

Kích hoạt sức mua nội địa, hướng tới tăng trưởng bán lẻ bền vững hai con số

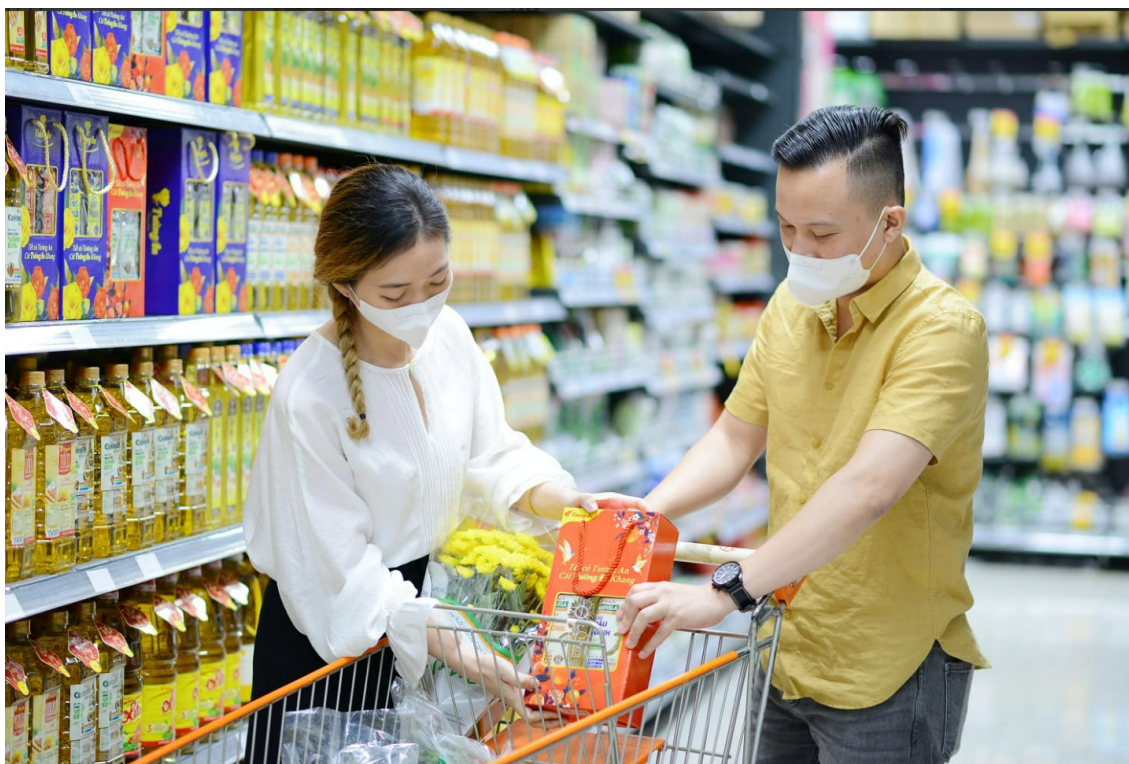
06:39 10/04/2026

Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu còn nhiều biến động, thị trường trong nước đang nổi lên như một trụ cột quan trọng giúp duy trì đà tăng trưởng. Quý I/2026 ghi nhận tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tăng 10,9% so với cùng kỳ, cho thấy sức cầu nội địa đã phục hồi rõ nét. Tuy nhiên, để giữ vững và nâng cao đà tăng này, cần có những giải pháp đồng bộ nhằm tháo gỡ các điểm nghẽn và khai thác hiệu quả tiềm năng của thị trường gần 100 triệu dân.

Sức cầu nội địa phục hồi rõ nét

Ngay từ đầu năm, thị trường tiêu dùng đã có nhiều tín hiệu tích cực. Các dịp lễ, Tết cùng với sự trở lại mạnh mẽ của khách du lịch quốc tế đã góp phần thúc đẩy hoạt động thương mại, dịch vụ. Theo số liệu từ cơ quan thống kê, riêng tháng 3/2026, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ đạt khoảng 638,6 nghìn tỷ đồng, tăng hơn 12% so với cùng kỳ năm trước.

Tính chung quý I, tổng doanh thu bán lẻ hàng hóa đạt hơn 1,45 triệu tỷ đồng, chiếm trên 76% tổng mức bán lẻ và tăng gần 11%. Nhiều địa phương duy trì mức tăng trưởng cao, phản ánh sự lan tỏa của sức cầu trên phạm vi cả nước. Đặc biệt, khu vực dịch vụ tiếp tục đóng vai trò động lực với doanh thu lưu trú, ăn uống và du lịch đều tăng trên 12%, cho thấy nhu cầu trải nghiệm và tiêu dùng dịch vụ đang phục hồi mạnh.



Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng quý I/2026 tăng 10,9%.

Ở nhóm hàng hóa, các mặt hàng thiết yếu và tiêu dùng nhanh ghi nhận mức tăng khá, trong đó xăng dầu, lương thực – thực phẩm và may mặc đều có mức tăng trưởng đáng kể. Điều này phản ánh sự cải thiện trong thu nhập và niềm tin tiêu dùng của người dân, đồng thời cho thấy vai trò ngày càng rõ nét của thị trường nội địa trong việc bù đắp cho những biến động từ xuất khẩu.

Trong bối cảnh xuất khẩu chịu tác động từ căng thẳng địa chính trị và chi phí logistics gia tăng, việc phát huy thị trường trong nước không chỉ là giải pháp ngắn hạn mà còn là định hướng chiến lược. Đây là bước chuyển quan trọng từ mô hình tăng trưởng phụ thuộc nhiều vào xuất khẩu sang mô hình cân bằng hơn giữa thị trường trong nước và quốc tế.

Tháo gỡ điểm nghẽn, tạo động lực tăng trưởng mới

Dù sức cầu đang phục hồi, thị trường bán lẻ vẫn đối mặt với không ít thách thức, trong đó nổi bật là chi phí phân phối cao và hệ thống bán hàng chưa tối ưu. Nhiều doanh nghiệp trong nước chưa xây dựng được mạng lưới phân phối hiệu quả, khiến giá thành sản phẩm bị đội lên, làm giảm sức cạnh tranh so với hàng nhập khẩu.

Một trong những giải pháp quan trọng là phát triển các mô hình phân phối có chi phí thấp hơn, đồng thời tăng cường các kênh bán lẻ hiện đại và thương mại điện tử. Việc tối ưu hóa logistics và ứng dụng công nghệ số trong quản lý chuỗi

cung ứng sẽ giúp giảm chi phí trung gian, từ đó tạo điều kiện để doanh nghiệp hạ giá thành và mở rộng thị phần.

Bên cạnh đó, cần thúc đẩy liên kết giữa các doanh nghiệp để hình thành các chuỗi cung ứng quy mô lớn. Khi đạt được lợi thế về quy mô, doanh nghiệp sẽ có khả năng kiểm soát tốt hơn chi phí sản xuất và nâng cao năng lực cạnh tranh. Đồng thời, các chương trình kết nối cung – cầu cần được triển khai mạnh mẽ hơn nhằm đưa hàng Việt tiếp cận trực tiếp với người tiêu dùng, giảm bớt khâu trung gian.

Chính sách điều hành giá cũng đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì sức mua. Việc kiểm soát giá các mặt hàng thiết yếu, kết hợp với các biện pháp bình ổn thị trường sẽ giúp hạn chế tác động lan tỏa của chi phí đầu vào tăng cao. Song song, các chính sách hỗ trợ như giảm thuế, phí và tăng thu nhập cho người lao động sẽ góp phần kích thích tiêu dùng.

Về dài hạn, việc nâng cao năng lực định giá và phát triển các công cụ thị trường như sàn giao dịch hàng hóa cũng là hướng đi cần thiết. Điều này không chỉ giúp ổn định giá cả mà còn tạo nền tảng cho thị trường phát triển minh bạch và bền vững hơn.

Ngoài ra, việc đẩy mạnh các chương trình khuyến mại, kích cầu tiêu dùng và nâng cao chất lượng hàng hóa trong nước sẽ góp phần củng cố niềm tin của người tiêu dùng. Khi người dân ưu tiên sử dụng hàng Việt, thị trường nội địa sẽ trở thành bệ đỡ vững chắc cho tăng trưởng kinh tế.

Có thể thấy, với nền tảng sức cầu đang phục hồi và dư địa thị trường còn lớn, bán lẻ Việt Nam hoàn toàn có khả năng đạt mức tăng trưởng hai con số trong thời gian tới. Tuy nhiên, để hiện thực hóa mục tiêu này, cần một chiến lược tổng thể kết hợp giữa kích cầu tiêu dùng, giảm chi phí, tái cấu trúc hệ thống phân phối và nâng cao năng lực doanh nghiệp.

Khi các giải pháp được triển khai đồng bộ, thị trường nội địa không chỉ đóng vai trò “bệ đỡ” mà còn có thể trở thành động lực tăng trưởng chủ lực, góp phần đưa nền kinh tế Việt Nam phát triển nhanh và bền vững trong giai đoạn mới.

Nam Sơn