



No. 2022-206
품목 건강기능식품(Health Supplements)
HS CODE 2106.90-9090
국가 베트남(Vietnam)



CONTENTS

I

경쟁제품

3

1. 경쟁제품 선정
2. 조사지표 선정
3. 현지조사 결과

II

경쟁사

19

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

III

경쟁력 파악

25

1. 가격 경쟁력 분석
2. 벤치마킹 제품 분석

IV

바이어 인터뷰

31

V

시사점

34

1. 수출 확대 전략
2. 참고문헌

I

경쟁제품



01

경쟁제품 선정

지원 기업 품목 분석

지원 기업의 제품은 식이보충제로 캡슐 타입 제품으로 40대 이상 남성을 대상으로 한 건강기능 식품임

(성분) 산화아연, 비타민B2, 블랙마카, L-아르기닌, 홍삼 등

(섭취 방법) 1일 1회 1캡슐 충분한 물과 함께 섭취

(용량 및 가격) 용량은 30g(500mg×60캡슐), 희망 소비자가격은 178,000원으로, 1g당 약 5,933원임

(패키징) 1회 섭취 분량인 500mg 캡슐이 PTP(압박포장) 개별 포장되어 있으며 복용 시 손가락으로 눌러서 꺼내는 방식임. 6개 캡슐이 한 세트로 포장되어 있으며, 총 6×10세트 60캡슐이 상자에 담겨 있음. 간편하게 휴대가 가능함

제품	식이보충제(건강기능식품)		
제품 유형	제과류 > 건강기능식품	희망 소비자가격	178,000원(상자)
용량	30g	포장 형태 및 재질	PTP캡슐 포장, 상자
주요 성분	산화아연, 비타민B2, 블랙마카, L-아르기닌, 홍삼 등	특징	40대 이상 남성의 면역력 향상, 체내 에너지 생성, 전립선 건강에 도움

경쟁력 분석 프로세스



단계 1 제품 분석

- ① 신청서 내 제품 분석
- ② 지원 기업 인터뷰
- ③ 경쟁제품군 파악



단계 2 경쟁 현황 분석

- ① 경쟁 현황 분석
- ② 경쟁제품 선정 기준 마련



단계 3 현지조사 기획

- ① 조사 지역 선정
- ② 주요 유통채널 선정
 - 지원 기업 사전신청서 분석
 - 조사 대상국 유통채널별 점유율 파악
- ③ 온라인 사전 조사
- ④ 조사지표 선정



단계 4 조사 수행

- ① 온·오프라인 경쟁제품 선정 기준 전달
- ② 현지조사 수행
- ③ 제품 분석

오프라인 유통채널 선정

지원 기업의 식이보충제 제품은 건강보조식품에 속함

베트남에서 건강보조식품은 약국, 건강보조식품 전문점, 홈쇼핑, 온라인 쇼핑몰, 직접판매 등을 통해 유통되고 있음. 또한, 최근 온라인을 통한 해외직구도 증가하고 있음. Euromonitor에 따르면, 2021년 기준 가장 점유율이 높은 유통채널은 약국으로 약국의 유통 비중은 전체 유통채널의 63.7%를 차지함

제품의 특성을 고려해 베트남 시장 내 건강기능식품 오프라인 매장 현지조사를 진행함. 우선, 유통채널의 큰 비중을 차지하는 약국을 선정하였음. 호찌민 시에서 가장 큰 규모의 마트로 Vincom mall과 롯데마트가 있음. 베트남 현지에서 한국 제품을 구매의도를 갖고 접근할 수 있는 유통채널로 롯데마트를 선정함

온라인 유통채널 선정

2021년 4분기 기준, 베트남 내 트래픽 수 1위를 기록한 온라인 쇼핑몰은 Shopee로 웹 트래픽 수 8,895만 6,700건을 기록함

- 2위는 Lazada로 2021년 4분기 웹 트래픽 수 2,063만 3,300건을 기록하였으며, 3위는 베트남 현지 기업인 Tiki로 1,786만 6,700건을 기록함



표 1

베트남 주요 온라인몰 웹 트래픽 수(2021년 4분기)

(단위: 방문 횟수)

온라인 쇼핑몰 명	웹 트래픽 수
Shopee VN	88,956,700
Lazada VN	20,633,300
Tiki	17,866,700
Sendo	4,946,700
Vat Gia	1,356,700
Fado.vn	820,800
Vo so	120,400

자료: iPrice Vietnam

조사 지역 개요

베트남에서 가장 큰 도시이자 경제, 문화의 중심지인 호찌민시를 조사 지역으로 선정함

호찌민시는 베트남의 5대 직할시 중 하나로 면적은 2,099km²로 서울의 약 3.5배에 달하며, 인구는 840만 명으로 베트남에서 인구 밀도가 가장 높음

호찌민시의 1인당 GDP는 5,428달러로 베트남 1인당 GDP 2,215달러 대비 2배 이상 높음. 또한 호찌민시의 경제성장률은 9.85%로 베트남 전체(6.21%) 대비 빠르게 성장하고 있음

호찌민은 인프라 시설이 잘 갖추어져 있고 베트남 내 외국인투자가 집중된 지역으로, 베트남의 경제 성장을 주도하는 도시임. 호찌민시 및 인근 지역에 진출한 한국 기업 수는 약 2,500개임

경쟁제품 선정 결과

오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 1) 남성을 대상으로 하는 건강기능제품
- 2) 대상 제품과 주요 성분에서 공통점이 있는 제품
- 3) 전립선 건강 향상을 주요 기능으로 내세우는 제품

온라인 경쟁제품 선정 기준

- 1) 오프라인에서 판매 중인 경쟁제품의 온라인 판매 현황 조사
- 2) 가장 이용률이 높고 재고를 많이 보유하고 있는 Shopee, Lazada 등 종합 온라인 쇼핑몰에서 검색



표 2

베트남 식이보충제 경쟁제품 조사 유통매장

경쟁제품	매장 입점 여부		제품 종류 ¹⁾	
	오프라인	온라인	현지산	수입산
1 삼장 홍삼정	O			O
2 Vương bảo	O	O	O	
3 Huvit for Men	O	O		O
4 Primalis	O	O		O
5 Adam Vitamin Now		O		O
6 Havasu Nutrition L-Arginine		O		O
7 Saw Palmetto Returnup		O		O
8 Tribulus		O		O
9 Horbaach Saw Palmetto		O		O
10 Saw Palmetto		O		O

1) 경쟁사의 소재지가 아닌 해당 제품 생산지를 기준으로 판단

02 조사지표 선정

베트남 식이보충제 조사지표 선정

지원 기업 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함



표 3

베트남 식이보충제 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
총량	g	제품의 중량
	ml	제품의 중량
선정 사유	인기 제품, 신제품 등	해당 제품을 경쟁제품으로 선정한 사유
제품 종류	현지산 제품	베트남 현지 브랜드 제품
	수입산 제품	글로벌 브랜드 제품
포장 형태	PE	종이박스 내 PE소재로 포장
	유리병	종이박스 내 유리병에 포장
	PET병	PET소재 병에 포장
성분	원료 및 첨가물	원료 함유량 등 영양과 맛 관련한 핵심 성분
유통기한	제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기간	
마케팅 포인트	제품의 홍보 문구 및 주요 효과	

03

현지조사 결과

I

경쟁제품

오프라인 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	S 홍삼정	홍삼쿨
제조사	S협동조합	K기업
생산지	한국	한국
선정 사유	특별 진열 제품, 유사 성분	ES 공법 이용, 유사 성분
가격	1,782,500동(약 94,400원) ²⁾	2,077,800동(약 111,100원)
용량	240g x 2병	2g x 100포
포장 형태	유리병, 종이박스	PE, 종이팩
주요 성분	홍삼농축액(사포닌 70mg/g, 고형분 70%, 국내산) 15%, 홍삼당침액(홍삼 65%, 사양벌꿀(11%, 울리고당 24%) 85%	홍삼농축 분말(6년근, 고형분 95%, 홍삼 성분 105mg/g 이상, 국산) 32%, 대추농축액 분말, 비트당 시럽, 포도당
유통기한	제조일로부터 약 2년	제조일로부터 약 2년
마케팅 포인트	- 건강에 좋은 성분을 담음 - 삼성화재 생산물 배상책임보험 기업 인증	- 찬물에 잘 녹음 - ES 공법
방문 매장	롯데마트 본점	롯데마트 본점

2) 2023년 2월 3일 기준 하나은행 매매기준율(1,000동=53원)

경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	홍삼원	홍삼정 굿라이프 스틱
제조사	K기업	D제약
생산지	한국	한국
선정 사유	건강식품 진열대 제품, 유사 성분	행사상품, 유사 성분
가격	275,000동(약 14,500원)	1,600,000동(약 84,800원)
용량	100ml x 10병	10g x 30포
포장 형태	유리병, PE, 종이팩	PE
주요 성분	정제수, 이소말토올리고당, 식물혼합농축액[대추(국산), 건생강(국산), 계피, 구기자], 홍삼농축액(6년근, 고형분 60%, 홍삼 성분 70mg/g 이상, 국산) 0.3%, 마카추출물 분말(마카추출물: 페루산) 0.02%, 울금추출액(고형분 2%) 0.01%, 덱스트린, 맥아당, 타우린, 구연산, 합성향료 2종, 홍삼농축액(고형분 60%) 0.3%	홍삼농축액(6년근, 국산, 고형분 8% 이상, 홍삼 성분 10mg/g 이상) 20%(원료 삼배합비율: 홍삼근 70%, 홍미삼 30%), 덱스트린, 식물혼합농축액(고형분 60% 이상, 갈근(국산), 뽕잎(국산), 당귀, 황기, 영지, 홍삼청, 저당, 자몽종자 추출물
유통기한	제조일로부터 약 2년	제조일로부터 약 2년(추정) 매대 내 상품은 2023/06/18
마케팅 포인트	- 6년근 홍삼음료	- 6년근 홍삼
방문 매장	롯데마트 본점	롯데마트 본점

경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
제품명	골드홍삼액	인삼열매 베타글루칸 1.6액상 스틱
제조사	T 푸드	N기업
생산지	한국	한국
선정 사유	특별 진열 제품, 유사 성분	특별 진열제품, 행사상품, 유사 성분
가격	135,100동(약 7,100원)	1,178,200동(약 62,400원)
용량	70ml x 5포	10ml x 30포
포장 형태	PE, 종이팩	PE
주요 성분	홍삼농축액(6년근, 홍삼 성분 70mg/g 이상, 고형분 60% 이상, 한국산) 0.2%	비타민D3혼합제제, 정제수, 아가베 시럽, 배농축액, 시클로데스트린시럽, 사양벌꿀, 인삼열매 추출 농축액, 대추농축액, 영지버섯자실체 추출물 분말, 비타민C, 무수구연산, 식물혼합 추출물, 효소처리 스테비아, 건조효모(베타글루칸 효모), 차가버섯 분말
유통기한	제조일로부터 약 2년	제조일로부터 3년
마케팅 포인트	- 고려홍삼만을 사용한 제품 - 삼성화재 및 다양한 기업인증 제품	- 각종 인증
방문 매장	롯데마트 본점	롯데마트 본점

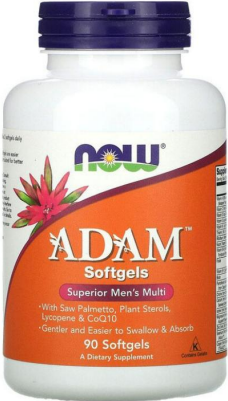
경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
제품명	골드 홍삼진	Vương bảo
제조사	C 기업	THU HÀ Pharmacy
생산지	한국	베트남
선정 사유	유사 성분	유사 기능
가격	265,000동(약 14,000원)	140,000동(약 7400원)
용량	100ml x 10병	20 캡슐 (22g)
포장 형태	유리병, 종이팩	PTP포장
주요 성분	홍삼농축액 0.3%(300mg/병)	white flower, 실고사리 속, 주홍서나물, pluchea pteropoda hems(국화과 식물), 소르빈산칼륨
유통기한	제조일로부터 2년	N/A
마케팅 포인트	- 국산 6년근	- 배뇨 장애 개선, 전립선 기능 향상
방문 매장	Pharmacy 드렉스토어	Pharmacy 드렉스토어

경쟁제품 정보	제품9	제품10
제품 사진		
제품명	Huvit for Men	Primalis
제조사	BioCo	Menarini
생산지	헝가리	독일
선정 사유	유사기능	유사기능
가격	680,000동(약 36,000원)	420,000동(약 22,200원)
용량	80캡슐 (92g)	30캡슐 (15.1g)
포장 형태	PTP포장	PTP포장
주요 성분	난장이 야자수 및 과일 추출물 혼합물(10:1), 버드나무 추출물, 썬기풀 뿌리 추출물, 구연산아연, 아셀렌산 나트륨	토피아자, 난장이 야자수 열매 추출물, 젤라틴, 글리세롤, 물
유통기한	N/A	N/A
마케팅 포인트	- 전립선 기능 개선	- 전립선 기능 개선
방문 매장	Pharmacy 드렉스토어	Pharmacy 드렉스토어

온라인 경쟁제품 판매 현황

I

경쟁제품

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	Adam Vitamin Now 보조 Vitamins dành cho Nam Now Adam Superior Men's Multi	Viên uống tăng cường sinh lý Havasu Nutrition L-Arginine
브랜드	Now	Havasu Nutrition
가격	939,820동(약 4만 9,800원)	899,000동(10% 할인가) (약 4만 7,600원)
용량	180캡슐(300g)	120캡슐(200g)
마케팅 포인트	- 남성 건강 증진, 면역력 강화 - 생리기능 증진, 각종 비타민 공급	- 혈액순환, 신진대사 촉진 - 지구력 강화
경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	Saw Palmetto Returnup Hỗ trợ tuyến tiền liệt	Tăng sinh lý Nam Tribulus NowSport
브랜드	C 기업	Now Foods
가격	389,000동(약 2만 600원)	700,000동(약 3만 7,100원)
용량	60캡슐(30g)	180캡슐(1.9lb)
마케팅 포인트	- 남성 성 기능 개선, 전립선 건강	- 신진대사 촉진, 남성 건강 증진

경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
제품명	Horbaach Saw Palmetto	Saw Palmetto
브랜드	Horbaach	Swanson
가격	418,000동(약 2만 2,100원)	179,000동(30% 할인가) (약 9,400원)
용량	120캡슐(500g)	100캡슐
마케팅 포인트	- 첨가물 없음, 글루텐 프리 - 식물원료 그대로 사용했다는 걸 강조함 - 생산과정에서의 투명성을 강조함	- 배뇨 장애 개선, 전립선 기능 향상
경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
제품명	Vuong bao	Trinh Nữ Hoàng Cung
브랜드	Thai Minh Pharmaceutical Joint Stock Company	USA International Pharmaceutical Joint Stock Company
가격	469,999동(34% 할인) (약 2만 4,900원)	33,000동(약 1,700원)
용량	80캡슐	50캡슐
마케팅 포인트	- 전립선 비대증에 도움, 전립선 건강, 야간빈뇨에 도움	- 남녀 모두 섭취 가능

주요 유통채널 정보

1) Lotte Mart

개요



- 한국 롯데그룹이 운영하는 대형마트 체인
- 중국, 인도네시아, 베트남에 진출
- 하노이, 호찌민 등 2022년 기준 베트남 내 15개 지점 보유
- 베트남지식재산협회 선정 베트남 10대 브랜드 중 5위를 차지함

매장 정보
및 신청 업체의
타겟 제품
판매 현황

- 매장명: Lotte Mart Aeonmall점
 - 매장 주소: 469 Đ. Nguyễn Hữu Thọ, Tân Hưng, Quận 7, Thành phố Hồ Chí Minh
 - 조사 경쟁제품 수: 8개
- 1) S 홍삼정 / 178만 2,500동
 - 2) S 홍삼진 / 166만 200동
 - 3) 골드홍삼액 / 13만 5,100동
 - 4) 홍삼원 / 27만 5,000동
 - 5) 홍삼쿨 / 207만 7,800동
 - 6) 홍삼정 굿라이프 스틱 / 160만 동
 - 7) 인삼열매 베타글루칸 1.6액상 스틱 / 117만 8,200동
 - 8) 산양 산삼 한뿌리 그대로 / 225만 100동

2) K-market

개요	 - 한국 식료품 유통기업 - 2002년 베트남에서 사업 시작 후 현재 베트남 전역에서 100여 개의 매장 판매망, 온라인쇼핑, 배달 서비스 등을 운영 중
매장 정보 및 신청 업체의 타깃 제품 판매 현황	  - 매장명: K-Market Phu My Hung - 매장 주소: 163 Nguyễn Đức Cảnh, Tân Phong, Quận 7, Thành phố Hồ Chí Minh - 조사 경쟁제품 수: 1개 1) 홍삼액에 인삼뿌리채 / 80만 동

3) Pharmacy

개요	 - 베트남 기반 드럭스토어 체인 - 처방전 약뿐만 아니라 각종 건강, 뷰티 제품 취급 - 베트남 전역에 약 1,100개 매장 보유
매장 정보 및 신청 업체의 타깃 제품 판매 현황	 - 매장명: Pharmacy - 매장 주소: 116 Nguyễn Thị Tần, Phường 2, Quận 8, Thành phố Hồ Chí Minh - 조사 경쟁제품 수: 3개 1) Vương bảo / 14만 동 2) Huvit for Men / 68만 동 3) Primalis / 42만 동

II

경쟁사



01

경쟁사 선정

경쟁사 선정 기준

지원 기업의 식이보충제 제품은 중장년 남성을 타겟으로 하는 건강보조식품임. 따라서 중장년층 남성을 대상으로 하는 식이보충제 및 건강보조식품을 경쟁제품으로 선정함



표 4

경쟁제품 조사 결과

	경쟁제품 현황	생산국	타겟 연령	기능 및 효과
1	삼장 홍삼정	한국	N/A	건강 증진
2	Adam Vitamin Now	미국	성인 남성	남성 건강 증진, 면역력 강화
3	Havas Nutrition L-Arginine	미국	성인 남성	혈액순환, 신진대사 촉진
4	Saw Palmetto Returnup	한국	중년 남성	남성 성 기능 개선, 전립선 건강
5	Tribulus	미국	성인 남성	신진대사 촉진, 남성 건강 증진
6	Horbaach Saw Palmetto	미국	성인	남성 생리기능 개선
7	Saw Palmetto	미국	성인 남성	배뇨 장애 개선, 전립선 기능 향상
8	Vương bảo	베트남	중장년 남성	전립선 건강
9	Trinh Nữ Hoàng Cung	미국	중장년 남녀	남녀 생식기 건강 개선

02 경쟁사 분석

1) Now

경쟁사 기본 정보	 - 1968년 설립된 미국 건강보조식품 제조사 - 건강보조식품, 뷰티 및 건강제품, 운동영양제 등을 제조 및 판매, 수출입 - 기업 소유 농장에서 재배한 약용 식물을 재료로 전통 의학 생약 추출물을 제조함	
	업체명	Now Foods
	매출액	6억 4,900만 달러
	직원 수	1,001-5,000
	홈페이지	www.nowfoods.com
	연락처	미국 본사 +1-888-669-3663 베트남 Now Food 유통 담당 +84 02837263235
	주소	본사: 244 Knollwood Drive Bloomingdale, Illinois 60108, US
제품 현황		
	- 연령별, 기능에 따라 제품군이 세분화되어 있음, 뿐만 아니라 동일 제품 또한 소프트젤, 타블렛, 베지캡슐 등으로 세분화되어 있음 - 남성 건강기능식품 또한 멀티비타민, 음양곽 추출물, 스포츠 전용 멀티비타민 등으로 다양한 제품들이 있음	

2) Havasu Nutrition

경쟁사
기본 정보

- 1994년에 설립된 건강보조식품 회사
- 원재료에 충실한 제품을 강조함
- 온라인 커뮤니티에서 영향력이 높은 제품

업체명

Havasunutrition

매출액

1,200만 달러

직원 수

11-50

홈페이지

havasunutrition.com

연락처

+1 (717) 846-8657

주소

19046 Bruce B Downs Blvd 1090, Tampa, Florida, 33647, U.S.A

제품 현황



- 성인 남성, 여성, 어린이용 건강보조식품군이 있음. 이 중 남성 기능성 건강보조제는 톱아자(saw palmetto) 제품군, L-arginine 제품군, 테스토스테론 촉진 제품군 등이 있음
- 특히 톱아자 제품, L-arginine 제품군은 세분화되어 있음

3) THAI MINH PHARMACEUTIAL JOINT STOCK COMPANY

- 2012년 창립
- International Medical Consulting Company Limited (IMC)의 마케팅 부서에서 출발하여 제품 개발까지 이어짐
- 2024년 제약시장 top3 목표

경쟁사 기본 정보

업체명	THAI MINH PHARMACEUTIAL JOINT STOCK COMPANY
매출액	N/A
직원 수	501-1,000명
홈페이지	tmp.vn
연락처	024.3200.3300
주소	No. 3, Lane 2, Tho Thap Street, Dich Vong Ward, Cau Giay, Hanoi

제품 현황

- 총 21개 제품 개발 및 판매 중. 장건강, 혈류 건강, 기관지 건강등 세분화되어 있음
- 남성 건강 특화 제품은 Vương Bảo가 유일

4) C기업

경쟁사 기본 정보	 - 한국 종합식품 제조업 1위 기업 - 식품, 가공식품 및 의약품 제조 및 유통 <table border="1" data-bbox="363 678 1377 920"> <tr> <td>업체명</td><td>C기업</td></tr> <tr> <td>매출액</td><td>약 7,864억 2,500만 원</td></tr> <tr> <td>직원 수</td><td>약 7,500명</td></tr> <tr> <td>홈페이지</td><td>cj.co.kr</td></tr> <tr> <td>연락처</td><td>02-6740-1114</td></tr> <tr> <td>주소</td><td>서울특별시 중구 동호로 330 CJ 제일제당센터 (우)04560</td></tr> </table>	업체명	C기업	매출액	약 7,864억 2,500만 원	직원 수	약 7,500명	홈페이지	cj.co.kr	연락처	02-6740-1114	주소	서울특별시 중구 동호로 330 CJ 제일제당센터 (우)04560
업체명	C기업												
매출액	약 7,864억 2,500만 원												
직원 수	약 7,500명												
홈페이지	cj.co.kr												
연락처	02-6740-1114												
주소	서울특별시 중구 동호로 330 CJ 제일제당센터 (우)04560												
제품 현황	 - 리턴업 브랜드 제품군은 생애주기별, 세분화된 기능성 제품으로 구성되어 있음  - 특히, 지원 기업 제품과 비슷한 기능의 제품들(중장년 남성 타깃 제품)을 여러개 보유하고 있음												

III

경쟁력 파악



01

가격 경쟁력 분석

경쟁 제품 10개를 분석한 결과,

- 제품 유형은 캡슐유형이 9개로 압도적으로 많았음
- 원산지 별 평균가격은 미국산이 평균 약 11,900원으로 가장 높았으며 (100g당 가격), 그 다음으로 유럽>한국>베트남 순서로 높았음
- 평균가격은 드렉스토어>온라인 쇼핑몰>대형마트 순으로 높았음. 유통채널 별 평균가격은 드렉스토어가 평균 약 73,500원으로 가장 높았으며 (100g당 가격), 이는 온라인 쇼핑몰 평균가 (약 28,800원)의 약 세 배임
- 특히 드렉스토어 제품은 온라인 결제후 매장 픽업이 가능함

지원 기업의 희망소비자가가 상자당 약 363만동(약 154.78달러)임을 고려한다면 지원 기업의 제품은 상당한 고가의 제품임. 건강기능제품의 특성상 꾸준한 섭취가 필요하다는 걸 고려했을 때 경제적인 제품은 아님

오프라인 상품의 평균 가격은 약 6만원(100g당 가격)으로 온라인 제품 평균가인 약 38,700원 (100g당 가격)으로 1.5 배 이상 비싼 것으로 나타남



표 5

경쟁제품 분석

제품명	유형	원산지	유통채널	온오프라인	100g당 가격(원화)
아비스모 파워	캡슐	한국	N/A	N/A	655,300
삼장 홍삼정	액상음료	한국	대형마트	오프라인	19,600
Vuong bảo	캡슐	베트남	드렉 스토어	온/오프라인	33,600
Huvit for Men	캡슐	헝가리	드렉 스토어	온/오프라인	39,100
Primalis	캡슐	독일	드렉 스토어	온/오프라인	148,000
Adam Vitamin Now	캡슐	미국	온라인 쇼핑몰	온라인	16,600
Havas Nutrition	캡슐	미국	온라인 쇼핑몰	온라인	23,800
L-Arginine					
Saw Palmetto	캡슐	한국	온라인 쇼핑몰	온라인	68,600
Returnup					
Tribulus	캡슐	미국	온라인 쇼핑몰	온라인	4,300
Horbaach Saw					
Palmetto	캡슐	미국	온라인 쇼핑몰	온라인	4,400
Saw Palmetto	캡슐	미국	온라인 쇼핑몰	온라인	10,400

경쟁제품 별 하루 섭취량이 상이하므로 표6과 같이 1일 섭취량 당 가격을 비교해 본 결과, 베트남산이 평균가격 28,000~42,000동으로 가장 높았음. 1일 섭취량 별 가격은 베트남>한국>유럽>미국산 순으로 높았음

지원 기업의 제품은 1일 섭취량 당 가격이 약 60,800동으로 베트남산 평균가격의 약 1.5~2배, 한국산 평균가격의 2배, 유럽·미국산 가격의 약 6배임



표 6

경쟁제품 1일 섭취량 당 가격

경쟁제품 현황	원산지	베트남화 (동)	한화 (원)	총량 (개)	1일 섭취량	1일 섭취량 당 가격 (동)
아비스모 파워 ³⁾	한국	약 3,648,000	193,300	60	1	60,800
삼장 홍삼정	한국	1,660,200	94,400	30	1	55,300
Vương bảo ⁴⁾	베트남	140,000	7,400	20	4~6	28,000~42,000
Huvit for men	헝가리	680,000	36,000	80	1	8,500
Primalis	독일	420,000	22,200	30	1	14,000
Adam Vitamin Now	미국	939,820	49,800	180	2	10,400
Havasu	미국	899,000	47,600	120	2	14,900
Nutrition L-Arginine						
Saw Palmetto	한국	389,000	20,600	60	1	6,400
Returnup						
Tribulus	미국	700,000	37,100	180	3	11,600
Horbaach Saw						
Palmetto	미국	418,000	22,100	120	3	10,450
Saw Palmetto	미국	179,000	9,400	100	1	1,700

3) 지원기업이 제시한 희망소비자 가격 154.78달러 기준의 가격임

4) 치료 목적은 하루 6캡슐을 2회에 걸쳐 섭취, 예방 목적은 하루 4캡슐을 2회에 걸쳐 섭취

02 벤치마킹 제품 분석

직관적인 이미지의 패키징을 활용

일부 제품은 패키지에 남성건강, 노년 남성건강 등의 직관적인 이미지를 사용함으로써 해당 제품의 기능을 명백히 드러냄. 특히, 여러 성분을 혼합하여 만드는 제품인 경우 주요 성분을 표시하는 것보다는 해당 제품이 어떠한 기능을 갖는지를 명시하는 것도 하나의 전략이 될 수 있을 것으로 보임



그림 3

직관적인 이미지를 사용하는 패키징 B사 제품(좌)과 T사 제품(우)



자료: Pharmacy & Shopee

남성 전립선 건강에 좋은 톱아자수(saw palmetto)를 주요 성분으로 하는 제품이 많음

최근 영미권에서 남성 전립선기능 개선으로 알려진 톱아자(Saw Palmetto) 성분이 들어간 제품들에 성분 비율과 효과에 대한 문제제기가 이뤄지고 있음. 다만, 건강식품의 특성상 섭취하면서 기능이 개선된다고 믿는 플라시보 효과 때문에 이러한 문제제기가 제품판매에 영향을 끼치지 않는 것으로 나타남

- 실제로 톱아자수가 효과가 없다는 걸 오히려 역이용하여 마케팅에 사용하는 것도 하나의 방법이 될수 있을 것으로 보임



그림 3

톱아자수 성분을 내세우는 제품들 C사 (좌) H사 (중) S사 (우)



자료: Shopee

오프라인은 주로 개별 PTP포장, 온라인은 병이 다수

오프라인 제품은 주로 개별 PTP포장이 되어 있었으며 (4개 제품 중 3개), 온라인 판매 제품은 9개 중 6개가 플라스틱 병으로 판매되고 있었음. 온라인으로 구매하는 것이 더욱 저렴하기 때문에 용량이 오프라인에서 대용량인 병제품을 판매하지 않는 것으로 보임. 이중 베트남산 Vương bảo은 개별PTP포장 제품과 병제품 2종으로 구성되어 있음

다만, 병 제품은 개별포장되어 있지 않기 때문에 휴대면에서는 불편할 수 있음. 특히 제품에 따라 하루에 2-3개씩 섭취하거나 2-3회에 걸쳐 섭취해야하는 제품이 있기 때문에 편의성이 떨어짐



그림 3

개별 PTP포장 제품 M사 (좌), T사 (중), 병제품 N사 (우)



자료: Shopee

온라인으로 제품 후기 공유

베트남산 Vương bảo의 경우 홈페이지를 통해 실제 제품 후기를 공유하고 있음. 이용자의 나이와 섭취 이후 개선된 점에 대해 생생한 후기를 올림. 이는 특히 단시간에 효과를 체감할 수 없는 건강기능식품을 선택할 때 중요한 판단 기준이 될 것으로 보임



그림 3

제품 이용 후기

Chia sẻ của khách hàng dùng Vương Bảo:



Ông Trần Văn Vĩnh: Ở An Nội, Bình Lục, Hà Nam

Sau khi dùng Vương Bảo, Tuyến tiền liệt giảm từ 57gram về 30 gram. Tiểu đêm 7-8 lần giảm chỉ còn 1 lần. Tiểu thông thoáng, đi 1 lần là hết luôn



Ông Nguyễn Đức Thanh: Ở Hồng Minh, Hưng Hà, Thái Bình

Kiên trì 6 tháng dùng Vương Bảo, tuyến tiền liệt giảm từ 30gram về 17 gram. Đêm từ 15 phút đi 1 lần, thì giờ chỉ đi 1 lần hoặc không lần nào. Tiểu thông thoáng, nhẹ nhàng, không còn tình trạng 2 tia nữa

자료: Vương bảo 제품 홈페이지

IV

바이어 인터뷰



01

바이어 인터뷰

Long Chau

1. 소개를 부탁드립니다

저는 Mai이라고 하며 Long Chau(Xom Chieu 지점) 유통 담당자입니다

2. 다양한 형태의 조사 제품 중 인기가 가장 높은 제품과 이유는 무엇인가요?

가격 대비 효과도 좋으며 같은 성분이 들어 있는 제품과는 달리, 아연 관련 제품 중에서는 면역력에도 좋은 Good Health Oyster Plus가 가장 잘 팔려 항상 재고가 부족합니다

3. 조사 제품의 가격, 용량, 패키징 등 판매 가능성이 있을까요

지원 기업 패키징이 PE용기 또는 유리병보다 편하고 습도가 높은 베트남에 적합하지만, 납품 가격은 다른 제품의 판매 가격과 비슷한 선이며 다소 비싸다는 느낌입니다

4. 해당 제품에서 소비자들이 제일 중시하는 구매 요인은 무엇인가요?

건강기능식품이므로 효능에 대해서 많이 문의합니다. 처방전을 들고 와서 문의하고 구입하는 소비자들도 종종 있긴 하지만, 그런 경우 처방전에 명시된 약만 구매하는 경우가 많습니다

5. 한국 기업의 수출 시 주의사항은 무엇인가요?

베트남 진출 시 가격이 제일 중요하기 때문에 가격 책정에 대해서 각별히 신경써야 합니다. 입점 전 건강식품 위생허가가 필요하며 한국 기업이 준비해야 하는 서류라는 점에 유의해야 합니다

6. 추천하는 홍보 방법은 무엇인가요?

스탠드 포스터/배너를 배치하여 신제품이라는 것을 광고할 수 있으나, 같은 성분을 가지는 기존 제품과 다른 효능을 홍보하려면 해당 약국의 인사(판매원/의사)를 통해 전달해야 하기 때문에 매출을 올릴 수 있게 약국 직원을 교육 또는 커미션 정책으로 강화해야 합니다

Ahn Khang

1. 소개를 부탁드립니다

저는 Khanh이라고 하며 An Khang 약국 유통 담당자입니다

2. 다양한 형태의 조사 제품 중 인기가 가장 높은 제품과 이유는 무엇인가요?

아연 성분이 들어가는 의약품이 꽤 많지만 단순히 면역력 증강이라는 홍보 문구가 들어간 제품의 가격은 저렴한 편으로, 평균 4,500~ 5,000원대에 그칩니다. 하지만 면역력 강화 및 남성에 좋다는 Good Health Oyster는 적지 않은 매출이 불임전문의의 처방전에서 유래합니다

3. 조사 제품의 가격, 용량, 패키징 등 판매 가능성이 있을까요

유기농이나 특별한 성분이 들어 있는지 모르겠지만 같은 라인 제품의 가격보다 판매 가격을 너무 높게 잡는 것 같습니다. 용량은 적당하며 패키징은 매우 뛰어납니다

4. 해당 제품에서 소비자들이 제일 중시하는 구매 요인은 무엇인가요?

효능도 많이 보지만 매우 특출난 성분이 아닌 이상 가격도 소비자들이 제품을 선택하는데 아주 중요한 역할을 차지하고 있습니다

5. 한국 기업의 수출 시 주의사항은 무엇인가요?

식품규제에 맞춰 라벨을 부착하거나 베트남어로 외부 포장을 제작해 유통해야 합니다

6. 추천하는 홍보 방법은 무엇인가요?

시중에 유통하고 있는 가격이 저렴하고, 품목이 다양한 미국산, 호주산 건강식품에 익숙한 베트남 소비자들에게 인삼, 홍삼 외에도 품질이 좋으며 가격이 적당한 한국산 건강식품도 있다는 인식을 심어주는 홍보가 되어야 합니다

매장에서 홍보하는 것도 좋지만 다양한 미디어 광고를 통해 본사 제품을 소개하고 광고하면, 자발적으로 약국을 찾는 소비자가 늘어날 것입니다

V

시사점



01

수출 확대 방안

가격 경쟁력

지원 기업 제품의 희망 소비자가격은 한 박스당 154.78달러(약 363만 동)이며, 이를 하루 섭취량 당 가격으로 환산할 시 60,800동으로 온·오프라인 경쟁제품 10개 품목 중 가장 높은 편으로 파악됨. 이는 베트남산 평균 가격의 약 1.5~2배, 한국산 평균가격의 2배, 유럽·미국산 가격의 약 6배임. 따라서, 가격 하향을 하지 않는다면 경쟁력을 확보하는 데 다소 문제가 있을 것으로 판단됨.

베트남 서민층의 월급이 월평균 약 30만 원인 점을 고려할 때 본 제품을 구매할 수 있는 소비자는 중산층 가정 이상이 될 것으로 판단됨. 따라서 고급화 전략을 선택하면서 어떤 부분을 주요 기능으로 내세울지에 대한 전략적 판단이 필요할 것으로 전망됨

벤치마킹

일부 제품에서는 남성건강식품의 특성을 직관적인 이미지의 패키징을 이용해 마케팅하고 있었음. 그리고 전립선 건강에 좋은 것으로 알려져 있는 톱아자수를 주요 성분으로 하는 제품이 많았음. 그리고 온라인에서는 주로 플라스틱 병 제품이 많았음

- 지원 기업의 제품 효과(면역 기능, 체내 에너지 생성, 남성전립선 건강)를 제품에 내세워서 중장년 및 노년 남성의 건강 일반과 전립선 건강을 지킨다는 마케팅도 적합할 것 같음
- 습한 베트남의 기후상 플라스틱병 제품보다 개별PTP포장 제품이 상품 변질이 되지 않는다는 것도 내세우는 것도 하나의 방안이라고 봄

마케팅 방안

지원 기업 제품은 고가의 제품이면서 1회성 섭취가 아닌 꾸준한 섭취가 필요한 건강기능제품임. 따라서 고급화 및 기능 면에서 우수한 상품이라는 것을 드러낼 필요가 있음. 또한 제품 후기 등을 통해 온라인에서 바이럴 마케팅을 하는 것을 권장함

02 참고 문헌

□ 참고 사이트

1. Shopee Vietnam
2. Lazada Vietnam
3. Now Foods
4. Havasu Nutrition
5. CJ 제일제당
6. Vương bảo

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행일자 2022. 12

- 본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
- 본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는 aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.