

Google

TEMASEK

BAIN & COMPANY ↻

# e-Conomy

SEA 2021

Roaring 20s: The SEA Digital Decade

VIETNAM

# Content

3 Methodology

4 **English**

5 Main Takeaways

11 **Vietnamese**

12 Tóm tắt thông tin chính

# e-Conomy SEA research methodology



Primary research\*



Temasek insights



Bain analysis



Google Trends



Expert interviews & industry sources

## In partnership with



**Note:** All dollar amounts in this report are in USD.

\*Google commissioned Dynata to run a SEA-6 Digital Merchant Survey, and Kantar to run the e-Conomy SEA consumer survey. Both research studies were conducted in Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore, Thailand and Vietnam. Fieldwork for the consumer research ran from 16/07/2021 - 16/08/2021 online via a 25-minute Computer Assisted Web Interview survey with a total of 9,402 respondents interviewed. Fieldwork for the merchant research ran from 04/08/2021 - 16/08/2021 online with a total of 3,036 respondents surveyed. The 2020 GMV numbers have also been updated with more up-to-date estimates.

# English

## Vietnam

# Main takeaways

### Consumers cruise into a new way of life

Vietnam has seen 8M new digital consumers since the start of the pandemic (up to H1 2021), with **55% of them coming from non-metro areas**. **Stickiness of adoption remains high** as digital consumption has become a way of life - **97% of the new consumers are still using the services** and **99% intend to continue** going forward. Pre-pandemic users - those who used the services before the pandemic - have **consumed an average of 4 more services** since the pandemic, and amongst all users, satisfaction with the services sit at 83% across verticals.

### Resilience gives way to resurgence

Overall, most internet sectors continued to grow strongly with double-digit YoY growth. **Vietnam's 2021 GMV is expected to reach a total value of \$21B** - a 31% YoY surge. This increase is underpinned by a **53% growth in e-commerce**, despite the shrinking online travel market due to ongoing travel restrictions. Looking at **2025, the overall internet economy will likely reach \$57B in value**, growing at 29% CAGR.

### Digital merchants take off

In Vietnam, **30% of digital merchants believe that they would not have survived the pandemic if not for digital platforms**. While digital merchants use an average of two digital platforms, profitability remains a top concern. Digital financial services are also becoming critical enablers, with **99% of digital merchants now accepting digital payments** and **72% having adopted digital lending solutions**. Many are also embracing digital tools to engage with their customers, with **72% expecting to increase usage of digital marketing tools in the next five years**.

### Funding on track to reach new heights

Deal activity skyrocketed in the first half of 2021, **already surpassing full year investments of recent years**. Vietnam remains a very attractive innovation hub with more incubators, accelerators and innovation labs than most other markets in the region. Despite market uncertainty, **global capital continues to pour into the country** given its strong growth fundamentals and growing digital ecosystem. **Investment appetite remains strong in digital services that surged as a result of COVID-19**, such as e-commerce, fintech, healthtech and edtech.

## Vietnam

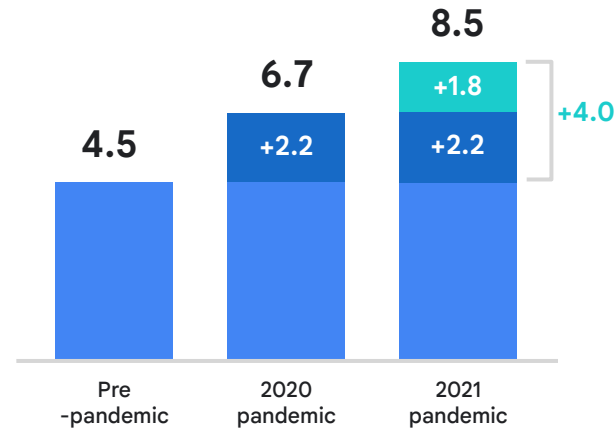
# Exponential growth in digital consumers (who intend to continue using digital services)

### Penetration

- Pre-pandemic consumers: **60.5%**
- New digital consumers 2020: **7.4%**
- New digital consumers 2021 (H1): **2.9%**
- Non users: **29.3%**

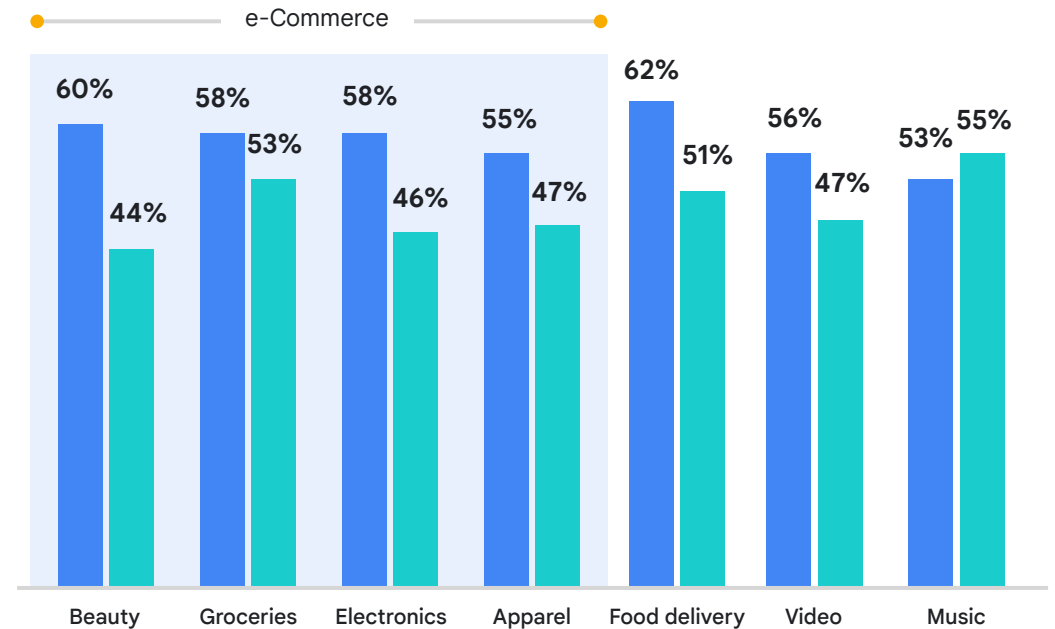


Average number of new digital services consumed by a pre-pandemic consumer over time



### Reasons consumers continue using digital services

- Made my life easier / more convenient
- Became part of my routine



Source: Google-commissioned Kantar SEA e-Conomy Research 2021.

Note: 'Pre-pandemic consumers' are defined as internet users who were already paying for one or more online services via digital channels in a vertical before Mar 2020. 'New digital consumers 2020' first started paying for one or more online services on digital channels in any vertical for the first time between Mar to Dec 2020. 'New digital consumers 2021 (H1)' first started paying for one or more online services on digital channels from Jan 2021 onwards.

## Vietnam

# Digital merchants are getting **tech-savvy** and expect to become even more so in the future

### Digital platforms

**30%**

believe that they would **not have survived the pandemic** if not for digital platforms

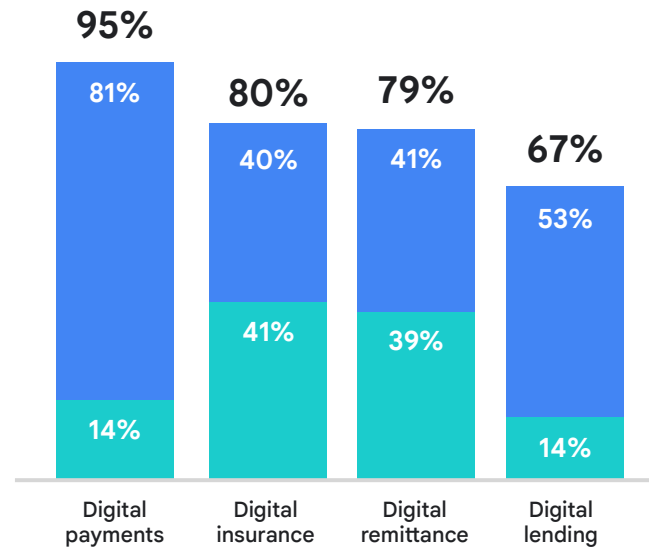
**~2**

average number of **digital platforms** used to access consumer demand online

### Digital financial services

% of digital merchants likely to increase or maintain usage of digital financial services in the next 1 to 2 years

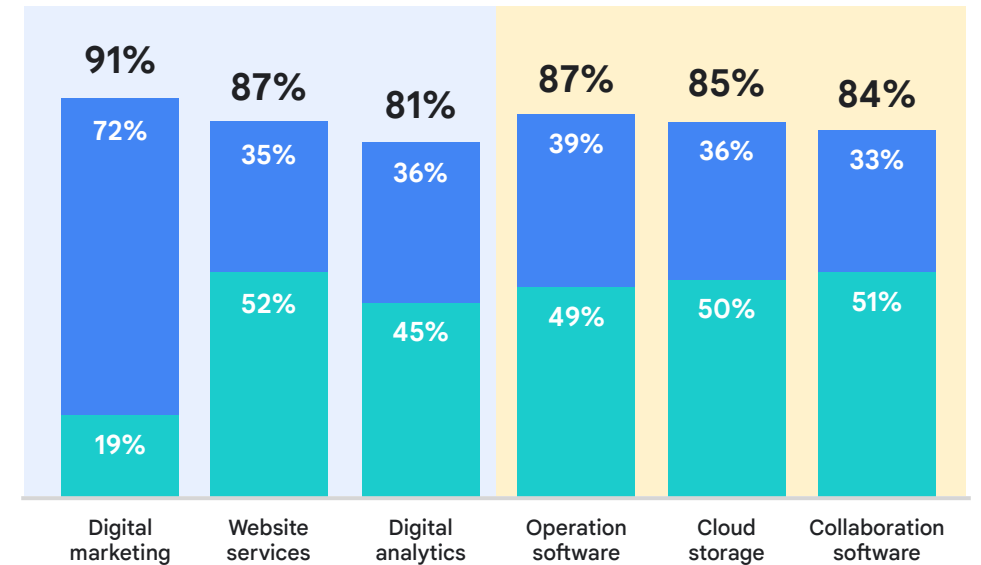
● Likely to increase usage ● Likely to maintain same usage



### Digital tools

% of digital merchants likely to increase or maintain usage of digital tools over the next 5 years

● Likely to increase usage ● Likely to maintain same usage



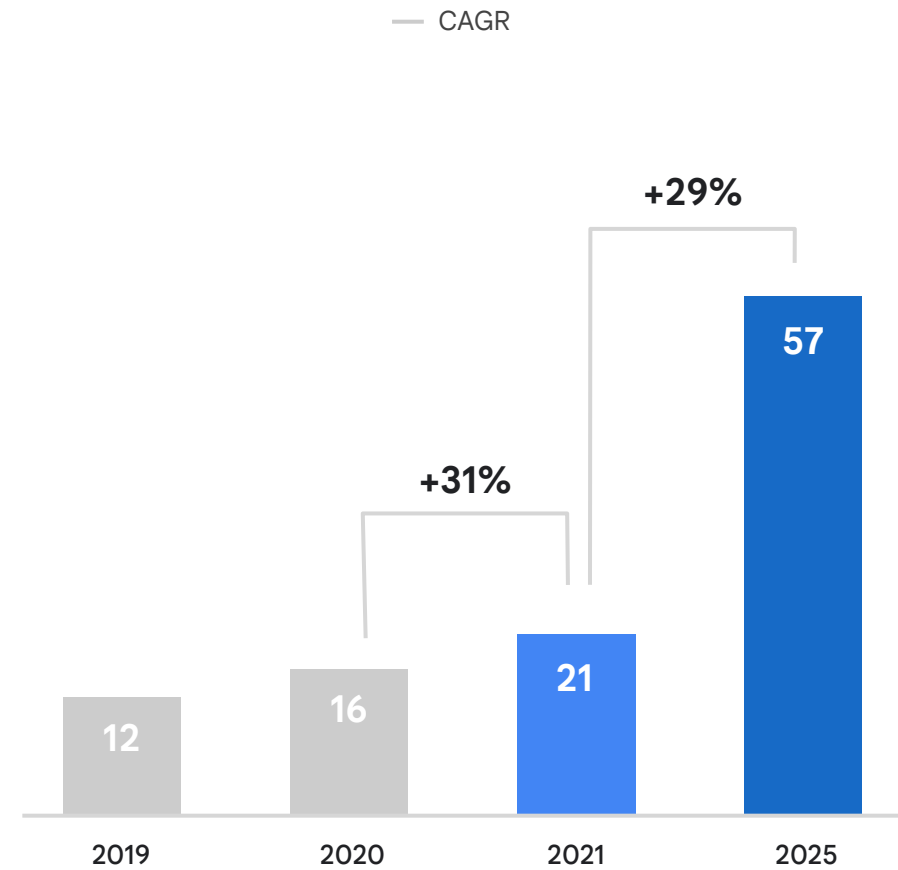
## Vietnam



**Internet economy reaches \$21B**, demonstrating that both government and economy remain resilient

Source: Bain analysis.

## Internet economy by GMV (\$B)

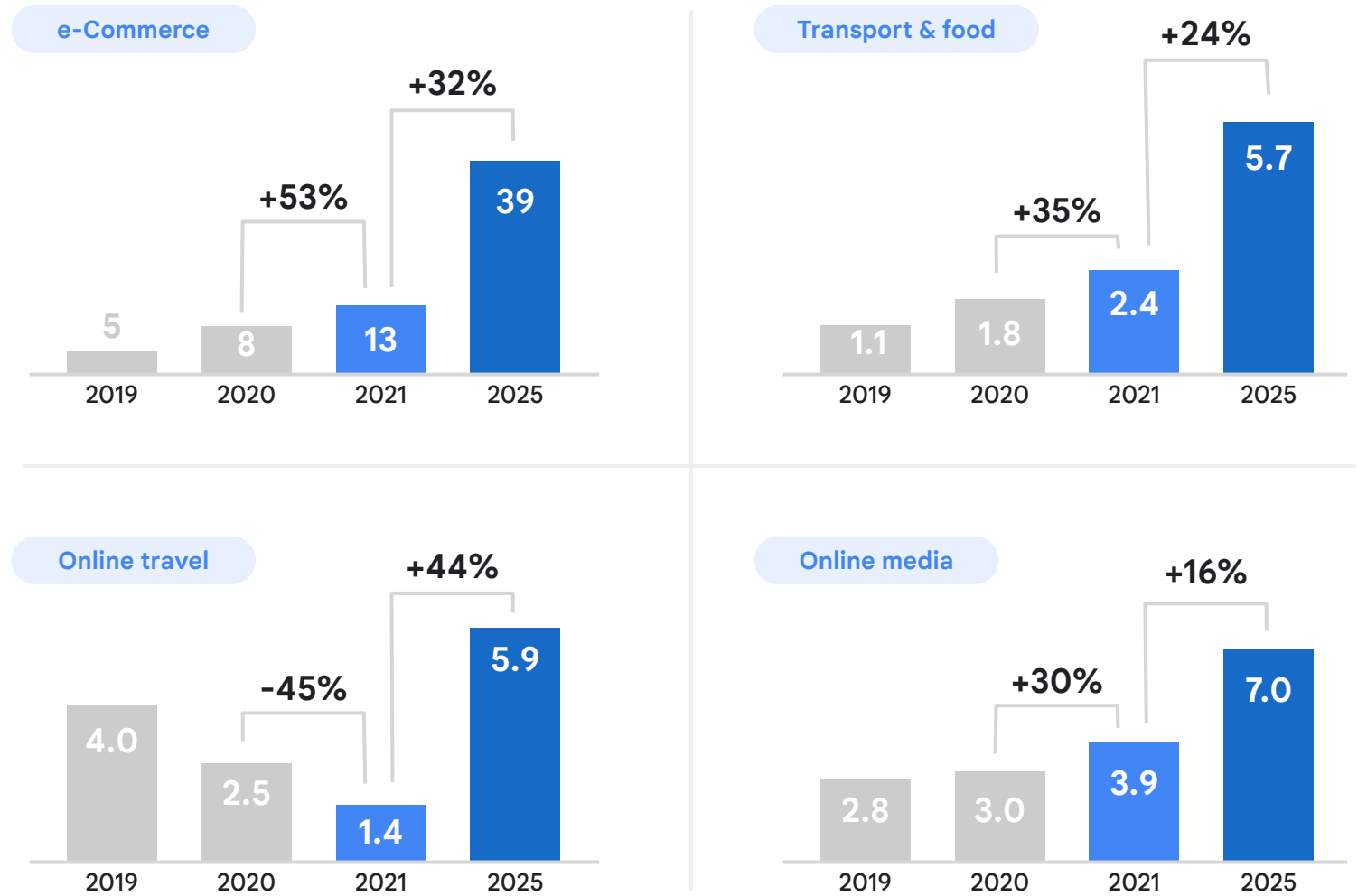




## Vietnam

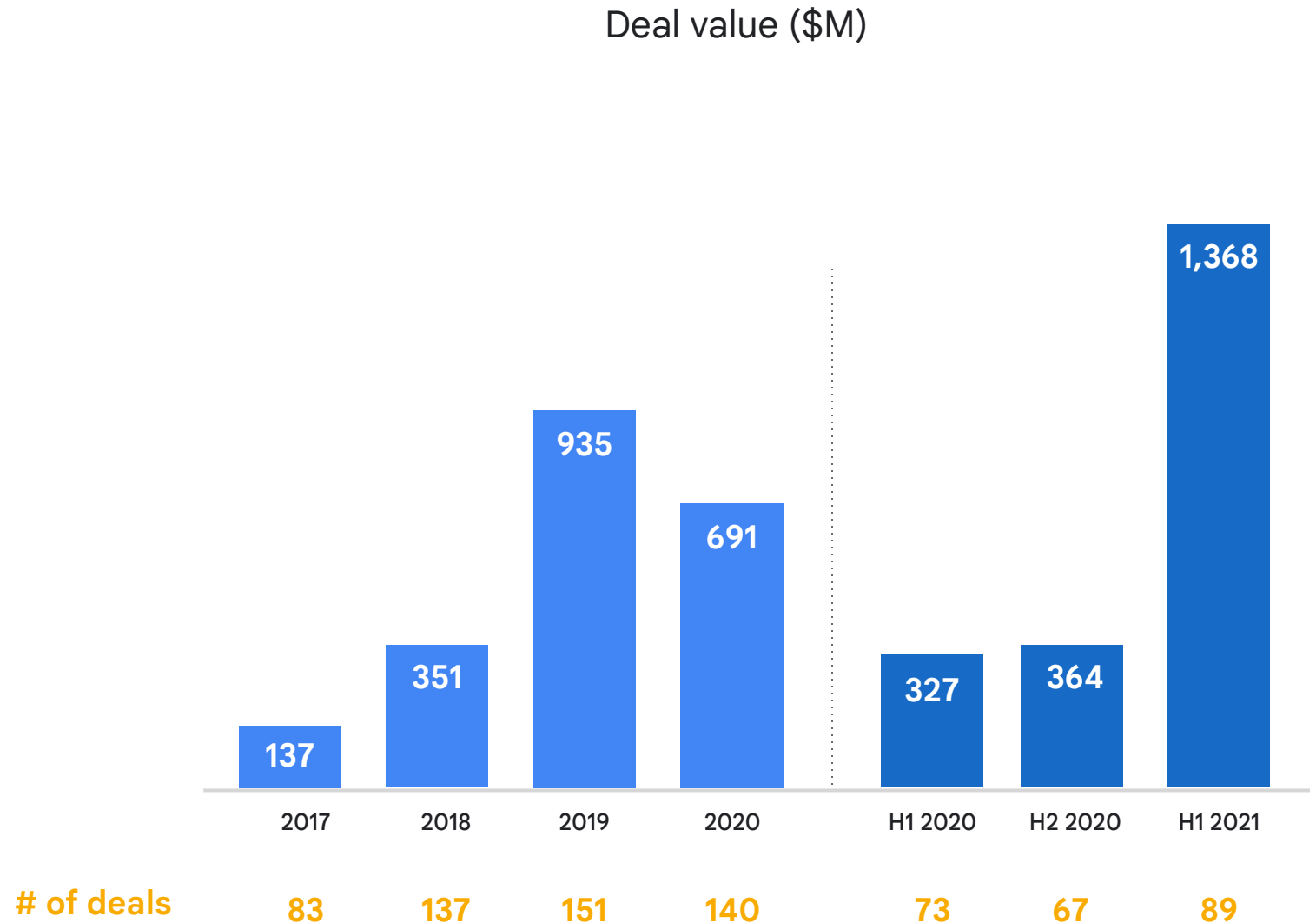
Large contraction in online travel **offset** by double-digit growth everywhere else

GMV per sector (\$B)



## Vietnam

2021 deal value has skyrocketed, mainly fueled by foreign and domestic investment and government incentives



Source: Industry reports; VC partners; Bain analysis.

Note: Deals include investments by venture capital, private equity and strategic investors.

# Vietnamese



# Việt Nam Nội dung chính

## Người tiêu dùng dần đón nhận một nếp sống mới

Việt Nam đã có đến 8 triệu người tiêu dùng kỹ thuật số mới kể từ khi đại dịch bắt đầu (tính đến nửa đầu năm 2021), với 55% trong số họ đến từ các khu vực không thuộc cấp thành thị. Mức độ duy trì giữ ở mức cao khi tiêu dùng kỹ thuật số đã trở thành một lối sống - 97% người tiêu dùng mới vẫn đang sử dụng dịch vụ và 99% có ý định tiếp tục sử dụng trong tương lai.

Những người đã sử dụng các dịch vụ kỹ thuật số trước đại dịch - đã sử dụng thêm trung bình 4 dịch vụ kể từ khi đại dịch xảy ra và mức độ hài lòng của hầu hết người dùng với các dịch vụ này đạt 83%.

## Hồi sinh thay thế phục hồi

Nhìn chung, đa số các ngành trực tuyến tiếp tục tăng trưởng mạnh ở mức hai con số so với cùng kỳ năm trước. Tổng giá trị hàng hoá (GMV) của Việt Nam năm 2021 dự kiến đạt 21 tỷ đô la Mỹ, tăng 31% so với năm trước. Sự gia tăng này về cơ bản là nhờ vào sức tăng trưởng 53% của ngành thương mại điện tử cho dù thị trường du lịch trực tuyến bị thu hẹp do các quy định hạn chế di chuyển. Dự kiến vào năm 2025, toàn bộ nền kinh tế Internet sẽ đạt giá trị 57 tỷ đô la Mỹ, với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) đạt 29%.

## Sự vươn lên của các nhà bán hàng kỹ thuật số

Tại Việt Nam, 30% nhà bán hàng kỹ thuật số tin rằng họ không thể vượt qua đại dịch nếu không có các nền tảng kỹ thuật số. Tuy sử dụng trung bình 2 nền tảng kỹ thuật số, lợi nhuận vẫn là mối quan tâm hàng đầu của họ. Các dịch vụ tài chính kỹ thuật số đang trở thành nền tảng hỗ trợ quan trọng với 99% nhà bán hàng kỹ thuật số hiện chấp nhận hình thức thanh toán trực tuyến và 72% đang áp dụng các giải pháp cho vay kỹ thuật số. Nhiều nhà bán hàng đang dùng các công cụ kỹ thuật số để thu hút khách hàng và 72% dự kiến sẽ tăng mức sử dụng các công cụ tiếp thị này trong 5 năm tới.

## Vốn đầu tư tiếp tục tăng mạnh

Hoạt động giao dịch tăng vọt trong nửa đầu 2021, vượt các khoản đầu tư cả năm của những năm gần đây. Việt Nam tiếp tục là trung tâm sáng tạo hấp dẫn với số lượng vườn ươm doanh nghiệp, chương trình phát triển và phòng nghiên cứu nhiều hơn so với đa số các nước khác trong khu vực. Tuy thị trường có tính biến động, nguồn vốn toàn cầu vẫn chảy vào Việt Nam nhờ các yếu tố thúc đẩy tăng trưởng vững chắc và hệ sinh thái kỹ thuật số đang phát triển. Vốn đầu tư vào các dịch vụ kỹ thuật số tăng trưởng mạnh trong đại dịch COVID-19 giữ ở mức cao, như thương mại điện tử, công nghệ tài chính, công nghệ y tế và công nghệ giáo dục.

Việt Nam

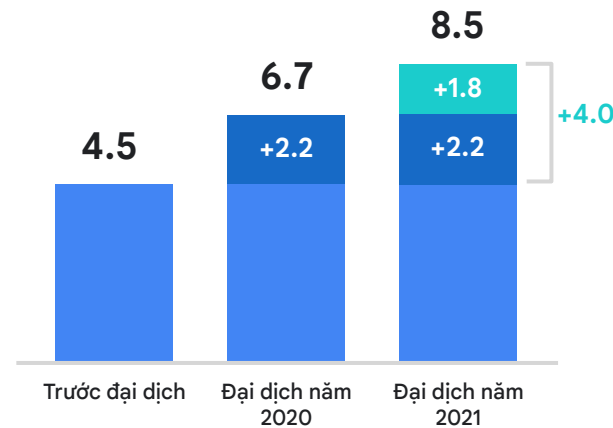
# Tăng trưởng mạnh ở nhóm người tiêu dùng kỹ thuật số (những người dự định tiếp tục dùng các dịch vụ kỹ thuật số)

## Mức độ thâm nhập

- Người dùng trước đại dịch: **60.5%**
- Người dùng mới năm 2020: **7.4%**
- Người dùng mới năm 2021 (H1): **2.9%**
- Người không sử dụng: **29.3%**

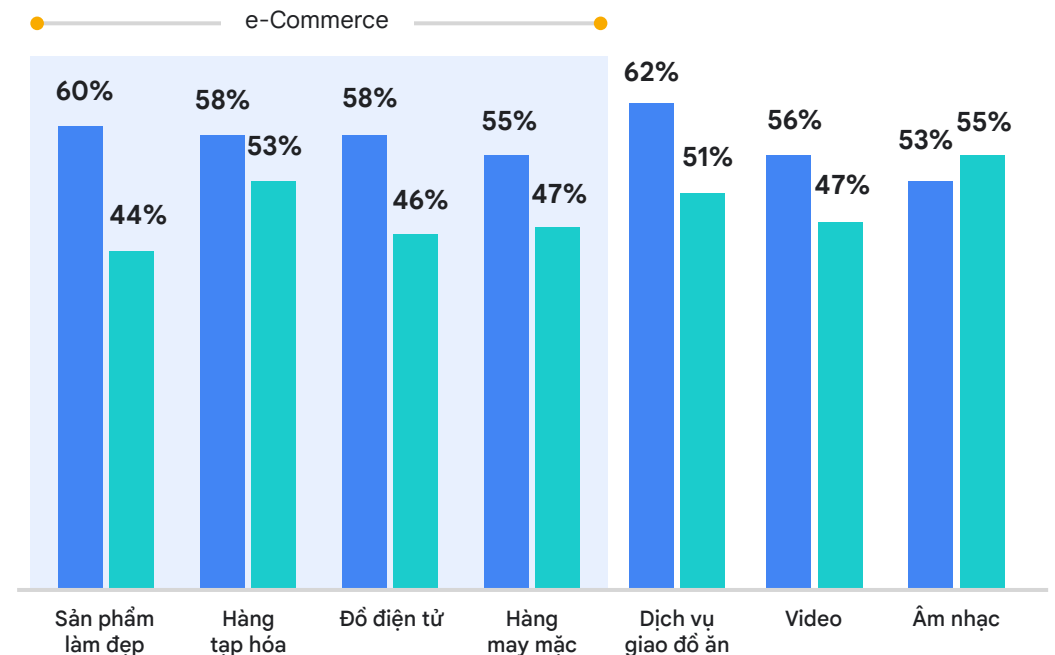


Số lượng dịch vụ kỹ thuật số trung bình mà một người tiêu dùng từ trước đại dịch sử dụng theo thời gian



## Lý do người tiêu dùng tiếp tục sử dụng các dịch vụ kỹ thuật số

- Giúp cuộc sống thoải mái hơn/tiện lợi hơn
- Đã trở thành một phần nếp sống



Nguồn: Google-commissioned Kantar SEA e-Economy Research 2021.

Chú thích: 'Người dùng trước đại dịch' được định nghĩa là người dùng internet đã trả tiền cho một hoặc nhiều dịch vụ trực tuyến qua các kênh kỹ thuật số theo ngành dọc trước tháng 3 năm 2020. 'Người dùng mới năm 2020' là người lần đầu bắt đầu trả tiền cho một hoặc nhiều dịch vụ trực tuyến trên các kênh kỹ thuật số ở bất kỳ ngành dọc nào từ tháng 3 đến tháng 12 năm 2020. 'Người dùng mới năm 2021 (H1)' là người lần đầu bắt đầu thanh toán cho một hoặc nhiều dịch vụ trực tuyến trên các kênh kỹ thuật số từ tháng 1 năm 2021 trở đi.

## Việt Nam

# Các nhà bán hàng kỹ thuật số ngày càng **thông thạo công nghệ** và sẽ **còn hiểu biết nhiều hơn** trong tương lai

### Nền tảng kỹ thuật số

# 30%

nhà bán hàng kỹ thuật số cho rằng họ **có thể đã không vượt qua đại dịch** nếu không có các nền tảng kỹ thuật số

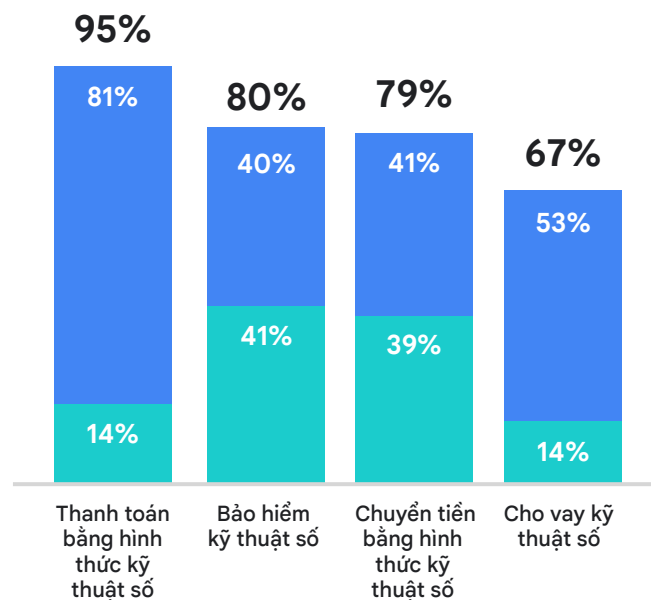
# ~2

số lượng nền tảng kỹ thuật số trung bình được sử dụng để truy cập nhu cầu của người tiêu dùng trên mạng

### Dịch vụ tài chính kỹ thuật số

Xác suất khả năng tăng hoặc duy trì việc sử dụng các dịch vụ tài chính kỹ thuật số trong 1 đến 2 năm tới

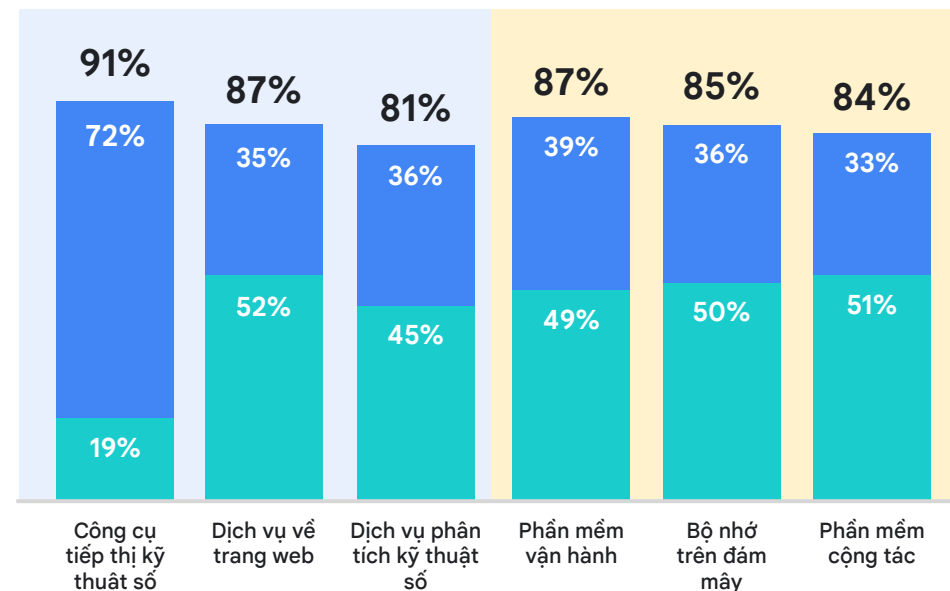
● Có thể sẽ dùng nhiều hơn ● Có thể duy trì mức sử dụng



### Công cụ kỹ thuật số

Xác suất khả năng tăng hoặc duy trì việc sử dụng các công cụ kỹ thuật số trong 5 năm tới

● Có thể sẽ dùng nhiều hơn ● Có thể duy trì mức sử dụng



## Việt Nam

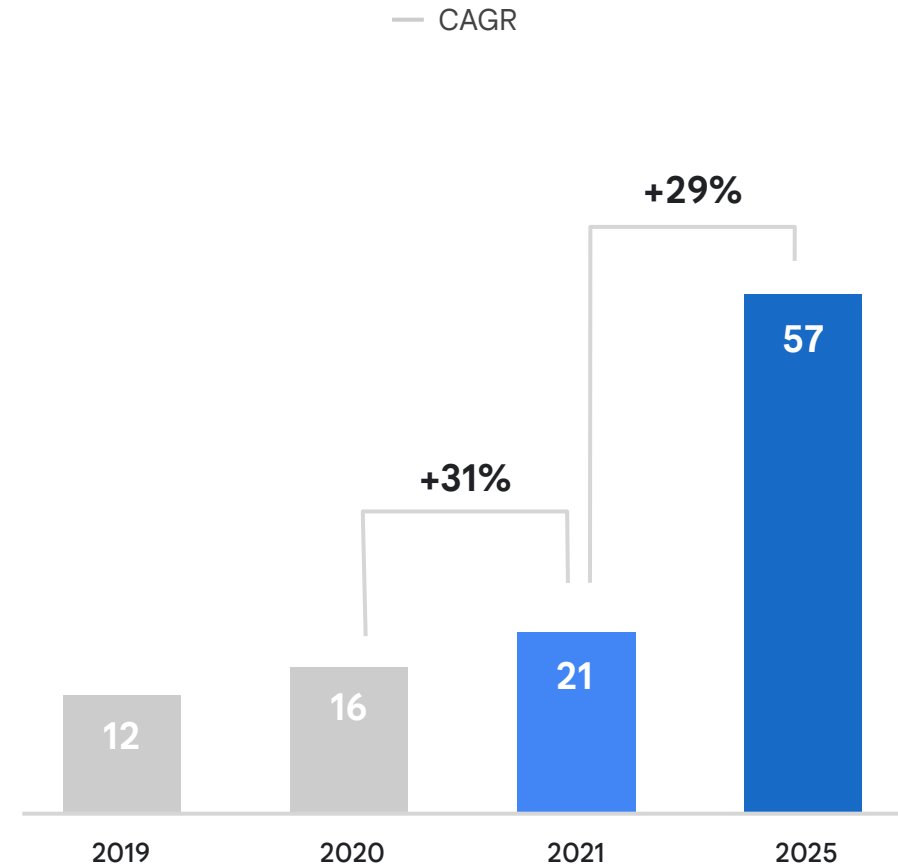


**Nền kinh tế Internet đạt giá trị 21 tỷ đô la Mỹ**, cho thấy cả chính phủ và nền kinh tế đều đang duy trì hoạt động mạnh mẽ

Nguồn: Bain analysis.

Chú thích: CAGR (Compound Annual Growth Rate): Tốc độ tăng trưởng kép hàng năm

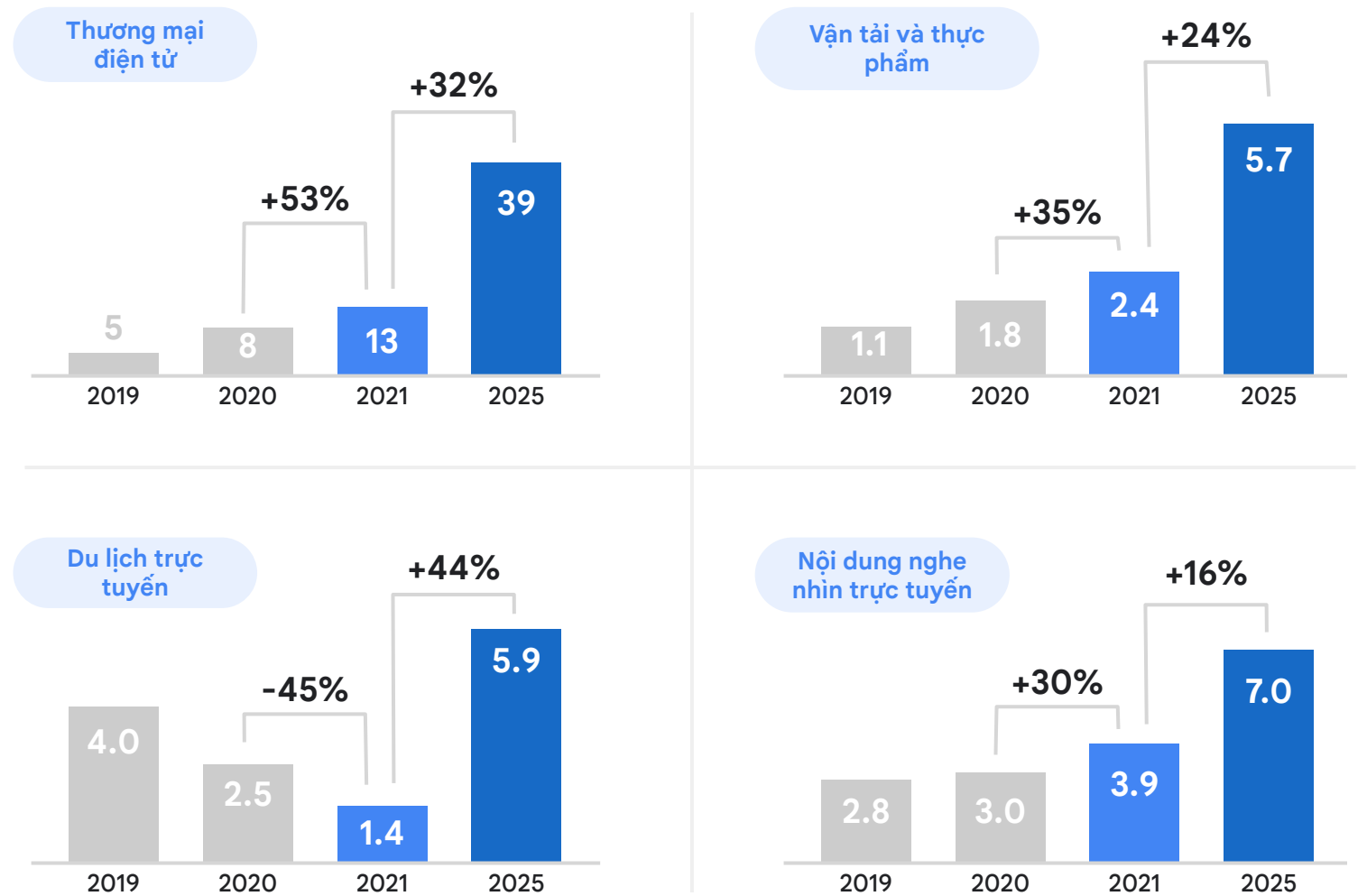
## Nền kinh tế Internet theo GMV (tỷ đô la Mỹ)



## Việt Nam

Ngành du lịch trực tuyến bị thu hẹp đáng kể được bù đắp bởi mức tăng trưởng đột phá trong các lĩnh vực khác

GMV từng ngành (\$B)

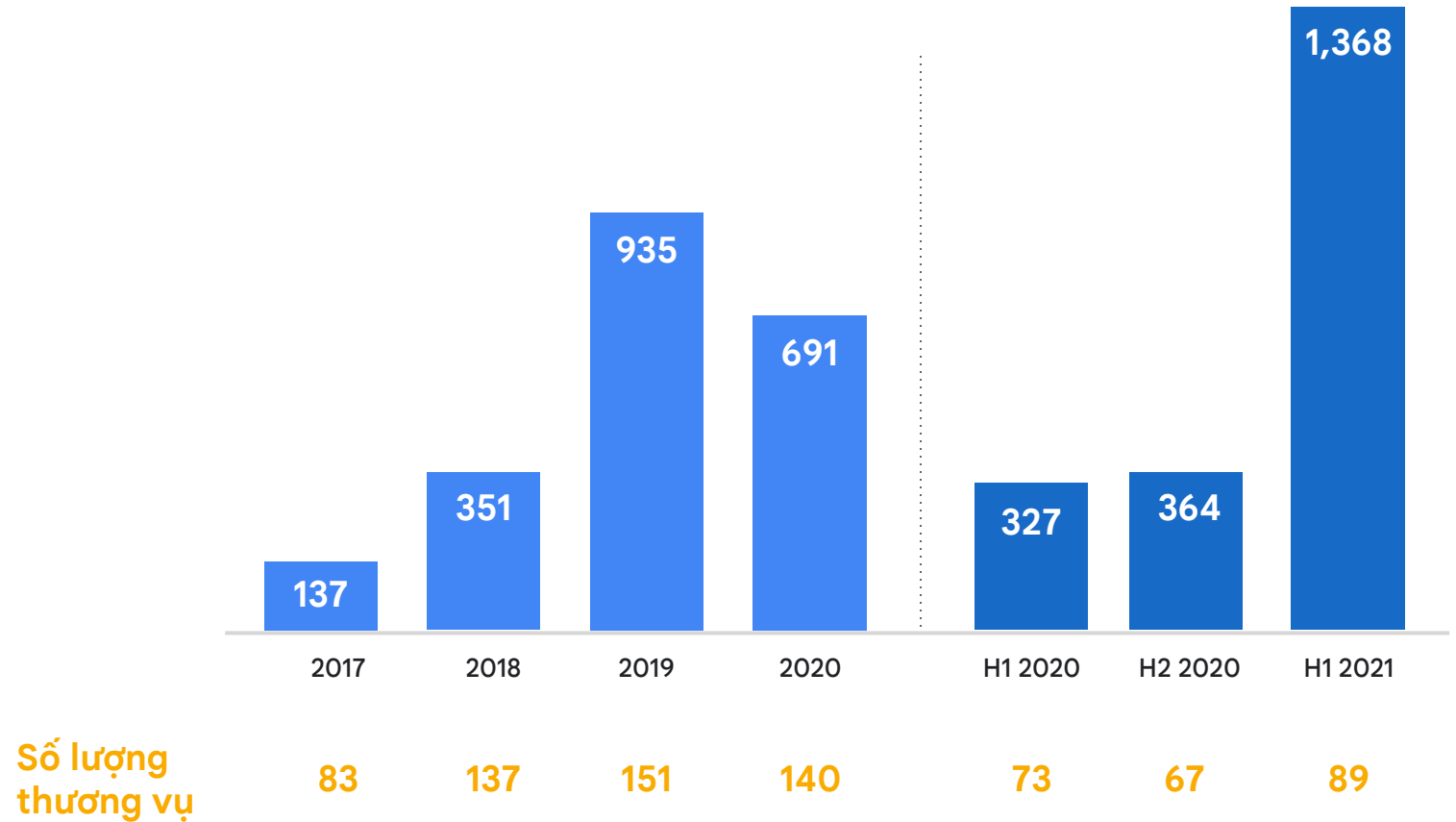




## Việt Nam

Giá trị các thương vụ năm 2021 tăng vọt chủ yếu do nguồn vốn đầu tư trong và ngoài nước và các chương trình khuyến khích của chính phủ

Giá trị thương vụ (triệu đô la Mỹ)



Nguồn: Industry reports; VC partners; Bain analysis.

Chú thích: Các thương vụ M&A bao gồm các khoản đầu tư từ nguồn vốn đầu tư mạo hiểm, quỹ đầu tư tư nhân và các nhà đầu tư chiến lược