



해양수산부



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2022 수산물 수출기업 맞춤형 시장조사

No. | 202210-03
품목 | 해초모듬
HS CODE | 1212.21-1010
국가 | 베트남(Vietnam)
구분 | 경쟁력분석형





CONTENTS

I. 요약

03

II. 경쟁제품

- | | |
|--------------------------|----|
| 1. 베트남 해초모듬 경쟁제품 선정 | 05 |
| 2. 베트남 해초모듬 경쟁제품 조사지표 선정 | 10 |
| 3. 베트남 해초모듬 경쟁제품 현지조사 결과 | 11 |

III. 경쟁기업

- | | |
|------------------------------|----|
| 1. 베트남 해초모듬 경쟁기업 선정 | 22 |
| 2. 베트남 해초모듬 경쟁기업 현지화 분석 기준 | 23 |
| 3. 베트남 해초모듬 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 | 25 |

IV. 수입·유통업체 인터뷰

- | | |
|---------------------------|----|
| 1. 박 호아 싸인(Bách Hoá Xahn) | 32 |
| 2. 도부마트(Dovumart) | 35 |
| 3. 남안마트(Namanmart) | 38 |

V. 경쟁력파악

- | | |
|----------------|----|
| 1. 제품 경쟁력 검증 | 42 |
| 2. 벤치마킹 제품 분석 | 47 |
| 3. 기업 마케팅 벤치마킹 | 49 |

*참고문헌

50



Summary

■ 온라인 인기제품

판매채널		제품명	제조사명
온라인몰 인기 판매제품	쇼피	해초 모듬 샐러드 (75g)	산코
		와카메 히지키 해초샐러드	산코
	라자다	와카메 히지키 해초샐러드	산코
		해초 모듬 샐러드 (75g)	산코
	티키	산코 모듬 미역	산코
		옛날 자른 미역	A사

■ 오프라인 주요 경쟁제품

B사미역 (B사식품)		c브랜드 남해안산 청정미역 (C사)	
	가격 50,000동 (약 2,865원)		가격 100,000동 (약 5,730원)
	중량 50g		중량 50g
원료의 원산지를 강조한 영문 홍보문구		현지어로 표기된 제품 설명	

■ 경쟁기업 2개사 분석

D사		C사	베트남 현지 진출 경쟁기업 현황
국적	한국	한국	
포장 현지화	●	●	
홍보 현지화	○	●	
입점 채널	온/오프라인 모두 활용	온/오프라인 모두 활용	
홍보 채널	(-)	자사 홈페이지 (한국/글로벌) SNS플랫폼 (한국)	

포장 현지화

- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

홍보 현지화

- 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 하 (기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

경쟁기업 2 사 중 2개사, 베트남
온/오프라인 매장 모두 진출

경쟁기업 2개사 중 1개사,
글로벌 자사 홈페이지를 활용해
기업 및 제품 홍보

경쟁기업 2개사 모두
홍보문구로 제품의 품질을 강조

■ 경쟁력파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)		
가격(10g당) (약 49,738동 (해초모듬기준))	○	해초 모듬포장 제품 (1개)	해초 단일포장 제품 (9개)	
		약 3,591동 (약 206원)	약 8,366동 (약 479원)	
중량(g) (평균 9g)	○	해초 모듬포장 제품 (1개)	해초 단일포장 제품 (9개)	
		110g	245g	
포장 형태 (플라스틱 비닐)	●	플라스틱 파우치	플라스틱 박스	플라스틱 지퍼백
		7개	2개	1개

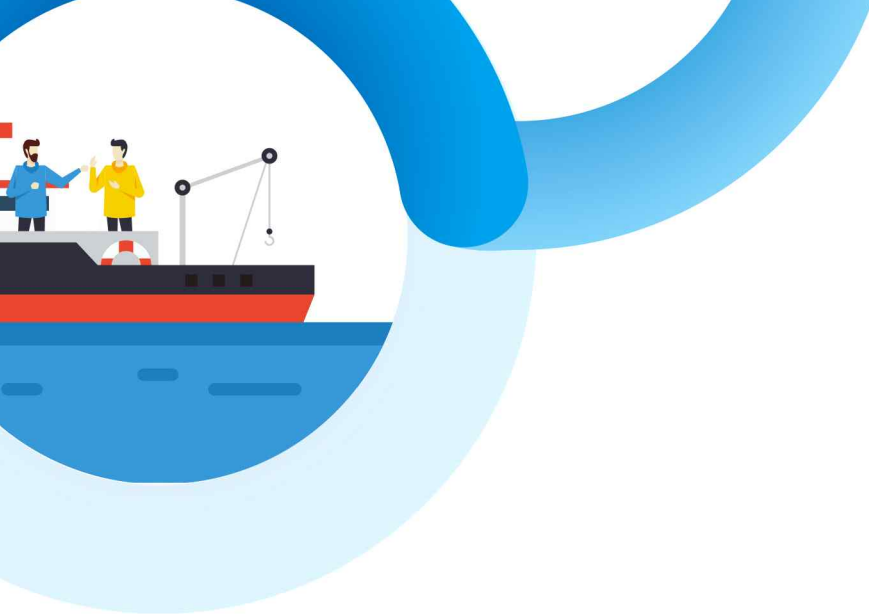
기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)			
원산지 (한국)	●	한국산		베트남(현지)산	
		9개		1개	
홍보문구 (중복값有) 원료/품질 강조)	●	원산지	조리법	원료/품질	성분
		8개	4개	4개	2개

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 10g당 가격은 경쟁제품 평균보다 매우 높은 편이며, 중량 또한 경쟁제품 평균보다 작은 것으로 나타남 2) 경쟁제품 10개 중 8개가 원산지를 강조하는 홍보문구를 사용하는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 2개사 중 2개사 모두 온/오프라인 매장에 진출한 것으로 나타남 2) 경쟁기업 2개사 중 1개사는 글로벌 홈페이지를 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남





II. 경쟁제품

1. 베트남 해초모듬 경쟁제품 선정
2. 베트남 해초모듬 경쟁제품 조사지표 선정
3. 베트남 해초모듬 경쟁제품 현지 조사 결과

1. 베트남 해초모듬 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	N사 (해초모듬)
제품 종류	해초모듬
소비자가격	약 45,375동 ¹⁾ (2,600원, 해초모듬) 약 49,738동 (2,850원, 해초샐러드)
FOB가격	약 N동 (n원, 해초모듬) 약 N동 (n원, 해초샐러드)
중량	8g/1봉 (해초모듬) 10g/1봉 (해초샐러드)
포장	플라스틱 파우치
특징	간편한 조리법, 높은 영양가, 알간산을 통한 미세먼지와 노폐물 배출 효과, 풍부한 식이섬유를 통한 다이어트 효과

Step 01. 제품 분석



① 사전컨설팅기록지 수령

② 고객사 제품 분석

- 제품명 : N사 (해초모듬)
- 제품 종류 : 해초모듬
- 소비자가격 : 약 45,375동 (2,600원, 해초모듬)
약 49,738동 (2,850원, 해초샐러드)
- 중량 : 8g/1봉(해초모듬), 10g/1봉(해초샐러드)
- 포장 형태: 플라스틱 파우치

Step 02. 경쟁제품군 선정



① 경쟁제품군 파악 및 선정

1. 해초 모듬포장 제품
2. 해초 단일포장 제품

Step 03. 현지 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인

1. 쇼피(Shopee): 57%
2. 라자다(Lazada): 16%
3. 티키(Tiki): 13%

② 주요 온라인 쇼핑몰 내 경쟁제품 조사

Step 04. 현지 오프라인 매장 조사 기획



① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정

- 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
- 참여기업 선호 매장 : 하이퍼/슈퍼마켓, 편의점

② 오프라인 매장 조사 제품 선정

- 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정

③ 조사 지표 선정

Step 05. 조사 및 분석



① 현지 조사

- 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사

② 제품 분석

- (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
- 벤치마킹 제품 분석

1) 100동=5.73원 (2022.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

베트남 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 Shopee 쇼피	산산식품, 유제품, 음료, 냉동식품 등
 Lazada 라자다	식품, 생활용품, 화장품, 의류 등
 Tiki 타키	식품품, 유아용식품, 가공식품 등

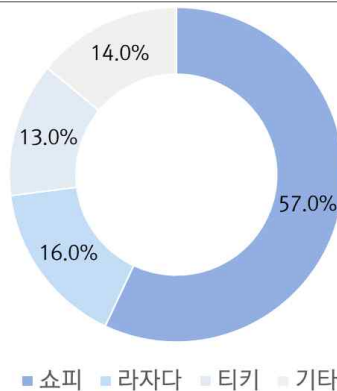
▶ 해초모듬 경쟁제품군 1-2순위 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사의 희망 조사지표를 바탕으로 해초모듬 제품의 경쟁제품군 1-2순위를 설정하였음. 1순위는 해초 모듬포장 제품, 2순위는 해초 단일포장 제품임

▶ 인기 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 베트남 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 일본산 모듬 해초포장 제품이 공통적인 상위 인기 제품으로 확인됨. 일본산 해초 모듬포장 제품 이외에도 일본산과 국산 해초 단일포장 제품도 인기 제품목록에서 확인할 수 있었음

[표 2.1] 베트남 온라인 쇼핑몰 점유율

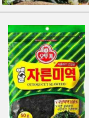
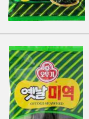


자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

[표 2.2] 베트남 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 5)

쇼피 입점 제품 상위 5개 제품 리스트(구매 순위 기준) ²⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	해초 모듬포장	산코 (Sanko)	해초 모듬 샐러드 (Weight mixed salad)	일본	125,000동 (약 6,950원)	75g	
2	해초 모듬포장	산코 (Sanko)	와카메 히지키 해초샐러드 (Wakame hijiki mixed salad)	일본	125,000동 (약 6,950원)	65g	
3	해초 모듬포장	씨 탕글 (Sea tangle)	믹스 해물 (mixed seafood)	한국	170,000동 (약 9,452원)	170g	
4	해초 단일포장	c브랜드	남해안산 청정미역	한국	48,000동 (약 2,669원)	50g	
5	해초 단일포장	도호 겐카이	말린 와카메 씨워드 (Dried wakame seaweed)	한국	28,800동 (약 1,601원)	25g	

[표 2.2] 베트남 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 5)

라자다 입점 제품 상위 5개 제품 리스트(추천 순위 기준) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	해초 모듬포장	산코 (Sanko)	와카메 히지키 해초샐러드 (Wakame hijiki mixed salad)	일본	87,000동 (약 4,837원)	65g	
2	해초 모듬포장	산코 (Sanko)	해초 모듬 샐러드 (Weight mixed salad)	일본	129,000동 (약 7,172원)	75g	
3	해초 모듬포장	산코 (Sanko)	해초 모듬 샐러드 (Weight mixed salad)	일본	127,000동 (약 7,061원)	65g	
4	해초 단일포장	c브랜드	남해안산 청정미역	한국	114,000동 (약 6,338원)	200g	
5	해초 단일포장	F사	F사 소문난 핫미역	한국	35,000동 (약 1,946원)	100g	
티키 입점 제품 상위 5개 제품 리스트(인기 순위 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	해초 모듬포장	산코 (Sanko)	산코 모듬 미역 (Sanko wakame kanten)	일본	156,000동 (약 8,674원)	75g	
2	해초 단일포장	A사	옛날 자른 미역	한국	51,600동 (약 2,869원)	50g	
3	해초 단일포장	A사	옛날 미역	한국	31,900동 (약 1,774원)	50g	
4	해초 단일포장	c브랜드	남해안산 청정미역	한국	51,500동 (약 2,863원)	50g	
5	해초 단일포장	c브랜드	남해안산 청정미역	한국	59,000동 (약 3,280원)	50g	

자료: 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 티키(Tiki) 홈페이지

3) 조사일(2022.09.22) 기준 조사

4) 조사일(2022.09.22) 기준 조사

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 베트남 하노이 정보⁵⁾

인구	약 467.8만 명
면적	약 3,359km ²

▶ 베트남 하노이, 방문지역으로 선정

베트남의 수도이자 정치, 문화, 교육의 중심지인 하노이(Hà Nội)를 방문지역으로 선정함. 하노이는 과거 북베트남공화국의 수도였으며, 현재 호치민에 이어 베트남에서 두 번째로 인구가 많은 대도시임. 또한, 프랑스 식민지 시절 개발되어 프랑스풍의 건축물이 많이 남아 있어 전 세계 많은 관광객이 방문함

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안/한인마트

유통채널별 점유율 조사 결과, 수산물 전문 식료품점이 70%로 가장 높았으며, 다음으로 하이퍼마켓/슈퍼마켓 19.3%, 편의점 2.7%, 온라인 1.2%, 기타 (아시안/한인마트 등) 6.8%로 확인됨. 각 유통경로별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 베트남 해초모듬 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
수산물 전문 식료품점	70%	두옹동 마켓(Duong Dong Market), 빈디엔 피시 마켓(Binh Dien Fish Market), 바 치우 마켓(Ba Chieu Market)
하이퍼마켓/슈퍼마켓	19.3%	도부 마트(Dovu Mart), 빈 마트(Vin Mart), 박 호아 싸인(Bách hóa Xanh), 이온(Aeon)
편의점	2.7%	써클 케이(Circle K), 세븐일레븐(Seveneleven), 미니스톱(Ministop), 패밀리마트(Familymart)
온라인	1.2%	쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 티키(Tiki)
기타 (아시안/한인마트 등)	6.8%	케이마켓(K-Market), 유니 마트(Uni Mart), 아시안 마트(Asian Mart)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 케이마켓(K-Market), 윈마트(Winmart), 이온(Aeon)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 해초 모듬포장: 다양한 종류의 해초를 건조하거나 조미료를 첨가해서
모듬 포장한 제품
- 해초 단일포장: 한 가지 종류의 해초를 건조하거나 소금에 절여서 단일
포장한 제품

[표 2.4] 베트남 해초 모듬포장 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	해초 모듬포장	해초 단일포장
① d브랜드 해초 샐러드 (D사)	○ (케이마켓)	○ (쇼피, 티키)		○
② d브랜드 씨워드 샐러드 (D사)	○ (케이마켓)	○ (쇼피, 라자다)		○
③ 완도 찰 매생이 (G사)	○ (케이마켓)	(-)		○
④ d브랜드 염장미역 (D사)	○ (케이마켓)	(-)		○
⑤ c브랜드 남해안산 청정미역 (C사)	○ (케이마켓, 윈마트)	○ (쇼피, 라자다, 티키)		○
⑥ c브랜드 남해안산 청정미역 (C사)	○ (케이마켓, 윈마트)	○ (쇼피, 라자다, 티키)		○
⑦ A사 옛날 미역 (A사)	○ (케이마켓, 윈마트)	○ (쇼피, 라자다, 티키)		○
⑧ B사미역 (B사식품)	○ (윈마트)	○ (쇼피, 라자다, 티키)		○
⑨ 해초 샐러드 (탄 빈)	○ (이온)	(-)		○
⑩ d브랜드 싸 랫 7 비 룡 비엔 (D사)	○ (이온)	○ (쇼피, 라자다)	○	

(*) 현지 판매 해초 모듬포장 경쟁제품 10개 분석

2. 베트남 해초 모듬포장 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 베트남 해초 모듬포장 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 베트남 해초모듬 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	10g당 가격	제품의 10g당 가격
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
제품 종류	해초 모듬포장	다양한 종류의 해초를 건조하거나 조미료를 첨가해서 모듬 포장한 제품
	해초 단일포장	한 가지 종류의 해초를 건조하거나 소금에 절여서 단일 포장한 제품
포장 형태	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치
유통기한		제품이 시중에 유통될 수 있는 기한
원산지		제품의 원산지
조사 일자		제품 조사 일자
인증		제품이 보유하고 있는 인증
홍보문구		제품의 홍보문구
보관 온도		제품의 보관 온도
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

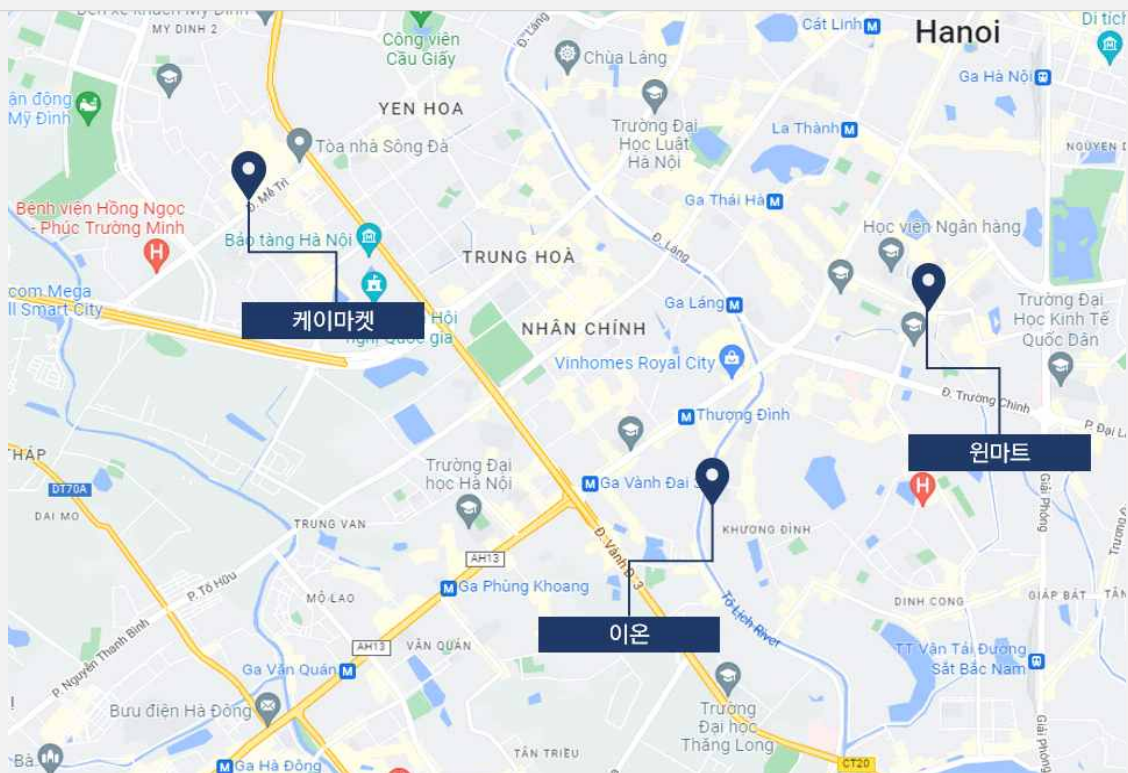
3. 베트남 해초 모듬포장 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 베트남 하노이에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안/한인마트

베트남 하노이에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 윈마트(Winmart), 이온(Aeon)과 아시안/한인마트 케이마켓(K-Market)을 방문함. 윈마트는 베트남의 여러 도시에 분포해 있는 프리미엄 하이퍼마켓/슈퍼마켓 체인으로 베트남 내에 2000개 이상의 지점을 운영 중임. 이온은 베트남 전역에 30개 이상의 슈퍼마켓을 운영하고 있는 규모가 큰 일본 이온 그룹의 하이퍼마켓/슈퍼마켓 체인 중 하나임. 케이마켓은 주로 한국 식료품을 취급하는 베트남 내의 아시안/한인마트임

[표 2.5] 베트남 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
케이마켓 (K-Market)	아시안/한인마트	4	· 약 3,000가지 제품 취급하는 베트남의 아시안/한인마트 · 다양한 한국산 신선식품 및 가공식품 판매
윈마트 (Winmart)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	4	· 온라인 쇼핑몰을 통한 배송 서비스 함께 제공 · 베트남 내 2,000개 이상의 지점 보유
이온 (Aeon)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	2	· 일본 이온 그룹의 대형 슈퍼마켓 체인 · 베트남 내 약 30개의 슈퍼마켓 보유



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품, 10개 중 3개 제품은 2개 이상의 매장에서 판매

케이마켓(K-Market)과 윈마트(Winmart), 이온(Aeon) 매장을 방문 후 인기제품을 조사한 결과, 총 7개의 제품이 1개의 방문 매장에서만 판매 중인 것을 확인함. 그러나, 경쟁제품 중 ‘c브랜드 남해안산 청정미역’, ‘c브랜드 남해안산 청정미역’, ‘A사 옛날미역’ 3개의 제품은 2개 이상의 방문 매장에서 판매하고 있음을 확인함

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	케이마켓	윈마트	이온
① d브랜드 해초 샐러드 (D사)	○		
② d브랜드 씨워드 샐러드 (D사)	○		
③ 완도 찰 매생이 (G사)	○		
④ d브랜드 염장미역 (D사)	○		
⑤ c브랜드 남해안산 청정미역 (C사)	○	○	
⑥ c브랜드 남해안산 청정미역 (C사)	○	○	
⑦ A사 옛날 미역 (A사)	○	○	
⑧ B사미역 (B사식품)		○	
⑨ 해초 샐러드 (탄 빈)			○
⑩ d브랜드 싸 랫 7 비 롱 비엔 (D사)			○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 케이마켓(K-Market)

● 매장 정보

· 유형: 아시안/한인마트

· 판매 제품 특징:

음료, 과자, 과일, 채소, 육류, 해산물, 농산물, 생활용품 등의 다양한 한국산 제품을 판매함

· 매장 주변 특징:

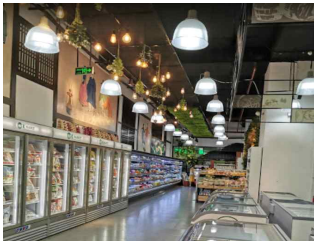
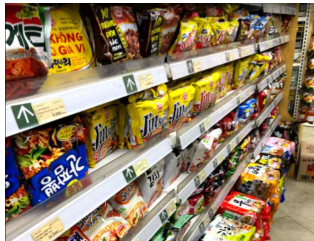
대형 도로 인근에 위치

· 주요 고객층:

현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁶⁾		2006년 설립된 한인 운영 중소식품 유통기업으로 하노이 다낭, 호치민 등 베트남 전국에 56개의 매장을 운영 중임. 베트남 100대 브랜드로 선정되는 등 베트남 최대 규모의 한국식품 유통회사. 프리미엄 상점으로 거듭나기 위해 실내장식 리모델링은 물론 고객 서비스 개선을 위한 다양한 시도를 하고 있음
		조사 제품 수: 4개

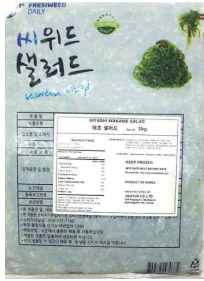
매장 정보		
	위치	도시(지역) 하노이
	상세주소	Villa E04, 1st Floor, The Manor, Hoang Trong Mau, Ward, Nam Tu Liem, Hanoi

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 해초모듬 경쟁제품 정보	
		
	d브랜드 해초 샐러드 (D사)	d브랜드 씨워드 샐러드 (D사)
		
	완도 찰 매생이 (G사)	d브랜드 염장미역 (D사)

사진자료: 현지조사원 자료, 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 티키(Tiki) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	d브랜드 해초 샐러드 (d브랜드 Seaweed Salad)	제조사 (현지어)	D사
제품 종류	해초 단일포장	중량	200g
소비자가격	70,000동 (약 4,011원)	10g당 가격	3,500동 (약 201원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 박스	홍보문구	한국산
수입자	K&K Global Trading Company Limited	원료 및 첨가물	미역, 식초, 설탕, 소금, 술, 참기름, 볶은참깨, 증점제, 식용색소

			
제품명 (현지어)	d브랜드 씨워드 샐러드 (d브랜드 Seaweed Salad)	제조사 (현지어)	D사
제품 종류	해초 단일포장	중량	1000g
소비자가격	198,000동 (약 11,345원)	10g당 가격	1,980동 (약 114원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	Premium Quality
수입자	K&K Global Trading Company Limited	원료 및 첨가물	미역줄기, 당류가공품, 백설탕, 미림, 고추맛기름, 발효식초, 볶음참깨, 참기름, 정제소금, 혼합조미료, 홍고추, 구아검, 식용색소

			
제품명 (현지어)	완도 찰 매생이	제조사 (현지어)	G사
제품 종류	해초 단일포장	중량	400g
소비자가격	100,000동 (약 5,730원)	10g당 가격	2,500동 (약 144원)
원산지	한국	맛	해초 원물
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	Product of Korea, 완도 청정 바다
수입자	K&K Global Trading Company Limited	원료 및 첨가물	매생이

			
제품명 (현지어)	d브랜드 염장미역 (dbrand SALTED SEAWEED)	제조사 (현지어)	D사
제품 종류	해초 단일포장	중량	280g
소비자가격	74,000동 (약 4,240원)	10g당 가격	2,643동 (약 152원)
원산지	한국	맛	절인 미역
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	우리 가족을 위한 싱싱한 선택, 프리미엄 한국산
수입자	K&K Global Trading Company Limited	원료 및 첨가물	미역, 소금

Shop ② 윈마트(Winmart)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
음료, 과자, 과일, 채소,
육류, 해산물, 농산물,
생활용품 등의 다양한
제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
주거지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁷⁾		윈마트는 2014년 설립된 베트남의 슈퍼마켓 브랜드로 베트남 전역에 130개 이상의 매장을 운영하고 있음. 저렴한 제품부터 고급 제품까지 다양한 상품을 판매하며 온라인 쇼핑몰을 통한 배송 서비스도 제공하고 있음
	조사 제품 수: 4개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 상세주소
		하노이 2 Pham Ngoc Thach Ward, Kim Lien, Dong Da, Hanoi

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 해초모듬 경쟁제품 정보	
		
	c브랜드 남해안산 청정미역 (C사)	c브랜드 남해안산 청정미역 (C사)
		
	A사 옛날 미역 (A사)	B사미역 (B사식품)

사진자료: 현지조사원 자료, 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 티키(Tiki) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	c브랜드 남해안산 청정미역 (c브랜드 Rong Biển Hàn Quốc)	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	해초 단일포장	중량	50g
소비자가격	100,000동 (약 5,730원)	10g당 가격	20,080동 (약 1,151원)
원산지	한국	맛	해초 원물
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	미역 활용 레시피, 내추럴 푸드, 한국 해역 채취, 100% 천연 해조류
수입자	Miwon Vietnam	원료 및 첨가물	미역

			
제품명 (현지어)	c브랜드 남해안산 청정미역	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	해초 단일포장	중량	25g
소비자가격	31,000동 (약 1,776원)	10g당 가격	12,400동 (약 711원)
원산지	한국	맛	해초 원물
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	미역 활용 레시피, 싱싱하고 깨끗한 청정미역, 깨끗한 남해의 부드러운 원초 사용, 100% 국내산 미역, 알칼리성 자연식품
수입자	Daesang Vietnam	원료 및 첨가물	미역

			
제품명 (현지어)	A사 옛날 미역 (A-sa RONG BIEN CẮT KHÚC)	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	해초 단일포장	중량	20g
소비자가격	39,600동 (약 2,269원)	10g당 가격	19,800동 (약 1,135원)
원산지	한국	맛	해초 원물
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	국산 미역 100%, 알칼리성 자연식품, 미역 활용 레시피
수입자	Ottogi Vietnam	원료 및 첨가물	미역

			
제품명 (현지어)	B사미역 (DRIED BRWON SEAWEED - MIYUK)	제조사 (현지어)	B사식품
제품 종류	해초 단일포장	중량	50g
소비자가격	50,000동 (약 2,865원)	10g당 가격	10,000동 (약 573원)
원산지	한국	맛	해초 원물
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 지퍼백	홍보문구	프리미엄 한국산, 일년에 한번 추운 겨울 한류와 난류가 만나는 지점에서 생산되어 맛과 영양이 풍부한 명품 미역, All Natural, 미역 활용 레시피
수입자	Van Thinh Phu Production Trading Jsc.,	원료 및 첨가물	미역

Shop ③ 이온(Aeon)

● 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:

다양한 음료, 과자, 과일, 채소, 육류, 농수산물, 생활용품 등의 제품을 판매

- 매장 주변 특징:
대형 도로 인근에 위치

- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁸⁾		이온은 1758년에 설립된 일본의 AEON Group의 슈퍼마켓 체인으로, 일본과 아시아 전역에 16,498개의 매장을 보유하고 있음. 이온은 2009년 베트남에서 사업을 시작하여, 현재까지 6개의 쇼퍼센타와 약 30여개의 씨타마트 슈퍼마켓, 100여개의 편의점을 운영하고 있음
		조사 제품 수: 2개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 상세주소
		하노이 349 Ward Vu Tong Phan, Khuong Dinh, Thanh Xuan, Hanoi

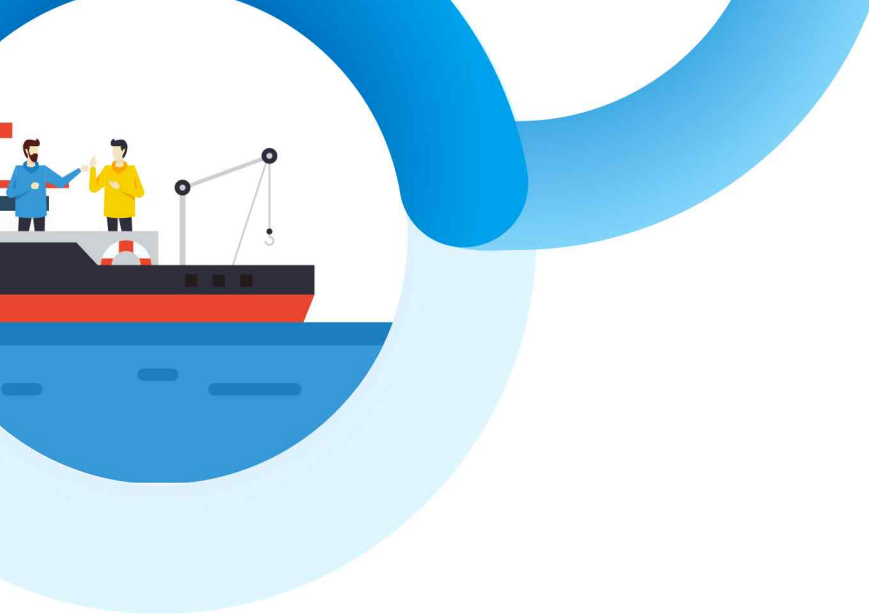
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 해초모듬 경쟁제품 정보	
		
	해초 샐러드 (탄 빈)	d브랜드 싸 랫 7 비 롱 비엔 (D사)

사진자료: 현지조사원 자료, 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 티키(Tiki) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	해초 샐러드 (Salad Rong Bien)	제조사 (현지어)	탄 빈 (Thanh Binh)
제품 종류	해초 단일포장	중량	180g
소비자가격	43,000동 (약 2,464원)	10g당 가격	2,389동 (약 137원)
원산지	베트남	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	해초 샐러드, 채식주의자에게 적합함, 베트남의 맛이 가득함
수입자	北京来故乡超市	원료 및 첨가물	미역, 옥배유, 들기름, 소금, 향미분말(녹차)

			
제품명 (현지어)	d브랜드 싸 랏 7 비 롱 비엔 (d브랜드 Xa Lát 7 Vị Rong Biển)	제조사 (현지어)	D사
제품 종류	해초 모듬포장	중량	110g
소비자가격	39,500동 (약 2,263원)	10g당 가격	3,590동 (약 206원)
원산지	한국	맛	오리지널(7종)
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	한국산, 7가지 맛의 해초 샐러드
수입자	Viet Han Kitchen Joint Stock Company	원료 및 첨가물	꼬시래기, 톳, 미역, 다시마, 고사리, 김, 설탕, 참기름, 참깨, 소금



Ⅲ. 경쟁기업

1. 베트남 해초모듬 경쟁기업 선정
2. 베트남 해초모듬 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 베트남 해초모듬 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 베트남 해초모듬 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 해초모듬을 판매하는 한국기업 2개사 선정

오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어 있는 한국기업 2개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 2개사, 평균 40년 업력 보유

선정된 경쟁기업 2개사는 평균 약 40년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. D사는 2007년에 해조류 가공회사를 인수하여 해조류 부문에서 15년의 업력을 보유하고 있으며, C사는 1956년 설립된 이후에 66년째 사업을 이어오고 있음

▶ 경쟁기업 2개사, 해초모듬 동일 품목 종류 조사

베트남에 진출한 경쟁기업 2개사가 판매하고 있는 해초모듬 동일 품목 수를 조사한 결과, D사가 4개로 경쟁기업 2개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그 다음으로는 C사가 2개 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

[표 3.1] 해초모듬 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
D사	한국	15년	4개
C사	한국	66년	2개

자료: 베트남 진출 해초모듬 경쟁기업 2개사 분석

2. 베트남 해초모듬 경쟁기업 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준	설명
① 기업명	기업의 이름
② 위치	기업 본사 위치
③ 규모	매출액
	기업 21년도 매출액
	직원 수
	기업 21년도 직원 수
설립연도	기업의 설립연도
	동일품목
	해초 모듬포장 제품 및 해초 단일포장 제품

▶ 경쟁기업의 자사 제품 홍보 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 홍보 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 현지화 미진행	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	○ (하)
② 홍보 글로벌화	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (중)
③ 홍보 현지화	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	별도 포장 없이 벌크 판매하거나 경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	● (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	● (상)

▶ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▶ 경쟁기업의 유통채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	케이마켓, 원마트, 이온
온라인	쇼피, 라자다, 티키

3. 베트남 해초모듬 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 2개사 베트남 오프라인 매장 진출

베트남에 진출한 경쟁기업 2개사 모두 현지 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. D사는 케이마켓(K-Market), 이온(Aeon) 2곳, C사는 원마트(Winmart) 1곳에 입점한 것으로 확인됨. D사와 C사 2개사 모두 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 티키(Tiki)에 입점한 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 제품 홍보 활동 진행

베트남 시장에 진출한 경쟁기업 2개사의 홍보 채널을 조사한 결과, D사는 홈페이지나 SNS를 운영하지 않는 것으로 확인됨. C사는 한국과 글로벌 홈페이지를 통해 기업 정보 및 제품 정보를 제공하고 있으며, 한국 계정의 페이스북, 인스타그램, 유튜브를 운영하고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 원산지, 품질 등을 강조

베트남 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 원산지, 품질 등을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. 이외에도 레시피 키워드 및 건강 관련 문구가 활용되고 있음. ‘한국산’, ‘한국 해역 채취’, ‘100% 국내산 미역’, ‘깨끗한 남해의 부드러운 원초 사용’ 등의 수식어가 사용되고 있으며 ‘Premium Quality’, ‘싱싱하고 깨끗한 청정 미역’ 등 품질 관련 수식어가 사용됨. 그 외에도 ‘내추럴 푸드’, ‘알칼리성 자연식품’ 등의 수식어로 건강 식품임을 홍보하고 ‘미역 활용 레시피’를 홍보하여 섭취 방법을 안내하고 있음

[표 3.7] 베트남 해초모듬 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
D사	- 오프라인 매장 - 케이마켓 - 이온 - 온라인 매장 - 쇼피 - 라자다 - 티키	(-)	- 한국산 - Premium Quality - 우리 가족을 위한 싱싱한 선택 - 프리미엄 한국산 7가지 맛의 해초 샐러드	
C사	- 오프라인 매장 - 원마트 - 온라인 매장 - 쇼피 - 라자다 - 티키	- 자사 홈페이지 (한국/글로벌) - SNS 플랫폼 (한국) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 미역 활용 레시피 - 내추럴 푸드 - 한국 해역 채취 100% 천연 해조류 - 싱싱하고 깨끗한 청정미역 - 깨끗한 남해의 부드러운 원초 사용 100% 국내산 미역 - 알칼리성 자연식품	

자료: 베트남 진출 해초모듬 경쟁기업 2개사 분석

① D사

기업 기본 정보	기업명	D사	
	기업 설명	D사는 한국과 중국에 3개의 자회사 및 공장을 둔 글로벌 수출 기업으로, 해조류 가공 회사 인수 후 염장 해조류 및 원물을 가공, 유통, 수출함. 미국, 스위스, 이탈리아 등의 유럽 국가, 베트남 등의 동남아 국가를 포함하여 10개국에 해조류 상품을 수출하고 있음	
	위치	경남 김해시 안곡로 109	
	규모	동일품목 수 ⁹⁾	11개
		해조류 가공회사 인수년도	2007년

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 케이마켓 이온 <온라인 매장> 쇼피 라자다 티키		제품명	d브랜드 해초 샐러드 (d브랜드 Seaweed Salad)
			중량	200g
			소비자가격	70,000동 ¹⁰⁾ (약 4,011원)
			제품 종류	해초 단일포장

현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	포장 디자인 문구 현지화
	홍보 현지화	○ (하)	홈페이지 및 SNS 계정 없음

사진자료: 현지조사원 자료

9) 해초모듬을 포함한 해조류 품목을 동일품목으로 분류함

10) 100동=5.73원 (2022.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② C사

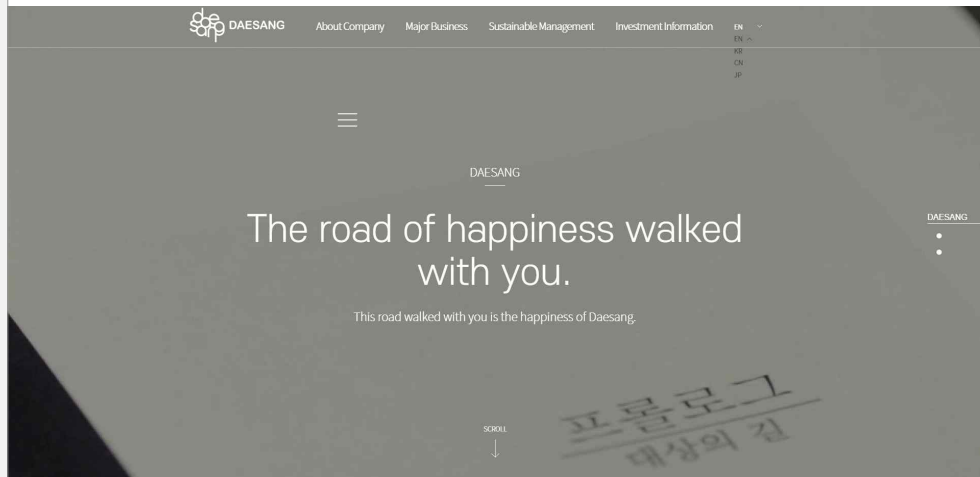
기업 기본 정보	기업명	C사	
	기업 설명	C사는 자체 종합식품브랜드를 중심으로 음식문화를 선도하는 종합식품회사임. 자체 종합식품브랜드를 통해 레토르트 식품, 조미 식품, 소스류, 조미료 등의 다양한 상품을 생산, 유통하고 있음	
	위치	서울시 종로구 창경궁로 120 종로플레이스	
	규모	동일 품목 수	2개
		설립연도	1956년

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 원마트 <온라인 매장> 쇼피 라자다 티키		제품명	c브랜드 남해안산 청정미역
			중량	25g
			소비자가격	31,000동 (약 1,776원)
			제품 종류	해초 단일포장

현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	제품의 포장 디자인 문구 현지화
	홍보 현지화	● (중)	자사 글로벌 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식



홍보 채널

자사 홈페이지(한국/글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브(한국)

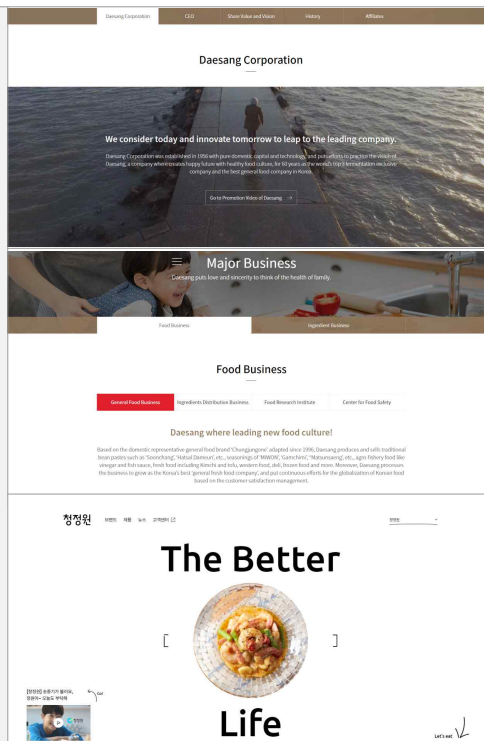
게시 주기

비정기적

게시물 유형

기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개, 제품 활용 레시피 제공

게시물 유형

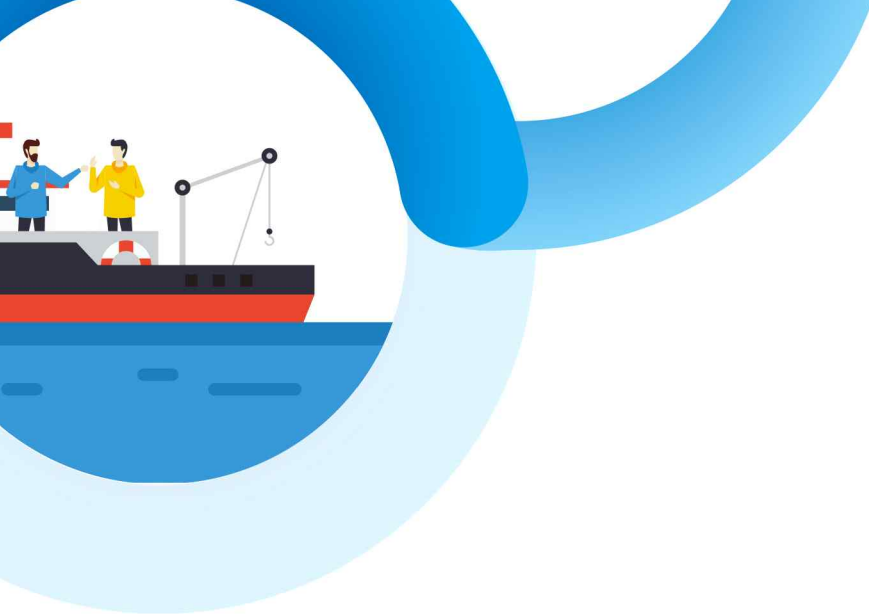


- 기업 연혁, 미션 등 기업 정보 소개

- 사업 분야 안내
(식품 사업과 소재 사업)

- 자체 브랜드 안내
(브랜드 홈페이지로 연결)

사진자료: C사 홈페이지



IV. 수입·유통업체 인터뷰

1. 박호아싸인(Bách hoá Xahn)
2. 도부마트(Dovumart)
3. 남안마트(Namanmart)

베트남 해초모듬 수입·유통업체 인터뷰 결과

인터뷰 C사 기업체 선정 기준

- ① 현지 식품 수입·유통업체
② 해초모듬 또는 유사 해초 제품 취급 경험 있음

업체명	박호아싸인 (Bách hoá Xahn)	도부마트 (Dovumart)	남안마트 (Namanmart)
업태 ▶	수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
취급 품목 ▶	 남해안산 청정미역	 d브랜드 씨워드샐러드	 해초샐러드

베트남 해초모듬 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	박호아싸인 (Báchhoáxahn)	도부마트 (Dovumart)	남안마트 (Namanmart)
	수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
고객사 제품의 가격, 중량, 포장에 대한 의견	고객사의 1번 제품의 FOB 가격이 높기 때문에 소비자 가격도 높은 것 이라고 생각함. 중량은 타제품에 비해 비교적 적지만 포장은 적합함	고객사의 소스를 포함한 2,3번 제품의 가격은 적절함, 그러나 1번 제품의 가격은 타제품에 비해 가격이 높음 . 중량은 비교적 적지만 포장은 고급스러움	제품의 차별성에 비해서 소비자 가격과 FOB가격 모두 타 제품들의 가격에 비해 비싸다고 보여짐 . 가격을 어느정도 낮춰야할 필요성이 있음
수입·유통업체가 합리적으로 생각하는 가격 및 포장형태	고객사의 1번 제품이 경쟁력을 갖추기 위해서는 소비자가격이 15,000동(약 860원) 정도 가 합리적이라고 생각함. 포장은 진공포장의 작은 형태 가 나올 것으로 보임	자사의 의견으로, 1번 제품의 합리적인 소비자가격은 20,000동(약1,146원) 임. 제품의 중량을 늘려서 포장 형태를 키울 필요가 있음	고객사 제품의 포장은 현지 소비자들에게 인기가 있을 것으로 보여짐. 그러나 소비자 가격은 10g에 10,000동(약 573원) 정도 가 합리적임
해초모듬 제품 구매 시, 현지 소비자 가 중요시하는 요인	현지 소비자들은 해초의 식감과 신선함, 짭짤한 맛 에 집중함. 제품들간의 차이가 미미하므로 제품의 안전도 도 중요한 요소로 작용함	제품의 맛, 맛이 보장되었을 때 해초의 신선함과 품질을 고려함, 제품의 가격도 구매 결정에 영향을 미침	해초 제품은 이미 다양하게 존재하기 때문에, 현지 소비자들은 제품의 가격 을 비교하고 구매함
베트남 해초모듬 시장 내 적합한 홍보 방법 및 판촉 방식	온라인 쇼핑몰에서의 배너광고 등을 통한 제품의 홍보가 적합함. 해초 제품에 대한 관심이 늘어남에 따라 인플루언서를 통한 SNS 마케팅 도 효과적일 것으로 보임	소비자들의 관심을 이끌어내기 위한 제품의 할인 과 소비자들에게 제품의 노출 빈도를 늘리기 위한 온라인 광고 가 가장 적합함	현지 소비자들의 구매 형태를 분석했을 때, 현장 프로모션 이 효과적일 것이라고 보임. 온라인 광고 도 제품의 노출을 위해 필요함
베트남 해초모듬 시장 내 적합한 유통채널	현지 소비자들은 주로 슈퍼마켓이나 편의점 에서 제품을 구매함. 소비자가 익숙한 현지 매장에 제품을 유통 하는 것이 가장 바람직함	베트남 시장에서 해초 제품을 이미 활발하게 판매하고 있는 다양한 슈퍼마켓 과 시장 규모가 큰 온라인 상거래 사이트 를 함께 활용하는 것이 바람직함	가장 큰 소비시장인 전자상거래 채널 을 활용하는 것이 적합함. 지속적인 구매를 유도하기 위해서 슈퍼마켓을 포함한 현지 매장 에도 제품을 유통해야함
(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사			

Interview ① 박호아싸인 (Bách hoá Xahn)

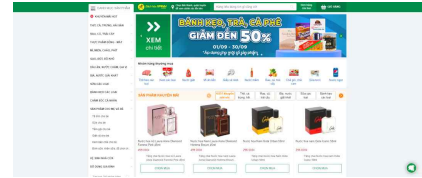
11)

박호아싸인 (Bách hoá Xahn)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2017년 설립된 호치민의 수입·유통업체
 - 냉동식품, 건조식품, 영양제, 가공식품 등을 수입·유통
 - 한국, 일본, 중국, 미국 등 다양한 나라에서 제품 수입

담당자 정보

CEO



박호아싸인(Bách hoá Xahn) CEO

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량 및 포장은 적절한가요?

고객사 1번 제품의 소비자가격이 8g에 약 45,375동(2,600원)¹²⁾이며, FOB가격은 약 N동(약 n원)이라고 알고 있습니다. 해당 제품의 FOB가격이 너무 높아서 소매가격도 동일 제품에 비해 비교적 비싼 것 같습니다. 2,3번 제품은 소스의 추가로 가격이 어느정도 인정될 것이라고 생각합니다. 1번 제품의 중량은 비교적 적은 반면에 2,3번 제품의 중량은 베트남 시장에서 흔히 볼 수 있는 제품들과 비슷합니다. 제품의 포장은 소비자들의 시선을 사로잡을 수 있을 것이라고 생각하며, 베트남 시장에 적합하다고 생각합니다.

Q2. 베트남 시장에서 해초모듬 제품의 합리적인 소비자 가격과 포장 형태는 무엇인가요?

자사가 생각했을 때, 고객사의 1번 제품이 베트남 시장에서 경쟁하기 위해서 필요한 합리적인 소비자 가격은 15,000동(약 860원) 이라고 생각합니다. 반면에 2번과 3번 제품의 소비자 가격은 이미 충분히 합리적이라고 생각합니다. 포장 크기는 가능한 한 작은게 좋고, 진공 밀봉된 형태의 패키지가 가장 적절할 것 같습니다. 사이즈는 50g*1팩에 20cm*15cm 정도로 디자인된 것이 가장 좋을 것이라고 생각합니다.

11) 사진자료: 박호아싸인(Báchhoáxahn) 홈페이지

12) 100동=5.73원 (2022.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

FOB가격	약 N동 (n원, 해초모듬) 약 N동 (n원, 해초샐러드)
소비자가격	약 45,375동 (2,600원, 해초모듬) 약 49,738동 (2,850원, 해초샐러드)
중량	8g/1봉 (해초모듬) 10g/1봉 (해초샐러드)
포장 형태	플라스틱 파우치

Q3. 해초모듬 제품의 구매상황에서, 현지 소비자가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

베트남 소비자들은 주로 김의 식감과 신선함, 그리고 짭짤한 맛에 집중합니다. 하지만, 한국과 일본에서 수입하는 김과 베트남에서 구할 수 있는 해초와 김 제품의 종류마다 큰 차이가 없기 때문에 베트남 소비자들은 해초를 낱것으로 먹어도 안전하다는 사실 또한 중요하게 여기고 있습니다.

Q4. 베트남에서 유통되는 유명 해초모듬 제품의 주요 홍보 방법 및 채널에는 무엇이 있을까요?

베트남에는 시장이나 슈퍼마켓에서 시험 상품 판매, 현장 프로모션, 전단지 배부 등 고객에게 직접적으로 접근하는 형식의 마케팅은 거의 이루어지지 않고 있습니다. 따라서, 주로 온라인 쇼핑몰에서의 배너광고 등을 통해서 제품을 홍보하고 있습니다.

Q5. 베트남에서 해초모듬 제품 판매를 시작할 때 가장 효과적인 판촉 방식에는 무엇이 있을까요?

베트남에서 판매되는 해초 제품 대부분의 원산지는 한국입니다. 한국 제품에 대한 소비자들의 반응은 긍정적이며, 한국산 제품에 대한 소비자들의 관심은 점점 늘어나고 있는 추세입니다. 따라서, 베트남의 인플루언서나 유명인에게 광고를 부탁하여 SNS, 인터넷 홈페이지 등 온라인 매체를 통해 제품을 홍보하는 방법이 가장 효과적일 것이라고 생각합니다.

Q6. 해초모듬 제품을 베트남 시장에 진출시키는 것에 있어서 적합한 유통채널은 무엇이 있을까요?

베트남에 해초 제품을 구매할 수 있는 장소는 많으며, 현지 소비자들은 주로 슈퍼마켓이나 편의점에서 제품을 구매합니다. 슈퍼마켓과 같은 대형 상업시스템에는 해초가 많이 유통되지만, 하이퍼마켓과 같은 장소에서는 해초 제품을 거의 볼 수 없습니다. 따라서, 현지 소비자들이 익숙한 슈퍼마켓에 해초 제품을 유통시키는 것이 가장 바람직하다고 생각합니다.

Interview ② 도부마트 (Dovumart)

13)

도부마트 (Dovumart)

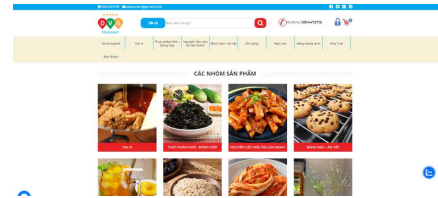
- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2018년 설립된 하노이의 수입·유통업체
 - 냉동식품, 건조식품, 영양제, 가공식품 등을 수입·유통
 - 한국산 식품 다수 유통 및 판매

담당자 정보

CEO



도부마트(Dovumart) CEO



Q1. 고객사 제품의 가격, 중량 및 포장은 적절한가요?

고객사의 소스를 포함한 2번과 3번 제품의 가격은 가장 적절하다고 생각합니다. 하지만 고객사의 제품 중 1번 제품의 소비자 가격은 약 45,375동(2,600원)으로 타 해초 제품들에 비하여 훨씬 가격이 높다고 보여집니다. 또한, 제품이 특수하다고 해도 1번부터 3번까지의 제품 모두 FOB 가격은 어느정도 인하되어야 한다고 생각합니다. 실제로 현지 매장에서 구매할 수 있는 다른 제품들의 FOB 가격은 높지 않다고 볼 수 있습니다. 제품의 중량은 현지 시장에 있는 제품들에 비해 비교적 적은 양으로, 시장에서 유통되는 제품은 최소 20g이며, 50g 제품이 가장 흔합니다. 고객사 제품의 포장은 고급스럽다고 생각합니다.

Q2. 베트남 시장에서 해초모듬 제품의 합리적인 소비자 가격과 포장 형태는 무엇인가요?

자사가 생각하는 1번 제품의 합리적인 소비자 가격은 20,000동(약 1,146원)입니다. 이 정도의 소비자가격으로 판매되어야 다른 제품과 경쟁이 수월할 것이라고 생각합니다. 고객사 제품의 포장 형태는 고급지고 베트남 소비자들의 관심을 이끌기에 충분하다고 생각합니다. 하지만, 베트남에서 판매되고 있는 해초 제품들의 평균 무게가 50g인 것으로 보아, 제품의 중량을 늘려서 포장 형태를 크게 만드는 것이 어느정도 필요하다고 생각합니다.

FOB가격	약 N동 (n원, 해초모듬) 약 N동 (n원, 해초샐러드)
소비자가격	약 45,375동 (2,600원, 해초모듬) 약 49,738동 (2,850원, 해초샐러드)
중량	8g/1봉 (해초모듬) 10g/1봉 (해초샐러드)
포장 형태	플라스틱 파우치

Q3. 해초모듬 제품의 구매상황에서, 현지 소비자가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

베트남 현지 소비자들이 제품을 구매할 때 가장 중요하게 생각하는 요소는 제품의 맛입니다. 제품의 맛이 보장된다고 했을 때, 해초의 신선함과 품질을 고려합니다. 해당 요소들 이외에도, 수입 제품들의 가격이 비교적 비싼 편이기 때문에 제품의 가격 또한 소비자들의 제품 구매 결정에 영향을 미칩니다.

Q4. 베트남에서 유통되는 유명 해초모듬 제품의 주요 홍보 방법 및 채널에는 무엇이 있을까요?

윈마트(Winmart), 이온몰, 후지마트, 하포로와 다양한 베트남 전통마트 등 베트남 내 모든 슈퍼마켓에서 해초 제품들이 판매되고 있는 사실을 통해, 베트남 내 해초 제품들의 인기가 점점 더 많아지고 있다는 것을 알 수 있습니다. 뿐만 아니라, 해초 제품들은 많은 수의 유통 채널을 가지고 있는 전자상거래 사이트에서도 활발하게 판매되고 있습니다. 현재 이루어지고 있는 해초 제품의 주요 홍보 방법에는 온라인 광고가 가장 많이 활용되고 있습니다.

Q5. 베트남에서 해초모듬 제품 판매를 시작할 때 가장 효과적인 판촉 방식에는 무엇이 있을까요?

제품 판촉에 있어서, 전형적이면서도 가장 효과적인 방식은 제품의 할인 및 온라인 프로모션입니다. 베트남 시장에 이미 다양한 해초 제품들이 판매되고 있기 때문에, 소비자들의 흥미와 관심을 불러일으키기 위해서는 제품의 가격 할인을 통한 홍보 방법과 소비자들에게 제품의 노출 빈도를 늘릴 수 있는 온라인 광고가 가장 효과적인 방법이라고 생각합니다.

Q6. 해초모듬 제품을 베트남 시장에 진출시키는 것에 있어서 적합한 유통채널은 무엇이 있을까요?

앞서 말씀 드렸듯이, 현재 해초 제품들은 베트남 내의 모든 슈퍼마켓에서 발견할 수 있습니다. 따라서, 현지 소비자들은 제품을 슈퍼마켓에서 가장 먼저 접하는 경우가 많습니다. 제품에 만족한 소비자들은 온라인을 통해 동일하거나 유사한 제품을 재구매하는 경우가 많습니다. 즉, 고객사 제품을 베트남 시장에 진출시키기 위해서는 베트남 내 슈퍼마켓과 더불어 온라인 상거래 사이트를 함께 이용하는 방법이 가장 적합하다고 생각합니다.

Interview ③ 남안마트 (Namanmart)

14)

남안마트 (Namanmart)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2012년 설립된 호치민의 수입·유통업체
 - 냉동식품, 건조식품, 영양제, 가공식품 등을 수입·유통
 - 한국을 포함한 다양한 나라에서 제품 수입 및 유통

담당자 정보

CEO



남안마트(Namanmart) CEO

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량 및 포장은 적절한가요?

고객사의 제품이 현재 베트남 시장에서 판매되고 있는 다른 해초 제품들과 비교했을 때, 큰 차이점이 없다고 생각합니다. 하지만 소비자가 가격과 FOB가격 모두 타 제품들의 가격에 비해 상당히 비싸다고 생각합니다. 고객사의 8g 제품은 현재 베트남 시장에서 판매되고 있는 30~40g의 제품들과 비슷한 가격입니다. 따라서, 고객사의 제품이 베트남 시장에 진출하기 위해서는 가격을 어느정도 낮춰야할 필요성이 있다고 생각합니다.

Q2. 베트남 시장에서 해초모듬 제품의 합리적인 소비자 가격과 포장 형태는 무엇인가요?

베트남 시장 내에서 해초 제품은 더 이상 예전처럼 희귀하지 않고 많은 소비자들이 접해본 경험이 있기 때문에, 고객사 제품의 가격이 조금 더 낮아져야할 필요가 있다고 생각합니다. 자사가 생각하는 고객사 제품의 적당한 소비자가격과 중량은 10g에 10,000동(약 573원)입니다. 고객사 제품의 포장은 현지 소비자들에게 충분히 인기를 끌 수 있을 것이라고 생각합니다.

Q3. 해초모듬 제품의 구매상황에서, 현지 소비자가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

FOB가격	약 N동 (n원, 해초모듬) 약 N동 (n원, 해초샐러드)
소비자가격	약 45,375동 (2,600원, 해초모듬) 약 49,738동 (2,850원, 해초샐러드)
중량	8g/1봉 (해초모듬) 10g/1봉 (해초샐러드)
포장 형태	플라스틱 파우치

현지 소비자들이 해초 제품을 고를 때 가장 중요하게 여기는 요소는 가격입니다. 베트남 내에서 판매되고 있는 해초 제품들은 다양하고 많기 때문에, 소비자들은 주로 제품의 가격을 비교하고 구매합니다. 대부분의 해초 제품의 원재료는 수입되어 오지만, 포장을 국외에서 하는 제품과 베트남 내에서 하는 제품의 가격의 차이는 상당하다는 사실을 인지해야 합니다.

Q4. 베트남에서 유통되는 유명 해초모듬 제품의 주요 홍보 방법 및 채널에는 무엇이 있을까요?

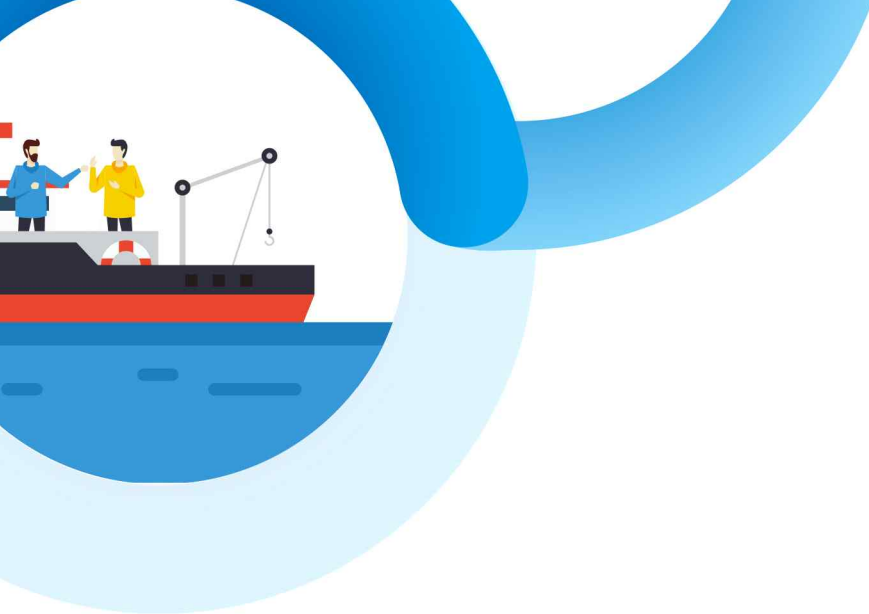
베트남에서 해초 제품들은 이미 많은 수의 슈퍼마켓에서 활발하게 판매되고 있습니다. 현지 소비자들은 주로 쉽게 접근할 수 있는 슈퍼마켓뿐만 아니라 온라인에서도 다양한 종류의 해초 제품을 접할 수 있지만, 해초 제품의 홍보는 여전히 잘 이루어지지 않고 있다고 생각합니다.

Q5. 베트남에서 해초모듬 제품 판매를 시작할 때 가장 효과적인 판촉 방식에는 무엇이 있을까요?

앞서 말했듯이, 베트남 내에서 제품의 판촉 활동은 활발하게 이루어지지 않는 편입니다. 그러나 현지 소비자들의 제품 구매 형태를 분석해봤을 때, 현지 소비자들이 많이 찾는 슈퍼마켓에서 현장 프로모션을 진행하는 방법이 효과가 있을 것이라고 생각합니다. 다양한 해초 제품 중 고객사 제품의 강점을 잘 나타낼 수 있는 현장 프로모션을 진행한다면 성과를 거둘 수 있을 것이라고 생각합니다. 온라인에서도 고객사 제품을 소비자들에게 많이 노출시킬 수 있도록 온라인 광고를 게재하는 방법도 효과적일 것입니다.

Q6. 해초모듬 제품을 베트남 시장에 진출시키는 것에 있어서 적합한 유통채널은 무엇이 있을까요?

베트남의 전자상거래 채널은 가장 큰 소비시장입니다. 현지 소비자들은 온라인 구매의 빠른 특성과 대량 주문의 장점을 활용하여 적극적으로 제품을 구매하는 편입니다. 따라서, 온라인 채널을 통해 베트남 시장에 진출하는 방법은 필수적이라고 볼 수 있습니다. 하지만, 현지 소비자들에게 제품을 직접적으로 어필하고 지속적인 구매를 유도하기 위해서는 전통적인 유통 시스템인 슈퍼마켓과 편의점에도 함께 제품을 유통시켜야 합니다.



V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹

1. 제품 경쟁력 검증

1) 10g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

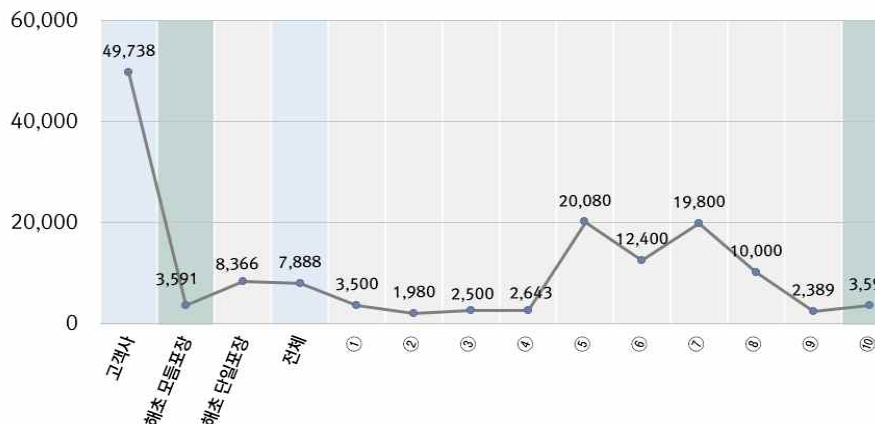
- ① d브랜드 해초 샐러드 (D사)
- ② d브랜드 싸워드 샐러드 (D사)
- ③ 완도 찰 매생이 (G사)
- ④ d브랜드 염장미역 (D사)
- ⑤ c브랜드 남해안산 청정미역 (C사)
- ⑥ c브랜드 남해안산 청정미역 (C사)
- ⑦ A사 옛날 미역 (A사)
- ⑧ B사미역 (B사(식품))
- ⑨ 해초 샐러드 (탄 빈)
- ⑩ d브랜드 싸 랫 7 비 롱 비엔 (D사)

▶ 고객사 제품 10g당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 높은 편

고객사 제품의 10g당 가격은 약 49,738동(2,850원¹⁵⁾)으로, 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격인 약 7,888동(약 452원)보다 굉장히 높은 수준임. 비율로 살펴보면, 고객사 제품의 소비자가격은 해초 모듬포장 경쟁제품 10개의 평균 소비자가격의 약 630% 수준으로 조사되어 고객사 제품이 경쟁제품 대비 가격이 월등히 높다는 사실을 확인함. 조사된 경쟁제품 중 해초 모듬포장 제품의 10g당 가격이 약 3,591동(약 206원)인 사실을 고려했을 때, 고객사 제품의 가격의 조정이 필요해 보임

[표 5.1] 베트남 해초 모듬포장 제품 가격 경쟁력 분석

(단위: 10g/동)



15) 100동=5.73원 (2022.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

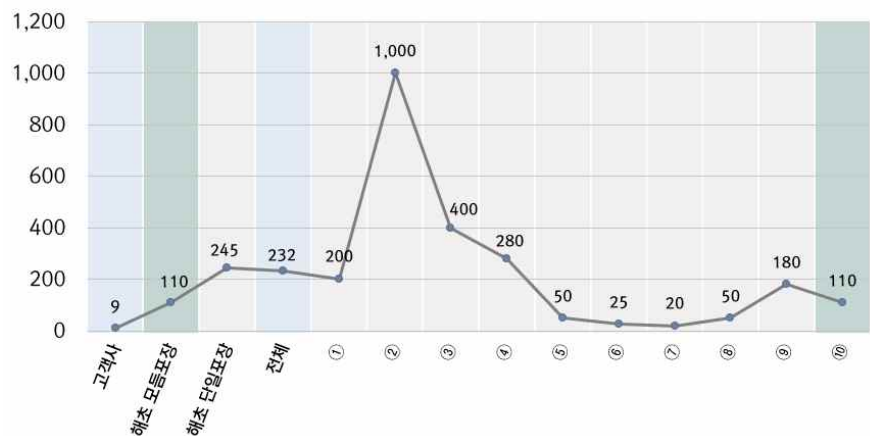
- ① d브랜드 해초 샐러드 (D사)
- ② d브랜드 씨워드 샐러드 (D사)
- ③ 완도 찰 매생이 (G사)
- ④ d브랜드 염장미역 (D사)
- ⑤ c브랜드 남해안산 청정미역 (C사)
- ⑥ c브랜드 남해안산 청정미역 (C사)
- ⑦ A사 옛날 미역 (A사)
- ⑧ B사미역 (B사식품)
- ⑨ 해초 샐러드 (탄 빈)
- ⑩ d브랜드 싸 랫 7 비 롱 비엔 (D사)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 작은 편

고객사 제품의 중량은 9g¹⁶⁾으로 해초 모듬포장 경쟁제품 10개의 평균 중량인 231g의 약 26% 수준으로 평균 대비 매우 작은 편으로 조사됨. 조사된 경쟁제품 중 해초 모듬포장 제품의 중량은 110g으로 고객사 제품 대비 12배가량 컸음. 해초 단일포장 제품의 평균 중량도 약 245g으로 조사되어 고객사 제품보다 약 27배 큰 것으로 확인됨. 하기 표를 통해 베트남에 판매되고 있는 해초 모듬포장 제품의 중량이 다양한 사실이 확인되어, 고객사는 제품의 포장 중량을 확대하여 베트남 시장에 진출하는 방안을 고려해볼 필요가 있음

[표 5.2] 베트남 해초 모듬포장 제품 중량 경쟁력 분석

(단위: g)



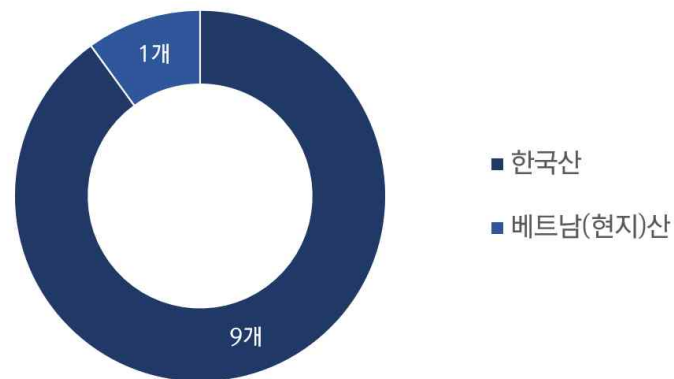
16) 해초모듬 판매 중량과 해초샐러드 판매 중량의 평균

3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 9개 제품의 원산지가 한국인 해초 모듬포장 제품

베트남에서 판매되고 있는 해초 모듬포장 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개의 제품 중 9개의 제품이 한국산 제품임을 확인함. 베트남에서 다양한 한국산 해초 모듬포장 제품이 판매되고 있다는 사실을 통해, 베트남의 다양한 해초 모듬포장 제품 속에서도 한국산 제품에 대한 현지 소비자들의 수요가 높음을 알 수 있음

[표 5.3] 베트남 해초 모듬포장 제품 원산지 경쟁력 분석

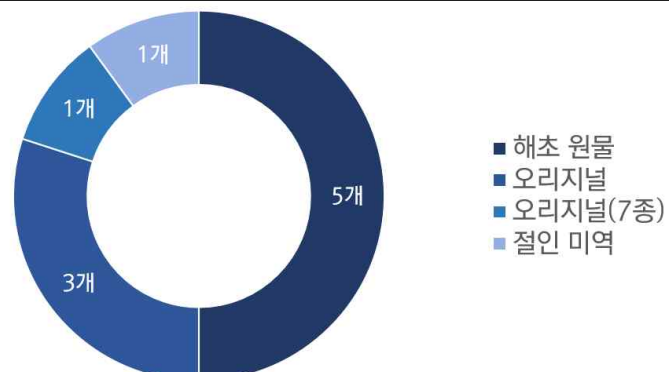


4) 맛

▶ 경쟁제품 10개 모두 맛의 차별화에 중점을 두지 않는 추세

베트남에서 판매 중인 해초 모듬포장 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 모든 제품이 맛의 차별화에 중점을 두지 않는다는 점을 확인함. 고객사 해초샐러드 제품과 달리, 해초 모듬포장 경쟁제품은 소스가 따로 동봉되어 있지 않은 것으로 확인됨. 또한, 해초 단일포장 경쟁제품은 해초 원물만 포함되어 있는 것으로 조사됨

[표 5.4] 베트남 해초 모듬포장 제품 맛 경쟁력 분석

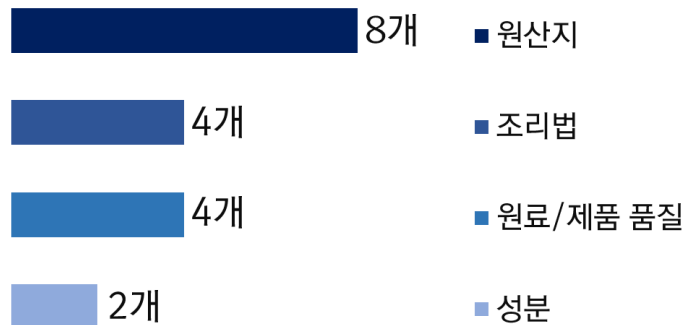


5) 홍보문구

▶ 현지 경쟁제품, 제품의 원산지와 조리법을 강조하는 홍보문구 사용

베트남에서 판매 중인 해초 모듬포장 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, ‘프리미엄 한국산’, ‘완도 청정 바다’ 등 제품의 원산지를 강조하는 홍보문구 8개가 조사되었음. 또한, ‘미역국 만드는 방법’, ‘샐러드 만드는 방법’ 등의 조리법을 강조한 홍보문구가 4개 확인됨. 그 외에도, ‘싱싱하고 깨끗한 청정미역’, ‘우리 가족을 위한 상싱한 선택’ 등의 원료/제품 품질을 강조한 문구가 4개, ‘알칼리성 자연식품’ 등의 성분을 강조한 문구가 2개 확인됨

[표 5.5] 베트남 해초 모듬포장 제품 홍보문구 경쟁력 분석

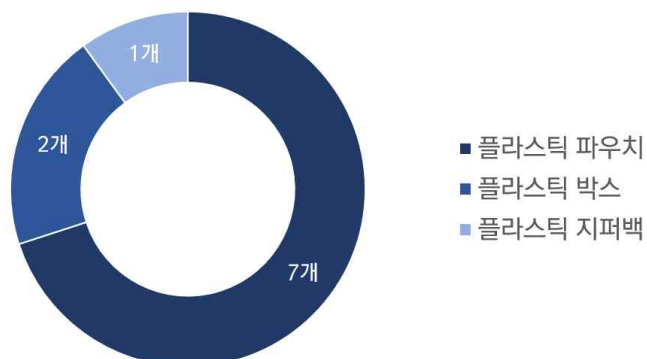


6) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 7개 플라스틱 파우치로 제품 포장

베트남에서 판매 중인 해초 모듬포장 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 7개의 해초 단일포장 제품이 고객사 제품과 마찬가지로 플라스틱 파우치를 활용한 외부 포장을 사용하는 포장 형태를 띠고 있음이 확인됨. 또한, 1개의 해초 모듬포장 제품을 포함한 2개의 경쟁제품이 플라스틱 박스 형태의 포장을 사용하는 사실이 조사됨. 1개의 해초 단일포장 제품은 플라스틱 지퍼백을 외부 포장으로 활용함

[표 5.6] 베트남 해초 모듬포장 제품 포장 형태 경쟁력 분석

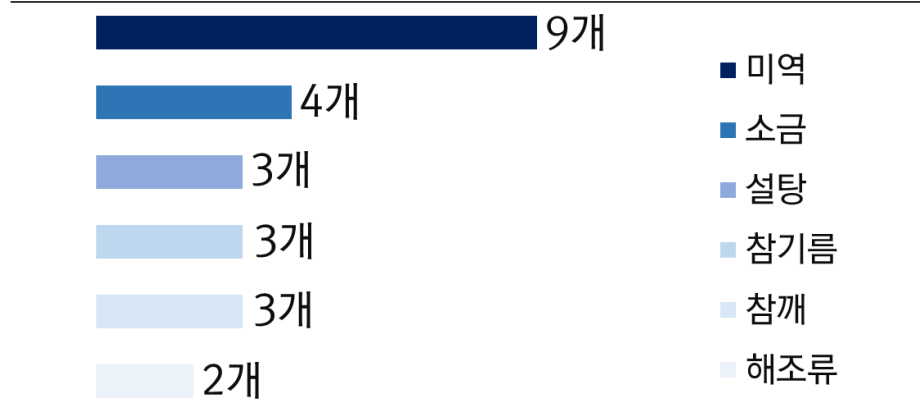


7) 원료 및 첨가물

▶ 현지 경쟁제품, 김, 소금, 참기름 및 옥배유가 핵심 원료

베트남에서 판매 중인 해초 모듬 포장 경쟁제품 10개의 원료 및 첨가물을 조사한 결과, 10개 제품 모두 미역 또는 해조류를 함유하고 있는 것으로 확인됨. 이외에도, 소금이 함유된 제품 4개, 설탕이 함유된 제품 3개, 참기름이 함유된 제품 3개, 참깨가 함유된 제품 3개가 확인됨

[표 5.7] 베트남 해초 모듬포장 제품 원료 및 첨가물 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 고객사가 지정한 경쟁제품군 내의 제품 중 다수의 온라인과 오프라인 매장에서 확인된 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서 인기 제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 쇼피, 라자다, 티키

(*) 오프라인 매장 : 케이마켓, 원마트, 이온

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑몰 : 1개 이상의 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 제품

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 3개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



공통 특징 ①
원산지

공통 특징 ②
해초 제품



공통 특징 ①
포장 형태

공통 특징 ②
원산지



현지 벤치마킹 인기 제품
(B사식품 - B사미역)

‘원료의 원산지를
강조하는 홍보문구’

◀ 벤치마킹
원산지를 강조한
홍보문구

고객사 제품
(해초모듬/해초샐러드)
‘다양하고 신선한
국내산 해초모듬 제품’

벤치마킹 ▶
현지화된
포장 디자인

현지 벤치마킹 인기 제품
(C사 - c브랜드 남해안산 미역)

‘현지어로 표기된
제품 설명’

2) 벤치마킹 제품 분석
- 원료를 강조한 홍보문구

▶ 벤치마킹 제품, 원료의 우수성을 강조하는 홍보문구 사용

현지에서 판매 중인 해초 모듬포장 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함하여 총 8개의 제품이 원산지를 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 확인됨. 관련 인터뷰를 진행한 결과, 베트남 내에서 판매되고 있는 해초 제품의 원산지는 대부분 한국인 사실을 확인함. 따라서, 고객사 제품도 원료/제품의 원산지를 강조하는 홍보문구를 사용할 것을 권장함

[표 5.8] 해초 모듬포장 제품, 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 베트남에서 판매되는 해초 제품 대부분의 원산지는 한국입니다. 한국 제품에 대한 소비자들의 반응은 긍정적이며, 한국산 제품에 대한 소비자들의 관심은 점점 늘어나고 있는 추세입니다.

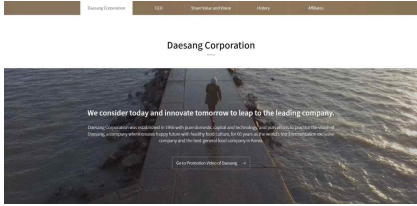
3) 벤치마킹 제품 분석
- 현지화된 포장 디자인

▶ 벤치마킹 제품, 현지어로 표기한 제품 설명 디자인 사용

현지에서 판매 중인 해초 모듬포장 경쟁제품 10개의 포장 디자인을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 총 9개의 해초 모듬 포장 경쟁제품이 완전히 또는 부분적으로 현지화된 포장 디자인을 사용하고 있음을 확인함. 특히 벤치마킹 제품의 경우, 제품명과 영양 성분만 영어로 표기한 타 경쟁제품과 달리 제품 설명과 조리법도 베트남어로 표기하고 있음. 따라서, 고객사도 설명 문구를 현지어로 표기한다면 제품 설명의 가시성 및 효과성을 강화할 수 있을 것임

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 해초모듬 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	C사	
	기업 설명	C사는 자체 종합식품브랜드를 중심으로 음식문화를 선도하는 종합식품회사임. 자체 종합식품브랜드를 통해 레토르트 식품, 조미 식품, 소스류, 조미료 등의 다양한 상품을 생산, 유통하고 있음	
주요 마케팅 전략	포장 현지화		
		현지 소비자들이 선호하는 가벼운 형태의 플라스틱 제품 포장 방식을 사용하고 있으며, 베트남 현지어로 가시성 높게 디자인된 외부 포장지를 사용	
	홍보 현지화		
		자사 글로벌 홈페이지를 통해 기업 연혁, 미션 등 기업 정보 소개	자사가 보유한 브랜드 홈페이지로 연결을 통해 자체 브랜드 안내
요약	판매채널	현지 오프라인, 온라인 매장 모두 진출	
	홍보채널	자사 홈페이지를 활용하고 있음	
	홍보문구	제품의 원산지과 원료의 우수성을 강조	

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (portal.euromonitor.com)
2. 쇼피(Shopee) 홈페이지 (shopee.vn)
3. 라자다(Lazada) 홈페이지 (www.lazada.vn)
4. 티키(Tiki) 홈페이지 (tiki.vn)
5. 베트남 통계청 홈페이지 (www.gso.gov.vn)
6. 케이마켓(K-Market) 페이스북 페이지 (https://www.facebook.com/kmarket.my/)
7. 윈마트(Winmart) 홈페이지 (winmart.vn)
8. 이온(Aeon) 홈페이지 (www.aeon.com.vn)
9. C사 홈페이지 (www.daesang.com)
10. 박호아싸인(Báchhoáxahn) 홈페이지 (www.bachhoaxanh.com)
11. 도부마트(Dovumart) 홈페이지 (dovumart.vn)
12. 남안마트(Namanmart) 홈페이지 (namanmarket.com)

