



BỘ CÔNG THƯƠNG - MINISTRY OF INDUSTRY AND TRADE  
CỤC XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI  
VIETNAM TRADE PROMOTION AGENCY

---

# ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ THÚC ĐẨY THƯƠNG MẠI SONG PHƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ VƯƠNG QUỐC ANH NHẪM TẬN DỤNG CƠ HỘI TỪ HIỆP ĐỊNH UKVFTA

---

Nguyễn Thị Minh Thúy - Giám đốc  
Trung tâm Ứng dụng công nghệ thông tin Xúc tiến  
thương mại  
Cục Xúc tiến thương mại, Bộ Công Thương



## **NỘI DUNG**

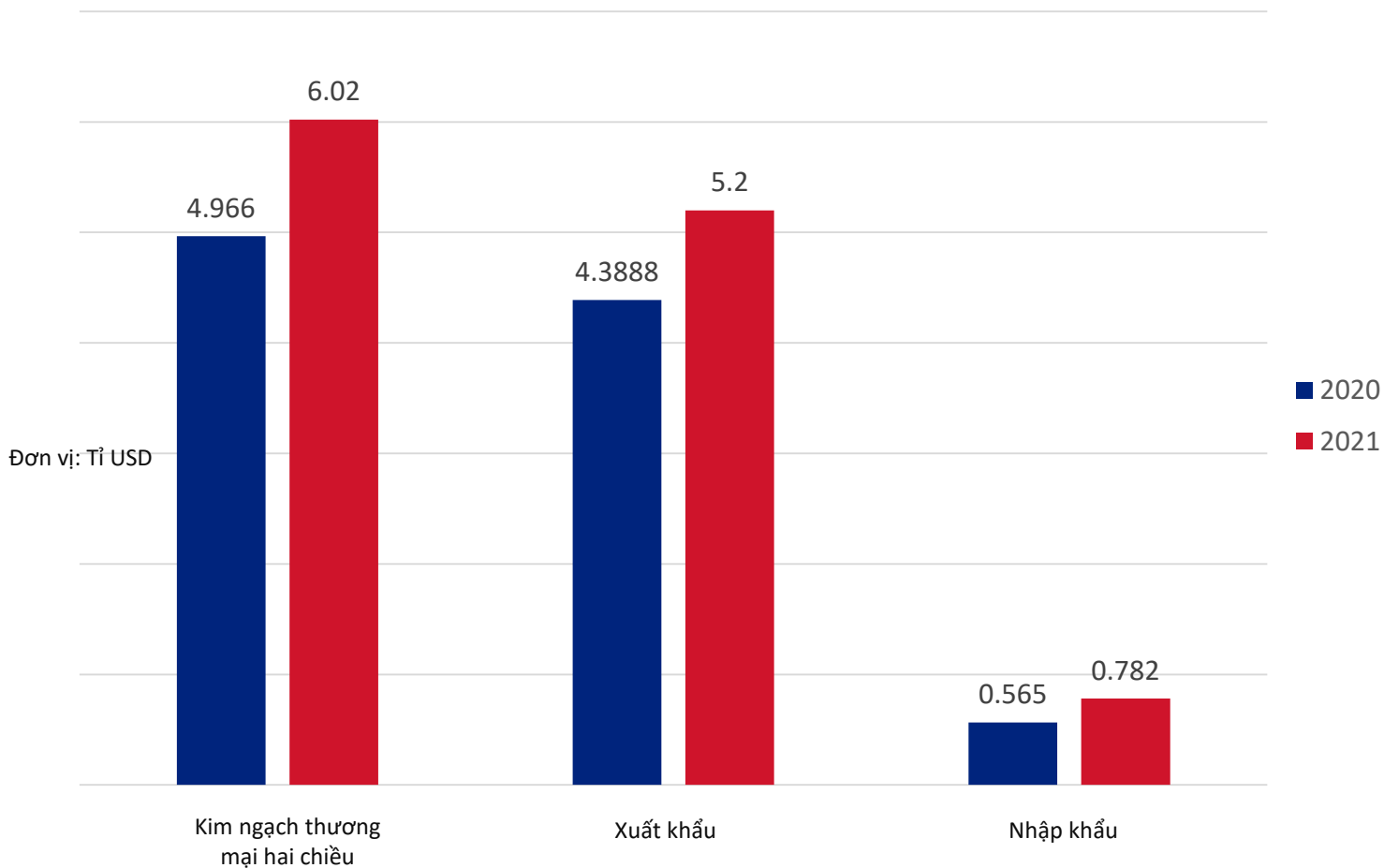
- 1. TỔNG QUAN THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - VƯƠNG QUỐC ANH**
  - 2. TMĐT TẠI VIỆT NAM**
  - 3. TMĐT CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG ANH TÂN DỤNG HIỆP ĐỊNH UKVFTA**
  - 4. ỨNG DỤNG CNTT VÀ CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI**
-

---

**1. TỔNG QUAN THƯƠNG MẠI SONG  
PHƯƠNG VIỆT NAM - VƯƠNG QUỐC  
ANH TẬN DỤNG CƠ HỘI TỪ HIỆP  
ĐỊNH UKVFTA**

---

# TỔNG QUAN THƯƠNG MẠI SONG PHƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ VƯƠNG QUỐC ANH



Kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Vương Quốc Anh giai đoạn 2020-2021

Nguồn: Thống kê từ số liệu của Tổng cục Hải Quan

## Thông tin chung

Trong các tháng đầu năm 2021, Vương quốc Anh là thị trường xuất khẩu lớn thứ 10 của Việt Nam (sau Hoa Kỳ, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Hồng Kông, Hà Lan, Đức, Ấn Độ và Thái Lan).

## Thông tin chung

Đối với Việt Nam, Anh là đối tác thương mại lớn thứ 3 tại thị trường châu Âu. Các sản phẩm xuất khẩu chính của Việt Nam sang Anh là điện thoại- linh kiện, hàng dệt may, giày dép, sắt thép các loại, máy vi tính - linh kiện, hạt điều, cà phê, hạt tiêu và nhập khẩu từ Anh gồm máy móc, thiết bị, dược phẩm, sản phẩm hoá chất, hóa chất, nguyên phụ liệu dệt may - da giày, ô tô nguyên chiếc...

---

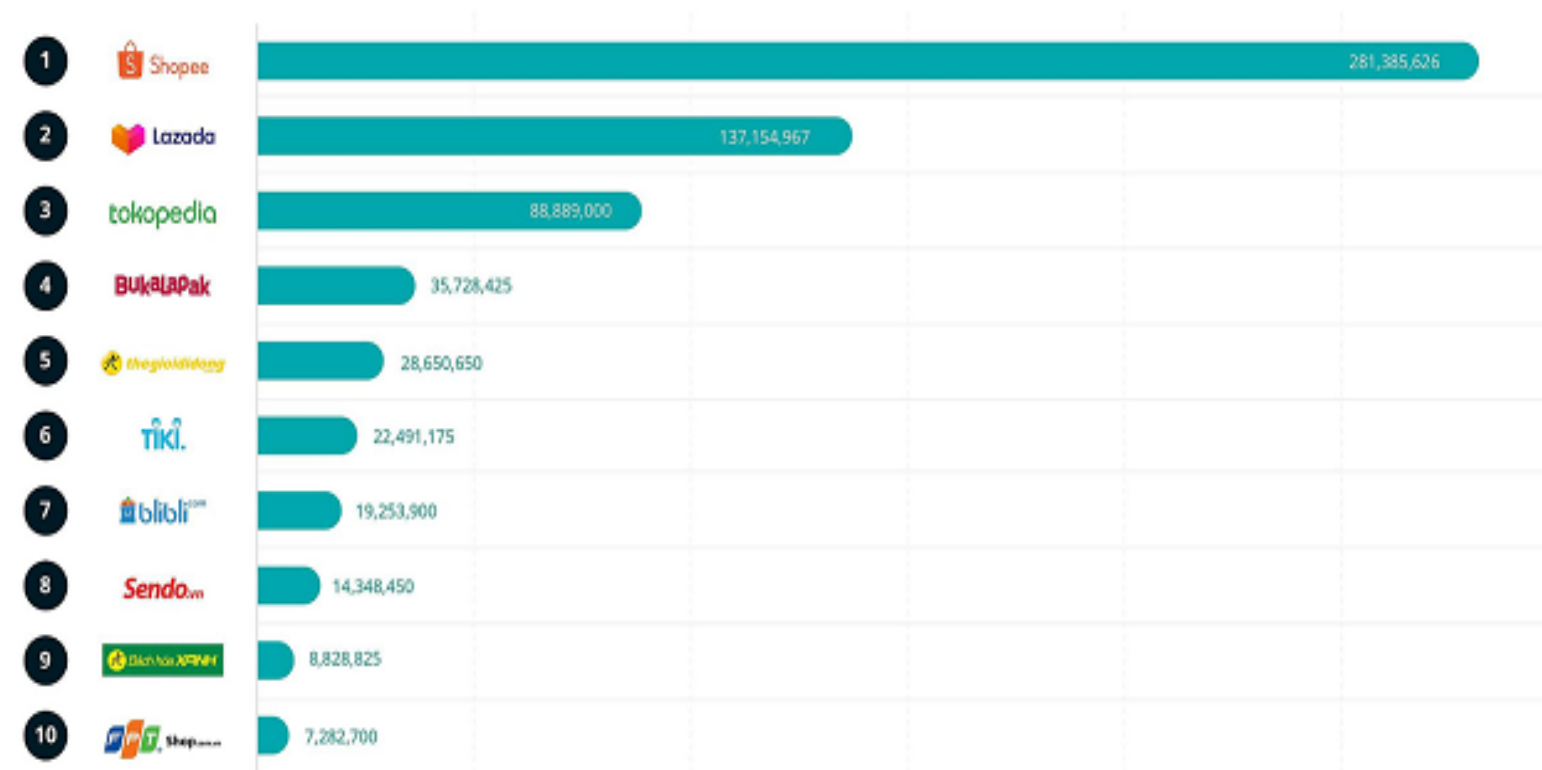
## 2. THỰC TRẠNG CHUNG CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM HIỆN NAY

---

# THỰC TRẠNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM

## The Top 10 Most Visited E-commerce Websites in Southeast Asia

Total average visits obtained by each platform in 2020

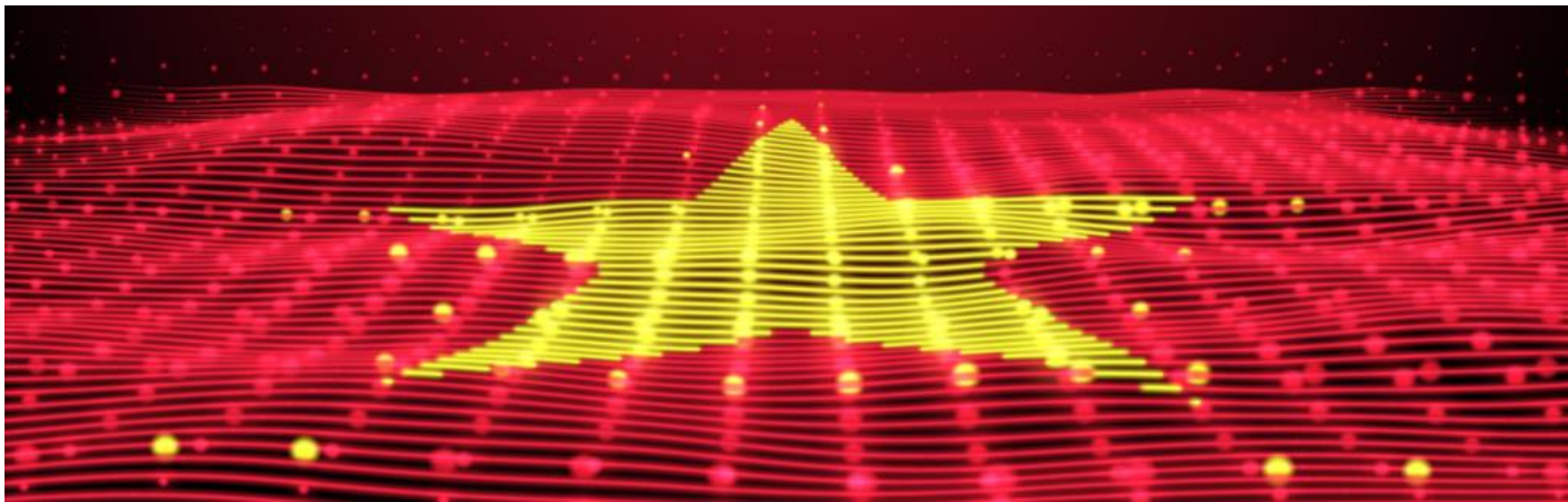


**Methodology:** Data was collected on SimilarWeb, which accumulated the total average visits (desktop & mobile web only) obtained by each e-commerce company across 6 countries in Southeast Asia. The displayed traffic figures are taken from the average web traffic from January to December 2020.

Theo báo cáo của Cục Thương mại Điện tử và Kinh tế số thuộc Bộ Công Thương, thị trường thương mại điện tử ở Việt Nam đạt 11,8 tỷ USD, chiếm 5,5% tổng mức bán lẻ hàng hóa tiêu dùng trên cả nước.

So với các nước trong khu vực Đông Nam Á, Việt Nam đứng trong top 3 nước có tốc độ tăng trưởng bán lẻ lớn nhất trong khu vực chỉ sau Indonesia

# THỰC TRẠNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM TẠI VIỆT NAM



Tính tới nay, có hơn 70% dân số Việt Nam tiếp cận với mạng internet

70%



Đặc biệt, 2 đô thị lớn là Hà Nội và Hồ Chí Minh chiếm tới 70% tổng lượng giao dịch trên các sàn thương mại điện tử.

55%



trong đó 53% người dân sử dụng ví điện tử và thanh toán mua hàng qua mạng

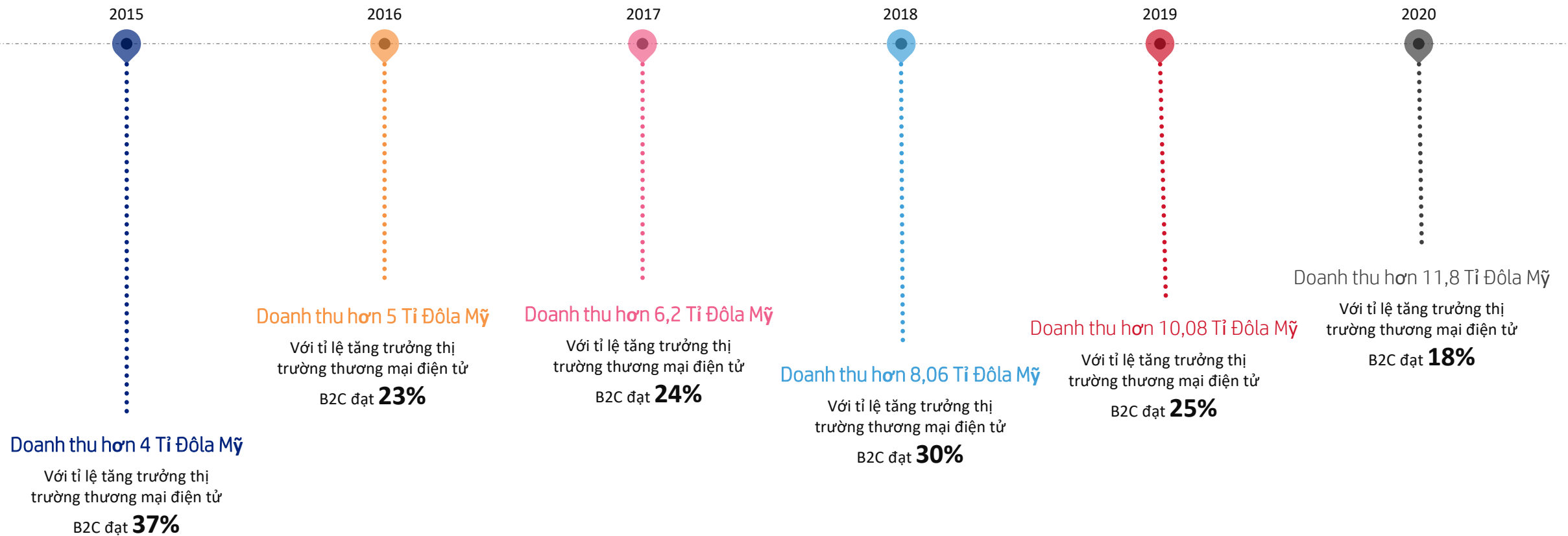
53%



Theo báo cáo của Cục Thương mại Điện tử và Kinh tế số thuộc Bộ Công Thương, thị trường thương mại điện tử ở Việt Nam đạt 11,8 tỷ USD, chiếm 5,5% tổng mức bán lẻ hàng hóa tiêu dùng trên cả nước.








5,5%

# Doanh thu và tốc độ tăng trưởng thị trường thương mại điện tử tại Việt Nam



Doanh thu TMDT B2C Việt Nam năm 2016 – 2020 theo Sách trắng thương mại điện tử Việt Nam năm 2020

## Thị phần thị trường thương mại điện tử Việt Nam 2021

Doanh nghiệp	Lượng truy cập web mỗi tháng	xếp hạng iOS	xếp hạng Android	Youtube	Instagram	Facebook
1  Shopee VN	63.703.300	#1	#2	386.000	222.540	21.436.560
2  Thế Giới Di Động	29.323.300	#10	#7	784.000	2.520	3.708.560
3  Tiki	19.023.300	#3	#3	388.000	150.160	3.178.360
4  Lazada VN	17.950.000	#2	#1	260.000	124.670	31.070.060
5  Điện Máy Xanh	16.606.700	#9	#9	531.000	n/a	1.802.680
6  Sendo	8.140.000	#4	#4	153.000	20.240	2.917.260
7  FPT Shop	5.440.000	n/a	#12	236.000	22.470	2.554.740
8  Cellphones S	5.420.000	n/a	n/a	2.800.000	63.110	730.690
9  Điện Máy Chợ Lớn	5.310.000	#11	#11	4.390	3.360	737.940
10  Bách Hóa Xanh	4.213.300	#8	#5	21.900	n/a	404.100

Bảng xếp hạng doanh nghiệp thương mại điện tử Việt Nam của iPrice

# Hành vi người tiêu dùng trong thị trường thương mại điện tử Việt Nam



Vào tháng 1 năm 2021, báo cáo “Digital in Vietnam 2021” của We Are Social và HootSuite đã khảo sát người dùng Internet độ tuổi từ 16 đến 64 ở Việt Nam về thương mại điện tử. Trong đó:



85,5% người dùng đã từng tìm kiếm một sản phẩm hoặc dịch vụ qua Internet



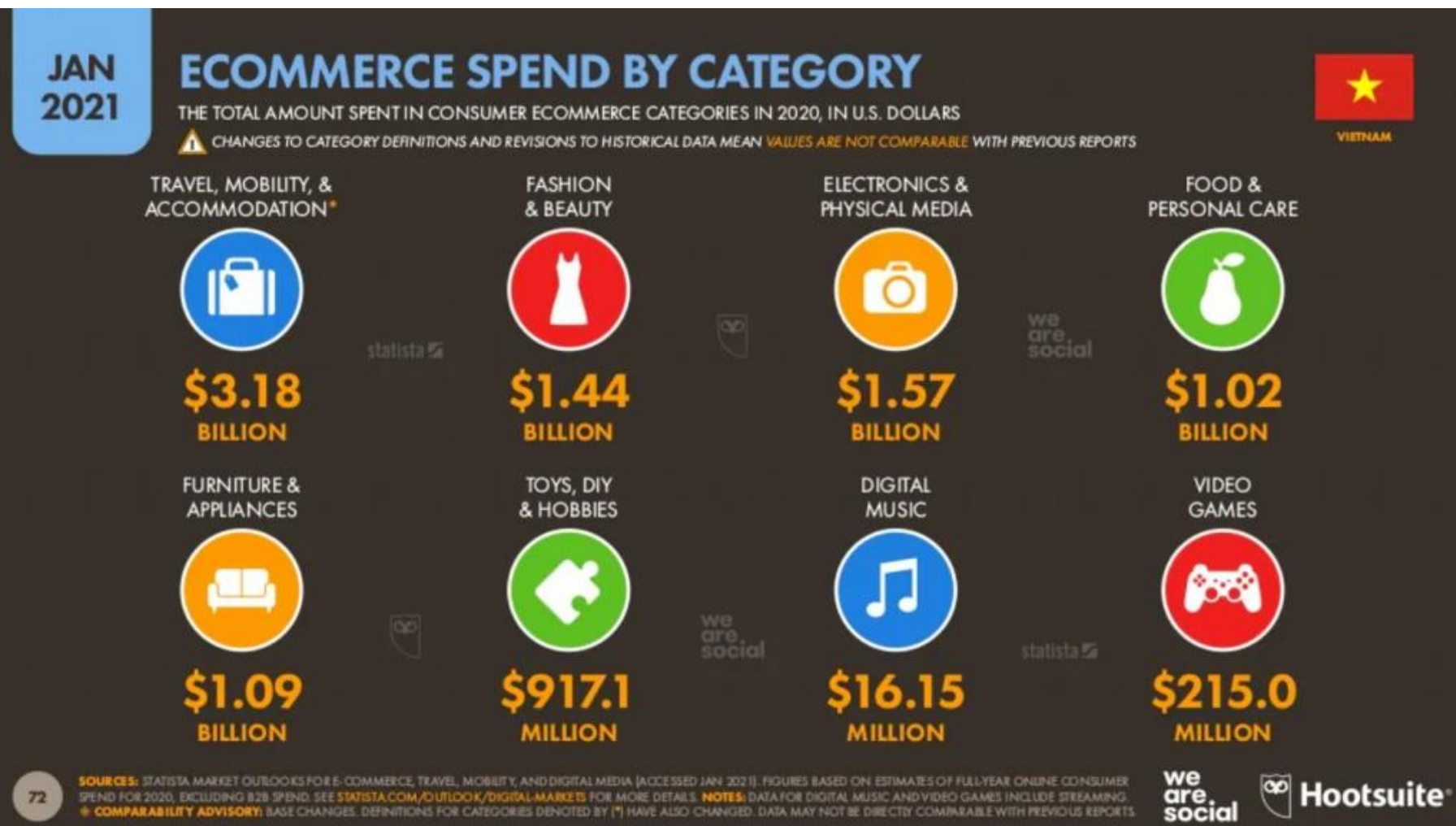
77,3% người dùng đã truy cập một cửa hàng trực tuyến hoặc sàn thương mại điện tử.



78,7% người tiêu dùng đã từng mua ít nhất một sản phẩm hoặc dịch vụ qua mạng



# Chi tiêu thương mại điện tử theo ngành hàng



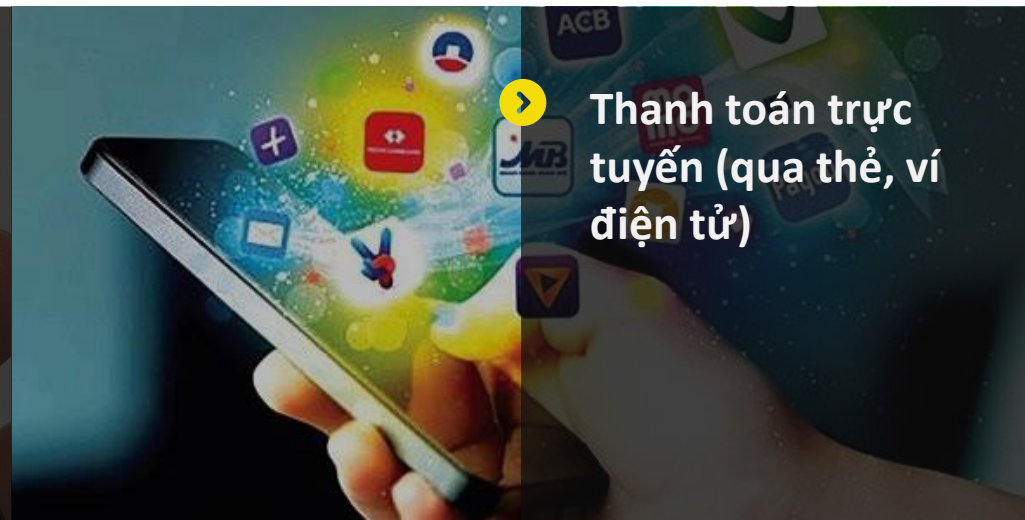
Báo cáo “Digital in Vietnam 2021” ghi nhận chi tiêu thương mại điện tử tại Việt Nam trong năm 2020 cho từng ngành hàng. Trong đó, người mua chi tiêu nhiều nhất cho ngành **du lịch, vận tải và lữ hành** với tổng chi tiêu lên đến 3,18 tỷ đô la Mỹ.

Tiếp theo là ngành hàng **điện tử** với tổng doanh thu đạt 1,57 tỷ USD, bằng 1/2 so với ngành dẫn đầu. Các ngành đạt doanh thu thương mại điện tử tỉ đô khác là **thời trang và làm đẹp, nội thất và hàng gia dụng, thực phẩm**.

# Xu hướng thị trường thương mại điện tử Việt Nam 2021



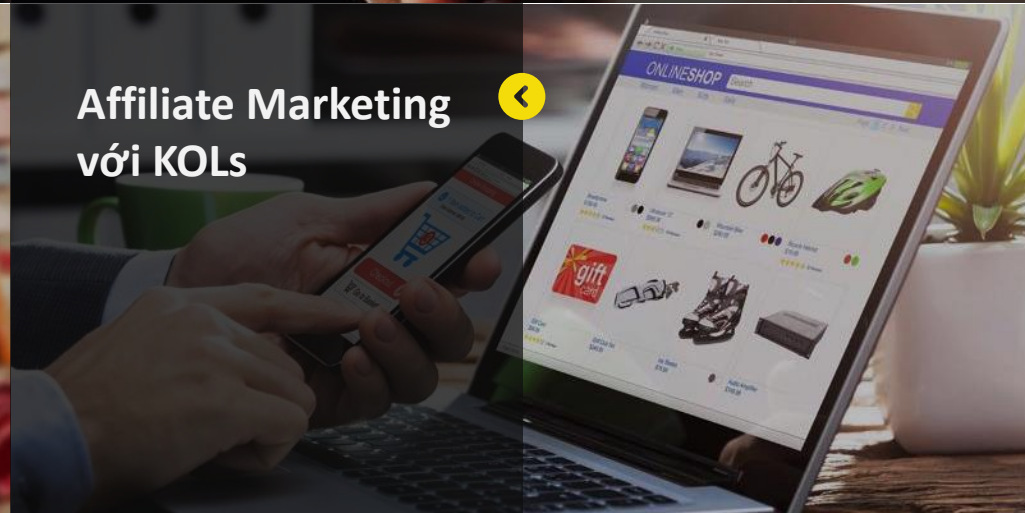
Chuyển dịch sang nền tảng di động



Thanh toán trực tuyến (qua thẻ, ví điện tử)



Thương mại điện tử qua mạng xã hội



Affiliate Marketing với KOLs



Tối ưu vận hành và logistics

---

**3. THỰC TRẠNG ỨNG DỤNG  
DỤNG TMĐT CỦA DOANH  
NGHIỆP VIỆT NAM XUẤT  
KHẨU SANG THỊ TRƯỜNG  
VƯƠNG QUỐC ANH NHẢM TẬN  
DỤNG CƠ HỘI TỪ HIỆP  
ĐỊNH EVFTA**

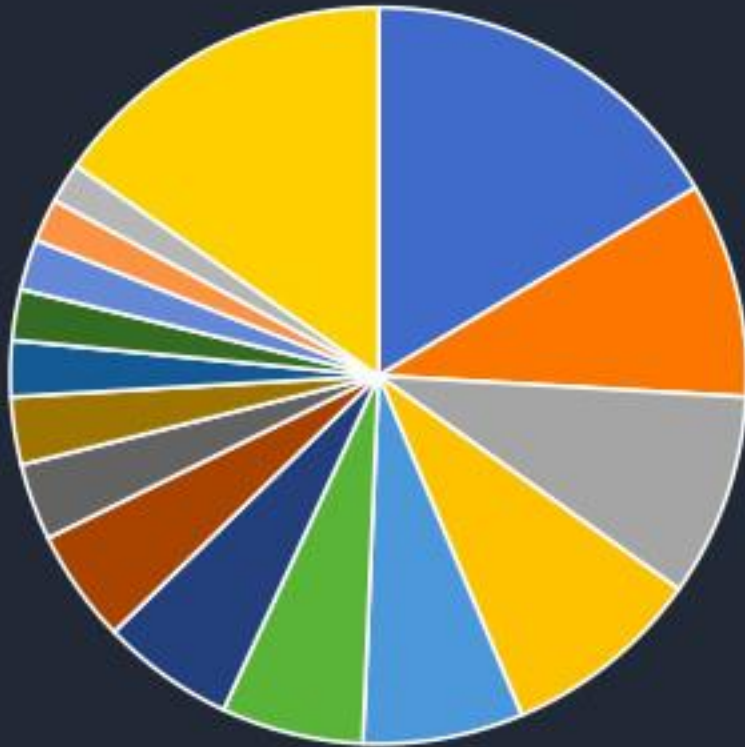
---



Ngày 16.3.2021 tại Hội nghị thương mại điện tử quốc tế B2B Alibaba.com 2021, Cục Xúc tiến thương mại (Cục XTTM), Bộ Công Thương và Alibaba.com chính thức ký Biên bản ghi nhớ để hỗ trợ doanh nghiệp trong nước đẩy mạnh xuất khẩu qua các thị trường quốc tế.

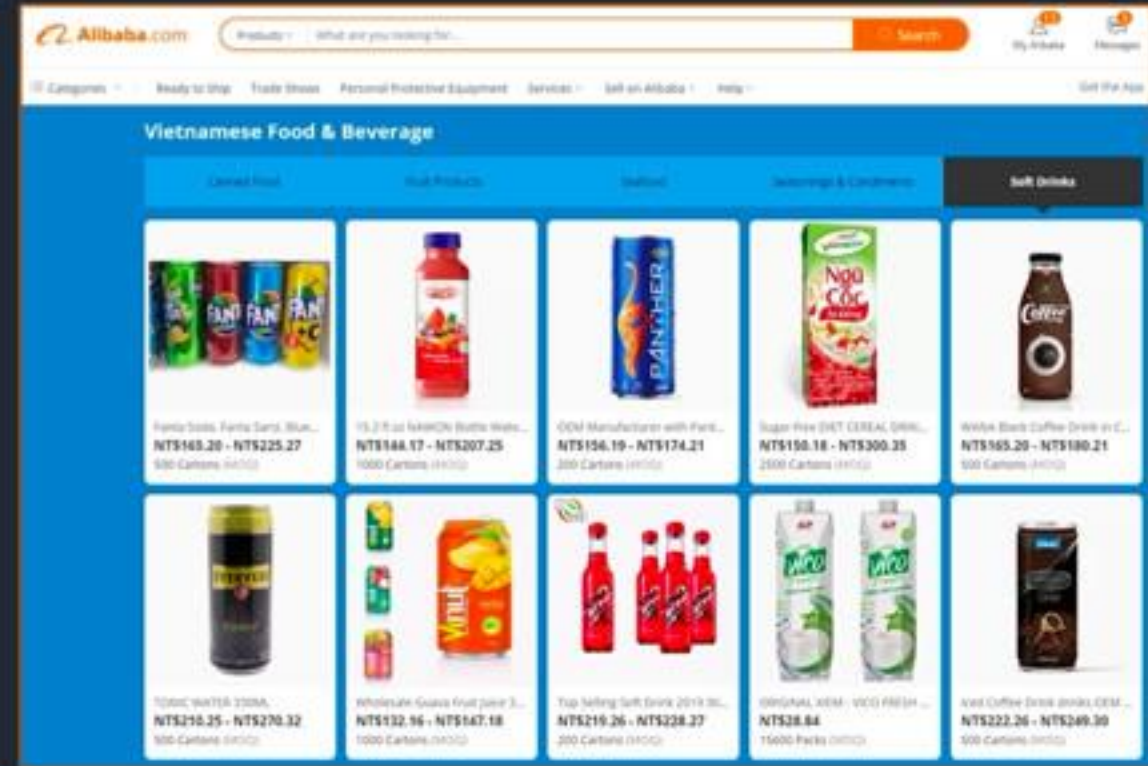
# Phân khúc ngành hàng từ Việt Nam Trên Alibaba.com

## Top 10 ngành hàng xuất khẩu từ Việt Nam



- Thực phẩm & đồ uống
- Hoá mỹ phẩm
- Nông sản
- Nhà cửa & vườn tược
- Vật liệu xây dựng & bất động sản
- In ấn & đóng gói
- Quần Áo
- Nội thất
- Quà tặng
- Cơ khí máy móc

## Danh mục bán hàng của Việt Nam



- Total listings: 600K +
- Total inquires in 30 days: 50K+

# ĐẠNG ỨNG DỤNG TMĐT CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TẠI ALIBABA.COM ĐỐI VỚI THỊ TRƯỜNG



Trong top 10 ngành hàng từ Việt Nam có tiềm năng trên sàn, thị trường UK luôn nằm trong thị trường có lượng người mua nhiều nhất (ngoại trừ ngành hàng Nông Sản)

## Ngành hàng Thực phẩm và đồ uống

Nước Anh luôn nằm trong top 10 quốc gia có người mua hàng lớn nhất đối với sản phẩm này

Các từ khóa phổ biến trong tháng được tìm kiếm nhiều nhất là các sản phẩm kẹo cao su, kẹo và rượu Whisky với thông kê tìm kiếm lần lượt là 498, 405, 373 lượt tìm kiếm.

Sản phẩm mì ăn liền là từ khóa tăng trưởng trung bình cao nhất trong tháng lên tới 1520.58%.



## Ngành hàng liên quan đến làm đẹp

Thị trường Anh có lượng người mua đứng thứ nhì về các sản phẩm này của Việt Nam

Từ khóa mà người mua từ Anh tìm kiếm nhiều nhất là tóc giả với trung bình 2391 lượt tìm trên 1 tháng

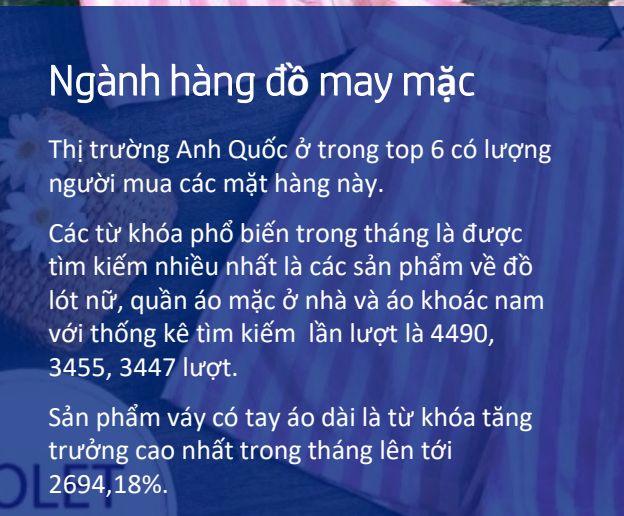
Sản phẩm máy giảm cân là từ khóa tăng trưởng cao nhất 1807,91%



## Ngành hàng về nhà cửa, vườn tược

Theo số liệu của Alibaba, các mặt hàng như đồ bếp và bàn nướng BBQ có nhà phân phối tại Việt Nam được người mua hàng từ UK tìm kiếm nhiều nhất với thống kê tìm kiếm lần lượt là 1079, 940 lượt.

Các loại hộp đựng được nằm trong top từ khóa tăng trưởng cao nhất lên tới 2676,54%.



## Ngành hàng đồ may mặc

Thị trường Anh Quốc ở trong top 6 có lượng người mua các mặt hàng này.

Các từ khóa phổ biến trong tháng là được tìm kiếm nhiều nhất là các sản phẩm về đồ lót nữ, quần áo mặc ở nhà và áo khoác nam với thống kê tìm kiếm lần lượt là 4490, 3455, 3447 lượt.

Sản phẩm váy có tay áo dài là từ khóa tăng trưởng cao nhất trong tháng lên tới 2694,18%.



## Ngành hàng về nội ngoại thất

Theo thống kê, lượng người mua các mặt hàng này từ UK xếp hạng 4

Bộ bàn ghế ngoài vườn được tìm kiếm nhiều nhất với 376 lượt tìm và cũng top 1 ở từ khóa tăng trưởng cao nhất trong một tháng.



## 2. THỰC TRẠNG ỨNG DỤNG TMĐT CỦA CÁC DN VIỆT NAM TẠI AMAZON.COM



*Các doanh nghiệp Việt Nam đã tận dụng hiệu quả những cải tiến của Amazon để phát triển mạnh mẽ và xây dựng thương hiệu “Made-in-Vietnam” trên bản đồ thế giới, qua đó để lại dấu ấn mạnh mẽ cho nền kinh tế Việt Nam trên thị trường quốc tế nói chung và thị trường Vương Quốc Anh nói riêng*

## Kết quả hoạt động của các đối tác bán hàng Việt Nam

Thống kê 12 tháng, từ ngày 01/09/2020 đến hết ngày 31/08/2021



**Hàng nghìn đối tác bán hàng Việt Nam** hiện đang bán các sản phẩm cho khách hàng trên khắp thế giới tại các cửa hàng của Amazon



Số lượng doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam bán hàng trên Amazon **tăng 15%** so với cùng kỳ năm ngoái



**Số lượng sản phẩm** được bán bởi các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam trên Amazon **tăng 34%** so với cùng kỳ năm ngoái



Số lượng các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam vượt mốc doanh số **100,000 USD** bán hàng qua Amazon tăng gần **18%** so với cùng kỳ năm ngoái



Số lượng doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam vượt mốc doanh số **500,000 USD** bán hàng qua Amazon **tăng hơn 53%** so với cùng kỳ năm ngoái



Hàng nghìn đối tác bán hàng Việt Nam đã sử dụng **dịch vụ Hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon (FBA)** và doanh số bán hàng thông qua FBA của họ đã **tăng gần 50%**

Gần **7,2 triệu** sản phẩm của các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam được bán cho các khách hàng trên Amazon khắp thế giới (**ước tính 14 sản phẩm mỗi phút**)

Số lượng các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam vượt mốc doanh thu **1 triệu USD** bán hàng ra thị trường quốc tế trên Amazon **tăng hơn 40%**

TOP DANH MỤC SẢN PHẨM BÁN CHẠY NHẤT TRÊN AMAZON TỪ CÁC DNVVN VIỆT NAM



Đồ gia dụng



Dụng cụ nhà bếp



Tiện ích gia đình



Sản phẩm dệt may



Sản phẩm chăm sóc sức khỏe & cá nhân

Một số doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu sản phẩm ra thế giới với Amazon

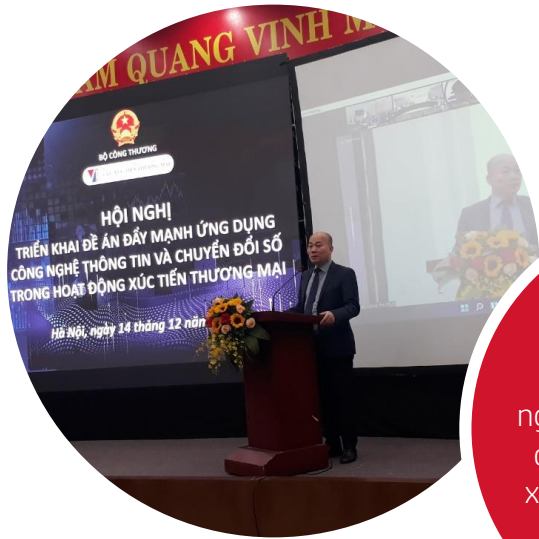


---

**4. ỨNG DỤNG CNTT VÀ CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG XÚC  
TIẾN THƯƠNG MẠI THÚC ĐẨY THƯƠNG MẠI SONG  
PHƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ VƯƠNG QUỐC ANH  
NHẪM TẬN DỤNG CƠ HỘI TỪ HIỆP ĐỊNH UKVFTA**

---

# CÁC HOẠT ĐỘNG ỨNG DỤNG CNTT VÀ TMĐT CỦA CỤC XTTM THỨC ĐẨY THƯƠNG MẠI SONG PHƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ VƯƠNG QUỐC ANH NHẪM TẬN DỤNG CƠ HỘI TỪ HIỆP ĐỊNH UKVFTA



Triển khai Đề án Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong hoạt động xúc tiến thương mại giai đoạn 2021 – 2030



Tích cực triển khai hàng loạt các lớp đào tạo kỹ năng, hỗ trợ tư vấn trực tiếp và kết nối với mạng lưới dịch vụ hỗ trợ để đưa sản phẩm xuất khẩu lên hệ thống thương mại điện tử quốc tế



Tổ chức các hoạt động kết nối, tiêu thụ sản phẩm cho các doanh nghiệp, hợp tác xã lên các sàn thương mại điện tử trong nước



Xây dựng Hệ sinh thái XTTM số DECOBIZ

---

**THANKS**

---