

越南工业园区 与制造业客户地图报告

进入越南前, 先把客户机会验证成路径。
本报告帮助企业判断客户密度、产业集群、
园区入口和首轮拜访路线如何组合。

工业园区

客户地图

制造业

名单验证

90天

适用对象: 中国工业设备、工业软件、物流仓储、能源节能与工业服务企业

报告版本: 正式报告 V1.0

报告日期: 2026-06-22

提交方: Yundinh Advisory | 云定咨询

00 封面主张

很多中国 B2B 企业开始看越南市场时, 第一反应通常是:

- 越南有哪些工业园区。
- 哪个区域工厂最多。
- 哪些园区有中国企业或外资企业。
- 北部、南部、中部应该先看哪里。
- 能不能拿到一份制造业客户名单。
- 要不要先找代理商、园区、商协会或展会。

这些问题都重要, 但如果只停留在“园区名单”, 企业很容易把越南进入做成一次低效率扫园区。

Yundinh 的判断是:

Yundinh 判断

中国 B2B 企业进入越南前, 真正要验证的不是“哪里有园区”, 而是“哪里有自己的第一批有效客户”。

工业园区不是答案本身, 而是客户密度、产业集群、拜访路径、园区服务节点和本地连接入口的载体。

对工业设备、自动化、工业软件、物流仓储、能源节能和工业服务企业而言, 首轮进入越南最容易犯的错误不是看错了宏观机会, 而是把“适合设厂的园区”“租金便宜的园区”“招商资料漂亮的园区”误判成“适合找客户的区域”。

本报告要回答的不是越南一共有多少工业园区, 而是:

- 哪些区域更容易在 90 天内找到第一批有效客户。
- 哪些产业带更适合工业设备、软件、物流、能源和工业服务企业。
- 哪些园区、开发商、商协会和展会节点更适合作为客户开发入口。
- 中国企业如何从公开资料搭出 30-100 家目标客户池。
- 哪些信息必须本地核验, 不能只靠 Deep Research 或公开资料下结论。
- Yundinh 如何把工业园区信息转化为客户地图、拜访路径和进入判断。

这份报告不是工业地产选址指南, 而是一份客户路径验证报告。

01 重要说明

本报告用于中国 B2B 企业进入越南前进行制造业客户地图理解、首轮区域判断、目标客户池搭建、园区和产业节点筛选、拜访路线设计和进入风险识别。

本报告不构成投资建议、工业地产租赁或购买建议、法律意见、税务意见、工厂设立建议、园区优惠承诺、政府资源承诺、客户名单承诺、拜访安排承诺、订单承诺或销售结果承诺。

涉及越南公司设立、投资许可、工业地产租赁、土地使用、建筑许可、消防、环保、税务、劳动、数据、合同和专业工程事项, 应由越南律师、会计师、税务师、工业地产顾问、工程顾问或其他持牌专业机构确认。

Yundinh 的角色不是替客户承诺某个园区一定是客户、某个商协会一定能介绍客户、某场展会一定能带来订单, 而是帮助客户先判断:

- 哪些区域值得进入首轮验证。
- 哪些园区、产业带和开发商更适合作为客户开发入口。
- 第一批客户名单应如何搭建、筛选和验证。
- 哪些线索适合电话核验, 哪些必须实地拜访。
- 90 天内应该形成进入、暂缓、转向还是加深验证的判断。

02 Yundinh 管理层判断

Yundinh 管理层判断

判断	对中国 B2B 企业意味着什么	下一步验证
越南工业园区不是客户地图本身。	只拿园区名单会导致拜访低效, 必须先看产业匹配度、客户密度、租户结构和拜访可达性。	把园区按“获客入口价值”重新分层。
北部更像链式获客区。	电子、消费电子、零部件、自动化、检测、工业软件和能源管理企业, 优先看北宁、北江、海防、太原、兴安等电子制造带。	验证龙头厂、二级供应商、采购权限和本地实施半径。
南部更像多行业复用区。	物流、仓储、冷链、能源节能、环保安防、包装、食品、家具、综合制造和工业服务企业, 南部更容易找到跨行业客户。	用胡志明市周边、平阳、同奈、隆安、巴地头顿设计首轮路线。
中部不宜泛扫。	中部不是多数企业的默认第一站, 只适合高科技、港口型制造、重工业、能源工程、汽车机械等专题切入。	先确定锚点客户或产业题目, 再决定是否进入。
第一批有效客户通常不是最大工厂。	大客户门槛高、采购链复杂; 首轮更应看中大型外资厂、二级供应商、扩产企业和标准化园区内的可复制客户群。	建立 A/B/C 客户池, 而不是只追头部企业。
公开资料足够建立第一版客户地图。	政府数据、园区资料、开发商新闻、商协会、展会、招聘和媒体报道能搭出初始名单。	用本地电话、园区方、服务商和拜访做二次核验。
客户密度比全国覆盖更重要。	初入越南不应同时看十几个省, 首轮最好集中在 2-3 个核心验证区。	设计“核心验证区 + 观察区 + 备用区”。
90 天验证目标不是马上成交, 而是形成进入判断。	企业应先判断客户在哪里、需求是否真实、拜访是否可行、交付是否能承接, 再决定投入。	按 30/60/90 天节奏推进名单、访谈、拜访和样板客户。

03 客户常见误区

误区一：把“工业园区多”理解成“客户机会多”

越南工业园区数量庞大，公开资料也越来越多。但对中国 B2B 企业来说，园区数量本身没有太大意义。真正有意义的是：园区内是否有与你产品匹配的制造客户，这些客户是否已投产，采购权限是否在越南，是否愿意接触新供应商，是否需要本地售后和实施，是否能被公开资料识别并安排拜访。

一个新园区可能土地供给充足，但客户尚未成型；一个成熟园区可能租金不低，但外资厂密集、服务体系成熟、拜访路线短，更适合作为客户开发入口。

误区二：把“适合设厂”误判为“适合找客户”

工业地产选址看的是成本、交通、土地、税收、许可、劳动力和基础设施。客户开发看的是客户密度、产业匹配、联系人可得性、拜访效率、商协会节点、展会活动和本地服务商协同。

两者有交集，但不是同一件事。

如果一家中国企业是自动化设备、工业软件、能源管理或物流服务商，它的第一站不一定是便宜的园区，而可能是已经有大量外资制造和扩产需求的成熟区域。

误区三：一上来追求“越南全市场客户名单”

很多企业希望一次拿到几百家越南客户名单。但名单越大，不代表越有效。对于第一次进入越南的企业，更有价值的是 30-100 家可以解释来源、可以联系、可以分层、可以拜访、可以复盘的目标客户池。

Yundinh 更关注“可验证名单”，而不是“看起来很多的名单”。

误区四：只看龙头企业，忽略二级供应商和中大型工厂

三星、LG、富士康、立讯、Lego 等龙头企业很有代表性，但它们并不一定是首轮最容易突破的客户。很多中国 B2B 企业更现实的入口，是龙头周边供应链、二级供应商、扩产中的外资工厂、标准厂房内的中型客户和本地服务体系中的关键节点。

首轮验证应当同时保留三类客户：标杆客户、可谈客户、可复制客户。

误区五：把代理商当成客户地图的替代品

代理商可能有价值，但代理商不能替代客户地图。没有客户地图，企业很难判断代理商是否真的覆盖目标产业、是否能进入合适园区、是否只会转卖低价产品，还是具备项目推进能力。

更稳妥的做法是：先用客户地图判断目标客户在哪里，再用客户地图反向筛选代理商、服务商和本地伙伴。

04 本报告回答的关键问题

1. 中国 B2B 企业为什么不能只要一份越南工业园区名单。
2. 北部、南部、中部的制造业客户集群分别适合哪些企业。
3. 哪些区域更适合工业设备、自动化、工业软件、物流仓储、能源节能和工业服务企业。
4. 代表性园区和开发商如何转化为客户开发入口。
5. 如何建立第一批 30-100 家可验证目标客户池。
6. 如何用客户密度、产业匹配、拜访可达性和本地连接度做区域评分。
7. 公开资料能支持哪些判断，哪些必须本地核验。

05 证据与边界

本报告主要基于以下资料类型形成：

证据与边界

资料类型	可支持的判断	不能直接支持的判断
越南官方统计、部委和省市资料	FDI、制造业、工业园体系、行政区划和政策方向	某个客户是否有采购预算、是否愿意见面
工业地产机构报告	区域租金、出租率、供给、需求趋势和区域热度	园区内具体客户采购意愿
园区和开发商官网	园区位置、产业方向、服务体系、公开项目和招商信息	完整租户名单、联系人、采购权限
商协会和展会资料	行业节点、活动入口、会员结构和潜在连接场景	具体合作效果、线索质量或成交概率
主流媒体和行业媒体	投资、扩产、投产、基础设施和企业动态	企业真实项目预算和内部决策链
专业机构和律所资料	合规、税务、投资和经营环境边界	正式法律税务意见或项目审批结论

对外使用时，需要特别注意四个边界：

- 园区边界：开发商公开资料有营销属性，具体租户结构和采购权限必须本地核验。
- 时间边界：获批、开工、投产、扩产是不同阶段，不能混为一谈。
- 行政边界：越南 2025 年省级行政单位调整后，新旧省名可能同时出现，正式项目中要做地址映射。
- 商业边界：公开资料能帮助建立客户地图，但不能保证客户名单质量、拜访结果、线索数量或订单结果。

06 越南制造业客户地图：三个不同的获客机器

从客户开发角度看，越南不是一个均质市场，而是三类不同的获客机器。

越南制造业客户地图：三个不同的获客机器

区域	Yundinh 定义	核心特征	更适合的中国 B2B 企业
北部	链式获客区	电子、消费电子、精密零部件、外资制造链条密集，龙头厂与二级供应商空间近邻明显	自动化、检测设备、工业软件、MES/QMS、能源管理、设备改造
南部	多行业复用区	胡志明市、平阳、同奈、隆安、巴地头顿形成综合制造、物流、食品、包装、家具、能源和工业服务走廊	物流仓储、冷链、工业服务、环保安防、能源节能、包装与综合设备
中部	专题型开发区	高科技、港口型工业、重化工、能源、汽车机械和成本型制造分布更分散	工程服务、能源设备、环保、水处理、重工业配套、专题型企业

北部: 电子链条和高密度外资制造

北部的价值不在于它有多少园区, 而在于龙头厂、一级供应商、二级供应商和物流节点之间的空间关系更紧密。北宁、北江、海防、太原、兴安、海阳、永福和广宁共同形成了一个围绕电子、消费电子、零部件、汽车电子和高技术制造展开的客户带。

对自动化、检测设备、治具、MES、QMS、WMS、能源管理和工厂数字化企业来说, 北部往往更适合做第一轮客户验证。

需要注意的是, 北部不是所有企业都适合。电子链条客户通常质量要求高、供应商准入严、采购权限复杂。如果企业没有外资工厂案例、英文资料、售后能力或本地实施计划, 进入难度会明显增加。

南部: 综合制造、物流和工业服务复用场

南部的价值在于行业更丰富。胡志明市周边、平阳、同奈、隆安、巴地头顿和西宁, 形成了综合制造、家具、包装、食品饮料、仓储物流、港口、工业服务和能源设施交织的客户场景。

如果企业的产品可以跨行业复用, 例如仓储、冷链、WMS、能源节能、环保安防、厂务设施、检测认证、工程服务和工业配套, 南部通常比北部更容易跑出跨行业样板。

南部的问题也很清楚: 客户分布更复杂, 行业切口更散。如果没有明确客户画像, 很容易在胡志明市周边、平阳、同奈和隆安之间来回跑, 却没有形成高概率客户漏斗。

中部: 不能泛扫, 只能带题进入

中部不是多数中国 B2B 企业的默认第一站。岷港、广南、广义、义安、清化等区域各有特点, 但整体客户密度、公开名单可得性和拜访复用效率通常不如北部电子带和南部都会工业圈。

中部更适合三类企业前置:

- 有明确高科技、半导体、研发和园区生态题目的企业。
- 面向港口型制造、能源、重化工、冶金、炼化和大型工程的企业。
- 已经有锚点客户、合作方或具体项目线索的企业。

没有明确题目时, 中部更适合放在观察区, 而不是首轮核心验证区。

07 重点区域与客户开发优先级

重点区域与客户开发优先级

区域	客户开发价值	适合企业	首轮建议
北宁	电子、消费电子、精密零部件和外资制造密度高	自动化、检测、MES/QMS/WMS、能源管理	北部核心验证区
北江	电子装配和苹果链外溢客户池	自动化、治具、检测、ESG、能源方案	与北宁组合验证
海防	港口 + 电子 + 汽车 + 物流复合节点	设备、工业软件、物流、能源、工业服务	北部第二核心验证区
兴安 / 海阳	河内与海防之间的稳定制造补充区	自动化、包装、工业服务、物流	北部观察 / 加深区
太原	三星链条与能源话题突出	测试设备、MES/QMS、EMS、电力设备	专题型高价值区
广宁	新增长极、电子和港口物流联动	自动化、物流、跨境供应链、工业服务	北部观察区
胡志明市周边	总部、园区、服务、物流和高科技节点	工业软件、物流、安防环保、工业服务	南部拜访总控区
平阳	南部成熟工业高地, 综合制造和绿色工厂场景强	自动化、能源、环保、工程服务	南部核心验证区
同奈	外资制造、物流、未来机场和港口联动	物流、工业软件、能源改造、工业服务	南部第二核心验证区
隆安	物流、轻工、食品供应链和园区配套	物流冷链、WMS、检测、能源设施	南部专项观察区
巴地头顿	港口、能源、重工业和物流复合区	电力设备、环保、工程服务、物流	行业匹配型高价值区
岘港	高科技、研发和中部政府/生态连接	工业软件、检测设备、高技术服务接	高技术专题区
广义 / 清化	重工业、港口型制造、能源和材料	能源、环保、水处理、工程服务	项目型验证区
义安	成本优势、制造转移和中部园区平台	物流、工业服务、自动化、能源设施	中部优先观察区

Yundinh 建议, 大多数第一次进入越南的企业不应同时展开太多区域。更稳妥的做法是:

北部电子型企业: 北宁 + 海防为核心, 太原 / 北江 / 兴安为观察
 南部综合型企业: 胡志明市周边 + 平阳 + 同奈为核心, 隆安 / 巴地头顿为观察
 中部专题型企业: 先定产业题目和锚点客户, 再看岘港 / 广义 / 清化 / 义安

08 代表性园区和开发商：客户开发入口，而不是地产清单

成熟开发商和园区的价值，不是让中国企业马上租地，而是提供三个客户开发入口：

- 1. 可公开识别的产业方向和租户新闻。
- 2. 园区管理、招商、活动、服务商和物业节点。
- 3. 园区内可复制的客户群和拜访半径。

代表性园区和开发商：客户开发入口，而不是地产清单

节点	主要区域	对客户开发的价值	核验边界
VSIP	北宁、海防、广义、义安、平阳等	项目成熟、国际化程度高、客户类型较规范，适合作为首次进入越南的高质量园区入口	具体租户名单和采购权限需单园区核验
Becamex	平阳为核心	平阳工业生态和城市配套成熟，适合综合制造、能源、环保和工业服务客户开发	需结合平阳不同园区拆分产业
Sonadezi	同奈、巴地头顿	适合综合制造、物流、工程、能源与设施类客户开发	公开资料偏项目介绍，需核验当前租户
DEEP C	海防、广宁	制造、港口、物流、化工、汽车和电子供应链复合，适合多类 B2B 企业	个别租户来自园区方公开资料，需二次确认
Long Hau	隆安	适合物流冷链、轻工制造、园区服务和工业配套入口	更偏专项入口，不宜泛化为全行业首站
Amata	同奈、广宁	成熟外资生态与新项目并存，适合设备、软件、工程和物流配套	具体租户需区分官方披露和媒体报道
BW Industrial	平阳、同奈、义安等	标准厂房和仓储网络适合轻资产制造、仓储物流和服务型 B2B	更适合抓中型企业群，不等于大型终端客户
Frasers Property Vietnam	北宁、兴安、平阳、广宁等	高标准外资制造和物流租户方向清晰，适合软件、自动化、检测和设备企业	行业方向来自开发商公开资料，需本地核验
Mapletree	北宁、平阳等	更偏物流和供应链节点，适合 WMS、仓储、包装和流通服务	不应误认为纯制造园区
KCN Vietnam	南北多节点	标准化厂房覆盖广，适合找中型制造客户和服务型企业	项目级租户类型必须核验
Nam Dinh Vu	海防	港口、工业园和物流一体化，适合物流、能源、港口供应链和工业服务	需向园区或港口运营方核实租户结构
Thang Long II / Nomura / Trang Due	兴安、海防	日资、电子和综合制造入口，适合设备、工业软件和质量管理类企业	公开租户信息不完整时需电话或现场补证

对 Yundinh 来说，这些开发商和园区不是“资源承诺”，而是客户路径验证中的入口节点。正式项目中，应把它们与商协会、展会、媒体、LinkedIn、Zalo、本地服务商和老客户转介绍结合起来，而不是单点依赖。

09 按中国 B2B 企业类型匹配客户场景

按中国 B2B 企业类型匹配客户场景

企业类型	优先验证区域	第一批客户画像	最有效入口
工业设备 / 自动化 / 检测设备	北宁、海防、太原、北江；南部补充平阳、同奈	电子、汽车电子、精密零部件、先进制造、二级供应商	北部成熟园区、开发商新闻、电子展会、KoCham/JCCI/EuroCham 制造圈层
工业软件 / MES / WMS / QMS / EMS	北宁、海防、太原、胡志明市周边、平阳、同奈	多工厂外资、出口加工、高技术制造、质量和运营压力较高的工厂	SHTP/HEPZA、北部电子带、开发商活动、LinkedIn 精准角色
物流 / 仓储 / 冷链 / 供应链服务	胡志明市、平阳、同奈、隆安、巴地头顿；北部补充海防、北宁	工厂仓储、区域配送、食品饮料、水产、消费品、港口物流客户	Hiep Phuoc、Tan Thuan、Mapletree、BW、VILOG、Vietfish、VLA/VASEP 类节点
工商业能源 / 节能 / 储能 / 屋顶光伏 / 电力设备	平阳、同奈、海防、北宁、太原、巴地头顿	高耗电制造、电子、绿色工厂、出口工厂、设施管理部门	绿色工厂案例、DPPA 议题、出口合规、园区 ESG 服务
环保 / 安防 / 检测认证 / 工程服务	胡志明市周边、平阳、同奈、海防、北宁、广义、清化	EHS、工程、厂务、园区物业、重工业和出口加工客户	HEPZA、DEEP C、Sonadezi、VSIP、重工业经开区和商协会

这个匹配表的重点不是告诉企业“哪里机会最大”，而是帮助企业建立首轮假设：

- 你最像哪一类 B2B 企业。
- 你的产品需要什么样的工厂场景。
- 你的客户是否集中在少数产业带。
- 你的本地交付能力是否支撑跨区域开发。
- 90 天内能不能从一个区域跑出可复盘的客户漏斗。

10 第一批有效客户名单如何搭建

Yundinh 建议, 中国 B2B 企业第一次进入越南, 不要追求大而全的名单, 而要建立一个可追溯、可联系、可验证、可拜访、可复盘的客户池。

10.1 名单规模

阶段	建议规模	目标
初始池	80-150 家	从公开资料、园区、展会、商协会、媒体和转介绍中形成广义线索池
初筛池	30-100 家	剔除行业不匹配、阶段不清晰、无法联系或不具备本地工厂的对象
重点池	15-30 家	可电话、邮件、LinkedIn、Zalo 或转介绍接触的 A/B 级对象
拜访池	8-15 家	可进入越南首轮拜访路线的对象
样板池	3-5 家	有进一步试点、方案、报价或伙伴合作可能的对象

10.2 名单来源

渠道	具体做法	适合抓到什么客户	使用边界
园区开发商官网和新闻	抓园区介绍、租户新闻、投产新闻、招聘会和活动	已投产或扩产中的中大型客户	开发商资料有营销属性, 需二次核验
园区管理机构	查询 HEPZA、DSEZA、地方工业园管理局和经开区信息	园区名录、功能定位和政策口径	不一定提供直接客户名单
商协会	VCCI、EuroCham、AmCham、KoCham、行业协会	愿意公开交流的会员和活动参与企业	商协会活动不等于采购线索
展会和行业活动	MTA、VIMF、VILOG、Vietfish、Vietnam Expo 等	有参展预算、扩张诉求或本地动作的企业	参展企业可能是代理或贸易商的
行业媒体和项目新闻	跟踪获批、开工、投产、扩产和招聘新闻	新增产能和高概率需求项目	必须区分获批、开工、投产
LinkedIn / 官网 / 招聘平台	找 Plant Manager、EHS、Engineering、QA、Supply Chain 等角色	可触达岗位和真实工厂角色	越南公开联系人不足, 需要本地补位
Zalo / Facebook / 本地社群	跟踪园区、展会、协会和服务商活动	活动连接、区域服务商和二级线索	不适合单独作为事实依据
老客户和供应链转介绍	从中国老客户、物流商、安装商、认证机构追踪越南节点	信任度较高的第一批会面机会	需要明确转介绍对象和验证问题

10.3 名单字段

字段	用途
公司中文 / 英文 / 越南名称	解决多语言检索与重复识别
区域 / 园区 / 开发商	支持路线规划和园区判断
行业 / 工厂类型 / 产品方向	判断产业匹配度
状态	已投产、扩产、在建、待投产
公开来源	官方、开发商、媒体、协会、本地转介绍
关键联系人岗位	Plant Manager、Engineering、EHS、QA、Procurement、Supply Chain
可能痛点	质量、能耗、设备替换、仓储效率、合规、人工、售后
匹配产品线	与中国企业解决方案对应
接触优先级	A / B / C
验证状态	未联系、已电话、已回邮、已见面、已深入讨论

11 判断工具一：客户密度与拜访优先级评分表

这张表不是数学模型，而是帮助企业在信息不完整时做先后顺序。

判断工具一：客户密度与拜访优先级评分表

维度	权重建议	判断问题
产业匹配度	20%	该区域产业是否与客户产品高度契合
客户密度	18%	同类客户是否能在 1-2 天拜访半径内形成集群
外资结构与预算可能性	12%	是否以外资、出口型、标准化工厂为主
公开名单可得性	10%	是否能从公开资料拼出初始名单
拜访可达性	10%	从河内或胡志明市出发是否能高密度拜访
园区 / 商协会连接度	8%	是否有开发商、协会、展会或服务商入口
本地服务承接难度	8%	安装、调试、培训、售后是否能落地
竞争强度	6%	是否已有强势本地或国际供应商长期占位
合规 / 准入风险	4%	是否涉及重许可、长招投标或强认证门槛
样板复制性	4%	一个客户突破后是否能复制到同园区或同产业

建议解释：

- 8.0 分以上: 可列入核心验证区。
- 6.5-7.9 分: 列入观察区。
- 6.4 分以下: 通常不进入首轮。

真正的关键不是“越南有多大”，而是能否在一个月内在把 15-20 家 A/B 级客户压缩在一条高效路线里。

12 判断工具二：核心验证区、观察区和备用区

判断工具二：核心验证区、观察区和备用区

区域类型	定义	应放入什么区域	不应放入什么区域
核心验证区	90 天内最值得投入研究、联系和拜访的区域	客户密度高、产业匹配强、交通可达、公开名单较多、本地服务可承接	只有招商概念、没有成熟客户、距离过远或行业不匹配的区域
观察区	值得保持资料跟踪和少量访谈的区域	有增长信号、有锚点项目、有潜在客户，但验证成本较高	无法解释进入逻辑的“热门区域”
备用区	当前不前置，但在客户条件变化时可加入	有单点客户、专项项目或中长期产业迁移可能	只是因为租金低或有人推荐而加入的区域

对多数企业，首轮建议是：

2 个核心验证区
+ 1-2 个观察区
+ 1 个备用区

如果企业第一次进入越南就同时研究北宁、北江、海防、河内、平阳、同奈、胡志明、隆安、岘港、义安和清化，通常不是更全面，而是缺少取舍。

13 Yundinh 五步验证法应用

诊断：客户为什么要进入越南？是找第一批客户、找代理、配合海外客户、参加展会，还是验证本地交付能力？
假设：目标客户更可能集中在北部电子带、南部综合制造区，还是中部专题产业带？
验证：用公开资料建立名单，用园区方、商协会、展会、电话、LinkedIn、Zalo 和本地服务商交叉核验。
判断：形成核心验证区、观察区、备用区、A/B/C 客户池和本地服务承接条件。
路径：输出 30/60/90 天客户地图和拜访路径，判断进入、暂缓、转向或加深。

这一方法的关键是：不把工业园区当成目的地，而把园区、协会、展会、媒体和服务商当作验证客户路径的工具。

14 30/60/90 天客户路径验证方案

30/60/90 天客户路径验证方案

阶段	核心任务	关键动作	产出物
0-30 天	建立第一版客户地图	明确目标行业; 确定 2-3 个核心验证区; 抓取园区、协会、展会、新闻、招聘和 LinkedIn 线索; 形成 30-100 家初始池; 完成 10-20 家预验证	区域优先级表、客户池、访谈脚本、首轮路线
31-60 天	验证区域和客户假设	进行园区拜访、商协会会面、展会节点连接、本地服务商访谈; 对客户池做 A/B/C 分层; 安排首批客户会议	实地拜访纪要、客户痛点分类、区域去留判断
61-90 天	推进样板客户和进入判断	锁定 3-5 家样板候选; 判断是否需要本地伙伴、售后点、代理或项目制团队; 形成进入 / 暂缓建议	样板客户名单、合作伙伴短名单、进入建议书

不建议在前 90 天直接做的事:

- 不建议全国撒网式拜访园区。
- 不建议只找代理商而不做客户地图。
- 不建议只看招商资料就判断区域机会。
- 不建议没有本地售后方案就直接承诺客户。
- 不建议把一场展会的名片当成市场验证结果。
- 不建议把公开新闻里的“扩产”直接当成采购机会。

15 初步沟通诊断问题

Yundinh 与潜在客户初步沟通时, 可用以下问题判断是否适合启动第 15 期主题相关验证。

初步沟通诊断问题

诊断问题
你们在越南最想优先验证哪一类客户: 电子、汽车零部件、综合制造、仓储物流, 还是食品 / 冷链?
你们在中国是否服务过外资工厂、出口型制造企业或多工厂集团客户?
你们的产品更适合新建工厂、扩产工厂, 还是存量工厂改造?
你们希望进入越南的核心目的, 是拿首批订单、建立样板客户, 还是寻找渠道 / 伙伴?
你们是否已经拿到过越南线索? 这些线索来自哪里?
你们现阶段更偏卖标准产品, 还是解决方案型项目?
你们的销售周期通常多长? 首次见面到签单最短和最长分别是多少?
你们是否能提供英文资料、越文资料, 或至少英文销售材料?
你们是否能提供越南本地安装、调试、培训或售后?
你们成交一个客户最关键的触发因素是什么: 节省成本、通过审厂、提产能、降能耗, 还是缩短交期?
你们的目标客户通常由哪个岗位牵头: 老板、工厂总经理、工程部、EHS、IT、采购, 还是区域运营?
你们是否必须进入头部大厂才有商业价值, 还是中大型二级供应商也可接受?
你们对“第一批有效客户”的定义是什么: 回邮件、愿意见面、愿意试点, 还是愿意出预算?
你们能否接受先通过协会、展会、园区和服务商建立关系, 再逐步进入目标客户?
如果越南第一轮验证结果偏弱, 你们是否接受转向另一个区域或另一个行业切口?

16 研究口径与资料来源

Yundinh 正式报告采用“公开版克制呈现 + 内部证据台账完整保留”的来源规则。完整来源、链接和引用编号保留在 Deep Research 底稿: research_inputs/20260622_越南工业园区制造业客户地图_DeepResearch底稿.md。

研究口径与资料来源

来源类型	代表来源	可信度等级	本报告使用价值
越南官方统计与政府资料	NSO / GSO、MOIT、MPI、VGP、地方政府和工业园管理机构	官方	FDI、制造业、工业园体系、产业政策、基础设施和行政区划
工业地产与咨询机构	JLL、Cushman & Wakefield、CBRE、Savills、Knight Frank、Vietnam Briefing、Dezan Shira	中高	区域供给、出租率、租金、标准厂房和仓储需求趋势
园区和开发商公开资料	VSIP、Becamex、Sonadezi、DEEP C、Long Hau、Amata、BW Industrial、Fraser、Mapletree、KCN Vietnam、Nam Dinh Vu	中高	园区位置、产业方向、服务体系和公开项目
商协会和展会机构	VCCI、EuroCham、AmCham、KoCham、VILOG、Vietfish、行业协会	中高	本地连接节点、行业活动和客户触达入口
主流媒体和行业媒体	Reuters、AP、VnEconomy、VietnamPlus、Vietnam News、The Investor、政府媒体	中	投资、扩产、投产、绿色制造、能源和基础设施动态
专业机构和项目新闻	JETRO 调查、律所、会计师事务所、工程与园区服务资料	中高	劳动力、经营环境、合规边界和本地服务风险

关键数据锚点包括：2025 年越南实际到位 FDI 约 276.2 亿美元；2025 年加工制造业占越南 GDP 比重约 24.7%；截至 2024 年 4 月越南已建立 422 个工业园区；北部 2026 年一季度工业园土地市场平均出租率约 81.6%；南部 2025 年四季度工业土地平均出租率约 74%；JETRO 2025 调查中越南制造业工人月基本工资均值约 276 美元；隆城国际机场被要求在 2026 年四季度启动商业运营。

数据使用边界：这些数据用于判断客户密度、区域热度、成本差异和验证优先级，不用于预测某个客户的采购行为、订单机会或投资回报。

进入越南，不是先扫园区，而是先验证客户路径是否成立。

如果企业还没有判断清楚客户密度、产业匹配、园区入口、联系人岗位、拜访半径、本地服务承接和 90 天验证目标，就不应急着全国扫园区或购买大而全名单。

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
已有越南客户开发、区域判断、园区拜访、制造业客户池或本地伙伴筛选需求，希望把公开资料转化为首轮客户地图的中国 B2B 企业。	只想让 Yundinh 保证园区资源、客户名单、拜访安排、政府介绍、代理商承诺、线索数量或销售结果，又不愿意提供产品、案例和交付边界的客户。	公司介绍、目标行业、产品线、典型客户案例、越南计划、现有线索、英文资料、服务承接能力和希望验证的问题。

联系 Yundinh

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: 王先生
中国电话/微信: 13141387768
越南电话/Zalo: +84 356852127

微信



可先发送公司资料、目标行业、越南计划、现有线索或希望验证的问题。 扫码添加微信

Zalo



扫码添加 Zalo