

致理科技大學國際貿易系

國貿實務專題

區域經貿整合對越南產業結構與
比較利益優勢之影響

指導教授：張弘遠教授

學生：阮氏紅日、武氏橋莊、阮氏
絨、武氏花蓮

中華民國一一三年九月

國貿實務專題研究授權書

本授權書所授權之國貿實務專題研究為阮氏紅日、武氏橋莊、阮氏絨、
武氏花蓮、徐嘉怡共 5 人，在致理科技大學國際貿易系 110 學年度第
_ _ 學期完成國貿實務專題。

國貿實務專題名稱：

同意 不同意

本組同學共 5 人，皆同意著作財產權之論文全文資料，授予教育部指定送繳之圖書館及本人畢業學校圖書館，為學術研究之目的以各種方法重製，或為上述目的再授權他人以各種方法重製，不限地域與時間，惟每人以一份為限。

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述 同意與不同意之欄位若未勾選，該組同學皆同意視同授權。

指導教授姓名: (親筆正楷) 張弘遠

專題學生簽名: (親筆正楷) 學號: (務必填寫)

11001190

11001191

11001192

11001193

誌謝

我們衷感謝我們的指導教授張弘遠老師。張老師在整個研究過程中給予了無私的指導和鼓勵。他淵博的學識、嚴謹的治學態度以及對學生的悉心栽培,不僅為這篇論文奠定了堅實的基礎,更為我們今後的學術道路指明了方向。張老師的諄諄教誨將永遠銘記於心。

我們的專題夥伴們表達誠摯的謝意:阮氏紅日、武氏橋莊、阮氏絨、武氏花蓮。在這漫長而艱辛的研究旅程中,我們相互支持、共同奮鬥。每一次的討論交流都激發出新的思路,每一次的困難都因彼此的鼓勵而得以克服。這篇論文凝聚了我們團隊的智慧和汗水,沒有大家的努力,就不可能有今天的成果。

特別要感謝阮氏紅日在資料收集過程中付出的辛勤努力及數據分析方面的專業建議,武氏橋莊在文獻綜述上的細心整理,阮氏絨在實驗設計中的創新思維,以及武氏花蓮在論文撰寫和修改過程中的寶貴意見。

感謝所有在研究過程中給予幫助和支持的師長、同學和朋友們。你們的鼓勵和支持是我們前進的動力。

這篇論文的完成標誌著我們學術生涯的一個重要里程碑。在此，
我們再次向所有幫助過我們的人表示最誠摯的感謝。未來，我們將繼
續秉持嚴謹的學術精神，為學術研究事業貢獻自己的力量。

摘要

隨著全球經濟的不斷發展，區域經濟整合成為改善國家和地區經濟。本研究旨在通過文獻回顧和實證分析的方法，探討自由貿易協定對越南的影響以及越南產業結構調整和比較利益優勢的變化。首先，透過文獻回顧，我們將總結哪些國家與越南簽訂了自由貿易協定。然後，我們將分析這些協定對越南的影響，特別是對進出口貿易總額前五名國家的影響。接著，我們將探討越南主要進出口商品和發展的重要策略。對於越南這樣的新興經濟體，參與區域經濟整合所帶來的機遇和挑戰不可忽視。本研究旨在通過分析最新的資料和研究成果，數字和圖表，評估區域經濟整合對越南產業結構和比較利益優勢的影響進行了深入解釋。研究結果後表明，區域經濟整合使得越南產業結構發生了改變，但也存在產業間的不平衡和發展傾斜。同時，越南在區域經濟整合中扮演著重要的角色，並能夠有效地利用這一機遇。然而，越南仍需採取相應的政策和措施來進一步提升其產業結構調整和比較利益優勢。

關鍵詞：區域經貿整合，FTA，越南產業結構變化，越南鞋業

目錄

目錄	8
表目錄	11
方程式	11
第壹章：緒論	12
第一節：研究背景	12
第二節：研究動機	14
第三節：研究目的與問題	14
第四節：產業介紹	17
第貳章：文獻分析	20
第一節：越南加入貿易組織概況	20
第二節：分析促進越南生產要素的自由貿易協定	30
第三節：區域經貿提升越南生產要素優勢	33

第參章：區域經貿帶動外商在越南直接投資與 FTAs 影響越南產業結構調整	46
第一節：對外投資理論	46
第二節：國外企業直接投資(FDI)在越南整體經濟中的比重及其增長趨勢	54
第三節：越南鞋業發展趨勢	62
第四節：越南鞋業結構調整	69
第肆章：實證研究分析	78
第一節：研究流程	78
第二節：五大貿易夥伴與越南鞋業的影響	80
第三節：越南出口市場結構	87
第四節：顯示性比較利益指數分析 (REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGE · RCA 指數)	92
第五節：貿易競爭指數 (TRADE SPECIALIZATION COEFFICIENT, TSC 指數).....	101
第六節：市場佔有率指數 (MARKET SHARE · MS 指數)	108
第伍章：結論與建議	113
第一節 研究發現.....	114

第二節 越南鞋業快速發展的啟示.....	115
第三節 主要貿易夥伴對越南工業化的影響.....	116
第四節 對越南未來經濟發展的建議.....	117
第五節 對其他發展中國家的借鑒意義.....	118
附錄： 參考文獻.....	120

表目錄

表 2-1、越南 FTAs 現況.....	21
表 2-2、越南與五大貿易夥伴簽訂貿易協定時間.....	26
表 4-1、RCA 的評判標準及對應結果	93
表 4-2、越南皮革和鞋類在世界市場上的比較優勢指數	94
表 4-3、TSC 的評判標準及對應結果	103
表 4-4、越南鞋業佔有率指數 2022-2023	110

方程式

(1) RCA 計算方式.....	92
(2) TSC 計算方式.....	101
(3) MS 計算方式	109

第壹章：緒論

第一節：研究背景

越南的經濟轉型是這項研究的核心動因之一。自 20 世紀 80 年代以來，越南一直在進行經濟改革，以從中央計劃經濟轉向市場經濟體系。這個轉型過程中，越南逐漸開放其經濟，吸引外國投資，加強出口導向型產業，並逐步融入全球經濟體系。區域經貿整合成為實現這一轉型目標的不可或缺的一環，例如越南加入東協 (ASEAN) 以及簽署 CPTPP 等自由貿易協定。

區域經濟整合帶來的多重影響需要深入研究。越南參與的自由貿易協定不僅包括了區域內的夥伴，還擴展至跨太平洋的經濟體系。這種協定將深刻影響越南的產業結構和國內經濟體系。區域經濟整合可能改變越南各個產業的競爭地位，促使一些產業更具國際競爭力，同時對其他產業帶來新的挑戰。此外，投資、技術轉移和勞動力流動等方面的因素也將對越南經濟體系產生複雜的影響。

區域經濟整合對越南比較利益的重新定位是這項研究的一大焦點。越南在全球經濟中的角色正在逐漸發生變化，其在國際分工中的

定位也受到影響。這涉及到比較優勢的重新評估，即越南在特定產業和領域中相對於其他國家的優勢。透過比較利益的研究，我們可以了解越南在區域和全球價值鏈中的地位，進而預測其未來可能的發展趨勢。

研究還將關注越南在區域經濟合作機制中的角色。作為東協成員國和自由貿易協定的締約國，越南在區域經濟整合中扮演了積極參與者的角色。這種參與將有助於越南獲得更多的經濟機會，但也可能面臨來自競爭對手的挑戰。因此，透過深入研究越南在區域經濟合作中的參與和地位，我們可以更全面地了解其在區域經濟體系中的角色和貢獻。

這個研究的背景強調了越南在經濟轉型中的積極參與以及區域經濟整合對其產業結構和比較利益的多層次影響。通過深入探討越南的經濟發展歷程，這項研究將提供有價值的見解，不僅有助於越南制定更具前瞻性的經濟政策，也為其他新興經濟體提供了可借鏡的經驗。

第二節：研究動機

在當今全球化和區域經濟整合的背景下，越南作為一個快速發展的經濟體，其在全球經濟中的定位和產業結構的演變成為值得深入研究的重要課題。隨著全球經濟與地緣政治的快速變化，特別是在區域經濟體之間的緊密聯繫，越南如何調整其產業結構，以便更好地融入世界經濟，並維持或創造新的比較利益優勢，是一個值得探討問題。

這項研究不僅有助於理解越南經濟發展的模式及其未來方向，分析近年來產業增長的速度，面臨哪些挑戰，並且對於越南政府制定有效的經貿政策，尤其是促進產業升級和增強國際競爭力，提供了重要的參考。東協國家在經歷了新冠疫情(Covid-19)、美中貿易戰以及全球供應鏈的重大轉變之後，已經發生了顯著的經濟重組，尤其是越南的表現令人矚目。

第三節：研究目的與問題

本研究的目的是分析和評估區域經濟整合對越南產業結構和比較利益優勢的影響。具體目標包括：

1. 考察越南簽訂的自由貿易協定，以獲得越南參與國際貿易的情況。

2. 分析越南主要出口產業（鞋業）的變化，了解越南在國際市場上的競爭優勢和發展趨勢。
3. 分析國外企業或資本對越南製鞋產業投入情況，評估 FTAs 帶動了外貿成長。
4. 分析區域貿易整合對越南鞋業生產規模和供應鏈的影響，了解越南的分工生產增加
5. 研究越南貿易比較優勢的變化程度，評估越南在全球貿易中的地位和競爭力。

透過據研究背景、動機和目的本研究欲研究的問題如下：

1. 產業結構調整：

區域整合對越南現有產業結構有何影響？

哪些產業在整合中可能受益，而哪些可能面臨挑戰？

2. 競爭力分析：

越南在整合中的企業和產業競爭力如何變化？

是否有產業因全球競爭而增強或減弱？

3. 價值鏈參與：

區域整合是否促使越南更深入參與全球價值鏈？

哪些環節或領域可能成為越南的競爭優勢？

4. 技術升級與創新：

整合是否推動越南進行技術升級和創新？

是否有新興技術領域在整合中崛起？

5. 比較利益探討：

越南是否因整合而獲得了新的比較利益？

這些比較利益是否能夠長期持續，或僅為短期效應？

6. 外資吸引與投資：

整合是否提高了越南對外國投資的吸引力？

外資是否主要投入於特定產業或領域？

7. 社會經濟影響：

整合對越南的就業和勞動市場有何影響？

是否有社會經濟不均衡的風險？

8. 政府政策與應對：

政府是否實施相應的政策來應對產業結構調整？

是否有促進競爭力的政策措施？

第四節：產業介紹

近年來，世界的鞋業持續向發展中的國家轉移生產，特別是投資條件有利、政治穩定的國家。當越南加入了許多重要的自由貿易協定（FTA），如 CPTPP、EVFTA、RCEP 等，獲得了關稅優惠促進出口到全球市場，以及政府提出鼓勵出口和生產的政策，越南成為皮鞋製造商的投資目的地。越南的皮革和鞋業發展非常迅速，是推動越南經濟發展的主要產業之一。鞋類是越南現出口三大行業之一，僅次於原油和紡織品，佔總出口額的 10% 以上。

根據越南的官方數據，截至 2012 年底，越南全國在所有地區註冊的皮革和鞋類企業共有 1,329 家。到了 2015 年，這一數字在越南所有企業中占比達到了 0.38%，並在所有製造業企業中占比 2.4%。至 2017 年，該數字增至 2,181 家，相較於 2012 年增長了 43.6%，其中

包括 40 家皮革企業、897 家生產包袋的企業、971 家鞋類生產企業和 237 家生產原材料和輔料的企業。

這些企業主要分布在越南南部和北部。南部，特別是在胡志明市、平陽省 (Bình Dương)、東莞省 (Đồng Nai)、巴地頭頓省 (Bà Rịa-Vũng Tàu)、西寧省 (Tây Ninh)、隆安省 (Long An)、檳江省 (Tiền Giang)、芹苳市 (Cần Thơ) 等地，這些地區的企業占了大企業的 80% 以上，出口額佔了行業 80% 以上。這些地區也是吸引外國直接投資 (FDI) 和擁有最大產量的鞋類和手袋生產企業的主要地點。如北部地區，如清化省 (Thanh Hóa)、海防市 (Hải Phòng)、海陽省 (Hải Dương)、河內市 (Hà Nội)、寧平省 (Ninh Bình)、泰平省 (Thái Bình) 等，則占了近 20% 的企業數量和近 10% 的出口額。其中，清化省和海防市是北部地區最大的鞋類生產基地。

越南製鞋產業的快速發展得益於外資企業的引進、勞動力成本優勢和越南與多國簽訂的自由貿易協定。面對未來，越南製鞋產業正朝著產業規模擴大、生產能力提升、技術水平提高和品牌化發展的方向邁進，以應對全球市場競爭加劇和勞動力成本上升的挑戰，逐步向價值

鏈的高端攀升，提升產品質量和品牌附加值，確保越南製鞋產業在全
球市場中的競爭力和可持續發展。

第貳章：文獻分析

第一節：越南加入貿易組織概況

1995 年越南正式加入東協，成為東協的第七個成員國並越南於 2007 年加入世界貿易組織 (WTO)，標誌著其成為國際社會堅定而強大的貿易夥伴。此後，該國簽署了許多自由貿易協定和雙重避稅協定。

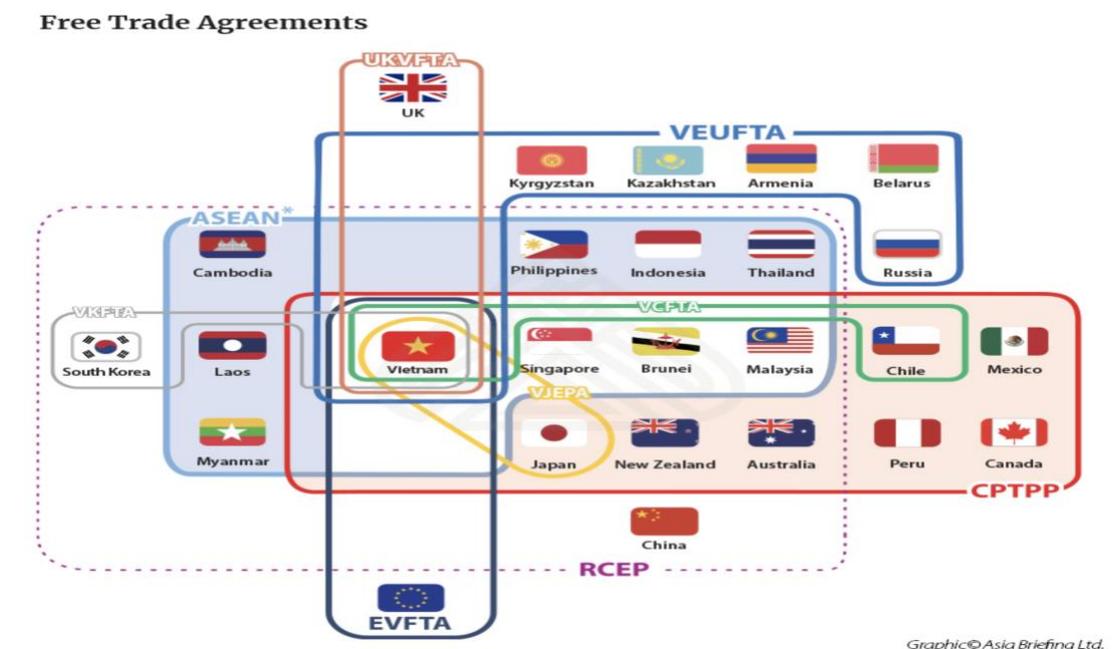


圖 2-1、自由貿易協定 (FTA)

越南已經與多個國家和地區簽署了自由貿易協定，這些國家包含如下圖一所示：

表 2-1、越南 FTAs 現況

No	FTA	Status	Parties
FTAs in effect			
1	<u>AFTA</u>	Effective since 1993	ASEAN
2	<u>ACFTA</u>	Effective since 2003	ASEAN, China
3	<u>AKFTA</u>	Effective since 2007	ASEAN, South Korea
4	<u>AJCEP</u>	Effective since 2008	ASEAN, Japan
5	<u>VJEPA</u>	Effective since 2009	Vietnam, Japan
6	<u>AIFTA</u>	Effective since 2010	ASEAN, India
7	<u>AANZFTA</u>	Effective since 2010	ASEAN, Australia , New Zealand
8	<u>VCFTA</u>	Effective since 2014	Vietnam, Chile
9	<u>VKFTA</u>	Effective since 2015	Vietnam, South Korea
10	<u>VN – EAEU FTA</u>	Effective since 2016	Vietnam, Russia, Belarus, Armenia,

			Kazakhstan, Kyrgyzstan
11	<u>CPTPP</u> (previously known as TPP)	Effective since 30/12/2018, came into effect in Vietnam since 14/01/2019	Vietnam, Canada, Mexico, Peru, Chile, New Zealand, Australia, Japan, Singapore, Brunei, Malaysia, The UK (signed the Accession Protocol on July 16, 2023)
12	<u>AHKFTA</u>	Effective in Hong Kong (China), Laos, Myanmar, Thailand, Singapore and Vietnam since 11/06/2019	ASEAN, Hongkong (China)

13	<u>EVFTA</u>	Effective since August 01, 2020	Vietnam, EU (27 members)
14	<u>UKVFTA</u>	Effective since May 01, 2021	Vietnam, The UK
15	<u>RCEP</u>	Effective since January 01, 2022	ASEAN, China, Korea, Japan, Australia, New Zealand
16	<u>VIFTA</u>	Negotiations commenced in December 2015, completed in April 2023. Officially signed on 25/07/2023	Vietnam, Israel
FTAs under negotiation			

17	<u>Vietnam - EFTA FTA</u>	Negotiations commenced in May 2012	Vietnam, EFTA (Switzerland, Norway, Iceland, Liechtenstein)
18	<u>ASEAN - Canada FTA</u>	Negotiations commenced in November 2021	ASEAN, Canada
19	<u>Vietnam - UAE FTA</u>	In the process of initiating negotiations	Vietnam, United Arab Emirates (UAE)

其中根據 World Integrated Trade Solution 在 2021 年和越南貿易前五名的國家(圖二)·分別為美國 United States, 中國 China, 韓國 Korea, 日本 Japan, 香港 Hong Kong, China。

Vietnam top 5 Export and Import partners		
Market	Trade (US\$ Mil)	Partner share(%)
① United States	96,328	28.69
① China	55,923	16.65
① Korea, Rep.	21,934	6.53
① Japan	20,118	5.99
① Hong Kong, China	11,985	3.57

Vietnam Exports and Imports of Product Groups					
Product Categories	Exports		Imports		
	Export(US\$ Mil)	Product share(%)	Import(US\$ Mil)	Prod share(%)	Weighted Average (%)
① Raw materials	20,550	6.12	39,038	11.80	3.48
① Intermediate goods	49,912	14.86	93,455	28.26	0.99
① Consumer goods	112,802	33.59	46,212	13.97	2.35
① Capital goods	147,613	43.96	147,564	44.61	0.35

圖 2-2、越南貿易前五大貿易國家

越南分別於以下時間與五大貿易夥伴簽訂 FTA

表 2-2、越南與五大貿易夥伴簽訂貿易協定時間

<p>美國：越南與美國簽訂的雙邊貿易協定(BTA)於 2000 年 7 月 14 日簽署，於 2001 年 12 月 10 日生效。</p>
<p>中國：越南作為東協成員國，參與了東協-中國自由貿易區 (ACFTA)，該協定於 2002 年 11 月 4 日簽署，於 2003 年 7 月 1 日生效。</p>
<p>韓國：越南-韓國自由貿易協定 (VKFTA) 於 2015 年 5 月 5 日簽署，於 2015 年 12 月 20 日生效。</p>

日本：越南-日本經濟夥伴協定 (VJEPA) 於 2008 年 12 月 25 日簽署，於 2009 年 10 月 1 日生效。

香港：越南是東協成員國之一，東協與香港的自由貿易協定 (AHKFTA) 於 2017 年 11 月 12 日簽署，於 2019 年 6 月 11 日在香港和包括越南在內的五個東協成員國生效。

1.1. 機會

越南是全球第二大鞋類出口國，僅次於中國。近年來，越南鞋業發展迅速，主要得益於勞動力成本低、生產效率高、地理位置優越等因素。2020年8月，越南與歐盟簽署了《越南-歐盟自由貿易協定》(EVFTA)，該協定於2021年8月正式生效。EVFTA為越南鞋業帶來了重大機會，具體如下：

- **降低關稅壁壘，增加出口份額**

EVFTA 取消了越南對歐盟出口鞋類的大部分關稅，其中 85.6%的關稅細目將在協定生效後的 7 年內取消。這將顯著降低越南鞋類對歐盟出口的成本，促進越南鞋類出口份額的增加。據越南海關總局統計，2021

年越南鞋類出口額達 102.4 億美元，同比增長 13.5%。其中，對歐盟出口額達 23.2 億美元，同比增長 19.2%，占越南鞋類出口總額的 22.6%。

- **提升產業競爭力，吸引外資**

EVFTA 為越南鞋業提供了一個更加公平的競爭環境，有利於提升越南鞋業的國際競爭力。此外，EVFTA 還將吸引更多外資投資越南鞋業，為越南鞋業發展提供新的動力。據越南鞋業協會統計，2022 年越南鞋業新投資項目達 100 多個，總投資額超過 10 億美元。其中，外資投資項目占比超過 70%。

- **推動產業升級，打造品牌**

EVFTA 為越南鞋業提供了更廣闊的市場空間，有利於越南鞋業向高附加值、高技術方向發展。此外，EVFTA 還將促進越南鞋業品牌的打造，提升越南鞋業在全球市場的影響力。

目前，越南鞋業正積極向高端市場轉型，加強品牌建設。越南鞋業協會表示，到 2025 年，越南鞋業將形成 10 個以上具有國際知名度的品牌。

總體而言，EVFTA 對越南鞋業具有重大的利好影響。EVFTA 的簽署和生效，將為越南鞋業發展提供更加廣闊的空間，促進越南鞋業在全球市場的競爭力和影響力不斷提升。根據越南皮革、鞋類和手袋協會 (LEFASO) 的估計，EVFTA 協定將使越南製鞋出口額在 2025 年之前增加 100 億美元。

1.2. 挑戰

儘管 FTAs 為越南鞋業帶來了許多機遇，但也存在一些挑戰。主要挑戰包括：

- **來自其他競爭對手的競爭加劇**

EVFTA 的簽署，將使越南鞋業面臨來自其他國家鞋業企業的更大競爭。尤其是中國、印度尼西亞、印度等具有鞋業生產優勢的國家，將對越南鞋業造成嚴峻挑戰。這些國家的鞋業企業具有規模、經驗、技術等方面的優勢。因此，他們能夠生產出價格更具競爭力、質量更高的產品。

- **生產成本上升**

近年來，原材料成本、運輸成本等上升，對越南鞋業生產成本造成了一定影響。這將導致越南鞋業的生產成本上升，降低其競爭力。

- **需要提高產品質**

若製鞋產業因出口增加而擴張，可能帶來對勞動力的額外需求，尤其是生產工人和相關技術人才。因應協定對品質和標準的要求，製鞋業者可能需要提高員工的技術水平和工藝技能，這可能導致對高技能勞動力的需求增加。

越南鞋業需要專注於提高產品質量和服務，滿足消費者日益增長的需求。越南鞋業企業需要專注於開發高品質產品，款式多樣，滿足不同市場的需求。此外，企業需要提高售後服務質量，滿足客戶需求。

第二節：分析促進越南生產要素的自由貿易協定

自由貿易協定 (FTA) 是兩個或多個國家為了彼此之間的貿易條款達成協議而簽訂的協議。此類協議決定各國對進出口徵收的關稅和關稅的價值。簽訂自由貿易協定 (FTA) 的主要目的是減少或消除跨國貿易和投資的障礙，從而促進各國之間的經濟合作。這些協定通常包括降低關稅、貿易便利化措施、知識產權保護和投資規則等內容。自由

貿易協定可以增加市場准入，促進產品和服務的多樣化，並通過更有效的資源分配和生產力提升來促進經濟增長。

跨太平洋夥伴全面進步協定 (CPTPP) 是一個綜合性的自由貿易協定，包括一個典型的自由貿易協定的主要內容：貨物貿易、原產地規則、貿易救濟措施、衛生和植物衛生措施、技術性貿易壁壘、服務貿易、智慧財產權、政府採購和競爭政策等。CPTPP 使越南能夠進入日本和加拿大等主要市場，而不必面臨高關稅，增加出口比率。此外為了滿足 CPTPP 的高標準，越南企業必須提高產品和服務的品質，從而提高的競爭力。CPTPP 還促進發展國家向越南轉讓技術和工藝，提高生產效率和產品品質。

歐盟與越南自由貿易協定 (EVFTA) 是一個旨在促進歐盟和越南之間的貿易和投資的雙邊協定。EVFTA 是越南最重要的自由貿易協定之一，該協定於 2020 年 8 月生效。EVFTA 有助於減免越南出口到歐盟許多產品的關稅，尤其是紡織品、鞋類、海鮮和農產品。此外越南有機會獲得來自歐盟國家的先進技術、知識和管理方法，有助於提高生產和管理效率。EVFTA 也要求越南遵守高標準的勞工和環境保護，因此促進工作條件的改善和可持續發展。

以東協為核心的區域全面經濟夥伴協定 (RCEP) 是世界上最大的自由貿易協定，由越南、中國、日本、韓國和東盟國家等 15 個亞太國家組成。RCEP 擴大了越南在亞太地區的出口市場，尤其是中國、日本和韓國等主要市場。由於成員國的穩定性和承諾，該協定吸引了外國直接投資 (FDI) 進入越南，尤其是在製造和加工部門。特別是 RCEP 改善區域供應鏈，促進越南參與全球價值鏈，提高生產效率和競爭力。

總之，自由貿易協定 (FTA) 對越南的製造業要素產生了重大的整體影響。這些協定促進了外資 (FDI) 流入，尤其是在工業製造領域，帶來了先進技術和管理知識的轉移，提升了越南的生產效率。此外，FTA 減免進口關稅，降低了原材料和設備的生產成本，幫助企業在國際市場上更具競爭力。隨著投資增加，越南的基礎設施建設也得到了改善，尤其是運輸和物流設施，進一步提升了製造業的供應鏈效率。同時，這些協定強調勞動標準、環境保護和可持續發展，促使越南製造業加強技術創新與合規性，從而達到國際標準。企業也被迫進行管理現代化，優化資源配置以提高生產力和競爭力。總體而言，FTA 不僅促

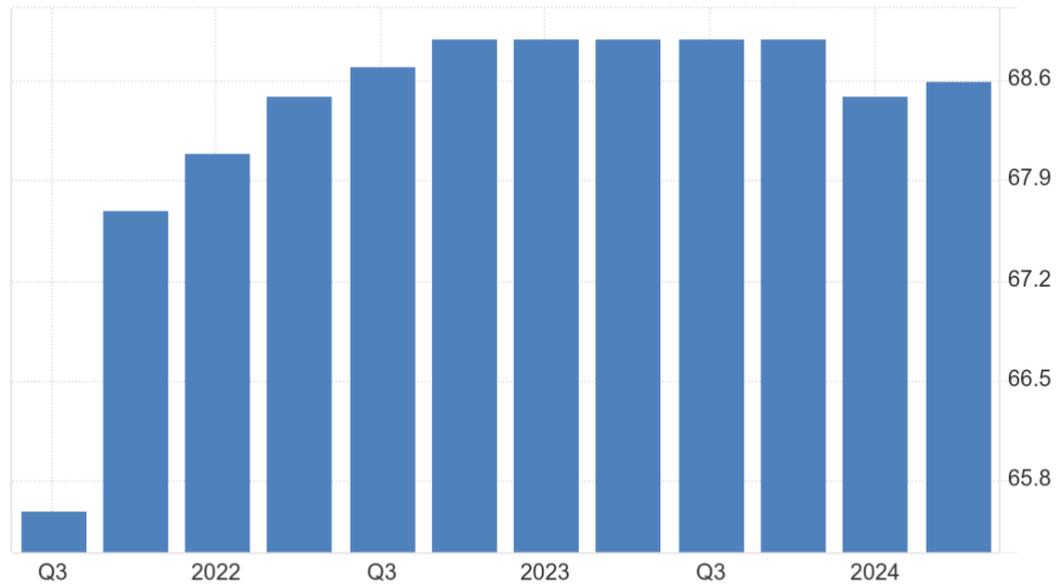
進了越南製造業的轉型升級，還幫助越南更深入地融入全球價值鏈，實現長期可持續的經濟發展。

第三節：區域經貿提升越南生產要素優勢

3.1. 分析越南勞動力的數量、品質、成本等特點

越南是一個擁有人口年輕、勞動力豐富的國家。根據越南統計總局的數據，2023 年越南人口估計為 9800 萬人，其中包括超過 5500 萬勞動年齡人口（15 歲及以上）越南的勞動力率達到約 68.9%。而 2024 年前 6 個月，15 歲以上勞動力達到近 5,250 萬人，比 2023 年同期增加 19.66 萬人。值得注意的是，2024 年第二季的勞動參與率為 68.6%，就業工人達 5,140 萬人以上，較上季增加 12.66 萬人；與 2023 年同期相比增加 21.74 萬人，相當於成長 0.42%。越南與該地區其他國家相比，這是一個相當高的數量。

VN Labor Force Participation Rate - percent



Source: tradingeconomics.com | General Statistics Office of Vietnam

圖 2-3、越南勞動參與率 2022-2024 年

根據聯合國（UNDESA）的數據，在發展經濟體市場勞動力正顯示出穩定的跡象。2023 年前三個季度，發展經濟體市場勞動力繼續恢復到疫情前的狀態。這些經濟體在疫情後的就業復甦速度遠快於 2008-2009 年全球金融危機後工作力市場的長期復甦。自 2021 年初以來，除英國以外，許多發展經濟體的失業率持續下降，而就業率處於高位。然而，許多發展經濟體仍然面臨某些職業的工作力短缺，而且各國的就業率和失業率差異很大。

越南勞動市場近年來因其低廉的勞動成本、龐大的人口紅利以及政府積極推動經濟改革等優勢，吸引了大量外資。然而，同時也面臨

著勞動力品質不均、基礎設施不足等挑戰。以下將從多個角度深入分析越南勞動市場的優缺點，並提供相關數據支持。

3.1.1: 優勢

越南國家統計總局 (GSO) 的數據顯示，越南於 2023 年 4 月正式跨入人口破億的國家，成為全球第 15 個人口破一億之國。根據越南統計總局的數據，勞動人口約佔總人口的 57%。這意味著越南擁有龐大的勞動市場，為經濟發展注入強勁動力。根據商業情資產業協會的 2022 年報告，越南於該年上調了法定退休年齡男性的退休年齡上修至 60 歲又 6 個月而女性的年齡則為 55 歲又 8 個月，使得勞動人口進一步增加。這項政策的推行，使得越南正處於所謂的「黃金人口結構」時期，亦即大多數人口集中在經濟活躍的年齡層。2023 年，越南 15-64 歲的勞動力年齡人口佔近 70%，其中 10-24 歲的年輕人佔 21.1%，30-49 歲的壯年勞動力佔 31%。年輕代表著希望與未來，也成為越南人口紅利最穩定的根基。高勞動參與率，背後是年輕的人口結構。越南的平均年齡，只有 32.7 歲，整體人口年齡結構非常健康。

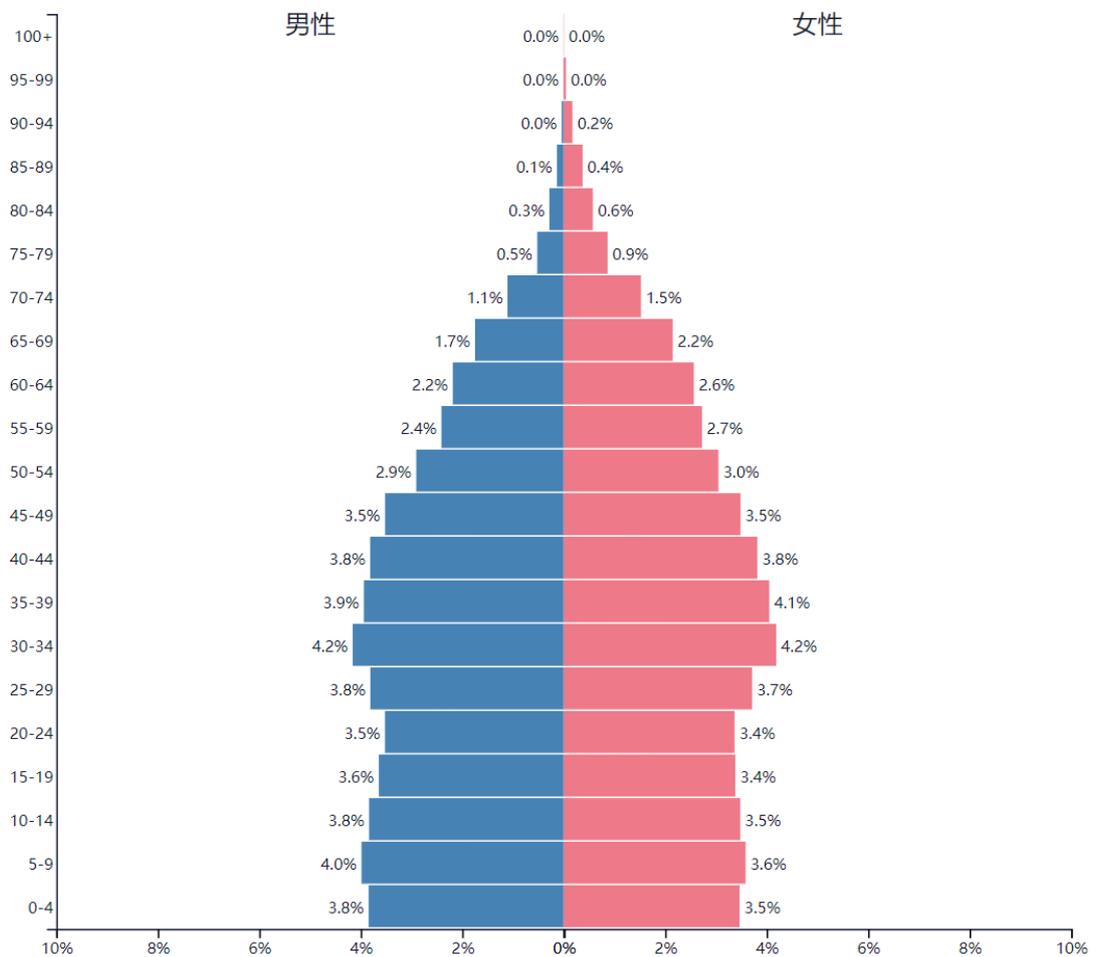


圖 2-4、2023 年越南人口年齡結構塔

越南人口規模之所以能產生紅利在於其整體的成本較低。越南的勞動成本遠低於區域競爭對手，2023 年平均月薪僅約 710 萬越南盾（2058 元人民幣），僅為中國的大約三分之一。這使其在紡織、鞋類和電子製造等勞動密集型產業擁有顯著的成本優勢。同時，生產效率

也在過去十年間穩步提升(年均增長約 5-6%)進一步鞏固了越南在全球供應鏈中的地位。

為了因應產業轉型升級的需求，越南政府積極推動技術職業教育，並設定了目標在 2025 年前，讓 70% 的勞動力具備中等以上技術水準。同時，政府更祭出多項投資獎勵措施，吸引外資企業進駐，加速高科技產業的發展。此舉不僅能提升勞動力的技能水準，更能促進產業結構優化，為越南經濟注入新的成長動能。

此外，越南位於東南亞的中心位置，毗鄰中國、泰國等重要市場。越南擁有完善的交通基礎設施，包括海港、機場、公路和鐵路網絡。這些基礎設施不僅連接國內各省市，更與周邊國家形成綿密的物流網絡。企業可藉由越南便捷的物流系統，將產品快速輸往東南亞各國，大幅縮短供應鏈時間。作為東南亞新興市場的一員，越南擁有龐大的消費市場，且消費力正逐漸提升加上越南與周邊國家的緊密經貿關係，企業可透過在越南設立生產基地或銷售中心，深入挖掘東南亞市場的潛力，實現業務的快速成長。

3.1.2. 劣勢

然而，這項人口紅利並非永久的。越南人口漸漸顯現出自己的問題「少子化」2023 年，越南的總和生育率為 1.95，也已經低於公認的正常人口更替水準的 2.1。

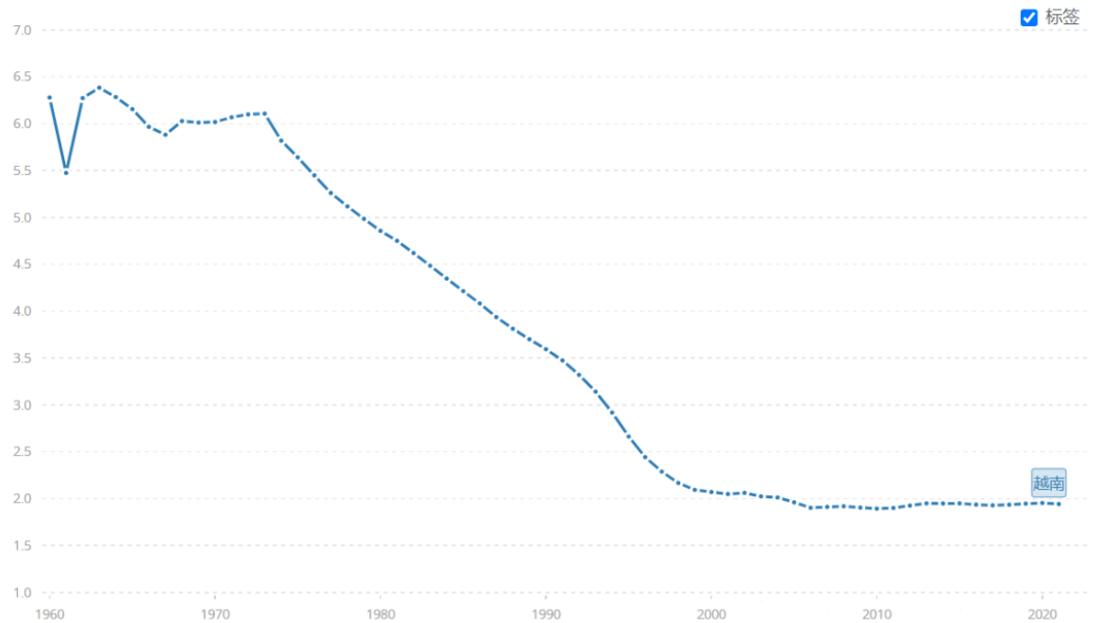


圖 2-5、越南總和生育率

越南正經歷著深刻的人口轉型。生育率的持續下降和人口的老齡化，為這個發展中國家帶來了巨大的挑戰。1960 年代，越南的生育率曾高達 6 左右，但隨著經濟發展和教育水平提升，人們的生育觀念發生了顯著變化。以胡志明市為例，其生育率僅為 1.27，遠低於替代水平。生活壓力、婚姻觀念的改變等因素，共同導致了生育率的持續下降。更令人擔憂的是，越南的人口老化速度在全球名列前茅。2023 年，越南已進入高齡化社會，60 歲以上人口占比達 14.3%。聯合國預測，到 2036 年，越南將進入中度老齡化社會。人口老化將帶來沉重的社會負擔，包括醫療支出增加、勞動力短缺等。

除了人口老化，高素質人才的短缺也是越南發展的一大阻礙。儘管總人口眾多，但高達 73.8%的勞動力缺乏專業技術資格。這與越南積極轉型為高新製造業的目標形成鮮明對比。外資企業在越南招募高素質人才時，往往面臨人才匱乏的困境。越南曾被視為「世界工廠」的接班人，但人口紅利並不能自動轉化為人才紅利。高素質人才的短缺限制了越南產業升級的步伐，也影響了其在全球價值鏈中的地位。僅憑藉低廉的勞動力成本，越南很難長期維持其競爭優勢。未來，越南能否成功替代中國成為新的世界工廠就需要更加注重人才培養、技術創新和產業升級，才能在全球競爭中立於不敗之地。

根據越南統計局資料青年失業率仍然很高（2023 年為 7.63%）。2023 年第四季度 15-24 歲青年失業率為 7.62%，比上季度下降 0.24 個百分點，比去年同期下降 0.08 個百分點。城鎮青年失業率為 10.20%，比農村高 3.91 個百分點。與上一季度相比，城市和農村地區的失業率均有所下降，分別下降了 0.15 和 0.31 個百分點。2023 年失業青年（15-24 歲）人數約為 43.73 萬人，占失業總人數的 41.3%。2023 年青年失業率為 7.63%，比上年下降 0.15 個百分點。城鎮青年失業率為 9.91%，比上年提高 0.09 個百分點。

2023 年第四季，全國有近 150 萬 15-24 歲年輕人失業且未參加學習和培訓（占年輕人總數的 11.5%），比上一季度減少 7.29 萬

人，比去年同期減少 1.98 萬人。農村地區失業且不參加學習和培訓的年輕人比例高於城市地區，分別為 12.8% 對 9.5%，年輕女性比例高於年輕男性（13.3% 對 9.8%）。與上一季度相比，城市和農村以及男性和女性的這一比率均有所下降（分別下降 0.3、0.7、0.6 和 0.6 個百分點）。



圖 2-6、2020-2022 季度 15 歲以上勞動力人數

越南勞動市場潛力未充分發揮的問題不容小覷。2023 年，有超過 230 萬人，約佔總勞動力的 4.3%，未能找到適合的工作或發揮其技能。這意味著大量的人力資源被閒置，不僅對個人造成經濟損失，也阻礙了國家經濟的發展。疫情的衝擊更是將這一問題放大，2021 年第三季度，這一比例曾高達 10.4%，顯示勞動市場的脆弱性。這表明，儘管越南經濟逐漸復甦，但勞動市場的調整仍需要時間。



圖 2-7、越南失業人口和失業率 2020-2022 年

儘管越南勞動力數量龐大，但其整體品質仍需提升以滿足現代勞動市場的需求。根據世界銀行的評估，越南亟需加強勞動者的技能培訓，以應對技術日益進步帶來的挑戰。越南的職業教育與培訓體系正在不斷改善，但仍存在諸多不足。然而，隨著更多高品質的大學、學院及職業培訓中心的建立，勞動力的專業技能資格逐漸得到提升，這對提高勞動力質量至關重要。

越南在全球市場中的主要競爭優勢之一是勞動力成本低廉。根據國際勞工組織 (ILO) 的報告，越南工人的平均工資是東盟地區最低之一，這對吸引外資企業至越南投資及設廠具有強大的吸引力。然而，低

成本的勞動力結構也對工作條件的改善和工人權益保障提出了挑戰，這需要政府和企業共同應對。

除了數量、質量與成本之外，越南勞動力還具備其他顯著特點，如勤勉、敬業和高度適應能力。越南勞工通常具備快速學習能力，且願意在多種行業中工作。然而，他們也面臨一些局限性，如軟技能、外語能力及團隊協作能力的不足，這在某些行業和崗位中構成挑戰。因此，為了全面提升越南勞動力的競爭力，未來需要進一步加強對技能和綜合能力的培養。

3.2. 探討政府政策對於吸引外資促進製鞋產業發展

越南政府高度重視製鞋產業的發展，在 2023 年推出了一系列政策來支持和推動製鞋產業的發展。這些政策涵蓋了稅收優惠、投資便利化、人力資源開發、基礎設施建設、科技創新、品牌建設、國際合作等多個方面，旨在降低企業生產成本、提高企業投資積極性、提升企業勞動力素質、改善企業生產經營環境、提升企業產品競爭力，從而推動越南製鞋產業的進一步發展。

3.2.1. 稅收優惠政策

越南政府針對製鞋產業實施了一系列稅收優惠政策，以吸引外資並促進行業發展。這些政策具體包括：

- ⑩ 企業所得稅優惠：外商投資企業在越南設立製鞋生產設施時，可享受企業所得稅減免政策。根據規定，這些企業在前四年可完全免繳企業所得稅，隨後九年則按減半徵收的方式繳納，顯著降低企業的稅負成本。
- ⑩ 進口關稅減免：對於進口用於製鞋生產的原材料、零部件和輔料，越南政府提供進口關稅減免政策，以進一步減少生產成本，提升企業競爭力。
- ⑩ 出口退稅政策：製鞋產品出口時，企業可享受減免稅或退稅政策，從而提升出口利潤，促進越南鞋類產品在國際市場的競爭力。

這些稅收優惠措施有效降低了製鞋企業的生產成本，提升了其盈利能力，並激勵企業進一步擴大在越南的投資規模和生產能力。此外，越南政府也不斷完善稅收政策，推動行業向高附加值及可持續發展方向轉型，以迎合全球市場需求和產業鏈升級的趨勢。例如，近期政府還針對環保型原材料和技術創新型企業推出了新的優惠政策，進一步促進行業升級。

3.2.2. 投資便利化政策

越南政府通過簡化行政程序來提高外資的投資便利性。具體措施包括「一站式」服務，這為外商提供了更簡單快捷的流程處理，從企業註冊到投資批准，一站式完成所有手續，顯著減少了繁瑣的行政程序，提升投資效率。此外，越南還放寬了外資企業的所有權限制，允許外商設立 100%

控股企業，為外商提供更大靈活性和自主權，這對吸引外資來說具有強烈的吸引力。這些投資便利化政策可以降低企業的投資成本、縮短企業的投資周期，從而激勵企業加快投資步伐。

3.2.3. 人力資源開發政策

越南政府深知提升勞動力素質對經濟發展的重要性，因此積極推動職業培訓計劃，著重培養符合製造業和技術行業需求的高技能人才。透過職業培訓，越南勞工不僅能提升專業技能，這不僅有助於滿足國內產業發展的需求更吸引了大量外資企業來越南投資設廠,適應產業轉型升級。結合低廉的勞動成本，越南正逐漸成為全球製造業的新興基地，特別是製鞋業和電子行業的外商直接投資顯著增加。這些人力資源開發政策可以提高企業的生產效率、提升企業的產品品質，從而提高企業的產品競爭力。

3.2.4. 基礎設施建設政策

越南政府在基礎設施建設上也投入巨大的資源，尤其是在交通、能源和通訊領域。近年來在基礎設施建設上取得了顯著成就。例如，北南高速公路的建成通車，大大縮短了南北交通時間，促進了沿線地區的經濟發展。此外，越南政府還大力發展風電、太陽能等可再生能源，以滿足不斷增長的能源需求。這些舉措不僅為越南經濟注入了新的活力，也為外商投資提供了更加完善的營商環境這使得企業能夠更加有效地管理供應

鏈，並降低物流成本。能源方面，越南也在推動可再生能源的開發，以保證穩定的能源供應，這對能源依賴較大的製造業尤其重要。

3.2.5. 科技創新政策

越南政府為提升製鞋產業的國際競爭力，積極推動科技創新。透過一系列的政策，越南製鞋業正逐步朝向高附加值、智慧化的發展方向邁進。越南政府設立了專門的製鞋產業技術創新基金，為企業的研發活動提供資金支持。這項舉措鼓勵企業加大研發投入，開發新產品、新工藝，提升產品的品質和性能。同時，政府也透過基金的設立，吸引更多的科研院所和大學參與到製鞋產業的技術研發中，形成產學研合作的良好局面。特別的是越南政府大力推動工業 4.0 技術在製鞋產業的應用，包括 3D 列印、新材料、自動化、機器人、數位化等。這些技術的應用，可以大幅提高製鞋生產的效率和精度，降低生產成本，提升產品的品質和一致性。同時，也能夠實現生產流程的自動化和智能化，減少人工干預，提高生產的靈活性，提升產品的品質和設計水平，縮小與國際品牌的差距。越南政府在製鞋產業的科技創新方面做出積極的努力，取得一定的成效。然而，越南製鞋產業仍面臨著諸多挑戰，如人才短缺、基礎設施薄弱等。未來，越南政府需要持續加大投入，完善政策，為製鞋產業的發展提供更加有力的支持。

3.2.6. 品牌建設政策

越南政府鼓勵製鞋企業打造自主品牌，提升越南製鞋產品的品牌影響力，包括建立製鞋產業品牌培育。總體目標是發展鞋業將其作為經濟的主要出口產業之一，促進生產國際市場具有較強競爭力的優質產品，滿足國內市場需求，保持其在世界生產和出口紡織品和鞋類產品的重要地位。

到 2035 年越南紡織和製鞋業將在迴圈經濟模式下有效和可持續地發展完善國內生產價值鏈，有效參與全球價值鏈，開發更多區域和世界品牌。

按照總體方向來說，紡織製鞋業向專業化、現代化方向發展，完善產品結構，注重開發高附加值產品，應用先進的品質管理標準和法規，提高越南紡織和鞋業的競爭力。

第叁章：區域經貿帶動外商在越南直接投資 與 FTAs 影響越南產業結構調整

第一節：對外投資理論

欲深入探討越南外商直接投資 (FDI) 的決定性因素，首先必須回歸理論基礎。傳統上，學者們常從跨國企業的角度，分析企業為何選擇

以 FDI 的方式進行海外投資。透過了解這些理論，我們可以為後續的實證研究建立堅實的基礎，進而從數據中挖掘出越南 FDI 的獨特特徵。

對外投資 (Foreign Direct Investment, FDI) 是國際經濟學中一個重要的研究領域，它指的是一個國家的企業在另一個國家的經濟體中直接投資，以建立或控制生產設施，並參與當地的生產經營活。這些理論探討企業為何選擇跨國投資、投資的具體形式、投資地點的選擇以及投資帶來的經濟影響。以下是幾個主要的對外投資理論及其分析：

1.1. Dunning 的折衷理論 (OLI Paradigm)

這是對外投資理論中的核心框架，由英國經濟學家約翰·鄧寧 (John Dunning) 於 1970 年代提出。該理論又稱為「所有權、區位與內部化優勢」理論，主張跨國企業之所以選擇對外直接投資 (FDI)，是基於三大因素：

- ⑩ 所有權優勢 (Ownership Advantage, O)：企業是否具備能在國際市場上獲取競爭優勢的資源或技術。這些資源包括專有技術、品牌知名度、規模經濟等。例如，擁有強大研發能力的企業可能會選擇在全球市場擴展其技術優勢。
- ⑩ 區位優勢 (Location Advantage, L)：投資地點是否具備吸引企業進行投資的因素，如廉價勞動力、天然資源、稅收優惠等。這解釋

了為何企業選擇在某些地區進行直接投資，而不是通過出口或授權等方式進行國際化。

- ⑩ 內部化優勢 (Internalization Advantage, I)：企業是否有動機通過在外國建立全資子公司來降低交易成本，而不是通過市場手段如授權或合資來進行國際化。這意味著內部化有助於企業保護其專有技術和資源，避免市場風險。

該理論提供了跨國企業進行對外直接投資的三個主要動機，幫助解釋了企業如何選擇不同的國際化戰略，並在全球範圍內配置資源。

下表是鄧寧提出的選擇方案。

方式	所有權優勢	內部化優勢	区位优势
對外直接投資 (投資式)	√	√	√
出口 (貿易式)	√	√	×
無形資產轉讓 (契約式)	√	×	×

注：「√」代表具有或應用某種優勢； “×” 代表缺乏或喪失某種

優勢

1.2. 產品生命周期理論 (Product Life Cycle Theory)

由美國經濟學家雷蒙德·弗農 (Raymond Vernon) 於 1966 年提出的理論，該理論主張產品的國際市場策略會隨著產品生命周期的不同階段而變化。生命周期分為引入期、成長期、成熟期和衰退期。

(1) 引入期 (Introduction Stage) : 從試銷階段開始，行銷人員便接棒原由研發人員承擔的成敗重任，產品剛剛引進這個市場中，此時產品種類少，顧客對產品還不瞭解，銷售的成長很緩慢，行銷人員必須讓顧客知道並感覺這產品。透過特定族群消費者的試用，協助推廣、大量促銷。該階段產品生產批量小，製造成本高，廣告費用大，產品銷售價格偏高，銷售量很有限，企業通常不能獲利，反而可能虧損。

(2) 成長期 (Growth Stage) : 當產品銷售取得成功之後，便進入了成長期。此時產品通過試銷效果良好，消費者逐漸接受該產品。產品的形式與功能增加，需求量和銷售額也迅速上升。生產成本大幅度下降，利潤迅速增長。同時，競爭者發現有利可圖，紛紛進入市場參與競爭、爭取市佔，使同類產品供給量增加，價格隨之下降，企業利潤增長速度逐步減慢，最後達到生命週期利潤的最高點。

(3) 成熟期 (Maturity Stage) : 經過成長期之後，市場需求趨於飽和，銷售增長速度緩慢接著轉為下降，生產成本低而產量大。競爭者必須

透過差異化或壓低價格方式相互掠奪對方市占，導致企業之間不得不加大在產品品質、樣式、規格、包裝、服務等方面投入，在成本上形成負擔，侵蝕利潤。

(4) 衰退期 (Decline Stage)：產品生命週期就像一個產品的「生命軌跡」，從誕生到衰亡，會經歷導入、成長、成熟和衰退等不同階段。隨著科技進步、消費者偏好變遷以及競爭加劇，產品的生命週期可能縮短或延長。當一個產品的銷量和利潤持續下滑，市場上又出現了更具競爭力的替代品時，就意味著這個產品已進入衰退期。此時，企業必須及時調整策略，減少對該產品的投入，開發新產品或對現有產品進行改進。

產品生命週期是一個很重要的概念，它和企業制定產品策略以及行銷策略有直接的關係。該理論強調了產品在國際市場中的演變過程，特別是在產品成熟和標準化之後，低成本地點對跨國生產活動的重要性。

1.3. 無形資產理論 (Intangible Assets Theory)

Styphen Hymer (1960) 的無形資產理論解釋進行對外直接投資 (FDI) 的關鍵概念之一，強調無形資產在企業對外投資決策中的核心地位。該理論認為，跨國企業之所以能夠在國外市場上立足，是因為它

們擁有一些特定的無形資產 (intangible assets) ，這些資產使它們在面對國際競爭時擁有獨特優勢。這種無形資產可以彌補其在外國市場運營時面臨的劣勢。無形資產通常包括技術專利、商標、品牌聲譽、管理技能、專業知識和市場資源。

Hymer 認為國際市場並非完全競爭的。跨國公司能夠通過其無形資產 (如技術、品牌、管理技能) 來克服這些市場的不完全性，從而在海外市場上取得成功。Hymer 的無形資產理論可以解釋為何像蘋果、谷歌、微軟等企業能夠在全球市場中取得成功。這些企業擁有強大的技術資源、品牌優勢和管理能力，能夠在跨國市場中克服當地企業的競爭劣勢，並有效利用其無形資產獲得全球市場份額。例如，蘋果公司利用其品牌聲譽和專利技術在全球擴展，而不僅僅依賴於出口。其無形資產包括 iOS 操作系統和專利技術，使其在全球智能手機市場中占據主導地位。Hymer 的無形資產理論有助於理解蘋果這樣的公司如何有效利用這些資產在全球擴張並保持競爭優勢。

1.4. 內部化理論 (Internalization Theory)

該理論由巴克利 (Peter Buckley) 和卡森 (Mark Casson) 於 1976 年代提出。內部化理論強調，跨國企業選擇對外投資而非透過市場交易或代理商擴展業務，主要是為了控制核心資源或技術，並減少交易成本

和市場風險。內部化理論提供了跨國企業選擇 FDI 而非出口或許可的動機，即企業更願意通過內部管理來降低交易成本，避免市場風險。

1.5. 區位理論 (Location Theory)

是一門研究經濟活動如何選擇最佳地點的理論，特別關注生產活動的區位選擇。這一理論的核心問題是企業如何在不同地點之間做出選擇，以最大限度地降低成本或提升收益。區位理論主要應用於工業、農業和城市經濟的研究。

許多製造業企業選擇在交通樞紐地點設立工廠，以降低運輸成本。例如，中國沿海地區的製造企業受益於靠近港口，方便產品出口。區位理論幫助解釋了企業在選擇生產地點時的考慮因素，如交通成本、勞動力可用性、土地和資源成本等。隨著全球化和技術進步，現代區位理論還需要考慮新的因素，如全球供應鏈、國際貿易協定、數字基礎設施等。

1.6. 制度理論 (Institutional Theory)

該理論探討制度環境對企業跨國投資行為的影響。國家的法律、政策、社會文化規範等制度因素會影響外資企業的投資決策。例如歐盟《通用數據保護條例》(GDPR) 的出台迫使跨國科技公司改變其數

據處理和隱私保護策略。許多公司不僅在歐洲遵守這一規定，還選擇在全球範圍內實施類似的隱私政策，以適應國際制度要求，並保持其合法性。該制度理論強調了制度環境對企業行為的深刻影響。企業的運作不僅僅取決於市場競爭和資源可用性，還需要考慮如何適應和符合所在國家的法律、文化和社會期望。該理論幫助解釋了企業為什麼會出現類似的行為模式，以及企業如何在不同制度環境中追求合法性以保持其持續發展。

對外投資理論為理解跨國企業的全球擴張行為提供了豐富的理論框架。各種理論幫助解釋企業如何選擇跨國投資策略以及投資成功的關鍵因素。不同的理論對企業在全球市場中的行為提供了多角度的解釋，而企業的具體投資決策往往是多種理論綜合作用的結果。

第二節：國外企業直接投資(FDI)在越南整體經濟中的比重及其增長趨勢

外國直接投資(FDI)是指外國投資者在越南境內設立企業或購買越南企業股權的行為。FDI 可以分為兩類：新增投資和追加投資。新增投資指外國投資者在越南境內設立新的企業或購買越南企業的股權；追加投資指外國投資者對已在越南境內設立的企業進行的投資。

自《越南外商投資法》(1987年)頒布以來，越南吸引了近4387億美元的外國投資(FDI)。外國直接投資成為越南的社會經濟發展重要的貢獻，提高了越南在國際舞臺上的地位和威望。特別是在2023年，儘管由於全球經濟環境面臨許多困難和挑戰，越南的經濟增長將放緩(僅佔GDP的5.05%，而2022年為GDP的8%)，但越南仍然是一個有吸引力的外國直接投資目的地。

截至2023年12月20日，外國投資者新增註冊資本、調整註冊資本及出資和購買股份總額近366億美元，較去年同期成長32.1%佔越南GDP的10.7%。除了調整後的投資資本外滾退，新增投資資本和股份購買同期成長更為強勁，其中新增投資為274.3億美元，佔總額的75.2%；追加投資為91.8億美元，佔總額的24.8%。

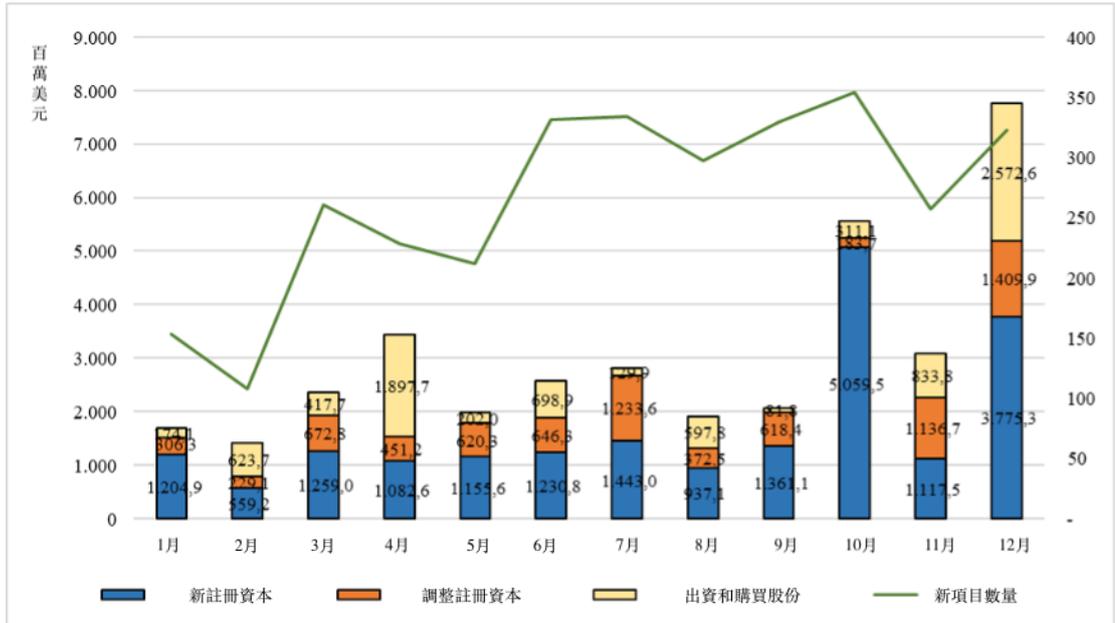


圖 3-1、2023 年按月及按資本投資方式劃分的外資資本結構

截至 2023 年，越南共吸引了來自 111 個國家和地區的外國直接投資 (FDI)，其中亞洲投資者和傳統夥伴國仍然是主要來源。來自新加坡、日本、香港、韓國、中國和台灣的投資佔了越南總投資資本的 81.4% 以上。

在這六個主要合作夥伴中，新加坡以超過 68 億美元的總投資額居首，佔越南 FDI 總額的 18.6%，相較於 2022 年增長了 5.4%。日本則以約 65.7 億美元緊隨其後，佔總投資的 17.9%，增幅達 37.3%。香港

以 46.8 億美元的註冊資本位列第三，佔總投資的 12.8%，增長了 2.1 倍。此外，中國、韓國和台灣也分別在不同領域中展現出顯著影響。

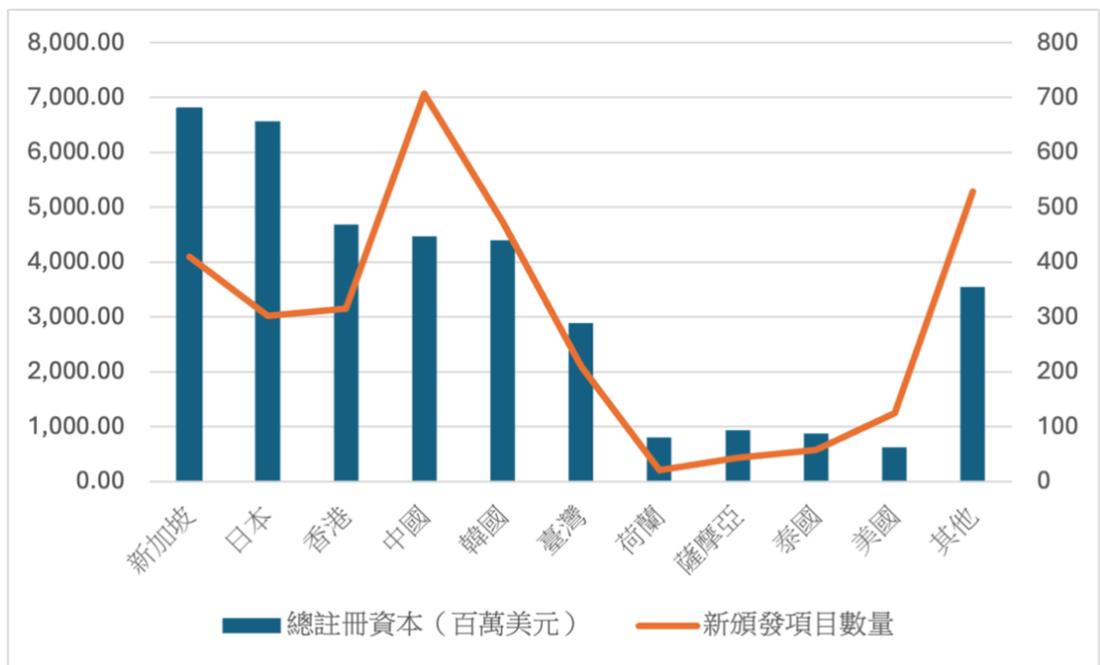


圖 3-2、2023 年外國投資結構 (按合作夥伴劃分)

具體來看，中國在新開項目的數量上佔據領先地位，佔新設項目總數的 22.2%。韓國則在資本調整 (25.9%) 和股權出資 (27.8%) 方面

表現出色，成為這兩個領域中的主導力量。這些數據顯示，越南作為外資流入的主要目的地，依然受到亞洲區域內大國的高度青睞和持續關注。

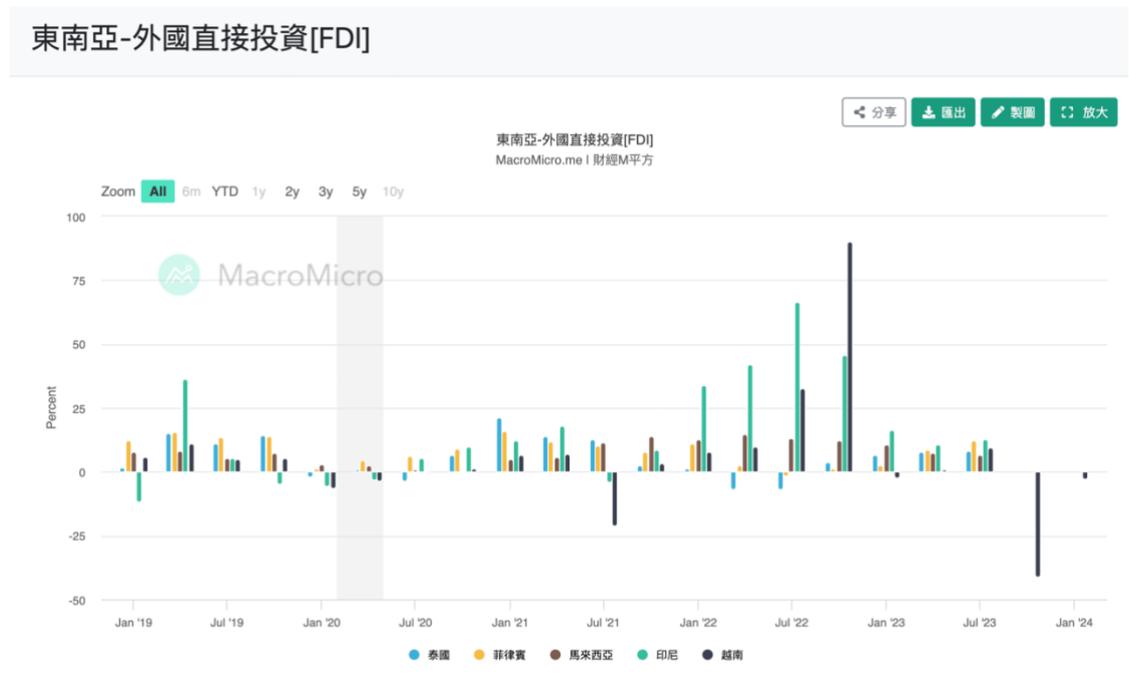


圖 3-3、東南亞-外國直接投資[FDI]

根據越南政府統計數據，2023 年越南鞋類出口額超過 202 億美元，與 2022 年相比下降了 15.3%。外商直接投資 (FDI) 企業在越南製鞋業中占據了 65% 的產能，對該行業的發展發揮著至關重要的作用。過去十年間，越南鞋類產品的出口年均增長率達到 8.2%，遠高於全球平均增長率的 5.1%，這一顯著增長主要歸功於外資企業的投入。

此外，得益於政府的支持、有效的協調以及積極推動，越南成功克服了法律壁壘等商業投資障礙。這使得外資專案的投資資本比上年增長 3.5%，有效幫助企業穩定並改善了其生產經營，進一步促進了該國製鞋業的穩定發展。我們能從以下數據看到越南經濟與外國投資的關聯性：

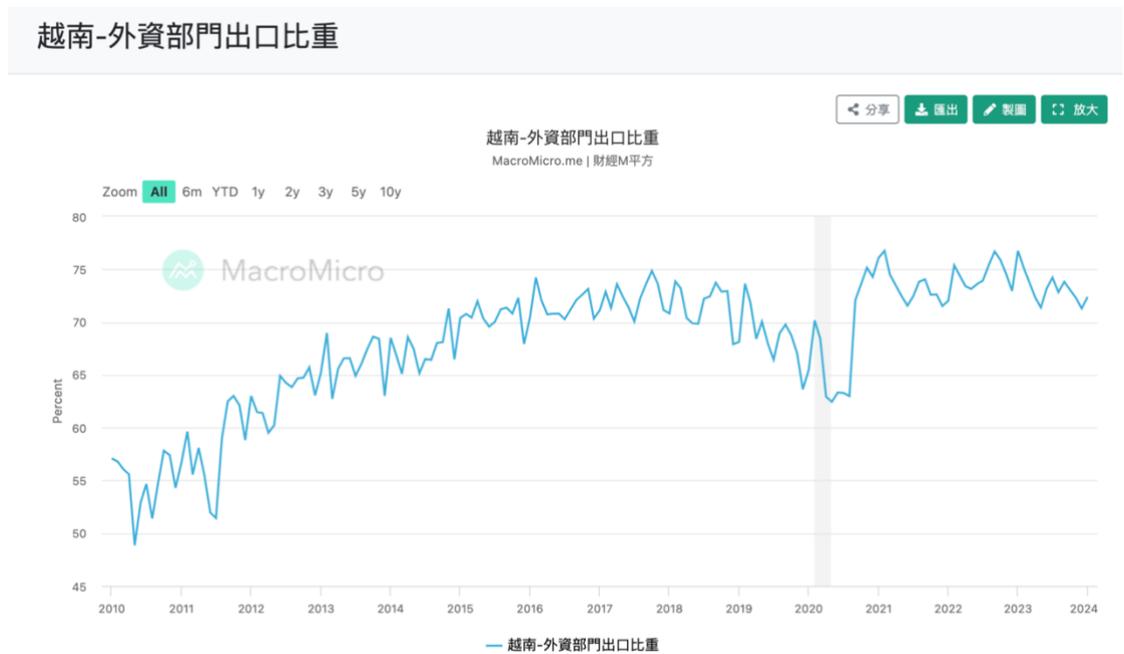


圖 3-4、越南-外資部門出口比重

圖表說明：外資部門的出口比重是根據越南統計局公布的數據計算得出的，其公式為：越南外資部門（外國廠商）的出口金額 ÷ 越

南總出口。當此百分比越高，意味著外資部門對越南的出口影響越大，

這可能對本土廠商的發展產生不利影響。

越南-出口

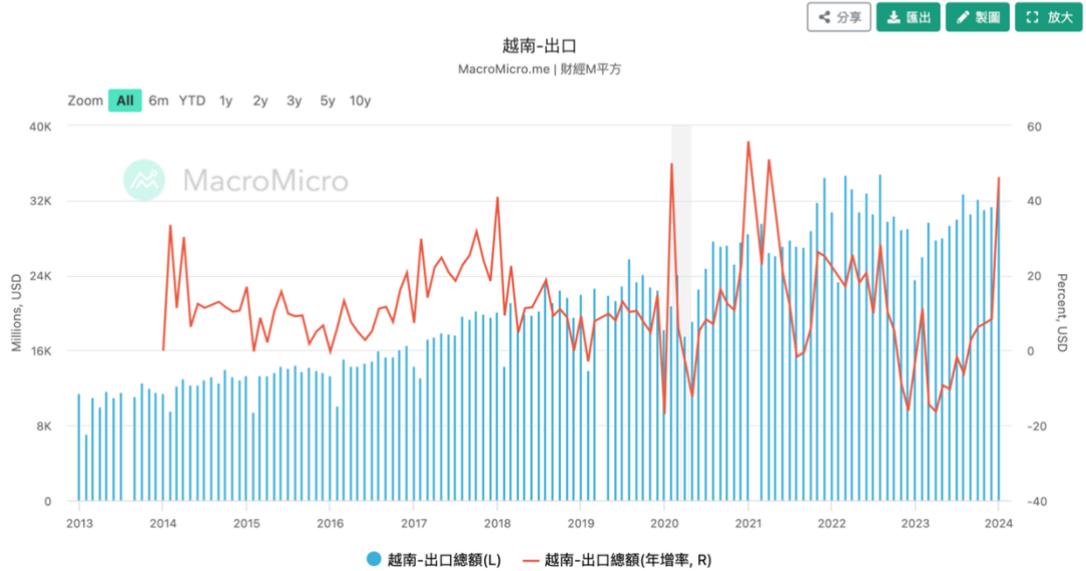


圖 3-5、越南-出口 2013-2024

圖表說明：越南出口佔 GDP 比重 95%，進口佔 GDP 比重約

90%，因此貿易狀況對越南經濟有很大的影響。

越南-實質國內生產毛額[GDP](年增率)



圖 3-6、越南-實質國內生產毛額[GDP](年增率) (2002-2022 年)

圖表說明：越南為東南亞第六大經濟體，人均 GDP 約為 2300 美元，為中低收入國家，民間消費與國際貿易為主要 GDP 組成項目。

越南政府負債總額 GDP 佔比 60%，在六國中比例偏高。越南人口近 9600 萬人(東南亞六國排名第三)，人口中位數為 30 歲，勞動力人口豐富再加上工資低廉，顯現越南有高人口紅利的優勢。越南 GDP 生產面來看，農業與採礦業占 15%，工業占 40%，服務業占 45%。工業中以製造業占比最大(50%)，其次是營建業(20%)，服務業中以零售批發業和汽機車維修(共佔 25%)與金融保險業(15%)占比最

大。越南貿易總量占 GDP 200%，因此國際經濟狀況深深影響越南經濟，越南近年維持貿易盈餘，靠著快速發展的國際貿易，使其外匯存底快速累積。其中出口商品大宗為機械與製造業產品、消費性產品，主要貿易國家為中國、東協、日本、韓國、美國。外商投資方面，外國直接投資持續增長，主要投資國為韓國(20%)、日本(15%)，資金主要投資在製造業(60%)，與不動產產業(15%)。

FDI 在越南經濟中扮演著重要角色。FDI 為越南經濟提供了重要的資金來源和技術支持，促進了越南經濟的快速發展。加工製造業是越南吸引外資的主要產業。越南勞動力成本低廉，且具有一定的技術基礎，因此吸引了大量外資企業在越南設立加工製造廠。近年來，越南政府積極吸引外資，出台了一系列優惠政策，包括稅收優惠、投資獎勵等。這些優惠政策對外資企業具有較強的吸引力，是越南 FDI 快速增長的重要原因。越南 FDI 增長迅速，反映了越南在全球供應鏈中的地位不斷提升。

第三節：越南鞋業發展趨勢

越南製鞋產業的發展歷程是一段從初步開放到成為全球重要製鞋中心的歷史。自 20 世紀 80 年代起，隨著國家對外開放政策的實施，外資企業開始湧入越南，特別是製鞋產業，開始了越南製鞋產業的初步發展階段。進入 1990 年代，越南加入世界貿易組織 (WTO)，製鞋產業迎來了快速發展的機遇，出口量和產值均顯著增長。

到了 21 世紀，越南製鞋產業的發展更是加速，特別是在 2010 年代，出口額突破了數個重要的里程碑，從 2015 年的 300 億美元增長到 2019 年的 388 億美元。進入 2020 年代，儘管新冠疫情對全球市場造成了一定的衝擊，越南製鞋產業仍然展現出強大的恢復力和發展潛力，2021 年出口額回升至 392 億美元。

越南鞋業的發展大致可分為以下幾個階段：

1. 起步階段 (1986-1995 年)

1986 年，越南開始實施革新開放政策，為外資企業進入越南創造了條件。

在此背景下，一些國際鞋類品牌商開始將生產線轉移至越南，越南鞋業由此起步。

這一時期，越南鞋業的主要特點是：

- 以加工貿易為主，外資企業佔主導地位；

- 生產技術落後，勞動力密集型；
- 產品主要出口歐美市場。

2. 快速發展階段 (1996-2010 年)

隨著越南勞動力成本的上升和生產技術的進步，越南鞋業開始進入快速發展階段。這一時期，越南鞋業的主要特點是：

- 外資企業繼續擴大投資，本土企業也開始崛起；
- 生產規模不斷擴大，產品質量不斷提高；
- 產業鏈日趨完善，配套設施日益齊全。

3. 轉型升級階段 (2011 年至今)

近年來，隨著全球鞋業市場競爭的加劇，越南鞋業也面臨著轉型升級的壓力。這一時期，越南鞋業的主要特點是：

- 產業鏈向高端延伸，品牌化、自主化發展趨勢明顯；
- 注重技術創新和產品研發，提高產品附加值；
- 加強環境保護和社會責任，提升可持續發展能力。

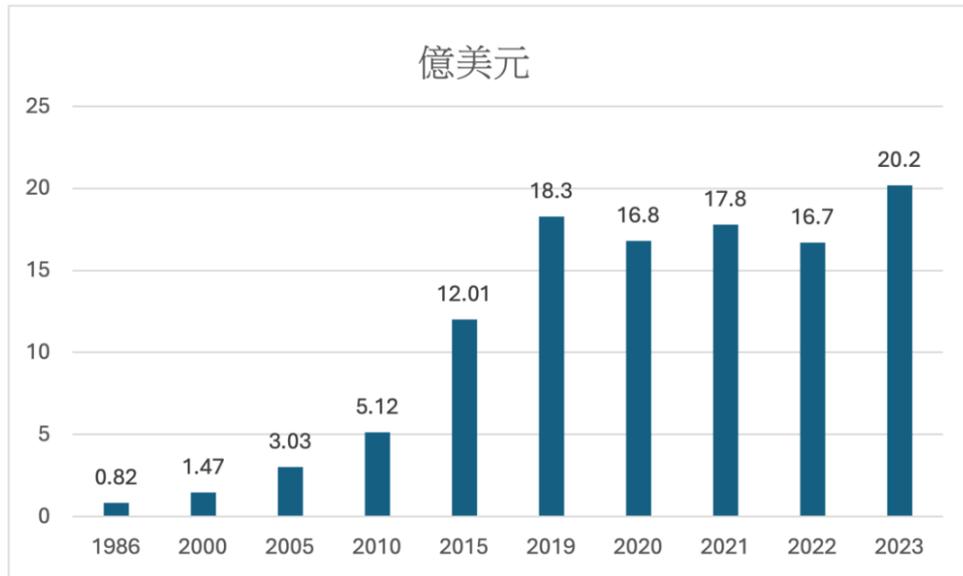


圖 3-7、越南鞋業出口金額 1986-2023

越南鞋業的快速發展主要得益由於外資企業為越南鞋業帶來了先進的生產技術和管理經驗，提升了越南鞋業的生產能力和競爭力。並且越南勞動力成本相對較低，有利於越南鞋業降低生產成本。此外越南與多個國家簽署了自由貿易協定，享受關稅優惠，有利於越南鞋類出口。

越南鞋業是越南重要的出口產業，在越南經濟發展中發揮著重要作用。越南鞋業的發展得益於外資企業的帶動、勞動力成本優勢和自由貿易協定等因素。未來，越南鞋業將繼續保持快速發展，並向價值鏈高端攀升。展望未來，越南鞋業仍將保持穩定的發展態勢。越南鞋業需

要進一步提升技術和管理水平，加強品牌建設，提升自主創新能力，拓展海外市場，才能在全球鞋類市場中佔據更加有利的地位。

隨著越南經濟體制與國際接軌，為越南貨品進出口開啟巨大商機。通過與其他國家簽訂 FTA，越南製鞋產業獲得更多的出口機會，開拓更多具潛力市場，並減少了出口所需的關稅和貿易緊繃。

根據越南皮革鞋類手袋協會 (Lefaso) 統計，2023 年上半年，皮革鞋類出口訂單穩定，出口額近 140 億美元，年增 14%。然而，2023 年最後幾個月原物料價格上漲，製造業嚴重依賴進口原物料，挑戰巨大。因此，要達成 23-25 億美元的出口目標，企業必須努力拓展市場，特別是利用 FTA。

工貿部評估顯示，近期國內鞋業充分利用新一代自由貿易協定 (特別是 CPTPP 和 EVFTA 協定) 的獎勵措施來促進出口。特別是自由貿易協定中鞋類產品的原產地標準被認為適合越南企業符合這些標準的能力。因此，鞋類向來是出口自貿協定市場時 C/O 出口成交額高、C/O 優惠使用率高的產品。因此，2022 年前 6 個月，皮革和鞋類產業儘管面臨許多市場不利因素，但出口成長強勁。

在評估自由貿易協定市場時，Lefaso 副總裁兼秘書長 Phan Thi Thanh Xuan 女士表示，自由貿易協定對皮革和鞋類產業的出口表現做出了非常大的貢獻。

值得一提的是，由於 EVFTA、CPTPP 等協議（利用率超過 90%），皮革鞋業從 2022 年初至今仍取得了相當不錯的成長。例如，隨著越南與歐盟自由貿易協定（EVFTA）的簽署，歐盟市場成為皮革和製鞋業的主要市場。不過，在 EVFTA 生效前，對歐盟出口比重僅佔 22-23% 左右，但協議生效後，這一比例已提升至 26%。在受新冠疫情影響的兩年裡，幾乎所有市場的出口都出現了下降。但得益於 EVFTA，皮革和製鞋業對歐盟市場的出口仍保持成長。

2021 年是受影響最嚴重的一年，但對該市場的出口仍有成長。光是 2022 年前 9 個月，EVFTA 的市場成長率就相當不錯，該集團大部分市場實現了 15-20% 的成長。有了 CPTPP，幾乎每個市場都會成長，尤其是市場。加拿大成長非常強勁，高達 65%；北美市場占出口總額的 46%。截至目前，越南已簽署 15 個雙邊及多邊貿易協定，包括 CPTPP、EVFTA、RCEP 等重要協定。

根據皮革鞋業企業評估，截至 2021 年底，企業接到不少 2022 年第一季和第二季的訂單，因此今年前 7 個月是出口持續的時期。儘管仍面臨許多缺點，但仍在繼續增長。然而近來，俄羅斯和烏克蘭衝突的影響、中國加強疫情管制.....為世界經濟穩定帶來了更多困難，導致的就是消費需求下降。

此外，汽油價格上漲導致供應鏈中斷的風險和運輸成本急劇上升也對出口活動不利。更令人擔憂的是，未來一段時間，越南出口貨物將面臨進口原材料、燃料、材料價格上漲的局面，這將影響越南出口貨物的價格。

Lefaso 副總裁兼秘書長 Phan Thi Thanh Xuan 女士表示，從目前的發展可以看出，2022 年最後幾個月的生產和出口情況仍然面臨許多困難。目前，美國、歐盟等出口市場的通膨正在上升，導致購買力下降，庫存增加，特別是皮革、鞋子和時尚手袋。季節性的。這將顯著影響 2022 年下半年到 2023 年初的訂單數量。根據企業和品牌的調查結果，從現在到 2023 年第一季，訂單很可能會放緩。

為了充分利用自由貿易協定的出口優勢，皮革和製鞋業希望利用從協定參與國進口原料和配件的機會。特別是歐盟市場擁有高價值的原料和配件來生產更高水準的鞋類產品，並且能夠進口新的設備技術。因此，宣女士表示，企業尋求的解決方案是擴大尋找新的供應來源、新市場，並利用越南已簽署的自貿協定充分利用市場。

目前，越南鞋類產品出口量位居世界第二，僅次於中國，也不乏一些相當不錯的「Made in Viet Nam」品牌。據宣女士介紹，越南目前在皮革和鞋類產品，特別是各大品牌運動鞋的生產方面，算得上是一個頗有信譽的國家。因此，Lefaso 也希望在總需求下降的同時，越南的訂單仍能維持。目前皮革鞋業的擔憂是原料的稀缺和進口困難。對大企業來說，

由於供應鏈龐大，原料供應並不困難，但對小型企業來說就困難了，因為單單無法進口。這種情況自 Covid-19 大流行開始以來一直存在，但正在逐漸改善。

同時，為支持企業，協會也推動貿易促進活動，連結企業與市場。預計協會將於 2022 年 9 月舉辦出口促進會議，或 2022 年 11 月在工貿部支持下舉辦皮革、鞋類、手袋產業國際展覽會。

第四節：越南鞋業結構調整

越南分工生產是指越南企業將生產過程的不同環節分包給不同的企業或個人進行生產，以提高生產效率和降低生產成本的一種生產方式。

越南分工生產的發展主要有以下幾個原因：

- **勞動力成本低廉**：越南的勞動力成本比中國大陸、台灣等地區低廉，具有較強的競爭優勢。
- **政府政策支持**：越南政府積極招商引資，為外資企業提供稅收優惠等政策，鼓勵外商在越南投資設廠。
- **基礎設施完善**：越南近年來大力發展基礎設施建設，交通、物流等條件不斷改善，為供應鏈系統的發展提供了良好的基礎。
- **產業配套齊全**：越南已形成從原材料供應、生產加工到出口運輸的完整產業鏈，能夠滿足分工生產的需求。

越南分工生產主要體現在生產環節分工和區域分工。生產環節分工是越南鞋類生產可以分為原材料供應、設計、裁剪、縫製、組裝、包裝等環節。其中，勞動力密集型的環節，例如裁剪、縫製等環節，通常會分包給勞動力成本低廉的農村地區企業或個人。**區域分工**是越南鞋類生產的原材料供應、設計等環節通常會在越南城市地區進行，而

勞動力密集型的生產環節則會分包給越南農村地區或其他勞動力成本低廉的國家，例如柬埔寨、緬甸等。

越南分工生產的發展對越南經濟產生了很大影響。分工生產可以使企業專注於某個生產環節，提高生產效率，使企業利用規模經濟降低生產成本，促進產業鏈的細化和分工，促進產業升級。

2.1. 越南製鞋產業在全球供應鏈中的變化

近年來，越南鞋業在全球市場中的地位顯著上升，逐漸成為全球重要的鞋類生產基地，並取代中國大陸和台灣等地區的部分生產份額。目前，越南的鞋類出口量排名世界第二，僅次於中國。2022年，越南鞋類出口量達到15億500萬雙，並涵蓋150個市場。至2023年，越南鞋類出口額已超過202億美元，顯示出製鞋企業生產規模的持續擴大，為全球供應鏈提供了穩定的鞋類產品供應。

隨著經濟的發展，越南製鞋產業從最初的簡單加工生產，逐步發展到現在的研發設計、生產製造、銷售服務等全產業鏈發展。越南製鞋產業的生產環節也更加細化，分工更加明確，提高了生產效率和產品質量。如今越南鞋業在全球供應鏈中的地位日益提升，話語權不斷增強。

越南製鞋企業正在努力打造自身的品牌，提升品牌影響力，逐漸走向世界。一些越南本土鞋類品牌例如：**Biti's**、**Bitis Hunter**、**An Phuoc** 等

等已經在全球市場上取得了一定的知名度，得到了消費者的認可，助於越南製鞋產業在全球鞋類產業中佔據更加有利的地位。

越南製鞋產業在全球供應鏈中的變化產生了積極影響。越南製鞋產業的崛起，改變了全球鞋類產業格局，越南已成為全球第二大鞋類出口國，僅次於中國。越南製鞋產業的發展，使得全球鞋類產品的價格下降，從而刺激了全球鞋類消費需求的增長，同時降低了全球供應鏈對中國的依賴使得越南在全球貿易格局中的地位更加重要。

2.2：分析越南製鞋產業供應鏈完整性與競爭優勢

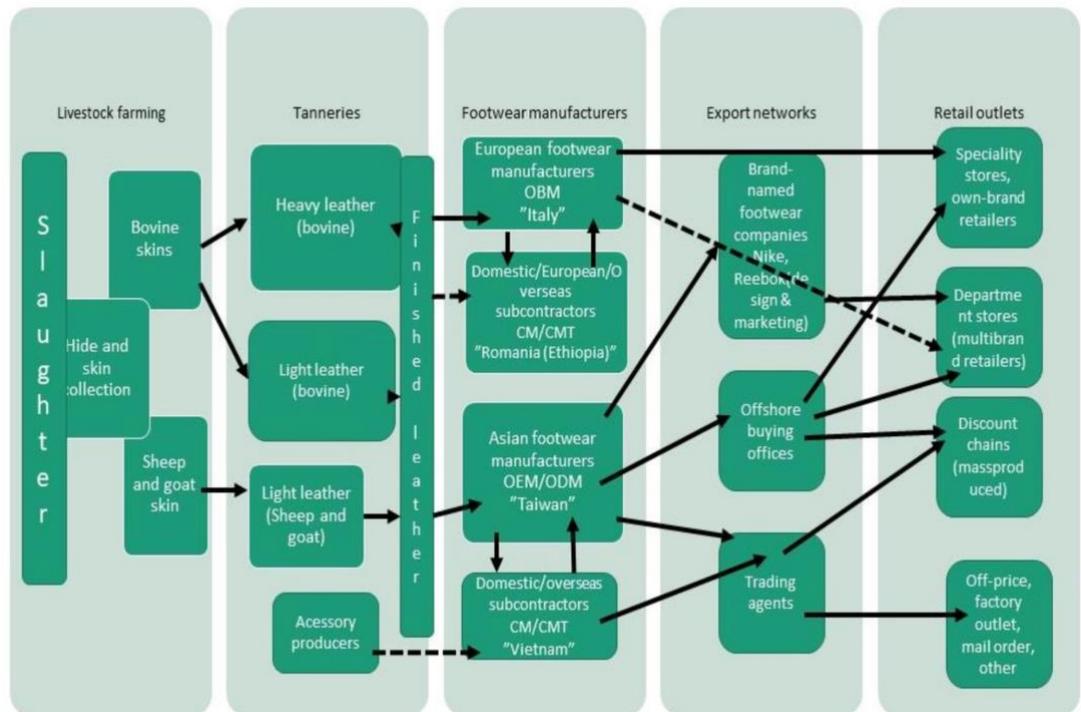


圖 3-8、全球鞋類價值鏈

從圖 3-8、中可以看出，越南的製鞋產業很早就在全球價值鏈中扮演重要角色，過去是台灣扮演 OEM/ODM，而越南扮演 CM/CMT 的角色，並且與台灣有密切的合作。而在全球地緣政治以及東協崛起以後，慢慢的越南逐漸的也扮演起 OEM/ODM 的角色。並且圖 2 顯示了越南鞋業的基礎供應鏈。

近年來，越南快速成長，現已成為世界上主要的鞋類生產國之一。對於大規模的鞋類製造來說，越南對許多公司來說是一個非常具有吸引力的地方。



圖 3-9、越南鞋類供應鏈

越南的鞋業是該國經濟的一個繁榮部門，雇用了成千上萬的工人，每年生產數百萬雙鞋。越南生產的大多數鞋類都是用於出口的，

2020 年的出口價值達到 186 億美元，其中美國是最大的市場(佔出口的 34.5%)。總的來說，從 2021 年 1 月到 2022 年 11 月，越南出口了超過 300,000 批次的鞋類。

根據越南皮革和鞋類協會 (2021 年) 的數據，越南有 2,180 家鞋類生產企業。其中大多數集中在河內和胡志明市等省份。

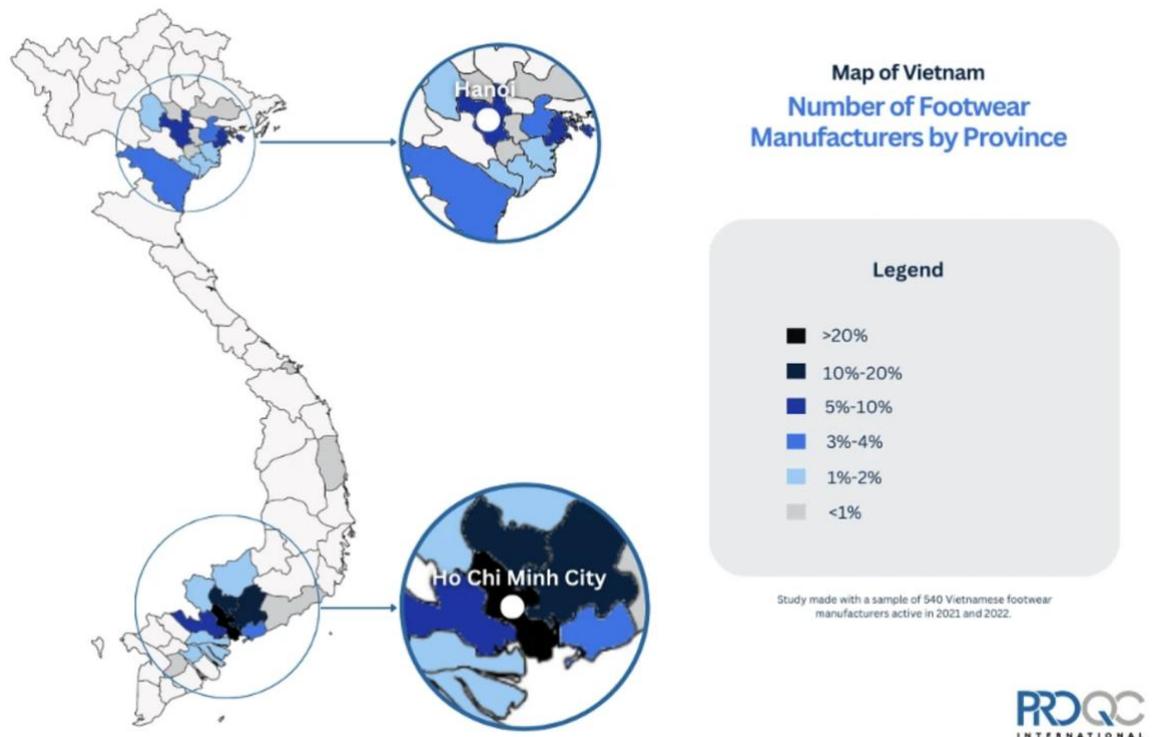


圖 3-10、越南鞋類製造商數量圖

越南成為鞋類生產地如此有吸引力的主要原因之一是從越南出口時沒有關稅限制。EVFTA (歐洲越南自由貿易協定) 已經實施，允許 99% 的鞋類產品出口到歐盟，且無需繳納進口關稅。這意味著，隨著企業將資金從支付關稅轉向投資質量，本已龐大的產量進一步增加，鞋子品質也得到改善。

越南生產的鞋子大部分是低階或中檔產品。然而，越南製造商越來越傾向於為國內和出口市場生產更高品質的鞋子。越南生產的絕大多數鞋子都是由皮革或合成材料製成的。少數製造商也生產橡膠或塑膠製成的鞋類。生產過程通常會先將原料切成碎片，然後組裝成上部和下部零件。然後將這些部件縫合在一起，然後安裝到鞋底上。最後一步是添加任何裝飾或飾面，例如鞋帶或扣環。

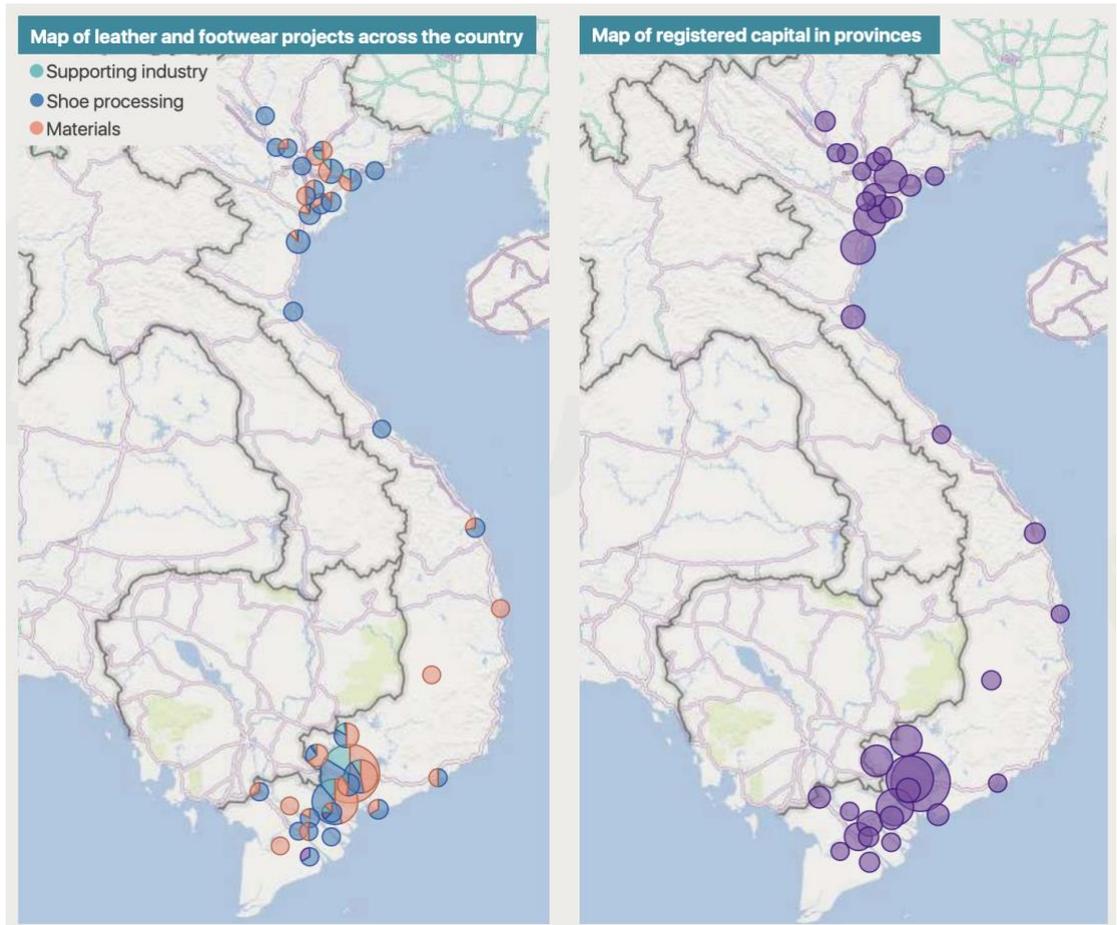


圖 3-11、全國皮革和鞋類項目地圖

越南製鞋產業的供應鏈在平陽省已經完善，尤其是在次級原材料生產方面非常強大，例如：鞋底、鞋墊、配件等。此外，隆安省和東奈省的供應鏈也相當完整。這為這三個省周圍的地區提供了吸引該產業領先項目的機會。而北部地區的製鞋項目並沒有像南部那樣集中和多樣化，主要是一些分散在海陽省、寧平省、南定省、海防市等省份的

項目，其中主要集中在海陽省。中部地區只有少數幾個大項目，近期主要集中在清化省和乂安省，主要是加工項目。

越南製鞋產業的供應鏈系統之所以趨於完整，並使得其他國家難以競爭，主要有以下幾個原因：

(1) 勞動力優勢：越南擁有大量的廉價勞動力，這對於勞動密集型的製鞋產業尤為重要。這使得越南在製造成本上具有顯著優勢。越南擁有一支熟練且成本效益高的勞動力隊伍，這支隊伍在傳統製鞋技術方面擁有豐富的經驗。越南是全球第二大鞋類出口國，占市場份額約 10.4%，這一成就在很大程度上得益於其勞動力的技術熟練度和成本效益

(2) 政府支持：越南政府積極支持製鞋產業的發展，包括提供稅收優惠、投資補貼以及改善基礎設施等，以吸引外國投資和促進本地製鞋企業的成長，包括有效利用自由貿易協定 (如 CPTPP 和 EVFTA)，以及增加對本地原材料來源的依賴，以滿足自由貿易協定對商品原產地的要求。這些措施有助於提高越南製鞋產業的出口能力和競爭力。

(3) 完善的供應鏈網絡：越南已建立起一個完整的製鞋產業供應鏈，從原材料供應 (如皮革和合成材料)、配件生產、到成品製造和出口等都有成熟的體系。這種一體化的供應鏈有利於提高生產效率和降低成本。

(4) 地理位置優勢：越南位於亞洲的中心位置，鄰近其他主要的製鞋生產國，如中國和印度尼西亞，使得物流運輸更為便捷和經濟。越南的戰略地理位置，加上發達的運輸網絡，使其能夠有效地將產品出口到全球各地。這一地理和物流優勢降低了運輸成本和交貨時間，使得越南能夠有效擴大市場範圍並有效地服務國際客戶。

(5) 國際貿易協定：越南積極參與國際貿易協定，如跨太平洋夥伴全面進步協定 (CPTPP) 和歐盟-越南自由貿易協定 (EVFTA)，這些協定有助於為越南製鞋產業開拓更廣闊的國際市場。這些協定不僅促進了越南鞋類產品的出口增長，還提升了越南品牌的國際知名度，尤其是在運動鞋等產品線方面。

因此，這些因素綜合作用使得越南的製鞋產業供應鏈系統趨於完整，並在全球市場中具有強大的競爭力。其他國家若要競爭，需要在成本控制、產業支持、供應鏈管理等方面進行大量的投資和改進。

第肆章：實證研究分析

第一節：研究流程

本研究採用定量分析的方法，對越南與五大貿易夥伴的貿易數據進行深入分析。我們將重點關注貿易專精度 (TSC)、市場規模 (MS) 和揭示比較優勢指數 (RCA) 等指標，以期獲得更全面的研究結果。本研究揭示越南與其主要貿易夥伴之間的經貿關係，其研究成果可以為越南政府、企業、外商投資、學術界提供參考，吸引外資投入到越南的重點產業。

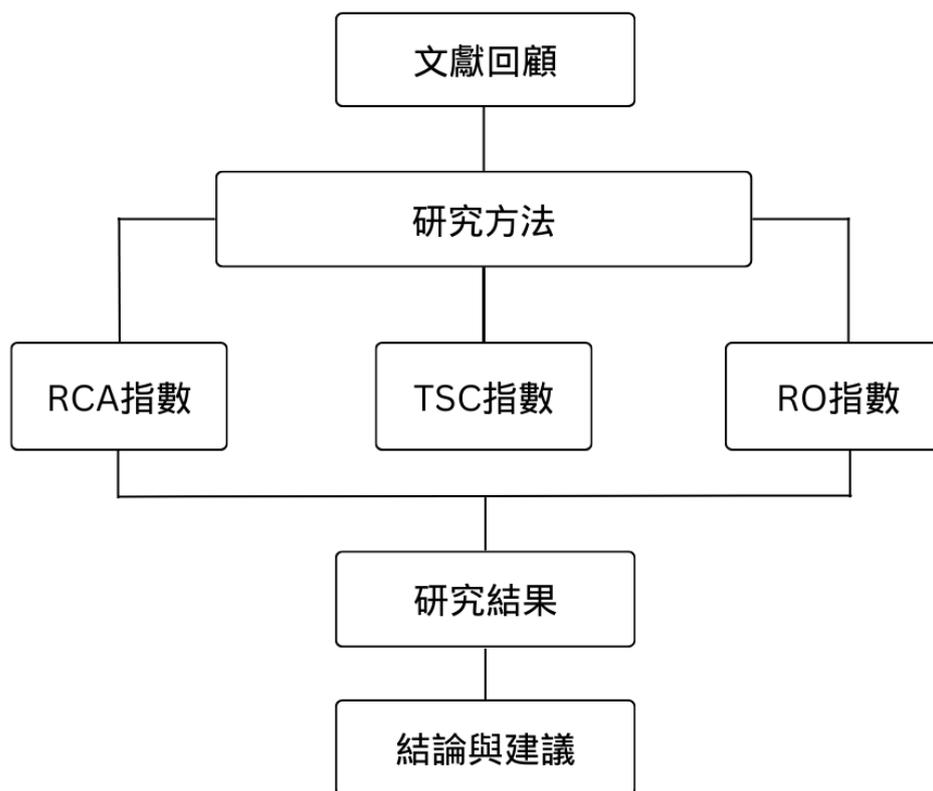


圖 4-1、本組研究流程

第二節：五大貿易夥伴與越南鞋業的影響

越南的鞋業產業在全球市場上佔有一席之地，其發展與五大貿易夥伴的關係密切。這些夥伴國透過貿易、投資、技術轉移等方式，對越南鞋業產生了深遠的影響。以下將針對這五大貿易夥伴，分別分析其對越南鞋業的影響。

2.1. 美國

作為越南的主要出口市場之一，與美國的 FTA 促進了越南商品在美市場的銷售，特別是在紡織品和農產品方面。

美國是越南最大的出口市場，到 2021 年，雙邊貿易額接近 970 億美元。在過去五年中，越南對美國的出口成長了 230%，進口成長了超過 175%。這顯示越南的多個產業，尤其是出口導向產業，受益於與美國的貿易關係。越南的製造業尤其受到影響，2023 年上半年工業生產下降 1.2%。這與出口下降有關，特別是對美國和歐盟的出口。對美國的主要出口產品包括電腦、電子產品及其零件等。2023 年前八個月，對美出口下降了 19.3%，其中手機及其零件出口下降了 39.1%，紡織品和服裝出口下降了 22.4%

越南和美國之間自由貿易協定，例如越南-美國雙邊貿易協定，降低了從越南到美國的許多物品的進口關稅，包括鞋類。由於這些協定，從越南出口到美國的鞋類產品受益於關稅減免，從而提高了美國市場的價格競爭力。美國對產品品質和安全採用嚴格的標準，尤其是對於鞋類等產品因此越南企業必須遵守這些標準才能將產品出口到美國市場。

綜合來看，美國市場不僅是一個消費需求旺盛的大市場，而且對越南鞋業來說也極具戰略意義。該市場的可持續發展要求越南企業不斷改進產品、提高品質並遵守國際質量標準。該領域的投資和發展不僅有助於增加出口，而且對越南的社會經濟發展做出了積極貢獻。隨著全球經濟的變化，越南的經濟和產業結構可能需要進一步調整以應對新的挑戰。

2.2. 中國

中國不僅是越南的主要進口來源，也是重要的出口目的地。與中國的 FTA 有助於平衡雙邊貿易，並促進邊境貿易。越南統計總局資料顯示，2022 年全年越南與中國大陸貿易總額約 1,755.7 億美元。其中，越南對中國大陸出口約 577 億美元，成長 3.3%，約占越南整體出口額之 15.5%。越南自中國大陸進口約 1,178.7 億美元，成長 7.2%，約占

越南整體進口額之 32.9%。足見中國大陸產品在越南拓展力道之強。

2022 年，中國向越南出口了近 900 億美元的商品，包括計算機、電子產品、零件和組件等。這反映了兩國在供應鏈上的日益整合。

中國是越南的第二大外國直接投資 (FDI) 來源國，涉及多個行業，包括高科技製造業。例如，中國的創新精密計劃在越南中部的義安省建立一家鋁廠，將創造 1500 個高技能工作崗位。越南與中國的雙邊貿易在 2022 年達到 2302 億美元，中國是越南最大的貿易夥伴和第二大出口目的地。隨著越南出口到中國的反彈，在 2023 年前八個月，越南對中國的出口增長了 2.0%，特別是計算機、電子產品和組件。

中國和越南的鞋業產業鏈存在互補性。中國企業可以將一些低附加值、勞動密集型的生產環節轉移到越南，而越南企業則可以利用中國的技術和品牌優勢，提升產品的附加值。中國對越南鞋業的影響是複雜多樣的，既有競爭，也有合作。越南鞋業要想在激烈的國際競爭中保持優勢，必須不斷提升自身的競爭力，抓住機遇，迎接挑戰。

2.3. 韓國

根據世界銀行和其他國際貿易組織的數據，越南和韓國簽訂的自由貿易協定 (FTA) 對越南的產業、經濟成長和就業產生積極影響。

根據觀察經濟複雜性網站的數據，越南對韓國的主要出口產品包括電話、廣播設備和計算機，這表明電子和通訊設備領域受益於 FTA，

韓國對越南的主要出口產品包括積體電路、電話和廣播配件，顯示了韓國在這些高科技產品領域的競爭優勢。據研究報告顯示，越韓 FTA 將對越南經濟帶來正面影響，有助其 GDP 成長。其中由於出口高度成長，農水產、紡織成衣等勞工密集產業收益最多；營造業及交通運輸、冶金等產業亦因投資增加而獲得高度成長。

除生產成長之利益外，越韓雙邊 FTA 將有利於促進韓資到越南，隨著引進新技術、管理技能及進入第 3 國市場之機會，提供越南勞工更多就業機會。利用越韓雙邊 FTA 之優惠措施以及透過聯盟生產方式，可提供越南企業進入其他市場的機會。其中機械設備業因有越韓雙邊 FTA 的加持，故極具價格優勢。由於南韓已與美國、歐盟簽署自由貿易協定，若越南能與南韓簽署自由貿易協定的話，亦有助越南擴大向美、歐之出口。以海關稅率而言，韓國銷售至越南之稅率比一般優惠稅率平均低 5%~10%。越南的 GDP 在 2011 年至 2021 年間成長了 112%，展現出強勁的經濟成長動能。這一經濟成長可能部分得益於與韓國的自由貿易協定，透過促進出口和引入外國直接投資，加速了越南的經濟發展。

韓國鞋業企業在越南投資設廠，帶動了越南鞋業產業鏈的發展。韓國企業的技術、管理經驗等，為越南鞋業的升級提供了有力的支持。韓國在鞋類製造技術方面具有較長的積累，尤其是運動鞋、休閒鞋等

高附加值產品，其技術水平相對較高。越南雖然起步較晚，但發展迅速，也在不斷提升技術水平，與韓國展開技術競爭。韓國企業通過在越南的投資，將先進的生產技術和管理經驗轉移給越南企業，促進了越南鞋業的技術進

韓國對越南鞋業的影響是多方面的，既有合作促進的積極作用，也有競爭帶來的挑戰。這種競爭與合作的關係促使兩國鞋業企業不斷提升自身實力，共同推動全球鞋業產業的發展。

2.4. 日本

長期以來，日本高度重視推動在越南的 ODA 項目，並願意參與在越南的新項目。日本一直是越南 ODA 的重要戰略夥伴，占各國對越的援助資金總額的 30%，約達 293 億美元，其中無償援助資金為 18 億美元。日本目前是越南重要經濟夥伴之一，是越南的第一大官方開發援助資金來源國、第二大投資來源地、第三大旅遊夥伴和第四大貿易夥伴。日本投資商已對越南 57 個省市進行投資。截至 2022 年 12 月，日本在越南投資項目共 4,978 個，投資註冊總額 680 億美元，在對越南投資的 141 個國家和地區中位居第三。

根據世界銀行的數據，2022 年越南的 GDP 為 408.8 億美元，GDP 成長率為 8.0%。這反映了越南經濟在過去幾年中的強勁成長，FTA 可能在其中扮演了促進作用。FTA 促進越南與日本在特定產業領

域的貿易，特別是那些越南具有出口優勢的領域如鞋業。日本企業不僅在越南投資製鞋工廠，還帶來了上游的材料供應商和下游的品牌商，形成了完整的產業鏈。日本企業通過技術轉移、培訓等方式，提升了越南鞋業工人的技能水平。同時，與日本企業的合作提升了越南鞋企在國際市場上的品牌形象。

日本與越南在鞋業領域有著深厚的合作關係，這種合作對越南的鞋業發展產生深遠的影響。未來，越南鞋業與日本企業的合作將更加緊密。越南可以充分利用日本在技術、品牌、管理等方面的優勢，提升自身的核心競爭力。

2.5. 香港

作為一個重要的金融和貿易中心，與香港的 FTA 可能有助於吸引更多的投資，並作為越南產品進入中國和亞洲其他地區的門戶，越南和香港的 FTA 對越南的經濟和產業發展產生了積極影響，尤其是在促進貿易成長和經濟合作方面。

越南對香港的出口在 2021 年達到 100 億美元，而從香港的進口為 17.8 億美元，年增 19.8%。這表明越南在多個行業（如投資、服務、金融和物流）中與香港的貿易關係正在增長。透過東協-香港自由

貿易協定，越南能夠繼續提高其在全球貿易網絡中的競爭力，並從低技術製造業向高技術產品出口轉型。

過去，香港作為亞洲重要的轉口貿易中心，扮演著連接越南鞋業與國際市場的角色。許多越南生產的鞋類產品會先運往香港，再分銷到世界各地。2021年，越南和香港的雙邊貿易額成長了19.3%，達到285億美元，而2022年前九個月成長了24.2%，達到252億美元。這種成長反映了越南與香港在經濟方面的緊密合作。香港作為國際金融中心和貿易樞紐，擁有廣泛的國際市場網絡。香港企業在越南生產的鞋類產品，可以借助香港的渠道更便捷地進入國際市場，擴大越南鞋業的出口規模。香港的時尚產業發達，許多香港品牌會在越南尋找代工廠，這不僅帶來了訂單，也促使越南鞋業提升設計和生產能力。香港和越南可以共同推動鞋業的綠色轉型，符合全球可持續發展的趨勢。

總體而言，香港與越南在鞋業產業鏈上存在著緊密的聯繫，兩地之間的互動影響深遠。未來，香港與越南的鞋業合作將更加緊密，共同應對全球市場的挑戰，實現互利共贏。

總結來說，五大貿易夥伴與越南鞋業形成了緊密的產業鏈，共同推動越南鞋業的發展。越南鞋業在與五大貿易夥伴的合作中，既面

臨著激烈的競爭，也獲得了寶貴的合作機會。隨著全球經濟形勢的變化，越南鞋業需要不斷進行轉型升級，以在激烈的國際競爭中保持優勢。

第三節：越南出口市場結構

自 2018 年以來，越南鞋業的出口市場結構發生了顯著變化。

目前，越南已將鞋類產品出口至全球超過 100 個國家，其中有 72 個國家的出口額超過 100 萬美元。出口額最大的五個市場分別是美國、歐盟、中國、日本和韓國，這五個市場的出口總額占越南鞋類出口總營業額的 82.3% 以上。

越南目前是全球第二大鞋類出口國，僅次於中國，每年出口超過 10 億雙各種鞋款。值得關注的是，全球鞋類平均出口價格為每雙 9.81 美元，而越南的平均出口價格達到每雙 15 美元，是全球平均價格的 1.6 倍，顯示出越南鞋類產品的品質已得到顯著提升並受到了國際市場的認可。

3.1. 美國市場

美國仍然是越南最大的皮革和鞋類出口市場，其中鞋類和手提包的出口額占越南相關產品總出口額的 41.0%，而手提包則占 44.1%。美國市場也是增長速度最快的出口市場之一。隨著美國經濟在疫情後

逐步復甦，消費者信心回暖，預計未來一段時間內，美國市場對鞋類產品的需求將持續增加。

在 2020 年之前，越南對美國市場的鞋類出口保持了穩定的增長勢頭，營業額連續多年實現了兩位數的增長，年均增長率達到 13%。對美國市場的出口額已占整個行業出口總營業額的三分之一以上，顯示出其在全球市場中的重要地位。然而，2020 年受到 COVID-19 疫情的嚴重影響，越南對美國市場的鞋類出口出現了顯著下降，與 2019 年相比減少了 9%。儘管如此，到了 2021 年初，出口額迅速反彈，具體而言，出口營業額達到 59.8 億美元，較 2020 年同期增長了 18.2%。這一強勁的恢復勢頭顯示出越南鞋類產品在美國市場的強大競爭力和市場需求的潛力。

3.2. 歐盟市場

歐盟是越南主要鞋類出口市場之一。具體而言，越南對歐盟的鞋類出口占其市場份額的 22.9%，而手提包的市場份額為 22.1%。歐盟作為全球鞋類市場的重要地區，面臨來自勞動力成本較低國家的競爭，這使得其皮革和鞋類生產增長有所放緩，轉而成為一個巨大的進口市場。

在 COVID-19 疫情爆發之前，越南對歐盟的鞋類出口保持穩定增長，2017 年增長 10.1%，2018 年增長 1.5%，2019 年增長 7.7%。然而，2020 年由於疫情影響，越南對歐盟的各類鞋類出口下降了 13.6%，總額達到 38.5 億美元。隨著《越南-歐盟自由貿易協定》(EVFTA) 的生效，儘管歐盟市場的疫情形勢仍然複雜，但越南對歐盟的鞋類出口已顯著回暖。根據海關總署的數據，與疫情爆發前相比，2021 年越南對歐盟的鞋類出口增長了 19.2%。從市場表現看，越南對歐盟市場的鞋類出口均有增長，部分市場甚至實現了兩位數的增長。例如，比利時增長了 37.0%，荷蘭增長了 23.4%，義大利增長了 14.3%，西班牙增長了 39.2%。這一回暖趨勢顯示出越南鞋類產品在歐盟市場中的強勁需求和競爭力。

3.3. 東盟市場

自 1996 年加入東盟以來，越南開始了區域和全球經濟一體化的進程。目前，越南已簽署 14 項多邊和雙邊自由貿易協定，包括《全面與進步跨太平洋夥伴關係協定》(CPTPP) 和《越南-歐盟自由貿易協定》(EVFTA)，這些協定吸引了大量國內外投資者進入越南的皮革和鞋類行業，尤其是對於那些在協定生效後即可享受減稅優惠的項目。

預計到 2020 年，全球鞋類市場將實現良好增長，達到 3718 億美元。越南與許多具有巨大鞋類潛力的市場簽署自由貿易協定，使其相較於許多未簽署自由貿易協定的出口國具備了顯著的價格競爭優勢。2019 年，越南對新加坡和泰國等典型東盟國家的鞋類出口額分別達到 8700 萬美元和 7400 萬美元。然而，2020 年，由於新冠疫情的嚴重影響，對東盟國家的鞋類出口額大幅下降。在 2021 年初，這一趨勢仍然持續，具體而言，新加坡的鞋類出口額為 6670 萬美元，增長 7.7%，而包包出口額下降 48.2%至 590 萬美元。泰國方面，鞋類出口額達到 4080 萬美元，下降 12.5%；包包出口額則下降 28.4%至 240 萬美元。儘管如此，預測指出，在不久的將來，東盟市場仍然是越南需特別關注的重要市場，尤其是在東盟經濟共同體 (AEC) 實施後，其市場潛力將更加顯著。

3.4. 其他市場

中國和日本皆是越南皮革和鞋類產品出口市場的重要亮點。具體而言，中國在鞋類和手提包領域的市場份額分別為 9.3%和 4.3%，而日本的市場份額則為 4.7%和 8.6%。

在 2020 年，越南對中國市場的鞋類出口額達到 21 億美元，較 2019 年增長 16.3%。然而，對於手袋、錢包、手提箱、帽子和雨傘

等產品的出口額則下降至 1.388 億美元，較 2019 年減少 12.9%。同年，越南對日本市場的鞋類出口額為 8.484 億美元，較 2019 年下降 12.8%；但對於手提包、錢包、手提箱、帽子和雨傘等產品的出口額增長至 3.418 億美元，較 2019 年上升 19.0%。

不過，在 2021 年前八個月，中國和日本市場的皮鞋出口出現下滑。具體來說，越南對中國的鞋類出口額下降了 24.2%，手提包出口下降了 4.2%。同時，對日本市場的鞋類出口收入也下跌了 11%，手提包的出口則大幅下降了 29.5%。

第四節：顯示性比較利益指數分析 (Revealed Comparative Advantage, RCA 指數)

顯示性比較優勢指數 (Revealed Comparative Advantage, RCA 指數) 由 Bela Balassa(1965) 提出是一個經濟學指標，用來衡量一個國家或地區在某一特定產品或服務上的相對競爭優勢。它通過比較一國在某一產品的出口份額與其整體出口份額來計算。

RCA 的計算公式如下：

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij}}{X_{tj}} / \frac{X_{iw}}{X_{tw}}$$

(1) RCA 計算方式

其中:

X_{ij} : 表示國家 j 出口產品 i 的出口值

X_{tj} : 表示國家 j 的出口總值

X_{iw} : 表示全球出口產品 i 的出口值

X_{iw} : 表示全球出口總值

RCA 的解讀:

表 4-1、RCA 的評判標準及對應結果

	RCA 區間	代表意涵
1	$RCA \leq 0.8$	較弱比較優勢
2	$0.8 \leq RCA < 1.25$	中等比較優勢
3	$1.25 \leq RCA < 2.5$	次強比較優勢
4	$RCA \geq 2.5$	極強比較優勢

表 4-2 、越南皮革和鞋類在世界市場上的比較優勢指數

(根據於Trademap 源數據的計算)

單位 : 十億美元

年份	全球出口總額 (1)	全國出口總營業額 (2)	全球鞋類出口額 (3)	全國皮鞋類出口額 (4)	RCA [[4/2]/{3 /1}]
2017	17,470	214,12	134,1	14,67	9,06
2018	19,549	243,5	143,26	17,68	9,9
2019	19,014	264,19	146,49	22	10,8
2020	17,648	281,5	124,33	19,9	10,3
2021	22,328	336,31	146,13	20,78	9,4

在 2017 至 2020 年期間，根據上述數據，我們評估了越南鞋類產品在全球市場上的比較優勢。通過計算相對比較優勢指數 (RCA)，可以看到越南的鞋類產品在出口至全球市場方面具有明顯的優勢。

RCA 指數顯示，從越南出口到共同市場的商品數量高於出口到世界其他地區的商品。

在 2017 至 2021 年間，越南鞋類行業的 RCA 指數保持在 9.44 至 10.8 之間。具體來說，該行業的 RCA 指數從 2017 年的 9.06 急劇上升至 2019 年的 10.8，但在 2021 年輕微下降至 9.4。2019 至 2021 年間的下降趨勢顯示，越南的鞋類產品正在逐步失去在全球市場的競爭優勢。這一變化的原因主要與 2019 年 5 月以來 COVID-19 疫情的再度爆發有關，尤其是在南部省份的疫情發展複雜，導致大多數皮革和鞋類製造企業停工。這些企業大多集中於南部地區（如胡志明市、同奈、平陽、隆安、前江等），約有 80% 的工廠因地方政府實施長期社交距離政策而被迫關閉，這對該行業的產出和出口營業額造成了 70% 的影響。此外，空箱短缺、物流成本激增以及國際航運費用增加 5 至 10 倍，自 2020 年以來未能恢復正常，加上高昂的燃料成本和進口原材料價格，這些因素都大大影響了生產並為出口企業帶來了諸多困難。

儘管如此，《越南-歐盟自由貿易協定》（EVFTA）為越南的皮革和鞋類出口帶來了積極的變化，成為 2020 年和 2021 年剩餘幾個月內鞋類和手提包行業增長的重要推動力。然而，製造企業仍面臨雙重

挑戰：進口原材料短缺與出口中斷。主要的出口市場是美國和歐洲，這導致 2020 年前 11 個月的出口營業額與去年同期相比大幅下降。

到 2021 年，越南的皮鞋類總出口額展望將達到 207.8 億美元，較 2020 年增長 4.6%。其中，鞋類出口額達到 177.7 億美元，增長 6.1%；而手提包類出口額則接近 30.1 億美元，下降 3.2%。在 COVID-19 疫情對全球市場的影響後，傳統市場略有復甦，具體而言，北美市場增幅最大，達 19.6%，其次是歐洲（10.8%）和大洋洲（8.9%）。美國仍然是越南最大的業類進口市場，銷售額達到 87.646 億美元，增長 15.8%。中國則為第二大市場，銷售額為 17.183 億美元，下降 22.3%；日本市場的銷售額為 10.667 億美元，下降 10.1%。南美洲的出口營業額下降幅度最大，達到 31%。

根據世界經濟形勢和 Covid-19 疫情的發展和控制以及 2022 年企業簽訂訂單的結果，到 2022 年，整個鞋業的增長將比 2021 年增長 10-15%，達到約 23-250 億美元。

(1) 優勢

根據相對比較優勢指數(RCA)，越南在鞋業展現出顯著的競爭優勢。該行業是越南的傳統產業，主要以加工出口為主，吸引了大量投資

者，這一切得益於廉價的勞動力。此外，越南擁有穩定和平的政治環境，這進一步提升了其對外資的吸引力。

自加入世界貿易組織 (WTO) 以來，越南根據既定路線圖逐步削減並取消關稅，同時實施鼓勵出口和生產的政策，使其成為皮鞋製造商的首選投資目的地。越南的皮革和鞋類行業發展迅速，顯示出較強的比較優勢，能夠有效地將勞動力、資本和資源集中於低機會成本和高利潤的生產活動上。根據統計總局的數據，2021 年越南的皮革和鞋類出口額達到 207.8 億美元，同比增長近 42%，而 2017 年的增長率僅為 14.67%。這一增長顯示出越南在全球皮革和鞋類市場中的競爭力持續提升。

越南作為一個發展中國家，其比較優勢促進了專業化生產的效率，特別是在皮革和鞋類行業的出口方面，一直保持在較高水平。然而，受到 Covid-19 疫情的影響，越南鞋類出口營業額大幅下降，消費者需求急劇減少，導致相對比較優勢指數 (RCA) 從 2019 年的 10.8 下降至 2021 年的 9.4。儘管如此，2017 至 2021 年間的 RCA 指數始終保持在 9 以上，顯示出越南皮革和鞋類行業的比較優勢仍然具有較高水平。

預計在 2022 至 2031 年間，越南的鞋類生產和出口將持續增長，市場組織和研究機構預測，到 2031 年，越南鞋類市場的價值將達到 2022 年估計的兩倍。這種增長得益於較低的機會成本和更高的獲利率，越南在皮革和鞋類行業的比較優勢使其能夠有效地將勞動力、資本和資源集中於低機會成本的生產活動上，從而獲得更高的利潤，為國家帶來更多收益。較高的比較優勢還提高了鞋類產品的進出口效率。目前，鞋類企業選擇專注於生產，以便更有效地製造產品，同時從貿易夥伴那裡採購無法有效生產的產品。這些企業利用其比較優勢，從而獲得競爭優勢甚至絕對優勢。

(2) 劣勢

在 2017 至 2018 年間，鞋類行業的相對比較優勢指數 (RCA) 波動在 9.06 至 10.8 之間。然而，自 2019 年起，該行業的 RCA 指數從 10.8 顯著下降至 2021 年的 9.4。儘管皮鞋類是越南的主要產業之一，但在 2020 年代初，國內企業面臨外資企業日益增多的挑戰，這些外國公司紛紛進入市場以利用越南的廉價勞動力。

雖然皮革和鞋類行業的出口營業額位居越南前列，但出口市場的主導權大多掌握在外商直接投資 (FDI) 企業手中。根據越南皮革鞋類手袋工業協會 (Lefaso) 的數據，大約有 800 家 FDI 企業雖然只占該

行業企業數量的不到 25%，卻佔據了高達 77% 的出口額。這些外資企業在市場上發揮著重要的主導作用。例如，擁有廣泛子公司系統的 Pouchen，為該行業貢獻了超過 2390 億美元的銷售額，這相當於 2021 年越南皮革和鞋類行業總出口額（207.8 億美元）的 16%。

外商直接投資(FDI)企業在越南的供應鏈中表現得十分積極主動，因為它們的系統化供應涵蓋了從原材料獲取、生產到分銷的各個環節。在耐克、阿迪達斯等全球主要鞋類品牌的供應鏈中，越南企業往往處於被動地位，因為它們主要負責外包和生產，具體取決於進口商的要求。根據越南皮革鞋類手袋工業協會(Lefaso)的資料，目前該行業的國產化率僅為 40-45%，主要由鞋底和縫紉線兩項次要產品組成。越南生產鞋類所需的最重要原材料是皮革，而人造革則依賴進口。每年，越南必須進口 11 至 15 億美元的皮革以支持出口生產。

國內企業只能供應低檔布鞋的面料，而高檔面料則必須依賴進口。即使是目前工業生產所需的機器設備，也大多數來自國外進口。所有這些因素共同推高了越南企業的產品成本，進而降低了其在全球市場的競爭力。在國內市場，鞋類產品的年需求約為 1.5 億雙，但外國企業

佔據了 60% 的市場份額，其中中低端細分市場的大部分產品來自中國，而高端市場則主要被外國品牌所主導。

運輸成本的上升也可能削弱越南的比較優勢。近期，由於 COVID-19 疫情和物流擁堵的影響，海運運費仍維持在較高水平，同時，出口產品的價格並未隨原材料價格的上漲而同步提升，導致工廠無法平衡加工成本和出口價格。此外，集裝箱的短缺使得許多原材料的進口時間延遲，有些原材料因高燃料成本和進口價格而被迫長期儲存，這對生產造成了很大的影響，導致大量出口企業面臨困難，原材料不足以滿足大規模訂單的生產需求。儘管國外的原材料和勞動力成本可能比在越南本地生產更低，但所節省的成本可能不足以抵消運輸成本，甚至在某些情況下，運費會超過任何比較優勢的收益。

近年來，專業化增加可能會使企業在擴展時面臨挑戰。當前進口市場對皮革和鞋類產品的質量要求日益提高，因此擁有一支具備專業技能和豐富經驗的人才團隊變得至關重要。然而，找到這類專業人才往往困難重重，這可能會使企業在擴大規模或提高產量方面受阻。

許多企業在經歷了兩年 COVID-19 疫情的影響後，尚未能及時恢復生產。員工因疫情而不得不遠程工作，導致產量下降。此外，由於原

材料供應鏈的中斷及防疫措施所產生的額外成本，許多皮革和鞋類企業遭受了重大損失，客戶取消了出口訂單，企業卻仍需承擔工廠維護及支付員工工資的費用。

第五節：貿易競爭指數 (Trade Specialization Coefficient, TSC 指數)

TSC (Trade Specialization Concentration) 貿易競爭指數是一個用來衡量一個國家或地區在某些特定產品或產業在國際市場上競爭指數。TSC 反映了一個國家在全球供應鏈中保持和擴大其出口市場份額、提高產品品質和保持價值的能力。該指數通常用於比較特定行業國家/地區的貿易表現。TSC 指數越高表明該經濟體有能力生產品質好、價格有競爭力並滿足國際市場需求的產品和服務。

TSC 可以通過不同的方式計算，具體取決於分析方法。基於導出和導入的流行配方之一如下：

$$TSC = \frac{\text{出口}-\text{進口}}{\text{出口}+\text{進口}}$$

(2) TSC 計算方式

TSC 的解讀：

表 4-3、TSC 的評判標準及對應結果

	TSC 區間	代表意涵
1	$TSC \geq 1$	該類商品競爭力越強
2	$TSC \leq -1$	該類商品不具有國際競爭力
3	$TSC > 0$	該類商品具有較強的國際競爭力
4	$TSC = 0$	為產業內貿易，競爭力與國際水平相當

分析越南鞋類 HS6404 TSC 指數：

東盟成員國 HS6404 的 TSC										
國家	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
越南	0.9924	0.9941	0.9922	0.9897	0.9917	0.9904	0.9831	0.9871	0.9873	N/A
印尼	0.9201	0.9289	0.9101	0.8476	0.7807	0.7121	0.8577	0.8832	0.8844	N/A
柬埔寨	0.9497	0.9658	0.9837	0.9928	0.979	0.9701	0.9872	0.9881	0.9923	N/A
緬甸	0.0909	0.2595	0.697	0.8969	0.9684	0.9539	0.9764	0.982	0.9797	0.9417
泰國	0.361	0.2181	0.0752	-0.0348	-0.3936	-0.5157	-0.4659	-0.3808	-0.5193	-0.5884
新加坡	-0.2777	-0.2919	-0.2346	-0.2276	-0.237	-0.2293	-0.2028	-0.2269	-0.1586	-0.1541

圖 4-2、越南鞋類 HS6404 TSC

根據 2014 至 2022 年間的 TSC 指數分析，越南已確立其作為東盟地區領先鞋類製造商的地位。穩定且高水平的 TSC 指數反映出越南在滿足國際市場需求方面的強大競爭力。然而，該行業的競爭態勢正在加劇。儘管印尼起步良好，但其 TSC 指數出現下降，這可能是由於政策變遷或來自新興競爭對手的壓力所致。相比之下，柬埔寨則顯示出顯著的進步，顯示出未來的潛力。

為了保持競爭優勢，越南必須持續提升產品質量，實現市場多元化，並加強創新能力。在國際經濟一體化日益加深的背景下，越南鞋業面臨著許多挑戰，競爭不僅限於國內市場，還擴展至全球範圍。因此，提高越南鞋業及其企業在全球供應鏈中的競爭力變得尤為重要，這一過程需要定期和持續地進行調整，以應對行業的變化和新發展。

從微觀層面看，「鑽石模型」由美國哈佛商學院著名戰略管理科學家邁克爾·波特 Porter (1998) 指出，一個行業或國家在國際舞台上競爭的能力，主要取決於該國企業的競爭力。根據 Porter 的研究，國際市場的主要競爭者是企業本身，而非國家然而，商業環境的條件能夠支持或阻礙企業實現生產力和創新能力的提升進而影響其競爭優勢。

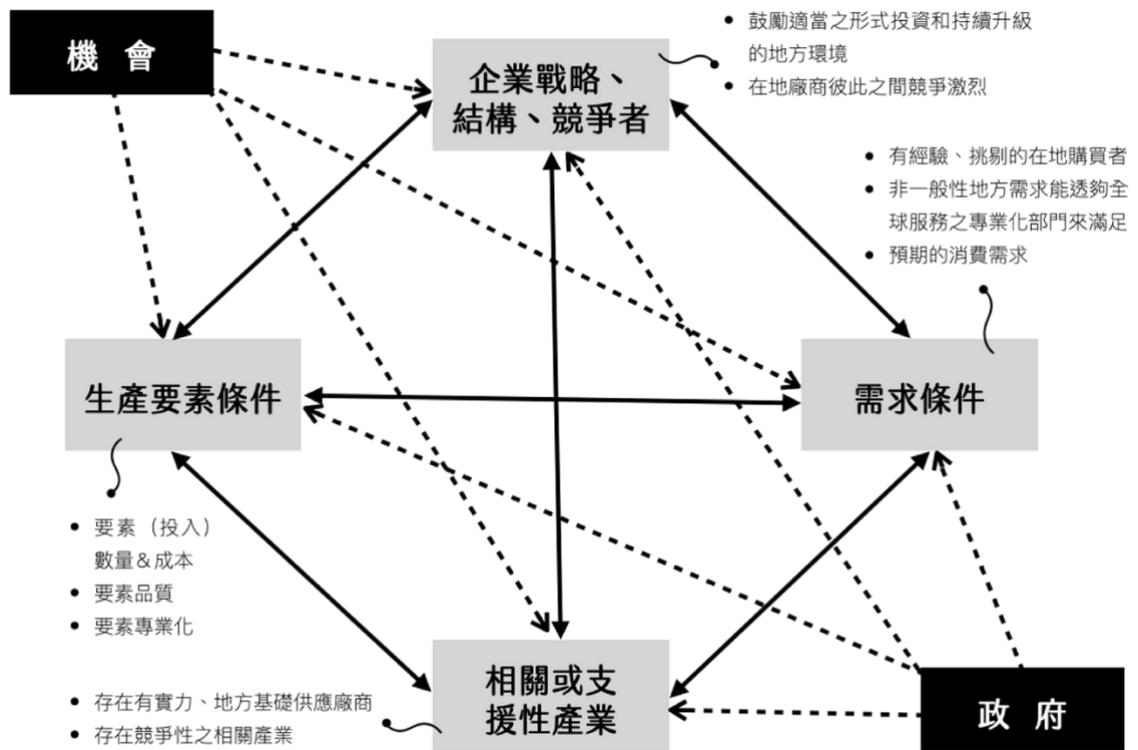


圖 4-3、波特鑽石模型

波特的鑽石模型 (1990 年) 概述了影響企業競爭力的環境因素及其相互作用。他認為，企業在國際市場上的競爭力主要依賴於一組相互關聯的地理優勢，這些優勢來自不同國家的特定產業。模型從四個角度描述了商業環境的特徵，分別為：(1) 生產要素條件；(2) 市場需求狀況；(3) 相關和輔助產業的條件；(4) 行業的競爭戰略、結構及背景。這些要素共同構成了鑽石模型，任何一個元素的變化都將對其他元素產生影響。

此外，政府和機會這兩個外部因素的變化也會影響鑽石模型中的四個主要要素。例如，政府作為經濟體中各方決策的指導者，其政策和機遇 (挑戰) 構成了經濟實體無法控制的現實環境。因此，根據波特 (Porter , 1990, 1998) 的理論，影響企業、行業和國家競爭力的因素是多方面的。提升競爭力是一個持續進化的過程，在此過程中，企業需要改善內部資源，與合作夥伴建立良好的輸入與輸出連結，並在當今動盪的商業環境中確定正確的競爭策略。

近年來，越南鞋類出口表現出強勁增長，具體體現在以下幾個方面：

(1) 出口增長率：越南鞋類出口的年均增長率保持在 10% 至 15% 之間，根據越南統計總局的數據，這一增長速度高於全球行業平均水平。

越南還成功實現市場多元化，將鞋類出口擴展到美國、歐盟、日本和韓國等多個國家和地區，這一策略有效降低了風險並創造了更多增長機會。

(2) 外商投資與技術轉讓：越南鞋業吸引了大量外國直接投資(FDI)，特別是來自耐克、阿迪達斯和彪馬等知名企業的資金。這些投資不僅提供了資金支持，還引入了先進的生產技術和現代管理方法，顯著提升了越南鞋類產品的質量，從而增強了其在國際市場的競爭力。

(3) 政府支持政策：越南政府簽署了多項自由貿易協定 (FTA)，如 CPTPP、EVFTA 和 RCEP，這些協定不僅降低了關稅，還擴大了鞋類產品的出口市場，創造了有利的貿易環境，幫助越南企業更容易進入主要市場。此外，政府還為鞋類製造企業提供多項支持計劃，包括資助、稅收減免和提升勞動技能的培訓計劃，進一步促進了行業的發展。

(4) 適應性與創新性：越南鞋業企業持續進行創新，以提升生產效率和產品質量。通過應用新技術和現代生產工藝，企業能有效降低成本並提高生產力。同時，越南企業要迅速適應新興市場趨勢，如對可持續和環保產品的需求，這進一步增強越南鞋類產品在國際市場上的競爭力。

總計而言，近年來的揭示比較優勢指數 (TSC) 分析顯示，越南鞋業正處於強勁的成長軌跡，並展現出明顯的貿易競爭優勢。其出口增速顯著高於全球鞋類產業平均水平，市場份額亦持續攀升。越南鞋類出口的快速增長，充分顯示其對全球市場需求的敏銳嗅覺與積極回應，政府的投資誘因、技術轉移政策以及自由貿易協定的簽署，為越南鞋業提供了良好的發展環境。

第六節：市場佔有率指數 (Market Share · MS 指數)

MS 市場佔有率 (Market Share) 指數是指是一種衡量某個國家或公司的產品或服務在特定市場中所佔份額的指標。MS 指數反映市場上某個競爭者的表現相對於市場總體的比例。這個指數對於分析一個國家在全球出口市場中的競爭力特別重要，因為它展示了該國在某一產品或服務類別中的競爭優勢。

計算市場佔有率 MS 指數的公式如下：

$$MS_{ij} = \frac{X_{ij}}{X_{wj}}$$

(3) MS 計算方式

其中

MS_{ij} : 國家 i 產品 j 的出口佔有率指數

X_{ij} : i 國家出口產品 j 的出口額額

X_{wj} : 全球產品 j 出口總額

專業技能人才不
影響產業升級。

如果 MS 越高，則表明該國在國際市場上的該行業中佔有很大的出口市場份額。

2022				2023			
出口 國	國家 出口 總額 (1)	全球 出口 總額 (2)	MS (1/2)	出口 國	國家 出口 總額 (1)	全球 出口 總額 (2)	MS (1/2)
越南	27.2	176	15.45%	越南	202	1540	13.12%

印尼	8		4.55%	印尼	51.9		3.37%
中國	63.5		36.08%	中國	530		34.42%
義大利	13.1		7.44%	義大利	150		9.74%

表 4-4、越南鞋業佔有率指數 2022-2023

越南是全球鞋類製造和出口的重要國家之一。越南鞋業的市場佔有率 (MS 指數) 顯示了該國鞋業在全球市場中的競爭優勢。

根據海關總局初步數據統計，2024 年 2 月份鞋類出口額超過 11.7 億美元，與 1 月份相比下降了 40.3%。今年前 2 個月，鞋業出口額超 31 億美元，同比增長 13.8%。越南在全球鞋類出口市場中僅次於中國，位居第二。越南鞋類的 MS 指數顯示其占全球鞋類出口市場的大約 10-15% 之間，在美國、歐盟、中國、日本、英國等 150 個市場都有所涉足、表明越南鞋業在全球市場中具有顯著的競爭力。

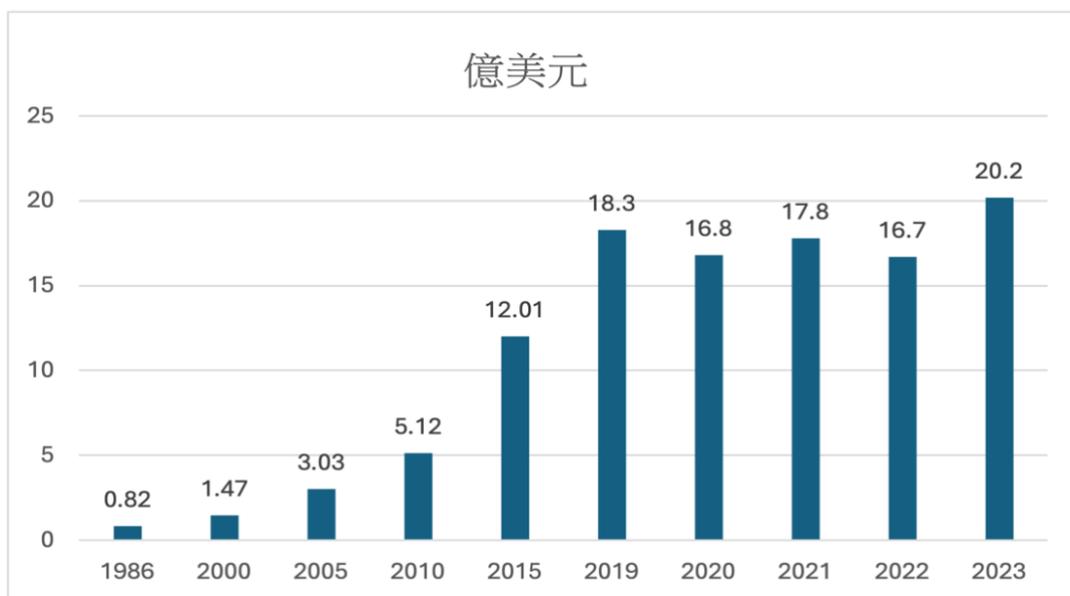


圖 4-4、越南鞋業出口金額 1986-2023

越南的主要出口市場包括美國、歐盟以及其他亞太地區國家。美國是越南鞋類最大的進口國，佔據越南鞋類出口的主要份額。

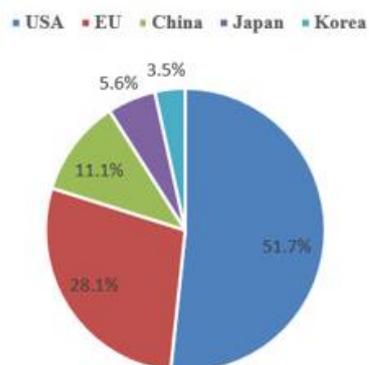


圖 4-5、越南鞋類出口市場份額 2021 年 12 月

從市場角度來看，越南鞋類產品的出口在北美市場的增長尤為顯著，其中，美國依然是越南最大的鞋類產品進口國，進口總額達到 87.64 億美元，其後依次為中國（17.18 億美元）、日本（10.66 億美元）和韓國（6.143 億美元）。就市場份額而言，越南鞋類和手袋在美國市場的佔有率分別達到 51.7%；在歐洲市場，分別為 28.1%；中國市場則為 11.1%；日本市場為 5.6%；韓國市場為 3.5%。

值得注意的是，越南在不同自由貿易協定市場集團中的出口表現存在顯著差異。尤其是在《越南-歐盟自由貿易協定》（EVFTA）下，越南皮革和鞋類企業充分利用了該協定的優惠政策，對歐盟多個主要市場的出口額均實現了兩位數的增長。例如，對丹麥的出口增長了 48.3%，對澳大利亞增長了 21.1%，對波蘭增長了 17.3%。

然而，在《東盟貨物貿易協定》和《越南自由貿易協定 - 歐亞經濟聯盟》的市場上，南去年的鞋類出口表現不佳，除了新加坡增長 7.7% 外，其餘大部分市場均出現負增長。

第五章：結論與建議

本研究通過對越南鞋業的深入分析，不僅揭示了該產業在全球價值鏈中的定位和發展軌跡，更為我們理解發展中國家如何實現快速工業化並在全球市場中獲得競爭優勢提供了洞察。

跨國製鞋企業在技術、品牌和管理上的所有權優勢使它們能夠在全球市場中保持競爭力。這些企業透過在越南設立生產基地，將先進的技術和管理經驗引入越南，顯著提升了生產效率並擴大了市場份額。

越南擁有得天獨厚的區位優勢。越南不僅具備豐富且廉價的勞動力，也位於東南亞的核心位置，便於與中國、日本等主要市場進行貿易。此外，越南簽署了多個自由貿易協定(FTA)，如EVFTA和CPTPP，進一步降低了出口關稅，增強了越南鞋業的國際競爭力。

跨國企業在越南設立全資工廠，實現了生產過程的內部化。這不僅幫助企業降低了交易成本，還能更好地控制生產品質和供應鏈，避免了外包帶來的風險，確保了鞋類產品在全球市場中的一致性和高品質。

以下將從研究發現、越南鞋業發展啟示、越南工業化經驗、貿易夥伴的作用以及未來發展建議等方面進行總結和討論。

第一節 研究發現

本研究運用多種方法對越南鞋業進行了全面分析，主要發現如下：

顯示性比較優勢 (RCA) 分析： 越南鞋業的 RCA 指數在 2017-2021 年間保持在 9.4-10.8 之間，遠高於 1，表明越南在鞋類產品上具有極強的國際競爭優勢。儘管受到 COVID-19 疫情影響，該指數略有下降，但仍保持在較高水平。

貿易競爭指數 (TSC) 分析： 越南鞋類產品的 TSC 指數接近 1，表明其在國際市場上具有強勁的競爭力。這一指標反映了越南在滿足國際市場需求和保持價格競爭力方面的能力。

市場佔有率 (MS) 分析： 越南在全球鞋類出口市場中的份額達到 10-15%，僅次於中國，位居世界第二。在美國、歐盟等主要市場中，越南鞋類產品佔有顯著份額，反映出其在全球供應鏈中的重要地位。

OLI 範式分析：

所有權優勢：越南透過 FTA 引進新技術提升企業技術、強化品牌建設和品質管理，增強越南鞋業再國際市場上的競爭力。

區位優勢：越南憑藉其地理位置、勞動力成本和自由貿易協定等優勢，吸引了大量外國直接投資。

內部化優勢：企業正在將高標準的品質控制和永續發展理念內部化，以應對國際市場的要求。

第二節 越南鞋業快速發展的啟示

越南鞋業的快速崛起為我們理解發展中國家如何在全球價值鏈中提升地位提供了重要案例，以下為幾點研究中發現的啟示：

- 1. 充分利用比較優勢：**越南善用其豐富且相對低成本的勞動力資源，迅速成為全球鞋類生產基地。這印證了傳統國際貿易理論中比較優勢的重要性。
- 2. 積極融入全球價值鏈：**越南通過承接國際產業轉移，快速融入全球鞋類生產網絡。這種策略使越南能夠利用發達國家的技術和市場資源，加速自身產業升級。

3. **政府政策支持：** 越南政府通過制定有利的投資政策、簽署多項自由貿易協定，為鞋業發展創造了有利環境。這反映了政府在產業發展中的關鍵推動作用。

越南產業快速工業化的經驗，越南選擇了符合自身要素稟賦的鞋類等勞動密集型產業作為工業化的切入點，這與早期的亞洲四小龍的發展路徑相似，通過吸引跨國公司投資，越南不僅獲得了資金，更重要的是獲得了先進的生產技術和管理經驗，加速了產業升級，越南採取了典型的出口導向型發展戰略，通過參與國際競爭來推動本國產業升級，這與東亞發展模式高度一致。隨著產業升級，越南越來越重視人力資源培養，以滿足產業發展的需求。這反映了人力資本在經濟發展中的關鍵作用。

第三節 主要貿易夥伴對越南工業化的影響

越南與主要貿易夥伴的互動為其工業化和經濟增長提供了重要支持：

1. **市場需求：** 美國、歐盟等主要市場為越南鞋類產品提供了巨大需求，是越南鞋業快速發展的重要驅動力。

2. 投資和技術轉移： 中國、日本、韓國等國家和地區的投資不僅帶來了資金，更帶來了先進的生產技術和管理經驗，促進了越南產業升級。
3. 區域經濟一體化： 越南積極參與 ASEAN、RCEP 等區域經濟一體化進程，擴大了市場准入，增強了在全球價值鏈中的地位。
4. 競爭壓力： 來自國際市場的競爭壓力推動越南企業不斷提升技術水平和管理能力，有利於長期競爭力的提升。

第四節 對越南未來經濟發展的建議

基於本研究的發現，對越南未來經濟發展提出以下建議：

1. 持續優化營商環境： 進一步改善投資環境，吸引更多高質量外資，特別是在高技術領域的投資。
2. 加大研發投入： 鼓勵企業增加研發支出，提升自主創新能力，逐步從 OEM 向 ODM 和 OBM 轉型。
3. 加強人才培養： 加大對高技能人才的培養力度，為產業向價值鏈高端攀升做準備。
4. 深化區域合作： 積極參與區域經濟一體化，充分利用自由貿易協定帶來的機遇。

5. 推動產業多元化：在鞋業等傳統優勢產業的基礎上，積極發展其他具有潛力的產業，降低對單一產業的依賴。
6. 應對全球挑戰：制定應對氣候變化、貿易保護主義等全球挑戰的長期戰略，增強經濟韌性。

第五節 對其他發展中國家的借鑒意義

階段性發展策略：從勞動密集型產業起步，逐步向技術密集型和資本密集型產業過渡的發展路徑，適用於多數發展中國家。

開放與合作：積極融入全球經濟體系，通過開放促改革、促發展的策略，對加速工業化進程具有重要意義。

政府作用：政府在制定產業政策、改善基礎設施、培養人才等方面的積極作用，對產業發展至關重要。

創新驅動：隨著經濟發展，及時轉向創新驅動發展模式，是保持長期競爭力的關鍵。

越南鞋業的發展歷程不僅展現了一個典型的產業成功案例，更為我們理解發展中國家如何在全球化背景下實現工業化和經濟增長提供了豐富的洞察。這些經驗和教訓無疑將為其他致力於經濟發展的國家提供有益的參考。然而，面對全球經濟格局的變化和新的發展挑戰，

越南仍需不斷調整策略，持續提升產業競爭力，才能在國際競爭中保持優勢地位。

附錄： 參考文獻

[1] 越南外商直接投資影響因素之研究

[https://ir.lib.cyut.edu.tw/bitstream/310901800/29858/1/099CYU
T5304038-001.pdf](https://ir.lib.cyut.edu.tw/bitstream/310901800/29858/1/099CYU
T5304038-001.pdf)

[2] 越南經貿情勢簡報 - 駐越南代表處經濟組 2023 年 2 月

[https://newsouthboundpolicy.trade.gov.tw/Files/Pages/Attaches/322
7/%E8%B6%8A%E5%8D%97.pdf](https://newsouthboundpolicy.trade.gov.tw/Files/Pages/Attaches/322
7/%E8%B6%8A%E5%8D%97.pdf)

[3] 行政院國家科學委員會專題研究計畫: 產業競爭力與股市關連性
之研究

[4] 越南外商直接投資影響因素之研究

[5] 價值變現與動態能力對廠商綠色轉型成效之研究

[6] 經濟部國際貿易署靜經貿資訊網

<https://www.trade.gov.tw/Search2/Content.aspx?did=26967>

[7] 世界銀行 Worldbank

[https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/VNM/Year/LTS
T/TradeFlow/Export/Partner/by-country/Product/Total](https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/VNM/Year/LTS
T/TradeFlow/Export/Partner/by-country/Product/Total)

[8] Everything About Manufacturing Footwear in Vietnam and Ensuring Product <https://proqc.com/blog/manufacturing-footwear-vietnam-ensuring-product-quality/>

[9] The Footwear Industry in Vietnam and Ethiopia - industrial policy options in global value chains
https://research-api.cbs.dk/ws/portalfiles/portal/59766076/402154_ThesisAvBCSdig.pdf

[10] Vietnam+ (VietnamPlus)
<https://www.vietnamplus.vn/viet-nam-dung-thu-hai-the-gioi-ve-xuat-khau-giay-dep-post925323.vnp>
<https://www.gso.gov.vn>

[11] Baikedu
<https://www.baidu.com>

[12] [Vietnam's FTAs as of August 2023](https://wtocenter.vn/thong-ke/13814-vietnams-ftas-summary-as-of-april-2019)
(<https://wtocenter.vn/thong-ke/13814-vietnams-ftas-summary-as-of-april-2019>)

[13] 越南統計總局
<https://www.gso.gov.vn>

[14] 越南皮革協會

<http://www.lefaso.org.vn>

Lefaso (2021), Số liệu sản xuất và xuất nhập khẩu ngành da giày - 9 tháng năm 2021.

Lefaso (2021), “ Xuất khẩu giày dép vào thị trường EU”

[15] Vietnam Industry and Trade Information Centre

<https://thongtincongtuong.vn>

[16] Giáo trình Kinh tế quốc tế, Trường Đại học Thương Mại, xuất bản năm

[17] Đức Bình, & Thuý Hồng. (2007). Giáo trình Kinh tế quốc tế. Nhà xuất bản Giáo dục.

[18] Lê, T. L., & Nguyễn, V. N. (2021). Đánh giá lợi thế so sánh ngành da dầy Việt Nam trong khu vực Asean thông qua chỉ số lợi thế so sánh hiển thị.

[19] Nguyễn, P. (2018), Nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm da giày xuất khẩu của Việt Nam: Nội dung và các nhân tố ảnh hưởng, Tạp chí Công Thương.

[20] Xuân Thiên. (2011, 4), Lý thuyết lợi thế so sánh và gợi ý đối với Việt Nam trong bối cảnh phát triển hiện nay.

https://repository.vnu.edu.vn/bitstream/VNU_123/97387/1/ly%20thuyet%20loi%20the

[%20so%20sanh%20va%20goi%20y%20doi%20voi.pdf](https://repository.vnu.edu.vn/bitstream/VNU_123/97387/1/ly%20thuyet%20loi%20the%20so%20sanh%20va%20goi%20y%20doi%20voi.pdf) (truy cập 21:34

ngày 15/10/2022)

- [21] An Nhiên (2022), Thị phần giày dép của Việt Nam trên thế giới đã tăng hơn 4 lần trong 10 năm qua, Bộ Công Thương.
- [22] Vũ Huy Hùng (2020), Da giày Việt Nam: nỗ lực vượt khó , kỳ vọng tăng trưởng,
Phòng Thông tin, Thư viện và Xúc tiến Thương mại- VIOIT.
- [23] Phương Anh (2022), Ngành dệt may đẩy mạnh phát triển bền vững, kinh doanh tuần hoàn, Bộ Công Thương.
- [24] Nguyễn Minh Huệ (2020), Sách báo cáo XNK Việt Nam, Nhà xuất bản Công Thương, Hà Nội.
- [25] Duy Hưng (2022), “Sản xuất và xuất khẩu da giày Việt Nam được dự báo tăng trưởng gấp đôi” , Báo Công thương.
- [26] Linh Nga (2019), “EVFTA: Dệt may và giày dép đã được hưởng lợi ngay?”,
TS. Lê Tuấn Lộc, ThS. Nguyễn Văn Nên, “Đánh giá lợi thế so sánh ngành da giày việt nam trong khu vực ASEAN thông qua chỉ số lợi thế so sánh hiển thị”, Trường Đại học Kinh tế - Luật, ĐHQG TP HCM.
- [27] ThS. Nguyễn Thị Nga, “Nâng cao năng lực cạnh tranh ngành da giày Việt Nam trong điều kiện hội nhập quốc tế”, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội.
- [28] Minh Nhung (2022), Xuất khẩu giày dép năm 2022: Kỳ vọng cán mốc 20 tỷ đô, Báo đầu tư.