

## THỊ TRƯỜNG NHẬT BẢN - BỘ PHẬN ĐỒ NỘI THẤT (940390) XU HƯỚNG VÀ HÀNH VI TIÊU DÙNG

### 1. Xu hướng và hành vi tiêu dùng

#### • **Chất lượng**

Chất lượng vẫn là yếu tố quan trọng với mọi loại hàng hóa kể cả sau suy thoái. Người Nhật trọng chữ tín, mối quan hệ và chất lượng sản phẩm. Hàng hóa bộ phận đồ nội thất, đặc biệt sản phẩm chỉ mới qua sơ chế thông thường, nên thỏa mãn các tiêu chuẩn về chất lượng trên thị trường Nhật Bản hoặc có chứng nhận chất lượng của chính nước xuất khẩu hoặc tổ chức chứng nhận quốc tế. Cơ sở gia công nên thỏa mãn các tiêu chuẩn chất lượng của công ty đặt hàng gia công.

#### • **Giá cả**

Hiện nay do ảnh hưởng suy thoái, khách hàng Nhật thường chỉ mua hàng ở mức giá cao hoặc thấp, hiếm khi ở mức trung bình.

#### • **Xu hướng của ngành**

Thị hiếu của thị trường Nhật Bản là sản phẩm phải thực sự độc đáo và khác biệt. Sản phẩm thường có kích thước nhỏ hơn so với người châu Âu.

#### • **Xu hướng phong cách sống**

Phong cách trang trí Nhật Bản bao gồm các nguyên vật liệu tự nhiên từ tre, nứa và đá. Màu sắc thường là màu đất nhẹ và các màu chủ đạo là xanh lá, nâu và xám. Ngoài ra, phong cách sống tại Nhật cũng khá đa dạng và tính cá biệt hóa ngày càng cao, dẫn đến khuynh hướng mua hàng cũng thay đổi rất phong phú.

### 2. Xu hướng về phân khúc thị trường

Sản phẩm bộ phận đồ nội thất thường được nhập khẩu dưới dạng hàng gia công hoặc nhập khẩu để sản xuất tiếp. Do đó định vị phân khúc thường tùy theo sản phẩm đầu ra, yêu cầu của nhà đặt gia công.

Các sản phẩm đồ nội thất có mức giá chênh lệch tùy theo tên tuổi nhà phân phối, thương hiệu sản phẩm, kiểu dáng và đặc biệt là chất lượng.

### 3. Xu hướng sản phẩm

Về màu sắc, đồ nội thất màu đậm và gần với màu đất thường cũng được ưa chuộng. Màu bạc cũng là màu chuẩn. Ngoài ra cũng cần có điểm nhấn. Ví dụ một phần sản phẩm cần có màu sáng và đỏ sáng hay nâu và đen.

Đầu tháng 3 năm 2013, tỷ lệ thất nghiệp ở Nhật Bản đã tăng 0,2%, chỉ số tiêu dùng trong nước giảm 0,3% so với cùng kỳ năm trước và là tháng thứ tư giảm liên tiếp. Điều này cho thấy tình hình kinh tế thời gian sắp tới không mấy khả quan. Do đó

người tiêu dùng Nhật hiện đang chuộng sử dụng sản phẩm giá cả phải chăng, bền, và ưu tiên nhiều công dụng.

Người Nhật Bản thích hàng sơn mài hoặc đồ trang trí nội thất có kích thước nhỏ và xinh hơn hàng xuất đi châu Âu. Về màu sắc thì người Nhật thích gam màu nhẹ nhàng, thanh lịch, ít họa tiết.

#### 4. Khuyến nghị

Cách tốt nhất và dễ thành công nhất khi bán sản phẩm thủ công mỹ nghệ tại thị trường Nhật là doanh nghiệp tìm được đối tác có người thiết kế sản phẩm.

Ngoài ra, doanh nghiệp có thể liên hệ trực tiếp với các nhà sản xuất đồ nội thất Nhật Bản để chào hàng bộ phận đồ nội thất.

Người Nhật hiện nay cũng rất nhạy cảm với giá cả và chất lượng, do đó doanh nghiệp có thể áp dụng chiến lược này.

Khuynh hướng của người tiêu dùng Nhật Bản là mua hàng nội thất với chất lượng cao hay thấp hơn, nhưng hiếm khi ở bậc trung.

#### Một số trang web tham khảo:

- **Trang thông tin thị trường Nhật**

<http://www.sccij.jp/japan-info/market-trends/>

- **Trang thông tin của Lãnh sự Đan Mạch tại Nhật:**

<http://japan.um.dk/da/eksportraadet/japan-som-marked/sektorer-i-fokus/furniture-fashion-and-design/>

- **Một số trang thông tin khác:**

+ [http://www.japanmarketingnews.com/household\\_furnishings\\_appliances/](http://www.japanmarketingnews.com/household_furnishings_appliances/)

+ [http://jguide.stanford.edu/site/market\\_industry\\_trends\\_2150.html](http://jguide.stanford.edu/site/market_industry_trends_2150.html)