

越南自行車以交通用途為主

整理 ◎ 劉姿岑

隨著經濟發達，摩托車成爲越南人民的主要交通工具，從 1990 年到 2009 年，摩托車數量大增 10.82 倍、汽車增加 6.24 倍。摩托車及汽車數量太多，造成很多負面影響，如環境污染及交通堵塞等，政府與人民開始考慮替代產品，包括：自行車、電動自行車及電動摩托車。

內銷市場較小

越南自行車的內銷並不大，且騎自行車的人大部分是工人、老人或被禁止騎摩托車的學生，因此，每年自行車的旺季是在開學期間。

電動自行車市場以中國、臺灣及日本進口產品爲主，品牌繁多，比較暢銷的有 Asama、Yamaha、Giant、Honda。中國車雖然樣式豐富，但品質通常存有問題。日本車大多是二手車，樣式老舊些，但品質良好，在市場上也占一定的地位。越南車主要用臺灣零配件，有一定的優勢，如品質、保修或價格，但樣式單一，比較暢銷的越南組裝車有同一公司、Delta 公司、Hiep Tan 公司的產品。

關於越南電動車進口情形而言，臺灣車原本佔有優勢，但正被中國車威脅。越南業內人士認爲，中國電動車品質日益提高，與臺灣車品質差距越來越小。去年中國電動車出口到越南的數量呈現高幅增長，增幅達 246.8%，上半年出口量從原來的 2,000 臺猛增到 8,000 輛。

百萬名車

自行車、電動自行車及電動摩托車的客戶群主要是學生、老年人及女性，產品價格較高。自行車每臺約近 2 百萬越盾起，電動自行車約 6 百萬越盾起，電動摩托車約 9.5 百萬越盾起（註：2011 年 12 月 29 日 1 美元兌 2 萬 1,036 越盾）。

反傾銷稅造成產業萎縮

從 2005 年起，歐盟對於越南自行車出口課徵高額反傾銷稅，稅率爲 15.8-34.5%，導致其出口量持續衰退，從 2005 年的 1,067,772 輛（占市場的 11.69%）至 2009 年只有 21,421 輛。產業的勞動數量也隨之大大減少，從 2005 年以前的 21 萬人，到 2010 年只剩下大約 5,000 人。

2008 年，通貨膨脹升高及汽油價格不斷上漲導致自行車、電動車生意突然熱起來，甚至出現缺貨漲價現象，但因產業已經遭遇極大損害，無奈錯過良好的成長機會。

由於自行車無法滿足多數消費者的虛榮心理，若臺灣想以高價車型進入越南市場，難度仍大。因爲，多數越南人認爲自行車只是交通工具，尙未進入休閒或運動形態階段。

（資料來源：外貿協會駐越南胡志明市辦事處）

（資料提供：TBEA）

越南2011年進口稅表

	HS編碼/HS組	MFN (臺灣)	東協 (CEPT)	中國大陸 (ACFTA)	VAT (一律)
比賽用自行車	8712.0010.00	5%	0%	5%	10%
兒童用自行車	8712.0020.00	50%	5%	15%	10%
其它各類自行車	8712.0030.00	50%	5%	15%	10%
自行車零件	8714.11.00 ~ 8714.99.90	32~45%	0~5%	0~15%	10%
電動車	8711.1091.00	80%	90%	50%	10%
電動車零件	8714.1100.00	35%	5%	15%	10%