

Toyota chuyển hướng xanh: Hybrid thích ứng thị trường xe điện Việt

05:40 01/10/2025

Toyota Việt Nam (TMV) đã tung ra một "nước cờ" chiến lược đầu tư mạnh tay vào sản xuất xe hybrid ngay tại chỗ. Bước đi này không chỉ giúp hãng xe Nhật Bản thích ứng với xu hướng xanh hóa toàn cầu mà còn khéo léo vượt qua thách thức hạ tầng trạm sạc còn hạn chế trong nước, khẳng định vị thế giữa cuộc cạnh tranh khốc liệt từ các đối thủ như VinFast.

Tại lễ kỷ niệm 30 năm thành lập (1995-2025) vừa diễn ra qua, Tổng Giám đốc TMV Nakano Keita đã công bố kế hoạch đầu tư vượt trội lên đến hơn 360 triệu USD. Khoản đầu tư này tập trung vào việc nâng cấp trụ sở chính, hiện đại hóa dây chuyền sản xuất tại nhà máy Vĩnh Phúc, và quan trọng nhất là khởi động dây chuyền lắp ráp mẫu xe hybrid đầu tiên trên lãnh thổ Việt Nam. Đây được xem là bước ngoặt, đánh dấu sự chuyển dịch của Toyota từ mô hình xe truyền thống sang các giải pháp lai điện, phù hợp với định hướng phát triển bền vững mà Chính phủ Việt Nam đang thúc đẩy.



Sau ba thập kỷ hiện diện, Toyota đã giao hơn 1 triệu xe cho khách hàng Việt, đóng góp 14,4 tỷ USD vào ngân sách Nhà nước (Ảnh: internet)

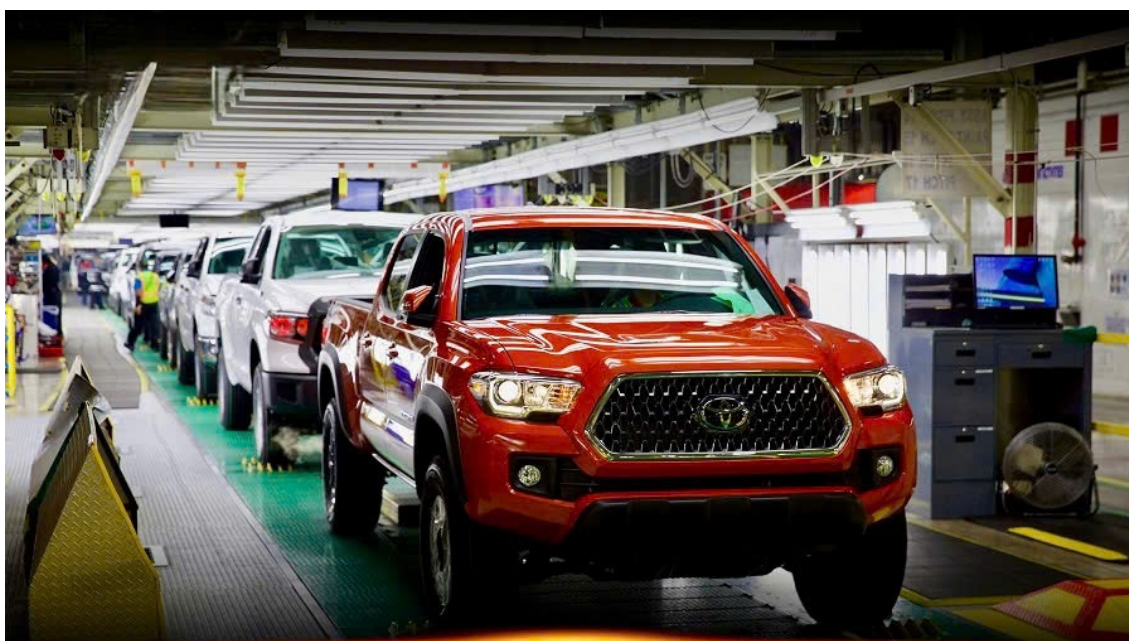
Xe hybrid, hay còn gọi là xe lai, hoạt động dựa trên sự kết hợp giữa động cơ đốt trong (xăng hoặc dầu) và motor điện. Tùy theo cấp độ hybrid – từ mild-hybrid (motor điện hỗ trợ khởi động và tăng tốc) đến full-hybrid (motor điện có thể hoạt động độc lập) – dòng xe này mang lại hiệu quả tiết kiệm nhiên liệu lên đến 30-50% so với xe thông thường, đồng thời giảm đáng kể lượng khí thải CO₂.

Điểm nổi bật nhất là tính linh hoạt: hybrid không đòi hỏi phụ thuộc hoàn toàn vào mạng lưới trạm sạc, vốn vẫn là "điểm nghẽn" lớn tại Việt Nam. Theo báo cáo của Bộ Giao thông vận tải, đến nay cả nước chỉ có khoảng 2.000 trạm sạc công cộng, chủ yếu tập trung tại các thành phố lớn, khiến việc sở hữu xe điện thuần túy vẫn là lựa chọn rủi ro đối với nhiều người tiêu dùng ở khu vực nông thôn hoặc di chuyển đường dài.

Chiến lược này của Toyota cho thấy sự tính toán sâu sắc trong bối cảnh thị trường ô tô Việt Nam đang trải qua giai đoạn chuyển dịch mạnh mẽ. Sau ba thập kỷ hiện diện, Toyota đã giao hơn 1 triệu xe cho khách hàng Việt, đóng góp 14,4 tỷ USD vào ngân sách nhà nước thông qua thuế và phí, đồng thời xuất khẩu linh kiện trị giá gần 1 tỷ USD. Các mẫu xe biểu tượng như Vios, Innova hay Fortuner từng thống trị phân khúc phổ thông, góp phần định hình văn hóa sở hữu ô tô tại Việt Nam. Tuy nhiên, cục diện đã thay đổi chóng mặt kể từ khi

VinFast – thương hiệu nội địa – nổi lên như một "ngựa ô" trong lĩnh vực xe điện.

Doanh số 8 tháng năm 2025 minh chứng rõ nét cho sự chuyển dịch này: Toyota bán ra 41.113 xe, giữ vị trí thứ hai nhưng chỉ bằng chưa đầy một nửa so với 89.970 xe của VinFast, vốn dẫn đầu nhờ các mẫu xe điện như VF e34 và VF8. Sự thống trị của VinFast không chỉ đến từ lợi thế giá cả cạnh tranh mà còn từ hệ sinh thái pin và trạm sạc tự xây dựng, kết hợp với các chính sách hỗ trợ từ Chính phủ như giảm thuế nhập khẩu linh kiện xe điện. Trong khi đó, các thương hiệu quốc tế khác như Hyundai hay Kia cũng đang đẩy mạnh xe điện, khiến Toyota – từng là "ông lớn" bất khả chiến bại phải đối mặt với nguy cơ tụt hậu nếu không hành động kịp thời.



(Ảnh minh họa)

Việc chọn hybrid làm "bước đệm" là một quyết định thông minh của Toyota. Hybrid không phải là giải pháp cuối cùng, nhưng là cầu nối lý tưởng để Toyota duy trì lợi thế công nghệ truyền thống trong khi dần tiếp cận điện hóa toàn diện. Trước tình hình tiêu chuẩn khí thải Euro 5 và sắp tới là Euro 6 được áp dụng nghiêm ngặt hơn, hybrid giúp hãng đáp ứng quy định môi trường mà không phải đầu tư khổng lồ vào hạ tầng pin như các đối thủ xe điện thuần túy. Thực tế, hybrid đã chứng minh hiệu quả tại các thị trường châu Á khác như Thái Lan và Indonesia, nơi Toyota dẫn dắt phân khúc này với doanh số tăng trưởng ổn định 15-20% hàng năm.

Không dừng lại ở sản xuất, Toyota còn chủ động vận động chính sách để hỗ trợ dòng xe mới. Ngay từ đầu năm 2025, lãnh đạo TMV đã làm việc với chính quyền địa phương và kiến nghị Quốc hội, Chính phủ điều chỉnh khung thuế, phí nhằm giảm giá thành xe hybrid – hiện đang chịu mức thuế tiêu thụ đặc biệt cao hơn

xe điện.

Đồng thời, hãng cam kết nâng tỷ lệ nội địa hóa linh kiện lên mức cao hơn, giảm phụ thuộc vào nhập khẩu từ Nhật Bản, từ đó tạo việc làm cho lao động địa phương và thúc đẩy chuỗi cung ứng nội địa. Điều này không chỉ giúp Toyota "giữ sân" mà còn mở rộng ảnh hưởng trong "cuộc đua xanh", nơi các chính sách môi trường như Net Zero 2050 đang định hình tương lai ngành công nghiệp ô tô.

Thói quen tiêu dùng của người Việt dần hướng tới bền vững với khảo sát của Nielsen cho thấy 65% người tiêu dùng sẵn sàng trả giá cao hơn cho sản phẩm thân thiện môi trường – bước đi của Toyota không chỉ là phản ứng mà còn là tuyên ngôn tham vọng. Hãng đang đặt cược rằng hybrid sẽ là "vũ khí" trung gian, giúp họ cạnh tranh trực diện với VinFast và các đối thủ quốc tế, đồng thời góp phần vào sự phát triển xanh của nền kinh tế Việt Nam.

L.T(t/h)