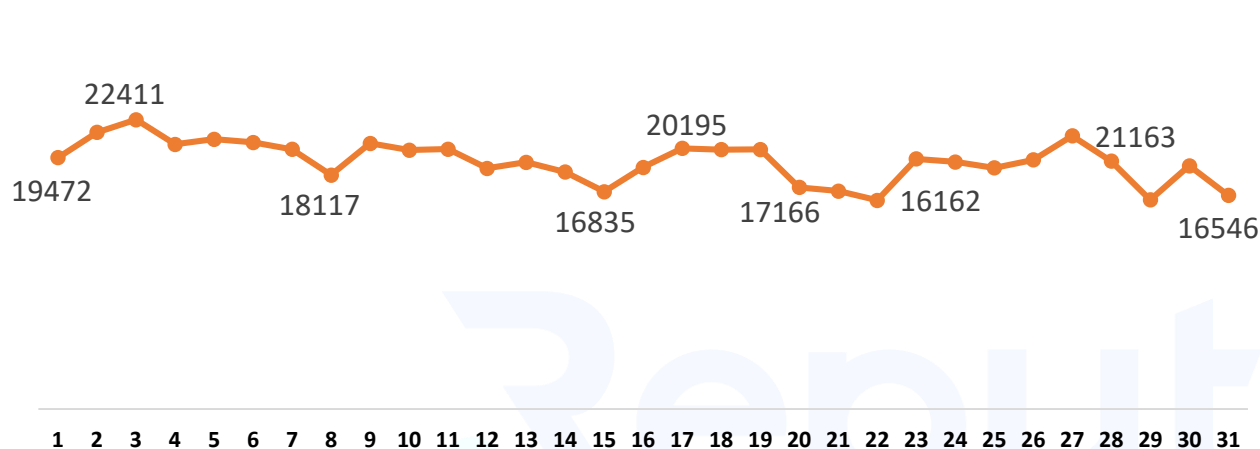


# BẢN TIN NGÀNH DỊCH VỤ F&B THÁNG 11/2023

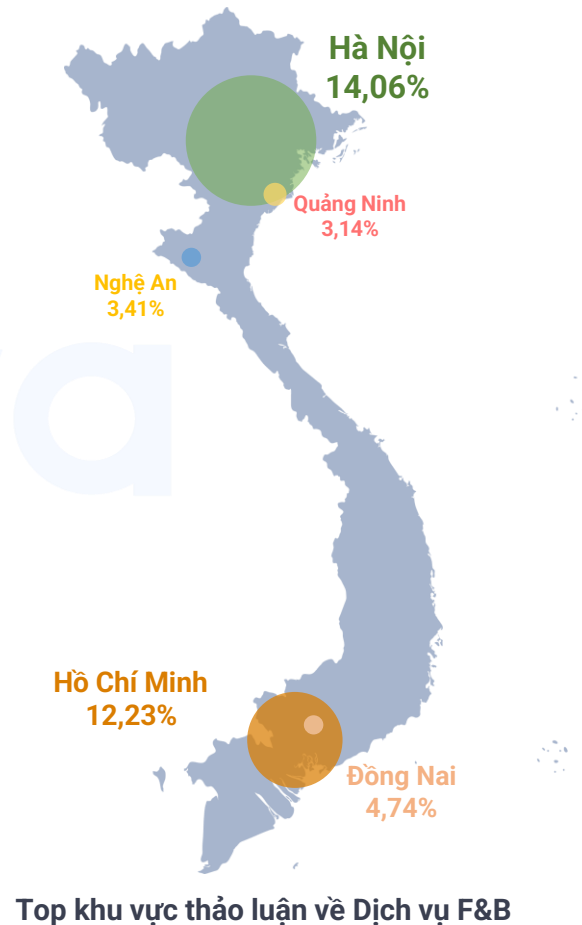
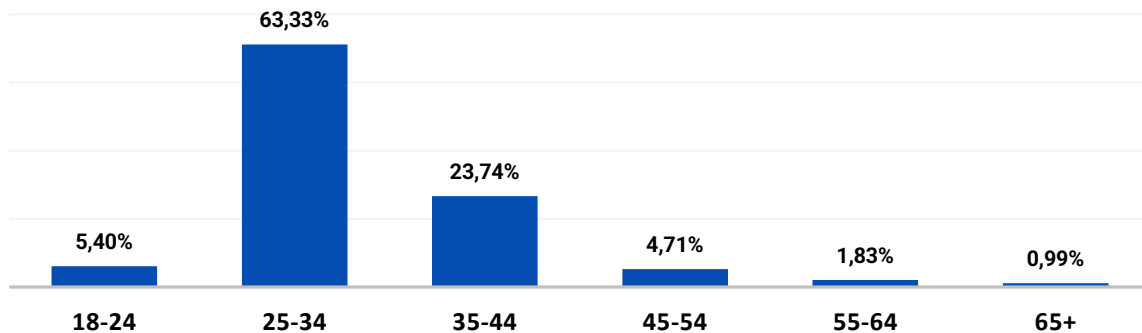
- TỔNG QUAN THẢO LUẬN NGÀNH DỊCH VỤ F&B TRONG THÁNG 10/2023
- TOP 10 CÔNG TY THEO MỨC ĐỘ PHỔ BIẾN TRÊN MẠNG XÃ HỘI
- TOP 10 THƯƠNG HIỆU DỊCH VỤ F&B THEO MỨC ĐỘ PHỔ BIẾN TRÊN MẠNG XÃ HỘI
- TOP MẶT HÀNG ĐƯỢC ĐỀ CẬP TRÊN MẠNG XÃ HỘI
- TOP HÀNH VI THẢO LUẬN TRÊN MẠNG XÃ HỘI
- TOP TIN TỨC NỔI BẬT TRÊN BÁO CHÍ
- TOP KOLS NỔI BẬT TRÊN MẠNG XÃ HỘI













# Diễn biến thảo luận Ngành Dịch vụ F&B tháng 10



Lượng thảo luận về Dịch vụ F&B theo phân khúc độ tuổi



# Top 10 Công ty Dịch vụ F&B theo mức độ phổ biến trên Mạng xã hội

RANKING	COMPANY	RANKING	TOTAL SCORE	
			Tháng 10	Tháng 09
		(so với Tháng 09)		
1	 Công Ty Cổ Phần TMDV Trà Cà Phê Việt Nam	↔	134.49	129.44
2	 Công Ty Liên Doanh TNHH KFC Việt Nam	↔	89.95	118.46
3	 Công ty TNHH Pizza Việt Nam	↑ + 3	27.11	9.3
4	 Công Ty TNHH Sản Xuất Thương Mại Phúc Long	↓ - 1	22.39	20.7
5	 Công Ty Cổ Phần Dịch Vụ Cà Phê Cao Nguyên	↑ + 3	12.29	7.93
6	 Công Ty CP Thương Mại Dịch Vụ Cống Vàng	↓ - 1	12.19	10.13
7	 Công Ty Cổ Phần Tập Đoàn Trung Nguyên	↓ - 3	10.1	10.15
8	 Công Ty TNHH Gong Cha Việt Nam	↓ - 1	8.54	8.7
9	 Công Ty TNHH Cộng Cà Phê	↑ + 1	7.28	6.78
10	 Công Ty TNHH Một Thành Viên Trà Tiên Hương	↑ + 1	7.21	6.21

**Total Score = Điểm sắc thái + Điểm thị phần thảo luận + Điểm tương tác + Điểm độ lan tỏa**

N = 595.071 | Thời gian: 00h00 ngày 01/10 – 23h59 ngày 31/10

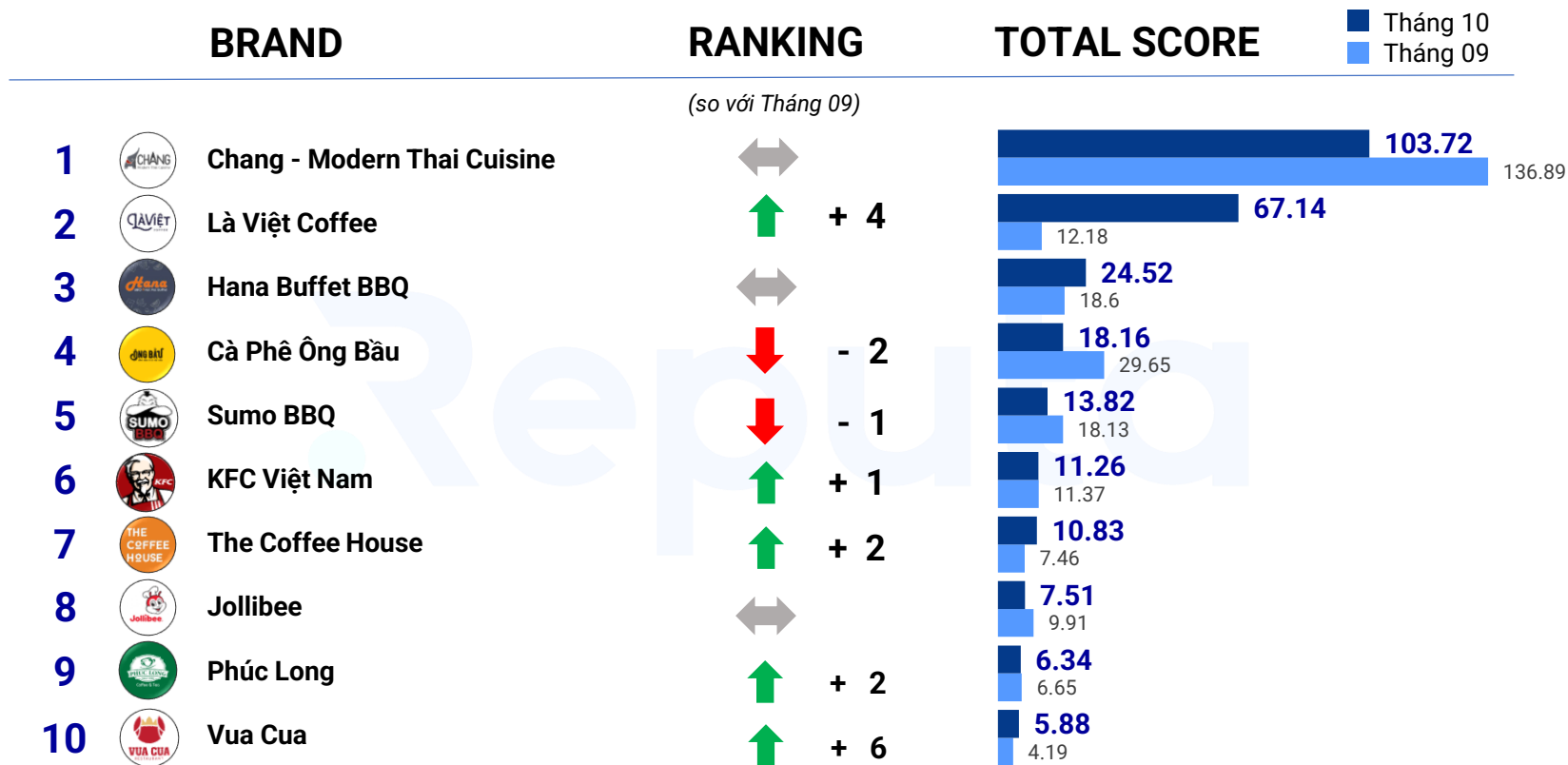
\*Điểm sắc thái = (Thảo luận tích cực – Thảo luận tiêu cực)/(Thảo luận tích cực + Thảo luận tiêu cực)

\*Điểm thị phần thảo luận = Tổng thảo luận về công ty/Tổng thảo luận về tất cả công ty F&B

\*Điểm tương tác = Tổng tương tác Like, Share, Comment công ty/Tổng tương tác của tất cả công ty F&B

\*Điểm độ lan tỏa = Tổng độ lan tỏa của công ty/Tổng lan tỏa của tất cả công ty F&B

# Top 10 Thương hiệu Dịch vụ F&B theo mức độ phổ biến trên Mạng xã hội



**Total Score = Điểm sắc thái + Điểm thị phần thảo luận + Điểm tương tác + Điểm độ lan tỏa**

N = 595.071 | Thời gian: 00h00 ngày 01/10 – 23h59 ngày 31/10

\*Điểm sắc thái = (Thảo luận tích cực – Thảo luận tiêu cực)/(Thảo luận tích cực + Thảo luận tiêu cực)

\*Điểm thị phần thảo luận = Tổng thảo luận về công ty/Tổng thảo luận về tất cả công ty F&B

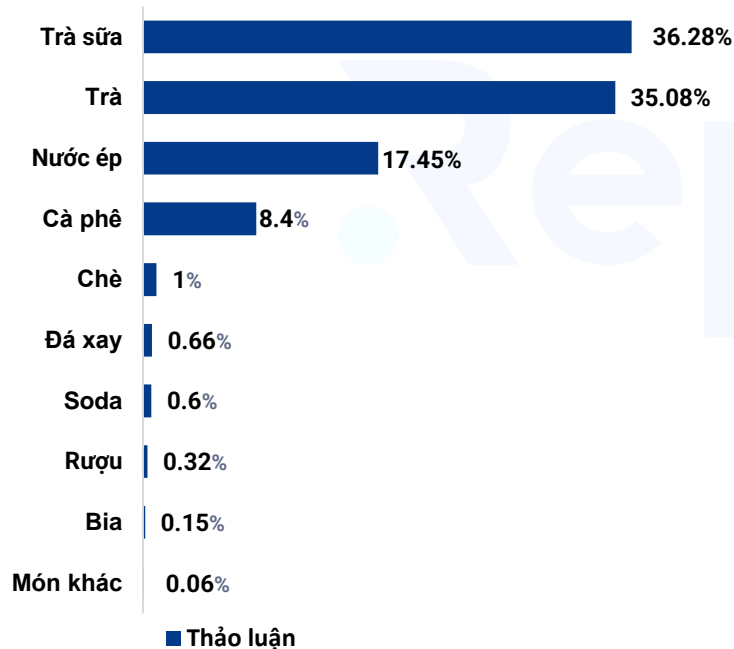
\*Điểm tương tác = Tổng tương tác Like, Share, Comment công ty/Tổng tương tác của tất cả công ty F&B

\*Điểm độ lan tỏa = Tổng độ lan tỏa của công ty/Tổng lan tỏa của tất cả công ty F&B

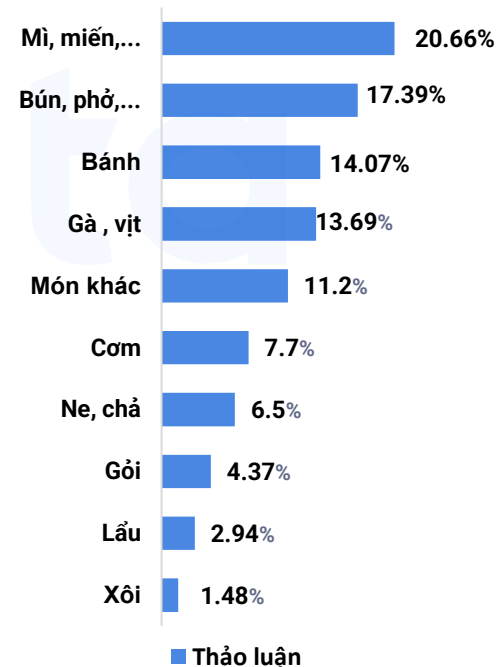
# Loại đồ uống/thức ăn được thảo luận nhiều nhất trên Mạng xã hội



## Loại đồ uống

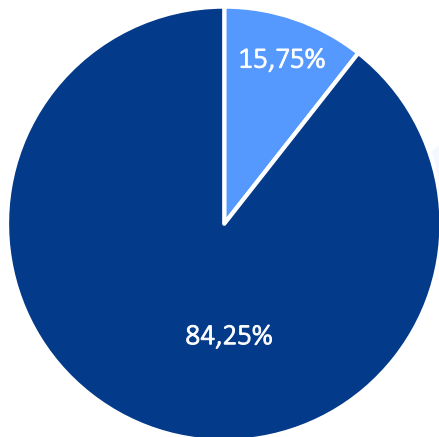


## Loại thức ăn



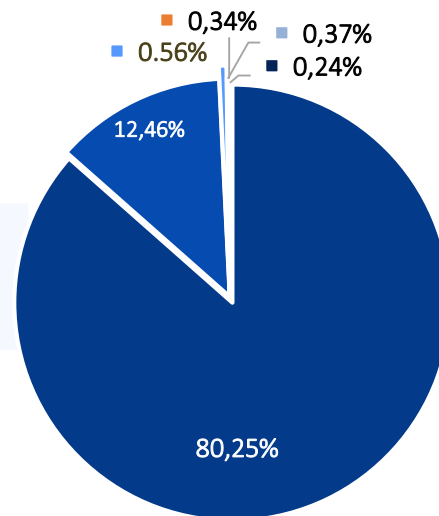
# Đối tượng tham gia thảo luận và Top loại hình Dịch vụ F&B

Tỷ trọng chủ thể thảo luận trên MXH



■ Khách hàng ■ Doanh nghiệp

Top loại hình dịch vụ F&B được quan tâm trên MXH



■ Quán ăn nhanh (Fast food) ■ Fast Service Restaurant (FSR)  
■ Quán ăn bình dân ■ Nhà hàng  
■ Quán tự phục vụ ■ Nhà hàng cao cấp

\*Doanh nghiệp: Các hộ Kinh doanh nhỏ lẻ, Công ty trong ngành F&B

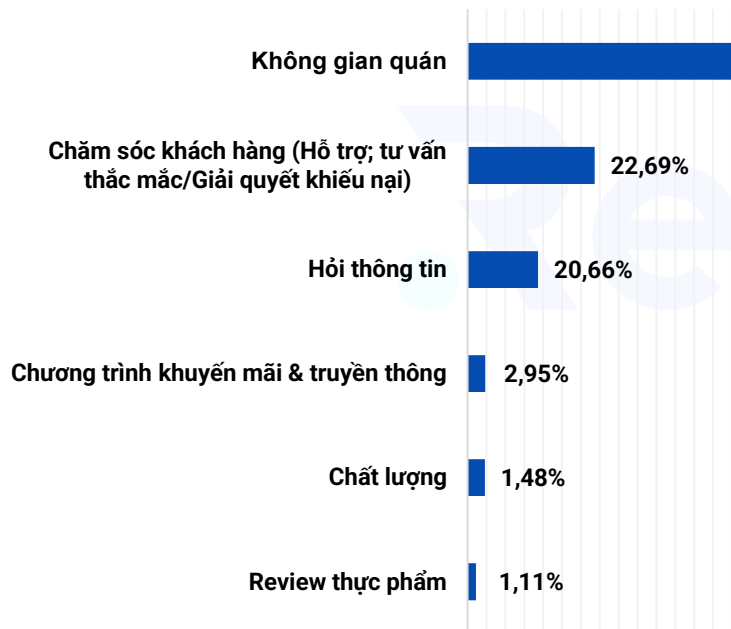
\*Khách hàng: Người sử dụng dịch vụ F&B

N = 595.071 | Thời gian: 00h00 ngày 01/10 – 23h59 ngày 31/10

# Top hành vi thảo luận của nhóm Khách hàng & Doanh nghiệp trên Mạng xã hội



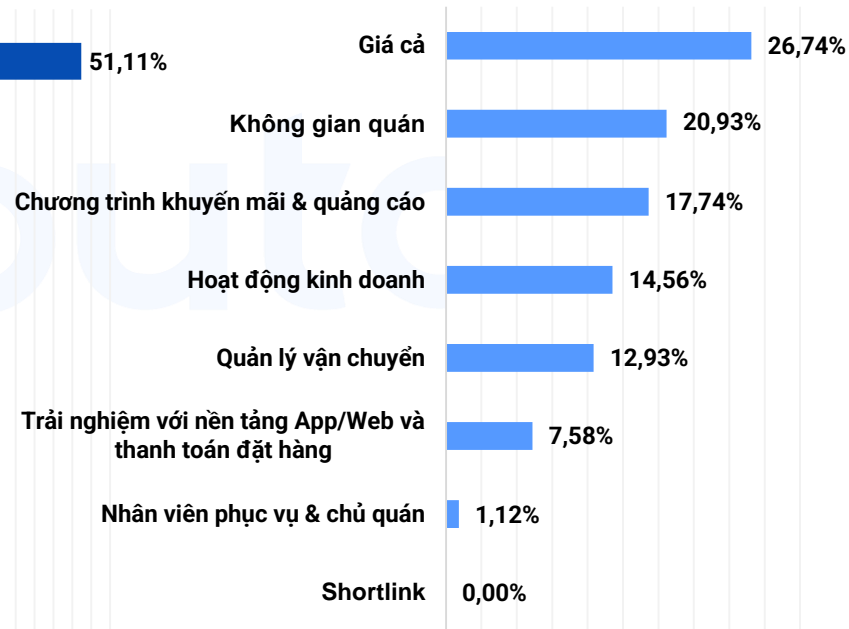
## Nhóm hành vi chính của nhóm Khách hàng



■ Nhóm nội dung thảo luận



## Nhóm hành vi chính của các Doanh nghiệp F&B



■ Nhóm nội dung thảo luận

# Top 05 tin tức nổi bật về Ngành Dịch vụ F&B trên Báo chí



**10/10: 26 năm cà phê Trung Nguyên vươn tầm quốc tế - CafeF**



**24/10: Các thương hiệu đồ uống Việt Nam liên tục mở chi nhánh ở thị trường quốc tế - Báo Doanh Nhân**

**01/10: Phúc Long ra mắt "Bộ sưu tập di sản" đề cao giá trị nguyên bản - Chuyên trang Tri Thức Trẻ**

**Phúc Long ra mắt "Bộ sưu tập di sản" để cao giá trị nguyên bản**

Tri Thức Trẻ | 01/10/2023 - 12:00 PM

(Tri Thức Trẻ) Quốc - Ngay từ khi mới ra mắt, ly Trà sữa Phúc Long thơm hương vị trà, ngọt ngào vị sữa đã khiến bao người "mê mẩn", thậm chí là "nghe" đến mức một tuần phải uống đôi ba lần. Từ đó, xu hướng trà sữa đang vị trà đã trở thành một phong cách đồ uống rất hiện đại và bền vững.

**16/10: Xu hướng tổ hợp ẩm thực - giải trí: Trải nghiệm mới, cơ hội mới Ngành F&B - Kinh Tế & Tiêu Dùng**

**Xu hướng tổ hợp ẩm thực - giải trí: Trải nghiệm mới, cơ hội mới Ngành F&B**

Theo Báo KSTĐT | Báo | Google News

Trong những năm gần đây, xu hướng kết hợp các hoạt động ẩm thực, giải trí, mua sắm trong cùng một không gian đã trở nên phổ biến trên thế giới. Tại Việt Nam, mô hình này cũng đang dần trở thành xu hướng được nhiều người ưa chuộng, đặc biệt là giới trẻ.

Thời gian tiêu dùng của khách hàng đang thay đổi, họ không chỉ quan tâm đến hương vị và chất lượng món ăn mà còn đòi hỏi cao trải nghiệm và không gian. Điều này đã mở đường cho sự phát triển của mô hình tổ hợp ẩm thực - giải trí kiểu mới.

Xu hướng kinh doanh đang lên ngôi trong ngành F&B

Xã hội hiện đại với sự thay đổi của thời gian tiêu dùng đã mang tới những đồng nghiệp phát triển mới cho ngành F&B. Thay vì những địa điểm kinh doanh ẩm thực đơn thuần, thế giới sau đại dịch ghi nhận sự bùng nổ của mô hình tổ hợp ẩm thực - "one stop dining" với những nhà hàng tích hợp nhiều hoạt động khác nhau trong cùng một không gian chung.

**27/10: "Trận chiến" trà chanh, trà sữa, cà phê muối - Thế Giới Tiếp Thị**

**"Trận chiến" trà chanh, trà sữa, cà phê muối**

Theo Trí Thức Trẻ | 27/10/2023 - 10:02 PM (GMT+7)

The chiến tranh thương mại, thị sục ngọt nhưng đặng, ở những thương hiệu nằm ngoài thị trường cũng có những ít nhiều hàng hóa tại bất chấp sự đảo lộn kinh tế của thị trường.

"Trận chiến" trà chanh, trà sữa, cà phê muối đang diễn ra sôi nổi trên thị trường, đặc biệt là ở các thành phố lớn. Các thương hiệu như Phúc Long, Starbucks, Coffee House đang đua nhau mở chi nhánh ở các thị trường mới. Điều này cũng khiến nhiều người tiêu dùng cảm thấy khó khăn trong việc lựa chọn.

Trong khi đó, các thương hiệu truyền thống cũng đang cố gắng đổi mới để cạnh tranh với các thương hiệu mới. Điều này đã tạo nên một cuộc "trận chiến" rất gay gắt.

31/10



# Top KOLs nổi bật trên Mạng xã hội

## Mega KOLs

Active Score



Quan không gờ



287K Subs



467K Followers



31.3K Followers



4.4M Followers

0,27



Châu muối



30.9K Subs



393K Followers



56.5K Followers



1.4M Followers

0,12



Nguyễn Hoàng Lam



501K Subs



200K Followers



49.6K Followers



3.9M Followers

0,09

## Macro KOLs

Active Score



TOE NẤU GÌ ĐÓ



33K Followers



244.5K Followers

1,19



Tracyum



1.1K Followers



45.3K Followers



97.1K Followers

0,78



Trần Tiến



357K Subs



19K Followers



50K Followers

0,40









Chú thích:

- (1) **Active Rate Score:** Tổng tương tác/Tổng lượt người theo dõi trên MXH (Facebook, Youtube, Instagram, Tiktok)
- (2) **Relevance Score:** Chỉ số đăng bài có nội dung đúng Ngành hàng/Chủ đề trong tháng của KOL
- (3) **Mega KOL:** >1,000,000 Total Followers
- (4) **Macro KOL:** 10,000 – 100,000 Total Followers

# Top KOLs nổi bật trên Mạng xã hội











## Mega KOLs

### Relevance Score

	<b>Foody.vn</b>  6.1M Followers  25.8K Followers	1,00
	<b>Thèm Ăn</b>  1.8M Followers	0,50
	<b>Dũng Nhật Masterchef</b>  154K Subs  62K Followers	0,42

## Macro KOLs

### Active Score

	<b>Vũ Tiến Đạt</b>  156.7K Followers	1,00
	<b>Ăn Sập Sài Gòn</b>  84K Subs  156K Followers  194K Followers	1,00
	<b>Trần Tiến</b>  357K Subs  19K Followers  50K Followers	0,63

### Chú thích:

- (1) **Active Rate Score:** Tổng tương tác/Tổng lượt người theo dõi trên MXH (Facebook, Youtube, Instagram, Tiktok)
- (2) **Relevance Score:** Chỉ số đăng bài có nội dung đúng Ngành hàng/Chủ đề trong tháng của KOL
- (3) **Mega KOL:** >1,000,000 Total Followers
- (4) **Macro KOL:** 10,000 – 100,000 Total Followers

# GIỚI THIỆU REPUTA

Reputa tự hào là hệ thống tiên phong trong việc ứng dụng công nghệ AI, Big Data vào Social Listening.

## ĐA DẠNG NGUỒN DỮ LIỆU

- Reputa sở hữu **09** nguồn dữ liệu đến từ các nền tảng quen thuộc với người dùng:
  - Facebook
  - Youtube
  - Instagram
  - TikTok
  - Báo chí điện tử
  - Forum
  - Blog & Website
  - Báo giấy

## ĐA DẠNG FORMAT DỮ LIỆU

- Dữ liệu trong hệ thống Reputa còn được thể hiện dưới **03** format phổ biến nhất hiện nay:
  - Văn bản
  - Hình ảnh
  - Video.

## GIẢI PHÁP REPUTA CUNG CẤP


- Đo lường Sức khỏe thương hiệu
- Theo dõi hoạt động truyền thông
- Hỗ trợ chăm sóc khách hàng



## THÔNG TIN LIÊN HỆ

Liên hệ ngay với chúng tôi để nhận tư vấn các Gói dịch vụ phù hợp và hiệu quả cho bạn và Doanh nghiệp của bạn!

 <https://biz.reputa.vn>


 Hotline: 028.2213.7979


 [reputa@viettel.com.vn](mailto:reputa@viettel.com.vn)

### Trụ sở Hà Nội

**Địa chỉ:** Toà nhà Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Lô D25 Đường Tôn Thất Thuyết, Khu đô thị mới Cầu Giấy, TP. Hà Nội

### Miền Bắc: Trần Đức Anh (Mr)


 Phone: 0965 938 396

 Email: [anhtd54@viettel.com.vn](mailto:anhtd54@viettel.com.vn)

### Trụ sở Hồ Chí Minh

**Địa chỉ:** Tầng 23, Viettel Complex Building, Cách Mạng Tháng 8, phường 12, Quận 10, TP.HCM

### Miền Nam: Nguyễn Thành Lộc (Mr)

 Phone: 0348 186 197

 Email: [locnt22@viettel.com.vn](mailto:locnt22@viettel.com.vn)