

## THỊ TRƯỜNG NHẬT BẢN – NỘI THẤT PHÒNG KHÁCH VÀ PHÒNG ĂN (HS 940360) - XU HƯỚNG VÀ HÀNH VI TIÊU DÙNG

### 1. Xu hướng và hành vi tiêu dùng

- **Chất lượng**

Hai khía cạnh rất quan trọng đối với kinh doanh tại Nhật Bản là hàng hóa chất lượng cao và dịch vụ hậu mãi tốt. Khách hàng Nhật Bản thường rất lựa chọn và kỹ tính nhưng khi đã thuyết phục được họ về chất lượng sản phẩm họ sẽ trở thành những khách hàng rất trung thành. Điều này đúng cả đối với khách hàng là công ty. Nếu công ty xuất khẩu có thể giao đúng loại hàng mà khách hàng cần, họ sẽ sẵn sàng chấp nhận sản phẩm đó, đôi khi với mức giá cao. Điều này cho phép các doanh nghiệp thu được lợi nhuận cao trên thị trường Nhật Bản, hơn là so với các thị trường châu Á khác.

- **Giá cả**

Hiện nay do ảnh hưởng suy thoái, khách hàng Nhật rất hạn chế chi tiêu đối với các sản phẩm xa xỉ, quan trọng nhất là phù hợp. Đặc biệt mức giá có thể rất cao hoặc rất thấp, tùy chất lượng hàng hóa.

- **Xu hướng của ngành**

Thị hiếu của thị trường Nhật Bản là sản phẩm phải thực sự độc đáo và khác biệt. Người tiêu dùng Nhật cũng ngày càng quan tâm đến việc trang trí nhà cửa. Do không gian sống chật hẹp, người Nhật thường mua các loại sản phẩm kích thước nhỏ hơn so với người châu Âu. 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.

- **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.

### 2. Xu hướng phân phối

Do không gian đất đai ngày càng hạn hẹp, các nhà bán lẻ Nhật ngày càng chuộng không gian nhỏ hẹp hơn tại các khu vực đô thị, thành phố lớn. Các trung tâm mua sắm lớn thường nằm ở khu vực ngoại ô và khá xa để mua sắm đồ thường nhật, tuy nhiên đối với đồ nội thất điều này không mấy ảnh hưởng. Hai nhà bán lẻ lớn nhất Nhật Bản vẫn là AEON và 7-Eleven. Về sản phẩm đồ nội thất, nhà bán lẻ lớn nhất Nhật Bản vẫn là IKEA, tuy doanh số bán của hãng trong năm 2012 không mấy khả quan. Do xu hướng già hóa về dân số của thị trường, các dịch vụ tiện ích như dịch vụ giao nhận tại nhà rất quan trọng với người tiêu dùng, đặc biệt đối với lĩnh vực đồ nội thất.

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

Sản phẩm thiết kế và trang trí nội thất ngày càng được ưa chuộng bởi người trẻ tuổi Nhật Bản. Đây cũng là độ tuổi bắt đầu lựa chọn đồ nội thất cho gia đình. Tuy nhiên, nhà xuất khẩu nước ngoài nên quan tâm đến việc thị trường Nhật đang phải đối diện với tỉ lệ sinh giảm, dân số già, và số lượng người độc thân cao. Các loại đồ nội thất đắt tiền thường được mua bởi những người Nhật trong độ tuổi từ 30 – 60 tuổi. Do đó khi thiết kế chương trình tiếp thị, khuyến mãi hay phân phối cần thiết kế cho phù hợp với độ tuổi này.

#### 4. 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.

#### 5. 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.

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 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://propertyhomee.blogspot.com/2013/04/furniture-trends-asian-influence.html>

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