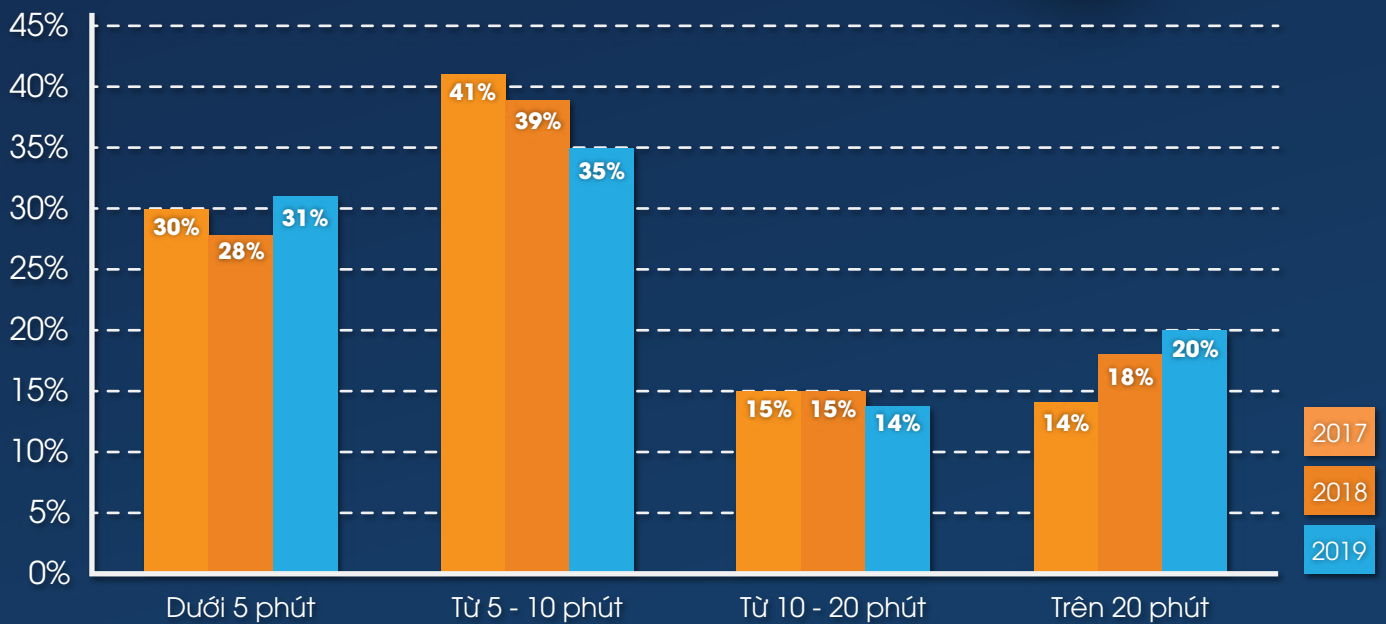


# VƯỢT QUA KHỦNG HOẢNG COVID-19 BẰNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ



Thời gian trung bình lưu lại của khách hàng khi truy cập website thương mại điện tử phiên bản di động hoặc ứng dụng bán hàng

## Mục lục

<b>Lời Giới Thiệu</b>	3
<b>PHẦN 1: GIỚI THIỆU INNOVATIVE HUB</b>	4
1.1. Về chúng tôi	4
1.2. Tại sao lựa chọn Innovative Hub?	4
1.3. Dịch vụ Innovative Hub	5
<b>PHẦN 2: ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM</b>	6
2.1. Thời đại của thương mại điện tử	6
2.1.1. Sàn thương mại điện tử tại Việt Nam	7
2.1.1.1. Lazada trong ngày 11/11	7
2.1.1.2. Shopee trong ngày 11/11	9
2.1.1.3. Tiki trong ngày 11/11	10
2.1.2. Sàn thương mại điện tử Alibaba.com	10
2.2. Ứng dụng thương mại điện tử tại Việt Nam	11
2.2.1. Tần suất mua sắm và thiết bị sử dụng	12
2.2.1.1. Tần suất mua sắm trực tuyến tăng mạnh	12
2.2.1.2. Tỷ lệ mua sắm bằng các thiết bị điện tử	13
2.2.2. Các mặt hàng được mua trực tuyến phổ biến	13
2.2.3. Số lượng tiền chi tiêu của người Việt cho mua sắm trực tuyến	15
2.2.4. Địa điểm nhận hàng khi mua sắm trực tuyến	15
2.3. Ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp	16
2.3.1. Lao động chuyên trách về thương mại điện tử phân theo quy mô	17
2.3.2. Lao động chuyên trách về thương mại điện tử phân theo lĩnh vực kinh doanh	17
2.3.3. Giao dịch thương mại điện tử doanh nghiệp với người tiêu dùng (B2C)	18
2.3.3.1. Website doanh nghiệp	18
2.3.3.2. Tham gia các sàn thương mại điện tử	20
2.3.3.3. Kinh doanh trên nền tảng di động	20
2.3.4. Giao dịch thương mại điện tử doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B)	23
2.3.4.1. Sử dụng các phần mềm quản lý	23
2.3.4.2. Sử dụng chữ ký điện tử và hợp đồng điện tử	24
2.3.4.3. Nhận đơn đặt hàng và đặt hàng qua các công cụ trực tuyến	25
2.3.4.4. Tỷ lệ đầu tư, xây dựng và vận hành website/ứng dụng di động	27
2.3.4.5. Đánh giá hiệu quả của việc bán hàng qua các trang trực tuyến	27
<b>PHẦN 3: ALIBABA.COM VÀ TIỀM NĂNG XUẤT KHẨU CHO CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT</b>	29
3.1. Giới thiệu Alibaba.com	29
3.2. Tiềm năng xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam	30
3.2.1. Lợi thế kinh doanh trên Alibaba.com	30
3.2.1.1. Việt Nam là quốc gia đứng thứ 04 trong 10 nước cung ứng toàn cầu trên nền tảng Alibaba.com	30

## Mục lục

3.2.1.2. Số lượng thành viên đăng ký khổng lồ	31
3.2.1.2. Thị trường xuất khẩu tiềm năng của doanh nghiệp Việt	32
3.3. Xu hướng tiêu dùng hậu Covid-19 trên thế giới	33
3.3.1. Xu hướng mua hàng qua sàn thương mại điện tử	33
3.3.2. Xu hướng chăm sóc sức khỏe	33
3.3.3. Lấy chất lượng sản phẩm làm trọng tâm	33
3.4. “Sức bật” từ các hiệp định thương mại tự do	34
3.4.1. Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA)	34
3.4.2. Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP)	34
3.4.3. Cơ hội cho các SMEs Việt Nam ngành F&B trên Alibaba.com	35
3.5. Không cần nhiều nhân sự để quản lý gian hàng Alibaba.com	37
<b>LỜI KẾT</b>	<b>40</b>

## Lời Giới Thiệu

Năm 2020 là một năm đầy biến động đối với thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng, **Covid-19** đã khiến nền kinh tế của các quốc gia bị ảnh hưởng nghiêm trọng, nhiều doanh nghiệp phá sản và hệ lụy là nhiều người lao động bị giảm thu nhập, mất việc làm. Nhưng nó cũng tạo ra nhiều cơ hội mới cho các nền tảng Thương Mại Điện Tử tại các quốc gia, đặc biệt là tại Việt Nam.

Với hành vi và thói quen tiêu dùng thay đổi, thương mại điện tử đã giúp Việt Nam trở thành một trong những nước có tốc độ hồi phục kinh tế sau Covid-19 nhanh nhất trên thế giới. Các doanh nghiệp cũng như người tiêu dùng Việt đều đứng trước cơ hội vô cùng lớn trong bối cảnh các nước đang bước vào cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và kinh doanh trên các nền tảng Thương Mại Điện Tử Xuyên Biên Giới.

Thương mại điện tử đã giúp các doanh nghiệp và khách hàng thuận tiện hơn trong quá trình mua bán. Trong những năm tới, thương mại điện tử hứa hẹn sẽ còn tiếp tục phát triển bùng nổ hơn nữa, và nếu doanh nghiệp không bắt kịp thời đại thì việc bị đào thải khỏi thị trường là điều không thể tránh khỏi. Ebook **VƯỢT QUA KHỦNG HOẢNG COVID-19 BẰNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ** sẽ giúp doanh nghiệp có cái nhìn tổng quan và định hướng phát triển sau đại dịch để khôi phục lại hoạt động kinh doanh một cách ổn định, từ đó tiến tới xuất khẩu trực tuyến trên toàn cầu thông qua Thương Mại Điện Tử Xuyên Biên Giới Alibaba.com

Bản quyền thuộc về Công Ty TNHH **Innovative Hub – Đại Lý Alibaba Tại Singapore và Việt Nam**. Mọi trích dẫn và tham khảo từ quyển Ebook này xin vui lòng ghi rõ nguồn tham khảo. Xin chân thành cảm ơn!

# PHẦN 1: GIỚI THIỆU INNOVATIVE HUB

## 1.1. Về chúng tôi

**Innovative Hub** được thành lập vào năm 2016 với tư cách là **Đối tác dịch vụ toàn cầu của Alibaba.com tại Singapore** trong 3 năm, **chúng tôi đã phục vụ hơn 1000 doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Singapore và chuyển đổi số thành công các hoạt động kinh doanh truyền thống của các doanh nghiệp thông qua Alibaba.com.** **Sứ mệnh** của Innovative Hub là **chuyển đổi số các doanh nghiệp để kinh doanh trên toàn cầu**, chúng tôi cung cấp các dịch vụ chuyên về nền tảng Thương mại điện tử để giúp các doanh nghiệp vượt ra khỏi các hình thức kinh doanh truyền thống trước đây.

**Innovative Hub** tiếp tục tăng trưởng và phát triển thông qua cung cấp các dịch vụ tư vấn chuyên nghiệp về chuyển đổi số cho các doanh nghiệp. Với sự phát triển không ngừng và câu chuyện thành công của chúng tôi tại thị trường Singapore, chúng tôi đã tiếp tục mở rộng ra khu vực và toàn cầu. Việt Nam chính là thị trường mở rộng đầu tiên của **Innovative Hub** và sẽ tiếp tục phát triển vững mạnh hơn trong tương lai với **tầm nhìn: Trở thành đối tác chiến lược và đáng tin cậy nhất trong chuyển đổi số của các doanh nghiệp ở Đông Nam Á.**

Về đội ngũ Innovative Hub: Chúng tôi là tập thể **năng động**, có niềm đam mê mãnh liệt trong đổi mới sáng tạo và quyết tâm trở nên xuất sắc trong các lĩnh vực chuyên môn của mình. Chúng tôi lao động với với tinh thần **tận tâm** và đây chính là nguồn năng lượng, mang đến nhiều ý tưởng và là niềm tự hào của tập thể đội ngũ **Innovative Hub**. Văn hóa công ty của chúng tôi là mang lại lợi thế cạnh tranh và tạo dựng một môi trường nơi những cá nhân xuất sắc, thông minh, năng động có thể vươn đến thành công. Chúng tôi luôn đồng hành cùng với khách hàng của mình và cùng nhau từng bước xây dựng tiến đến con đường thành công. Chúng tôi dám nghĩ lớn và làm việc chăm chỉ để không ngừng thúc đẩy bản thân trở nên tốt hơn và trở nên **xuất sắc** hơn trong các dịch vụ của mình mỗi ngày.

## 1.2. Tại sao lựa chọn Innovative Hub?

**Công ty đầu tư trực tiếp từ nước ngoài**



**Chất lượng**



**Toàn vẹn**



**Lãnh đạo**



**Đổi mới**



**Sự hài lòng của khách hàng**



**Làm việc nhóm**

- Là công ty FDI của Singapore, chúng tôi tin tưởng vào sự xuất sắc trong kinh doanh. Sự hiệu quả cùng lực lượng lao động lành nghề, đáng tin cậy là những phẩm chất và lợi thế của các công ty Singapore.
- Hồ sơ theo dõi đã được chứng minh với tư cách là Đối tác Dịch vụ Toàn cầu của Alibaba tại thị trường Singapore.
- Đối tác Alibaba giàu kinh nghiệm, có kinh nghiệm vận động các dự án chính phủ ở Singapore.
- Đội ngũ nhân viên phục vụ chuyên nghiệp 3 sao được chứng nhận bởi Alibaba.com
- VAS đã chấp thuận nhà cung cấp Alibaba.com cho Singapore, Việt Nam, Ấn Độ, Pakistan, Malaysia, Thái Lan và Indonesia.
- Hỗ trợ thêm thông qua sự kiện kết hợp kinh doanh Ngoại tuyến / Trực tuyến thường xuyên với Thương nhân Singapore.

### 1.3. Dịch vụ Innovative Hub

DỊCH VỤ	MÔ TẢ CHI TIẾT
Thiết kế minisite	Thiết kế cửa hàng điện tử của doanh nghiệp trên Alibaba.com để nhấn mạnh điểm khác biệt của bạn
Đăng sản phẩm	Tiết kiệm thời gian và chi phí mà vẫn có chất lượng tin đăng cao
Quản lý tài khoản	Thuê ngoài tài khoản của bạn với chuyên gia nội bộ của chúng tôi
Digital Marketing	Tạo khách hàng tiềm năng với Digital Marketing tích hợp
Bảo trì tài khoản	Duy trì tài khoản của bạn tốt hơn với các chuyên gia nội bộ của chúng tôi để đạt được kết quả tốt hơn
Chụp ảnh sản phẩm	Chụp ảnh sản phẩm chuyên nghiệp để giới thiệu sản phẩm độc đáo của doanh nghiệp
Cung cấp thị trường dữ liệu xuất khẩu	Nhận thông tin chi tiết về thị trường xuất khẩu với khách hàng tiềm năng và thông tin về đối thủ cạnh tranh
Giải pháp hỗ trợ tuyển dụng nhân sự	Chúng tôi giúp bạn thuê và đào tạo nhân sự thương mại điện tử

## PHẦN 2: ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM

### 2.1. Thời đại của thương mại điện tử

Thương mại điện tử là một trong những thành tố phát triển nhanh nhất của nền kinh tế số tại Việt Nam. Thậm chí tốc độ tăng trưởng của thị trường được đo lường đạt mức 35% mỗi năm, nhanh hơn thị trường Nhật Bản 2,5 lần. Năm 2020, số người mua sắm tại Việt Nam được dự đoán tăng 52%, nâng tổng doanh thu lên đến 10 tỷ USD.

Năm 2020 thương mại điện tử và mua sắm trực tuyến đem lại doanh thu khổng lồ lên đến 5.770 triệu USD (tăng 30,3% so với năm 2019) và số người sử dụng tăng thêm 15,1% đạt 45,6 triệu người dùng.

Một số báo cáo chỉ ra rằng lượng truy cập vào website các sàn thương mại điện tử như Tiki, Lazada, Sendo giảm trung bình 9% so với cùng kỳ năm ngoái. Nguyên do là do trong mùa dịch, các sàn giảm các hoạt động khuyến mãi và quảng cáo, thay vào đó là những hoạt động tương tác khác nhằm tăng độ gắn kết với khách hàng.

Trong 3 tháng đầu năm, thị trường bán lẻ về thời trang chứng kiến lượng truy cập giảm 38% so với quý trước đó. Tương tự, thị trường bán lẻ đồ dùng điện gia dụng cũng giảm lượng truy cập đến 17% so với tháng 1. Tuy nhiên, tới tháng 3, trạng thái cách ly xã hội đã tạo cơ hội cho các nhà bán lẻ online như Bách Hóa Xanh tăng đến 49% so với quý trước, khi người tiêu dùng bắt buộc tuân thủ quy định về giãn cách xã hội và phải ở nhà tránh dịch nhiều hơn.

Thị trường thương mại điện tử tại Việt Nam đã trải qua nhiều thay đổi trong giai đoạn cách ly xã hội và cũng là lúc nhu cầu mua sắm của người tiêu dùng thay đổi, nhưng cũng từ sự biến chuyển này đã mang đến nhiều cơ hội cho các website thương mại điện tử. Nhưng thách thức đối với các sàn nội địa là phải luôn nhanh nhạy và nắm bắt xu thế mới của thị trường.



Mức độ tăng trưởng về lượng truy cập các website

Số liệu thống kê trước đại dịch Covid-19 cho thấy, nhìn chung, người tiêu dùng Việt Nam lạc quan về triển vọng kinh tế trong tương lai và phần lớn có kế hoạch tăng chi tiêu của họ trong năm tới.

Khi đại dịch bùng phát, nhu cầu mua sắm các mặt hàng như đồ hộp, thực phẩm đóng gói, khẩu trang... tăng mạnh trong tháng 2 và tháng 3 năm 2020, từ 60% đến 160%, theo ghi nhận từ một số sàn thương mại điện tử lớn.

- Lazada ghi nhận nhu cầu mua sắm với ngành hàng chai xịt phòng, chai khử khuẩn dạng xịt tăng hơn 160%, ngành hàng tã và giấy tăng hơn 60%, ngành hàng đồ hộp và thực phẩm đóng gói tăng hơn 50%...

- Tiki cho biết, mức độ tăng trưởng về nhu cầu mua sắm trên sàn này từ đầu tháng 2 đến giữa tháng 3 tăng 15% so với hai tháng cuối năm ngoài. Nhu cầu mua sắm của người tiêu dùng trên sàn có xu hướng tăng mạnh từ khi dịch bệnh bùng nổ. Có những thời điểm ước tính trên Tiki phát sinh tới 4.000 – 5.000 đơn hàng/phút, nhiều mặt hàng phải nhập kho liên tục.

### 2.1.1. Sàn thương mại điện tử tại Việt Nam

Lễ hội mua sắm 11/11 các sàn thương mại điện tử hàng đầu Việt Nam như Lazada, Shopee, Tiki, Sendo... đã triển khai nhiều sự kiện giảm giá, livestream âm nhạc cũng như các voucher giảm giá để kích cầu khách hàng. Sự đổi mới trong cách tiếp cận đã giúp người tiêu dùng có những trải nghiệm mua sắm thú vị. Livestream của Lazada đã phá vỡ kỷ lục livestream trên các sàn thương mại điện tử ở Việt Nam với hơn 380.000 người xem cùng lúc.

Trong giờ đầu tiên của ngày 11/11 đã ghi nhận hơn 20 triệu lượt truy cập trong khu vực. Ngày 11/11 không chỉ mang đến những trải nghiệm mua sắm với mức giá đầy hấp dẫn mà còn tạo điều kiện cho người bán và các thương hiệu gia tăng doanh số mạnh nhất trong năm. Sau sự kiện ngày 11/11, ba sàn thương mại điện tử lớn nhất Việt Nam (Lazada, Shopee, Tiki) đã thu về một khoản doanh thu đầy ấn tượng.

#### 2.1.1.1. Lazada trong ngày 11/11

**Lazada** đầu tư cho các chiến dịch Marketing, voucher giảm giá, voucher miễn phí vận chuyển gấp đôi so với năm ngoài tại thị trường Việt Nam. Với việc tổ chức lễ hội âm nhạc quy mô lớn, có sự góp mặt của những ngôi sao hạng A đã giúp Lazada tiếp tục dẫn đầu trong lĩnh vực giải trí - mua sắm. Sự nỗ lực tuyệt vời đó đã giúp Lazada đạt được doanh thu khủng trong đợt siêu Sale 11/11 và nhiều kỳ tích khác, như:

- Số lượng đơn đặt hàng và số lượt mua: LazMall báo cáo số lượng đơn đặt hàng và lượt mua thành công **tăng gấp đôi so với năm ngoài**.



- Trong 2 giờ đầu tiên: Số lượt mua sản phẩm đã bỏ vào giỏ hàng tăng gấp đôi so với cùng kỳ năm ngoái trong hai giờ đầu tiên của Ngày hội mua sắm. **Lazada** tung ra tổng cộng 11 triệu sản phẩm giảm giá lên đến 50%, **tổng giá trị mã giảm giá lên đến 22 tỷ đồng**.

- Livestream: Từ 1/11 đến 11/11, LazLive đạt rất nhiều số liệu khủng.

- Diễn đàn livestream của LazLive đạt lượt người xem cao gấp 20 lần so với năm 2019.

- Số lượng người bán lẻ và các thương hiệu tham gia Livestream tăng khoảng 120% trên Lazada.

- Laz 11/11 Super Show đã chứng kiến hơn 10 triệu lượt xem với đỉnh điểm hơn 380.000 người xem trực tiếp trên ứng dụng.

- Diễn đàn Lazgame: Theo thống kê, người chơi đã dành gần 175.000 giờ tương tác tại đây và tạo ra hàng nghìn voucher.

- Sản phẩm bán chạy nhất: Các con số được báo cáo đã cho thấy doanh thu bán hàng nổi bật trên nhiều mặt hàng như mỹ phẩm, thực phẩm tươi sống, đồ điện tử.

- Đã bán được 20.000 smartphone, 3.000 tivi và 50.000 phiếu ăn uống với giá 1.000 đồng trong 2 giờ đầu tiên.

- Số lượng son môi bán ra trong ngày 11/11 đủ cho 8.000 phụ nữ sử dụng trong 3 năm.

- Với chất tẩy rửa, số lượng bán ra đủ cho 5 triệu hộ gia đình sử dụng trong 1 ngày.

- Lượng thịt và rau củ tiêu thụ được ước tính đủ cho cả 5.000 hộ gia đình sử dụng trong 1 ngày.

### 2.1.1.2. Shopee trong ngày 11/11

**Shopee** là một trong những thị trường thương mại điện tử hàng đầu Việt Nam tập trung vào việc truyền tải thông điệp tiếp thị mạnh mẽ đến khách hàng trong Ngày hội Độc thân cùng với **Shopee Super Sale 11/11** lớn nhất trong năm. Shopee đã tiếp tục tạo ra một cột mốc mới trên thị trường thương mại điện tử, khuyến khích khách hàng chi tiêu nhiều hơn thông qua **LỄ HỘI MUA SẮM 11.11**. Shopee ghi nhận **lượng đơn hàng đặt và bán cao gấp 10 lần chỉ trong một ngày**.

- Danh mục sản phẩm bán chạy nhất: Sự gia tăng mạnh mẽ trong danh mục sản phẩm như sản phẩm chăm sóc sức khỏe và sắc đẹp, điện thoại thông minh và xe máy đã tạo nên doanh thu đáng kể cho Shopee.

- Người mua sắm Việt Nam có xu hướng săn mĩ phẩm trên Shopee trong thời gian flash sale với **hơn 4.500 sản phẩm làm đẹp, 16.000 chai micellar water được bán chỉ trong 8 giờ đầu tiên**.

- Điện thoại thông minh cũng là một lựa chọn được ưa chuộng với **8.000 điện thoại Xiaomi được bán ra**.

- Người mua trên Shopee tận dụng chiết khấu hấp dẫn để mua các mặt hàng có giá trị cao như **xe máy với giao dịch cao nhất được ghi nhận trị giá 100 triệu đồng**.

- Một số thương hiệu nổi tiếng tại Shopee ghi nhận doanh số bán hàng tăng đột biến với tổng đơn hàng trung bình tăng hơn 1.731 lần và tổng lượt truy cập trung bình hơn 1.626 lần.

- Shopee Live: Đánh dấu mức độ phổ biến ngày càng tăng của các trò chơi trên ứng dụng mua sắm

- Tổng số giờ xem ShopeeLive lên đến hơn 20 triệu giờ

- Khoảng 2,5 tỷ lượt chơi trên các trò chơi trong ứng dụng Shopee.

Nhờ vào sự ủng hộ không ngừng của người bán và người tiêu dùng, Shopee đã lập nên một dấu mốc mới cho ngày 11/11, với mức doanh thu phá vỡ kỷ lục năm ngoái. Sự tăng trưởng mạnh mẽ về doanh thu, doanh số bán hàng và số lượng đơn hàng đã thúc đẩy sự phát triển của doanh nghiệp trên thị trường thương mại điện tử Việt Nam, và đồng thời mở ra cơ hội kinh doanh cho người bán cũng như các thương hiệu doanh nghiệp vừa và nhỏ không chỉ thành công trong nước mà vươn ra toàn cầu.

### 2.1.1.3. Tiki trong ngày 11/11

Không kém cạnh Lazada và Shopee, lễ hội mua sắm 11/11 đã đem lại mức doanh thu tăng đột biến cho **Tiki**: Tăng hơn 50% so với sự kiện giảm giá ngày 10/10 cùng năm, gấp 3 lần so với cùng kỳ năm ngoài, 7 lần so với doanh thu bán hàng ngày bình thường.

- TikiNow và Tiki PRO, Tiki NGON (giao thực phẩm tươi sống): Lượng đơn hàng tăng mạnh lần lượt gấp 5 lần, 7 lần và 10 lần so với đơn hàng đặt hàng ngày.

- Voucher, coupon: Cùng lúc 100% mã giảm giá được tung ra trong 2 ngày cao điểm 10/11 và 11/11. Điều này một lần nữa cho thấy những chương trình ưu đãi mà **Tiki** đưa ra trong dịp này đã thu hút được sự quan tâm rất lớn của khách hàng.

- Doanh thu: Trong buổi sáng ngày 11/11, Tiki đã thu lãi gấp đôi so với ngày 10/10, tổng số đơn hàng đã giao và đang xử lý trong ngày 11/11 bằng tổng gộp ngày 10/10 và 9/9.

- Sản phẩm phổ biến: Các ngành hàng được tiêu thụ nhiều nhất trên Tiki không thể không kể đến điện tử (Samsung, Apple, Laptop, máy tính, tivi, máy tính bảng), làm đẹp, mỹ phẩm, thiết bị gia dụng...

Với việc vừa cho ra mắt nền tảng tích hợp nhiều trải nghiệm gồm các chương trình ca nhạc với các nghệ sĩ lớn, trò chơi trên ứng dụng để người mua trải nghiệm, tích điểm và nhận voucher đã làm tăng thêm lợi ích của việc mua sắm tích hợp giải trí, không chỉ mang lại trải nghiệm mua sắm thú vị cho người mua mà còn thúc đẩy và củng cố doanh số cho các người bán lẻ trên **Tiki**. Bằng chứng là theo báo cáo từ phía **Tiki**, các ưu đãi, coupon mà khách hàng quan tâm đều được sử dụng hết trong 30 giây đầu tiên khi bắt đầu chương trình ca nhạc trực tiếp.

### 2.1.2. Sàn thương mại điện tử Alibaba.com

Vào lễ hội mua sắm trực tuyến thường niên lớn nhất thế giới ngày 11/11, **Alibaba đạt doanh thu 75 tỷ USD**.

Theo tin từ Bloomberg, doanh thu trên các nền tảng thương mại điện tử của Alibaba.com trong lễ hội mua sắm này đạt 498,2 tỷ Nhân dân tệ, tương đương 75 tỷ USD, gần gấp đôi con số 38 tỷ USD cùng kỳ 2019. Tuy nhiên, lễ hội mua sắm năm nay được triển khai từ nhiều ngày trước ngày 11/11 và hàng loạt dịch vụ mới được bổ sung nên đã làm doanh thu của Alibaba.com cất cánh không tưởng.

Doanh thu của Alibaba trong Ngày độc thân hàng năm luôn được xem là một thước đo về khả năng chi tiêu của người tiêu dùng Trung Quốc, cũng như một

"hàn thủ biểu" về sức khỏe của nền kinh tế lớn thứ nhì thế giới.

Lễ hội mua sắm 11/11 ra đời vào năm 2009 là sáng kiến của tỷ phú Jack Ma - nhà sáng lập Alibaba. Sau hơn 1 thập kỷ hoạt động và phát triển, ngày 11/11 này đã trở thành cuộc săn hàng giảm giá khổng lồ trên các nền tảng bán hàng trực tuyến không chỉ có tác động ở Trung Quốc, mà hiện cũng rất có sức ảnh hưởng ở Việt Nam. Và đặc biệt, năm nay do ảnh hưởng từ việc bị hạn chế đi lại, ăn uống do dịch bệnh từ đầu năm đến nay, nên người dân Trung Quốc đã mua sắm mạnh tay hơn trong Ngày độc thân 11/11 này, cụ thể:

- Trong 111 phút đầu ngày 1/11, Nike và Apple nằm trong số 100 thương hiệu đạt doanh thu 100 triệu Nhân dân tệ (tương đương 15 triệu USD) trên các nền tảng của Alibaba.

- Cửa hiệu trung tâm của hãng mỹ phẩm Estee Lauder trên Tmall là cửa hiệu đầu tiên cán mốc doanh thu 1 tỷ Nhân dân tệ.

- Các chuỗi khách sạn quốc tế như Marriott và Accor cũng lần lượt đạt doanh thu 1 tỷ Nhân dân tệ.

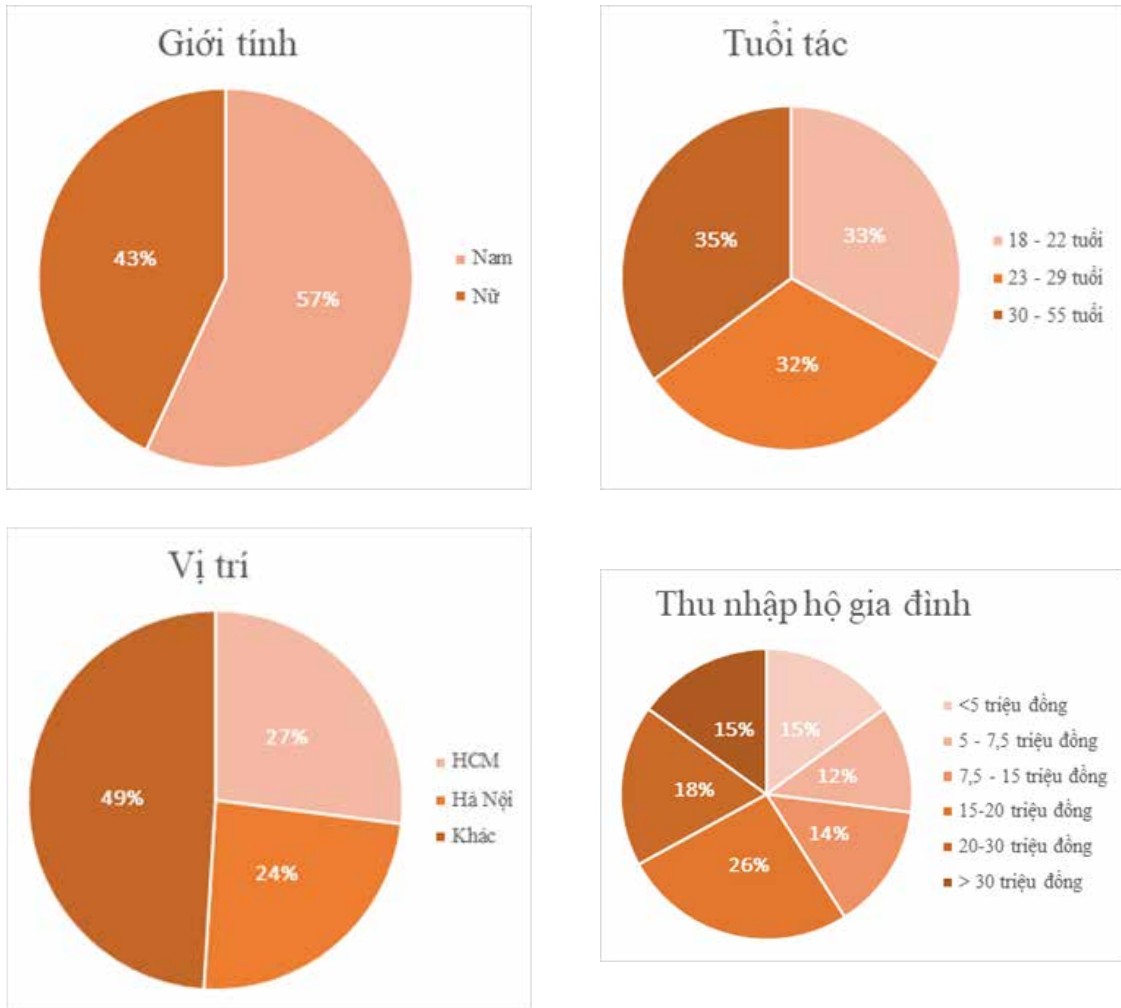
- Doanh thu bán lẻ ở Trung Quốc tăng 3.3% so với cùng kỳ năm ngoái trong tháng 9 và được dự báo tăng 5% trong tháng 10.

Theo ước tính của chuyên gia kinh tế Xing Zhaopeng thuộc ngân hàng ANZ, tiêu dùng đóng góp chưa đầy 0.5% vào mức tăng trưởng 4.9% mà nền kinh tế Trung Quốc đạt được trong quý 3. Cũng theo ông Xing, niềm tin của người tiêu dùng Trung Quốc có thể phải đến năm 2021 mới phục hồi hoàn toàn.

## 2.2. Ứng dụng thương mại điện tử tại Việt Nam

Những số liệu dưới đây được dựa vào cuộc khảo sát được thực hiện vào tháng 10 năm 2020, với gần 700 khách hàng, những người đang mua sắm trực tuyến đều có hiểu biết cập nhật về thị trường Thương mại điện tử tại Việt Nam bởi Hiệp Hội Thương Mại Điện Tử Việt Nam.

Mua sắm trực tuyến tiếp cận với cả nam và nữ, mọi mức thu nhập hộ gia đình, mọi nhóm tuổi và tất cả các địa điểm có phân bố cao trên 18 đến 39 tuổi và HHI từ 7,5 đến 15 triệu.



Mức độ tăng trưởng về lượng truy cập các website

### 2.2.1. Tần suất mua sắm và thiết bị sử dụng

Mua sắm trực tuyến được sử dụng thường xuyên hơn, do các ứng dụng trên di động ngày càng nhiều và dễ sử dụng, đồng thời khi sử dụng các ứng dụng mua sắm trên thiết bị di động sẽ giúp người tiêu dùng nhận được thông tin thường xuyên hơn.

#### 2.2.1.1. Tần suất mua sắm trực tuyến tăng mạnh

Người tiêu dùng mua sắm trực tuyến hàng tháng **tăng 14%** so với 2019, **đạt 61%** vào năm 2020. Với số liệu này chúng ta có thể thấy rõ ràng rằng dưới tác động của dịch bệnh Covid-19, ngày càng có nhiều người tiêu dùng chuyển sang hình thức mua sắm trực tuyến hơn so với mua sắm trực tiếp tại các cửa hàng, siêu thị... trước đây.

*Innovative Hub*

**SCAN ĐỂ ĐẾN BÀI VIẾT VÀ ĐĂNG KÝ NHẬN  
FULL EBOOK**

