TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Thị trường bán lẻ dịp nghỉ lễ 30/4 và 1/5: Sức mua tăng mạnh nhờ nguồn cung dồi dào

16:29 03/05/2026

Kỳ nghỉ lễ 30/4 và 1/5 ghi nhận sức mua tăng mạnh trên toàn hệ thống phân phối bán lẻ cả nước. Việc bảo đảm nguồn cung dồi dào cùng mức giá cả ổn định đã đáp ứng tốt nhu cầu của người dân, đồng thời phản ánh sự phục hồi rõ nét của niềm tin tiêu dùng.

Ghi nhận về sự thay đổi tích cực trong hành vi tiêu dùng được thể hiện qua các số liệu tăng trưởng doanh thu tại nhiều hệ thống siêu thị lớn. Theo số liệu thống kê từ Bộ Công Thương, tại chuỗi siêu thị WinMart, WinMart+ và WiN thuộc WinCommerce ghi nhận mức doanh thu bán lẻ tăng 55% và số lượng hóa đơn tăng 30% so với những ngày bình thường.

Tương tự, hệ thống siêu thị GO! thuộc Tập đoàn Central Retail Việt Nam đón lượng khách tăng khoảng 25% trong ngày đầu kỳ nghỉ so với cùng kỳ năm trước. Hệ thống Co.opmart cũng ghi nhận lượng khách tăng khoảng 30% so với dịp cuối tuần thường lệ. Tại hệ thống MM Mega Market, doanh thu trong ngày 30/4 tăng hơn 50% so với cùng kỳ năm 2025, trong đó nhóm hàng khô và thiết yếu tiêu thụ với số lượng gấp đôi.



Ảnh minh họa

Yếu tố chính thúc đẩy sức mua trong dịp lễ xuất phát từ nhu cầu mua sắm thực phẩm tươi sống, đồ ăn chế biến sẵn, đồ uống và hàng tiêu dùng nhanh để phục vụ cho các hoạt động gia đình và du lịch. Mặc dù nhu cầu tiêu dùng tăng cao, thị trường không ghi nhận tình trạng thiếu hụt hàng hóa hay tăng giá cục bộ. Đại diện các hệ thống phân phối nhận định, kết quả này đạt được là nhờ khâu chuẩn bị từ sớm, công tác dự báo sát nhu cầu thực tế và sự phối hợp chặt chẽ với các nhà cung cấp. Sự chuyên nghiệp trong khâu vận hành đã giúp các doanh nghiệp bán lẻ làm chủ nguồn cung, điều tiết thị trường một cách hiệu quả.

Cùng với việc bảo đảm nguồn hàng, các hệ thống phân phối còn chủ động triển khai nhiều chương trình kích cầu tiêu dùng. Thay vì áp dụng hình thức giảm giá đơn thuần, các siêu thị thực hiện những chính sách khuyến mãi linh hoạt theo gói sản phẩm nhằm tối ưu hóa giá trị thực tế cho khách hàng, đồng thời đẩy mạnh chính sách ưu đãi cho khách hàng thành viên. Không chỉ dừng lại ở các chương trình kích cầu ngắn hạn, các doanh nghiệp còn triển khai chiến lược phát triển dài hạn. Trong tháng 4 năm 2026, hệ thống WinMart đã khai trương thêm 11 siêu thị mô hình mới trên toàn quốc, hướng tới mục tiêu phát triển hơn 6.000 điểm bán trong năm 2026 với 70% tập trung tại khu vực nông thôn.

Đánh giá về tình hình thị trường, đại diện Hiệp hội Bán lẻ Việt Nam nhận định, các doanh nghiệp đã chủ động trong việc đa dạng hóa phương thức bán hàng và kiểm soát giá cả, giúp hệ thống phân phối hiện đại phát huy tối đa hiệu quả. Sự gia tăng sức mua trong kỳ nghỉ lễ vừa qua là tín hiệu tích cực về thị trường bán lẻ, đồng thời đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự tăng trưởng

của nền kinh tế chung.

Thành Nam (t/h)