

中国企业越南设点、合同 用工与合规基础报告

进入越南前, 先验证经营结构能否成立。
本报告帮助中国 B2B 企业判断主体、合同、
人员与数据路径是否支撑进入越南。

设点路径

合同结构

用工边界

合规验证

00 封面主张

很多中国企业讨论越南市场时, 会把设点、合同、用工和合规看成进入之后才处理的行政事项:

- 有客户了再设公司。
- 有订单了再找律师看合同。
- 有员工了再补劳动手续。
- 线索多了再考虑数据和营销合规。

这个顺序在越南并不稳。

Yundinh 的判断是:

Yundinh 判断

设点、合同、用工与合规不是进入越南后的手续, 而是客户机会能否变成可签约、可收款、可交付、可复制路径的前置变量。

越南市场进入的难点, 不是只有“有没有客户”。真正决定项目能否推进的, 是一组更具体的问题:

- 谁代表企业在越南出现。
- 谁签合同、谁收款、谁开发票、谁承担售后。
- 本地人员是短差、派驻、EOR、外包、直雇, 还是合作伙伴团队。
- 展会线索、客户名片、CRM、邮件营销和客户案例是否有清晰的数据路径。
- 哪些事项可以先由 Yundinh 做商业诊断, 哪些必须交给越南律师、税务师、会计师、HR 顾问或数据合规顾问确认。

本报告不是越南法律百科, 而是帮助中国 B2B 企业在正式投入前, 把“进入越南”拆成一条可验证的经营路径。

01 重要说明

本报告用于商业判断、进入路径设计和客户沟通准备, 不构成法律意见、税务建议、会计建议、HR 合规意见、数据合规意见、投资建议、广告审查意见、海关意见或经营承诺。

涉及主体设立、投资许可、市场准入、合同审查、代理授权、税务申报、劳动关系、外籍员工许可、劳动派遣、EOR 服务合法性、广告审批、个人数据处理、跨境数据传输、争议解决、行业监管和行政程序等事项, 应由越南持牌律师、税务师、会计师、审计师、HR 合规顾问、数据合规顾问、报关行或其他合格专业机构逐项确认。

Yundinh 的角色不是替客户出具专业合规结论, 而是帮助客户把商业路径、客户场景、责任主体、数据链路和专业机构问题清单先梳理清楚, 再把必须专业确认的问题准确转介出去。

02 Yundinh 管理层判断

Yundinh 管理层判断

判断	对中国 B2B 企业的含义	下一步验证
越南没有单一进入模板。	代表处、外资公司、并购、代理、经销、跨境服务、EOR 和本地服务商解决的问题不同，不能混用。	先判断企业处于验证、成交、交付还是长期运营阶段。
代表处适合验证，不适合成交闭环。	代表处可以建立在地存在感和做市场联络，但不能被当成完整销售、开票、收款和售后主体。	列出代表处计划实际做的动作，逐项核对是否越界。
合同风险首先不是条款，而是主体和责任。	如果谁签、谁收款、谁交付、谁售后没写清，客户归属、佣金、保修、税务和争议都会失焦。	画出合同主体、付款主体、发票主体、交付主体和责任主体。
不设点不等于无税无责。	跨境服务、安装、培训、维保、软件、云服务和分销控制都可能触发税务和责任问题。	在报价前做 FCT、VAT、进口、工作许可和合同结构初筛。
EOR/Payroll 只能作为短中期工具，不能当成万能绕行方案。	若长期核心岗位由第三方签约但由企业实质管理，可能落入派遣、事实雇佣或其他劳动风险。	核对岗位、期限、管理权、服务商资质和员工实际工作方式。
数据与营销合规正在从后台问题变成市场进入问题。	官网留资、展会名片、CRM 回传、邮件营销、客户 logo 和现场照片都需要流程化管理。	建立数据流图和客户授权模板，正式投放前由专业顾问复核。
Yundinh 最适合做商业设计前置和专业机构 brief。	客户不应把律师、税务师的问题碎片化抛出去，而应先把商业模型讲清。	先完成 Yundinh 进入路径诊断，再进入法律、税务、HR 和数据专项确认。

03 客户常见误区

中国企业进入越南前，最常见的错误不是完全不懂法律，而是把法律、税务、用工和数据问题放在错误的时间点。

误区一：先找客户，成交后再处理主体

早期验证时可以轻量化，但如果客户已经进入年度框架、招投标、长期售后、备件库存、本地团队和分期付款阶段，主体能力就会直接影响客户是否愿意继续推进。

客户并不只看产品，也会看供应商是否能提供稳定的签约、开票、付款、售后和争议处理路径。

误区二：把代表处等同于越南公司

代表处能帮助企业建立存在感、做市场研究和商业促进，但不应被设计成销售闭环平台。对中国 B2B 企业而言，代表处更像“验证前台”，不是“经营后台”。

如果用代表处名义承接实质经营动作，后续可能出现合同主体、税务主体、劳动关系和责任承担不一致。

误区三：把代理、经销、介绍人和服务商混写

很多渠道纠纷并不是因为越南伙伴“不靠谱”，而是中国企业一开始没有写清：

- 对方能否代表企业报价。
- 能否签约或代收款。
- 是否拥有客户保护。

- 是否承担售后。
- 佣金、价差、返利和市场费用如何计算。
- 客户数据和后续续购归谁。

越南市场更需要清楚的角色边界, 而不是泛泛的“合作伙伴关系”。

误区四: 人员先进场, 手续后补

总部工程师到越南安装、调试、培训、管理团队或长期做售后, 不能只按商务差旅处理。外籍员工工作许可、豁免、跨省工作、劳动合同、税务和社保问题, 都可能影响项目执行。

EOR、PEO、Payroll Staffing 可以作为试运营工具, 但不能默认覆盖所有岗位和所有期限。

误区五: 把营销留资当作普通销售动作

展会收名片、官网表单、CRM 录入、邮件触达、客户 logo 使用、客户现场拍摄和社媒广告, 不再只是市场部动作。它们同时涉及数据、合同授权、广告真实性和声誉边界。

04 本报告回答的关键问题

1. 中国企业进入越南时, 为什么不能先简单决定“设不设点”。
2. 代表处、外资公司、分公司、并购、代理、经销、跨境服务和 EOR 分别适合什么阶段。
3. 合同中最容易出问题的不是哪些条款, 而是哪几类角色和责任没有写清。
4. 用工、外籍员工、EOR、派遣和员工手册为什么会影响商业路径。
5. 展会、样品、试点、售后和线上营销有哪些容易被忽略的合规边界。
6. Yundinh 可以帮助客户做哪些商业提醒, 哪些必须交给专业机构。
7. 客户应如何用 30/60/90 天完成进入越南前的主体、合同、用工与合规验证。

05 设点不是第一步, 而是进入模式的结果

很多企业会问: “我们要不要先在越南设公司?”

Yundinh 不建议一上来回答 “要” 或 “不要”。更有效的问题是:

Yundinh 判断
你们现在的越南项目, 已经需要哪一种主体能力?

不同阶段需要不同能力:

设点不是第一步, 而是进入模式的结果

阶段	典型动作	主体能力要求	Yundinh 判断
兴趣验证	看行业、见客户、参加展会、收集线索	市场联络、资料收集、客户拜访	不宜急于重资产设点, 先验证客户场景和区域路径。
商机推进	样品测试、售前演示、渠道接触、报价沟通	授权清晰、报价纪律、数据留痕	可以用代表处、总部、合作伙伴或短期服务商组合, 但责任边界要写清。
首单成交	合同、付款、进口、安装、培训、验收	合同主体、税票路径、交付责任、售后安排	必须把合同、税务、付款、发票和本地服务一起设计。
持续交付	备件、维保、巡检、客户培训、续约	本地团队、服务能力、发票、客户响应	仅靠总部短差和合作商容易失稳, 应评估本地法人或稳定服务体系。
长期运营	年度框架、本地招聘、招投标、区域扩张	本地签约、收款、开票、雇佣、合规管理	通常需要正式主体、会计税务体系、HR 制度和专业顾问协作。

Yundinh 判断

设点不是 “进入越南” 的起点, 而是前期验证后的路径选择。企业在没有客户画像、区域优先级、交易结构和本地服务要求之前设点, 容易产生固定成本; 但如果已经有清晰客户机会却迟迟不建立主体能力, 也会拖慢签约和客户信任。

更稳妥的做法是先完成进入模式诊断:

- 客户是否要求越南本地合同或 VAT 发票。
- 产品是否需要本地安装、培训、售后和备件。
- 本地团队是否只是 BD, 还是要承担销售、项目管理或工程服务。
- 目标客户是否是大型工业企业、国企、外资工厂、园区或总包。
- 当前收入规模能否覆盖设立与维护成本。

06 进入方式比较：每一种工具都有边界

进入方式比较：每一种工具都有边界

进入方式	适合场景	能解决什么	主要限制	必须专业确认
代表处	早期市场验证、客户拜访、渠道摸底、展会准备、在地存在感建立	联络、市场研究、商业促进	不适合作为成交、开票、收款和售后闭环主体	代表处许可、负责人授权、费用报销、当地用工和实质经营边界
外资公司	已进入签约、开票、收款、招聘、本地交付和长期运营	本地合同、税票、银行、雇佣、纳税、售后承诺	设立和维护成本更高, 经营范围和准入要前置设计	市场准入、IRC/ERC、注册资本、经营范围、税务和会计
分公司	少数行业和特定路径	在许可范围内延伸商业存在	适用面窄, 不应作为多数 B2B 企业默认路径	行业是否允许、财务会计模式、是否优于 FIE
并购/增资	需要快速获得牌照、团队、客户、厂房或售后网络	继承本地资源和商业关系	同时继承历史风险	股权、税务、劳动、历史合规、竞争申报和行业许可
商业代理	借助本地代理触达客户和管理价格纪律	可约定佣金、价差、独家、区域、客户保护	授权、客户归属、售后和数据边界容易出争议	代理授权、税务归类、排他安排和竞争法边界
经销/转售	标品或半标品销售, 需要本地库存、开票和终端覆盖	经销商可以以自己名义成交和回款	品牌控制、窜货、客户数据和售后质量下降	买断还是代理、价格控制、市场费用、退换货和 FCT/PE 风险
跨境服务/项目合作	早期试单、远程服务、短期技术支持	固定成本低, 适合轻量验证	不等于免税免责, 在越履约或服务收入可能触发税务和许可问题	FCT、常设机构、服务发生地、客户是否接受无本地发票
EOR/Payroll/派遣式用工	尚未设主体但要先放少量人员进场试运营	发薪、合同、缴费和雇主义务的外包支持	不适合无限期、全岗位、核心岗位绕行	服务商资质、岗位清单、期限、管理权和事实劳动关系

Yundinh 判断

进入方式不是越轻越好, 也不是越正式越好。正确的顺序是:

1. 先判断商业场景。
2. 再判断客户采购要求。
3. 再判断履约和人员要求。
4. 最后决定主体形式。

如果客户只是初步沟通, 轻量方式足够。如果客户要求本地合同、发票、质保、响应时间和年度框架, 企业就要认真评估本地法人或稳定合作结构。

07 合同风险：先问“谁”，再问“写什么”

越南合同风险常被理解为条款问题。Yundinh 更关注合同背后的角色结构：

Yundinh 判断
谁签、谁收款、谁开票、谁交付、谁售后、谁拥有客户、谁使用数据、谁承担违约。

如果这些主体不清，合同写得再长也会失焦。

合同风险：先问“谁”，再问“写什么”

合同主题	常见风险	商业后果	Yundinh 建议
合同主体	写成代表处、越南办公室、个人名片或不真正履责的合作方	回款、索赔、保修、税务归类和争议解决全部失焦	合同主体、收款主体、开票主体、交付主体和售后主体逐一列明。
签字授权	代表处负责人、渠道员工或项目经理实际签字但授权不完整	对方质疑授权，集团内部追责困难	对外授权书、印章、签字机制和审批链前置核验。
代理授权	把代理、经销、介绍、顾问、实施混写	客户误认合作方可报价、签约、收款或承诺售后	明确能否报价、签约、代收款、开承诺函和转授权。
排他合作	只写“越南独家”，没有区域、行业、客户群和业绩门槛	合作方拿独家不投入，或阻碍后续渠道拓展	独家必须绑定地理、行业、客户类型、年度 KPI 和失效条件。
佣金返利	只写成交佣金，不定义成交、回款、毛利、税前税后和坏账	佣金争议、跨期争议和税务口径不一致	写清触发条件、冲回条件、币种、汇率、证明文件和税费承担。
客户归属	展会线索、转介绍、老客户续购没有规则	多方抢客，报价冲突，客户体验变差	建立 lead 来源、认领期限、跟进标准、失效标准和 CRM 记录规则。
服务售后	销售、安装、保修、备件分别由不同主体做但未拆分	客户只找最 visible 的一方，多头推责	将安装、培训、质保、响应时间、备件和到场条件逐项拆开。
保密与数据	渠道可接触客户名单、报价、设备日志和员工信息但无边界	客户信息泄露、CRM 失控、离职带走名单	单列数据附件，写明目的、系统、跨境、保留期、删除义务和审计权。
解除退出	未写许可失效、税务异常、数据违法、腐败风险等退出权	风险已经出现但合作关系切不断	设置合规性陈述、持续陈述、审计权、暂停权、解除权和善后义务。
争议解决	只写协商解决，未写法律、语言、仲裁或法院	出事先争管辖，再争实体	明确适用法律、争议机构、地点、语言版本优先级和执行路径。

Yundinh 判断

合同不是最后一步的文本工作，而是进入路径的结构图。企业在签任何代理、经销、服务商、试点和客户合同前，都应先完成一张“角色与责任图”。

08 展会、样品、试点和售后：最容易被轻视的四类场景

中国企业进入越南，经常从展会、商务考察、样品测试、POC 和售后服务开始。这些动作看起来轻，但很容易同时触发合同、税务、人员、海关、数据和广告真实性问题。

展会、样品、试点和售后：最容易被轻视的四类场景

场景	常见做法	容易忽略的边界	先做什么验证
展会/路演/商务考察	摆展、收名片、产品路演、客户会面	现场承诺、收订金、实名留资、拍摄客户和员工影像会叠加合同与数据问题	明确谁能报价和承诺；留资表单去向；客户照片和 logo 使用授权。
客户拜访/售前演示	总部人员赴越拜访、演示、需求梳理	纯商务会面和现场服务有边界差异	核对入越目的、停留时长、活动性质和是否落入工作许可或豁免。
样品/设备测试	带样机、送样测试、现场试装	临时进出口、样品归属、损坏责任、测试数据和安全责任	区分销售样品、借测样品、临时进口样品，配套测试或借用协议。
试点/POC	先免费试、低价试点、按里程碑扩容	免费不等于没有税务和责任，数据归属与失败退出很关键	写清试点边界、验收标准、数据归属、转正价格、失败退出和设备返还。
安装/维修/培训	工程师赴越安装、调试、维修、培训	最容易同时触发工作许可、FCT、责任和保险问题	判断谁提供服务、谁开票、谁承担安全责任、员工是否需许可或豁免。

Yundinh 判断

越南市场的早期动作必须“轻执行、重留痕”。企业可以轻量验证，但不能没有边界。展会、样品、试点和售后越早被结构化，后续越不容易返工。

09 用工与外籍员工：不要用中国经验直接套越南

越南用工不是只看工资水平。对中国企业来说，更重要的是用工形式、期限、工作许可、社保、个人所得税、劳动合同、内部规章和解除程序。

用工与外籍员工：不要用中国经验直接套越南

事项	基础理解	对中国企业的实际含义	需要专业确认
劳动合同	越南劳动合同通常包括无固定期限和最长 36 个月的固定期限。	本地团队如果不是短期试点，不宜长期靠反复短约规避正式组织建设。	岗位例外、固定期限续签和合同模板。
试用期	单一岗位通常只能约定一次试用，期限随岗位级别不同。	不应简单沿用中国统一 2-3 个月试用期。	岗位级别、试用流程和不通过证据。
外籍员工许可	2025 年后外籍员工规则已调整，许可、豁免、线上提交和主管权限需按新口径处理。	中国员工常驻、安装、培训、管理团队和项目实施前都要逐人核验。	岗位类别、工作许可/豁免、材料认证、跨省工作和延期。
外籍员工合同期限	外籍员工劳动合同期限需要与工作许可期限匹配。	外派管理人员和工程师的合同、签证、许可和项目周期要一起设计。	合同期限、许可期限和派驻协议一致性。
社保与个税	本地员工和符合条件的外籍员工会涉及社会保险、医保、个人所得税等成本。	本地团队成本不能只按税前工资估算。	参保对象、工资基数、福利税务和居民身份。
EOR/Payroll/派遣	第三方签合同并派往企业管理的结构，需关注劳动派遣规则和事实雇佣风险。	可用于短中期试运营，但不适合长期核心岗位默认外包。	服务商资质、岗位是否允许、期限、管理权和雇主义务。
解除劳动关系	解除程序、通知、补偿和证据链要求较强。	“业务调整就直接解雇”风险高。	解除理由、程序、补偿、员工代表/工会相关要求。
员工手册/内部劳动规章	达到一定人数时，内部规章登记和双语可执行版本很重要。	没有本地化员工手册，纪律、保密、反骚扰和解雇都难操作。	越语版本、登记机关、跨省适用和集团政策衔接。

Yundinh 判断

中国企业进入越南的人力问题，不能只问“当地销售多少钱一个月”。更应该先问：

- 这个岗位是验证岗位还是长期岗位。
- 是 BD、销售、工程、售后、项目管理还是行政支持。
- 是否需要代表企业对客户作出承诺。
- 是否接触客户数据、报价、设备日志或商业秘密。
- 是否会长期由总部直接管理。

岗位性质决定用工路径。用工路径决定成本、风险和客户响应能力。

10 数据、广告与市场推广：获客动作也要前置设计

越南市场进入验证项目经常会涉及官网、社媒、展会、会议、邮件、CRM、客户案例和图片视频素材。它们都服务获客,但也带来合规边界。

数据、广告与市场推广：获客动作也要前置设计

场景	常见误区	建议验证动作
官网/落地页	直接翻译中国官网文案,案例、资质、性能和交付能力缺少可证明材料。	建立文案证据包,区分品牌表达、产品介绍和销售承诺。
社媒运营	把互动信息当作公开数据,直接录入总部 CRM。	给社媒线索设计采集目的、字段、同步路径和保存期限。
展会线索	名片、扫码表单和会后群发没有留痕。	使用统一表单,字段最小化,说明后续联系目的和数据去向。
邮件营销	从展会、群聊或转介绍中批量导入邮箱后直接群发。	建立同意、退订、触达频次和记录机制,由专业顾问复核。
CRM 与总部线索库	认为只是销售工具,忽视跨境传输和访问权限。	画出数据流:采集点、存储地、访问人、传输路径和删除触发点。
客户 logo/照片/证言	现场来过展台或开过会,就当作可公开案例。	使用前取得书面授权,明确范围、期限、语言、渠道和撤回机制。

Yundinh 判断

对 B2B 企业而言,数据合规不是为了阻止营销,而是为了让营销资产可以长期使用。没有授权的客户照片、没有留痕的展会名片、没有边界的 CRM 回传,短期看像效率,长期看是声誉和合作风险。

11 设点、合同、用工与合规准备度评分表

建议企业在正式设点、签代理、启动试点或安排本地团队前，先做一次 100 分准备度评估。

设点、合同、用工与合规准备度评分表

维度	分值	自查问题	低分信号
进入阶段判断	15	是否清楚当前处于验证、成交、交付还是长期运营阶段？	一边说只是看市场，一边已经承诺交付和售后。
主体能力匹配	15	是否清楚现阶段需要代表处、总部跨境、代理、经销、本地公司还是并购？	先决定设点形式，再倒推业务。
合同主体与授权	15	谁签约、谁收款、谁开票、谁交付、谁售后是否一致？	用“越南办公室”“当地伙伴”替代真实责任主体。
渠道角色边界	10	代理、经销、介绍人、服务商和实施商是否写清？	只写合作伙伴，未写报价、客户、佣金和售后责任。
税票与付款路径	10	是否判断过 FCT、VAT、进口、电子发票和客户采购要求？	报价只写美元价格，不写税费承担和凭证路径。
用工与人员进场	10	本地员工、外籍员工、短差、EOR 和外包岗位是否分类？	工程师先到场，工作许可和税务通知后补。
数据与营销合规	10	线索、名片、CRM、邮件、客户 logo 和照片是否有规则？	展会线索直接进总部系统并群发。
专业机构协作	10	律师、税务师、会计师、HR 和数据顾问是否有清晰 brief？	把专业机构当作最后救火，而不是前置确认。
内部决策机制	5	公司内部谁能决定设点、签约、税务模式和团队预算？	销售、法务、财务、老板各自理解不同。

评分建议：

- 80-100 分：可以进入下一步专业机构确认和商务推进。
- 60-79 分：具备初步进入条件，但必须补合同、税票、用工或数据短板。
- 40-59 分：不建议直接设点或签长期合作，先做 Yundinh 进入路径诊断。
- 40 分以下：当前更适合继续市场验证，不宜启动重资产投入。

12 Yundinh 的服务边界与专业机构协作

Yundinh 在这类主题中的价值, 不是替代律师或税务师, 而是把客户的商业问题整理成专业机构能够高效判断的结构。

Yundinh 的服务边界与专业机构协作

Yundinh 可做的商业提醒	必须由专业机构介入的事项	为什么要切分
判断项目处于验证、成交、交付还是长期运营阶段。	设立主体、投资许可和行业准入正式意见。	这些事项直接落入投资法、行业法和审批机关权限。
梳理谁签约、谁收款、谁交付、谁售后的商业架构。	合同合法性、授权文件和争议解决条款审查。	合同文本一旦定稿即形成法律后果。
判断更像代理、经销、实施商还是本地服务商。	FCT、VAT、CIT、常设机构和电子发票处理。	税务归类和发票模式不能由商业团队自行裁量。
梳理本地团队需要哪些岗位、什么节奏进场。	劳动合同、EOR/派遣合法性、社保、PIT 和解除程序。	用工争议和社保补缴成本高、追溯强。
设计客户拜访、展会、试点和售后的执行 SOP。	工作许可、签证目的、现场服务合规和保险。	人员进场与活动性质直接影响是否合规。
画出官网留资、展会扫码、CRM 回传的数据链路。	数据处理规则、跨境传输文件、隐私文件和数据事件响应。	数据领域变化快, 且与客户信任和声誉直接相关。
识别是否需要本地报价、备件、服务站或仓储。	海关、临时进出口、样品、质保责任和保险。	货物与服务混合场景责任切分复杂。
帮客户准备专业机构 brief、问题清单和决策材料。	任何需要出具“可办/不可办”“可签/不可签”“是否纳税”“是否豁免”的正式结论。	避免商业顾问项目被误用为专业法律或税务意见。

Yundinh 判断

专业机构越早介入越好, 但介入前必须有结构化 brief。否则客户会把问题问成“我能不能设代表处”“合同这样写行不行”“员工能不能挂靠”, 得到的也往往是碎片化回答。

Yundinh 的前置工作, 是把这些问题的还原成商业结构:

- 为什么进入越南。
- 哪类客户要买。
- 哪个区域先验证。
- 需要谁签约、开票和交付。
- 团队和数据怎么流动。
- 哪些节点需要专业确认。

13 客户诊断问题

以下问题适合用于首轮 20-30 分钟诊断、项目 intake form 或内部预审表。

进入目标

1. 你们进入越南的首要目标是销售成交、供应链配套、售后服务、品牌前台, 还是区域总部能力?
2. 当前越南项目处于兴趣验证、样品测试、试点、首单成交, 还是年度框架准备阶段?
3. 企业内部是否已经明确谁能决定设点、签约、税务模式和本地团队预算?

主体与合同

4. 你们希望由谁签合同、谁收款、谁开发票、谁承担质保与售后?
5. 客户是否要求越南本地合同、本地 VAT 发票、越南银行收款或本地售后接口?
6. 代表处、代理商、经销商、本地服务商和总部之间的授权链是否写清?
7. 渠道合作中, 谁拥有客户、谁拥有报价权、谁决定折扣、谁保留项目保护?

交付与税票

8. 产品是否需要在越南本地库存、备件、安装、培训、维修、巡检或现场验收?
9. 样品进入越南后, 是销售、借测、赠送, 还是临时进口后回运?
10. 试点失败时, 设备、数据、服务费、保密义务和知识产权如何退出?
11. 你们能否接受短期由总部签约、越方代扣税或客户无法拿到本地 VAT 发票的模式?

用工与团队

12. 总部是否准备派中国员工常驻或频繁赴越? 他们实际做的是拜访、销售、管理, 还是现场实施?
13. 是否计划在越南先用 EOR/Payroll 服务挂靠团队? 岗位有哪些, 预计用多久?
14. 本地团队是否需要接触客户价格、客户名单、设备日志、售后数据或商业秘密?

数据与营销

15. 是否需要统一把越南客户线索、名片、会后笔记、报价记录录入中国或海外 CRM?
16. 官网、线索表单、邮件营销、社媒投放是否由中国团队统一运营?
17. 是否计划使用客户 logo、客户现场照片、客户评价或合作案例做市场传播?

专业机构协作

18. 是否已有越南律师、税务师、会计师、HR 顾问或数据顾问合作资源?
19. 当前最担心的是速度、成本、签约、收款、客户信任、人员合规, 还是数据与声誉风险?
20. 如果只能先验证三个问题, 企业最希望先确认什么?

14 Yundinh 五步验证法：用于设点、合同、用工与合规

Yundinh 五步验证法：用于设点、合同、用工与合规

步骤	本主题中的任务	输出
诊断	判断企业进入越南的真实阶段和当前最卡的商业问题。	进入阶段诊断、主体能力需求、客户采购要求。
假设	提出进入方式、合同结构、用工方式、数据路径和专业机构协作假设。	代表处/公司/代理/经销/EOR/跨境服务的初步路径组合。
验证	用底稿、公开资料、客户访谈、服务商访谈和专业机构初步确认证验假设。	合同主体图、税票路径图、人员进场清单、数据流图。
判断	判断当前是否适合设点、签长期代理、安排本地团队或启动试点。	明确建议、倾向建议、谨慎建议或不建议。
路径	把专业确认和商务推进排成 30/60/90 天动作。	下一步行动表、专业机构 brief、商务推进清单。

Yundinh 判断

合规不是单独的一条线，而是进入路径的一部分。真正好的路径不是“零风险”，而是让风险被看见、被分层、被专业确认，并且不会阻断客户机会。

15 30/60/90 天进入路径

30/60/90 天进入路径

阶段	核心任务	产出	判断点
0-30 天: 商业结构诊断	明确进入目标、客户场景、区域优先级、主体能力需求和交易动作。	进入阶段诊断表、主体能力需求表、客户采购要求清单。	是否已有足够理由进入下一步专业确认。
31-60 天: 专业机构 brief 与路径验证	将合同、税票、用工、数据、样品、售后和设点问题形成专业机构问题清单。	律师 brief、税务/会计 brief、HR brief、数据合规 brief。	哪些路径可行, 哪些必须调整, 哪些成本要计入报价。
61-90 天: 商务推进与制度化准备	根据确认结果决定代表处、公司、代理、经销、EOR、本地服务商或暂缓。	进入路径建议、合同结构草案要点、团队进场计划、数据和营销 SOP。	是否进入市场验证项目、商务考察、展会支持、设点筹备或本地增长推进。

不同企业的下一步

企业状态	建议动作
只是泛泛了解越南	继续阅读区域、用工、税务和商务文化报告, 不急于设点。
已有客户线索但路径不清	启动 Yundinh 越南市场进入验证项目, 先验证客户、区域、合同和服务路径。
已准备参展或商务考察	在展前设计线索、授权、报价、数据和会后跟进规则。
已有代理或经销候选人	做渠道角色边界和合同结构诊断, 不宜先签长期独家。
已准备雇人或派驻人员	先做岗位、期限、管理权、工作许可、EOR 和本地雇佣比较。
已接近首单或年度框架	尽快拉入律师、税务师、会计师和本地服务商, 完成合同与税票路径确认。

16 研究口径与资料来源

本报告基于用户提供的 Deep Research 研究底稿、公开法律法规英文译本、国际机构资料、四大会计师事务所资料、本地律所与专业服务机构公开解读, 以及 Yundinh 对中国 B2B 企业进入越南场景的商业判断重组而成。

正式报告不在正文密集堆叠脚注。完整链接、原始引文和资料细节保留在底稿文件:

research_inputs/20260603_设点合同用工合规_DeepResearch底稿.md

本报告重点参考的资料类型包括:

研究口径与资料来源

资料类型	用途	使用边界
越南投资、商业、代表处、分公司和劳动相关法规英文译本	支撑主体形式、代表处边界、代理合同和劳动规则的基础判断	法规适用和主管机关口径必须由越南律师按项目当期确认。
Deloitte、PwC、KPMG 等机构越南经商、税务和社保资料	支撑税票、FCT、社保、个人所得税和经营成本背景	不能替代客户交易层面的税务意见。
ILO NATLEX 与 ILO 社保改革资料	支撑劳动合同、劳动派遣、工作许可基础规则和社保改革方向	具体劳动争议、豁免和手续必须由 HR/劳动律师确认。
越南本地律所和专业机构关于外籍员工、数据保护、EOR/PEO 和竞争法的公开解读	识别 2025-2026 年更新较快的合规风险点	对具体服务商、合同和数据流仍需逐案复核。
Yundinh 既有战略、产品、方法论和客户进入验证框架	将资料转化为客户可理解的进入路径、诊断问题和服务边界	属于商业顾问判断, 不构成专业法律、税务或合规意见。

本报告中特别需要项目当期核验的事项

1. 外国投资者市场准入限制和行业许可。
2. 代表处、分公司或外资公司设立路径的实际主管机关口径。
3. 合同主体、授权文件、争议解决和中英越文本优先级。
4. FCT、VAT、CIT、电子发票、进口税、进口 VAT 和客户采购凭证要求。
5. 外籍员工工作许可、豁免、跨省工作、材料认证和线上申报流程。
6. EOR、PEO、Payroll Staffing 或派遣服务商的资质、岗位限制和服务结构。
7. 个人数据处理、跨境传输、CRM、邮件营销、客户授权和数据事件响应。
8. 样品、临时进口、售后备件、安装培训和保险安排。

17 结尾：把机会验证成路径

中国企业进入越南，真正需要前置验证的，不只是“有没有客户”，而是：

Yundinh 判断

哪种主体、哪种合同、哪种用工、哪条数据路径，能把客户机会安全地转成可执行的经营路径。

这正是 Yundinh 的价值切入点。

Yundinh 不把自己定位为法律、税务或人力合规机构，也不替代专业机构出具结论。Yundinh 的任务，是帮助客户先把商业结构讲清楚，把进入越南前最容易误判的问题找出来，把专业机构需要确认的问题组织成 brief，并将确认后的专业意见转化为可推进的市场进入路径。

如果企业已经在讨论越南设点、代理、合同、团队、展会、试点、售后或本地营销，下一步不应先急着签约或设公司，而应先完成一次进入路径诊断。

进入越南前，先把机会验证成路径。

设点、合同、用工与合规不是进入越南之后再补的手续，而是进入越南之前就要验证的路径变量。

如果企业还没有判断清楚主体能力、合同角色、人员进场、税票路径、数据流向和专业确认清单，就不应直接设点、签长期独家、安排长期人员或承诺本地交付。进入越南前，先把经营结构验证成路径。

适合启动初步诊断的企业

适合启动诊断	不适合直接推进	建议准备
已有越南客户线索、设点计划、代理接触、人员进场、展会获客、试点项目或本地售后需求。	只想找一个万能设点模板，或希望用代表处、EOR、代理合同绕开全部专业确认的客户。	客户采购要求、拟进入方式、合同主体图、人员岗位清单、数据流图和专业机构问题清单。

Yundinh Advisory | 云定咨询

Ho Chi Minh City, Vietnam

进入越南前，先把机会验证成路径

联系人、电话、邮箱和二维码可在正式发送前补充