

## 베트남 음료 시장

2021년 8월 25일, 하노이지사

□ 키워드 :

○ 베트남 음료 시장 현황

- 유로모니터(Euromonitor)의 베트남 음료 시장규모 통계자료에 따르면, '20년도 시장규모는 4,227.0백만L 수준으로 전년대비 7.4% 성장하였으며, 연평균 성장률(CAGR, '16~'20)은 5.9%로 꾸준히 상승하는 추세임
- \* 유로모니터는 '25년까지 베트남 음료 시장 규모는 연평균 3.9% 성장하여 5,307.6백만L에 이를 것으로 전망
- RTD(Ready To Drink) 차는 '20년도 음료시장 규모의 약 36.9%로 가장 큰 비율을 차지했으며, 그 다음으로는 탄산음료>생수>에너지 드링크>주스 순임

### 〈5개년 베트남 음료 시장규모〉

(단위: 백만L, %)

| 구분       | '16     | '17     | '18     | '19     | '20     | 연평균성장률<br>(CAGR) |
|----------|---------|---------|---------|---------|---------|------------------|
| 시장규모     | 3,177.5 | 3,412.3 | 3,686.9 | 3,936.7 | 4,227.0 | 5.9              |
| 전년대비 성장률 | 4.8     | 7.4     | 8.0     | 6.8     | 7.4     |                  |

### 〈'20년도 주요 품목별 소비량〉

(단위: 백만L, %)

| 구분       | 생수    | RTD 차   | 주스    | 탄산음료  | 에너지드링크 |
|----------|-------|---------|-------|-------|--------|
| 소비량      | 728.0 | 1,558.9 | 480.5 | 778.0 | 487.5  |
| 전년대비 성장률 | 12.0  | 6.8     | 6.6   | 5.5   | 6.5    |

자료원: 유로모니터(Euromonitor)

○ 베트남 RTD(Ready To Drink) 차 유통 현황

- ‘RTD 차’ 란 주스나 탄산음료처럼 제품을 캔이나 페트병에 담아 바로 마실 수 있는 상태로 포장된 차로 급격한 도시화로 여가시간이 부족한 하노이시, 호치민시 등을 중심으로 선풍적인 인기를 끌고있음
- 유로모니터의 베트남 음료시장 분석 통계자료에 따르면, RTD 차가 전체 시장규모의 36.9%를 차지하고 있는 반면 RTD 커피는 0.06%로 미미한 수준임
- 또한, 음료 유통채널의 경우 ‘20년 기준 96.2%가 유통매장을 통해 유통되었으며, 전통적 유통매장(소매점, 노점 등)이 80%로 가장 높은 비율을 차지하고 있음
- \* 현대적 유통매장(편의점, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓) 16.2%, 온라인 플랫폼 3.6%
- 현지에서 인기리에 판매되고 있는 RTD 차는 대부분 녹차 및 라임 추출물이 함유되어있는 달고 시원한 맛이 특징이며, 건강에 대한 관심 증대로 탄산음료보다는 저당 혹은 무첨가된 차 음료를 출시하고 있음

<베트남 인기 RTD 차 현황>

| 제품명                | 제품정보  | 이미지   |
|--------------------|---|---|
| 0 °C<br>(Khong Do) | - 500ml/ 8,000VND(약 400원)<br>- 베트남 음료시장 점유율 1위<br>- 녹차, 라임맛             |  |
| C2                 | - 455ml/ 7,500VND(약 350원)<br>- 베트남 음료시장 점유율 2위<br>- 녹차,사과맛 홍차맛, 녹차,라임 맛 |  |
| Tea +              | - 500ml/ 8,000VND(약 400원)<br>- 베트남 음료시장 점유율 3위<br>- 우롱차                 |  |

## 〈베트남 음료 식품 시장 트렌드〉



\* 출처: Phu Hung Securities(자료 번역디자인: PIKOR ASEAN)

### ○ 베트남 음료 시장 전망

- 베트남의 경제성장에 따른 도시화의 가속화로 인해 여가시간이 부족한 대도시 소비자들의 RTD 음료 구매수요가 증가하는 추세이며 특히, 차(녹차, 홍차, 우롱차)등을 베이스로 한 차 제품이 인기리에 판매되고 있음
- 코로나19 및 베트남 과체중 및 비만을 증가 등의 이유로 건강에 대한 관심이 증가하여 저당 또는 무첨가 제품이 꾸준히 출시되고 있는 상황으로 0kcal에 가까운 음료 제품이 현지소비자들의 관심을 끌 수 있을 것으로 전망
- 베트남 현지 음료 제조사는 소비자의 취향과 기호에 맞춰 다양한 포장용기를 변화시켜 끊임없이 제품을 개선하고 있으며, 최근 트렌드인 ‘건강’에 맞추어 생과일주스와 같은 건강음료를 개발하고 있음
- 카페에서 커피를 즐기는 것이 생활에서 필수적인 하나의 ‘요소’라고 생각하기에 MZ세대들이 주요 소비층으로 경제 활동을 함에 따라 소득 증가는 ‘고급 커피 라인’에 대한 수요를 더욱 부양하는 역할을 할 것으로 예측됨



Vinamilk 社 V-Fresh 과일 주스



TH 社 건강 생과일 주스

\* 자료원: Vinamilk 및 TH 홈페이지

### ○ 시사점

- 한국의 다양한 맛과 기능을 가진 보리차, 헛개차, 우엉차, 옥수수차 등의 베트남 시장 진출이 기대되는 시점이며 현지 유통되고 있는 RTD 차 제품 대비 다소 높은 가격으로 현지 중산층 및 MZ세대를 타겟으로 공략해볼 필요가 있음
- 또한, 베트남의 경제성장에 따른 소득 증대와 코로나19 영향으로 '21년 베트남 식품 관련 주요 키워드는 건강과 식품안전으로 현지소비자들의 저당, 저칼로리, 무(無)카페인 등에 대한 관심이 쏠리고 있는 추세임
- 따라서 설탕을 대체할 수 있는 천연 감미료인 꿀, 스테비아 등을 활용하여 맛과 건강을 모두 지킬 수 있는 제품을 현지 입맛에 맞추어 연구·개발 해본다면 베트남 시장에서 신규 소비 기반을 창출할 수 있을 것으로 기대

### ○ 출처

-Dự báo ngành Thực phẩm và Đồ uống Việt Nam năm 2021. 21.6.25. babuki.vn

-<https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2021/06/tac-dong-kep-cua-dich-covid-19-va-nghi-dinh-so-100-2019-nd-cp-toi-nganh-cong-nghiep-san-xuat-do-uong/>

-[http://static1.vietstock.vn/edocs/Files/2021/06/01/nganh-thuc-pham-do-uong-trien-vong-tic-h-cuc\\_20210601115444.pdf](http://static1.vietstock.vn/edocs/Files/2021/06/01/nganh-thuc-pham-do-uong-trien-vong-tic-h-cuc_20210601115444.pdf)