

Thị trường ô tô bước vào giai đoạn căng thẳng nhất trong nhiều năm

05:20 23/11/2025

Thị trường ô tô Việt Nam đang chứng kiến bước nhảy vọt chưa từng thấy, khi các dòng xe nhập khẩu, xe điện và xe hybrid liên tục mở rộng hiện diện. Sự đua tranh gay gắt giữa doanh nghiệp trong nước và thương hiệu quốc tế đang tạo nên một diện mạo mới cho ngành, kéo theo làn sóng đổi mới mạnh mẽ về công nghệ và thay đổi rõ nét trong thói quen mua sắm của người tiêu dùng.

Đà bứt phá của xe xanh

Theo báo cáo Cục Hải quan, riêng tháng 10/2025 vừa qua, Việt Nam nhập về 16.343 ô tô. Con số này giảm nhẹ 5,5% so với tháng trước, nhưng tính lũy kế 10 tháng đã chạm mốc 171.364 xe – mức tăng ấn tượng 20% so với cùng kỳ năm 2024. Giá trị kim ngạch gần 4 tỷ USD, cao nhất trong vòng ba năm, cho thấy sức nóng của thị trường và nhu cầu nhập khẩu đang leo thang mạnh mẽ.

Báo cáo của Hiệp hội Các nhà sản xuất ô tô Việt Nam (VAMA) cũng cho thấy, thị trường đang phân hóa rõ rệt: doanh số xe nhập khẩu nguyên chiếc của các thành viên VAMA đạt 131.503 chiếc, tăng 17%, vượt xa mức 119.918 xe lắp ráp trong nước – vốn chỉ tăng 6%. Khoảng cách này phản ánh xu hướng tiêu dùng đang nghiêng mạnh về phía xe nhập khẩu.

Theo phản ánh từ nhiều đại lý, người mua Việt ngày càng ưu tiên xe nhập khẩu bởi thiết kế bắt mắt, nhiều công nghệ mới và chất lượng ổn định hơn. Các thương hiệu Nhật Bản, Hàn Quốc, châu Âu đến Trung Quốc đều đồng loạt tung ra loạt SUV và crossover mới nhằm chiếm lĩnh các phân khúc tăng trưởng nhanh.



Thị trường ô tô Việt Nam đang bước vào giai đoạn sôi động chưa từng có. Ảnh minh họa

Ông Nguyễn Minh Tân – chủ một doanh nghiệp kinh doanh ô tô tại Hà Nội nhận định: *“Xe nhập khẩu giờ không còn là lựa chọn xa xỉ. Với nhu cầu hướng đến chất lượng và trải nghiệm, người mua đang xem đây là phương án tối ưu. Phân khúc từ 800 triệu đến 1,5 tỷ đồng hiện là tâm điểm cạnh tranh của thị trường.”*

Song song đó, xe điện và xe hybrid nổi lên như động lực tăng trưởng mới. VAMA ghi nhận 9.798 xe xanh bán ra trong 10 tháng, trong đó xe hybrid tăng tới 73% so với cùng kỳ – mức tăng chưa từng có, thể hiện rõ xu hướng tiêu dùng bền vững.

Trong nhóm ngoài VAMA, VinFast tiếp tục gây chú ý khi bán ra 103.884 xe điện, tương đương khoảng 20% thị phần toàn quốc. Với 11 tháng liền giữ vị trí số 1 về doanh số, VinFast củng cố vị thế thương hiệu dẫn dắt thị trường xe điện và trở thành biểu tượng cho nỗ lực phát triển ngành ô tô xanh của Việt Nam.

Không chỉ VinFast, nhiều thương hiệu quốc tế như BYD, MG, Hyundai, Mercedes-Benz hay Geely cũng đẩy mạnh hiện diện tại Việt Nam. Các chính sách ưu đãi – như miễn lệ phí trước bạ cho EV – cộng hưởng với lối sống xanh đang lan rộng trong giới trẻ đô thị, đã tạo sức bật đáng kể cho phân khúc xe điện.

Một đại diện hãng xe Trung Quốc cho biết: *“Người tiêu dùng Việt, đặc biệt là người trẻ, đang nhìn xe điện với tâm thế mới: thời thượng, tiết kiệm và phù hợp với phong cách sống hiện đại lẫn bền vững.”*

Khi thị phần trở thành “điểm nóng” của ngành ô tô

Bên cạnh đà tăng trưởng, cuộc đua thị phần giữa các hãng xe trong và ngoài nước đang nóng lên từng ngày. VinFast tiếp tục dẫn đầu phân khúc xe điện với hơn 103.000 xe bán ra, chiếm khoảng 60% thị phần. Tuy nhiên, BYD, Lynk & Co và MG đang thu hẹp khoảng cách khi tung loạt sản phẩm mới hướng đến khách hàng trẻ và mở rộng mạng lưới đại lý tại các tỉnh.

Ở nhóm xe hybrid và động cơ xăng, Toyota và Honda vẫn giữ lợi thế nhờ gia tăng ưu đãi và giảm giá kích cầu. Toyota tăng 6% doanh số trong khi Hyundai duy trì vị trí số một ở phân khúc xe xăng truyền thống.

Ông Phạm Quốc Huy, đại diện Toyota Hà Nội, cho biết: *“Áp lực từ xe nhập và xe điện rất lớn, nhưng lợi thế về độ bền, dịch vụ hậu mãi và giá trị bán lại vẫn giữ chân khách hàng. Xe hybrid giúp họ chuyển đổi dễ dàng hơn.”*

Đáng chú ý, các hãng ngoại đang tăng tốc nội địa hóa nhằm tối ưu chi phí và hưởng ưu đãi thuế. Honda sẽ lắp ráp mẫu CR-V e:HEV tại Phú Thọ từ 2026; còn liên doanh Geleximco – Chery đã khởi công nhà máy GEL-O&J tại Hưng Yên, công suất 120.000 xe/năm, hướng tới sản xuất xe năng lượng mới cho Việt Nam và khu vực.



Cuộc đua thị phần giữa các hãng nội và ngoại đang trở nên gay gắt hơn bao giờ hết. Ảnh minh họa

Không chỉ ở sản phẩm, cuộc cạnh tranh còn lan sang dịch vụ hậu mãi. Khảo sát của Auto Insider Vietnam (10/2025) cho thấy: 63% người được hỏi ưu tiên xe nhập vì tin vào chất lượng; 54% dự định mua xe điện hoặc hybrid trong hai năm tới; và 48% coi chính sách bảo hành là yếu tố quyết định. Điều này phản ánh sự

dịch chuyển từ việc tìm giá rẻ sang ưu tiên giá trị sử dụng và trải nghiệm dài hạn.

Theo các chuyên gia, thị trường ô tô Việt Nam đang bước vào giai đoạn tái cấu trúc mạnh mẽ: doanh nghiệp nội có lợi thế bản địa, trong khi hãng ngoại vượt trội về công nghệ và quy mô. Giai đoạn 2025–2030 được dự báo tăng trưởng 6–8%/năm, với xe điện và hybrid chiếm 40–45% thị phần vào năm 2030. Các hãng ngoại sẽ tiếp tục đầu tư, còn doanh nghiệp nội tập trung phát triển chuỗi cung ứng linh kiện, pin và hạ tầng sạc.

Tuy nhiên, cạnh tranh gay gắt kéo theo biên lợi nhuận giảm, buộc các hãng phải nâng chất lượng dịch vụ, củng cố thương hiệu và giữ vững niềm tin khách hàng để trụ vững trên thị trường.

Hà Trần