

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

Số lượng đơn đặt hàng mới giảm khi chi phí của các công ty tăng với tốc độ nhanh nhất trong 15 năm

Tháng 4/2026

Số lượng đơn đặt hàng mới giảm lần đầu tiên trong tám tháng

Chi phí đầu vào và giá cả đầu ra tăng mạnh nhất kể từ tháng 4/2011

Sản lượng tiếp tục tăng, nhưng tốc độ tăng là thấp nhất trong mười tháng

Các nhà sản xuất Việt Nam ghi nhận số lượng đơn đặt hàng mới giảm trong tháng 4 khi áp lực lạm phát đạt mức cao của 15 năm, đặc biệt trong bối cảnh chi phí nhiên liệu và dầu tăng.

Với số lượng đơn đặt hàng mới giảm, các công ty đã giảm số lượng việc làm, hoạt động mua hàng và hàng tồn kho. Sản lượng tiếp tục tăng, nhưng tốc độ tăng đã chậm lại thành mức thấp của mười tháng.

Trong khi đó, tâm lý kinh doanh giảm và đạt mức thấp nhất kể từ tháng 9 năm ngoái.

Chỉ số Nhà Quản trị Mua™ hàng (PMI®) ngành sản xuất Việt Nam của S&P Global đã giảm xuống mức thấp của bảy tháng là 50,5 điểm trong tháng 4 so với 51,2 điểm của tháng 3. Kết quả chỉ số cho thấy các điều kiện kinh doanh tổng thể của ngành sản xuất đã cải thiện tháng thứ mười liên tiếp, mặc dù mức độ cải thiện chỉ là nhỏ.

Nhân tố giúp giữ chỉ số toàn phần duy trì ở vùng tăng trưởng trong tháng 4 là sản lượng vẫn duy trì đà tăng. Sản lượng đã tăng tháng thứ 12 liên tiếp, phản ánh việc thực hiện các dự án hiện có và khả năng duy trì của nhu cầu cơ bản. Tuy nhiên, tốc độ tăng là chậm nhất kể từ tháng 6/2025 trong bối cảnh áp lực lạm phát tăng, nguồn cung khan hiếm và thị trường bất ổn do cuộc chiến tranh ở Trung Đông.

Trong khi sản lượng tiếp tục tăng, các kết quả khác của khảo sát đã vẽ một bức tranh âm ảm hơn về các điều kiện kinh doanh của ngành sản xuất trong tháng 4.

Số lượng đơn đặt hàng mới giảm lần đầu trong tám tháng khi giá cả tăng đã ảnh hưởng tới khả năng có được đơn đặt hàng mới của các công ty.

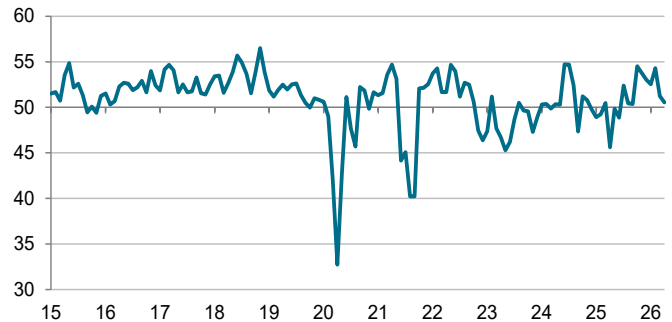
Sức ảnh hưởng này thậm chí còn rõ hơn đối với số lượng đơn đặt hàng xuất khẩu mới, một chỉ số cũng chịu ảnh hưởng của chi phí vận tải tăng. Số lượng đơn đặt hàng mới từ nước ngoài giảm đáng kể tháng thứ hai liên tiếp.

Có nhiều báo cáo cho thấy chi phí nhiên liệu và dầu tăng trong tháng 4, và cước phí vận tải tăng cũng được nhắc đến. Kết quả là, chi phí đầu vào đã tăng nhanh, và tốc độ tăng tiếp tục gia tăng thành mức nhanh nhất trong 15 năm. Hơn một nửa số người trả lời khảo sát cho biết giá đầu vào đã tăng trong tháng.

Để bù đắp, giá cả đầu ra cũng tăng mạnh. Đồng thời, tốc độ tăng giá là nhanh nhất kể từ tháng 4/2011.

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 9 đến ngày 22 tháng 4 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, nói:

“Giá cả và sự gián đoạn nguồn cung do cuộc chiến tranh Trung Đông tiếp tục ảnh hưởng đến tăng trưởng của ngành sản xuất Việt Nam trong tháng 4, khi chi phí nhiên liệu, dầu và vận tải tăng gây áp lực cho cả nhu cầu và nguồn cung.”

Mặc dù sản lượng tiếp tục tăng trong kỳ khảo sát lần này, tốc độ tăng đã chậm lại thành mức thấp, và với số lượng đơn đặt hàng mới giảm về vùng suy thoái, có vẻ như sản lượng sẽ giảm theo trong những tháng tới, trừ khi môi trường giá cả và nguồn cung sẽ cải thiện sớm.”

Với số lượng đơn đặt hàng mới giảm, các nhà sản xuất đã giảm nhân lực, thông qua cả việc giảm số lượng nhân viên và giảm số giờ lao động. Một số công ty cũng báo cáo tình trạng nhân viên nghỉ việc. Số lượng nhân viên đã giảm tháng thứ hai liên tiếp.

Sau khi tăng nhẹ trong tháng 3, lượng công việc tồn đọng giảm lần thứ tư trong năm tháng trong tháng 4, và tốc độ giảm là nhanh nhất kể từ tháng 9 năm ngoái.

Các công ty cũng giảm hoạt động mua hàng và hàng tồn kho vào thời điểm đầu quý 2.

Hoạt động mua hàng hóa đầu vào giảm là do số lượng đơn đặt hàng mới giảm, nhưng việc mua hàng trước của một số nhà sản xuất để cố gắng giảm thiểu những khó khăn về giá cả và nguồn cung đã khiến tốc độ giảm mua hàng chỉ là nhẹ và yếu hơn so với tháng 3.

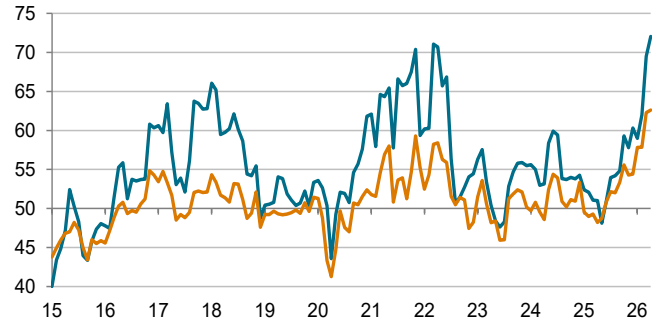
Tuy nhiên, tốc độ giảm tồn kho cả hàng mua và hàng thành phẩm đều tăng.

Những vấn đề liên quan đến chi phí và khả năng vận chuyển, cũng như tình trạng khan hiếm nguyên vật liệu, đã khiến thời gian giao hàng của nhà cung cấp bị kéo dài trong tháng 4. Hơn nữa, hiệu suất hoạt động của nhà cung cấp đã suy giảm với mức độ lớn nhất trong bốn năm rưỡi.

Những lo ngại về ảnh hưởng của cuộc chiến tranh Trung đông đã khiến tâm lý lạc quan của các nhà sản xuất Việt Nam tiếp tục giảm. Tâm lý kinh doanh đã giảm xuống mức thấp của bầy tháng và thấp hơn mức trung bình của lịch sử chỉ số.

Tuy nhiên, các công ty tiếp tục dự báo sản lượng sẽ tăng trong năm tới nhờ hy vọng về việc phục hồi số lượng đơn đặt hàng mới và môi trường thị trường ổn định hơn.

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 hộ) liên quan đến việc sử dụng Nội dung.