

Information Request List - Công ty TNHH Thiết bị Minh Đức

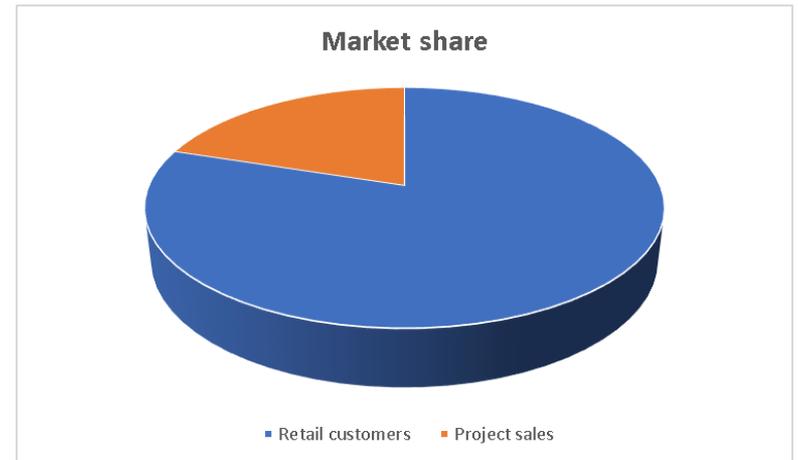
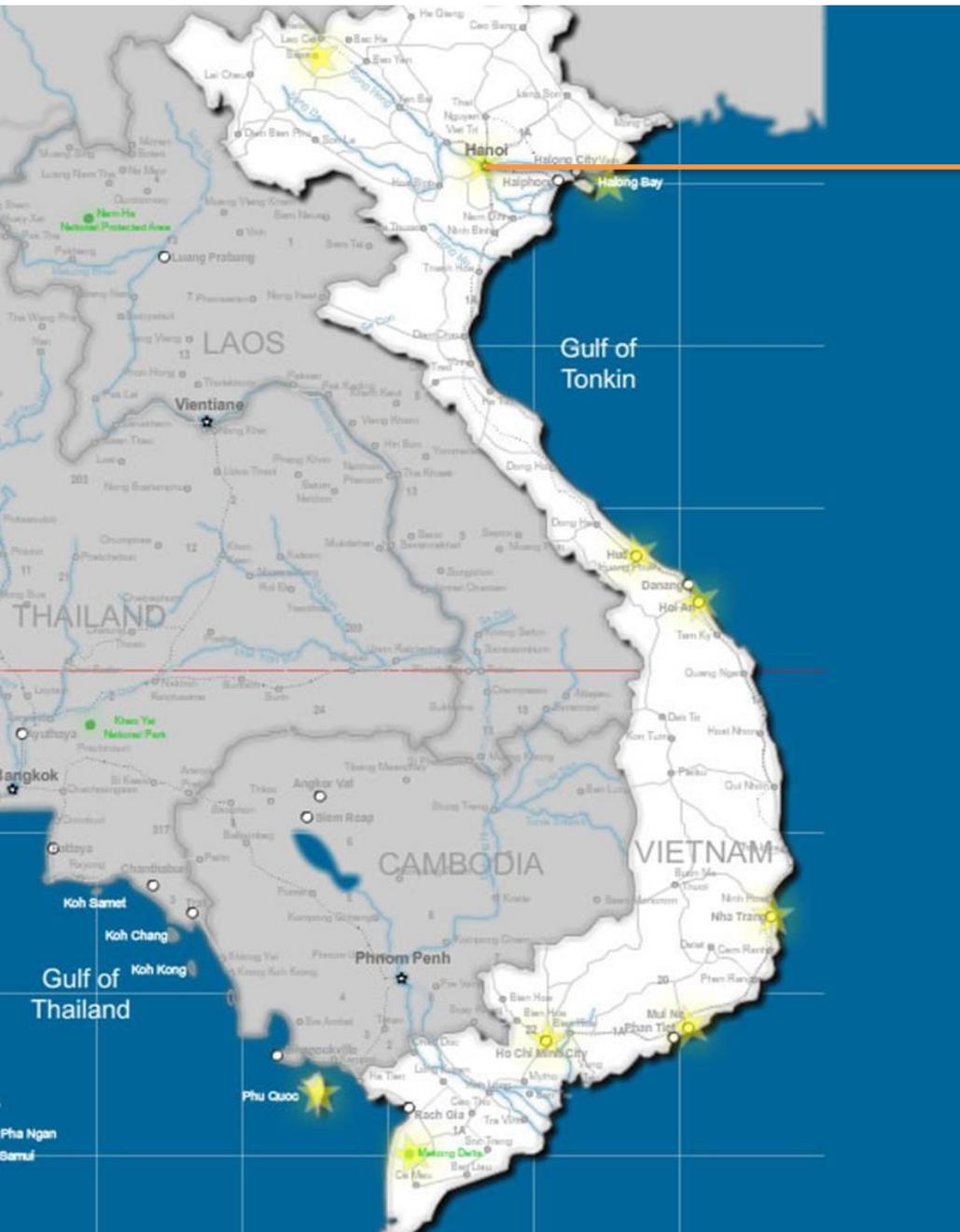
No.	Hạng mục	Nội dung thông tin cung cấp	Ngày trả lời	Trạng thái	Ưu tiên
1	Công ty	Xin cung cấp bản thuyết trình / giới thiệu doanh nghiệp gần nhất	12-Jul-24	Open	High
2	Lĩnh vực	Các lĩnh vực chính mà Công ty đang đầu tư và sản xuất. Tỷ trọng các ngành đóng góp ra sao trong tổng doanh thu, vị trí trong ngành hiện tại của Công ty	12-Jul-24	Open	High
3	Lĩnh vực	Mô tả lợi thế cạnh tranh chính của công ty so với đối thủ cạnh tranh trong ngành	12-Jul-24	Open	Medium
4	Lĩnh vực	Bất kỳ báo cáo ngành và/hoặc tổng quan về thị trường (nội bộ hoặc từ bên thứ ba) về ngành mà Công ty đang tham gia hoạt động	12-Jul-24	Open	Low
5	Đầu tư	Mô tả thông tin các đối thủ chính cạnh tranh trong ngành. Các rào cản và khó khăn khi gia nhập ngành này là gì	12-Jul-24	Open	Low

1	Công ty	Xin cung cấp bản thuyết trình / giới thiệu doanh nghiệp gần nhất	12-Jul-24	Open	High
---	---------	--	-----------	------	------

Cung cấp bản thuyết trình / giới thiệu doanh nghiệp gần nhất



Bài thuyết trình về Công ty
2024



80% Khách hàng lẻ - 20% Bán dự án



Dân số 2024 của Việt Nam: 99.512.900 người
Thủ đô Hà Nội: 8.499.038 người
Thành phố Hồ Chí Minh: 9.389.700 người

PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM

Thiết bị, phụ kiện phòng tắm - Thiết bị, phụ kiện phòng bếp - Tủ bếp và nội thất liền tường



ĐỐI TÁC KINH DOANH QUỐC TẾ

THIẾT BỊ - PHỤ KIỆN PHÒNG TẮM

Sacuzzi[®]

CATALANO

 **GEBERIT**

NOBILI

ĐỐI TÁC KINH DOANH QUỐC TẾ

THIẾT BỊ - PHỤ KIỆN PHÒNG BẾP, NỘI THẤT

FULGOR

MILANO

falmec

INOXA



ĐẠI SỨ QUÁN Y TẠI HÀ NỘI

- Nội thất phòng họp
- Thiết bị phòng WC công cộng
- Thi công hoàn thiện phòng tắm



- Thiết bị phòng tắm



- Vật tư ngành nước, ống HDPE
- Thiết bị bếp



DỰ ÁN ĐÃ THỰC HIỆN

- Hệ thống bàn cầu âm tường



- Thiết bị bếp
- Phụ kiện phòng tắm



D

MINH DUC
Elegance & Solution

DỰ ÁN ĐÃ THỰC HIỆN

KHÁCH SẠN REX HỒ CHÍ MINH

- Thiết bị sử dụng vệ sinh
- Thiết bị vòi
- Bồn tắm



TRUNG TÂM HỘI NGHỊ QUỐC GIA

- Thùng nước âm tường bàn cầu
- Bàn cầu treo tường - Mặt nhấn xả
- Mặt cảm ứng thiết bị WC công cộng



THÁP TÀI CHÍNH BITECXO

- Thùng nước âm tường bàn cầu
- Bàn cầu treo tường - Mặt nhấn xả
- Vật tư ngành nước, ống HDPE



TÒA NHÀ KEANGNAM HÀ NỘI LANDMARK TOWER

- Thùng nước âm tường bàn cầu
- Bàn cầu treo tường - Mặt nhấn xả



TÒA NHÀ VIETCOMBANK TOWER

- Thùng nước âm tường bàn cầu
- Bàn cầu treo tường - Mặt nhân xả
- Mặt cảm ứng thiết bị WC công cộng



D

MINH DUC
Elegance & Solution

DỰ ÁN ĐÃ THỰC HIỆN

HYATT REGENCY RESORT & SPA

- Thiết bị bếp



- Tủ bếp
- Thiết bị phòng bếp



2	Lĩnh vực	Các lĩnh vực chính mà Công ty đang đầu tư và sản xuất. Tỷ trọng các ngành đóng góp ra sao trong tổng doanh thu, vị trí trong ngành hiện tại của Công ty	12-Jul-24	Open	High
---	----------	---	-----------	------	------

Các lĩnh vực chính mà Công ty đang đầu tư và sản xuất. Tỷ trọng các ngành đóng góp ra sao trong tổng doanh thu, vị trí trong ngành hiện tại của Công ty

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT - KINH DOANH CỦA CÔNG TY

1. Kinh doanh trang thiết bị phòng vệ sinh, phòng tắm

- Sứ vệ sinh: Bàn cầu, Bidet, Lavabo.
- Bồn tắm massage, Bồn tắm thường.
- Vòi Lavabo, Vòi Sen, Vòi bidet, Vòi tự động...
- Các loại phụ kiện trong phòng tắm, vệ sinh: Gương, Đèn, để ly, để xà bông, để giấy, thanh treo khăn, máy xấy tóc, sấy tay, hộp xà phòng tự động....

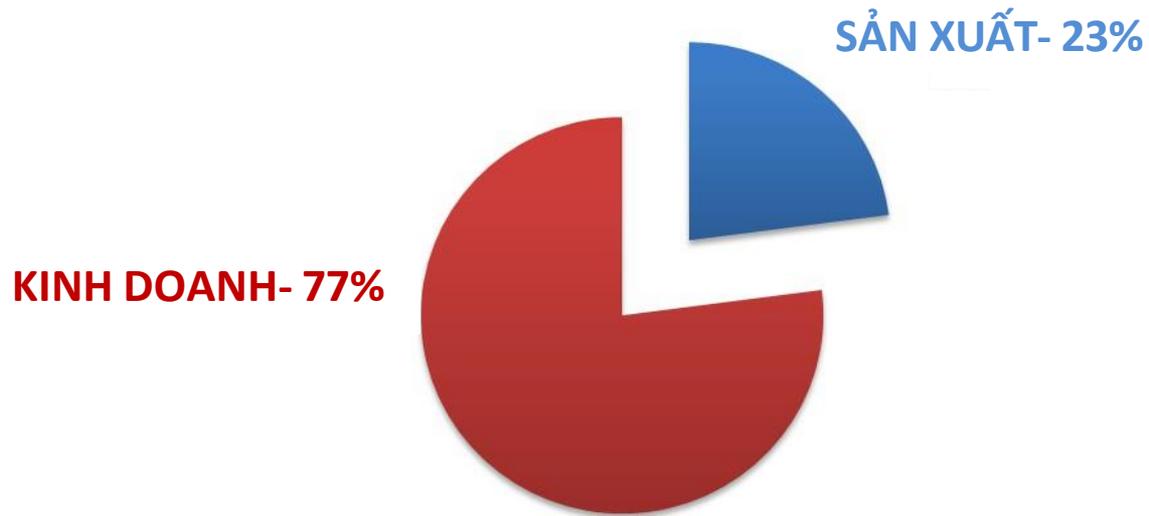
2. Sản xuất kinh doanh tủ Lavabo, tủ bếp, quầy Bar, bàn ghế phòng ăn, thiết bị nhà bếp

- Các loại tủ Lavabo, tủ bếp, quầy bar với chất liệu MFC, MDF, Gỗ tự nhiên, Veneer...
- Thiết bị bếp gồm: Tủ lạnh, bếp từ, lò nướng, máy hút khói, chậu rửa, vòi chậu, ..
- Các loại phụ kiện cho nhà bếp: Kệ để bát đĩa, ly cốc, kệ treo Inox, kệ dao thớt, ..

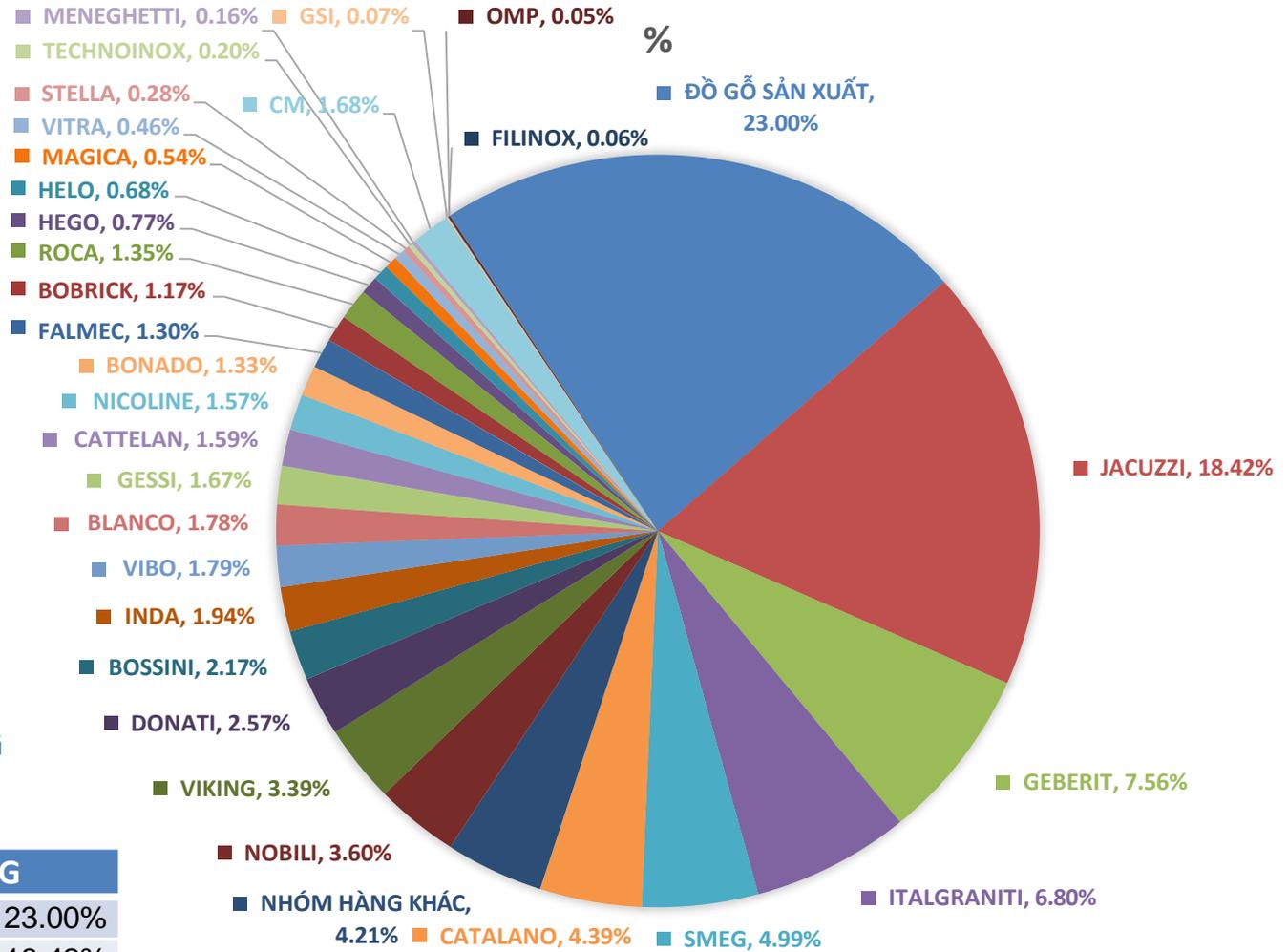
3. Sản xuất, kinh doanh, đồ gỗ nội thất giường tủ phòng ngủ.

- Giường, tủ đầu giường
- Tủ quần áo
- Các loại phụ kiện tủ áo: đồ để cavat, treo quần áo, hộc kéo...

TỶ TRỌNG BÁN HÀNG SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH 2018- 2022



TỔNG GIÁ TRỊ PHÁT SINH	%
Doanh số bán hàng Sản xuất	23%
Doanh số bán hàng Kinh doanh	77%

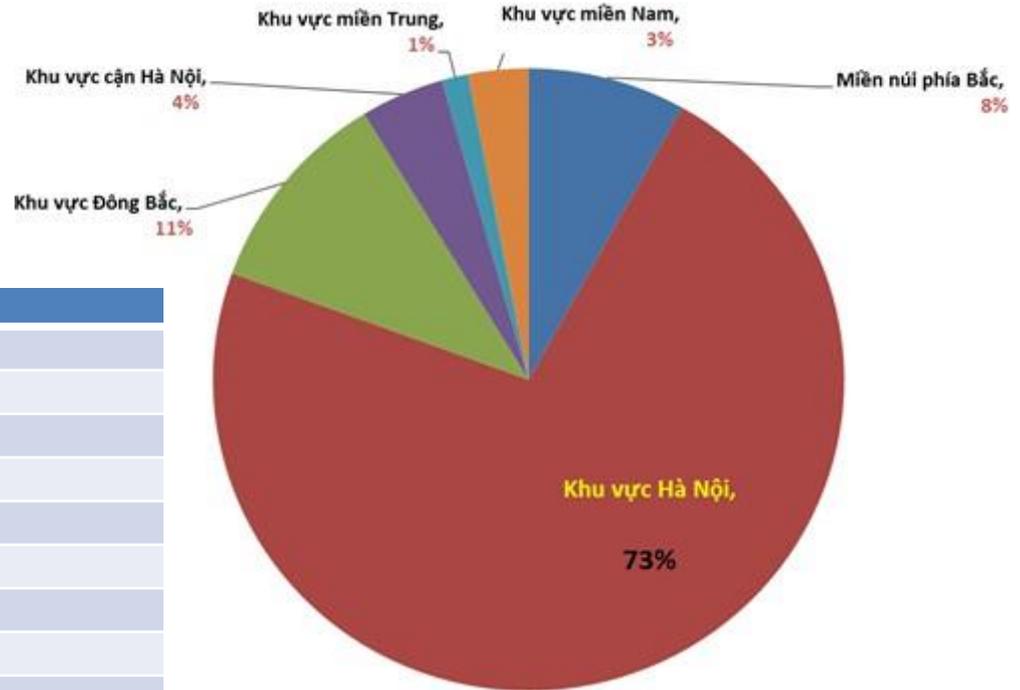


DOANH SỐ BÁN HÀNG 2018-2022

TOP 5 NHÓM, NGÀNH HÀNG

ĐỒ GỖ SẢN XUẤT	23.00%
JACUZZI	18.42%
GEBERIT	7.56%
ITALGRANITI	6.80%
SMEG	4.99%

KHU VỰC KHÁCH HÀNG TRỌNG ĐIỂM 2018- 2022



QUẬN/ HUYỆN	Tỷ trọng
Long Biên	20.73%
Ba Đình	13.44%
Nam Từ Liêm	11.74%
Tây Hồ	11.03%
Hoàn Kiếm	6.98%
Thanh Xuân	5.61%
Đống Đa	5.14%
Cầu Giấy	5.04%
Hà Đông	4.67%
Hai Bà Trưng	4.64%
Hoài Đức	3.73%
Hoàng Mai	3.33%
Sơn Tây	3.19%
Thạch Thất	0.51%
Hà Tây	0.18%
Thanh Trì	0.03%

Mô tả lợi thế cạnh tranh chính của Công ty so với đối thủ cạnh tranh trong ngành

ĐƠN VỊ PHÂN PHỐI THIẾT BỊ	ĐƠN VỊ CUNG CẤP PHỤ KIỆN	ĐƠN VỊ CUNG CẤP SẢN XUẤT - LẮP ĐẶT	ĐƠN VỊ CUNG CẤP ĐỒ GỖ NHẬP KHẨU	ĐƠN VỊ CUNG CẤP THIẾT BỊ NỘI THẤT NHẬP KHẨU VÀ DỊCH VỤ
   	   	       	      	   
  	   	   		

**ĐƠN VỊ PHÂN
PHỐI THIẾT BỊ**

FAGOR 

teka

 **BOSCH**

 **elica**
aria nuova


VIGLACERA

LIXIL
Link to Good Living

TOTO

- Tập chung chủ yếu về kinh doanh hệ thống Đại lý thiết bị nhập khẩu và giá cả cạnh tranh
- Chỉ có độ phủ thương hiệu, tuy nhiên dịch vụ tại các đại lý không đồng đều
- Vẫn có nhiều hàng Trung Quốc giá rẻ và Việt nam chất lượng trung bình

**ĐƠN VỊ CUNG
CẤP PHỤ KIỆN**

 **blum**[®]

 **Hettich**

 **HAFELE**

 **Cariny**[®]
Inspire your home

- Tập chung chủ yếu phục vụ các Nhà máy và Đại lý bán lẻ
- Có dịch vụ hỗ trợ kỹ thuật, tư vấn kỹ thuật
- **Không có dịch vụ lắp đặt, hoàn thiện**
- **Vẫn có nhiều hàng Trung Quốc chất lượng không rõ ràng**

**ĐƠN VỊ CUNG CẤP SẢN
XUẤT - LẮP ĐẶT**



flexfit



- Tập chung chủ yếu về dịch vụ và chất lượng sản xuất
- Có cả dịch vụ thiết kế hoàn thiện tổng thể 1 công trình
- Không phục vụ cung cấp thiết bị

**ĐƠN VỊ CUNG CẤP
ĐỒ GỖ NHẬP KHẨU**



CDC HOME DESIGN CENTER
by CAODONG



- Tập chung chủ yếu dịch vụ cung cấp đồ nội thất nhập khẩu
- Có cả dịch vụ thiết kế hoàn thiện tổng thể 1 công trình
- Có người nước ngoài thiết kế
- Không phục vụ cung cấp thiết bị nhập khẩu hoặc cung cấp với giá rất cao và bị cạnh tranh trong nước. Không là đại lý của các hãng thiết bị → mua thiết bị từ các thị trường ở nước khác để phục vụ cho Việt Nam → Dịch vụ và chế độ Sau bán hàng kém

**ĐƠN VỊ CUNG CẤP THIẾT
BỊ NỘI THẤT NHẬP KHẨU
VÀ DỊCH VỤ**

RITAVÕ

 **VIETCERAMICS**



S/S INTERIOR
TUYÊN NGÔN NGHỆ THUẬT SỐNG



- *Bán nhiều chủng loại hàng hóa trong cùng 1 không gian trưng bày.*
- *Mạnh về hàng hóa nhập khẩu, nhất là gạch.*
- *Có nhiều nguồn gốc xuất xứ của hàng hóa trưng bày gây sự nhầm lẫn cho khách hàng.*
- *Chưa có tính khoa học: Viet ceramic, Hùng Túy bán 1 viên gạch rất rẻ đứng cạnh 1 sản phẩm bồn tắm nhập khẩu cao cấp → gây cảm giác không rõ ràng, mạch lạc.*
- *Mô hình và trưng bày trang trí không đưa đến 1 concept tạo xu hướng, tạo trend mà chỉ trưng bày ra như shop để bán, chưa tạo thành Showroom cao cấp.*
- *Dịch vụ đi kèm bị giới hạn là cung cấp hàng hóa, không cho khách hàng trải nghiệm hàng hóa cao cấp.*
- *Tính kết nối của các đơn vị này với các KTS là không có hoặc chưa có hệ thống chuyên nghiệp.*



LỢI THẾ CẠNH TRANH

- 1 Thương hiệu **ĐÔNG DƯƠNG** trên thị trường với dịch vụ cung cấp **THIẾT BỊ - PHỤ KIỆN PHÒNG TẮM. THIẾT BỊ - PHỤ KIỆN PHÒNG BẾP, NỘI THẤT** đã có từ lâu đời.
- 2 Thiết bị, phụ kiện là những hãng lớn, có uy tín trên thị trường thế giới. Các phụ kiện tiêu chuẩn Châu Âu chuyên biệt mà không phải đơn vị trong nước nào cũng có.
- 3 Dịch vụ đầy đủ, cao cấp bao gồm: Tư vấn, thiết kế, lắp đặt, bảo hành bảo trì chuyên nghiệp.
- 4 Nhà máy hiện đại, quy trình kỹ thuật được tiêu chuẩn hóa, sản xuất đóng gói với chất lượng cao.
- 5 Đặc biệt có mối quan hệ sâu sắc với các KTS nổi tiếng của Việt Nam, các hội nhóm, các trường Đại học uy tín tại Việt Nam: Kiến Trúc, Xây Dựng, Mỹ thuật, .. Được đánh giá là Công ty hàng đầu trong ngành.
- 6 Có Showroom ấn tượng tại Hà Nội.
- 7 Có hệ thống tiêu chuẩn về Bán lẻ dịch vụ hàng hóa cao cấp.
- 8 Có kinh nghiệm lâu năm làm việc với các đối tác nước ngoài

4	Lĩnh vực	Bất kỳ báo cáo ngành và/hoặc tổng quan về thị trường (nội bộ hoặc từ bên thứ ba) về ngành mà Công ty đang tham gia hoạt động	12-Jul-24	Open	Low
---	----------	--	-----------	------	-----

Báo cáo ngành và tổng quan về thị trường (nội bộ hoặc từ bên thứ ba) về ngành mà Công ty đang tham gia hoạt động

MARKET



Project background:

- As per the World Bank, Vietnam's population reached about 99 million in 2021
- Population is expected to expand to 120 million before moderating around 2050.
- There is an emerging **middle class** — currently accounting for 13% of the population but expected to reach 26% by 2026
- Vietnam's economy continues supported by robust **domestic demand** and **export-oriented manufacturing**.
- An inclusive growth that averaged **6.6%** per annum during 2014–2020.
- During 2020, the industry and construction sector and the service sector went up by 8.9% and 7% respectively, together contributing around 91% to the economy.
- Predict after the covid 2019 epidemic the construction works to freeze and need a supply of **sanitary equipment** to rebuild.

Project background:

Market Residential Construction New Housing

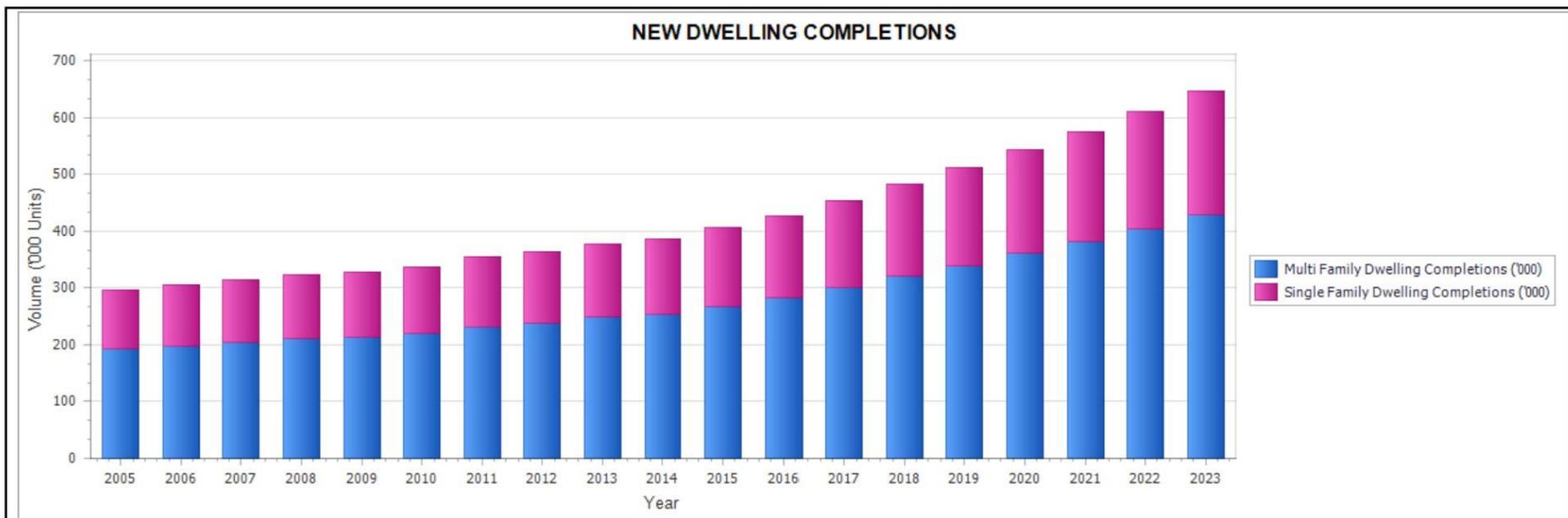
- Due to legislative changes, which have resulted in increased foreign investment, the Vietnamese real estate market has been showing signs of sustained recovery since 2015, and the growth continued in 2018 in tandem with remarkable economic growth the country achieved during the year.
- According to CBRE, a real estate research firm, around **60,000** new apartment units were completed and launched during 2022 in Hanoi and Ho Chi Minh City together
- Construction has also been growing at a good rate in the countryside and rural areas with the economy doing well and per capita income of the people.
- The year 2022 looks positive for new housing residential
- New housing demand is still expected to be strong in tandem with supply.

I. RELATE MARKET OVERVIEW

Project background:

II.6 New Dwelling Construction

VN - NEW DWELLING COMPLETIONS : HISTORICAL AND FORECASTS ('000 UNITS)



Value	% change	% change Total	Year																		
Category	Data		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Multi Family Dwelling Completions ('000)	Value		192.30	198.10	204.20	210.90	212.70	219.50	231.40	238.00	248.30	253.70	267.50	281.80	300.10	320.56	339.83	360.26	381.89	404.83	429.21
	% change		-	3.02%	3.08%	3.28%	0.85%	3.20%	5.42%	2.85%	4.33%	2.17%	5.44%	5.35%	6.49%	6.82%	6.01%	6.01%	6.00%	6.00%	6.02%
Single Family Dwelling Completions ('000)	Value		102.90	105.90	110.40	113.10	114.60	117.70	122.20	125.40	129.70	133.00	138.80	144.70	153.10	162.34	171.97	182.24	193.21	204.87	217.29
	% change		-	2.92%	4.25%	2.45%	1.33%	2.71%	3.82%	2.62%	3.43%	2.54%	4.36%	4.25%	5.81%	6.04%	5.93%	5.97%	6.02%	6.04%	6.06%
Grand Total	Value		295.20	304.00	314.60	324.00	327.30	337.20	353.60	363.40	378.00	386.70	406.30	426.50	453.20	482.90	511.80	542.50	575.10	609.70	646.50
	% change Total		-	2.98%	3.49%	2.99%	1.02%	3.02%	4.86%	2.77%	4.02%	2.30%	5.07%	4.97%	6.26%	6.55%	5.98%	6.00%	6.01%	6.02%	6.04%

Source: BRG based on EUROCONSTRUCT.

Project background:

Competitor

- The distribution structure for bathroom products in Vietnam is traditional, with independent wholesalers, dealers and retailers still the mainstay of the market. The unorganised wholesalers are localised and fragmented, with few national level players.
- Feasible for bathroom manufacturing companies to invest in project management in terms of labour and installation. Distribution is also carried out by numerous multi-brand trading companies that have distribution centres in the north, south and central parts of the country. These companies have tie-ups with manufacturers and
- Retailers. Although sales volumes are not large at the individual level, collectively these trading companies form an important part of the value chain.
- Amongst the bathroom brands, **INAX** has the largest distribution network. There is stiff competition between distributors, sometimes resulting in pricing wars and the cutting of profit margins.

I. RELATE MARKET OVERVIEW

(Product):

- Since 2000, the Vietnamese sanitary ware market has seen tremendous growth, mostly due to rising disposable incomes and increasing hygiene standards, as well as increasing sanitation levels – which directly affect demand for **water closets** (WCs) and **washbasins** in Vietnamese households.
- The sanitary ware market, in the product portfolio of the main players in the market mainly consists of ceramic sanitary ware, which includes washbasins, WCs, pedestals, cisterns, urinals, shower trays and bidets.
- The vast majority of WCs sold per annum are the **2-piece toilets**, because they are more affordable than 1-piece water closets and are also more easily replaced, or repaired, in the case of faulty cisterns.
- **Wall hung WCs** are also available, and usually used in conjunction with a concealed cistern.
- In recent times new products in sanitary ware, such as concealed cisterns and **Wall hung WCs**, have been made available in the market. These still remain very niche products, with concealed cisterns being used in under 5% of all WCs and sales volumes of bidets being less than 1,000 per annum. These products are currently being used only in luxury hotels and upper class homes.

I. SIZE - RELATE MARKET OVERVIEW

source: import data of sanitary wares in Vietnam

Unit quantity : pieces
Unit value : Usd

sanitary category	Quantity	Value (Usd)	Quantity	Value (Usd)	Quantity	Value (Usd)	Quantity	Value (Usd)
above 60usd	2019	2019	2020	2020	2021	2021	3 year	3 year
One Piece	59,614	13,103,235	48,108	10,557,712	43,014	8,252,045	150,736	31,912,992
Closed Couple	13,481	1,559,674	12,021	1,191,421	6,684	843,457	32,186	3,594,551
Counter Basin	14,410	2,376,672	14,283	1,802,145	13,870	1,948,713	42,563	6,127,530
Semi Counter Basin	1,286	217,777	160	17,102	75	8,384	1,521	243,264
Smart Toilet	707	549,096	2,901	2,056,248	3,357	2,172,218	6,965	4,777,562
Squat Toilet	103	23,888	338	57,497	591	69,376	1,032	150,761
Under Counter Basin	2,389	298,633	322	74,398	709	97,588	3,420	470,618
Wall Hung Toilet	8,818	1,706,035	4,789	1,231,302	5,795	1,305,022	19,402	4,242,359
Wall hung Basin	1,217	193,169	1,184	207,211	469	91,815	2,870	492,195
Grand Total	102,025	20,028,179	84,106	17,195,035	74,564	14,788,618	260,695	52,011,833

faucet category	Quantity	Value (Usd)						
above 30usd	2019	2019	2020	2020	2021	2021	3 year	3 year
Basin Faucet	138,133	10,990,841	90,685	8,980,668	100,022	7,493,258	328,840	27,464,768
Bath&Shower	169,387	21,217,874	99,248	11,165,699	127,751	11,944,519	396,386	44,328,092
Bathtub Shower	11,838	3,008,855	5,590	1,583,718	9,223	2,372,756	26,651	6,965,330
Kitchen Faucet	27,911	1,912,701	22,399	1,588,109	107,583	5,374,730	157,893	8,875,541
Hygiene Spray	6,813	323,302	1,601	80,855	984	64,095	9,398	468,253
Grand Total	354,082	37,453,573	219,523	23,399,051	345,563	27,249,359	919,168	88,101,983

I. SIZE SANITARY - RELATE MARKET OVERVIEW

BRAND	Quantity 2019	Value (Usd) 2019	Quantity 2020	Value (Usd) 2020	Quantity 2021	Value (Usd) 2021	Quantity 3 year	Value (Usd) 3 year
One Piece	59,614	13,103,235	48,108	10,557,712	43,014	8,252,045	150,736	31,912,992
KOHLER	19,797	6,360,058	12,111	4,001,105	3,227	1,814,761	35,135	12,175,923
BRAVAT	2,397	193,322	5,318	635,955	6,738	884,477	14,453	1,713,754
COTTO	3,944	848,202	4,278	875,924	5,772	1,025,694	13,994	2,749,819
DURAVIT	4,019	989,012	6,565	1,370,031	2,665	515,058	13,249	2,874,102
Hafele	1,752	211,468	4,006	514,927	6,175	817,105	11,933	1,543,500
CHINA BRAND	7,413	837,424	26	2,960			7,439	840,384
TOTO	2,609	931,010	1,076	688,106	1,885	920,180	5,570	2,539,296
NO BRAND	3,551	672,061	866	155,518	582	198,705	4,999	1,026,283
CAESAR					4,817	502,444	4,817	502,444
AMERICAN STAN	616	123,165	2,541	486,724	1,373	242,068	4,530	851,957
KOCT	326	37,115	2,759	314,607			3,085	351,722
CARANO	2,657	233,134					2,657	233,134
Innoc	698	94,434	1,079	150,875	872	113,666	2,649	358,975
Grohe	2,063	593,775	202	54,813	284	74,971	2,549	723,559

BRAND	Quantity 2019	Value (Usd) 2019	Quantity 2020	Value (Usd) 2020	Quantity 2021	Value (Usd) 2021	Quantity 3 year	Value (Usd) 3 year
Closed Couple	13,481	1,559,674	12,021	1,191,421	6,684	843,457	32,186	3,594,551
COTTO	5,366	539,090	4,013	381,365	1,732	214,500	11,111	1,134,955
AMERICAN STAN	580	54,499	5,590	518,980	2,329	212,795	8,499	786,274
KOHLER	4,577	604,170	415	72,983	381	52,107	5,373	729,260
DURAVIT	797	107,344	1,104	107,643	1,400	147,510	3,301	362,498
NO BRAND	905	126,143	735	83,339	106	14,601	1,746	224,084

BRAND	Quantity 2019	Value (Usd) 2019	Quantity 2020	Value (Usd) 2020	Quantity 2021	Value (Usd) 2021	Quantity 3 year	Value (Usd) 3 year
Counter Basin	14,410	2,376,672	14,283	1,802,145	13,870	1,948,713	42,563	6,127,530
KOHLER	7,584	1,383,623	7,529	977,837	7,121	968,520	22,234	3,329,981
DURAVIT	1,362	202,300	3,440	409,388	3,015	320,061	7,817	931,749
Grohe	1,831	145,127	1,052	85,921	133	17,535	3,016	248,584
TOTO	854	75,151	625	50,518	704	60,774	2,183	186,443
COTTO	621	57,932	513	41,936	735	63,163	1,869	163,031
NO BRAND	1,033	238,830	257	33,616	111	24,917	1,401	297,363

BRAND	Quantity 2019	Value (Usd) 2019	Quantity 2020	Value (Usd) 2020	Quantity 2021	Value (Usd) 2021	Quantity 3 year	Value (Usd) 3 year
Wall Hung Toilet	8,818	1,706,035	4,789	1,231,302	5,795	1,305,022	19,402	4,242,359
TOTO	2,417	216,713	1,114	114,837	1,988	183,315	5,519	514,865
DURAVIT	1,198	266,191	873	228,677	1,060	249,595	3,131	744,462
CATALANO	2,313	350,369	27	10,928	30	17,128	2,370	378,425
Grohe	778	137,763	350	73,765	422	61,563	1,550	273,091
COTTO	788	98,934	516	84,289	24	6,980	1,328	190,203
VILLEROYBOCH	138	54,889	871	194,491			1,009	249,380
Galatea					747	272,310	747	272,310
KOHLER	321	344,119	149	241,168	112	185,460	582	770,748
NO BRAND	116	46,840	233	115,456	159	40,396	508	202,692
BRAVAT	253	20,076	156	12,393	42	3,896	451	36,365

Best seller



Kohler: K-3722T-0

3,482 pcs/year

- Exquisite design, is the first choice of 5-star hotels
- Class 5 single exhaust system (4.8L)
- The smooth body design makes it easy to clean the toilet
- Floor exit center: 305mm



Bravat: C21131XUW-3A-ENG

3,770 pcs/year

- One piece toilet
- 675x365x765mm
- 3 / 6L Dual Flush
- Rough-in: S-trap 305mm
- Jet Siphonic
- WDI Cistern Mechanism
- Slim UF Soft-close Seat&cove



Kohler: K-5373T-0

1,317 pcs/year

- Ceramic
- No hose hole
- Go with spill drain
- Size: 575 * 410 mm



Catalano: ZERO 55

VS5500/5SCSTP00

4,000 pcs/year

source: import data of sanitary wares in Vietnam

Unit quantity : pieces
Unit value : Usd

I. SIZE FAUCET - RELATE MARKET OVERVIEW

Brand	Quantity 2019	Value (Usd) 2019	Quantity 2020	Value (Usd) 2020	Quantity 2021	Value (Usd) 2021	Quantity 3 year	Value (Usd) 3 year
Basin Faucet	138,133	10,912,522	90,685	8,928,690	100,022	7,548,569	328,840	27,389,781
GROHE	21,903	1,691,021	18,712	1,586,709	13,662	1,063,541	54,277	4,341,270
KOHLER	20,229	2,660,805	9,772	1,518,754	12,082	1,633,175	42,083	5,812,734
INAX	12,859	583,300	6,188	330,128	7,248	405,712	26,295	1,319,140
NO BRAND	7,232	506,853	7,361	1,685,441	11,260	564,676	25,853	2,756,970
TOTO	10,631	735,301	6,345	457,464	6,373	466,770	23,349	1,659,535
HANSGROHE	10,398	1,094,685	5,554	709,825	6,155	497,521	22,107	2,302,032
CAESAR	9,448	435,526	4,617	217,699	6,140	327,875	20,205	981,100
BRAVAT	6,796	585,207	4,298	298,848	6,229	404,494	17,323	1,288,548
American Standard	5,174	280,222	3,802	167,316	5,227	243,692	14,203	691,229
INNOCI	6,329	295,334	1,721	136,331	1,004	56,218	9,054	487,883
COTTO	1,959	121,378	1,837	110,644	1,879	137,948	5,675	369,970
HAFELE	1,536	167,861	588	40,770	2,990	222,601	5,114	431,231
ITALISA			221	18,213	4,240	250,402	4,461	268,614
GORENJE			2,004	89,301	1,370	60,296	3,374	149,598

Brand	Quantity 2019	Value (Usd) 2019	Quantity 2020	Value (Usd) 2020	Quantity 2021	Value (Usd) 2021	Quantity 3 year	Value (Usd) 3 year
Bath&Shower	169,387	99,248	127,751	21,064,182	11,096,601	12,031,397	396,386	44,192,181
GROHE	19,503	13,365	12,985	2,807,041	1,708,248	1,672,147	45,853	6,187,436
TOTO	23,472	12,033	10,136	3,146,574	1,357,134	1,251,620	45,641	5,755,328
NO BRAND	18,562	9,628	14,158	2,226,597	778,688	717,421	42,348	3,722,706
American Standard	11,890	6,913	13,636	1,170,730	662,110	1,314,106	32,439	3,146,946
INAX	8,676	7,716	10,974	703,704	677,016	964,552	27,366	2,345,273
KOHLER	13,410	6,108	5,686	4,199,898	1,879,075	1,387,109	25,204	7,466,082
HANSGROHE	7,120	2,255	3,164	1,377,521	587,640	657,236	12,539	2,622,397
D&K	1,872	2,066	3,963	102,608	114,345	228,541	7,901	445,494
BRAVAT	975	2,394	3,456	84,710	224,873	309,707	6,825	619,290

Brand	Quantity 2019	Value (Usd) 2019	Quantity 2020	Value (Usd) 2020	Quantity 2021	Value (Usd) 2021	Quantity 3 year	Value (Usd) 3 year
Kitchen Faucet	27,911	1,898,535	22,399	1,579,009	107,583	5,407,243	157,893	8,884,786
HAFELE	1,955	115,665	3,242	202,496	5,917	365,368	11,114	683,529
TOTO	5,256	351,134	2,139	109,217	1,798	87,992	9,193	548,343
Malloca			3,186	167,061	5,766	291,508	8,952	458,569
INAX	3,169	186,243	1,019	62,866	4,686	268,400	8,874	517,508
Argo	4,238	265,512	1,571	120,267	2,333	167,855	8,142	553,635
HANSGROHE	1,437	153,563	1,945	215,796	1,984	187,529	5,366	556,889
BLANCO	1,314	148,262	953	112,138	1,578	121,209	3,845	381,609
Grohe	1,218	81,189	1,306	86,846	470	70,936	2,994	238,971
American Standard	1,336	69,694	582	30,649	952	47,574	2,870	147,917
NO BRAND	2,127	132,577	374	24,072	333	24,595	2,834	181,244
KOHLER	217	31,219	268	50,515	734	127,476	1,219	209,210
MOEN	184	15,821	720	42,702	278	38,554	1,182	97,078
Daros	1,100	55,670	3	196			1,103	55,867
Amy	352	17,910	404	20,323	296	14,145	1,052	52,378
HCG	136	9,435	400	28,351	484	36,391	1,020	74,177

Best seller



Grohe : Lineare New S-Size 32114001

5,857 pcs/year

- Water pressure: 0.05 MPa ~ 0.75 MPa
- The amount of water discharged: 5.7 liters / min
- Material: Dong Thau
- High quality Cr / Ni coating
- Solid inner structure High strength ceramic control valve

Grohe : 34567000

5,885 pcs/year

- Material: Chromed copper Chromium color
- Origin: Germany
- Washing mode: Hot and cold
- Type: Wall Mount
- Water pressure: 0.05MPa ~ 0.75MPa
- The amount of water used is 2.5L / min
- Technology production Technology Europe



Hafele : TITUS HT-G280

2,546 pcs/year

- The nozzle is elongated, for high efficiency and ease of use.- The nozzle is easy to clean and prevents clogging- Minimize splashing, helping to save water- Manufactured by the monolithic casting method, the product has high durability and certainty.- The faucet can be used for both hot and cold water- Split ceramic plate is made in Europe, high corrosion resistance helps the handle to move smoothly and minimizes the leakage of faucet head.



source: import data of sanitary wares in Vietnam

Unit quantity : pieces
Unit value : Usd

IV. PROMOTION: WHO are our Target customers?



Group 1 (B2B):

Professional architects and interior designers (40%).

Our connections with top architecture and design companies as below:

MIA

HML
HMLARCHITECTURE

DE-SO
Asia
architects planners

VIETARCHITECTS
CIC36

DDconcept
difference & distinction

+ 2000 more



Group 2 (B2B):

Project Developers (40%)

Our connections with top developers and contractors in Vietnam.

VINGROUP

COTECONS

TAN HOANG MINH GROUP

HOABINH

SUN GROUP

Ricons

FECOM

ecopark®

DELTA

+ 3000 more



Group 3 (B2C):

Retailers
high-end consumers (20%)

Our current retail places and potential partners selling to end-consumers.



+ 20 locations and more

IV. PROMOTION: WHERE to find them?



Group 1 (B2B):

Professional architects and interior designers (40%).

*Approaching architecture and design companies through **specialized groups**, events, seminars.*



Group 2 (B2B):

Project Developers (40%)

*Approaching Project developers through sponsoring and display at **big events for top developers**.*



Group 3 (B2C):

Retailers
high-end consumers (20%)

*Public relations through **high-end magazines** for top consumers and digital, content marketing.*





simas®

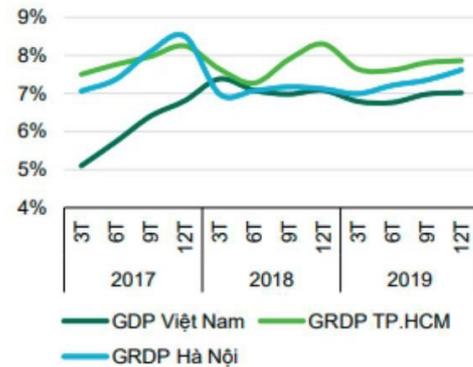
BÁO CÁO THỊ TRƯỜNG
THIẾT BỊ VỆ SINH CAO CẤP
TẠI VIỆT NAM

KOHLER.  **DURAVIT** **BRAVAT** **GROHE**
BY DIETSCHÉ  1873 

TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG

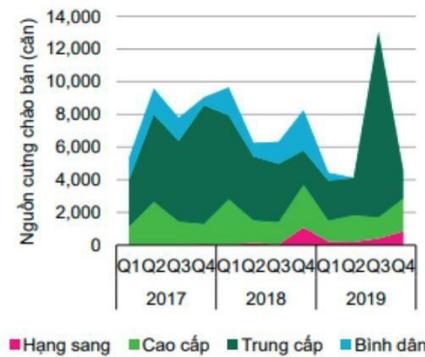
MÔI TRƯỜNG KINH DOANH

Hình 1: Tăng trưởng tổng sản phẩm quốc nội



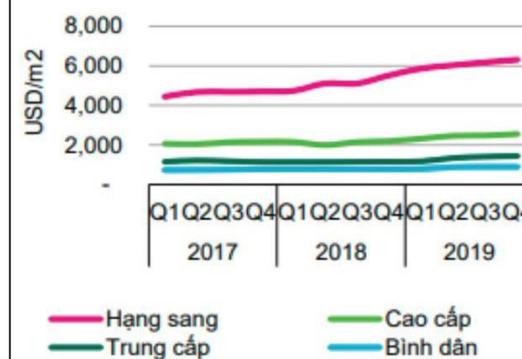
Nguồn: Tổng cục Thống kê Q4/2019.

Hình 9: Số căn mở bán mới, Căn hộ bán



Nguồn: BP. Nghiên cứu CBRE, Q4/2019.

Hình 11: Giá sơ cấp, Căn hộ bán



Nguồn: BP. Nghiên cứu CBRE, Q4/2019.

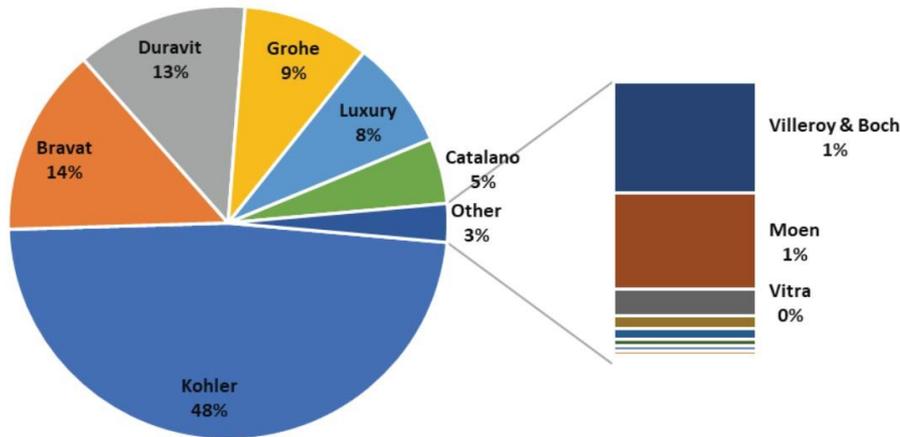
- Do 2020 chịu ảnh hưởng nặng nề của dịch COVID-19 nên báo cáo đánh giá năm 2019 để có góc nhìn khách quan hơn về tiềm năng tăng trưởng của ngành hàng.
- 2019 tiếp tục là 1 năm tăng trưởng GDP của Việt Nam ở mức hơn 7%, cao hơn kỳ vọng của Chính Phủ, các chỉ số kinh tế khả quan, mức thu nhập của người dân được cải thiện.
- Xét ngành BĐS, năm 2019 phân khúc Hạng Sang cũng có nguồn cung tăng mạnh hơn các năm trước (chủ yếu tập trung tại TP.HCM), giá bán căn hộ hạng sang tăng rõ rệt => **Phân khúc hạng sang đang ngày càng hấp dẫn nhà đầu tư.**

TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG

QUY MÔ THỊ TRƯỜNG 2019

Unit quantity: pieces

THỊ PHẦN TBVS PHÂN KHÚC CAO CẤP



THƯƠNG HIỆU	Doanh số Sứ Vệ sinh 2019
Kohler	63,924
Bravat	18,674
Duravit	16,844
Grohe	12,439
Luxury*	10,764
Catalano	6,464
Villeroy & Boch	1,504
Moen	1,309
Vitra	351
Cielo	177
Roca	152
Geberit	82
Gessi	80
Devon&Devon	55
Galassia	41
HansGrohe	39
Antoniolupi	26
Laufen	6
TỔNG	132,931

Năm 2019, tổng số lượng sản phẩm sứ vệ sinh (bồn cầu, chậu rửa, tiểu nam) phân khúc Cao cấp ước đạt 133,000 thiết bị (chỉ chiếm khoảng 5% thị phần toàn ngành hàng). Trong đó, Kohler vẫn là thương hiệu chiếm phần lớn thị phần của phân khúc với 48%. Theo sau là Bravat và Duravit.

* Luxury: dòng sản phẩm cao cấp của các thương hiệu

TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG

TĂNG TRƯỞNG QUA CÁC NĂM

THƯƠNG HIỆU	DOANH SỐ SỨ VỆ SINH		Tăng trưởng
	Năm 2018	Năm 2019	
Kohler	72,732	63,924	-12%
Bravat	15,333	18,674	22%
Duravit	13,629	16,844	24%
Grohe	6,242	12,439	99%
Luxury	4,425	10,764	143%
Catalano	2,725	6,464	137%
Villeroy & Boch	2,224	1,504	-32%
Gessi	814	80	-90%
Roca	501	152	-70%
Moen	401	1,309	226%
Geberit	121	82	-32%
Vitra	111	351	216%
Laufen	9	6	-33%
Hansgrohe	20	39	95%
Antoniolupi	15	26	73%
Galassia	11	41	273%
Grand Total	119,313	132,931	11%

Unit quantity: pieces

Năm 2019, phân khúc Sứ vệ sinh cao cấp tăng trưởng 11%. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng giữa các thương hiệu có sự khác biệt:

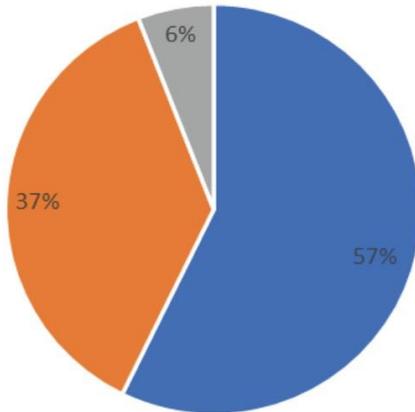
- Kohler đang mất dần thị phần do chịu sự cạnh tranh từ các thương hiệu cao cấp khác, dẫn tới suy giảm -12%.
- Bravat và Duravit dần lấy thêm thị phần với tăng trưởng >20%/năm.
- Grohe, Catalano và các dòng sản phẩm Luxury của các thương hiệu có sự tăng trưởng mạnh mẽ trong năm 2019.

TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG

KHU VỰC ĐỊA LÝ

PHÂN BỐ DOANH SỐ THEO KHU VỰC

■ Miền Nam ■ Miền Bắc ■ Miền Trung



Unit quantity: pieces

Vùng	Bồn cầu	Chậu rửa	Tiểu nam	Tổng
Miền Nam	31,813	43,016	1,279	76,108
Miền Bắc	20,435	27,624	899	48,958
Miền Trung	3,153	4,631	81	7,865
Tổng	55,401	75,271	2,259	132,931

Xét phân bố doanh số theo khu vực địa lý,

- 57% thiết bị được nhập về các cảng khu vực miền Nam Việt Nam
- Chỉ 37% được nhập về khu vực miền Bắc.

=> Có thể thấy, miền Nam vẫn là khu vực tiêu thụ sản phẩm TBVS cao cấp chủ yếu.

TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG

Về kênh phân phối, hiện nay RITAVÕ đang phân phối độc quyền thương hiệu KOHLER tại Việt Nam với hệ thống showroom lớn tại Hà Nội, HCM và Đồng Nai.

RITAVO định vị bản thân là nhà bán lẻ Vật liệu xây dựng và nội thất cao cấp, ngoài KOHLER còn cung cấp các thương hiệu cao cấp khác.



Về mặt thương hiệu, Kohler đã định vị được trong tâm trí KH, đặc biệt KH nam giới ở vị trí thương hiệu hạng sang, đẳng cấp toàn cầu khi hợp tác với CLB Manchester United nhiều năm qua. Các campaign Marketing của Kohler luôn được đầu tư về hình ảnh và công nghệ khiến thương hiệu luôn mới mẻ và cao cấp.

KOHLER
RITAVÕ



KOHLER

Principal Partner of Manchester United

TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG



Duravit	Doanh số <i>pieces</i>	Giá nhập khẩu (ước chi phí vận chuyển và thuế phí: 50%)	Chi phí kênh PP (26%) VNĐ	Giá thành VNĐ	Giá niêm yết VNĐ	Lợi nhuận
Happy D2	1,960	10,398,750	2,703,675	13,102,425	24,640,000	47%

Tên doanh nghiệp XNK DURAVIT	Bồn cầu	Chậu rửa	Tiểu nam	Tổng
CÔNG TY TNHH ĐẦU TƯ THƯƠNG MẠI VÀ XUẤT NHẬP KHẨU HH	2,798	2,457	4	5,259
Công Ty Trách Nhiệm Hữu Hạn Kinh Doanh Nội Thất Việt Đức	1,287	1,990	6	3,283
CÔNG TY CỔ PHẦN NAMIN	1,010	1,803	34	2,847
Công Ty Cổ Phần Xuất Nhập Khẩu Nhật Hồng	562	143	48	753
CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN PICENZA VIỆT NAM	507	436	11	954
Công ty TNHH FALCON Việt Nam (Đại An)	476	491		967
Công Ty TNHH Hafele Việt Nam	465	508	24	997
CÔNG TY TNHH QUỐC TẾ ASIANTIME (VIETNAM)	258	318		576
Công Ty Cổ Phần An ánh Hùng	195	299		494
CÔNG TY TNHH XÂY DỰNG GOLD MANTIS (VIỆT NAM)	159	234		393
Công Ty TNHH Mỹ Mỹ Khánh	40	25		65
CÔNG TY TNHH MTV TM VÀ XNK TRUNG HÀ LS		1		1
Công Ty TNHH Hoàng Tử		255		255
TỔNG	7,757	8,960	127	16,844

Unit quantity: pieces

- Tương tự Kohler, Duravit cũng để mức tỉ suất lợi nhuận tương đối cao để có thể giảm giá.
- Về kênh phân phối, Duravit được phân phối qua nhiều công ty tại Việt Nam, chủ yếu là các nhà buôn để đổ lẻ cho các cửa hàng bán đồ dùng.
- Xem xét các nhà nhập khẩu Duravit, có thể thấy đa phần sản phẩm Duravit bán qua kênh bán lẻ, quy mô dự án vừa và nhỏ (do nhà nhập khẩu nhỏ lẻ).



Happy D2 – 24,640,000 VNĐ

Bồn cầu một khối

Doanh số bán 2019: 1,960 pcs

TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG



PHONG CÁCH CLASSIC



PHONG CÁCH NGHỆ THUẬT ĐƯƠNG ĐẠI



PHONG CÁCH HIỆN ĐẠI CAO CẤP

MẪU MÃ SẢN PHẨM

Thị trường TBVS cao cấp có thể phân thành 3 phong cách thiết kế phù hợp với 3 phân khúc thị trường:

1. Phong cách Cổ điển:

- ✓ Dành cho nhóm KH trung lớn tuổi ưa thích phong cách cổ điển, hoàng gia
- ✓ Khá kén người dung, dung lượng thị trường nhỏ ~ thị trường ngách.

2. Phong cách Nghệ thuật đương đại

- ✓ Phong cách thiết kế phá cách, đậm tính cá nhân, nghệ thuật
- ✓ Phù hợp với nhóm KH hiện đại, ưa thích sự độc đáo, mới lạ và tân tiến.
- ✓ Nhóm KH này cũng khá ít và đòi hỏi có sự đa dạng về mẫu mã sản phẩm mới lạ, do điều KH hướng tới là sự độc đáo, không đụng hàng.

3. Phong cách Hiện đại cao cấp

- ✓ Phong cách thiết kế đại trà hơn 2 nhóm trên tuy nhiên đường nét sản phẩm có sự hoàn thiện tốt, tinh tế
- ✓ Nhấn mạnh vào tính đồng nhất giữa các sản phẩm trong bộ sản phẩm
- ✓ Các sản phẩm Best-seller thường là các sản phẩm nguyên khối, sứ dày dặn và đầm, kích thước to.

TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG

MẪU MÃ SẢN PHẨM



GROHE



DURAVIT



KOHLER



BRAVAT
BY DIETSCHÉ 1873

Các sản phẩm Best seller của các hãng TBVS cao cấp:

- ✓ 100% là các sản phẩm 1 khối
- ✓ ¾ SP có đường nét vuông vắn
- ✓ Vành sứ đa phần có độ dày lớn, tạo sự chắc chắn

Lý do: Có thể là chủ đầu tư, KTS, chủ công trình xây dựng cao cấp thường là nam giới, điều này ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn mẫu mã TBVS.

TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG

HÌNH THỨC BÁN HÀNG

Về Danh mục sản phẩm TBVS cao cấp:

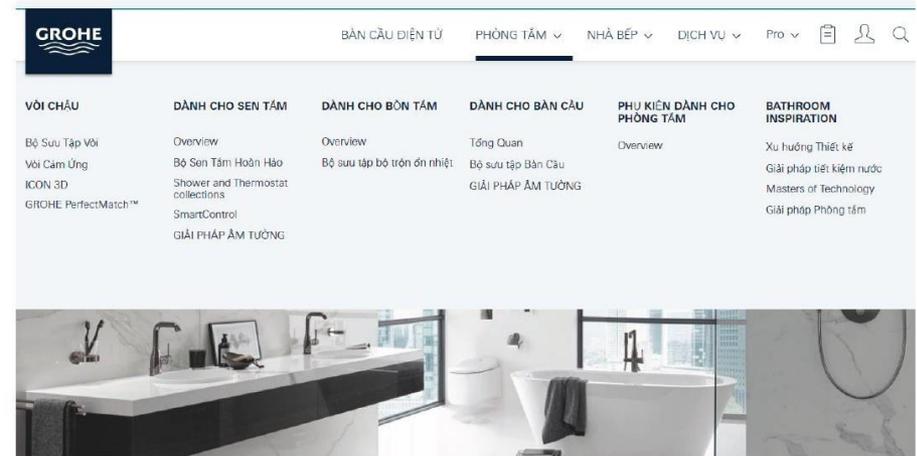
- Đa số các hãng đều tung ra các Bộ sưu tập sản phẩm theo concept và câu chuyện riêng làm điểm nhấn và tạo sự khác biệt về thiết kế so với các dòng sản phẩm bình dân trên thị trường
- Sản phẩm được đầu tư kỹ lưỡng về mặt hình ảnh concept book (như Kohler)

Về tỉ lệ bán hàng theo BST: theo khảo sát thì tỉ lệ khoảng **30%** trên tổng lượng hàng bán được.

Khác với phân khúc hàng TBVS đại trà, **tỉ lệ bán lẻ hàng TBVS cao cấp chỉ khoảng 30-40% trên tổng doanh số bán.**



<https://www.kohler.com.vn/Collections>



TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG

DỰ ÁN MỤC TIÊU

Hiện nay, các dự án từ 3* trở lên đã trở thành mục tiêu của nhóm TBVS phân khúc cao cấp. Nhiều dự án hạng trung đã dần sử dụng các sản phẩm gắn tường cao cấp (mặc định khi bàn giao) để chứng minh chất lượng công trình: TBVS cao cấp, Điều hòa cao cấp, Cửa khóa cao cấp....



HIM LAM Phú An - hạng B



HỒ TRÀM STRIP - 4 SAO



OCEAN VILLAS ĐÀ NẴNG - 5 SAO



Palais De Louis - SIÊU SANG

CĂN HỘ CAO CẤP



KHÁCH SẠN



Căn hộ cao cấp sử dụng TBVS Bravat, Kohler thường có mức giá <30tr/m² trở lên. Do đó, các dự án tầm trung, từ 3* trở lên đã có thể là dự án mục tiêu của các sản phẩm PK cao cấp.

TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG

TỔNG KẾT:

- Về thị trường, phân khúc cao cấp đang có sự tăng trưởng nhưng thị phần vẫn còn nhỏ so với quy mô thị trường TBVS (~5%).
- KOHLER đang chiếm lĩnh phân khúc cao cấp với chiến lược tốt về thương hiệu và kênh phân phối, tạo được dấu ấn hình ảnh trong ngành về sự cao cấp.
- Các thương hiệu cao cấp khác như Grohe, Duravit, Bravat đang từng bước giành thị trường bằng cách phát triển lại kênh phân phối (như Grohe chuyển về cùng tập đoàn LIXIL, tận dụng kênh phân phối và hạ tầng của LIXIL), Duravit mở rộng kênh phân phối theo hướng chia nhiều nhà nhập khẩu để thâm nhập thị trường....

ĐỀ XUẤT:

- Tập trung bán dự án, thương hiệu cần lưu ý 2 điểm chạm:
 - Specs in: tiếp cận KTS ngay từ khi khởi đầu dự án để đưa thương hiệu vào trong bản vẽ ban đầu
 - Đấu thầu: tiếp cận chủ đầu tư, cần có NPP có mối quan hệ rộng với CĐT hạng sang để được vào dự án lấy reference ban đầu.
- Về mặt sản phẩm, gói TBVS chỉ là 1 gói nhỏ trong tổng thầu, do đó, CĐT luôn ưu tiên các bên cung cấp bộ giải pháp đủ sứ và sen vòi. Do đó, bắt buộc phải có đủ bộ sản phẩm sứ và sen vòi để đi bán hàng. Việc chỉ cung cấp 1 dòng sản phẩm có thể vẫn bán được nhưng cần có những lợi ích khác cho CĐT để tách gói thầu.
- Xây dựng hình ảnh thương hiệu cao cấp:
 - Nhóm đối tượng khách: chủ đầu tư, kiến trúc sư, giới thượng lưu...
 - Hoạt động Marketing cao cấp: hội thảo, giải golf, Heritage,

Mô tả thông tin các đối thủ chính cạnh tranh trong ngành. Các rào cản và khó khăn khi gia nhập ngành này là gì

CÁC ĐỐI THỦ CHÍNH CẠNH TRANH TRONG NGÀNH

RITAVÕ

 **VIETCERAMICS®**


S/S INTERIOR
TUYÊN NGÔN NGHỆ THUẬT SỐNG

 **HÙNG TÚY**

- *Bán nhiều chủng loại hàng hóa trong cùng 1 không gian trưng bày.*
- *Mạnh về hàng hóa nhập khẩu, nhất là gạch.*
- *Có nhiều nguồn gốc xuất xứ của hàng hóa trưng bày gây sự nhầm lẫn cho khách hàng.*
- *Chưa có tính khoa học: Viet ceramic, Hùng Túy bán 1 viên gạch rất rẻ đứng cạnh 1 sản phẩm bồn tắm nhập khẩu cao cấp → gây cảm giác không rõ ràng, mạch lạc.*
- *Mô hình và trưng bày trang trí không đưa đến 1 concept tạo xu hướng, tạo trend mà chỉ trưng bày ra như shop để bán, chưa tạo thành Showroom cao cấp.*
- *Dịch vụ đi kèm bị giới hạn là cung cấp hàng hóa, không cho khách hàng trải nghiệm hàng hóa cao cấp.*
- *Tính kết nối của các đơn vị này với các KTS là không có hoặc chưa có hệ thống chuyên nghiệp.*