



XU HƯỚNG TIÊU DÙNG VIỆT NAM 2024

Tải báo cáo tại www.cimigo.com
hoặc gửi email về ask@cimigo.com

Nội dung

Điều gì sẽ thúc đẩy tăng trưởng của Việt Nam trong thập kỷ tới?	4
Tăng trưởng GDP trung bình đạt 5,8% trong mười năm qua.	6
Sản xuất ngày càng tinh vi hơn. Tăng cường đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) và xuất khẩu. Kết nối toàn cầu.	9
Du lịch nội địa phát triển mạnh mẽ và du lịch quốc tế phục hồi.	14
Những thách thức và sự phục hồi trong nhu cầu tiêu dùng bán lẻ.	17
Kỳ vọng ngắn hạn đối với Việt Nam.	21
Xu hướng kênh bán lẻ.	28
Xu hướng tiêu dùng theo chủ đề.	32
Gia tăng mức sống của các hộ gia đình.	42
Tiếp cận tài chính và thanh toán số.	47
Tăng trưởng của nền kinh tế số, hiện đã đạt 30 tỷ USD.	53
Dân số trong độ tuổi lao động, tỷ lệ tham gia lao động cao và tỷ lệ phụ thuộc thấp.	63
Dự đoán về thập kỷ tới.	77

Giúp bạn đưa ra những lựa chọn tốt hơn

- **Thuong La** là giám đốc điều hành của **Cimigo**, một công ty nghiên cứu thị trường được thành lập cách đây 21 năm.
- Thương có 15 năm kinh nghiệm làm việc tại Cimigo. Thương đã hỗ trợ khách hàng thực hiện nhiều nghiên cứu về xu hướng thị trường, hành vi tiêu dùng, định hướng phát triển sản phẩm và đánh giá hiệu quả truyền thông.
- Cimigo đã hỗ trợ khách hàng đưa ra những lựa chọn thương mại và marketing tốt hơn trong suốt 21 năm qua.
- Nếu bạn muốn biết thêm chi tiết, hãy gửi email cho chúng tôi tại ask@cimigo.com.
- Bạn có thể tải xuống bản thuyết trình này tại www.cimigo.com.



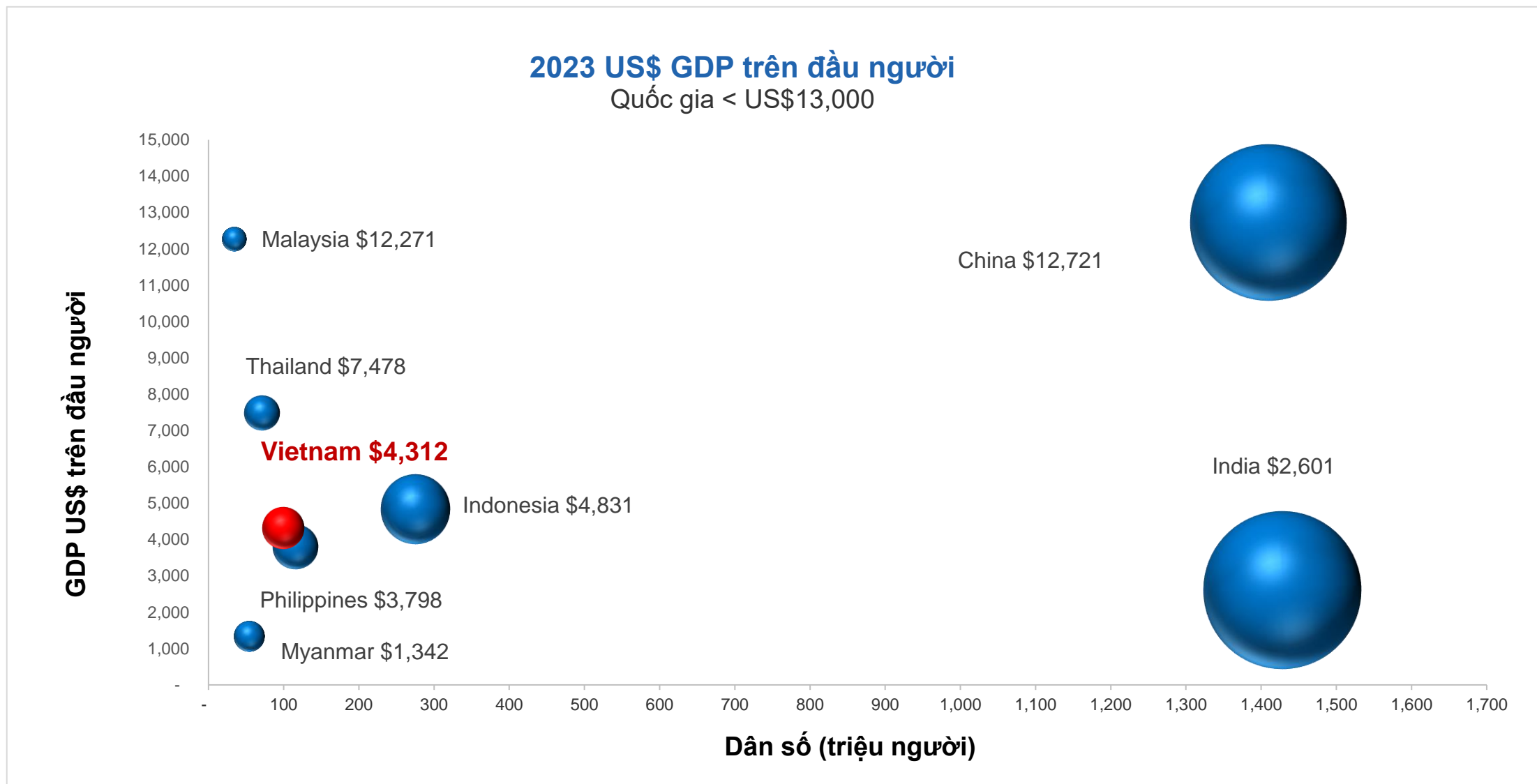
Điều gì sẽ thúc đẩy tăng trưởng của Việt Nam
trong thập kỷ tới?

8 Lý do cho thấy Việt Nam sẽ thịnh vượng trong thập kỷ tới

1. Tăng trưởng GDP trung bình đạt 5.8% trong mười năm qua.
2. Sản xuất ngày càng tinh vi hơn. Tăng cường đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) và xuất khẩu. Kết nối toàn cầu.
3. Du lịch nội địa phát triển mạnh mẽ và du lịch quốc tế phục hồi.
4. Thách thức và phục hồi nhu cầu tiêu dùng bán lẻ.
5. Gia tăng mức sống của các hộ gia đình.
6. Khả năng tiếp cận tài chính và thanh toán số.
7. Tăng trưởng của nền kinh tế số, hiện đã đạt 30 tỷ USD.
8. Dân số trong độ tuổi lao động, tỷ lệ tham gia lao động cao và tỷ lệ phụ thuộc thấp.

Tăng trưởng GDP trung bình đạt 5.8% trong 10 năm qua

GDP bình quân đầu người của Việt Nam vào năm 2023 là 4,312 USD




QUÝ 3 NĂM 2024

HIỆU QUẢ KINH TẾ SO VỚI QUÝ 3 NĂM 2023



2024 dự đoán tăng trưởng GDP **6.6%**

A photograph of a modern industrial factory floor. Two workers in blue uniforms and white hard hats are focused on their tasks. One worker is in the foreground, leaning over a workbench, while another is further back. The floor is blue with yellow safety lines. The background shows complex machinery and overhead lighting.

**Sản xuất ngày càng tinh vi hơn. Tăng cường đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) và xuất khẩu. Kết nối toàn cầu.
(ngành sản xuất chiếm 25% GDP)**

xưa

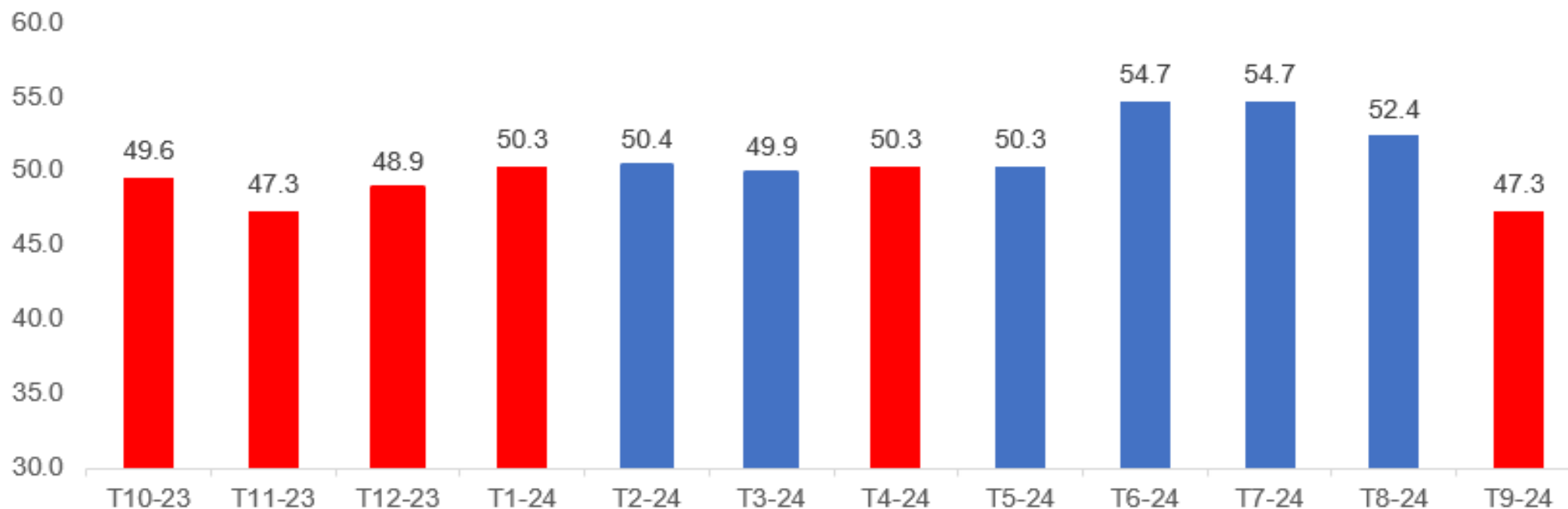
nay

Xuất khẩu đã tăng từ 20 tỷ lên 355 tỷ đô la Mỹ ngày nay.

Sự gia tăng mạnh đơn hàng mới ngành sản xuất vào giữa năm

Các nhà sản xuất Việt Nam ghi nhận sự mở rộng về sản lượng và đơn hàng mới từ tháng năm đến tháng tám, với mức tăng gần kỷ lục trong hai tháng. Tuy nhiên, cơn bão Yagi đã gây gián đoạn sản xuất vào tháng chín, dẫn đến sự sụt giảm trong sản lượng. Tâm lý lạc quan của các nhà sản xuất vẫn duy trì ở mức cao. Chỉ số Nhà quản trị mua hàng của Việt Nam (PMI) được thực hiện bởi [Cimigo](#) và tổng hợp bởi [S&P Global](#).

Chỉ số nhà quản trị mua hàng Việt Nam (PMI)



Nguồn: S&P Global >50 = cải thiện so với tháng trước

Ngành sản xuất đang tìm cách giảm bớt sự phụ thuộc quá mức vào Trung Quốc

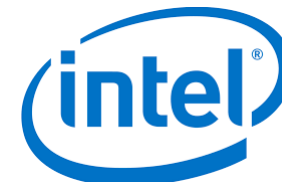
- Xuất khẩu ghi nhận mức tăng trưởng mạnh mẽ, với 44% giá trị nội địa.
- Chỉ 4% xuất khẩu hàng hóa chế biến của Việt Nam là sản phẩm công nghệ cao vào năm 2003, nhưng đến năm 2023, tỷ lệ này đã tăng lên 40%. Đáng chú ý, giá trị nội địa của các sản phẩm công nghệ cao hiện đạt 16% và vẫn đang gia tăng.
- Việt Nam đã ký kết 16 hiệp định thương mại tự do. Kết nối toàn cầu của Việt Nam trong năm 2023 đạt 159%.
 - Kết nối thương mại toàn cầu được định nghĩa là tổng giá trị nhập khẩu cộng với xuất khẩu so với GDP.
- Hướng tới sản xuất với giá trị gia tăng cao hơn đang gặp nhiều thách thức. Những rào cản chính bao gồm thiếu hụt nhân sự quản lý, cơ sở hạ tầng kém ảnh hưởng đến chi phí hậu cần, và sự thiếu quyết đoán gần đây trong các quyết định, dẫn đến trì hoãn trong cấp phép.



SHARP



FOXCONN





99.72 triệu dân



US\$430 tỷ
Tăng trưởng
GDP 5.05%



US\$4,312
GDP/người



Hàng hóa và
dịch vụ bán lẻ
US\$266 tỷ +9.6%



74.7 triệu
người dùng



77.1 triệu
người dùng



50.6 triệu
người dùng

Tiến triển trong năm 2023



US\$30 tỷ
kinh tế internet
chiếm 7% GDP



98% người lớn
từ 15 tuổi trở lên
sử dụng điện thoại
thông minh



US\$1.49 tỷ
quảng cáo



276,000 xe ô tô
mới (-27%)
2,522,000 xe máy
mới (-16%)



19,621 căn hộ mới
(tại 7 tỉnh hàng đầu)



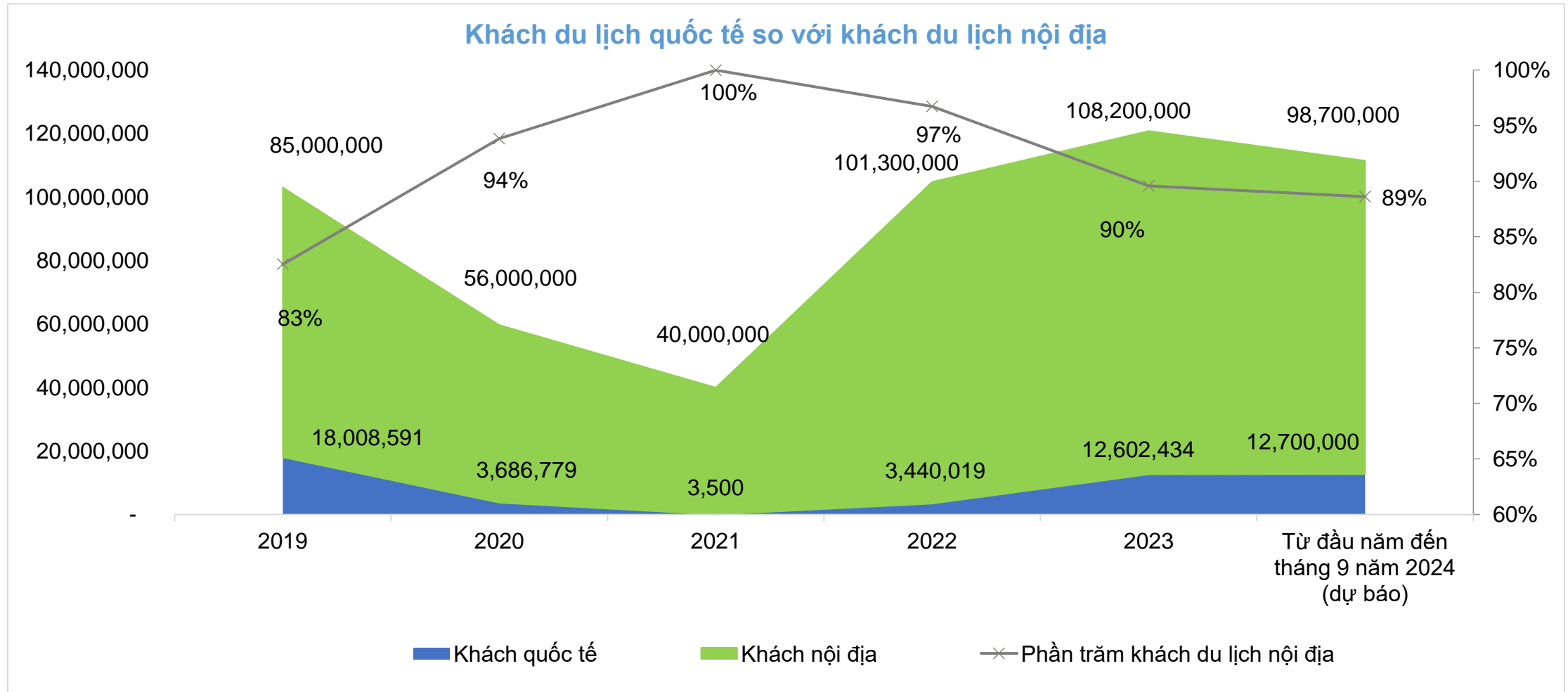
75% người lớn từ
18 tuổi có tài
khoản ngân hàng



Du lịch nội địa phát triển mạnh mẽ và du lịch quốc tế phục hồi

Du lịch nội địa phát triển mạnh mẽ và du lịch quốc tế phục hồi

Lượng khách quốc tế đến Việt Nam đạt 12,7 triệu tính đến tháng 9 năm 2024 (tăng 43%).



Nguồn: Tổng cục Du lịch Việt Nam (VNAT)

Xu hướng nổi bật – chữa lành (healing) và du lịch một mình

- **Chữa lành (healing)** là một sự chuyển mình văn hóa đang định hình lại sự ưu tiên và quyết định mua sắm của người tiêu dùng, ảnh hưởng đến nhiều ngành, từ chăm sóc sức khỏe, du lịch cho đến dịch vụ kỹ thuật số và các thương hiệu địa phương.
 - **Du lịch chăm sóc sức khỏe và các khóa nghỉ dưỡng:** Những cơ sở giúp nâng cao sức khỏe tinh thần và thể chất thông qua các phương pháp toàn diện đang ngày càng trở nên phổ biến. Điều này bao gồm các khóa nghỉ dưỡng và khu nghỉ dưỡng chăm sóc sức khỏe, nơi cung cấp các hoạt động như thiền, yoga và các liệu pháp khác. Xu hướng này cũng khuyến khích một lối sống *gần gũi với thiên nhiên*, khi người tiêu dùng tìm kiếm những trải nghiệm cắm trại, glamping (cắm trại sang trọng) và các cuộc phiêu lưu ngoài trời.
 - **Tiêu dùng toàn diện và có đạo đức:** Các sản phẩm hỗ trợ sức khỏe và bền vững, đồng thời tôn vinh các giá trị đạo đức và thúc đẩy sức khỏe thể chất cũng như tinh thần đang được ưa chuộng hơn. Điều này bao gồm thực phẩm hữu cơ, sản phẩm thân thiện với môi trường và các dịch vụ tập trung vào sức khỏe. Các ứng dụng hỗ trợ lối sống lành mạnh và có trách nhiệm xã hội cũng đang gia tăng, bao gồm các lớp học thể dục trực tuyến và các khóa học về chánh niệm.
 - **Chăm sóc sức khỏe và bản thân:** Chi tiêu cho các ứng dụng chăm sóc sức khỏe, y tế từ xa và các sản phẩm chăm sóc sức khỏe cá nhân đang gia tăng đáng kể, phản ánh mối quan tâm rộng rãi hơn về việc duy trì sức khỏe ngoài các phương pháp y tế truyền thống.
- **Nhu cầu du lịch một mình** ngày càng tăng, kèm theo mong muốn có những trải nghiệm và hành trình chân thực. Mạng xã hội đang giúp việc du lịch một mình trở nên phổ biến hơn, đồng thời văn hóa du mục thời đại mới và cơ sở hạ tầng hỗ trợ cũng đang phát triển mạnh mẽ.

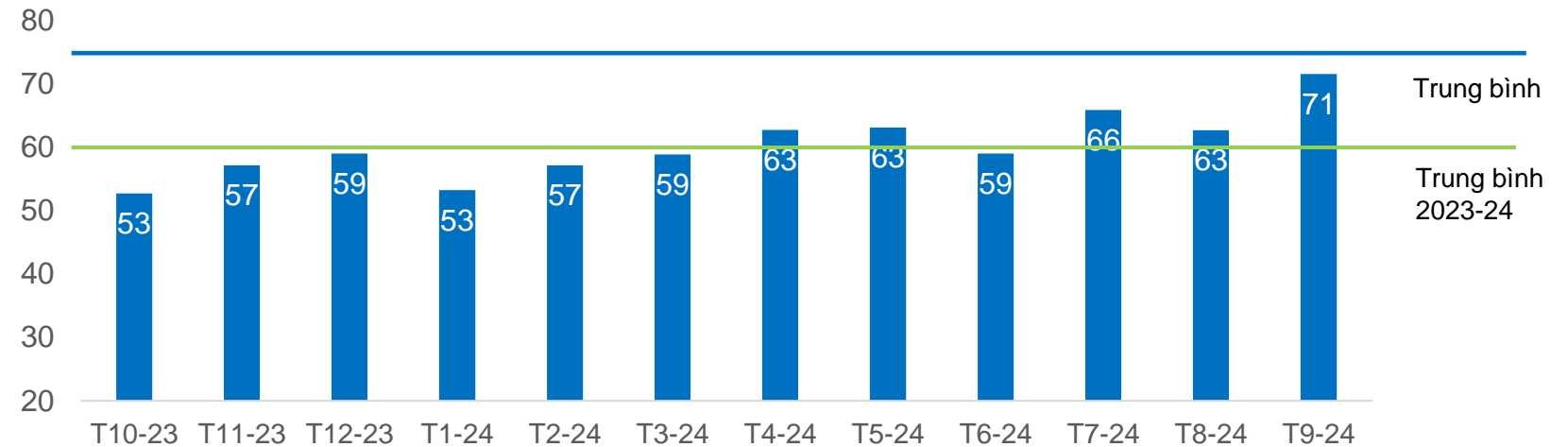


Những thách thức và sự phục hồi trong nhu cầu tiêu dùng bán lẻ
(hàng hóa và dịch vụ bán lẻ chiếm 55% GDP)

Tâm lý tiêu dùng giảm và xu hướng tiết kiệm tăng

- Tỷ lệ tiết kiệm của hộ gia đình tăng từ khoảng 8,5% năm 2019 lên 10% vào năm 2024.
- Tiền gửi ngân hàng bán lẻ của người tiêu dùng đã tăng khoảng 4,7% tính đến tháng 9 năm 2024.

Tâm lý người tiêu dùng Việt Nam
% tích cực



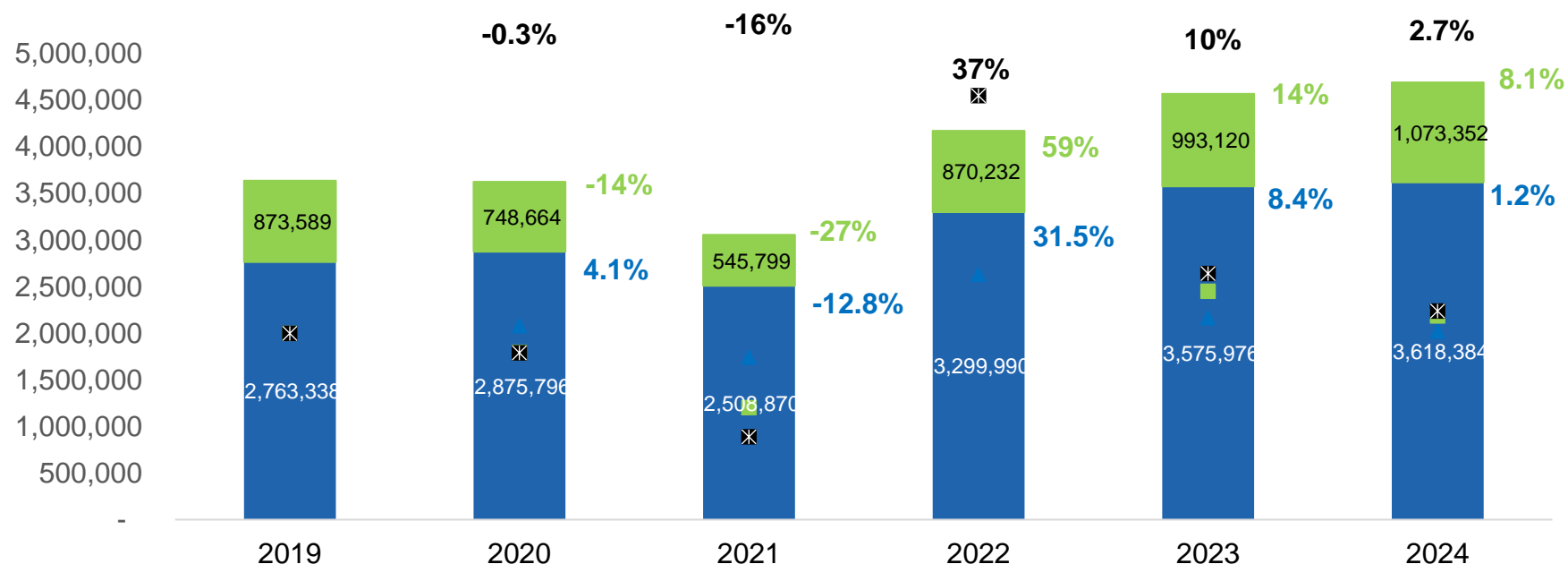
Nguồn: Cimigo Consumer Profiles N=2,600

Nhu cầu tiêu dùng bán lẻ tăng trưởng chậm 2,7%

Tính đến tháng 9 năm 2024: Hàng hóa tăng 1%, dịch vụ tăng 8%

Mức tăng này thấp hơn nhiều so với lạm phát; khối lượng đã giảm. Tính theo USD, tổng hàng hóa và dịch vụ đã giảm -4,9% trong năm 2024.

Doanh số bán lẻ hàng hóa và dịch vụ từ đầu năm đến tháng 9
tỷ đồng % thay đổi so với năm trước.



- Du lịch, khách sạn, dịch vụ
- Doanh số bán lẻ
- ⊠ Tỷ lệ phần trăm thay đổi doanh số bán lẻ hàng hóa và dịch vụ so với năm trước
- Tỷ lệ phần trăm thay đổi của du lịch, khách sạn, dịch vụ so với năm trước
- ▲ Tỷ lệ phần trăm thay đổi doanh số bán lẻ so với năm trước

Doanh số bán lẻ tiêu dùng tại Việt Nam đang chững lại

Niềm tin tiêu dùng đang suy yếu

1. Tâm lý và nhu cầu của người tiêu dùng trong nước đang ở mức thấp.
2. Lạm phát giá tiêu dùng đang tác động đến ngân sách của các hộ gia đình, trong khi tỷ lệ lạm phát chính thức không phản ánh đầy đủ giỏ hàng thực tế mà người tiêu dùng mua sắm.
3. Lãi suất cao hơn đã ảnh hưởng đến khả năng vay tiêu dùng, mua hàng trả góp và thu nhập của các hộ gia đình.
4. Người tiêu dùng đang khôi phục lại các khoản tiết kiệm cá nhân sau khi bị cạn kiệt trong thời gian phong tỏa do Covid.

Sự thay đổi trong hành vi chi tiêu của người tiêu dùng hướng đến tiết kiệm

1. Các giao dịch mua có giá trị lớn đã bị hoãn hoặc ngừng lại.
2. Chi tiêu cho các hoạt động giải trí không thiết yếu giảm.
3. Gia tăng việc tiết kiệm.
4. Người tiêu dùng hàng hóa đã tìm kiếm các sản phẩm có giá trị tốt và tránh xa các sản phẩm cao cấp. Họ từ chối các lựa chọn cao cấp. Sự tiết kiệm của họ ảnh hưởng đến việc chi tiêu những mặt hàng thiết yếu như sữa nhiều hơn là các chi tiêu tùy ý khác.
5. Những doanh nghiệp thành công trong thị trường này đã đạt được sự ổn định hoặc tăng trưởng hạn chế nhờ vào chiến lược cung cấp giá trị mạnh mẽ.



Kỳ vọng ngắn hạn đối với Việt Nam

Dữ liệu kinh tế vĩ mô cho thấy một bức tranh tươi sáng

Đầu tư trực tiếp nước ngoài, sản xuất công nghiệp, xuất khẩu, sự kết nối toàn cầu và thặng dư thương mại lớn đều là những tín hiệu tích cực cho nền kinh tế.

Tuy nhiên, nhu cầu tiêu dùng trong nước đang chững lại
trong năm 2024

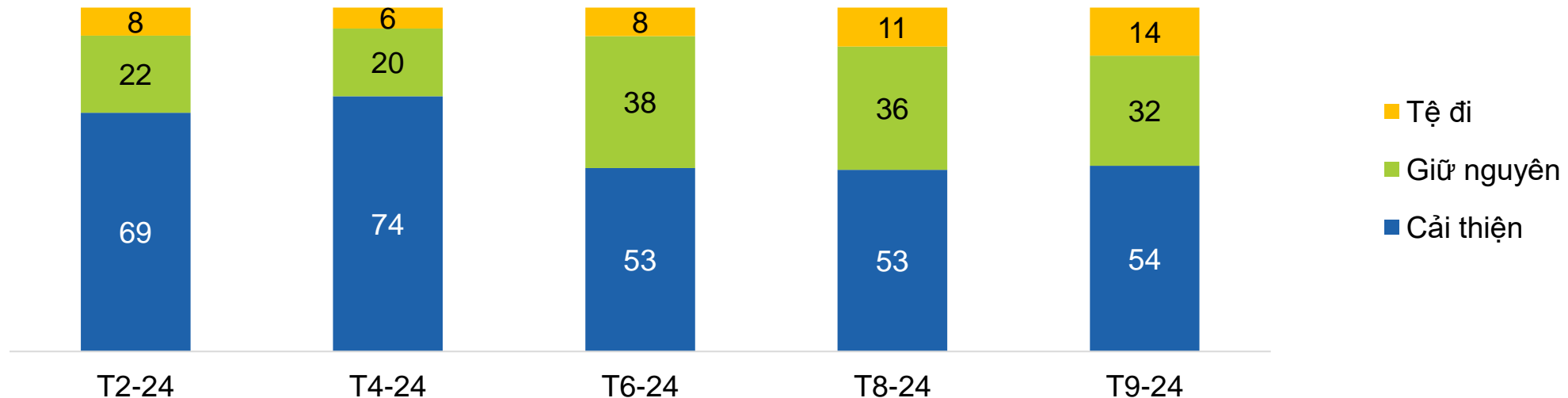
Do đó, niềm tin kinh doanh đang gặp nhiều thách thức

Tâm lý kinh doanh tại Việt Nam đang gặp thách thức

Theo khảo sát CEO Pulse được thực hiện bởi Cimigo và Business Executive Network, mặc dù tâm lý kinh doanh của các CEO đã giảm vào giữa năm, họ vẫn cố gắng lạc quan về triển vọng dài hạn của Việt Nam. Số lượng CEO dự đoán tình hình xấu đi đang gia tăng, trong khi số người mong đợi sự cải thiện giảm đáng kể.

Kỳ vọng về điều kiện kinh doanh trong 12 tháng tới (%)

CEO Pulse[®]

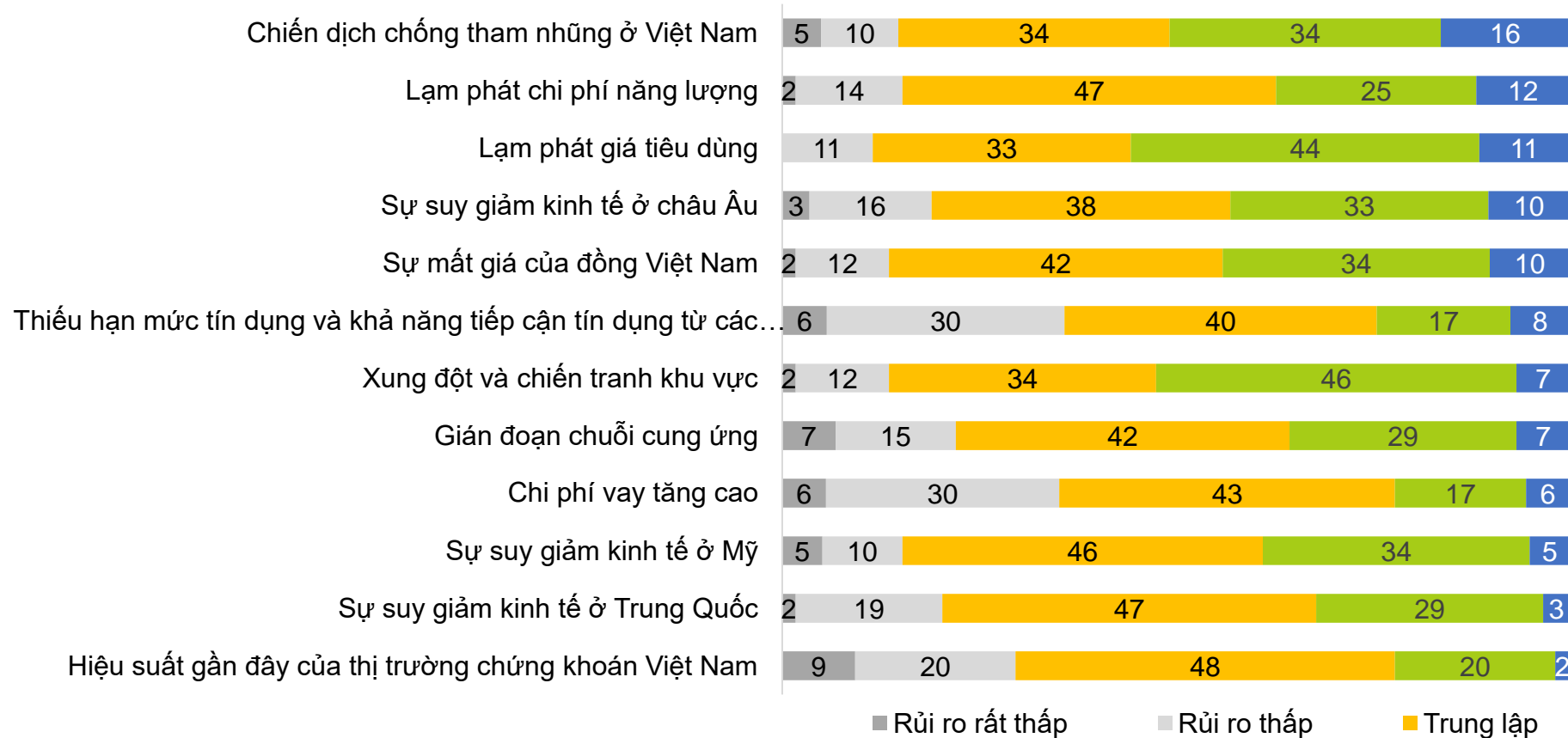


Chiến dịch chống tham nhũng (cùng với tình trạng đình trệ trong việc phê duyệt của chính phủ) và áp lực lạm phát vẫn là những rủi ro quan trọng



CEO Pulse

Mức độ rủi ro cho doanh nghiệp trong năm 2024 theo các yếu tố (%)



Dự báo sự biến động ngắn hạn sẽ tiếp tục

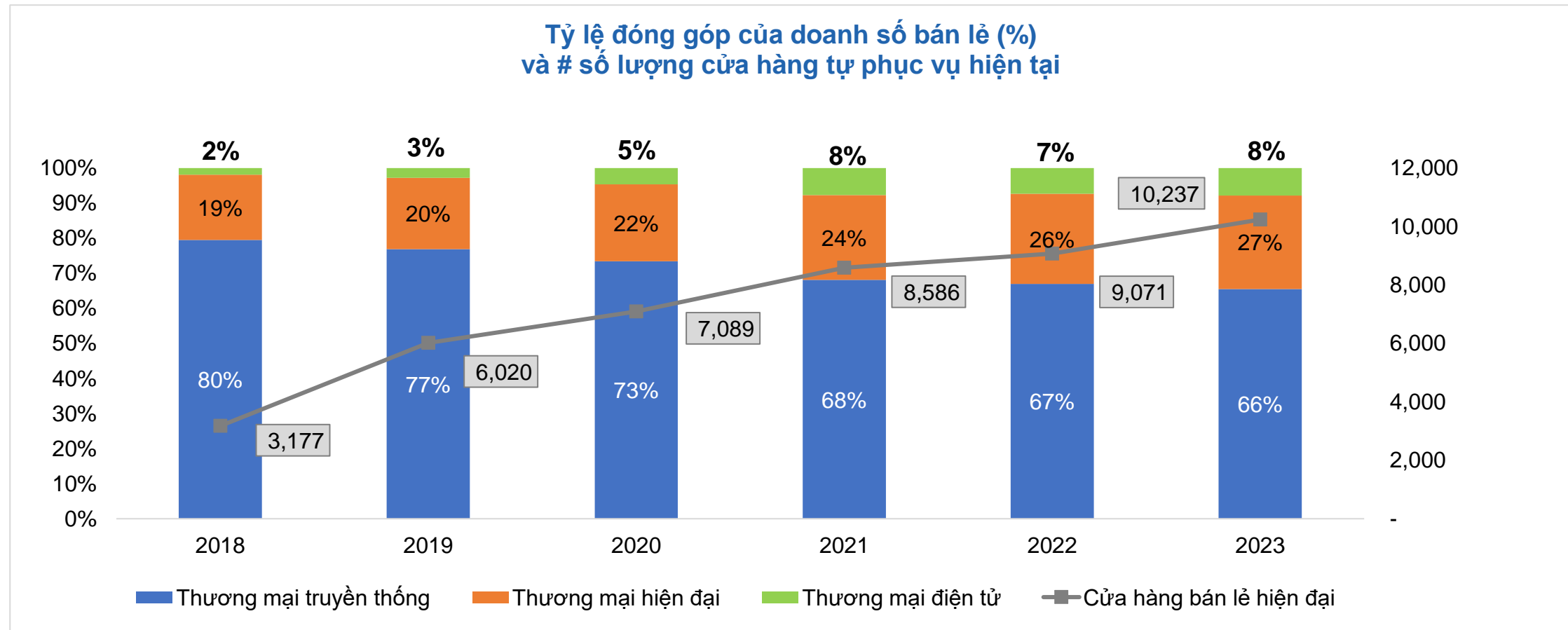
- Nền kinh tế Việt Nam tạo ra sự tương phản rõ rệt giữa mức tăng trưởng GDP ấn tượng với nhu cầu tiêu dùng đang chững lại.
- Đầu tư trực tiếp nước ngoài, sản xuất công nghiệp và xuất khẩu đều là những tín hiệu tích cực cho nền kinh tế.
- Tuy nhiên, sự bế tắc hiện tại trong hệ thống hành chính đang cản trở tâm lý kinh doanh và chi tiêu cho cơ sở hạ tầng. Các sự chậm trễ trong việc phê duyệt của chính phủ gây ra thách thức đối với niềm tin kinh doanh, và tình trạng này khó có thể được giải quyết trước khi bộ máy lãnh đạo được củng cố vào tháng 10 năm 2024 và quý 1 năm 2026.
- Dự báo tăng trưởng GDP năm 2024 của [Cimigo](#) tại Việt Nam đã được nâng lên mức 6.6%.
- Cimigo dự đoán nhu cầu tiêu dùng sẽ dần cải thiện trong năm 2025 – nhưng chỉ nhỉnh hơn mức lạm phát, trong khoảng từ 4% đến 6%.

xưa

nay

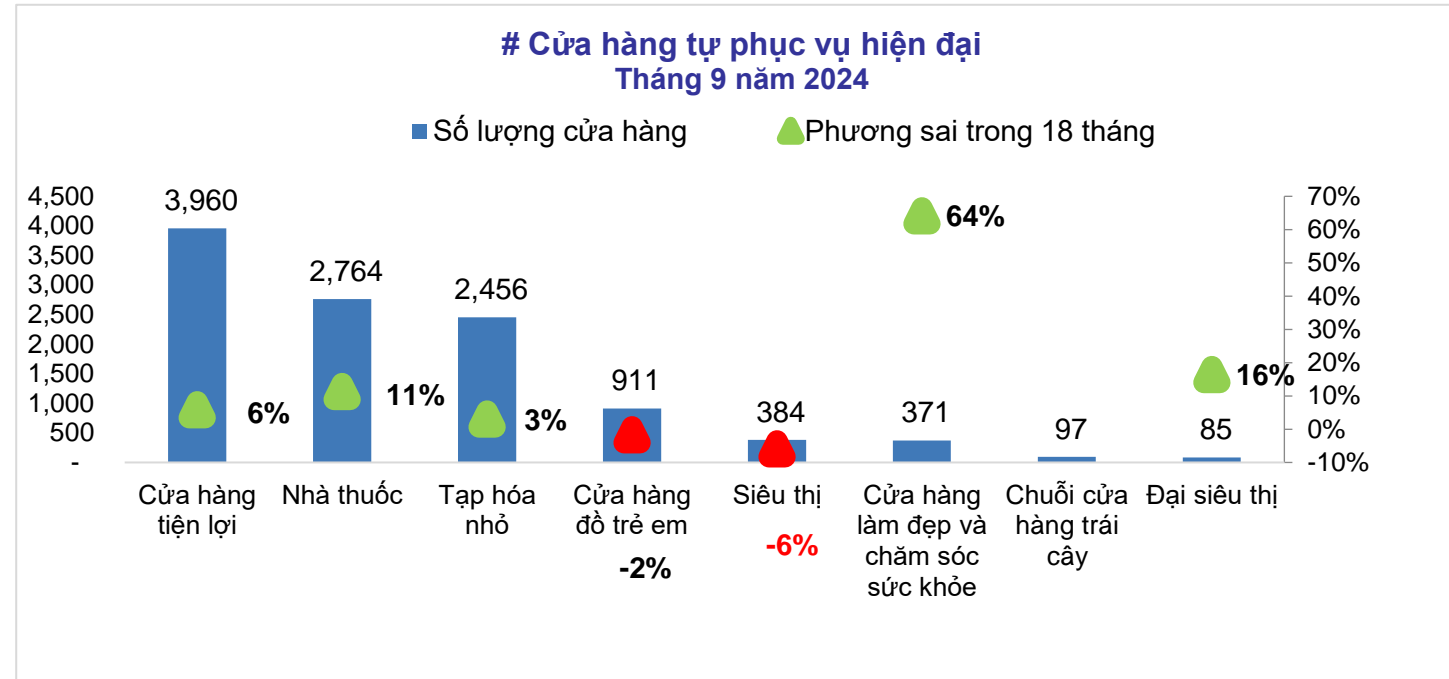
Thị phần kênh bán lẻ truyền thống đã giảm từ 100% xuống còn 66% trong 20 năm qua.

Kênh bán lẻ hiện đại chiếm 27% doanh số bán hàng tiêu dùng vào năm 2023



Xu hướng phát triển thương mại hiện đại có tổ chức

- Đóng góp của thương mại hiện đại vào doanh số bán lẻ đã tăng từ 15% vào năm 2005 lên 27% vào năm 2023.
- So với năm 2022, doanh số thương mại hiện đại đã tăng 13% vào năm 2023.
- Tháng 9 năm 2024 ghi nhận sự tăng trưởng 8% trong số lượng cửa hàng (so với 18 tháng trước).
 - Sự đóng cửa nhiều nhất thuộc về Nhà thuốc An Khanh (-179 cửa hàng).
 - Mở rộng nhiều nhất là Nhà thuốc FPT Long Châu (+500 cửa hàng).
 - Hasaki (sản phẩm làm đẹp, sức khỏe và chăm sóc) cũng đang mở rộng (+115 cửa hàng).



Thương mại điện tử và hiện đại đang mở rộng, thâm nhập vào các thị trấn tỉnh lẻ và hộ gia đình nông thôn. Nền kinh tế trải nghiệm đang phát triển mạnh mẽ.

xưa

nay

Xu hướng tiêu dùng theo chủ đề

Hình ảnh minh họa 'Xưa và Nay' tương đương với các mốc dữ liệu của năm 2003 và 2023.

xưa

nay

Nền văn hóa Hàn Quốc có sức ảnh hưởng nhất định đối với người tiêu dùng ngày nay.

xưa

nay

Vẻ đẹp ngày nay đã vượt xa những tiêu chuẩn về vẻ đẹp “tự nhiên” trước đây.

xưa
nay

Ngày nay, nam giới được kì vọng đảm nhận những trọng trách mới.

xưa

nay

**Hoạt động giải trí ngày nay đã thay đổi
từ quán bia sân vườn sang quán bar phục vụ cocktail.**

xưa

nay



Ngày nay có những hình thức tập luyện thể thao mới từ lúc hừng đông.

xưa

nay

Organic

Why
Going organic me
healthier alternative,



Những lựa chọn thực phẩm lành mạnh ngày càng chiếm ưu thế.

xưa
nay

Các xu hướng thời trang mới đã xuất hiện.

xưa

nay

Ngày nay, sự trải nghiệm quan trọng hơn việc sở hữu.

Xu hướng nổi bật – du lịch một mình và tiết kiệm

Tăng trưởng của hộ gia đình độc thân

- Việt Nam đang chứng kiến sự gia tăng đáng kể số hộ gia đình đơn thân, đặc biệt tại TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội. Sự thay đổi này được thúc đẩy bởi sự thay đổi nhân khẩu học, việc kết hôn muộn và nhu cầu độc lập của giới trẻ. Hiện có 9% hộ gia đình Việt Nam là độc thân, phản ánh sự thay đổi trong xu hướng lối sống trên toàn quốc.
- Nền kinh tế độc thân tạo ra nhu cầu tăng cao đối với các bữa ăn khẩu phần đơn, không gian sống nhỏ gọn, chăm sóc bản thân, giải trí kỹ thuật số, gói du lịch một mình, nuôi thú cưng và dịch vụ thể dục.

Tính tiết kiệm của giới trẻ ở thành phố

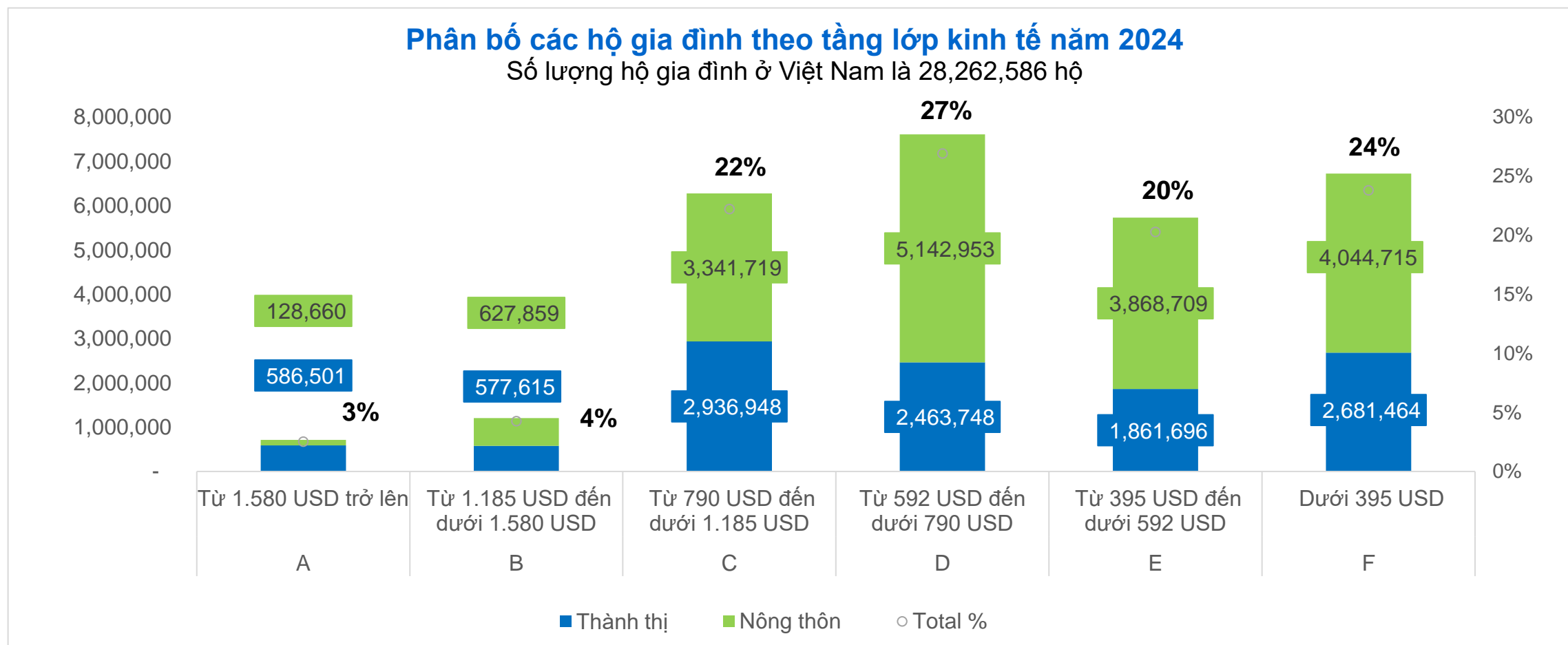
- Việc mua sắm hàng hóa đã qua sử dụng (hàng secondhand) đang trở nên phổ biến trong giới trẻ Việt Nam như một lựa chọn bền vững thay thế cho xu hướng thời trang nhanh, giúp giảm lãng phí và thúc đẩy tiêu dùng có ý thức về môi trường. Instagram và TikTok đã làm bùng nổ xu hướng mua sắm hàng hóa đã qua sử dụng tại Việt Nam, với các video "thrift haul" và mẹo phối đồ giúp việc mua sắm đồ đã qua sử dụng trở nên hấp dẫn và phổ biến. Mua sắm hàng secondhand không chỉ là tìm kiếm những món đồ độc đáo và hoài cổ mà còn mang lại sự thú vị cho trải nghiệm mua sắm và khuyến khích phong cách sáng tạo.



Gia tăng mức sống của các hộ gia đình

Các hộ gia đình thuộc lớp kinh tế ABCD chiếm 56% tổng số hộ gia đình

Có 15,8 triệu hộ gia đình có thu nhập hàng tháng trên 592 USD (15.000.000 VND), được phân loại vào lớp kinh tế ABCD. Điều này tương đương với 56,2 triệu người.

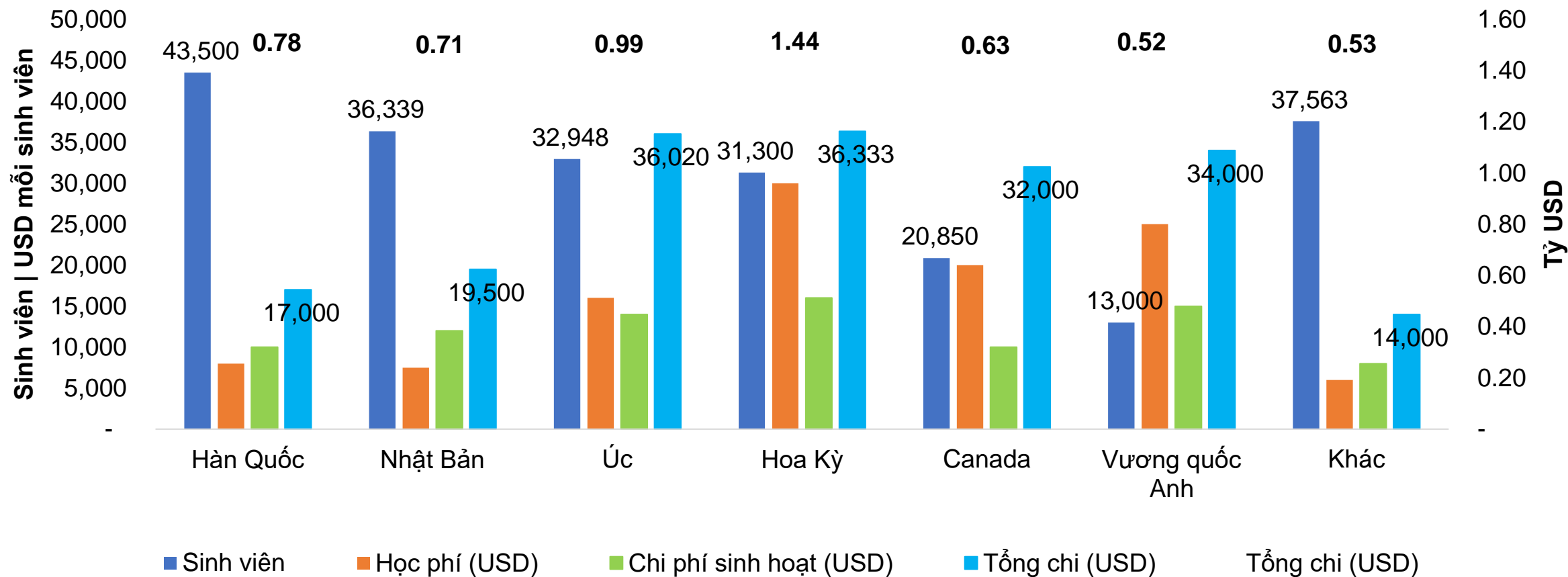


Tài sản năm 2024: Chỉ tăng trưởng nhẹ so với năm 2023

- 5 tỷ phú. Giảm 17%.
- 1,470 người siêu giàu (có tài sản trên 30 triệu USD). Tăng 2.0%.
- 66,901 triệu phú. Tăng 2.2%.
- 6,183,408 hộ gia đình có thu nhập hàng tháng 1,000 USD. Tăng 1.5%.
- 13,518,160 hộ gia đình có thu nhập hàng tháng từ 500 đến 999 USD. Tăng 0.5%.
- Kiều hối từ cộng đồng người Việt ở nước ngoài (năm 2023) 18.2 tỷ USD. Giảm 4.2%.

Ước tính chi tiêu 5.1 tỷ USD cho việc du học nước ngoài

Du học sinh Việt Nam chi 5,1 tỷ USD năm 2024
215.500 sinh viên (174.500 sinh viên đại học | 41.000 học sinh trung học)



Nguồn: Open Doors, Chính phủ Australia, JASSO, CBIE, KESS, HESA, ICEF, UIS, MOET, Ngân hàng Thế giới

Tăng trưởng của tầng lớp trung lưu.
Di cư và tỷ lệ sinh thấp hơn khiến các hộ gia đình nhỏ hơn
và giàu có hơn.

xưa

nay

Giao dịch thanh toán chuyển từ thẻ tín dụng qua ví điện tử, giống như bỏ qua điện thoại cố định để chuyển sang điện thoại thông minh.

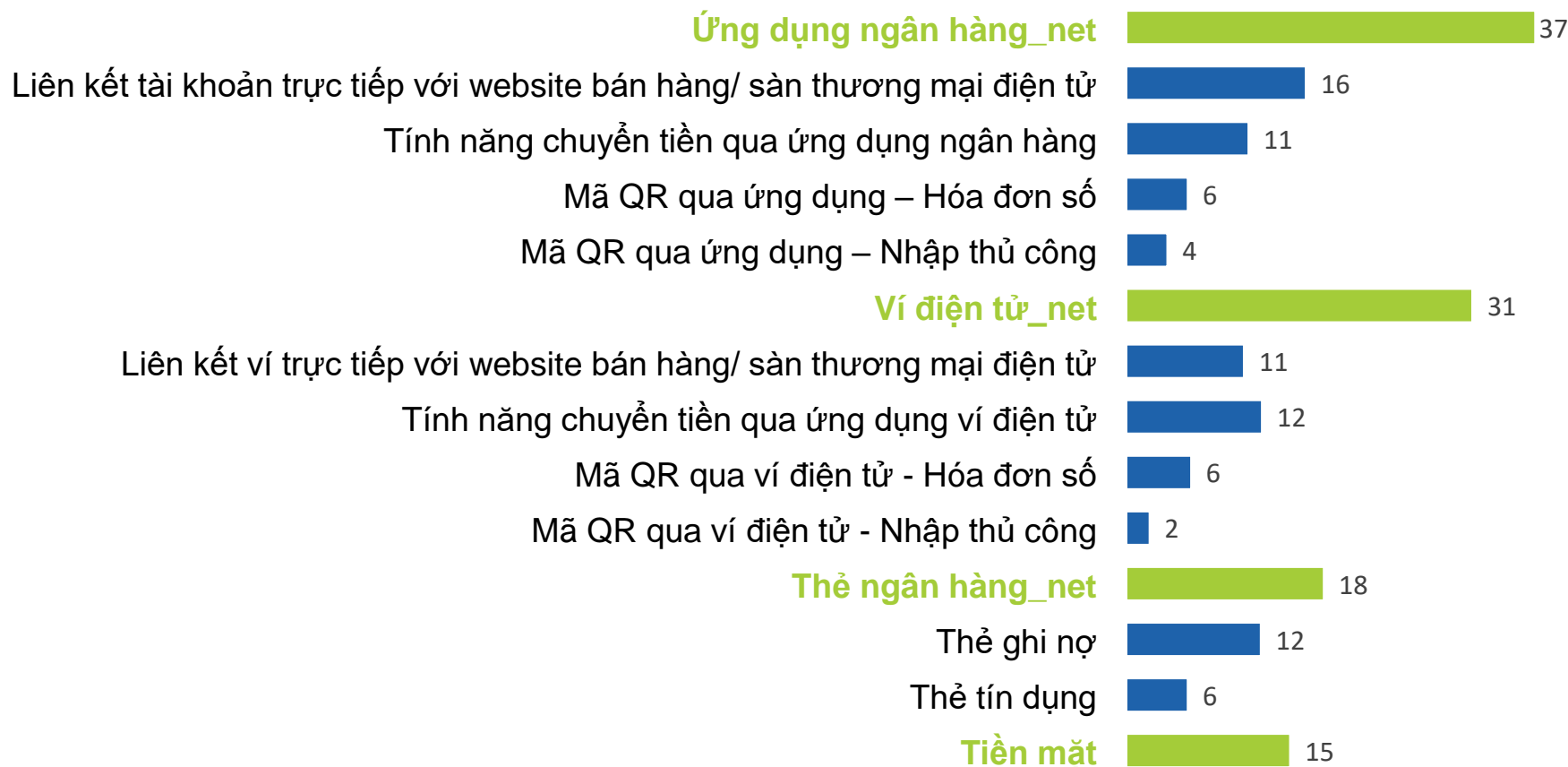
Sự tiếp cận tài chính gần như đã phổ biến, và thanh toán kỹ thuật số đang trở nên rất mạnh mẽ.

Thanh toán số đang rất phổ biến. Gần 40% khách hàng sử dụng ứng dụng ngân hàng để thanh toán trong lần giao dịch gần nhất



Hình thức thanh toán trong giao dịch gần nhất (%)

Mẫu dựa trên tất cả người dung ngân hàng N = 2,111



- Hóa đơn số: mã QR có sẵn mọi thông tin chuyển khoản; người dùng không cần phải nhập lại.
- Nhập thủ công: mã QR chỉ gồm số tài khoản; người dung phải nhập lại thông tin số tiền.

Nguồn: Báo cáo ngân hàng bán lẻ Việt Nam 2024 từ Cimigo

Câu hỏi: Nghĩ về lần chi tiêu gần nhất (đối với bất kỳ sản phẩm và dịch vụ nào), bạn đã sử dụng hình thức thanh toán nào?



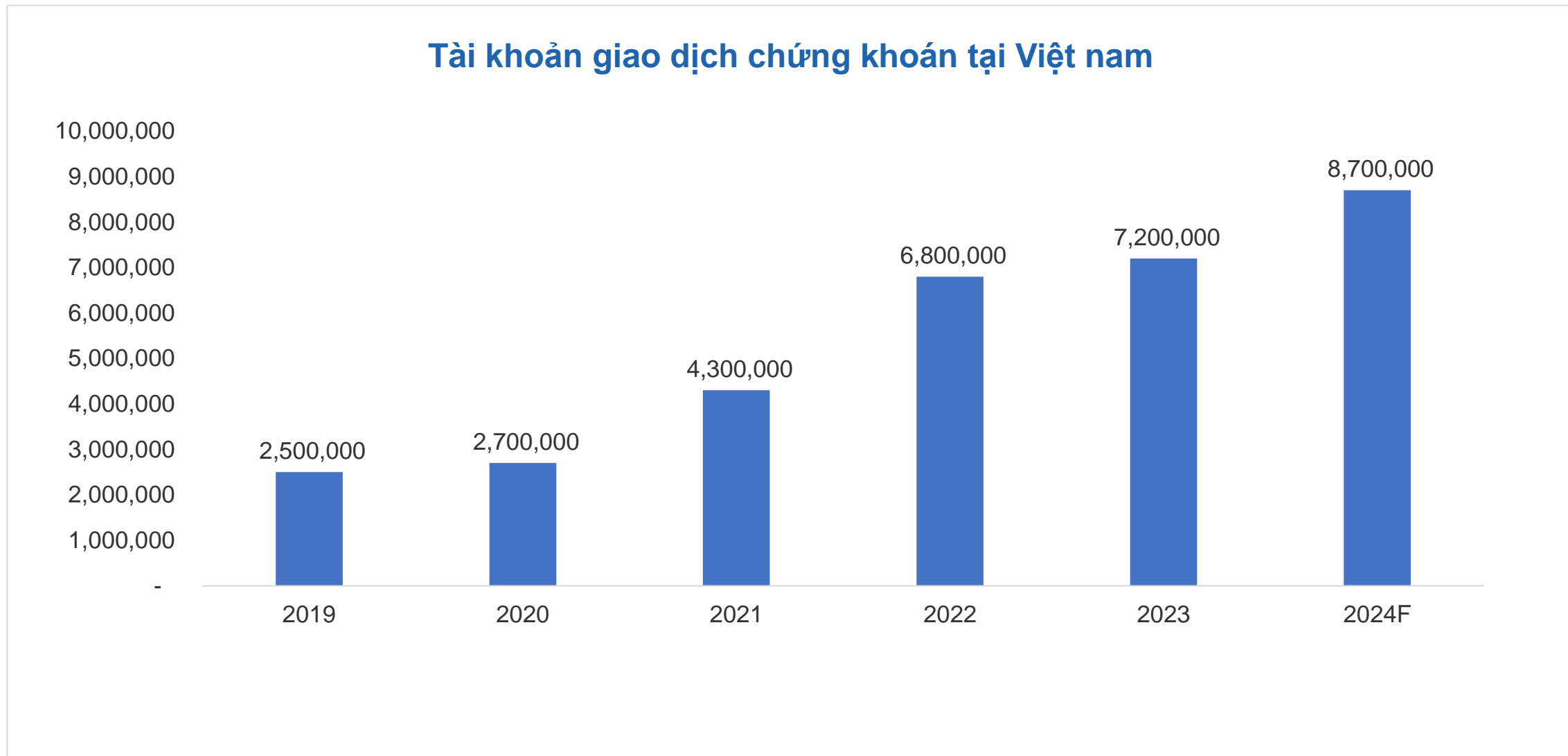
113 tỷ USD trong năm 2023
(Chỉ tăng 11% so với năm 2022)

26% của GDP

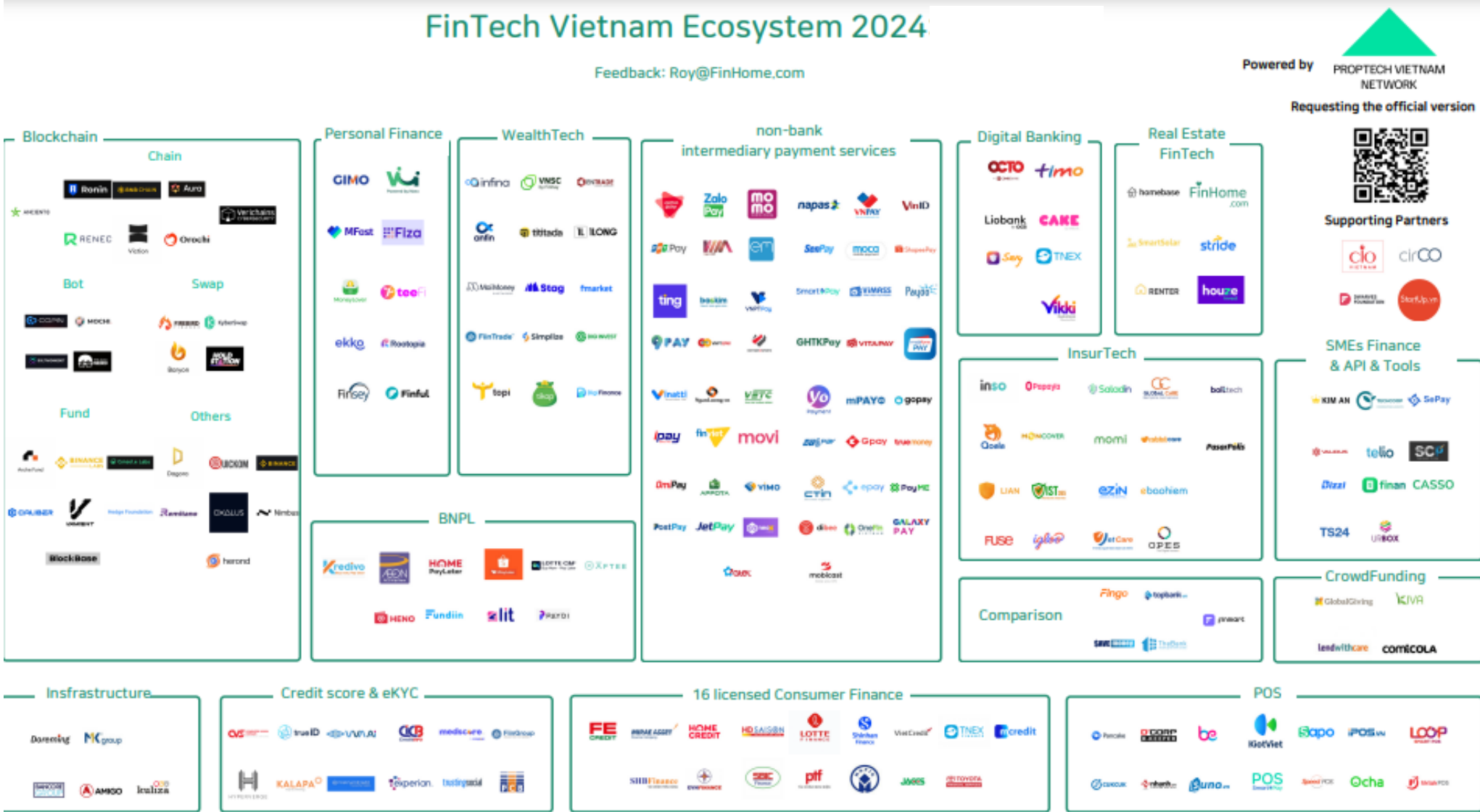
55% doanh số bán lẻ hàng hóa

Chương trình mua trước, trả sau (BNPL)
đạt 2.34 tỷ USD trong năm 2023
(Chỉ tăng 113% so với năm 2022)

Tài khoản giao dịch chứng khoán tại Việt nam



Tổng quan công nghệ tài chính (Fintech)



Nguồn: Mạng lưới Công nghệ Bất động sản Việt Nam, nhờ sự cung cấp của Roy Nguyen.

xưa nay



Kinh tế về kỹ thuật số được định giá 30 tỷ đô la Mỹ, chiếm 7% GDP.

Truy cập kỹ thuật số phổ biến dẫn đến sự chuyển mình, đổi mới và trải nghiệm kỹ thuật số ngày càng phong phú.

Dành trung bình 6 giờ 18 phút mỗi ngày trước màn hình

Hai hoạt động phổ biến nhất là:

Mạng xã hội



2 giờ 25 phút
(trên bất kỳ thiết bị nào)

Giáo dục giải trí qua TV/Video



2 giờ 21 phút
(trên bất kỳ dịch vụ/thiết bị nào)

Xã hội và truyền thông số của Việt Nam đang làm cho thế giới quan của người dân ở thành phố và nông thôn gần gũi hơn.

Chuyển đổi số và nền kinh tế số đạt 30 tỷ USD vào năm 2023



US\$30 tỷ
Nền kinh tế Internet
chiếm 7% GDP



10%
Du lịch
trực tuyến



53%
Mua sắm
trực tuyến



18%
Quảng cáo, truyền
thông, trò chơi



18%
Dịch vụ gọi xe và
giao đồ ăn

3 tỷ USD vào năm 2015, chiếm 1.7% GDP.

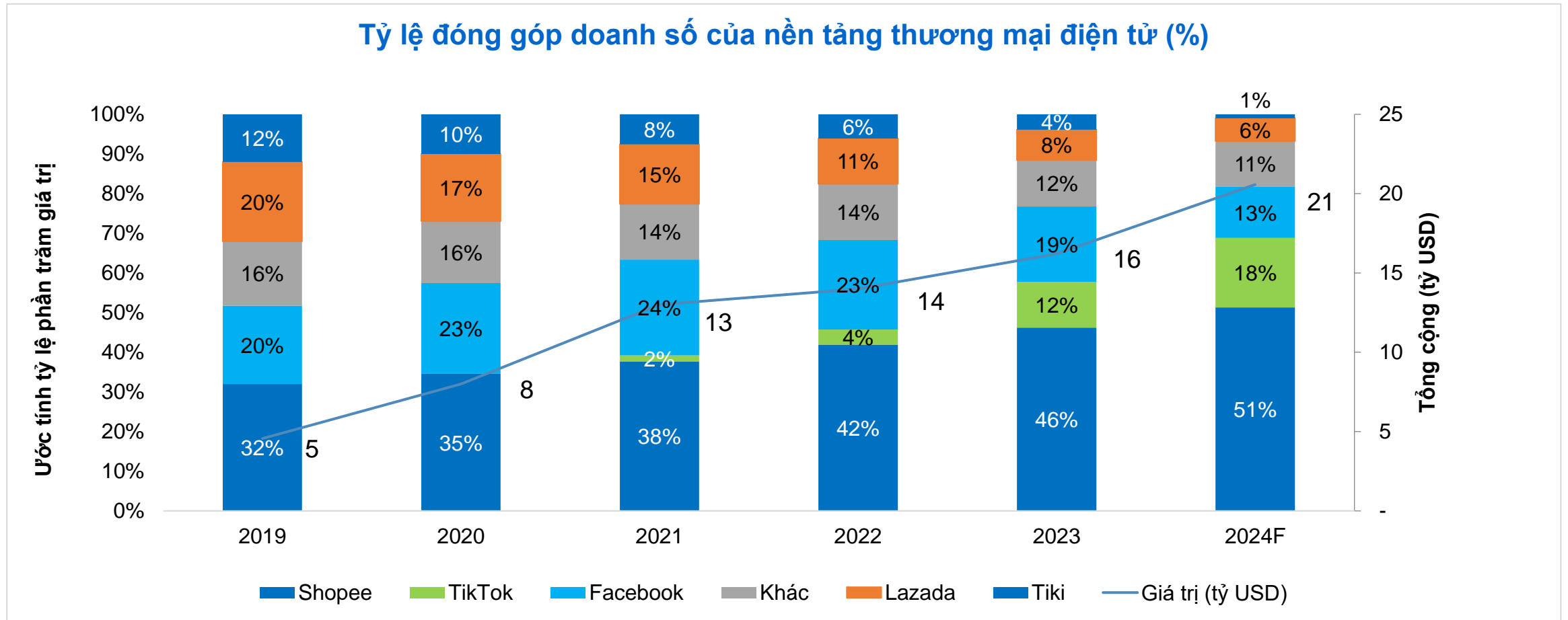
Nguồn: GSO, Temasek, Bain, Google, Cimigo



Vietnam's ecommerce landscape

* Companies mentioned includes regional players with a presence in Vietnam

Thương mại điện tử đang được chi phối bởi Shopee. TikTok là đối thủ đang phát triển nhanh chóng.

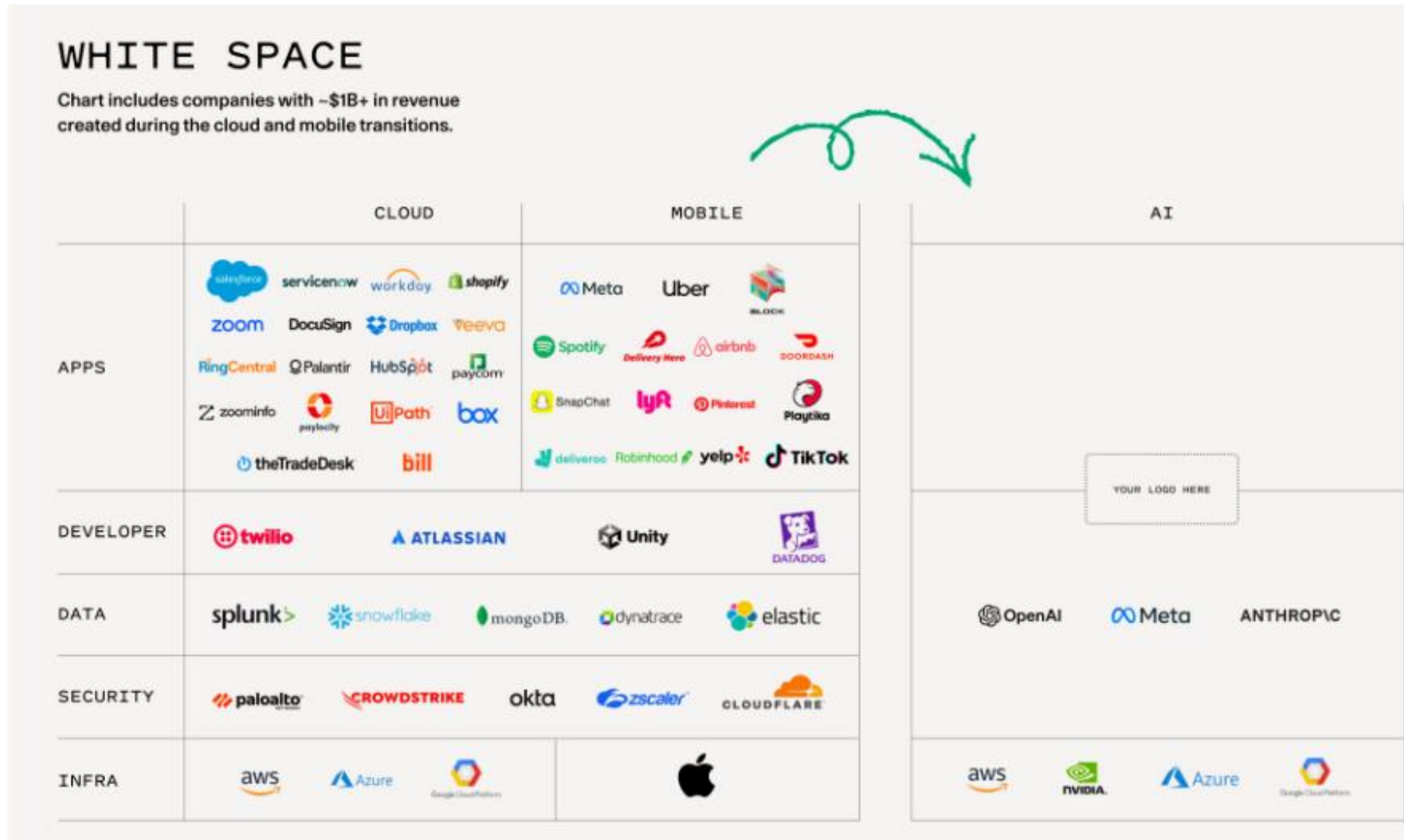


Nguồn: Thông cáo báo chí của công ty, Metric.vn, GSO, Temasek, Bain, Google, Cimigo

Mạng xã hội chuyển từ kết nối sang thương mại


- Các sản phẩm và dịch vụ như livestream, mua sắm giải trí và mua sắm qua cuộc trò chuyện đã trở nên quen thuộc.
- Cuộc cách mạng thương mại xã hội này đã mở ra cơ hội cho các chợ địa phương và khu vực, cũng như các ứng dụng đa chức năng.

Chuyển đổi AI – một chương mới



Nguồn: SEQUOIA <https://www.sequoiacap.com/article/generative-ais-act-o1/>

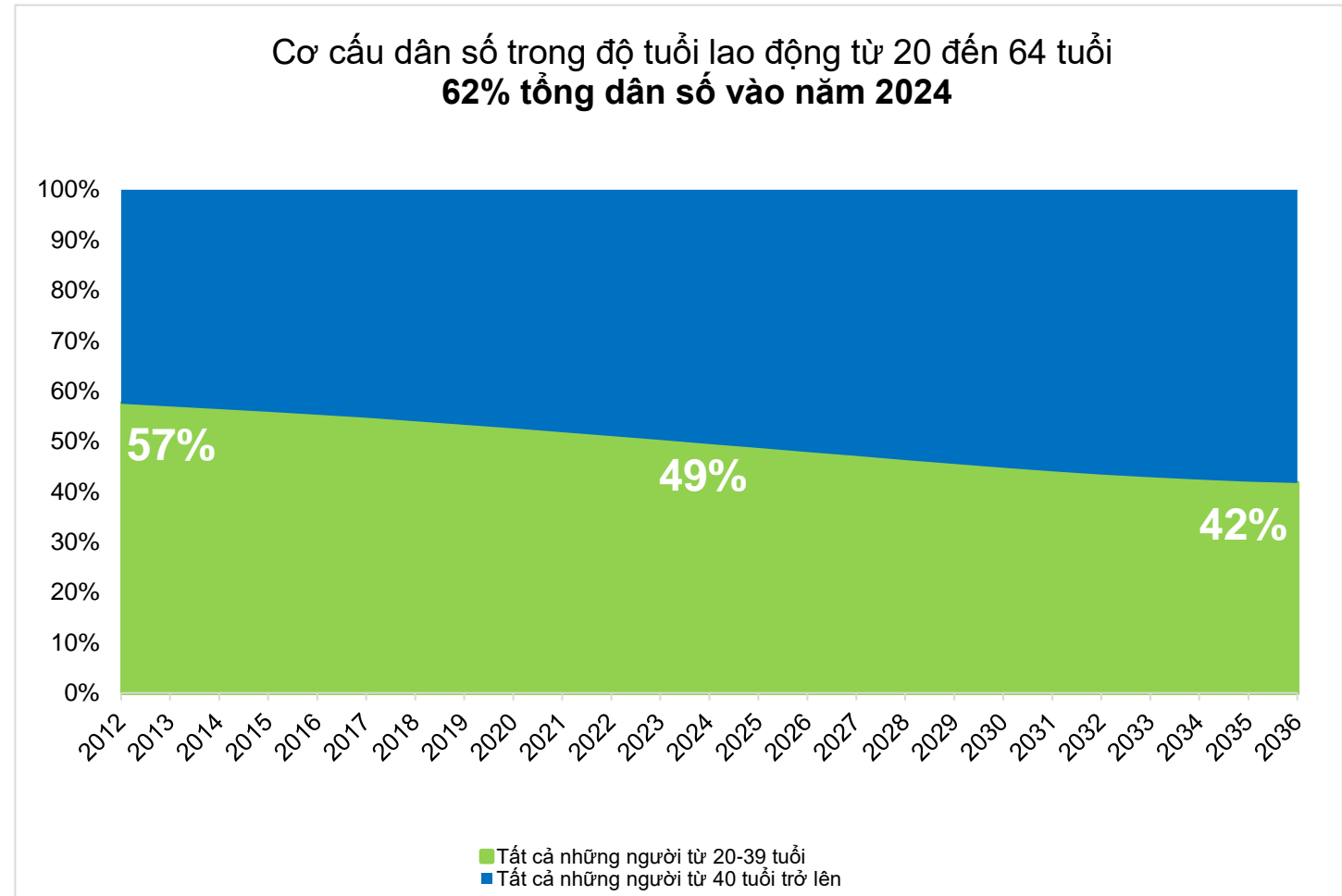
Giải thích như thế nào về sự tăng trưởng nhanh chóng của Việt Nam giúp cho mọi điều khác diễn ra?

A large photograph of a diverse group of children, mostly of Asian descent, smiling and laughing joyfully. The children are of various ages and are looking towards the camera. The background is a soft-focus outdoor setting with green foliage. A semi-transparent blue horizontal band is overlaid across the middle of the image, containing the text.

Dân số trong độ tuổi lao động, tỷ lệ tham gia lao động cao
và tỷ lệ phụ thuộc thấp

Cấu trúc dân số của Việt Nam

- **Lực lượng lao động lớn.** Tỷ lệ dân số lao động chiếm 62% tổng dân số vào năm 2024. Một nửa trong số đó nằm trong độ tuổi từ 20 đến 39.
- **Sự tham gia cao của nữ giới** trong lực lượng lao động. 88% phụ nữ trong độ tuổi từ 20 đến 64 tham gia lao động. So sánh, tỷ lệ này chỉ đạt 40% ở Indonesia và 25% ở Ấn Độ.
- **Lực lượng lao động trẻ.** 49% lực lượng lao động vào năm 2024 nằm trong độ tuổi từ 20 đến 39.
- **Lực lượng lao động giá rẻ.** Mức lương tối thiểu hàng tháng ở Sài Gòn vào năm 2023 là 199 USD, chỉ bằng 60% mức tối thiểu ở Quảng Châu là 333 USD.



Lợi ích thực sự từ cơ cấu dân số là tỷ lệ phụ thuộc thấp



**96% nam giới (từ 20 đến 64 tuổi)
đang làm việc**



**88% phụ nữ (từ 20 đến 64 tuổi)
đang làm việc**



**Tỷ lệ người lao động chiếm 62%
tổng số dân vào năm 2024**

- Tỷ lệ người lao động cao nhất trong khu vực. Điều này giúp giảm tỷ lệ phụ thuộc xuống chỉ còn 0.64 người phụ thuộc cho mỗi người lao động. Điều này đã giúp GDP tăng trưởng mạnh mẽ. Người lao động thành phố trung bình có 1.67 nguồn thu nhập.

Tại Việt Nam, có nhiều phụ nữ làm việc hơn bất kỳ nơi nào khác trong khu vực. Việt Nam hưởng lợi lớn từ cơ cấu dân số do tỷ lệ phụ thuộc vào người lao động thấp.

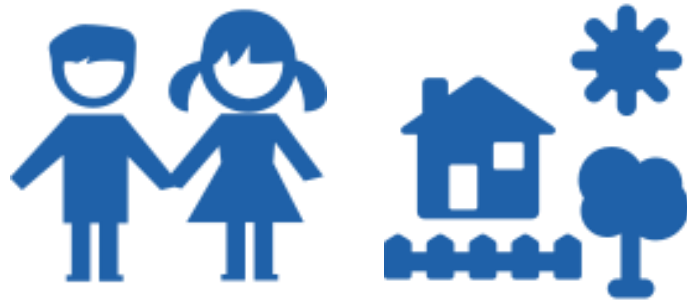
xưa

nay

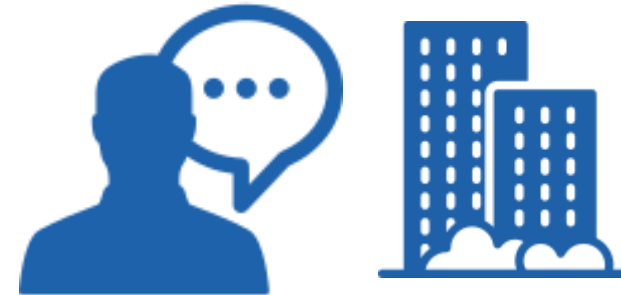


Nhóm người trên 50 tuổi tăng từ 15% lên 26% dân số hiện nay.

Thay đổi trong cơ cấu dân số



**Từ 0-14 tuổi và
Khu vực nông thôn**



**Trên 50 tuổi và
Khu vực thành thị**

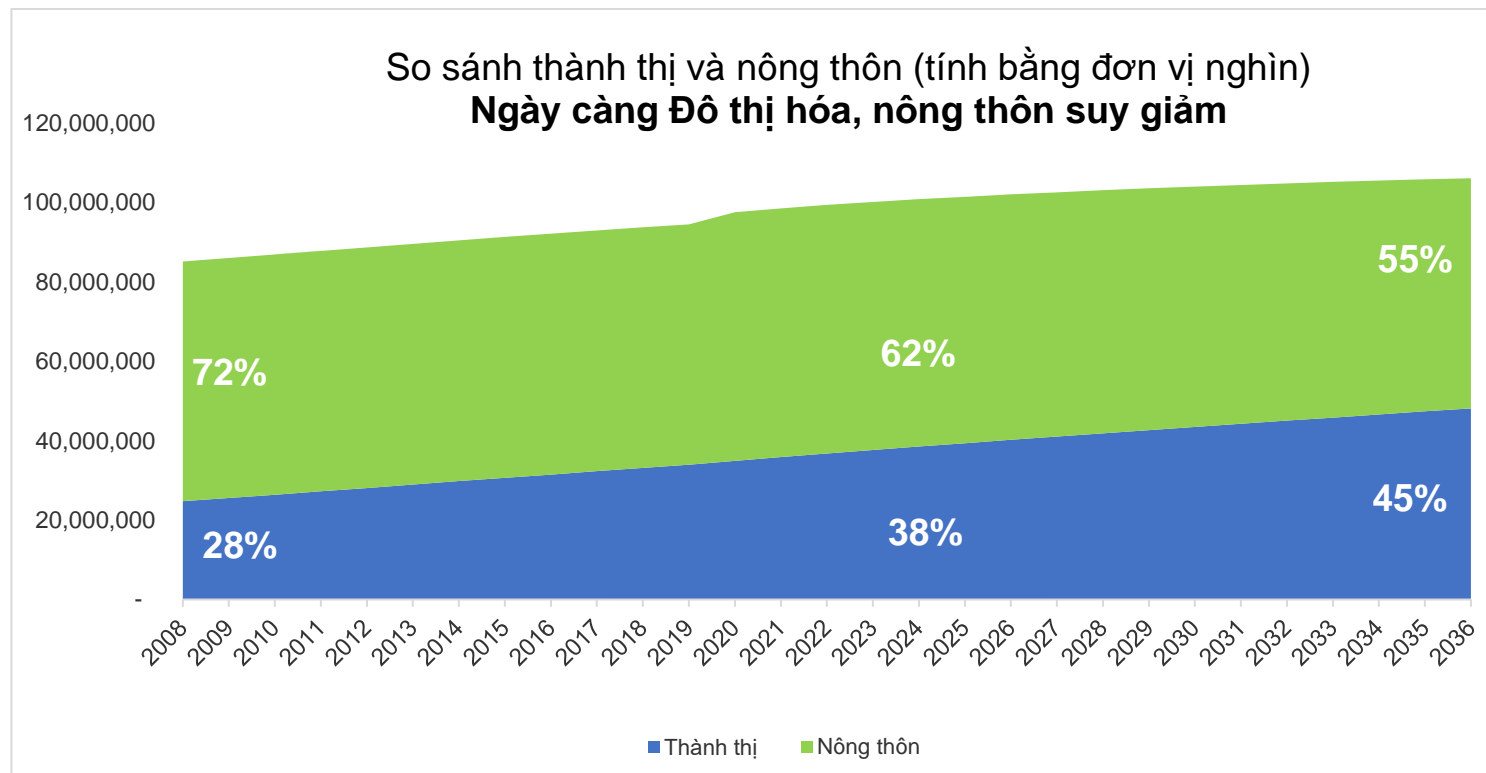


Đô thị hóa nhanh chóng thúc đẩy hiệu quả và sự tiện lợi tối đa

Dân số nông thôn bắt đầu giảm từ năm 2017.

Kích thước hộ gia đình nông thôn giảm từ 4,6 người vào năm 2008 xuống còn 3,5 người vào năm 2023.

Đô thị mang lại sự tiện lợi tối đa nhưng gây áp lực lên hạ tầng và làm ô nhiễm môi trường nghiêm trọng hơn.



Đô thị hóa nhanh chóng mang lại nhiều thách thức,
nhưng cũng tạo ra hiệu quả cao và sự tiện lợi.
Dân số nông thôn đang giảm nhanh chóng.

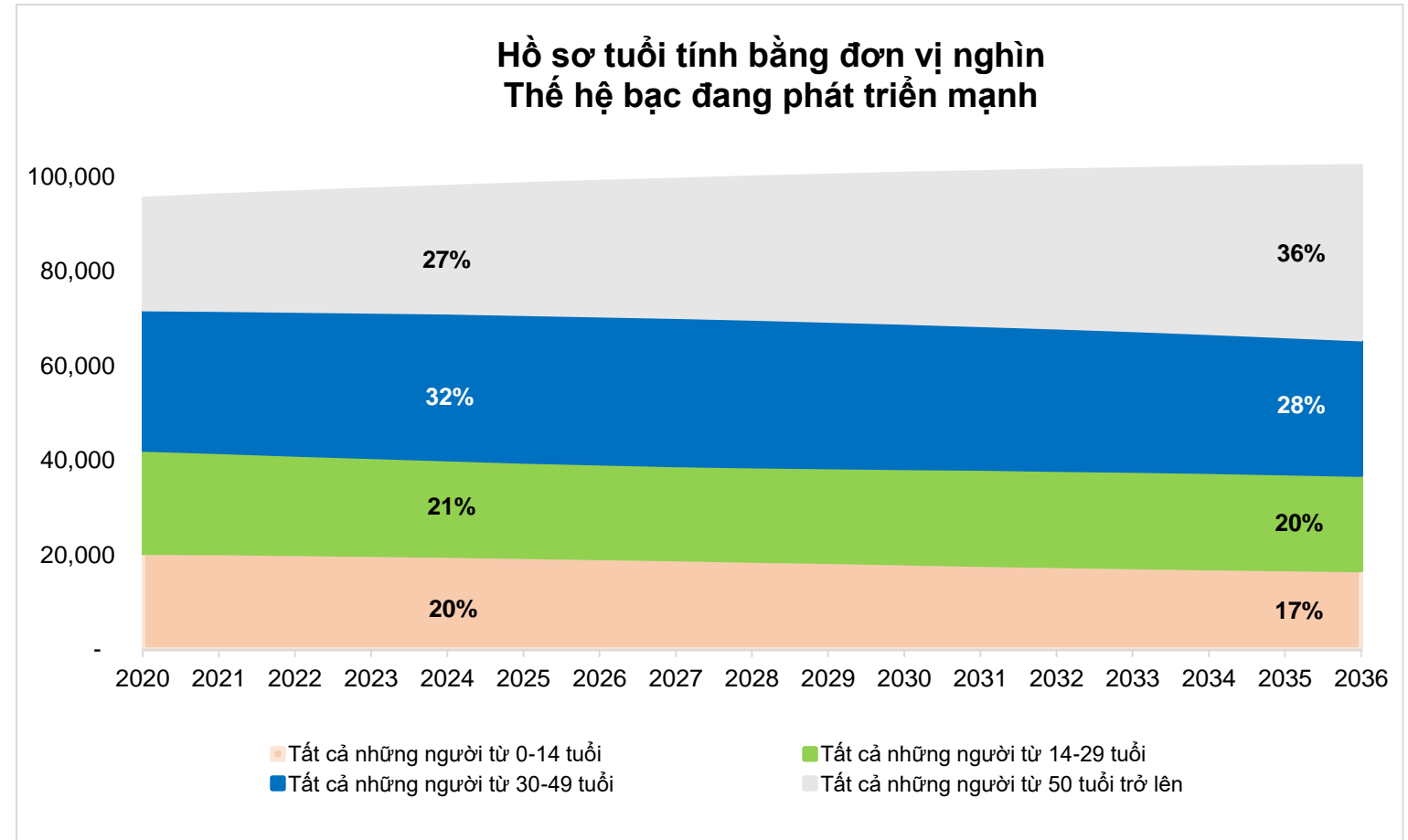
Tỷ lệ sinh giảm, trẻ em dưới 14 tuổi và sức ảnh hưởng của trẻ nhỏ

Nhóm dân số thúc đẩy nhiều hành vi mua sắm của các bà mẹ đã bắt đầu giảm chậm.

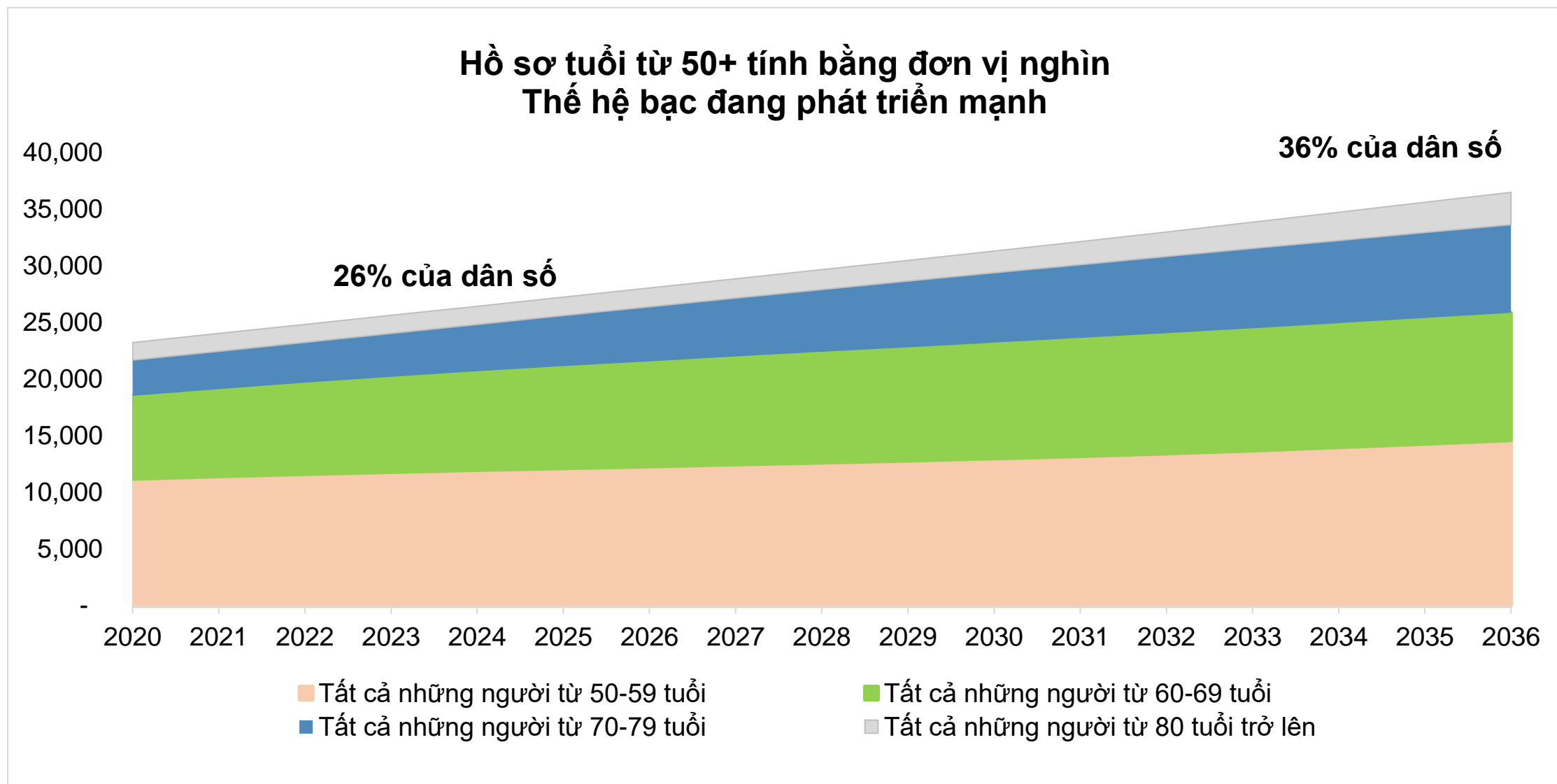
Số con trung bình mà một phụ nữ sinh ra trong suốt cuộc đời là 2,5 vào năm 2000 và giảm xuống còn 1,94 vào năm 2023. Ở khu vực Đông Nam Bộ, con số này thậm chí còn thấp hơn, chỉ 1,5 vào năm 2023.

Thế hệ trẻ Việt Nam đã mang lại sức sống mạnh mẽ chưa từng có.

Giờ đây, chúng ta cần cần nhắc đưa ra những lựa chọn tốt hơn cho thế hệ "bạc".



Nhóm thế hệ bạc là phân khúc tuổi phát triển nhanh nhất trong tương lai



Thế hệ bạc là phân khúc lý tưởng; họ có nhiều thời gian, tài sản đáng kể và thu nhập khả dụng cao

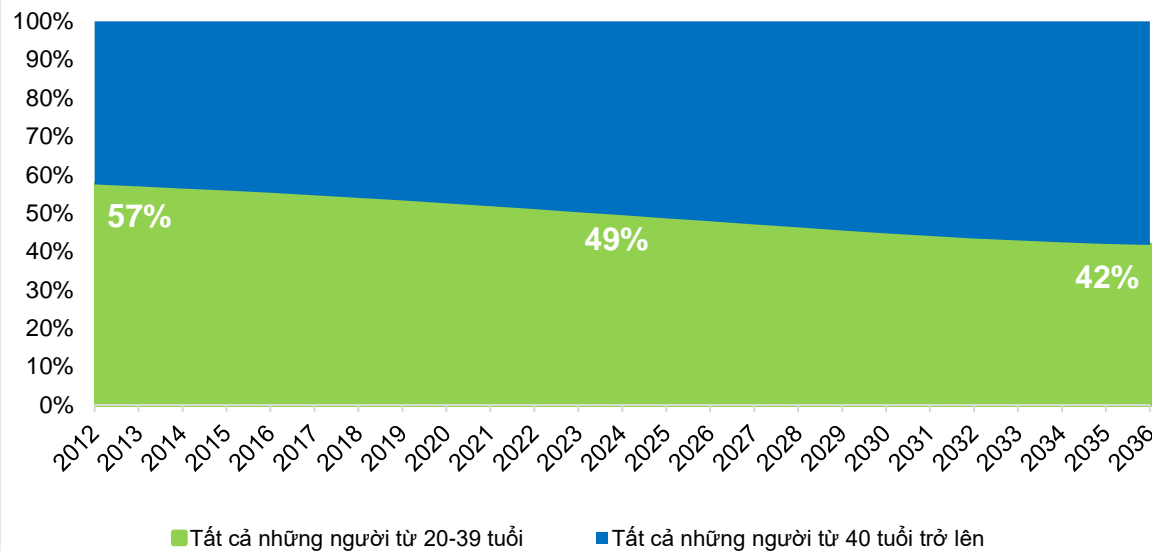
- Thu nhập khả dụng của thế hệ bạc và mong muốn tận hưởng cuộc sống mang đến nhiều cơ hội cho du lịch, thời trang và dịch vụ làm đẹp.
- Thế hệ bạc muốn chuẩn bị cho bất kỳ tình huống khẩn cấp nào và cho tương lai của chính họ, thay vì chỉ cho con cái như nhiều nhà tiếp thị thường nghĩ. Các dịch vụ tài chính vẫn chưa khai thác hết tiềm năng này.
- Sức khỏe là mối quan tâm hàng đầu, và chi phí liên quan đến sức khỏe chiếm 13% thu nhập của họ. Khi gần đến tuổi nghỉ hưu, người cao tuổi có nhiều thời gian rảnh hơn để chăm sóc sức khỏe.
- Ngoài việc đi khám bác sĩ và sử dụng thuốc, thế hệ bạc còn chú trọng đến lối sống lành mạnh (bao gồm tập thể dục, thói quen ăn uống và thực phẩm chức năng) chứ không chỉ dừng lại ở các cuộc kiểm tra sức khỏe.



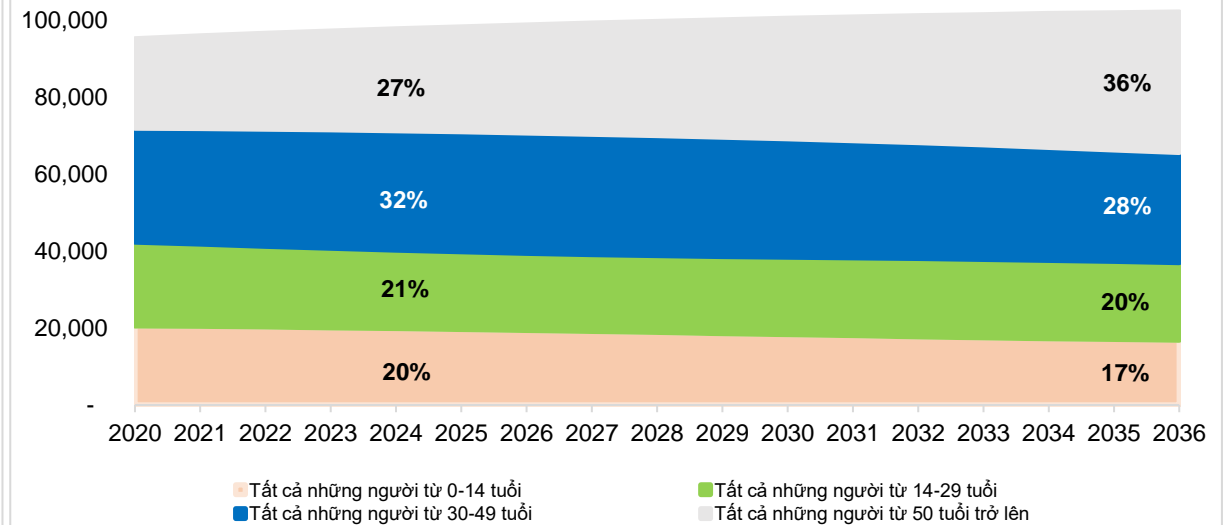
Lợi thế dân số của Việt Nam sẽ suy giảm vào lúc nào?

Đến năm 2036, lợi thế nhân khẩu học sẽ không còn nữa

**Cơ cấu dân số trong độ tuổi lao động từ 20 đến 64 tuổi
62% tổng dân số vào năm 2024**



**Hồ sơ tuổi tính bằng đơn vị nghìn
Thế hệ bạc đang phát triển mạnh**



Sự sụt giảm mạnh mẽ trong tỷ lệ sinh và dân số già sẽ bắt đầu vào những năm 2030.
Số người phụ thuộc vào người cao tuổi sẽ trở thành thách thức chính vào những năm 2040.



Kỳ vọng dài hạn đối với Việt Nam

8 Lý do cho thấy Việt Nam sẽ thịnh vượng trong thập kỷ tới

1. Tăng trưởng GDP trung bình đạt 5.8% trong mười năm qua.
2. Sản xuất ngày càng tinh vi hơn. Tăng cường đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) và xuất khẩu. Kết nối toàn cầu.
3. Du lịch nội địa phát triển mạnh mẽ và du lịch quốc tế phục hồi.
4. Thách thức và phục hồi nhu cầu tiêu dùng bán lẻ.
5. Gia tăng mức sống của các hộ gia đình.
6. Khả năng tiếp cận tài chính và thanh toán số.
7. Tăng trưởng của nền kinh tế số, hiện đã đạt 30 tỷ USD.
8. Dân số trong độ tuổi lao động, tỷ lệ tham gia lao động cao và tỷ lệ phụ thuộc thấp.

ask@cimigo.com

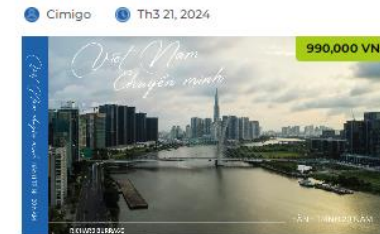
Tải xuống tại
www.cimigo.com



Khám phá Euro 2024: Hiểu biết về khán giả và tiềm năng quảng cáo tại Việt Nam

Vietnam Market Research

Download report



Việt Nam chuyển mình - hành trình 20 năm

Vietnam Market Research

Add to cart



Triển vọng kinh tế Việt Nam năm 2024

Vietnam Market Research

Download report



PMI Việt Nam tháng 9 năm 2024

Vietnam Market Research

Download report



Báo cáo xu hướng tiêu dùng Việt Nam 2023

Vietnam Market Research

Download report



Indonesia economic outlook 2023

Indonesia Market Research

Download report





The Voice of Customer



HELPING YOU MAKE BETTER CHOICES

Download at www.cimigo.com
or ask@cimigo.com

