

Honda Việt Nam hạ giá bán trước sức ép bùng nổ của thị trường xe máy điện

10:08 06/06/2026

Ngày 4/6, Honda Việt Nam chính thức công bố giá bán cho hai dòng xe máy điện mới là CUV e: và UC3. Đáng chú ý, mẫu xe UC3 sở hữu mức giá đề xuất từ 80 đến 81,4 triệu đồng (đã bao gồm thuế VAT 10%), nhưng ngay tại thời điểm ra mắt, hãng đã áp dụng chương trình giá "kích cầu đặc biệt" giúp chi phí thực tế khách hàng phải chi trả giảm xuống chỉ còn 56,5 đến 57,9 triệu đồng.



Giảm 23,5 triệu đồng ngay khi sản phẩm ra mắt thị trường là điều chưa từng có tiền lệ với Honda Việt Nam

Việc chủ động cắt giảm trực tiếp 23,5 triệu đồng (tương đương gần 30% giá trị xe) ngay khi mở bán là một hiện tượng chưa từng có tiền lệ và được giới chuyên môn đánh giá là bước đi bất thường của "gã khổng lồ" xe máy Nhật Bản.

Suốt nhiều thập kỷ qua, Honda chiếm giữ vị thế thống trị tuyệt đối tại thị trường xe máy Việt Nam với hơn 65% thị phần xe máy xăng. Sự ưa chuộng của người tiêu dùng lớn đến mức các dòng xe tay ga ăn khách của hãng như Vision, Lead, Air Blade, SH Mode hay SH 125i/160i luôn duy trì truyền thống bán chênh giá tại hệ thống đại lý HEAD từ vài triệu đến vài chục triệu đồng so với giá đề xuất của hãng. Thậm chí, dòng xe SH 150i ABS từng có thời điểm ghi nhận mức chênh lệch kỷ lục từ 74 đến 80 triệu đồng. Việc mua xe đúng giá niêm yết của nhà sản xuất từ trước đến nay luôn là điều xa xỉ đối với khách hàng yêu thích xe tay ga Honda.

Tuy nhiên, cục diện hoàn toàn đảo ngược khi Honda bước chân vào phân khúc xe máy điện. Mẫu xe thuần điện đầu tiên được hãng lắp ráp nội địa là ICON e: ban đầu ra mắt với giá từ 26,9 đến 27,3 triệu đồng (không kèm pin), nhưng doanh số ảm đạm đã buộc các đại lý liên tục cắt giá và hiện tại đã chạm đáy ở mức 15 triệu đồng.

Bài học nhãn tiền từ ICON e: cùng mức định giá hơn 100 triệu đồng (khoảng 4.200 USD) của UC3 tại thị trường Thái Lan đã khiến Honda Việt Nam phải nhìn nhận thực tế hơn. Giải trình về mức giá giảm sâu bất ngờ này, bà Sayaka Hattori, Tổng Giám đốc Honda Việt Nam, cho biết việc thiết lập mức giá kích cầu là nhằm giúp UC3 tiếp cận được càng nhiều khách hàng càng tốt, từ đó chứng minh chất lượng thực tế của sản phẩm đối lưu với chi phí người dùng bỏ ra.

Nguyên nhân sâu xa buộc Honda phải chấp nhận từ bỏ biên lợi nhuận lớn để phòng thủ xuất phát từ tốc độ điện khí hóa phương tiện giao thông đang diễn ra quá nhanh tại Việt Nam. Theo dữ liệu từ MarkLines, trong năm qua, doanh số xe máy điện của thương hiệu Việt VinFast đã tăng trưởng phi mã gấp 6 lần, đạt mức sản lượng khoảng 400.000 xe và thâm tóm tới 56% thị phần toàn thị trường xe điện. Trong khi Honda nắm giữ vương miện ở mảng xe xăng, thì ở mảng xe máy điện, thị phần của hãng xe Nhật Bản chỉ dừng lại ở con số khiêm tốn 1,4%.

Sự chậm chân của Honda còn diễn ra trong bối cảnh hai đô thị lớn nhất nước là Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh đang đẩy nhanh lộ trình lập vùng phát thải thấp, hạn chế xe máy xăng vào khu vực trung tâm nhằm giảm thiểu ô nhiễm không khí. Xu hướng này đẩy tỷ lệ người dân lựa chọn chuyển đổi sang xe máy điện tại Việt Nam tăng vọt từ mức 10% lên 22% chỉ trong vòng một năm, đưa VinFast bứt tốc lên vị trí á quân thị trường xe máy tổng thể và đẩy Yamaha xuống vị trí thứ ba.

Dù đã có những động thái tăng tốc thông qua việc chào bán CUV e: và UC3, dải sản phẩm xe điện hiện tại của Honda vẫn được đánh giá là chưa đánh trúng vào

tâm điểm nhu cầu của đại bộ phận khách hàng Việt Nam. Khảo sát từ các đại lý cho thấy, phần lớn doanh số của phân khúc xe máy điện đang tập trung vào khoảng giá phổ thông từ 15 đến 30 triệu đồng – phân khúc giúp người dùng dễ dàng tiếp cận và thay thế xe xăng nhất.

Ở khoảng giá chiến lược này, các đối thủ của Honda đang sở hữu những quân bài chủ lực rất mạnh:

- **VinFast:** Gặt hái doanh số khổng lồ nhờ hai dòng xe cốt lõi là Evo và Feliz với nhiều phiên bản tối ưu.
- **Dat Bike:** Vừa tung ra dòng xe tay ga Era với mức giá cạnh tranh từ 29,9 đến 32,9 triệu đồng, xác định là mũi nhọn doanh số thời gian tới.
- **Yadea:** Sở hữu danh mục dày đặc với 10 lựa chọn xe máy điện khác nhau đều khu trú trong khoảng giá này.

Nhìn lại dải sản phẩm của Honda, trong khi ICON e: có kích thước nhỏ, giới hạn tốc độ dưới 50km/h chỉ phù hợp cho nhóm đối tượng học sinh, sinh viên; thì bộ đôi CUV e: (giá 65 triệu đồng gồm 2 pin, 2 sạc) và UC3 (giá kích cầu từ 56,5 triệu đồng) lại mang tính chất khẳng định trình độ kỹ thuật công nghệ của thương hiệu hơn là mục tiêu bùng nổ doanh số bán hàng.

Trước thực tế đó, ban lãnh đạo Honda Việt Nam cho biết đang cân nhắc nghiên cứu để ra mắt thêm các mẫu xe mới nằm trong khoảng giá 20-30 triệu đồng để cạnh tranh trực tiếp với đối thủ. Hãng cũng đã công bố kế hoạch phát triển hai mẫu xe máy điện phổ thông dành riêng cho người tiêu dùng Việt Nam vào năm 2027.

Tuy nhiên, từ nay cho đến thời điểm đó, các bước đi giảm giá sâu của UC3 mới chỉ mang tính chất phòng ngự ngắn hạn. Để không bị hụt hơi và tụt lại phía sau trong cuộc đua chuyển đổi xanh, hãng xe Nhật Bản bắt buộc phải đẩy nhanh hơn nữa tiến độ đa dạng hóa sản phẩm và xây dựng đồng bộ hạ tầng trạm sạc, trạm đổi pin rộng khắp trên toàn quốc.

Tâm An