



Country spotlight: Vietnam



Country overview

Manufacturing and exports will be key to growth

The weakening of export demand severely moderated growth momentum in H1 2023. While Vietnam will continue playing a significant role as global companies diversify their supply chains, securing public investment to address infrastructure constraints will be key to unlocking growth. Wages and employment will continue to have a cascading impact on the digital economy.

Domestic travel uplifts broader industry

Full recovery in the travel sector is expected this year, driven primarily by sharp growth in domestic travel. The launches of new airlines and an increase in the number of international routes have enabled this uptick, despite the delayed return of Chinese tourists.

Local players propelling growth in digital media

Vietnam's thriving digital media scene is supported by strong local demand and many local players. Gaming, especially mobile gaming, is growing particularly quickly, with some local developers finding international success. Local music-on-demand streaming providers also continue to be prominent, even as piracy poses challenges to subscriptions.

Cashless payments continue to flourish

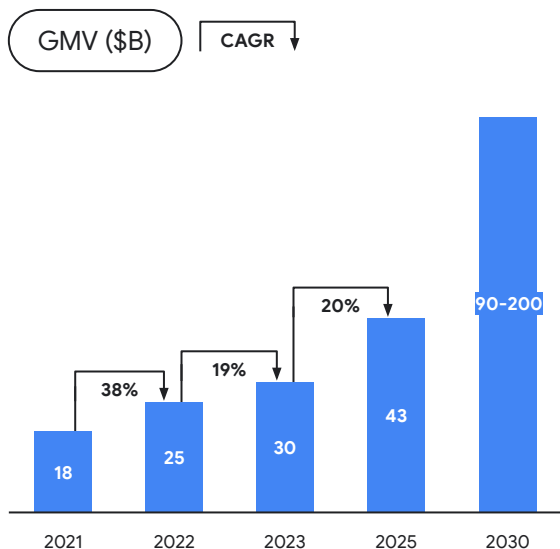
Digital payment continues to grow in Vietnam driven by strong support from the government, investment from commercial banks, and the widespread popularity of QR codes. This trend is expected to accelerate as the state bank promotes cashless payment services in rural and remote areas.



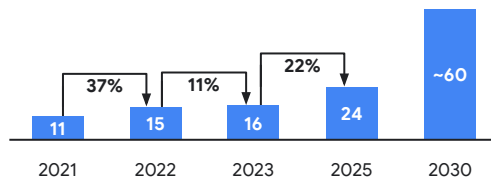


The digital economy is on track to reach ~\$45B by 2025, fueled by strong expectations of economic growth

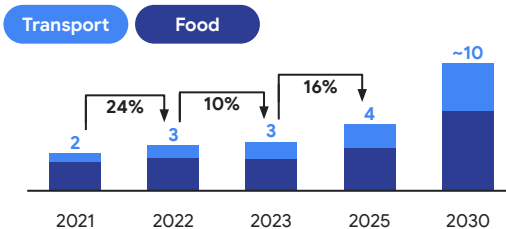
Overall digital economy



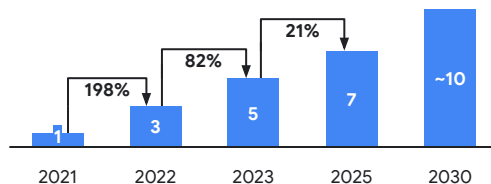
E-commerce



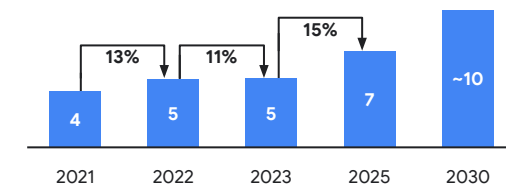
Transport & food



Online travel



Online media



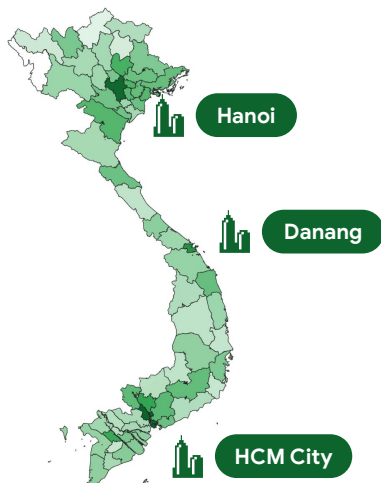


Top 3 metro cities lead in digital participation; gaps widen beyond

E-commerce: Demand¹

2023 indexed search interest per capita

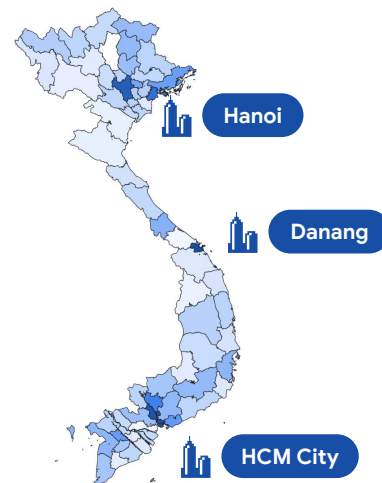
Low retail demand  High retail demand



E-commerce: Supply²

2023, drop-off points per capita

Low drop-off density  High drop-off density

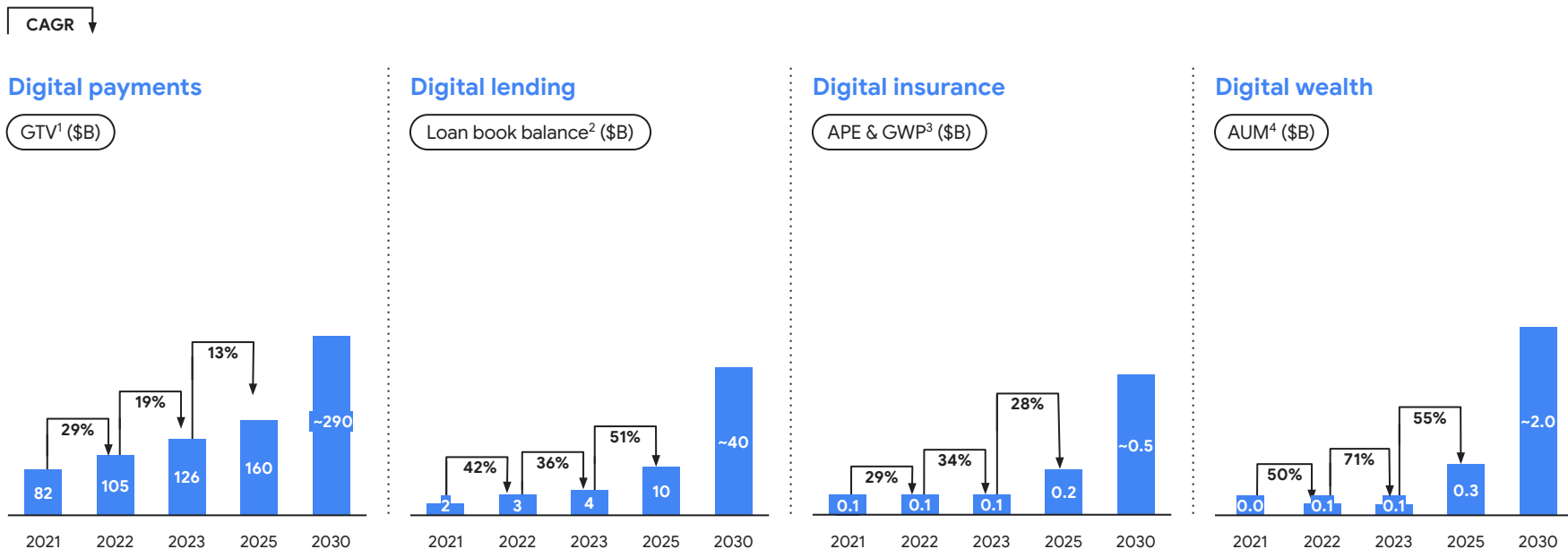


Notes: (1) An indication of how much e-commerce demand there is, calculated based on the e-commerce-related search interest indexed to census population per province, indexed at the country level; (2) An indication of the e-commerce fulfillment coverage, calculated based on the concentration of courier, delivery, freight forwarding, mailing, and shipping services within provinces, indexed at country level. (3) Areas that have not met the minimum supply (search interest) and demand (drop off points) thresholds have not been included in the analysis. Simplified illustrative maps are not representative of administrative borders and territories for which data is not available

Source: Google internal data, VN, Jan-Jul 2022 vs Jan-Jul 2023; Province GDP & Population; Google Maps data, VN, as of Sep 2023; WorldPop & Landsat Population; Bain Analysis



Steep growth in DFS on top of a low base



Notes: (1) Gross transaction value (GTV) for digital payments includes the value of credit, debit, prepaid card, account-to-account (A2A), and e-wallet transactions; (2) Loan book balance for digital lending includes end-of-year balance for consumer loans (excluding credit card and mortgage) and SME loans; (3) APE & GWP for digital insurance includes APE for life insurance and health under life insurance policies and GWP for non-life insurance; (4) Assets under management (AUM) for digital wealth includes end-of-year mutual fund AUM balance. Source: Bain analysis



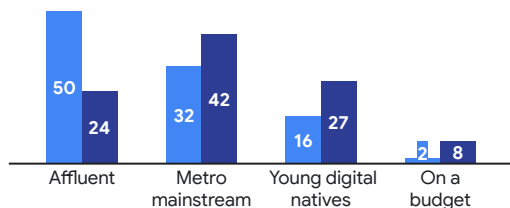
HVUs spend 5.4X vs non-HVUs; most positive change in spending outlook

HVU

Non-HVU

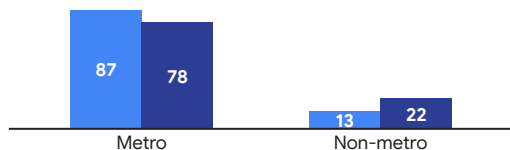
HVU composition¹ by demographic² (%)

Based on total online spend³ per user



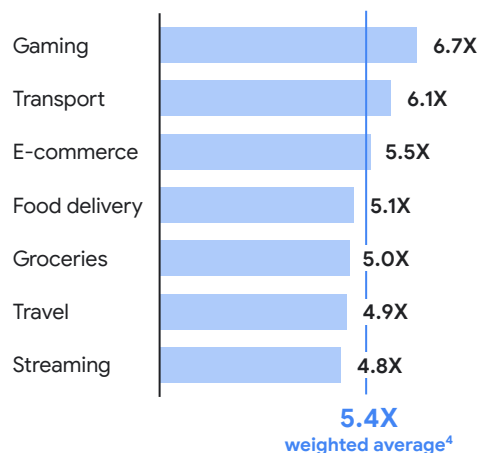
HVU composition¹ by geography (%)

Based on total online spend³ per user



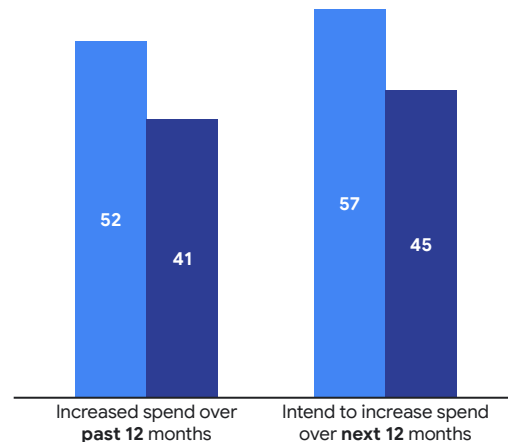
HVU vs non-HVU online spend

Based on average online vertical spend per user



Change in spend (%)

Averaged across verticals³ per user



Notes: HVU = high value users. (1) Average composition across SEA; (2) Affluent = High income; Metro mainstream = Age 30 and above & medium income; Young digital natives = Age 18-29 & medium income; On budget = low income; (3) Excludes digital financial services (DFS). (4) Based on aggregate HVU user spend / aggregate non-HVU user spend, across all 7 categories.

Source: Google-commissioned Kantar e-Conomy SEA consumer survey, ID, MY, PH, SG, TH, VN, 2023, online survey among 18-64 internet users and digital economy spenders, 10/08/2023 - 01/09/2023 (n=1,374 Vietnam) Question S7, S3, A2, A5, A7: "Which of the following best describes your regular monthly household income situation before tax?" "In what region / area do you live?" "Please estimate how much you think you spend online in an average month across the below digital activities." "Comparing this year to the previous year, how has your spend for the following digital behaviours changed?" "Thinking about the upcoming year, how do you think your spend for the following digital behaviours will change?"

Vietnam



Slight rise in private funding in H1 2023, driven by activities in the nascent sector

Private funding value (\$B)

Nascent sectors¹

Travel

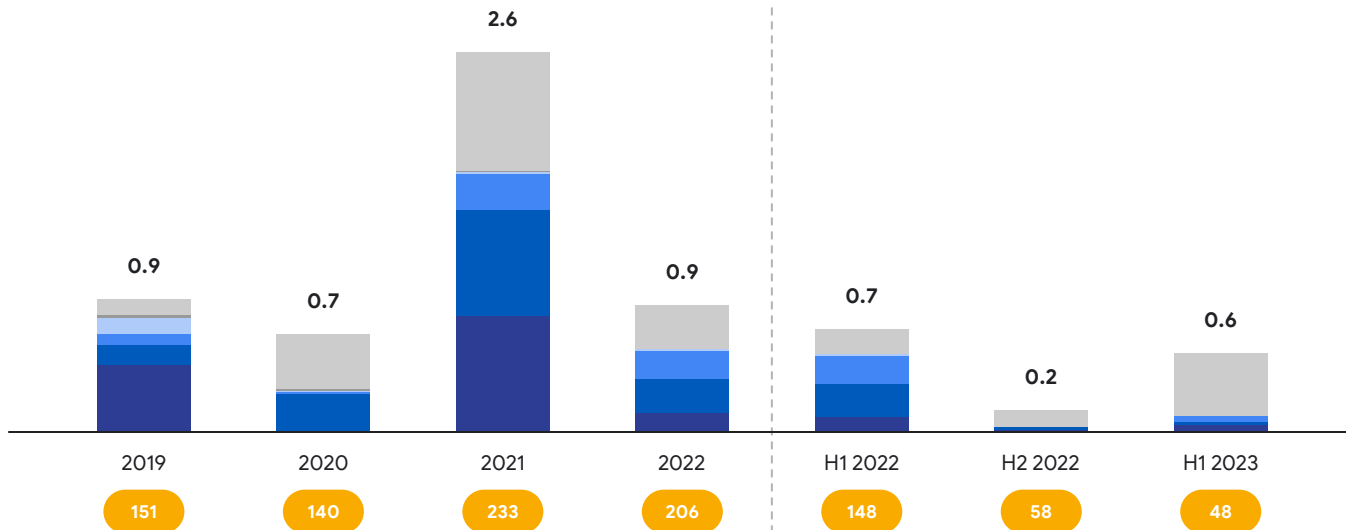
Transport & food

Digital media

E-commerce

DFS

Deal count



Note: (1) Nascent sectors include categories that are still relatively nascent in SEA such as enterprise, healthtech, edtech, deeptech/AI, Web3/crypto, property, automotive, etc.

Source: Bain analysis



Góc nhìn quốc gia: Việt Nam





Tổng quan về quốc gia

Sản xuất và xuất khẩu sẽ là chìa khoá cho sự tăng trưởng

Sự sụt giảm trong nhu cầu xuất khẩu đã làm chậm đáng kể đà tăng trưởng trong nửa đầu năm 2023. Việt Nam sẽ tiếp tục là điểm đến hấp dẫn của các công ty toàn cầu muốn đa dạng hoá chuỗi cung ứng. Tuy nhiên, để khai thác tối đa lợi thế này, Việt Nam cần đảm bảo đầu tư công để giải quyết các hạn chế về cơ sở hạ tầng. Đây sẽ là chìa khoá để thúc đẩy tăng trưởng từ sản xuất và xuất khẩu.

Du lịch nội địa giúp các ngành kinh tế khác phát triển

Ngành du lịch được dự kiến sẽ hoàn toàn hồi phục trong năm nay, chủ yếu nhờ sự tăng trưởng mạnh mẽ của du lịch nội địa. Mặc dù khách du lịch Trung Quốc vẫn chưa quay trở lại, nhưng sự ra mắt của các hãng hàng không mới và sự gia tăng số lượng đường bay quốc tế đã góp phần thúc đẩy ngành du lịch Việt Nam.

Doanh nghiệp nội địa thúc đẩy tăng trưởng truyền thông kỹ thuật số

Thị trường truyền thông kỹ thuật số của Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ nhờ nhu cầu nội địa lớn của các doanh nghiệp trong nước. Gaming, đặc biệt là game mobile, đang phát triển đặc biệt nhanh chóng, với một số các nhà phát triển game nội địa đã đạt được thành công trên trường quốc tế. Các nhà cung cấp dịch vụ nghe nhạc trực tuyến theo yêu cầu cũng tiếp tục giữ vai trò nổi bật, ngay cả khi nạn vi phạm bản quyền gây khó khăn cho mô hình đăng ký.

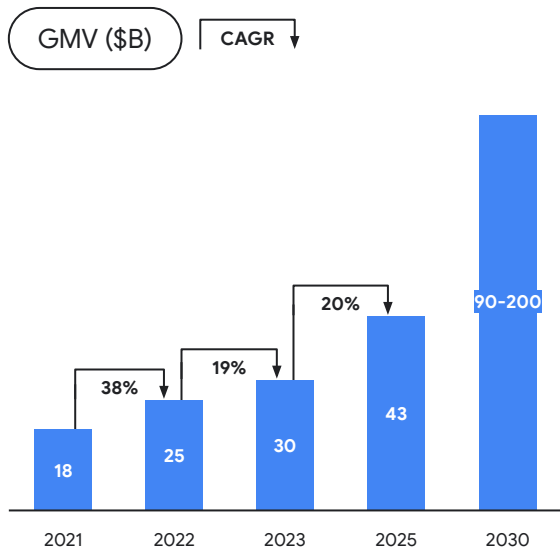
Thanh toán không dùng tiền mặt tiếp tục nở rộ

Thanh toán kỹ thuật số tại Việt Nam tiếp tục tăng trưởng, nhờ sự hỗ trợ mạnh mẽ của chính phủ, hoạt động đầu tư của các ngân hàng thương mại và sự phổ biến ngày càng tăng của mã QR. Xu hướng này được dự báo sẽ tăng tốc khi Ngân hàng Nhà nước khuyến khích các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt ở các vùng nông thôn và vùng sâu vùng xa.

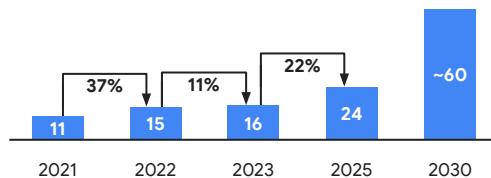


Nền kinh tế kỹ thuật số đang trên đà đạt ~45 tỷ USD vào năm 2025, nhờ kỳ vọng tăng trưởng kinh tế mạnh mẽ

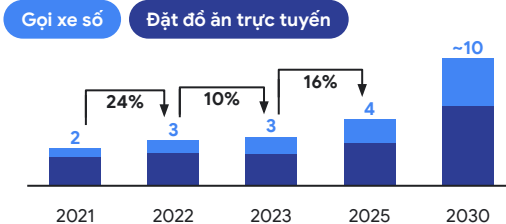
Tổng thể nền kinh tế kỹ thuật số



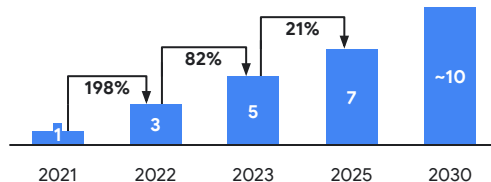
Thương mại điện tử



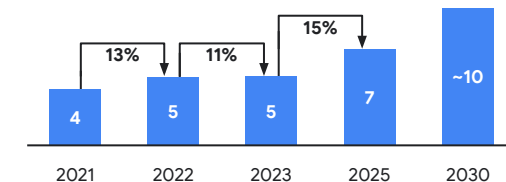
Gọi xe số và đặt đồ ăn trực tuyến



Du lịch trực tuyến



Truyền thông trực tuyến





3 thành phố đô thị lớn có sự tham gia kỹ thuật số cao nhất, khoảng cách tăng dần ở những khu vực bên ngoài

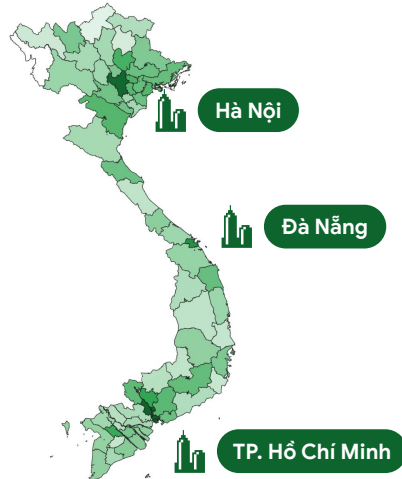
Thương mại điện tử: Cầu¹

Nhu cầu bán lẻ
thấp



Nhu cầu bán lẻ
cao

(2023, lượng tìm kiếm được lập chỉ mục trên đầu người)



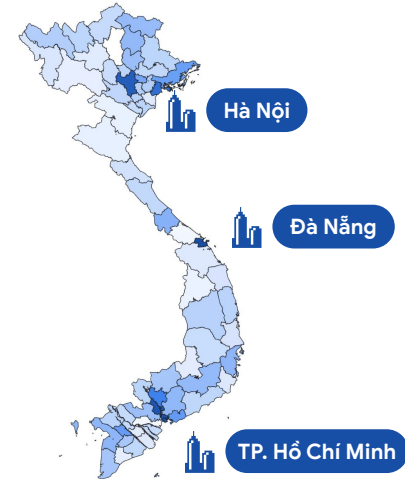
Thương mại điện tử: Cung²

Mật độ giao
hàng thấp



Mật độ giao
hàng cao

(2023, điểm giao hàng trên đầu người)



Lưu ý: (1) Cho biết nhu cầu thương mại điện tử là bao nhiêu và được tính toán dựa trên lượng tìm kiếm liên quan đến thương mại điện tử được lập chỉ mục theo dân số điều tra dân số ở mỗi tỉnh, được lập chỉ mục ở cấp quốc gia; (2) Cho biết phạm vi thực hiện đơn hàng thương mại điện tử và được tính toán dựa trên mức độ tập trung của các dịch vụ chuyển phát nhanh, giao hàng, giao nhận hàng hóa, gửi thư và vận chuyển trong các tỉnh, được lập chỉ mục ở cấp quốc gia. (3) Phân tích trên không bao gồm các khu vực không đạt mức cung (số lượng tìm kiếm) và mức cầu (số lượng điểm giao hàng) tối thiểu. Các bản đồ minh họa được giản hóa sẽ không đại diện cho các địa phận, lãnh thổ hay đường biên giới mang tính hành chính khi mà dữ liệu của phân tích không tồn tại hoặc thấp hơn mức yêu cầu tối thiểu.
Nguồn: Dữ liệu nội bộ của Google, dữ liệu của Google Maps; Số liệu phân tích của Bain

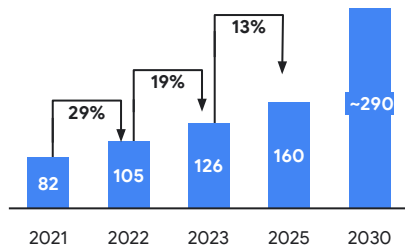


Dịch vụ tài chính kỹ thuật số tăng trưởng nhanh chóng so với mức tăng trưởng ban đầu

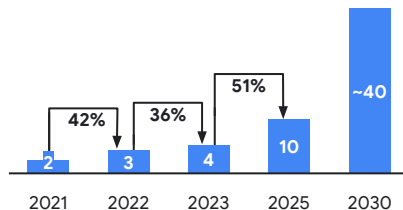
CAGR ↓

Thanh toán kỹ thuật số

GTV (Tỷ USD)

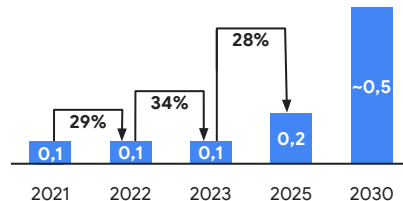


Cho vay kỹ thuật số

Số dư sổ sách cho vay⁽¹⁾ (Tỷ USD)

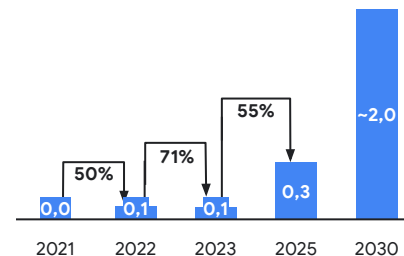
Bảo hiểm kỹ thuật số

APE & GWP (Tỷ USD)



Quản lý tài sản kỹ thuật số

AUM (Tỷ USD)



Lưu ý: GTV = Tổng giá trị giao dịch; APE = Phí bảo hiểm quy năm; GWP = Tổng phí bảo hiểm ký kết; AUM = Tài sản được quản lý. (1) Không bao gồm thẻ tín dụng & thẻ chấp. (2) Doanh thu đề cập đến các số liệu khác nhau tùy thuộc vào lĩnh vực dịch vụ tài chính số. Cho vay: lãi suất thực tế bình quân cộng với phí dịch vụ; Thanh toán: phí của người bán (từ tỷ lệ chiết khấu của người bán); Bảo hiểm: phí bảo hiểm hằng năm tương đương với bảo hiểm nhân thọ và tổng phí bảo hiểm bằng ký kết đối với bảo hiểm phí nhân thọ; Cửa cải: phí quản lý hằng năm và phí nền tảng.

Nguồn: Số liệu phân tích của Bain

Việt Nam

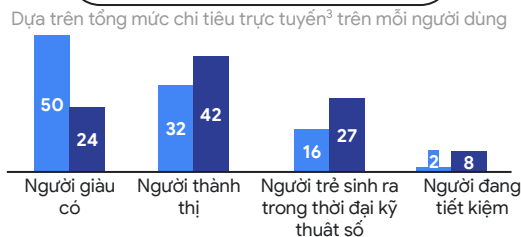


Nhóm người dùng có mức chi tiêu cao chi tiêu nhiều hơn gấp 5,4 lần so với nhóm người dùng có mức chi tiêu thấp hơn; sự thay đổi tích cực nhất trong triển vọng chi tiêu ở Đông Nam Á

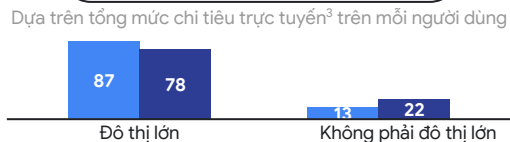
Người dùng mang
lại giá trị cao

Người dùng không mang
lại giá trị cao

Tỷ lệ nhóm người dùng có mức chi tiêu cao¹ theo nhân khẩu học² (%)

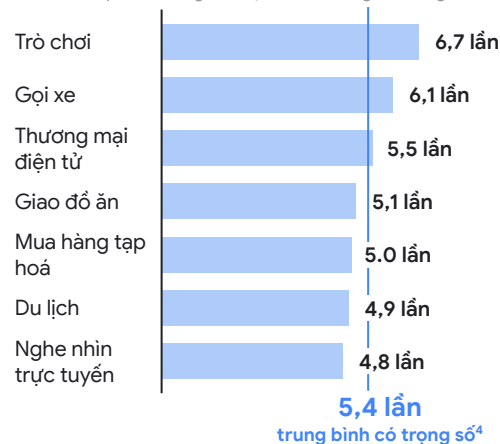


Tỷ lệ nhóm người dùng có mức chi tiêu cao¹ theo khu vực địa lý (%)



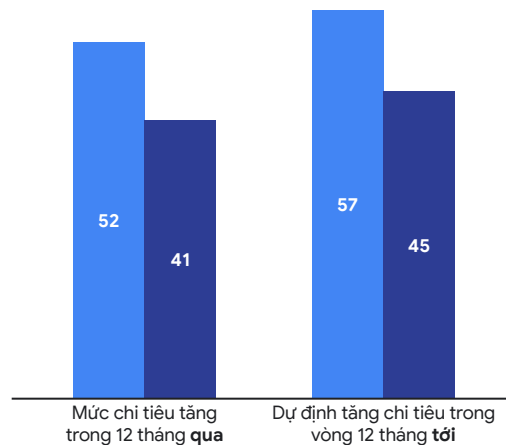
Chi tiêu trực tuyến: Nhóm người dùng có mức chi tiêu cao/Nhóm người dùng có mức chi tiêu thấp hơn

Dựa trên mức chi tiêu trung bình trực tuyến theo ngành dọc trên mỗi người dùng



Mức thay đổi trong chi tiêu (%)

Chia trung bình theo ngành³ theo người dùng⁴



Lưu ý: (1) Tỷ lệ bình quân trên toàn khu vực Đông Nam Á; (2) Người giàu có = Thu nhập cao; Người thành thị = Từ 30 tuổi trở lên và có thu nhập trung bình; Người trẻ sinh ra trong thời đại kỹ thuật số = Tuổi 18 – 29 và có thu nhập trung bình; Người đang tiết kiệm = Thu nhập thấp; (3) Không bao gồm dịch vụ tài chính kỹ thuật số (DFS). (4) Dựa trên mức chi tiêu tổng hợp của nhóm người dùng có mức chi tiêu cao/mức chi tiêu tổng hợp của nhóm người dùng có mức chi tiêu thấp hơn, trên toàn bộ 7 lĩnh vực. Nguồn: Khảo sát người tiêu dùng e-Economy SEA 2023 do Google uỷ quyền cho Kantar thực hiện. Câu hỏi S7, S3, A2, A5, A7: Điều nào sau đây mô tả đúng nhất tình trạng thu nhập bình thường hằng tháng của hộ gia đình bạn trước thuế? Bạn sống ở vùng/khu vực nào? Vui lòng ước tính số tiền bạn nghĩ mình chi tiêu trực tuyến trung bình trong một tháng cho các hoạt động kỹ thuật số bên dưới. So sánh năm nay với năm trước, mức chi tiêu của bạn cho các hoạt động kỹ thuật số sau đây đã thay đổi như thế nào? Nghĩ về năm sắp tới, bạn nghĩ mức chi tiêu của mình cho các hoạt động kỹ thuật số sau đây sẽ thay đổi như thế nào?

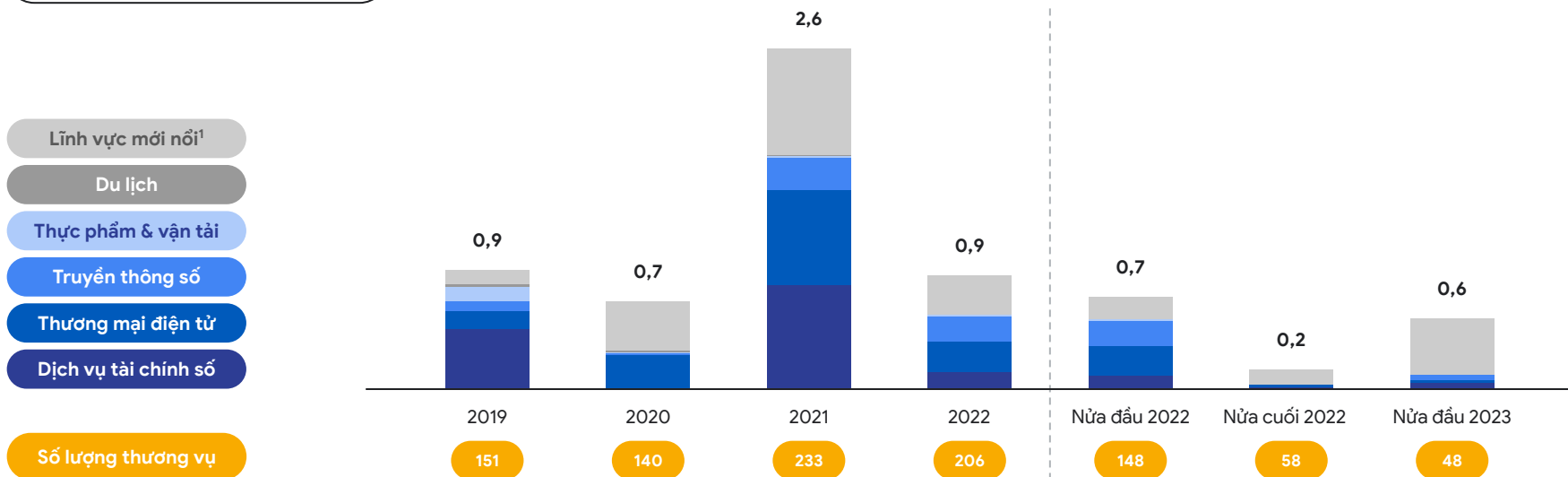
Cơ sở: Người dùng Internet tại Việt Nam, 18 – 64 tuổi, n = 1.374

Việt Nam



Giá trị đầu tư tư nhân tăng vào nửa đầu 2023

Giá trị đầu tư tư nhân (Tỷ USD)



Lưu ý: (1) Lĩnh vực mới nổi là những lĩnh vực còn tương đối non trẻ ở Đông Nam Á như các doanh nghiệp B2B, công nghệ y tế, công nghệ giáo dục, công nghệ cao/AI, Web3/Bitcoin/tiền mã hoá, các nền tảng mua bán bất động sản, ô tô, v.v.

Nguồn: Số liệu phân tích của Bain