

Google

TEMASEK

BAIN & COMPANY



# e-Conomy SEA 2020

At full velocity: Resilient and racing ahead

VIETNAM

# Content

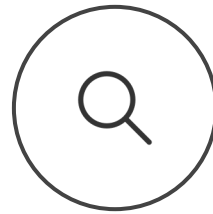
- 3 Methodology
- 4 **Tiếng Việt**
- 5 Tóm tắt thông tin chính
- 12 **English**
- 13 Main Takeaways

# e-Conomy SEA

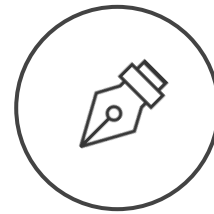
## research methodology



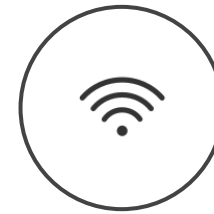
Google trends



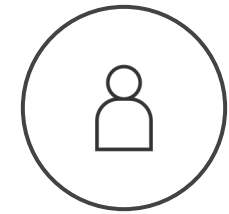
Temasek insights



Bain analysis



Primary research\*



Expert interviews  
&  
Industry sources

In partnership with



APP ANNIE

East Ventures



Golden Gate Ventures



MONK'S HILL  
VENTURES



openspace  
VENTURES



vertex  
VENTURES



wavemaker  
- PARTNERS -

\* Note : Kantar e-Conomy SEA 2020 primary research commissioned by Google, Research was conducted in Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore, Thailand, and Vietnam. Fieldwork ran from 18/08/2020 - 02/09/2020 online via a 25-minute Computer Assisted Web Interviewing survey with a total of 4,712 respondents interviewed.

Google TEMASEK BAIN & COMPANY

# Tiếng Việt

## Việt Nam

# Tóm tắt thông tin chính

## Chuyển sang kỹ thuật số

Số người dùng Internet ở khu vực Đông Nam Á (ĐNA) tiếp tục tăng, với 40 triệu người dùng mới chỉ tính riêng trong năm nay (400 triệu người từ đầu năm đến nay so với 360 triệu người trong năm 2019). Trong khoảng thời gian Việt Nam phải ban hành lệnh phong tỏa, người dùng đã tìm kiếm giải pháp cho những vấn đề đột ngột phát sinh thông qua mạng Internet. Rất nhiều người đã dùng thử các dịch vụ kỹ thuật số mới: **trong tổng số người sử dụng dịch vụ kỹ thuật số, người dùng mới chiếm 41%** (cao hơn so với mức trung bình của khu vực ĐNA). Ngoài ra, **94% số người dùng mới này định tiếp tục sử dụng các dịch vụ đó** kể cả sau đại dịch.

## Dùng Internet có mục đích

Trong những khoảng thời gian phong tỏa, người dân Đông Nam Á sử dụng Internet trung bình 1 giờ/ngày. Đây cũng là một điều dễ hiểu. Trước khi dịch COVID xuất hiện, người Việt Nam nói riêng thường dành **3,1 giờ/ngày để truy cập Internet (cho mục đích cá nhân)**. Trong khoảng thời gian áp dụng giãn cách xã hội trên diện rộng, con số này đã tăng vọt lên **4,2 giờ/ngày** và hiện ở mức 3,5 giờ/ngày. Cứ 10 người dùng thì có tới 8 người cho rằng công nghệ là công cụ rất hữu ích trong thời gian diễn ra đại dịch, công nghệ đã trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống hàng ngày của mọi người.

## Khả năng phục hồi trong giai đoạn khủng hoảng

Ngành Thương mại điện tử ở Việt Nam tăng trưởng mạnh mẽ ở mức 46%. Hầu hết các ngành cũng tăng trưởng mạnh, trừ ngành Du lịch. Nhìn chung, **tổng giá trị GMV dự kiến cho năm 2020 là 14 tỷ đô la Mỹ**, tăng 16% so với cùng kỳ năm trước. Dự kiến vào năm **2025, toàn bộ nền kinh tế Internet có khả năng đạt giá trị 52 tỷ đô la Mỹ**, giúp tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) tăng trở lại ở mức gần 29%.

Việt Nam

## Tóm tắt thông tin chính

### Chọn con đường sinh lời

Sau khi đạt đến đỉnh điểm vào năm 2018, hoạt động tài trợ vốn cho doanh nghiệp khởi nghiệp trong các ngành trưởng thành (Thương mại điện tử, Vận tải và thực phẩm, Du lịch và Truyền thông) đã chậm lại. Hiện nay, các nền tảng đang tái tập trung vào ngành nghề kinh doanh chính để ưu tiên con đường có khả năng sinh lời, đồng thời đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng thông qua mối quan hệ đối tác. Dịch vụ tài chính kỹ thuật số (DFS) mới nổi là một trong số ít các lĩnh vực có nhiều nhà cung cấp dịch vụ lớn cạnh tranh với nhau. Dù vẫn còn quá sớm để kết luận, nhưng chúng tôi nhận định rằng việc tiếp tục tài trợ vốn và tập trung vào ngành nghề kinh doanh chủ đạo tạo ra nhiều doanh thu vẫn đóng vai trò quan trọng.

### Những mặt trận mới

Việc áp dụng công nghệ trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe và giáo dục đóng vai trò cực kỳ quan trọng trong thời gian xảy ra đại dịch, với tỷ lệ áp dụng đạt mức ấn tượng. Mặc dù vậy, các lĩnh vực này vẫn còn mới mẻ và cần giải quyết nhiều thách thức để có thể thương mại hóa ở quy mô lớn hơn. Tuy nhiên, **2 lĩnh vực này đang được thúc đẩy triển khai và tăng cường đầu tư nên có nhiều khả năng đổi mới trong vài năm tới.**

### Lạc quan nhưng thận trọng

Hoạt động giao dịch trên toàn khu vực liên tục tăng trưởng trong nửa đầu năm 2020. Các nhà đầu tư dù lạc quan nhưng vẫn tỏ ra thận trọng, họ giao dịch ít hơn ở mức định giá hấp dẫn hơn với hy vọng thu được lợi nhuận cao hơn trong dài hạn. **Nếu trước đây, mục tiêu của các nhà đầu tư luôn là “tăng trưởng thần tốc”, thì bây giờ, họ chỉ mong muốn đạt mức tăng trưởng bền vững, có lợi nhuận.**

Việt Nam

## Tóm tắt thông tin chính

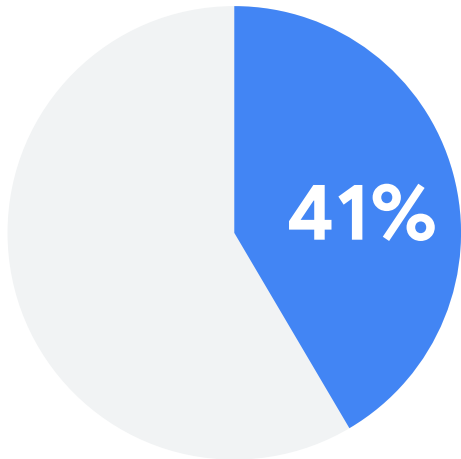
### Tương lai của nền kinh tế

Những chuyển biến lớn trong hệ sinh thái và người dùng trong năm nay đã giúp lĩnh vực Internet phát triển ngoài sức tưởng tượng và đạt được vị thế mạnh mẽ chưa từng có. Trong báo cáo năm 2019, chúng tôi đã xác định 6 rào cản chính đối với sự tăng trưởng, đó là Tiếp cận Internet, Tài trợ vốn, Niềm tin của người tiêu dùng, Thanh toán, Hậu cần và Nhân tài. Trong năm nay, hầu hết các yếu tố này đều đã cải thiện đáng kể (đặc biệt là yếu tố Thanh toán và Niềm tin của người tiêu dùng). **Tuy nhiên, Nhân tài vẫn là một rào cản chính mà tất cả các bên cần phải tiếp tục nỗ lực cải thiện** để đảm bảo duy trì đà tăng trưởng đạt được trong năm nay.

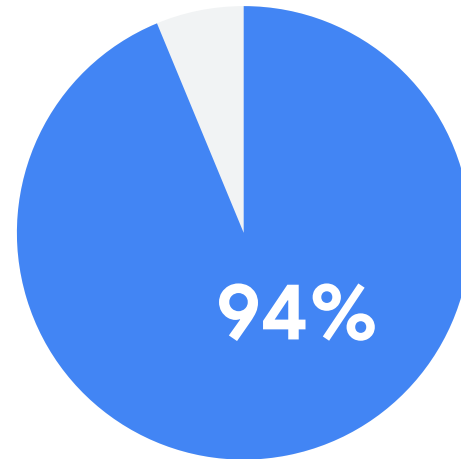
## Việt Nam

## Mức tăng trưởng theo cấp số nhân của người tiêu dùng kỹ thuật số (những người sẽ tiếp tục sử dụng)

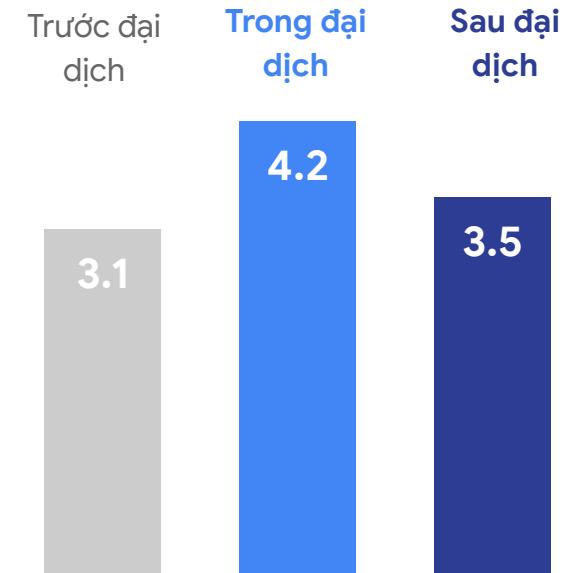
Người dùng mới sử dụng các dịch vụ của nền kinh tế Internet



% số người dùng mới sẽ tiếp tục sử dụng ít nhất 1 dịch vụ kỹ thuật số sau COVID-19



Số giờ truy cập Internet trung bình mỗi ngày (cho mục đích cá nhân)

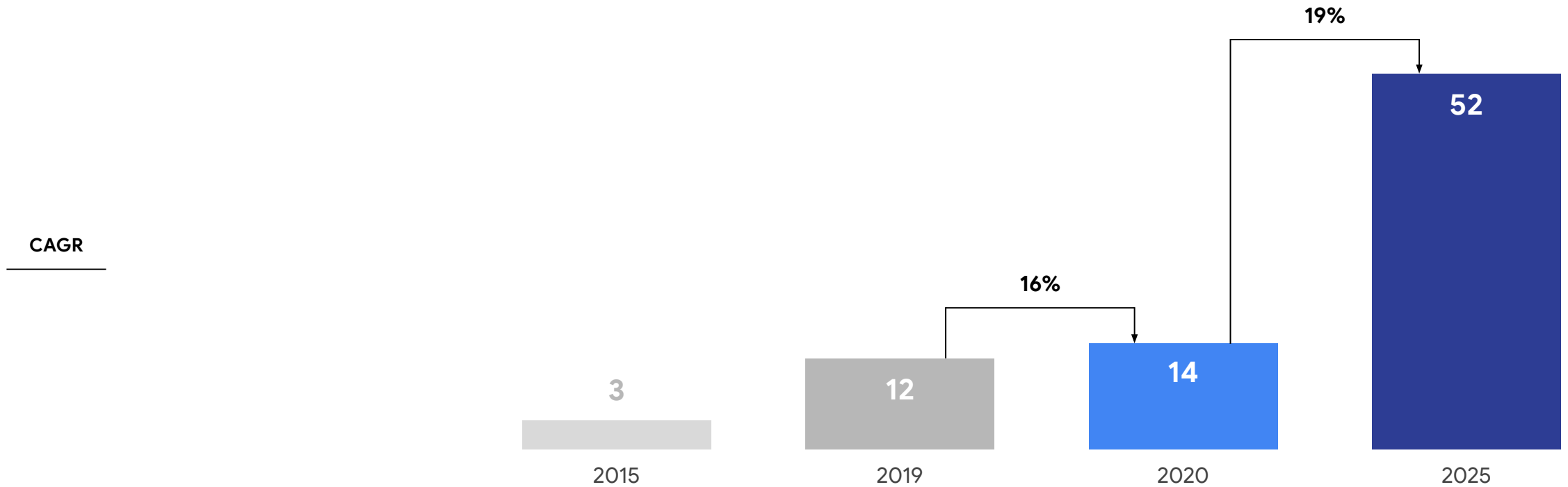




Việt Nam

## Nền kinh tế Internet đạt 14 tỷ đô la Mỹ

GMV của nền kinh tế Internet (tỷ đô la Mỹ)

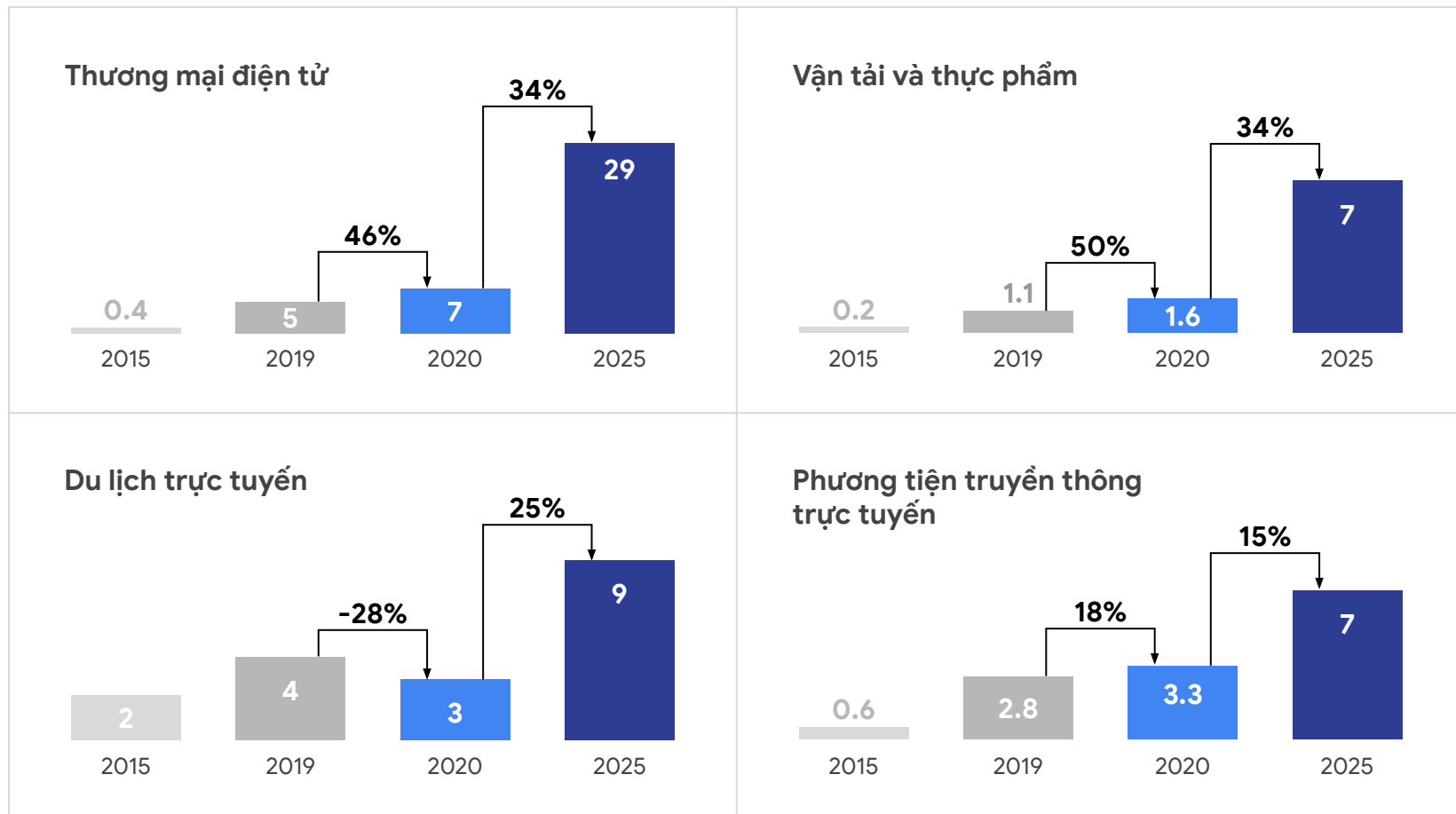


Việt Nam

# Tất cả các ngành (trừ Du lịch) tiếp tục tăng trưởng

CAGR

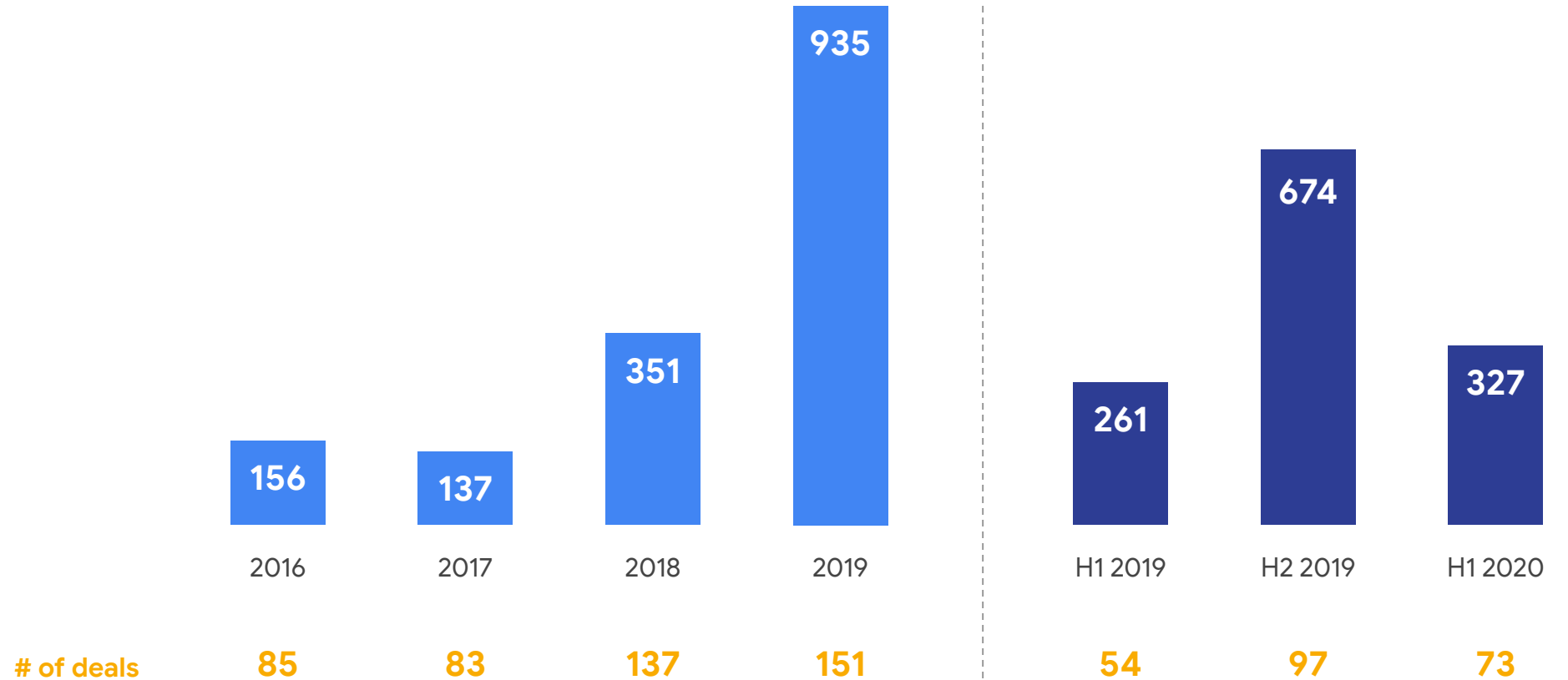
GMV (tỷ đô la Mỹ) mỗi ngành



Việt Nam

# Đầu tư vào lĩnh vực Internet

Giá trị giao dịch ( triệu đô la Mỹ)



# English

## Vietnam

# Main Takeaways

### Flight to digital

Internet usage in Southeast Asia (SEA) continues to grow, with 40M new users this year alone (400M YTD vs 360M in 2019). In Vietnam, with its various stages of lockdowns, users turned to the Internet for solutions to their sudden challenges. A significant number tried new digital services: **41% of all digital service consumers were new (higher than the SEA average), with 94% of these new consumers intending to continue** their behavior post-pandemic.

### Online with a purpose

Southeast Asians spent on average an hour more per day on the Internet during lockdowns, and it's easy to see why. The Vietnamese, specifically, were spending **3.1 hours online (for personal use) pre-COVID-19, which spiked to 4.2 hours** at the height of national social distancing, and now rests at 3.5 hours per day. With 8 out of 10 users viewing technology as very helpful during the pandemic, it has become an indispensable part of people's daily lives.

### Resilience in times of crisis

e-Commerce has driven significant growth in Vietnam, at 46%, alongside strong growth across most sectors except for Travel. Overall, **2020 GMV is expected to reach a total value of US \$14B in 2020**, having grown at 16% YoY. Looking at **2025, the overall e-Conomy will likely reach US \$52B in value**, re-accelerating to ~29% CAGR.

## Vietnam

# Main Takeaways

## On the path to profitability

Since peaking in 2018, funding for unicorns in mature sectors (e-Commerce, Transport & Food, Travel, and Media) has slowed. Platforms are now refocusing on their core business to prioritize a path to profitability, and are addressing consumers' broad range of needs through partnerships. The emerging DFS battleground is one of the few spaces where the super-services do collide, and though it's too early to tell the outcome, we expect that continued funding and a strong cash-generating core business to be key.

## New frontiers

HealthTech and EdTech have played a critical role during the pandemic, with impressive adoption rates to match. Even so, these sectors remain nascent and challenges need to be addressed before they can be commercialized at a larger scale. Nonetheless, the **boost in adoption, compounded with fast growing funding, is likely to propel innovation in this space over the coming years.**

## Cautiously optimistic

Deal activity across the region continued to grow unabated in the first half 2020. Investors are remaining cautiously optimistic and are doing fewer deals at more attractive valuations, in hope for higher returns in the long run. **Where the goal of years prior has been “blitzscaling”, investors are now looking for sustainable, profitable growth.**

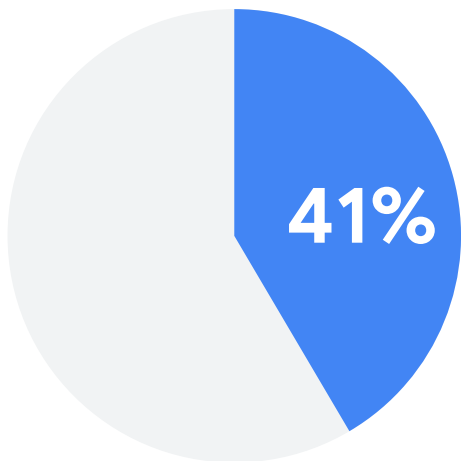
## What's ahead

This year's seismic consumer and ecosystem shifts have advanced the Internet sector in unimaginable ways, putting it in a stronger position than ever. In our 2019 report, we identified six key barriers to growth - Internet Access, Funding, Consumer Trust, Payments, Logistics and Talent - and this year has seen significant progress on most (Payments and Consumer Trust, especially). **Talent, however, remains a key blocker that all parties will need to keep working on** to ensure the momentum gained this year is sustained.

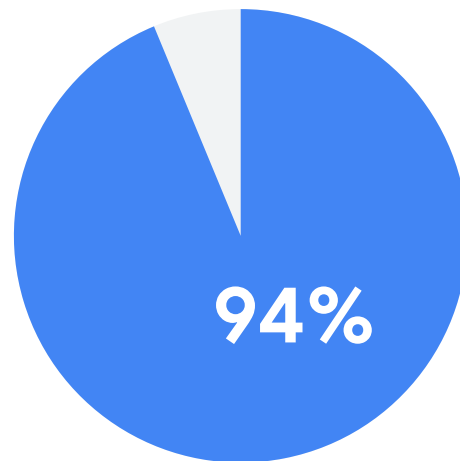
## Vietnam

## Exponential growth of digital consumers (who will stay)

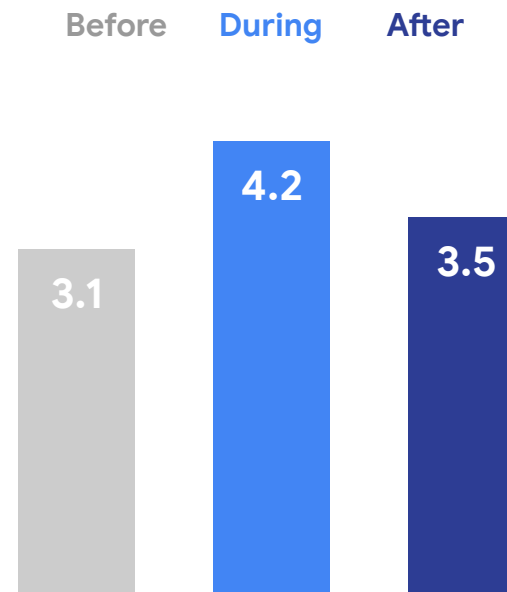
New consumers to Internet  
economy services



% of new consumers who will  
continue to use at least one  
digital service post-COVID-19



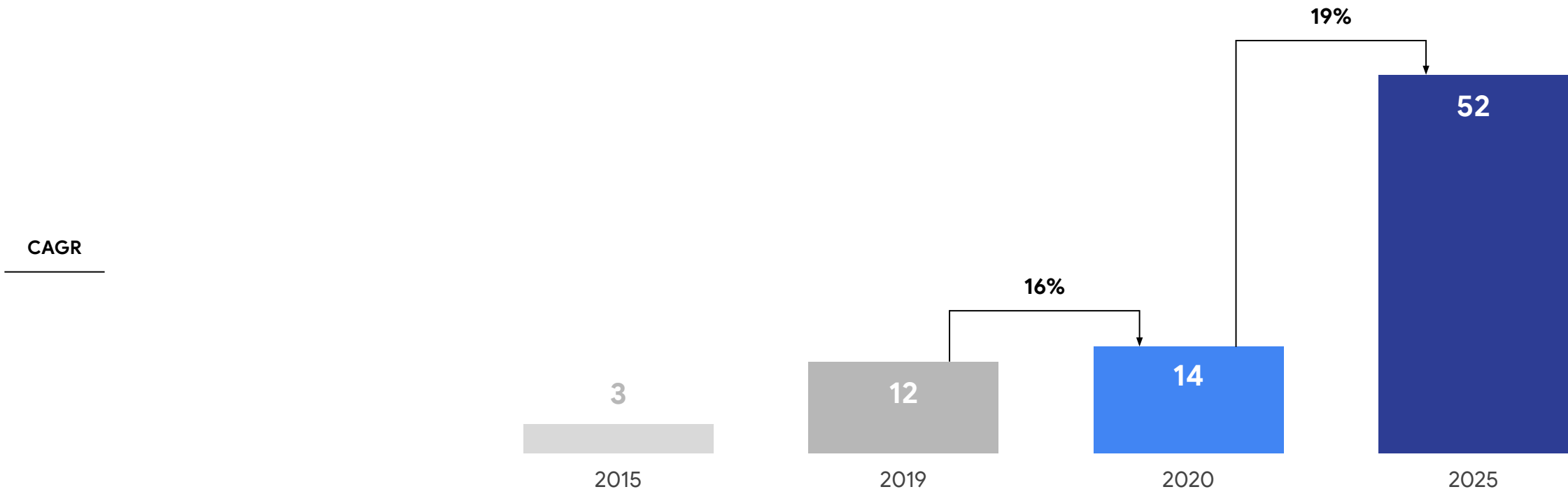
Average hours spent online  
per day (personal use)



Vietnam

# Internet e-Conomy reaches US \$14B

Internet e-Conomy GMV (US \$\_B)



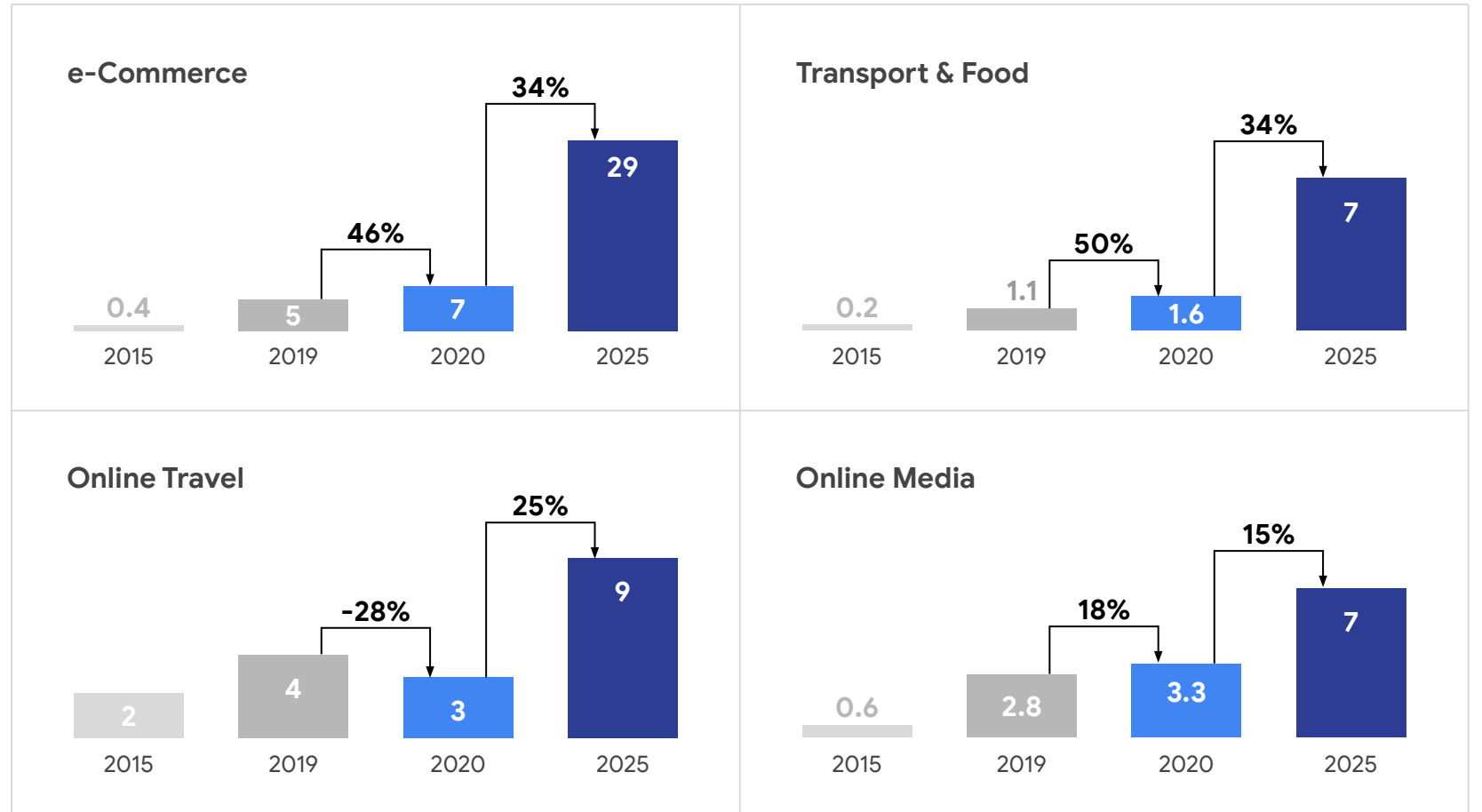


## Vietnam

# All sectors except Travel continue to grow

GMV (US \$ \_B) per sector

CAGR



Vietnam

# Investment in Internet sector

Deal value (US \$\_M)

