Mục Lục

I Sự phục hồi của hàng không thế giới

II Thị trường trong nước hồi phục chậm

III Tiềm năng vận tải hàng hoá hàng không

I. Sự phục hồi của hàng không thế giới

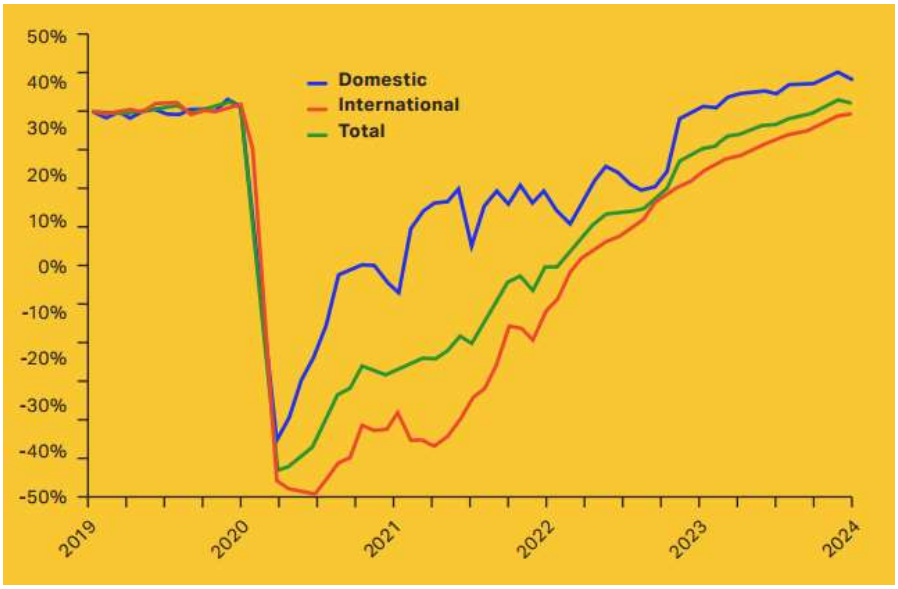
Cuộc khủng hoảng Covid – 19 vừa qua như một phép thử mạnh mẽ đối với ngành hàng không toàn cầu. Nếu lấy thiệt hại kinh tế thế giới nói chung trong giai đoạn qua làm thước đo, thì những tác động của dịch bệnh lên ngành vận tài hàng không còn to lớn hơn rất nhiều khi nó đã gần như làm tê liệt mọi hoạt động trong ngành.

Tuy nhiên, kể từ sau khi đại dịch qua đi, nền kinh tế thế giới có khả năng đã tránh được một đợt suy thoái khi tốc độ tăng trưởng GDP toàn cầu trong năm 2023 vừa qua ghi nhận ở mức 3.1%, phù hợp với mức trung bình dài hạn. Không chỉ vậy, mới đây theo báo cáo của Hiệp hội Vận tải hàng không quốc tế (IATA) cho biết, ngành hàng không trong năm 2023 đã có bước tăng vọt trở lại, đánh dấu sự phục hồi mạnh mẽ của toàn ngành kể từ sau khi cuộc khủng hoảng Covid – 19 diễn ra.

Vận tải hành khách tăng đột biến

Trong năm 2023, IATA đã ghi nhận nhu cầu du lịch nội địa tăng đột biến ở tất cả các thị trường lớn. Cụ thể trong đó, tổng lượng khách du lịch nội địa thậm chí đã tăng vượt kỷ lục so với năm 2019. Đồng thời, lượng khách quốc tế cũng giữ vững xu hướng hồi phục tích cực trên toàn cầu.

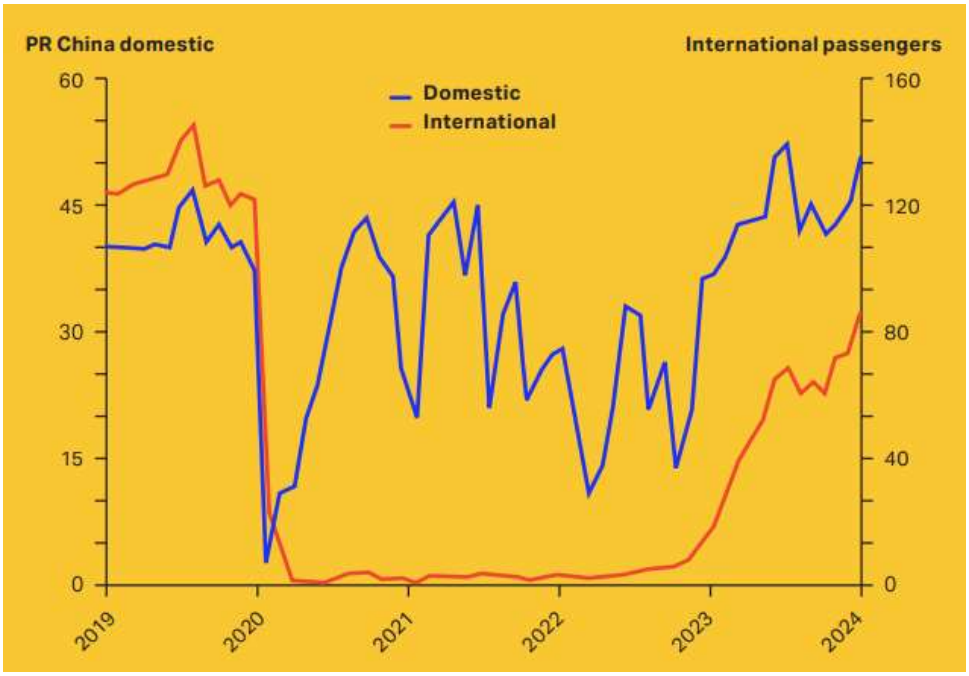
Lượng khách luân chuyển toàn cầu



Nguồn: IATA, Kirin Capital tổng hợp

Sự hồi phục mạnh mẽ của vận tải hành khách trong năm qua một phần không nhỏ đến từ việc Trung Quốc chính thức bình thường hoá nền kinh tế vào đầu năm. Nhờ đó, số lượng hành khách nội địa Trung Quốc đã tăng vượt trên cả mức trước đại dịch. Việc mở cửa trở lại nền kinh tế trong nước cũng giúp cho luồng khách quốc tế gia tăng nhanh chóng tới Trung Quốc đại lục.

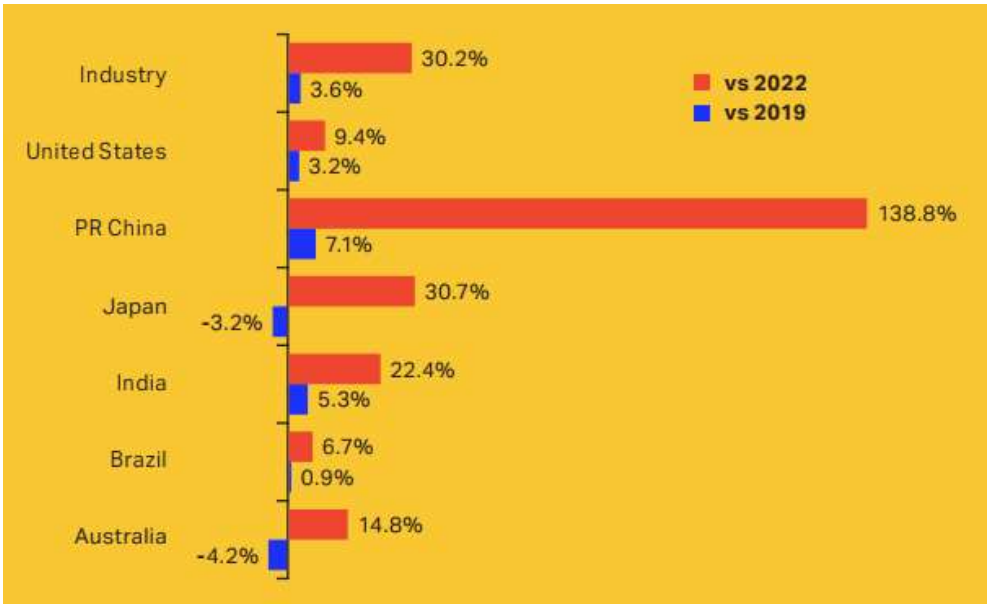
Số lượt khách tại Trung Quốc đại lục (triệu người)



Nguồn: IATA, Kirin Capital tổng hợp

Một chỉ số quan trọng thường xuyên nhận được sự quan tâm đó là chỉ số Khách luân chuyển (RPK) toàn ngành trong năm 2023 vừa qua đã chính thức đánh dấu mốc đỉnh mới sau khi vượt qua đỉnh lịch sử được xác lập trong năm 2019. Theo đó, chỉ số RPK toàn ngành năm vừa qua đã tăng 30.2% so với cùng kỳ năm ngoái, và tăng 3.6% so với đỉnh năm 2019. Và trong đó, chỉ số RPK tại Trung Quốc đại lục là điểm nhấn của toàn ngành trong năm 2023 khi có sự tăng trưởng hết sức kinh ngạc 138.8% so với cùng kỳ năm 2022 kể từ sau khi bình thường hoá Đại dịch.

Tăng trưởng Khách luân chuyển theo thị trường

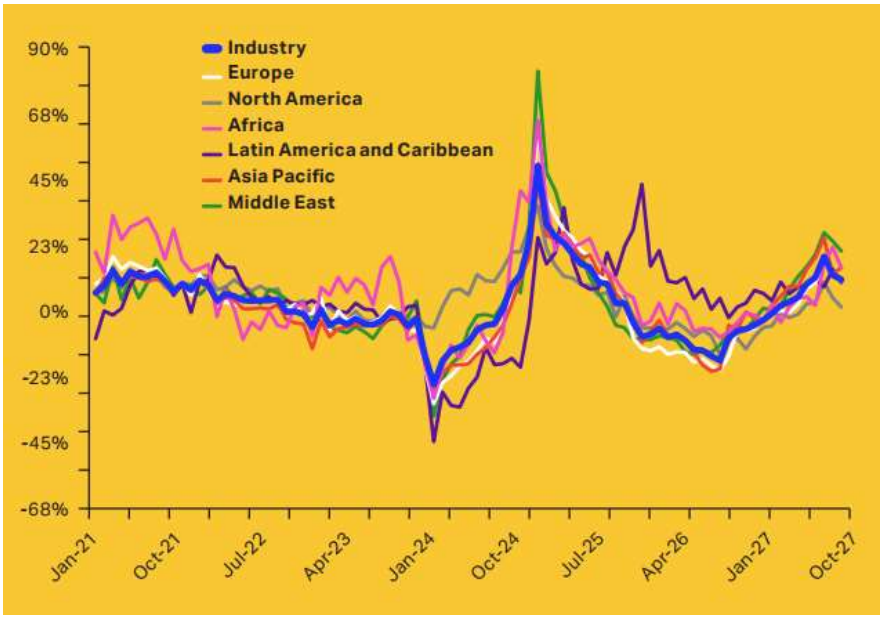


Nguồn: IATA, Kirin Capital tổng hợp

Nhu cầu vận tải hàng hoá hàng không tiếp tục tăng trưởng

Kể từ sau sự bùng nổ trong năm 2021, ngành vận tải hàng hoá hàng không đã gặp phải không ít thách thức mới trong năm 2022 khi thế giới đồng thời phải hứng chịu nhiều bất ổn cùng lúc như lạm phát, cuộc chiến tranh Nga – Ukraine, Trung Quốc duy trì chính sách đóng cửa nền kinh tế … Những bất ổn trên đã làm giảm đáng kể nhu cầu với ngành vận tải hàng hoá hàng không. Lượng hàng hoá vận tải cũng suy giảm kể từ sau khi nhu cầu tạo đỉnh trong thời kỳ Đại dịch và kéo dài cho đến đầu năm 2023. Tuy nhiên, những dấu hiệu tích cực đã dần quay trở lại vào tháng 8 năm 2023. Tính đến hết tháng 3/2024, tăng trưởng nhu cầu vận tải hàng hoá hàng không toàn cầu đã ghi nhận mức tăng 10.3% so với cùng kỳ năm 2023. Quan trọng hơn cả đó là tất cả các khu vực trên thế giới đều có mức tăng trưởng tích cực so với cùng kỳ, dẫn đầu là khu vực Trung Đông với 19.9%, tiếp đến là khu vực Châu Á Thái Bình Dương với 14.3% và Châu Phi với 14.2%.

Tăng trưởng nhu cầu Vận tải hàng hoá hàng không (CTKs)



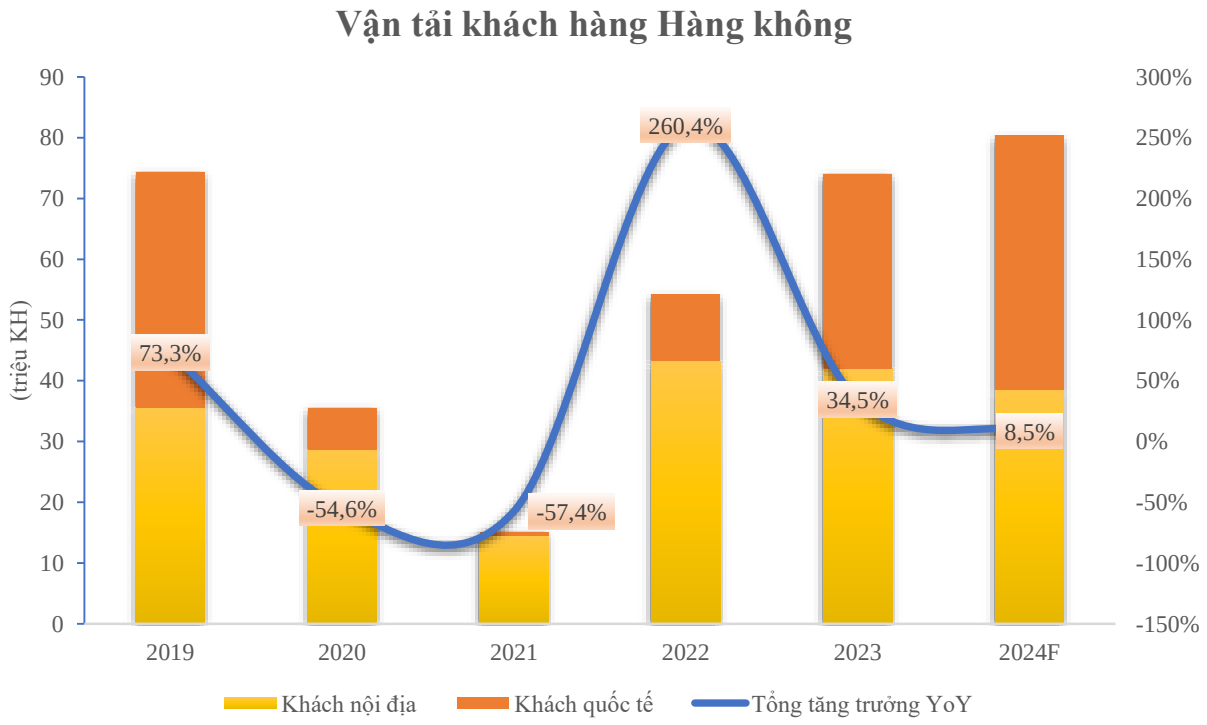
Nguồn: IATA, Kirin Capital tổng hợp

Theo IATA công bố, lợi nhuận Ngành hàng không toàn cầu trong năm 2023 đạt mức 27.4 tỷ USD. Xét đến những khoản lỗ khổng lồ trong giai đoạn đại dịch Covid – 19 thì đây là một thành tựu vượt bậc của Ngành hàng không, nhưng lợi nhuận ròng chỉ ở mức 3%. Với những kỳ vọng tích cực tới từ cả hai mảng Vận tải hành khách và Vận tải hàng hoá, IATA cho rằng cuối năm 2024, lợi nhuận Ngành hàng không toàn cầu hoàn toàn có thể cán mốc 30.5 tỷ USD.

II. Thị trường trong nước phục hồi chậm

Thị trường vận tải hành khách

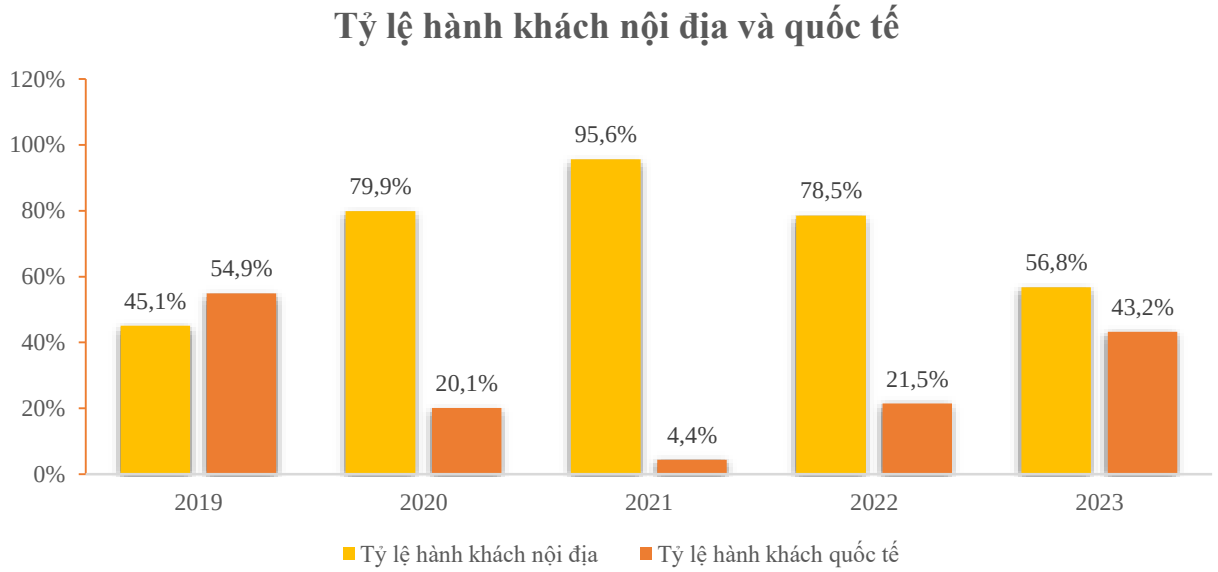
Nhìn lại bức tranh toàn cảnh năm 2023, ngành Hàng không Việt Nam nói riêng đang tiếp tục xu hướng hồi phục mạnh mẽ so với cùng kỳ năm 2022 sau khi mở cửa nền kinh tế. Kết thúc năm 2023, tổng thị trường vận tải hành khách hàng không đạt mức 74 triệu lượt khách hàng, tăng 34.5% so với cùng kỳ năm 2022. Thế nhưng tựu chung lại những con số được ghi nhận năm qua cho thấy ngành Hàng không vẫn chưa vượt được đỉnh 79.06 triệu lượt khách được ghi nhận vào năm 2019, thời điểm trước khi bùng phát đại dịch Covid – 19. Song về mặt tích cực, ngành vận tải hàng không Việt Nam đã hồi phục hơn 90% so với thời kỳ trước đại dịch.



Nguồn: Caav, Kirin Capital tổng hợp

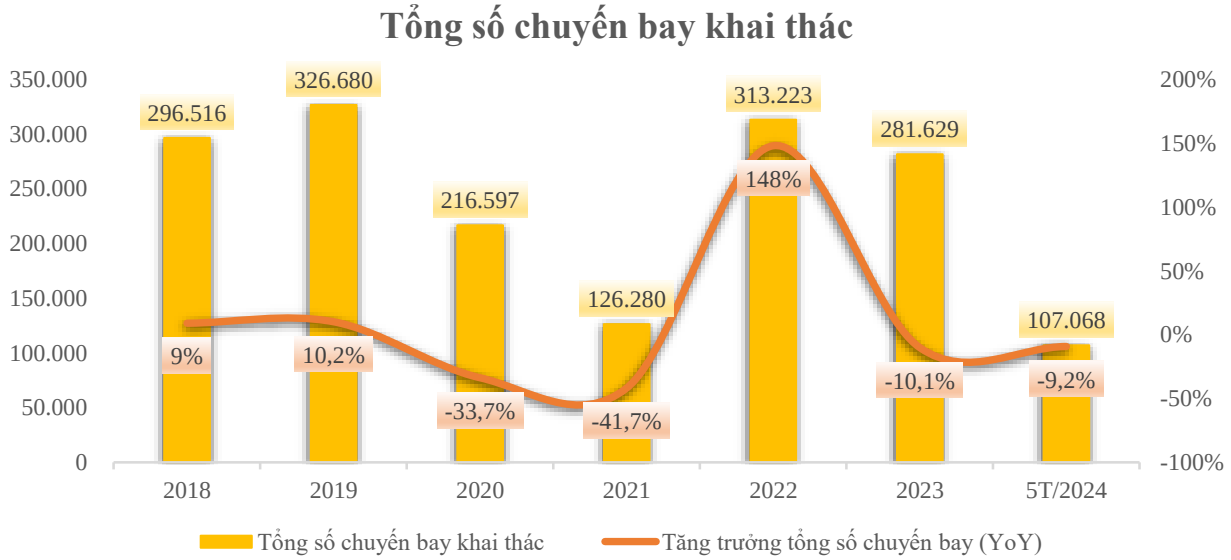
Đi cùng với sự hồi phục của ngành Hàng không sau dịch Covid, số lượt khách quốc tế quay trở lại thị trường Việt Nam ngày một gia tăng. Kể từ khi chạm đáy khi chỉ có vỏn vẹn 540 nghìn lượt khách quốc tế đến Việt Nam qua đường hàng không trong năm 2021, đến hết năm 2023, số lượng khách quốc tế đã phục hồi trở lại và đạt mức 32 triệu lượt, chiếm 43.2% trên tổng số lượt khách. Trong khi đó, số lượng khách nội địa lại cho thấy dấu hiệu sụt giảm nhẹ so từ mức 43.2 triệu lượt

khách trong năm 2022 xuống chỉ còn 42 triệu lượt trong năm 2023, chiếm 56.8% tổng vận tải khách hàng.

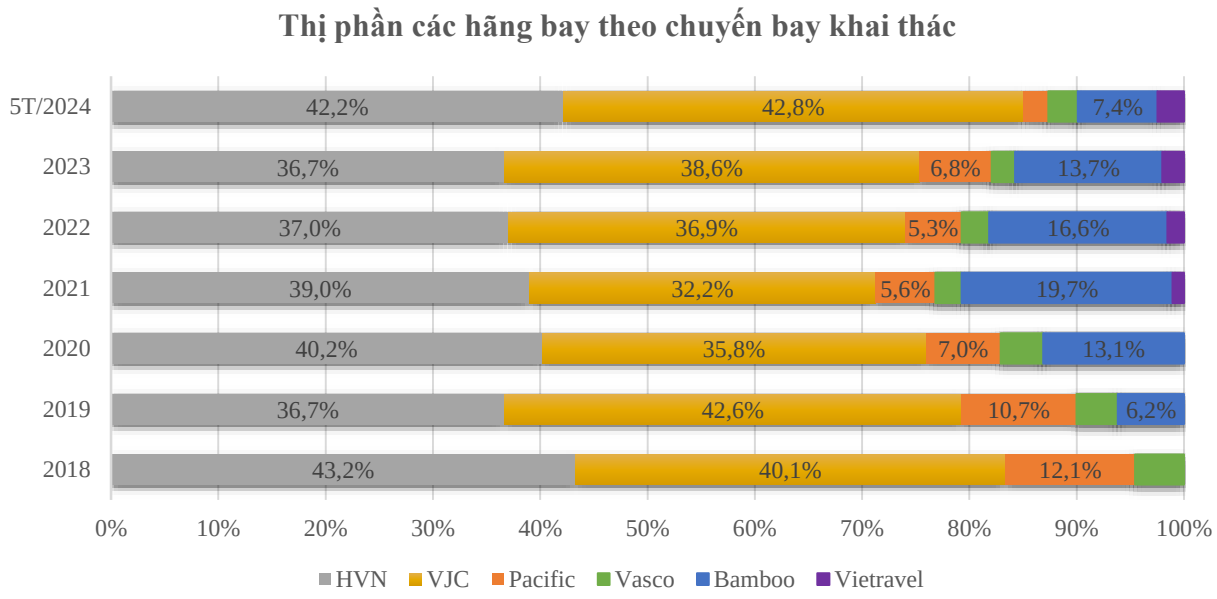


Nguồn: Caav, Kirin Capital tổng hợp

Sự sụt giảm lượng khách nội địa trong năm 2023 cho thấy xu hướng "Du lịch trả thù" có thể đã dần kết thúc. Kéo theo đó, số lượng chuyến bay khai thác trong năm 2023 và 5T đầu năm 2024 đều cho thấy dấu hiệu sụt giảm nhẹ. Cụ thể, tổng số chuyến bay khai thác trong năm 2023 và 5 tháng đầu năm 2024 chỉ đạt lần lượt là 281,629 và 107,068 chuyến bay, giảm 10.1% và 9.2% so với cùng kỳ năm trước đó.



Nguồn: Caav, Kirin Capital tổng hợp

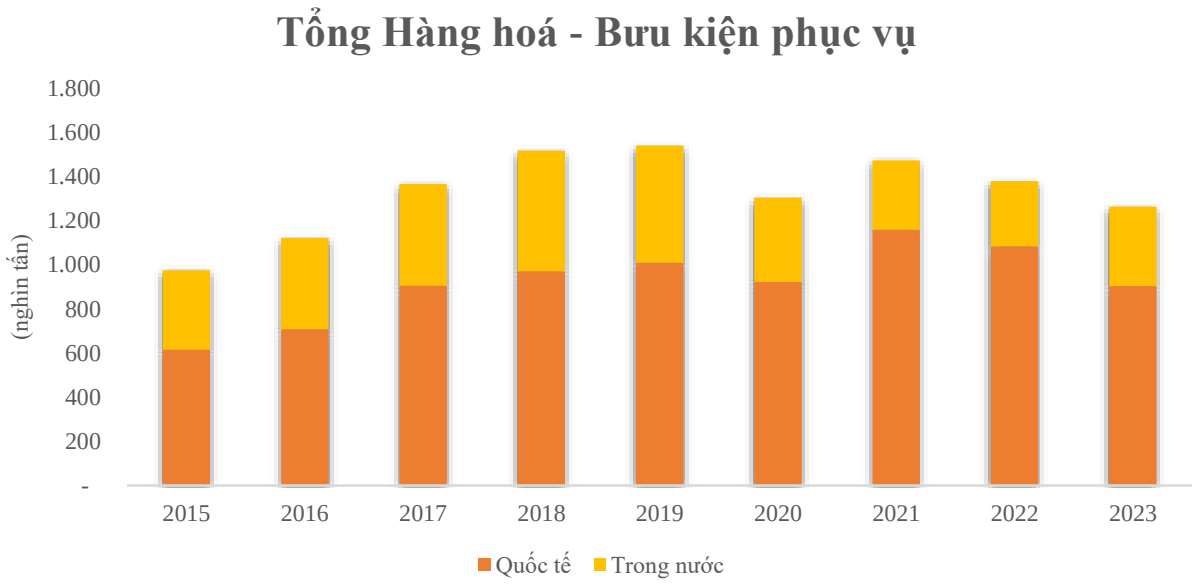


Nguồn: Caav, Kirin Capital tổng hợp

Sự cạnh tranh trong mảng Vận tải Hành khách vẫn tiếp tục gay gắt giữa hai đối thủ lớn nhất là Vietnam Airlines và Vietjet Air. Tổng kết 5 tháng đầu năm 2024, thị phần của hai ông lớn đầu ngành lần lượt đạt 42.2% và 42.8%, gia tăng đáng kể so với năm 2023 khi chỉ ở mức lần lượt là 36.7% và 38.6%. Thị phần tăng thêm từ hai ông lớn đến từ miếng bánh mà Bamboo Airways để lại, sau khi hãng hàng không này gặp biến cố cựu chủ tịch Trịnh Văn Quyết bị bắt. Tính đến thời điểm hiện tại, thị phần Bamboo Airways chỉ còn đạt mức 7.4%. Đối với Pacific được thành lập từ năm 1991 là hãng tiên phong trong mảng vé máy bay giá rẻ tuy nhiên thị phần luôn bị những người đến sau chiếm lĩnh. Thị phần của Pacific giảm từ 12.1% năm 2018 xuống chỉ còn 2.4% trong 5 tháng đầu năm 2024, cho thấy hiệu quả hoạt động của hãng chưa được tốt.

Thị trường vận tải hàng hoá

Trong khi mảng vận tải hành khách chịu thiệt hại nặng nề trong giai đoạn đại dịch Covid – 19, song thị trường vận tải hàng hoá hàng không chỉ chịu ảnh hưởng tương đối nhẹ nhàng trong năm 2020 khi sản lượng sụt giảm 15.3%, song nhanh chóng hồi phục trong năm sau đó khi đạt sản lượng gần 1.5 triệu tấn. Theo báo cáo mới nhất của Tổng công ty Hàng không Việt Nam ACV, trong năm 2023, sản lượng hàng hoá – bưu kiện phục vụ chỉ còn đạt 1,264 nghìn tấn, sụt giảm 8.3% so với cùng kỳ năm 2022.



Nguồn: ACV, Kirin Capital tổng hợp

Thị trường vận tải hàng hoá – bưu kiện đã có năm thu hẹp về quy mô thứ 2 liên tiếp. Nguyên nhân chủ yếu của sự thu hẹp này đến từ việc chịu ảnh hưởng chung của suy yếu kinh tế hậu Covid – 19. Theo như ông Đỗ Xuân Quang, Phó Tổng giám đốc Công ty Cổ phần Hàng không Vietjet, xét về mặt sản lượng, hàng hoá vận tải hàng không chỉ chiếm khoảng 1% trên tổng khối lượng hàng hoá của tất cả các loại hình vận tải khác, song giá trị của lượng hàng hoá này lại chiếm tới 25% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam. Do đó, việc sụt giảm sản lượng trong 2 năm vừa qua là điều khó có thể tránh khỏi khi nhu cầu mua hàng hoá giá trị cao của người dân sụt giảm vì kinh tế khó khăn.

Về mặt thị phần vận tải hàng hoá hàng không, theo như ông Đỗ Xuân Quang chia sẻ, thật đáng buồn là các hãng hàng không Việt Nam hiện chỉ khai thác được khoảng 12% lượng hàng hoá quốc tế, còn lại 88% thị phần vẫn rơi vào tay các hãng hàng không nước ngoài. Điều đó cho thấy, đây vẫn là miếng bánh hết sức màu mỡ cho các hãng hàng không trong nước. Song, thực trạng hiện nay cho thấy, các hãng hàng không trong nước vẫn chỉ chủ yếu vận chuyển bằng bụng máy bay khách hàng với tải trọng mỗi chuyến chỉ đạt 8 – 10 tấn. Trong khi đó, nhiều nước trong khu vực đã có máy bay loại Freighter, Boeing 747 – 400 tải trọng 100 tấn chuyên vận tải hàng hoá. Chính vì vậy để gia tăng năng lực cạnh tranh, các hãng hàng không trong nước cần phải có sự đầu tư bài bản để từ đó từng bước lấy lại miếng bánh thị phần từ các hãng hàng không nước ngoài.

III. Tiềm năng vận tải hàng hoá hàng không

Sân bay Long Thành – Cú hích lớn về cơ sở hạ tầng cho ngành Hàng không Việt

Chiều ngày 31/08/2023, Thủ tướng Phạm Minh Chính đã dự lễ khởi công đồng loạt 3 gói thầu quan trọng, với tổng mức đầu tư khoảng 53,000 tỷ đồng của dự án Cảng hàng không quốc tế Long Thành. Là dự án hạ tầng giao thông trọng điểm cấp quốc gia với tổng vốn đầu tư lên đến xấp xỉ 336 nghìn tỷ đồng, sự kiện khởi công này đã chính thức đánh dấu quyết tâm thúc đẩy mạnh mẽ ngành hàng không Việt Nam của Đảng và Nhà nước.

Nguồn: TTXVN, Kirin Capital tổng hợp

Ngay từ năm 2015, khi sân bay Tân Sơn Nhất (TP.HCM) quá tải, Quốc hội Việt Nam đã thông qua nghị quyết về xây dựng và đầu tư sân bay quốc tế Long Thành. Bước vào giai đoạn vận hành, sân bay Long Thành được định hướng sẽ phục vụ tới 80% chuyến bay quốc tế và lượng chuyến bay nội địa chỉ chiếm 20%. Đi kèm với đó, sân bay được thiết kế để phục vụ 1.2 triệu tấn hàng hóa vào năm 2026 và 5 triệu tấn hàng hóa sau khi kết thúc giai đoạn 3. Điều này sẽ giảm tải áp lực cho sân bay Tân Sơn Nhất và đáp ứng nhu cầu vận chuyển hàng hóa ngày càng tăng.

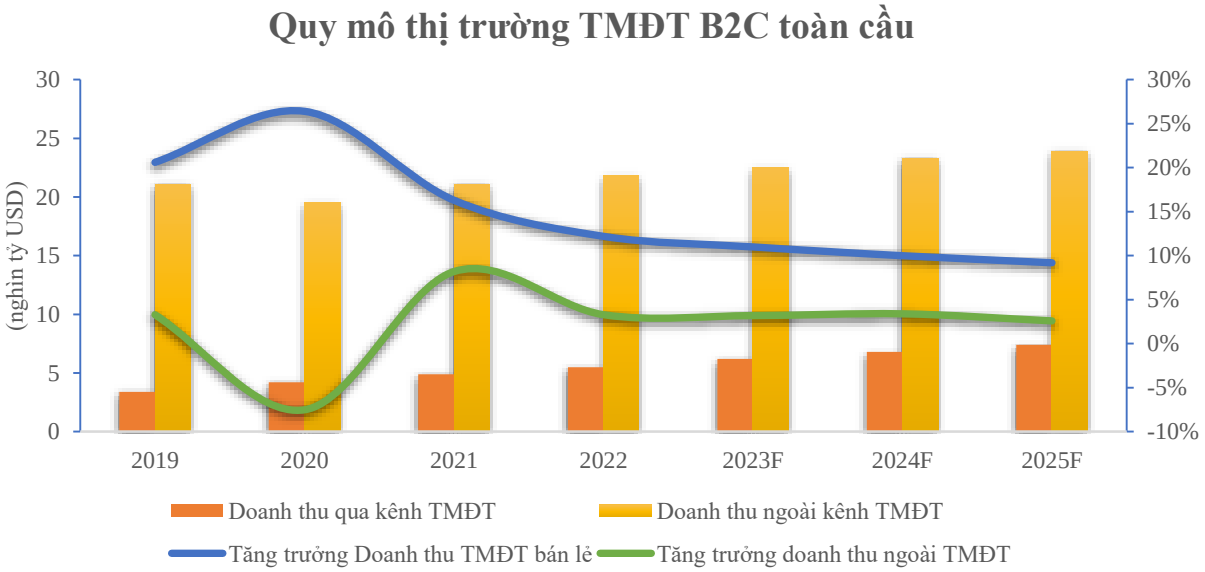
Dự án	Công suất ước tính hàng năm	Thời gian hoàn thành dự kiến	Mức đầu tư dự kiến (nghìn tỷ)
Giai đoạn I	Vận tài hành khách: 25 triệu người Vận tải hàng hoá: 1.2 triệu tấn hàng	2026	109.112
Giai đoạn II	Vận tài hành khách: 50 triệu người Vận tải hàng hoá: 1.2 triệu tấn hàng	2032	48.0
Giai đoạn III	Vận tài hành khách: 100 triệu người Vận tải hàng hoá: 5 triệu tấn hàng	N/A	179.518
Tổng cộng			336.63

Nguồn: Kirin Capital tổng hợp

Chìa khoá cho sự phát triển TMĐT xuyên biên giới

Covid – 19 đã thay đổi cách thế giới vận hành. Sau nhiều tháng đại dịch lây lan mạnh mẽ buộc các Chính phủ trên khắp thế giới phải sử dụng biện pháp mạnh là cách ly toàn xã hội, quyền tiếp cận của người dân với những cửa hàng truyền thống đã bị hạn chế rất nhiều. Chính vì vậy, để thích ứng với cuộc sống trong đại dịch, người dân dần phải thay đổi thói quen tiêu dùng và chuyển sang mua hàng trực tuyến.

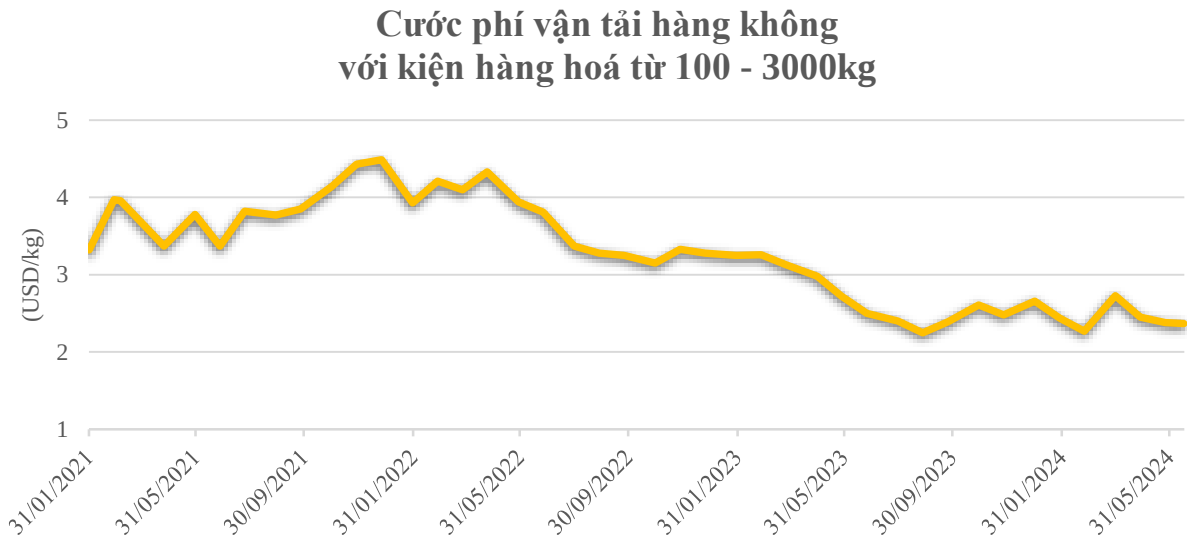
Theo thống kê của chuyên trang nghiên cứu thị trường liên quan đến tiếp thị kỹ thuật số, quy mô thị trường TMĐT B2C toàn cầu trong giai đoạn 2019 – 2022 có sự tăng trưởng hết sức ấn tượng từ mức 3.4 nghìn tỷ USD trong năm 2019, lên đến mức 5.5 nghìn tỷ trong năm 2022. Trong khi đó, doanh thu bán lẻ ngoài kênh TMĐT trong cùng giai đoạn chỉ ghi nhận mức tăng trưởng quy mô từ 21.1 nghìn tỷ lên đến 21.8 nghìn tỷ.



Nguồn: eMarketer, Kirin Capital tổng hợp

Tại Hội nghị WCS ở Hồng Kông vừa qua, Ludwig Hausmann - Đối tác Cấp cao tại McKinsey cũng đã đề cập "Vận tải hàng hoá bằng đường hàng không vẫn được sử dụng mặc dù chi phí của nó cao hơn 10-20 lần so với các phương tiện vận chuyển khác và tốc độ nhanh chóng là lý do chính." Ngoài yếu tố kể trên, một số yếu tố khác cũng đóng góp vào việc ra quyết định lựa chọn vận tải hàng hoá hàng không bao gồm giá trị, yêu cầu đặc biệt, độ tin cậy của việc giao hàng đúng hẹn.

Tuy nhiên, song song với sự phát triển mạnh mẽ của vận tải hàng không những năm qua, chi phí cũng đang dần được cải thiện rõ rệt từ mức trên 3$/kg trong năm 2021 xuống giờ chỉ còn xấp xỉ quanh mức 2.5$/kg. Điều đó có được là nhờ sự gia tăng đầu tư của nhiều hãng hàng không lớn trên thế giới vào thị trường tiềm năng này.

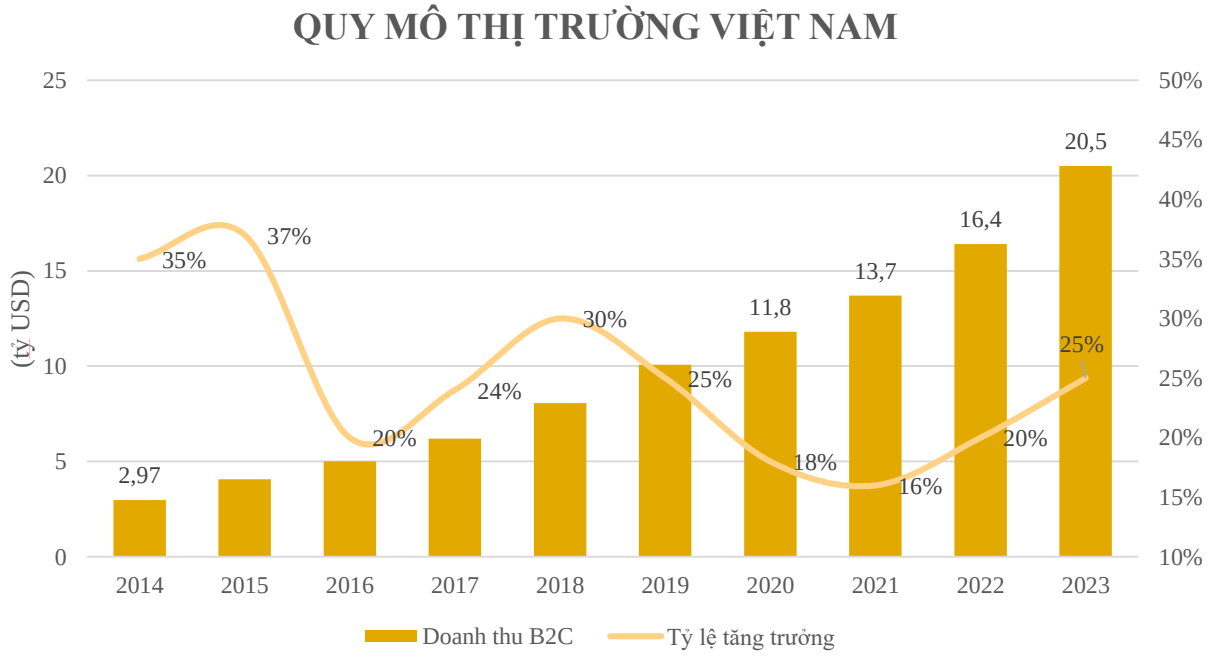


Nguồn: Freightos, Kirin Capital tổng hợp

Bên cạnh đó, trong buổi sự kiện kể trên, Majeres cũng đã đề cập đến sự thật rằng hiện nay, sự tiếp cận vào Internet và các cửa hàng trực tuyến nhiều hơn bao giờ hết. Đây là cơ hội tích cực cho ngành thương mại điện tử phát triển. Động lực chính của sự tăng trưởng giữa thương mại điện tử và vận tải hàng không đến từ sự phổ biến ngày càng tăng của mua sắm trực tuyến và chi phí vận chuyển hàng hóa trực tuyến giảm. Ngoài ra, thương mại điện tử đang được tích hợp nhiều hơn vào các kênh bán lẻ truyền thống, với các nhà bán lẻ lớn như Amazon và Walmart ngày càng bán các sản phẩm vận chuyển hàng không trực tiếp cho người tiêu dùng. Sự tích hợp này giúp khách hàng dễ dàng mua các sản phẩm vận chuyển hàng không và nhận chúng nhanh hơn bao giờ hết.

Một ví dụ điển hình có thể kể đến đó là sự gia tăng nhanh chóng của các nhà bán lẻ thương mại điện tử thời trang nhanh như Shein và Temu đang thúc đẩy ngành vận tải hàng không toàn cầu. Gần đây, Shein và TikTok Shop đã bắt đầu mở nền tảng mua sắm trực tuyến ở Hoa Kỳ và tiến hành vận chuyển phần lớn sản phẩm của họ trực tiếp từ các nhà máy ở Trung Quốc đến người mua hàng bằng đường hàng không.

Theo dữ liệu do Cargo Facts Consulting tổng hợp, Temu vận chuyển khoảng 4.000 tấn hàng hóa mỗi ngày, Shein 5,000 tấn, Alibaba.com 1.000 tấn và TikTok 800 tấn. Con số này tương đương với khoảng 108 chuyên cơ vận tải Boeing 777 mỗi ngày. Được thúc đẩy bởi nhu cầu mạnh mẽ của người tiêu dùng, Shein đã chiếm 1/5 thị trường thời trang nhanh toàn cầu tính theo doanh số bán hàng, và đã thúc đẩy sự tăng trưởng của ngành thương mại điện tử Trung Quốc, theo dữ liệu của công ty nghiên cứu thị trường Coresight.



Nguồn: iDEA, Kirin Capital tổng hợp

Trở lại với thị trường trong nước, thị trường TMĐT tại nước ta cũng chứng kiến sự bùng nổ mạnh mẽ sau hơn 10 năm phát triển. Theo Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số Việt Nam, tính đến cuối năm 2023, quy mô toàn thị trường trong nước đã đạt mức 20.5 tỷ USD, tốc độ tăng trưởng kép trong 10 năm qua ghi nhận ở mức trên 20%/năm, đồng thời chiếm đến 8% tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng cả nước.

Không chỉ trên thế giới, mà ngay cả ở Việt Nam, vận tải hàng hoá bằng đường hàng không đang ngày càng nhận được sự quan tâm sát sao đến từ nhiều tay chơi lớn trong nước. Và lẽ dĩ nhiên, động lực lớn nhất để các nhà vận tải hàng hoá để ý đến chính là nhờ sự phát triển mạnh mẽ của TMĐT trong nước. Được eMarketer đánh giá cao và xếp vào nhóm 5 quốc gia có tốc độ tăng trưởng TMĐT hàng đầu trên thế giới, ngành vận tải hàng hoá hàng không sẽ là chìa khoá giúp cho thị trường TMĐT nước ta không chỉ phát triển ở trong nước mà có thể vươn tầm trong toàn khu vực Đông Nam Á.

Về Kirin Capital

Kirin Capital (dưới đây gọi tắt là Kirin) được chuẩn bị và lập kế hoạch vào năm 2021 và chính thức được thành lập vào tháng 06 năm 2022. Đây là một tổ chức đầu tư vốn cổ phần tư nhân bắt nguồn và nghiên cứu chuyên sâu tại thị trường Việt Nam với tôn chỉ "Know Vietnam, Long Vietnam". Là công ty đầu tư vốn cổ phần tư nhân hiểu rõ Việt Nam nhất, dựa trên tầm nhìn "trao quyền cho doanh nhân, đồng hành cùng người thành công", công ty tìm kiếm các dự án có giá trị đầu tư dài hạn và tăng trưởng cao tại Việt Nam. Từ đó tạo cơ hội cho các nhà đầu tư từ khắp nơi trên thế giới đầu tư vào Việt Nam và chia sẻ lợi nhuận từ sự phát triển nhanh chóng của Việt Nam mang lại.

Nội dung trên là một phần tóm tắt báo cáo của Bộ phận nghiên cứu Ngành của Kirin Capital. Cảm ơn vì sự quan tâm của quý nhà đầu tư! Nếu quý nhà đầu tư có bất kỳ nhu cầu hợp tác, đầu tư tài chính, nghiên cứu chuyên sâu nào, vui lòng liên hệ với Kirin Capital:

Mr Lâm Phúc Thành - Investment Analyst
Email: thanh.lamphuc@kirincapital.vn
Phone: +84 866 012 261