

PMI® Ngành Sản xuất Việt Nam của S&P Global

Số lượng việc làm mới đạt mức cao nhất trong 19 tháng qua trong bối cảnh tăng trưởng sản lượng mạnh mẽ hơn

Tháng 1/2026

Sản lượng, số lượng đơn đặt hàng mới và việc làm tăng nhanh hơn

Niềm tin kinh doanh đạt mức cao nhất trong 22 tháng

Giá cả đầu ra tăng mạnh nhất kể từ tháng 4/2022

Tăng trưởng sản lượng trong lĩnh vực sản xuất của Việt Nam đã mạnh lên vào đầu năm 2026.

Việc tăng sản lượng nhanh hơn đi cùng với đà tăng trưởng đơn đặt hàng mới được duy trì và các công ty ngày càng lạc quan hơn về triển vọng sản lượng trong năm tới. Nhu cầu sản xuất tăng cao khiến việc làm và hoạt động mua hàng tiếp tục tăng.

Tuy nhiên, áp lực lạm phát vẫn ở mức tương đối cao, với giá bán hàng tăng nhanh nhất kể từ tháng 4/2022.

Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng - Manufacturing Purchasing Managers' Index™ (PMI®) ngành sản xuất Việt Nam của S&P Global với kết quả 52,5 điểm trong tháng 1, giảm nhẹ so với mức 53,0 điểm của tháng 12 nhưng vẫn nằm trên ngưỡng 50,0 điểm, cho thấy sự cải thiện rõ ràng hàng tháng về điều kiện kinh doanh vào đầu năm 2026. Sức khỏe của lĩnh vực sản xuất đã mạnh lên trong bảy tháng liên tiếp.

Chỉ số PMI tổng thể cho thấy tăng trưởng có suy giảm, bất chấp sự gia tăng mạnh mẽ và nhanh chóng của sản lượng trong tháng 1. Người tham gia khảo sát chủ yếu cho rằng nguyên nhân của sự gia tăng đáng kể của sản lượng là do số lượng đơn đặt hàng mới tăng, đồng thời tốc độ tăng cũng nhanh hơn so với tháng 12 trong bối cảnh nhu cầu của khách hàng được cải thiện.

Tổng số lượng đơn đặt hàng mới được hỗ trợ bởi tình trạng tăng trở lại của số lượng đơn đặt hàng xuất khẩu mới. Đây là lần giảm thứ ba trong bốn tháng qua, mặc dù nhìn chung là không đáng kể. Các thành viên tham gia khảo sát cho biết họ đã nhận được các đơn đặt hàng mới từ các nền kinh tế châu Á khác như Ấn Độ.

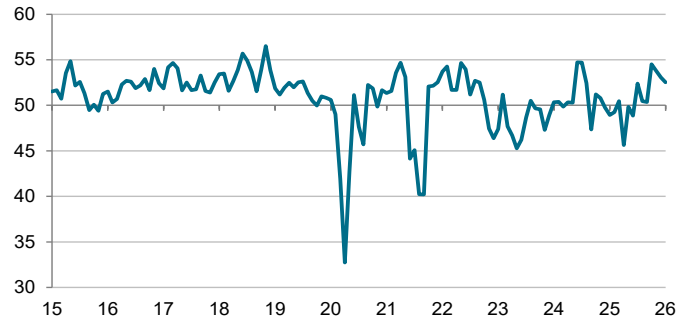
Sự gia tăng đáng kể sản lượng ngành sản xuất được ghi nhận trong tháng 1 có được nhờ sự hỗ trợ của số lượng việc làm duy trì ổn định. Việc làm đã tăng tháng thứ tư liên tiếp. Mặc dù chỉ ở mức khiêm tốn, tốc độ tạo việc làm đã nhanh hơn thành mức nhanh nhất kể từ tháng 6/2024. Tuy nhiên, một số công ty cho biết công nhân chỉ được tuyển dụng theo hợp đồng tạm thời.

Các doanh nghiệp cũng tăng hoạt động mua hàng để đáp ứng nhu cầu sản lượng cao hơn, từ đó kéo dài chuỗi thời gian tăng trưởng hiện tại lên bảy tháng.

Tuy nhiên, lượng tồn kho đầu vào đã giảm lần đầu tiên kể từ tháng 9 năm ngoái, do các mặt hàng mua vào đã được sử dụng để hỗ trợ tăng trưởng sản lượng.

PMI® Ngành Sản xuất Việt Nam của S&P Global

Chỉ số, điều chỉnh theo mùa, >50 = cải thiện so với tháng trước



Dữ liệu được thu thập từ ngày 12 đến ngày 22 tháng 1 năm 2026.

Nguồn: S&P Global PMI. ©2026 S&P Global.

Bình luận

Andrew Harker, Giám đốc Kinh tế tại S&P Global Market Intelligence

"Ngành sản xuất của Việt Nam đã có một khởi đầu vững chắc cho năm nay khi các doanh nghiệp tăng cường sản lượng để đáp ứng lượng đơn đặt hàng mới tăng và như một phần nỗ lực đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách hàng. Tiếp nối động lực tăng trưởng được tích lũy cho tới cuối năm 2025, ngành sản xuất có triển vọng tốt cho một năm 2026 thành công.

Tuy nhiên, có một lực cản tiềm tàng đối với các công ty là áp lực lạm phát mạnh lên. Tình trạng khan hiếm nguồn cung nguyên vật liệu tiếp tục làm tăng mạnh giá cả trong tháng 1 và các công ty phản ứng bằng cách tăng giá bán ở mức độ mạnh hơn. Cho đến nay nhu cầu vẫn chưa thay đổi trước những áp lực này, nhưng chúng ta sẽ cần để ý đến bất kỳ dấu hiệu yếu đi nào của số lượng đơn đặt hàng mới trong những tháng tới".

Lượng hàng tồn kho thành phẩm cũng giảm, và tốc độ giảm là nhanh nhất trong bốn tháng qua. Người trả lời khảo sát cho biết sản phẩm được giao đến khách hàng nhanh chóng.

Việc giao hàng cho khách hàng và đẩy mạnh sản xuất đã giúp các nhà sản xuất duy trì được khối lượng công việc ổn định trong tháng 1. Lượng công việc tồn đọng đã giảm tháng thứ hai liên tiếp, mặc dù là giảm nhẹ.

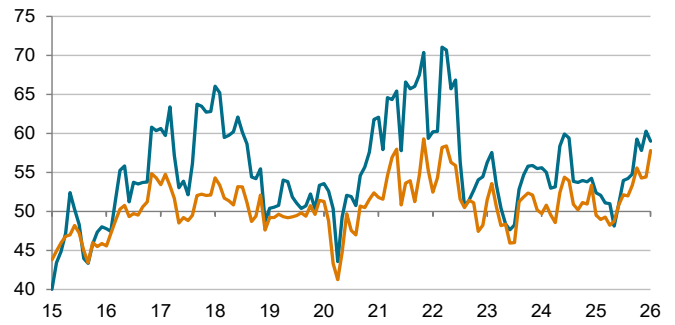
Thời gian giao hàng của nhà cung cấp tiếp tục kéo dài, mặc dù ở mức độ ít đáng kể nhất trong tám tháng qua. Các thành viên nhóm khảo sát cho rằng sự chậm trễ trong giao hàng là do nhu cầu đầu vào tăng cao và tình trạng khan hiếm nguyên vật liệu.

Những yếu tố này cũng dẫn đến chi phí đầu vào cao hơn, và chi phí này tiếp tục tăng mạnh vào đầu năm 2026. Tốc độ lạm phát chỉ giảm nhẹ so với mức cao nhất trong ba năm rưỡi được ghi nhận vào tháng 12.

Do đó, các công ty tiếp tục tăng nhanh giá bán hàng. Hơn nữa, tốc độ tăng giá đã nhanh hơn và trở thành mức nhanh nhất kể từ tháng 4/2022.

Tâm lý lạc quan về triển vọng sản lượng trong 12 tháng tới tiếp tục mạnh lên vào đầu năm 2026, cải thiện tháng thứ tư liên tiếp thành mức cao nhất kể từ tháng 3/2024. Đúng 55% số người trả lời khảo sát dự đoán sản lượng sẽ tăng trong năm tới, và các công ty kỳ vọng số lượng đơn đặt hàng mới tiếp tục tăng trong bối cảnh điều kiện thị trường được cải thiện.

PMI giá cả đầu vào PMI giá cả đầu ra
Chỉ số, điều chỉnh theo mùa, >50 = tăng giá so với tháng trước.



Nguồn: S&P Global PMI. ©2026 S&P Global.

Liên hệ

Andrew Harker
Giám đốc Kinh tế
S&P Global Market Intelligence
Điện thoại: + 44 149 1461 016
andrew.harker@spglobal.com

Eri Amano
Quản lý Truyền thông Cao cấp khu vực châu Á Thái Bình Dương
S&P Global Market Intelligence
Tokyo
+81 (0) 80 3714 7658
eri.amano@spglobal.com
press.mi@spglobal.com

Nếu quý vị không muốn nhận tin tức từ S&P Global, hãy gửi email press.mi@spglobal.com. Để đọc chính sách về quyền riêng tư của chúng tôi, hãy nhấn vào đây.

Phương pháp luận

PMI® Ngành Sản xuất Việt Nam của S&P Global PMI được S&P Global PMI thu thập từ phân trả lời cho các câu hỏi gửi cho các nhà quản trị mua hàng trong một nhóm gồm khoảng 400 nhà sản xuất. Nhóm khảo sát được phân chia theo ngành và quy mô lao động của công ty, dựa trên đóng góp vào GDP. Việc thu thập dữ liệu bắt đầu vào tháng 3/2011.

Những câu trả lời khảo sát được thu thập ở nửa cuối của mỗi tháng và cho biết chiều hướng thay đổi so với tháng trước. Một chỉ số khuếch tán được tính toán cho mỗi tham số khảo sát. Chỉ số là tổng cộng phần trăm số câu trả lời 'cao hơn' và một nửa tỷ lệ phần trăm các câu trả lời 'không thay đổi'. Các chỉ số có giá trị từ 0 đến 100, với một kết quả trên 50 thể hiện một mức tăng tổng thể so với tháng trước, và dưới 50 thể hiện một mức giảm tổng thể. Các chỉ số sau đó được điều chỉnh theo mùa.

Chỉ số toàn phần là Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng - Purchasing Managers' Index™ (PMI). Chỉ số PMI là số bình quân gia quyền của năm chỉ số sau: Đơn đặt hàng mới (30%), Sản lượng (25%), Việc làm (20%), Thời gian giao hàng của nhà cung cấp (15%) và Tồn kho hàng mua (10%). Để tính toán chỉ số PMI, chỉ số thời gian giao hàng của nhà cung cấp được đảo ngược để nó biến động theo một hướng có thể so sánh với các chỉ số khác.

Dữ liệu khảo sát cơ bản không được điều chỉnh sau khi xuất bản, nhưng các nhân tố điều chỉnh theo mùa có thể được điều chỉnh trong từng thời điểm khi phù hợp và những điều chỉnh này sẽ ảnh hưởng đến các chuỗi dữ liệu điều chỉnh theo mùa.

Để biết thêm thông tin về phương pháp luận của khảo sát PMI, xin liên hệ economics@spglobal.com.

S&P Global

S&P Global (NYSE: SPGI) chuyên cung cấp những thông tin phân tích quan trọng. Chúng tôi giúp các chính phủ, doanh nghiệp và cá nhân bằng các dữ liệu, trình độ chuyên môn phù hợp và công nghệ kết nối để họ có thể tự tin ra quyết định. Từ việc giúp khách hàng đánh giá các cơ hội đầu tư mới đến việc hướng dẫn họ trong quá trình áp dụng các tiêu chí về Môi trường, Xã hội và Quản trị (ESG) và chuyển đổi năng lượng ở tất cả các chuỗi cung ứng, chúng tôi mở ra những cơ hội mới, vượt qua những thách thức và thúc đẩy sự tiến bộ trên toàn cầu.

Chúng tôi được nhiều tổ chức hàng đầu thế giới tìm kiếm để cung cấp cho họ các bảng xếp hạng tín dụng, thước đo tiêu chuẩn, các đánh giá phân tích và các giải pháp quy trình trên các thị trường vốn, hàng hóa và ô tô toàn cầu. Với mỗi dịch vụ chúng tôi cung cấp, chúng tôi giúp các tổ chức hàng đầu thế giới lập kế hoạch cho ngày mai, ngay từ hôm nay. www.spglobal.com

PMI của S&P Global

Khảo sát Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng - Purchasing Managers' Index™ (PMI®) hiện đã được thực hiện cho hơn 40 quốc gia và cả cho các khu vực chủ chốt kể cả khu vực đồng Euro. Đây là những cuộc khảo sát kinh doanh được theo dõi nhiều nhất trên thế giới, được sự ủng hộ của các ngân hàng trung ương, thị trường tài chính và các nhà hoạch định chính sách kinh doanh vì khả năng cung cấp những chỉ báo hàng tháng cập nhật, chính xác và độc đáo về các xu hướng kinh tế. www.spglobal.com/marketintelligence/en/mi/products/pmi

Quyền khước từ

Bản quyền sở hữu trí tuệ đối với dữ liệu cung cấp tại đây là sở hữu của hoặc được cấp phép cho S&P Global và/hoặc các chi nhánh của nó. Bất kỳ sự sử dụng trái phép nào, bao gồm nhưng không hạn chế ở việc sao chép, phân phối, truyền tin hay phương thức khác, đối với bất kỳ dữ liệu xuất bản nào đều không được phép nếu không có sự đồng ý trước của S&P Global. S&P Global sẽ không có bất kỳ trách nhiệm, bổn phận hay nghĩa vụ nào đối với hoặc liên quan tới nội dung hoặc thông tin ("Dữ liệu") bao gồm ở đây, bất kỳ sai sót, thiếu chính xác, bỏ sót hay chậm trễ nào của Dữ liệu, hay đối với bất kỳ hành động nào được tiến hành dựa vào những dữ liệu đó. S&P Global sẽ không chịu trách nhiệm về bất kỳ thiệt hại đặc biệt, ngẫu nhiên, hay là do hậu quả, nảy sinh từ việc sử dụng Dữ liệu. Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng - Purchasing Managers' Index™ và PMI® là các nhãn hiệu thương mại hoặc nhãn hiệu thương mại đã được đăng ký của S&P Global Inc hoặc được cấp phép cho S&P Global Inc và/hoặc các chi nhánh của nó.

Nội dung này được xuất bản bởi S&P Global Market Intelligence mà không phải bởi S&P Global Ratings - một bộ phận được quản lý riêng của S&P Global. Việc sao chép bất kỳ thông tin, dữ liệu hoặc tài liệu nào, bao gồm xếp hạng ("Nội dung") dưới bất kỳ hình thức nào đều bị cấm trừ khi có sự cho phép trước bằng văn bản của bên liên quan. Bên liên quan đó, các chi nhánh và nhà cung cấp của nó ("Người Cung cấp Nội dung") không bảo đảm tính chính xác, đầy đủ, toàn diện, kịp thời hoặc sẵn có của bất kỳ Nội dung nào và không chịu trách nhiệm về bất kỳ sai sót hoặc bỏ sót (do cấu trúc hay lý do khác), bất kể nguyên nhân gì, hoặc về kết quả thu nhận được từ việc sử dụng Nội dung đó. Người cung cấp Nội dung sẽ không chịu trách nhiệm về bất kỳ thiệt hại, chi phí, phí tổn, phí luật sư, hoặc mất mát nào (bao gồm thu nhập bị mất hoặc lợi nhuận bị mất và chi phí có lợi) liên quan đến việc sử dụng Nội dung.