

Điểm Tin Thị Trường Hàng Hóa

Thứ Tư, ngày 24 tháng 11 năm 2021

TIÊU ĐIỂM TRONG NGÀY

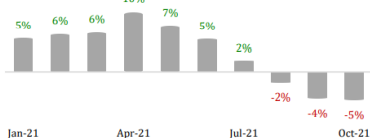
Doanh thu ngành bán lẻ tại Việt Nam có thể tăng 3-4% trong năm nay

Báo cáo gần đây của Bộ Công Thương cho biết, tăng trưởng doanh thu trong ngành bán lẻ ở nước ta năm nay sẽ ở mức từ 3 - 4%, thấp hơn so với con số 8% như kỳ vọng vào đầu năm nay. Kể từ đầu quý IV, việc đi lại và lưu thông hàng hóa đã trở nên dễ dàng hơn, đặc biệt là các tỉnh khu vực phía Nam. Bước vào giai đoạn đầu mùa đông ở Bắc Bộ, nhu cầu về quần áo ấm tăng mạnh vào tháng 10 vừa qua, ghi nhận mức tăng 18,5% so với tháng 9 trước đó. Báo cáo của Bộ Công Thương cũng cho biết, về cơ cấu mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ đến hết năm 2021, doanh thu bán lẻ chiếm tỷ trọng lớn nhất với 82,8%; dịch vụ lưu trú và ăn uống chiếm 8,3%; du lịch chỉ 0,1% và các dịch vụ khác chiếm 8,8%.

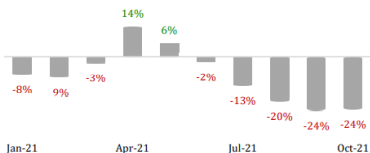
ĐIỂM TIN NGÀNH

DOANH THU MỘT SỐ NHÓM DỊCH VỤ & HÀNG HÓA CHÍNH 10T-2021

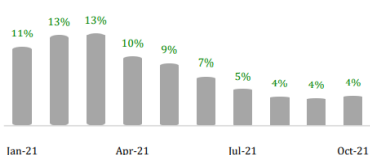
TỔNG BÁN LẺ HÀNG HÓA



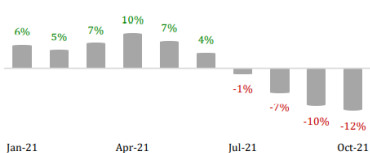
DV LƯU TRÚ & ĂN UỐNG



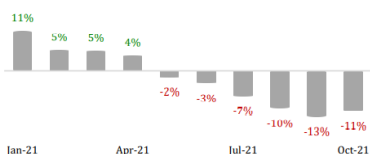
BÁN LẺ - Nhóm hàng Lương thực, thực phẩm



BÁN LẺ - Nhóm hàng May mặc



BÁN LẺ - Nhóm hàng trang thiết bị gia đình



THƯƠNG MẠI HÀNG TIÊU DÙNG

* Mới đây, Publicis Sapient - một công ty tư vấn hàng đầu của Mỹ đã công bố báo cáo về thị trường bán lẻ năm 2022, trong đó nêu bật 5 vấn đề mà các nhà bán lẻ của châu Á cần đối mặt và lưu ý trong năm tới để bắt kịp với xu hướng mua sắm toàn cầu sau đại dịch. Dưới đây là 5 vấn đề được nêu ra trong báo cáo này:

1. Thống nhất nền tảng mua sắm cho khách hàng: dựa theo những nghiên cứu của Sapient, những nhà bán lẻ thành công trong tương lai là những doanh nghiệp tạo dựng được một hệ sinh thái mua sắm thống nhất cho khách hàng của mình, nâng cao giá trị cung cấp hàng hóa từ những danh mục sẵn có của mình và nỗ lực trở thành một "cửa hàng tiện lợi" cho người tiêu dùng. Nghiên cứu này dựa vào số liệu 65% người dùng ở châu Á đã mua các mặt hàng không thiết yếu trong năm 2020.

2. Gia tăng độ ưu tiên khi mua sắm trực tuyến: điều này là vô cùng quan trọng khi trong 2 năm qua, các đợt giãn cách ở nhiều nơi trên thế giới đã khiến cho người dân không thể đi mua sắm trực tiếp mà thay vào đó, thói quen mua hàng qua thương mại điện tử gia tăng nhanh chóng, đặc biệt là các ngành hàng thực phẩm.

3. Tăng tương tác với khách hàng để có cái nhìn rõ hơn vào nhu cầu của người tiêu dùng tại các khu vực khác nhau.

4. Kết hợp hoặc chuyển đổi sang lĩnh vực Fintech: đây là xu hướng đã, đang và sẽ nở rộ hơn nữa trong tương lai khi các nhà bán lẻ tích hợp các tính năng dịch vụ tài chính kỹ thuật số, gia tăng hệ sinh thái mua sắm, dễ dàng thanh toán hàng hóa trong bối cảnh nhiều quốc gia như Việt Nam đang khuyến khích thanh toán không dùng tiền mặt.

5. Tối ưu hóa lợi nhuận bằng chính trải nghiệm của khách hàng: bằng cách hiểu nhu cầu khách hàng, nhà bán lẻ có thể bán nhiều hơn một sản phẩm mà người tiêu dùng đang tìm đến họ. Đây là cách tiếp cận thông minh và đầy tham vọng mà nhiều nhà bán lẻ ở châu Á và Việt Nam đang hướng đến.

KHOẢNG THỊ TRƯỜNG TÀI CHÍNH
Lầu 2, Tòa nhà 2/20 Cao Thắng, Q 3

Nguồn: TCTK, Bloomberg, Reuters, Vietdata, các Hiệp hội ngành nghề trong và ngoài nước ...

Ngân hàng Á Châu không chịu trách nhiệm đối với bất kỳ hoạt động kinh doanh nào phát sinh từ việc tham khảo hay sử dụng thông tin từ Bản tin này.

Contact Center 24/7: **1900 54 54 86 - (08) 38 247 247** | acb.com.vn |

ACB