



THỊ TRƯỜNG HOA KỲ – ĐỒ NỘI THẤT KHÁC (940360) XU HƯỚNG VÀ HÀNH VI TIÊU DÙNG

1. Xu hướng và hành vi tiêu dùng

- **Chất lượng**

Xuất khẩu hàng nội thất ngày nay phụ thuộc vào tiêu chuẩn chất lượng và yêu cầu môi trường. Các tiêu chuẩn an toàn có thể bao gồm tính ổn định hay độ bền, độ vững chắc và thậm chí cả chiều cao với đồ nội thất như bàn học trẻ em, cũng như các yêu cầu về chống cháy cho sofas. Thời tiết và chất liệu gỗ cũng là hai yếu tố quan trọng khi cần xuất khẩu hàng nội thất sang Hoa Kỳ. Ví dụ, vùng phía Bắc Hoa Kỳ có thời tiết lạnh nên đồ gỗ cần chịu lạnh và chịu ẩm. Hay người Hoa Kỳ thường chuộng sản phẩm từ gỗ cứng.

- **Màu sắc**

Màu sắc phải phù hợp với trang trí nội thất chung. Màu sắc thường tươi sáng và không kém nhã nhặn, như màu trắng với điểm nhấn đỏ, cam, vàng cam.

- **Xu hướng của ngành**

Cạnh tranh là xu hướng khó tránh khỏi trong ngành. Để tránh cạnh tranh trực tiếp, nhiều nhà xuất khẩu chấp nhận làm gia công cho các công ty Hoa Kỳ, thâm nhập thị trường bằng thương hiệu của nhà sản xuất Hoa Kỳ. Một chiến lược khác là cạnh tranh thông qua chuyên biệt hóa sản phẩm. Ví dụ, nhiều công ty chú trọng vào một loại gỗ riêng biệt.

Trong quý 4 hàng năm, xây dựng nhà ở tại Hoa Kỳ vẫn tăng trên 15% và dự kiến sẽ tăng liên tục trong nhiều năm. Do đó, doanh số bán hàng nội thất cũng sẽ tăng liên tục tại Hoa Kỳ

- **Xu hướng phong cách sống**

Xu hướng sử dụng đồ nội thất tron, mộc cũng là một nét đáng lưu ý khi thiết kế sản phẩm. Ngoài ra, xã hội đang thay đổi và "chuyển động", ảnh hưởng tất cả các khía cạnh của cuộc sống. Người đàn ông ngày càng dành nhiều thời gian hơn ở nhà, giúp đỡ trẻ em và làm việc nhà, cũng như đưa ra các quyết định mua sắm.

Đặc biệt gia đình ngày càng có xu hướng quần tụ trong bếp, do đó thiết kế phòng khách và phòng ăn có xu hướng gần và thông với bếp, đặc biệt trong các ngôi nhà diện tích nhỏ, hoặc các bộ bàn ghế phòng khách và phòng ăn có thể được sử dụng cả trong bếp.

Người Hoa Kỳ ngày càng chuộng các sản phẩm có thiết kế đơn giản nhưng tiện lợi và đa chức năng. Ngoài ra, người tiêu dùng cũng quan tâm đến các tiêu chuẩn khác như



tính thân thiện môi trường, an toàn lao động của dây chuyền sản xuất hay trách nhiệm xã hội của công ty sản xuất/ nhà xuất khẩu.

2. Xu hướng phân phối

Dự báo tốc độ tăng trưởng của hệ thống phân phối hàng gỗ nội thất của Hoa Kỳ là 2,1% lên mức 65,7 tỉ USD trong 5 năm liên tục đến 2019. Trong đó, riêng năm 2019 tăng trưởng 1,5%

Khuynh hướng kết hợp tìm kiếm sản phẩm online kết hợp đến trực tiếp tại cửa hàng sẽ tiếp tục ảnh hưởng đến cấu trúc kênh phân phối.

Một số chuỗi bán lẻ lớn tại Hoa Kỳ: Costco, Sam's Club, Target và Wal-Mart. Ngoài ra còn có các nhà bán lẻ lớn như Wayfair và Hayneedle, siêu thị văn phòng phẩm như Staples và Office Depot ... Bên cạnh đó, các kênh bán lẻ mới cũng đang xuất hiện ngày càng nhiều cùng với sự xuất hiện của các phân khúc mới, như cửa hàng bán lại đã nói ở trên. Tốc độ tăng trưởng của cửa hàng bán lại ước đạt 7%/năm.

3. Xu hướng về phân khúc thị trường

Xét theo tiêu chí thu nhập và thu nhập khả dụng, tuy thu nhập bình quân đầu người (theo cách tính PPP) tại Hoa Kỳ năm 2017 là 59.800 USD, xếp thứ 19 thế giới, người Hoa Kỳ cũng đang sống tiết kiệm hơn, do ảnh hưởng của suy thoái kinh tế. Tuy vậy, tiêu dùng hộ gia đình vẫn chiếm 68,4 năm 2017% nền kinh tế.

Thu nhập khả dụng phần lớn ảnh hưởng đến việc mua đồ nội thất mới. Tăng trưởng hoặc thu hẹp trong thu nhập khả dụng ảnh hưởng đến khả năng của người tiêu dùng mua hàng gia dụng mới. Khi thu nhập khả dụng thấp hoặc giảm, các cá nhân có nhiều khả năng sửa chữa đồ nội thất hiện có hoặc trì hoãn thay thế. Thu nhập khả dụng bình quân đầu người dự kiến sẽ tăng trong năm 2019, thể hiện cơ hội tiềm năng cho ngành.

Gỗ đang trở thành xu thế chung do ngày càng được ưa chuộng. Nhiều bộ sản phẩm nội thất dùng những tấm ván ép gỗ mỏng đẹp để tạo bề mặt cho sản phẩm hoặc tạo điểm nhấn bằng gỗ, do tính mạnh mẽ mà sản phẩm đem lại.

Xét về độ tuổi, nhóm quan trọng nhất trên thị trường Hoa Kỳ là nhóm từ 16-34 tuổi. Số liệu thống kê cho thấy 39% những người trẻ trong độ tuổi 18-34 thường sống với cha mẹ hay thành viên gia đình. Khi kinh tế cải thiện, khuynh hướng rời khỏi nhà, xây dựng gia đình ... và tiêu thụ hàng nội thất sẽ lên ngôi.

Xét về sắc tộc, đông đảo nhất là sắc tộc Tây-Bồ (16-23%), Mỹ - Phi (12%), rồi nguồn gốc châu Á (5% -6%). Các bang có tốc độ nhập cư tăng nhanh là Florida, Texas, Utah, Colorado, Nevada, Arizona và Carolinas.

4. Xu hướng sản phẩm

Các giá trị của sản phẩm đồ nội thất cần quan tâm là xu hướng thiết kế, tính đa dụng của sản phẩm và khả năng tùy biến. Ngoài ra, đặc tính thân thiện với môi trường cũng là khuynh hướng của thế kỉ 21.

• Thiết kế mang ảnh hưởng văn hóa toàn cầu

Ý tưởng mang cả thế giới về nhà đang ảnh hưởng nhiều đến văn hóa tại nhiều nơi trên thế giới, trong đó có Hoa Kỳ. Ví dụ, một không gian nội thất theo kiểu Zen (Nhật Bản) cũng có thể tạo nguồn cảm hứng gợi nhớ hương vị châu Á.

- **Đa chức năng**

Investment & Trade Promotion Center ITPC • URL: www.itpc.hochiminhcity.gov.vn • Email: itpc@hcm.vnn.vn 2/4

Đồ nội thất linh hoạt hơn, nhiều chức năng và nhỏ hơn, kết hợp nhiều hơn trở nên phổ biến. Nhu cầu đối với loại đồ nội thất không chỉ giới hạn cho những người sống trong khu nhà nhỏ. Các sản phẩm như một chiếc giường lớn với rất nhiều không gian chứa đồ bên dưới và ghế xếp treo trên tường cũng có thể là giải pháp cho không gian trống trên sàn nhà.

- **Đồ nội thất Sẵn sàng để lắp ráp (RTA) và Tự làm (DIY)**

RTA và đồ nội thất Tự làm cũng như các sản phẩm trang trí nội thất đã trở nên phổ biến trên toàn thế giới, đặc biệt là ở châu Âu và Bắc Mỹ.

- **Đồ nội thất thiết kế riêng sản xuất hàng loạt (MCF)**

Xu hướng ngày càng phổ biến trong các năm qua, cho thấy khả năng của nhà cung ứng trong việc cung cấp hàng hóa hay dịch vụ với tốc độ đáp ứng nhanh thông qua các quy trình linh hoạt và sản lượng lớn, với chi phí tương tự như sản xuất hàng loạt.

- **Sản phẩm nguồn gốc tự nhiên**

Thế hệ người Mỹ mới ưa chuộng thiết kế cổ điển đơn giản như ngày trước. Đồ nội thất có dấu ấn của nghệ nhân (làm bằng tay, kiểu mộc ...) cũng đang phổ biến tại Hoa Kỳ.

Ngoài ra, sản phẩm đồ nội thất còn phải là kết quả của sự nâng cao nhận thức với các yêu cầu pháp lý nghiêm ngặt hơn trên toàn thế giới về bảo vệ môi trường, các nhà sản xuất đồ nội thất thận trọng hơn trong việc lựa chọn vật liệu cho sản xuất. Ví dụ, sử dụng các loại vải không cho ra khói độc hại trong quá trình sản xuất như polypropylene, đồ nội thất từ các sản phẩm tái chế... Sơn nội thất cũng cần phải thân thiện với môi trường.

5. Khuyến nghị

Doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ nên thận trọng trước các rủi ro từ các vụ kiện phá giá. Nhà sản xuất nhỏ lẻ muốn tiết kiệm chi phí R&D và tư vấn pháp lý nên tham gia các Hiệp hội, mạng lưới doanh nghiệp của các tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp để bảo vệ quyền lợi của mình và tìm hiểu thông tin, trao đổi kiến thức ngành, kiến thức về xu hướng thiết kế. Nhà sản xuất tầm trung và lớn hoặc có đủ điều kiện nên tăng cường chi nghiên cứu phát triển, nâng cao chất lượng, tạo nhiều tính năng, công dụng cho sản phẩm.

Một số trang web tham khảo:

- **Các bài viết về khuynh hướng:**

- <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>

- <http://www.hgtv.com/decorating/6-dining-room-trends-to-try/pictures/index.html>

- <https://www.statista.com/topics/1136/us-furniture-retail/>

- **Bài viết về thị trường:**



<http://www.furniture-market.org/news/fc061401.htm>

- **Bài viết về thiết kế nội thất:**

<http://freshome.com/2013/01/29/top-10-interior-design-trends-for-2013/>

<https://www.ibisworld.com/united-states/market-research-reports/furniture-stores-industry/>