TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Bán lẻ Việt Nam chuyển mình mạnh mẽ trong kỷ nguyên tiêu dùng mới

07:28 29/10/2025

Sự dịch chuyển mạnh mẽ trong hành vi tiêu dùng, hướng tới sản phẩm xanh, bền vững cùng với làn sóng chuyển đổi số đang định hình lại ngành bán lẻ Việt Nam.

Tại Diễn đàn Chính sách phát triển thương mại trong nước ngày 28/10/2025, bà Trần Thị Phương Lan, Chủ tịch Hiệp hội Các nhà bán lẻ Việt Nam, nhấn mạnh rằng doanh nghiệp cần thay đổi toàn diện để thích ứng với thị trường mới, nơi tốc độ phục hồi đi kèm với những yêu cầu về đổi mới sáng tạo và phát triển bền vững.



Bà Trần Thị Phương Lan – Chủ tịch Hiệp hội Các nhà bán lẻ Việt Nam phát biểu tại diễn đàn

Theo bà Lan, năm 2025, nhờ các chính sách kích cầu tiêu dùng, hỗ trợ doanh nghiệp và tăng thu nhập người dân, niềm tin tiêu dùng được củng cố rõ rệt. Thị

trường bán lẻ Việt Nam trở thành điểm đến chiến lược của các thương hiệu quốc tế với dân số trẻ, tầng lớp trung lưu mở rộng, chi phí vận hành hợp lý. Hiện cả nước có khoảng 1.270 siêu thị, 270 trung tâm thương mại, gần 250.000 cửa hàng tiện lợi và hơn 7.500 cửa hàng FDI như MM Mega Market, Aeon, Lotte Mart, Go Market... Tỷ trọng bán lẻ qua kênh hiện đại đã chiếm hơn 40% và tiếp tục tăng, khẳng định xu thế phát triển hạ tầng thương mại văn minh, hiện đại.

Các chuyên gia dự báo, giai đoạn 2025–2030, Việt Nam duy trì tốc độ tăng trưởng GDP khoảng 8%/năm, tổng mức bán lẻ và doanh thu dịch vụ có thể tăng trên 12%, đứng trong nhóm cao nhất khu vực. Đồng thời, người tiêu dùng sẵn sàng chi trả cao hơn cho sản phẩm chất lượng, thân thiện môi trường và minh bạch nguồn gốc. Khảo sát của PwC Việt Nam cho thấy, 74% người tiêu dùng sẵn sàng trả cao hơn 20% cho sản phẩm tái chế hoặc bền vững.

Để thích ứng, doanh nghiệp cần chuyển đổi số toàn diện, phát triển hệ thống bán hàng đa kênh, ứng dụng AI trong quản lý đơn hàng và cá nhân hóa khuyến mãi. Nâng cấp logistics, xây dựng chuỗi cung ứng lạnh, và đầu tư mô hình cửa hàng trải nghiệm (phygital) giúp tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng. Hỗ trợ SMEs, thúc đẩy thanh toán số và fintech, cùng ứng dụng Big Data trong dự báo nhu cầu là những yếu tố then chốt nâng cao năng lực cạnh tranh.



Các chuỗi siêu thị, đại siêu thị từng bước xanh hoá quy trình phân phối

Bên cạnh đó, xu hướng bán lẻ xanh và kinh tế tuần hoàn được khuyến khích: Giảm nhựa dùng một lần, tối ưu bao bì, thu hồi sản phẩm cũ, ưu tiên nhà cung cấp thân thiện môi trường. Đồng thời, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao

là nền tảng để doanh nghiệp thích ứng với kỷ nguyên số.

Về chính sách, bà Lan kiến nghị hoàn thiện khung pháp lý, cải cách thủ tục hành chính, hỗ trợ hạ tầng thương mại vùng sâu, thu hút FDI vào logistics và thương mại điện tử, cùng các cơ chế tài chính và đào tạo nhân lực. Quản lý chặt chẽ sàn thương mại điện tử và bảo vệ thị trường nội địa cũng là yếu tố quan trọng.

“Với các giải pháp đổi mới toàn diện, thị trường bán lẻ Việt Nam có cơ sở phục hồi mạnh mẽ, trở thành một trong những thị trường hấp dẫn nhất Đông Nam Á", bà Lan khẳng định.

Nam Sơn *(t/h)*