

04 декабря 2024

# СЛАДКИЕ ГАЗИРОВАННЫЕ НАПИТКИ

 ВЬЕТНАМ



Обзор ВЭД



# Содержание

---

Паспорт страны _____	<b>4</b>
Сельское хозяйство _____	<b>8</b>
Внешняя торговля продукцией АПК _____	<b>14</b>
Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Вьетнамом _____	<b>20</b>
Обзор рынка сладких газированных напитков во Вьетнаме _____	<b>23</b>
Импорт сладких газированных напитков Вьетнама _____	<b>31</b>
Потребительские предпочтения _____	<b>35</b>
Торгово-распределительная сеть _____	<b>40</b>
Международное сотрудничество _____	<b>45</b>

# Мнение эксперта

---



## Роман Медведев

Руководитель комитета по экспорту «Союзнапитки»

« Вьетнам в последнее время становится для российских экспортеров все более привлекательным рынком. С одной стороны, несмотря на относительно небольшой объем поставок продукции АПК из России, потенциал развивающейся страны с населением в 100 млн человек вызывает понятный интерес у отечественных компаний. С другой стороны, благодаря исторически близким отношениям между СССР и Социалистической Республикой Вьетнам в этой азиатской стране высока лояльность к России в целом и российским товарам в частности.

За счет уникального сочетания жаркого климата и потребительских привычек местного населения рынок напитков во Вьетнаме развит намного больше, чем в России, и это создает хорошие возможности для российских производителей. Тем не менее перед началом работы в этом сегменте необходимо внимательно изучить доступные ниши. Себестоимость производства продукции в ЖБ и ПЭТ таре в стране значительно ниже, чем в России, поэтому перспективными для отечественных экспортеров нишами могут стать продукты в стеклянной таре с непривычными для вьетнамцев вкусами, например, кваса или традиционных лимонадов. Несмотря на то, что продукция в стеклянных бутылках занимает всего 3% в общей структуре продаж газировок в стране, этот сегмент является наиболее доходным и, с учетом длинной цепочки поставок, подходящим для конкуренции с существующими на рынке товарами.

Среди всех безалкогольных напитков во Вьетнаме сладкие газированные напитки занимают второе место по объему потребления после бутилированной воды, и их доля после окончания пандемии устойчиво растет. В связи с этим в республике активно работают крупнейшие международные поставщики, заинтересованные в расширении географии продаж. Объем импорта газированных напитков во Вьетнам на протяжении последних лет стабильно увеличивался и в 2023 году достиг рекордного уровня — свыше 300 млн долл. Основные игроки и, соответственно, конкуренты российских производителей на вьетнамском рынке напитков — транснациональные компании Coca Cola и PepsiCo, на бренды которых сегодня суммарно приходится около 94% объема реализации данной продукции в стране.

Отечественным компаниям целесообразно строить стратегию присутствия на рынке Вьетнама с учетом опыта работы на российском рынке и конкуренции с продукцией транснациональных корпораций. Среди перспективных каналов продаж в стране однозначно следует выделить сегмент электронной торговли — по прогнозу, его ждет практически двукратный рост к 2028 году. Также стоит обратить внимание на быстрорастущий во Вьетнаме сектор HoReCa, особенно в контексте продвижения упомянутой выше уникальной для местного рынка газировки в стеклянных бутылках.



# Паспорт страны

---

Социалистическая Республика Вьетнам — третье по численности населения государство Юго-Восточной Азии с одной из самых быстрорастущих экономик в регионе, известное во всем мире своей разнообразной кухней и живописными курортами. После начала реализации программы рыночных реформ в 1986 г. страна постепенно превратилась в один из мировых центров текстильной промышленности и машиностроения, благодаря чему сегодня входит в число ведущих экспортеров одежды, обуви, мебели и электроники. Также Вьетнам является крупным региональным производителем сельскохозяйственных товаров и занимает первое место в мире по объему экспорта орехов кешью и филе сома, а также играет важную роль на глобальных рынках риса, кофе, кокосов, дуриана, креветок и маниокового крахмала. При этом республика закупает за рубежом большие объемы зерновых, зернобобовых и масличных, внутреннее производство которых ограничено. За счет стабильных темпов роста численности населения и увеличения внутреннего потребления Вьетнам является одним из перспективных рынков для экспорта российской продукции АПК.



## Общая информация (2023 г.)

**ВВП в текущих ценах:** 433,7 млрд долл. США

**ВВП по ППС в текущих ценах:** 1 502,7 млрд межд. долл.

**Рост реального ВВП:** 5,0%

**ВВП по ППС на душу населения в текущих ценах:** 15,0 тыс. межд. долл.

**ВНД на душу населения в текущих ценах, Атлас-метод:** 4,2 тыс. долл. США, группа стран с доходами ниже среднего уровня

**Уровень инфляции:** 3,3%

**Приток ПИИ:** 18,5 млрд долл. США

**Население:** 100,3 млн человек

**Площадь территории страны:** 331,7 тыс. км<sup>2</sup>

**Площадь сельскохозяйственных земель:** 123,6 тыс. км<sup>2</sup>

**Крупнейшие города по численности населения:** Хошимин (9,1 млн), Ханой (5,1 млн), Канто (1,8 млн), Хайфон (1,4 млн), Дананг (1,2 млн), Бьенхоа (1,1 млн)

**Уровень урбанизации:** 39,5%

**Уровень безработицы:** 1,6%

**Структура ВВП:** сельское хозяйство (12,0%), промышленность (37,1%), сфера услуг (42,5%), чистые налоги (8,4%)

**Структура занятости (2022 г.):** сельское хозяйство (33,6%), промышленность (30,6%), сфера услуг (35,8%)

**Объем экспорта продукции АПК:** 34,5 млрд долл. США

**Основные экспортируемые товары АПК:** рис, кофе, орехи кешью, филе рыбы и прочее мясо рыбы, ракообразные

**Объем импорта продукции АПК:** 29,4 млрд долл. США

**Основные импортируемые товары АПК:** кукуруза, орехи кешью, жмых и шрот соевые, пшеница, соевые бобы

Источник: ASEANstats, Всемирный банк, МВФ, ООН, ЮНКТАД



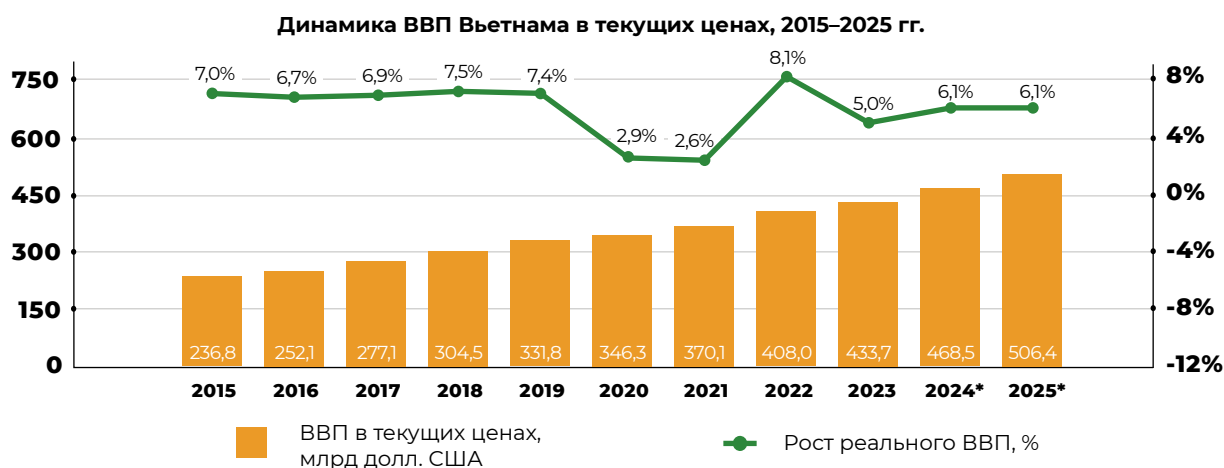
## Прогноз развития экономики страны

На протяжении нескольких последних десятилетий ВВП Вьетнама рос опережающими темпами, что положительно отразилось на социально-экономическом развитии республики. В частности, заметно повысился уровень жизни населения, расширился доступ вьетнамцев к образованию, средняя продолжительность жизни в стране превысила 75 лет. Сегодня во Вьетнаме активно развивается социальная инфраструктура, о чем свидетельствует достижение уровня электрификации почти в 100% по сравнению с 14% в 1993 г., а также расширение доступа местных жителей к чистой питьевой воде в сельских районах. Перед началом пандемии COVID-19 ВВП Вьетнама два года подряд увеличивался темпами выше 7% — данная динамика связана со стремительной модернизацией и превращением страны в привлекательное направление для иностранных инвестиций.

Вьетнам — одно из немногих государств, продемонстрировавших рост реального ВВП в 2020 г. Несмотря на то, что республике удалось избежать рецессии на фоне пандемии COVID-19, темпы экономического роста в стране значительно снизились: до 2,9% в 2020 г. и 2,6% в 2021 г. В 2022 г. реальный ВВП Вьетнама увеличился на 8,1% благодаря эффекту отложенного спроса, вызванному стремительным увеличением внутреннего потребления после снятия карантинных ограничений. Тем не менее уже к концу года во вторичном и третичном секторах начали проявляться негативные тенденции, усугубленные дестабилизацией мировой экономики. В 2023 г. темпы роста реального ВВП республики сократились до более умеренных 5,0% на фоне снижения спроса промышленные товары вьетнамского производства со стороны основных торговых партнеров, кризиса на рынке недвижимости и в банковском секторе. Таким образом, в последние годы ряд негативных внешних и внутренних факторов привели к замедлению экономического развития Вьетнама.

Согласно прогнозам, в 2024 г. темпы роста вьетнамской экономики превысят 6% за счет восстановления объемов экспортных поставок, увеличения туристического потока и стабильного притока прямых иностранных инвестиций, а также повышения внутреннего спроса на фоне проведения правительством республики более мягкой денежно-кредитной политики. Тем не менее в стране сохраняются и риски, среди которых основными являются нестабильность внешнего спроса и волатильность курса национальной валюты в случае сохранения Государственным банком Вьетнама более низкого уровня ключевой ставки по сравнению с ключевой ставкой Федеральной резервной системой США. Однако основным вызовом для экономики республики в долгосрочной перспективе будет оставаться неблагоприятная демографическая ситуация, выражающаяся в постепенном старении населения из-за снижения рождаемости. Последующий рост бюджетной нагрузки может негативно сказаться на темпах роста реального ВВП Вьетнама, особенно в случае отсутствия реформ, направленных на повышение производительности труда.



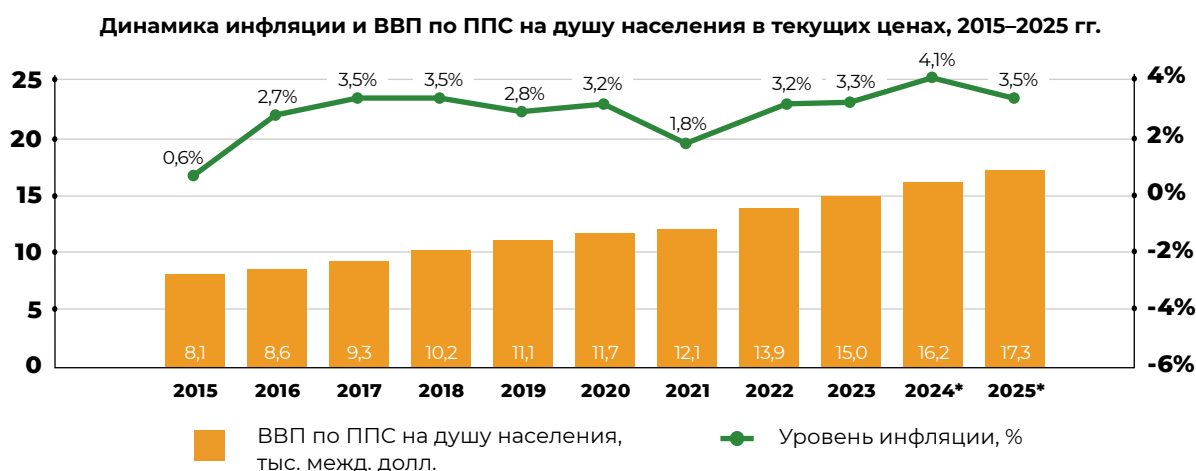


Источник: МВФ

Примечание. \*Прогноз, данные МВФ по состоянию на 22.10.2024 г.

В последние годы инфляция во Вьетнаме находилась на относительно невысоком уровне. Тем не менее в условиях роста мировых цен и повышения ключевых ставок в большинстве стран вьетнамский регулятор также начал процесс ужесточения проводимой денежно-кредитной политики. Осенью 2022 г. ключевая ставка в стране увеличена в два этапа суммарно на 200 б.п. до 6% и оставалась на указанном уровне до весны 2023 г. К лету 2023 г. ставка снижена суммарно на 150 б.п. и по состоянию на ноябрь 2024 г. находится на уровне 4,5%. По итогам 2023 г. инфляция составила 3,3%.

В 2024 г. темп роста цен во Вьетнаме вновь увеличился, однако основной причиной его повышения является продовольственная инфляция (базовая инфляция в этот период оставалась на прежнем уровне). Ожидается, что по итогам года значение показателя составит 4,1%, то есть останется в рамках целевого диапазона, установленного национальным регулятором.



Источник: МВФ

Примечание. \*Прогноз, данные МВФ по состоянию на 22.10.2024 г.



# Сельское хозяйство

---

Сельское хозяйство является важной составляющей экономики Вьетнама, на его долю приходится порядка 12,0% ВВП и 33,6% в структуре занятости республики. Основные посевные площади расположены в дельтах рек Хонгха (на севере) и Меконг (на юге). Производительность аграрного сектора страны в значительной степени ограничена низким уровнем механизации (в частности, существенная часть вьетнамских фермеров по-прежнему использует буйволов для вспашки земли). По этой причине сегодня во Вьетнаме остро стоит вопрос модернизации сельского хозяйства, особенно с учетом уязвимости сектора в условиях изменения климата.

Основной культурой, выращиваемой во Вьетнаме, является рис, на который приходится более 90% местного производства зерновых. Кроме того, страна входит в число крупнейших мировых производителей и экспортеров данной продукции. Согласно оценке национального статистического ведомства (General Statistics Office of Vietnam, GSO), валовые сборы риса в 2023 г. составили 43,5 млн тонн. Также в стране произведено порядка 4,4 млн тонн кукурузы, однако выращивание данной культуры сопряжено со значительными производственными издержками, и основная часть ее потребления в республике обеспечивается за счет импортных поставок. Общий валовой сбор зерновых во Вьетнаме в 2023 г. составил 47,9 млн тонн.

Помимо этого, в стране развито производство маниока, валовой сбор которого в 2023 г. составили 10,4 млн тонн. На данную культуру приходится примерно треть вьетнамского производства овощей, корнеплодов и клубнеплодов. В категории фруктов и ягод наибольшие объемы производства приходятся на бананы (2,6 млн тонн в 2023 г.). Также в 2023 г. в стране выращено 1,8 млн тонн апельсинов, 1,2 млн тонн помело и 1,0 млн тонн манго. К прочим значимым растениеводческим культурам во Вьетнаме относятся сахарный тростник, валовой сбор которого в 2023 г. составил 11,8 млн тонн, а также кофе (2,0 млн тонн), каучук (1,3 млн тонн), чай (1,1 млн тонн) и арахис (около 400 тыс. тонн).

Страна является одним из ведущих мировых производителей и экспортеров кофе, в т.ч. одного из самых дорогих его видов — копи лювак. В числе основных факторов развития данной отрасли в последние годы выделяются высокий спрос на данную продукцию и благоприятная ценовая конъюнктура как на внешнем, так и на внутреннем рынке. Экономическая выгода от выращивания кофе позволяет Вьетнаму активно наращивать объемы его производства, несмотря на частые засухи, наблюдаемые в районах, где располагаются основные кофейные плантации.



## Производство продукции растениеводства, млн тонн

	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Зерновые</b>	<b>48,2</b>	<b>47,3</b>	<b>48,3</b>	<b>47,1</b>	<b>47,9</b>
Рис	43,5	42,8	43,9	42,7	43,5
Кукуруза	4,7	4,6	4,4	4,4	4,4
<b>Овощи, корнеплоды и клубнеплоды</b>	<b>29,0</b>	<b>29,6</b>	<b>29,9</b>	<b>30,2</b>	<b>30,7</b>
Маниок	10,2	10,5	10,6	10,6	10,4
Батат	1,4	1,4	1,2	1,0	0,9
<b>Фрукты и ягоды</b>	<b>10,5</b>	<b>11,1</b>	<b>11,7</b>	<b>12,2</b>	<b>12,9</b>
Бананы	2,2	2,3	2,3	2,5	2,6
Апельсины	1,0	1,2	1,6	1,8	1,8
Помело	0,8	0,9	1,0	1,1	1,2
Манго	0,8	0,9	1,0	1,0	1,0
<b>Сахарный тростник</b>	<b>15,7</b>	<b>11,5</b>	<b>10,7</b>	<b>11,1</b>	<b>11,8</b>
<b>Кофе</b>	<b>1,7</b>	<b>1,8</b>	<b>1,8</b>	<b>2,0</b>	<b>2,0</b>
<b>Каучук</b>	<b>1,2</b>	<b>1,2</b>	<b>1,3</b>	<b>1,3</b>	<b>1,3</b>
<b>Чай</b>	<b>1,0</b>	<b>1,1</b>	<b>1,1</b>	<b>1,1</b>	<b>1,1</b>
<b>Арахис</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>

Источник: FAOSTAT, GSO

Ключевыми направлениями животноводства Вьетнама сегодня являются свиноводство, птицеводство и молочное скотоводство. Наиболее высокие темпы роста в течение 2019–2023 гг. демонстрировала птицеводческая отрасль. Так, производство куриных яиц в стране увеличивалось в среднем на 5,7% в год и, по оценке GSO, к 2023 г. достигло 19,15 млрд штук. Производство мяса птицы в аналогичный период росло в среднем на 14,2% в год, достигнув к 2023 г. рекордного уровня в 2,2 млн тонн. Столь стремительное увеличение объемов производства мяса птицы связано с негативной ситуацией в свиноводстве из-за региональной вспышки эпидемии африканской чумы свиней и последующего сокращения поголовья. Тем не менее производство свинины во Вьетнаме в настоящее время увеличивается и в 2023 г. составило 3,7 млн тонн (страна в целом является важным центром свиноводства, именно здесь выведена популярная среди фермеров вьетнамская вислобрюхая порода свиней). Помимо этого, в стране активно развивается молочное скотоводство. К 2023 г. объем полученного сырого молока составил 1,2 млн тонн.

Производство рыбы и морепродуктов во Вьетнаме в 2023 г., согласно оценке GSO, достигло 9,3 млн тонн, увеличившись по сравнению с 2022 г. на 2,2% (среднегодовые



темпы роста в 2019–2023 гг. составили 2,5%). В стране активно развивается сектор аквакультуры, и в 2023 г. его доля в общей структуре производства продукции рыбохозяйственного комплекса составила почти 60%. Основной объем морской рыбы вылавливается в богатой водными биоресурсами акватории Южно-Китайского моря.

**Производство продукции животноводства**

	2019	2020	2021	2022	2023
Яйцо, млрд шт.	15,36	16,66	17,69	18,07	19,15
Молоко сырое, млн тонн	1,0	1,0	1,1	1,1	1,2
Свинина, млн тонн	3,2	3,2	3,3	3,5	3,7
Мясо птицы, млн тонн	1,3	1,5	1,9	2,1	2,2
Говядина, млн тонн	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Рыба и морепродукты, млн тонн	8,4	8,6	8,8	9,1	9,3

Источник: GSO



## Важные события в истории развития сельского хозяйства Вьетнама

- **1956 Внешняя политика**

Вступление Вьетнама в Международный валютный фонд (МВФ).
- **1970 Компании**

Основание компании VISSAN, специализирующейся на производстве, переработке и реализации свежей и замороженной свинины, говядины, мяса птицы, а также колбасных изделий, консервов и т.д. Помимо этого, компания занимается разведением свиней, коров и мясных пород крупного рогатого скота, занимая существенную долю местного рынка мяса птицы и свинины.
- **1976 Компании**

Начало деятельности государственной компании Southern Coffee-Dairy Company, сегодня известной как Vietnam Dairy Products (Vinamilk) и занимающей доминирующее положение на рынке молочной продукции Вьетнама.
- **1978 Внешняя политика**

Вступление Вьетнама в Продовольственную и сельскохозяйственную организацию ООН.
- **1993 Внутренняя политика**

Принятие решения о реорганизации и обновлении системы управления государственными предприятиями АПК.
- **1993 Компании**
  - Начало деятельности C.P. Vietnam — дочерней компании тайской транснациональной корпорации Charoen Pokphand Group. В настоящее время C.P. является одним из лидеров кормовой отрасли Вьетнама, а также занимается производством мяса и его переработкой. В конце 2020 г. C.P. запустила на территории страны крупнейшую в Юго-Восточной Азии птицефабрику с производственной мощностью до 100 млн голов цыплят в год.
  - Основание компании KIDO Corporation, в настоящее время являющаяся ключевым игроком на вьетнамском рынке мороженого и растительных масел.
- **1995 Внешняя политика**

Присоединение Вьетнама к Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (ASEAN).
- **2006 Внутренняя политика**

Принятие указа о торговле сельхозпродукцией, предусматривающего развитие производственных и торговых предприятий в сельской местности.
- **2007 Внешняя политика**

Вступление Вьетнама во Всемирную торговую организацию (ВТО).
- **2010 Развитие отрасли**
  - Издание указа о кредитовании развития сельских территорий — системе мер, направленных на поощрение финансовых учреждений к предоставлению кредитов для инвестиций в АПК и сельские районы с целью реструктуризации экономики, развития инфраструктуры, искоренения голода и сокращения уровня бедности.
  - Принятие указа, регулирующего коммерческий экспорт риса, согласно которому вьетнамские компании-поставщики риса обязаны проходить проверку и получать специальный сертификат для вывоза данной зерновой культуры за рубеж.
- **2016 Сделки M&A**

Окончательное поглощение существовавшей с 1993 г. кондитерской компании Kinh Do транснациональной корпорацией Mondelez International. Сделка осуществлена в два этапа: в 2014 г. приобретено 80% акций за 370 млн долл. США, в 2016 г. оставшаяся часть выкуплена за 90 млн долл. США.
- **2017 Внутренняя политика**

Принятие закона об оказании поддержки малым и средним предприятиям, в т.ч. работающим в сельском хозяйстве.



● **2020 Развитие отрасли**

Публикация Стратегии развития животноводства Вьетнама на период до 2030 г., целями которой являются индустриализация, модернизация, повышение конкурентоспособности отрасли, обеспечение безопасности и качества продукции как для внутреннего рынка, так и для экспорта.

● **2021 Развитие отрасли**

Утверждение Структурного плана развития национального АПК на 2021–2025 гг. В документе установлены конкретные цели до 2025 г., среди которых ускорение темпов роста добавленной стоимости в АПК до 2,5–3,0% в год, увеличение среднегодовых темпов роста экспорта продукции АПК до уровня 5,0%, снижение доли занятых в аграрном секторе до 25% и повышение доходов сельских жителей не менее чем в 1,5 раза по сравнению с 2020 г.

● **2021 Сделки M&A**

- Приобретение крупнейшим производителем и переработчиком рыбы и морепродуктов Японии Maruha Nichiro 57,93% акций вьетнамской компании Sai Gon Food.
- Основание VibeV — совместного предприятия по производству негазированных напитков с коротким сроком хранения (51% принадлежит Vinamilk и 49% KIDO Group).

● **2022 Внешняя политика**

Подписание первого меморандума о сотрудничестве в секторе АПК между Вьетнамом и Монголией.

● **2022 Развитие отрасли**

Принятие Национального плана по развитию аквакультуры до 2030 г., в соответствии с которым поставлены задачи по обеспечению эффективного и устойчивого производства рыбы и морепродуктов рыбноводческими предприятиями.

● **2022 Внутренняя политика**

Принятие Национальной стратегии по противодействию изменению климата до 2050 г., в которой отражены основные направления деятельности правительства страны в сфере сельского хозяйства, направленные на повышение устойчивости вьетнамского АПК к климатическим изменениям.

Источник: EMIS, открытые источники, ФАО



## Поддержка сельского хозяйства

На 2024 г. в публичном доступе отсутствует какая-либо информация о конкретной поддержке субсидиями или другими льготами вьетнамских производителей газированных напитков. При этом, согласно [данным ОЭСР](#), поддержка, оказываемая правительством Вьетнама национальному АПК в целом остается на низком уровне. В основном это обусловлено переходом страны к рыночной экономике и сопутствующими изменениями в части влияния государственных органов на рыночное ценообразование.

Меры поддержки рыночных цен во Вьетнаме различаются в зависимости от товара. Так, производители конкурирующих с импортом товаров, таких как кукуруза, сахарный тростник и говядина, пользуются тарифной защитой, в то время как производители орехов кешью, мяса свиней и птицы, перца и других продуктов не имеют подобных льгот.

К числу ключевых недавно принятых во Вьетнаме нормативно-правовых актов, имеющих непосредственное отношение к сельскому хозяйству, относятся [Постановление о национальной продовольственной безопасности](#) на период до 2030 г., [Структурный план развития сельскохозяйственной отрасли](#) на период до 2025 г. и [План реструктуризации рисового сектора Вьетнама](#) к 2025 г. и 2030 г.

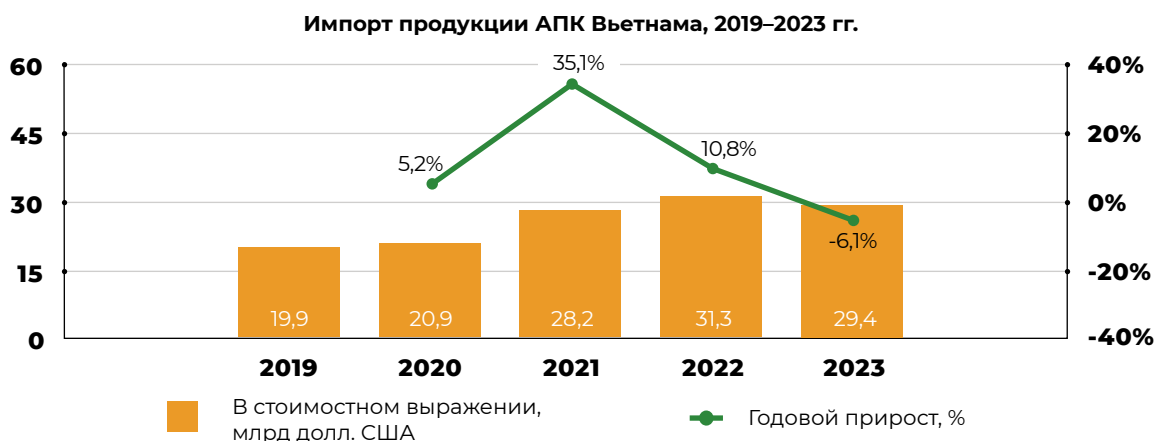
Отдельные меры поддержки правительство Вьетнама предоставляет фермерам. В частности, с 2003 г. большинство фермерских домохозяйств и организаций в стране освобождены от уплаты налога на использование сельских земель или получают льготы на снижение земельного налога. Срок действия данных привилегий в июне 2020 г. продлен до конца 2025 г.



# Внешняя торговля продукцией АПК

## Импорт продукции АПК

В 2023 г. импорт продукции АПК Вьетнама составил 29,4 млрд долл. США, что на 6,1% или 1,9 млрд долл. США ниже уровня 2022 г., и при этом на 47,7% (9,5 млрд долл. США) больше, чем в 2019 г. В 2019–2023 гг. объем импорта страной продукции АПК в стоимостном выражении увеличивался в среднем на 10,2% ежегодно.



Источник: ASEANstats

Наиболее востребованными на рынке Вьетнама импортными продуктами АПК в 2023 г. являлись кукуруза (9,8% всего объема импорта сельскохозяйственных товаров в стоимостном выражении или 2,9 млрд долл. США), орехи кешью (9,4% или 2,8 млрд долл. США), жмых и шрот соевые (8,6% или 2,5 млрд долл. США). В топ-5 импортируемых страной продуктов АПК по итогам года также вошли пшеница (5,3% или около 1,6 млрд долл. США) и соевые бобы (4,0% или более 1,2 млрд долл. США). Суммарно на 10 основных товарных позиций в 2023 г. пришлось 53,3% общего объема импорта сельскохозяйственных товаров Вьетнама в стоимостном выражении.

Относительно предыдущего года наибольший прирост в 2023 г. наблюдался в импорте страной орехов кешью (+16,7% или +395,0 млн долл. США) и риса (+28,7% или 198,2 млн долл. США). При этом отмечалось значительное сокращение закупок кукурузы (-14,1% или -471,8 млн долл. США), корнеплодов и клубнеплодов с высоким содержанием крахмала или инулина (-31,3% или -368,6 млн долл. США), жмыха и шрота соевых (11,0% или -312,8 млн долл. США) и масла пальмового (-18,0% или -227,1 млн долл. США).

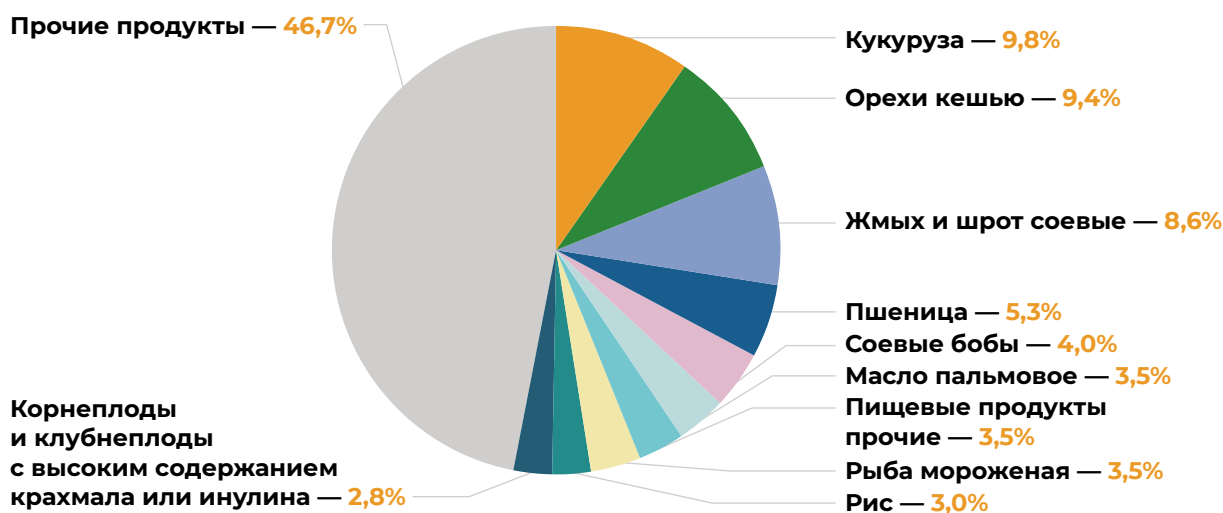


**Структура импорта продукции АПК Вьетнама в стоимостном выражении, 2022–2023 гг., млрд долл. США**

№	Наименование	2022	2023	Прирост в 2023 к 2022	
				млн долл. США	%
1	Кукуруза	3,3	2,9	-471,8	-14,1
2	Орехи кешью	2,4	2,8	395,0	16,7
3	Жмых и шрот соевые	2,8	2,5	-312,8	-11,0
4	Пшеница	1,5	1,6	47,4	3,1
5	Соевые бобы	1,3	1,2	-105,7	-8,3
6	Масло пальмовое	1,3	1,0	-227,1	-18,0
7	Пищевые продукты прочие	1,1	1,0	-110,4	-9,7
8	Рыба мороженая	1,0	1,0	1,3	0,1
9	Рис	0,7	0,9	198,2	28,7
10	Корнеплоды и клубнеплоды с высоким содержанием крахмала или инулина	1,2	0,8	-368,6	-31,3
	Прочие продукты	14,7	13,7	-957,3	-6,5
	<b>Итого</b>	<b>31,3</b>	<b>29,4</b>	<b>-1 911,9</b>	<b>-6,1</b>

Источник: ASEANstats

**Структура импорта продукции АПК Вьетнама в стоимостном выражении, 2023 г., %**



Источник: ASEANstats

Крупнейшими экспортерами продукции АПК во Вьетнам в 2023 г. являлись Бразилия (11,1% импорта продукции АПК страны в стоимостном выражении), США (8,6%) и Индия (8,3%). Совокупно на топ-10 стран-поставщиков пришлось 71,7% импорта продукции АПК республики в стоимостном выражении.



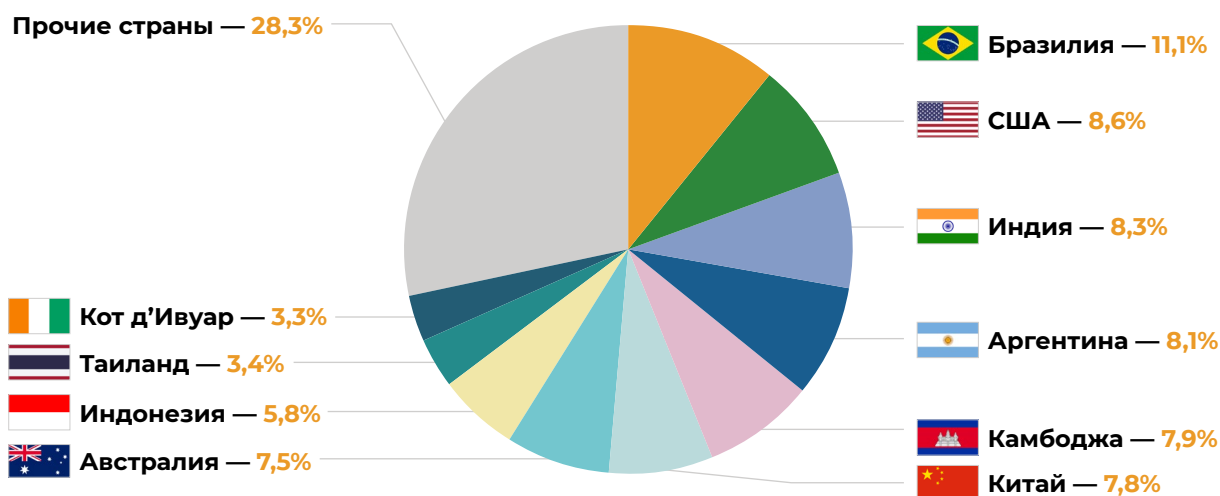
За 2023 г. Вьетнам наиболее заметно нарастил закупки сельскохозяйственных товаров из Бразилии (+17,2% или +476,7 млн долл. США), Кот-д'Ивуара (+57,1% или +351,5 млн долл. США) и Индии (+15,5% или +326,4 млн долл. США). Вместе с тем по итогам года существенно сократились поставки из Аргентины (-37,8% или -1,4 млрд долл. США), Камбоджи (-20,1% или -580,7 млн долл. США) и Индонезии (-24,3% или -544,8 млн долл. США).

**Основные страны-экспортеры продукции АПК во Вьетнам в стоимостном выражении, 2019–2023 гг., млрд долл. США**

№	Страна	2019	2020	2021	2022	2023
1	Бразилия	1,5	1,6	2,0	2,8	3,2
2	США	2,2	2,3	2,7	2,6	2,5
3	Индия	0,8	0,9	1,8	2,1	2,4
4	Аргентина	3,1	3,3	3,5	3,8	2,4
5	Камбоджа	0,6	0,6	2,9	2,9	2,3
6	Китай	1,6	1,4	1,7	2,4	2,3
7	Австралия	1,2	1,2	2,1	2,2	2,2
8	Индонезия	0,8	1,1	1,7	2,2	1,7
9	Таиланд	1,3	1,5	1,1	1,1	1,0
10	Кот-д'Ивуар	0,7	0,6	0,9	0,6	1,0
	Прочие страны	6,2	6,5	7,8	8,5	8,3
	<b>Итого</b>	<b>19,9</b>	<b>20,9</b>	<b>28,2</b>	<b>31,3</b>	<b>29,4</b>

Источник: ASEANstats

**Доля стран в импорте продукции АПК Вьетнама в стоимостном выражении, 2023 г., %**



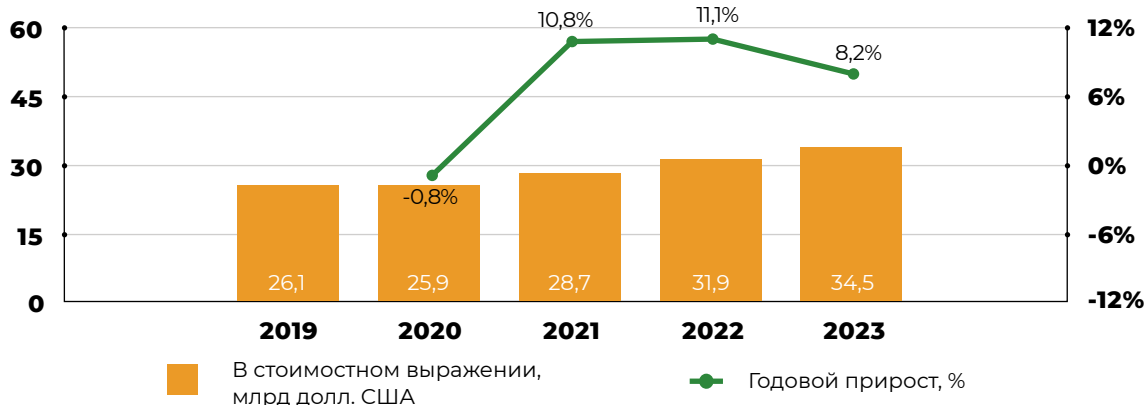
Источник: ASEANstats



## Экспорт продукции АПК

Экспорт продукции АПК Вьетнама в 2023 г. составил 34,5 млрд долл. США, что на 8,2% или 2,6 млрд долл. США выше уровня 2022 г. и на 32,1% (8,4 млрд долл. США) больше, чем в 2019 г. В 2019–2023 гг. вьетнамский экспорт сельскохозяйственных товаров в стоимостном выражении увеличивался в среднем на 7,2% ежегодно.

Экспорт продукции АПК Вьетнама, 2019–2023 гг.



Источник: ASEANstats

Основными экспортными продуктами АПК Вьетнама в 2023 г. являлись рис (12,7% или 4,4 млрд долл. США), кофе (9,2% или 3,2 млрд долл. США), орехи кешью (8,5% или 2,9 млрд долл. США), а также филе рыбы и прочее мясо рыбы (8,1% или 2,8 млрд долл. США). Всего по итогам года на 10 наиболее востребованных на мировом рынке видов сельскохозяйственных товаров Вьетнама пришлось 63,8% стоимостного экспорта аграрной продукции страны.

Наиболее заметно в стоимостном выражении за 2023 г. увеличился вьетнамский экспорт дуриана свежего (в 7,3 раза или +1,8 млрд долл. США), риса (+37,0% или +1,2 млрд долл. США) и орехов кешью (+15,8% или +397,7 млн долл. США). Одновременно наблюдалось значительное сокращение экспорта страной филе рыбы и прочего мяса рыбы (-25,4% или -946,8 млн долл. США), ракообразных (-19,2% или -510,1 млн долл. США), а также изделий и консервов из ракообразных (-23,1% или -421,0 млн долл. США).

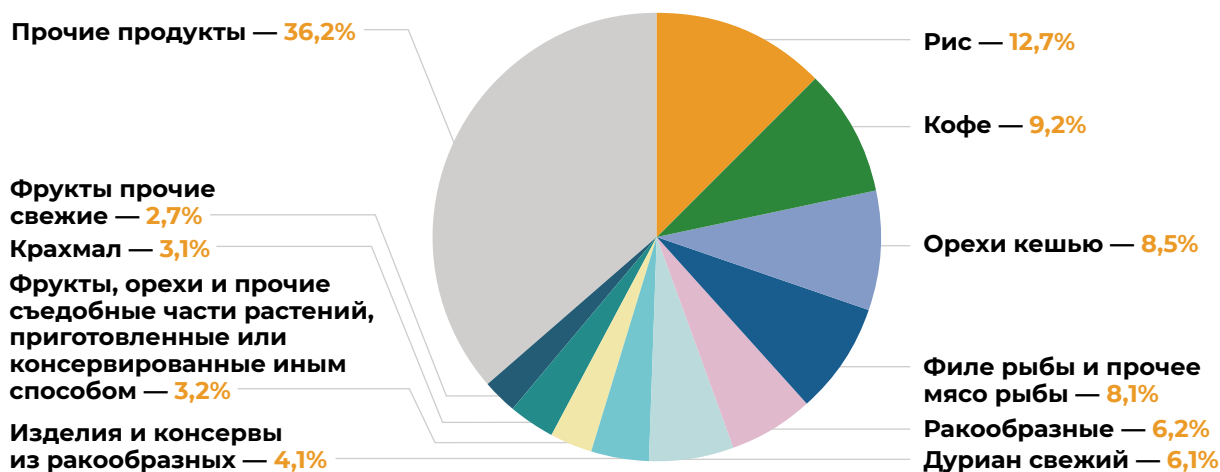


**Структура экспорта продукции АПК Вьетнама в стоимостном выражении, 2022–2023 гг., млрд долл. США**

№	Наименование	2022	2023	Прирост в 2023 к 2022	
				млн долл. США	%
1	Рис	3,2	4,4	1 181,3	37,0
2	Кофе	3,0	3,2	231,8	7,9
3	Орехи кешью	2,5	2,9	397,7	15,8
4	Филе рыбы и прочее мясо рыбы	3,7	2,8	-946,8	-25,4
5	Ракообразные	2,7	2,1	-510,1	-19,2
6	Дуриан свежий	0,3	2,1	1 811,4	в 7,3 раза
7	Изделия и консервы из ракообразных	1,8	1,4	-421,0	-23,1
8	Фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные иным способом	0,9	1,1	227,7	26,1
9	Крахмал	1,2	1,1	-110,4	-9,3
10	Фрукты прочие свежие	0,8	0,9	85,8	10,2
	Прочие продукты	11,8	12,5	668,6	5,7
-	<b>Итого</b>	<b>31,9</b>	<b>34,5</b>	<b>2 616,0</b>	<b>8,2</b>

Источник: ASEANstats

**Структура экспорта продукции АПК Вьетнама в стоимостном выражении, 2023 г., %**



Источник: ASEANstats

Крупнейшей страной-импортером продукции АПК Вьетнама является Китай, на долю которого в 2023 г. пришлось 25,7% экспорта страны в стоимостном выражении. В тройку ведущих покупателей вьетнамских сельскохозяйственных товаров по итогам года также вошли США (11,2%) и Филиппины (7,2%). Суммарно 10 основных стран-импортеров в 2023 г. обеспечили 68,8% экспорта продукции АПК Вьетнама.



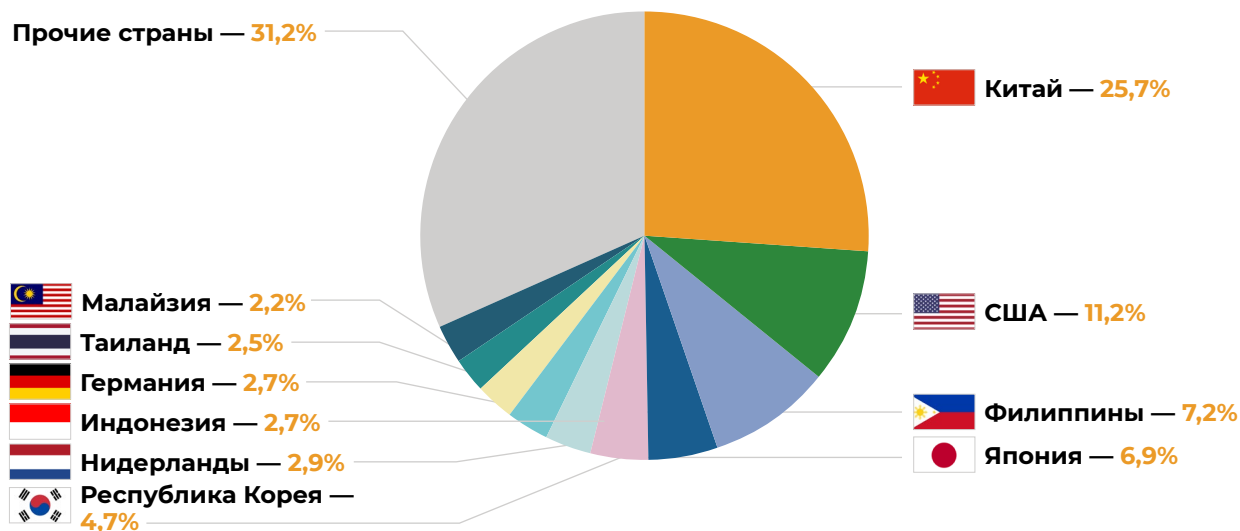
Наибольший прирост объемов закупок сельскохозяйственной продукции Вьетнама за 2023 г. отмечался в Китае (+39,4% или +2,5 млрд долл. США), Индонезии (в 3,5 раза или +677,2 млн долл. США) и на Филиппинах (+15,5% или +332,2 млн долл. США). В то же время за год существенно сократился экспорт продукции АПК Вьетнама в США (-13,0% или -577,7 млн долл. США), Японию (-4,4% или -110,0 млн долл. США) и Республику Корею (-6,1% или -106,0 млн долл. США).

**Основные страны-импортеры продукции АПК из Вьетнама в стоимостном выражении, 2019–2023 гг., млрд долл. США**

№	Страна	2019	2020	2021	2022	2023
1	Китай	6,3	5,8	6,2	6,4	8,8
2	США	3,4	3,7	4,4	4,4	3,9
3	Филиппины	1,4	1,6	1,9	2,1	2,5
4	Япония	2,0	2,0	2,0	2,5	2,4
5	Республика Корея	1,2	1,3	1,4	1,7	1,6
6	Нидерланды	0,8	0,8	0,8	1,0	1,0
7	Индонезия	0,2	0,2	0,2	0,3	0,9
8	Германия	0,8	0,8	0,9	1,0	0,9
9	Таиланд	0,7	0,7	0,8	0,9	0,9
10	Малайзия	0,6	0,6	0,6	0,8	0,8
	Прочие страны	8,7	8,4	9,4	10,7	10,8
	<b>Итого</b>	<b>26,1</b>	<b>25,9</b>	<b>28,7</b>	<b>31,9</b>	<b>34,5</b>

Источник: ASEANstats

**Доля стран в экспорте продукции АПК Вьетнама в стоимостном выражении, 2023 г., %**



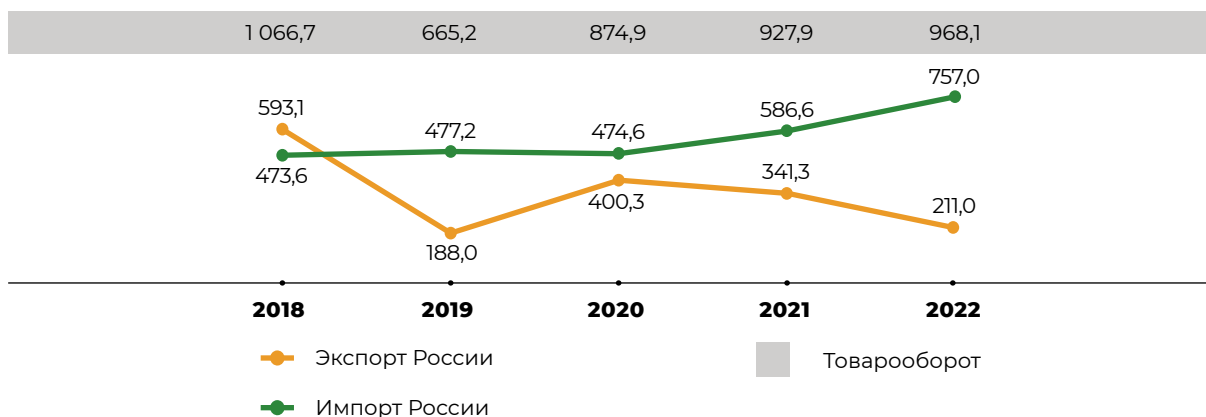
Источник: ASEANstats



# Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Вьетнамом

Объем взаимной торговли (товарооборот) сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием между Россией и Вьетнамом в 2022 г. увеличился на 4,3% по сравнению с уровнем 2021 г. и составил 968,1 млн долл. США. Российский экспорт во Вьетнам сократился на 38,2% до 211,0 млн долл. США, тогда как объем импорта России из республики вырос на 29,1% до 757,0 млн долл. США. Экспорт России в 2022 г. составил 21,8% товарооборота продукции АПК между двумя странами, на Вьетнам пришлось 1,3% всего российского внешнеторгового товарооборота продукции АПК.

Динамика товарооборота с Россией, млн долл. США



Источник: ФТС России



В 2022 г. Россия закупила во Вьетнаме 255,4 тыс. тонн сельскохозяйственных товаров на сумму 757,0 млн долл. США, и на долю страны пришлось 2,1% всего отечественного импорта продукции АПК. Основными товарными позициями в стоимостной структуре российского импорта в 2022 г. являлись кофе (38,9%), филе рыбы и прочее мясо рыбы (10,2%), а также экстракты и эссенции кофе, продукты из них (7,4%) — суммарно на данные продукты пришлось более половины поставок из Вьетнама в Россию.

Рост российского импорта из Вьетнама на 29,1% в стоимостном выражении в 2022 г. обусловлен, прежде всего, увеличением поставок кофе (+82,3% или +131,4 млн долл. США) и рыбы сушеной, соленой, копченой, в рассоле (+57,7% или +16,7 млн долл. США). При этом за год также зафиксировано уменьшение поставок из Вьетнама в Россию орехов кешью (-16,0% или -8,9 млн долл. США), ракообразных (-15,7% или -4,8 млн долл. США) и чая (-17,1% или -3,8 млн долл. США).

**Российский импорт, 2021–2022 гг.**

№	Наименование	2021		2022		Прирост в 2022 к 2021			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Кофе	82,7	163,2	98,2	294,6	15,5	18,7	131,4	80,5
2	Филе рыбы и прочее мясо рыбы	30,3	74,4	26,1	77,5	-4,1	-13,7	3,1	4,2
3	Экстракты и эссенции кофе, продукты из них	6,6	41,4	7,7	55,8	1,1	16,8	14,4	34,8
4	Орехи кешью	9,6	55,4	7,5	46,5	-2,1	-21,5	-8,9	-16,0
5	Рыба сушеная, соленая, копченая, в рассоле	4,0	29,0	6,3	45,7	2,3	56,4	16,7	57,7
6	Фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные иным способом	27,7	37,0	30,5	44,9	2,8	10,1	7,9	21,3
7	Паприка	6,5	24,8	7,0	29,9	0,5	7,5	5,0	20,3
8	Ракообразные	3,9	30,5	2,7	25,7	-1,2	-31,4	-4,8	-15,7
9	Рыба мороженая	5,3	13,5	6,2	20,7	0,9	17,3	7,3	54,0
10	Чай	12,5	22,1	9,1	18,4	-3,4	-27,2	-3,8	-17,1
	Прочие продукты	56,4	95,3	54,2	97,4	-2,2	-4,0	2,1	2,2
	<b>Итого</b>	<b>245,4</b>	<b>586,6</b>	<b>255,4</b>	<b>757,0</b>	<b>10,0</b>	<b>4,1</b>	<b>170,5</b>	<b>29,1</b>

Источник: ФТС России



В 2022 г. из России во Вьетнам поставлено 150,8 тыс. тонн сельскохозяйственных товаров на сумму 211,0 млн долл. США, что составило 0,5% отечественного экспорта продукции АПК в стоимостном выражении. Основной товарной позицией в структуре российских поставок во Вьетнам является свинина и пищевые субпродукты свиней — в 2022 г. на данную продукцию пришлось 42,2% всего объема экспорта в стоимостном выражении. Также страна закупала в России пищевые продукты прочие (14,5%), пшеницу (9,5%) и другую продукцию. Суммарно перечисленные товары обеспечили 66,2% российского экспорта продукции АПК во Вьетнам.

По сравнению с 2021 г. объем экспорта России в республику в 2022 г. уменьшился на 38,9% в стоимостном выражении — основной причиной является сокращение поставок свинины и пищевых субпродуктов свиней на 49,1% (-86,0 млн долл. США). Также сократился экспорт пищевых продуктов прочих и детского питания из муки, крупы, крахмала и молока.

**Российский экспорт, 2021–2022 гг.**

№	Наименование	2021		2022		Прирост в 2022 к 2021			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Свинина и пищевые субпродукты свиней	86,5	175,0	45,4	89,0	-41,1	-47,5	-86,0	-49,1
2	Пищевые продукты прочие	0,9	37,5	0,7	30,6	-0,2	-19,1	-6,8	-18,2
3	Пшеница	71,8	20,8	70,5	20,1	-1,2	-1,7	-0,7	-3,3
4	Детское питание из муки, крупы, крахмала и молока	3,4	28,1	2,2	19,2	-1,1	-33,8	-8,9	-31,5
5	Рыба мороженая	2,8	8,1	5,0	17,3	2,2	76,5	9,2	в 2,1 раза
6	Мясо птицы	13,2	8,1	7,4	4,9	-5,8	-43,9	-3,2	-39,3
7	Шоколадные кондитерские изделия	0,9	3,0	1,3	4,8	0,4	48,5	1,8	58,6
8	Масло подсолнечное	3,1	4,5	1,9	3,6	-1,3	-40,2	-0,9	-20,9
9	Говядина и пищевые субпродукты КРС	1,6	4,2	0,8	2,9	-0,8	-51,8	-1,3	-30,2
10	Солод	-	-	5,8	2,8	5,8	-	2,8	-
	Прочие продукты	175,6	52,0	9,8	15,6	-165,9	-94,4	-36,4	-69,9
	<b>Итого</b>	<b>359,8</b>	<b>341,3</b>	<b>150,8</b>	<b>211,0</b>	<b>-209,0</b>	<b>-58,1</b>	<b>-130,3</b>	<b>-38,2</b>

Источник: ФТС России



# Обзор рынка сладких газированных напитков во Вьетнаме

Крупнейшими производителями сладких газированных напитков во Вьетнаме являются транснациональные компании Coca-Cola и PepsiCo, занимающие более 94% рынка. На территории страны продукцию корпораций выпускают девять современных предприятий (три производят бренды Coca-Cola и шесть – бренды PepsiCo) в Хошимине, Дананге, Ханое и других городах. Благодаря большим объемам выпуска продукция указанных компаний представлена по всей республике. Местные производители газировки занимают на рынке незначительную долю, однако их бренды пользуются популярностью у местных жителей за счет более конкурентной цены.

В 2019–2023 гг. потребление безалкогольных напитков во Вьетнаме снижалось в среднем на 0,6% ежегодно в натуральном выражении из-за пандемии COVID-19, и при этом росло на 1,0% в стоимостном выражении ввиду повышения цен. В 2023 г. потребление данной продукции практически полностью восстановилось, увеличившись по отношению к 2021 г. на 19,7% в натуральном выражении и на 29,0% в стоимостном. Итоговое потребление безалкогольных напитков во Вьетнаме в 2023 г. составило 5,7 млрд литров (5,5 млрд долл. США).

Потребление безалкогольных напитков во Вьетнаме, 2019–2023 гг.

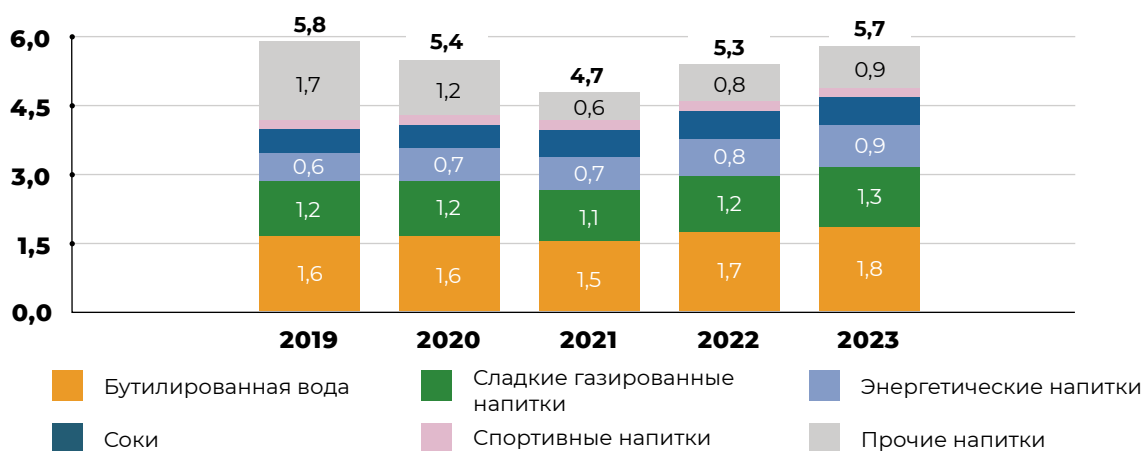


Источник: EMIS

В 2023 г. основную долю в структуре потребления безалкогольных напитков в стране занимала бутилированная вода, на которую пришлось 31,4% от общего объема (1,8 млрд литров). Сладкие газированные напитки являются вторым наиболее востребованным продуктом в данной категории товаров с объемом потребления на уровне 1,3 млрд литров (22,5%) в 2023 г. Спросом в стране также пользуются энергетические напитки — 0,9 млрд литров (15,8% общего объема), соки — 0,6 млрд литров (10,6%), и спортивные напитки — 0,2 млрд литров (3,7%). Прочие виды безалкогольных напитков в 2023 г. занимали в структуре потребления 16,1% (0,9 млрд литров).



**Потребление безалкогольных напитков во Вьетнаме по видам в натуральном выражении, 2019–2023 гг., млрд литров**

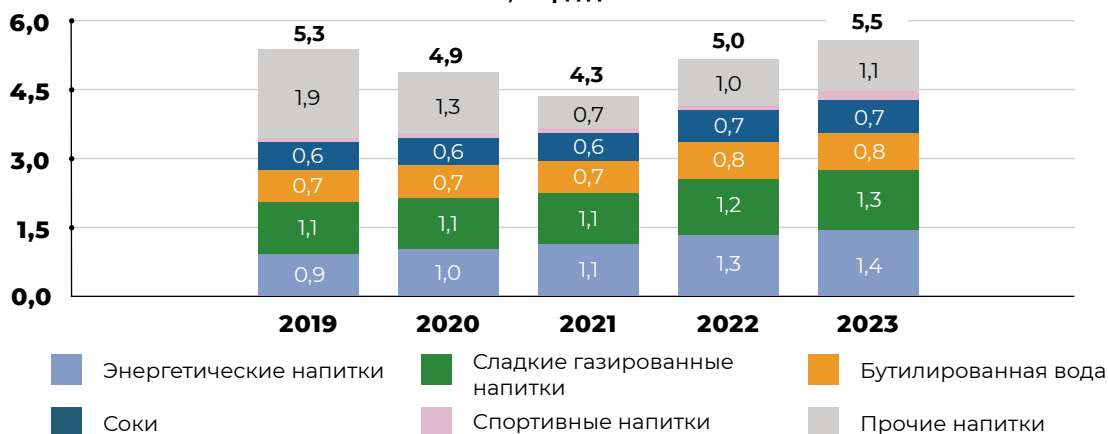


Источник: EMIS

Примечание: категория «Прочие напитки» включает готовые к употреблению чай и кофе, традиционные безалкогольные напитки стран Азии и концентрированные напитки.

В стоимостном выражении объем продаж безалкогольных напитков во Вьетнаме в 2023 г. достиг рекордного уровня в 5,5 млрд долл. США. Наибольшую долю в общей структуре продаж составили энергетические напитки — 24,9% (1,4 млрд долл. США), на втором месте — сладкие газированные напитки с долей 23,9% (1,3 млрд долл. США). Бутилированная вода и соки составили 15,2% (0,8 млрд долл. США) и 13,2% (0,7 млрд долл. США) от общего объема продаж соответственно. Продажи прочих напитков в 2023 г. достигли в стране 1,1 млрд долл. США (20%).

**Объем продаж безалкогольных напитков во Вьетнаме по видам в стоимостном выражении, 2019–2023 гг., млрд долл. США**

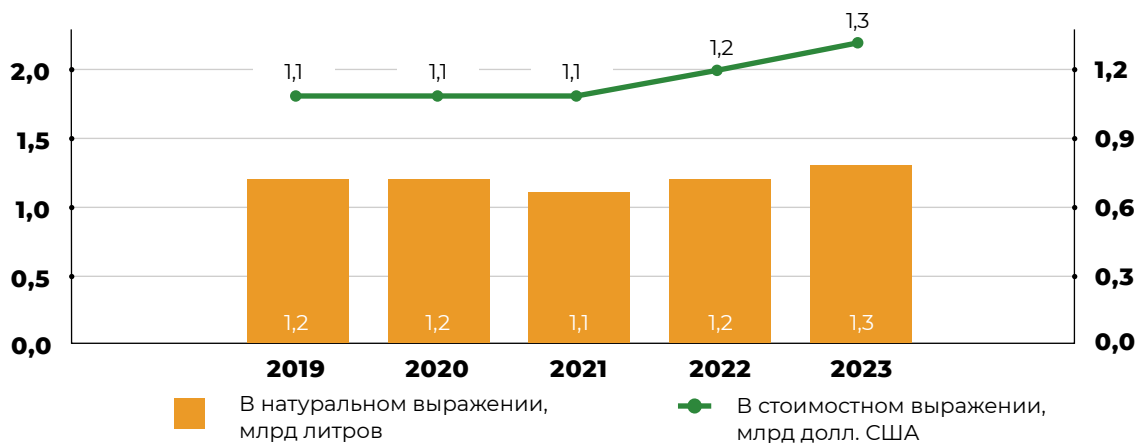


Источник: EMIS

Примечание: категория «Прочие напитки» включает готовые к употреблению чай и кофе, традиционные безалкогольные напитки стран Азии и концентрированные напитки.

Объем потребления сладких газированных напитков во Вьетнаме сокращался в 2020–2021 гг. и восстанавливался в 2022–2023 гг., в результате к 2023 г. значение показателя увеличилось по сравнению с уровнем 2019 г. на 5,3% в натуральном и на 14,6% в стоимостном выражении, достигнув почти 1,3 млрд литров (1,3 млрд долл. США). В среднем в течение последних пяти лет потребление газировки в стране ежегодно росло на 1,3% в натуральном выражении и на 3,5% в стоимостном.

Потребление сладких газированных напитков во Вьетнаме, 2019–2023 гг.

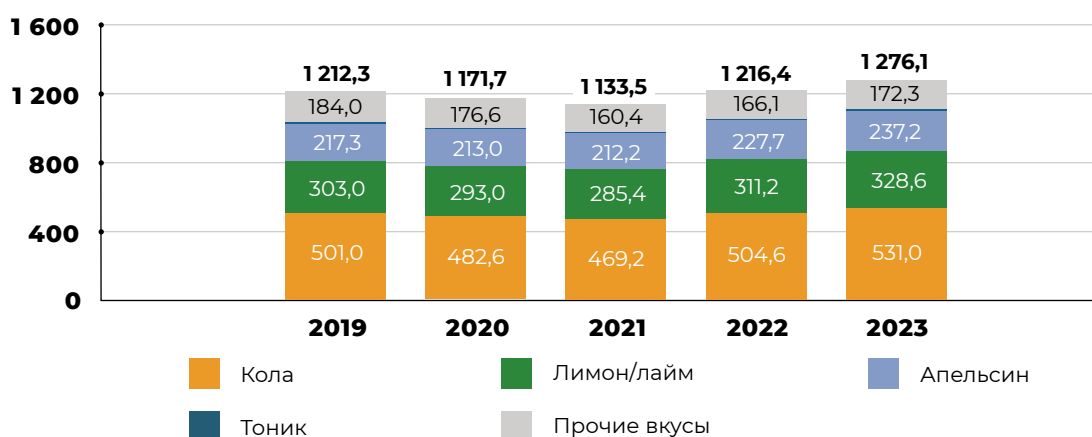


Источник: EMIS



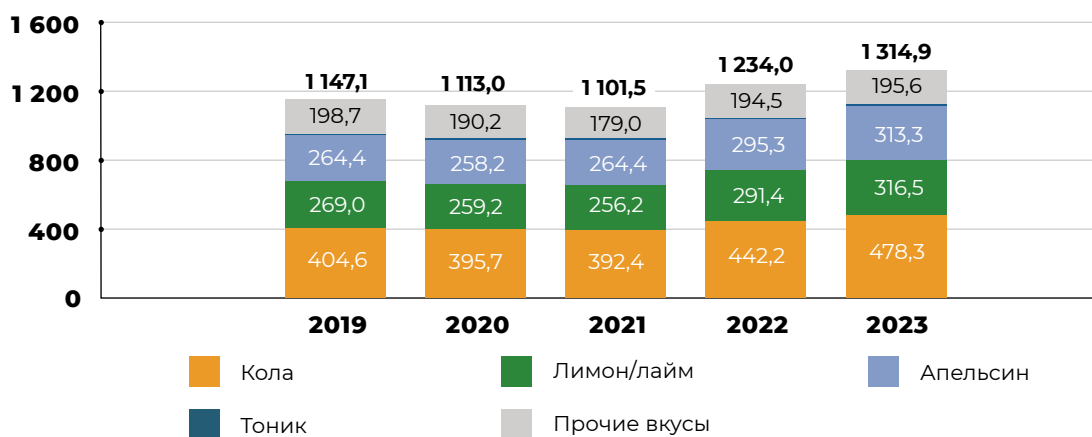
В структуре потребления сладких газированных напитков Вьетнама преобладают напитки со вкусом колы (41,6% всего объема потребления в натуральном выражении и 36,4% в стоимостном по итогам 2023 г.). Популярностью в стране также пользуются газировка со вкусом лимона или лайма (25,8% в натуральном выражении и 24,1% в стоимостном). На третьем месте — напитки со вкусом апельсина (18,6% и 23,8% соответственно). Спрос на продукцию с перечисленными вкусами постепенно увеличивается с 2019 г. В то же время наблюдается стагнация в сегменте сладких газированных напитков со вкусом тоника и прочими вкусами.

**Потребление сладких газированных напитков во Вьетнаме по вкусам в натуральном выражении, 2019–2023 гг., млн литров**



Источник: EMIS

**Объем продаж сладких газированных напитков во Вьетнаме по вкусам в стоимостном выражении, 2019–2023 гг., млн долл. США**



Источник: EMIS

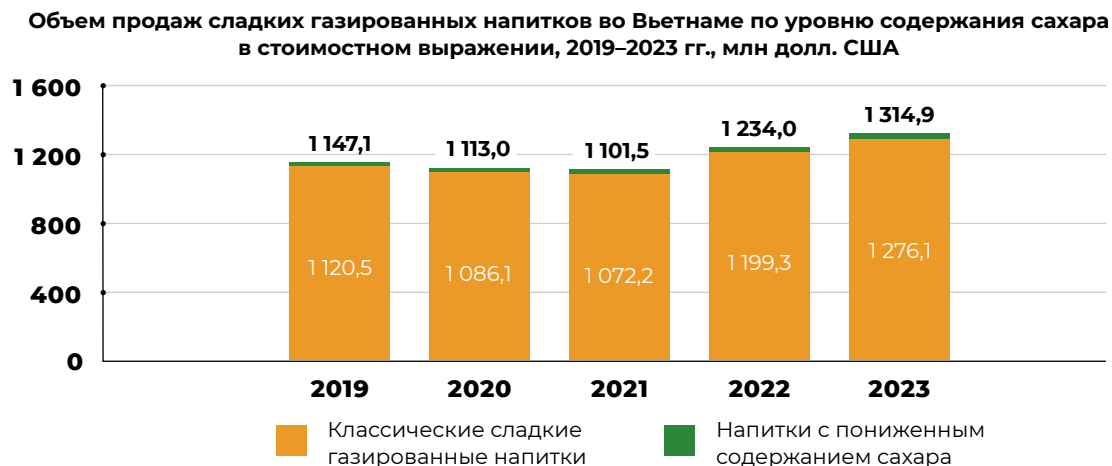


В последние годы во Вьетнаме постепенно увеличивается потребление сладких газированных напитков с пониженным содержанием сахара. По итогам 2023 г. доля таких напитков выросла до 2,0% (или 24,6 млн литров) в общей структуре потребления по сравнению с 1,7% (или 20,2 млн литров) в 2019 г.



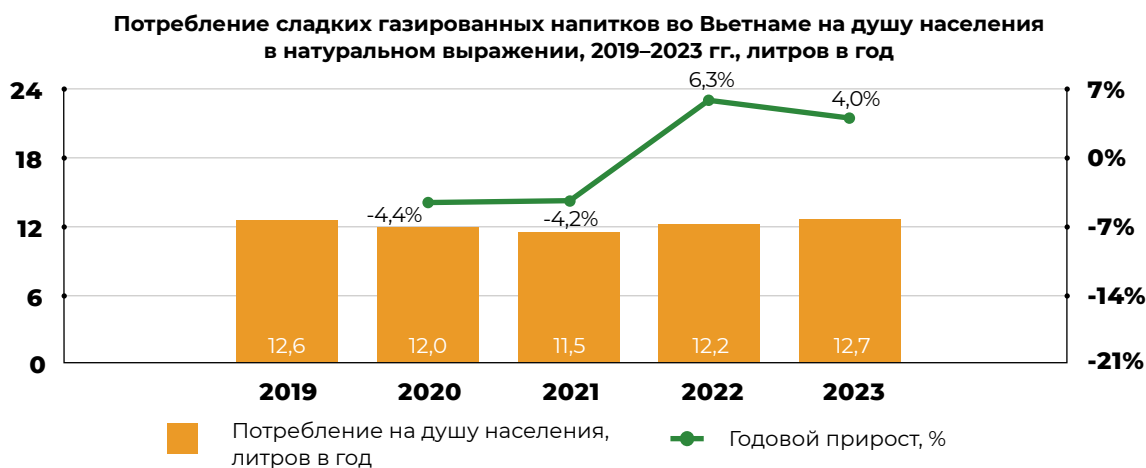
Источник: EMIS

В 2019 г. сладкие газированные напитки с пониженным содержанием сахара занимали во Вьетнаме 2,4% (26,6 млн долл. США) общего объема продаж данной продукции в стоимостном выражении, по итогам 2023 г. их доля увеличилась до 3,0% (38,8 млн долл. США). При этом средняя цена на напитки с пониженным содержанием сахара в стране в среднем заметно выше, чем на прочие (классические) газировки.



Источник: EMIS

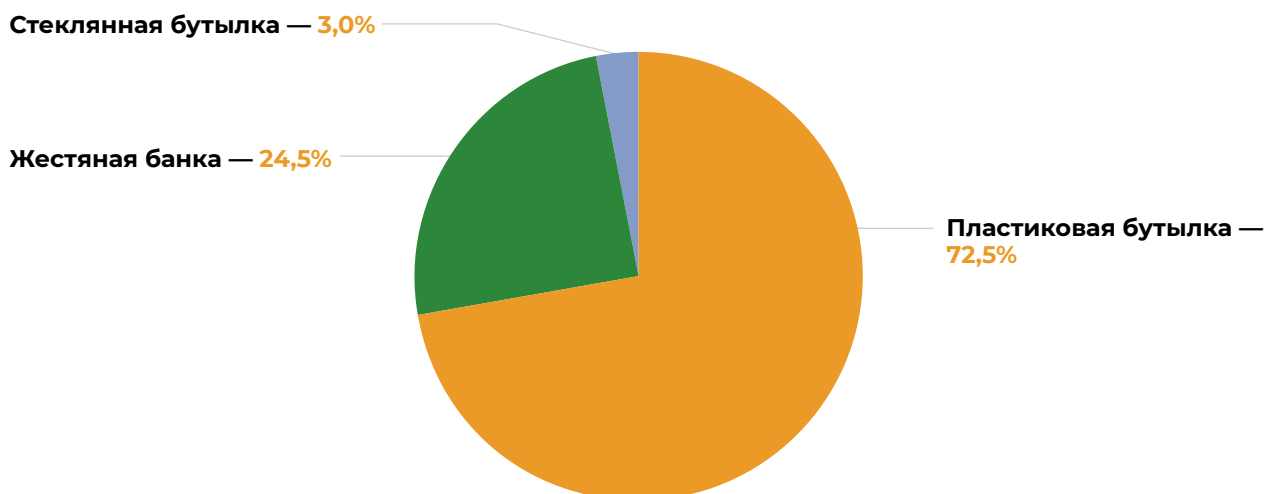
Потребление сладких газированных напитков на душу населения во Вьетнаме по итогам 2023 г. достигло 12,7 л/год, превысив допандемийный уровень. Среднегодовой темп прироста значения показателя в 2019–2023 гг. составил 0,3%. В целом объем потребления сладких газированных напитков на душу населения во Вьетнаме ниже среднего по странам Юго-Восточной Азии (около 18,5 л/год), однако такой высокий уровень в регионе достигается за счет потребления на Филиппинах (41,7 л/год), Таиланде (36,3 л/год) и Сингапуре (20,0 л/год).



Источник: EMIS

Наиболее распространенным видом упаковки для сладких газированных напитков во Вьетнаме является пластиковая бутылка, в которой в 2023 г. реализовано 72,5% всего объема продаж данной продукции в натуральном выражении. Также около 24,5% продаж по итогам года пришлось на сладкие газированные напитки в жестяных банках. Наименее популярным видом упаковки газировки на местном рынке является стеклянная бутылка (3,0% объема продаж в 2023 г.).

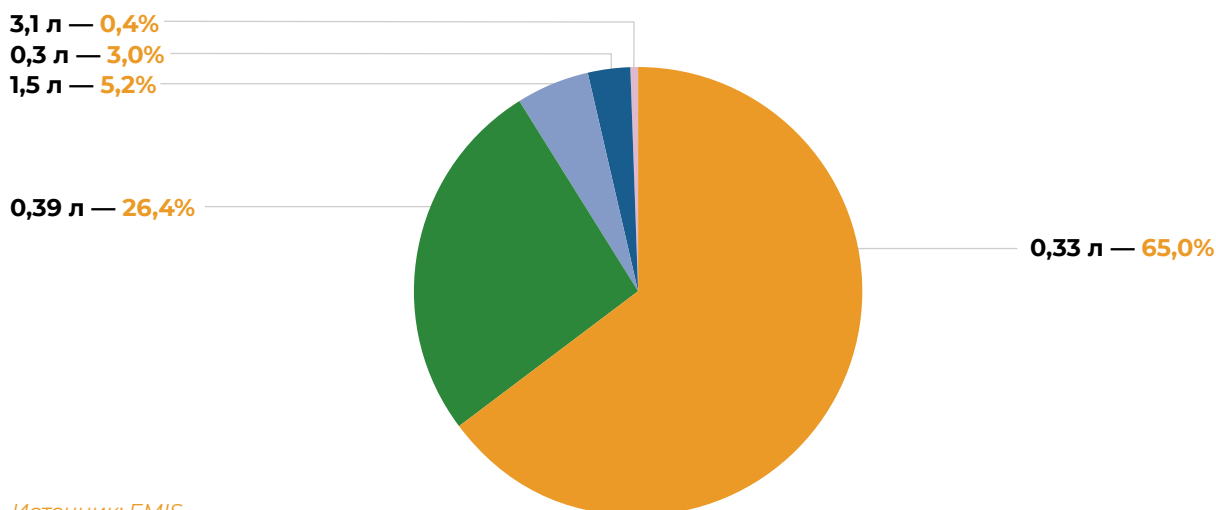
**Структура розничных продаж сладких газированных напитков во Вьетнаме по типу упаковки в натуральном выражении, 2023 г., %**



Источник: EMIS

Брендированные сладкие газированные напитки во Вьетнаме реализуются преимущественно в небольших емкостях. В 2023 г. на долю газировки в таре объемом до 0,4 литров пришлось 94,4% объема всех розничных продаж данной товарной категории в натуральном выражении. При этом доля продаж напитков в больших упаковках объемом 1,5 литров и 3,1 литров незначительна (5,2% и 0,4% соответственно).

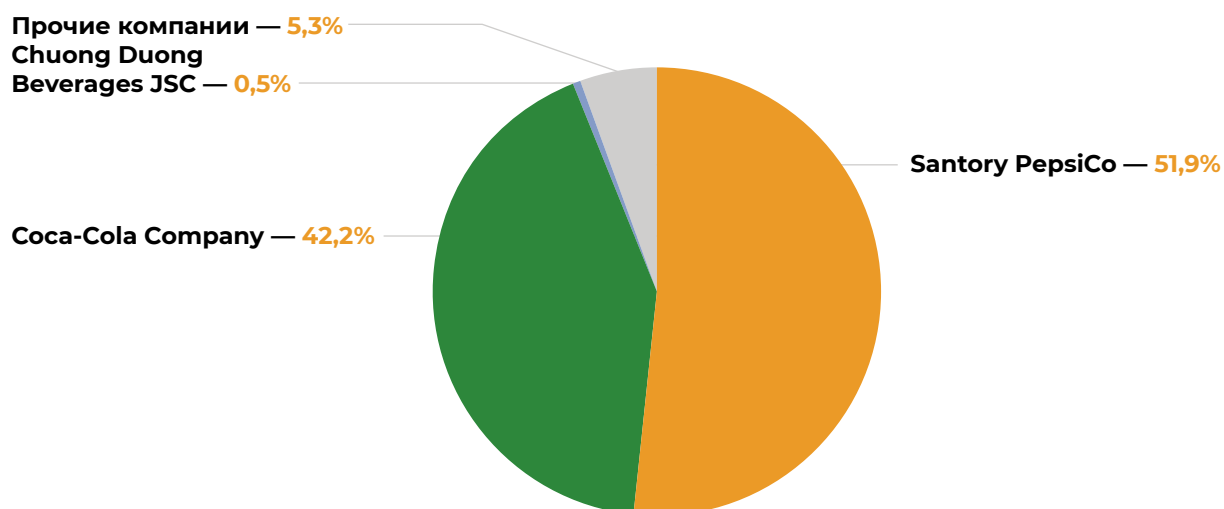
**Структура розничных продаж сладких газированных напитков во Вьетнаме по размеру упаковки в натуральном выражении, 2023 г., %**



Источник: EMIS

Основными игроками на рынке сладких газированных напитков во Вьетнаме являются транснациональные корпорации. Suntory PepsiCo — совместное предприятие группы PepsiCo и японской компании по производству напитков Suntory Group — в 2023 г. обеспечило 51,9% продаж данной продукции в стране. Второе место с долей 42,2% заняла Coca-Cola. В тройку крупнейших игроков на рынке сладких газированных напитков в 2023 г. также вошла вьетнамская компания Chuong Duong Beverages (0,5%). Суммарно на перечисленных производителей в 2023 г. пришлось 94,7% всего объема продаж газировок во Вьетнаме.

**Доля основных игроков на рынке сладких газированных напитков во Вьетнаме в стоимостном выражении, 2023 г., %**



Источник: EMIS

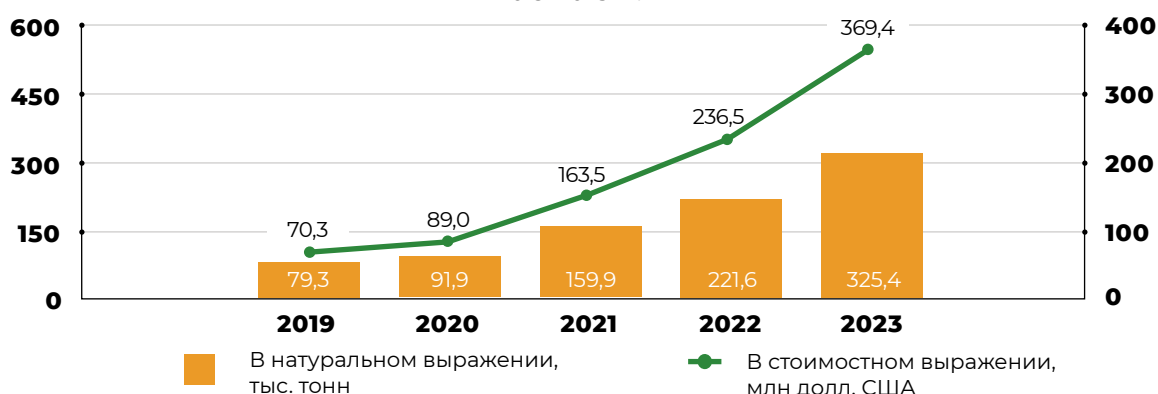
Крупнейшие компании на рынке сладких газированных напитков во Вьетнаме, 2023 г.

Название	Описание
<p><b>Chuong Duong Beverages JSC</b></p> 	<p>Вьетнамская компания, специализирующаяся на производстве безалкогольных напитков и входящая в группу крупнейшего производителя пива во Вьетнаме Sabeco. В ассортименте компании — сладкие газированные напитки и бутилированная вода.</p> <p>Сайт: <a href="http://www.cdbeco.com.vn">www.cdbeco.com.vn</a></p> 
<p><b>Coca-Cola Company</b></p> 	<p>Американская транснациональная компания, являющаяся крупнейшим в мире производителем и поставщиком концентратов, сиропов и безалкогольных напитков. Вьетнамское отделение корпорации владело в стране тремя крупными заводами по производству напитков до начала 2023 г., когда права на франшизу в республике приобрела гонконгская компания Swire Pacific. При этом в настоящее время Coca-Cola продолжает строительство во Вьетнаме четвертого завода по розливу безалкогольных напитков. Сладкие газированные напитки компании представлены в стране брендами Coca-Cola, Fanta, Sprite и Schweppes.</p> <p>Сайт: <a href="http://www.coca-cola.com/vn">www.coca-cola.com/vn</a></p> 
<p><b>Santory PepsiCo</b></p> 	<p>Совместное предприятие транснациональной корпорации PepsiCo и японского холдинга Suntory по выпуску безалкогольных напитков во Вьетнаме. Является крупнейшим игроком на местном рынке сладких газированных напитков. Альянс владеет во Вьетнаме шестью заводами, на которых производятся бутилированная вода, соки, энергетики, холодный чай, кофе и сладкие газированные напитки. Последние представлены в стране брендами Pepsi, 7UP, Evervess и Mirinda.</p> <p>Сайт: <a href="http://www.suntorypepsico.vn">www.suntorypepsico.vn</a></p> 

# Импорт сладких газированных напитков Вьетнама

В 2023 г. объем импорта сладких газированных напитков Вьетнама составил 325,4 тыс. тонн на сумму 369,4 млн долл. США, что выше уровня 2022 г. на 46,9% в натуральном выражении (+103,8 тыс. тонн) и на 56,2% в стоимостном (+132,9 млн долл. США). По итогам года республика заняла первое место в Азии и 11 место в мире среди государств-покупателей газировки. В 2019–2023 гг. объем закупок страной сладких газированных напитков ежегодно увеличивался в среднем на 42,3% в натуральном выражении и на 51,4% в стоимостном.

Импорт сладких газированных напитков Вьетнама в натуральном и стоимостном выражении, 2019–2023 гг.



Источник: ASEANstats, ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 220210.

Основным поставщиком сладких газированных напитков во Вьетнам является их крупнейший региональный производитель — Таиланд, на который в 2023 г. пришлось 97,2% вьетнамского импорта в натуральном выражении (316,2 тыс. тонн). Второе место по объему экспорта данной продукции в страну занимает Китай с долей 0,9% в общей структуре (2,8 тыс. тонн).

В 2023 г. Вьетнам нарастил закупки сладких газированных напитков из Таиланда на 51,9% относительно уровня 2022 г. (+108,1 тыс. тонн). Одновременно с этим сократился импорт данной продукции из Австралии (-95,5% или -3,9 тыс. тонн).

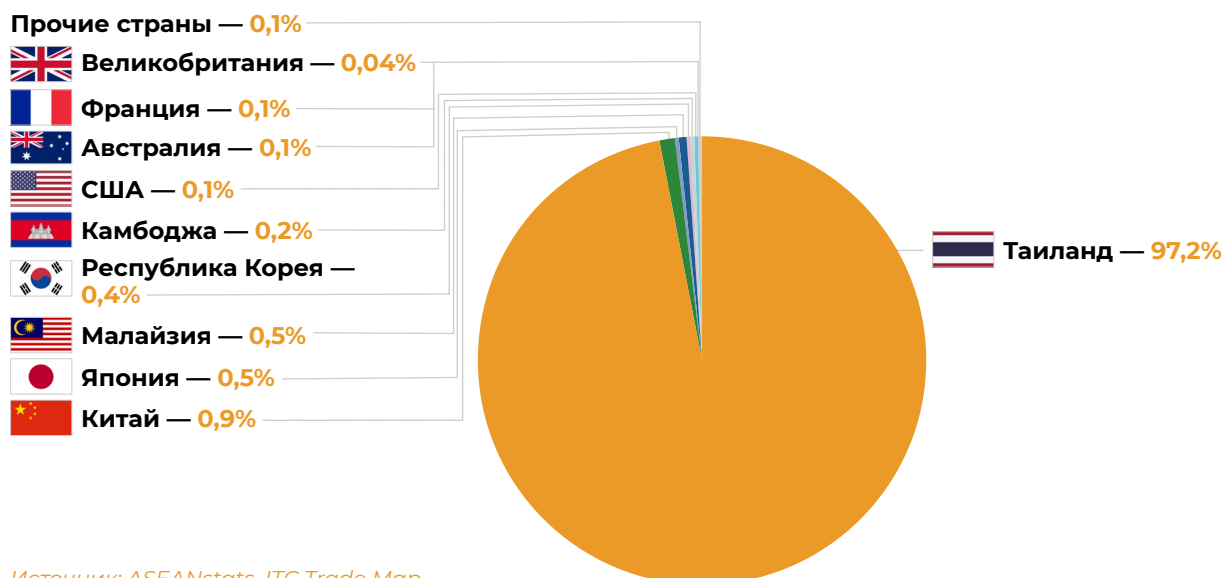


**Импорт сладких газированных напитков Вьетнама по странам-экспортерам  
в натуральном выражении, 2019–2023 гг., тыс. тонн**

№	Страна	2019	2020	2021	2022	2023
1	Таиланд	69,9	85,6	152,9	208,1	316,2
2	Китай	0,03	0,3	1,6	2,7	2,8
3	Япония	1,0	1,2	1,8	2,1	1,6
4	Малайзия	0,7	0,8	1,2	1,4	1,5
5	Республика Корея	0,7	0,9	0,6	0,8	1,3
6	Камбоджа	4,7	1,4	0,7	0,9	0,6
7	США	0,7	0,4	0,4	0,7	0,4
8	Австралия	0,02	0,1	0,2	4,1	0,2
9	Франция	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2
10	Великобритания	0,1	0,05	0,1	0,2	0,1
	Прочие страны	1,3	0,9	0,4	0,4	0,4
	<b>Итого</b>	<b>79,3</b>	<b>91,9</b>	<b>159,9</b>	<b>221,6</b>	<b>325,4</b>

Источник: ASEANstats, ITC Trade Map  
Примечание. Код ТН ВЭД 220210.

**Доля стран в импорте сладких газированных напитков Вьетнама в натуральном выражении, 2023 г., %**



Источник: ASEANstats, ITC Trade Map  
Примечание. Код ТН ВЭД 220210.

Основным экспортером сладких газированных напитков во Вьетнам в стоимостном выражении является Таиланд, в 2023 г. поставивший продукции на сумму 359,0 млн долл. США (97,2% импорта республики). В число крупнейших экспортеров на рынок страны по итогам года также вошел Китай (0,9%).



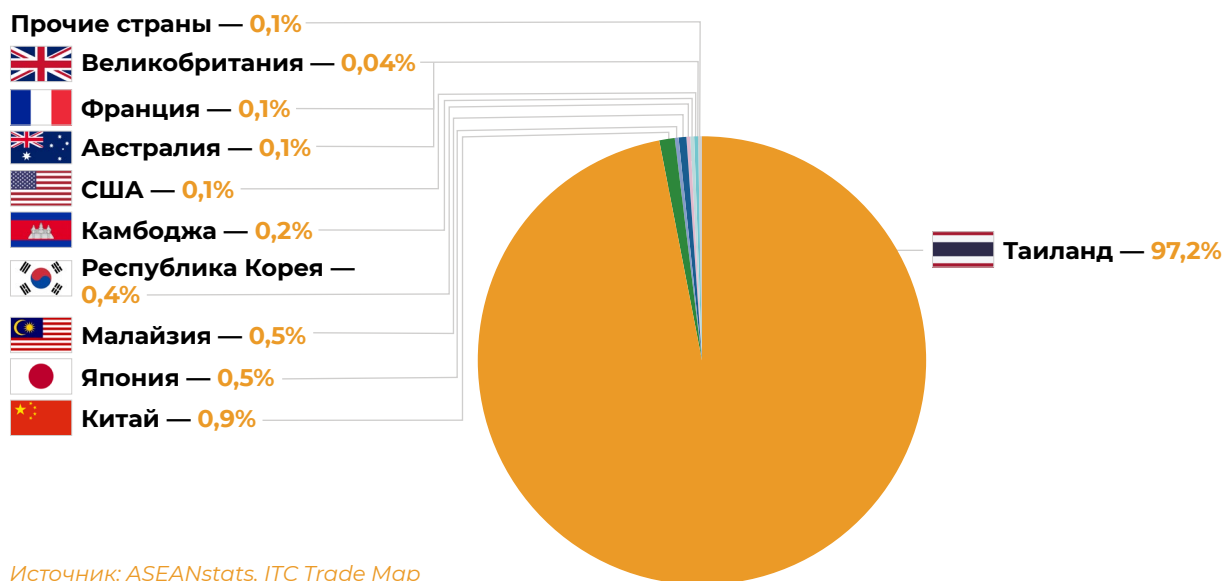
В 2023 г. Вьетнам нарастил закупки сладких газированных напитков относительно уровня 2022 г. из Таиланда на 61,6% (+136,8 млн долл. США), и Республики Корея — на 78,9% (+0,7 млн долл. США). Одновременно с этим сократился объем импорта данной продукции из Австралии (-95,2% или -4,1 млн долл. США).

**Импорт сладких газированных напитков Вьетнама по странам-экспортерам в стоимостном выражении, 2019–2023 гг., млн долл. США**

№	Страна	2019	2020	2021	2022	2023
1	Таиланд	62,0	82,9	156,3	222,2	359,0
2	Китай	0,03	0,3	1,6	2,9	3,2
3	Япония	0,9	1,2	1,9	2,2	1,8
4	Малайзия	0,6	0,8	1,2	1,5	1,7
5	Республика Корея	0,6	0,9	0,6	0,8	1,5
6	Камбоджа	4,2	1,3	0,7	1,0	0,6
7	США	0,6	0,4	0,4	0,7	0,4
8	Австралия	0,02	0,1	0,2	4,3	0,2
9	Франция	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2
10	Великобритания	0,1	0,05	0,1	0,2	0,1
	Прочие страны	1,2	0,9	0,4	0,5	0,5
	<b>Итого</b>	<b>70,3</b>	<b>89,0</b>	<b>163,5</b>	<b>236,5</b>	<b>369,4</b>

Источник: ASEANstats, ITC Trade Map  
Примечание. Код ТН ВЭД 220210.

**Доля стран в импорте сладких газированных напитков Вьетнама в стоимостном выражении, 2023 г., %**

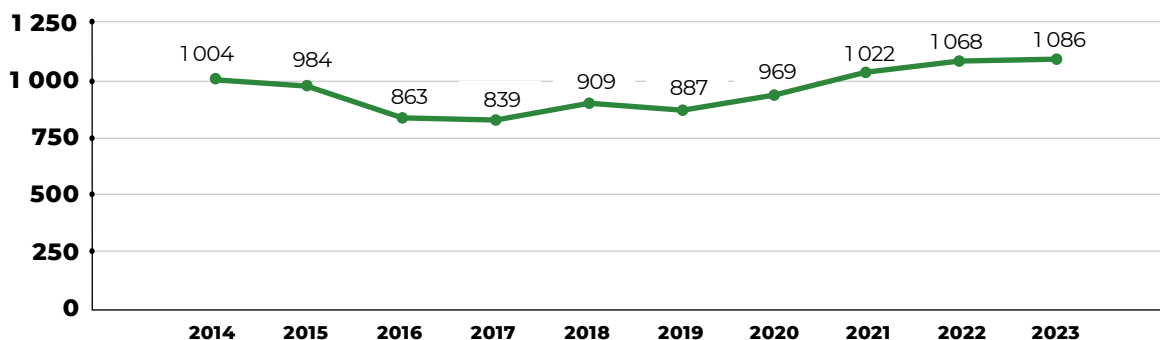


Источник: ASEANstats, ITC Trade Map  
Примечание. Код ТН ВЭД 220210.



В 2023 г. средняя импортная цена сладких газированных напитков во Вьетнаме выросла на 1,6%, достигнув отметки в 1 086 долл. США за тонну. Наиболее дорогая продукция поставлялась из Австралии, Китая и Республики Корея.

Средняя импортная цена сладких газированных напитков Вьетнама, 2014–2023 гг., долл. США/тонна



Источник: ASEANstats, ITC Trade Map  
Примечание. Код ТН ВЭД 220210.

## Потенциал российского экспорта сладких газированных напитков во Вьетнам

Расчетный объем потенциала поставок российских сладких газированных напитков во Вьетнам к 2030 г. оценивается на уровне **1,0–1,5 млн долл. США**. Основными конкурентами российской продукции на рынке Вьетнама являются Таиланд, Япония, Китай и Республика Корея.



# Потребительские предпочтения

---

## Тенденции на продовольственном рынке Вьетнама

- во Вьетнаме сохраняется повышенный интерес к импортной продукции. Считается, что импортные товары и продукты превосходят по качеству продукцию местного производства, так как они изготовлены с соблюдением строгих гигиенических требований безопасности пищевых продуктов, а также с использованием усовершенствованных технологий сборки урожая и производства;
- местные потребители, особенно молодежь, положительно воспринимают инновации и следят за международными потребительскими трендами через социальные сети, а также открыты к импортным продуктам питания;
- социальные сети активно используются для рекламы продуктов питания и напитков во Вьетнаме из-за их широкого охвата, возможности быстрого подключения и низкой стоимости;
- в последние годы в стране увеличивается объем продаж готовых к употреблению блюд, особенно в крупных городах, таких как Хошимин и Ханой. Спрос на упакованные продукты питания повышается в следствие современного, более активного, образа жизни, а также усилившегося влияния западной, корейской и японской культур и особенностей кухни. Кроме того, постепенно закрепляется представление вьетнамцев об упакованных продуктах питания как более безопасных. Они продаются в магазинах шаговой доступности, супермаркетах и гипермаркетах, а также через постоянно расширяющуюся сеть заведений общественного питания;
- в последние годы во Вьетнаме наблюдается рост современного сектора розничной торговли продуктами питания, гостинично-ресторанного сектора и пищевой промышленности. Одновременно увеличивается число продуктовых магазинов и ресторанов с полным спектром услуг, а также развиваются сети быстрого питания;
- пик потребительских расходов в республике приходится на сезон празднования Лунного Нового года, а также на период международных праздников, таких как День Святого Валентина, Рождество и День Благодарения;
- во Вьетнаме постепенно становится более актуальной тема здорового питания: многие потребители с готовностью доплачивают за полезные продукты. Эта тенденция получила широкое распространение в период пандемии COVID-19. Правительство страны, со своей стороны, повышает информированность населения в связи с проблемами избыточного веса и сопутствующих заболеваний, а также поддерживает популяризацию здорового питания, в т.ч. в рамках реализации программных документов, например, Плана развития продовольственной системы Вьетнама до 2030 г. (National Action Plan on Food Systems Transformation).



## Тенденции на рынке сладких газированных напитков

- на вьетнамском рынке сладких газированных напитков представлено большое разнообразие вкусов: лимон, лайм, апельсин, грейпфрут, персик и маракуйя. Крупные компании, работающие на рынке газировки, также выпускают уникальные напитки, которые можно найти только во Вьетнаме, например, фиолетовую Fanta Hương Ха Хі со вкусом сарсапариллы. Несмотря на открытость вьетнамских потребителей к новым необычным напиткам, на рынке сладких газированных напитков лидирует продукция с классическим вкусом колы. В 2023 г. на эту категорию пришлось более 40% всех продаж в натуральном выражении;
- после снятия ковидных ограничений и возвращения туризма во Вьетнаме наблюдается быстрое восстановление объема продаж сладких газированных напитков через канал общественного питания. Большинство популярных в стране ресторанов быстрого питания предлагают различную газировку в дополнение к еде. Особенно хорошо такие напитки продаются в охлажденном виде в жаркую и влажную вьетнамскую погоду или в сочетании с довольно жирными блюдами национальной кухни;
- во Вьетнаме, как и в Таиланде, популярны сладкие газированные напитки красного цвета (например, Fanta со вкусом клубники или малины), которые, наряду с фруктами, кондитерскими изделиями и алкоголем, в стране принято оставлять в качестве подношений в «домиках духов» и различных святилищах. Сами местные жители достаточно редко употребляют такую продукцию, однако объем ее продаж остается стабильным за счет вьетнамцев, соблюдающих религиозные традиции. Данная особенность — один из ярких примеров удачного сочетания народных верований (красный цвет и сладкие напитки в регионе считаются наиболее подходящими для подношений) и эффективного маркетинга производителей (прежде всего — компании Coca-Cola);
- субститутами сладких газированных напитков на вьетнамском рынке выступают другие безалкогольные напитки, включая бутилированную воду, готовые чаи, спортивные напитки, фруктовые и овощные соки (например, традиционный для региона сок кокоса). Увеличение объемов потребления данных продуктов обусловлено повышением осведомленности жителей Вьетнама о правильном питании и здоровом образе жизни. При этом (как и в сегменте газированных напитков) в указанных категориях постепенно набирают популярность функциональные продукты с пониженным содержанием сахара;
- на полках розничных магазинов во Вьетнаме практически отсутствуют сладкие газированные напитки объемом 0,5 л или 1,0 л. При этом наиболее высоким спросом в стране пользуются напитки объемом менее 0,4 л — они занимают более 94% объема продаж данной продукции;
- туристический сектор является одной из важнейших отраслей экономики Вьетнама, формирующим существенную часть спроса на многие продукты питания и обуславливающим его сезонность. В частности, объем потребления сладких газированных напитков увеличивается в периоды максимального туристиче-



ского потока (как и во время национальных праздников) с ноября по март (в некоторых регионах сезон длится дольше). Кроме того, значительный поток путешественников приходится на июль–август, поскольку во многих странах это время школьных и студенческих каникул.



## Национальная кухня

Кухня Вьетнама тесно связана с кулинарными традициями Китая и других стран Юго-Восточной Азии. Многие вьетнамские блюда заимствованы из китайской кухни, однако адаптированы под местные вкусовые предпочтения. Кроме того, заметный след в национальной кухне Вьетнама оставило нахождение страны в составе колониальной империи Франции. Благодаря французам в стране появились такие продукты, как морковь, спаржа, артишоки, капуста, лук, багеты и картофель.

Основу рациона большинства вьетнамцев сегодня составляют растительные продукты, особенно рис и водяной шпинат, которые потребляются местными жителями практически в ходе каждого приема пищи. Среди овощей наиболее популярны огурцы, разные виды капусты и тыква. Мясо также занимает значительное место в рационе вьетнамцев, причем чаще всего в местных блюдах встречаются свинина, курица и говядина. Рыба и такие морепродукты, как креветки, ракообразные, кальмары, крабы, моллюски и мидии, пользуются особой популярностью в прибрежных городах. Из специй популярнее всего во Вьетнаме имбирь, мята и кориандр, которые придают местным блюдам уникальный вкус.



## Популярные блюда



**Бань да лон** — национальный вьетнамский десерт. Готовится на пару из рисовой муки, маниокового крахмала, бобов мунг и кокосового молока.



**Бо лук лак** — традиционное вьетнамское блюдо из нарезанной кубиками жареной говядины, которую смешивают с зеленью, жареным луком, помидорами, огурцами, перцем и соевым соусом. Вместе с блюдом обычно подают вареный рис.



**Гой нхеч** — популярный вьетнамский салат, который готовится из угря с измельченными овощами и подается как закуска к основному блюду.



**Гой суа** — популярный вьетнамский салат из медузы, курицы, моркови, огурца, перца и различных специй. Ингредиенты перемешиваются и посыпаются обжаренным дробленым арахисом.



**Гой чан вит** — традиционный вьетнамский салат из утиного мяса или лапок со свежими овощами и кисло-сладким рыбным соусом. Иногда утиное мясо смачивают в белом вине или имбирном эле для придания пикантности и удаления характерных запахов.



**Фо Бо** — одно из самых известных вьетнамских блюд. Представляет собой суп с лапшой, приготовленный на основе говяжьего бульона. Бульон варят в течение нескольких часов с добавлением корицы, бадьяна и других специй. Затем в суп добавляют рисовую лапшу и кусочки говядины.

# Торгово-распределительная сеть

## Крупные компании-импортеры и дистрибьюторы

Название	Описание
<b>G&amp;G FMCG</b>	Один из крупнейших дистрибьюторов Вьетнама, который специализируется на реализации продовольственных товаров, включая сладкие газированные напитки. Работает со многими розничными сетями. Сайт: <a href="http://www.ggfmcg.com">www.ggfmcg.com</a>
<b>Hanoi Trade Joint Stock Corporation (Harpo)</b>	Компания-импортер и дистрибьютор широкого ассортимента продуктов питания, в т.ч. шоколадных кондитерских изделий, алкогольных и безалкогольных напитков. Импортирует продукты из Японии, США, Республики Корея, Сингапура, Китая и Малайзии. Сайт: <a href="http://www.haprogroup.vn">www.haprogroup.vn</a>
<b>Hifood Company Limited</b>	Работающий во Вьетнаме с 2002 г. импортер и дистрибьютор деликатесов, молочной продукции, рыбы и продуктовых заготовок. Является крупным поставщиком в гостинично-ресторанный сектор и ведущие вьетнамские сети розничной торговли, а также онлайн-магазины. Сайт: <a href="http://www.hifood.com">www.hifood.com</a>
<b>ITL Corporation</b>	Один из ключевых логистических холдингов Вьетнама. Включает восемь дочерних компаний, а также шесть совместных предприятий с зарубежными компаниями и три ассоциированные компании. Осуществляет все виды перевозок, а также складирование и дистрибьюцию. Сайт: <a href="http://www.itlvn.com">www.itlvn.com</a>
<b>Trung Minh Thanh Trading</b>	Основанная в 1998 г. компания-импортер и дистрибьютор широкого ассортимента продуктов питания, включая детское питание, молочную продукцию и кондитерские изделия. Сайт: <a href="http://www.tmtdistribution.com">www.tmtdistribution.com</a>

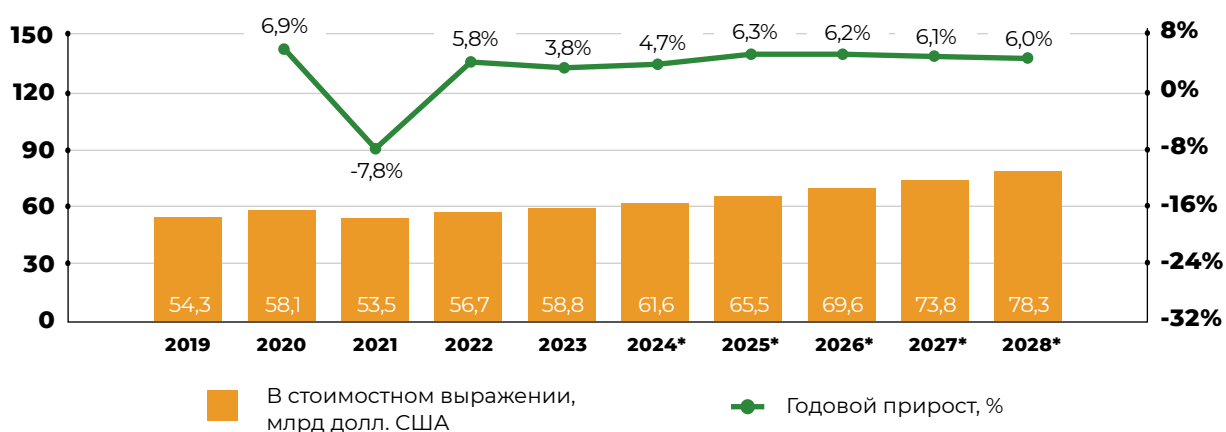


## Розничная торговля

На вьетнамском рынке розничной торговли в настоящее время по-прежнему доминируют традиционные торговые точки, которые представлены рынками, продуктовыми лавками и небольшими частными магазинами, которые в большинстве случаев предлагают потребителям местные продукты питания. Основными факторами, поддерживающими традиционные точки розничной торговли, являются близость к жилым районам, конкурентоспособные цены по сравнению с супермаркетами, концентрация разнообразных продуктов в одном месте. Многие частные торговые лавки также специализируются на премиальной продукции определенных сегментов, чтобы не конкурировать с торговыми сетями, выбирая место расположения своих магазинов в более престижных районах с большой проходимостью. Однако во время пандемии этот сегмент розничной торговли пострадал сильнее остальных, поскольку у большинства таких продавцов возникли сложности с переориентацией на онлайн-торговлю (в отличие от современных каналов сбыта).

Современные точки розничной торговли, в свою очередь, активно расширяются и увеличивают свое присутствие на рынке Вьетнама. Супермаркеты и гипермаркеты оснащаются передовым оборудованием и четко делятся на сегменты по продуктам, на территории магазинов появляются кафе, где потребители могут пообедать, а также почти каждый магазин предлагает вьетнамцам услуги по доставке продуктов на дом через мобильное приложение. Многие крупные компании также открывают флагманские инновационные форматы магазинов с целыми отделами, посвященными органической продукции, товарам для здорового образа жизни, а также с товарами премиум-сегмента и импортной продукцией. Современные розничные продовольственные сети также продолжают широко использовать социальные сети для рекламы своих продуктов и проведения акций.

Объем розничной торговли продовольственными товарами во Вьетнаме, 2019–2028 гг.



Источник: EMIS

Примечание. Без учета электронной торговли продовольственными товарами. \*прогноз.

## Крупные магазины розничной торговли

**AEON Group** — одна из крупнейших азиатских торговых компаний, первое предприятие которой начало работать в 1758 г. в Японии. Компания владеет более чем 16 тыс. торговых точек, включая супермаркеты, магазины с товарами повседневного спроса, торговые центры, дискаунтеры и др. На рынке Вьетнама присутствует с 2009 г. и управляет более чем 200 торговыми точками.

Сайт: [www.aeon.com.vn](http://www.aeon.com.vn)

**Alimentation Couche-Tard** — одна из крупнейших канадских компаний в сфере розничной торговли, основана в 1985 г. Насчитывает более 16 тыс. магазинов по всему миру и управляет сетью круглосуточных магазинов Circle K. Во Вьетнаме открыто свыше 450 торговых точек фирмы.

Сайт: [www.corporate.couche-tard.com](http://www.corporate.couche-tard.com)

**Central Retail** — одна из крупнейших мультиформатных розничных компаний во Вьетнаме с головным офисом в Таиланде. Занимается реализацией широкого спектра торговых марок продовольственных и непродовольственных товаров. Владеет более чем 300 магазинами и 39 торговыми центрами по всей стране. В группу входят известные в республике розничные бренды GO!, Big C, Tops, Lanchi Mart.

Сайт: [www.centralretail.com.vn](http://www.centralretail.com.vn)

**FamilyMart** — вторая по величине японская сеть круглосуточных магазинов. Компания основана в 1973 г., штаб-квартира находится в Токио. Сеть включает свыше 24,5 тыс. магазинов, более 7 тыс. из которых расположены за пределами Японии. Во Вьетнаме открыто свыше 140 торговых точек.

Сайт: [www.family.co.jp](http://www.family.co.jp)

**Lotte Group** — одна из крупнейших южнокорейских торговых компаний, основана в 1948 г. В числе основных направлений деятельности группы — производство кондитерских изделий и напитков, гостиничный бизнес, розничная торговля, финансовые услуги, информационные технологии, строительство и индустрия развлечений. На рынке Вьетнама присутствует с 2008 г., к 2024 г. в стране открыто 16 торговых точек в крупнейших городах страны.

Сайт: [www.lotte.co.kr](http://www.lotte.co.kr)



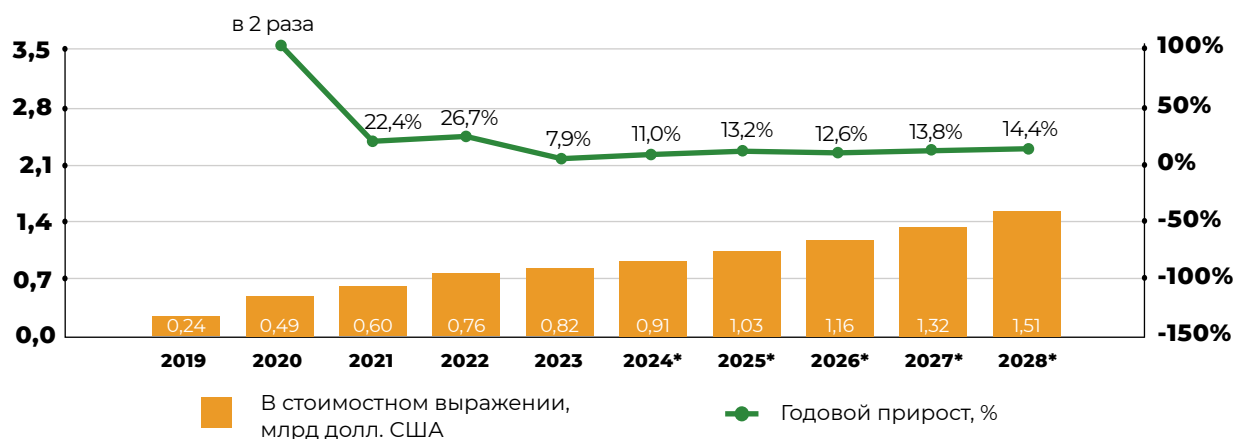
## Электронная торговля

Рынок электронной торговли Вьетнама — один из самых быстрорастущих в мире, насчитывает более 60 млн активных пользователей. Как и во многих странах, во Вьетнаме этот сектор начал активно развиваться в период пандемии COVID-19. После ослабления карантинных ограничений рынок продолжает демонстрировать устойчивый рост, в т.ч. за счет увеличения численности среднего класса и урбанизации, а также повышения доверия потребителей к онлайн-сервисам. В список наиболее крупных вьетнамских платформ электронной коммерции входят Lazada, Sendo, Shopee и Tiki.

Онлайн-покупки в стране особенно популярны среди молодежи, проживающей в крупных городах. Молодые вьетнамцы охотно пользуются возможностью совершать покупки через интернет и заказывать доставку небольших товаров в течение нескольких часов, не выходя из дома. Среди сервисов доставки выделяется местный филиал малайзийской компании Grab, предоставляющий также услуги такси и каршеринга.

При этом в стране растет популярность новых каналов электронной коммерции, таких как C2C или социальная коммерция. Пользователи размещают объявления о продаже на платформах социальных сетей, где оперативно обмениваются информацией, мнениями и рекомендациями, а также совершают сделки. Преимуществом этого подхода является прямое общение продавца с покупателями, позволяющее быстро отвечать на вопросы и решать возникающие проблемы.

Объем электронной торговли продовольственными товарами во Вьетнаме, 2019–2028 гг.



Источник: EMIS

Примечание. \*Прогноз.

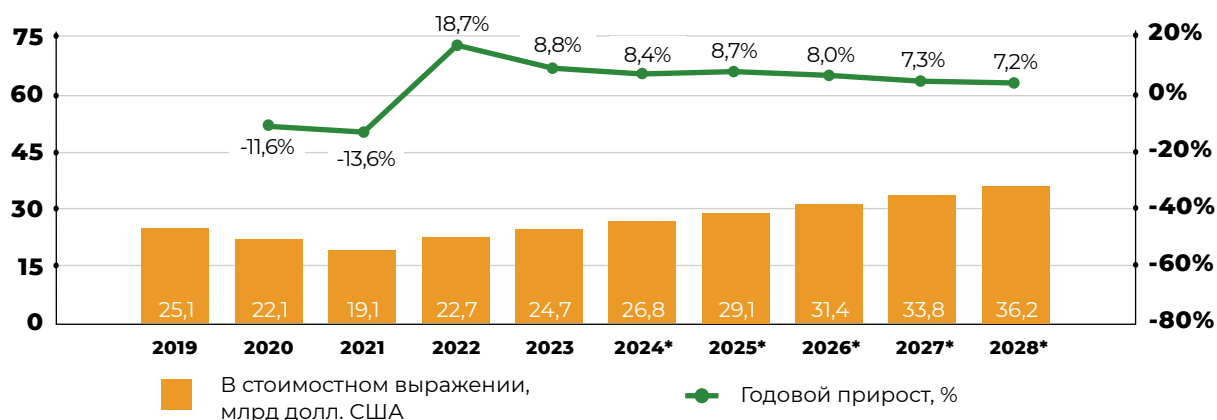
## Гостинично-ресторанный сектор

Пандемия COVID-19 нанесла значительный ущерб гостинично-ресторанному сектору Вьетнама, многие заведения закрылись, поскольку не смогли адаптироваться к новым условиям, в то время как гостиницы простаивали из-за резкого сокращения туристического потока. В 2021 г. власти начали активно проводить кампанию по вакцинации населения и постепенно снимать карантинные ограничения в попытке восстановить турпоток. Принятые меры дали положительный результат — гостинично-ресторанный сектор начал постепенно восстанавливаться и, по прогнозам, уже в 2024 г. может превзойти показатели 2019 г. Многие сети ресторанов, такие как Golden Gate Group, Red Sun Group, KFC, Lotteria и Pizza 4P's в последние годы расширили свой вьетнамский бизнес, открыли новые точки и представили новые меню для потребителей.

Во Вьетнаме широко представлены международные сети кафе и ресторанов быстрого питания, такие как Starbucks, Domino's, Burger King, KFC и др. Занятое молодое городское население, изменение образа жизни и увеличение располагаемых доходов являются важными факторами продолжающегося роста спроса на фаст-фуд и объемов продаж в секторе общественного питания в целом по всей стране. В сегменте полносервисных заведений наблюдается сдвиг потребительских предпочтений в пользу азиатской кухни, при этом лидируют японская, корейская, тайская и китайская кухни. Растет спрос на блюда премиум-сегмента с уникальными и необычными ингредиентами. Услуги по доставке еды из ресторанов также набирают популярность и становятся доступными в небольших городах.

Гостиничный сектор во Вьетнаме активно восстанавливается после пандемии COVID-19, чему способствует уникальное географическое положение страны и разнообразие рекреационных ресурсов. На этом фоне открываются новые местные сети гостиниц, отелей и хостелов, часто со своими ресторанами. Гостевые дома и квартиры с более доступными условиями проживания также пользуются популярностью, особенно в крупнейших прибрежных городах (Нячанг, Фантхьет, Дананг). В стране широко представлены международные сети гостиниц с европейским сервисом, такие как Marriot, Sheraton, Kempinski и Rixos, многие из которых сегодня планируют увеличивать число своих отелей во Вьетнаме.

Объем сектора общественного питания во Вьетнаме, 2019–2028 гг.



Источник: EMIS  
Примечание. \*Прогноз.



# Международное сотрудничество

---

## Многосторонние и двусторонние торговые соглашения

Вьетнам является членом ВТО, Комиссии Кодекса Алиментариус, Всемирной организации здравоохранения животных, Международной конвенции по карантину и защите растений, Международной организации по стандартизации, а также стороной целого ряда торговых соглашений.

Самым важным торговым объединением для Вьетнама считается ASEAN — ключевая региональная интеграционная организация, в рамках которой с 1992 г. функционирует зона свободной торговли. Государства-члены ASEAN совместно участвуют в процессе поэтапной либерализации торговли в Азиатско-Тихоокеанском регионе, прежде всего, через заключение преференциальных соглашений с отдельными странами. В настоящее время действуют соглашения ASEAN с Австралией, Гонконгом, Индией, Китаем, Новой Зеландией, Республикой Корея, Чили и Японией. С 2021 г. ведутся переговоры о заключении аналогичного договора с Канадой.

В начале 2019 г. для Вьетнама вступило силу Всеобъемлющее и прогрессивное соглашение о Транстихоокеанском партнерстве (Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership), сторонами которого являются Австралия, Бруней-Даруссалам, Вьетнам, Канада, Малайзия, Мексика, Новая Зеландия, Перу, Сингапур, Чили и Япония. Условия соглашения предполагают среди прочего взаимное снижение странами-участницами таможенных пошлин. В соответствии с достигнутыми договоренностями установлен переходный период продолжительностью 21 год, в течение которого сторонам следует провести реформы, необходимые для исполнения взятых обязательств в полном объеме.

Также Вьетнам является государством-членом крупнейшей в мире зоны свободной торговли — Всестороннего регионального экономического партнерства (Regional Comprehensive Economic Partnership), объединяющего десять стран ASEAN, Австралию, Китай, Новую Зеландию, Республику Корея и Японию. Данное соглашение, вступившее в силу 1 января 2022 г., содержит положения, касающиеся, в частности, упрощения процедур торговли, государственных закупок, конкурентной политики, государственных предприятий и монополий, защиты окружающей среды и прав интеллектуальной собственности, трудовых отношений и повышения конкурентоспособности бизнеса. По условиям соглашения в ближайшие 20 лет между его участниками будут обнулены импортные пошлины на ряд товаров.

Помимо заключения соглашений с ключевыми международными партнерами в рамках ASEAN, Вьетнам также активно развивает торговые связи с другими странами на двусторонней основе:

- в 2001 г. вступило в силу [торговое соглашение между Вьетнамом и США](#), охватывающее торговлю товарами, защиту прав интеллектуальной собственности, торговлю услугами, защиту инвестиций и пр.;
- в 2015 г. подписано [соглашение о свободной торговле между Вьетнамом и Евразийским экономическим союзом](#), вступившее в силу 5 октября 2016 г. В документе идет речь прежде всего о взаимной отмене импортных таможенных пошлин;



- в 2020 г. вступило в силу соглашение о [свободной торговле между Вьетнамом и Европейским союзом](#). По его условиям стороны обязались отменить импортные пошлины почти на все позиции взаимного товарооборота, снизить регуляторные барьеры, открыть друг для друга рынки услуг и государственных закупок;
- с мая 2021 г. действует двустороннее [соглашение о свободной торговле между Вьетнамом и Великобританией](#).

В настоящее время на финальной стадии находятся [переговоры](#) о создании зоны свободной торговли между Вьетнамом и Европейской ассоциацией свободной торговли, членами которой являются Исландия, Лихтенштейн, Норвегия и Швейцария. Также в июле 2024 г. [опубликовано](#) распоряжение Правительства Российской Федерации «О подписании Протокола об электронном обмене информацией между Евразийским экономическим союзом и его государствами-членами, с одной стороны, и Социалистической Республикой Вьетнам, с другой стороны, в рамках электронной системы сертификации и верификации происхождения товаров».

