

Mibrand công bố Bảng xếp hạng Sức khỏe thương hiệu Tài chính tiêu dùng 2025

11:12 27/05/2026

Công ty Cổ phần Mibrand Việt Nam chính thức công bố Báo cáo Đánh giá Sức khỏe thương hiệu Tài chính tiêu dùng Việt Nam 2025. Kế thừa phương pháp luận và những thành tựu đã được khẳng định trong lĩnh vực ngân hàng, năm 2025 đánh dấu lần đầu tiên Mibrand mở rộng hoạt động đánh giá sức khỏe thương hiệu sang ngành tài chính tiêu dùng.

Báo cáo được kỳ vọng sẽ góp phần thiết lập một chuẩn mực đo lường mới, hỗ trợ doanh nghiệp theo dõi, đánh giá và nâng cao sức khỏe thương hiệu trong thị trường tài chính tiêu dùng Việt Nam.

Bảng xếp hạng Sức khỏe thương hiệu Tài chính tiêu dùng Việt Nam 2025 ghi nhận Home Credit ở vị trí dẫn đầu với 30.2 điểm. Bên cạnh Home Credit, TOP 5 thương hiệu Tài chính tiêu dùng có sức khỏe thương hiệu dẫn đầu bao gồm: HD SAISON (24.4 điểm); FE Credit (23.8 điểm); F88 (23.5 điểm) và Viettel Money (23.4 điểm).

Bảng xếp hạng Sức khỏe thương hiệu Tài chính tiêu dùng Việt Nam 2025

1	HOME CREDIT	30.2	6	EASYCredit	
2	HD SAISON Tài chính tiêu dùng	24.4	7	Shinhan Finance	
3	FE CREDIT	23.8	8	LOTTE FINANCE	
4	F88	23.5	9	mcredit Khi bạn cần	
5	viettel money	23.4	10	MIRAE ASSET Securities	

Nguồn: Brand Beat Score 2025

Brand Health 2025

Khác với ngành Ngân hàng, thị trường Tài chính tiêu dùng Việt Nam đang ở trạng thái cạnh tranh mở, khi các thương hiệu dẫn đầu về sức khỏe thương hiệu đạt hạng B - “Khá” (theo thang đo của Mibrand). Chưa có thương hiệu nào tạo được vị thế dẫn đầu thực sự mạnh với khoảng cách vượt trội so với phần còn lại; thay vào đó, khoảng cách điểm số giữa các thương hiệu dẫn đầu vẫn còn rất nhỏ.

Kết quả năm 2025 cho thấy ngành Tài chính tiêu dùng đang bước vào một giai đoạn cạnh tranh thương hiệu bài bản hơn. Cuộc đua không còn chỉ xoay quanh tốc độ giải ngân hay mức độ hiện diện truyền thông, mà ngày càng mở rộng sang niềm tin, sự minh bạch, trải nghiệm ứng dụng, cảm nhận chất lượng và khả năng tạo giá trị thực tế trong đời sống tài chính của khách hàng.

Cụ thể, động lực chọn sản phẩm trong tương lai của khách hàng tập trung vào ba yếu tố cốt lõi: Thủ tục đơn giản (63%), minh bạch lãi suất, phí (60%) và tốc độ giải ngân (51%).

Về chỉ số Nhận biết thương hiệu, Home Credit dẫn đầu toàn ngành với 73 điểm. Đứng thứ hai là FE Credit với 67 điểm. Cùng ở làng kính này, Mcredit ghi dấu ấn định vị riêng khi là điểm sáng về nhận biết thương hiệu tại thị trường miền Bắc nhờ sự hiện diện thực tế và độ phủ kênh đối tác. Tuy nhiên, ở phương diện Thấu hiểu hình ảnh thương hiệu, HD SAISON lại là thương hiệu dẫn đầu với 42 điểm. Việc nhất quán xây dựng hình ảnh theo hướng chính danh và đồng hành thông qua các hoạt động trách nhiệm xã hội đã giúp HD SAISON gắn liền với sự đáng tin cậy và trách nhiệm.

Viettel Money là một trong số các nền tảng tài chính số thể hiện sự ưu việt khi dẫn đầu ở hàng loạt chỉ số quan trọng, bao gồm Yêu thích thương hiệu (44 điểm), Đáng đồng tiền (80 điểm) và Chất lượng cảm nhận (60 điểm).

Mặt khác, thị trường còn cho thấy sự phân hóa hành vi theo khu vực địa lý. FE Credit chiếm ưu thế tuyệt đối ở chỉ số Sẵn sàng trả giá cao (31 điểm), đặc biệt đạt tới 45% tại thị trường Hà Nội. Điều này phản ánh khả năng của thương hiệu trong việc tạo ra niềm tin đủ lớn để khách hàng chấp nhận trả thêm cho sự chắc chắn và an toàn.

Ông Lại Tiến Mạnh, Giám đốc đại diện Mibrand Vietnam, chia sẻ: “Thị trường tài chính tiêu dùng năm 2025 đang chứng kiến một bước ngoặt quan trọng về bản chất cạnh tranh. Giai đoạn cạnh tranh thuần túy bằng 'tốc độ giải ngân' hay 'thủ tục dễ vay' đã bão hòa khi các yếu tố này dần trở thành tiêu chuẩn bắt buộc cơ bản của toàn ngành. Cuộc đua hiện tại đã dịch chuyển sâu sắc sang trục 'Niềm tin và Chất lượng dịch vụ'. Người tiêu dùng ngày càng trở nên lý tính và khắt khe hơn; họ không chỉ cần vay nhanh, mà cần sự minh bạch tuyệt đối về chi phí và an tâm về bảo mật. Trong cục diện mới này, lợi thế cạnh tranh dài hạn sẽ thuộc về thương hiệu nào đóng gói được giá trị cốt lõi một cách nhất quán và tối ưu hóa được trải nghiệm của khách hàng ở giai đoạn sau vay.”

Về Báo cáo Đánh giá Sức khỏe thương hiệu Tài chính tiêu dùng Việt Nam 2025 được Mibrand xây dựng dựa trên khảo sát định lượng với hơn 300 mẫu khách hàng tại Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh trong tháng 12/2025. Dựa trên kết quả khảo sát định lượng với hơn 300 mẫu khách hàng được chọn ngẫu nhiên, Mibrand tiến hành đo lường, phân tích và xếp hạng sức khỏe thương hiệu của các đơn vị trong ngành bằng bộ chỉ số Brand Beat Score độc quyền. Báo cáo mang đến bức tranh tổng quan về hiện trạng và vị thế thương hiệu trên thị trường, mức độ hiện diện và hình ảnh thương hiệu trong tâm trí khách hàng. Thông qua việc làm rõ nhận thức, kỳ vọng và trải nghiệm của khách hàng đối với thương hiệu, các doanh nghiệp có cơ sở xác định những điểm mạnh cần tiếp tục phát huy và những điểm cần cải thiện. Từ đó, thương hiệu có thể củng cố mối quan hệ bền

vững với khách hàng, gia tăng lợi thế cạnh tranh và thúc đẩy tăng trưởng kinh doanh trong bối cảnh ngành ngày càng mở rộng và cạnh tranh cao..

Công ty Cổ phần Mibrand Việt Nam là đơn vị boutique chuyên sâu trong lĩnh vực nghiên cứu thị trường và tư vấn chiến lược thương hiệu. Với nền tảng dữ liệu thực chứng và tiêu chuẩn quốc tế, Mibrand đồng hành cùng doanh nghiệp trong việc khám phá cơ hội thị trường, xây dựng định hướng thương hiệu và kiến tạo các giải pháp tăng trưởng có tính thực tiễn.

Thông tin thêm truy cập tại: www.mibrand.vn

PV