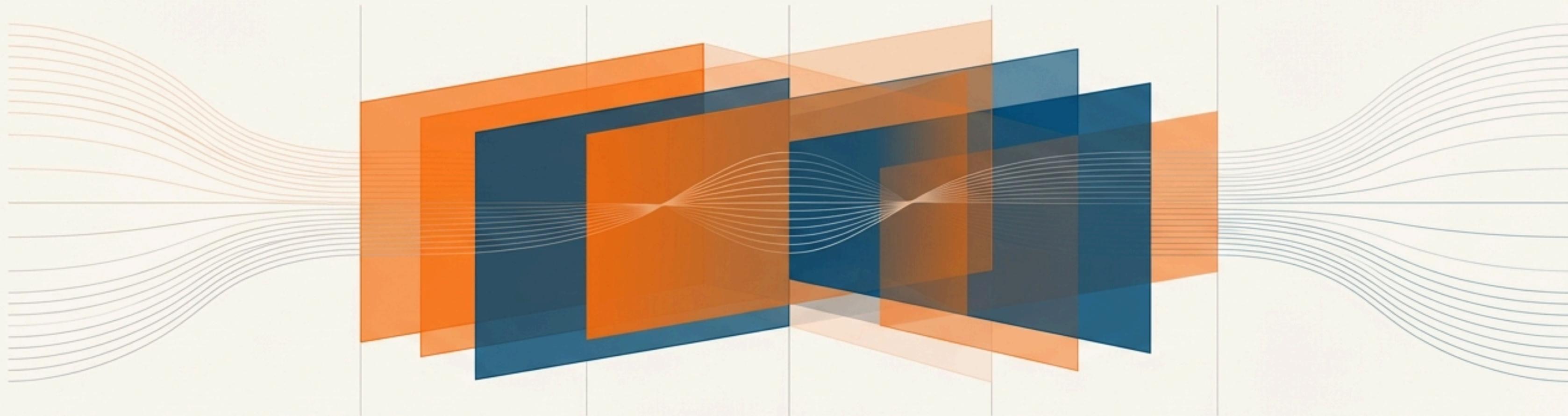


# Thị trường Thương mại điện tử Việt Nam 2025: Kỷ nguyên Tái Định Hình

Tăng trưởng đến từ **CHIỀU SÂU**, không phải **CHIỀU RỘNG**.



Tổng Doanh Thu (GMV)

**429.7 Nghìn Tỷ VNĐ**

Tăng trưởng

**+34.75% so với 2024**

# Bức tranh Thị trường 2025 qua 4 Chuyển dịch Chính



## Tăng Trưởng Bùng Nổ Nhưng Chọn Lọc Hơn

Doanh thu toàn thị trường (4 sàn) đạt **429.7 nghìn tỷ VND**, tăng trưởng **+34.75%**, nhưng cuộc chơi không còn dành cho tất cả mọi người.



## Cuộc Sàng Lọc Lớn Nhất Từ Trước Tới Nay

Tăng trưởng doanh thu đi ngược với số lượng nhà bán. **Gần 48,000 nhà bán đã rời khỏi thị trường** (-7.43%), thị phần tập trung vào các tay chơi chuyên nghiệp và có năng lực vận hành.



## Trật Tự Mới Được Thiết Lập

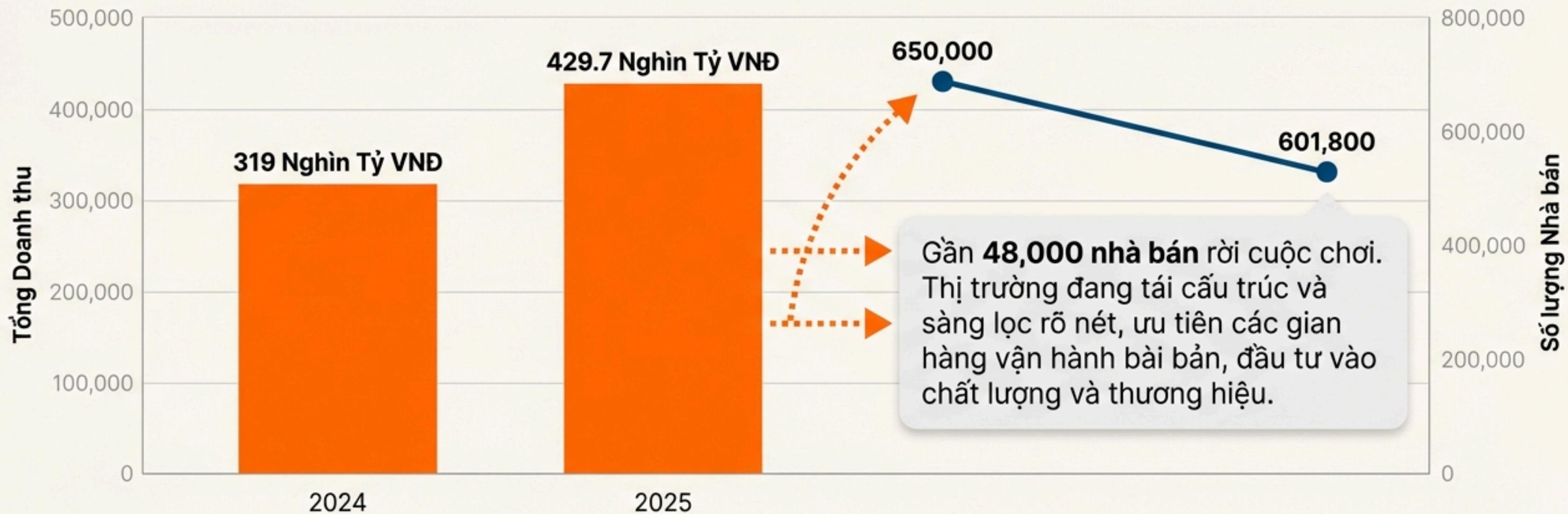
Thị phần thay đổi mạnh mẽ. **TikTok Shop vươn lên chiếm 41.3% thị phần doanh số**, thách thức vị thế thống trị của Shopee (còn **56%**). Cuộc đua song mã chính thức bắt đầu.



## Người Tiêu Dùng "Nâng Cấp" Giỏ Hàng

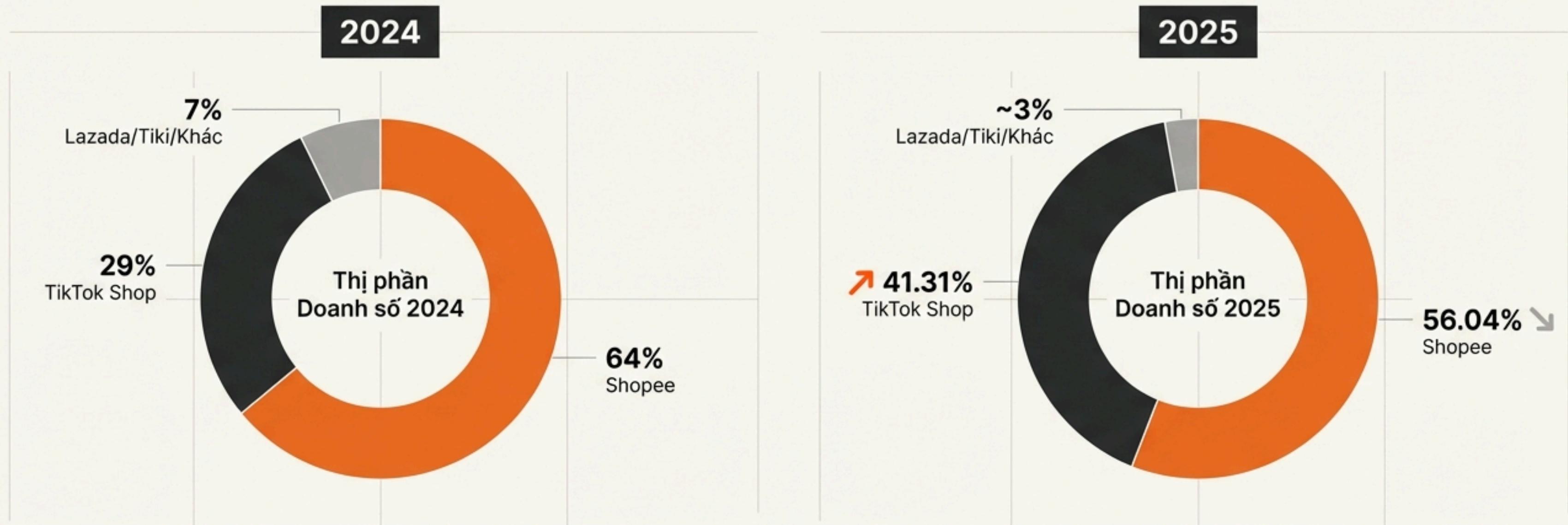
Tăng trưởng doanh thu (**+34.75%**) cao hơn gấp đôi tăng trưởng sản lượng (**+15.23%**). Người mua sẵn sàng chi trả cao hơn cho sản phẩm chất lượng, thúc đẩy xu hướng cao cấp hóa.

# Tăng trưởng theo Chiều sâu: Doanh thu Tăng, Nhà bán Giảm



- Áp lực về chi phí, cạnh tranh khốc liệt và yêu cầu ngày càng cao từ người tiêu dùng khiến nhiều gian hàng nhỏ lẻ phải rút lui.
- Thị phần đang tập trung vào nhóm nhà bán chuyên nghiệp, có năng lực xây dựng thương hiệu và tối ưu vận hành. Đây là bước chuyển tất yếu sang giai đoạn phát triển bền vững hơn.

# Cuộc Đua Song Mã: Shopee đổi mặt với Thách thức Lớn nhất từ TikTok Shop



## \*\*Vị Vua tại vị\*\*

Duy trì vị thế dẫn đầu nhưng đà tăng trưởng chậm lại.

## \*\*Kẻ Trỗi Dậy Phá Vỡ Cuộc Chơi\*\*

Tăng trưởng vượt bậc nhờ mô hình "mua sắm kết hợp giải trí".

# Lý do Dịch chuyển: "Shoppertainment" định hình lại Hành trình Mua sắm



## Nội dung là Vua (Content is King)

Người mua ngày nay ưa chuộng trải nghiệm mua sắm có nội dung, được truyền cảm hứng qua video ngắn và livestream. Họ muốn được giải trí, khám phá và tương tác, thay vì chỉ tìm kiếm sản phẩm đơn thuần.



## Cảm xúc Thúc đẩy Chuyển đổi (Emotion Drives Conversion)

Các chương trình khuyến mãi (flash sale, mã giảm giá) được tích hợp trực tiếp vào nội dung giải trí. Điều này rút ngắn đáng kể hành trình ra quyết định, thúc đẩy mua hàng mang tính cảm xúc cao và tăng tần suất giao dịch.

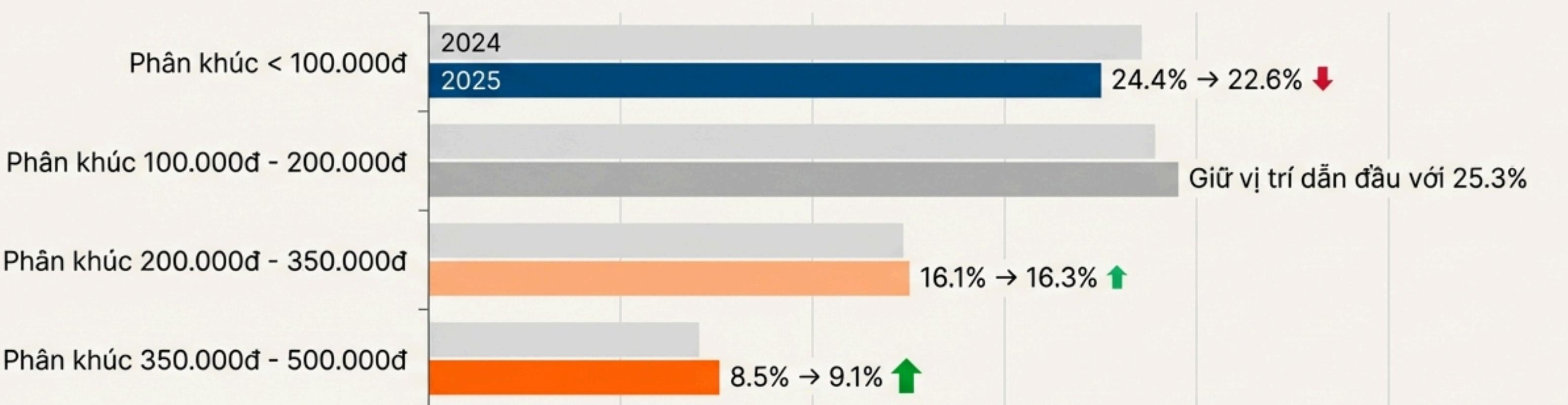


## Hệ sinh thái Liên mạch (Seamless Ecosystem)

Trải nghiệm mua sắm được tích hợp hoàn toàn từ xem nội dung đến thanh toán trong một nền tảng duy nhất. Sự tiện lợi tối đa giữ chân người dùng và khuyến khích họ chi tiêu nhiều hơn.

# Giỏ hàng được Nâng cấp: Người tiêu dùng Chi tiêu Nhiều hơn cho mỗi Sản phẩm

**Be Vietnam Pro:** Tăng trưởng Doanh số (**+34.75%**) cao hơn **GẤP ĐÔI** Tăng trưởng Sản lượng bán ra (**+15.23%**).



**\*\*Insight Summary\*\*:** Người tiêu dùng đang chuyển dịch sang các sản phẩm có giá trị cao hơn. Họ không chỉ săn lùng giá rẻ mà còn quan tâm đến chất lượng, độ bền và trải nghiệm sử dụng. Thị trường đang trưởng thành.

# Case Study Ngành Làm Đẹp: Chất lượng và Thương hiệu định hình lại cuộc chơi

Ngành Làm Đẹp dẫn đầu về doanh số toàn thị trường với **74.5 nghìn tỷ VNĐ**.

## Spotlight: Kem Dưỡng Ẩm (Quý 4/2025)

Doanh số: 1,577 tỷ VNĐ, **tăng trưởng +39%** so với cùng kỳ.

Số lượng shop: **Giảm mạnh -25%**.

Tăng trưởng đến từ hiệu quả kinh doanh trên mỗi shop còn lại, không phải từ việc tăng số lượng người bán.

## Tăng trưởng Doanh số Phân khúc Giá Kem Dưỡng Ẩm (Q4/2025 vs Q4/2024)



**Conclusion:** Người tiêu dùng ngành Làm đẹp sẵn sàng chi trả cao cho sản phẩm có công dụng chuyên biệt, uy tín thương hiệu và được chứng thực hiệu quả.

# Case Study Ngành Mẹ & Bé: Cha mẹ Thế hệ mới Ưu tiên Đầu tư cho Chất lượng

Ngành Mẹ & Bé đạt **16.7 nghìn tỷ VNĐ** doanh số (9 tháng đầu 2025), tăng trưởng bền vững **+32.8%**.



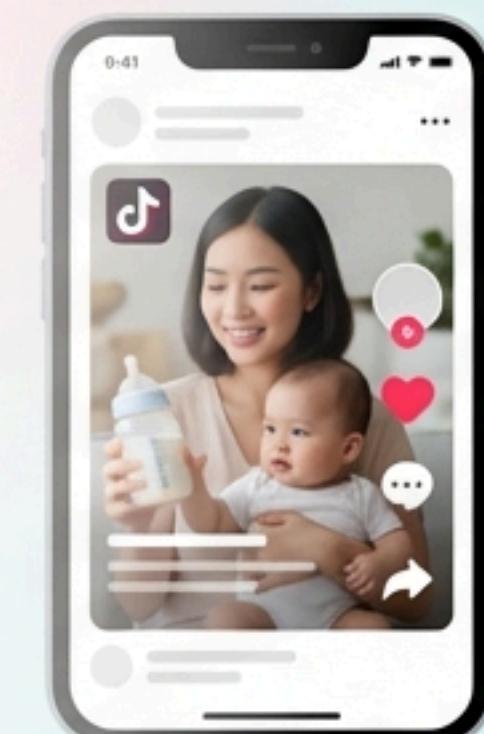
## Tã Bỉm Dùng Một Lần

- Doanh số tăng trưởng đột phá **+89%**.
- Xu hướng cao cấp hóa rõ rệt: các dòng tã organic, tã cho da nhạy cảm thu hút chi tiêu lớn.



## Sữa Công Thức

- Doanh số tăng trưởng mạnh mẽ **+40%**.
- TikTok Shop trở thành động lực tăng trưởng mới (+62%), nơi nội dung tư vấn, chia sẻ kiến thức nuôi con thúc đẩy quyết định mua.



## Key Trend: “Niềm tin là yếu tố quyết định.”

Phụ huynh ngày càng ưu tiên mua sắm tại các gian hàng chính hãng (Shop Mall) để đảm bảo nguồn gốc và chất lượng. Doanh số Shop Mall trong ngành chiếm tới **49%** và đang tăng mạnh.

# Phân tích Sâu Sữa Công Thức: Tăng trưởng đến từ các Phân khúc Chuyên biệt

## 1. Phân khúc Cao cấp Dẫn dắt

Tăng trưởng Doanh số theo Mức giá



## 2. Nhu cầu cho Giải pháp Đặc trị



Sữa “Organic” (hữu cơ):  
Tăng trưởng **+58%**.



Sữa “Không/ít Lactose”:  
Tăng trưởng **+35%**.

**Insight:** Phụ huynh không chỉ mua “sữa đủ dinh dưỡng” mà tìm kiếm “giải pháp cho vấn đề cụ thể” của con.

## 3. Sự Tiện lợi Lên ngôi

**+131%**



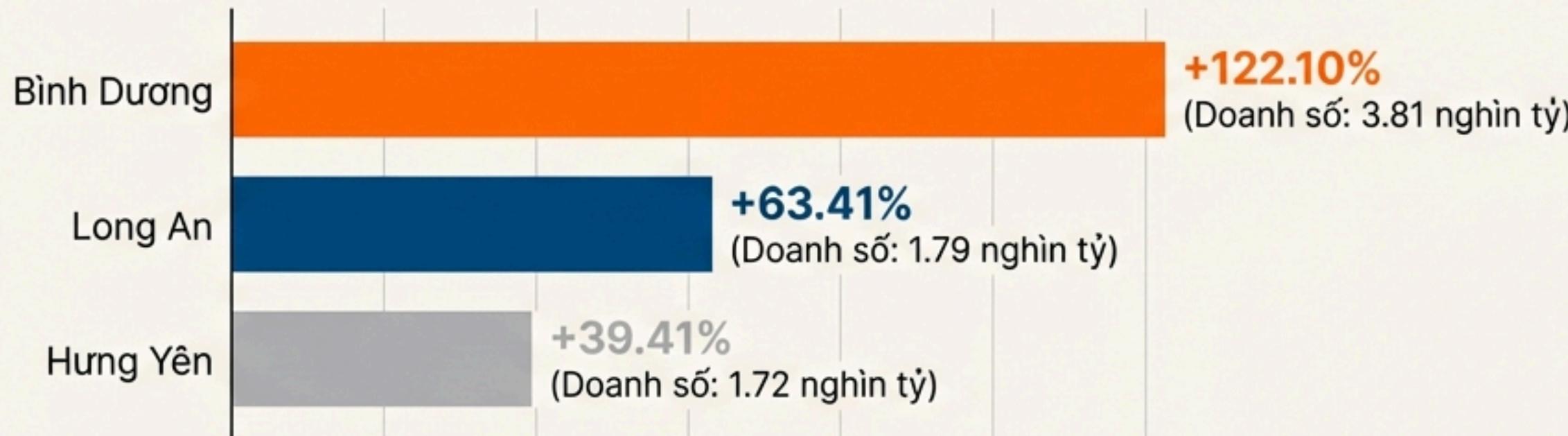
Sữa Nước pha sẵn ghi nhận mức tăng trưởng bùng nổ, đáp ứng nhu cầu của nhịp sống hiện đại.

**Strategic Takeaway:** Dư địa tăng trưởng lớn nhất nằm ở các dòng sản phẩm giá trị cao, giải quyết các nhu cầu chuyên biệt và mang lại sự tiện lợi vượt trội.

# Tăng trưởng Vượt ra ngoài Trung tâm: Các Tỉnh Công nghiệp trở thành Động lực Mới

Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh vẫn là hai thị trường lớn nhất, chiếm tổng cộng **83%** doanh số trên Shopee.

## Tốc độ Tăng trưởng Doanh số Vượt trội (2025)

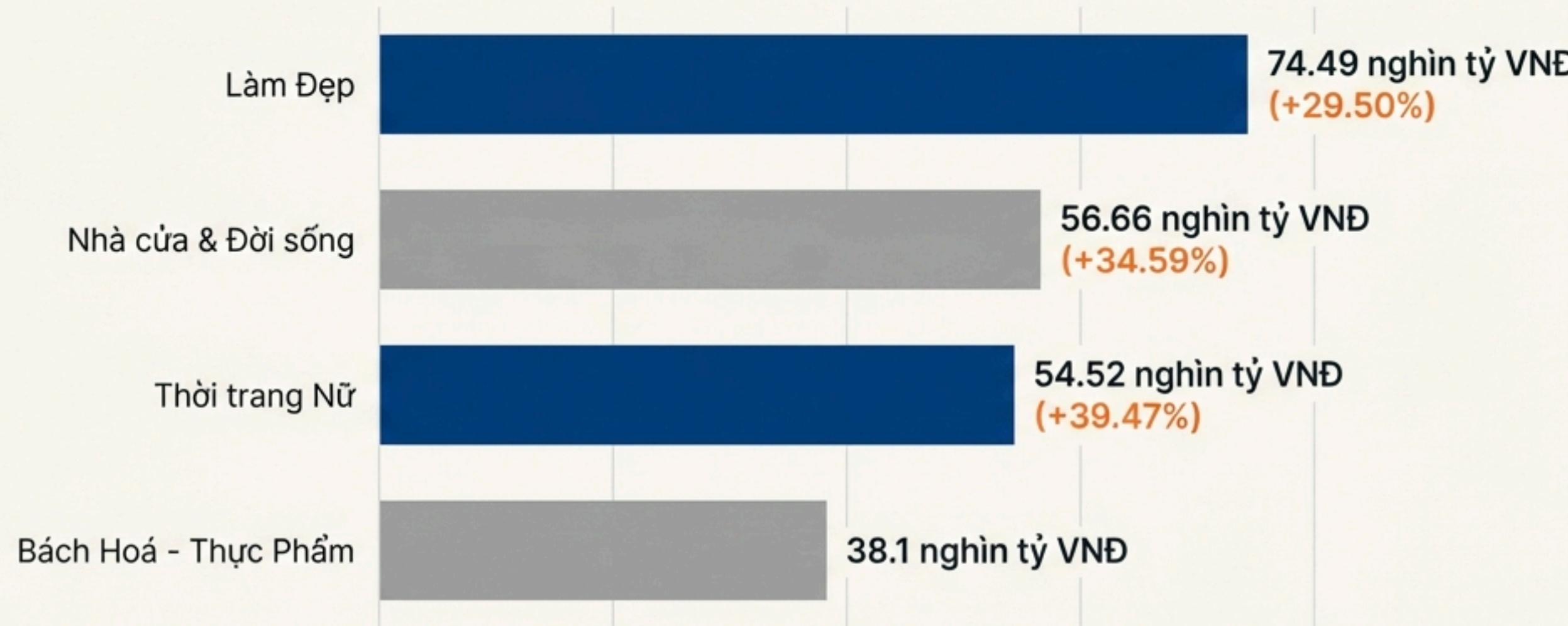


### Key Insight:

- Sự tăng trưởng này phản ánh xu hướng dịch chuyển hạ tầng kho vận và nguồn cung ra ngoài hai trung tâm kinh tế lớn.
- Doanh nghiệp đang tối ưu chi phí vận hành và rút ngắn thời gian **giao hàng đến người tiêu dùng** tại các khu vực lân cận.
- Thị trường TMĐT đang phát triển đồng đều hơn trên cả nước.



# Top Ngành hàng Dẫn dắt Doanh thu Thị trường 2025



## Những Ngôi sao Tăng trưởng

- ★ Thời trang Trẻ em: +80.46%
- ★ Văn phòng phẩm: +54.76%
- ★ Sức khỏe: +46.89%

**Overall Insight:** Người tiêu dùng Việt Nam ngày càng ưu tiên các sản phẩm chăm sóc cá nhân và hàng tiêu dùng thiết yếu trên kênh TMĐT.

# Tái Định Hình Chiến lược cho Kỷ nguyên Mới 2026

Năm 2025 đã chứng kiến sự trưởng thành của thị trường. Quá trình sàng lọc nhà bán, dịch chuyển thị phần và thay đổi hành vi người mua cho thấy tăng trưởng giờ đây đến từ **CHIỀU SÂU**.

## Từ Bán hàng đến Xây dựng Thương hiệu (From Selling to Brand Building)

Trong một thị trường đông đúc, thương hiệu uy tín và câu chuyện hấp dẫn sẽ chiến thắng. Đầu tư vào Shop Mall và nội dung chất lượng là bắt buộc.

## Từ Mở rộng Quy mô đến Tối ưu Vận hành (From Scale to Efficiency)

Lợi thế cạnh tranh không còn nằm ở giá rẻ, mà ở khả năng vận hành tinh gọn, quản lý tồn kho thông minh và trải nghiệm khách hàng vượt trội.

## Từ Cảm tính đến Dữ liệu (From Intuition to Data)

Hiểu rõ thị trường, nắm bắt hành vi người tiêu dùng và ra quyết định dựa trên dữ liệu thực tế là chìa khóa để tồn tại và bứt phá trong môi trường cạnh tranh khốc liệt.

**Kỷ nguyên “tăng trưởng nóng” đã qua. Chào mừng đến với giai đoạn cạnh tranh bằng sự chuyên nghiệp, hiệu quả và thấu hiểu khách hàng.**