

## QUẦN DÀI NỮ SỢI BÔNG (HS 620462) – NHẬT BẢN XU HƯỚNG

### Giới thiệu

Tài liệu này bao gồm những phần sau:

- A. [Xu hướng thị trường](#)
- B. [Xu hướng sản phẩm](#)

### A. XU HƯỚNG THỊ TRƯỜNG

#### 1. Xu hướng và hành vi tiêu dùng

- Đặc điểm của người tiêu dùng Nhật Bản là tính đồng nhất, 90% thuộc về tầng lớp trung lưu. Nhật Bản được coi là một trong những thị trường đòi hỏi cao về chất lượng sản phẩm. Bên cạnh đó, không nhất thiết mọi loại sản phẩm đều phải có chất lượng cao mà điều quan trọng là chất lượng hàng hóa phải ổn định.
- Người Nhật nhạy cảm với giá cả tiêu dùng hàng ngày. Tuy vậy, người tiêu dùng Nhật Bản vẫn có thể trả tiền cho những sản phẩm sáng tạo, chất lượng tốt mang tính thời thượng hay loại hàng được gọi là “hàng xịn”. Xu hướng tiêu dùng và sành đồ ngoại của người Nhật Bản ngày càng gia tăng.
- Người Nhật rất nhạy cảm với những thay đổi theo mùa. Xuất phát từ yếu tố cạnh tranh, các nhà nhập khẩu Nhật Bản quan tâm nhiều hơn đến việc nhập được những sản phẩm hợp thời trang và hợp mùa vụ nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng, mua sắm của các loại đối tượng khách hàng. Nhật có 4 mùa rõ rệt, mùa hè nóng và ẩm ướt, mùa đông lạnh và khô. Đặc điểm khí hậu ảnh hưởng đến xu hướng tiêu dùng. Thời trang phải phù hợp với từng mùa cả về mặt chất liệu và kiểu dáng. Bên cạnh đó, người Nhật cũng lựa chọn phụ kiện trang phục khác nhau tùy theo mùa (ví dụ khăn choàng, găng tay).
- Nhóm Babyboomers (những người sinh ra sau chiến tranh thế giới thứ 2) và thế hệ con cái của họ hiện là nhóm khách hàng đông đảo của thời trang. Thế hệ babyboomers chú ý đến cả thời trang và chức năng của sản phẩm; nhóm con cái của họ lại là những người ăn mặc thoải mái, thích đồ thể thao, rất kén chọn sản phẩm thời trang, họ cũng là nhóm lựa chọn quần áo cho thế hệ trẻ em hiện nay tại Nhật. Có thể nói rằng, cần phải tạo ra sản phẩm thu hút chú ý của nhóm đối tượng này, đặc biệt là giới nữ - những bà mẹ trẻ.
- Xu hướng rõ nét trong giới trẻ Nhật với phong cách thời trang đường phố, thời trang ấn tượng (như các nhân vật trong truyện tranh, video games), thời trang trung tính (unisex).

#### 2. Xu hướng phân phối và cơ cấu thương mại

- Xu hướng các nhà bán lẻ hàng đầu và nhà bán sỉ đã tự phát triển và nhập khẩu sản phẩm. Ngày càng nhiều các nhà bán sỉ và lẻ có quy mô vừa và nhỏ nhập khẩu hàng quy mô nhỏ.
- Các nhà sản xuất thì nhập khẩu sản phẩm từ các nhà máy của họ đặt ở nước ngoài.
- Hệ thống phân phối đã được tinh giảm tối đa cùng với sự phát triển của hệ thống công nghệ thông tin làm hậu cần.
- Các nhà phân phối nước ngoài hoạt động tại thị trường Nhật Bản đã làm thay đổi hệ thống phân phối truyền thống của Nhật Bản. Hơn thế nữa nhu cầu ngày càng đa dạng của nhu cầu khách hàng, cạnh tranh giá cả và việc mở rộng internet đã thay đổi môi trường phân phối hàng nhập khẩu.
- Người tiêu dùng ngày càng tự nhập khẩu sản phẩm từ nước ngoài, đặt hàng qua mạng.

#### 3. Xu hướng cơ hội thị trường

- Hiện nay nhập khẩu từ Hàn Quốc, Đài Loan, Hồng Kông giảm dần trong khi nhập khẩu từ Việt Nam và các nước Asean khác ngày một tăng.
- Các hoạt động thể dục thể thao của nam giới ngày càng tăng dẫn đến nhu cầu trang phục thể thao gia tăng.
- Trang phục có sự kết hợp giữa truyền thống và phong cách phương Tây tăng trưởng khá cao trong những năm gần đây, ngày càng nhiều phụ nữ đi làm dẫn đến trang phục công sở có nhu cầu tăng mạnh.
- Trang phục cho giới nữ trẻ cũng tăng mạnh.

#### 4. Xu hướng sản phẩm

- Nhằm đối mặt với thực trạng là lượng hàng bán ra ngày càng giảm, các nhà bán lẻ tích cực giới thiệu những sản phẩm may mặc thời trang và nhiều tính năng ra thị trường (ví dụ hàng may mặc tiết trùng, chống tia cực tím...)
- Việc cung cấp thông tin về công dụng của sản phẩm, cách sử dụng, đặc trưng, chất lượng của sản phẩm rất quan trọng.
- Sản phẩm nhập khẩu từ nước ngoài vào Nhật dành cho Việt Nam và các nước trong khu vực là các sản phẩm có chất lượng vừa phải, các lô hàng nhỏ, thời gian giao hàng ngắn, chủng loại phong phú.
- Sản phẩm vào Nhật được kiểm tra chất lượng rất kỹ. Người tiêu dùng Nhật luôn có xu hướng đòi hỏi sự hoàn hảo trong toàn bộ sản phẩm họ mua, đặc biệt chú ý đến vết xước, chỉ chưa cất, vết rạn của nguyên liệu...

#### 5. Xu hướng trong đổi mới, sáng tạo

- Thời trang Nhật Bản hiện nay đã trở thành một hiện tượng trên toàn thế giới, đi trước nhiều nước phát triển bậc cao trên thế giới. Nhiều nhà thiết kế hàng đầu thế giới ví Nhật Bản như là New York của thời trang thế giới, họ đều đến Nhật Bản để nghiên cứu trào lưu này. Xu hướng rõ nét trong giới trẻ Nhật với phong cách thời trang đường phố, thời trang ấn tượng (như các nhân vật trong truyện tranh, video games), thời trang trung tính (unisex).
- Người Nhật, đặc biệt là giới trẻ, rất chuộng hàng hiệu và luôn có những đòi hỏi rất cao trong sáng tạo thời trang khiến cho những thương hiệu hàng đầu thế giới cũng phải có bộ phận R & D chỉ dành riêng cho việc nghiên cứu sản phẩm phù hợp để đáp ứng tiêu chuẩn của người Nhật.

#### 6. Xu hướng vật liệu, màu sắc, thiết kế và kiểu mẫu

- Người tiêu dùng Nhật Bản ưa chuộng sự đa dạng của sản phẩm.

#### 7. Xu hướng quảng cáo

- Tại Nhật, nhìn chung thông điệp bằng ngôn ngữ hay quảng cáo bằng hình ảnh trên các phương tiện thông tin đại chúng như: báo ảnh, tuần báo, đặc san, hệ thống các kênh truyền hình cáp...v.v được đánh giá là có hiệu quả.
- Chiến dịch quảng cáo và xúc tiến bán hàng phải có sự phối kết hợp với các đối tác nhập khẩu hoặc các đại lý phân phối sản phẩm và chuyên gia trong đúng ngành hàng thì mới có hiệu quả.

#### 8. Xu hướng đóng gói

- Người Nhật chú trọng khâu trình bày và đóng gói sản phẩm
- Các thông tin và lưu ý sử dụng là yêu cầu không thể thiếu được trên bao bì sản phẩm.

#### 9. Xu hướng nhãn mác

- Hàng hóa xuất khẩu cần phải gắn nhãn mác và tên nhà sản xuất cụ thể.
- Mặt hàng may mặc buộc phải dán nhãn chất lượng.

#### 10. Xu hướng bền vững

Vấn đề môi trường đang được sự quan tâm của người tiêu dùng Nhật Bản. Cục môi trường Nhật đang khuyến khích người tiêu dùng sử dụng các sản phẩm không làm hại môi sinh.

Để được đóng dấu Ecomark, sản phẩm phải đạt được ít nhất một trong các tiêu chuẩn sau:

- Việc sử dụng sản phẩm đó không gây ô nhiễm môi trường hoặc có nhưng ít.
- Việc sử dụng sản phẩm đó mang lại nhiều lợi ích cho môi trường.
- Chất thải sau khi sử dụng không gây hại cho môi trường hoặc gây hại rất ít
- Sản phẩm đóng góp đáng kể vào việc bảo vệ môi trường ngoài các cách kể trên.

#### Khuyến nghị

Các nguyên tắc khi thâm nhập thị trường Nhật Bản:

- Tính đa dạng của thị trường (4 mùa, lứa tuổi, khu vực, v..v)

- Sản xuất càng gần với thị trường càng tốt, phản ứng nhanh nhạy với xu hướng của người tiêu dùng. Người tiêu dùng Nhật Bản có đặc điểm nếu họ thấy cần thiết thì dù đắt cũng mua, ngược lại những thứ mà thị trường không thích thì rẻ cũng không thể bán được.
- Chuẩn bị nhiều chủng loại sao cho phong phú cho dù chỉ một mặt hàng, người tiêu dùng muốn lựa chọn nhiều kích cỡ, nhiều chức năng, nhiều hình thái...
- Chất lượng sản phẩm ổn định phải là điều rất quan trọng để giữ chân khách hàng

Xu hướng các nhà nhập khẩu đi tìm hiểu trực tiếp thị trường nước ngoài để tìm kiếm nguồn hàng nhập khẩu mà ít qua các khâu trung gian hay các nhà phân phối để giảm thiểu các chi phí dịch vụ trong những năm gần đây sẽ là những cơ hội mới và cả những thách thức đặt ra cho các nhà sản xuất. Các nhà sản xuất Việt Nam nên chuẩn bị tốt về nguồn nhân lực, kế hoạch và chiến lược kinh doanh của mình để sẵn sàng đón bắt cơ hội này.

Sản phẩm làm cho người Nhật rất thời trang, đòi hỏi sự tỉ mỉ và tay nghề cao của người thợ. Tuy nhiên, các nhà mua hàng Nhật sẵn sàng trả giá cao cho những sản phẩm này. Do vậy, các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam có thể xem đây là cơ hội tốt để thâm nhập thị trường Nhật Bản.

## **B. XU HƯỚNG SẢN PHẨM**

### **1. Xu hướng phát triển sản phẩm/giá trị gia tăng**

- Tính thời trang cao, sản phẩm độc đáo, chất lượng cao
- Xu hướng phát triển sản phẩm gắn liền với bảo vệ môi trường và phát triển bền vững.

### **2. Xu hướng vật liệu, màu sắc, thiết kế và kiểu mẫu**

- Ưu chuộng sự đa dạng trong sản phẩm

### **3. Xu hướng sản xuất/hoàn thiện sản phẩm (finishing)**

- Hầu hết là FOB, ngoài ra còn có CMPT
- Đòi hỏi cao trong hoàn thiện sản phẩm