

Thương mại điện tử bứt tốc trong kỷ nguyên mua sắm số

14:36 13/01/2026

Sự thay đổi mạnh mẽ trong hành vi tiêu dùng, cùng với quá trình số hóa và hạ tầng logistics ngày càng hoàn thiện, đang tạo lực đẩy rõ rệt cho thị trường thương mại điện tử Việt Nam tăng tốc.

Năm 2025, quy mô thị trường thương mại điện tử Việt Nam ước đạt khoảng 32 tỷ USD, tăng 22% so với năm trước, đưa Việt Nam vào nhóm các quốc gia có tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử cao nhất khu vực Đông Nam Á. Với đà phát triển hiện nay, thị trường này được kỳ vọng vượt mốc 50 tỷ USD và có thể đạt 70 tỷ USD vào năm 2030.



Quy mô thị trường thương mại điện tử Việt Nam năm 2025 ước đạt 32 tỷ USD

Động lực then chốt đến từ nền tảng người tiêu dùng số ngày càng rộng. Tỷ lệ người dân sử dụng Internet đã vượt 80%, trong đó phần lớn thường xuyên mua

sắm trực tuyến. Thanh toán không dùng tiền mặt phát triển nhanh với sự phổ biến của ví điện tử, ngân hàng số và các nền tảng thanh toán trực tuyến. Cùng với đó, hệ sinh thái logistics, giao hàng nhanh và kho vận thông minh được mở rộng, góp phần rút ngắn thời gian giao nhận và giảm chi phí vận hành.

Trên thị trường, các sàn thương mại điện tử lớn như Shopee, Lazada, Tiki và TikTok Shop tiếp tục giữ vai trò dẫn dắt. Sự cạnh tranh giữa các nền tảng không chỉ thể hiện ở chương trình khuyến mại mà còn ở việc mở rộng dịch vụ, cải thiện trải nghiệm người dùng và điều chỉnh chính sách phí để thích ứng với yêu cầu quản lý mới. Từ đầu năm 2025, một số sàn lớn đã áp dụng mức giảm phí trung bình từ 6,5% đến 15%, qua đó tạo thêm dư địa cho người bán.

Đáng chú ý, mua sắm qua mạng xã hội và hình thức livestream bán hàng đang phát triển mạnh, đặc biệt trên nền tảng TikTok Shop. Các ngành hàng thời trang, mỹ phẩm, thực phẩm và tiêu dùng nhanh hưởng lợi rõ nét từ mô hình này nhờ khả năng tiếp cận nhanh và tương tác trực tiếp với khách hàng.

Doanh nghiệp trong nước, nhất là khối nhỏ và vừa, đang tham gia ngày càng sâu vào các kênh phân phối số. Các chính sách hỗ trợ của Nhà nước, trong đó có quy định hỗ trợ chi phí duy trì gian hàng trên sàn thương mại điện tử, đã giúp nhiều doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ kinh doanh mở rộng kênh tiêu thụ.

Về triển vọng trung hạn, báo cáo dự báo tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ đến năm 2030 có thể đạt khoảng 450 tỷ USD, tăng trưởng 10-12% mỗi năm. Trong bối cảnh đó, thương mại điện tử được kỳ vọng duy trì mức tăng trưởng khoảng 20%/năm, đưa quy mô bán lẻ trực tuyến lên khoảng 70 tỷ USD, đứng thứ ba Đông Nam Á.

Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước nhận định, giai đoạn 2026-2030, hành vi mua sắm sẽ chịu tác động song song của số hóa toàn diện và xu hướng già hóa dân số. Sự đa dạng trong nhu cầu tiêu dùng đòi hỏi doanh nghiệp và hệ thống phân phối phải xây dựng mô hình linh hoạt, lấy khách hàng làm trung tâm. Nếu tận dụng tốt cơ hội này, Việt Nam có thể từng bước hình thành nền thương mại hiện đại, bền vững và bao trùm.

Nam Sơn (t/h)