

Экспортный гид

Колбасные изделия



Вьетнам



Экспортный гид

Колбасные изделия



Вьетнам

Гид создан при участии:



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», 2024.

© 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.



Оглавление

Резюме	5
Список сокращений.....	6
Введение	8
1. Краткий обзор — Вьетнам	11
1.1. Экономические тенденции	13
1.2. Политические тенденции.....	20
1.3. Демографические тенденции	22
1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок.....	24
2. Обзор рынка.....	26
2.1. Объем и динамика рынка	28
2.2. Потребительские предпочтения	44
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	45
2.4. Конкурентная среда и участники рынка	53
3. Требования и стандарты на продукцию	56
3.1. Контролирующие органы	58
3.2. Требования к производителям	59
3.3. Требования к продукции.....	59
3.4. Требования к упаковке и маркировке.....	63
3.5. Процедура включения предприятий в список разрешенных.....	64
4. Особенности и барьеры входа на рынок	66
4.1. Особенности таможенных процедур.....	68
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры.....	71
5. Организация экспортных поставок	75
5.1. Логистика.....	77
5.2. Осуществление валютно-финансовых операций.....	89
5.3. Формы присутствия на рынке.....	98
5.4. Защита интеллектуальной собственности.....	102
6. Продвижение продукции	107
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке	109
6.2. Отраслевые выставки и ярмарки	111
7. Особые экономические зоны	112
8. Особенности ведения бизнеса	118

9. Преимущества и риски осуществления поставок	125
9.1. Преимущества.....	127
9.2. Риски.....	128
10. Карта действий экспортера	131
11. Контактная информация	134
11.1. Потенциальные партнеры	136
11.2. Профильные организации	139
12. Государственная поддержка экспорта продукции АПК	141
Приложение №1. Маркировка расфасованных пищевых продуктов	146
Приложение №2. Нормативно-правовая база	153

Резюме

- Вьетнам — одна из самых быстроразвивающихся стран Юго-Восточной Азии. Рост численности населения и быстрая урбанизация делают Вьетнам перспективным рынком продуктов питания (в том числе свинины).
- Благодаря своевременно принятым мерам в начале пандемии, Вьетнам смог открыть экономику раньше других стран. По прогнозам, в 2024 г. рост реального ВВП составит 6,1%, а в 2029 г. — до 5,6%.
- Безработица во Вьетнаме в 2023 г. существенно снизилась по сравнению с прошлогодним значением — до уровня 1,6%, что стало дополнительным фактором экономического роста страны.
- Вьетнам является нетто-импортером по всем категориям мяса, поскольку спрос в стране превышает объемы внутреннего производства. Свинина является наиболее востребованным видом мясной продукции в стране, обеспечивая около 59% всего производства мяса в стране.
- В стране принята стратегия развития мясной промышленности на 2020–2030 гг. с приоритетными направлениями убоя и переработки, согласно которой доля переработанного мяса к 2025 г. должна составить 25–30% от общего объема производства мяса и мясной продукции, а к 2030 г. — 40–50%. Таким образом, основные игроки будут вкладывать больше средств в перерабатывающие мощности.
- Мясо является основным компонентом вьетнамской кухни и наряду с рисом считается продуктом повседневного потребления. По состоянию на 2023 г. объем рынка готовой мясной продукции во Вьетнаме составил рекордные 35,2 тыс. тонн. В 2019–2023 гг. потребление продукции ежегодно росло в среднем на 1,3%.
- Потребление готовой мясной продукции на душу населения в стране невысокое и, по оценкам, в 2023 г. составило 0,34 кг. В 2022–2023 гг. происходило постепенное восстановление показателя, однако общий уровень потребления по итогам 2023 г. остался на уровне 2019 г. — 0,35 кг на человека в год.
- Основной объем потребления готовой мясной продукции Вьетнама приходится на розницу, доля которой в 2023 г. составила 81,0% или 28,5 тыс. тонн. При этом в последние два года отмечается постепенное сокращение доли розничных продаж ГМП, в том числе с восстановлением спроса на данную продукцию в секторе общественного питания. 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

АИС	Автоматизированная информационная система
АПК	Агропромышленный комплекс
АТЭС	Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество
АЧС	Африканская чума свиней
ВВП	Валовой внутренний продукт (Gross domestic product — GDP)
ВСД	Ветеринарный сопроводительный документ
ВПТТП	Всеобъемлющее и прогрессивное соглашение о Транстихоокеанском партнерстве. Страны-участники соглашения: Австралия, Бруней, Канада, Чили, Япония, Малайзия, Мексика, Новая Зеландия, Перу, Сингапур и Вьетнам. ВПТТП вступило в силу 30 декабря 2018 г. В числе первых шести стран, подписавших соглашение: Канада, Австралия, Япония, Мексика, Новая Зеландия и Сингапур. 14 января 2019 г. Вьетнам также стал участником ВПТТП
ВТО	Всемирная торговая организация (World Trade Organization — WTO)
ЕАЭС	Евразийский экономический союз
ИС	Информационная система
НДС	Налог на добавленную стоимость
МВФ	Международный валютный фонд
ОЭЗ	Особая экономическая зона
ПИИ	Прямые иностранные инвестиции
РЭЦ	Российский экспортный центр
ССТ	Соглашение о свободной торговле, подписанное между членами Евразийского экономического союза и Вьетнамом 29 мая 2015 г.
ТН ВЭД	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
УСН	Упрощенная система налогообложения
ФНС России	Федеральная налоговая служба Российской Федерации
ФТС России	Федеральная таможенная служба Российской Федерации

ASEAN	Association of South East Asian Nations, АСЕАН — Ассоциация государств Юго-Восточной Азии — политическая, экономическая и культурная региональная межправительственная организация 10 стран, расположенных в Юго-Восточной Азии. В ее состав входят: Бруней, Вьетнам, Индонезия, Камбоджа, Лаос, Малайзия, Мьянма, Сингапур, Таиланд, Филиппины
CMR	Транспортная накладная (ЦМР)
C2C	«Потребитель для Потребителя» (Consumer-to-consumer, C2C) — термин, обозначающий схему электронной торговли конечного потребителя (consumer) с конечным потребителем, при которой покупатель и продавец не являются предпринимателями в юридическом смысле этого слова
GSO	Главное статистическое управление Социалистической Республики Вьетнам (General Statistics Office of Vietnam)
НАССР	Hazard Analysis and Critical Control Points — концепция, предусматривающая систематическую идентификацию, оценку и управление опасными факторами, существенно влияющими на безопасность продукции
HoReCa	Hotels/Restaurants/Catering — сегмент сферы услуг общественного питания и гостиничного хозяйства, канал сбыта товаров с непосредственным потреблением продукции в месте продажи
ITC	International Trade Center — Международный торговый центр — агентство по техническому сотрудничеству Конференции ООН по торговле и развитию и ВТО
MARD	Ministry of Agriculture and Rural Development, MARD — Министерство сельского хозяйства и развития сельских районов Вьетнама
MOIT	Ministry of Industry and Trade, MOIT — Министерство промышленности и торговли Вьетнама
MPI	Ministry of Planning and Investment, MPI — Министерство планирования и инвестиций Вьетнама
USDA	United States Department of Agriculture, USDA — Министерство сельского хозяйства США
VNACCS/ VCIS	Электронная таможенная система обработки данных
WGI	Worldwide Governance Indicators — рейтинг показателей эффективности государственного управления в странах мира

Введение



Социалистическая Республика Вьетнам — государство с одной из самых быстрорастущих экономик Юго-Восточной Азии. После начала программы рыночных реформ (вьетн. Đổi Mới) в 1986 г. страна стала мировым центром производства одежды и текстиля, а также продукции с высокой добавленной стоимостью. Демонстрируя высокие темпы роста населения и внутреннего потребления, Вьетнам является одним из перспективных рынков для экспорта российской продукции АПК.

Общие сведения (2023 г.)

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

ВВП по ППС (в текущих ценах): 1 438,5 млрд межд. долл.

Рост реального ВВП: 5,0%

ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах): 14 891,7 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

Численность населения: 100,3 млн человек

Площадь страны: 331,7 тыс. км²

Площадь сельскохозяйственных земель: 123,6 тыс. км²

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%)

Экспорт АПК	Основные товары	Импорт АПК
филе рыбы и прочее мясо рыбы, рис, кофе, ракообразные, орехи кешью		кукуруза, жмых и шрот соевые, орехи кешью, пшеница, соевые бобы
Объем		
31,9 млрд долл. США		31,3 млрд долл. США

Источник: МВФ, Всемирный банк, ООН, ЮНКТАД, Международная организация труда, UN Comtrade

Примечание. Структура ВВП представлена согласно данным Всемирного банка.

Краткий обзор — Вьетнам



Содержание



1.1.

Экономические тенденции

1.3.

Демографические тенденции

1.2.

Политические тенденции

1.4.

Влияние тенденций
на потребительский рынок страны

1.1. Экономические тенденции

На протяжении нескольких десятилетий ВВП Вьетнама демонстрировал опережающие темпы роста, что позволило стране значительно увеличить свои социально-экономические показатели. В частности, повышен уровень жизни населения, средняя продолжительность жизни превысила 75 лет, расширен доступ к образованию. В стране также активно развивается социально-значимая инфраструктура, о чем свидетельствует достижение показателя электрификации почти в 100% по сравнению с 14% в 1993 г., а также расширение доступа к чистой питьевой воде в сельских районах. Перед началом пандемии COVID-19 ВВП страны два года подряд демонстрировал показатели роста, превышающие 7%. Данная динамика свидетельствует о стремительной трансформации Вьетнама и превращении страны в привлекательное направление для привлечения иностранных инвестиций.

Вьетнам стал одной из немногих стран, продемонстрировавших рост в 2020 г. Несмотря на то, что вьетнамской экономике удалось избежать рецессии на фоне пандемии COVID-19, темпы роста значительно сократились до 2,9% в 2020 г. и 2,6% в 2021 г. Вьетнам продемонстрировал высокие темпы восстановления только в 2022 г., когда рост реального ВВП составил 8,1%, что является рекордным показателем с 1997 г. Эффект отложенного спроса, вызванный стремительным увеличением внутреннего потребления после снятия противоэпидемиологических ограничений, а также устойчивое экспортоориентированное производство позволили вернуться к допандемийной динамике экономики страны. Тем не менее, уже к концу года темпы роста во вторичном и третичном секторах начали замедляться. В 2023 г. темпы роста реального ВВП сократились до более умеренных 5,0% на фоне снижения экспортных поставок на продукцию промышленного производства Вьетнама со стороны основных торговых партнеров. В среднесрочной перспективе ожидается замедление темпов экономического роста вплоть до 5,6% к 2029 г.

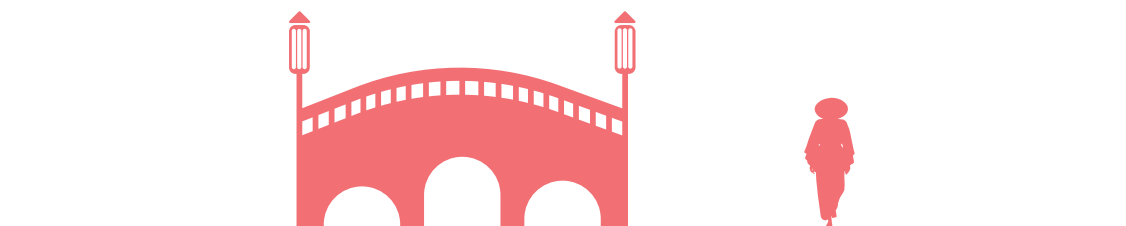
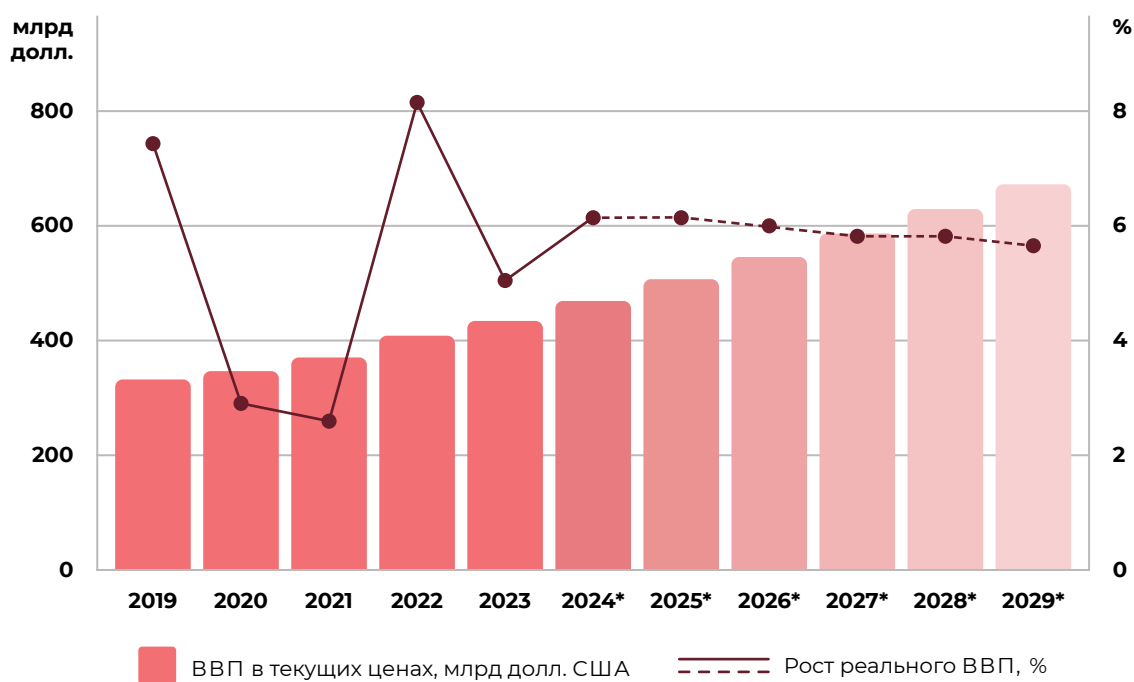


Рис. 1. Динамика ВВП Вьетнама в текущих ценах, 2019–2029 гг., млрд долл. США



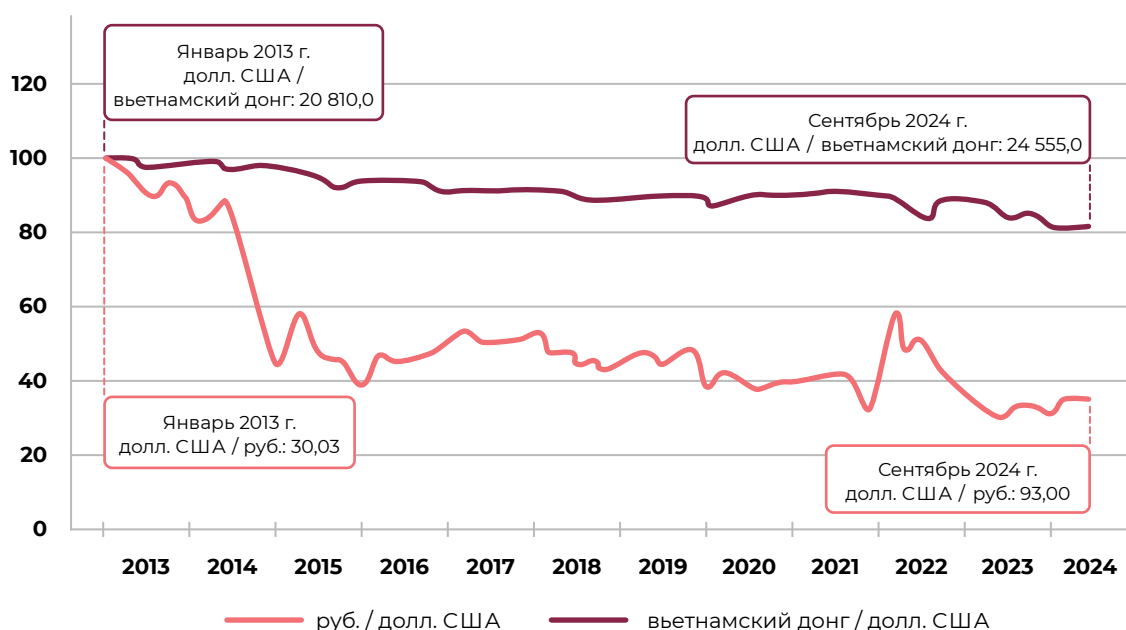
Источник: МВФ (доклад *World Economic Outlook*)

Примечание. *Прогноз, оценочные данные за 2024 г. (по состоянию на 23.10.2024).

Вьетнамский донг является одной из наиболее стабильных валют в азиатском регионе. До 2021 г. включительно не наблюдалось резких отклонений от устоявшегося тренда, однако в 2022 г. рост глобальной инфляции и ужесточение денежно-кредитной политики ФРС США привели к ослаблению курса вьетнамского донга. Последовавшее повышение ключевой ставки Центральным банком Вьетнама позволило временно стабилизировать позиции национальной валюты. Тем не менее, с началом смягчения политики вьетнамского регулятора при сохранении уровня ставки ФРС США в 2023 г. девальвация национальной валюты продолжилась. В среднесрочной перспективе именно соотношение уровней ключевой ставки между ФРС США и Центральным банком Вьетнама окажет наиболее значимое влияние на курс вьетнамской валюты.



Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и вьетнамского донга к доллару США, январь 2013 г. – сентябрь 2024 г.



Источник: Банк международных расчетов, финансовый портал Investing.com

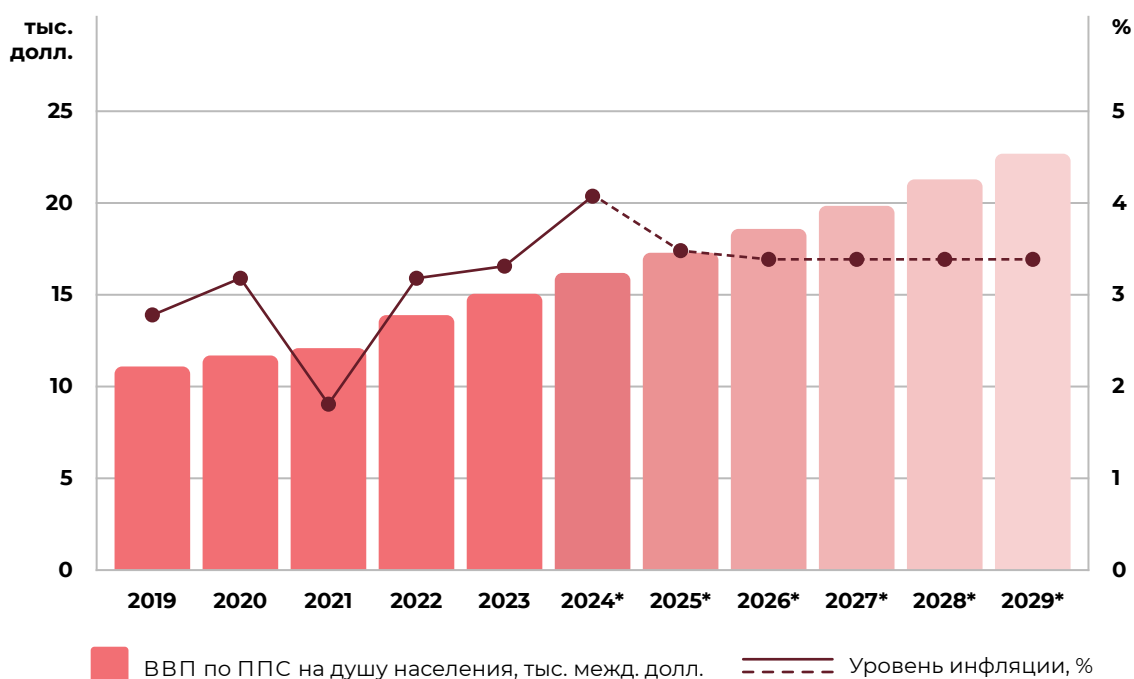
Примечание. Приведены среднемесячные показатели, за 100% взят курс на январь 2013 г.

ВВП по ППС на душу населения Вьетнама в 2023 г. составил 14 981,7 межд. долл. По прогнозам МВФ, к 2029 г. показатель достигнет 22 708,7 межд. долл.

По данным МВФ, в 2022 г. уровень инфляции во Вьетнаме вырос до 3,2%, что связано с ростом мировых цен на сырьевые товары, в первую очередь на углеводороды. В ответ на возросшие проинфляционные риски Центральный банк Вьетнама ужесточил проводимую денежно-кредитную политику. До середины 2022 г. ключевая ставка в стране держалась на уровне 4%, однако уже к концу 2022 г. показатель составлял 6,0%. Смягчение проводимой политики со стороны Центрального банка Вьетнама началось только в апреле 2023 г. В целом по итогам 2023 г. инфляция во Вьетнаме составила 3,3%, что значительно ниже ключевой ставки, установленной на уровне 4,5%. Несмотря на ожидаемый рост показателя в 2024 г. до рекордных 4,1%, в среднесрочной перспективе уровень инфляции стабилизируется на значениях 3,4–3,5%.



Рис. 3. Динамика инфляции и ВВП по ППС на душу населения, 2019–2029 гг., тыс. межд. долл.



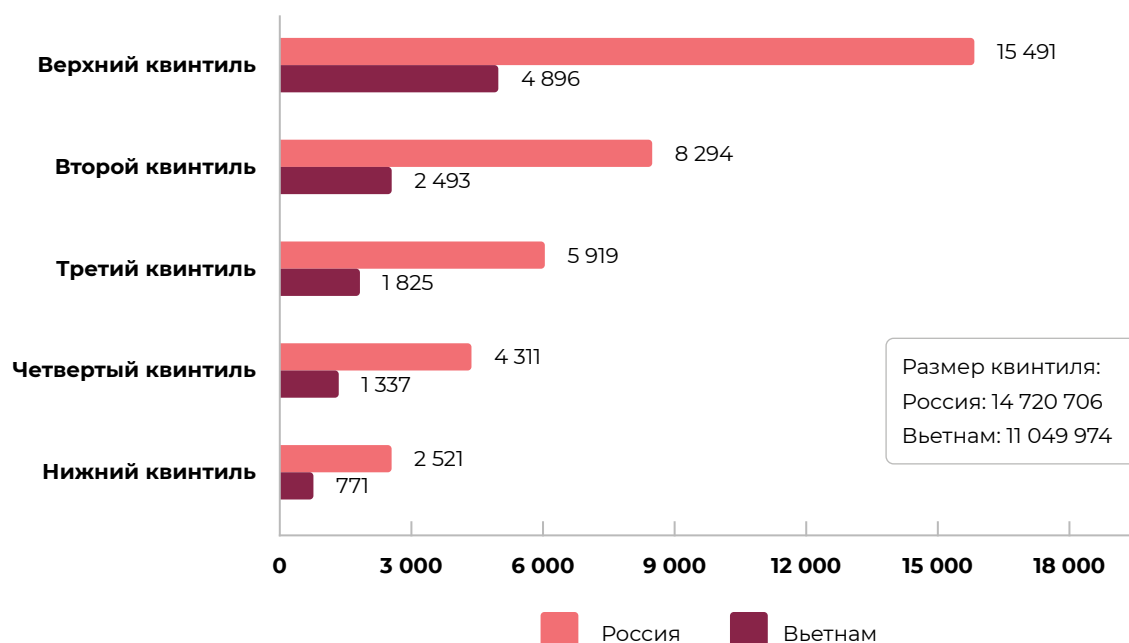
Источник: МВФ (доклад World Economic Outlook)

Примечание. *Прогноз, оценочные данные за 2024 г. (по состоянию на 23.10.2024).

Несмотря на успехи проводимой социально-экономической политики, с увеличением благосостояния населения в стране обостряется проблема неравенства в доходах, особенно между регионами Вьетнама, а также сельскими и городскими жителями. Так, на долю первой (высокодоходной) группы приходится 43,2% доходов населения страны, в то время как доля пятой (низкодоходной) группы составляет только 6,8%.

Однако следует отметить, что правительство добилось значительных успехов в решении проблемы бедности среди жителей сельских районов. По состоянию на 2022 г., коэффициент Джини во Вьетнаме составлял 0,361, заметно сократившись по сравнению с уровнем 2010 г. (0,393).

Рис. 4. Среднемесячные доходы занятого населения по квинтильным (20%) группам, 2023 г., долл. США



Источник: Всемирный банк, МВФ, ООН

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

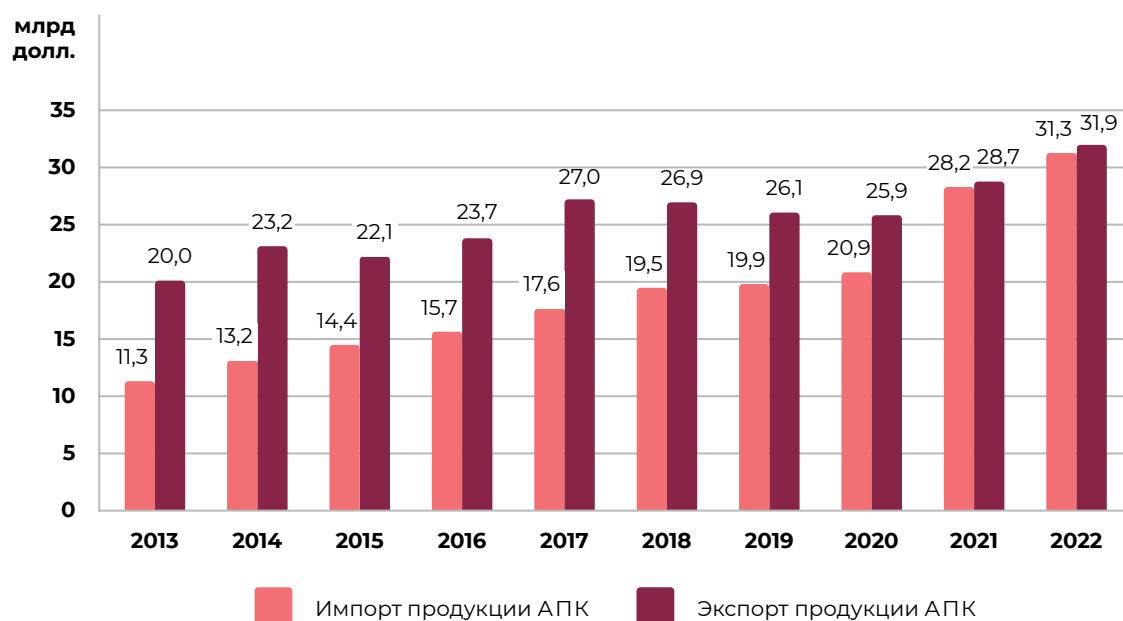
Внешняя торговля продукцией АПК

Сельское хозяйство по-прежнему играет важную роль в экономике Вьетнама. Доля сектора в структуре ВВП составляет 12,0%, в структуре занятости — 33,6%.

В 2022 г. объем экспорта продукции АПК достиг 31,9 млрд долл. США, сальдо торгового баланса составило 0,6 млрд долл. США. Объем импорта увеличился с 11,3 млрд долл. США в 2013 г. до 31,3 млрд долл. США в 2022 г., в то время как экспортные поставки в стоимостном выражении увеличились с 20,0 млрд долл. США до 31,9 млрд долл. США за аналогичный период. По сравнению с 2021 г. импорт продукции АПК увеличился на 10,8%, экспорт — на 11,1%.

В 2022 г. наибольшая доля экспорта в стоимостном выражении пришлась на филе рыбы и прочее мясо рыбы (11,7% или 3 727,0 млн долл. США). В топ-5 экспортируемой продукции АПК в 2023 г. также вошли рис (10,0%), кофе (9,3%), ракообразные (8,3%), орехи кешью (7,9%). Совокупно на топ-10 товарных категорий пришлось 65,0% стоимостного экспорта продукции АПК Вьетнама. В стоимостной структуре импорта продукции АПК Вьетнама в 2022 г. наибольшую долю занимала кукуруза, на которую пришлось 10,7% от объема поставок или 3 338,8 млн долл. США. В топ-5 импортируемых позиций также вошли жмых и шрот соевые (9,1% стоимостного импорта продукции), орехи кешью (7,6%), пшеница (4,8%) и соевые бобы (4,1%). Совокупно на топ-10 товарных категорий пришлось 52,2% стоимостного импорта продукции АПК Вьетнама.

Рис. 5. Внешняя торговля продукцией АПК Вьетнама, 2013–2022 гг., млрд долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

Табл. 1. Структура экспорта продукции АПК Вьетнама, 2022 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Филе рыбы и прочее мясо рыбы	3 727,0	11,7
Рис	3 193,4	10,0
Кофе	2 952,0	9,3
Ракообразные	2 651,1	8,3
Орехи кешью	2 520,2	7,9
Изделия и консервы из ракообразных	1 821,0	5,7
Крахмал	1 181,5	3,7
Паприка	939,7	3,0
Фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные иным способом	871,8	2,7
Фрукты прочие свежие	842,7	2,6
Прочие продукты	11 150,2	35,0
Итого	31 850,6	100

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

Табл. 2. Структура импорта продукции АПК Вьетнама, 2022 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Кукуруза	3 338,8	10,7
Жмых и шрот соевые	2 835,7	9,1
Орехи кешью	2 361,8	7,6
Пшеница	1 509,7	4,8
Соевые бобы	1 274,9	4,1
Масло пальмовое	1 260,8	4,0
Корнеплоды и клубнеплоды с высоким содержанием крахмала или инулина	1 178,6	3,8
Рыба мороженая	1 016,4	3,3
Говядина и пищевые субпродукты КРС	841,9	2,7
Рис	689,6	2,2
Прочие продукты	14 960,1	47,8
Итого	31 268,3	100

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.



1.2. Политические тенденции

Политическое устройство

Вьетнам 	Республика Вьетнам — социалистическое государство с однопартийной системой власти. Правящая партия — Коммунистическая партия Вьетнама (КПВ). Представительными органами являются Национальное собрание и Народные советы, выборы в которые проводятся на основе принципов всеобщего равного прямого голосования. Национальное собрание (парламент) — высший орган государственной власти. Срок полномочий каждого созыва составляет пять лет. По итогам выборов 2021 г. в Национальное собрание избраны 500 депутатов. Выборы всех руководящих кадров, включая президента, премьер-министра и председателя парламента, проводит Национальное собрание по рекомендации Центрального комитета (ЦК) КПВ.
Форма правления: социалистическая республика	
Глава государства: президент	
Форма административно-территориального устройства: унитарное государство	
Правящая партия: Коммунистическая партия Вьетнама	КПВ осуществляет контроль над Национальным собранием и исполнительной властью через ЦК (200 членов). ЦК избирает членов Политбюро раз в пять лет на съезде КПВ. 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.

Главой государства является президент, который избирается Национальным собранием. Президент выступает от имени страны во внутригосударственных и международных делах, а также осуществляет ряд исполнительных и законодательных полномочий. С 22 мая 2024 г. этот пост занимает То Лам, который 3 августа 2024 г. был также избран генсеком ЦК КПВ. Он стал третьим лидером страны (после Хо Ши Мина и Нгуен Фу Чонга), совмещающим высшую государственную и высшую партийную должности.

Оценка политических рисков

Социально-экономическая ситуация в стране достаточно стабильна. Наряду с сохранением однопартийной государственной системы, защитой территориальной целостности и поддержанием общественного порядка, главной

целью КПВ является экономический рост. Согласно национальному [Плану развития](#), Вьетнам должен стать страной со средним уровнем дохода к 2025 г., страной с высоким уровнем дохода — к 2030 г., развитой страной с высоким уровнем дохода — к 2045 г.¹

Внутриполитические вопросы, которые могут вызывать некоторую дестабилизацию обстановки, в основном касаются прав на землю (земля находится в коллективной собственности граждан и управляется государством от их имени) и растущего влияния Китая в регионе, в том числе в Южно-Китайском море. Демонстрации во Вьетнаме происходят редко и направлены преимущественно против социальных, экологических и трудовых нарушений. С 2016 г. участились демонстрации в защиту окружающей среды. В мае 2024 г. в политическом руководстве республики началась масштабная антикоррупционная кампания, в результате которой своих должностей лишились десятки высокопоставленных чиновников, политиков и партийных функционеров. Тот факт, что в 2024 г. президентом Вьетнама стал бывший министр общественной безопасности То Лам, свидетельствует о растущей роли силового блока во вьетнамской политике.

Во внешней политике страна стремится к наращиванию влияния в регионе. В 2020 г. в качестве председателя АСЕАН Вьетнам приложил значительные усилия для подписания ВРЭП. Кроме того, страна активно подключается к миротворческим и гуманитарным миссиям в рамках ООН, развивает военнотехническое сотрудничество с Индией и Австралией. Двусторонние отношения Вьетнама с Китаем осложняются наличием спорных территорий (Парасельских островов), при этом стороны регулярно подтверждают приверженность мирному урегулированию данного вопроса и развитию взаимовыгодных связей. Российско-вьетнамские отношения носят характер всеобъемлющего стратегического партнерства, основные направления сотрудничества: торговля продукцией АПК, энергетика, туризм, военнотехническая сфера. Между ЕАЭС и Вьетнамом действует зона свободной торговли. Ханой также прорабатывает вопрос вступления в БРИКС.

¹ [Gross national income per capita 2022. World Bank.](#)

Рис. 6. Основные показатели качества государственного управления во Вьетнаме в 2002–2022 гг.



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

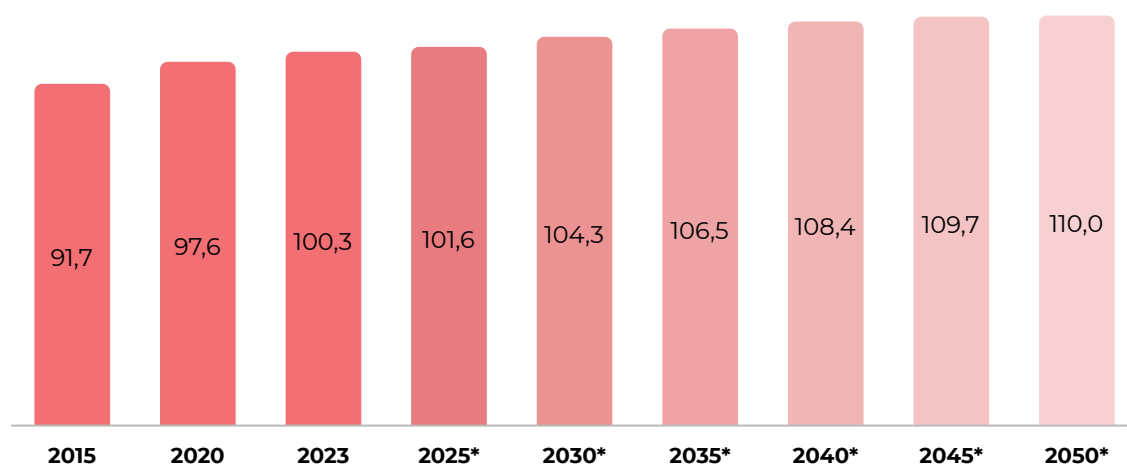
Примечание. Индикаторы WGI используют шкалу со значениями от -2,5 до 2,5.

Политическая стабильность во Вьетнаме характеризуется умеренными общемировыми медианными значениями (перцентиль по индексу политической стабильности составляет 42,9). Эффективность работы правительства находится на достаточно высоком уровне (перцентиль по индексу эффективности работы правительства — 60,5). Согласно показателям качества государственного управления, эффективность работы правительства Вьетнама на протяжении последних десятилетий неуклонно повышалась. При этом с 2017 г. постепенно снижалось значение индекса политической стабильности, что, предположительно, связано с протестными движениями, а также кризисными явлениями, вызванными распространением коронавируса. Однако в целом политическая конъюнктура не оказывает существенного влияния на рынок продуктов питания во Вьетнаме.

1.3. Демографические тенденции

Среднегодовые темпы роста населения страны в 2015–2023 гг. составляли 1,1% в год. Согласно прогнозам ООН, численность населения Вьетнама в 2050 г. достигнет 110,0 млн человек. Уровень урбанизации по состоянию на 2023 г. составляет 39,5%.

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

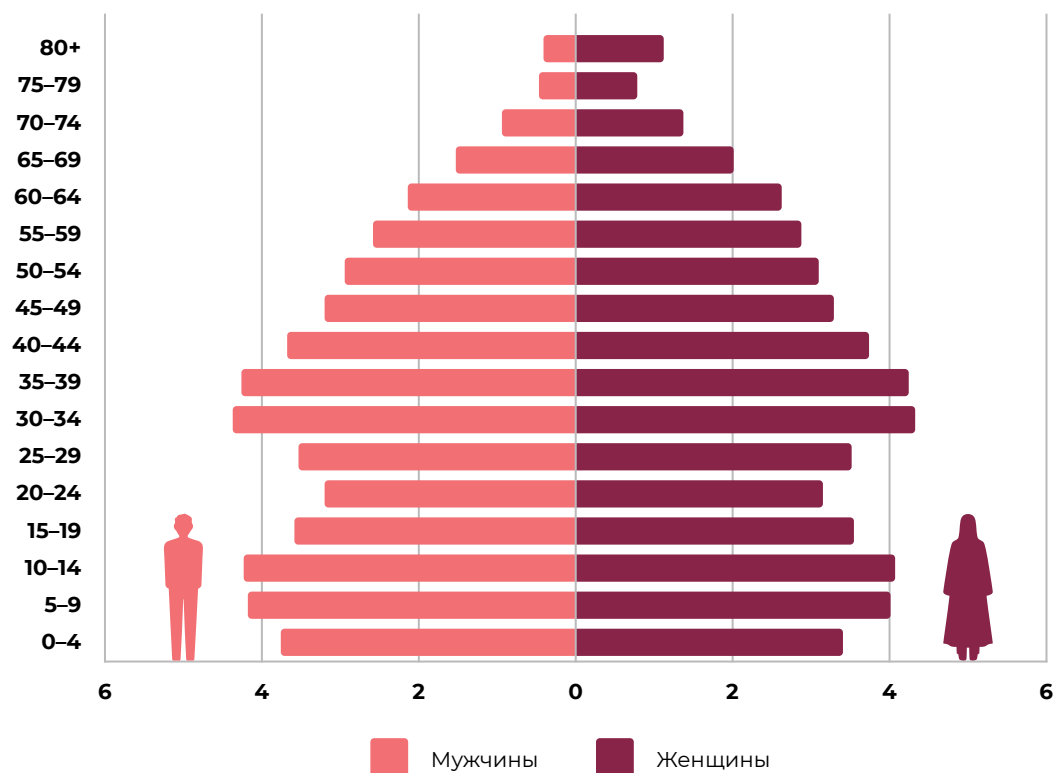


Источник: МВФ, ООН

Примечание: *Прогноз.

Порядка 63,0% населения Вьетнама составляют люди трудоспособного возраста, при этом на долю граждан моложе 25 лет приходится 37,1%. По состоянию на 2023 г. безработица в стране находилась на уровне 1,6%.

Рис. 8. Население Вьетнама по полу и возрасту, 2023 г., млн человек



Источник: МВФ, ООН

1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок

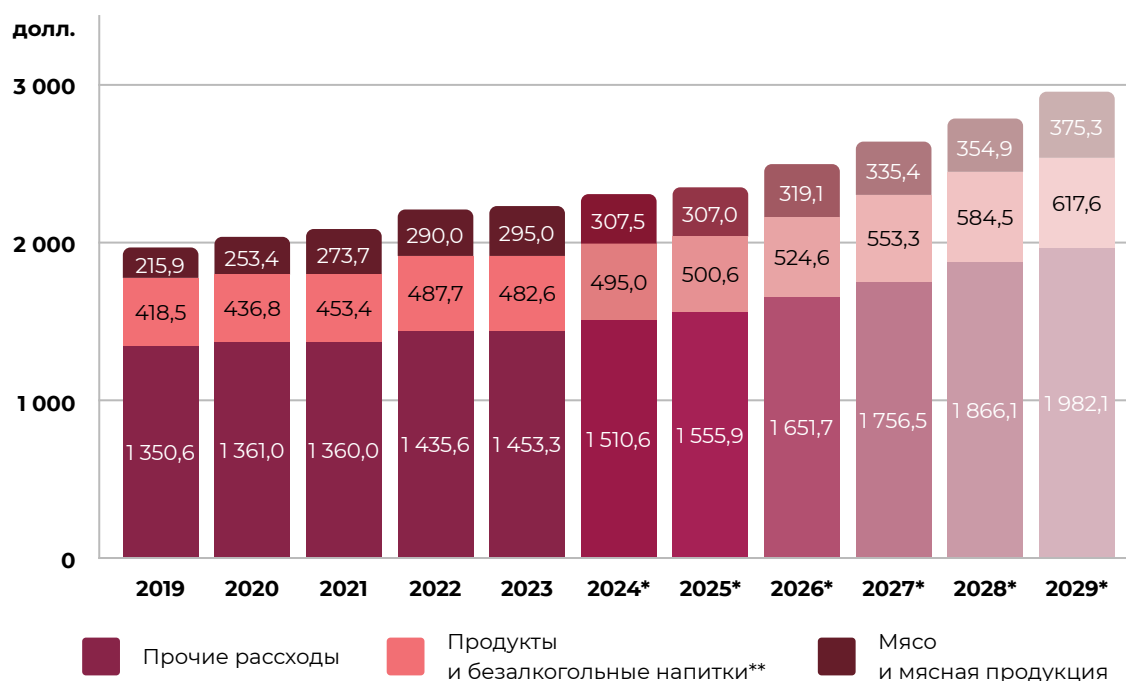
Основные факторы, влияющие на потребительский рынок Вьетнама:

- Открытость потребителей к импортным продуктам питания, особенно среди молодежи, положительно воспринимающей инновации и следящей за международными потребительскими трендами через социальные сети.
- Рост располагаемых доходов населения и урбанизация являются дополнительными факторами для увеличения спроса на импортную продукцию, поскольку потребители уделяют больше внимания полезной и качественной продукции, к которой они относят импортные продукты питания и напитки.
- При принятии решения о покупке для потребителей решающим фактором является соотношение цены и качества, затем следует страна производства и внешний вид упаковки.
- Большинство вьетнамцев считают импортные продукты лучшими по качеству по сравнению с местными.
- Рост спроса на пищевые ингредиенты и продуктовые заготовки, местные предприятия пищевой промышленности продолжают наращивать производственные мощности и улучшать качество продукции для удовлетворения растущего рыночного спроса.
- Рост современного сектора розничной торговли продуктами питания, а также гостинично-ресторанного сектора и пищевой промышленности: наблюдается увеличение числа продуктовых магазинов, ресторанов с полным спектром услуг, развитие сетей быстрого питания.
- Развитие электронной торговли и рост спроса на услуги по доставке продуктов питания или готовых блюд на дом, особенно в крупных городах (Хошимине и Ханое).
- Социальные сети активно используются для рекламы продуктов питания и напитков во Вьетнаме из-за их широкого охвата, возможности подключения и низкой стоимости.
- Рост интереса потребителей к органическим и здоровым товарам, соответствующим принципам устойчивого развития бренда.
- Увеличение спроса на товары премиум-сегмента, в том числе премиальную говядину «вагю».

Расходы на конечное потребление

В 2023 г. расходы на конечное потребление продуктов питания и безалкогольных напитков во Вьетнаме увеличились на 3,2% по отношению к 2022 г. и составили 777,6 долл. США на душу населения в год. При этом доля расходов на мясо и мясную продукцию в общих расходах на продукты питания и безалкогольные напитки составила около 38% (295,0 долл. США на человека в год). Ожидается, что ежегодные расходы населения Вьетнама на продукты питания и напитки к 2029 г. увеличатся до 992,9 долл. США, в том числе расходы на мясо и мясную продукцию составят 375,3 долл. США.

Рис. 9. Расходы на конечное потребление во Вьетнаме на душу населения в постоянных ценах 2023 г., 2019–2029 гг., долл. США



Источник: Euromonitor International (Passport)

Примечание. *Прогноз, **без учета расходов на мясо и мясную продукцию.

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

Готовая мясная продукция (ГМП) в данном гиде — это продукция из мяса крупного и мелкого рогатого скота и птицы:

- продукты, готовые к употреблению (RTE): колбасы, сосиски, мясные деликатесы, копченые, вяленые мясные изделия, паштеты, снеки и др. Кроме того, в эту категорию входят готовые к употреблению с предварительным разогревом рубленые и цельномышечные панированные и обжаренные продукты (наггетсы, палочки, шарики, котлеты, шницели, бургеры, кебабы и др.);
- полуфабрикаты, готовые к приготовлению (RTC): цельномышечные и рубленые продукты с добавленными свойствами — в маринадах, специях, панировке, тесте или без них, фарши с пищевыми добавками и др. Они могут быть либо частично обработанными термически, либо не обработанными;
- консервы мясные и смесевые с содержанием мяса более 57% в различных видах упаковки.

Производство

Животноводческая отрасль Вьетнама в настоящее время переживает период реструктуризации. Принятая в 2020 г. «Стратегия развития животноводства в 2021–2030 гг. и на долгосрочный период до 2045 г.» предполагает увеличение производства мяса (в живом весе) до 6–6,5 млн тонн к 2030 г. На свинину должно приходиться 59–61%, на мясо птицы 29–31%, на мясо КРС 10–11% от общего потребления мяса в стране. Кроме того, стратегическим документом установлено, что доля переработанного мяса к 2025 г. должна составить 25–30% от общего объема производства мяса и мясной продукции, а к 2030 г. — 40–50%. Таким образом, основные игроки будут вкладывать больше средств в перерабатывающие мощности.

Дополнительными факторами, способствующими реструктуризации отрасли животноводства во Вьетнаме в последние годы, являлись:

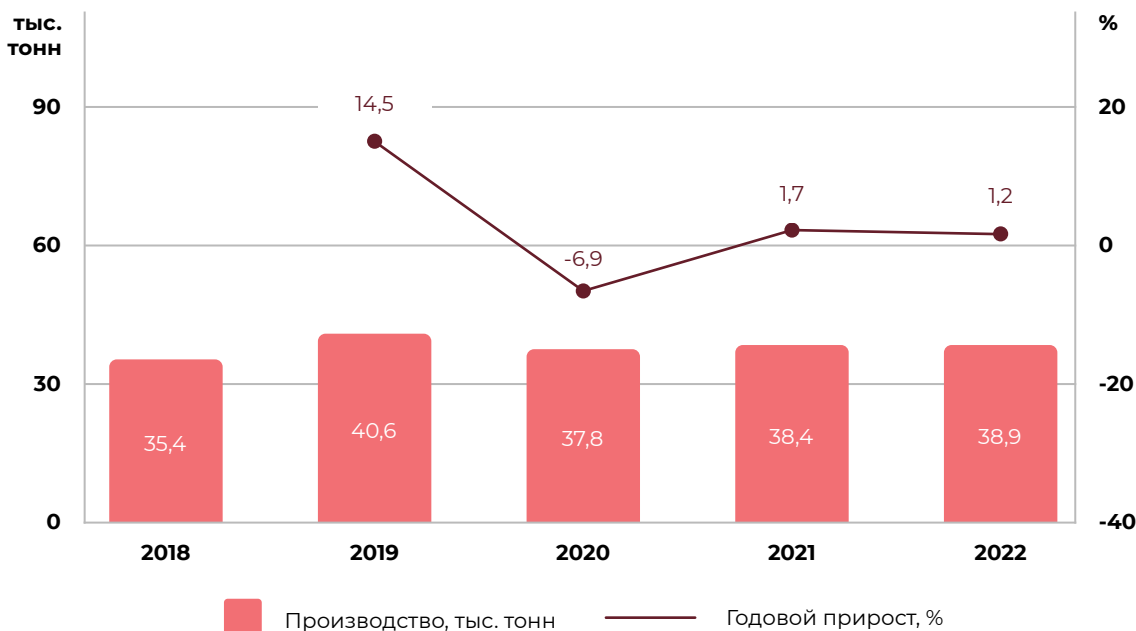
- вступление в силу соглашения о свободной торговле с Европейским Союзом и всестороннего регионального экономического партнёрства (ВРЭП);
- последствия пандемии COVID-19, включая замедление потребительской активности;
- возникающие вспышки болезней животных (АЧС и птичий грипп);
- стихийные бедствия, усилившиеся в 2021–2022 гг.

Вьетнам — один из крупных мировых производителей и потребителей свинины. Поголовье свиней во Вьетнаме в течение последних 4 лет постепенно восстанавливалось после крупных вспышек АЧС в 2019 г., зафиксированных в более чем 8,5 тыс. коммун. В результате быстрой реакции контролирующих органов к 2020 г. ситуация нормализовалась и большую часть оставшегося поголовья удалось сохранить. По предварительным оценкам GSO, к 2023 г. поголовье свиней достигло 25,55 млн голов, увеличившись относительно 2022 г. на 6,6%, однако оставшись на 14,4% ниже уровня 2018 г. Объем производства свинины за 2023 г. превысило 3,7 млн тонн, что находится выше уровня 2018 г. на 1,3%.

Эпидемия АЧС во Вьетнаме привела к тому, что многие вьетнамские компании начали инвестировать значительные средства в улучшение качества продукции, технологии и биобезопасность свиноферм. В результате данных изменений страна с опережающими темпами приближается к целевым показателям «Стратегии развития животноводства» по производству свинины (около 4 млн тонн к 2030 г.).

Производство готовой мясной продукции во Вьетнаме активно увеличивалось вплоть до 2019 г., достигнув 40,6 тыс. тонн, однако в период пандемии COVID-19 показатель сократился на 6,9% и в 2021-2022 гг. демонстрировал постепенную восстановительную динамику. По итогам 2022 г. оценочный объем производства ГМП во Вьетнаме составил 38,9 тыс. тонн, что на 1,2% выше уровня 2021 г.

Рис. 10. Производство готовой мясной продукции во Вьетнаме в натуральном выражении, 2018-2022 гг., тыс. тонн



Источник: EMIS, Euromonitor International

Потребление

Наиболее востребованная категория готовой мясной продукции — продукция из свинины, производство которой занимает основную долю в общей структуре производства и потребления ГМП. При этом именно данный сегмент в значительной степени был затронут вспышками АЧС в 2019 г., в результате которых цены на свинину значительно выросли, и производители вынужденно переходили на другие виды мяса для производства готовой мясной продукции, включая курятину и говядину.

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. Ассортимент компании расширился в основном за счет мясных продуктов, позиционируемых как закуска и предназначенных для употребления «на ходу» (например, ломтики вяленой или кусочки хрустящей свинины со вкусом чесночного масла и соевых 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.

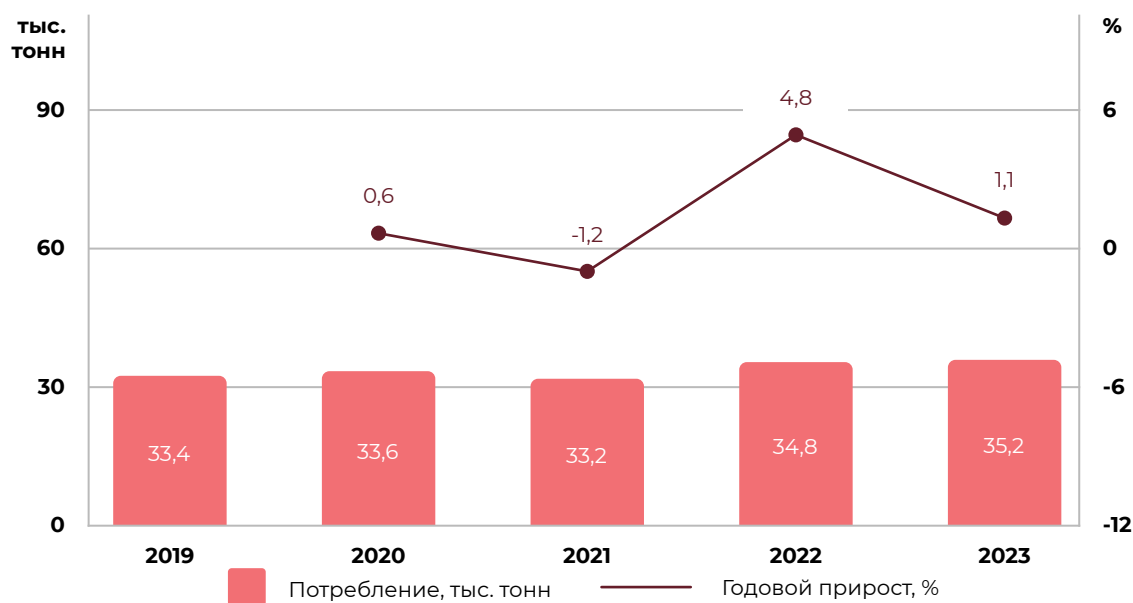
Положительным фактором стало также повышение доступности охлажденных и замороженных готовых мясных продуктов для жителей не только центральных, но и отдаленных районов страны, что стало возможным благодаря:

- увеличению количества холодильных и морозильных камер (их теперь все чаще можно увидеть как в городских, так и в сельских районах);
- стабильной работе электросети, благодаря чему управление холодильными складами стало более надежным и бесперебойным.

Потребление готовой мясной продукции во Вьетнаме в последние два года постепенно росло и по итогам 2023 г. достигло рекордного уровня в 35,2 тыс. тонн. В 2019-2023 гг. потребление продукции ежегодно росло в среднем на 1,3%.

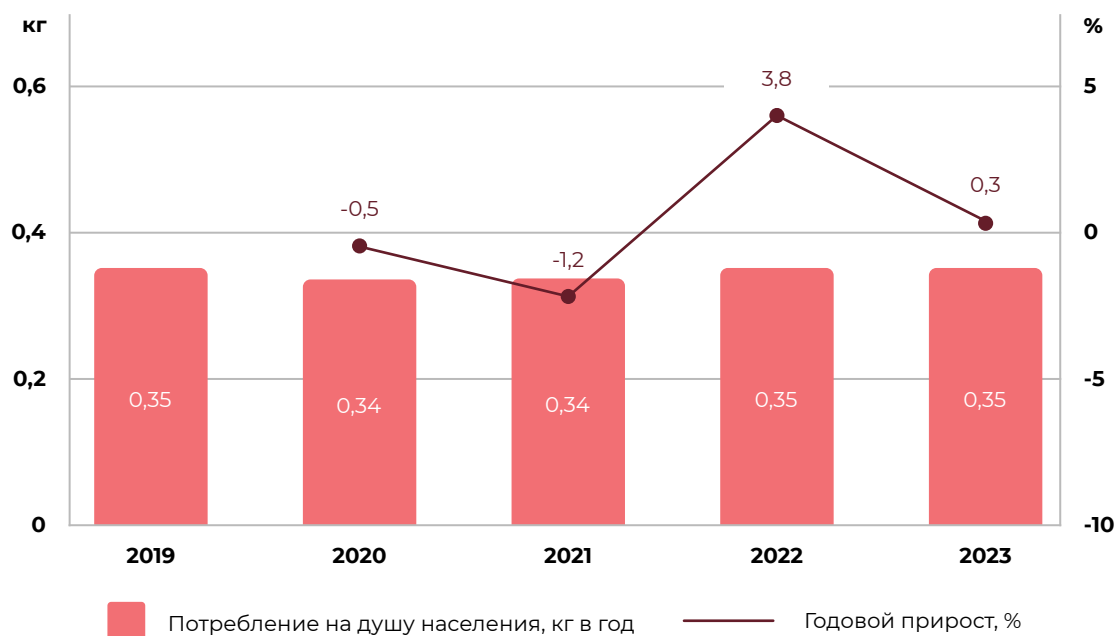
Среднедушевое потребление ГМП во Вьетнаме в 2020-2021 гг. сокращалось на фоне последствий пандемии COVID-19 и в 2021 г. достигло наименьшего за последние 5 лет значения — 0,34 кг на человека в год. В 2022-2023 гг. происходило постепенное восстановление показателя, однако общий уровень потребления по итогам 2023 г. остался на уровне 2019 г. — 0,35 кг на человека в год.

Рис. 11. Потребление готовой мясной продукции во Вьетнаме в натуральном выражении, 2019-2023 гг., тыс. тонн



Источник: EMIS, Euromonitor International

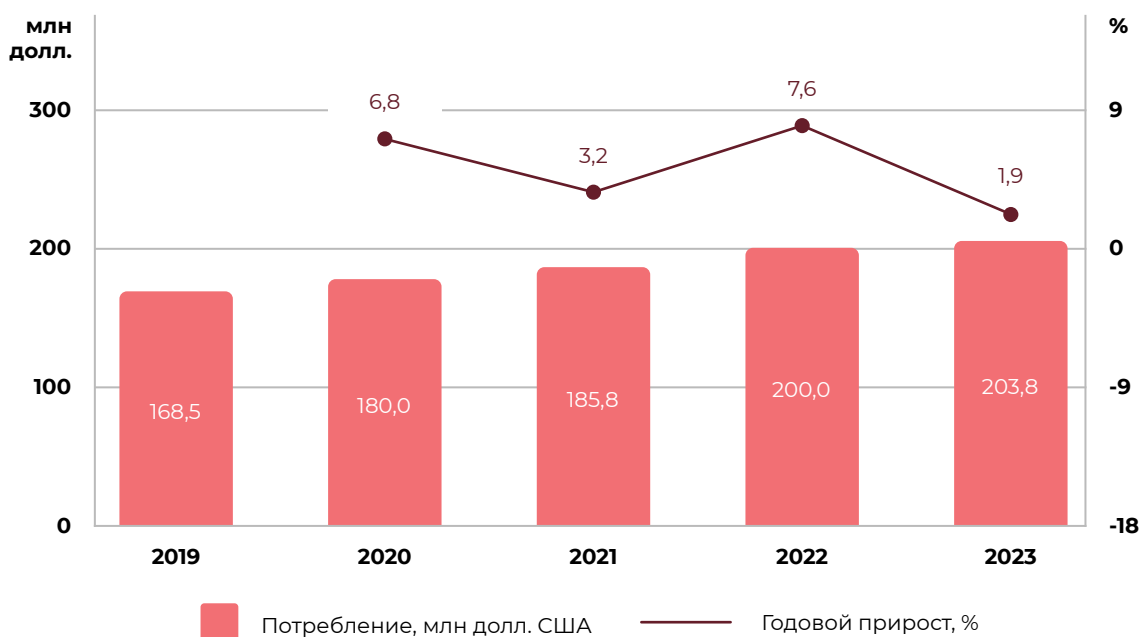
Рис. 12. Потребление готовой мясной продукции на душу населения во Вьетнаме, 2019-2023 гг., кг в год



Источник: EMIS, Euromonitor International, МВФ

В стоимостном выражении емкость рынка ГМП стабильно росла, несмотря на снижение в натуральном выражении. В 2023 г. объема продаж готовой мясной продукции во Вьетнаме достиг 203,8 млн долл. США, что на 1,9% выше уровня 2022 г. и на 20,9% относительно 2019 г. Наиболее резкий рост цен на данный вид продукции пришелся на 2020 г., когда показатель вырос сразу на 6,5% относительно 2019 г., что также связано с общим ростом уровня инфляции в стране в данный период.

Рис. 13. Объем продаж готовой мясной продукции во Вьетнаме в стоимостном выражении, 2019-2023 гг., млн долл. США



Источник: EMIS, Euromonitor International

В структуре потребления готовой мясной продукции Вьетнама преобладают консервы, готовые к употреблению, на долю которых приходится 61,4% объема потребления в натуральном выражении по итогам 2023 г. При этом в основном во Вьетнаме популярны консервы из красного мяса (в основном свинины). Также в 2023 г. 26,1% общего объема потребления готовой мясной продукции составляли охлажденные продукты готовые к употреблению (колбасы, деликатесы и т.д.) и 12,5% — замороженные полуфабрикаты, требующие дальнейшего приготовления. В основном такая продукция состояла из красного мяса, значительно реже из мяса птицы.

Табл. 3. Структура потребления готовой мясной продукции во Вьетнаме по видам в натуральном выражении, 2019–2023 гг., тыс. тонн

Вид	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
Консервы	20,8	20,7	20,2	21,6	21,6	61,4
консервы из красного мяса	19,3	19,3	18,9	20,1	20,1	57,1
консервы из мяса птицы	1,5	1,4	1,3	1,5	1,5	4,3
Ready-to-Eat	8,7	8,9	9,0	9,1	9,2	26,1
RTE из красного мяса	8,7	8,9	9,0	9,1	9,2	26,1
Ready-to-Cook	3,9	4,0	4,0	4,1	4,4	12,5
RTC из красного мяса	2,6	2,8	2,8	2,9	3,1	8,8
RTC из мяса птицы	1,3	1,2	1,2	1,2	1,3	3,7
Итого	33,4	33,6	33,2	34,8	35,2	100

Источник: EMIS, Euromonitor International

Структура продаж готовой мясной продукции во Вьетнаме в целом схожа с показателями в натуральном выражении. Основную долю занимают консервы из красного мяса, объем продаж которых в 2023 г. составил 104,1 млн долл. США (51,1% от совокупного спроса на ГМП) и охлажденные полуфабрикаты из красного мяса — 67,3 млн долл. США (33,0%). В значительно меньших объемах в стране покупают замороженные полуфабрикаты из мяса птицы — 17,0 млн долл. США (8,3%) и из красного мяса — 10,3 млн долл. США (5,1%), а также консервы из мяса птицы — 5,1 млн долл. США (2,5%).

Табл. 4. Объем продаж готовой мясной продукции во Вьетнаме по видам в стоимостном выражении, 2019–2023 гг., млн долл. США

Вид	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
Консервы	90,4	96,9	99,1	108,2	109,2	53,6
консервы из красного мяса	86,3	92,6	94,6	103,3	104,1	51,1
консервы из мяса птицы	4,2	4,4	4,5	4,9	5,1	2,5
Ready-to-Eat	55,4	58,9	61,3	65,5	67,3	33,0
RTE из красного мяса	55,4	58,9	61,3	65,5	67,3	33,0

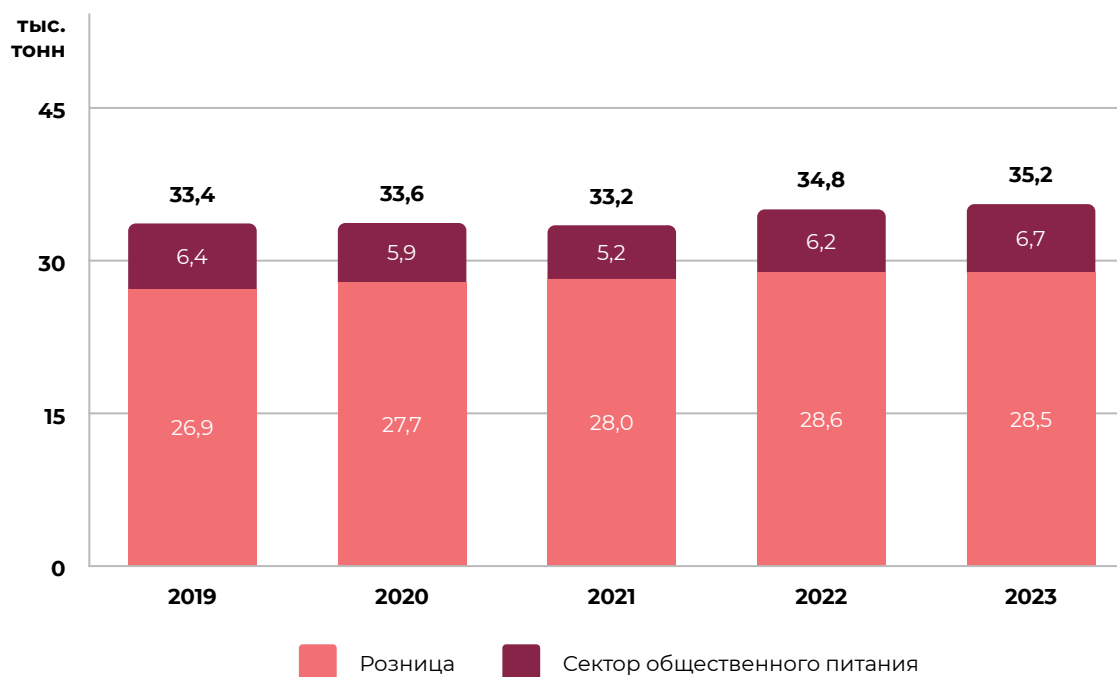
Продолжение табл. 4.

Вид	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
Ready-to-Cook	22,7	24,2	25,4	26,3	27,3	13,4
RTC из красного мяса	13,9	14,9	15,9	16,2	17,0	8,3
RTC из мяса птицы	8,8	9,3	9,5	10,1	10,3	5,1
Итого	168,5	180,0	185,8	200,0	203,8	100

Источник: EMIS, Euromonitor International

Основной объем потребления готовой мясной продукции Вьетнама приходится на розницу, доля которой в 2023 г. составила 81,0% или 28,5 тыс. тонн. При этом в последние два года отмечается постепенное сокращение доли розничных продаж ГМП, в том числе с восстановлением спроса на данную продукцию в секторе общественного питания. Так, если в 2019 г. на долю розничных продаж приходилось 80,5% от совокупного спроса на ГМП, то к 2021 г. показатель вырос до 84,3%. В целом по итогам 2023 г. потребление готовой мясной продукции в секторе общественного питания составило 6,7 млн долл. США, превысив уровень 2019 г.

Рис. 14. Структура потребления готовой мясной продукции во Вьетнаме по каналам сбыта в натуральном выражении, 2019-2023 гг., тыс. тонн



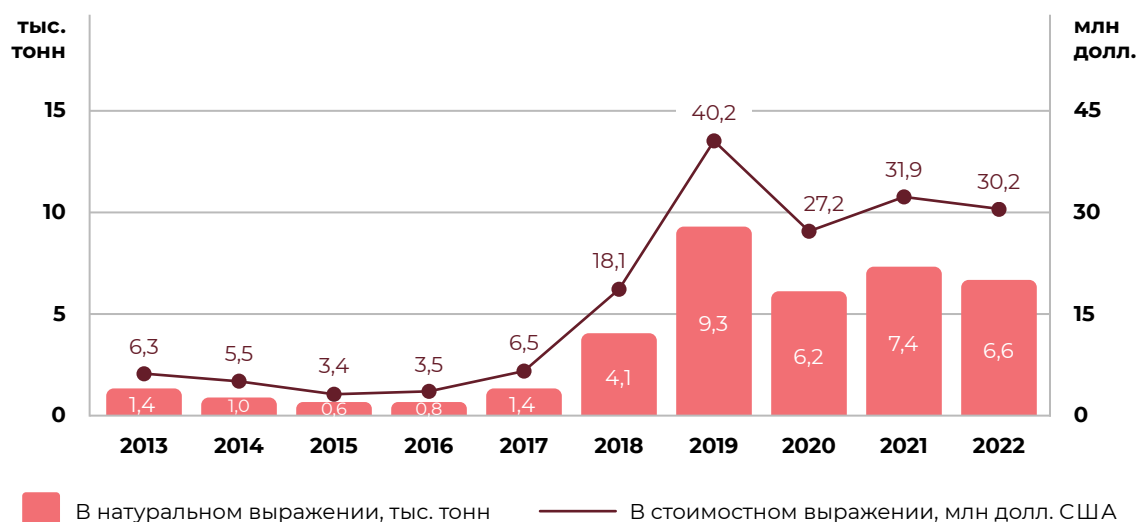
Источник: EMIS, Euromonitor International

Экспорт и импорт

Экспорт

Объем экспорта готовой мясной продукции Вьетнама в 2014-2017 гг. оставался относительно стабильными и не превышал 1,4 тыс. тонн (6,3 млн долл. США) в год. В 2019-2019 гг. объем поставок данной продукции на внешние рынки вырос почти в 10 раз в натуральном выражении и достиг в 2019 г. рекордных 9,3 тыс. тонн (40,2 млн долл. США). В последние три года объем экспорта ГМП Вьетнама в целом стабилизировался на уровне 6,2–7,4 тыс. тонн. Вьетнам является нетто-экспортером данного вида продукции АПК.

Рис. 15. Экспорт готовой мясной продукции Вьетнама в натуральном и стоимостном выражении, 2013–2022 гг.



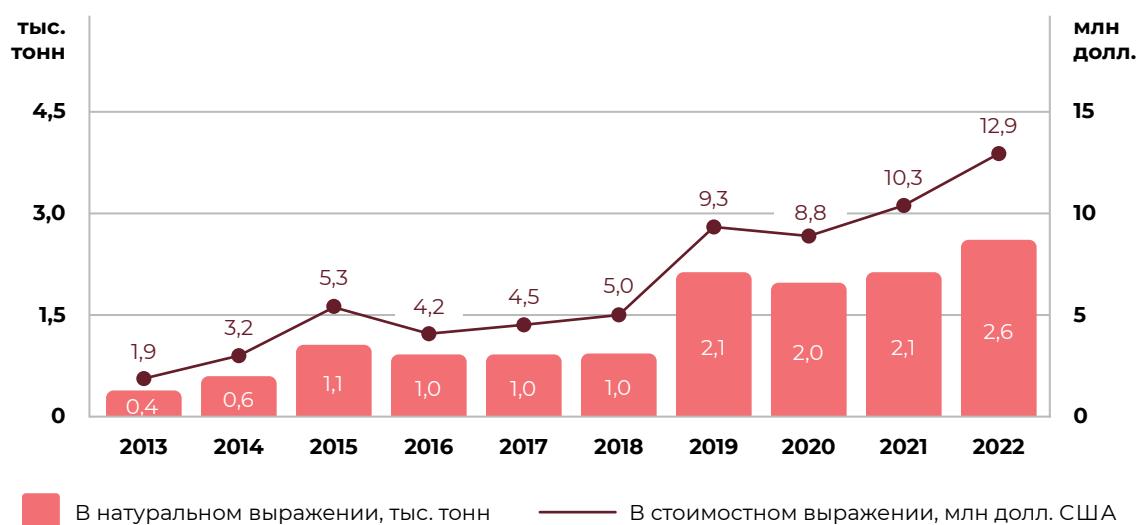
Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1601 и 1602.

Импорт

Объем импорта готовой мясной продукции Вьетнама за последние 10 лет вырос более чем в 6 раз, однако продолжил оставаться небольшим относительно внутреннего объема производства. По итогам 2022 г., Вьетнам импортировал 2,6 тыс. тонн готовой мясной продукции на сумму 12,9 млн долл. США, что на 20,9% выше уровня 2021 г. в натуральном выражении и на 25,3% в стоимостном.

Рис. 16. Импорт готовой мясной продукции Вьетнама в натуральном и стоимостном выражении, 2013–2022 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1601 и 1602.

В структуре импорта готовой мясной продукции основную долю занимают изделия и консервы из мяса, на долю которых в 2022 г. пришлось 90,3% совокупного объема импорта в натуральном (2,3 тыс. тонн) и 90,2% в стоимостном выражении (11,6 млн долл. США). Среди изделий и консервов из мяса преобладает продукция из домашней птицы (66,0% от объема импорта в натуральном выражении и 63,6% в стоимостном) и из свинины (16,3% и 17,5%).

Объем импорта колбас Вьетнама в 2022 г. составил 0,3 тыс. тонн на сумму 1,3 млн долл. США, что обеспечивает около 9,7-9,8% от общего объема импорта готовой мясной продукции.

Табл. 5. Структура импорта готовой мясной продукции Вьетнама по ассортименту в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля в 2022 г., %
Изделия и консервы из мяса (код ТН ВЭД 1602)	0,4	0,5	0,8	0,8	0,9	0,8	1,9	1,8	1,9	2,3	90,3
из домашней птицы	0,1	0,2	0,4	0,3	0,4	0,4	1,5	1,4	1,3	1,7	66,0
из свинины	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	16,3
из печени любых животных	0,04	0,02	0,02	0,1	0,05	0,03	0,1	0,1	0,1	0,1	3,0

Продолжение табл. 5.

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля в 2022 г., %
из мяса КРС	0,03	0,1	0,03	0,04	0,04	0,04	0,04	0,03	0,03	0,05	1,9
прочие виды	0,02	0,02	0,04	0,02	0,02	0,003	0,01	0,03	0,1	0,1	3,1
Колбасы (код ТН ВЭД 1601)	0,04	0,1	0,3	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	9,7
Итого	0,4	0,6	1,1	1,0	1,0	1,0	2,1	2,0	2,1	2,6	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1601 и 1602.

Табл. 6. Структура импорта готовой мясной продукции Вьетнама по ассортименту в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля в 2022 г., %
Изделия и консервы из мяса (код ТН ВЭД 1602)	1,7	2,7	3,9	3,4	4,0	3,8	8,3	7,9	9,0	11,6	90,2
из домашней птицы	0,4	0,9	1,8	1,3	1,8	2,2	6,2	5,7	5,5	8,2	63,6
из свинины	0,9	1,2	1,7	1,4	1,7	1,3	1,7	1,5	2,4	2,3	17,5
из печени любых животных	0,2	0,1	0,1	0,4	0,2	0,2	0,3	0,4	0,5	0,4	3,2
из мяса КРС	0,1	0,4	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	2,4
прочие виды	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,02	0,03	0,1	0,4	0,4	3,4
Колбасы (код ТН ВЭД 1601)	0,2	0,5	1,3	0,8	0,6	1,1	1,0	0,9	1,3	1,3	9,8
Итого	1,9	3,2	5,3	4,2	4,5	5,0	9,3	8,8	10,3	12,9	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1601 и 1602.

Основным поставщиком готовой мясной продукции во Вьетнам является Бразилия, на долю которой в 2022 г. пришлось 45,6% импорта данной категории товаров АПК в натуральном выражении (1,2 тыс. тонн). Также крупными поставщиками являлись Малайзия (14,3%), США (8,6%) и Республика Корея (7,4%).

Объем импорта ГМП Вьетнама из России в 2013-2018 гг. не превышал 0,02 тыс. тонн, однако в 2019-2022 гг. страна стабильно закупала 0,1 тыс. тонн российской продукции в год.

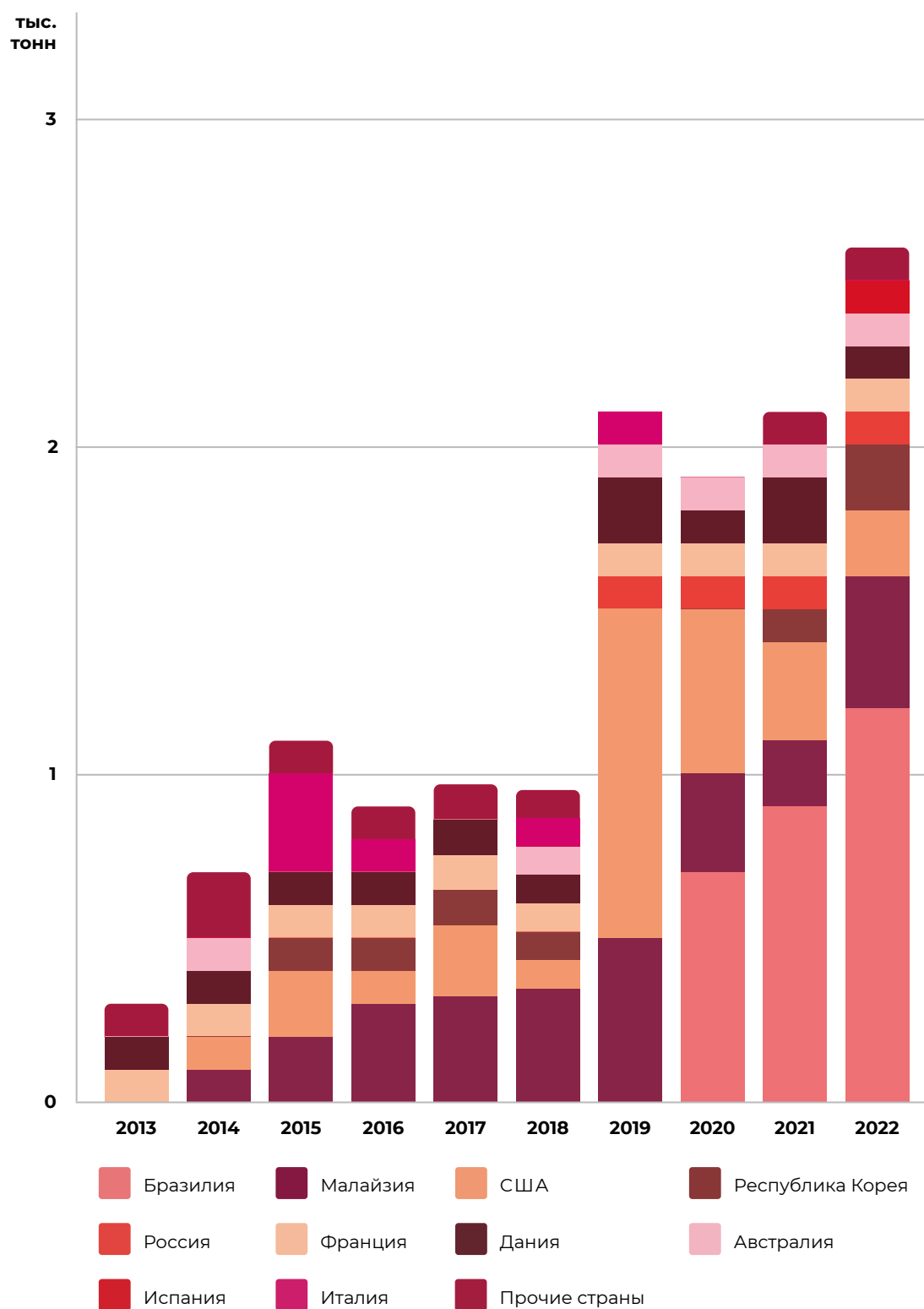
Табл. 7. Импорт готовой мясной продукции Вьетнама по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля в 2022 г., %
1	Бразилия	—	0,0005	0,002	0,002	0,002	—	0,03	0,7	0,9	1,2	45,6
2	Малайзия	0,02	0,1	0,2	0,3	0,3	0,4	0,5	0,3	0,2	0,4	14,3
3	США	0,05	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	1,0	0,5	0,3	0,2	8,6
4	Республика Корея	0,01	0,02	0,1	0,1	0,1	0,1	0,05	0,01	0,1	0,2	7,4
5	Россия	0,001	0,002	0,01	0,01	0,0003	0,02	0,1	0,1	0,1	0,1	5,5
6	Франция	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	4,4
7	Дания	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	4,2
8	Австралия	0,02	0,1	0,04	0,05	0,05	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	3,0
9	Испания	0,01	0,01	0,01	0,04	0,03	0,02	0,02	0,02	0,05	0,1	2,4
10	Италия	0,01	0,03	0,3	0,1	0,04	0,1	0,1	0,04	0,03	0,04	1,4
	Прочие страны	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	3,2
	Итого	0,4	0,6	1,1	1,0	1,0	1,0	2,1	2,0	2,1	2,6	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1601 и 1602.

Рис. 17. Импорт готовой мясной продукции Вьетнама по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1601 и 1602.

В стоимостном выражении основную долю в поставках готовой мясной продукции во Вьетнам также занимала Бразилия, доля которой в 2022 г. составил 42,4% от общей величины импорта (5,5 млн долл. США). Также значительный объем поставок составила продукция из Малайзии — 1,9 млн долл. США (14,5% от общей стоимости импорта), США — 1,2 млн долл. США (9,4%) и Республики Корея — 1,0 млн долл. США (7,7%). Российская продукция обеспечила 5,9% импорта или 0,8 млн долл. США.

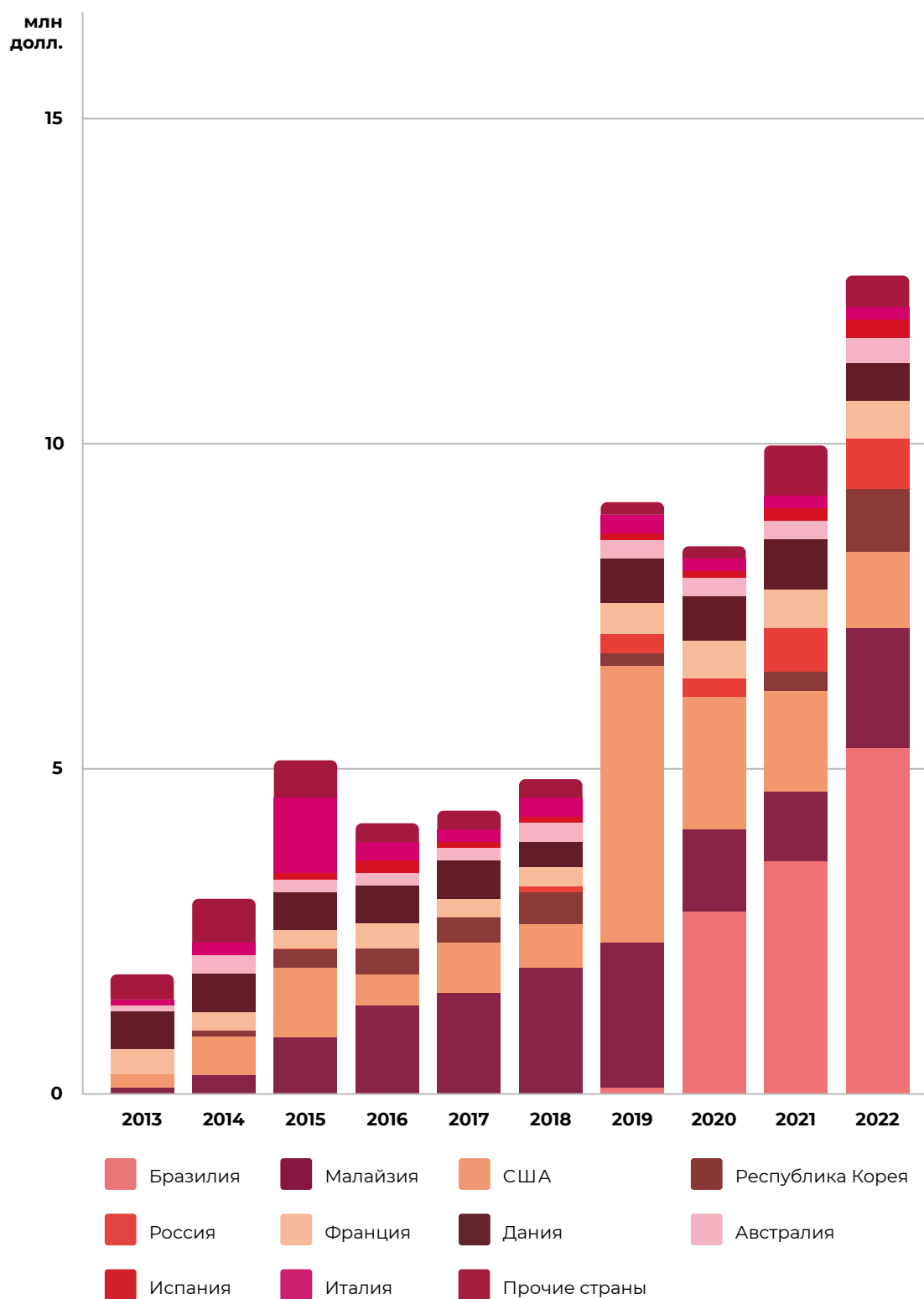
Табл. 8. Импорт готовой мясной продукции Вьетнама по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля в 2022 г., %
1	Бразилия	—	0,003	0,01	0,01	0,01	—	0,1	2,9	3,7	5,5	42,4
2	Малайзия	0,1	0,3	0,9	1,4	1,6	2,0	2,3	1,3	1,1	1,9	14,5
3	США	0,2	0,6	1,1	0,5	0,8	0,7	4,4	2,1	1,6	1,2	9,4
4	Республика Корея	0,05	0,1	0,3	0,4	0,4	0,5	0,2	0,05	0,3	1,0	7,7
5	Россия	0,01	0,01	0,03	0,03	0,001	0,1	0,3	0,3	0,7	0,8	5,9
6	Франция	0,4	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	0,5	0,6	0,6	0,6	4,6
7	Дания	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,4	0,7	0,7	0,8	0,6	4,3
8	Австралия	0,1	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	3,4
9	Испания	0,02	0,05	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3	2,4
10	Италия	0,1	0,2	1,2	0,3	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	1,5
	Прочие страны	0,4	0,7	0,6	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,8	0,5	3,9
	Итого	1,9	3,2	5,3	4,2	4,5	5,0	9,3	8,8	10,3	12,9	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1601 и 1602.

Рис. 18. Импорт готовой мясной продукции Вьетнама по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1601 и 1602.

Средняя импортная цена готовой мясной продукции во Вьетнам в 2022 г. составила 5 004 долл. США за тонну, что на 3,6% выше уровня 2021 г. Наиболее дешевая продукция поставлялась из Бразилии — 4 655 долл. США за тонну, страна поставляла только изделия и консервы из домашней птицы, кроме колбас. Более высокие средние импортные цены отмечались на продукцию из Австралии — 5 632 долл. США за тонну (+12,6% к средней цене) и США (+9,9%).

Табл. 9. Средняя импортная цена на готовую мясную продукцию по странам-экспортерам, 2013–2022 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены в 2022 г., %
Средняя цена	4 755	5 085	4 873	4 398	4 489	5 004	4 408	4 473	4 831	5 004	—
Австралия	5 179	5 452	4 873	4 358	4 401	5 064	4 785	5 197	5 227	5 632	12,6
США	4 751	5 006	4 963	4 563	4 575	5 211	4 333	4 496	5 668	5 497	9,9
Россия	4 514	4 846	4 676	4 487	4 273	4 411	4 448	5 099	5 125	5 355	7,0
Франция	4 927	5 211	5 165	4 466	4 365	4 916	4 686	4 937	5 200	5 227	4,5
Дания	4 793	5 020	4 729	4 156	4 258	4 721	4 539	5 044	5 276	5 187	3,7
Республика Корея	4 720	5 156	4 777	4 185	4 297	4 900	4 575	5 074	4 552	5 155	3,0
Италия	4 498	4 732	4 663	4 219	4 269	4 897	4 599	5 263	5 159	5 117	2,3
Испания	4 523	4 723	4 645	4 396	4 258	4 883	4 596	5 284	5 102	5 096	1,9
Малайзия	4 715	5 856	5 215	4 534	4 684	5 083	4 355	4 402	4 590	5 083	1,6
Бразилия	—	5 452	5 246	4 601	4 617	—	4 139	4 062	4 222	4 655	-7,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1601 и 1602.

Табл. 10. Основные страны-экспортеры готовой мясной продукции на рынок Вьетнама в 2022 г.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
1	Бразилия	42,4	- Бразилия является мировым лидером по объему экспорта мяса птицы. В 2023 г. объем экспорта мяса птицы Бразилии составил 9 млрд долл. США (4,8 млн тонн); - Бразилия входит в топ-10 стран экспортеров готовой мясной продукции. В 2023 г. объем экспорта составил 361,9 тыс. тонн на сумму 1,3 млрд долл. США; - Вьетнам не входит в перечень основных направлений бразильского экспорта готовой мясной продукции; - В основном Бразилия поставляет на рынок Вьетнама консервы из мяса домашней птицы.
2	Малайзия	14,5	- В 2023 г. экспорт готовой мясной продукции Малайзии составил 33,8 тыс. тонн на сумму 170,6 млн долл. США. - Вьетнам входит в ТОП-10 основных направлений экспорта готовой мясной продукции Малайзии; - Основу поставок готовой мясной продукции Малайзии во Вьетнам составляют изделия и консервы из мяса домашней птицы.
3	США	9,4	- США являются крупнейшим в мире рынком готовой мясной продукции. Ежегодно в стране потребляется более 10,5 млн тонн данного вида продукции; - Также страна входит в ТОП-5 крупнейших в мире экспортеров готовой мясной продукции и является вторым после Германии экспортером колбас. В 2023 г. США поставили на внешние рынки 412,5 тыс. тонн готовой мясной продукции на сумму более 2 млрд долл. США, в том числе колбасы — 154,5 тыс. тонн (802,0 млн долл. США); - Вьетнам не является ключевым направлением американского экспорта данной продукции; - Основу поставок готовой мясной продукции США во Вьетнам составляют консервы из свинины, а также прочего мяса.

Источник: ITC Trade Map, открытые источники данных



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 альтернативным мясным продуктам. Так, куриные шарики с начинкой и куриные наггетсы из Малайзии (бренды Tempura, Ci 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 свининой 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.

Тенденции рынка

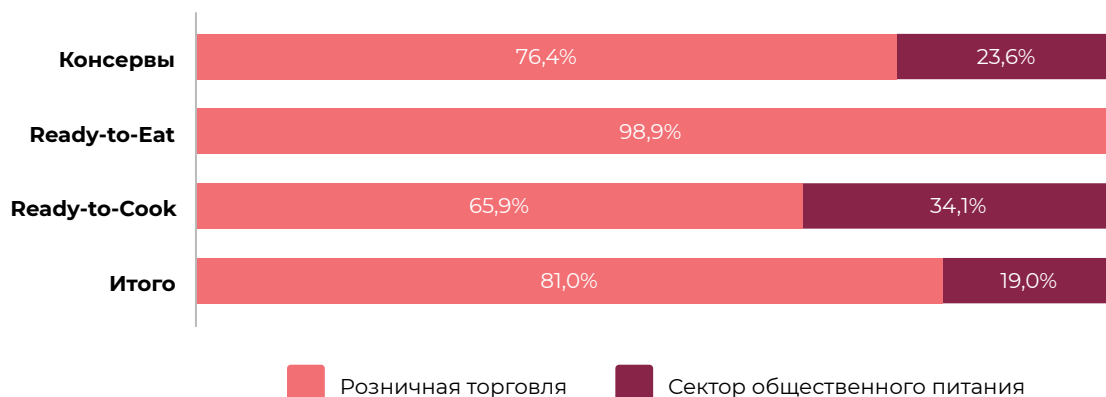
Растет популярность заменителей охлажденного мяса, например, тофу. Большим спросом также пользуются обработанные морепродукты — это объемная категория, которая растет быстрее, чем рынок переработанного мяса.

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 все охлажденные продукты готовые к употреблению (колбасы, деликатесы и т.д.) продаются через розничные каналы. В секторе общественного питания потребляется 23,6% консервов и 34,1% замороженных полуфабрикатов, требующих дальнейшего приготовления.

Рис. 19. Структура потребления готовой мясной продукции во Вьетнаме по каналам реализации в натуральном выражении, 2023 г.,%



Источник: EMIS, Euromonitor International

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.

В секторе продовольственной розничной торговли Вьетнама доминируют небольшие несетевые точки продаж. При этом в ответ на растущий потребительский спрос постепенно расширяются современные розничные каналы сбыта (в том числе электронная коммерция) и растет конкуренция в сфере розничной торговли продовольственными товарами.

В отличие от открытых продуктовых рынков, современные торговые точки предлагают посетителям комфорт, чистоту и безопасность, а также более широкий ассортимент продукции. Инвесторы розничных сетей, как правило, предпочитают выставлять на полки продукцию своих стран.

Благодаря быстрой урбанизации, увеличению доли молодого населения и росту численности среднего класса в стране становятся популярными выходы в ресторан, путешествия, закупки в супермаркетах и гипермаркетах. Увеличивается потребление переработанных и готовых к употреблению продуктов.

Элитные магазины, рестораны, отели класса люкс и курорты ориентированы на узкие группы потребителей и обычно используют более качественные импортные продукты питания и ингредиенты. Рост числа точек франшиз западных сетей (рестораны быстрого питания, пекарни и кафе) модернизирует индустрию розничной торговли продовольственными товарами. Современные точки розничной торговли ориентируются на качество и безопасность брендов из развитых стран.

Тенденция развития торговли через Интернет обусловлена активностью молодого населения страны, увеличивающимся охватом доступа к сети и распространением смартфонов.

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.

Современные каналы розничной торговли

В последние годы в провинциях Вьетнама появляется все больше современных торговых точек. Товары на их полках обычно продаются по более высоким ценам, чем аналогичные товары в традиционных торговых точках. Аренда помещений, электричество для кондиционирования и холодоснабжения, затраты на рабочую силу и налоги приводят к высоким эксплуатационным расходам и увеличению розничных цен. Современные продуктовые магазины стремятся привлечь клиентов, предлагая чистую, просторную и приятную торговую среду, разнообразие товаров и программы лояльности.

Мини-супермаркеты с торговой площадью менее 500 м² — это новый формат, который становится все более популярным во Вьетнаме и которые быстрее могут появиться в районах с большим количеством конкурентов.

Следует отметить, что в магазинах современной розницы цены выше по сравнению с продуктовыми рынками. Для повышения лояльности потребителей ритейлеры предлагают систему скидок и промоакций, а также бесплатную и быструю доставку. Ритейлеры совместно с производителями применяют отслеживающие QR-коды, предоставляя потребителям гарантии безопасности и происхождения своей продукции.

Сети гипермаркетов и супермаркетов

Супермаркеты и гипермаркеты являются основными дистрибьюторами импортной замороженной и переработанной продукции из свинины, включая готовую мясную продукцию.

Гипермаркеты предоставляют покупателям широкий ассортимент товаров по наиболее доступным ценам. Основной игрок на рынке гипермаркетов во Вьетнаме — Big C.

Вторым наиболее популярным современным форматом магазинов во Вьетнаме являются супермаркеты, предлагающие более узкий ассортимент по более высоким ценам, чем гипермаркеты, но располагающиеся близко к жилым кварталам и подходящие для быстрых покупок. Ассортимент товаров и услуг в различных супермаркетах примерно одинаковый. Некоторые супермаркеты предлагают карты лояльности покупателя, которые позволяют зарабатывать баллы для получения скидок на следующую покупку. Крупные сети супермаркетов обычно прибегают к услугам дистрибьюторов. И экспортерам, желающим разместить свою продукцию на полках вьетнамских супермаркетов, рекомендуется выйти на них.

Наиболее практичным для потребителей является формат магазинов шаговой доступности, которые предлагают жителям готовые и охлажденные обеды с долгим сроком хранения, обеденные смеси, дегидрированные блюда, готовые к употреблению, замороженные готовые блюда и т.п. Именно на эту продукцию в последние годы увеличивается спрос в крупных городах, таких как Хошимин и Ханой.

Формат торгового центра, объединяющего в себе гипермаркет, супермаркет, универмаг, кинотеатр и специализированные магазины, является новым для Вьетнама, но быстро набирает популярность. Пример торгового центра — Lotte Mart в городе Хошимин.

Ассортимент и цены

- Самыми популярными продуктами являются местные колбасы cha gio, хис хич и lap xuong по цене 7–14 долл. США за 1 кг, а также фрикадельки по цене 8–12 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.

Основные гипермаркеты

1) Big C

Big C — является крупным азиатским ритейлером, который представлен во Вьетнаме, Таиланде, Лаосе и Камбодже. Компания принадлежит Central Retail. Во Вьетнаме Big C является одним из ведущих гипермаркетов, в которых реализуются продукты питания и другие потребительские товары. В последние годы Central Retail переориентировался на открытие гипермаркетов сети Go!, в результате чего часть магазинов Big C была закрыта.

2) Go!

Go! — сеть гипермаркетов и торговых центров, принадлежащая компании Central Retail. На рынок Вьетнама сеть Go! Вышла около двух лет назад, но успела зарекомендовать себя как надежный ритейлер. Под вывеской Go! открыто 38 торговых точек и переименована часть гипермаркетов Big C.

3) Lotte Mart

Lotte Mart — южнокорейская сеть гипермаркетов, входящая в состав корпорации Lotte Group. Гипермаркеты представлены во Вьетнаме с 2008 г. К 2023 г. открыто 15 торговых точек.

Табл. 11. Ведущие сети гипермаркетов, 2019–2023 гг., %

Наименование	Сайт	2019	2020	2021	2022	2023
Big C	www.bigc.vn	60,1	61,2	26,2	28,1	—
Go!	https://go-vietnam.vn	—	—	26,1	28,4	55,2
Lotte Mart	www.lottmart.com.vn	20,6	20,0	18,9	14,5	14,9
AEON	www.aeon.com.vn	8,1	8,0	8,8	9,0	9,3
Tops Market		—	—	9,3	8,6	8,4
E-Mart	www.emart.com.vn	5,0	4,7	5,2	6,7	7,8

Продолжение табл. 11.

Наименование	Сайт	2019	2020	2021	2022	2023
Co-opXtra	www.scfp.vn	6,2	6,1	5,6	4,6	4,5
Giant	—	—	—	—	—	—
Итого		100	100	100	100	100

Источник: EMIS, Euromonitor International

Основные супермаркеты

1) VinMart

Торговая сеть VinMart принадлежит Masan Group Corporation, компании, входящей в тройку крупнейших частных компаний Вьетнама по рыночной капитализации. В 2021 г. VinMart провела ребрендинг и сменила название на WinMart и открыла свой первый супермаркет WinMart, объединяющий сеть Phúс Long и Reddi. Компания планирует расширить географию своего присутствия и прогнозирует увеличение количества торговых точек до 30 тыс. в течение 5 лет, 20 тыс. из которых будут работать по франшизе. В настоящее время насчитывает более 3,6 тыс. торговых точек.

2) Bach Hoa Xanh

Bach Hoa Xanh принадлежит крупнейшему вьетнамскому ритейлеру Mobile World Group. В период пандемии COVID-19 демонстрировала наи-более высокие темпы роста, т.к. была одной из немногих, кому разреша-лось торговать во время локдаунов². В структуре продаж сети 45% зани-мают свежие, охлажденные и замороженные продукты, 40% составляют другие продукты питания и напитки, 15% — косметика, бытовая химия и другие товары.

3) Co-op Mart

Co-op Mart — сеть розничных супермаркетов Вьетнама, входящая в состав коммерческого кооператива Saigon Co.op. Общее число действующих ма-газинов в 2023 г. достигло 128 точек продаж.

² <https://vir.com.vn/bach-hoa-xanh-grocery-chain-faces-gloomy-prospects-96774.html>

Табл. 12. Ведущие сети супермаркетов, 2019-2023 гг., %

Наименование	Сайт	2019	2020	2021	2022	2023
Bach Hoa Xanh	www.bachhoaxanh.com	15,4	25,5	29,6	27,9	30,2
VinMart	www.vinmart.com www.vinmartplus.vn	26,1	23,8	32,4	29,9	29,6
Co.opMart	www.lottemart.com.vn	41,5	36,3	26,1	25,8	23,7
Co-op Food	www.co-opmart.com.vn	4,9	4,4	3,5	3,5	3,3
Aeon Citimart	www.aeonicitimart.vn	1,6	1,4	1,2	1,3	1,3
Satrafood	www.satra.com.vn	1,4	1,1	1,0	1,0	1,1
LanChi Mart	https://lanchi.vn	1,0	0,8	0,7	0,8	0,9
Прочие		8,1	6,7	5,5	9,8	9,9
Итого		100	100	100	100	100

Источник: EMIS, Euromonitor International

Электронная коммерция

По данным Вьетнамской ассоциации электронной коммерции, основными драйверами развития электронной торговли в стране являются высокий уровень распространения Интернета: чуть более 79% населения имели доступ к нему на конец 2023 г.; заметная роль социальных сетей; быстрый темп распространения смартфонов и популяризация служб быстрой доставки. Интернет-торговля является быстрорастущим каналом продаж, пользующимся большой популярностью у молодых покупателей, живущих в крупных городах. Главным образом молодые люди используют возможность делать покупки через интернет и заказывать доставку небольшого количества товара в течение 2 часов без необходимости выходить из дома.

Реклама и продажи в социальных сетях, на онлайн-платформах, сайтах поставщиков и в телефонных приложениях также пользуются популярностью среди вьетнамских потребителей, особенно урбанизированной молодежи.

В мае 2021 г. правительство Вьетнама утвердило национальный план развития электронной торговли до 2025 г. В плане поставлено несколько амбициозных целей:

- к 2025 г. довести показатель участия населения в электронной торговле до 55%;

- достичь темпа роста электронных продаж в секторе B2C (как товаров, так и услуг) до 25% в год;
- увеличить долю безналичных платежей в электронной коммерции до половины объема от всех платежей, из которых оплата через поставщиков посреднических услуг составят 80%.

Розничные интернет-магазины имеют широкий ценовой диапазон для выбора как мяса, так и готовой мясной продукции. При этом товары варьируются от низкоценового сегмента до премиум-класса. Основные преимущества этого канала — возможность выбора товара по низким ценам и сертифицированное происхождение продукта, скидки/программы лояльности, бесплатная и быстрая доставка, а также круглосуточный сервис без перерывов и выходных.

Во Вьетнаме также растет популярность новых каналов электронной коммерции, таких как C2C или социальная коммерция. Пользователи размещают на площадках социальных сетей, например, Zalo объявления о продажах, здесь же происходит оперативный обмен информацией, мнениями и рекомендациями, а также осуществляются сами продажи. Преимущество такого подхода в том, что пользователь напрямую общается с покупателем, быстро отвечая на вопросы и решая возникающие проблемы.

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 — крупный импортер, занимающийся розничной торговлей мясной продукцией. Также работает в секторе общественного питания и предлагает продукцию высокого качества.

Thitnhapkhaus — имеет сильную позицию в онлайн-сервисах (первая строчка по ключевым запросам) и предлагает продукцию по относительно низким ценам.

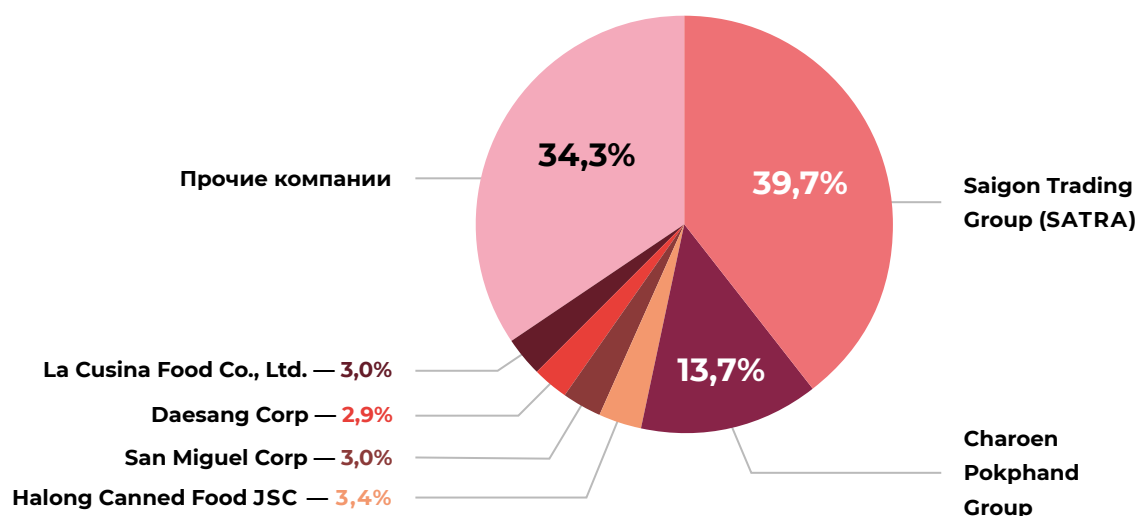
Topmeat — активно проводит регулярные промоакции, имеет магазины в основных городах и предлагает быструю доставку на дом.

Nam Khai Phu — компания делает акцент на качестве поставляемой продукции (сертификация ISO, HACCP) и на наличие оперативной доставки.

2.4. Конкурентная среда и участники рынка

На рынке готовой мясной продукции Вьетнама около 39,7% рынка занимает местная компания Saigon Trading Group (SATRA). На топ-6 компаний в 2023 г. пришлось 65,7% рынка.

Рис. 20. Структура розничных продаж готовой мясной продукции во Вьетнаме по компаниям в стоимостном выражении, 2023 г., %



Ведущие местные производители

VISSAN



Акционерное общество VISSAN было основано в 1970 г. как государственное предприятие и начало работу в 1974 г. Далее госпредприятие было приватизировано, и в 2016 г. проведено публичное размещение акций. Vissan владеет мясоперерабатывающим предприятием (мощность 3 тыс. тонн мясных продуктов в год) в Хошимине, а также предприятием по переработке пищевых продуктов (мощность 3 тыс. тонн различных продуктов в год) в городе Тиенсон (TIÊN SƠN), провинция Бакнинь (Bắc Ninh). Компания специализируется на производстве, переработке и торговле охлажденной и замороженной свининой, говядиной и мясом птицы; ветчиной, произведенной и упакованной по французской технологии; сосисками и колбасами — по японской, а также другими продуктами, переработанными по вьетнамским традиционным методам. Кроме того, организация занимается консервированной продукцией и другими потребительскими товарами.

Сайт: www.vissan.com.vn

C.P. Vietnam



Таиландская группа Charoen Pokphand Group (C.P) начала свою деятельность во Вьетнаме в 1988 г. В 1993 г. предприятие построило в городе Бьенхоа завод по производству комбикорма — C.P. Vietnam Corporation. В 2018 г. компания основала CPV Food с 3 заводами в индустриальном парке Becamex Binh Phước (южная провинция Биньфыюк). Ассортимент компании включает в себя мясо (свинина, птица), морепродукты, а также готовую мясную продукцию. В планах C.P. Vietnam Corporation также строительство 21 мясной птицефермы с производительностью 52 млн цыплят в год.

Сайт: www.cp.com.vn/en-US/Default.aspx

Masan MEATLife



Masan MEATLife (MML) — одна из крупнейших во Вьетнаме полностью вертикально-интегрированных компаний, работающих по бизнес-модели «корм-ферма-продукты питания». Имеет высокую узнаваемость бренда. С момента основания в 2011 г. осуществила несколько реорганизаций, поглощений, привлекла стратегических партнеров (KKR, Royal De Heus Group и Masan Jinju). Владеет долей в крупном производителе свинины во Вьетнаме Vissan. В 2021 г. объявила о планах выйти на IPO, привлечь не менее 1 млрд долл. США для развития производства кормов и занять к концу 2023 г. не менее 10% рынка мяса Вьетнама. Компания специализируется на производстве кормов для животных, свинины, мяса птицы, а также полуфабрикатов (сосиски, вяленая курица, рулеты из свиной и куриной кожи и др.). Мясная продукция выпускает под брендом Meat Deli. В течение 2023 г. в супермаркетах Winmart и Winmart+, Masan MEATLife планирует участвовать в программе промо-скидок до 20% на охлажденную свинину и охлажденную курицу MEATDeli с целью сокращения разрыва в цене между охлажденным и «теплым» мясом на традиционных рынках.

Сайт: www.masanmeatlife.com.vn

Halong Canfoco



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.

Сайт: <https://canfoco.com.vn/?view=en>

Dabaco Foods



Дочерняя компания многопрофильной группы Dabaco. Основана как государственное предприятие в 1996 г., акции размещены на публичном рынке в 2005 г. Компания специализируется на производстве кормов для животных, свиноводстве и птицеводстве, а также производстве готовых продуктов питания (колбаса, ветчина, консервы и другая переработанная продукция). Убойная и перерабатывающая линии импортированы из ЕС. Продукция из мяса птицы: охлажденное и замороженное мясо кур в упаковке разного размера.

Сайт: www.dabaco.com.vn/en

Ведущие иностранные поставщики

В сегменте импортной свинины и готовой продукции из нее работают следующие компании:

- La Maison Imported Foods;
- Fresh Foods;
- Zin Food;
- Huu Nghi Food Import & Export;
- Nam Khai Phu Food.

Как правило, импортеры работают также в сегментах дистрибуции, оптовой и розничной торговли. Перечень крупнейших импортеров и контактная информация представлены в разделе 11.1.

Требования и стандарты на продукцию





Содержание

3.1.

Контролирующие органы

3.2.

Требования к производителям

3.3.

Требования к продукции

3.4.

Требования к маркировке

3.5.

Процедура включения предприятий
в список разрешенных

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. Контролирующие 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 противозооотические 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.

3.2. Требования к производителям

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.

3.3. 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.

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.

3.4. Требования к упаковке и 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.

3.5. 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».

Особенности и барьеры входа на рынок

4



Содержание



4.1.

Особенности таможенных процедур

4.2.

Тарифные и нетарифные барьеры

4.1. Особенности таможенных процедур

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.

Циркуляр Министерства финансов Вьетнама 39/2018/ТТ-ВТС от 20.04.2018 г. внес изменения поправки и дополнения в некоторые статьи Цирюляра Министерства финансов Вьетнама 38/2015/ТТ-ВТС от 25.03.2015 г., где 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 скла-

дах, 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 таможи 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 таможней Вьетнама, выше стоимости, заявленной импортерами. Чем выше цены, тем более высокие импортные пошлины причитаются с импортеров.

Единый документ [Циркуляр 21/VBHN-BTC](#) от 23 апреля 2020 г., регулирующий таможенную стоимость импортных и экспортных товаров, был принят с учетом поправок и дополнений Циркуляра Министерства финансов 60/2019/TT-BTC от 30 августа 2019 г. и Циркуляра 39/2015/TT-BTC от 25 марта 2015 г.

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 несовпадения 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 1602³. Стоит заметить, что определенная продукция не попадает под обязательство по снижению тарифных ставок.

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. 13. 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:	15	0
1602	Готовые или консервированные продукты из мяса, мясных субпродуктов или крови:		
1602 10 10	Для детского питания с содержанием свинины, в герметичных контейнерах	15	0
1602 10 90	Для детского питания прочие	15	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

³ Перечень тарифных обязательств Вьетнама по торговому соглашению с ЕАЭС

Продолжение табл. 13.

Таможенный код	Наименование	Ставка РНБ, %	Россия, %
1602 31 99	Из индейки: прочее	22	22
1602 32 10	Из кур домашних (Gallus domesticus): карри из курицы, в герметичных контейнерах	40	40
1602 32 90	Из кур домашних (Gallus domesticus): 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	3,2
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.

Таможенный контроль

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. 14. Оформление импорта во Вьетнам: время и стоимость

Процедура	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 данной продукции. 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 Вьетнама. 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 Вьетнам.

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 ТН ВЭД 1601) применяется 45 мер, 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.

Организация экспортных поставок



5

Содержание



5.1.

Логистика

5.3.

Формы присутствия на рынке

5.2.

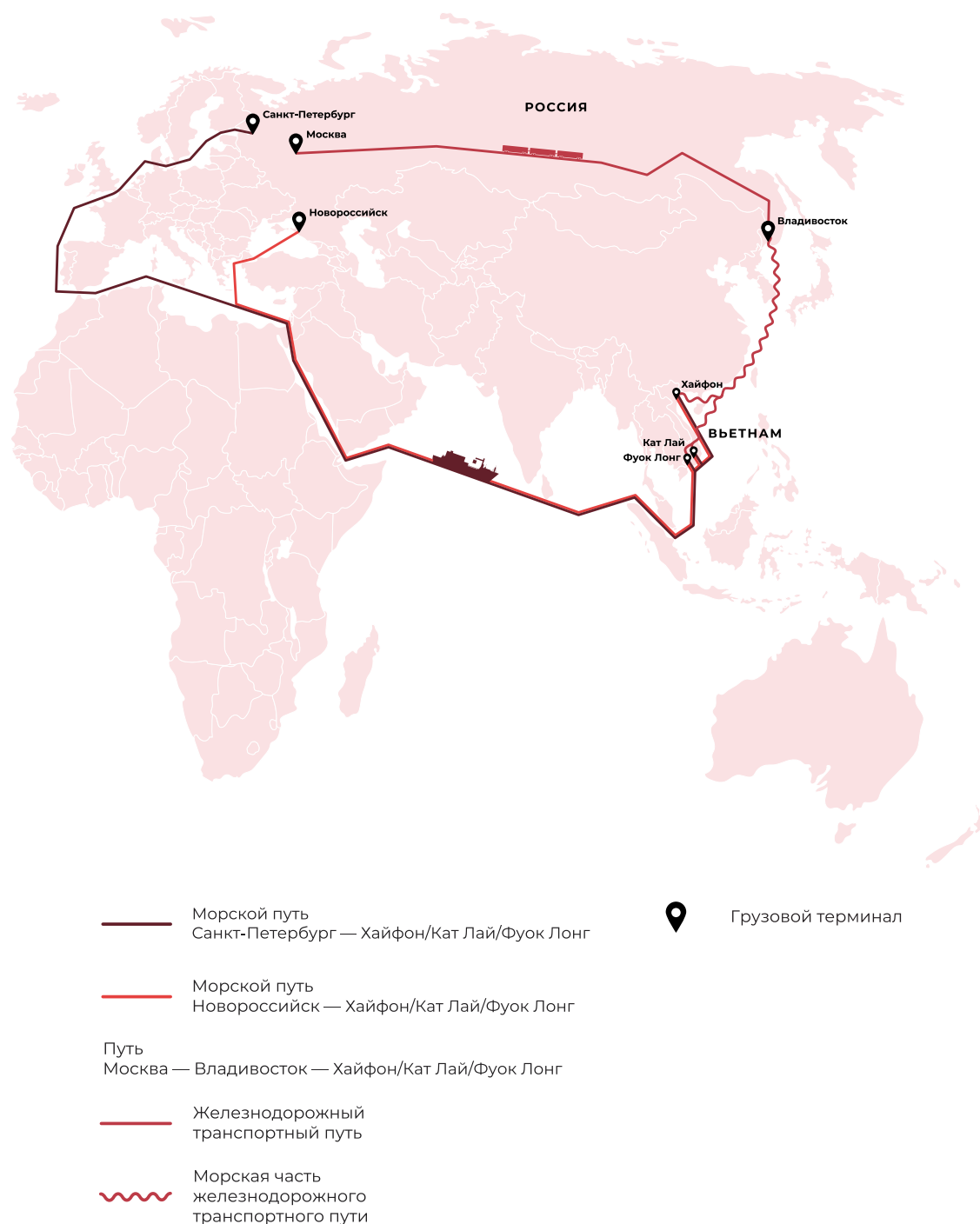
Осуществление валютно-
финансовых операций

5.4.

Защита интеллектуальной
собственности

5.1. Логистика

Рис. 21. Доставка готовой мясной продукции на экспорт из России во Вьетнам



Примечание. Показанные на карте границы, цветовые и графические обозначения, а также прочие данные не предполагают со стороны ФГБУ «Агроэкспорт», НИУ ВШЭ и 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) Морская перевозка. Этапы и варианты:

- 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.

2) Авиаперевозка.

Морская перевозка

Оптимальный способ доставки партии груза из России во Вьетнам — морским транспортом.

Доставка товара в порт отправления может быть осуществлена двумя основными 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 рефрижераторного грузовика составляет около 20 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 ним, чтобы сократить затраты на перемещение тяжеловесного контейнера по территории РФ.

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

Вместимость одного 40-футового морского рефрижераторного контейнера составляет до 28 тонн брутто. Отгрузки в 20-футовых рефконтейнерах практически не осуществляются. В связи с ограничением нагрузки на ось автопоезда при внутрироссийских перевозках 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.

Для контроля температуры в процессе перевозки товара используют термолоттеры: электронные (накапливают информацию о температуре) и химические (меняют цвет при нарушении температурного режима). 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 PreTrip Inspection, PTI).

Перевозка осуществляется на основании CMR-накладной и облагается НДС по ставке 0%. У каждой морской линии свое расписание и оптимально, чтобы экспортер заранее с ним ознакомился и зарезервировал место на выбранном судне. Это поможет снизить риски возникновения расходов при помещении товаров на склады временного хранения в ожидании погрузки.

Автомобильная перевозка в рефрижераторе — склад накопления — порт отгрузки

Доставка до склада накопления может осуществляться как самим производителем готовой мясной продукции, так и покупателем. Груз перевозится на палетах для оптимизации скорости и затрат на его перевалку и хранение. Вместимость одного рефрижераторного автомобиля составляет около 20 тонн брутто. Таким образом, для оптимальной логистической схемы с дальнейшей отгрузкой товара в контейнеры три фуры перегружаются в два рефконтейнера. При найме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки и выгрузки на складах: в сезоны пиковых нагрузок (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 и копией ветеринарного сопроводительного документа.

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 готовых мясных продуктов во Вьетнам и занесен в ИС «Цербер», как и все без исключения места промежуточного хранения. Проверить аттестацию можно по [ссылке](#). Склады накопления, как правило, располагаются около портов отправки или мест производства товара.

Основные статьи расходов при осуществлении отгрузки через склад накопления:

- погрузо-разгрузочные работы при приемке товара с автомобилей (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. Кроме того, представитель компании-экспортера должен присутствовать на складе для осуществления операций с товаром. При работе через логистического провайдера все эти функции он берет на себя.

При выборе склада накопления необходимо учитывать:

- возможность хранения охлажденной продукции;
- наличие аттестации для экспорта готовой мясной продукции во Вьетнам;
- 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 контейнере — железнодорожная перевозка в контейнере — порт отгрузки

При перевозках через порт Владивосток, в связи с удаленностью основных мест производства готовых изделий из мяса, доставка в порт отправления осуществляется железнодорожным транспортом.

При отправке по железной дороге используется два типа контейнеров:

- автономные рефрижераторные контейнеры (со встроенным дизель-генератором для обеспечения рефрижераторной установки контейнера электропитанием). Внутренний полезный объем — 61,1 м³. Вместимость — порядка 25,5 тонн нетто;
- морские рефрижераторные контейнеры увеличенной кубатуры. Внутренний полезный объем — 66–67 м³. Вместимость — порядка 28 тонн брутто.

Отправки производятся со станций:

- Селятино и Силикатная (г. Москва);
- Иня-Восточная (г. Новосибирск);
- Автово (г. Санкт-Петербург);
- Ростов-Западный (г. Ростов-на-Дону);
- Тихорецкая (г. Казань).

Отправки из Москвы осуществляются ежедневно, из других пунктов — ориентировочно еженедельно. Транзитное время доставки груза из Москвы во Владивосток составляет 14–20 дней.

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 грузов во Вьетнам:

- Хайфон (Haiphong);
- Кат Лай (Cat Lai);
- Фуок Лонг (Phuoc Long).

В связи с санкционной политикой в отношении России перечень основных судовоходных линий, которые выполняют перевозки из портов России во Вьетнам, существенно изменился.

Из порта Санкт-Петербург регулярные судозаходы в порты Вьетнама осуществляют следующие морские линии:

- [MSC](#);
- [FESCO](#);
- [Safetrans](#);
- [Cstar Line](#);
- [Reel Shipping](#);
- [OVP](#).

Из порта Новороссийск:

- [MSC](#);
- [Cstar Line](#);
- [Reel Shipping](#);
- [Safetrans](#);
- [OVP](#).

Из порта Владивосток:

- [MSC](#);
- [SITC Line](#);
- [Sinocore Line](#) (HEUNG A LINE);
- [Dong Young Shipping](#);

- [FESCO](#);
- [Cstar Line](#);
- [Reel Shipping](#).

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

Табл. 15. Ориентировочное транзитное время доставки, дни

Порт отправки/прибытия	Хайфон (Haiphong)	Кат Лай (Cat Lai)	Фуок Лонг (Phuoc Long)
Санкт-Петербург	65	68	69
Новороссийск	56	—	—
Владивосток	24	13	14

Сроки и стоимость доставки

Табл. 16. 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
Владимир — СПб — Вьетнам	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	9 700	27	0,36	65–70
Москва — СПб — Вьетнам	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	9 550	27	0,35	65–70
Тамбов — СПб — Вьетнам	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	10 100	27	0,37	65–70
Пенза — СПб — Вьетнам	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	10 200	27	0,38	65–70
Владимир — Новороссийск — Вьетнам	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	13 250	27	0,49	45–50
Москва — Новороссийск — Вьетнам	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	13 080	27	0,48	45–50
Тамбов — Новороссийск — Вьетнам	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 300	27	0,46	45–50

Продолжение табл. 16.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Пенза — Новороссийск — Вьетнам	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	12 650	27	0,47	45–50
Владимир — МСК — Владивосток — Вьетнам	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	9 325	27	0,35	60–65
Москва — МСК — Владивосток — Вьетнам	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	9 160	27	0,34	60–65
Тамбов — МСК — Владивосток — Вьетнам	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	9 720	27	0,36	60–65
Пенза — МСК — Владивосток — Вьетнам	Автомобиль — ж/д — судно	40' морской рефконтейнер	10 050	27	0,37	60–65

Примечание. В связи с переориентацией грузопотоков в сторону Азии российские грузы вынуждены простаивать 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 03 сентября 2024 г. ставки, в которые включены все необходимые расходы: наземная доставка рефконтейнера с грузом весом до 27 тонн нетто, фрахт, дизель-генератор, ветеринарное и таможенное оформление, внутрипортовое экспедирование, взвешивание контейнера, оформление сертификата происхождения и др.

В перечне ставок указана отправка из Владимира, Москвы, Тамбова и Пензы в связи с географией производства готовой мясной продукции. В качестве оптимального маршрута перевозки из данных регионов можно выбрать любой из перечисленных вариантов, в зависимости от приоритетов: срока доставки, цены, размера грузовой партии, наличия потенциально рискованных транзитных портов, возможности поддержания постоянной температуры в контейнере на всем протяжении маршрута (встроенный дизель-генератор), скорости получения балансового платежа по контракту (часто после предоставления коносамента).

В рамках программы поддержки экспорта в России, на основании постановления [Правительства Российской Федерации № 1104 от 15.09.2017 г.](#) экспортеры имеют право на возмещение части транспортных затрат в размере 25%, но не более 30% от стоимости товара. Для этого необходимо подать соответствующую заявку в Российский экспортный центр (более подробная информация размещена в разделе 12 «Государственная поддержка экспорта продукции АПК»).

Авиаперевозка

Авиаперевозки способны обеспечить доставку лишь малых партий груза, а поддержание надлежащего температурного режима в этом случае вызывает организационные трудности. Также стоит отметить, что издержки грузоотправителя при авиадоставке часто оказываются выше, чем при перевозках автомобильным и железнодорожным транспортом в пересчете на 1 кг веса груза.

Во Вьетнаме существует единственный международный аэропорт. Для воздушной перевозки товаров, требующих температурного контроля, отправителю необходимо 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. При авиаперевозке подключение контейнера к электропитанию, а также надлежащий температурный режим должны быть оговорены с перевозчиком отдельно.

Важно, что прямого воздушного сообщения между Россией и Вьетнамом нет, поэтому при доставке товара возникают риски прерывания холодовой цепи.

Перевозка осуществляется на основании авианакладной и облагается НДС по ставке 0%. Перед выпуском груз проходит финальное взвешивание, данные которого указываются в транспортном документе. При этом в случае корректировки веса груза производится и корректировка авиафрахта, который рассчитывается на основании фактических габаритных и весовых характеристик груза.

Таможня

Таможенное оформление готовой мясной продукции на экспорт осуществляется двумя способами: с использованием печати таможенного представителя или с помощью собственной электронно-цифровой подписи экспортера.

Для таможенного оформления необходимы следующие документы:

- международный контракт;
- уникальный номер контракта;
- инвойс;
- 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 РФ.

Важно! Компании-экспортеры имеют право на возмещение уплаченного НДС. Для этого обязательным является подтверждение факта экспорта.

Возможные контрагенты

- 1) Комплексные логистические провайдеры, предоставляющие склады накопления и обеспечивающие отправку продукции различными видами транспорта через порты России:

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

- 2) Железнодорожные операторы:

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

- 3) Сюрвейерские компании:

- [SGS](#);
- [ГК «ТопФрейм»](#);
- [IPC Hormann](#).

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

Ветеринарные документы

С подробным перечнем ветеринарных сопроводительных документов можно ознакомиться в разделе 3 «Требования и стандарты на продукцию».

Логистические риски

При транспортировке грузов могут возникать различные риски. Ниже перечислены наиболее распространенные.

Страхуемые риски. В данную категорию входят следующие риски:

- а)** утрата (гибель), недостача или повреждение всего либо части застрахованного груза;
- б)** 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.
- в)** 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;
- г)** утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате:
 - удара молнии, бури, вихря, урагана, шторма, извержения вулкана и других стихийных бедствий;
 - пожара, взрыва на перевозочном средстве, а также вследствие мер, принятых для спасания или тушения пожара;
 - крушения или столкновения судов, удара их о неподвижные или плавучие предметы, посадки судна на мель, повреждения судна льдом, провала мостов, подмочки забортовой водой;
 - 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;
 - крушения, падения или столкновения самолетов, других воздушных транспортных средств.
- д)** утрата (гибель) застрахованного груза в результате пропажи без вести морского/речного и/или воздушного судна, перевозившего груз;

- е)** утрата (гибель) или повреждение всего застрахованного груза или целого места застрахованного груза (кроме перевозок насыпью, навалом, наливом) либо части застрахованного груза (для перевозок насыпью, навалом, наливом) при погрузке, укладке, перегрузке (перевалке), выгрузке застрахованного груза или приеме судном топлива;
- ж)** подмочка груза атмосферными осадками;
- з)** выбрасывание за борт и смывание волной палубного груза или груза, перевозимого в беспалубных судах;
- и)** нарушение температурного режима (влияние температуры) при поломке рефмашины на непрерывный срок не менее 24 часов при условии, что груз перевозится на транспорте (рефрижераторе), оборудованном исправными устройствами записи температуры воздуха (самописцами);
- к)** нарушение температурного режима (влияние температуры) при потере/отсутствии электроснабжения рефмашины на непрерывный срок не менее 24 часов при условии, что груз перевозится на транспорте (рефрижераторе), оборудованном исправными устройствами записи температуры воздуха (самописцами);
- л)** кража и/или грабеж и/или разбой.

Санкционно-военные риски. Данная категория рисков связана, как правило, с действиями третьих стран. В настоящее время такие риски не принимаются к страхованию. Основной ущерб в этом случае касается задержек и возможных расходов на хранение в результате ареста, конфискации или иных действий третьих стран, через которые осуществляется транзит. Кроме того, при военных рисках существует вероятность потери груза.

Коммерческие риски. Продажа товара на условиях Инкотермс, не включающих ответственность за его перевозку, 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 она имеет право взыскать соответствующие суммы с грузоотправителя как с субсидиарного ответчика. Например, 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 со следующими проблемами:

- 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. Оно не обязательно, однако позволяет проконтролировать количество и качество продукции на этапе ее погрузки в транспортное средство. Предоставление сюрвейерского отчета часто помогает обоснованно ответить на претензию получателя и сократить возможные потери.

5.2. Осуществление валютно-финансовых операций

Порядок валютного контроля при экспорте из РФ

Валютный контроль при экспорте из России осуществляется согласно основным нормативным правовым актам:

- [Федеральный закон от 10.12.2003 г. № 173-ФЗ](#) «О валютном регулировании и валютном контроле»: определяет основные принципы валютного регулирования и валютного контроля в России, включая порядок использования иностранной валюты в расчетах при экспорте товаров, работ и услуг, а также порядок репатриации валютной выручки.
- [Федеральный закон от 07.08.2001 г. № 115-ФЗ](#) «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма»: вводит требования к идентификации участников внешнеэкономической деятельности и их операций.
- [Инструкция Банка России от 16.08.2023 г. № 199-И](#) «О порядке представления резидентами и нерезидентами уполномоченным банкам подтверждающих документов и информации при осуществлении валютных операций, о единых формах учета и отчетности по валютным операциям, порядке и сроках их представления»: регулирует порядок представления подтверждающих документов и информации для валютных операций в уполномоченные банки. Инструкция определяет единые формы отчетности и сроки подачи документов.

- [Федеральный закон от 03.08.2018 г. № 289-ФЗ](#) «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями): включает контроль за валютными операциями, связанными с перемещением товаров через границу России.
- [Указ Президента Российской Федерации от 05.07.2022 г. № 430](#) «О репатриации резидентами — участниками внешнеэкономической деятельности иностранной валюты и валюты Российской Федерации»: обязывает российских резидентов-экспортеров возвращать в страну иностранную валюту или рубли, полученные по внешнеэкономическим контрактам, для укрепления валютного контроля и предотвращения утечки капитала.
- [Указание Банка России от 09.01.2024 г. № 6663-У](#): вносит изменения в Инструкцию № 181-И, упрощая порядок валютного контроля и расширяя возможности для расчетов по внешнеторговым контрактам через любые уполномоченные банки, а также изменяет требования к представлению документов при расчетах с иностранными контрагентами.

В прохождении валютного контроля при экспортных операциях можно выделить несколько этапов:

- 1) Открытие паспорта сделки (ПС): оформляется в уполномоченном банке на каждую экспортную операцию, если сумма контракта превышает эквивалент 6 млн рублей (с 2023 г.). Паспорт сделки является основным документом, используемым банками для контроля за поступлением валютной выручки.
- 2) Подача информации и документов: резидент (экспортер) обязан предоставить в банк документы, подтверждающие исполнение обязательств по контракту (счета, инвойсы, транспортные документы и прочие). Эти документы позволяют банку контролировать поступление выручки и ее использование.
- 3) Репатриация валютной выручки: экспортер обязан обеспечить поступление всей суммы валютной выручки на свой счет в российском банке в сроки, указанные в контракте. Несоблюдение сроков может повлечь за собой штрафные санкции.
- 4) Контроль за использованием выручки: уполномоченный банк осуществляет контроль за целевым использованием валютной выручки. Выручка должна быть использована в соответствии с условиями контракта и требованиями валютного законодательства.
- 5) Обязательная продажа части валютной выручки: сохраняется требование об обязательной продаже части валютной выручки на внутреннем валютном рынке (не менее 80% по состоянию на сентябрь 2024 г.).

Валютно-финансовая система Вьетнама

В 2024 г. валютно-финансовая система Вьетнама регулируется рядом положений, которые устанавливают основные правила и принципы валютного регулирования, денежно-кредитной политики и управления финансовыми рынками. Ключевыми нормативными правовыми актами являются:

- 1) **Декрет № 52/2024**: устанавливает правила безналичных расчетов, электронных кошельков и международных платежей. Иностранные и местные банки, а также поставщики платежных услуг обязаны соблюдать меры безопасности, связанные с управлением рисками, включая предотвращение отмыwania денег и финансирования терроризма.
- 2) **Закон № 46/2019/QH14 «О валютной политике»**: регулирует валютную политику Вьетнама, включая вопросы валютного контроля, использования иностранной валюты и управление валютными резервами. Закон определяет требования к валютным операциям, порядку осуществления платежей и управлению валютными рисками.
- 3) **Постановление № 70/2014/NĐ-CP «О валютном контроле»**: определяет порядок осуществления валютных операций, в том числе связанных с инвестициями, трансграничными переводами и использованием иностранной валюты. Устанавливает ограничения на использование иностранной валюты внутри страны и требования к регистрации валютных операций.
- 4) **Постановление № 135/2015/NĐ-CP «О правилах трансграничных денежных переводов»**: регламентирует порядок проведения трансграничных переводов денежных средств, включая правила для физических и юридических лиц по перемещению капитала, оплаты за товары и услуги, а также переводов доходов и дивидендов.

Контроль за исполнением валютных законов во Вьетнаме осуществляют несколько ключевых государственных органов. Главным регулятором является Государственный банк Вьетнама (State Bank of Vietnam, SBV), который отвечает за валютную политику, а также издает инструкции для финансовых учреждений. Министерство финансов (Ministry of Finance, MOF) и Министерство планирования и инвестиций (Ministry of Planning and Investment, MPI) также участвуют в регулировании валютных операций, особенно в контексте иностранных инвестиций и трансграничных переводов. Генеральный департамент таможи (General Department of Customs, GDC) отвечает за контроль валютных операций, связанных с внешней торговлей и перемещением капитала через границу. Министерство общественной безопасности (Ministry of Public Security, MPS) осуществляет мониторинг на предмет предотвращения незаконных валютных операций, таких как отмывание денег и финансирование терроризма.

Порядок осуществления валютных операций

Центральный банк — Государственный банк Вьетнама (SBV), главный орган финансового регулирования в стране. Валютное регулирование осуществляется правительством и центральным банком. Официальная валюта — вьетнамский донг, конвертация которой осуществляется по решению SBV. В стране отсутствует валютная биржа, на которой бы торговались вьетнамский донг или иностранная валюта.

SBV поддерживает режим управляемого плавающего обменного курса, при котором стоимость донга может колебаться в определенном диапазоне. Стратегия управления обменным курсом SBV предполагает установление ежедневного эталонного обменного курса вьетнамского донга по отношению к доллару США. Валютные фьючерсы и опционные контракты, торгуемые на Ханойской фондовой бирже (Hanoi Stock Exchange), позволяют инвесторам застраховаться от валютного риска.

Резиденты обязаны хранить валютную выручку от финансовых операций исключительно на валютных счетах в уполномоченных кредитных организациях. Осуществление валютных переводов и расчетов также возможно только через эти организации. Кроме того, для хранения валюты на зарубежных счетах требуется разрешение SBV. Выручка от валютно-финансовых операций должна быть переведена резидентами на валютный счет во Вьетнаме в срок, указанный в договоре.

SBV использует механизмы валютного контроля для ограничения оттока иностранной валюты и поддержания стабильности курса (с разовым снижением не более 2%). Несмотря на это, периодически возникает проблема доступности иностранной валюты из-за сохраняющегося дефицита торгового баланса страны. По правилам SBV, иностранные предприятия могут переводить в свободно конвертируемой валюте всю выручку от валютно-финансовых операций. Нерезиденты и иностранные граждане, являющиеся резидентами, вправе переводить за границу валютные денежные средства со своих счетов.

Во Вьетнаме наблюдается бурное развитие платформ цифровых платежей с использованием вьетнамского донга через MoMo, ViettelPay и ZaloPay, Visa и Mastercard, что значительно упрощает и ускоряет внутренние валютные операции.

Для повышения эффективности и скорости осуществления валютно-финансовых операций с покупателями из Вьетнама экспортерам следует придерживаться следующих шагов:

- 1) Подготовьте и подпишите внешнеэкономический контракт с покупателем из Вьетнама.

- 2) Откройте валютный счет в банке, работающем с вьетнамским донгом. Обратите внимание на возможность приобретения страховых инструментов для защиты от возможных рисков неплатежеспособности контрагента.
- 3) Зарегистрируйте контракт в уполномоченных органах, если требуется (см. «Порядок валютного контроля при экспорте из РФ»).
- 4) Подготовьте инвойсы, накладные и другие документы для поставки товаров, проверьте количество копий документов и необходимость заверения перевода (см. «Основные документы, необходимые при осуществлении валютно-финансовых операций»).
- 5) Отправьте товары покупателю.
- 6) Убедитесь в правильности банковских реквизитов покупателя.
- 7) Получите валютную выручку на свой счет.
- 8) Предоставьте банку документы для валютного контроля (см. «Порядок валютного контроля при экспорте из РФ»).
- 9) Банк проверяет документы и проводит валютный контроль.
- 10) При необходимости конвертируйте валюту в рубли (см. «Порядок валютного контроля при экспорте из РФ»).
- 11) Следите за выполнением обязательств покупателем и поддерживайте с ним связь.

Основные документы, необходимые при осуществлении валютно-финансовых операций

В основном экспортерам для осуществления валютно-финансовых операций при организации поставок в Вьетнам требуются следующие документы (необходимо подготовить 1 оригинал и 2 копии):

- инвойс (выдается производителем или поставщиком): должен быть оформлен на языке контракта и содержать полную информацию о всех проданных товарах, их стоимости, условиях поставки и платежных реквизитах;
- коносамент: подтверждает качество, состояние и количество товара, полученного перевозчиком;
- лицензия на импорт (выдается уполномоченным государственным органом);
- паспорт сделки: требуется, если сумма сделки превышает определенный лимит (см. «Порядок валютного контроля при экспорте из РФ»);

- упаковочный лист: должен быть оформлен на языке контракта и заверен печатью экспортера. Вес, объем, способ упаковки и код товарной номенклатуры указываются для каждого товара;
- сертификат о происхождении товара: подтверждает, что импортируемые товары были произведены и приобретены в конкретной стране происхождения. Если поставка требует специального разрешения, сертификаты или лицензии должны быть представлены на языке контракта с официальным переводом;
- внешнеторговый контракт: должен быть составлен на русском и вьетнамском (или английском) языках, подписан обеими сторонами и содержать все условия сделки, включая суммы, валюту платежа и сроки выполнения обязательств;
- сертификаты и декларации на продукт по российскому законодательству: документы оформляются на русском и вьетнамском языках с заверением. Если для ввоза товаров в Вьетнам требуются сертификаты соответствия вьетнамским стандартам, они должны быть получены заранее;
- страховой полис: должен быть оформлен на языке контракта и содержать все условия страхования (если предусмотрено страхование груза). Оригинал должен быть заверен печатью страховой компании;
- заявление на открытие аккредитива: покупатель (импортер) подает заявление в свой банк в случае расчетов по аккредитиву;
- акт сверки: может потребоваться для контроля исполнения контракта в случае операций с использованием предоплаты.

Особенности практик применения взаиморасчетов

К наиболее распространенным формам оплаты среди компаний, экспортирующих товары во Вьетнам, следует отнести открытие аккредитивов и банковские переводы. Для российских экспортеров возможны переводы во Вьетнам по банковским реквизитам в национальных валютах. В текущих условиях основным инструментом для осуществления двусторонних расчетов между компаниями является совместный Вьетнамско-Российский банк (Vietnam-Russia Joint Venture Bank). При этом часть российских государственных и частных банков открыли возможность переводов донгов для своих клиентов.

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, в том числе 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. Несмотря на привлекательность продуктов и услуг иностранных банков, 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.

Возможные банки для осуществления валютных операций

Табл. 17. Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

Банк	Описание	Наличие филиала в РФ	Активы, млрд долл. США	Место во Вьетнаме по активам	Рейтинговые агентства		
					S&P	Moody's	Fitch
Банк инвестиций и развития Вьетнама (Bank for Investment and Development of Vietnam)	Страна: Вьетнам Год основания: 1957 г. Специализация: корпоративный банкинг, проектное финансирование и коммерческий банкинг Сайт: www.bidv.com.vn	—	85	1	BB-	Ba3	—
Вьетнамский банк сельского хозяйства и развития сельских районов (Agribank)	Страна: Вьетнам Год основания: 1988 г. Специализация: специализируется на сельском хозяйстве и развитии сельских районов Сайт: www.agribank.com.vn	—	79	2	BB-	Ba2	—
Акционерный коммерческий банк внешней торговли Вьетнама (Vietcombank)	Страна: Вьетнам Год основания: 1963 г. Специализация: финансирование внешней торговли и международная банковская деятельность Сайт: www.vietcombank.com.vn	—	70	3	BB-	Ba2	—
Вьетнамский банк промышленности и торговли (Vietinbank)	Страна: Вьетнам Год основания: 1988 г. Специализация: банковское обслуживание в промышленности и торговле, корпоративные услуги Сайт: www.vietinbank.vn	—	64	4	BB-	Ba3	—

Продолжение табл. 17.

Банк	Описание	Наличие филиала в РФ	Активы, млрд долл. США	Место во Вьетнаме по активам	Рейтинговые агентства		
					S&P	Moody's	Fitch
Азиатский коммерческий банк (Asia Commercial Bank)	Страна: Вьетнам Год основания: 1993 г. Специализация: розничные банковские услуги и услуги для малого и среднего бизнеса Сайт: www.acb.com.vn	—	25	5	—	Ba3	—
Восточный коммерческий акционерный банк (Orient Commercial Joint Stock Bank)	Страна: Вьетнам Год основания: 1996 г. Специализация: лидерство в сфере малого и среднего бизнеса, цифрового банкинга и услуг с ценными бумагами Сайт: www.ocb.com.vn	—	8	6	—	Ba3	—

Примечание. Данные приведены по состоянию на 2024 г.

В настоящее время основной российский банк во Вьетнаме — это Вьетнамско-российский банк совместных предприятий (VRB). Основанный в 2006 г., VRB является партнерством Банка инвестиций и развития Вьетнама (BIDV) и российского банка ВТБ. VRB служит ключевым финансовым мостом между двумя странами, предоставляя услуги в сфере торговли и инвестиций, а также мультивалютные каналы расчетов (доллары США, евро, российские рубли и донги). Банк имеет множество филиалов в таких крупных городах, как Ханой, Хошимин, Хайфон, Дананг и Вунгтау.

Страновые соглашения и расчетные механизмы

Россия и Вьетнам имеют долгую историю экономического сотрудничества, которая подкреплена рядом межгосударственных соглашений. В 1994 г. был подписан Договор о принципах дружественных отношений между двумя странами, а в 2016 г. — соглашение о зоне свободной торговли между Вьетнамом и Евразийским экономическим союзом (ЕАЭС). Этот договор открыл новые возможности для расширения экономических связей, включая снижение таможенных пошлин и стимулирование торговли.

Одним из ключевых аспектов российско-вьетнамского сотрудничества является развитие механизмов расчетов, которые стали сложнее из-за ограничения работы международных платежных систем на фоне санкций. В связи с этим

страны стали продвигать использование национальных валют во взаиморасчетах. Российский рубль и вьетнамский донг все чаще используются для прямых расчетов в том числе в торговле нефтью, газом и сельскохозяйственной продукцией.

Риски при взаиморасчетах с Вьетнамом

Экономические риски

Принимая во внимание дефицит торгового баланса, доступность иностранной валюты периодически становится проблемой при реализации валютных операций с вьетнамскими контрагентами. Также российским поставщикам необходимо учесть, что конвертация вьетнамского донга в другие валюты осуществляется по решению SVB, что может затруднить прогнозирование и снизить прозрачность ценообразования при сделках.

При взаиморасчетах с использованием вьетнамского донга существует несколько ключевых рисков: инфляционное давление в стране, которое негативно сказывается на обменных курсах; волатильность рынка и ограниченная интернализация донга, которая препятствует его использованию.

Политические риски

Санкции против России после 2022 г. повлияли на международные платежные системы, включая SWIFT, что усложняет трансграничные расчеты. Несмотря на использование национальных валют, политические риски сохраняются, особенно при взаимодействии с третьими странами, которые могут опасаться вторичных санкций.

Регуляторные риски

Вьетнамская финансовая система находится под жестким контролем Государственного банка Вьетнама, который регулирует валютные операции и трансграничные платежи. Изменения в валютном законодательстве или ограничительные меры могут замедлить или усложнить расчеты, особенно в связи с санкционным давлением на Россию.

Операционные риски

Взаиморасчеты могут быть сопряжены с техническими трудностями, такими как несовместимость платежных систем или задержки в обработке транзакций. Несмотря на попытки использовать национальные платежные системы, такие как российская система «Мир», могут возникнуть сбои при интеграции с вьетнамской банковской инфраструктурой.

Более того, в коммерческой практике встречаются случаи попыток мошенничества со стороны недобросовестных вьетнамских контрагентов. Необходима тщательная проверка вьетнамских импортеров на начальных этапах установления коммерческих отношений.

Риск ликвидности

Вьетнам может столкнуться с ограниченной ликвидностью в рублях на своем внутреннем рынке, что затрудняет использование рублевых расчетов для местных компаний. Соответственно, могут возникать задержки в платежах или необходимость использования третьих валют, таких как доллар или евро.

5.3. Формы присутствия на рынке

Вьетнам становится все более привлекательным рынком для зарубежных поставщиков благодаря растущему среднему классу и предпочтению иностранных товаров. Правительство инвестирует в инфраструктуру и принимает меры, облегчающие выход зарубежных компаний на вьетнамский рынок. При Министерстве планирования и инвестиций Вьетнама функционирует Агентство по привлечению иностранных инвестиций ([FIA](#)).

Регулирование деятельности компаний

В рамках гражданско-правовой системы Вьетнама деятельность коммерческих компаний регулируется:

- Законом [№ 59/2020/QH14](#) «О предприятиях»;
- Законом [№ 61/2020/QH14](#) «Об инвестициях».

Вьетнамское законодательство разрешает иностранным компаниям вести бизнес в сфере торговли, производства, логистики, информационных технологий. При этом существуют запрет на участие в обороте химических веществ и минералов, а также ограничения на деятельность в оборонной промышленности и ряде других стратегических отраслей (статьи 6–7 Закона «Об инвестициях»).

С нормативными правовыми актами Вьетнама на английском языке можно ознакомиться на сайтах: <https://lawnet.vn> или <https://english.luatvietnam.vn>.

Формы ведения бизнеса

Для ведения бизнеса во Вьетнаме иностранные компании могут выбрать одну из следующих организационно-правовых форм:

- общество (компания) с ограниченной ответственностью;
- акционерное общество;
- партнерство или простое товарищество;
- индивидуальное предпринимательство (частное предприятие);
- филиал иностранной компании;
- представительство иностранной компании.

Табл. 18. Инкорпорация зарубежного бизнеса во Вьетнаме

Тип компании	Учредители	Особенности
Общество с ограниченной ответственностью	1–50	• Может быть зарегистрировано как с полным, так и с частичным участием иностранного капитала. • Каждый участник несет ответственность в пределах своего вклада
Акционерное общество	Не менее 3	• Может быть создано с частично или полностью иностранным капиталом. • Рекомендуется для среднего и крупного бизнеса. • Разрешается выпускать акции и проводить листинг на фондовой бирже. • Предъявляются строгие требования при регистрации
Простое товарищество	Не менее 2	• Участники несут неограниченную ответственность по обязательствам товарищества
Частное предприятие	Единственный учредитель	• Учредитель несет неограниченную ответственность по обязательствам предприятия

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.

Если иностранный инвестор планирует создание компании со 100%-м иностранным капиталом или более чем с 50% участия в уставном капитале, необходимо предварительно зарегистрировать инвестиционный проект, а также ежегодно предоставлять отчет о доходах компании и подавать годовую финансовую отчетность, заверенную профессиональным аудитором.

Регистрация компании

Для регистрации компании потребуются следующие документы:

- заявление на регистрацию;
- устав компании;
- список участников (учредителей и иностранных участников);
- копии паспортов для физических лиц и уполномоченных представителей организаций (легализованные копии иностранных документов);
- решение о создании компании.

При этом директором компании может быть только резидент страны, который должен:

- находиться во Вьетнаме;
- иметь разрешение на работу во Вьетнаме (не требуется для учредителя);
- предъявить доказательства 12-месячного стажа в этой должности.

Для прохождения процедуры оформления во Вьетнаме потребуется:

- оформить инвестиционный сертификат (Foreign Investment Certificate);
- открыть корпоративный счет и внести на него уставный капитал;
- открыть физический офис.

Сервисные компании, например консалтинговые, могут использовать адрес виртуального офиса. Однако для осуществления большинства видов деятельности, включая розничную торговлю, зарегистрированные компании должны находиться во Вьетнаме.

В среднем регистрация занимает около месяца. Однако, в зависимости от выбранной сферы и формы бизнеса, некоторым компаниям потребуется подать заявку на получение сублицензии. В этом случае процесс регистрации может продлиться до трех месяцев. Ежегодный налог (патент) для всех компаний, зарегистрированных во Вьетнаме, составляет 2 млн донгов (78,7 долл. США).

Особый режим налогообложения действует в экономических зонах, с подробной информацией о которых можно ознакомиться в разделе 7 «Особые экономические зоны».

Некорпоративные формы организации бизнеса

Филиал и представительство иностранной компании — наиболее распространенные и рекомендуемые формы присутствия иностранных компаний на начальном этапе работы во Вьетнаме.

Создание и деятельность филиалов и представительств иностранных компаний на территории Вьетнама регулируются Законом [№ 36/2005/QH11](#) «О торговле» и Постановлением [№ 07/2016/ND-CP](#) «О порядке применения положений закона о торговле».

Представительство или филиал создается на срок, который равен пяти годам, но не превышает период деятельности компании (по свидетельству о регистрации). Допускается продление этого срока.

Филиал учреждается только в определенных сферах — банковская, финансовая, юридическая, культура, образование, туризм. Иностранные компании, которые ведут бизнес за границей более пяти лет, могут открыть филиал во Вьетнаме. Филиалу иностранной компании разрешается:

- заниматься куплей-продажей товаров (с соблюдением условий международных договоров Вьетнама);
- арендовать офисное помещение и нанимать сотрудников (из числа граждан Вьетнама и других государств);
- заключать договоры во Вьетнаме в рамках разрешенной деятельности;
- открывать во вьетнамских банках счета в иностранной и национальной валюте.

Представительство могут зарегистрировать иностранные компании, работающие на рынке более одного года. Во Вьетнаме представительство может осуществлять следующие действия:

- продвижение и сопровождение торговых/коммерческих проектов;
- маркетинговая деятельность и оказание услуг;
- аренда офисного помещения и найм сотрудников (из числа граждан Вьетнама и других государств);

- открытие во вьетнамском банке счета (в иностранной или национальной валюте) для обеспечения деятельности представительства.

Необходимые при регистрации документы:

- заявка, заполненная по форме Министерства промышленности и торговли;
- копия свидетельства о регистрации основного предприятия;
- письмо о назначении руководителя филиала (представительства);
- копии проверенных финансовых отчетов или сертификатов об исполнении налоговых обязательств за предыдущий финансовый год (выдаются и заверяются компетентными органами по месту нахождения иностранной компании);
- устав филиала;
- паспорт руководителя филиала (представительства);
- подтверждение фактического адреса (меморандум о взаимопонимании или договор аренды).

Работа через посредника / дистрибьютора

Работа с местными дистрибьюторами является оптимальным вариантом для вывода на вьетнамский рынок брендов с прямой продажей товаров. Так, вместо прохождения процедуры инкорпорации или получения лицензии иностранные производители могут назначить дистрибьютора, который довольно часто выступает в качестве агента.

5.4. Защита интеллектуальной собственности

Правовое регулирование вопросов интеллектуальной собственности закреплено за Ведомством по интеллектуальной собственности Вьетнама (Intellectual Property Office of Vietnam) при Министерстве науки и технологий. Это министерство в том числе отвечает за управление научно-технической деятельностью, развитие науки и техники, интеллектуальную собственность, стандарты, контроль качества.

К объектам авторского права относятся литературные, художественные и научные произведения, исполнения, фонограммы, видеозаписи и телепередачи.

Объектами охраны промышленной собственности являются изобретения, промышленные образцы, топологии интегральных схем, коммерческая тайна, товарные знаки, фирменные наименования и географические указания.

Товарные знаки, патенты и прочие виды интеллектуальной собственности во Вьетнаме защищены в соответствии со следующими нормативными правовыми актами:

- Закон [№ 50/2005/QН1](#) «Об интеллектуальной собственности»;
- Закон [№ 54/2014/QН13](#) «О таможене»;
- Закон [№ 67/2006/QН11](#) «Об информационных технологиях»;
- Гражданский кодекс [№ 91/2015/QН13](#);
- Гражданский процессуальный кодекс [№ 92/2015/QН13](#);
- Постановление [№ 98/2020/ND-CP](#) «Об административных правонарушениях» (изготовление и реализация контрафактных товаров, защита прав потребителей).

Признание международных прав на интеллектуальную собственность обеспечено участием Вьетнама в международных соглашениях:

- [Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности \(ТРИПС\)](#);
- [Стокгольмская конвенция об учреждении Всемирной организации интеллектуальной собственности \(ВОИС\)](#);
- [Ниццкое соглашение о Международной классификации товаров и услуг \(МКТУ\)](#);
- [Мадридское соглашение о международной регистрации знаков](#);
- [Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков](#);
- [Парижская конвенция по охране промышленной собственности](#);
- [Гаагское соглашение о международной регистрации промышленных образцов](#);
- [Договор о патентной кооперации](#);
- [Бернская конвенция по охране литературных и художественных произведений](#);

- Римская конвенция об охране прав исполнителей, изготовителей фонограмм и вещательных организаций;
- Женевская конвенция об охране интересов производителей фонограмм.

Регистрация товарного знака

Организации и физические лица имеют право регистрировать товарные знаки для производимых товаров или оказываемых услуг. Товарные знаки регистрируются в отношении собственной продукции, а также продукции, производимой третьими лицами (при условии, что производители не возражают против регистрации и не используют собственные знаки).

Заявка на регистрацию может быть подана как в национальное ведомство, так и через ВОИС.

Во Вьетнаме заявители могут направить **национальную заявку** на регистрацию товарного знака в бумажной форме либо онлайн в системе **IPVN**. Для совершения транзакций потребуются цифровая подпись с учетной записью и следующие сведения:

- заполненная заявка с данными заявителя;
- изображение знака с описанием (элементов, транскрипцией и переводом на вьетнамский язык);
- перечень товаров по МКТУ;
- подтверждение оплаты пошлины (базовая ставка — 120 тыс. донгов или 4,7 долл. США);
- оригинал доверенности на имя представителя (легализация не требуется).

При подаче **международной заявки** через ВОИС заполняется форма **ММ2**. После проверки корректности данных ВОИС пересылает заявку во вьетнамское ведомство.

Вне зависимости от способа подачи заявки (напрямую или через ВОИС) во Вьетнаме заявка рассматривается в следующем порядке:

- 1) формальная экспертиза в течение 1 месяца;
- 2) публикация заявки и период опротестования в течение 2 месяцев;
- 3) экспертиза по существу в течение 9 месяцев после публикации заявки.

В качестве товарных знаков во Вьетнаме регистрируются видимые обозначения, такие как буквы, слова, рисунки или изображения (включая голограммы) либо их сочетание в одном или нескольких цветах, а также трехмерные знаки (фигуры). Одна заявка может быть подана для регистрации товарного знака в нескольких классах товаров (услуг). Рекомендуется учитывать возможность использования одного товарного знака для сопутствующих товаров или услуг, а не просто рассматривать тот класс, в котором будет продаваться продукт.

Вьетнамское ведомство проверяет наличие/отсутствие абсолютных и относительных оснований для отказа в регистрации. Так, не могут быть зарегистрированы обозначения:

- полностью состоящие из неохраняемых элементов;
- противоречащие нормам морали;
- вводящие потребителя в заблуждение относительно вида, характеристик или происхождения товара;
- сходные с государственными символами;
- сходные с ранее зарегистрированными знаками.

Правовая охрана товарного знака

Правовая охрана товарного знака действует 10 лет после подачи заявки, с возможностью продления на 10 лет многократно. Заявление о продлении можно подать за 6 месяцев до истечения регистрации либо не позднее 6 месяцев после истечения этого срока.

Правообладатели могут препятствовать незаконному использованию объектов интеллектуальной собственности. Нарушением прав на товарные знаки считается использование тождественных и сходных обозначений для идентичных (однородных) товаров и услуг без согласия правообладателя. Против нарушений применяются следующие меры принудительного характера:

- прекращение противоправных действий;
- возмещение ущерба;
- выплата штрафа (в пределах пятикратного размера стоимости контрафактных товаров);
- уничтожение или утилизация материалов и средств, используемых для производства или продажи товаров, нарушающих права интеллектуальной собственности.

Агентство по надзору за рынком (**MOIT**) строго контролирует все нарушения. Некоторые дела могут быть переданы в суд. Во Вьетнаме сообщалось о случаях подделки брендов и обмана покупателей по вопросу происхождения технологий. Однако нарушения прав на интеллектуальную собственность в пищевой промышленности менее распространены и серьезны, чем в сферах информационных технологий, издательского дела или музыки.

Географические указания

Во Вьетнаме географические указания охраняются не только посредством закрепления специального права *suï genesis*, но и придания им статуса коллективного или сертификационного знака. Свидетельство об исключительном праве на географическое указание является бессрочным.

Географическое указание подлежит охране, если отвечает следующим критериям:

- товар с географическим указанием происходит из конкретной области, местности, территории или страны;
- продукт с географическим указанием имеет репутацию, качество или характеристики, в основном связанные с географическими условиями конкретной области, местности, территории или страны.

Доменные имена

Доменная зона VN представляет интерес для производителей, планирующих продвигать свои товары не только на рынке Вьетнама, но и в странах Азии. Регистром доменов является Агентство информационных и интернет-технологий Вьетнама (**VNNIC**). Для регистрации доступны два расширения: **.vn** и **.com.vn**. Доменное имя может включать от 3 до 63 символов и регистрируется минимум на год. Регистрация доменов во Вьетнаме осуществляется исключительно национальными регистраторами. Зарубежным компаниям при регистрации необходимо указывать такие сведения, как название и сфера деятельности. Доменные споры разрешаются через обращение в ВОИС.



<https://www.xxxxx.vn>

Более подробная информация об источниках правового регулирования представлена в Приложении №2.

Продвижение продукции



Содержание

6.1.

Ключевые факторы успеха на рынке

6.2.

Отраслевые выставки и ярмарки



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 данная 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. Данная тенденция также распространяется на готовую мясную продукцию.

Онлайн-маркетинг и продвижение

Важно обратить внимание на мероприятия по стимулированию продаж, проводимые в магазине. При организации стендов с продукцией рекомендуется обеспечить непосредственный доступ потенциального покупателя к продукту, предоставив ему возможность попробовать товар.

Для привлечения местных покупателей поможет использование дополнительных рекламных материалов, например, мобильных баннеров. Продвигая продукцию, следует привлекать к сотрудничеству дистрибьюторов и розничные каналы, особенно супермаркеты и гипермаркеты.

Важным каналом коммуникации с потребителем служат также социальные сети, популярность которых выше, чем бизнес-сайты или специальные мобильные приложения.

Традиционные каналы продвижения, такие как телевидение, радио и печатные периодические издания, по-прежнему остаются ключевыми в продвижении продукции. К примеру, ведущий канал, Телевидение Вьетнама (VTV), осуществляет национальное вещание; Телевидение Хошимина (HTV) транслируется преимущественно в южном Вьетнаме.

Для рекламы продуктов питания и напитков можно также рассматривать радио, которое люди чаще всего слушают в пути (добираясь на работу, в магазин, аэропорт и т.п.). Среди наиболее популярных станций — Голос Вьетнама (VOV), представленный шестью радиосетями, среди которых VoV 5 с программами на английском, французском и русском языках; развлекательный молодежный Xone FM; ориентированный на автолюбителей Transportation 91.

Нельзя обойти вниманием периодику. Самые продаваемые периодические издания в регионе — это Tuoi Tre и Thanh Nien. Они пользуются большой популярностью в Хошимине и южном Вьетнаме.

Работа с платформами электронной коммерции

Онлайн-торговля набирает популярность во Вьетнаме, особенно в крупных городах. По данным Вьетнамской ассоциации электронной коммерции, по итогам 2023 г. объем онлайн-продаж продуктов питания в стране вырос до 316 млн долл. США, сохранив двузначный темп роста. Наиболее активно электронная коммерция развивается в Ханое и Хошимине, в других городах население предпочитает более традиционные каналы продаж.

Молодые городские потребители получают информацию о товарах через социальные сети и площадки электронной торговли, прежде всего приложения Zalo, Foody, Lozi. Данная тенденция открывает новые возможности для продвижения импортной продукции. При этом важно, чтобы экспортируемый товар соответствовал требованиям онлайн-торговли (упаковка, маркировка, сроки годности и т.д.).

6.2. Отраслевые выставки и ярмарки

Помимо мероприятий на территории Вьетнама вьетнамские импортеры посещают крупнейшие мировые выставки-ярмарки по продовольственной и сельскохозяйственной тематике. Особенной популярностью пользуются китайские выставки — SIAL China (<http://www.sialchina.com/>) и China International Import Expo — CIIE (<https://www.ciie.org/>). Первая проходит ежегодно в течение 24 лет в Шанхае и является третьей по величине продовольственной выставкой в мире. Вторая «родилась» из инициативы «Один пояс — один путь» и организуется Министерством торговли КНР и Народным правительством г. Шанхая.

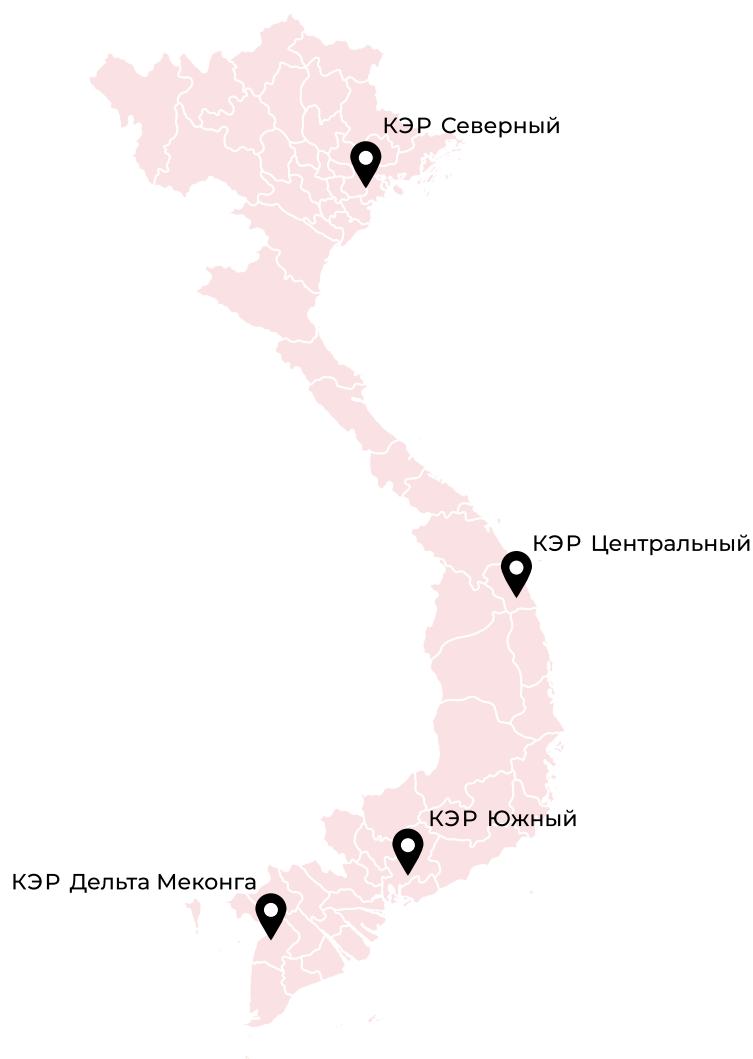
Название выставки	Место проведения	Даты проведения
Vietnam Expo Hanoi Крупнейшая международная многоотраслевая выставка Вьетнама Сайт: www.vietnamexpo.com.vn	Ханой ICE International Center of Exhibition	02–05.04.2025
Vietfood & Beverage / ProPack Vietnam Международная выставка продуктов питания и напитков Сайт: https://hn.foodexvietnam.com/en	Ханой Hanoi International Exhibition Center	07–09.08.2025
Vietfood & Beverage / ProPack Vietnam Международная выставка продуктов питания и напитков Сайт: https://hcm.foodexvietnam.com/en/	Хошимин Saigon Exhibition and Convention Center	Ноябрь 2025
Vietnam Foodexpo Международная выставка пищевой промышленности Сайт: https://foodexpo.vn/en/index.php	Хошимин Saigon Exhibition and Convention Center	Ноябрь 2025
Food & Hospitality Vietnam (FHV) Международная выставка пищевых продуктов, напитков и индустрии гостеприимства Сайт: https://foodnhospitalityvietnam.com/	Хошимин Saigon Exhibition and Convention Center	25–27.03.2026
ILDEX Vietnam Ho Chi Minh City Выставка продукции животноводства, молочных продуктов и аквакультуры Сайт: www.ildex-vietnam.com	Хошимин Saigon Exhibition and Convention Center	20–22.05.2026

Особые экономические зоны





Рис. 22. Особые экономические зоны Вьетнама



Источник: [Local Sustainable Development Indicators and Urbanization in Vietnam](#)

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

Вьетнам уделяет особое внимание привлечению иностранных инвестиций. Это способствовало созданию целой системы экономических зон с благоприятным режимом для инвесторов. Политика зонирования во Вьетнаме направлена на стимулирование экспорта и создание новых рабочих мест.

Начиная с 1997 г. в стране реализуются десятилетние планы развития ключевых экономических регионов (КЭР), которые утверждаются постановлениями правительства⁴. В настоящее время действуют мастер-планы социально-экономического развития четырех КЭР на период до 2030 г. Выделение территорий с особым режимом должно сделать КЭР флагманом экономического развития и диверсификации отраслей страны, а также повысить их конкурентоспособность.

На следующем этапе зонирования согласно Постановлению от 22.05.2018 г. [№ 82/2018/ND-CP](#) были учреждены особые экономические зоны (ОЭЗ) и индустриальные парки⁵. Их деятельность регулирует Постановление от 28.05.2022 г. [№ 35/2022/ND-CP](#).

Для создания ОЭЗ международного стандарта в 2018 г. был разработан законопроект об особых административных экономических зонах с дополнительными стимулами по привлечению значительного объема иностранных инвестиций⁶. Однако принятие этого документа было отложено до 2026 г. из-за общественных опасений о росте влияния КНР после сдачи земель в долгосрочную аренду китайским компаниям⁷.

Условия и льготы для резидентов ОЭЗ

Резидентам ОЭЗ и индустриальных парков предоставляются следующие льготы:

- налоговые каникулы в течение 2 лет (в районах со сложными социально-экономическими условиями — 4 года);
- снижение налога на прибыль предприятий — для резидентов индустриальных парков применяется льготная ставка корпоративного подоходного налога в размере 17% сроком на 10 лет (в районах со сложными социально-экономическими условиями — 10% на 15 лет⁸);
- снижение арендной платы за землю;
- развитая инфраструктура;
- упрощение механизмов регистрации и ведения бизнеса.

Недостатком существующего зонирования является отсутствие системы единого окна для регистрации ПИИ и специальных административных органов.

⁴ Nguyen Phuoc Trong. Key Economic Development Policies Southeast in Vietnam from 2000 to 2020 // European Modern Studies Journal. 2022. Vol. 6, № 4.

⁵ Investing in Vietnam: [Understanding its Industrial Parks and Special Economic Zones](#). Fidinam. 2023.

⁶ Prime Minister: [Special economic zones should enjoy special rules](#). Viet Nam News. 2017.

⁷ [Vietnam's economic zones derailed by anti-China protests](#). NIKKEI Asia. 2018.

⁸ [Industrial Zones and Economic Zones in Vietnam](#). Vietnam Law & Practice. 2021.

Географическое расположение ОЭЗ

Во Вьетнаме официально учреждены четыре КЭР: Северный, Центральный, Южный и Дельта Меконга. В Южном КЭР поддерживаются инвестиции в высокотехнологичные отрасли: электронику и информационно-коммуникационные технологии⁹. В Северном — в промышленность, финансовый сектор, логистику. Центральный КЭР специализируется на туризме и судостроении. Для зоны Дельты Меконга более характерны высокотехнологичное сельское хозяйство и промышленность. В рамках территориального зонирования развиваются межрегиональные связи, создаются производственные цепочки, однако механизмы привлечения ПИИ требуют проработки.

Большинство действующих ОЭЗ расположены рядом с ключевыми транспортными маршрутами, что обеспечивает устойчивую логистику. Они имеют развитую инфраструктуру (электричество, коммуникации, промышленные и складские помещения). Каждая ОЭЗ специализируется на определенной отрасли: промышленное производство, наука, торговля, туризм и др.

Разновидности ОЭЗ во Вьетнаме

В соответствии с Постановлением № 82/2018/ND-CP среди ОЭЗ выделяются прибрежные (28 зон) и приграничные (30 зон), которые были созданы для укрепления экономического сотрудничества с соседними странами. Также учреждены индустриальные парки (325 парков), в числе которых зоны экспортной переработки, вспомогательные и экопромышленные зоны. Они характеризуются наличием экосистемы производителей и поставщиков, что ускоряет производственные циклы.

Постановление № 35/2022/ND-CP утвердило два новых вида индустриальных парков — специализированные (для определенного вида деятельности) и высокотехнологичные. Однако вопрос иностранных инвестиций дополнительно не оговаривается.

В последние годы активно поддерживается развитие зон экспортной переработки в составе действующих индустриальных парков. Организация экспортноориентированного производства в таких зонах имеет преференцию: отсутствуют пошлины на импорт сырья. Также благоприятным фактором является наличие готовых площадок с необходимой инфраструктурой¹⁰. Наиболее перспективный район для новых зон экспортной переработки — прибрежная часть Центрального КЭР.

⁹ Trường Lăng. Vietnam's Key Economic Zones: [A Quick Guide for Foreign Investors](#). Viettonking Consulting. 2022.

¹⁰ 2023 Investment Climate Statements: [Vietnam](#). US Department of State.

ОЭЗ, специализирующиеся на переработке, упаковке, производстве продуктов питания

Несмотря на политику зонирования во Вьетнаме фактически отсутствуют эффективно работающие ОЭЗ. Уже созданные территориальные образования с особым экономическим режимом не продемонстрировали значимых результатов¹¹ и в целом являются элементом привлечения внутренних инвестиций и регионального экономического сотрудничества с соседними странами.

Среди существующих КЭР, не являющихся особыми экономическими зонами, но занимающихся привлечением ПИИ, можно выделить зону Дельты Меконга со специализацией в сфере высокотехнологичного сельского хозяйства и пищевой промышленности.

Перспективы размещения российских компаний на территории особых экономических зон Вьетнама

С точки зрения увеличения экспортных поставок готовой мясной продукции из России наиболее благоприятной представляется зона Дельты Меконга, специализирующаяся на сельском хозяйстве и пищевой промышленности. Эта зона расположена вблизи второго по величине города Вьетнама — Хошима, что увеличивает ее эффективность по сравнению, например, с Центральным КЭР. В последние годы Вьетнам активно инвестирует в развитие инфраструктуры, что также повысит привлекательность Дельты Меконга¹². Поскольку в настоящее время данная зона относится к экономически неблагополучным районам, иностранным инвесторам предоставляются: льготная ставка подоходного налога в размере 10%, налоговые каникулы в течение 4 лет, скидка 50% на подлежащий уплате корпоративный подоходный налог в течение 9 лет¹³.

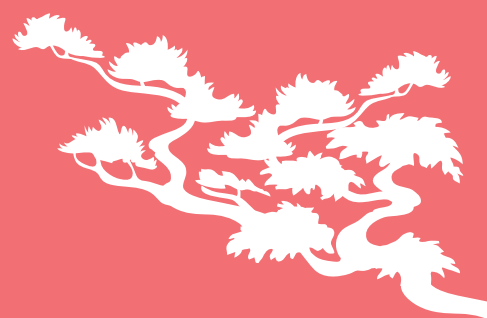
¹¹ Fawthrop T. [Public criticism pressures Vietnam to back down on new economic zones](#). Dialogue Earth. 2019.

¹² [Mekong Delta well positioned to receive FDI inflows](#). Viet Nam News. 2023.

¹³ [Tax Incentives for Foreign Enterprises in Vietnam](#). Doing Business in Vietnam.

Особенности ведения бизнеса





Вьетнам — страна с древней и богатой культурой, своеобразными экономическими и политическими традициями. Культура, основанная на конфуцианской этике, пересекается здесь с элементами западного, в первую очередь французского влияния и социалистической политической культурой.

Специфика вьетнамской культуры определяется рядом факторов и концептов:

- Коллективизм. Вьетнамская культура относится к так называемым «реактивным» культурам, склонным ставить интересы коллектива выше интересов индивидуума.
- Концепт «лица» во многом вытекает из конфуцианско-коллективистской сути вьетнамской культуры. Подразумевается, что у человека есть определенный имидж в лице своего окружения и любая сторонняя попытка принизить его приводит к публичной (что недопустимо) «потере лица». Партнер, «потерявший лицо» по вашей вине, скорее всего, не захочет продолжать вести дела и будет игнорировать ваши письма и звонки.
- Dat Viet (Дат Вьет) — философия и концепция единства вьетнамского народа как внутреннего, так и с географической средой. Предполагается, что вьетнамский народ органично «встроен» в местность, где живет уже несколько тысячелетий, чувствует единство с ней, естественным образом любит ее и стремится поддерживать ее процветание.

Во Вьетнаме наблюдается стремительное развитие капитализма, происходит интеграция страны в мировую экономику. При этом вьетнамские малые и средние предприятия зачастую недостаточно осведомлены о торговых практиках и правилах. Поэтому перед началом сотрудничества важно убедиться, что местный партнер информирован о процедурах ввоза и реализации товаров, включая регистрацию, маркировку и прохождение таможенного контроля.

Вьетнамские предприятия в силу масштаба более чувствительны к цене, чем к качеству. Также они стремятся занять место в глобальных цепочках поставок, поэтому получение эксклюзивных дистрибьюторских прав для них важнее финансовой поддержки для запуска новых продуктов.

В силу конфуцианского характера вьетнамской деловой культуры структура компаний в стране крайне иерархична. Сильны традиции корпоративизма. Цепочки принятия решений могут сильно растягиваться вплоть до самого верха компании.

Поскольку Вьетнам следует путем развития «азиатских тигров», местные традиции «корпорации-семьи» зачастую схожи с южнокорейскими чеболями и японскими дзайбацу. В рамках такой парадигмы имеют место особые отношения начальства со своими подчиненными, в рамках которых последние хранят верность корпорации, зачастую работая сверхурочно и выполняя дополнительные функции. При этом они пользуются расположением и заступничеством высшего руководства.

Планирование и проведение встреч

Встреча обычно назначается за две-четыре недели до предполагаемой даты. Желательно подтвердить время и место встречи за несколько дней.

Деловые встречи во Вьетнаме зачастую сдвигаются. В ситуации с высокопоставленными чиновниками и должностными лицами оговоренные даты могут изменяться незадолго до назначенного срока. Рекомендуется периодически подтверждать время встречи и быстро реагировать на проявление инициативы со стороны вьетнамских партнеров. Стоит также учитывать специфику местного трафика, особенно в крупных городах дорога может занимать больше времени в зависимости от времени суток. В случае опоздания необходимо предупредить партнеров звонком.

Пунктуальность считается признаком уважения, даже если партнеры несколько раз переносили встречу или даже опоздали на нее. Зачастую деловое общение может получить продолжение в виде неформального общения за едой, что следует учесть в рабочем графике, выделив два-три свободных дня после деловой встречи.

Для Вьетнама характерна шестидневная рабочая неделя с продолжительной сиестой, особенно в южных регионах.

Рабочий день на частных и государственных предприятиях начинается с 07:30–11:30 и завершается в 14:00–16:30. В пятницу и субботу отдельные учреждения, например банки, работают только в первой половине дня до 14:00, что также стоит учитывать при планировании деловых поездок.

Особенно важен Тет Нгуен Дан или вьетнамский Новый год (отмечается по лунному календарю). В этот период деловая (и не только) жизнь в стране приостанавливается. Не рекомендуется совершать бизнес-поездки во Вьетнам также за неделю до и после Тета.

Этикет приветствия

Рукопожатие в качестве приветствия вошло в обиход как у мужчин, так и у женщин. Как правило, первым подает руку самый старший представитель принимающей стороны. В знак уважения можно пожать его руку обеими руками. Кивок и улыбка тоже являются распространенной формой приветствия. Приветствуя женщину, следует подождать, пока она предложит рукопожатие, или же хватит легкого поклона.

Стиль одежды

Во Вьетнаме принят дресс-код западного образца. Для мужчин это строгие деловые костюмы-двойки черного и синего тонов. Женщинам стоит выбирать костюмы либо классическое сочетание юбки, белой рубашки и пиджака. Уместны будут туфли на высоких каблуках.

Подарки

На деловой встрече обычно обмениваются небольшими подарками. Подарок не должен быть дорогим и обязывающим, только как знак внимания. Идеальным вариантом будет корпоративный сувенир или что-то связанное с Россией, включая конфеты и алкоголь.

Как и в Китае, во Вьетнаме серьезно относятся к упаковке подарков. Для нее никогда не используют черный и белый цвет, которые ассоциируются со смертью и похоронами. В качестве основных допустимы традиционные цвета достатка и удачи: красный, золотой, желтый, бронзовый. Также актуально «правило трех отказов», когда вежливо отказываются от подарка перед тем, как его принять.



Визитные карточки

Как и в остальных странах региона, во Вьетнаме принято обмениваться визитными карточками. Наилучший вариант — заказать двуязычные карточки на английском и вьетнамском языках. Визитка принимается обеими руками.

Деловое общение

Типовая повестка встречи предполагает презентацию компании с кратким обзором сферы деятельности, истории и особенностей функционирования. Важно, чтобы партнеры получили минимально необходимое представление друг о друге.

В силу влияния упомянутого концепта «лица» вьетнамская культура ведения переговоров не предполагает прямолинейных ответов. Произнесенное в ходе переговоров «да», скорее всего, не будет означать безоговорочное согласие с предлагаемыми условиями. Улыбка также не является маркером однозначного расположения. В свою очередь, слово «нет» не прозвучит вообще, так как с вьетнамской точки зрения категорический отказ приведет к «потере лица» партнером.

Эти же правила актуальны и для иностранцев. Любая категоричность, особенно в присутствии третьих лиц, недопустима. Жесткое отрицание, повышенный тон, переход на личности немедленно приведут к «потере лица» партнером, после чего налаживание отношений либо станет невозможным, либо затянется на неопределенное время. Отчасти подобного рода отрицание допустимо в личной беседе без свидетелей, однако рекомендуется использовать уклончивые конструкции в стиле: «Мы, возможно, обдумаем это в будущем»; «Сейчас мы не готовы дать однозначный ответ». Обычно так делают сами вьетнамцы. Повышать голос и активно жестикулировать также не следует.

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

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» и «госпожа» либо сообразно научным регалиям, которые они сами упомянут, представляясь при знакомстве.

Следует избегать определенных жестов, неоднозначно воспринимаемых во вьетнамской культуре. Например, скрещивание ног в направлении собеседника будет воспринято как проявление неуважения, скрещивание рук — как недовольство, подзывание кого-либо рукой — как грубость.

Как и в других странах Восточной Азии, уровень владения английским языком во Вьетнаме в целом невысок. По этой причине желательно заручиться помощью переводчика.

Встречу можно начать с неформальной беседы, например о семье (если партнеры спросят), гастрономических предпочтениях, культуре и искусстве (особенно вьетнамских), восточной философии. Табуированные темы: политика коммунистической партии Вьетнама, вьетнамский социализм, США (как в контексте истории, так и текущего политического сближения), Китай (нежелательны любые сравнения между странами).

Табл. 19. Государственные праздники Вьетнама в 2025 г.

Праздник	Дата
Новый год	1 января
Вьетнамский Новый год	28 января – 2 февраля
День поминовения королей Хунгов	7 апреля
День победы и воссоединения	30 апреля
День труда	1 мая
День независимости	2 сентября

Преимущества и риски осуществления поставок



Содержание

9.1.

Преимущества

9.2.

Риски



9.1. Преимущества

Благоприятные двусторонние отношения между Россией и Вьетнамом

Российско-вьетнамские отношения имеют богатую и длительную историю развития. В 2012 г. страны договорились о придании двустороннему взаимодействию статуса «всеобъемлющего стратегического партнерства». Таким образом, существует фундамент для развития экономических 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 2023 г. численность населения Вьетнама достигла 100,3 млн человек. Рост численности городского населения и высокие темпы экономического развития (в ближайшие пять лет годовые темпы прироста ВВП превысят 6%) будут способствовать увеличению спроса на мясную продукцию. Благодаря данным тенденциям за последнее десятилетие объемы импорта готовой мясной продукции выросли более чем в 6 раз.

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 2023 г. превысил 200 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 данный 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 2022 г. на Россию приходилось лишь 5,9% 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 COVID-19 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 позволят 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.

9.2. 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 2023 г. две трети 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 Китая 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 — к 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, доля переработанного мяса к 2025 г. должна составить 25–30% от общего объема производства мяса и мясной продукции, а к 2030 г. — 40–50%.

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

10





Этап I — Подготовка к экспорту

- 1) Оцените готовность вашей компании к экспортной деятельности.
- 2) Определите конкурентные преимущества вашей продукции и компании (в том числе конкурентоспособность цены вашей продукции 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 во Вьетнам и составление досье по предприятию.
- 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

11



Содержание



11.1.

Потенциальные партнеры

11.2.

Профильные организации

11.1. Потенциальные партнеры

Импорт

Государственные закупки

Экспорт

**Вьетнамская
животноводческая
корпорация Vietnam
Livestock Corporation
(VILICO)**



Адрес: 519 Minh Khai Str., Hai Ba Trung District, Hanoi,
Vietnam
Тел.: +84 24 38621814; +84 24 38621688; +84 24 36366688
E-mail: vilico@vilico.vn
Сайт: www.vilico.vn

Импорт

Государственные закупки

**Вьетнамская Северная
продовольственная
корпорация
(Vinafood1)**



Адрес: 6 Ngo Quyen Str., Hoan Kiem District, Hanoi,
Тел.: +84 24 3926 4466
E-mail: vinafood1@vinafood1.vn
Сайт: www.vinafood1.com.vn

Импорт

Дистрибьюторская деятельность

Оптовая торговля

Розничная торговля

**La Maison Imported
Foods**



Адрес: 235 Nguyen Van Huong Street, Thao Dien Ward,
District 2, Ho Chi Minh City
Тел.: +84 28 38 28 2626
E-mail: lienhe@lamaison.com.vn

Импорт

Дистрибьюторская деятельность

Оптовая торговля

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>

Импорт

Дистрибьюторская деятельность

Оптовая торговля

**Food Source
International Vietnam**



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>

Импорт

Дистрибьюторская деятельность

Оптовая торговля

Nam Khai Phu Food



Адрес: 81 Cach Mang Thang Tam, Ben Thanh Ward,
District 1, Ho Chi Minh City
Тел.: +84 28 38 49 1022
E-mail: sale.online@namkhaiphu.com
Сайт: www.namkhaiphu.com

Импорт

Дистрибьюторская деятельность

Оптовая торговля

**Top Meat Import
& Export**

Адрес: 616-618 – 2 Nguyen Thi Dinh, Thanh My Loi,
District 2, Ho Chi Minh City
Тел.: +84 0903 35 2063; +84 0878 018 018
E-mail: topmetvn@gmail.com

Импорт

Дистрибьюторская деятельность

Поставки в сектор общественного питания

King Meat



Адрес: 14/7 Bis Ky Dong, Ward 9, District 3, HCMC

Тел.: +84 913 906 653

E-mail: kingmeat.info@gmail.com

Сайт: www.kingmeat.vn

Импорт

Дистрибьюторская деятельность

Bach Hoa Xanh



Адрес: Lot T2-1,2, Road D1, High Tech Park, Tan Phu Ward, District 9

Тел.: +84 28 3622 9900

E-mail: lienhe@bachhoaxanh.com

Сайт: www.bachhoaxanh.com

Импорт

Дистрибьюторская деятельность

Розничные продажи

Co.op Mart Supermarket



Адрес: 199-205 Nguyen Thai Hoc, Pham Ngu Lao Ward, District 1, HCM City

Тел.: +84 28 38360143

E-mail: chamsockhachhang@coopmart.vn

Сайт: www.co-opmart.com.vn

Импорт

Дистрибьюторская деятельность

Оптовая торговля

Розничная торговля

PHUC DAT International Import Export



Адрес: No. 83 Phan Van Han, Ward 17, Binh Thanh District, Ho Chi Minh City

Тел.: +84 931 32 7379

E-mail: info@phucdatfood.com

Сайт: <https://phucdatfood.com>

Импорт

Дистрибьюторская деятельность

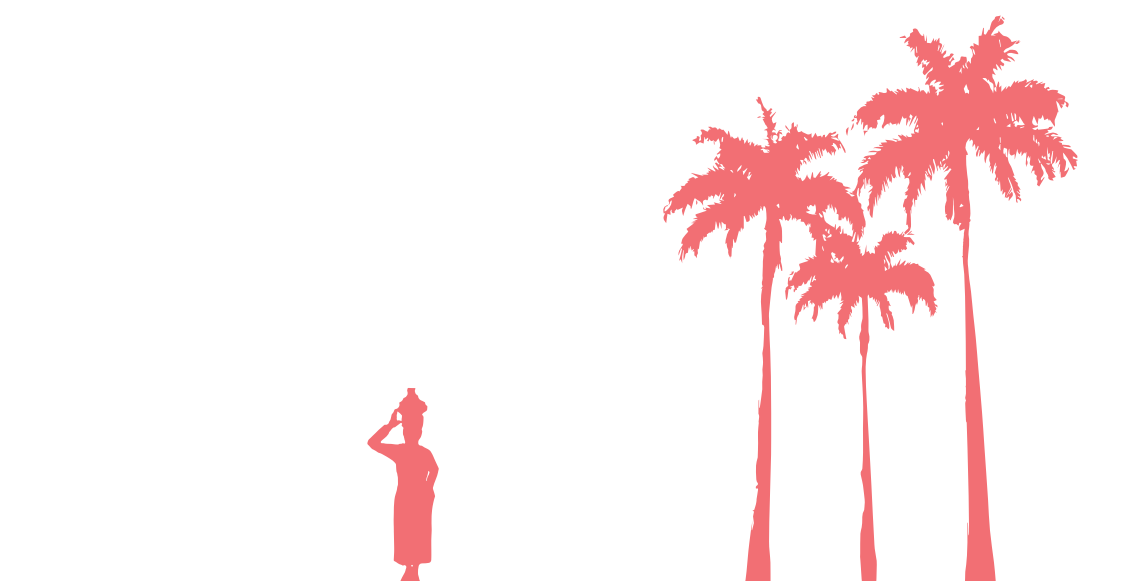


Адрес: 951 Ta Quang Buu, Ward 6, District 8, Ho Chi Minh City
Тел.: +84 283 981 0082
E-mail: contact@sanha.vn
Сайт: <https://sanha.vn/en>

11.2. Профильные организации

Организация	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: vietrade@vietrade.gov.vn Сайт: https://vietrade.gov.vn
ВТПП (Вьетнамская торгово-промышленная палата)	Адрес: 9 Dao Duy Anh Street, Dong Da District, Hanoi Тел.: +84 24 3574 2022 Сайт: https://en.vcci.com.vn/
Таможенная служба Вьетнама	Адрес: No9, Duong Dinh Nghe street, Yen Hoa, Cau Giay, Hanoi Тел.: +84 24 3944 0833 E-mail: webmaster@customs.gov.vn Сайт: www.customs.gov.vn
Управление пищевой промышленности Вьетнама	Адрес: 138A Giang Vo – Ba Dinh, Hanoi Тел.: +84 24 38464489 E-mail: vfa@moh.gov.vn Сайт: www.vfa.gov.vn
Министерство сельского хозяйства и развития сельских районов	Адрес: No.2 Ngoc Ha, Ba Dinh, Hanoi Тел.: +84 (024) 7341635 (205) E-mail: trangtin@mard.gov.vn Сайт: https://mard.gov.vn/en/Pages/default.aspx

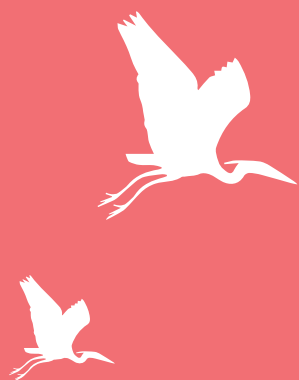
Организация	Контактная информация
Ведомство по уведомлению и предоставлению информации по вопросам санитарного и фитосанитарного контроля Вьетнама	Адрес: 10 Nguyen Cong Hoan Street, Ba Dinh District, Hanoi Тел.: +84 24 3734 4764 E-mail: spsvietnam@mard.gov.vn Сайт: www.spsvietnam.gov.vn
Министерство промышленности и торговли (MOIT)	Адрес: 54 Hai Ba Trung street, Hoan Kiem, Hanoi Тел.: +84 24 2220 2108 E-mail: bbt@moit.gov.vn Сайт: www.moit.gov.vn



**Государственная
поддержка экспорта
продукции АПК**



12



Программа льготного кредитования

В рамках данной меры поддержки сельхозтоваропроизводители могут получить краткосрочные и инвестиционные кредиты по ставке не более 10%.

Компетентные органы: Минсельхоз России, РОУ АПК

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

Программа компенсации затрат на транспортировку продукции АПК

Программа позволяет возместить 25% затрат на транспортировку для всех направлений, а также 50% при осуществлении отгрузок в ряд стран африканского континента, Ближнего Востока и Юго-Восточной Азии. Получить компенсацию можно при условии перевозки продукции АПК, которая включена в перечень, утвержденный Правительством.

Компетентные органы: Минсельхоз России, АО «РЭЦ»

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

Компенсация затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках

Компенсация части затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках в размере 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 утвержденный Минсельхозом России перечень.

Компетентные органы: Минсельхоз России, АО «РЭЦ»

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

Программа продвижения продукции АПК на внешние рынки

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

Компетентные органы: АО «РЭЦ», Минсельхоз России

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

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

Возмещение российским экспортерам затрат на аренду выставочной площади и регистрационного сбора, связанных с участием в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых за пределами Российской Федерации. Субъектам малого и среднего предпринимательства возмещается до 700 тыс. руб. в год за участие не более чем в 5 мероприятиях, крупному бизнесу возмещается до 2 млн руб. в год за участие не более чем в 5 мероприятиях.

Компетентные органы: Минпромторг России, АО «РЭЦ»

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

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

Софинансирование затрат по застройке и сопровождению выставочных стендов российских компаний в рамках национальной коллективной экспозиции, а также по организации доставки выставочных образцов экспортеров, в том числе затраты на их таможенное оформление и страхование. Для субъектов малого и среднего предпринимательства размер софинансирования составляет до 80%, для крупного бизнеса — до 50%.

Компетентные органы: Минпромторг России, АО «РЭЦ»

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

Приложение №1.

Маркировка расфасованных пищевых продуктов

Инструкции по маркировке расфасованных пищевых продуктов, пищевых добавок и вспомогательных средств пищевой промышленности¹⁴

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.
 - а) 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.
 - б) 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.
 - в) 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).

¹⁴ Разработаны на основе неофициального перевода Циркуляра Министерства торговли и промышленности Вьетнама 34/2014/TTLTBYT-BNNPTNT-BCT (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.
 - а) Дата изготовления продукта — это дата окончания технологического процесса производства пищевого продукта (то есть продукт полностью собран и упакован для реализации в качестве готового продукта).
 - б) Срок хранения — это период, в течение которого продукты сохраняют пищевую ценность и безопасность в условиях хранения, указанных на этикетке, в соответствии с инструкциями производителя.
 - в) Срок годности или дата «употребить до» — это временной период, по истечении которого продукт не может быть продан на рынке.
 - г) «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:
 - а) 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.
 - б) 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:
 - а) 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.
 - а) 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. 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, глазирующий 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:
- а) по фактическому объему жидких пищевых продуктов;
 - б) по весу нетто для твердой пищи;
 - в) 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 в последний раз упакован.

Приложение №2.

Нормативно-правовая база

Для целей экспорта наиболее важными являются следующие нормативные 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/BYT (с дополнениями в регламентах №№ QCVN 12-2:2011/BYT, QCVN 12-3:2011/BYT) 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 временно-го 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

Библиотека экспортера — уникальный раздел, который содержит экспортные гиды, краткие версии концепций продвижения, аналитические обзоры ВЭД, а также обзоры ВТО по правовым аспектам внешней торговли, разработанные ФГБУ «Агроэкспорт».



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».



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: vk.com/aemcx



Яндекс Дзен: zen.yandex.ru/aemcx



Telegram: t.me/mcxae



Rutube: rutube.ru/channel/24261638



Связаться с нами:

Сайт: www.aemcx.ru

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

Почта: info@aemcx.ru

