

# News Release

For Immediate Release  
2 March 2022

## **Việt Nam lạc quan về sự chấm dứt của đại dịch COVID-19 nhưng lo lắng về tài chính**

- *Hơn 2/3 người Việt Nam được khảo sát cho rằng đại dịch sẽ chấm dứt trong vòng một năm tới.*
- *Nhu cầu tham gia bảo hiểm tăng mạnh với hơn 90% cân nhắc mua thêm các gói bảo hiểm trong vòng 12 tháng tới.*

[TP.HỒ CHÍ MINH] – Khảo sát mới nhất từ Tập đoàn Manulife cho thấy, sau hai năm kể từ khi đại dịch COVID-19 bùng phát, người dân Việt Nam tin rằng “ngày tàn” của COVID-19 đã đến đồng thời tự tin vào sức khỏe của họ, nhưng vẫn còn lo ngại về tài chính cá nhân, đặc biệt là đối với phụ nữ độc thân.

Trong số những người ở Việt Nam được phỏng vấn tại khảo sát Manulife Asia Care Survey lần thứ 3 được thực hiện vào tháng 11/2021, hơn 2/3 (69%) cho rằng COVID-19 sẽ biến mất trong vòng một năm tới, với 77% mong đợi các biện pháp hạn chế COVID-19 sẽ dần được dỡ bỏ trong khoảng thời gian này. Người Việt Nam cũng cho thấy sự lạc quan nhất trong khu vực về khoảng thời gian để nền kinh tế phục hồi – trong đó, chỉ một phần tư (26%) lo lắng sẽ mất nhiều thời gian, thấp nhất trong khu vực. Cuộc khảo sát được thực hiện ngay khi biến thể Omicron bắt đầu được phổ biến.

Mặc dù lạc quan, 15% số người được khảo sát cho biết họ đã bị mất việc làm, trong khi 70% cho biết thu nhập của họ đã bị giảm do COVID-19. Ngoài ra, chỉ có 19% phụ nữ độc thân có tiền tiết kiệm trong tay để có thể duy trì cuộc sống hơn một năm nếu họ bị mất thu nhập, thấp hơn nhiều so với mức trung bình của cả nước (33%). Kết quả cũng cho thấy 3/4 (75%) phụ nữ độc thân đang phải vật lộn để đối phó với COVID-19.

Ông Sang Lee, Giám đốc Điều hành Manulife Việt Nam cho biết: “Người Việt Nam, đặc biệt là phụ nữ độc thân, rõ ràng đã phải trải qua những thách thức trong thời kỳ đại dịch, nhưng nhiều người đã thích nghi và kiểm soát bằng cách chủ động quản lý tài chính của mình. Điều đáng mừng hơn nữa là họ đang quan tâm nhiều hơn đến bảo vệ sức khỏe và tài chính của chính mình. Điều đó bao gồm cả bảo hiểm. Tại Manulife, chúng tôi làm việc và lắng nghe khách hàng của mình, cũng như nhìn vào thị trường một cách bao quát hơn. Điều này giúp chúng tôi định hình sản phẩm của mình để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng. ”

### **Người Việt Nam nhận thức được giá trị của bảo hiểm**

Khi mà một phần tư (26%) người được khảo sát bày tỏ lo lắng về việc gia đình họ nhiễm gặp COVID-19, một điều đáng chú ý là 86% cho biết họ nhận ra tầm quan trọng của bảo hiểm - cao hơn mức trung bình trong khu vực (69%) - và tầm quan trọng của kế hoạch nghỉ hưu (71%). Cuộc khảo sát cũng cho thấy một phần ba (34%) số người được hỏi coi bảo hiểm là một phương tiện để giảm thiểu tác động tài chính liên quan đến COVID-19. Các câu trả lời khảo sát

khác cho thấy người Việt Nam cắt giảm các chi phí không cần thiết (24%) để giúp bù đắp sự sụt giảm thu nhập và để thành lập doanh nghiệp của riêng họ (26%). Khoảng 1/3 (30%) các bà mẹ đang làm việc nói rằng họ đã tạo ra công việc kinh doanh của riêng mình.

Mặc dù tỷ lệ thâm nhập bảo hiểm ở Việt Nam còn thấp, trong số những người được khảo sát, 72% cho biết họ có sở hữu bảo hiểm, trong đó phổ biến nhất là bảo hiểm sức khỏe (47%), nhân thọ (42%) và tai nạn (38%). Đáng chú ý, 91% cho biết họ có kế hoạch mua bảo hiểm trong 12 tháng tới, trong đó nhân thọ (55%), sức khỏe (45%) và tai nạn (41%) đứng đầu danh sách. Khi mua bảo hiểm, phần lớn người Việt Nam (84%) cũng tìm kiếm những sản phẩm bảo hiểm đơn giản có thể mua trực tuyến. Để theo dõi tình trạng sức khỏe, 83% người Việt Nam được khảo sát cho biết họ cảm thấy thoải mái khi sử dụng các ứng dụng về sức khỏe và tinh thần.

Nhằm đáp ứng nhu cầu bảo vệ sức khỏe ngày càng tăng và góp phần giảm thiểu chi phí chăm sóc sức khỏe thông thường ngày càng tăng cao, Manulife Việt Nam vừa ra mắt sản phẩm bảo hiểm hỗ trợ thể hệ mới bao gồm Bảo Hiểm Hỗ Trợ Bệnh Lý Nghiêm Trọng Mở Rộng và Bảo Hiểm Hỗ Trợ Trợ Cấp Y Tế Mở Rộng. Tiên phong trên thị trường với những giải pháp vượt trội, Manulife nói rộng độ tuổi tham gia của hai sản phẩm này lên đến 69 tuổi và bảo vệ toàn diện đến 85 tuổi. Đặc biệt, với quyền lợi bảo hiểm Y Tế Đặc Biệt, khách hàng sẽ được chi trả quyền lợi dựa vào một số tiêu chí về điều trị hoặc phẫu thuật mà không cần thỏa định nghĩa bệnh.

“Đại dịch tiếp tục làm nổi bật hơn giá trị bảo vệ của bảo hiểm nhân thọ trong cộng đồng, trong đó bảo vệ sức khỏe luôn được quan tâm hàng đầu tại Việt Nam. Trong thời kỳ mà chúng ta phải đối diện với những bất định và sự không chắc chắn, chúng tôi tự hào về sự ổn định, khả năng chi trả và sự tự tin mà chúng tôi đã mang lại cho cộng đồng thông qua các sản phẩm và dịch vụ của mình,” ông Sang Lee nói thêm.

### **Người Việt tự tin về thể chất, nhưng vẫn lo ngại về sức khỏe tinh thần**

Phần lớn những quyết định và suy nghĩ về việc mua bảo hiểm ít nhiều liên quan đến các vấn đề sức khỏe và người Việt Nam cũng đang cố gắng quản lý vấn đề sức khỏe một cách tốt hơn. Khảo sát cho thấy, người Việt là một trong những nhóm hoạt động thể chất nhiều nhất (69%) trong khu vực. Hơn một nửa (53%) đã tăng cường tập thể dục kể từ khi đại dịch bùng phát, với 55% tập thể dục mỗi ngày và 78% tập thể dục ít nhất bốn ngày một tuần - cho đến nay họ là những người đam mê thể dục lớn nhất trong khu vực.

Đối với các mối quan tâm chính về sức khỏe, những người Việt Nam được hỏi cho biết họ lo ngại nhiều nhất về ung thư (43%), đột quỵ (40%) và trầm cảm (26%). Phụ nữ độc thân một lần nữa thể hiện sự nổi bật đối với các vấn đề liên quan đến sức khỏe tinh thần. 94% trong số họ nói rằng họ đã gặp các vấn đề về sức khỏe tinh thần, với 40% nói rằng họ lo lắng về bệnh trầm cảm.

Bà Marilyn Wang, Giám đốc Khối Tiếp thị & Truyền thông của Manulife Việt Nam cho biết: “Tại Việt Nam, chúng tôi thấy mọi người tập trung nhiều hơn vào các kế hoạch tài chính và người dân cũng có nhận thức tốt về các vấn đề rộng lớn hơn, cùng với các giá trị của lối sống lành mạnh. Nhận thức của họ về những “ảnh hưởng kéo dài của Covid” là cao nhất trong khu vực. Điều này rất ấn tượng vì có nghĩa là họ có thể chuẩn bị tốt hơn và chủ động tìm kiếm sự bảo vệ cho bản thân và gia đình.”

### **Nhận thức về “ảnh hưởng kéo dài của Covid” ở mức cao tại Việt Nam**

Theo Tổ chức Y tế Thế giới, khoảng một phần tư số người đã nhiễm vi-rút tiếp tục gặp phải các triệu chứng kéo dài trong ít nhất một tháng, và khoảng 1/10 vẫn cảm thấy không khỏe sau 12 tuần. Các triệu chứng này thường được mô tả là "ảnh hưởng kéo dài của COVID" có thể ảnh hưởng nghiêm trọng đến khả năng trở lại làm việc hoặc có cuộc sống xã hội của mọi người.

Trong khi đó, 4/5 người Việt được khảo sát nói rằng họ biết về ảnh hưởng dài hạn của COVID, với 98% nói rằng họ lo lắng về điều này, và 65% nói rằng họ rất lo lắng. Hầu như tất cả (98%) người được hỏi đều muốn tìm hiểu thêm về ảnh hưởng dài hạn này. Đối với họ, câu hỏi chính là làm thế nào để tránh mắc phải những ảnh hưởng kéo dài này (66%) và biện pháp khắc phục là gì (60%). Một câu hỏi lớn khác đến từ 58% người được khảo sát là loại sản phẩm hỗ trợ chăm sóc sức khỏe nào có sẵn để giúp họ đối phó với tình trạng này. Gần một nửa (46%) muốn biết bảo hiểm có thể giúp họ như thế nào. Một lĩnh vực mà Manulife đang chú trọng là thúc đẩy việc xây dựng sức khỏe thể chất và tinh thần.

Bà Marilyn Wang cho biết thêm: “Các kết quả từ khảo sát đã cung cấp những thông tin có giá trị về suy nghĩ của khách hàng và mối quan tâm của họ. Với các sản phẩm chăm sóc sức khỏe hàng đầu và chương trình khuyến khích lối sống khỏe mạnh trên nền tảng ứng dụng di động ManulifeMOVE, chúng tôi cố gắng thúc đẩy khách hàng của mình trở nên năng động hơn bằng cách tặng thưởng cho mỗi bước chân vận động của họ để đồng hành cùng làm cho cuộc sống của họ tốt hơn mỗi ngày.”

---

### **Thông tin về Manulife Việt Nam**

Tại Manulife Việt Nam, chúng tôi đồng hành cùng khách hàng trong việc đưa ra các quyết định về bảo vệ sức khỏe, gia tăng tài sản cũng như hoạch định tương lai. Hành trình chuyển đổi số hóa của chúng tôi với sự đầu tư lớn vào công nghệ nhằm mang lại các giải pháp và dịch vụ bảo hiểm cải tiến đến với người dân Việt Nam, để họ an tâm tận hưởng cuộc sống “tốt hơn mỗi ngày”. Với hơn 1 triệu khách hàng, gần 60.000 tư vấn viên và các đối tác chiến lược phân phối sản phẩm bảo hiểm cùng mạng lưới 87 văn phòng trên khắp cả nước, Manulife tự hào với lịch sử 22 năm là công ty bảo hiểm nhân thọ có vốn đầu tư nước ngoài đầu tiên tại Việt Nam. Trải nghiệm thêm tại [www.manulife.com.vn](http://www.manulife.com.vn).

### **Thông tin về Tập đoàn Manulife**

Tập đoàn Tài chính Manulife là một trong những tập đoàn hàng đầu thế giới về cung cấp dịch vụ tài chính với sứ mệnh giúp khách hàng “Quyết định dễ dàng, vẹn toàn cuộc sống”. Cùng với trụ sở quốc tế tại Toronto, Canada, chúng tôi vận hành dưới thương hiệu Manulife thông qua hệ thống các văn phòng tại Canada, Châu Á và Châu Âu, và John Hancock tại Hoa Kỳ. Thông qua Manulife Investment Management - thương hiệu toàn cầu của chúng tôi trong lĩnh vực quản lý tài sản, chúng tôi cung cấp các giải pháp tài chính, bảo hiểm và dịch vụ quản lý tài sản cho các cá nhân, nhóm và tổ chức. Với hơn 155 năm hoạt động, chúng tôi liên tục mở rộng mạng lưới tại Châu Á, Canada và Hoa Kỳ. Chúng tôi giao dịch trên thị trường chứng khoán với mã 'MFC' tại Toronto, New York và Philippine, và mã “945” trên sàn chứng khoán Hồng Kông. Trong vòng 12 tháng trước đó, chúng tôi cũng đã chi trả yêu cầu bồi thường bảo hiểm hơn 31,8 tỷ đô la Canada cho khách hàng. Các sản phẩm và dịch vụ có thể khác nhau ở từng thị trường. Để biết thêm chi tiết, xin vui lòng truy cập [manulife.com](http://manulife.com).

---

### **Thông tin liên hệ:**

#### **Linh Võ**

Trưởng phòng Truyền thông Đối ngoại  
Phone: +84-363-893-414  
Email: [linh\\_vo\\_tm@manulife.com](mailto:linh_vo_tm@manulife.com)

#### **Hương Cao**

Chuyên viên Truyền thông Đối ngoại  
Phone: +84-393-619-099  
Email: [nguyen\\_mh\\_cao@manulife.com](mailto:nguyen_mh_cao@manulife.com)

