

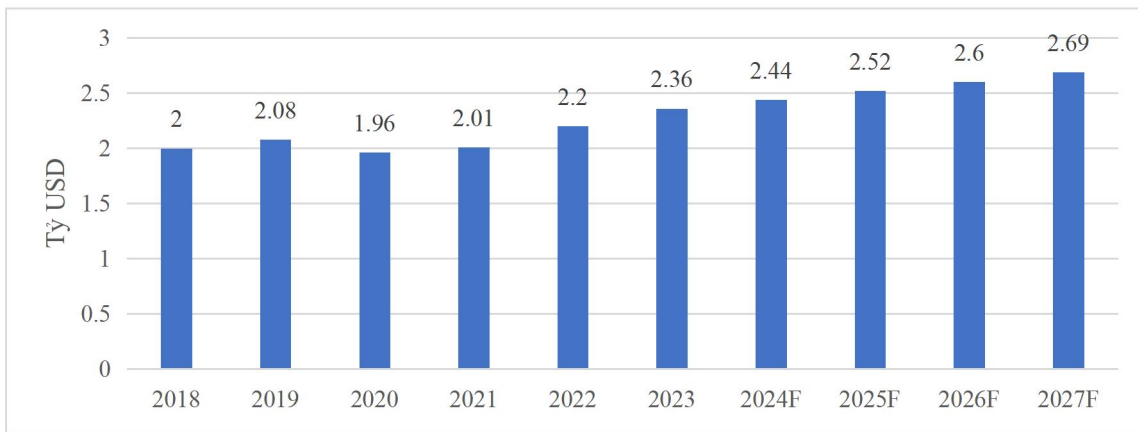
BÁO CÁO ĐÁNH GIÁ THỊ TRƯỜNG MỸ PHẨM VIỆT NAM NĂM 2024

I. QUY MÔ THỊ TRƯỜNG MỸ PHẨM VIỆT NAM	2
II. MỸ PHẨM Ở VIỆT NAM CHỦ YẾU LÀ NHẬP KHẨU	2
III. KÊNH OFFLINE – LÀ KÊNH BÁN HÀNG CHỦ YẾU TRONG GIAI ĐOẠN VỪA QUA VÀ CÒN TIẾP TỤC THỐNG TRỊ TRONG TƯƠNG LAI GẦN	4
IV. DOANH THU VÀ SẢN LƯỢNG BÁN RA TOP THƯƠNG HIỆU MỸ PHẨM TRÊN CÁC SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	5
V. MỘT SỐ CHUỖI BÁN LẺ MỸ PHẨM NỔI BẬT Ở VIỆT NAM	7
VI. MỘT SỐ THƯƠNG HIỆU MỸ PHẨM THUẦN VIỆT TIÊU BIỂU	10
VII. KẾT LUẬN	13

I. QUY MÔ THỊ TRƯỜNG MỸ PHẨM VIỆT NAM

Theo Statista, quy mô thị trường mỹ phẩm Việt Nam năm 2024 ước đạt hơn 2,4 tỷ USD tăng 3,4% so với năm 2023. Con số này dự báo tăng lên tới khoảng 2,7 tỷ USD vào năm 2027 tương đương mức tăng trưởng kép CAGR (2023 – 2027) đạt hơn 3,3%. Thị trường mỹ phẩm Việt Nam hiện là một trong những thị trường năng động nhất trong khu vực Asean hiện nay. Theo thống kê, tỷ lệ phụ nữ Việt Nam thường xuyên sử dụng sản phẩm làm đẹp tăng từ 76% lên 86% trong giai đoạn 2018 – 2022.

Quy mô thị trường mỹ phẩm Việt Nam giai đoạn 2018 – 2027

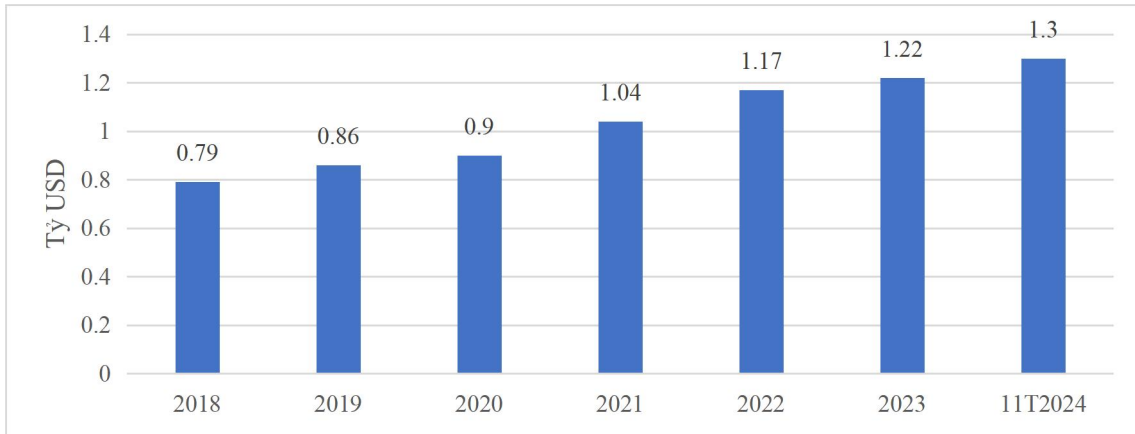


Nguồn: Statista

II. MỸ PHẨM Ở VIỆT NAM CHỦ YẾU LÀ NHẬP KHẨU

Hơn 90% các sản phẩm mỹ phẩm ở Việt Nam là nhập khẩu. Giá trị nhập khẩu mỹ phẩm liên tục tăng qua các năm từ 790 triệu USD năm 2018 lên tới hơn 1,2 tỷ USD năm 2022. 11 tháng đầu năm 2024 giá trị nhập khẩu mỹ phẩm và chất thơm vào Việt Nam đạt hơn 1,3 tỷ USD tăng gần 17% so với cùng kỳ năm 2023.

Giá trị nhập khẩu chất thơm và mỹ phẩm giai đoạn 2018 – 2024

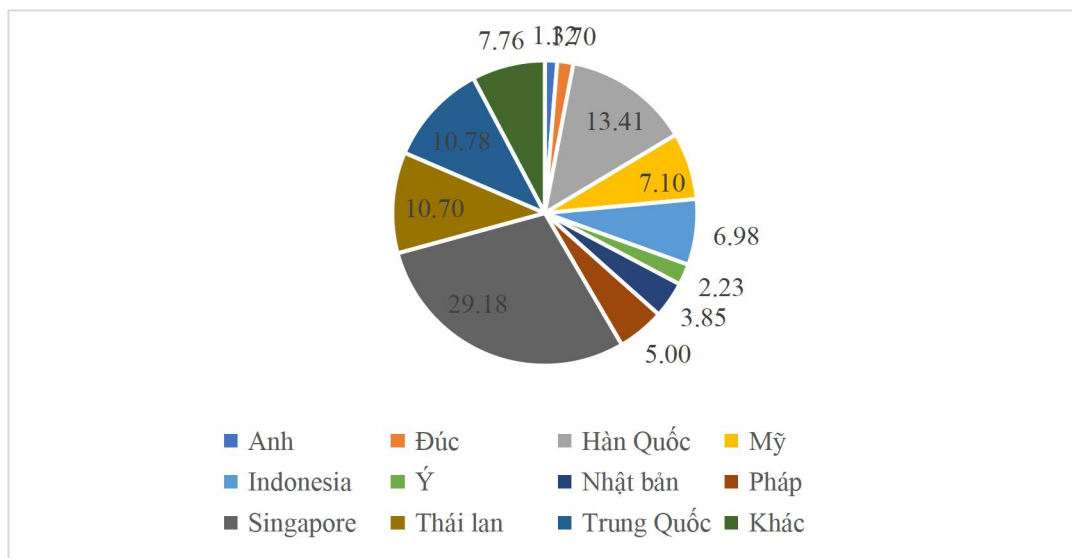


Nguồn: Tổng cục hải quan

Trong số các thị trường cung cấp mỹ phẩm, chất thơm và chế phẩm vệ sinh, Singapore là nhà cung cấp lớn nhất với gần 380 triệu USD trong 11 tháng 2024, chiếm thị phần 29,2%. Nhà cung cấp lớn thứ 2 là thị trường Hàn Quốc với hơn 174 triệu USD. Trung Quốc đứng thứ 3 với hơn 140 triệu USD, tương ứng thị phần 10,78%. Thái Lan và Mỹ cũng nằm trong top 5 nhà cung cấp lớn nhất của Việt Nam với trị giá nhập khẩu lần lượt là 139 triệu USD và 92 triệu USD.

Các thị trường cung cấp mỹ phẩm, chất thơm chính cho Việt Nam

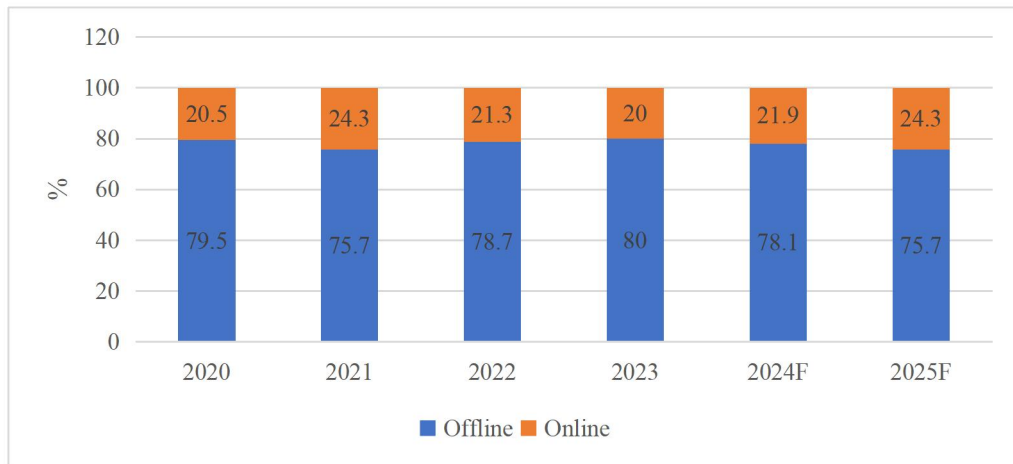
11T2024 (đơn vị: %)



Nguồn: Tổng cục Hải quan

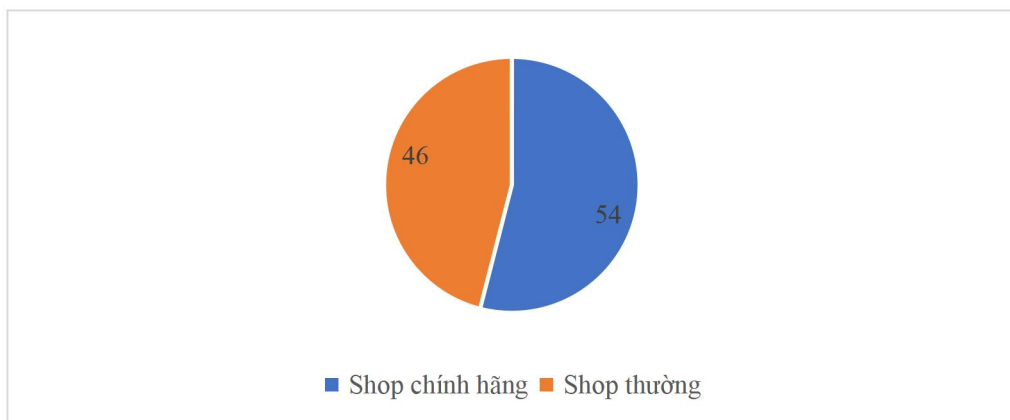
III. KÊNH OFFLINE – LÀ KÊNH BÁN HÀNG CHỦ YẾU TRONG GIAI ĐOẠN VỪA QUA VÀ CÒN TIẾP TỤC THỐNG TRỊ TRONG TƯƠNG LAI GẦN

Khoảng 20% mỹ phẩm được bán qua kênh online – thông qua các sàn thương mại điện tử (Shopee, Lazada, Tikki) và khoảng 80% được bán qua kênh offline - người mua đến trực tiếp các cửa hàng mỹ phẩm để mua hoặc mua thông qua các kênh fanpage facebook... của các chuỗi cửa hàng mỹ phẩm. Xu hướng mua hàng mỹ phẩm qua kênh online tiếp tục tăng nhẹ trong thời gian tới, đặc biệt khi có sự xuất hiện của Tiktok Shop cũng thúc đẩy việc mua online mặt hàng mỹ phẩm trong thời gian tới.



Nguồn: Metric – Nền tảng số liệu E-commerce

Kênh online: Doanh thu bán hàng qua shop chính hãng (shop mall) chiếm khoảng 54% tổng doanh thu bán hàng online, trong khi đó shop thường chiếm khoảng 46%.



Nguồn: Metric – Nền tảng số liệu E-commerce

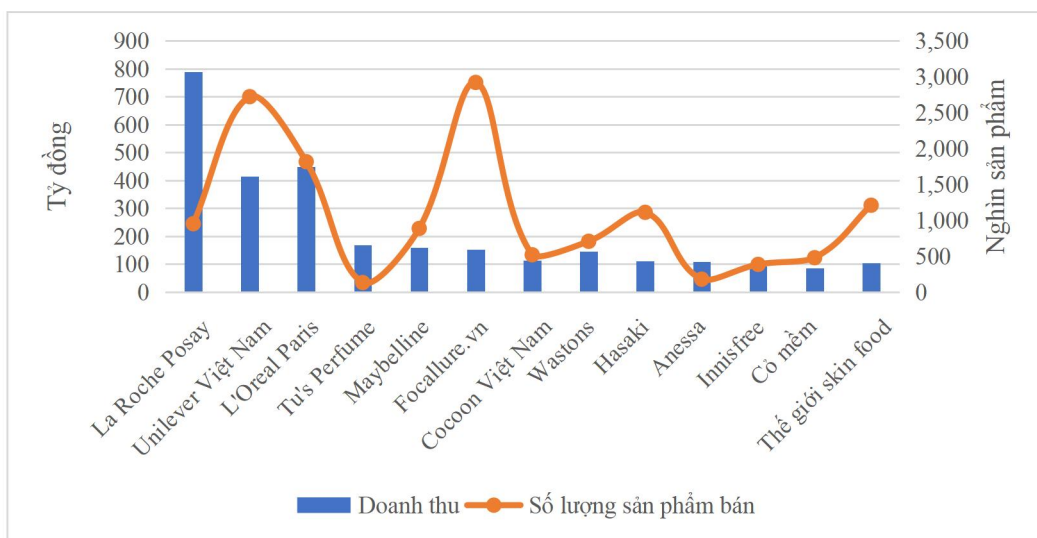
IV. DOANH THU VÀ SẢN LƯỢNG BÁN RA TOP THƯƠNG HIỆU MỸ PHẨM TRÊN CÁC SÀN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Top shop có doanh thu cao nhất trên các các sàn thương mại điện tử là La Roche Posay, Unilever Việt Nam, L'Oreal Paris, Tu's Perfume, Maybelline... Trong khi đó Top shop có sản lượng sản phẩm bán nhiều nhất thuộc về Focallure.vn, tiếp theo là Unilever Việt Nam, L'Oreal Paris, Thế giới Skin care...

	Top Shop có doanh thu cao nhất	Top Shop có sản lượng bán nhiều nhất
1	La Roche Posay	Focallure.vn
2	Unilever Việt Nam	Unilever Việt Nam
3	L'Oreal Paris	L'Oreal Paris
4	Tu's Perfume	Thế giới Skin care
5	Maybelline	Hasaki
6	Focallure	Maybelline
7	Watsons	Chustore Beauty
8	ENPI	Sase Lady
9		Sky6Boffical
10		Wastons

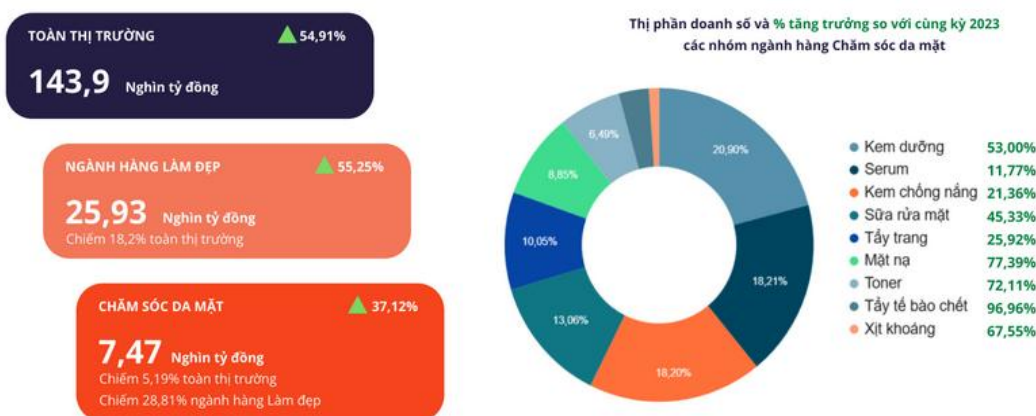
Nguồn: Metric – Nền tảng số liệu E-commerce

Doanh số và số lượng sản phẩm mỹ phẩm bán ra của top các thương hiệu năm 2023



Nguồn: Metric – Nền tảng số liệu E-commerce

Trong 6 tháng đầu năm 2024, doanh số trên 5 sàn thương mại điện tử Shopee, Lazada, Sendo, Tiki và Tiktok Shop của ngành hàng làm đẹp đã đạt 26 nghìn tỷ đồng 50% so với cùng kỳ năm 2023. Theo số liệu thống kê, phân khúc giá từ 200,000 – 500,000 VNĐ là phân khúc đem lại doanh thu cao nhất trong ngành mỹ phẩm, chiếm tỉ trọng 34% trong tổng doanh thu. Tiếp đến là phân khúc giá 100,000 – 200,000 VNĐ chiếm tỉ trọng khoảng 27% tổng doanh thu.

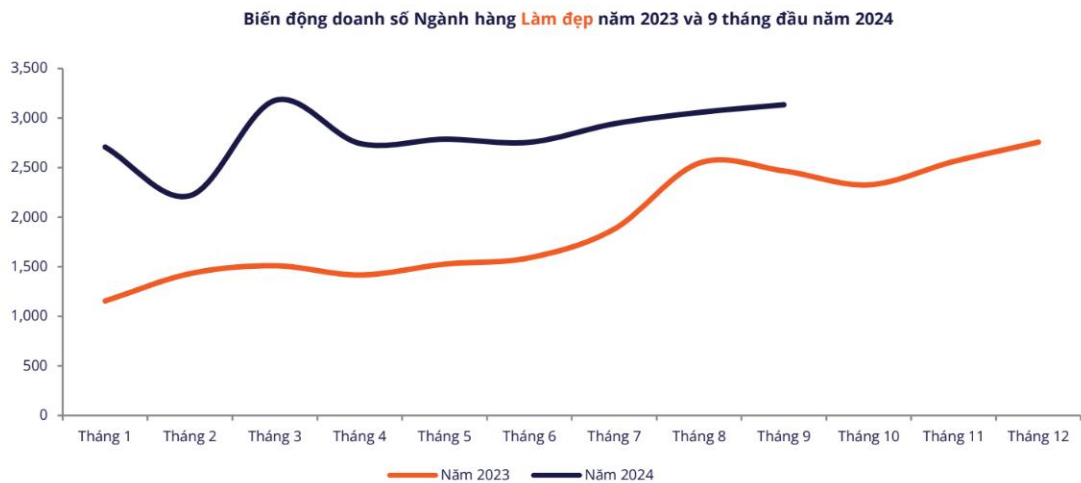


Nguồn: Metric – Nền tảng số liệu E-commerce

Trong đó, top thương hiệu có doanh thu cao nhất trong ngành mỹ phẩm trên các sàn TMĐT bao gồm La Roche-Posay, Anessa và L’Oreal Paris, chiếm tỉ trọng 10,2% thị phần doanh thu. Trong khi đó, về sản lượng bán ra, top thương hiệu có sản lượng bán cao nhất trên các sàn TMĐT bao gồm Focallure, Vaseline và Cocoon, chiếm 8,3% tổng sản lượng bán ra. Về sản phẩm được mua nhiều, kem dưỡng, serum, kem chống nắng và sữa rửa mặt là 5 mặt hàng được ưa chuộng nhất trên kênh thương mại điện tử trong 6 tháng đầu năm 2024.

Ngoài ra, Làm đẹp tiếp tục đứng đầu bảng xếp hạng ngành hàng doanh số cao nhất, nhiều trend mới xuất hiện trong quý III/2024: Số liệu cho thấy, ngành hàng Làm đẹp tiếp tục giữ vị thế quan trọng khi sở hữu doanh số 15.508 tỷ đồng, chiếm 18% thị phần doanh số trong quý, tăng 26,58% so với cùng kỳ năm ngoái.

Dự báo cho quý IV/2024, ngành hàng Làm đẹp sẽ tiếp tục tăng trưởng mạnh khi Tết Nguyên đán đến sớm hơn thường lệ. Điều này khiến người tiêu dùng bắt đầu mua sắm các sản phẩm làm đẹp và chăm sóc cá nhân sớm hơn. Theo dự báo, tổng doanh số của ngành hàng này trên Shopee sẽ đạt 10,3 nghìn tỷ đồng, với 90 triệu đơn vị sản phẩm được bán ra trong quý, tăng trung bình 35% so với cùng kỳ năm ngoái.



Nguồn: Metric – Nền tảng số liệu E-commerce

V. MỘT SỐ CHUỖI BÁN LẺ MỸ PHẨM NỔI BẬT Ở VIỆT NAM



1. Kênh offline

Khoảng 80% mỹ phẩm được bán qua kênh offline – chiếm phần lớn doanh số bán hàng mỹ phẩm. Một số chuỗi bán lẻ mỹ phẩm nổi tiếng tại Việt Nam được nhiều người tin dùng như Thế Giới Skinfood, Hasaki, Beauty Garden, Nuty Cosmetics, Beauty Box, Coco Shop (CocoLux), Mặt Hoa Da Phan,...

Xét về quy mô cửa hàng, Hasaki hiện là chuỗi cửa hàng mỹ phẩm lớn nhất cả nước với 235 chi nhánh. Các chuỗi thương hiệu khác có số lượng cửa hàng khiêm tốn hơn nhiều: Beauty Box có 24 cửa hàng và Beauty Garden có 9 cửa hàng, Cocolux có 14 cửa hàng, Mát Hoa Đa Phan có 5 cửa hàng và Nuty Cosmetics có 4 cửa hàng trong khi Thế Giới SkinFood chỉ có 10 cửa hàng.

- **Hasaki**

Hasaki là chuỗi cửa hàng bán lẻ mỹ phẩm chính hãng của nhiều thương hiệu lớn về sức khỏe và sắc đẹp đang hợp tác như L'Oreal, Maybelline, La Roche-Posay, Klairs, Vichy, Cerave, Eucerin, Bioderma, Cocoon, Estee Lauder, MAC, 3CE, Garnier, Sự lựa chọn của Paula,...

Được thành lập từ năm 2016 với phương châm “Chất lượng đích thực – Giá trị đích thực”, Hasaki luôn định hướng xây dựng thương hiệu mang đến cho khách hàng những sản phẩm mỹ phẩm chính hãng với giá tốt ở mọi thời điểm. Điều này đã giúp Hasaki tạo được niềm tin cho khách hàng và ngày càng phát triển lớn mạnh hơn. Hệ thống cửa hàng của Hasaki trải rộng khắp 44 tỉnh thành trên toàn quốc với 235 cửa hàng.

- **Beauty Box**

Beauty Box là thương hiệu của Công Ty Cổ Phần Thương Mại Dịch Vụ Tổng Hợp Hoàn Vũ. Chuỗi cửa hàng Beauty Box là nhà phân phối độc quyền của The Face Shop (thương hiệu mỹ phẩm của LG Cosmetics, Hàn Quốc) từ năm 2005 và nhiều thương hiệu khác như CLUB CLIO, A'Pieu, Dear Dahlia, Banila Co, AHC,... của hơn 7.000 sản phẩm mỹ phẩm từ hơn 70 thương hiệu khác nhau.

Tính đến thời điểm hiện tại, Beauty Box đã có 24 cửa hàng lớn trải dài khắp 3 thành phố lớn: Hà Nội, Hải Phòng và Hồ Chí Minh. Trong đó, tập trung nhiều nhất ở TP.HCM.

- **Thế Giới Skinfood**

Thế Giới SkinFood là hệ thống bán lẻ mỹ phẩm chính hãng trực thuộc Công ty TNHH Thương Mại Dịch Vụ Đại Dương Xanh. Thế Giới Skinfood là nơi quy tụ của hơn 300 thương hiệu mỹ phẩm nổi tiếng đến từ Hàn Quốc cũng như các thương hiệu hàng đầu đến từ Mỹ, Nhật Bản, Pháp và các quốc gia khác. Các sản phẩm bán ở đây đều là hàng chính hãng, có đầy đủ tem thông tin và nhiều ưu đãi độc quyền từ hãng.

Tính đến thời điểm hiện tại, thương hiệu đã có 10 chi nhánh trên toàn quốc tại Tp HCM, Hà Nội, Huế, Đồng Nai và Tiền Giang.

- **Nuty Cosmetics**

Nuty Cosmetics là một trong những chuỗi cửa hàng mỹ phẩm lớn và uy tín nhất Sài Gòn. Có mặt trên thị trường từ năm 2012, Nuty Cosmetics có nhiều showroom tọa lạc tại các vị trí đắc địa trung tâm TP.HCM và Hà Nội. Tuy nhiên, hiện tại chỉ còn 4 cửa hàng tại Hà Nội (1 cửa hàng) và Tp HCM (3 cửa hàng).

- **CocoLux**

Tại Việt Nam hiện nay, Cocolux là một trong những cửa hàng mỹ phẩm tiên phong trong lĩnh vực làm đẹp với các dòng mỹ phẩm nhập khẩu đa dạng. Sản phẩm từ Châu Âu đến Hàn Quốc, Pháp, Anh. Không chỉ vậy, Cocolux còn là đối tác của Christian Lenart, Bioderma, Maybelline New York, Vichy, Laroche Posay, Senka... Hiện tại, Cocolux đã có 14 cửa hàng tại Hà Nội và Thanh Hóa.

Beauty Garden

Beauty Garden là thương hiệu phân phối bán lẻ mỹ phẩm chính hãng hàng đầu, sở hữu hệ thống 9 cửa hàng trải rộng khắp 3 miền đất nước, có mặt tại các tỉnh, thành phố lớn như Hà Nội, Đà Nẵng, TP.HCM. Hồ Chí Minh, Đắk Lắk, Gia Lai, Đồng Nai, Cần Thơ.

- **Mặt Hoa Da Phần**

Được thành lập vào tháng 11 năm 2016 là blog cá nhân, sau một thời gian hoạt

động và có những bước tiến vượt bậc cả về chất lượng lẫn hình thức, thương hiệu đã chuyển sang chuyên phân phối các sản phẩm làm đẹp chính hãng và cập nhật xu hướng mới nhất trên thế giới với chất lượng đảm bảo và giá cả cạnh tranh.

Thương hiệu đã tạo dựng được chỗ đứng vững chắc trên thị trường mỹ phẩm sau nhiều năm hoạt động. Hiện nay, Mặt Hoa Đa Phan có 9 chi nhánh, chủ yếu ở TP.HCM và một số tỉnh thành khác.

2. Về KQKD

Hasaki hiện là hệ thống cửa hàng mỹ phẩm dẫn đầu ngành bán lẻ mỹ phẩm, tiếp theo là Beauty box và Thế giới skinfood, với quy mô vài trăm tỷ tới hơn nghìn tỷ/năm. Trong khi đó ở nhóm sau gồm Nuty cosmetics, Cocolux, Mặt hoa da phấn và Beauty Garden có quy mô doanh thu khiêm tốn hơn với chỉ khoảng hơn 100 tỷ hoặc vài chục tỷ/năm .

VI. MỘT SỐ THƯƠNG HIỆU MỸ PHẨM THUẦN VIỆT TIÊU BIỂU

Việt Nam là một nước sở hữu rất nhiều cây dược liệu, cây thuốc, cây gia vị... - đây là điều kiện lý tưởng để sản xuất ra nhiều loại gia vị, thuốc chữa bệnh cũng như nhiều loại mỹ phẩm phù hợp với làn da, khí hậu của người Việt . Giữa rất nhiều các thương hiệu mỹ phẩm ngoại nhập, hiện nay nhiều thương hiệu mỹ phẩm được đầu tư sản xuất dựa trên những nguyên liệu thuần Việt, hoàn toàn từ thiên nhiên, không chứa hóa chất và rất an toàn với làn da. Một số thương hiệu mỹ phẩm thuần Việt như Cỏ Mềm, Cocoon, Thorakao, M.O.I, Thái Dương...



- **Cỏ Mềm Homelab**

Cỏ Mềm Homelab là thương hiệu mỹ phẩm Việt Nam được sáng lập bởi Dược sĩ Cỏ Mềm vào năm 2015. Thương hiệu này nổi tiếng với các sản phẩm chăm sóc

sắc đẹp an toàn và thân thiện với môi trường, có nguồn gốc từ thiên nhiên và không chứa hóa chất độc hại. Hiện nay, Cỏ Mềm hiện diện tại các thành phố lớn trải dài từ Bắc xuống Nam như Thái Nguyên, Hà Nội, Quảng Ninh, Hà Nam, Thái Bình, Ninh Bình, Thanh Hóa, Quảng Bình, Đà Nẵng, Bình Định, Khánh Hòa, Ninh Thuận, Bình Thuận, Gia Lai, Đắk Lắk, Bình Dương, TP HCM, Cần Thơ. Với tổng số 60 cửa hàng.

Cỏ Mềm Homelab hoạt động với sứ mệnh là thay thế hoá phẩm độc hại trong gia đình bằng các sản phẩm thảo mộc an toàn. Do đó, mọi sản phẩm của Cỏ đều có chứa các thành phần lành tính có nguồn gốc thiên nhiên, cũng như hạn chế tối đa sử dụng chất bảo quản, hương liệu hoá học và các chất tồn dư khó phân hủy gây hại cho môi trường.

Một số sản phẩm nổi bật của thương hiệu Cỏ Mềm Homelab có thể kể đến như: Sơn Kem Nhung, sơn ngọc không chì, sơn dưỡng tóc – không màu, sơn dưỡng tóc – ửng đỏ, sơn dưỡng môi hồng

- **Cocoon**

Cocoon là một thương hiệu mỹ phẩm tiên phong trong việc sử dụng nguyên liệu tự nhiên và không thử nghiệm trên động vật tại Việt Nam. Sản phẩm của đơn vị dựa trên các thành phần như cà phê, bí đao, hoa hồng, rau má,... mang lại an toàn cho da. Cocoon hiện bán hàng thông qua các cửa hàng mỹ phẩm như watsons, beauty garden, sami shop...

Các sản phẩm của Cocoon luôn được ưa chuộng với chất lượng tốt và giá cả hợp lý, trở thành một thương hiệu mỹ phẩm nổi tiếng tại Việt Nam. Một số dòng sản phẩm nổi bật của hãng có thể kể đến như: Gel rửa mặt bí đao Cocoon, nước hoa hồng Cocoon, tinh chất bí đao Cocoon, thạch hoa hồng dưỡng ẩm Cocoon, dung dịch chấm mụn bí đao Cocoon, tẩy tế bào chết BODY Cocoon cafe... Ưu điểm của Cocoon là: thành phần lành tính, an toàn với mọi làn da, mùi hương nhẹ nhàng và giá thành bình dân. Nhược điểm: Hiệu quả của sản phẩm cần thời gian để cảm nhận.

- **Thorakao**

Lan Hảo - Thorakao là thương hiệu mỹ phẩm Việt Nam thành lập từ năm 1961, cung cấp các sản phẩm chăm sóc cá nhân và cam kết sử dụng thành phần từ thiên nhiên. Thương hiệu này nổi tiếng với các sản phẩm từ nghệ như: kem dưỡng da, sữa rửa mặt, và xà phòng.

Thorakao cũng có nhiều sản phẩm khác như: dầu gội, dầu xả và kem chống nắng, đều được làm từ các loại thảo mộc và hoa quả. Một số sản phẩm nổi tiếng của thương hiệu mỹ phẩm lâu đời tại Việt Nam này có thể kể đến như: dầu gội hoa bưởi, kem nghệ Leyna, nước hoa hồng Thorakao, kem nghệ collagen Thorakao... Cũng giống như Cocoon, các sản phẩm của Thorakao lành tính và phù hợp với mọi loại da kể cả da nhạy cảm, giá cả các sản phẩm cũng phải chăng, tuy nhiên thiết kế sản phẩm còn đơn giản, không bắt mắt như các dòng sản phẩm ngoại nhập.

- **M.O.I Cosmetics**

M.O.I Cosmetics là thương hiệu mỹ phẩm Việt Nam được sáng lập bởi ca sĩ Hồ Ngọc Hà, chủ yếu tập trung vào son môi, mặt nạ và phấn nước. Các sản phẩm của M.O.I Cosmetics đảm bảo chất lượng, được làm từ thành phần an toàn, phù hợp với mọi loại da và cạnh tranh với các thương hiệu nước ngoài. Hiện tại M.O.I thông qua 8 đại lý trong đó tập trung ở các thành phố lớn như Hà Nội, Đà Nẵng, Tp HCM... để phân phối các sản phẩm.

Các sản phẩm của M.O.I Cosmetics cũng có nhiều màu sắc và kiểu dáng đẹp mắt, thu hút được rất nhiều sự chú ý của giới trẻ. Đặc biệt, một số sản phẩm hot của hãng có thể kể đến như: Son môi Hồ Ngọc Hà, sữa rửa mặt 2 trong 1 dạng gel DA BY M.O.I, nước thần 5 trong 1 DA BY M.O.I., phấn nước M.O.I Baby Skin Cushion, phấn phủ M.O.I Baby Skin Powder,...Ưu điểm là thiết kế sản phẩm nổi bật, bắt mắt, sản xuất theo công nghệ hiện đại từ Hàn Quốc. Tuy nhiên, giá thành sản phẩm cao hơn so với các dòng sản phẩm thương hiệu Việt như ở trên và tương đương các sản phẩm nước ngoài

VII. KẾT LUẬN

Với tiềm năng phát triển rất hứa hẹn ở thị trường Việt Nam khi tầng lớp trung lưu liên tục gia tăng, thu nhập người dân cũng ngày càng tăng. Và không khó để thấy là nhu cầu làm đẹp chăm sóc các nhân càng trở nên phổ biến không chỉ với nữ giới mà cả nam giới.

Với quy mô ngành cũng như tốc độ phát triển trong tương lai, lĩnh vực bán lẻ mỹ phẩm & làm đẹp tại Việt Nam vẫn còn rất nhiều dư địa để phát triển và sẽ không ngạc nhiên khi trong thời gian tới sẽ còn nhiều hơn nữa doanh nghiệp cạnh tranh nhau để giành được “miếng bánh” tiềm năng này. Những doanh nghiệp đầu tư mạnh dạn chuyên sản xuất tận dụng nguồn nguyên liệu, thảo dược phong phú trong nước sẽ là xu hướng trong ngành mỹ phẩm trong tương lai.

Về Kirin Capital

Kirin Capital (dưới đây gọi tắt là Kirin) được chuẩn bị và lập kế hoạch vào năm 2021 và chính thức được thành lập vào tháng 10 năm 2022. Kirin là tổ chức đầu tư vốn cổ phần tư nhân bất nguồn và nghiên cứu chuyên sâu tại thị trường Việt Nam với tôn chỉ “Know Vietnam, Long Vietnam”. Là công ty đầu tư vốn cổ phần tư nhân hiểu rõ Việt Nam nhất, dựa trên tầm nhìn “trao quyền cho doanh nhân, đồng hành cùng người thành công”, công ty tìm kiếm các dự án có giá trị đầu tư dài hạn và tăng trưởng cao tại Việt Nam. Từ đó, Kirin tạo cơ hội cho các nhà đầu tư từ khắp nơi trên thế giới đầu tư vào Việt Nam và chia sẻ lợi nhuận từ sự phát triển nhanh chóng mà Việt Nam mang lại.

Nội dung trên chỉ là một phần báo cáo của Nhóm nghiên cứu Kirin Capital. Nếu Quý Nhà đầu tư có bất kỳ nhu cầu hợp tác, nghiên cứu chuyên sâu nào, vui lòng liên hệ:

Ông Vũ Văn Thức - Chuyên gia tài chính

+84 936 492 884/0355 514 701

thucvv@kirincapital.vn

