

Cơ hội nào cho da thuộc trên thị trường giày dép châu Âu?

Giày da là một mặt hàng cơ bản có thể mua được trong tất cả các loại giá. Nhiều đôi giày da vẫn được sản xuất ở châu Âu, nơi có chất lượng da và đường khâu khéo léo được đánh giá cao. Một xu hướng quan trọng ảnh hưởng đến phân khúc da là sự tăng trưởng của các vật liệu tổng hợp rẻ hơn nhiều mang lại chất lượng gần như giống nhau. Điều này đang gây áp lực lên thị trường giày da. Tuy nhiên, nhìn chung, giày da thuần vẫn là một sản phẩm có giá trị ở châu Âu, mang đến cơ hội tốt cho các nhà cung cấp ở các nước đang phát triển.

1. Mô tả Sản phẩm

Trên thị trường châu Âu, giày da có thể được chia thành ba loại sau.

- Giày da thuần có đế ngoài bằng da
- Giày da thuần hoặc nửa da có đế ngoài tổng hợp như cao su, cao su dẻo nhiệt (TPR) hoặc phylon
- Giày da tổng hợp có lớp da và đế ngoài tổng hợp.

Các mã HS Code

Các mã HS Code sau đây được sử dụng ở châu Âu được cho là giày da:

32301200 (giày da trượt tuyết)

64031200 (boots trượt tuyết có đế ngoài bằng cao su, nhựa hay da tổng hợp và mũ giày bằng da)

64031900 (giày thể thao, đế ngoài bằng cao su, nhựa, da hoặc da tổng hợp & mũ giày bằng da)

15202350 (giày thể thao với đế ngoài bằng cao su, nhựa hoặc bằng da thuộc & mũ giày bằng da)

15201445 (đế giày bằng cao su, nhựa hay bằng da thuộc)

Chất lượng

Trong lĩnh vực giày, sử dụng nhiều chất lượng da thuộc. Chất lượng bắt đầu trong xưởng thuộc da. Điều cần thiết đầu tiên bạn cần biết trong ngành công nghiệp da thuộc là crom VI là một hóa chất bị cấm ở châu Âu. Không sử dụng nó trong quá trình thuộc da; nếu phát hiện ra crom VI, lô hàng của bạn tới châu Âu sẽ bị từ chối.

Yếu tố chất lượng tiếp theo có liên quan đến các loại da động vật khác nhau được sử dụng trong giày dép. Các chất lượng da phổ biến nhất đến từ da bò, da bê, da dê và da cừu.

Trong những chất lượng da này có các phân khúc chất lượng khác nhau: da heo làm lớp lót; da đã được hiệu chỉnh; da lộn; ép da lộn; da hành động; da ngựa; Da Nubuck là da đã được chà nhám bề mặt, mịn như nhung, thường có màu trắng hoặc được nhuộm màu; da top-Grain; và da full grain leather là lấy bề mặt da thô đưa ra bên ngoài, còn bề mặt mềm mịn là phía được lật bên trong.

Vật liệu, thuộc da và da hoàn thiện

Sản xuất da bắt đầu trong một xưởng thuộc da, nơi đó được xử lý. Lông được loại bỏ và sau đó che giấu được làm rám nắng và hoàn tất. Cấu trúc protein của da được thay đổi nhờ vào các hóa chất; cách xử lý này làm cho da chắc hơn và có khả năng chịu đựng tốt hơn và khó phân hủy hơn. Nếu các vật liệu thải không được xử lý và làm sạch, tạo ẩm này có tác động đáng kể đến môi trường.

Có một số sản phẩm có thể tác động đến môi trường thấp hơn da rám nắng. Ví dụ bao gồm da được chuẩn bị bằng phương pháp thuộc da thực vật (https://en.wikipedia.org/wiki/Tanning#Vegetable_tanning) và EasyWhite (<https://www.stahl.com/en/automator-easywhite-tan.htm>). Cả hai đều sản xuất da không có crôm.

Sau quá trình thuộc da, đến quy trình chỉnh lý. Điều này có thể được thực hiện theo những cách khác nhau để tạo kết quả khác nhau. Cấu trúc đập nổi là một ví dụ về một chỉnh lý vật lý. Quá trình này chủ yếu được sử dụng để tạo ra một cái nhìn cụ thể, nhưng nó cũng có thể được sử dụng để che giấu những khiếm khuyết da.

Ngoài ra còn có nhiều loại chỉnh lý bằng hóa chất, chẳng hạn như lớp phủ, polyurethane, acrylic, vinyl, không thấm nước, sáp, dầu, phun hoặc đánh bóng.

Nhiều công ty cung cấp hóa chất và kỹ thuật chỉnh lý. Một vài ví dụ là Stahl (<https://www.stahl.com/en/finishing.html>), BASF (http://www.performancechemicals.basf.com/ev/iNET/leather/en_GB/solutions/solutions), Smitzoon (<https://www.smitzoon.nl/>), Lanxess (<http://leather.lanxess.com/en/leather-products-appluggest/finishing/>) và Schillseilacher (<https://www.schillseilacher.de/en/products/leather-chemicals/>).

Da được sử dụng phổ biến nhất trong sản xuất giày là da bò. Da bò có hai phần:

- Top or full-grain leather là da lớp có chất lượng cao nhất và da có chất lượng cao cấp thứ 2 xuất phát từ lớp trên cùng của da và là phần đắt nhất của da, vì nó cho thấy các sợi, và chất lượng thì dày và chắc
- Da split là loại da được làm bằng phần xơ của phần da còn lại sau khi phần da được sử dụng làm da top-grain đã được tách ra; cấu trúc của nó mềm hơn và lỏng hơn, làm cho nó trở thành một phần rẻ hơn của da.

Đặc tính chất lượng của các loại da khác nhau

Da heo như lớp lót (Pigskin as lining)

Da heo có thể được nhận ra bởi các gợn lăn tăn trên bề mặt da. Điều rất quan trọng cần lưu ý là da heo chỉ có thể có nguồn gốc và được sử dụng ở các quốc gia không phải Hồi giáo.

Da đã được hiệu chỉnh (Corrected leather)

Là da lớp 1 tạo bề mặt. Là lớp 1 của da bò nhưng bề mặt được xử lý chà, mài để loại bỏ đi sự không hoàn hảo của miếng da như sẹo lạnh, nốt trầy... trước khi phủ một lớp bề mặt được tạo hình giống các hạt da tự nhiên.

Da lộn (Suede leather)

Da lộn có bề mặt lông và rất phổ biến trong giày dép. Nó là vật liệu hoàn hảo để tạo ra những đôi giày thông thường, thể thao. Độ dày khác nhau có sẵn, dao động từ 1,2 mm đến 1,8 mm.

Da lộn được ép (Pressed suede)

Chất liệu cơ bản cho da lộn ép là da split leather. Bề mặt của da split leather được xử lý và sau đó được ép bằng các tấm dập nổi, dẫn đến vật liệu giá rẻ lý tưởng để sản xuất với khối lượng lớn.

Da Action leather

Để tạo ra vật liệu này, da split được cán lên lớp bằng một màng mỏng polyurethane (PU) hoặc polyvinylchloride (PVC). Bề mặt được dập nổi. Loại này là phổ biến trong giày thể thao.

Da sấp ngựa điên (Crazy horse)

Da ngựa điên là chất lượng thấp hơn của da grain đã được chà nhám để loại bỏ bề mặt trên cùng. Da sau đó được xử lý bằng dầu hoặc sáp để làm tối nó. Đặc trưng, bạn vẫn có thể nhìn thấy các vết bẩn và vết sẹo trên đó. Da sấp ngựa điên kéo căng gây ra sự thay đổi màu sắc, vì dầu bị ép ra.

Da Nubuck

Da Nubuck là loại da chất lượng cao hơn với cảm giác mềm như nhung. Nubuck là lớp trên cùng của tấm da được chà xát nhẹ bằng bàn chải nên có một lớp lông ngắn rất mịn và êm. Lớp trên cùng của tấm da (top grain) có cấu trúc rất chắc chắn. Vì vậy, Nubuck có độ bền cao (được làm từ lớp trong của tấm da). Mặt khác, do có lớp lông ngắn mịn, da Nubuck lại mềm hơn rất nhiều so với da thường - khiến Nubuck trở nên đắt.

Da Top-grain

Da top-grain (đây là loại da được sử dụng nhiều nhất trong các sản phẩm da cao cấp) là loại da có chất lượng tốt thứ hai chỉ sau da full-grain. Da top-grain có một lớp da đã được tách đi nên mỏng và mềm hơn. Bề mặt da đã được chà cát, đánh bóng và thêm vào một lớp phủ trên bề mặt, khi chạm vào có cảm giác lạnh hơn và giống như nhựa. Lớp phủ này không thở được và cũng không sản sinh ra patina. Da top-Grain giữ lại kết cấu tự nhiên của da, nhưng được xử lý bằng thuốc nhuộm xuyên thấu với mục đích tạo ra một diện mạo toàn diện và để che giấu những khuyết điểm nhỏ.

Loại da này thường rẻ hơn và chống bám bụi tốt hơn da full-grain miễn là sản phẩm vẫn chưa hư hỏng.

Da full-grain leather

Là loại da chưa được mài, đánh bóng, lót hoặc dập (trái ngược hẳn với da top-grain) để loại bỏ những gì không hoàn hảo (những vết hằn tự nhiên) trên bề mặt của miếng da. Những hạt trên tấm da tạo sự liên kết chắc chắn cho từng thớ sợi và tăng độ bền với thời gian. Hạt cũng có thể thở được nên miếng da luôn thoáng khi, độ ẩm thấp sau khoảng thời gian dài tiếp xúc với môi trường. Thay vì phải bọc thêm 1 lớp bảo vệ thì bản thân nó có thể tự phát triển một lớp patina làm cho da bóng mịn. Những đồ nội

thất bọc da và giày da chất lượng cao thường được làm từ da full-grain. Da full grain thành phẩm thường được chia thành ba loại: aniline, semi-aniline và da napa.

Dán nhãn

Tất cả giày dép được bán ở châu Âu phải được gắn nhãn cung cấp thông tin về các vật liệu chính được sử dụng cho ba phần chính của giày: phần trên, lớp lót và đế ngoài. Mỗi nhãn phải ghi rõ - bằng chữ hoặc chữ tượng hình do Chỉ thị EU quy định về ghi nhãn giày dép (http://exporthelp.europa.eu/update/requirements/ehir_eu14_04v001/eu/auxi/eu_lblfootw_annex1.pdf) - liệu chất liệu đó có phải là da hay không, “da phủ, vải dệt hoặc vật liệu khác”

Nếu bạn đã sử dụng da trong một sản phẩm giày dép, bạn có thể thêm thẻ “da genuine leather” để xác nhận tính xác thực của nó. Coi chừng điều này có thể tạo ấn tượng rằng nó là một sản phẩm được làm hoàn toàn bằng da.

Ghi nhãn sản xuất

Ủy ban Châu Âu đang nghiên cứu ghi nhãn xuất xứ bắt buộc (ghi nhãn sản xuất trên nhãn) ở châu Âu cho tất cả các sản phẩm phi thực phẩm, bao gồm cả giày dép. Cho đến nay, ghi nhãn sản xuất là tùy chọn, nhưng một số người mua đã yêu cầu ghi nhãn sản xuất từ nhà cung cấp của họ. Những người khác sẽ tìm cách thử nghiệm nó trong những năm tới với dự đoán về luật sắp tới.

Lời khuyên

- Kiểm tra với người mua của bạn để đảm bảo ghi nhãn của bạn đáp ứng các yêu cầu pháp lý ở châu Âu.
- Tìm hiểu xem người mua của bạn có quan tâm đến ghi nhãn sản xuất hay không. Nó có thể là một nét đặc biệt của sản phẩm làm cho nó hấp dẫn đối với người mua..
- Để biết thêm chi tiết về ghi nhãn, hãy xem thông tin của Ủy ban Châu Âu về ghi nhãn giày dép (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:51991PC0529>) hoặc ghi nhãn giày dép của EU Export Helpdesk (http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu14_04v001/eu/main/req_lblfootw_eu_010_0612.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=NL&file2=ehir_nl14_04v001/nl/main/req_lblfootw_nl_010_0612.htm&reporterLabel2).

Bao bì

Sản phẩm nhập khẩu vào châu Âu phải tuân theo yêu cầu đóng gói của châu Âu. Những yêu cầu này nhằm mục đích thúc đẩy việc tái sử dụng bao bì và giảm chất thải, vì các hộp đựng giày chiếm hàng triệu tấn chất thải. Các nhà bán lẻ chịu trách nhiệm về cách các sản phẩm của họ được đóng gói để bán trong các cửa hàng, nhưng họ thường yêu cầu các nhà cung cấp phải tuân thủ theo yêu cầu đóng gói của châu Âu cho họ.

Có rất nhiều khái niệm đóng gói sáng tạo và đổi mới trên thị trường giày dép. Nhiều trong số đó chú trọng đến tác động môi trường. Bao túi nhỏ thông minh của Puma

(<https://www.youtube.com/watch?v=vwRulz8hPKI>) đã giảm 65% chất thải bìa các-tông. Hộp đựng giày bằng tre của Brooks Running Shoes (<http://co-projects.net/projects/brooks-rucky/pureproject-packaging-branding/>) cung cấp cho khách hàng một hộp đựng được thiết kế đẹp, phù hợp với thiên nhiên có thể được tái sử dụng cho nhiều mục đích. Dưới đây là nhiều ví dụ về bao bì giày sáng tạo (<https://www.trendhunter.com/slIDIA/shoe-packaging>).

Đặc biệt ở thị trường cao cấp, các khái niệm bao bì được thiết kế nhiều hơn cho mục đích thẩm mỹ. Ví dụ: Bao bì Brandart (<http://www.brandart.com/en/products/leather-and-footwear-item-packaging-gallery.html>), Scatolofermo Al Capriccio (<http://en.scatoloficioalcapriccio.it/>), Bao bì giày trẻ em của Görtz (<https://www.creativebloq.com/packaging/bird-shoped-packaging-fly-shelves-german-shoe-reseller-7133738>).

Lời khuyên:

- Tăng cường vị thế cạnh tranh của bạn bằng cách hỏi người mua của bạn làm thế nào bạn có thể đáp ứng các yêu cầu đóng gói. Tìm hiểu càng nhiều chi tiết càng tốt về nhu cầu và mong muốn của người mua.
- Hỏi nơi đặt mã vạch và dữ liệu cho hệ thống lưu trữ và xử lý của người mua.
- Tìm cách để giảm thiểu và tái sử dụng chất thải bao bì. Nếu bạn có thể cải thiện hiệu suất của mình trong lĩnh vực này, hãy sử dụng nó như một điểm bán hàng để liên lạc với người mua.
- Hãy lưu ý rằng bạn có thể chịu trách nhiệm về thiệt hại do lỗi của sản phẩm hoặc bao bì của bạn. Đây được gọi là trách nhiệm sản phẩm. Để biết thêm thông tin, hãy đọc nghiên cứu về trách nhiệm pháp lý của Châu Âu (<https://www.cbi.eu/market-inif/buyer-requirements/labilities/>).
- Xem xét các loại mực thay thế cho bao bì in ấn, chẳng hạn như mực đậu nành (<https://www.soya.be/soy-ink-benefits.php>).
- Để biết thêm thông tin về bao bì thân thiện với môi trường, hãy đọc bài viết này về sự phát triển của bao bì thân thiện với môi trường (<http://www.triplepundit.com/story/2015/evolution-eco-friendly-packaging/32431>).
- Để biết thông tin về các yêu cầu đóng gói hợp pháp ở châu Âu, hãy xem về các yêu cầu này trên thị trường giày dép châu Âu (<https://www.cbi.eu/market-information/footwear/buyer-requirements/>).

2. Điều gì làm cho châu Âu trở thành một thị trường thú vị cho đồ da?

Các nước đang phát triển đang có chỗ đứng trong giày da châu Âu

Thị phần của các nước đang phát triển trong sản xuất giày da đã tăng trưởng đều đặn trong vài thập kỷ. Lý do chính là các nhà sản xuất trong Liên minh châu Âu (EU) đã ngày càng di dời các cơ sở sản xuất sang các nước có chi phí thấp hơn. Điều này bắt đầu với mũ giày, nhưng chế biến thuộc da và sản xuất giày dép đã theo sau. Sự chuyển đổi từ châu Âu sang các nước đang phát triển vẫn đang tiếp tục, ngày càng tạo ra nhiều cơ hội cho các nhà cung cấp từ các nước đang phát triển.

Một số nước châu Âu, ví dụ Bồ Đào Nha, vẫn rất mạnh trong sản xuất giày da. Trong khi đưa ra mức chi phí thấp hơn, các nhà cung cấp ở các nước đang phát triển cũng phải đối mặt với một số thách thức. Ở nhiều nước đang phát triển rất khó để có được

nguyên liệu thô chất lượng cao. Kỹ năng sản xuất và kiến thức kỹ thuật cũng cần phát triển. Hơn nữa, cũng có những vấn đề môi trường cần được giải quyết. Ví dụ, nhiều thợ thuộc da gây ô nhiễm hoặc sử dụng hóa chất đã bị cấm ở châu Âu.

Các quốc gia khác nhau ở châu Âu được biết đến với các đặc sản khác nhau trong sản xuất giày da. Được biết đến sự đổi mới của Ý (<https://www.visittuscany.com/en/ideas/e26a2aa1-3c09-11e7-b500-c25849f3fc0c/>), đặc biệt là ở khu vực Santa Croce. Các sản phẩm “Made in Portugal” (<https://www.businessoffashion.com/articles/intelligence/made-portugal-rise>) đạt được những lợi ích cơ bản và lợi ích về sản xuất (<https://www.pirouetteblog.com/business/portugal-new-production-paradise/>) cũng được biết đến. Ngành công nghiệp giày dép của Tây Ban Nha (<http://www.aplf.com/en-US/leather-fashion-news-and-blog/news/30578/spain-nbsp-elche-s-shoe-industry-shows-substantial-employment-growth>) cũng đang tăng trưởng. Tại Hà Lan, giày dép Van Bommel (<https://www.vanbommelschoenen.nl/>) được biết đến là một sản phẩm chất lượng.

Đức là thị trường giày dép lớn nhất ở châu Âu

Từ năm 2009 đến 2013, Đức là nhà nhập khẩu giày dép hàng đầu châu Âu, với thị phần nhập khẩu là 19% về giá trị. Nguyên liệu vải dệt cao cấp cho thấy sự tăng trưởng đặc biệt, cả từ bên ngoài châu Âu (57%) và từ các nước châu Âu khác (26%). Theo sau thị phần nhập khẩu của Đức là Pháp (14%), Vương quốc Anh (13%) và Ý (12%). Hà Lan xếp thứ sáu (8%), tiếp theo là Bỉ (7%) và Tây Ban Nha (6%).

Là nhà cung cấp của các nước đang phát triển, bạn có thể sử dụng những số liệu này làm kim chỉ nam để tập trung vào tiềm năng tăng trưởng của mình ở một quốc gia cụ thể, xem xét rằng tăng trưởng thị trường mạnh mẽ không đảm bảo cho việc kinh doanh dễ dàng. Con số tăng trưởng có thể là một chỉ số của tăng trưởng kinh tế, nhưng cũng nên nhớ nghiên cứu tổng khối lượng và giá trung bình để đưa ra kết luận đáng tin cậy về tiềm năng thực sự.

Lời khuyên

- Luôn luôn nhìn vào lịch sử của một quốc gia bạn đang xem là điểm đến xuất khẩu. Nếu nó có một nền tảng sản xuất giày dép, sau đó nhận ra bạn sẽ phải đối mặt với người mua có kiến thức. Điều này có thể làm cho việc kinh doanh trở nên dễ dàng hơn, nhưng việc đàm phán trở nên khó khăn hơn: những người có kiến thức và hiểu biết trong ngành sẽ hiểu quy trình sản xuất của bạn, nhưng cũng tốt hơn về giá cả.
- Ở quốc gia bạn đang nhắm mục tiêu, luôn tập trung vào công ty cho thấy sự tăng trưởng lớn nhất. Thành công của nó có lẽ sẽ tạo ra nhu cầu ngày càng tăng và nhu cầu về các nhà cung cấp mới.

Chi tiêu việc mua giày dép bình quân đầu người ở Đức là 131 €, nhưng mức tiêu thụ bình quân đầu người ở các nước hàng đầu châu Âu khác cao hơn: Ý (162 €), Vương quốc Anh (157 €), Pháp (156 €) và Tây Ban Nha (144 €).

Nhập khẩu giày dép nói chung đang cho thấy sự tăng trưởng mạnh mẽ - tăng hơn 10% và nhiều hơn thế nữa - tại Slovakia, các quốc gia Baltic, Ba Lan, Romania và Thụy Điển. Tại Hy Lạp, Croatia, Ireland, Luxembourg, CH.Síp và Malta, nhập khẩu giày dép đang giảm. Lý do chính cho điều này là áp lực kinh tế.

Nói chung, các quốc gia có nhập khẩu cao, chẳng hạn như Đức, rất dễ tiếp cận, vì có rất nhiều người mua ở đó đang tìm kiếm nhà cung cấp. Điều quan trọng khi tham gia vào các thị trường này là tìm những người mua có nhu cầu về khối lượng phù hợp với năng lực của bạn. Các nhà bán lẻ khổng lồ như Deichmann (<https://www.deichmann.com/DE/de/shop/welcome.html>) có thể trông hấp dẫn, nhưng yêu cầu về khối lượng của họ có thể quá lớn đối với bạn.

Lời khuyên

- Bất kỳ quốc gia nào bạn nhắm mục tiêu đến, hãy chắc chắn rằng bạn tìm thấy người mua phù hợp với doanh nghiệp của bạn.
- Nếu khối lượng của bạn bị hạn chế, hãy nhắm đến những người mua hoạt động duy nhất ở một quốc gia chứ không phải người mua cần sản phẩm cho một số quốc gia cùng một lúc.
- Nghiên cứu thu nhập trung bình ở một quốc gia để hiểu chất lượng sản phẩm. Hầu hết có lẽ thu nhập trung bình thấp sẽ có nghĩa là tỷ lệ chất lượng/giá sản phẩm thấp hơn.

Xuất khẩu giày dép da từ châu Âu - bao gồm cả tái xuất khẩu - đang tăng

Trên toàn thế giới, châu Âu xuất khẩu khoảng 10% giày dép. Châu Á cho đến nay là nhà xuất khẩu giày dép lớn nhất, với tỷ lệ hơn 80%, theo Niên giám Giày dép Thế giới năm 2016 (https://www.worldfootwear.com/news.asp?id=1855&Asia_represents_87_of_the_world_footwear_production). Trung Quốc sản xuất gần sáu trong số mười đôi giày được bán trên thế giới - và nhiều trong số này được xuất khẩu. Việt Nam đạt tỷ lệ 7% trong xuất khẩu toàn cầu năm 2015.

Lời khuyên

- Tập trung vào các thế mạnh cụ thể và danh tiếng của quốc gia mục tiêu của bạn để thiết lập kinh doanh.
- Điều tra các quốc gia cạnh tranh để hiểu điểm yếu và hạn chế của họ: điều này sẽ giúp bạn chọn một chiến lược rõ ràng hơn.

Giày da là sản phẩm xuất khẩu giày dép chính của Châu Âu. Điều này là do châu Âu từ lâu đã có một danh tiếng mạnh mẽ về các thiết kế thời trang, da chất lượng cao và sản xuất giày chất lượng cao.

Theo một nghiên cứu năm 2015 được công bố bởi Công đoàn Châu Âu, giày da chiếm gần 80% sản lượng của châu Âu, chứng thực rõ ràng vị thế sản phẩm giày dép châu Âu nằm ở phân khúc thị trường cao cấp.

Xuất khẩu giày dép từ châu Âu, đặc biệt là ủng giày da/mũ giày da, đã tiếp tục tăng trong những năm gần đây. Từ năm 2009 đến 2014, xuất khẩu sang các nước thứ ba tăng 46% về số lượng và 78% về giá trị, theo Liên đoàn Công nghiệp giày dép châu Âu (<http://cec-footwearindustry.eu/>).

Mười trong số 15 nhà xuất khẩu hàng đầu thế giới là của Châu Âu: Ý, Bỉ, Đức, Tây Ban Nha, Hà Lan, Pháp, Bồ Đào Nha, Vương quốc Anh, Romania và Slovakia. Các

nước sản xuất chính của Châu Âu - Ý, Bồ Đào Nha và Tây Ban Nha - chiếm 23% xuất khẩu giày da toàn cầu.

Những hàng xuất khẩu này bao gồm tái xuất. Tái xuất là lý do chính khiến số liệu xuất khẩu của Châu Âu cao hơn số liệu nhập khẩu. Tỷ lệ tái xuất là cao nhất ở Đức, Bỉ và Hà Lan.

Các thị trường xuất khẩu lớn nhất cho giày dép châu Âu là Nga, Hoa Kỳ và Thụy Sĩ. Nhưng các quốc gia khác - đặc biệt là Trung Quốc, các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất và Thổ Nhĩ Kỳ - đã chứng kiến sự tăng trưởng lớn nhất trong những năm gần đây, theo dữ liệu được công bố bởi Ủy ban châu Âu Commission (https://ec.europa.eu/growth/sectors/fashion/footwear/eu-industry_nl).

Đối với hàng nhập khẩu, giày da là sản phẩm giày dép lớn nhất được nhập khẩu ở châu Âu về giá trị, tiếp theo là giày cao su và nhựa và giày dệt may. Xét về số lượng đôi, giày cao su và nhựa là mặt hàng nhập khẩu lớn nhất.

Lời khuyên

- Khi bạn thực hiện nghiên cứu thị trường, đừng chỉ nhìn vào những thị trường lớn nhất ở châu Âu, mà hãy xem xét loại thị trường nào sẽ có lợi nhất cho doanh nghiệp của bạn: một thị trường được biết đến với sự đổi mới, như Ý, hoặc một thị trường có tốc độ tăng trưởng mới, chẳng hạn như Trung Âu và Đông Âu.
- Cũng nên xem xét khả năng tái xuất. Điều này có nghĩa là bạn bán sản phẩm của mình cho một người mua châu Âu, người mua này tái xuất chúng sang một thị trường khác có thể không thuộc châu Âu. Đức, Bỉ và Hà Lan là các nhà tái xuất hàng đầu Châu Âu. Ví dụ, hãy xem xét việc cung cấp bộ sưu tập giày da giá rẻ cho nhà tái xuất châu Âu.
- Để biết thêm thông tin về các kênh và phân khúc thị trường trong giày dép châu Âu, hãy xem nghiên cứu về các kênh và phân khúc thị trường giày dép châu Âu (<https://www.cbi.eu/market-inif/footwear/channels-segments/>).

3. Những xu hướng cung cấp cơ hội trong thị trường thích hợp giày da?

Dấu hiệu tăng trưởng mới cho thị trường giày dép Châu Âu

Một trong những xu hướng thị trường châu Âu quan trọng nhất là nền kinh tế đang dần hồi phục sau cuộc suy thoái bắt đầu từ năm 2008. Sự phục hồi đang ảnh hưởng tích cực đến thị trường giày dép. Đây là một lý do tại sao nhiều người mua giày dép đang tìm kiếm nhà cung cấp mới, đặc biệt là ở các nước có chi phí thấp hơn.

Các hiệp định thương mại hứa hẹn tốt có thể giúp bạn cạnh tranh với Trung Quốc và các quốc gia cung cấp khác

Trung Quốc là nhà cung cấp giày dép lớn nhất Châu Âu. Nhưng nhập khẩu từ Trung Quốc đang chịu áp lực, vì chi phí lao động và thuế nhập khẩu tăng. Người mua châu Âu đang tìm kiếm sự thay thế. Phân khúc thú vị nhất trong khía cạnh này là giày da. Giá xuất khẩu cao của nó có nghĩa là tiết kiệm thuế nhập khẩu là đáng kể.

Chế độ ưu đãi thuế quan đặc biệt của châu Âu (GSP) (http://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/development/generalised-scheme-of-preferences/index_en.htm) đã gây ra một số thay đổi trong chuỗi cung ứng

toàn cầu từ năm 2014. Chương trình này cho phép một số quốc gia trả ít hơn hoặc không phải trả thuế đối với hàng xuất khẩu sang châu Âu. Điều này đã cải thiện vị thế cạnh tranh của các quốc gia được hưởng lợi từ các thỏa thuận GSP, như Campuchia, Bangladesh và Pakistan.

Nếu bạn có trụ sở tại một quốc gia được liệt kê trong danh sách các quốc gia được hưởng chế độ GSP hiện tại, bạn có lợi thế cạnh tranh mạnh mẽ so với các nhà cung cấp ở các quốc gia không thuộc GSP. Giá của bạn, theo mặc định, thấp hơn vài phần trăm. Nếu bạn có thể đưa ra một sản phẩm da tuyệt vời được sản xuất thông qua quy trình hóa học được kiểm soát tuân thủ các yêu cầu của Châu Âu, thì sẽ có những cơ hội nhiều hơn.

Lời khuyên

- Nếu quốc gia của bạn thích giao dịch tự do theo GSP, hãy chắc chắn liên lạc với các người mua tiềm năng này, vì điều đó có nghĩa là bạn có thể đưa ra mức giá rất cạnh tranh.
- GSP được lên kế hoạch để xem xét lại sau ngày 31 tháng 12 năm 2016. Thường xuyên kiểm tra các trang GSP của Liên minh Châu Âu bằng cách sử dụng liên kết được cung cấp ở trên. Những thay đổi có thể tác động đến vị trí cạnh tranh của bạn.
- Tìm hiểu thêm về thuế nhập khẩu online này (<https://www.pitneybowes.com/us/dutycalculator-accounts.html?redirect=https%3A%2F%2Fwww.dutycalculator.com%2F>).
- Để biết thêm thông tin về các yếu tố cạnh tranh chính mà bạn sẽ phải đối mặt trong phân khúc giày này và các phân khúc giày khác, hãy xem nghiên cứu về cạnh tranh trên thị trường giày dép châu Âu (<https://www.cbi.eu/market-inif/footwear/competition/>).

Giày da truyền thống rất phổ biến trong số những người cao tuổi ở Châu Âu

Các khảo sát cho thấy trong 50 năm tới tuổi thọ tăng và mức sinh thấp sẽ góp phần vào dân số già ở châu Âu. Những người già/nghỉ hưu chiếm một phần đáng kể cơ hội thị trường giày dép quan trọng, vì nhiều người châu Âu trên 65 tuổi có cả sức mua và thời gian giải trí.

Những người cao tuổi thích giày da truyền thống, chất lượng cao mang đến cơ hội tốt cho bạn với tư cách là nhà cung cấp.

Lời khuyên

- nỗ lực tìm hiểu nhu cầu của người cao tuổi bằng cách giám sát các phương tiện truyền thông và các nhà bán lẻ lớn.
- Cân nhắc việc tạo ra các sản phẩm giày da phục vụ riêng cho người già và nhu cầu (sức khỏe) của họ.
- Ví dụ, xem xét các yếu tố lão hóa phổ biến trong thiết kế sản phẩm cho người cao tuổi, kết hợp các yếu tố như dây kéo và khóa đơn giản, nhãn dễ đọc, dễ chăm sóc và vải thoải mái.

Xu hướng sức khỏe là một cơ hội trong giày da

Một xu hướng quan trọng ảnh hưởng đến giày dép là xu hướng sức khỏe. Người châu Âu có ý thức về sức khỏe hơn bao giờ hết. Điều này có nghĩa là có nhiều cơ hội hấp dẫn cho nhiều loại giày dép, bao gồm nhiều biến thể đặc biệt, chẳng hạn như giày thể thao, sức khỏe và giày dành cho hoạt động ngoài trời.

Ngày càng có nhiều người tiêu dùng châu Âu nhận ra rằng đôi giày họ mang có thể ảnh hưởng đáng kể đến sức khỏe bàn chân và sức khỏe nói chung. Điều này có nghĩa là chọn giày chất lượng tốt và nhận thức được sự phù hợp tốt là điều cần thiết. Ví dụ: Hướng dẫn giày sức khỏe của Vương quốc Anh (<http://www.healthy-footwear-guide.com/>) cung cấp trợ giúp cho các nhà sản xuất và người tiêu dùng trong lĩnh vực này; sáng kiến này được một số công ty giày dép ngày càng phát triển (<http://www.healthy-footwear-guide.com/participating-companies>).

Kết hợp các sản phẩm da với lợi ích sức khỏe là cơ hội thị trường tốt cho bạn.

Lời khuyên

- Nghiên cứu các ví dụ về giày dép sức khỏe. Hãy xem bài viết Đánh giá giày sức khỏe (<https://wellnessmama.com/8264/minimalist-shoes/>).
- Tìm hiểu những tính năng người mua và người tiêu dùng châu Âu tìm kiếm trong giày dép sức khỏe.
- Nhấn mạnh rõ ràng lợi ích sức khỏe của giày da của bạn để khai thác xu hướng sức khỏe.

Thương mại điện tử và phương tiện truyền thông xã hội đang làm rung chuyển thị trường

Người tiêu dùng châu Âu ngày càng mua giày dép trực tuyến. Ngoài việc mua sắm trực tuyến, người tiêu dùng cũng sử dụng internet và phương tiện truyền thông xã hội để theo dõi xu hướng và phát triển phong cách và sở thích của riêng họ. Ở châu Âu, người tiêu dùng mua nhiều giày dép và quần áo hơn bất kỳ thứ gì khác trên mạng. Các công ty kết hợp thương mại điện tử và hoạt động trực tuyến với thương mại ngoại tuyến sẽ thành công nhất.

Lời khuyên

- Tìm hiểu những gì đang xảy ra trên thị trường giày dép liên quan đến thương mại điện tử và phương tiện truyền thông xã hội (<https://www.thebalancesmb.com/social-media-overview-what-it-is-and-how-to-use-it-2531971>). Ví dụ, nhìn vào tổng quan phương tiện truyền thông xã hội này để tìm hiểu ở đó có những gì và làm thế nào để sử dụng nó.
- Trở thành người dùng tích cực. Theo dõi các thương hiệu trong và ngoài phân khúc của bạn, sử dụng phương tiện truyền thông xã hội để truyền tải, tiếp thị và / hoặc xây dựng thương hiệu của riêng bạn.
- Tìm hiểu những gì người mua của bạn đang làm trực tuyến và hỏi làm thế nào bạn có thể hỗ trợ họ, ví dụ bằng cách cung cấp tài liệu ảnh và video tốt của sản phẩm.
- Để biết thêm thông tin về các xu hướng quan trọng ảnh hưởng đến giày dép châu Âu và toàn cầu, hãy xem nghiên cứu về xu hướng giày dép châu Âu <https://www.cbi.eu/market-inif/footwear/trends/>.

4. Những yêu cầu nào mà sản phẩm da phải tuân thủ trên thị trường châu Âu?

Yêu cầu pháp lý: an toàn sản phẩm, sức khỏe và ghi nhãn

Yêu cầu của người mua có thể được chia thành ba loại: 1) musts, các yêu cầu bạn phải đáp ứng để đi vào thị trường, chẳng hạn như các yêu cầu pháp lý; 2) các yêu cầu chung hoặc những yêu cầu bạn phải tuân thủ để theo kịp đối thủ cạnh tranh; và 3) yêu cầu thị trường ngách, cho các phân khúc cụ thể.

Có nhiều yêu cầu sản phẩm giày dép của bạn phải tuân thủ theo pháp luật để được bán ở châu Âu. Các lĩnh vực chính họ bao gồm là sản phẩm an toàn (tất cả các sản phẩm), sử dụng hóa chất, ghi nhãn và sử dụng các vật liệu có nguồn gốc từ thực vật và động vật hoang dã.

Sản phẩm an toàn

Chỉ thị sản phẩm an toàn chung của châu Âu (https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/product-safe-and-requirements/consumer-product-squill/product-squill-rules_en) về cơ bản tuyên bố rằng tất cả các sản phẩm được bán trên thị trường ở châu Âu phải an toàn để sử dụng. Chỉ thị tạo thành một khuôn khổ cho tất cả các luật nhằm vào các sản phẩm cụ thể và vấn đề cụ thể. Ngay cả khi không có yêu cầu pháp lý cụ thể đối với sản phẩm giày dép của bạn và tính hữu ích, Chỉ thị an toàn sản phẩm chung vẫn luôn được áp dụng.

Lời khuyên: Để biết thêm thông tin, hãy xem phần Chỉ thị an toàn sản phẩm chung (GPSD) tại EU Export Helpdesk (http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu13_02v001/eu/main/req_safeprod_eu_010_0612.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=NL&file2=&reporterLabel2=Netherlands&label=General+product+safety&languageId=en&status=PROD).

Hóa chất và các chất bị hạn chế

Liên minh châu Âu đã hạn chế một số lượng lớn hóa chất trong các sản phẩm được bán ở châu Âu. Những điều này được liệt kê trong quy định Đăng ký, Đánh giá, Cấp phép và Hạn chế Hóa chất (REACH) (http://ec.europa.eu/envir/chemicals/reach/reach_en.html) (Quy định (EC) 1907/2006). Các quy tắc đặt ra trong quy định này là bắt buộc. Nếu bạn không theo dõi chúng, bạn không thể cạnh tranh ở châu Âu.

Tháng 3 năm 2014, Liên minh Châu Âu đã thông qua luật hạn chế hàm lượng crom VI trong các sản phẩm da. Các hợp chất crom VI có thể được hình thành trong da thông qua quá trình oxy hóa các hợp chất crom III, được thêm vào trong một số quy trình thuộc da. Hạn chế hàm lượng crom VI không được vượt quá 3,0 mg/kg.

Lời khuyên:

- Tìm kiếm các lựa chọn thay thế cho da thuộc bằng crom VI, chẳng hạn như da thuộc thảo mộc-vegan leather (https://en.wikipedia.org/wiki/Artificial_leather), da thuộc trắng âm ([https://en.wikipedia.org/wiki/Tanning_\(leather\)#Alternative_chemicals](https://en.wikipedia.org/wiki/Tanning_(leather)#Alternative_chemicals)) hay da eco (<https://www.quora.com/How-does-eco-leather-differ-from-regular-leather>).

- Hãy tìm hiểu danh sách đầy đủ các chất bị hạn chế trong các sản phẩm được bán ở châu Âu bằng cách kiểm tra các hóa chất bị hạn chế trong các sản phẩm dệt và da tại EU Export Helpdesk (http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu14_02v001/eu/main/req_chetext_eu_010_1303.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=NL&file2=ehir_nl14_02v001/nl/main/req_chetext_nl_010_1306.htm&reporterLabel2=Netherlands&label=Restriction+on+the+use+of+cert+ain+chemical+substances+in+te).
- Để xác định mức độ bạn có thể bị ảnh hưởng bởi REACH, hãy xem tài liệu về REACH (<https://www.cbi.eu/market-inif/buyer-requirements/reach/>).
- Hãy chắc chắn rằng bạn cũng phải biết các yêu cầu ghi nhãn Châu Âu. Để biết thêm thông tin, hãy xem các quy tắc ghi nhãn dệt may tại EU Export Helpdesk (http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu13_02v001/eu/main/req_lbltexti_eu_010_0612.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=NL&file2=ehir_nl13_02v001/nl/main/req_lbltexti_nl_010_0612.htm&reporterLabel2=Netherlands&label=Labelling+for+textiles&languageId=en&status=PROD).
- Để biết tổng quan về tất cả các yêu cầu pháp lý áp dụng cho sản phẩm của bạn, hãy xem EU Export Helpdesk, ở đó bạn có thể sử dụng mã sản phẩm của mình để truy cập danh sách các yêu cầu liên quan.
- Nhận thông tin từ các tổ chức thử nghiệm về cách đảm bảo giày dép của bạn đáp ứng các yêu cầu kỹ thuật có liên quan, ví dụ Công nghệ Satra của Vương quốc Anh (<https://www.satra.com/about/>).

Sản phẩm từ thực vật và động vật hoang dã

Nếu bạn sử dụng các bộ phận của thực vật hoặc động vật hoang dã trong sản phẩm của mình - ví dụ như da cá sấu - bạn phải đảm bảo chúng không phải từ các loài có nguy cơ tuyệt chủng và do đó không thuộc các hạn chế của Công ước về các loài có nguy cơ tuyệt chủng (CITES) (<https://www.cites.org/>).

EU đã thực thi các yêu cầu này trong Quy định 338/97 (http://ec.europa.eu/envir/cites/legislation_en.html). Quy định bao gồm danh sách các loài bị hạn chế (bao gồm cả các sản phẩm của chúng) và các thủ tục đặc biệt nếu có. EU có luật riêng về kinh doanh các sản phẩm hải cẩu (http://ec.europa.eu/environment/biodiversity/animal_welfare/seals/seal_hunting.htm), chẳng hạn như lông hải cẩu.

Da cá sấu và da trăn từ động vật nuôi trang trại có thể được nhập khẩu vào châu Âu với giấy phép đặc biệt. Để có được giấy phép nhập khẩu là rất khó. Một số người mua ngần ngại mua loại da này, một phần vì da từ cá sấu nuôi có thể liên quan đến cá sấu hoang dã đang bị đe dọa tuyệt chủng.

Lời khuyên:

- Tìm hiểu xem các sản phẩm của bạn có tuân theo các hạn chế của CITES hay không và đảm bảo rằng bạn tuân thủ chúng.
- Để biết thêm thông tin về các luật pháp châu Âu liên quan đến CITES, hãy truy cập trang web của CITES hoặc xem phần CITES tại EU Export Helpdesk (http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu14_02v001/eu/main/req_chetext_eu_010_1303.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=NL&file2=ehir_nl14_02v001/nl/main/req_chetext_nl_010_1306.htm&reporterLabel2=Netherlands&label=Restriction+on+the+use+of+cert+ain+chemical+substances+in+te).

[erId1=EU&file1=ehir_eu14_02v001/eu/main/req_cites_eu_010_0612.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=NL&file2=ehir_nl14_02v001/nl/main/req_cites_nl_010_0612.htm&reporterLabel2=Netherlands&label=CITES+-+Endangered+Species+Protection&languageId=en&status=PROD\)](http://ec.europa.eu/growth/single-market/ce-marking_en)

- Đọc thông tin của EU Export Helpdesk về kinh doanh các sản phẩm hải cẩu.

Giày an toàn và dấu CE

Nếu bạn sản xuất giày an toàn bằng da, bạn phải đảm bảo rằng chúng đáp ứng các tiêu chuẩn nghiêm ngặt được đặt ra cho thiết bị bảo vệ cá nhân (PPE). Giày an toàn phải được kiểm tra theo các tiêu chuẩn này và mang dấu CE. Dấu CE là một chương trình phù hợp bắt buộc đối với một số sản phẩm được bán ở châu Âu. Các chữ cái “CE” là tên viết tắt của cụm từ tiếng Pháp “Conformité Européenne”, có nghĩa là tuân theo châu Âu “European Conformity”.

Lời khuyên:

- Tìm hiểu về dấu CE ở châu Âu (https://ec.europa.eu/growth/single-market/ce-marking_en).
- Tìm hiểu thêm về các tiêu chuẩn cụ thể cho thiết bị bảo vệ con người ở Châu Âu (https://ec.europa.eu/growth/single-market/european-standards/harmonised-standards/personal-protective-equipment_en). Ví dụ, giày an toàn phải đối mặt với các yêu cầu liên quan đến đế chống trơn trượt, bảo vệ chống lại các chất hóa học hoặc chống cháy. Tìm hiểu những tiêu chuẩn được áp dụng cho sản phẩm da của bạn.
- Tìm hiểu thông tin dấu CE về giày an toàn của EU Export Helpdesk (http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu15_02v001/eu/main/req_stdppe_eu_010_0612.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=NL&file2=ehir_nl15_02v001/nl/main/req_stdppe_nl_010_0612.htm&reporterLabel2=Net).
- Để biết thêm thông tin, bạn hãy đọc yêu cầu của người mua trên thị trường giày dép châu Âu.

Yêu cầu chung: dán nhãn chăm sóc và tính bền vững

Ngoài các yêu cầu pháp lý mà bạn sẽ phải đối mặt với tư cách là nhà cung cấp ở các nước đang phát triển xuất khẩu giày da sang châu Âu, bạn cũng sẽ phải đối mặt với các yêu cầu không bắt buộc, nhưng không thể tránh khỏi.

Dán nhãn chăm sóc

Nhãn chăm sóc gắn liền với hàng may mặc cung cấp hướng dẫn chăm sóc và làm sạch rất quan trọng đối với người tiêu dùng châu Âu. Ở hầu hết các nước châu Âu, hệ thống ghi nhãn chăm sóc của Hiệp hội ghi nhãn chăm sóc dệt may quốc tế, GINETEX (<http://www.ginetex.net/ginetex/>), được sử dụng. Hệ thống này sử dụng các biểu tượng dễ nhận biết để đề nghị chăm sóc hàng may mặc. Theo tiêu chuẩn GINETEX, nhãn giày dép của bạn nên bao gồm các hướng dẫn về: chăm sóc và cảnh báo chung; rửa; sấy khô; ủi; và / hoặc chăm sóc vải sợi chuyên nghiệp (giặt khô).

Tính bền vững

Các yêu cầu về tính bền vững, mặc dù vẫn còn rất khác biệt, đang có được chỗ đứng trên thị trường giày dép châu Âu. Nhiều người mua có các tiêu chuẩn không thể thương lượng trong lĩnh vực này. Tính bền vững mạnh mẽ có lẽ chưa quan trọng đối với việc kinh doanh ở châu Âu, nhưng chắc chắn nó mang lại cho bạn lợi thế cạnh tranh.

Yêu cầu sinh thái: sản phẩm bền vững được chứng nhận

Mặc dù tính bền vững đang có được chỗ đứng, việc sử dụng chứng nhận thực tế vẫn là một phân khúc trong lĩnh vực này. Nếu bạn có thể cung cấp nó, bạn có cơ hội tốt để tiếp cận các phân khúc cao hơn với tỷ suất lợi nhuận lớn hơn. Ví dụ, hãy nghĩ về thương mại công bằng đối với sợi bông, hoặc các sản phẩm có nhãn sinh thái.

Lời khuyên:

- Phối hợp với các nhà cung cấp và nhà thầu phụ của bạn về phát triển tính minh bạch và bền vững trong toàn bộ chuỗi cung ứng.
- Phát triển cơ cấu chi phí mở để người mua sẽ hiểu rõ hơn về chênh lệch giá và lợi nhuận kiếm được. Ngày càng có nhiều người mua sẽ mong đợi điều này từ bạn.
- Nếu hiệu suất môi trường của bạn đã ở mức cao, hãy xem xét xây dựng chất lượng này để chuyên về giày da thân thiện với môi trường.
- Để biết thông tin chi tiết về các yêu cầu và tiêu chuẩn sinh thái bền vững, cũng như các lời khuyên về cách thâm nhập thị trường sinh thái này, hãy xem nghiên cứu về yêu cầu của người mua trên thị trường giày dép châu Âu.

Bạn sẽ phải đối mặt với sự cạnh tranh nào trên thị trường da châu Âu?

Các cơ hội tốt nhất cho giày da ở châu Âu là ở mức giá từ trung bình đến cao. Ở đây, số lượng thì ít và chất lượng thì cao. Giày dép làm bằng thủ công được khách hàng châu Âu đánh giá cao trong các phân khúc này và là một điểm bán hàng mạnh mẽ.

Phần lớn giày da chất lượng cao này được sản xuất ở châu Âu (xem thêm phần trước trong nghiên cứu này về lý do tại sao châu Âu là một thị trường thú vị cho giày da). Khi thị trường giày da phát triển, cùng với áp lực kinh tế, cả người tiêu dùng và nhà sản xuất đang tìm kiếm các nguồn cung cấp cùng mức chất lượng với giá thấp hơn. Điều này mang đến cơ hội tốt cho các nhà cung cấp từ các nước đang phát triển.

Các nhà máy và thương hiệu chuyên dụng có trụ sở tại châu Á và Nam Mỹ nhắm vào thị trường châu Âu là những đối thủ cạnh tranh mạnh mẽ trong phân khúc giày da. Họ sản xuất các sản phẩm chất lượng cao với tính linh hoạt cao và số lượng đặt hàng tối thiểu nhất (MOQs) với giá cả cạnh tranh. Họ thường sử dụng nguyên liệu thô giá rẻ. Hầu hết các nhà máy này có trụ sở tại Ấn Độ, Việt Nam, Hàn Quốc, Brazil và Argentina. Ví dụ Jorge Bischoff ở Brazil (<https://boutiqueonline.jorgebischoff.com.br/>) và Valentino ở Ấn Độ (https://www.valentino.com/en-us/women/shoes?tp=104956&gclid=CLH48Yq8_c8CFQueGwoddn8E0g).

Lời khuyên

- Chuyên môn hóa về bất cứ cách nào bạn có thể, ví dụ thông qua chất lượng, thiết kế, kết hợp vật liệu hoặc dịch vụ: chuyên môn hóa tăng có nghĩa là vị thế cạnh tranh mạnh mẽ hơn.
- Để biết tổng quan về các yếu tố cạnh tranh chính mà bạn sẽ phải đối mặt trong phân khúc này và các phân khúc khác, hãy xem nghiên cứu cạnh tranh trên thị trường giày dép châu Âu.

Những kênh nào bạn có thể sử dụng để đưa sản phẩm da của mình vào thị trường châu Âu?

Thị trường giày dép châu Âu rất phân mảnh. Điều này có nghĩa là nó có thể được phân khúc theo nhiều cách khác nhau, ví dụ trên cơ sở giá cả, số lượng, chức năng hoặc nhân khẩu học. Các sản phẩm giày da tìm cách vào hầu hết các phân khúc này.

Các phân khúc cung cấp các cơ hội tốt nhất là phân khúc trung và cao cấp. Điều này là do bạn có thể thêm nhiều giá trị hơn ở đây và đạt tỷ suất lợi nhuận cao hơn.

Sản xuất giày da cho một phân khúc thị trường riêng cho một loại giày dép nào đó có thể mang lại lợi nhuận, đặc biệt nếu bạn thành công trong việc tạo ra sự liên tục trong kinh doanh. Trong nhiều trường hợp, nên làm việc thông qua một đại lý hoặc tổ chức mua. Điều này sẽ giúp bạn giảm chi phí tiếp thị và phân phối và hợp nhất các đơn đặt hàng. Lợi thế lớn nhất khi làm việc với các tổ chức này là họ biết thị trường và xu hướng và có các đầu mối liên hệ.

Lời khuyên:

- Thực hiện nghiên cứu thị trường kỹ lưỡng để xác định quốc gia nào và phân khúc nào phù hợp nhất.
- Để biết thêm thông tin, hãy xem nghiên cứu các kênh và phân khúc thị trường trong giày dép châu Âu.

5. Giá cuối cùng thị trường cho các sản phẩm da là gì?

Giá giày da đang tăng

Giày da có giá trung bình cao hơn bất kỳ loại giày dép nào được sản xuất ở châu Âu và giá của nó đã tăng đều đặn. Một lý do có thể cho việc này là sự gia tăng chi phí nguyên phụ liệu. Một điều nữa là người tiêu dùng châu Âu nhận ra giá trị gia tăng thực chất của giày dép được sản xuất tại châu Âu: các loại giày dép quan trọng khác được sản xuất ở châu Âu cho thấy giá tăng thấp hơn.

Sự phát triển này thể hiện cả một cơ hội và thách thức. Một mặt, bạn có thể cạnh tranh với các nhà sản xuất châu Âu bằng cách cung cấp giày da giá rẻ hơn. Mặt khác, những nhà sản xuất châu Âu đó có uy tín mạnh mẽ, điều đó có nghĩa là bạn phải nỗ lực xây dựng thương hiệu của mình và mang lại chất lượng vượt trội.

Giá tiêu dùng dao động từ khoảng 140 đến 300 euro

Tại thị trường giày da châu Âu, giá tiêu dùng dao động khoảng từ 140-300 €. Lợi nhuận của nhà bán lẻ nằm trong khoảng từ 2,50-3,00 €. Vì vậy, nếu giá bán là 300 € và người bán làm việc với mức lãi gấp ba lần, giá mua phải vào khoảng 100 €.

Nếu bạn đã bán sản phẩm của mình thông qua một đại lý, anh ta sẽ lấy phần trăm là 5-15%. Vì vậy, giá xuất xưởng của bạn phải vào khoảng 90 €, bao gồm chi phí vận chuyển và thuế hải quan đến châu Âu.

Nếu bạn sản xuất cho một thương hiệu giày dép giao hàng trực tiếp đến cửa hàng hoặc cho người tiêu dùng, mức ký quỹ của cửa hàng sẽ chỉ là 2,50 €. Vì vậy, một đôi giày 300 € sẽ có giá 120 €. Thương hiệu thường có mức lãi gấp năm lần để bán hàng trực tiếp cho người tiêu dùng. Vì vậy, giá tiêu dùng 300 € dựa trên giá vốn của nhà máy là 60 €.