

# Thông tin kinh tế hàng tháng



Bản tin số 33: Tháng 4/2025

## Tài chính, Kinh tế & Thương mại



### Việt Nam duy trì mục tiêu tăng trưởng 8% bất chấp thách thức thuế quan của Mỹ

Trong cuộc họp nội các khẩn cấp mới đây, Thủ tướng Việt Nam Phạm Minh Chính cam kết sẽ duy trì mục tiêu tăng trưởng kinh tế của đất nước ở mức ít nhất 8% trong năm nay, bất chấp việc Mỹ áp đặt mức thuế quan nặng nề 46% đối với hàng xuất khẩu của quốc gia Đông Nam Á này.

*Đọc thêm về nội dung bài viết bằng tiếng Việt tại Phụ lục 1.1*



### Tìm kiếm chiến lược dài hạn cho xuất khẩu rau quả của Việt Nam

Theo thống kê sơ bộ của Hiệp hội Rau quả Việt Nam (Vinafruit), xuất khẩu rau quả trong tháng 3 năm 2025 đạt gần 421 triệu USD, giảm 10,5% so với cùng kỳ năm ngoái. Điều này đánh dấu tháng giảm thứ ba liên tiếp của xuất khẩu rau quả của cả nước. Để duy trì tăng trưởng xuất khẩu, các doanh nghiệp và nhà hoạch định chính sách phải áp dụng cách tiếp cận dài hạn, tập trung vào cải thiện chất lượng, tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế và đa dạng hóa thị trường.

*Đọc thêm về nội dung bài viết bằng tiếng Việt tại Phụ lục 1.2*



### Thị trường Bất động sản Việt Nam 2025: Điểm đến đầu tư hàng đầu ở Đông Nam Á

Thị trường bất động sản Việt Nam đang nổi lên như một trong những điểm đến đầu tư hấp dẫn nhất ở Đông Nam Á, được thúc đẩy bởi tăng trưởng kinh tế mạnh mẽ, vốn đầu tư FDI tăng cao và môi trường pháp lý ngày càng hoàn thiện. Các cải cách luật đất đai và nhà ở gần đây của chính phủ đã cải thiện tính minh bạch của thị trường, trong khi chi phí vay giảm và nhu cầu mạnh mẽ tiếp tục thúc đẩy tăng trưởng trong các lĩnh vực bất động sản dân cư, thương mại và công nghiệp.

*Đọc thêm về nội dung bài viết bằng tiếng Việt tại Phụ lục 1.3*



### Việt Nam miễn giảm phí tới 12 năm cho các dự án năng lượng xanh

Để thúc đẩy nhanh chóng sự phát triển của ngành năng lượng tái tạo, chính phủ Việt Nam đã ban hành nghị định về điện lực mới, ưu tiên khuyến khích các dự án phát điện sử dụng nguồn năng lượng tái tạo như điện mặt trời và điện gió, cũng như các hệ thống lưu trữ năng lượng. Ngoài ra, các nhà phát triển điện sử dụng 100% hydro xanh hoặc amoniac xanh có thể được hưởng miễn giảm phí tới 12 năm.

*Đọc thêm về nội dung bài viết bằng tiếng Việt tại Phụ lục 1.4*



### Hoạt động sản xuất của Trung Quốc tại Việt Nam: Địa điểm và tiềm năng tăng trưởng

Hoạt động sản xuất của Trung Quốc tại Việt Nam đang chứng kiến sự tăng trưởng năng động, được thúc đẩy bởi đầu tư mạnh mẽ và lợi thế của Việt Nam như một trung tâm sản xuất. Nhiều công ty Trung Quốc đang xây dựng nhà máy tại quốc gia này để mở rộng hoạt động, tối ưu hóa chuỗi cung ứng và tăng cường tiếp cận thị trường Đông Nam Á. Bài viết này xem xét quy mô đầu tư của Trung Quốc và sự tập trung của chúng tại các trung tâm sản xuất chính của Việt Nam.

*Đọc thêm về nội dung bài viết bằng tiếng Việt tại Phụ lục 1.5*

## Góc nhìn Chuyên gia



### [Chi phí tăng cao đe dọa lợi nhuận ngành F&B Việt Nam](#)

Đối mặt với áp lực chi phí ngày càng tăng, các doanh nghiệp F&B đang phải vật lộn với một lựa chọn quan trọng: tăng giá để bảo toàn tỷ suất lợi nhuận hoặc tối ưu hóa hoạt động để giữ chân lòng trung thành của khách hàng.

*Đọc thêm về nội dung bài viết bằng tiếng Việt tại Phụ lục 2.1*



### [Tác động của các khu vực thương mại tự do và các giải pháp tương lai cho logistics](#)

Khu vực thương mại tự do (FTZ) là một khu vực kinh tế nơi hàng hóa có thể được nhập khẩu, lưu trữ, xử lý và tái xuất mà không phải chịu thuế nhập khẩu hoặc các rào cản phi thuế quan khác. FTZ đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy thương mại quốc tế, đặc biệt là ngành logistics – một lĩnh vực đóng vai trò cốt lõi trong việc kết nối chuỗi cung ứng toàn cầu.

*Đọc thêm về nội dung bài viết bằng tiếng Việt tại Phụ lục 2.2*

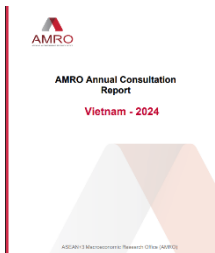


### [Thư kiến nghị của các nhà đầu tư cảnh báo hơn 13 tỷ USD đầu tư năng lượng mặt trời, gió tại Việt Nam gặp rủi ro](#)

Trong một bức thư gửi các lãnh đạo Việt Nam ngày 5 tháng 3, được Reuters xem xét, các nhà đầu tư bày tỏ "sự lo ngại sâu sắc" về khả năng chấm dứt biểu giá điện ưu đãi, lưu ý rằng sự thay đổi chính sách này có thể làm suy yếu sự ổn định tài chính rộng lớn hơn và làm giảm niềm tin vào Việt Nam vào thời điểm quốc gia này đang có kế hoạch mở rộng đáng kể công suất năng lượng tái tạo.

*Đọc thêm về nội dung bài viết bằng tiếng Việt tại Phụ lục 2.3*

## Tủ sách Doanh nghiệp



### [Báo cáo của AMRO: Báo cáo Tham vấn Thường niên 2024 về Việt Nam](#)

AMRO ước tính kinh tế Việt Nam sẽ tăng trưởng 6,5% vào năm 2025, sau khi đạt mức tăng trưởng mạnh mẽ 7,0% vào năm 2024. Bất chấp những trở ngại tiềm ẩn từ chủ nghĩa bảo hộ thương mại gia tăng của Mỹ, tăng trưởng được dự báo sẽ được hỗ trợ bởi nhu cầu trong nước cải thiện và các đơn hàng xuất khẩu từ trước. Trong khi đó, đầu tư công sẽ được đẩy nhanh trước cuộc bầu cử Chủ tịch nước Việt Nam tiếp theo vào đầu năm 2026.

*Đọc thêm về nội dung báo cáo tại Phụ lục 3.1, và đọc báo cáo đầy đủ bằng tiếng Anh [tại đây](#)*



### [Báo cáo của World Bank: Hành trình Bút phá: Chuyển đổi sang Xe điện tại Việt Nam](#)

Để đối phó với những bất ổn ngày càng gia tăng, báo cáo khuyến nghị các chiến lược để duy trì tăng trưởng, bao gồm: tăng cường đầu tư công, giải quyết các điểm yếu trong lĩnh vực tài chính, thúc đẩy khả năng chống chịu của ngành năng lượng và đẩy mạnh cải cách cơ cấu. Với tiêu đề "Hành trình Bút phá: Chuyển đổi sang Xe điện tại Việt Nam" báo cáo nhấn mạnh việc thúc đẩy chuyển đổi sang xe điện là một bước quan trọng trong việc tạo ra một ngành giao thông xanh hơn cho Việt Nam đồng thời giảm ô nhiễm không khí tại các thành phố.

*Đọc báo cáo đầy đủ bằng tiếng Việt [tại đây](#)*



### [Báo cáo của Kantar Worldpanel: Triển vọng Ngành hàng tiêu dùng nhanh \(FMCG\) Việt Nam 2025](#)

Nhìn vào triển vọng thị trường FMCG của Việt Nam trong năm 2025, rõ ràng thị trường sẽ rất sôi động và có nhiều yếu tố khó đoán định. Báo cáo Triển vọng Ngành hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) Việt Nam 2025, báo cáo phân tích toàn diện nhất từ trước đến nay của Worldpanel Việt Nam, mang đến một góc nhìn tích hợp về hành vi người tiêu dùng và lĩnh vực hàng hóa tiêu dùng đóng gói trong bối cảnh kinh tế - xã hội rộng lớn hơn.

*Đọc thêm về nội dung báo cáo tại Phụ lục 3.2, và đọc báo cáo đầy đủ bằng tiếng Anh [tại đây](#)*



### [Báo cáo của CBRE: Triển vọng Thị trường Bất động sản Việt Nam 2025](#)

Trong suốt năm 2024, thị trường bất động sản Việt Nam đã chứng kiến những dấu hiệu khởi sắc đáng khích lệ. Với GDP Việt Nam năm 2024 đạt mức tăng trưởng 7,09%, một trong những mức cao nhất trong mười năm qua, động lực tích cực đã xuất hiện ở nhiều phân khúc bất động sản khác nhau. Nguồn cung và giá căn hộ ở miền Bắc tăng mạnh, cùng với nhu cầu thuê đất công nghiệp cao và sự tăng trưởng giá thuê bán lẻ ở các thành phố lớn. Tuy nhiên, thị trường văn phòng vẫn có tỷ lệ trống cao dù có dấu hiệu tích cực ở khu vực trung tâm TP.HCM.

*Đọc báo cáo đầy đủ bằng tiếng Việt [tại đây](#)*

Lịch sự kiện

| Sự kiện                                                                                                          | Địa điểm                                                                        | Thời gian                                 | Diễn giả/Thành phần tham dự & Ngôn ngữ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Đăng ký                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| VCCI: Mời tham dự “Hợp hội đồng doanh nghiệp hỗn hợp Việt Nam – Cuba” và “Diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam – Cuba” | VCCI và Trung tâm triển lãm Quốc tế Hà Nội                                      | 02/04/2025<br>10:15-12:00;<br>14:00-17:00 | Diễn giả & Thành phần tham dự:<br>- Ông Phạm Tấn Công – Chủ tịch VCCI<br>- Ông Antonio Luis Carricarte Corona – Chủ tịch Phòng Thương mại Cuba (CCC)<br>- Đại diện Lãnh đạo Phân Ban Việt Nam (Dự kiến Vinafood)<br>- Ông Ariel Lazaro Perez Ruiz - Giám đốc Văn phòng đại diện DINVAI Constructions tại Việt Nam<br>- Ông Rogelio Polanco Fuentes - Đại sứ Cuba tại Việt Nam<br>- Đại diện Đặc khu phát triển Mariel<br>- Đại diện Bộ Công thương Việt Nam<br>- Nhóm doanh nghiệp Công nghiệp nhẹ và Cơ khí kim loại và CubaRon<br>- Các doanh nghiệp Cuba trong những lĩnh vực nông nghiệp, chăn nuôi, logistic, bông sợi, rượu... | <a href="#">Tại đây</a> |
| VCCI: Hội chợ Vietnam EXPO cho doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ Việt Nam                                          | Trung tâm Hội chợ Triển lãm quốc tế ICE, 91 Trần Hưng Đạo, Hà Nội               | 02/04-05/04/2025                          | Đơn vị tổ chức:<br>Trung tâm hỗ trợ Doanh nghiệp nhỏ và vừa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <a href="#">Tại đây</a> |
| VCCI: Đối thoại cấp cao Việt Nam – Vương Quốc Bỉ                                                                 | Khách sạn New World, 76 Lê Lai, Quận 1, TP.HCM                                  | 03/04/2025<br>16:30-20:30                 | Thành phần tham dự:<br>- 30 doanh nghiệp Bỉ do FEB-VBO dẫn đầu<br>- 30 hội viên thuộc Hiệp hội doanh nghiệp Bỉ<br>- Luxembourg tại Việt Nam đang hoạt động trong các lĩnh vực đổi mới sáng tạo và phát triển bền vững                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <a href="#">Tại đây</a> |
| KPMG x Filum: Sự kiện “Future-Proofing CX: Tích hợp AI và Tuân thủ vào Chiến lược Khách hàng”                    | Tầng 23, Toà The Mett, 15 Trần Bạch Đằng, Phường Thủ Thiêm, TP. Thủ Đức, TP.HCM | 10/04/2025<br>13:30-16:30                 | Diễn giả:<br>- Bà Giang Nguyễn, Phó Giám đốc, Bộ phận Tư vấn Khách hàng & Vận hành, KPMG Việt Nam<br>- Ông Minh Lê, Đồng sáng lập & CCO, Filum.ai<br>- Ông Trung Trần, Luật sư, Đoàn Luật sư Thành phố Hồ Chí Minh, Chuyên gia Bảo mật Dữ liệu Quốc tế/Châu Âu (CIPP/E), Giám đốc, Công ty Luật KPMG<br><br>Ngôn ngữ: tiếng Anh                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <a href="#">Tại đây</a> |
| VCCI: Khóa đào tạo “Ứng dụng Trí tuệ Nhân tạo (AI) trong Doanh nghiệp Sản xuất – Xuất nhập khẩu”                 | Hội trường VCCI-HCM, 171 Võ Thị Sáu, Quận 3, TP.HCM                             | 10/04/2025<br>08:30-17:00                 | Giảng viên:<br>Ông Nguyễn Hồng Phúc - Head of Applied AI at Conductify AI, giảng viên huấn luyện AI Trainer của viện Applied AI Institute Hoa Kỳ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <a href="#">Tại đây</a> |

|                                                                                                                                                                         |                                                                          |                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| KPMG: Khóa đào tạo OnDemand “Luật Bảo hiểm Xã hội 2024 - Doanh nghiệp cần chuẩn bị gì?”                                                                                 | Trực tuyến                                                               | 18/04/2025<br>10:00-10:45 | Diễn giả:<br>- Bà Nguyễn Thùy Dương, Giám đốc, Trưởng Bộ phận Tư vấn Di chuyển Nhân sự Toàn cầu, KPMG Việt Nam<br>- Bà Nguyễn Mai Khánh Trang, Phó Giám đốc, Bộ phận Tư vấn Di chuyển Nhân sự Toàn cầu, KPMG Việt Nam<br>- Bà Nguyễn Phương Thúy, Trưởng phòng Bộ phận Tư vấn Di chuyển Nhân sự Toàn cầu, KPMG Việt Nam | <a href="#">Tai đây</a> |
| VCCI: Khóa đào tạo “Ứng dụng AI thực chiến trong doanh nghiệp”                                                                                                          | Hội trường VCCI Miền Trung – Tây Nguyên, 26 Hồ Nguyễn Trùng, TP. Đà Nẵng | 18/04/2025<br>Từ 08:00    | Diễn giả:<br>Ông Wilson Lieu – Chủ tịch Liên minh Phát triển năng lực AI Việt Nam (AICA); Phó Viện trưởng Viện Nghiên cứu Tin học và Kinh tế Ứng dụng                                                                                                                                                                   | <a href="#">Tai đây</a> |
| VCCI: Mời tham dự “Triển lãm quốc tế linh phụ kiện ô tô xe máy Đài Bắc”, “Triển lãm quốc tế đồ điện tử cho xe Đài Bắc”, “Triển lãm quốc tế vận tải thông minh Đài Loan” | Trung tâm Triển lãm Nangang Đài Bắc, Đài Loan                            | 23/04-26/04/2025          | Đơn vị tổ chức: Ban Quan hệ Quốc tế                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <a href="#">Tai đây</a> |

Theo dõi và cập nhật các sự kiện của VCCI [tại đây](#), và các sự kiện của KPMG [tại đây](#).

**Trung tâm Truyền thông và Thông tin Kinh tế (BIZIC) – Đơn vị trực thuộc Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) phối hợp cùng Công ty KPMG tại Việt Nam**

Bản quyền © 2010 bởi Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam – VCCI

© 2025 Công ty TNHH KPMG, Công ty TNHH Thuế và Tư vấn KPMG, Công ty Luật TNHH KPMG, Công ty TNHH Dịch vụ KPMG, đều là công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên được thành lập tại Việt Nam và là công ty thành viên trong tổ chức toàn cầu của các công ty KPMG độc lập, liên kết với KPMG International Limited, một công ty trách nhiệm hữu hạn theo bảo lãnh được thành lập tại Vương Quốc Anh. Tất cả các quyền được bảo hộ.





# Thông tin kinh tế hàng tháng

Bản tin số 33: Tháng 4/2025

## Tài chính, Kinh tế & Thương mại

### PHỤ LỤC 1.1

#### Việt Nam duy trì mục tiêu tăng trưởng 8% bất chấp thách thức thuế quan của Mỹ

Thủ tướng Việt Nam, Phạm Minh Chính, cam kết sẽ duy trì mục tiêu tăng trưởng kinh tế của đất nước ở mức ít nhất 8% trong năm nay, bất chấp việc Mỹ áp đặt mức thuế quan nặng nề 46% đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam.

Thông báo được đưa ra trong cuộc họp nội các khẩn cấp, có sự tham gia của Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên, Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Nguyễn Thị Hồng, Bộ trưởng Bộ Tài chính Nguyễn Văn Thắng và Phó Thủ tướng Nguyễn Chí Dũng.

Theo Đài Truyền hình Việt Nam, dẫn lời Thủ tướng Chính phủ, mức thuế quan của Mỹ, thuộc hàng cao nhất trong số 180 nền kinh tế mục tiêu, "không phản ánh mối quan hệ song phương mạnh mẽ giữa hai quốc gia".

Trong một tuyên bố của chính phủ được đưa ra sau cuộc họp, Thủ tướng kêu gọi Mỹ thực hiện các chính sách phù hợp với vị thế là một quốc gia đang phát triển của Việt Nam và những nỗ lực gần đây của nước này. Ông không nói rõ thêm.

"Đây là cơ hội để tái cơ cấu nền kinh tế theo hướng phát triển nhanh nhưng bền vững... mở rộng thị trường, đa dạng hóa thị trường sản phẩm và chuỗi cung ứng, đồng thời thúc đẩy nội địa hóa," Thủ tướng Chính phủ được trích dẫn trong tuyên bố của chính phủ.

Tuyên bố nhắc lại rằng "mục tiêu tăng trưởng GDP từ 8% trở lên trong năm 2025 vẫn không thay đổi".

Mỹ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam, và vào năm 2021, xuất khẩu sang Mỹ được định giá 142 tỷ USD, gần 30% GDP của đất nước. Thặng dư thương mại của Việt Nam với Mỹ vượt quá 123 tỷ USD vào năm ngoái.

"Đó là một cú sốc đối với nền kinh tế toàn cầu và đối với nền kinh tế Việt Nam," ông Võ Trí Thành, cựu phó viện trưởng Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương Việt Nam, cho biết.

Sau thông báo từ Nhà Trắng, chỉ số chứng khoán của Việt Nam đã giảm tới 6,7% vào chiều thứ Năm, xuống còn 1.229.

Trong nỗ lực giảm thặng dư thương mại với Washington, Hà Nội gần đây đã thực hiện các biện pháp, bao gồm cắt giảm thuế quan đối với một loạt hàng hóa xuất khẩu sang Mỹ.

Tại cuộc họp, Thủ tướng Chính phủ đã chỉ đạo thành lập ngay một tổ công tác để quản lý tình hình và cho biết ông dự định tổ chức các cuộc thảo luận với các doanh nghiệp xuất khẩu lớn.

### PHỤ LỤC 1.2

#### Tìm kiếm chiến lược dài hạn cho xuất khẩu rau quả của Việt Nam

Nếu không có chiến lược toàn diện để nâng cao chuỗi sản xuất và đáp ứng nhu cầu của đối tác, xuất khẩu rau quả của Việt Nam có thể gặp khó khăn trong việc đạt được mục tiêu đề ra.

Theo thống kê sơ bộ của Hiệp hội Rau quả Việt Nam (Vinafruit), xuất khẩu rau quả trong tháng 3 năm 2025 đạt gần 421 triệu USD, giảm 10,5% so với cùng kỳ năm ngoái. Điều này đánh dấu tháng giảm thứ ba liên tiếp của xuất khẩu rau quả của cả nước, thúc đẩy nhiều người tìm kiếm giải pháp cho vấn đề này.

**Rào cản thị trường Trung Quốc**

Tổng thư ký Vinafruit, ông Đặng Phúc Nguyên, cảnh báo rằng ngành này khó có thể đạt được mục tiêu xuất khẩu 8 tỷ USD trong năm nay, có khả năng giảm xuống dưới con số 7,12 tỷ USD của năm 2024.

Lý do chính là sự sụt giảm mạnh trong xuất khẩu sang Trung Quốc, thị trường mua rau quả lớn nhất của Việt Nam.

Trong hai tháng đầu năm 2025, xuất khẩu sang Trung Quốc chỉ đạt 306 triệu USD—giảm 39% so với năm trước. Mặc dù xuất khẩu sang Mỹ, Hàn Quốc, Nhật Bản và Thái Lan tăng 8% lên 66%, nhưng vẫn không đủ bù đắp sự thiếu hụt từ Trung Quốc.

Ông Nguyễn Đình Tùng, Phó Chủ tịch Vinafruit và Tổng Giám đốc Tập đoàn Vina T&T, thừa nhận rằng ngành này đang đối mặt với những thách thức ngày càng tăng do các quy định nhập khẩu chặt chẽ hơn của Trung Quốc.

Sầu riêng, chiếm 40% tổng doanh thu xuất khẩu trái cây, đặc biệt bị ảnh hưởng. Sự sụt giảm nhu cầu từ Trung Quốc đã dẫn đến giá thấp hơn cho nông dân ở Việt Nam.

Mặc dù xuất khẩu sầu riêng sang Trung Quốc gần đây đã được nối lại, nhưng các nhà xuất khẩu vẫn thận trọng.

"Nếu lô hàng không đáp ứng tiêu chuẩn, chúng sẽ bị tiêu hủy và nhà xuất khẩu có nguy cơ bị đưa vào danh sách đen. Điều này gây ra rủi ro tài chính lớn," ông Tùng lưu ý. Do đó, mặc dù đang vào mùa thu hoạch sầu riêng cao điểm, các nhà xuất khẩu vẫn ngần ngại tăng lượng hàng xuất khẩu.

Bà Chu Hồng Châu, Phó Giám đốc DT Pro, công ty xuất khẩu xoài, thanh long và dưa tươi sang Úc, Mỹ và New Zealand, nhấn mạnh một vấn đề cấp bách khác: Hồ sơ xuất khẩu.

Vì các doanh nghiệp không còn được phép trực tiếp sở hữu vùng trồng mà phải dựa vào hợp tác xã, quy trình xác minh nguồn gốc hàng hóa trở nên phức tạp hơn.

"Đối với Trung Quốc, không chỉ sầu riêng mà các mặt hàng trái cây xuất khẩu chủ lực khác cũng sẽ gặp thách thức. Trung Quốc đã yêu cầu xử lý hơi nước nóng đối với xoài và thanh long từ Thái Lan và Campuchia. Nếu các biện pháp tương tự được áp dụng đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam, các lô hàng có thể giảm hơn nữa," bà Châu cảnh báo.

### Sự cần thiết của các chiến lược dài hạn

Theo ông Tùng, nông dân Việt Nam phải thích ứng với các tiêu chuẩn an toàn và chất lượng quốc tế. Các thị trường khác nhau áp đặt các quy định riêng biệt: Mỹ cấm dư lượng từ bảy loại hóa chất và yêu cầu các cơ sở trồng trọt và đóng gói được chứng nhận, trong khi EU cấm dư lượng từ 36 loại hóa chất và kiểm tra ngẫu nhiên 10% lô hàng. Đổi lại, Trung Quốc tiến hành kiểm tra thường xuyên các kim loại nặng và bệnh thực vật.

Ông Lê Thanh Hòa, Phó Cục trưởng Cục Chất lượng, Chế biến và Phát triển thị trường thuộc Bộ Nông nghiệp và Môi trường, nhấn mạnh rằng Việt Nam có tiềm năng xuất khẩu mạnh mẽ nếu có thể giải quyết các vấn đề dai dẳng trong thu hoạch, chế biến sau thu hoạch, bảo quản và đánh giá chất lượng. Tuy nhiên, hạn chế về cơ sở hạ tầng và chi phí logistics cao vẫn là những rào cản lớn.

"Các doanh nghiệp cần được hỗ trợ trong việc tìm kiếm và mở rộng thị trường, đặc biệt là bằng cách tăng cường năng lực chế biến sâu, xây dựng giá trị thương hiệu và nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu. Cần đặc biệt chú ý đến các thị trường thực phẩm Halal như Trung Đông và Châu Phi," ông Hòa đề xuất.

Bà Phan Thị Thu Hiền, Giám đốc Trung tâm Kiểm dịch thực vật Vùng 2, chỉ ra một số điểm yếu cấu trúc của ngành nông nghiệp Việt Nam: chuỗi cung ứng manh mún và thiếu chuyên nghiệp, sự vắng mặt của quy trình sản xuất tiêu chuẩn hóa, liên kết yếu giữa nhà sản xuất và nhà xuất khẩu, và thiếu đầu tư vào nghiên cứu và phát triển giống cây trồng mới.

Bất chấp những thách thức, một số công ty đã báo cáo tăng trưởng tích cực. Ông Nguyễn Diệp Pháp, Phó Chủ tịch Kinh doanh Quốc tế tại GC Food, cho biết xuất khẩu của công ty ông đã tăng nhẹ vào đầu năm 2025, với mục tiêu tăng trưởng cả năm là 20%.

"Mặc dù điều kiện kinh tế toàn cầu vẫn ảm đạm và chi phí vận chuyển vẫn cao, các sản phẩm trái cây chế biến của chúng tôi tiếp tục được ưa chuộng ở Nhật Bản, Hàn Quốc và Châu Âu nhờ thuế suất ưu đãi," ông Pháp lưu ý.

Hơn nữa, cuộc xung đột thương mại Mỹ-Trung đang diễn ra đã thúc đẩy các công ty chuyển hoạt động sản xuất từ Trung Quốc sang Việt Nam, tạo ra nhiều cơ hội hơn cho các cơ sở chế biến trái cây của Việt Nam.

Ngành rau quả Việt Nam đang đứng trước ngã rẽ. Để duy trì tăng trưởng xuất khẩu, các doanh nghiệp và nhà hoạch định chính sách phải áp dụng cách tiếp cận dài hạn, tập trung vào cải thiện chất lượng, tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế và đa dạng hóa thị trường.

---

### PHỤ LỤC 1.3

#### Thị trường Bất động sản Việt Nam 2025: Điểm đến đầu tư hàng đầu ở Đông Nam Á

Thị trường bất động sản Việt Nam đang nổi lên như một trong những điểm đến đầu tư hấp dẫn nhất ở Đông Nam Á, được thúc đẩy bởi tăng trưởng kinh tế mạnh mẽ, vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) tăng cao và môi trường pháp lý ngày càng hoàn thiện. Các cải cách luật đất đai và nhà ở gần đây của chính phủ đã cải thiện tính minh bạch của thị trường, trong khi

chi phí vay giảm và nhu cầu mạnh mẽ tiếp tục thúc đẩy tăng trưởng trong các lĩnh vực bất động sản dân cư, thương mại và công nghiệp.

## **Tại sao thị trường bất động sản Việt Nam là điểm đến đầu tư hàng đầu**

### **• Tăng trưởng kinh tế bùng nổ thúc đẩy mở rộng bất động sản**

Nền tảng kinh tế mạnh mẽ của Việt Nam là một yếu tố chính đằng sau thị trường bất động sản phát triển mạnh mẽ của nước này. Quốc gia này ghi nhận tốc độ tăng trưởng GDP là 7,09% vào năm 2024, tăng nhanh từ 5,05% vào năm 2023. Các tổ chức tài chính hàng đầu, chẳng hạn như Ngân hàng Thế giới và Oxford Economics, dự báo tốc độ tăng trưởng GDP từ 6,5 đến 6,6% cho năm 2025, củng cố niềm tin của nhà đầu tư vào sự ổn định kinh tế dài hạn của Việt Nam.

Sự mở rộng kinh tế này đã chuyển thành sức mua của người tiêu dùng cao hơn, nhu cầu của doanh nghiệp đối với không gian thương mại tăng lên và dòng vốn nước ngoài vào lĩnh vực bất động sản ngày càng tăng. Với FDI thực hiện đạt 25,4 tỷ USD vào năm 2024, tăng 9,4% so với cùng kỳ năm trước, Việt Nam tiếp tục thu hút đầu tư bất động sản đáng kể từ các tập đoàn đa quốc gia và nhà đầu tư tổ chức.

### **• Thị trường bất động sản dân cư Hà Nội tăng mạnh**

Dựa trên báo cáo triển vọng thị trường bất động sản Việt Nam năm 2025 của JLL, Hà Nội đã nổi lên như một điểm đến đầu tư bất động sản hàng đầu, với giá căn hộ tăng 22,3% so với cùng kỳ năm trước trong quý 3 năm 2024, đạt 2.547 USD/m<sup>2</sup>. Sự tăng giá nhanh chóng này phần lớn là do nhu cầu mạnh mẽ, luật nhà ở mới và dòng vốn đầu tư tận dụng những cải thiện về quy định.

Tổng doanh số bán căn hộ trong quý 3 năm 2024 tăng 226% so với cùng kỳ năm trước, đạt 6.840 căn, đánh dấu một trong những sự phục hồi mạnh mẽ nhất trên thị trường nhà ở Việt Nam. Phân khúc dân cư vẫn hấp dẫn đối với cả người dùng cuối và nhà đầu tư, đặc biệt là ở các quận trung tâm và các khu vực vệ tinh đang phát triển cơ sở hạ tầng.

### **• Thị trường Thành phố Hồ Chí Minh ổn định sau điều chỉnh**

Theo báo cáo của Global Property Guide, thị trường bất động sản TP.HCM đang trong giai đoạn điều chỉnh lại giá, sau khi giảm 2,5% so với cùng kỳ năm trước trong quý 3 năm 2024, đưa giá căn hộ trung bình xuống còn 3.148 USD/m<sup>2</sup>. Nhu cầu đã giảm, dẫn đến doanh số bán căn hộ giảm 4% hàng năm.

Tuy nhiên, thị trường dự kiến sẽ ổn định vào năm 2025, khi thành phố thực hiện khung giá đất sửa đổi nhằm tăng tính minh bạch và điều chỉnh định giá đất phù hợp với giá thị trường. Sự thay đổi quy định này được thiết lập để khôi phục niềm tin của nhà đầu tư, định vị TP.HCM cho sự phục hồi giá dần dần trong những tháng tới.

## **Bất động sản công nghiệp và dịch vụ hậu cần: Động cơ tăng trưởng của Việt Nam**

Việt Nam là một trung tâm sản xuất hàng đầu ở Đông Nam Á, hưởng lợi từ chiến lược Trung Quốc+1 và đa dạng hóa chuỗi cung ứng toàn cầu. Lĩnh vực bất động sản công nghiệp của đất nước đã chứng kiến dòng vốn FDI kỷ lục, với lĩnh vực hậu cần và sản xuất nổi lên như những lĩnh vực tăng trưởng chính.

Nhu cầu về các khu công nghiệp và cơ sở hạ tầng hậu cần tiếp tục tăng, được hỗ trợ bởi các dự án cơ sở hạ tầng lớn như mở rộng đường cao tốc, cảng nước sâu và khu công nghiệp thông minh. Các công ty ngày càng đầu tư vào các trung tâm hậu cần thân thiện với môi trường và hướng đến công nghệ, củng cố vai trò của Việt Nam như một nhân tố quan trọng trong thương mại toàn cầu và thực hiện thương mại điện tử.

## **Luật đất đai và nhà ở mới của Việt Nam**

Việt Nam đã thực hiện các cải cách bất động sản mang tính bước ngoặt nhằm tăng cường an ninh đầu tư và tính minh bạch của thị trường. Luật Đất đai 2024, Luật Nhà ở 2024 và Luật Kinh doanh Bất động sản cung cấp sự rõ ràng hơn về quyền sở hữu đất đai, phê duyệt dự án và quy định đầu tư nước ngoài.

Những cập nhật quy định này đã dẫn đến niềm tin của nhà đầu tư lớn hơn, với kỳ vọng rằng năm 2025 sẽ đánh dấu sự khởi đầu của một chu kỳ tăng trưởng mới cho lĩnh vực bất động sản của Việt Nam.

## **Tại sao Việt Nam là cơ hội đầu tư bất động sản tốt nhất ở Đông Nam Á**

Lĩnh vực bất động sản của Việt Nam nổi bật như một trong những điểm đến đầu tư đầy hứa hẹn nhất vào năm 2025, được hỗ trợ bởi:

- Tăng trưởng GDP mạnh mẽ và sức mua của người tiêu dùng ngày càng tăng;
- Dòng vốn FDI mạnh mẽ vào bất động sản dân cư, thương mại và công nghiệp;
- Khung pháp lý ngày càng hoàn thiện với luật đất đai và nhà ở được cải thiện;
- Mở rộng cơ sở hạ tầng thúc đẩy tăng trưởng bất động sản đô thị và ngoại ô;
- Vị trí chiến lược của Việt Nam trong chuỗi cung ứng toàn cầu, củng cố nhu cầu về bất động sản công nghiệp và dịch vụ hậu cần.

Với tính minh bạch của thị trường được cải thiện và an ninh đầu tư được củng cố, Việt Nam mang đến những cơ hội sinh lợi cho các nhà đầu tư, nhà phát triển và tập đoàn đa quốc gia đang tìm cách tận dụng thị trường bất động sản phát triển nhanh nhất Đông Nam Á.

## PHỤ LỤC 1.4

### Việt Nam miễn giảm phí tới 12 năm cho các dự án năng lượng xanh

Để thúc đẩy nhanh chóng sự phát triển của ngành năng lượng tái tạo, chính phủ Việt Nam đã ban hành nghị định về điện lực mới, ưu tiên khuyến khích các dự án phát điện sử dụng nguồn năng lượng tái tạo như điện mặt trời và điện gió, cũng như các hệ thống lưu trữ năng lượng.

Ngoài ra, các tổ chức phát triển điện sử dụng 100% hydro xanh hoặc amoniac xanh có thể được hưởng miễn giảm phí tới 12 năm.

#### Điện gió, điện mặt trời chiếm vị trí trung tâm trong kế hoạch năng lượng của Việt Nam

Vào ngày 3 tháng 3, chính phủ Việt Nam đã ban hành Nghị định số 58/2025/NĐ-CP, xuất phát từ "Luật Điện lực mới" năm 2024. Nghị định này bao gồm các chiến lược phát triển công nghiệp cho các dự án điện gió ngoài khơi và điện mặt trời quy mô lớn, và có hiệu lực ngay lập tức sau khi ban hành.

Theo nghị định, chính phủ sẽ ưu tiên truyền tải năng lượng tái tạo vào lưới điện quốc gia trong thời gian tiêu thụ điện cao điểm, đặc biệt là khi kết hợp với các hệ thống lưu trữ năng lượng, nhưng điều này không bao gồm người dùng tự tiêu thụ. Ngoài ra, các cơ quan chức năng sẽ ưu tiên xem xét các kế hoạch nghiên cứu và phát triển kỹ thuật cho các dự án liên quan đến tấm pin mặt trời, tuabin gió và thiết bị chuyển đổi điện năng (PCE).

Đối với các dự án phát điện bằng 100% hydro xanh, amoniac xanh hoặc kết hợp cả hai, và truyền tải điện vào lưới điện quốc gia, có cơ hội được miễn giảm phí sử dụng điện tích biến trong ba năm trong quá trình phát triển cơ sở hạ tầng. Sau đó, sẽ áp dụng giảm 50% phí trong chín năm tiếp theo.

Tương tự, đối với các dự án trên đất liền, sẽ không có phí sử dụng đất hoặc thuê đất trong ba năm. Sau đó, phí sẽ được xác định dựa trên đầu tư và các quy định sử dụng đất có liên quan.

#### Việt Nam yêu cầu sự tham gia của địa phương trong các dự án điện gió ngoài khơi

Một điểm trọng tâm là chính phủ Việt Nam yêu cầu sự tham gia của trong nước vào các dự án điện gió ngoài khơi. Các nhà đầu tư nước ngoài phải đảm bảo rằng các công ty Việt Nam nắm giữ ít nhất 5% cổ phần trong toàn bộ dự án.

Mặt khác, nếu dự án điện gió ngoài khơi nhằm mục đích xuất khẩu điện, dự án đó phải thuộc sở hữu hoàn toàn của các doanh nghiệp Việt Nam, hoặc các bên liên quan Việt Nam phải nắm giữ hơn 50% cổ phần.

Trong "Quy hoạch phát triển điện lực quốc gia" (PDP8), Việt Nam đã đặt mục tiêu tăng công suất điện gió ngoài khơi lên 6 GW vào năm 2030. Tuy nhiên, tiến độ thực tế diễn ra chậm, và vào tháng 2 năm nay, chính phủ đã trì hoãn tiến độ thực hiện. Lịch trình mới dự kiến hoạt động dần dần từ năm 2030 đến năm 2035, với mục tiêu đạt 130 GW vào năm 2050.

## PHỤ LỤC 1.5

### Hoạt động sản xuất của Trung Quốc tại Việt Nam: Địa điểm và tiềm năng tăng trưởng

Hoạt động sản xuất của Trung Quốc tại Việt Nam đang trải qua sự tăng trưởng năng động, được thúc đẩy bởi đầu tư mạnh mẽ và lợi thế của Việt Nam như một trung tâm sản xuất. Nhiều công ty Trung Quốc đang xây dựng nhà máy tại quốc gia này để mở rộng hoạt động, tối ưu hóa chuỗi cung ứng và tăng cường tiếp cận thị trường Đông Nam Á. Bài viết này xem xét quy mô đầu tư của Trung Quốc và sự tập trung của chúng tại các trung tâm sản xuất chính của Việt Nam.

#### FDI của Trung Quốc tại Việt Nam

Trung Quốc vẫn là một trong những nhà đầu tư nước ngoài lớn nhất tại Việt Nam, với mức đầu tư ngày càng tăng. Vào năm 2024, các công ty Trung Quốc ghi nhận tổng vốn đầu tư 4,73 tỷ USD tại Việt Nam, nâng tổng số vốn từ năm 1988 lên 30,83 tỷ USD. Cùng với Singapore và Hàn Quốc, quốc gia này nằm trong số ba nhà đầu tư hàng đầu của Việt Nam vào năm 2024, với mức tăng đầu tư 3,1% so với năm 2023. Hơn nữa, Trung Quốc cũng dẫn đầu về các dự án đầu tư mới của Việt Nam, chiếm 28,3% tổng số sáng kiến đăng ký mới.

Ngành chế biến và chế tạo của Việt Nam vẫn là lĩnh vực nhận vốn đầu tư nước ngoài lớn nhất, với các ngành công nghiệp chính bao gồm:

- Điện tử:** Các công ty công nghệ lớn của Trung Quốc, như Luxshare và Goertek, đang mở rộng sản xuất tại Việt Nam, tận dụng lực lượng lao động lành nghề và nền tảng công nghiệp đang phát triển của quốc gia này. Khi các công ty đa dạng hóa chuỗi cung ứng, vai trò của Việt Nam trong sản xuất điện tử trung nguồn tiếp tục mở rộng.
- Dệt may:** Các gã khổng lồ dệt may Trung Quốc, như Shenzhou, tiếp tục đầu tư vào các nhà máy vải và may mặc, củng cố ngành xuất khẩu đang phát triển của Việt Nam bằng cách tận dụng khả năng tiếp cận thương mại của quốc gia này với các thị trường phương Tây.
- Máy móc và thiết bị công nghiệp:** Các công ty Trung Quốc, như BOE và Victory Giant Technology, đang tăng cường đầu tư vào ngành máy móc công nghiệp của Việt Nam, qua đó nâng cao sản xuất trong nước và xuất khẩu.

Nhu cầu ngày càng tăng này được củng cố bởi vị trí địa lý chiến lược của Việt Nam gần các khu vực nổi tiếng Trung, bao gồm Trung Quốc, Singapore, Đài Loan và Hồng Kông. Mối quan hệ thương mại mạnh mẽ và sự hội nhập vào chuỗi cung ứng toàn cầu tiếp tục nâng cao sức hấp dẫn của quốc gia này, khiến Việt Nam trở thành một phần mở rộng tự nhiên của hệ sinh thái sản xuất của Trung Quốc. Dấu ấn FDI ngày càng tăng của Trung Quốc tại Việt Nam phản ánh sự thay đổi chiến lược trong chuỗi cung ứng toàn cầu, định vị Việt Nam như một trung tâm sản xuất và xuất khẩu quan trọng trong khu vực.

### **Sức hấp dẫn của Việt Nam đối với các công ty sản xuất Trung Quốc**

- **Vị trí địa lý thuận lợi**

Vị trí địa lý của Việt Nam nâng cao vai trò của quốc gia này như một trung tâm sản xuất toàn cầu. Quốc gia này có chung đường biên giới đất liền dài với Trung Quốc, tạo điều kiện tích hợp chuỗi cung ứng liền mạch đồng thời đa dạng hóa sản xuất. Ngoài ra, đường bờ biển dài 3.260 km và vị trí trung tâm ở Đông Nam Á giúp quốc gia này dễ dàng tiếp cận các tuyến vận chuyển toàn cầu lớn, khiến quốc gia này trở nên lý tưởng cho các ngành công nghiệp hướng đến xuất khẩu. Việt Nam cũng tự hào có 36 sân bay (12 sân bay quốc tế) và 320 cảng biển và cảng sông (163 cảng quốc tế), cho phép hoạt động thương mại và logistics hiệu quả.

- **Thị trường lao động dồi dào**

Thị trường lao động của Việt Nam vừa cạnh tranh vừa ngày càng lành nghề. Với lực lượng lao động 53 triệu người, quốc gia này cung cấp một nguồn lao động lớn và hiệu quả về chi phí so với các quốc gia trong khu vực. Mặc dù mức lương tối thiểu tăng, mức lương trung bình hàng tháng của Việt Nam là 302 USD vào năm 2024, vẫn thấp hơn đáng kể so với Malaysia (790 USD) và Thái Lan (427 USD). Ngoài ra, Việt Nam giữ vị trí cao thứ hai trong khu vực về điểm PISA liên quan đến khả năng của lực lượng lao động. Trong năm năm qua, năng suất lao động đã tăng trưởng ổn định với tốc độ CAGR là 3,6%, gần gấp đôi mức trung bình 2% của ASEAN.

- **Chính sách thương mại và chiến lược kinh tế hỗ trợ**

Thứ ba, các chính sách thương mại và cách tiếp cận kinh tế của Việt Nam thúc đẩy đầu tư dài hạn. Đến năm 2025, quốc gia này dự kiến sẽ ký 17 hiệp định thương mại tự do (FTA) và thúc đẩy quan hệ toàn cầu tích cực thông qua "Ngoại giao Cây tre".

Chiến lược này tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại với các thị trường quan trọng và tạo sự ổn định và niềm tin cho các doanh nghiệp nước ngoài đang tìm kiếm thành công lâu dài. Ngoài ra, các nhà đầu tư nước ngoài, đặc biệt là những người trong lĩnh vực công nghệ cao và lĩnh vực ưu tiên, có thể tận dụng các ưu đãi thuế hoặc lợi ích dành riêng cho ngành khi thiết lập hoạt động tại Việt Nam.

### **Địa điểm của các doanh nghiệp sản xuất Trung Quốc tại Việt Nam**

Không giống như nhiều doanh nghiệp FDI khác tập trung tại các trung tâm đô thị lớn như Thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM) và Hà Nội, các nhà đầu tư Trung Quốc phân bổ đồng đều hơn trên các tỉnh khác nhau ở Việt Nam. Bình Dương, Quảng Ninh và Long An mỗi tỉnh có 7% doanh nghiệp Trung Quốc, trong khi các trung tâm công nghiệp mới nổi ở phía bắc, như Bắc Giang, Hải Dương và Hải Phòng, mỗi tỉnh chiếm 6%. Sự phân chia công nghiệp bắc-nam này được định hình bởi sự khác biệt về địa lý, tích hợp chuỗi cung ứng và động lực lao động.

Sự phân chia bắc-nam này làm nổi bật những thế mạnh công nghiệp khác nhau của Việt Nam, với các trung tâm phía bắc tập trung vào sản xuất chính xác và xuất khẩu, trong khi các trung tâm phía nam tập trung vào các ngành công nghiệp quy mô lớn, thâm dụng lao động. Những khác biệt cấu trúc này là những yếu tố quan trọng để các công ty nước ngoài xem xét khi định vị chuỗi cung ứng của họ để tận dụng lợi thế của từng khu vực.

### **Hàm ý đối với doanh nghiệp**

Sự mở rộng hoạt động sản xuất của Trung Quốc tại Việt Nam làm nổi bật sự phát triển của chuỗi cung ứng toàn cầu. Với đầu tư đáng kể, điều kiện thương mại thuận lợi và lực lượng lao động tài năng, Việt Nam đã trở thành một trung tâm quan trọng cho cả các nhà sản xuất Trung Quốc và các nhà đầu tư quốc tế.

Ở phía Bắc, các lĩnh vực công nghệ cao có thể tận dụng lực lượng lao động lành nghề, các khu công nghiệp hiện đại và các liên kết chuỗi cung ứng hiệu quả với Trung Quốc. Các công ty công nghệ toàn cầu lớn đã được thành lập ở đó, tạo cơ hội cho các doanh nghiệp trong lĩnh vực điện tử, bán dẫn và thiết bị công nghiệp phát triển mạnh trong một mạng lưới nhà cung cấp mạnh mẽ.

Ở phía Nam, các ngành công nghiệp dựa vào sản xuất quy mô lớn và hiệu quả về chi phí được hưởng lợi từ cơ sở hạ tầng kinh doanh đã được thiết lập và thị trường lao động mạnh mẽ. Các cụm công nghiệp dệt may và điện tử của Bình Dương, cùng với khung cảnh công nghiệp đang phát triển của Đồng Nai, đặc biệt phù hợp với sản xuất hàng loạt và tích hợp chuỗi cung ứng. Bằng cách nhận ra những thế mạnh khu vực này, các công ty có thể xác định một cách chiến lược nơi thiết lập hoạt động, dẫn đến hiệu quả được cải thiện, chi phí giảm và khả năng tiếp cận chuỗi cung ứng thiết yếu được nâng cao.

Khi Việt Nam nâng cao vai trò của mình trong thương mại quốc tế, việc nâng cấp cơ sở hạ tầng liên tục và các chính sách hỗ trợ sẽ củng cố thêm vị thế của quốc gia này như một trung tâm sản xuất hàng đầu ở Đông Nam Á.

### PHỤ LỤC 2.1

#### Chi phí tăng cao đe dọa lợi nhuận ngành F&B Việt Nam

Đối mặt với áp lực chi phí ngày càng tăng, các doanh nghiệp F&B đang phải vật lộn với một lựa chọn quan trọng: tăng giá để bảo toàn tỷ suất lợi nhuận hoặc tối ưu hóa hoạt động để giữ chân lòng trung thành của khách hàng.

#### Gánh nặng chi phí lớn đối với ngành F&B Việt Nam

Hơn 60% trong số hơn 4.000 doanh nghiệp thực phẩm và đồ uống (F&B) được khảo sát trong Báo cáo Thị trường Kinh doanh Thực phẩm Việt Nam 2024, do iPOS.vn thực hiện, báo cáo doanh thu giảm. Ngay cả những doanh nghiệp có doanh thu ổn định hoặc tăng cũng thừa nhận tỷ suất lợi nhuận tương đối mỏng do chi phí bán hàng tăng và các chương trình khuyến mãi mạnh mẽ để thu hút khách hàng.

Áp lực chi phí đang đè nặng lên các doanh nghiệp F&B, đặc biệt là chi phí nguyên vật liệu. Gần 45% doanh nghiệp cho biết những chi phí này chiếm 30% trở lên giá bán của họ, thậm chí có 6,2% vượt quá 50%, đẩy tỷ suất lợi nhuận vào vùng nguy hiểm.

Theo ông Nguyễn Thái Bình, đồng sáng lập Concepts Academy, giá nguyên vật liệu năm 2024 đang tăng do nhiều yếu tố kinh tế vĩ mô khác nhau. Lạm phát toàn cầu và sự biến động kinh tế đang đẩy chi phí nhập khẩu lên cao, trong khi chi phí vận chuyển tăng do bất ổn chính trị và giá nhiên liệu biến động.

Các chính sách thuế và quy định nhập khẩu cũng đang được thắt chặt, cùng với biến đổi khí hậu ảnh hưởng đến nguồn cung nông sản, dẫn đến sản lượng cà phê, đường, gạo và rau quả giảm. Đồng thời, xuất khẩu tăng, đặc biệt là gạo và cà phê, đang hạn chế nguồn cung trong nước và đẩy giá lên cao.

Ngoài ra, các yếu tố chi phí khác như tăng lương cơ bản từ ngày 1 tháng 7 năm 2024 và chi phí thuê mặt bằng tăng do giá bất động sản tăng cũng đang gây áp lực lên các doanh nghiệp F&B.

Chuyên gia bất động sản Minh Phan, người sáng lập SitePlus, lưu ý rằng thị trường mặt bằng bán lẻ đang trải qua giai đoạn thanh lọc mạnh mẽ khi chi phí thuê đã đạt mức cao.

Sau Tết Nguyên đán, số lượng mặt bằng trống tăng lên do sức mua yếu và chi phí hoạt động cao, buộc nhiều chủ nhà phải linh hoạt hơn và hỗ trợ nhiều hơn cho người thuê. Tuy nhiên, ở những vị trí đắc địa, giá thuê vẫn không thay đổi hoặc tăng nhẹ do nguồn cung hạn chế.

iPOS.vn dự báo rằng áp lực chi phí nguyên vật liệu không có dấu hiệu giảm bớt trong ngắn hạn, đòi hỏi các doanh nghiệp F&B phải có chiến lược linh hoạt hơn. Cân bằng chi phí, lợi nhuận và sức mua của khách hàng sẽ trở thành vấn đề sống còn vào năm 2025, khi thị trường ngày càng cạnh tranh.

#### Con đường phía trước cho các doanh nghiệp F&B là gì?

Ông Nguyễn Anh Quân, Giám đốc Thương hiệu của iPOS.vn, cho biết để giải quyết áp lực chi phí ngày càng tăng, gần một nửa số doanh nghiệp được khảo sát tiết lộ họ sẽ tăng giá sản phẩm. Tuy nhiên, việc tăng giá này sẽ được áp dụng cho các dòng sản phẩm cụ thể thay vì tăng đột ngột, trên diện rộng.

Năm nay, các doanh nghiệp có từ sáu cửa hàng trở lên thể hiện sự sẵn sàng tăng giá với tỷ lệ trên 53%, trong khi các đơn vị chỉ có một cửa hàng có tỷ lệ chỉ 50,25%.

"Điều này cho thấy các chuỗi F&B lớn hơn có khả năng kiểm soát chủ động hơn trong việc điều chỉnh giá bán, có thể là do lợi thế thương hiệu, sức mua nguyên vật liệu lớn hơn hoặc nhu cầu tăng giá để duy trì tỷ suất lợi nhuận," ông Quân nói.

Khoảng 58% doanh nghiệp có mức tăng trưởng trên 5% sẵn sàng tăng giá, phản ánh sự tự tin của họ trong việc duy trì lượng khách hàng bất chấp việc tăng giá.

Theo ông Quân, việc điều chỉnh giá bán sẽ là một cách để các doanh nghiệp duy trì tỷ suất lợi nhuận, bù đắp chi phí tăng và có khả năng nâng cao chất lượng dịch vụ và cải thiện trải nghiệm khách hàng.

Tuy nhiên, việc tăng giá sản phẩm không phải là một quyết định đơn giản. Ngành F&B đang phải đối mặt với một thị trường đầy thách thức, nơi người tiêu dùng đang thắt chặt chi tiêu. Điều này đã khiến 50,8% doanh nghiệp quyết định giữ nguyên giá hiện tại, tránh nguy cơ mất khách hàng. Gần 61% doanh nghiệp có doanh thu giảm trên 20% miễn cưỡng tăng giá, cho thấy sự lo ngại của họ về việc mất thêm khách hàng nếu giá thay đổi.

Theo ông Bình, việc tăng giá sản phẩm vào năm 2025 cần được xem xét cẩn thận do chi phí đầu vào tăng kết hợp với sức mua thị trường suy yếu. Việc tăng giá đột ngột có thể ảnh hưởng đến doanh số bán hàng khi khách hàng ngày càng thận trọng về chi tiêu.

"Các chuỗi F&B lớn và các doanh nghiệp có mức tăng trưởng mạnh sẽ dẫn đầu trong việc tăng giá để duy trì tỷ suất lợi nhuận. Các doanh nghiệp nhỏ hơn và những doanh nghiệp đang gặp khó khăn về doanh thu có thể trì hoãn việc tăng giá để tránh mất khách hàng, đặc biệt là trong phân khúc bình dân," ông Quân nói.

Ông Châu Lê, đồng sáng lập chuỗi trà sữa SanThai với 20 cửa hàng tại Đồng bằng sông Cửu Long, cho biết việc tăng giá không phải là một lựa chọn phù hợp vào thời điểm hiện tại. Doanh nghiệp không phải đối mặt với áp lực chi phí hoạt động đáng kể và chi phí nhập khẩu vẫn ổn định, nên không có lý do gì để điều chỉnh giá trong năm tới.

Thay vào đó, SanThai ưu tiên giữ chân khách hàng, đặc biệt là trong bối cảnh cạnh tranh với các nhà cung cấp nhỏ lẻ, độc lập – nơi chủ sở hữu không bị ảnh hưởng bởi chi phí thuê mặt bằng, khiến việc tăng giá trở nên khó khăn.

"Tuy nhiên, SanThai duy trì lợi thế của mình thông qua sản phẩm để tiếp cận rộng rãi và chiến lược định giá hợp lý, được thiết lập tốt. Sau khoảng tám tháng hoạt động, nhờ các chiến lược tiếp thị và truyền thông hiệu quả, chuỗi không bị ảnh hưởng đáng kể bởi sự biến động của thị trường. Với mức giá trung bình dưới 30.000 VND, SanThai tiếp tục duy trì khả năng cạnh tranh trong bối cảnh khách hàng trong khu vực vẫn thận trọng khi tiếp cận các sản phẩm có giá cao hơn.

Thay vì vội vàng tăng giá bán, các chuyên gia cho rằng tối ưu hóa chi phí vẫn là yếu tố cốt lõi trong một thị trường chưa thực sự phục hồi. Các doanh nghiệp cần thận trọng trong việc lựa chọn địa điểm, cân bằng chi phí thuê và doanh thu, đàm phán với nhà cung cấp, điều chỉnh công thức hoặc khẩu phần sản phẩm và tối ưu hóa thông qua công nghệ để tránh những quyết định vội vàng dẫn đến áp lực tài chính không cần thiết.

Ông Hoàng Tùng, người sáng lập Pizza Home, nhấn mạnh tầm quan trọng của việc sắp xếp hợp lý mô hình kinh doanh. Việc xem xét, loại bỏ các yếu tố không cần thiết hoặc thực hiện các điều chỉnh phù hợp sẽ giúp tối ưu hóa hoạt động. "Cạnh tranh bằng mô hình kinh doanh là tốt, cạnh tranh bằng cách cắt giảm chi phí là một cuộc chơi thua cuộc," ông Tùng nói.

Pizza Home cũng bị ảnh hưởng bởi chi phí tăng, nhưng nhờ mô hình được sắp xếp hợp lý, tác động là tối thiểu. Trong trường hợp tăng giá bắt buộc, ông Tùng cho biết ông sẽ chỉ điều chỉnh giá đối với các mặt hàng ít nhạy cảm hơn. Nỗ lực tối ưu hóa của Pizza Home trải rộng trên nhiều khía cạnh, chẳng hạn như phân bổ lại nhân sự để giảm số lượng nhân viên cần thiết, đầu tư vào máy móc để cắt giảm chi phí lao động dài hạn, tìm kiếm nhà cung cấp mới và đàm phán giá cả để duy trì hiệu quả hoạt động.

"Ví dụ, nếu bếp trung tâm trước đây cần 10 nhân viên, thì giờ chỉ cần 4 người nhờ sự hỗ trợ của máy móc," ông chia sẻ.

Theo các chuyên gia, trong trường hợp cần thiết phải tăng giá, các doanh nghiệp nên áp dụng các chiến lược linh hoạt dựa trên khu vực, phân khúc khách hàng và kết hợp chúng với việc nâng cao giá trị sản phẩm để duy trì sức hấp dẫn.

---

## PHỤ LỤC 2.2

### Tác động của khu vực thương mại tự do và các giải pháp tương lai cho logistics

Khu vực thương mại tự do (FTZ) là một khu vực kinh tế nơi hàng hóa có thể được nhập khẩu, lưu trữ, xử lý và tái xuất mà không phải chịu thuế nhập khẩu hoặc các rào cản phi thuế quan khác. FTZ đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy thương mại quốc tế, đặc biệt là ngành logistics – lĩnh vực đóng vai trò cốt lõi trong việc kết nối chuỗi cung ứng toàn cầu.

Việt Nam đang tích cực nghiên cứu và triển khai các mô hình FTZ tại thành phố Đà Nẵng và tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu, với kỳ vọng cải thiện năng lực cạnh tranh logistics và thu hút đầu tư nước ngoài. Tuy nhiên, để thành công, cần có chiến lược phát triển bài bản và vượt qua những thách thức hiện hữu.

Thứ nhất, FTZ đơn giản hóa thủ tục hải quan, giảm thiểu rào cản thương mại và cho phép các doanh nghiệp logistics hoạt động hiệu quả hơn. Khi hàng hóa có thể di chuyển tự do mà không phải chịu thuế nhập khẩu ngay lập tức, các công ty logistics có thể tối ưu hóa hoạt động kho bãi, phân phối và chuyển tải một cách linh hoạt. Nhờ những lợi thế này, FTZ đã trở thành các trung tâm thương mại tạo điều kiện thuận lợi cho dòng hàng hóa ra vào quy mô lớn, đóng vai trò là các trung tâm thương mại và logistics quan trọng.

Khi Việt Nam muốn trở thành trung tâm thương mại và logistics khu vực, việc phát triển FTZ là điều cần thiết. Hơn nữa, chúng cũng giúp các doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận nguyên vật liệu và linh kiện từ nhiều nguồn khác nhau trên thế giới, giúp tối ưu hóa chuỗi cung ứng và nâng cao năng lực sản xuất.

Thứ hai, FTZ góp phần giảm chi phí vận chuyển, kho bãi và lưu trữ thông qua các ưu đãi về thuế và thủ tục hải quan. Khi chi phí giảm, giá sản phẩm cũng giảm, từ đó các doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Việc phát triển FTZ đòi hỏi nhu cầu lớn về cơ sở hạ tầng logistics hiện đại, bao gồm kho bãi, cảng biển, sân bay, hệ thống vận tải đường bộ và trung tâm phân phối. Chính phủ và các doanh nghiệp tư nhân thường đầu tư mạnh vào cơ sở hạ tầng giao thông và công nghệ logistics ở các khu vực liên quan, tạo nền tảng vững chắc cho sự phát triển bền vững của ngành.

Một yếu tố quan trọng khác là việc áp dụng công nghệ kỹ thuật số trong các FTZ hiện đại. Các FTZ hiện đại ngày càng áp dụng công nghệ kỹ thuật số, từ hệ thống quản lý kho thông minh và phần mềm theo dõi hàng hóa theo thời gian thực đến blockchain để làm cho các giao dịch thương mại minh bạch. Chúng không chỉ giúp thu hút các doanh nghiệp logistics mà còn tạo ra một môi trường kinh doanh hấp dẫn cho các nhà sản xuất, công ty thương mại quốc tế và nhà đầu tư nước ngoài. Điều này giúp khuyến khích tăng trưởng kinh tế địa phương, tạo việc làm và nâng cao trình độ chuyên môn của người lao động trong ngành logistics.

Nhận thức được tầm quan trọng của chúng, Việt Nam đã thực hiện các bước đi chiến lược. Vào tháng 6 năm 2024, Quốc hội cho phép Đà Nẵng thí điểm thành lập FTZ gắn liền với cảng biển Liên Chiểu. Nó sẽ bao gồm các khu vực sản xuất, trung tâm logistics và khu vực thương mại và dịch vụ. Thành phố đã đề xuất một diện tích khoảng 1.500 ha để triển khai.

Ở những nơi khác, quan hệ đối tác đã được hình thành để hỗ trợ phát triển. Vào tháng 2, Bà Rịa-Vũng Tàu đã thỏa thuận với DP World từ UAE để phát triển FTZ tại cảng Cái Mép Hạ. Mục đích là tận dụng vị trí chiến lược của nó để thúc đẩy logistics, cảng biển và thương mại quốc tế.

Tuy nhiên, việc phát triển một khu phức hợp như vậy là thách thức ở Việt Nam vì một số rào cản. Cụ thể, khung pháp lý và chính sách của Việt Nam chưa hoàn thiện, chưa có luật riêng về FTZ, có thể gây khó khăn trong quản lý và thu hút đầu tư.

Ngoài ra, cơ sở hạ tầng logistics vẫn chưa được đồng bộ hóa. Hệ thống giao thông, cảng biển và kho bãi vẫn còn nhiều hạn chế. Việt Nam cần đầu tư lớn để đáp ứng nhu cầu của FTZ.

Hơn nữa, Việt Nam đang phải đối mặt với tình trạng thiếu nhân lực chất lượng cao. Hiện tại, nguồn nhân lực logistics của Việt Nam vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu vận hành FTZ theo tiêu chuẩn quốc tế.

Việt Nam cũng phải đối mặt với sự cạnh tranh ngày càng tăng từ các quốc gia trong khu vực. Singapore, Trung Quốc và Thái Lan đã vận hành FTZ một cách hiệu quả.

Trong bối cảnh này, Việt Nam cần có đủ điều kiện, bao gồm hoàn thiện hệ thống pháp luật và xây dựng luật riêng về FTZ, cải thiện cơ sở hạ tầng logistics, áp dụng công nghệ số trong quản lý, nâng cấp cảng biển, sân bay và đường cao tốc.

Cũng cần có các ưu đãi thuế linh hoạt để thu hút đầu tư, hợp tác với các đối tác quốc tế có kinh nghiệm trong phát triển FTZ, đồng thời đào tạo và phát triển lực lượng lao động logistics chất lượng cao. Trong khi chờ đợi sự phát triển này, Việt Nam cần có các giải pháp cho logistics. Nên tận dụng tối đa các khu kinh tế hiện có và cải thiện hiệu quả hoạt động của các khu chế xuất và khu ven biển.

Việc cải thiện cơ sở hạ tầng logistics cũng nên được ưu tiên bằng cách đầu tư vào đường cao tốc, cảng biển và sân bay. Hơn nữa, Việt Nam nên tiếp tục cải cách thủ tục hành chính để đơn giản hóa thủ tục hải quan và áp dụng khai báo điện tử.

---

### PHỤ LỤC 2.3

#### Thư kiến nghị của các nhà đầu tư cảnh báo hơn 13 tỷ USD đầu tư năng lượng mặt trời, gió tại Việt Nam gặp rủi ro

Hơn hai chục nhà đầu tư nước ngoài và Việt Nam, bao gồm Adani Green, đã cảnh báo rằng kế hoạch thay đổi hồi tố các quy định về giá trợ giá năng lượng gió và mặt trời của Việt Nam có thể ảnh hưởng đến hơn 13 tỷ USD vốn đầu tư.

Trong một bức thư gửi các lãnh đạo Việt Nam ngày 5 tháng 3, được Reuters xem xét, các nhà đầu tư bày tỏ "sự lo ngại sâu sắc" về khả năng chấm dứt biểu giá điện ưu đãi, lưu ý rằng sự thay đổi chính sách này có thể làm suy yếu sự ổn định tài chính rộng lớn hơn và làm giảm niềm tin vào Việt Nam vào thời điểm quốc gia này đang có kế hoạch mở rộng đáng kể công suất năng lượng tái tạo.

Trong số 28 bên ký tên có quỹ đầu tư tư nhân Dragon Capital, chi nhánh Việt Nam của tập đoàn năng lượng ACEN của Philippines, và các nhà đầu tư từ Thái Lan, Hà Lan, Singapore và Trung Quốc.

Trong những năm gần đây, quốc gia Đông Nam Á này đã trải qua sự bùng nổ đầu tư vào năng lượng tái tạo nhờ biểu giá điện hỗ trợ (feed-in tariff) hào phóng, theo đó nhà nước cam kết mua điện trong 20 năm với giá cao hơn giá thị trường.

Tuy nhiên, biểu giá cao đã làm tăng lỗ cho Tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN) thuộc sở hữu nhà nước, đơn vị mua điện duy nhất, và dẫn đến tăng giá điện cho hộ gia đình và nhà máy.

Các cơ quan chức năng đã nhiều lần cố gắng giảm biểu giá cao. Hiện nay, họ đang xem xét việc xem xét hồi tố các tiêu chí được đặt ra để tiếp cận biểu giá điện hỗ trợ, theo bức thư của các nhà đầu tư, ngay cả khi các dự án đang sản xuất điện.

"Một động thái như vậy có thể dẫn đến việc xóa bỏ vốn chủ sở hữu gần 100% cho các dự án bị ảnh hưởng, gây nguy hiểm cho khoảng hơn 13 tỷ USD vốn đầu tư," bức thư cho biết.

Bức thư không làm rõ liệu tất cả các khoản tiền đã được chi tiêu hay chưa, và không rõ Việt Nam dự định xem xét các quy định hiện hành như thế nào và khi nào. Bộ Công Thương Việt Nam và EVN chưa đưa ra phản hồi về yêu cầu bình luận.

#### RỦI RO CHO CHỦ NỢ

Các nhà đầu tư cho biết trong thư rằng EVN đã trì hoãn thanh toán hoặc chỉ thanh toán một phần cho điện được sản xuất từ các dự án năng lượng tái tạo "mà không có lý do rõ ràng".

Kết quả là, "nhiều dự án đang đối mặt với nguy cơ vỡ nợ khoản vay đối với cả người cho vay trong nước và quốc tế," bức thư cho biết, cảnh báo rằng việc sửa đổi vĩnh viễn hoặc chấm dứt biểu giá đã thỏa thuận "có nguy cơ làm suy yếu sự ổn định ngân hàng quốc gia và làm giảm niềm tin vào khung pháp lý của Việt Nam."

Điều này xảy ra khi Việt Nam đang có kế hoạch mở rộng đáng kể công suất phát điện năng lượng mặt trời và gió theo dự thảo quy hoạch điện sửa đổi cho thập kỷ này mà Reuters đã xem.

Theo kịch bản cơ bản của quy hoạch, công suất lắp đặt từ các trang trại gió và mặt trời sẽ vượt quá 56 gigawatt vào năm 2030, gần một phần ba tổng công suất lắp đặt dự kiến từ tất cả các nguồn, bao gồm cả nhiên liệu hóa thạch.

Trong số các dự án có thể bị ảnh hưởng bởi cải cách hồi tố, các dự án được tài trợ bởi nhà đầu tư nước ngoài có tổng công suất gần 4 GW, gần như hoàn toàn là năng lượng mặt trời, với tổng giá trị là 4 tỷ USD, theo bức thư.

## PHỤ LỤC 3.1

### Báo cáo của AMRO: Báo cáo Tham vấn Thường niên 2024 về Việt Nam

#### Tóm tắt tổng quan

- Kinh tế Việt Nam tiếp tục có thêm động lực trong năm 2024, nhưng sự phục hồi vẫn tập trung ở các lĩnh vực xuất khẩu chủ lực.** Sự phục hồi kinh tế được dẫn dắt bởi xuất khẩu chế tạo, sự phục hồi của ngành dịch vụ khách sạn và dòng vốn FDI ổn định. Trong khi đó, các hộ gia đình thận trọng trong chi tiêu, thể hiện qua sự trì trệ trong doanh số bán buôn và bán lẻ, điều này chủ yếu gây ảnh hưởng đến các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa (MSMEs). Siêu bão Yagi gây thiệt hại lớn cho đường sá, cảng biển, khu vực nông nghiệp và nhà máy ở các tỉnh phía bắc, tác động đến ngành chế tạo. AMRO dự báo kinh tế Việt Nam tăng trưởng 6,5% trong năm 2024, trước khi tăng 6,7% vào năm 2025.
- Lạm phát giá tiêu dùng vẫn nằm trong ngưỡng mục tiêu lạm phát.** Mặc dù giá lương thực dự kiến sẽ tăng trong những tháng tới do bão Yagi gây gián đoạn sản xuất nông nghiệp, áp lực lạm phát vẫn được kiềm chế nhờ nhu cầu trong nước yếu, giá cả được quản lý, sản xuất lương thực trong nước đầy đủ và giá dầu thế giới gần đây giảm. Lạm phát chung dự kiến sẽ tăng từ 3,3% năm 2023 lên 3,8% năm 2024, vẫn thấp hơn nhiều so với mục tiêu trần 4,5% của các cơ quan chức năng.
- Cán cân thanh toán (BOP) thâm hụt trong nửa đầu năm nay do dòng vốn chảy ra lớn.** Sự phục hồi xuất khẩu đã hỗ trợ thặng dư tài khoản vãng lai, trong khi dòng vốn FDI ổn định tiếp tục củng cố tài khoản tài chính. Tuy nhiên, việc can thiệp ngoại hối để hỗ trợ VND và dòng vốn chảy ra không được ghi nhận lớn phản ánh lãi suất của Mỹ cao hơn Việt Nam, và việc mua tài sản ảo ở nước ngoài đã đẩy BOP vào tình trạng thâm hụt, dẫn đến giảm dự trữ quốc tế. Theo số liệu mới nhất, dự trữ ngoại hối đạt 83,3 tỷ USD vào tháng 7 năm 2024, gấp 2,5 lần nợ nước ngoài ngắn hạn.
- Các nhà chức trách Việt Nam đã sử dụng các biện pháp tiền tệ và tài khóa một cách thận trọng để hỗ trợ phục hồi kinh tế.** Chính phủ tiếp tục giảm 2% thuế VAT, giảm thêm tiền thuê đất và thuế môi trường đối với xăng, dầu và mỡ bôi trơn, cũng như tái áp dụng việc hoãn nộp thuế và tiền thuê đất trong nửa cuối năm nay. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN) cũng duy trì lãi suất điều hành ở mức thấp, giảm lãi suất nghiệp vụ thị trường mở (OMO), tăng chỉ tiêu tăng trưởng tín dụng định hướng và kéo dài chương trình hoãn trả nợ thêm sáu tháng. Các ngân hàng thương mại nhà nước (SOCBs) đã giảm lãi suất tiền gửi và cho vay ngắn hạn để định hướng lãi suất trên thị trường.
- Rủi ro đối với triển vọng tăng trưởng nghiêng về phía suy giảm.** Sự phục hồi mạnh mẽ đang diễn ra của xuất khẩu Việt Nam có thể bị chệch hướng bởi các rủi ro bên ngoài phát sinh từ nhu cầu tiêu dùng ở Mỹ yếu hơn dự kiến, sự suy giảm tăng trưởng mạnh ở châu Âu hoặc tăng trưởng chậm hơn ở Trung Quốc. Triển vọng xuất khẩu cũng phải đối mặt với sự bất ổn do khả năng tăng thuế nhập khẩu của Mỹ dưới chính quyền Mỹ sắp tới.
- Khu vực tài chính đối mặt với rủi ro tín dụng gia tăng.** Mặc dù tỷ lệ nợ xấu (NPL) của khu vực ngân hàng đã ổn định, rủi ro tín dụng vẫn ở mức cao do sự phục hồi kinh tế không đồng đều và thiệt hại do bão. Chương trình hoãn trả nợ đóng băng việc phân loại nợ của người vay và cho phép họ hoãn trả nợ gốc đối với các khoản vay hiện có, đồng thời cho phép họ tiếp cận tín dụng mới từ các ngân hàng. Triển vọng thị trường nhà ở có thể bị lu mờ bởi sự chậm trễ trong việc thực hiện các luật liên quan đến bất động sản mới. Trong bối cảnh những thách thức của thị trường nhà ở, một số nhà phát triển đang gặp khó khăn trong việc trả nợ và tái cấp vốn.
- Tiềm năng tăng trưởng của Việt Nam bị cản trở bởi những thách thức cơ cấu kéo dài.** Phát triển cơ sở hạ tầng ở Việt Nam đã không theo kịp tốc độ tăng trưởng kinh tế nhanh chóng trong thập kỷ qua. Tốc độ giải ngân vốn đầu tư công chậm chạp là do sự chậm trễ trong giải phóng mặt bằng, sự không nhất quán trong các quy định, thủ tục hành chính kéo dài và phức tạp, và năng lực lập kế hoạch hạn chế. Đất nước cũng phải đối mặt với sự không phù hợp giữa kỹ năng của lực lượng lao động và yêu cầu của ngành công nghiệp. Sự kém phát triển của các ngành công nghiệp hỗ trợ trong nước và các MSMEs đã cản trở tiến trình của đất nước trong việc vươn lên các chuỗi giá trị toàn cầu.
- Các thách thức mới nổi ngày càng đe dọa sự ổn định kinh tế vĩ mô của Việt Nam.** Thứ nhất, các mối đe dọa trên mạng đã phát triển và trở nên phức tạp hơn, với các cuộc tấn công nghiêm trọng ngay cả vào các tập đoàn lớn có hệ thống an ninh mạng tiên tiến. Thứ hai, các điều kiện thời tiết khắc nghiệt thường xuyên hơn đã gây ra thiệt hại kinh tế ngày càng tăng. Cuối cùng, dân số già hóa nhanh chóng đã làm dấy lên lo ngại về sự suy giảm lực lượng lao động sắp tới và tính bền vững lâu dài của Quỹ Bảo hiểm Xã hội.
- Với sự phục hồi kinh tế không đồng đều, chính phủ nên điều chỉnh lại các biện pháp hỗ trợ tài khóa để nhắm mục tiêu vào các MSMEs và hộ gia đình có thu nhập thấp, đồng thời đẩy nhanh việc giải ngân các khoản chi tiêu vốn đã được dự toán.** Không gian tài khóa dồi dào của Việt Nam tạo dư địa cho chính phủ mở rộng các biện pháp hỗ trợ bổ sung cho các đối tượng dễ bị tổn thương. Hơn nữa, việc giải ngân đầu tư công có thể được đẩy nhanh để thúc đẩy tăng trưởng ngắn hạn và củng cố tiềm năng tăng trưởng dài hạn.
- Cần giải quyết các thách thức cơ cấu trong lĩnh vực tài khóa.** Cần tăng cường hơn nữa công tác quản lý thu ngân sách nhà nước thông qua việc nâng cao hiệu lực và tuân thủ luật thuế, đơn giản hóa hệ thống thuế, mở rộng cơ sở thu và giảm thiểu các khoản miễn thuế. Cũng nên xem xét sửa đổi Luật Ngân sách Nhà nước với mục tiêu giảm thời gian quyết toán ngân sách và giảm thiểu chi chuyển nguồn.

- 11 **Với áp lực lạm phát được kiềm chế và nhu cầu trong nước yếu, lập trường chính sách tiền tệ nên duy trì nói lỏng.** Lạm phát giá tiêu dùng dự kiến sẽ vẫn dưới ngưỡng mục tiêu. Tuy nhiên, nhu cầu trong nước vẫn yếu và các MSMEs vẫn đang gặp khó khăn trong việc phục hồi. Việc Fed gần đây cắt giảm lãi suất đã giảm áp lực lên đồng Việt Nam và giảm thiểu rủi ro dòng vốn đầu cơ chảy ra. Do đó, chính sách tiền tệ nên tiếp tục hỗ trợ sự phục hồi của hoạt động kinh tế trong nước.
- 12 **Phái đoàn đánh giá cao những nỗ lực đang diễn ra của NHNN trong việc hiện đại hóa khuôn khổ chính sách tiền tệ.** Khi Việt Nam hướng tới việc làm sâu sắc hơn sự phát triển của thị trường tài chính song song với sự phát triển kinh tế nhanh chóng, cải cách chính sách tiền tệ nên loại bỏ dần việc sử dụng các chỉ tiêu tín dụng định lượng và chuyển sang cách tiếp cận lãi suất dựa trên thị trường nhiều hơn. Mục tiêu chính của NHNN nên là duy trì lạm phát giá tiêu dùng dưới ngưỡng mục tiêu, đồng thời tiếp tục tăng cường tính linh hoạt của tỷ giá hối đoái như một vùng đệm chống lại các cú sốc bên ngoài.
- 13 **Vẫn còn dư địa để tăng cường sự vững chắc của hệ thống ngân hàng.** Các ngân hàng thương mại nên tích lũy thêm các vùng đệm tài chính để chống lại các cú sốc bất ngờ, đồng thời các cơ chế quản lý nợ xấu nên được cải thiện để cho phép các quy trình thu hồi nợ hiệu quả hơn. Các ngân hàng thương mại nên tiếp tục cải thiện quản trị doanh nghiệp, khuôn khổ quản lý rủi ro và hệ thống kiểm soát rủi ro nội bộ. Khuôn khổ xử lý ngân hàng nên được củng cố hơn nữa để đảm bảo việc xử lý kịp thời và có trật tự các ngân hàng gặp khó khăn.
- 14 **Cần có các biện pháp bổ sung để giảm bớt khó khăn tài chính của các nhà phát triển và tăng cường quản trị trong lĩnh vực bất động sản.** Các nhà phát triển nên tiếp tục đa dạng hóa các nguồn vốn. Nên xem xét các biện pháp thận trọng như tỷ lệ cho vay trên giá trị tài sản, tỷ lệ trả nợ trên thu nhập và giới hạn tập trung tín dụng. Các ngân hàng được khuyến khích hợp tác với các nhà phát triển có khả năng để đánh giá các thách thức, bao gồm cả tình hình thanh khoản của các dự án phát triển bất động sản, để từ đó xây dựng các giải pháp phù hợp tuân thủ luật pháp và quy định trong nước, đồng thời đảm bảo sự ổn định của hệ thống ngân hàng.
- 15 **Cần có những nỗ lực phối hợp để thúc đẩy phát triển bao trùm và bền vững.** Các cơ quan chức năng nên tiếp tục nâng cấp cơ sở hạ tầng và cải thiện năng suất lao động cũng như năng lực của các MSMEs. Quá trình số hóa nhanh chóng của Việt Nam đòi hỏi các chính sách chính phủ chủ động hơn để ngăn chặn các mối đe dọa trên mạng. Cần hướng nhiều nỗ lực hơn vào việc cải thiện sự phối hợp trong việc thực hiện các hoạt động ứng phó với biến đổi khí hậu và huy động hiệu quả nguồn tài chính xanh. Tăng cường tính bền vững tài chính và minh bạch của quỹ bảo hiểm xã hội là rất quan trọng để chuẩn bị cho những thách thức do dân số già hóa nhanh chóng gây ra.

---

## PHỤ LỤC 3.2

### Báo cáo của Kantar Worldpanel: Triển vọng Ngành hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) Việt Nam 2025

#### Các yếu tố vĩ mô định hình hành vi của người tiêu dùng vào năm 2025

##### 1. “Con hổ châu Á” tiếp theo

Thường được ca ngợi là “Con hổ châu Á” tiếp theo, Việt Nam đã thể hiện khả năng phục hồi kinh tế mạnh mẽ trong năm 2024, đạt tốc độ tăng trưởng GDP 7,1%, vượt mục tiêu của chính phủ đồng thời kiểm soát được lạm phát. Hiệu suất mạnh mẽ này, được thúc đẩy bởi sự phục hồi của đầu tư nước ngoài, xuất khẩu và sản xuất, đã củng cố vị thế của Việt Nam như một trong những nền kinh tế tăng trưởng nhanh nhất ở ASEAN và trên toàn cầu. Bất chấp những thách thức như thiên tai và tăng trưởng chậm hơn ở các đối tác thương mại chủ chốt, nền kinh tế vẫn kiên cường. Sự tăng trưởng này đã chuyển thành sự gia tăng đáng kể trong GDP bình quân đầu người, tăng từ 4.346 USD vào năm 2023 lên 4.700 USD vào năm 2024, tiếp tục củng cố tầng lớp trung lưu đang phát triển của đất nước.

##### 2. Người tiêu dùng Việt Nam: Bức tranh về sự thay đổi

###### 2.1 Tia hy vọng

Việt Nam, với dân số gần 101 triệu người, là quốc gia đông dân thứ ba ở Đông Nam Á, sau Indonesia và Philippines. Tuy nhiên, tình trạng dân số già hóa và tỷ lệ sinh giảm đang dần thay đổi bức tranh nhân khẩu học của đất nước. Mặc dù hiện tại đang tận hưởng “thời kỳ dân số vàng” với lực lượng lao động lớn cho đến năm 2036-2039, Việt Nam đang chuẩn bị bước vào giai đoạn dân số già hóa. Đến năm 2036, dự kiến cứ năm người Việt Nam thì có một người là người cao tuổi.

Sự chuyển đổi nhân khẩu học này sẽ tác động đáng kể đến cơ cấu xã hội và kinh tế của quốc gia. Sự gia tăng dân số lớn tuổi mang đến những nhu cầu và sở thích riêng biệt, đòi hỏi một sự thay đổi đối với một số thương hiệu trong chiến lược và danh mục sản phẩm. Việc nhận ra sự đa dạng trong phân khúc người cao tuổi này – với các trình độ học vấn, thu nhập và lối sống khác nhau giữa các vùng miền ở Việt Nam – là rất quan trọng. Thói quen tiêu thụ phương tiện truyền thông và lựa chọn kênh mua sắm của họ cũng khác nhau. Các thương hiệu phải điều chỉnh các sản phẩm và chiến lược truyền thông của mình để tương tác hiệu quả với những sự khác biệt rõ rệt trong nhóm người tiêu dùng này.

Để chinh phục phân khúc người cao tuổi, các thương hiệu cần áp dụng cách tiếp cận lấy người tiêu dùng làm trung tâm, ưu tiên tạo ra các sản phẩm và dịch vụ “thích ứng với tuổi già” được điều chỉnh theo nhu cầu và sở thích cụ thể của họ. Xây dựng mối quan hệ bền chặt giữa các thế hệ và nuôi dưỡng những kết nối ý nghĩa với cả đối tượng trẻ và già sẽ là chìa khóa cho sự phát triển lâu dài.

## 2.2 Tỷ lệ sinh dưới mức thay thế

Hơn nữa, tỷ lệ sinh thấp kỷ lục trong lịch sử của Việt Nam, xuống dưới mức thay thế trong những năm gần đây, đặt ra những thách thức dài hạn cho sự phát triển kinh tế bền vững. Sau khi giảm xuống mức 1,9 trẻ em trên một phụ nữ trên toàn quốc, tỷ lệ này thậm chí còn thấp hơn ở các khu vực đô thị. Xu hướng này tương tự như ở các nước Đông Á phát triển như Hàn Quốc, Nhật Bản và Trung Quốc, cũng như các quốc gia láng giềng Đông Nam Á như Thái Lan.

Các thương hiệu FMCG phải thích ứng bằng cách đáp ứng nhu cầu thay đổi của người tiêu dùng. Điều này bao gồm việc chú trọng hơn vào các kích cỡ đóng gói nhỏ hơn, các lựa chọn dùng một lần và các giải pháp tiện lợi để phục vụ nhu cầu của các hộ gia đình và cá nhân nhỏ hơn. Hơn nữa, xu hướng này sẽ thúc đẩy nhu cầu đối với các sản phẩm và dịch vụ cá nhân hóa trong khi thu nhập hộ gia đình tiếp tục được cải thiện. Điều này mang đến cơ hội cho các thương hiệu đổi mới và cung cấp các giải pháp tùy chỉnh đáp ứng sở thích và lối sống cá nhân.

## 2.3 Con đường trở thành quốc gia thu nhập cao

Cả khu vực đô thị và nông thôn Việt Nam đều đang trải qua sự gia tăng liên tục về thu nhập bình quân. Sự tăng trưởng này đang thúc đẩy sự mở rộng đáng kể của tầng lớp trung lưu. Năm 2024, các gia đình thuộc nhóm thu nhập cao và trung bình cao chiếm 60% tổng đóng góp của các hộ gia đình đô thị và gần 50% ở khu vực nông thôn, một bước nhảy vọt đáng kể so với lần lượt 56,5% và 47,2% vào năm 2019.

Trong khi các khu vực đô thị từ lâu đã là động lực chính cho tăng trưởng tiêu dùng, khu vực nông thôn Việt Nam cũng mang đến những cơ hội đáng kể cho các thương hiệu FMCG. Chi tiêu FMCG bình quân hộ gia đình ở khu vực nông thôn đã cho thấy tốc độ tăng trưởng CAGR cao hơn là 6% trong năm năm qua so với tốc độ tăng trưởng 2% ở khu vực đô thị, cho thấy nhu cầu mạnh mẽ và ngày càng tăng đối với hàng tiêu dùng ở khu vực nông thôn. Sự tăng trưởng nhanh chóng này đang thu hẹp khoảng cách chi tiêu giữa các nhóm người tiêu dùng đô thị và nông thôn.

Về bản chất, sự trỗi dậy của tầng lớp trung lưu Việt Nam không chỉ là một sự thay đổi nhân khẩu học; nó là một động lực tăng trưởng kinh tế quan trọng và là nền tảng cho Việt Nam trở thành một quốc gia có thu nhập cao vào năm 2045.

## 2.4 Khai thác thị trường nông thôn

Bất chấp quá trình đô thị hóa nhanh chóng, khu vực nông thôn Việt Nam vẫn là một nhóm người mua lớn cho các thương hiệu FMCG, chiếm hơn 61% tổng dân số vào năm 2024 – tức là hơn 60 triệu người. Dân số đông đảo này mang đến cơ hội đáng kể cho các thương hiệu FMCG để khai thác một tệp người tiêu dùng tiềm năng cao và hầu như chưa được tiếp cận.

Người tiêu dùng nông thôn đang trải qua một sự thay đổi đáng kể trong thực tế kinh tế và xã hội của họ. Mức thu nhập ngày càng tăng và tốc độ tăng trưởng chi tiêu FMCG nhanh hơn so với khu vực đô thị khiến thị trường nông thôn trở thành một cơ hội sinh lợi. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại những khoảng cách lớn về độ thâm nhập ngành hàng giữa khu vực đô thị và nông thôn. Các thương hiệu FMCG cần giải quyết một cách chiến lược những khoảng cách này để tối đa hóa khả năng tiếp cận người tiêu dùng nông thôn.

Để thành công ở thị trường nông thôn, các thương hiệu phải thích ứng. Việc hiểu rõ các xu hướng tiêu dùng ở khu vực nông thôn vừa giống vừa khác biệt so với các trung tâm đô thị là rất quan trọng. Điều này đòi hỏi việc mở rộng phân phối thông qua các đối tác địa phương và tận dụng các kênh ưa thích của người tiêu dùng, chẳng hạn như thương mại truyền thống và sự trỗi dậy của các cửa hàng chuyên biệt. Hơn nữa, tập trung vào các sản phẩm mang lại giá trị tuyệt vời so với số tiền bỏ ra, xem xét cả giá cả và chất lượng cảm nhận, là chìa khóa để nắm bắt thị trường tiềm năng này.

## 3. Tình hình người tiêu dùng

Kể từ khi đại dịch bùng phát vào đầu năm 2020, người tiêu dùng Việt Nam đã phải liên tục đối mặt với nhiều yếu tố gây căng thẳng bên ngoài, bao gồm suy thoái kinh tế, lạm phát và gần đây nhất là thiên tai. Những lo ngại và sự bất ổn liên tục về tương lai này đã thúc đẩy họ chấp nhận ý thức về giá cả như một phần của tâm lý tiêu dùng tập thể.

Trong khi thu nhập hộ gia đình đã tăng lên, chi phí hàng hóa cũng tăng. Tổng chi tiêu hộ gia đình năm 2024 gần giống với mức trước đại dịch năm 2019, mặc dù có những thay đổi đáng chú ý trong các ưu tiên chi tiêu.

Người tiêu dùng ngày càng ưu tiên giáo dục và du lịch. Khi chi phí sinh hoạt tăng lên, các hộ gia đình cũng phân bổ một phần lớn hơn ngân sách của họ cho các tiện ích thiết yếu. Xu hướng này đặc biệt rõ rệt ở khu vực nông thôn, nơi các hộ gia đình đang phân bổ nhiều ngân sách hơn cho nhà ở, giáo dục và tiện ích để cải thiện mức sống chung của họ.

## Trung tâm Truyền thông và Thông tin Kinh tế (BIZIC) – Đơn vị trực thuộc Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) phối hợp cùng Công ty KPMG tại Việt Nam

Bản quyền © 2010 bởi Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam – VCCI

© 2025 Công ty TNHH KPMG, Công ty TNHH Thuế và Tư vấn KPMG, Công ty Luật TNHH KPMG, Công ty TNHH Dịch vụ KPMG, đều là công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên được thành lập tại Việt Nam và là công ty thành viên trong tổ chức toàn cầu của các công ty KPMG độc lập, liên kết với KPMG International Limited, một công ty trách nhiệm hữu hạn theo bảo lãnh được thành lập tại Vương Quốc Anh. Tất cả các quyền được bảo hộ.

