

越南第一批客户 验证路径报告

进入越南前, 不要先买名单。

本报告帮助企业把公开线索、触达路径、
买方角色和 90 天验证动作串成客户路径。

客户验证

名单筛选

触达路径

买方链

90天

适用对象: 计划在越南寻找第一批客户、验证渠道或建立样板客户的中国 B2B 企业

报告版本: 正式报告 V1.0

报告日期: 2026-07-09

提交方: Yundinh Advisory | 云定咨询

00 封面主张

Yundinh 判断

进入越南, 不是先买名单, 而是先验证客户路径是否成立。

很多中国 B2B 企业进入越南时, 第一反应是要一份客户名单、找一个代理、参加一个展会, 或者托人引荐几个老板。这个顺序本身就有风险。名单只能说明“这家公司可能存在”, 展会名片只能说明“对方愿意交换信息”, 转介绍只能说明“有一条关系入口”, 它们都不能直接证明需求、预算、决策链和交付条件成立。

Yundinh 对第 16 期报告的核心判断是: 第一批客户不是被“找到”的, 而是被逐层验证出来的。对越南市场来说, 企业需要先把公司存在、行业匹配、需求信号、可接近角色、可执行 next step、本地交付边界和样板价值串成一条链。链条断在哪里, 进入策略就应该在哪里停下来重做。

01 重要说明

本报告基于用户提供的 Deep Research 底稿进行 Yundinh 化改写。底稿覆盖企业登记、公开采购、工业园区、开发商、展会、商协会、行业协会、社交平台、招聘信息、海关与贸易数据、服务机构、数据保护与反垃圾信息规则等公开资料类型。

本报告不提供以下承诺:

- 不承诺提供可直接成交的客户名单。
- 不承诺安排政府资源、商协会背书、客户拜访或订单结果。
- 不承诺某一渠道一定能带来首单。
- 不建议购买未经核验的客户名单, 或抓取非公开个人数据进行群发触达。
- 不替代律师、税务师、合规顾问、招标代理或本地商务团队的专业判断。

本报告可以用于三类场景:

- 帮企业判断越南是否值得启动第一轮客户验证。
- 帮企业把“名单、线索、有效客户、可验证客户、样板客户”分开。
- 帮企业设计 30/60/90 天验证计划, 减少盲目拜访、盲目参展和盲目签代理。

02 Yundinh 管理层判断

Yundinh 不建议中国 B2B 企业把“获得第一批客户”理解成一次销售动作。越南市场的难点不是缺少公开信息, 而是公开信息的证据强度不同。企业登记门户能证明主体存在, 工业园区能证明地理和产业集群, 展会能证明接触机会, 商协会能提供圈层入口, 公开采购能暴露部分预算和项目, 招聘信息能提示扩产或能力缺口, 但没有任何单一渠道能直接等同于“客户需求成立”。

更严厉地说, 很多企业所谓的“越南客户开发”, 实际只是把不同质量的信息混在一起: 官网、展商名录、园区租户、招聘岗位、微信转介绍、LinkedIn 联系人、Zalo 好友、海关数据公司名。看起来信息很多, 实际上没有形成同一把尺子, 最后只能靠销售直觉推进。

Yundinh 的方法不是卖一张名单, 而是搭一条验证路径:

- 公开线索
- > 账户筛选
- > 需求信号
- > 角色入口
- > 本地核验
- > 可执行 next step
- > 试点 / RFQ / 现场验证
- > 进入、暂缓、调整或放弃

这条路径的目标不一定是 90 天内签单。更现实的目标是: 企业能在 90 天内知道越南是否值得进入、先进入哪个区域、从哪个行业场景切入、该找什么角色、需要补什么本地能力, 以及哪些看似热闹的机会应该放弃。

03 客户常见误区

把名单当客户

名单只是账户清单。没有需求信号、角色入口和下一步动作, 名单不能自动升级为客户。企业登记、园区租户、展商页、商会会员页都能产生名单, 但它们只解决“谁存在”, 不解决“谁需要你”。

把展会名片当 pipeline

展会适合做账户补全、竞品观察、语言测试和后续预约, 但交换名片不等于需求成立。真正有价值的是会后 7 到 14 天能否安排明确议题、明确角色、明确时间的第二次沟通。

把园区租户当采购窗口

工业园区和开发商资料很有价值, 尤其适合判断产业集群和服务半径。但园区公开某家企业入驻, 不等于该企业正在采购设备、软件、节能方案、物流服务或咨询服务。

把关系入口当资源承诺

商协会、服务机构、老客户转介绍都能提高信任起点, 但它们不是订单保证。引荐人能带路, 不等于能替企业完成需求验证、预算确认和交付承诺。

把社交平台当冷开发机器

LinkedIn、Facebook、Zalo 都有用途, 但能找到页面不等于可以无差别触达。越南个人数据保护和反垃圾短信、邮件、电话规则已经成为触达设计的边界条件。对 B2B 企业来说, 平台更适合角色识别、辅助验证和会后跟进, 不适合做骚扰式群发。

04 本报告回答的关键问题

本报告回答的关键问题

问题	本报告给出的答案
第一批客户到底是什么?	不是名单, 而是经过证据、角色、需求和 next step 验证的账户。

问题	本报告给出的答案
哪些渠道值得用？	企业登记、园区、展会、商协会、招聘、公开采购、社交平台、供应链伙伴都可用，但分工不同。
怎么判断线索质量？	用“证据层级 + A/B/C 评分 + 硬门槛”判断，而不是靠感觉。
北部、南部、中部路径是否一样？	不一样。北部偏电子、精密与出口制造；南部服务生态和物流仓储更强；中部更偏项目型机会。
90 天能做什么？	30 天筛假名单，60 天筛假需求，90 天筛假机会，并形成进入、暂缓、调整或放弃判断。
Yundinh 能提供什么？	客户路径验证方法、渠道组合、评分工具、访谈问题、材料清单和本地核验路径。

05 证据边界：哪些能桌面完成，哪些必须本地验证

证据边界：哪些能桌面完成，哪些必须本地验证

任务	桌面研究可完成程度	典型公开来源	仍然缺什么	必须谁来核验
公司是否存在、在哪个区域、属于什么行业	高	企业登记、官网、园区、新闻、商会、展商页	实际生产状态、厂房使用状态	园区方 / 本地拜访
公司大致规模、是否扩产或补功能	中	园区资料、招聘、新闻、仓厂租赁信息	扩的是哪条线、与你是否相关	客户访谈 / 园区方
是否存在正式预算或项目代码	低到中	VNEPS、公开招采、投资公示	私营企业内部预算、采购窗口	客户访谈 / 供应链伙伴
谁真正拍板、谁只是传话	低	LinkedIn、招聘、官网组织信息	实际权限、总部影响	客户访谈
代理商、集成商、中介是否可靠	低	官网、商会活动、介绍记录	是否有真实交付、是否过度承诺	本地服务商 / 客户反查
项目能否成为样板	低	新闻、公开案例	可引用边界、试点成功率、付款条件	客户访谈 / 法务财务核验

Yundinh 的判断很简单：桌面研究适合把“假名单”筛掉，但不能替代本地验证。从“有效客户”往上，公开资料会明显失真。越早承认这个边界，越能节省后期销售和老板时间。

06 五层证据模型：从名单到样板客户

五层证据模型：从名单到样板客户

层级	定义	最低判断标准	关键证据	常见误判	下一步动作
名单	账户清单, 只证明这家公司值得被看一眼	有公司名称、行业、区域, 最好有官网、登记记录或园区记录	企业登记、官网、园区、商会、展商页	把租户或展商当采购机会	去重、分层、做 ICP 筛选
线索	在名单基础上出现触发因素或接触路径	至少一条触发证据: 招标、招聘、扩产新闻、展会参与、转介绍	招聘、新闻、VNEPS、LinkedIn、展会、转介绍	把任何招聘或会面都当项目	判断线索类型和需求假设
有效客户	账户与产品服务匹配, 且存在可接近角色入口	行业匹配、区域可服务、有公开信号、能接近一个角色	工厂经理、采购、工程、EHS、IT、总经理等角色入口	只看行业相似, 忽略语言、距离、交付和权限	进入首轮触达, 争取问题澄清会
可验证客户	能在 30 到 90 天内安排一个可以证伪的动作	有明确 next step: 拜访、访谈、演示、勘查、试点边界或资格评估	双方确认时间、参与角色、议题和输出	把“会聊聊”“有兴趣”当商机	设计验证议程和判废标准
样板客户	能复用的首个证明, 不一定是大单, 但能外溢	有付费试点、首单、量化结果, 最好能引用行业或场景	交付范围、验收标准、付款和可引用边界	把不可公开、不可复制的低价试用当样板	决定正式进入、加码或迭代

这张表是第 16 期报告的核心。企业如果不先统一这五个概念, 就会在越南把“认识一个人”误判成“进入一个客户”, 把“获得一个联系方式”误判成“建立一条渠道”。

07 渠道地图：每类渠道到底证明什么

渠道地图：每类渠道到底证明什么

渠道	能识别什么	更适合行业	证据强度	主要限制	下一步核验
国家企业登记门户	公司是否注册、基础主体信息	全行业	中	证明存在, 不证明需求	官网、园区、新闻二次交叉
公开采购 / VNEPS	招标方、项目名、中标方、货物服务字段、采购计划	设备、工程、环保、能源、检测、部分服务	高	偏正式项目, 不覆盖多数民营工厂内部需求	查采购实体、资格、时间和竞品门槛
工业园区 / 园区官网	园区名单、产业导向、地理位置和集群	制造、工业服务、物流、能源	中	租户名单可能不实时, 不证明采购窗口	让园区方确认活跃租户和扩产情况
开发商官网	物业类型、目标行业、部分租户、招商联系人	制造、物流、仓储、工业服务	中	招商视角容易高估热度	核验目标行业是否真实集中
展会官网 / 展商名录	展商、观众类型、活动主题、时间节点	设备、自动化、电子、物流、能源	中	名片多、需求少	会后 7 到 14 天二次筛选
商协会 / 外商商会	活动、委员会、会员网络、引荐机会	企业服务、工业服务、物流、渠道拓展	中到高	不是导出客户名单的地方	活动前锁定目标角色和会后动作
行业协会	行业成员、论坛、技术主题和供需连接	支持工业、电子、海产、汽车、纺织等	中	活跃度差异大	先核验协会活跃度与活动质量
企业官网	产品、地址、新闻、案例、证书	全行业	中	容易不更新或只呈现公关口径	与招聘、园区、新闻、社媒交叉

渠道	能识别什么	更适合行业	证据强度	主要限制	下一步核验
LinkedIn	公司定位、公开页面、员工头衔、招聘	软件、设备、企业服务、跨国外资	中	对制造业一线岗位覆盖不完整	用于找角色和英文入口
Facebook	本地动态、活动、公开互动	本地服务、活动、营销、公关、部分制造企业	低到中	B2B 深度不足	只作辅助核验和暖场
Zalo Official Account	企业官方账号、本地互动、二维码	本地服务、售后、活动、园区、企业服务	低到中	公开信息深度有限	适合作为会后跟进工具
招聘信息	扩产、数字化、EHS、MRO、MES、物流等需求信号	软件、自动化、设备、工业服务、物流、能源	中	招聘不等于预算	用作问题存在或能力缺口信号
海关 / 贸易数据	行业级贸易结构、公司级供应链假设	物流、供应链、工业配套、原材料、设备	行业级高, 公司级中	不直接证明当前采购需求	与园区、官网、访谈交叉
老客户转介绍	信任入口和场景复用	几乎全行业	高	认识的人不一定是预算人	明确问题与下一步议程
供应链伙伴 / 集成商 / 经销商	场景知识、交付能力、准入关系	设备、软件、工业服务、能源、物流	中到高	容易被过早绑定独家代理	反向核验真实交付和边界
律师 / 会计师 / 物流服务商	主体、合同、发票、仓运、落地约束	全行业	中	他们不是销售外包	用来查风险, 不要误当成渠道

这张图的目的不是鼓励企业同时开十几个渠道, 而是让企业知道: 每个渠道只回答一个局部问题。渠道越多, 越需要统一的证据标准, 否则只是把噪音做大。

08 区域路径：北部、南部、中部不能用同一套打法

区域路径：北部、南部、中部不能用同一套打法

区域	制造业客户密度	典型集群	服务生态	更适合行业	触达难点	验证建议
北部	高, 电子、精密、机械、出口制造密集	河内周边、北宁、北江、海防、兴安、永福、太原等制造带	河内是连接节点, 工厂分散在周边省份	设备、自动化、检测、工业软件、配套服务	总部、工厂、使用部门和采购可能分离	先从工厂问题入手, 再补决策链
南部	高, 但行业更多元、竞争噪音更大	HCMC 周边、平阳、同奈、隆安、巴地头顿、西宁等	商会、服务商、律所、会计、物流、展会更密集	物流仓储、能源、节能、企业服务、营销咨询, 也适合设备和软件	冷触达容易被淹没	先做细分垂直, 不要泛打越南市场
中部	中到低, 更偏项目驱动	岘港、广南、广义、义安、清化等项目节点	比北南薄, 更依赖政府、园区和项目方	工程、能源、环保、工业配套、项目型咨询	账户数量少, 公开信号弱	必须结合园区方、项目方和实地考察

企业最容易犯的错, 是拿中国某个省级市场的逻辑去理解越南全国。越南客户开发不是“先铺全国”, 而是要先回答: 我更适合北部制造链、南部服务和物流生态, 还是中部项目节点。

09 买方决策链：不要只找老板，也不要只找使用部门

买方决策链：不要只找老板，也不要只找使用部门

角色	最关心什么	能决定什么	需要什么证据	适合沟通方式	常见阻力
企业主 / 总经理	ROI、风险、速度、总部关系	是否继续推进、是否给资源	行业价值、回报逻辑、样板价值	高层会面、转介绍、一页纸	认为你只是另一个供应商
工厂经理 / 运营负责人	产能、停机、效率、交期	是否允许现场验证	现场问题和改善路径	工厂访谈、问题清单	不想影响生产
采购	供应商资格、价格、流程合规	入围和比价	主体、资质、报价、交付条件	正式邮件、清单式沟通	没有本地实体或资料不全
工程 / 设备 / 维修	兼容性、安装、备件、停线风险	是否认可技术方案	规格、案例、安装和备件响应	技术会、现场勘查	认为供应商不了解现场
IT / 数字化 / 自动化	接口、数据、稳定性、安全	试点技术可行性	Demo、架构、接口、权限边界	系统 workshop	方案过大、边界不清
EHS / 安全环保	合规、事故、审计、排放	是否支持立项或整改	证书、合规清单、检测整改路径	专题会、现场检查	没有本地资质或响应机制
质量	稳定性、追溯、缺陷率	是否支持试用或验证	样品、测试、质量记录	技术与质量双会	无行业案例
供应链 / 物流	SLA、时效、温控、可视化、成本	试运行和承运仓配评估	线路、体量、履约案例	场景化讨论	说能力多，线路少
财务	CAPEX/OPEX、付款、发票和主体	付款方案和回本门槛	价格逻辑、付款边界、主体安排	简明商业条件表	付款风险和长期承诺
区域总部 / 母公司	标准化、供应商名录、复制性	最终批准或否决	区域案例、集团可复制方案	英文材料、高层引荐	越南团队有兴趣，但总部没优先级

这张表不是所有越南企业的组织图，而是首轮访谈的假设图。企业必须用真实访谈去修正它。只盯老板，容易得不到现场问题；只盯使用部门，容易过不了采购、财务和总部。

10 A/B/C 客户评分表

A/B/C 客户评分表

维度	权重	评分口径	说明
行业匹配度	15	1-5	与目标行业和场景一致程度
需求信号强度	15	1-5	招聘、扩产、招采、合规、能耗、物流痛点等
预算可能性	10	1-5	是否有正式项目、采购计划、试点预算迹象

维度	权重	评分口径	说明
决策链可接近度	12	1-5	是否能接触到使用部门与批准部门
样板价值	10	1-5	行业代表性、可复制性、可引用性
区域可达性	8	1-5	是否在可服务半径内
语言与沟通可行性	8	1-5	英文、越文、中文材料与会议可行性
本地服务承接难度	8	1-5	安装、售后、培训、响应是否可落地
合同与付款风险	6	1-5	付款周期、主体、跨境结算复杂度
合规风险	5	1-5	数据、反骚扰、资质、采购合规、反腐败
竞争强度	3	1-5 反向计分	既有供应商壁垒越高, 分越低

建议使用 100 分制：

- A 类: 75 分以上, 且需求信号、决策链、服务承接三项都不低于 3 分。
- B 类: 55 到 74 分, 适合继续观察和验证。
- C 类: 54 分及以下, 原则上不进入高成本拜访。

三个硬门槛比总分更重要：

- 没有明确 next step, 不拜访。
- 没有语言和资料准备, 不上会。
- 没有交付边界, 不报价。

11 30/60/90 天客户验证路径

30/60/90 天客户验证路径

阶段	目标	关键动作	输出物	判断标准	核心风险
0-30 天	定义 ICP 与首批账户池	明确目标行业、区域、买方角色; 搭建信息源; 形成长名单; 准备中英/越资料	长名单、渠道可信度表、首轮材料清单	是否能把公司分成 A/B/C, 而不是堆成一堆名字	研究做成资料堆, 没有优先级
31-60 天	让长名单进入真实沟通	利用商协会、展会、园区、转介绍; 做邮件、电话、LinkedIn、Zalo 首轮验证; 安排本地访谈	短名单、角色图、会议纪要、验证名单	是否拿到明确问题、明确角色、明确 next step	把见面成功误判为商机成功
61-90 天	推出试点、样板或进入判断	演示、现场勘查、试点边界、合作主体和服务承接设计	可验证客户清单、样板客户候选、进入判断表	是否出现付费试点、正式 RFQ、现场验证或联合评估	为了留住机会, 答应超出能力边界的条件

Yundinh 建议企业把 90 天结果分成四类：

30/60/90 天客户验证路径

判断	触发条件	建议
进入	A 类客户出现, 且出现付费试点、正式 RFQ、现场验证或服务承接可落地	加大 BD 和本地资源配置
暂缓	账户匹配, 但预算、角色或时间窗不清	保留 B 类观察池, 每 30 天复核
调整	行业路径或区域路径判断错了, 或客户要的不是核心能力	改 ICP、改入口角色、改销售资产
放弃	连续两轮验证无法获得明确问题或 next step, 或合规、付款、服务风险过高	退出并记录原因

12 首轮材料与信任证据清单

首轮材料与信任证据清单

材料 / 证据	是否必须	适用场景	说明
中文 + 英文一页版	必须	全行业	让总部与越南侧至少都能看懂
越南语简版	多数行业建议必须	本地工厂、园区、服务类	会显著降低沟通门槛
行业案例	必须	全行业	最好有亚洲或跨国外资案例
技术参数 / 服务说明	必须	设备、软件、工程、工业服务	工程、IT、采购需要判断可行性
本地交付与售后说明	必须	设备、软件、能源、工程	说明谁安装、谁培训、谁维护、多久响应
证书资质	视行业必须	检测认证、工程、安防、环保、设备	要说明哪些适用于越南, 哪些只是海外资质
试点方案	强烈建议	软件、节能、工业服务、部分设备	写清目标、时间、验收和边界
报价与付款边界	强烈建议	全行业	不一定首轮给价格, 但要有价格原则
数据、隐私与服务边界说明	必须	软件、营销、咨询、远程监控、触达服务	避免触碰数据和反骚扰边界
本地伙伴或服务预案	加分项	设备、工程、物流、能源	没有本地团队更要说明替代方案
Demo / 视频 / 现场演示	加分项	设备、软件、自动化	帮助技术部门快速判断
发票 / 合同主体路径说明	加分项但实用	全行业	很多项目最后卡在商务细节

越南买方在初次接触时, 经常先判断供应商是否可信、能否被理解、能否落地, 而不是先判断产品是否先进。资料不完整, 会直接拖低首轮信任。

13 风险与不做清单

风险与不做清单

风险或不建议动作	为什么错	典型后果	替代动作
购买未经核验的客户名单	名单证明不了需求	外呼浪费、品牌受损	公开源自建长名单 + 多源核验
把展会名片当真实需求	展会交流不等于采购窗口	误判 pipeline	会后按 next step 重新分层
把园区租户名单当可拜访客户	园区证明集群, 不证明采购	大量盲拜访	先找园区方和公开信号确定优先账户
购买或抓取非公开个人数据	触碰数据保护边界	合规和声誉风险	只用公开、合规、必要数据
群发短信、邮件或骚扰式电话	触碰反垃圾信息边界	被拉黑、投诉、封号	做账户分层和一对一触达
过早签独家代理	客户路径尚未验证	被单一伙伴绑死	先用非独家、阶段性目标
把中介承诺的政府资源当真	可核验性差	误判进入条件	只接受可公开、可核验的路径
把一次会面当需求确认	会面只说明对方愿意听	提前投入方案成本	以现场验证、试点定义或正式 RFQ 为准
没有英文或越南语资料就推进	把沟通成本转嫁给客户	首轮可信度下降	至少准备英文版和越文简版
没有本地售后却卖复杂方案	交付风险被客户看穿	试点失败、回款风险	先设计本地承接预案
忽视采购与反腐败合规	公共采购和大型集团流程严格	被排除或形成法律风险	走流程并留痕
把招聘信息当预算落地	招聘只说明问题可能存在	跟错方向	用招聘信号触发访谈
只盯老板	高层认可不等于落地	使用部门不配合	同步确认现场问题
只盯使用部门	技术喜欢不等于项目成立	被采购、财务或总部卡住	同步摸清采购和付款边界
过早承诺越南本地案例	没有就没有	信任坍塌	用相似区域或相似场景案例

14 可转化为 Yundinh 工具包的表格

可转化为 Yundinh 工具包的表格

工具名称	用途	核心字段
第一批客户来源地图	管理不同来源的账户	账户来源、来源日期、公开证据、区域、行业、下一步核验
渠道可信度和核验方法表	防止渠道误用	渠道类型、能证明什么、不能证明什么、风险、核验动作
A/B/C 客户优先级评分表	判断拜访优先级	评分维度、权重、总分、硬门槛、分层结果
买方角色和决策链表	设计访谈和材料	角色、关心点、影响力、证据需求、阻力、适配材料

工具名称	用途	核心字段
行业-区域-客户路径匹配表	选择北部、南部或中部路径	行业、区域、优先客户、入口、最小验证动作
30/60/90 天客户验证行动表	管理验证节奏	阶段、目标、动作、输出、判废标准、风险
首轮触达材料准备清单	提升首轮信任	材料项、语种、版本、负责人、缺口、完成日期
本地核验问题清单	防止桌面研究失真	问题、谁确认、优先级、状态
风险和不做清单	防止错误动作	风险、触发条件、后果、替代动作
进入 / 暂缓 / 调整判断表	管理进入决策	证据状态、推进建议、阻塞点、下一轮动作

这些表格的价值不在于形式，而在于强迫企业用同一套证据语言讨论越南。否则销售说“客户有兴趣”，老板说“可以去拜访”，运营说“交付不了”，财务说“主体和付款没法做”，最终所有人都在同一个词上表达不同意思。

15 客户诊断问题

客户诊断问题

诊断问题	为什么要问
你进入越南最想卖的具体是哪一个产品或服务？	不先切单一 offer, 后面全是假动作
这个产品在中国或其他海外市场最典型的买方是谁？	抽取 ICP
你认为越南最像的目标行业是哪三个？	判断假设是否过宽
你手里是否已有越南客户、经销商、供应商或工厂联系人？	看有没有旧关系起点
这些既有关系里，谁是真客户，谁只是朋友或中介？	区分关系资产与业务资产
你想先做北部、南部还是两边一起？为什么？	压测区域假设
你能接受先从一个垂直场景入手吗？	看是否愿意聚焦
你的产品交付是否需要安装、调试、培训或长期售后？	判断本地承接难度
如果客户要求 24/48 小时响应，你现在能怎么做到？	看服务现实
你的标准销售周期和最短试点周期分别多长？	看 90 天内能否验证
你的报价是否必须由中国主体完成？	看商务路径
你是否准备了英文资料，是否愿意准备越南语简版？	看信任门槛
你是否有可公开案例？如果没有，是否有相似场景案例？	看证据资产

诊断问题	为什么要问
你进入越南最怕什么？	找真实阻塞点
你现在最希望拿到订单、试点、会面，还是进入判断？	校正预期
你是否能接受先做 30/60/90 天验证，而不是先签总代？	测试是否适合 Yundinh 模式
你对越南目标客户的决策角色有没有假设？	看是否理解买方链
你是否已有竞争对手在越南的观察名单？	识别市场参照
你的产品是否涉及数据、隐私、远程监控或系统接入？	提前识别合规和 IT 风险
你的合同和付款底线是什么？	防止后面白忙
你是否愿意投入本地访谈、园区拜访和客户约谈预算？	没有这个预算，验证往往是假动作
如果 90 天后发现路径不成立，你是否接受暂缓或调整？	测试是否真正追求验证

16 研究口径与资料来源

本报告的资料来源来自用户提供的 Deep Research 底稿。底稿列示的核心来源类型包括：

- 越南国家企业登记门户，用于支持企业存在和主体信息检索。
- 越南国家电子采购系统 VNEPS 与相关采购报告，用于支持公开采购、招标、中标和项目机会判断。
- VSIP、DEEP C、BW Industrial、Long Hau 等园区和开发商公开资料，用于支持园区、现成厂房、仓储和产业集群判断。
- JLL、Savills Vietnam 等机构公开市场资料，用于支持北部、南部、中部工业地产和物流供给判断。
- VCCI、EuroCham、AmCham、VLA、VASI 等商协会或行业协会公开资料，用于支持连接节点和活动入口判断。
- MTA Vietnam、VILOG、HVACR Vietnam、Vietnam ETE、VME、VIMF、NEPCON 等展会公开资料，用于支持展会节点判断。
- LinkedIn、Meta Business、Zalo Official Account 等平台公开说明，用于支持平台用途边界判断。
- 越南海关统计、商业进出口数据平台公开产品页，用于支持贸易数据和供应链假设边界。
- 越南个人数据保护相关法律资料与反垃圾短信、邮件、电话相关法令资料，用于支持触达合规边界。

本报告没有把上述资料包装成“保证有效的获客渠道”。它们只能支撑公开研究、筛选假设和验证动作设计。凡涉及具体客户名单、真实需求、采购时间窗、联系人权限、付款条件、合同主体、数据合规和本地交付能力，均需要通过本地访谈、专业机构或客户方进一步确认。

17 Yundinh 下一步建议

如果企业已经确定要验证越南第一批客户, Yundinh 建议先做一个小而硬的 30 天动作, 而不是马上启动大规模 BD。

第一步, 锁定一个产品或服务, 不要同时验证多个方向。第二步, 选择一个主区域和一个备选区域, 不要一开始就做全国。第三步, 建立 50 到 100 家长名单, 但只允许 15 到 25 家进入短名单。第四步, 对短名单逐一补齐证据: 行业、区域、需求信号、角色入口、服务半径、语言材料、合规边界和 next step。第五步, 只对 A 类和少量 B 类客户安排高成本拜访。

Yundinh 更适合服务这类客户: 愿意先验证客户路径、愿意准备材料、愿意接受进入或暂缓判断、愿意把 90 天结果看成决策依据, 而不是只想买一份名单或找一个万能代理的企业。

如果企业不愿意接受验证, 只想要“越南客户资源”, 那么这份报告反而应该提醒企业暂停。因为在越南, 未经验证的资源通常不是捷径, 而是成本。

Yundinh 下一步建议

项目	结果
是否使用正确第 16 期底稿	是。已从用户提供的《中国 B2B 企业在越南获得第一批客户的验证路径研究底稿.docx》提取。
是否保留 Yundinh 理念	是。重点转为“不卖名单, 卖验证路径”。
是否保留资料来源展示	是。以研究口径和来源类型呈现, 不把来源做成密集脚注。
是否加入固定联系方式和二维码	PDF 尾页统一加入。
是否更换封面图片	是。改用第二轮场景库 business matching 会议场景, 避免继续使用最近几期相似的研究工作台封面。

进入越南，不是先买名单，而是先验证客户路径是否成立。

如果企业还没有判断清楚公司存在、行业匹配、需求信号、角色入口、可执行 next step 和本地交付边界，就不应急着购买名单、盲目参展、扫园区或签独家代理。

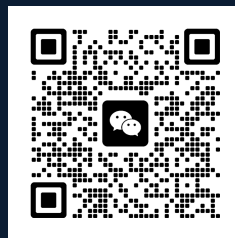
适合启动初步诊断的企业

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、展会、园区、渠道、代理或第一批样板客户验证需求，希望先用 30/60/90 天方法判断路径是否成立的中国 B2B 企业。	只想购买未经核验的客户名单，或希望 Yundinh 保证客户拜访、政府资源、代理结果、订单和成交的客户。	公司介绍、目标产品或服务、目标行业、目标区域、已有越南线索、英文/越文材料、典型案例和希望验证的问题。

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