

BAO-CAO

Báo cáo: Người Việt chăm sóc sức khỏe chủ động 2026 — dữ liệu từ 1.540 đơn hàng thực tế

Đội ngũ IKI by HOPE CORP · Cập nhật 2026-07-29 · 9 phút đọc



TRẢ LỜI NHANH

Báo cáo tổng hợp dữ liệu vận hành thực tế của IKI by HOPE CORP kỳ 03-07/2026: đạm thực vật chiếm 63,7% giá trị giỏ hàng sức khỏe; 29,1% khách quay lại mua tiếp trong vòng 5 tháng; 64% đơn hàng đến từ ngoài Hà Nội và TP.HCM; 68% giao dịch vẫn chọn thanh toán khi nhận hàng (COD); và 80-85% doanh thu đi qua kênh nhắn tin Zalo thay vì giỏ hàng thương mại điện tử. Số liệu mở cho báo chí và nhà nghiên cứu trích dẫn kèm nguồn.

Chăm sóc sức khỏe chủ động — chăm cơ thể trước khi nó lên tiếng — được nói đến rất nhiều, nhưng hầu hết bài viết dừng ở lời khuyên. Câu hỏi ít ai trả lời được bằng số: người Việt thực sự bắt đầu từ đâu, chi tiêu thế nào, ở những tỉnh nào, và tin vào điều gì khi mua sản phẩm sức khỏe trên mạng?

Báo cáo này trả lời bằng dữ liệu vận hành thực tế của IKI by HOPE CORP kỳ **tháng 3 – tháng 7/2026**: 1.540 đơn hàng của 1.064 khách hàng, 1.531 vận đơn giao khắp ba miền, sao kê ngân hàng và hoạt động của cộng đồng hơn 200.000 thành viên. Toàn bộ số liệu là số tổng hợp, không chứa thông tin cá nhân, và **mở cho báo chí trích dẫn miễn phí kèm nguồn**.

Năm con số chính

- **63,7%** giá trị giỏ hàng thuộc về **đạm thực vật** – cửa ngõ phổ biến nhất của lối sống sức khỏe chủ động.
- **29,1%** khách hàng quay lại mua tiếp trong vòng 5 tháng; người quay lại mua trung bình **2,5 đơn**.
- **64%** đơn hàng đến từ **ngoài Hà Nội và TP.HCM** – sức khỏe chủ động không còn là chuyện riêng của đô thị lớn.
- **68%** giao dịch vẫn chọn **thanh toán khi nhận hàng (COD)** – niềm tin vẫn là rào cản lớn nhất của ngành.
- **80–85%** doanh thu đi qua **kênh nhắn tin Zalo** – người Việt mua sản phẩm sức khỏe qua người tư vấn, không qua giỏ hàng.

I. Đạm thực vật là cửa ngõ của sức khỏe chủ động

Trong cơ cấu giỏ hàng kỳ 03–07/2026, nhóm **đạm thực vật chiếm 63,7%** tổng giá trị – gấp hơn sáu lần nhóm đứng thứ hai là trà thảo mộc (10,3%). Xếp sau là thức uống thay thế cà phê (10%), dầu ăn (6%) và đồ dùng bếp (0,5%).

- Đạm thực vật: **63,7%**
- Trà thảo mộc: **10,3%**
- Thức uống dinh dưỡng thay cà phê: **10%**
- Dầu ăn: **6%**
- Nhóm khác (đồ dùng, quà tặng...): **~10%**

Đọc nhanh cho người làm nội dung

Khi người Việt quyết định "sống lành hơn", hành động đầu tiên thường không phải là mua thiết bị đo hay đăng ký phòng tập — mà là **đổi bữa ăn**, bắt đầu từ nguồn đạm. Bữa sáng là điểm vào phổ biến nhất mà đội ngũ tư vấn ghi nhận.

Giá trị giỏ hàng trung bình vượt **1 triệu đồng mỗi đơn** — cho thấy nhóm khách này coi đây là khoản đầu tư định kỳ cho sức khỏe, không phải mua thử vật vãn.

2. Từ "mua thử" sang "thói quen": gần 1/3 khách quay lại

Trong 5 tháng, **29,1% khách hàng đã quay lại mua ít nhất lần thứ hai**, và nhóm này mua trung bình **2,5 đơn/người**. Với ngành hàng sức khỏe — nơi sản phẩm phải dùng đều mới có ý nghĩa — tỉ lệ quay lại là chỉ số trung thực hơn nhiều so với doanh số một lần.

Con số này còn khiêm tốn so với thực tế, vì dữ liệu chỉ tính trong 5 tháng gần nhất: khách mua từ trước tháng 3/2026 quay lại sẽ được đếm như khách mới. Nói cách khác, **29,1% là mức sàn**, không phải mức trần.

3. Bản đồ sức khỏe chủ động: 2/3 đơn hàng nằm ngoài hai đô thị lớn

Phân tích 1.531 vận đơn giao hàng kỳ 03–07/2026:

- Hà Nội dẫn đầu với **23,6%** số đơn — gần gấp đôi TP.HCM (**12,4%**).
- Nhưng cộng cả hai đô thị lớn mới chiếm 36% — nghĩa là **64% đơn hàng đến từ các tỉnh còn lại**, phủ khắp ba miền.
- Theo miền: **Bắc 53,8%** — Nam **28,7%** — Trung **17,5%**.
- Bất ngờ lớn nhất: **Bắc Giang đứng thứ ba toàn quốc (4,5%)**, trên cả Hải Phòng (4,1%), Đồng Nai (3,9%) và Bình Dương (3,5%).

Điều này có nghĩa gì

Làn sóng chăm sóc sức khỏe chủ động đã lan về tỉnh — nơi ít phòng tập, ít cửa hàng thực phẩm lành, nhưng người dân vẫn tìm đến qua mạng xã hội và

cộng đồng trực tuyến. Với người làm chính sách và doanh nghiệp ngành hàng sức khỏe, thị trường tỉnh không còn là "thị trường phụ".

4. Niềm tin — rào cản lớn nhất, và cách người Việt vượt qua nó

Hai con số nói lên cùng một câu chuyện:

- **68% dòng tiền vẫn là COD** (thanh toán khi nhận hàng); chỉ 32% chuyển khoản trước — theo sao kê ngân hàng tháng 7/2026.
- **80–85% doanh thu đi qua Zalo** — khách nhắn tin, hỏi kỹ, được tư vấn bởi người thật rồi mới đặt; thương mại điện tử kiểu "bỏ giỏ hàng - thanh toán" chiếm tỉ trọng rất nhỏ.

Với ngành hàng đưa vào cơ thể, người Việt chưa mua bằng nút "Mua ngay" — họ mua bằng **niềm tin được xây qua đối thoại**: hỏi đáp trực tiếp, cộng đồng đồng người thật, và quyền được cầm hàng trên tay rồi mới trả tiền.

Đây cũng là lý do IKI by HOPE CORP xây cộng đồng hơn 200.000 thành viên và đội ngũ tư vấn con người trước khi xây bất kỳ giỏ hàng nào.

5. Phương pháp và giới hạn của báo cáo

Nguồn dữ liệu:

- 1.540 đơn hàng của 1.064 khách hàng, ghi nhận trên hệ thống bán hàng của HOPE CORP, kỳ 08/03/2026 – 27/07/2026.
- 1.531 vận đơn giao hàng (đối chiếu địa chỉ nhận để phân tích địa lý).
- Sao kê tài khoản ngân hàng doanh nghiệp tháng 7/2026 (cơ cấu COD/chuyển khoản).
- Dữ liệu kênh bán tổng hợp từ hệ thống quản trị nội bộ.

Giới hạn cần biết trước khi trích dẫn:

- Đây là dữ liệu từ tệp khách hàng của một doanh nghiệp — nhóm đã quan tâm đến lối sống lành mạnh — **không phải mẫu đại diện dân số Việt Nam**.
- Tỷ lệ quay lại 29,1% chỉ tính trong cửa sổ 5 tháng, là mức sàn.
- Phân tích địa lý dựa trên địa chỉ nhận hàng của một phần đơn (những đơn giao qua đối tác vận chuyển có địa chỉ đọc được).
- Số liệu phần trăm được làm tròn một chữ số thập phân.

Dành cho báo chí và người làm nội dung

Toàn bộ số liệu trong báo cáo được **trích dẫn miễn phí** với điều kiện ghi nguồn: *"Báo cáo IKI by HOPE CORP, 2026"* kèm liên kết về trang này.

- Tải bản PDF trình bày đầy đủ: [Báo cáo PDF cho báo chí](#)
- Cần bảng số chi tiết hơn, góc phân tích riêng cho bài viết của bạn, hoặc phỏng vấn đội ngũ: email contact@ikihealing.com — chúng tôi phản hồi trong 48 giờ làm việc.

Báo cáo tiếp theo sẽ bổ sung dữ liệu **khảo sát thể tạng** từ cộng đồng — nếu bạn muốn nhận sớm, hãy để lại email ở cuối trang.

Ghi chú pháp lý

Báo cáo phản ánh hành vi mua sắm và lối sống, không phải dữ liệu y khoa. Các sản phẩm được nhắc đến là thực phẩm bổ sung, không phải là thuốc và không có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh. Nội dung không thay thế chẩn đoán hoặc tư vấn y khoa.

Câu hỏi thường gặp

Số liệu trong báo cáo này lấy từ đâu?

+

Báo chí có được trích dẫn số liệu này không?

+

Dữ liệu có đại diện cho toàn bộ người Việt không?

+

Báo cáo có được cập nhật không?

+

MIỄN PHÍ

Nhận cẩm nang chăm sóc sức khỏe chủ động

Cẩm nang PDF hướng dẫn lộ trình 6 chặng theo thể tạng – gửi ngay vào email của bạn.

Email của bạn...

Nhận ngay →

Số điện thoại (không bắt buộc – để được tư vấn thêm)

☐ Tôi đồng ý nhận nội dung chăm sóc sức khoẻ từ IKI. Không spam · Huỷ nhận bất cứ lúc nào

Sản phẩm & công cụ IKI by HOPE CORP

- **Tài liệu miễn phí** – cẩm nang & ebook chăm sóc sức khoẻ chủ động (PDF), nhận qua email.
- **Kiểm tra thể trạng 90 giây** – nhận bản phân tích 6 chỉ số lối sống theo Đông y, miễn phí.
- **Học Viện IKI** – khoá học chăm sóc sức khoẻ chủ động (3 Ngày Reset · 7 Ngày Detox).
- **App IKI** – nhật ký sức khoẻ cá nhân hoá (tùy chọn).
- **Thực phẩm bổ sung IKI: Trà Tuệ Minh · Trà Thanh Hương · Đạm thực vật True Vegan Protein.**

Nội dung mang tính chia sẻ kiến thức chăm sóc sức khoẻ chủ động, không thay thế chẩn đoán hoặc tư vấn y khoa. Các sản phẩm IKI là **thực phẩm bổ sung**, không phải thuốc và không có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh. Khi có vấn đề sức khoẻ, hãy tham khảo ý kiến bác sĩ.