

Bán lẻ hiện đại tăng tốc phủ sóng, mở rộng dư địa tăng trưởng

06:17 19/05/2026

Trong bối cảnh sức mua trong nước phục hồi tích cực và thị trường bán lẻ Việt Nam tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng cao, nhiều doanh nghiệp bán lẻ đang tăng tốc mở rộng hệ thống cửa hàng nhằm chiếm lĩnh thị phần và tạo nền tảng cho giai đoạn phát triển mới.

Đẩy mạnh mở cửa hàng về nông thôn, gia tăng hiện diện ngoài đô thị lớn

Theo báo cáo kinh doanh mới nhất của WinCommerce, doanh nghiệp đã mở rộng thêm hàng trăm cửa hàng trong những tháng đầu năm 2026 và tiếp tục đặt mục tiêu tăng tốc mở mới trong thời gian tới. Đáng chú ý, phần lớn các điểm bán mới tập trung tại khu vực nông thôn, cho thấy chiến lược mở rộng mạng lưới đang dịch chuyển mạnh về các địa bàn ngoài thành phố lớn.

Việc đẩy mạnh hiện diện tại nông thôn được đánh giá là bước đi chiến lược khi khu vực này vẫn còn nhiều dư địa phát triển. Nhu cầu tiêu dùng tại các huyện, thị xã và vùng ven đang gia tăng nhanh, trong khi hệ thống bán lẻ hiện đại chưa phủ kín như ở đô thị lớn. Với lợi thế về thương hiệu, nguồn hàng ổn định và giá niêm yết minh bạch, các chuỗi cửa hàng hiện đại đang dần thay đổi thói quen mua sắm của người dân.



Hệ thống bán lẻ hiện đại mở rộng mạnh về nông thôn, tạo thêm động lực tăng trưởng cho thị trường tiêu dùng nội địa

Song song với mở rộng hệ thống, doanh thu của nhiều doanh nghiệp bán lẻ cũng ghi nhận mức tăng trưởng tích cực. Các mô hình cửa hàng tiện lợi, siêu thị mini và chuỗi bán lẻ tích hợp dịch vụ đang trở thành động lực tăng trưởng mới nhờ đáp ứng nhu cầu mua sắm nhanh, tiện lợi và bảo đảm chất lượng hàng hóa.

Không chỉ doanh nghiệp nội địa, nhiều tập đoàn bán lẻ nước ngoài cũng tiếp tục mở rộng đầu tư tại Việt Nam. Central Retail hiện đã phát triển hàng trăm điểm bán và trung tâm thương mại tại nhiều tỉnh, thành trên cả nước. Theo đại diện doanh nghiệp, Việt Nam vẫn là một trong những thị trường chiến lược nhờ quy mô dân số lớn, tốc độ đô thị hóa cao và tầng lớp trung lưu gia tăng nhanh chóng.

Sức mua phục hồi cùng chuyển đổi số tạo động lực mới cho ngành bán lẻ Việt Nam

Động lực mở rộng của các doanh nghiệp bán lẻ diễn ra trong bối cảnh thị trường tiêu dùng nội địa tiếp tục tăng trưởng tích cực. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng những tháng đầu năm 2026 duy trì mức tăng khá, phản ánh niềm tin tiêu dùng đang dần cải thiện.

Trong bối cảnh kinh tế thế giới còn nhiều biến động, thị trường trong nước được xem là động lực quan trọng giúp duy trì tăng trưởng kinh tế. Các doanh nghiệp bán lẻ vì vậy không chỉ mở rộng mạng lưới mà còn đẩy mạnh chuyển đổi số, phát triển thương mại điện tử và ứng dụng công nghệ trong quản trị vận hành nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Nhiều chuỗi bán lẻ hiện triển khai đồng thời mô hình bán hàng trực tiếp và trực tuyến, tích hợp giao hàng nhanh, thanh toán không tiền mặt và chương trình khách hàng thân thiết. Điều này giúp doanh nghiệp tiếp cận người tiêu dùng hiệu quả hơn, đồng thời gia tăng trải nghiệm mua sắm trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt.

Bên cạnh đó, ngành Công Thương cũng đang thúc đẩy phát triển hệ thống logistics, trung tâm thương mại và các mô hình bán lẻ hiện đại nhằm kích thích tiêu dùng nội địa. Việc giảm chi phí logistics và hoàn thiện hạ tầng phân phối được kỳ vọng sẽ tạo thêm dư địa tăng trưởng cho doanh nghiệp bán lẻ trong giai đoạn tới.

Theo các chuyên gia, thị trường bán lẻ Việt Nam vẫn còn nhiều tiềm năng nhờ quy mô dân số lớn, tốc độ đô thị hóa nhanh và xu hướng tiêu dùng hiện đại ngày càng rõ nét. Trong cuộc cạnh tranh mới, lợi thế không chỉ thuộc về doanh nghiệp có quy mô lớn mà còn nằm ở khả năng mở rộng nhanh, tối ưu vận hành và thích ứng với thay đổi của hành vi tiêu dùng.

Nam Sơn (t/h)