thấp hơn không đáng kể so với 2 giai đoạn trước và sau đó.

Theo dự báo (LMC, Fredonia, PwC), nhu cầu lốp xe thế giới sẽ tiếp tục tăng trưởng với CAGR hàng năm khoảng 3% - 4% trong giai đoạn 2015 – 2020, với động lực tăng trưởng đến từ các thị trường đang phát triển.

Như vậy có thể thấy rằng ngành săm lốp thế giới đang có mức tăng trưởng ổn định với CAGR từ 3% - 4% trong cả giai đoạn 2001 – 2020.

Nếu xét thêm về CapEx (Capital Expenditure) của top 10 doanh nghiệp sản xuất lốp lớn nhất thế giới có thể thấy rằng, mặc dù có biến động, đặc biệt là trong giai đoạn khủng hoảng kinh tế thế giới, nhưng nhìn chung tốc độ gia tăng CapEx đang có xu hướng chậm lại. Trong giai đoạn 2011 – 2015, CapEx đã cho thấy xu hướng giảm. Trong khi đó, nhu cầu tiêu thụ lốp xe đang gia tăng, và được dự báo sẽ tiếp tục tăng trong 5 năm tiếp theo. Điều này phản ánh công suất dư thừa của các nhà sản xuất săm lốp hiện vẫn còn cao. Trong những năm tới, CapEx có thể sẽ ổn định hơn và tương ứng với tốc độ tăng trưởng của nhu cầu thiêu thụ lốp xe.



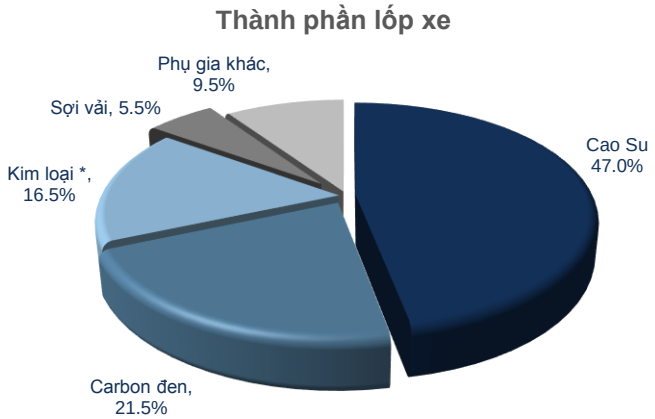
Nguồn: Bloomberg, FPTS Research

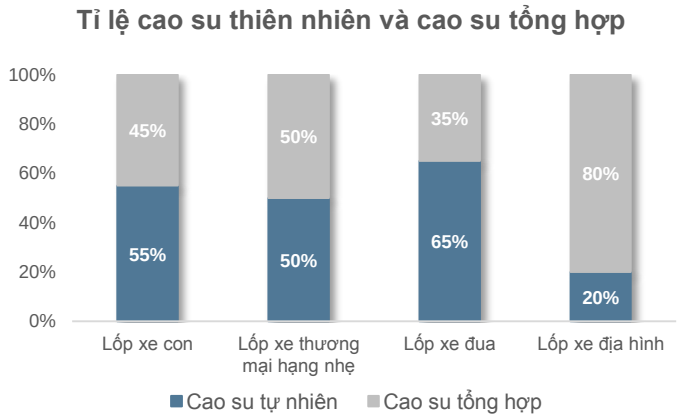
Qua những phân tích trên, chúng tôi đánh giá hiện nay ngành săm lốp thế giới đã bước vào giai đoạn ổn định với tốc độ tăng trưởng hàng năm khoảng 4%. Các thị trường phát triển như châu Âu, Bắc Mỹ đã bước vào giai đoạn bão hòa và động lực tăng trưởng sẽ tiếp tục dịch chuyển sang các thị trường đang phát triển, đặc biệt là Trung Quốc. Đây là những thị trường còn nhiều tiềm năng, và sẽ đóng góp đáng kể vào tổng mức tăng trưởng sản lượng tiêu thụ lốp xe thế giới.

3. Chuỗi giá trị ngành săm lốp thế giới

3.1. Đầu vào

Để sản xuất ra một chiếc lốp xe hoàn chỉnh, nhà sản xuất cần sử dụng tới hàng trăm loại nguyên liệu, hóa chất và chất phụ gia khác nhau. Trung bình trong mỗi lốp xe ô tô, cao su là thành phần chiếm tỉ trọng lớn nhất, khoảng 47% khối lượng của mỗi chiếc lốp. Tiếp theo là carbon đen (hay còn gọi là muội than) với khoảng 21% khối lượng. Đây là loại vật liệu được tạo ra trong quá trình đốt cháy không hoàn toàn các sản phẩm từ dầu nặng hoặc nhựa than đá, được sử dụng với vai trò chất tạo màu và gia cường cho lốp xe. Kim loại chiếm khoảng 16.5% khối lượng lốp xe, trong đó chủ yếu là thép (thép dạng sợi) tạo nên lớp bố thép, là thành phần gia cường cung cấp khả năng chịu lực cho lốp xe, còn lại là đồng (để sản xuất đai thép mạ đồng làm tanh lốp) và một vài kim loại khác. Sợi vải chiếm 5.5% khối lượng, được sử dụng để tạo nên lớp bố vải, cũng là một bộ phận quan trọng của lốp xe. Khoảng 9.5% khối lượng còn lại thuộc về gần 200 loại hoá chất, chất phụ gia khác.





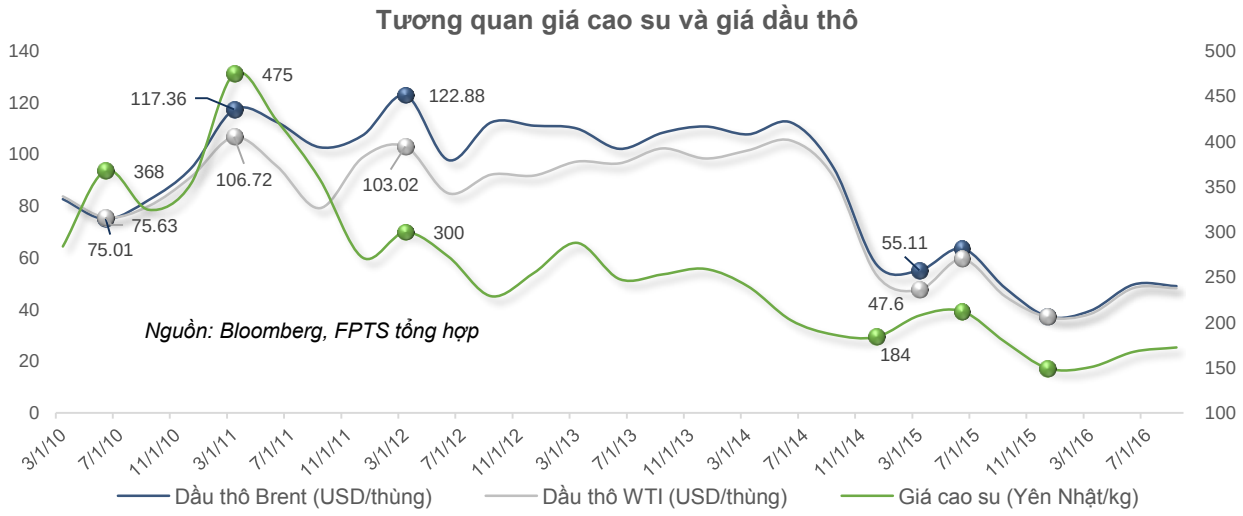
(*) chủ yếu là thép Nguồn: WRAP, FPTS tổng hợp

Bên cạnh đó, cả cao su thiên nhiên và cao su tổng hợp từ dầu mỏ đều được sử dụng để sản xuất mỗi chiếc lốp xe. Do có các đặc tính hoá lý khác nhau, nên tỉ lệ khối lượng của hai loại cao su này phụ thuộc vào từng loại lốp xe khác nhau. Cao su thiên nhiên có tính chất cơ học tốt, độ đàn hồi, tính

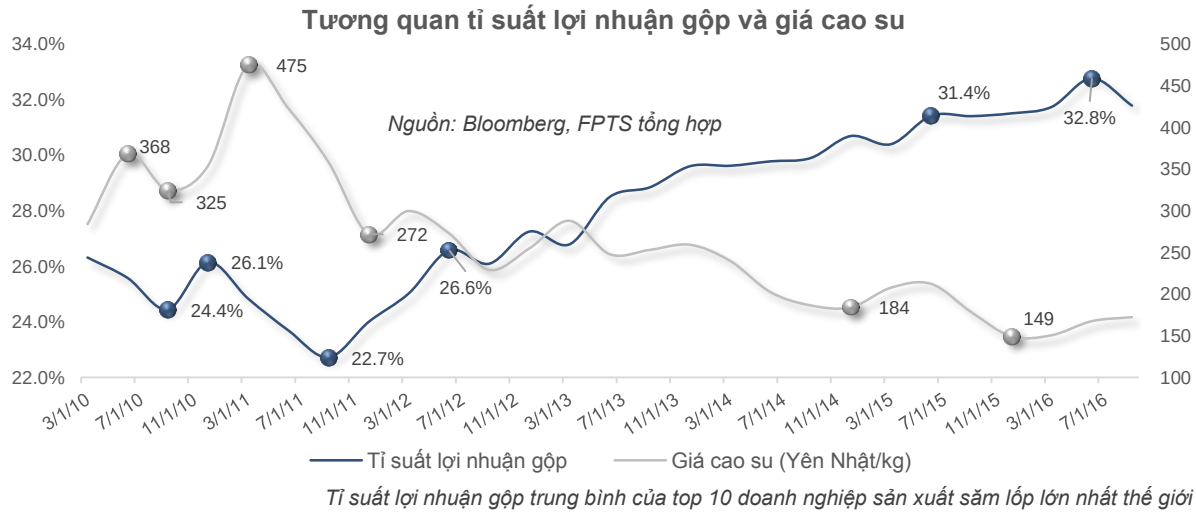
kháng xé cao và mức sinh nhiệt thấp, do vậy được sử dụng nhiều hơn trong các loại lốp xe hiệu năng cao, ví dụ như lốp xe đua (cao su thiên nhiên chiếp 65% tổng khối lượng cao su làm lốp xe), lốp xe tải hay lốp máy bay. Cao su tổng hợp lại có ưu điểm về tính kháng thời tiết (ánh nắng mặt trời, nhiệt độ, ozone,…) và chống lão hoá cao, do vậy được sử dụng với tỉ lệ lớn hơn trong các loại lốp xe dân dụng như lốp xe con, xe thương mại hạng nhẹ.

Như vậy, trong 3 loại vật liệu chính chiếm gần 70% khối lượng lốp xe là cao su thiên nhiên, cao su tổng hợp và carbon đen, thì có hai loại là các chế phẩm từ dầu thô. Do vậy tỉ suất lợi nhuận của các doanh nghiệp sản xuất săm lốp sẽ bị ảnh hưởng trực tiếp bởi giá cao su thiên nhiên, đồng thời cũng chịu ảnh hưởng gián tiếp từ giá dầu thô.

Bên cạnh đó thì giá dầu thô và giá cao su thiên nhiên có tương quan thuận chiều với nhau. Biểu đồ dưới đây thể hiện rõ những biến động cùng chiều của giá dầu thô và giá cao su.



Cao su tổng hợp được sản xuất từ dầu thô, do vậy khi giá dầu thô tăng làm cho chi phí sản xuất tăng và đẩy giá cao su tổng hợp tăng theo. Cao su thiên nhiên và cao su tổng hợp có thể được coi là hai loại sản phẩm thay thế của nhau nên khi giá cao su tổng hợp tăng đã làm cho nhu cầu đối với cao su thiên nhiên tăng lên, tạo động lực tăng giá cho cao su thiên nhiên. Do vậy, bên cạnh các yếu tố về cung cầu cao su, giá dầu thô cũng là một yếu tố tác động đến sự biến động của giá cao su nói chung.

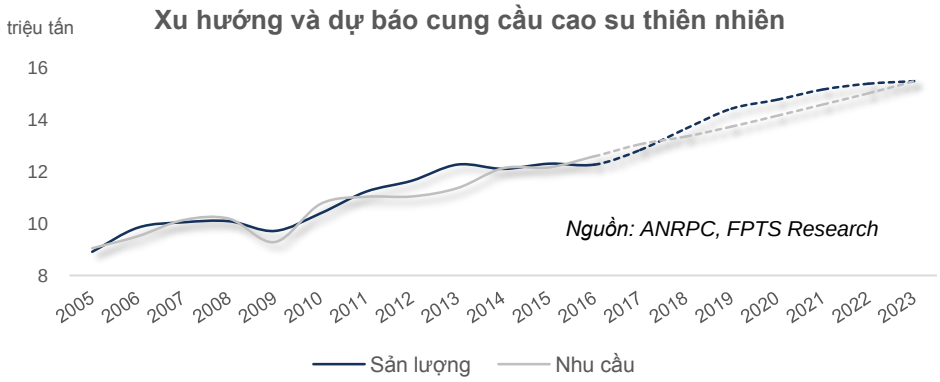


Tỉ suất lợi nhuận gộp trung bình của top 10 doanh nghiệp sản xuất săm lốp lớn nhất thế giới

Có thể thấy tỉ suất lợi nhuận của các doanh nghiệp sản xuất săm lốp chịu ảnh hưởng mạnh bởi giá cao su. Là một nguyên liệu đầu vào quan trọng cho quá trình sản xuất săm lốp, khi giá cao su có xu hướng giảm trong những năm vừa qua (sau khi đạt đỉnh năm 2011), tỉ suất lợi nhuận gộp của các doanh nghiệp sản xuất săm lốp đã tăng lên đáng kể. Bên cạnh đó, việc tỉ suất lợi nhuận gộp tạo đỉnh (đáy) sau khi giá cao su tạo đáy (đỉnh) khoảng từ 1 đến 2 quý cho thấy độ trễ nhất định trong mối tương quan này.

Xu hướng cung cầu và giá cao su thiên nhiên trong thời gian tới

Sau khi tạo đỉnh vào năm 2011, giá cao su đã lao dốc và nằm trong xu hướng giảm liên tục trong suốt hơn 4 năm. Nguyên nhân do trong những năm trước đó, giá cao su nằm trong xu hướng tăng dài hạn khiến cho diện tích trồng cao su toàn cầu tăng mạnh và đã gây ra tình trạng dư cung lớn. Cho tới nửa cuối năm 2016 giá cao su mới cho thấy dấu hiệu phục hồi nhờ vào thoả thuận cắt giảm sản lượng của Hội đồng Cao su Quốc tế ba bên (ITRC) bao gồm Thái Lan, Indonesia và Malaysia (chiếm tổng cộng trên 60% sản lượng cao su thiên nhiên toàn cầu) vào tháng 2/2016 cùng với ảnh hưởng tiêu cực của hiện tượng La Nina lên sản lượng khai thác (nặng nề nhất là ở Thái Lan) khiến tổng sản lượng cao su thiên nhiên thế giới giảm 0.3% so với năm 2015, xuống còn 12,280 ngàn tấn. Trong khi đó, sự phục hồi của nên kinh tế thế giới, đặc biệt là ở Trung Quốc và các thị trường đang phát triển khác đã giúp nhu cầu cao su tăng trưởng ở mức trên 3% hàng năm trong giai đoạn 2014 – 2016. Theo ước tính mới nhất của Hiệp hội các nước sản xuất Cao su thiên nhiên (ANRPC), tổng sản lượng tiêu thụ cao su thiên nhiên thế giới năm 2016 đạt 12.6 triệu tấn, cao hơn sản lượng sản xuất 320 ngàn tấn.



Tuy nhiên trong thời gian tới, thị trường cao su thiên nhiên thế giới được dự báo vẫn có nguy cơ tiềm ẩn cung vượt cầu do diện tích trồng mới mở rộng quá nhiều trong giai đoạn 2005 – 2013. Thặng dư cung cao su thiên nhiên có thể ở mức 300 – 600 ngàn tấn mỗi năm trong giai đoạn 2018 – 2022, và đến năm 2023 mới có thể cân đối cung cầu (theo dự báo của ANRCP, tháng 1/2017). Tổ chức Nghiên cứu Cao su quốc tế (IRSG) đưa ra kịch bản kém khả quan hơn, khi dự báo tình trạng dư cung có thể kéo dài tới năm 2030.

Như vậy, động lực cho sự tăng giá cao su thiên nhiên trong những năm tiếp theo tiếp tục xuất phát từ nỗ lực cân bằng cung cầu bằng thỏa thuận tiết cung, cùng với triển vọng tăng trưởng kinh tế thế giới, đặc biệt từ các thị trường đang phát triển. Thỏa thuận cắt giảm sản lượng là một động lực không bền vững và khó dự đoán. Với việc dư cung còn lớn và kéo dài, nếu các nước không hạn chế khai thác mủ sẽ làm tăng dư cung, tạo áp lực làm giá cao su thiên nhiên không thể tăng mạnh.

Bên cạnh đó, giá cao su thiên nhiên còn chịu tác động từ nhiều yếu tố khác như tình hình tăng trưởng kinh tế thế giới, giá dầu thô, xu hướng giá của các đồng tiền như USD hay Yên nhật, biến động chính trị ở một số quốc gia… Do vậy, dù được dự báo sẽ nằm trong xu hướng ổn định, giá cao su thiên

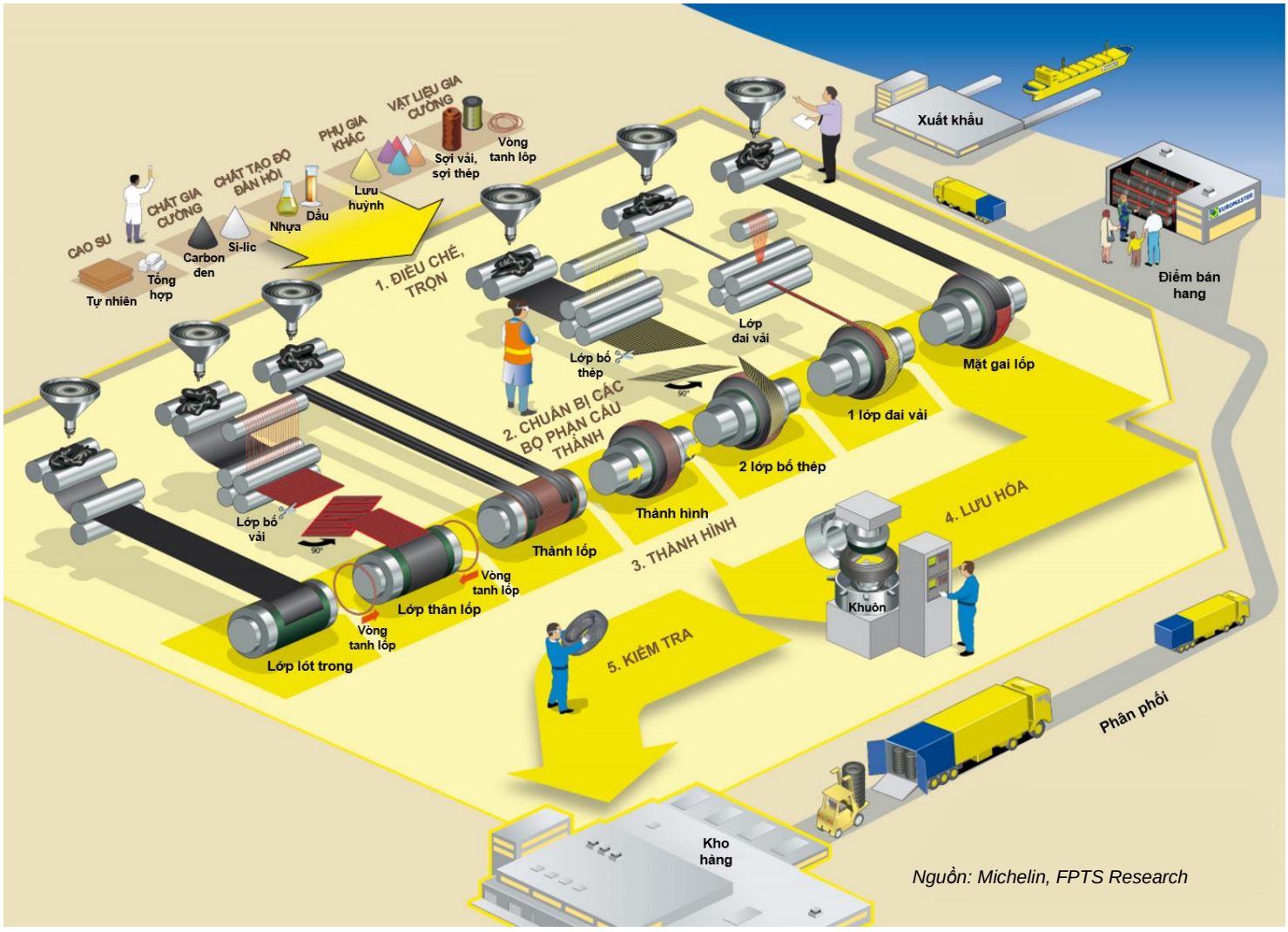
nhiên trong những năm tới vẫn tiềm ẩn nhiều biến động khó lường, cần được cập nhật thường xuyên để đánh giá tác động của nó lên tỉ suất lợi nhuận của các doanh nghiệp sản xuất săm lốp.

3.2. Hoạt động sản xuất

3.2.1. Quy trình sản xuất lốp xe

Quy trình sản xuất lốp xe bao gồm rất nhiều công đoạn, quy trình xử lý phức tạp khác nhau, tuy nhiên có thể được chia thành 5 giai đoạn chính như sau:

- Điều chế, trộn và ép mỏng (compounding, mixing and milling)
- Chuẩn bị các cấu phần của lốp (component preparation)
- Định hình (building)
- Xử lý nhiệt và lưu hoá (curing and vulcanizing)
- Hoàn thiện và kiểm tra (finishing and inspection)



Nguồn: Michelin, FPTS Research

Công đoạn 1: Điều chế, trộn và ép mỏng cao su

Hai thành phần chính trong hỗn hợp cao su được sử dụng trong sản xuất lốp xe là cao su và các chất phụ gia được kết hợp theo các tỉ lệ khác nhau phục vụ cho mục đích riêng của nhà sản xuất, để tạo ra các loại lốp xe với các đặc tính khác nhau.

Thông thường, có 4 loại cao su được sử dụng: cao su thiên nhiên, cùng với ba loại cao su tổng hợp là styrene-butadiene (SBR), polybutadiene (BR) và butyl (hoặc butyl halogen hóa - halobutyl). Ba loại đầu tiên thường được sử dụng để làm gai lốp và thành lốp, riêng halobutyl thường được sử dụng để làm lớp lót trong – bộ phận có chức năng giữ hơi được nén bên trong lốp xe.

Chất phụ gia chiếm tỉ trọng lớn nhất chính là than đen (muội than/carbon đen) và silic, và cũng có nhiều loại khác nhau được lựa chọn dựa theo yêu cầu về khả năng vận hành của các bộ phận khác nhau từ gai lốp, thành lốp tới tanh lốp. Các chất phụ gia được sử dụng để hỗ trợ quá trình sản xuất lốp, hoặc đóng vai trò là các chất chống ôxi hóa, chống ozone hóa hoặc chống hao mòn. Ngoài ra còn có nhóm các chất phụ gia quan trọng cho quá trình lưu hóa, giúp định hình và mang lại tính đàn hồi cho lốp xe.

Công thức trộn (tỉ lệ trộn các nguyên liệu, trình tự thêm các chất phụ gia, kiểm soát nhiệt độ và thời gian) là yếu tố quan trọng quyết định chất lượng của lốp xe thành phẩm.

Công đoạn 2: Chuẩn bị các bộ phận cấu thành của lốp

Trong công đoạn này, các bộ phận cấu thành của lốp xe như các lớp bố vải, bố thép, lớp lót trong, tanh lốp, gai lốp và thành lốp được đùn, thành hình, ép và cán để chuận bị cho bước tiếp theo là thành hình lốp.

Công đoạn 3: Thành hình lốp

Lốp xe được định hình bởi dây chuyền tự động hóa để đảm bảo chất lượng và hiệu quả. Các bộ phận đã chuẩn bị từ các công đoạn trước: vòng tanh lốp, các lớp bố vải, bố thép, lớp lót trong, gai lốp và thành lốp sẽ được ghép lại với nhau để tạo thành lốp xe chưa lưu hóa (green tire).

Công đoạn 4: Lưu hoá

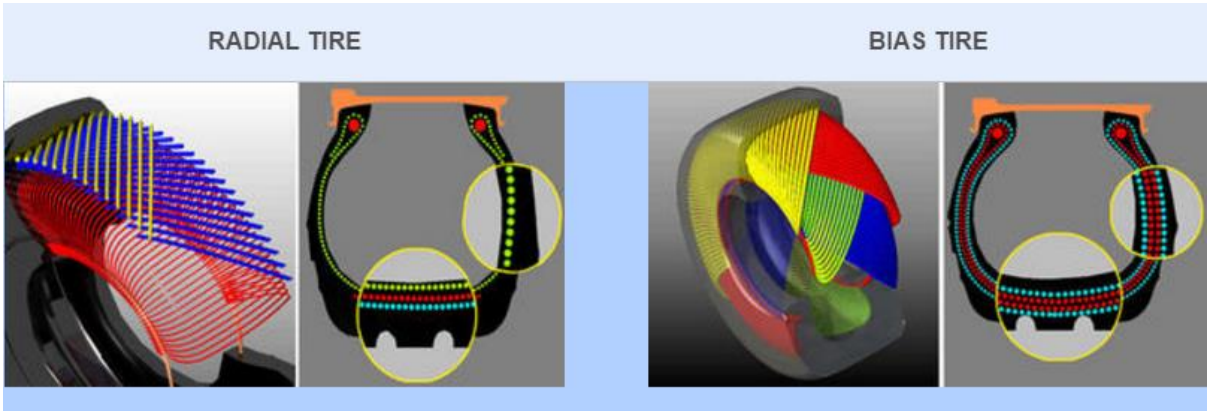
Đây là công đoạn cuối cùng để tạo nên lốp xe hoàn chỉnh. Trong quá trình lưu hóa, hàng loạt các phản ứng hóa học sẽ xảy ra. Bên cạnh đó, mặt gai lốp và thành lốp sẽ được đúc khuôn. Cụ thể, lốp sẽ được đặt vào khuôn và khi khuôn được đóng lại, quá trình lưu hóa sẽ diễn ra ở nhiệt độ cao và áp suất cao. Các phản ứng hóa học xảy ra, đồng thời gai lốp, rãnh lốp và thành lốp được đúc thành hình. Khuôn đúc được đóng kín trong suốt quá trình lưu hóa.

Công đoạn 5: Kiểm tra

Chuyên viên hậu kiểm cùng với hệ thống hậu kiểm tự động sẽ phát hiện những khiếm khuyết trên bề mặt cũng như cân bằng của lốp. Ngoài ra, một số lượng lốp nhất định sẽ được lấy mẫu, chụp X quang để phát hiện những khuyết điểm bên trong lốp.

3.2.2. Công nghệ sản xuất lốp Radial và lốp Bias

Sự khác nhau về thiết kế của các lớp lót thân lốp chính là điểm khác biệt lớn nhất giữa công nghệ sản xuất lốp radial và công nghệ sản xuất lốp bias.



Vành lốp bias được tạo thành từ nhiều lớp sợi (sợi nylon, sợi polyester, sợi thủy tinh, sợi thép…) bọc vắt chéo chồng lên nhau, với góc lệch từ 40 đến 60 độ so với chu vi lốp. Thiết kế này khiến cho lốp dày hơn, dễ sinh nhiệt hơn; đồng thời thành lốp và mặt lốp là một khối thống nhất làm giảm tính linh hoạt của lốp.

Đối với lốp radial, vành lốp được tạo thành từ các lớp sợi được bọc vòng quanh theo chu vi lốp. Lớp sợi trong cùng có các sợi nằm vuông góc so với chu vi lốp, kết nối hai bên tanh lốp với nhau. Các lớp sợi còn lại được bọc chồng lên nhau và chỉ bọc mặt lốp, không tạo nên thành lốp. Do các tấm sợi được cắt với các góc cắt khác nhau nên thực tế, các sợi được đặt chéo nhau. Với thiết kế như vậy, lốp radial vẫn đảm bảo được độ chịu lực tốt, đồng thời có tính linh hoạt cao do cho phép thành lốp và mặt lốp hoạt động như hai bộ phận riêng biệt.

3.2.2.1. So sánh ưu điểm, nhược điểm của lốp radial và lốp bias

	Lốp Bias	Lốp Radial
Hiệu năng vận hành	- Vết lốp nhỏ làm giảm độ bám đường - Gai lốp lún nhiều hơn khiến lốp sinh nhiệt và lực cản lăn nhiều hơn - Thiết kế gai lốp dễ gây bám bùn, giảm độ bám đường - Gai lốp nhanh mòn - Mặt lốp và thành lốp khỏe và liên kết với nhau, mang lại khả năng chịu lực và độ cân bằng ngang tốt, nhưng làm giảm bề mặt tiếp xúc với mặt đường - Cấu trúc sắp xếp các lớp sợi làm gia tăng lực cản lăn - Phù hợp sử dụng trên địa hình xấu, gồ ghề	- Vết lốp lớn, độ bám đường tốt hơn - Gai lốp ít bị lún, lốp sinh nhiệt và lực cản lăn nhỏ hơn - Thiết kế gai lốp giảm bám bùn, tăng độ bám đường - Chống mòn gai lốp tốt hơn - Mặt lốp và thành lốp hoạt động như hai bộ phận riêng biệt tăng tính linh hoạt cho lốp, bề mặt tiếp xúc với mặt đường lớn ngay cả khi vào cua - Cấu trúc các lớp sợi giúp giảm lực cản ngăn - Phù hợp sử dụng trên địa hình bằng phẳng - Cho phép xe chạy với tốc độ cao hơn

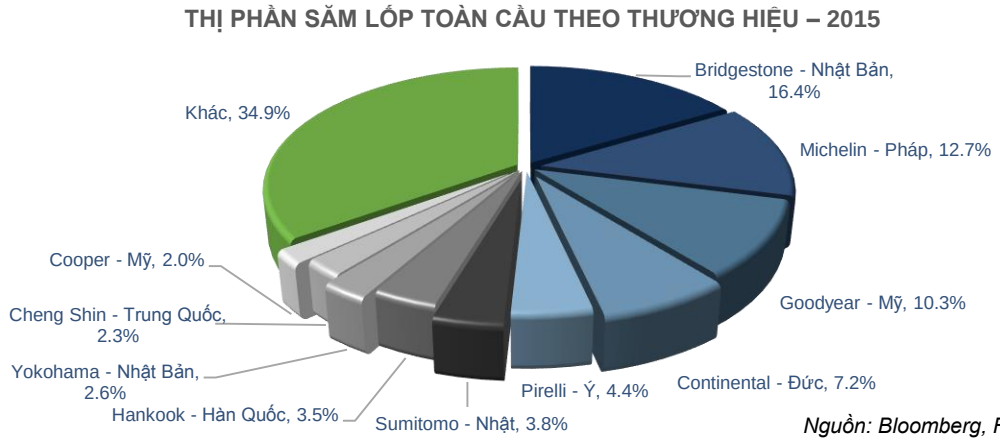
Hiệu quả kinh tế	- Giá bán thấp hơn - Dễ sửa chữa hơn - Tuổi thọ lốp ngắn hơn - Hao phí nhiên liệu cao hơn	- Giá bán cao hơn - Khó sửa chữa hơn - Tuổi thọ lốp dài hơn (độ hao mòn chậm hơn 30 – 50%) - Tiết kiệm nhiên liệu hơn (thấp hơn khoảng 11%)

3.2.2.2. Tỉ lệ sử dụng lốp radial ở một số khu vực trên thế giới

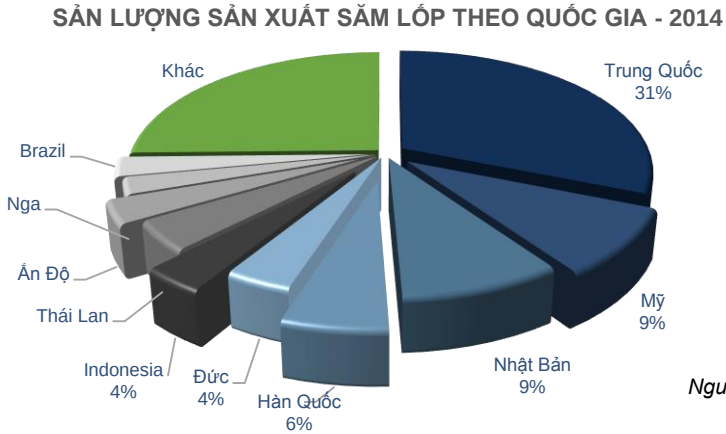
Tại các thị trường phát triển, phần lớn lốp xe được sử dụng là lốp Radial. Còn tại các thị trường đang phát triển, tỉ lệ sử dụng lốp radial vẫn còn thấp. Lốp radial tuy không phù hợp chạy trên địa hình gồ ghề như lốp bias, nhưng có nhiều ưu điểm vượt trội như khả năng vận hành tốt hơn, ít hao mòn và sinh nhiệt hơn, tiết kiệm nhiên liệu hơn so với lốp bias. Với tốc độ đô thị hoá và; tốc độ phát triển cơ sở hạ tầng ở các nước đang phát triển, lốp radial đang ngày càng được sử dụng nhiều hơn và tạo nên tiềm năng tăng trưởng của dòng sản phẩm này ở những khu vực đó (xem chi tiết ở đây).

3.2.3. Các nhà sản xuất lốp xe lớn trên thế giới

Thị trường săm lốp thế giới có mức độ tập trung cao, với 5 doanh nghiệp sản xuất lốp lớn nhất chiếm tổng cộng trên 50% thị phần; con số này đối với top 10 doanh nghiệp dẫn đầu là 65%.



Nguồn: Bloomberg, FPTS tổng hợp



Nguồn: LMC, FPTS Tổng hợp

Có thể thấy trong đó các doanh nghiệp châu Á phần lớn nằm ở nhóm chiếm thị phần nhỏ hơn, chỉ trừ Bridgestone (Nhật Bản) là doanh nghiệp sản xuất lốp lớn nhất thế giới. Tuy nhiên nếu xét sản

lượng sản xuất lốp theo quốc gia, thì châu Á chiếm trên 50% tổng sản lượng sản xuất, đặc biệt là Trung Quốc chiếm tới 31% sản lượng toàn cầu, lớn hơn tổng sản lượng của 4 quốc gia xếp sau đó. Điều này cho thấy các nhà sản xuất săm lốp lớn trên thế giới đang đặt nhà máy, dây chuyền sản xuất của họ ở Trung Quốc và các quốc gia đang phát triển khác ở châu Á để tận dụng lợi thế nhân công giá rẻ ở những thị trường này, đồng thời tận dụng lợi thế về vị trí địa lý là nằm gần Đông Nam Á – khu vực sản xuất cao su thiên nhiên lớn nhất thế giới.

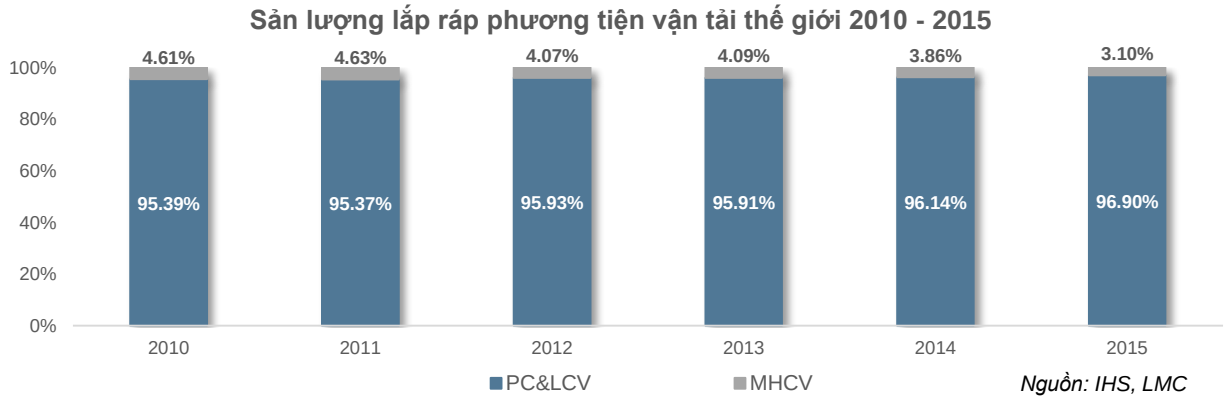
3.3. Đầu ra

Đầu ra chủ yếu của ngành sản xuất săm lốp đó là ngành công nghiệp ô tô (bao gồm xe con, xe thương mại hạng nhẹ và xe thương mại hạng nặng như xe tải, xe buýt). Bên cạnh đó, một phần nhỏ lốp xe được sản xuất để phục vụ các ngành đặc thù như hàng không hay nông nghiệp.

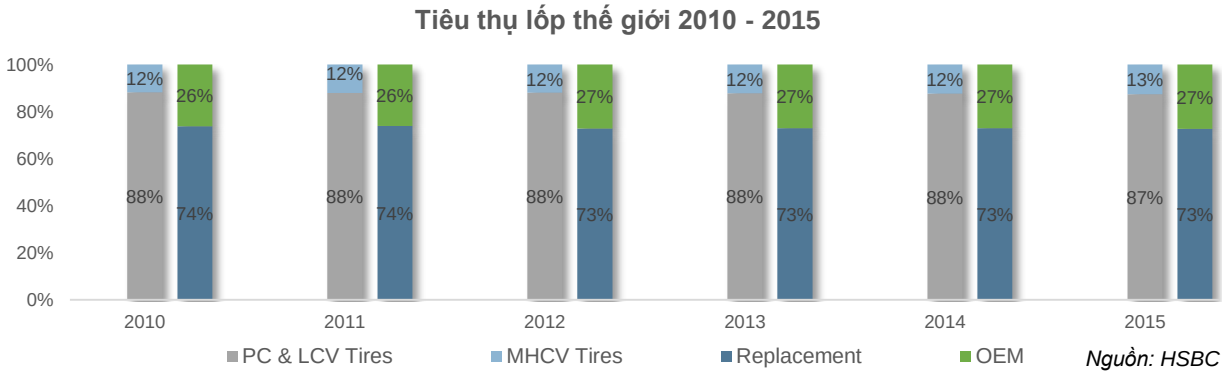
Dựa vào quy mô doanh số bán lốp toàn cầu thì khoảng **85% thuộc về lốp xe ô tô** các loại và chỉ 15% còn lại thuộc về các loại phương tiện chuyên dụng như máy bay, máy công – nông nghiệp. Như vậy có thể thấy rằng đầu ra của ngành săm lốp thế giới phụ thuộc rất lớn vào ngành công nghiệp ô tô. Hệ quả là những yếu tố về kinh tế, dân số tác động trực tiếp đến ngành công nghiệp ô tô như tăng trưởng GDP, tăng trưởng thu nhập và chi tiêu bình quân hay tỉ lệ sở hữu xe ô tô trong dân cư cũng là những yếu tố ảnh hưởng rất lớn đến ngành săm lốp (xem chi tiết ở đây).

3.3.1. Theo loại phương tiện vận tải

Xét riêng ngành công nghiệp ô tô, nhu cầu tiêu thụ lốp có thể được chia thành hai nhóm: lốp lắp ráp theo xe mới (OEM) và lốp thay thế (Replacement). Do đó nhu cầu và sản lượng tiêu thụ của thị trường săm lốp thế giới phụ thuộc trực tiếp vào sản lượng sản xuất phương tiện vận tải mới và số lượng phương tiện vận tải hiện đang lưu thông. Khi sản lượng sản xuất phương tiện vận tải tăng lên, nhu cầu lốp OEM sẽ tăng theo; đồng thời, sau một thời gian các phương tiện mới đi vào sử dụng, nhu cầu thay thế lốp sẽ phát sinh. Nhu cầu lốp thay thế có thể được ước tính thông qua tỉ lệ thay thế (replacement rate). Tỉ lệ này có thể thay đổi tuỳ thuộc vào loại phương tiện vận tải, điều kiện hạ tầng giao thông, điều kiện thời tiết và điều kiện sử dụng, chăm sóc lốp của chủ xe. Bên cạnh đó, những phương tiện vận tải hạng nặng (MHCV – medium heavy commercial vehicle) như xe khách loại lớn, xe bus, xe tải nặng, xe container thường có số lượng bánh xe nhiều hơn và tỉ lệ thay thế cao hơn nên sẽ có nhu cầu săm lốp OEM và replacement trên mỗi đầu xe cao hơn so với xe dân dụng và xe hạng nhẹ (PC & LCV – passenger car and light commercial vehicle).



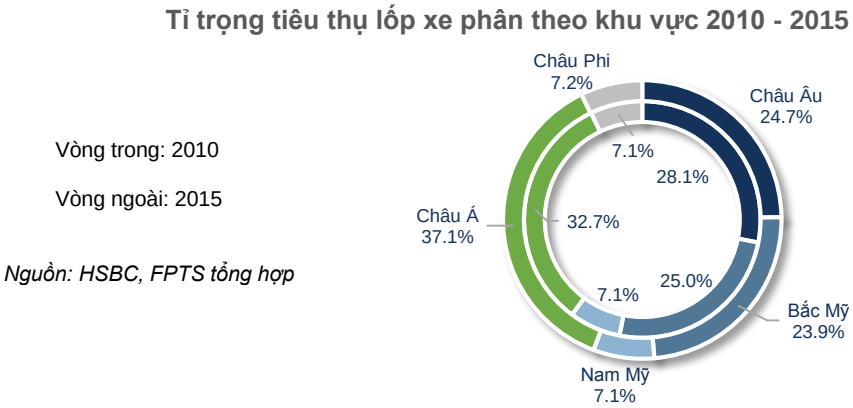
Nguồn: IHS, LMC



Có thể thấy rằng, phân khúc PC & LCV chiếm tới trên 95% tổng sản lượng lắp ráp phương tiện vận tải toàn cầu trong giai đoạn 2010 – 2015; chưa đến 5% còn lại thuộc về phân khúc MHCV. Điều này dẫn tới việc khoảng 87% đến 89% sản lượng tiêu thụ lốp toàn cầu là lốp xe con và xe thương mại hạng nhẹ; 11% đến 13% còn lại thuộc về các loại lốp dành cho xe hạng nặng. Bên cạnh đó, lốp lắp ráp theo xe mới OEM chiếm khoảng 27% tổng sản lượng tiêu thụ, 73% còn lại thuộc về lốp thay thế. Cụ thể hơn, lốp OEM chiếm 25% đến 29% tổng sản lượng tiêu thụ các loại lốp xe hạng nhẹ, cao hơn nhiều so với tỉ lệ 11% đến 14% ở nhóm lốp xe hạng nặng. Điều này có thể hiểu được khi lốp xe hạng nặng thường phải chịu tải trọng lớn, chịu tác động của điều kiện mặt đường và điều kiện thời tiết khắc nghiệt hơn do đó nhanh bị hao mòn hơn, dẫn tới tỉ lệ thay thế cao hơn so với lốp xe con và xe hạng nhẹ.

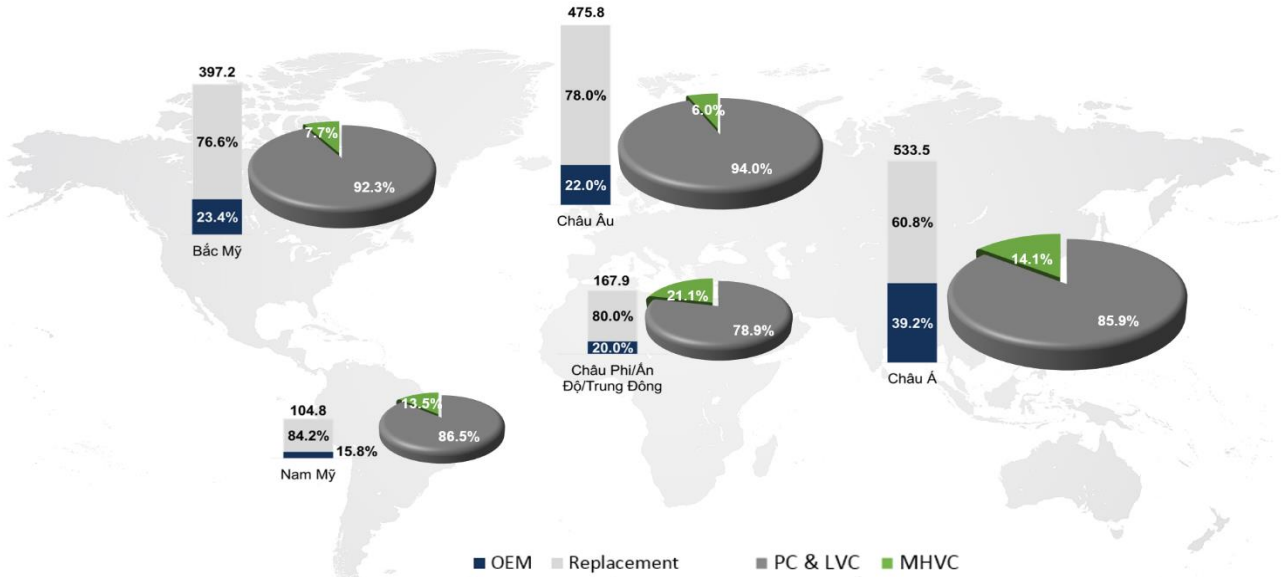
3.3.2. Theo khu vực địa lý

Trong những năm qua, các quốc gia đang phát triển đang dần trở thành thị trường tiêu thụ săm lốp lớn của thế giới.



Châu Á, châu Âu và Bắc Mỹ là 3 khu vực tiêu thụ lốp xe lớn nhất thế giới, chiếm lần lượt 37.1%, 24.7% và 23.9% tổng lượng tiêu thụ lốp xe toàn cầu (theo số liệu năm 2015). Bên cạnh đó có thể thấy xu hướng chuyển dịch sản lượng tiêu thụ lốp xe toàn cầu sang khu vực châu Á. Trong giai đoạn 2010 – 2015, tỉ trọng sản lượng tiêu thụ lốp xe ở Châu Âu và Bắc Mỹ (phần lớn là các thị trường phát triển) trong tổng sản lượng tiêu thụ lốp xe toàn cầu đều suy giảm, trong khi khu vực châu Á ngày càng chiếm tỉ trọng lớn hơn. Tới năm 2015, châu Á cùng với châu Phi và Nam Mỹ (gồm nhiều thị trường đang phát triển) đã vượt qua nhóm các thị trường phát triển và chiếm trên 50% tổng sản lượng tiêu thụ lốp xe toàn cầu.

Tiêu thụ săm lốp theo chủng loại của từng khu vực – 2015



Nguồn: LMC, FPTS Research

3.3.3. Lốp OEM và lốp thay thế

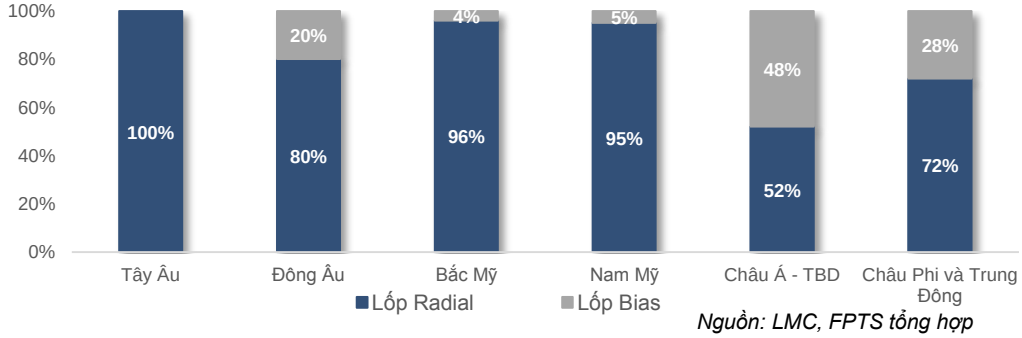
Tỉ trọng lốp lắp ráp theo xe mới (OEM) trong tổng sản lượng tiêu thụ lốp ở châu Á là 39.2%, cao hơn nhiều so với các thị trường phát triển như châu Âu hay Bắc Mỹ với tỉ trọng này ở khoảng 20%. Điều này xuất phát từ thực tế sản lượng sản xuất và nhu cầu tiêu thụ ô tô mới ở châu Á tăng nhanh trong những năm qua. Nền kinh tế đang phát triển, tốc độ tăng trưởng GDP cao, kéo theo thu nhập và sức mua của dân cư tăng nhanh, cùng với việc tỉ lệ sở hữu ô tô trong dân cư còn thấp hơn rất nhiều so với các thị trường phát triển là những yếu tố cơ bản khiến nhu cầu tiêu thụ ô tô mới ở châu Á tăng nhanh, kéo theo nhu cầu lớn với lốp OEM.

Ngược lại, ở những thị trường phát triển, tỉ lệ sở hữu ô tô trong dân cư cao và đã dần đạt tới mức bão hòa. Điều này dẫn tới việc sản lượng tiêu thụ ô tô mới, kéo theo là nhu cầu lốp OEM chủ yếu là để đáp ứng nhu cầu thay thế ô tô cũ. Do vậy, trên 75% sản lượng tiêu thụ lốp xe ở các thị trường này là để phục vụ nhu cầu thay thế lốp xe cũ.

3.3.4. Theo công nghệ sản xuất

Hiện nay nhu cầu tiêu thụ lốp radial đang chiếm lĩnh toàn cầu, bởi sự phát triển cả về quy mô và chất lượng của hệ thống giao thông, đặc biệt ở những nước đang phát triển đã cho phép người sử dụng ở những thị trường này tận dụng hiệu quả những ưu điểm của lốp radial so với lốp bias. Lốp radial được sử dụng trên thế giới chiếm tới 92% đối với xe con và xe thương mại hạng nhẹ; tỷ lệ này đối với dòng xe thương mại hạng nặng là 53%.

Tỉ lệ tiêu thụ lốp Radial và Bias phân theo khu vực - 2014



Nguồn: LMC, FPTS tổng hợp

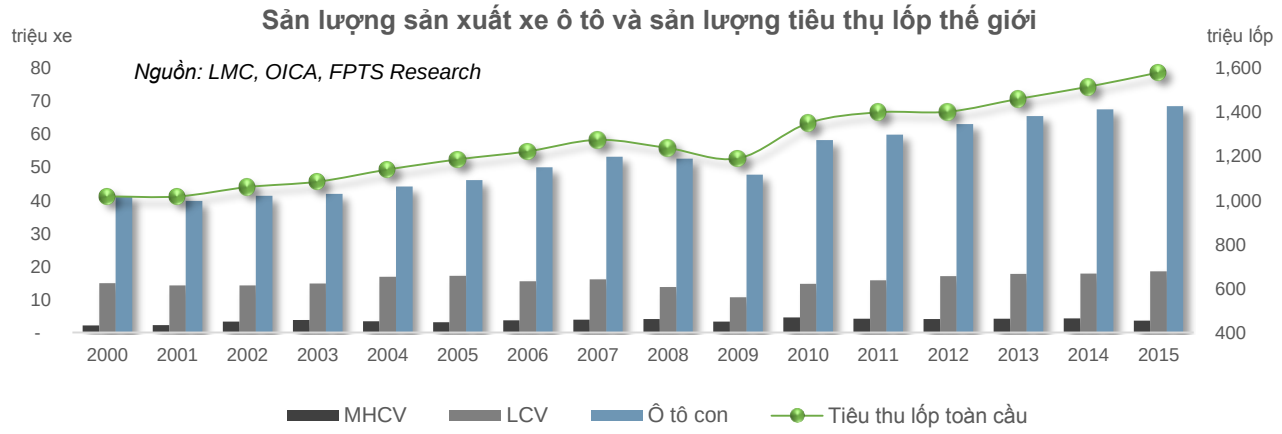
Tại thị trường Bắc Mỹ tỷ lệ sử dụng lốp radial chiếm đến 96%, Châu Phi và Trung Đông chiếm 72%, tỷ lệ này ở thị trường Đông Âu là 80%. Riêng khu vực Châu Á Thái Bình Dương bao gồm các nước ở thị trường cận biên và đang phát triển thì nhu cầu chuyển đổi từ lốp bias sang lốp radial đang dần tăng lên. Hiện 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 khu vực này, mang lại cơ hội cho những nhà sản xuất lốp radial.

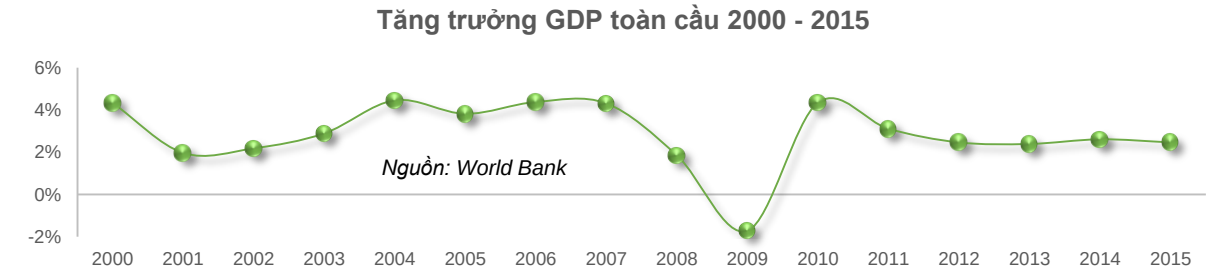
4. Xu hướng cung cầu của ngành săm lốp thế giới trong những năm tới

4.1. Các yếu tố tác động đến nhu cầu của ngành săm lốp

Theo số liệu thống kê, 85% trong tổng sản lượng sản xuất săm lốp toàn cầu được sử dụng trong ngành công nghiệp ô tô, chỉ khoảng 15% còn lại được sử dụng vào các ngành đặc thù như lốp máy bay, lốp xe chuyên dụng, lốp xe nông nghiệp… Do đó có thể thấy rằng những biến động trong ngành công nghiệp ô tô sẽ tác động trực tiếp đến nhu cầu tiêu thụ săm lốp.

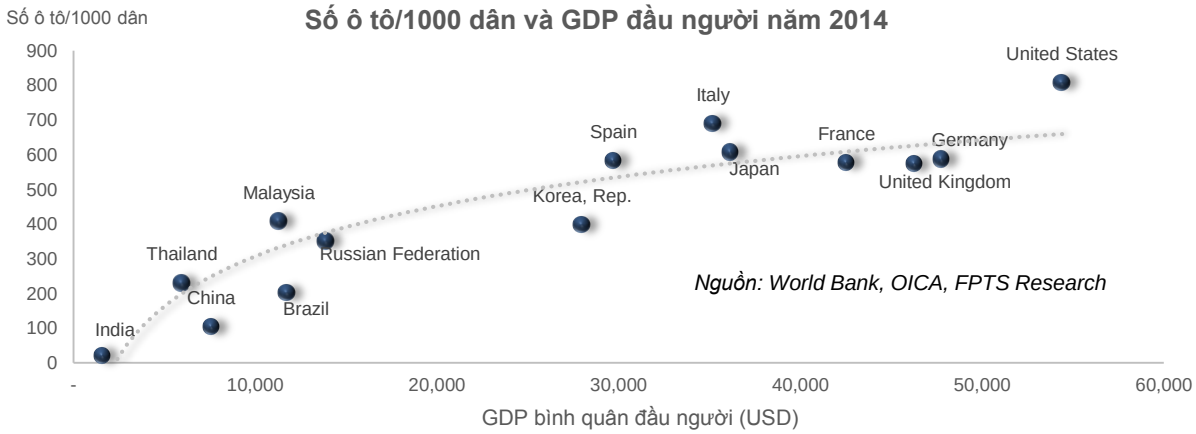
Nhu cầu tiêu thụ và sản lượng sản xuất ô tô các loại chịu ảnh hưởng rất lớn từ sức khỏe của nền kinh tế (tăng trưởng, ổn định hay suy thoái), tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế (tốc độ tăng trưởng GDP), mức thu nhập - chi tiêu bình quân cùng với tỉ lệ sở hữu xe ô tô trong dân cư.





Trong giai đoạn khủng hoảng 2008 – 2009, tốc độ tăng trưởng GDP của nền kinh tế thế giới giảm mạnh, từ 4.3% năm 2007 xuống -1.72% năm 2009. Trong bối cảnh tình hình kinh tế khó khăn, thu nhập suy giảm khiến người dân thắt chặt chi tiêu, đặc biệt là các khoản chi tiêu vào các loại hàng hoá không thiết yếu như ô tô. Hệ quả là sản lượng lắp ráp và tiêu thụ ô tô các loại lao dốc và kéo theo sự sụt giảm về sản lượng tiêu thụ lốp xe toàn cầu. Khi nền kinh tế thế giới bắt đầu đi vào giai đoạn phục hồi với tăng trưởng GDP quay trở lại mức 4.3% vào năm 2010, sản lượng tiêu thụ lốp xe đã hồi phục và tăng trưởng mạnh mẽ với động lực chính từ sự phục hồi của phân khúc xe hạng nhẹ, đặc biệt là xe con. Như vậy có thể thấy rằng, **mức độ tăng trưởng, suy thoái của nền kinh tế ảnh hưởng rất lớn đến tình hình sản xuất, tiêu thụ của thị trường ô tô, qua đó tác động đến nhu cầu của thị trường săm lốp.**

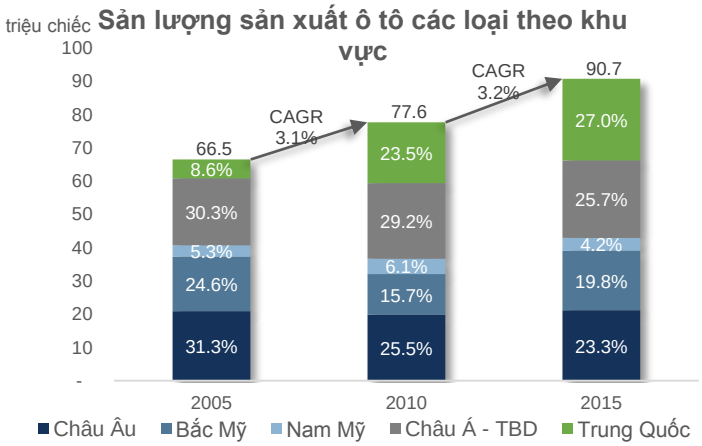
Với tốc độ tăng trưởng kinh tế cao, thu nhập và chi tiêu của người dân đang gia tăng nhanh chóng, dân số đông và đồng thời tỉ lệ sở hữu xe ô tô trong dân cư vẫn còn thấp, các quốc gia đang phát triển đang trỗi dậy và là các thị trường chính tạo động lực tăng trưởng cũng như sự dịch chuyển mạnh mẽ cho ngành ô tô thế giới.

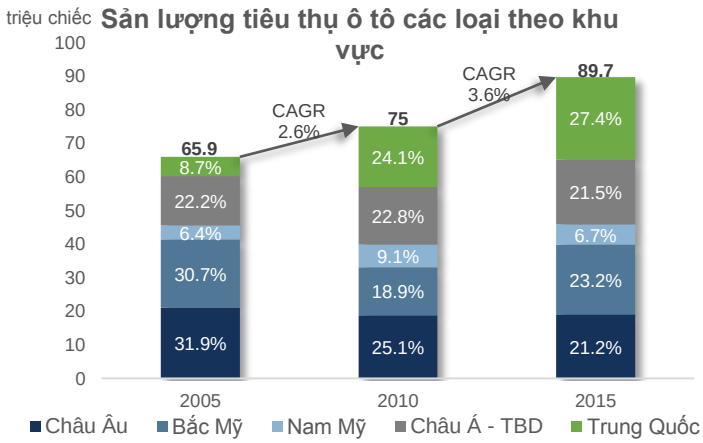


Thống kê cho thấy GDP bình quân đầu người và mật độ xe ô tô trên mỗi 1000 dân (hoặc tỉ lệ sở hữu xe ô tô trên 1000 dân) có mối tương quan thuận chiều: các thị trường có GDP bình quân đầu người cao thì tỉ lệ sở hữu ô tô cũng cao hơn so với các thị trường có GDP thấp hơn. Tuy nhiên có thể thấy, khi GDP bình quân đầu người càng tăng cao, thì tỉ lệ sở hữu xe ô tô có xu hướng tăng chậm lại và tiến dần về mức bão hoà. Ngược lại, ở khu vực có GDP bình quân đầu người còn thấp, tỉ lệ sở hữu xe ô tô có xu hướng tăng nhanh hơn.

Các thị trường phát triển có tỉ lệ sở hữu ô tô tương đối cao, trên 500 xe/1000 dân, đặc biệt đối với Mỹ thì tỉ lệ này lên tới 800 xe/1000 dân. Trong khi đó ở các thị trường đang phát triển, tỉ lệ sở hữu ô tô còn tương đối thấp, tuy nhiên trong bối cảnh GDP bình quân đầu người vẫn đang có tốc độ tăng trưởng cao, dân số đông và trong đó nhóm dân số có đủ năng lực tài chính để sở hữu ô tô đang gia tăng nhanh chóng, thì đó lại là yếu tố góp phần tạo nên sự tăng trưởng cho ngành công nghiệp ô tô ở những thị trường này. Ngược lại thì ở các quốc gia phát triển, thị trường ô tô đã bước vào giai đoạn ổn định và bão hòa với nhu cầu tiêu thụ ô tô hàng năm chủ yếu là nhu cầu thay thế.

Do vậy, các hoạt động sản xuất, lắp ráp và tiêu thụ ô tô đang dịch chuyển về các khu vực đang phát triển, đặc biệt là Trung Quốc, trong khi các thị trường phát triển như Bắc Mỹ và châu Âu đang chững lại do đã tiệm cận mức bão hoà.

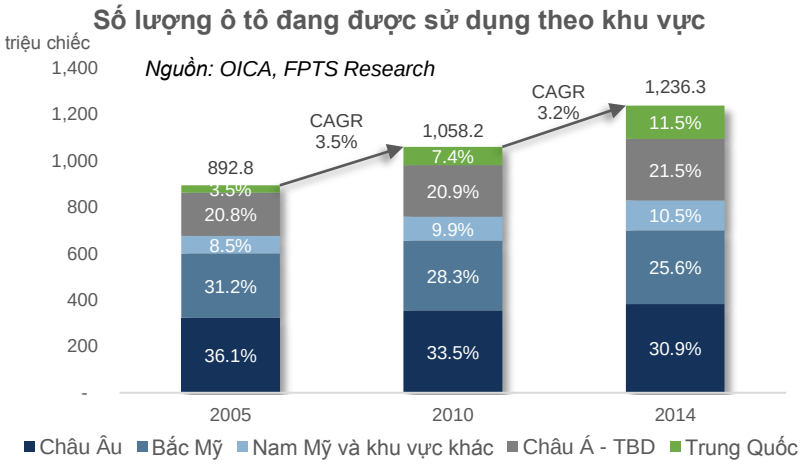




Nguồn: OICA, FPTS Research

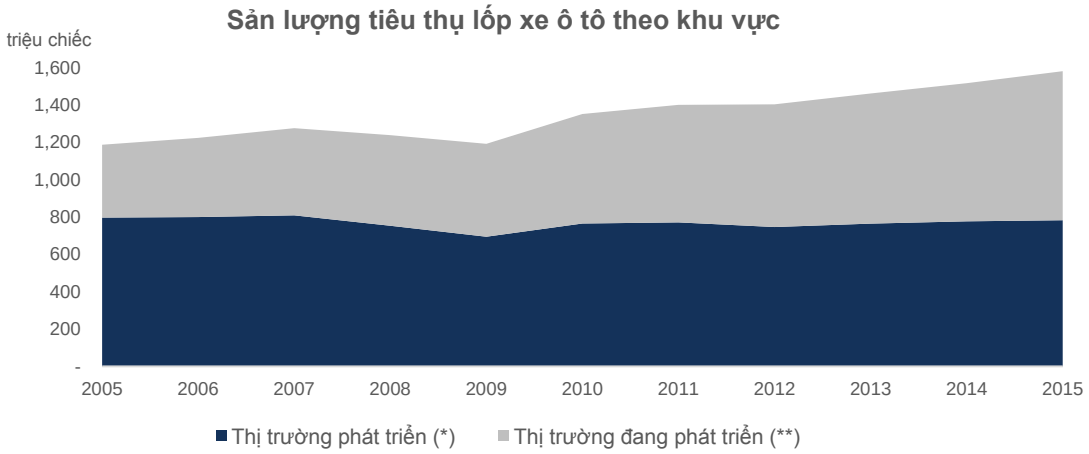
Giai đoạn 2005 – 2010 là giai đoạn vươn lên mạnh mẽ và tạo tiền đề để Trung Quốc trở thành nhà sản xuất, và đồng thời là thị trường tiêu thụ ô tô lớn nhất thế giới hiện nay. Ở giai đoạn này, trong khi các thị trường đã phát triển như Bắc Mỹ, châu Âu chịu ảnh hưởng nặng nề từ cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới 2008 – 2009 khiến cho sản lượng sản xuất và tiêu thụ ô tô các loại sụt giảm, thì thị trường ô tô Trung Quốc vẫn đạt được tốc độ tăng trưởng rất cao, với CAGR trên 25%, và chính là động lực giúp thị trường ô tô thế giới giữ được đà tăng trưởng qua thời kỳ khó khăn này. Bước vào giai đoạn sau khủng hoảng 2010 – 2015, các thị trường Bắc Mỹ và châu Âu đã phục hồi, cùng với việc thị trường Trung Quốc tiếp tục tăng trưởng tuy tốc độ đã chậm lại, đã giúp cho thị trường ô tô thế giới tăng trưởng cả về sản lượng sản xuất và sản lượng tiêu thụ với CAGR cao hơn giai đoạn trước đó.

Sự tăng trưởng về sản lượng tiêu thụ ô tô ở các thị trường đang phát triển cũng đã dẫn tới sự dịch chuyển về tỉ trọng trong tổng số ô tô đang được sử dụng ở các khu vực.



Có thể thấy số lượng ô tô đang được sử dụng trên toàn thế giới đang giảm sự tập trung về hai khu vực thị trường phát triển là châu Âu và Bắc Mỹ, từ trên 67.3% năm 2005 xuống còn 56.5% năm 2014. Thay vào đó, các thị trường đang phát triển, đặc biệt là Trung Quốc đang ngày càng chiếm tỉ trọng lớn hơn.

Do vậy, sản lượng tiêu thụ lốp xe ô tô các loại toàn cầu cũng chứng kiến xu hướng dịch chuyển tỉ trọng về các thị trường đang phát triển.



Nguồn: LMC International
(*) bao gồm châu Âu, Bắc Mỹ, Hàn Quốc, Nhật Bản
(**) châu Phi, Nam Mỹ, Trung Đông, châu Á – TBD không bao gồm Hàn Quốc, Nhật Bản

Có thể thấy nhờ vào sự tăng trưởng của ngành công nghiệp sản xuất ô tô ngay cả trong giai đoạn khủng hoảng 2008 – 2009, sản lượng tiêu thụ lốp xe ở các thị trường đang phát triển (trong đó có Trung Quốc) đã đạt được mức tăng trưởng ấn tượng với CAGR 7.42% trong giai đoạn 2005 – 2015. Trong khi đó ở nhóm các thị trường phát triển, sản lượng tiêu thụ đã đạt mức bão hòa, thể hiện xu hướng đi ngang, thậm chí suy giảm nhẹ với CAGR -0.18% trong giai đoạn này. Và theo ước tính của LMC, nhóm các thị trường đang phát triển đã vượt qua nhóm các thị trường phát triển về sản lượng tiêu thụ lốp xe ô tô các loại trong năm 2016 (chiếm trên 50% tổng sản lượng tiêu thụ lốp xe ô tô toàn cầu).

Tóm lại, những yếu tố tác động trực tiếp đến ngành công nghiệp ô tô như tăng trưởng GDP, thu nhập bình quân đầu người và tỉ lệ sở hữu xe trong dân cư cũng là những yếu tố tác động đến nhu cầu của ngành săm lốp. Bên cạnh đó, các chính sách thắt chặt hoặc nới lỏng đối với ngành sản xuất ô tô của chính phủ các nước, điển hình như Trung Quốc, cũng gây ra những tác động rất lớn đến hoạt động sản xuất và tiêu thụ ô tô, và suy cho cùng, sẽ gây tác động lớn lên nhu cầu của ngành săm lốp.

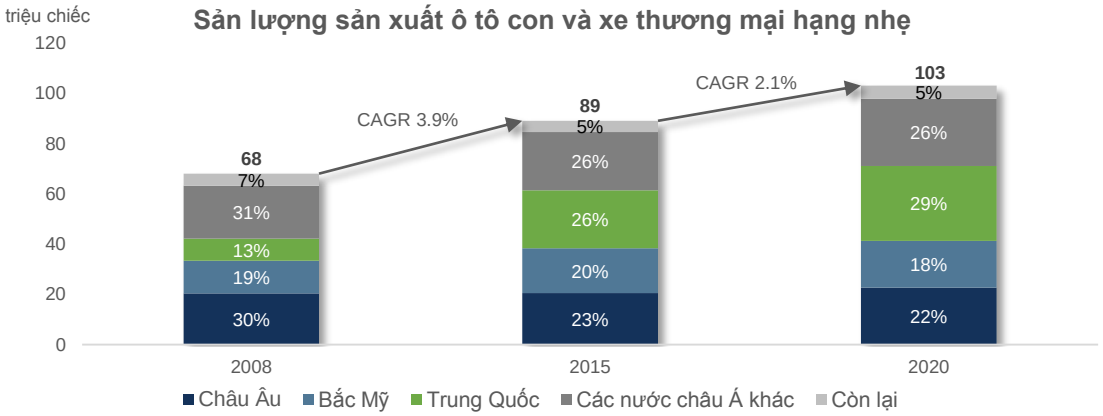
4.2. Xu hướng nguồn cầu của ngành săm lốp

Xu hướng nguồn cầu của ngành săm lốp thế giới được dẫn dắt bởi các thị trường trọng yếu đó là Bắc Mỹ, châu Âu và châu Á trong đó nổi bật là Trung Quốc. Để dự báo được nhu cầu tiêu thụ săm lốp thì các yếu tố chính mà chúng ta cần quan tâm đó là: tốc độ tăng trưởng GDP, thu nhập bình quân đầu người và tỉ lệ sở hữu xe trong dân cư.

Ngành công nghiệp sản xuất săm lốp của Trung Quốc đã phát triển với tốc độ rất nhanh trong những năm qua với ngày càng nhiều nhà máy sản xuất lốp có công nghệ cao được xây dựng, giúp nước này trở thành nhà sản xuất và đồng thời là nhà xuất khẩu săm lốp lớn nhất thế giới hiện nay. Động lực của sự tăng trưởng này đến từ nhu cầu tiêu thụ ngày càng lớn của chính thị trường nội địa Trung Quốc đối với các loại phương tiện vận tải, đặc biệt là ô tô các loại. Các yếu tố cơ bản nhất tạo nên động lực phát triển cho ngành ô tô Trung Quốc đó là tăng trưởng GDP cao và sự nở rộ của tầng lớp trung lưu dẫn tới sự gia tăng nhanh chóng lượng người có khả năng sở hữu ô tô con; bên cạnh đó là nhu cầu lớn đối với các loại xe thương mại để phục vụ cho tăng trưởng kinh tế. Cùng với dân số đông, lên tới hơn 1.3 tỉ người và tỉ lệ sở hữu ô tô còn thấp, nên mặc dù chịu sự kiểm soát chặt chẽ bởi chính phủ bằng các biện pháp hạn chế sở hữu ô tô nhưng tiềm năng tăng trưởng của thị trường ô tô Trung Quốc vẫn còn rất lớn và là động lực tăng trưởng mạnh cho ngành săm lốp.

Các thị trường mới nổi khác ở châu Á như khu vực Đông Nam Á, Ấn Độ… cũng được đánh giá là có triển vọng tốt. Với dân số đông, mật độ xe ô tô trong dân cư thấp, cùng với tiềm năng tăng trưởng kinh tế cao, đây cũng là những thị trường hứa hẹn sẽ đóng góp đáng kể vào nhu cầu tiêu thụ lốp xe thế giới trong tương lai.

Đối với các thị trường phát triển, bao gồm châu Âu và Bắc Mỹ, mặc dù thu nhập bình quân đầu người ở mức cao, việc sở hữu ô tô là tương đối dễ dàng nhưng sau hơn một thế kỷ phát triển của ngành công nghiệp ô tô, tỉ lệ sở hữu xe trong dân cư ở những khu vực này đã gần đạt tới mức bão hoà và việc mua xe mới phần lớn phục vụ cho nhu cầu thay thế xe đã cũ. Do vậy nên tiềm năng tăng trưởng cho ngành ô tô ở những thị trường này không còn lớn, dẫn tới hệ quả là những thị trường này sẽ không đóng góp nhiều vào tăng trưởng chung của sản lượng tiêu thụ lốp xe thế giới.



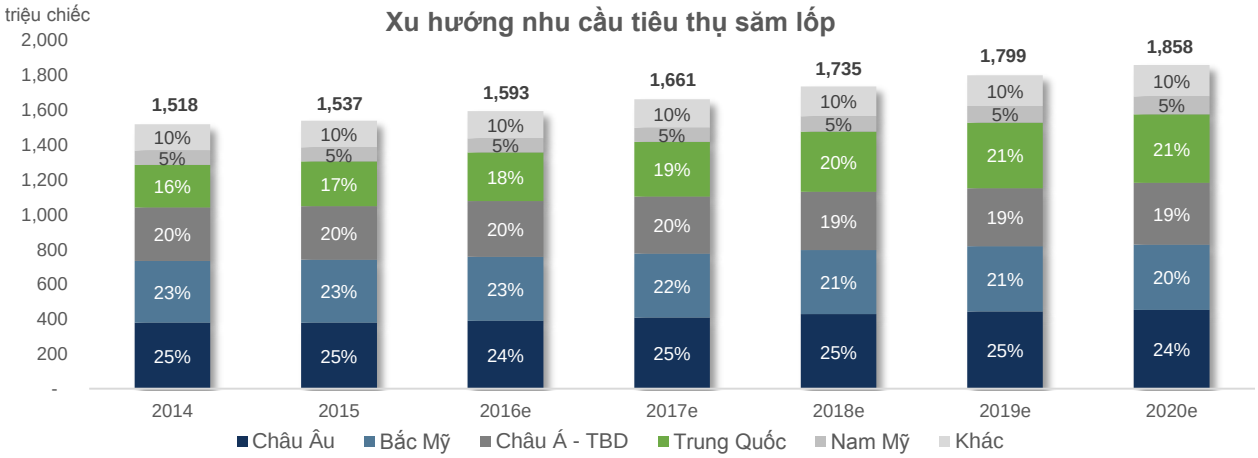
Nguồn: IHS, FPTS tổng hợp

Theo dự báo của IHS, sản lượng sản xuất ô tô con và xe thương mại hạng nhẹ thế giới (chiếm trên 95% tổng sản lượng sản xuất xe ô tô các loại, khoảng 5% còn lại thuộc về xe thương mại hạng nặng) sẽ đạt mức tăng trưởng hàng năm khoảng 3% trong giai đoạn 2015 – 2020. Trong đó, khu vực Châu Âu có thể đạt mức tăng trưởng 2% hàng năm, tuy nhiên sẽ chỉ có thể phục hồi lại mức sản lượng 22 triệu chiếc (đạt được trong năm 2007, trước khủng hoảng kinh tế) sau năm 2018. Thị trường Bắc Mỹ được dự báo sẽ tăng trưởng chậm lại, đạt 18.5 triệu chiếc vào năm 2020, tương ứng với CAGR cho giai đoạn 2015 – 2020 là 0.8%, thấp hơn nhiều so với mức 4.7% trong giai đoạn 2008 – 2015.

Trong khi đó Trung Quốc sẽ tiếp tục là quốc gia sản xuất ô tô lớn nhất thế giới, tuy tốc độ tăng trưởng hàng năm trong giai đoạn 2015 – 2020 được dự báo sẽ chậm lại và đạt mức 5%, thấp hơn so với mức CAGR hàng năm 15% trong giai đoạn 2008 – 2015, nhưng Trung Quốc sẽ chiếm tới 29% tổng sản lượng sản xuất ô tô con và xe hạng nhẹ toàn cầu vào năm 2020.

4.2.1. Xu hướng nhu cầu tiêu thụ lốp theo khu vực

Với tình hình của ngành sản xuất ô tô như vậy, nhu cầu săm lốp được dự đoán có cùng xu hướng dịch chuyển về các thị trường đang phát triển.

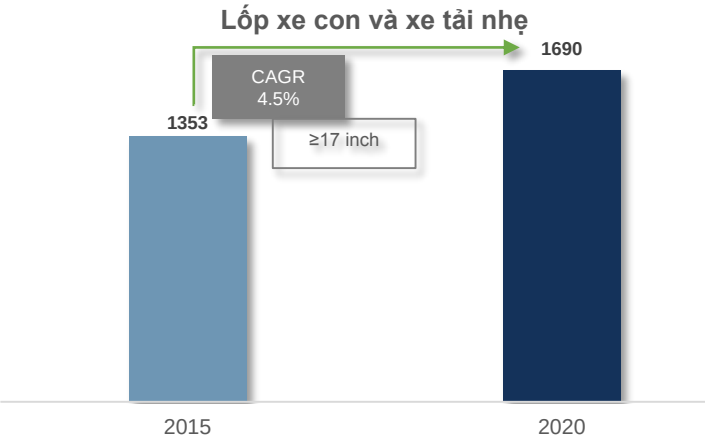


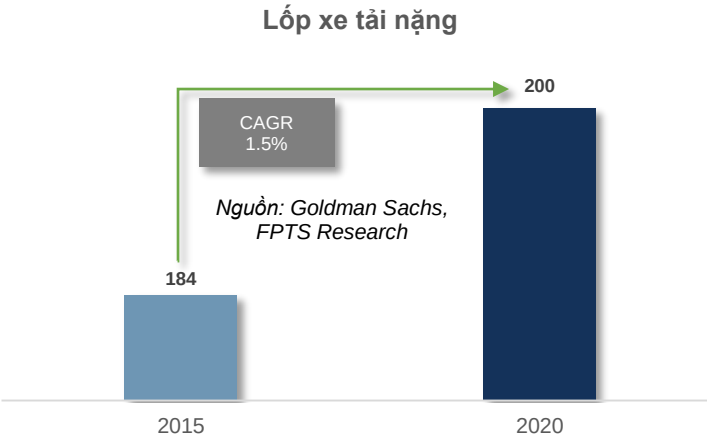
Nguồn: LMC, FPTS Research

Theo dự báo của LMC, nhu cầu tiêu thụ lốp xe ô tô toàn cầu có thể đạt mức tăng trưởng với CAGR hàng năm xấp xỉ 4% trong giai đoạn 2015 – 2020. Các thị trường phát triển như châu Âu, Bắc Mỹ đã bước vào giai đoạn bão hòa với tốc độ tăng trưởng thấp, dự báo ở mức dưới 1% mỗi năm đối với khu vực Bắc Mỹ và gần 3% đối với khu vực châu Âu. Các thị trường đang phát triển ở châu Á sẽ tăng trưởng với CAGR hàng năm 6% và đóng góp khoảng 2/3 trong tổng mức tăng trưởng của toàn

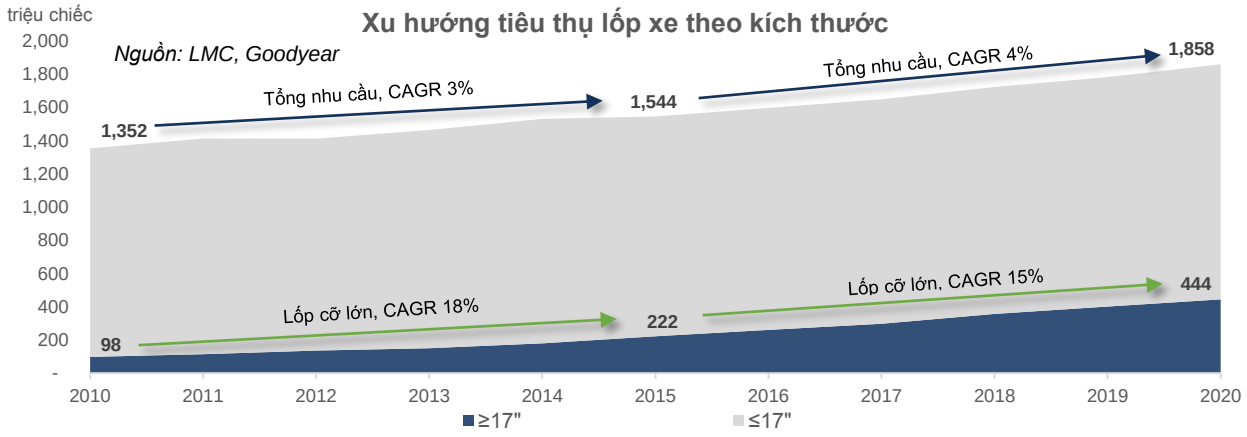
thế giới, trong đó riêng Trung Quốc có khả năng đóng góp tới 40% tổng mức tăng trưởng, với CAGR hàng năm đạt 9% và tiếp tục là thị trường tiêu thụ lốp xe lớn nhất thế giới.

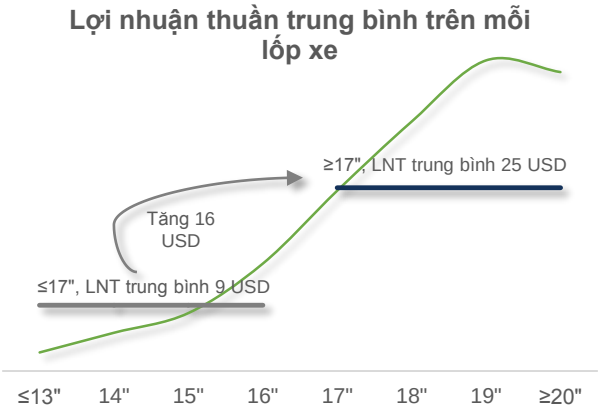
4.2.2. Nhu cầu tiêu thụ lốp xe theo loại xe và kích cỡ

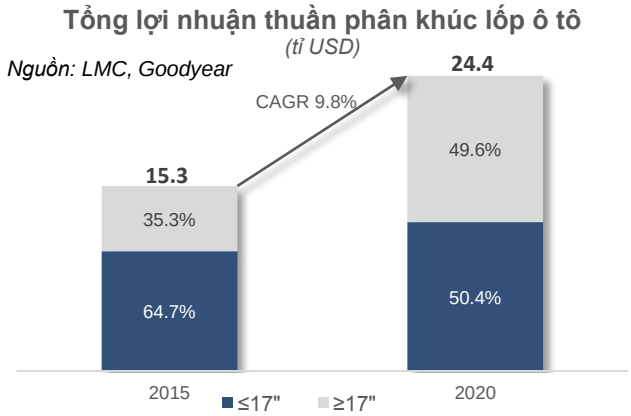




Nhu cầu lốp xe cho xe con và xe tải nhẹ được dự đoán sẽ tăng trưởng với tốc độ 4.5% hàng năm, trong đó riêng loại lốp có kích cỡ lớn (dùng cho bánh xe có đường kính vành lớn hơn 17 inch, hay 43.2 cm) sẽ tăng trưởng nhanh hơn với CAGR đạt 7%. Đây là xu thế chung trong những năm qua, khi nhu cầu đối với các loại lốp xe có kích thước lớn ngày càng tăng nhờ những dòng xe ô tô có khả năng vận hành cao sử dụng bánh xe cỡ lớn đang ngày càng trở nên phổ biến. Lốp xe tải được dự báo có tăng trưởng chậm hơn, ở mức CAGR khoảng 1.5% trong giai đoạn 2015 – 2020.

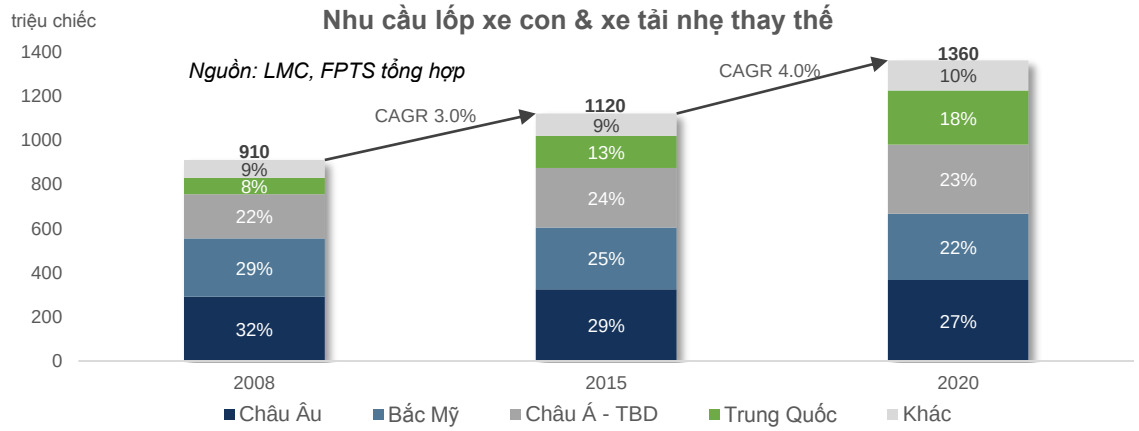






Có thể thấy nhu cầu tiêu thụ lốp xe kích thước trên 17'' (bao gồm cả lốp xe tải nặng, xe tải nhẹ và lốp xe con cỡ lớn) có tốc độ tăng trưởng cao hơn rất nhiều so với mức tăng trưởng của lốp xe cỡ nhỏ (dưới 17") và tăng trưởng chung của thị trường lốp xe ô tô. Xu hướng này sẽ tạo cơ hội gia tăng tỉ suất lợi nhuận cho các doanh nghiệp sản xuất lốp vì theo thống kê của LMC và Goodyear, trung bình mỗi lốp xe cỡ lớn (≥17 inch) mang lại 25 USD lợi nhuận thuần, cao hơn 16 USD so với mỗi chiếc lốp xe cỡ nhỏ.

Với triển vọng tăng trưởng nhu cầu tiêu thụ lớn, tổng lợi nhuận thuần phân khúc lốp xe ô tô cỡ lớn toàn thế giới được dự đoán sẽ tăng trưởng nhanh với CAGR 17.5% trong giai đoạn 2015 – 2020, đóng góp 12.1 tỉ USD (tương đương 49.6%) vào tổng lợi nhuận thuần của phân khúc lốp ô tô toàn cầu. Như vậy có thể thấy xu hướng tiêu thụ lốp xe cỡ lớn sẽ mang lại nhiều cơ hội cho các nhà sản xuất lốp xe trong những năm tới.



Nếu xét riêng nhu cầu lốp xe thay thế trên các dòng xe con và xe tải nhẹ, LMC dự báo tốc độ tăng trưởng trên phạm vi toàn cầu đạt CAGR hàng năm 4% trong giai đoạn 2015 – 2020, trong đó châu Âu và Bắc Mỹ tăng trưởng chậm với CAGR hàng năm lần lượt đạt 2.5% và 1.3%, ngày càng chiếm tỉ trọng nhỏ hơn trong tổng nhu cầu tiêu thụ toàn thế giới. Khu vực châu Á tiếp tục tạo ra động lực tăng trưởng chính với CAGR hàng năm trên 6%, đóng kóp khoảng 60% vào tăng trưởng chung của toàn thế giới. Bên cạnh đó, các thị trường đang phát triển cũng sẽ vượt qua các thị trường phát triển về nhu cầu lốp xe thay thế trong những năm sắp tới.

Ngoài ra như đã phân tích, tại những thị trường phát triển, tỉ lệ tiêu thụ và sử dụng lốp radial đạt gần 100%. Ngược lại đối với những thị trường đang phát triển, tỉ lệ sử dụng lốp radial còn tương đối thấp. Với sự tăng cường đầu tư cho phát triển cơ sở hạ tầng giao thông trong những năm qua, lốp radial đang ngày càng được sử dụng phổ biến hơn ở những thị trường này. Do đó, nhu cầu tiêu thụ lốp radial còn nhiều dư địa tăng trưởng trong tương lai, trong khi lốp bias sẽ ngày càng ít được sử dụng hơn. Đây là xu hướng mà các nhà sản xuất lốp xe trên thế giới cần quan tâm và nắm bắt.

5. Triển vọng ngành săm lốp thế giới

Triển vọng ngành săm lốp thế giới đến năm 2020

Ngành công nghiệp sản xuất lốp xe thế giới được dự báo sẽ tăng trưởng ổn định ở mức 4%/năm trong giai đoạn 2015 – 2020. Động lực tăng trưởng chính của ngành xuất phát từ các thị trường đang phát triển, đặc biệt là Trung Quốc và các quốc gia châu Á khác. Tăng trưởng sản lượng tiêu thụ ở khu vực này được dự báo sẽ đóng góp tới trên 60% vào tổng mức tăng trưởng của toàn ngành thế giới, và tới năm 2020, châu Á được dự báo sẽ chiếm 40% tổng nhu cầu lốp xe toàn cầu. Các thị trường phát triển sẽ tăng trưởng chậm do đã bước vào giai đoạn bão hòa.

Sản lượng tiêu thụ lốp xe con và xe tải hạng nhẹ hiện chiếm tới gần 90% tổng sản lượng tiêu thụ lốp xe toàn cầu, chỉ khoảng 10% còn lại thuộc về lốp xe tải hạng nặng. Với dự báo về tăng trưởng của lốp xe con và xe tải hạng nhẹ đạt 4.5%/năm, của lốp xe tải hạng nặng đạt 1.5%/năm trong giai đoạn 2015 – 2020 thì phân khúc lốp xe con và xe tải nhẹ tiếp tục được kỳ vọng là động lực tăng trưởng cho ngành.

Lốp xe kích thước lớn (dùng cho phương tiện có vành bánh xe lớn hơn 17") được dự báo sẽ đóng góp xấp xỉ 50% vào tổng lợi nhuận thuần của ngành trong năm 2020, so với 35.3% trong năm 2015, mặc dù sản lượng tiêu thụ chỉ chiếm 24% tổng sản lượng tiêu thụ lốp các loại. Như vậy, với tỉ suất lợi nhuận gộp cao, đây sẽ là phân khúc tiềm năng cho các doanh nghiệp sản xuất lốp thế giới.

Phân khúc lốp radial được dự báo còn tiềm năng tăng trưởng trong tương lai, trong khi thị phần của lốp bias sẽ ngày càng bị thu hẹp lại. Xu hướng này chủ yếu diễn ra ở các thị trường đang phát triển như châu Á, châu Phi và Trung Đông, nơi tỉ lệ sử dụng lốp radial còn tương đối thấp. Radial hóa sẽ là xu hướng tất yếu và mang lại nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp sản xuất lốp.

II. NGÀNH SĂM LỐP VIỆT NAM

1. Lịch sử hình thành và các giai đoạn phát triển của ngành săm lốp Việt Nam

Với cơ sở hạ tầng kém phát triển sau một khoảng thời gian dài khắc phục hậu quả nặng nề của chiến tranh, ngành công nghiệp sản xuất lốp xe của Việt Nam hiện khá non trẻ so với thế giới. Bắt đầu từ năm 1960, nhà máy sản xuất lốp ô tô bias đầu tiên được đưa vào hoạt động nhờ sự viện trợ từ Trung Quốc, với công suất 50,000 lốp một năm. Cùng thời gian đó, nhà máy sản xuất lốp xe đạp của Michelin và một số nhà máy sản xuất lốp xe hơi, xe tải nhẹ khác như Châu Bá, Lê Văn Hậu, nhà máy cao su Sao Vàng (nay là Công ty Cổ phần Cao su Sao Vàng) cũng được xây dựng và đưa vào hoạt động. Tháng 12/1975, nhà máy cao su Đà Nẵng ra đời (sau này là Công ty Cổ phần Cao su Đà Nẵng), tiền thân là một xưởng đắp lốp xe của quân đội chính quyền Sài Gòn trước 30/4/1975. Năm 1976, Công ty công nghiệp cao su Miền Nam được thành lập, nay là Công ty Cổ phần Công nghiệp Cao su Miền Nam. Tuy nhiên, giai đoạn 1960 – 1990 là giai đoạn chiến tranh và khắc phục hậu quả, ngành săm lốp Việt Nam không có bước phát triển nào đáng kể.

Việc Hoa Kỳ dỡ bỏ lệnh cấm vận thương mại đối với Việt Nam (được Tổng thống Hoa Kỳ Bill Clinton thông báo vào ngày 3/2/1994) đã mở ra cánh cửa cho những dòng vốn đầu tư từ nước ngoài vào Việt Nam. Cùng với sự đầu tư mạnh mẽ từ những nguồn lực trong nước, cơ sở hạ tầng của Việt Nam đã đạt được những bước tiến bộ nhanh chóng, giúp cho ngành công nghiệp sản xuất săm lốp phát triển vượt bậc trong giai đoạn 1990 – 2000. Trong giai đoạn này, ba doanh nghiệp sản xuất lốp xe nội địa lớn nhất là Casumina, Đà Nẵng và Sao Vàng đã mở rộng quy mô sản xuất, nâng tổng sản lượng hàng năm lên 3 triệu lốp xe ô tô và 8 triệu lốp xe máy. Bên cạnh đó, với lợi thế nguồn nguyên liệu cao su tự nhiên dồi dào và nhân công giá rẻ, Việt Nam đã thu hút một số thương hiệu săm lốp hàng đầu thế giới như Bridgestone, Michelin, Kumho hay Yokohama. Những doanh nghiệp này, với tiềm lực tài chính mạnh mẽ và bề dày kinh nghiệm, đã đóng góp đáng kể vào chất lượng, tổng công suất và giá trị xuất khẩu săm lốp của Việt Nam. Các dự án đầu tư lớn có thể kể đến như nhà máy sản xuất lốp của Kumho với vốn đầu tư 200 triệu USD cho công suất hơn 3 triệu lốp một năm; nhà máy sản xuất lốp xe ô tô con của Bridgestone với tổng vốn đầu tư 1.2 tỉ USD và tổng công suất dự kiến sẽ đạt tới 49,000 lốp/ngày từ nửa đầu năm 2017 (ước tính trên 10 triệu lốp/năm) phục vụ hoàn toàn cho xuất khẩu.

Theo số liệu thống kê của Hiệp hội Cao su Việt Nam, tính đến năm 2013, cả nước có 830 doanh nghiệp đang hoạt động trong ngành săm lốp, trong đó có 30 doanh nghiệp sản xuất (bao gồm cả các doanh nghiệp FDI), 170 doanh nghiệp thương mại, 170 nhà xuất khẩu và 460 nhà nhập khẩu lớn nhỏ. Nhà sản xuất lốp nội địa Casumina được xếp hạng 68 trong danh sách những doanh nghiệp sản xuất lốp lớn nhất thế giới theo thống kê năm 2015 của Tire Business.

2. Vòng đời ngành săm lốp Việt Nam

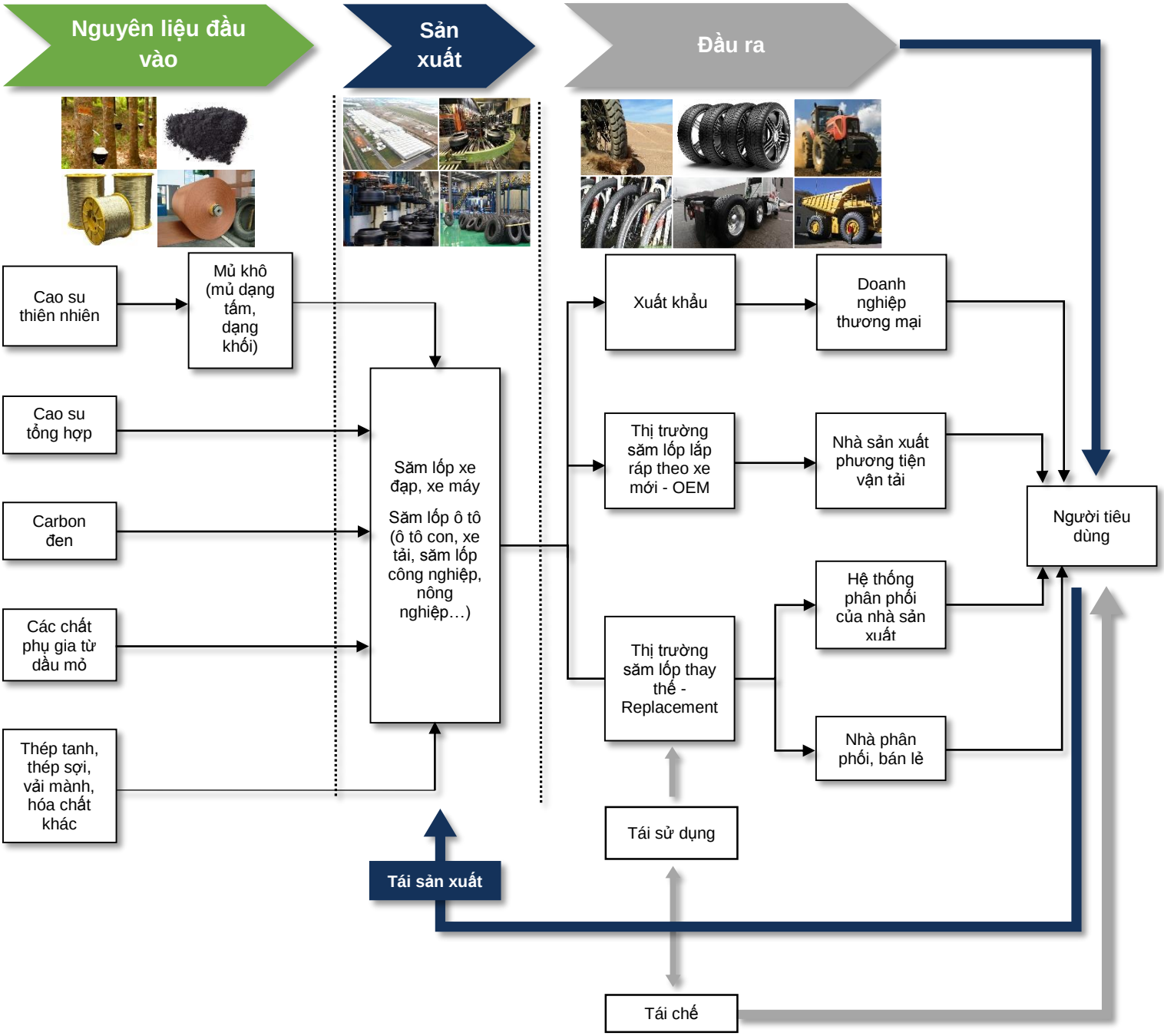
Dựa trên xu hướng nhu cầu đối với từng phân khúc sản phẩm tại thị trường Việt Nam trong tương lai, cùng với kế hoạch đầu tư mở rộng quy mô sản xuất của các doanh nghiệp trong ngành (xem chi tiết ở đây), chúng tôi đưa ra nhận định như sau:

- Phân khúc săm lốp xe đạp đã bước vào giai đoạn bão hòa với tiềm năng tăng trưởng gần như không còn.
- Phân khúc săm lốp xe máy có tiềm năng tăng trưởng trong trung hạn. Tuy nhiên về mặt lý thuyết thị trường xe máy Việt Nam đã bão hòa. Do đó phân khúc này đã đạt đến điểm phát triển ổn định và tốc độ tăng trưởng có thể sẽ giảm xuống trong giai đoạn 2019 – 2020.
- Phân khúc săm lốp ô tô đang ở trong giai đoạn phát triển nhanh. Dư địa tăng trưởng cho thị trường ô tô Việt Nam còn rất lớn nhờ tỉ lệ sở hữu xe trong dân cư thấp; thu nhập bình quân

đầu người đang tăng lên và quyết tâm của Chính phủ trong mục tiêu phát triển ngành công nghiệp ô tô và các ngành công nghiệp phụ trợ. Những yếu tố này sẽ tạo tiềm năng tăng trưởng lớn cho phân khúc săm lốp ô tô trong dài hạn.

Tóm lại, mặc dù có lịch sử hình thành và phát triển từ những năm 1960s, nhưng ngành săm lốp Việt Nam hiện tại vẫn là một ngành non trẻ nếu so sánh với sự phát triển của ngành săm lốp thế giới. Tuy nhiên, chúng tôi đánh giá triển vọng đối với ngành săm lốp Việt Nam trong những năm tới là tương đối khả quan.

3. Chuỗi giá trị của ngành săm lốp Việt Nam



3.1. Đầu vào

Như đã phân tích ở phần ngành thế giới, cao su là nguyên liệu quan trọng nhất, chiếm trung bình 50% chi phí nguyên vật liệu trong quy trình sản xuất lốp xe. Trong đó, tỉ lệ cao su thiên nhiên và cao

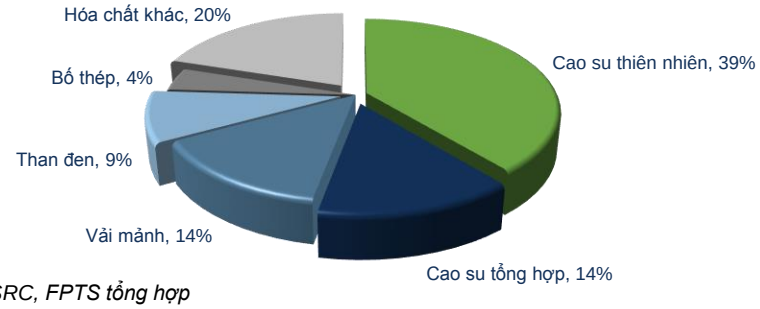
su tổng hợp được điều chỉnh phù hợp với từng loại lốp xe cụ thể. Các loại lốp xe tải cần chú trọng vào độ bền, các tính chất vật lý và khả năng chịu lực cao nên sử dụng nhiều cao su thiên nhiên hơn. Do vậy, các doanh nghiệp sản xuất lốp xe Việt Nam nhờ có nguồn cung cao su thiên nhiên trong nước dồi dào và mức giá phù hợp nên có lợi thế cạnh tranh trong phân khúc lốp xe tải. Đối với phần lớn các nguyên liệu khác như cao su tổng hợp, than đen, bố thép, vải mảnh hay chất phụ gia khác, các nhà sản xuất lốp xe trong nước đều phải nhập khẩu từ các nhà cung cấp nước ngoài.

STT	Nguyên vật liệu	Nhà cung cấp	Xuất xứ
1	Cao su thiên nhiên	Phú Riềng, Đồng Phú, Tây Ninh,…	Trong nước
2	Cao su tổng hợp	BSTE, LanXess, ExxonMobil, Kumho, TSRC, Sinopec…	Đài Loan, Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan
3	Vải mảnh	Formosa, Huaian, Jiangsu Hayian,…	Trung Quốc, Đài Loan, Thái Lan
4	Than đen	Cabot, CSRC, Orion, Phillips Carbon, Thai Carbon,…	Úc, Hàn Quốc, Ấn Độ, Thái Lan
5	Tanh - bố thép	Bekaert, Hyosung, Rairattan,…	Trong nước, Malaysia, Hàn Quốc, Thái Lan,
6	Hoá chất khác	BASF, FlexSys, LanXess,…	Trong nước, Đài Loan, Thái Lan, Nhật Bản

Nguồn: FPTS tổng hợp

Cao su tổng hợp phần lớn được nhập khẩu từ Hàn Quốc, Trung Quốc và Đài Loan với giá trị nhập khẩu hàng năm trên 500 triệu USD. Ngoài tanh thép, bố thép được thu mua một phần từ các nhà sản xuất nội địa thì phần lớn các loại nguyên vật liệu, hoá chất khác được nhập khẩu, với Trung Quốc là nhà cung cấp lớn nhất. Việc phụ thuộc nhiều vào nguyên vật liệu nhập khẩu sẽ gây khó khăn cho các doanh nghiệp sản xuất săm lốp Việt Nam trong kiểm soát chi phí đầu vào, có thể tác động tiêu cực đến tỉ suất lợi nhuận của doanh nghiệp.

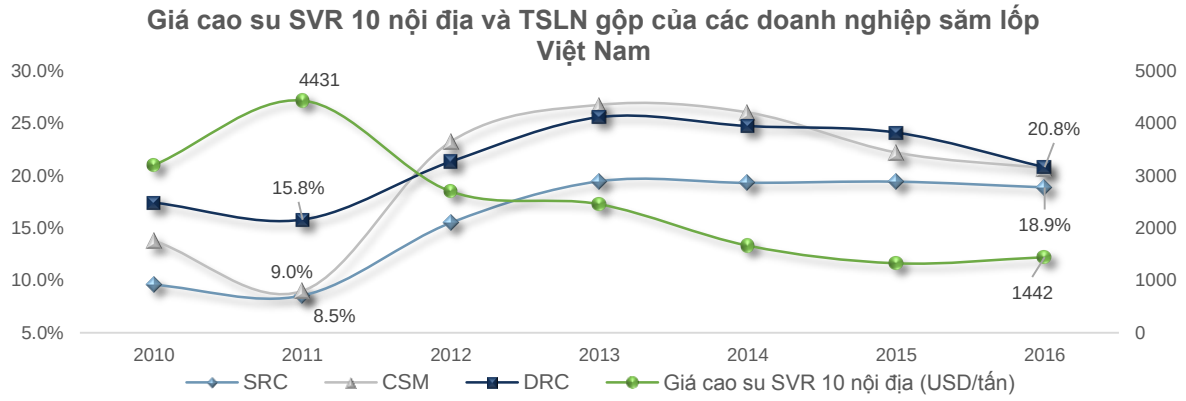
Tỉ trọng nguyên vật liệu đầu vào của các DN sản xuất lốp



Nguồn: DRC, CSM, SRC, FPTS tổng hợp

Theo số liệu FPTS tổng hợp, cao su chiếm trung bình 53% trong chi phí nguyên vật liệu đầu vào của các doanh nghiệp sản xuất săm lốp Việt Nam, trong đó cao su thiên nhiên chiếm khoảng 39% và cao su tổng hợp chiếm khoảng 14%; thể hiện sự tập trung vào phân khúc lốp xe tải với tỉ trọng cao su thiên nhiên lớn. Ba loại nguyên vật liệu quan trọng khác là vải mảnh, than đen và bố thép chiếm tổng cộng khoảng 27%, và các loại hoá chất, chất phụ gia khác chiếm khoảng 20%.

Như vậy, với việc chi phí nguyên vật liệu chiếm tới khoảng 70% giá vốn hàng bán (theo thống kê và ước tính của chúng tôi), tỉ suất lợi nhuận gộp của các doanh nghiệp sản xuất săm lốp Việt Nam sẽ chịu ảnh hưởng lớn từ biến động giá cao su trên thị trường.



Nguồn: VRG, DRC, CSM, SRC, FPTS tổng hợp

Có thể thấy năm 2011 là thời điểm giá cao su thiên nhiên thế giới và trong nước đạt đỉnh. Giá cao su SVR 10 nội địa (loại cao su chính được sử dụng trong quy trình sản xuất của các doanh nghiệp săm lốp Việt Nam) đạt mức trung bình năm là 4,431 USD/tấn; điều này đã làm cho chi phí đầu vào của các doanh nghiệp săm lốp tăng cao và khiến tỉ suất lợi nhuận gộp của các doanh nghiệp này đạt mức thấp nhất trong giai đoạn 2010 – 2016. Sau đó là giai đoạn lao dốc trong suốt 5 năm tiếp theo của giá cao su, giúp cho tỉ suất lợi nhuận gộp của các doanh nghiệp săm lốp được cải thiện. Từ nửa sau năm 2016, giá cao su đã thoát đáy và hồi phục mạnh mẽ, cùng với áp lực cạnh tranh gay gắt từ lốp xe Trung Quốc khiến các doanh nghiệp sản xuất săm lốp trong nước phải giảm giá bán và làm cho tỉ suất lợi nhuận gộp của các doanh nghiệp này giảm sút.

Bên cạnh đó, tỉ suất lợi nhuận gộp của CSM và DRC có xu hướng giảm từ năm 2014 còn bắt nguồn từ việc hai doanh nghiệp này đưa các dây chuyền sản xuất lốp radial vào hoạt động, tuy nhiên các dây chuyền này chưa được vận hành hết công suất do việc tiêu thụ sản phẩm lốp radial chưa khả quan. Do vậy biên lợi nhuận thấp của mảng lốp radial là một trong những nguyên nhân khiến tỉ suất lợi nhuận của hai doanh nghiệp này bị giảm sút.

Một điểm quan trọng khác đó là đối với cao su thiên nhiên, mặc dù đã vươn lên là nước sản xuất cao su lớn thứ 3 thế giới, nhưng Việt Nam chỉ chiếm khoảng 9% trong tổng nguồn cung cao su của toàn thế giới, trong khi riêng hai nước đứng đầu là Thái Lan và Indonesia đã chiếm khoảng 60%. Do vậy, khả năng tác động lên giá cao su thế giới của Việt Nam là rất nhỏ, mà ngược lại giá cao su trong nước phụ thuộc rất lớn vào giá cao su trên thị trường thế giới. Về cơ bản, khoảng 70% sản lượng tiêu thụ cao su thiên nhiên đến từ ngành sản xuất săm lốp. Trong giai đoạn suy thoái kinh tế thế giới, nhu cầu tiêu thụ ô tô giảm, dẫn tới nhu cầu săm lốp thấp và cuối cùng dẫn tới giảm giá cao su. Do đó, sự sụt giảm doanh số bán lốp của các doanh nghiệp sản xuất săm lốp có thể được bù đắp lại một phần bằng việc chi phí nguyên vật liệu đầu vào giảm.

Về xu hướng giá cao su trong thời gian tới: như đã phân tích ở phần ngành thế giới, giá cao su thiên nhiên được kỳ vọng có thể giữ được sự ổn định, ít đột biến cho tới giai đoạn 2025 – 2030. Điều này được hỗ trợ bởi việc giá dầu thô cũng được dự báo có ít khả năng tăng mạnh giúp cho giá cao su tổng hợp có thể được duy trì ổn định. Thỏa thuận cắt giảm sản lượng của OPEC là một biện pháp hỗ trợ giá dầu tạm thời, không đảm bảo được việc các nước thực tế có cắt giảm đúng sản lượng cam kết hay không, đồng thời không đảm bảo được việc các nước có tiếp tục duy trì được thỏa thuận hay không. Bên cạnh đó, vì Mỹ là một nước không nằm trong OPEC, nên với công nghệ khai thác dầu đá phiến, nước này có thể gia tăng sản lượng khai thác khi giá dầu có xu hướng tăng mà không chịu sự ràng buộc nào với OPEC (khi giá dầu cao hơn 50 USD/thùng, việc khai thác dầu đá phiến sẽ bắt đầu có lãi). Việc này khiến giá dầu thô khó có khả năng tăng cao. Cùng với nguồn cung cao su trong nước dồi dào, chúng tôi cho rằng các doanh nghiệp sản xuất săm lốp trong nước sẽ không gặp nhiều rủi ro về giá cao su nguyên liệu, từ đó giảm đáng kể rủi ro về chi phí nguyên vật liệu đầu vào.

Ngoài ra, một trong các nguyên vật liệu chính khác là than đen cũng là một chế phẩm của dầu thô. Mặc dù hoạt động sản xuất than đen ở Mỹ và châu Âu (các khu vực sản xuất than đen lớn nhất thế giới) đang thu hẹp dần do phải đối mặt với áp lực từ chính phủ và các tổ chức bảo vệ môi trường (than đen, hay muội than là nguyên nhân chính gây nên hiệu ứng nhà kính), lượng cung sụt giảm này có thể được bù đắp bởi các nhà sản xuất đến từ châu Á, đặc biệt là Trung Quốc – nơi có ngành công nghiệp sản xuất thép lớn nhất thế giới. Muội than sinh ra do đốt than cốc trong các nhà máy sản xuất thép có thể được dùng để sản xuất carbon đen. Kết hợp với dự báo về giá dầu thô, chúng tôi kỳ vọng khả năng giá than đen diễn biến bất thường trong thời gian tới là không cao.

Tóm lại, cao su thiên nhiên và cao su tổng hợp là hai nguyên vật liệu chiếm tỉ trọng lớn nhất trong chi phí đầu vào và tác động trực tiếp đến tỉ suất lợi nhuận gộp của các doanh nghiệp sản xuất săm lốp Việt Nam. Cùng với than đen, đây là những yếu tố chịu ảnh hưởng từ giá dầu thô. Do đó, bên cạnh việc theo dõi cung cầu của nhưng loại nguyên vật liệu này, chúng ta cần theo dõi sát những yếu tố khác như giá dầu thô, xu hướng giá của các đồng tiền như USD hay Yên nhật, biến động chính trị ở một số quốc gia…để đánh giá tác động của những sự kiện này lên giá cao su, qua đó có thể nắm bắt được xu hướng tỉ suất lợi nhuận của doanh nghiệp.

3.2. Sản xuất

Công nghệ sản xuất săm lốp ở Việt Nam không có nhiều sự khác biệt so với công nghệ sản xuất săm lốp của thế giới. Các doanh nghiệp FDI như Bridgestone, Kumho hay Yokohama đều là những "đại gia" trong ngành công nghiệp săm lốp thế giới và họ cũng mang những công nghệ sản xuất lốp ô tô radial tiên tiến nhất về các nhà máy đặt tại Việt Nam. Đối với các doanh nghiệp nội địa như CSM và DRC, việc đầu tư mạnh mẽ vào các nhà máy sản xuất lốp radial trong những năm qua đã rút ngắn đáng kể khoảng cách về công nghệ với thế giới. Các dòng lốp radial do các doanh nghiệp này sản xuất cũng vẫn giữ được những ưu điểm vượt trội so với lốp bias kiểu cũ.

Ngành sản xuất săm lốp Việt Nam có sự phân hóa tương đối rõ ràng giữa các doanh nghiệp FDI và các doanh nghiệp nội địa, cũng như sự phân hóa về phân khúc sản phẩm. Trong các doanh nghiệp nội địa, SRC có lợi thế về phân khúc lốp xe đạp, xe máy và tập trung ở khu vực miền Bắc; DRC có thế mạnh về lốp ô tô tải nặng và lốp đặc chủng, tập trung ở khu vực miền Trung và các khách hàng doanh nghiệp đặc thù; còn CSM có hệ thống sản phẩm đa dạng nhất bao gồm lốp xe máy, ô tô du lịch và xe tải nhẹ, tập trung chủ yếu vào khu vực miền Nam. Bên cạnh đó, thị trường chính của các doanh nghiệp này là thị trường nội địa, doanh thu từ xuất khẩu chiếm tỉ trọng chưa cao trong cơ cấu doanh thu.

Đối với các doanh nghiệp FDI: Bridgestone, Kumho, Yokohama là các nhà sản xuất chuyên về lốp radial cho ô tô con. Mặc dù chiếm ưu thế ngay trên thị trường nội địa nhưng phần lớn sản lượng lốp xe của các doanh nghiệp này được xuất khẩu ra thị trường nước ngoài, góp phần quan trọng giúp ngành săm lốp Việt Nam suất siêu kể từ năm 2010 cho tới nay. Cheng Shin (Chính Tân) cũng là một doanh nghiệp FDI, nhưng chủ yếu sản xuất lốp xe tải và xe địa hình. Bên cạnh đó là các doanh nghiệp chuyên sản xuất lốp xe máy và lốp xe đạp như Kenda và Inoue.

Các doanh nghiệp FDI chiếm ưu thế trong phân khúc lốp lắp theo xe mới (OEM), và các doanh nghiệp nội địa hầu hết chỉ cạnh tranh được trong phân khúc lốp thay thế (Replacement). Xét theo chủng loại lốp, các doanh nghiệp FDI chiếm lĩnh thị trường lốp xe ô tô con, trong khi các doanh nghiệp nội địa tập trung vào lốp xe tải và xe du lịch.

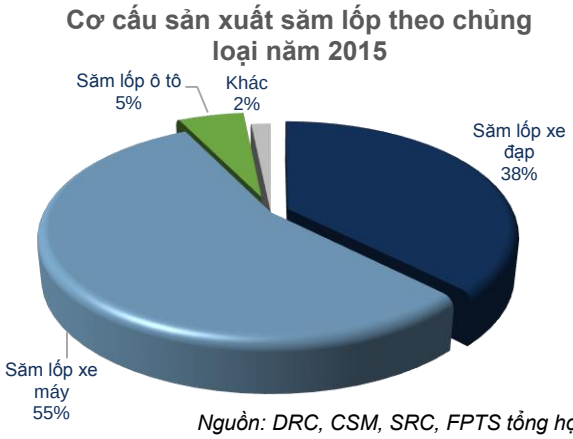
Bảng dưới đây tổng hợp các dòng sản phẩm được sản xuất bởi các doanh nghiệp sản xuất săm lốp lớn ở Việt Nam.

	CSM	DRC	SRC	Bridgestone	Yokohama	Cheng Shin	Kumho	Sailun	Inoue	Kenda
Lốp ô tô	x	x	x							
Theo công nghệ										
Bias	x	x	x		x	x				
Radial	x	x		x	x	x	x	x		
Theo chủng loại										
Lốp xe hơi	x	x	x	x	x		x	x		
Lốp xe tải	x	x	x		x	x	x	x		
Lốp xe công – nông nghiệp	x	x	x		x					
Lốp máy bay			x							
Lốp đắp	x	x								
Săm ô tô	x	x	x	x	x	x	x			
Săm lốp xe máy	x	x	x			x			x	x
Săm lốp xe đạp	x	x	x							x

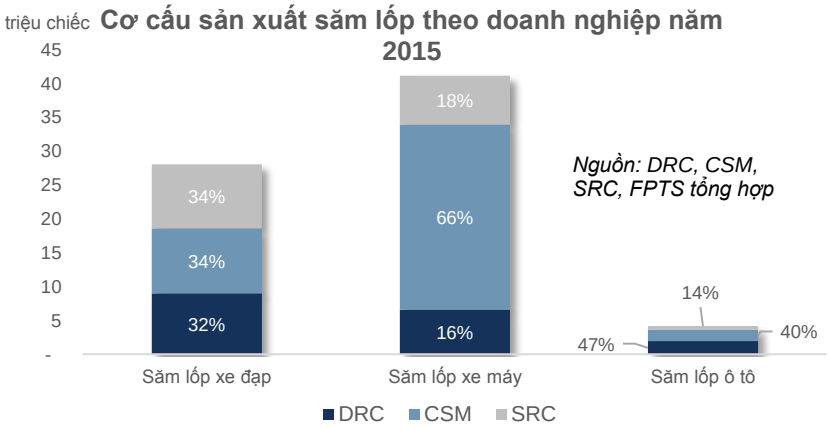
Nguồn: FPTS tổng hợp

3.2.1. Cơ cấu sản xuất

Theo thống kê của FPTS, trong năm 2015, ba doanh nghiệp săm lốp nội địa lớn nhất là DRC, CSM và SRC đã sản xuất được 74.6 triệu chiếc săm, lốp xe các loại. Trong đó săm lốp xe đạp đạt 28 triệu lốp, chiếm 38%; săm lốp xe máy đạt 41 triệu lốp, chiếm 55%; săm lốp ô tô đạt 4 triệu lốp, chiếm 5%; còn lại 2% thuộc về săm lốp công nghiệp, nông nghiệp và các loại săm lốp đặc chủng khác.



Nguồn: DRC, CSM, SRC, FPTS tổng hợp



Nguồn: DRC, CSM, SRC, FPTS tổng hợp

Tính riêng sản lượng sản xuất của các doanh nghiệp nội địa: CSM, DRC và SRC

Như vậy nếu xét về cơ cấu sản lượng sản xuất của các doanh nghiệp nội địa, săm lốp xe máy chiếm tỉ trọng lớn nhất, cùng với săm lốp xe đạp áp đảo phân khúc săm lốp ô tô. Đây là hệ quả tất yếu, xuất phát từ cơ cấu sử dụng phương tiện giao thông vận tải ở Việt Nam hiện nay: ô tô chiếm tỉ trọng thấp so với xe hai bánh (xe đạp và xe máy). Tuy vậy, nếu xét về cơ cấu doanh thu, săm lốp ô tô lại là phân khúc mang lại doanh thu lớn nhất cho các doanh nghiệp săm lốp nội địa.

Sản xuất săm lốp xe đạp

Sản lượng sản xuất săm lốp xe đạp của ba doanh nghiệp khá đồng đều, mỗi doanh nghiệp sản xuất khoảng 9 triệu lốp trong năm 2015. Đây là phân khúc mà các doanh nghiệp săm lốp Việt Nam chiếm tỉ trọng lớn nhất trong tổng sản lượng sản xuất nội địa. Doanh nghiệp FDI tham gia sản xuất săm lốp xe đạp ở Việt Nam chỉ có Kenda. Ngoài ra, trong phân khúc này các doanh nghiệp Việt Nam còn gặp phải sự cạnh tranh từ săm lốp xe đạp nhập khẩu từ Trung Quốc. Tuy nhiên mức độ cạnh tranh không

đáng kể, khi mà săm lốp xe đạp Trung Quốc không đủ sức cạnh tranh về chất lượng với sản phẩm nội địa, đồng thời săm lốp xe đạp nội địa tạo được uy tín và có được sự tin tưởng của khách hàng từ lâu. Về cơ bản, DRC, CSM và SRC đã đáp ứng đủ nhu cầu tiêu thụ săm lốp xe đạp nội địa.

Sản xuất săm lốp xe máy

Thị trường săm lốp xe máy Việt Nam có sự góp mặt của các doanh nghiệp FDI là Inoue, Kenda và Cheng Shin, trong đó Inoue và Kenda là những nhà sản xuất chuyên về săm lốp xe máy, chiếm thị phần lớn trong phân khúc OEM nhờ chất lượng cao và uy tín đối với các doanh nghiệp sản xuất, lắp ráp xe máy. Tuy vậy, các doanh nghiệp săm lốp Việt Nam vẫn có thể cạnh tranh tốt trong phân khúc săm lốp xe máy thay thế. Trong tổng sản lượng 41 triệu chiếc săm lốp xe máy được sản xuất của 3 doanh nghiệp nội địa đầu ngành năm 2015, CSM đóng góp 66% với 27 triệu chiếc; SRC sản xuất 7 triệu chiếc, đóng góp 18% và 16% còn lại do DRC đóng góp với 6.6 triệu chiếc. Cùng với các doanh nghiệp FDI, ngành săm lốp đã đáp ứng được phần lớn nhu cầu săm lốp xe máy nội địa. Các dòng sản phẩm được nhập khẩu phần lớn phục vụ nhu cầu của các dòng xe phân khối lớn.

Sản xuất săm lốp ô tô

Phân khúc săm lốp ô tô có sự góp mặt của rất nhiều nhà sản xuất săm lốp tên tuổi trên thế giới như Bridgestone, Kumho, Yokohama, Cheng Shin và Sailun. Trong những năm gần đây, các doanh nghiệp này đã đầu tư hàng tỉ USD vào Việt Nam, xây dựng những nhà máy có công suất lên tới hàng triệu lốp/năm. Nhờ vậy, Việt Nam từ một nước nhập siêu, đã trở thành nước xuất siêu săm lốp từ năm 2010. Các doanh nghiệp FDI này chủ yếu đầu tư vào các dây chuyền sản xuất lốp radial cho ô tô con và phần lớn sản phẩm được xuất khẩu. Các dự án đầu tư lớn có thể kể đến như nhà máy có công suất 800,000 lốp/năm của Yokohama; nhà máy sản xuất của Kumho với công suất đạt mức 3 triệu lốp vào năm 2012, và tiếp tục được Kumho đầu tư nâng công suất lên 6.3 triệu lốp/năm trong giai đoạn 2013 – 2016. Bridgestone đầu tư 1.2 tỉ USD xây dựng nhà máy sản xuất lốp radial ở Hải Phòng từ năm 2012. Dự án được chia làm 2 giai đoạn: giai đoạn 1 đã hoàn thành và đưa nhà máy vào hoạt động từ năm 2014 với công suất đã đạt tới 24,900 lốp/ngày trong năm 2016. Giai đoạn 2 dự kiến giúp nâng gấp đôi công suất của nhà máy lên tới 49,000 lốp/ngày (tương đương gần 18 triệu lốp/năm, giả định hoạt động tất cả các ngày trong năm với 100% công suất) trong nửa đầu năm 2017. Đây là những con số rất lớn nếu so với tổng sản lượng sản xuất hơn 4 triệu lốp/năm của DRC, CSM và SRC; và càng lớn hơn rất nhiều so với công suất của các nhà máy sản xuất lốp radial của DRC và CSM (SRC không có dây chuyền sản xuất lốp radial).

Trước đây, với loại lốp xe tải radial toàn thép công nghệ cao, Việt Nam phải nhập khẩu 100% từ nước ngoài. Tuy nhiên trong những năm gần đây, các doanh nghiệp săm lốp nội địa đã tập trung đầu tư phát triển sản phẩm lốp radial toàn thép nhằm phá vỡ thế độc quyền của các đối thủ ngoại tại thị trường Việt Nam. Có thể kể đến đó là DRC đầu tư 3,000 tỉ đồng xây dựng nhà máy sản xuất lốp radial Đà Nẵng; và dự án nhà máy sản xuất lốp xe tải radial toàn thép của CSM ở Bình Dương với tổng vốn đầu tư 3,380 tỉ đồng.

Doanh nghiệp	Công suất sản xuất lốp ô tô Radial
Bridgestone Việt Nam	Hiện tại đạt 24,500 chiếc/ngày, dự kiến sẽ đạt 49,000 lốp/ngày trong năm 2017, tương đương trên 17 triệu lốp/năm nếu hoạt động với 100% công suất trong 360 ngày
Kumho Tire Việt Nam	6.3 triệu lốp/năm
Yokohama Tyre Việt Nam	800,000 lốp/năm
Cheng Shin Việt Nam	N/A
Sailun Việt Nam	12 triệu lốp/năm

CSM	Đạt công suất 360,000 lốp/năm từ năm 2015, giai đoạn 2 dự kiến tăng thêm 600,000 lốp/năm, đạt công suất 1 triệu lốp/năm trong năm 2017
DRC	Hiện tại đạt 300,000 lốp/năm, giai đoạn 2 dự kiến nâng công suất lên mức 600,000 lốp/năm trong năm 2017

Nguồn: Tirebusiness, FPTS Research

Như vậy có thể thấy năng lực sản xuất lốp ô tô radial của các doanh nghiệp nội địa hiện nay còn khá khiêm tốn khi so sánh với các doanh nghiệp FDI. Sản xuất săm lốp ô tô đòi hỏi đầu tư tài sản cố định rất lớn. Các dự án của DRC, CSM với vốn đầu tư lên tới 3,000 tỉ đồng nhưng cũng chỉ có thể sản xuất một số mẫu mã, thiết kết lốp nhất định và còn rất khiêm tốn so với các nhà máy tỉ đô như của Bridgestone hay Kumho. Danh mục sản phẩm kém đa dạng là một yếu tố làm giảm sức cạnh tranh của các doanh nghiệp săm lốp Việt Nam. Dù hiện nay phần lớn lốp ô tô radial của các doanh nghiệp FDI hướng đến mục tiêu xuất khẩu, nhưng với dự báo về nhu cầu đang tăng mạnh đối với dòng lốp này của thị trường nội địa thì các doanh nghiệp này sẽ sẵn sàng phát triển hệ thống phân phối sản phẩm ở Việt Nam, gia tăng áp lực cạnh tranh lên các doanh nghiệp săm lốp nội địa.

Xét riêng các doanh nghiệp sản xuất săm lốp nội địa: lốp radial hiện chỉ chiếm khoảng 10% trong tổng sản lượng sản xuất săm lốp ô tô của CSM và DRC, còn lại là lốp bias và săm ô tô; riêng SRC không sản xuất lốp ô tô radial. Trong năm 2016, dây chuyền sản xuất lốp radial của DRC đạt gần 80% công suất thiết kế. Doanh nghiệp đã tiêu thụ được 230,000 lốp trên công suất 300,000 lốp/năm, tăng 32% so với 175,000 lốp năm 2015 và theo ước tính của chúng tôi, đã đóng góp khoảng 27% trong cơ cấu doanh thu. Đối với CSM, dây chuyền sản xuất lốp radial đang hoạt động kém hiệu quả hơn. Với công suất thiết kế 350,000 lốp/năm, CSM mới tiêu thụ được 70,000 lốp trong năm 2015 và đặt kế hoạch tiêu thụ 120,000 lốp cho năm 2016. Tuy nhiên trong 9T2016, sản lượng sản xuất mới đạt khoảng 80,000 lốp và nhiều khả năng CSM không đạt được kế hoạch tiêu thụ sản phẩm đã đặt ra. Theo ước tính, sản lượng hòa vốn trong giai đoạn này đối với nhà máy của DRC là khoảng 175,000 lốp, đối với nhà máy của CSM là khoảng 200,000 lốp. Việc nhà máy radial ngày càng đạt công suất cao và vượt qua điểm hòa vốn trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt là một điểm sáng của DRC và là cơ sở tích cực để doanh nghiệp tiến hành đầu tư giai đoạn 2 của dự án. Trong khi đó, CSM vẫn gặp nhiều khó khăn trong việc tìm đầu ra cho sản phẩm lốp radial và việc dự án radial vẫn đang hoạt động dưới điểm hòa vốn đang tạo áp lực lên tỉ suất sinh lời của doanh nghiệp.

Săm lốp tái chế và các sản phẩm tái tạo từ lốp xe cũ

Lốp xe được thay thế sau một thời gian sử dụng được đưa vào quy trình tái sản xuất (tái đắp rãnh lốp, hoa lốp) để có thể tiếp tục sử dụng. Theo các nghiên cứu chuyên ngành, nếu làm đúng kỹ thuật thì lốp tái đắp có thể đạt từ 60-90% chất lượng của lốp xe mới.

Ngoài ra, với các công nghệ tái chế hiện đại, lốp xe cũ có thể được sử dụng để tạo ra các sản phẩm có nhiều lợi ích cho các ngành khác, giúp làm giảm nguy cơ ô nhiễm môi trường, ví dụ như: dầu FO-R dùng làm nguyên liệu cho các lò hơi, lò luyện thép; than đen làm nguyên liệu trong sản suất săm lốp, sơn, mực máy in; phụ gia trong sản xuất nhựa đường; hạt cao su và thảm cao su dùng trong thể thao…

Hiện nay ở Việt Nam, các doanh nghiệp săm lốp FDI và các doanh nghiệp nội địa lớn (CSM, DRC, SRC) phần lớn chỉ tập trung vào sản phẩm săm lốp mới. Hoạt động tái đắp lốp xe cũ được thực hiện bởi một số doanh nghiệp tư nhân, các cơ sở tái đắp nhỏ.

Đối với hoạt động tái chế săm lốp: hiện tại trong nước có các doanh nghiệp chuyên tái chế săm lốp lớn như Công ty TNHH Môi trường Công nghiệp xanh, Công ty Công nghệ và Đầu tư Đông Nam Tây

Ninh (liên doanh giữa Thái Lan, Malaysia, Lào và Việt Nam), Công ty Cổ phần Năng lượng tái tạo DVA…

3.3. Đầu ra

Nhìn chung, phần lớn đầu ra của các doanh nghiệp săm lốp nội địa là thị trường Việt Nam, trong khi đầu ra của các doanh nghiệp FDI như Bridgestone, Kumho, Yokohama,… chủ yếu phục vụ mục tiêu xuất khẩu. Tính trung bình 3 doanh nghiệp sản xuất săm lốp nội địa CSM, DRC và SRC: doanh thu xuất khẩu chỉ chiếm 14% trong tổng doanh thu bán hàng năm 2016. CSM là doanh nghiệp có doanh thu từ xuất khẩu chiếm tỉ trọng cao nhất với trên 25%, tỉ lệ này đối với DRC là khoảng 13%.

Bên cạnh đó, nền công nghiệp sản xuất ô tô Việt Nam hiện vẫn còn kém phát triển khiến sản lượng xe ô tô được nhập khẩu để đáp ứng nhu cầu tiêu thụ nội địa chiếm tỉ lệ lớn so với sản lượng xe lắp ráp, sản xuất trong nước. Điều này đã dẫn tới việc phần lớn giá trị tiêu thụ săm lốp nội địa đi qua kênh phân phối sản phẩm thay thế và chỉ một phần nhỏ đi qua kênh OEM. Theo thống kê của FPTS thì đối với thị trường săm lốp nội địa, kênh phân phối OEM (lốp lắp ráp theo xe mới) chỉ chiếm khoảng 7% tổng sản lượng tiêu thụ, 93% còn lại là săm lốp thay thế, được phân phối chủ yếu thông qua hệ thống đại lý bán hàng của các doanh nghiệp.

Doanh nghiệp	Số lượng đại lý cấp 1
CSM	159
DRC	107
SRC	119
Yokohama	124
Inoue	47
Kumho	41

Nguồn: FPTS tổng hợp

Do đặc thù về vị trí địa lý của các doanh nghiệp, hệ thống đại lý phân phối của CSM tập trung chủ yếu ở thị trường miền Nam, của DRC tập trung ở miền Trung và SRC ở miền Bắc. Các doanh nghiệp sản xuất lốp nội địa hầu hết không thể tiếp cận được với kênh phân phối OEM. Riêng DRC do có thế mạnh về phân khúc lốp xe tải và lốp xe đặc chủng OTR nên có kênh phân phối OEM khá hiệu quả, với khách hàng trực tiếp là các nhà sản xuất, lắp ráp ô tô như Tổng công ty Công nghiệp Ô tô Việt Nam, Ô tô Trường Hải, Hyundai Vina Motor; cùng với đó là các khách hàng tổ chức lớn có nhu cầu thường xuyên và ổn định như các công ty thuộc tập đoàn than khoáng sản Việt Nam, Xi măng Bỉm Sơn…

3.3.1. Thị trường tiêu thụ săm lốp trong nước

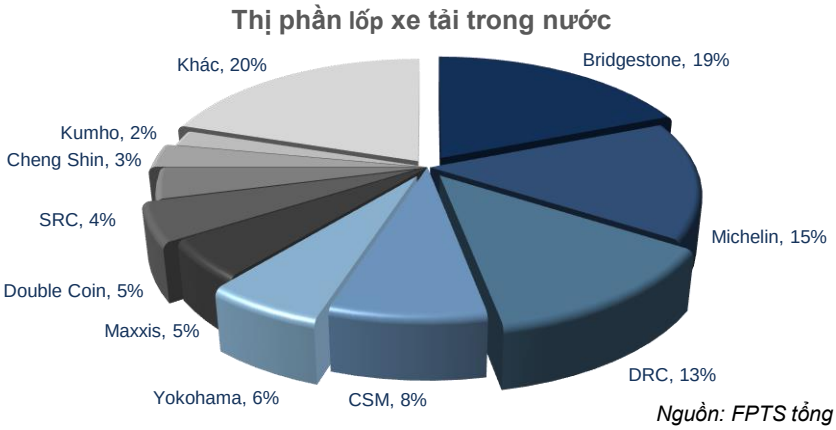
Đối với phân khúc săm lốp xe đạp: các doanh nghiệp săm lốp nội địa chiếm phần lớn năng lực sản xuất. Sản phẩm được tiêu thụ phần lớn ở thị trường nội địa và đáp ứng đủ nhu cầu của thị trường nội địa. Thị trường xuất khẩu chính bao gồm Brazil, Campuchia, Tây Ban Nha và Thổ Nhĩ Kỳ.

Đối với phân khúc săm lốp xe máy: các doanh nghiệp FDI như Kenda và Inoue chiếm ưu thế trong phân khúc OEM khi phần lớn săm lốp sử dụng trong các doanh nghiệp sản xuất xe máy (Honda, Yamaha,…) là do các doanh nghiệp FDI cung cấp, nhờ ưu thế về chất lượng, uy tín và mối quan hệ lâu đời. Sản phẩm của các doanh nghiệp nội địa ít có khả năng cạnh tranh trong phân khúc này, và chủ yếu được tiêu thụ trên thị trường thay thế. Hiện tại, các doanh nghiệp nội địa có khả năng cạnh tranh tốt, chiếm lĩnh thị trường săm lốp thay thế dành cho xe máy: CSM tiêu thụ được 28.5 triệu chiếc, DRC tiêu thụ được 6.4 triệu chiếc và SRC 7.2 triệu chiếc săm lốp xe máy. Theo ước tính, các doanh nghiệp nội địa chiếm khoảng 70% thị phần săm lốp xe máy.

Đối với phân khúc săm lốp ô tô: hiện tại, sản phẩm săm lốp ô tô của các doanh nghiệp FDI chủ yếu phục vụ mục tiêu xuất khẩu. Tuy nhiên tại thị trường trong nước, trên 80% thị phần dòng lốp ô tô radial (xe ô tô con và xe tải) vẫn thuộc về các doanh nghiệp FDI và sản phẩm nhập khẩu.

Cụ thể hơn, phân khúc lốp radial bán thép cho ô tô con, ô tô cỡ nhỏ bị thống trị bởi các nhà sản xuất nước ngoài và sản phẩm nhập khẩu. Trong số các nhà sản xuất nội địa chỉ có CSM có thể sản xuất dòng sản phẩm này, nhưng năng lực cạnh tranh thấp do công suất khiêm tốn và công nghệ sản xuất chưa theo kịp các doanh nghiệp FDI.

Các doanh nghiệp nội địa có khả năng cạnh tranh trong phân khúc lốp radial cho ô tô tải, cùng với dòng sản phẩm truyền thống là lốp bias. Tuy nhu cầu sử dụng săm lốp ở Việt Nam đang dần dịch chuyển sang dòng lốp radial nhưng lốp bias vẫn còn chiếm gần 50% tổng nhu cầu lốp xe tải nội địa. Cùng với việc các doanh nghiệp FDI đều tập trung vào dòng lốp radial cho xe ô tô con và thị trường xuất khẩu, thì các doanh nghiệp nội đã có được thị phần đáng kể trong phân khúc lốp xe tải.

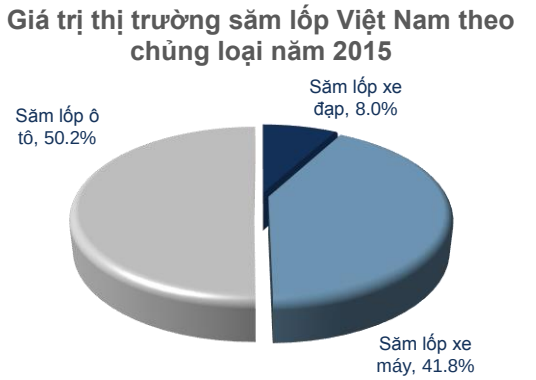


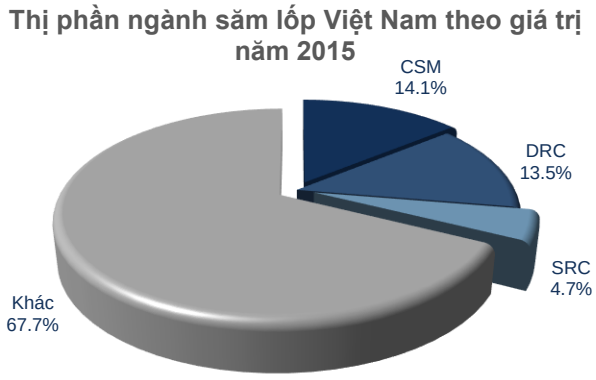
Nguồn: FPTS tổng hợp, ước tính

Như vậy nếu xét chung phân khúc lốp xe tải, DRC và CSM chiếm lần lượt 13% và 8% thị phần, nằm trong top 5 nhà sản xuất chiếm thị phần lớn nhất với tổng cộng 61% thị phần lốp xe tải Việt Nam. Ngoài ra, SRC cũng nằm trong top 10 với 4% thị phần. Đây được coi là dòng sản phẩm chủ lực của các doanh nghiệp sản xuất săm lốp nội địa.

Trên quy mô toàn bộ thị trường săm lốp Việt Nam

Thị trường săm lốp Việt Nam năm 2015 ước tính đạt giá trị khoảng 20,000 tỉ đồng. Với sự phổ biến và số lượng phương tiện đang lưu hành áp đảo của xe đạp, xe máy so với xe ô tô thì sản lượng tiêu thụ săm lốp ô tô hàng năm thấp hơn nhiều so với sản lượng tiêu thụ săm lốp xe đạp, xe máy. Tuy nhiên, nếu xét trên giá trị thị trường (xác định bằng tổng doanh thu tiêu thụ) thì phân khúc săm lốp ô tô chiếm tỉ trọng lớn nhất với 50% giá trị thị trường. Giá trị của mỗi chiếc săm, lốp xe đạp và xe máy thấp hơn đáng kể so với săm, lốp ô tô. Do vậy săm lốp xe đạp chỉ chiếm khoảng 8%, phần còn lại thuộc về săm lốp xe máy với 42% tổng giá trị thị trường.





Nguồn: FPTS tổng hợp

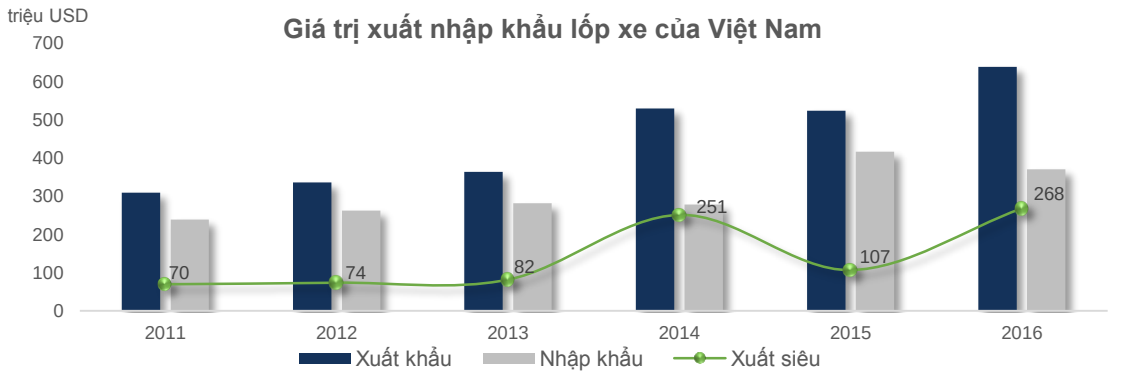
Năm 2015, 3 doanh nghiệp săm lốp nội địa CSM, DRC và SRC chiếm khoảng 32% thị phần săm lốp Việt Nam, và mỗi doanh nghiệp đều có thế mạnh và tập trung vào các phân khúc khác nhau. Doanh thu của CSM chủ yếu đến từ phân khúc săm lốp xe tải và săm lốp xe máy (CSM là nhà sản xuất săm lốp xe máy nội địa lớn nhất), riêng săm lốp xe máy đóng góp 33% doanh thu năm 2015 của doanh nghiệp này. Đối với DRC thì phân khúc lốp xe tải (cả dòng lốp bias và lốp radial) cùng với lốp xe đặc chủng OTR đóng góp tới trên 70% vào tổng doanh thu năm 2015. SRC tập trung chủ yếu vào các sản phẩm săm lốp xe đạp và săm lốp xe máy.

3.3.2. Tình hình xuất nhập khẩu

Lốp xe có giá trị xuất khẩu lớn nhất trong những sản phẩm thuộc ngành công nghiệp chế biến cao su tại Việt Nam. Giá trị xuất khẩu lốp xe trong năm 2016 đạt 638.2 triệu USD, tăng 21.9% so với năm 2015 và tốc độ tăng trưởng bình quân trong 5 năm gần đây (2011 – 2016) đạt khoảng 15.6% mỗi năm.

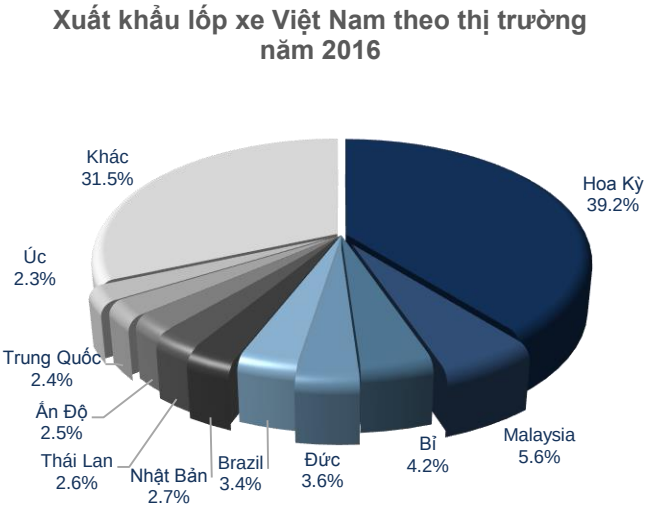
Tuy vậy, Việt Nam vẫn đang phải nhập khẩu nhiều loại lốp xe mà trong nước chưa sản xuất được, hoặc sản lượng sản xuất chưa đáp ứng đủ nhu cầu. Giá trị nhập khẩu lốp xe vào Việt Nam năm 2016 đạt 370 triệu USD, giảm 11.1% so với năm 2015 và tốc độ tăng trưởng bình quân trong 5 năm gần đây đạt khoảng 9.2%/năm.

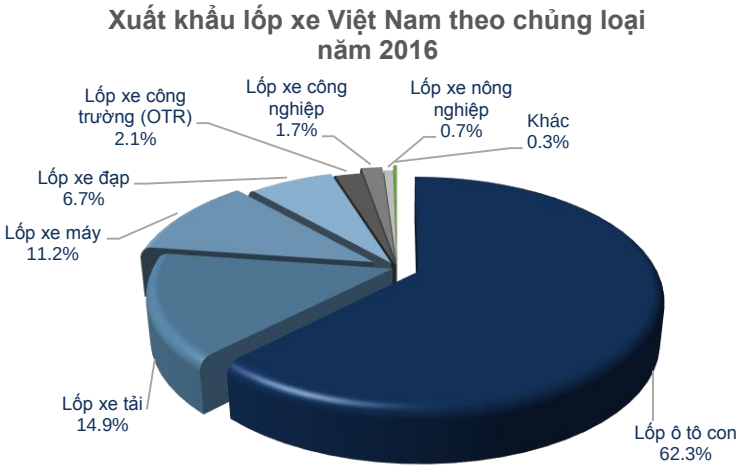
Tín hiệu tích cực của ngành sản xuất săm lốp Việt Nam đó là giá trị xuất siêu có xu hướng tăng kể từ năm 2010 – năm đầu tiên Việt Nam xuất siêu các sản phẩm lốp xe. Trong giai đoạn 2011 – 2016, giá trị săm lốp xuất siêu tăng khoảng 3.8 lần (tương ứng CAGR khoảng 31%/năm) và đạt 268 triệu USD trong năm 2016.



Nguồn: VRA, Tổng cục Hải Quan, FPTS tổng hợp

3.3.2.1. Xuất khẩu





Nguồn: VRA, Tổng cục Hải Quan, FPTS tổng hợp

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, năm 2016 Việt Nam đã xuất khẩu 250 triệu USD lốp xe các loại sang Mỹ, trong đó chủ yếu là lốp xe con cùng với lốp xe đặc chủng (OTR) và lốp xe tải. Hai nhóm sản phẩm này chiếm lần lượt 55% và 40% tổng giá trị xuất khẩu lốp xe vào thị trường Mỹ của Việt Nam. Bên cạnh đó, riêng thị trường Mỹ chiếm tới 39.2% tổng kim ngạch xuất khẩu lốp xe Việt Nam trong năm 2016, lớn hơn tổng kim ngạch xuất khẩu vào 9 thị trường còn lại trong top 10. Do đó đây là thị trường rất quan trọng đối với các nhà sản xuất săm lốp Việt Nam.

Xét theo chủng loại, xuất khẩu lốp xe ô tô con năm 2016 đạt 398 triệu USD, chiếm tới 62% tổng kim ngạch xuất khẩu. Phần lớn giá trị xuất khẩu của dòng sản phẩm này thuộc về các doanh nghiệp FDI như Bridgestone, Kumho, Sailun…với thị trường chính là Mỹ, Bỉ, Thái Lan và Ấn Độ. Xuất khẩu lốp xe tải đạt 95.1 triệu USD, chiếm 15% tổng kim ngạch xuất khẩu, nhắm tới các thị trường chính là Nhật Bản, Malaysia, Ả Rập Saudi, Cộng hòa Dominica. Phân khúc này có sự đóng góp nhiều hơn của các doanh nghiệp săm lốp nội địa là DRC và CSM.

Mới đây vào tháng 2/2017, Mỹ đã quyết định tháo dỡ thuế chống bán phá giá và thuế chống trợ cấp đối với các sản phẩm săm lốp xe tải có xuất xứ từ Trung Quốc. Trước đó, mức thuế chống bán phá giá đối với các dòng lốp xe tải Trung Quốc được quy định trong khoảng từ 9% đến 22.57% sau nhiều lần điều chỉnh. Bên cạnh đó, một số doanh nghiệp xuất khẩu lốp xe Trung Quốc sang Mỹ còn phải chịu thuế chống trợ cấp trong khoảng từ 40-60%. Trong năm 2015, Trung Quốc đã xuất khẩu gần 9 triệu lốp xe tải vào thị trường Mỹ với tổng giá trị 1.07 tỉ USD, chiếm 60% tổng sản lượng nhập khẩu lốp xe tải của Mỹ. Do ảnh hưởng của hai loại thuế trên, con số này trong năm 2016 đã giảm xuống 7.6 triệu lốp, tương ứng với 55% tổng sản lượng nhập khẩu lốp xe tải.

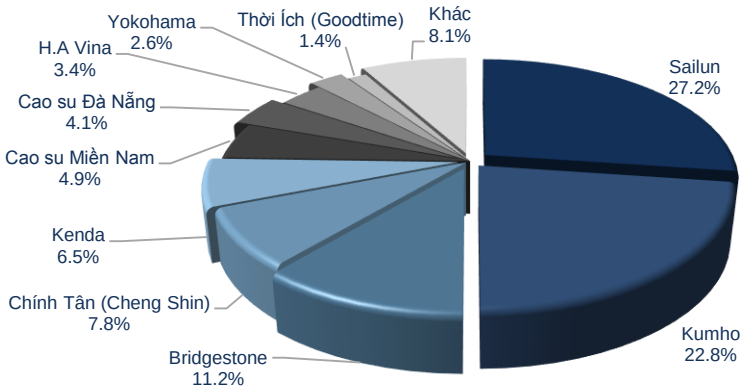
Thống kê tại thị trường Mỹ cho thấy lốp xe tải nhẹ có xuất xứ từ Việt Nam có giá thấp hơn khoảng 12% so với lốp cùng loại xuất xứ từ Trung Quốc và thấp hơn khoảng 16% so với giá trung bình toàn phân khúc săm lốp cùng loại nhập khẩu vào Mỹ. Do đó, với việc các dòng lốp xe tải Trung Quốc được gỡ bỏ thuế chống bán phá giá và thuế chống trợ cấp, lợi thế về giá của các sản phẩm lốp xe Việt Nam sẽ bị suy yếu, khiến cho khả năng cạnh tranh với săm lốp Trung Quốc trên thị trường Mỹ có thể bị suy giảm, gây ảnh hưởng tiêu cực đến kế hoạch tăng cường xuất khẩu lốp xe sang thị trường Mỹ của CSM và DRC.

Xuất khẩu lốp xe máy đạt 71.5 triệu USD, đóng góp 11.2% vào tổng kim ngạch xuất khẩu với thị trường chính là khu vực châu Á, nơi xe máy vẫn đang là phương tiện giao thông phổ biến. Lốp xe đạp được xuất khẩu chủ yếu sang Brazil, Đức, Bulgaria với tổng giá trị 43 triệu USD. Brazil và Thổ

Nhĩ Kỳ hiện đang áp thuế chống bán phá giá đối với lốp xe đạp nhập khẩu từ Việt Nam, riêng Thổ Nhĩ Kỳ còn áp thuế chống bán phá giá đối với lốp xe máy Việt Nam để bảo vệ ngành săm lốp trong nước. Đây là 2 thị trường nhập khẩu lớn các dòng lốp kể trên từ Việt Nam. Do đó các chính sách thuế chống bán phá giá kể trên có tác động đáng kể tới hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp săm lốp Việt Nam trong thời gian qua.

Dòng lốp xe đặc chủng (xe công trường – OTR) là thế mạnh của DRC, hiện đang được xuất khẩu chủ yếu sang Mỹ và Canada với giá trị xuất khẩu năm 2016 đạt khoảng 14 triệu USD.

Các doanh nghiệp xuất khẩu lốp xe lớn nhất Việt Nam năm 2016



Nguồn: VRA, Tổng cục Hải quan, FPTS tổng hợp

Theo thống kê của Hiệp hội Cao su Việt Nam (VRA) và Tổng cục Hải quan, các doanh nghiệp FDI chiếm tới trên 80% tổng kim ngạch xuất khẩu lốp xe của Việt Nam trong năm 2016. Hai doanh nghiệp nội địa lớn nhất là CSM và DRC lần lượt đóng góp 4.9% và 4.1%. Như vậy có thể thấy rằng các doanh nghiệp săm lốp nội địa còn rất nhiều việc phải làm để có thể hiện thực hóa mục tiêu tăng trưởng doanh thu xuất khẩu.

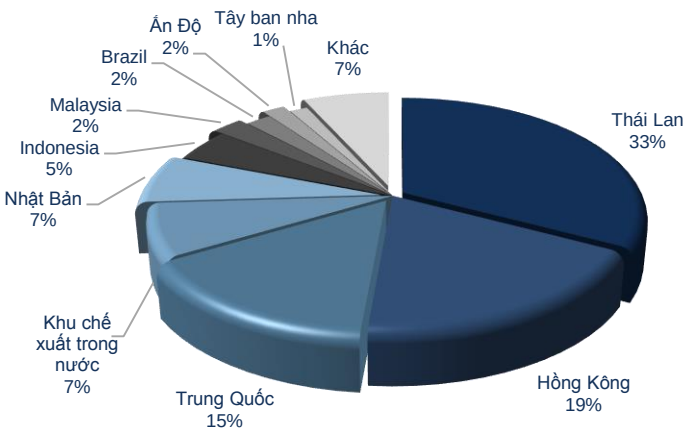
3.3.2.2. Nhập khẩu

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, lốp xe có xuất xứ từ Thái Lan chiếm tới khoảng 1/3 tổng kim ngạch nhập khẩu, tiếp theo đó là Hồng Kông, Trung Quốc và sản phẩm nhập khẩu từ các khu chế xuất trong nước; tổng cộng chiếm gần 75% tổng kim ngạch xuất khẩu săm lốp của Việt Nam trong năm 2016. Lốp xe nhập khẩu từ Trung Quốc chủ yếu là lốp xe tải. Đây là dòng sản phẩm đang cạnh tranh trực tiếp với các nhà sản xuất lốp xe nội địa của Việt Nam. Trong thời gian qua, dưới tác động của chính sách áp thuế chống bán phá giá của Mỹ và Ấn Độ với các loại lốp xe tải có xuất xứ Trung Quốc, các nhà sản xuất lốp xe Trung Quốc buộc phải tìm cách đẩy mạnh xuất khẩu sang những thị trường khác như Việt Nam. Trong năm 2016, các doanh nghiệp Việt Nam như CSM, DRC đã buộc phải giảm giá bán (từ 8% đến 10%) để cạnh tranh với lốp giá rẻ của Trung Quốc.

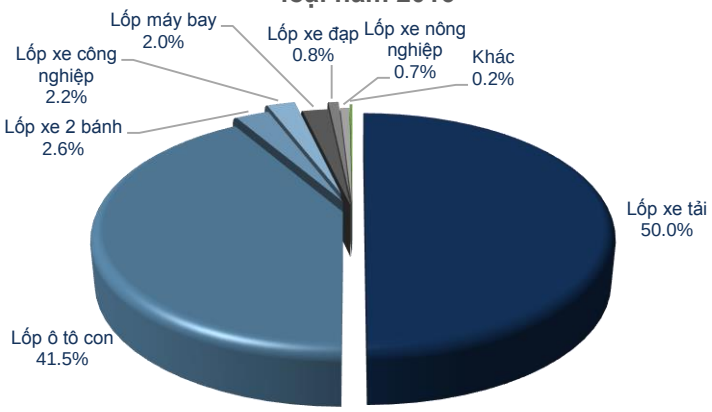
Một tín hiệu tích cực đối với các nhà sản xuất săm lốp Việt Nam đó là gần đây, chính phủ Trung Quốc đang cân nhắc ban hành các quy định khắt khe hơn về công nghệ và quy mô sản xuất, xử lý chất thải nhằm hạn chế các doanh nghiệp vừa và nhỏ cùng các loại săm lốp giá rẻ; hướng ngành sản xuất săm lốp đến chất lượng cao hơn, nâng cao hình ảnh săm lốp Trung Quốc và hạn chế ô nhiễm môi trường. Do vậy, trong những năm sắp tới, áp lực cạnh tranh với các loại săm lốp giá rẻ từ Trung Quốc có thể được giảm bớt. Tuy nhiên trên thị trường Việt Nam, săm lốp nhập khẩu từ Trung Quốc hiện tại đang có giá rẻ hơn so với săm lốp nội địa cùng loại khoảng 10-15% với đóng góp chính từ các hành vi khai giá thấp, trốn thuế nhập khẩu và thuế VAT của các doanh nghiệp nhập khẩu lốp. Do vậy, nếu các hành vi trên không bị ngăn chặn và xử lý hiệu quả thì các nhà sản xuất săm lốp nội địa sẽ vẫn phải đối mặt với áp lực cạnh tranh lớn đến từ săm lốp Trung Quốc ngay trên cả thị trường xuất khẩu và thị trường nội địa.

Bên cạnh đó, lốp xe nhập khẩu từ Thái Lan (có nhà máy sản xuất lốp của 2 "đại gia" là Brigdestone và Michelin) cũng làm gia tăng áp lực cạnh tranh lên các doanh nghiệp nội địa, khi mà khoảng 35% giá trị nhập khẩu lốp từ nước này là lốp ô tô con, và khoảng 60% là lốp xe tải, xe khách (theo số liệu UNComtrade).

Nhập khẩu lốp xe của Việt Nam theo thị trường năm 2016



Nhập khẩu lốp xe của Việt Nam theo chủng loại năm 2016



Nguồn: VRA, FPTS Research

Xét về chủng loại, lốp xe tải và lốp ô tô con chiếm tới trên 90% kim ngạch nhập khẩu lốp xe của Việt Nam trong năm 2016; các loại lốp khác chiếm tỉ trọng không đáng kể. Trong đó, lốp bias chỉ chiếm 7%, còn lốp radial chiếm tới 93%. Điều này cũng phản ánh áp lực cạnh tranh rất lớn trong phân khúc lốp radial dành cho xe tải và ô tô con trên thị trường nội địa đối với các doanh nghiệm săm lốp Việt Nam. Như đã phân tích ở trên, nguyên nhân chính xuất phát từ một đặc thù của ngành săm lốp đó là mỗi dây chuyền sản xuất chỉ có thể phục vụ sản xuất một số chủng loại, cỡ lốp và quy cách lốp nhất định. Do đó các nhà sản xuất nội địa như CSM, DRC và SRC với năng lực tài chính còn tương đối hạn chế so với các doanh nghiệp FDI, nên kém đa dạng về danh mục sản phẩm, chưa cung cấp đầy đủ các chủng loại, quy cách lốp dành cho các thương hiệu xe đang lưu hành.

Bên cạnh đó, một yếu tố khác phải kể đến đó là xu hướng ưa thích tiêu dùng săm lốp có thương hiệu nước ngoài của người tiêu dùng Việt Nam, đặc biệt là đối với săm lốp ô tô con. Ở Việt Nam, ô tô con hiện vẫn được coi là hàng hóa xa xỉ dành cho những người có thu nhập cao. Đối với tập khách hàng này, khi cần thay thế lốp xe (trung bình khoảng 2 năm 1 lần, và thay 4 lốp) thì khoản chi phí cao hơn họ phải chi trả khi sử dụng lốp xe ngoại nhập không phải là vấn đề quan tâm lớn, đổi lại nó mang lại sự thoải mái về tâm lý: yên tâm về chất lượng và đẳng cấp tương xứng với phương tiện của họ.

Tóm lại, tuy Việt Nam đã trở thành một nước xuất siêu sản phẩm lốp xe, nhưng trên 80% giá trị xuất khẩu do các doanh nghiệp FDI đóng góp, và đồng thời hàng năm vẫn phải nhập khẩu lốp xe tải và lốp xe ô tô con với giá trị lớn. Những con số này đã cho thấy thực tế về năng lực cạnh tranh còn thấp ngay trên chính thị trường nội địa, đặc biệt là phân khúc lốp radial dành cho xe ô tô con của các nhà sản xuất săm lốp Việt Nam.

4. Xu hướng cung – cầu của ngành săm lốp Việt Nam

4.1. Xu hướng nhu cầu săm lốp Việt Nam

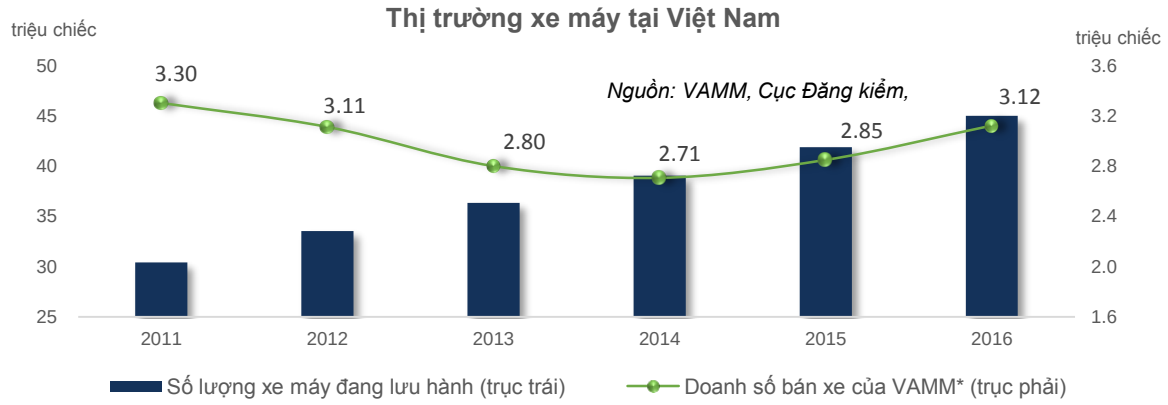
4.1.1. Xu hướng nhu cầu săm lốp xe đạp

Hiện nay các doanh nghiệp săm lốp Việt Nam đã chiếm lĩnh gần như toàn bộ thị trường săm lốp xe đạp nội địa và chỉ gặp phải sự cạnh tranh không đáng kể từ các sản phẩm có xuất xứ Trung Quốc

với chất lượng không so sánh được với sản phẩm nội địa. Tuy nhiên, thị trường săm lốp xe đạp đã đạt mức bão hòa và tiềm năng tăng trưởng cho phân khúc này cũng gần như không còn do xe máy đang thay thế xe đạp với tốc độ rất nhanh. Phân khúc xe đạp chỉ chiếm gần 8% tổng giá trị thị trường săm lốp Việt Nam, do vậy dù chiếm lĩnh phân khúc này, nhưng với tiềm năng tăng trưởng không khả quan thì đây không phải thị trường mang lại nhiều tiềm năng cho các doanh nghiệp săm lốp nội địa.

4.1.2. Xu hướng nhu cầu săm lốp xe máy

Săm lốp xe máy cũng được phân phối theo 2 kênh đó là lắp ráp theo xe mới và săm lốp thay thế. Trong giai đoạn 2013 – 2014, đã có nhiều ý kiến cho rằng thị trường xe máy Việt Nam đã đạt tới mức bão hòa khi doanh số bán xe hàng năm liên tục giảm. Về lý thuyết, với dân số khoảng 90 triệu người, khi số lượng xe máy trong lưu thông đạt tới khoảng 30 triệu xe, thì thị trường xe máy Việt Nam được coi là bão hòa. Theo quy hoạch phát triển giao thông vận tải đường bộ Việt Nam của Chính phủ, tới năm 2020 Việt Nam sẽ có 36 triệu xe máy trong lưu thông. Nhưng tại thời điểm cuối năm 2016, con số này đã đạt tới 45 triệu xe, vượt xa điểm bão hòa lý thuyết và quy hoạch của chính phủ.

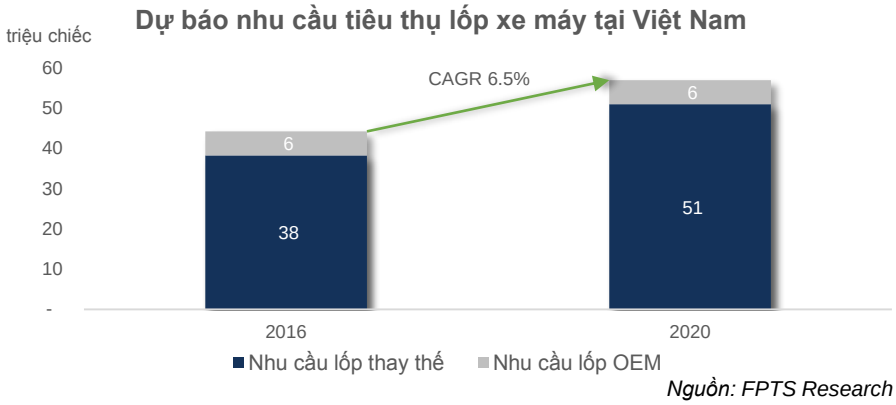


Tuy nhiên, theo báo cáo từ VAMM[1], doanh số bán xe (chưa tính doanh số xuất khẩu) của 5 thành viên hiệp hội đã tăng trưởng mạnh mẽ trong 2 năm gần đây: năm 2015 tăng trưởng 5.2% và năm 2016 tăng 9.5%. Thực tế trong những năm gần đây, các dòng sản phẩm xe máy thời trang và phân khối lớn đang có sự tăng trưởng mạnh mẽ. Bên cạnh đó, nhiều người sở hữu xe máy phân khối lớn, xe ô tô vẫn có xu hướng mua thêm xe máy phổ thông với vai trò là phương tiện thứ 2 do sự gọn nhẹ, tiện lợi khi tham gia giao thông nội đô mà nó mang lại.

Với dự báo doanh số bán xe máy có thể tiếp tục được duy trì ở mức bình quân 3 triệu chiếc mỗi năm, thì tới năm 2020 Việt Nam sẽ có khoảng 60 triệu chiếc xe máy trong lưu thông, đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 7.5%/năm trong giai đoạn 2016 – 2020.

Theo ước tính của chúng tôi, tỉ lệ thay thế đối với lốp xe máy là khoảng 0.85, tức là hàng năm mỗi 1,000 chiếc xe máy thay trung bình 850 chiếc lốp xe; và mỗi chiếc xe máy mới tiêu thụ 2 chiếc lốp OEM. Kết hợp với dự báo về doanh số bán xe và số lượng xe máy trong lưu thông như trên, chúng tôi ước tính nhu cầu lốp xe máy năm 2020 sẽ đạt 57 triệu chiếc, trong đó 6 triệu chiếc được tiêu thụ qua kênh OEM (chưa tính lốp xe lắp ráp trên xe máy xuất khẩu) và 51 triệu chiếc phục vụ cho nhu cầu thay thế. Tổng nhu cầu lốp xe máy đạt tăng trưởng bình quân hàng năm khoảng 6.5% trong giai đoạn 2016 – 2020.

[1] VAMM: Hiệp hội các nhà sản xuất xe máy Việt Nam, bao gồm Honda, Piaggio, Suzuki, SYM và Yamaha, chiếm tới gần 97% thị phần thị trường xe máy Việt Nam.



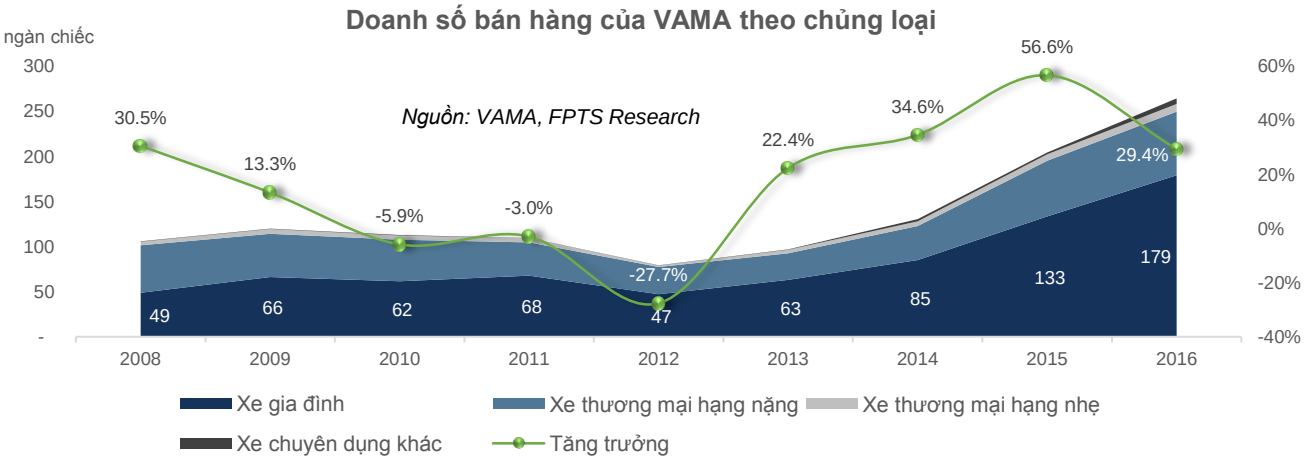
Nguồn: FPTS Research

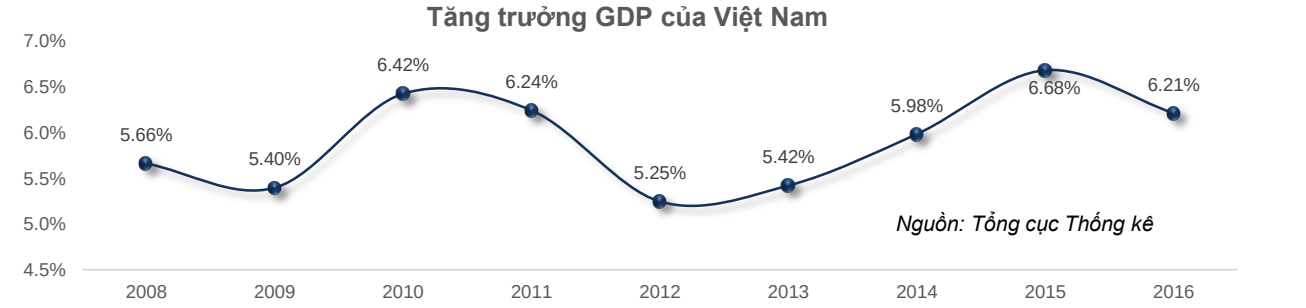
Với việc các doanh nghiệp săm lốp nội địa có khả năng cạnh tranh tương đối tốt trong phân khúc lốp xe máy, đặc biệt là CSM thì đây là tín hiệu khả quan về tiềm năng tăng trưởng doanh thu trong những năm sắp tới.

4.1.3. Xu hướng nhu cầu săm lốp ô tô

4.1.3.1. Xu hướng chung

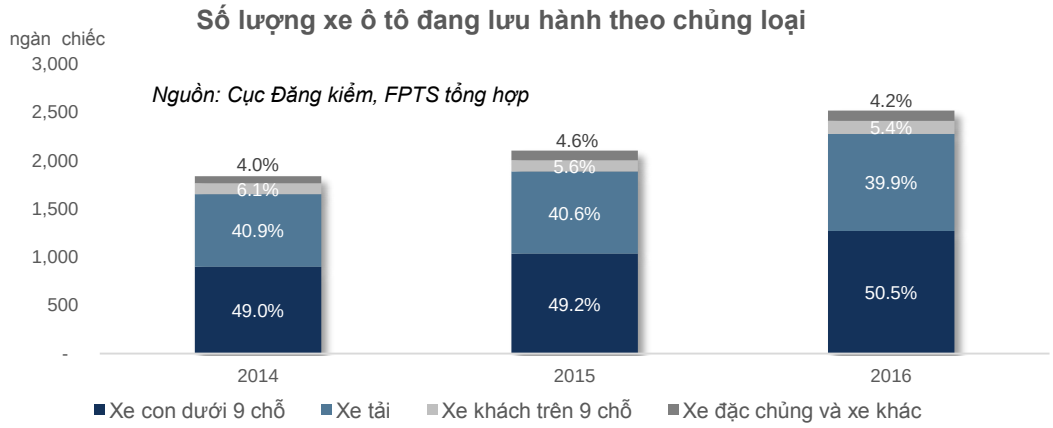
Như đã phân tích ở trên, nhu cầu tiêu thụ săm lốp gắn liền với tình hình tiêu thụ phương tiện cơ giới. Tại các thị trường phát triển với thị trường ô tô đã tương đối bão hòa thì nhu cầu tiêu thụ luôn chịu tác động lớn của sức khỏe của nền kinh tế. Tuy nhiên, đối với một thị trường vẫn còn nhiều tiềm năng phát triển như Việt Nam, các **chính sách liên quan của Chính phủ đóng vai trò chi phối nhu cầu tiêu thụ xe ô tô các loại.**



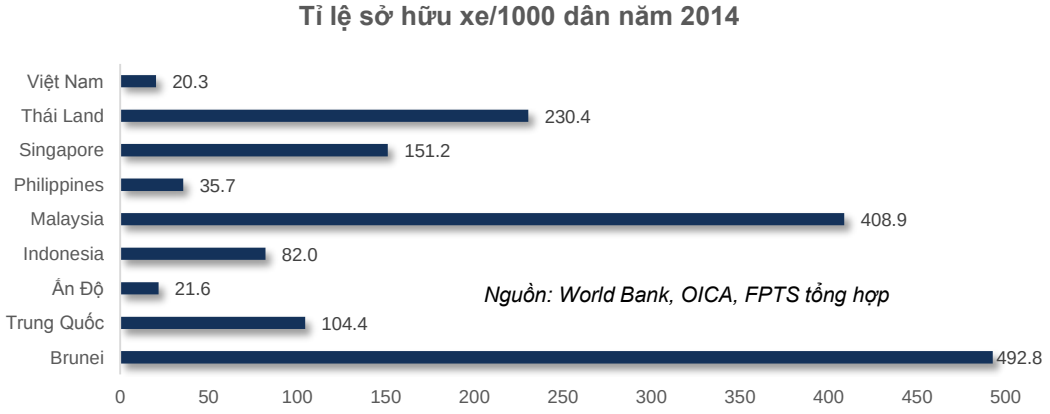


Qua biểu đồ trên có thể thấy rằng nhìn chung, tuy tốc độ tăng trưởng GDP cao có tác động hỗ trợ tăng trưởng doanh số bán xe ở Việt Nam, nhưng trong giai đoạn hiện nay đây không phải là yếu tố mang tính quyết định. Tiêu thụ xe ô tô các loại ở Việt Nam bị ảnh hưởng rất mạnh bởi các chính sách

thuế, phí mà Chính phủ áp đặt. Theo thống kê, ô tô đang phải gánh tới 14 loại thuế phí khác nhau, chiếm tổng cộng khoảng 60% giá bán xe. Do vậy, những chính sách này có tác động rất lớn đến giá bán cũng như chi phí phải trả trong quá trình đăng ký, sử dụng xe ô tô, qua đó ảnh hưởng lớn tới nhu cầu của người dân. Ví dụ như trong năm 2012, ngoài tác động của tốc độ tăng trưởng GDP thấp, lãi suất tăng và đồng USD tăng giá; việc các loại thuế, phí được điều chỉnh tăng với biên độ lớn (thu phí đường bộ từ 2.09 triệu đến 16.76 triệu đồng 1 năm, khung thuế trước bạ tăng từ 10-15% lên 10-20%, thu phí hạn chế phương tiện giao thông cá nhân cao nhất lên tới 50 triệu đồng/xe/năm…) đã ngay lập tức ảnh hưởng tiêu cực đến nhu cầu tiêu thụ xe ô tô của người dân. Sau khi được Bộ Tài chính đề xuất không thu một số loại thuế phí, cùng với việc nền kinh tế có nhiều chuyển biến tích cực đã giúp cho doanh số tiêu thụ ô tô tăng trưởng mạnh mẽ.



Theo thống kê của Cục Đăng kiểm Việt Nam, số lượng xe ô tô đang lưu hành vẫn đang đạt tăng trưởng ổn định trong 3 năm gần đây, với hai chủng loại phổ biến nhất là xe con dưới 9 chỗ chiếm khoảng 50% và xe tải chiếm khoảng 40%. Do vậy nhu cầu săm lốp thay thế cho xe tải và xe con sẽ chiếm tỉ trọng lớn nhất trong tổng nhu cầu tiêu thụ săm lốp ở Việt Nam.



Tiềm năng tăng trưởng của thị trường ô tô Việt Nam còn rất lớn. Tính tới cuối năm 2014, tỉ lệ sở hữu xe ô tô trong dân cư ở Việt Nam còn rất thấp, chỉ khoảng 20.3 xe/1000 người. Theo ước tính của chúng tôi, con số này đã tăng lên khoảng 27 xe/1000 người trong năm 2016, tuy nhiên vẫn còn rất thấp so với các nước trong khu vực. Mặc dù vẫn còn nhiều điều chưa chắc chắn xung quanh việc giá ô tô nhập khẩu sẽ thay đổi như thế nào và tình hình sản xuất của các doanh nghiệp lắp ráp ô tô nội địa sẽ ra sao sau khi thuế nhập khẩu ô tô từ khu vực ASEAN được giảm về 0% kể từ năm 2018, nhưng với tiềm năng tăng trưởng của nền kinh tế và mức sống của dân cư, trong thời gian tới nhu cầu tiêu thụ ô tô tại Việt Nam được dự báo sẽ tiếp tục tăng trưởng mạnh. Đây là cơ sở tích cực tạo động lực tăng trưởng mức tiêu thụ các sản phẩm săm lốp ô tô trong trung và dài hạn.

Ngoài ra, với chiến lược và quy hoạch phát triển ngành công nghiệp ô tô Việt Nam cho giai đoạn 2020 – 2035 (theo Quyết định số 1168/QĐ-TTg và Quyết định số 1211/QĐ-TTg do Thủ tướng Chính phủ ký năm 2014), mục tiêu đặt ra đối với ngành công nghiệp ô tô Việt Nam đó là sản lượng xe sản xuất trong nước của xe ô tô dưới 9 chỗ, từ 10 chỗ trở lên, xe tải và xe chuyên dùng lần lượt đạt 237,900 chiếc, 29,102 chiếc, 197,017 chiếc và 2,356 chiếc (đến năm 2020). Bên cạnh đó là mục tiêu nâng cao tỉ trọng số lượng xe sản xuất, lắp ráp trong nước phục vụ tiêu thụ nội địa; đồng thời nâng cao tỉ lệ nội địa hoá, khả năng tự sản xuất và cung ứng linh – phụ kiện cho ngành công nghiệp ô tô. Với mục tiêu này, ngành sản xuất săm lốp sẽ có thêm tiềm năng tăng trưởng trong tương lai.

Riêng đối với dòng lốp xe tải nặng, các quy định mới về kiểm soát giới hạn tải trọng có thể làm tăng lượng cầu trong phân khúc này. Công văn 3703/BGTVT-VT được Bộ Giao thông Vận tải ban hành vào tháng 4 năm 2014 quy định giới hạn tải trọng được cho phép với các dòng xe tải cụ thể. Do đó nếu quy định này được thực hiện nghiêm túc và triệt để thì các doanh nghiệp vận tải buộc phải đầu tư thêm xe thì mới có thể duy trì được năng lực vận tải. Do đó, nhu cầu lốp OEM cho xe tải sẽ tăng lên; còn nhu cầu đối với lốp xe thay thế sẽ khó xác định hơn do dù số lượng xe tăng lên, nhưng với việc chở đúng tải trọng, không chở quá tải thì lốp xe cũng có thể có tuổi thọ cao hơn, dẫn tới tỉ lệ thay thế lốp giảm đi.

Đối với các thị trường xuất khẩu

Trong giai đoạn từ nay cho tới năm 2020, nhu cầu săm lốp toàn cầu được dự báo sẽ tiếp tục đạt mức tăng trưởng trung bình hàng năm khoảng 4%. Các thị trường đang phát triển như khu vực châu Á – Thái Bình Dương trong đó có Trung Quốc sẽ đạt mức tăng trưởng khoảng 6% hàng năm và đóng góp khoảng 2/3 trong tổng mức tăng trưởng nhu cầu tiêu thụ săm lốp toàn cầu (riêng Trung Quốc đóng góp 40%, và đạt tốc độ tăng trưởng khoảng 9% hàng năm).

4.1.3.2. Xu hướng tiêu thụ lốp Radial

Như đã phân tích, radial hoá đang là xu thế tất yếu đối với ngành công nghiệp sản xuất săm lốp. Tuy vậy, hiện nay nhu cầu tiêu thụ lốp bias ở Việt Nam vẫn chiếm gần 50% tổng nhu cầu tiêu thụ lốp ô tô các loại. Trên các dòng xe ô tô con hiện đã sử dụng hầu hết là lốp radial, và phân khúc này cũng bị các doanh nghiệp săm lốp FDI cùng với săm lốp nhập khẩu chiếm lĩnh. Nhưng đối với các dòng xe khách, xe tải thì tỉ lệ sử dụng lốp radial vẫn còn khá thấp, và các doanh nghiệp săm lốp nội địa có năng lực cạnh tranh và vị thế tương đối tốt.

Lốp radial phù hợp chạy trên các loại mặt đường tốt, phẳng với tốc độ cao. Sử dụng lốp radial đúng cách và trong điều kiện phù hợp sẽ mang lại hiệu quả kinh tế vượt trội so với lốp bias. Hiện nay với những dự án đầu tư lớn vào cơ sở hạ tầng và phát triển nhiều tuyến đường cao tốc, nhu cầu thay thế lốp bias chuyển sang sử dụng lốp radial sẽ ngày càng gia tăng, đặc biệt là lốp radial dành cho xe tải, xe khách. Với các nhà máy sản xuất lốp xe tải radial đã được đưa vào hoạt động, đây là cơ hội dành cho các nhà sản xuất săm lốp nội địa gia tăng doanh thu, chiếm lĩnh thị phần trong tương lai.

Theo khảo sát của Bộ Giao thông Vận tải, nhu cầu lốp radial của thị trường Việt Nam trong năm 2014 là khoảng 3.3 triệu chiếc. Với xu hướng thay thế lốp bias bằng lốp radial như hiện nay, Ford Việt Nam dự báo nhu cầu lốp radial trong nước sẽ tăng lên mức 5.9 triệu chiếc vào năm 2020 (tương ứng mức tăng trưởng bình quân cho giai đoạn 2014 – 2020 là khoảng 10.2%/năm).

4.2. Xu hướng nguồn cung săm lốp Việt Nam

Tính riêng các doanh nghiệp sản xuất săm lốp Việt Nam trong những năm qua, cả CSM và DRC đã thực hiện các dự án đầu tư nhà máy sản xuất lốp radial với tổng vốn đầu tư lần lượt là 3,000 tỉ đồng

và 3,380 tỉ đồng. Giai đoạn 1 của các dự án đều đã được hoàn thành và đưa sản phẩm ra thị trường. Trong thời gian tới khi giai đoạn 2 của các dự án được triển khai, công suất sản xuất lốp xe ô tô radial của CSM và DRC sẽ tiếp tục được nâng cao.

Đối với CSM

Định hướng phát triển của CSM là đặt mục tiêu vào các sản phẩm chiến lược mang hàm lượng kỹ thuật cao như lốp xe máy không săm, lốp radial toàn thép và lốp radial bán thép. Các dự án CSM đã và đang triển khai bao gồm:

- Dự án đầu tư nhà máy sản xuất lốp ô tô radial toàn thép có công suất 1 triệu lốp/năm: giai đoạn 1 đã hoàn thành và đạt công suất 350,000 lốp/năm. Trong năm 2017, giai đoạn 2 của nhà máy sẽ tiếp tục được đầu tư. Sau khi hoàn thành, công suất dự kiến của toàn nhà máy sẽ đạt 1 triệu lốp/năm.
- Dự án đầu tư nhà máy sản xuất lốp ô tô radial bán thép có công suất 4 triệu lốp/năm đang trong giai đoạn nghiên cứu tiền khả thi. Nếu tình hình tiêu thụ sản phẩm trên thị trường nội địa và xuất khẩu đạt hiệu quả như kỳ vọng, dự án sẽ được triển khai và trước mắt có thể đạt công suất tối đa 2 triệu lốp/năm.

Đối với DRC

Các dự án DRC đã và đang triển khai bao gồm:

- Dự án đầu tư nhà máy sản xuất lốp xe tải radial có công suất 600,000 lốp/năm: giai đoạn 1 đã hoàn thành vào năm 2013 và đạt công suất 300,000 lốp/năm. Theo kế hoạch, giai đoạn 2 đang được triển khai trong năm 2016 - 2017 và khi hoàn thành sẽ đạt công suất tối đa 600,000 lốp/năm.
- Dự án đầu tư dây chuyền đắp lốp nguội có công suất 30,000 lốp/năm, trong đó lốp đắp bias là 14,500 lốp và lốp đắp radial là 15,500 lốp.

5. Môi trường kinh doanh của ngành săm lốp Việt Nam

5.1. Môi trường pháp lý

Các chính sách liên quan đến ngành săm lốp Việt Nam bao gồm:

- Biểu thuế nhập khẩu các loại sản phẩm săm lốp
- Lộ trình giảm thuế nhập khẩu xe ô tô
- Thông tư 06/VBHN-BGTVT quy định về tải trọng xe và khổ giới hạn đường bộ
- Quyết định số 1121/QĐ-TTg về Quy hoạch phát triển ngành công nghiệp ô tô Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030
- Quyết định số 1168/QĐ-TTg về Chiến lược phát triển ngành công nghiệp ô tô Việt Nam đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035
- Hiệp định TPP

5.1.1. Biểu thuế nhập khẩu săm lốp

Căn cứ vào lộ trình cắt giảm thuế của Việt Nam với ASEAN theo Hiệp định Thương mại hàng hoá ASEAN (ATIGA); và với Trung Quốc theo Hiệp định Thương mại hàng hoá ASEAN – Trung Quốc (ACFTA) thì tính đến thời điểm tháng 01/2017, thuế suất áp dụng cho sản phẩm lốp xe nhập khẩu từ ASEAN và Trung Quốc được Hải Quan Việt Nam công bố như sau.

Thuế nhập khẩu lốp xe loại bơm hơi, chưa qua sử dụng dành cho ô tô con (motor car), kể cả loại ô tô chở người có khoang chở hành lý chung và ô tô đua (mã HS: 4011.10.00):

	2016	2017	2018
Sản phẩm nhập khẩu từ Trung Quốc	20%	20%	20%
Sản phẩm nhập khẩu từ ASEAN	5%	5%	0%

Thuế nhập khẩu lốp xe loại bơm hơi, chưa qua sử dụng dành cho ô tô buýt hoặc ô tô vận tải với chiều rộng không quá 450 mm hay đường kính vòng tanh lốp không quá 17.7 inch (mã HS: 4011.20.10):

	2016	2017	2018
Sản phẩm nhập khẩu từ Trung Quốc	25%	25%	50%
Sản phẩm nhập khẩu từ ASEAN	5%	5%	0%

Thuế nhập khẩu lốp xe loại bơm hơi, chưa qua sử dụng dành cho ô tô buýt hoặc ô tô vận tải với chiều rộng trên 450 mm hay đường kính vòng tanh lốp trên 17.7 inch (mã HS: 4011.99.30):

	2016	2017	2018
Sản phẩm nhập khẩu từ Trung Quốc	0%	0%	0%
Sản phẩm nhập khẩu từ ASEAN	0%	0%	0%

Về cơ bản, các hàng rào thuế quan được dựng lên để bảo hộ nền sản xuất săm lốp trong nước. Tuy nhiên với việc tham gia các Hiệp định Thương mại hàng hoá nói trên, Việt Nam phải cam kết lộ trình cắt giảm thuế và cho tới năm 2018 sẽ giảm thuế nhập khẩu về 0% đối với phần lớn hàng hoá nhập khẩu từ ASEAN, trong đó có lốp ô tô con và lốp ô tô tải, xe khách. Đây là 3 chủng loại chiếm tỉ trọng lớn nhất trong tổng giá trị nhập khẩu lốp xe của Việt Nam từ khu vực ASEAN và hiện đang chịu thuế nhập khẩu ở mức 5%. Do vậy tới năm 2018, các doanh nghiệp săm lốp nội địa sẽ phải chịu thêm áp lực cạnh tranh trong phân khúc lốp xe ô tô, có thể ảnh hưởng tới tăng trưởng doanh thu cũng như khả năng sinh lời của doanh nghiệp.

Đối với lốp xe ô tô nhập khẩu từ Trung Quốc thì hiện chưa có lộ trình giảm thuế từ nay cho tới năm 2018, hơn nữa các dòng lốp xe tải có chiều rộng dưới 450 mm từ Trung Quốc còn có khả năng chịu mức thuế nhập khẩu lên tới 50%, cao gấp đôi so với hiện nay. Đây là thông tin tích cực đối với doanh nghiệp săm lốp nội địa, cho thấy chủ trương bảo hộ của Chính phủ đối với ngành săm lốp nội địa trước sự cạnh tranh từ săm lốp Trung Quốc. Rủi ro, như đã phân tích ở trên, đến từ các hành vi khai giảm giá và trốn thuế của các doanh nghiệp nhập khẩu săm lốp.

5.1.2. Lộ trình giảm thuế nhập khẩu xe ô tô

Cũng căn cứ theo Hiệp định Thương mại hàng hoá ASEAN (ATIGA), Việt Nam đang thực hiện lộ trình cắt giảm thuế nhập khẩu áp trên các loại xe ô tô con nhập khẩu nguyên chiếc từ các nước thành viên ASEAN. Bắt đầu từ tháng 01/2017, mức thuế đã được giảm về 30% so với mức 40% trong năm 2016; và theo đúng lộ trình thì sang năm 2018 sẽ được cắt giảm hoàn toàn về 0%.

Hiện nay vẫn còn nhiều ý kiến trái chiều xung quanh việc lộ trình cắt giảm thuế này sẽ tác động như thế nào đến giá xe ô tô con nhập khẩu nguyên chiếc cũng như hoạt động của các doanh nghiệp sản xuất, lắp ráp ô tô trong nước. Nếu chính phủ tiếp tục theo đuổi chủ chương bảo hộ nền công nghiệp ô tô trong nước bằng cách tiến hành các biện pháp can thiệp khác vào hoạt động nhập khẩu xe ô tô

con như tăng các loại thuế, lệ phí khác cùng các quy định, tiêu chuẩn mang tính kỹ thuật đối với các doanh nghiệp nhập khẩu ô tô thì giá xe ô tô con nhập khẩu sẽ không giảm mạnh như kỳ vọng và ngược lại. Tuy nhiên theo nhiều chuyên gia, việc việc tăng thuế là rất khó thực hiện; và cho dù chính phủ có muốn hay không thì cuộc cạnh tranh về giá giữa xe nhập và xe lắp ráp trong nước là điều có thể nhìn thấy trước. Nhờ đó, trong tương lai người tiêu dùng Việt Nam chắc chắn sẽ ngày càng được hưởng lợi từ xu hướng giảm giá xe ô tô. Sản lượng tiêu thụ ô tô con gia tăng sẽ là yếu tố tích cực thúc đẩy nhu cầu tiêu thụ lốp xe.

Tuy nhiên, như những nhận định trước đó của chúng tôi thì các doanh nghiệp săm lốp nội địa gần như không đủ sức cạnh tranh trong phân khúc săm lốp ô tô con (dưới 9 chỗ), ngay cả trong phân khúc lốp thay thế. Phân khúc OEM càng khó để cạnh tranh hơn khi dù được lắp ráp trong nước, nhưng các hãng xe lớn luôn sử dụng lốp xe có thương hiệu tầm cỡ thế giới như Brigdestone, Michelin…cho tất cả các dòng xe xuất xưởng. Do vậy, chúng tôi đánh giá những biến động trên của phân khúc xe ô tô con có thể không tác động đáng kể đến tình hình sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp săm lốp nội địa, vốn có thế mạnh và đặt mục tiêu cạnh tranh vào các phân khúc khác như săm lốp xe máy và săm lốp xe tải.

5.1.3. Quy hoạch và chiến lược phát triển ngành công nghiệp ô tô Việt Nam

Tháng 07/2014, Thủ tướng Chính phủ đã ký quyết định số 1168/QĐ-TTg và số 1211/QĐ-TTg phê duyệt chiến lược và quy hoạch phát triển ngành công nghiệp ô tô Việt Nam đến năm 2020, và tầm nhìn đến năm 2035. Mục tiêu trọng tâm đó là 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 dùng. Bên cạnh đó là mục tiêu phát triển ngành công nghiệp phụ trợ, gia tăng khả năng cung ứng linh kiện, phụ tùng cho sản xuất, lắp ráp ô tô trong nước và phấn đấu trở thành nhà cung cấp linh kiện, phụ tùng và một số cụm chi tiết có giá trị cao trong chuỗi sản xuất công nghiệp ô tô thế giới.

Theo quy hoạch và chiến lược trên, Chính phủ đã đặt ra các mục tiêu cụ thể:

- Nâng cao tỉ trọng xe sản xuất lắp ráp trong nước so với nhu cầu nội địa
- Tăng trưởng sản lượng xe cho từng giai đoạn
- Gia tăng tỉ lệ giá trị sản xuất trong nước
- Tăng trưởng xuất khẩu xe nguyên chiếc và phụ tùng

Mục tiêu về tỉ trọng số lượng xe lắp ráp trong nước so với tổng nhu cầu nội địa:

	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 dùng	15%	18%	20%

Mục tiêu về sản lượng xe sản xuất trong nước và tốc độ tăng trưởng:

	Số lượng xe sản xuất trong nước (chiếc)			Tăng trưởng (%/năm)	
	2020	2025	2030	2016-2020	2021-2030
Ô tô ≤ 9 chỗ	114,053	237,900	451,512	16.00	14.75
Ô tô ≥ 10 chỗ	14,154	29,102	51,288	18.00	13.74
Ô tô tải	97,952	197,017	356,115	17.61	13.78

Xe chuyên dùng	1,336	2,356	3,846	19.29	11.15
Tổng sản lượng	227,496	466,375	862,761	16.82	14.26

Mục tiêu về tỉ lệ giá trị sản xuất trong nước:

	Tỉ lệ giá trị sản xuất trong nước		
	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 dùng	25-35%	40-45%	55-60%

Hiện nay, tỉ lệ nội địa hóa trong ngành công nghiệp sản xuất, lắp ráp ô tô còn rất thấp, bình quân toàn ngành mới chỉ đạt khoảng gần 10%. Doanh nghiệp lớn và có tỉ lệ nội địa hóa cao như THACO hiện cũng mới đạt được khoảng 15-18% đối với dòng xe ô tô cá nhân và khoảng 30-40% đối với dòng xe khách, xe tải. Do đó, nếu những quy hoạch trên được triển khai bài bản và hiệu quả theo lộ trình đã đặt ra sẽ tạo nền tảng tốt cho các ngành công nghiệp phụ trợ, trong đó có ngành công nghiệp sản xuất săm lốp. Với kỳ vọng sản lượng xe lắp ráp trong nước tăng trưởng, cùng với kỳ vọng về dư địa tăng trưởng nhu cầu tiêu thụ xe ô tô thì đây sẽ là cơ hội lớn cho các doanh nghiệp sản xuất săm lốp nội địa như CSM và DRC khai thác tối đa công suất của các nhà máy sản xuất lốp radial, gia tăng doanh thu và thị phần trong cả phân khúc săm lốp ô tô OEM (tập trung vào lốp xe tải) và săm lốp thay thế.

Thời điểm hiện tại mới chỉ ở giai đoạn đầu thực hiện quy hoạch và các chỉ tiêu đưa ra mới là tính toán dự kiến của Chính phủ. Để phát triển ngành công nghiệp ô tô Việt Nam theo đúng lộ trình trên thì cần triển khai những giải pháp, hành động rất đồng bộ cho toàn bộ ngành công nghiệp ô tô và các ngành công nghiệp phụ trợ. Có như vậy mới có thể tạo nên động lực phát triển cho toàn bộ chuỗi giá trị ngành ô tô Việt Nam, trong đó có các doanh nghiệp săm lốp nội địa.

Do vậy với những phân tích trên, chúng tôi nhận định dù còn nhiều thách thức phải vượt qua nhưng trong dài hạn, ngành săm lốp Việt Nam vẫn còn nhiều dư địa tăng trưởng.

5.2. Các yếu tố khác

Cơ cấu dân số

So với mặt bằng chung của khu vực và thế giới, Việt Nam là nước có cơ cấu dân số tương đối trẻ. Theo thống kê của World Bank năm 2016, 93.1% dân số Việt Nam ở độ tuổi dưới 65, cao hơn mức trung bình 91.6% của thế giới và mức 90.2% của các nước khu vực châu Á. Tuy được nhận định là đã kết thúc thời kỳ dân số vàng và bước vào giai đoạn già hóa dân số khi tỉ lệ dân số trong độ tuổi lao động (từ 15 đến 64 tuổi) sau khi đạt đỉnh 70.3% vào năm 2013 đã cho thấy dấu hiệu giảm dần, nhưng nhóm dân số này vẫn sẽ chiếm tỉ lệ lớn trong cơ cấu dân số Việt Nam (theo dự báo của World Bank, đến năm 2050 tỉ lệ này vẫn đạt trên 60%). Thu nhập của nhóm dân số trong độ tuổi lao động sẽ tiếp tục được cải thiện, cùng với tỉ lệ sở hữu xe ô tô trong dân cư còn thấp (mới đạt khoảng 27 xe/1000 dân trong năm 2016) sẽ là động lực giúp nhu cầu tiêu thụ ô tô không ngừng gia tăng, kéo theo là nhu cầu tiêu thụ săm lốp trong dài hạn.

Điều kiện cơ sở hạ tầng giao thông

Cơ sở hạ tầng giao thông ở Việt Nam đã có những bước phát triển nhanh chóng và vẫn đang nằm trong những ưu tiên hàng đầu của Chính phủ trong những năm tới. Ngày 01/03/2016, Thủ tướng

Chính phủ đã ban hành quyết định số 326/QĐ-TTg về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển mạng đường bộ cao tốc Việt Nam đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030. Mục tiêu trọng yếu là nhanh chóng hình thành mạng đường bộ cao tốc quốc gia, đảm bảo kết nối các trung tâm kinh tế trọng điểm, các đầu mối giao thông quan trọng có nhu cầu vận tải lớn, tốc độ cao. Theo đó, quy hoạch xác lập mạng đường bộ cao tốc Việt Nam tới năm 2030 gồm 21 tuyến với tổng chiều dài 6,411 km.

Theo báo cáo tiến độ thực hiện các dự án đường cao tốc của Vụ Kế hoạch Đầu tư – Bộ GTVT, tính đến tháng 3/2016, trên cả nước đã có 746 km đường cao tốc được hoàn thành và đưa vào khai thác. Các dự án đang thi công tại thời điểm báo cáo có tổng chiều dài 525 km. Ngoài ra còn các dự án khác đang chuẩn bị được khởi công xây dựng. Bộ GTVT đặt mục tiêu từ nay tới hết năm 2017 toàn bộ các dự án sẽ được khởi công xây dựng để đến năm 2020 sẽ hoàn thành 2,500 km đường cao tốc.

Như vậy có thể thấy rằng mạng đường bộ cao tốc nói riêng và hạ tầng giao thông Việt Nam nói chung sẽ tiếp tục được đầu tư mạnh mẽ. Quy mô và chất lượng của mạng lưới đường bộ sẽ không ngừng được nâng cao. Đây chính là điều kiện thuận lợi để lốp xe radial được sử dụng phổ biến, thể hiện được những ưu điểm so với lốp xe bias và mang lại hiệu quả kinh tế cao, qua đó tiếp tục tạo động lực cho xu hướng radial hóa cùng với tăng trưởng nhu cầu tiêu thụ lốp xe radial trong tương lai.

Thị hiếu tiêu dùng

Người tiêu dùng Việt Nam hiện nay đã có có nhiều sự thay đổi trong tư duy tiêu dùng và cái nhìn đối với hàng hóa sản xuất nội địa. Các sản phẩm nội địa chất lượng cao đã dần chiếm được niềm tin của người tiêu dùng và cạnh tranh tốt với hàng hóa nhập khẩu. Đối với các sản phẩm săm lốp, thị hiếu của người tiêu dùng có sự phân hóa tương đối lớn. Trong phân khúc săm lốp xe đạp và săm lốp xe máy phổ thông (chiếm phần lớn sản lượng tiêu thụ săm lốp xe máy, chỉ một phần nhỏ thuộc về xe máy phân khối lớn, xe máy thời trang), người tiêu dùng vẫn ưa thích sử dụng săm lốp nội địa do CSM, DRC hay SRC sản xuất do giá rẻ và chất lượng đảm bảo. Tuy nhiên, đối với phân khúc lốp ô tô con, đối tượng khách hàng chủ yếu là cá nhân và có sự ưa thích đặc biệt với sản phẩm lốp xe của các nhà sản xuất hàng đầu thế giới. Nguyên nhân xuất phát từ việc hiện nay đối với đại đa số người dân Việt Nam, ô tô cá nhân vẫn là một tài sản có giá trị lớn, được xếp vào loại hàng hóa xa xỉ. Những người có thể sở hữu ô tô cá nhân phần lớn đều có thu nhập trên trung bình. Do vậy họ sẵn sàng chấp nhận chi trả chi phí cao hơn khi lựa chọn lốp xe của Bridgestone hay Michelin…thay vì lựa chọn lốp xe nội địa cho mỗi lần thay lốp (trung bình mỗi lốp xe ô tô được thay sau 2 năm sử dụng). Đổi lại, người tiêu dùng nhận được sự hài lòng khi đẳng cấp, thương hiệu của lốp xe tương xứng với giá trị phương tiện của họ cùng với sự yên tâm về chất lượng lốp và khả năng vận hành của xe.

Như vậy có thể thấy rằng trong tương lai gần, khi mà ô tô cá nhân vẫn được coi là mặt hàng xa xỉ, thì người tiêu dùng sẽ vẫn ưa thích sử dụng sản phẩm lốp xe của các thương hiệu tên tuổi như Bridgestone, Michelin, Kumho… Khi đó, sản phẩm của các doanh nghiệp săm lốp nội địa sẽ vẫn khó có thể cạnh tranh được trong phân khúc này.

6. Mức độ cạnh tranh của ngành săm lốp Việt Nam

6.1. Nguy cơ từ đối thủ mới gia nhập ngành: Thấp

Rào cản về vốn đầu tư

Ngành săm lốp đòi hỏi vốn đầu tư ban đầu lớn, đặc biệt là các dây chuyền sản xuất lốp ô tô. Cùng với thực tế mỗi dây chuyền chỉ có thể sản xuất một số quy cách, thiết kế và kích cỡ lốp nhất định thì để có được một danh mục sản phẩm đa dạng, các doanh nhiệp săm lốp phải có vốn đầu tư ban đầu rất lớn. Cụ thể như hai nhà máy sản xuất lốp radial của DRC và CSM với vốn đầu tư lần lượt là 3,000 tỉ và 3,380 tỉ đồng có thể cho công suất tối đa là 600,000 lốp/năm và 1 triệu lốp/năm. Công suất và số lượng chủng loại lốp mà 2 nhà máy trên đạt được còn rất khiêm tốn so với các đại gia khác, ví dụ như nhà máy 1.2 tỉ USD của Bridgestone ở Việt Nam với công suất dự kiến sẽ đạt tới trên 17 triệu lốp/năm (công suất 49,000 lốp/ngày và giả định nhà máy hoạt động 365 ngày/năm với 100% công suất). Bên cạnh đó, kỹ thuật sản xuất săm lốp tương đối phức tạp, yêu cầu đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe về chất lượng, độ bền hay hiệu năng sử dụng lốp.

Lợi thế kinh tế theo quy mô

Các dây chuyền sản xuất săm lốp có sản lượng hòa vốn lớn. Trong giai đoạn vừa qua, với công suất thiết kế 300,000 lốp/năm, thì nhà máy của DRC cần phải đạt sản lượng khoảng 175,000 lốp/năm mới hòa vốn; còn CSM với công suất 350,000 lốp/năm thì để hòa vốn, sản lượng sản xuất cần phải đạt khoảng 200,000 lốp/năm. Do đó, đây cũng là rào cản lớn đối với các đối thủ mới muốn gia nhập ngành vì gần như toàn bộ thị phần săm lốp hiện nay đã bị chiếm lĩnh bởi các doanh nghiệp đang hoạt động trong ngành nên việc tìm kiếm đầu ra cho sản phẩm mới sẽ rất khó khăn.

Thương hiệu và hệ thống phân phối

Các nhà sản xuất săm lốp ở Việt Nam hiện nay đều có thương hiệu, uy tín và chiếm được lòng tin của khách hàng trong từng phân khúc thế mạnh riêng. Bên cạnh đó, trên 90% sản lượng tiêu thụ săm lốp tại Việt Nam là qua kênh thay thế nên hệ thống phân phối mạnh với mạng lưới đại lý rộng khắp là yếu tố quan trọng ảnh hưởng tới khả năng tiêu thụ sản phẩm của các doanh nghiệp sản xuất săm lốp. Các doanh nghiệp mới muốn tham gia vào ngành sẽ phải đầu tư rất lớn để xây dựng hệ thống phân phối hiệu quả thì mới có thể cạnh tranh được.

6.2. Nguy cơ từ sản phẩm thay thế: Thấp

Săm lốp cao su là bộ phận không thể thiếu trên các loại phương tiện giao thông đường bộ hiện nay (xe đạp, xe mô tô, xe ô tô). Nhu cầu săm lốp sẽ luôn luôn gắn liền với nhu cầu tiêu thụ và sử dụng các loại phương tiện giao thông nói trên. Do vậy, săm lốp không có sản phẩm thay thế, mà chỉ có các loại săm lốp khác biệt về mẫu mã, công nghệ tự thay thế cho nhau.

6.3. Sức mạnh mặc cả của nhà cung cấp: Cao

6.3.1. Nhà cung cấp cao su

Xét trên phạm vi toàn cầu: Với 70% sản lượng tiêu thụ cao su thiên nhiên được phục vụ cho ngành công nghiệp săm lốp thì giá cao su thiên nhiên sẽ chịu ảnh hưởng từ tình hình sản xuất săm lốp toàn cầu, và sức mạnh mặc cả của các nhà cung cấp cao su thiên nhiên là không cao. Bên cạnh đó, cao su tổng hợp và cao su thiên nhiên có thể được coi là hai loại sản phẩm thay thế của nhau nên khi nhà cung cấp cao su thiên nhiên tăng giá bán quá nhiều, các doanh nghiệp sản xuất có thể chuyển một phần nhu cầu sang cao su tổng hợp và ngược lại. Do giá cao su tổng hợp lại chịu tác động lớn từ giá dầu mỏ, nên các nhà cung cấp cao su (cả cao su tổng hợp và cao su thiên nhiên) sẽ gặp nhiều trở ngại khi muốn tăng giá bán.

Theo chiều hướng ngược lại, cao su là nguyên liệu đầu vào quan trọng, chiếm tỉ trọng lớn nhất (trung bình 50%) trong ngành công nghiệp săm lốp, trong đó cao su thiên nhiên chiếm trung bình trên 30%.

Bên cạnh đó, với việc Việt Nam có khả năng cao sẽ tham gia Hội đồng Cao su Quốc tế 3 bên (hiện nay bao gồm Thái Lan, Indonesia và Malaysia) thành 4 bên, 4 nước này sẽ chiếm tới trên 75% tổng nguồn cung cao su thiên nhiên thế giới. Nhờ đó, các nhà cung cấp cao su thiên nhiên sẽ có khả năng điều tiết nguồn cung, gây ảnh hưởng lên giá bán cao su thiên nhiên, từ đó có sức mạnh mặc cả lớn hơn đối với ngành công nghiệp săm lốp.

Đối với các doanh nghiệp săm lốp nội địa: Sản lượng cao su thiên nhiên được tiêu thụ nội địa chỉ chiếm chưa tới 20% và phần lớn phục vụ cho ngành công nghiệp săm lốp; 80% còn lại được xuất khẩu ra thị trường nước ngoài. Do đó, giá cao su thiên nhiên Việt Nam phụ thuộc hoàn toàn vào giá cao su thiên nhiên thế giới. Các nhà sản xuất săm lốp nội địa có thể thương lượng để có được giá mua hợp lý hơn từ nhà cung cấp, tuy nhiên không thể có khác biệt quá lớn với xu hướng giá cao su thế giới. Đây là yếu tố mà doanh nghiệp săm lốp nội địa không thể kiểm soát được.

6.3.2. Nhà cung cấp than đen và các nguyên vật liệu khác

Theo số liệu thống kê của IHS Markit, ngành công nghiệp săm lốp chiếm tới 73% tổng nhu cầu tiêu thụ than đen toàn cầu. Do đó đối với các nhà sản xuất săm lốp lớn trên thế giới, sức mạnh mặc cả của nhà cung cấp than đen là không cao.

Tuy nhiên, đối với các doanh nghiệp săm lốp nội địa, than đen cũng như các loại nguyên vật liệu khác đều phải nhập khẩu từ các nhà cung cấp nước ngoài. Với quy mô sản xuất tương đối nhỏ so với các đại gia FDI khác, khả năng thương lượng với nhà cung cấp của các doanh nghiệp săm lốp nội địa là không cao.

6.4. Sức mạnh trả giá của người mua: Thấp

Trong cơ cấu tiêu thụ các sản phẩm săm lốp toàn cầu, kênh OEM chiếm khoảng 25% với tập khách hàng là các doanh nghiệp lắp ráp, sản xuất phương tiện giao thông, vận tải các loại. Khoảng 75% sản lượng tiêu thụ còn lại phục vụ cho nhu cầu thay thế với tập khách hàng chủ yếu là cá nhân, một phần nhỏ thuộc về các doanh nghiệp vận tải hành khách, hàng hóa. Tỉ lệ này ở Việt Nam còn có sự chênh lệch lớn hơn, với trên 90% sản lượng tiêu thụ phục vụ cho nhu cầu thay thế.

Trên thực tế, chỉ có nhóm các doanh nghiệp lắp ráp, sản xuất ô tô và các doanh nghiệp vận tải với các đơn hàng đặt mua săm lốp lớn mới có khả năng đàm phán về giá đối với nhà sản xuất săm lốp. Còn đối với người tiêu dùng cá nhân – nhóm khách hàng chiếm phần lớn nhu cầu tiêu thụ săm lốp ở Việt Nam, họ không có khả năng mặc cả về giá đối với doanh nghiệp sản xuất săm lốp.

6.5. Cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong ngành: Cao

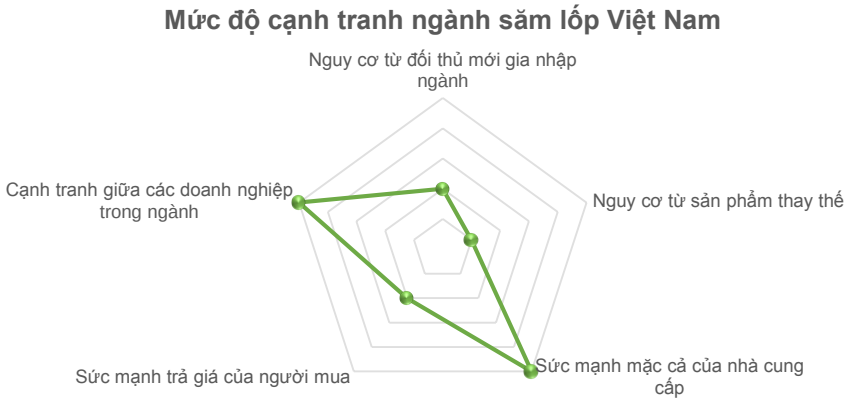
Thị trường săm lốp Việt Nam có mức độ tập trung tương đối cao khi ba doanh nghiệp nội địa là CSM, DRC và SRC cùng với các doanh nghiệp FDI đã chiếm lĩnh phần lớn thị phần. Đồng thời mỗi doanh nghiệp đều có chỗ đứng riêng trong từng phân khúc thế mạnh riêng biệt. Nhưng nếu xét riêng các doanh nghiệp nội địa thì có thể thấy áp lực cạnh tranh đối với các doanh nghiệp này đang rất cao.

- Trong phân khúc lốp xe ô tô con, phần lớn thị phần thuộc về các doanh nghiệp FDI lớn và các sản phẩm nhập khẩu, khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp nội địa trong phân khúc này rất thấp do thua kém về quy mô sản xuất (tính kinh tế theo quy mô), công nghệ và kinh nghiệm.
- Trong phân khúc săm lốp xe đạp, doanh nghiệp nội địa gần như giữ vị trí độc tôn, nhưng phân khúc này chỉ chiếm gần 8% giá trị toàn thị trường săm lốp Việt Nam, và đã đạt đến mức bão hòa, không còn tiềm năng tăng trưởng.

- Trong phân khúc săm lốp xe tải, áp lực cạnh tranh từ săm lốp xe tải có xuất xứ Trung Quốc hiện đang rất lớn, xuất phát từ các hành vi khai giảm giá, trốn thuế của các doanh nghiệp nhập khẩu săm lốp.
- Tín hiệu khả quan hơn đối với phân khúc săm lốp xe máy khi các doanh nghiệp nội địa có vị thế tốt và thị phần lớn, đặc biệt là CSM. Trong những năm tới, nhu cầu săm lốp xe máy được kỳ vọng sẽ tiếp tục tăng trưởng tốt. Do đó áp lực cạnh tranh đối với các doanh nghiệp nội địa trong phân khúc này có phần dễ thở hơn.

Các yếu tố khác làm tăng mức độ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong ngành bao gồm:

- Chi phí chuyển đổi thấp do có nhiều thương hiệu, mẫu mã săm lốp cho người tiêu dùng lựa chọn. Đồng thời trong từng phân khúc, sản phẩm của các nhà sản xuất khác nhau không có quá nhiều khác biệt.
- Vốn đầu tư ban đầu và chi phí cố định lớn khiến doanh nghiệp muốn tránh thua lỗ thì phải sản xuất trên điểm hòa vốn, tạo thêm áp lực tiêu thụ sản phẩm và rào cản rời ngành cao.



Kết luận: Các doanh nghiệp sản xuất săm lốp nội địa đang phải chịu **áp lực cạnh tranh khá cao** khi các phân khúc thế mạnh chỉ chiếm tỉ trọng nhỏ trong tổng giá trị thị trường và không còn tiềm năng tăng trưởng (săm lốp xe đạp) hoặc bị cạnh tranh gay gắt bởi sản phẩm có xuất xứ Trung Quốc được tiếp sức bởi các hành vi khai giảm giá, trốn thuế của các doanh nghiệp nhập khẩu săm lốp trong nước (săm lốp xe tải). Trong khi đó, phân khúc chiếm tỉ trọng lớn là săm lốp ô tô con đang bị chiếm lĩnh bởi các doanh nghiệp FDI và sản phẩm nhập khẩu. Các doanh nghiệp FDI này có lợi thế rõ ràng về tiềm lực tài chính, công nghệ, quy mô sản xuất (kéo theo lợi thế kinh thế về quy mô) và kinh nghiệm. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp nội địa cũng phải chịu sức ép từ phía nhà cung cấp nước ngoài khi phải nhập khẩu phần lớn các loại nguyên vật liệu đầu vào. Nguyên liệu chính tự chủ được trong nước là cao su thiên nhiên lại chịu ảnh hưởng lớn từ xu hướng giá cao su thế giới – yếu tố mà các doanh nghiệp nội địa không thể kiểm soát được.

III. TRIỂN VỌNG CỦA NGÀNH SĂM LỐP VIỆT NAM

1. Phân tích SWOT ngành săm lốp Việt Nam

Điểm mạnh:

- Mối quan hệ tốt và có sức mạnh thương lượng đối với các nhà cung cấp cao su thiên nhiên trong nước.
- Hệ thống phân phối rộng khắp với hàng trăm đại lý cấp 1 và các cửa hàng kinh doanh săm lốp.
- Chiếm lĩnh thị trường săm lốp xe đạp, chiếm thị phần lớn trong phân khúc săm lốp xe máy.
- Sản phẩm lốp xe tải nội địa có chất lượng tốt, giá bán hợp lý. Các doanh nghiệp săm lốp nội địa có quan hệ tốt và lâu dài với các khách hàng tổ chức lớn như các doanh nghiệp sản xuất, doanh nghiệp vận tải – những khách hàng quan trọng, tiêu thụ một phần lớn sản lượng sản xuất săm lốp xe tải nội địa.

Điểm yếu:

- Tiềm lực tài chính hạn chế dẫn tới quy mô của các doanh nghiệp săm lốp nội địa còn tương đối nhỏ so với các doanh nghiệp FDI, dẫn tới khả năng cạnh tranh về quy mô còn thấp (Economics of scale).
- Nếu so sánh với các doanh nghiệp FDI, danh mục sản phẩm của các doanh nghiệp săm lốp nội địa còn thiếu sự đa dạng, chưa đáp ứng đủ các chủng loại, kích cỡ và thiết kế lốp khác nhau cho từng loại phương tiện đang lưu hành trên thị trường. Thực tế này cũng xuất phát từ tiềm lực tài chính hạn chế.
- Phụ thuộc vào nguồn nguyên vật liệu nhập khẩu dẫn tới khả năng kiểm soát chi phí đầu vào còn yếu.

Cơ hội:

- Nguồn cung cao su thiên nhiên tại chỗ, ổn định và dồi dào giúp làm giảm chi phí thu mua nguyên vật liệu.
- Giá cao su thiên nhiên, giá cao su tổng hợp và giá than đen được dự báo khó có khả năng tăng cao trong những năm tới. Cả ba loại nguyên vật liệu trên đều có liên quan đến giá dầu thô. Như đã phân tích, giá dầu thô thế giới được dự báo sẽ khó tăng mạnh, do đó giá các loại nguyên vật liệu kể trên có thể được giữ ổn định. Riêng với cao su thiên nhiên, tình trạng dư cung được dự báo sẽ còn tiếp diễn ít nhất tới giai đoạn 2023-2025. Nếu các nước sản xuất cao su thiên nhiên lớn không giữ được thỏa thuận cắt giảm sản lượng thì giá cao su thiên nhiên có thể quay lại đà suy giảm.
- Thị trường săm lốp xe máy có thêm động lực tăng trưởng. Doanh số bán xe máy trở lại đà tăng mạnh từ năm 2013 cho tới nay và được dự báo sẽ tiếp tục duy trì ở mức khoảng 3 triệu xe/năm cho tới năm 2020 sẽ là yếu tố tích cực thúc đẩy nhu cầu tiêu thụ săm lốp xe máy trong những năm tới.
- Thị trường săm lốp ô tô còn nhiều dư địa tăng trưởng. Tỉ lệ dân số trong độ tuổi lao động ở mức cao, hiện xấp xỉ 70%, tương ứng khoảng 63 triệu người. Thu nhập của nhóm dân cư này ngày càng được cải thiện, trong khi tỉ lệ sở hữu xe ô tô trong dân cư ở Việt Nam đang ở mức thấp nhất trong khu vực, đạt trung bình 27 xe/1000 dân (theo tính toán của FPTS cho năm 2016). Đây chính là yếu tố tạo nên động lực tăng trưởng trong dài hạn cho sản lượng tiêu thụ ô tô, kéo theo là nhu cầu tiêu thụ săm lốp xe ô tô các loại. Bên cạnh đó trong ngắn hạn, việc thuế nhập khẩu xe ô tô từ ASEAN sẽ được giảm về 0% trong năm 2018 cũng sẽ tạo hiệu ứng tích cực cho tình hình tiêu thụ xe ô tô trong nước.

- Quy hoạch và chiến lược phát triển ngành công nghiệp ô tô Việt Nam đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035 với mục tiêu thúc đẩy sản lượng ô tô sản xuất, lắp ráp trong nước; phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ và tăng tỉ lệ nội địa hóa trong sản xuất ô tô. Nếu quy hoạch trên được thực hiện đồng bộ và hiệu quả thì sẽ mang lại tiềm năng tăng trưởng lớn cho ngành công nghiệp săm lốp nội địa.

Thách thức:

- Rủi ro về giá nguyên liệu đầu vào. Với cao su thiên nhiên, tuy nguồn cung tại chỗ trong nước dồi dào nhưng giá cao su thiên nhiên Việt Nam gần như phụ thuộc hoàn toàn vào giá cao su thế giới. Đây là yếu tố mà các doanh nghiệp săm lốp nội địa không thể kiểm soát được và chỉ có thể thương lượng với các nhà cung cấp nội địa để có được giá mua ổn định, hợp lý hơn. Còn các nguyên vật liệu đầu vào khác phần lớn phải nhập khẩu từ các nhà cung cấp nước ngoài, làm giảm khả năng quản lý chi phí đầu vào của các doanh nghiệp.
- Thị trường săm lốp xe đạp đã bước vào giai đoạn bão hòa. Đây sẽ là thách thức lớn đối với các doanh nghiệp có doanh thu từ săm lốp xe đạp chiếm tỉ trọng cao như SRC.
- Lộ trình cắt giảm thuế nhập khẩu hàng hóa, trong đó có săm lốp theo các Hiệp định thương mại hàng hóa mà Việt Nam tham gia. Tới năm 2018, thuế nhập khẩu săm lốp từ khu vực ASEAN sẽ giảm về 0% (hiện nay là 5%). ASEAN trong đó có Thái Lan là khu vực xuất khẩu lốp xe lớn nhất vào Việt Nam, chủ yếu là lốp radial cho xe ô tô con và xe tải.
- Cạnh tranh từ các sản phẩm săm lốp Trung Quốc. Thuế nhập khẩu mà Việt Nam áp đặt cho sản phẩm săm lốp Trung Quốc sẽ tiếp tục được duy trì ở mức tương đối cao trong những năm tới, ít nhất cho tới năm 2018. Tuy nhiên do các hành vi khai giảm giá tính thuế, trốn thuế của các doanh nghiệp nhập khẩu săm lốp Việt Nam mà các doanh nghiệp sản xuất săm lốp nội địa vẫn đang và sẽ phải đối mặt với áp lực cạnh tranh từ săm lốp Trung Quốc giá rẻ.

2. Triển vọng và xu hướng ngành săm lốp Việt Nam

2.1. Tốc độ tăng trưởng

Tốc độ tăng trưởng của ngành săm lốp phụ thuộc hoàn toàn vào sự phát triển và tăng trưởng của thị trường phương tiện giao thông các loại, bao gồm xe đạp, xe máy và ô tô. Như các phân tích ở trên, phân khúc săm lốp xe đạp đã không còn tiềm năng tăng trưởng và chiếm tỉ trọng rất nhỏ trong tổng giá trị thị trường săm lốp Việt Nam. Do đó phân khúc này sẽ không có nhiều ảnh hưởng tới tiềm năng tăng trưởng chung của toàn bộ thị trường trong tương lai. Theo dự báo của TechSci Research, giá trị thị trường săm lốp Việt Nam sẽ tăng trưởng với tốc độ bình quân khoảng 8%/năm trong giai đoạn 2015 – 2020.

Trong ngắn hạn và trung hạn: phân khúc săm lốp xe máy sẽ đạt được mức tăng trưởng tốt. Doanh số bán xe máy quay lại đà tăng và được dự báo sẽ ổn định ở mức 3 triệu xe/năm và tới năm 2020 tổng số lượng xe máy trong lưu thông đạt tới khoảng 60 triệu xe (tăng hơn 30% so với con số 45 triệu xe trong năm 2016). Các doanh nghiệp nội địa, đặc biệt là CSM vốn có thế mạnh trong phân khúc săm lốp xe máy sẽ có cơ hội tốt để gia tăng doanh thu.

Cùng với đó kể từ năm 2018, thuế nhập khẩu ô tô con nguyên chiếc từ các nước ASEAN được giảm về 0% sẽ kích thích nhu cầu tiêu thụ trong những năm tới. Tuy nhiên săm lốp ô tô con không phải là thế mạnh của các doanh nghiệp săm lốp nội địa. Do vậy, chúng tôi đánh giá xu hướng trên sẽ không tạo được nhiều tác động tích cực đến tăng trưởng của các doanh nghiệp săm lốp nội địa.

Trong dài hạn: phân khúc săm lốp ô tô sẽ là động lực chính cho tăng trưởng của toàn ngành. Việt Nam chỉ vừa mới đi qua giai đoạn dân số vàng, tỉ lệ dân cư trong độ tuổi lao động (15 đến 64 tuổi)

lớn, thu nhập của nhóm dân cư này đang ngày càng được cải thiện và tỉ lệ sở hữu xe ô tô trong dân cư còn thấp. Bên cạnh đó, Chính phủ đã thể hiện quyết tâm thực hiện quy hoạch phát triển ngành công nghiệp ô tô đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035. Nếu quy hoạch này được thực hiện đồng bộ và hiệu quả sẽ tạo cơ hội và động lực tăng trưởng cho các ngành công nghiệp phụ trợ, trong đó có ngành công nghiệp sản xuất săm lốp.

2.2. Tỉ suất sinh lời

Tỉ suất sinh lời của ngành săm lốp chịu ảnh hưởng rất lớn từ biến động giá nguyên vật liệu đầu vào. Dự báo giá cao su thiên nhiên sẽ duy trì tương đối ổn định và khó có khả năng tăng mạnh trong những năm tới do tình trạng dư cung vẫn có thể còn kéo dài cho tới giai đoạn 2023 – 2025. Cùng tình trạng dư thừa nguồn cung, giá dầu thô thế giới cũng được dự báo sẽ dao động trong mức 55-60 USD/thùng trong năm 2017. Điều này sẽ giúp giữ giá cao su tổng hợp, giá than đen và giá cao su thiên nhiên không biến động quá mạnh. Riêng 3 loại nguyên vật liệu này đã chiếm tỉ trọng gần 70% trong cơ cấu nguyên vật liệu đầu vào của ngành săm lốp. Do vậy chúng tôi dự báo chi phí đầu vào của ngành săm lốp sẽ không có biến động mạnh trong năm tới.

Ngoài ra, tỉ suất sinh lời của ngành săm lốp nội địa trong thời gian qua bị ảnh hưởng khá lớn từ áp lực cạnh tranh với các sản phẩm săm lốp xuất xứ Trung Quốc, đặc biệt là phân khúc lốp xe tải – phân khúc đóng góp đáng kể vào doanh thu của CSM và DRC. Trong năm 2016, hai doanh nghiệp này đã phải giảm giá bán sản phẩm tại thị trường nội địa, mức giảm bình quân vào khoảng 8-10%. Đồng thời để cạnh tranh với săm lốp Trung Quốc, các doanh nghiệp nội địa cũng phải tăng mức chiết khấu cho các đại lý, cửa hàng bán lẻ săm lốp, khiến cho tỉ suất lợi nhuận gộp của cả DRC và CSM đều suy giảm. Trong thời gian tới, nếu không quản lý và ngăn chặn được các hành vi trốn thuế của các doanh nghiệp nhập khẩu săm lốp thì trước áp lực cạnh tranh vốn đã tương đối cao của ngành săm lốp, các doanh nghiệp săm lốp nội địa sẽ gặp nhiều khó khăn trong việc cải thiện tỉ suất sinh lời.

Thêm một điểm lưu ý đó là kỳ vọng vào sản lượng tiêu thụ lốp radial của CSM và DRC. Trong năm 2017, cả hai doanh nghiệp đều đang đẩy mạnh thực hiện kế hoạch xuất khẩu lốp ô tô radial. Riêng CSM đang trong quá trình thương thảo với đối tác Tireco của Mỹ. Theo đó Tireco sẽ bao tiêu 1.5 triệu lốp ô tô radial của CSM. Tuy nhiên, hiện tại vẫn chưa có thông tin xác nhận từ phía doanh nghiệp về việc hợp đồng đã được ký kết. Nếu thương thảo thành công, triển vọng tiêu thụ lốp radial của CSM trong năm 2017 sẽ rất khả quan. Tăng trưởng doanh số bán lốp radial sẽ cải thiện đáng kể tỉ suất sinh lời của CSM cũng như DRC.

2.3. Rủi ro

Rủi ro về công nghệ

Một số doanh nghiệp săm lốp hàng đầu thế giới trong những năm gần đây đã tiến hành nghiên cứu một số chủng loại lốp mới, điển hình như lốp không hơi (khác với lốp không săm) hay lốp chuyên dùng cho các dòng xe ô tô chạy bằng điện. Tuy nhiên tại thời điểm hiện tại những dòng lốp này mới chỉ được sử dụng trên một số phương tiện chuyên dụng và một số loại xe ô tô chạy điện ở nước ngoài. Trong tương lai gần chúng chưa thể được đưa vào sử dụng phổ biến tại Việt Nam; và các doanh nghiệp săm lốp nội địa có thể chưa phải đối mặt với rủi ro từ các dòng lốp quá khác biệt như vậy.

3. Khuyến nghị đầu tư

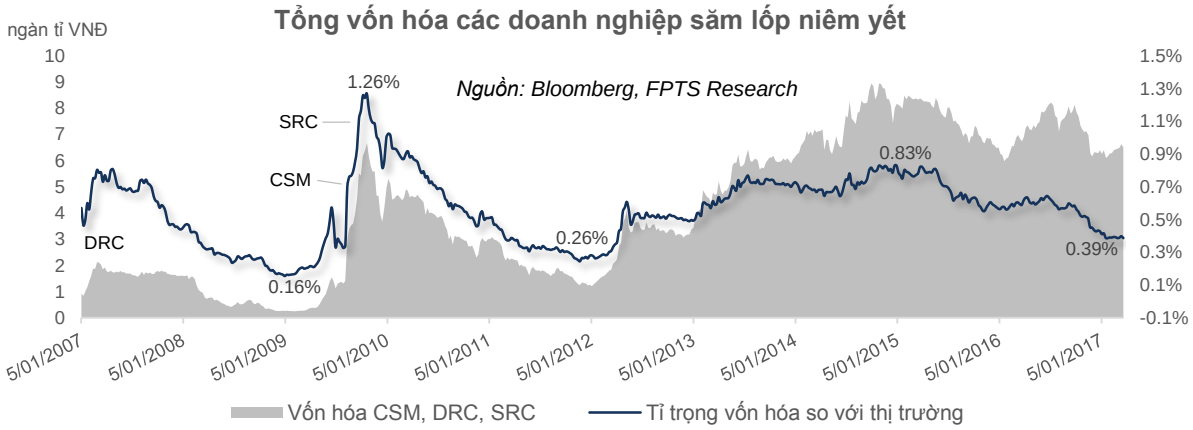
Ngành săm lốp là một ngành tương đối hẹp, do đó triển vọng về tốc độ tăng trưởng, tỉ suất sinh lời cũng như rủi ro của các doanh nghiệp trong ngành có sự tương đồng nhất định.

- **Khuyến nghị Trung lập trong ngắn hạn** (dưới 1 năm): Lốp xe Trung Quốc xuất khẩu sang Mỹ được gỡ bỏ thuế chống bán phá giá và thuế chống bảo hộ, cùng với các chính sách siết chặt ngành săm lốp của Trung Quốc có thể giảm bớt áp lực cạnh tranh lên các doanh nghiệp săm lốp Việt Nam. Các doanh nghiệp có khả năng tăng giá bán và giảm chiết khấu, khuyến mại. Tuy nhiên, cần theo dõi sát tình hình tiêu thụ lốp radial của các doanh nghiệp CSM và DRC.
- **Khuyến nghị Tích cực trong trung và dài hạn:** Tỉ lệ sở hữu xe ô tô trong dân cư vẫn còn ở mức thấp; thu nhập của người dân ngày càng tăng cùng với quyết tâm của Chính phủ với mục tiêu phát triển ngành công nghiệp ô tô và các ngành công nghiệp phụ trợ sẽ tạo nên tiềm năng tăng trưởng mạnh cho phân khúc săm lốp ô tô. Đây cũng là động lực tăng trưởng chính cho ngành săm lốp Việt Nam trong dài hạn.

IV. CẬP NHẬT DOANH NGHIỆP TRONG NGÀNH

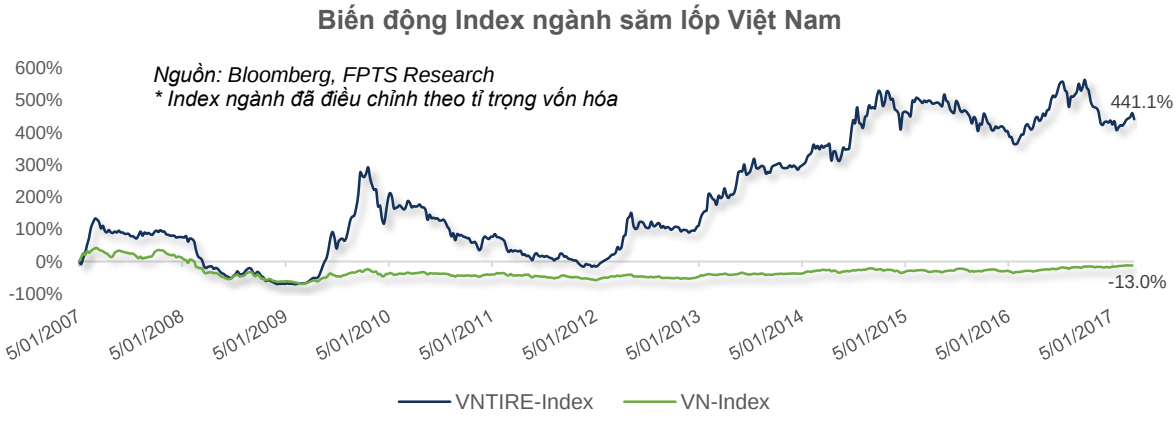
Theo số liệu thống kê năm 2015 của Hiệp hội Cao su Việt Nam, cả nước có 38 doanh nghiệp sản xuất săm lốp, trong đó có 11 doanh nghiệp FDI, nổi bật như Bridgestone, Kumho, Sailun, Cheng Shin, Yokohama, Inoue và Kenda. Trong số các doanh nghiệp sản xuất săm lốp nội địa, 3 doanh nghiệp có quy mô lớn nhất và đồng thời là 3 doanh nghiệp duy nhất niêm yết giao dịch trên sàn chứng khoán Việt Nam đó là CSM, DRC và SRC. Các doanh nghiệp còn lại có quy mô tương đối nhỏ và hoạt động sản xuất chủ yếu tập trung vào tái chế, gia công tái đắp lốp xe. Ngoài ra, có khoảng 170 doanh nghiệp thương mại, 170 doanh nghiệp xuất khẩu và 460 doanh nghiệp nhập khẩu có hoạt động liên quan đến các mặt hàng săm lốp.

1. Cập nhật quy mô và biến động của những doanh nghiệp niêm yết trong ngành



Sàn	Mã CP	Số CP đang lưu hành	Thị giá (VNĐ) 28/03/2017	Vốn hóa (tỉ đồng) 28/03/2017	Vốn chủ sở hữu (tỉ đồng) 31/12/2016	Tổng tài sản (tỉ đồng) 31/12/2016
HOSE	CSM	103,625,262	19,650	2,036	1,334	3,374
HOSE	DRC	118,792,605	32,000	3,801	1,582	2,815
HOSE	SRC	28,063,368	17,500	491	344	724

DRC là doanh nghiệp săm lốp đầu tiên niêm yết trên Sàn giao dịch chứng khoán Hồ Chí Minh vào ngày 29/12/2006. Tiếp sau đó, CSM và SRC lần lượt lên sàn vào ngày 14/8 và ngày 9/10 năm 2009. Tính đến thời điểm ngày 28/03/2017, trên cả thị trường chứng khoán Việt Nam vẫn chỉ có 3 doanh nghiệp trên niêm yết giao dịch, trong đó DRC là doanh nghiệp có vốn hóa thị trường cao nhất ngành, đạt 3,801 tỉ đồng; tiếp đến là CSM với 2,036 tỉ đồng. SRC có vốn hóa thị trường nhỏ nhất với 491 tỉ đồng.



2. Cập nhật một số chỉ số tài chính quan trọng của các doanh nghiệp

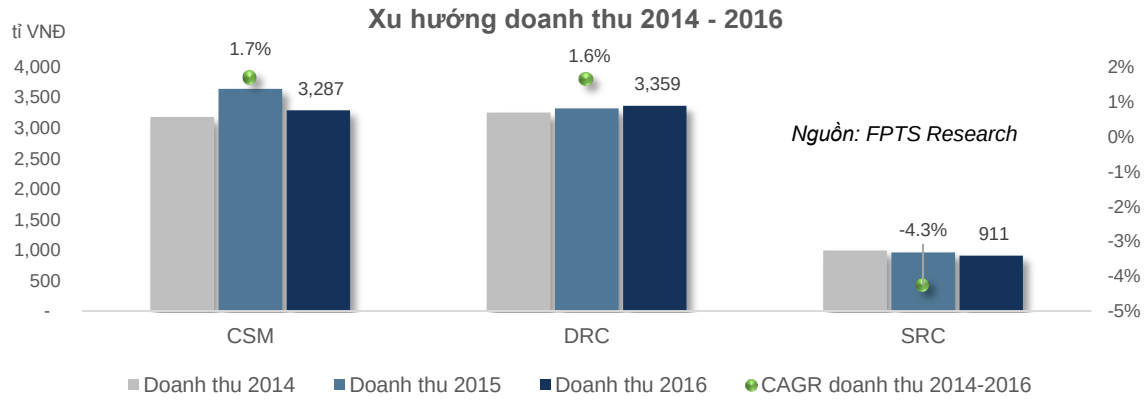
Mã CP	Vốn hóa (tỉ đồng)	P/E	Doanh thu thuần (tỉ đồng)	Tỉ suất LN gộp	LNST (tỉ đồng)	Nợ vay/Tổng TS	ROE	ROA
CSM	2,036	6.68	3,286	20.7%	261	0.59	19.5%	8.9%
DRC	3,801	8.52	3,358	20.8%	395	0.45	24.3%	13.4%
SRC	491	6.29	911	18.9%	61	0.46	18.1%	9.7%

Nguồn: FPTS Research[2]

Hiện tại DRC là doanh nghiệp có hệ số P/E cao nhất ngành là 8.52. Hai doanh nghiệp CSM và SRC đều có P/E ở mức dưới 7. So với P/E của toàn thị trường chứng khoán Việt Nam hiện ở mức 17 (Bloomberg, 28/03/2017) thì có thể thấy nhóm cổ phiếu ngành săm lốp đang không nhận được sự quan tâm của thị trường.

3. Cập nhật hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp trong ngành

3.1. Doanh thu



Trong những năm qua, CSM và DRC có sự tương đồng về quy mô doanh thu với doanh thu thuần hàng năm đạt trên 3,000 tỉ đồng. Trong khi đó, SRC là doanh nghiệp có doanh thu nhỏ nhất ngành, đạt 911 tỉ đồng trong năm 2016, tương đương gần 30% doanh thu của CSM và DRC.

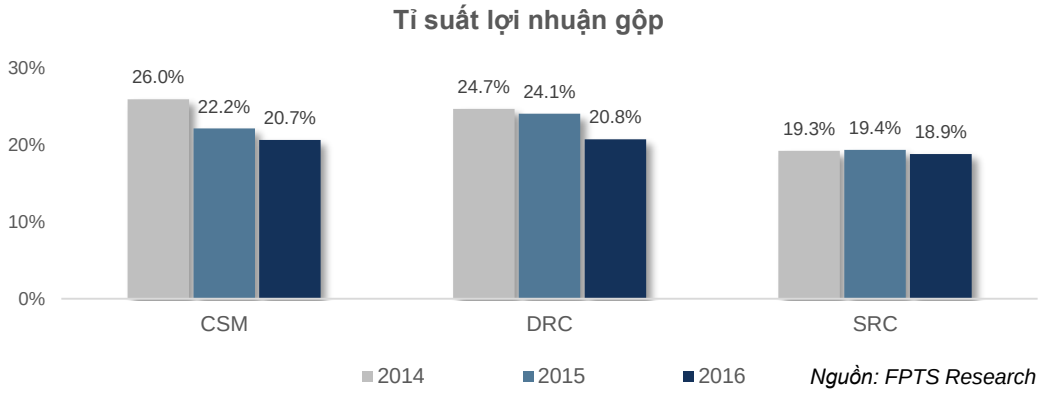
Về xu hướng tăng trưởng doanh thu: nhìn chung tình hình kinh doanh của các doanh nghiệp săm lốp trong những năm qua còn gặp nhiều khó khăn. SRC với cơ cấu sản xuất và doanh thu tập trung chủ yếu vào mảng săm lốp xe đạp và săm lốp xe máy nên trong những năm qua khi thị trường săm lốp xe đạp đã bắt đầu suy thoái thì doanh thu của SRC cũng liên tục sụt giảm.

Tuy đã có rất nhiều nỗ lực thúc đẩy hoạt động bán hàng và tăng trưởng sản lượng tiêu thụ nhưng hai doanh nghiệp còn lại là CSM và DRC chỉ đạt được tốc độ tăng trưởng doanh thu bình quân hàng năm 2014 – 2016 khá thấp và tương đồng: 1.7% với CSM và 1.6% với DRC. Nguyên nhân chính xuất phát từ áp lực cạnh tranh gay gắt với lốp xe tải nhập khẩu từ Trung Quốc, khiến hai doanh nghiệp phải giảm giá bán sản phẩm (mức giảm trung bình khoảng 8-10% trong năm 2016), triệt tiêu phần lớn tác động tích cực do tăng trưởng sản lượng tiêu thụ mang lại. Riêng CSM trong năm 2015 đã đạt mức tăng trưởng doanh thu 14.4% nhờ ghi nhận 400 tỉ doanh thu kinh doanh bất động sản đầu tư (chuyển nhượng dự án 504 Nguyễn Tất Thành và dự án căn hộ số 9 Nguyễn Khoái). Nếu tách riêng khoản doanh thu kể trên thì doanh thu từ mảng săm lốp trong năm 2015 của công ty chỉ

[2] Vốn hóa thị trường và P/E được tính tại thời điểm 28/03/2017 với EPS cho năm tài chính 2016, đã được điều chỉnh theo cách tính của FPTS. Các chỉ số tài chính khác tính tại thời điểm 31/12/2016 và cho năm tài chính 2016.

đạt tốc độ tăng trưởng 1.8%, cho thấy hoạt động kinh doanh cốt lõi của công ty vẫn đang gặp nhiều khó khăn.

3.2. Lợi nhuận gộp



Nguồn: FPTS Research

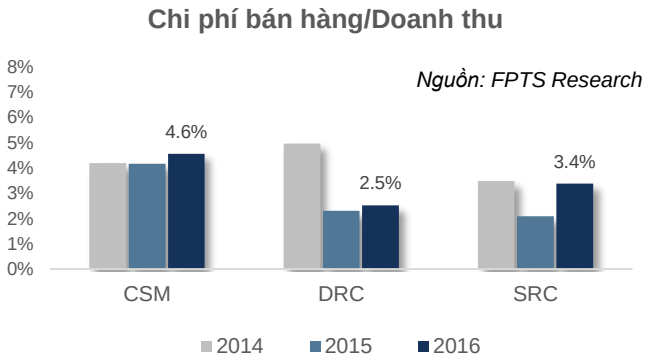
Nhìn chung, tỉ suất lợi nhuận của các doanh nghiệp săm lốp trong những năm qua có xu hướng giảm sút do áp lực giảm giá bán sản phẩm để cạnh tranh với săm lốp ô tô nhập khẩu từ Trung Quốc. Trong phân khúc săm lốp xe đạp và săm lốp xe máy, sản phẩm xuất xứ Trung Quốc không có lợi thế cạnh tranh với các sản phẩm nội địa, do vậy tỉ suất lợi nhuận gộp của SRC gần như không bị ảnh hưởng và chỉ bị suy giảm trong năm 2016 do giá cao su tăng mạnh, tác động tiêu cực tới tỉ suất lợi nhuận gộp của toàn ngành săm lốp (giá cao su thế giới tính tới cuối năm 2016 đã tăng gần 70% so với mức đáy vào khoảng giữa năm 2016). Bên cạnh đó, SRC cũng là doanh nghiệp có tỉ suất lợi nhuận gộp thấp nhất ngành do tỉ suất lợi nhuận của săm lốp xe đạp, xe máy thấp hơn so với tỉ suất lợi nhuận của săm lốp ô tô.

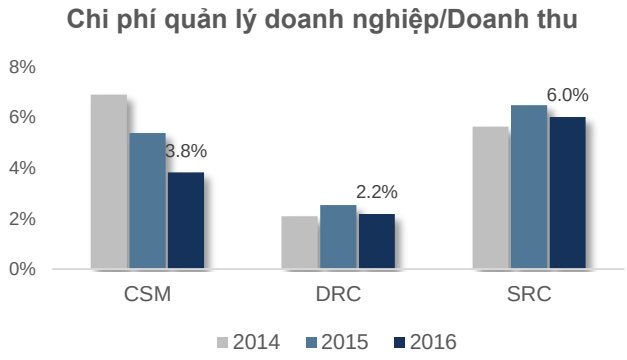
Trong khi đó hai doanh nghiệp CSM và DRC tập trung vào phân khúc săm lốp xe máy và ô tô, nên nhìn chung đạt tỉ suất lợi nhuận cao hơn so với SRC. Bên cạnh đó, khách hàng tổ chức chiếm tỉ trọng lớn trong doanh thu bán lốp ô tô tải của DRC. Đây là nhóm khách hàng có sức mạnh mặc cả tốt hơn so với nhóm khách hàng cá nhân (chiếm tỉ trọng lớn trong cơ cấu doanh thu của CSM). Nên trong xu hướng giá cao su lao dốc khiến chi phí nguyên vật liệu đầu vào giảm và cạnh tranh không quá gay gắt (như năm 2014), CSM sẽ là doanh nghiệp được hưởng lợi nhiều hơn so với DRC nhờ ít chịu áp lực mặc cả từ khách hàng hơn. Có thể thấy năm 2014, CSM có tỉ suất lợi nhuận gộp cao nhất ngành, đạt 26%.

Nhưng trong xu hướng giá cao su phục hồi mạnh mẽ khiến chi phí nguyên vật liệu đầu vào tăng, cùng với áp lực cạnh tranh gay gắt từ lốp xe tải Trung Quốc thì CSM lại chịu áp lực giảm giá bán sản phẩm cũng như chi phí bán hàng lớn hơn. Trong khi đó lốp xe Trung Quốc có ít khả năng lôi kéo nhóm khách hàng tổ chức lớn và có mối quan hệ lâu dài với DRC. Từ năm 2015, lốp xe tải Trung Quốc xuất khẩu sang Mỹ đã bị áp thuế chống bán phá giá và thuế chống bảo hộ rất cao, khiến cho một phần sản lượng sản xuất được chuyển hướng xuất khẩu sang các thị trường khác trong đó có Việt Nam, tạo áp lực cạnh tranh gay gắt về giá bán và làm giảm tỉ suất lợi nhuận gộp của các doanh nghiệp nội địa. Và như đã phân tích, CSM chịu ảnh hưởng nặng hơn với tỉ suất lợi nhuận gộp giảm mạnh hơn DRC trong giai đoạn 2014 – 2016.

Tuy nhiên riêng trong năm 2016 khi giá cao su vượt đáy và phục hồi mạnh mẽ (tăng gần 70% trong nửa cuối năm) thì tỉ suất lợi nhuận gộp của DRC giảm mạnh hơn CSM. Đây có thể là tín hiệu thể hiện sự hiệu quả trong quản trị nguyên vật liệu đầu vào của CSM trong năm qua.

3.3. Chi phí bán hàng & Chi phí quản lý doanh nghiệp





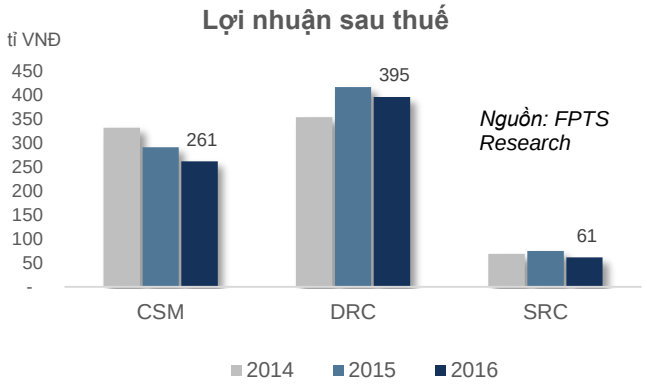
Với đặc thù tập trung vào thị trường săm lốp thay thế thì hệ thống đại lý, cửa hàng phân phối đóng vai trò quan trọng trong hoạt động tiêu thụ sản phẩm, đồng thời chi phí bán hàng và chi phí quản lý hệ thống phân phối cũng chiếm tỉ trọng lớn trong tổng chi phí của doanh nghiệp săm lốp.

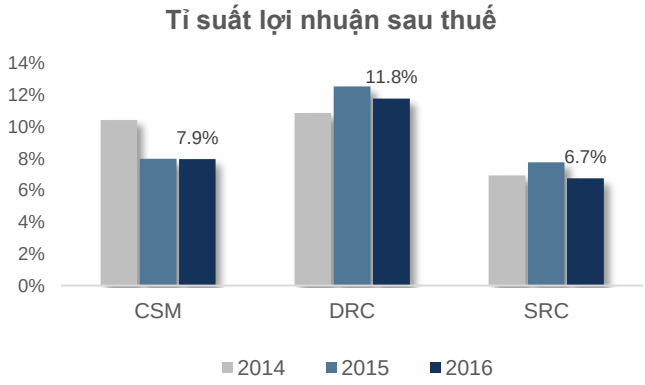
Có thể thấy DRC có hiệu quả quản lý các loại chi phí tốt nhất trong 3 doanh nghiệp săm lốp niêm yết với tỉ lệ chi phí bán hàng/doanh thu và chi phí QLDN/doanh thu đều nằm trong khoảng dưới 2.5% trong những năm qua (riêng năm 2014 chi phí bán hàng cao đột biến do phát sinh các khoản chi phí dịch vụ mua ngoài lớn). Với mối quan hệ tốt và lâu dài với nhóm khách hàng tổ chức (nhóm khách hàng có nhu cầu lớn và ổn định) thì DRC tiết kiệm được đáng kể các chi phí bán hàng như kho bãi, vận chuyển cùng với các chi phí quản lý doanh nghiệp.

Đối với CSM, chi phí bán hàng duy trì ở mức khoảng 4% doanh thu thuần hàng năm. Trong năm 2016, tỉ lệ này tăng nhẹ lên 4.6% do các chi phí phát sinh để thúc đẩy hoạt động xuất khẩu. Tỉ lệ chi phí QLDN/Doanh thu từ mức 6.9%, cao nhất ngành trong năm 2014, đã giảm về còn 3.8% trong năm 2016 thể hiện nỗ lực của doanh nghiệp trong việc nâng cao hiệu quả quản lý các loại chi phí.

Tỉ lệ tổng chi phí bán hàng và chi phí QLDN trên doanh thu của SRC cao nhất ngành, luôn ở mức trên 9% trong những năm qua, cao gấp 2 lần so với DRC.

3.4. Lợi nhuận sau thuế



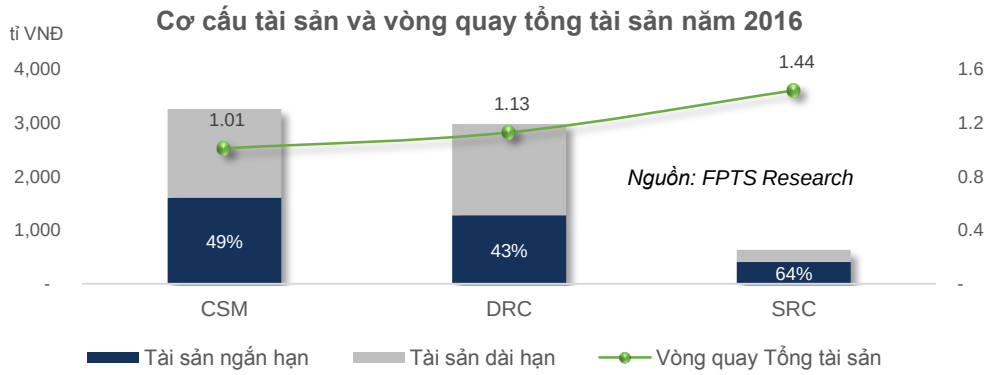


Những phân tích ở trên đã giải thích cho một thực tế là trong những năm qua, DRC luôn là doanh nghiệp có lợi nhuận sau thuế cao nhất ngành. Và với quy mô doanh thu khá tương đồng, thì DRC cũng luôn có tỉ suất lợi nhuận sau thuế cao hơn CSM. Còn với đặc thù là tập trung vào phân khúc săm lốp xe đạp và xe máy với tỉ suất lợi nhuận thấp hơn săm lốp ô tô, cùng với hiệu quả quản lý chi phí chưa cao thì SRC là doanh nghiệp có tỉ suất lợi nhuận sau thuế thấp nhất ngành.

Trong năm 2016, tỉ suất lợi nhuận sau thuế của các doanh nghiệp đều giảm sút so với năm 2015, nguyên nhân chính xuất phát từ sự hồi phục mạnh mẽ của giá cao su.

4. Tình hình tài chính

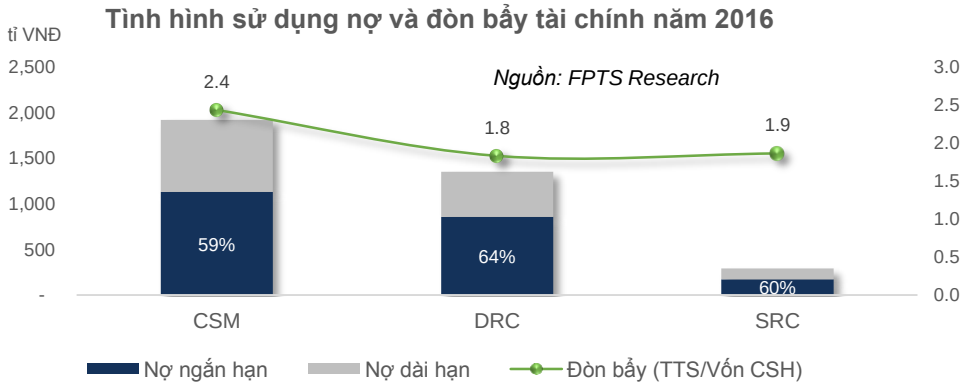
4.1. Tình hình tài sản



Xét về quy mô tổng tài sản: Vào cuối năm 2016 thì CSM là doanh nghiệp đứng đầu với 3,374 tỉ đồng, tiếp theo đó là DRC với 2,811 tỉ đồng còn SRC là doanh nghiệp có quy mô nhỏ nhất với 727 tỉ đồng tổng tài sản. Ngoài ra, năm 2012 – 2013 là năm mà cả CSM và DRC thực hiện đầu tư vào nhà máy sản xuất lốp xe ô tô radial với tổng vốn đầu tư cho các giai đoạn lên tới khoảng 3,000 tỉ đồng, do đó quy mô tài sản của 2 doanh nghiệp này cũng tăng đột biến kể từ giai đoạn này. SRC hiện chưa có nhà máy sản xuất lốp ô tô radial. Việc thực hiện đầu tư lớn nói trên cũng làm thay đổi cấu trúc tài sản của hai doanh nghiệp CSM và DRC với tỉ trọng tài sản dài hạn đạt trên 50%, trong khi đó tỉ lệ này ở SRC là 36%.

Các hoạt động đầu tư của CSM và DRC kể trên cũng đã tác động không nhỏ đến vòng quay tổng tài sản của cả 2 doanh nghiệp. Việc đưa các nhà máy vào hoạt động nhưng công suất hiện tại còn thấp, chưa đạt được như kỳ vọng đã khiến vòng quay tổng tài sản của 2 doanh nghiệp còn thấp, và thấp hơn SRC – doanh nghiệp không có khoản đầu tư đáng kể nào trog những năm qua. Trong năm 2016, SRC có vòng quay tổng tài sản cao hơn khoảng 30% so với CSM và DRC.

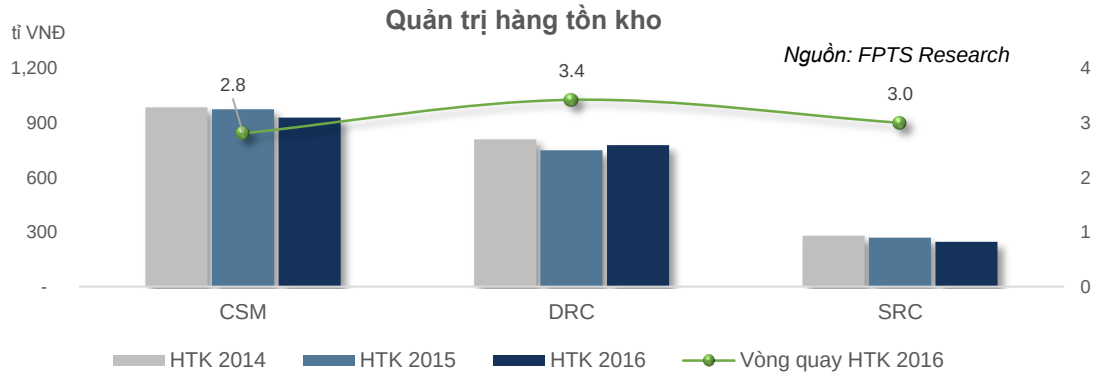
4.2. Tình hình nguồn vốn



Do đặc thù của ngành săm lốp là cần đầu tư tài sản cố định lớn nên nhìn chung, các doanh nghiệp trong ngành hiện đang duy trì tỉ lệ đòn bẩy quanh mức 2 lần, trong đó cao nhất là CSM với 2.4 lần.

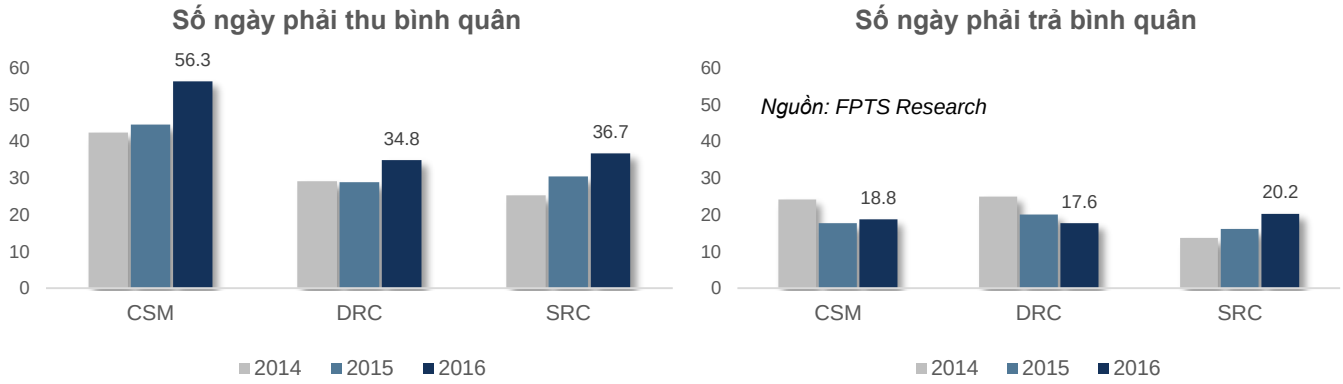
Tỉ lệ sử dụng nợ ngắn hạn và nợ dài hạn của cả 3 doanh nghiệp đều có sự tương đồng. Các doanh nghiệp thường xuyên duy trì khoảng 60% là nợ ngắn hạn để phục vụ cho nhu cầu vốn lưu động do đặc thù cần duy trì lượng hàng tồn kho lớn.

4.3. Hàng tồn kho



Chỉ số vòng quay hàng tồn kho của 3 doanh nghiệp đều nằm trong khoảng 3 vòng, tức là trung bình hàng năm lượng hàng tồn kho mà các doanh nghiệp dự trữ tương đương với 1/3 doanh thu trong năm. Với hệ thống phân phối sản phẩm lên tới hàng trăm đại lý, cửa hàng như của CSM và DRC thì lượng thành phẩm tồn kho của các doanh nghiệp này là rất lớn. Và thực tế, trong cơ cấu hàng tồn kho, chiếm tỉ trọng lớn nhất chính là nguyên liệu, vật liệu và thành phẩm (trung bình khoảng 90% tổng giá trị hàng tồn kho). Do đó, nhu cầu vốn lưu động để tài trợ cho hàng tồn kho của các doanh nghiệp là rất lớn. Đây chính là nguyên nhân chính dẫn tới tỉ lệ sử dụng nợ ngắn hạn cao như đã phân tích ở trên.

4.4. Khoản phải thu & Khoản phải trả

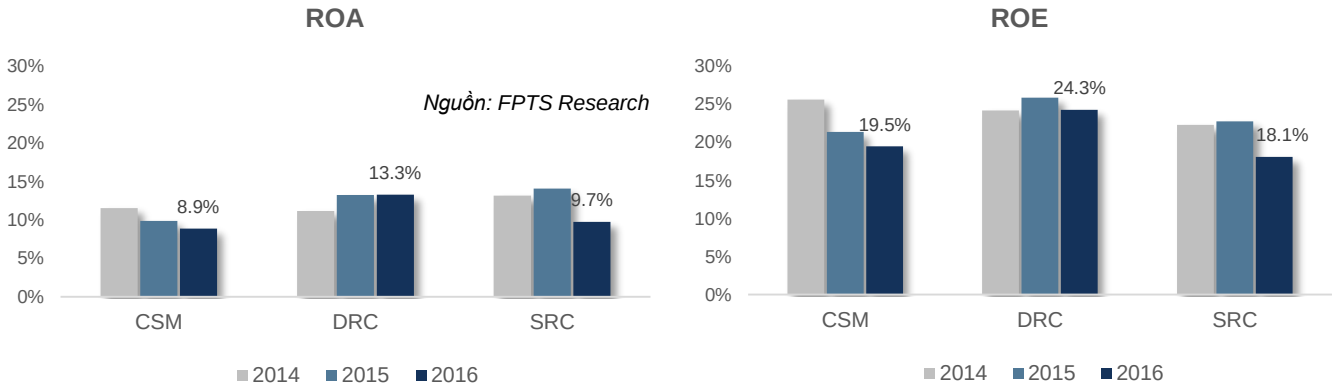


Về mặt quản lý các khoản phải thu: nhìn chung trong những năm qua, CSM có số ngày phải thu bình quân cao nhất ở quanh mức trên 40 ngày, so với khoảng dưới 30 ngày của DRC và SRC. Được biết, CSM có các chính sách chiết khấu và thu tiền hấp dẫn để khuyến khích tiêu thụ sản phẩm tại các đại lý, cửa hàng phân phối. Do đó số ngày phải thu của CSM có xu hướng cao hơn hai doanh nghiệp còn lại.

Trong năm 2016, dưới áp lực cạnh tranh từ săm lốp Trung Quốc (giá bán thấp hơn 10-15% và mức chiết khấu cho đại lý cao hơn nhiều lần so với sản phẩm nội địa cùng loại), các doanh nghiệp săm lốp Việt Nam buộc phải nới lỏng chính sách chiết khấu cũng như chính sách thu tiền với các đại lý, dẫn tới số ngày phải thu bình quân tăng đáng kể so với giai đoạn trước đó.

Về mặt quản lý các khoản phải trả: Các doanh nghiệp có số ngày phải trả ở ức khá tương đồng nhau, quanh mức 18 – 20 ngày, thấp hơn tương đối so với số ngày phải thu. Điều này phần nào phản ánh sức mạnh mặc cả của nhà cung đối với các doanh nghiệp săm lốp.

4.5. Hiệu suất sinh lời

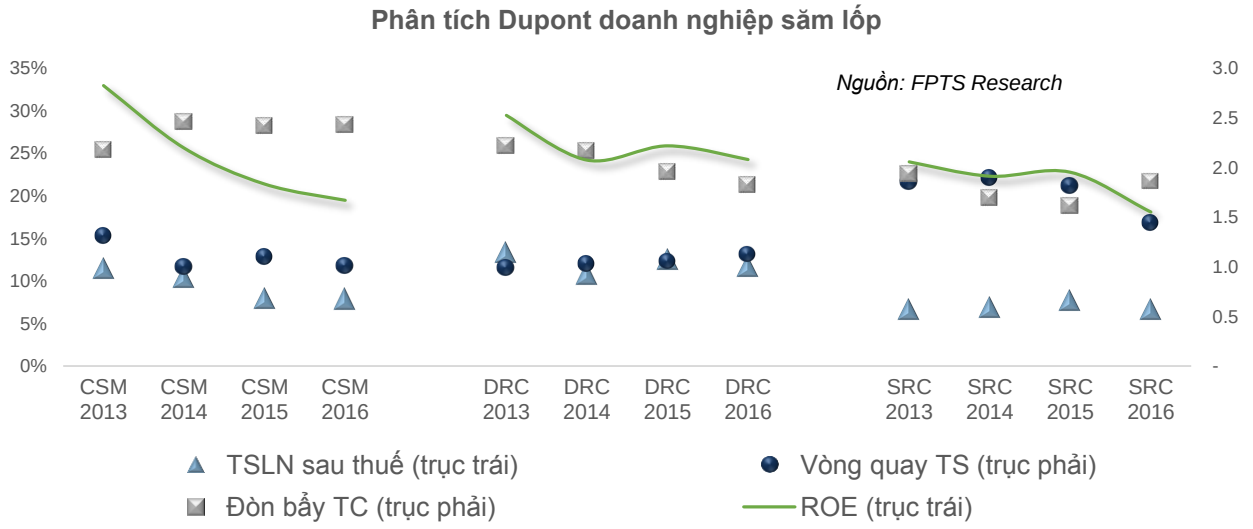


Có thể thấy việc sử dụng đòn bẩy tài chính với tỉ lệ tương đối cao (quanh mức 2 lần) đã tạo ra sự chênh lệnh lớn giữa ROE và ROA của các doanh nghiệp săm lốp. Bên cạnh đó trong năm 2016, hiệu suất sinh lời của các doanh nghiệp đều có xu hướng giảm sút do tác động tiêu cực của áp lực cạnh tranh từ săm lốp Trung Quốc và xu hướng hồi phục của giá cao su như đã phân tích ở trên.

Nhìn chung, DRC là doanh nghiệp có hiệu suất sinh lời cao nhất ngành với ROA và ROE trong năm 2016 đạt lần lượt 13.3% và 24.3%. Việc giữ tỉ lệ sử dụng đòn bẩy tài chính ở mức thấp hơn và quản lý tốt các loại chi phí đã giúp DRC giảm thiểu các tác động tiêu cực từ sự cạnh tranh với săm lốp Trung Quốc và xu hướng phục hồi của giá cao su trong giai đoạn kinh doanh khó khăn 2015 – 2016, qua đó duy trì được vị trí dẫn đầu ngành về hiệu suất sinh lời.

Hiệu suất sinh lời của 2 doanh nghiệp còn lại đều sụt giảm đáng kể trong năm 2016 với ROA dưới 10% và ROE dưới 20%.

4.6. Phân tích Dupont



Tỉ suất sinh lời vốn chủ sở hữu (ROE) của các doanh nghiệp săm lốp có xu hướng giảm trong những năm vừa qua.

Đối với CSM: Doanh nghiệp này đã gia tăng mức độ sử dụng đòn bẩy tài chính với mục đích tài trợ cho hoạt động đầu tư nhà máy sản xuất lốp ô tô radial trong những năm qua. Tuy nhiên hiệu quả kinh doanh đã không đạt được như kỳ vọng. Cụ thể, nhà máy sản xuất lốp radial đi vào hoạt động từ năm 2013 nhưng công suất hoạt động vẫn còn thấp (chưa đạt công suất hòa vốn), cùng với đó là áp lực cạnh tranh từ săm lốp Trung Quốc làm cho thành phẩm tồn kho tăng lên. Hai yếu tố này đã khiến cho cả vòng quay tổng tài sản và tỉ suất lợi nhuận sau thuế của CSM đều có xu hướng giảm. Kết hợp với việc đòn bẩy tài chính tăng lên, đã khuếch đại sự sụt giảm của ROE.

Đối với DRC: Sự biến động của ROE chủ yếu xuất phát từ biến động tỉ suất lợi nhuận sau thuế - yếu tố chịu ảnh hưởng từ các yếu tố đầu vào và đầu ra như đã phân tích ở trên. Trong những năm qua, đây là yếu tố có sự biến động bất thường nhất nếu so sánh với vòng quay tổng tài sản hay mức độ sử dụng đòn bẩy tài chính. Với các yếu tố không có quá nhiều biến động lớn, thì ROE của DRC trong giai đoạn vừa qua giảm phần lớn do việc giảm mức độ sử dụng đòn bẩy tài chính (doanh nghiệp đã thực hiện thanh toán các khoản nợ dài hạn, nợ dài hạn cuối năm 2016 chỉ còn bằng ½ so với cuối năm 2013).

Đối với SRC: Chúng tôi nhận định ROE của doanh nghiệp này có xu hướng đi ngang trong những năm qua với tỉ suất lợi nhuận sau thuế không có nhiều biến động đáng kể. Sự sụt giảm của ROE trong năm 2016 xuất phát từ khoản đầu tư 170 tỉ đồng triển khai xây dựng nhà máy mới và di dời sản xuất từ nhà máy cũ sang nhà máy mới tại KCN Châu Sơn – Hà Nam, được tài trợ chủ yếu bằng nợ vay dài hạn. Việc này đã làm giảm vòng quay tài sản, đồng thời làm tăng đòn bẩy tài chính, dẫn tới sự sụt giảm của ROE trong năm qua.

4.7. Phân tích dòng tiền

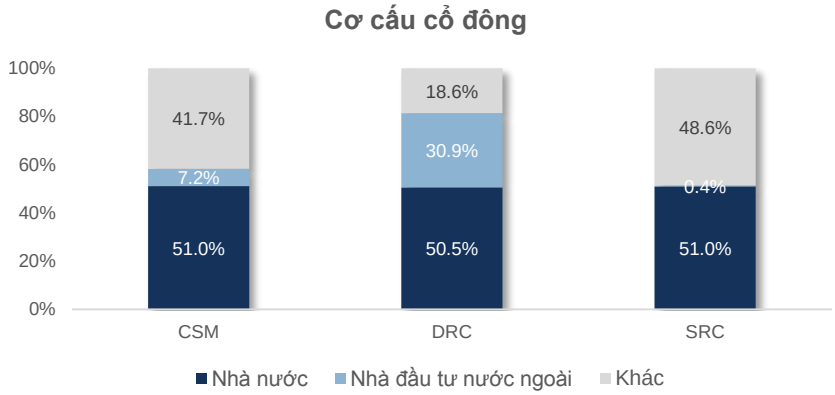
Dòng tiền thuần (đvt: tỉ đồng)	2011	2012	2013	2014	2015	2016
CSM	-371.8	41.0	4.9	5.1	83.4	-92.8
Dòng tiền kinh doanh	-208.3	169.1	333.4	406.2	472.7	164.2
Dòng tiền đầu tư	-141.9	-116.1	-916.2	-488.2	23.4	-243.7
Dòng tiền tài chính	-21.7	-12.1	587.7	87.1	-412.7	-13.3
DRC	-29.8	-2.6	-21.1	30.3	155.6	-189.4
Dòng tiền kinh doanh	41.5	554.2	148.8	762.1	611.6	490.8
Dòng tiền đầu tư	-247.7	-720.7	-561.8	-285.1	-110.4	-100.1
Dòng tiền tài chính	176.3	163.9	392.0	-446.8	-345.5	-580.1
SRC	-21.7	-12.1	12.3	16.2	-17.1	28.4
Dòng tiền kinh doanh	-208.3	169.1	124.3	104.2	80.2	221.2
Dòng tiền đầu tư	-141.9	-116.1	0.5	-1.3	-10.1	-204.4
Dòng tiền tài chính	328.4	-65.1	-112.5	-86.7	-87.2	11.6

Nhìn chung trong những năm gần đây, các doanh nghiệp săm lốp đều có dòng tiền thuần từ hoạt động kinh doanh dương, tuy nhiên có sự biến động tương đối lớn. Những sự biến động này chủ yếu đến từ xu hướng giá nguyên liệu đầu vào, đồng thời phụ thuộc vào tình hình tiêu thụ sản phẩm của các doanh nghiệp có khả quan hay không. Trong những năm tình hình tiêu thụ sản phẩm gặp nhiều khó khăn như năm 2011 (sản lượng tiêu thụ ô tô liên tục giảm) hay năm 2016 (cạnh tranh gay gắt từ lốp xe Trung Quốc), lượng hàng tồn kho của các doanh nghiệp tăng cao, làm giảm dòng tiền thuần từ hoạt động kinh doanh.

Giai đoạn 2011 – 2014 là giai đoạn mà CSM và DRC tiến hành đầu tư vào 2 nhà máy sản xuất lốp ô tô radial và phải huy động các nguồn vốn vay để tài trợ cho các dự án, do đó dòng tiền từ hoạt động đầu tư và dòng tiền tài chính của 2 doanh nghiệp có sự thay đổi lớn.

Dòng tiền thuần từ hoạt động tài chính của DRC liên tục âm từ năm 2014 tới nay là do doanh nghiệp đang thực hiện thanh toán các khoản vay dài hạn trên. Nhờ đó tới năm 2016, DRC là doanh nghiệp có tỉ lệ sử dụng đòn bẩy thấp nhất ngành (như đã nhắc tới ở trên).

5. Cơ cấu cổ đông sở hữu của các doanh nghiệp



Hiện tại thông qua Tập đoàn Hóa chất Việt Nam – Vinachem, nhà nước có tỉ lệ nắm giữ trên 50% tại cả 3 doanh nghiệp săm lốp niêm yết và do vậy cả 3 doanh nghiệp này hiện đang là công ty con của Vinachem. Điều này đã tạo điều kiện cho Vinachem đóng vai trò điều phối, hoạch định chiến lược tại các công ty con nhằm tránh tình trạng đối đầu, giẫm đạp thị trường và cạnh tranh trực tiếp giữa các công ty con với nhau. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp săm lốp cũng có thể nhận được sự hỗ trợ của Vinachem để tiếp cận các nguồn vốn giá rẻ.

DRC là doanh nghiệp có tỉ lệ sở hữu của nhóm nhà đầu tư nước ngoài cao nhất với 31%. Tỉ lệ này ở CSM tương đối thấp với 7% và các nhà đầu tư nước ngoài gần như không nắm giữ cổ phần của SRC.

Mặc dù trong thời gian qua, thị trường vẫn đang mong chờ và kỳ vọng vào các hoạt động thoái vốn khỏi các doanh nghiệp niêm yết của nhà nước nhưng hiện vẫn chưa có thông tin về việc Vinachem có kế hoạch thoái vốn khỏi 3 doanh nghiệp săm lốp kể trên hay không. Hiện tại 3 doanh nghiệp săm lốp vẫn mang lại lợi nhuận kếch xù cho Vinachem với tỉ lệ chi trả cổ tức hàng năm trung bình 20-30%. Do vậy chúng tôi không kỳ vọng cao vào khả năng Vinachem sẽ thoái vốn khỏi các doanh nghiệp này trong tương lai gần.

6. Thông tin sơ lược khác về các doanh nghiệp

6.1. Công ty Cổ phần Công nghiệp Cao su Miền Nam (HOSE-CSM)

Công ty Cổ phần Công nghiệp Cao su Miền Nam (HOSE-CSM) – 28/03/2017			
Vốn hóa (VND)	2,036,260,076,550	**Cổ đông lớn**	**Tỉ lệ sở hữu**
Giá đóng cửa gần nhất	19,650	Tập đoàn Hóa chất Việt Nam	51.00%
Giá cao nhất 52 tuần	25,100	Balestrand Limited	2.73%
Giá thấp nhất 52 tuần	18,200	Amersham Industries Limited	1.46%
KLĐLH hiện tại	103,626,467		
P/E (4 quý gần nhất)	6.68	Tỉ lệ sở hữu nước ngoài	7.29%

Danh mục sản phẩm

- Săm ô tô, yếm ô tô con, ô tô tải nhẹ
- Lốp ô tô con, ô tô tải nhẹ: lốp bias (mành chéo), lốp radial (bố thép) bán thép và toàn thép, các loại lốp đắp nguội
- Săm, lốp xe máy: săm lốp xe máy phổ thông, xe tay ga…
- Săm, lốp xe đạp: lốp 600, 650, lốp xe thồ, lốp leo núi…
- Lốp xe công nghiệp, lốp xe nông nghiệp và lốp xe nâng, máy kéo
- Các sản phẩm bằng cao su khác bao gồm: găng tay cao su, ống cao su dân dụng…

Doanh thu & Chi phí chính

Danh mục sản phẩm của CSM tương đối đa dạng, tuy nhiên doanh thu tập trung chủ yếu vào 3 dòng sản phẩm chủ lực đó là lốp xe máy, săm xe máy và lốp ô tô, máy kéo với tỉ trọng đóng góp trong doanh thu năm 2015 lần lượt là 16.6%, 16.9% và 41.9%. Đây cũng là doanh nghiệp có quy mô sản xuất săm lốp xe máy lớn nhất trong 3 doanh nghiệp săm lốp niêm yết với doanh thu từ phân khúc này trong năm 2015 đạt trên 1,200 tỉ đồng. Đối với phân khúc săm lốp ô tô, CSM tập trung vào lốp ô tô tải nhẹ.

Cao su chiếm tỉ trọng lớn nhất trong chi phí nguyên vật liệu đầu vào của CSM, trong đó cao su thiên nhiên chiếm 34% và cao su tổng hợp chiếm 13% (số liệu năm 2015). Ngoài cao su thiên nhiên được thu mua trực tiếp từ các nhà sản xuất cao su trong nước như Phước Hòa, Dầu Tiếng, Phú Riềng… thì CSM phải nhập khẩu hầu hết các nguyên vật liệu còn lại. Nhóm nguyên vật liệu này chiếm tổng cộng khoảng 50% chi phí nguyên vật liệu đầu vào của CSM. Do đó ngoài biến động giá nguyên vật liệu, thì biến động tỉ giá cũng sẽ tác động đến chi phí đầu vào của CSM.

Điểm mạnh

- CSM có quy mô sản xuất săm lốp xe máy lớn nhất trong 3 doanh nghiệp niêm yết. Khả năng cạnh tranh tốt với cả các doanh nghiệp FDI, cùng với tiềm năng tăng trưởng của phân khúc săm lốp xe máy sẽ tạo cơ hội tăng trưởng doanh thu cho CSM trong tương lai.
- Hệ thống phân phối rộng khắp với trên 150 đại lý cấp 1.
- CSM có tỉ trọng doanh thu xuất khẩu cao giúp giảm bớt áp lực cạnh tranh tại thị trường nội địa; đồng thời có nguồn thu ngoại tệ đáng kể để giảm bớt rủi ro tỉ giá từ việc nhập khẩu nguyên vật liệu đầu vào. Trong năm 2015, hoạt động xuất khẩu đóng góp gần 30% doanh thu của CSM.

Điểm yếu

- Tình hình tiêu thụ lốp radial trong thời gian qua chưa khả quan đã ảnh hưởng lớn đến hiệu quả hoạt động và tỉ suất sinh lời của doanh nghiệp. Cùng với tỉ lệ sử dụng nợ ở mức cao so với ngành có thể gây thêm áp lực trả nợ cho doanh nghiệp.
- Hạn chế về năng lực tài chính, quy mô, công nghệ so với các doanh nghiệp FDI do đó năng lực cạnh tranh trong phân khúc lốp radial cho ô tô con khá thấp, có thể bỏ lỡ phân khúc có tiềm năng tăng trưởng cao nhất trong tương lai.
- Khả năng thương lượng với nhà cung cấp và kiểm soát chi phí nguyên vật liệu đầu vào chưa cao.

Rủi ro đầu tư

- Biến động giá nguyên liệu đầu vào, đặc biệt là cao su và dầu thô (tác động gián tiếp đến giá cao su) có tác động trực tiếp đến hiệu quả hoạt động của CSM.
- CSM có rủi ro về tỉ giá do khoảng 50% nguyên vật liệu đầu vào được nhập khẩu. Tuy nhiên rủi ro này được dung hòa một phần do tỉ trọng doanh thu xuất khẩu đạt gần 30%.
- Rủi ro về lãi suất do CSM hiện đang sử dụng đòn bẩy (TTS/VCSH) ở mức khá cao là 2.4. Do đó biến động về lãi suất sẽ gây ảnh hưởng lớn tới chi phí tài chính của doanh nghiệp.
- Áp lực cạnh tranh từ săm lốp Trung Quốc làm giảm thị phần, giá bán trong khi phải tăng chiết khấu, khuyến mại.

6.2. Công ty Cổ phần Cao su Đà Nẵng (HOSE-DRC)

Công ty Cổ phần Cao su Đà Nẵng (HOSE-DRC) – 28/03/2017			
Vốn hóa (tỉ VND)	3801,363,520,000	**Cổ đông lớn**	**Tỉ lệ sở hữu**
Giá đóng cửa gần nhất	32,000	Tập đoàn Hóa chất Việt Nam	50.51%
Giá cao nhất 52 tuần	40,800	FTIF – Templeton Frontier Markets Fund	3.72%
Giá thấp nhất 52 tuần	30,000	Deutsche Bank AG & Deutsche Asset Management (Asia) Ltd	3.71%
KLĐLH hiện tại	118,792,610	Market Vectors Vietnam ETF	3.43%
P/E (4 quý gần nhất)	8.52	Tỉ lệ sở hữu nước ngoài	30.88%

Danh mục sản phẩm

- Săm lốp xe đạp, xe đạp điện
- Săm xe máy, lốp xe máy có săm, lốp xe máy không săm, lốp xe máy điện
- Săm ô tô tải nhẹ, yếm ô tô tải nặng
- Lốp ô tô radial, lốp bias và lốp đắp cho các loại ô tô tải nặng, ô tô tải nhẹ
- Lốp xe nông nghiệp, xe công nghiệp
- Lốp ô tô đặc chủng, xe nâng
- Các sản phẩm cao su kỹ thuật như đệm cao su giảm chấn, ống cao su…

Doanh thu & Chi phí chính

Danh mục sản phẩm của DRC cũng tương đối đa dạng, tuy nhiên dòng sản phẩm thế mạnh và mang lại doanh thu lớn nhất cho DRC là lốp ô tô radial, lốp ô tô tải nặng, ô tô tải nhẹ và lốp ô tô đặc chủng (loại lốp chuyên dùng cho các loại xe ô tô tải hoặc xe nâng có tải trọng rất lớn). 4 dòng sản phẩm này đóng góp lần lượt 23.2%, 21.5%, 19.3% và 14.5% vào doanh thu năm 2015 của DRC (tổng cộng đóng góp 78.6%).

Trong năm 2015, 87% doanh thu của DRC đến từ tiêu thụ sản phẩm trong nước, 13% còn lại đến từ hoạt động xuất khẩu. Xét theo khu vực địa lý của thị trường trong nước thì miền Bắc đóng góp 23%, miền Trung đóng góp 56% và miền Nam đóng góp 22% vào doanh thu của DRC tại thị trường nội địa.

Cũng giống đặc điểm chung của các doanh nghiệp săm lốp, cao su chiếm tỉ trọng lớn trong cấu trúc chi phí đầu vào của DRC, trong đó trung bình cao su thiên nhiên chiếm 40-45% và cao su tổng hợp chiếm 12-17% tổng chi phí nguyên vật liệu đầu vào của doanh nghiệp. Ngoài cao su thiên nhiên được thu mua từ các nhà cung cấp trong nước, thì các nguyên vật liệu khác hầu hết đều phải nhập khẩu.

Do đó biến động giá các loại nguyên vật liệu, cùng với biến động tỉ giá cũng là những yếu tố ảnh hưởng đến chi phí đầu vào của DRC.

Điểm mạnh

- DRC đã đạt được chứng nhận phù hợp tiêu chuẩn DOT do Mỹ cấp, và EU – E Mark do châu Âu cấp. Đây là tiền đề giúp DRC tăng trưởng doanh thu xuất khẩu trong tương lai.[3]
- Hệ thống phân phối rộng khắp cả nước với trên 100 đại lý cấp 1.
- Tình hình tài chính tương đối lành mạnh, hiệu quả hoạt động và hiệu suất sinh lời cao.
- Sản phẩm chủ lực là săm lốp xe tải nặng, xe đặc chủng và lốp xe ô tô radial với tập khách hàng chính là các doanh nghiệp, tổ chức lớn. Với quyết tâm của chính phủ trong việc thực hiện quy hoạch phát triển ngành ô tô Việt Nam, và xu hướng gia tăng sử dụng lốp radial, đây sẽ là động lực tăng trưởng cho DRC trong tương lai.

Điểm yếu

- Khả năng thương lượng với nhà cung cấp và kiểm soát chi phí nguyên vật liệu đầu vào chưa cao.
- Hạn chế về năng lực tài chính, quy mô, công nghệ và kinh nghiệm so với các doanh nghiệp FDI khiến khả năng cạnh tranh trong phân khúc lốp radial dành cho xe ô tô con còn thấp, có thể bỏ lỡ phân khúc có tiềm năng tăng trưởng mạnh nhất trong tương lai.

Rủi ro đầu tư

- Biến động giá nguyên vật liệu đầu vào, đặc biệt là giá cao su và giá dầu thô (ảnh hưởng gián tiếp đến giá cao su). Tuy được dự báo ít có khả năng tăng cao, nhưng đây vẫn là những yếu tố tác động mạnh đến tỉ suất lợi nhuận của DRC.
- Biến động tỉ giá có thể tạo ra rủi ro biến động chi phí nguyên vật liệu đầu vào, đồng thời là rủi ro biến động doanh thu khi DRC có kế hoạch tăng cường xuất khẩu.
- Rủi ro về lãi suất khi tỉ lệ vốn vay cho dự án radial là 70%, trong đó 65% là vay USD. Do đó dù đã thực hiện thanh toán dần các khoản vay này nhưng thay đổi về lãi suất, và tỉ giá vẫn sẽ tác động lớn đến chi phí tài chính của DRC.
- Áp lực cạnh tranh từ săm lốp Trung Quốc làm giảm thị phần, giảm giá bán và tăng chiết khấu, khuyến mại. DRC có thể hạn chế được rủi ro này do có tập khách hàng chính là khách hàng tổ chức, doanh nghiệp.

6.3. Công ty Cổ phần Cao su Sao Vàng (HOSE-SRC)

Công ty Cổ phần Cao su Sao Vàng (HOSE-SRC) – 28/03/2017			
Vốn hóa (tỉ VND)	491,137,272,500	**Cổ đông lớn**	**Tỉ lệ sở hữu**
Giá đóng cửa gần nhất	17,500	Tập đoàn Hóa chất Việt Nam	51.00%
Giá cao nhất 52 tuần	25,800	Công ty Cổ phần Đầu tư Cao su Quảng Nam	6.99%
Giá thấp nhất 52 tuần	16,400	Công ty Cổ phần Chứng khoán Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam	6.49%
KLĐLH hiện tại	28,064,987		
P/E (4 quý gần nhất)	6.29	Tỉ lệ sở hữu nước ngoài	0.37%

[3] Theo đó, các dòng lốp ô tô bias và radial của DRC đã đạt đủ điều kiện để xuất khẩu sang thị trường Mỹ và châu Âu.

Danh mục sản phẩm

- Săm lốp xe đạp, săm lốp xe đạp điện
- Săm xe máy, lốp xe máy có săm, lốp xe máy không săm
- Lốp ô tô bias các loại: lốp xe tải, xe khách
- Săm, yếm ô tô
- Lốp xe nông nghiệp, lốp xe công nghiệp
- Săm lốp máy bay

Doanh thu & Chi phí chính

Với quy mô tương đối nhỏ so với 2 doanh nghiệp còn lại, SRC hiện chưa sản xuất được dòng lốp radial dành cho xe ô tô. Tất cả các dòng lốp xe ô tô hiện tại của SRC là lốp bias (mành chéo). Điểm đặc biệt của SRC đó là dòng săm lốp máy bay. Hiện tại đây là doanh nghiệp duy nhất tại Việt Nam sản xuất các dòng sản phẩm này. Tuy nhiên đây là dòng sản phẩm phục vụ cho quốc phòng, tập trung vào 1 số dòng máy bay cụ thể nên quy mô sản xuất và tiêu thụ khá nhỏ, không đóng góp nhiều vào doanh thu của SRC.

Các sản phẩm thế mạnh của SRC là săm lốp xe đạp và săm lốp xe máy. Do hạn chế về quy mô, các dòng săm lốp ô tô của doanh nghiệp kém sự đa dạng so với CSM hay DRC. Trong những năm qua, sản phẩm của SRC chủ yếu được tiêu thụ tại thị trường nội địa với đóng góp khoảng 90% vào doanh thu hàng năm; 10% còn lại đến từ hoạt động xuất khẩu.

Điểm mạnh

- Hệ thống phân phối sản phẩm rộng khắp với trên 100 đại lý cấp 1.

Điểm yếu

- Khả năng thương lượng với nhà cung cấp và kiểm soát chi phí nguyên vật liệu đầu vào chưa cao.
- Hạn chế về năng lực tài chính công nghệ so với các doanh nghiệp FDI và các doanh nghiệp nội địa khiến SRC chưa thể mở rộng quy mô, đầu tư dây chuyền sản xuất lốp radial. Do đó danh mục sản phẩm của SRC thiếu sự đa dạng và có thể không bắt kịp xu hướng radial hóa đang diễn ra mạnh mẽ.
- Phân khúc săm lốp xe đạp đang chiếm tỉ trọng đáng kể trong cơ cấu doanh thu của SRC. Tuy nhiên phân khúc này đang bước vào giai đoạn bão hòa và có thể trở thành gánh nặng cho mục tiêu tăng trưởng doanh thu của doanh nghiệp.

Rủi ro đầu tư

- Cũng giống như 2 doanh nghiệp săm lốp nội địa còn lại, SRC có rủi ro về biến động giá nguyên vật liệu đầu vào và tỉ giá; đồng thời SRC cũng sử dụng đòn bẩy ở mức 1.9 do đó có thể gặp rủi ro về lãi suất.
- Áp lực cạnh tranh từ săm lốp Trung Quốc trong phân khúc lốp ô tô là khá lớn do thị trường chính của SRC là miền Bắc, cùng với việc doanh thu xuất khẩu chiếm tỉ trọng nhỏ, SRC phải tập trung phần lớn vào thị trường trong nước.

Tuyên bố miễn trách nhiệm

Các thông tin và nhận định trong báo cáo này được cung cấp bởi FPTS dựa vào các nguồn thông tin mà FPTS 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 FPTS. Nhà đầu tư sử dụng báo cáo này tự chịu trách nhiệm về quyết định của mình.

FPTS 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, FPTS nắm giữ 91 cổ phiếu CSM, 13 cổ phiếu DRC và 47 cổ phiếu SRC. Chuyên viên phân tích nắm giữ 10 cổ phiếu CSM và 10 cổ phiếu DRC.

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	Công ty Cổ phần Chứng khoán FPT	Công ty Cổ phần Chứng khoán FPT
Trụ sở chính	**Chi nhánh Tp.Hồ Chí Minh**	**Chi nhánh Tp.Đà Nẵng**
52 Lạc Long Quân, Quận Tây Hồ, Hà Nội, Việt Nam	Tầng 3 - Bến Thành Tower, 136-138 Lê Thị Hồng Gấm, Quận 1, Tp.Hồ Chí Minh, Việt Nam	100 Quang Trung, Quận Hải Châu, Tp.Đà Nẵng, Việt Nam
ĐT: (84.4) 3 773 7070 / 271 7171	ĐT: (84.8) 6 290 8686	ĐT: (84.511) 3553 666
Fax: (84.4) 3 773 9058	Fax: (84.8) 6 291 0607	Fax: (84.511) 3553 888