

Báo cáo ngành Thương Mại điện tử

Việt Nam - Năm 2022



Phương pháp luận

Trong báo cáo này, chúng tôi đã tổng hợp danh sách hơn 100 trang web Thương mại điện tử hàng đầu tại Việt Nam trong năm qua. Tất cả các trang web đều có giao dịch trực tiếp và có nhiều hơn 200 nghìn lượt truy cập hàng tháng.

Bằng cách phân tích cụ thể các trang web này, chúng tôi có thể hiểu được những yếu tố nào đang thúc đẩy sự phát triển của các trang web có hiệu suất cao. Điều này bao gồm các ngành họ phục vụ, chân dung khách hàng tiềm năng của họ và các giải pháp, sản phẩm và phần mềm giúp họ ghi dấu.

Bên cạnh đó, chúng tôi đã phân tích hiệu suất của 5.000 công ty Thương mại điện tử toàn cầu và xếp hạng 300 công ty hàng đầu theo tổng mức tăng trưởng năm 2022. Tất cả các trang web đều có giao dịch trực tiếp và có tối thiểu 10.000 khách truy cập hàng tháng.

100+

Website thương mại điện tử được đo lường

200K+

Lượt xem hàng tháng

64%

Tăng trưởng trung bình năm



Những insight điểm nổi bật

- Sau Covid-19, nhóm website Thương mại điện tử (TMĐT) hàng đầu tại Việt Nam vẫn đạt mức tăng trưởng 2 con số.
- Bên cạnh các sàn TMĐT, nhóm ngành Bán lẻ điện tử đang chiếm tới hơn 40% thị phần.
- Dù chỉ chiếm 3% thị phần, các website Du lịch và lữ hành lại đạt mức tăng trưởng năm trung bình rất ấn tượng.
- Người tiêu dùng thuộc thế hệ Millennial và Gen Z đang thúc đẩy phần lớn tăng trưởng của các website trong năm qua

Sau Covid-19, các website TMĐT Việt Nam tăng trưởng liên tiếp ở mức 2 con số

Chúng ta thấy gì

Tổng lưu lượng truy cập của nhóm 100+ website TMĐT hàng đầu của Việt Nam tăng trưởng nhanh chóng từ cuối đại dịch với tốc độ trên 15%. Năm tiếp theo, mức tăng trưởng vẫn đạt mốc ~14%, đưa thành tích truy cập cán mốc 4,8 tỷ lượt vào cuối năm 2022.

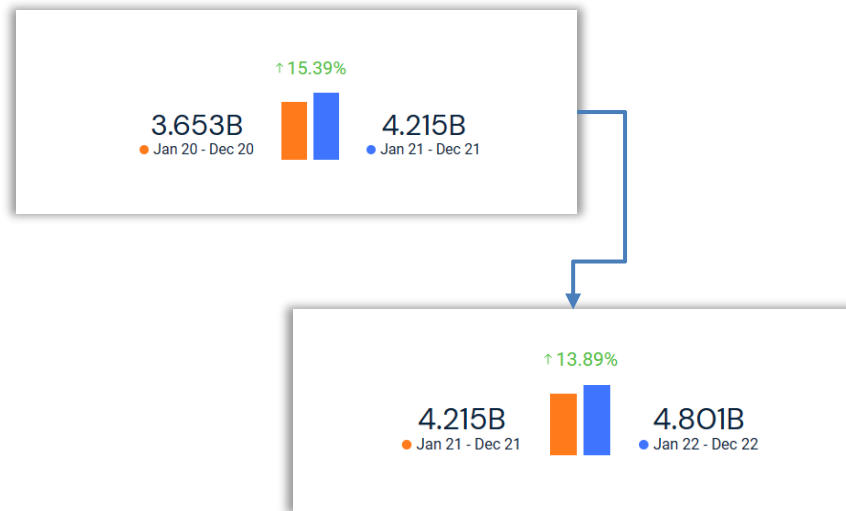
Ý nghĩa của xu hướng này

Nền kinh tế internet của Việt Nam đang bùng nổ nhanh chóng trong và sau đại dịch Covid-19 với xu hướng mua sắm online ngày càng trở nên phổ biến và được hỗ trợ bởi thiết bị thông minh và sự chuyên nghiệp hóa, thích ứng nhanh chóng của các doanh nghiệp cùng các đơn vị vận chuyển.

Theo báo cáo của Statista, Việt Nam có khoảng 69 triệu người dùng điện thoại thông minh tính đến năm 2022, tỷ lệ thâm nhập là 71% và được dự báo sẽ có khoảng 82 triệu người dùng vào năm 2025. Đây chắc chắn sẽ là tiền đề cho sự phát triển và bùng nổ mạnh mẽ hơn nữa của các website Thương mại điện tử tại Việt Nam.

Tổng lưu lượng truy cập 100+ website thương mại điện tử hàng đầu tại Việt Nam

Việt Nam, Máy tính và Trình duyệt trên điện thoại, 01/2020 – 12/2022



Người tiêu dùng trực tuyến đặc biệt ưu thích hàng Điện tử, Công nghệ

Chúng ta thấy gì

Trong cơ cấu ngành nghề của Top 100+ các website TMĐT hàng đầu, có đến 44% là các website chuyên Bán lẻ điện tử. Bên cạnh đó, không có gì đáng ngạc nhiên khi 45% còn lại là các sàn TMĐT và website mua sắm tổng hợp như chotot.com; websosanh.vn; chiaki.vn,...

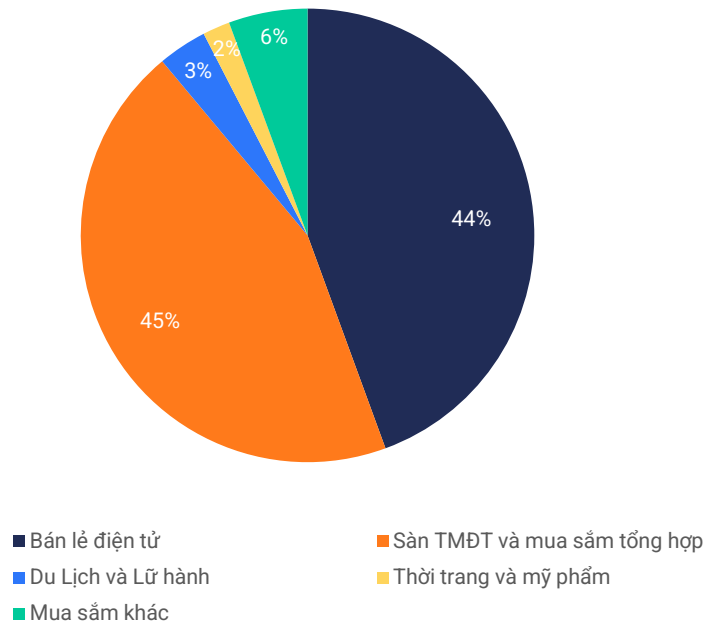
Ý nghĩa của xu hướng này

Người tiêu dùng trực tuyến có xu hướng ưu thích mua sắm hàng Điện tử, Công nghệ trên các trang web đáng tin cậy, chính hãng với nhiều thông tin cụ thể, video, hình ảnh minh họa đầy đủ. Khách hàng đã có thói quen tiến hành lựa chọn hàng hóa và thanh toán trực tuyến qua website.

Trong đó nổi lên là các “ông lớn” như Thế giới di động, Điện Máy Xanh, Bách hóa Xanh, Cellphone S, FPT Shop, Samsung,... Đây đều là những đơn vị định hình cuộc chơi trên thị trường Bán lẻ điện tử. Xu hướng cạnh tranh, thu hút khách hàng bằng Digital Marketing đã và đang diễn ra hết sức gay gắt. Không chỉ là các đơn vị lớn, các website của các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng đang đổ rất nhiều nỗ lực để thúc đẩy traffic dẫn về website của mình.

Cơ cấu ngành nghề của các trang web Thương mại điện tử

Việt Nam, Máy tính và Trình duyệt trên điện thoại, 01/2022 – 12/2022



Bên cạnh các sàn TMĐT, Du lịch Lữ hành sẽ phát triển mạnh trong năm tới

Chúng ta thấy gì

Các website Du lịch lữ hành lọt Top 100+ website hàng đầu chỉ chiếm 3% thị phần tuy nhiên mức tăng trưởng năm trung bình đạt mức ấn tượng 84%. Bên cạnh đó, các sàn TMĐT và website mua sắm tổng hợp vẫn tăng tương siêu mạnh mẽ ở mức 95%.

Nhóm mua sắm khác đạt mức tăng trưởng trung bình trên 100% do nhóm 5 website kinh doanh Đồng hồ tăng trưởng đột biến trong năm qua (Với tốc độ 70 – 137%)

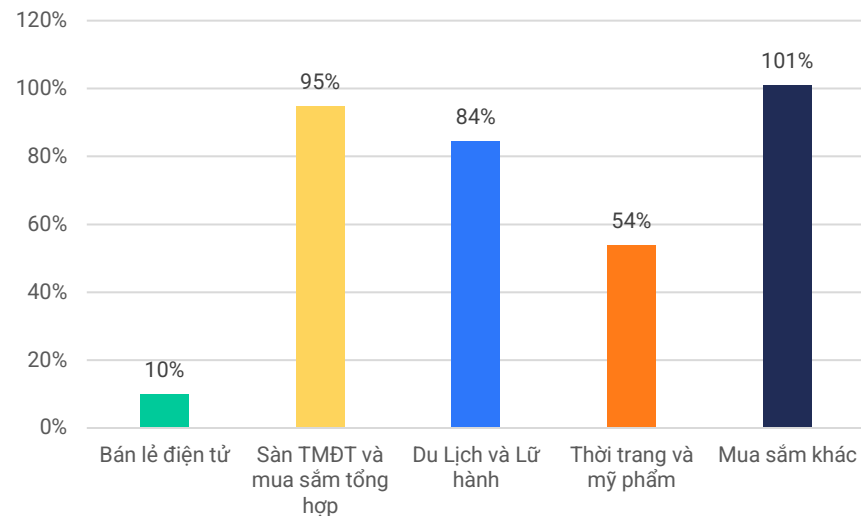
Ý nghĩa của xu hướng này

Cùng với sự phát triển của các sàn TMĐT, tại Việt Nam Du lịch lữ hành cũng tăng trưởng mạnh không kém sau Covid-19. Thói quen tiêu dùng đã bắt đầu dịch chuyển từ việc đặt phòng, mua vé trực tiếp / qua trung gian thành việc khách hàng chủ động tìm hiểu và chốt deal online qua các website lớn uy tín trên thế giới như Booking, Agoda, Traveloka, Tripadvisor đến cả các đơn vị của Việt Nam như MyTour, iVivu.

Cùng với sự phát triển và hậu thuẫn đặc lực của các phương thức thanh toán online trong những năm gần đây, việc người dùng chốt deal và giao dịch trực tiếp trên website tại Việt Nam đang ngày một phổ biến.

Tốc độ tăng trưởng năm trung bình của các website thuộc nhóm ngành thương mại điện tử tại Việt Nam

Việt Nam, Máy tính và Trình duyệt trên điện thoại, 01/2020 – 12/2022



Việt Nam có thể là cường quốc Thương mại điện tử tiếp theo?

Chúng ta thấy gì

Có lẽ không có gì ngạc nhiên khi thấy phần lớn lượng khách được chuyển đến các trang web này đến từ Hoa Kỳ. Điều đáng ngạc nhiên trong danh sách này là Việt Nam, đứng thứ ba sau Hoa Kỳ và Anh.

Ý nghĩa của xu hướng này

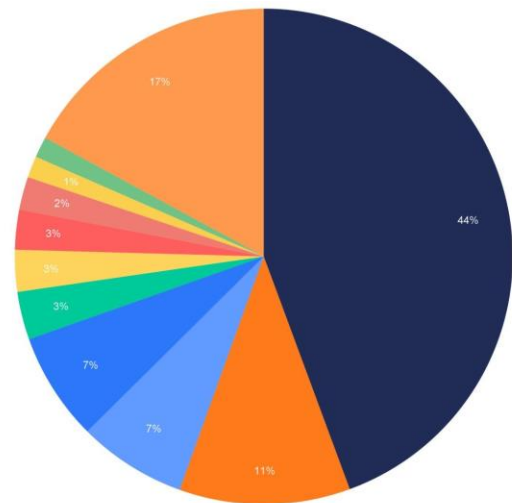
Theo một báo cáo trên Bloomberg, nền kinh tế kỹ thuật số của Việt Nam được dự báo sẽ tăng trưởng lên 52 tỷ đô la vào năm 2025, tăng 29% hàng năm so với năm 2020. Điều này có thể dẫn đến hơn 70% trong tổng dân số 100 triệu của Việt Nam sử dụng các giao dịch thương mại điện tử.

Bài báo tiếp tục nói rằng các công ty như Alibaba, Amazon và Goldman Sachs đã đầu tư khoảng 1,9 tỷ đô la vào lĩnh vực trực tuyến tại Việt Nam từ năm 2016 đến năm 2020.

Do đó, chúng tôi có thể kỳ vọng sẽ thấy Việt Nam phát triển lớn hơn nữa trên thị trường Thương mại điện tử trong những năm tới.

Phân tích trang web Thương mại điện tử phát triển nhanh nhất quý 2 theo địa lý

Worldwide, Desktop and Mobile Web, April 21 - June 21



• United States • United Kingdom • Vietnam • Germany • Italy • France • India • Spain • Turkey • Canada • Other

Các “ông lớn” đã chiếm lĩnh và dẫn dắt thị trường TMDT tại Việt Nam

Chúng ta thấy gì

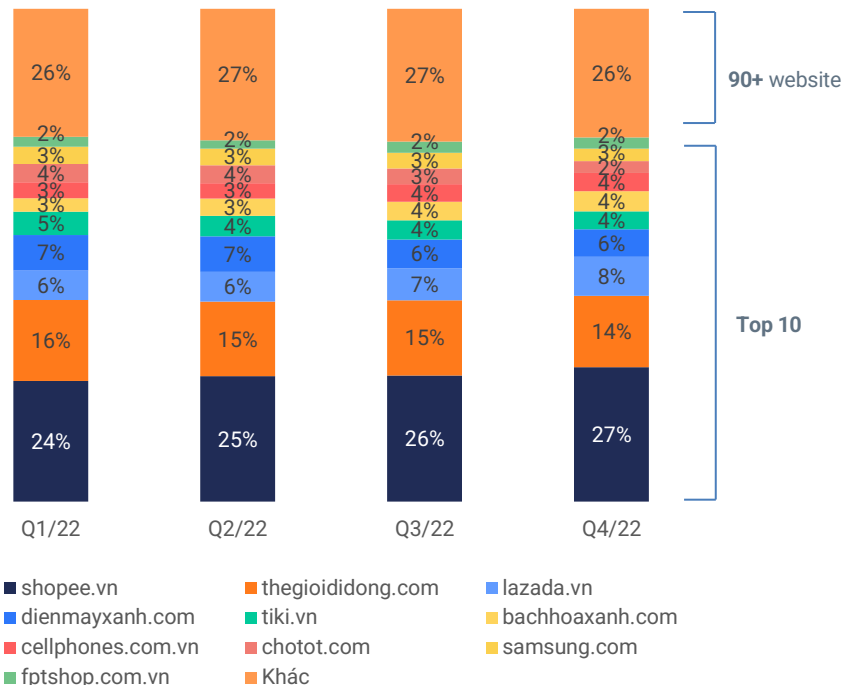
Trong top 100, trung bình 23% du khách đến từ quốc tế. Tuy nhiên, top 50 có mức trung bình cao hơn là 29% so với 50% dưới cùng có mức trung bình thấp hơn là 18%. Điều này cho thấy rằng các trang web Thương mại điện tử phát triển nhanh nhất có thể có nhiều sự hiện diện quốc tế hơn

Ý nghĩa của xu hướng này

Thương mại điện tử xuyên biên giới là chìa khóa để tăng trưởng theo cấp số nhân cho các doanh nghiệp trực tuyến. Theo một nghiên cứu do Visa thực hiện, 90% các nhà lãnh đạo các Trang Thương mại điện tử được hỏi cho biết sự hiện diện quốc tế sẽ là yếu tố cần thiết cho sự thành công của công ty họ vào năm 2024.

Thị phần truy cập các website Thương mại điện tử tại Việt Nam

Việt Nam, Máy tính và Trình duyệt trên điện thoại, 01/2020 – 12/2022



Người tiêu dùng Millennial và Gen Z thúc đẩy phần lớn tăng trưởng

Chúng ta thấy gì

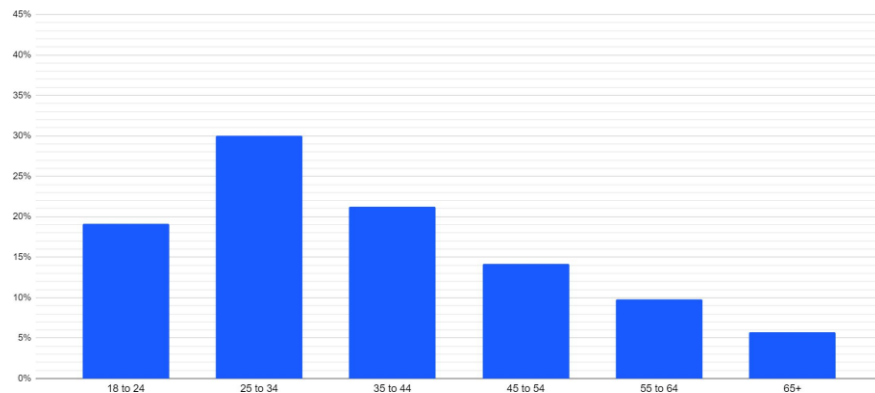
Gần 50% khách hàng của các trang web này là người tiêu dùng trong độ tuổi từ 18-34. Hơn nữa, khi chúng tôi phân tích sự thay đổi giữa tháng 4 và tháng 6, nhóm 18-24 có mức tăng trưởng lớn nhất, tăng 80%.

Ý nghĩa của xu hướng này

Mặc dù người tiêu dùng lớn tuổi ngày càng lên mạng nhiều hơn, nhưng cũng có lý khi tin rằng khi các con phố lớn bắt đầu mở cửa trở lại, nhiều người sẽ quay trở lại thói quen mua sắm cũ tại một cửa hàng vật lý. Ngoài ra, phần lớn người tiêu dùng lớn tuổi hiện đã được tiêm phòng, trong khi nhiều người tiêu dùng trẻ tuổi có thể vẫn đang chờ được tiêm phòng đầy đủ và do đó có thể chưa cảm thấy thoải mái khi quay trở lại đường phố.

Phân tích nhân khẩu học của các trang web Thương mại điện tử phát triển nhanh nhất quý 2

Worldwide, Desktop and Mobile Web, April 21 - June 21



Trang web siêu thực phẩm có mức tăng trưởng rất tốt trong quý 2

Chúng ta thấy gì

Kachava.com, một trang web về sức khỏe và siêu thực phẩm, có mức tăng trưởng traffic lớn nhất trong quý 2.

Ý nghĩa của xu hướng này

Sự gia tăng phổ biến trong các trang web như vậy không gây ngạc nhiên. Lối sống của mọi người rõ ràng đã thay đổi do hậu quả của đại dịch bởi lựa chọn hoặc bắt buộc.

Người ta đã chấp nhận rằng lối sống lành mạnh hơn có thể giúp giảm thiểu những tác động của COVID-19. Theo FMCG Gurus, 72% người tiêu dùng châu Âu muốn nỗ lực ăn uống lành mạnh hơn do hậu quả của đại dịch. Để chứng minh, chúng ta có thể thấy số người truy cập các trang web về dinh dưỡng và ăn kiêng tăng 18% so với cùng kỳ năm trước.

Với việc ngày càng có nhiều người tiêu dùng yêu thích lối sống lành mạnh hơn, có thể kỳ vọng rằng các trang web như Kachava.com sẽ tiếp tục hoạt động tốt.

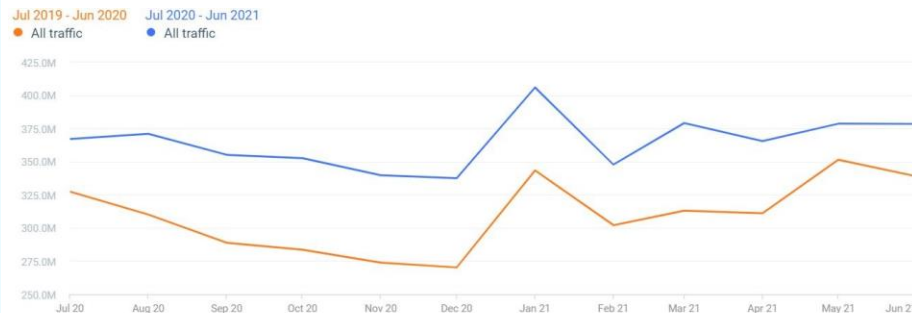


KACHAVA[®]
THE WHOLE BODY MEAL



Lượng traffic thay đổi YoY đối với các website về Dinh dưỡng và Ăn kiêng

Worldwide, Desktop and Mobile Web, June 19 - June 21



Truy cập danh sách Trang Thương mại
điện tử đang phát triển nhanh nhất.

[DOWNLOAD HERE](#)

 similarweb

Cảm ơn.

[START GENERATING INSIGHTS](#) >