

NGÀNH

BÁN LẺ

*Bán lẻ là mọi hoạt động nhằm bán hàng hóa hay dịch vụ
trực tiếp cho người tiêu dùng cuối cùng để họ sử dụng cho
cá nhân, không mang tính thương mại*



*Philip
Kotler*

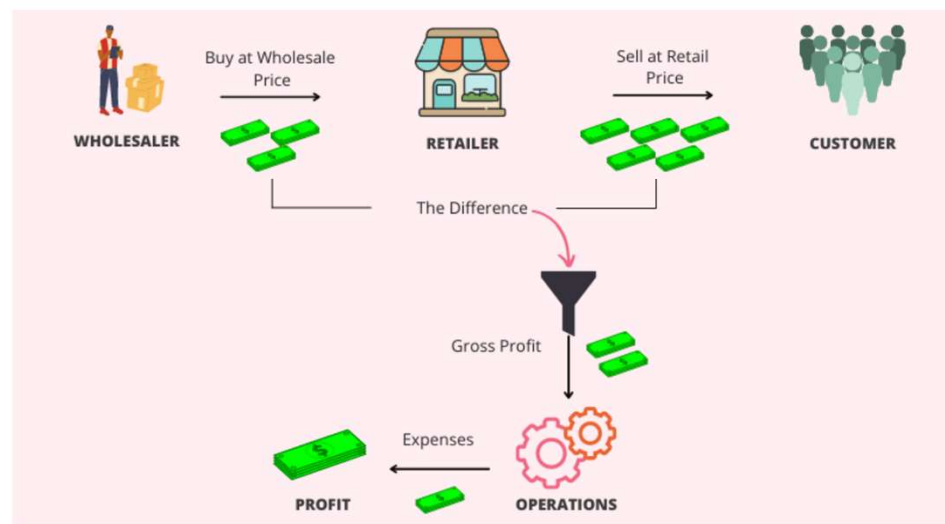
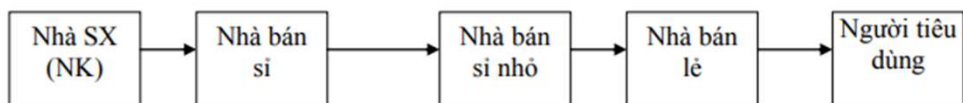
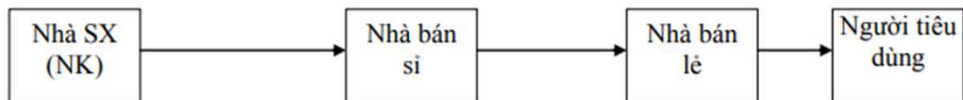
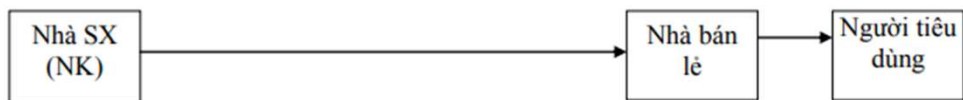
*the father of
modern marketing*



08.2371.3456



cfcvietnam.vn



08.2371.3456



cfcvietnam.vn



Walgreens Boots Alliance



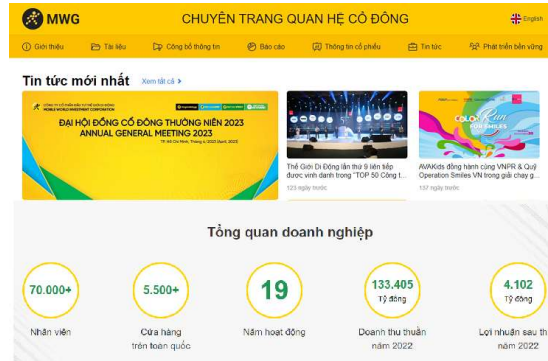
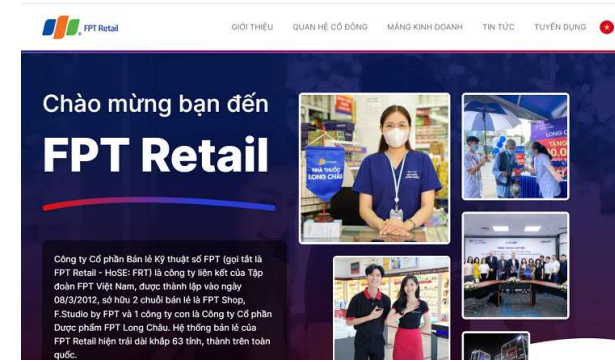
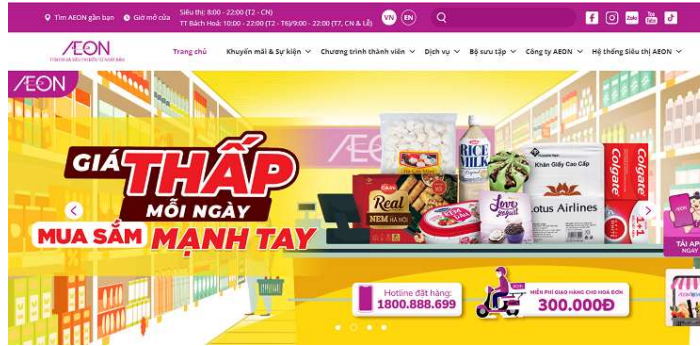
SCHWARZ



08.2371.3456



cfcvietnam.vn

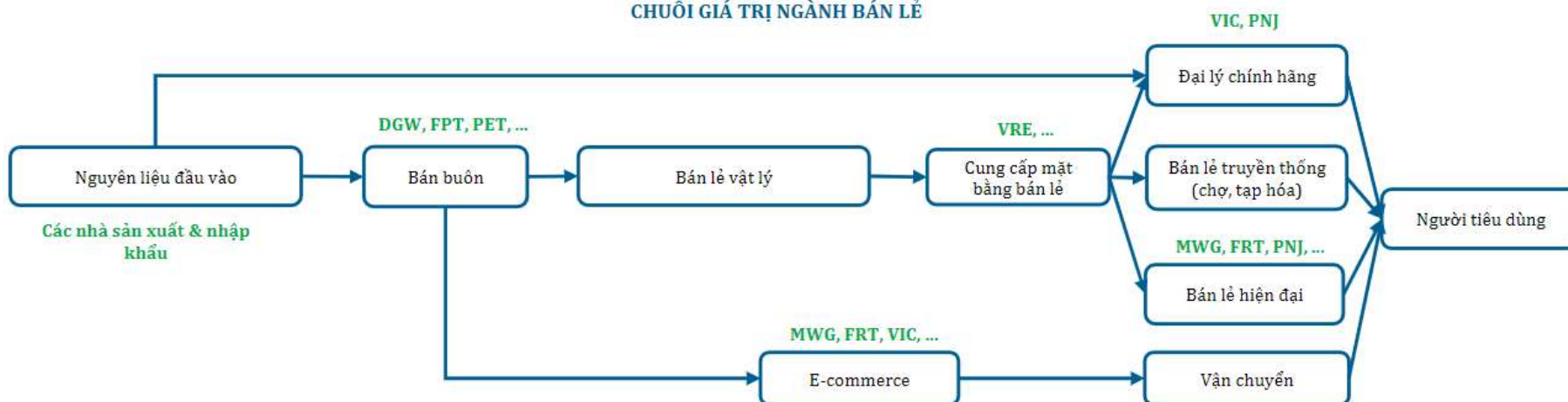


08.2371.3456



cfcvietnam.vn

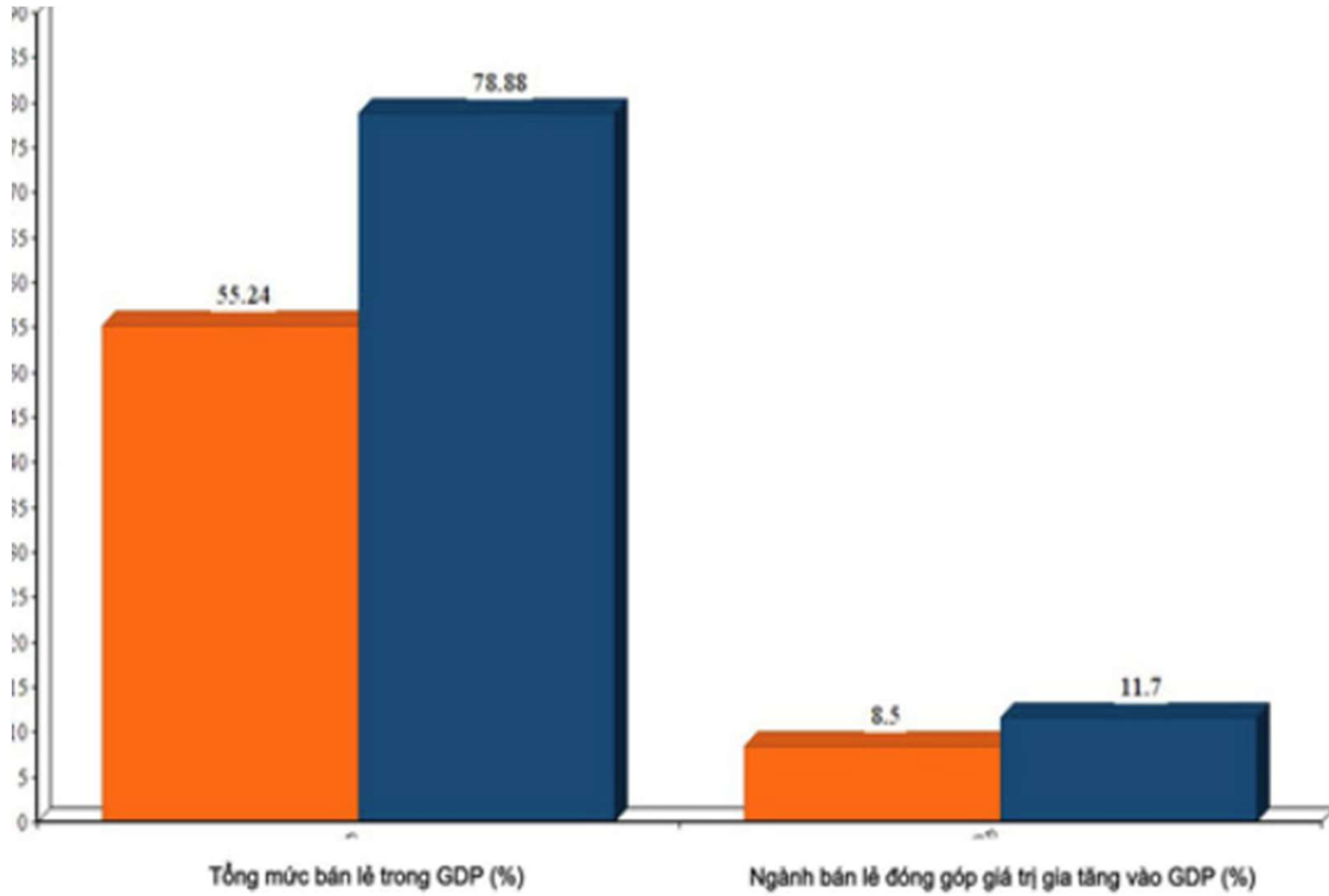
CHUỖI GIÁ TRỊ NGÀNH BÁN LẺ



08.2371.3456



cfcvietnam.vn



TOP 10 CÔNG TY BÁN LẺ UY TÍN NĂM 2023
Nhóm ngành: Siêu thị, tổng hợp

	CENTRAL RETAIL VIETNAM (ĐẠI DIỆN BỞI CÔNG TY EBS)	
	LIÊN HIỆP HỢP TÁC XÃ THƯƠNG MẠI TP. HỒ CHÍ MINH	
	CÔNG TY CP DỊCH VỤ THƯƠNG MẠI TỔNG HỢP WINCOMMERCE	
	CÔNG TY TNHH MM MEGA MARKET (VIỆT NAM)	
	CÔNG TY TNHH AEON VIỆT NAM	
	TỔNG CÔNG TY THƯƠNG MẠI SÀI GÒN - TNHH MTV	
	CÔNG TY CP TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI LOTTE VIỆT NAM	
	CÔNG TY CP DỊCH VỤ HÀNG KHÔNG SÂN BAY TÂN SƠN NHẤT	
	CÔNG TY TNHH XNK VÀ BÁN LẺ HÀNG TIÊU DÙNG HÀ NỘI	
	CÔNG TY TNHH CỬA HÀNG TIỆN LỢI GIA ĐÌNH VIỆT NAM	

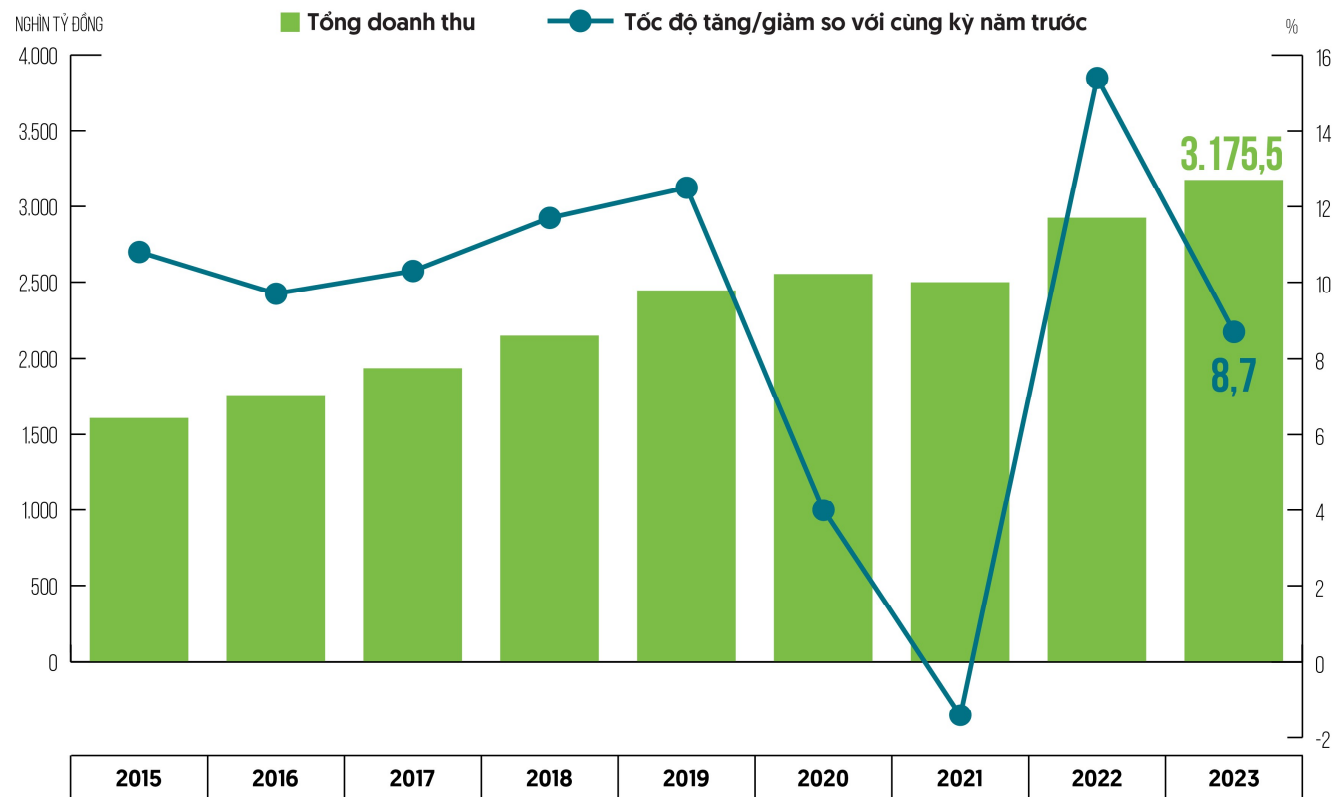
● Đánh giá tài chính ● Đánh giá truyền thông ● Đánh giá qua khảo sát

TOP 10 CÔNG TY BÁN LẺ UY TÍN NĂM 2023
Nhóm ngành: Điện máy, điện lạnh, thiết bị số, sách báo, văn phòng phẩm

	CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ THẾ GIỚI DI ĐỘNG	
	CÔNG TY CỔ PHẦN BÁN LẺ KỸ THUẬT SỐ FPT	
	CÔNG TY TNHH NHÀ NƯỚC MTV THƯƠNG MẠI VÀ XNK VIETTEL	
	CÔNG TY TNHH CAO PHONG	
	CÔNG TY CỔ PHẦN THẾ GIỚI SỐ	
	CÔNG TY CỔ PHẦN MEDIAMART VIỆT NAM	
	CÔNG TY CỔ PHẦN DI ĐỘNG THÔNG MINH	
	CÔNG TY CP PHÁT HÀNH SÁCH TP. HỒ CHÍ MINH - FAHASA	
	CÔNG TY CP XÂY DỰNG VÀ ĐẦU TƯ THƯƠNG MẠI HOÀNG HÀ	
	CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI VHC	

● Đánh giá tài chính ● Đánh giá truyền thông ● Đánh giá qua khảo sát

Doanh thu bán lẻ hàng hóa 8 tháng đầu năm giai đoạn 2015-2023



Góc nhìn của người tiêu dùng về tình hình tài chính của bản thân

Tệ hơn rất nhiều | Tệ hơn một chút | Như hiện tại | Tốt hơn một chút | Tốt hơn rất nhiều

% số người tiêu dùng



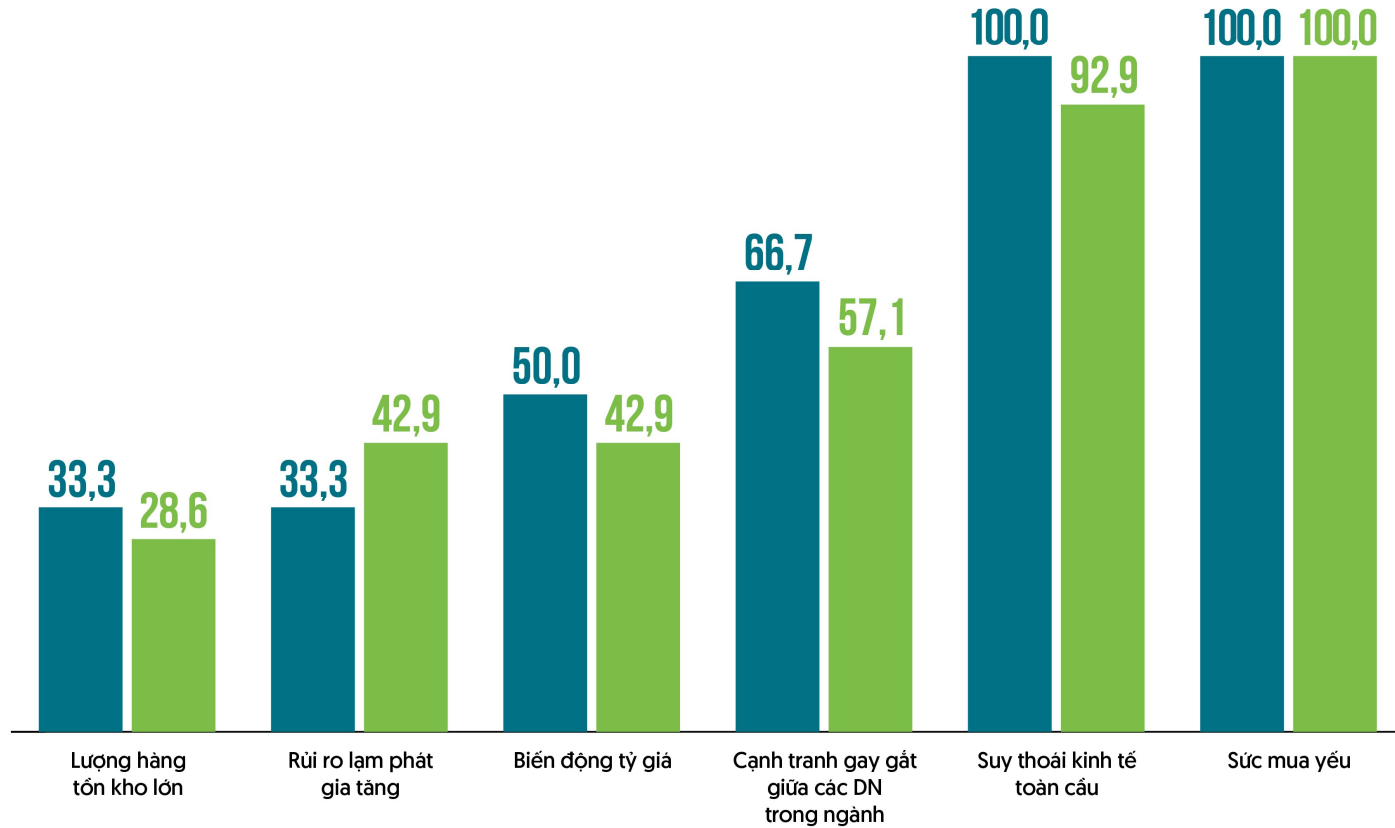
08.2371.3456



cfcvietnam.vn

Top 6 khó khăn của doanh nghiệp bán lẻ trong năm 2023

6 tháng đầu năm | 6 tháng cuối năm
% số DN



08.2371.3456

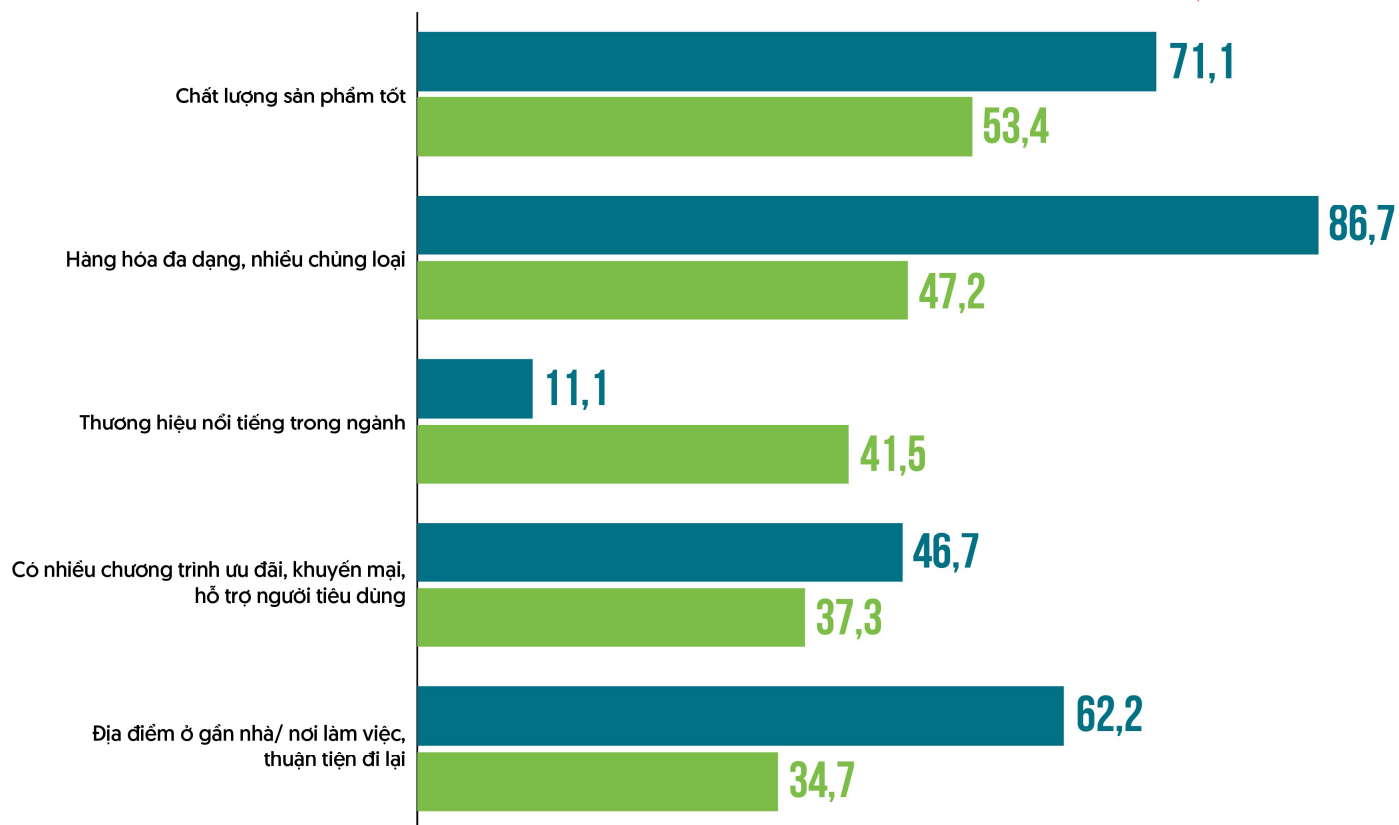


cfcvietnam.vn

Top 5 ưu tiên của người tiêu dùng khi lựa chọn nơi mua sắm

T8.2022 | T8.2023

% số người tiêu dùng



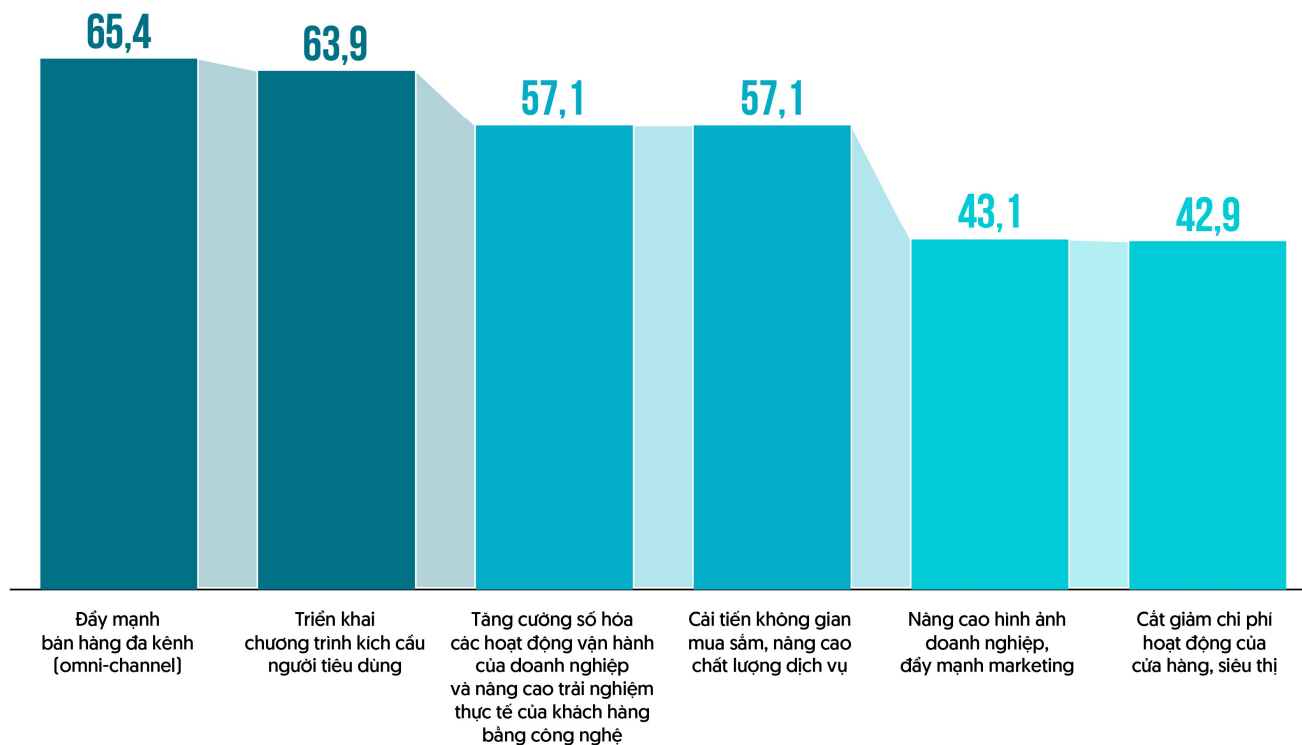
08.2371.3456



cfcvietnam.vn

Top 6 chiến lược trọng tâm của doanh nghiệp bán lẻ trong năm 2023

% số DN



08.2371.3456



cfcvietnam.vn



Virus Covid-19 ảnh hưởng nặng nề đến nhiều ngành bán lẻ. Mua sắm trực tuyến có cơ hội phát triển mạnh.



Số lượng cửa hàng kênh truyền thống giảm -2,3% so với 2018 (-35.000 cửa hàng).



Siêu thị mini mở rộng mạnh mẽ. Số cửa hàng tăng +63% năm 2019.



Kênh hiển đại (MT) phát triển nhanh, +18,5% năm 2019.



Hai xu hướng chính của ngành bán lẻ: Cửa hàng quy mô nhỏ (siêu thị mini của hàng tiện lợi) và bán lẻ đa kênh Omnichannel



61% khách hàng xem sản phẩm thời trang trên Website, Facebook trước khi tới cửa hàng.



81% khách hàng có xu hướng chọn các sản phẩm làm đẹp có nguồn gốc tự nhiên.



Đổi lập kinh tế thế giới, nền kinh tế Việt Nam tiếp tục đạt tăng trưởng dương khi GDP 9 tháng năm 2020 tăng 2,12%.

126

Với điểm niềm tin của người tiêu dùng (CCI) đạt 126 điểm năm 2019, trở thành nước có điểm CCI cao nhất ở Châu Á - TBD.



93% người dùng sẵn sàng chi trả hơn cho chất lượng tốt hơn.



65 triệu người Việt sử dụng mạng xã hội.



Khuyến mại là một trong những động lực chính của người mua sắm trực tuyến.



85% người Việt mua thêm các sản phẩm tạp hóa không nằm trong kế hoạch.



Thương hiệu tăng tầm quan trọng 39% người mua sắm chọn thương hiệu hơn là khuyến mại.



86% lựa chọn các sản phẩm mới bị ảnh hưởng bởi tính năng; dễ sử dụng; thuận tiện.



Sản phẩm mới đóng góp 20-40% doanh thu gia tăng cho ngành đồ uống và thực phẩm.



Đồ uống và bia là ngành hàng phát triển nhất trong FMCG nhưng giảm mạnh trong 2020 do Nghị định 100/2019/NĐ-CP.



78% khách hàng chọn các thương hiệu F&B có những hoạt động giúp bảo vệ môi trường.



Phần khúc sản phẩm tự nhiên đóng góp 19% vào ngành Chăm sóc cá nhân, tăng 2%.



87% nhà bán lẻ cho rằng các nền tảng công nghệ đã giúp họ quản lý việc kinh doanh hiệu quả.

Designed by: MBA Andrews, IVIO Team
Nguồn: Nielsen, Kantar Worldpanel, Google - Temasek Report



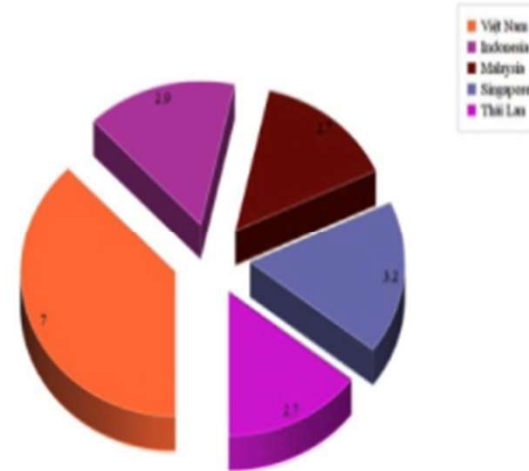
8.581 Chợ truyền thống



1.163 Siêu thị



250 Trung tâm thương mại



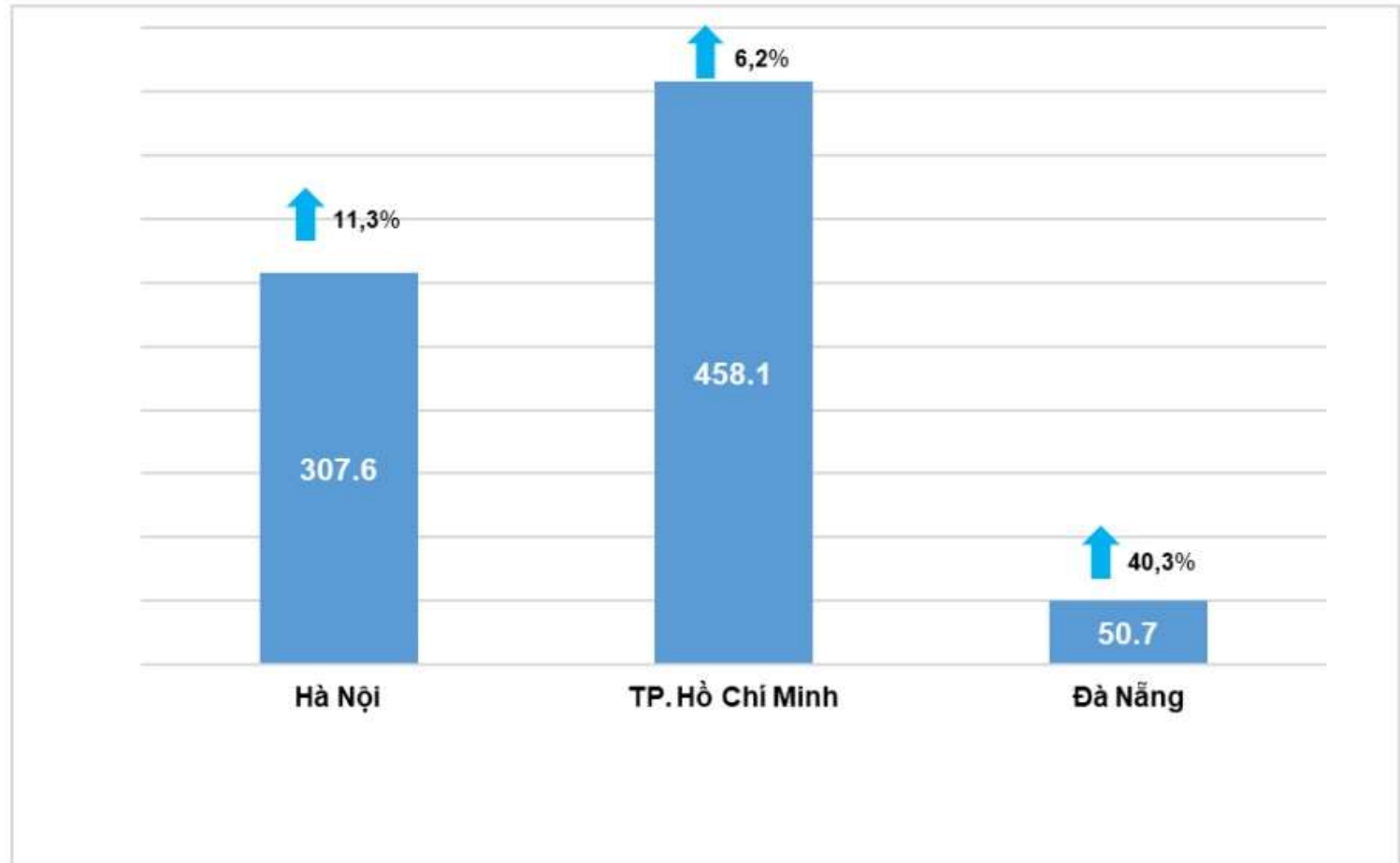
Việt Nam có tỷ trọng thương mại điện tử trong quy mô thị trường bán lẻ trong nước cao nhất khu vực ASEAN (%)



08.2371.3456



cfcvietnam.vn



Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng 5 tháng đầu năm 2023 của một số thành phố lớn (Nghìn tỷ đồng)



Biết ơn bạn vì
đã lắng nghe!