



越南經濟發展概況與市場商機之研析

◎丁心嵐／中華經濟研究院區域發展研究中心 助研究員

雖然越南的人均所得在東協國家中仍屬中低所得之列，但其卓越的經濟成長表現以及積極參與區域經濟整合的態勢，已受到跨國企業的注目。本文將針對越南整體經濟發展概況、臺越經貿關係、以及布局越南之優劣勢與潛在商機進行探討與分析。

關鍵詞：越南、外人直接投資、商機

Keywords: Vietnam, foreign direct investment, business opportunity

越南經濟發展概況

（一）整體經貿概況

越南於1995年加入東協，其後陸續獲得美國提供永久正常貿易關係（Permanent Normal Trade Relations, PNTR）之待遇並成為WTO會員，對外經貿關係逐步改善。在外人投資的支撐下，越南經濟在2006～2016年間維持GDP年成長率5～7%的高度成長，成為國際投資研究機構關注的國家。根據越南統計總局的估算，2016年的經濟成長率達到

6.21%，GDP也持續攀升，在人均所得方面，繼2009年突破1,000美元大關之後，並於2014年突破2,000美元的門檻。

經濟的快速成長固然使越南的人均所得迅速提昇，然而卻導致2010～2013年間嚴重通貨膨脹及貨幣大幅貶值，不僅造成外資企業投資風險加劇，也使經濟與社會動盪不安。因此，越南政府多年來追求經濟成長的政策在此之後至2020年間將有所調整，對經濟相關政策之研擬將更趨謹慎，力求經濟成長與社會穩定之平衡發展。



在對外貿易方面，2014年與2015年越南的總出口金額持續上升，分別較前一年成長13.77%與7.92%，如此大幅度的成長與越南近年積極進行經貿改革及參與全球區域經濟整合有密切關係，外資的湧入促使其產業轉型、經濟表現穩定，也帶動其出口的成長。在進口方面，越南2015年的總進口金額達到1,656.49億美元，成長率12.05%高於出口，一方面顯示越南在原物料上仍有相當程度仰賴進口，對於機器與生產設備的需求大幅增加；另一方面也代表越南在亮眼的經濟成長表現下，內需市場成長的力道相當強勁。

在越南主要進出口市場方面，美國、歐盟、東協、中國大陸及日本分別為越南前5大出口市場，合計約占越南總出口金額的七成，而臺灣為越南第12大出口市場，2015年越南對臺灣的出口金額為20.84億美元，較前一年度衰減9.66%。有別於出口市場，越南的主要進口來源則以中國大陸、韓國、東協、日本及臺灣為主，合計約占越南總進口金額的74.95%（表1）。值得注意的是，即便越南積極透過既有政府資源來提升產業發展，但中國大陸經濟成長趨緩及歐美國家需求疲弱等衝擊，仍為越南的貿易前景帶來隱憂。

表1 越南前十二大進出口市場

單位：百萬美元；%

排名	出口市場						進口市場				
	國家／地區	金額		2015年			國家／地區	金額		2015年	
		2014	2015	比重	成長率			2014	2015	比重	成長率
-	全球	150,217.14	162,112.00	100.00	7.92		全球	147,839.05	165,649.00	100.00	12.05
1	美國	28,649.81	33,479.50	20.65	16.86		中國大陸	43,647.57	49,526.90	29.90	13.47
2	歐盟28國	27,976.43	30,937.10	19.08	10.58		韓國	21,728.47	25,462.40	15.37	17.18
3	東協	19,106.77	18,253.70	11.26	-4.46		東協	22,918.50	23,807.70	14.37	3.88
4	中國大陸	14,928.32	17,141.10	10.57	14.82		日本	12,857.05	14,367.10	8.67	11.74
5	日本	14,674.92	14,136.80	8.72	-3.67		臺灣	11,063.58	10,992.90	6.64	-0.64
6	韓國	7,167.48	8,189.90	5.05	14.26		歐盟28國	8,844.29	10,426.40	6.29	17.89
7	香港	5,264.73	6,964.50	4.30	32.29		美國	6,286.32	7,795.80	4.71	24.01
8	阿拉伯聯合大公國	4,627.00	5,691.70	3.51	23.01		印度	3,110.98	2,656.40	1.60	-14.61
9	澳洲	3,988.21	2,914.80	1.80	-26.91		巴西	1,849.31	2,437.10	1.47	31.78
10	印度	2,510.73	2,472.40	1.53	-1.53		阿根廷	1,715.33	2,163.20	1.31	26.11
11	加拿大	2,077.66	2,410.70	1.49	16.03		澳洲	2,054.73	2,022.80	1.22	-1.55
12	臺灣	2,306.50	2,083.80	1.29	-9.66		香港	1,036.87	1,320.80	0.80	27.38

註：產品包括HS01～HS98章產品。

資料來源：整理自UN Comtrade資料庫、越南海關。

展望越南的經濟發展前景，各大國際主要機構對越南在2017～2018年之經濟前景大致抱持審慎樂觀看法（表2）。根據2017年4月公布之最新數據顯示，越南在全球經濟復甦、經貿自由化之布局更趨穩固

等情勢下，2017年經濟成長率可達到6.2～6.5%；2018年亦可維持在6.3～6.7%之間。顯示越南在整體經濟發展與產業結構調整所做的努力，受到國際機構的肯定。

表2 國際主要機構對越南2017～2018年經濟成長率預測

預測機構名稱	最新預測	
	2017年	2018年
國際貨幣基金（IMF）（2017.4）	6.5	6.3
亞洲開發銀行（ADB）（2017.4）	6.5	6.7
環球透視機構（GI）（2017.4）	6.2	6.4
世界銀行（2017.06）	6.3	6.4

註：括弧內表示預測結果公布日期。

資料來源：本研究整理自各機構。

（二）外人投資概況

在全球景氣逐漸復甦的情形下，越南外人投資在2012～2015年間呈現穩定成長的趨勢，僅2014年受到中國大陸經濟成長趨緩以及多家外資工廠在2014年5月的反華暴動中遭到破壞，即使越南政府擔憂外資撤資而提出多項租稅減免措施，但仍對吸引外資產生負面影響，投資成長率微幅衰減1.5個百分點。為持續吸引外資投入，越南政府持續減少投資限制並擴大獎勵政策，將基礎建設、高科技產品製造與研發、教育、培訓等領域納入，同時降低企業所得稅、增加減免項目、豁免機器設備之進口關稅等，使2015年的投資金額增加至235.51億美元。

在外資企業主要投資的產業方面，2015年吸引外人投資最多的產業為「製造業」，其次為「電力、瓦斯及空調業」及「不動產

業」。此外，「批發、零售、貿易及機車維修業」的重要性亦逐漸提高，外人註冊金額由2014年的13.61億美元增加至22.70億美元，較2014年成長66.72%。

自1988至2016年底，臺灣企業在越南的投資累計共2,509件（含新增及撤資），金額達315.69億美元，名列第4位，占越南累計吸引外資金額之10.77%。然而，許多臺商企業基於全球布局策略或是租稅規劃考量，並非以臺灣母公司的名義前往越南投資，而是透過第三地如中國大陸、新加坡、英屬維京群島、薩摩亞等關係企業作為對越南投資的主體。因此，若涵蓋此等廣義「臺商企業」，則臺商對越南的投資金額將更為可觀。

臺越經貿發展概況

由表1可知臺灣為越南第12大出口市場



以及第5大進口來源國，雙方貿易關係十分緊密。隨著臺灣對越南投資的增加，臺越間之生產連結關係也日益密切，越南成為臺灣在全球及東亞產業鏈布局中重要的一環，臺灣-越南-歐美等國間具緊密的三角貿易關係，也促使臺灣對越南貿易呈現順差的貿易型態。

由2014～2016年臺灣對越南出口總額來看，可發現臺灣對越南的出口總額呈衰退趨勢，已由101.35億美元減少至94.21億美元；前20大產業項目中，以紡織（HS50～60）的出口金額最高，達19.76億美元，其次依序為電機設備（HS85）、塑膠（HS39）及機械設備（HS84），進口金額均超過10億美元。出口的減少，可能是因為臺商在越南之投資已逐漸在地化生產，另一方面亦可能是因為臺灣與越南之間缺乏FTA的加持，使得臺灣產品在越南面臨逐漸嚴峻的競爭環境。

在進口方面，2014～2016年臺灣自越南的進口總額逐年遞增，由2014年的25.88億美元增加至2016年之27.47億美元，成長3.04個百分點。在這些產業中，2016年臺灣自越南進口最多的產業項目是電機設備（HS85），金額達9.23億美元，尤以HS854231（處理器及控制器，不論是否併裝有記憶體、轉換器、邏輯電路、放大器、計時器及計時電路或其他電路）及HS851712（行動電話）的進口金額較高，合計約有6.90億美元。其次依序則為成衣及雜項紡織（HS61～63）、鞋類（HS64）、礦物燃料（HS25～27）、機械設

備（HS84）及植物（HS06～14），進口金額均超過1億美元。由臺灣對越南出口中間財，並自越南進口消費財的現象可知，臺越之間的產業鏈關係相當密切。

投資越南之優劣勢與潛在市場商機

（一）投資環境概況

越南自2007年加入WTO以來，經由關稅的調降與服務業的開放，已逐步融入全球經貿體系，吸引大量外人投資。同時，越南政府積極參與區域經濟整合，且為TPP成員國之一，雖然在美國退出後TPP能否順利生效仍待觀察，但之前許多外資企業看好TPP為越南帶來的利基，已陸續進駐越南，而這些企業對越南所帶來的正面效益，將不易受到TPP是否生效而產生影響。然另一方面，越南整體經濟環境仍存在一些不利於外人投資的因素，是外資企業前往投資之前應審慎考量的重點。以下將越南投資環境優劣勢整理於表3：

（二）越南商機市場與拓展策略

隨著越南製造業的蓬勃發展與人均所得的上升，對臺商企業而言，市場商機可區分為兩大部分：中間財與消費財市場。臺越在產業鏈的分工上相當緊密，且越南國內除少數產業如紡織、自行車、機車、木製家具等產業鏈漸趨完整，其他業別對於生產所需的中間財亟仰賴自海外進口，對我國業者而言，屬於既有的供應鏈商機，仍應積極掌

握。其次，越南民眾購買力的上升使消費財市場未來的成長潛力相當大，綜觀越南的民生需求與臺商產品之競爭優勢後，我國業者在包裝食品與飲料、居家醫療器材、保健食品及女性相關消費市場等，具有拓展越南市場之潛在商機，是未來臺灣相關業者可前往布局或經由貿易方式拓銷的產業/產品類型。

針對越南潛在商機較大，且我國具有競爭優勢的業別與產品別，分別敘述如下：

1. 塑化產業

越南雖然擁有豐富的天然氣與石油資

源，但因缺乏資金與相關技術，目前90～95%的雙軸延伸聚丙烯薄膜（Bi-axial Oriented PolyPropylene, BOPP）、PET等半成品仍需仰賴進口。進口關稅方面呈現上游原料稅率較低甚或零關稅，而下游製品關稅多在5%以上之情形。由於台塑集團已於越南投資石化產業，待其量產後可為當地企業提供品質優良的上游原料，因此，短期內越南對於塑化上游原物料的需求，臺灣可透過貿易的方式滿足其所需。對於下游製品的需求方面，則業者宜以集體作戰的方式，聯合赴越南投資以掌握越南塑化產業發展的商機。

表3 越南吸引外資之優劣勢

	內容
投資優勢	政治相對穩定：越南歷任國家主席與政治領袖的交替過程均相當順利且平和，且國會也不同于一般共產國家，具有實質糾正權 天然資源豐富且文化習俗與臺灣相近：天然資源如農水產品、礦產等相當豐富。歷史發展與中華文化淵源深厚，當地的生活習慣、節慶與習俗等與臺灣相近，對於臺商企業而言，初入的適應成本較低 政府積極發展經濟，FTA網絡完整：目前除了積極參與區域經濟整合之外，近年為吸引外資，正持續修改與投資相關法規與改善投資環境 內需市場潛在商機龐大：擁有9,500萬左右之人口，人均GDP約為2,000美元，內需市場商機逐漸浮現 勞動力成本低廉且充足：勞動力供應來源充沛，平均年齡相當年輕，人力素質與其他東南亞國家相比學習力較強且手工較為精巧
投資劣勢	薪資逐年調漲，勞動成本上升快速，員工忠誠度較低：與中國大陸相比勞動力成本雖仍具有優勢，但優勢正逐漸縮小。此外，一旦發現有其他更好的工作環境、勞動條件、薪資水準等，皆可能成為其轉換工作的原因 貪腐與透明度問題：越南幾乎完全不公開預算資訊，且各級行政機關效率不佳，其中警察機關被認為是最腐敗的單位，其次則為教育、司法與商業機構 基礎建設不足：基礎建設落後，尤以交通與能源方面最為落後，高速公路與一般公路長度過短，路面狀況不佳，港口設施不夠完善；電力供應則因為部分設備過於老舊，導致供電情形不穩定 土地成本上升：在越南工業區土地有限、環境較佳地區已幾無空地的情形下，導致越南的土地取得成本日益高昂 對環境保護之要求程度高：近幾年臺商違反越南環保法規的事件頻傳，已使越南民眾對臺商的守法程度產生質疑

資料來源：作者整理。



2. 紡織產業

越南具有大量豐沛且低廉的勞動力優勢，且政府將紡織列為重要發展產業之一而給予內外資多重租稅優惠；再加上TPP嚴格的原產地規定，使中國大陸、日本、韓國等紡織外資近年紛紛搶進越南。然一方面由於美國總統大選的結果使TPP的生效產生變化，另一方面，美國為緩解越南改變成衣之生產模式所造成的衝擊，特別允許「原料短供清單」內的原物料可使用TPP區域外國家所製，即使未來TPP生效，臺商業者也可多加運用短供清單，無需將生產線全數移至越南。

其次，由於前幾年越南吸引相當多紡織業者前往布局設廠，已使區位較佳、周邊基礎建設較為完善的工業區土地價格上升，雖然越南的紡織成衣產業相當具有發展前景，但此時欲前往當地投資的業者，須審慎考量當地設廠生產之成本與效益。

3. 機械設備產業

越南機械產業的技術水準不高，大部分的機械設備多是外資至越南投資所需之進口設備或是由外資至越南生產製造。雖然臺灣機械產品的價格無法與中國大陸競爭，但若由性價比為考量點，臺灣的產品仍有相當大的競爭力。此外，越南近期放寬二手機械設備的進口管制，並推動農業機械發展，建議臺商相關業者除拓銷工業機械外，亦可關注越南農業用機械的發展，在智慧化生產與物

聯網發展的趨勢下，尋求可能合作的商機。

4. 電子電機產業

越南在電子及家用電器等電機產品的零售市場仍有很大的開發潛力，外資預估其電機產品消費額占總消費額的比例，將有機會由2016年的7.3%增加至2020年的11.9%，吸引相當多日韓企業前往越南設立組裝廠。然而，由於越南電子產品零組件的進口關稅較低且我國產品競爭力較強，目前可透過貿易的形式拓展越南市場；對有意願追隨客戶腳步前往越南投資的企業而言，應於投資前積極與當地臺商協會聯繫並獲得相關資訊，整合越南電機相關的臺商企業成為一完整的供應鏈體系，進而擴大產業聚落，掌握越南電機產業發展的商機並提升臺商企業的競爭力。此外，越南基礎建設落後、電力供給不穩，因此在越南改善電力供應建設前，發電機組亦具有極大市場潛力。

5. 包裝食品市場

在包裝食品方面，以乳製品、乾燥加工食品、食用油／奶油等民生基本物資的市場規模最大；但若由未來成長潛力來看，則是以冷凍加工食品、食用油/奶油與代餐／即時食品，以及休閒零食等類別最具商機。而在飲料市場部分，因近年消費者對食品安全衛生與飲用品質的重視，越南消費者已由過去購買手沖茶、咖啡等，轉為購買有品牌的包裝飲品，其中較受消費者喜愛的產品類型為碳酸飲料、罐裝茶飲、運動機能飲料、果汁

及包裝水等。雖然臺灣缺乏品牌加持是行銷上較為不利之處，但隨著消費市場的成長與擴大，未嘗不是臺商企業累積聲譽與建立品牌的機會。此外，越南當地對於生鮮食品的運輸技術亦較為落後，與冷凍食品市場相關的冷鏈物流產業，亦是臺商企業可掌握的商機。

6.居家醫療器材市場

在居家醫療器材中，以三高疾病及視力矯正為目前越南最具商機之產品。前者與越南飲食口味較重、愛吃燒烤、習慣食用動物性油脂且普遍有抽菸習慣有關；後者則是因為隨著生活習慣改變，目前越南約有三分之一的人口有視力方面的問題，而都市化也近一步提高越南民眾對視力矯正的需求。

7.保健食品市場

隨著經濟能力的提升，越南消費者對飲食的需求也由過去吃飽，轉為要求攝取均衡營養，健康意識越來越高漲，廠商也開始迎合消費者需求，提供越來越健康與天然的成分。臺灣在嬰幼兒保健食品、成人機能性食品及奶粉、綠藻相關保健食品、乳酸菌、紅麴、牛樟芝、婦科保健食品、蔬果植物發酵液等，皆具有國際合作與拓展的經驗，值得積極掌握越南市場商機的發展。

8.美容保養品市場

目前越南美容保養品市場的主要領導品牌皆以外商為主，前三大廠商分別為Unilever

Group、Procter & Gamble Co.及Colgate Palmolive Co.；在進口市場方面，泰國產品市占率高達43%，品牌包含Johnson & Johnson、Nivea、Glade等。雖然越南美容保養品市場多由外資壟斷，但越南本土廠商的產製能力也不容小覷，已開始提供具天然成分的產品給越南消費者體驗，並開始進入國際市場，少量出口至日本、印度、韓國以及其他東協國家，顯示越南美容保養品市場的發展潛力相當可觀。此外，臺灣常見的藥妝店銷售模式在越南正處於初期萌芽階段，未來專賣店與專櫃模式將會是通路趨勢。臺商除了應與當地經銷商和代理商合作外，由於單一廠商的產品種類有限，如能整合多間企業共同進軍越南美容保養市場，將可提高經銷商及代理商的引進意願，並與其他品牌進行市場區隔，掌握越南女性消費力成長下的商機。

結語

越南正值經濟蓬勃發展、人民消費能力快速提昇之際，且人口達9,500萬人，是內需市場具有相當發展潛力的國家。雖然越南的風土民情與生活習慣與臺灣相近，但值得注意的是，其法規制度、行政作業方式、基礎建設、乃至於員工工作態度，仍與臺灣存在不小的差異性，對於計畫前往越南投資布局的臺商業者而言，其所衍生的相關成本，不得不納入投資成效的考量中，審慎評估在巨大市場商機之下，伴隨而來之潛在成本。