

GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY TIÊU DÙNG CỦA TRUNG QUỐC TRONG BỐI CẢNH MỚI

NGUYỄN THỊ HÀ PHƯƠNG*

Tóm tắt: Nền kinh tế Trung Quốc đang bước vào giai đoạn chuyển đổi quan trọng từ mô hình tăng trưởng dựa vào đầu tư - xuất khẩu sang dựa vào tiêu dùng nội địa. Từ sau đại dịch Covid-19, đặc biệt là từ năm 2020 đến nay, trong bối cảnh môi trường quốc tế biến động cùng với sự suy yếu của nhu cầu bên ngoài, căng thẳng thương mại Mỹ - Trung, sự trì trệ của thị trường bất động sản, gia tăng thất nghiệp, tâm lý tiết kiệm của người dân và áp lực giảm phát kéo dài, Trung Quốc đã triển khai nhiều biện pháp cả trực tiếp và gián tiếp nhằm kích thích tiêu dùng trong nước. Các biện pháp này đã đem lại những kết quả tích cực trong việc ổn định tiêu dùng và duy trì đà tăng trưởng của kinh tế Trung Quốc. Thông qua phân tích các biện pháp Trung Quốc đã áp dụng, bài viết làm rõ những đặc trưng nổi bật, đồng thời rút ra các bài học kinh nghiệm có giá trị tham khảo cho Việt Nam trong quá trình thúc đẩy nhu cầu nội địa và hướng tới chuyển đổi kinh tế bền vững.

Từ khóa: Trung Quốc, kinh tế, tiêu dùng nội địa, phát triển chất lượng cao

Lĩnh vực nghiên cứu: Kinh tế

Abstract: China's economy is entering an important transition period from an investment-export-based growth model to one based on domestic consumption. Since the Covid-19 pandemic, especially from 2020 onward, in the context of a volatile international environment with weakening external demand, US-China trade tensions, a stagnant real estate market, rising unemployment, increasing household savings sentiment and prolonged deflationary pressure, China has implemented many direct and indirect measures to stimulate domestic consumption. These measures have yielded positive outcomes in stabilizing consumption and maintaining the growth momentum of the Chinese economy. Through analyzing the measures that China has applied, the article clarifies the outstanding features and draws valuable lessons for Vietnam in the process of boosting domestic demand and pursuing sustainable economic transformation.

Keywords: China, economy, domestic consumption, high-quality development.

(Ngày nhận bài: 15/9/2025; ngày gửi phản biện: 20/9/2025; ngày duyệt bài: 5/10/2025)

Mở đầu

Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu nhiều biến động, mô hình tăng trưởng dựa vào đầu tư và xuất khẩu của Trung Quốc bộc lộ những hạn chế, khiến việc chuyển sang thúc đẩy tiêu dùng nội địa trở thành yêu cầu cấp thiết. Việc nghiên cứu các giải pháp thúc

* ThS., Viện Nghiên cứu Châu Á - Thái Bình Dương, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam
Email: chinmy0812@gmail.com

đẩy tiêu dùng của Trung Quốc có ý nghĩa thực tiễn quan trọng, vừa góp phần lý giải cách một nền kinh tế lớn ứng phó với biến động, vừa gợi mở kinh nghiệm cho Việt Nam trong điều chỉnh mô hình tăng trưởng. Bài viết tập trung vào ba nội dung chính: bối cảnh và thách thức tiêu dùng tại Trung Quốc sau đại dịch Covid-19; các biện pháp chính sách được triển khai; kết quả và bài học tham khảo đối với Việt Nam.

1. Bối cảnh và thách thức tiêu dùng tại Trung Quốc sau đại dịch Covid-19

Sau đại dịch Covid-19, kinh tế Trung Quốc đối mặt với nhiều biến động lớn cả trong và ngoài nước. Kinh tế thế giới sau đại dịch đối mặt với lạm phát cao, đặc biệt ở Mỹ và châu Âu, dẫn đến việc các ngân hàng trung ương phải tăng lãi suất, thắt chặt chính sách tiền tệ. Điều này ảnh hưởng đến nhu cầu nhập khẩu hàng hóa từ Trung Quốc, đặc biệt là các mặt hàng tiêu dùng và công nghiệp nhẹ. Tác động kéo dài của đại dịch Covid-19 cũng khiến nhu cầu của các nước suy giảm, chuỗi cung ứng quốc tế bị gián đoạn. Do chịu tác động từ giá nguyên liệu tăng và những bất ổn địa chính trị (như cuộc chiến Nga - Ukraine kéo dài từ tháng 2/2022 đến nay), Chính phủ Trung Quốc càng ưu tiên củng cố thị trường nội địa để giảm sự phụ thuộc vào bên ngoài. Căng thẳng thương mại Mỹ - Trung kéo dài cũng ảnh hưởng trực tiếp đến xuất khẩu - động lực tăng trưởng truyền thống của kinh tế Trung Quốc. Thúc đẩy tiêu dùng là cách để Trung Quốc tăng tính tự chủ chiến lược và giảm thiểu rủi ro từ môi trường quốc tế không ổn định. Ở trong nước, sau đại dịch, nền tảng kinh tế phục hồi chậm, tăng trưởng kinh tế giảm tốc, nợ tăng cao, doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn trong sản xuất, vận hành. Bên cạnh đó, thất nghiệp gia tăng, thị trường bất động sản suy thoái, áp lực giảm phát kéo dài. Thị trường tiêu dùng chịu áp lực lớn từ tác động của dịch bệnh, xu hướng tiết kiệm, giảm chi tiêu của người dân.

Trung Quốc đang thực hiện chuyển đổi kinh tế từ mô hình tăng trưởng dựa vào xuất khẩu, đầu tư và sản xuất giá rẻ sang mô hình ưu tiên phát triển chất lượng cao, tự chủ công nghệ, đổi mới sáng tạo và phát triển xanh, dựa vào tiêu dùng nội địa. Nước này đã thúc đẩy thực hiện vòng “tuần hoàn kép” (dual circulation) - lấy việc thúc đẩy tiêu dùng nội địa, thị trường trong nước làm trung tâm, trong khi vẫn duy trì vai trò của thương mại quốc tế. Khuyến khích tiêu dùng trong nước đã trở thành một lựa chọn chiến lược trong bối cảnh nền kinh tế Trung Quốc đang đối mặt với nhiều thách thức cả ở bên trong và bên ngoài.

Mặc dù Trung Quốc có lợi thế về quy mô thị trường nội địa và tầng lớp trung lưu ngày càng mở rộng, song những bất định kinh tế cùng với niềm tin tiêu dùng suy giảm đã trở thành rào cản lớn đối với nước này trong việc chuyển dịch sang mô hình tăng

trường dựa vào tiêu dùng. Bối cảnh này đã đặt ra yêu cầu cấp thiết cần hoạch định và triển khai các biện pháp chính sách nhằm khôi phục, mở rộng và nâng cao vai trò của tiêu dùng trong phát triển kinh tế giai đoạn hậu Covid-19.

2. Các biện pháp, chính sách thúc đẩy tiêu dùng trong nước

2.1. Hoàn thiện cơ chế chính sách thúc đẩy tiêu dùng

Trung Quốc đã nhiều lần sử dụng chính sách mở rộng nhu cầu trong nước và thúc đẩy tiêu dùng như một công cụ chủ chốt để ổn định và phục hồi kinh tế trong các giai đoạn khó khăn - từ khủng hoảng tài chính châu Á (năm 1998), khủng hoảng tài chính toàn cầu (năm 2008) đến đại dịch Covid-19 (năm 2020). Từ năm 2021, chính sách này được thể chế hóa trong “Quy hoạch 5 năm lần thứ 14”, nhấn mạnh việc xây dựng hệ thống tiêu dùng nội địa mạnh, lấy “cầu dẫn dắt cung - cung tạo ra cầu” làm nguyên tắc, phát triển các thành phố trung tâm tiêu dùng quốc tế. Báo cáo Đại hội XX (năm 2022) và “Chương yếu quy hoạch chiến lược mở rộng nhu cầu trong nước (2022-2035)” xác định tiêu dùng là trụ cột chính trong tăng trưởng dài hạn, hướng đến nâng cao chất lượng tiêu dùng.

Từ năm 2023-2025, Trung Quốc đã ban hành một loạt văn kiện, trong đó có thể kể đến một số văn bản quan trọng như: “Chương yếu xây dựng cường quốc chất lượng” (năm 2023) - nâng cao chất lượng hàng tiêu dùng; “Điều lệ thực thi bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng” (năm 2024) - hoàn thiện khung pháp lý; “Phương án hành động 3 năm (2025-2027)” và “Phương án hành động đặc biệt thúc đẩy tiêu dùng” (năm 2025) - cải thiện môi trường tiêu dùng, củng cố niềm tin, tháo gỡ rào cản thị trường. Đặc biệt, Luật Thúc đẩy kinh tế tư nhân (năm 2025) tạo cơ sở pháp lý cho doanh nghiệp, góp phần ổn định thị trường lao động. Tại Diễn đàn Kinh tế thế giới mùa hè 2025, Thủ tướng Trung Quốc Lý Cường khẳng định tiêu dùng là động lực chủ chốt thúc đẩy tăng trưởng kinh tế Trung Quốc, xác định rõ vai trò trung tâm của tiêu dùng trong chiến lược phát triển kinh tế quốc gia¹.

2.2. Cải thiện thu nhập và ổn định thị trường lao động

Về cải thiện thu nhập, cải thiện thu nhập là điều kiện tiên quyết thúc đẩy tiêu dùng. Sau đại dịch, thu nhập của người dân Trung Quốc sụt giảm mạnh, dẫn đến tâm lý tiết kiệm phòng thủ. Giai đoạn 2013-2022, thu nhập khả dụng bình quân đầu người của

¹ "Trung Quốc đang xây dựng nền kinh tế tiêu dùng “siêu lớn”, 24h, ngày 29/6/2025, <https://www.24h.com.vn/kinh-doanh/trung-quoc-dang-xay-dung-nen-kinh-te-tieu-dung-sieu-lon-c161a1675674.html>, truy cập ngày 15/8/2025.

Trung Quốc chỉ chiếm trung bình 43,3% GDP bình quân đầu người, thấp hơn nhiều so với các quốc gia theo mô hình tiêu dùng². Để khắc phục tình trạng này, Trung Quốc đã triển khai hàng loạt chính sách như tăng cường an sinh xã hội (y tế, giáo dục, hưu trí), ban hành “Ý kiến về thúc đẩy phát triển quỹ lương hưu cá nhân” (năm 2022) nhằm thúc đẩy mức tăng trưởng thực tế thu nhập khả dụng bình quân đầu người của người dân về cơ bản theo kịp tốc độ tăng trưởng kinh tế, “thúc đẩy tăng thu nhập của người dân thông qua nhiều kênh, tăng thu nhập và giảm gánh nặng cho các nhóm thu nhập thấp và trung bình, hoàn thiện cơ chế tăng lương cho người lao động”³. Năm 2024, thu nhập khả dụng bình quân đầu người của cư dân toàn quốc là 41.314 NDT, tăng danh nghĩa 5,3% so với 2023⁴.

Về ổn định việc làm, trước tình trạng tỷ lệ thất nghiệp cao, đặc biệt trong giới thanh niên, Trung Quốc đã tăng dịch vụ việc làm cho thanh niên, phát triển giáo dục nghề nghiệp, hỗ trợ sinh viên tốt nghiệp tạm thời thất nghiệp, hỗ trợ người lao động bị sa thải tìm việc làm và khởi nghiệp thông qua hình thức việc làm linh hoạt, hỗ trợ các doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc duy trì lao động, giảm thuế, phí cho nhóm thu nhập thấp, giúp người lao động bị ảnh hưởng bởi thuế quan tìm được việc làm mới... Hội nghị Trung ương 3 khóa XX (năm 2024) xác định phát triển việc làm chất lượng cao là trọng tâm của cải cách. “Ý kiến về thực thi chiến lược ưu tiên việc làm” thúc đẩy việc làm thích ứng với những thay đổi về nhân khẩu học và công nghệ⁵. Luật Thúc đẩy kinh tế tư nhân năm 2025 hỗ trợ kinh tế tư nhân tạo thêm nhiều việc làm.

2.3. Hỗ trợ tài chính kích thích tiêu dùng

Trung Quốc đã thực hiện đồng thời nhiều biện pháp hỗ trợ về tài chính để kích thích tiêu dùng trong nước. Thứ nhất là giảm tỷ lệ dự trữ bắt buộc, giảm thuế. Ngân hàng Nhân dân Trung Quốc (PBOC) đã giảm tỷ lệ dự trữ bắt buộc của các ngân hàng, giải phóng khoảng 1.000 tỷ NDT để có thêm nguồn lực cho vay tiêu dùng và hỗ trợ

² 周清杰, “重视居民消费对扩大内需的关键作用” (Coi trọng vai trò then chốt của tiêu dùng cư dân đối với mở rộng nhu cầu trong nước), *中国社会科学网*, ngày 16/4/2024, https://www.cssn.cn/skgz/bwyc/202404/t20240416_5746376.shtml, truy cập ngày 20/4/2025.

³ 实施提振消费专项行动 (Thực thi hành động đặc biệt thúc đẩy tiêu dùng), *新华社*, ngày 9/3/2025, <https://www.news.cn/fortune/20250309/fba3ed952b934cc38ce1ce1f5f798928/c.html>, truy cập ngày 9/5/2025.

⁴ 张毅, “居民收入与经济增长同步 居民消费支出稳定增长” (Thu nhập cư dân đồng bộ với tăng trưởng kinh tế, chi tiêu dùng cư dân tăng trưởng ổn định), *国家统计局*, ngày 17/1/2025, https://www.stats.gov.cn/xxgk/jd/sjjd2020/202501/t20250117_1958335.html, truy cập ngày 30/2/2025.

⁵ “实施就业优先战略 促进高质量充分就业” (Thực thi chiến lược ưu tiên việc làm, thúc đẩy việc làm chất lượng cao), *人力资源和社会保障部*, ngày 01/11/2024, https://www.mohrss.gov.cn/SYrlzyshshzbz/dongtaixinwen/buneyiaowen/rsxw/202411/t20241101_528896.html, truy cập ngày 1/3/2025.

doanh nghiệp. Trung Quốc cũng giảm thuế VAT và thuế tiêu thụ đặc biệt đối với một số mặt hàng như ô tô điện hay sản phẩm công nghệ cao.

Thứ hai là trợ cấp tiêu dùng. Trung Quốc thông qua Alipay phát phiếu tiêu dùng điện tử hay trợ cấp tiền mặt, áp dụng tại nhiều thành phố như Thượng Hải, Bắc Kinh (30.000 phiếu tiêu dùng cho ngành thể thao băng tuyết), Vũ Hán, Hàng Châu, Thâm Quyển..., tập trung vào lĩnh vực ăn uống, giải trí, thể thao. Phiếu tiêu dùng có tác dụng thúc đẩy tiêu dùng tốt hơn so với việc phát tiền mặt do người dân sẽ sử dụng trực tiếp thay vì tiết kiệm tiền mặt hoặc không sử dụng tiền được phát để chi tiêu⁶.

Chính phủ còn trợ cấp tới 20% cho các mặt hàng gia dụng cao cấp, mở rộng tiêu dùng chất lượng cao và cá nhân hóa. Năm 2025, chính sách trợ giá 15% được áp dụng cho các thiết bị thông minh dưới 6.000 NDT như điện thoại, đồng hồ, máy tính bảng⁷; nhà ở được hỗ trợ cải tạo theo hướng xanh, thông minh.

Thứ ba, chương trình “đổi cũ lấy mới” được coi là giải pháp tiêu dùng hiệu quả nhất từ năm 2022, được triển khai rộng rãi với sự hỗ trợ ngân sách lớn. Người dân được khuyến khích thay thế các thiết bị cũ (ô tô, xe điện, điện thoại, đồ gia dụng...) bằng sản phẩm mới. Theo “Phương án hành động thúc đẩy đổi mới trang thiết bị quy mô lớn và đổi cũ lấy mới hàng tiêu dùng” (năm 2024), đến năm 2027, quy mô đầu tư trang thiết bị trong các ngành công nghiệp, nông nghiệp, xây dựng, giao thông vận tải, giáo dục, văn hóa, du lịch, y tế sẽ tăng hơn 25% so với năm 2023⁸. Cơ chế chính sách được đồng bộ với sự phối hợp chặt chẽ giữa chính quyền trung ương và địa phương. Năm 2024, chính quyền Trung ương phân bổ 150 tỷ NDT quỹ trái phiếu chính phủ đặc biệt dài hạn hỗ trợ các địa phương triển khai chính sách theo đặc điểm địa phương⁹, thúc đẩy doanh thu bán lẻ tăng 3,5% so với năm trước¹⁰. Năm 2025, nhiều

⁶ 大力促消费 多地开启新一轮消费券发放 (Đẩy mạnh tiêu dùng, nhiều nơi phát phiếu tiêu dùng đợt mới), *新华网*, ngày 25/11/2024, <http://www.news.cn/fortune/20241125/bfd93774e29340deac498fbdf2cc7be7/c.html>, truy cập ngày 23/4/2025.

⁷ Bình Minh, “Trung Quốc đẩy mạnh hỗ trợ người tiêu dùng để vực dậy nền kinh tế”, *VnEconomy*, ngày 9/1/2025, <https://vneconomy.vn/trung-quoc-day-manh-ho-tro-nguoi-tieu-dung-de-vuc-day-nen-kinh-te.htm>, truy cập ngày 15/3/2025.

⁸ “国务院关于印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》的通知” (Quốc vụ viện ban hành thông báo về “Phương án thúc đẩy đổi mới thiết bị quy mô lớn và đổi cũ lấy mới hàng tiêu dùng”), *政府网*, ngày 26/3/2024, https://www.gov.cn/zhengce/content/202403/content_6939232.htm, truy cập ngày 26/3/2025.

⁹ “国家统计局局长就 2024 年全年国民经济运行情况答记者问” (Cục trưởng Cục Thống kê trả lời về tình hình kinh tế năm 2024), *政府网*, ngày 7/3/2024, https://www.stats.gov.cn/sj/sjjd/202501/t20250117_1958346.html, truy cập ngày 26/3/2025.

¹⁰ 2024 中国经济彰显诸多亮点 (Kinh tế Trung Quốc 2024 có nhiều điểm sáng), *中证网*, ngày 4/1/2025, https://www.cs.com.cn/qs/202501/t20250104_6466126.html, truy cập ngày 26/3/2025.

sản phẩm được bổ sung vào chương trình như lò vi sóng, máy lọc nước, máy rửa bát và nồi cơm điện¹¹. Tính đến tháng 5/2025, hơn 120 triệu người đã được hưởng lợi từ chương trình này. Trong dịp lễ Quốc tế Lao động năm 2025, doanh số bán thiết bị truyền thông đã tăng 10,5% so với cùng kỳ năm ngoái¹². Trung Quốc cũng phát triển hệ thống thu gom và tái chế hiện đại, có sự tham gia của doanh nghiệp tư nhân. Các sản phẩm sau khi thu hồi được phân loại, tái chế hoặc tiêu hủy an toàn, tạo vòng tròn kinh tế tuần hoàn. Trung Quốc đã thực hiện chiến dịch truyền thông quốc gia, giúp người dân hiểu được lợi ích của chương trình đổi cũ lấy mới. Các nền tảng thương mại điện tử như JD.com, Alibaba, Meituan... được huy động tham gia, cung cấp ưu đãi, thu hút người tiêu dùng.

2.4. Phát triển kinh tế miễn thuế và các thành phố trung tâm tiêu dùng quốc tế nhằm thúc đẩy tiêu dùng dịch vụ

Kinh tế miễn thuế là động lực quan trọng thúc đẩy tiêu dùng nước ngoài quay trở lại và mở rộng nhu cầu trong nước. Từ năm 2022, Trung Quốc quy hoạch xây dựng nhiều cửa hàng miễn thuế trong thành phố, mở rộng ưu đãi thuế và tạo điểm nóng tiêu dùng mới, góp phần nâng cấp tiêu dùng và thúc đẩy “tuần hoàn kép”. Các thành phố như Bắc Kinh, Thượng Hải, Quảng Châu kết hợp “mua sắm miễn thuế + ăn uống + du lịch” để phát triển thành trung tâm tiêu dùng quốc tế. Trường hợp Hải Nam cho thấy hiệu quả rõ rệt khi doanh số mua sắm miễn thuế và doanh thu du lịch tăng mạnh sau khi nới lỏng chính sách.

Bên cạnh đó, tiêu dùng dịch vụ đã trở thành lĩnh vực tăng trưởng nhanh và có tiềm năng lớn, nhất là trong các ngành như chăm sóc người già, văn hóa, du lịch, thể thao... Tuy nhiên, Trung Quốc vẫn thiếu nguồn cung dịch vụ chất lượng cao. Chính phủ đã ban hành nhiều chính sách thúc đẩy dịch vụ chất lượng, phát triển mô hình mới (kinh tế bạc, dịch vụ quản gia, kinh tế băng tuyết...), đồng thời tăng giám sát, tổ chức các chương trình kích cầu như “Lễ hội ẩm thực Trung Quốc”, “Ngày độc thân 11.11”. Năm 2024, chi tiêu dịch vụ bình quân đầu người tăng 7,4%, chiếm 43,3% tổng chi tiêu tiêu dùng, cho thấy xu hướng chuyển sang tiêu dùng kết hợp hàng hóa - dịch vụ ngày càng rõ rệt¹³...

¹¹ 实施提振消费专项行动, tlđđ.

¹² 王珂 付一凡, “旧换新”释放“乘数效应” (“Đổi cũ lấy mới” giải phóng “hiệu ứng cấp số nhân”), 人民网, ngày 21/5/2025, <http://politics.people.com.cn/n1/2025/0521/c458474-40484619.html>, truy cập ngày 21/6/2025.

¹³ “一季度内需对经济增长贡献率达” 85.5% (Quý I nhu cầu trong nước đóng góp 85,5% cho tăng trưởng kinh tế), 政府网, ngày 23/4/2024, https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202405/content_6950786.htm, truy cập ngày 30/12/2024.

2.5. Tối ưu hóa nguồn cung và môi trường tiêu dùng

Trung Quốc chú trọng tối ưu hóa nguồn cung và môi trường tiêu dùng nhằm thúc đẩy tiêu dùng bền vững và chất lượng cao. Nước này xây dựng hệ thống cung ứng phù hợp với nhu cầu của dân cư, hình thành vòng tuần hoàn “cầu kéo cung - cung tạo cầu”¹⁴... Chính phủ tăng nguồn cung hàng tiêu dùng trung - cao cấp, đặc biệt trong lĩnh vực nhà thông minh, kinh tế bạc, khuyến khích phát triển sản phẩm cho người già, trẻ em, người khuyết tật, đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp nội thất và ứng dụng livestream, video ngắn để đa dạng hóa hình thức tiêu dùng.

Bên cạnh đó, Trung Quốc coi trọng cải thiện môi trường tiêu dùng nhằm củng cố niềm tin của người dân như hoàn thiện tiêu chuẩn ngành, tăng giám sát thị trường, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, giảm chi phí cho doanh nghiệp và thúc đẩy cơ chế giải quyết tranh chấp nhanh. “Phương án hành động 3 năm ưu hóa môi trường tiêu dùng 2025-2027” đã được Quốc vụ viện phê duyệt, đánh dấu bước đi quan trọng trong việc xây dựng môi trường tiêu dùng lành mạnh, minh bạch và an toàn.

2.6. Mở rộng đầu tư hiệu quả và tiêu dùng kiểu mới, thúc đẩy tiêu dùng ở nông thôn

Việc triển khai các dự án lớn liên quan đến cơ sở hạ tầng mới được đẩy nhanh và đầu tư hiệu quả giúp nâng cao vai trò thúc đẩy tiêu dùng kiểu mới như tiêu dùng xanh và tiêu dùng số.

Chính phủ khuyến khích mua ô tô điện, sản phẩm tiết kiệm năng lượng, phát triển công trình xanh và ưu đãi thuế cho các khoản vay tiêu dùng xanh. Tập đoàn Alibaba và hơn 20 công ty đầu ngành đã cùng nhau phát động “Hành động thân thiện giảm thiểu carbon”, thúc đẩy tiêu dùng bền vững¹⁵. Khái niệm tiêu dùng xanh ngày càng trở nên phổ biến, doanh số bán thực phẩm hữu cơ xanh tăng mạnh¹⁶. Trung Quốc khuyến khích chính quyền địa phương ưu đãi về thuế cho các tổ chức tài chính phát hành các khoản vay tiêu dùng xanh và tăng cường mua sắm của chính phủ đối với các sản phẩm và dịch vụ xanh. “Quy hoạch 5 năm lần thứ 14 về tiết kiệm năng lượng và phát triển công trình xanh” đề xuất đến năm 2025 toàn bộ các công trình đô thị mới sẽ được xây dựng theo hình thức công trình xanh.

¹⁴ “从近年消费政策发布看 2023 年消费市场发展趋势” (Xu hướng phát triển thị trường tiêu dùng năm 2023 nhìn từ chính sách tiêu dùng mấy năm gần đây), *中国金融信息网*, ngày 16/3/2023, https://www.cnfin.com/yb-lb/detail/20230316/3823595_1.html, truy cập ngày 26/3/2025.

¹⁵ 2022 消费创新论坛: RCEP 跨境电商进口快速增长 (Diễn đàn đổi mới tiêu dùng 2022: nhập khẩu thương mại điện tử xuyên biên giới RCEP tăng nhanh), *商务部*, ngày 22/7/2022, http://fta.mofcom.gov.cn/article/rcep/rcepfgd/202207/49297_1.html, truy cập ngày 26/3/2025.

¹⁶ “一季度内需对经济增长贡献率达 85.5%”, tldd.

Trung Quốc cũng tích cực mở rộng không gian tiêu dùng số, thúc đẩy tích hợp trực tuyến - ngoại tuyến, kết nối chính xác cung - cầu tiêu dùng¹⁷. Các mô hình tiêu dùng thông minh trong các lĩnh vực như bán lẻ, du lịch, chăm sóc người già, văn hóa, thể thao cũng được chú trọng phát triển. Phương án hành động số hóa hỗ trợ Ba sản phẩm công nghiệp hàng tiêu dùng (2022-2025) đặt ra lộ trình cụ thể cho số hóa từ phía cung.

Ngoài ra, Trung Quốc chú trọng kích cầu tiêu dùng nông thôn, hỗ trợ mua sắm hàng gia dụng, vật liệu xây dựng xanh, phát triển hậu cần chi phí thấp và thương mại điện tử nông thôn (qua Taobao, JD.com và Pinduoduo). Du lịch nông thôn và nông nghiệp giải trí phát triển góp phần nâng cao chất lượng sống và giải phóng tiềm năng tiêu dùng của khu vực này.

Ổn định thị trường nhà ở, nâng cao niềm tin của người dân vào sự phát triển ổn định lâu dài của giá bất động sản cũng là biện pháp được thực thi nhằm kích thích nhu cầu mua nhà và hỗ trợ người tiêu dùng trong việc sở hữu nhà ở. Bất động sản từng là trụ cột kinh tế của Trung Quốc, chiếm khoảng 1/3 GDP, nhưng những năm gần đây gặp nhiều khó khăn khiến niềm tin tiêu dùng suy giảm¹⁸. Để phục hồi thị trường, Chính phủ Trung Quốc đã ban hành hàng loạt chính sách hỗ trợ như: giảm lãi suất vay mua nhà (năm 2024 giảm bình quân 0,5%¹⁹), mở rộng nguồn cung nhà cho thuê giá rẻ, phát triển nhà ở cho thuê dài hạn và đảm bảo quyền hưởng dịch vụ công bình đẳng²⁰. Nhiều địa phương cũng nới lỏng quy định đối với việc mua nhà: Quảng Châu dỡ bỏ toàn bộ hạn chế mua nhà, Thượng Hải và Thâm Quyển giảm tỷ lệ trả trước cho người mua lần đầu xuống 15%²¹. Đến năm 2025, lãi suất vay thế chấp 5 năm giảm còn 2,6%, giúp người dân tiết kiệm hơn 20 tỷ NDT tiền lãi/năm²². Ngân hàng Nhân dân Trung Quốc (PBOC) cam kết tiếp tục hỗ trợ vay vốn cho doanh nghiệp bất động sản đến

¹⁷ 林丽鹂, 运用数字技术 开拓消费空间 (Vận dụng công nghệ số mở rộng không gian tiêu dùng), 人民网 ngày 10/1/2024, <http://finance.people.com.cn/n1/2024/0110/c1004-40155787.html>, truy cập ngày 6/6/2025.

¹⁸ Huỳnh Anh, “Trung Quốc bất ngờ phát tiền cho người dân, chuyện gì đang xảy ra?”, *Báo Dân trí*, ngày 26/9/2024, <https://dantri.com.vn/kinh-doanh/trung-quoc-bat-ngo-phat-tien-cho-nguoi-dan-chuyen-gi-dang-xay-ra-20240926140606775.htm>, truy cập ngày 1/2/2025.

¹⁹ Huỳnh Anh, “Trung Quốc bất ngờ phát tiền cho người dân, chuyện gì đang xảy ra?”, t.lđđ.

²⁰ 郭春丽, 易信, “新发展阶段扩大内需的现实逻辑、战略导向和实践重点” (Logic thực tế, dẫn hướng chiến lược và trọng điểm thực tiễn mở rộng nhu cầu trong nước trong giai đoạn phát triển mới), *经济纵横* 2023 年第 7 期.

²¹ Bình Minh, “Động thái kích cầu mới của Trung Quốc: Hạ lãi suất cho vay thế chấp nhà”, t.lđđ.

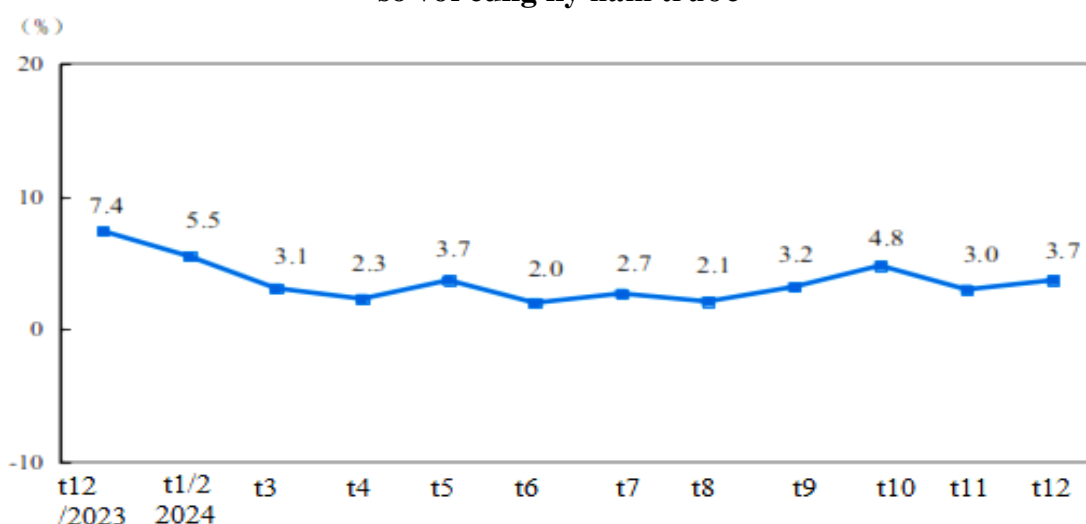
²² “Trung Quốc đẩy mạnh kích thích kinh tế”, *VTV*, ngày 8/5/2025, <https://vtv.vn/kinh-te/trung-quoc-day-manh-kich-thich-kinh-te-20250507224121315.htm>, truy cập ngày 18/5/2025.

năm 2026²³. Những biện pháp này nhằm kích cầu thị trường bất động sản, khôi phục niềm tin và thúc đẩy tiêu dùng nội địa.

3. Kết quả và một số thách thức

Với sự phối hợp giữa chính quyền trung ương và địa phương, các chính sách thúc đẩy tiêu dùng của Trung Quốc đã mang lại hiệu quả tích cực. Quý I/2024, nhu cầu trong nước đóng góp 85,5% vào tăng trưởng kinh tế, trong đó tiêu dùng đóng góp 73,7%, thúc đẩy GDP tăng thêm 3,9 điểm phần trăm²⁴. Tháng 12/2024, tổng mức bán lẻ hàng tiêu dùng đạt 4.517,2 tỷ NDT, tăng 3,7% so với cùng kỳ năm trước²⁵.

Hình 1: Tốc độ tăng tổng kim ngạch bán lẻ hàng tiêu dùng xã hội so với cùng kỳ năm trước



Nguồn: 统计局, “2024 年 12 月份社会消费品零售总额增长 3.7%”, ngày 17/1/2025, https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202501/t20250117_1958327.html

Chỉ số niềm tin của người tiêu dùng tăng 0,2 điểm phần trăm so với tháng trước²⁶. Các giải pháp thúc đẩy tiêu dùng, nhất là chương trình đổi cũ lấy mới đã củng cố vai trò “động lực chính” của tiêu dùng trong tăng trưởng kinh tế²⁷. Cơ cấu tiêu dùng tiếp tục chuyển dịch theo hướng hiện đại với sự gia tăng của thương mại điện tử xuyên biên giới,

²³ Bình Minh, “Động thái kích cầu mới của Trung Quốc: Hạ lãi suất cho vay thế chấp nhà”, tldd.

²⁴ “一季度内需对经济增长贡献率达 85.5%”, tldd.

²⁵ “2024 年 12 月份社会消费品零售总额增长 3.7%” (Tổng kim ngạch bán lẻ hàng tiêu dùng xã hội tháng 12 năm 2024 tăng 3,7%), 统计局, ngày 17/1/2025, https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202501/t20250117_1958327.html, truy cập ngày 18/3/2025.

²⁶ “国家统计局局长就 2024 年全年国民经济运行情况答记者问”, tldd.

²⁷ “一季度内需对经济增长贡献率达 85.5%”, tldd.

sản phẩm xanh, dịch vụ số. Khoảng cách tiêu dùng giữa thành thị và nông thôn dần thu hẹp, tiêu dùng chất lượng ngày càng được mở rộng sang nhiều lĩnh vực.

Trung Quốc hiện là thị trường tiêu dùng trong nước lớn thứ hai thế giới, tuy nhiên mức tiêu dùng cuối cùng chỉ chiếm 56% GDP (năm 2023), thấp hơn nhiều so với mức xấp xỉ 80% GDP ở các nước phát triển, cho thấy còn nhiều dư địa để cải thiện²⁸. Mặc dù đạt được một số thành công, nhưng hiệu quả chính sách tiêu dùng vẫn còn hạn chế do phải đối mặt với nhiều thách thức dài hạn:

(1) Thu nhập hộ gia đình tăng chậm: Tốc độ tăng trưởng GDP chậm lại, việc tăng lương và tạo việc làm mới khó khăn hơn. Khoảng cách thu nhập giữa thành thị - nông thôn, giữa các tầng lớp xã hội vẫn lớn, khiến mức tiêu dùng bị kìm hãm. Những khó khăn trong và ngoài nước vẫn gây áp lực lên tâm lý thị trường, giảm phát kéo dài khiến người dân ưu tiên tiết kiệm phòng rủi ro thay vì chi tiêu.

(2) Thị trường bất động sản vẫn suy giảm: Bất động sản chiếm tỉ trọng lớn trong tổng tài sản hộ gia đình Trung Quốc. Do đó, thị trường bất động sản suy giảm khiến người dân có xu hướng thắt chặt chi tiêu và đầu tư. Nợ xấu trong lĩnh vực bất động sản làm suy giảm niềm tin của nhà đầu tư và người tiêu dùng, làm giảm hiệu ứng lan toả đầu tư - tiêu dùng.

(3) Tâm lý bất ổn và kỳ vọng tiêu cực: Sau đại dịch, niềm tin của người tiêu dùng chưa phục hồi; lo ngại về thất nghiệp, đặc biệt là thanh niên (tỷ lệ thất nghiệp từng vượt 20%); xu hướng ưu tiên tiết kiệm, mua hàng giá rẻ, giảm chi tiêu xa xỉ.

(4) Gánh nặng an sinh xã hội: Do chi phí giáo dục, y tế, hưu trí cao nên người dân phải để dành tiền cho các khoản này thay vì chi tiêu vào hàng hóa dịch vụ khác.

5) Cấu trúc kinh tế còn lệch về đầu tư - công nghiệp nặng, trong khi chưa phát triển đầy đủ các lĩnh vực dịch vụ, tiêu dùng. Các chính sách kích cầu còn thiên về đầu tư cơ sở hạ tầng, hỗ trợ doanh nghiệp hơn là trực tiếp nâng cao thu nhập cho hộ gia đình. Doanh nghiệp cũng hạn chế tăng lương để duy trì cạnh tranh nên sức mua nội địa không được cải thiện tương xứng với quy mô kích cầu.

Những khó khăn trong việc thúc đẩy tiêu dùng của Trung Quốc có thể kìm hãm quá trình tái cân bằng tăng trưởng, gây áp lực giảm tốc dài hạn. Tiêu dùng hộ gia đình đóng góp thấp hơn kỳ vọng khiến nền kinh tế tiếp tục phụ thuộc vào xuất khẩu và đầu

²⁸ 以消费和投资的相互促进扩大国内需求 (Thúc đẩy cả tiêu dùng và đầu tư để mở rộng nhu cầu trong nước), 人民网, ngày 10/1/2025, <http://theory.people.com.cn/n1/2025/0110/c40531-40399035.html>, truy cập ngày 22/5/2025.

tư công, dễ tổn thương trước biến động bên ngoài. Nếu tiêu dùng không tăng, đầu tư mới sẽ gặp khó do thiếu thị trường để tiêu thụ sản phẩm, kéo theo tăng trưởng GDP giảm và nguy cơ rơi vào bẫy thu nhập trung bình. Tỷ lệ thất nghiệp cao và chi phí sinh hoạt tăng dễ dẫn đến nguy cơ bất ổn xã hội và khiến người dân mất niềm tin đối với tăng trưởng kinh tế. Khi tiêu dùng trong nước yếu, nhập khẩu hàng hóa dịch vụ từ nước ngoài vào Trung Quốc cũng chững lại, ảnh hưởng đến các đối tác thương mại (trong đó có Việt Nam). Trung Quốc có thể đẩy mạnh xuất khẩu để bù đắp nhu cầu tiêu dùng trong nước suy yếu, song điều này cũng dẫn đến căng thẳng thương mại với Mỹ, EU và các nền kinh tế lớn khác.

Tóm lại, nhu cầu tiêu dùng trong nước chưa đạt kỳ vọng ở Trung Quốc bắt nguồn từ sự kết hợp của yếu tố kinh tế (thu nhập, bất động sản), xã hội (chi phí an sinh, bất bình đẳng) và tâm lý (lo ngại rủi ro). Điều này cản trở quá trình tái cơ cấu theo mô hình tăng trưởng dựa vào tiêu dùng, khiến kinh tế Trung Quốc đứng trước nguy cơ tăng trưởng chậm lại, khó bền vững và tạo ra những hệ lụy cả trong nước lẫn toàn cầu.

4. Bài học tham khảo đối với Việt Nam

Giai đoạn 2021-2023, mức tiêu dùng tại Việt Nam tăng trưởng chậm và thiếu ổn định, ảnh hưởng tiêu cực tới mục tiêu tăng trưởng kinh tế chung. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tăng bình quân khoảng 7,2%/năm, thấp hơn đáng kể so với mục tiêu 13-13,5%/năm đề ra trong Chiến lược phát triển thương mại trong nước đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045²⁹. Để kích thích tiêu dùng, Việt Nam có thể tham khảo kinh nghiệm và các biện pháp mà Trung Quốc đã áp dụng, tuy nhiên cần linh hoạt điều chỉnh theo thực tế trong nước. Việc tích cực triển khai đa dạng các hoạt động thúc đẩy tiêu dùng kết hợp với chính sách tài khóa - tiền tệ - công nghệ sẽ giúp kích thích tiêu dùng tăng cả về lượng và chất, đáp ứng tốt hơn kỳ vọng người dân.

Đầu tư hiệu quả để phát triển tiêu dùng chất lượng cao, sử dụng công nghệ thông minh để tạo ra các kịch bản tiêu dùng mới, kết nối cung - cầu hiệu quả hơn, tối ưu hóa môi trường và điều kiện tiêu dùng, hỗ trợ các nhóm yếu thế, góp phần mở rộng tiêu dùng nội địa.

Chú ý các vấn đề về cơ chế, thể chế kìm hãm tăng trưởng tiêu dùng, tăng cường bảo vệ quyền và lợi ích của người tiêu dùng, thúc đẩy kinh tế tư nhân để tạo việc làm. Đặc biệt có thể tham khảo Chương trình “đổi cũ lấy mới” hàng tiêu dùng hay xây

²⁹ Lưu Hà, “Doanh nghiệp đón trước mùa mua sắm”, *VnEconomy*, ngày 2/9/2024, <https://vneconomy.vn/doanh-nghiep-don-truoc-mua-mua-sam.htm>, truy cập ngày 22/2/2025.

dựng thành phố trung tâm tiêu dùng như Trung Quốc; tăng cường tuyên truyền, nâng cao nhận thức của người dân, phối hợp chặt chẽ giữa các ngành và địa phương trong thiết kế, triển khai, giám sát chương trình, có cơ chế hỗ trợ tổng thể, hiệu quả. Chương trình “đổi cũ lấy mới” được Trung Quốc coi là chính sách tổng hợp gắn với tiêu dùng xanh, kinh tế tuần hoàn và giảm phát thải.

Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu biến động mạnh, việc chuyển dịch sang mô hình tăng trưởng dựa vào tiêu dùng nội địa là xu thế tất yếu của Trung Quốc nhằm bảo đảm ổn định và phát triển bền vững. Trong những năm gần đây, Trung Quốc đã triển khai nhiều biện pháp bao gồm hoàn thiện thể chế, cải thiện thu nhập và việc làm, khuyến khích tiêu dùng thông qua trợ cấp và đổi cũ lấy mới đến phát triển kinh tế dịch vụ, tiêu dùng số, tiêu dùng xanh và ổn định thị trường bất động sản. Trường hợp Trung Quốc cung cấp kinh nghiệm quý báu cho Việt Nam, đặc biệt là trong việc đa dạng hóa chính sách, kết hợp đồng bộ giữa tài khóa, tiền tệ và các biện pháp hỗ trợ xã hội để kích cầu tiêu dùng, đồng thời chú trọng chất lượng, bền vững và cân bằng giữa thành thị, nông thôn.

* Bài viết là sản phẩm của đề tài cấp Viện: “Giải pháp thúc đẩy tiêu dùng trong nước của Trung Quốc từ 2022 đến nay” do ThS. Nguyễn Thị Hà Phương làm chủ nhiệm.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- 林丽鹂. 运用数字技术 开拓消费空间 (Vận dụng công nghệ số mở rộng không gian tiêu dùng). *人民网*, ngày 10/1/2024, <http://finance.people.com.cn/n1/2024/0110/c1004-40155787.html>, truy cập ngày 6/6/2025.
- 周清杰. “重视居民消费对扩大内需的关键作用” (Coi trọng vai trò then chốt của tiêu dùng cư dân đối với mở rộng nhu cầu trong nước). *中国社会科学网*, ngày 16/4/2024, https://www.cssn.cn/skgz/bwyc/202404/t20240416_5746376.shtml, truy cập ngày 20/4/2025.
- 实施就业优先战略 促进高质量充分就业” (Thực thi chiến lược ưu tiên việc làm, thúc đẩy việc làm đầy đủ chất lượng cao). *人力资源和社会保障部*, ngày 1/11/2024. https://www.mohrss.gov.cn/SYrlzyhshbzb/dongtaixinwen/buneyaowen/rsxw/202411/t20241101_528896.html, truy cập ngày 1/3/2025.
- 张毅: 居民收入与经济增长同步 居民消费支出稳定增长. *国家统计局*, ngày 17/1/2025, https://www.stats.gov.cn/xxgk/jd/sjjd2020/202501/t20250117_1958335.html, truy cập ngày 30/2/2025.
- 王珂 付一凡, “旧换新释放“乘数效应” (“Đổi cũ lấy mới” giải phóng “hiệu ứng cấp số nhân”). *人民网*, ngày 21/5/2025, <http://politics.people.com.cn/n1/2025/0521/c458474-40484619.html>, truy cập ngày 21/6/2025.
- “2024年12月份社会消费品零售总额增长3.7%” (Tổng kim ngạch bán lẻ hàng tiêu dùng xã hội tháng 12 năm 2024 tăng 3,7%). *统计局*, ngày 17/1/2025, https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202501/t20250117_1958327.html, truy cập ngày 18/3/2025.