

NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG CAMPUCHIA 2026

Consumer, Beauty & Social Commerce

Cơ hội mở rộng kinh doanh từ Việt Nam sang Campuchia - cập nhật đến 15/07/2026

By W.S WANARI – PHUM GLOBAL CO.,LTD

RiAI Market Research

Tóm tắt điều hành - cơ hội có thật, nhưng phải vào đúng kênh

Kết luận tư vấn cho doanh nghiệp Việt Nam muốn bán hàng, phân phối, nhượng quyền hoặc mở thị trường tại Campuchia.

Campuchia hấp dẫn nhất với thương hiệu Việt có sản phẩm vừa túi tiền, câu chuyện tin cậy và năng lực kiểm soát sell-through ở cấp cửa hàng.

01

Nền tảng cầu trẻ và số hóa

17.9M dân, tuổi trung vị 26.2; mạng xã hội chạm đến quy mô rất lớn so với dân số.

02

Sức mua đang nhạy cảm

Tăng trưởng 2026 dự báo chậm lại; người mua ưu tiên giá trị thực, pack nhỏ và khuyến mại.

03

Kênh bán là lợi thế cạnh tranh

Facebook/TikTok giúp khám phá; salon, pharmacy, beauty store và truyền thống tạo niềm tin.

04

Danh mục nên ưu tiên

Beauty, FMCG/F&B, wellness hợp quy định, salon/spa/franchise, B2B phân phối.

05

Cách vào thị trường

Pilot Phnom Penh 3-6 tháng, đo sell-through/repeat, sau đó mở tỉnh hoặc JV/franchise.

Market snapshot 2026 - trẻ, mobile-first, nhưng thu nhập còn mỏng

Các chỉ báo nền tảng để đánh giá quy mô thị trường, sức mua và kênh tiếp cận.

17.9M

Dân số

Oct 2025

26.2

Tuổi trung vị

dân số trẻ

12.0M

Internet users

67.3% dân số

14.0M

Social identities

77.9% dân số

21.7M

Mobile connections

121% dân số

Độc nhanh

Khách hàng mục tiêu nên được chia theo hành vi: người mua đô thị có thói quen social commerce; người mua tỉnh/thị trấn cần giá trị rõ, kênh quen thuộc và bảo đảm hàng thật.

GDP growth forecast (%)



GDP/người danh nghĩa

2026p: US\$3,037 | 2028p: US\$3,438

Thông điệp: quy mô cầu tăng nhưng người mua vẫn nhạy cảm về giá. Chiến lược nên ưu tiên sản phẩm dễ thử, chứng minh hiệu quả và vòng quay nhanh.

Why now? Cửa mở thị trường đi cùng áp lực ví tiền

Năm 2026 là thời điểm cần mô hình nhẹ, kiểm soát tồn kho và biên lợi nhuận, không phải đốt tiền lấy tăng trưởng.

Động lực cầu

Xuất khẩu, du lịch và tiêu dùng tư nhân hỗ trợ nền kinh tế.
FDI 2025 đạt US\$5.1B, xoay sang điện tử, giày dép, đồ gia dụng, lốp xe, năng lượng.
Dân số lao động còn dư địa trước khi đạt đỉnh khoảng 2043.

Áp lực tiêu dùng

GDP 2026p: 3.9%; lạm phát tháng 3-4/2026 quanh 5.6%-5.8%.
Remittances giảm xuống 3.6% GDP năm 2025; tín dụng và bất động sản điều chỉnh.
NPL 2025 tăng lên 8.9%, làm người mua và nhà phân phối thận trọng.

Hàm ý thương mại

Ưu tiên affordable efficacy: sản phẩm chứng minh hiệu quả, giá dễ thử, vòng quay nhanh, margin đủ cho distributor và retailer.

Không vào bảng premium đại trà

Không phụ thuộc 1 nhà phân phối

Không mở rộng trước khi có sell-through

Hành vi mua sắm tiêu dùng & làm đẹp

Người mua không chỉ mua giá rẻ: họ mua khi có giá trị rõ, lời khuyên đáng tin và giao dịch thuận tiện.



3 nguyên tắc bán hàng

Value-first

Pack nhỏ, combo, sampling và khuyến mại phải gắn với lợi ích rõ.

Trust-first

KOL địa phương, reviewer Khmer, salon/pharmacy tư vấn và chứng thực hàng thật.

Convenience-first

Chat nhanh, QR/COD, giao trong ngày tại Phnom Penh và chăm sóc sau mua.

Hành trình mua điển hình



Việc cần làm ngay: xây nội dung Khmer theo vấn đề thực tế, không chỉ dịch catalogue từ tiếng Việt.

Digital & social commerce - cổng vào thị trường nhanh nhất

Facebook và TikTok là kênh khám phá; chuyển đổi nên linh hoạt qua chat, marketplace, website hoặc retailer.

Quy mô tiếp cận quảng cáo / nền tảng



Các chỉ số này là ad reach / user identities, không phải số người duy nhất. Tuy vậy, chúng xác nhận Campuchia là thị trường social-first cho ngành beauty và FMCG.

Playbook social commerce

1. Creator seeding bằng tiếng Khmer
2. Livestream demo - giải thích - chứng thực
3. Chốt đơn qua chat/website/retailer nếu TikTok Shop chưa khả dụng
4. CRM: tái mua theo chu kỳ sử dụng sản phẩm

TikTok Shop: kiểm tra khả dụng theo thị trường trước khi cam kết



Beauty & personal care - danh mục nên ưu tiên

Cơ hội nằm ở hiệu quả dễ hiểu, giá dễ thử, nội dung địa phương và kênh tư vấn đáng tin.

Danh mục	Lý do mua	Cách bán	Ưu tiên	Rủi ro
Skincare basic / sunscreen	Khí hậu nóng, nhu cầu da khỏe và chống nắng.	Hero SKU + review + sampling tại beauty store.	Cao	Claims
Haircare / scalp / salon	Tần suất dùng cao, dễ tư vấn qua salon.	Salon kit + homecare + training.	Cao	Đào tạo
Body mist / fragrance	Dễ thử, hợp quà tặng và Gen Z.	Bundle, creator review, mini size.	TB-Cao	Hương
Men grooming	Khoảng trống nội dung và retail còn rộng.	Combo đơn giản, creator nam.	TB	Giá
Mom & baby / family care	Nhạy cảm về niềm tin, repeat tốt.	Pharmacy/clinic + compliance chặt.	Cao	Pháp lý
Wellness / supplement	Nhu cầu chăm sóc sức khỏe tăng.	Chỉ bán claim hợp lệ.	Chọn lọc	Cao

Khuyến nghị danh mục khởi động

20-50 SKU; 3-5 hero products; tránh claim y khoa; có nhãn Khmer, tem chống giả, hướng dẫn dùng bằng video và chính sách đổi trả rõ.

Ngành nghề Việt Nam có thể kinh doanh / mở rộng ngay

Ma trận ưu tiên dựa trên độ gần chuỗi cung ứng, khả năng tạo niềm tin, vòng quay hàng, rào cản pháp lý và sức cạnh tranh kênh.

Ngành / mô hình	Ưu tiên	Lý do mở rộng	Cách vào phù hợp	Rào cản chính
Beauty & personal care	5/5	Biên tốt, hợp social commerce, dễ kể chuyện thương hiệu Việt.	Distributor + KOL + beauty store/salon pilot.	Claim, hàng giả
FMCG/F&B: cà phê, sữa, snack, gia vị	4/5	Gần khẩu vị, gần logistics, phù hợp cửa hàng truyền thống.	Nhà phân phối tỉnh + modern trade để tạo uy tín.	Margin, shelf fee
Salon/spa/academy/franchise	4/5	Dịch vụ tạo niềm tin và tiêu thụ sản phẩm đi kèm.	Franchise nhẹ, đào tạo, kit sản phẩm.	Nhân sự, QA
Wellness/supplement hợp quy định	3/5	Nhu cầu tăng nhưng rủi ro claim cao.	SKU đơn giản, hồ sơ pháp lý chặt.	Đăng ký, claim
B2B phân phối/logistics/packaging	4/5	Lợi thế vận hành vùng biên và chi phí.	JV/đối tác kho, fulfillment, kiểm hàng.	Đối tác, công nợ
Social commerce/KOL agency Khmer-Việt	4/5	Nhiều thương hiệu cần local content và vận hành live.	Dịch vụ content - ads - chốt đơn.	Niềm tin, data
Retail chain / beauty store	3/5	Tạo điểm tin cậy nhưng cần vốn và mặt bằng.	Pop-up, shop-in-shop, sau đó flagship.	CAPEX, thuê mặt bằng

Ưu tiên 90 ngày đầu: chọn 1-2 ngành, 1 thành phố, 1 mô hình kênh chính; tránh mở đồng thời quá nhiều SKU và quá nhiều tỉnh.

4 mô hình vào thị trường từ Việt Nam

Mục tiêu không phải “có mặt ở Campuchia”, mà là kiểm soát sell-through, công nợ, dữ liệu khách hàng và uy tín thương hiệu.

01

Export qua distributor/importer

Nhanh nhất; phù hợp test nhu cầu và thủ tục nhập khẩu.

02

Social commerce + local fulfillment

Kiểm soát insight, nội dung, tỉ lệ tái mua.

03

Franchise / JV retail, salon, academy

Khi đã có traction và cần trải nghiệm dịch vụ.

04

Local packing / OEM / manufacturing

Sau 12-24 tháng nếu volume đủ và cần tối ưu chi phí.

Scale chỉ khi sell-through và collection ổn định



Kênh phân phối & rollout địa lý

Phnom Penh là nơi test concept, nội dung và kênh; mở tỉnh chỉ khi unit economics rõ và đối tác đủ năng lực.

Địa bàn ưu tiên		Vai trò kênh bán	
1	Phnom Penh	Pilot, KOL, modern trade, beauty store	Modern trade Tạo uy tín và visibility
2	Siem Reap	Du lịch, quà tặng, beauty/spa	Beauty store / pharmacy Tạo niềm tin và tư vấn
3	Sihanoukville	Logistics, du lịch, rủi ro biến động	Salon / spa Demo hiệu quả, bán combo homecare
4	Battambang	Tỉnh trọng điểm phía Tây	Facebook / TikTok / creator Tạo cầu và chốt đơn nhanh
5	Kandal / Svay Rieng / Bavet	Vùng giáp Việt Nam, B2B và logistics	Wholesaler / traditional trade Mở rộng độ phủ khi SKU đã chứng minh

Cách phân bổ 6 tháng đầu

70% nguồn lực cho Phnom Penh + social/creator + 2-3 kênh tin cậy; 30% để test tỉnh/vùng biên và học logistics.

Pháp lý, thuế, logistics - checklist trước khi ký deal

Chạy legal/tax/product-compliance song song với pilot thương mại; đừng ký độc quyền trước khi kiểm chứng đối tác.

Partner due diligence

Giấy phép, kho, coverage, DSO, lịch sử thu tiền, chống hàng giả.

Product compliance

Đăng ký/notification, nhãn tiếng Khmer, claims, sample import, hạn dùng.

Tax & customs

CIT chuẩn 20%; VAT 10%; import duties thường 0%-35% tùy HS code.

Contracts

Territory, exclusivity, sell-through KPI, returns, data ownership, IP/trademark.

Payments & reputation

Cấu trúc thanh toán, cash/KHQR/bank transfer, AML/fraud/reputation checks.

Lưu ý

Bản này không thay thế tư vấn pháp lý/thuế tại Campuchia. Trước khi nhập hàng beauty, wellness hoặc supplement, cần đối chiếu HS code, hồ sơ sản phẩm và claim với tư vấn địa phương.



Rủi ro chính và cách giảm thiểu

Rủi ro lớn không chỉ là không bán được, mà là bán được nhưng mất kiểm soát công nợ, claim, hàng giả hoặc đối tác.

Rủi ro	Mức độ	Biện pháp giảm thiểu
Áp lực ví tiền	High	Pack nhỏ, bundle, giá trị chứng minh, theo dõi repeat.
Phụ thuộc distributor	High	Không độc quyền sớm; dùng KPI sell-through và DSO.
Regulatory / product claims	High	Legal counsel, claim review, hồ sơ sản phẩm trước launch.
Hàng giả / xám	Med-High	Tem, QR xác thực, kiểm soát đại lý và đổi trả.
Fuel/logistics biến động	Medium	Safety stock, điều khoản giá, nhiều tuyến vận chuyển.
Credit/cash collection	High	Credit limit, prepayment, bảo lãnh, chốt công nợ hằng tuần.

Quản trị rủi ro bằng dữ liệu: weekly dashboard về sell-through, DSO, stockout, returns, claim, complaint và kênh bán.

Roadmap thâm nhập thị trường: 3 - 6 - 12 - 24 tháng

Học nhanh trong phạm vi nhỏ, sau đó mở rộng khi chứng minh vòng quay hàng, biên lợi nhuận và năng lực đối tác.



0-3 tháng

Validate

Store check, phỏng vấn distributor, rà pháp lý, chọn 20-50 SKU, Khmer content và giá.



3-6 tháng

Pilot

Phnom Penh: creator/KOL, beauty stores/salon, social commerce, đo CAC, repeat, sell-through.



6-12 tháng

Scale controlled

Mở kênh/tỉnh có kiểm soát, CRM, trade marketing, cắt SKU chậm, chuẩn hóa training.



12-24 tháng

Build presence

JV/franchise, local packing/OEM, flagship/shop-in-shop, B2B partnerships.

Go/No-go gate sau 6 tháng

Chỉ scale nếu hero SKU có sell-through ổn định, CAC hợp lý, repeat bắt đầu hình thành, DSO trong kiểm soát và không phát sinh vấn đề claim/pháp lý.

KPI quản trị và due diligence trước khi scale

Bộ chỉ số đề xuất để đối tác/nhà đầu tư theo dõi, thay vì chỉ nhìn doanh số top-line.

Sell-through

theo SKU/kênh/tuần

Gross margin

sau trade spend

Repeat rate

60/90 ngày

CAC & creator ROI

theo chiến dịch

DSO / collections

công nợ và tuổi nợ

Stockout

mất doanh thu

Returns / complaints

chất lượng và claim

Fake / grey market

kiểm soát kênh

Distribution quality

độ phủ có trọng số

Training compliance

salon/retailer

Content conversion

view -> chat -> order

Partner score

năng lực & minh bạch

Decision discipline

Trước pilot, thống nhất ngưỡng scale / pause / stop. Không mở tỉnh mới nếu DSO, stockout, return hoặc claim chưa nằm trong vùng kiểm soát; không tăng SKU nếu hero product chưa chứng minh tái mua.

5 “strategic plays” cho doanh nghiệp Việt Nam

Các hướng đi có thể đóng gói thành đề án bán hàng, phân phối, nhượng quyền hoặc hợp tác đầu tư.

1

VN Beauty affordable efficacy

Skincare, sunscreen, haircare, body mist; Khmer content, KOL, beauty store/salon.

2

F&B/FMCG gần khẩu vị

Cà phê, sữa, snack, gia vị, đồ uống tốt cho sức khỏe; đi qua distributor + trade marketing.

3

Salon/spa/academy franchise

Dịch vụ tạo niềm tin, bán kit sản phẩm và homecare; chuẩn hóa training và QA.

4

Social commerce enablement

Creator network Khmer-Việt, livestream vận hành, chốt đơn, fulfillment và CRM.

5

B2B distribution/logistics/packaging

Fulfillment, kho, kiểm hàng, anti-counterfeit, packaging và dịch vụ hỗ trợ thương hiệu.

Ưu tiên hành động: chọn play phù hợp với tài sản hiện có của doanh nghiệp - sản phẩm, kênh, đội ngũ, vốn và mức chịu rủi ro pháp lý.

Nguồn tham khảo và ghi chú sử dụng

Bản nghiên cứu sử dụng nguồn công khai cập nhật đến 15/07/2026 và phân tích chiến lược của RiAI.

World Bank	Cambodia Overview; Cambodia Economic Update - Navigating Shocks, June 2026.
DataReportal	Digital 2026: Cambodia - population, internet, mobile, social media, platform reach.
PwC Worldwide Tax Summaries	Cambodia Corporate Taxes and Other Taxes, reviewed April 2026.
Reuters / AP	Cambodia cybercrime law, fuel/logistics risk, Funan Techo Canal financing and logistics context.
RiAI analysis	Opportunity scoring, route-to-market, portfolio strategy, risk controls and KPI framework.

Ghi chú phương pháp

Dữ liệu beauty-specific tại Campuchia còn hạn chế ở nguồn nghiên cứu. Vì vậy, các khuyến nghị danh mục được suy luận từ dữ liệu nhân khẩu học, digital reach, bối cảnh sức mua, cấu trúc kênh bán và logic cạnh tranh của ngành. Trước khi đầu tư, cần thực hiện store audit, phỏng vấn distributor, kiểm tra pháp lý sản phẩm và test bán hàng có đo KPI.

Mọi thông tin Thị trường Campuchia liên hệ: Mr. W.S WANARI – PHUM GLOBAL CO.,LTD