

GIÀY THỂ THAO HS640319 - ANH

XU HƯỚNG

A. XU HƯỚNG THỊ TRƯỜNG

Xu hướng và hành vi tiêu dùng

Người Anh mua hàng dựa trên nhu cầu thay thế sản phẩm đã có, ngày càng chi tiền nhiều hơn cho việc mua giày dép, và các bậc phụ huynh cũng chi nhiều hơn cho việc mua giày cho con cái họ, do bị ảnh hưởng lớn từ quảng cáo. Thị phần giày thể thao tăng trưởng khá nhanh do ảnh hưởng bởi chương trình quảng cáo rầm rộ của những nhãn hiệu hàng đầu như Nike, Reebok và Adidas, và khách hàng chủ yếu của họ là người tiêu dùng trẻ. Xu hướng người tiêu dùng mang giày thể thao với mục đích thời trang và thường xuyên ngày càng gia tăng. Ngoài những sản phẩm giày thể thao chuyên dụng, giới thể thao cũng muốn những sản phẩm giày thể thao đa chức năng.

Việc sử dụng giày thể thao trong các hoạt động thường ngày rất phổ biến ở Anh. Nhiều giày thể thao, đặc biệt là giày thể thao dành cho trẻ em, thật ra không thích hợp để chơi thể thao, mà được thiết kế vì mục đích mang thường ngày và thời trang. Người tiêu dùng có xu hướng mua giày thể thao để mang đi đường, nhưng về phương diện thời trang, họ (hoặc cha mẹ của họ) luôn sẵn sàng chi nhiều hơn để có được những mẫu mã mới nhất.

Tuy nhiên, trước sự suy thoái của nền kinh tế toàn cầu, người tiêu dùng Anh cũng có những thay đổi trong chi mua mặt hàng giày dép. Họ có xu hướng mua giày dép rẻ tiền hơn, hoặc chọn mua những loại mang thoải mái, vừa vặn và dùng được lâu hơn.

Mặc dù thị trường giày thể thao Anh tăng trưởng chậm trong năm 2008 do ảnh hưởng của sự suy thoái kinh tế toàn cầu, kéo dài sang năm 2009, thị trường này có thể sẽ tăng trưởng trở lại năm 2010, và tăng trưởng hơn nữa kể từ năm 2011 trở đi. Những sự kiện thể thao tiêu biểu trong tương lai như Cúp bóng đá Thế giới năm 2010 tại Nam Phi sẽ tác động đến thị trường này trong toàn khối EU, đặc biệt là Thế vận hội Olympics năm 2012 ở London sẽ đẩy mạnh doanh thu hàng thể thao, cụ thể là mặt hàng giày thể thao ở Anh.

Xu hướng và hành vi ngành

Sự suy giảm về sản xuất của ngành công nghiệp giày dép tại Anh liên tục trong những năm gần đây, với mức sụt giảm lớn hơn mức trung bình của toàn EU, dẫn tới ngành có xu hướng được mở rộng ra bên ngoài. Làn sóng hàng nhập khẩu giá thấp (chủ yếu từ châu Á) tràn vào đã buộc nhiều nhà sản xuất giày dép của Anh phải đóng cửa hoặc chuyển cơ sở sản xuất tới nơi có chi phí thấp để cạnh tranh với hàng nhập khẩu giá rẻ. Ngoài ra, do lạm phát toàn cầu, chi phí sản xuất của những nước gia công hiện nay như Trung Quốc, Việt Nam và Ấn Độ đã tăng. Các nhà sản xuất có xu hướng chuyển đến những nơi rẻ hơn hoặc gần hơn nhằm bảo đảm giao hàng nhanh và thường xuyên cập nhật các bộ sưu tập giày dép cùng với những thay đổi theo mùa.

Ở Anh, ngành công nghiệp sản xuất giày thể thao gần như không hoạt động, chỉ nhen nhóm lên một chút vào năm 2001.

Xu hướng đổi mới

Giày thể thao ngày càng có nhiều đổi mới. Ví dụ, giày thể thao mang đặc tính sinh lý học, giúp mang lại lợi ích của đáng điệu và điểm nổi. Loại giày này có đế nệm tròn và đã tạo được phân khúc riêng và chỗ đứng thích hợp trên thị trường giày thể thao.

Xu hướng đời sống

Hình ảnh của những vận động viên thể thao nổi tiếng, các chương trình thể thao trên truyền hình, làn sóng du nhập những môn thể thao phổ biến ở Hoa Kỳ vào EU, sự khuyến khích tham gia các môn thể thao để tăng cường sức khỏe của chính phủ và những quảng cáo rầm rộ của các nhãn hiệu hàng đầu đã ảnh hưởng đến thói quen mua sắm của người tiêu dùng, khiến họ càng quan tâm đến sản phẩm thể thao hơn, đặc biệt là giày thể thao.

Xu hướng về phân khúc

Phân khúc giày thể thao được chi phối bởi loại giày thể thao được mang thường xuyên, dùng để đi bộ, hoặc giày thể thao có đặc tính kỹ thuật (như giày đá banh, bóng chày, gần đây là giày chơi golf...). Giày thể thao có tầm quan trọng trong phân khúc giày nam giới hơn là phụ nữ, và thậm chí quan trọng hơn trong phân khúc giày của trẻ em và thanh thiếu niên.

Mặc dù có nhiều loại khác nhau liên quan đến từng môn thể thao cụ thể, thị trường giày thể thao nói chung chia nhỏ thành ba nhóm: giày mềm (soft shoes - giày thể thao, giày chạy bộ và giày thể dục), giày cứng

(hard shoes) và giày ống. Giày thể thao phổ biến nhất hiện nay là loại mang lúc rãnh rỗi, mặc dù có một số người sử dụng để chạy bộ. Giày cho những vận động viên điền kinh và giày mang trong phòng tập thể dục cũng đóng vai trò quan trọng trong thị trường giày thể thao. Tuy nhiên, giày dùng cho những môn thể thao riêng biệt không quan trọng bằng giày cho môn thể thao thông dụng hoặc dùng được cho nhiều môn thể thao.

B. XU HƯỚNG SẢN PHẨM

Sản phẩm giày thể thao bằng vải và bằng da được ưa chuộng tương đương nhau, theo sau là giày thể thao bằng cao su hoặc nhựa.

Thị phần của giày dùng để tập thể dục trong nhà đang tăng trưởng cùng với loại giày kết hợp giữa giày chạy bộ và giày đi bộ trọng lượng nhẹ hơn.

Môn thể thao bóng đá hiện đang phát triển, cho cả hai phái nam và nữ. Môn bóng đá gồm bóng đá trong nhà và ngoài sân, cho nên thị phần của giày thể thao cho môn này cũng sẽ tăng trưởng nhanh.

Xu hướng mang các loại giày dép từ trang trọng sang thoải mái cũng tiếp tục tăng trong giới tiêu dùng Anh, được kết hợp bởi xu hướng ngày càng chuộng đồ may mặc thoải mái. Đối với các loại giày dép mang thoải mái dành cho cả nam giới, phụ nữ và trẻ em, các mẫu mã thiết kế kết hợp để cho ra đời các sản phẩm vừa có dáng thể thao vừa thanh nhã đang ngày càng tăng. Khối lượng các đôi giày dép nhẹ hơn, mang thoải mái hơn.

Năm 2009, xu hướng xuân hè của giày thể thao có kiểu dáng thanh lịch nhưng sang trọng và thoải mái. Nguyên liệu chủ yếu sẽ là da và vải, kèm theo hoa văn lưới, phong cách trang trí kiểu võ sò.