TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Thị trường hàng hóa cuối năm: Sức sống sôi động và những biến chuyển đáng chú ý

19:07 19/01/2025

Cuối năm luôn là thời điểm quan trọng, nơi thị trường hàng hóa trở nên nhộn nhịp, nhờ vào sự tăng trưởng mạnh mẽ của nhu cầu tiêu dùng. Người dân chi tiêu mạnh tay hơn không chỉ cho dịp Tết Nguyên đán mà còn trong các lễ hội lớn như Giáng sinh, Năm mới. Những chuyển động mạnh mẽ từ các ngành hàng như thực phẩm, thời trang, đồ điện tử đến các món quà tặng đặc biệt đã tạo nên một bức tranh kinh tế đa màu sắc, phản ánh sức sống mạnh mẽ của nền kinh tế và sự thay đổi liên tục của người tiêu dùng.

Các báo cáo từ Tổng cục Thống kê cho thấy mức chi tiêu bình quân trong dịp cuối năm tăng từ 20-30% so với các tháng trước. Đặc biệt, ngành thực phẩm và đồ uống ghi nhận mức tăng trưởng rất mạnh, với các mặt hàng như thịt gà, thịt bò, trái cây, bánh kẹo và thực phẩm chế biến sẵn được tiêu thụ mạnh mẽ. Các siêu thị lớn như Co.opmart, VinMart, Big C đều đưa ra các chương trình khuyến mãi mạnh tay trong mùa mua sắm này, tạo cơ hội cho người tiêu dùng săn hàng giá rẻ.

Trong ngành thời trang, những bộ sưu tập Tết và các mẫu thời trang mùa đông luôn thu hút sự chú ý của người tiêu dùng. Thống kê từ các chuỗi cửa hàng thời trang lớn cho thấy doanh thu vào dịp cuối năm có thể tăng đến 40% so với các tháng trước, với các mặt hàng như áo khoác, giày dép và phụ kiện thời trang bán chạy nhất. Các thương hiệu nổi tiếng trong ngành như Zara, H&M hay local brands cũng nhanh chóng tung ra các bộ sưu tập mới để đón đầu xu hướng và đáp ứng nhu cầu tiêu dùng cao trong mùa lễ hội.

Những năm gần đây, thương mại điện tử (e-commerce) đã bùng nổ và chiếm lĩnh thị trường, đặc biệt là vào dịp cuối năm. Các nền tảng như Shopee, Lazada, Tiki và Sendo không chỉ tiếp tục ghi nhận lượng giao dịch tăng mạnh mà còn đưa ra các chương trình giảm giá "sốc", flash sale, và khuyến mãi hấp dẫn nhằm thu hút hàng triệu lượt truy cập. Theo báo cáo của một số sàn thương mại điện tử, doanh thu cuối năm chiếm tới 40% tổng doanh thu cả năm của các doanh nghiệp tham gia.

Đặc biệt, ngành điện tử tiêu dùng có một mùa bán hàng cuối năm cực kỳ sôi động. Các sản phẩm như điện thoại, máy tính, tai nghe, và các thiết bị điện tử gia dụng luôn là mặt hàng "hot". Mùa lễ hội là thời điểm vàng để người tiêu dùng sắm các món quà công nghệ như điện thoại, máy tính bảng, hoặc các thiết bị đeo tay, nhờ vào các chiến lược giảm giá mạnh mẽ từ các ông lớn trong ngành như Samsung, Apple, và Xiaomi. Điều này không chỉ tạo ra cơ hội mua sắm cho người tiêu dùng mà còn thúc đẩy sự cạnh tranh giữa các thương hiệu lớn.

Mặc dù thị trường cuối năm rất nhộn nhịp, nhưng các doanh nghiệp cũng phải đối mặt với một số thử thách đáng kể. Áp lực từ chuỗi cung ứng luôn là vấn đề lớn, đặc biệt trong bối cảnh nhu cầu tiêu dùng tăng cao đột ngột. Ngành thực phẩm có thể gặp khó khăn khi giá nguyên liệu tăng do các yếu tố khách quan như chi phí vận chuyển và biến động thời tiết. Mặt hàng thực phẩm tươi sống như thịt heo, thịt bò, rau củ quả đã chứng kiến sự biến động giá mạnh trong những năm gần đây, gây áp lực lên túi tiền của người tiêu dùng.

Một ví dụ cụ thể là vào cuối năm 2024, giá thịt heo tăng mạnh do nguồn cung khan hiếm, khiến nhiều siêu thị phải giảm các chương trình khuyến mãi và điều chỉnh giá bán. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến người tiêu dùng mà còn tạo ra sự thách thức trong việc duy trì lợi nhuận của các nhà sản xuất và phân phối.



Các báo cáo từ Tổng cục Thống kê cho thấy mức chi tiêu bình quân trong dịp cuối năm tăng từ 20-30% so với các tháng trước.

Xu hướng tiêu dùng xanh và bền vững: Mở ra kỷ nguyên mới

Đã có một sự thay đổi rõ rệt trong thói quen tiêu dùng của người dân, đó là xu hướng tiêu dùng xanh và bền vững. Người tiêu dùng hiện nay không chỉ quan tâm đến giá trị sản phẩm mà còn chú trọng đến tác động của sản phẩm đó đối với môi trường. Các sản phẩm thân thiện với thiên nhiên, sử dụng nguyên liệu tái chế và có chứng nhận bền vững đã trở thành xu hướng tiêu dùng chủ đạo. Đặc biệt, các ngành hàng như thời trang, mỹ phẩm và thực phẩm hữu cơ đang hưởng lợi lớn từ sự thay đổi này.

Trong ngành thời trang, các thương hiệu nổi tiếng như Levi’s, Adidas, và Patagonia đã ra mắt các bộ sưu tập sản phẩm bền vững, sử dụng chất liệu tái chế và giảm thiểu tác động đến môi trường. Các sản phẩm thời trang "xanh" này thu hút không chỉ những khách hàng yêu thích phong cách mà còn những người quan tâm đến vấn đề bảo vệ môi trường.

Ngành thực phẩm cũng không đứng ngoài xu hướng này. Các sản phẩm hữu cơ và thực phẩm sạch đang ngày càng được nhiều người tiêu dùng lựa chọn trong các mùa lễ hội. Những thương hiệu như Organica, Green Organic hay VinEco của VinGroup đều nhanh chóng nắm bắt xu hướng tiêu dùng này và tung ra các sản phẩm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng bền vững.

Ngoài các ngành hàng tiêu dùng, các dịch vụ tiện ích như vận chuyển, thanh toán điện tử, và giao hàng nhanh cũng chứng kiến sự tăng trưởng mạnh mẽ vào dịp cuối năm. Các công ty dịch vụ như Grab, Gojek, và Be phải tăng cường đội ngũ nhân viên và nâng cấp công nghệ để đáp ứng nhu cầu giao nhận cao. Ngoài ra, các ví điện tử như Momo, ZaloPay và VNPay cũng đã triển khai nhiều chương trình ưu đãi hấp dẫn, giúp người tiêu dùng dễ dàng thanh toán và tiết kiệm chi phí trong mùa mua sắm.

Thị trường hàng hóa cuối năm 2025 đã chứng minh sự phục hồi mạnh mẽ của nền kinh tế và xu hướng tiêu dùng hiện đại. Ngành bán lẻ, thương mại điện tử, và các dịch vụ tiện ích đang có tiềm năng phát triển mạnh mẽ trong năm 2026. Tuy nhiên, để tận dụng tối đa cơ hội từ thị trường, các doanh nghiệp cần chủ động giải quyết những thách thức về chuỗi cung ứng, quản lý chất lượng sản phẩm và duy trì lòng tin của khách hàng.

Thị trường cuối năm không chỉ là dịp để người dân mua sắm mà còn là cơ hội vàng để các doanh nghiệp chứng minh sự sáng tạo và năng lực cạnh tranh của mình. Với những biến chuyển mạnh mẽ và sức sống dồi dào, đây thực sự là thời điểm vàng để phát triển bền vững và tạo nền tảng vững chắc cho sự thịnh vượng lâu dài của nền kinh tế.

Hà Trần