

به نام خدا

صادرات و سرمایه‌گذاری در ویتنام

حسن رضایی پور

نویسنده و ویراسته



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

تهران ۱۳۹۹

سروششناسه
عنوان و نام پدیدآور
مشخصات نشر
مشخصات ظاهری
شابک

رضایی پور، محسن
صادرات و سرمایه‌گذاری در ویتنام / محسن رضایی پور، فونگ ووتی تانه؛ ویراستار علمی خلیل حیدری.
تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۹.
۲۹۰ ص: ۲۱/۵ × ۱۲/۵ س.م.
۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۸۴۴-۷

Investments, Foreign -- Vietnam
Foreign trade regulation -- Vietnam
Vietnam
Iran -- Foreign economic relations -- Vietnam
Vietnam -- Foreign economic relations -- Iran
Iran -- Commerce -- Vietnam
Vietnam -- Commerce -- Iran
Thanh, Phuong vu Thi

فیبا
سرمایه‌گذاری خارجی -- ویتنام
صادرات و واردات -- ویتنام
ویتنام
ایران -- روابط اقتصادی -- ویتنام
ویتنام -- روابط اقتصادی -- ایران
ایران -- بازرگانی -- ویتنام
ویتنام -- بازرگانی -- ایران
نان، فونگ ووتی
حیدری، خلیل، ۱۳۴۹-، ویراستار
شرکت چاپ و نشر بازرگانی
HC۴۴۴
۳۳۰/۹۵۹۷
۶۲۲۷۴۹

وضعیت فهرست نویسی
موضوع
موضوع
موضوع
موضوع
موضوع
موضوع
موضوع
شناسه افزوده
شناسه اول
شناسه اول
رده بندی کنگ
ایندی
شماره کتابشناسی ملی

شرکت چاپ و نشر بازرگانی
وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های سیاسی

صادرات و سرمایه‌گذاری در ویتنام
محسن رضایی پور، فونگ ووتی تانه
ویراستار علمی: دکتر خلیل حیدری

طراح جلد: پاشا دارابی
چاپ اول: تابستان ۱۳۹۹
قیمت: ۷۲۰۰۰ تومان
تیراژ: ۳۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۸۴۴-۷
لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

«کلیه حقوق محفوظ و مخصوص شرکت چاپ و نشر بازرگانی می‌باشد»

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، نبش کوچه همدان، شماره ۱۲۰۴
توزیع و پخش: ۶۶۹۳۹۳۲۹ - ۰۲۱ / فروشگاه مرکزی: ۶۶۴۲۵۱۱۸ - ۰۲۱
واحد نشر مکتوب: ۶۶۴۳۹۲۰۶ - ۰۲۱
واحد نشر الکترونیک: ۶۶۴۳۹۲۰۲ - ۰۲۱
digital.cppc.ir /

فروشگاه‌های اینترنتی
WWW.CPPC.ir / WWW.1CPPC.ir



فهرست

۹.....	مقدمه
۱۳.....	فصل اول: ویژگی‌های جغرافیایی، اجتماعی و محیط سیاسی و اقتصادی ویتنام
۱۳.....	۱. جغرافیای ویتنام
۱۴.....	۲. اوضاع اجتماعی ویتنام
۱۸.....	۳. سیاسی
۲۱.....	۳-۵. قوه مقننه
۲۲.....	۳-۷. وضعیت ریسک سیاسی
۲۲.....	۳-۸. روابط بین‌المللی
۲۵.....	۴. اقتصاد کشور ویتنام
۶۳.....	فصل دوم: سوابق و پیشبرد صادرات ایران به ویتنام
۶۳.....	۱. پیشینه‌ی روابط بازرگانی ایران و ویتنام
۶۵.....	۳. اقدام عمده صادرات ایران به ویتنام
۷۹.....	۵. چالش‌ها و تهدیدات صادرات به بازار
۸۱.....	۶. وضعیت شرکت‌های فعال صادراتی به ویتنام
۸۲.....	۷. نمایشگاه‌های اختصاصی ایران در ویتنام
۸۵.....	فصل سوم: جاذبه‌ها و فرصت‌های بازار
۸۵.....	۱. تراز تجاری
۸۶.....	۲. عمده اقلام وارداتی

۳. پتانسیل بازار..... ۹۴
۴. رقبای صادراتی ایران در بازار ویتنام..... ۱۰۷
۵. سلیقه مصرف‌کنندگان و فرهنگ خرید..... ۱۲۸
۶. راهکارهای پیشهادی برای ورود کالای ایران به بازار ویتنام..... ۱۳۳

فصل چهارم: استاندارد و کنترل کیفیت..... ۱۴۱

۱. سیستم استاندارد در ویتنام..... ۱۴۱
۲. نامه‌ی بازرسی و آزمایش قبل از واردات..... ۱۴۴
۳. نام و نشانی دو شرکت منتخب بازرسی کالا که در ایران دارای شعبه هستند..... ۱۵۲

فصل پنجم: اطلاعات کلیات کشور ویتنام..... ۱۵۵

۱. اقلیت‌های گوناگون..... ۱۵۵
۲. مدار فابل..... ۱۵۶
۳. فهرست نه‌فقه‌ای ایران..... ۱۵۷
۴. فهرست کالاهای ممنوع ورود به کشور هدف..... ۱۶۸

فصل ششم: آگهی و تبلیغات، نمایشگاه‌ها، فروشگاه‌ها، زنجیره‌ای در ویتنام..... ۱۷۱

۱. نگاهی کوتاه به صنعت تبلیغات..... ۱۷۱
۲. تبلیغات در کانال‌های تلویزیونی..... ۱۷۲
۳. روزنامه‌های محلی..... ۱۸۰
۴. تبلیغات اینترنتی..... ۱۸۶
۵. تبلیغات با پیامک به موبایل..... ۱۹۷
۶. کتاب زرد..... ۱۹۸
۷. آگهی تجاری در رسانه‌های اتاق بازرگانی ویتنام..... ۱۹۹
۸. همایش‌های اطلاع‌رسانی..... ۲۰۲
۹. مشارکت در نمایشگاه‌های ویتنام..... ۲۰۳
۱۰. برگزاری نمایشگاه‌ها در ویتنام..... ۲۰۴
۱۱. نحوه همکاری با فروشگاه‌های زنجیره‌ای ویتنام..... ۲۰۶

فصل هفتم: پول و بانکداری در ویتنام..... ۲۰۹

۱. واقعیت‌های نظام بانکداری کنونی کشور ویتنام..... ۲۰۹
۲. روابط بانکی بین ویتنام و ایران..... ۲۱۰

۲۱۰.....	۳. مدارک لازم جهت افتتاح حساب در بانک های ویتنام
۲۱۲.....	۴. قوانین ارزی در ارسال پول به خارج و اخذ وام برای افراد و شرکت های خارجی
۲۱۵.....	فصل هشتم: روادید و اقامت در کشور ویتنام
۲۱۵.....	۱. قوانین کنسولی
۲۱۶.....	۲. انواع ویزای ویتنام و مدارک مورد نیاز
۲۱۸.....	۳. فرم درخواست ویزای انفرادی در ویتنام
۲۱۹.....	۴. فرم ویزای گروهی
۲۱۹.....	۵. سفارت و کنسولگری های کشور ویتنام در ایران
۲۱۹.....	۶. اقامت در ویتنام
۲۲۱.....	فصل نهم: حمل و نقل در ویتنام
۲۲۱.....	۱. بنادر
۲۲۳.....	۲. فرودگاه ها
۲۲۴.....	۳. راه های زمینی و لجستیک
۲۲۹.....	فصل دهم: قانون سرمایه گذاری و چگونگی ثبت رکت و برند در ویتنام
۲۲۹.....	۱. قانون سرمایه گذاری
۲۳۴.....	۲. مشوق های مالیاتی سرمایه گذاران خارجی
۲۳۸.....	۳. نکاتی در خصوص سرمایه گذاری در ویتنام
۲۳۹.....	۴. مزایای ثبت شرکت در ویتنام
۲۴۰.....	۵. مقررات ثبت شرکت در ویتنام
۲۴۲.....	۶. ثبت برند در بازار ویتنام
۲۴۵.....	فصل یازدهم: قانون مالکیت و مالیات در کشور ویتنام
۲۴۵.....	۱. قانون مالکیت
۲۴۶.....	۲. قوانین مالیاتی
۲۵۷.....	فصل دوازدهم: نحوه کنترل بازار و حمایت از مصرف کنندگان و تولید کنندگان (...)
۲۵۷.....	۱. قوانین حمایت از مصرف کنندگان و خدمات بعد از فروش
۲۵۷.....	۲. قوانین رسیدگی به اختلافات تجاری
۲۵۸.....	۳. قانون و مقررات مرتبط با حمایت از حقوق مصرف کنندگان و تولید کنندگان

مقدمه

اولین چیزی که یاد کردم ویتنام در ذهن ما ایرانیان نقش می‌بندد تصاویری از جنگ این کشور با آمریکا است. تصدی که اکنون بسیاری از ویتنامی‌ها از به یاد آوردن آن طفره می‌روند و در عوض، اینک در راه تجارت ۸۰ میلیاردی شان با آمریکا (۷۰ میلیارد دلار صادرات به آمریکا و ۱۰ میلیارد دلار واردات) صحبت کنند.

تصویر کنونی ویتنام این است که این کشور در سال ۱۹۸۶ با اجرای برنامه نوسازی اقتصادی به نام «دوی موی» (E DI MOI) با اصلاح‌گیری از سیستم کمونیستی که این کشور را در جنوب شرق آسیا نیز منزوی ساخته بود، دست با رعایت هنجارهای بین‌المللی و آمیختگی با نهادهای اقتصادی دنیا و منطقه‌ای، تبدیل به «الگوی موفق توسعه» در جهان گردد. این کشور طی سی سال جذب سرمایه‌گذاران مستقیم خارجی به حجم ۲۰۰ میلیارد دلار اکنون تبدیل به بیستمین صادرکننده و نهمین واردکننده در جهان شده است (۲۰۱۹). حالا ویتنام از حجم تجارت نیم تریلیون دلار عبور کرده (۲۰۱۹) و توانسته نرخ فقر را در جمعیت ۹۶ میلیون نفری از ۵۵ درصد به زیر ۵ درصد کاهش داده و از این حیث سرآمد کشورهای موفق (در دوره ۲۰۱۵-۱۹۹۸) به کاهش فقر باشد. این کشور، علیرغم سایه سنگین همسایه شمالی خود و وجود کانون‌های بحرانی متعدد در دریای چین جنوبی، سعی دارد به دور از هرگونه تنش آفرینی در موضوعات منطقه‌ای و بین‌المللی، نقش آفرینی نماید. ویتنام اکنون عضو غیر دائم

شورای امنیت و رئیس دوره‌ای اتحادیه آسه‌آن است، اتحادیه‌ای که در سال ۱۹۶۷ برای مقابله با کشورهای کمونیستی از جمله ویتنام تشکیل شد. از سال ۲۰۰۷ که ویتنام عضو سازمان جهانی تجارت شد، این کشور با سرعت اعجاب‌آوری موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد متعددی با کشورها و مناطق اقتصادی دنیا به امضا رساند به نحوی که با تصویب موافقت‌نامه تجارت آزاد با اروپا (EVFTA) در مجلس ملی ویتنام در ۸ ژوئن ۲۰۲۰ چهاردهمین موافقت‌نامه تجارت آزاد این کشور اجرایی خواهد شد و از این حیث حد از مگاپور در رتبه دوم جهان قرار دارد.

شروع روابط تجاری ایران و ویتنام به اوایل دهه شصت شمسی برمی‌گردد که عمدتاً معطوف به واردات برنج از ویتنام بوده است. مشخصه‌ی این ارتباط تجاری، دولتی بودن آن و هدف آن به سبب سود و زیان و صرفاً برای تأمین کالای اساسی برنج در فضای ناامن جنگ تجاری بین دو کشور همواره به نفع ویتنام بود. اما با اجرای برنامه اصلاح اقتصادی پس از جنگ و ضرورت ساماندهی امر تجارت، بویژه صادرات غیرنفتی، ماهران این روابط با روندی افزایشی، تراز تجارت را به نفع کشورمان تغییر داد. اما از آنجایی که این امر باعث از سوی ایران توسط بخش عمومی صورت گرفت، منجر به شکل‌گیری بازاری پایدار و ماندگار نگردید.

بعد از امضای برجام، امیدواری‌های بسیاری رایج شد که کشور بخش خصوصی واقعی کشورمان در عرصه اقتصاد ایران بوجد آمد. براساس این امیدواری‌ها و به جهت اجرای تعهدات بخش دولتی در توانمندسازی بخش خصوصی، ایران در سال ۱۳۹۴ برای اولین بار دفتر رایزنی بازرگانی ایران در ویتنام دایر گردید تا با ارائه کمک‌های پشتیبانی، روابط تجاری دو کشور با اتکا بر بخش خصوصی واقعی بهبود و توسعه یابد. لذا در اس فعالیت‌های دفتر رایزنی بازرگانی، اطلاع‌رسانی تجاری به بازرگانان محترم کشورمان قرار گرفت تا محصولات ایرانی دارای پتانسیل صادرات به ویتنام و قوانین و مقررات مرتبط با آنها، احصا و اعلام گردد. از طرفی با برگزاری سمینارهای آشنایی با بازار ایران در ویتنام، سعی در آشناسازی تجار ویتنامی با بازار ایران شد. ماحصل این فعالیت‌ها افزایش کد تعرفه‌های صادراتی از ۴۵ ردیف (۱۳۹۴) به ۱۵۰ ردیف (۱۳۹۶) می‌باشد.