

VINCOM CENTER

BA TRIEU, HA NOI

Trung tâm Hà Nội

**BIỂU TƯỢNG MUA SẮM
& PHONG CÁCH ĐẲNG CẤP**



NỘI DUNG



1. TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG
BÁN LẺ HÀ NỘI

2. VINCOM CENTER BÀ TRIỆU
5 LÝ DO LỰA CHỌN KINH DOANH

3. LAYOUT CHI TIẾT

1. THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG



1.1.

THỊ TRƯỜNG BÁN LẺ HÀ NỘI 2024

TỔNG MỨC BÁN LẺ HÀNG HÓA
VÀ DOANH THU DỊCH VỤ TIÊU DÙNG

853,3

nghìn tỉ đồng

↗10,8%

so với năm 2023

DOANH THU BÁN LẺ HÀNG HÓA

539,5

nghìn
tỉ đồng

chiếm 63,2% tổng mức

↗11%

so với năm trước

TỔNG LƯỢNG KHÁCH DU LỊCH

27,86

triệu

lượt khách năm 2024

↗12,7%

so với năm 2023

21,51

triệu

lượt khách nội địa

↗7,5%

so với năm 2023

6,35

triệu

lượt khách quốc tế

↗34,4%

so với năm 2023

Hà Nội khẳng định là ĐIỂM ĐẾN HẤP DẪN,
thu hút DU LỊCH & BÁN LẺ hàng đầu khu vực

1.2.

DỰ BÁO THỊ TRƯỜNG BÁN LẺ NĂM 2025

THỊ TRƯỜNG BÁN LẺ HÀ NỘI TRONG NĂM 2025 CÓ TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN TÍCH CỰC, VỚI SỰ GIA TĂNG VỀ THU NHẬP TIÊU DÙNG VÀ MỞ RỘNG HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI



XU HƯỚNG TIÊU DÙNG

Lượng khách mua sắm tăng

- ◆ Ngày đầu năm 2025, lượng khách mua sắm tại các siêu thị và TTTM Hà Nội tăng khoảng **30-40%** so với ngày thường, cho thấy nhu cầu tiêu dùng mạnh mẽ.

TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ VÀ THU NHẬP

Tăng trưởng GRDP

- ◆ Dự kiến mức tăng trưởng **6,5%** trong năm 2025

Thu nhập bình quân đầu người

- ◆ Dự kiến GDP đạt **172,4** triệu/người/năm



MỤC TIÊU TĂNG TRƯỞNG BÁN LẺ

Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ

- ◆ Sở Công Thương Hà Nội đặt mục tiêu tăng từ **9%** trở lên/năm 2025

2. VINCOM CENTER BÀ TRIỆU

5 LÝ DO LỰA CHỌN KINH DOANH

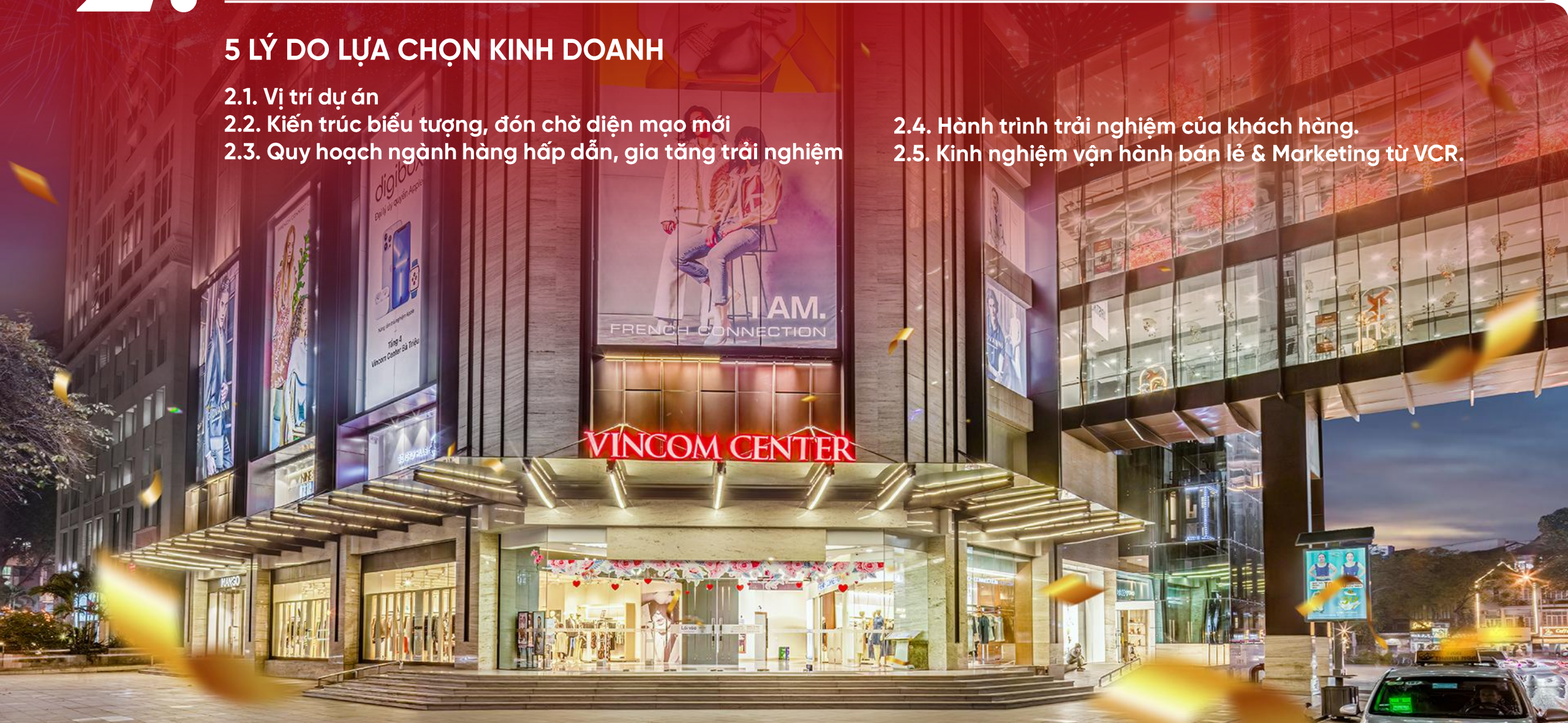
2.1. Vị trí dự án

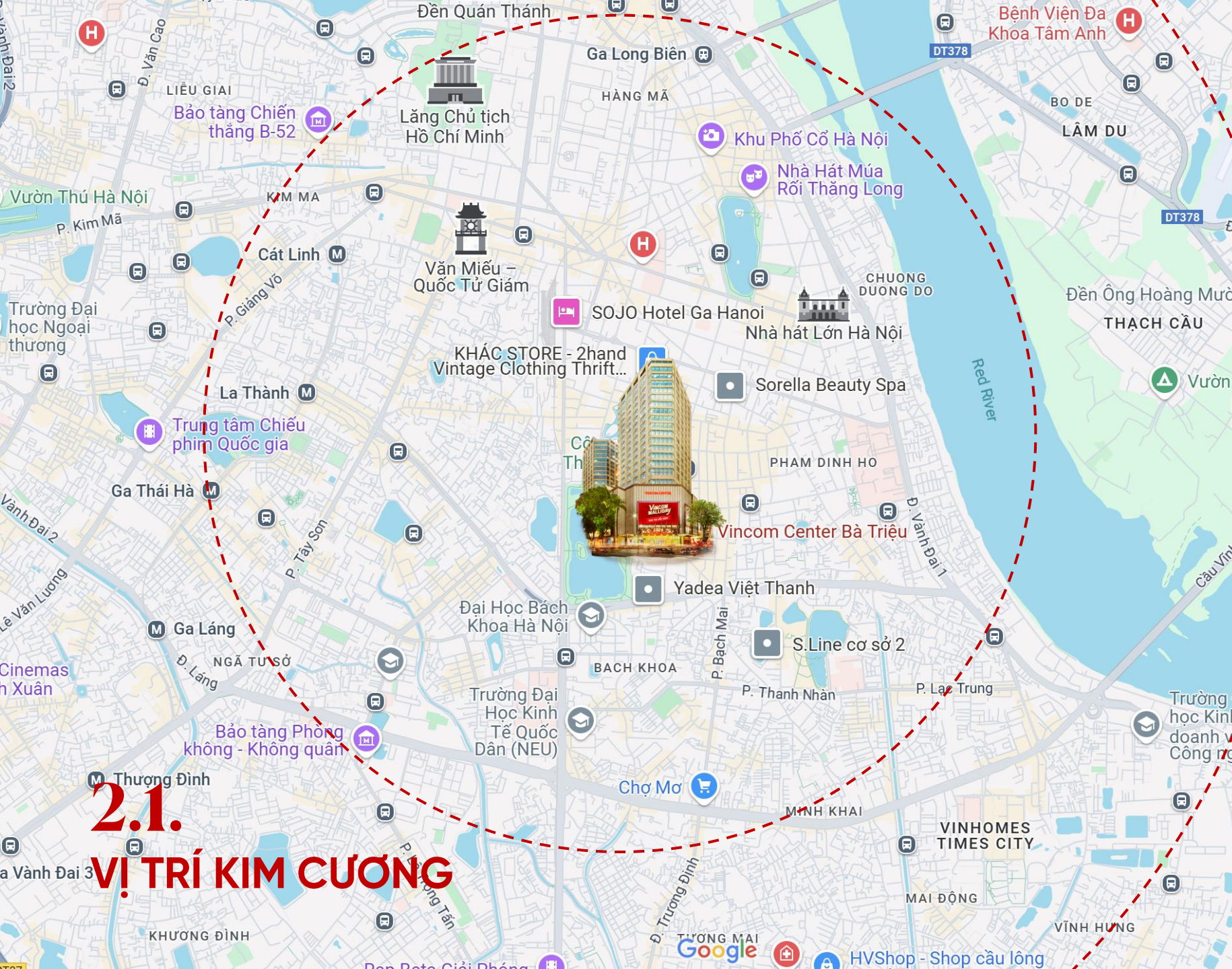
2.2. Kiến trúc biểu tượng, đón chờ diện mạo mới

2.3. Quy hoạch ngành hàng hấp dẫn, gia tăng trải nghiệm

2.4. Hành trình trải nghiệm của khách hàng.

2.5. Kinh nghiệm vận hành bán lẻ & Marketing từ VCR.





2.1. VỊ TRÍ KIM CƯƠNG

Cách Trung tâm Hà Nội **5** phút lái xe

Cách Ga Hà Nội **10** phút lái xe

Cách Sân bay Nội Bài **30** phút lái xe

Góc lớn 3 mặt tiền tại trung tâm thành phố.
Giao lộ tại ngã tư các tuyến phố huyết mạch: Bà Triệu – Thái Phiên – Bùi Thị Xuân – Đoàn Trần Nghiệp.

TIẾP CẬN LƯỢNG KHÁCH KHỔNG LỒ TRONG 1 GIỜ LÁI XE

8.5 triệu Cư dân Hà Nội **27** triệu lượt khách Du lịch Hà Nội mỗi năm

300.000 Cư dân nước ngoài sinh sống tại Hà Nội

KHẢ NĂNG TIẾP CẬN TRIỆU LƯỢT KHÁCH MỖI NĂM

Hơn
1.500

Tại 210 căn hộ Vinhomes
và Hoàng Thành Tower

Cư dân bán kính 5km
1.6 triệu

Q. Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Ba Đình,
Đống Đa, Thanh Xuân, Hoàng Mai

Khách văn phòng
40.000

Các tòa cao ốc hạng A,
B, C bán kính 1km

Sinh viên, giới trẻ
80.000

Các trường đại học lớn
quanh dự án

◆ Lượng khách ngày thường

16.094

◆ Lượng khách cuối tuần

20.200



CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG

RÕ NÉT

VỊ TRÍ

Cư dân tinh hoa
trung tâm phố Hà Nội

ĐỘ TUỔI

Tập trung chủ yếu: **21 – 40** tuổi
Gia đình **48%** - Giới trẻ **30%**

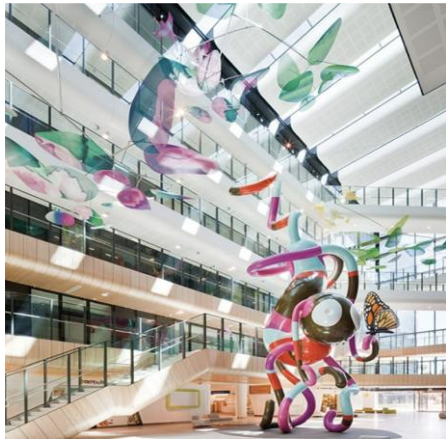
HÀNH VI TIÊU DÙNG

1. Dân văn phòng & doanh nhân:
Mua sắm thông minh, gắn kết thương hiệu, thích tận hưởng đặc quyền VIP
2. Giới trẻ - Gen Z & 9x Millennials sành điệu:
Mua sắm theo trend, ảnh hưởng bởi KOLs, thích check-in & săn flash sale
3. Hộ gia đình có thu nhập khá:
Mua sắm có kế hoạch, ưu tiên tiện lợi, thích ưu đãi gia đình.



2.2. KIẾN TRÚC BIỂU TƯỢNG, ĐÓN CHỜ KHÔNG GIAN MỚI

ĐÓN CHỜ KHÔNG GIAN MỚI,
NÂNG TẦM TRẢI NGHIỆM SANG TRỌNG, ĐẲNG CẤP



2.3. QUY HOẠCH NGÀNH HÀNG HẤP DẪN, GIA TĂNG TRẢI NGHIỆM



FACTSHEET DỰ ÁN

Tổng diện tích cho thuê:
28.507m²



17.560 m²

NLA

10.947 m²

6 tầng
& Tháp văn phòng

TẦNG
THƯƠNG MẠI

7 tầng
& 208 căn hộ cao cấp

3

LỐI VÀO

2

2

TẦNG HẦM

3

90

SỐ GIAN HÀNG

50

QUY HOẠCH NGÀNH HÀNG CÙNG CÁC THƯƠNG HIỆU ĐẲNG CẤP






VINCOM CENTER BÀ TRIỆU 1

Tầng 1	ZARA	Zone Mỹ phẩm cao cấp: Hermes, Maison Margiela, MFK, Dior, Creed		
Tầng 2		Thời trang Highend: Hugo Boss, Max&Co, Tommy, TedBaker, Furla, CK, Mango, Adidas		
Tầng 3		Thời trang casual quốc tế: ECCO, Geox, United Color of Benetton, GAP, FCUK, Aldo,...		
Tầng 4	Winmart	Oh!Some	Thời trang thể thao: Le Coq Sportif, Kappa Premium, Anta, 361	Lining Flaship Store
Tầng 5	F&B: Wulao, Tian Long, Longwang, Meiwei, MakMak, Thai Express, KingBBQ, Dookki, Mikadosushi, Highland			
Tầng 6	RẠP CHIẾU PHIM CGV			
Tầng 7	Văn phòng BIDV			

CẦU KÍNH ĐỘC ĐÁO KẾT NỐI 2 TÒA THÁP THƯƠNG MẠI

VINCOM CENTER BÀ TRIỆU 2

Tầng 1	UNIQLO	Nike Flagship Store	Mỹ phẩm, phụ kiện thời trang cao cấp: Bath & Body Works, Pedro		
Tầng 2		Thời trang quốc tế: Clarks, Melissa, Lyn, Ninewest, Beverly Hills PoloClub, G2000			
Tầng 3		Thời trang & phụ kiện cao cấp			
Tầng 4	NHÀ SÁCH FAHASA	Mua sắm mẹ & bé	Nội thất gia dụng quốc tế	KHU VUI CHƠI TRẺ EM	
Tầng 5	ILA English center		Elite fitness		
Tầng 6	Elite fitness				
Tầng 7	Hidden Castle Golf 3D				

	Thời trang/Mỹ phẩm/ Phụ kiện thời trang		Ẩm thực
	Mua sắm		Dịch vụ khác
	Vui chơi giải trí		



B1 & B2. HẦM GỬI XE



L1. MỸ PHẨM CAO CẤP

HERMÈS PARIS, Maison Margiela PARIS, DIOR, CREED, Maison Francis Kurkjian Paris, Bath & Body Works



L2. THỜI TRANG QUỐC TẾ HIGHEND

BOSS MAX&Co, TED BAKER LONDON, PEDRO, MANGO, adidas, FURLA SINCE 1927 ITALY, ZARA, UNI QLO



L1 & L4. THỂ THAO & PHONG CÁCH

NIKE, le coq sportif, Kappa, LI-NING, ANTA, 361°, GAP, Levi's, ALDO, fcuk



L6. TRUNG TÂM THỂ THAO HIỆN ĐẠI

ELITE FITNESS

2.4. HÀNH TRÌNH TRẢI NGHIỆM CỦA KHÁCH HÀNG VỚI NHỮNG ĐIỂM CHẠM ĐỘC ĐÁO, ẤN TƯỢNG



L4. SIÊU THỊ CHẤT LƯỢNG CAO

OH! SOME, WinMart TUỔI NGON THƯƠNG HÀNG



L6. RẠP CHIẾU PHIM CHUẨN QUỐC TẾ

CGV



L5. ẨM THỰC HẤP DẪN

LONG WANG, MEIWEI, mak, Thai Express, DOOKKI, MIKADO SUSHI



L4. KHU VUI CHƠI GIẢI TRÍ SẮC MÀU

KHÁM PHÁ CÁC THƯƠNG HIỆU HIỆN ĐẠI – ĐẲNG CẤP



NIKE FLAGSHIP STORE

KHÔNG GIAN "BẢN ĐỊA HÓA" ĐẦU TIÊN CỦA NIKE TẠI VIỆT NAM



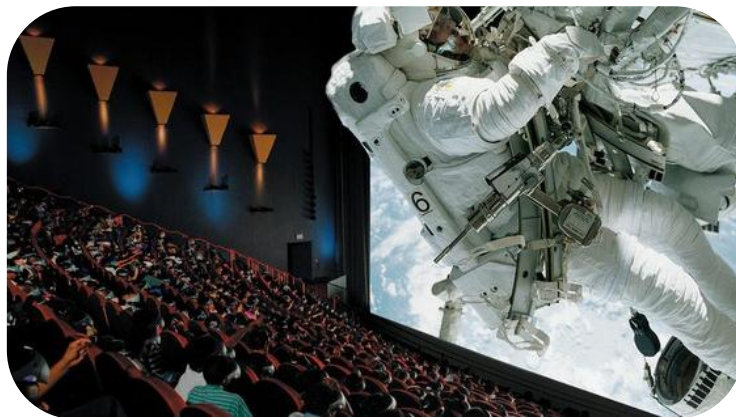
ZARA

CỬA HÀNG ĐẦU TIÊN CỦA ZARA TẠI HÀ NỘI
KHÔNG GIAN 03 TẦNG LỚN BẠC NHẤT VIỆT NAM



UNIQLO

KHÔNG GIAN HƠN 2.000M², 3 TẦNG NỔI BẬT
SỞ HỮU NHỮNG BỘ SUU TẬP ĐỘC BẢN



CGV

RẠP CHIẾU PHIM DUY NHẤT TẠI HÀ NỘI
SỞ HỮU CÔNG NGHỆ 4DX ĐỘC ĐÁO



THẾ GIỚI NƯỚC HOA & MỸ PHẨM CAO CẤP – SANG TRỌNG



HERMÈS

1 TRONG 2 KHÔNG GIAN ĐẦU TIÊN Ở ĐÔNG NAM Á ĐƯỢC XÂY DỰNG THEO MÔ HÌNH "PARFUMS AND BEAUTÉ BOUTIQUE"



GUCCI BEAUTY

CỬA HÀNG BOUTIQUE FULL-CONCEPT THỨ 6 TRÊN THẾ GIỚI, THỨ 2 TẠI ĐÔNG NAM Á & ĐẦU TIÊN TẠI VIỆT NAM



SHISEIDO GROUP MEGA STORE

MEGA-STORE ĐẦU TIÊN KẾT HỢP 3 NHÃN HÀNG CHĂM SÓC DA HÀNG ĐẦU CỦA TẬP ĐOÀN SHISEIDO (CLÉ DE PEAU BEAUTÉ – SHISEIDO – ELIXIR)



CREED

CỬA HÀNG BOUTIQUE MONO-BRAND CAO CẤP ĐẦU TIÊN & DUY NHẤT CỦA THƯƠNG HIỆU TẠI VIỆT NAM



MAISON MARGIELA

CỬA HÀNG BOUTIQUE ĐẦU TIÊN TẠI VIỆT NAM SỞ HỮU MÀN HÌNH KỸ THUẬT SỐ TƯƠNG TÁC 360 ĐỘ ẢNH TƯỢNG



MFK

CỬA HÀNG BOUTIQUE ĐẦU TIÊN VÀ DUY NHẤT TẠI VIỆT NAM

2.5 KINH NGHIỆM VẬN HÀNH BÁN LẺ & MARKETING TỪ VINCOM RETAIL

Vincom Retail với kinh nghiệm phát triển và vận hành 88 TTTM và 5 KPTM trên toàn quốc hỗ trợ toàn diện từ quản lý vận hành, tư vấn chiến lược kinh doanh đến các chiến dịch marketing đồng hành.

Các sự kiện quy mô lớn và chương trình ưu đãi liên tục được tổ chức nhằm thu hút lượng khách hàng tiềm năng, đảm bảo hiệu quả kinh doanh tối ưu cho đối tác.

2024

TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI

8.707 hoạt động Trade MKT
180 triệu lượt khách
Tăng 4% so với 2023

KHU PHỐ THƯƠNG MẠI

OCEAN CITY: 55 sự kiện, 12,5 triệu lượt khách
VŨ YÊN: 26 sự kiện, 2,5 triệu lượt khách

LIÊN TIẾP
LẬP KỶ LỤC
LƯỢT KHÁCH

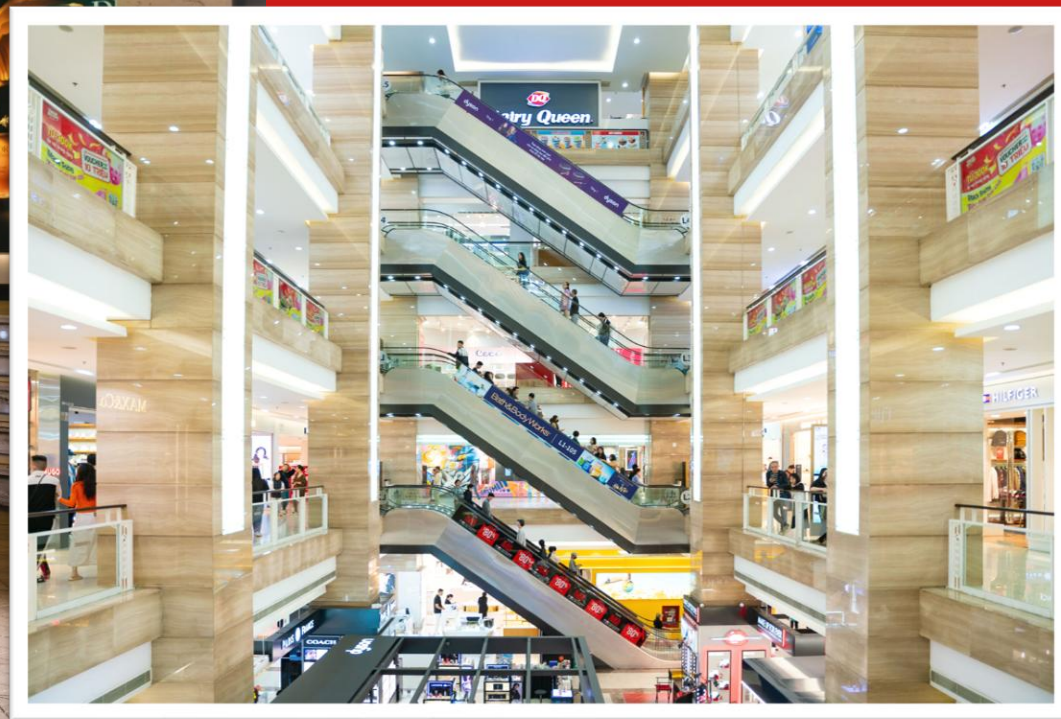
7 LẦN
ONTOP
TRENDING





3.

LAYOUT CHI TIẾT



CƠ HỘI MỞ RỘNG HỆ THỐNG CHUỖI CỬA HÀNG TẠI CÁC TTMM VINCOM TRÊN TOÀN QUỐC

QUY MÔ LỚN

Hệ thống 88 trung tâm thương mại Vincom trên toàn quốc, đảm bảo tiếp cận khách hàng đa dạng

LƯỢNG KHÁCH ỔN ĐỊNH

Thu hút hàng trăm triệu lượt khách hàng mỗi năm tại các vị trí đắc địa

HỖ TRỢ TỐI ƯU

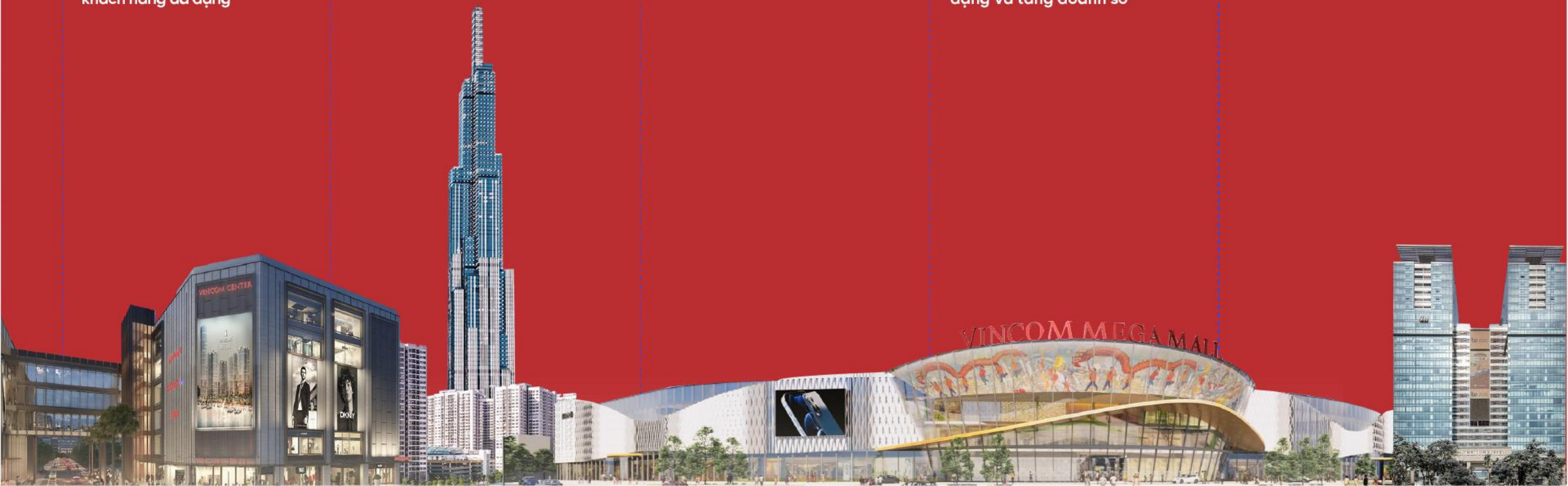
Cung cấp giải pháp marketing, thiết kế không gian, và quản lý vận hành chuyên nghiệp

XU HƯỚNG HIỆN ĐẠI

Mô hình bán lẻ kết hợp giải trí One-stop Shoppertainment, ẩm thực, tạo trải nghiệm đa dạng và tăng doanh số

TĂNG TRƯỞNG BỀN VỮNG

Đón đầu thị trường bán lẻ phát triển 12-15%/năm, cơ hội mở rộng quy mô dễ dàng



VINCOM CENTER

BA TRIEU, HA NOI

TRÂN TRỌNG CẢM ƠN!

HOTLINE
CHO THUÊ: **094.755.6886**

