베트남, 판매 부진에 허덕이는 베트남 캔커피 시장, '볕들 날'은 언제?

2019년 4월 19일

□ 키워드 : 베트남 RTD(Ready To Drink) 커피 시장

□ 다채로워지고 있는 베트남 캔커피 시장

○ 코카콜라, 베트남 캔커피 시장에 '노크'

- 지난해 상반기, 커피 첨가 콜라 제품인 'Coca-Cola Plus Coffee'를 여름 한정판으로 출시한 바 있는 코카콜라 베트남 (Coca-cola Viet Nam)이 같은 해 10월, 오리지널 캔커피 제품인 'Georgia Coffee Max'를 내놓으며 베트남 RTD 커피 (즉석 커피) 시장에 도전장을 내밀었음.
- 중가 캔커피 상품을 표방하고 있는 'Georgia Coffee Max'의 캔당 판매가는 1만 2,000동(VND)으로, 거리 노점상에서 판매되는 커피 한 잔 값에 맞먹음. 편의점 소매가 기준 1만 5,000동 ~ 1만 6,000동에 판매되고 있는 시장 선두 상품과 견주어 가격 경쟁력을 확보함은 물론, 주 경쟁상대라 할 수 있는 노점상 커피와 맞붙어 보겠다는 게 코카콜라 베트남의 야심찬 목표임.
- Georgia Coffee Max의 또 다른 강점으로 베트남 서부 고원지대에서 재배된 로부스타 원두 100% 사용과 낮은 당분 및 지방 함량이 꼽히고 있는데, 지역마다 다른 현지인들의 커피 기호, 특히 단 음료를 선호하는 남부지역 소비자의 기호를 감안했을 때 이러한 특징이 현지 시장 점유율 확대에 장점으로 작용할지는 미지수임.

<100% 베트남산 원두 사용과 높은 각성 효과를 내세우고 있는 Georgia Coffee Max >

출처: bachhoaxanh.com

○ 여성 소비자를 겨냥한 RTD 커피 상품도 '출격'

- 이보다 앞서 네슬레 베트남 (Nestle Vietnam)과 선토리 펩시코 베트남 (Suntory PepsiCo Vietnam)에서 출시한 RTD 커피 제품도 주목할 만함.
- 2018년 5월 네슬레 베트남은 두 가지 맛의 까페라떼 제품 (Nescafe Smoovlatte와 Nescafe Smoovlatte Mocha)을 내놓았으며, 그보다 1년 전인 2017년 6월에는 선토리 펩시코 베트남이 녹차라떼 제품인 My Cafe with milk and matcha를 출시해 현지 젊은 소비자들의 이목을 집중시켰음.
- 이렇듯 Georgia Coffee Max 이전에 출시된 커피 음료들은 우유, 녹차, 초콜릿 등 향이 첨가된 RTD 커피 상품들이 주를 이루고 있는데, RTD 커피 수요가 남성보다 여성 소비자에게서 높게 나타나고 있는 점을 반영한 제조사들의 시장 전략으로 풀이됨.

<2017~2018년에 출시된 RTD 커피 신상품>

My Cafe with milk and matcha

Nescafe Smoovlatte

출처: lozi.vn, foody.vn

○ 부진한 성장세를 보이고 있는 베트남 RTD 커피 시장... 잇따른 신제품 등장에도 현지 업계 반응은 '글쎄'

- 유로모니터에 따르면, 2018년 매출액을 기준으로 한 베트남의 RTD 커피 시장 규모는 약 1,481억 동 (약 638만 달러)임. 이는 전체 청량음료 시장의 0.01%에 불과한 수준으로, RTD 커피 시장은 청량음료 하위 품목 가운데서도 가장 작은 시장 규모를 보유하고 있음.
- 또한 오프라인 매장을 통한 판매액을 기준으로 RTD 커피 시장 매출은 지난 5년간 (2013~2018년) 연평균 6.9% 증가한 것으로 나타났는데, 이는 청량음료 전체 시장은 물론, 하위 품목 시장 가운데 가장 더딘 매출 성장률임.
- 일부 업계 관계자들은 코카콜라의 캔커피 시장 진출이 침체돼 있는 현지 RTD 커피 시장에 활기를 불어넣어 줄 것으로 기대하고 있음. 하지만 단기간에 시장 상황이 호전되기는 어렵다는 게 업계 내 보편적인 시각임.

<베트남 청량음료 (Soft drinks) 시장 규모 및 최근 5년간 성장률>

구분	2018년 오프라인 판매 매출액 (십억 VND)	전년 대비 증가율 (%)	2013~2018년 CAGR (%)
Bottled Water	4,103.7	16.1	15.4
Carbonates	13,171.9	8.1	11.6
Concentrates	376.6	8.4	8.5
Juice	9,592.0	13.5	12.6
RTD Coffee	118.5	5.0	6.9
RTD Tea	22,432.3	6.3	11.7
Energy Drinks	11,140.2	10.6	12.2
Sports Drinks	2,387.2	19.6	25.4
Asian Specialty Drinks	705.1	9.8	9.7
Soft Drinks	**64,027.5**	**9.6**	**12.4**

출처: 유로모니터

□ 10년째 '제자리걸음 중'인 베트남 RTD 커피 시장, 그 원인은?

○ 침체 일로의 베트남 RTD 커피 시장

- 베트남 시장에 캔커피 제품이 최초로 공급되기 시작한 시점은 2008년으로, 일본계 종합식품기업인 아지노모토 베트남 (Ajinomoto Vietnam)이 베트남 시장에서의 신규 고객 발굴 차원에서 캔커피 제품 'Birdy'를 출시한 것이 그 기원이라 할 수 있음.
- 다음 해인 2009년, 네슬레 베트남과 비나밀크가 앞다퉈 캔커피 생산시설을 구축한 데 이어 현지 음료 제조사인 떤히엡팟 그룹 (Tan Hiep Phat Beverage Group)과 현지 커피숍 체인인 하이랜드 커피 (Highlands coffee)가 자사 브랜드의 캔커피 상품을 잇따라 출시하면서 베트남 RTD 커피 시장에 대한 성장 기대감이 한껏 높아졌음.
- 하지만 RTD 커피 상품들의 판매 부진이 지속되고, 진출 1~2년 만에 사업을 철수하는 기업들이 속출하면서 시장 기대감이 크게 무너졌음. 현재까지도 베트남의 RTD 커피 시장은 국내외 기업들에게 외면 받고 있는 실정임.
- 현재 베트남 RTD 커피 시장에 남아 있는 기업들은 판매 부진을 감당할 여력이 충분한 소수의 대형사들임. 이들 기업들은 당장의 매출 성장을 기대하기보다는 다양한 고객 니즈 충족을 통해 고객 스펙트럼을 확대한다는 데 목표를 두고 있음.

<베트남에서 유통·판매되고 있는 주요 캔커피 상품>

	상품 이미지	상품명	제조사
1.		Nescafe	Nestle Vietnam
2.		Birdy	Ajinomoto Vietnam
3.		My cafe	Sunitory PepsiCo Vietnam
4.		Mr. Brown	King Car
5.		Highlands	Highlands Vietnam

출처: Toplist.vn

○ 현지 소비자들의 까다로운 커피 취향이 RTD 커피 시장 성장의 가장 큰 걸림돌

- 영국계 시장조사기관인 Mintel의 시장 분석 전문가는 베트남 커피 시장의 특징으로 오랜 커피 문화와 핀커피*의 대중화 및 이로 인해 까다로워진 현지인들의 커피 취향을 꼽았음.

* 핀커피: 베트남 전통 추출 방식의 커피로 '핀(Phin)'이란 도구를 머그컵 위에 올리고 원두를 갈아 넣어 뜨거운 물을 핀에 부어 추출된 진액 커피

- 베트남 현지인들은 자신만의 확실한 커피 취향을 가지고 있음. 이는 커피에 대한 뚜렷한 기호가 없으며 연한 커피를 즐기는 타 아시아 국가 소비자들과 차별화되는 점으로, RTD 커피 상품 개발에 있어 가장 큰 어려움으로 작용하고 있음.

○ 장기적 관점에서 시장 성장 가능성도 제한적으로 존재

- 세계 2위의 커피 수출국이자 오랜 커피 문화를 지니고 있다는 시장 특성과 커피 주 수요층의 저령화 및 라이프 스타일 서구화 등의 시장 변화 상황을 감안했을 때, RTD 커피 시장도 언젠가는 침체 상황에서 벗어나게 될 것이란 게 현지 업계 전문가의 중론임.
- 특히 젊은 층이 두터운 인구구조는 베트남 RTD 커피 시장의 향후 성장을 기대케 하는 가장 중요한 요인으로, 커피 베이스의 블렌디드 음료를 선호하는 젊은 층을 타깃으로 상품을 개발, 출시할 경우 상당한 시장 기회를 확보할 수 있을 것이란 게 업계의 판단임.

□ 시사점

○ 상기 언급한 시장 기회 요인과 비우호 요인들을 고려했을 때, 베트남 RTD 커피 시장의 성장 잠재성은 매우 제한적인 상황

- 하지만 커피 제품의 주 수요자 변화와 라이프 스타일 서구화 및 이에 따른 현지인들의 커피 소비 습관 변화는 RTD 커피 시장의 기회 요인으로 작용할 전망임.
- 현지인들의 커피 소비 습관이 변화하는 데에 많은 시간이 소요될 것으로 예상되는바 장기적인 안목에서의 지속적인 투자가 요구됨.

○ RTD 커피 제품의 주 수요자가 20대 젊은 소비자임을 감안한 상품 개발 및 마케팅 전략 마련이 필요

- 오리지널 원두 커피 제품은 베트남 소비자들의 까다롭고 독특한 커피 기호를 충족시키기 어려운 게 사실임. 또한 거리 곳곳에 즐비한 노점상에서 베트남 전통 방식으로 추출한 커피를 저렴한 가격에 구입할 수 있기 때문에 동 제품군으로는 캔커피 제품의 최대 장점인 저렴함과 용이성을 부각시키기 어렵다는 한계가 있음.
- 따라서 커피를 베이스로 한 새로운 맛, 현대적 감각을 입힌 음료 상품을 RTD 제품으로 개발, 출시하는 것이 현지 시장 진입에 유리할 것으로 사료됨.

- 또한 이러한 RTD 커피 제품의 주된 수요층이 젊은 소비자임을 감안한 상품 마케팅 활동이 요구되는데, 새로운 문물에 대한 호기심과 수용도가 높으며, 과시욕이 강한 이들의 특성을 상품 마케팅에 적절히 활용한다면 상당한 시장 기회를 확보할 수 있을 것으로 예상됨. 아울러 젊은 소비자들의 주머니 사정을 고려한 적절한 판매 가격 책정도 이루어져야 함.

□ 출처

1. Vietstock, 'Thị trường cà phê lon dậy sóng', 2018.10.23.
https://vietstock.vn/2018/10/thi-truong-ca-phe-lon-day-song-768-635265.htm

2. Cafe F, 'Đại gia Coca-Cola nhảy vào thị trường cà phê lon tại Việt Nam: Ít đường béo hơn Highlands, không pha đậu nành như Nescafé, giá ngang ngửa cà phê lon của Pepsico và Ajinomoto', 2018.10.18.
http://cafef.vn/dai-gia-coca-cola-nhay-vao-thi-truong-ca-phe-lon-tai-viet-nam-it-duong-beo-hon-highlands-khong-pha-dau-nanh-nhu-nescafe-gia-ngang-ngua-ca-phe-lon-cua-pepsico-va-ajinomoto-2018101809145308.chn

3. Comunicaffe, 'Coca-Cola Plus Coffee limited-edition drink hits the Vietnamese market', 2017.4.9.
https://www.comunicaffe.com/coca-cola-plus-coffee-limited-edition-drink-hits-the-vietnamese-market/

4. VN Economy, 'Cà phê lon, "ngon" đến đâu?', 2010.8.18.
http://vneconomy.vn/thi-truong/ca-phe-lon-ngon-den-dau-20100818034048748.htm

5. Top List, 'Top 6 thương hiệu cà phê lon uống liền tốt nhất hiện nay', 2019.3.4.
https://toplist.vn/top-list/thuong-hieu-ca-phe-lon-uong-lien-tot-nhat-hien-nay-28889.htm

6. Tuoi tre online, 'Người Việt tiêu thụ trung bình 1,15kg cà phê/năm', 2013.3.14.
http://tuoitre.vn/tin/kinh-te/20130314/nguoi-viet-tieu-thu-trung-binh-115kg-ca-phenam/537848.html

7. Bach hoa Xanh, 'Thùng 24 lon cà phê sữa Georgia Max Coffee 235ml', 2019.4.19.
https://www.bachhoaxanh.com/ca-phe-hoa-tan/ca-phe-sua-georgia-max-coffee-thung-24-lon-235ml