TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Chuỗi 40.000 cửa hàng tiện lợi Trung Quốc gia nhập thị trường Việt Nam, cạnh tranh thêm sôi động

08:14 02/05/2026

Một “tân binh” đáng chú ý trong lĩnh vực bán lẻ tiện lợi vừa chính thức xuất hiện tại Việt Nam khi chuỗi cửa hàng lớn nhất Trung Quốc – Meiyijia – triển khai kế hoạch mở rộng ra khu vực Đông Nam Á. Thương hiệu này sẽ hoạt động tại thị trường mới dưới tên gọi Ohmee, với sự hợp tác cùng các đối tác bản địa.

Ra đời từ năm 1997, Meiyijia đã có quá trình tăng trưởng nhanh chóng tại Trung Quốc. Sau khi đạt mốc 20.000 cửa hàng vào năm 2020, doanh nghiệp này tiếp tục mở rộng với tốc độ ấn tượng, cán mốc khoảng 40.000 điểm bán chỉ trong vài năm gần đây. Sự bứt phá này được cho là nhờ việc áp dụng mạnh mẽ công nghệ số vào quản lý vận hành, từ chuỗi cung ứng đến hệ thống nhượng quyền.

Không chỉ dừng lại ở mô hình bán lẻ truyền thống, Meiyijia còn xây dựng hệ sinh thái phân phối hàng tiêu dùng nhanh, đặc biệt trong lĩnh vực đồ uống và thực phẩm tiện lợi. Việc hợp tác với các thương hiệu lớn trong ngành đã giúp doanh nghiệp mở rộng tầm ảnh hưởng ra nhiều thị trường quốc tế, tạo nền tảng cho chiến lược “xuất ngoại”.



Cửa hàng Ohmee đầu tiên xuất hiện tại Hà Nội đánh dấu bước chân của “ông lớn” bán lẻ Trung Quốc

Tại Đông Nam Á, Việt Nam và Malaysia được lựa chọn là những điểm đến đầu tiên. Theo xác nhận từ phía Ohmee, ba cửa hàng đầu tiên đã được khai trương tại Hà Nội, đánh dấu bước đi ban đầu trong hành trình thâm nhập thị trường. Tuy nhiên, giới chuyên gia nhận định đây mới chỉ là giai đoạn thử nghiệm, khi doanh nghiệp cần thời gian để điều chỉnh mô hình kinh doanh phù hợp với đặc thù địa phương.

Thị trường cửa hàng tiện lợi tại Việt Nam hiện đang có sự cạnh tranh gay gắt với sự hiện diện của nhiều thương hiệu lớn. WinMart+ dẫn đầu về số lượng cửa hàng, theo sau là các chuỗi quốc tế như Circle K, GS25, FamilyMart và 7-Eleven. Các doanh nghiệp này đã xây dựng được hệ thống phân phối rộng khắp và có sự am hiểu nhất định về hành vi tiêu dùng trong nước.

Dù vậy, thị trường vẫn được đánh giá còn nhiều dư địa tăng trưởng. Quy mô ngành được dự báo đạt hàng trăm triệu USD với tốc độ tăng trưởng hai con số mỗi năm, nhờ sự thay đổi trong lối sống và nhu cầu tiêu dùng, đặc biệt ở nhóm khách hàng trẻ. Xu hướng phát triển các cửa hàng tiện lợi như “trạm dịch vụ” tích hợp nhiều tiện ích cũng đang mở ra cơ hội cho các nhà bán lẻ mới.

Tuy nhiên, thách thức đối với Ohmee không nhỏ. Sự khác biệt về thu nhập, thói quen mua sắm và cấu trúc đô thị giữa Việt Nam và Trung Quốc đòi hỏi doanh nghiệp phải có chiến lược thích nghi linh hoạt. Bên cạnh đó, áp lực cạnh tranh từ các thương hiệu đã có chỗ đứng trên thị trường cũng là yếu tố cần được tính

toán kỹ lưỡng.

Việc một “ông lớn” bán lẻ như Meiyijia gia nhập thị trường được kỳ vọng sẽ làm gia tăng mức độ cạnh tranh, đồng thời mang đến thêm lựa chọn cho người tiêu dùng. Trong dài hạn, thành công của thương hiệu này sẽ phụ thuộc vào khả năng nội địa hóa mô hình kinh doanh và tận dụng hiệu quả tiềm năng của thị trường bán lẻ Việt Nam.

Nam Sơn