

BÁO CÁO ỨNG DỤNG DI ĐỘNG 2021



Mục lục

01. Việt Nam - Hồ sơ quốc gia & Kinh tế

02. Tổng quan thị trường điện thoại di động

03. Trò chơi di động

04. Quảng cáo di động

05. Thanh toán điện tử & Thương mại điện tử

06. Tổng kết

LỜI NÓI ĐẦU



“**Báo cáo ứng dụng di động 2021**” là báo cáo tiếp theo trong chuỗi báo cáo thị trường mobile hàng năm của Appota. Ấn phẩm lần này có nội dung đề cập đến thị trường bán lẻ smartphone, thị phần smartphone tại thị trường Việt Nam theo các tiêu chí khác nhau. Ngoài ra báo cáo đưa ra những thông tin về thị trường trò chơi di động, quảng cáo di động và cuối cùng là thanh toán & thương mại điện tử tại Việt Nam.

Đại dịch Covid-19 đã gây ra rất nhiều xáo trộn trong nền kinh tế tuy nhiên khi đại dịch và nền kinh tế dần mở cửa trở lại thì đây là lúc nền kinh tế chuyển dịch sang số hóa và các lĩnh vực kinh doanh trên nền tảng số sẽ có cơ hội phát triển với tốc độ cao hơn.

Hành vi của người tiêu dùng cũng có sự thay đổi mạnh mẽ khi tập người dùng số tại Việt Nam gia tăng khiến cho dư địa phát triển cho các ngành công nghiệp xoay quanh hệ sinh thái điện thoại di động còn rất lớn.

Appota hi vọng rằng với 9 năm hoạt động trong ngành giải trí số, báo cáo thị trường điện thoại & ứng dụng smartphone tại Việt Nam nửa cuối 2020 sẽ đem đến những thông tin hữu ích cho bạn đọc cũng như các đối tác, báo chí và doanh nghiệp.

TÓM TẮT

Nửa cuối năm 2020 chứng kiến làn sóng thứ hai của Covid-19, tuy nhiên mức độ ảnh hưởng không còn lớn như làn sóng thứ nhất do Chính phủ đã kiểm soát tốt dịch bệnh. Kinh tế dần mở cửa trở lại đã khiến GDP Quý 3 và 4 tăng trưởng vượt trội. Việt Nam đã kết thúc năm 2020 với tăng trưởng GDP dương 2,91%.

Dịch bệnh không còn quá nhiều ảnh hưởng trực tiếp khiến các xu hướng về smartphone và ứng dụng di động vẫn đi theo xu hướng cũ. Thị trường smartphone Việt vẫn được dẫn đầu bởi hai thương hiệu Samsung và Apple, tuy nhiên người Việt đang có xu

hướng tải và sử dụng các ứng dụng nhiều hơn so với năm 2019.

Thị trường trò chơi di động đang thu hút được rất nhiều người dùng mới với doanh thu tăng trưởng mạnh trong năm 2020 vừa qua. Đặc biệt là các trò chơi nhập vai và eSports đang là các thể loại trò chơi di động phổ biến nhất.

Thị trường quảng cáo di động không có quá nhiều sự thay đổi lớn, tổng số tiền chi tiêu cho thị trường quảng cáo digital và quảng cáo trên di động gần như không có sự thay đổi đáng kể so với năm 2019. Tuy nhiên việc người dùng Việt có xu hướng tải các ứng dụng nhiều hơn đang khiến cho việc quảng cáo trên các ứng dụng được xem trọng và phổ biến hơn.

Thị trường thanh toán điện tử và thương mại điện tử tuy ghi nhận là một xu hướng bùng nổ sau đại dịch và gia tăng một lượng lớn người dùng mới nhưng xét về mặt doanh thu thì không có sự tăng trưởng mạnh mẽ. Điều này có thể lí giải bởi các tác động kinh tế do đại dịch đã khiến tạo ra tình trạng bất ổn về tâm lý của người dùng, khiến cho sức mua của người tiêu dùng Việt phần nào bị hạn chế. Thị trường thương mại điện tử cuối năm trở nên vô cùng sôi động với các dịp lễ hội mua sắm lớn diễn ra, các ông lớn thương mại điện tử đều tận dụng tốt thời điểm vàng để cạnh tranh và quảng bá cho thương hiệu của mình.

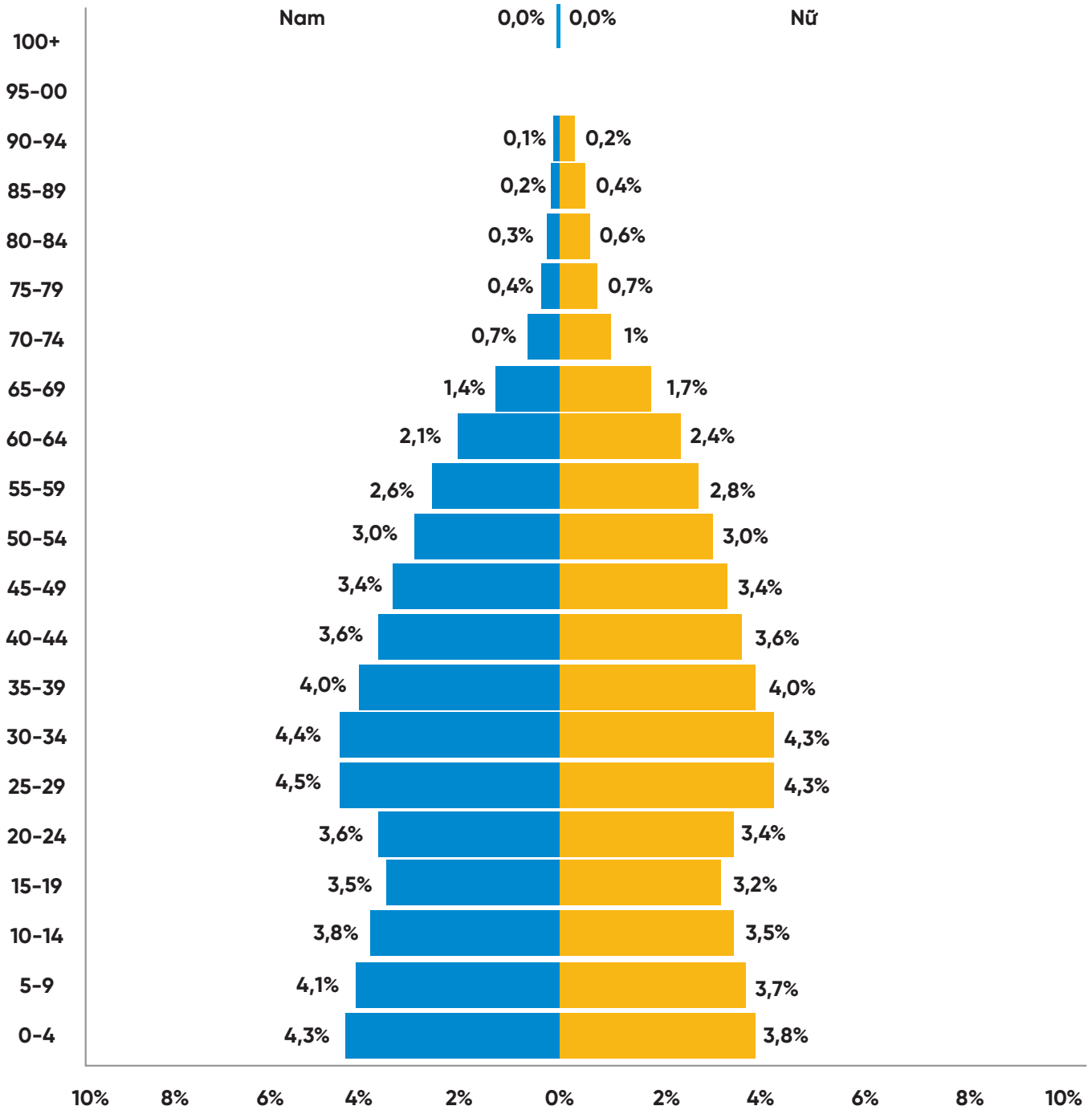


01

**VIỆT NAM
HỒ SƠ QUỐC GIA &
KINH TẾ**

HỒ SƠ QUỐC GIA

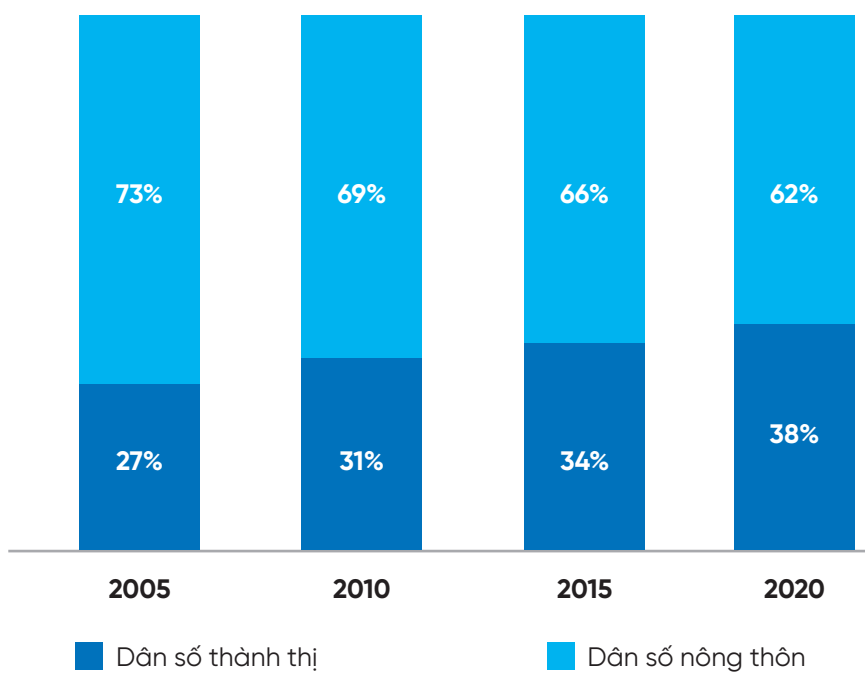
Dân số: 97.338.582 người (Tháng 12/2020)



Nguồn: Worldometers



Tỉ lệ đô thị hóa tại Việt Nam

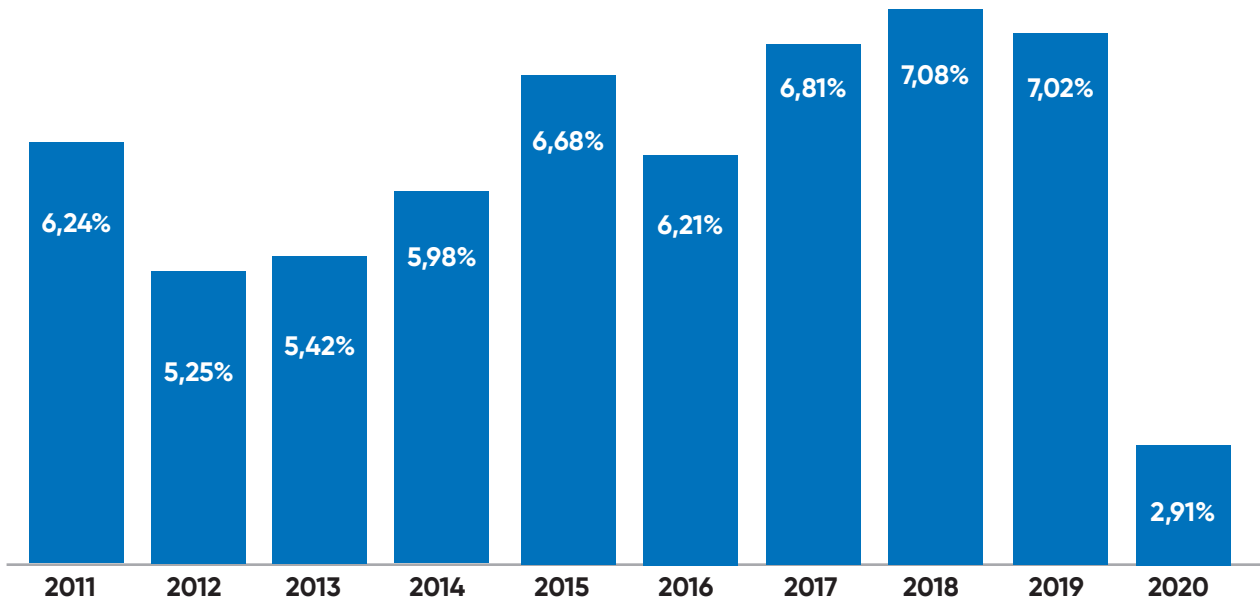


Nguồn: Worldometers, PopulationPyramid

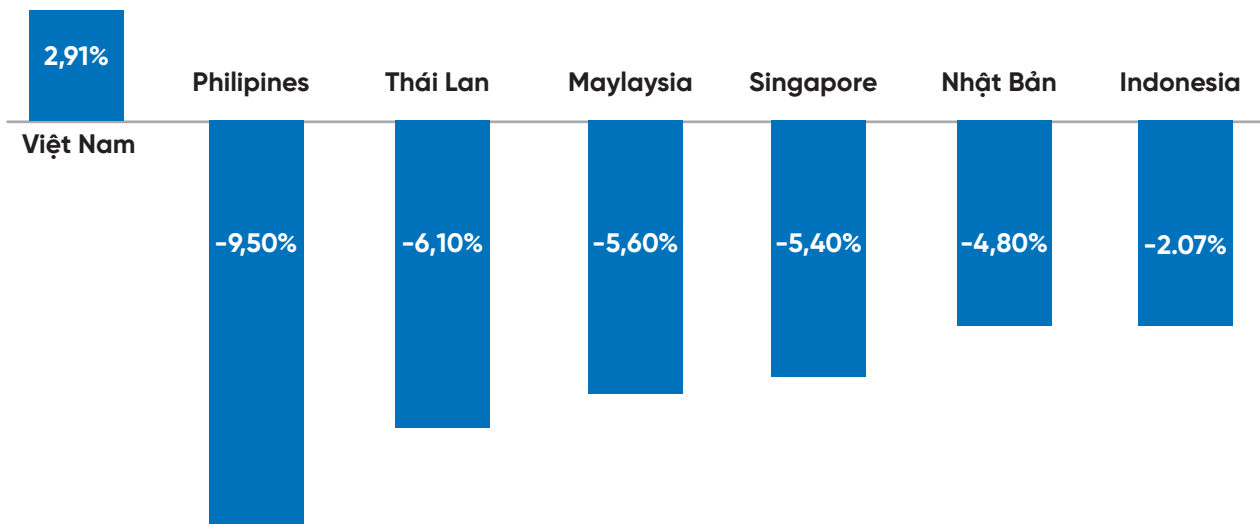
KINH TẾ VIỆT NAM NỬA CUỐI & TỔNG KẾT NĂM 2020

Năm 2020, kinh tế Việt Nam đạt mức tăng trưởng 2,91% so với 7,02% vào năm ngoái do tác động của dịch Covid-19 khiến nền kinh tế chịu ảnh hưởng.

Tăng trưởng GDP Việt Nam giai đoạn 2011-2020



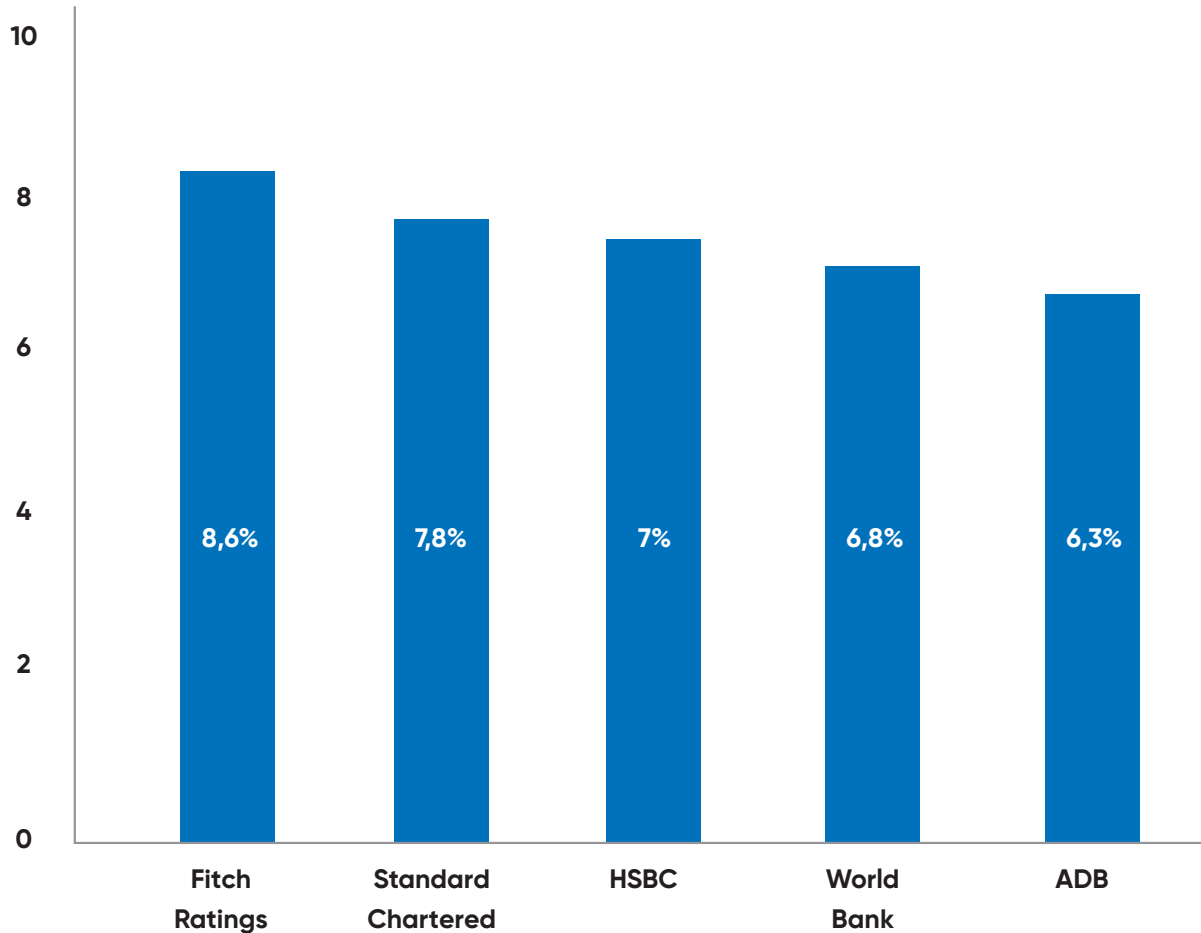
Tăng trưởng GDP 2020 một số quốc gia Châu Á



Tuy nhiên, **2,91%** là con số rất khả quan nếu như so sánh với các quốc gia khác trong khu vực hay trên thế giới.

DỰ BÁO KINH TẾ VIỆT NAM 2021

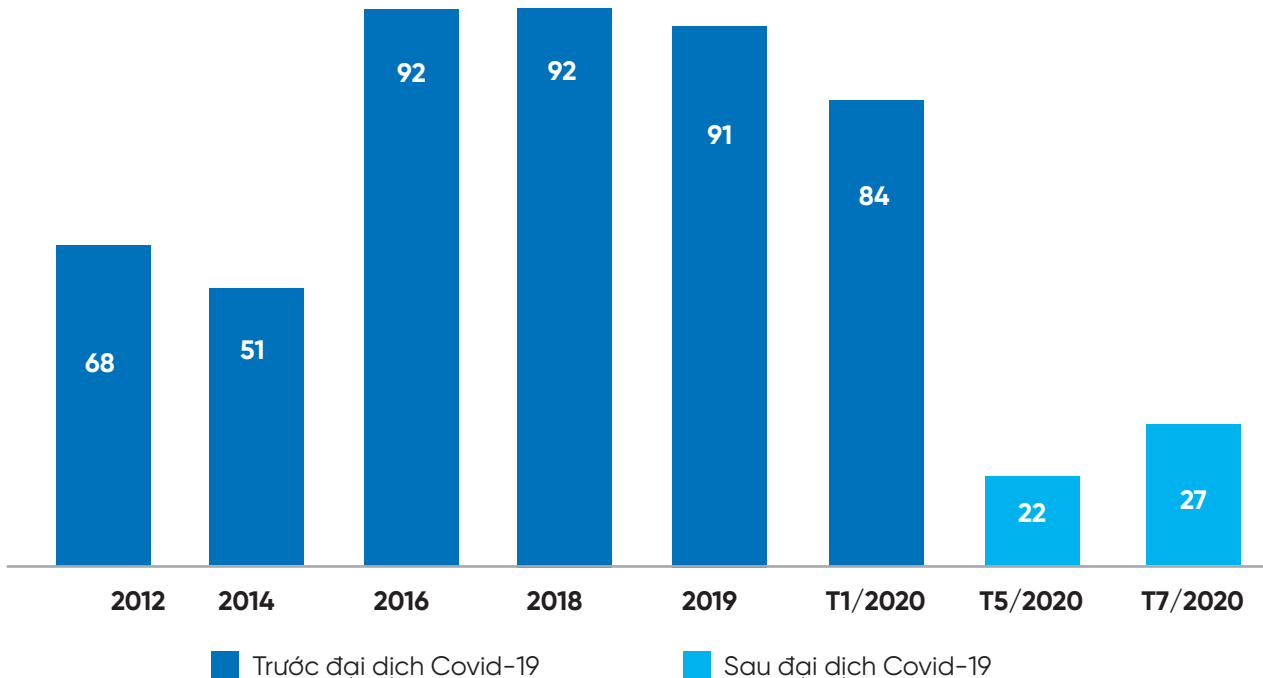
Một số dự báo tăng trưởng kinh tế Việt Nam



Tăng trưởng GDP so với năm 2020

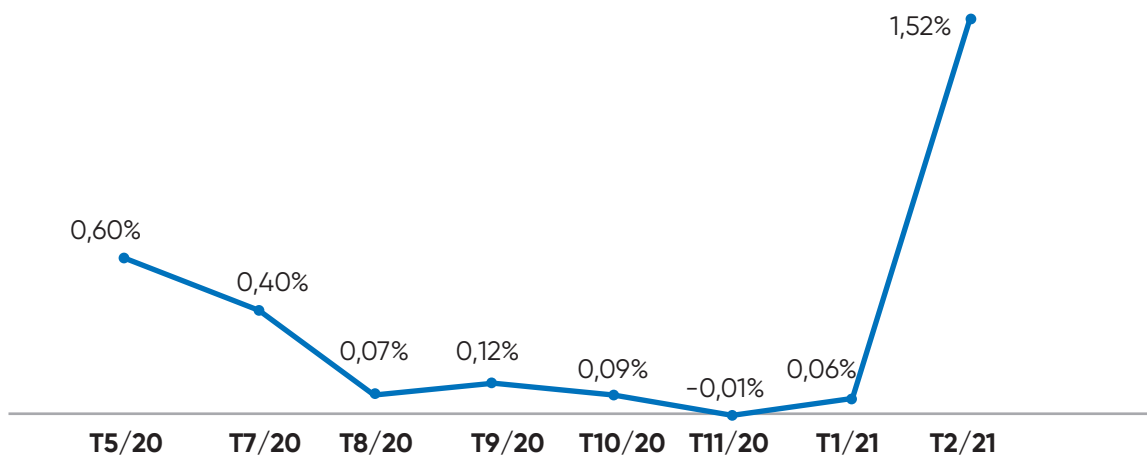
Với việc kiểm soát tốt dịch bệnh Covid-19, cũng như cơ cấu nền kinh tế không phụ thuộc vào các nhóm ngành chịu nhiều ảnh hưởng. Việt Nam đã có mức tăng trưởng dương trong năm 2020, đây là một con số rất ấn tượng và đưa Việt Nam vào danh sách một trong những quốc gia có mức GDP tăng trưởng tốt nhất thế giới. Vì vậy đa số các tổ chức kinh tế uy tín như Fitch, World Bank... đã dự báo kinh tế Việt Nam sẽ phục hồi hoàn toàn như mức trước đại dịch ở con số tăng trưởng 6-8% so với GDP năm 2020.

SỨC MUA VÀ CHI TIÊU SỤT GIẢM TRONG GIAI ĐOẠN CUỐI NĂM 2020



Nguồn: IFM

Theo khảo sát từ IFM, chỉ số niềm tin người tiêu dùng tại Việt Nam sau đại dịch đã đạt mức thấp nhất từng thấy trong 20 năm trở lại đây. Người tiêu dùng đã không còn lạc quan vào thu nhập cá nhân và tình hình nền kinh tế trong thời điểm hiện nay. Điều này đã dẫn đến tâm lý tiết kiệm phòng tránh rủi ro và dè dặt chi tiêu.



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Chỉ số CPI trong thời điểm Việt Nam bùng phát làn sóng Covid-19 thứ hai đã thể hiện rõ sự thay đổi trong tâm lý tiêu dùng ở nửa cuối năm 2020. Khi đại dịch bùng phát, chi tiêu của người tiêu dùng suy giảm trong thời điểm Quý 3 năm 2020, người dân cũng có tâm lý dè dặt trong chi tiêu hơn và cắt giảm những chi tiêu không cần thiết. Trong khi đó thời điểm tháng 2/2021, sức mua và chi tiêu của người tiêu dùng đã có sự tăng trưởng chủ yếu do thời điểm cận Tết, khiến giá CPI chứng kiến sự tăng vọt so với thời điểm trước đó.



02

TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG SMARTPHONE

THÔNG TIN TỔNG QUAN



Smartphone

70%

Dân số sử dụng điện thoại di động

64%

Các thuê bao có kết nối 3G/4G



Internet

70%

Dân số sử dụng Internet

95%

Trong đó sử dụng Internet qua di động

6,5 GIỜ

Thời gian sử dụng Internet trung bình hàng ngày

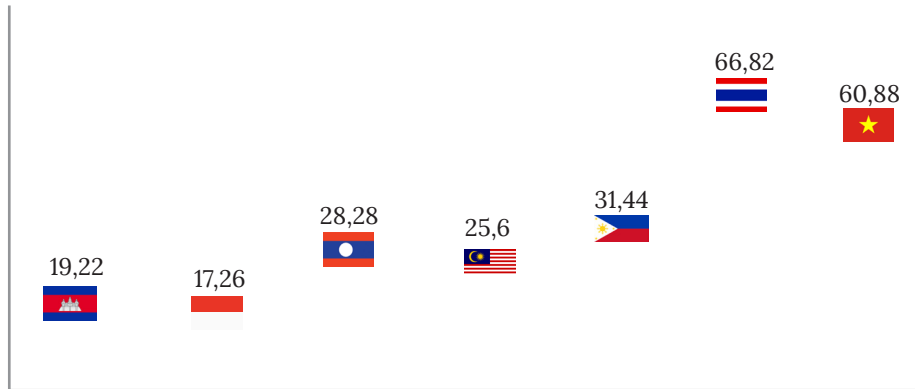
3 GIỜ 18 PHÚT

Thời gian trung bình sử dụng Internet qua di động

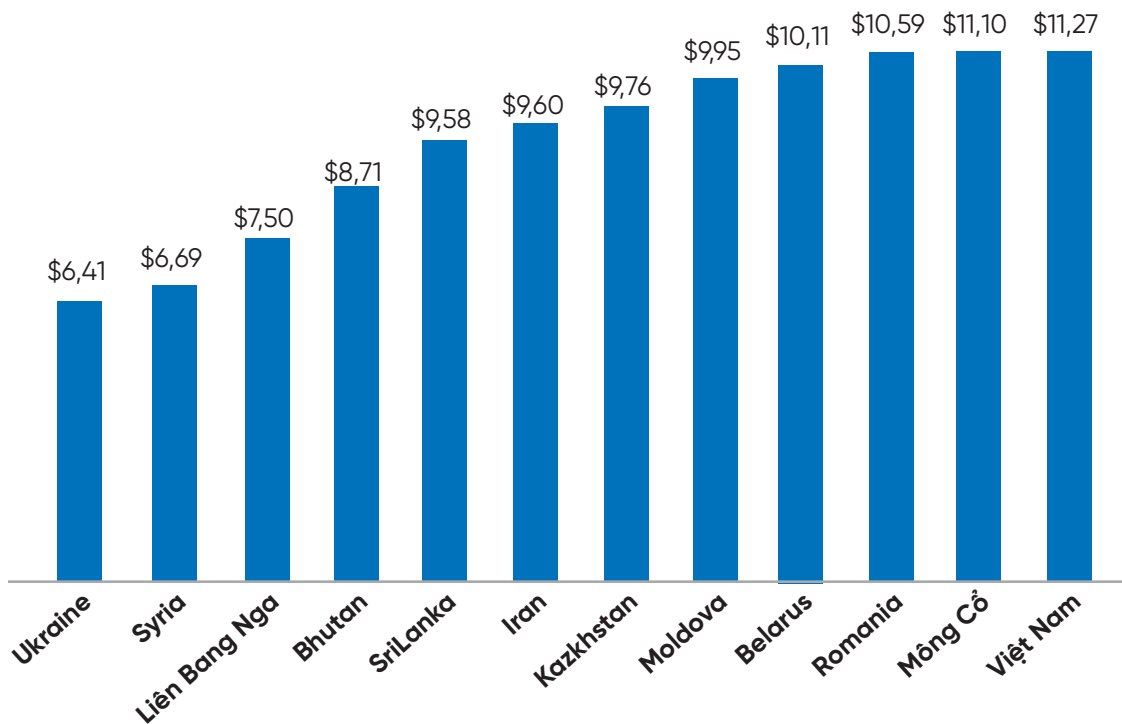
Nguồn: We Are Social, Trích từ Vneconomy

TỐC ĐỘ INTERNET TẠI VIỆT NAM

Tốc độ Internet di động (Đơn vị: Mbps)



Giá cước Internet trung bình tháng (\$)



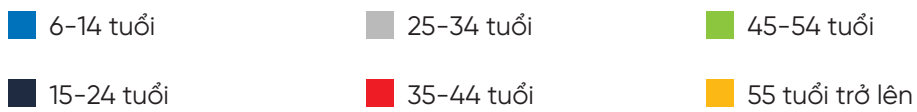
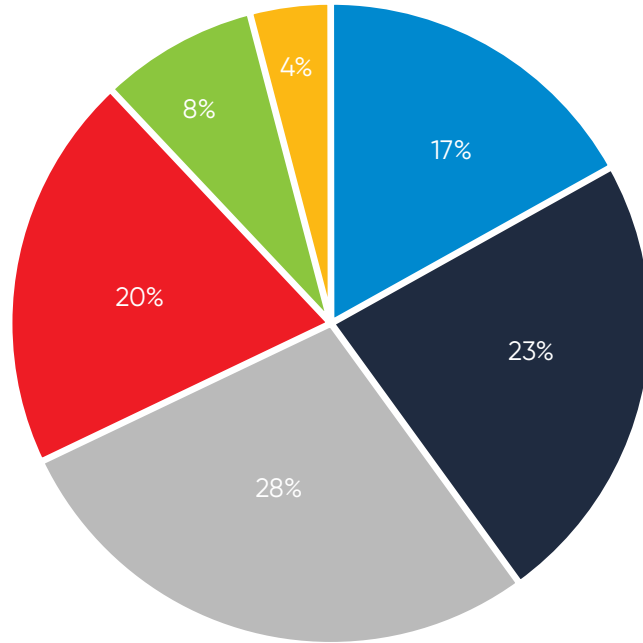
Nguồn: SpeedTest Global Index

Tốc độ Internet di động đạt **60,88 Mbps tăng 40,7%** so với năm 2019.

Việt Nam nằm trong top 12 quốc gia có giá cước Internet rẻ nhất trên toàn cầu, khoảng \$11.27 tương đương 260.000 VND. Giá cước dễ tiếp cận khiến cho Internet được phủ sóng rộng rãi trên toàn quốc, đặc biệt là Internet di động.

Thêm vào đó, smartphone đang được ưu tiên làm thiết bị kết nối chính nhờ sự tiện lợi và sự phổ biến, hạ tầng và chất lượng Internet tại Việt Nam phát triển đã khiến tốc độ Internet di động được cải thiện đáng kể, xếp thứ hai trong khu vực Đông Nam Á.

CƠ CẤU NHÓM TUỔI SỬ DỤNG INTERNET TẠI VIỆT NAM

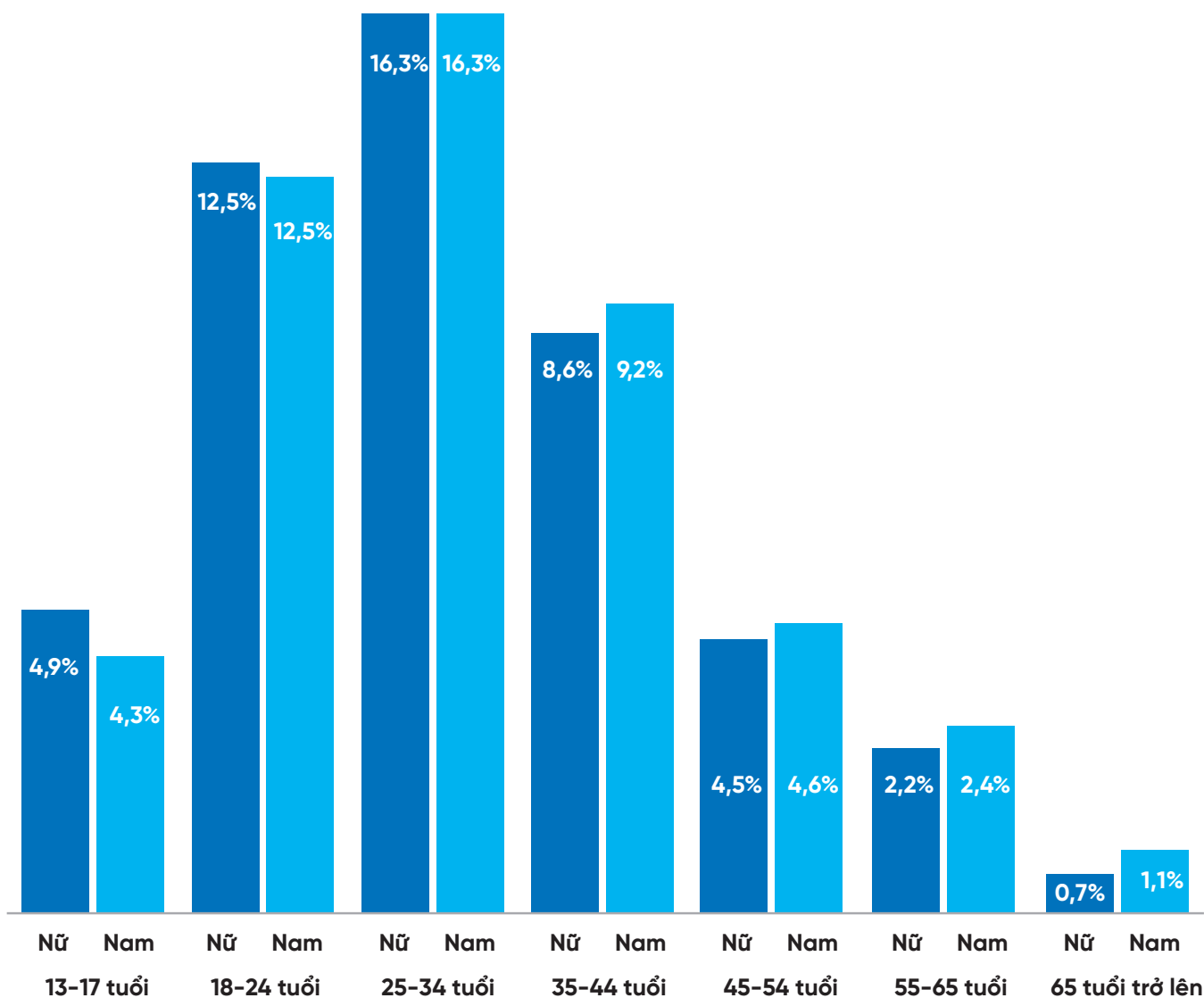


Nguồn: Statista

Thế hệ Z và Millennials là 2 thế hệ sử dụng Internet nhiều nhất tại Việt Nam.



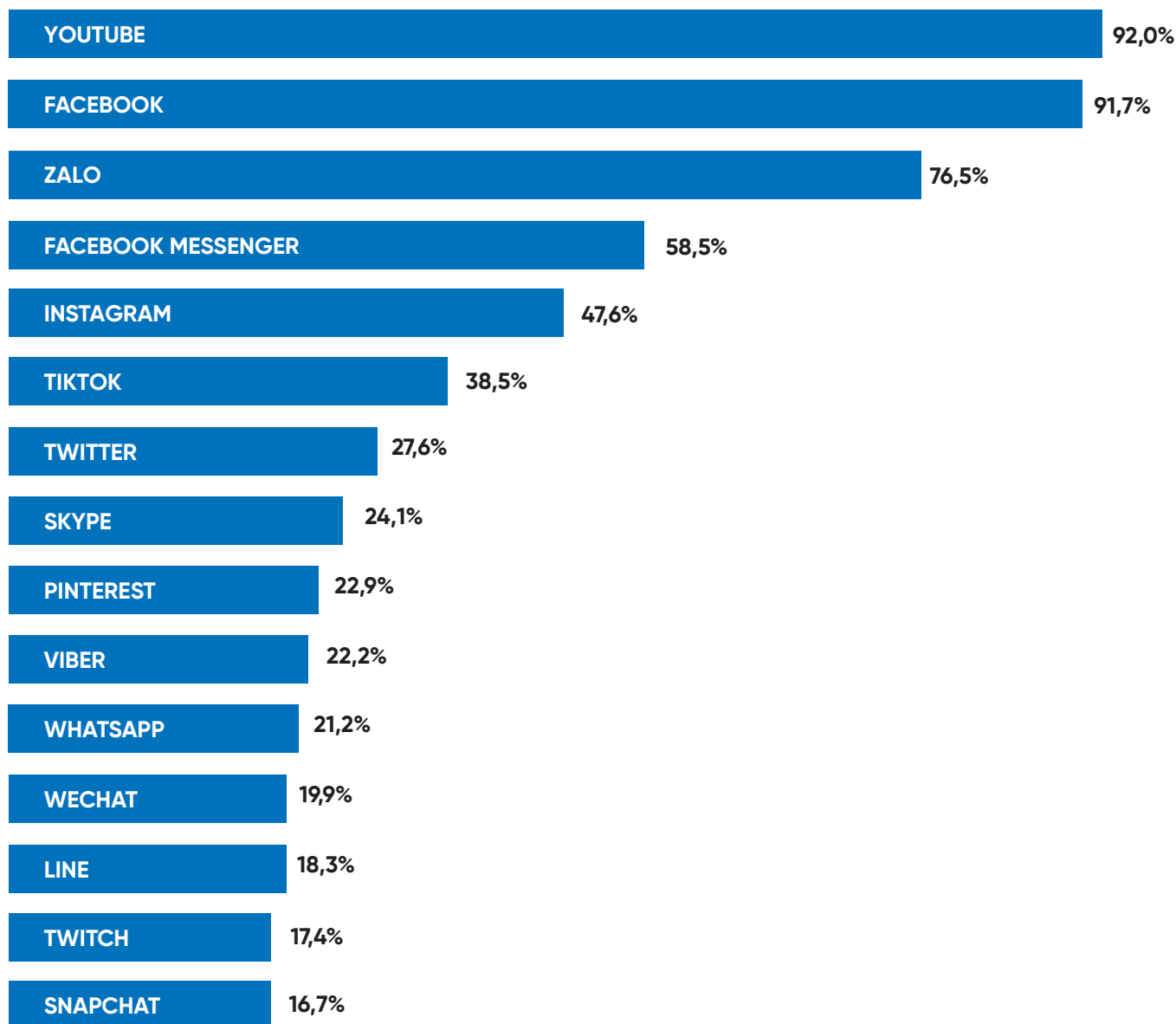
MẠNG XÃ HỘI



Nguồn: We Are Social

72 triệu người sử dụng mạng xã hội tại Việt Nam, tương đương 73% dân số
2 giờ 21 phút là thời gian trung bình sử dụng mạng xã hội

CÁC NỀN TẢNG MẠNG XÃ HỘI ĐƯỢC SỬ DỤNG NHIỀU NHẤT



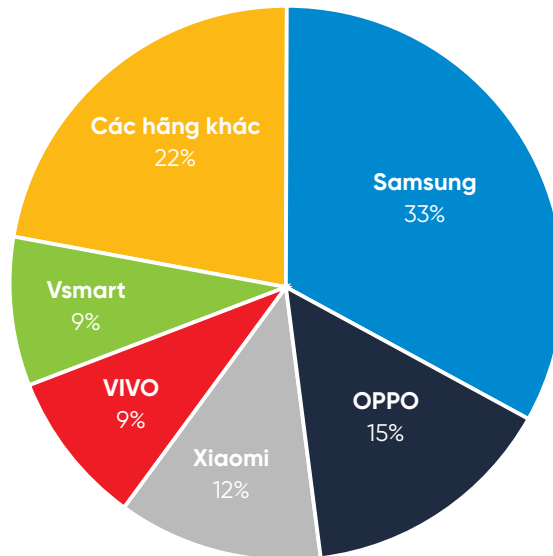
Nguồn: We Are Social

Trong nhóm người dùng từ 16-64 tuổi, Youtube và Facebook vẫn là hai mạng xã hội được sử dụng phổ biến nhất với tỉ lệ lên tới 91-92%.

Đối với các ứng dụng nhắn tin, Zalo đã vượt qua Messenger để trở thành ứng dụng nhắn tin phổ biến nhất tại Việt Nam.

THỊ PHẦN SMARTPHONE VIỆT NAM CHÍNH HÃNG

Thị phần doanh số chính ngạch smartphone Việt Nam Q3/20



Nguồn: Canalys

Thị phần doanh số chính ngạch smartphone Việt Nam Q4/2020

STT	Thương hiệu	Thị phần doanh số	Tăng trưởng theo năm
1	SAMSUNG	24%	-19%
2	oppo	16%	-28%
3	Apple	11%	+197%
4	VSMART	11%	N/A

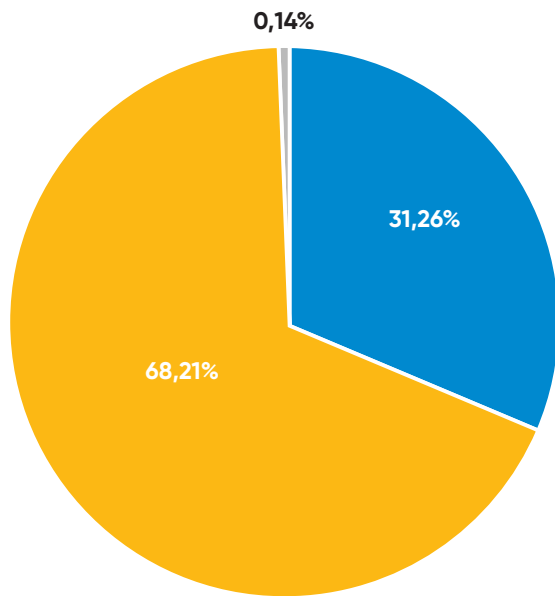
Nguồn: Canalys

Trong Quý 3/2020, thị trường smartphone chính hãng chứng kiến Xiaomi là cái tên nổi bật khi có sự tăng trưởng tới 114% so với Quý 2/2020.

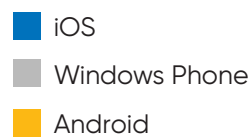
Apple và Realme là hai thương hiệu đã không còn nằm trong Top 5 tại Việt Nam trong Quý 2.

Trong Quý 2/2020, Apple là cái tên nổi bật nhất với doanh số tăng trưởng 197% so với cùng kì năm 2019. Tại Việt Nam việc iPhone chính hãng trở nên phổ biến thay thế hàng xách tay tại các đơn vị bán lẻ cũng như sự thành công của iPhone 12 series đã khiến Apple lọt Top 4 thương hiệu smartphone tại Việt Nam với mức tăng trưởng rất lớn.

THỊ PHẦN THEO HỆ ĐIỀU HÀNH

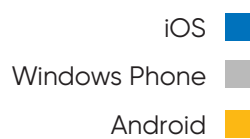


Thị phần smartphone theo hệ điều hành Quý 3 năm 2020

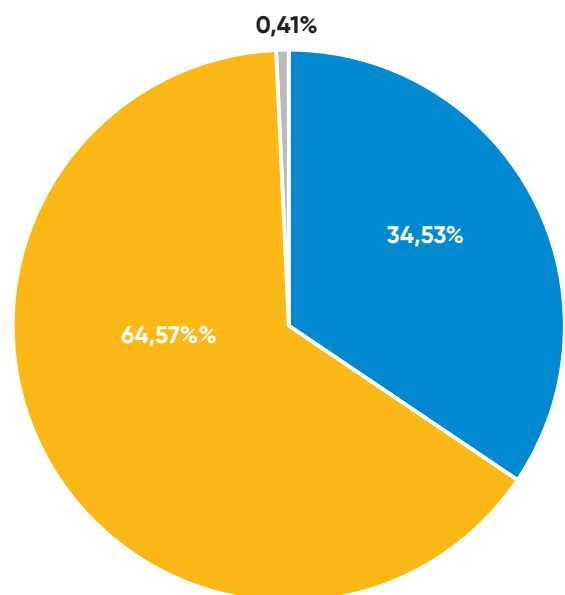


Nguồn: StatCounter

Thị phần smartphone theo hệ điều hành Quý 4 năm 2020

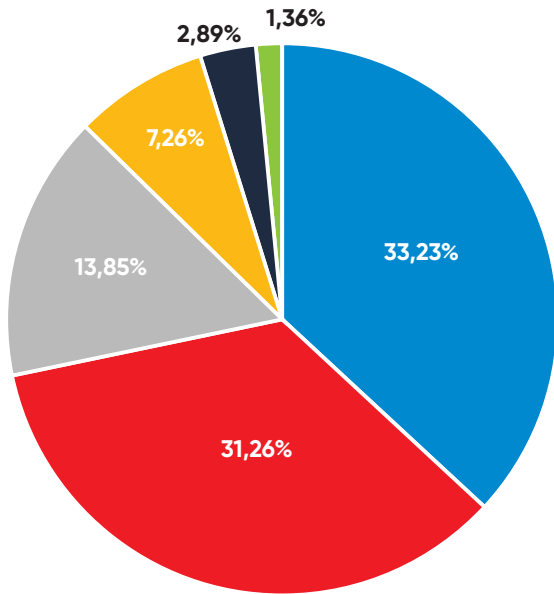


Nguồn: StatCounter

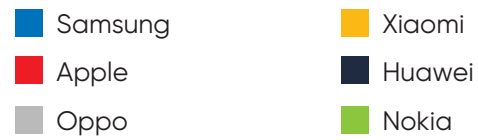


Trong nửa cuối năm 2020, thị phần iOS đang có xu hướng gia tăng. Điều này cũng là kết quả của việc Apple đã đạt số lượng doanh thu tốt tại Việt Nam trong nửa cuối năm. Sự thành công của Apple trong doanh số bán hàng đã kéo thị phần iOS tại Việt Nam có sự gia tăng trong Quý 4/2020.

THỊ PHẦN THEO THƯƠNG HIỆU

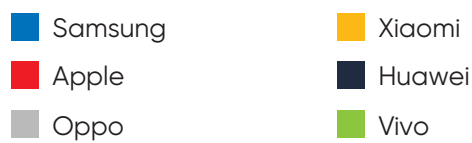


Thị phần smartphone theo thương hiệu Quý 3 năm 2020

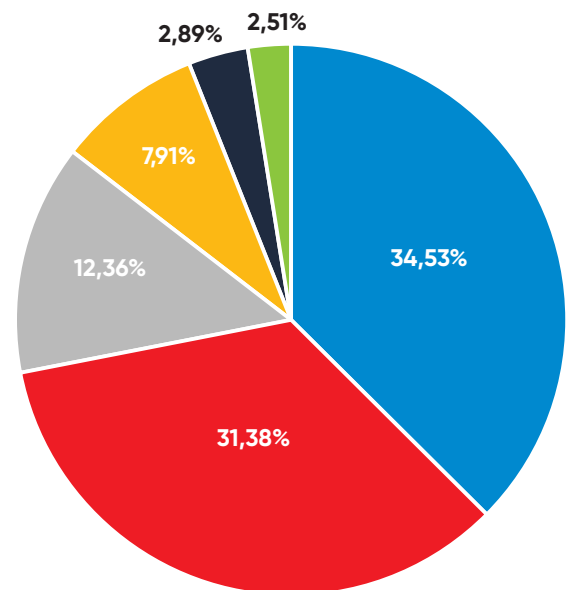


Nguồn: StatCounter

Thị phần smartphone theo thương hiệu Quý 4 năm 2020



Nguồn: StatCounter

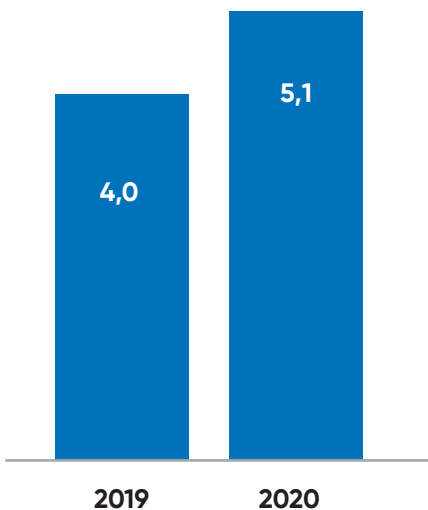


Xét theo số lượng thiết bị thực tế, không có quá nhiều thay đổi trong top 5 khi Samsung, Apple, Oppo, Xiaomi và Huawei là năm thương hiệu phổ biến nhất. Nokia xếp thứ 6 trong quý III nhưng đã bật khỏi top 6 và nhường chỗ cho Vivo trong Quý 4.

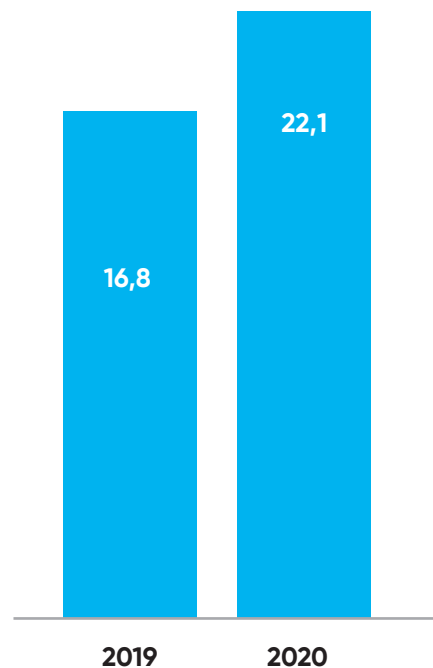
NGƯỜI VIỆT ĐANG CÓ XU HƯỚNG GIA TĂNG TẦN SUẤT SỬ DỤNG SMARTPHONE

Xu hướng sử dụng ứng dụng di động tại Việt Nam:

Thời lượng sử dụng trung bình trong ngày



Số lượng ứng dụng sử dụng trung bình trong tuần



Nguồn: QandMe

Trong khảo sát công bố bởi QandMe, tần suất sử dụng smartphone của người tiêu dùng Việt đã có sự tăng trưởng đáng kể vào năm 2020.

Cụ thể thời gian trung bình mỗi ngày sử dụng gia tăng 25%

từ **4 giờ/ngày** lên **5,1 giờ/ngày**.

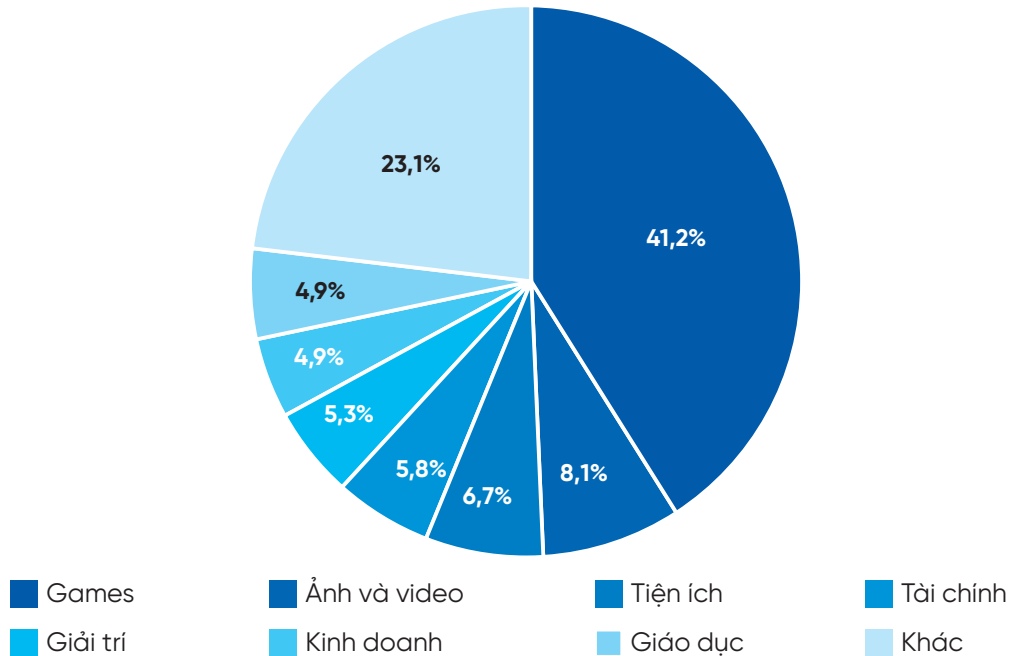
Số lượng ứng dụng sử dụng trung bình mỗi tuần cũng tăng 31%

từ trung bình **16,8** ứng dụng lên **22,1** ứng dụng.

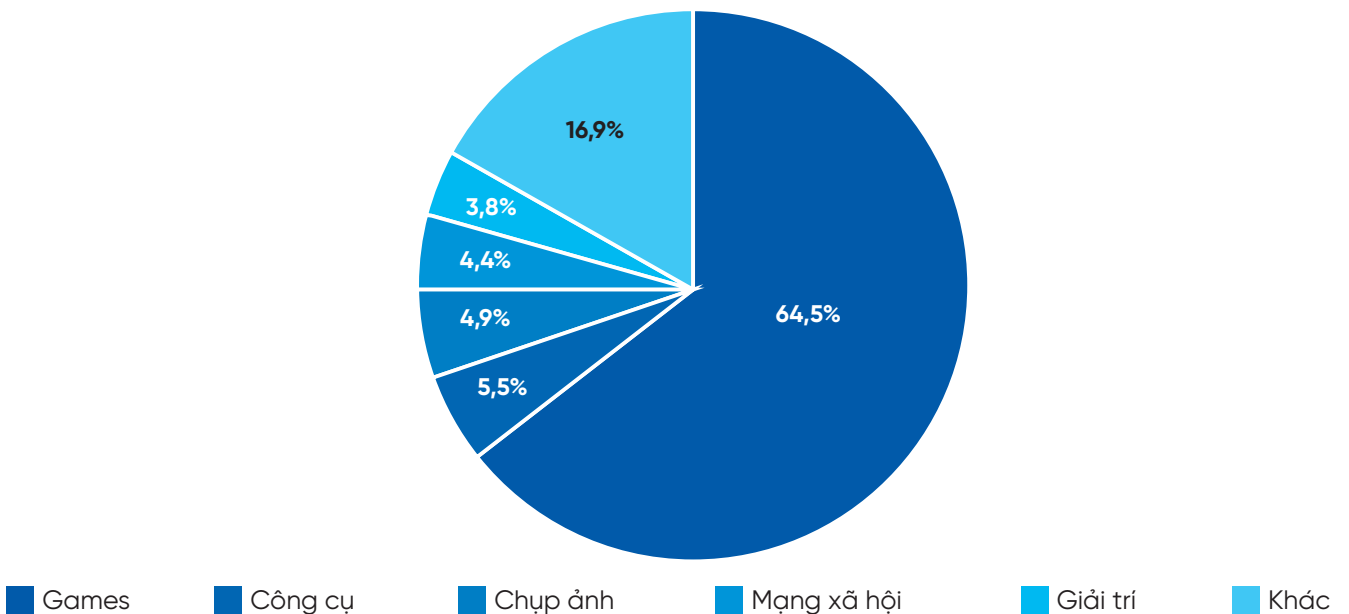
Lí do lớn nhất dẫn tới sự gia tăng này là do tác động của Covid-19 và khoảng thời gian giãn cách xã hội trước đó đã làm thay đổi thói quen và gia tăng thời gian tương tác với thế giới qua smartphone của người Việt.

CÁC NHÓM ỨNG DỤNG ĐƯỢC TẢI NHIỀU NHẤT

Các nhóm ứng dụng tải nhiều nhất trên iOS



Các nhóm ứng dụng tải nhiều nhất trên Android

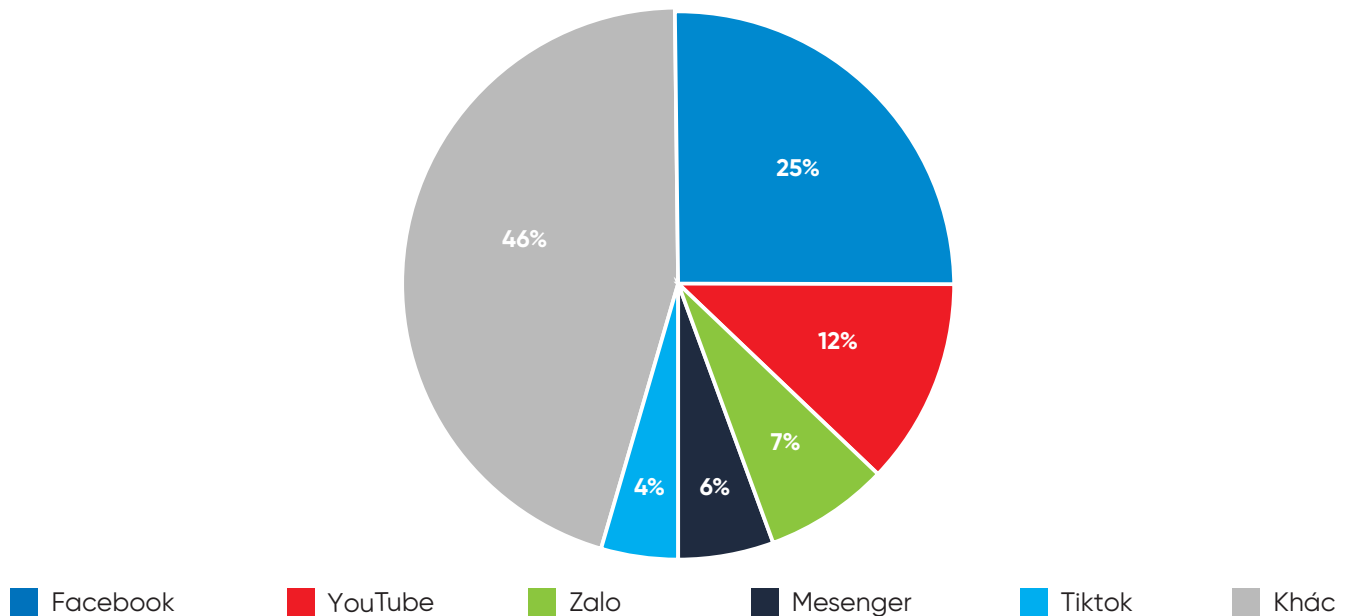
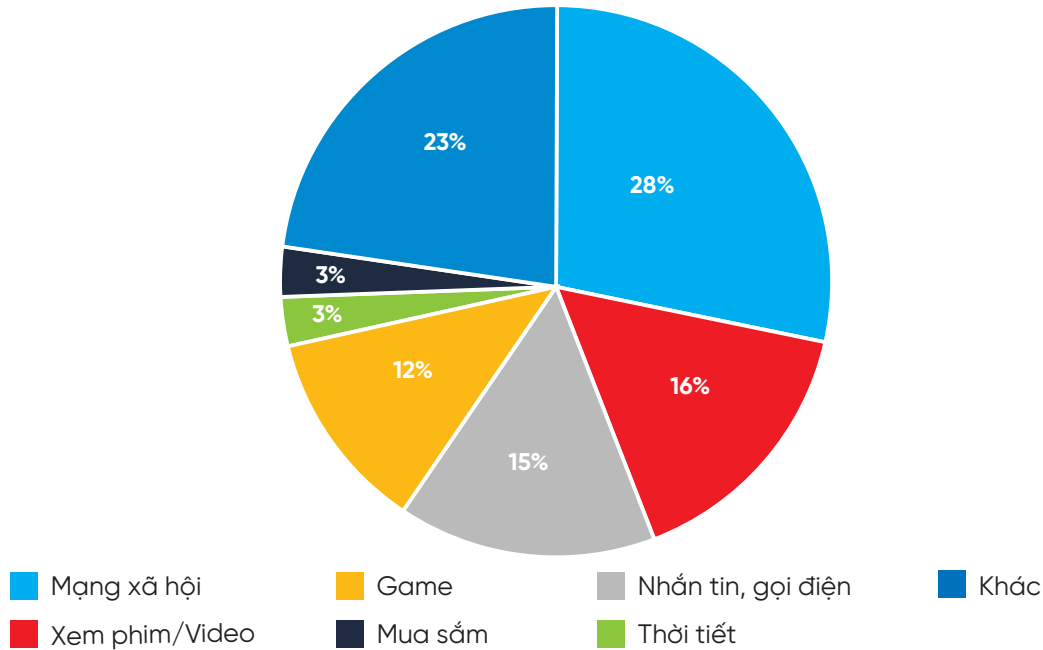


Nguồn: Applyzer

Các trò chơi di động vẫn là loại ứng dụng được tải nhiều nhất trên cả hai nền tảng iOS và Android, tuy vậy người dùng Android có thiên hướng chơi game trên di động nhiều hơn so với iOS khi games chiếm 64,5% lượt tải trên Android so với iOS là 41,2%,

CÁC ỨNG DỤNG PHỔ BIẾN ĐƯỢC SỬ DỤNG TẠI VIỆT NAM

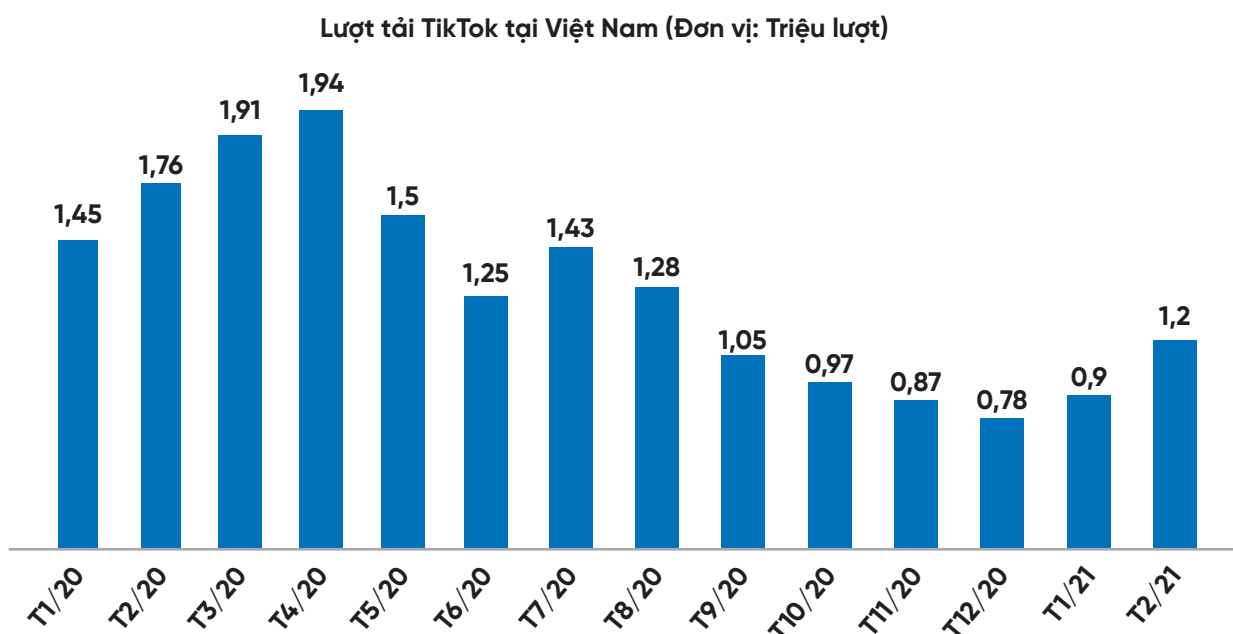
Các loại ứng dụng phổ biến và Thời gian sử dụng trung bình



Mạng xã hội và ứng dụng xem phim, nhắn tin là các loại ứng dụng phổ biến nhất mà người tiêu dùng Việt sử dụng. Vì vậy Facebook và Youtube cũng là hai ứng dụng mà người tiêu dùng dành nhiều thời gian nhất khi sử dụng smartphone với lần lượt chiếm 25% và 12% thời gian sử dụng. Một mạng xã hội khác là Instagram thậm chí đã bị TikTok vượt mặt trong cuộc khảo sát này khi TikTok chiếm 4% thời lượng sử dụng trung bình. Zalo và Messenger là hai ứng dụng nhắn tin phổ biến nhất, chiếm 6-7% thời lượng sử dụng.

ỨNG DỤNG VIDEO NGẮN: TIKTOK BÙNG NỔ TRONG NĂM 2020

Với 30% người dùng di động tại Việt Nam đã cài đặt TikTok. Số lượng tài khoản đăng ký đạt 12 triệu người vào năm 2019. Tính đến năm 2020 TikTok đã trở thành mạng xã hội phổ biến thứ tư tại Việt Nam sau Facebook, Zalo và Instagram. Tuy nhiên TikTok lại có lượng người dùng tập trung hơn so với các mạng xã hội khác, đó là đối tượng trẻ Gen Z với độ tuổi từ 16 - 24 tuổi.



Nguồn: App Annie

Nếu như có những ứng dụng được hưởng lợi mạnh từ lệnh giãn cách xã hội thì đó chính là TikTok. Không chỉ bùng nổ trên toàn cầu như một hiện tượng, tại Việt Nam TikTok cũng đã trở thành một xu hướng nổi bật trong năm 2020. Tại Việt Nam, cụ thể là trong thời điểm giãn cách xã hội, TikTok đã trở thành một trong những ứng dụng giải trí phổ biến tại Việt Nam khi có số lượt tải đạt đỉnh vào tháng 3 và tháng 4 với gần 2 triệu lượt tải mỗi tháng.

TikTok trong năm 2020

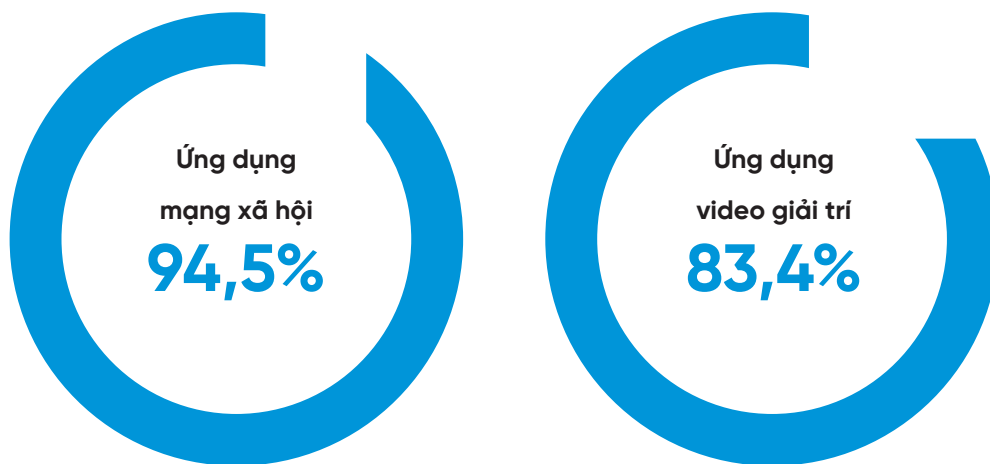
16 triệu lượt tải trên di động

5,6 triệu lượt tải trong giai đoạn làn sóng Covid-19 thứ nhất

160% tăng trưởng lượt tải trên IOS trong năm 2020

ỨNG DỤNG VIDEO NGẮN SẼ LÀ XU HƯỚNG TRONG NĂM 2021

Theo thống kê từ We Are Social, các ứng dụng mạng xã hội và xem video là những ứng dụng phổ biến nhất trong tập người dùng từ 16-64 tuổi tại Việt Nam.



Nguồn: We Are Social

Sự thành công của TikTok với định dạng video ngắn trong năm 2020 cũng là bằng chứng cho thấy thị trường ứng dụng video ngắn sẽ còn tiếp tục bùng nổ trong thời gian tới. Đặc biệt trong năm 2021 khi Youtube và Instagram sẽ gia nhập thị trường này với Youtube Shorts và Instagram Reels.



YouTube Shorts

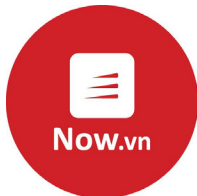


Instagram Reels hiện nay đã chính thức update tính năng này tại Việt Nam trong khung tìm kiếm, còn Youtube Shorts hiện đang trong quá trình thử nghiệm. Với lợi thế tích hợp sẵn trên nền tảng Youtube và Instagram vốn đã nổi tiếng và sở hữu tập người dùng đông đảo cùng số lượng nhà sáng tạo nội dung lớn hơn TikTok rất nhiều. Vì vậy tính năng video ngắn của Youtube và Instagram dù gia nhập thị trường muộn nhưng chắc chắn sẽ tạo ra sự cạnh tranh khốc liệt với TikTok.

DỊCH VỤ GIAO ĐẶT ĐỒ ĂN TRỞ LÊN PHỔ BIẾN TRONG NĂM 2020

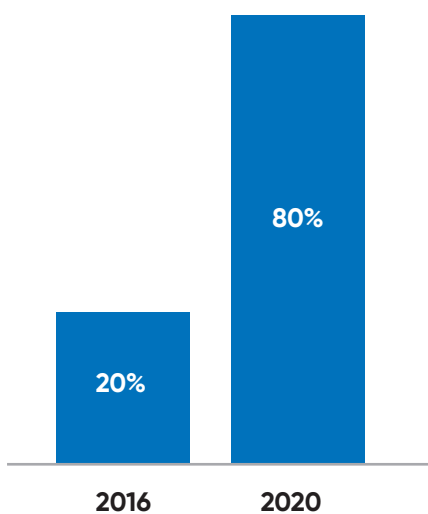
2011 - 2017

2020

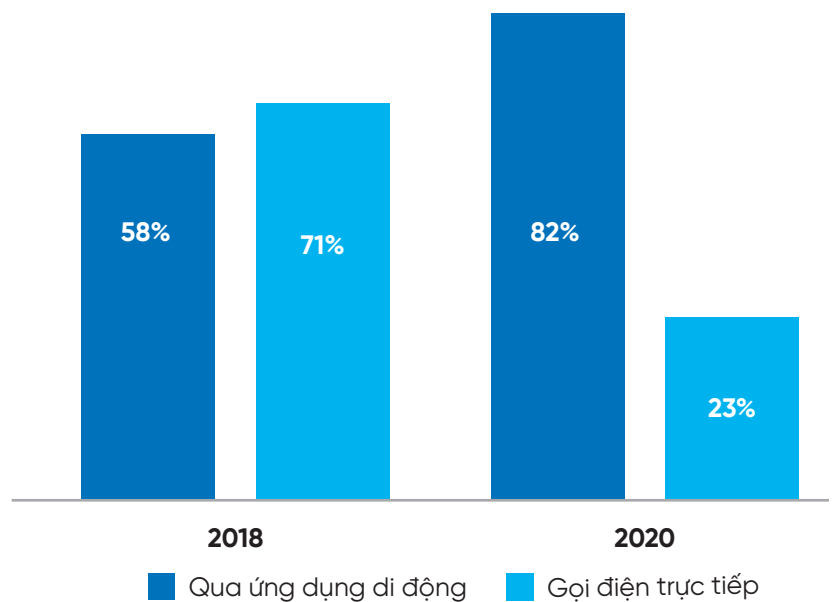


Trước đây các ứng dụng giao đồ ăn không phổ biến tại Việt Nam do nhu cầu và thói quen của thị trường chưa lớn. Kể từ năm 2017 khi các ứng dụng đặt xe chuyển hướng và mở rộng mảng dịch vụ sang giao nhận đồ ăn, điện hình như Grab và GoJek. Thị trường giao đồ ăn trở nên sôi động với sự cạnh tranh của nhiều đối thủ, các khuyến mãi lớn để thu hút người dùng được tung ra liên tục khiến đây trở thành một xu hướng mới.

Tần suất đặt đồ ăn online tại Việt nam



Hình thức đặt đồ ăn online tại Việt Nam

































Nguồn: QandMe

Trong năm 2020 khi đại dịch Covid-19 bùng nổ đã tạo nên cú hích rất mạnh cho ngành dịch vụ này. Năm 2016, số lượng người sử dụng dịch vụ này thường xuyên (ít nhất một lần/tuần) chỉ chiếm 20%, thì năm 2020 đã đạt đến 80%. Điều đặc biệt đó là với sự xuất hiện dày đặc của các ứng dụng đặt đồ ăn trên smartphone đã khiến cách sử dụng dịch vụ này có sự thay đổi. Cụ thể trong khảo sát năm 2020 của QandMe, tỉ lệ đặt đồ ăn qua ứng dụng di động bên thứ 3 đã đạt 82% so với năm 2018 chỉ là 58%. Hình thức gọi điện trực tiếp để đặt hàng đã không còn phổ biến khi sụt giảm từ 71% - 23%.

BẢNG XẾP HẠNG ỨNG DỤNG













Top ứng dụng theo tháng trên App Store

THÁNG 7 NĂM 2020		THÁNG 8 NĂM 2020		THÁNG 9 NĂM 2020	
1	 Facebook, Inc. Messenger ★★★★★ (265.588)	1	 Cục Tin học hóa, Bộ Thông tin và Truyền thông Bluezone - Phát hiện tiếp xúc ★★★★★ (19.247)	1	 InnerSloth LLC Among Us! ★★★★★ (10.610)
2	 Zalo Group Zalo ★★★★★ (18.444)	2	 Facebook, Inc. Messenger ★★★★★ (257.588)	2	 Cross Forward Consulting, LLC Widgetsmith ★★★★★ (9.799)
3	 Facebook, Inc. Facebook ★★★★★ (216.823)	3	 Facebook, Inc. Facebook ★★★★★ (216.823)	3	 Facebook, Inc. Messenger ★★★★★ (257.588)
4	 TikTok Pte, Ltd. TikTok ★★★★★ (1.230.331)	4	 Google LLC YouTube ★★★★★ (2.523.627)	4	 Archosaur Games Dragon Raja - Funtap ★★★★★ (4.265)
5	 Google LLC YouTube ★★★★★ (2.523.627)	5	 Zalo Group Zalo ★★★★★ (18.444)	5	 Facebook, Inc. Facebook ★★★★★ (216.823)
THÁNG 10 NĂM 2020		THÁNG 11 NĂM 2020		THÁNG 12 NĂM 2020	
1	 Facebook, Inc. Messenger ★★★★★ (257.588)	1	 Facebook, Inc. Facebook ★★★★★ (227.988)	1	 Facebook, Inc. Facebook ★★★★★ (230.125)
2	 Facebook, Inc. Facebook ★★★★★ (216.823)	2	 Zalo Group Zalo ★★★★★ (22.092)	2	 Zalo Group Zalo ★★★★★ (22.716)
3	 Zalo Group Zalo ★★★★★ (18.444)	3	 Facebook, Inc. Messenger ★★★★★ (274.830)	3	 Facebook, Inc. Messenger ★★★★★ (276.541)
4	 Google LLC YouTube ★★★★★ (2.523.627)	4	 Google LLC YouTube ★★★★★ (2.676.045)	4	 Google LLC YouTube ★★★★★ (2.709.152)
5	 TikTok Pte, Ltd. TikTok ★★★★★ (1.230.331)	5	 Voodoo Shortcut Run ★★★★★ (9.448)	5	 TikTok Pte, Ltd. TikTok ★★★★★ (1.350.448)

Nguồn: Sensortower, Appota

BẢNG XẾP HẠNG ỨNG DỤNG

Top ứng dụng theo tháng trên Google Play

THÁNG 7 NĂM 2020		THÁNG 8 NĂM 2020		THÁNG 9 NĂM 2020	
1	 <p>Cục Tin học hóa, Bộ Thông tin và Truyền thông Bluezone - Phát hiện tiếp xúc ★★★★★ (95.837)</p>	1	 <p>Cục Tin học hóa, Bộ Thông tin và Truyền thông Bluezone - Phát hiện tiếp xúc ★★★★★ (95.837)</p>	1	 <p>InnerSloth LLC Among Us! ★★★★★ (5.391.371)</p>
2	 <p>Instagram Instagram ★★★★★ (108.048.630)</p>	2	 <p>Voodoo Scribble Rider ★★★★★ (276.079)</p>	2	 <p>Archosaur Games Dragon Raja - Funtap ★★★★★ (17.571)</p>
3	 <p>Lion Studios Clue Hunter ★★★★★ (144.345)</p>	3	 <p>GUU WECARE Hỏi đáp-Review-Mua sắm ★★★★★ (3.837)</p>	3	 <p>TikTok Pte, Ltd. TikTok ★★★★★ (933.336)</p>
4	 <p>MeetJoy Studios Puppy Town-Hợp nhất & Chiến thắng ★★★★★ (551.609)</p>	4	 <p>Bytedance Pte, Ltd. CapCut ★★★★★ (213.022)</p>	4	 <p>Gitter Star Studio Soul Land: Đấu La Đại Lục-Funtap (.)</p>
5	 <p>Garena Internatonl i Private Limited Garena Free Fire: ngày Booyah ★★★★★ (66.621.277)</p>	5	 <p>Garena Internatonl i Private Limited Garena Free Fire: ngày Booyah ★★★★★ (66.621.277)</p>	5	 <p>Garena Internatonl i Private Limited Garena Free Fire: ngày Booyah ★★★★★ (66.621.277)</p>
THÁNG 10 NĂM 2020		THÁNG 11 NĂM 2020		THÁNG 12 NĂM 2020	
1	 <p>InnerSloth LLC Among Us! ★★★★★ (5.391.371)</p>	1	 <p>Voodoo Shortcut Run ★★★★★ (119.320)</p>	1	 <p>SayGames Sushi Roll 3D- Cooking A SMR Game ★★★★★ (61.585)</p>
2	 <p>Focus apps Brain Find -Thử thách trí tuệ đầy thú vị ★★★★★ (11.283)</p>	2	 <p>VNG Game Publishing Huyền Thoại Runeterra ★★★★★ (13.530)</p>	2	 <p>Ambrine Studio MU: Vượt thời đại-Funtap ★★★★★ (12.325)</p>
3	 <p>Mathpresso Ganda: Kho bài giải toán lớn nhất Việt ★★★★★ (204.597)</p>	3	 <p>InnerSloth LLC Among Us! ★★★★★ (8.766.222)</p>	3	 <p>Badsnowball Limited Smash Colors 3D-Trò chơi âm nhạc ★★★★★ 54.334)</p>
4	 <p>StarMaker Interactive StarMaker: Cùng hát với 50 triệu người ★★★★★ (1.315.748)</p>	4	 <p>Báo hay 24h Báo hay 24h-Tin tức, đọc báo kiến ★★★★★ (176.503)</p>	4	 <p>SayGames DOP 2: Delete One Part ★★★★★ (22.490)</p>
5	 <p>TikTok Pte, Ltd. TikTok ★★★★★ (933.336)</p>	5	 <p>Badsnowball Limites Bear Shooter - Trò chơi nhíp điện ★★★★★ (6.475)</p>	5	 <p>IEC Games Australia Imposter Solo Kill ★★★★★ (70.011)</p>

Nguồn: Sensortower, Appota

HỆ SINH THÁI DI ĐỘNG TẠI VIỆT NAM

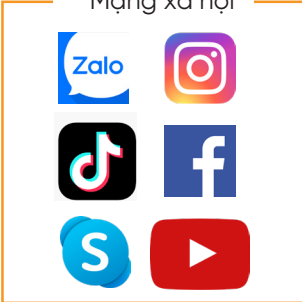
Nhà phát hành game mobile



Quảng cáo và Marketing



Mạng xã hội



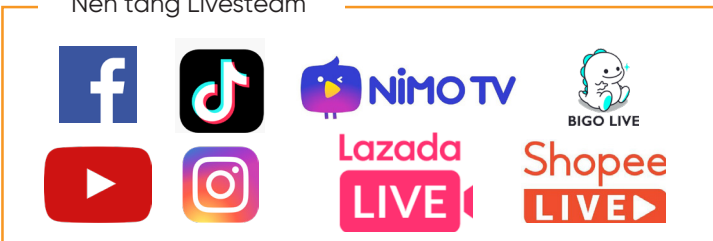
Thanh toán di động



Xe công nghệ và giao đồ ăn



Nền tảng Livestream



Nhà mạng di động



OTT



Thương mại điện tử



Hạ tầng Internet



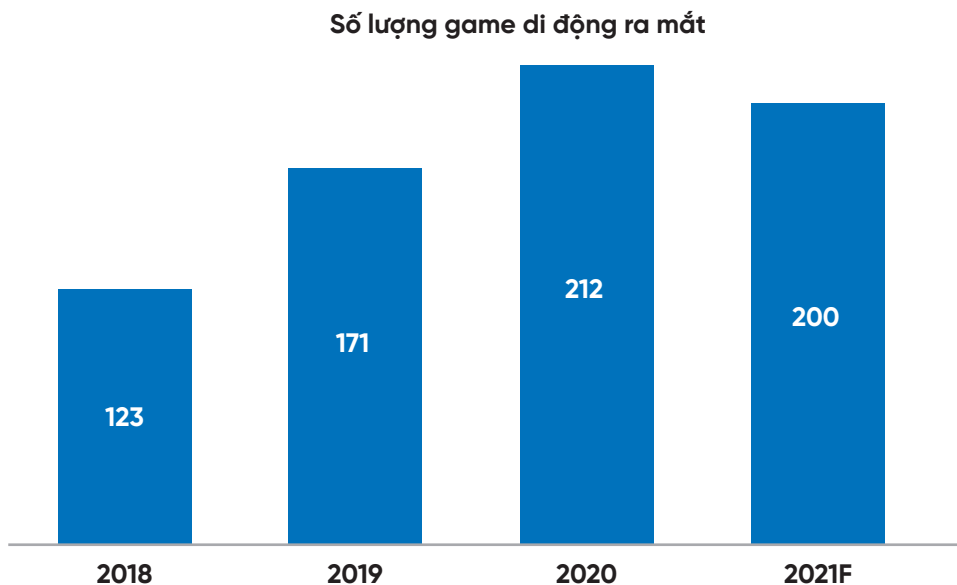
* Các đơn vị liệt kê chỉ mang tính đại diện



03

TRÒ CHƠI DI ĐỘNG

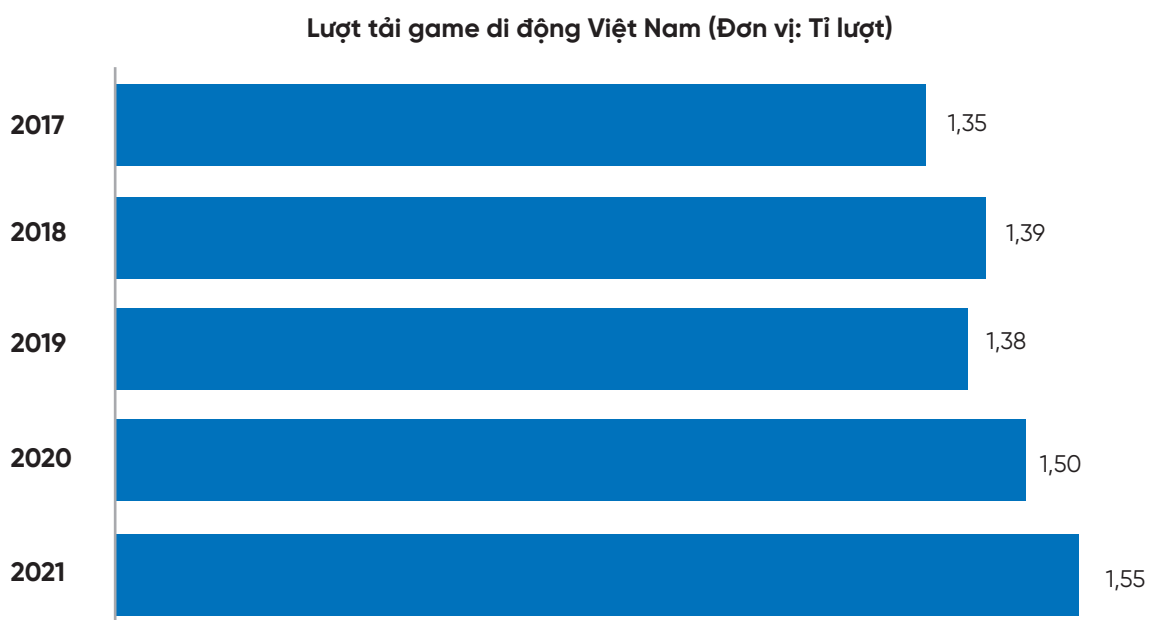
THỊ TRƯỜNG GAME DI ĐỘNG VIỆT NAM 2020



Nguồn: Appota

(*) Chỉ tính các game hardcore

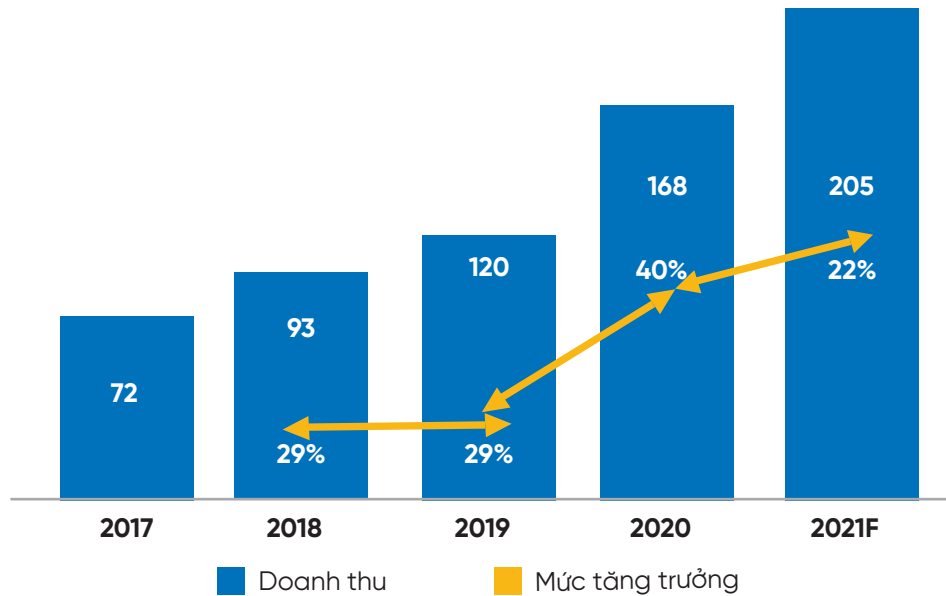
Năm 2020, số lượng game core ra mắt tại Việt Nam là 212, tăng vượt bậc so với năm 2019.



Năm 2020, Covid-19 đã gây tác động mạnh đến thị trường và khiến nhu cầu chơi game di động tăng trưởng mạnh trên toàn cầu. Việt Nam cũng có chung xu hướng này khi mọi chỉ số về lượt tải, số lượng game đều tăng trưởng mạnh so với năm 2019.

THỊ TRƯỜNG GAME DI ĐỘNG TĂNG TRƯỞNG TRONG GIAI ĐOẠN COVID-19

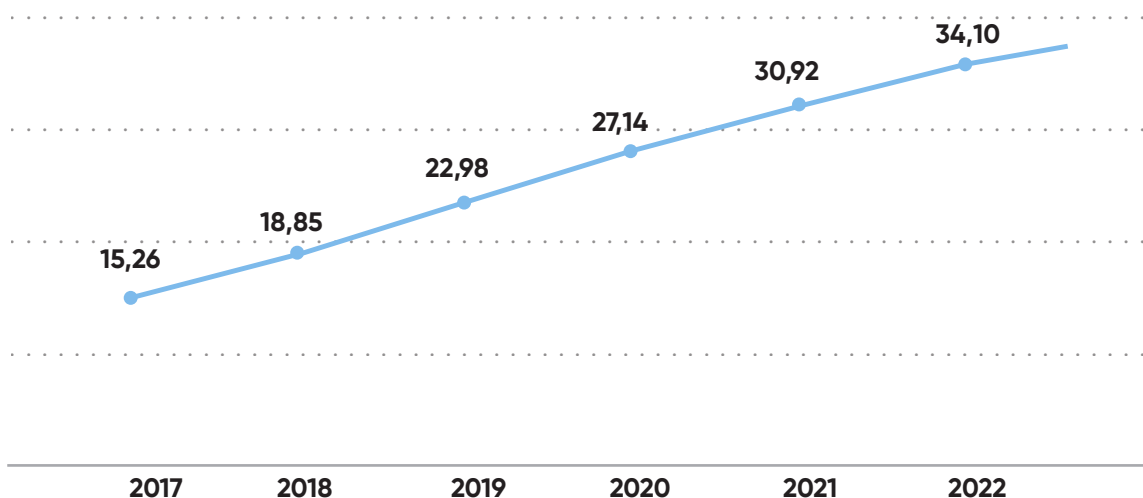
Doanh thu thị trường trò chơi di động Việt Nam (*) (Đơn vị: Triệu USD)



(*) Doanh thu chỉ tính theo hình thức trả phí mua ứng dụng và mua nội dung trong ứng dụng

Năm 2020 khi đại dịch Covid-19 bùng phát, việc người dân phải giãn cách xã hội đã biến việc chơi game di động trở nên phổ biến và thu hút nhiều người chơi mới. Cũng chính vì vậy trong năm 2020, các khách hàng đã dành tổng cộng 168 triệu USD cho việc trả phí mua các ứng dụng game di động trên kho tải CH Play và App Store. So với năm 2019, doanh thu qua kho tải của thị trường game di động đã chứng kiến mức tăng vượt bậc 40% và dự báo đạt con số 205 triệu USD vào năm 2021.

Doanh thu đầu người trung bình (*) (ARPU - Đơn vị: USD)

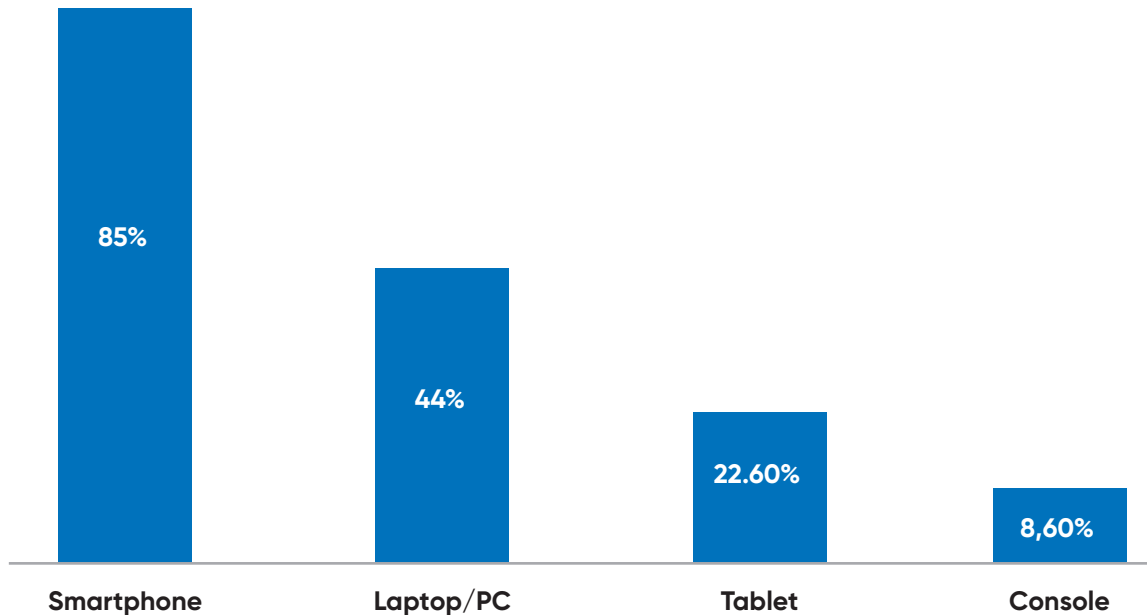


Nguồn: Statista

(*) Doanh thu chỉ tính theo hình thức trả phí mua ứng dụng và mua nội dung trong ứng dụng

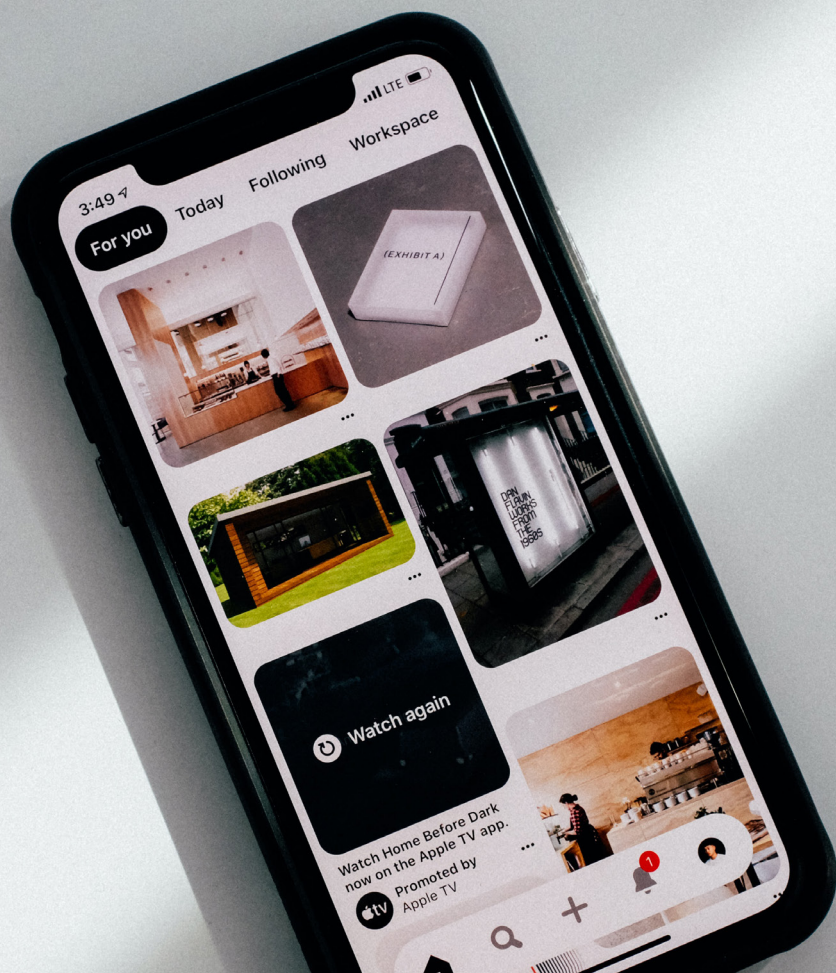
SMARTPHONE LÀ THIẾT BỊ CHƠI GAME PHỔ BIẾN NHẤT TẠI VIỆT NAM

Tỉ lệ sử dụng các thiết bị chơi game tại Việt Nam (*)

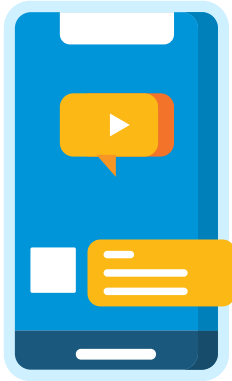


Nguồn: We Are Social 2021

(*) Số liệu tính trên số người dùng từ 16 đến 64 tuổi



87% ỨNG DỤNG TRÒ CHƠI DI ĐỘNG CÓ CHỨA QUẢNG CÁO



Ứng dụng trả phí

Tại Việt Nam	▲	2%
Mức trung bình thế giới		5%



Ứng dụng chứa quảng cáo

Tại Việt Nam	▲	87%
Mức trung bình thế giới		73%



Thanh toán trong ứng dụng

Tại Việt Nam	▲	40%
Mức trung bình thế giới		21%

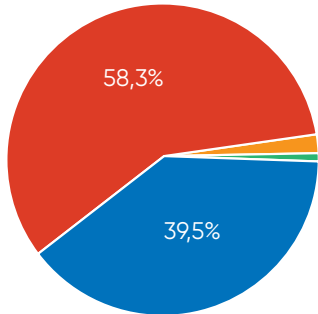
87% các trò chơi di động tại Việt Nam sử dụng có chứa quảng cáo khiến đây vẫn là hình thức thương mại hóa phổ biến nhất. Ngoài ra, việc trả phí cho các nội dung trong ứng dụng cũng là một hình thức thương mại hóa được áp dụng phổ biến và chiếm đến 40% số lượng ứng dụng, do việc phân phối và bán các sản phẩm, dịch vụ ảo trong trò chơi đã trở thành một hình thức đem lại doanh thu độc trưng của các trò chơi điện tử.

ESPORTS TRÊN DI ĐỘNG PHỔ BIẾN MẠNH MẼ SAU ĐẠI DỊCH

Smartphone là nền tảng để tiếp cận cộng đồng eSports

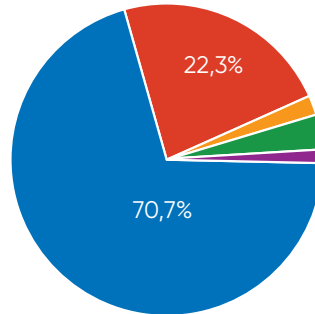
Bạn chơi các bộ môn eSports trên thiết bị nào nhiều nhất?

- PC, Laptop
- Smartphone
- Tablet
- Console (PlayStation, Xbox)



Bạn theo dõi các nội dung eSports trên thiết bị nào nhiều nhất?

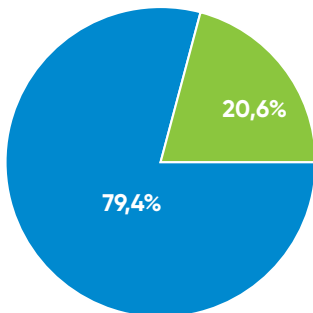
- Smartphone
- PC, Laptop
- Tablet
- Smart TV
- Khác



Smartphone đã trở thành thiết bị chơi eSports phổ biến nhất trong cộng đồng Việt Nam hiện nay khi chiếm tới **58,3%**, theo sau đó là PC/Laptop với **39,5%**.

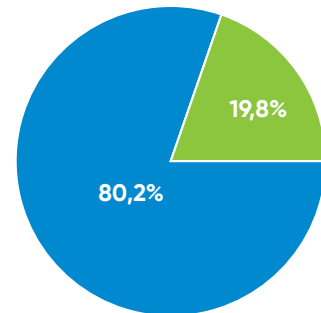
Còn ở phía khán giả theo dõi, smartphone là thiết bị vượt trội hoàn toàn khi có **70,7%** trả lời xem các nội dung eSports bằng smartphone.

Nhiều thời gian chơi eSports hơn



- Có
- Không

Nhiều thời gian xem eSports hơn



- Có
- Không

Khảo sát thực hiện bởi Appota cho thấy có khoảng 80% người tham gia cho rằng họ đã dành nhiều thời gian chơi và xem các nội dung liên quan tới eSports sau đại dịch. Điều này có thể lí giải bởi việc eSports đã trở nên phổ biến hơn trong giai đoạn giãn cách xã hội vào đầu năm. Cụ thể hơn:



2 giờ 55 phút

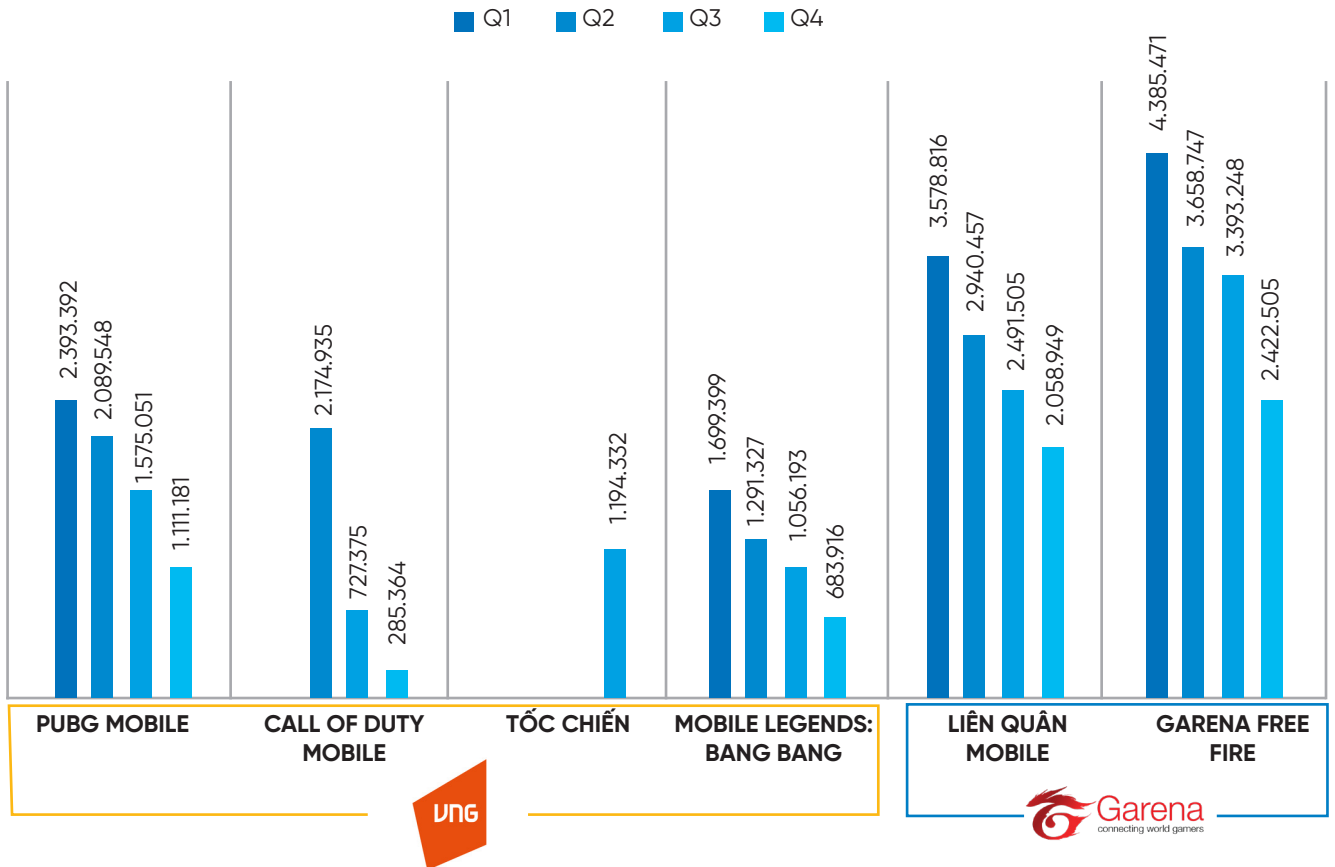
số thời gian chơi eSports trung bình hàng ngày



2 giờ 10 phút

số thời gian trung bình mỗi ngày để xem livestream hoặc giải đấu eSports

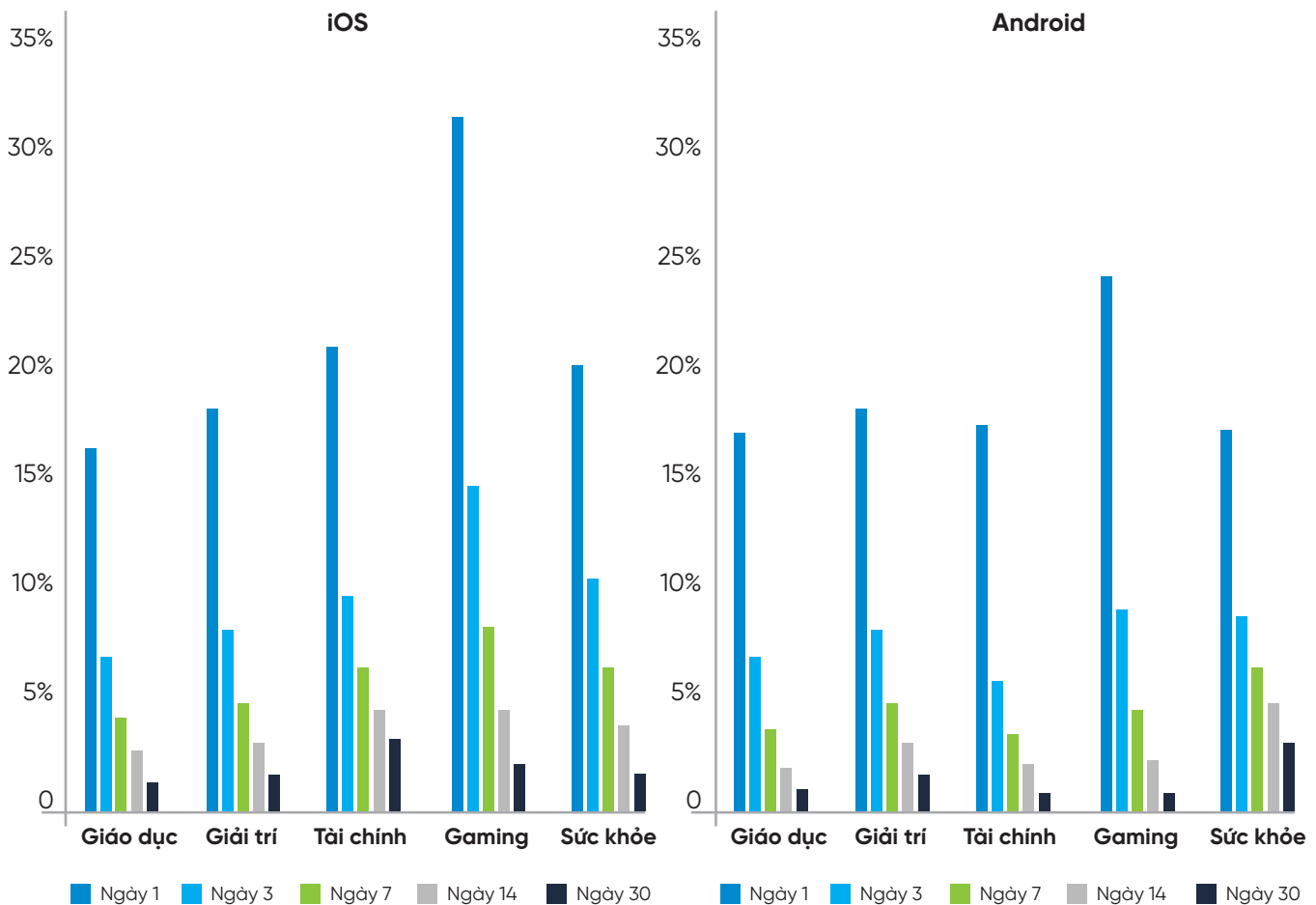
LƯỢT TẢI CÁC TRÒ CHƠI ESPORTS TRONG NĂM 2020



NHÀ PHÁT HÀNH	BỘ MÔN ESPORTS	TỔNG LƯỢT TẢI NĂM 2020
VNG	PUBG Mobile	9.562.564
	Call Of Duty Mobile	3.187.674
	Tốc Chiến	1.194.332
	Mobile Legends: Bang Bang	6.430.234
Garena	Liên Quân Mobile	14.648.543
	Garena Free Fire	18.243.442
		20.374.804
		32.891.985

Nguồn: App Annie

NGƯỜI DÙNG ANDROID CHƠI GAME NHIỀU HƠN NHƯNG CŨNG DỄ DÀNG TỪ BỎ ỨNG DỤNG HƠN

































Nguồn: AppsFlyer

Theo thống kê từ AppsFlyer, người dùng trên iOS có tỉ lệ trung thành với các ứng dụng cao hơn trên Android, đặc biệt là các ứng dụng Gaming trên iOS có tỉ lệ giữ chân người dùng (Retention rates) cao nhất trong ngày đầu tiên. Theo thống kê từ Appota, trong nửa cuối năm 2020, các trò chơi di động được tải nhiều nhất trên iOS là các trò chơi eSports nổi tiếng, còn các trò chơi được tải nhiều nhất trên Android là những trò chơi casual, nhập vai với quy mô nhỏ. Vì vậy, các trò chơi eSports được đầu tư về nội dung và có nhà phát hành chính thức tại Việt Nam sẽ dễ dàng giữ chân được người dùng hơn so với các trò chơi casual khác.

XU HƯỚNG ỨNG DỤNG TRÒ CHƠI DI ĐỘNG































Bảng xếp hạng ứng dụng trò chơi trên App Store

THÁNG 7 NĂM 2020		THÁNG 8 NĂM 2020		THÁNG 9 NĂM 2020	
1	 Garena Mobile Private Garena Liên Quân Mobile ★★★★★ (1.558.201)	1	 Garena Internatonl i Private Limited Garena Free Fire: ngày Booyah ★★★★★ (431.841)	1	 Garena Internatonl i Private Limited Garena Free Fire: ngày Booyah ★★★★★ (431.841)
2	 Garena Internatonl i Private Limited Garena Free Fire: ngày Booyah ★★★★★ (431.841)	2	 Garena Mobile Private Garena Liên Quân Mobile ★★★★★ (1.558.201)	2	 Garena Mobile Private Garena Liên Quân Mobile ★★★★★ (1.558.201)
3	 HIGGS TECHNOLOGY CO., LIMITED Tile Master - Classic Match ★★★★★ (247)	3	 VNG Game Studios PUBG MOBILE VN-KỶ NGUYÊN MỚI ★★★★★ (300.661)	3	 VNG Game Studios PUBG MOBILE VN-KỶ NGUYÊN MỚI ★★★★★ (300.661)
4	 VNG Game Studios PUBG MOBILE VN-KỶ NGUYÊN MỚI ★★★★★ (300.661)	4	 HIGGS TECHNOLOGY CO., LIMITED Tile Master - Classic Match ★★★★★ (247)	4	 HIGGS TECHNOLOGY CO., LIMITED Tile Master - Classic Match ★★★★★ (247)
5	 RUBY OYUN VE YAZILIM DANISMANLIK Doctor Care! ★★★★★ (3.223)	5	 SayGames LLC Brain Wash-Puzzle Mind Game ★★★★★ (2.449)	5	 SayGames LLC Brain Wash-Puzzle Mind Game ★★★★★ (2.449)
THÁNG 10 NĂM 2020		THÁNG 11 NĂM 2020		THÁNG 12 NĂM 2020	
1	 InnerSloth LLC Among Us! ★★★★★ (10.665)	1	 Voodoo Shortcut Run ★★★★★ (9.448)	1	 VNG Game Studio LMHT: Tốc Chiến ★★★★★ (28.391)
2	 Archosaur Games Dragon Raja - Funtap ★★★★★ (4.265)	2	 Garena Mobile Private Garena Liên Quân Mobile ★★★★★ (1.603.721)	2	 Garena Mobile Private Garena Liên Quân Mobile ★★★★★ (1.603.721)
3	 Garena Internatonl i Private Limited Garena Free Fire: ngày Booyah ★★★★★ (431.841)	3	 MPT Entertainment PTE.LTD ZingPlay-Game bài - Game cờ ★★★★ (1.563)	3	 MPT Entertainment PTE.LTD ZingPlay-Game bài - Game cờ ★★★★ (1.834)
4	 Garena Mobile Private Garena Liên Quân Mobile ★★★★★ (1.558.201)	4	 Garena Internatonl i Private Limited Garena Free Fire: Khởi đầu mới ★★★★★ (453.210)	4	 VTC Mobile Phong Vân Chi ★★★★★ (161)
5	 Garena Internatonl i Private Limited Garena Free Fire MAX ★★★★★ (3.213)	5	 VNG Game Studios PUBG MOBILE VN-KỶ NGUYÊN MỚI ★★★★★ (300.661)	5	 Funtap JSC Tinh Kiếm 3D-2 Năm Trọn Tinh ★★★★★ (21.393)

Nguồn: Sensortower

XU HƯỚNG ỨNG DỤNG TRÒ CHƠI DI ĐỘNG

Bảng xếp hạng ứng dụng trò chơi trên Google Play

THÁNG 7 NĂM 2020		THÁNG 8 NĂM 2020		THÁNG 9 NĂM 2020	
1	 Lion Studio Clue Hunter ★★★★★ (144.348)	1	 VOODOO Scribble Rider ★★★★★ (276.079)	1	 InnerSloth LLC Among Us! ★★★★★ (5.391.371)
2	 MeetJoy Studio Puppy Town-Hợp nhất & Chiến thắng ★★★★★ (551.609)	2	 Garena Internatonl i Private Limited Garena Free Fire: ngày Booyah ★★★★★ (431.841)	2	 Archosaur Games Dragon Raja - Funtap ★★★★★ (17.571)
3	 Garena Internatonl i Private Limited Garena Free Fire: ngày Booyah ★★★★★ (66.621.277)	3	 SayGames Brain Wash-Amazing Jigsaw Thinking ★★★★★ (173.183)	3	 Glitter Star Studio Soul Land: Đấu La Đại Lục-Funtap ★★★★★ (.)
4	 SayGames DOP: Draw One Part ★★★★★ (203.471)	4	 CASUAL AZUR GAMES VÙNG Giun Đất.io-Rắn phàm ăn ★★★★★ (1.672.042)	4	 Garena Internatonl i Private Limited Garena Free Fire: ngày Booyah ★★★★★ (66.621.277)
5	 VOODOO Spiral Roll ★★★★★ (149.719)	5	 Lion Studio Clue Hunter ★★★★★ (144.348)	5	 VOODOO Cube Surfer! ★★★★★ (185.192)
THÁNG 10 NĂM 2020		THÁNG 11 NĂM 2020		THÁNG 12 NĂM 2020	
1	 InnerSloth LLC Among Us! ★★★★★ (5.391.371)	1	 Voodoo Shortcut Run ★★★★★ (9.448)	1	 SayGames Sushi Roll 3D- Cooking A SMR Game ★★★★★ (61.585)
2	 Focus apps Brain Find-Thử thách trí tuệ đầy thú vị ★★★★★ (11.283)	2	 VNG Game Publishing Huyền Thoại Runnerterra ★★★★★ (13.530)	2	 Ambrine Studio MU: Vượt thời đại-Funtap ★★★★★ (12.325)
3	 Garena Internatonl i Private Limited Garena Free Fire: ngày Booyah ★★★★★ (66.621.277)	3	 InnerSloth LLC Among Us! ★★★★★ (8.766.222)	3	 IEC Games Australia Imposter Solo Kill ★★★★★ (70.011)
4	 Badsnowball Limited Smash Colors 3D-Trò chơi âm nhạc ★★★★★ (21.073)	4	 Playcucky.com Mr.Slice ★★★★★ 78.306)	4	 Badsnowball Limited Smash Colors 3D-Trò chơi âm nhạc miễn phí ★★★★★ (54.334)
5	 Glitter star Studio Soul Land: Đấu La Đại Lục-Funtap ★★★★★ (.)	5	 Badsnowball Limited Smash Colors 3D-Trò chơi âm nhạc miễn phí ★★★★★ (45.177)	5	 SayGames DOP 2: Delete One Part ★★★★★ (22.490)

Nguồn: Sensortower

HỆ SINH THÁI TRÒ CHƠI DI ĐỘNG VIỆT NAM

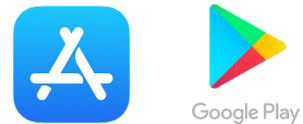
Nhà phát hành game mobile



Nhà phát triển game



Phân phối ứng dụng



Tin tức/Truyền thông



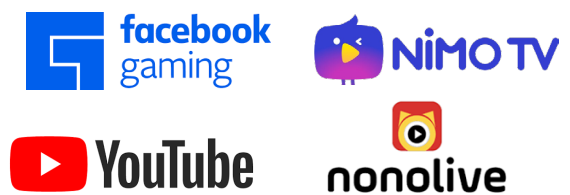
Quảng cáo di động



Thanh toán di động



Stream/Phát sóng



* Các đơn vị liệt kê chỉ mang tính đại diện

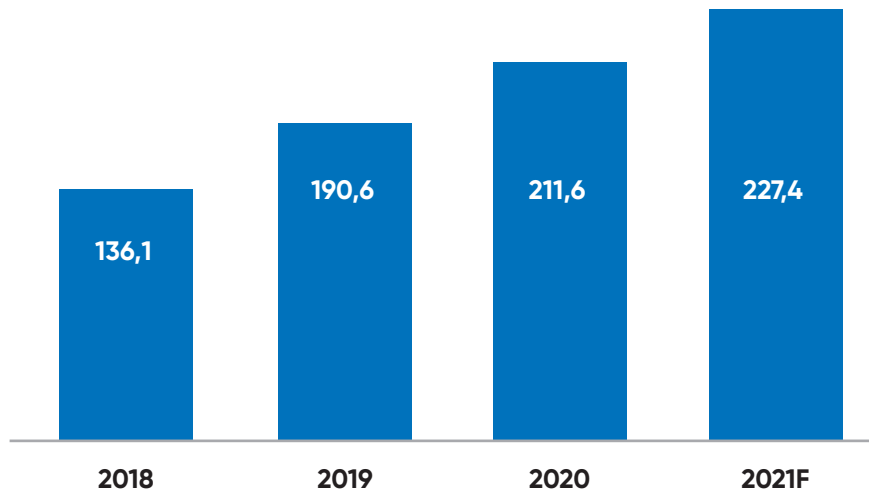


04

QUẢNG CÁO DI ĐỘNG

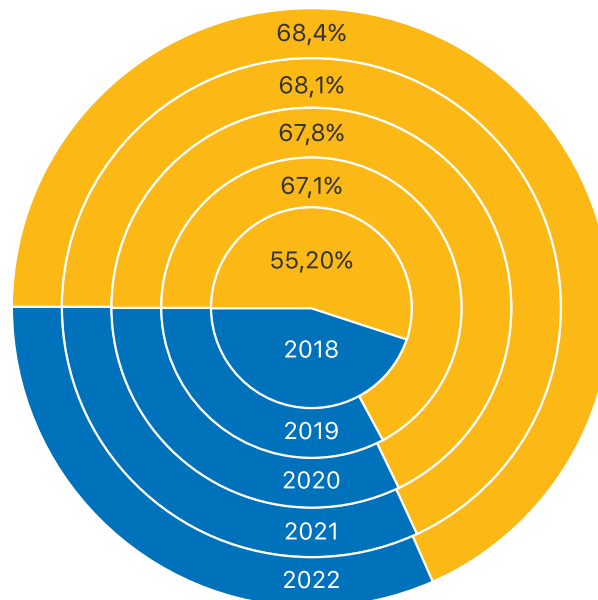
QUY MÔ THỊ TRƯỜNG

Dự báo mức chi tiêu quảng cáo di động tại Việt Nam (2018–2022) Đơn vị: Triệu USD



Nguồn: Statista

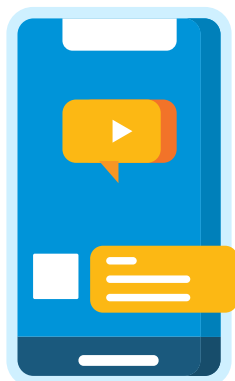
Tỉ trọng chi tiêu quảng cáo di động so với quảng cáo digital Việt Nam



Nguồn: Adsota

Từ năm 2018, quảng cáo di động trở nên phổ biến và được nhiều nhà quảng cáo chú ý. Dự báo đến năm 2021, tỉ trọng mức chi tiêu cho quảng cáo trên di động tại Việt Nam sẽ đạt 227,4 triệu USD, chiếm 68,1% tổng mức chi tiêu quảng cáo số.

QUẢNG CÁO VẪN LÀ PHƯƠNG THỨC KIẾM TIỀN CHỦ YẾU CHO CÁC ỨNG DỤNG



Ứng dụng trả phí

Tại Việt Nam	▲	9%
Mức trung bình thế giới		3%



Ứng dụng chứa quảng cáo

Tại Việt Nam	▲	59%
Mức trung bình thế giới		38%



Thanh toán trong ứng dụng

Tại Việt Nam	▲	18%
Mức trung bình thế giới		4%

Nguồn: 42Matters

Theo thống kê từ 42Matters, tính tới tháng 12/2020, 59% các ứng dụng tại Việt Nam có chứa quảng cáo, đây tiếp tục là phương thức thương mại hóa phổ biến nhất tại Việt Nam.

Tỉ lệ chứa quảng cáo của các ứng dụng tại Việt Nam cũng cao hơn rất nhiều so với mức trung bình trên toàn cầu, 59% so với 38%. Do thói quen của người dùng Việt Nam vẫn là sử dụng miễn phí và chấp nhận quảng cáo, các nhà phát triển ứng dụng cần cân nhắc về hình thức thương mại hóa các ứng dụng của mình.

CÁC ỨNG DỤNG DI ĐỘNG TRỞ THÀNH KÊNH QUẢNG CÁO HIỆU QUẢ SAU ĐẠI DỊCH

Theo 42Matters:



Số lượt tải trung bình mỗi ứng dụng trên thế giới

169.040 lượt



Số lượt tải trung bình mỗi ứng dụng tại Việt Nam

289.010 lượt

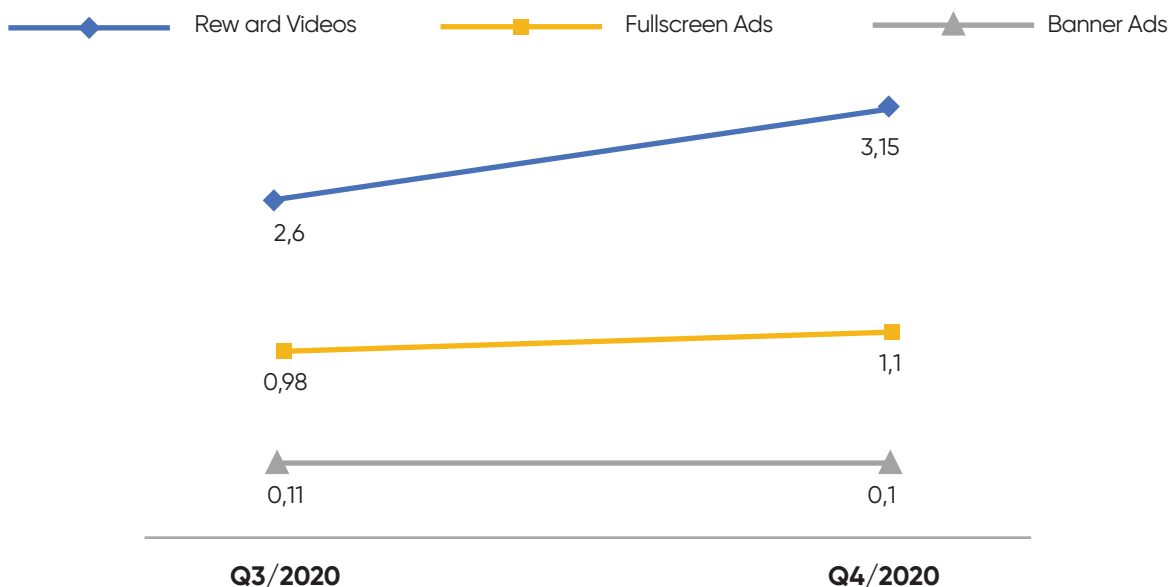
Nguồn: 42 Matters

Nhờ tỉ lệ sở hữu điện thoại di động cao và tỉ lệ hấp thụ tốt đặc biệt sau đại dịch Covid-19, các ứng dụng tại Việt Nam đang có được thuận lợi trong việc phân phối trên các kho ứng dụng. Tính trung bình mỗi ứng dụng tại Việt Nam được tải nhiều **hơn 170%** so với mức trung bình trên thế giới.

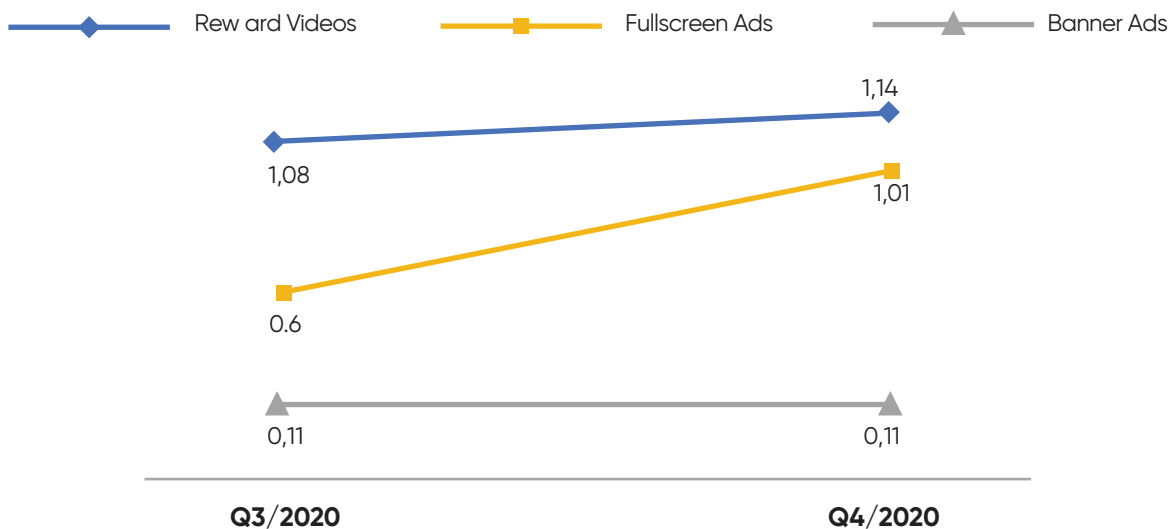
Chính vì vậy, các ứng dụng di động là nơi đặt quảng cáo hiệu quả cho các nhãn hàng muốn tiếp cận tập người dùng đông đảo tại Việt Nam. Các nhà phát triển ứng dụng cũng phần nào hưởng lợi về mặt doanh thu nếu áp dụng hình thức thương mại hóa này.

CƠ HỘI QUẢNG CÁO TRÊN CÁC ỨNG DỤNG DI ĐỘNG

Giá ECPM trên iOS tại Việt Nam (Đơn vị: USD)



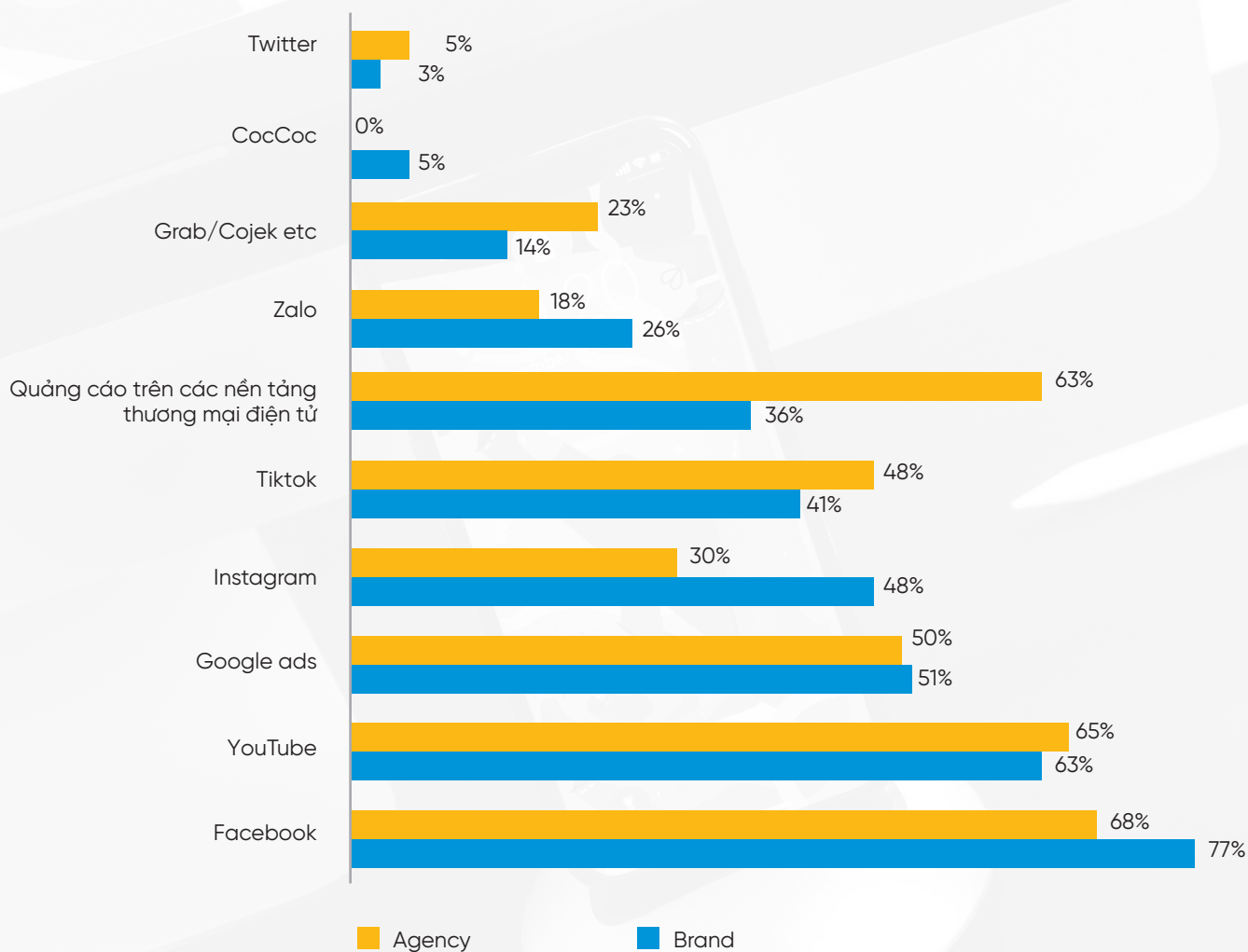
Giá ECPM trên Android tại Việt Nam (Đơn vị: USD)



Nguồn: Appodeal

Reward videos tiếp tục là hình thức quảng cáo hiệu quả nhất trên các ứng dụng iOS khi có mức eCPM tăng mạnh trong quý 4. Còn trên nền tảng Android, quảng cáo toàn màn hình (Fullscreen Ads) chứng kiến sự tăng vọt về giá eCPM trong nửa cuối năm, từ \$0,6 lên \$1.01

CÁC SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRỞ THÀNH CÁC KÊNH ĐẶT QUẢNG CÁO ĐƯỢC CHÚ Ý

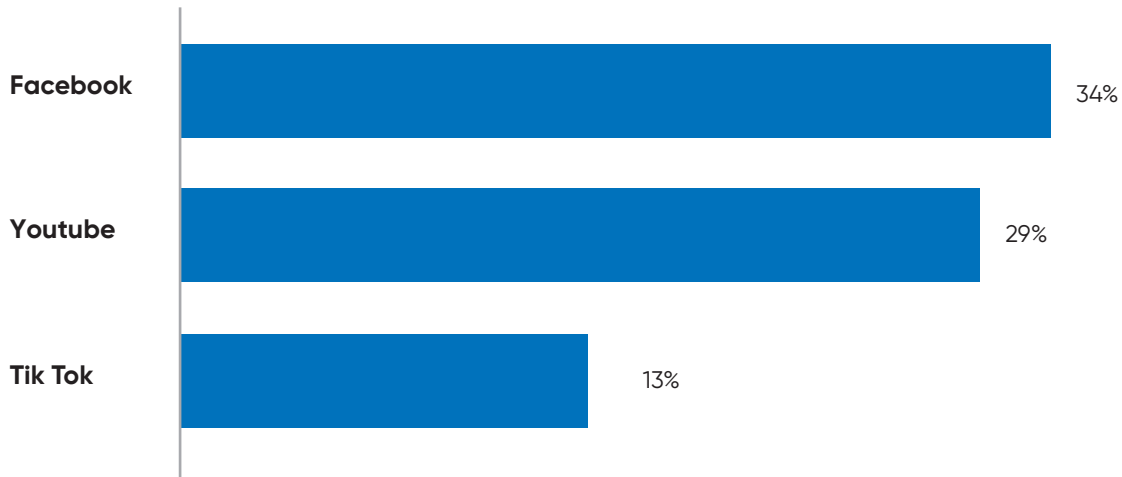


Nguồn: QandMe

Báo cáo digital marketing 2020 chỉ ra rằng các tỉ lệ các agency lựa chọn nền tảng thương mại điện tử để đặt quảng cáo chiếm đến **63%**, chỉ xếp sau Facebook **68%** và YouTube **65%**.

Về phía các nhãn hàng, Facebook, Youtube và Google vẫn là ba nền tảng quảng cáo được áp dụng nhiều nhất với tỉ lệ lần lượt là 77%, 63% và 51%

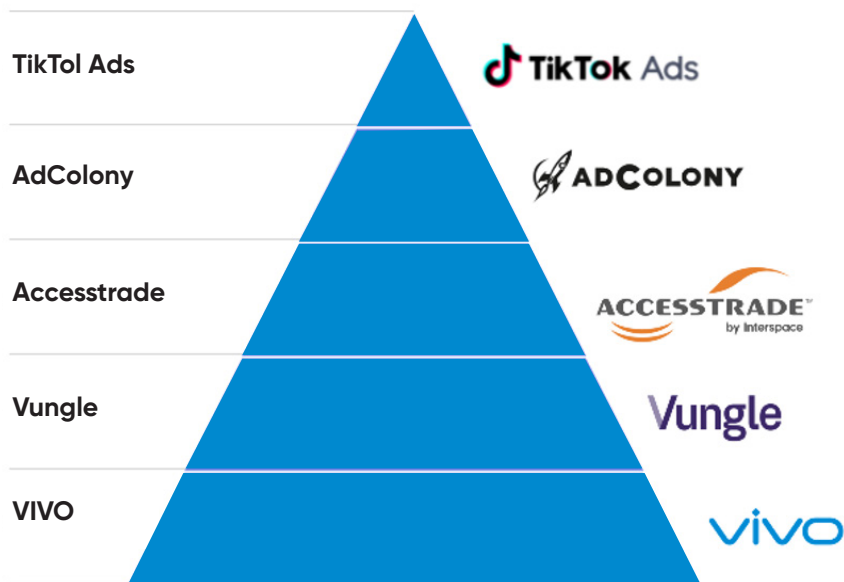
QUẢNG CÁO TIKTOK NỞ RỘ VÀO NĂM 2020



Nguồn: Statista

Khảo sát của Statista năm 2020 về độ hiệu quả của quảng cáo trên mạng xã hội cho thấy Facebook và Youtube là hai mạng xã hội có hiệu quả quảng cáo cao nhất. Tuy nhiên điều đáng chú ý là TikTok sau khi phát triển mạnh mẽ trong năm qua đã vượt qua Instagram và lọt Top 3 mạng xã hội có hiệu quả quảng cáo cao nhất Việt Nam năm 2020.

Các mạng quảng cáo nước ngoài có lượt chuyển đổi lượt cài đặt ứng dụng cao nhất.



Nguồn: AppsFlyer

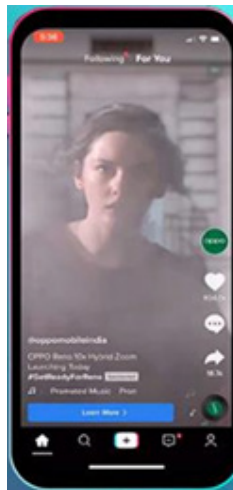
Mạng quảng cáo TikTok Ads cũng là mạng quảng cáo nước ngoài có mức tăng trưởng mạnh nhất trong nửa đầu năm 2020. Số tỉ lệ lượt tải chuyển đổi qua nền tảng TikTok Ads đã gia tăng 175% trong năm vừa qua và đặc biệt dẫn đầu về tỉ lệ chuyển đổi cho nhóm ứng dụng game & non-game.

CÁC HÌNH THỨC QUẢNG CÁO PHỔ BIẾN TRÊN TIKTOK

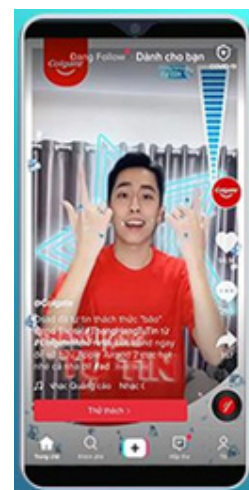
Xét trên phương diện là một mạng xã hội, TikTok có số lượt xem và người dùng rất lớn, vì vậy việc các thương hiệu đặt quảng cáo trên nền tảng TikTok là điều dễ hiểu.



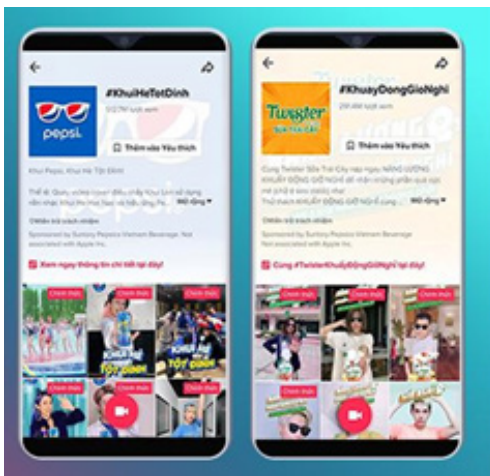
Banner toàn màn hình



Quảng cáo Top Views



Quảng cáo In Feed



Chiến dịch Hashtag challenge



Chiến dịch Brand Effect

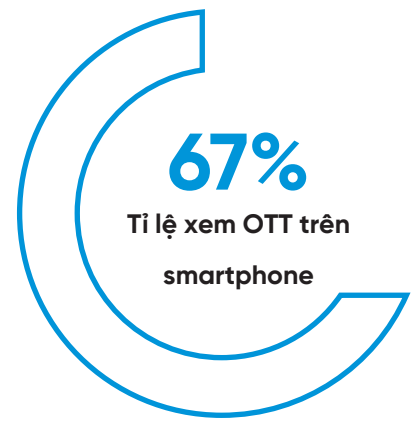
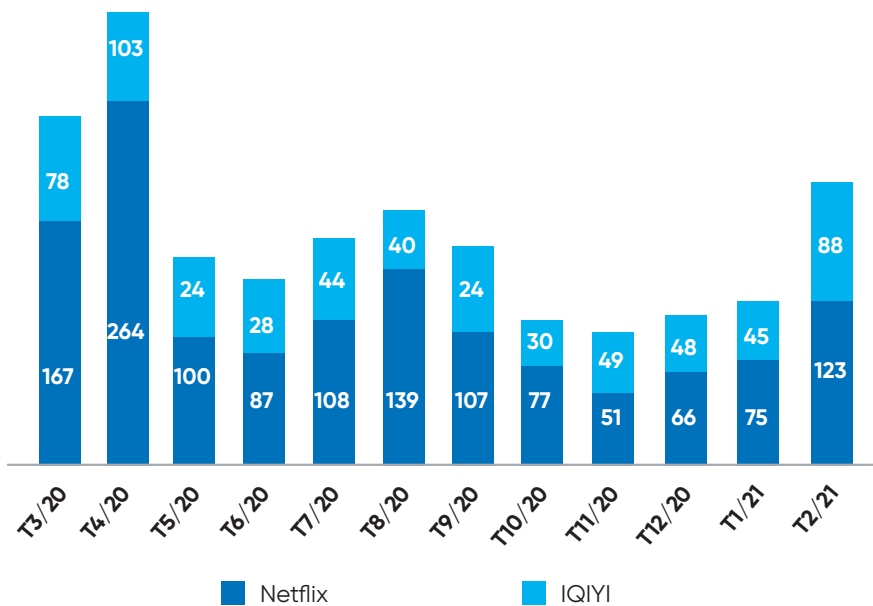
Hashtag Challenge là hình thức quảng cáo sử dụng các thử thách đơn giản, vui nhộn dành cho người dùng TikTok. Mỗi thử thách sẽ được gắn liền với một hashtag riêng, người dùng sẽ thực hiện thử thách và gắn hashtag tương ứng. Hashtag Challenge là hình thức khả quan nhất để tạo nên làn sóng hưởng ứng từ cộng đồng cũng như mang về hiệu quả cho chiến dịch marketing.

Branded Effect là hình thức sử dụng các sticker, filter... mang hình ảnh của chính thương hiệu để đưa vào các video. Thương hiệu có thể "đặt hàng" cho mình những hiệu ứng độc quyền từ TikTok. Người dùng sẽ sử dụng những effect ngộ nghĩnh này trong quá trình sáng tạo video. Các Effect tạo ra sẽ được ưu tiên xuất hiện tại mục "Hot", "Trending" trong 6 ngày đầu và kéo dài trong 2 tháng sau đó.

CÁC ỨNG DỤNG OTT TRỞ THÀNH KÊNH QUẢNG CÁO HIỆU QUẢ TRÊN DI ĐỘNG

Xem phim và các nội dung VOD đã trở thành một hình thức giải trí phổ biến trong thời kì dịch bệnh. Tại Việt Nam, OTT đã phát triển nhanh chóng và thậm chí còn trở nên phổ biến hơn trong giai đoạn giãn cách xã hội.

Lượt tải ứng dụng xem phim tại Việt Nam



Tại các quốc gia Đông Nam Á, smartphone là thiết bị được sử dụng nhiều nhất cho các ứng dụng OTT, chiếm 67% tỉ trọng các thiết bị.

So sánh lượt tải trên di động, ứng dụng OTT Netflix và IQIYI (Hai nền tảng OTT phổ biến trên di động) có lượt tải trên di động tăng vượt bậc vào tháng 3 và tháng 4/2020, cũng là thời điểm lệnh giãn cách xã hội tại Việt Nam được áp dụng.

Nhờ sự phổ biến và nở rộ trong năm 2020, các ứng dụng OTT càng ngày càng thu hút thêm người mới, với phần lớn tập người dùng đang ưa chuộng các nền tảng OTT miễn phí nhưng có chứa quảng cáo, đây dần trở thành một kênh quảng cáo hiệu quả:

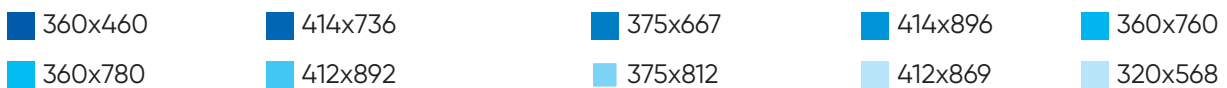
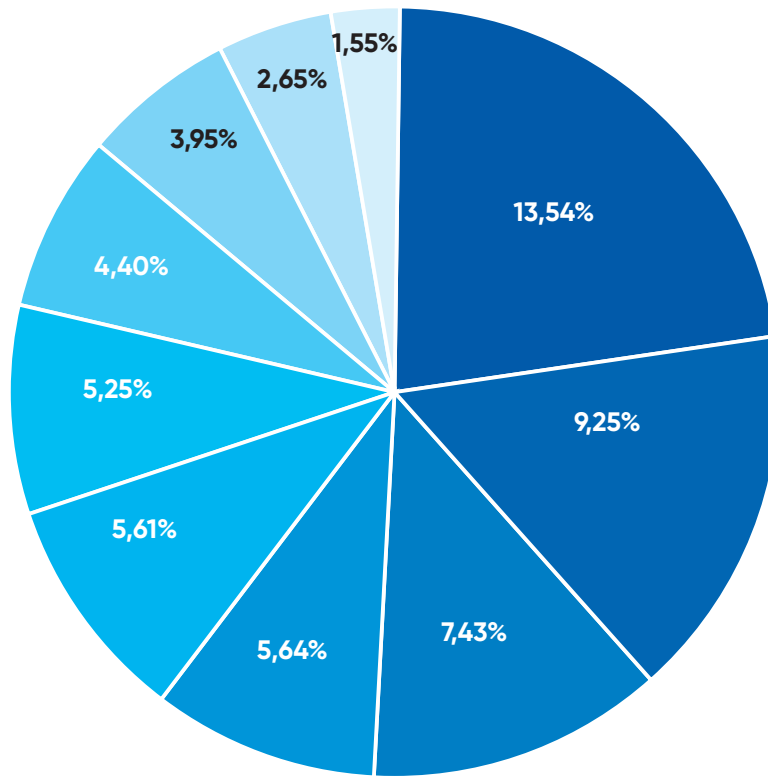
67% người xem đang sử dụng nền tảng OTT có chứa quảng cáo.

86% sẵn sàng xem quảng cáo để đổi lại các nội dung miễn phí

35% tỉ lệ chuyển đổi quảng cáo mua hàng trên các OTT tại Việt Nam

TỐI ƯU KÍCH THƯỚC QUẢNG CÁO TRÊN DI ĐỘNG

Tỉ lệ các kích thước màn hình phổ biến tại Việt Nam (Tháng 1-2021)



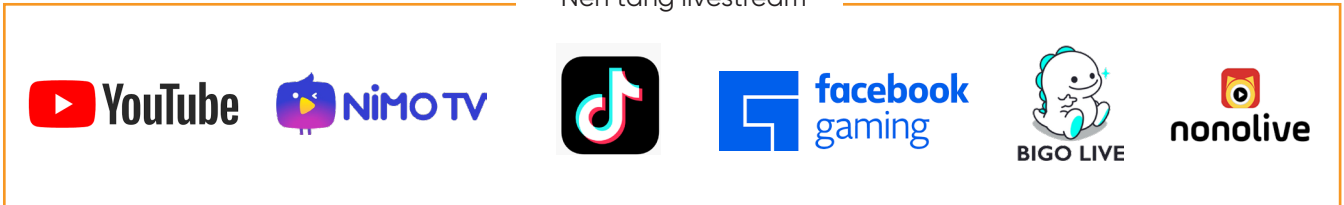
Nguồn: StatCounter

HỆ SINH THÁI QUẢNG CÁO DI ĐỘNG TẠI VIỆT NAM

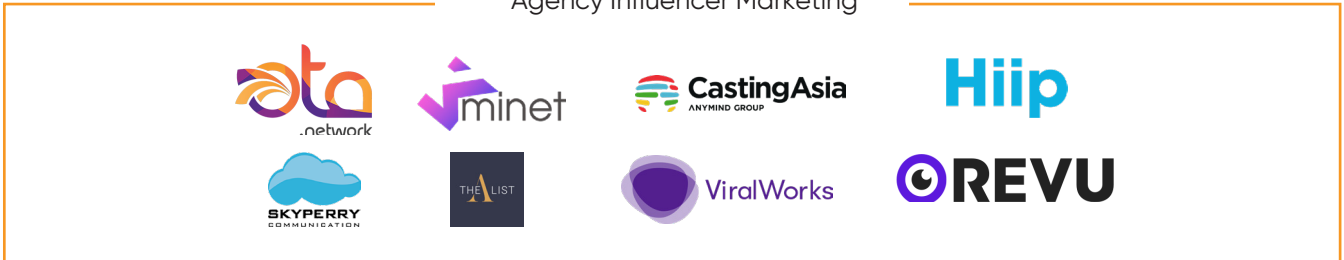
Agency quảng cáo số



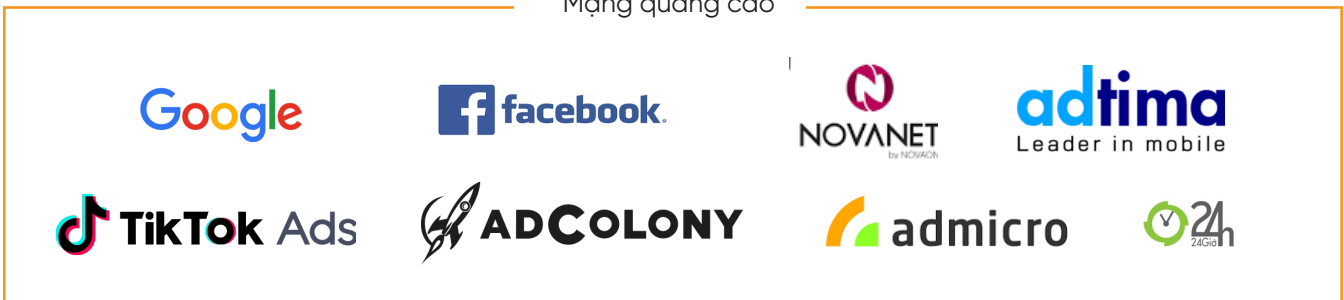
Nền tảng livestream



Agency Influencer Marketing



Mạng quảng cáo



* Các đơn vị liệt kê chỉ mang tính đại diện



05

THANH TOÁN VÀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

SỐ LIỆU THỐNG KÊ TẠI VIỆT NAM



Dân số có tài khoản ngân hàng **30,8%**



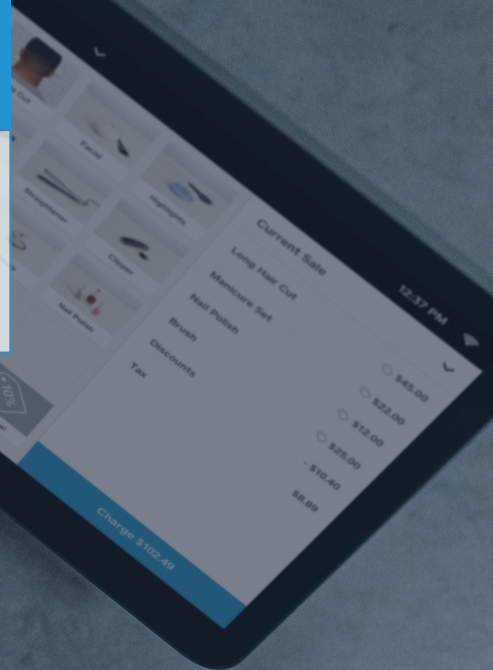
Sử dụng thẻ credit **4,12%**



Sử dụng thẻ debit **26,74%**

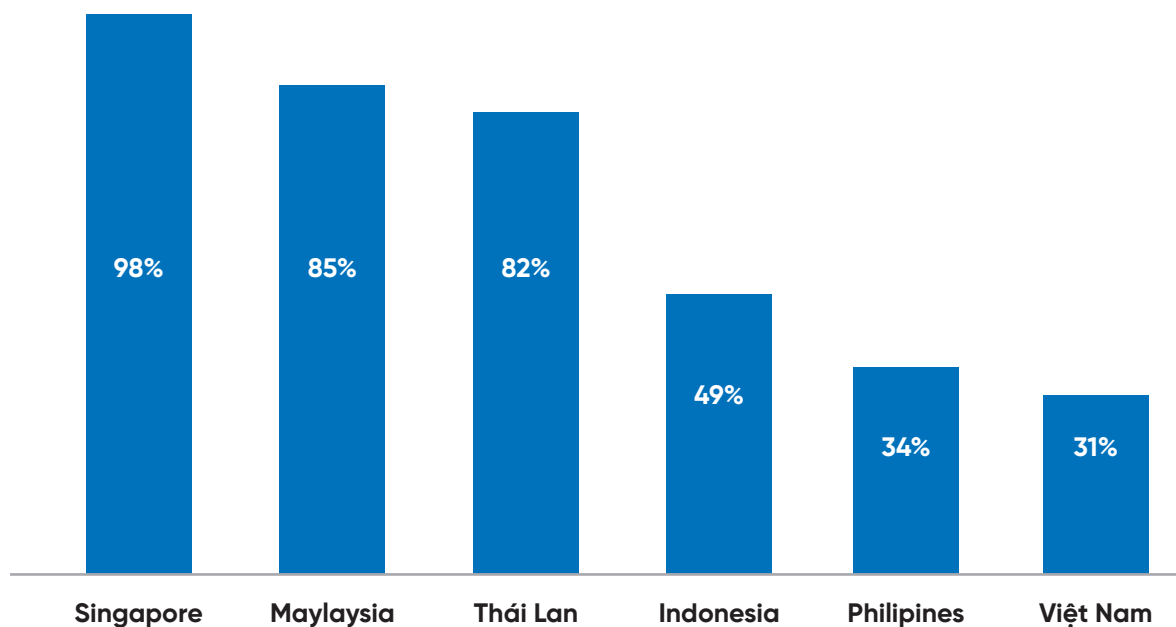


Tài khoản tiết kiệm **69%**

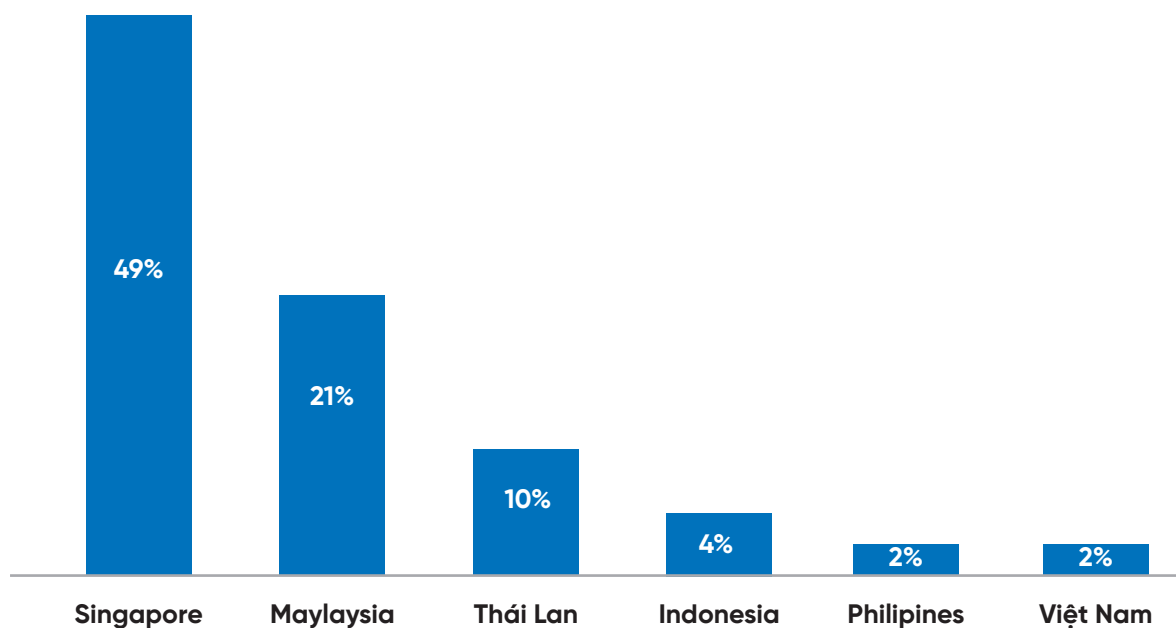


SỐ LIỆU THỐNG KÊ TẠI ĐÔNG NAM Á

Tỉ lệ sử dụng tài khoản ngân hàng tại Đông Nam Á (Đơn vị: %)



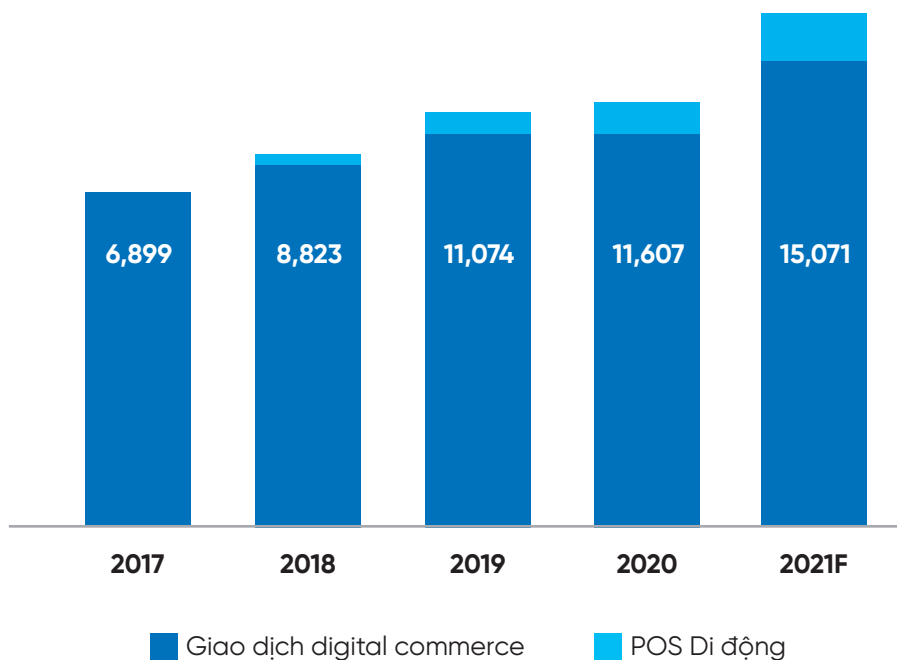
Tỉ lệ sử dụng thẻ tín dụng tại Đông Nam Á (Đơn vị: %)



Nguồn: Statista, Global Findex, PPro

QUY MÔ THỊ TRƯỜNG THANH TOÁN ĐIỆN TỬ - CHỊU SỰ TÁC ĐỘNG TỪ KINH TẾ SUY GIẢM

Quy mô thị trường (Đơn vị: Triệu USD)



Nguồn: Statista

Theo Statista, tổng giá trị giao dịch kỹ thuật số tại Việt Nam năm 2020

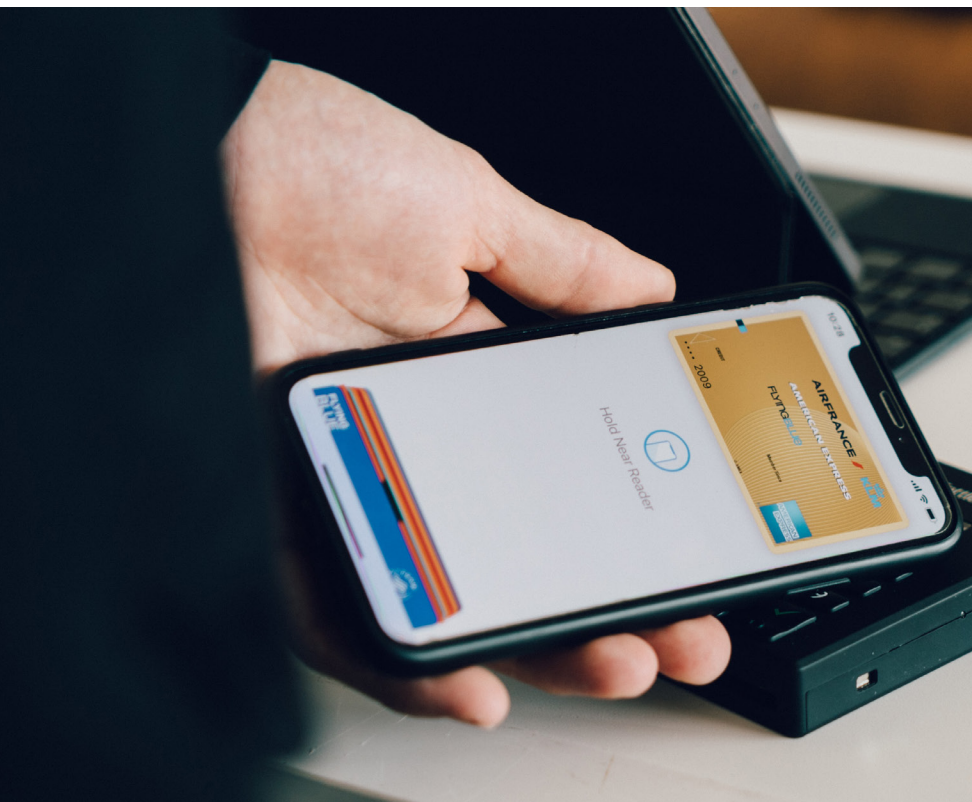
đạt 11,607 triệu USD

Do các thiệt hại tài chính và kinh tế ảnh hưởng tới sức mua của người tiêu dùng, giá trị giao dịch năm 2020 không chứng kiến sự tăng trưởng lớn so với năm 2019.

Tuy nhiên dự báo năm 2021 khi kinh tế Việt Nam phục hồi sau đại dịch, giá trị thanh toán sẽ gia tăng khoảng 30%

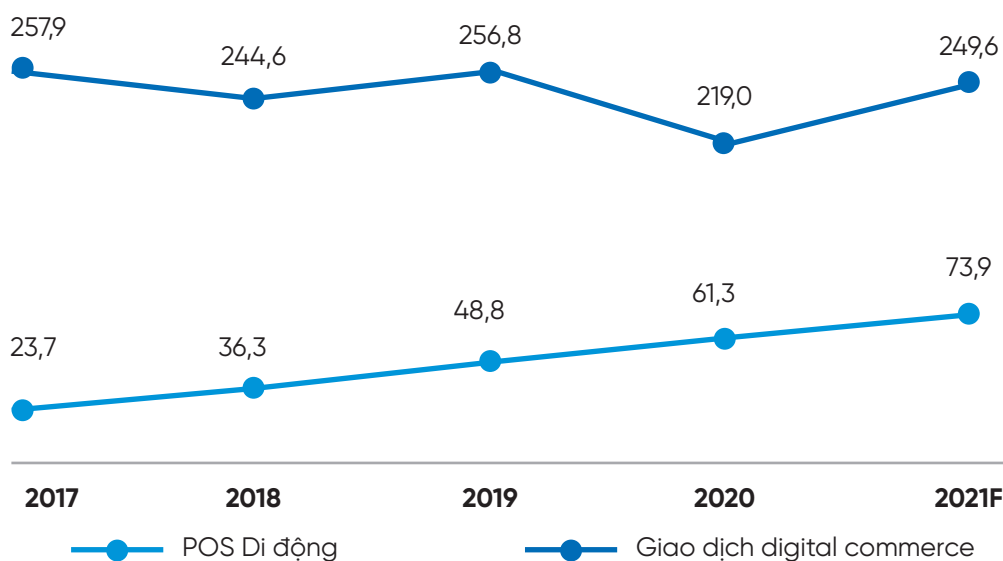
đạt giá trị 15,071 triệu USD.

MỨC CHI TIÊU TRỰC TUYẾN GIẢM NHẸ DO TÁC ĐỘNG CỦA ĐẠI DỊCH ĐẾN KINH TẾ



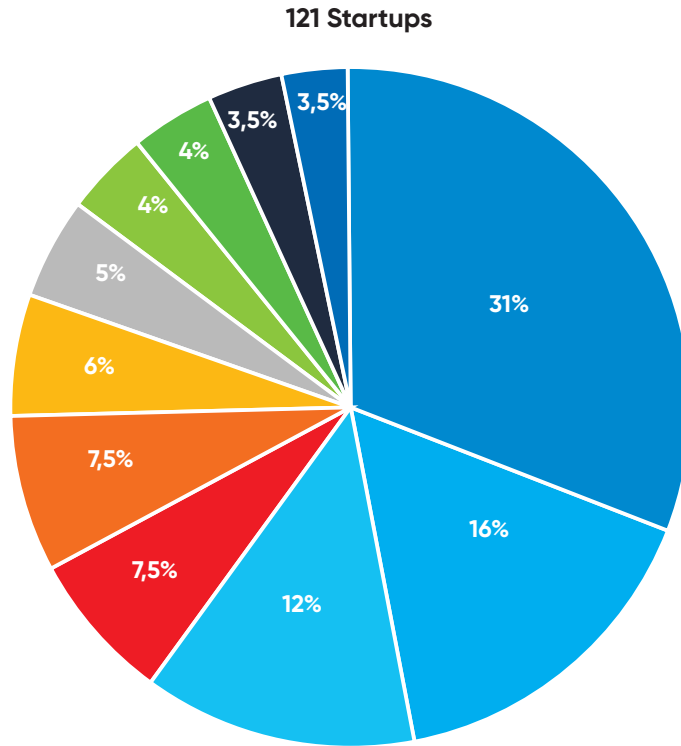
Năm 2020, tổng mức chi tiêu qua kênh trực tuyến tại Việt Nam đạt trung bình **\$280,3/người**, giảm 9% so với năm 2019. Trong đó các giao dịch qua POS di động chiếm 21,8%, giao dịch trực tuyến chiếm 78,2%. Tuy nhiên trước việc Việt Nam được kì vọng sẽ phục hồi nền kinh tế sau đại dịch, dự báo tổng chi tiêu đầu người năm 2021 sẽ tăng trưởng mạnh mẽ, đạt giá trị **\$323,5/người**

Đơn vị: USD



Nguồn: Statista

CÁC STARTUP THANH TOÁN ĐIỆN TỬ CHIẾM PHẦN LỚN SỐ LƯỢNG STARTUP FINTECH VIỆT NAM



- Thanh toán
- Blockchain/Crypto
- Quản lý tài sản
- Quản lý rủi ro tín dụng
- Cho vay P2P
- POS
- So sánh đối chiếu
- Gọi vốn cộng đồng
- Tài chính SME
- Bảo hiểm công nghệ
- Ngân hàng số

Năm 2020, có 121 startup hoạt động trong lĩnh vực fintech tại Việt Nam, trong đó lĩnh vực thanh toán điện tử có số lượng startup lớn nhất, chiếm **31%**. Cao gấp hai lần so với lĩnh vực P2P lending với **16%**. Điều này chứng tỏ thị trường thanh toán đang là thị trường có quy mô lớn nhất lĩnh vực fintech, tuy nhiên ngược lại cũng có rất nhiều đối thủ cạnh tranh.

MỘT NĂM BÙNG NỔ CỦA VÍ ĐIỆN TỬ

VNPAYQR
Scan to Pay

Làn sóng Covid-19 và sự thúc đẩy thanh toán không tiền mặt của chính phủ trong năm 2020, các ví điện tử đứng đầu tại Việt Nam đã hưởng lợi mạnh mẽ từ sự thay đổi trong thói quen thanh toán và lượng người dùng gia tăng mạnh mẽ trong năm qua.

Vào tháng 9/2020, ví Momo công bố đạt 20 triệu người dùng cá nhân, trở thành ví điện tử có nhiều người dùng nhất tại Việt Nam. Ngay sau đó trong báo cáo Economy SEA 2020 của Google, startup thanh toán VNPay đã được định giá trên 1 tỷ USD, điều đó có nghĩa VNPay được công nhận là startup "Kỳ lân" thứ hai tại Việt Nam.



VNPAYQR
Scan to Pay

TAXI QR
NÉ BỤI MỊN GIÁ SIÊU XIN

Nhân mã giảm giá taxi **50%**

Quét mã QR

MOBILE BANKING

VNPAYQR

Click nhận mã ngay

CHÀO ĐÓN

20 TRIỆU
NGƯỜI DÙNG

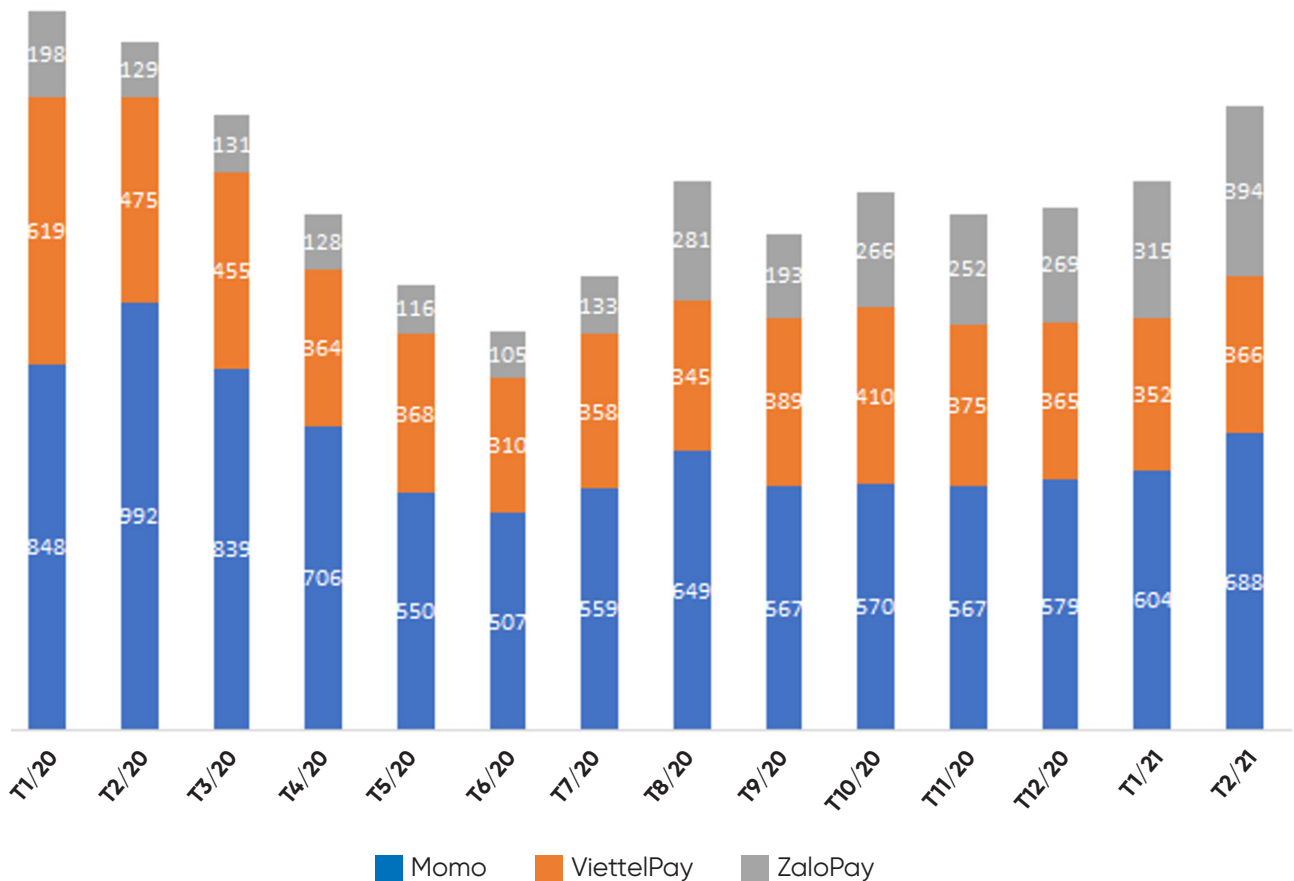
CHỖ ĐÓN TRÊN VÍ MOMO 9.9.2020

MOMO

TÌM HIỂU NGAY

VÍ ĐIỆN TỬ TRỞ NÊN PHỔ BIẾN SAU ĐẠI DỊCH COVID-19

Lượt tải một số ví điện tử (Đơn vị: Trăm nghìn lượt)



Nguồn: App Annie

So sánh lượt tải giữa ba thương hiệu ví điện tử, Momo giữ vị trí là ví điện tử được tải nhiều nhất trong đó đỉnh điểm là tháng 2 và tháng 3 khi lần lượt đạt 992,000 và 839,000 lượt tải.

ViettelPay và ZaloPay đang có sự cạnh tranh gay gắt khi ZaloPay bứt phá mạnh trong Quý 4 với mức tăng trưởng mạnh về lượt tải. Tính đến tháng 02/2021, lượt tải trong tháng này của ZaloPay đã vượt qua ViettelPay.

VIETTEL PAY TĂNG TRƯỞNG MẠNH VỀ LƯỢT TẢI, MOMO LÀ VÍ ĐƯỢC SỬ DỤNG PHỔ BIẾN NHẤT

Các ứng dụng ví điện tử đều được hưởng lợi từ làn sóng thanh toán không tiền mặt tại Việt Nam. Vì vậy, các ví điện tử phổ biến đều ghi nhận mức tăng trưởng lớn trong năm 2020.



Tăng trưởng lượt tải

↑61% so với 2019



Tăng trưởng lượt tải

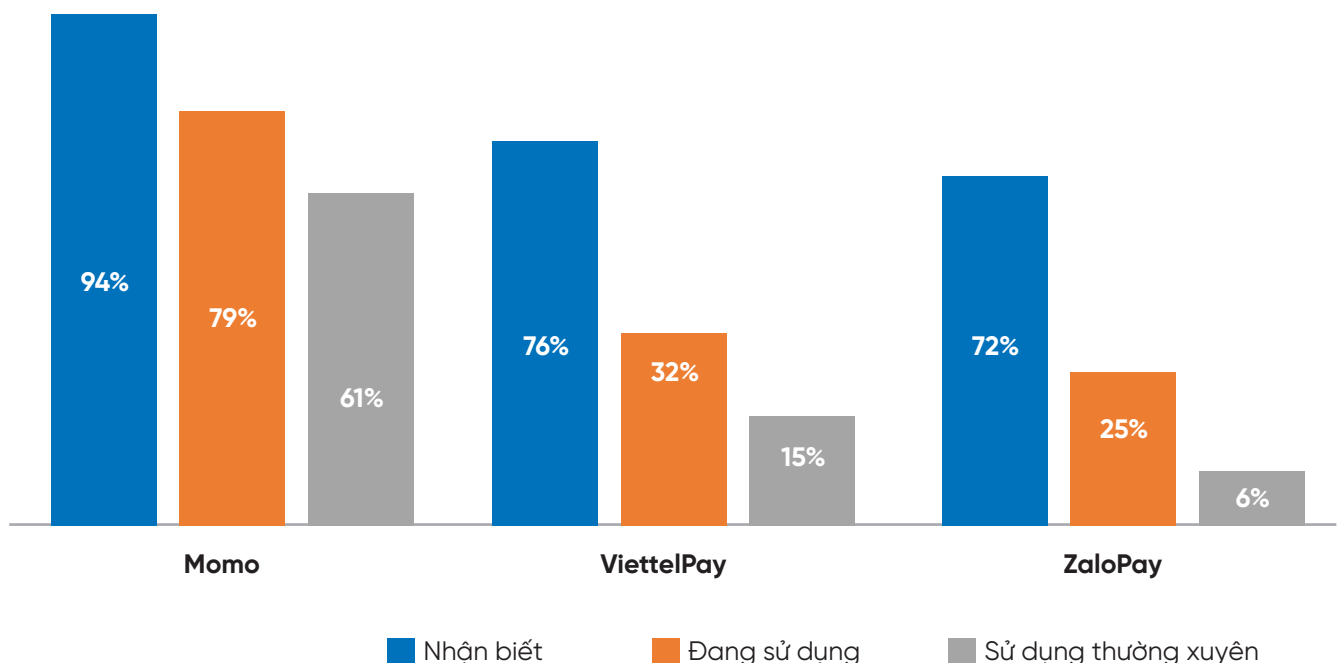
↑50% so với 2019



Tăng trưởng lượt tải

↑40% so với 2019

Khảo sát về thói quen sử dụng ví điện tử tại Việt Nam



Nguồn: QandMe

Khảo sát trên tập người dùng ví điện tử cho thấy Momo là ví điện tử được nhận biết rộng rãi nhất, và cũng có lượng người dùng thường xuyên lớn nhất (61%), lớn hơn rất nhiều so với các thương hiệu khác.

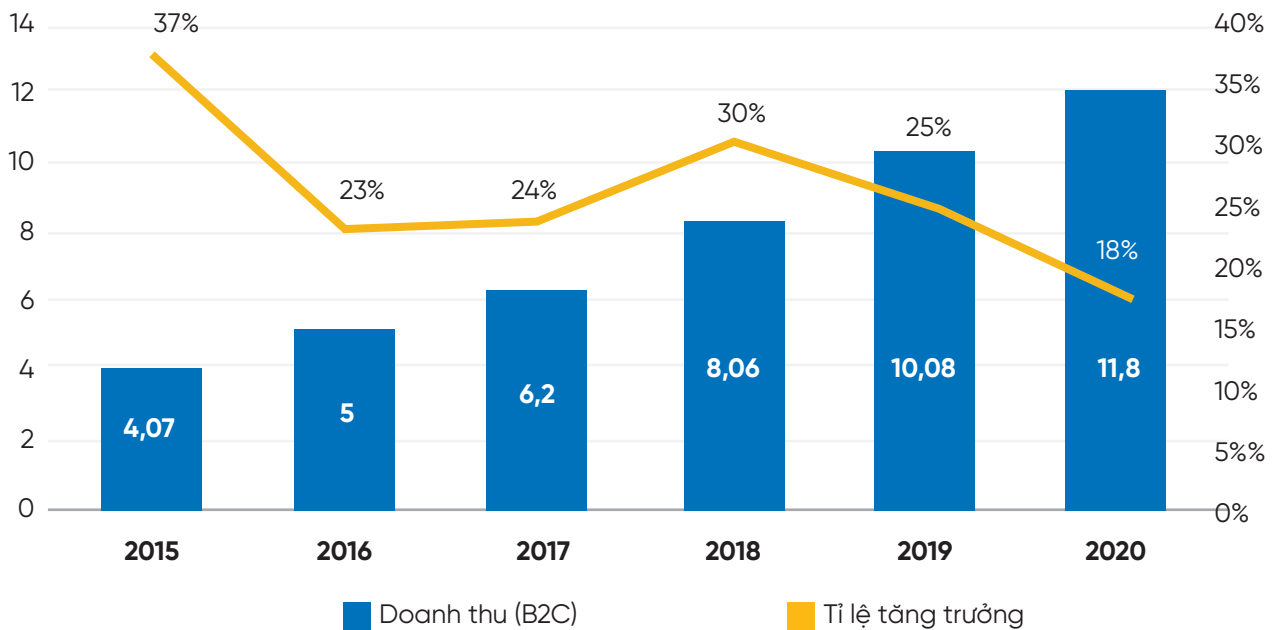
CÁC ĐƠN VỊ TRUNG GIAN THANH TOÁN ĐIỆN TỬ ĐƯỢC CẤP PHÉP



Nguồn: Fintechnews Singapore

THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Quy mô thị trường TMĐT B2C 2020 (Đơn vị: Tỉ USD)

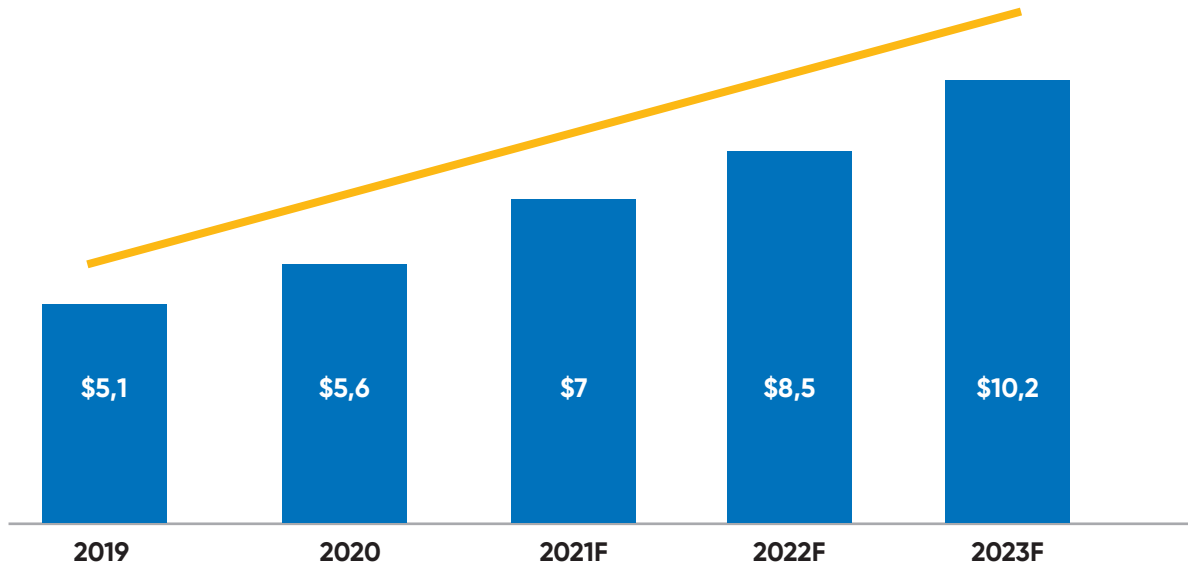


Nguồn: Bộ Công Thương

Trước tác động của đại dịch Covid-19, ngành thương mại điện tử Việt Nam năm 2020 chỉ đạt mức tăng trưởng 18% với quy mô đạt 11,8 triệu USD. Đây là mức tăng thấp nhất trong vòng 5 năm vừa qua của ngành.

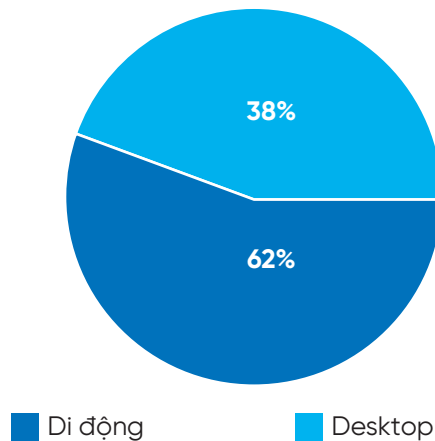
THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ DI ĐỘNG ĐANG PHỔ BIẾN HƠN DESKTOP

Quy mô thương mại điện tử qua di động tại Việt Nam (2019-2023)



Nguồn: JP Morgan

Tỉ lệ giao dịch thương mại điện tử theo thiết bị

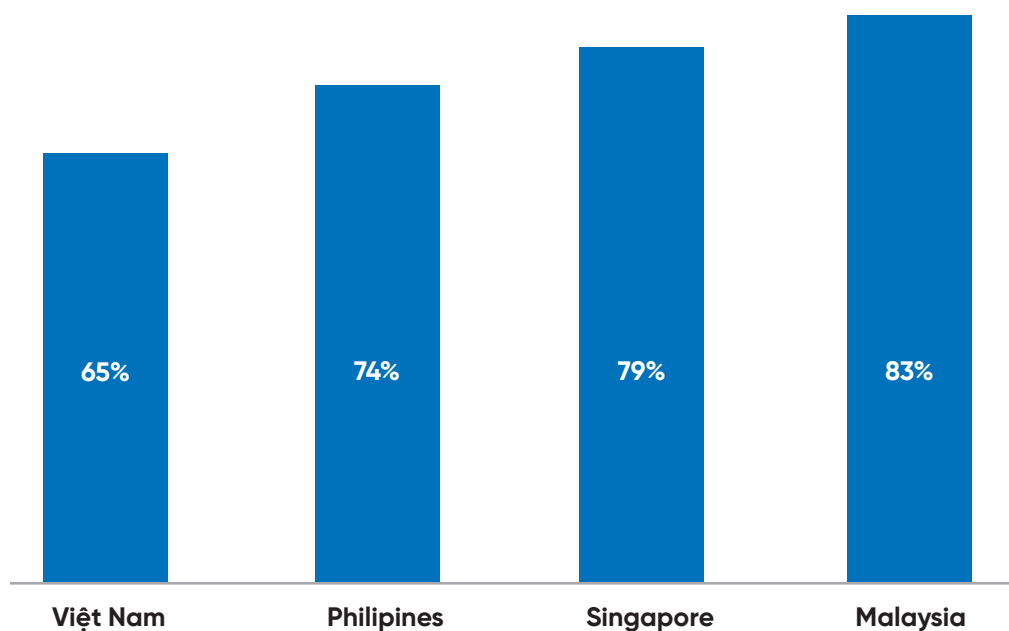


Theo JP Morgan, doanh thu thương mại điện tử qua di động Việt Nam đạt 5,6 triệu USD vào năm 2020 với mức tăng trưởng bình quân 18,6% mỗi năm. Theo đó, thương mại điện tử đang cho thấy sự tăng trưởng mạnh mẽ khi chiếm gần một nửa toàn bộ doanh thu thương mại điện tử di động B2C tại Việt Nam.

Xét theo tỉ lệ giao dịch, nền tảng di động cũng cho thấy sự vượt trội mạnh mẽ so với desktop khi chiếm đến 62% số lượng giao dịch, trong khi desktop chỉ chiếm 38%.

NGƯỜI TIÊU DÙNG TRỰC TUYẾN ĐANG CHIẾM TỈ TRỌNG CAO TẠI VIỆT NAM

Tỉ trọng số người tiêu dùng trực tuyến tại Việt Nam 2020 (Trên 15 tuổi)

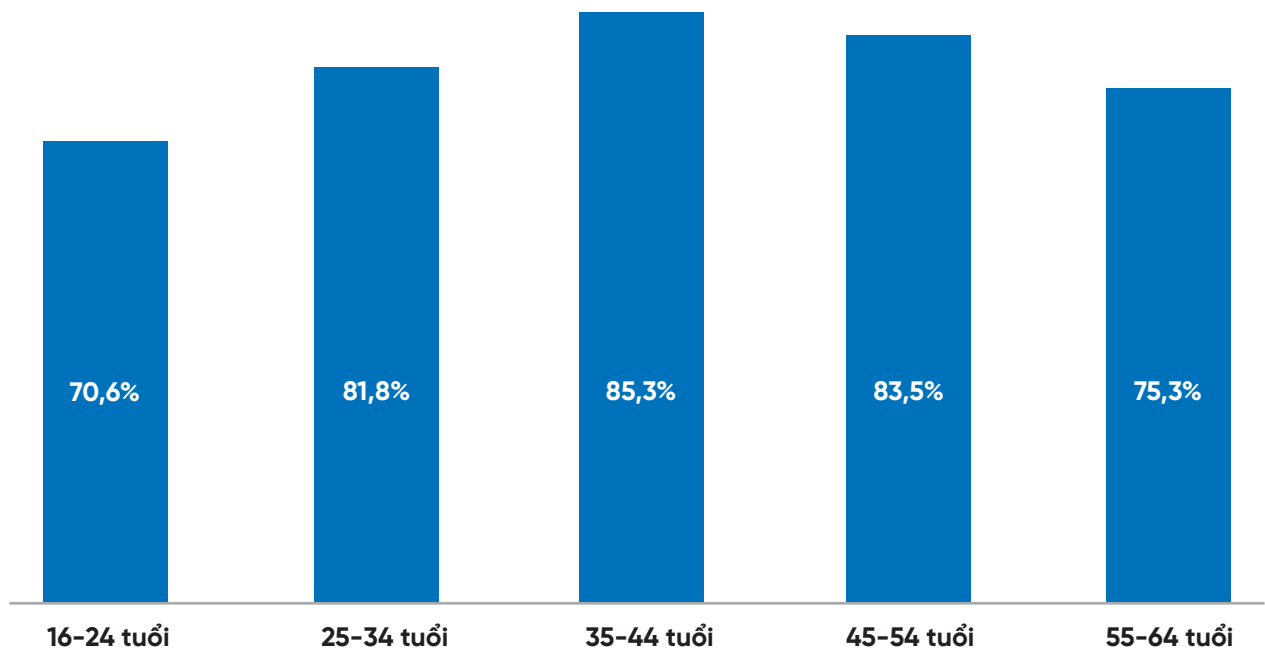


Nguồn: Facebook, Bain & Company

Năm 2020, Việt Nam đang có 49 triệu người dùng mua sắm trực tuyến trong độ tuổi từ 15 trở lên (so với 46 triệu người năm 2019), cao thứ 3 trong khu vực Đông Nam Á chỉ sau Indonesia (137 triệu) và Philippines (57 triệu người). Tuy nhiên, con số này chỉ chiếm khoảng 65% trong tổng số người từ 15 tuổi trở lên ở Việt Nam, con số này còn khiêm tốn so với Malaysia (83%), Singapore (79%) và Philippines (74%). Điều này cho thấy cơ hội tăng trưởng của thị trường thanh toán và thương mại điện tử cả về số lượng người dùng lẫn giá trị mua hàng ở Việt Nam trong những năm sắp tới vẫn còn tiềm năng.

THẾ HỆ MILLENNIALS VÀ GEN X ĐANG LÀ NHÓM KHÁCH HÀNG THÚC ĐẨY MUA SẮM TRỰC TUYẾN

Q: Bạn đã mua sắm trực tuyến ít nhất 1 lần trong tháng vừa qua?



Nguồn: We Are Social

Trong khảo sát của We Are Social, nhóm tuổi từ 25 đến 54 tuổi là nhóm tuổi đã thực hiện mua sắm trực tuyến nhiều nhất, chiếm khoảng 82-85% số người tham gia khảo sát, trong khi đó thế hệ Z chỉ chiếm 70,6%. Điều này có thể lí giải bởi việc thế hệ Z mặc dù là những người đi đầu và dễ dàng cập nhật xu hướng mua sắm online, nhưng hiện nay nhóm khách hàng trung niên cũng đã quen với hình thức này và việc họ sở hữu tài chính ổn định khiến nhóm khách hàng này mới là khách hàng đang thúc đẩy mua sắm trực tuyến.

CÁC NGÀNH HÀNG ĐƯỢC MUA SẮM NHIỀU NHẤT



Vé máy bay & Khách sạn
21%



Thời trang
11%



Thực phẩm
10%



Điện tử
9%



Mỹ phẩm
9%

Sự tăng trưởng của các ngành hàng tại kênh thương mại điện tử

Du lịch & Đặt chỗ



-40,5%

Thời trang & Làm đẹp



+37,2%

Điện tử & Máy ảnh



+32,6%

Đồ ăn & thực phẩm



+45,9%

Nội thất



+33,6%

Đồ chơi & giải trí



+34,9%

Nhạc số



+33,2%

Trò chơi điện tử

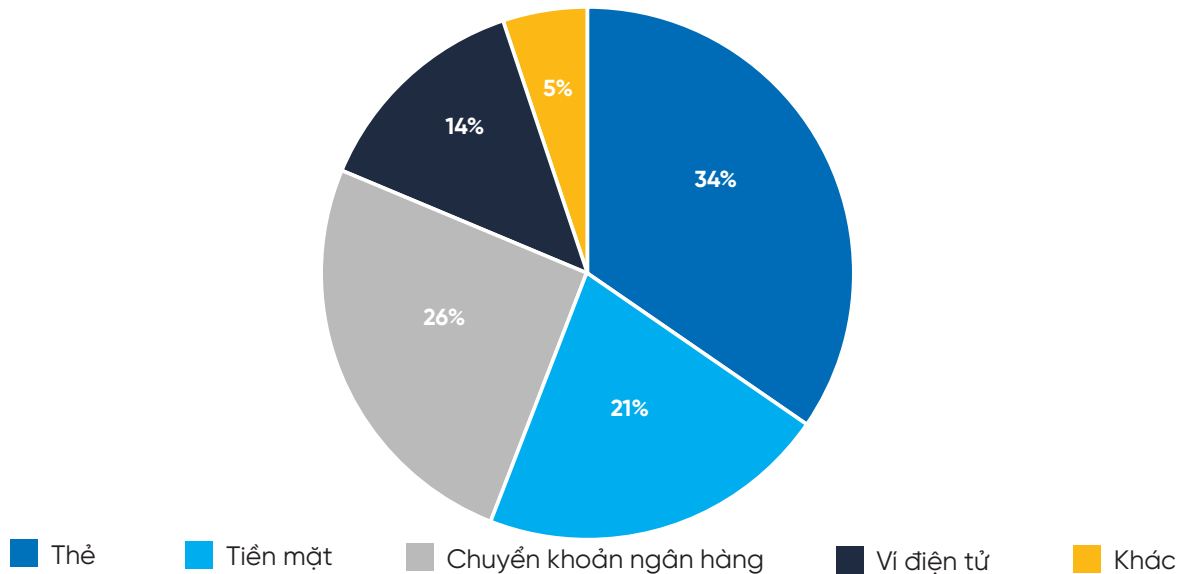


+35,3%

Nguồn: We Are Social

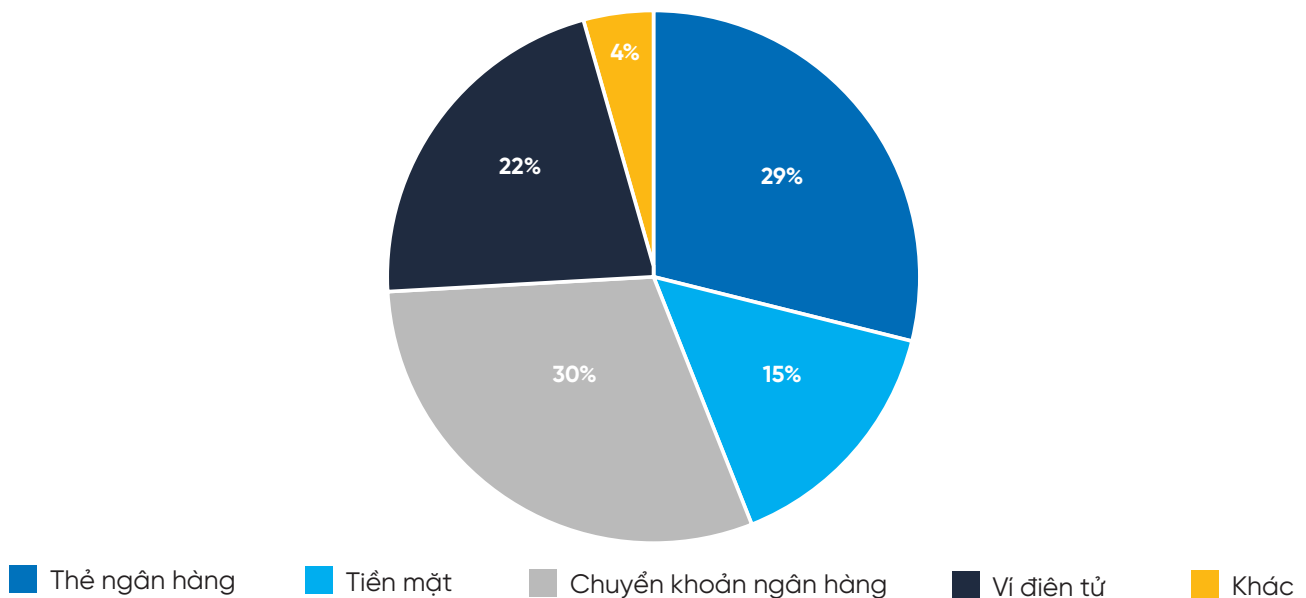
SAU COVID-19, TIỀN MẶT SẼ KHÔNG CÒN LÀ HÌNH THỨC THANH TOÁN PHỔ BIẾN NHẤT

Cách thức thanh toán TMĐT tại Việt Nam



Nguồn: PPro

Dự báo tỉ trọng các hình thức thanh toán thương mại điện tử tới năm 2023

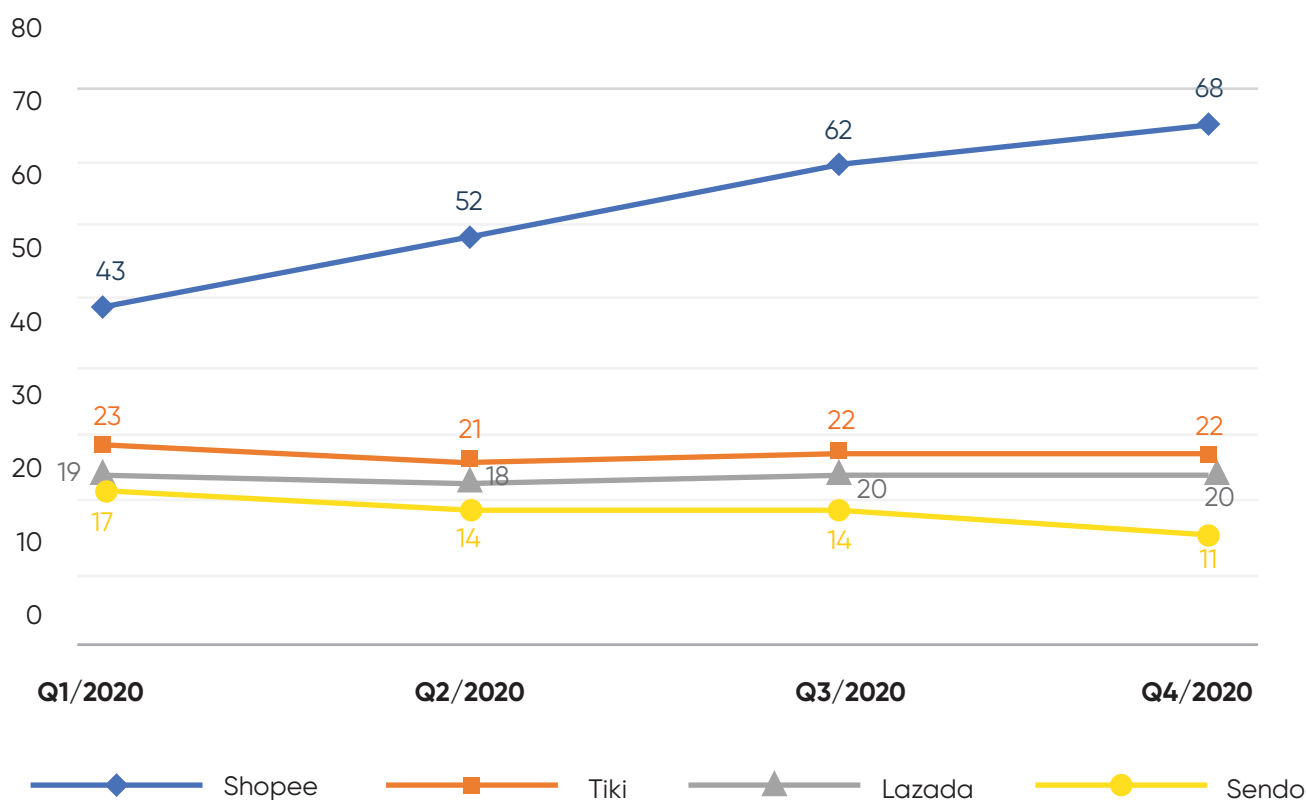


Nguồn: JP Morgan

Với thói quen thanh toán không tiền mặt dần hình thành sau đại dịch Covid-19, JP Morgan đã đưa ra dự báo đến năm 2023, sẽ chỉ còn 15% các giao dịch thương mại điện tử thanh toán bằng tiền mặt. Thay vào đó, việc chuyển khoản ngân hàng và thanh toán qua thẻ sẽ là hai hình thức phổ biến nhất. Ví điện tử cũng sẽ là một phương án phổ biến với tỉ lệ 22%

SHOPEE TIẾP TỤC DẪN ĐẦU VỀ LƯỢT TRUY CẬP TRONG NỬA CUỐI NĂM 2020

Lượt truy cập các sàn TMĐT năm 2020 (Đơn vị: Triệu lượt)

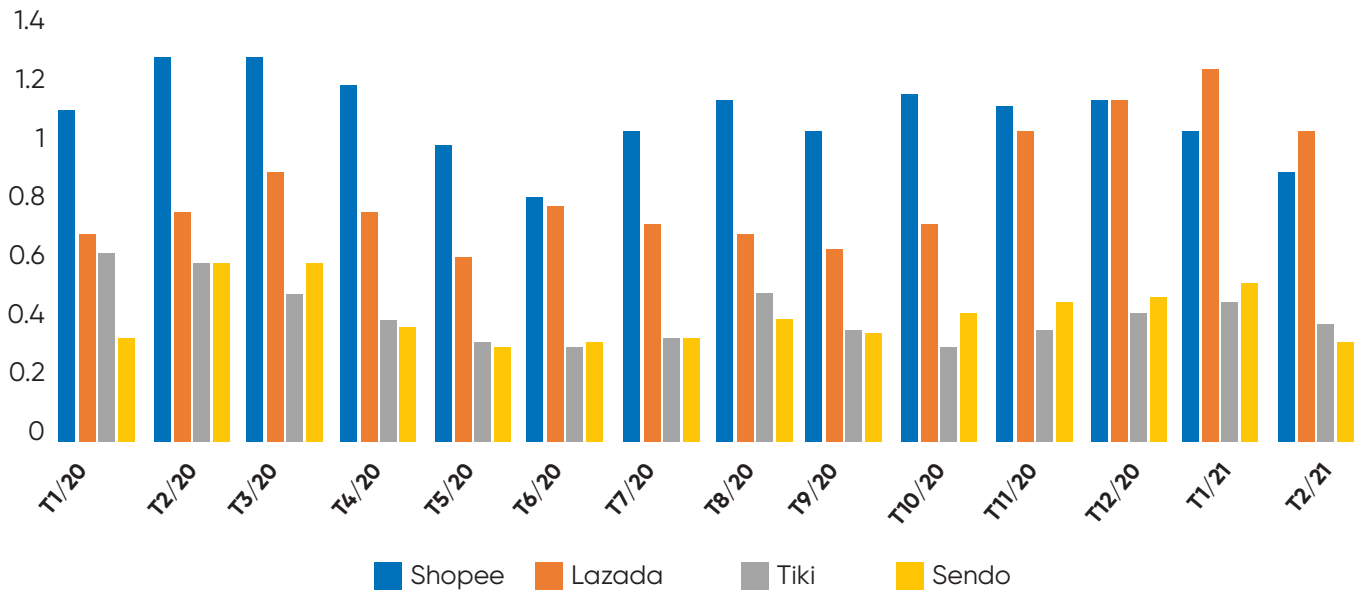


Shopee tiếp tục dẫn đầu là nền tảng thương mại điện tử có lượt truy cập cao nhất, là sàn TMĐT duy nhất giữ được sự tăng trưởng lượt truy cập xuyên suốt trong năm 2020.

Ngoài Shopee, Lazada cũng có được sự tăng trưởng nhẹ so với đầu năm 2020 với khoảng 20,8 triệu lượt truy cập trong Quý 4. Hai sàn thương mại điện tử nội địa là Tiki và Sendo đều chứng kiến sự suy giảm trong lượt truy cập.

LAZADA BỨT PHÁ TRÊN NỀN TẢNG DI ĐỘNG

Lượt tải các ứng dụng thương mại điện tử tại Việt Nam (Đơn vị: Triệu lượt)



Nguồn: App Annie

Năm 2020 là năm Lazada có sự đầu tư rất mạnh trong hoạt động kinh doanh nhằm cạnh tranh với đối thủ Shopee. Nếu như Shopee dẫn đầu trong nền tảng website thì Lazada đã có bước tiến lớn trên nền tảng di động. Cụ thể, trong 3 quý đầu năm, Shopee vượt trội về số lượt tải nhưng trong Quý 4, Lazada đã có sự bứt phá, và vượt lên trên Shopee về lượt tải kể từ tháng 11/2020.

Cụ thể trong 3 tháng cuối năm:



Lazada

Đạt **2,84** triệu lượt tải trên di động
40%↑ so với quý trước

CUỘC CHIẾN MÙA MUA SẮM CUỐI NĂM

LỄ HỘI MUA SẮM NGÀY 11.11



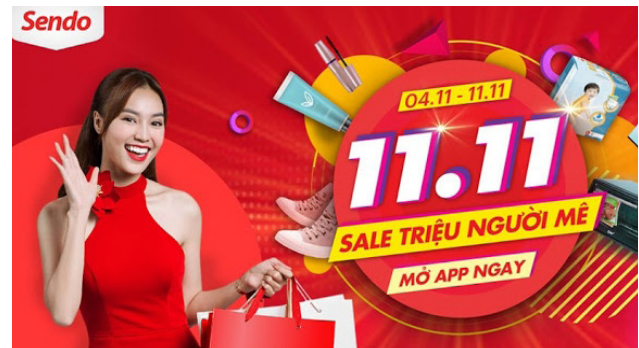
Shopee cùng hai đại sứ thương hiệu Bảo Anh và cố nghệ sĩ Chí Tài



Lazada kết hợp cùng Chi Pu và Lee Min Ho



Tiki kết hợp cùng rapper Lăng LD

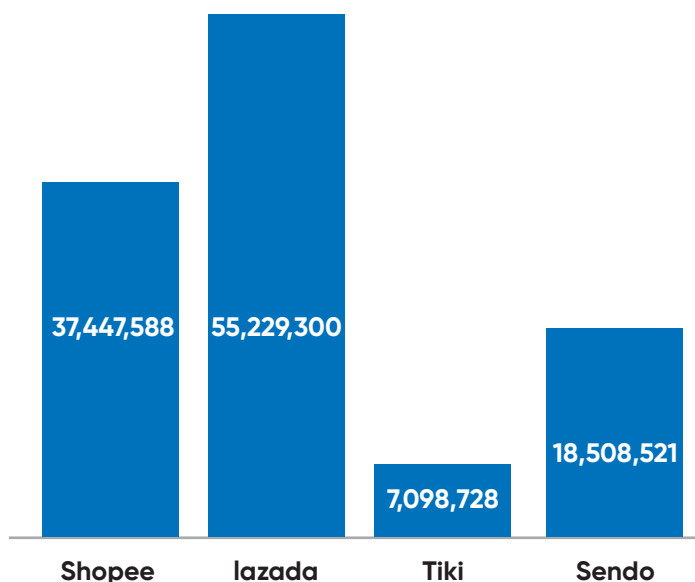


Sendo và Ninh Dương Lan Ngọc trong chiến dịch 11.11

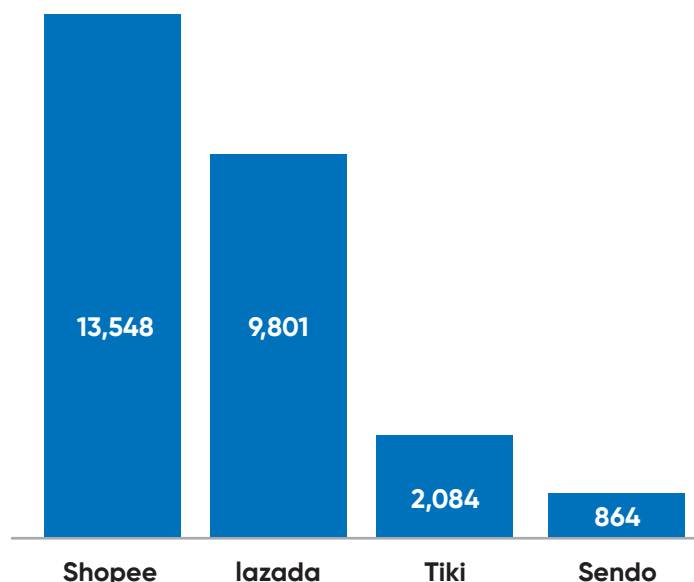
Dịp lễ mua sắm lớn nhất năm 11.11 là cơ hội để các thương hiệu thương mại điện tử tung các chiến dịch marketing rầm rộ. Không bỏ lỡ thời điểm vàng mua sắm trong năm cả bốn sàn TMĐT lớn nhất đều có những chiến dịch khuyến mãi rầm rộ và hợp tác với các KOLs nổi tiếng. Đặc biệt trong năm nay, Lazada đã đầu tư rất lớn khi chọn Lee Min Ho, là một ngôi sao có ảnh hưởng quốc tế kết hợp cùng Chi Pu.

LAZADA DẪN ĐẦU VỀ ĐỘ PHỦ, SHOPEE DẪN ĐẦU VỀ SỐ LƯỢT THẢO LUẬN TRÊN MẠNG XÃ HỘI

So sánh lượt lan tỏa trên mạng xã hội dịp lễ hội sale 11-11



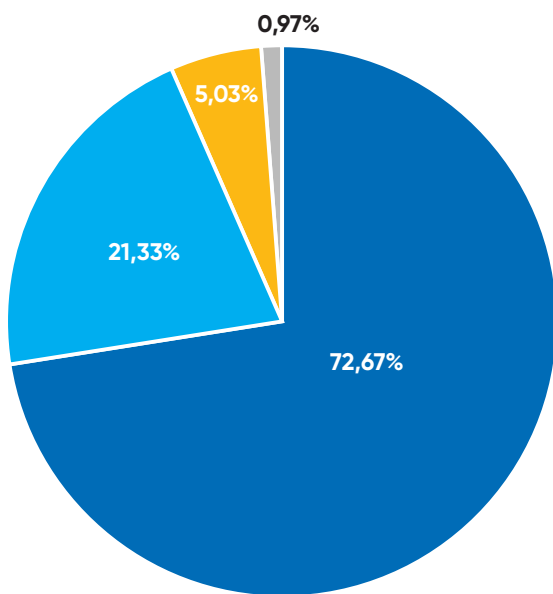
So sánh lượt nhắc đến trên mạng xã hội dịp lễ hội sale 11-11



Qua công cụ Social Listening có thể thấy hai thương hiệu lớn nhất là Lazada và Shopee đã có những sự đầu tư mạnh trong dịp lễ hội mua sắm 11.11, hai thương hiệu nội địa là Tiki và Sendo tuy đứng sau về độ hiệu quả trên mạng xã hội những cũng đã thu về những kết quả tốt về mặt kinh doanh.

LAZADA DẪN ĐẦU VỀ ĐỘ PHỦ, SHOPEE DẪN ĐẦU VỀ SỐ LƯỢT THẢO LUẬN

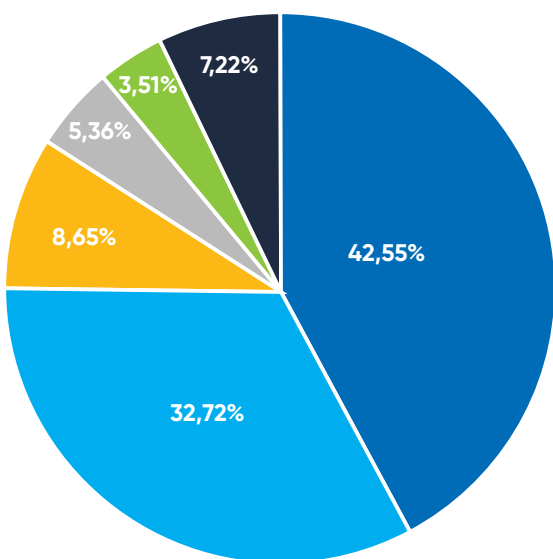
Shopee dẫn đầu thị trường về lượt nhắc tới trong dịp sale 11.11 năm nay, cao hơn **138%** lần với đối thủ đứng ngay sau là Lazada, điều này nhờ các chương trình flash sale và voucher giảm giá xuất hiện liên tục. Tuy nhiên Lazada có mức độ lan tỏa lớn nhất, cao gấp 147% so với Shopee, điều này có thể lý giải nhờ sức hút của KOLs tầm cỡ quốc tế.



Shopee

13,548

- Săn mã freeship cho đơn 0đ, deal đồng giá 1.000đ, săn 11 triệu voucher, đêm sale bùng nổ, siêu sao nửa giá 12h00, siêu sale flash sale 1K, tung ưu đãi Premium cho tín đồ hàng hiệu
- Sự kiện siêu sale Shopee 11.11: Quảng bá gian hàng, Đếm ngược ngày hội sale
- Shopee 11.11 Siêu show với các nghệ sĩ nổi tiếng Rhymastic, Bảo Thy, Isaac,...; Để cập đến Lee Min Ho
- Khác: Single Day mua sắm



Lazada

9,801

- Sự kiện siêu sale Lazada 11.11, quảng bá gian hàng trên Lazada
- Voucher siêu sale, các deal hấp dẫn, ưu đãi và săn deal
- Sự kiện SuperShow, Sân khấu 3D, các khách mời nổi tiếng: Sơn Tùng M-TP, Trấn Thành - Hariwon,...
- Để cập đến các đại sứ thương hiệu: Lee Min Ho, Chi Phu
- Siêu sale 1K, thanh toán qua ZaloPay
- Khác

Nguồn: Reputa

KÊNH LIVESTREAM TÍCH HỢP TRÊN ỨNG DỤNG TIẾP TỤC ĐƯỢC ĐẦU TƯ

































Các show âm nhạc với các nghệ sĩ nổi tiếng tiếp tục là một cách quảng bá thương hiệu của hai thương hiệu lớn là Shopee và Lazada, các show âm nhạc được trực tiếp trên LazLive và Shopee Live - tính năng livestream tích hợp trên ứng dụng. Qua đó, các thương hiệu cũng đã thu được lượng lượt xem cũng như tỉ lệ chuyển đổi đơn hàng qua livestream tăng trưởng mạnh mẽ so với cùng kì năm 2019.



XU HƯỚNG ỨNG DỤNG MUA SẮM NỬA CUỐI NĂM 2020































Bảng xếp hạng ứng dụng mua sắm trên App Store

THÁNG 7 NĂM 2020		THÁNG 8 NĂM 2020		THÁNG 9 NĂM 2020	
1	 SHOPEE COMPANY LIMITED Shopee 11.11 Siêu sale ★★★★★ (375.292)	1	 SHOPEE COMPANY LIMITED Shopee 11.11 Siêu sale ★★★★★ (375.292)	1	 SHOPEE COMPANY LIMITED Shopee 11.11 Siêu sale ★★★★★ (375.292)
2	 Lazada Group GmbH Lazada 11.11 ★★★★★ (882.078)	2	 Lazada Group GmbH Lazada 11.11 ★★★★★ (882.078)	2	 Lazada Group GmbH Lazada 11.11 ★★★★★ (882.078)
3	 Tiki Corporation Tiki - Săn sale mọi nơi ★★★★★ (129.076)	3	 Tiki Corporation Tiki - Săn sale mọi nơi ★★★★★ (129.076)	3	 Tiki Corporation Tiki - Săn sale mọi nơi ★★★★★ (129.076)
4	 SENDO TECHNOLOGY JOINT STOCK COMPANY Sendo: 11.11 Siêu sale 11k ★★★★★ (227.074)	4	 SENDO TECHNOLOGY JOINT STOCK COMPANY Sendo: 11.11 Siêu sale 11k ★★★★★ (227.074)	4	 SENDO TECHNOLOGY JOINT STOCK COMPANY Sendo: 11.11 Siêu sale 11k ★★★★★ (227.074)
5	 CHO TOT COMPANY LIMITED Chợ Tốt - Chuyên mua bán online ★★★★★ (15.224)	5	 CHO TOT COMPANY LIMITED Chợ Tốt - Chuyên mua bán online ★★★★★ (15.224)	5	 CHO TOT COMPANY LIMITED Chợ Tốt - Chuyên mua bán online ★★★★★ (15.224)
THÁNG 10 NĂM 2020		THÁNG 11 NĂM 2020		THÁNG 12 NĂM 2020	
1	 SHOPEE COMPANY LIMITED Shopee 11.11 Siêu sale ★★★★★ (375.292)	1	 SHOPEE COMPANY LIMITED Shopee: Mua sắm online #1 ★★★★★ (419.907)	1	 SHOPEE COMPANY LIMITED Shopee: Mua sắm online #1 ★★★★★ (433.566)
2	 Lazada Group GmbH Lazada 11.11 ★★★★★ (882.078)	2	 Lazada Group GmbH Lazada 12.12 ★★★★★ (961.262)	2	 Lazada Group GmbH Lazada - Top#1 app mua sắm ★★★★★ (978.048)
3	 Tiki Corporation Tiki - Săn sale mọi nơi ★★★★★ (129.076)	3	 Tiki Corporation Tiki - Săn sale mọi nơi ★★★★★ (180.595)	3	 Tiki Corporation Tiki - Săn sale mọi nơi ★★★★★ (171.676)
4	 SENDO TECHNOLOGY JOINT STOCK COMPANY Sendo: 11.11 Siêu sale 11k ★★★★★ (227.074)	4	 SENDO TECHNOLOGY JOINT STOCK COMPANY Sendo: xả hàng cuối năm ★★★★★ (230.696)	4	 SENDO TECHNOLOGY JOINT STOCK COMPANY Sendo: xả hàng cuối năm ★★★★★ (231.424)
5	 Taobao (China) Software CO.,LTD 手机淘宝 - 淘到你说好 ★★★★★ (1.346)	5	 CHO TOT COMPANY LIMITED Chợ Tốt - Chuyên mua bán online ★★★★★ (16.684)	5	 Taobao (China) Software CO.,LTD 手机淘宝 - 淘到你说好 ★★★★★ (1.482)

Nguồn: Sensortower

XU HƯỚNG ỨNG DỤNG MUA SẮM NỬA CUỐI NĂM 2020

Bảng xếp hạng ứng dụng mua sắm trên Google Play

THÁNG 7 NĂM 2020		THÁNG 8 NĂM 2020		THÁNG 9 NĂM 2020	
1	 SHOPEE Shopee 11.11 Siêu sale ★★★★★ (661.613)	1	 SHOPEE Shopee 11.11 Siêu sale ★★★★★ (661.613)	1	 SHOPEE Shopee 11.11 Siêu sale ★★★★★ (661.613)
2	 Lazada Mobile Lazada 11.11 Biggest One-Day sale ★★★★★ (7.288.217)	2	 Lazada Mobile Lazada 11.11 Biggest one - day sale ★★★★★ (7.288.217)	2	 Lazada Mobile Lazada 11.11 Biggest one - day sale ★★★★★ (7.288.217)
3	 SENDO TECHNOLOGY JSC Sendo: 11.11 Siêu sale 11k ★★★★★ (360.128)	3	 Tiki Mobile Team Tiki - Sản sale bí mật ★★★★★ (154.378)	3	 SENDO TECHNOLOGY JSC Sendo: 11.11 Siêu sale 11k ★★★★★ (360.128)
4	 Tiki Mobile Team Tiki - Sản sale bí mật ★★★★★ (154.378)	4	 SENDO TECHNOLOGY JSC Sendo: 11.11 Siêu sale 11k ★★★★★ (360.128)	4	 Tiki Mobile Team Tiki - Sản sale bí mật ★★★★★ (154.378)
5	 Chợ tốt Chợ Tốt - Chuyên mua bán online ★★★★★ (90.392)	5	 Cashbag Ltd Cashbag: Hoàn tiền mua sắm & du lịch ★★★★★ (5.256)	5	 Chợ tốt Chợ Tốt - Chuyên mua bán online ★★★★★ (92.867)
THÁNG 10 NĂM 2020		THÁNG 11 NĂM 2020		THÁNG 12 NĂM 2020	
1	 SHOPEE Shopee 11.11 Siêu sale ★★★★★ (661.613)	1	 SHOPEE Shopee: mua sắm online #1 ★★★★★ (717.679)	1	 SHOPEE Shopee: mua sắm online #1 ★★★★★ (734.878)
2	 Lazada Mobile Lazada 11.11 Biggest One-Day sale ★★★★★ (7.288.217)	2	 Lazada Mobile Lazada 12.12 Year End Sale ★★★★★ (7.736.052)	2	 Lazada Mobile Lazada Vietnam - Top#1 app mua sắm ★★★★★ (7.834.246)
3	 SENDO TECHNOLOGY JSC Sendo: 11.11 Siêu sale 11k ★★★★★ (360.128)	3	 SENDO TECHNOLOGY JSC Sendo: 12.12 Siêu sale đậm ★★★★★ (370.200)	3	 SENDO TECHNOLOGY JSC Sendo: Xả hàng cuối năm ★★★★★ (373.636)
4	 Tiki Mobile Team Tiki - Sản sale bí mật ★★★★★ (154.378)	4	 Tiki Mobile Team Tiki - 12.12 sale cực đỉnh ★★★★★ (171.079)	4	 Tiki Mobile Team Tiki - 12.12 sale cực đỉnh ★★★★★ (176.808)
5	 ShopBack ShopBack -Mua sắm & Hoàn tiền ★★★★★ (222.702)	5	 OKXE Okxe - Mua sắm xe trực tuyến ★★★★★ (1.288)	5	 Chợ tốt Chợ Tốt - Chuyên mua bán online ★★★★★ (92.867)

Nguồn: Sensortower

HỆ SINH THÁI THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ B2C VIỆT NAM

Gian hàng

Nhãn hàng



Hộ kinh doanh nhỏ lẻ



Nền tảng TMĐT



Đơn vị cung cấp dịch vụ

Đơn vị logistics



Dịch vụ thanh toán

Cổng thanh toán **napas**

VISA

Tín dụng



Vi điện tử



Ngân hàng cung cấp dịch vụ tín dụng, thanh toán qua ngân hàng



* Các đơn vị liệt kê chỉ mang tính đại diện

TỔNG KẾT

01

Trung bình mỗi người Việt Nam dành 6,5 giờ sử dụng Internet mỗi ngày, trong đó khoảng 3 giờ 18 phút là truy cập thông qua điện thoại di động.

06

Người Việt đang có xu hướng tải và sử dụng nhiều ứng dụng di động hơn sau đại dịch, các ứng dụng tại Việt Nam trung bình được tải nhiều hơn so với toàn cầu, vì vậy đây là một cơ hội quảng cáo dành cho các nhà phát hành ứng dụng.

02

Tốc độ Internet di động đạt 60,88 Mbps tăng 40,7% so với năm 2019. Điều này càng thúc đẩy thói quen sử dụng Internet di động khi smartphone đang trở thành thiết bị kết nối chính của người tiêu dùng.

07

TikTok và các ứng dụng OTT tăng trưởng mạnh về người dùng mới sau đại dịch, vì vậy hai nhóm ứng dụng này trở thành một kênh quảng cáo đang được chú ý.

03

Sau đại dịch, các ứng dụng giao đồ ăn trở nên phổ biến và trở thành hình thức gọi đồ ăn phổ biến nhất của người tiêu dùng Việt Nam.

08

Ví điện tử cũng là một trong những hình thức thanh toán phổ biến hơn rất nhiều sau đại dịch. Thị trường ví điện tử được dẫn đầu bởi Momo, tuy nhiên cuộc cạnh tranh giữa ViettelPay và ZaloPay đang diễn ra khắc nghiệt.

04

Sự bùng nổ của TikTok sau đại dịch với 16 triệu lượt tải trong năm 2020 đã khiến ứng dụng video ngắn trở thành xu hướng giải trí mới tại Việt Nam, dự báo thị trường này sẽ còn sôi động hơn trong năm 2021 với sự vào cuộc của Instagram và Youtube.

09

Thương mại điện tử trên di động đang tăng trưởng nhanh chóng, dự báo năm 2021 sẽ đạt doanh thu 7 tỉ USD và có xu hướng sẽ vượt qua nền tảng desktop trong vài năm tới.

05

Thị trường game di động chứng kiến tăng trưởng 40% doanh thu qua kho tải, lượt tải và số lượng game ra mắt cũng tăng mạnh so với 2019, chứng minh rằng thị trường game di động đã nhận được cú hích lớn từ Covid-19.

10

Shopee tiếp tục giữ vị trí số 1 về lượt truy cập trên nền tảng web, tuy nhiên Lazada hiện đang dẫn đầu về lượt tải về nền tảng di động.

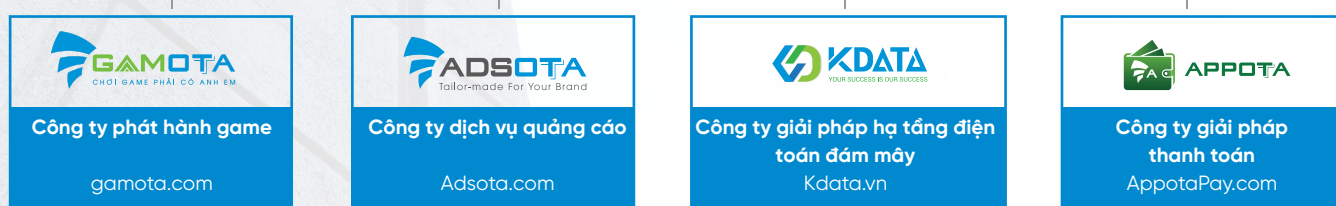


■ CHÚNG TÔI LÀ AI





Appota là công ty tiên phong cung cấp các giải pháp công nghệ và nội dung giải trí số tại Việt Nam với hệ sinh thái giải trí toàn diện của chúng tôi với hơn 55 triệu người dùng. Chúng tôi là một trong ba nhà phát hành trò chơi lớn nhất hàng đầu và là đối tác chính thức của mạng Facebook Gaming Creator tại Việt Nam. Thế mạnh của chúng tôi nằm ở: sản xuất và phân phối nội dung giải trí trực tuyến, thể thao điện tử, quảng cáo, người tạo trò chơi, thanh toán trực tuyến, điện toán đám mây, IoT và các giải pháp quản lý kinh doanh.



Công ty thành viên



LIÊN HỆ

-  Tòa nhà LE Building, số 11, ngõ 71 Láng Hạ, Ba Đình, Hà Nội, Việt Nam
-  (+84) 2435 191 618
-  marketing@appota.com
-  appota.com

