

Khảo sát thị trường xe điện 6 nước ASEAN: Việt Nam nổi lên như một thị trường tăng trưởng siêu tốc

14:03 09/01/2026

PwC Việt Nam vừa ra mắt Báo cáo Thị trường Xe điện 6 nước ASEAN, mang đến phân tích toàn diện về mức độ sẵn sàng đối với thị trường xe điện (EV), hành vi người tiêu dùng và mức độ trưởng thành của hạ tầng tại sáu thị trường ô tô lớn trong khu vực: Indonesia, Malaysia, Thái Lan, Philippines, Việt Nam và Singapore.

Báo cáo cho thấy khu vực đang bước vào giai đoạn chuyển đổi mạnh mẽ, khi quá trình điện khí hóa diễn ra với tốc độ chưa từng có và sự quan tâm của người tiêu dùng ngày càng tăng, dù vẫn tồn tại những khác biệt đáng kể giữa các thị trường. Singapore duy trì vị trí quốc gia trưởng thành nhất về xe điện trong ASEAN, trong khi Philippines vẫn ở giai đoạn đầu của quá trình phát triển. Việt Nam nổi lên như một ngoại lệ với mức độ phát triển năng động, tăng trưởng vượt trội trong khu vực.



ASEAN tăng tốc trên hành trình điện khí hóa

Theo khảo sát, doanh số xe điện tăng 62% so với cùng kỳ năm trước tính đến quý 3/2025. Triển vọng xe điện của khu vực vẫn rất khả quan, với 76% người tiêu dùng dự định mua xe điện trong vòng 5 năm tới, dù hạ tầng và khả năng chi trả còn khác biệt lớn giữa các quốc gia.

Singapore đạt điểm số cao nhất về mức độ sẵn sàng cho thị trường (4,3/5,0), trong khi Philippines ở mức thấp nhất.

Việt Nam nổi lên là một trong những thị trường ô tô và xe điện phát triển nhanh nhất khu vực. Được thúc đẩy bởi chính sách ưu đãi mạnh mẽ của Chính phủ, bao gồm miễn 100% phí trước bạ cho xe điện đến năm 2027, Việt Nam đang chứng kiến làn sóng điện khí hóa chưa từng có trong khu vực. Tỷ lệ xe điện trong tổng lượng xe bán ra tại Việt Nam đạt 33%, cao hơn mức trung bình 6 nước được khảo sát tại ASEAN (17%) và chỉ đứng sau Singapore (72%). Thái Lan đạt 30%; Indonesia 18%; Malaysia và Philippines cùng ở mức 4%.

Động lực từ một thương hiệu nội địa

Tổng doanh số ô tô tại Việt Nam tăng 18% so với cùng kỳ, cao hơn hầu hết các thị trường trong khu vực. Đáng chú ý nhất là mức tăng trưởng 84% của doanh số xe điện hóa, hiện chiếm 33% tổng số xe bán ra – một trong những tỷ lệ cao nhất ASEAN. VinFast đã trở thành thương hiệu nội địa dẫn đầu doanh số xe điện trong khu vực 6 nước ASEAN, tăng trưởng từ 56.000 xe trong quý 3/2024 lên hơn 100.000 xe trong quý 3/2025, chủ yếu nhờ nhu cầu mạnh mẽ tại Việt Nam.

Người tiêu dùng hào hứng nhưng vẫn thận trọng

Người tiêu dùng Việt Nam là một trong những cộng đồng thể hiện cảm xúc tích cực nhất trên toàn cầu đối với xe điện. Tuy nhiên, dữ liệu cho thấy một điểm yếu quan trọng trong trải nghiệm sau mua hàng có thể ảnh hưởng đến sự duy trì lâu dài. 15% người tiêu dùng Việt Nam đã sở hữu xe điện (cao nhất ASEAN) và chỉ 5% chia sẻ rằng họ không có ý định mua trong 5 năm tới (thấp nhất ASEAN).

Dù nhu cầu mua xe điện rất cao (79%), trải nghiệm thực tế hiện chưa đáp ứng kỳ vọng. Nhiều người sở hữu xe điện cân nhắc quay lại dùng động cơ đốt trong vì chi phí bảo dưỡng xe điện cao, một dấu hiệu cảnh báo cho thấy việc thực hiện giao dịch mua bán mới chỉ là bước khởi đầu. Có tới 42% chủ sở hữu xe điện tại Việt Nam cho biết sẽ cân nhắc quay lại xe xăng trong lần mua tiếp theo, với 62% viện dẫn chi phí bảo dưỡng cao hơn dự kiến là nguyên nhân chính. Đây là một trong những rủi ro tái chuyển đổi cao nhất khu vực.

Tham vọng và hạ tầng: khoảng cách cần được thu hẹp

Theo bộ chỉ tiêu đánh giá mức độ sẵn sàng của thị trường xe điện (từ 1 đến 5) dựa trên bốn khía cạnh: chính sách của chính phủ, hạ tầng, nguồn cung và nhu cầu của người tiêu dùng, Việt Nam đạt điểm cao về chính sách hỗ trợ (4,0/5,0) và nhu cầu tiêu dùng (3,7/5,0), tuy nhiên hạ tầng vẫn còn hạn chế với điểm số chỉ 2,1/5,0, thấp hơn Thái Lan (2,5) và Singapore (4,3).

Những lo ngại hàng đầu của người tiêu dùng cho biết sẽ không mua xe điện trong vòng 5 năm tới bao gồm: phạm vi di chuyển hạn chế (54%), tuổi thọ pin chưa rõ ràng (49%) và thời gian sạc lâu (35%). Sự mất cân bằng này có thể kìm hãm đà tăng trưởng dài hạn của thị trường, mặc dù đang khởi phát rất mạnh mẽ.

Báo cáo cũng chỉ ra khoảng cách giữa thói quen sạc của người dùng và mức độ phát triển hạ tầng. Giải pháp sạc nhanh được ưa chuộng trên các nước ASEAN được khảo sát, nhưng các yếu tố về khả năng tiếp cận, vị trí và giá cả vẫn là lý do chính khiến người dùng xe điện chưa hài lòng. Tại Việt Nam, phần lớn chủ sở hữu xe điện không có chỗ sạc tại nhà, khiến họ phụ thuộc vào mạng lưới công cộng vốn chưa hoàn thiện. 70% người dùng xe điện tại Việt Nam sạc chủ yếu tại văn phòng, trên đường phố hoặc trung tâm thương mại – tỷ lệ cao nhất khu vực ASEAN. Ngoài ra, kỳ vọng về tốc độ sạc rất cao, trong khi khả năng hạ tầng hiện tại chưa đáp ứng được. Thời gian sạc đáp ứng 50% người tiêu dùng là khoảng 35,7 phút, và phạm vi di chuyển chấp nhận được cho 50% người tiêu dùng là khoảng 387,5 km.



Việt Nam – thị trường tăng trưởng nhanh nhất và định hướng điện khí hóa mạnh mẽ nhất ASEAN

Patrick Ziechmann, Lãnh đạo Trung tâm Chuyên Ngành Ô tô ASEAN, PwC Malaysia, nhận định: “Thị trường xe điện tại Việt Nam đang tăng tốc đáng kinh ngạc. Không thị trường nào khác trong ASEAN đang chứng kiến mức tăng trưởng siêu tốc như vậy, và quá trình này được thúc đẩy bởi doanh nghiệp sản xuất nội địa mạnh mẽ. Tuy nhiên, Việt Nam cũng đang ở ngã rẽ: sự hứng thú của người tiêu dùng rất cao, nhưng hạ tầng và trải nghiệm sở hữu cần được cải thiện để duy trì động lực phát triển. Giai đoạn tăng trưởng tiếp theo sẽ phụ thuộc vào tốc độ các bên liên quan thu hẹp khoảng cách giữa tham vọng và mức độ sẵn sàng thực tế”.

Thu Trang