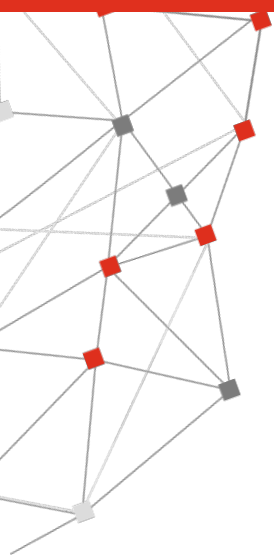




# Đánh giá tác động của đại dịch COVID-19

## Phân tích các tác động tiềm ẩn của COVID-19 đối với kinh tế Việt Nam



Tài liệu này được thực hiện nhằm tìm hiểu các tác động tiềm ẩn của đợt bùng phát đại dịch COVID-19 đối với kinh tế Việt Nam. Nghiên cứu này đi đôi với một mức độ đáng kể các yếu tố không chắc chắn. Cụ thể là, khi xảy ra đại dịch COVID-19, các dự đoán được kiểm tra lại và điều chỉnh lại mỗi tuần kể từ khi bắt đầu xảy ra đợt bùng phát đại dịch. Hơn nữa, nền kinh tế Việt Nam phụ thuộc nhiều vào các nền kinh tế khác. Do vậy, các kịch bản và dự đoán liên quan đến các tác động đối với kinh tế Việt Nam cũng tương quan với các tác động đối với kinh tế của các nước khác sau đợt bùng phát đại dịch COVID-19.

Tài liệu này bao gồm những phần sau:

### Phần I

Triển vọng kinh tế hiện tại của Việt Nam

### Phần II

Triển vọng kinh tế chậm hồi phục sẽ xuất hiện từ các thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam

### Phần III

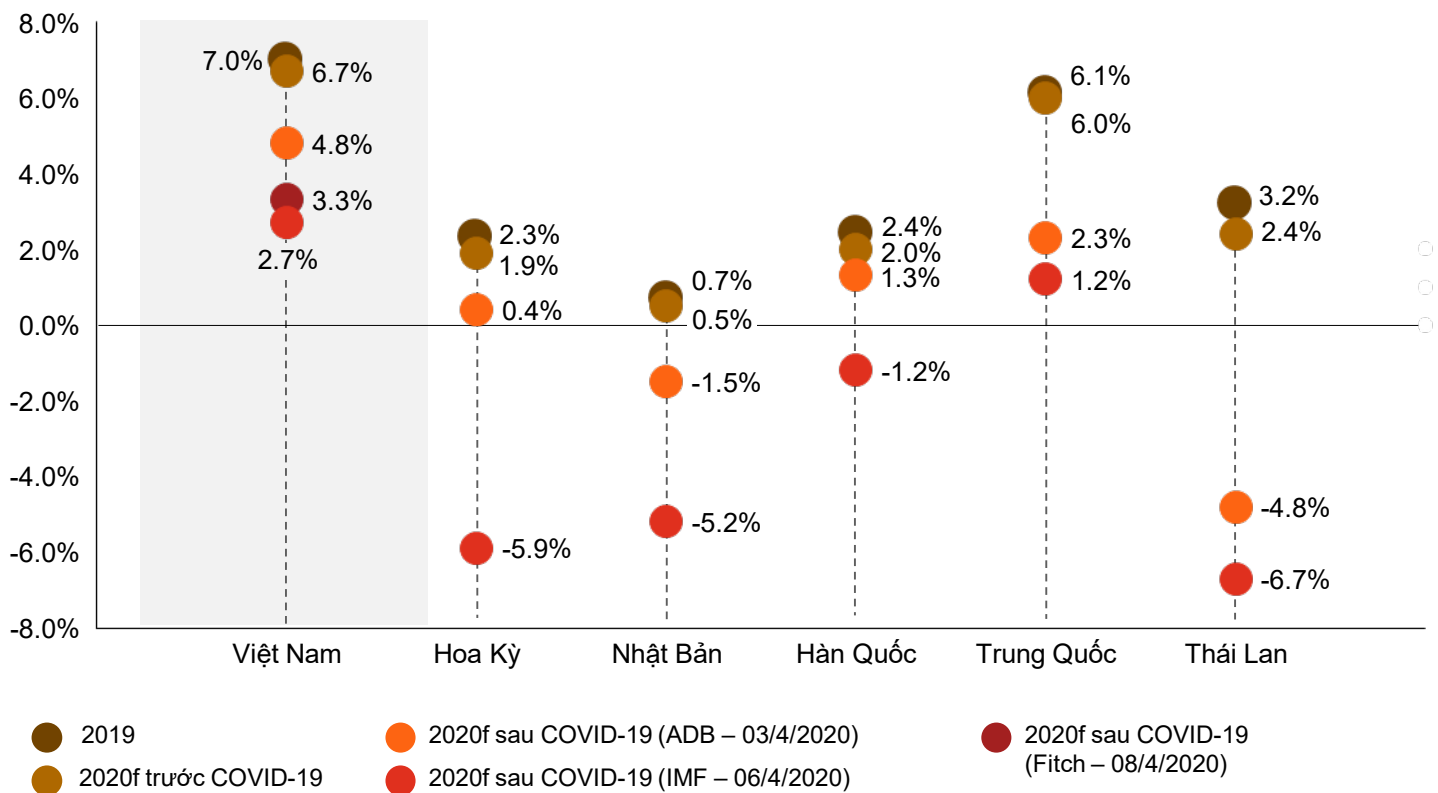
Vài nét tiêu biểu về các ngành được chọn nghiên cứu: Dệt may/ May mặc và Sản xuất hàng điện tử tiêu dùng

# Triển vọng kinh tế hiện tại của Việt Nam

Dựa vào những dự báo đã được điều chỉnh lại trong tháng 4/2020, triển vọng ngắn hạn của kinh tế Việt Nam vẫn là tích cực, và Việt Nam được cho là một trong số ít quốc gia sẽ tiếp tục tăng trưởng trong năm 2020, mặc dù những quốc gia khác trên thế giới được dự báo rơi vào suy thoái. Tuy nhiên, có những dao động đáng kể trong các dự báo hiện tại, nhấn mạnh những yếu tố không chắc chắn đáng kể vẫn có khả năng xảy ra trong tháng 5/2020.

## Sửa đổi dự báo tăng trưởng tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của một số quốc gia do sự bùng phát đại dịch COVID-19

Đơn vị: phần trăm



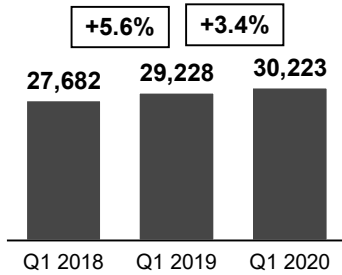
Nguồn: ADB, IMF, FitchRatings, Nghiên cứu và Phân tích của PwC

Cho đến nay, kết quả chính thức do Tổng cục Thống kê Việt Nam công bố cho Quý 1 dường như đã khẳng định sự suy giảm kinh tế do sự bùng phát của COVID-19. Mặc dù du lịch và khách sạn là những ngành bị ảnh hưởng nặng nề nhất, nhưng xuất khẩu của Việt Nam dù sao đã có thể vượt mức Quý 1 2019, tăng nhẹ so với cùng kỳ năm trước.

Các tác động của đợt bùng phát COVID-19 cho đến nay rất đa dạng, theo từng lĩnh vực và theo tỉnh thành. Đặc biệt, miền Trung Việt Nam có vẻ bị ảnh hưởng nghiêm trọng nhất, với việc Đà Nẵng tuyên bố rằng khoản đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) đã giải ngân - đặc biệt là cho ngành du lịch - đã giảm 80% so với con số năm ngoái. Tuy nhiên, nhìn chung, Việt Nam vẫn đạt được mức tăng trưởng GDP +3.4% trong quý 1 năm 2020, so với quý 1 năm 2019.

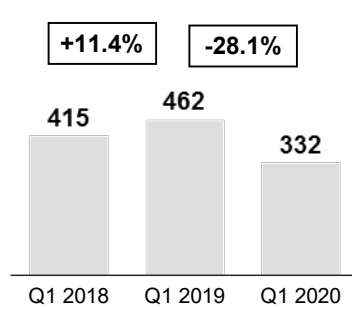
### GDP thực tế (năm cơ sở 2010)

Đơn vị: Triệu đô la Mỹ



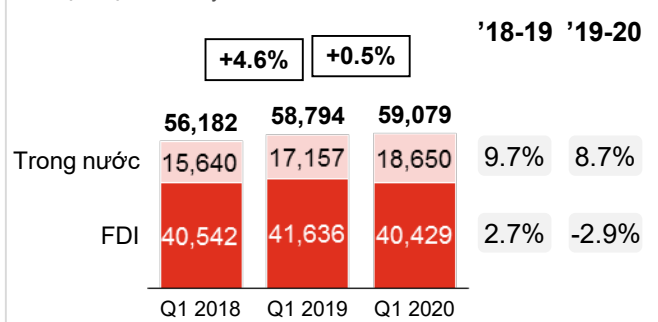
### Chi tiêu cho du lịch

Đơn vị: Triệu đô la Mỹ



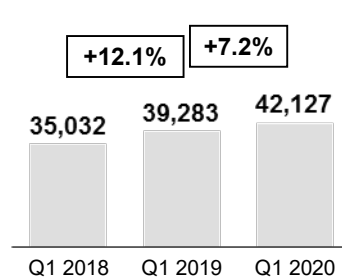
### Giá trị xuất khẩu phân theo loại hình doanh nghiệp

Đơn vị: Triệu đô la Mỹ



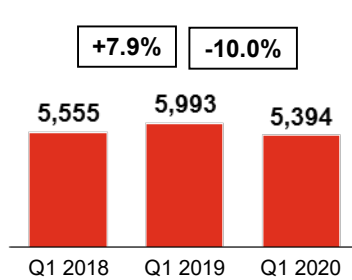
### Tổng giá trị bán lẻ trong nước

Đơn vị: Triệu đô la Mỹ



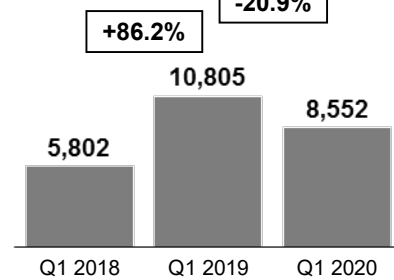
### Lĩnh vực Nhà hàng - Khách sạn và Dịch vụ ăn uống

Đơn vị: Triệu đô la Mỹ



### Vốn đầu tư nước ngoài đăng ký vào Việt Nam

Đơn vị: Triệu đô la Mỹ

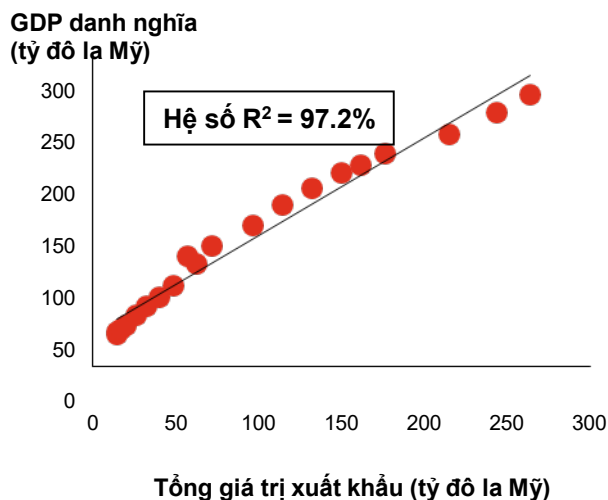


Nguồn: GSO, Nghiên cứu và Phân tích của PwC

Sau khi gia nhập WTO vào tháng 1 năm 2007, một đặc điểm đáng chú ý của nền kinh tế Việt Nam trong thập kỷ qua là mối liên kết lớn mạnh và ngày càng tăng với các nền kinh tế khác, thông qua thương mại và đầu tư. Hai trong số những động lực quan trọng cho sự tăng trưởng và phát triển kinh tế trước đó là: (1) mức độ đầu tư trực tiếp nước ngoài và (2) khả năng xuất khẩu của cả nước. Thật vậy, một lượng lớn đầu tư trực tiếp nước ngoài đã được rót vào các lĩnh vực chủ yếu phục vụ xuất khẩu. Chẳng hạn, lĩnh vực sản xuất, chủ yếu nhắm vào xuất khẩu, chiếm tới 57% tổng số vốn FDI đăng ký năm 2019.

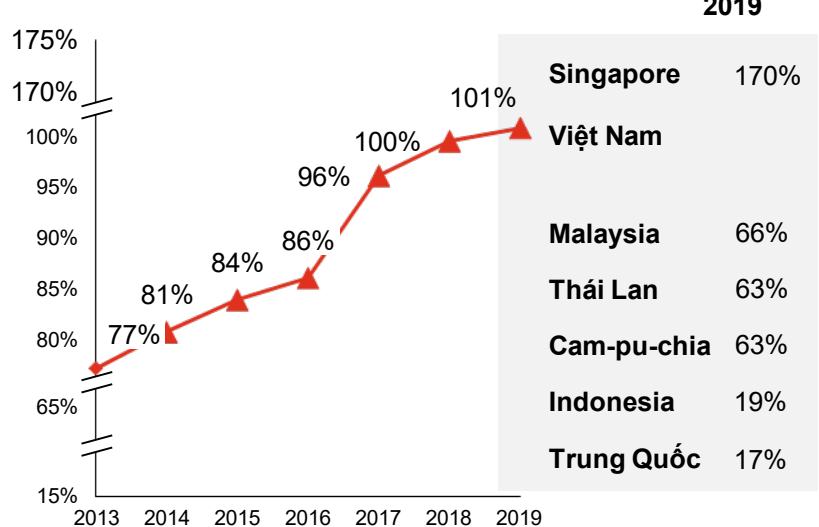
### Mối tương quan giữa tổng sản lượng xuất khẩu và GDP danh nghĩa

Đơn vị: Tỷ USD, 2010-2019



### Giá trị xuất khẩu tính theo % của GDP

%, 2013-2019



Nguồn: Tổng cục Thống kê, Tổng cục Hải quan, Nghiên cứu và Phân tích của PwC

>50%

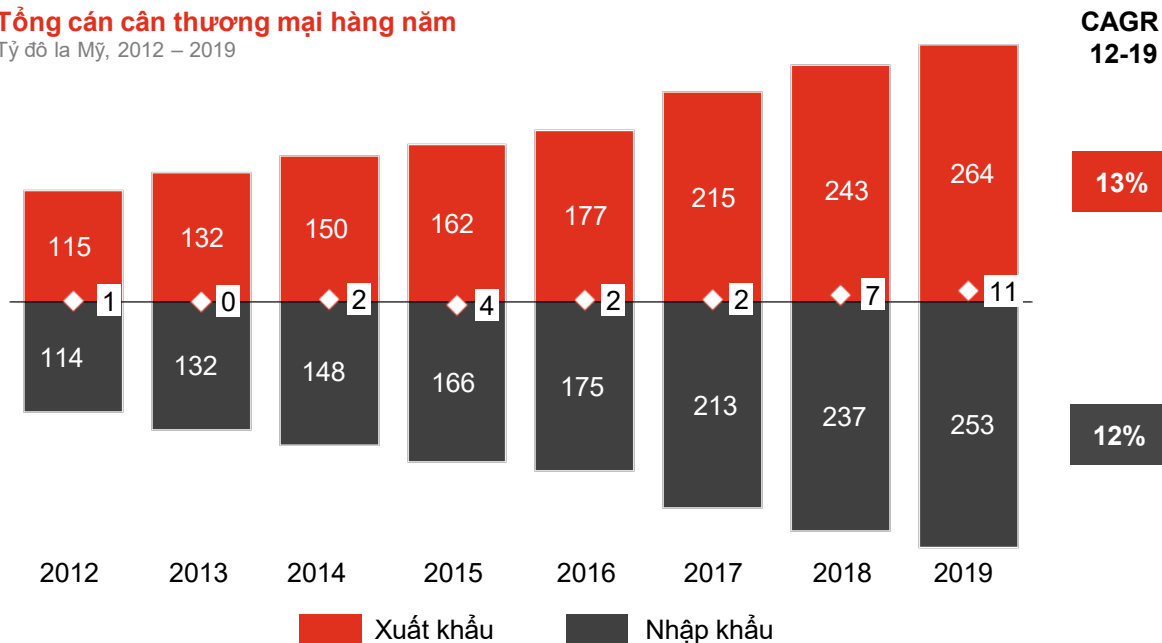
giá trị hàng xuất khẩu Việt Nam sang Hoa Kỳ, Trung Quốc, Liên minh châu Âu và Vương quốc Anh

Hơn 50% giá trị hàng xuất khẩu của Việt Nam nhắm vào các thị trường: Hoa Kỳ (23%), Trung Quốc (16%) và Liên minh châu Âu và Vương quốc Anh (14%). Ngoài ra, Hoa Kỳ và Châu Âu đóng góp hơn 75 tỷ đô la Mỹ trong tổng thặng dư thương mại. Thặng dư thương mại với cả châu Âu và Hoa Kỳ có vai trò quan trọng trong tiến trình phát triển liên tục của Việt Nam.

Đối với Việt Nam, phần lớn thặng dư thương mại với Hoa Kỳ và châu Âu đến từ các ngành hàng như: 1) điện tử tiêu dùng; 2) dệt may và giày dép; và 3) ở mức độ ít hơn, nông nghiệp.

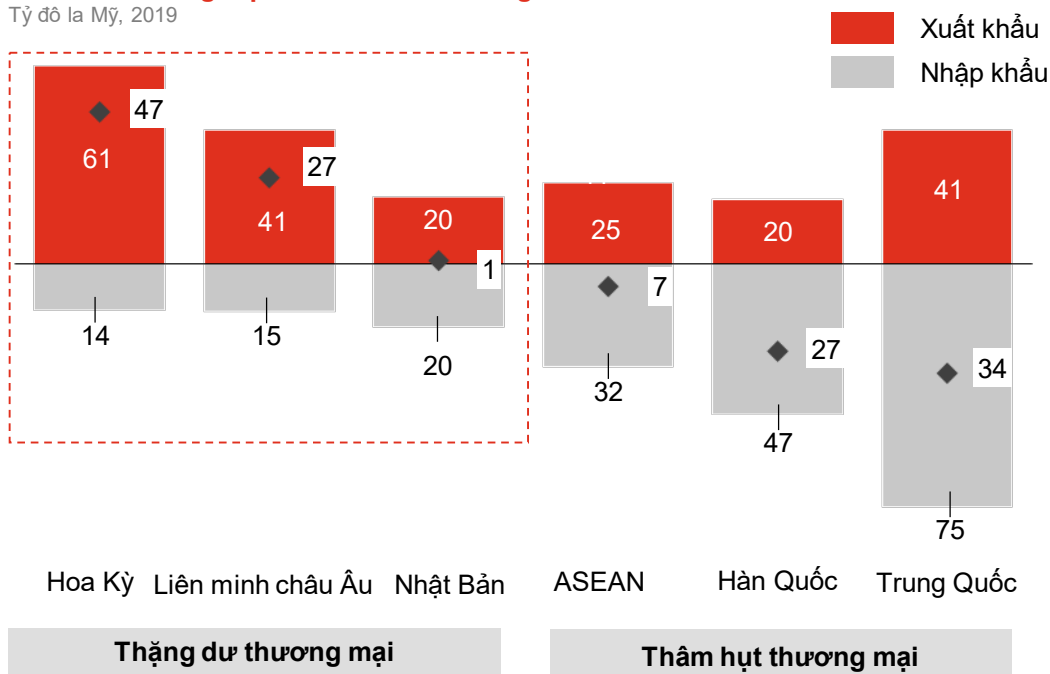
### Tổng cán cân thương mại hàng năm

Tỷ đô la Mỹ, 2012 – 2019



### Cán cân thương mại với các đối tác hàng đầu

Tỷ đô la Mỹ, 2019

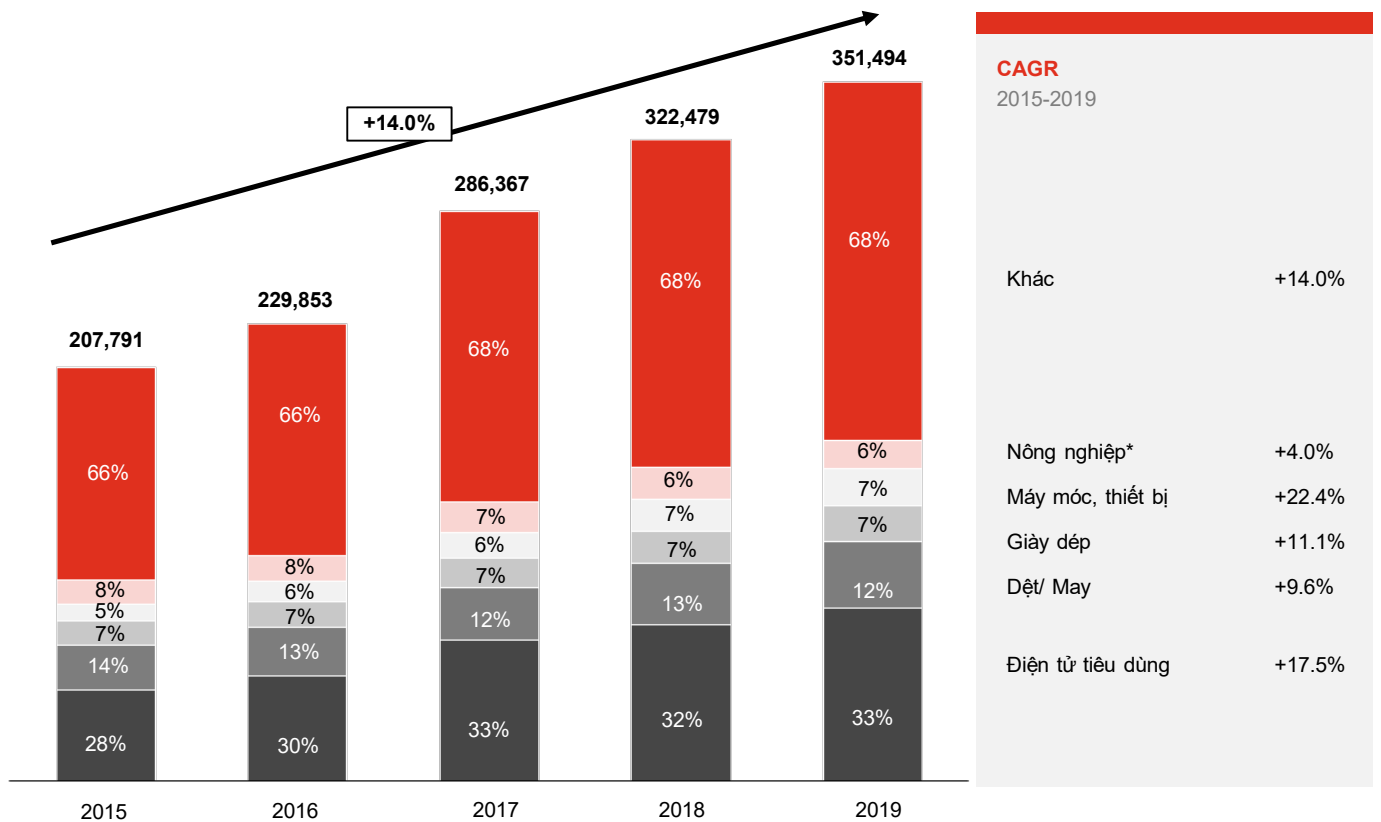
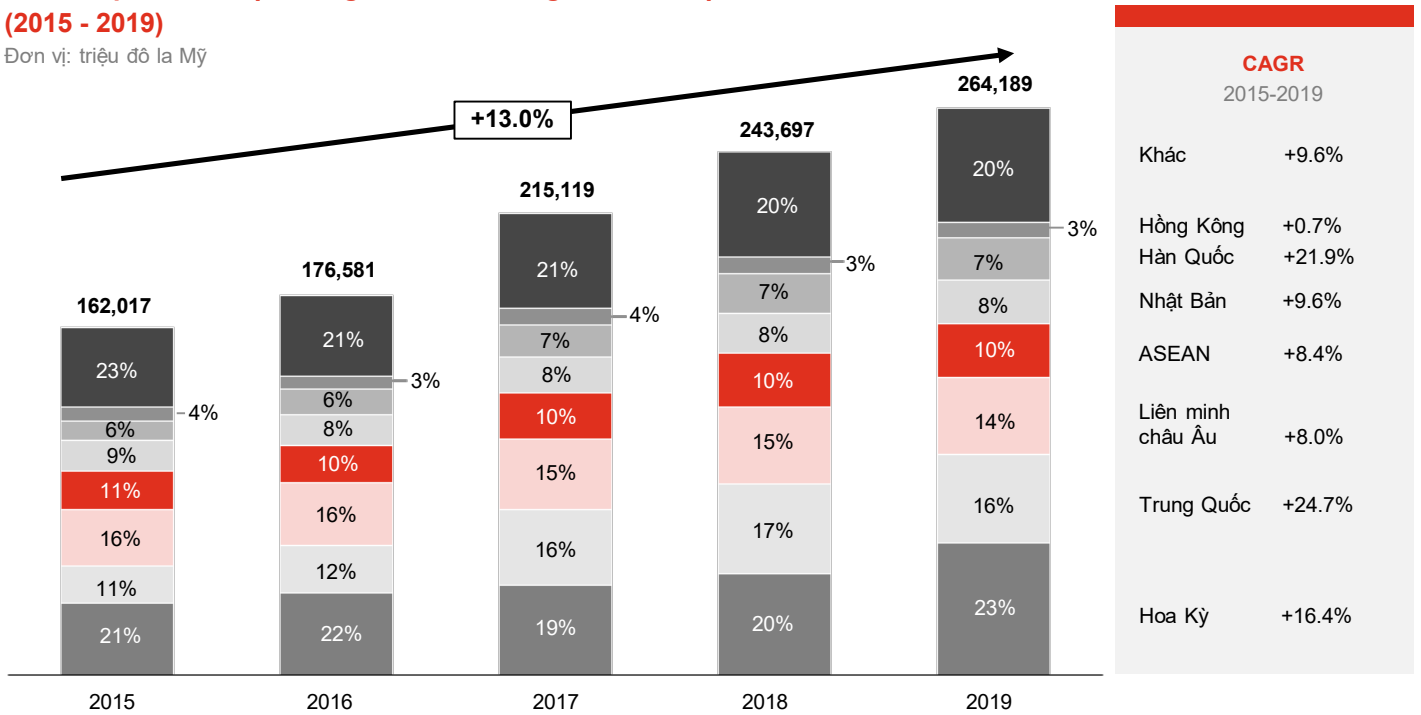


Nguồn: Tổng cục Thống kê, Nghiên cứu và Phân tích của PwC

Năm 2019, ngành hàng điện tử tiêu dùng đã đóng góp lần lượt là 25% và 41% tổng giá trị xuất khẩu sang (1) Hoa Kỳ và (2) Liên minh châu Âu và Anh (xem dưới đây). Dệt May (bao gồm giày dép) đóng góp lần lượt là 35% và 22%.

**Các sản phẩm và thị trường xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam (2015 - 2019)**

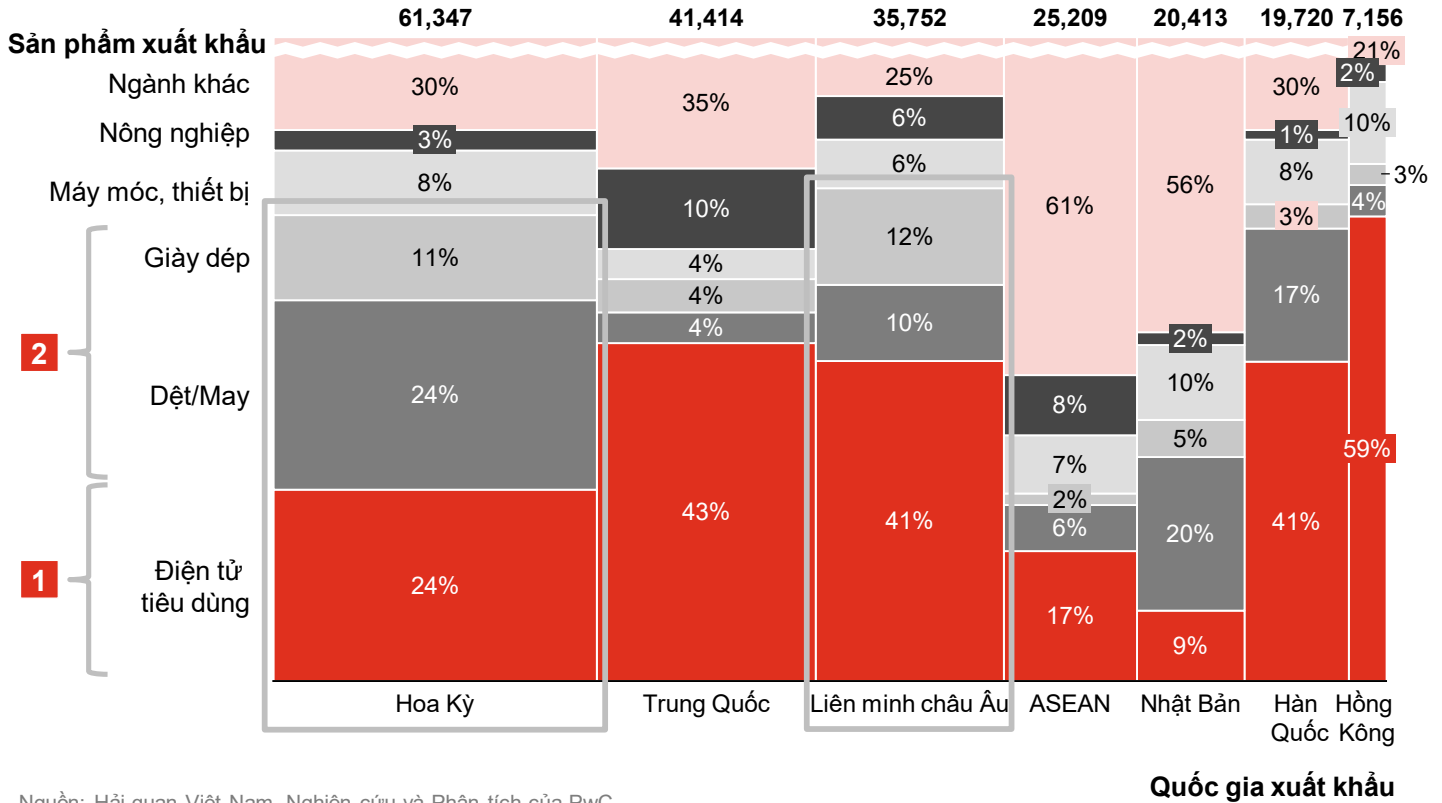
Đơn vị: triệu đô la Mỹ



(\* ) Nông nghiệp bao gồm hạt điều, tiêu, trái cây và rau củ, gạo, cà phê, trà, ngô, lúa mì, và đậu nành

## Giá trị xuất khẩu của Việt Nam theo quốc gia (2019)

Đơn vị: triệu đô la Mỹ



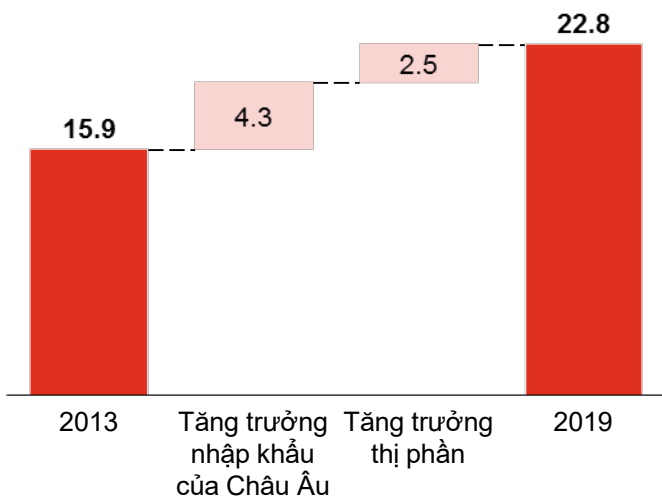
Nguồn: Hải quan Việt Nam, Nghiên cứu và Phân tích của PwC

Chìa khóa giúp Việt Nam tăng trưởng kinh tế liên tục là khả năng đẩy mạnh xuất khẩu bền bỉ, được thúc đẩy bởi: (1) sự tăng trưởng trong tổng giá trị nhập khẩu của châu Âu và Hoa Kỳ; và (2) mức tăng đáng kể trong thị phần ở Châu Âu và Hoa Kỳ trong thập kỷ trước. Tại các thị trường này, đối thủ cạnh tranh chính của Việt Nam là Trung Quốc và ở mức độ thấp hơn là các quốc gia tập trung xuất khẩu mạnh khác ở Đông Nam Á như Thái Lan, Malaysia và Đài Loan.

### Liên minh châu Âu

#### Tăng trưởng giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang EU (điện thoại, điện tử tiêu dùng và dệt may)

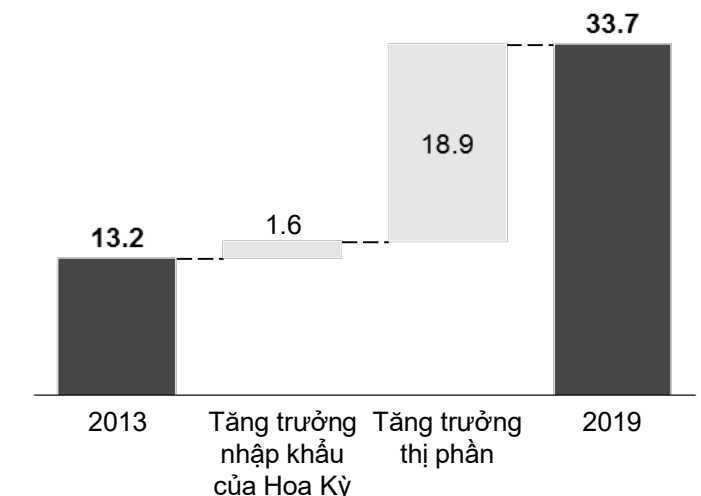
Đơn vị: triệu đô la Mỹ



### Hoa Kỳ

#### Tăng trưởng giá trị xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ (điện thoại, điện tử tiêu dùng và dệt may)

Đơn vị: triệu đô la Mỹ



### Nhập khẩu máy tính và linh kiện của EU theo đối tác (tỷ đô la Mỹ)

2013			2019		
Trung Quốc	35.5	67.4%	Trung Quốc	36.7	67.9%
Hoa Kỳ	2.9	5.5%	Vương quốc Anh	3.3	6.1%
Thái Lan	2.4	4.6%	Hoa Kỳ	3.1	5.7%
Vương quốc Anh	2.4	4.5%	Thái Lan	2.4	4.4%
Việt Nam	2.0	3.9%	Đài Loan	1.7	3.2%
Đài Loan	1.0	1.9%	Việt Nam	1.1	2.1%
Hàn Quốc	0.7	1.3%	Hàn Quốc	1.0	1.9%
<b>Tổng cộng</b>	<b>52.7</b>	<b>100.0%</b>	<b>Tổng cộng</b>	<b>54.0</b>	<b>100.0%</b>

### Nhập khẩu hàng may mặc của EU theo đối tác (tỷ đô la Mỹ)

2013			2019		
Trung Quốc	32.9	37.9%	Trung Quốc	35.8	44.9%
Bangladesh	11.3	13.0%	Bangladesh	20.2	17.1%
Thổ Nhĩ Kỳ	11.1	12.8%	Thổ Nhĩ Kỳ	13.0	16.3%
Ấn Độ	5.2	6.0%	Vương quốc Anh	6.9	8.1%
Vương quốc Anh	4.7	5.4%	Ấn Độ	6.5	5.5%
Tunisia	2.8	3.3%	Pakistan	5.0	6.3%
Morocco	2.7	3.1%	Việt Nam	4.4	5.5%
Việt Nam (xếp hạng 9)	2.2	2.5%			

### Nhập khẩu máy tính và phụ tùng của Hoa Kỳ theo đối tác (tỷ đô la Mỹ)

2013			2019		
Trung Quốc	54.0	65.8%	Trung Quốc	46.1	50.5%
Mexico	13.7	16.7%	Mexico	27.3	29.8%
Thái Lan	4.4	5.4%	Đài Loan	6.1	6.6%
Đài Loan	1.5	1.9%	Thái Lan	4.5	4.9%
Việt Nam	1.2	1.5%	Việt Nam	1.2	1.3%
Malaysia	1.2	1.5%	Đức	0.9	0.9%
Singapore	1.1	1.3%	Malaysia	0.8	0.9%
<b>Tổng cộng</b>	<b>82.0</b>	<b>100.0%</b>	<b>Tổng cộng</b>	<b>91.4</b>	<b>100.0%</b>

### Nhập khẩu hàng may mặc của Hoa Kỳ theo đối tác (tỷ đô la Mỹ)

2013			2019		
Trung Quốc	37.3	39.8%	Trung Quốc	34.3	34.1%
Việt Nam	8.2	8.7%	Việt Nam	13.6	13.5%
Ấn Độ	5.4	5.7%	Ấn Độ	6.7	6.6%
Indonesia	5.0	5.4%	Bangladesh	5.9	5.9%
Bangladesh	5.0	5.4%	Indonesia	4.5	4.4%
Mexico	4.6	4.9%	Mexico	4.3	4.3%
Pakistan	2.8	3.0%	Honduras	2.9	2.9%
<b>Tổng cộng</b>	<b>93.7</b>	<b>100.0%</b>	<b>Tổng cộng</b>	<b>100.8</b>	<b>100.0%</b>

Nguồn: USITC, Eurostat, Nghiên cứu và Phân tích của PwC

Kết quả Quý 1 cho đến nay đã hiển thị kết quả hỗn hợp. Việt Nam dường như có khả năng duy trì tổng mức xuất khẩu đến các thị trường xuất khẩu trọng yếu. Ngoại trừ hàng dệt may, xuất khẩu của Việt Nam trên thực tế đã tăng trong Quý 1 năm 2020, so với Quý 1 năm 2019.

Các kết quả Quý 1 này cho thấy tác động khá hạn chế của đợt bùng phát COVID-19 đối với các lĩnh vực trọng yếu này. Tuy nhiên, chúng ta có thể hy vọng sẽ thấy tác động mạnh mẽ hơn trong Quý 2 và Quý 3, vì những số liệu Quý 1 này chưa phản ánh bất kỳ sự suy thoái nào trong nền kinh tế nói chung hoặc tiêu dùng ở Hoa Kỳ và ở Châu Âu. Điều đó nói rằng, Quý 1 bao gồm xuất khẩu Trung Quốc thấp hơn, do các hạn chế kinh doanh đã được áp dụng cho đến cuối tháng 3 sau khi dịch COVID-19 bùng phát.

### Nhập khẩu điện thoại và thiết bị truyền tải của EU theo đối tác (tỷ đô la Mỹ)

2013			2019		
Trung Quốc	30.1	49.5%	Trung Quốc	47.1	87.2%
Việt Nam	9.1	15.0%	Việt Nam	11.8	21.8%
Vương quốc Anh	3.6	5.9%	Vương quốc Anh	4.8	8.9%
Hàn Quốc	2.9	4.7%	Malaysia	2.4	4.4%
Malaysia	2.5	4.1%	Hồng Kông	1.5	2.8%
Đài Loan	2.3	3.7%	Đài Loan	1.2	2.2%
Hồng Kông	1.8	3.0%	Thái Lan	1.2	2.2%
<b>Tổng cộng</b>	<b>60.7</b>	<b>100.0%</b>	<b>Tổng cộng</b>	<b>78.0</b>	<b>100.0%</b>

### Nhập khẩu hàng giày dép của EU theo đối tác (tỷ đô la Mỹ)

2013			2019		
Trung Quốc	8.5	44.9%	Trung Quốc	10.4	36.7%
Việt Nam	2.6	13.8%	Việt Nam	5.4	19.0%
Indonesia	1.4	7.4%	Vương quốc Anh	2.4	8.4%
Vương quốc Anh	1.3	6.7%	Indonesia	1.9	6.6%
Ấn Độ	1.2	6.4%	Ấn Độ	1.5	5.2%
Tunisia	0.5	2.8%	Cam-pu-chia	0.9	3.1%
Albania	0.3	1.6%	Tunisia	0.6	2.2%
<b>Tổng cộng</b>	<b>19.0</b>	<b>100.0%</b>	<b>Tổng cộng</b>	<b>28.4</b>	<b>100.0%</b>

### Nhập khẩu điện thoại và thiết bị truyền tải Hoa Kỳ theo đối tác (tỷ đô la Mỹ)

2013			2019		
Trung Quốc	53.2	61.6%	Trung Quốc	64.0	62.5%
Mexico	9.1	10.6%	Việt Nam	11.9	11.6%
Hàn Quốc	7.1	8.3%	Mexico	8.0	7.8%
Malaysia	4.6	5.3%	Đài Loan	3.5	3.5%
Đài Loan	2.7	3.2%	Hàn Quốc	3.3	3.2%
Thái Lan	2.5	2.9%	Malaysia	2.8	2.7%
Canada	1.0	1.2%	Thái Lan	2.4	2.3%
Việt Nam (xếp hạng 9)	0.8	1.0%			
<b>Tổng cộng</b>	<b>86.4</b>	<b>100.0%</b>	<b>Tổng cộng</b>	<b>102.3</b>	<b>100.0%</b>

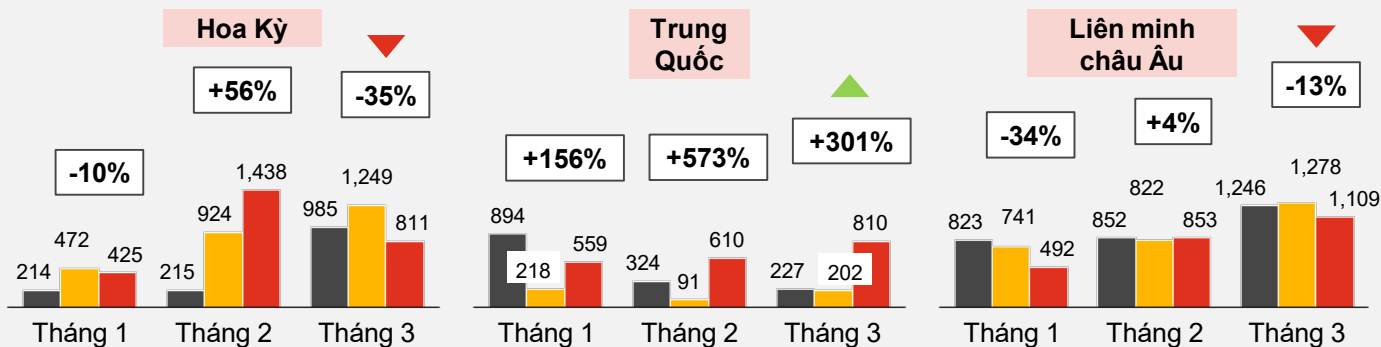
### Nhập khẩu hàng giày dép của Hoa Kỳ theo đối tác (tỷ đô la Mỹ)

2013			2019		
Trung Quốc	17.0	68.5%	Trung Quốc	13.4	49.6%
Việt Nam	2.9	11.7%	Việt Nam	7.0	25.8%
Ý	1.3	5.2%	Indonesia	1.7	6.1%
Indonesia	1.2	4.8%	Ý	1.6	5.8%
Mexico	0.5	2.0%	Cam-pu-chia	0.5	1.8%
Ấn Độ	0.3	1.2%	Ấn Độ	0.5	1.7%
Dominican Rep.	0.3	1.2%	Mexico	0.4	1.6%
<b>Tổng cộng</b>	<b>24.8</b>	<b>100.0%</b>	<b>Tổng cộng</b>	<b>27.1</b>	<b>100.0%</b>

## Giá trị xuất khẩu điện thoại và phụ tùng của Việt Nam

Đơn vị: triệu đô la Mỹ

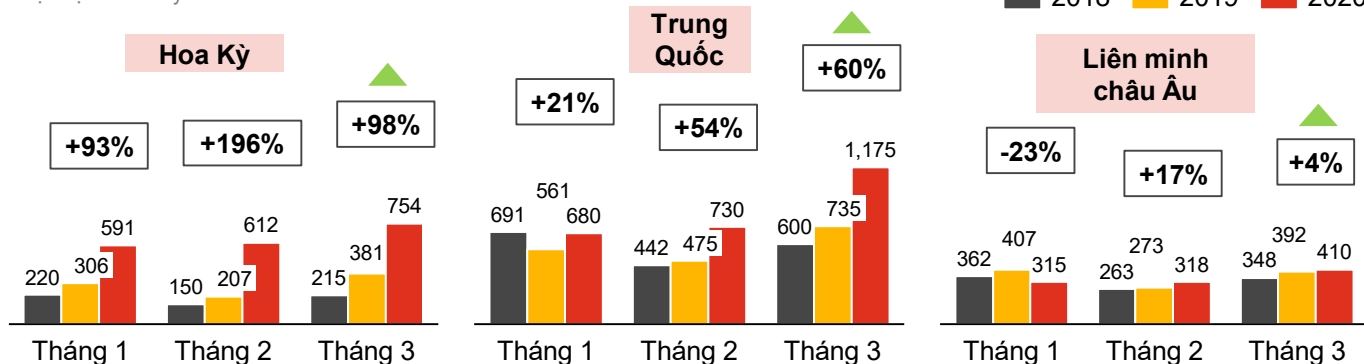
2018 2019 2020



## Giá trị xuất khẩu máy tính, điện tử và phụ tùng của Việt Nam

Đơn vị: triệu đô la Mỹ

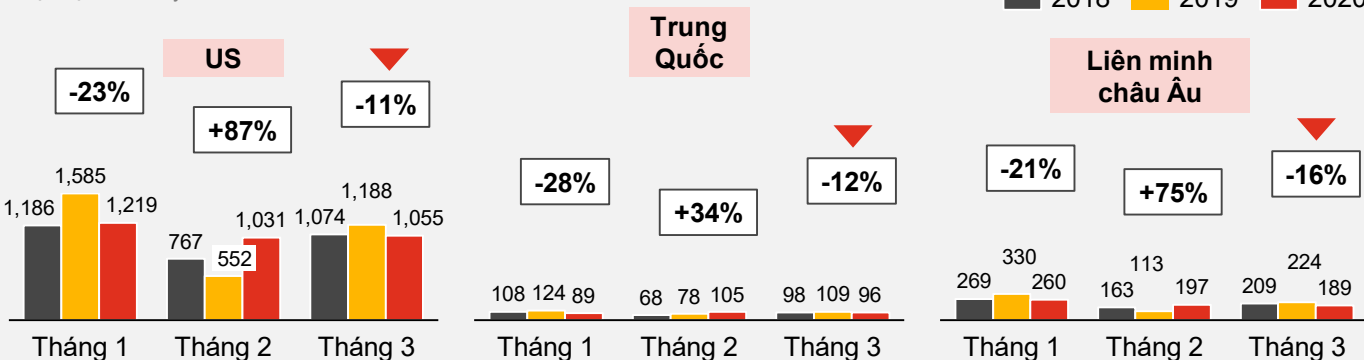
2018 2019 2020



## Giá trị xuất khẩu hàng dệt may của Việt Nam

Đơn vị: triệu đô la Mỹ

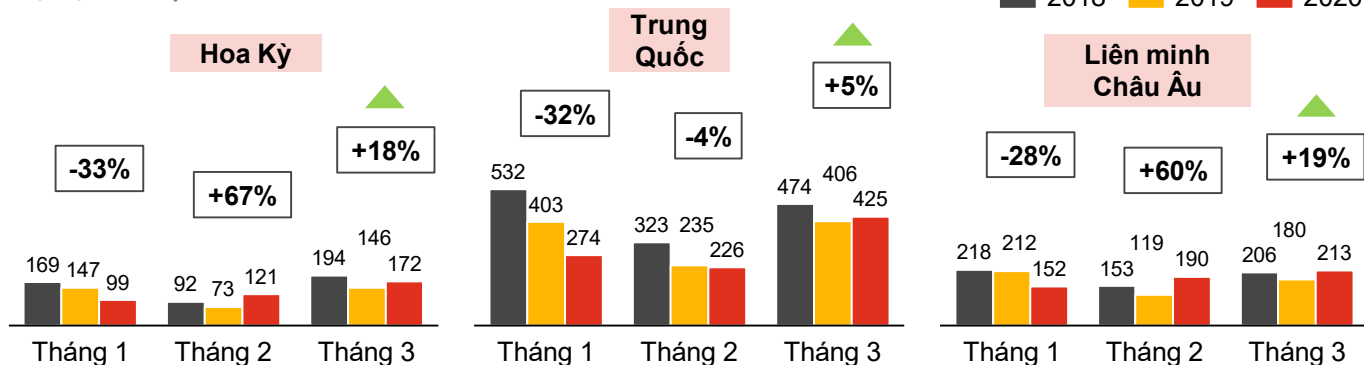
2018 2019 2020



## Giá trị xuất khẩu nông sản của Việt Nam

Đơn vị: triệu đô la Mỹ

2018 2019 2020





# Phần II: Triển vọng kinh tế chậm hồi phục sẽ xuất hiện từ các thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam

Trong giai đoạn sắp tới, một yếu tố chính ảnh hưởng đến nền kinh tế Việt Nam sẽ là tác động của sự bùng phát COVID-19 đối với các chỉ số tiêu dùng của các thị trường xuất khẩu lớn - cụ thể là Hoa Kỳ và Châu Âu. Các dự báo gần đây nhất từ WTO, tháng 4 năm 2020, dự báo sự sụt giảm chưa từng thấy trong thương mại toàn cầu, theo đó giá trị nhập khẩu của Hoa Kỳ và Châu Âu dự kiến sẽ bị ảnh hưởng đáng kể.

## Khối lượng thương mại hàng hóa quốc tế, 2000-2022

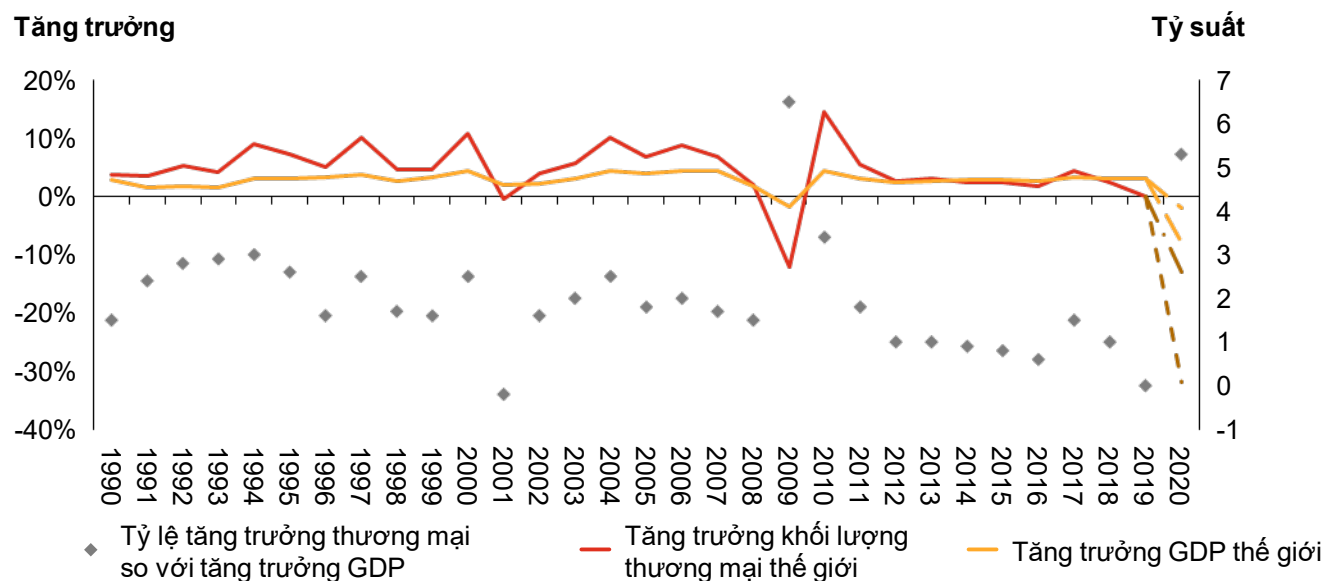
Chỉ số, 2015=100

— Thương Mại Hàng Hóa – Xu hướng 2011-2018 — Kịch Bản Xấu Nhất  
 -- Xu hướng 1990-2008 — Kịch Bản Tốt Nhất



## Tỷ lệ tăng trưởng thương mại hàng hóa thế giới so với tăng trưởng GDP thế giới, 1990-2020

% thay đổi và tỷ suất



Nguồn: WTO, Nghiên cứu và Phân tích của PwC

Đơn vị: % thay đổi hàng năm

	Thực tế		WTO – Kịch Bản Tốt Nhất		WTO - Kịch Bản Xấu Nhất	
	2018	2019	2020F	2021F	2020F	2021F
<b>Giá trị nhập khẩu toàn cầu</b>	2.9	-0.1	-12.9	21.3	-31.9	24.0
Bắc Mỹ	5.2	-0.4	-14.5	27.3	-22.8	29.5
Châu Âu	1.5	0.5	-10.3	19.9	-28.9	24.5
<b>GDP thực tế - Toàn cầu</b>	2.9	2.3	-2.5	7.4	-8.8	5.9
Bắc Mỹ	2.8	2.2	-3.3	7.2	-9.0	5.1
Châu Âu	2.1	1.3	-3.5	6.6	-10.8	5.4

Các chỉ số gần đây cũng làm tăng mức độ chắc chắn của các dự báo bất lợi trong Quý 2 và Quý 3 năm nay. Ví dụ: số liệu người thất nghiệp của Hoa Kỳ cao hơn số liệu của năm 2008 do bùng phát COVID-19 - và, với tỷ lệ thất nghiệp của Hoa Kỳ tiếp tục tăng mỗi tuần, hiện tại dự kiến sẽ vượt quá 20% vào cuối năm 2020.

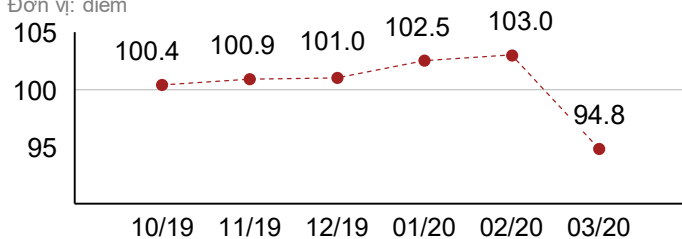
Việc phong tỏa một phần hoặc toàn bộ ở các quốc gia này sẽ ảnh hưởng mạnh đến tiêu dùng. Tại châu Âu, một số chính sách của chính phủ đã được thực hiện để hỗ trợ việc làm ở nhiều thị trường chính, giảm thiểu nguy cơ tỷ lệ thất nghiệp gia tăng đột biến tại thời điểm hiện tại. Hai ví dụ về các chính sách như vậy là vùng Kurd ở Đức và vùng Chômage partiel ở Pháp, cho phép người lao động nộp đơn xin trợ cấp thất nghiệp của chính phủ và/hoặc trợ cấp xã hội tạm thời, thông qua chương trình của chính phủ.



### Liên minh châu Âu

#### Chỉ Số Tâm Lý Kinh Tế của Liên minh châu Âu (trung bình 2000-2019 = 100)

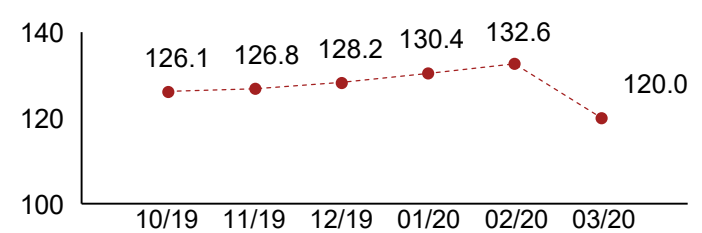
Đơn vị: điểm



### Hoa Kỳ

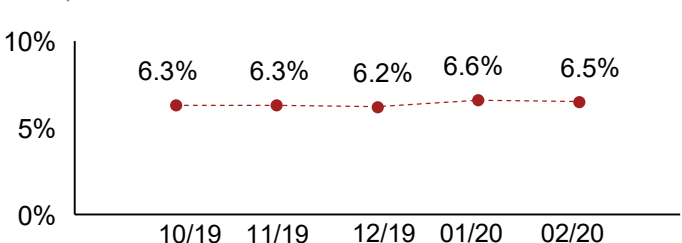
#### Chỉ Số Tâm Lý Tiêu Dùng của Hoa Kỳ (1985 = 100)

Đơn vị: điểm



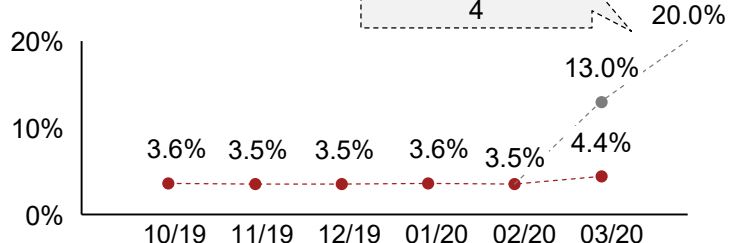
#### Tỷ lệ thất nghiệp ở Liên minh châu Âu

Đơn vị: %



#### Tỷ lệ thất nghiệp ở Hoa Kỳ

Đơn vị: %



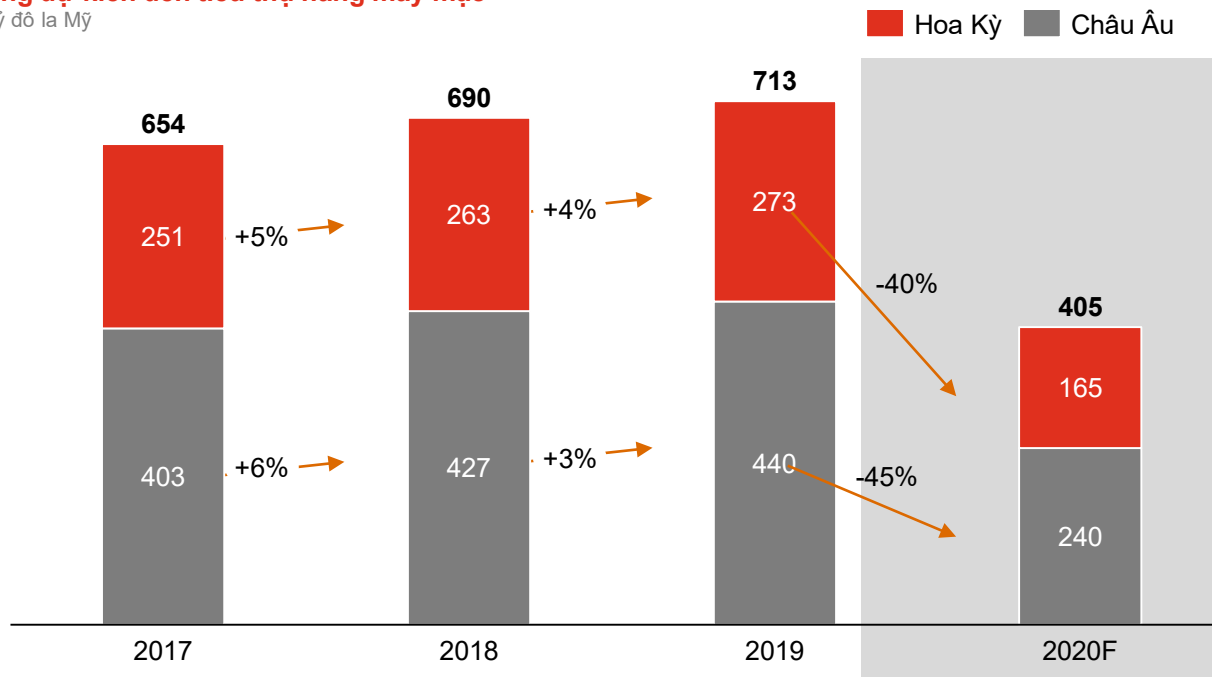
Nguồn: Eurostat, Ủy ban châu Âu, Văn phòng Thống kê Lao động Hoa Kỳ, Nghiên cứu và Phân tích của PwC

Nhìn chung, các báo cáo ngành gần đây dự báo sự sụt giảm chưa từng thấy trong tiêu dùng: (1) giày dép và may mặc; và (2) điện thoại / thiết bị điện tử tiêu dùng liên quan khác vào năm 2020. Hầu hết các kịch bản cho hai ngành này hiện dự kiến sẽ còn giảm trong Quý 2 và Quý 3 của năm 2020, với sự phục hồi dần đến mức nhu cầu trước khủng hoảng COVID-19 vào cuối năm 2020 và vào Quý 1 năm 2021.

- 1) Đối với hàng dệt may, may mặc và giày dép, công ty tư vấn dệt may toàn cầu Wazir Advisors dự đoán mức tiêu thụ giảm lần lượt là -40% và -45% ở Hoa Kỳ và Châu Âu. Việc quay trở lại mức tiêu thụ thông thường tất nhiên sẽ phụ thuộc nhiều vào sự phát triển của các biện pháp phong tỏa và mở lại các cửa hàng vào năm 2020. Trong kịch bản mà họ đưa ra, Wazir Advisors dự đoán dần trở lại mức tiêu thụ trước khi bùng phát COVID-19 sẽ diễn ra vào cuối năm 2020.

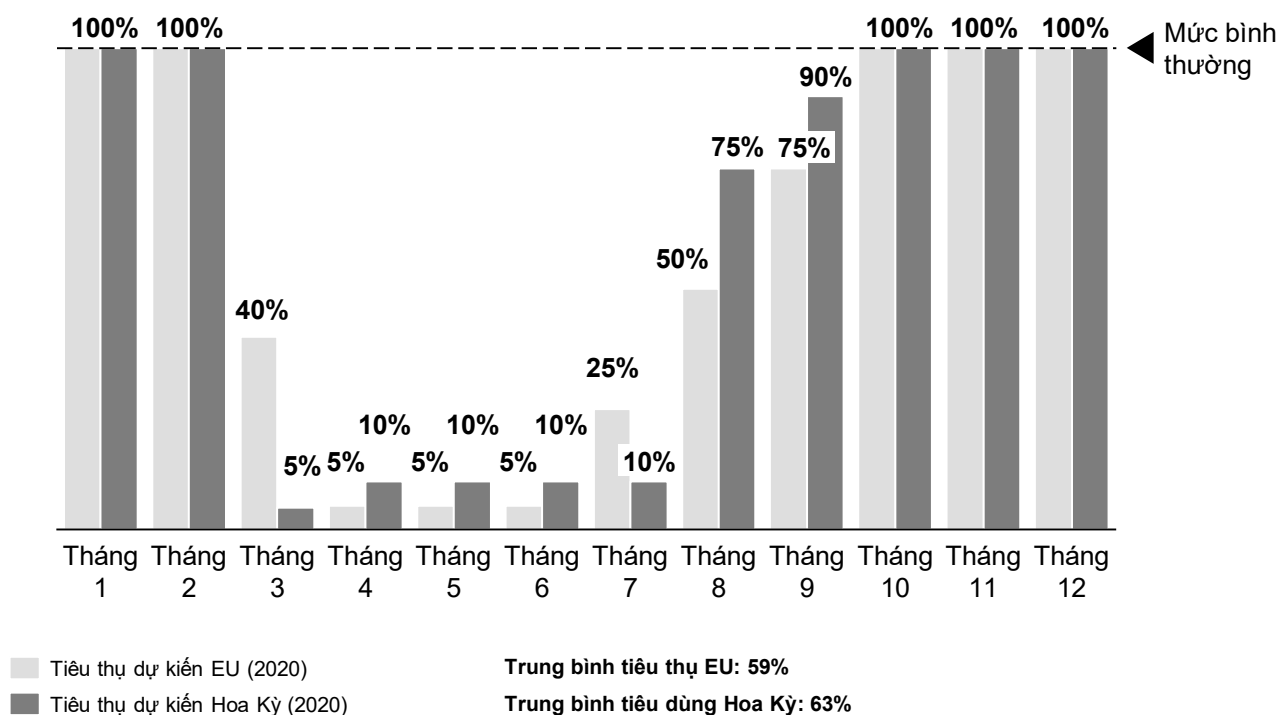
### Tác động dự kiến đến tiêu thụ hàng may mặc

Đơn vị: tỷ đô la Mỹ



### Tác động dự kiến đến tiêu thụ hàng dệt may

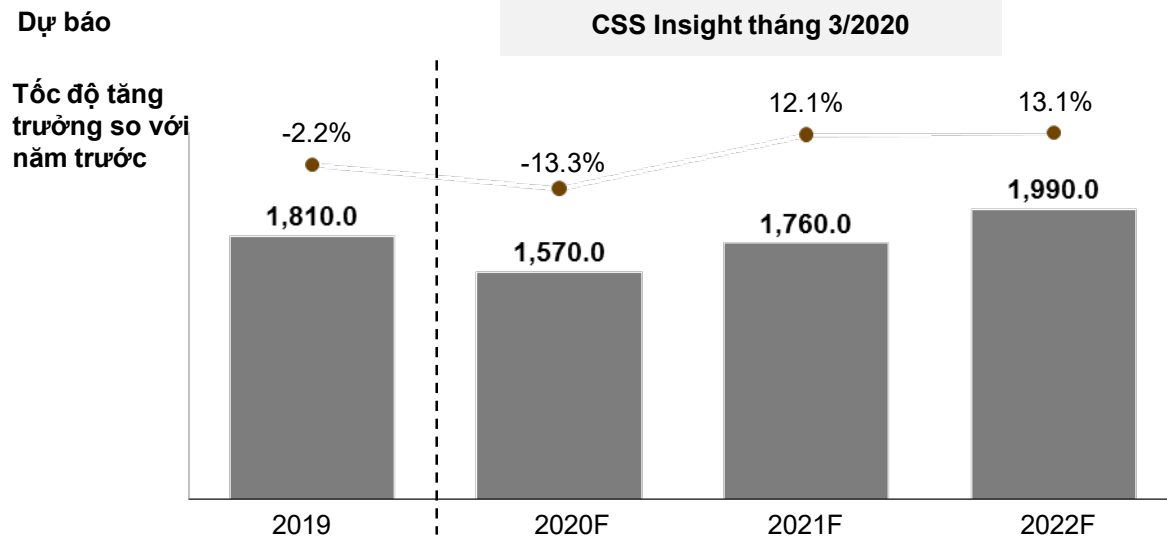
Đơn vị: %



- 2) Theo công ty nghiên cứu thị trường CCS Insight, mức tiêu thụ điện thoại năm 2020 được dự đoán sẽ giảm 13% (giảm 10.6% đối với điện thoại thông minh). Thật vậy, năm nay dự kiến sẽ là năm có doanh số thấp nhất kể từ năm 2010. Trong kịch bản mà họ trình bày, sự phục hồi tiêu thụ điện thoại và điện tử tiêu dùng dự kiến sẽ đạt được mức trước khi bùng phát COVID-19 vào cuối năm 2020.

### Số lượng dự báo lô hàng điện thoại di động toàn cầu

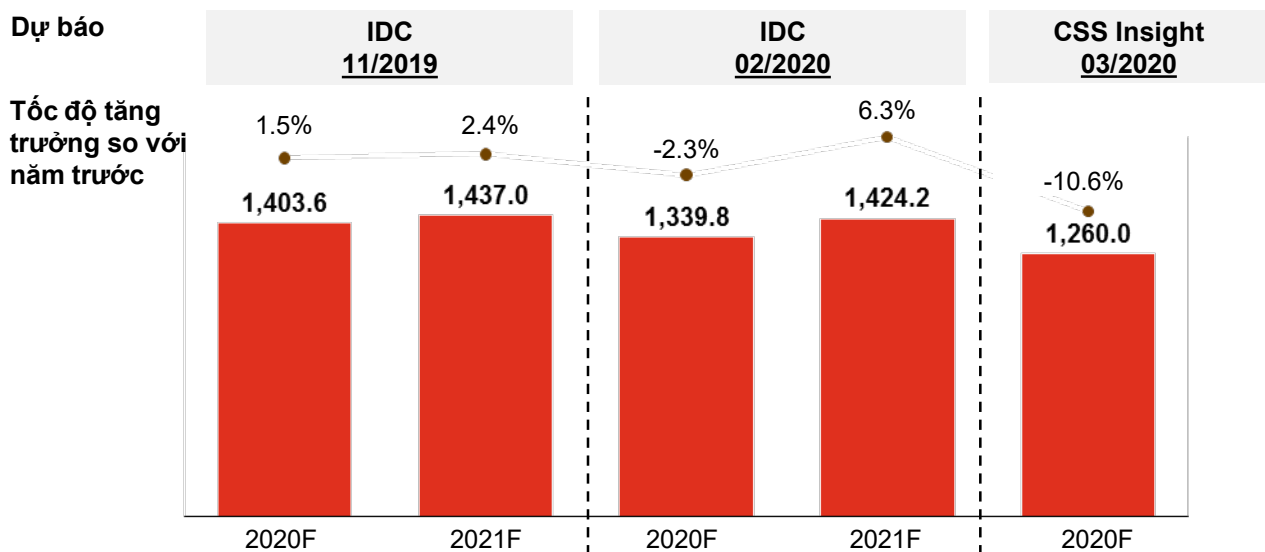
Đơn vị: triệu lô hàng



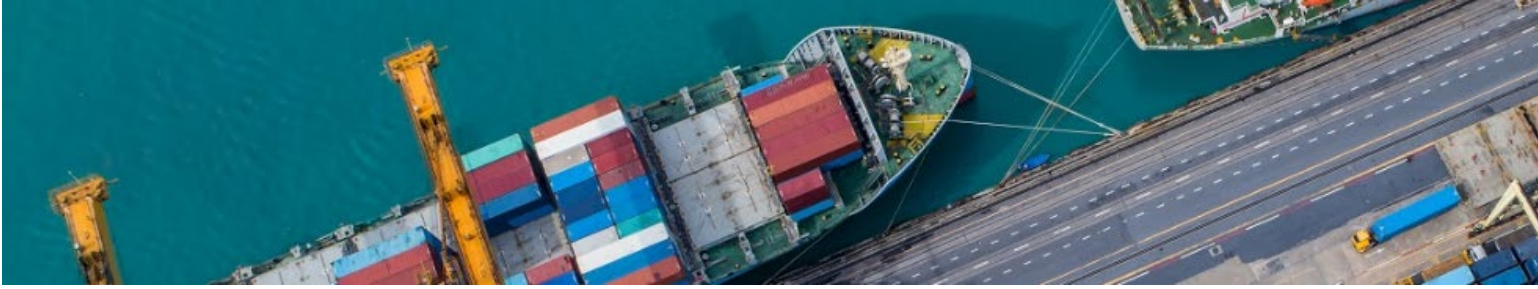
Nguồn: IDC, CSS Insight, Nghiên cứu và Phân tích của PwC

### Số lượng dự báo lô hàng điện thoại thông minh toàn cầu


Đơn vị: triệu lô hàng



Nguồn: IDC, CSS Insight, Nghiên cứu và Phân tích của PwC



Nhìn chung, do tính chất chưa từng có tiền lệ của cuộc khủng hoảng COVID-19, bất kỳ nỗ lực nào nhằm dự đoán các tác động thực tế đối với mức tiêu thụ của Mỹ và châu Âu là hoàn toàn không chắc chắn. Trong trường hợp COVID-19 được quản lý tốt và được kiểm soát tương đối ở châu Âu và Mỹ, tác động đáng chú ý nhất có thể là sự sụt giảm trong tiêu dùng kéo dài trong nhiều tháng, trước khi dần trở lại mức trước khi bùng phát COVID 19 vào cuối năm 2020 và vào Quý 1 của năm 2021.

Quốc gia	Phong tỏa đầu tiên	Dự kiến ngưng phong tỏa	Điều kiện nới lỏng hạn chế	Ghi chú (ngày 25/04)
 Hoa Kỳ	19/3*	Cuối tháng 4 trở đi*	<ul style="list-style-type: none"> <li>Giảm tỷ lệ tăng số ca nhiễm, tử vong</li> <li>Khẳng định công suất bệnh viện &amp; đội ngũ tuyến đầu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hoa Kỳ đã bắt đầu nới lỏng các hạn chế - 'mở lại một phần</li> <li>Nhiều bang dự kiến đầu tháng 6 là thời điểm có khả năng mở cửa lại hoàn toàn</li> </ul>
 Ý	21/2 (lần đầu) 09/3 (toàn quốc)	03/5	<ul style="list-style-type: none"> <li>Giảm liên tục tỷ lệ tăng số ca nhiễm, tử vong</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Việc mở các nhà máy và tụ họp đông người dự kiến sẽ bị trì hoãn vào mùa hè</li> </ul>
 Đức	22/3	Cuối tháng 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Duy trì vệ sinh, các biện pháp giãn cách xã hội</li> <li>Giảm tỷ lệ tăng số ca nhiễm, tử vong</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Các cuộc tụ họp đông người bị cấm cho đến ít nhất là ngày 31/8</li> </ul>
 Pháp	17/3	11/5	<ul style="list-style-type: none"> <li>Giảm liên tục tỷ lệ tăng số ca nhiễm, tử vong</li> <li>Cần có đủ công suất xét nghiệm</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sau ngày 11/5, dự kiến sẽ dỡ bỏ hạn chế</li> <li>Hạn chế hoàn toàn được dự kiến kéo dài đến ít nhất là tháng 7</li> <li>Giãn cách xã hội vẫn sẽ được thực thi và sẽ có một số hạn chế đối với những người có nguy cơ cao</li> </ul>
 Vương Quốc Anh	23/3	07/5	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bảo vệ đầy đủ cho NHS</li> <li>Giảm đều liên tục ở tỷ lệ tử vong, ca nhiễm</li> <li>Đủ công suất xét nghiệm</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anh thông báo cần đánh giá liệu tình huống này có tối ưu để giảm thiểu rủi ro xảy ra đỉnh dịch lần thứ hai hay không trước khi mở cửa lại hoàn toàn</li> </ul>

Nguồn: Báo chí trong nước, Phân tích của PwC

Mức giảm tiêu thụ mạnh ở cả Hoa Kỳ và Châu Âu trong những tháng này sẽ ảnh hưởng như thế nào đến Việt Nam? Mặc dù Quý 1 của năm 2020 chỉ cho thấy một tác động nhỏ và hạn chế đối với nền kinh tế Việt Nam, nhưng điều tồi tệ nhất có thể ở phía trước trong Quý 2 và Quý 3, vì: (1) nhu cầu tiêu dùng tại các thị trường xuất khẩu chính dự kiến sẽ phải đối mặt với sự sụt giảm chưa từng thấy; và (2) sẽ có sự cạnh tranh tăng cường từ Trung Quốc, với việc Trung Quốc sẽ dần trở lại kinh doanh bình thường trong quý 2. Cả hai yếu tố này đều đặt ra những mối đe dọa đáng kể đối với cán cân và thặng dư thương mại của Việt Nam cho năm 2020, và trên lộ trình dần trở lại tình hình trước khi bùng phát COVID 19.

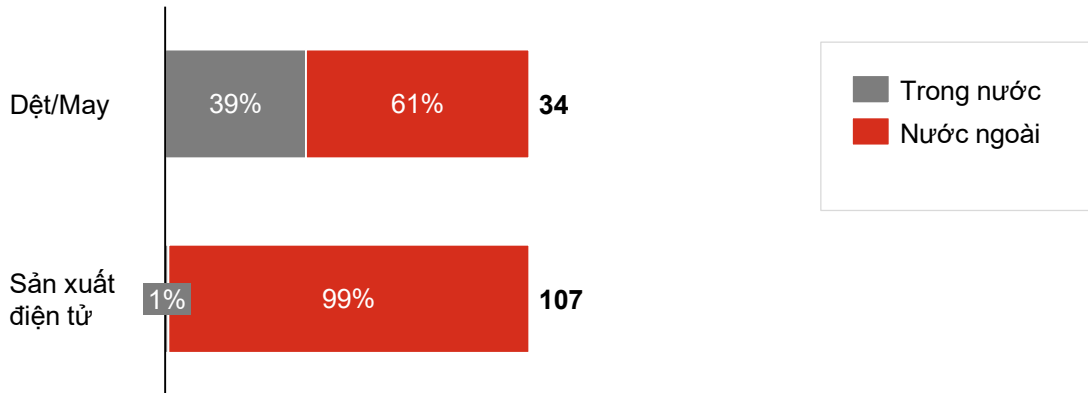
## Phần III: Vài nét tiêu biểu về các ngành được chọn nghiên cứu: Dệt may / May mặc và Sản xuất điện tử tiêu dùng

Ở cấp độ ngành, việc sản xuất (1) hàng dệt may và (2) điện thoại và điện tử tiêu dùng cho thấy cấu trúc thị trường khá khác nhau ở Việt Nam.

### Ngành được chọn: Chia theo loại hình sở hữu (2018)

Đơn vị: tỷ đô la Mỹ

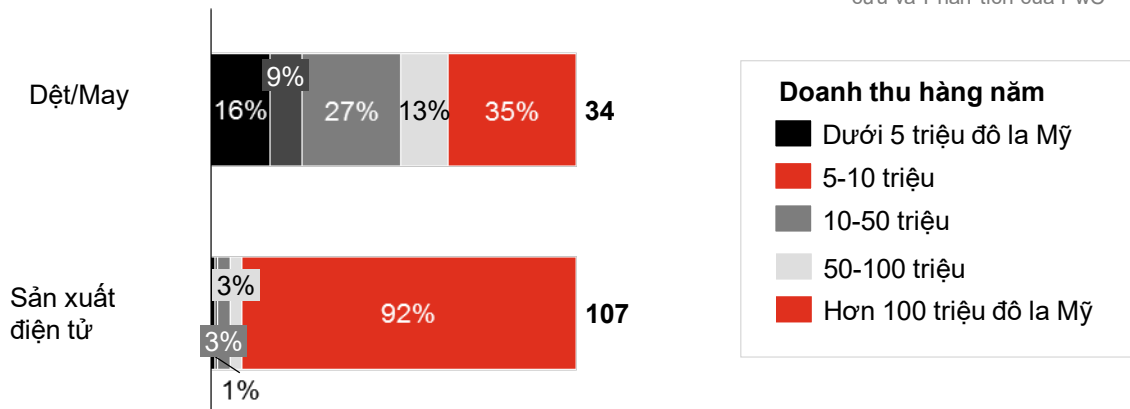
Nguồn: Tổng cục Thống kê, Nghiên cứu và Phân tích của PwC



### Ngành được chọn: Chia theo quy mô doanh nghiệp (2018)

Đơn vị: tỷ đô la Mỹ

Nguồn: Tổng cục Thống kê, Nghiên cứu và Phân tích của PwC



Năm 2019, đã có khoảng 11.000 doanh nghiệp đăng ký tại Việt Nam trong lĩnh vực (1) dệt / may và 1.800 doanh nghiệp đăng ký trong lĩnh vực (2) sản xuất điện tử tiêu dùng. Các công ty này đã tuyển dụng khoảng 3 triệu công nhân vào năm 2019. Có tính đến các doanh nghiệp sản xuất khác phụ thuộc trực tiếp vào hai lĩnh vực này (ví dụ: các nhà thầu phụ và nhà cung cấp cho các nhà sản xuất dệt may và điện tử tiêu dùng), tổng số nhân viên làm việc trong các lĩnh vực này ước tính đạt gần 10 triệu.

1) Ngành dệt may Việt Nam vẫn chủ yếu phụ thuộc vào các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nước, gia công theo hợp đồng cho các khách hàng nước ngoài ở Châu Âu, Hoa Kỳ và Trung Quốc. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ này (tức là doanh nghiệp có doanh thu hàng năm dưới 50 triệu) ước tính chiếm hơn 50% tổng doanh thu của ngành.

STT	Các nước sản xuất hàng dệt may hàng đầu	Xây dựng thương hiệu	Thiết kế	Thu Mua Vật Liệu	Cắt và Chính Sửa	Phân phối/ Bán lẻ
					① CMT	
				②	FOB	
		③	ODM			
		④ OBM				
1	Trung Quốc					
2	Liên minh châu Âu (28)					
3	Ấn Độ					
4	Bangladesh					
5	Việt Nam					
6	Thổ Nhĩ Kỳ					
7	Hoa Kỳ					
8	Hồng Kông					
9	Indonesia					
10	Cam-pu-chia					

Nguồn: Nghiên cứu và Phân tích của PwC

Lĩnh vực này ở Việt Nam chủ yếu bao gồm các công ty chuyên “cắt, may và chỉnh sửa” (công ty CMT,) thực hiện công việc của họ ở công đoạn cuối cùng của chuỗi giá trị sản xuất. Một vài trong số các công ty này đã có thể chuyển sang cấp độ FOB.

Hơn nữa, các công ty dệt CMT Việt Nam là các doanh nghiệp sử dụng nhiều lao động và lợi nhuận tương đối thấp (trung bình với lợi nhuận ròng 5 đến 10%, so với 15 đến 20% cho các công ty dệt may FOB). Một cuộc khảo sát gần đây được Dragon Capital thực hiện vào quý 1 năm 2020 cho thấy các công ty CMT đã mất 20 đến 30% đơn đặt hàng cho Q1, so với Q1 2019. Tác động của đợt bùng phát COVID-19 trong quý 2 có thể còn lớn hơn dự kiến với bối cảnh dự báo thị trường Hoa Kỳ và Châu Âu.

Đối với ngành dệt may tại Việt Nam, cuộc khủng hoảng COVID-19 có thể đẩy nhanh (i) xu hướng tập trung, theo như quan sát gần đây và (ii) chuyển sang các hoạt động gia tăng giá trị gia tăng bằng cách chuyển sang hoạt động FOB.

2) Về điện tử tiêu dùng / điện thoại / máy tính và linh kiện, lĩnh vực này chủ yếu phụ thuộc vào các công ty quốc tế lớn gần đây đã chuyển các đơn vị sản xuất sang Việt Nam. Đối với các công ty như vậy, mức độ ảnh hưởng bởi cuộc khủng hoảng COVID-19 dường như không nghiêm trọng như đối với ngành dệt may Việt Nam. Mặc dù vậy, các công ty như vậy có thể sẽ đối mặt với sự sụt giảm từ 10 đến 20% trong đơn đặt hàng của họ cho năm 2020 (như đã dự báo bởi các dự đoán thị trường gần đây trong Phần II), so với mức sụt giảm 30 đến 40% đối với các công ty dệt may.

Nhà máy	Địa điểm	Tổng quan dự án đầu tư	Mô tả
<b>Samsung Electronics Việt Nam</b>	Bắc Ninh	- Giai đoạn I: 670 triệu đô la Mỹ hoạt động trong 4/2019) - Giai đoạn II: 830 triệu đô la Mỹ (hoàn tất giải ngân trong 2013) - Giai đoạn III: 1 tỷ đô la Mỹ + 2013-2015: 60 triệu đô la Mỹ + 2016: 200 triệu đô la Mỹ + 2017: 200 triệu đô la Mỹ	Tổ hợp Samsung Electronics Việt Nam (Bắc Ninh), sản xuất điện thoại di động, máy tính bảng, đồng hồ thông minh, màn hình máy tính và các sản phẩm điện tử khác
<b>Samsung Việt Nam (Hàn Quốc)</b>	Thái Nguyên	- Giai đoạn I: 2 tỷ đô la Mỹ (hoạt động trong 3/2014) + 2013-2016: 1.6 tỷ đô la Mỹ + 2017: 200 triệu đô la Mỹ + 2018: 200 triệu đô la Mỹ - Giai đoạn II: 3 tỷ đô la Mỹ + 2015-2017: 2.5 tỷ đô la Mỹ + 2018: 300 triệu đô la Mỹ + 2019: 200 triệu đô la Mỹ	Tổ hợp SEVT, sản xuất điện thoại di động, máy tính bảng, đồng hồ thông minh và các sản phẩm điện tử khác
<b>Tổ hợp Samsung CE ("SEHC")</b>	TP. Hồ Chí Minh	2.0 tỷ đô la Mỹ (hoạt động kể từ 6/2016)	SEHC sản xuất TV và các thiết bị điện gia dụng như máy AC, máy giặt, tủ lạnh, máy hút bụi, v.v.
<b>Nidec Shimpo Việt Nam</b>	Hà Nội	- 2018: vốn đăng ký là 200 triệu đô la Mỹ	Phát triển, sản xuất và kinh doanh hộp giảm tốc cỡ nhỏ với độ chính xác cao
<b>Nidec Techno Motor Việt Nam</b>	Hà Nội	- 2018: vốn đăng ký là 200 triệu đô la Mỹ	Phát triển, sản xuất và bán động cơ không chổi than DC
<b>Các dự án sắp tới</b>	Hà Nội	3 dự án khác trong tương lai, tăng tổng vốn đầu tư vào Hà Nội lên tới 1 tỷ đô la Mỹ	Động cơ và các sản phẩm công nghiệp hỗ trợ sản xuất động cơ công nghệ cao
<b>LG Electronics Hai Phong</b>	Hải Phòng	- 2013: vốn đăng ký là 1.5 tỷ đô la Mỹ (hoạt động kể từ 3/2015)	Thành lập tổ hợp với 3 nhà máy tại Hải Phòng để sản xuất và xử lý màn hình OLED, điện thoại thông minh, TV và các sản phẩm điện tử tiêu dùng khác
<b>LG Display Hai Phong</b>	Hải Phòng	- 2016: vốn đăng ký là 1.5 tỷ đô la Mỹ (hoạt động kể từ 6/2016) - 2018: vốn tăng khoảng 500 triệu đô la Mỹ - 2019: vốn tăng khoảng 410 triệu đô la Mỹ	Sản xuất và xử lý màn hình OLED, bao gồm màn hình TV và màn hình nhựa cho thiết bị di động;
<b>LG Innotek Hai Phong</b>	Hải Phòng	- 2016: vốn đăng ký là 550 triệu đô la Mỹ (hoạt động kể từ cuối năm 2017) - 2018: vốn tăng khoảng 501 triệu đô la Mỹ	Sản xuất linh kiện điện tử và mô-đun camera siêu nhỏ;
<b>Techtronic Industries (TTI) (Hồng Kông)</b>	TPHCM	- 2019: vốn đăng ký là 650 triệu đô la Mỹ. Dự án sẽ thực hiện từ 2021 đến 2028	Sản xuất thiết bị điện, phụ kiện điện, thiết bị điện ngoài trời, thiết bị chiếu sáng, thiết bị; dụng cụ đo lường, máy bơm và các công cụ, phụ kiện và thiết bị tương tự khác
<b>Goertek (Hồng Kông)</b>	Bắc Ninh	- 2019: vốn đăng ký là 260 triệu đô la Mỹ	Sản xuất tai nghe (tai nghe có dây, tai nghe Bluetooth, v.v.); hệ thống điện thoại hội nghị; Kính thực tế ảo VR; loa, bảng loa, micro, máy thu, v.v.

Một tác động chính mà cuộc khủng hoảng COVID-19 dự kiến gây ra là sự đầu tư trực tiếp nước ngoài vào lĩnh vực sản xuất điện tử tiêu dùng bị chậm lại. Hầu hết các kế hoạch mở rộng đã bị đình chỉ hoặc dừng lại kể từ khi dịch COVID-19 bùng phát.

Mặc dù sự bùng phát có thể dẫn đến sự chậm trễ trong đầu tư, thay vì đe dọa đến sức hấp dẫn chung của đất nước về đầu tư nước ngoài, mức vốn FDI thấp hơn dự kiến trong phần còn lại của năm 2020 có thể gây áp lực ngắn hạn đáng kể cho kinh tế Việt Nam.

### Tác động đáng chú ý của đợt bùng phát COVID-19 đối với lĩnh vực FDI và các khoản đầu tư

Ngành	Nhà máy	Địa điểm	Hành động	Chi tiết	
<b>Samsung Việt Nam (Triều Tiên)</b>	Điện tử	Samsung Display Bắc Ninh	Bắc Ninh	Cách ly và cô lập	Cơ quan chức năng đã ra lệnh cho những người làm việc tại một đơn vị của Samsung Display ở tỉnh Bắc Ninh phải cách ly và cô lập nhà máy Samsung sau khi một công nhân được xét nghiệm dương tính với COVID-19. Tuy nhiên, Samsung đã tuyên bố rằng các dây chuyền sản xuất của họ vẫn không bị ảnh hưởng
<b>Poongsan System (Triều Tiên)</b>	Điện tử	Poongsan System Hai Duong	Hai Duong	Tri hoãn đầu tư	không
<b>Google (Hoa Kỳ)</b>	Điện tử	không	không	Xem xét lại thời điểm đầu tư	không
<b>Microsoft (Hoa Kỳ)</b>	Điện tử	không	không	Xem xét lại thời điểm đầu tư	không
<b>Apple (Hoa Kỳ)</b>	Điện tử	không	không	Xem xét lại thời điểm đầu tư	không
<b>Shan Hong Việt Nam</b>	Dệt	Shan Hong Factory Đồng Nai	Đồng Nai	Tri hoãn đầu tư	Tri hoãn đầu tư từ 9/2020 đến 11/2020



Nhìn chung, khi chúng ta dự đoán cho Quý 2 và khoảng thời gian còn lại của năm 2020, chúng ta có thể thấy những dấu hiệu đầu tiên của sự suy giảm đáng kể trong nền kinh tế Việt Nam. Vào ngày 21/4, Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) đã điều chỉnh lại triển vọng và cho thấy Quý 2 năm 2020 diễn biến kém thuận lợi hơn. ILO hiện nay dự đoán rằng 20 đến 40% công nhân Việt Nam trong ngành dệt may và điện tử bị thất nghiệp hoặc bị cắt giảm lương đáng kể do suy thoái, phụ thuộc nhiều vào tốc độ phục hồi tại các thị trường xuất khẩu chính.

Trong một kịch bản là các đơn đặt hàng từ Châu Âu và Hoa Kỳ sẽ phục hồi vào tháng 9 năm 2020, câu hỏi chính sẽ là (1) liệu các công ty trong nước có khả năng duy trì nhiều tháng hoạt động kinh doanh thấp, dẫn đến thu nhập thấp hay không và (2) liệu họ có thể nhanh chóng trở lại mức sản xuất trước COVID 19 một cách hiệu quả, sau nhiều tháng hoàn toàn ngừng hoạt động hay không. Hiện tại cả hai câu hỏi đều chưa có lời giải đáp cho Việt Nam, vì các công ty trong cả ngành dệt may và điện tử tiêu dùng đã quen với việc xử lý các vấn đề về mức cầu dư hơn là do dư thừa công suất.

**Cảm ơn.**

## Liên hệ

### **Nguyễn Lương Hiền**

Phó Tổng giám đốc

Tư vấn chiến lược - Tư vấn  
thương vụ

[nguyen.luong.hien@pwc.com](mailto:nguyen.luong.hien@pwc.com)

### **Johnathan Ooi**

Phó Tổng giám đốc

Tư vấn Định giá, Dự án vốn  
& Cơ sở hạ tầng

[johnathan.sl.ooi@pwc.com](mailto:johnathan.sl.ooi@pwc.com)

### **Ong Tiong Hooi**

Phó Tổng giám đốc

Tư vấn Thẩm định Giao dịch

[tiong.hooi.ong@pwc.com](mailto:tiong.hooi.ong@pwc.com)

Nội dung này chỉ để cung cấp thông tin chung, và không nên được sử dụng thay thế cho việc tham khảo ý kiến với các chuyên gia tư vấn.

© 2020 Công ty TNHH PwC (Việt Nam). Tất cả quyền được bảo lưu. PwC đề cập đến công ty thành viên Việt Nam và đôi khi có thể đề cập đến mạng lưới công ty PwC. Mỗi công ty thành viên là một pháp nhân riêng biệt. Vui lòng xem [www.pwc.com/structure](http://www.pwc.com/structure) để biết thêm chi tiết.

Tại PwC Việt Nam, mục tiêu của chúng tôi là xây dựng niềm tin trong xã hội và giải quyết các vấn đề quan trọng. Chúng tôi là công ty thành viên của mạng lưới các công ty PwC tại 157 quốc gia với hơn 276.000 người cam kết cung cấp chất lượng trong các dịch vụ đảm bảo, tư vấn, thuế và pháp lý. Tìm hiểu thêm và cho chúng tôi biết những vấn đề quan trọng của bạn bằng cách truy cập vào [www.pwc.com/vn](http://www.pwc.com/vn).