

베트남, 치즈시장 현황

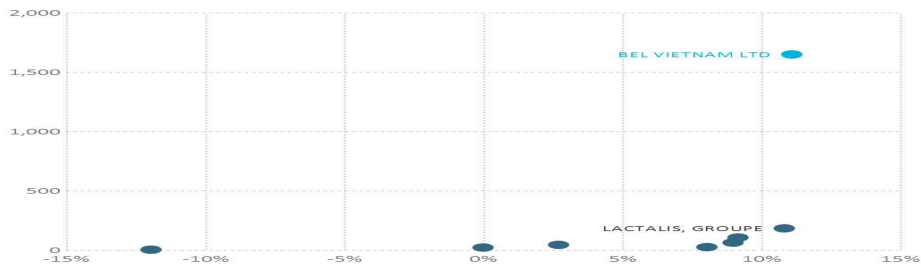
2019년 9월 19일

□ 키워드 : 치즈

□ 베트남 치즈시장 전반

- 현지 낙농사업의 성장, 경제 발전에 따른 현지인들의 소득수준 증가 등에 의해 현지인들의 먹거리 문화가 변화하고 있음
특히, 최근 서양음식 등의 영향으로 버터, 치즈를 사용하여 만드는 베트남 퓨전 음식등이 여러 식당에서 다양하게 개발, 판매되고 있으며 그러한 이유로 일반 가정집에서도 치즈 등이 많이 사용되고 있음
- 유로모니터에 따르면, 2019년 베트남 치즈 판매량, 소매가는 각각 8%(8천 톤), 12%(2.1조 VND) 증가하였음.
- Bel Vietnam은 베트남 현지 치즈 시장의 약 79%에 달하는 지분을 가지고 있음

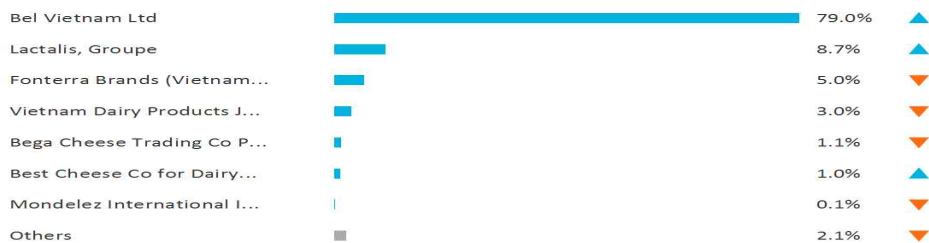
Retail Sales Performance in Cheese in Vietnam by Company
Retail Value RSP (NBO) - VND billion 2019 - % CAGR 2014-2019
Click on company to compare against market



Passport

© Euromonitor International 2019

Company Shares of Cheese in Vietnam
% Share (NBO) - Retail Value RSP - 2019



Passport

© Euromonitor International 2019

- 최근 6개년(2014~2019) 베트남 치즈시장 성장 평균

Market Sizes How do keyword search results differ from tree search results?




Historical Category Definitions | Region Definitions | Calculation Variables

CONVERT DATA + CHANGE DATA TYPES v GROUP SUM v 2014 v 2019 v APPLY v MODIFY SEARCH +

Stats Type	Geography	Category	Data Type	Unit	Current Constant	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	Vietnam	Cheese	Retail Value RSP	VND billion	Current Prices	1,246.8	1,392.2	1,523.4	1,681.3	1,863.9	2,084.7

□ 현지 유제품 판매 현황

- 현지 유통채널에서 판매되고 있는 유제품으로는 다음과 같음

제품명	브랜드명	제품사진	현지 판매가
French Butter 프렌치 버터 (Salted)	Président (프레지던트, André Besnier 프랑스)		125g : 61.500vnd 200g : 105.000vnd 250g : 145.000vnd
Molkerei Butter 몰케레이 버터	Bo Moc Chau (보목처우, 베트남)		100g : 31.800vnd
Salted Butter Blend 솔트 버터	IMPERRIAL 임페리얼, Unilever, 영국		227g : 75.000vnd

Toast, Hamburger Cheese (프렌치 치즈)	ZOTT (조트, 독일)		200g : 48.100vnd
Con bo cui Cheese (프렌치 치즈)	La Vache Qui Rit (라 바체 꾸릿, 프랑스)		240g : 50.900vnd

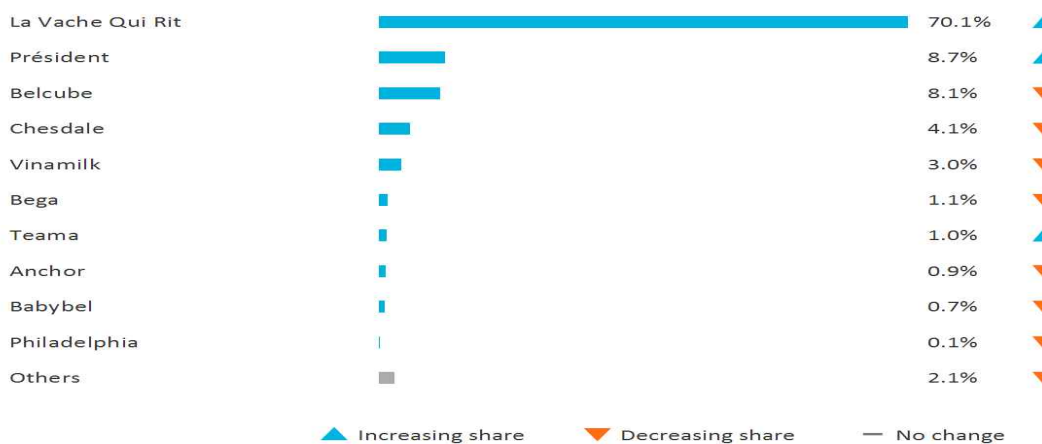
*출처 : 자체 시장조사

○ 치즈 소비 유형

- 치즈의 주 소비자인 유아, 청소년들이 선호하는 한입거리 상품이 가장 많이 소비되고 있으며 그러한 제품으로는 Con Bo Cui Cheese가 가장 많이 판매 되고 있음.

한국에서 주로 판매되고 있는 슬라이스 치즈는 선호도가 크지 않으며 대체로 케밥, 빵등에 사용되고 있음

Brand Shares of Cheese in Vietnam
% Share (LBN) - Retail Value RSP - 2019



□ 현지 선호 치즈에 대한 시사점

- 1개의 업체, 제품이 베트남 시장을 주름잡고 있는 이유로는 베트남 현

지 주 소비자인 10~30대의 입맛에 맞추어 “짜지않고 덜 느끼한 치즈”에 포커스를 맞춘것이라 확인됨.

현지 시중에서 한국산 치즈 등의 인지도는 거의 없으며 실제로 판매가 미미한 수준.

다만, 유제품 소비확대로 볼때 베트남 유제품가공식품 시장에 대한 가능성은 크다고 전망함.