

Экспортный гид

Колбасные изделия



Вьетнам



Экспортный гид

Колбасные изделия



Вьетнам

Гид создан при участии:

AGRIFOOD
STRATEGIES

Предисловие

Настоящий гид разработан как практическое руководство для организации экспорта готовой мясной продукции во Вьетнам. Гид основан на следующих принципах:

- обобщение самых актуальных сведений о рынке;
- аналитические данные, основанные на оценках отраслевых экспертов;
- практические рекомендации по выходу на рынок;
- простая для восприятия форма изложения информации.

Представленные материалы помогут принять взвешенные решения о выходе на рынок и максимально эффективно организовать экспорт готовой мясной продукции во Вьетнам.

© ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2022.

© Все права защищены.

Никакая часть данного издания не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами без письменного разрешения владельцев авторских прав. При использовании ссылка на правообладателя и источник заимствования обязательна.



Министерство
сельского хозяйства
Российской Федерации



Оглавление

Резюме	5
Список сокращений.....	6
Введение	9
1. Краткий обзор — Вьетнам	12
1.1. Экономические тенденции	14
1.2. Политические тенденции	21
1.3. Деловая среда	23
1.4. Демографические тенденции.....	25
1.5. Влияние тенденций на потребительский рынок страны	27
2. Обзор рынка.....	28
2.1. Объем и динамика рынка	30
2.2. Потребительские предпочтения	47
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	50
2.4. Конкурентная среда и участники рынка	54
3. Стандарты на продукцию	57
3.1. Требования к предприятию и продукции.....	59
3.2. Требования к сертификации.....	63
3.3. Требования к маркировке.....	66
4. Барьеры входа на рынок.....	68
4.1. Особенности таможенных процедур.....	70
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры.....	72
5. Организация экспортных поставок	77
5.1. Логистика.....	79
5.2. Осуществление валютно-финансовых операций.....	94
5.3. Формы присутствия на рынке	97
5.4. Защита интеллектуальной собственности.....	103
6. Продвижение продукции	105
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке	107
6.2. Отраслевые выставки.....	108
7. Особенности деловой культуры	109
8. Преимущества и риски осуществления поставок.....	115
8.1. Преимущества.....	117
8.2. Риски.....	118
9. Карта действий экспортера	121

10. Контактная информация	124
11. Государственная поддержка экспорта продукции АПК	129
Приложение №1. Маркировка расфасованных пищевых продуктов	138
Приложение №2. Особые экономические зоны	145
Приложение №3. Источники правового регулирования.....	149

Резюме

- Вьетнам — одна из самых быстроразвивающихся стран Юго-Восточной Азии. Рост численности населения (которое составляет более 98 млн человек) и быстрая урбанизация делают Вьетнам перспективным рынком продуктов питания (в том числе мясной продукции).
- Благодаря своевременно принятым мерам в начале пандемии, Вьетнам, как и Китай, смог открыть экономику раньше других стран. В 2021 г. рост ВВП составил 2,6%, Вьетнам занимал 6 место по размеру ВВП среди стран Юго-Восточной Азии с показателем 366,2 млрд долл. США. По данным МВФ, в 2022 г. рост ВВП Вьетнама составит 6,0%. Экономика страны постепенно восстанавливается после спада, вызванного пандемии COVID-19.
- Вьетнам постепенно расширяет свое конкурентное преимущество, участвуя во многих крупных соглашениях о свободной торговле (ССТ). В настоящее время количество соглашений о свободной торговле, в которых участвует Вьетнам, больше, чем в Таиланде и других странах региона, включая такие крупные соглашения, как Всеобъемлющее и прогрессивное соглашение о Транстихоокеанском партнерстве (ВПСТТП), Соглашение о свободной торговле между ЕС и Вьетнамом (EVFTA), а также Всеобъемлющие региональные экономические партнерство (ВРЭП), которое вступило в силу с 1 января 2022 г. и создало крупнейшую в мире зону свободной торговли.
- В стране принята стратегия развития мясной промышленности на 2020–2030 гг. с приоритетными направлениями убоя и переработки, согласно которой к 2025 г. готовая мясная продукция будет составлять 30% от общего объема производства. Таким образом, ожидается увеличение потока инвестиций в перерабатывающие мощности.
- Мясо является основным компонентом вьетнамской кухни и наряду с рисом считается продуктом повседневного потребления. По состоянию на 2021 г. объем рынка готовой мясной продукции во Вьетнаме составил 30,1 тыс. тонн, что на 4,9% выше уровня 2015 г., но на 1,6% меньше 2020 г.
- Потребление готовой мясной продукции на душу населения в стране невысокое и, по оценкам, в 2021 г. составило 0,31 кг. Общий объем потребления мяса в любом виде составляет около 25–27 кг на человека в год.
- Более 85% готовой мясной продукции реализуется через розничные каналы. В сельских и городских районах небольшие бакалейные лавки являются основным каналом сбыта готовой мясной продукции.
- В рамках Соглашения о свободной торговле между Вьетнамом и ЕАЭС с 2020 г. для России действуют нулевые пошлины на большую часть видов готовой мясной продукции. Однако российская готовая мясная продукция является более дорогой, чем продукция других экспортеров.

Список сокращений

Англоязычные сокращения

AANZFTA	Australia — New Zealand Free Trade Area — Соглашение о свободной торговле между АСЕАН, Австралией и Новой Зеландией
AHTN	ASEAN Harmonized Tariff Nomenclature — тарифная номенклатура АСЕАН
ATIGA	ASEAN Trade in Goods Agreement — Соглашение АСЕАН о торговле товарами
CPTPP	Comprehensive and Progressive Trans-Pacific Partnership — Всеобъемлющее и прогрессивное соглашение о транстихоокеанском партнерстве
DAH	Department of Animal Health — Департамент охраны здоровья животных
EVFTA	EU-Vietnam Free Trade Agreement — ССТ между ЕС и Вьетнамом
EVIPA	EU-Vietnam Investment Protection Agreement — Соглашение о защите инвестиций между ЕС и Вьетнамом
GAIN	Global Agricultural Information Network — Глобальная сельскохозяйственная информационная сеть
GSO	General Statistics Office — Главное статистическое управление Вьетнама
НАССР	Hazard Analysis and Critical Control Points — принципы обеспечения безопасности пищевой продукции
INS	International Numbering System for Food Additives — Международная система нумерации пищевых добавок
ITC Trade Map	внешнеторговая статистика Международного торгового центра (МТЦ)
MARD	Ministry of Agriculture and Rural Development — Министерство сельского хозяйства и развития сельских районов Вьетнама
MOIT	Ministry of Industry and Trade — Министерство промышленности и торговли Вьетнама
NOIP	National Office of Intellectual Property — Национальное ведомство по интеллектуальной собственности Вьетнама
USDA	U.S. Department of Agriculture — Министерство сельского хозяйства США

VNACCS/ VCIS	Vietnam Automated Cargo and Port Consolidated System / Vietnam Customs Information System — Автоматизированная система таможенного оформления и таможенного контроля Вьетнама
WCO	World Customs Organization — Всемирная таможенная организация

Русскоязычные сокращения

АИС	Автоматизированная информационная система
АЧС	африканская чума свиней
ВВП	валовой внутренний продукт
ВРЭП	Соглашение о всеобъемлющем региональном экономическом партнерстве
ВТО	Всемирная торговая организация
ГУ	географические указания
ЕАЭС	Евразийский экономический союз
ЗСТ	зона свободной торговли
ИС	интеллектуальная собственность
КПВ	Коммунистическая партия Вьетнама
МВФ	Международный валютный фонд
МОТ	Международная организация труда
ПИИ	прямые иностранные инвестиции
ППС	паритет покупательной способности
РНБ	режим наибольшего благоприятствования
РОУ АПК	региональные органы управления агропромышленным комплексом
СПК	соглашение о повышении конкурентоспособности
ССТ	соглашение о свободной торговле
ТН ВЭД	товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности

Список сокращений

ФАО	Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН
ЭПЗ	Экспортно-производственная зона
ЭПП	Экспортно-производственное предприятие
ЮНКТАД	Конференция ООН по торговле и развитию

Введение



Социалистическая Республика Вьетнам — государство с одной из самых быстрорастущих экономик Юго-Восточной Азии. С момента начала рыночных реформ в рамках политики обновления (вьетн. *Đổi Mới*) в 1986 г. страна стала мировым центром производства одежды и текстиля, а также продукции с высокой добавленной стоимостью. Вьетнам с растущим населением, высокими темпами роста внутреннего потребления является одним из перспективных рынков для экспорта российской продукции АПК.

Общие сведения (2021 г.)

ВВП (в текущих ценах): 366,2 млрд долл. США

Темпы роста ВВП: 2,6%

ВВП на душу населения по ППС (в текущих ценах): 11,5 тыс. долл. США

Уровень инфляции: 1,9%

Приток ПИИ: 19,7 млрд долл. США

Население: 98,5 млн человек

Площадь: 331,2 тыс. км²

Крупнейшие города по численности населения (2015 г.): Хошимин (8,83 млн), Ханой (4,87 млн), Кантхо (1,70 млн), Хайфон (1,34 млн), Да Нанг (1,16 млн), Бьенхоа (1,04 млн)

Уровень урбанизации: 38,1%

Уровень безработицы: 3,2%

Структура ВВП: сельское хозяйство (12,4%), промышленность (37,9%), сфера услуг (41,0%)

Структура занятости (2020 г.): сельское хозяйство (36,2%), промышленность (28,4%), сфера услуг (35,4%)

Основные товары экспорта: электрические машины и оборудование, звукозаписывающая и звуковоспроизводящая аппаратура, аппаратура для записи и воспроизведения телевизионного изображения и звука, реакторы ядерные, обувь, мебель, постельные принадлежности, предметы одежды и принадлежности к одежде

Основные товары импорта: электрические машины и оборудование, звукозаписывающая и звуковоспроизводящая аппаратура, аппаратура для записи и воспроизведения телевизионного изображения и звука, реакторы ядерные, пластмассы и изделия из них, черные металлы, инструменты и аппараты оптические, фотографические, кинематографические, измерительные

Объем экспорта: 418,0 млрд долл. США

Объем импорта: 341,7 млрд долл. США

Источник: МВФ, Всемирный банк, ООН, ЮНКТАД, МОТ, ITC Trade Map, Trading Economics, General Statistics Office of Vietnam, Ministry of Planning And Investment Portal of The Socialist Republic of Vietnam

Краткий обзор — Вьетнам



Содержание

1.1.

Экономические тенденции

1.2.

Политические тенденции

1.3.

Деловая среда

1.4.

Демографические тенденции

1.5.

Влияние тенденций
на потребительский рынок страны

1.1. Экономические тенденции

В 2019 г. экономический рост во Вьетнаме достиг 7% второй год подряд, при этом заводы перемещались из Китая по мере усиления китайско-американской торговой напряженности. Вьетнам также был одной из немногих стран, продемонстрировавших рост ВВП в 2020 г., когда началась пандемия COVID-19. Однако дельта-вариант COVID-19 вызвал сильное негативное воздействие на экономику страны: темп роста ВВП достиг лишь 2,6% в 2021 г.

Затянувшаяся торговая напряженность между США и Китаем спровоцировала волну вывода производственных мощностей из Китая, при этом Таиланд и Вьетнам рассматривались как два ключевых направления для иностранных инвесторов. В частности, Вьетнам имеет конкурентные преимущества перед региональными соседями:

- по данным Всемирного банка, во Вьетнаме происходят быстрые изменения с точки зрения численности населения и социальной структуры. Он имеет более молодую структуру населения с более высокой продолжительностью жизни и рождаемостью, чем Таиланд;
- Вьетнам постепенно расширяет свое конкурентное преимущество, участвуя во многих крупных соглашениях о свободной торговле (ССТ). В настоящее время количество соглашений о свободной торговле, в которых участвует Вьетнам, больше, чем в Таиланде и других странах региона, включая такие крупные соглашения, как Всеобъемлющее и прогрессивное соглашение о Транстихоокеанском партнерстве (ВПССТП), Соглашение о свободной торговле между ЕС и Вьетнамом (EVFTA), а также Всеобъемлющие региональные экономические партнерство (ВРЭП), которое вступило в силу с 1 января 2022 г. и создало крупнейшую в мире зону свободной торговли.

В 2021 г. Вьетнам занимал 6 место по размеру ВВП среди стран Юго-Восточной Азии с показателем 366,2 млрд долл. США. Экономика Вьетнама постепенно восстанавливается после спада, вызванного пандемией COVID-19. Однако страна сталкивается с рядом внешних сдерживающих факторов (сбои в цепочках поставок, геополитическая напряженность).

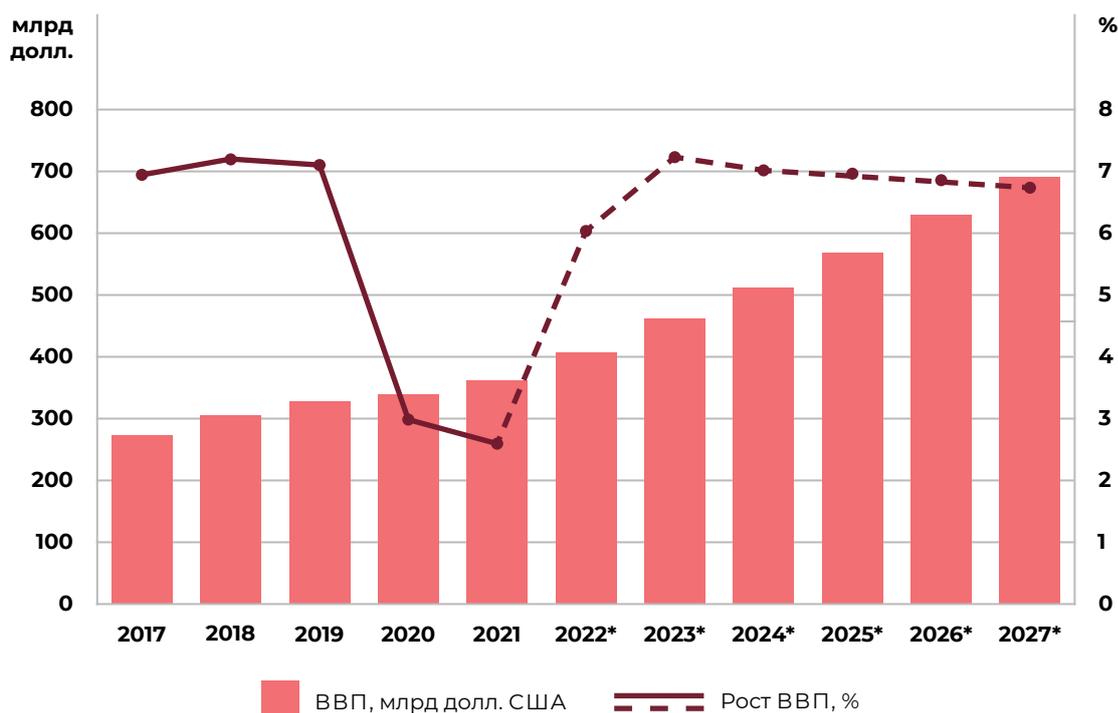
Несмотря на то, что компании Вьетнама сообщали о нехватке рабочей силы из-за резкого роста случаев заболевания COVID-19, а пандемия рассматривается как эндемическое заболевание (чему способствовало вакцинация ~90% населения), — наибольшим риском остается замедление спроса со стороны Китая на фоне карантинных ограничений, так как Вьетнам является одной из стран АСЕАН, наиболее подверженных перебоям в поставках из-за Китая.

С другой стороны, значительная доля вакцинированного населения способствовала повторному открытию границ для туристических и деловых поездок, а также восстановлению деловой активности, что, согласно прогнозам, компенсирует более слабый промышленный рост. Кроме того, росту производственной активности способствовал сильный рост продаж телекоммуникационного и электрического оборудования.

Вьетнам останется ключевым направлением для притока ПИИ в среднесрочной перспективе, учитывая его привлекательную динамику занятости, выгодное экономико-географическое положение, благоприятную торговую политику, а также политику в отношении ПИИ. Кроме того, после проблем, с которыми столкнулись международные компании из-за резкого роста числа случаев COVID-19 в 2021 г., увеличение новых зарегистрированных ПИИ в 2022 г. в основном приходится на производственный сектор. Ожидается, что более низкий риск сбоев и отсрочек проектов, связанных с COVID-19 (Вьетнам отказался от своей политики «нулевого COVID-19»), увеличит приток ПИИ в течение 2022 г., а также в ближайшие годы.

По данным МВФ, в 2022 г. рост ВВП Вьетнама составит 6,0% по сравнению со сдержанным ростом по итогам 2021 г. (2,6%). Экономисты Oxford Economics скорректировали прогноз роста ВВП на 2022 г. с 6,5% до 7,7% (Всемирный Банк прогнозирует рост ВВП до 7,5%) на основе устойчивого производства, ускорения восстановления в строительстве и сфере услуг во втором полугодии 2022 г., а также на фоне улучшения ситуации на рынке труда и реализации государственных инвестиционных проектов.

Рис. 1. Динамика ВВП Вьетнама в текущих ценах, 2017–2027 гг.



Источник: МВФ (доклад *World Economic Outlook*), EMIS

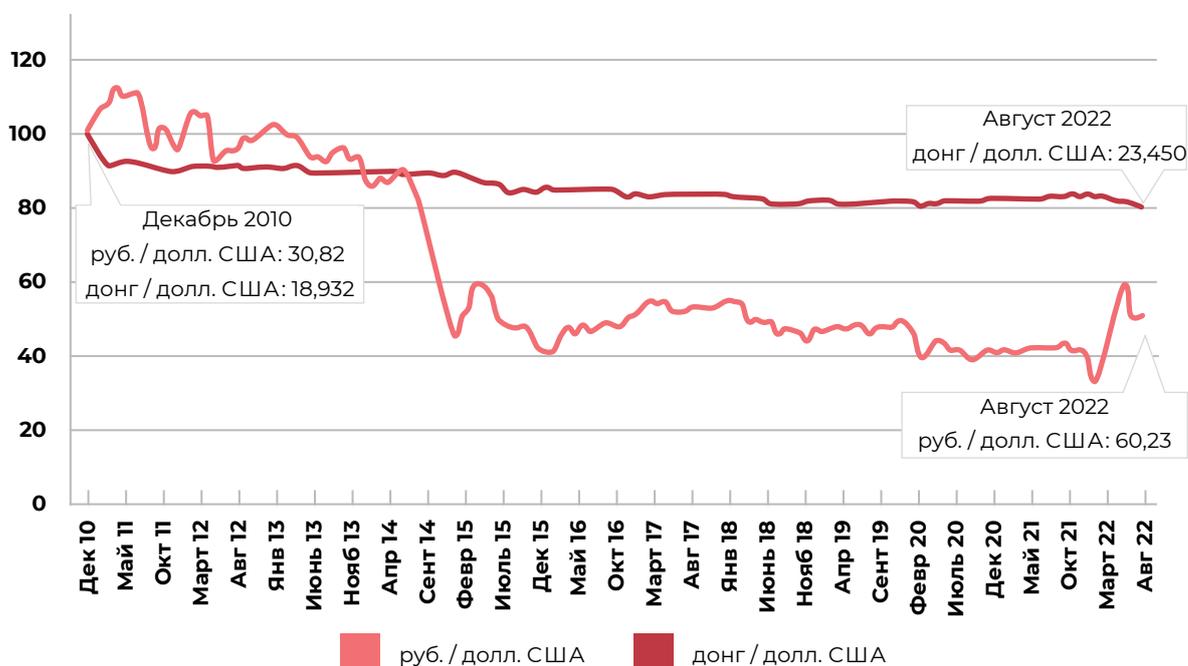
Примечание. *прогноз.

В течение рассматриваемого периода вьетнамский донг оставался относительно стабильным. Однако, по оценке экспертов, вьетнамский донг будет немного обесцениваться в среднесрочной и долгосрочной перспективе, отражая более высокий уровень инфляции, чем у основных торговых партнеров Вьетнама. В последний раз власти Вьетнама девальвировали валюту в январе 2016 г.

Основными факторами, которые помогут Вьетнаму и дальше контролировать обменный курс, являются:

- хорошее предложение доллара США благодаря ожидаемому положительному сальдо торгового баланса и обильному резерву иностранной валюты в размере более 100 млрд долл. США, а также продолжение политики динамического обменного курса для поддержания стабильности рынка со стороны Центральным Банка Вьетнама;
- последний план развития страны предусматривает умеренное ослабление валюты, что позволит Вьетнаму сохранить свою экспортную конкурентоспособность. Переход к более рыночному режиму обменного курса даст официальным органам возможность гибко реагировать на внешние риски.

Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и вьетнамского донга к доллару США, декабрь 2010 г. – август 2022 г.



Источник: Банк международных расчетов

Примечание. Приведены среднемесячные показатели, за 100% взят курс на декабрь 2010 г.

В 2021 г. ВВП по ППС на душу населения сократился на 5,8% по сравнению с уровнем 2020 г. Инфляция в 2021 г., по данным МВФ, составила 1,9% по сравнению с 3,2% в 2020 г. Для смягчения воздействия более высоких цен на сырьевые товары правительство Вьетнама приняло меры, включая снижение НДС на 2%. Тем не менее, прогнозируется, что уровень инфляции на 2022 г. достигнет 3,8% из-за роста цен на бензин и продукты питания, а также цен в сфере услуг. Отмечается, что инфляция по-прежнему находится под контролем, ниже целевого уровня инфляции Государственного банка Вьетнама (SBV) в 4%.

Экономисты Oxford Economics ожидают, что SBV повысит учетную ставку на 25 базисных пунктов до 2,75% в 4 кв. 2022 г. из-за роста внутреннего спроса и ужесточения борьбы с инфляционным давлением, повышения процентных ставок и укрепления доллара со стороны Федеральной резервной службы США (US Fed). Экономисты Банка инвестиций и развития Вьетнама считают, что действия Федеральной резервной системы США теоретически могут повлиять на экономический рост Вьетнама, обязательства по выплате внешнего долга, обменный курс и приток иностранных инвестиций, но влияние это будет незначительно.

Рис. 3. Динамика инфляции и ВВП по ППС на душу населения, 2017–2027 гг.

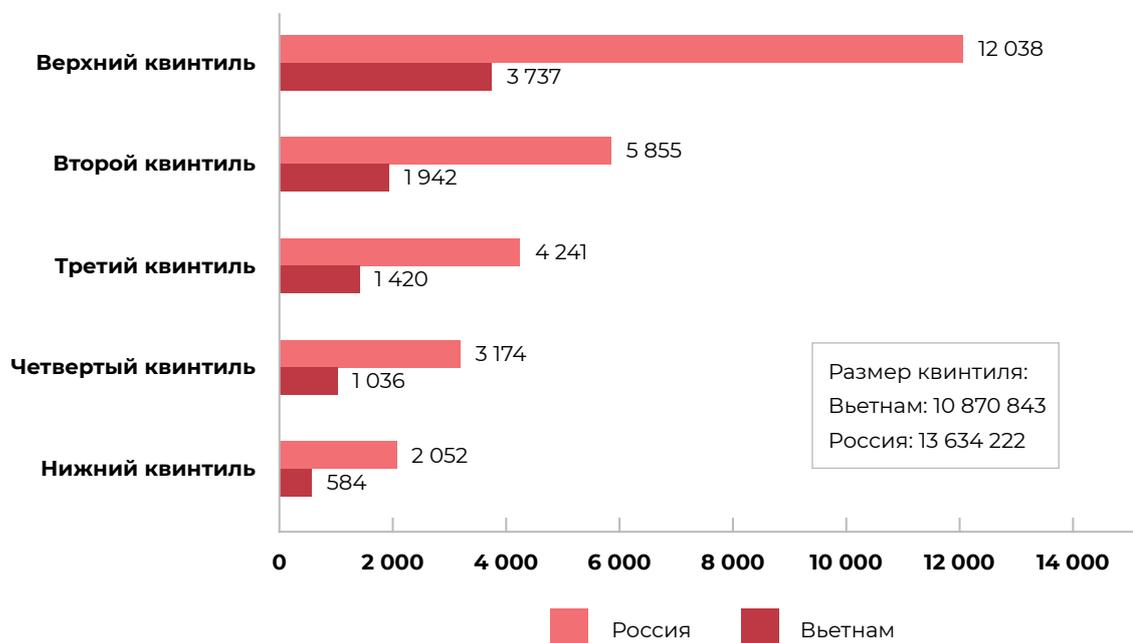


Источник: МВФ

Примечание. *прогноз.

Несмотря на экономический успех в стране проявляется неравенство в доходах, особенно среди регионов. Так, на долю первой (высокодоходной) группы приходится 42,9% дохода населения (по сравнению с 49,2% на Филиппинах и 45,3% в Китае). В то же время доля пятой (низкодоходной) группы составляет 6,7%. Следует отметить, что правительство добилось значительных успехов в решении проблемы бедности среди жителей сельских районов.

Рис. 4. Среднемесячные доходы занятого населения по квинтильным (20%) группам, 2021 г., долл. США



Источник: Всемирный банк, МВФ

Примечание. Доходы рассчитаны по ППС с учетом курсовой разницы, чтобы показать фактическую покупательную способность для стандартной потребительской корзины.



Внешняя торговля продукцией АПК

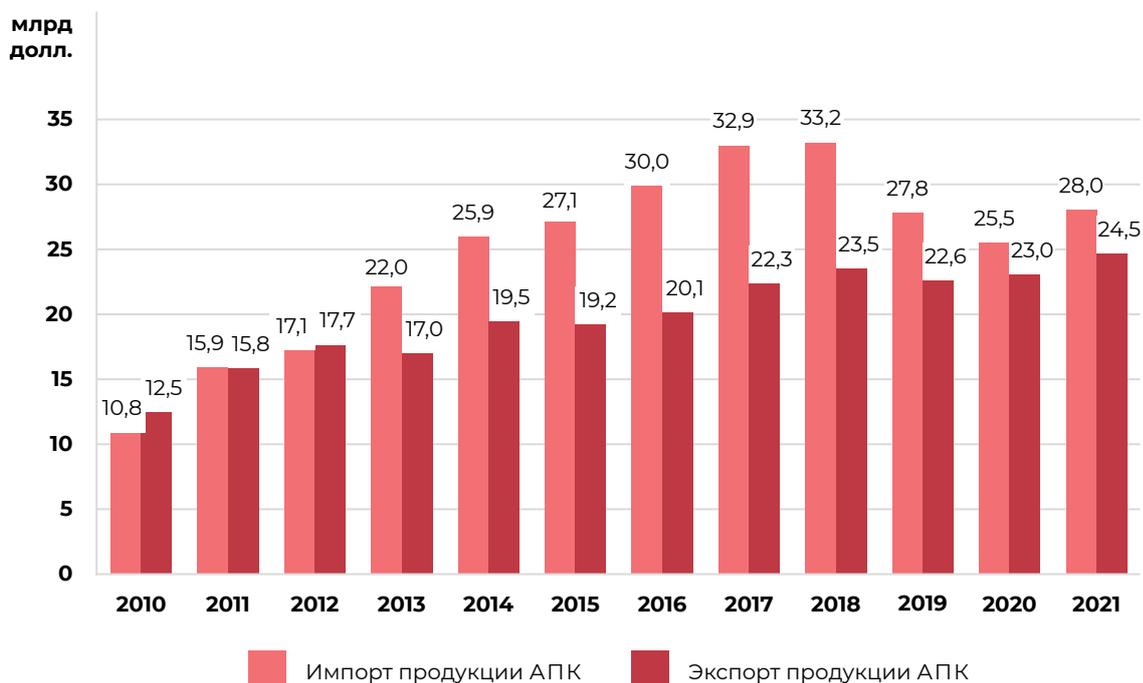
С 2000 г. отмечается снижение как доли сельского хозяйства в ВВП (с 24,5% до 12,4%), так и доли занятых в аграрном секторе (с 65% до 36,2%). Несмотря на это, значимость сельского хозяйства для экономики Вьетнама остается высокой, так как в числе прочего оно выполняет социально стабилизирующую роль в условиях макроэкономической турбулентности, обеспечивая население доступными и разнообразными продуктами питания.

Страна занимает четвертое место в мире по экспорту риса. На рис приходится порядка трети от общего объема производства продукции растениеводства во Вьетнаме.

Основными видами продовольственных товаров в структуре экспорта являются орехи кешью, кофе, рыба и морепродукты (включая ракообразные, изделия и консервы из них), рис, паприка, фрукты.

Вьетнам также является крупным импортером сельскохозяйственной продукции. Так, в 2021 г. объем импорта составил 28,0 млрд долл. США.

Рис. 5. Внешняя торговля продукцией АПК Вьетнама, 2010–2021 гг., млрд долл. США



Источник: ITC Trade Map



Табл. 1. Структура экспорта продукции АПК Вьетнама, 2021 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Орехи кешью	2 967,3	12,1
Кофе	2 378,6	9,7
Ракообразные	2 213,8	9,0
Филе рыбы и прочее мясо рыбы	2 139,0	8,7
Рис	2 045,3	8,4
Изделия и консервы из ракообразных	1 565,8	6,4
Паприка	809,1	3,3
Фрукты прочие свежие	787,4	3,2
Фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные иным способом	739,4	3,0
Изделия и консервы из рыбы	628,1	2,6
Прочие продукты	8 214,8	33,5
Итого	24 488,5	100,0

Источник: ITC Trade Map

Табл. 2. Структура импорта продукции АПК Вьетнама, 2021 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Кукуруза	2 428,9	8,7
Жмых и шрот соевые	2 097,4	7,5
Пшеница	1 271,4	4,5
Соевые бобы	1 008,8	3,6

Продолжение табл. 2.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Масло пальмовое	982,8	3,5
Говядина и пищевые субпродукты КРС	853,9	3,0
Рыба мороженая	765,7	2,7
Сигары и сигареты	713,3	2,5
Сахар свекловичный и тростниковый	617,7	2,2
Продукты для кормления животных, кроме корма для собак и кошек	598,4	2,1
Прочие продукты	16 670,4	59,5
Итого	28 008,7	100,0

Источник: ITC Trade Map

1.2. Политические тенденции

Во Вьетнаме действует однопартийная система власти. Правящей партией является Коммунистическая партия Вьетнама (КПВ). Действующая Конституция Вьетнама 2013 г. признает Национальное собрание «высшим органом государственной власти», который собирается 2 раза в год, 500 делегатов избираются на пятилетний срок. Собрание назначает президента (главу государства), премьер-министра (главу правительства), председателя Верховного народного суда, главу Высшей народной прокуратуры и правительство в составе 27 членов.

На деле именно КПВ осуществляет контроль над Национальным собранием и исполнительной властью через Центральный комитет, который состоит из 200 членов. Центральный комитет избирает членов Политбюро раз в пять лет на съезде Национальной партии. Политбюро возглавляет генеральный секретарь ЦК, который также носит звание секретаря Центральной военной комиссии (главного партийного органа по военным вопросам) и считается наиболее влиятельной политической фигурой во Вьетнаме. Президент же выступает от имени страны во внутригосударственных и международных делах, а также осуществляет ряд исполнительных и законодательных полномочий

В мае 2021 г. во Вьетнаме состоялись выборы в Национальное собрание. Перед этим, в апреле, Национальное собрание объявило о роспуске правительства и избрало нового президента и премьер-министра. На должность премьер-министра был назначен Фам Минь Тинь, кандидатура которого была поддержана 96,3% голосов депутатов. Ранее занимавший данную должность Нгуен Суан Фук был избран президентом страны, сменив Нгуена Фу Чонга, находившегося на этом посту в 2018–2021 гг.

Во внешней политике страна стремится к наращиванию влияния в регионе. В 2020 г. в качестве страны-председателя АСЕАН Вьетнам приложил значительные усилия для подписания ВРЭП. Кроме того, страна активно подключается к миротворческим и гуманитарным миссиям в рамках ООН, развивает военно-техническое сотрудничество с Индией и Австралией. Двусторонние отношения Вьетнама с Китаем осложняются наличием спорных территорий, при этом стороны регулярно подтверждают приверженность мирному урегулированию данного вопроса и развитию отношений. Российско-вьетнамские отношения носят характер всеобъемлющего стратегического партнерства, основными сферами сотрудничества являются торговля продукцией АПК, энергетика, туризм.

Рис. 6. Основные показатели качества государственного управления во Вьетнаме



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

Примечание. Индикаторы WGI используют шкалу со значениями от -2,5 до 2,5.

Согласно показателям качества государственного управления, эффективность работы правительства Вьетнама на протяжении последних десятилетий неуклонно повышалась, но в последние годы рейтинг практически не менялся. При этом, несмотря на периодические улучшения, страна утратила свои позиции по политической стабильности и отсутствию насилия.

1.3. Деловая среда

Правительство Вьетнама прикладывает значительные усилия для развития деловой среды и улучшения инвестиционного климата. В частности, удалось достигнуть значительного успеха в таких сферах как получение разрешений на строительство и подключение к энергоснабжению, а также облегчить доступ к кредитованию. При этом, достаточно сложными остаются вопросы налогообложения, регистрации собственности и разрешения неплатежеспособности. Кроме того, несмотря на участие в соглашении ВРЭП, членство в ВТО и наличие ЗСТ с ЕС и ЕАЭС, вплоть до 2020 г. Вьетнам занимал достаточно низкую позицию (104 место в рейтинге Doing Business 2020) по показателям международной торговли.

Вьетнам в последние годы добился определенного прогресса в борьбе с коррупцией. Так, в 2012 г. страна имела 31 балл из 100 в индексе восприятия коррупции Transparency International. К 2021 г. этот показатель вырос до 39 пунктов — Вьетнам занял 87-е место среди 180 стран, разделяя эту строчку рейтинга с Колумбией, Эфиопией, Гайаной, Марокко, Северной Македонией, Суринамом и Танзанией.

Табл. 3. Стимулирующие и сдерживающие факторы в сфере экономики, политики, права, торговли

	Стимулирующие факторы	Сдерживающие факторы
Экономика	<ul style="list-style-type: none"> Динамично развивающаяся экономика с одним из самых высоких темпов роста в регионе. Стратегия экономического развития состоит в расширении и диверсификации производства. Вьетнам лидирует в Юго-Восточной Азии по притоку ПИИ благодаря своей многочисленной квалифицированной рабочей силе и действующей программе поощрения инвестиций. Большая часть инвестиций поступает в производственный сектор. Относительно стабильный валютный курс, устойчивый перед внешними вызовами. Ускоренное восстановление в строительстве и сфере услуг во втором полугодии 2022 г. на фоне улучшения ситуации на рынке труда, а также наличия государственных инвестиционных проектов 	<ul style="list-style-type: none"> Незавершенность реформ государственного сектора, высокий уровень задолженности государственных предприятий, а также снижение доходности активов. Слабо развитая инфраструктура и нестабильная банковская система. Нарастающее инфляционное давление из-за колебаний цен на мировом рынке и агрессивных мер ФРС США (US FED) с целью укрепления доллара

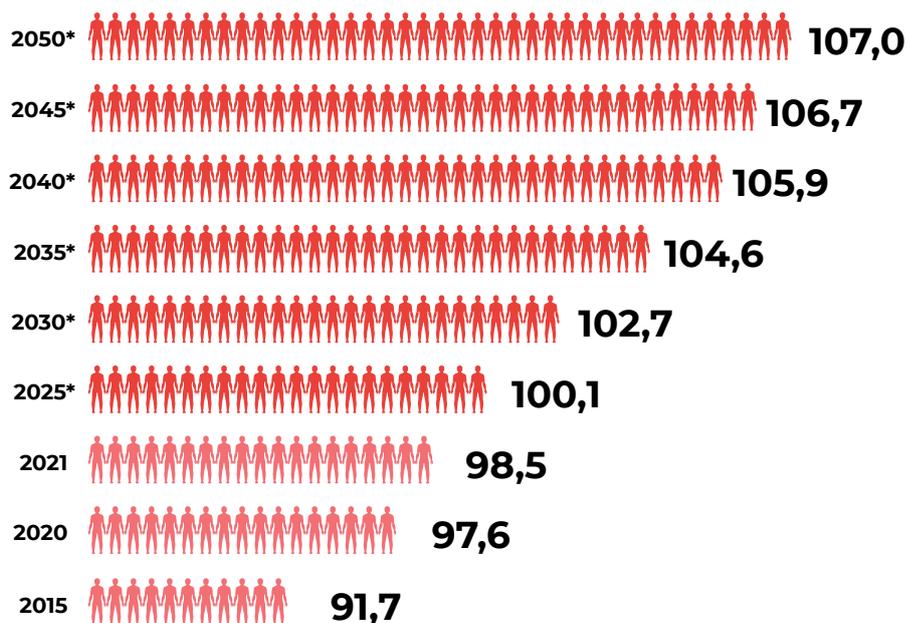
Продолжение табл. 3.

	Стимулирующие факторы	Сдерживающие факторы
Политика	<ul style="list-style-type: none"> • Политическая ситуация в стране стабильна и характеризуется значительным влиянием КПВ. • Снятие правительством ряда ограничений на фоне снижения заболеваемости COVID-19 способствует значительному росту экономической активности. • Вьетнам усиливает влияние в регионе, активно развивает отношения с соседними странами 	<ul style="list-style-type: none"> • Предпринимаются попытки проведения экономических и политических реформ. Однако экономический рост происходит неравномерно и сохраняется высокий уровень бедности. На этом фоне усиливается социальное давление за политические свободы и участие в политических процессах. • Наличие неразрешенного территориального спора с Китаем осложняет отношения двух стран. • Низкий уровень защиты прав и свобод (19 баллов из 100 в рейтинге Freedom in the world 2022) отрицательно влияет на инвестиционную привлекательность страны
Право	<ul style="list-style-type: none"> • В 2017 г. вступил в силу закон об инвестициях с поправками, снимающими ряд ограничений в целях поощрения предпринимательства и частных инвестиций во Вьетнаме. • С целью смягчения инфляционного давления на сырьевых рынках правительство приняло решение о снижении НДС на 2%. • В июне 2022 г. были приняты поправки к Закону об интеллектуальной собственности с целью приведения его положений в соответствие с нормами торговых соглашений 	<ul style="list-style-type: none"> • Одним из недостатков деловой среды является отсутствие прозрачности процедур и регулирования. • Правовые риски связаны с бюрократическими и административными требованиями получения разрешений и согласований, а также частыми изменениями в законодательстве. • Фискальная система остается сложной для иностранных инвесторов, затруднительными также являются процессы кредитования предприятий и процедуры банкротства
Торговля	<ul style="list-style-type: none"> • Внешняя торговля является одним из ведущих факторов экономического роста. • Вьетнам является участником ВРЭП, членом ВТО, имеет соглашения о ЗСТ с ЕС и ЕАЭС. • За счет развития торговых отношений с Россией, Вьетнам претендует на роль регионального хаба по торговле российской продукцией 	<ul style="list-style-type: none"> • Таможенные процедуры во Вьетнаме являются достаточно длительными, что затрудняет развитие внешней торговли. • Необходимость развития материально-технической базы затрудняет коммуникацию и замедляет развитие торговли

1.4. Демографические тенденции

Среднегодовой темп роста населения страны за 2015-2021 гг. составил 1,2% в год. Согласно прогнозам ООН, численность населения страны в 2050 г. составит 107,0 млн человек.

Рис. 7. Общая численность населения Вьетнама, прогноз до 2050 г., млн человек



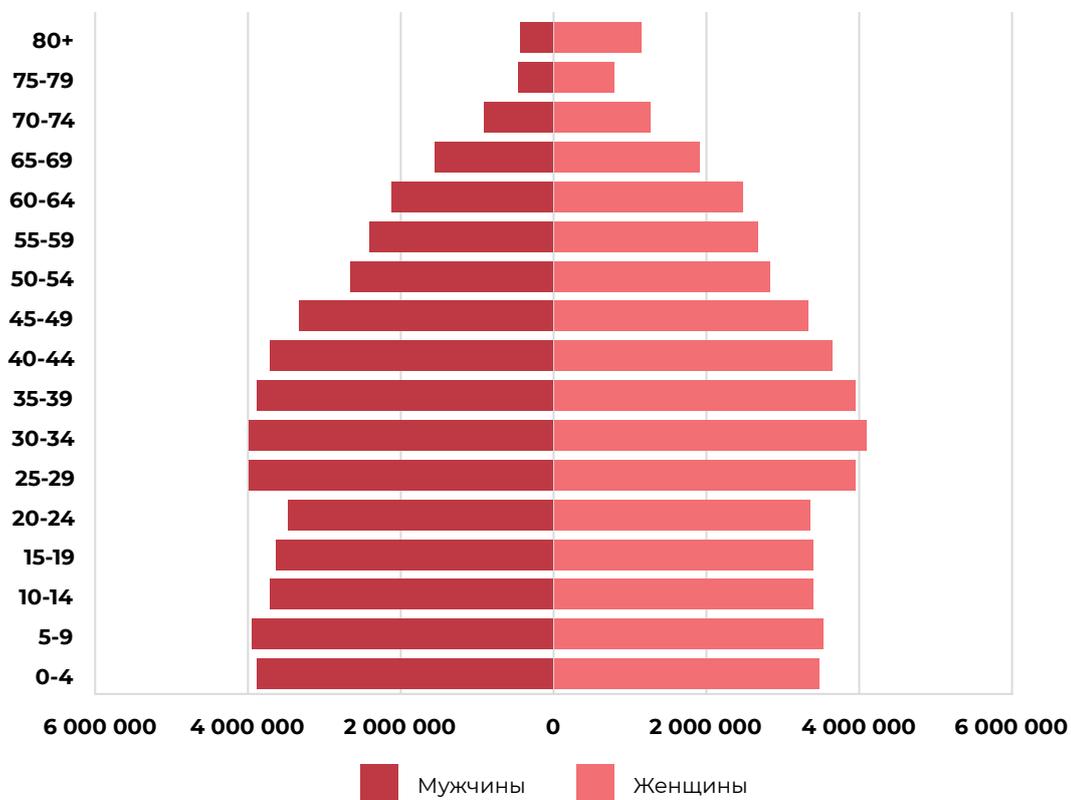
Источник: ООН

Примечание. *прогноз.

При уровне урбанизации в 38,1% можно ожидать, что продолжающаяся миграция жителей сельской местности в города в ближайшие годы приведет к активному росту промышленности и сферы услуг. Можно также прогнозировать, что относительно молодое население страны будет способствовать дальнейшему росту и изменению потребительского спроса.



Рис. 8. Население Вьетнама по полу и возрасту, 2021 г.



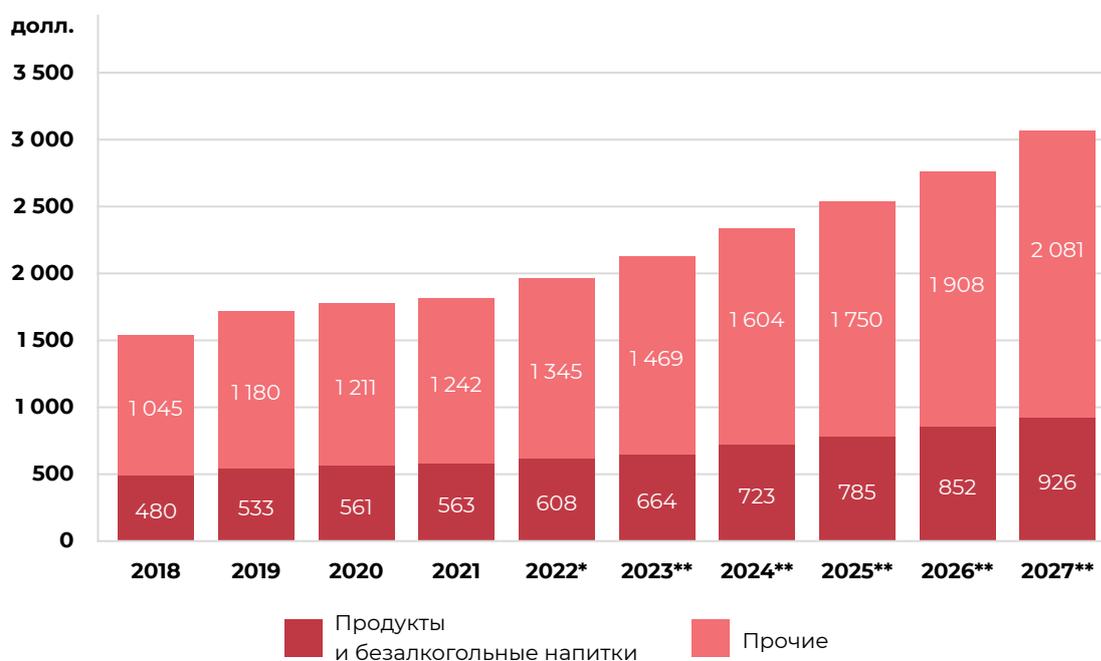
Источник: ООН



1.5. Влияние тенденций на потребительский рынок страны

В связи с пандемией COVID-19 рост потребления продовольствия вне дома был приостановлен. При этом экономика Вьетнама (одна из немногих в мире) продемонстрировала определенный рост в 2020 г. Это дает основания прогнозировать дальнейшее экономическое развитие, что, в свою очередь, будет означать продолжающуюся урбанизацию, более высокие доходы населения и развитие рынка продуктов питания в течение следующих 10 лет.

Рис. 9. Расходы на конечное потребление на душу населения в постоянных ценах 2021 г., 2018–2027 гг., долл. США



Источник: Euromonitor International (платформа Passport)

Примечание. *оценка, **прогноз.

Обзор рынка



2

Содержание

2.1.

Объем и динамика рынка

2.3.

Торгово-распределительная сеть

2.2.

Потребительские предпочтения

2.4.

Конкурентная среда
и участники рынка

2.1. Объем и динамика рынка

Производство

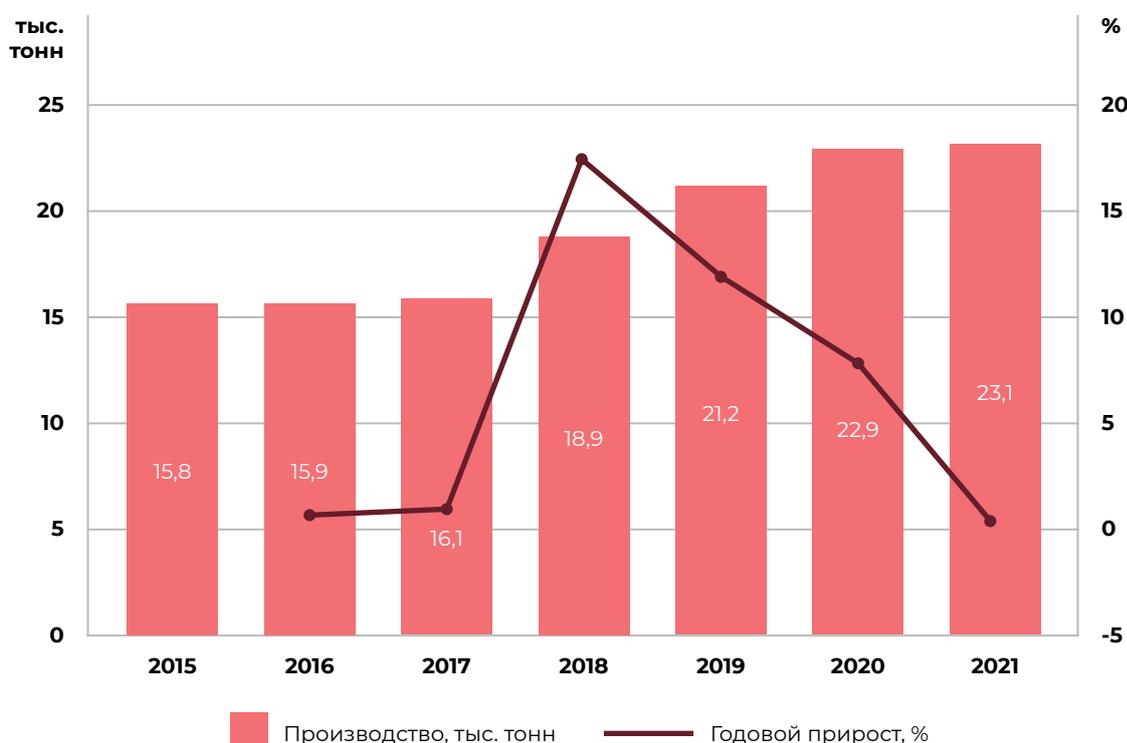
Департаментом охраны здоровья животных (DAH) Министерства сельского хозяйства и развития сельских районов Вьетнама (MARD) была разработана Стратегия развития мясной промышленности на 2020–2030 гг., согласно которой к 2025 г. готовая мясная продукция будет составлять 30% от общего объема производства мяса и мясной продукции. Таким образом, основные игроки будут вкладывать больше средств в перерабатывающие мощности.

Вьетнам — один из крупных мировых производителей и потребителей свинины, однако эпидемия африканской чумы свиней (АЧС) негативно повлияла на развитие отрасли. В 2015–2018 гг. объемы внутреннего производства свинины увеличивались со среднегодовым темпом роста на уровне 3,3%, однако эпидемия АЧС в феврале 2019 г. нарушила положительную динамику. В 2019 г. потери поголовья составили около 5 млн голов. К началу 2020 г. правительству Вьетнама удалось взять под контроль ситуацию с распространением АЧС в стране и уже к концу года поголовье и производство свинины восстановилось. Так в 2020 г. общее поголовье свиней увеличилось до 25,8 млн голов, а производство свинины составило 2 467 тыс. тонн.

Эпидемия АЧС во Вьетнаме позволила вьетнамской свиноводческой отрасли инвестировать значительные средства в улучшение качества, технологии и биобезопасность, способствуя значительному качественному и количественному улучшению производственной структуры страны. В 2021 г. поголовье свиней во Вьетнаме увеличилось до 27,7 млн голов, а объем производства свинины достиг 2 590 тыс. тонн, увеличившись на 5,0% по отношению к 2020 г.

Производство готовой мясной продукции во Вьетнаме активно увеличивалось в 2018–2020 гг. В 2021 г. объем производства готовой мясной продукции оценивался в 23,1 тыс. тонн, что всего на 0,7% больше, чем в 2020 г.

Рис. 10. Производство готовой мясной продукции во Вьетнаме, 2015–2021 гг.



Источник: Euromonitor, EMIS, UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 1601, 1602.

Потребление

Наиболее востребованная категория готовой мясной продукции — продукция из свинины — пострадала из-за недостатка сырья. В результате цены повысились и потребителям пришлось переключиться на другие виды мяса (курятину, говядину), заменители мяса или покупать импортные продукты.

В стране активно разрабатываются новые продукты, что способствует повышению потребительского спроса. Например, компания Saigon Trading Group (бренд Vissan), один из ведущих производителей готовой мясной продукции, увеличила продажи после запуска 13 новых продуктов. Это в основном мясные продукты, которые позиционируются как снеки и предназначены для употребления «на ходу» (например, ломтики вяленой или кусочки хрустящей свинины со вкусом чесночного масла и соленых яиц, а также продукция с добавлением ароматизаторов и специй, таких как приправы для мяса). Спрос на готовую мясную продукцию поддерживается также широким ассортиментом колбасных изделий и мясной продукции, не требующей особых условий хранения. Кроме того, современный дизайн упаковки стал более привлекательным.

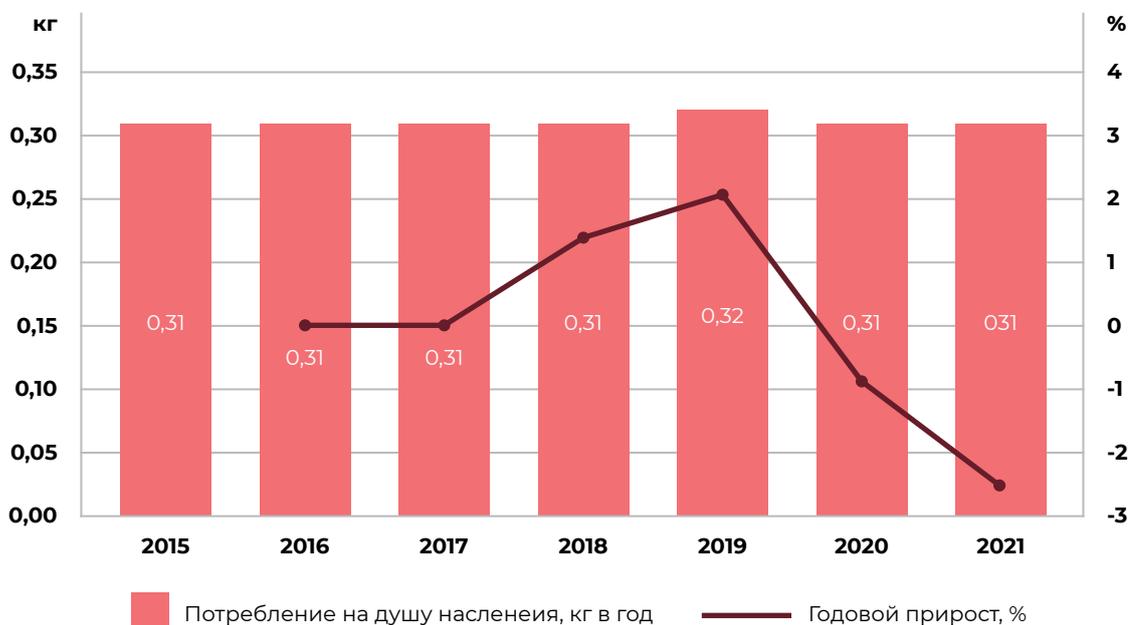
Положительным фактором стала также доступность охлажденных и замороженных готовых мясных продуктов для жителей не только центральных, но и отдаленных районов страны. Это стало возможным благодаря следующим факторам:

- во-первых, увеличилось количество холодильных и морозильных камер (их теперь все чаще можно увидеть как в городских, так и в сельских районах);
- во-вторых, благодаря стабильной работе электросети управление холодильными складами стало более надежным и бесперебойным;
- в-третьих, улучшилась логистика холодильного хранения.

В результате охлажденные и замороженные мясные продукты теперь могут поставляться и продаваться в сельской глубинке, что значительно расширяет круг потребителей.

Тем не менее, потребление готовой мясной продукции на душу населения во Вьетнаме невысокое и, в 2021 г. оно составило 0,31 кг. Для сравнения общий объем потребления мяса в любом виде составляет около 25-27 кг на человека в год.

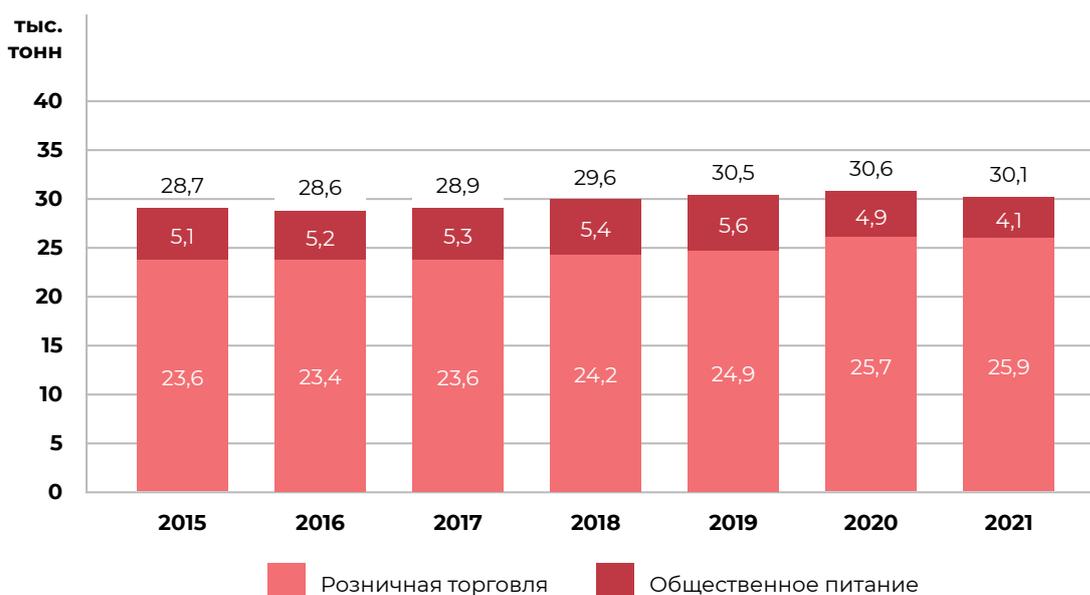
Рис. 11. Потребление готовой мясной продукции на душу населения во Вьетнаме, 2015–2021 гг.



Источник: Euromonitor International, EMIS

По состоянию на 2021 г. потребление готовой мясной продукции во Вьетнаме составило 30,1 тыс. тонн. При этом 86% готовой мясной продукции реализуется через розничные каналы и 14% через сектор общественного питания. В период пандемии объем продаж в секторе общественного питания снизился, но был компенсирован ростом продаж в рознице

Рис. 12. Объем рынка готовой мясной продукции во Вьетнаме по каналам реализации, 2015–2021 гг., тыс. тонн



Источник: Euromonitor International, EMIS



Экспорт и импорт

Экспорт

Вьетнам начал развивать экспорт готовой мясной продукции после роста производства с 2018 г., максимальный объем поставок был зафиксирован в 2020 г. — 9,8 тыс. тонн, на сумму 27,7 млн долл. США. В 2021 г. объемы снизились до 4,4 тыс. тонн на сумму 18,5 млн долл. США. Основными покупателями являются Япония и Гонконг.

Рис. 13. Экспорт готовой мясной продукции Вьетнама в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2021 гг.

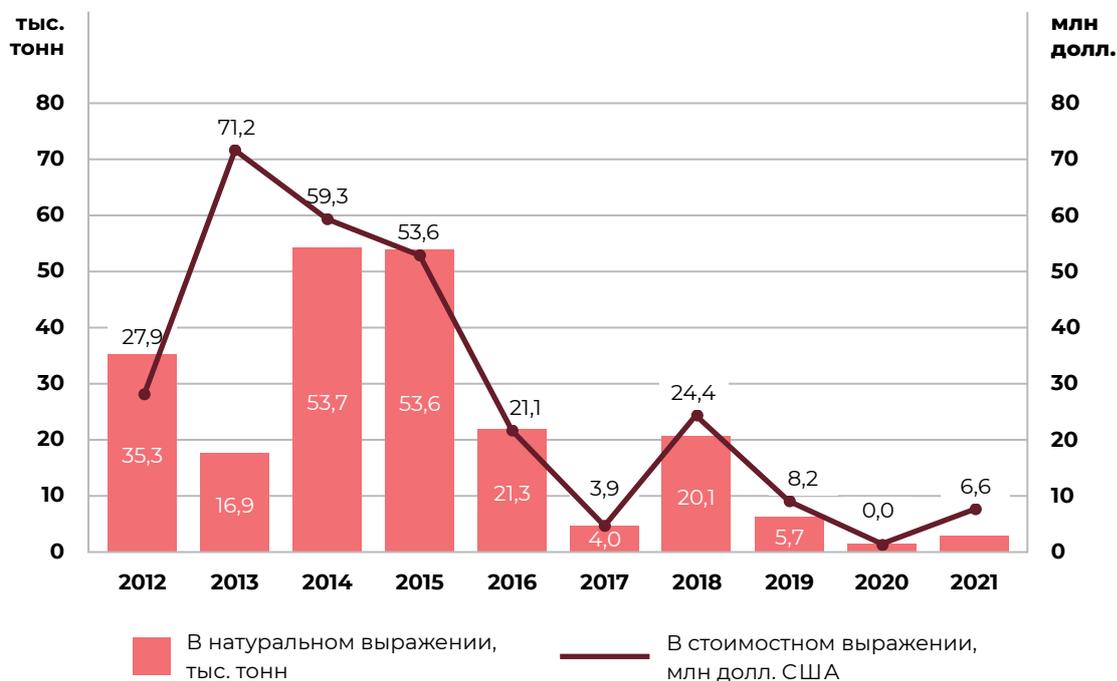


Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

Данные по внешней торговле готовой мясной продукцией Вьетнама искажаются значительным объемом реэкспорта поступающего из Гонконга, поэтому этот объем стоит указать отдельно. Эти операции наиболее активно наблюдались в 2014–2015 гг. В период 2019–2020 гг. такие объемы значительно снизились.

Рис. 14. Реекспорт готовой мясной продукции Вьетнама в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2021 гг.



Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные.

Импорт

Импорт готовой мясной продукции Вьетнама увеличивался до 2018 г., а затем стабилизировался на уровне 13-15 тыс. тонн. В 2021 г. объем импорта составил 13,8 тыс. тонн на сумму 23,8 млн долл. США, что на 11,3% выше уровня 2020 г. в натуральном и на 40,0% в стоимостном выражении.



Рис. 15. Импорт* готовой мясной продукции Вьетнама в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2021 гг.



Источник: UN Comtrade, зеркальные данные
Примечание: *без учета объемов реэкспорта.

Вьетнам в основном импортирует прочие изделия и консервы (коды ТН ВЭД: 160210, 160220, 160290), на которые в 2021 г. приходилось 74,4% поставок готовой мясной продукции в натуральном выражении и только 33,7% в стоимостном. Объемы поставок этой продукции растут в последние годы, в то время как поставки изделий и консервов из мяса птицы и КРС снижаются.

Табл. 4. Коды ТН ВЭД по готовой мясной продукции

Код ТН ВЭД	Наименование
1601	Колбасы и аналогичные продукты из мяса, мясных субпродуктов или крови; готовые пищевые продукты, изготовленные на их основе
1602	Изделия и консервы, изготовленные из мяса, мясных субпродуктов или крови (кроме колбас и аналогичных продуктов, экстрактов и соков из мяса)
160210	Гомогенизированные изделия из мяса, мясных субпродуктов или крови, предназначенные для розничной продажи в качестве продуктов детского или диетического питания, в контейнерах массой ≤ 250 г

Продолжение табл. 4.

Код ТН ВЭД	Наименование
160220	Готовые продукты из печени любых животных (кроме колбас и аналогичных продуктов, гомогенизированных пищевых продуктов, предназначенных для розничной продажи в качестве продуктов детского или диетического питания, в контейнерах массой нетто <= 250 г, готовых пищевых продуктов из печени, экстрактов и соков из мяса)
160231	Изделия и консервы, изготовленные из мяса или субпродуктов индейки вида <i>gallus domesticus</i> (кроме колбас и аналогичных продуктов, гомогенизированных пищевых продуктов, предназначенных для розничной продажи в качестве продуктов детского или диетического питания, в контейнерах массой нетто <= 250 г, готовых пищевых продуктов из печени, экстрактов и соков из мяса)
160232	Изделия и консервы, изготовленные из мяса или субпродуктов кур домашних вида <i>gallus domesticus</i> (кроме колбас и аналогичных продуктов, гомогенизированных пищевых продуктов, предназначенных для розничной продажи в качестве продуктов детского или диетического питания, в контейнерах массой нетто <= 250 г, готовых пищевых продуктов из печени, экстрактов и соков из мяса)
160239	Изделия и консервы, изготовленные из мяса или мясных субпродуктов уток, гусей и цесарок вида <i>domesticus</i> (кроме колбас и аналогичных продуктов, гомогенизированных пищевых продуктов, предназначенных для розничной продажи в качестве продуктов детского или диетического питания, в контейнерах массой нетто <= 250 г, готовых пищевых продуктов из печени, экстрактов и соков из мяса)
160241	Изделия и консервы из окороков и их отрубов из свинины
160242	Изделия и консервы из лопаточных частей и их отрубов из свинины
160249	Изделия и консервы, изготовленные из мяса и субпродуктов, включая смеси из свинины (кроме окороков, лопаточных частей и их отрубов, колбас и аналогичных продуктов, гомогенизированных пищевых продуктов, предназначенных для розничной продажи в качестве продуктов детского или диетического питания, в контейнерах массой нетто <= 250 г, готовых пищевых продуктов из печени, экстрактов и соков из мяса)
160250	Изделия и консервы, изготовленные из мяса или субпродуктов крупного рогатого скота (кроме колбас и аналогичных продуктов, гомогенизированных пищевых продуктов, предназначенных для розничной продажи в качестве продуктов детского или диетического питания, в контейнерах массой нетто <= 250 г, готовых пищевых продуктов из печени, экстрактов и соков из мяса)

Продолжение табл. 4.

Код ТН ВЭД	Наименование
160290	Изделия и консервы, изготовленные из мяса, субпродуктов или крови (кроме колбас и аналогичных продуктов, гомогенизированных пищевых продуктов, предназначенных для розничной продажи в качестве продуктов детского или диетического питания, в контейнерах массой нетто <= 250 г, готовых пищевых продуктов из печени, экстрактов и соков из мяса)

По сравнению с 2012 г., структура импорта претерпела изменения: увеличилась доля изделий и консервов из мяса птицы (коды ТН ВЭД 160232, 160239) и сократилась – из свинины (код ТН ВЭД 160249). В стоимостном выражении изделия и консервы из свинины занимают 28,5%, из кур — 13,9%, колбасы — 11,8%.

Табл. 5. Структура импорта готовой мясной продукции Вьетнама по ассортименту в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн

Наименование	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
Прочие изделия и консервы	1,6	1,7	0,7	0,2	1,9	2,3	7,5	9,4	9,9	10,3	74,4
Изделия и консервы из свинины	0,3	0,2	0,4	0,4	1,0	1,5	1,4	0,8	0,9	1,3	9,2
Изделия и консервы из мяса кур	0,6	0,7	0,6	0,8	1,0	1,1	1,5	0,8	0,5	0,8	5,8
Колбасы и аналогичные продукты из мяса	0,4	0,1	0,1	0,2	0,3	1,9	2,4	0,3	0,7	0,8	6,1
Изделия и консервы из мяса птицы	0,1	0,2	5,1	4,9	13,0	2,6	3,6	0,6	0,4	0,4	3,0
Изделия и консервы из КРС	0,2	0,2	0,4	0,8	0,9	0,5	2,5	2,7	0,1	0,2	1,6
Итого	3,1	3,1	7,3	7,3	18,2	9,9	19,0	14,7	12,4	13,8	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные, коды ТН ВЭД 1601, 1602.

Рис. 16. Структура импорта готовой мясной продукции Вьетнама по ассортименту в натуральном выражении, 2021 г., %



Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные, коды ТН ВЭД 1601, 1602.

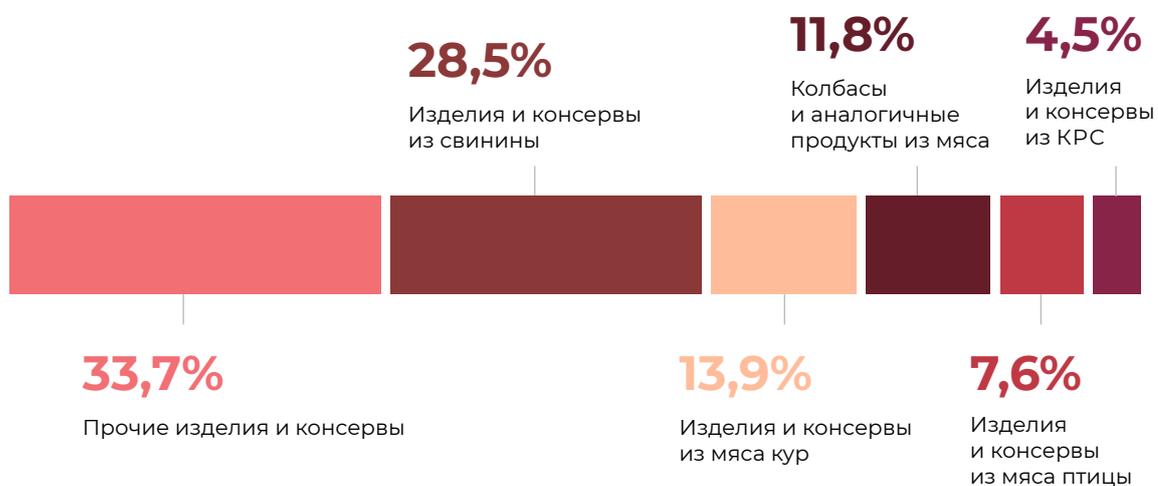
Табл. 6. Структура импорта готовой мясной продукции Вьетнама по ассортименту в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США

Наименование	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
Прочие изделия и консервы	8,7	10,7	3,7	0,6	1,0	1,6	5,4	6,6	6,9	8,0	33,7
Изделия и консервы из свинины	1,3	1,2	1,4	1,8	2,8	3,9	3,8	3,0	4,5	6,8	28,5
Изделия и консервы из мяса кур	2,0	2,5	2,6	3,2	2,8	3,4	4,0	2,9	2,0	3,3	13,9
Колбасы и аналогичные продукты из мяса	1,1	0,6	1,2	1,6	0,8	1,5	2,7	1,5	1,7	2,8	11,8
Изделия и консервы из мяса птицы	0,2	0,2	5,5	7,1	11,1	3,5	4,7	2,9	1,6	1,8	7,6
Изделия и консервы из КРС	0,4	0,3	1,1	2,1	2,6	1,5	7,9	7,8	0,3	1,1	4,5
Итого	13,7	15,5	15,5	16,5	21,1	15,3	28,5	24,8	17,0	23,8	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные, коды ТН ВЭД 1601, 1602.

Рис. 17. Структура импорта готовой мясной продукции Вьетнама по ассортименту в стоимостном выражении, 2021 г., %



Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные, коды ТН ВЭД 1601, 1602.



Основные поставщики готовой мясной продукции во Вьетнам – Саудовская Аравия, США, Дания и Южная Корея. Продукция из Саудовской Аравии наиболее активно продвигается на рынке Вьетнама и занимает 73,0% в натуральном объеме импорта.

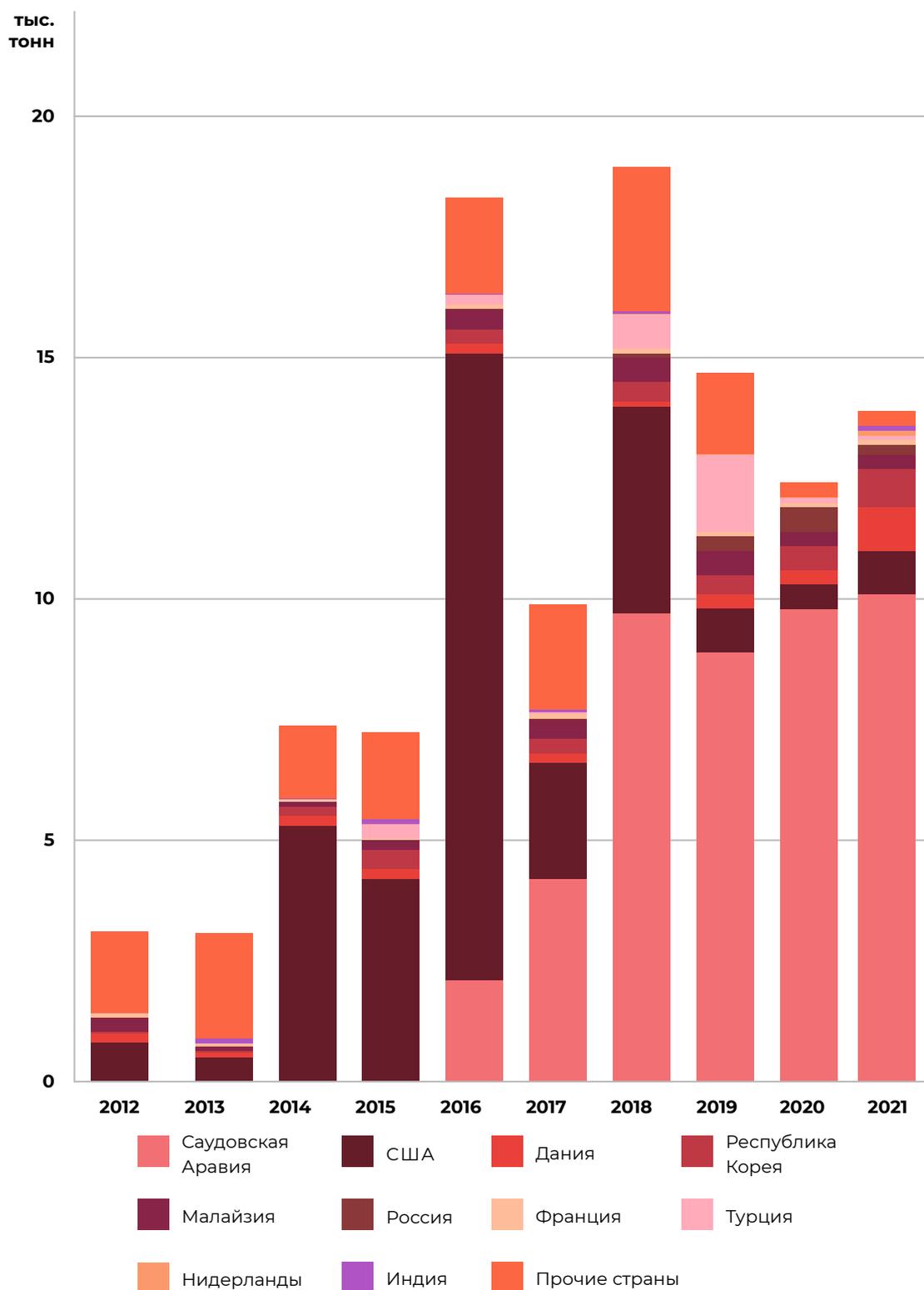
Табл. 7. Импорт готовой мясной продукции Вьетнама по странам в натуральном выражении, 2012–2021 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	Саудовская Аравия	—	—	—	—	2,1	4,2	9,7	8,9	9,8	10,1	73,0
2	США	0,8	0,5	5,3	4,2	13,0	2,4	4,3	0,9	0,5	0,9	6,8
3	Дания	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,3	0,3	0,9	6,3
4	Республика Корея	0,02	0,03	0,2	0,4	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,8	5,5
5	Малайзия	0,3	0,1	0,1	0,2	0,4	0,4	0,5	0,5	0,3	0,3	2,1
6	Россия	0,0	0,0	0,0	0,01	0,02	0,02	0,1	0,3	0,5	0,2	1,7
7	Франция	0,1	0,04	0,04	0,03	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	1,0
8	Турция	—	0,02	0,0	0,3	0,2	0,04	0,7	1,6	0,1	0,1	0,8
9	Нидерланды	—	—	—	—	—	0,0	0,03	0,0	0,02	0,1	0,6
10	Индия	—	0,1	0,03	0,1	0,01	0,04	0,04	0,0	—	0,1	0,4
	Прочие страны	1,7	2,2	1,5	1,8	2,0	2,2	3,0	1,7	0,3	0,3	1,9
	Итого	3,1	3,1	7,3	7,3	18,2	9,9	19,0	14,7	12,4	13,8	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные, коды ТН ВЭД 1601, 1602.

Рис. 18. Импорт готовой мясной продукции Вьетнама по странам в натуральном выражении, 2012-2021 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные, коды ТН ВЭД 1601, 1602.

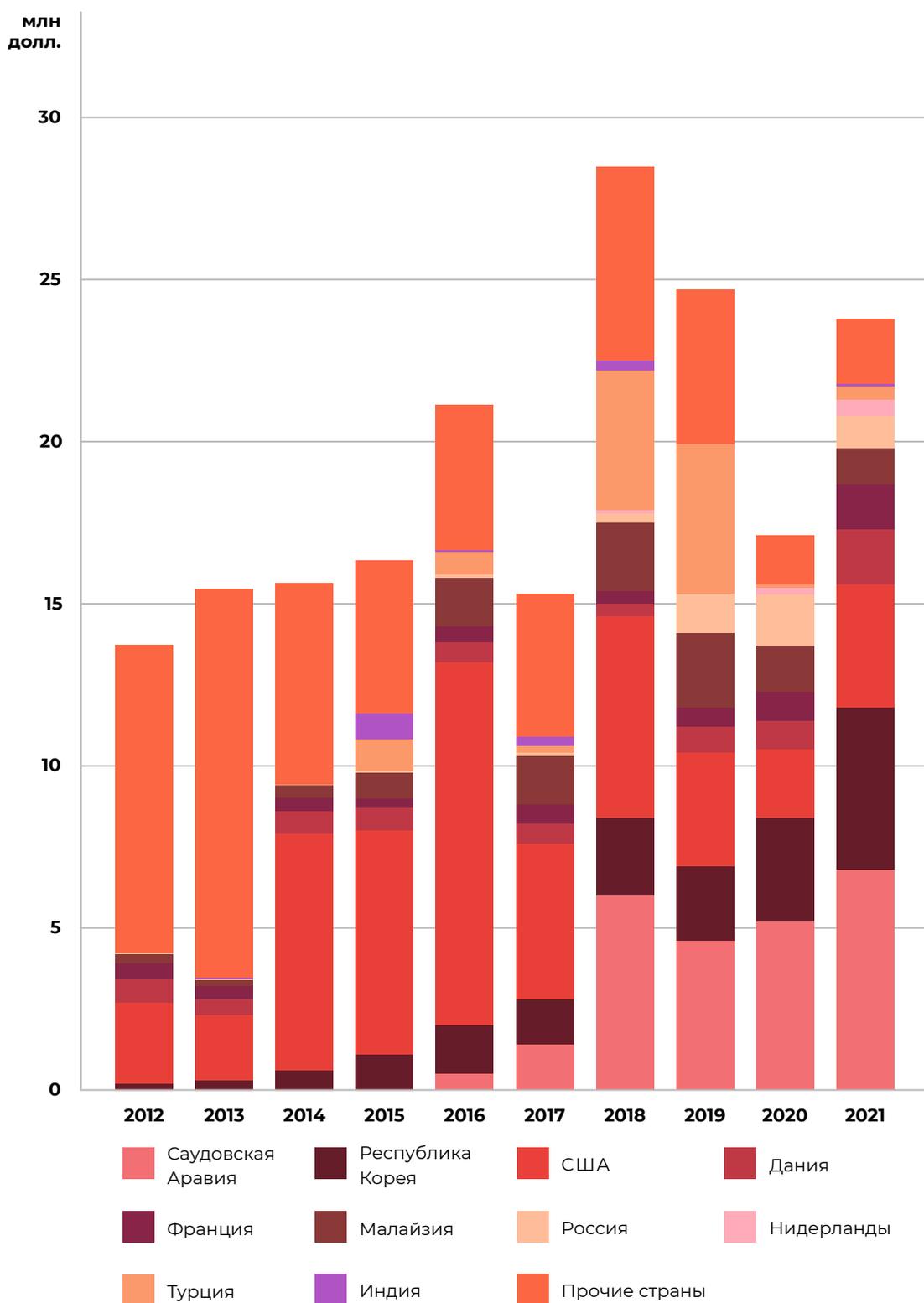
Табл. 8. Импорт готовой мясной продукции Вьетнама по странам в стоимостном выражении, 2012-2021 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
1	Саудовская Аравия	—	—	—	—	0,5	1,4	6,0	4,6	5,2	6,8	28,5
2	Республика Корея	0,2	0,3	0,6	1,1	1,5	1,4	2,4	2,3	3,2	5,0	21,0
3	США	2,5	2,0	7,3	6,9	11,2	4,8	6,2	3,5	2,1	3,8	15,8
4	Дания	0,7	0,5	0,7	0,7	0,6	0,6	0,4	0,8	0,9	1,7	7,3
5	Франция	0,5	0,4	0,4	0,3	0,5	0,6	0,4	0,6	0,9	1,4	6,0
6	Малайзия	0,3	0,2	0,4	0,8	1,5	1,5	2,1	2,3	1,4	1,1	4,6
7	Россия	0,04	0,0	0,0	0,03	0,1	0,1	0,3	1,2	1,6	1,0	4,1
8	Нидерланды	—	—	—	0,0	—	0,01	0,1	0,02	0,2	0,5	2,1
9	Турция	—	0,02	0,01	1,0	0,7	0,2	4,3	4,6	0,1	0,4	1,7
10	Индия	—	0,05	0,02	0,8	0,04	0,3	0,3	0,0	—	0,1	0,6
	Прочие страны	9,5	12,0	6,2	4,7	4,5	4,4	6,0	4,8	1,5	2,0	8,3
	Итого	13,7	15,5	15,5	16,5	21,1	15,3	28,5	24,8	17,0	23,8	100,0

Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные, коды ТН ВЭД 1601, 1602.

Рис. 19. Импорт готовой мясной продукции Вьетнама по странам в стоимостном выражении, 2012–2021 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные, коды ТН ВЭД 1601, 1602.

В 2021 г. средняя импортная цена готовой мясной продукции составила 1 729 долл. США за тонну. Невысокий уровень определяется прежде всего дешевыми поставками из Саудовской Аравии по цене 675 долл. США за тонну в 2021 г.

Табл. 9. Средняя импортная цена готовой мясной продукции по странам-экспортерам, 2012–2021 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Отклонение от средней цены в 2021 г., %
Средняя цена	4 424	4 940	2 109	2 267	1 157	1 540	1 500	1 693	1 370	1 729	—
США	3 001	3 712	1 375	1 639	858	1 970	1 441	4 040	4 167	4 039	в 2,3 раза
Дания	3 716	4 185	3 971	3 713	3 275	3 427	3 069	3 163	2 735	2 003	15,8
Саудовская Аравия	—	—	—	—	231	345	621	520	525	675	в 2,6 раза

Источник: UN Comtrade

Примечание. Зеркальные данные, коды ТН ВЭД 1601, 1602.

Российская готовая мясная продукция улучшает позиции на вьетнамском рынке благодаря высокому качеству, которое привлекает состоятельных потребителей. Россия входит в десятку крупнейших экспортеров готовой мясной продукции во Вьетнам, и ожидается, что в ближайшие годы эта тенденция сохранится. Стоит отметить, что с момента подписания и вступления в силу ССТ с ЕАЭС в 2016 г. объемы импорта и экспорта между Россией и Вьетнамом значительно увеличились.

Табл. 10. Основные страны-экспортеры готовой мясной продукции на рынок Вьетнама в 2021 г.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
1	Саудовская Аравия	28,5	<ul style="list-style-type: none"> • Правительство КСА поддерживает развитие производства мяса и готовой мясной продукции. Меры государственной поддержки включают в себя субсидирование производственных мощностей, беспошлинный ввоз сырья и беспроцентное финансирование местных производителей. • Крупнейшая в Саудовской Аравии сельскохозяйственная компания Almarai планирует к 2025 г. удвоить производственные мощности (объем инвестиций — 1,8 млрд долл. США), а международные крупные производители мяса, анонсируют открытие в стране собственного производства
2	Республика Корея	21,0	<ul style="list-style-type: none"> • С 2016 г. между Вьетнамом и Южной Кореей действует соглашение о зоне свободной торговли. Поставки осуществляются без таможенных пошлин
3	США	15,8	<ul style="list-style-type: none"> • США и Вьетнам связывают прочные торговые отношения. Страны ведут переговоры о снижении импортных пошлин на готовую мясную продукцию, что может привести к росту поставок. • 480 предприятий в США имеют разрешение экспортировать мясо и готовую мясную продукцию во Вьетнам. • США — один из крупнейших экспортеров готовой мясной продукции во Вьетнам с большой долей в поставках ветчины, мясных рулетов, а также готовой мясной продукции из свинины и кур домашних
4	Дания	7,3	<ul style="list-style-type: none"> • 41 предприятие Дании имеет разрешение на экспорт мяса и готовой мясной продукции во Вьетнам. • Льготные тарифные ставки в рамках ССТ между ЕС и Вьетнамом (EVFTA) и Соглашения о защите инвестиций между ЕС и Вьетнамом (EVIPA). • Дания является крупным экспортером во Вьетнам готовой продукции из лопаточной части и отрубов, печени, консервированного мяса для завтрака и других изделий (в основном из свинины, говядины и курицы)

Продолжение табл. 10.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
5	Франция	6,0	<ul style="list-style-type: none"> • 172 предприятия Франции имеют разрешение экспортировать мясо и готовую мясную продукцию во Вьетнам. • Льготные тарифные ставки в рамках ССТ между ЕС и Вьетнамом (EVFTA) и Соглашения о защите инвестиций между ЕС и Вьетнамом (EVIPA). • Франция является крупным экспортером готовой продукции из печени, а также свинины и говядины

Источник: ITC Trade Map, открытые данные

2.2. Потребительские предпочтения

Во Вьетнаме пользуются спросом все виды готовой мясной продукции. Мясо наряду с рисом считается незаменимым продуктом повседневного меню. На фоне пандемии потребители стали приобретать больше продуктов с длительным сроком хранения, что повысило спрос на готовую мясную продукцию и, соответственно, увеличило продажи данной категории.

- Вследствие исторического влияния Франции во Вьетнаме сложилась традиция потребления мясных деликатесов и закусок, что способствует росту спроса на готовую мясную продукцию.
- Колбасные изделия местных производителей составляют более 70% от общего объема рынка готовой мясной продукции во Вьетнаме.
- Готовые мясные изделия / мясные полуфабрикаты в основном используются для быстрого приготовления еды. Их добавляют в основные блюда, а на завтрак традиционную колбасу из свинины cha gio (как и другие виды колбас) принято класть в сэндвичи banh mi.
- Свежесть — важный критерий, применяемый к пищевой продукции во Вьетнаме (и обработанное мясо не исключение). Именно по этой причине усовершенствования в технологии холодильного хранения были так важны для расширения производства переработанного мяса в стране.

На фоне дефицита предложения свинины на рынке (в результате распространения в регионе АЧС) у потребителей растет интерес к новым альтернатив-

ным мясным продуктам. Так, куриные шарики с начинкой и куриные наггетсы из Малайзии (бренды Tempura, Si и Gan Brother) пользуются спросом благодаря доступным ценам и сочетаемости с традиционными блюдами (например, с тушеным мясом с овощами).

На рынке Вьетнама становится популярной готовая мясная продукция в традиционном стиле. Местные производители выпустили консервы из традиционных вьетнамских продуктов — thit kho tau (свинина с яйцом в карамельном соусе) — для привлечения молодых потребителей, ведущих активный образ жизни и предпочитающих традиционные продукты. Так появилась новая ниша для отечественных производителей, специализирующихся на местной кухне и традиционных вкусах.

Несмотря на приверженность брендам готовой мясной продукции известных местных производителей, по мере увеличения доходов и повышения уровня жизни вьетнамцы все чаще готовы пробовать блюда стран Запада, Японии и Южной Кореи. Хотя готовая мясная продукция продается преимущественно в рознице, в секторе общественного питания предлагаются наиболее интересные сочетания продуктов — например, фрикадельки из разных видов мяса или мясные шарики из курицы со свиной начинкой внутри.

В то же время популярность импортной мясной продукции растет среди молодых городских потребителей. При этом ключевыми факторами являются конкурентные цены и доверие к безопасности пищевых продуктов.

Однако несмотря на увеличение доли импортной продукции на рынке Вьетнама, потребители по-прежнему делают выбор в пользу местных товаров, в основном в силу особых вкусовых предпочтений. Также большую роль играет уверенность в том, что местные продукты более свежие, чем привозные.

В структуре потребления основной объем занимают консервы и готовые к употреблению продукты (Ready-to-Eat). На их долю приходится 58,3% и 36,1% рынка соответственно. Продукция из мяса птицы имеет заметные объемы только в сегменте консервов. Сегменты Ready-to-Eat и Ready-to-Cook показывают более высокие среднегодовые темпы роста в 4,4% и 3,3% соответственно.

Табл. 11. Структура потребления готовой мясной продукции Вьетнама по категориям в стоимостном выражении, 2015–2021 г. млн долл. США

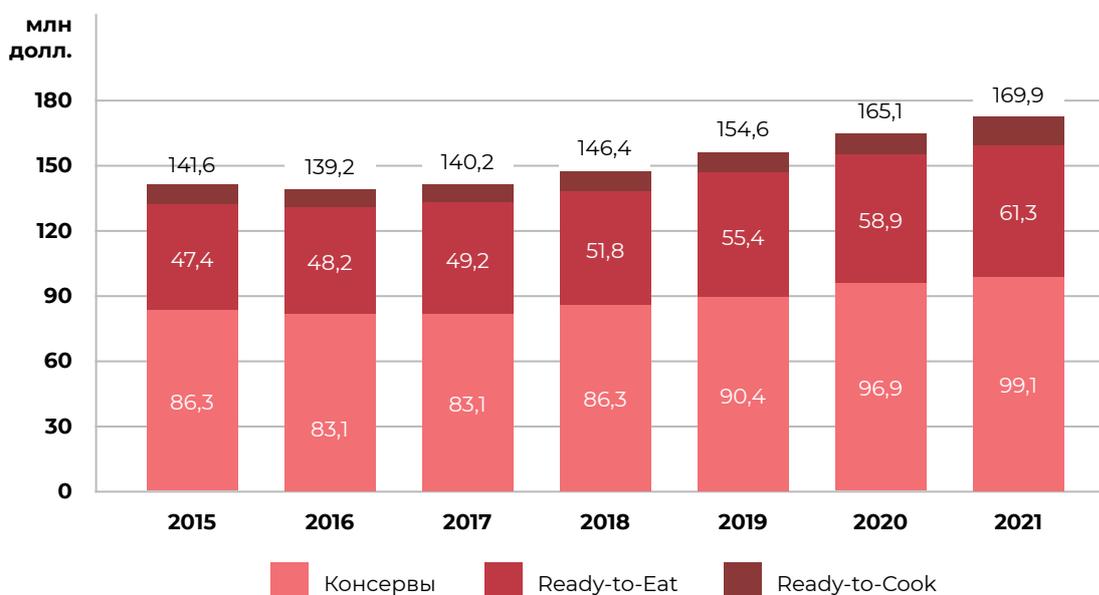
Вид	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
Ready-to-Cook	7,8	7,8	7,9	8,3	8,8	9,3	9,5	5,6
RTC из красного мяса	7,8	7,8	7,9	8,3	8,8	9,3	9,5	5,6
RTC из мяса птицы	—	—	—	—	—	—	—	

Продолжение табл. 11.

Вид	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Доля, % 2021
Ready-to-Eat	47,4	48,2	49,2	51,8	55,4	58,9	61,3	36,1
RTE из красного мяса	47,4	48,2	49,2	51,8	55,4	58,9	61,3	36,1
RTE из мяса птицы	—	—	—	—	—	—	—	
Консервы	86,3	83,1	83,1	86,3	90,4	96,9	99,1	58,3
консервы из красного мяса	82,4	79,2	79,1	82,2	86,3	92,6	94,6	55,7
консервы из мяса птицы	3,9	3,9	3,9	4,1	4,2	4,4	4,5	2,6
Итого	141,6	139,2	140,2	146,4	154,6	165,1	169,9	100,0

Источник: Euromonitor, EMIS, оценки отраслевых экспертов

Рис. 20. Структура потребления готовой мясной продукции Вьетнама по категориям в стоимостном выражении, 2015-2021 г., млн долл. США



Источник: Euromonitor International, EMIS

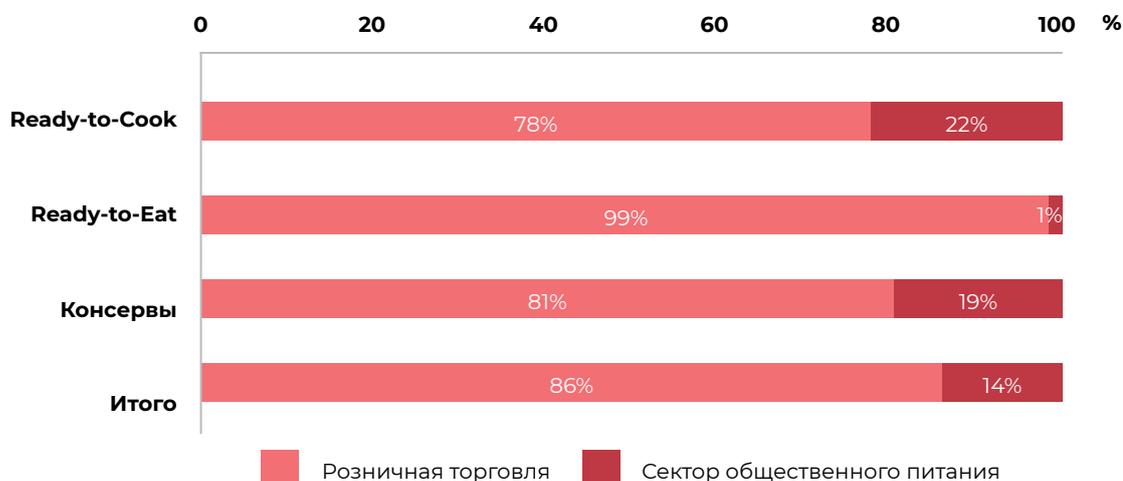
Тенденции рынка

- Растет популярность заменителей охлажденного мяса, например, тофу. Большим спросом также пользуются обработанные морепродукты — это объемная категория, которая растет быстрее, чем рынок переработанного мяса.
- Среди подкатегорий готовой мясной продукции сегмент замороженной продукции растет быстрее, чем продукция, не требующая особых условий хранения, и категория охлажденной готовой продукции.

2.3. Торгово-распределительная сеть

Почти вся продукция сегмента Ready-to-Eat продается через розничные каналы. В секторе общественного питания потребляется 19% консервов и 22% Ready-to-Cook продукции.

Рис. 21. Структура потребления готовой мясной продукции во Вьетнаме по каналам реализации в натуральном выражении, 2021 г., %



Готовая мясная продукция реализуется преимущественно через розничные каналы и, ожидается, что такая тенденция сохранится. Готовая мясная продукция, не требующая особых условий хранения, — наиболее популярна среди потребителей и, ожидается, что в среднесрочной перспективе спрос на нее будет расти.

В период пандемии COVID-19 вьетнамские потребители, оставаясь дома, делали запасы продуктов с длительным сроком хранения, чтобы сократить количество выходов в магазин. В то же время прогнозируется рост категорий охлажденной и замороженной готовой мясной продукции.

Небольшие несетевые продуктовые магазины являются основным каналом сбыта готовой мясной продукции благодаря широкому охвату сельских районов, тогда как супермаркеты предлагают широкий ассортимент продукции лишь для городских потребителей. По оценкам Euromonitor International, на долю несетевых продуктовых магазинов и супермаркетов приходится более 85% розничных продаж готовой мясной продукции в стране.

Небольшие несетевые продуктовые магазины (семейные магазины / продуктовые рынки)

Небольшие несетевые продуктовые магазины являются основным каналом продаж готовой мясной продукции, поскольку широко представлены в городских и сельских районах. В сельской местности мало сетевых магазинов, поэтому потребители часто обращаются к несетевым розничным торговцам.

Ассортимент и цены

- Правительству сложно контролировать цены из-за большого количества мелких продуктовых магазинов.
- Самые популярные продукты в этом канале сбыта — местные колбасы cha gio и lap xuong.

Маркетинг

Регулярные скидки постоянным клиентам.

Ведущие игроки

- В этом канале работают многочисленные небрендовые/несетевые небольшие семейные магазины, которые производят и продают мясные полуфабрикаты (например, колбасы). В таких магазинах самая большая доля продаж приходится на сельскую местность, где предпочитают свежие продукты.
- Несетевых продуктовых магазинов с собственным производством готовой мясной продукции становится все меньше. В целях экономии и обеспечения безопасности пищевых продуктов они начинают закупать продукты у таких компаний, как Vissan, CP и Masan MEATLife.

Небольшие специализированные продуктовые магазины (формата онлайн и офлайн)

Благодаря длительному сроку хранения готовая мясная продукция также реализуется в других продуктовых магазинах, особенно в тех, которые специализируются на мясных изделиях.

Ассортимент и цены

- Цены обычно выше, чем в небольших несетевых продуктовых магазинах.
- Самые популярные продукты в этом канале сбыта — местные колбасы cha gio и lap xuong.

Маркетинг

- Скидки за большие объемы.
- Бесплатная доставка покупок из интернет-магазинов.

Ведущие игроки

- **La Maison** — ведущий импортер, занимающийся розничной торговлей мясной продукцией. Также работает в секторе общественного питания и предлагает продукцию высокого качества.
- **King Meat** – проводит ежедневные промоакции и обеспечивает быструю доставку в магазины в крупных городах.
- **GoFood** – активно участвует в социальных сетях, онлайн/офлайн маркетинге, часто обновляет ассортимент продукции.
- **Thitnhapkhou** — имеет сильную позицию в онлайн-сервисах (первая строчка в Facebook по ключевым запросам) и предлагает самую низкую цену по сравнению с другими ритейлерами.

Супермаркеты

Супермаркеты, расположенные преимущественно в городах, имеют необходимое полочное пространство для хранения широкого ассортимента продуктов, что дает потребителям возможность выбора товара.

Ассортимент и цены

- Самыми популярными продуктами являются местные колбасы cha gio, хис хич и lap xuong по цене 6,8–12,5 долл. США за 1 кг, а также фрикадельки по цене 7–10 долл. США за 1 кг.
- Потребители предпочитают покупать продукцию небольшими порциями, например по 250 г, 350 г или 500 г.



Маркетинг

- Скидки за большие объемы.
- Рекламные акции при запуске новых продуктов (например, сниженные цены, бесплатный второй продукт при покупке первого, раздача образцов продукции).
- Бесплатная и быстрая (в течение двух часов) доставка.

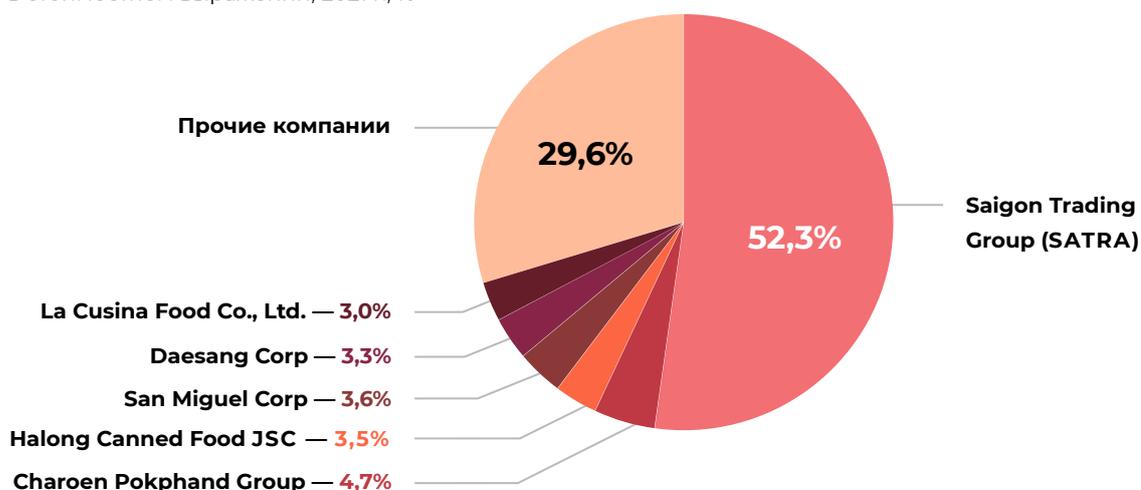
Ведущие игроки

- **Saigon Co.opMart** — крупнейшая вьетнамская сеть супермаркетов (140 магазинов во всех провинциях) с большим количеством товаров, широким ассортиментом и активной рекламой.
- **Bách Hóa Xanh** — самая быстрорастущая розничная сеть во Вьетнаме с 1 530 небольшими магазинами во всех провинциях. Ключевые конкурентные преимущества бренда – прозрачность происхождения продуктов и предложение новинок.
- **Big C** — насчитывает 17 супермаркетов в крупных городах и имеет сложившуюся репутацию на рынке благодаря широкому ассортименту продукции и конкурентным ценам.

2.4. Конкурентная среда и участники рынка

На рынке готовой мясной продукции Вьетнама более половины (52,3%) рынка занимает местная компания Saigon Trading Group (SATRA). На топ-6 компаний в 2021 г. пришлось 70,4% рынка.

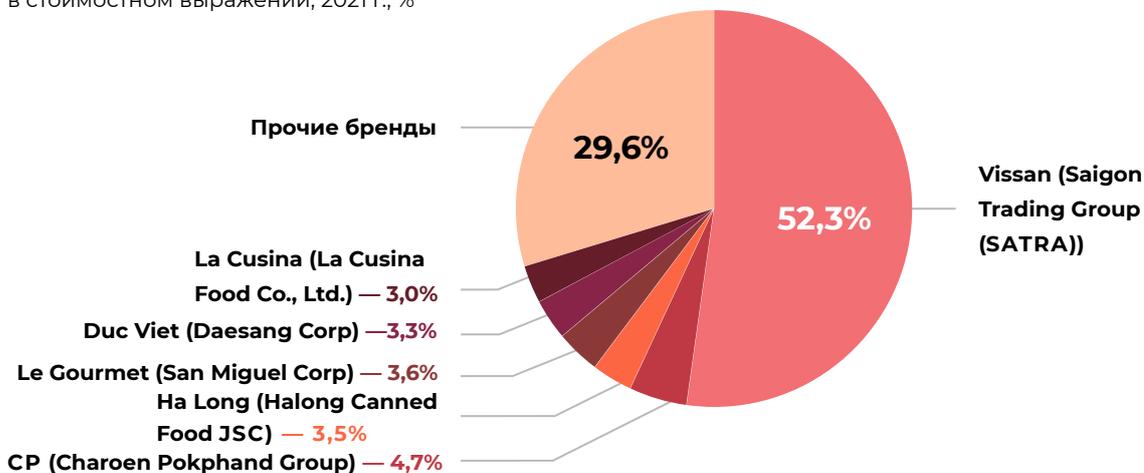
Рис. 22. Структура розничных продаж готовой мясной продукции во Вьетнаме по компаниям в стоимостном выражении, 2021 г., %



Источник: Euromonitor, EMIS

Ситуация на рынке среди брендов повторяет ситуацию среди компаний, т.к. одна компания на рынке готовой мясной продукции имеет обычно один бренд.

Рис. 23. Структура розничных продаж готовой мясной продукции во Вьетнаме по брендам в стоимостном выражении, 2021 г., %



Источник: Euromonitor, EMIS



Vissan — производство/переработка

Сайт: <https://www.vissan.com.vn/>

- Один из ведущих национальных производителей продуктов питания, работает в сфере производства, переработки и продажи свежего мяса, мясных полуфабрикатов и проч. Продукция Vissan имеет сильные позиции и занимает значительную долю рынка.
- Компания специализируется на производстве, переработке и продаже свежей и замороженной свинины, говядины, птицы, произведенной по французской технологии ветчины, стерилизованных колбас по японской технологии и других готовых продуктов.



CP Foods — производство/переработка

Сайт: <https://www.cp-foods.com/>

- CP Foods — дочернее предприятие тайской компании Charoen Pokphand Foods Public Company Limited во Вьетнаме. Это ведущая организация в сфере АПК в Азиатско-Тихоокеанском регионе.
- В вертикально интегрированной модели корпорации CP Vietnam Corporation три основных направления: корма, фермерское хозяйство, продукты питания. Таким образом, обеспечивается высокое качество всех процессов от производства до готовой продукции.
- Производится мясо, а также готовая мясная продукция и морепродукты, в основном ориентированные на потребителей со средним доходом. Ассортимент продукции довольно широкий.



Duc Viet Food — переработка/импорт

Сайт: <https://www.ducvietfoods.vn/>

- Компания специализируется на переработке мясной продукции. Основная задача предприятия — объединить специфику немецкой кухни с традиционными вкусами вьетнамских колбас.
- Все ингредиенты из свинины импортируются из других стран, а завод работает по стандартам качества НАССР.



Halong Canfoco — переработка

Сайт: <https://clck.ru/W2Qiq>

- Одна из первых компаний пищевой промышленности Вьетнама с разнообразным ассортиментом пищевых продуктов, включая консервированную (например, рыба, мясо, овощи, фрукты и стерилизованные колбасы), а также замороженную продукцию (вьетнамские спринг-роллы и колбасы).
- Компания известна во Вьетнаме благодаря своему паштету и различным видам колбас.



DABACO — производство/переработка

Сайт: <http://www.dabaco.com.vn/en/>

- Группа работает во многих сферах, но специализируется на разведении крупного рогатого скота и птицы, кормах и переработке пищевых продуктов.
- DABACO инвестирует в переработку сельскохозяйственной продукции, включая мясо и птицу, а также производит колбасы, ветчину и консервы.



Стандарты на продукцию





Содержание

3.1.

Требования к предприятию
и продукции

3.2.

Требования к сертификации

3.3.

Требования к маркировке

Работа по открытию вьетнамского рынка для российских производителей готовой мясной продукции была начата в 2010 г. В результате данной работы Российская Федерация получила право экспорта во Вьетнам готовой мясной продукции, произведенной из мяса и субпродуктов птицы, свинины и свиных субпродуктов, говядины и говяжьих субпродуктов.

В настоящее время все российские предприятия, производящие готовую мясную продукцию, аттестованные на право экспорта во Вьетнам и внесенные в Реестр экспортеров в ИС «Цербер», имеют право импорта произведенной продукции на территорию Вьетнама.

Ниже представлены требования к продукции и процесс получения доступа на рынок Вьетнама для готовой мясной продукции, прошедшей термическую обработку. На продукты товарной группы ТН ВЭД 1601, не прошедшие соответствующую термическую обработку, распространяются требования к сырому мясу, полученному от конкретного вида животных.

3.1. Требования к предприятию и продукции

Компетентные органы

В систему государственной ветеринарной службы Российской Федерации входят Россельхознадзор (федеральный уровень), осуществляющий деятельность на всей территории страны через свои структурные подразделения, и органы управления ветеринарией субъектов Российской Федерации (региональный уровень).

Россельхознадзор является компетентным органом в области ветеринарии и ответственен за выполнение ветеринарно-санитарных требований стран-импортеров. Он гарантирует странам-импортерам соблюдение предъявляемых ими требований к эпизоотической обстановке, безопасности продукции, системе контроля за производством экспортируемой продукции, а также к качеству проведения лабораторных исследований.

На каждую партию продукции Россельхознадзор оформляет международный ветеринарный сертификат, подтверждающий выполнение всех требований страны-импортера.

Органы управления ветеринарией субъектов Российской Федерации выполняют все противоэпизоотические и профилактические мероприятия в своем регионе ответственности и осуществляют рутинный контроль на предприятиях-производителях продукции животного происхождения.

Они оформляют ветеринарную сопроводительную документацию (ветеринарное свидетельство) на каждую партию экспортной продукции, подтверждающую выполнение предприятием требований конкретной страны-импортера.

Ветеринарные специалисты Россельхознадзора и органов управления ветеринарией субъектов Российской Федерации должны знать требования законодательства Вьетнама к производству, хранению, транспортировке и реализации готовой мясной продукции и проводить контроль за их выполнением предприятиями, осуществляющими экспорт во Вьетнам.

Требования к предприятию

Производственные предприятия (включая предприятия по убою, разделке, переработке и хранению) должны осуществлять свою деятельность под постоянным контролем государственной ветеринарной службы Российской Федерации.

Все этапы и условия производства экспортируемой продукции должны соответствовать действующим ветеринарным и санитарным требованиям, установленным законодательством Российской Федерации, ЕАЭС и Вьетнама. На предприятии необходимо разработать, внедрить и поддерживать процедуры, основанные на принципах HACCP. В течение всего периода производства экспортной продукции и предприятие, и продукция должны отвечать стандартам Вьетнама. В иное время они могут отвечать российским и другим стандартам, но производимые в этот период партии товаров должны храниться отдельно от тех, которые предназначены для экспорта во Вьетнам. На предприятии должна быть внедрена эффективная система определения происхождения сырья, используемого для производства готовой мясной продукции (система прослеживаемости).

Ответственные за экспорт во Вьетнам сотрудники должны знать требования законодательства Вьетнама, предъявляемые к производству, хранению, транспортировке и реализации готовой мясной продукции, и выполнять их на практике.

Только официально зарегистрированные российские предприятия, производящие готовую мясную продукцию, имеют право экспорта во Вьетнам. Регистрационный номер предприятия является эксклюзивным и не может быть использован третьими лицами.

Требования к продукции

В настоящее время в соответствии с согласованным «Ветеринарным сертификатом на экспортируемые из Российской Федерации в Социалистическую Республику Вьетнам консервы, колбасы и другие виды готовых мясных изделий» российские предприятия имеют право экспорта во Вьетнам готовой мясной продукции, произведенной из мяса и субпродуктов птицы; свинины и свиных субпродуктов; говядины и говяжьих субпродуктов (должно использоваться только сырье, которое разрешено для ввоза на территорию Вьетнама из Российской Федерации).

Мясо и субпродукты, из которых произведена готовая мясная продукция, должны быть получены от клинически здоровых животных, которые были подвергнуты предубойному ветеринарному осмотру, а их туши и внутренние органы — послеубойной ветеринарно-санитарной экспертизе государственной ветеринарной службой Российской Федерации. По результатам этих проверок они должны быть признаны пригодными для употребления в пищу людьми.

Мясо и субпродукты должны быть получены от убоя животных, которые не подвергались воздействию натуральных или синтетических эстрогенных, гормональных веществ, тиреостатических препаратов, антибиотиков, пестицидов и других медикаментозных средств, введенных перед убоем позднее сроков, рекомендованных инструкциями по применению.

Продукция, предназначенная для экспорта во Вьетнам, должна быть упакована в новый одноразовый упаковочный материал, соответствующий гигиеническим требованиям.

Процедура включения предприятий в список разрешенных

Перед запуском экспорта продукции во Вьетнам администрация предприятия должна быть уверена, что все производственные процессы соответствуют требованиям законодательства Российской Федерации, ЕАЭС и Вьетнама. Вначале подается заявка на проведение комиссионного обследования предприятия специалистами территориального управления Россельхознадзора и органа управления ветеринарией субъекта Российской Федерации, в зоне деятельности которых расположено предприятие.

Заявка подается в электронной форме через публичный интерфейс информационной системы «Цербер» (ИС «Цербер»). Форма для подачи заявки и инструкция по ее заполнению размещены на официальном сайте Россельхознадзора на главной странице [ИС «Цербер»](#).

Сотрудники территориального управления Россельхознадзора рассматривают заявку и принимают одно из следующих решений: «Назначить обследование», «Принять», «Отклонить».

При принятии решения «Назначить обследование» дата его проведения назначается не ранее 10 рабочих дней от даты принятия решения (а проведено оно должно быть не позднее 30 календарных дней с момента поступления заявки). Далее определяются члены комиссии для обследования. В нем также могут принять участие сотрудники центрального аппарата Россельхознадзора.

Комиссия предварительно может запросить документы, необходимые для проведения обследования, например план НАССР; результаты лабораторных исследований проб (отобранных на предприятии от используемого сырья или готовой продукции) на безопасность за последние три года, проведенных

в рамках программ производственного контроля и государственного мониторинга; информацию о поставщиках сырья и т.д. Комиссия проводит обследование всех этапов производства продукции, предназначенной на экспорт во Вьетнам.

На момент проведения обследования на предприятии должна осуществляться производственная деятельность. При обследовании комиссия устанавливает возможность выполнения предприятием основополагающих требований Вьетнама и принимает одно из следующих решений:

- в случае несоответствия предприятия основополагающим требованиям Вьетнама ему даются рекомендации по устранению выявленных нарушений, на основании которых предприятие должно составить план корректирующих мероприятий с указанием конкретных сроков их выполнения;
- в случае соответствия предприятия требованиям Вьетнама предлагается включить его в список экспортеров в страну.

По результатам обследования составляется акт, который согласовывается главным государственным ветеринарным инспектором субъекта Российской Федерации и утверждается руководителем территориального управления Россельхознадзора. Срок согласования и подписания акта о проведенном обследовании не должен превышать 10 рабочих дней со дня его проведения. После этого территориальный орган Россельхознадзора в течение трех рабочих дней размещает информацию о результатах проведенного обследования в ИС «Цербер».

Акт составляется в трех экземплярах: один хранится в территориальном управлении Россельхознадзора, второй — в органе управления ветеринарией субъекта Российской Федерации, третий — на обследованном предприятии.

Формы актов обследования на соответствие требованиям третьих стран размещены на официальном сайте Россельхознадзора.

Если по результатам обследования предприятие не будет признано соответствующим требованиям Вьетнама, то после выполнения плана корректирующих мероприятий комиссия проведет его повторное обследование.

Если предприятие будет признано соответствующим требованиям Вьетнама, Россельхознадзор вносит его в Реестр экспортеров ИС «Цербер» как имеющее право экспорта продукции во Вьетнам. После этого предприятие может начать производство продукции для экспорта во Вьетнам.

Предприятие должно ежегодно подтверждать соответствие требованиям Вьетнама. Если предприятие не подает заявку на проведение комиссионного обследования, то по истечении года оно исключается из реестра экспортеров. Минимальный срок прохождения процедуры включения предприятия в список разрешенных для экспорта во Вьетнам составляет 1,5 месяца.

Холодильные склады, осуществляющие хранение продукции, предназначенной для экспорта во Вьетнам, также должны быть включены в Реестр экспортеров ИС «Цербер».

3.2. Требования к сертификации

Экспортный сертификат: основные положения и требования

Каждая партия экспортного груза должна сопровождаться оригиналом ветеринарного сертификата, удостоверяющего, что продукция соответствует ветеринарно-санитарным требованиям Вьетнама. Сертификат оформляется на русском и английском языках, а его форма и содержание должны полностью соответствовать «Ветеринарному сертификату на экспортируемые из Российской Федерации в Социалистическую Республику Вьетнам консервы, колбасы и другие виды готовых мясных изделий», [образец](#) которого размещен на официальном сайте Россельхознадзора.

Данные ветеринарные сертификаты имеют право оформлять только ветеринарные специалисты Россельхознадзора.

Процедура ветеринарной сертификации продукции

Ветеринарная сертификация продукции осуществляется с учетом всех этапов производства экспортируемых продуктов.

На экспорт во Вьетнам может быть сертифицирована только продукция, соответствующая требованиям «Ветеринарного сертификата на экспортируемые из Российской Федерации в Социалистическую Республику Вьетнам консервы, колбасы и другие виды готовых мясных изделий».

Экспортируемая продукция должна сопровождаться ветеринарным свидетельством формы №2, которое оформляется уполномоченным в области ветеринарии органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации. В ветеринарном свидетельстве в обязательном порядке должна содержаться информация о выполнении ветеринарных требований Вьетнама и о проведенных лабораторных исследованиях. Также к нему прикладываются документы, необходимые для оформления международного ветеринарного сертификата.

Продукция с предприятия может быть направлена сразу в место таможенного оформления или на холодильный склад для промежуточного хранения и формирования консолидированных экспортных партий. Холодильный склад, используемый для хранения продукции, должен иметь право экспорта во Вьетнам готовой мясной продукции, то есть быть аккредитованным в ИС «Цербер» (вьетнамская сторона не ведет списки холодильников).

Консолидированная партия продукции, направляемая с холодильного склада в место таможенного оформления, должна сопровождаться ветеринарным свидетельством формы №2. В него вносится вся информация из ветеринарных свидетельств, с которыми партия товара поступила на холодильный склад.

В месте таможенного оформления в отношении вывозимой продукции проводится процедура государственного ветеринарного надзора, которая состоит из следующих административных действий:

- документарный контроль;
- физический контроль;
- принятие решения.

Документарный контроль заключается в проверке:

- наличия ветеринарного сопроводительного документа (ветеринарного свидетельства формы №2);
- соответствия содержания сопроводительных документов (выданных уполномоченным в области ветеринарии органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации, из которого вывозится/происходит товар) ветеринарно-санитарным требованиям Вьетнама;
- наличия ограничений на вывоз продукции;
- наличия предприятия-производителя продукции и холодильного склада в перечне имеющих право экспорта во Вьетнам.

Также на стадии документарного контроля проводится проверка прослеживаемости продукции в ИС «Меркурий» и могут быть запрошены дополнительные документы, гарантирующие выполнение требований законодательства Вьетнама.

Физический контроль осуществляется по завершении документарного и заключается в проведении ветеринарного досмотра продукции. При этом контролируется соответствие продукции, указанной в ветеринарных сопроводительных документах (ветеринарных свидетельствах), с фактически находящимся в транспортном средстве (контейнере) товаром. Также проверяются условия перевозки, температура в транспортном средстве и температура продукции, ветеринарно-санитарное состояние транспортных средств (контейнеров), соответствие упаковки и маркировки.

Принятие решения осуществляется по результатам документарного и физического контроля посредством проставления на перевозочных документах (товарно-транспортной накладной, авианакладной, коносаменте, железнодорожной накладной) штампа «Выпуск разрешен».

Взамен ветеринарного свидетельства должностным лицом пограничного контрольного ветеринарного пункта в установленном порядке оформляется «Ветеринарный сертификат на экспортируемые из Российской Федерации в Социалистическую Республику Вьетнам консервы, колбасы и другие виды готовых мясных изделий».

По итогам административной процедуры сведения о вывозе продукции заносятся в журнал учета подконтрольных товаров, вывозимых из Российской Федерации, и вносятся в АИС.



Лабораторные исследования: процедура и авторизованные лаборатории

Предприятия, имеющие право экспорта готовой мясной продукции во Вьетнам, должны разработать и внедрить программу производственных проверок с установленной периодичностью лабораторного контроля за содержанием микробиологических и химических загрязнений. Лабораторные исследования продукции необходимо проводить в лабораториях, имеющих соответствующую аккредитацию.

Микробиологические, химико-токсикологические и радиологические показатели продукции должны соответствовать действующим в Российской Федерации ветеринарным и санитарным требованиям и правилам.

Список документов на сопровождение груза по ветеринарии

От места производства/хранения до места прохождения пограничного ветеринарного контроля продукция должна сопровождаться следующими документами:

- ветеринарным свидетельством формы №2;
- копиями протоколов проведенных лабораторных исследований (при необходимости);

После прохождения пограничного ветеринарного контроля к продукции должен прилагаться оригинал ветеринарного сертификата на вывоз готовой мясной продукции по согласованной форме.

Основные риски, ошибки и последствия

Основным риском для экспорта готовой мясной продукции является ухудшение эпизоотической ситуации в Российской Федерации по болезням крупного рогатого скота, свиней и птицы. В худшем случае это может привести к полной остановке экспорта продукции из России во Вьетнам.

Отгрузка на экспорт во Вьетнам продукции, не соответствующей требованиям законодательства этой страны, приведет как минимум к возврату, задержанию, утилизации или уничтожению такой продукции. Кроме того, это может привести к лишению регистрации конкретного предприятия-изготовителя. Неоднократное же повторение таких случаев грозит потерей вьетнамского рынка для всех российских производителей продукции животного происхождения.

Неправильно оформленные сопроводительные документы, отсутствие прослеживаемости экспортной продукции в ИС «Меркурий», а также ошибки в маркировке товара и другие незначительные несоответствия приведут к приостановке или запрету отгрузки продукции на экспорт.

При планировании поставок необходимо также учитывать срок окончания годности товара и время, которое будет затрачено на логистику (около двух месяцев).

3.3. Требования к маркировке

Вьетнам требует проставления на этикетке либо даты производства и срока годности, либо срока годности. Как в первом, так и во втором варианте срок годности не должен превышать 18 месяцев от даты производства.

Дата изготовления / дата производства / дата упаковки и срок годности / срок годности предпочтительно указывать в следующем порядке: день – месяц – год. При этом день и месяц обозначаются двумя цифрами, а год – двумя или четырьмя. Между днем, месяцем и годом может стоять пробел или использоваться символ точки, тире и косой черты. Числа, обозначающие последовательность дня, месяца и года, должны быть представлены в одной строке.

«Дата изготовления» и «срок годности» могут быть записаны в сокращенном варианте заглавными буквами как MFG и EXP соответственно. «Дата изготовления» также может быть обозначена как «дата производства» или «дата упаковки»; «срок годности» — как «срок годности до...».

Например: если дата изготовления / производства / упаковки — 2 апреля 2021 г., а срок годности – 2 октября 2022 г., они могут быть представлены в следующих форматах:

- MFG: 02.04.2021 EXP: 02.10.2022;
- MFG: 02-04-2021 EXP: 02-10-2022;
- MFG: 02/04/2021 EXP: 02/10/2022;
- MFG: 02042021 EXP: 02102022;
- MFG: 020421 EXP: 021022;
- MFG: 02042021 EXP: 18 месяцев от MFG

Более подробная информация о требованиях к маркировке продукции для экспорта на вьетнамский рынок представлена в приложении №1.

Барьеры входа на рынок

4



Содержание



4.1.

Особенности таможенных процедур

4.2.

Тарифные и нетарифные барьеры

4.1. Особенности таможенных процедур

Таможенное оформление

Документы, необходимые для импорта продукции во Вьетнам:

- таможенная декларация;
- товарно-транспортная накладная;
- договор купли-продажи;
- разрешение на импорт (при необходимости);
- коносамент;
- детализированная товарная накладная;
- сертификат происхождения товара;
- документ, подтверждающий проверку качества.

Форма таможенной декларации заполняется на вьетнамском языке, все остальные документы могут быть как на вьетнамском, так и на английском.

Импортёры заполняют таможенную декларацию до даты прибытия товаров на пограничный контрольно-пропускной пункт или в течение 30 дней с даты их прибытия. Таможенная декларация составляется в электронном виде.

Автоматизированная система таможенного оформления и таможенного контроля [VNACCS/VCIS](#) принимает, проверяет, регистрирует и обрабатывает электронные таможенные декларации круглосуточно, 7 дней в неделю. Импортёр должен зарегистрироваться как пользователь, бесплатно загрузить и установить программное обеспечение для проведения таможенной процедуры с несколькими XML-формами для декларирования, дополнения или корректировки информации.

В циркуляре Министерства финансов Вьетнама 38/2015 / ТТ-ВТС от 25.03.2015 г. указаны электронные таможенные процедуры для экспорта и импорта.

Проверка безопасности пищевых продуктов

Для проверки безопасности пищевых продуктов импортируемые товары должны оставаться на контрольно-пропускных пунктах, в портах или на складах, за исключением тех случаев, когда специализированный инспекционный

орган разрешает досмотр товаров в специально отведенных местах или когда импортируемые товары привозятся в специальные хранилища по просьбе таможенного декларанта.

Для прохождения проверки требуется сертификат происхождения. Этот сертификат должен содержать следующую информацию:

- название экспортера;
- название импортера;
- способ транспортировки;
- описание и коды товаров (коды ТН ВЭД);
- количество, вес или объем товара;
- страны, группы стран или территории происхождения;
- дату выдачи;
- подпись лица, ответственного за выдачу сертификата о происхождении.

При работе с местными таможенными органами импортеры обычно предоставляют подтверждающие документы, среди которых электронная экспортная информация, товарно-транспортные накладные, контракты, квитанции о банковских переводах, а иногда и переписка между экспортером и импортером о сделке.

Кроме того, импортеры часто предоставляют поставщикам общедоступные, нотариально заверенные документы, переведенные и проверенные посольством Вьетнама. Эта процедура осуществляется де-факто, неофициально, с ее помощью импортеры доказывают таможенным чиновникам фактурные цены.

Хотя эти усилия не всегда заканчиваются успехом, представление подтверждающих документов на данный момент — один из наиболее эффективных способов общения с работниками таможни.

Определение таможенной стоимости товара

Вьетнамская таможня разработала специальную процедуру — «Определение таможенной стоимости». Ее цель — борьба с мошенничеством в сфере определения стоимости продуктов (мяса, фруктов, спиртных напитков и т.п.).

На основании данных таможни по истории цен на импорт создан постоянно актуализируемый справочный список, который дает возможность сравнить цены на импортируемую продукцию. Если импортеры заявляют стоимость ниже цен из списка, таможня обратится к компании за разъяснениями. Часто цены,

установленные таможенной Вьетнама, выше стоимости, заявленной импортерами. Чем выше цены, тем более высокие импортные пошлины лягут на плечи импортеров.

Циркуляр Министерства финансов 60/2019 / ТТ-ВТС от 30 августа 2019 г. внес поправки и дополнения в некоторые статьи Циркуляра 39/2015 / ТТ-ВТС от 25 марта 2015 г., регулирующие таможенную стоимость импортных и экспортных товаров.

Все виды пищевой продукции и добавок подлежат выборочной инспекции (гарантии безопасности) при ввозе во Вьетнам. Процедура инспекции может быть сокращенной (1 рабочий день), стандартной (3 рабочих дня) или расширенной (7 рабочих дней). В проверке может принимать участие несколько ведомств (например, таможня и Управление по контролю за продовольствием). Согласно вьетнамским стандартам, инспекция проверяет качество, спецификации, количество и объем товара.

Таможенные процедуры зависят от результатов проверок, описанных выше. После завершения таможенных процедур товар можно ввозить в страну. При неудовлетворительных результатах проверки продукция должна быть либо уничтожена, либо возвращена стране-экспортеру.

Задержки с выпуском груза могут происходить по разным причинам, например, из-за проблем с документацией и изменений в нормативных актах, а также обнаружения карантинных вредителей. Что касается мяса, то поставки могут быть задержаны из-за несоответствия между экспортными сертификатами и этикетками продукта, ввоза партий товара от предприятий, не включенных в список разрешенных, или несоответствия номеров предприятий на экспортном сертификате и в списке, утвержденном ДАН.

Можно также воспользоваться услугами сюрвейерских компаний, таких как AIM Control.

4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

Тарифные барьеры

В рамках ССТ между Вьетнамом и ЕАЭС с 2020 г. для Российской Федерации действуют нулевые ставки ввозных пошлин примерно на половину наименований продукции кодов ТН ВЭД 1601 и 1602¹. Стоит заметить, что определенная продукция не попадает под обязательство по снижению тарифных ставок.

¹ [Перечень тарифных обязательств Вьетнама по торговому соглашению с ЕАЭС](#)

Таможенные пошлины на эту продукцию будут применяться в соответствии со ставкой режима наибольшего благоприятствования (РНБ).

Вьетнам является членом АСЕАН и использует восьмизначную тарифную номенклатуру АСЕАН (АНТН), основанную на стандартном шестизначном коде ГС (разработанном WCO). К этому коду добавляются две цифры, которые представляют подзаголовки тарифной номенклатуры АСЕАН.

Табл. 12. Ставки ввозных пошлин Вьетнама в отношении готовой мясной продукции

Таможенный код	Наименование	Ставка РНБ, %	Россия, %
1601	Колбасы и аналогичные продукты из мяса, мясных субпродуктов или крови; готовые пищевые продукты, изготовленные на их основе:		
1601 00 10	В герметических контейнерах	22	0
1601 00 90	Прочие	22	22
1602	Готовые или консервированные продукты из мяса, мясных субпродуктов или крови:		
1602 10 10	Для детского питания с содержанием свинины, в герметичных контейнерах	30	0
1602 10 90	Для детского питания прочие	30	0
1602 20 00	Из печени любых животных: из домашней птицы товарной позиции 0105	30	0
1602 31 10	Из индейки: в герметичных контейнерах	22	22
1602 31 91	Из индейки: прочие; механически отделенное от костей или механически обваленное мясо	22	22
1602 31 99	Из индейки: прочее	22	22
1602 32 10	Из кур домашних (Gallus domesticus): карри из курицы, в герметичных контейнерах	40	40

Барьеры входа на рынок

Продолжение табл. 12.

Таможенный код	Наименование	Ставка РНБ, %	Россия, %
1602 32 90	Из кур домашних (<i>Gallus demosticus</i>): прочие	22	0
1602 39 00	Прочие	22	22
1602 41 10	Из свинины: окорока и их отруба: в герметичных контейнерах	22	0
1602 41 90	Из свинины: окорока и их отруба: прочие	22	0
1602 42 10	Из свинины: лопаточная часть и ее отруба: в герметичных контейнерах	22	0
1602 42 90	Из свинины: лопаточная часть и ее отруба: прочие	22	22
1602 49 11	Прочие, включая смеси, мясной рулет: в герметичных контейнерах	22	0
1602 49 19	Прочие, включая смеси, мясной рулет: прочие	22	0
1602 49 91	Прочие, включая смеси, прочие: в герметичных контейнерах	22	22
1602 49 99	Прочие, включая смеси, прочие	22	22
1602 50 00	Из мяса крупного скота	35	35
1602 90 10	Прочие, включая готовые продукты из крови любых животных: карри из баранины, в герметичных контейнерах	35	9,50
1602 90 90	Прочие, включая готовые продукты из крови любых животных: прочие	35	35

Источник: ITC Market Access Map

Нетарифные барьеры

На вьетнамском рынке отсутствуют квоты или антидемпинговые меры в отношении продуктов из мяса.

Основные барьеры для входа на рынок Вьетнама

Бюрократия является одним из ключевых препятствий для ведения бизнеса в стране. Ввиду наличия дублирующих функций в министерствах и ведомствах и сложности вьетнамского законодательства, очень важно привлечь местного специалиста, который поможет разобраться в нормативно-правовых вопросах и специфике деловой среды.

Табл. 13. Импорт во Вьетнам: время и стоимость

Импорт	Время, ч	Стоимость, долл. США
Пограничный и таможенный контроль	56	373
Оформление документов	76	181

Источник: Всемирный банк, [Doing Business 2020](#)

Вспышки АЧС и ящура, а также опасения по поводу бактерий и использования антибиотиков привели к дефициту мяса и мясных продуктов на внутреннем рынке Вьетнама. В результате правительство предприняло усилия по стимулированию импорта этой продукции². Ожидается, что данные меры помогут ускорить длительные процедуры для экспортеров, хотя строгое соблюдение фитосанитарных норм и требований, а также длительные проверки все же не исключаются.

Нормативные требования. Экспортеры продуктов и субпродуктов из мяса должны быть предварительно одобрены властями Вьетнама³. Рассмотрение запроса на импорт в ДАН обычно занимает много времени и требует решения возникающих вопросов. На данный момент Россельхознадзор продолжает проводить работу по расширению списка российских предприятий, имеющих право поставок продукции животноводства во Вьетнам⁴.

² <https://clck.ru/UDQ6w>

³ <https://clck.ru/W4BzA>

⁴ <https://clck.ru/W4CM8>

Нетарифных мер в отношении продукции АПК в целом достаточное количество. При этом для готовой мясной продукции, прошедшей термическую обработку, их меньше, чем для сырого мяса. К примеру, для колбасы и аналогичных продуктов из мяса в герметичных контейнерах (код АНТН 1601 00 10) применяется 90 мер⁵, большинство из которых относится к следующим категориям:

- максимально допустимые количества остатков немикробиологических веществ;
- требования к маркировке;
- требования к осмотру;
- требования к сертификации.

Язык — это существенное препятствие для ведения бизнеса в стране. Во время переговоров потенциальный деловой партнер может предпочесть говорить на вьетнамском, даже если он понимает и говорит по-английски. Встречи с высокопоставленными правительственными чиновниками, вероятнее всего, будут проходить с участием переводчика. Вопрос перевода лучше заранее решить самим, пригласив переводчика, а не рассчитывать, что об этом позаботятся потенциальные партнеры. Во-первых, таким образом будут обеспечены комфортные условия проведения бизнес-встречи, а во-вторых, не стоит полагаться на переводчика с «другой стороны стола переговоров», так как есть риск получить неполную информацию.

⁵ [ITC Market Access Map](#)

Организация экспортных поставок



5

Содержание



5.1.

Логистика

5.2.

Осуществление валютно-финансовых операций

5.3.

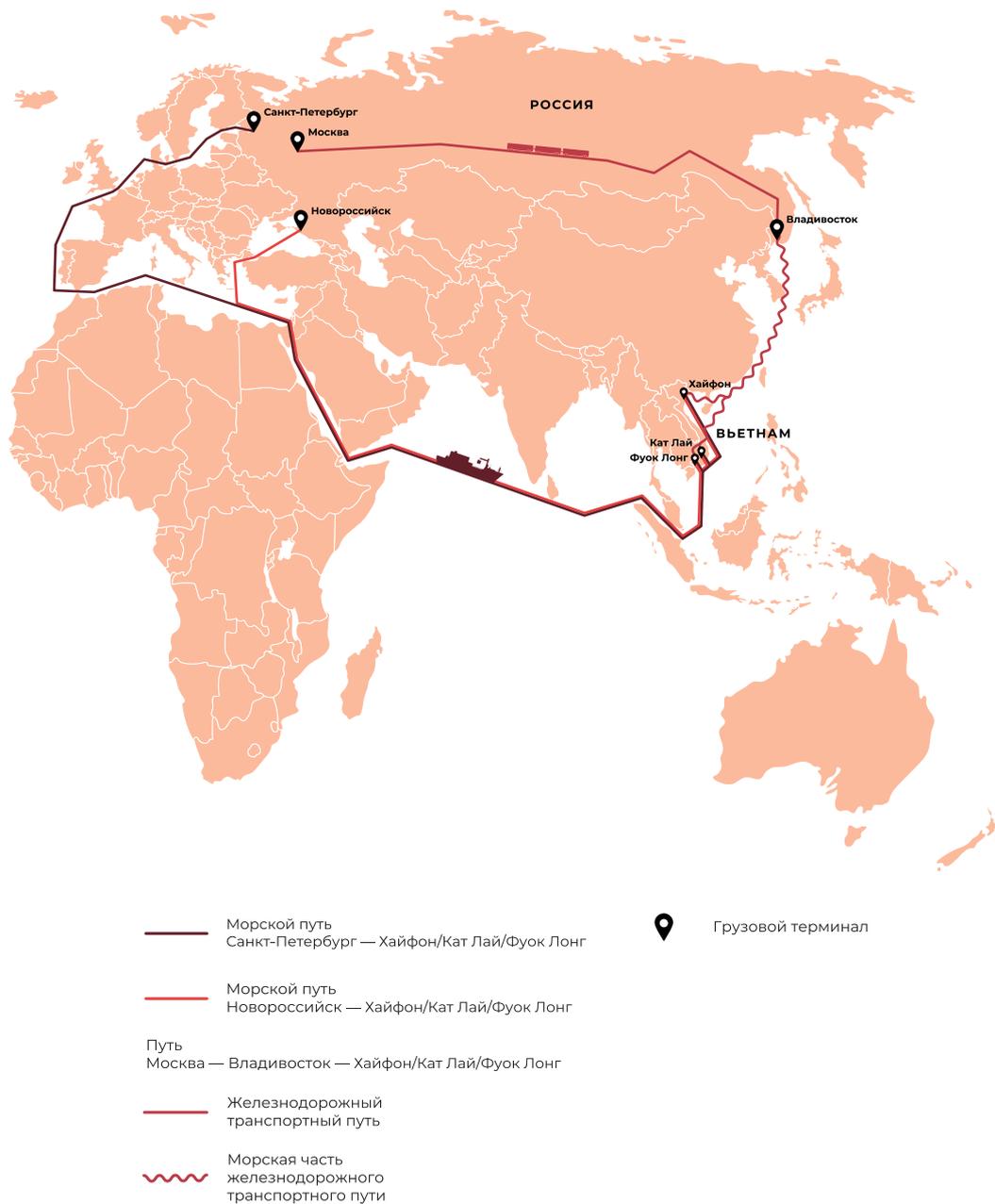
Формы присутствия на рынке

5.4.

Защита интеллектуальной собственности

5.1. Логистика

Рис. 24. Доставка мясной продукции из России во Вьетнам



Примечание. Показанные на карте границы, цветовые и графические обозначения, прочие данные не предполагают со стороны ФГБУ «Агроэкспорт», Agrifood Strategies ни оценки правового статуса территории, ни подтверждения или принятия обозначенных границ.

Существует несколько логистических путей доставки продукции, подлежащей ветеринарному контролю, из России во Вьетнам:

1) Авиаперевозка.

2) Морская перевозка. Варианты и этапы:

- автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки:
 - с перевалкой в порту;
 - без перевалки в порту;
- автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки;
- автомобильная перевозка в рефрижераторе — железнодорожная перевозка в контейнере — порт отгрузки;
- морская перевозка.

Авиаперевозка

Авиаперевозки способны обеспечить доставку лишь малых партий груза, а поддержание надлежащего температурного режима в этом случае вызовет организационные трудности. Основные международные аэропорты Вьетнама:

- Таншоннят (Хошимин);
- Камрань (Нячанг).

Для воздушной перевозки товаров, требующих температурного контроля, отправителю придется разместить груз в термоконтейнере, который нужно либо купить, либо взять в аренду. В случае приобретения в собственность вернуть или продать контейнер проблематично, поэтому потраченные на него денежные средства обычно закладываются в стоимость продукции как расходы на невозвратную тару. Подключение контейнера к электропитанию, а также необходимый температурный режим должны быть оговорены с перевозчиком отдельно.

Морская перевозка

Оптимальный способ доставки партии груза из России во Вьетнам — морским транспортом. Доставка товара в порт отправления может быть осуществлена двумя способами:

- напрямую от производителя;
- через склад накопления.

Автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки (с перевалкой в порту)

Перевозка в порт отправления может осуществляться в рефрижераторных контейнерах (рефконтейнерах) автомобильным или железнодорожным транспортом либо в рефрижераторных автомобилях (авторефрижераторах). Вместимость одного авторефрижератора составляет около 19 тонн брутто. Соответственно, наиболее экономически эффективная схема перевалки — три авторефрижератора в два рефконтейнера. Перевалка продукции из автомобилей в контейнеры должна производиться под ветеринарным контролем на специально предназначенных для этого площадках. Как правило, подобные комплексы располагаются непосредственно в портах или максимально близко к портам, чтобы сократить затраты на перемещение тяжеловесного контейнера по территории России. Ввиду расположения производств преимущественно на европейской части России подобные доставки осуществляются в основном в порты Санкт-Петербург и Новороссийск.

Автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки (без перевалки в порту)

Вместимость одного 40-футового морского рефрижераторного контейнера составляет до 27 тонн брутто. Отгрузки в 20-футовых рефконтейнерах практически не осуществляются. В связи с ограничением нагрузки на ось автопоезда при перевозках по территории России для доставки тяжелого контейнера можно использовать либо автомобиль с разрешением для провоза груза с превышением допустимой нагрузки на ось, либо автомобиль с семью осями, что позволяет распределить массу автопоезда без нарушения правил. Коробки размещаются в контейнере без палет.

Во время перевозки необходимо использовать дизель-генератор для подключения контейнера к источнику питания и обеспечения стабильной температуры внутри транспортного средства. При температуре воздуха +1 °C и ниже использование дизель-генератора желательно, но не обязательно, так как рефконтейнер сохраняет температуру продукта неизменной в течение около 24 часов. В большинстве случаев этого достаточно для доставки товара в порт отправления и подключения контейнера к постоянному источнику электропитания.

Для контроля температуры в процессе перевозки товара используют электронные (накапливают информацию о температуре) и химические (меняют цвет при нарушении температурного режима) термолоттеры. При нарушении температурного режима транспортировки получатель может отказаться от приемки товара. Во избежание подобных рисков рекомендуется подключать контейнер к источнику питания на всем маршруте следования.

Рефрижераторный контейнер должен быть подготовлен судоходной линией или транспортной компанией в соответствии с требованиями к температурному режиму перевозки конкретного продукта (процедура прохождения Pre Trip Inspection, PTI).

Перевозка осуществляется на основании CMR-накладной и облагается НДС по ставке 0%.

Автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки

Доставка до склада накопления может осуществляться как самим производителем мясной продукции, так и покупателем. Для оптимизации скорости и затрат на перевалку и хранение груз перевозится на палетах. Вместимость одного рефрижераторного автомобиля составляет около 19 тонн брутто. Таким образом, для оптимальной логистической схемы с дальнейшей отгрузкой товара в контейнерах три фуры перегружаются в два контейнера. При наиме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки и выгрузки на складах. В пиковые по нагрузке на склады сезоны (октябрь – март) срок выгрузки может достигать до двух суток.

Перевозка осуществляется на основании транспортной накладной и сопровождается бухгалтерскими документами (товарной накладной, счетом-фактурой), сертификатами качества, копией ветеринарного сопроводительного документа (ВСД).

Автомобильная доставка экспортной продукции на склад накопления считается внутрироссийской перевозкой и облагается НДС 20%, за исключением случаев, когда подрядчиком является компания, применяющая упрощенную систему налогообложения.

Склад для накопления экспортной мясной продукции должен обеспечивать надлежащую температуру хранения, быть аттестован для экспорта колбасных изделий во Вьетнам и занесен в информационную систему «Цербер», как и все без исключения места промежуточного хранения. Проверить аттестацию можно [по ссылке](#). Для перемещения продуктов, содержащих свинину, по территории России необходимо согласование региональных ветеринарных властей для предотвращения распространения болезней животных. Склады накопления, как правило, располагаются вблизи портов отправки или мест производства товара.

Основные статьи расходов при осуществлении отгрузки через склад накопления:

- погрузо-разгрузочные работы при приемке товара с автомобилями (ставка устанавливается обычно за палету);
- хранение (ставка может быть установлена за палету или тонну в зависимости от договоренности со складом и веса палеты с грузом);
- погрузо-разгрузочные работы при отгрузке товара в контейнер (ставка устанавливается, как правило, за тонну).

Работа со складом накопления возможна как напрямую, так и через комплексного логистического провайдера. При работе напрямую компания-экспортер должна заключить договор со складом и подведомственным учреждением государственной ветеринарной службы соответствующего региона для оформления сопроводительных ветеринарных документов. Также экспортеру необходимо иметь представителя своей компании на складе для осуществления операций с товаром. При работе через логистического провайдера указанные выше процедуры осуществляются его силами.

При выборе склада накопления необходимо учитывать:

- возможность хранения охлажденной продукции;
- наличие аттестации для экспорта колбасных изделий во Вьетнам;
- соблюдение уровня компартмента складов при перемещении продуктов, содержащих свинину;
- наличие государственного ветеринарного врача;
- состояние помещений для хранения;
- режим работы склада и ветеринаров на складе;
- время на обработку одного транспортного средства;
- удобство подъездных путей;
- наличие площади для накопления транспортных средств;
- резервные мощности на случай аварийных ситуаций.

Автомобильная перевозка в рефрижераторе — железнодорожная перевозка в контейнере — порт отгрузки

При перевозках через порт Владивосток в связи с удаленностью основных мест производства колбасных изделий используется доставка в порт отправления железнодорожным транспортом. При отправке по железной дороге используется два типа контейнеров:

- автономные рефрижераторные контейнеры (контейнеры со встроенным дизель-генератором для обеспечения рефрижераторной установки контейнера электропитанием); внутренний полезный объем — 61,1 м³, вместимость — порядка 25 тонн брутто;
- морские рефрижераторные контейнеры увеличенной кубатуры; внутренний полезный объем — 66–67 м³, вместимость — порядка 27 тонн брутто.

Отправки производятся с двух основных станций, расположенных в Москве: «Селятино» и «Селикатная», а также «Иня-Восточная» (Новосибирск), «Автово» (Санкт-Петербург), «Ростов-Западный» (Ростов-на-Дону), «Тихорецкая» (Казань) и др. Отправки из Москвы осуществляются ежедневно, из других пунктов — ориентировочно еженедельно. Транзитное время на доставку от Москвы до Владивостока составляет порядка 14 дней.

При отправке товара железнодорожным транспортом оформляется железнодорожная накладная (ЖДН). Для прохождения оформления в порту Владивосток необходима отправка оригиналов экспортных ветеринарных документов вместе с контейнером.

Отправке по железной дороге предшествует автомобильная доставка до станции отправления (см. подразделы «Автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки», «Автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки»).

Морская перевозка

Основные порты для доставки рефрижераторных грузов во Вьетнам:

- Хайфон (Haiphong);
- Хошимин, Кат Лай (Ho Chi Minh, Giang Nam — Cat Lai terminal);
- Хошимин, ICD Phuoc Long (Ho Chi Minh, ICD Phuoc Long).

В связи с санкционной политикой в отношении России перечень основных судоводных линий, которые осуществляют перевозки из портов России во Вьетнам, существенно изменился:

Из порта Санкт-Петербург:

- [MSC](#).

Из Новороссийска:

- [MSC](#).

Из Владивостока:

- [MSC](#);
- [FESCO](#);
- [Sinocore Line \(Heung A Line\)](#);
- [Transit LLC](#).

Транзитное время морской доставки зависит от скорости обработки грузов в транзитных портах.

Табл. 14. Ориентировочное транзитное время доставки во Вьетнам, дни

Порт отправки/ прибытия	Хайфон (Haiphong)	Хошимин, Кат Лай (Ho Chi Minh, Giang Nam — Cat Lai terminal)	Хошимин, ICD Phuoc Long (Ho Chi Minh, ICD Phuoc Long)
Санкт-Петербург	60	54	54
Новороссийск	43	—	—
Владивосток	32	13	13

Сроки и стоимость доставки

Табл. 15. Ориентировочная стоимость комплексной доставки рефрижераторных грузов во Вьетнам

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Пенза — СПб — Хайфон	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	13 200	27	0,49	65–70
МСК — СПб — Хайфон	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 200	27	0,45	60–65
СПб — СПб порт — Хайфон	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	11 200	27	0,41	60–65
Пенза — СПб — Хошимин, Кат Лай	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	13 200	27	0,49	65–70
МСК — СПб — Хошимин, Кат Лай	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 100	27	0,45	55–60
СПб — СПб порт — Хошимин, Кат Лай	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	11 100	27	0,41	55–60
Пенза — СПб — Хошимин, ICD Phuoc Long	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	13 200	27	0,49	60–65
МСК — СПб — Хошимин, ICD Phuoc Long	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 100	27	0,45	55–60
СПб — СПб порт — Хошимин, ICD Phuoc Long	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	11 100	27	0,41	55–60
Пенза — Новороссийск — Хайфон	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	14 500	27	0,54	50–55

Продолжение табл. 15.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
МСК — Новороссийск — Хайфон	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	15 000	27	0,56	50–55
Пенза — МСК — Владивосток — Хайфон	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	17 300	27	0,59	55–60
МСК — МСК — Владивосток — Хайфон	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	17 300	27	0,59	55–60
СПб — МСК — Владивосток — Хайфон	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	17 300	27	0,59	55–60
Пенза — МСК — Владивосток — Хошимин, Кат Лай	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	17 300	27	0,59	40–45
МСК — МСК — Владивосток — Хошимин, Кат Лай	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	17 300	27	0,59	35–40
СПб — МСК — Владивосток — Хошимин, Кат Лай	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	17 300	27	0,59	35–40
Пенза — МСК — Владивосток — Хошимин, ICD Phuoc Long	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	17 300	27	0,59	40–45

Продолжение табл. 15.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
МСК — МСК — Владивосток — Хошимин, ICD Phuoc Long	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	17 300	27	0,59	35–40
СПб — МСК — Владивосток — Хошимин, ICD Phuoc Long	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	17 300	27	0,59	35–40
Пенза — МСК — Владивосток — Хайфон	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	17 000	25	0,59	55–60
МСК — МСК — Владивосток — Хайфон	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	17 000	25	0,59	55–60
СПб — МСК — Владивосток — Хайфон	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	17 000	25	0,59	55–60
Пенза — МСК — Владивосток — Хошимин, Кат Лай	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	17 000	25	0,59	40–45
МСК — МСК — Владивосток — Хошимин, Кат Лай	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	17 000	25	0,59	35–40
СПб — МСК — Владивосток — Хошимин, Кат Лай	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	17 000	25	0,59	35–40

Продолжение табл. 15.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Пенза — МСК — Владивосток — Хошимин, ICD Phuoc Long	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	17 000	25	0,59	40–45
МСК — МСК — Владивосток — Хошимин, ICD Phuoc Long	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	17 000	25	0,59	35–40
СПб — МСК — Владивосток — Хошимин, ICD Phuoc Long	Автомобиль — ж/д — судно	40' автономный рефконтейнер	17 000	25	0,59	35–40

В связи с переориентацией грузопотоков в сторону Азии грузы простаивают в порту Владивосток в ожидании обработки и дальнейшей отправки на судне в порт назначения. Данная процедура существенно увеличивает сроки доставки груза, а также может влиять на стоимость перевозки (дополнительные расходы на подключение к электричеству и сверхнормативное использование контейнера в порту Владивосток).

Указаны действующие на январь 2023 г. ставки. В ставки включены все необходимые расходы: наземная доставка рефконтейнера с грузом весом до 27 тонн брутто, фрахт, дизель-генератор, ветеринарное и таможенное оформление, внутрипортовое экспедирование, взвешивание контейнера, оформление сертификата происхождения. Ставки рассчитаны по курсу 70 руб. за доллар США.

В перечне ставок указаны отправки из Пензы, Москвы и Санкт-Петербурга (в этих регионах расположены крупные производства колбасных изделий). Оптимальным маршрутом перевозки из указанных регионов может быть любой из перечисленных вариантов в зависимости от приоритетов выбора: срок доставки, цена, размер грузовой партии, наличие потенциально рискованных транзитных портов, возможность поддержания постоянной температуры в контейнере на всем протяжении маршрута (встроенный дизель-генератор), возможность и скорость получения балансового платежа по контракту (часто — после предоставления коносамента).

Согласно программе поддержки экспорта в России, на основании [Постановления Правительства РФ от 15 сентября 2017 г. №1104](#) с изменениями и дополнениями экспортеры имеют право на возмещение части транспортных затрат в размере 25%, но не более 30% от стоимости товара посредством подачи соответствующей заявки в Российский экспортный центр (более подробная информация размещена в разделе 11 «Государственная поддержка экспорта продукции АПК»).

Таможня

Таможенное оформление мясных изделий на экспорт осуществляется двумя способами: с использованием печати таможенного представителя и с помощью собственной электронно-цифровой подписи экспортера. Для таможенного оформления необходимы следующие документы:

- международный контракт;
- уникальный номер контракта (бывший паспорт сделки);
- инвойс;
- спецификация;
- упаковочный лист;
- экспортный ветеринарный сертификат;
- подтверждение платежа согласно условиям контракта.

Экспортную таможенную декларацию можно оформить на таможенном посту как по месту нахождения отправителя, так и в пункте пересечения границы Российской Федерации.

Возможные контрагенты

- 1) Комплексные логистические провайдеры с возможностью предоставления склада накопления и отправки продукции различными видами транспорта и через различные порты России:

- [ООО «ГК «СУПЕРКАРГО»](#);
- [ООО «Теора Групп»](#).

2) Железнодорожные операторы:

- [ООО «РЖД Логистика»](#);
- [ООО «Рефагротранс»](#);
- [ООО «Дальрефтранс»](#).

3) Сюрвейерские компании:

- [SGS](#);
- [TOP FRAME](#);
- [IPC NORMANN](#).

4) Контакты морских линий приведены в подразделе «Морская перевозка».

Ветеринарные документы

С требованиями к продукции и ветеринарным сопроводительным документам можно ознакомиться в главе 3 «Стандарты на продукцию» и разделе 4.1 «Особенности таможенных процедур».

Документы для подтверждения факта экспортной отгрузки

Компании — экспортеры мясной продукции имеют право на возмещение уплаченного НДС. Для возврата средств обязательным является подтверждение факта экспорта на основании следующих документов:

- международный контракт;
- уникальный номер контракта (ранее паспорт сделки) в случае его оформления;
- инвойс;
- спецификация;
- упаковочный лист;
- подтверждение платежа согласно условиям контракта;
- CMR-накладная;
- поручение на погрузку (в случае морской перевозки);

- коносамент (в случае морской перевозки);
- таможенная декларация с печатью о вывозе товара с территории Российской Федерации.

Логистические риски

При транспортировке грузов могут возникать различные риски. Перечислим наиболее распространенные.

Страхуемые риски

В данную категорию входят следующие риски:

- a)** утрата (гибель), недостача или повреждение всего или части застрахованного груза;
- b)** возникновение непредвиденных расходов в виде:
 - расходов и взносов по общей аварии, которые обязан понести страхователь/выгодоприобретатель;
 - необходимых и целесообразных расходов по уменьшению возможных убытков, включая расходы по спасанию и/или сохранению груза, установлению размера убытков, если убытки возникли в результате страхового случая;
- c)** неполучение ожидаемых доходов от реализации застрахованного груза по независящим от страхователя и/или выгодоприобретателя обстоятельствам вследствие утраты (гибели), недостачи или повреждения застрахованного груза в период его перевозки и/или непрерывного временного хранения груза в пунктах перегрузок и/или перевалок;
- d)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате удара молнии, бури, вихря, урагана, шторма, извержения вулкана и других стихийных бедствий;
- e)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате пожара, взрыва на перевозочном средстве, а также вследствие мер, принятых для спасания или тушения пожара;
- f)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения или столкновения судов, удара их о неподвижные или плавучие предметы, посадки судна на мель, повреждения судна льдом, провала мостов, подмочки забортной водой;

- g) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения или столкновения наземных перевозочных средств, их удара о подвижные или неподвижные предметы, дорожно-транспортного происшествия при перевозке груза автомобильным транспортным средством, схода с рельсов железнодорожных транспортных средств, провала мостов;
- h) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения, падения или столкновения самолетов, других воздушных транспортных средств;
- i) утрата (гибель) застрахованного груза в результате пропажи морского/речного и/или воздушного судна, перевозившего груз, без вести;
- j) утрата (гибель) или повреждение всего застрахованного груза или целого места застрахованного груза (кроме перевозок насыпью, навалом, наливом) или части застрахованного груза (для перевозок насыпью, навалом, наливом) при погрузке, укладке, перегрузке (перевалке), выгрузке застрахованного груза или приеме судном топлива;
- к) подмочка груза атмосферными осадками;
- l) выбрасывание за борт и смывание волной палубного груза или груза, перевозимого в беспалубных судах;
- m) нарушение температурного режима (влияние температуры) в результате остановки рефмашины в результате ее поломки на срок не менее 24 непрерывных часов при условии, что груз перевозится на транспорте (рефрижераторе), оборудованном исправными устройствами записи температуры воздуха внутри рефрижератора в период перевозки груза (самописцами);
- n) кража и/или грабеж, и/или разбой.

Санкционно-военные риски. Данная категория связана в основном с действиями третьих стран. В настоящее время такие риски не принимаются к страхованию. Основной ущерб при таких рисках связан с задержками и возможными расходами на хранение в результате ареста, конфискации или иных действий третьих стран, через которые осуществляется транзит грузов, или потерей груза в результате военных рисков.

Коммерческие риски. Продажа товара на условиях Incoterms, не включающих ответственность за перевозку товара, не избавляет экспортера/отправителя от рисков по хранению и доставке продукции. Если получатель отказался от груза или судоходная линия по каким-либо причинам не может потребовать с получателя причитающиеся ей платежи, то на основании условий коносамента соответствующие суммы могут быть взысканы с отправителя груза как с субсидиарного ответчика.

В моменты существенного падения рыночной цены на товар возможны отказы от предоплаты за груз и получения груза, находящегося в пути. Подобные действия со стороны получателя/покупателя ведут к рискам простоя контейнеров в порту назначения за счет продавца/отправителя. Если в сделке участвует трейдер, не указанный в коносаменте, риски по простоям несет отправитель согласно коносаменту.

Иногда возникают споры с транспортными компаниями по вопросам качества доставленного товара. Чаще всего претензии связаны с такими проблемами, как:

- нарушение температурного режима;
- несоответствие маркировки продукции;
- ненадлежащий внешний вид продукции;
- пересортица.

Перевозчик (как морской, так и наземный) вправе требовать от стороны, предъявляющей претензию, доказательств качества погруженной продукции. В данной ситуации рекомендуется присутствие на погрузке сюрвейера, контролирующего количество и качество продукции на этапе ее погрузки в транспортное средство. Предоставление сюрвейерского отчета часто позволяет обоснованно ответить на претензию получателя и сократить возможные потери.

5.2. Осуществление валютно-финансовых операций

Порядок осуществления валютно-финансовых операций

Центральным банком — Государственным банком Вьетнама (SBV), главным органом финансового регулирования в стране. Валютное регулирование осуществляется Правительством Вьетнама и Государственным банком Вьетнама. Официальной валютой Вьетнама — вьетнамский донг, не является свободно конвертируемой валютой, ее конвертация возможна только по решению SBV. В стране отсутствует валютная биржа, на которой бы торговались вьетнамский донг или иностранная валюта.

На резидентов распространяется требование Государственного банка Вьетнама по хранению валютной выручки, полученной от валютно-финансовых операций, исключительно на валютных счетах в кредитных организациях, имеющих разрешение на открытие и обслуживание таких счетов. Осуществление любых валютных переводов и расчетов также возможно только через эти организации. Кроме того, хранение валюты на зарубежных счетах возможно только с разрешения SBV. Выручка от валютно-финансовых операций должна

быть переведена резидентами на валютный счет в уполномоченной кредитной организации во Вьетнаме в срок, указанный в договоре.

Государственный банк Вьетнама использует механизмы валютного контроля, призванные ограничить отток иностранной валюты. Цель SBV — поддерживать стабильный обменный курс таким образом, чтобы любое его разовое ослабление составляло не более 2%. Несмотря на это, доступность иностранной валюты периодически является проблемой из-за сохраняющегося в стране дефицита торгового баланса. В соответствии с регулированием SBV иностранные предприятия могут переводить в свободно конвертируемой валюте всю выручку от валютно-финансовых операций. Нерезиденты и резиденты — иностранные граждане имеют право переводить за границу валютные денежные средства, находящиеся на их счетах.

Перечень основных документов, необходимых для осуществления валютно-финансовых операций

К основным документам, необходимым экспортерам для осуществления валютно-финансовых операций при организации поставок во Вьетнаме, относятся:

- таможенная декларация;
- контракт купли-продажи или документы эквивалентной юридической силы. Контракт должен быть составлен на вьетнамском или английском языке;
- счет-фактура, в котором указаны все проданные товары и стоимость каждого из них, выдается клиенту производителем или дилером;
- коносамент, подтверждающий качество, состояние и количество товара, полученного перевозчиком;
- упаковочный лист, в котором указаны вес, способ упаковки и код товарной номенклатуры для каждого товара;
- сертификат о происхождении товара, подтверждающий, что импортируемые товары были произведены и приобретены в конкретной стране происхождения.

Каждый документ должен быть представлен в оригинале и как минимум в одной копии.

Особенности практики применения вариантов взаиморасчетов

К наиболее распространенным формам расчетов среди компаний, экспортирующих товары во Вьетнам, следует отнести открытие аккредитивов и банковские переводы. Для российских компаний-экспортеров возможны переводы во Вьетнам по банковским реквизитам в национальных валютах.

Сложившаяся деловая практика показывает, что вьетнамские компании часто отказываются от использования подтвержденных аккредитивов из-за дополнительных затрат и требований банков к их обеспечению. Местные компании с приемлемым кредитным риском, включая крупные частные компании и государственные предприятия, обычно могут получить кредитные линии, включая финансирование импорта, от иностранных банков. Наиболее распространены аккредитивы на срок до 60, 90 или 120 дней. Отмечается, что продукты и услуги иностранных банков обладают большими гибкостью и привлекательностью, но затраты на торговое финансирование будут ниже в случае открытия аккредитива одним из четырех государственных банков или 34 частных коммерческих банков Вьетнама. Использование аккредитивов позволит нивелировать риски неполучения средств от вьетнамских контрагентов, в то время как с надежными партнерами резонно обсуждать варианты прямых банковских переводов в российских рублях или вьетнамских донгах.

Можно выделить ряд крупных и надежных банков Вьетнама (табл. 16).

Табл. 16. Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

Банк	Описание	Сайт ⁶
Вьетнамский банк сельского хозяйства и развития сельских районов (Agribank)	Основан 26 марта 1988 г. Один из ведущих коммерческих банков Вьетнама, играет важную роль в осуществлении денежно-кредитной политики, обеспечении макроэкономической стабильности, экономического роста, развитии сельского хозяйства и сельских районов	www.agribank.com.vn/
Bank for Investment and Development of Vietnam	Создан 26 апреля 1957 г. Крупнейший государственный банк Вьетнама по размеру активов (72 млрд долл. США по состоянию на июнь 2021 г.)	www.bidv.com.vn/

⁶ Для открытия некоторых сайтов необходимо воспользоваться VPN.

Продолжение табл. 16.

Банк	Описание	Сайт ⁶
Акционерный коммерческий банк внешней торговли Вьетнама (Вьеткомбанк)	Основан 1 апреля 1963 г. как Банк внешней торговли Вьетнама. Имеет 116 филиалов и 474 операционных офиса во Вьетнаме, три местных дочерних предприятия, три зарубежных дочерних предприятия, три совместных предприятия и зарубежное представительство в Сингапуре	www.vietcombank.com.vn/
Вьетнамский банк промышленности и торговли (Vietinbank)	Создан Государственным банком Вьетнама в 1991 г. Одна из крупнейших финансовых организаций Вьетнама	www.vietinbank.vn/
Восточный коммерческий акционерный банк (The Orient Commercial Joint Stock Bank)	Основан 10 июня 1996 г. Ведущий частный коммерческий банк	www.ocb.com.vn/
Asia Commercial Bank	Зарегистрирован 19 мая 1993 г. Крупнейший частный банк Вьетнама по размеру активов, со штаб-квартирой в Хошимине	www.acb.com.vn/

5.3. Формы присутствия на рынке

Благодаря динамичности вьетнамской экономики открытие бизнеса во Вьетнаме стало привлекательным для многих транснациональных корпораций.

Деятельность коммерческих компаний во Вьетнаме регулируют:

- Закон от 26 ноября 2014 г. №68/2014/QН13 «О предприятиях»;
- Закон от 26 ноября 2014 г. №67/2014/QН13 «Об инвестициях».

Нормативно-правовые документы Вьетнама расположены на [интернет-портале](#).

Иностранные инвесторы могут открыть компанию во Вьетнаме, выбрав одну из следующих организационно-правовых форм ведения бизнеса:

- общество (компания) с ограниченной ответственностью;
- акционерное общество;

- партнерство (простое товарищество);
- индивидуальное предпринимательство (частное предприятие);
- филиал иностранной компании;
- представительство иностранной компании.

Общество (компания) с ограниченной ответственностью

Создается участниками в количестве от 1 до 50 человек. Компания может быть зарегистрирована как с полным, так и с частичным участием иностранного капитала.

Законодательство Вьетнама разрешает иностранным компаниям вести бизнес в большинстве секторов, таких как торговля, производство, информационные технологии, логистика.

Документы, необходимые для создания общества, в соответствии с Законом о предприятиях:

- форма для регистрации бизнеса;
- устав компании;
- список участников;
- копии удостоверений личности участников, являющихся физическими лицами, и уполномоченных представителей членов, являющихся организациями;
- решение об учреждении.

Директором компании может быть только резидент страны, который должен:

- находиться во Вьетнаме;
- иметь разрешение на работу во Вьетнаме. Однако, если директор является учредителем, разрешение на работу не требуется;
- предъявить доказательства 12-месячного стажа работы в данной должности.

Для оформления вьетнамского общества (компания) с ограниченной ответственностью необходимо:

- получить сертификат иностранного инвестирования (FIC) (требуется правительством Вьетнама, чтобы разрешить иностранцам инвестировать во Вьетнам);

- иметь офис во Вьетнаме;
- получить свидетельство о депозите на сумму уставного капитала;
- открыть корпоративный счет в банке Вьетнама;
- ежегодно предоставлять властям отчет о доходах компании;
- подавать годовую финансовую отчетность, заверенную профессиональным аудитором.

Акционерное общество

Может быть создано с частично или полностью иностранным капиталом. Рекомендуется выбирать такую организационно-правовую форму для среднего и крупного бизнеса. Минимальное число акционеров — 3, максимальное — не ограничено. К процессу регистрации акционерного общества предъявляются более строгие требования. Одно из основных различий между обществом (компанией) с ограниченной ответственностью и акционерным обществом заключается в том, что последнему разрешено выпускать акции и проводить листинг на фондовой бирже.

Требования к инвестиционному капиталу при регистрации компании во Вьетнаме для большинства направлений бизнеса отсутствуют. Однако в отдельных отраслях минимальный размер уставного капитала может быть предусмотрен в качестве условия для выдачи лицензии на ведение определенного вида хозяйственной деятельности.

Сервисные компании, например консалтинговые, могут использовать адрес виртуального офиса. Однако для осуществления большинства видов деятельности (производство, розничная торговля и др.) зарегистрированные компании должны физически находиться во Вьетнаме или иметь здесь офис.

Если иностранный инвестор планирует создание компании со 100%-ным иностранным капиталом или компании, имеющей 51% и более иностранной собственности в уставном капитале (в том числе собственности совместной компании, в которой иностранная доля составляет 51% и более), необходимо предварительно зарегистрировать инвестиционный проект.

Партнерство (простое товарищество)

Может быть зарегистрировано минимум двумя участниками, которые несут неограниченную ответственность по обязательствам товарищества.

Индивидуальное предпринимательство (частное предприятие)

Участник частного предприятия несет неограниченную ответственность по обязательствам предприятия.

Одни из наиболее распространенных и рекомендуемых форм присутствия иностранных компаний на начальном этапе работы во Вьетнаме — филиалы и представительства иностранных компаний.

Основные нормативные правовые акты, регулирующие создание и деятельность филиалов и представительств иностранных компаний на территории Вьетнама:

- Закон от 14 июня 2005 г. №36/2005/QH11 «О торговле»;
- Постановление Правительства Социалистической Республики Вьетнам от 25 января 2016 г. №07/2016/NĐ-CP «О порядке применения Закона «О торговле» в части, касающейся представительств и филиалов иностранных компаний во Вьетнаме».

Срок, на который создается представительство или филиал (отделение) компании, равен пяти годам, но не более срока деятельности компании, указанного в свидетельстве о регистрации. По истечении данного срока для продолжения деятельности представительства или филиала необходимо продлевать разрешение на их создание.

Филиал иностранной компании

Филиал является продолжением материнской компании. Согласно Постановлению №07/2016/NĐ-CP, иностранные компании, которые ведут бизнес за границей в течение пяти лет и более, имеют право открыть филиал во Вьетнаме. При этом филиал может быть учрежден только в таких сферах, как банковская, финансовая, юридическая деятельность, культура, образование, туризм и других, установленных нормативными актами Вьетнама.

Филиал иностранной компании вправе:

- осуществлять деятельность по купле-продаже товаров, а также любые другие разрешенные виды деятельности, связанные с торговлей, в соответствии с разрешением на создание филиала (отделения), выданным согласно вьетнамскому законодательству, или в соответствии с международными договорами, членами которых является Вьетнам;
- арендовать офисное помещение, брать в аренду или приобретать средства и предметы, необходимые для осуществления деятельности филиала;
- в соответствии с вьетнамским законодательством нанимать работников — граждан Вьетнама и других государств для работы в филиале;
- заключать договоры во Вьетнаме в рамках деятельности, указанной в разрешении на создание филиала;
- открывать счет в иностранной валюте и во вьетнамских донгах в банке, осуществляющем свою деятельность во Вьетнаме;

- переводить прибыль в иностранное государство в соответствии с вьетнамским законодательством;
- иметь печать с наименованием филиала, изготовленную в соответствии с вьетнамским законодательством;
- пользоваться другими правами, предусмотренными вьетнамским законодательством.

Представительство иностранной компании

Зарегистрировать представительство во Вьетнаме могут иностранные компании, работающие здесь более одного года.

Представительство иностранной компании вправе:

- осуществлять деятельность, связанную с продвижением и развитием торговли и коммерческих проектов иностранной компании во Вьетнаме;
- проводить маркетинговую деятельность, оказывать услуги компании, которую оно представляет, и получать услуги от этой компании;
- следить за осуществлением и оказывать влияние на осуществление договоров, заключенных компанией, которую оно представляет, с партнерами на вьетнамском рынке;
- арендовать офисное помещение, брать в аренду или приобретать средства и предметы, необходимые для осуществления деятельности представительства;
- в соответствии с вьетнамским законодательством нанимать работников — граждан Вьетнама и других государств для работы в представительстве;
- открывать счет в иностранной валюте, во вьетнамских донгах, приобретенных на доллары США в банке, осуществляющем свою деятельность во Вьетнаме, и использовать этот счет только для обеспечения деятельности представительства;
- иметь печать с наименованием представительства, изготовленную в соответствии с вьетнамским законодательством;
- пользоваться другими правами, предусмотренными вьетнамским законодательством.

Документы, необходимые для регистрации филиала или представительства иностранной компании во Вьетнаме:

- форма заявки, выданная Министерством промышленности и торговли и подписанная компетентным представителем иностранного трейдера;

- копия свидетельства о регистрации основного предприятия;
- письмо о назначении руководителя филиала;
- копии проверенных финансовых отчетов или сертификатов об исполнении налоговых обязательств за предыдущий финансовый год в качестве доказательства существования иностранного предприятия и ведения им деятельности, выданные или заверенные компетентными органами по месту нахождения иностранной компании;
- устав филиала;
- паспорт руководителя филиала;
- документы о предполагаемом местонахождении филиала (Меморандум о взаимопонимании (MOU) или договоры аренды).

Для регистрации компании во Вьетнаме, а также для выбора конкретной формы ведения бизнеса рекомендуется обратиться за [независимой юридической консультацией](#).

В среднем регистрация компании во Вьетнаме занимает около месяца. Однако в зависимости от выбранного направления деятельности бизнеса и организационно-правовой формы некоторым компаниям потребуется подать заявку на получение сублицензии. В таких случаях процесс регистрации может продлиться до трех месяцев.

Ежегодный налог (патент), который должны оплачивать все компании, зарегистрированные во Вьетнаме, составляет 2 млн донгов. Также при регистрации компании в налоговой инспекции необходимо оформить USB-накопитель для последующей подачи налоговых деклараций. Каждые 18 месяцев компании должны приобретать электронные красные чеки (примерная стоимость — 2,5 млн донгов).

5.4. Защита интеллектуальной собственности

Законы в области интеллектуальной собственности (ИС) Вьетнама постоянно обновляются и совершенствуются. Вопросами охраны и регистрации прав ИС занимается [Национальное ведомство по интеллектуальной собственности \(NOIP\)](#) при [Министерстве науки и технологий Вьетнама](#). На сайте ведомства в соответствующих разделах представлена информация [о порядке регистрации торговой марки](#) и [патента](#).

Особенности правового регулирования

Стоит отметить привлекательность действующего режима охраны географических указаний (ГУ). Все больше иностранных предприятий регистрируют ГУ во Вьетнаме.

12 ноября 2018 г. Вьетнам ратифицировал СРТПР в части усиления защиты прав ИС. Согласно [Закону «Об интеллектуальной собственности»](#) правовая охрана распространяется на ГУ и наименования мест происхождения товаров. Для этого требуется регистрация в Национальном ведомстве по интеллектуальной собственности. Срок действия сертификата (свидетельства) об исключительном праве не ограничен.

В качестве товарных знаков можно регистрировать видимые знаки, такие как буквы, слова, рисунки или изображения (включая голограммы) или их комбинации, представленные в одном или нескольких цветах, а также трехмерные знаки (фигуры).

Процедура регистрации включает в себя следующие этапы:

- формальную экспертизу заявки;
- основную экспертизу заявки;
- возражения третьих лиц на регистрацию товарного знака;
- регистрацию/выдачу сертификата (свидетельства) о регистрации.

Следует помнить о принципе «первенства подачи», которое означает, что физическое или юридическое лицо, первым подавшее заявку на товарный знак, обладает преимуществом в защите своих прав перед другими заявителями.

Во Вьетнаме применяется установленная Ницким соглашением (1957 г.) международная классификация товаров и услуг, насчитывающая 45 классов. При заполнении регистрационной формы заявитель выбирает соответствующую категорию товаров и услуг. Одна заявка может быть подана для регистрации товарного знака более чем в одном классе товаров или услуг.

Рекомендуется учитывать возможность использования одного товарного знака для сопутствующих товаров или услуг, а не просто рассматривать непосредственный класс, в котором будет продаваться продукт. Товарные знаки охраняются в течение 10 лет с момента получения заявки; охрана может быть продлена на неограниченный срок.

Национальная служба по надзору за деятельностью на рынке⁷ при Министерстве промышленности и торговли отслеживает все нарушения, вплоть до передачи дела в суд. Так, встречаются случаи подделки брендов и дезинформации относительно происхождения технологий. Но в пищевой промышленности нарушения прав ИС не такие частые и серьезные, как в сфере информационных технологий, музыки или издательского дела.

Стоит также отметить, что Вьетнам является официальным членом Мадридского протокола и участником Парижской конвенции, закрепляя равные права для регистрации товарных знаков иностранными лицами. При международной регистрации единственным дополнительным требованием является обязательное привлечение уполномоченных адвокатов.

Торговые марки, патенты и другие объекты ИС во Вьетнаме охраняются согласно положениям нормативных правовых актов. Более подробно об источниках правового регулирования см. в приложении №2.



⁷ <https://clck.ru/UDVAn>

Продвижение продукции



Содержание

6.1.

Ключевые факторы успеха на рынке

6.2.

Отраслевые выставки



6.1. Ключевые факторы успеха на рынке

География выхода на рынок

Для успешного выхода на рынок Вьетнама в первую очередь рекомендуется ориентироваться на мегаполисы и крупные города, где покупательная способность потребителей выше благодаря более высокому уровню доходов, и, как следствие, большему потреблению мяса и мясной продукции. Городские жители, как правило, более осведомлены о пользе различных продуктов питания и положительно воспринимают импортную продукцию. Также в крупных городах сконцентрировано большое количество заведений общественного питания.

Упаковка

Внимание местных потребителей всегда привлекала упаковка товара, которая позволяет отличать один товар от другого и формировать потребительскую лояльность. Население Вьетнама, как правило, отдает предпочтение упаковке небольших порций товара, адаптированных под местную покупательскую способность.

Пандемия COVID-19 в еще большей степени повлияла на увеличение производства и продаж упакованных продуктов питания, в том числе и мясных изделий. Ожидается, что в краткосрочной и среднесрочной перспективе эта тенденция сохранится.

Ассортимент продукции

Урбанизация и рост располагаемых доходов населения формирует спрос на различные виды мясной продукции, потребители расширяют свой рацион питания. В последние годы они охотнее покупают мясную продукцию со знаками «есо» и «organic».

Ценовая политика

Фактор цены остается важным для большинства потребителей Вьетнама, особенно в сельских регионах, в связи с чем особой популярностью пользуются товары низкого и среднего ценового сегмента. Это также касается и готовой мясной продукции.

Онлайн-торговля

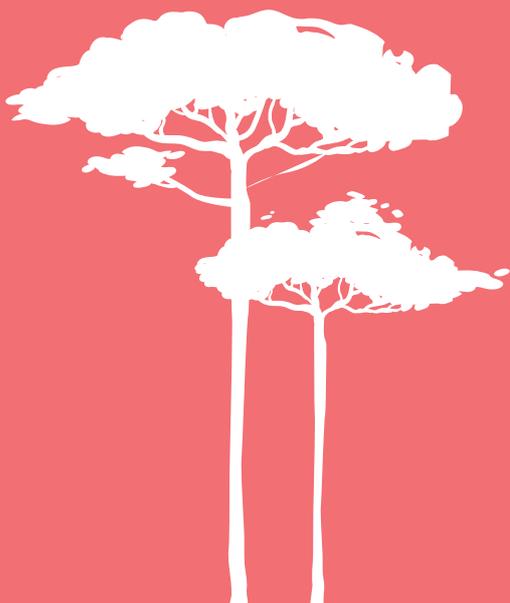
Интернет-магазины и еда на вынос — новая тенденция во Вьетнаме, которая в разы усилилась в результате пандемии COVID-19. Вьетнамские потребители продолжали делать покупки онлайн, забирать еду из ресторанов и пользоваться услугами доставки, даже когда были сняты антиковидные ограничения. Предприятия общественного питания и розничной торговли расширяют свою деятельность, сотрудничают с платформами электронной коммерции.

6.2. Отраслевые выставки

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
Vietfood & Beverage / ProPack Vietnam Международная выставка продуктов питания, напитков и упаковки http://hn.foodexvietnam.com/en	Ханой I.C.E. International Center of Exhibition	09-11.11.2023
Food & Hotel Hanoi Международная выставка продуктов питания, напитков и индустрии гостеприимства https://foodnhotelhanoi.com/en-us/	Ханой I.C.E. International Center of Exhibition	21-23.11.2023
Food & Hotel Vietnam Международная выставка продуктов питания, напитков и индустрии гостеприимства https://foodnhotelvietnam.com/	Хошимин Saigon Exhibition and Convention Center	19-21.03.2024
Fi Vietnam Международная выставка пищевых ингредиентов и добавок https://clck.ru/W4GwS	Хошимин Saigon Exhibition and Convention Center	08-10.05.2024
Vietnam Foodexpo Международная выставка продуктов питания https://foodexpo.vn/en/index.php	Хошимин Saigon Exhibition and Convention Center	Даты на 2023 г. уточняются

Особенности деловой культуры





Вьетнам — это древнее государство с богатой историей и культурой, где бизнес-этикет формируется как под влиянием традиций, так и современных тенденций. Например, во время деловых встреч допускается традиционное европейское рукопожатие, которое ранее считалось недопустимым.

Как и в других азиатских странах, концепция «лица» имеет здесь первостепенное значение. Важен принцип иерархии и старшинства, который необходимо соблюдать на переговорах, при оказании услуг или при ведении бизнеса.

Принятие решения о бизнесе во Вьетнаме

Перед принятием решения о ведении бизнеса во Вьетнаме необходимо провести детальное исследование рынка, чтобы определить наиболее подходящую стратегию входа. Важно определиться с такими вопросами как рыночный спрос, правила доступа на рынок, цены, предпочтения потребителей, конкуренты, каналы сбыта и налоги и т.п.

На следующем этапе рекомендуется поехать в страну, чтобы на месте оценить партнерские отношения и налаживать связи, а также выявлять новые возможности, существующие проблемы и потенциальные препятствия. Вьетнамцы высоко ценят личные встречи с новыми экспортерами. Кроме того, личное знакомство или рекомендация государственных учреждений, торговых ассоциаций и/или существующих торговых партнеров повысит авторитет фирмы.

Планирование встречи

Деловые встречи нередко переносятся. С высокопоставленными чиновниками и должностными лицами оговоренные даты могут изменяться незадолго до назначенного срока. Поэтому рекомендуется периодически подтверждать их, а также быстро реагировать на проявление инициатив со стороны вьетнамских партнеров. Пунктуальность считается признаком уважения.

Этикет приветствия

Рукопожатие как приветствие вошло в обиход как у мужчин, так и у женщин. Как правило, первым подает руку самый старший представитель принимающей стороны. В знак уважения рекомендуется слегка обхватить его руку обеими руками. Кивок и улыбка также являются распространенной формой приветствия.

При обращении к деловым партнерам важно помнить, что во вьетнамской культуре фамилия стоит перед именем. Обычно называют фамилию и полное имя. В деловой беседе к вьетнамцам лучше обращаться «господин»/«госпожа». Следует учитывать, что некоторые привычные для европейцев жесты могут быть не поняты вьетнамцами. Например, скрещивание ног — проявление неуважения; скрещивание рук — недовольство; подзывание рукой — грубость.

Прямая постановка вопроса, категоричный отказ и попытка сразу же «перейти к делу» могут быть восприняты негативно.

Стиль одежды

Официальные мероприятия и встречи предполагают деловой дресс-код. Для мужчин уместны костюмы, для женщин — юбка с блузкой. При посещении производственных объектов рекомендуется повседневный стиль. В любом случае одежда должна быть нейтральных тонов.



Подарки

На деловой встрече принято обмениваться подарками. Вручать подарки лучше после успешных переговоров или во время делового ужина. По правилам хорошего тона подарок передают обеими руками и поясняют повод. Например, как выражение признательности или благодарности. Не следует дарить предметы личного пользования или дорогие вещи. Приветствуются корпоративные подарки.

Визитные карточки

Вьетнам — азиатское государство, здесь традиционно обмениваются визитными карточками обеими руками. Приняв визитную карточку, ее нужно бегло прочесть и положить на стол рядом с собой.

Деловое общение

На деловые мероприятия к вьетнамским партнерам рекомендуется приходить в сопровождении своего переводчика.

Переговоры обычно начинаются с приветственного слова принимающей стороны. Далее следует представление всех участников. Затем вьетнамская сторона рассказывает о своей компании и специфике ее деятельности. Рекомендуется внимательно выслушать презентацию, сделать пометки. Все вопросы следует задавать только после того, как вас представят. Это важно, так как вьетнамцы часто неохотно идут на контакт, если ничего не знают о деловом партнере.

Многие иностранные партнеры совершают распространенную ошибку, принимая радушный прием вьетнамцев за готовность к заключению сделки. Но зачастую это всего лишь означает вежливое отношение и готовность продолжать переговоры. Вьетнамцы избегают прямолинейности, и у них не принято говорить «нет». «Да» может выражать лишь понимание, а не полное согласие. В ходе переговоров договоренности могут пересматриваться, поэтому важно проявлять гибкость и терпение.

Вьетнамские компании часто не отвечают на предложения, которые их не интересуют. Они могут проявить большой интерес в начале обсуждения, но потерять его, узнав о трудностях в реализации проекта.

После личного знакомства важную роль в построении деловых отношений играет поддержание контакта, в том числе телефонные звонки и электронные письма.

Особенности ведения бизнеса

Вьетнамские малые и средние предприятия часто недостаточно осведомлены о торговых практиках и правилах. Поэтому перед началом сотрудничества важно убедиться, что местный партнер информирован о процедурах импорта и дистрибуции, включая регистрацию продуктов, маркировку и процедуры таможенного оформления.

Кроме того, вьетнамские предприятия, как правило, более чувствительны к цене, чем к качеству, и часто стремятся к эксклюзивным правам на импорт и дистрибуцию, а также к финансовой поддержке при запуске новых продуктов на рынок и маркетинговой деятельности.

При ведении бизнеса с партнерами во Вьетнаме важно учитывать возможность изменения объемов товарных партий. Небольшие заказы обычно размещаются, чтобы «прощупать почву», но это не означает, что местный импортер несерьезно относится к совместной работе.

Если сотрудничество с вьетнамскими импортерами только начинается, следует серьезно отнестись к вопросу получения оплаты, даже если местный партнер имеет солидную репутацию. При невозможности осуществления 100% предоплаты вьетнамской стороной, наиболее безопасным условием платежа является безотзывный аккредитив.

При планировании деловых поездок во Вьетнам следует учитывать нерабочие праздничные дни.

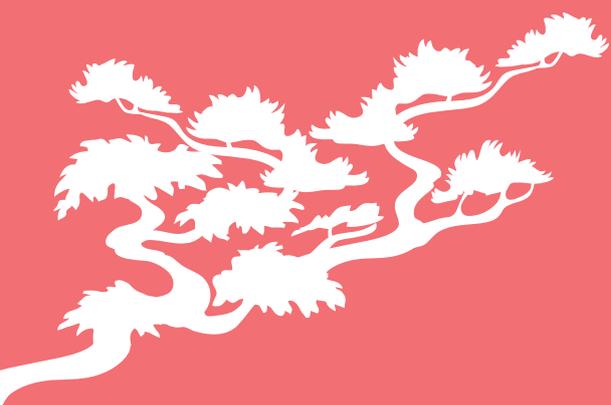
Табл. 17. Государственные праздники Вьетнама в 2023 г.

Праздник	Дата
Новый год	1-2 января
Канун вьетнамского Нового года	21 января
Вьетнамский Новый год	22-26 января
День поминовения королей Хунгов	29 апреля
Дни освобождения и воссоединения	30 апреля – 1 мая
День труда	2 мая
День независимости	2 сентября



Преимущества и риски осуществления поставок





Содержание

8.1.

Преимущества

8.2.

Риски

8.1. Преимущества

Благоприятные двусторонние отношения между Россией и Вьетнамом

Россия и Вьетнам поддерживают дружественные отношения. Регулярно осуществляется политический диалог, отличающийся высокой степенью открытости и взаимного доверия, что способствует развитию торговых отношений.

В рамках соглашения о свободной торговле между Вьетнамом и ЕАЭС с 2020 г. для российских экспортеров действуют нулевые ставки ввозных таможенных пошлин на большинство наименований продукции по кодам ТН ВЭД 1601 и 1602. Хотя преференциями на рынке Вьетнама пользуются и другие потенциальные конкуренты: страны ЕС, АСЕАН, Республика Корея и др., тарифные барьеры, установленные в отношении России, являются одними из наиболее мягких.

Емкость рынка

В 2021 г. численность населения Вьетнама достигла 98,5 млн чел. Естественный прирост и высокие темпы экономического развития на фоне урбанизации (в ближайшие пять лет годовые темпы прироста ВВП будут превышать 6%) являются ключевыми факторами увеличения спроса на готовые продукты питания. Благодаря этому за последнее десятилетие объемы импорта готовой мясной продукции выросли более чем в 4 раза.

В связи с развитием энергетической инфраструктуры и логистики холодильных цепей за последние несколько лет существенно выросла доступность готовых продуктов питания и появились новые возможности их дистрибуции. В результате объем рынка мясной продукции Вьетнама в 2021 г. превысил 160 млн долл. США. Однако потребление все еще остается относительно невысоким, и есть потенциал роста. Колбасные изделия и консервы могут быть приоритетными экспортными нишами во Вьетнаме.

Важно отметить, что мясоперерабатывающая промышленность Вьетнама в значительной мере направлена на поставку готовой продукции в КНР, поэтому поставки на этот рынок мясного сырья (различные отруба и субпродукты свинины, птицы и говядины) создают дополнительные возможности для российских экспортеров на фоне увеличения потребления мясопродуктов в Китае.

Рост поставок колбасных изделий из России

Российские поставщики колбасных изделий вышли на вьетнамский рынок в 2010 г. с небольшими объемами, с 2018 г. наблюдался резкий рост экспорта. Несмотря на то что к 2021 г. на Россию приходилось лишь 4,1% стоимостного импорта готовой мясной продукции, в некоторых нишах российским производителям удалось стать лидерами.

Культура потребления

По мере роста доходов населения объемы потребления колбасных изделий увеличиваются. В условиях пандемии новой коронавирусной инфекции в 2020 г. существенно вырос спрос на колбасы и консервы с длительным сроком хранения. Несмотря на высокую лояльность вьетнамских потребителей к традиционным продуктам и местным брендам, иностранные производители готовых продуктов и полуфабрикатов из мяса начинают пользоваться все большей популярностью среди отдельных групп населения. Дополнительный спрос обеспечивается развивающейся индустрией гостеприимства (курортами и туристическим бизнесом). Поставщикам необходимо учитывать особенности вкусовых предпочтений вьетнамцев при разработке рецептур, чтобы максимально оправдать их ожидания.

Возможности позиционирования качественной продукции

Иностранные бренды на рынке Вьетнама воспринимаются как более качественные и безопасные, что является несомненным конкурентным преимуществом. Грамотное позиционирование и маркетинговая стратегия позволяют российским производителям проникнуть в крупнейшие вьетнамские розничные сети, доминирующие на рынке готовой мясной продукции. Важную роль играют и поставки в сектор общественного питания, который особенно требователен к качеству и безопасности продукции, поэтому компаниям-производителям следует предоставлять надежные гарантии для правильного позиционирования поставок российских товаров в соответствии со строгими международными стандартами и превосходить их.

8.2. Риски

Рост конкуренции

Среди производителей колбасных изделий во Вьетнаме идет активная борьба за доли рынка, основные инструменты — поглощение конкурентов, инвестиции в строительство заводов, повышение качества. Рынок диверсифицируется, ассортимент продукции расширяется.

Более половины рынка контролируется вьетнамской компанией Saigon Trading Group, представленной брендом Vissan. В 2021 г. 70,4% розничных продаж мясной продукции во Вьетнаме приходилось на продукцию шести компаний. Крупные производители на рынке Вьетнама сформировали собственные цепочки добавленной стоимости: от импорта сырья и производства мяса до дистрибуции.

Многие местные производители пока используют импортное мясо для производства колбасных изделий. Однако высокие темпы развития свиноводства во Вьетнаме в перспективе позволят выйти на самообеспеченность сырьем, повысив конкурентоспособность вьетнамской пищевой промышленности.

На фоне наметившегося роста объемов производства местной птицеводческой промышленности поставки мяса птицы (бройлеров и индейки) из России создают возможности для российских экспортеров в поставке сырья для мясопереработки и продажи готовой продукции. Вместе с тем, поскольку значительная часть произведенных во Вьетнаме готовых мясных изделий поставляется в Китай, зависимость от изменений торгового режима (например, ужесточение контроля за импортом) со стороны КНР может подорвать спрос как на российское сырье, так и на готовую продукцию.

Строгие нормативные и таможенные требования

Для экспорта колбасных изделий во Вьетнам российская продукция должна соответствовать вьетнамским санитарно-ветеринарным нормам. Поставки товара, не соответствующего требованиям, могут привести к утилизации партии, лишению регистрации предприятия и — в худшем случае — запрету экспорта продукции российских производителей на вьетнамский рынок.

В результате растущей интеграции Вьетнама в региональную и международную торговлю ветеринарно-санитарные требования страны меняются все более динамично, что требует внимательного мониторинга этих изменений для избежания проблем при поставках.

Помимо этого, экспортерам следует учитывать значительные непредвиденные риски задержки в оформлении таможенных документов, которые периодически происходят в ходе поставок во Вьетнам.

Программы государственной поддержки

С 2020 г. во Вьетнаме реализуется Стратегия развития мясной промышленности на 2020–2030 гг., в том числе предполагающая расширение перерабатывающих мощностей. Согласно документу, к 2025 г. доля готовой мясной продукции должна будет составлять 30% от общего объема производства мяса и мясной продукции.

Рост предложения мяса позволит местным производителям и дистрибьюторам готовых продуктов в меньшей степени зависеть от импорта сырья. В случае успешной реализации этой стратегии усилится конкуренция со стороны национальных производителей, занимающих уже более двух третей рынка.

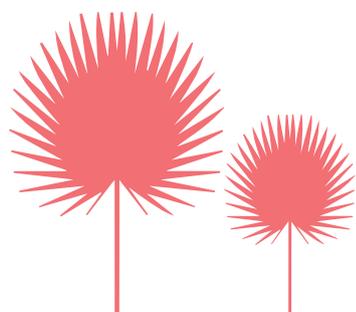
Логистика

Длинное логистическое плечо ограничивает возможности поставок во Вьетнам скоропортящейся мясной продукции. Транспортные издержки способны стать причиной неконкурентных цен российских производителей на рынке страны. Разрыв сформировавшихся логистических связей, удорожание фрахта и страховки также являются факторами риска при наращивании поставок готовой продукции во Вьетнам.

Из-за ограниченности и несовершенства холодовой цепи в поставках замороженной и охлажденной продукции (слабая портовая инфраструктура, отсутствие достаточных мощностей низкотемпературных складов и транспорта) импортируемая готовая мясная продукция зачастую «застревает» в портах или на подходе к ним, что приводит к дополнительным расходам (демерредж) для поставщиков. Помимо этого, значительно возрастают риски порчи товара из-за нарушения температурных режимов хранения и перевозки.

Валютно-финансовые операции

Отсутствие валютной биржи и ограниченная конвертируемость вьетнамского донга являются сдерживающими факторами для международной торговли. Сохраняющийся дефицит торгового баланса и поддержание стабильного валютного курса со стороны Государственного банка Вьетнама также могут препятствовать мобильности денежного капитала между странами. Кроме того, сложившаяся деловая практика показывает, что вьетнамские компании менее открыты к финансовому сотрудничеству с иностранными компаниями ввиду дополнительных затрат, требований и контроля со стороны Государственного банка Вьетнама.



Карта действий экспортера



9

Этап I — Подготовка к экспорту

- 1) Оцените готовность вашей компании к экспортной деятельности.
- 2) Определите конкурентные преимущества вашей продукции и компании (в том числе насколько цена вашей продукции конкурентна по сравнению с мировыми ценами)
- 3) Составьте список приоритетных целевых рынков.
- 4) Оцените соответствие вашей продукции требованиям целевого рынка.
- 5) Изучите ваш целевой рынок/рынки.
- 6) Проанализируйте варианты транспортировки продукции, логистики и дистрибуции.
- 7) Определите стратегию выхода на рынок.
- 8) Определите и выберите местных партнеров на целевом рынке.
- 9) Проведите повторную оценку своих возможностей и способности обслуживать рынок.
- 10) Подготовьте план экспорта продукции и выделите средства на его реализацию.

Этап II — Действия на территории России, которые необходимо предпринять для экспорта продукции во Вьетнам

- 1) Регистрация предприятия в [ИС «Цербер»](#) в качестве экспортера готовой мясной продукции, прошедшей термическую обработку, во Вьетнам.
- 2) Оформление ветеринарно-сопроводительной документации на экспорт во Вьетнам (ветеринарное свидетельство формы №2).
- 3) Оформление Россельхознадзором [международного ветеринарного сертификата](#), удостоверяющего, что продукция соответствует ветеринарно-санитарным требованиям Вьетнама.
- 4) Таможенное оформление экспорта.

По итогам этапа II осуществляется вывоз продукции с территории России.

Контактная информация

10

A rustic still life composition on a dark, textured wooden surface. In the center, a green metal pot with a gold rim is filled with braised meat and potatoes, garnished with white cheese. A silver fork with a wooden handle is inserted into the pot. To the right, a small wooden bowl contains a mix of black, red, and green peppercorns and white salt crystals. Scattered around are fresh ingredients: a whole garlic bulb, a partially peeled garlic clove, several green bay leaves, and small white salt crystals. The background is a dark, weathered wooden board with a handle, suggesting a cutting board or serving tray.

Потенциальные партнеры

Компания	Профиль	Контактная информация
La Maison Imported Foods	Импорт / дистрибуция / оптовая торговля	Адрес: 235 Nguyen Van Huong Street, Thao Dien Ward, District 2, Ho Chi Minh Тел.: (+84) 28 38 28 2626 E-mail: lienhe@lamaian.com.vn Сайт: https://testcnv.cnv.vn/
GoFood	Импорт / дистрибуция / оптовая и розничная торговля	Адрес: W205A Ngoc Lam Ha Noi City Тел.: +84 2462 91 3959; +84 898 59 7966 E-mail: contact@gofood.vn Сайт: https://gofood.vn/
Food Source International Вьетнам	Импорт / дистрибуция / оптовая торговля	Адрес: No.17, Street 12, An Khanh Ward, Thu Duc City, Ho Chi Minh Тел.: +84 28 6680 1169 E-mail: info@foodsource.com.vn Сайт: http://foodsource.com.vn
Big Sun Food	Импорт / дистрибуция / оптовая и розничная торговля	Адрес: No 149, Hue Street Ngo Thi Nham Ward, Hai Ba Trung District, Ha Noi City Тел.: +84 966859379 E-mail: cskh@bigsunfood.com Сайт: https://click.ru/W4ZsZ
Nam Khai Phu Foo	Импорт / дистрибуция / оптовая торговля	Адрес: 81 Cach Mang Thang Tam, Ben Thanh Ward, District 1, Ho Chi Minh Тел.: +84 28 38 49 1022 E-mail: sale.online@namkhaiphu.com Сайт: https://www.namkhaiphu.com/
Top Meat Import & Export Company Ltd.	Импорт / дистрибуция / оптовая торговля	Адрес: 616 – 618 Nguyen Thi Dinh, Thanh My Loi Ward, District 2, HCMC Тел.: +84 878 018 018 E-mail: Topmetvn@gmail.com Сайт: https://www.topmeat.com.vn
Goldsunfood	Общественное питание	Адрес: 3rd floor, Green Park Tower 33 Duong Dinh Nghe, Yen Hoa, Cau Giay, Ha Noi Тел.: +84 19 0023 4546 E-mail: info@goldsunfood.vn Сайт: https://www.hangdonglanh.asia

Контактная информация

Компания	Профиль	Контактная информация
King Meat	Импорт / дистрибуция / оптовая торговля	Адрес: 14/7 Bis Ky Dong, Ward 9, District 3, HCMC Тел.: +84 913 906 653 E-mail: kingmeat.info@gmail.com Сайт: http://kingmeat.vn/
Bach Hoa Xanh	Импорт / дистрибуция / оптовая и розничная торговля	Адрес: Lot T2-1,2, Road D1, High Tech Park, Tan Phu Ward, District 9, City HCM Тел.: +84 28 3622 9900 E-mail: lienhe@bachhoaxanh.com Сайт: https://clck.ru/W4Zvg
Co.opMart Supermarket	Импорт / дистрибуция / оптовая и розничная торговля	Адрес: 199-205 Nguyen Thai Hoc, Pham Ngu Lao Ward, District 1, HCM City Тел.: +84 28 38360143 E-mail: thuematbang@coopmart.vn Сайт: https://bit.ly/3ANLli6

Профильные организации

Организация/ведомство	Контактная информация
Ассоциация производителей продовольственных товаров Хошимина	Адрес: 1st Floor, 156 Nam Ky Khoi Nghia Street, District 1, Ho Chi Minh City Тел.: +84 8 38233747, +84 8 38233746 E-mail: info@ffa.com.vn Сайт: www.ffa.com.vn
Vietrade (Агентство по развитию торговли Вьетнама)	Адрес: 20 Ly Thuong Kiet, Hoan Kiem District, Hanoi Тел.: +84 24 3934 7628 E-mail: viettrade@vietrade.gov.vn Сайт: http://www.vietrade.gov.vn/
ВТПП (Вьетнамская торгово-промышленная палата)	Адрес: 9 Dao Duy Anh Street, Dong Da District, HaNoi Тел: +84 24 3574 2022 E-mail: vbfhn@hn.vnn.vn, vibforum@vcci.com.vn Сайт: https://en.vcci.com.vn/
Таможенная служба Вьетнама	Адрес: 162 Nguyen Van Cu, Long Bien, Hanoi Сайт: http://www.customs.gov.vn

Контактная информация

Организация/ведомство	Контактная информация
Управление пищевой промышленности Вьетнама, Министерство здравоохранения	Адрес: Lane 135 Nui Truc, Giang Vo, Ba Dinh, Hanoi Тел.: +84 24 3846 4489, +84 24 3846 3702 E-mail: vfa@moh.gov.vn Сайт: http://www.vfa.gov.vn
Министерство сельского хозяйства и развития сельских районов (MARD)	Адрес: No 2 Ngoc Ha Street, Ba Dinh, Hanoi Тел.: +84 24 823 5804 E-mail: trangtin@mard.gov.vn Сайт: https://clck.ru/33ATya
Ведомство по уведомлению и предоставлению информации по вопросам санитарного и фитосанитарного контроля Вьетнама	Адрес: Block A3, no 10 Nguyen Cong Hoan St., Ha Noi Тел.: +84 4 3734 4764 E-mail: spsvietnam@mard.gov.vnv Сайт: http://www.spsvietnam.gov.vn/en/home
Министерство промышленности и торговли (MOIT)	Адрес: 54 Hai Ba Trung street, Hoan Kiem, Hanoi Сайт: http://www.moit.gov.vn

**Государственная
поддержка экспорта
продукции АПК**



11

Действующие меры господдержки

Программа льготного кредитования

Предоставление льготных краткосрочных и долгосрочных инвестиционных кредитов по ставке от 1% до 5%.

Краткосрочные кредиты (до 1 года) направлены на пополнение оборотных средств и ведение текущей деятельности компании.

Долгосрочные инвестиционные кредиты (от 2 до 15 лет) предназначены для привлечения капитальных затрат для строительства, реконструкции, модернизации производственных мощностей и инфраструктуры.

Отрасли: все отрасли

Компетентные органы: Минсельхоз России и РОУ АПК

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 26.04.2019 № 512](#)

Программа создания и модернизации объектов АПК

Поддержка создания и модернизации объектов АПК, путем возмещения части прямых понесенных затрат производителю на создание или модернизацию сельскохозяйственных объектов в размере от 20% до 25% от фактической стоимости для предприятий по переработке зерна, масличных культур, рыбы и морепродуктов, а также по производству сухих молочных продуктов.

- Отрасли:**
-  масложировая
(переработка масличных культур)
 -  зерновая
(глубокая переработка зерна)
 -  рыба и морепродукты
(переработка и консервирование рыбы)
 -  молочная
(производство сухих молочных продуктов)

Компетентные органы: Минсельхоз России и РОУ АПК

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 12.02.2020 № 137](#)

Программа льготного лизинга оборудования

Льготный лизинг, направленный на приобретение оборудования, необходимого для омологации продукции агропромышленного комплекса или введения новой продуктовой линейки, соответствующей требованиям внешних рынков. Поддержка предоставляется в виде единовременной скидки при уплате авансового платежа в размере 25% или 45% от стоимости предмета лизинга.

Отрасли: все отрасли (акцент на пищевую и перерабатывающую промышленность)

Компетентные органы: Минсельхоз России

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 07.08.2021 № 1313](#)

Стимулирование производства масличных культур

Стимулирование производства масличных культур (бобы соевые и семена рапса) путем возмещения части затрат, возникающих при реализации региональных проектов, по ставке из расчета на 1 тонну прироста объема производства.

Отрасли:  продукция масложировой отрасли
(бобы соевые и семена рапса)

Компетентные органы: Минсельхоз России и РОУ АПК

Регулирование: [Постановление Правительства Российской Федерации от 14.07.2012 № 717 \(Приложение 11 \(1\)\)](#)

Программа компенсации затрат на транспортировку продукции АПК

Компенсация части затрат в размере 25% на доставку продукции АПК железнодорожным, автомобильным, водным и смешанными видами транспорта. Получить компенсацию можно при условии перевозки продукции АПК, которая включена в соответствующий перечень, утвержденный Правительством.

- Отрасли:**
-  живые животные
 -  мясо и пищевые мясные субпродукты, молочная продукция
 -  рыба и морепродукты
 -  живые растения, луковицы, корни
 -  злаки (пшеница, ячмень, кукуруза)
 -  жиры и масла животного и растительного происхождения
 -  сахар и кондитерские изделия, какао и продукты из него
 -  продукты переработки овощей и фруктов
 -  алкогольные и безалкогольные продукты
 -  остатки и отходы пищевой промышленности
 -  органические химические вещества, белковые вещества
 -  необработанные шкуры

Компетентные органы: Минсельхоз России и АО «РЭЦ»

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 15.09.2017 № 1104](#)

Программа компенсации затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках

Компенсация части затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках. Возмещается 50% или 90% объема затрат на сертификацию, фактически понесенных производителями в течение 12 месяцев.

Получить компенсацию можно при условии сертификации продукции АПК, которая включена в соответствующий перечень, утвержденный Минсельхозом России.

- Отрасли:**
-  живые животные
 -  мясо и пищевые мясные субпродукты, молочная продукция
 -  рыба и морепродукты
 -  живые растения, луковицы, корни
 -  злаки (пшеница, ячмень, кукуруза)
 -  жиры и масла животного и растительного происхождения
 -  сахар и кондитерские изделия, какао и продукты из него
 -  продукты переработки овощей и фруктов
 -  алкогольные и безалкогольные продукты
 -  остатки и отходы пищевой промышленности
 -  органические химические вещества, белковые вещества
 -  необработанные шкуры
 -  табак, вакцины, удобрения, экстракты
 -  шелк, шерсть, лен

Компетентные органы: Минсельхоз России и АО «РЭЦ»

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 25.12.2019 № 1816](#)

Программа продвижения продукции АПК на внешние рынки

Размещение на бесплатной основе в дегустационно-демонстрационных павильонах АО «Российский экспортный центр» российской продукции АПК в зарубежных странах в целях создания эффективной коммуникации с потенциальными потребителями продукции за рубежом.

Организации могут разместить свою продукцию в павильонах Китая (г. Шанхай), Объединенных Арабских Эмиратах (г. Дубай), Вьетнаме (г. Хашимин), Египте (г. Новый Каир), Турции (г. Стамбул).

Отрасли: все отрасли

Компетентные органы: АО «РЭЦ»

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 26.02.2021 № 255](#)

Программа компенсации части затрат на участие в зарубежных выставочно-ярмарочных мероприятиях

Возмещение российским экспортерам отдельных видов затрат, связанных с самостоятельным участием в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых за пределами Российской Федерации. Для субъектов малого и среднего предпринимательства лимит составляет 700 тыс. рублей, для крупного — 2 млн рублей.

Отрасли: все отрасли

Компетентные органы: Минпромторг России и АО «РЭЦ»

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 28.12.2020 № 2316](#)

Программа софинансирования части затрат на участие в международных конгрессно-выставочных мероприятиях и деловых миссиях

Софинансирование от 50% до 80% затрат на участие в международных конгрессно-выставочных мероприятиях и деловых миссиях осуществляется в целях финансового обеспечения затрат на реализацию мероприятий, направленных на развитие инфраструктуры повышения международной конкурентоспособности, включая продвижение высокотехнологичных, инновационных и иных продукции и услуг на внешние рынки.

Отрасли: все отрасли

Компетентные органы: Минпромторг России и АО «РЭЦ»

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 28.03.2019 № 342](#)

Приложение №1.

Маркировка расфасованных пищевых продуктов

Инструкции по маркировке расфасованных пищевых продуктов, пищевых добавок и вспомогательных средств пищевой промышленности⁸

Статья 1. Сфера применения

Настоящие инструкции распространяются на все организации и частных лиц, производящих, реализующих и импортирующих во Вьетнам расфасованные пищевые продукты, пищевые добавки и средства пищевой промышленности.

Статья 2. Термины и определения

- 1)** Пищевые этикетки — это любые письменные, напечатанные, нарисованные или сфотографированные версии слов, рисунков и изображений, каким-либо образом нанесенные или прикрепленные на пищевые продукты или их упаковку и содержащие всю основную необходимую информацию о них.
- a)** Основная (лицевая) сторона этикетки (расположена по центру или на наиболее заметном месте продукта) — это часть этикетки продукта питания с наиболее высоким качеством изображения. Именно эта часть лучше всего читается и различается потребителями, а также разработана с учетом фактического размера продукта питания и упаковки.
- b)** Обратная (оборотная) сторона этикетки — это часть этикетки продукта питания для размещения обязательной информации о составе продукта. Здесь же могут быть даны сведения дополнительного характера: рецепты, рекомендации по применению, приготовлению и т.д. Эта часть этикетки крепится к упаковке либо с обратной стороны, либо сверху или снизу от лицевой этикетки.
- c)** Дополнительная этикетка — это этикетка, представляющая:
 - обязательное содержание (переведенное с языка оригинальной этикетки на вьетнамский);
 - дополнительное содержание (требуемое законодательством Вьетнама, но не указанное на исходной этикетке).

⁸ Разработаны на основе неофициального перевода Циркуляра Министерства торговли и промышленности Вьетнама 34/2014/ТТЛТВУТ-ВННПТНТ-ВСТ (вступил в силу 19 декабря 2014 г.)

- 2) Состав — это все ингредиенты/материалы, включая пищевые добавки, используемые для производства пищи и присутствующие в конечном продукте, несмотря на изменение формы этих веществ.
- 3) Дата изготовления, срок годности.
 - a) Дата изготовления продукта — это дата окончания технологического процесса производства пищевого продукта (то есть продукт полностью собран и упакован для реализации в качестве готового продукта).
 - b) Срок хранения — это период, в течение которого продукты сохраняют пищевую ценность и безопасность в условиях хранения, указанных на этикетке, в соответствии с инструкциями производителя.
 - c) Срок годности или дата «употребить до» — это временной период, по истечении которого продукт не может быть продан на рынке.
 - d) «Употребить до» — это период, во время которого продукт — при соблюдении рекомендованных условий хранения — сохраняет свои базовые качества в полном объеме.
- 4) Партия пищевых продуктов — это определенное количество пищевых продуктов одного вида (наименования), качества, из одних и тех же материалов, одной даты изготовления и срока годности, произведенных на одном предприятии и в одинаковых условиях.

Статья 3. Требования к маркировке пищевых продуктов

- 1) Типы изображений, рисунков и логотипов на этикетке должны быть правдивыми, не вводящими в заблуждение и не содержащими ложную информацию о происхождении, характеристиках и использовании продукта.
- 2) Типы изображений, рисунков, логотипов, слов, символов и текстур, которые прямо или косвенно упоминают другие продукты или создают у потребителей впечатление об ином продукте, не должны присутствовать на этикетке.
- 3) Высота букв на этикетке не должна быть ниже 1,2 мм. В случае, если площадь упаковки меньше 80 см², высота букв не должна быть ниже 0,9 мм. Цвет текста должен контрастировать с цветом фона этикетки.
- 4) Для полиграфического исполнения этикетки важна прочность, долговечность, устойчивость к истиранию и очистке, а также возможность использования товара в условиях влажности и отрицательных температур.
- 5) Информацию о пищевых продуктах желательно предоставлять в соответствии с рекомендациями Codex Alimentarius.

Статья 4. Язык маркировки пищевых продуктов

- 1) Язык маркировки продуктов питания местного производства и продуктов питания, распространяемых во Вьетнаме, — вьетнамский. При этом на этикетке должна быть отражена вся обязательная информация, определенная межведомственным Циркуляром. Необходимо также контролировать, чтобы объем информации на языке оригинала не превышал объема вьетнамского текста.
- 2) Продукты питания, импортируемые для потребления и обращения на вьетнамском рынке, должны быть маркированы одним из следующих способов:
 - a) Использование дополнительных этикеток, которые содержат обязательную информацию на вьетнамском языке и прикрепляются к исходным этикеткам. Дополнительные этикетки должны быть прикреплены к продукту или коммерческой упаковке так, чтобы быть хорошо различимыми для потребителя. Содержание дополнительной этикетки не должно искажать информацию в оригинальном тексте.
 - b) Использование этикетки на вьетнамском языке с полной обязательной информацией.

Статья 5. Содержание пищевых этикеток

Обязательное содержание этикетки:

- наименование товара;
- состав;
- вес;
- дата производства;
- срок использования;
- инструкция по применению и хранению;
- наименование лица или организации, ответственных за товар;
- происхождение товара;
- номер декларации о соответствии или сертификата о соответствии правилам безопасности пищевых продуктов;
- рекомендации или предупреждения о безопасности пищевых продуктов.

Кроме того, содержание этикетки может включать другую (дополнительную) информацию.

Статья 6. Наименование продукта

- 1)** Наименование пищевого продукта, напечатанное на этикетке, выбирают производящие и/или торговые организации или частные лица. Оно должно соответствовать следующим требованиям:
 - a)** Недопустимо искажение характеристик и области применения пищевых продуктов и добавок, а также вспомогательных средств пищевой промышленности, вводящих потребителей в заблуждение. Название продукта должно быть напечатано на основной части этикетки.
 - b)** Наименование продукта должно соответствовать наименованию, указанному в декларации о соответствии или сертификате о соответствии правилам безопасности пищевых продуктов.
- 2)** На дополнительной этикетке сохраняется наименование импортируемого продукта. При этом к названию должно прилагаться наименование пищевой группы (на иностранном или вьетнамском языке) в соответствии с вьетнамским регламентом по маркировке.
- 3)** Если пищевой продукт имеет коммерческую упаковку (с разными видами пищевых продуктов), то он может быть назван наименованием группы продуктов питания (в дополнение к торговой марке производителя или коммерческому наименованию продукта).
- 4)** Название продукта в основной части этикетки может содержать дополнительную информацию, чтобы предоставить потребителям развернутые сведения о происхождении и свойствах продукта.
- 5)** Если в названии (или части названия) продукта указан его состав, то рядом с названием необходимо разместить количественные характеристики состава (в хорошо читаемом для потребителя виде) или он должен быть представлен непосредственно как «состав продукта».

Статья 7. Состав продукта

- 1)** Если продукт не односоставный, то все ингредиенты в его составе должны быть указаны на этикетке.
- 2)** Ингредиенты должны быть указаны в порядке убывания (от большего к меньшему) веса или весовой доли (% веса) каждого пищевого ингредиента.

диента. Слово «состав» должно быть написано перед перечисленными ингредиентами.

- 3) Если ингредиент состоит из двух и более составляющих, то указываются все его составные части в порядке убывания веса в продукте. Но если такой ингредиент составляет менее 5% пищевого продукта, его составляющие (за исключением пищевых добавок в конечном продукте) могут не проставляться на этикетке.
- 4) На этикетке обязательно указывается, содержит ли пищевой продукт следующие ингредиенты:
 - злаки и продукты, содержащие глютен: пшеница, рожь, ячмень, овес, полба или их гибридные сорта и продукты из них;
 - ракообразные и продукты из них;
 - яйца и яичные продукты;
 - рыба и рыбная продукция;
 - арахис, соя и продукты из них;
 - молоко и молочная продукция (включая лактозу, сахар);
 - орехи и изделия из ореха;
 - сульфит (серная соль и кислота) в концентрациях 10 мг/кг или более.
- 5) Добавленная вода должна быть указана в списке ингредиентов, за исключением случаев, когда она входит в состав ингредиента (рассол, сироп, бульон и т.п.), который используется в составных пищевых продуктах и указывается в списке ингредиентов.
- 6) Можно не проставлять на этикетке воду и другие летучие ингредиенты, которые легко испаряются во время производства.
- 7) Для концентрированных или сублимированных пищевых продуктов, подлежащих восстановлению с помощью добавления воды, состав должен быть указан в порядке убывания веса для пищевых продуктов после восстановления с обязательной надписью «состав продукта после восстановления в соответствии с указаниями на этикетке».
- 8) Для пищевых добавок, зарегистрированных в соответствующих классах и включенных компетентными органами в списки разрешенных для использования в пищевых продуктах, должно использоваться название группы или Международная система нумерации (INS): регулятор кислотности, регулятор вкуса, загуститель, пенообразователь, желирующий агент, антислеживающий агент, противовспенивающий агент, глазирую-

щий агент, антиоксидант, эмульгатор, кислоты, увлажнители, консервант, наполнитель, разрыхлитель, цветоконсервирующее вещество, стабилизатор, подсластитель, эмульгирующая соль, загуститель, укрепляющее вещество, усилитель вкуса и ферменты.

- 9) Однотипные вещества могут быть сведены в одну группу (например, во «вкусовые добавки» могут войти модифицированные крахмалы). Использование термина «вкусовая добавка» для маркировки обычно сопровождается одним или несколькими из следующих терминов — «натуральная», «естественная», «синтетическая» или «искусственная».
- 10) В случае, если пищевая добавка добавляется в пищу через исходное сырье (без использования дополнительных технологий), ее не требуется указывать в составе продукта.

Статья 8. Количество продукта (вес нетто / фактический объем / количество)

- 1) Количество продукта должно быть проставлено на этикетке в соответствии с единицами Международной системы единиц.
- 2) Количество продукта необходимо указывать следующими способами:
 - a) по фактическому объему жидких пищевых продуктов;
 - b) по весу нетто для твердой пищи;
 - c) по весу нетто или фактическому объему для пищевых продуктов, которые являются как жидкими, так и твердыми (полутвердыми) или густыми.
- 3) Если продукт упакован в жидкой форме, наряду с весом нетто должен быть указан вес сухого продукта.

Статья 9. Дата изготовления, срок годности и инструкция по хранению

- 1) Организации и частные лица, производящие пищевые продукты, обязаны предоставлять точную и достоверную информацию о дате производства и сроках годности, с соответствующим указанием на этикетке и на внешней таре или картонной коробке.
- 2) Дата изготовления может быть записана следующим образом: «дата производства» или NSX. Цифра, обозначающая дату, месяц и год, может быть записана следующими способами: дата и месяц указываются двумя цифрами, а год — двумя или четырьмя. В качестве разделителя между днем, месяцем и годом можно использовать точку (.), тире (-), косую черту (/) или пробел. В сокращенном случае следует использовать только 6 цифр.

3) Срок годности должен включать следующую информацию:

- день и месяц для продукта со сроком хранения менее трех месяцев;
- месяц и год для продукта со сроком хранения более трех месяцев.

Статья 10. Инструкции по использованию

- 1) На этикетке должны быть указаны подробные инструкции по применению.
- 2) Если этикетка имеет площадь менее 10 см², содержание инструкции по применению переносится в документ, прилагаемый к продукту (в форме инструкции по применению или дополнительной этикетки).

Статья 11. Рекомендации и предупреждения о безопасности

- 1) Информация о влиянии продуктов на здоровье потребителей должна быть основана на научных данных и подтверждена при их декларировании.
- 2) Предупреждения о безопасности (при наличии) должны быть размещены на этикетках и надлежащим образом сформулированы.
- 3) Запрещается подчеркивать отсутствие одного или нескольких компонентов продукта с целью рекламы (если эти компоненты обладают схожими свойствами с использованными в продукте).

Статья 12. Название и адреса организаций и лиц, ответственных за пищевые продукты

- 1) Для ввозимой продукции необходимо указание наименований и адресов организаций и физических лиц, осуществляющих декларацию продукции.

Статья 13. Происхождение продуктов питания

- 1) Для импортируемого продукта страна происхождения должна быть указана на этикетке в соответствии с правилами происхождения товара.
- 2) Если продукт подлежит вторичной упаковке не в стране производства, то помимо страны происхождения, необходимо указать страну, в которой продукт был финально упакован.

Приложение №2.

Особые экономические зоны

В последние десять лет во Вьетнаме наблюдается стремительное развитие зон свободной торговли (ЗСТ). По состоянию на 2022 г. на территории страны насчитывается более 350 промышленных и экспортно-производственных зон⁹.

Экспортно-производственные зоны

Для работы в экспортно-производственной зоне (ЭПЗ) необходимо создать экспортно-производственное предприятие (ЭПП).

Особенности ЭПП:

- Территория предприятия должна иметь ограждение, зоны погрузки/разгрузки и въезда/выезда.
- ЭПП обязаны соблюдать таможенные правила в отношении мер нетарифного регулирования и уплаты ввозных (импортных) пошлин.
- ЭПЗ часто расположены в промышленных зонах и сосредоточены на производстве товаров для экспорта¹⁰.
- Предприятиям, работающим в ЭПЗ, разрешается реализовывать товары на местном рынке; в этом случае пошлину оплачивает покупатель. В то же время ЭПП, которые работают в других промышленных зонах, запрещается продавать свою продукцию местным предприятиям на вьетнамском рынке.
- Для ЭПП действует нулевая ставка пошлины и НДС при импорте из-за рубежа, экспорте за рубеж, сделках по покупке или продаже товаров с другими ЭПП, сделках по приобретению или продаже товаров с предприятиями, не входящими в ЭПЗ во Вьетнаме.

Некоторые из этих исключений не применяются, если компания не зарегистрирована в качестве ЭПП¹¹.

Промышленные зоны

Учитывая количество промышленных зон в разных частях страны, расположение является определяющим фактором при выборе наиболее подходящей площадки для инвестора. В каждом регионе уделяется особое внимание опре-

⁹ <https://clck.ru/33AU5K>

¹⁰ [Decree No. 82/2018/ND](https://clck.ru/UDbdH)

¹¹ <https://clck.ru/UDbdH>

деленным отраслям. Надзор за инвестиционными правилами и процедурами осуществляет Агентство иностранных инвестиций при Министерстве планирования и инвестиций Вьетнама.

Налоговые льготы варьируются в зависимости от местоположения. Доходы от новых инвестиционных проектов в районах со сложными социально-экономическими условиями, экономических и высокотехнологичных зонах облагаются налогом на прибыль по ставке 10% в течение 15 лет (освобождение от уплаты налога в первые 4 года и снижение ставки на 50% в последующие 9 лет). Доходы от новых инвестиционных проектов в промышленных зонах, за исключением районов с благоприятными социально-экономическими условиями, облагаются налогом на прибыль по ставке 17% в течение 10 лет (освобождение от уплаты налога в первые 2 года и снижение ставки на 50% в последующие 4 года)¹². Высокотехнологичным предприятиям сектора АПК налоговые льготы предлагаются независимо от местонахождения¹³.

Каждая экономическая зона включает промышленные парки и ЭПЗ. В стране действуют несколько ключевых экономических зон — Северная, Южная, Центральная. Наиболее успешной является Южная зона.

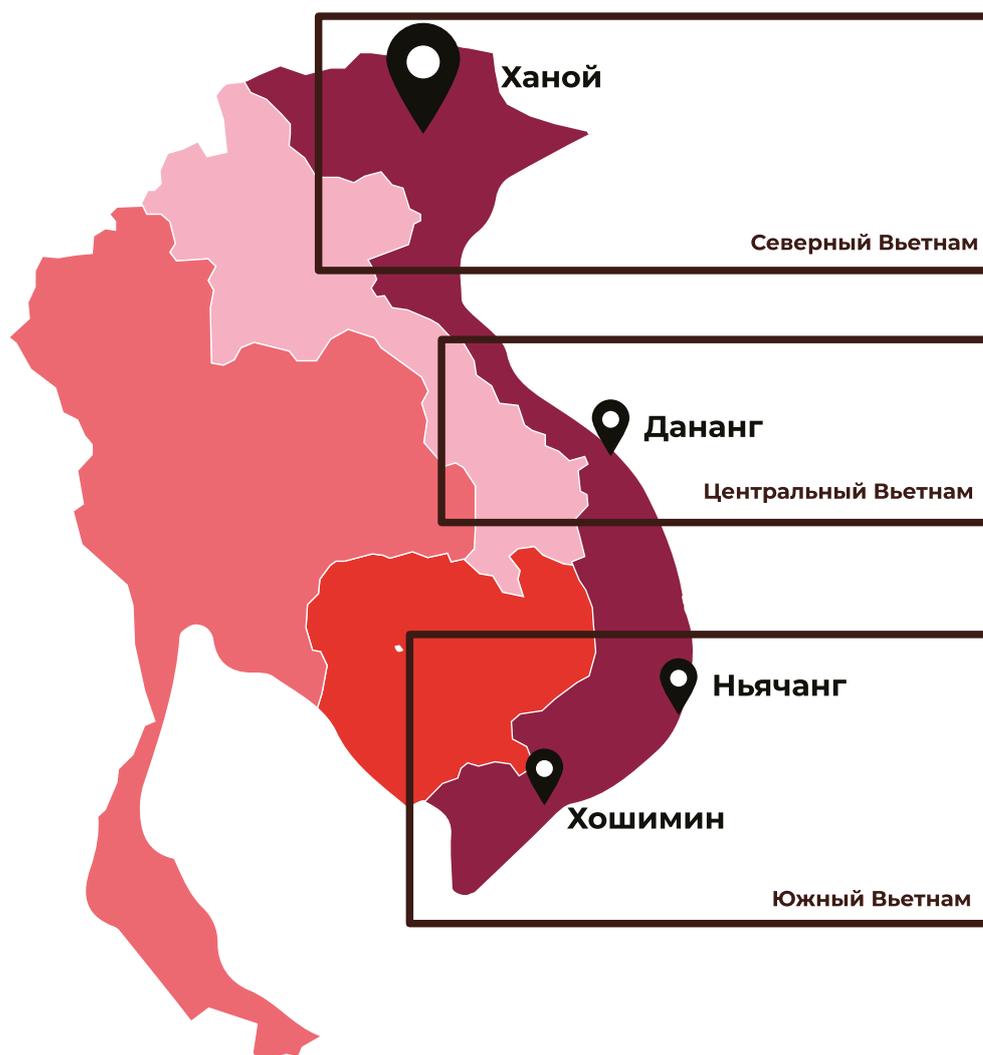
Северный Вьетнам

Северная зона охватывает провинции Ханой, Хайфон, Хынгйен, Хайзуонг, Бакнинь, Хатай. Преобладает агропромышленная специализация компаний. По состоянию на 2022 г. в 21 провинции функционируют 125 промышленных парков¹⁴. Экспортные отрасли Вьетнама представлены следующими промышленными парками: Сонг Кхе – Ной Хоанг (Song Khe – Noi Hoang Industrial Park), Луонг Сон (Luong Son Industrial Park), Май Сон (Mai Son Industrial Park), Сонг Конг (Song Cong Industrial Park), Пху Нин (Phu Ninh Industrial Park), Лонг Биньан (Long Binh An Industrial Park), Донг Пхо Мои (Dong Pho Moi Industrial Park), Юго-восточный промышленный парк (Southeast Industrial Park).

¹² <https://bit.ly/3dVeYU8>

¹³ <https://clck.ru/UDbhs>

¹⁴ <https://clck.ru/UDdoX>



Примечание. Показанные на карте границы, цветовые и графические обозначения, прочие данные не предполагают со стороны ФГБУ «Агроэкспорт», Agrifood Strategies ни оценки правового статуса территории, ни подтверждения или принятия обозначенных границ.

Центральный Вьетнам

Центральная ключевая экономическая зона охватывает города Дананг, Тьятхенх-Хюэ, Куангнам и Куангнгай, а также провинцию Биньдинь. Основная деятельность сосредоточена в районе Дананга¹⁵. В 11 провинциях функционируют 56 промышленных парков (меньше, чем в других зонах), включая Бим Сон – Северная зона А (Bim Son Industrial Park – North Zone A), Лам Сон (Lam Son Industrial Park), Куа Ло (Cua Lo Industrial Park), Ха Ванг (Ha Vang Industrial Park), Джиа Лач (Gia Lach Industrial Park), Северный Донг Хой Куанг Бинь (North Dong

¹⁵ <https://clck.ru/UDdob>

Hoi Quang Binh Industrial Park), Цюань Нган (Quan Ngang Industrial Park), Ту Ха, (Tu Ha Industrial Park), Фонг Тху (Phong Thu Industrial Park), Хоа Кам 2 (Hoa Cam 2 Industrial Park), Хоа Нин (Hoa Ninh Industrial Park)¹⁶.

Экономическая зона Донг Нам (Dong Nam Industrial Park) предоставляет инвесторам значительные льготы:

- сниженная ставка налога на прибыль на первые 15 лет;
- освобождение от уплаты налога на прибыль на срок до 4 лет, а в последующие 9 лет снижение ставки на 50%;
- импортное оборудование, транспорт и материалы, необходимые инвесторам для создания основных фондов, ввозятся без пошлин;
- освобождение от уплаты пошлины на 5 лет для ввоза материалов, которые не производятся внутри страны¹⁷.

Южный Вьетнам

Преимущество Южной экономической зоны состоит в близости к крупнейшему торговому порту Вьетнама. Здесь сосредоточена большая часть промышленных парков (183 парка в 19 провинциях в 2022 г.)¹⁸. Южные регионы занимаются развитием торговли, экспорта, технологий, услуг и телекоммуникаций.

Более подробную информацию о промышленных и экспортно-производственных зонах можно получить в [Департаменте управления экономическими зонами при Министерстве планирования и инвестиций Вьетнама](#) или в Агентстве иностранных инвестиций при Министерстве планирования и инвестиций Вьетнама.

¹⁶ <https://clck.ru/UDdoX>

¹⁷ <https://clck.ru/UDdtA>

¹⁸ <https://clck.ru/UDdoX>

Приложение №3.

Источники правового регулирования

Для целей экспорта наиболее важными являются следующие нормативно-правовые акты:

- Закон № 50/2005/QН11 «Об интеллектуальной собственности» (авторские и смежные права, патенты, полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки, фирменные наименования, коммерческая тайна и т.п.);
- Постановление Правительства № 103/2006/ND-CP о разъяснениях к нормам закона в отношении прав на промышленную собственность (товарные знаки, географические указания, промышленные образцы и патенты);
- Циркуляры Министерства науки и технологий № 01/2007/ТТ-ВКНСН и № 18/2011/ТТ-ВКНСН о порядке регистрации прав на объекты промышленной собственности;
- Постановление Правительства № 97/2010 / ND-CP об административной ответственности и средствах правовой защиты в случае нарушения промышленной собственности;
- Закон № 55/2010/QН12 «О безопасности пищевых продуктов»;
- Регламент № QCVN 12-1:2011/ВУТ (с дополнениями в регламентах №№ QCVN 12-2:2011/ВУТ, QCVN 12-3:2011/ВУТ) о безопасности пищевых продуктов при их упаковке в контейнеры из синтетической пластмассы и упаковочные материалы, контактирующие с пищевой продукцией;
- Постановление Правительства № 38/2012/N-CP и Циркуляр № 19/2012/ТТ-ВУТ о подтверждении соответствия пищевых продуктов (а также пищевых упаковок, контейнеров и упаковочных материалов, контактирующих с пищевыми продуктами) требованиям технических регламентов и правил безопасности;
- Закон № 54/2014/QН13 «О таможене»;
- Постановление Правительства № 08/2015/ о введении в действие закона о таможене (таможенные процедуры, контроль и регулирование);
- Соглашение о свободной торговле между Евразийским экономическим союзом и Социалистической Республикой Вьетнам от 19 декабря 2012 г.;
- Постановление Правительства № 43/2017/ND-CP о маркировке товаров;
- Постановление Правительства № 59/2018/ND-CP о дополнении таможенных правил (таможенная декларация, досмотр, процедуры для временного ввоза/вывоза, таможенный транзит товаров);

- Циркуляр № 38/2018/ТТ-ВТС об определении происхождения товаров;
- Циркуляр Министерства финансов № 39/2018/ТТ-ВТС о налогообложении при экспорте и импорте товаров;
- Постановление Правительства № 15/2018/ND-CP о регулировании применения ряда статей закона о безопасности пищевых продуктов.

Полезная информация на сайте **Агроэкспорта**

[Аналитика](#) — раздел содержит аналитические обзоры по ключевым продуктам и наиболее перспективным зарубежным рынкам, отраслевые обзоры и оперативную статистику российского аграрного экспорта.



[Господдержка](#) — в разделе собрана информация о действующих мерах господдержки для российских сельхозпроизводителей и подробные инструкции по участию в каждой из представленных программ.



[Мероприятия](#) — в разделе вы найдете информацию о международных мероприятиях для российских экспортеров аграрной продукции, а также анонсы предстоящих мероприятий ФГБУ «Агроэкспорт».



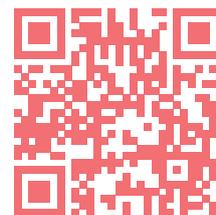
[Продвижение](#) — в разделе публикуются все экспортные гиды и краткие версии концепций продвижения, разработанные ФГБУ «Агроэкспорт».



[Барьеры](#) — постоянно обновляемая база данных по статусу доступа российской продукции на зарубежные рынки.



Сертификация — раздел содержит информацию о всех видах сертификации, которая может понадобиться для поставок на экспорт: НАССР, Халяль, Кошер и Органика.



Новости — самые актуальные новости аграрного экспорта, а также дайджесты российских и зарубежных СМИ.



Мы в социальных сетях:

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

Telegram: www.t.me/mcxae

Яндекс Дзен: www.zen.yandex.ru/id/5ddd1a7cd8a5147cefe9d66c

Связаться с нами:

Сайт: www.aemcx.ru

Телефон: [+7 495 280-74-49](tel:+74952807449)

Почта: info@aemcx.ru

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

