

KHÁM PHÁ CƠ HỘI  
KINH DOANH NGÀNH HÀNG



# TRANG TRÍ NHÀ CỬA

TRÊN AMAZON



# MỤC LỤC

## ● Cơ hội cho Việt Nam trong ngành hàng trang trí nhà cửa

- 1. Quy mô và tốc độ tăng trưởng thị trường ngành trang trí nhà cửa tại Hoa Kỳ**
- 2. Xu hướng thiết kế nội thất nổi bật tại Hoa Kỳ**
  1. Xu hướng người tiêu dùng
  2. Phong cách nội thất & trang trí nhà cửa
  3. Phân tích theo từng không gian sống
- 3. Lợi thế cạnh tranh của Việt Nam**



## Quyển lục “mềm” ● Cơ hội kinh doanh sản phẩm trang trí nhà cửa từ vải cho nhà bán hàng Việt Nam



- 1. Loại chất liệu và sản phẩm tương ứng**
- 2. Mẫu thiết kế và phong cách phổ biến**
- 3. Gợi ý lựa chọn và vận hành sản phẩm**
  1. Bộ vỏ gối và ga trải giường (Pillowcase & Sheet Sets)
  2. Chăn trang trí (Throw blanket)
  3. Vỏ gối trang trí (Throw Pillow Covers)
  4. Hoa giả (Artificial Flowers)
  5. Cây giả (Artificial Plants)
  6. Bộ khăn (Towel Sets)
  7. Dải khăn trang trí bàn ăn (Table Runners)

## Tinh hoa từ thiên nhiên ● Ý tưởng sản phẩm trang trí nhà cửa bằng gỗ

- 1. Loại chất liệu và sản phẩm tương ứng**
- 2. Mẫu thiết kế và phong cách phổ biến**
- 3. Gợi ý lựa chọn và vận hành sản phẩm**
  1. Kệ sách (Bookcases)
  2. Khung ảnh treo tường và để bàn (Wall and tabletop frames)
  3. Bàn cà phê (Coffee Tables)



## IV Phong cách bền vững Khai thác xu hướng trang trí từ vật liệu tự nhiên của Việt Nam

1. Loại chất liệu và sản phẩm tương ứng
2. Xu hướng thiết kế & tiêu dùng xanh tại Hoa Kỳ
3. Gợi ý lựa chọn và vận hành sản phẩm
  1. Tấm lót bàn ăn (Placemats)
  2. Đèn bàn (Table Lamps)
  3. Kệ đựng tạp chí (Magazine Holders)
  4. Đồ trang trí điêu khắc treo tường (Wall Sculpture Market)
  5. Nến hũ (Jar Candles)



## V Phụ lục 1: Lộ trình tiếp cận thị trường và phát triển sản phẩm

1. Lộ trình tiếp cận thị trường
2. Minh họa hướng dẫn phát triển sản phẩm theo từng nhóm đặc thù
  1. Kệ sách (Bookcases)
  2. Tấm lót bàn ăn (Placemats)
  3. Vỏ gối trang trí (Throw Pillow Covers)



## VI Phụ lục 2: Bảng tổng hợp các phong cách nội thất và trang trí phổ biến

## VII Nguồn tham khảo tài liệu

# KHÁM PHÁ CƠ HỘI KINH DOANH NGÀNH HÀNG **TRANG TRÍ NHÀ CỬA**

## TRÊN AMAZON 2025



### 3 XU HƯỚNG TIÊU DÙNG NỔI BẬT TẠI HOA KỲ

-  **Cá nhân hóa không gian sống:**  
Sản phẩm thể hiện phong cách riêng
-  **Lối sống xanh & bền vững:**  
Vật liệu tự nhiên, thân thiện môi trường
-  **Nội thất đa chức năng:**  
Thiết kế thông minh, đa năng, tiết kiệm diện tích

### 3 LỢI THẾ CHO NHÀ BẢN HÀNG VIỆT NAM

-  **Lợi thế về vật liệu tự nhiên & tay nghề thủ công:** Phù hợp xu hướng bền vững, thân thiện môi trường
-  **Sản phẩm mang bản sắc Việt:** Tạo giá trị văn hóa khác biệt, thu hút người tiêu dùng Mỹ
-  **Chi phí cạnh tranh & năng lực OEM mạnh:** Dễ tùy chỉnh thiết kế, bắt kịp xu hướng



### 3 NHÓM SẢN PHẨM TIỀM NĂNG

#### Vải



Chăn



Gối



Hoa giả



Khăn



Tấm phủ bàn

#### Gỗ



Kệ



Khung ảnh



Bàn cà phê

#### Vật liệu tự nhiên



Mây tre



Nến trang trí

# I LỜI MỞ ĐẦU

Ngành hàng trang trí nhà cửa tại Hoa Kỳ đang chứng kiến sự tăng trưởng ổn định, được thúc đẩy bởi xu hướng thiết kế nội thất hiện đại, cá nhân hóa không gian sống và sự phổ biến của thương mại điện tử. Trong bối cảnh này, việc khai thác các cơ hội thị trường cho nhà bán hàng Việt Nam trở nên đặc biệt quan trọng, khi sản phẩm thủ công, vật liệu tự nhiên và thiết kế độc đáo ngày càng được người tiêu dùng ưa chuộng.

Trong cuốn cẩm nang “Khai thác tiềm năng ngành hàng trang trí nhà cửa 2024”, chúng tôi đã giới thiệu 4 nhóm sản phẩm chính trong lĩnh vực **Trang trí nhà cửa (Home Decor)**, bao gồm: Đồ trang trí, Rèm cửa, Nến và Thảm & Thảm trải sàn.

Tiếp nối những phân tích chuyên sâu đó, bản cập nhật năm 2025 sẽ mang đến cho nhà bán hàng một bức tranh toàn diện hơn về thị trường, bao gồm:

- ◆ **Cơ hội thị trường:** Tiềm năng tăng trưởng và lợi thế của nhà bán hàng Việt Nam tại Hoa Kỳ.
- ◆ **Xu hướng tiêu dùng & phong cách thiết kế:** Hành vi mua sắm, sở thích và các phong cách trang trí nội thất nổi bật.
- ◆ **Phát triển sản phẩm:** Chất liệu, thiết kế và định hướng phù hợp với thị trường.
- ◆ **Gợi ý vận hành:** Lựa chọn sản phẩm, đóng gói, quản lý và tối ưu hóa danh mục.
- ◆ **Phương án tiếp cận thị trường:** Lộ trình thực tiễn để mở rộng kinh doanh.



Đặc biệt, nội dung cẩm nang sẽ mở rộng sang đồ nội thất & sản phẩm trang trí cho phòng khách, phòng ngủ, nhà bếp và văn phòng tại nhà - những **ngách sản phẩm có tiềm năng tăng trưởng mạnh mẽ**.

Với những phân tích và gợi ý chi tiết này, nhà bán hàng Việt Nam có thể tận dụng tối đa tiềm lực doanh nghiệp để phát triển sản phẩm độc đáo và phương án kinh doanh hiệu quả.

# I. Cơ hội cho Việt Nam trong ngành hàng trang trí nhà cửa



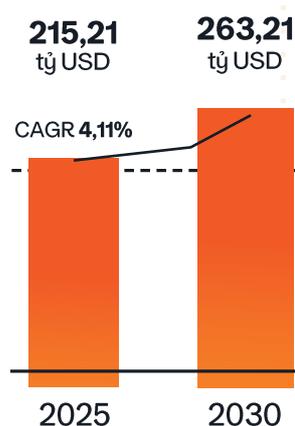
## 1. Quy mô và tốc độ tăng thị trường ngành trang trí nhà cửa tại Hoa Kỳ

**Trang trí nhà cửa** (hay **trang trí nội thất**) là hoạt động làm đẹp không gian sống thông qua việc **bố trí ánh sáng, lựa chọn nội thất, vật liệu và phụ kiện trang trí**. Hoạt động này vừa tạo nên vẻ đẹp thẩm mỹ, vừa góp phần cải thiện sức khỏe và tinh thần của các thành viên trong gia đình.



Tại Hoa Kỳ, thị trường ngành trang trí nhà cửa dự kiến đạt **215,21 tỷ USD** trong 2025 và sẽ tăng lên **263,21 tỷ USD** vào 2030 với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) **4,11%** vào giai đoạn **2025 - 2030**<sup>1</sup>.

Ngoài ra, số dự án xây dựng nhà ở mới cũng ghi nhận đà tăng trưởng (tăng **11,2%** trong tháng 2/2025 so với tháng trước)<sup>2</sup>. Con số này phản ánh nhu cầu ổn định và xu hướng tăng trưởng bền vững của người tiêu dùng Mỹ với việc hoàn thiện không gian sống.



**Thị trường trang trí nhà cửa tại Hoa Kỳ**  
Quy mô thị trường tính theo tỷ USD

1. Mordor Intelligence; [United States Home Decor Market Size & Share Analysis](#)  
2. Nahb; [Housing Starts Up in February as Builders Still Contend with Rising Costs](#)

Ngành hàng Trang trí nhà cửa (Home Decor) có thể được phân loại thành 4 nhóm danh mục sản phẩm chính, gồm:



## ĐỒ NỘI THẤT

### 📊 Quy mô thị trường

- ◆ Đóng góp **37,22%** trên tổng doanh thu ngành trang trí nhà cửa năm 2024. Trong đó, đồ nội thất phòng khách chiếm **29,6%** thị phần, thể hiện nhu cầu ổn định của người tiêu dùng<sup>1</sup>.

### 📦 Sản phẩm tiêu biểu

- ◆ Ghế dài (Sofa), bàn, ghế – Các sản phẩm có giá trị cao đóng góp phần lớn vào doanh thu của danh mục sản phẩm này.



## VẬT LIỆU LÓT & THẢM

### 📊 Quy mô thị trường

- ◆ Đóng góp gần **30%** thị phần ngành trong giai đoạn 2025 - 2030. Riêng sản phẩm thảm lót (rug) và thảm trải sàn (carpet) dự kiến đạt doanh thu **58,50 tỷ USD**<sup>2</sup>.

### 📦 Sản phẩm tiêu biểu

- ◆ Thảm lót, thảm trải toàn sàn, cùng các loại vật liệu lót sàn khác như gạch và gỗ.
- ◆ Khách hàng Mỹ ưa chuộng các sản phẩm tăng sự thoải mái, giữ ấm, giảm tiếng ồn và tạo phong cách (đặc biệt trong không gian bếp và phòng khách), đồng thời, ưu tiên vật liệu thân thiện với môi trường như sợi đay, sợi tái chế và quy trình dệt thảm thủ công.

1. Mordor Intelligence: [United States Home Decor Market Size & Share Analysis](#)

2. Market.us News: [Home Decor Statistics 2025 By Interior Spaces](#)



## SẢN PHẨM DỆT MAY GIA DỤNG

### Quy mô thị trường

- ◆ Đóng góp khoảng **18 - 20%** thị phần ngành trong giai đoạn 2025 - 2030. Riêng sản phẩm rèm cửa (curtain) dự kiến đạt doanh thu **53,65 tỷ USD** trong 2025<sup>1</sup>.

### Sản phẩm tiêu biểu

- ◆ Rèm cửa, chăn ga gối đệm, đồ vải dùng cho phòng tắm.
- ◆ Các sản phẩm được ưa chuộng vì tăng màu sắc, tạo điểm nhấn kết cấu và mang lại cảm giác thoải mái, ấm cúng cho không gian sống. Đặc biệt, một số dòng sản phẩm được thay mới theo mùa thường xuyên hơn so với các món đồ nội thất lớn.



## ĐÈN, ĐỒ TRANG TRÍ TƯỜNG VÀ PHỤ KIỆN

### Quy mô thị trường

- ◆ Quy mô nhỏ hơn nhưng vẫn duy trì tăng trưởng ổn định. Riêng ngách nền dự báo đạt doanh thu **11,51 tỷ USD** vào năm 2025<sup>1</sup>.

### Sản phẩm tiêu biểu

- ◆ **Đồ trang trí tường:**  
Tranh, giấy dán tường, gương.
- ◆ **Phụ kiện trang trí:**  
Lọ hoa, tượng, nến.
- ◆ Các sản phẩm giúp nêu bật cá tính trong không gian sống, thường gắn liền với các quyết định mua sắm nhanh, theo cảm hứng hoặc dịp lễ hội.

1. Maket.us News: [Home Decor Statistics 2025 By Interior Spaces](#)

## 2. Xu hướng nổi bật: Thiết kế nội thất tại Hoa Kỳ thúc đẩy doanh số ngành hàng trang trí nhà cửa

### 2.1. Xu hướng người tiêu dùng

Thị trường trang trí nhà cửa tại Hoa Kỳ hiện được định hình bởi 4 xu hướng lớn<sup>1</sup>:



#### Lối sống linh hoạt (Hybrid Lifestyle) & văn phòng tại nhà

- ◆ Xu hướng làm việc từ xa và linh hoạt (hybrid) khiến người Mỹ dành nhiều thời gian ở nhà hơn, thúc đẩy nhu cầu mạnh mẽ cho đồ văn phòng tại nhà và sản phẩm trang trí/nội thất với thiết kế linh hoạt và công thái học (ergonomic) để dễ dàng tùy chỉnh theo nhu cầu.
- ◆ Theo dữ liệu thống kê, doanh thu các sản phẩm nội thất văn phòng tại nhà đạt giá trị ước tính **65,2 tỷ USD** vào năm 2025, với tốc độ tăng trưởng ổn định **5%** mỗi năm.<sup>2</sup>



#### Vật liệu thân thiện với môi trường & bền vững (Sustainability)

- ◆ Tính bền vững đã trở thành ưu tiên hàng đầu trong trang trí nhà cửa. Người tiêu dùng ngày càng yêu thích vật liệu tái chế, thân thiện với môi trường như tre, nút chai tái chế, gỗ tái chế, kim loại tái chế, vải cotton hữu cơ, vải gai dầu...
- ◆ Đến năm 2025, nhóm sản phẩm này được dự báo sẽ chiếm khoảng **30% thị trường**, nhờ vào sự tham gia tích cực của các thương hiệu và xu hướng tiêu dùng xanh hướng đến nội thất tre, mây, giỏ cói, đồ vintage tái chế hoặc tân trang và các sản phẩm thủ công ít tác động đến môi trường<sup>3</sup>.



1. Các xu hướng được đưa ra dựa trên khuyến nghị của Decorilla - nền tảng dịch vụ thiết kế nội thất trực tuyến, kết nối người dùng với các nhà thiết kế chuyên nghiệp. Nền tảng này đã được thẩm định, công nhận trong ngành và từng xuất hiện trên Forbes, CNN, The New York Times.

2. Statista: [Home Office Furniture - Worldwide](#)

3. Market.us News: [Home Decor Statistics 2025 By Interior Spaces](#)



### Thiết kế đa chức năng & tiết kiệm không gian

- ◆ Nhu cầu nội thất đa chức năng, giải pháp lưu trữ thông minh ngày càng tăng trong các gia đình đô thị và văn phòng tại nhà.
- ◆ Các sản phẩm như bàn xếp lồng nhau, ghế kèm hộp lưu trữ, bàn gấp, các món đồ hai trong một, tủ/kệ tích hợp vừa giúp tối ưu diện tích vừa đảm bảo thẩm mỹ, đặc biệt được ưa chuộng trong không gian nhỏ.



### Thiết kế lấy cảm hứng từ thiên nhiên

- ◆ Đây là xu hướng đưa yếu tố thiên nhiên vào không gian sống. Người tiêu dùng thích trang trí không gian bằng cây cảnh trong nhà, tiểu cảnh nước và các họa tiết lấy cảm hứng từ thiên nhiên nhằm tạo cảm giác thư giãn, dễ chịu.
- ◆ Theo một khảo sát, **34%** nhà thiết kế nội thất đánh giá vật liệu tự nhiên và sinh học (gỗ, đá, vải hữu cơ) “rất phù hợp” với phong cách sống và thẩm mỹ hiện nay, từ đó có thể thấy đây là một trong những xu hướng quan trọng ảnh hưởng lớn đến việc thiết kế nội thất!
- ◆ Xu hướng được thể hiện qua gam màu đất (xanh lá, nâu, đất nung), chất liệu mộc mạc (mây, tre, giỏ cói) và chi tiết xanh như tường cây, tạo cảm giác gần gũi và thư giãn.



Bên cạnh các xu hướng chính, các sản phẩm ít hợp chất hữu cơ dễ bay hơi (VOC) cũng ngày càng được ưa chuộng, nhờ khả năng phát thải thấp, mang lại lựa chọn an toàn và thân thiện hơn với môi trường.

Nhà bán hàng nên chú trọng phát triển & quảng bá dòng sản phẩm ít VOC vì không chỉ phù hợp với xu hướng tiêu dùng bền vững mà còn giúp **tăng mức độ tin tưởng và khả năng ra quyết định mua hàng** của khách.

► **Các xu hướng này không chỉ phản ánh sự thay đổi trong thói quen và nhu cầu của người tiêu dùng mà còn là cơ hội để các thương hiệu đổi mới, phát triển sản phẩm và thương hiệu phù hợp hơn.**

## 2.2. Các phong cách nội thất và trang trí nhà cửa nổi bật tại Hoa Kỳ

### Các phong cách nội thất<sup>1</sup>



#### Tối giản nhưng ấm cúng (Japandi/Scandinavian)

- ◆ Phong cách này đề cao sự tối giản, ưu tiên vật liệu tự nhiên và gam màu trung tính. Các yếu tố ấm áp như chất liệu vải mềm mại và ánh sáng dịu được kết hợp khéo léo, tạo nên không gian yên bình, thư thái và mang lại cảm giác hạnh phúc.



#### Tường & trần có kết cấu

- ◆ Phong cách này tạo ra điểm nhấn nổi bật với trần dán giấy, ốp gỗ và lớp hoàn thiện bằng thạch cao trang trí, mang đến chiều sâu và cá tính cho bất kỳ không gian nào.

1. Decorilla: [20 Interior Design Trends 2025](#)



### Không gian chăm sóc sức khỏe tại nhà

- ◆ Khi nhu cầu quan tâm đến sức khỏe thể chất và tinh thần ngày càng tăng, các khu vực chăm sóc sức khỏe chuyên biệt đã trở thành yếu tố quan trọng trong thiết kế nội thất.
- ◆ Đó có thể là một góc yoga nhỏ, phòng thiền hoặc phòng tắm rộng rãi mang phong cách spa. Việc kết hợp ánh sáng tự nhiên, cây xanh và bảng màu dịu nhẹ sẽ mang lại cảm giác thư giãn, cân bằng và phục hồi năng lượng.



### Không gian đầy màu sắc

- ◆ Sử dụng một tông màu chủ đạo với các sắc độ khác nhau để tạo nên tổng thể hài hòa và ấn tượng. Xu hướng này phù hợp với những ai yêu thích phong cách nội thất vui tươi, muốn tạo điểm nhấn nổi bật và mang đến cho không gian nét cá tính, thời thượng.



### Thiết kế nội thất đa giác quan (Sensorial Interior Design)

- ◆ Phong cách này kết hợp kết cấu, mùi hương, âm thanh và ánh sáng nhằm tạo nên một không gian sống giàu trải nghiệm. Ví dụ, kết hợp thảm mềm mại, nến thơm, giai điệu nhẹ nhàng và hệ thống chiếu sáng có thể điều chỉnh.



### Bền vững - Thân thiện với môi trường

- ◆ Người tiêu dùng ngày càng ưu tiên vật liệu thân thiện, mang lại cảm giác tự nhiên (đá, gỗ, đất sét...) và các chi tiết hoàn thiện làm từ vật liệu tái chế hoặc có độ bền cao.
- ◆ Đồng thời, họ tìm kiếm các sản phẩm có thể tái sử dụng hoặc tái chế nhằm giảm nhu cầu thay thế thường xuyên.



## ■ Các phong cách TRANG TRÍ NHÀ CỬA<sup>1</sup>



### Xu hướng hoài cổ (Vintage & Retro)

- ◆ Phong cách retro đang trở lại mạnh mẽ với một nét hiện đại. Đồ nội thất vintage, họa tiết nổi bật và các vật dụng trang trí gợi nhớ quá khứ mang đến cho ngôi nhà hiện đại cảm giác lịch sử và cá tính. Sự kết hợp các yếu tố retro và chi tiết đương đại sẽ tạo nên tổng thể cân bằng và hài hòa.



### Phong cách tối đa (Maximalism)

- ◆ Phong cách này sử dụng màu sắc rực rỡ, họa tiết phức tạp và kết cấu đa dạng để tạo nên không gian sống động, cuốn hút về mặt thị giác.
- ◆ Việc xếp chồng nhiều yếu tố khác nhau giúp tăng chiều sâu và sự hứng thú, biến mọi góc phòng thành một “bữa tiệc” thị giác. Để tránh cảm giác quá tải, nên bắt đầu với nền trung tính rồi dần thêm các lớp màu sắc và họa tiết.

1. Decorilla: [20 Interior Design Trends 2025](#)



## Đồ thủ công và sản phẩm làm tay

- ◆ Trong thời đại sản xuất hàng loạt, các sản phẩm thủ công và làm tay ngày càng được đánh giá cao. Gốm sứ thủ công, đồ nội thất đặt làm riêng là các sản phẩm tinh xảo và mang đậm dấu ấn cá nhân, góp phần tạo nên không gian sống độc đáo.



## Tái sử dụng thích ứng (Adaptive Reuse)

- ◆ Đây là xu hướng tái sử dụng các công trình hoặc đồ nội thất cũ để tạo nên không gian hiện đại và độc đáo. Cách tiếp cận này không chỉ thổi luồng sinh khí mới vào các kiến trúc sẵn có, mà còn kết hợp hài hòa giữa lịch sử và thiết kế đương đại.
- ◆ Việc đưa vật liệu tái chế vào ngôi nhà là một giải pháp sáng tạo để giảm thiểu chất thải và bảo tồn di sản kiến trúc, đồng thời tạo điểm nhấn phong cách cho không gian.



Ngoài các phong cách nội thất và trang trí nhà cửa nổi bật tại Hoa Kỳ được đề cập, nhà bán hàng có thể tham khảo thêm Bảng tổng hợp các phong cách thiết kế phổ biến tại thị trường Hoa Kỳ trong phần **Thông tin tham khảo**.

## 2.3. Phân tích theo từng không gian sống: Xu hướng trang trí nhà cửa của người tiêu dùng Mỹ



## PHÒNG KHÁCH

Chiếm **29,6%** quy mô thị trường trang trí nhà cửa tại Hoa Kỳ vào năm 2024<sup>1</sup>. Đây là khu vực sinh hoạt chính, được sử dụng để tiếp khách, thư giãn và thể hiện phong cách cá nhân, vì vậy luôn nhận được sự đầu tư đáng kể từ chủ nhà.



### Gợi ý sản phẩm cho nhà bán hàng Việt Nam

- ◆ Tập trung vào các sản phẩm làm từ vật liệu tự nhiên: Mây, lục bình, tre, gỗ Acacia.
- ◆ Các sản phẩm có tiềm năng cao: Ghế mây trang trí, bàn phụ, khay cà phê bằng gỗ, kệ trưng bày, giỏ đan lát, vỏ gối và phụ kiện treo tường thủ công.



### Hành vi mua sắm

Người tiêu dùng Mỹ thường dành ngân sách đáng kể cho việc trang trí phòng khách và có thói quen làm mới không gian theo mùa. Các món được ưu tiên nâng cấp thường là gối, chăn, giỏ hoặc những món nội thất nhỏ.



### Xu hướng thiết kế

- ◆ Tối giản ấm áp với vật liệu tự nhiên (gỗ, mây, vải lanh).
- ◆ **Phong cách phổ biến:** Modern Organic, Transitional, Boho và Japandi.
- ◆ **Yếu tố phổ biến:** Đồ nội thất bo tròn (curved furniture), bảng màu đất, kết hợp phong cách vintage và kết cấu nhiều lớp.

Phòng khách

Văn phòng tại nhà

Phòng ngủ

Bếp và phòng ăn

Phòng tắm

Sảnh vào nhà

1. Mordor Intelligence: [United States Home Decor Market Size & Share Analysis](#)



## VĂN PHÒNG TẠI NHÀ

Văn phòng (hoặc góc làm việc) tại nhà đã trở thành một không gian thiết yếu, dành cho công việc, học tập và sáng tạo. Đây cũng là ngách tăng trưởng nhanh nhất trong lĩnh vực trang trí nhà cửa, với tốc độ tăng trưởng hàng năm dự kiến khoảng **9%** trở lên<sup>1</sup>. Việc thiết kế văn phòng tại nhà cần đảm bảo cân bằng giữa sự tập trung, thoải mái và cá nhân hóa.

### Hành vi mua sắm

- ◆ Nhu cầu cao đối với khay và kệ để bàn, giá đỡ, khay và đồ trang trí cây xanh.
- ◆ Người tiêu dùng đầu tư vào các chi tiết thị giác để duy trì cảm hứng làm việc.
- ◆ Trang trí vừa đẹp vừa hữu ích, kết hợp với phong cách ấm áp, dịu nhẹ được ưa chuộng.

### Xu hướng thiết kế

- ◆ **Phong cách:** Modern Earthy, Japandi, Eclectic thể hiện cá tính riêng.
- ◆ **Xu hướng:** Bảng màu phong phú (xanh xô thơm - Blue Sage, đất nung), cây xanh, kết cấu nhiều lớp.
- ◆ **Thiết kế Biophilic:** Cây xanh và vật liệu tự nhiên là điểm nhấn.



### Gợi ý sản phẩm cho nhà bán hàng Việt Nam

- ◆ Kệ để bàn làm việc, hộp bút bằng mây.
- ◆ Giá đỡ màn hình hoặc khay bằng gỗ.
- ◆ Giá để cây mini hoặc lọ trang trí.
- ◆ Thảm vải hoặc bảng ghim bằng vải lanh.

Phòng khách

Văn phòng tại nhà

Phòng ngủ

Bếp và phòng ăn

Phòng tắm

Sảnh vào nhà

1. Mordor Intelligence: [United States Home Decor Market Size & Share Analysis](#)



## PHÒNG NGỦ

Không chỉ là nơi nghỉ ngơi, phòng ngủ còn là không gian riêng tư, gợi lên cảm giác thoải mái, gần gũi và thể hiện bản sắc cá nhân. Người tiêu dùng muốn tìm kiếm không gian yên bình, ấm cúng để nạp năng lượng và thể hiện phong cách riêng.



### Gợi ý sản phẩm cho nhà bán hàng Việt Nam

- ◆ Tập trung vào sản phẩm dệt may và phụ kiện từ vật liệu tự nhiên
- ◆ Vỏ gối dệt hoặc thêu tay
- ◆ Giỏ hoặc hộp lưu trữ bằng vải
- ◆ Chăn hoặc mền đan thủ công
- ◆ Khay gỗ nhỏ hoặc khay tre đặt đầu giường
- ◆ Nhấn mạnh yếu tố bền vững, thủ công và sự thoải mái



### Hành vi mua sắm

- ◆ Quan tâm đến sản phẩm dệt may và đồ lưu trữ: Chăn ga, gối, chăn trang trí, giỏ.
- ◆ Thường xuyên thay mới chăn ga, đèn chiếu sáng và phụ kiện trang trí.



### Xu hướng thiết kế

- ◆ **Phong cách phổ biến:** Minimalism, Grandmillennial/Vintage, Scandi-Boho.
- ◆ **Xu hướng thẩm mỹ được ưa chuộng:** Tông màu đất, kết cấu nhiều lớp, sợi tự nhiên.
- ◆ **Sản phẩm được quan tâm:** Sản phẩm bền vững, mang lại cảm giác thú vị khi chạm vào và được làm thủ công.



Vỏ gối



Giỏ vải



Khay tre đầu giường



Chăn mền đan

Phòng khách

Văn phòng tại nhà

Phòng ngủ

Bếp và phòng ăn

Phòng tắm

Sảnh vào nhà

# BẾP VÀ PHÒNG ĂN

Khu vực bếp và phòng ăn ngày càng chiếm tỷ trọng lớn trong chi tiêu trang trí nhà cửa, khi việc nấu nướng và tiếp khách tại nhà vẫn duy trì phổ biến ngay cả sau đại dịch<sup>1</sup>.

Không gian này không chỉ là trung tâm sinh hoạt và gắn kết gia đình mà còn đóng vai trò quan trọng trong xu hướng “tiệc tại gia” (home entertaining) – nơi các gia đình thường xuyên tổ chức những buổi tiệc nhỏ, gặp gỡ bạn bè và người thân ngay tại nhà<sup>2</sup>.



## Hành vi mua sắm

- ◆ Thường xuyên chọn các vật dụng trang trí nhỏ, tiện ích như khay, lọ, giá đựng dụng cụ.
- ◆ Ưu tiên sản phẩm đa chức năng, có tính thẩm mỹ cao và phù hợp để làm quà tặng.

## Xu hướng thiết kế

- ◆ **Phong cách phổ biến:** Modern Rustic, Farmhouse, tối giản ấm áp trung tính.
- ◆ **Vật liệu:** Gỗ, đất nung, mây, thủy tinh.
- ◆ Tập trung vào sản phẩm thủ công, bền vững và mang vẻ đẹp tự nhiên.

## Gợi ý sản phẩm cho nhà bán hàng Việt Nam

- ◆ Thớt gỗ, giá đựng gia vị hoặc ống đựng dụng cụ bằng gỗ
- ◆ Lót bàn hoặc lót nổi đan thủ công bằng mây
- ◆ Dụng cụ nhà bếp thủ công (ví dụ: Cối và chày, kẹp salad)
- ◆ Kệ nhỏ hoặc hộp lưu trữ bằng mây



Thớt



Lót bàn



Dụng cụ nhà bếp



Kệ nhỏ, hộp lưu trữ

Phòng khách

Văn phòng tại nhà

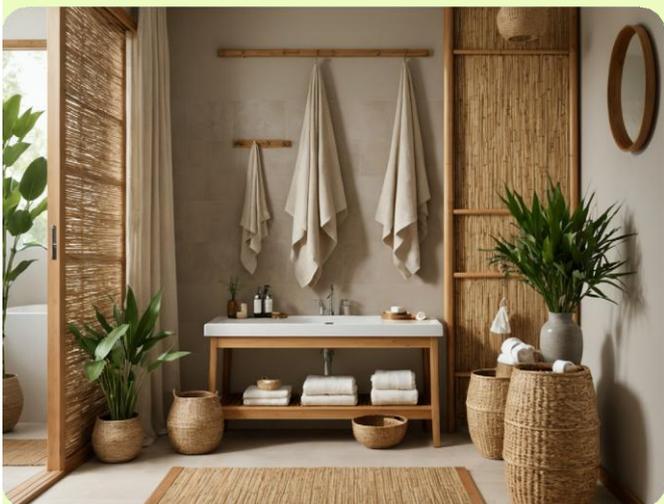
Phòng ngủ

**Bếp và phòng ăn**

Phòng tắm

Sảnh vào nhà

1. Mordor Intelligence: [United States Home Decor Market Size & Share Analysis](#)  
2. Coherent Market Insight: [Home Entertainment Market Size and Trends Forecast](#)



## PHÒNG TẮM

Phòng tắm ngày càng được thiết kế như một không gian nghỉ dưỡng kiểu spa. Năm 2025, nhiều chủ nhà nâng cấp phòng tắm với các tính năng chăm sóc sức khỏe nhằm tái hiện trải nghiệm spa<sup>1</sup>. Trang trí phòng tắm giúp tạo nên môi trường yên tĩnh, sạch sẽ và sang trọng.

### Hành vi mua sắm

- ◆ **Ưu tiên tính thẩm mỹ gắn liền với công năng:** Dụng cụ lưu trữ, phụ kiện để bàn, đồ bằng vải lanh.
- ◆ Việc trang trí không gian nhỏ thúc đẩy hành vi mua hàng lặp lại thường xuyên hơn.
- ◆ Quan tâm nhiều đến các sản phẩm nâng cấp theo mùa hoặc theo xu hướng.

### Xu hướng thiết kế

- ◆ **Phong cách phổ biến:** Spa hiện đại, Wabi-sabi, Organic luxury.
- ◆ **Vật liệu ưa chuộng:** Tre, gỗ, đá và gốm sứ mờ.
- ◆ Người tiêu dùng ưa chuộng không gian gọn gàng, mang tông màu đất và đa dạng về kết cấu.

### Gợi ý sản phẩm cho nhà bán hàng Việt Nam

- ◆ Giỏ đan bằng mây hoặc lục bình để đựng khăn/đồ dùng vệ sinh.
- ◆ Khay tắm bằng gỗ hoặc tre.
- ◆ Khay đựng xà phòng, lọ bằng gỗ hoặc gốm.
- ◆ Giá hoặc kệ treo tường.



Giỏ mây



Khay tắm



Khay đựng xà phòng



Giá treo tường

Phòng khách

Văn phòng tại nhà

Phòng ngủ

Bếp và phòng ăn

**Phòng tắm**

Sảnh vào nhà

1. Mordor Intelligence: [United States Home Decor Market Size & Share Analysis](#)

# SẢNH VÀO NHÀ

Đây là không gian chuyển tiếp ngay sau cửa chính, nơi sắp xếp đồ đạc và tạo ấn tượng đầu tiên về ngôi nhà. Việc trang trí sảnh vào nhà vừa tăng tính tiện dụng vừa thể hiện sự hiếu khách.



## Hành vi mua sắm

- ◆ Người tiêu dùng thường tìm kiếm sản phẩm vừa tiện dụng vừa có phong cách, đặc biệt phù hợp cho không gian nhỏ để tạo cảm giác chào đón khi về nhà.
- ◆ Người tiêu dùng có xu hướng thay đổi phong cách trang trí theo mùa.



## Xu hướng thiết kế

- ◆ **Phong cách:** Modern Rustic, Farmhouse, Transitional minimal.
- ◆ **Xu hướng:** Đồ nội thất đa chức năng, đơn giản, kết hợp nhiều vật liệu.
- ◆ Sảnh thường được trang trí với nhiều lớp vải, tông màu gỗ và giỏ tự nhiên.



Thùng đựng giày bằng mây



Móc treo tường



Bảng chào mừng



Giá cắm ô



## Gợi ý sản phẩm cho nhà bán hàng Việt Nam

- ◆ Thùng đựng giày hoặc giá cắm ô bằng mây/lục bình.
- ◆ Móc treo tường bằng gỗ hoặc kệ gỗ nhỏ.
- ◆ Giỏ đựng đồ đặt dưới ghế băng hoặc hộp đựng chìa khóa.
- ◆ Bảng chào mừng hoặc các món trang trí nhỏ xinh hoặc tối giản.

Phòng khách

Văn phòng tại nhà

Phòng ngủ

Bếp và phòng ăn

Phòng tắm

Sảnh vào nhà

### 3. Lợi thế cạnh tranh của Việt Nam trong ngành hàng trang trí nhà cửa

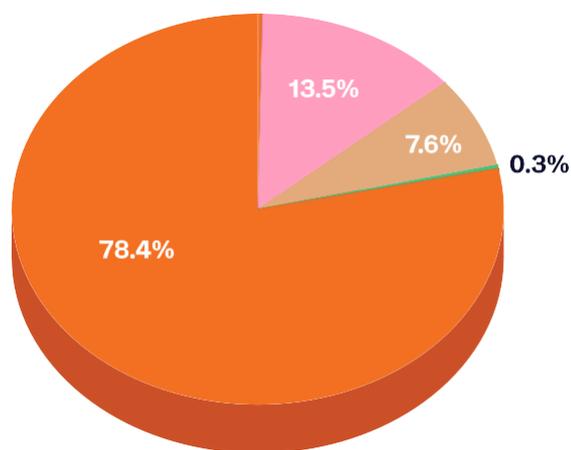
Dù kênh bán hàng trực tiếp hiện chiếm **56,3%** thị phần phân phối trong ngành hàng và dự báo vẫn tiếp tục dẫn đầu, bán hàng trực tuyến đang có tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) lên đến **10,4%** đến năm 2030<sup>1</sup>.

Trên Amazon, **ngành hàng** Trang trí nhà cửa (Home Decor) năm 2025 cũng ghi nhận mức tăng trưởng trên **10%** so với cùng kỳ năm ngoái<sup>2</sup>, cho thấy nhu cầu này tăng trưởng ổn định.

Sở hữu nguồn nguyên liệu tự nhiên dồi dào và tay nghề thủ công truyền thống, Việt Nam có lợi thế nổi bật khi tham gia **ngành hàng** Trang trí nhà cửa (Home Decor) trên Amazon.



#### 3.1. Lợi thế cạnh tranh về nguồn nguyên liệu



■ Dệt may ■ Gỗ ■ Mây, tre & cói ■ Khác

Năm 2024, xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ đạt gần **120 tỷ USD**. Trong đó, hàng dệt may (13,5%) và gỗ (7,6%) đều là những nhóm sản phẩm chủ lực với kim ngạch hàng tỷ USD.

Hàng mây, tre và cói - tuy chỉ chiếm 0,3% tổng kim ngạch - nhưng vẫn rất tiềm năng vì phù hợp với xu hướng sử dụng vật liệu bền vững và thân thiện với môi trường của người tiêu dùng Mỹ<sup>3</sup>.

1. Statista: [Key Market Indicators](#)

2. Dữ liệu nội bộ Amazon

3. Customs: [Preliminary Assessment of Vietnam's 2024 Trade Performance](#)

Với năng lực sản xuất thiết bị gốc (OEM) và hệ thống vận hành ổn định, nhà bán hàng Việt Nam có cơ hội lớn để phát triển sản phẩm mới để đa dạng hóa kích thước, vật liệu và thiết kế, đặc biệt là khai thác sâu hơn 3 nhóm vật liệu với nguồn cung dồi dào như:



## DỆT MAY

Ngành dệt may trong nước phát triển mạnh mẽ và có thể đảm bảo nguồn nguyên liệu ổn định cho các sản phẩm như vỏ gối, khăn trải bàn và tranh treo tường. Với giá trị xuất khẩu sang Hoa Kỳ đạt **16,1 tỷ USD** vào năm 2024, Việt Nam vẫn còn dư địa tăng trưởng lớn trong ngành này<sup>1</sup>.

## GỖ

Là mặt hàng xuất khẩu chủ lực với doanh thu **16,25 tỷ USD** trong năm 2024, trong đó Hoa Kỳ chiếm **56%** tổng giá trị xuất khẩu, tương đương gần **9 tỷ USD**. Các sản phẩm trang trí nội thất bằng gỗ được khách hàng Mỹ ưa chuộng nhờ công năng, thẩm mỹ và yếu tố bền vững, đặc biệt trong lĩnh vực trang trí nhà cửa<sup>1</sup>.



## MÂY, TRE & ĐAN LÁT

Việt Nam là một trong những nhà xuất khẩu hàng đầu thế giới về sản phẩm mây, tre và đan lát, với giá trị xuất khẩu hơn **804 triệu USD** trong năm 2024<sup>2</sup>.

Đến tháng 09 năm 2025, Hoa Kỳ nhập khẩu **296 triệu USD** sản phẩm mây và tre từ Việt Nam<sup>2</sup> với danh mục sản phẩm đa dạng, từ đồ nội thất cỡ lớn đến giỏ trang trí, khay và chụp đèn.

1. Customs: [Preliminary Assessment of Vietnam's 2024 Trade Performance](#)

2. Customs: [Xuất khẩu theo thị trường & mặt hàng chủ yếu tháng 9/2025](#)

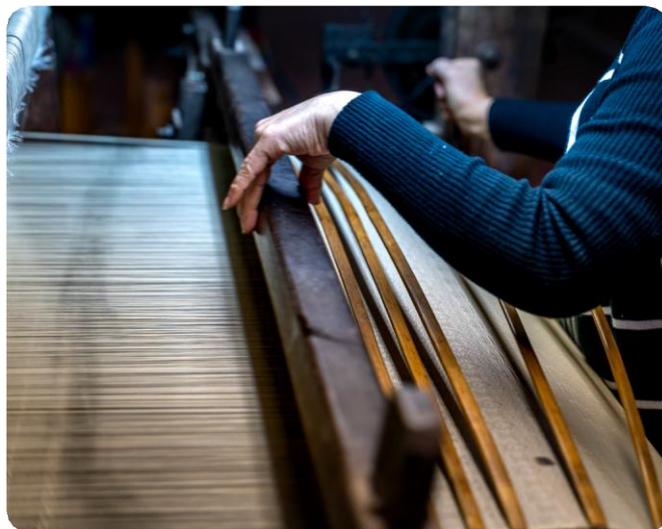
### 3.2. Lợi thế cạnh tranh về năng lực sản xuất



Việt Nam sở hữu năng lực chế tác cao trong việc xử lý các vật liệu tự nhiên và bền vững như mây, lục bình và gỗ cứng cao cấp, với hệ thống làng nghề từ các nghề nhân dệt may và thủ công mỹ nghệ. Nhiều làng nghề truyền thống như làng nghề mây tre đan Bảo Minh (Hà Nội) đã đầu tư máy móc và quy trình sản xuất hiện đại để hỗ trợ, tạo nên chuỗi sản xuất linh hoạt, chất lượng cao và đáp ứng được yêu cầu xuất khẩu.<sup>1</sup>

Các lợi thế này là nền tảng để xây dựng chuỗi sản xuất và vận hành khép kín: Từ xử lý nguyên liệu, sản xuất, đến kiểm định chất lượng và đóng gói. Từ đó, nhà bán hàng có thể ổn định chất lượng sản phẩm, minh bạch về nguồn gốc vật liệu và kiểm soát chi phí hiệu quả.

Bên cạnh đó, lợi thế này cũng mở ra cơ hội phát triển thương hiệu riêng và những bộ sưu tập trang trí nhà cửa độc đáo có sự kết hợp giữa tay nghề truyền thống Việt Nam và phong cách thiết kế hiện đại. Các sản phẩm này sẽ thu hút nhóm người tiêu dùng ưa chuộng sản phẩm thủ công, thân thiện môi trường và mang dấu ấn bản sắc riêng.



1. VietnamVnnet: [Làng nghề Bắc Bộ - từ truyền thống đến hiện đại](#)

Để giúp nhà bán hàng tối ưu hóa quá trình xác định và ra mắt sản phẩm tiềm năng, tài liệu này giới thiệu **Mô hình Đánh giá Lựa chọn Sản phẩm (Product Selection Framework)** – một công cụ hỗ trợ ra quyết định dựa trên dữ liệu và thị trường, giúp tăng độ chính xác khi lựa chọn sản phẩm mới và nâng cao tỷ lệ thành công khi mở rộng danh mục.



## HƯỚNG DẪN SẢN PHẨM



### ĐÁNH GIÁ VẬN HÀNH

- ◆ Tính mùa vụ
- ◆ Yêu cầu tuân thủ
- ◆ Thời điểm ra mắt
- ◆ Tỷ lệ trả hàng và lý do



### PHÂN TÍCH SẢN PHẨM

- ◆ Phân phối giá và độ giãn nở nhu cầu
- ◆ Nhận xét đánh giá sản phẩm
- ◆ Phân tích thuộc tính nổi bật



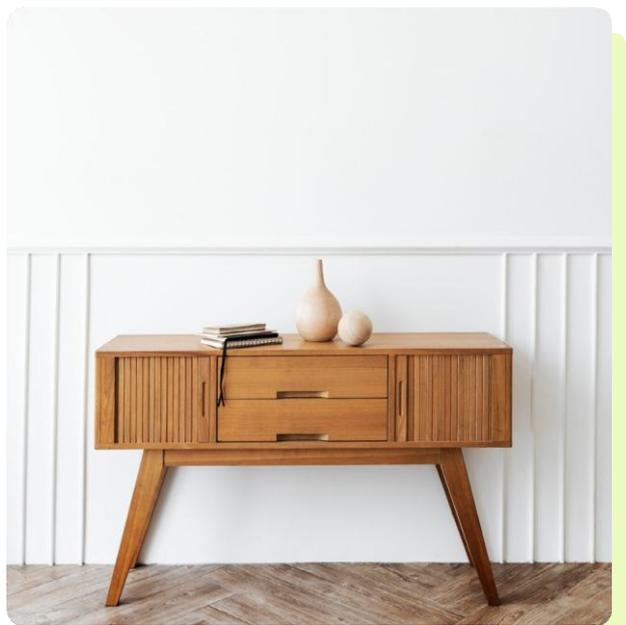
### TIỀM NĂNG THỊ TRƯỜNG

- ◆ Độ lớn thị trường
- ◆ Tăng trưởng thị trường
- ◆ Mức độ cân nhắc trước khi mua hàng



### MỨC ĐỘ CẠNH TRANH TRÊN AMAZON

- ◆ Phân bố thị phần/Độ chiếm lĩnh của các thương hiệu lớn
- ◆ Tốc độ ra mắt/mở mới sản phẩm



Thông qua mô hình này, nhà bán hàng có thể đánh giá toàn diện quy mô thị trường, bối cảnh cạnh tranh, đồng thời đánh giá rào cản gia nhập và các yếu tố quan trọng khác như tính mùa vụ, thời điểm tung sản phẩm, tỷ lệ hoàn trả hoặc phản hồi của khách hàng.

Mỗi sản phẩm tiềm năng sẽ được xem xét dựa trên các nhóm tiêu chí cụ thể để đưa ra bản đánh giá toàn diện. Phân tích sản phẩm cũng cung cấp chi tiết nhằm giúp nhà bán hàng xác định chính xác khía cạnh cần tập trung phát triển, từ tính năng và giá trị sử dụng của sản phẩm, phương pháp định giá và những điểm cần lưu ý từ xếp hạng và đánh giá của khách hàng.

# II.

## Quyền lực “mềm”

Cơ hội kinh doanh sản phẩm  
trang trí nhà cửa từ vải cho  
nhà bán hàng Việt Nam



## 1. Các loại chất liệu và sản phẩm tương ứng

Vật liệu	Đặc tính vật liệu	Ưu điểm	Nhược điểm	Độ bền	Sản phẩm phù hợp
 <p><b>Polyester</b> (Sợi tổng hợp)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sợi nhân tạo, đa dụng</li> <li>Giữ màu sắc rực rỡ</li> <li>Kết cấu mượt</li> <li>Duy trì form dáng</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Giá cả phải chăng</li> <li>Chống nhăn</li> <li>Nhanh khô, dễ bảo quản</li> <li>Nhẹ, chắc</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Không phân hủy sinh học</li> <li>Kém thoáng khí</li> <li>Tĩnh điện, dễ xù lông</li> <li>Thiếu cảm giác cao cấp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rất bền</li> <li>Chắc chắn</li> <li>Giữ màu tốt</li> <li>Nhạy cảm với nhiệt độ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vỏ gối</li> <li>Rèm cửa</li> <li>Khăn trải bàn</li> <li>Vải/đệm bọc ghế giá rẻ</li> <li>Giỏ lưu trữ bằng vải</li> </ul>
 <p><b>Cotton</b> (Bông)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sợi tự nhiên</li> <li>Mềm, thoáng khí</li> <li>Phổ biến</li> <li>Dễ nhuộm</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Thoải mái</li> <li>Hút ẩm tốt</li> <li>Bền nếu chăm sóc đúng</li> <li>Không gây dị ứng</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dễ nhăn</li> <li>Co rút nếu không xử lý trước</li> <li>Phai màu theo thời gian</li> <li>Khô lâu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trung bình - cao</li> <li>Chắc, nhưng yếu khi ướt</li> <li>Có thể xù lông khi sử dụng</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vỏ gối</li> <li>Bộ ga trải giường</li> <li>Rèm cửa</li> <li>Khăn trải bàn</li> <li>Khăn tắm</li> </ul>
 <p><b>Linen</b> (Vải lanh)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sợi lanh tự nhiên</li> <li>Bề mặt cứng cáp, có kết cấu rõ rệt</li> <li>Cao cấp, thân thiện với môi trường</li> <li>Thoáng khí, mát mẻ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bền chắc hơn cotton</li> <li>Rất thoáng khí</li> <li>Có độ bóng tự nhiên</li> <li>Bền vững</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dễ nhăn</li> <li>Ban đầu hơi cứng</li> <li>Có thể co rút</li> <li>Giá cao hơn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rất bền</li> <li>Mềm hơn theo thời gian sử dụng</li> <li>Sử dụng lâu dài</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Khăn trải bàn</li> <li>Rèm cửa</li> <li>Vỏ gối/đệm</li> <li>Bọc ghế cao cấp</li> <li>Chăn ga gối đệm</li> </ul>
 <p><b>Vải fleece</b> (Lông cừ nhân tạo)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chất liệu tổng hợp, kết cấu xù bông</li> <li>Ấm, giữ nhiệt</li> <li>Nhẹ nhưng dày dặn</li> <li>Thường được làm từ sợi tổng hợp (polyester)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mềm, ấm áp</li> <li>Nhanh khô</li> <li>Giá phải chăng</li> <li>Dễ bảo quản</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kém thoáng khí</li> <li>Dễ bị xù lông</li> <li>Tạo tĩnh điện</li> <li>Trông kém sang hơn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Độ bền ở mức trung bình</li> <li>Chống co rút tốt nhưng xù lông làm giảm tuổi thọ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chăn</li> <li>Chăn trang trí (throw)</li> <li>Vỏ gối/đệm</li> <li>Giường thú cưng</li> <li>Trang trí mùa đông</li> </ul>
 <p><b>Lụa</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sợi protein tự nhiên</li> <li>Sang trọng, bóng</li> <li>Mềm mịn, mượt</li> <li>Biểu tượng địa vị cao cấp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nhẹ</li> <li>Ngoại hình thanh lịch</li> <li>Không gây dị ứng</li> <li>Bền mặc dù mỏng manh</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Đắt</li> <li>Cần chăm sóc cẩn thận</li> <li>Yếu dưới ánh nắng</li> <li>Dễ bẩn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trung bình</li> <li>Nhạy cảm với ánh sáng &amp; nước</li> <li>Bền lâu nếu chăm sóc đúng cách</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vỏ gối</li> <li>Rèm cửa</li> <li>Khăn trải bàn</li> <li>Treo tường trang trí</li> <li>Phụ kiện trang trí</li> </ul>
 <p><b>Vải xô</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cotton dệt nhẹ</li> <li>Thoáng khí, nửa trong suốt</li> <li>Mềm mịn</li> <li>Thường nhiều lớp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dịu nhẹ, mềm mịn</li> <li>Thoáng khí</li> <li>Khô nhanh</li> <li>Dễ thao tác</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mỏng manh, dễ rách</li> <li>Nhanh nhăn</li> <li>Cách nhiệt kém</li> <li>Kết cấu hạn chế</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Thấp - trung bình</li> <li>Phù hợp sử dụng nhẹ</li> <li>Dễ hao mòn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rèm cửa</li> <li>Khăn trải bàn</li> <li>Chăn em bé</li> <li>Vỏ gối</li> <li>Chăn mỏng nhẹ</li> </ul>

## 2. Mẫu thiết kế và phong cách phổ biến

Sản phẩm trang trí nội thất bằng vải (vỏ gối, rèm cửa, khăn trải bàn, chăn, hộp vải đựng đồ...) là một ngách có tốc độ bán hàng nhanh và chịu ảnh hưởng mạnh bởi xu hướng. Trong ngành này, lợi thế cạnh tranh thuộc về nhà bán hàng có khả năng đặt hàng số lượng nhỏ (MOQ thấp), sản xuất mẫu mã nhanh và liên tục cập nhật thiết kế theo mùa.

### Mẫu thiết kế được ưa chuộng

**Vỏ gối và rèm cửa/màn treo** luôn nằm trong danh sách bán chạy nhất của Amazon nhờ trọng lượng nhẹ, dễ vận chuyển và thay đổi thiết kế.

Chính những đặc điểm này cho phép nhà bán hàng nhanh chóng bắt kịp các xu hướng nhỏ mới nổi như họa tiết nơ coquette hay chất liệu bouclé.

Các ấn phẩm chuyên ngành và hành vi mua sắm của khách hàng cho thấy sự quan tâm lớn đến các sản phẩm **rèm nhung, rèm vải giả lanh, vỏ gối vải bouclé, vải xô** và các họa tiết theo mùa.



Các sản phẩm có chất liệu tạo cảm giác mềm mại (**vải bouclé, vải nhung**) và các chi tiết trang trí như **bèo nhún, ren hoặc thêu** đang rất thịnh hành trên các phương tiện truyền thông về nội thất, đồng thời cũng được ưa chuộng trên Amazon.

## Phong cách phổ biến

### A. Hiện đại kết hợp phong cách Minimalism/ Japandi<sup>1</sup>

- ◆ Màu trơn, tông trung tính, kết cấu vải lanh/vải giả lanh, rèm xếp ly hoặc rèm có móc ở mặt sau, vỏ gối trơn cỡ lớn.
- ◆ Lý do bán chạy:
  - Dễ phối kết hợp
  - Tạo đường nét mềm mại cho không gian tối giản
  - Có thể sử dụng bảng màu lặp lại



### B. Cozy (bề mặt ấm áp, mềm mại khi chạm)<sup>1</sup>

- ◆ Vỏ gối/chăn vải bouclé, rèm nhung chắn sáng, các phụ kiện lông mềm.
- ◆ Lý do bán chạy:
  - Mang lại cảm giác mềm mại, thoải mái khi chạm vào
  - Chi phí sản xuất thấp nhưng vẫn tạo ấn tượng cao cấp
  - Có thể mô tả sản phẩm bằng các từ khóa theo trào lưu như “soft-touch” hay “bouclé” để bắt kịp xu hướng, thu hút khách hàng

1. Architectural Digest: [The Best Curtains on Amazon](#), Who What Wear: [6 Trends Defining](#)



### C. Lãng mạn theo phong cách Coquette/ Cottage<sup>1</sup>

- ◆ Viên bèo, ren, thêu, nơ, khăn trải bàn trắng trên nền trắng, khăn trải bàn hoa.
- ◆ **Lý do bán chạy:**
  - Gợi cảm giác hoài niệm, thích hợp làm quà tặng
  - Nhu cầu có xu hướng tăng mạnh vào dịp lễ và mùa xuân

### D. Theo mùa & chủ đề<sup>2</sup>

- ◆ Bảng màu trầm mùa thu, khăn trải bàn vải thưa/vải xô (cheesecloth/gauze), vỏ gối/tất Giáng Sinh, rèm theo chủ đề.
- ◆ **Lý do bán chạy:**
  - Mức tăng doanh số ổn định, có thể dự đoán được vào Quý 2 và Quý 4
  - Dễ dàng thay đổi họa tiết in trên cùng một mẫu sản phẩm cơ bản



### E. Pattern Drench/Phối họa tiết đa dạng

- ◆ Họa tiết phối hợp (sọc, kẻ ô, hoa lá) trên vỏ gối, khăn trải bàn và rèm.
- ◆ **Lý do bán chạy:**
  - Dễ tăng giá trị trung bình đơn hàng nhờ bán theo bộ



1. Vogue: [Why Lace, Ruffles and Embroidery Are the Hottest Trend](#)

2. Elle Decor: [20 Chic Fall Decor](#)



### 3. Gợi ý lựa chọn và vận hành các sản phẩm trang trí nội thất từ vải

#### Tính mùa vụ

- ◆ Nhu cầu ổn định quanh năm nhưng tăng mạnh vào Quý 4 (tháng 10 - 12) nhờ các dịp lễ và quà tặng.
- ◆ Một số dịp đặc biệt: Lễ Tình Yêu (Valentine), mùa cưới (tháng 5 - 10), tháng 7 (sự kiện mua sắm Prime Day) và mùa cuối năm (sự kiện mua sắm Black Friday & Cyber Monday, Giáng sinh).

#### Tỷ lệ trả hàng và yếu tố ảnh hưởng

- ◆ Tỷ lệ trả hàng dao động 5 - 12% (tùy sản phẩm)<sup>1</sup>.
- ◆ **Nguyên nhân trả hàng chính:** Khác biệt giữa ảnh và sản phẩm thật (màu sắc, kích thước, chất liệu), kỳ vọng sử dụng không đạt hoặc hư hỏng trong vận chuyển.

#### Rào cản gia nhập

- ◆ **Cạnh tranh gay gắt về giá cả và số lượng:** Nhiều ngách sản phẩm vải phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ các nhà bán hàng khác, đặc biệt ở phân khúc giá rẻ. Điều này đòi hỏi nhà bán hàng mới phải có chiến lược giá hợp lý hoặc tạo ra sự khác biệt rõ rệt để thu hút khách hàng.
- ◆ **Yêu cầu về chất lượng và trải nghiệm khách hàng:** Khách hàng ngày càng đòi hỏi cao về chất lượng sản phẩm. Nhà bán hàng cần cung cấp thông tin sản phẩm chính xác, thiết kế bao bì tốt, duy trì chất lượng ổn định để tránh bị trả hàng và nhận đánh giá tiêu cực.
- ◆ **Khó tạo ra sự khác biệt:** Việc tạo ra một sản phẩm nổi bật và khác biệt so với hàng ngàn sản phẩm cạnh tranh tương tự trên thị trường là một thách thức lớn. Các sản phẩm mới cần có thiết kế và tính năng độc đáo để thu hút sự chú ý.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon



### Khách hàng mục tiêu

- ◆ Hộ gia đình, người thuê nhà muốn làm đẹp không gian với chi phí hợp lý.
- ◆ Người tổ chức sự kiện (đám cưới, tiệc).
- ◆ Người mua quà tặng (mùa lễ, tân gia, Lễ Tình Yêu, Giáng Sinh).
- ◆ Người yêu thích thiết kế, trang trí nhà cửa.

### Cơ hội cho nhà bán hàng Việt Nam

- ◆ Việt Nam có thế mạnh ngành dệt may và thủ công mỹ nghệ (linen, cotton, mây, lục bình).
- ◆ Chi phí sản xuất cạnh tranh hơn.
- ◆ Có tiềm năng xây dựng thương hiệu dựa trên câu chuyện thủ công, bền vững, sản xuất tại Việt Nam, để khác biệt với hàng nhập khẩu phổ thông.

### Gợi ý đóng gói

- ◆ Đóng gói gọn gàng, tối ưu kích thước để giảm phí vận chuyển và phí FBA.
- ◆ Dán nhãn FNSKU đầy đủ, tuân theo quy định của Amazon.
- ◆ Bổ sung biện pháp chống ẩm, chống mốc meo, chống hư hỏng để giảm tỷ lệ trả hàng.
- ◆ Các loại bao bì phổ biến gồm:
  - Túi nhựa Polybag có in cảnh báo nhạy thờ (bắt buộc với nhiều loại sản phẩm trang trí từ vải).
  - Túi hút chân không dành cho các sản phẩm có kích thước lớn hoặc cồng kềnh.
  - Băng quấn sản phẩm (Belly band) hoặc giấy kraft quấn ngoài kèm theo thẻ thông tin sản phẩm để tăng nhận diện thương hiệu.
- ◆ Đối với dòng sản phẩm quà tặng hoặc phân khúc cao cấp, có thể sử dụng hộp giấy tái chế, túi zip, túi vải hoặc bao bì trang trí để nâng cao trải nghiệm khách hàng.

# BỘ VỎ GỐI VÀ GA TRẢI GIƯỜNG

(Pillowcase & Sheet Sets)

Đây là ngách có tốc độ tiêu thụ cao trong ngành hàng chăn ga gối đệm, với nhu cầu ổn định quanh năm và tăng mạnh vào các mùa cao điểm. Với rào cản gia nhập ở mức vừa phải, nhà bán hàng vẫn có nhiều cơ hội nhờ nâng cao chất lượng sản phẩm, đăng tải thông tin rõ ràng và tối ưu hiệu quả vận hành.



## A. Tiềm năng thị trường

### ● Tăng trưởng thị trường

- ◆ Quy mô thị trường toàn cầu (2025 - 2035): **112,95 tỷ USD<sup>1</sup>**
- ◆ Thị trường Hoa Kỳ (2024): **8 tỷ USD<sup>2</sup>**

### ● Quy mô thị trường

- ◆ Tăng trưởng toàn cầu (2024): Tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) **4,8%<sup>3</sup>**
- ◆ Số đơn vị bán ra trên Amazon trong 12 tháng gần nhất (TTM) tăng từ **2 - 5%** so với cùng kỳ năm ngoái (YoY).<sup>4</sup>

### Đánh giá từ chuyên gia

“Thị trường toàn cầu tăng trưởng 4,8% phản ánh nhu cầu đang gia tăng. Dù mức tăng trên Amazon chỉ đạt 2% YoY mỗi năm, chu kỳ mua ổn định và đơn hàng lớn vẫn mang lại cơ hội cho nhà bán hàng Việt Nam mở rộng quy mô với lợi thế về giá và chất lượng.”

## B. Đánh giá vận hành



### Tính mùa vụ

- ◆ Theo xu hướng chung của nhóm sản phẩm trang trí từ vải.



### Rào cản gia nhập

- ◆ Ngoài các rào cản chung của ngành hàng trang trí từ vải, nhà bán hàng cần đáp ứng nhu cầu đa dạng của người mua, cung cấp nhân kích thước chính xác, bao bì rõ ràng và kiểm soát chất lượng để tăng trải nghiệm, giảm trả hàng.



### Gợi ý đóng gói

- ◆ Áp dụng các gợi ý đóng gói chung dành cho sản phẩm trang trí từ vải.



### Thời điểm ra mắt lý tưởng

- ◆ Tháng 3 - 4 (trước mùa hè và sự kiện mua sắm Prime Day) hoặc tháng 8 - 9 (chuẩn bị cho Quý 4 và giai đoạn thay/đổi đồ vải mới cho kỳ túc xá/gia đình).



### Tỷ lệ trả hàng và yếu tố ảnh hưởng

- ◆ Mức trung bình 5 - 7%<sup>4</sup>.
- ◆ Nguyên nhân trả hàng chính: Tương tự các sản phẩm trang trí từ vải khác.

- ◆ Ngoài ra, nên sử dụng thùng carton cứng chống ẩm với trọng lượng dưới 50 lbs để thuận tiện cho vận chuyển và lưu kho.

1. Markets Future: [Global Bed Sheet Market Overview](#)

2. Fortune Business Inside: [U.S. Bedsheets Market Size](#)

3. Fmi: [Pillow Cases Market](#)

4. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## C. Phân tích sản phẩm<sup>1</sup>

### ◆ Kích thước phổ biến

Queen  
King  
Full  
Twin

### ◆ Phạm vi giá phổ biến

10 - 15 USD  
20 - 25 USD  
15 - 20 USD

### ◆ Chất liệu phổ biến

Microfiber  
Polyester  
Cotton  
Satin

### ◆ Xu hướng màu sắc

Trắng  
Đen  
Xám  
Xanh dương đậm



### ● Khách hàng mục tiêu

- ◆ Người trẻ thế hệ Millennials & Gen Z: Nhạy bén với xu hướng, quan tâm đến giá cả, chú trọng tính thẩm mỹ và bền vững.
- ◆ Người thu nhập cao/mua hàng cao cấp: Ưu tiên chất liệu cao cấp, yêu thích đồ chế tác thủ công tinh xảo, hướng đến phong cách “bedcore” (tập trung chăm sóc bản thân, nâng tầm phòng ngủ).
- ◆ Người đam mê trang trí/cải tạo nhà cửa: Tập trung nâng cấp công năng và tính thẩm mỹ, phục vụ nhu cầu cải tạo.
- ◆ Người tiêu dùng quan tâm môi trường: Ưu tiên sản phẩm hữu cơ, nguồn gốc minh bạch, chú trọng sức khỏe và môi trường.
- ◆ Khách hàng B2B (ngành khách sạn, chung cư): Mua hàng số lượng lớn, ưu tiên độ bền, hiệu quả về mặt chi phí, đặt hàng lặp lại.

### ● Ưu thế bán hàng của sản phẩm (USP)

- 🌞 **Đa dạng thiết kế và thay đổi theo mùa:** Đồ trang trí nội thất mang xu hướng “thời trang nhanh” với màu sắc, họa tiết, phong cách thiết kế thay đổi theo mùa.
- 📄 **Chất lượng và sự thoải mái của chất liệu:** Bền, thoáng khí, êm ái; phù hợp với lối sống hiện đại.
- 💰 **Giá cả và giá trị của sản phẩm:** Nhẹ, thuận tiện khi sử dụng dịch vụ FBA và được bán theo combo/bộ với mức giá cạnh tranh.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon



### Cơ hội cho nhà bán hàng Việt Nam

- ◆ Các sản phẩm giá rẻ đang chiếm ưu thế, vì vậy chất lượng và công năng sản phẩm cần đáp ứng kỳ vọng của người mua để tránh trả hàng và đánh giá tiêu cực. Về chất liệu, microfiber và polyester hiện dẫn đầu, nhưng nhu cầu về cotton và các lựa chọn thân thiện với môi trường trong phân khúc trên 20 USD đang tăng. Nhà bán hàng Việt Nam có thể tận dụng thế mạnh dệt may của mình để tham gia các phân khúc chất lượng cao.
- ◆ Ra mắt các mẫu bán chạy: Cỡ Queen, tông màu trung tính, chất liệu microfiber hoặc cotton.
- ◆ Làm nổi bật cảm giác chất liệu và độ bền trong tiêu đề, tính năng chính của sản phẩm và hình ảnh.
- ◆ Xem xét phương án bán theo bộ (bộ 4 món, sản phẩm bổ sung) để tiếp cận phân khúc giá cao hơn.



### D. Mức độ cạnh tranh trên Amazon<sup>1</sup>

- **Mức độ tập trung thương hiệu trên thị trường**
  - ◆ Hơn 2.000 thương hiệu với 10 thương hiệu đứng đầu chiếm ~50% thị trường.
- **Tần suất ra mắt sản phẩm mới**
  - ◆ Số lượng ra mắt sản phẩm mới rất cao, dao động 2.000 - 4.000 ASIN mới mỗi tháng.

- **Giai đoạn tìm hiểu trước khi mua**

- ◆ Để tạo ra đơn hàng, sản phẩm của danh mục này cần đạt được trung bình 800 - 1.000 lượt xem trong giai đoạn cân nhắc (cao hơn so với các ngành hàng tương tự khác). Do đó, nhà bán hàng phải đầu tư nhiều hơn vào các hoạt động tiếp thị, quảng cáo và xây dựng thương hiệu để thúc đẩy chuyển đổi.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## E. Gợi ý phong cách thiết kế



# CHĂN TRANG TRÍ

(Throw blanket)

Chăn trang trí là loại chăn nhẹ, thường dùng để giữ ấm, tạo hiệu ứng xếp lớp và làm điểm nhấn cho phòng khách hoặc phòng ngủ. Sản phẩm là món đồ nội thất đa năng, vừa đáp ứng nhu cầu sử dụng thực tế vừa mang tính thẩm mỹ. Đối với nhà bán hàng Việt Nam, đây là danh mục có tiềm năng cao trên Amazon nhờ nhu cầu ổn định quanh năm, phí lưu kho và vận chuyển thấp, thiết kế đa dạng, có thể cạnh tranh bằng sự sáng tạo thay vì chỉ dựa vào giá.

## A. Tiềm năng thị trường

### ● Quy mô thị trường

- ◆ Quy mô thị trường toàn cầu (2024): ~**3,89 tỷ USD** cho chăn trang trí.<sup>1</sup>
- ◆ Thị trường Hoa Kỳ (2024): **2,4 tỷ USD**.<sup>2</sup>

### ● Tăng trưởng thị trường

- ◆ Tăng trưởng toàn cầu 2025 - 2034: ~**5,4%**.<sup>3</sup>
- ◆ Tăng trưởng số đơn vị bán ra trên Amazon trong 12 tháng gần nhất (TTM): Tăng khoảng **30 - 35%**.<sup>4</sup>



## Đánh giá từ chuyên gia

“ Danh mục Chăn trang trí trên Amazon đang tăng trưởng gần gấp đôi so với thị trường toàn cầu, với doanh số ổn định hàng tháng và giai đoạn cao điểm theo mùa. Đây là cơ hội để nhà bán Việt Nam tham gia thị trường trực tuyến đang tăng tốc, đặc biệt trên Amazon - nơi sản phẩm cần thay đổi nhanh theo xu hướng.

Kết hợp chi phí sản xuất hợp lý và thiết kế linh hoạt sẽ giúp khai thác đà tăng trưởng toàn cầu và nhu cầu thay đổi nhanh trên Amazon để biến ý tưởng sáng tạo thành sản phẩm xuất khẩu sinh lợi. ”

1. Growth Market Report: [Throw Blanket Market 2033](#)

2. LinkedIn: [North America Plush Throw Blanket Market](#)

3. BusinessResearch: [Throw Blankets Market Growth](#)

4. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## B. Đánh giá vận hành



### Tính mùa vụ

- ◆ Theo xu hướng chung của nhóm sản phẩm trang trí từ vải.



### Rào cản gia nhập

- ◆ Bao bì và cách trình bày sản phẩm đóng vai trò then chốt do nhu cầu quà tặng cao.
- ◆ Sản phẩm công kênh khi vận chuyển, nên việc sử dụng bao bì nén tối ưu sẽ giúp giảm phí FBA.



### Gợi ý đóng gói

- ◆ Áp dụng các gợi ý đóng gói chung dành cho sản phẩm trang trí từ vải.



### Thời điểm ra mắt lý tưởng

- ◆ Ra mắt vào tháng 7 - 8 để đón đầu đà tăng trưởng của Quý 4, tái nhập kho cuối tháng 9 nhằm tránh hết hàng trong mùa cao điểm.



### Tỷ lệ trả hàng và yếu tố ảnh hưởng

- ◆ Khoảng 5 - 7%<sup>1</sup>.
- ◆ Nguyên nhân trả hàng chính: Tương tự các sản phẩm trang trí từ vải khác.

- ◆ Ngoài ra, nên sử dụng thùng carton cứng chống ẩm, trọng lượng dưới 50 lbs và dán nhãn “Made in Vietnam”.

## C. Phân tích sản phẩm<sup>1</sup>

### ◆ Chất liệu phổ biến

Polyester  
Microfiber  
Cotton  
Vải lông cừu nhân tạo

### ◆ Phạm vi giá phổ biến

15 - 20 USD  
10 - 15 USD  
20 - 25 USD

### ◆ Kích thước phổ biến

Throw \_\_\_\_\_ 50” x 60”  
Queen \_\_\_\_\_ 90” x 90”  
Twin \_\_\_\_\_ 60” x 80”

### ◆ Xu hướng màu sắc

Đen  
Trắng  
Xám  
Hồng  
Xanh xô thơm (Blue Sage)



1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## ● Khách hàng mục tiêu

- ◆ Khách hàng muốn tìm cảm giác thoải mái tại nhà (Chủ nhà hoặc người thuê nhà): Mua chăn để giữ ấm, tạo cảm giác thoải mái, tăng tính thẩm mỹ cho không gian.
- ◆ Khách hàng mua theo mùa & dùng làm quà tặng: Mua chăn theo dịp lễ hoặc làm quà tặng, ưu tiên phong cách theo mùa/lễ hội, nhu cầu cao vào Quý 4.
- ◆ Khách hàng tìm kiếm sự thoải mái nhưng có ngân sách hạn chế (Sinh viên hoặc thế hệ Millennials): Ưu tiên các sản phẩm vải lông cừu/nhung mịn giá dưới 25 USD.
- ◆ Khách hàng quan tâm đến đạo đức & lối sống tự nhiên (Người tiêu dùng quan tâm môi trường): Ưu tiên cotton, len, vải lanh thay vì polyester.
- ◆ Khách hàng ngành khách sạn & thương mại (Khách sạn, khu nhà cho thuê, quán cà phê): Mua số lượng lớn, cần sản phẩm bền, dễ bảo quản.

## ● Ưu thế bán hàng của sản phẩm (USP)

-  **Nhấn mạnh cảm giác:** Sử dụng từ ngữ mô tả cảm giác như “plush” (mềm mịn), “buttery soft” (mịn như bơ), “snuggle-ready” (muốn ôm) trong tiêu đề và các Tính năng chính của sản phẩm (bullet points) để nhấn mạnh sự êm ái.
-  **Tập trung vào tính thẩm mỹ:** Sử dụng hình ảnh phong cách sống chất lượng cao, chăn trang trí phủ trên sofa, giường hoặc ghế, kết hợp bảng màu hợp xu hướng, nhằm thu hút người mua theo xu hướng trang trí nội thất.
-  **Khai thác giải pháp trang trí với chi phí thấp:** Nhấn mạnh rằng chăn trang trí là cách dễ dàng và tiết kiệm chi phí để làm mới không gian sống mà không cần thay đổi toàn bộ nội thất.
-  **Tận dụng màu sắc theo mùa & xu hướng:** Tung ra các lô hàng nhỏ với màu sắc theo mùa hoặc hợp xu hướng (ví dụ: Xanh xô thơm - Blue Sage, trắng ngà, đen) để tạo cảm giác khan hiếm và phù hợp tâm trạng khách hàng.





### Cơ hội cho nhà bán hàng Việt Nam

Danh mục chăn trang trí đề cao cả sự thoải mái và tính thẩm mỹ. Khách hàng tìm kiếm những sản phẩm phù hợp để làm quà tặng, đa năng và có thể “sống ảo” trên mạng xã hội, điều này có nghĩa là phong cách cũng quan trọng như công năng sử dụng. Phân khúc giá thấp - trung bình có nhu cầu lớn nhất, nhưng nhà bán hàng nào kết hợp được màu sắc và chất liệu hợp thời với độ bền cao sẽ có thể nổi bật trên thị trường.



### Gợi ý cho nhà bán hàng

- ◆ Tập trung vào khoảng giá bán chạy (15 - 20 USD): Đồng thời tạo khác biệt thông qua thiết kế và bao bì.
- ◆ Cung cấp các màu phổ biến và hợp xu hướng: Trắng ngà, đen, xám và màu ưa chuộng như xanh xô thơm (Blue Sage), sử dụng chất liệu có kết cấu tốt và lên hình đẹp (ví dụ: Vải sherpa, vải dệt kim sợi dày).
- ◆ Nhãn dán rõ ràng và hấp dẫn: Giúp giảm khiếu nại về vấn đề xù lông và tăng trải nghiệm chất lượng sản phẩm.

## D. Mức độ cạnh tranh trên Amazon<sup>1</sup>

### ● Mức độ tập trung thương hiệu trên thị trường

- ◆ 10 thương hiệu đứng đầu chiếm ~30% thị phần, hơn 5.000 thương hiệu nhỏ hơn chiếm 70% còn lại.

### ● Tần suất ra mắt sản phẩm mới

- ◆ Tần suất cao với 3.000 - 5.000 ASIN mới mỗi tháng, thường đi cùng với xu hướng thiết kế và chương trình khuyến mãi theo mùa.

### ● Giai đoạn tìm hiểu trước khi mua

- ◆ Để tạo ra đơn hàng, sản phẩm của danh mục này cần đạt được trung bình 400 - 600 lượt xem trong giai đoạn cân nhắc (đây là mức trung bình so với các ngành hàng tương tự khác). Do đó, nhà bán hàng chỉ cần đầu tư ở mức vừa phải vào các hoạt động tiếp thị, quảng cáo và xây dựng thương hiệu để thúc đẩy chuyển đổi.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## E. Gợi ý phong cách thiết kế



# VỎ GỐI TRANG TRÍ

(Throw Pillow Covers)

Vỏ gối trang trí là sản phẩm chi phí thấp nhưng hiệu quả cao, giúp làm mới không gian, thay đổi phong cách theo xu hướng và theo mùa. Sản phẩm này nhỏ gọn, dễ vận chuyển và thường được khách mua lại theo chu kỳ khi muốn thay đổi phong cách thiết kế.

## A. Tiềm năng thị trường

### ● Quy mô thị trường

- ◆ Quy mô thị trường toàn cầu (2024): **13,86 tỷ USD**.<sup>1</sup>
- ◆ Thị trường Hoa Kỳ (2024): **3,3 tỷ USD**.<sup>2</sup>

### ● Tăng trưởng thị trường

- ◆ Tăng trưởng toàn cầu 2024 - 2030: **~4,5%**<sup>1</sup>.
- ◆ Tăng trưởng số đơn vị bán ra trên Amazon trong 12 tháng gần nhất (TTM): tăng **5 - 10%**<sup>3</sup>.



## Đánh giá từ chuyên gia

“Gối và vỏ gối là thị trường trị giá hàng tỷ USD tại Hoa Kỳ với tốc độ tăng trưởng ổn định. Đối với nhà bán hàng Việt Nam, đây là cơ hội rõ ràng: Thị trường Hoa Kỳ đang mở rộng, doanh số lớn trên Amazon và chi phí sản xuất hợp lý, đáp ứng kỳ vọng về giá cả của khách hàng.”

## B. Đánh giá vận hành



### Tính mùa vụ

- ◆ Theo xu hướng chung của nhóm sản phẩm trang trí từ vải.



### Rào cản gia nhập

- ◆ **Thách thức về tối ưu chi phí:** Trọng lượng sản phẩm giữa các thương hiệu ít khác biệt, nên chi phí vận chuyển khó tạo lợi thế cạnh tranh. Sự khác biệt thường đến từ thương hiệu và quảng cáo, vì vậy, nhà bán hàng cần cân nhắc quy mô vận hành và chuẩn bị nền tảng tài chính phù hợp.



### Gợi ý đóng gói

- ◆ Áp dụng các gợi ý đóng gói chung dành cho sản phẩm trang trí từ vải, đồng thời nên thiết kế bao bì đẹp mắt, sử dụng chất liệu cao cấp để giúp tạo ấn tượng tốt về chất lượng sản phẩm.



### Thời điểm ra mắt lý tưởng

- ◆ Ra mắt vào tháng 7 - 8 để đón đầu đà tăng trưởng của Quý 4, tái nhập kho cuối tháng 9 nhằm tránh hết hàng trong mùa cao điểm.



### Tỷ lệ trả hàng và yếu tố ảnh hưởng

- ◆ Khoảng 5 - 7%.<sup>3</sup>
- ◆ Nguyên nhân trả hàng chính: Tương tự các sản phẩm trang trí từ vải khác.

1. Verified Market: [Market Insider Report Global Pillow](#)

2. Verified Market: [Market Insider Report US](#)

3. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## C. Phân tích sản phẩm<sup>1</sup>



### ◆ Phạm vi giá phổ biến

5 - 10 USD

10 - 15 USD

15 - 20 USD

### ◆ Kích thước phổ biến

18" x 18" \_\_\_\_\_ Bộ 2

18" x 18" \_\_\_\_\_ Bộ 4

20" x 20" \_\_\_\_\_ Bộ 2

18" x 18" \_\_\_\_\_ Bộ 1

### ◆ Chất liệu phổ biến

Polyester

Nhung tuyết (Chenille)

Nhung (Velvet)

Cotton

Nhung gân (Corduroy)

Vải lanh (Linen)

### ◆ Màu sắc phổ biến

Đen, Be, Kem, Trắng,

Xanh, Hồng

## ● Khách hàng mục tiêu

◆ **Chủ nhà và người thuê nhà (25 - 50 tuổi):** Muốn làm mới không gian sống với chi phí hợp lý; ưa chuộng tông màu trung tính, thiết kế đa dụng và chất liệu bền.

◆ **Cha mẹ và gia đình (30 - 45 tuổi):** Ưu tiên phụ kiện trang trí an toàn cho trẻ em, thực dụng; thích chất liệu bền chắc và có thể giặt máy.

◆ **Người mua quà tặng (20 - 60 tuổi):** Tìm kiếm món quà độc đáo, sản phẩm theo mùa hoặc có thể cá nhân hóa; ưa chuộng các mẫu thêu, thiết kế theo chủ đề hoặc theo mùa.

◆ **Người yêu thích thiết kế và người theo xu hướng (25 - 40 tuổi):** Muốn bắt kịp xu hướng trang trí; ưa chuộng phong cách Boho, Scalloped (viên lượn sóng mềm mại) hoặc họa tiết theo mùa.

◆ **Sinh viên và người trẻ (18 - 30 tuổi):** Tìm phụ kiện cho ký túc xá/căn hộ phong cách, giá cả phải chăng; ưu tiên sản phẩm nhỏ gọn, màu sắc nổi bật và thiết kế thể hiện cá tính.

## ● Ưu thế bán hàng của sản phẩm (USP)



**Tạo dấu ấn với thiết kế độc bản:** Khác với các sản phẩm phổ thông, cạnh tranh chủ yếu về số lượng và giá từ các quốc gia khác, nhà bán hàng Việt Nam có thể trở nên nổi bật thông qua các thiết kế độc đáo, mang phong cách boutique, kết hợp giữa xu hướng toàn cầu (Minimalism, Boho, Japandi) với yếu tố thủ công hoặc cao cấp.



**Chất liệu tạo nên câu chuyện thương hiệu:** Thay vì dùng các chất liệu như polyester vốn phổ biến trong các sản phẩm từ các quốc gia khác, nhà sản xuất Việt Nam có thể tận dụng vải lanh, cotton, sợi tre và kỹ thuật dệt thủ công để nhấn mạnh chất liệu bền vững, thoáng khí, chất lượng cao - phù hợp với khách hàng trung và cao cấp, những người ưu tiên giá trị hơn giá rẻ.



**Ưu tiên xây dựng thương hiệu khi thâm nhập thị trường:** Thay vì ra mắt dưới dạng thương hiệu chung, nhà bán hàng Việt Nam có thể xây dựng bản sắc thương hiệu ngay từ đầu với các dòng sản phẩm đồng bộ, kể chuyện qua Nội dung A+ và kết nối trên mạng xã hội.



**Ra mắt sản phẩm nhanh, linh hoạt:** Các nhà bán hàng Trung Quốc thường mạnh về số lượng nhưng chưa thực sự linh hoạt trong việc nắm bắt các thị trường ngách. Nhà bán hàng Việt Nam có thể tung ra những bộ sưu tập nhỏ 2-3 lần/năm theo xu hướng nổi bật từ các kênh mạng xã hội chuyên về hình ảnh, giúp Trang chi tiết sản phẩm (Listing) luôn tươi mới và “bắt nhịp” xu hướng khách hàng.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon



### Cơ hội cho nhà bán hàng Việt Nam

- ◆ **Về giá:** Thị trường có nhu cầu lớn với các gói nhiều sản phẩm (multi-pack) có mức giá phải chăng. Do đó, giá cạnh tranh chính là yếu tố then chốt để nhà bán hàng có thể bán được sản phẩm với số lượng lớn.
- ◆ **Về chất liệu:** Polyester và vải nhung (velvet) đang được ưa chuộng vì vừa rẻ vừa có tính thẩm mỹ cao. Nhà bán hàng Việt Nam nên tập trung vào các chất liệu này để tối ưu chi phí và phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng.
- ◆ **Về kích thước:** Kích thước 18” x 18” (45x45 cm) chiếm ưu thế trên thị trường. Do đó, nên ưu tiên sản xuất và bán các gói gồm 2 hoặc 4 sản phẩm với kích thước này.
- ◆ **Về màu sắc:** Các màu trung tính như đen, be, kem đang hợp với xu hướng nội thất hiện đại. Ngoài ra, việc kết hợp thêm các màu nổi bật như xanh lam và hồng sẽ giúp sản phẩm phù hợp để trang trí theo mùa hoặc làm điểm nhấn, thu hút thêm nhiều khách hàng.

### D. Mức độ cạnh tranh trên Amazon<sup>1</sup>

#### ● Mức độ tập trung thương hiệu trên thị trường

- ◆ 10 thương hiệu đứng đầu chiếm ~30% số lượng sản phẩm trên Amazon, hơn 6.000 nhà bán hàng khác chiếm 70% thị phần còn lại.

#### ● Tần suất ra mắt sản phẩm mới

- ◆ Số lượng ASIN mới ra mắt lớn, trung bình 3.000 - 9.000 sản phẩm mới/tháng, thường đi kèm với xu hướng thiết kế và chương trình khuyến mãi theo mùa.

#### ● Giai đoạn tìm hiểu trước khi mua

- ◆ Để tạo ra đơn hàng, sản phẩm của danh mục này cần đạt được 300 - 400 lượt xem trong giai đoạn cân nhắc (đây là mức trung bình so với các ngành hàng tương tự khác). Do đó, nhà bán hàng chỉ cần đầu tư vừa phải vào các hoạt động tiếp thị, quảng cáo và xây dựng thương hiệu để thúc đẩy chuyển đổi.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## E. Gợi ý phong cách thiết kế



# HOA GIẢ

(Artificial Flowers)

Đối với người tiêu dùng Mỹ, hoa giả không chỉ là vật thay thế cho hoa tươi mà còn là sự kết hợp giữa vẻ đẹp, độ bền và sự tiện lợi - giúp họ có một “không gian xanh lâu dài” ngay tại nhà. Với nhu cầu ngày càng tăng và các giai đoạn cao điểm theo mùa rõ rệt, danh mục này trên Amazon đã trở thành một trong những ngành hứa hẹn nhất trong lĩnh vực Trang trí nhà cửa. Đối với nhà bán hàng Việt Nam, đây là cơ hội để tạo sự khác biệt nhờ vào tay nghề thủ công, vật liệu cao cấp và thương hiệu bền vững.



## A. Tiềm năng thị trường

### ● Quy mô thị trường

- ◆ Về định giá, thị trường hoa và cây giả tại Hoa Kỳ đạt **3,09 tỷ USD** năm 2024.<sup>1</sup>
- ◆ Về thương mại, nhập khẩu hoa và cây giả của Hoa Kỳ (HS 6702) đạt khoảng **1,03 tỷ USD** năm 2024.<sup>2</sup>

### ● Tăng trưởng thị trường

- ◆ Tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) tại thị trường Hoa Kỳ: **~4,8%** từ 2025 - 2030.<sup>1</sup>
- ◆ Số đơn vị bán ra trên Amazon trong 12 tháng gần nhất (TTM) tăng **30 - 35%** so với cùng kỳ năm ngoái (YoY).<sup>3</sup>

### Đánh giá từ chuyên gia

“ Nhờ nhu cầu bền vững cùng tốc độ tăng trưởng mạnh mẽ, danh mục này được đánh giá là cực kỳ hấp dẫn. Tuy nhiên, mức độ thâm nhập cao của các nhà bán hàng Trung Quốc đòi hỏi nhà bán hàng Việt Nam mới phải có chiến lược, xây dựng lợi thế cạnh tranh để có thể gia nhập và phát triển bền vững trong thị trường này. ”

1. Grand View Research: [Artificial Flowers Market Summary](#), [U.S. Artificial Flowers Market](#)

2. OEC: [Artificial Vegetation](#)

3. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon



## B. Đánh giá vận hành



### Tính mùa vụ

- ◆ Theo xu hướng chung của nhóm sản phẩm trang trí từ vải.
- ◆ Đạt cao điểm vào tháng 2 (lễ Tình nhân) và giai đoạn tháng 5 - 10 (mùa cưới).



### Rào cản gia nhập

Ngoài các thách thức chung của nhóm sản phẩm trang trí từ vải, khi tham gia thị trường hoa giả, nhà bán hàng còn phải đối mặt với các rào cản:

- ◆ **Phụ thuộc vào tính mùa vụ:** Nhà bán hàng cần quản lý chu kỳ tồn kho cẩn thận để tránh thừa hoặc hết hàng vào mùa cao điểm.
- ◆ **Đễ hư hỏng khi vận chuyển:** Kích thước bó hoa lớn hoặc hoa được làm từ đất sét/cao su công kênh, sẽ làm tăng chi phí bao bì và yêu cầu vật liệu bảo vệ chuyên dụng để tránh hư hại.



### Thời điểm ra mắt lý tưởng

- ◆ Sản phẩm nên được chuẩn bị sẵn sàng để lên kệ từ 6 - 8 tuần trước Lễ Tình nhân hoặc mùa cưới vào mùa xuân.



### Tỷ lệ trả hàng và yếu tố ảnh hưởng

- ◆ Tỷ lệ trả hàng 9 - 14% tùy thời điểm<sup>1</sup>.
- ◆ Nguyên nhân trả hàng chính: Tương tự các sản phẩm trang trí từ vải khác.



### Gợi ý đóng gói

- ◆ Áp dụng các gợi ý đóng gói chung dành cho sản phẩm trang trí từ vải.
- ◆ Dùng vật liệu thân thiện với môi trường, thùng carton có Chứng nhận gỗ khai thác bền vững (FSC).
- ◆ Gắn nhãn rõ ràng về kích thước, màu sắc và chất liệu để giảm chênh lệch kỳ vọng của khách hàng.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon



### C. Phân tích sản phẩm<sup>1</sup>

#### ◆ Kích thước/Sắp xếp

Bó hoa cỡ trung chiếm ưu thế với tùy chọn linh hoạt từ cành đơn cho đến bó đa cành. Bó lớn sẽ phổ biến trong đám cưới và các dịp lễ.

#### ◆ Màu sắc phổ biến

- Trắng, Đỏ và hồng, Đa sắc.
- Ngoài ra, màu sắc yêu thích cũng sẽ thay đổi theo mùa (màu vàng phổ biến vào mùa xuân, trong khi đỏ và xanh được ưa chuộng vào dịp Giáng Sinh).

#### ◆ Các lợi ích/đặc điểm khác

- Ít bảo dưỡng và độ bền cao: Phù hợp với gia đình Mỹ và các đơn vị tổ chức sự kiện.
- Thích ứng theo mùa: Các sản phẩm hoa theo chủ đề lễ Tình nhân, mùa cưới (tháng 5 - 10) và Giáng Sinh thúc đẩy nhu cầu mua sắm.
- Bao bì thân thiện với môi trường: Giấy kraft và hộp có Chứng nhận gỗ khai thác bền vững (FSC) ngày càng được người tiêu dùng chú trọng.
- Dễ dùng làm đồ thủ công DIY: Cành rời hoặc bó nhỏ cho phép khách hàng tự tạo sản phẩm cá nhân hóa.

#### ◆ Chất liệu phổ biến

- Lựa là lựa chọn phổ biến nhất
- Nhựa/lựa nhân tạo cho phân khúc giá rẻ
- Đất sét và cao su đang nổi lên như chất liệu cao cấp

#### ● Khách hàng mục tiêu

- ◆ Các hộ gia đình Mỹ tìm kiếm đồ trang trí nhà cửa giá cả phải chăng.
- ◆ Nhà tổ chức sự kiện (đám cưới, tiệc).
- ◆ Người mua quà tặng trong dịp lễ Tình nhân & Ngày của Mẹ.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

### ● Ưu thế bán hàng của sản phẩm (USP)

- 🦋 Cánh hoa “real touch” (cảm giác thật): Lụa/cao su.
- 👩 Tay nghề thủ công cao cấp (làm thủ công).
- 🌿 Bao bì thân thiện với môi trường, ít mùi.



### Cơ hội cho nhà bán hàng Việt Nam

- ◆ Truyền thống thủ công lâu đời giúp tham gia phân khúc cao cấp.
- ◆ Khả năng sử dụng các vật liệu bền vững hoặc thay thế (lụa, cao su, đất sét).
- ◆ Tiềm năng xây dựng câu chuyện thương hiệu khác biệt như “thân thiện với môi trường, làm thủ công, sản xuất tại Việt Nam”.

## D. Mức độ cạnh tranh trên Amazon<sup>1</sup>

### ● Mức độ tập trung thương hiệu trên thị trường

- ◆ 10 thương hiệu đứng đầu chiếm ~20% thị phần. Thị trường phân chia mạnh với ~6.000 nhà bán hàng nhỏ hơn.

### ● Tần suất ra mắt sản phẩm mới

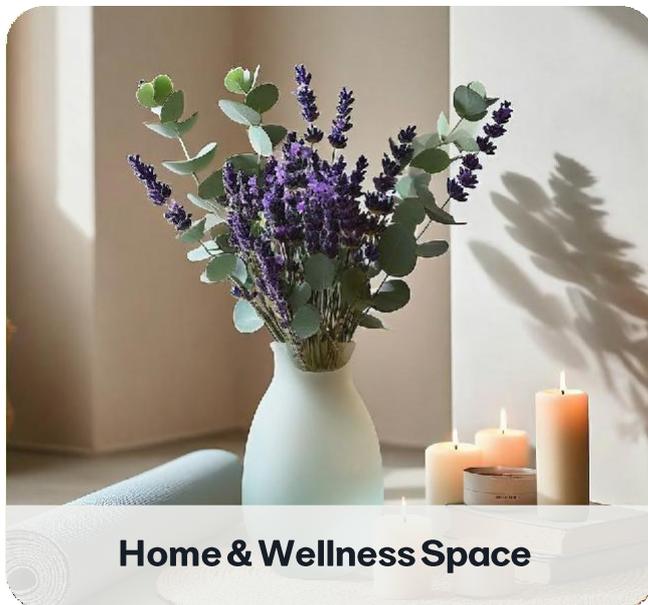
- ◆ Số lượng ASIN mới ra mắt cao, 3.000 - 5.000 sản phẩm/tháng.

### ● Giai đoạn tìm hiểu trước khi mua

- ◆ Để tạo ra đơn hàng, sản phẩm của danh mục này cần đạt được 600 - 900 lượt xem trong giai đoạn cân nhắc (cao hơn so với các ngành hàng tương tự khác). Do đó, nhà bán hàng phải đầu tư nhiều vào các hoạt động tiếp thị, quảng cáo và xây dựng thương hiệu để thúc đẩy chuyển đổi.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

**E. Gợi ý phong cách thiết kế**



# CÂY GIẢ

(Artificial Plants)

Cây giả là một sản phẩm bổ sung cho hoa giả có thể bán quanh năm. Đối với các hộ gia đình và văn phòng tại Hoa Kỳ, sản phẩm này giúp mang “mảng xanh yên bình” vào không gian sống mà không cần tưới nước hay chăm sóc.

## A. Tiềm năng thị trường

### ● Quy mô thị trường

- ◆ Cây giả được báo cáo cùng mã HS với hoa giả (HS 6702). Tổng giá trị nhập khẩu của Hoa Kỳ cho danh mục này dự kiến đạt khoảng **1,03 tỷ USD** vào năm 2024.<sup>1</sup>
- ◆ Thị trường toàn cầu cho hoa và cây giả được ước tính đạt **3,09 tỷ USD** vào năm 2024 và dự kiến tăng trưởng ổn định nhờ nhu cầu về cây xanh ít bảo dưỡng.<sup>2</sup>

### ● Tăng trưởng thị trường

- ◆ Tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) tại thị trường Hoa Kỳ: **5%** từ 2025 đến 2030.<sup>2</sup>
- ◆ Số đơn vị bán ra trên Amazon trong 12 tháng gần nhất (TTM) tăng **20 - 25%** so với cùng kỳ năm ngoái (YoY).<sup>3</sup>

### Đánh giá từ chuyên gia

“ Có tiềm năng phát triển cao. Nhu cầu về sản phẩm tiếp tục tăng do chi phí bảo quản thấp và sở thích trang trí nội thất của người tiêu dùng. ”



1. OEC: [Artificial vegetation](#)

2. GrandViewResearch: [Artificial flowers](#)

3. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon



## B. Đánh giá vận hành



**Tính mùa vụ:** Nhu cầu ổn định quanh năm, không có mùa cao điểm rõ rệt.



**Rào cản gia nhập**

- ◆ **Cạnh tranh về giá:** Nhập khẩu giá rẻ đã tạo kỳ vọng ở người mua, đặc biệt với các SKU đại trà (chậu cây nhỏ, vòng treo tường). Nhà bán hàng mới phải cạnh tranh ở mức giá này (thường không bền vững) hoặc chuyển sang nhóm sản phẩm cao cấp, thân thiện với môi trường, được làm thủ công.
- ◆ **Yêu cầu về chất lượng và tuân thủ quy định:** Người tiêu dùng Mỹ ngày càng yêu cầu cao về độ chân thực và khả năng chống tia UV đối với cây giả ngoài trời. Ngoài ra, cây phải được làm từ vật liệu không độc hại (đặc biệt theo tiêu chuẩn California Proposition 65 - tiêu chuẩn an toàn hóa chất tại California). Nếu sản phẩm không đạt yêu cầu có thể dẫn đến đánh giá tiêu cực hoặc rủi ro pháp lý.
- ◆ **Kích thước sản phẩm công kênh:** Cây giả cỡ trung đến lớn khá công kênh gây chi phí lưu kho và vận chuyển FBA cao. Nhà bán hàng cần tối ưu đóng gói gấp phẳng hoặc module để giảm chi phí.
- ◆ **Khó nổi bật trên thị trường:** Cây giả kích thước nhỏ dễ ra mắt nhưng thị trường đang rất cạnh tranh. Nếu không tận dụng tốt các thiết kế hợp thời như Japandi, phong cách tự nhiên bền vững, phong cách Minimalism hoặc Maximalism, nhà bán hàng có nguy cơ bị quên lãng giữa hàng nghìn SKU tương tự.



**Thời điểm ra mắt lý tưởng**

- ◆ Có thể linh hoạt do nhu cầu ổn định quanh năm, nhưng Quý 2 - Quý 3 có mức quan tâm cao hơn nhờ nhu cầu cải tạo nhà cửa của người Mỹ.



**Tỷ lệ trả hàng và yếu tố ảnh hưởng**

- ◆ Tỷ lệ trả hàng khoảng 6 - 12%<sup>1</sup>.
- ◆ Nguyên nhân trả hàng chính: Tương tự các sản phẩm trang trí từ vải khác.



**Gợi ý đóng gói:**

- ◆ Áp dụng các gợi ý đóng gói chung dành cho sản phẩm trang trí từ vải.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## C. Phân tích sản phẩm<sup>1</sup>



### ◆ Kích thước và kiểu dáng

Chậu cây mini để bàn và chậu cây cỡ trung trong nhà chiếm phần lớn doanh số. Chậu cây lớn (cao 4 - 6 ft) phổ biến trong văn phòng và các không gian nhà hiện đại.

### ◆ Chất liệu phổ biến

- Nhựa vẫn là chất liệu phổ biến nhất nhờ độ bền.
- Lụa/cao su latex được ưa chuộng nhờ độ chân thực.
- Mây tre đan hoặc đất sét là các ngách đang phát triển.

### ◆ Màu sắc/Phong cách

- Lá xanh cổ điển chiếm ưu thế
- Lá nhiều màu kiểu nhiệt đới
- Lá hình dạng, hoa văn độc đáo ngày càng được ưa chuộng

### ◆ Các lợi ích/đặc điểm khác

- Dễ dàng trang trí cho không gian nhà ở đô thị và văn phòng.
- Đóng gói phẳng giúp tối ưu vận chuyển, đặc biệt với cây lớn.
- Thiết kế theo dạng lắp ghép/DIY (vòng treo và dây thường xuân) để tùy chỉnh.
- Hướng đến tính bền vững: Chậu tái chế và để lót tự nhiên thu hút người tiêu dùng quan tâm đến môi trường.

### ● Khách hàng mục tiêu

- ◆ Người dân Mỹ sở hữu nhà và căn hộ.
- ◆ Người trang trí văn phòng.
- ◆ Người thuê nhà muốn cây xanh dễ chăm sóc hoặc không cần chăm sóc.

## ● Ưu thế bán hàng của sản phẩm (USP)



Sản phẩm thủ công.



Vật liệu bền vững.



Dễ dàng tùy chỉnh cho việc sắp xếp.

## ★ Cơ hội cho nhà bán hàng Việt Nam

Có thể bổ sung yếu tố thủ công và kể chuyện thương hiệu, từ đó hướng sản phẩm tới phân khúc cao cấp.

## D. Mức độ cạnh tranh trên Amazon<sup>1</sup>

### ● Mức độ tập trung thương hiệu trên thị trường

- ◆ 10 thương hiệu đứng đầu chiếm ~25% thị phần, ~3.400 thương hiệu khác chiếm phần còn lại.

### ● Tần suất ra mắt sản phẩm mới

- ◆ Số lượng ASIN mới ra mắt cao, trung bình 800 - 1.500 sản phẩm mới/tháng.

### ● Giai đoạn tìm hiểu trước khi mua

- ◆ Để tạo ra đơn hàng, sản phẩm của danh mục này cần đạt được 1.000 - 1.200 lượt xem trong giai đoạn cân nhắc (cao hơn so với các ngách ngành hàng tương tự khác). Do đó, nhà bán hàng phải đầu tư nhiều hơn vào các hoạt động tiếp thị, quảng cáo và xây dựng thương hiệu để thúc đẩy chuyển đổi.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

**E. Gợi ý phong cách thiết kế**



# BỘ KHĂN

(Towel Sets)

Khăn tắm có thể là sản phẩm đơn giản, nhưng trong ngành hàng Nội thất thì đây là một danh mục giàu tiềm năng. Người tiêu dùng Mỹ mong đợi khăn mềm mại, thấm hút tốt và bền bỉ, tạo cơ hội để kỹ thuật dệt may của Việt Nam phát huy lợi thế.

## A. Tiềm năng thị trường

### ● Quy mô thị trường

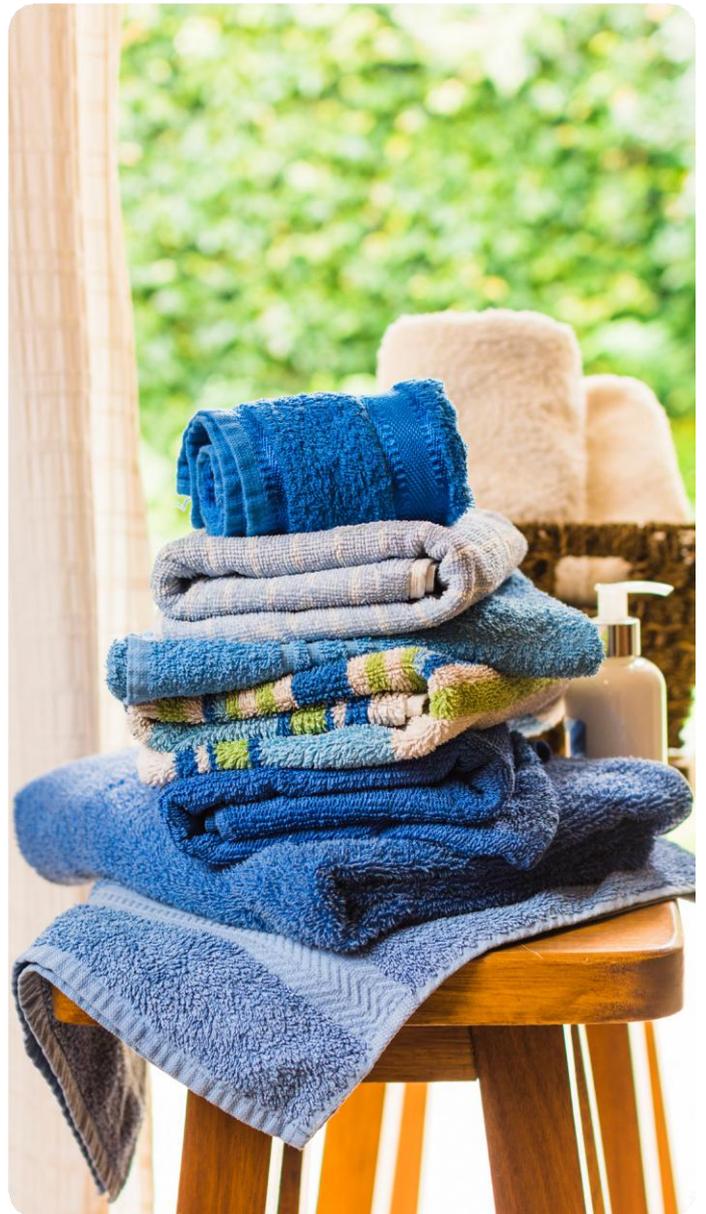
◆ Hoa Kỳ đã nhập khẩu khoảng **2,12 tỷ USD** khăn bông (cotton terry towels) vào năm 2023, chiếm gần **37%** tổng nhập khẩu toàn cầu<sup>1</sup>. Ở phạm vi rộng hơn, nhóm hàng dệt gia dụng (mã HS 6302) của Hoa Kỳ đạt kim ngạch nhập khẩu **5,89 tỷ USD** vào năm 2024.<sup>2</sup>

### ● Tăng trưởng thị trường

◆ Số đơn vị bán ra trên Amazon trong 12 tháng gần nhất (TTM) **giảm 3 - 5%** so với cùng kỳ năm ngoái (YoY).<sup>3</sup>

### Đánh giá từ chuyên gia

“ Danh mục có quy mô lớn với mức tăng trưởng ổn định, đặc biệt ở phân khúc bộ khăn tắm trung. ”



1. Trendeconomy: [World Merchandise Exports and Imports by Commodity \(HS\)](#)

2. OEC: [House Linens](#) và [House Linens HS 6302](#)

3. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## B. Đánh giá vận hành



### Tính mùa vụ

- ◆ Theo xu hướng chung của nhóm sản phẩm trang trí từ vải.
- ◆ Nhu cầu đạt đỉnh vào tháng 7, tháng 11 và tháng 12.



### Rào cản gia nhập

Ngoài các thách thức chung của nhóm sản phẩm trang trí từ vải, nhà bán hàng còn phải đối mặt với các rào cản:

- ◆ **Thương hiệu Hoa Kỳ mạnh:** Các thương hiệu lâu năm đang chiếm lĩnh thị trường khăn, có uy tín và mức độ trung thành cao từ khách hàng, để lại ít cơ hội cho sản phẩm phổ thông mới.
- ◆ **Áp lực giá so với chất lượng:** Người mua phổ thông chú trọng giá cả phải chăng, trong khi phân khúc cao cấp đòi hỏi khăn cotton có chỉ số GSM cao - dày và nặng (ví dụ như cotton Ai Cập/Thổ Nhĩ Kỳ). Việc cạnh tranh đồng thời ở 2 phân khúc này là thách thức lớn cho nhà bán hàng mới.
- ◆ **Vận chuyển & lưu kho:** Khăn công kênh, làm tăng chi phí lưu kho và vận chuyển trên Amazon FBA nếu đóng gói không tối ưu.



### Tỷ lệ trả hàng và yếu tố ảnh hưởng

- ◆ Tỷ lệ trả hàng khoảng 4 - 8%<sup>1</sup>.
- ◆ Nguyên nhân trả hàng chính: Không hài lòng về độ mềm, sản phẩm bị co rút hoặc lỗi nhuộm màu.



### Thời điểm ra mắt lý tưởng

- ◆ Nên chuẩn bị đăng tải sản phẩm trước tháng 6 (mùa cưới) và tháng 10 (mùa mua sắm cho lễ hội).



### Gợi ý đóng gói

- ◆ Áp dụng các gợi ý đóng gói chung dành cho sản phẩm trang trí từ vải.
- ◆ Bao bì tối giản, thân thiện với môi trường.
- ◆ Nhãn rõ ràng, minh bạch: Ghi rõ % cotton và chỉ số GSM (chỉ số thể hiện độ dày và trọng lượng vải).

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## C. Phân tích sản phẩm<sup>1</sup>



### ◆ Kích thước/Bộ sản phẩm

Bộ 4 và bộ 6 chiếc chiếm ưu thế (khoảng 60%), thường kết hợp khăn tắm, khăn tay và khăn rửa mặt. Khăn tắm cỡ lớn phù hợp với đối tượng khách hàng cao cấp.

### ◆ Chất liệu phổ biến

- Cotton là sản phẩm tiêu chuẩn.
- Cotton Ai Cập & Thổ Nhĩ Kỳ thuộc phân khúc cao cấp.
- Cotton pha linen là phân khúc nhỏ nhưng đang phát triển nhờ người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến tính bền vững.

### ◆ Màu sắc/Phong cách

- Tông trắng/trung tính chiếm ưu thế trong các hộ gia đình Mỹ
- Các màu sắc được ưa chuộng khác gồm xám/xanh dương đậm/xanh lam
- Tông đất

### ◆ Các lợi ích/đặc điểm khác

- Công nghệ nhanh khô và kháng khuẩn ngày càng được đánh giá cao.
- Sản phẩm thân thiện với môi trường (cotton hữu cơ, vải lanh, sợi tre) thu hút người tiêu dùng quan tâm đến tính bền vững.
- Bao bì dạng gấp phẳng giúp tối ưu hóa vận chuyển.
- Cá nhân hóa: Thêu tên hoặc chữ cái viết tắt dạng monogram giúp chiếc khăn trở thành món quà độc đáo và thu hút hơn.

### ● Khách hàng mục tiêu

Gia đình, cặp đôi mới cưới, khách hàng có nhu cầu mua quà tặng.

### ● Ưu thế bán hàng của sản phẩm (USP)



Cotton cao cấp, chỉ số GSM cao (vải dày, nặng, thấm hút tốt), chứng nhận OEKO-TEX (không chứa hóa chất độc hại, an toàn cho da).



### Cơ hội cho nhà bán hàng Việt Nam

Ngành dệt may cotton phát triển mạnh, có khả năng mở rộng sản xuất với mức giá cạnh tranh.

## D. Mức độ cạnh tranh trên Amazon<sup>1</sup>

### ● Mức độ tập trung thương hiệu trên thị trường

- ◆ 10 thương hiệu hàng đầu chiếm ~60% thị phần, ~1.050 thương hiệu khác chia sẻ phần còn lại của thị trường.

### ● Tần suất ra mắt sản phẩm mới

- ◆ Số lượng ASIN mới ra mắt cao, trung bình 500 - 1.000 mỗi tháng tùy theo mùa.

### ● Giai đoạn tìm hiểu trước khi mua

- ◆ Để tạo ra đơn hàng, sản phẩm của danh mục này cần đạt được 800 - 1.200 lượt xem trong giai đoạn cân nhắc (cao hơn so với các ngành hàng tương tự khác). Do đó, nhà bán hàng phải nỗ lực nhiều vào các hoạt động tiếp thị, quảng cáo và xây dựng thương hiệu để thúc đẩy chuyển đổi.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

**E. Gợi ý phong cách thiết kế**



# DẢI KHĂN TRANG TRÍ BÀN ĂN

(Table Runners)

Dải khăn trang trí bàn ăn (Table Runners) và khăn trải bàn (Tablecloths) là những sản phẩm trang trí bàn ăn cơ bản, kết hợp tính tiện ích và thẩm mỹ, đồng thời giúp bảo vệ mặt bàn và nâng cao trải nghiệm bữa ăn nhờ kết cấu, màu sắc và chủ đề theo mùa.

- **Khăn trải bàn (Tablecloths):** Che toàn bộ bàn, cần thiết cho bữa ăn hoàn chỉnh.
- **Dải khăn trang trí bàn ăn (Runners):** Lựa chọn nhẹ nhàng, linh hoạt, có thể dùng làm lớp trang trí hoặc điểm nhấn cho bàn ăn.

## A. Tiềm năng thị trường

### ● Quy mô thị trường

- ◆ Hoa Kỳ: **3,39 tỷ USD** năm 2024, dự kiến đạt **18,2 tỷ USD** vào năm 2035.<sup>1</sup>

### ● Tăng trưởng thị trường

- ◆ Hoa Kỳ: Tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) **4,49%** từ 2025 đến 2030.<sup>1</sup>
- ◆ Số đơn vị bán ra trên Amazon trong 12 tháng gần nhất (TTM) tăng **12 - 17%** so với cùng kỳ năm ngoái (YoY).<sup>2</sup>

### Đánh giá từ chuyên gia

“Các chỉ số hiệu suất chính (KPI) cho thấy nhu cầu tiêu dùng mạnh mẽ và nền tảng thị trường vững chắc. Nhu cầu này được thúc đẩy bởi sự tăng trưởng về số lượng sản phẩm bán ra và giá bán trung bình của sản phẩm.”



1. Market Research Future: [Global Table Runner Market Overview](#)

2. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon



## B. Đánh giá vận hành



### Tính mùa vụ

- ◆ Theo xu hướng chung của nhóm sản phẩm trang trí từ vải.
- ◆ Doanh số trong Quý 4 có thể tăng 50% đến 100% so với trung bình các quý trước.



### Rào cản gia nhập

Ngoài các thách thức chung của nhóm sản phẩm trang trí từ vải, nhà bán hàng còn phải đối mặt với các rào cản:

- ◆ **Chất lượng và tuân thủ quy định:** Người tiêu dùng Mỹ kỳ vọng độ bền cao, sản phẩm phải đáp ứng tiêu chuẩn dán nhãn và an toàn vải dệt.
- ◆ **Tính mùa vụ:** Doanh số tăng vọt trong kỳ nghỉ lễ, hàng tồn kho không bán hết có thể gây khó khăn về dòng tiền.
- ◆ **Phụ thuộc vào đánh giá:** Người tiêu dùng phụ thuộc nhiều vào đánh giá (Reviews), khiến nhà bán hàng mới khó xây dựng uy tín nhanh chóng.



### Thời điểm ra mắt lý tưởng

- ◆ Thời điểm tối ưu để ra mắt là tháng 2 - 3 (Mùa xuân: Lễ Phục Sinh, Ngày của Mẹ) và tháng 8 - 9 (lưu lượng đầu mùa lễ, chuẩn bị cho Quý 4).



### Tỷ lệ trả hàng và yếu tố ảnh hưởng

- ◆ Tỷ lệ trả hàng trung bình là 9,1%, dao động từ 7% trong mùa cao điểm đến 12% sau kỳ nghỉ lễ<sup>1</sup>.
- ◆ Nguyên nhân trả hàng chính: Tương tự các sản phẩm trang trí từ vải khác.



### Gợi ý đóng gói

- ◆ Áp dụng các gợi ý đóng gói chung dành cho sản phẩm trang trí từ vải.
- ◆ Gấp gọn: Gấp và nén sản phẩm thật chặt để giảm kích thước.
- ◆ Túi có thể đóng mở nhiều lần hoặc tái sử dụng: Loại túi này mang lại giá trị gia tăng cho khách hàng (dễ dàng cất giữ, tái sử dụng), giúp tăng cơ hội nhận đánh giá tích cực.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## C. Phân tích sản phẩm<sup>1</sup>

### ◆ Vật liệu phổ biến

Nhựa và vinyl, polyester, vải cao cấp (cotton, cotton pha và vải lanh)



### ◆ Các lợi ích/đặc điểm khác

- **Bảo vệ:** Che chắn bàn khỏi vết bẩn, trầy xước và nhiệt độ cao.
- **Tăng tính thẩm mỹ:** Làm mới ngay lập tức không gian bàn ăn với màu sắc, kết cấu và phong cách ấn tượng.
- **Đa năng:** Phù hợp sử dụng hàng ngày, dịp lễ, đám cưới và các sự kiện.
- **Đễ bảo quản:** Vải có thể giặt máy, chống nhăn và bền.
- **Trang trí tiết kiệm:** Giải pháp chi phí thấp để thay đổi phong cách nội thất theo mùa.

### ◆ Màu sắc phổ biến

Trắng

Nâu Rustic

Đen

Gỗ mun (Blackwood)

Nâu

Vintage

### ◆ Kích thước phổ biến

Khăn trải bàn tiêu chuẩn \_\_\_ 54” x 108”

Khăn trải bàn cỡ lớn \_\_\_\_\_ 84” x 60”

Dải khăn trang trí bàn ăn

(Runners) \_\_\_\_\_ 30” x 72”

Phù hợp tổ chức sự kiện \_\_\_ Bộ 2 khăn dài 6 feet

## ● Khách hàng mục tiêu

- ◆ **Chủ nhà và người thuê nhà (25 - 55 tuổi):** Quan tâm đến việc nâng cấp bàn ăn với phong cách đẹp, giá cả phải chăng.
- ◆ **Gia đình (30 - 50 tuổi):** Cần giải pháp bảo vệ bàn bền, dễ giặt và thiết thực khi sử dụng hàng ngày.
- ◆ **Người tổ chức sự kiện và tiệc:** Tổ chức đám cưới, ngày lễ, hội họp, cần khăn trải bàn số lượng lớn hoặc thiết kế theo chủ đề.
- ◆ **Người mua quà tặng (25 - 60 tuổi):** Mua bộ sản phẩm theo mùa hoặc bộ trang trí để tặng tân gia/ngày lễ.
- ◆ **Người yêu thích thiết kế:** Mua theo xu hướng, ưu tiên hoa văn, chất liệu và vải cao cấp độc đáo.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## ● Ưu thế bán hàng của sản phẩm (USP)

- 👁️ **Đảm bảo chức năng & trang trí:** Bảo vệ bề mặt bàn đồng thời tăng tính thẩm mỹ.
- 🌿 **Làm mới theo mùa:** Giải pháp dễ dàng, tiết kiệm chi phí để thay đổi nội thất cho dịp lễ và sự kiện.
- 🍷 **Đa dụng:** Phù hợp sử dụng hàng ngày, tiệc tùng, đám cưới và làm quà tặng.
- ✍️ **Nhỏ gọn & Nhẹ:** Dễ lưu trữ, vận chuyển và xử lý (phù hợp với dịch vụ FBA).
- 📁 **Đa dạng chất liệu:** Từ polyester giá phải chăng đến vải lanh cao cấp, thân thiện với môi trường.
- 🍷 **Khả năng kết hợp:** Có thể sử dụng riêng lẻ hoặc kết hợp (dải khăn trang trí + khăn trải bàn) để tạo phong cách cao cấp.

## 💡 Cơ hội cho nhà bán hàng Việt Nam

- ◆ **Sức mạnh ngành dệt may:** Việt Nam có chuyên môn lâu năm trong sản xuất vải, thêu và may mặc.
- ◆ **Hiệu quả chi phí:** Lợi thế cạnh tranh về nhân công và chi phí sản xuất so với thị trường phương Tây.
- ◆ **Khác biệt thiết kế:** Có khả năng cung cấp các phong cách vải lanh thủ công, thân thiện với môi trường hoặc cao cấp, nổi bật so với các sản phẩm đại trà giá rẻ.
- ◆ **Nhu cầu theo mùa & quà tặng:** Thị trường Hoa Kỳ có nhu cầu lớn trong các dịp lễ, đám cưới và làm mới nội thất gia đình.
- ◆ **Nhẹ & gọn:** Dễ vận chuyển, phù hợp với dịch vụ FBA và giảm chi phí lưu kho.

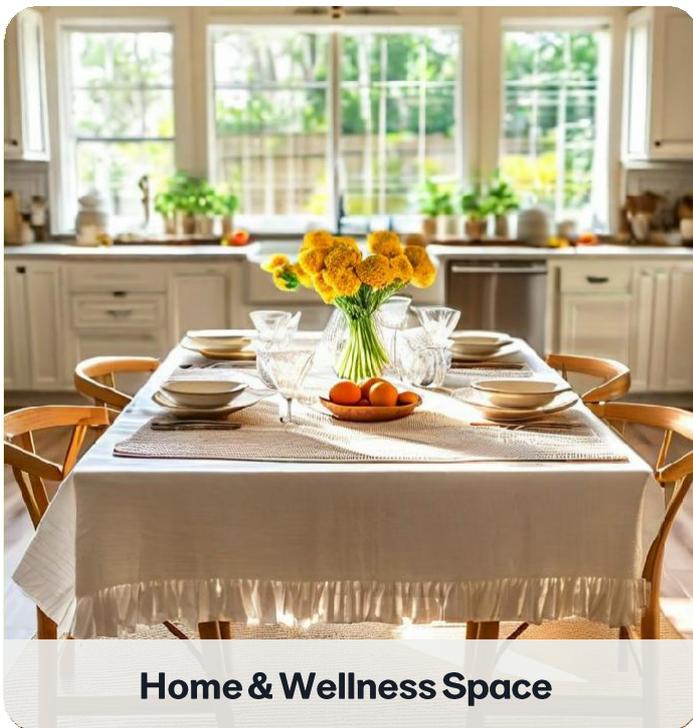


## D. Mức độ cạnh tranh trên Amazon<sup>1</sup>

- **Mức độ tập trung thương hiệu trên thị trường**
  - ◆ 10 thương hiệu đứng đầu chiếm 30% thị phần.
  - ◆ Hơn 4.000 thương hiệu khác chiếm phần còn lại.
- **Tần suất ra mắt sản phẩm mới**
  - ◆ Số lượng ASIN mới ra mắt rất cao, dao động từ 2.000 - 5.000 mỗi tháng.
- **Giai đoạn tìm hiểu trước khi mua**
  - ◆ Để tạo ra đơn hàng, sản phẩm của danh mục này chỉ cần cần đạt được 200 - 300 lượt xem trong giai đoạn cần nhắc.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

**E. Gợi ý phong cách thiết kế**



# III.

## Tinh hoa từ thiên nhiên

Ý tưởng trang trí nhà cửa bằng gỗ  
cho nhà bán hàng Việt Nam

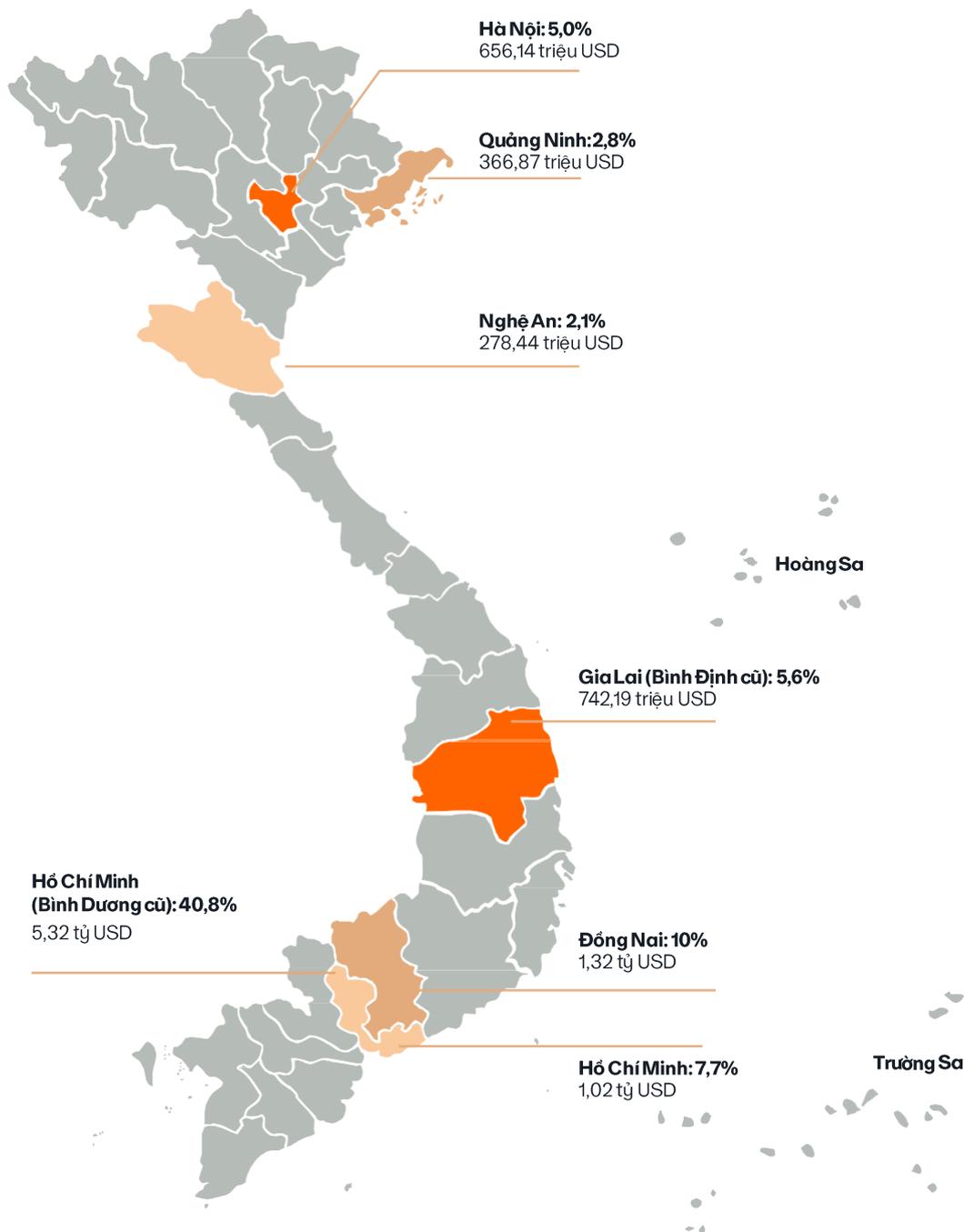


Đồ trang trí nội thất bằng gỗ bao gồm nhiều loại phụ kiện và đồ nội thất nhỏ, từ tranh treo tường, đồ trang trí để bàn đến kệ và các món nội thất trang trí khác. Những sản phẩm này được ưa chuộng nhờ sự ấm áp, vẻ đẹp tự nhiên và khả năng mang lại nét thanh lịch cho không gian sống. Chủ nhà ngày càng ưu tiên đồ gỗ vì yếu tố bền vững và thân thiện với môi trường, bởi gỗ là nguồn tài nguyên có thể tái tạo, đặc biệt khi được khai thác có trách nhiệm hoặc tái chế.

Nguồn tài nguyên gỗ phong phú, tay nghề thủ công cao và chi phí sản xuất cạnh tranh đã giúp các sản phẩm gỗ “Made-in-Vietnam” đạt chất lượng vượt trội và mức giá phải chăng. Đặc biệt, nhiều sản phẩm gỗ của Việt Nam còn thể hiện các họa tiết văn hóa và kỹ nghệ độc đáo, giúp chúng khác biệt hoàn toàn so với hàng sản xuất đại trà.

### Khu vực cung cấp gỗ ở Việt Nam

Phần lớn các nhà sản xuất gỗ tập trung ở miền Nam Việt Nam, trong đó Bình Dương (nay thuộc TP. Hồ Chí Minh) được coi là “thủ phủ xuất khẩu gỗ” của Việt Nam. Bình Dương đóng góp hơn **40%** tổng doanh thu xuất khẩu gỗ của Việt Nam trong năm 2023, theo sau là Đồng Nai với **10%** và TP. Hồ Chí Minh với **7,7%**<sup>1</sup>.



### Các Tỉnh/Thành phố có kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm từ gỗ lớn nhất năm 2023

Nguồn: Tạp chí Gỗ Việt

1. Nguồn: Tài liệu của Amazon dành cho nhà bán hàng “[Khai thác tiềm năng ngành hàng trang trí nhà cửa 2024](#)”

## 1. Các loại chất liệu và sản phẩm tương ứng

Vật liệu	Tính thủ công độc đáo	Ưu điểm	Nhược điểm	Độ bền	Sản phẩm phù hợp
 <p><b>Solid Hardwood</b> (Gỗ Acacia)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vẻ đẹp tự nhiên</li> <li>Thủ công tinh xảo</li> <li>Việt Nam nổi tiếng với gỗ Acacia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cứng, chắc, đặc</li> <li>Tự nhiên kháng khuẩn</li> <li>Thẩm mỹ cao</li> <li>Bền vững</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nặng (tăng chi phí FBA, vận chuyển)</li> <li>Giá cao so với gỗ công nghiệp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rất cao</li> <li>Chống mài mòn, chống ẩm, chống trầy xước</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bát, khay trang trí</li> <li>Chân nến, kệ cây</li> <li>Bàn cà phê, bàn console (bàn dài hẹp, cao cấp)</li> <li>Tấm ốp tường, kệ</li> <li>Thớt gỗ, khung tranh</li> </ul>
 <p><b>MDF</b> (Gỗ công nghiệp Medium Density Fiberboard)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Không thủ công, không có vân gỗ</li> <li>Phù hợp sản xuất hàng loạt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Giá rẻ</li> <li>Bề mặt nhẵn dễ sơn/phủ laminate</li> <li>Ổn định, không cong vênh/nứt như gỗ tự nhiên</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Không chống nước</li> <li>Dễ nứt khi chịu tải nặng</li> <li>Không dùng ngoài trời hoặc nơi ẩm (nếu chưa xử lý)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trung bình</li> <li>Khả năng chống ẩm và mài mòn thấp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kệ treo tường, khung ảnh (sơn)</li> <li>Hộp đựng đồ</li> <li>Đồ nội thất sơn màu</li> <li>Đồ nội thất trẻ em</li> <li>Sản phẩm phân khúc giá rẻ</li> <li>Tranh/biển treo tường CNC</li> </ul>
 <p><b>Plywood</b> (Ván ép nhiều lớp)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vân tự nhiên hơn MDF</li> <li>Có thể phủ lớp ván lạng (veneer), hoặc nhựa laminate</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cứng, bền</li> <li>Chống ẩm tốt hơn MDF</li> <li>Nhẹ hơn gỗ tự nhiên</li> <li>Linh hoạt, bền hơn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mép dễ bị tách</li> <li>Chất lượng phụ thuộc loại gỗ và quy trình sản xuất</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trung bình đến cao</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Khung nội thất</li> <li>Cửa tủ, hộc kéo</li> <li>Trang trí tường phủ lớp ván lạng (veneer)</li> <li>Hộp lưu trữ</li> </ul>
 <p><b>HDF</b> (High-Density Fiberboard Gỗ công nghiệp mật độ cao)</p>	<p>Giống MDF nhưng đặc và bền hơn</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bề mặt nhẵn</li> <li>Độ bền cao</li> <li>Phù hợp sơn phủ, trang trí nội thất</li> <li>Tuổi thọ cao</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nhạy cảm với nơi ẩm</li> <li>Giá cao hơn MDF</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trung bình đến cao</li> </ul>	<p>Tấm ốp tường trang trí</p>

## 2. Mẫu thiết kế và phong cách phổ biến

**Đồ trang trí nội thất** bằng gỗ phù hợp với nhiều xu hướng thiết kế. Một số phong cách phổ biến bao gồm:



### Rustic và Farmhouse

Xu hướng nhà đồng quê (Farmhouse) khiến các sản phẩm trang trí gỗ phong cách mộc mạc có nhu cầu cao. Những thiết kế này thường sử dụng gỗ được xử lý xước, gỗ cũ hoặc gỗ tái chế, mang nét hoài cổ. Ví dụ: Biển gỗ phong cách Rustic có in câu trích dẫn, khung ảnh từ gỗ tái chế (barnwood), kệ gỗ dạng thang, hoặc đèn lồng gỗ.

Những sản phẩm này gợi lên cảm giác “hoài niệm, ấm áp và gần gũi”, giúp không gian trở nên thoải mái, ấm cúng. Nhà bán hàng Việt Nam có thể phát triển thêm sản phẩm theo phong cách này bằng cách sử dụng gỗ tái chế hoặc áp dụng kỹ thuật hoàn thiện giả cũ để tạo vẻ đẹp chân thực.



### Hiện đại và tối giản (Modern & Minimalism)



Trái ngược với phong cách mộc mạc và đồng quê, thiết kế nội thất hiện đại tối giản sử dụng gỗ trong các hình khối gọn gàng, đơn giản. Những thiết kế lấy cảm hứng từ phong cách Scandinavian với gỗ sáng màu (như gỗ bạch dương, thông) rất được ưa chuộng, ví dụ như kệ gỗ treo tường thanh mảnh, tượng gỗ hình học đơn giản, đồng hồ gỗ hoặc chậu cây phong cách hiện đại giữa thế kỷ 20 (Mid-Century Modern). Kết cấu tự nhiên của gỗ giúp không gian nội thất tối giản trở nên “mềm mại và ấm áp hơn”.

Các sản phẩm gỗ đa năng cũng đặc biệt hấp dẫn với chủ nhà, ví dụ kệ treo tường vừa trang trí vừa lưu trữ. Nhà bán hàng Việt Nam có thể kết hợp kỹ thuật thủ công truyền thống với yếu tố hiện đại để tạo ra sản phẩm độc đáo, khác biệt trên thị trường.



### Trang trí theo mùa và theo chủ đề (Seasonal & Thematic Décor)



Các sản phẩm trang trí bằng gỗ cũng đi theo xu hướng mùa vụ. Ví dụ vào mùa thu và mùa đông, những món đồ như bí ngô gỗ phong cách Rustic cho Halloween, đồ trang trí Giáng Sinh hoặc đồ trang trí treo cây thông thường bán rất chạy.

Ngoài ra, lịch đếm ngược (như lịch Advent) cũng có thể làm bằng gỗ, vừa dùng để trang trí vừa làm quà tặng. Đây là những sản phẩm phù hợp với dịch vụ FBA, thu hút người mua muốn làm mới không gian theo từng mùa trong năm. Nhà bán hàng có thể tận dụng hành vi tiêu dùng này bằng cách ra mắt các thiết kế trang trí theo mùa.

## 3. Gợi ý lựa chọn và vận hành các sản phẩm trang trí từ gỗ

### Đặc điểm chung của các sản phẩm trang trí từ gỗ:



#### Tính mùa vụ

- ◆ Nhu cầu ổn định quanh năm, ít biến động theo mùa.
- ◆ Thường tăng mạnh vào các tháng cao điểm như tháng 7 (trong dịp mua sắm Prime Day) và tháng 11 - 12 (trong dịp Black Friday & Cyber Monday).



#### Rào cản gia nhập

- ◆ Kích thước công kênh, chi phí vận chuyển, FBA và lưu kho cao.
- ◆ Nguy cơ trả hàng cao hơn do lỗi lắp ráp hoặc hư hỏng trong quá trình vận chuyển.



#### Tỷ lệ trả hàng và yếu tố ảnh hưởng

- ◆ Tỷ lệ trả hàng tương đối thấp (trung bình 3,5 - 6%) nhưng rủi ro vận chuyển cao<sup>1</sup>.
- ◆ Nguyên nhân trả hàng chính: Sai kích thước thực tế, sản phẩm bị lỗi, chất lượng tổng thể, độ bền của sản phẩm không như kỳ vọng.



#### Gợi ý đóng gói

- ◆ Tối ưu kích thước thùng để giảm phí FBA nhưng vẫn đảm bảo an toàn khi vận chuyển.
- ◆ Đóng gói và dán nhãn theo quy định của Amazon.
- ◆ Đóng gói bằng thùng carton nhiều lớp, có lớp chống sốc và bảo vệ các góc cạnh bằng xốp để chống va đập. Đối với các sản phẩm cần lắp ráp, cần dán nhãn phụ kiện, kèm hướng dẫn lắp ráp rõ ràng.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

# KỆ SÁCH (Bookcases)

Kệ sách bao gồm nhiều dòng sản phẩm đa dạng, được thiết kế để lưu trữ và trưng bày sách, đồ trang trí và các vật dụng thiết yếu khác trong nhiều không gian, từ nhà ở cho đến không gian thương mại.

## A. Tiềm năng thị trường

### ● Quy mô thị trường

- ◆ Hoa Kỳ: **4,4 tỷ USD** vào 2024, dự kiến đạt **5.9 tỷ USD** vào 2030.<sup>1</sup>

### ● Tăng trưởng thị trường

- ◆ Hoa Kỳ: Tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) **6,02%** từ 2025 đến 2030.<sup>1</sup>
- ◆ Số đơn vị bán ra trên Amazon trong 12 tháng gần nhất (TTM) tăng **15 - 20%** so với cùng kỳ năm ngoái (YoY).<sup>2</sup>

## B. Đánh giá vận hành



### Tính mùa vụ

- ◆ Theo xu hướng chung của nhóm sản phẩm trang trí từ gỗ.



### Rào cản gia nhập

- ◆ Ngoài những thách thức chung của nhóm sản phẩm trang trí từ gỗ, nhà bán hàng còn phải đối mặt với các rào cản:
- ◆ Cạnh tranh ở mức vừa phải với hơn 2.000 nhà bán hàng.
- ◆ Kiểm soát chất lượng: Cần duy trì màu sắc đồng nhất, bề mặt hoàn thiện đạt chuẩn và các chi tiết đi kèm sản phẩm hoạt động ổn định.



### Gợi ý đóng gói

- ◆ Áp dụng gợi ý đóng gói chung cho sản phẩm trang trí từ gỗ.
- ◆ Đóng gói phẳng: Các bộ phận cần được đóng gói lồng vào nhau, sắp xếp gọn gàng, hạn chế khoảng trống để tiết kiệm diện tích.
- ◆ Bảo vệ hàng vận chuyển: Dùng vách ngăn carton để đảm bảo an toàn và hạn chế hư hỏng.

## Đánh giá từ chuyên gia

“Kệ sách là một thị trường tiềm năng tại cả Hoa Kỳ và trên Amazon với tăng trưởng hàng năm tích cực, được thúc đẩy bởi xu hướng văn phòng tại nhà, cũng như nhu cầu sử dụng cho mục đích lưu trữ và trang trí.”



### Thời điểm ra mắt lý tưởng

- ◆ Khuyến nghị ra mắt vào tháng 2/tháng 3 để chuẩn bị cho sự kiện mua sắm Prime Day, tháng 9/tháng 10 cho mùa mua sắm cuối năm (Black Friday & Cyber Monday).



### Tỷ lệ trả hàng và yếu tố ảnh hưởng

- ◆ Tỷ lệ trả hàng 3,5 - 6% tùy theo mùa<sup>2</sup>.
- ◆ Nguyên nhân trả hàng chính: Tương tự các sản phẩm trang trí từ gỗ khác.

1. Statista: [Bookcases & Filing Cabinets - US](#)

2. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## C. Phân tích sản phẩm<sup>1</sup>

### ◆ Chất liệu phổ biến

Gỗ công nghiệp  
Gỗ tự nhiên  
Kim loại  
Nhựa

### ◆ Kích thước phổ biến

5 tầng  
3 tầng  
6 tầng  
4 tầng



### ◆ Màu sắc ưa thích

Trắng  
Nâu Rustic  
Đen  
Gỗ đen  
Nâu  
Hoài cổ



### ◆ Các lợi ích/đặc điểm gia tăng:

- Thiết kế đóng gói phẳng và cấu trúc module (bộ phận rời, ghép linh hoạt): Dễ vận chuyển và lắp ráp.
- Kệ điều chỉnh linh hoạt, phụ kiện đi kèm chống đổ.
- Tùy chọn bổ sung: Đèn tích hợp, điểm nhấn trang trí.
- Hỗ trợ DIY (tự lắp ráp và tùy chỉnh bởi người dùng).

### ● Khách hàng mục tiêu

- ◆ Người chuyên làm việc tại nhà cần tìm giải pháp lưu trữ gọn gàng, hiện đại.
- ◆ Người sống tại đô thị và người thuê nhà có không gian hạn chế.
- ◆ Người tiêu dùng ưa chuộng phong cách tối giản hoặc Nhật Bản.
- ◆ Phụ huynh và học sinh cần lưu trữ sách vở, đồ dùng học tập.

### ● Ưu thế bán hàng của sản phẩm (USP)



Gỗ tự nhiên sang trọng, ấm áp (Acacia, cao su, óc chó) với chi phí cạnh tranh nhờ tay nghề thủ công của Việt Nam.



Lắp ráp nhanh, không cần dụng cụ, phụ kiện đi kèm chống đổ.



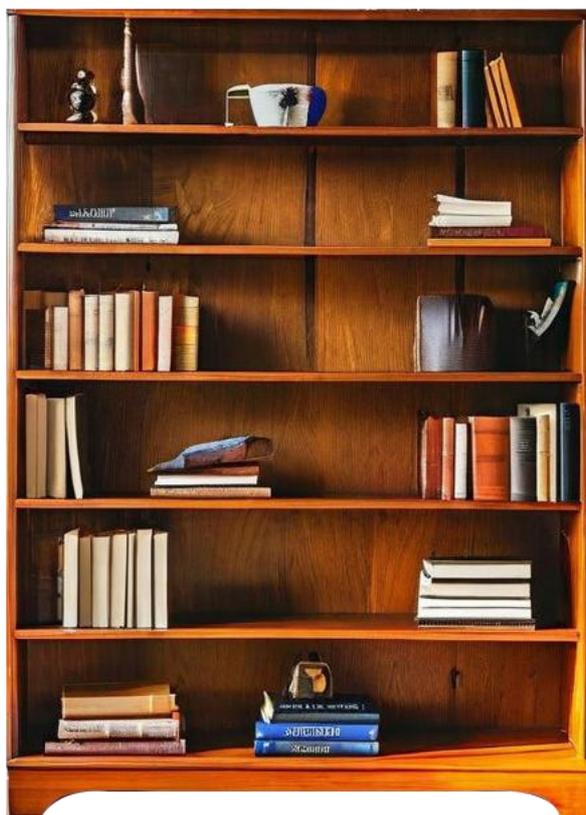
Hệ thống các module (bộ phận rời, ghép linh hoạt), có thể mở rộng theo nhu cầu thay đổi của khách hàng.



Thân thiện với môi trường: Chứng nhận gỗ khai thác bền vững (FSC), VOC thấp.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

● III. Tinh hoa từ thiên nhiên: Ý tưởng trang trí nhà cửa bằng gỗ cho nhà bán hàng Việt Nam



### Cơ hội cho nhà bán hàng Việt Nam

- ◆ Tận dụng vẻ đẹp tự nhiên, sự ấm áp của gỗ thật và tay nghề tinh xảo, với gỗ được xử lý kỹ lưỡng.
- ◆ Phát triển các sản phẩm dạng module (ví dụ: ô kệ nhỏ, bàn tích hợp) để tăng giá trị trung bình của đơn hàng.
- ◆ Sản xuất sản phẩm với bề mặt hoàn thiện tốt và nhanh chóng thích ứng, điều chỉnh sản phẩm theo các thiết kế mới.

### D. Mức độ cạnh tranh trên Amazon<sup>1</sup>

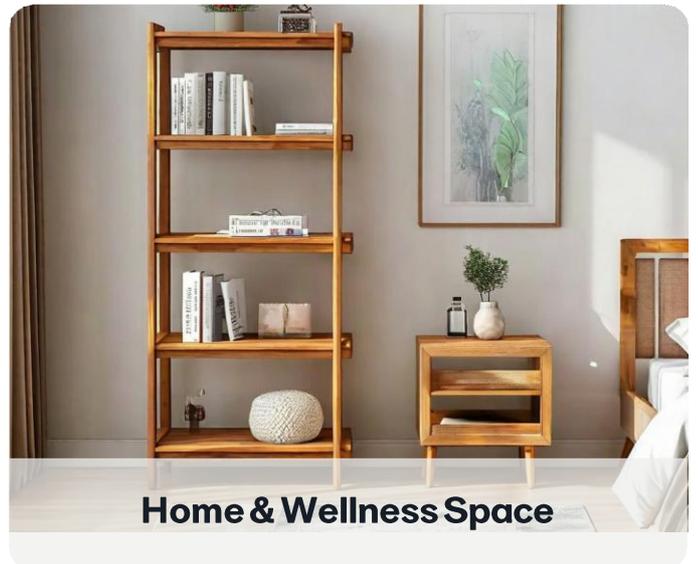
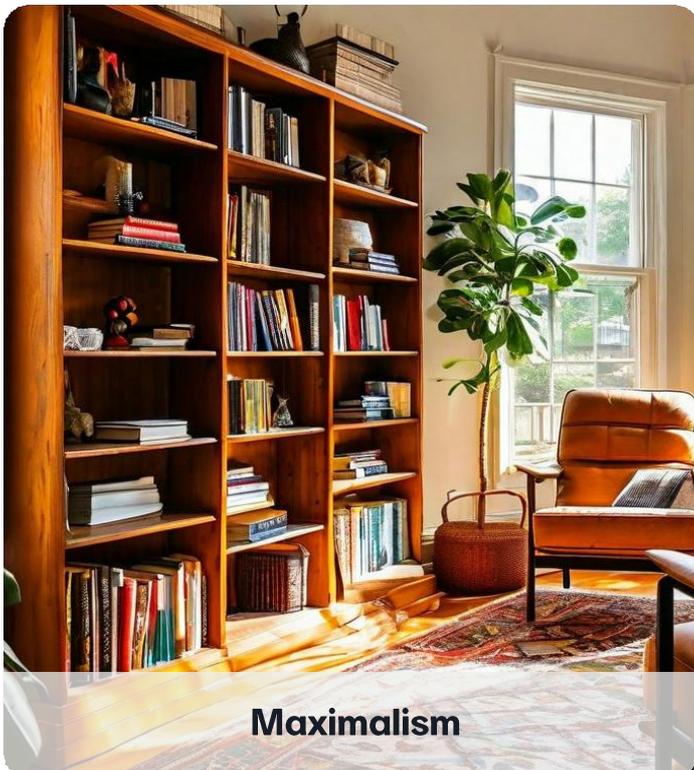
- **Mức độ tập trung thương hiệu trên thị trường**
  - ◆ 10 nhà bán hàng đứng đầu chiếm 40% thị phần.
  - ◆ Hơn 2.000 thương hiệu khác chiếm phần còn lại.
- **Tần suất ra mắt sản phẩm mới**
  - ◆ Mức trung bình, dao động từ 700 - 900 ASIN mới mỗi tháng.

- **Giai đoạn tìm hiểu trước khi mua**

- ◆ Để tạo ra đơn hàng, sản phẩm của danh mục này cần đạt được 2.200 - 2.600 lượt xem trong giai đoạn cân nhắc (cao hơn so với các ngành hàng tương tự khác). Do đó, nhà bán hàng phải đầu tư rất nhiều vào các hoạt động tiếp thị, quảng cáo và xây dựng thương hiệu để thúc đẩy chuyển đổi.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

**E. Gợi ý phong cách thiết kế**



# KHUNG ẢNH TREO TƯỜNG VÀ ĐỂ BÀN

(Wall and tabletop frames)

Khung treo tường và khung để bàn đều được dùng để trưng bày ảnh và tác phẩm nghệ thuật, nhưng khác nhau về mục đích sử dụng. Khung treo tường được thiết kế để treo trên tường và thường có sẵn các bộ phận để treo. Trong khi đó, khung để bàn được thiết kế để đứng trên một mặt phẳng như bàn hoặc kệ và thường được tích hợp sẵn chân chống hoặc giá đỡ.

## A. Tiềm năng thị trường

### ● Quy mô thị trường

- ◆ Hoa Kỳ: Thị trường khung tranh tại Hoa Kỳ dự kiến đạt **2,2 tỷ USD** vào năm 2025 và đạt **3 tỷ USD** vào năm 2033.<sup>1</sup>

## B. Đánh giá vận hành



### Tính mùa vụ

- ◆ Theo xu hướng chung của nhóm sản phẩm trang trí từ gỗ. Ngoài ra, vào Ngày của Mẹ (tháng 5) cũng ghi nhận mức tăng đáng kể.



### Rào cản gia nhập

- ◆ Ngoài các thách thức chung của nhóm sản phẩm trang trí từ gỗ, nhà bán hàng còn phải đối mặt với thị trường cạnh tranh cao trên Amazon. 50 nhà bán hàng đứng đầu đã có thâm niên bán hàng lâu năm hoặc sản phẩm giá dưới 10 USD (vật liệu chủ yếu là nhựa).



### Gợi ý đóng gói

- ◆ Áp dụng gợi ý đóng gói chung cho sản phẩm trang trí từ gỗ.
- ◆ Kèm theo mẫu đánh dấu vị trí treo, miếng dán hoặc giải pháp lắp đặt không cần dụng cụ, giúp khách hàng dễ dàng sử dụng.
- ◆ Bảo vệ bổ sung: Cần bổ sung miếng bảo vệ góc bằng xốp và các chốt cố định để hạn chế hư hỏng trong quá trình vận chuyển.

## Đánh giá từ chuyên gia

“ Danh mục Khung ảnh để bàn nằm trong nhóm tăng trưởng nhanh nhất, chủ yếu do nhu cầu tặng quà, trang trí nhà cửa và làm việc tại nhà ngày càng cao. Trong tương lai, ngành hàng này được dự báo sẽ tiếp tục tăng trưởng ổn định. ”



### ● Tăng trưởng thị trường

- ◆ Hoa Kỳ: **3,8%** từ 2025 - 2033.<sup>1</sup>  
Số đơn vị bán ra trên Amazon trong 12 tháng gần nhất (TTM) tăng **10 - 15%** so với cùng kỳ năm ngoái (YoY).<sup>2</sup>



### Thời điểm ra mắt lý tưởng

- ◆ Khuyến nghị ra mắt vào tháng 8/tháng 9 để chuẩn bị cho nhu cầu cao điểm Quý 4.



### Tỷ lệ trả hàng và yếu tố ảnh hưởng

- ◆ Trung bình 6%, tùy theo mùa<sup>2</sup>.
- ◆ Nguyên nhân trả hàng chính: Tương tự các sản phẩm trang trí từ gỗ khác.

1. Cognitive: [Picture Frames Market Report 2025](#)

2. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## C. Phân tích sản phẩm<sup>1</sup>

### ◆ Chất liệu phổ biến

Nhựa

Gỗ

Gỗ công nghiệp

### ◆ Kích thước phổ biến

8x10

11x14

5x7



### ◆ Màu sắc ưa thích

Đen

Vàng ánh kim

Trắng



### ◆ Các lợi ích/đặc điểm gia tăng:

- o Các kiểu thiết kế: Treo tường, để bàn, bộ collage đa ảnh, bộ khung treo dán tường, bộ khung tường nghệ thuật (gallery).
- o Thuận tiện cho người dùng: Nhẹ (thân thiện FBA), nhựa trong suốt (acrylic)/kính chống vỡ, chốt dễ lắp, để khung tiện lợi.

### ● Khách hàng mục tiêu

- ◆ Người mua quà tặng: Phù hợp cho đám cưới, lễ tốt nghiệp, tân gia.
- ◆ Nghệ sĩ và nhiếp ảnh gia.
- ◆ Người yêu thích trang trí tường theo bộ nghệ thuật (gallery).



### ● Ưu thế bán hàng của sản phẩm (USP)

- 📦 Gỗ Việt Nam với bề mặt hoàn thiện chất lượng cao.
- 📦 Bộ khung tranh dễ phối hợp, xếp thành các bộ nghệ thuật.
- 📦 Lớp men chống nứt vỡ, đảm bảo vận chuyển và xử lý an toàn.
- 📦 Tính tùy chỉnh cao: Kích thước thay đổi linh hoạt, nhiều phong cách.

### 💡 Cơ hội cho nhà bán hàng Việt Nam

- ◆ Việt Nam cung cấp vật liệu ổn định: Từ gỗ tự nhiên, ván ép, MDF đến gỗ Acacia, cho phép đưa ra mức giá cạnh tranh nhờ chi phí sản xuất tiết kiệm.
- ◆ Tay nghề thủ công tinh xảo tạo ra các khung tranh chi tiết, chất lượng cao, nâng cao giá trị sản phẩm.

## D. Mức độ cạnh tranh trên Amazon<sup>1</sup>

### ● Mức độ tập trung thương hiệu trên thị trường

- ◆ Danh tiếng đã được khẳng định từ các thương hiệu lớn, đặc biệt trên Amazon khi 10 thương hiệu đứng đầu chiếm 30% thị phần.
- ◆ Hơn 5.000 thương hiệu khác chiếm phần còn lại của thị trường.

### ● Tần suất ra mắt sản phẩm mới

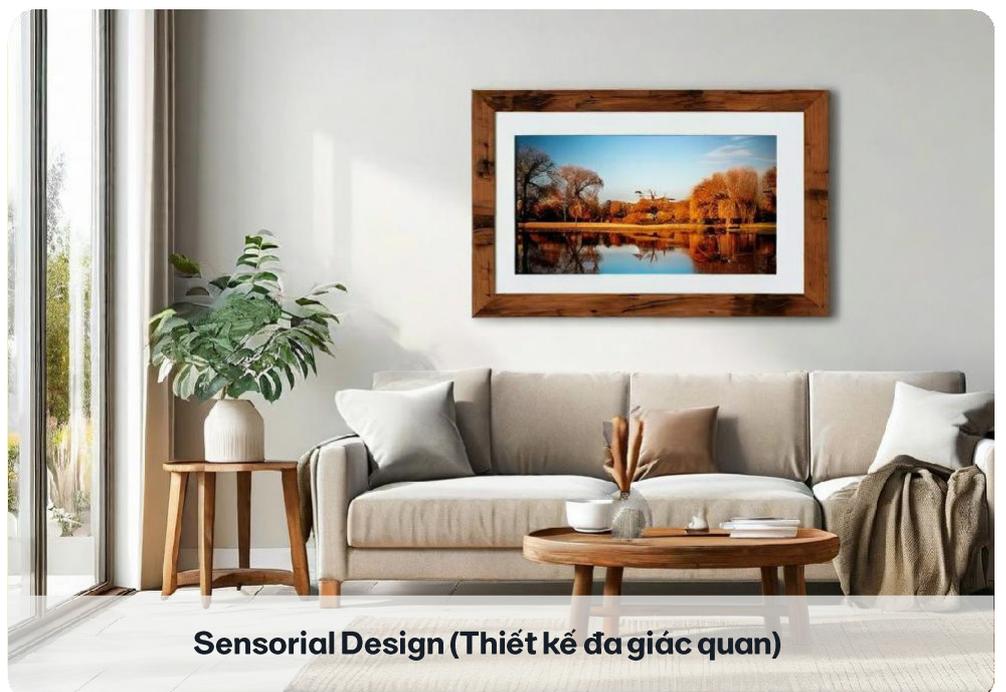
- ◆ Số lượng sản phẩm mới ra mắt rất cao, dao động từ 5.000 - 9.000 ASIN mới mỗi tháng.

### ● Giai đoạn tìm hiểu trước khi mua

- ◆ Để tạo ra đơn hàng, sản phẩm của danh mục này chỉ cần đạt được 200 - 300 lượt xem trong giai đoạn cân nhắc.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## E. Gợi ý phong cách thiết kế



# BÀN CÀ PHÊ (Coffee Tables)

Bàn cà phê là loại bàn thấp, thường đặt trước ghế sofa hoặc khu vực tiếp khách trong phòng khách hay phòng chờ, vừa tiện dụng vừa mang tính thẩm mỹ. Bàn dùng để đặt đồ uống, sách, tạp chí, điều khiển từ xa, vật trang trí và các vật dụng nhỏ khác. Sản phẩm có nhiều kiểu dáng, kích thước và chất liệu, bao gồm gỗ, kính và kim loại.

## Đánh giá từ chuyên gia

“Bàn cà phê là một ngành sản phẩm có tiềm năng rất lớn tại thị trường Hoa Kỳ nói chung và trên Amazon nói riêng với mức tăng trưởng YoY cao, nhờ xu hướng người tiêu dùng ngày càng ưa chuộng các sản phẩm nội thất phong cách và đa chức năng.”

## A. Tiềm năng thị trường

### ● Quy mô thị trường

◆ Bắc Mỹ: **3,2 tỷ USD** vào 2024 và ước tính đạt **5,9 tỷ USD** vào 2033.<sup>1</sup>

### ● Tăng trưởng thị trường

- ◆ Hoa Kỳ: Tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) **7,8%** giai đoạn từ 2026 đến 2033.<sup>1</sup>
- ◆ Số đơn vị bán ra trên Amazon trong 12 tháng gần nhất (TTM) tăng **5 - 10%** so với cùng kỳ năm ngoái (YoY).<sup>2</sup>



## B. Đánh giá vận hành



### Tính mùa vụ

- ◆ Theo xu hướng chung của nhóm sản phẩm trang trí từ gỗ. Ngoài ra, nhu cầu cũng tăng mạnh vào tháng 3.



### Rào cản gia nhập

- ◆ Ngoài những rào cản chung của nhóm sản phẩm trang trí từ gỗ, nhà bán hàng còn phải đối mặt với thách thức về kiểm soát chất lượng. Cần duy trì màu sắc, bề mặt hoàn thiện và đảm bảo phần cứng hoạt động ổn định.



### Gợi ý đóng gói

- ◆ Áp dụng gợi ý đóng gói chung cho nhóm sản phẩm trang trí từ gỗ.
- ◆ Đóng gói phẳng để tiết kiệm diện tích (ví dụ: Chân bàn lồng vào nhau, mặt bàn tháo rời).
- ◆ Sử dụng lớp bảo vệ nhẹ (bọc góc, bọc nhiều lớp, kiểm tra thả rơi).



### Thời điểm ra mắt lý tưởng

- ◆ Phù hợp ra mắt quanh năm. Khuyến nghị ra mắt vào tháng 3/tháng 4 (chuẩn bị cho Prime Day) hoặc tháng 9/tháng 10 (chuẩn bị cho BFCM).



### Tỷ lệ trả hàng và yếu tố ảnh hưởng

- ◆ Trung bình 4%, chủ yếu do sai kích thước, linh kiện/bộ phận lỗi, màu sắc không đúng<sup>2</sup>.

1. Statista: [Bookcases & Filing Cabinets - US](#)

2. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## C. Phân tích sản phẩm<sup>1</sup>

### ◆ Chất liệu phổ biến

Gỗ công nghiệp  
Gỗ

### ◆ Màu sắc ưa thích

Đen  
Nâu  
Trắng  
Nâu Rustic



### ◆ Các lợi ích/đặc điểm khác:

- Thiết kế đa chức năng: Mặt bàn nâng, ngăn chứa đồ, bộ bàn lồng ghép và mặt bàn có thể thay đổi công năng.
- Tiết kiệm không gian: Thiết kế lồng ghép, xếp chồng và thông minh cho không gian sống đô thị.

### ● Khách hàng mục tiêu

- ◆ Người sống trong căn hộ thành phố, căn nội thất nhỏ gọn, đa chức năng.
- ◆ Người tiêu dùng quan tâm môi trường, tìm kiếm thiết kế bền vững.
- ◆ Gia đình muốn không gian sống gọn gàng, ngăn nắp với đồ nội thất bền.

### ● Ưu thế bán hàng của sản phẩm (USP)



Tay nghề thủ công Việt Nam kết hợp lớp ván lạng (veneer) từ gỗ thật: Mang đến cảm giác ấm áp, cao cấp, khác biệt so với sản phẩm sản xuất hàng loạt.



Thiết kế đổi mới đa chức năng: Mặt bàn nâng, ngăn chứa đồ, giải pháp tiết kiệm không gian phù hợp phong cách sống hiện đại.



### Cơ hội cho nhà bán hàng Việt Nam

- ◆ Chi phí sản xuất cạnh tranh.
- ◆ Linh hoạt thích ứng với nhiều phong cách.
- ◆ Lợi thế tận dụng vật liệu bền vững như gỗ Acacia.

## D. Mức độ cạnh tranh trên Amazon<sup>1</sup>

### ● Mức độ tập trung thương hiệu trên thị trường

- ◆ 10 nhà bán hàng đứng đầu chiếm khoảng 20% thị phần.
- ◆ Hơn 3.000 thương hiệu khác chiếm phần còn lại.

### ● Tần suất ra mắt sản phẩm mới

Số lượng ASIN mới ra mắt thấp, dao động từ 5 - 20 mỗi tháng tùy theo mùa vụ.

### ● Giai đoạn tìm hiểu trước khi mua

- ◆ Để tạo ra đơn hàng, sản phẩm của danh mục này cần đạt được 1.500 - 1.800 lượt xem trong giai đoạn cân nhắc (cao hơn so với các ngách ngành hàng tương tự khác). Do đó, nhà bán hàng phải đầu tư rất nhiều vào các hoạt động tiếp thị, quảng cáo và xây dựng thương hiệu để thúc đẩy chuyển đổi.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## E. Gợi ý phong cách thiết kế



**N.**

## **Phong cách bền vững**

Khai thác xu hướng trang trí từ  
vật liệu tự nhiên của Việt Nam





Các vật liệu tự nhiên ngày càng được ưa chuộng trong thiết kế nội thất đương đại nhờ tính bền vững, thẩm mỹ và giá trị văn hoá. Tại Việt Nam – quốc gia giàu tài nguyên và truyền thống thủ công – những chất liệu như mây, lục bình, tre, đan lát, cùng các nguyên liệu thiên nhiên dùng trong sản xuất nên như sáp đậu nành, sáp ong hay tinh dầu tự nhiên, từ lâu đã được ứng dụng để tạo nên những sản phẩm trang trí vừa đẹp mắt, hữu dụng, vừa thân thiện với môi trường. Chính sự kết hợp giữa tính thủ công và yếu tố tự nhiên này giúp sản phẩm Việt Nam ngày càng hấp dẫn người tiêu dùng toàn cầu quan tâm đến lối sống bền vững.

## 1. Các loại chất liệu và sản phẩm tương ứng

Vật liệu	Tính thủ công độc đáo	Ưu điểm	Nhược điểm	Độ bền	Sản phẩm phù hợp	Tóm tắt nhu cầu khách hàng (bao gồm dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon)
 <b>Mây<sup>1</sup></b>	Dây leo bền, dẻo, đan lát tinh xảo	Bền, nhẹ, kiểu dáng cổ điển, bề mặt bóng	Nhạy cảm với độ ẩm kéo dài	Cao (dùng trong nhà/ngoài trời)	Đồ nội thất, giỏ, gương, chụp đèn	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hơn 100 loại nhu cầu của khách hàng.</li> <li>Tổng lượng tìm kiếm trong 360 ngày: &gt; 50 triệu.</li> <li>Từ khóa tìm kiếm phổ biến cho sản phẩm thủ công, trang trí nhà cửa/phụ kiện.</li> <li>Danh mục đồ nội thất mây phổ biến nhất: Tủ mây 2,13 triệu, tủ ngăn kéo mây 1,87 triệu, ghế mây 1,55 triệu, tủ đầu giường mây 1,06 triệu lượt tìm kiếm.</li> <li>Mức tăng trưởng cao nhất (90 ngày) cho giường mây: +26,4% và đầu giường mây: +24,1%.</li> <li>Tỷ lệ trả hàng cao nhất đối với chụp đèn mây: 10,25%.</li> </ul>
 <b>Tre</b>	Sinh trưởng nhanh, bền chắc và đa dụng	Bền vững cao, chắc chắn, phong cách	Có thể nứt khi gặp khô hạn cực độ	Cao	Đồ nội thất, khay, vách ngăn, đèn, phụ kiện trang trí	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hơn 300 loại nhu cầu khách hàng</li> <li>Tổng lượng tìm kiếm 360 ngày &gt; 200 triệu</li> <li>Các danh mục sản phẩm nhà bếp có thể dùng vật liệu bằng tre phổ biến nhất: Thớt 21,3 triệu lượt tìm kiếm, hộp chia thìa đĩa 10,5 triệu và các phụ kiện phòng tắm khác</li> </ul>
 <b>Lục Bình<sup>2</sup></b>	Sợi bền dày, mềm, có nguồn gốc từ cây thủy sinh	Cảm giác mềm mại, phong cách mộc mạc, nhẹ, phân hủy sinh học	Nhạy cảm với độ ẩm	Trung bình (phù hợp dùng trong nhà)	Giỏ, hộp đựng, chậu cây trong nhà, tấm lót bàn ăn, khay trang trí, đồ treo tường đan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tổng lượng tìm kiếm 360 ngày &lt; 1 triệu</li> <li>Ít phổ biến hơn như một từ khóa tìm kiếm, tuy nhiên vẫn được sử dụng trong nhiều loại sản phẩm thủ công nhờ chi phí thấp và khả năng trồng rộng rãi (cây dễ phát triển)</li> </ul>

1. Vietrustic: [Water Hyacinth vs Rattan](#)

2. Bazar Bizar: [Water Hyacinth Decor and Furniture](#)

● IV. Phong cách bền vững: Khai thác xu hướng trang trí từ vật liệu tự nhiên của Việt Nam

Vật liệu	Tính thủ công độc đáo	Ưu điểm	Nhược điểm	Độ bền	Sản phẩm phù hợp	Tóm tắt nhu cầu khách hàng (bao gồm dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon)
 <b>Cỏ Biển<sup>1</sup></b>	Cỏ ven biển sáng bóng tự nhiên, dẹt chặt	Chống nước, phong cách mộc mạc, bền vững	Dễ hút ẩm; có thể bị mốc ở khu vực ẩm	Trung bình (phù hợp dùng trong nhà)	Thảm, giỏ, chụp đèn, chiếu, hampers, đồ nội thất	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chưa có từ khóa tìm kiếm chính xác cho seagrass (cỏ biển), nhưng có hơn 30 nhu cầu khách hàng liên quan đến các vật liệu như đay, mây, đan lát</li> <li>Tổng lượng tìm kiếm tiềm năng &gt; 20 triệu</li> <li>Danh mục tăng trưởng nhanh nhất: Thảm đay 9x12 tăng 17%</li> </ul>
 <b>Lá cọ<sup>2</sup></b>	Sợi từ lá cọ, mềm, dẻo và nhẹ	Nhẹ, phân hủy sinh học, tông màu nâu tự nhiên	Dễ gãy hơn so với các loại sợi khác, không chống nước	Thấp - Trung bình	Giỏ, khăn trải bàn, tấm lót bàn ăn, phụ kiện treo tường	<ul style="list-style-type: none"> <li>Xu hướng tìm kiếm thời trang bền vững tập trung vào các sản phẩm như: Túi rơm, thắt lưng, khuyên tai, mũ, dép,...</li> <li>Có thể dùng để thay thế sợi đay hoặc đan lát trong một số sản phẩm trang trí nhà cửa như khăn trải bàn, tấm lót bàn ăn phong cách boho</li> </ul>
 <b>Đay</b>	Kết cấu thô, giống vải	Giá thành rẻ, phân hủy sinh học, thẩm mỹ tự nhiên	Dễ rụng sợi, có thể hút ẩm và mùi	Trung bình	Thảm, thảm chùi chân, đồ trang trí tường, khăn trải bàn, giỏ đựng	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tổng lượng tìm kiếm 360 ngày cho thảm đay: &gt; 10 triệu</li> <li>Thường dùng làm thảm, khăn trải bàn, thảm chùi chân</li> <li>Danh mục tăng trưởng nhanh nhất 90 ngày: Thảm chùi chân làm từ sợi dẹt +89%, thảm đay có viền lượn sóng +45%<sup>3</sup></li> </ul>
 <b>Sáp thiên nhiên từ đu đủ xanh, sáp ong, hoặc dừa</b>	Nguồn nguyên liệu, kết hợp với hoa khô, thảo mộc hoặc tinh dầu thiên nhiên	Hương thơm; tạo phong cách ấm cúng, thân thiện môi trường và an toàn cho sức khỏe	Nhạy cảm với nhiệt độ, cần tuân thủ tiêu chuẩn an toàn cháy	Trung bình	Nến hũ (jar candles), nến ly, nến cốc nhỏ (votive), bộ quà tặng nến, bộ tự làm nến thơm tại nhà	<ul style="list-style-type: none"> <li>Thường dùng để tặng quà, đuổi côn trùng, trang trí tạo cảm giác ấm cúng</li> <li>Tổng lượng tìm kiếm trong 360 ngày cho nến: &gt; 25 triệu</li> <li>Tỷ lệ trả hàng trong 360 ngày: 1,5%</li> </ul>

**Đan lát** không phải là một loại chất liệu mà là kỹ thuật đan sử dụng các sợi thực vật khác nhau để tạo ra sản phẩm trang trí nhà cửa và đồ nội thất (như giỏ, vật dụng lưu trữ, phụ kiện). Kỹ thuật này đan xen các sợi dẻo tự nhiên hoặc nhân tạo theo hoa văn đặc trưng, mang lại tính đa dạng, thẩm mỹ và cảm giác thân thiện với môi trường. Độ bền của sản phẩm phụ thuộc vào chất liệu cơ bản được sử dụng.

1. Arterahome: [3 Eco-Friendly Materials That Define Vietnamese Handicrafts](#)

2. HouseBeautiful: [Raffia Is a Timeless Designer Staple](#)

3. [Seller Central](#)

## 2. Xu hướng thiết kế và ưu tiên sản phẩm thân thiện với môi trường của người tiêu dùng tại Hoa Kỳ

Doanh thu toàn cầu của ngành hàng Trang trí nhà cửa (Home Decor) năm 2024 đạt **133,6 tỷ USD**, dự báo tăng trưởng **3,89%/năm**, trong đó Hoa Kỳ tạo ra **35,4 tỷ USD**. Nhu cầu các sản phẩm bền vững, thân thiện với môi trường đang tăng, tiêu biểu ở Đức.<sup>1</sup>



Tại Hoa Kỳ, nội thất ưu tiên phong cách tự nhiên, tối giản, thân thiện với môi trường, phù hợp với đồ thủ công từ mây, tre, cỏ biển (seagrass) và lục bình. Các phong cách phổ biến gồm Boho, Scandinavian, Japandi và Coastal Farmhouse (phong cách nhà đồng quê ven biển) nhấn mạnh chất liệu ấm áp, tông trung tính và đường nét mềm mại. Thiết kế Biophilic trong không gian sống và làm việc có lợi ích lâu dài đáng kể cho sức khỏe mặc dù chi phí ban đầu có thể cao. Nhiều không gian văn phòng của các công ty lớn đang ứng dụng phong cách thiết kế này như Google Campus tại Mountain View, Amazon Spheres tại Seattle hay trụ sở Etsy tại Brooklyn.<sup>2</sup>



Người sử dụng và nhà thiết kế ưa chuộng đồ trang trí có câu chuyện, vừa đẹp vừa được sản xuất có trách nhiệm. Đồ nội thất Việt Nam, với nghề đan lát tự nhiên lâu đời và hướng bền vững, đáp ứng tốt nhu cầu về công năng và phong cách.

1. Statista: Furniture: [Market data & analysis](#)

2. Biophilic Flair: ROI Analysis: [The Economic Impact of Biophilic Office Spaces](#)

### 3. Gợi ý lựa chọn và vận hành các sản phẩm trang trí từ vật liệu tự nhiên

Đối với mây, tre và các vật liệu tự nhiên, chúng tôi đã xác định 4 sản phẩm đáng chú ý, có tiềm năng phát triển tích cực và mức độ liên quan cao nhờ xu hướng sử dụng vật liệu thân thiện với môi trường. Các sản phẩm này có thể bố trí ở nhiều không gian khác nhau trong nhà:



**Đèn Bàn**  
Phòng ngủ



**Bộ Trang Trí Tường**  
Phòng ngủ



**Kệ để tạp chí**  
Phòng khách



**Tấm lót bàn ăn**  
Phòng bếp

● IV. Phong cách bền vững: Khai thác xu hướng trang trí từ vật liệu tự nhiên của Việt Nam

Bên cạnh đó, với các sản phẩm sáp từ nguyên liệu tự nhiên như sáp đậu nành, sáp ong, tinh dầu... có thể được bày trí linh hoạt trong tất cả các không gian.



● **PHÒNG KHÁCH**  
Nến thơm trang trí hoặc bộ nến trụ tạo điểm nhấn



● **PHÒNG TẮM**  
Nến tinh dầu thư giãn dùng trong liệu pháp aromatherapy



● **PHÒNG NGỦ**  
Nến hũ nhỏ với hương lavender hoặc vani giúp dễ ngủ



● **PHÒNG ĂN**  
Nến hũ tạo ánh sáng ấm áp cho bữa tối

Mỗi danh mục mang đến cơ hội riêng để giúp nhà bán hàng tận dụng nhu cầu ngày càng tăng đối với các vật liệu tự nhiên và bền vững.

**Đặc điểm chung của các sản phẩm trang trí từ vật liệu tự nhiên:**



**Tính mùa vụ**

- ◆ Nhu cầu ổn định quanh năm, tăng cao vào Quý 4 nhờ mùa lễ hội, quà tặng hoặc trang trí.
- ◆ Một số dịp đặc biệt thúc đẩy nhu cầu: Lễ Tình Yêu (Valentine), mùa cưới và các đợt mua sắm cao điểm Black Friday & Cyber Monday, Giáng Sinh.



**Tỷ lệ trả hàng và yếu tố ảnh hưởng**

- ◆ Trung bình dao động 5 - 10%<sup>1</sup>.
- ◆ **Nguyên nhân trả hàng chính:** Khác biệt giữa hình ảnh và thực tế (màu, kích thước, chất liệu), sản phẩm hư hỏng trong vận chuyển (vỡ, móp, ẩm mốc) hoặc không đạt kỳ vọng về mùi thơm, chất liệu, lỗi lắp đặt không phù hợp mục đích.



**Gợi ý đóng gói**

- ◆ Ưu tiên dùng bao bì thân thiện môi trường (kraft, carton tái chế, túi vải).
- ◆ Tối ưu kích thước để giảm chi phí FBA và phí lưu kho.
- ◆ Bảo vệ sản phẩm chống va đập: Sản phẩm cần đóng gói nhiều lớp bảo vệ, đóng gói bằng thùng carton chắc chắn, có miếng bảo vệ góc, vách ngăn, chèn xốp chống sốc.
- ◆ Chống ẩm: Sử dụng các biện pháp chống ẩm như dùng tấm lót bọc bên trong hoặc túi gel silica để bảo vệ sản phẩm khỏi nấm mốc và hư hại do độ ẩm.
- ◆ Nhãn & phụ kiện: Dán nhãn rõ ràng, kèm nhãn “Dễ hư hỏng” đối với sản phẩm bao gồm các thành phần/ bộ phận dễ vỡ.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## Tấm lót bàn ăn (Placemats)

Tấm lót bàn ăn từ các vật liệu tự nhiên như lục bình, mây, cotton,... ngày càng được người tiêu dùng Mỹ ưa chuộng. Cùng với xu hướng “xanh” trong trang trí nội thất, sản phẩm này đang có nhiều tiềm năng phát triển trong thời gian tới.

### A. Tiềm năng thị trường

#### ● Quy mô thị trường

- ◆ Quy mô thị trường Hoa Kỳ: **2,5 tỷ USD** vào 2024, dự báo đạt **4,5 tỷ USD** vào 2033.<sup>1</sup>

#### ● Tăng trưởng thị trường

- ◆ Số lượng sản phẩm bán ra trên Amazon tăng **10 - 15%** so với cùng kỳ năm ngoái (YoY).<sup>2</sup>

### B. Đánh giá vận hành



#### Tính mùa vụ

- ◆ Theo xu hướng chung của các sản phẩm trang trí từ vật liệu tự nhiên.



#### Rào cản gia nhập

- ◆ Cạnh tranh cao với hơn 4.000 thương hiệu, 2 phân khúc riêng biệt đòi hỏi cách định vị khác nhau
- ◆ Không có yêu cầu tuân thủ đặc biệt, trừ các sản phẩm hữu cơ cần khai báo.



#### Gợi ý đóng gói

- ◆ Áp dụng gợi ý đóng gói chung cho các sản phẩm trang trí từ vật liệu tự nhiên.
- ◆ Kích thước & gói phổ biến: Cỡ Lớn 12”x18”, Bộ 6, Bộ 4.
- ◆ Đối với vật liệu tự nhiên: Có thể bọc bằng giấy lụa không chứa axit hoặc giấy kraft mềm để tránh bung sợi, gãy hoặc ố màu. Có thể chèn thêm túi hút ẩm silica để giữ sản phẩm khô ráo và tránh mốc.



#### Đánh giá từ chuyên gia

- ◆ Thị trường ổn định với nhu cầu lớn, doanh thu ước tính khoảng 6 triệu USD/tháng. Giá sản phẩm phổ biến trong 5 - 25 USD, vẫn còn cơ hội cho các sản phẩm cao cấp.
- ◆ Hai phân khúc chính: Chất liệu tiện dụng & dễ bảo quản (vinyl/PVC/da tổng hợp) và vật liệu trang trí & có tính thẩm mỹ (cotton/linen/sợi tự nhiên).
- ◆ Xu hướng chính bao gồm: Vật liệu tự nhiên & hữu cơ, phong cách Minimalism sang trọng và thiết kế Vintage tinh xảo, bền vững. ”



1. VerifiedMarketReports: [Global Placemat Market Size By Material](#)

2. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## C. Phân tích sản phẩm<sup>1</sup>

### ◆ Tù chọn chất liệu

Polyester

Giấy

Cotton

Lục bình

### ◆ Lợi ích

Đễ lau chùi, dễ làm sạch, chịu nhiệt, chống nước, phù hợp cho phân khúc sử dụng theo công năng.



### ● Khách hàng mục tiêu

- ◆ Gia đình sử dụng hàng ngày (phân khúc sử dụng theo công năng).
- ◆ Người tiêu dùng quan tâm đến phong cách và thẩm mỹ (phân khúc trang trí).
- ◆ Người mua quà trong dịp lễ.



### Cơ hội cho nhà bán hàng Việt Nam

- ◆ Khả năng sản xuất mạnh với các loại sợi tự nhiên (lục bình, mây, cotton).
- ◆ Lợi thế chi phí sản xuất cạnh tranh đối với nguyên liệu tự nhiên.

## D. Mức độ cạnh tranh trên Amazon<sup>1</sup>

### ● Mức độ tập trung thương hiệu trên thị trường

- ◆ 10 thương hiệu đứng đầu: Chiếm 20% thị phần, 80% còn lại chia cho hơn 4.000 thương hiệu.

### ● Tần suất ra mắt sản phẩm mới

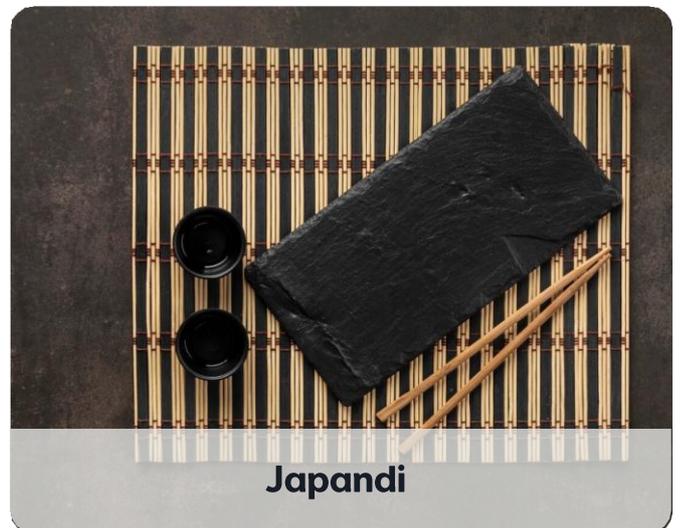
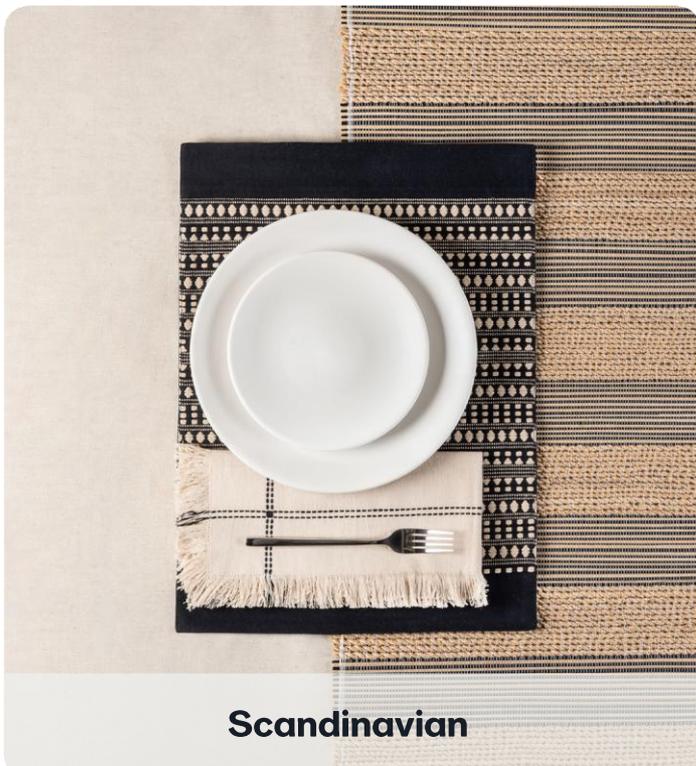
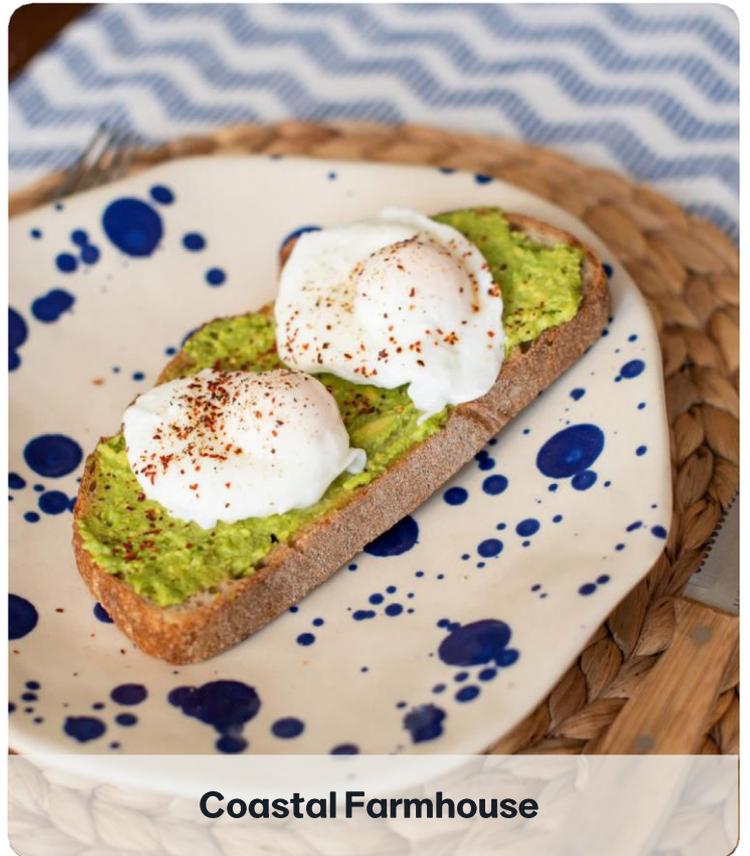
- ◆ Số lượng ASIN mới ra mắt cao, dao động từ 2.000 - 3.000 mỗi tháng.

### ● Giai đoạn tìm hiểu trước khi mua

- ◆ Để tạo ra đơn hàng, sản phẩm của danh mục này cần đạt được 500 - 600 lượt xem trong giai đoạn cân nhắc (đây là mức trung bình so với các ngành hàng tương tự khác). Do đó, nhà bán hàng phải đầu tư mức trung bình vào các hoạt động tiếp thị, quảng cáo và xây dựng thương hiệu để thúc đẩy chuyển đổi.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## E. Gợi ý phong cách thiết kế



## ĐÈN BÀN (Table lamps)

Là điểm nhấn tinh tế trong không gian nội thất, đèn bàn không chỉ cung cấp nguồn sáng mà còn mang lại cảm giác ấm áp và gần gũi cho căn phòng. Xu hướng sử dụng vật liệu tự nhiên giúp sản phẩm này trở nên thân thiện hơn với môi trường và phù hợp với lối sống hiện đại.

### A. Tiềm năng thị trường

#### ● Quy mô thị trường

- ◆ Quy mô thị trường Hoa Kỳ: **2,5 tỷ USD** vào 2024, dự báo đạt **3,8 tỷ USD** vào 2033.<sup>1</sup>

#### ● Tăng trưởng thị trường

- ◆ Số lượng sản phẩm bán ra trên Amazon trong 12 tháng gần nhất tăng **13 - 18%** so với cùng kỳ năm ngoái (YoY).<sup>2</sup>

### B. Đánh giá vận hành



#### Tính mùa vụ

- ◆ Nhu cầu tăng mạnh vào tháng 7 và Quý 4. Prime Day tạo ra nhu cầu tăng giữa năm.



#### Rào cản gia nhập

- ◆ Thị trường tăng trưởng chậm, chủ yếu do các thiết kế cơ bản thống trị, với hơn 4.500 thương hiệu cạnh tranh.
- ◆ Cần đổi mới sáng tạo và tạo khác biệt để tham gia thị trường. Quá trình vận chuyển phức tạp do sản phẩm dễ vỡ.



#### Gợi ý đóng gói

- ◆ Áp dụng gợi ý đóng gói chung của nhóm sản phẩm trang trí từ vật liệu tự nhiên.
- ◆ Tách rời phần đế và thân sản phẩm, bọc dây điện cẩn thận để tránh rối.
- ◆ Kèm theo hướng dẫn lắp ráp.

### Đánh giá từ chuyên gia

“ Đây là một cơ hội thị trường lớn, được thúc đẩy bởi xu hướng thiết lập văn phòng tại nhà, xu hướng thiết kế nội thất và nhu cầu tích hợp nhà thông minh. Nhu cầu tăng cao theo mùa, đặc biệt vào Quý 4 và đà tăng từ Prime Day. Thị trường hiện nay đang tăng trưởng chậm lại với những mẫu thiết kế cơ bản, đòi hỏi các thương hiệu mới phải đổi mới và tạo sự khác biệt. Các sản phẩm đèn bàn cơ bản, vốn dễ vỡ, cũng cần được cải tiến trong khâu vận chuyển. ”



#### Thời điểm ra mắt lý tưởng

- ◆ Khuyến nghị ra mắt vào đầu mùa hè (tháng 3 - 5) để chuẩn bị cho **primeday**



#### Tỷ lệ trả hàng và yếu tố ảnh hưởng

- ◆ Từ 6 - 10%, trung bình khoảng 7,7%.<sup>2</sup>
- ◆ Nguyên nhân trả hàng chính: Hư hỏng khi vận chuyển, lỗi tính năng và không phù hợp về thẩm mỹ.

1. VerifiedMarketReports: [Global Table Lamps Market Size By Product Type](#)

2. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## C. Phân tích sản phẩm<sup>1</sup>

### ◆ Chất liệu phổ biến

Kim loại  
Nhựa  
Kính  
Vải

### ◆ Tính năng phổ biến

Điều khiển cảm ứng 14"  
Kích thước nhỏ



### ◆ Màu sắc ưa thích

Đen  
Trắng  
Vàng Ánh Kim

### ● Khách hàng mục tiêu

- ◆ Nhân viên làm việc tại nhà
- ◆ Người yêu thích thiết kế nội thất
- ◆ Người tiêu dùng am hiểu công nghệ tìm kiếm các giải pháp nhà thông minh tích hợp nhiều chức năng
- ◆ Người mua quà tặng cho mục đích trang trí nhà cửa hoặc văn phòng

### ● Ưu thế bán hàng của sản phẩm (USP)

Có thể bổ sung các tính năng để tạo sự đa dạng và khác biệt, như:

- 🔌 Sạc không dây
- 📶 Tích hợp âm thanh Bluetooth
- ☀️ Module chiếu sáng tùy chỉnh
- ☀️ Tùy chọn năng lượng mặt trời
- 💡 Đèn chống ánh sáng xanh



### Cơ hội cho nhà bán hàng Việt Nam

- ◆ Có lợi thế về vật liệu bền vững như tre và mây để phát triển thêm các phân khúc sản phẩm mới từ các chất liệu này.
- ◆ Cạnh tranh chi phí thông qua nhập khẩu linh kiện bóng đèn để lắp ráp tại Việt Nam.
- ◆ Tập trung vào các đặc điểm thân thiện với môi trường, phù hợp với người tiêu dùng quan tâm đến sức khỏe.

## D. Mức độ cạnh tranh trên Amazon<sup>1</sup>

### ● Mức độ tập trung thương hiệu trên thị trường

- ◆ 10 thương hiệu đứng đầu chiếm 20% thị phần, 80% còn lại chia cho hơn 4.500 thương hiệu khác

### ● Tần suất ra mắt sản phẩm mới

- ◆ Số lượng ASIN mới ra mắt cao, dao động 1.000 - 2.000 mỗi tháng tùy mùa.

### ● Giai đoạn tìm hiểu trước khi mua

- ◆ Để tạo ra đơn hàng, sản phẩm của danh mục này cần đạt được 1.500 - 1.600 lượt xem trong giai đoạn cân nhắc (cao hơn so với các ngành hàng tương tự khác). Do đó, nhà bán hàng phải đầu tư rất nhiều vào các hoạt động tiếp thị, quảng cáo và xây dựng thương hiệu để thúc đẩy chuyển đổi.

2. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## E. Gợi ý phong cách thiết kế



# KỆ ĐỰNG TẠP CHÍ

(Magazine Holders)

Trên Amazon Hoa Kỳ, kệ đựng tạp chí tăng trưởng không rõ rệt. Nhưng sản phẩm này vẫn có tiềm năng nhờ sự mở rộng và phát triển ổn định của các ngành hàng liên quan như giỏ/kệ đựng tạp chí.

## A. Tiềm năng thị trường

### ● Quy mô thị trường

- ◆ Quy mô thị trường Hoa Kỳ: **9,75 tỷ USD** vào 2024, dự báo đạt **12,5 tỷ USD** vào 2033.<sup>1</sup>

### ● Tăng trưởng thị trường

- ◆ Tổng giá trị hàng hóa bán ra (GMS) trên Amazon gần như không thay đổi so với cùng kỳ năm ngoái (YoY), số đơn vị bán ra giảm **1 - 2%**<sup>2</sup>, cho thấy thị trường đang tăng trưởng chậm lại hoặc có dấu hiệu thu hẹp.

## B. Đánh giá vận hành



### Tính mùa vụ

- ◆ Mùa cao điểm: Tháng 7, tháng 8, tháng 11, tháng 12.



### Rào cản gia nhập

- ◆ Rào cản gia nhập thấp do quy mô thị trường nhỏ, nhưng điều này cũng đồng nghĩa với tiềm năng tăng trưởng hạn chế. Hiện có 1.263 thương hiệu cạnh tranh. Sự khác biệt về chất liệu đóng vai trò quan trọng.



### Gợi ý đóng gói

- ◆ Áp dụng gợi ý đóng gói chung cho sản phẩm trang trí từ vật liệu tự nhiên.
- ◆ Đóng gói sản phẩm dạng knock-down (có thể tháo rời) để giảm kích thước.

## Đánh giá từ chuyên gia

“Thị trường ở mức trung lập, với tốc độ tăng trưởng chậm. Quy mô thị trường nhỏ hơn so với các danh mục trang trí nhà cửa khác. Trung Quốc chiếm ưu thế với 68% thị phần, trong khi các nhà bán hàng Việt Nam đang hoạt động tích cực với các sản phẩm từ mây và lục bình.”



### Thời điểm ra mắt lý tưởng

- ◆ Chuẩn bị ra mắt trước 3 - 4 tháng so với mùa cao điểm, tập trung vào các tháng 3, 8, 9.



### Tỷ lệ trả hàng và yếu tố ảnh hưởng

- ◆ Từ 4 - 8% tùy mùa<sup>2</sup>. Tỷ lệ trả hàng thấp hơn cho thấy sự phù hợp tốt giữa sản phẩm và nhu cầu khi mua.

1. VerifiedMarketReports: [Global Magazine Shelf Market Size By Demographic](#)

2. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## C. Phân tích sản phẩm<sup>1</sup>

### ◆ Chất liệu phổ biến

Kim loại  
Vải lanh  
Nhựa  
Vải canvas  
Gỗ

### ◆ Màu sắc ưa thích

Đen  
Xám

### ◆ Kích thước phổ biến

19"x35"  
Bộ 6  
Cỡ trung

### ● Khách hàng mục tiêu

- ◆ Người tìm kiếm các sản phẩm giúp tổ chức và sắp xếp văn phòng.
- ◆ Người đam mê sắp xếp và tối ưu không gian sống.
- ◆ Sinh viên và người đi làm.
- ◆ Người tiêu dùng theo phong cách sống tối giản.



### ● Ưu thế bán hàng của sản phẩm (USP)

Có thể bổ sung các tính năng để tạo sự đa dạng và khác biệt, như:

- 🌿 Nguyên liệu tự nhiên như lục bình và mây.
- 🗄️ Hệ thống lưu trữ đa ngăn tiện dụng.
- 👉 Giải pháp lưu trữ thẩm mỹ.



### Cơ hội cho nhà bán hàng Việt Nam

- ◆ Có sẵn kinh nghiệm sản xuất các sản phẩm từ mây và lục bình.
- ◆ Kỹ thuật dệt thủ công truyền thống.
- ◆ Lợi thế về nguồn nguyên liệu tự nhiên và bền vững.

## D. Mức độ cạnh tranh trên Amazon<sup>1</sup>

### ● Mức độ tập trung thương hiệu trên thị trường

- ◆ 10 thương hiệu đứng đầu: ~26% thị phần, hơn 1.263 thương hiệu còn lại chiếm 74%.

### ● Tần suất ra mắt sản phẩm mới

- ◆ Số lượng ASIN mới ra mắt thấp, chỉ khoảng 100 - 200 mỗi tháng.

### ● Giai đoạn tìm hiểu trước khi mua

- ◆ Để tạo ra đơn hàng, sản phẩm của danh mục này cần đạt được 700 - 800 lượt xem trong giai đoạn cân nhắc (cao hơn so với các ngành hàng tương tự khác). Do đó, nhà bán hàng phải đầu tư nhiều vào các hoạt động tiếp thị, quảng cáo và xây dựng thương hiệu để thúc đẩy chuyển đổi.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## E. Gợi ý phong cách thiết kế



## Đồ trang trí treo tường (Wall Sculpture Market)

Đồ trang trí treo tường đang ghi nhận mức tăng trưởng tích cực, nhờ nhu cầu trang trí nội thất và sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử. Các sản phẩm làm từ vật liệu tự nhiên ngày càng được ưa chuộng, phản ánh lối sống bền vững và gu thẩm mỹ hiện đại của thế hệ trẻ Y & Z (Millennials & Gen Z).

### A. Tiềm năng thị trường

#### ● Quy mô thị trường

- ◆ Quy mô thị trường Hoa Kỳ: **28,14 tỷ USD** vào 2024, dự báo đạt **41,58 tỷ USD** vào 2033.<sup>1</sup>

#### ● Tăng trưởng thị trường

- ◆ Số lượng sản phẩm bán ra trên Amazon tăng **3 - 8%** so với cùng kỳ năm ngoái (YoY) trong năm 2024.<sup>2</sup>

### B. Đánh giá vận hành



#### Tính mùa vụ

- ◆ Theo xu hướng chung của nhóm sản phẩm trang trí từ vật liệu tự nhiên.



#### Rào cản gia nhập

- ◆ Rào cản trung bình với 5.121 thương hiệu cạnh tranh. Sự khác biệt về chất liệu, thiết kế và phương pháp định giá đóng vai trò quan trọng. Do sản phẩm dễ vỡ, cần chú trọng đến đóng gói và vận chuyển cẩn thận.



#### Gợi ý đóng gói

- ◆ Áp dụng gợi ý đóng gói chung cho sản phẩm trang trí từ vật liệu tự nhiên.
- ◆ Đóng gói sản phẩm kèm theo phụ kiện treo tường.
- ◆ Sử dụng hộp 2 lớp hoặc lót một lớp bìa cứng có miếng đệm để ngăn sản phẩm di chuyển.

### Đánh giá từ chuyên gia

“Thị trường tích cực, với tăng trưởng ổn định, được thúc đẩy bởi xu hướng cải tạo nhà cửa và nhu cầu cá nhân hóa nội thất từ thế hệ trẻ Y&Z (Millennials & Gen Z). Phân khúc này là một phần của thị trường trang trí, thiết kế nội thất rộng lớn hơn, với quy mô gần 100 triệu USD mỗi năm. Các xu hướng chủ đạo bao gồm cá nhân hóa sản phẩm, sử dụng vật liệu thân thiện với môi trường và mức giá phải chăng dưới 50 USD.”



#### Thời điểm ra mắt lý tưởng

- ◆ Có thể ra mắt bất kỳ lúc nào trong năm, nhưng nên tập trung vào các tháng trước các sự kiện mua sắm cao điểm của Amazon, như tháng 5, tháng 7 và tháng 9.



#### Tỷ lệ trả hàng và yếu tố ảnh hưởng

- ◆ Từ 6 - 8%, trung bình 7,3%.<sup>2</sup>
- ◆ Nguyên nhân trả hàng chính: Tương tự các sản phẩm vật liệu tự nhiên khác.

1. Verified Market Reports: [Global Wall Art Market Size By Product Type](#)

2. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

### C. Phân tích sản phẩm<sup>1</sup>

#### ◆ Chất liệu phổ biến

Kim loại  
Gỗ  
Nhựa  
Nhựa resin



#### ◆ Màu sắc ưa thích

Đen  
Đa sắc  
Nâu

#### ◆ Kích thước phổ biến

Cỡ trung  
Bộ 6  
Nhiều kích cỡ khác

#### ● Khách hàng mục tiêu

- ◆ Người trang trí nhà cửa, ưu tiên sản phẩm cá nhân hóa.
- ◆ Thế hệ trẻ Y&Z (Millennials & Gen Z) quan tâm đến thẩm mỹ nội thất.
- ◆ Người mua quà tặng cho gia đình/ngày lễ.
- ◆ Người tiêu dùng chú trọng ngân sách, tìm sản phẩm dưới 50 USD.



#### ● Ưu thế bán hàng của sản phẩm (USP)

✎ Cá nhân hóa & tùy chỉnh sản phẩm.

✎ Phong cách đa dạng: Minimalism, Bohemian, hình học hoặc lấy cảm hứng từ thiên nhiên.

✎ Sử dụng vật liệu thân thiện với môi trường và bền vững.

✎ Giá cả phải chăng, dưới 50 USD.



#### Cơ hội cho nhà bán hàng Việt Nam

- ◆ Kinh nghiệm lâu đời trong nghề thủ công truyền thống.
- ◆ Khả năng tạo ra sản phẩm có tính thẩm mỹ cao, độc đáo.

◆ Tiếp cận nguồn nguyên liệu bền vững.

◆ Chi phí sản xuất cạnh tranh đối với nguyên liệu tự nhiên.

### D. Mức độ cạnh tranh trên Amazon<sup>1</sup>

#### ● Mức độ tập trung thương hiệu trên thị trường

- ◆ 10 thương hiệu đứng đầu: Khoảng 23% thị phần, hơn 5.121 thương hiệu còn lại chiếm 77%.

#### ● Tần suất ra mắt sản phẩm mới

- ◆ Số lượng ASIN mới ra mắt cao, khoảng 2.000 - 4.000 mỗi tháng.

#### ● Giai đoạn tìm hiểu trước khi mua

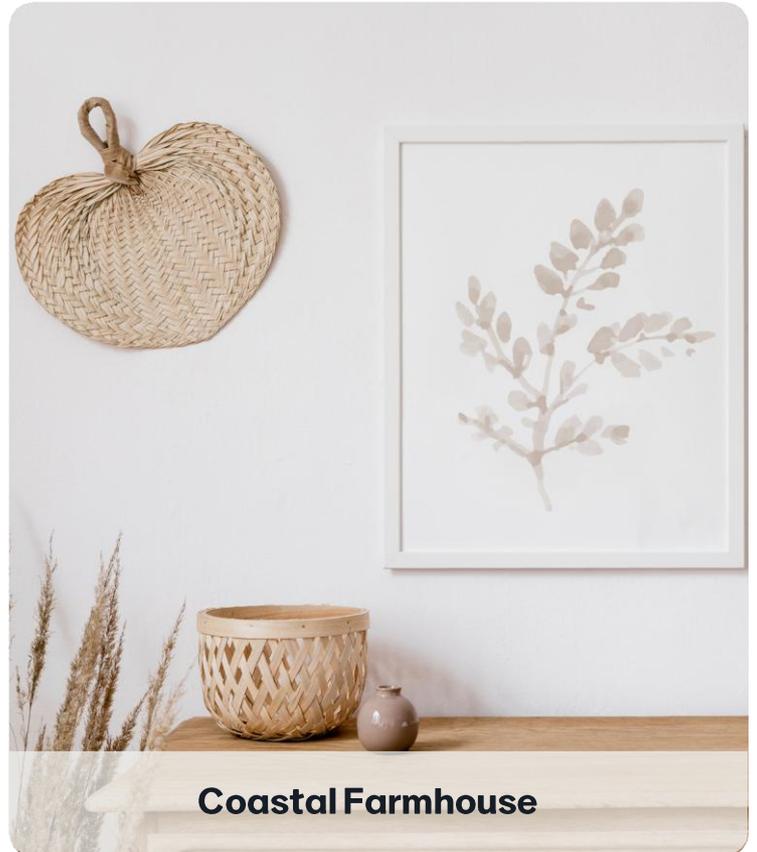
- ◆ Để tạo ra đơn hàng, sản phẩm của danh mục này cần đạt được 600 - 700 lượt xem trong giai đoạn cân nhắc (cao hơn so với các ngành hàng tương tự khác). Do đó, nhà bán hàng phải đầu tư nhiều vào các hoạt động tiếp thị, quảng cáo và xây dựng thương hiệu để thúc đẩy chuyển đổi.

2. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

**E. Gợi ý phong cách thiết kế**



**Bohemian (Boho)**



**Coastal Farmhouse**



**Scandinavian**



**Japandi**

# NẾN HŨ (Jar Candles)

Với người tiêu dùng Mỹ, nến hũ là biểu tượng của lối sống bền vững, chăm sóc bản thân và thư giãn tinh thần. Các sản phẩm nến hũ từ nguyên liệu tự nhiên như sáp đậu nành, sáp ong, tinh dầu thiên nhiên, lọ gỗ hoặc thủy tinh tái sử dụng, v.v. ngày càng được ưa chuộng nhờ kết hợp được các yếu tố này.<sup>1</sup>

## A. Tiềm năng thị trường

### ● Quy mô thị trường

- ◆ Thị trường nến tại Hoa Kỳ, bao gồm nến hũ và nến đựng trong ly, ước tính đạt **6,69 tỷ USD** trong 2025<sup>2</sup>. Riêng kim ngạch nhập khẩu nến của Hoa Kỳ (mã HS 3406) đạt tổng giá trị **1,09 tỷ USD** vào năm 2023.<sup>3</sup>

## B. Đánh giá vận hành



### Tính mùa vụ

- ◆ Nhu cầu tăng nhẹ vào các dịp lễ đầu năm như Lễ Tình Yêu (Valentine), mùa cưới, Ngày của mẹ, và tăng mạnh vào tháng 10 - 11 theo mùa lễ hội và thời tiết lạnh.



### Thời điểm ra mắt lý tưởng

- ◆ Sản phẩm nên được đăng tải từ tháng 8 - 9 để đón đầu nhu cầu mùa lễ hội.



### Tỷ lệ trả hàng và yếu tố ảnh hưởng

- ◆ Tỷ lệ trả hàng khoảng 2,4%.<sup>4</sup>
- ◆ Nguyên nhân trả hàng chính: Mùi hương không đúng như kỳ vọng của khách hàng hoặc do lọ thủy tinh bị vỡ.



### Gợi ý đóng gói

- ◆ Sử dụng bao bì thân thiện môi trường (kraft, carton tái chế, túi vải).
- ◆ Đóng gói nhiều lớp với vật liệu chống va đập, chống ẩm (silica gel, vách ngăn, miếng bảo vệ góc).
- ◆ Gắn nhãn về mùi hương, trọng lượng, cảnh báo an toàn và hướng dẫn tái sử dụng lọ thủy tinh.

## Đánh giá từ chuyên gia

“Thị trường đã trưởng thành, lòng trung thành với thương hiệu cao và nhu cầu vẫn duy trì tăng trưởng ổn định.”



### ● Tăng trưởng thị trường

- ◆ Số đơn vị bán ra trên Amazon trong 12 tháng gần nhất (TTM) tăng **5 - 10%** so với cùng kỳ năm ngoái (YoY).<sup>4</sup>



### Rào cản gia nhập

- ◆ Yêu cầu tuân thủ nghiêm ngặt: Sản phẩm nến phải đáp ứng nhiều yêu cầu tuân thủ về nhân sản phẩm và an toàn, ví dụ: Yêu cầu thủ nghiệm tính cháy, yêu cầu phân tích thành phần, chứng nhận tuân thủ theo tiêu chuẩn ASTM - tiêu chuẩn kỹ thuật của Hoa Kỳ hoặc Proposition 65 - quy định cảnh báo hóa chất độc hại tại California.
- ◆ Thị trường cạnh tranh: Các thương hiệu mới nếu không có thiết kế đặc biệt hoặc câu chuyện thương hiệu sẽ khó cạnh tranh về giá.
- ◆ Rủi ro về vận chuyển: Do sản phẩm đặc nguyên khối và nhạy cảm với nhiệt độ, quá trình vận chuyển có nhiều rủi ro và làm tăng chi phí.

1. Credenceresearch: [Eco-friendly Candle Market](#)

3. Wits World Bank: [Candles, tapers and the like imports by country in 2023](#)

2. Statista: [Average revenue per capita of the candle market](#)

4. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## C. Phân tích sản phẩm<sup>1</sup>

### ◆ Chất liệu phổ biến

Sáp đậu nành (Ưu điểm cháy sạch, ít khói)

Sáp pha paraffin

Sáp ong

Sáp dừa/eco wax (Phục vụ thị trường ngách cho sản phẩm bền vững)

### ◆ Kích thước/kiểu dáng

Tiêu chuẩn 8-12 oz (Chiếm ưu thế trên thị trường)

Nhỏ/bộ sản phẩm (Thường dùng làm quà tặng)

Cỡ lớn (Được ưa chuộng nhờ thời gian cháy dài)

### ◆ Màu sắc ưa thích

Tông trung tính (trắng/kem)

### ◆ Các lợi ích/đặc điểm gia tăng:

○ Hũ tái sử dụng giúp tăng giá trị sử dụng cho sản phẩm (dùng để lưu trữ hoặc trang trí).

○ Bao bì quà tặng (bộ hộp, ruy băng) phù hợp cho dịp lễ, đám cưới.

○ Tùy chọn nâng cấp: Tim gỗ, tim đôi, nắp trang trí giúp xây dựng hình ảnh thương hiệu cao cấp.

### ◆ Hương liệu thiên nhiên

Nến chứa tinh dầu phổ biến như hoa lavender, vani, khuynh diệp, hoa hồng – đáp ứng nhu cầu trị liệu tinh thần và giảm căng thẳng (aromatherapy) và các mùi theo mùa (bí ngô, gia vị, thông, quế).



### ● Khách hàng mục tiêu

- ◆ Người mua quà tặng, người mua sắm trong dịp lễ hội
- ◆ Người làm việc tại nhà
- ◆ Người tiêu dùng thích lối sống xanh, quan tâm đến sức khỏe và trải nghiệm cảm xúc trong không gian sống

### ● Ưu thế bán hàng của sản phẩm (USP)

 Thành phần tự nhiên, thời gian cháy dài (100 - 150 giờ), có thể tái sử dụng hoặc refill trong các vật liệu thân thiện với môi trường, mang lại giá trị trị liệu.

 Cá nhân hóa & tùy chỉnh sản phẩm.



1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon



### Cơ hội cho nhà bán hàng Việt Nam

- ◆ Nhà bán hàng có thể tập trung vào công thức nến tự nhiên từ sáp đậu nành, sáp ong hoặc sáp dừa nội địa, kết hợp tinh dầu thiên nhiên và vật liệu thủ công (mây, gỗ, gốm) cho hũ hoặc bao bì.
- ◆ Các sản phẩm nên hướng đến 3 nhóm chính:
  - Dòng trị liệu (Aromatherapy & Wellness Candles): Với tinh dầu tự nhiên và bao bì tối giản.
  - Dòng quà tặng (Gift Sets): Thiết kế cao cấp, hương thơm sang trọng, hộp tái chế.
  - Dòng tái nạp (Refillable): Hũ gốm hoặc thủy tinh handmade có thể nạp lại sáp.

### D. Mức độ cạnh tranh trên Amazon<sup>1</sup>

- **Mức độ tập trung thương hiệu trên thị trường**
  - ◆ 10 thương hiệu đứng đầu chiếm khoảng 40% thị phần, khoảng 3.000 thương hiệu khác chiếm phần còn lại.
- **Tần suất ra mắt sản phẩm mới**
  - ◆ Số lượng ASIN mới ra mắt cao, trung bình 1.000 - 2.000 sản phẩm mới mỗi tháng.

### ● Giai đoạn tìm hiểu trước khi mua

- ◆ Để tạo ra đơn hàng, sản phẩm của danh mục này cần đạt được 200 - 300 lượt xem trong giai đoạn cân nhắc (cao hơn so với các ngành hàng tương tự khác). Do đó, nhà bán hàng đầu tư ở mức vừa phải vào các hoạt động tiếp thị, quảng cáo và xây dựng thương hiệu để thúc đẩy chuyển đổi.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## E. Gợi ý phong cách thiết kế



# V.

## Phụ lục 1

Lộ trình tiếp cận thị trường thực  
tiễn và hướng dẫn phát triển  
sản phẩm



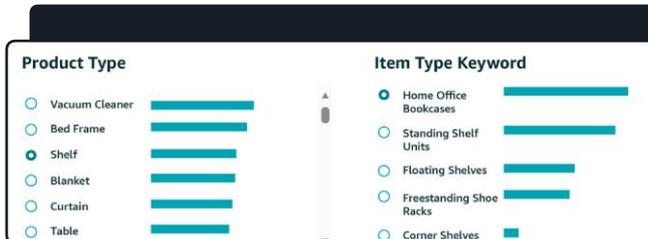
Trong phần này, chúng tôi sẽ cung cấp cho nhà bán hàng một lộ trình tiếp cận thị trường (go-to-market) thực tiễn và ví dụ về định hướng phát triển sản phẩm, được thiết kế riêng cho các nhà sản xuất và nghệ nhân trang trí nội thất Việt Nam.

Các bước từ ý tưởng đến sản phẩm hoàn chỉnh:



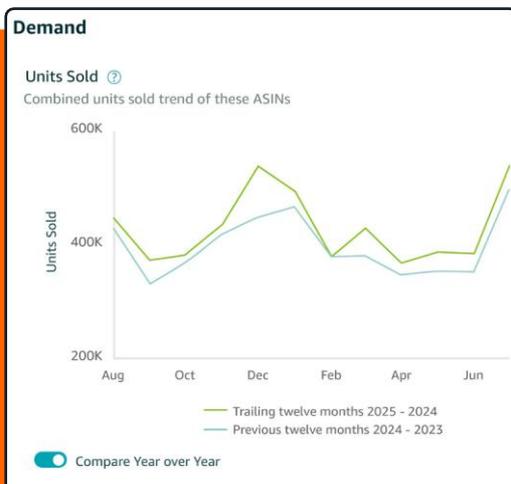
## 2. Minh họa hướng dẫn phát triển sản phẩm theo nhóm đặc thù

### 2.1. Kệ sách (Bookcases)



#### 1. Phân tích sản phẩm theo danh mục

Tủ sách và kệ đứng là những sản phẩm được ưa chuộng nhất trong danh mục Kệ (Shelf), với mức nhu cầu cao nhất<sup>1</sup>.



#### 2. Phân tích số lượng bán ra so với cùng kỳ năm ngoái

Theo dõi số lượng đơn vị bán ra tăng so với cùng kỳ năm ngoái (YoY). Đặc biệt, nhu cầu về kệ sách tăng mạnh vào tháng 7 (Prime Day) và các tháng 11, 12 (Black Friday & Cyber Monday)<sup>1</sup>.

#### Price

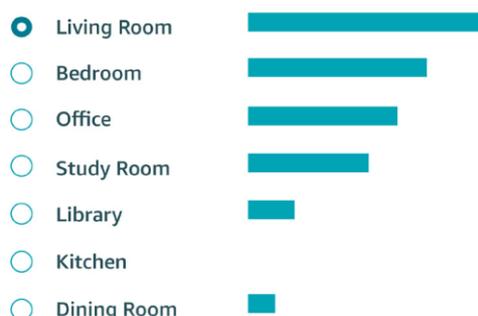


#### 3. Phân tích phân khúc giá phổ biến

Các mức giá đang thu hút nhiều khách hàng<sup>1</sup>.

- 100 - 130 USD
- 160 - 200 USD
- 130 - 160 USD
- 80 - 100 USD

#### Room Type

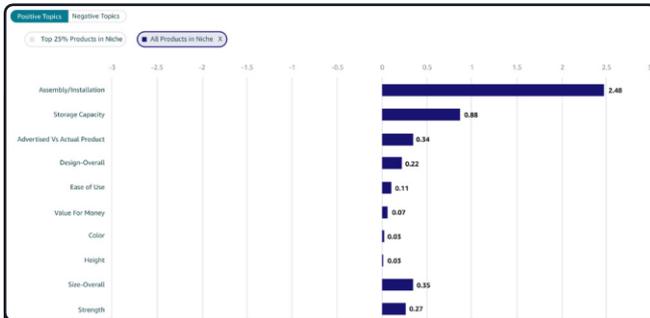


#### 4. Phân tích mục đích sử dụng sản phẩm<sup>1</sup>

Khách hàng thường tìm mua kệ sách cho những không gian sau:

- Phòng khách
- Phòng ngủ
- Văn phòng
- Phòng học/Phòng làm việc

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon



### 5. Phân tích các yếu tố thúc đẩy mua hàng<sup>1</sup>

Các yếu tố tác động trực tiếp đến quyết định mua hàng:

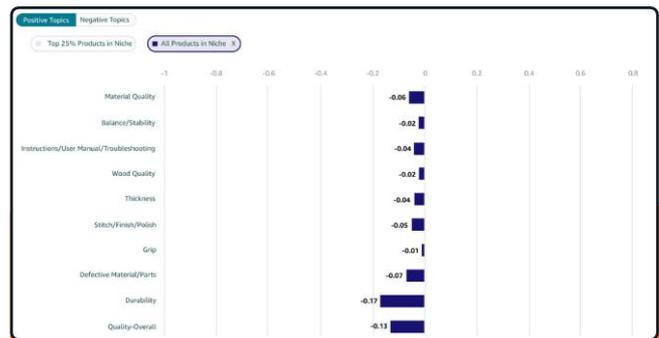
- **Lắp ráp/Cài đặt:** Sản phẩm dễ lắp ráp và cài đặt.
- **Dung tích lưu trữ:** Sản phẩm có đủ không gian để chứa nhiều đồ.
- **Đúng với thực tế:** Sản phẩm đúng như mô tả.

Topic	% Mentions
Size-Overall	35.41%
Defective Material/Parts	9.77%
Strength	6.48%
Quality-Overall	6.36%
Assembly/Installation	6.22%
Color	5.07%
Advertised Vs Actual	4.39%
Storage Capacity	4.37%
Functionality-Overall	2.54%
Wood Quality	2.52%

### 7. Phân tích các yếu tố chính dẫn đến trả hàng<sup>1</sup>

#### A. Kích thước tổng thể:

- Cung cấp kích thước chính xác nổi bật ở nhiều vị trí (Tiêu đề, Tính năng chính của sản phẩm, Mô tả).
- Bao gồm infographic minh họa kích thước rõ ràng.
- Thêm hình so sánh với các vật dụng phổ biến để thấy tỷ lệ sản phẩm.



### 6. Phân tích các yếu tố cần cải thiện<sup>1</sup>

Để nâng cao trải nghiệm khách hàng và giảm thiểu khiếu nại, nhà bán hàng nên cải thiện các yếu tố sau:

- **Chất lượng vật liệu:** Sản phẩm phải được kiểm soát nghiêm ngặt và đảm bảo trong tình trạng tốt.
- **Cân bằng/ổn định:** Cải thiện độ ổn định của sản phẩm và hướng dẫn lắp ráp.
- **Hướng dẫn/Sổ tay/Khắc phục sự cố:** Cung cấp hướng dẫn lắp đặt và sửa chữa được dịch rõ ràng.
- **Chất lượng gỗ:** Tăng cường kiểm soát chất lượng hoàn thiện và sử dụng gỗ tốt hơn.

#### B. Vật liệu/linh kiện lỗi:

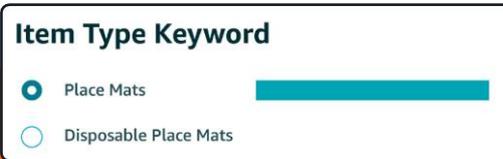
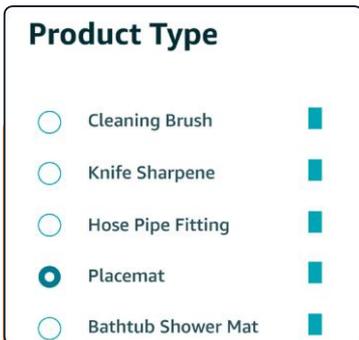
- Thực hiện kiểm tra chất lượng nghiêm ngặt trước khi giao hàng.
- Sử dụng bao bì tốt hơn với bảo vệ góc bổ sung.
- Cung cấp hướng dẫn lắp ráp rõ ràng kèm danh sách linh kiện.

#### C. Khả năng chịu lực:

- Nêu rõ trọng lượng tối đa cho mỗi kệ.
- Dùng vật liệu chất lượng cao hơn và thử nghiệm độ chịu lực.
- Cung cấp hình ảnh/video thử nghiệm trọng lượng thực tế.
- Chỉ định mục đích sử dụng khuyến nghị (sách, đồ trang trí, v.v.).

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## 2.2. Tấm lót bàn ăn (Placemats)



### 1. Phân tích sản phẩm theo danh mục

Tấm lót bàn ăn (Placemats) là một browse node độc lập với lượng tìm kiếm cao và nhu cầu ổn định. Thu nhỏ ITK = "Place Mats" để xem dữ liệu chi tiết nhất!

Cạnh tranh thị trường & Lựa chọn sản phẩm:

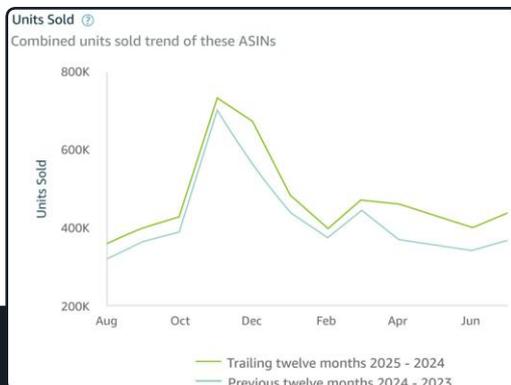
- Hơn 1.000 nhà bán hàng trên thị trường
- 3.200 thương hiệu mới.
- Tổng cộng 3,9 triệu ASIN, trong đó 2,4 triệu ASIN mới.
- Trung bình 1 offer cho mỗi ASIN.



### 3. Phân tích phân khúc giá phổ biến

Các mức giá đang thu hút nhiều khách hàng:

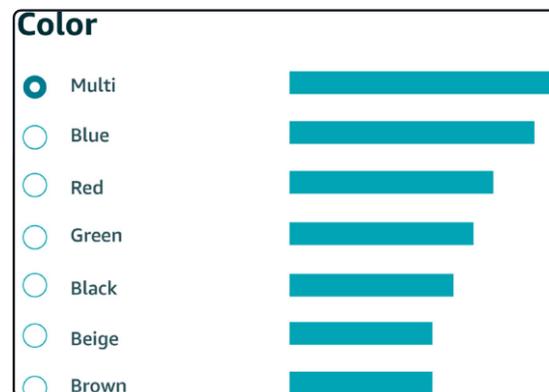
- 10 - 20 USD
- 20 - 30 USD



### 2. Phân tích số lượng bán ra so với cùng kỳ năm ngoái

Tấm lót bàn ăn (Placemats) ghi nhận tăng trưởng tích cực so với cùng kỳ năm ngoái (YoY), đặc biệt mạnh trong nửa đầu năm.

Nhu cầu tăng đột biến vào các mùa lễ như Giáng Sinh và Lễ Tạ Ơn (tháng 11 và 12).



### 4. Phân tích các màu sắc phổ biến của sản phẩm

Tấm lót bàn ăn thường có các màu sắc phổ biến sau:

- Nhiều màu (Multi)
- Xanh dương (Blue)
- Đỏ (Red)
- Xanh lá (Green)
- Đen (Black)



### 5. Phân tích các vật liệu phổ biến

Các vật liệu phổ biến được sử dụng để làm tấm lót bàn ăn gồm:

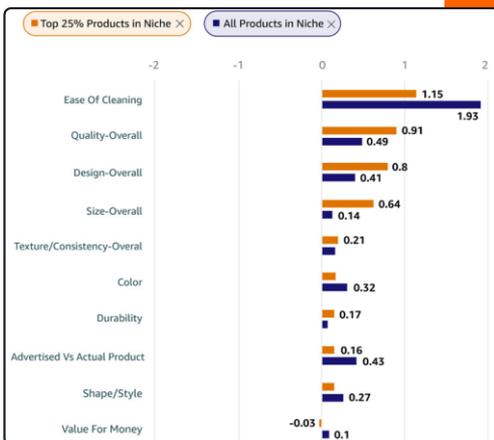
- Polyester
- Bông (Cotton)
- Nhựa (Plastic)
- Vải lanh (Linen)
- Giấy (Paper)



### 6. Phân tích xu hướng lựa chọn bộ sản phẩm

Các bộ sản phẩm thường được khách hàng lựa chọn có số lượng:

- 3 - 4
- 5 - 6



### 7. Phân tích các yếu tố thúc đẩy mua hàng<sup>1</sup>

Khách hàng đánh giá cao sản phẩm dựa trên một số đặc điểm nổi bật:

- Dễ bảo quản: Hơn 80,2% đánh giá tích cực nhấn mạnh sản phẩm dễ dàng vệ sinh.
- Định giá hợp lý: Hơn 32,9% đánh giá tích cực nhấn mạnh giá trị sản phẩm tốt.
- Độ bền: Hơn 53,3% đánh giá tích cực đề cập đến độ bền của sản phẩm.



### 8. Phân tích các yếu tố cần cải thiện<sup>1</sup>

Các phản hồi tiêu cực chỉ ra một số vấn đề cần khắc phục:

- Độ chính xác màu sắc: Hơn 9,5% đánh giá tiêu cực đề cập đến sự không khớp màu (mismatch).
- Chất lượng vật liệu: Hơn 15,3% đánh giá tiêu cực nhắc đến lo ngại về chất lượng.
- Độ đồng nhất về kích thước: Hơn 28,5% đánh giá tiêu cực ghi nhận vấn đề về kích thước.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

Return Ratio <sup>?</sup>

# 9.48%

8.59% product type average

Reasons for returns <sup>?</sup>

- 34% No longer needed/wanted
- 18% Different from website description
- 12% Accidental order
- 9% Defective/Does not work properly

Topic	% Mentions
Color	28.99%
Size-Overall	26.68%
Quality-Overall	9.51%
Advertised Vs Actual Product	7.77%
Material Quality	4.63%
Thickness	2.36%
Smell	2.23%
Thin	2.10%
Value For Money	1.51%
Functionality-Overall	1.48%

## 9. Phân tích các yếu tố chính dẫn đến trả hàng

Các lý do trả hàng hàng đầu:

- Tỷ lệ trả hàng: 9,48%, cao hơn mức trung bình của loại sản phẩm là 8,59%.
- Các yếu tố chính ảnh hưởng đến việc trả hàng:
  - Màu sắc (28,99%) - Lý do trả hàng cao nhất, do màu sắc thực tế của sản phẩm không giống với hình ảnh trên Trang chi tiết sản phẩm hoặc không đúng như kỳ vọng của khách hàng.
  - Kích thước tổng thể (26,68%) - Vấn đề phổ biến thứ 2, cho thấy có thể có sai lệch trong thông số kích thước.
  - Chất lượng tổng thể (9,51%) - Lo ngại chung về chất lượng, là lý do trả hàng thứ ba.

## 2.3. Vỏ gối trang trí (Throw Pillow Covers)

**Product Type**

- Dehumidifier
- Kitchen Tools
- Space Heater
- Decorative Pillow Cover
- Clock
- Clothes Rack

**Item Type Keyword**

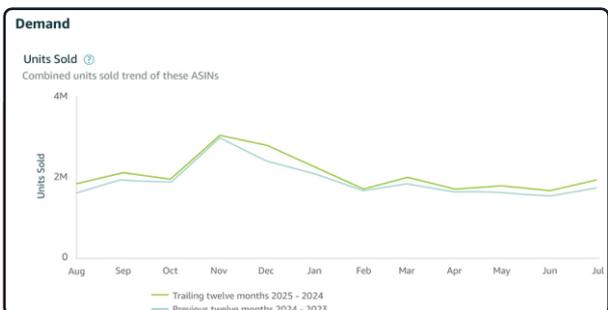
- Throw Pillow Covers
- Bed Pillow Shams
- Kids Throw Pillow Covers
- Kids Pillow Shams

### 1. Phân tích sản phẩm theo danh mục<sup>1</sup>

Vỏ gối trang trí (Throw Pillow Covers) có nhu cầu thị trường cao, là sản phẩm có mức cầu lớn nhất trong danh mục Nhà cửa & Bếp và thuộc 3 danh mục phổ biến đứng đầu cho nhà bán hàng Việt Nam.

**Price**

- \$0 - \$10
- \$10 - \$20
- \$20 - \$30
- \$30 - \$50
- \$50 - \$60
- \$60 - \$200



### 2. Phân tích số lượng bán ra so với cùng kỳ năm ngoái

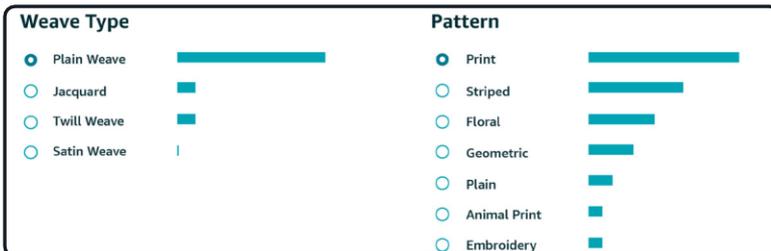
- Tăng trưởng số lượng đơn vị bán ra hàng năm so với cùng kỳ năm ngoái (YoY) tích cực.
- Nhu cầu tăng đột biến vào các thời điểm như tháng 7 (Prime Day), tháng 11 và 12 (Black Friday & Cyber Monday).

### 3. Phân tích các phân khúc giá phổ biến

Các mức giá đang thu hút nhiều khách hàng:

- 0 - 10 USD
- 10 - 20 USD
- 20 - 30 USD

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon



#### 4. Phân tích các đặc tính sản phẩm phổ biến

Kiểu dệt may phổ biến khách hàng thường tìm kiếm khi mua bộ vỏ gối trang trí:

- Dệt trơn (Plain Weave)
- Dệt nổi (Jacquard)
- Dệt chéo (Twill Weave)
- Dệt Satin (Satin Weave)

Các họa tiết đặc biệt mà nhà bán hàng nên kết hợp trong sản phẩm:

- In hoa văn (Print)
- Kẻ sọc (Striped)
- Hoa lá (Floral)
- Trơn (Plain)
- Họa tiết động vật (Animal Print)



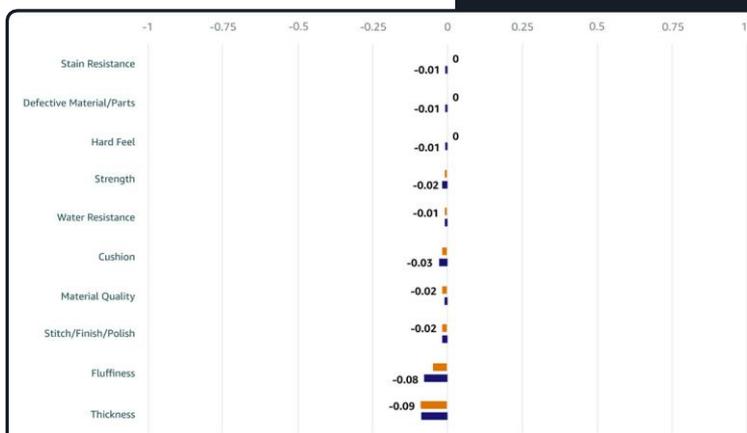
#### 5. Phân tích các yếu tố thúc đẩy mua hàng<sup>1</sup>

Khách hàng đánh giá cao sản phẩm dựa trên một số điểm nổi bật:

- Cảm giác/Chất lượng sản phẩm: Mềm mại, chất lượng tốt, giá trị xứng đáng với tiền
- Màu sắc: chính xác
- Kích thước đúng chuẩn: Vừa vặn hoàn hảo

#### 6. Phân tích các yếu tố cần cải thiện

Một số điểm hạn chế được khách hàng phản ánh nhiều đối với sản phẩm vỏ gối trang trí, cần được nhà bán hàng chú trọng khắc phục:



- Chất lượng vật liệu: Sản phẩm phải trong tình trạng tốt và được kiểm soát nghiêm ngặt.
- Chất lượng tổng thể: Tạo cảm giác chất lượng cao và trải nghiệm mua hàng xứng đáng với mức giá.
- Vải/Độ bền: Nâng cao kiểm soát chất lượng ở giai đoạn hoàn thiện bằng cách sử dụng vật liệu, đường may và bao bì tốt hơn.

1. Dữ liệu tổng hợp & tham khảo từ nguồn nội bộ của Amazon

## 7. Phân tích các yếu tố chính dẫn đến trả hàng

### A. Kích thước tổng thể:

- Cung cấp kích thước chính xác nổi bật ở nhiều vị trí (Tiêu đề, Tính năng chính của sản phẩm, Mô tả)
- Bao gồm infographic minh họa kích thước rõ ràng
- Thêm hình so sánh với các vật dụng phổ biến để thấy tỷ lệ

### B. Màu sắc:

- Thực hiện kiểm tra chất lượng nghiêm ngặt trước khi giao hàng
- Bao gồm mã màu để tham chiếu chính xác

Product Returns Insights <sup>Ⓞ</sup>	
Returns insights pertain to data collected in the last 6 months.	
Topic	% Mentions
Color	37.42%
Size-Overall	34.77%
Advertised Vs Actual Product	6.77%
Material Quality	3.77%
Quality-Overall	3.33%
Defective Material/Parts	2.24%
Upholstery/Fabric Quality	1.34%
Cushion	0.92%
Functionality-Overall	0.90%
Shape/Style	0.90%

### C. Sản phẩm quảng cáo nhiều hơn so với thực tế:

- Nêu rõ tính năng và kích thước của từng sản phẩm
- Sử dụng vật liệu chất lượng cao hơn
- Bao gồm hình ảnh/video thử nghiệm thực tế
- Cải thiện kiểm soát chất lượng tổng thể

# VI.

## Phụ lục 2

Bảng tổng hợp các phong cách thiết kế nội thất và trang trí nhà cửa phổ biến



## VI. Phụ lục 2: Bảng tổng hợp các phong cách thiết kế nội thất và trang trí nhà cửa phổ biến

Phong cách thiết kế	Giải thích	Trang
 <b>Artisanal &amp; Handcrafted</b>	Phong cách nhấn mạnh giá trị thủ công và tính nghệ thuật, với các sản phẩm được làm bằng tay hoặc theo kỹ thuật truyền thống, tinh xảo, độc đáo, mang đậm dấu ấn cá nhân.	42
 <b>Biophilic (Thiết kế sinh học)</b>	Phong cách gắn kết con người với thiên nhiên, sử dụng cây xanh, ánh sáng tự nhiên, màu sắc gợi nhắc thiên nhiên và vật liệu organic như gỗ, đá, tre, nhằm tạo không gian trong lành, thư giãn và hài hòa.	18
 <b>Bold Textural (Nhấn mạnh kết cấu)</b>	Phong cách thiết kế nhấn mạnh vào sự nổi bật của bề mặt và chất liệu, tạo nên cảm giác mạnh mẽ, sinh động và chiều sâu cho không gian.	37
 <b>Bohemian/Boho (Phong cách du mục)</b>	Phong cách du mục mang tinh thần tự do, phóng khoáng, không gò bó theo quy chuẩn. Phong cách này thường pha trộn nhiều màu sắc, họa tiết và chất liệu khác nhau, tạo nên không gian nghệ sĩ, gần gũi thiên nhiên và đậm chất cá tính.	17
 <b>Coastal Farmhouse (Phong cách nhà đồng quê ven biển)</b>	Phong cách kết hợp sự ấm áp, mộc mạc của nhà nông trại với cảm giác nhẹ nhàng, thư giãn của biển, thường sử dụng tông màu sáng, vật liệu tự nhiên như gỗ và linen, cùng các chi tiết trang trí mang hơi hướng ven biển, tạo không gian vừa gần gũi vừa thoáng đãng.	84
 <b>Coquette</b>	Phong cách ngọt ngào, nữ tính và lãng mạn, thường gắn với màu pastel, ren, nơ, hoa nhí và các chi tiết duyên dáng, mang lại cảm giác tinh nghịch nhưng thanh lịch.	29
 <b>Cottage</b>	Phong cách đồng quê Châu Âu, mộc mạc và ấm áp, sử dụng vật liệu tự nhiên, họa tiết hoa lá nhẹ nhàng và gam màu tươi sáng, mang lại cảm giác giản dị, yên bình.	31
 <b>Cozy</b>	Phong cách này thường sử dụng các chất liệu mềm mại như len, chăn lông, thảm dày, gối vải nhung, kết hợp với tông màu ấm áp, trung tính để tạo ra không gian ấm cúng, thoải mái và thư giãn.	30

Phong cách thiết kế	Giải thích	Trang
 <b>Eclectic</b> (Phong cách chiết trung)	Pha trộn đa dạng các yếu tố, màu sắc và chất liệu từ nhiều nguồn cảm hứng khác nhau, tạo ra không gian hoặc sản phẩm độc đáo, cá tính và thể hiện sự sáng tạo tự do, không bị ràng buộc bởi một quy tắc hay phong cách cố định.	18
 <b>Farmhouse</b> (Phong cách nhà đồng quê)	Phong cách trang trí lấy cảm hứng từ những ngôi nhà nông trại truyền thống. Nó mang đến cảm giác ấm áp, giản dị và mộc mạc với vật liệu tự nhiên như gỗ, đá, vải thô, cùng bảng màu nhẹ nhàng, tạo không gian gần gũi và thân thiện như ở chốn thôn quê.	20
 <b>Grandmillennial</b>	Phong cách Grandmillennial là sự kết hợp độc đáo giữa nét cổ điển, hoài niệm của thế hệ cũ và sự phá cách, hiện đại của thế hệ trẻ (Millennial). Đặc trưng của phong cách này là sử dụng các yếu tố truyền thống như hoa văn, ren, đồ gỗ cũ, kết hợp cùng màu sắc hiện đại và phụ kiện mang dấu ấn cá nhân để tạo nên cảm giác tươi mới, thời thượng.	19
 <b>Home &amp; Wellness Space</b>	Phong cách tạo dựng không gian sống kết hợp thư giãn và chăm sóc sức khỏe, ưu tiên sự thoải mái, yên tĩnh và cân bằng, thường sử dụng màu sắc nhẹ nhàng, ánh sáng dịu, cùng các yếu tố thiên nhiên để mang lại cảm giác an toàn và tái tạo năng lượng.	52
 <b>Japandi</b>	Sự kết hợp giữa tối giản Bắc Âu (Scandinavian) và phong cách Nhật Bản, mang đến không gian ấm áp, giản dị, gần gũi thiên nhiên và hướng đến sự cân bằng, tĩnh lặng.	12
 <b>Maximalism</b> (Phong cách tối đa)	Phong cách thiết kế đề cao sự phong phú và nổi bật, với nhiều màu sắc rực rỡ, họa tiết đa dạng, đồ nội thất và trang trí được kết hợp lớp chồng lớp. Không gian mang lại cảm giác sống động, giàu năng lượng và thể hiện cá tính mạnh mẽ của người sử dụng.	15
 <b>Minimalism</b> (Phong cách tối giản)	Phong cách thiết kế tập trung vào sự tối giản, loại bỏ chi tiết dư thừa, chỉ giữ lại những yếu tố cần thiết để tạo ra không gian tinh gọn, thoáng đãng và hài hòa.	18
 <b>Modern Earthy</b>	Phong cách hiện đại kết hợp các yếu tố tự nhiên, sử dụng màu sắc trung tính, tông đất, vật liệu như gỗ, đá, linen, mang đến không gian ấm áp, thư giãn nhưng vẫn tinh gọn và hiện đại.	19

Phong cách thiết kế	Giải thích	Trang
 <b>Modern Organic</b>	Phong cách hiện đại nhưng gắn gũi với thiên nhiên, kết hợp các đường nét tinh gọn, thiết kế tối giản với vật liệu tự nhiên như gỗ, đá, linen, mang lại không gian vừa sang trọng vừa ấm áp, tự nhiên.	17
 <b>Organic Luxury</b>	Organic Luxury là phong cách kết hợp sự sang trọng tinh tế với yếu tố tự nhiên, sử dụng vật liệu cao cấp nhưng mang tính organic như gỗ quý, đá tự nhiên, vải linen hay lụa, cùng bảng màu trung tính và tông đất, tạo nên không gian vừa thanh lịch, đẳng cấp vừa ấm áp và gắn gũi.	21
 <b>Pattern Drench</b>	Pattern Drench là phong cách phủ kín không gian bằng một họa tiết lặp lại (tường, rèm, sofa, phụ kiện...) để tạo hiệu ứng đồng bộ, điểm nhấn mạnh mẽ và ấn tượng thị giác.	31
 <b>Retro</b>	Phong cách thiết kế lấy cảm hứng từ các thập niên 1950–1980, với màu sắc tươi sáng, họa tiết hình học, nội thất và chi tiết trang trí mang hơi hướng hoài cổ nhưng vẫn mang nét vui tươi, năng động.	15
 <b>Rustic</b>	Phong cách thiết kế mộc mạc, thường sử dụng các vật liệu tự nhiên, chưa qua xử lý như gỗ thô, đá, gạch để mang lại cảm giác giản dị và gắn gũi với thiên nhiên.	20
 <b>Scandi-Boho</b>	Phong cách Scandi-Boho là sự kết hợp giữa nét tối giản, sáng sủa của Scandinavian và vẻ phóng khoáng, họa tiết đa dạng của Bohemian, tạo nên không gian vừa gọn gàng, ấm áp vừa cá tính, đậm chất nghệ sĩ.	19
 <b>Scandinavian (Nordic)</b>	Phong cách tối giản Bắc Âu, sáng sủa và tiện nghi, ưu tiên màu sắc trung tính, ánh sáng tự nhiên, nội thất gọn gàng và vật liệu mộc mạc như gỗ sáng màu, tạo nên không gian thoáng đãng, ấm áp và hài hòa.	12
 <b>Seasonal Festive (Lễ hội theo mùa)</b>	Phong cách mang không khí lễ hội, rực rỡ và nổi bật, thường gắn với các dịp đặc biệt hoặc mùa vụ trong năm, sử dụng màu sắc đậm, họa tiết bắt mắt và tạo cảm giác vui tươi, náo nhiệt.	42
 <b>Sensorial Design (Thiết kế đa giác quan)</b>	Phong cách thiết kế khơi gợi cảm xúc bằng cách đánh thức nhiều giác quan thông qua màu sắc, ánh sáng, chất liệu, âm thanh và hương thơm.	77

● VI. Phụ lục 2: Bảng tổng hợp các phong cách thiết kế nội thất và trang trí nhà cửa phổ biến

Phong cách thiết kế	Giải thích	Trang
 <b>Sustainability, Eco-Friendly (Bền vững, thân thiện với môi trường)</b>	Phong cách bền vững và thân thiện với môi trường, tập trung vào việc sử dụng vật liệu tái chế, nguyên liệu tự nhiên hoặc quy trình sản xuất giảm tác động môi trường, đồng thời khuyến khích lối sống có trách nhiệm với hành tinh.	46
 <b>Transitional (Phong cách chuyển tiếp)</b>	Phong cách Transitional (chuyển tiếp) là sự kết hợp hài hòa giữa thiết kế truyền thống và hiện đại, tạo ra không gian cân đối, tinh tế, vừa giữ được sự ấm áp, sang trọng của cổ điển, vừa mang nét tối giản, tiện nghi của phong cách hiện đại.	17
 <b>Transitional minimal (Tối giản chuyển tiếp)</b>	Transitional Minimal là sự kết hợp giữa triết lý tối giản của Minimalism và vẻ đẹp ấm áp, vượt thời gian của phong cách Transitional. Phong cách này lấy đường nét gọn gàng của chủ nghĩa tối giản và thêm vào đó sự mềm mại của các chất liệu tự nhiên để tạo ra một không gian vừa hiện đại, tinh tế mà vẫn ấm cúng, không gây cảm giác lạnh lẽo như phong cách tối giản thuần túy.	22
 <b>Vintage</b>	Phong cách thiết kế gợi lại nét đẹp của quá khứ, thường sử dụng đồ nội thất, vật dụng, màu sắc và họa tiết mang dấu ấn của các thập niên trước để tạo cảm giác hoài niệm và ấm áp.	10
 <b>Wabi-sabi</b>	Wabi-sabi là phong cách thẩm mỹ Nhật Bản đề cao vẻ đẹp của sự bất toàn, giản dị và tự nhiên, thường sử dụng chất liệu mộc mạc, màu sắc trầm ấm, bề mặt thô ráp hay dấu vết thời gian, nhằm mang lại cảm giác chân thực, tinh tị và sâu lắng.	21

## VI. Nguồn tham khảo tài liệu

Nhà bán hàng có thể tham khảo thêm các nguồn tài liệu sau đây để cập nhật mới nhất về hướng dẫn bán hàng trên Amazon:

- Tài liệu cơ bản dành cho nhà bán hàng mới:  
[Thư viện kiến thức bán hàng trên Amazon](#)
- Lịch đào tạo và Khóa học dành cho tất cả nhà bán hàng
- Tổng hợp tài liệu dành cho nhà bán hàng đã có tài khoản Seller Central:  
[Học viện nhà bán hàng trên Seller Central](#)

Khám phá thêm nhiều ngành hàng tiềm năng khác với hai công cụ:

- Công cụ Trình khám phá cơ hội sản phẩm (OX):  
<https://sellercentral.amazon.com/opportunity-explorer>
- Công cụ Hướng dẫn về sản phẩm trên thị trường (MPG):  
<https://sellercentral.amazon.com/selection/category-insights>

Lưu ý: Để truy cập công cụ, nhà bán hàng cần có tài khoản bán hàng chuyên nghiệp.

