



# 新时代 共享未来

## NEW ERA, SHARED FUTURE

### 进博会之十二主宾国

# 越南：湄公河鱼米之乡物产丰饶

你大概不知道，中国进口咖啡中的一半都来自越南，干果中的佼佼者——腰果，更是几乎全部从越南进口。

越南是中国在东盟和“一带一路”沿线国家的第一大贸易伙伴，亦是中国十大贸易伙伴之一。作为首届中国国际进口博览会12个主宾国之一，越南将这场盛会视为该国企业进军、拓展中国及国际市场的不二良机。

越南国家馆主要展示农海产品、加工食品及贸易服务，由26家农业水产和食品加工、贸易服务两个主导行业的龙头企业共同参展，为进博会观众带来独具越南风情且深受消费者信赖的知名产品。

#### 高端访谈

## 进博会是今年最重要的贸促活动

在广西防城港市的里火互市贸易点，每天都有浩浩荡荡的板车队排队过检，车上装满了产自越南的冻鱼、冻虾等海产品。生活在里火村等地的边民们的工作就是从越南购买这些商品，再拉到中国卖给收购商。在这里从事“国际生意”的边民，每天平均有两三千人。而这种热火朝天的景象，正是眼下中越贸易合作的一个生动缩影。

据越南统计总局公布的数据，2017年中越双边贸易额达1213亿美元；今年第一季度，越南对华出口额达90亿美元，同比增长46%。另据统计，今年前9个月，中越贸易总额达1012亿美元，同比增长21.9%，增幅领先于东盟其他国家。这些数据表明，当前中越贸易和投资势头向好，经贸合作不断迈上新台阶。

对于首届中国国际进口博览会，越南给予高度重视。越方表示，举办进博会是中国政府开放市场的实际举措，有助于缩小对华贸易逆差，促进中越两国贸易平衡。对越南而言，进博会更是越南高质量产品更好地接近中国进口商和消费者的一次机会，越南将抓住机遇充分推介本国特色文化及特色商品，推动越南在中国的投资、贸易和旅游推介，并加强两国企业的对接和合作。

#### 越南驻华大使邓明魁： 中越双方具有 很强的经济互补性

“互补性强，双边贸易额稳步增长。”这是越南驻华大使邓明魁对中越经贸合作关系的高度总结。

他提到，在贸易合作方面，2017年，中越双边贸易额突破千亿美元大关，达1213亿美元。其中，越南对华出口额达503亿美元，同比增长35.4%，这一增速比对华进口额增速高16.1%。而今年前9个月，中越贸易额已达1012亿美元，同比增长21.9%，其中越南对华出口额达436亿美元，进口额达576.6亿美元，预计今年两国贸易总额将达1400亿美元。

在投资合作方面，截至今年9月末，中国对越投资项目累计2041个，投资总额达127.8亿美元，在126个投资越南的国家和地区中排名第七；中国对越投资主要集中在加工制造、不动产、餐厅服务等行业。而在旅游

方面，今年前9个月，赴越南旅游的中国游客达380万人次，同比增长43.7%，中国已成为越南旅游业最大境外游客来源地。

邓明魁表示，近年来，越南各种高质量优势产品已经有效深入中国市场，并受到中国企业和消费者的欢迎，产品类别包括电子零件、电子设备、橡胶、农产、水海产等。其中，出口额高于10亿美元的产品种类为电子产品、蔬菜、纺织品、机器零件设备、鞋类等。食品方面，越南的咖啡、水产、水果等也已在中国多地销售。两国之间的进出口产品结构进一步证明了双方具有很强的经济互补性。

越南贸易促进局局长武伯富：

#### 中国市场潜力 有待进一步开拓

在支持自由贸易的共识之下，通过中越双方的共同努力，中越贸易规模近年来快速扩大，中国已经成为越南最重要的进出口市场之一，而越南也跻身中国十大出口市场，成为中国在东盟最大的贸易伙伴。因此，本届进博会对双方而言，都是一次重要的合作机遇。

越南贸易促进局局长武伯富此前表示，赴华参加进博会是今年越南官方组织的最重要贸易促进活动。当前，农产品和消费品是越南对华出口的两类优势产品——中国99%的进口腰果、60%的进口鱼类、50%的进口咖啡、40%的进口大米均来自越南，越南还是中国棉花、龙眼、火龙果、西瓜等产品第一大进口来源国。同时，越南鞋类、纺织品、箱包、家具等也具有明显的出口优势。

“越南农产品和消费品在中国市场广受欢迎，销售潜力巨大，希望借此进博会为更多采购商和消费者所认识和熟悉。”他认为，虽然越南的农产品、消费品对华出口量增长较快，但仍有进一步开拓市场的潜力。

在武伯富看来，进博会体现了中国政府扩大进口、与周边国家分享发展成果的良好意愿。他表示，本次进博会将有助于推广越南品牌和产品，加强越南优势产品对中国市场的出口力度，同时缩小越南对华贸易逆差，进一步推动中越贸易平衡、稳定发展，为越南企业深度开拓中国市场搭建新的重要合作平台。



#### 展品亮点

查鱼、G7 能量咖啡、义安鲜奶……

## 越南味道诠释越式“慢生活”

地处湄公河流域的越南有一种名为“查鱼”的特产，这种灰脊白肚、刺少易熟的淡水鱼经常被制成冷冻鱼片销售，颇受食客欢迎。以前，大多数中国消费者对查鱼“一问三不知”，而现在这种鱼已经被端上了北京、上海、四川、广东、福建等地的餐桌，中国一跃成为越南查鱼最大进口国。

不知不觉间，越来越多具有“越南味道”的产品进入了中国消费者的生活。为了能在本届进博会上展示、介绍越南最有代表性、最优质的产品，越南参展团精心挑选了26家龙头企业前往上海，其中包括奶制品公司 Vinamilk、TH True Milk、中原咖啡及相关制糖企业等。相信这些“舌尖上的越南美食”，一定能满足观众挑剔的味蕾。



#### 越南咖啡 成中国“网红”

去过越南的游客大概都会对当地独特的建筑、街道以及庞大的摩托“军团”印象深刻，但还有一样东西也一定令人难以忘怀——氤氲着咖啡香气的越南式“慢生活”。

每个宁静悠闲的午后，越南胡志明市街头的咖啡店总是人头攒动，对所有当地人和游客来说，喝上一杯加了炼乳的冰咖啡，就是一天中最惬意满足的时光。然而一般来说，喝一杯

滴滤咖啡至少需要20分钟；咖啡粉经过滤网一滴滴渗透差不多得10分钟，倒入冰块等待融化又是10分钟。而“咖啡控”们或许记得，去年“双11”期间，一款网红咖啡——“G7 能量咖啡”在京东食品类销量榜上跻身前三，它正是出自越南速溶咖啡“三巨头”之一的中原咖啡集团。

中原咖啡成立于1996年，1998年它在胡志明市开了一家实体店，从此开启了将越南咖啡文化推向全球的旅程。迄今已卖出超过150亿杯“中原咖啡”。作为东南亚咖啡领导品牌之一，该集团生产的速溶咖啡和烘焙研磨咖啡热销世界60多个国家和地区，包括美国、加拿大、俄罗斯、英国、德国、日本、中国等。特别是在中国市场，G7 能量咖啡已成为有口皆碑的“爆款”，目前在淘宝、京东等多个大型网络电商平台和1000多家超市均有销售。

据统计，中国咖啡销量平均每年增长20%，预计到2020年中国咖啡市场规模将达到3000亿元。而近年来，越南咖啡正以其醇厚香浓的口感，获得更多中国消费者的青睐。而“一带一路”倡议的实施，也让东南亚特色优质产品在中国市场的机会持续增加。借此契机，中原咖啡将中国定位为越南以外首位权重市场。

#### 清洁鲜奶牧场 边听音乐边挤奶

越南中部义安省义安县府葵高原，原本是一个气温炎热、贫瘠荒凉的地方。自2009年以来，走在胡志明国道义安县路段上，人们放眼望去的景色足以被誉为“义安欧洲草原”。这片大约4000公顷的青青草地，就是TH True Milk集团奶牛场的草料基地。

草原上，多台联合收割机正在不断运行，一边割草，一边碎草，随后运输车就把这些草送去了奶牛场。据悉，这里的草种都从澳大利亚进口，按照欧洲工艺和质量标准种植，饲料草从栽种到收割完全是机械化操作。

距离草料基地不远处，是一片8000公顷左右、被誉为“亚洲应用高端技术的最大奶牛场”。为了让奶牛产出最佳乳汁，每逢挤奶时间，养牛场会播放悠扬动听的音乐，每头奶牛平均日产奶量达30至40公升。

值得一提的是，这里的挤奶系统还设定了牛奶质量自动检测程序，如果牛奶质量不合格，系统会提出警示并要求调整饲料成分。另外，如果奶牛患病，挤奶机也会自动拒绝挤奶。此外，挤出的原奶需要过滤杂质后才会泵入奶罐，在3°C到4°C的低温下保存，或者泵入罐车运到加工厂。一系列严谨的高科技手段确保了奶源的洁净、无污染。

事实上，TH True Milk之所以成为越南奶制品行业的领军品牌之一，是因为它打响了“清洁鲜奶革命”的第一枪。作为越南农业部门当前最大的项目，预计到2020年，其奶牛群将达20.3万头，占全国奶牛的50%。

#### 数读越南



越南位于中南半岛东部，北与中国广西、云南接壤，国土面积约33万平方公里。

2017年中越双边贸易额已达1213亿美元；2018年第一季度，越南对华出口额达90亿美元。

中国99%的进口腰果、60%的进口鱼类、50%的进口咖啡、40%的进口大米均来自越南。

今年前9个月，赴越南旅游的中国游客达380万人次，中国是越南旅游业的最大境外游客来源地。

