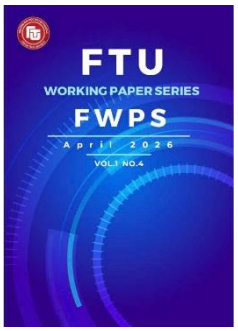


Working Paper 2026.1.4.8

- Vol.1 , No. 4

VAI TRÒ CỦA CHÍNH SÁCH NHÀ NƯỚC TRONG VIỆC HÌNH THÀNH Ý ĐỊNH SỬ DỤNG XE ĐIỆN: PHÂN TÍCH KINH NGHIỆM CỦA TRUNG QUỐC VÀ MALAYSIA

Nguyễn Bùi Tuệ Anh[1], Trần Ngọc Quỳnh Trang, Trần Tiến Đạt, Nguyễn Thảo Ngọc

Sinh viên K62 CLC Kinh tế Đối ngoại - Viện Kinh tế & Kinh doanh Quốc tế

Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam

Phạm Thị Huyền Trang

Giảng viên Viện Kinh tế & Kinh doanh quốc tế

Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam

Tóm tắt:

Bài viết phân tích vai trò của chính sách nhà nước trong việc hình thành ý định sử dụng xe điện thông qua so sánh định tính giữa Trung Quốc và Malaysia. Dựa trên khung lý thuyết TPB và UTAUT, nghiên cứu hệ thống hóa các công cụ chính sách tài chính và phi tài chính, đồng thời làm rõ cơ chế tác động của chúng đến ý định và hành vi mua xe điện của người tiêu dùng. Kết quả cho thấy tại Trung Quốc, các chính sách đồng bộ và ổn định, kết hợp trợ cấp mua xe, ưu tiên đăng ký và phát triển hạ tầng sạc, đã thúc đẩy mạnh mẽ việc chuyển hóa ý định thành hành vi sử dụng thực tế. Ngược lại, tại Malaysia, sự thiếu nhất quán của chính sách và hạn chế về hạ tầng sạc đã tạo ra khoảng cách giữa thái độ ủng hộ và hành vi mua xe điện. Trên cơ sở đó, nghiên cứu nhấn mạnh tầm quan trọng của các gói chính sách toàn diện và nhất quán, đồng thời đưa ra một số hàm ý cho Việt Nam trong việc thúc đẩy quá trình điện hóa giao thông.

[1] Tác giả liên hệ, Email: k62.2312150020@ftu.edu.vn

Từ khoá: chính sách nhà nước, phân tích chính sách so sánh, Malaysia, Trung Quốc, ý định sử dụng xe điện

THE ROLE OF GOVERNMENT POLICY IN SHAPING ELECTRIC VEHICLE ADOPTION ATTENTIONS: A COMPARATIVE ANALYSIS OF CHINA AND MALAYSIA

Abstract

This study analyzes the role of government policies in shaping consumers' intention to adopt electric vehicles through a qualitative comparative analysis of China and Malaysia. Drawing on the TPB and UTAUT frameworks, the research systematizes financial and non-financial policy instruments and examines their mechanisms in influencing consumers' purchase intentions and adoption behavior. The findings indicate that in China, a coherent and stable policy package—including purchase subsidies, vehicle registration privileges, and rapid expansion of charging infrastructure—has effectively translated consumer intention into actual adoption. In contrast, in Malaysia, less consistent policies and limited charging infrastructure have contributed to a gap between positive attitudes toward electric vehicles and actual purchasing behavior. Based on these findings, the study highlights the importance of comprehensive and consistent policy design and proposes several policy implications for Vietnam in promoting the transition toward electric mobility.

Keywwords: government policy, comparative policy analysis, Malaysia, China, electric vehicle adoption intention

---

1. Giới thiệu

Theo báo cáo năm 2023 của IEA, năm 2021, ngành giao thông vận tải toàn cầu là lĩnh vực phụ thuộc nhiều nhất vào nhiên liệu hóa thạch trong các ngành tiêu thụ cuối cùng, chiếm khoảng 23% tổng lượng phát thải khí CO_2 toàn cầu. Trong giai đoạn 1990–2021, phát thải từ giao thông tăng với tốc độ trung bình gần 1,7% mỗi năm — nhanh hơn bất kỳ lĩnh vực sử dụng năng lượng cuối cùng nào khác. Những con số này cho thấy giao thông không chỉ là một trong những tác nhân chính gây ra biến đổi khí hậu, mà còn là lĩnh vực cần được ưu tiên trong các chiến lược giảm phát thải.

Trong bối cảnh thị trường năng lượng toàn cầu ngày càng biến động, đặc biệt trước các cú sốc địa chính trị như xung đột tại Vùng Vịnh, việc chuyển đổi từ phương tiện sử dụng xăng dầu sang xe điện không chỉ mang ý nghĩa giảm phát thải môi trường mà còn góp phần giảm phụ thuộc vào

nhiên liệu hóa thạch, qua đó tăng cường tính tự chủ và khả năng chống chịu của các nền kinh tế trước những biến động năng lượng toàn cầu.

Có thể nói, các chính sách nhà nước đóng vai trò then chốt trong hiệu quả của việc chuyển đổi ý định của người tiêu dùng trong xe điện (Sierzchula và cộng sự, 2014). Tuy nhiên, các nghiên cứu hiện tại thường tập trung định lượng hóa chính sách thông qua các con số như mức trợ cấp hay mật độ trạm sạc, nhưng lại bỏ qua bối cảnh chính trị — yếu tố quyết định cách thức các công cụ này được tiếp nhận và vận hành trong tâm lý xã hội. (Yu và cộng sự 2025; Chen và cộng sự, 2025, Tuan Besar và cộng sự, 2025)

Nghiên cứu này lấp đầy khoảng trống đó bằng cách phân tích so sánh định tính giữa hai mô hình tiêu biểu: Trung Quốc — quốc gia đại diện cho sự thành công của hệ thống tập quyền với các can thiệp 'từ trên xuống' mạnh mẽ, và Malaysia — một nền kinh tế đang chuyển đổi đang nỗ lực cân bằng giữa di sản bảo hộ công nghiệp ô tô nội địa và các cam kết bền vững. Bài viết này hướng tới việc nghiên cứu các công cụ chính sách thường được sử dụng và vai trò của chính sách nhà nước trong việc hình thành ý định sử dụng xe điện của người dân. Hơn nữa, nghiên cứu cũng chỉ ra cùng một chính sách (tài chính hoặc phi tài chính) nhưng hiệu quả thực hiện có thể rất khác nhau khi đặt trong các mô hình quản trị khác nhau thông qua việc so sánh trường hợp của Trung Quốc và Malaysia - hai quốc gia đi tiên phong trong việc chuyển đổi xe xăng- xe điện. Từ đó, nghiên cứu cung cấp những hàm ý chiến lược cho các quốc gia đang phát triển trong việc xây dựng lộ trình giao thông xanh bền vững và nhất quán.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết về ý định sử dụng

Trong nghiên cứu hành vi tiêu dùng, ý định hành vi được xem là biến trung tâm dự báo hành vi thực tế của cá nhân. Theo Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB), ý định phản ánh mức độ sẵn sàng của cá nhân trong việc thực hiện một hành vi và chịu ảnh hưởng bởi thái độ, chuẩn mực chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi (Ajzen, 1991). Trong nghiên cứu chấp nhận công nghệ, Lý thuyết hợp nhất về chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT) cũng khẳng định ý định sử dụng là yếu tố dự báo trực tiếp hành vi, chịu tác động bởi kỳ vọng hiệu quả, kỳ vọng nỗ lực và ảnh hưởng xã hội (Venkatesh et al., 2003). Do đó, ý định sử dụng thường được sử dụng như biến trung tâm trong các nghiên cứu về chấp nhận công nghệ mới, bao gồm xe điện.

2.2. Tổng quan các nhóm yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng xe điện

2.2.1. Yếu tố nội tại và yếu tô xã hội trong hình thành ý định sử dụng xe điện

Các nghiên cứu trước đây cho thấy ý định sử dụng xe điện chịu ảnh hưởng bởi cả yếu tố nội tại và yếu tố xã hội. Về yếu tố nội tại, các đặc điểm liên quan đến chi phí, hiệu suất và tính khả dụng của xe điện có tác động đáng kể đến quyết định của người tiêu dùng (Tu & Yang, 2019; Thananusak et al., 2017). Giá mua ban đầu cao, phạm vi di chuyển và lo ngại về hạ tầng sạc thường được xem là các rào cản chính đối với việc chấp nhận xe điện (Adhikari et al., 2020). Bên cạnh

đó, nhận thức về lợi ích môi trường cũng có thể thúc đẩy ý định sử dụng, đặc biệt đối với những người tiêu dùng có mức độ quan tâm cao đến các vấn đề bền vững (Hamzah & Tanwir, 2021). Tuy nhiên, trong bối cảnh thị trường xe điện còn mới, ảnh hưởng xã hội từ gia đình hoặc bạn bè thường chưa mạnh do chuẩn mực tiêu dùng chưa được hình thành rõ ràng.

2.2.2. Chính sách nhà nước trong hình thành ý định sử dụng xe điện

Trong nghiên cứu lý thuyết hành vi tiêu dùng, các chính sách của Chính phủ là một trong những yếu tố thường xuyên được xem xét đến và có tác động đáng kể, theo hai cách trực tiếp và gián tiếp đến ý định tiêu dùng định hướng bảo vệ môi trường.

Cụ thể hơn, Nhà nước có vai trò điều tiết thị trường. Stiglitz (2008) lập luận rằng thị trường không có khả năng tự động hiệu quả do thông tin bất hoàn hảo, ngoại tác, hàng hóa công cộng, độc quyền tự nhiên và hành vi phi lý trí của cá nhân, dẫn đến việc chính phủ cần thiết phải can thiệp thông qua các quy định. Vai trò điều tiết của chính phủ đã được nêu ra như một giải pháp để khắc phục các thất bại của thị trường, thay vì để nó hoạt động một cách thiếu hiệu quả. Trong một nghiên cứu khác, sự can thiệp của chính phủ vào nền kinh tế - xã hội được coi là thiết yếu để giải quyết thất bại của thị trường và vấn đề về hệ thống, điều tiết lại thị trường và từ đó triển khai các định hướng chiến lược về khía cạnh tiêu dùng của người dân theo ý muốn của Chính phủ (Chaminade and Esquist, 2010).

Bên cạnh đó, chính sách công của Nhà nước còn có nhiệm vụ như một "tín hiệu thể chế" thông báo đến người tiêu dùng để định hướng hành vi của họ. Trong nghiên cứu về Lý thuyết thể chế, Hanna (2019) chính sách công hoạt động như một "tín hiệu thể chế", truyền tải các chuẩn mực xã hội và quy tắc cưỡng chế để định hình hành vi tiêu dùng. Những tín hiệu này ảnh hưởng trực tiếp đến ý định cuối cùng của người tiêu dùng, thúc đẩy sự tuân thủ các chuẩn mực bền vững hoặc công bằng xã hội thông qua nhận thức về kỳ vọng thể chế và hậu quả vi phạm. Nghiên cứu về tín hiệu của Osburg và cộng sự (2022) chỉ ra rằng tín hiệu là một công cụ giao tiếp và cơ chế truyền phát thông tin đáng tin cậy, trong đó chính sách công là tín hiệu được đưa ra từ Chính phủ gửi đến người tiêu dùng, định hình hành vi mua sắm.

Ngoài các vai trò kể trên, chính sách công còn là công cụ thay đổi hành vi. Trong Nudge Theory, Thaler và Sunstein (2008) mô tả chính sách công như công cụ thay đổi hành vi. Cụ thể với xe điện, việc cung cấp các tiện ích như ưu tiên sạc xe điện tại bãi đỗ công cộng hoặc chi phí nhiên liệu thấp hơn sẽ tạo ra cú "hích" khiến người tiêu dùng chuyển từ xe xăng sang xe điện. Đối với các nghiên cứu về kinh tế hành vi, chính sách được xem là công cụ thay đổi hành vi, bằng cách sử dụng các thiên kiến nhận thức về tâm lý ngại thay đổi và nỗi lo sợ mất mát. Với xe điện, Chính phủ có thể đưa ra các chính sách như đặt mức giá mặc định thấp, cho thuê pin hoặc ưu tiên làn đường riêng, khiến mọi người dễ chọn xe điện hơn vì "dễ làm theo" thay vì ép buộc (Mullainathan và Thaler, 2000)

- ***Các nhóm chính sách tác động đến ý định sử dụng xe điện***

Đầu tiên về các chính sách tài chính, nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng hình thức chính sách được áp dụng rộng rãi bởi nhiều Chính phủ vì tính dễ áp dụng và những hiệu quả mạnh mẽ tức trong việc thúc đẩy ý định sử dụng xe điện. Nghiên cứu của Hardman và cộng sự (2017) chỉ ra các chính sách tài chính hỗ trợ quá trình chuyển đổi sang xe điện chủ yếu bao gồm ba loại chính: ưu đãi thuế nhằm giảm gánh nặng chi phí ban đầu cho người sử dụng phương tiện; hỗ trợ tín dụng thông qua các khoản vay ưu đãi dành cho sản xuất, lắp ráp và tiêu dùng cá nhân, đồng thời thúc đẩy phát triển hạ tầng sạc; cùng các ưu đãi đất đai và hỗ trợ trực tiếp để khuyến khích đầu tư nội địa. Münzel và cộng sự (2019) có góc nhìn độc đáo, nhấn mạnh rằng các chính sách tài chính hỗ trợ chuyển đổi sang xe điện (EV) không chỉ là công cụ giảm chi phí mà còn là chất xúc tác cho đổi mới công nghệ và tăng trưởng kinh tế dài hạn, với các loại chính bao gồm trợ cấp mua xe dựa trên dung lượng pin, miễn thuế mua sắm và ưu đãi vay ưu đãi, kết hợp với quy định bắt buộc cho xe công vụ; hỗ trợ R&D nội địa cùng xây dựng hạ tầng sạc quy mô lớn; và các chương trình đổi xe cũ lấy xe mới để kích thích nhu cầu thị trường.

Ngoài các công cụ về mặt tài chính, Chính phủ cũng triển khai các chính sách phi tài chính, tập trung về mặt cơ sở hạ tầng nhằm tăng cảm nhận kiểm soát hành vi. Funke và cộng sự (2019) chỉ ra các chính sách hỗ trợ phát triển hạ tầng trạm sạc xe điện tập trung chủ yếu vào ưu đãi giá điện đặc thù cho hoạt động sạc, hỗ trợ tín dụng ưu đãi dành cho doanh nghiệp đầu tư xây dựng trạm công cộng và trợ cấp lắp đặt tại các vị trí chiến lược. Những biện pháp này đã tạo tác động đáng kể đến ý định sử dụng xe điện, bằng cách giảm lo ngại về khoảng cách sạc và thời gian chờ đợi, từ đó nâng cao nhận thức về tính khả dụng của hạ tầng, thúc đẩy sự sẵn lòng chuyển đổi từ phương tiện truyền thống sang xe điện trong giao thông đô thị. Thêm vào đó, Al-Hanahi và cộng sự (2021) nghiên cứu các chính sách hỗ trợ hạ tầng trạm sạc xe điện, tập trung vào quy hoạch ưu tiên vị trí lắp đặt tại khu vực đô thị chiến lược, quy định bắt buộc tích hợp trạm sạc trong các công trình công cộng và tiêu chuẩn kỹ thuật quốc gia về tương thích hệ thống. Những biện pháp này tác động mạnh đến ý định sử dụng xe điện bằng cách tăng độ tin cậy và khả dụng thực tế, từ đó thúc đẩy chuyển đổi hành vi từ phương tiện truyền thống sang xe điện.

Các chính sách phi tài chính cũng bao hàm các quy định về quy hoạch giao thông. Gan và cộng sự (2020) chỉ ra các chính sách phi tài chính về quy hoạch giao thông đô thị hỗ trợ phát triển xe điện, tập trung vào việc tích hợp ưu tiên làn đường dành riêng cho xe điện trong mạng lưới đường đô thị, quy định bắt buộc bố trí trạm sạc tại các nút giao thông chiến lược và trung tâm thương mại, cũng như thiết lập hệ thống tín hiệu điều khiển thông minh ưu tiên phương tiện xanh, kết hợp với các tiêu chuẩn quy hoạch đảm bảo mật độ đường giao thông công cộng tối thiểu theo quy chuẩn quốc gia. Những biện pháp này tạo tác động sâu rộng đến ý định sử dụng xe điện, bằng cách giảm ùn tắc giao thông, nâng cao khả năng tiếp cận hạ tầng sạc liền mạch, tăng cường nhận thức về tính hiệu quả và an toàn của xe điện trong điều kiện đô thị đông đúc, từ đó thúc đẩy hành vi chuyển đổi từ xe máy và ô tô chạy xăng dầu sang phương tiện điện hóa và phát triển giao thông bền vững lâu dài.

Bên cạnh các công cụ chính sách truyền thống như hỗ trợ tài chính hoặc các quy định pháp lý, truyền thông và can thiệp thông tin của chính phủ ngày càng được xem là một yếu tố quan trọng trong việc thúc đẩy sự chấp nhận xe điện (EV). Raghuvanshi và Gurtoo (2026) cho thấy các thông điệp liên quan đến phạm vi di chuyển của xe điện và chuẩn mực xã hội có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến nhận thức cũng như ý định mua của người tiêu dùng. Kết quả này cho thấy việc giải quyết các rào cản tâm lý, đặc biệt là hiện tượng "range anxiety", đồng thời nhấn mạnh mức độ chấp nhận của cộng đồng đối với công nghệ mới, có thể đóng vai trò quan trọng trong việc gia tăng ý định sử dụng xe điện. Theo Ahmad và Rahul (2024), những cá nhân có giá trị thân thiện với môi trường thường có ý định mua xe điện tích cực hơn ngay từ ban đầu; tuy nhiên, các can thiệp thông tin vẫn giúp cải thiện ý định mua ở tất cả các nhóm người tiêu dùng. Điều này hàm ý rằng các chiến dịch truyền thông của chính phủ cần được thiết kế phù hợp với từng nhóm đối tượng nhằm tối đa hóa hiệu quả chính sách.

Ngoài ra, nghiên cứu của Li, Jiao và Tang (2020) cũng chỉ ra rằng việc tăng cường truyền thông và phổ biến kiến thức khoa học có thể nâng cao tỷ lệ chấp nhận xe điện thông qua việc gia tăng tỷ lệ những người có thái độ tích cực trong mạng lưới người tiêu dùng. Tuy nhiên, hiệu quả của truyền thông có thể giảm dần khi vượt quá một ngưỡng nhất định, cho thấy các chính sách thông tin cần được triển khai một cách có chiến lược và cân nhắc về cường độ cũng như phạm vi tiếp cận.

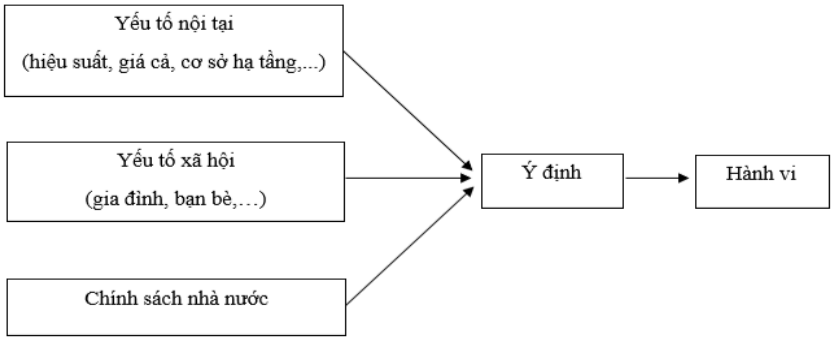
Nhìn chung, các nghiên cứu cho thấy chính sách có thể tác động đa chiều đến ý định sử dụng xe điện, bao gồm tác động trực tiếp thông qua các ưu đãi tài chính và phát triển cơ sở hạ tầng, cũng như tác động gián tiếp thông qua các chiến dịch truyền thông nhằm thay đổi nhận thức của người tiêu dùng. Vì vậy, trong quá trình hình thành ý định sử dụng xe điện, chính sách không chỉ là một yếu tố tác động độc lập mà còn đóng vai trò như một điều kiện kích hoạt và chất xúc tác, giúp khuếch đại ảnh hưởng của các yếu tố khác.

2.3. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Việc kết hợp TPB và UTAUT cho phép giải thích toàn diện hơn cơ chế hình thành ý định sử dụng xe điện. Theo đó, các yếu tố như giá cả, nhận thức về tính hữu ích và điều kiện hạ tầng có thể được xem là biểu hiện của "kỳ vọng hiệu quả" và "điều kiện thuận lợi" trong UTAUT, đồng thời phản ánh quá trình đánh giá lợi ích – chi phí và nhận thức kiểm soát hành vi theo TPB. Trong khi đó, ảnh hưởng từ gia đình, bạn bè và cộng đồng thể hiện cấu phần "chuẩn mực chủ quan" trong TPB và "ảnh hưởng xã hội" trong UTAUT.

Trên cơ sở đó, nghiên cứu này hệ thống hóa các yếu tố ảnh hưởng thành hai nhóm chính: (i) yếu tố nội tại – phản ánh đánh giá cá nhân về lợi ích, chi phí và tính khả thi của việc sử dụng xe điện; và (ii) yếu tố xã hội – phản ánh tác động của chuẩn mực và ảnh hưởng từ môi trường xung quanh. Cách phân loại này giúp đảm bảo tính nhất quán lý thuyết và thuận lợi cho việc xây dựng mô hình nghiên cứu thực nghiệm.

Nghiên cứu đồng thời mở rộng khung phân tích bằng cách đưa chính sách nhà nước vào như một yếu tố ngoại sinh quan trọng. Cụ thể, các công cụ chính sách tài chính và phi tài chính không tác động trực tiếp đến ý định, mà thông qua việc định hình nhận thức của người tiêu dùng, chẳng hạn như giảm rào cản chi phí, nâng cao khả năng tiếp cận hạ tầng và tăng cường nhận thức kiểm soát hành vi. Thông qua các cơ chế này, nhóm nghiên cứu đề xuất mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng, từ đó dẫn đến hành vi sử dụng xe điện trong thực tế.



Hình: Mô hình nghiên cứu đề xuất

Nguồn: Đề xuất của nhóm tác giả

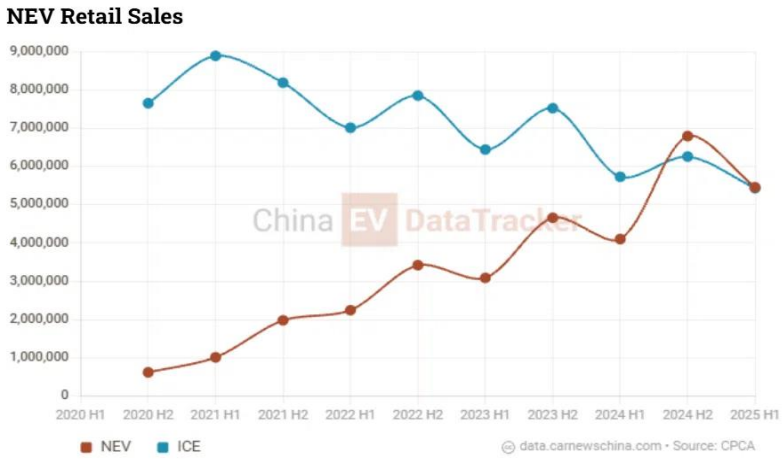
3. Phân tích kinh nghiệm của Trung Quốc và Malaysia

Nghiên cứu tiến hành phân tích kinh nghiệm sử dụng công cụ chính sách nhà nước để tác động lên việc hình thành ý định sử dụng xe điện tại Trung Quốc và Malaysia. Trung Quốc đại diện cho một hệ thống tập quyền thành công với các can thiệp chính sách "từ trên xuống" mạnh mẽ và quyết liệt. Ngược lại, Malaysia là một nền kinh tế đang chuyển đổi, mang đặc thù của việc phải liên tục nỗ lực cân bằng giữa di sản bảo hộ công nghiệp ô tô nội địa (xe xăng) và các cam kết bền vững về môi trường.

Trung Quốc: Quốc gia này cho thấy một mô hình chính sách mang tính can thiệp mạnh mẽ và đa chiều đồng thời cả công cụ chính sách tài chính và phi tài chính nhằm thúc đẩy sự phát triển của thị trường xe năng lượng mới (New Energy Vehicle – NEV). Các ***chính sách tài chính***, đặc biệt là trợ cấp trực tiếp cho người mua xe điện và miễn thuế mua hàng với mức hỗ trợ có thể lên tới hàng chục nghìn nhân dân tệ tùy theo loại phương tiện và dung lượng pin, đóng vai trò quan trọng trong giai đoạn đầu nhằm giảm rào cản chi phí ban đầu và thu hẹp khoảng cách giá giữa xe điện và xe động cơ đốt trong.

Song song đó, các ***chính sách phi tài chính*** đóng vai trò then chốt trong việc định hình hành vi tiêu dùng. Chính phủ Trung Quốc triển khai các cơ chế ưu tiên như *cấp biển số* dễ dàng hơn cho xe điện (so với xe xăng truyền thống) tại các đô thị lớn như Bắc Kinh, Thượng Hải, Thâm Quyến… đồng thời *miễn trừ một số hạn chế lưu thông* cho xe điện trong khi áp dụng đầy đủ đối với xe xăng. Bên cạnh đó, nhà nước cũng đầu tư mạnh mẽ vào *mạng lưới trạm sạc công cộng*, tạo ra lợi thế tiện ích rõ rệt cho người sử dụng xe điện so với phương tiện sử dụng nhiên liệu hóa thạch.

Phản ứng từ thị trường cho thấy sự thay đổi tâm lý rõ rệt. Từ giai đoạn hoài nghi ban đầu, người dân dần chuyển sang chấp nhận xe điện như một giải pháp kinh tế và tiện dụng, đặc biệt khi hạ tầng sạc công cộng được phát triển đồng bộ (RSIS International, 2024). Các nghiên cứu định lượng cho thấy hiệu quả này không chỉ đến từ trợ cấp tài chính. Cụ thể, Wang et al. (2017) chỉ ra rằng các chính sách phi tài chính, đặc biệt là miễn trừ hạn chế lưu thông, có tác động mạnh nhất đến ý định chấp nhận xe điện của người tiêu dùng. Tương tự, các phân tích gần đây nhấn mạnh vai trò của sự ổn định chính sách và phát triển hạ tầng như yếu tố quyết định, vượt xa tác động của các ưu đãi kinh tế đơn thuần (Ifran và Tang., 2025). Kết quả là mức độ chấp nhận xe điện tăng trưởng mạnh mẽ, được thể hiện trong *Hình 2* dưới đây.



Hình: So sánh doanh số xe năng lượng mới với doanh số xe động cơ đốt trong tại Trung Quốc

Nguồn: carnewschina.com

Theo đó, trong nửa đầu năm 2025, doanh số xe năng lượng mới tăng khoảng 33% so với cùng kỳ năm trước, trong khi doanh số xe động cơ đốt trong giảm 5,2%. Tổng doanh số bán NEV tại Trung Quốc năm 2025 đạt khoảng 16 triệu xe, chiếm gần một nửa tổng doanh số ô tô mới trên thị trường.

Gần đây, chính phủ Trung Quốc thay vì tiếp tục phụ thuộc vào các khoản trợ cấp trực tiếp, dần chuyển trọng tâm sang mở rộng hạ tầng sạc và tăng cường các cơ chế thị trường nhằm đảm bảo sự phát triển bền vững của ngành. Bước sang giai đoạn 2026–2030, việc Trung Quốc loại bỏ xe điện khỏi danh mục ngành công nghiệp chiến lược trong Kế hoạch 5 năm lần thứ 15 cho thấy sự tự tin về mức độ trưởng thành của thị trường. Lúc này, các doanh nghiệp phải đối mặt với áp lực cạnh tranh tự thân trên thị trường khi trợ cấp dần rút bỏ, khẳng định sự chuyển hướng từ mô hình phát triển dựa trên chính sách trợ cấp sang cạnh tranh thực lực công nghệ và tối ưu hóa hạ tầng.

Malaysia: Trái ngược với lộ trình phát triển nhanh chóng của Trung Quốc, quá trình chuyển đổi sang xe năng lượng mới tại Malaysia thể hiện một cách tiếp cận thận trọng hơn và đối mặt với nhiều rào cản cấu trúc. Chính phủ Malaysia đã triển khai một số chính sách ưu đãi nhằm khuyến

khích tiêu dùng xe điện, bao gồm miễn thuế nhập khẩu và thuế tiêu thụ đặc biệt đối với xe điện nhập khẩu nguyên chiếc (CBU). Tuy nhiên, các chính sách này chủ yếu tập trung vào công cụ tài chính và chưa được hỗ trợ đầy đủ bởi hệ thống hạ tầng và các chính sách quản lý bổ trợ.

Trong thực tế, tỷ lệ thâm nhập thị trường xe điện tại Malaysia vẫn duy trì ở mức thấp và kém cạnh tranh hơn so với một số quốc gia ASEAN khác như Thái Lan hay Indonesia. Những rào cản chính bao gồm chi phí mua xe ban đầu cao, mạng lưới trạm sạc công cộng còn hạn chế và sự thiếu nhất quán trong định hướng chính sách dài hạn. Nỗi lo về phạm vi di chuyển và khả năng tiếp cận trạm sạc tiếp tục làm suy giảm mức độ chấp nhận của người tiêu dùng. Điều này càng trở nên rõ rệt khi mạng lưới trạm sạc công cộng tại Malaysia vẫn chưa đạt mục tiêu 10.000 điểm sạc theo kế hoạch. Đồng thời, việc chấm dứt các ưu đãi thuế đối với xe điện nhập khẩu nguyên chiếc từ ngày 01/01/2026 cũng tạo ra một giai đoạn điều chỉnh chính sách, buộc thị trường chuyển dần sang mô hình lắp ráp trong nước (CKD) nhằm tối ưu hóa chi phí.

Tuy nhiên, chính phủ Malaysia cũng tiên phong mua sắm và sử dụng xe điện trong khu vực công nhằm tạo ra nhu cầu ban đầu ổn định cho thị trường đồng thời giúp thử nghiệm tính khả thi của công nghệ trong hoạt động vận hành thực tế để có thể đánh giá các vấn đề liên quan đến chi phí vận hành, hạ tầng sạc và quản lý đội xe trước khi mở rộng quy mô triển khai. Theo Kế hoạch chi tiết về Di chuyển ít Carbon (Low Carbon Mobility Blueprint – LCMB), Malaysia đặt mục tiêu đến năm 2025, khoảng 50% số phương tiện mới được mua hoặc thuê bởi các cơ quan chính phủ sẽ là xe điện (MGTC, 2024).

Sự khác biệt giữa hai trường hợp thể hiện rõ trong cách thiết kế và triển khai các công cụ chính sách. *Về mặt tài chính,* Trung Quốc sử dụng những chính sách tài chính mạnh mẽ hơn như áp dụng các khoản trợ cấp trực tiếp với quy mô lớn nhằm giảm đáng kể chi phí mua xe điện cho người tiêu dùng. Trong khi đó, Malaysia chủ yếu sử dụng các ưu đãi thuế (thuế nhập khẩu, thuế tiêu thụ đặc biệt, thuế đường bộ…) trong một số giai đoạn để khuyến khích tiêu dùng. *Về các chính sách phi tài chính,* các biện pháp của Trung Quốc cũng tạo ra tác động rõ nét hơn như chính sách ưu tiên cấp biển số cho xe điện tại các thành phố lớn, đầu tư mạnh vào hạ tầng trạm sạc và quy định bắt buộc đối với nhà sản xuất thông qua hệ thống tín chỉ xe năng lượng mới (NEV credit system). Trong khi đó, Malaysia tập trung vào các biện pháp hỗ trợ mang tính thể chế và hạ tầng, bao gồm phát triển mạng lưới trạm sạc quốc gia, xây dựng lộ trình phát triển xe điện và khuyến khích khu vực tư nhân tham gia đầu tư vào hệ sinh thái xe điện.

Như vậy, trong khi Trung Quốc kết hợp cả công cụ tài trợ mạnh mẽ và các biện pháp quản lý phi tài chính để nhanh chóng mở rộng thị phần cho xe điện, Malaysia lựa chọn chiến lược thận trọng hơn, dựa nhiều vào ưu đãi thuế và phát triển hạ tầng để từng bước hình thành hệ sinh thái xe điện.

4. Bài học cho Việt Nam

Kết luận về tính hệ thống trong chuyển dịch giao thông xanh, nghiên cứu thấy rằng sự khác biệt về thể chế chính trị và bối cảnh kinh tế dẫn đến những cấu trúc hành vi khác biệt rõ rệt ở người

tiêu dùng. Việc xây dựng niềm tin thông qua sự nhất quán trong lộ trình dài hạn là yếu tố quyết định để vượt qua các định kiến xã hội và rào cản kỹ thuật.

Việt Nam đang bước vào giai đoạn đầu của quá trình điện hóa giao thông với những đặc thù riêng: có sự hiện diện của hãng xe nội địa (VinFast) giống Malaysia, nhưng cũng có định hướng chính trị tập trung và quyết tâm giảm phát thải mạnh mẽ tương đồng với Trung Quốc. Từ kinh nghiệm của hai quốc gia trên, có thể rút ra các bài học chiến lược sau:

Có chính sách hỗ trợ trực tiếp và đồng bộ: Kinh nghiệm từ Malaysia cho thấy chỉ miễn thuế nhập khẩu là chưa đủ để vượt qua rào cản tâm lý về giá. Trong khi đó, Trung Quốc thành công nhờ gói chính sách "đa lớp". Từ đó, có thể thấy Việt Nam cần duy trì ưu đãi lệ phí trước bạ, nhưng nên xem xét các khoản trợ cấp trực tiếp cho người mua xe hoặc voucher xanh để giảm giá thành ban đầu. Điều này đóng vai trò quan trọng khi thu nhập bình quân đầu người của Việt Nam thấp hơn cả Trung Quốc và Malaysia, do đó mức độ nhạy cảm về giá rất cao. Cần ưu tiên phân khúc xe máy điện và ô tô giá **rẻ** để phù hợp với mức thu nhập và tạo làn sóng chuyển đổi đại chúng.

Khắc phục "khoảng cách hạ tầng" : Sự thất bại trong việc chuyển hóa ý định thành hành vi ở Malaysia chủ yếu do mạng lưới sạc còn thiếu sót. Trong khi đó, chính phủ Trung Quốc đã đầu tư hạ tầng trước khi thị trường kịp hình thành. Từ đó, có thể thấy Việt Nam không nên phó mặc hạ tầng sạc cho các doanh nghiệp tư nhân tự thân vận động. Nhà nước cần đóng vai trò dẫn dắt bằng cách chuẩn hóa cổng sạc chung, đưa hạ tầng điện vào quy hoạch đô thị bắt buộc và bổ sung các đặc quyền phi tài chính (làn đường riêng, miễn phí đỗ xe).

Xây dựng thể chế nhất quán và dài hạn: Malaysia gặp khó khăn do chính sách thiếu nhất quán, gây tâm lý chờ đợi cho người tiêu dùng. Trung Quốc tạo ra một lộ trình giảm dần trợ cấp rõ ràng, buộc các hãng xe và người dân phải hành động sớm. Việt Nam cần một *Lộ trình chiến lược quốc gia về xe điện đến năm 2030, tầm nhìn 2050* với các mốc thời gian cụ thể về việc dừng sản xuất/nhập khẩu xe chạy xăng. Tín hiệu này sẽ giúp người tiêu dùng tin rằng xe điện không phải là trào lưu nhất thời mà là xu thế tất yếu, từ đó thúc đẩy ý định mua thực tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Adhikari, M., Ghimire, L.P., Kim, Y., Aryal, P. and Khadka, S.B. (2020) 'Identification and analysis of barriers against electric vehicle use', *Sustainability*, 12(12), p. 4850. doi:10.3390/su12124850.

2. Ahmad, H. and Rahul, T.M. (2024) 'Targeted information intervention among consumer clusters for electric vehicle penetration – A case study of Punjab, India', *Case Studies on Transport Policy*, 16, p. 101202. doi:10.1016/j.cstp.2024.101202.

3. Ajzen, I. (1991) 'The theory of planned behavior', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), pp. 179–211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T.

4. Al-Hanahi, B., Ahmad, I., Habibi, D. and Masoum, M.A.S. (2021) 'Charging infrastructure for commercial electric vehicles: Challenges and future works', *IEEE Access*, 9, pp. 121476–121492. doi:10.1109/ACCESS.2021.3108817.

5. Baomoi (2025) *Vì sao Trung Quốc chấm dứt trợ cấp cho xe điện?* Available at: https://baomoi.com/vi-sao-trung-quoc-cham-dut-tro-cap-cho-xe-dien-r53651970.epi (Accessed: 6 March 2026).

6. Chaminade, C. and Edquist, C. (2010) 'Rationales for public policy intervention in the innovation process: Systems of innovation approach', in *Handbook of Innovation Policy*. Cheltenham: Edward Elgar. Available at: https://www.elgaronline.com/edcollchap/edcoll/9781845428488/9781845428488.00012.xml (Accessed: 6 March 2026).

7. Chen, P., Selamat, M.H. and Lee, S.N. (2025) 'The impact of policy incentives on the purchase of electric vehicles by consumers in China's first-tier cities: Moderate-mediate analysis', *Sustainability*, 17(12), p. 5319. doi:10.3390/su17125319.

8. Funke, S.Á., Sprei, F., Gnann, T. and Plötz, P. (2019) 'How much charging infrastructure do electric vehicles need? A review of the evidence and international comparison', *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 77, pp. 224–242. doi:10.1016/j.trd.2019.10.024.

9. Gan, W., Shahidehpour, M., Yan, M., Guo, J., Yao, W., Paaso, A., Zhang, L. and Wen, J. (2020) 'Coordinated planning of transportation and electric power networks with the

proliferation of electric vehicles', *IEEE Transactions on Smart Grid*, 11(5), pp. 4005–4016. doi:10.1109/TSG.2020.2989751.

10. Gao, Q. and Selvaratnam, D.P. (2025) 'The impact of new energy vehicles on China's economic development', *International Journal of Research and Innovation in Social Science*. Available at: https://rsisinternational.org/journals/ijriss/articles/the-impact-of-new-energy-vehicles-on-chinas-economic-development/ (Accessed: 6 March 2026).

11. Hamzah, M.I. and Tanwir, N.S. (2021) 'Do pro-environmental factors lead to purchase intention of hybrid vehicles? The moderating effects of environmental knowledge', *Journal of Cleaner Production*, 279, p. 123643. doi:10.1016/j.jclepro.2020.123643.

12. Hanna, B. (2019) *Institutional theory – an overview*. Available at: https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/institutional-theory (Accessed: 6 March 2026).

13. Hardman, S., Chandan, A., Tal, G. and Turrentine, T. (2017) 'The effectiveness of financial purchase incentives for battery electric vehicles – A review of the evidence', *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 80, pp. 1100–1111. doi:10.1016/j.rser.2017.05.255.

14. International Energy Agency (IEA) (2024a) *Global energy-related CO_2 emissions by sector*. Available at: https://www.iea.org/data-and-statistics/charts/global-energy-related-co2-emissions-by-sector (Accessed: 6 March 2026).

15. International Energy Agency (IEA) (2024b) *Global EV Outlook 2024*. Available at: https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2024 (Accessed: 6 March 2026).

16. International Energy Agency (IEA) (2024c) *Transport*. Available at: https://www.iea.org/energy-system/transport (Accessed: 6 March 2026).

17. Irfan, D. and Tang, X. (2025) 'Evaluating China's electric vehicle adoption with PESTLE: Stakeholder perspectives on sustainability and adoption barriers', *Sustainability*, 17(14), p. 6258. doi:10.3390/su17146258.

18. Li, J., Jiao, J. and Tang, Y. (2020) 'Analysis of the impact of policy intervention on electric vehicles adoption considering information transmission: Based on consumer network model', *Energy Policy*, 144, p. 111560. doi:10.1016/j.enpol.2020.111560.

19. Mullainathan, S. and Thaler, R.H. (2000) 'Behavioral economics', *National Bureau of Economic Research Working Paper*, No. 7948. Available at: https://www.nber.org/papers/w7948 (Accessed: 6 March 2026).

20. Münzel, C., Plötz, P., Sprei, F. and Gnann, T. (2019) 'How large is the effect of financial incentives on electric vehicle sales? – A global review and European analysis', *Energy Economics*, 84, p. 104493. doi:10.1016/j.eneco.2019.104493.

21. Opletal, J. (2025) 'Report: China EV market situation in first half of 2025', *CarNewsChina*, 21 July. Available at: https://carnewschina.com/2025/07/21/report-china-ev-market-situation-in-first-half-of-2025/ (Accessed: 6 March 2026).

22. Osburg, V.-S., Yoganathan, V., McLeay, F. and Diallo, M.F. (2022) '(In)compatibilities in sustainable luxury signals', *Ecological Economics*, 196, p. 107430. doi:10.1016/j.ecolecon.2022.107430.

23. Raghuvanshi, P. and Gurtoo, A. (2026) 'Effect of informational interventions on EV adoption intention: Evidence from a tier II city in India', *arXiv*. doi:10.48550/arXiv.2601.00408.

24. Rais (2025) 'Malaysia installs 5,149 public EV chargers nationwide as of September 2025', *The Sun*, 30 October. Available at: https://thesun.my/news/malaysia-news/people-issues/malaysia-installs-5149-public-ev-chargers-nationwide-as-of-september-2025/ (Accessed: 6 March 2026).

25. Richter, F. (2026) 'BYD surges past Tesla to become world's leading EV brand', *Statista*, 5 January. Available at: https://www.statista.com/chart/33709/tesla-byd-electric-vehicle-production/ (Accessed: 6 March 2026).

26. Scoop (2024) '50% of new govt vehicles to be EV or hybrid in 2025'. Available at: https://www.scoop.my/news/238914/50-of-new-govt-vehicles-to-be-ev-or-hybrid-in-2025/ (Accessed: 6 March 2026).

27. Sierzchula, W., Bakker, S., Maat, K. and van Wee, B. (2014) 'The influence of financial incentives and other socio-economic factors on electric vehicle adoption', *Energy Policy*, 67, pp. 183–193. doi:10.1016/j.enpol.2014.01.043.

28. Stiglitz, J. (2008) *Government failure vs. market failure: Principles of regulation*. Available at: https://ipdcolumbia.org/wp-

content/uploads/2024/08/Govt_Failure_vs_Market_Failure_Stiglitz.pdf (Accessed: 6 March 2026).

29. Thaler, R.H. and Sunstein, C.R. (2008) *Nudge: Improving decisions about health, wealth and happiness*. New Haven: Yale University Press.

30. Thananusak, T., Rakthin, S., Tavewatanaphan, T. and Punnakitikashem, P. (2017) 'Factors affecting the intention to buy electric vehicles: Empirical evidence from Thailand', *International Journal of Electric and Hybrid Vehicles*, 9(4), pp. 361–381. doi:10.1504/IJEHV.2017.089875.

31. Tu, J.C. and Yang, C. (2019) 'Key factors influencing consumers' purchase of electric vehicles', *Sustainability*, 11(14), p. 3863. doi:10.3390/su11143863.

32. Tuan Besar, T.B.H., Abu Seman, S.A., Abdul Razak, N., Ahmad Atory, N.A. and Adnan, M.A. (2025) 'Exploring electric vehicle intention among Malaysian car users: Insights from an integrated TPB–UTAUT model', *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 9(28), pp. 55–62. doi:10.47772/IJRISS.2025.92800007.

33. Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B. and Davis, F.D. (2003) 'User acceptance of information technology: Toward a unified view', *MIS Quarterly*, 27(3), pp. 425–478. doi:10.2307/30036540.

34. Wahab, S. and Zailani, Z. (2024) *Malaysia on track for EV revolution*. Malaysian Green Technology and Climate Change Corporation. Available at: https://www.mgtc.gov.my/2024/04/malaysia-on-track-for-ev-revolution (Accessed: 6 March 2026).

35. Wang, N., Tang, L. and Pan, H. (2017) 'Effectiveness of policy incentives on electric vehicle acceptance in China: A discrete choice analysis', *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 105, pp. 210–218. doi:10.1016/j.tra.2017.08.009.

36. Wang, Z. (2026) 'China's auto industry maintains global lead in production and sales for 17 consecutive years', *People's Daily Online*, 28 February. Available at: https://en.people.cn/n3/2026/0228/c90000-20429745.html (Accessed: 6 March 2026).

37. Wimmer, H. (2025) 'New five-year plan: China's changing impact on the automotive industry', *PwC*, 15 December. Available at: https://www.pwc.de/en/international-

markets/german-business-groups/china-business-group/new-five-year-plan-chinas-changing-impact-on-the-automotive-industry.html (Accessed: 6 March 2026).

38. Yu, T., Teoh, A.P., Liao, J. and Wang, C. (2025) 'Determinants of switching intention to adopt electric vehicles: A comparative analysis of China and Malaysia', *Technology in Society*, 82, p. 102949. doi:10.1016/j.techsoc.2024.102949.

39. Zhang, P. (2025) 'Shanghai to continue offering free license plates for EVs in 2026', *CnEVPost*, 31 December. Available at: https://cnevpost.com/2025/12/31/shanghai-to-continue-offering-free-license-plates-for-evs-in-2026/ (Accessed: 6 March 2026).