

Cuộc đua "nước rút" cuối năm 2025: Bán lẻ bùng nổ khuyến mại, hướng tới mục tiêu tăng trưởng trên 9%

06:12 12/11/2025

Thị trường bán lẻ Việt Nam đang bước vào giai đoạn "nước rút" với những tín hiệu phục hồi vững chắc. Để đạt mục tiêu tăng trưởng cuối năm, các chuỗi bán lẻ lớn đang đồng loạt tung ra chuỗi sự kiện giảm giá quy mô, kết hợp kênh truyền thống và thương mại điện tử.



Bán lẻ Việt Nam bùng nổ khuyến mại (Ảnh minh họa)

Thị trường nội địa phục hồi vững chắc

Theo Cục Thống kê, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng 10 tháng năm 2025 đạt 5.772,9 nghìn tỷ đồng, tăng 9,3%. Kết quả này phản ánh xu hướng phục hồi vững chắc của thị trường nội địa, được củng cố bởi việc kiểm soát tốt lạm phát và các chính sách kích cầu tiêu dùng.



Các chuỗi bán lẻ lớn đồng loạt tung chuỗi sự kiện giảm giá quy mô, kết hợp kênh truyền thống và thương mại điện tử

Trong bối cảnh chỉ còn hơn một tháng nữa là kết thúc năm, các doanh nghiệp bán lẻ đẩy mạnh các giải pháp kích cầu quy mô lớn:

WinMart/WinMart+: Triển khai chuỗi sự kiện "Lễ hội tri ân, trọn vị gia đình" với hơn 4.500 điểm bán. Chuỗi sự kiện này áp dụng "111 deals chất khủng", giảm giá tới 50% và mua 1 tặng 1 cho hàng trăm sản phẩm thiết yếu. Đồng thời, tổ chức Mega Brand Week với ưu đãi độc quyền tới 49%, đồng giá chỉ từ 11.000 đồng.

GO! và Co.op Mart: GO! tăng gấp đôi lượng hàng tươi sống và áp dụng chương trình "Giảm 10% toàn bộ hàng tươi sống" vào khung giờ sáng. Co.op Mart triển khai chương trình giảm giá hơn 5.000 sản phẩm tới 50%, tập trung giảm 35% cho nhóm thực phẩm tươi sống.

Lotte Mart: Mở rộng kênh online với chương trình "Đặc quyền thành viên" với ưu đãi đến 50% cho nhiều sản phẩm trong và ngoài nước.

WinMart cũng tổ chức các hoạt động gắn kết cộng đồng như Good Living Caravan—lễ hội bán lẻ lưu động, nhằm lan tỏa phong cách sống hiện đại và thúc đẩy tiêu dùng hàng Việt chất lượng cao.

Kỳ vọng lớn từ Tuần lễ thương mại điện tử

Động lực tăng trưởng cuối năm được kỳ vọng sẽ đến từ sự kiện lớn do Bộ Công Thương chủ trì: Tuần lễ Thương mại điện tử quốc gia và Ngày mua sắm trực

tuyển Việt Nam – Online Friday 2025, diễn ra từ 13-17/11, với mức giảm giá lên tới 100% giá trị hàng hóa. Sự kiện này được kỳ vọng sẽ tạo "cú hích" mạnh mẽ, thúc đẩy kinh tế số phát triển thực chất.

Đồng thời, TP. Hà Nội sẽ triển khai Chương trình Khuyến mại tập trung năm 2026 (từ quý II đến quý IV/2026), hướng đến tiêu dùng xanh, tiêu dùng thông minh và chuỗi sự kiện quy mô lớn như “Hà Nội đêm không ngủ”.

Chiến lược phát triển thị trường bán lẻ Việt Nam đến năm 2030 (được phê duyệt tại Quyết định 2326/QĐ-TTg) đặt mục tiêu tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tăng bình quân 11-11,5%/năm trong giai đoạn 2025-2030. Chiến lược này khuyến khích phát triển các mô hình bán lẻ ứng dụng công nghệ, đồng thời thúc đẩy hạ tầng bán lẻ đồng bộ ở vùng nông thôn, miền núi.

Việc bứt phá của thương mại điện tử được kỳ vọng sẽ chiếm 15-20% tổng mức bán lẻ vào năm 2030, với tốc độ tăng trưởng 15-20% mỗi năm. Sự kết hợp giữa kênh truyền thống và online đang giúp thị trường bán lẻ Việt Nam đạt bước tiến bền vững, trở thành điểm tựa quan trọng cho mục tiêu tăng trưởng kinh tế quốc gia.

Tâm An (t/h)