



進軍越南市場的竅門

施育龍簡歷



2004-2009 (5年)

國際貿易業務代表

負責銷售歐洲、非洲、越南及柬埔寨市場

2010-2012 (3年)

外貿協會大陸組專員

負責中國大陸10餘城市辦理台灣名品展及宣傳

2013-2017.7(4年半)

台灣貿易中心胡志明辦事處經理

負責越南、柬埔寨、寮國貿易及會展等拓銷業務

2017.8-至今

外貿協會國際行銷諮詢中心顧問

負責提供我國廠商全球市場行銷顧問客製化服務

綱要

1 新南向政策 vs 南向政策

2 東協之星-越南

3 越南業務開發實務

4 個案分享

1 新南向政策 vs 南向政策

南向政策		新南向政策
時間	1994-2002 (94-96/97-99/99-02三階段)	2016年起迄今
區域	東協(7國)+澳紐共9國	東協(10國)、澳、紐、孟加拉、 不丹、印度、斯里蘭卡、尼泊爾、 巴基斯坦共18國
目的	政治	減少西進、務實外交
	經濟	東協整合(AFTA)
運作模式	1. 生產基地 2. 傳統產業、外銷為主 3. 運用當地資源	1. 內需導向 2. 全方位，以人為本：涵蓋市場、人才交流、觀光、金融、教育
主管單位	行政院	總統府

2 東協之星-越南

為何是東協之星？

東協各國概況一覽(2017年)

	GDP (Billions USD)	GDP per capital (USD)	GDP 成長率 (%)	人口 (Millions)
印尼	1,010.937	3,858	5.2	261.989
泰國	437.807	6,336	3.7	69.095
菲律賓	321.189	3,022	6.6	106.268
馬來西亞	309.858	9,659	5.4	32.077
新加坡	305.757	53,880	2.5	5.675
越南	215.963	2,306	6.3	93.643
緬甸	66.966	1,272	7.2	52.645
柬埔寨	22.252	1,389	6.9	16.013
寮國	17.152	2,567	6.9	6.680
汶萊	11.963	27,893	-1.3	0.429

資料來源:IMF World economic outlook database

2 東協之星-越南



為何是東協之星？

越南基本資料

- 國土面積：33萬平方公里(🇹🇼 x 9)
- 全國人口：9,616萬(🇹🇼 x 4)
- 官方語：越南文
- 主要政黨：越南共產黨
- 5大直轄市：河內(首都)、胡志明市、海防市、
峴港市、芹苴
- 海岸線：3,400公里
- 鄰國：中國大陸、寮國、柬埔寨

VIETNAM

2 東協之星-越南



VIETNAM

為何是東協之星？

越南基本資料

- 工業成長率：7%
- 失業率：2.3%
- GDP：2,053.3億美元
- 人均GDP：2,215美元
- GDP成長率：6.21%
- 消費者指數：2.66%
- 出口值：1,759億美元
- 進口值：1,733億美元

2 東協之星-越南

為何是東協之星？

全方位發展

GDP快速成長

過去20年平均7%；
未來35年至少5%，全球第2

消費力強

9千萬人口的消費群
29歲以下人口占5成



所得快速成長

東協中產階級成長最快的國家

政治穩定

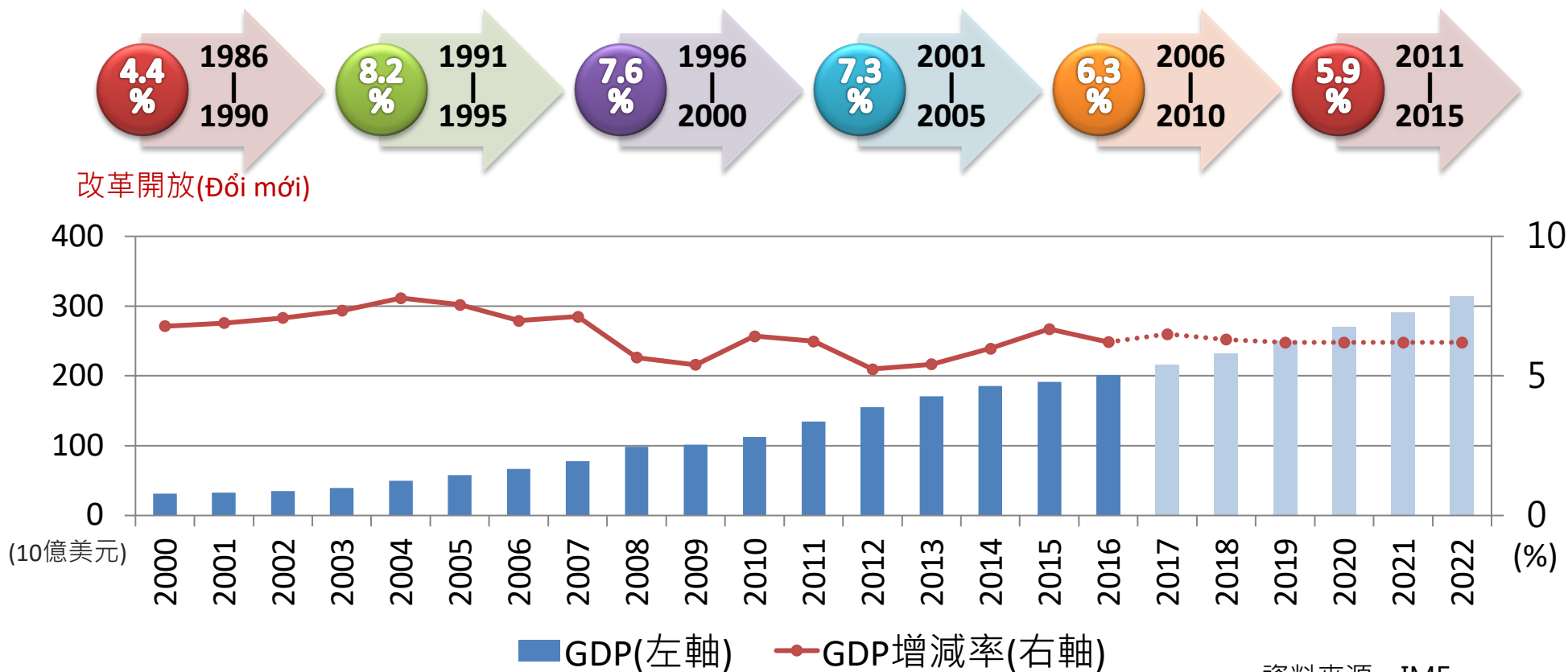
東協最佳
(星國除外)

**CPTPP與RCEP
的最大受益者**

2 東協之星-越南

為何是東協之星？

近期越南經濟成長情況



資料來源：IMF

2 東協之星-越南

為何是東協之星？

2011-2017年越南經濟指標

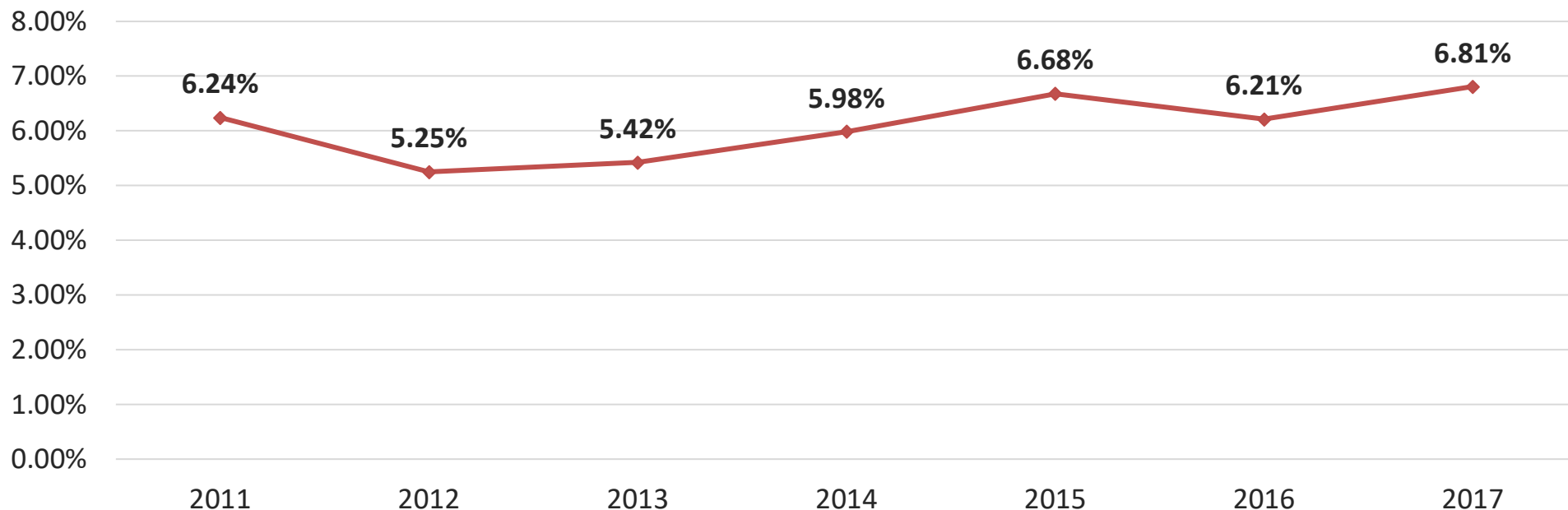
越南主要經濟指標	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
GDP成長率	6.24%	5.25%	5.42%	5.98%	6.68%	6.21%	6.81%
通貨膨脹率	18.68%	9.09%	6.59%	4.09%	0.88%	3.24%	3.15%
農業成長率	4.23%	2.92%	2.63%	3.43%	2.40%	1.35%	5.54%
農業佔GDP%	22.10%	21.35%	19.98%	19.68%	18.89%	18.14%	15.34%
工業成長率	7.60%	7.39%	5.08%	6.42%	9.63%	7.57%	7.85%
工業佔GDP%	36.42%	37.27%	36.92%	36.93%	36.95%	36.37%	33.34%
服務業成長率	7.47%	6.71%	6.72%	6.16%	6.33%	6.98%	7.44%
服務業佔GDP%	41.48%	41.38%	43.10%	43.39%	44.16%	45.49%	41.32%
進口成長率	4.10%	9.10%	17.34%	12.80%	18.12%	15.29%	20.80%
出口成長率	1.08%	15.71%	17.37%	11.56%	12.64%	13.86%	21.10%
吸收外資金額(美金)	74.3億	83.68億	89億	92億	118億	126億	200億

2 東協之星-越南

為何是東協之星？

越南近幾年經濟快速發展，憑藉著低廉工資和政府大力支持產業發展，越南GDP成長率在近七年來皆在5%以上，再加上越南政府積極參與國際經貿組織，與歐盟、美國和東協國家簽屬多項經貿協定，將以低關稅繼續跨大製造業優勢，逐步取代中國成為世界工廠，國際製造商紛紛前往越南設廠也因此吸引國外投資金額逐年增加，帶動其他產業發展快速成長，GDP預計將會穩定成長。

GDP成長率

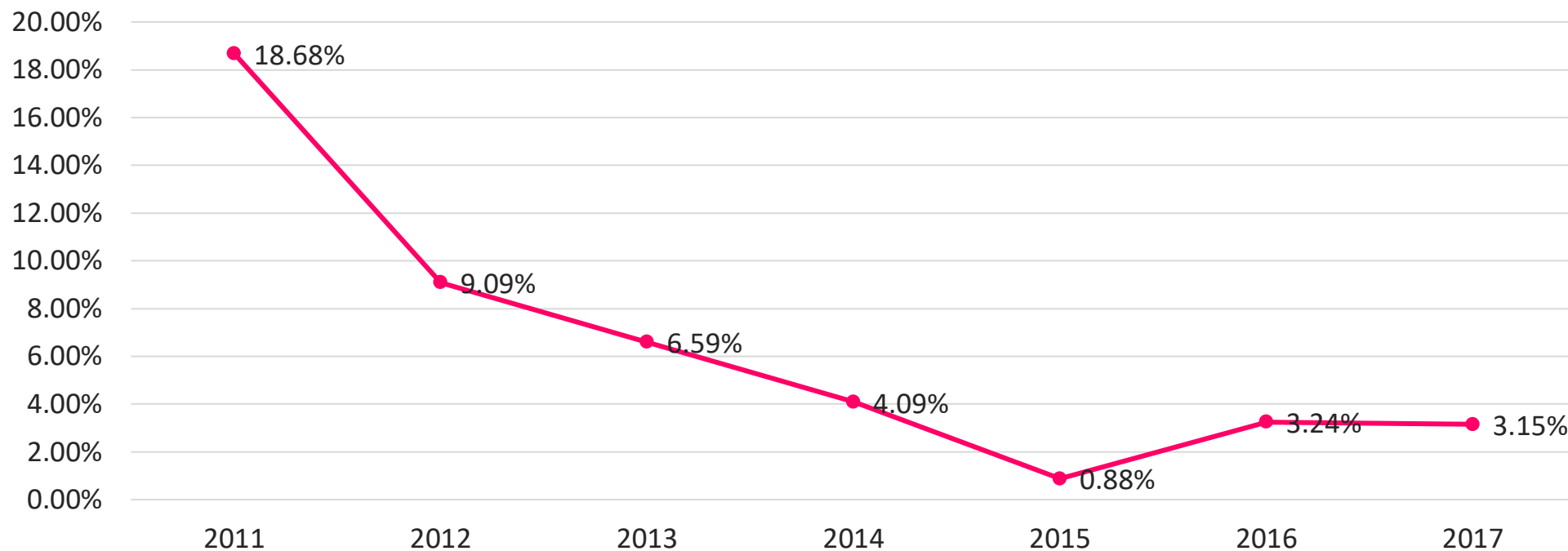


2 東協之星-越南

為何是東協之星？

越南經濟仰賴出口產業，但同時又因國內基礎產業不足而需要向國外大量進口原物料與機器設備，為了穩定通膨和匯率，越南政府以強勢貨幣政策控制貨幣市場已逐漸收到效果，並將每年目標控制通膨在4%以下定為重大國家政策之一。

通貨膨脹率



2 東協之星-越南

為何是東協之星？

外資為越南經濟發展的主要動力(1988-2018)

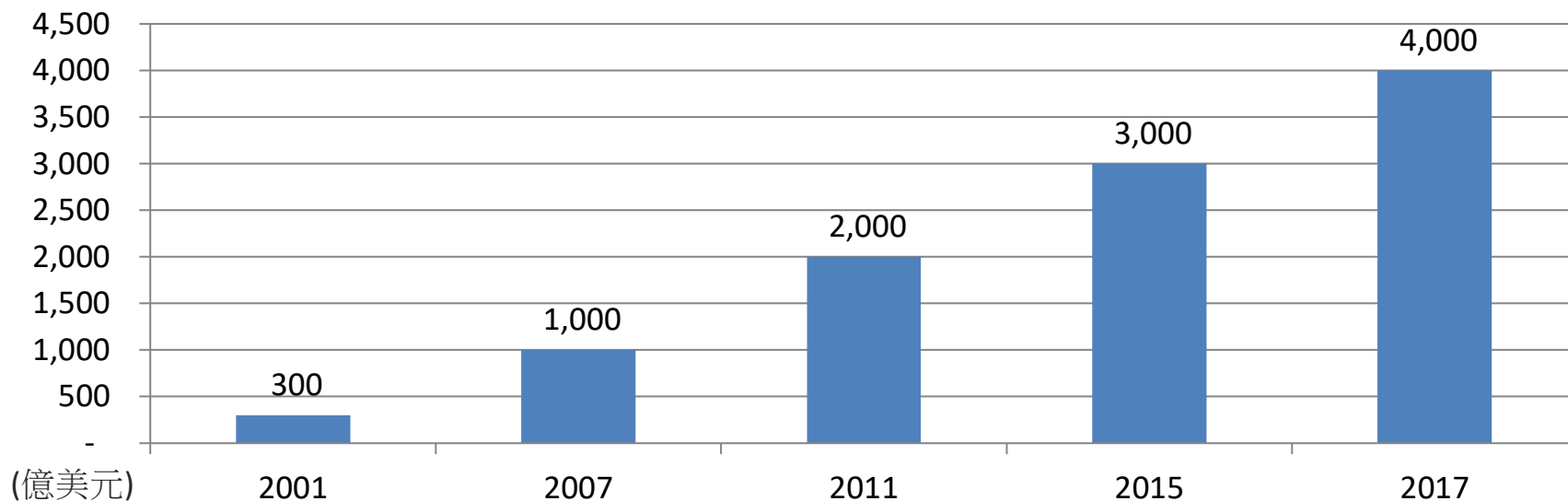
排名	國家或地區	件數	件數百分比(%)	金額(百萬美元)	金額百分比(%)
1	韓國	6,610	26.50	58,098.96	18.14
2	日本	3,629	14.55	49,455.54	15.44
3	新加坡	1,980	7.94	42,666.17	13.32
4	台灣	2,534	10.16	30,882.47	9.64
5	英屬維京群島	746	2.99	22,569.77	7.05
6	香港	1,289	5.17	17,948.44	5.60
7	馬來西亞	571	2.29	12,269.36	3.83
8	中國	1,833	7.35	12,039.40	3.76
9	美國	862	3.46	9,899.99	3.09
10	泰國	489	1.96	9,285.45	2.90
11	荷蘭	309	1.24	8,160.97	2.55
12	開曼群島	103	0.41	6,977.01	2.18

2 東協之星-越南

為何是東協之星？

對外貿易成長快速-是工廠也是市場

越南進出口貿易總額



2 東協之星-越南

市場特性



政治面



經濟面



社會面

2 東協之星-越南

市場特性



政治面

一黨專政、政治穩定、治安良好

改革開放，快速融入國際社會，
政經地位提高

官僚體制、行政效率差、人治色彩濃厚

2 東協之星-越南



經濟面

市場特性

計劃經濟進入市場經濟，國企面臨轉型

產業發展迅速，
傳產與電子業競爭力強

重視價格的市場

行銷區域廣闊，南北消費型態不同

交易以現金與放帳為主

2 東協之星-越南



社會面

市場特性

儒家文化影響，重家庭與倫理觀念，
民風保守

人民勤儉，刻苦耐勞，藏富於民

年輕世代，喜追求新事物

固執、好面子、不輕易信任外人

2 東協之星-越南

機會與挑戰

機會

- I 障礙掃除，市場開放，商機無窮。
- II 經濟持續成長，中產階級興起。
- III 東協的製造中心也是重要市場
- IV 海外發展援助基金(ODA)源源不斷，基礎建設商機大。
- V 服務業、電訊、電商、電視購物為新興市場。

2 東協之星-越南

機會與挑戰

挑戰

- I 政府法令重複，缺乏透明與一致性，無法持續，影響商業運作。
- II 貪污與官僚阻礙商業進步
- III 智慧財產保護不力
- IV 政府標案外商投標不易
- V 罷工仍有所聞，政府較偏袒勞方。
- VI 商業不透明，財務揭露不明，不利外商判讀。

2 東協之星-越南

機會與挑戰

2018年6月10日的排中遊行 但深究有貧富不均和反政府的概念在內

挑戰

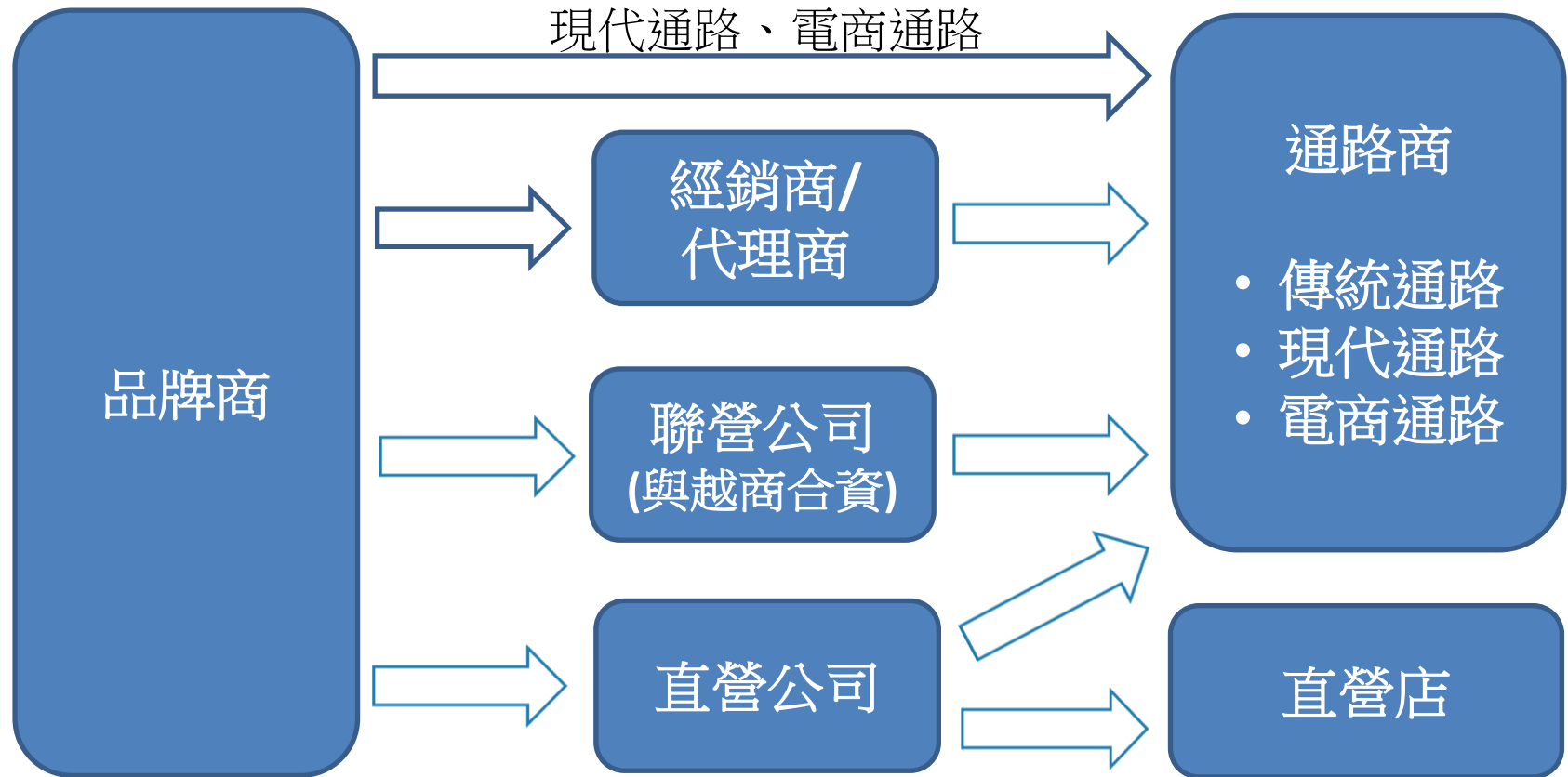


3 越南業務開發實務



3 越南業務開發實務

越南消費通路合作模式



3 越南業務開發實務

文化差異、商業習慣與建議

南北差異

維繫關係

注意
產品包裝

城鄉差異

見面三分情

支持
行銷活動

語言溝通

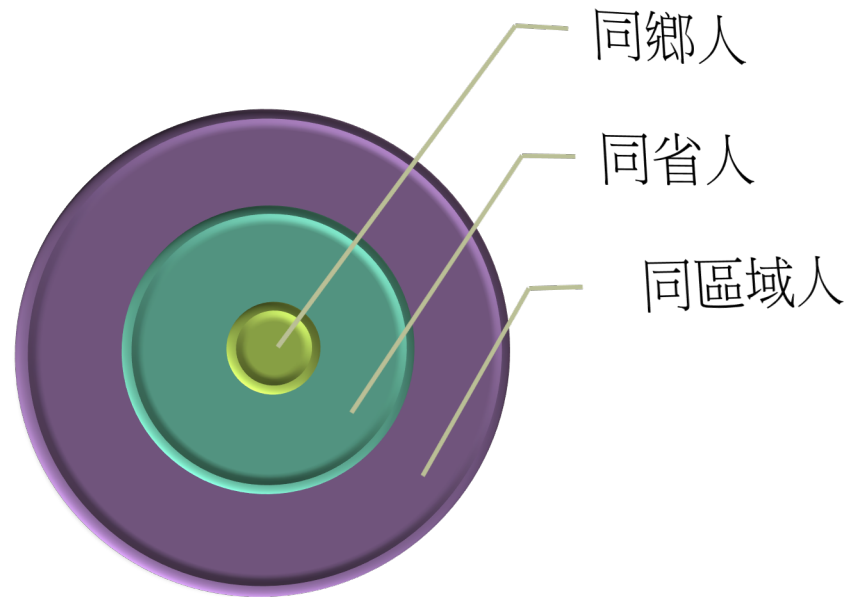
常見放帳

參與
當地商展

取得當地通路

3 越南業務開發實務

理解越南文化



3 越南業務開發實務

越南人的世界觀

- 歐美日韓的東西都很棒
- 中國有高鐵嗎?
- 中國的東西比越南差
- 美國很壞但也很棒



MADE IN
VIETNAM



3 越南業務開發實務



15

Dec
2017

夏普深耕越南家電、手機市場 戴正吳領軍

© 2017/12/15 12:32

小 中 大



圖 / 達志影像美聯社

派員來越開發市場

廠商如僅以電子郵件與越商聯繫，較難期待對方回復或達成交易，主動來越南拜訪潛在客戶，並實地觀察其經營情況，才是最有效的方法。

3 越南業務開發實務

選擇適當的代理商

越南地形狹長，北越、中越、南越市場特性不同，建議各找不同經銷商代理，但各地產品單價不宜差距過大，因為越商之間必然會互通有無，分享貨源資訊，故建議以誠信為上。



河內:
保守
較在意他人意見
廣告影響較大
品牌忠誠度較高

胡志明市:
開放
自主性較高
廣告影響較小
品牌忠誠度較低
較願意嘗試新產品

3 越南業務開發實務

以胡志明市為試點

- 胡志明市：
人口 843萬 (長住約1,100萬)
人均GDP 5,428美元
佔全國GDP 15%
- 河內：
人口 759萬 (長住約900萬)
人均GDP 3,600美元
佔全國GDP 10%



資料來源:越南國家統計總局(General Department of Statistics)

3 越南業務開發實務

強調產品特色 避免低價競爭

- 越南消費市場競爭激烈：
 - 高價位：歐美日
 - 中價位：韓台星
 - 低價位：泰馬中
- 掌握流行趨勢：
 - 愛美、健身、年輕、天然
 - 、運動休閒、新奇、新口感.....



3 越南業務開發實務

產品避免中文標示



很多越南消費者不清楚台灣與中國大陸的關係，建議產品標示全面英文或越文化，以避免消費者誤認為是中國大陸製品。

3 越南業務開發實務

找真正的採購決策者報價

越南中小企業尚未建立成熟的專業採購經理人制度，需避免因中間人捲入而造成的價格紊亂，並且提高成交率。



3 越南業務開發實務

讓越商有面子 賺裡子

越南人自尊心強、愛面子，重關係，要適時展現對越南民族及文化的尊重，建立情誼，以增加交易成功的機會。(後頁可見尊重民族自信心的重要)



3 越南業務開發實務

越南的愛國情緒高漲-U23 足球亞軍



3 越南業務開發實務

越南的愛國情緒高漲-U23 足球亞軍



2018年年初 越南的足球國家代表隊在亞洲U23的表現亮眼 一路過關斬將 舉國沸騰 年輕的越南球迷和民眾大肆慶賀 遊街三天

3 越南業務開發實務

成立聯營或直營公司

越南人口將年2020年邁入1億大關，隨著中產階級崛起，消費力不容小覷，建議業者及早透過聯營或直營的方式進入越南，直接掌握通路，方能長久經營。



3 越南業務開發實務

研華前進越南 成立合資公司

2018.04.12

全球智能系統（Intelligent Systems）領導廠商研華（2395）宣布，將與越南知名系統整合商夥伴 TECHPRO 合資成立研華越南分公司；由台灣駐越南代表石瑞琦大使，以及超過百位來自越南、韓國研華客戶共同見證成立大會。

研華科技執行董事何春盛表示，越南是研華今年東南亞戰略佈局中，第一個設立新據點的國家；主因其近年在經濟戰略秉持開放態度，在近5年的製造業經理人採購指數（PMI）持續在50以上，為東南亞國家中唯一持續成長的國家。

此外，中國薪資不斷高漲，越南更被視為繼中國後的第2個「世界工廠」，成為外資最愛直接投資的國家之一，其直接投資（FDI）金額每年更高達150億美金，尤其以製造業最受青睞，當中又以韓國、日本、新加坡名列前三名；多家研華日、韓大型企業客戶，也因此陸續將製造產能移動至此。

研華越南分公司總經理Do Duc Hau表示，為能延續海外客戶至越南的製造需求，以及進一步服務及開拓在地客戶，研華越南已明確訂定其公司使命為「培訓和轉移技術解決方案予當地合作夥伴」，以滿足他們持續優化及客製開發各自的應用需求。

為此，研華越南分公司將深化夥伴的培訓課程，並與當地大學合作培訓課程及訂定獎學金計畫，提供在地優秀人才至台灣學習及工作的機會。

何春盛指出，越南成為研華東南亞戰略佈局國家之一，不僅為滿足韓國、日本集團式客戶或其他外資夥伴，將製造產能複製至越南之需求，更希望能進一步拓展越南內需市場。（王郁倫／台北報導）



3 越南業務開發實務

直接取得通路

AEON
Citimart



聯強攻東協 打進越南通路

f 分享 留言 列印 存新聞

A- A+

2017-09-13 00:16 經濟日報 記者謝艾莉／台北報導 讚 3 分享 傳送

聯強（2347）宣布與越南最大資通訊整合服務商FPT集團（FPT Corporation）策略聯盟，除宣告正式進軍越南通路市場，也完成東協三大市場泰國、印尼與越南的布局。

聯強表示，越南為東協第三大市場，不僅人口數超過9,000萬人，人均年齡甚至不到30歲，同時目前資通訊產品的普及率僅20至30%，是繼泰國、印尼之後，深具發展潛力的國家，聯強近年持續關注越南發展狀況，並積極尋求合適的合作對象。

3 越南業務開發實務

直接取得通路-併購建議

揮軍越南 李紹平: 善用併購利器

【大紀元2017年11月13日訊】德勤財務顧問股份有限公司執行副總經理李紹平表示，台灣對越南投資貿易為新南向國家之首，可善用併購利器，搶搭「消費零售、工業製造、房地產、娛樂與金融產業」五大併購市場重點產業投資浪潮，建構全方位夥伴關係。

越南近年來經濟穩健成長，具人口紅利優勢，加上政府政策的支持與推動，台灣與新南向國家的投資貿易，便在此態勢下持續擴張中。李紹平提醒，即使越南擁龐大的內需市場和人口紅利優勢，企業進行跨國投資時，仍須注意能否控制產品生產成本、法令限制、環保要求、當地員工溝通與基礎建設等面向的影響。同時，建議可考慮透過併購利器進入新市場。

李紹平表示，企業展開跨國併購布局策略，無非是為了拓展通路、產能、品牌及產線等發展。過去越南政府因考量避免不公平競爭、防範資產泡沫化或管理混亂等問題，對外資限制較多。

隨著近年越南政府逐步開放法令限制，同時鼓勵具備能力（Capacity）、競爭力（Competitiveness）、資金（Capital）的「3C」產業進入，吸引更多大型投資機構或跨國性集團企業進場投資。李紹平建議，由越南開放外資從參股至具備控制權的趨勢來看，金額較大的併購標的將可能逐漸浮上檯面。

併購並非僅是企業賣出與收購的交易，併購過程將面臨許多複雜的交易及整合風險，李紹平建議，若企業從無海外投資經驗，務必向專業機構諮詢，透過嚴格的分析和審查評估，制定出完善的併購投資策略，千萬不可貪圖時間、費用等便利性，違反法律等相關規範貿然投資，以免得不償失。

3 越南業務開發實務

國際品牌在越南的輝煌併購紀錄

2015 - YEAR OF M&A IN VIETNAM

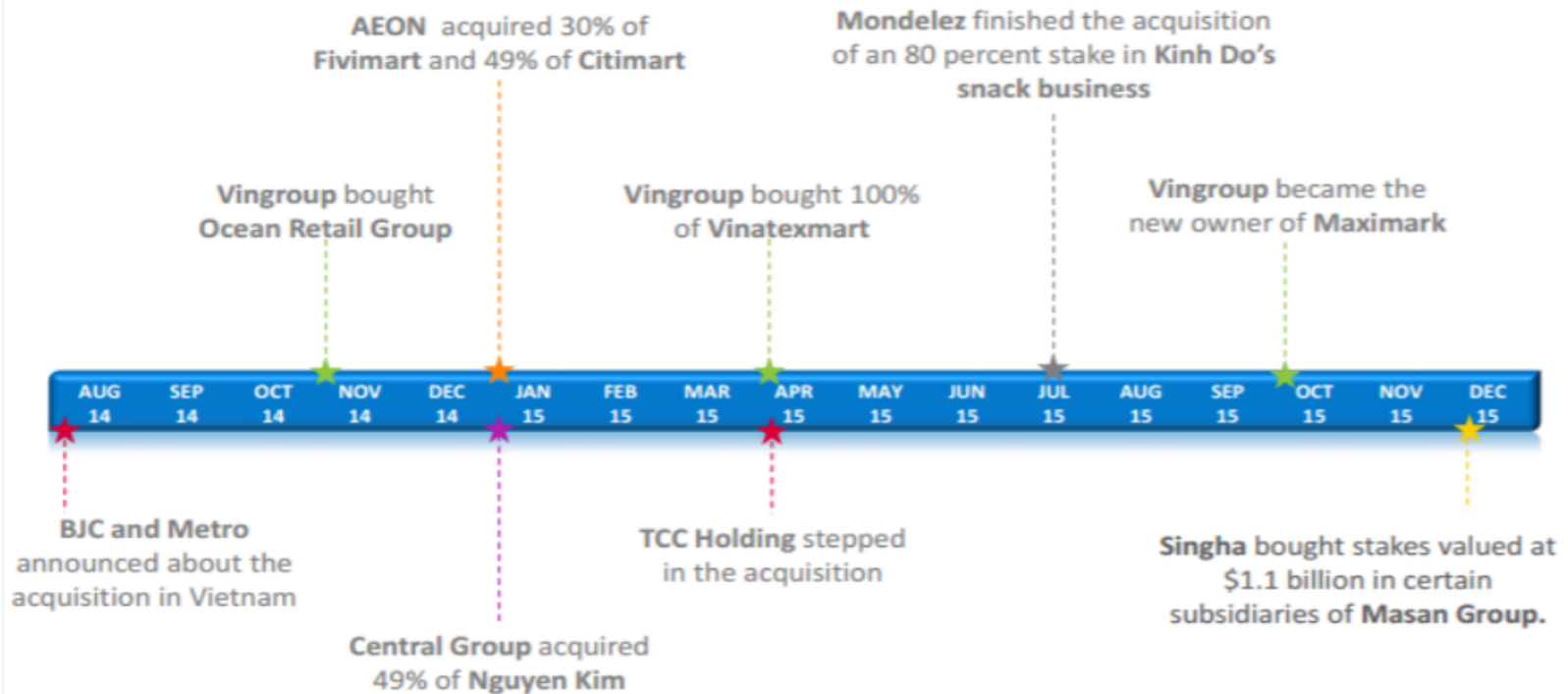


Figure 5: 2015- year of M&A in Vietnam (Nielsen Market pulse 2015)

3 越南業務開發實務

直接取得通路-併購建議

#亚洲 2017年12月18日 / 下午4点51分 / 18 天前

企业并购：泰国酿酒旗下事业以50亿美元收购越南Sabeco的54%股权

1 分钟阅读

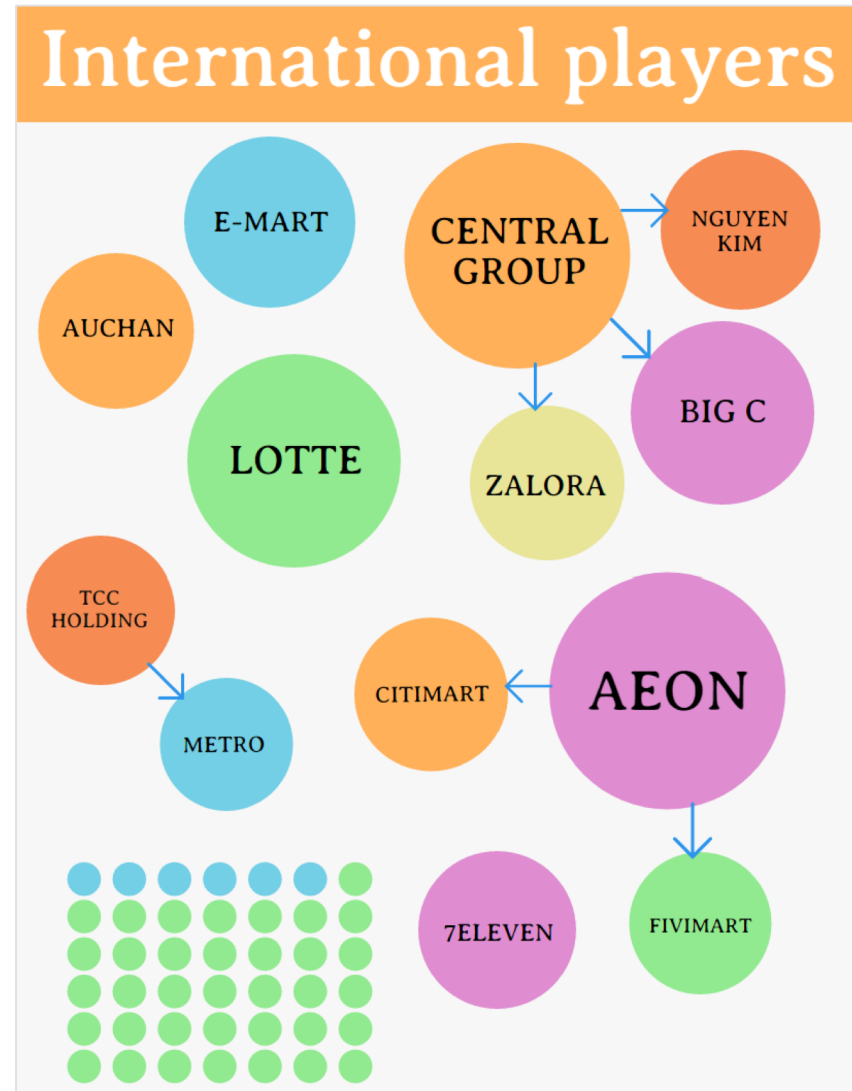
路透胡志明市12月18日 - 胡志明市证交所一名官员周一表示，泰国酿酒(Thai Beverage)旗下一事业已经赢得标购，将买进50亿美元或54%的越南最大酿酒业者Sabeco股权，这是越南史上最大民营化行动。

最近几个月，预期中的国营Sabeco售股行动动能升温。由于国际级的酿酒业者均未参与，泰国酿酒成为买进Sabeco多数股权的唯一竞标者。(完) (编译 张明钧; 审校 王洋)



3 越南業務開發實務

越南零售如今國
際巨人林立



4 個案分享

協助LED燈具業者開拓新南向市場



4 個案分享

案例基本資訊

產品

LED工業用燈(天井燈)

地區

越南

機會

普及率不高，屬產品推介期。

競爭優勢

1. 有品牌、略具國際知名度。
2. 產品品質優良、穩定。
3. 價格屬中上價位。

競爭劣勢

大陸貨充斥、無價格競爭優勢。

4 個案分享

服務流程



4 個案分享

服務流程

訪談及
諮詢

提供
諮詢建議

執行
建議案

媒洽商機

追蹤成果



專屬顧問進行深度晤談，確認市場開發需求。

4 個案分享

服務流程



- ✓ 避開價格競爭，以台商工廠用戶為主要銷售對象。
- ✓ 於台商工廠設立示範區，展示節電效能，理性訴求潛在客戶。
- ✓ 推介參加本會主辦之「越南台灣形象展」，增加曝光度，吸引消費者推廣品牌。

4 個案分享

服務流程



- ✓ 設置示範廠
- ✓ 參加「越南台灣形象展」
- ✓ 依越南區域特性，分區分產業遴選代理商。

4 個案分享

服務流程



聯繫/篩檢 有效買主7家

- 台商指標大廠
- 當地台灣學校
- 台商會
- 2台商、2越商

安排業者與
買主直接會談或
陪同拜會7家

越南台灣形象展
展期安排媒體專訪
增加曝光度

4 個案分享

服務流程

訪談及
諮詢

提供
諮詢建議

執行
建議案

媒洽商機

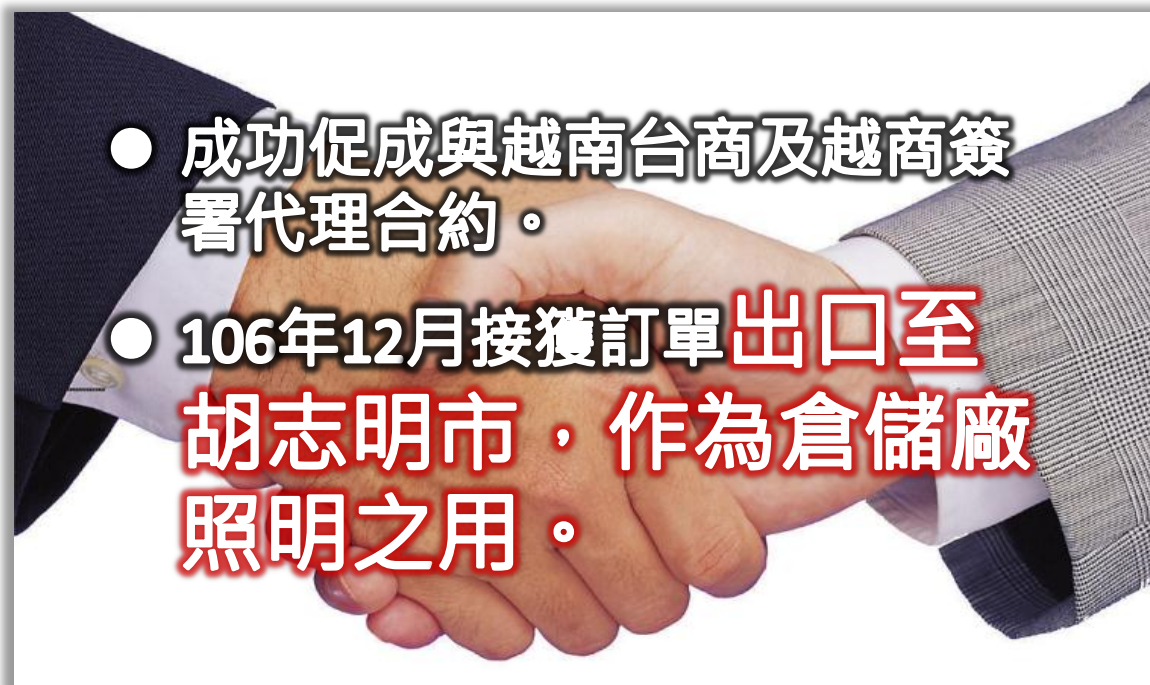
追蹤成果



業者參加「2017越南臺灣形象展」

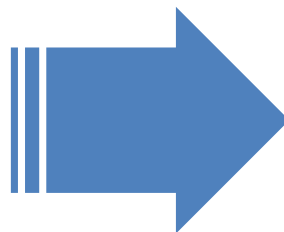
4 個案分享

服務流程



執行期間：本(106)年2月起至12月底止

LED燈具業者設置越南台商示範廠房外觀



4 個案分享

協助清潔用品業者成功開拓
新南向市場，在越南**布建
通路**，促成**電商上架及
實體通路代理(O2O)
合約**。



4 個案分享



協助台灣保健食品業者成功
開拓新南向市場，在越南**布**
建通路，取得**直銷牌照**
並且與當地新創協會**合作**
開發商品。

4 個案分享

成功關鍵

商品
差異性
有競爭力

對建議案有
執行意願
與
行動力

駐外單位
的投入

外貿協會 國際行銷諮詢中心



11011臺北市信義路五段5號
臺北世界貿易中心展覽大樓2C16



(02)27255200
免費諮詢服務 ext 1223



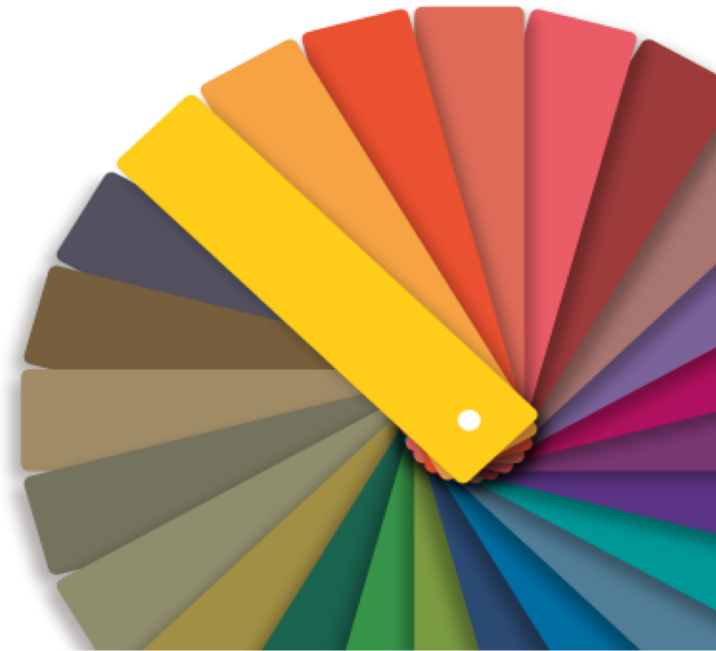
(02)87804769



exportadv@taitra.org.tw



www.exportadv.com.tw





感謝聆聽。敬請指教