

Vietnam





Country overview



Harnessing private sector dynamism for economic resilience

Vietnam's economy has demonstrated strong resilience, largely powered by a dynamic private sector. Primary growth engines are robust export growth, fuelled by significant foreign investment in manufacturing, and a double-digit expansion in domestic retail sales. The State Bank of Vietnam has delivered crucial support in the form of a flexible monetary policy that has maintained macroeconomic stability. The effective partnership between private-sector vigour and supportive governance has enabled the country to successfully navigate global economic headwinds.



Tourism generates economic momentum

Vietnam's tourism sector has become a key pillar of the national economy, with robust year-on-year growth continuing from 2024 into 2025. Boosted by favourable visa policies and strategic international promotion, this strong performance reflects both recovering international arrivals, particularly from Asian and European markets, and a resilient domestic travel segment. The sustained revenue growth highlights the sector's vital contribution to Vietnam's overall economic expansion.



Digital transformation accelerates with government support

As part of a national digital transformation agenda, Vietnam has rolled out electronic IDs for all residents and businesses, streamlining access to online public services. Banks have recently completed a comprehensive verification of all digital payment accounts, an initiative that has standardised customer information and significantly curbed fraud. The passage of new laws on digital technology and data provides fresh incentives for tech firms while establishing robust legal frameworks for digital assets, AI, and data usage. Merchant adoption of cashless options and the growth of active ewallet accounts to 30M set off a surge in non-cash and VietQR payments in 2024, towards a target of 80% cashless transactions in ecommerce by 2030. As of this year, QR payments in Vietnam are fully interoperable with those in Thailand and Cambodia, creating new potential for tourism and economic flows between the nations.



Vietnamese developers adapt to a shifting mobile gaming market

As the global gaming market matures, Vietnam's developers are shifting their strategy from maximising downloads to building sustainable revenue. Studios are focusing on increasing monetisation through in-app purchases and creating games designed to drive deepened long-term engagement. Concurrently, many are leveraging their mobile expertise to diversify beyond gaming and pursue new avenues for growth. This strategic pivot is essential for navigating market shifts and ensuring the long-term success of the country's dynamic developer sector.

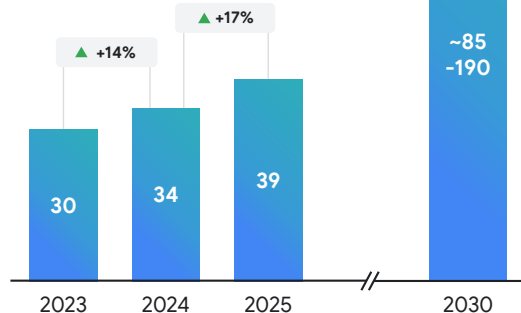




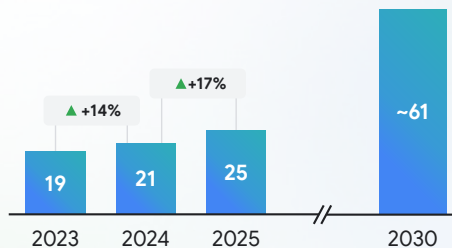
Vietnam's digital economy reaches \$39B in 2025, with strong double-digit growth across all sectors

Overall digital economy

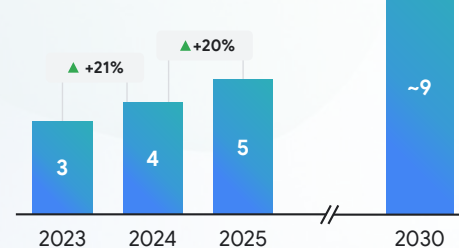
GMV (\$B)



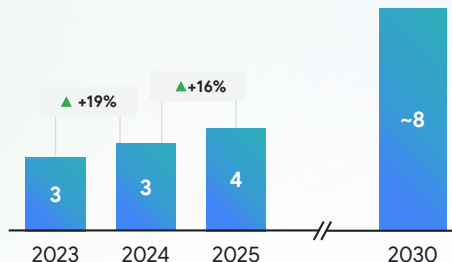
Ecommerce



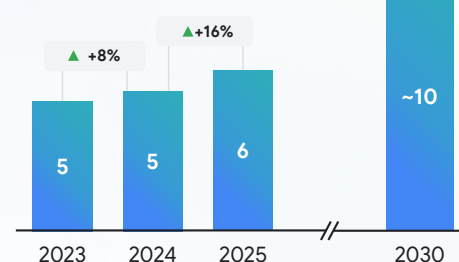
Transport and food



Online travel



Online media

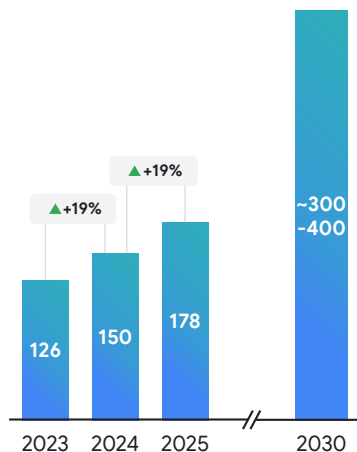


Notes: The previously reported GMV for online travel 2023 has been revised.
Source: Bain analysis

Growth in digital payments remains strong as the government pushes for cashless payments

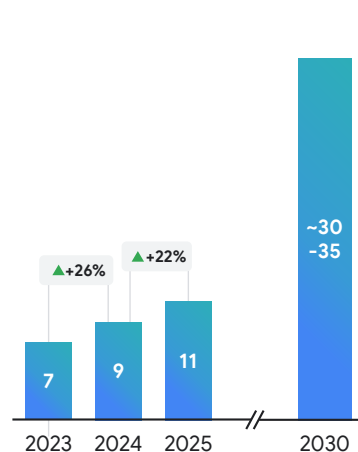
Digital payments

GTV¹ (\$B)



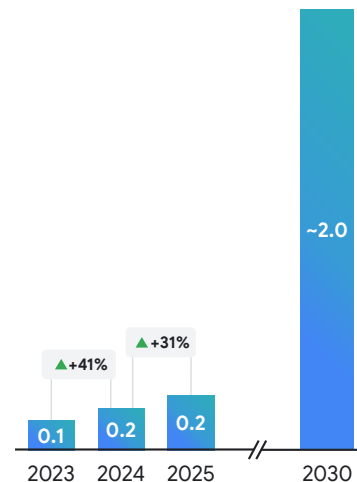
Digital lending

Loan book balance² (\$B)



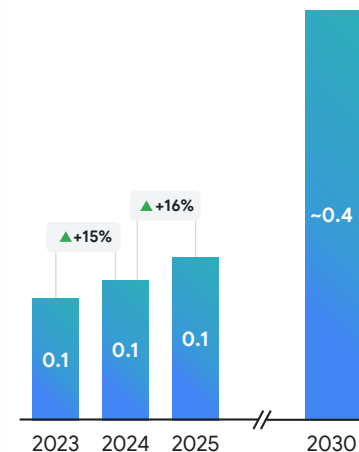
Digital wealth

AUM³ (\$B)



Digital insurance

APE & GWP⁴ (\$B)



Notes: 1) Gross transaction value (GTV) for digital payments includes the value of credit, debit, prepaid card, account-to-account (A2A), and ewallet transactions. 2) Loan book balance for digital lending includes end-of-year balance for consumer loans (excluding credit card and mortgage) and small/medium enterprise (SME) loans. The previously reported number for 2023 has been revised. 3) Assets under management (AUM) for digital wealth includes end-of-year mutual fund AUM balance. 4) Annual premium equivalent (APE) and gross written premium (GWP) for digital insurance includes APE for life insurance and health under life insurance policies and GWP for non-life insurance.

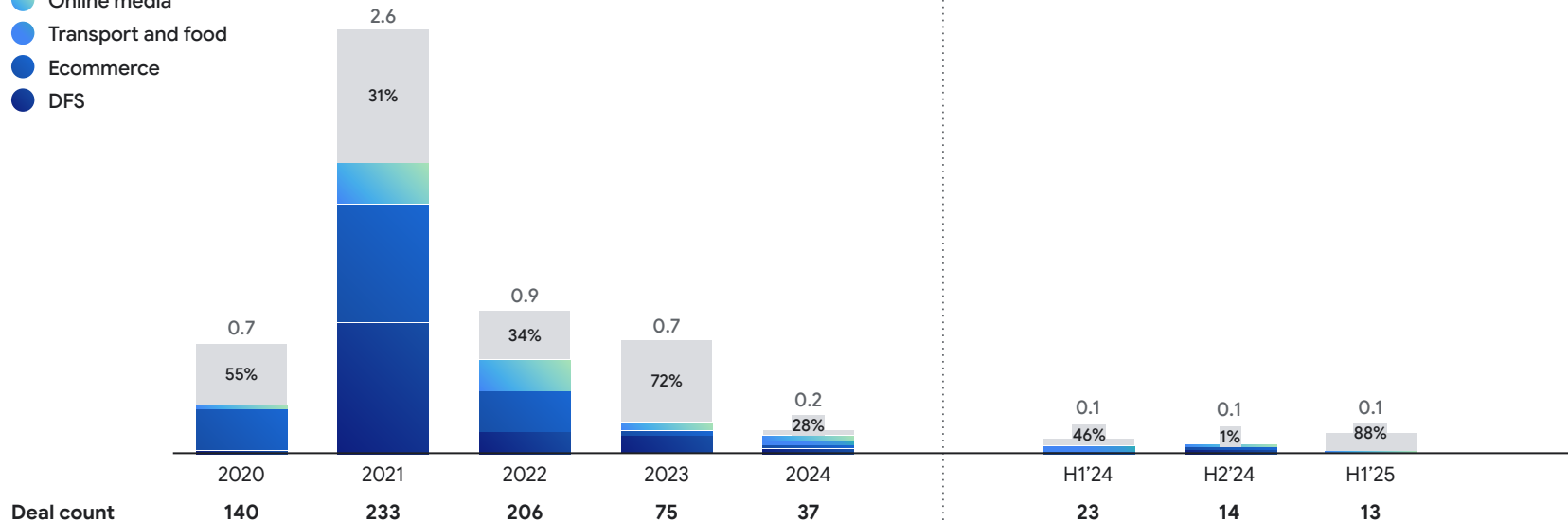
Source: Bain analysis



Private funding continues to decline

Private funding value (\$B)

- Nascent sectors¹
- Travel
- Online media
- Transport and food
- Ecommerce
- DFS



Note: 1) Nascent sectors include new, emerging digital economy sectors such as software and services, sustainability technology, Web3, and others.
Source: Bain analysis



Vietnamese users rank first in SEA for AI engagement and trust, leading in daily interactions and willingness to share data for personalised experiences

AI market momentum



\$123M

of private funding in AI¹
H2 2024 - H1 2025



5%

share of ASEAN-10 AI investments²
H2 2024 - H1 2025



+78%

revenue growth of apps
with marketed AI features
H1 2025 vs H1 2024



83%

of users have learned about
AI via various approaches

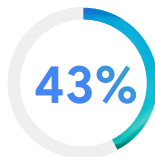
AI user behaviour



say they **interact with AI** tools and features every day



say they have conversations with and ask questions of **AI chatbots**



say they expect AI to **make decisions faster** and with less mental effort

AI adoption dynamics

Top motivations for using or paying for AI features

Saving time on research and comparisons

44%

Availability of 24/7 customer support

35%

Saving money through better deals

30%

Consumer trust

Willingness to share data access with AI agents
(e.g., shopping and viewing history, social connections)

96%

Privacy and data security concerns around agentic AI
(average across ASEAN-10: 50%)

42%

Notes: 1) Private funding includes AI infrastructure, models, platforms, and AI-as-a-core-product and AI-as-a-feature offerings, and excludes data centres.

2) The country's percentage share of total AI funding invested in ASEAN-10 during the time period observed.

Sources: Bain analysis; Sensor Tower 2024-2025; Google/Milieu, The Impact of AI on the Digital Consumer in ASEAN, ASEAN-10, September 2025, n=7,200 consumers



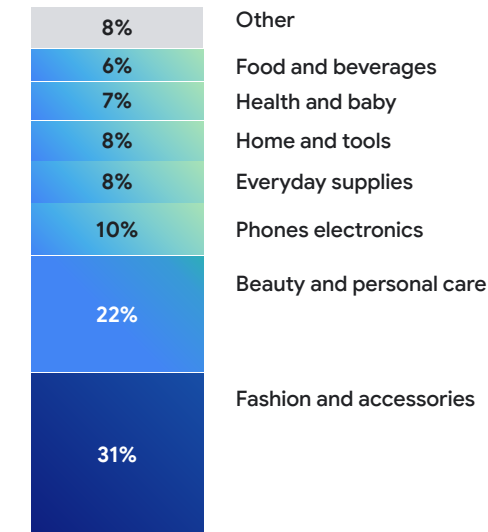


Vietnam's video commerce market has sustainable foundations, as seller and transaction numbers grow in lockstep

Video commerce category breakdown

% of GMV

Category



Sellers

Number of sellers and stores

650K

60% YoY

Top 10 sellers

The top 10 sellers per category drive

20%

of total category transactions

Transactions

Transaction volume

1.3B

60% YoY

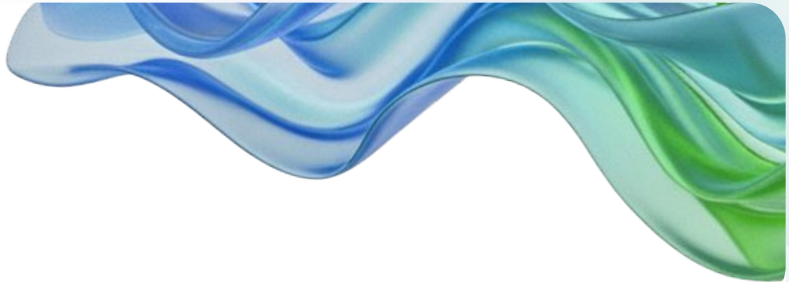
Average order value

SEA
\$5.5 - \$7
per order

Video commerce
AOV in Vietnam

Note: Average order values are indicative of the range for most video and live-selling transactions.

Source: Cube, SEA 2025



Vietnam



Tổng quan



Phát huy tính năng động của khu vực tư nhân để phục hồi nền kinh tế

Nền kinh tế Việt Nam đã chứng tỏ khả năng phục hồi mạnh mẽ, chủ yếu nhờ vào khu vực tư nhân năng động. Động lực tăng trưởng chính đến từ hoạt động xuất khẩu tăng mạnh (nhờ nguồn vốn đầu tư nước ngoài dồi dào rót vào lĩnh vực sản xuất) và doanh số bán lẻ nội địa tăng trưởng ở mức hai con số. Thông qua chính sách tiền tệ linh hoạt, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã phát huy vai trò hỗ trợ đặc lực, góp phần giữ vững sự ổn định kinh tế vĩ mô. Chính mối liên kết chặt chẽ giữa động lực của khu vực tư nhân và đường lối quản lý mang tính hỗ trợ đã giúp quốc gia này vững vàng vượt qua các biến động kinh tế toàn cầu.



Du lịch thúc đẩy đà phát triển kinh tế

Ngành du lịch Việt Nam đã trở thành trụ cột quan trọng của nền kinh tế quốc dân, với mức tăng trưởng mạnh mẽ qua từng năm, tiếp tục duy trì từ năm 2024 sang năm 2025. Nhờ chính sách thị thực thuận lợi cùng chiến lược quảng bá quốc tế, thành tích ấn tượng này phản ánh cả sự phục hồi của lượng khách quốc tế (đặc biệt là từ thị trường Châu Á và Châu Âu) và sự vững vàng của phân khúc du lịch nội địa. Doanh thu đạt mức tăng trưởng bền vững là minh chứng rõ nét cho vai trò then chốt của ngành này trong việc phát triển kinh tế chung của Việt Nam.



Đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số nhờ sự hỗ trợ của chính phủ

Theo lộ trình chuyển đổi số quốc gia, Việt Nam đã triển khai căn cước công dân điện tử cho tất cả người dân và doanh nghiệp để việc sử dụng dịch vụ công trực tuyến trở nên thuận tiện hơn. Các ngân hàng vừa hoàn tất việc xác minh toàn diện đối với mọi tài khoản thanh toán bằng hình thức kỹ thuật số, giúp chuẩn hoá thông tin khách hàng và giảm đáng kể hành vi gian lận. Việc thông qua các luật mới về dữ liệu và công nghệ số vừa tạo động lực mới cho những công ty công nghệ vừa thiết lập các khung pháp lý vững chắc cho hoạt động sử dụng dữ liệu, trí tuệ nhân tạo và tài sản kỹ thuật số. Ngoài ra, việc nhà bán hàng chấp nhận thanh toán không dùng tiền mặt cùng với số lượng tài khoản ví điện tử đang hoạt động đạt mốc 30 triệu đã tạo nên một làn sóng tăng mạnh về thanh toán phi tiền mặt và thanh toán qua VietQR trong năm 2024, hướng tới mục tiêu đạt 80% giao dịch thương mại điện tử là giao dịch phi tiền mặt vào năm 2030. Tính đến năm nay, hoạt động thanh toán bằng mã QR tại Việt Nam đã hoàn toàn tương thích với Thái Lan và Campuchia, mở ra tiềm năng phát triển mới cho du lịch và giao thương kinh tế giữa các quốc gia.



Các nhà phát triển Việt Nam thích nghi với thị trường trò chơi di động đang thay đổi

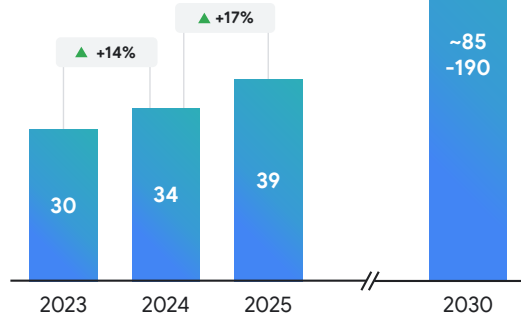
Trong bối cảnh thị trường trò chơi toàn cầu ngày càng trưởng thành, các nhà phát triển của Việt Nam đang chuyển hướng chiến lược, từ chạy đua số lượt tải xuống sang chú trọng xây dựng nguồn doanh thu bền vững. Các studio đang tập trung tăng doanh thu qua giao dịch mua hàng trong ứng dụng và tạo ra các trò chơi nhằm mục đích thúc đẩy tương tác lâu bền hơn. Cùng lúc đó, nhiều công ty đang tận dụng năng lực chuyên môn về thiết bị di động để đa dạng hoá ngoài lĩnh vực trò chơi và theo đuổi những hướng tăng trưởng mới. Bước ngoặt chiến lược này là cần thiết để vượt qua các thay đổi của thị trường và duy trì sự thành công lâu dài cho khối nhà phát triển năng động của đất nước này.



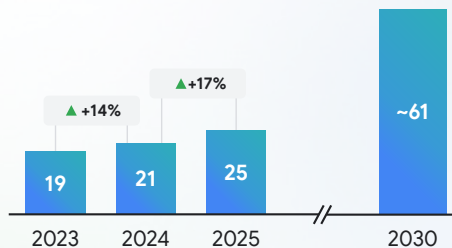
Nền kinh tế số của Việt Nam đạt 39 tỷ USD vào năm 2025, với mức tăng trưởng hai con số mạnh mẽ trên mọi lĩnh vực

Tổng thể nền kinh tế số

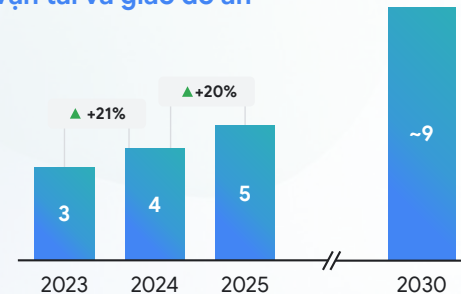
GMV (Tỷ USD)



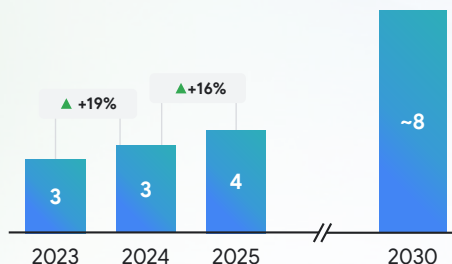
Thương mại điện tử



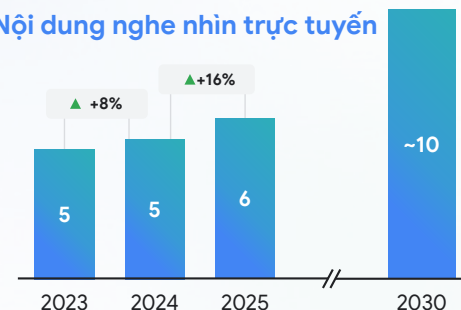
Vận tải và giao đồ ăn



Du lịch trực tuyến



Nội dung nghe nhìn trực tuyến



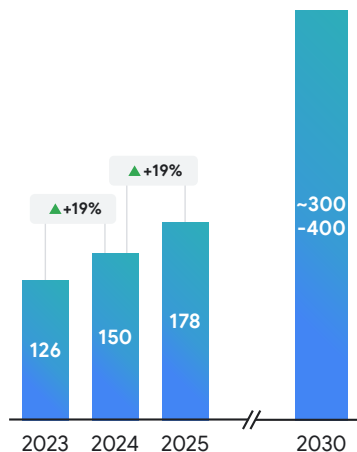
Lưu ý: GMV của ngành du lịch trực tuyến năm 2023 đã được sửa đổi so với giá trị báo cáo lúc trước.

Nguồn: Bài phân tích của Bain

Thanh toán số vẫn giữ đà tăng trưởng mạnh khi chính phủ đẩy mạnh việc thanh toán không dùng tiền mặt

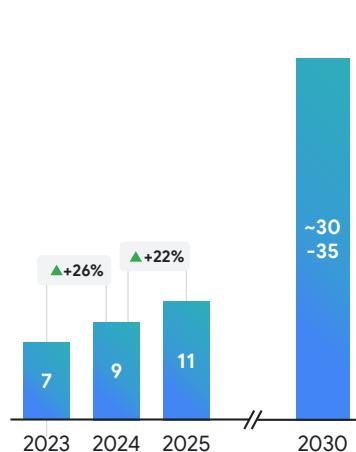
Thanh toán số

GTV1 (Tỷ USD)



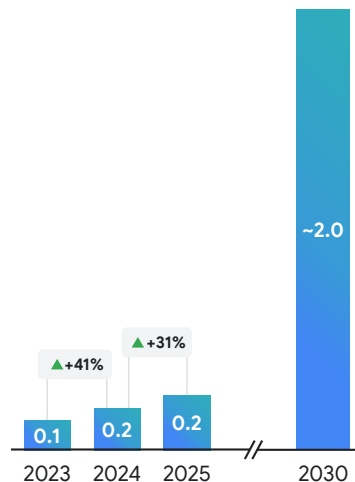
Cho vay số

Số dư dư nợ² (Tỷ USD)



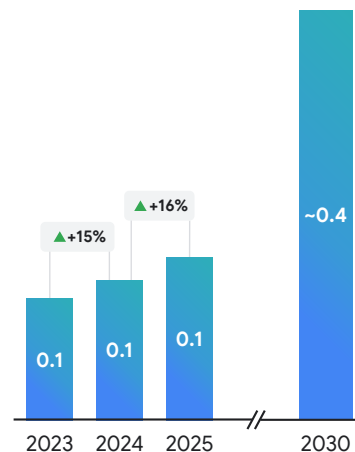
Tài sản số

AUM³ (Tỷ USD)



Bảo hiểm số

APE và GWP⁴ (Tỷ USD)



Lưu ý: 1) Tổng giá trị giao dịch (GTV) khi thanh toán bằng hình thức kỹ thuật số bao gồm giá trị giao dịch qua thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ, thẻ trả trước, chuyển khoản trực tiếp (A2A) và ví điện tử. 2) Số dư dư nợ khi cho vay bằng hình thức kỹ thuật số bao gồm số dư cuối năm đối với các khoản vay tiêu dùng (trừ thẻ tín dụng và thẻ chấp) và các khoản vay của doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME). Số liệu cho năm 2023 đã được sửa đổi so với báo cáo lúc trước. 3) Tài sản được quản lý (AUM) cho tài sản kỹ thuật số bao gồm số dư AUM của quỹ tương hỗ cuối năm. 4) Đối với bảo hiểm kỹ thuật số, phí bảo hiểm tương đương hàng năm (APE) và tổng phí bảo hiểm gốc (GWP) bao gồm cả APE của bảo hiểm nhân thọ và bảo hiểm y tế theo hợp đồng bảo hiểm nhân thọ và GWP của bảo hiểm phi nhân thọ.

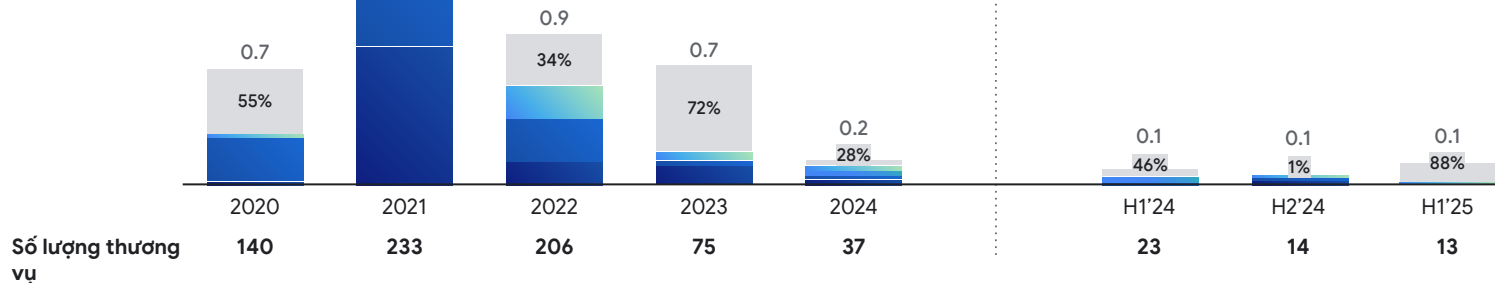
Nguồn: Bài phân tích của Bain



Vốn tư nhân tiếp tục giảm

Giá trị vốn tư nhân (Tỷ USD)

- Các ngành mới nổi¹
- Du lịch
- Nội dung nghe nhìn trực tuyến
- Vận tải và giao đồ ăn
- Thương mại điện tử
- Dịch vụ tài chính kỹ thuật số



Lưu ý: 1) Các ngành kinh tế mới nổi bao gồm những lĩnh vực kỹ thuật số mới, đang phát triển như phần mềm và dịch vụ, công nghệ bền vững,

Web3 cùng các lĩnh vực khác.

Nguồn: Bài phân tích của Bain

Ở khu vực Đông Nam Á, người dùng Việt Nam xếp hạng đầu tiên về mức độ tương tác và tin tưởng vào AI, dẫn đầu về tần suất tương tác hằng ngày và mức độ sẵn lòng chia sẻ dữ liệu với AI để có trải nghiệm phù hợp

Đà phát triển của thị trường AI



123 triệu USD

vốn tư nhân đầu tư vào AI¹

Nửa cuối năm 2024 – Nửa đầu năm 2025



5%

tỷ lệ đầu tư vào AI tại 10 quốc gia thành viên ASEAN²

Nửa cuối năm 2024 – Nửa đầu năm 2025



+78%

mức tăng trưởng doanh thu của những ứng dụng có các tính năng AI được tiếp thị

Nửa đầu năm 2025 vs Nửa đầu năm 2024



83%

số người dùng đã tìm hiểu về AI thông qua nhiều phương pháp

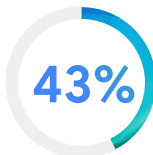
Hành vi của người dùng AI



người dùng nói rằng họ **tương tác với các công cụ và tính năng AI** hằng ngày



người dùng nói rằng họ đã trò chuyện và đặt câu hỏi với **các chatbot AI**



người dùng nói rằng họ muốn AI **đưa ra quyết định nhanh hơn** và **tốn ít công suy nghĩ hơn**

Động lực triển khai AI

Những động lực chính để sử dụng hoặc chi trả cho các tính năng AI

Tiết kiệm thời gian nghiên cứu và so sánh

44%

Hỗ trợ khách hàng 24/7

35%

Tiết kiệm chi phí với các ưu đãi hồi hơn

30%

Niềm tin của người tiêu dùng

Sẵn sàng chia sẻ quyền truy cập dữ liệu với các tác nhân AI

96%

(ví dụ: nhật ký xem và nhật ký mua sắm, mối quan hệ xã hội)

Lo ngại về quyền riêng tư và bảo mật dữ liệu liên quan đến AI tác nhân

42%

(trung bình trên 10 quốc gia thành viên ASEAN: 50%)

Lưu ý: 1) Nguồn vốn tư nhân bao gồm vốn đầu tư vào cơ sở hạ tầng AI, các mô hình, nền tảng, sản phẩm có lõi là AI và dịch vụ có tính năng AI, nhưng không bao gồm trung tâm dữ liệu.

2) Tỷ lệ phần trăm đóng góp của Việt Nam trong tổng số vốn đầu tư vào AI tại 10 quốc gia thành viên ASEAN trong giai đoạn được quan sát.

Nguồn: Phân tích của Bain; Sensor Tower 2024-2025; Google/Milieu, Tác động của AI đối với Người tiêu dùng kỹ thuật số tại ASEAN, 10 quốc gia thành viên ASEAN, tháng 9 năm 2025, n = 7.200 người tiêu dùng

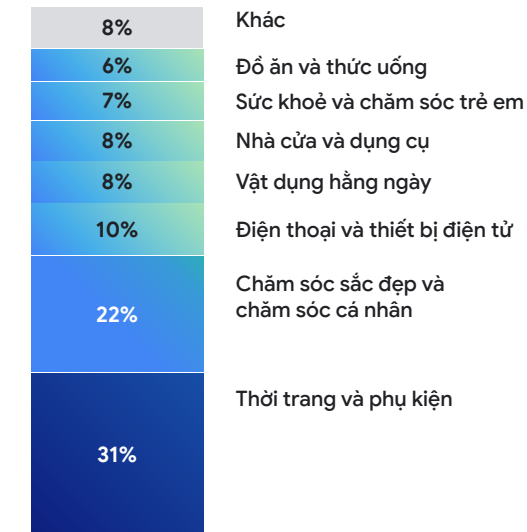


Thị trường bán hàng qua video tại Việt Nam có nền tảng bền vững khi số lượng người bán và số lượng giao dịch tăng trưởng đồng đều

Phân tích danh mục bán hàng qua video

% GMV

Danh mục



Người bán

Số lượng người bán và cửa hàng

650 nghìn

60% so với cùng kỳ năm trước

Top 10 nhà bán hàng hàng đầu

10 nhà bán hàng hàng đầu của mỗi danh mục đóng góp

20%

tổng giao dịch của danh mục đó

Giao dịch

Số lượng giao dịch

1.3 tỷ

60% so với cùng kỳ năm trước

Giá trị trung bình của đơn đặt hàng

Đông Nam Á



5,5 – 7 USD

mỗi đơn đặt hàng

Giá trị trung bình của đơn đặt hàng (AOV) cho thị trường bán hàng qua video ở Việt Nam



e-Conomyth SEA 2025

From Digital Decade to AI Reality:
Accelerating the future in ASEAN