

## Honda Việt Nam kiên trì chiến lược phát triển song song xe máy xăng và xe điện

08:56 28/07/2026

Trong bối cảnh thị trường đang có sự chuyển dịch mạnh mẽ về phương thức di chuyển, Honda Việt Nam lựa chọn hướng đi duy trì thế mạnh cốt lõi từ dòng xe động cơ đốt trong, đồng thời từng bước mở rộng dải sản phẩm xe máy điện và xe hybrid.



Honda khẳng định sẽ tiếp tục củng cố mảng kinh doanh xe máy truyền thống, kết hợp thúc đẩy quá trình điện hóa và xây dựng hệ sinh thái phụ trợ

Báo cáo doanh số mới nhất do Honda Việt Nam công bố cho thấy phân khúc xe máy chạy xăng vẫn giữ vai trò trụ cột tăng trưởng của doanh nghiệp. Trong tháng 6/2026, lượng xe máy xăng Honda bàn giao tới tay khách hàng đạt 169.096 chiếc, tăng 3% so với cùng kỳ năm 2025 (164.501 chiếc).

Sức hút ổn định của dòng xe máy truyền thống đến từ khả năng tối ưu nhiên liệu, độ bền bỉ, chi phí bảo dưỡng hợp lý cùng lợi thế vượt trội từ hệ thống hơn 800 Cửa hàng bán xe và dịch vụ do Honda Ủy nhiệm (HEAD) phủ rộng trên toàn quốc.

Không coi xe điện và xe máy xăng là hai phương án thay thế triệt hạ lẫn nhau, Honda định vị đây là các giải pháp di chuyển song song nhằm phục vụ các nhóm nhu cầu khác nhau. Trong khi xe máy điện tối ưu cho nhu cầu di chuyển quãng ngắn tại các đô thị, xe máy xăng vẫn giữ lợi thế về phạm vi vận hành rộng và khả năng tiếp nhiên liệu nhanh chóng.

Nhằm chuẩn bị cho giai đoạn cạnh tranh mới, Honda triển khai hàng loạt kế hoạch cho mảng xe hai bánh chạy điện:

**Đẩy mạnh nội địa hóa:** Sau mẫu ICON e, dòng xe điện UC3 đã chính thức được đưa vào sản xuất ngay tại Việt Nam.

**Linh hoạt chính sách bán hàng:** Mở rộng phương thức tiếp cận đối với mẫu CUV e từ hình thức cho thuê sang bán thương mại, đồng thời triển khai mở bán dòng UC3.

**Mở rộng dải sản phẩm:** Dự kiến trong năm 2027, hãng sẽ bổ sung 2 mẫu xe máy điện phổ thông nằm trong tầm giá từ 20 đến 30 triệu đồng.

**Tăng tốc dài hạn:** Từ năm 2028, Honda đặt mục tiêu đều đặn giới thiệu sản phẩm xe điện mới mỗi năm nhằm hướng tới vị trí dẫn đầu thị trường.

Tại Lễ kỷ niệm 30 năm thành lập Honda Việt Nam, đại diện ban lãnh đạo tập đoàn khẳng định, doanh nghiệp sẽ tiếp tục củng cố mảng kinh doanh xe máy truyền thống, kết hợp thúc đẩy quá trình điện hóa và xây dựng hệ sinh thái phụ trợ. Chiến lược phát triển song song này giúp Honda chủ động thích ứng với lộ trình chuyển dịch dài hạn của thị trường xe hai bánh tại Việt Nam.

**Tâm An**