

Tăng trưởng thương mại điện tử toàn cầu giữa năm 2024: Giải pháp phục vụ phong cách sống ngoài trời và quà tặng ý nghĩa dẫn đầu

Giai đoạn giữa năm, đặc biệt là mùa hè và dịp tựu trường, đã và đang trở thành thời điểm vàng cho mua sắm trực tuyến. Theo Liên đoàn Bán lẻ Quốc gia Hoa Kỳ, chỉ tiêu cá nhân cho mua sắm mùa tựu trường đã tăng đáng kể trong hai năm qua, thậm chí vượt qua cả chỉ tiêu mua sắm cho mùa lễ hội cuối năm¹. Hè năm nay, ngày hội mua sắm Amazon Prime Day 2024 đã khẳng định vị thế là “mùa vàng” thúc đẩy doanh thu hàng đầu trong năm với hơn 200 triệu đơn vị sản phẩm được các đối tác bán hàng bên thứ ba bán ra trên toàn cầu. Sự kiện mua sắm kéo dài hai ngày này cũng ghi nhận sự tham gia nhiệt tình từ các nhà bán hàng Việt Nam, với các sản phẩm thuộc nhóm **Nhà cửa, Sức khỏe và Chăm sóc cá nhân, Nhà bếp, Làm đẹp, Bách hóa-Tiêu dùng** lọt top những sản phẩm bán chạy nhất từ Việt Nam đối với khách hàng quốc tế. Bằng việc nắm bắt các xu hướng tiêu dùng toàn cầu mới và tinh chỉnh chiến lược bán hàng, các doanh nghiệp Việt có thể tận dụng tối đa cơ hội thành công trên thị trường quốc tế, khẳng định vị thế của mình, cũng như xây dựng nền tảng vững chắc để phát triển lâu dài.

Để không bỏ lỡ cơ hội mùa mua sắm cao điểm giữa năm, các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) Việt Nam cần tối ưu hóa và phát triển chiến lược sản phẩm có chọn lọc. Những danh mục sản phẩm tiềm năng có thể kể đến như các sản phẩm ngoài trời cho mùa hè, dụng cụ học tập, phụ kiện công nghệ và quà tặng mùa tựu trường - tất cả đều mang lại cơ hội hấp dẫn cho các nhà bán hàng thương mại điện tử trong giai đoạn quan trọng này.



Hình 1. Gian hàng FlexOffice -thương hiệu của tập đoàn Thiên Long trên Amazon tích cực bổ sung các sản phẩm mùa tựu trường năm nay

¹ [NRF | Retail Holiday and Seasonal Trends](#)

Phong cách sống ngoài trời thúc đẩy nhu cầu các sản phẩm sân vườn và đồ dùng ngoài trời

Thị trường sản phẩm ngoài trời chứng kiến sự tăng trưởng đáng kể trong thời gian gần đây. Xu hướng này được thúc đẩy bởi những thay đổi trong lối sống của người tiêu dùng, khi họ ngày càng quan tâm đến đời sống ngoài trời, đặc biệt là từ sau đại dịch và giai đoạn mùa hè. Nhu cầu gia tăng được ghi nhận trong nhiều danh mục quan trọng, bao gồm các sản phẩm sân vườn, đồ ngoại thất hay các sản phẩm dành cho hoạt động ngoài trời. Trong các phân khúc đa dạng này, có thể quan sát thấy những xu hướng chung như **tính bền vững, tính đa năng và phong cách** là các yếu tố định hình chiến lược sản phẩm của các thương hiệu. Các doanh nghiệp đang nỗ lực đáp ứng nhu cầu của khách hàng, mong muốn nâng cao trải nghiệm ngoài trời và tạo ra không gian sống hấp dẫn bên ngoài ngôi nhà của mình.

- **Dụng cụ & thiết bị làm vườn đa năng, bền vững và cải tiến**

Theo báo cáo của Statista, thị trường làm vườn đang phát triển mạnh mẽ, dự kiến đạt 80,86 tỷ USD giá trị thị trường cuối năm 2024². Một nghiên cứu khác cũng ghi nhận hơn 80% các hộ gia đình ở Mỹ tham gia vào các hoạt động làm vườn, cho thấy tiềm năng lớn đối với thị trường này. Người tiêu dùng đặc biệt quan tâm đến các dụng cụ làm vườn đa năng và hiệu suất cao, như xe đẩy gấp gọn, xẻng đa dụng hay các loại kéo cắt tỉa có thể điều chỉnh phù hợp với nhiều loại cây khác nhau. Về phong cách làm vườn, ngày càng nhiều người tiêu dùng theo đuổi tính thẩm mỹ và tính cá nhân hóa, hướng đến các phong cách khác nhau như cổ điển và tự nhiên, hay thoải mái và gần gũi. Đối với các thiết bị làm vườn, một số người tiêu dùng đang dần chuyển hướng từ các công cụ làm vườn truyền thống sang các thiết bị thông minh, chạy bằng điện và các thiết bị công nghệ tân tiến mang lại hiệu suất cao.

Từ Việt Nam, nhiều doanh nghiệp và nhà sản xuất đã nhận ra nhu cầu ngày càng tăng đối với các sản phẩm sân vườn và bắt đầu khai thác thị trường mới nổi này. Bằng việc tận dụng các nguyên liệu địa phương phong phú như tre, xơ dừa, rêu rừng và nhựa tái chế, các nhà bán hàng Việt Nam trên Amazon đã phát triển một loạt các sản phẩm làm vườn thân thiện với môi trường. Có thể kể tới các loại chậu cây phân hủy sinh học, cọc leo cây và phân bón hữu cơ nằm trong những mặt hàng phục vụ nhu cầu của nhóm tiêu dùng quan tâm tới vấn đề bảo vệ môi trường. Thông qua việc khai thác các nguồn tài nguyên tái tạo này và thực hành sản xuất bền vững, các doanh nghiệp Việt Nam đang nắm lợi thế để đáp ứng nhu cầu đối với xu hướng các giải pháp sân vườn xanh và thân thiện với thiên nhiên ngày càng tăng cao trên thị trường quốc tế.

- **Đồ nội thất ngoài trời lấy cảm hứng từ mùa hè**

Xu thế làm việc từ xa làm thay đổi không gian sống, thúc đẩy nhu cầu đồ nội thất ngoài trời đáp ứng về cả chất lượng và tính thẩm mỹ ngày càng tăng. Phân khúc này chủ yếu thu hút những thế hệ trẻ có tài chính, những người sẵn sàng đầu tư vào những món nội thất bền và đẹp. Sản phẩm nấu nướng ngoài trời, bàn ghế ngoài trời, lửa trại và khu vực ăn uống là những mặt hàng “hot” được các chủ nhà “sẵn đón” khi thiết kế không gian sinh hoạt ngoài trời. Các sản phẩm gỗ có thể gấp gọn và tiết kiệm không gian cũng là một lợi thế lớn cho thương mại điện tử xuyên biên giới, cho phép các nhà bán hàng Việt Nam tận dụng vị thế là nhà xuất khẩu gỗ lớn trên thế giới.

² <https://www.statista.com/outlook/emo/diy-hardware-store/lawn-garden/worldwide>



Hình 2. Các sản phẩm gỗ nội thất ngoài trời như bàn ghế gỗ của Kunjek thu hút trên thị trường TMĐT xuyên biên giới mùa cao điểm giữa năm

Kunjek là nhà sản xuất FDI lớn và có kinh nghiệm tại Việt Nam. Doanh nghiệp xuất sắc gặt hái thành công khi xuất khẩu TMĐT xuyên biên giới qua Amazon với chiến lược khai thác thế mạnh địa phương. Trong năm 2022-2023, Kunjek mở rộng danh mục sản phẩm trên Amazon, không chỉ tập trung vào các công cụ cải thiện nhà cửa mà còn mở rộng ra các sản phẩm sân vườn và đồ nội thất ngoài trời. Có thể kể đến các mặt hàng như dụng cụ bảo vệ động vật không làm hại chúng, bộ công cụ đốt lò và đồ nội thất ngoài trời bằng gỗ như ghế và bàn gấp gọn. Thương hiệu đã tận dụng lợi thế sản xuất của mình, cũng như lợi thế về chi phí sản xuất tại Việt Nam để nhanh chóng tối ưu hóa hoạt động và giới thiệu các dòng sản phẩm mới này. Chiến lược đa dạng hóa này đã giúp Kunjek thành công thâm nhập thị trường Mỹ, cũng như thiết lập vị thế vững chắc trên Amazon.

Giá trị cảm xúc thúc đẩy nhu cầu mua sắm: Đồ dùng học tập, các món quà gợi lên cảm xúc tích cực có tiềm năng thương mại rất lớn.

Giá trị cảm xúc trở thành yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến hành vi mua sắm của người tiêu dùng, mang tới tiềm năng thương mại lớn cho những sản phẩm mang lại các xúc cảm tích cực. Đại dịch toàn cầu thúc đẩy con người đánh giá lại các giá trị sống, ưu tiên sức khỏe tinh thần và trải nghiệm hơn là vật chất.

Để tạo dựng những kết nối về mặt cảm xúc với người tiêu dùng, các doanh nghiệp có thể tập trung vào các sản phẩm có thiết kế tinh tế, trải nghiệm cá nhân hóa và xây dựng câu chuyện thương hiệu phản ánh giá trị sâu sắc. Các nhà sản xuất, thương hiệu và nhà bán hàng có khả năng tích hợp giá trị tình cảm một cách hiệu quả vào các sản phẩm của mình sẽ có cơ hội thành công trong các mùa mua sắm cao điểm như giai đoạn giữa năm này.

Quà tặng, như một “ngôn ngữ cảm xúc” phổ biến, là phương thức hiệu quả để thể hiện tình cảm và tạo ra những kết nối ý nghĩa. Thị trường quà tặng bán lẻ Bắc Mỹ được dự kiến sẽ tăng trưởng từ 14 tỷ USD vào năm 2024 lên 17,13 tỷ USD vào năm 2029. Nhìn vào sự đa dạng đầy bất ngờ của nhóm hàng này trên Amazon, từ các thiết bị điện tử cao cấp đến sản phẩm chăm sóc cá nhân và các vật dụng gia đình thiết yếu, các nhà bán hàng Việt Nam đang đứng trước cơ hội lớn khai thác các xu hướng quà tặng mới nổi để phát triển trong tương lai.

- **Tận dụng cơ hội quà tặng mùa tựu trường**

Mùa tựu trường là cơ hội vàng cho các nhà bán hàng thương mại điện tử để thúc đẩy doanh số bán hàng làm quà tặng. Hàng năm, danh mục sản phẩm như văn phòng phẩm, thiết bị điện tử, quần áo và dụng cụ văn phòng luôn ghi nhận nhu cầu cao từ học sinh và phụ huynh. Bên cạnh những mặt hàng thiết yếu, cơ hội mới còn mở ra từ nhu cầu trang trí phòng ký túc xá và phòng học. Các nhà bán hàng Việt Nam hoàn toàn có thể khai thác thị trường đang lên này bằng cách cung cấp các sản phẩm có thiết kế và chức năng sáng tạo như hộp hay kệ phân loại đồ dùng được thiết kế riêng, giải pháp lưu trữ và sắp xếp đồ đạc, hay bộ dụng cụ làm đồ nội thất DIY cho góc học tập. Thêm vào đó, các danh mục quà tặng như bình nước, hộp cơm trưa thân thiện với môi trường và đồ chơi giáo dục tương tác sẽ thu hút các bậc phụ huynh có nhu cầu cân bằng giữa tính tiện dụng và sự bền vững. Nếu đa dạng hóa được danh mục sản phẩm để đáp ứng các nhu cầu quà tặng khác nhau này, các doanh nghiệp thương mại điện tử sẽ có thể tối đa hóa tiềm năng doanh số trong mùa mua sắm cho ngày tựu trường.

- **Mở rộng thị trường Quà Tặng Bền Vững: Không chỉ là Ly cốc, Bình giữ nhiệt và Chăn**

Việc tặng quà giờ đây không chỉ giới hạn trong những dịp đặc biệt - nhu cầu tặng quà đang tăng trưởng ổn định suốt cả năm. Chỉ riêng tại Mỹ đã có hơn 10 ngày lễ lớn, bao gồm các dịp như Lễ Phục Sinh, Halloween và Ngày Độc Lập, bên cạnh vô số các dịp kỷ niệm cá nhân như sinh nhật, lễ tốt nghiệp, Ngày Valentine, Ngày của Mẹ và Ngày của Cha. Các doanh nghiệp kinh doanh trực tuyến cần đón nhận xu hướng tặng quà quanh năm như một chiến lược bán hàng bền vững, thay vì chỉ tập trung vào các mùa cao điểm. Từ đó, đạt được sự tăng trưởng và lợi nhuận ổn định trong dài hạn.

Thị trường quà tặng cũng đang mở rộng với nhiều lựa chọn đa dạng. Phân tích 10.000 sản phẩm quà tặng bán chạy nhất trên Amazon trong năm 2023 cho thấy sự xuất hiện một loạt các sản phẩm khác nhau từ thiết bị điện tử cao cấp đến sản phẩm chăm sóc cá nhân và đồ dùng gia đình. Năm danh mục hàng đầu—**Đồ dùng cho trẻ em, Đồ chơi, Dụng cụ nhà bếp, Đồ gia dụng, và Thực phẩm**—chiếm 65% doanh số của các mặt hàng lựa chọn dịch vụ Gói quà trên Amazon trong năm 2023.

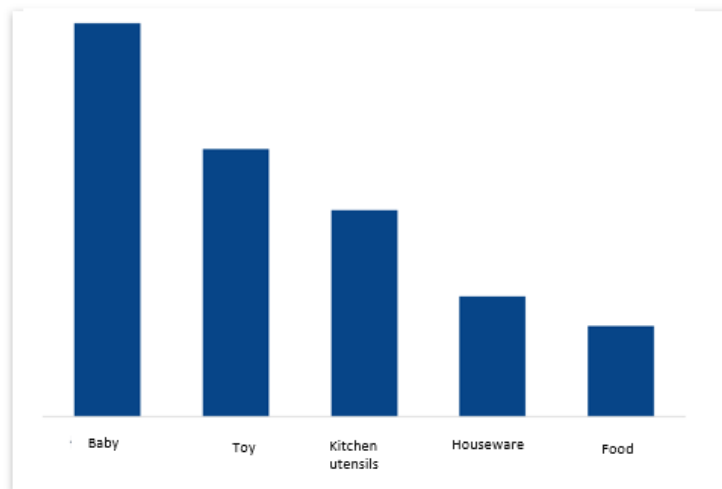
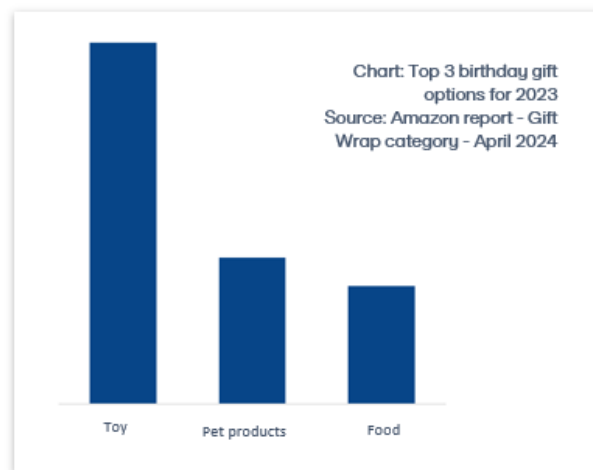


Chart: Top 5 types of Gift Wrap gift products on Amazon 2023
Source: Amazon Report - Gift Wrap category - April 2024

Hình 3. Top 5 sản phẩm quà tặng trong danh mục Gói quà bán chạy nhất trên Amazon 2023
Nguồn: Báo cáo của Amazon về Danh mục Gói quà - Tháng 4/2024

Sinh nhật diễn ra quanh năm, thúc đẩy nhu cầu quà tặng ổn định. Dữ liệu từ dịch vụ Gói quà của Amazon trong năm 2023 cho thấy ba lựa chọn quà tặng sinh nhật dẫn đầu là **Đồ chơi, Sản phẩm cho Thú cưng và Thực phẩm**. Đặc biệt, Sản phẩm cho Thú cưng xếp thứ hai về doanh số, chỉ sau Đồ chơi, cho thấy thú cưng

đang ngày càng được coi trọng như thành viên trong gia đình. Xu hướng người dùng sẵn sàng mua sắm quà tặng cho thú cưng dịp sinh nhật cũng từ đó mà gia tăng.



Hình 4. Top 3 sản phẩm quà tặng sinh nhật bán chạy nhất trên Amazon trong năm 2023
Nguồn: Báo cáo của Amazon về Danh mục Gói quà - Tháng 4/2024

Các thương hiệu có thể cân nhắc những đồ dùng cá nhân hóa như thẻ khắc tên và vòng cổ thời trang, giường ngủ thoải mái cho thú cưng hay đồ chơi tương tác như bát thức ăn giải đố và đồ chơi gặm. Các mặt hàng tiêu dùng như đồ ăn vặt hoặc thực phẩm ướt cao cấp cho thú cưng cũng là một hướng đi đầy hứa hẹn để khai thác thị trường đang phát triển này. Bằng việc đa dạng hóa lựa chọn quà tặng cho thú cưng để đáp ứng giá trị tình cảm từ các chủ thú cưng dành cho các người bạn lông xù, doanh nghiệp có thể tận dụng hiệu quả nhu cầu ngày càng tăng trong phân khúc quà tặng sinh nhật này.



Hình 5. Xu hướng người dùng mua sắm quà tặng và đồ dùng cho thú cưng ngày càng gia tăng, mở ra cơ hội lớn cho doanh nghiệp Việt

Các nhà bán hàng có chiến lược định giá tốt, danh mục sản phẩm đa dạng và khả năng quản lý tồn kho hiệu quả nắm lợi thế lớn để chinh phục thành công thị trường sản phẩm quà tặng.

Lộ trình cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam trong mùa cao điểm giữa năm

Mùa cao điểm giữa năm không chỉ là thời điểm vàng để gia tăng doanh số; đây còn là cơ hội để các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam đổi mới, thích ứng và mở rộng sự hiện diện của mình trên thị trường toàn cầu. Bằng cách tận dụng triệt để các công cụ đột phá của Amazon như Hướng dẫn về sản phẩm trên thị trường (Marketplace Product Guidance) và Trình khám Phá Cơ Hội Sản Phẩm (Product Opportunity Explorer), các nhà bán hàng có thể thu thập thông tin thị trường và tối ưu hóa lựa chọn sản phẩm của mình. Từ đó, phát triển chiến lược sản phẩm nổi bật và hiệu quả. Những thông tin và kiến thức này sẽ hỗ trợ các nhà bán hàng Việt Nam xây dựng một doanh nghiệp bền vững và thành công, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng trên toàn thế giới.

Kunjek, Chippi & Co, và Tidita là những ví dụ điển hình về các đối tác bán hàng thành công của Việt Nam trên Amazon. Đây là những doanh nghiệp đã phát triển hiệu quả nhờ vào việc đa dạng hóa sản phẩm và tích hợp xu hướng tiêu dùng toàn cầu. Kunjek đã mở rộng từ công cụ cải thiện nhà cửa sang các mặt hàng sân vườn và đồ nội thất ngoài trời, thể hiện sự linh hoạt của doanh nghiệp đối với nhu cầu thị trường. Tận dụng thế mạnh về sản xuất và chi phí sản xuất tại Việt Nam, doanh nghiệp đã nhanh chóng tối ưu hóa hoạt động để ra mắt các dòng sản phẩm mới. Chippi & Co đã tạo dựng được phân khúc riêng trên thị trường với đồ chơi giáo dục Made-in-Vietnam được sản xuất thủ công từ gỗ, khai thác nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú và lực lượng lao động thủ công lành nghề tại Việt Nam. Từ đó, tạo ra các sản phẩm cho trẻ em bền vững và thân thiện với môi trường. Trong khi đó, Tidita đạt được thành công bằng cách cung cấp các sản phẩm nhà bếp và gia dụng với phong cách “trang trí nhà cửa” đặc trưng, khai thác thế mạnh về chuyên môn thiết kế cũng như nguồn nguyên liệu gỗ tự nhiên của Việt Nam. Các doanh nghiệp Việt Nam này đã đa dạng hóa danh mục sản phẩm của mình, tạo ra các mô hình bán hàng bền vững không chỉ giới hạn vào các mùa cao điểm. Bằng cách nhanh chóng thích ứng với sở thích của người tiêu dùng và tận dụng sản xuất địa phương, họ đã thành công định vị thương hiệu để phát triển lâu dài trên sân chơi thương mại điện tử toàn cầu.

###

Về Amazon Global Selling

Amazon Global Selling là chương trình hỗ trợ các doanh nghiệp từ mọi nơi trên thế giới phát triển kinh doanh trên quy mô toàn cầu, tiếp cận khách hàng của Amazon trên khắp thế giới và xây dựng thương hiệu quốc tế. Thông qua việc bán hàng trên Amazon, đối tác bán hàng với các loại hình và quy mô kinh doanh khác nhau có thể tiếp cận hàng trăm triệu tài khoản khách hàng trên toàn cầu của Amazon, bao gồm hơn 200 triệu khách hàng Prime; và hơn năm triệu khách hàng doanh nghiệp trên toàn thế giới.

Để biết thêm chi tiết, vui lòng truy cập: <https://sell.amazon.vn/>