

Amazon hướng tới đưa Việt Nam thành trung tâm xuất khẩu thương mại điện tử của Đông Nam Á

07:47 08/11/2025

Vừa qua tại Hà Nội, Amazon Global Selling tổ chức Hội nghị Thường niên 2025 với chủ đề “Đột phá công nghệ – Bứt phá xuất khẩu toàn cầu”, thu hút hơn 1.500 doanh nhân, doanh nghiệp và đối tác quốc tế. Sự kiện đánh dấu bước tiến quan trọng trong chiến lược đưa Việt Nam trở thành trung tâm xuất khẩu thương mại điện tử của khu vực Đông Nam Á.

Phát biểu tại hội nghị, ông Jim Yang, Giám đốc Phát triển thị trường châu Á – Thái Bình Dương của Amazon Global Selling, nhận định: “Tinh thần khởi nghiệp và năng lực sản xuất của Việt Nam mở ra cơ hội to lớn để thúc đẩy xuất khẩu qua thương mại điện tử”. Ông cho biết, Amazon đang không ngừng mở rộng hệ sinh thái hỗ trợ doanh nghiệp Việt thông qua công nghệ, logistics và trí tuệ nhân tạo.

Theo kế hoạch, Amazon Global Selling sẽ đầu tư mạnh vào hệ thống logistics và các công cụ AI giúp tối ưu quy trình kinh doanh xuyên biên giới. Dự kiến trong năm 2026, chương trình Amazon Global Logistics (AGL) sẽ chính thức ra mắt tại Việt Nam, giúp doanh nghiệp giảm chi phí vận chuyển, rút ngắn thời gian giao hàng và nâng cao trải nghiệm khách hàng toàn cầu. Bên cạnh đó, trung tâm NAMI cũng được giới thiệu như nền tảng cung cấp kiến thức, đào tạo và kết nối cộng đồng nhà bán hàng Việt.



Toàn cảnh Hội nghị Thường niên 2025 với chủ đề “Đột phá công nghệ - Bứt phá xuất khẩu toàn cầu”.

Năm 2025 đánh dấu 25 năm Amazon chào đón nhà bán hàng độc lập đầu tiên. Đến nay, họ đã đóng góp hơn 60% tổng lượng sản phẩm tiêu thụ trên Amazon, với doanh thu vượt 2,5 nghìn tỷ USD – minh chứng cho sức mạnh của mô hình xuất khẩu xuyên biên giới.

Tại Việt Nam, các doanh nghiệp tham gia Amazon ghi nhận mức tăng trưởng gần 35% về sản lượng bán hàng trong 7 tháng đầu năm 2025 so với cùng kỳ 2024. Dịch vụ FBA (Fulfillment by Amazon) tiếp tục là “đòn bẩy” quan trọng, với lượng hàng hóa qua kênh này tăng khoảng 40%.

Các nhóm hàng Việt Nam có sức tiêu thụ cao gồm: đồ gia dụng, nhà bếp, thời trang, chăm sóc sức khỏe và mỹ phẩm. Nhiều thương hiệu như Coolmate, Green Mekong, VIDA Farm hay VINUT đang khẳng định vị thế trên thị trường quốc tế, góp phần lan tỏa thương hiệu Việt và hiện thực hóa mục tiêu đưa Việt Nam trở thành điểm sáng của xuất khẩu số toàn cầu.

Nam Sơn (t/h)