

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

Sản lượng trong tháng 2 tăng nhanh hơn thành mức cao của 19 tháng

Tháng 2/2026

Tình trạng cải thiện nhu cầu giúp sản lượng và số lượng đơn đặt hàng mới tăng mạnh hơn

Niềm tin kinh doanh đạt mức cao nhất trong 41 tháng

Chi phí đầu vào tăng mạnh nhất kể từ tháng 6/2022

Động lực tăng trưởng của ngành sản xuất Việt Nam đã cải thiện trong tháng 2.

Sản lượng đã tăng với tốc độ nhanh nhất trong một năm rưỡi khi số lượng đơn đặt hàng mới tăng mạnh hơn. Cả việc làm và hoạt động mua hàng đều ghi nhận mức tăng mạnh hơn, trong khi niềm tin kinh doanh đạt mức cao nhất trong 41 tháng.

Nhu cầu đầu vào cải thiện đã khiến các nhà cung cấp tăng giá, từ đó dẫn đến chi phí đầu vào của các nhà sản xuất tăng mạnh. Kết quả là, giá bán hàng vẫn tăng ở mức đáng kể. Trong khi đó, thời gian giao hàng của các nhà cung cấp bị kéo dài khi có một số báo cáo về tình trạng chậm trễ thủ tục hải quan đối với hàng nhập khẩu.

Chỉ số Nhà Quản trị Mua hàng (PMI®) ngành sản xuất Việt Nam của S&P Global đã tăng lên 54,3 điểm trong tháng 2, so với mức 52,5 điểm của tháng 1 và đã đạt mức cao nhất trong bốn tháng. Chỉ số PMI cho thấy sự cải thiện đáng kể hàng tháng về sức khỏe của ngành, và từ đó kéo dài chuỗi thời gian cải thiện điều kiện kinh doanh hiện tại thành tám tháng.

Sản lượng ngành sản xuất tăng nhanh trong tháng 2, và tốc độ tăng đã nhanh hơn thành mức cao của 19 tháng. Các thành viên nhóm khảo sát cho biết việc chuẩn bị sản phẩm trước khi giao cho khách hàng và nhu cầu khách hàng tăng là nguyên nhân dẫn đến sự gia tăng sản lượng gần đây.

Việc đẩy mạnh sản xuất đã giúp dẫn đến mức giảm thấp nhất của hàng tồn kho thành phẩm trong hơn hai năm. Tuy nhiên, lượng hàng tồn kho sau sản xuất vẫn giảm nhẹ khi sản phẩm được chuyển đến khách hàng.

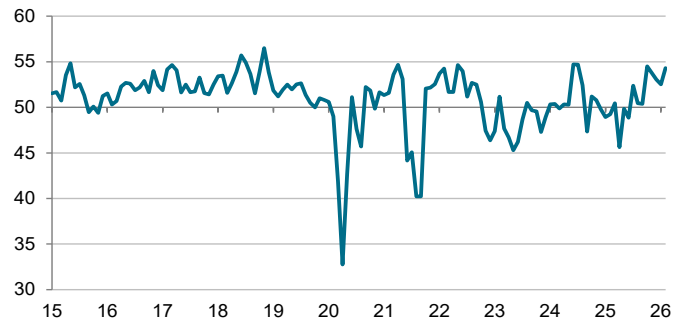
Tình hình nhu cầu được cải thiện cũng góp phần làm tăng đáng kể số lượng đơn đặt hàng mới. Số lượng đơn đặt hàng mới đã tăng tháng thứ sáu liên tiếp, và tốc độ tăng là nhanh nhất kể từ tháng 10 năm ngoái.

Mặc dù số lượng đơn đặt hàng xuất khẩu mới không thay đổi so với tháng trước, tổng số đơn đặt hàng mới vẫn tăng, và một số người trả lời khảo sát nhắc tới sự bất ổn trên thị trường quốc tế.

Tuy nhiên, tình trạng tăng tổng số đơn đặt hàng mới, và kéo theo là nhu cầu sản xuất, đã khiến cả việc làm và hoạt động mua hàng tăng mạnh hơn vào giữa quý đầu tiên của năm 2026. Số lượng nhân viên đã tăng tháng thứ năm liên tiếp, với tốc độ ổn định và nhanh nhất kể từ tháng 9/2022. Tuy nhiên, một số người trả lời khảo sát cho biết những công nhân được tuyển dụng thêm chỉ là hợp đồng tạm thời. Việc tăng thêm năng lực sản xuất đã giúp các công ty giảm mạnh lượng công việc tồn đọng trong tháng.

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 4 đến ngày 19 tháng 2 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 thể tiếp tục đà tăng trưởng đạt được trong tháng 1 và thậm chí còn đạt kết quả mạnh mẽ hơn trong tháng 2. Như vậy, các công ty đã có một khởi đầu tích cực trong năm 2026 và họ có thái độ tự tin nhất về tương lai trong gần ba năm rưỡi qua.

Hầu hết các biến số quan trọng của cuộc khảo sát đều cho thấy sự tăng trưởng mạnh mẽ hơn, bao gồm sản lượng, số lượng đơn đặt hàng mới, việc làm và hoạt động mua hàng. Tuy nhiên, tình hình xuất khẩu nhìn chung vẫn ảm đạm, với số lượng đơn đặt hàng mới từ nước ngoài không thay đổi kể từ tháng 1.

Tình trạng cầu mạnh lên đã dẫn đến áp lực tăng giá gia tăng, cả về chi phí của doanh nghiệp và giá cả mà họ tính cho khách hàng. Chúng ta cần theo dõi sát sao dữ liệu trong những tháng tới để xem liệu tình trạng tăng giá có bắt đầu làm hạn chế nhu cầu hay không.”

Trong khi đó, mức tăng mua nguyên liệu đầu vào kỳ này là mức tăng mạnh thứ hai trong vòng một năm rưỡi (đứng sau số liệu tháng 12/2025). Kết quả là, lượng tồn kho hàng mua đã tăng sau khi giảm vào tháng 1, mặc dù mức tăng chỉ là nhỏ.

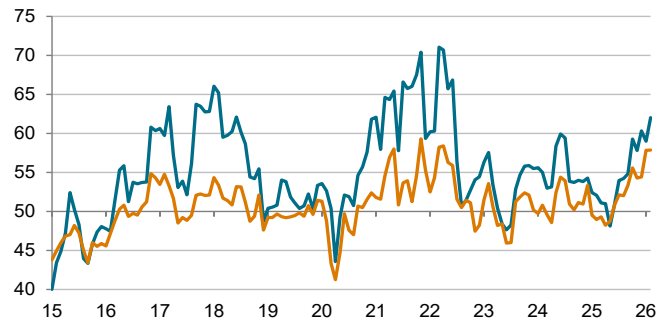
Thời gian giao hàng của nhà cung cấp tiếp tục bị kéo dài hơn một chút trong tháng 2 khi một số người trả lời khảo sát cho biết họ gặp phải tình trạng chậm trễ của thủ tục hải quan khi nhập khẩu hàng hóa.

Nhu cầu đầu vào tăng cao đã cho phép các nhà cung cấp tăng giá trong tháng 2. Kết quả là, chi phí đầu vào của nhà sản xuất đã tăng mạnh, và tốc độ tăng là nhanh nhất kể từ tháng 6/2022. Ngoài giá bán của nhà cung cấp tăng cao, một số công ty cũng ghi nhận chi phí vận chuyển tăng.

Do chi phí hoạt động tăng mạnh, các nhà sản xuất đã tăng giá bán hàng cho phù hợp. Tốc độ tăng giá không thay đổi so với mức cao của 45 tháng được ghi nhận vào đầu năm 2026.

Nhu cầu thị trường được cải thiện và triển vọng số lượng đơn đặt hàng mới tiếp tục tăng đã khiến các nhà sản xuất Việt Nam ngày càng lạc quan rằng sản lượng sẽ tăng trong năm tới. Hơn nữa, niềm tin kinh doanh trong tháng 2 đã mạnh lên tháng thứ năm liên tiếp, đạt mức cao nhất kể từ tháng 9/2022.

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 hiệu) liên quan đến việc sử dụng Nội dung.