越南吸引外资涌入，中企纷纷抢滩越南市场

原创 恒利服务集团 恒利跨境服务集团

外资涌入

• • •

中企纷纷抢滩越南市场

外商投资
100
公众号 · 恒利跨境服务集团

公众号 · 恒利跨境服务集团

中国品牌.

#品牌出海

越南焦点话题 >>>

MADE IN
VIETNAM
公众号 · 恒利跨境服务集团

VIETNAM

>>>

近几年，无论是在越南南部的胡志明市，还是越南北部首都河内，中国的品牌身影多了不少；除了中国家电品牌、手机品牌，还有蜜雪冰城、海底捞等在当地也是家喻户晓；同时还有更多的中国制造企业，正在加快将生产线转移至越南，并扩大当地的招聘规模。

中国企业.

#争夺越南市场

机会与挑战 >>>

公众号 · 恒利跨境服务集团

<<<

据越通社报道，2023年，新加坡领跑对越投资，但在越南新投资项目数量方面，中国才是最大对越投资来源地。目前，中国投资者仍在**加速对越南的投资**，**中国企业正“争夺”越南**。这个国家有着怎样的魅力，机会有多大，难题有多少？

关税优惠，是最大的驱动力

以电视机为例，越南生产出口到东盟其他国家，是零关税。此外，越南出口电视机到美国，关税是3.9%。但如果从中国出口到美国，关税可高达11.4%。较大的税差，吸引着中资和外资企业加码越南。

劳动力成本

今年7月1日起，越南上调最低工资标准，各区域涨幅约6%。尽管如此，调涨后的最低工资标准，仍低于泰国。放眼整个东南亚，越南的劳动力成本仍然具备吸引力。

越南的经济活力、年轻劳动力是吸引外资的首要原因。越南统计局数据显示，2023年，越南GDP规模达4300亿美元，全球排第三十五位，实际增速为5.1%，居全球第八位，在东盟地区排名第二位。

越南本土化

当一家企业，去另一个国家谋求新的发展，首先要面对的必然是

全新的环境、全新的文化所带来的冲击

冲击

公众号·恒利跨境服务集团

海底捞在胡志明市第一家门店开业时，就发现当地人虽然喜欢吃辣，但店里的麻辣火锅汤底点击率不高；越南人喜欢吃油炸小吃，但不能接受汤里有太多的油。

海底捞陆续不断的开发和改良不少适合本土消费者饮食习惯的菜品、锅底；

公众号 · 恒利跨境服务集团

恒利跨境服务集团

同样，**TCL在1999年刚进入越南市场时，也经历了一段磨合过程**，在刚起步开拓越南市场的前18个月，TCL在越南市场亏了不少钱，所幸TCL都咬牙坚持下来，**现在TCL在越南彩电市场份额排名第三。**

核心1 产品本土化

核心2 管理本土化

核心3 品牌化路径

中文能力需求增加

中国企业倾向将业务扩展到越南，并招聘具有**行业经验和管理能力的人才**。

这些企业正向高科技产业、零部件生产、工业配件制造、电子产品以及汽车产业等领域转型，**对掌握中文专业人才需求不断提升**。

中文
Chinese
VIETNAM

公众号 · 恒利跨境服务集团

制造业对工人的需求持续增加，显示出外

资企业供应链向越南转移的趋势日益明显，特别是中国企业，**正积极部署“中国+1”战略**，将部分**产业从中国转移至越南等新兴市场。**

公众号 · 恒利跨境服务集团

手 多越

恒利跨境服务–20年跨境服务实战经验

【总部】
胡志明

【分公司】
河内

【分公司】
广州

PLAY
POP MART CITY
MIXUE
小米
xiaomi.co
01:18

在越南，中国品牌身影多了不少