

2019 년

# 해외시장 맞춤형조사



- No. 1911-18
- 품목 : 쌀과자 (Rics Snack)
- 국가 : 베트남 (VIETNAM)
- 구분 : 경쟁력분석형

# Contents

## I. Competitive Product (경쟁제품)

SUMMARY	4
1. 베트남 쌀과자 경쟁제품 선정	6
2. 베트남 쌀과자 경쟁제품 조사지표 선정	7
3. 베트남 쌀과자 경쟁제품 포지셔닝	9
4. 베트남 쌀과자 입점 매장 및 경쟁제품 정보	10

## II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	23
1. 베트남 쌀과자 경쟁기업 포지셔닝	24
2. 베트남 쌀과자 경쟁기업 현황	25
3. 베트남 쌀과자 경쟁기업 분석	27

## III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	40
Interview ① 빈마트(Vin Mart)	41
Interview ② 홈푸드(Homefood)	43
Interview ③ 오가니카(Organica)	45
Interview ④ 비엠타이트링(Viet Thai Trung)	47
Interview ⑤ 웹탭호아(Web Tap Hoa)	49

## IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	52
1. 제품 경쟁력 검증	53
2. 기업 마케팅 벤치마킹	57
*참고문헌	59



# I. Competitive Product

## SUMMARY

1. 베트남 쌀과자 경쟁제품 선정
2. 베트남 쌀과자 경쟁제품 조사지표 선정
3. 베트남 쌀과자 경쟁제품 포지셔닝
4. 베트남 쌀과자 입점 매장 및 경쟁제품 정보

# Competitive Product

(경쟁제품)

## 베트남 (VIETNAM) 쌀과자 방문 매장 선정

방문 매장 선정  
· 후보 : 품목별 방문 매장  
· 선택 : 조사 희망 매장

구분	가공식품	신선식품	기능성	전통식품	유아식품	식자재	음료/주류
공통	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓
	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓
	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점
	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점
선택 (품목)	한인마트	유기농 매장	드럭스토어	한인마트	유기농 매장	창고형 매장	식료품점
	재래시장	재래시장	유기농식품매장	아시아마트	영유아 매장		달러스토어
	아시아마트						편의점

## 베트남 (VIETNAM) 쌀과자 매장 조사

	코옵엑스트라(Coop Xtra) (하이퍼마켓)	빈마트(Vin Mart) (하이퍼마켓)	스카이마트(Sky Mart) (한인마트)
전경			
조사 제품	5개	3개	3개
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>2018년 베트남 하이퍼마켓 시장 점유율 4위 기업</li> <li>베트남 한인타운 초입에 대형 쇼핑몰 'SC VivoCity' 내에 위치</li> <li>저렴하고 다양한 품목의 식료품 취급 및 자체 브랜드 상품 공급</li> <li>다양한 수입 식료품 취급</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2014년 설립된 베트남 최대 소매 유통기업</li> <li>베트남 빈그룹(Vin Group)의 유통 브랜드로, 전국에 대형 마트와 미니마트, 편의점까지 운영</li> <li>각종 식료품과 생필품을 구입할 수 있는 체인 마트</li> <li>현지 지역주민, 특히 베트남인 고객 비중이 높음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>호치민시 7군에 위치한 한인마트</li> <li>다른 한인마트에 비해 규모가 큰 편이며, 현지 제품 취급 안함</li> <li>베트남 내 여러 점포를 운영</li> <li>주요 고객층은 매장 주변에 거주하는 지역 주민으로, 주로 한인임</li> </ul>
	케이마켓(K Market) (한인마트)	탄마이마켓(Tan My market) (재래시장)	
전경			
조사 제품	1개	3개	
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>2006년 설립된 베트남 최대 규모의 한국식품유통 회사</li> <li>2017년 베트남 100대 브랜드 선정되어, 베트남 전국에 56개의 리테일 매장 운영</li> <li>한국 수입산 제품 외 현지 특산물 PB 상품 함께 판매하여 차별화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>호치민시 7군에 위치한 대규모의 현지 재래시장</li> <li>마트에 비해서 식자재나 생필품의 가격이 저렴한 편</li> <li>과자류는 주로 도매가로 유통</li> </ul>	



# Competitive Product

(경쟁제품)

## 베트남(VIETNAM)

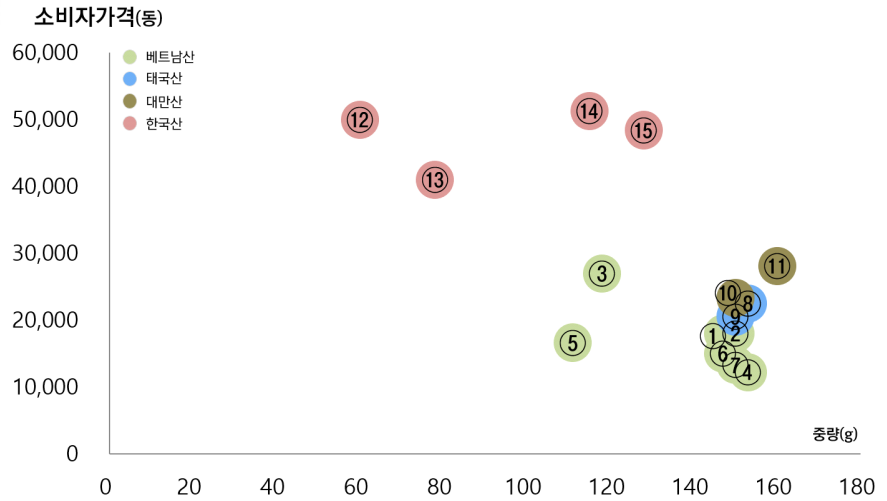
### 쌀과자 경쟁제품

#### 선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준  
· 오프라인 매장 입점 제품

경쟁제품 분류 기준  
· 경쟁제품 원산지  
· 경쟁제품 판매매장 유형  
· 경쟁제품 소비자가격(100g당)

경쟁제품 포지셔닝 기준  
· X축 : 중량(g)  
· Y축 : 소비자가격(동/100g)



## 베트남(VIETNAM)

### 쌀과자 경쟁제품 분석

원산지	경쟁제품(경쟁기업)	판매 매장 유형	가격 (개당) <sup>1)</sup>	가격 (100g당)	중량 (g)	인증	쌀함량	맛	포장 형태
베트남산	① 원원 비 보 느영(원원)	하이퍼마켓	27,000동 (1,347원)	18,000동 (898원)	150g	HVNCLC	63%	기타	묶음포장
	② 원원 비 똌 느영(원원)	하이퍼마켓	27,000동 (1,347원)	18,000동 (898원)	150g	HVNCLC	63%	짬맛	묶음포장
	③ 원원 비 포 마이 느어(원원)	하이퍼마켓	31,800동 (1,587원)	26,979동 (1,345원)	118g	-	60%	기타	묶음포장
	④ 뵐 가오 느영 안 비 뜨 니엔(D사)	하이퍼마켓	18,500동 (923원)	12,252동 (611원)	151g	-	57.3%	고소한맛	묶음포장
	⑤ 뵐 가오 느영 안 비 따오 비엔(D사)	하이퍼마켓	18,500동 (923원)	16,667동 (832원)	111g	-	57.3%	짬맛	묶음포장
	⑥ 뵐 가오 비 만(코옵셀렉트)	하이퍼마켓	22,500동 (1,123원)	15,000동 (749원)	150g	-	65%	짬맛	묶음포장
	⑦ 원원 비잉어 듀(원원)	재래시장	20,000동 (998원)	13,333동 (665원)	150g	HVNCLC	63%	고소한맛	묶음포장
수입산	⑧ 빈빈 라이스 크래커 오리지널 플레이버 (남차우)	하이퍼마켓	33,800동 (1,687원)	22,533동 (1,124원)	150g	-	64.9%	고소한맛	묶음포장
	⑨ 코바나 라이스 크래커(남차우)	하이퍼마켓	30,900동 (1,542원)	20,600동 (1,028원)	150g	-	64.9%	고소한맛	묶음포장
	⑩ 원트원트 셸리 샌베이(왕왕)	재래시장	35,000동 (1,747원)	23,333동 (1,164원)	150g	-	68%	고소한맛	묶음포장
	⑪ 원트원트 씨워드 라이스 크래커(왕왕)	재래시장	45,000동 (2,246원)	28,125동 (1,403원)	160g	-	78%	고소한맛	묶음포장
	⑫ 쌀로별 사르르 라이스칩(B사)	한인마트	30,000동 (1,497원)	50,000동 (2,495원)	60g	-	-	고소한맛	단일포장
	⑬ 쌀로만든 쌀로별 고소한맛(B사)	한인마트	32,000동 (1,597원)	41,026동 (2,047원)	78g	-	-	고소한맛	단일포장
	⑭ 참쌀선과(C사)	한인마트	59,000동 (2,944원)	51,304동 (2,560원)	115g	-	60%	고소한맛	묶음포장
	⑮ 참쌀설빙(C사)	한인마트	62,000동 (3,094원)	48,438동 (2,417원)	128g	-	60%	고소한맛	묶음포장

(\*) 현지 판매 쌀과자 경쟁제품 15개 분석

1) 100동= 4.99원(2020.01.04., KEB하나은행 매매기준을 적용)

## 1. 베트남 쌀과자 경쟁제품 선정

### ▶ 선정 기준 ① 제품 종류에 따라 선정한 제품

- 쌀이 주 재료인 스낵류를 경쟁제품으로 선정

### ▶ 선정 기준 ② 오프라인 매장 입점 확인 제품

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 제품 선정

(\*) 5개 채널 : 코옵엑스트라(Coop Xtra), 빈마트 (Vin Mart),  
스카이마트(Sky Mart), 케이마켓(K Market),  
탄마이마켓(Tan My market)

[표 1.1] 베트남 쌀과자 경쟁제품 선정

경쟁제품(경쟁기업)	원산지		유형별 매장 입점 여부	
	현지산	수입산	오프라인	온라인
① 원원 비 보 느영(원원)	○ (베트남)		○ (빈마트)	○ (샤피, 티키)
② 원원 비 톰 느영(원원)	○ (베트남)		○ (빈마트)	○ (샤피, 티키)
③ 원원 비 포 마이 느영(원원)	○ (베트남)		○ (빈마트)	○ (샤피, 티키)
④ 밴 가오 느영 안 비 뜨 니엔(D사)	○ (베트남)		○ (코옵엑스트라)	○ (샤피, 라자다, 티키)
⑤ 밴 가오 느영 안 비 따오 비엔(D사)	○ (베트남)		○ (코옵엑스트라)	○ (샤피, 라자다, 티키)
⑥ 밴 가오 비 만(코옵셀렉트)	○ (베트남)		○ (코옵엑스트라)	
⑦ 원원 비잉어 듀(원원)	○ (베트남)		○ (탄마이마켓)	○ (샤피, 티키)
⑧ 빈빈 라이스 크래커 오리지널 플레이버 (남차우)		○ (태국)	○ (코옵엑스트라)	○ (라자다)
⑨ 코바나 라이스 크래커(남차우)		○ (태국)	○ (코옵엑스트라)	○ (라자다)
⑩ 원트원트 셸리 센베이(왕왕)		○ (대만)	○ (탄마이마켓)	○ (샤피, 라자다, 티키)
⑪ 원트원트 씨워드 라이스 크래커(왕왕)		○ (대만)	○ (탄마이마켓)	○ (샤피, 라자다, 티키)
⑫ 쌀로별 사르르 라이스칩(B사)		○ (한국)	○ (케이마켓)	
⑬ 쌀로만든 쌀로별 고소한맛(B사)		○ (한국)	○ (스카이마트)	
⑭ 참쌀선과(C사)		○ (한국)	○ (스카이마트)	
⑮ 참쌀실빙(C사)		○ (한국)	○ (스카이마트)	

(\*) 현지 판매 쌀과자 경쟁제품 15개 분석



## 2. 베트남 쌀과자 경쟁제품 조사지표 선정

### ▶ 조사 지표 ① 소비자 판매 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 경쟁제품의 소비자 판매 가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 경쟁제품 100g당 판매 가격

### ▶ 조사 지표 ② 용량(g)

- 오프라인에서 판매되는 경쟁제품의 총 용량(g)

### ▶ 조사 지표 ③ 포장 유형

- 경쟁제품을 포장한 형태
  - 묶음 포장 : 소분으로 포장된 여러 개의 제품을 한 개 제품으로 포장한 형태
  - 단일 포장 : 전체 내용물을 구분하지 않고 한 개 제품으로 포장한 형태

### ▶ 조사 지표 ④ 인증 사항

- 경쟁제품 포장에 부착된 인증 정보
  - 고품질 베트남 상품 인증(HVNCLC): 베트남 품질 인증 마크

### ▶ 조사 지표 ⑤ 맛

- 경쟁제품의 맛을 분류
  - 고소한맛: 오리지널, 참깨맛, 인절미맛, 구운떡맛을 포함함
  - 짠맛: 새우맛, 김맛을 포함함
  - 기타: 치즈·옥수수맛, 스테이크맛

### ▶ 조사 지표 ⑥ 유통기한

- 경쟁제품이 제조 후 시중에 유통될 수 있는 기한을 조사

### ▶ 조사 지표 ⑦ 원재료명 및 함량

- 경쟁제품 제조에 사용된 원재료명과 함유량

## 2. 베트남 쌀과자 경쟁제품 조사지표 선정

[표 1.2] 베트남 쌀과자 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	경쟁제품의 100g당 가격
용량	총 용량	경쟁제품의 용량(g)
포장 형태	묶음포장	소분 포장된 제품 여러 개를 한 개 제품으로 포장
	단일포장	소분 포장 없이 단일 제품으로 포장
인증 사항	고품질 베트남 상품 인증 (HVNCLC)	베트남의 품질 인증 마크
맛	고소한맛	오리지널, 참깨맛, 인절미맛, 구운떡맛을 포함함
	짠맛	새우맛, 김맛을 포함함
	기타	치즈·옥수수맛, 스테이크맛
유통기한	개월	경쟁제품의 유통기한 정보
원재료명 및 함량	재료명(함량%)	제품의 원재료명과 함유량



### 3. 베트남 쌀과자 경쟁제품 포지셔닝

#### 경쟁제품(경쟁기업)

- ① 원원 비 보 느영 (원원)
- ② 원원 비 퐁 느영 (원원)
- ③ 원원 비 포 마이 느어 (원원)
- ④ 밴 가오 느영 안 비 뜨 니엔 (D사)
- ⑤ 밴 가오 느영 안 비 따오 비엔(D사)
- ⑥ 밴 가오 비 만 (코옵셀렉트)
- ⑦ 원원 비잉어 듀 (원원)
- ⑧ 빈 빈 라 이 스 크 래 커 오리지널 플레이버 (남차우)
- ⑨ 코바나 라이스 크래커 (남차우)
- ⑩ 원트원트 셸리 센베이 (왕왕)
- ⑪ 원트원트 씨워드 라이스 크래커(왕왕)
- ⑫ 쌀로별 사르르 라이스칩 (B사)
- ⑬ 쌀로만든 고소한맛 (B사) 쌀로별
- ⑭ 참쌀선과 (C사)
- ⑮ 참쌀설빙 (C사)

#### ▶ 포지셔닝 ①: 경쟁제품 원산지별 가격 비교

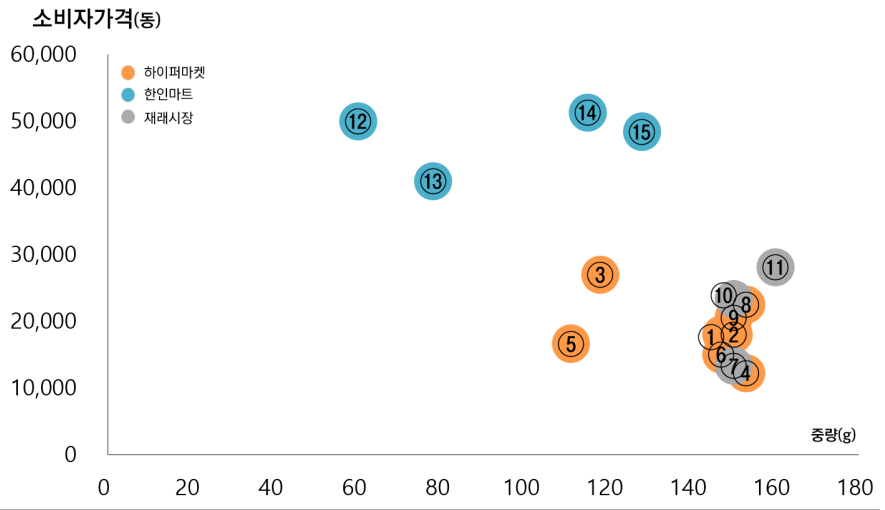
##### 한국산 경쟁제품 가격이 가장 높게 책정됨

베트남 오프라인 매장에서 조사된 쌀과자 제품 15개는 원산지에 따라 베트남산 제품 7개, 태국산 제품 2개, 대만산 제품 2개 그리고 한국산 제품 4개로 구분됨. 이에 제품의 원산지를 기준으로 100g당 가격을 조사해 본 결과, 100g당 가격이 가장 낮은 제품은 베트남산 제품으로, 경쟁제품 7개의 100g당 평균 가격은 17,172동(857원)임. 태국산 경쟁제품의 100g당 평균 가격은 21,567동(1,076원), 대만산 경쟁제품의 100g당 평균 가격은 25,729동(1,284원), 한국산 경쟁제품의 100g당 평균 가격은 47,692동(2,380원)으로 확인됨. 원산지별 100g당 평균 가격을 비교해 본 결과, 한국산 경쟁제품의 가격이 베트남산 경쟁제품 가격의 약 2.8배, 대만과 태국 경쟁제품의 가격의 각각 약 1.9배, 약 2.2배 더 높은 것이 확인됨

#### ▶ 포지셔닝 ②: 경쟁제품 판매 매장별 가격 비교

쌀과자 경쟁제품은 베트남 대표 하이퍼마켓인 코옵엑스트라(Coop Xtra)와 빈마트 (Vin Mart), 한인마트인 스카이마트(Sky Mart)와 케이마켓(K Market), 재래시장인 탄마이마켓(Tan My market)에서 조사됨. 하이퍼마켓에서 조사된 경쟁제품 8개의 100g당 평균가격은 18,750동(936원)이며, 한인마트에서 조사된 제품 4개의 100g당 평균가격은 47,692동(2,380원), 재래시장에서 조사된 제품 3개의 100g당 평균가격은 21,597동(1,077원)으로 확인됨. 한인마트에서 조사된 제품은 모두 한국산으로, 하이퍼마켓에서 조사된 제품보다 약 2.5배, 재래시장에서 조사된 경쟁제품의 평균 가격보다는 약 2.2배 더 높은 가격임. 경쟁제품 15개 중 100g당 가격이 가장 높은 제품은 한인마트에서 조사된 ⑭참쌀선과(C사) 제품으로 100g당 51,304동(2,560원)로 확인됨. 반면, 100g당 가격이 가장 낮은 제품은 ④밴 가오 느영 안 비 뜨 니엔(D사) 제품으로 100g당 12,252동(611원)에 판매됨

[표 1.3] 베트남 쌀과자 경쟁제품 포지셔닝②



자료 : 베트남 쌀과자 경쟁제품 15개 분석 결과



#### 4. 베트남 쌀과자 입점 매장 및 경쟁제품 정보

##### 호치민(Ho Chi Minh)

인구('19) <sup>2)</sup>	3,467,331명 (전체 인구의 8.34%)
성 비율('16) <sup>3)</sup>	0.91 : 1.00 (남성 : 여성)
면적 <sup>4)</sup>	2,061.2 제곱킬로미터 (국가 토지 면적의 0.6% 차지)
기타 정보	베트남 중앙직할시

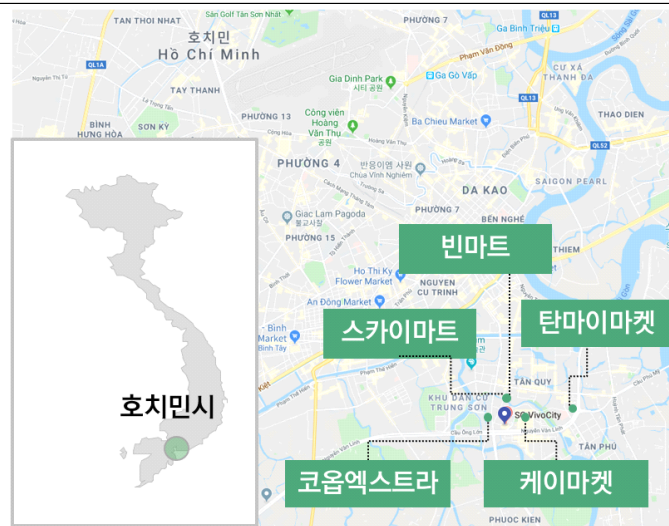
##### ▶ 베트남 호치민시 7군과 1군, 방문지역으로 선정

베트남의 중앙 직할시 5개중 하나이자 경제 중심지인 호치민시(Hồ Chí Minh)의 7군과 1군을 방문지역으로 선정함. 호치민시는 과거 남베트남공화국의 수도였으며, 현재까지 베트남의 경제 중심지 역할을 하는 핵심 도시임. 또한 프랑스 식민지 시절, 프랑스가 설계한 계획도시이자 프랑스에 의해 발전한 도시이기 때문에 프랑스풍의 건축물이 많이 남아 있어 동아시아의 진주, 동양의 파리 등으로 불리며 전 세계 관광객이 방문함

##### ▶ 베트남 호치민에 위치한 오프라인 매장 5곳 방문, 경쟁제품 15개 선정

베트남 호치민에 위치한 하이퍼마켓, 한인마트, 현지 재래시장을 방문하여 경쟁제품 15개를 선정함. 호치민시 7군에 위치한 한인마트 스카이마트(Sky Mart), 케이마켓(K Market)에서 한국산 쌀과자 경쟁제품을 총 4개를 조사했으며, 재래시장인 탄마이마켓(Tan My Market)에서는 베트남산 쌀과자제품 3개를 조사함. 2018년 베트남 하이퍼마켓 시장 점유율이 4위인 코옵엑스트라(Coop Xtra)와 베트남 현지 대기업 Vin Group 소유인 빈마트(Vin Mart)는 호치민시 1군에 위치해 있으며, 현지 베트남인 외에 주변 거주자들과 한국 관광객 방문이 많은 매장으로, 다양한 현지산 제품 외에 한국산 제품을 함께 판매하고 있음. 이에 하이퍼마켓인 코옵엑스트라와 빈마트에서 글로벌 지역에서 생산된 8개의 쌀과자 경쟁제품을 확인하여, 경쟁제품은 총 15개를 선정함

[표 1.5] 방문 매장 및 지역 특징



자료 : Google Maps

2) 자료: 월드파퐁레이션리뷰(Worldpopulationreview) 홈페이지(worldpopulationreview.com)


3) 자료: 베트남 통계청 홈페이지(www.gso.gov.vn)

4) 자료: 베트남 통계청 홈페이지(www.gso.gov.vn)

Shop ① 코옵엑스트라(Coop Xtra)

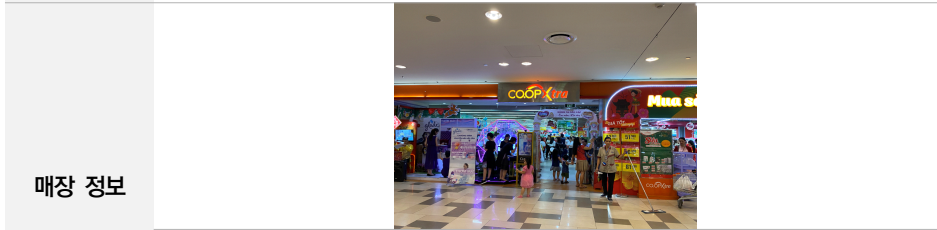
- 매장 정보**
- 유형 : 하이퍼마켓
  - 매장 주변 특징 :  
한인타운 초입에 위치한 대형 쇼핑몰 'SC VivoCity' 내 1층과 2층에 위치함 대로변에 위치하고 있으며 근처에는 대체가능한 쇼핑센터가 없음
  - 판매 제품 특징 :  
판매품 주요 원산지는 베트남이지만 스낵, 라면, 김 등 한국 제품들 또한 폭넓게 판매함
  - 주요 소비층 :  
지역 주민, 한인 교민

**브랜드 기본 정보**



베트남의 유통 대기업인 SAIGON CO.OP의 하이퍼마켓 브랜드임 전국적으로 매장 수는 많지 않지만, 베트남 하이퍼마켓 시장 점유율 4위(6.2%)의 유통 브랜드임 즐거움을 줄 수 있는 쇼핑 플레이스를 만드는 것을 목표로 다양한 이벤트와 액티비티를 진행하는 것이 강점임

조사 제품 수 : 5개



**위치**

도시(지역)	호치민
상세주소	SC VivoCity, 1058 Nguyen Van Linh, Tan Phong, Dist.7, Ho Chi Minh



판매 쌀과자 제품 정보

<b>쌀과자 판매 정보</b>			
	빈빈 라이스 크래커 오리지널 플레이버 (남차우)	코바나 라이스 크래커 (남차우)	
<b>쌀과자 판매 정보</b>			
	밴 가오 느영 안 비 뜨 니엔 (D사)	밴 가오 느영 안 비 따오 비엔 (D사)	밴 가오 비 만 (코옵셀렉트)

사진자료: 현지 조사원 자료



빈빈 라이스 크래커 오리지널 플레이버 (Bin Bin rice crackers original flavor)			
제품명	빈빈 라이스 크래커 오리지널 플레이버 (Bin Bin rice crackers original flavor)	제품 종류	쌀과자
브랜드	남차우 (Nam Chow)	제품 맛	고소한맛 (오리지널)
가격 <sup>5)</sup>	33,800동 (1,687 원)	포장 단위	묶음포장 (2개입*20봉)
원산지	태국	포장 형태	비닐 파우치
중량(g)	150g	유통기한	12개월
주요 성분	쌀, 쌀겨 오일, 설탕		



코바나 라이스 크래커 (Kobana Rice Cracker)			
제품명	코바나 라이스 크래커 (Kobana Rice Cracker)	제품 종류	쌀과자
브랜드	남차우 (Nam Chow)	제품 맛	고소한맛 (오리지널)
가격	30,900 동 (1,542 원)	포장 단위	묶음포장 (2개입*20봉)
원산지	태국	포장 형태	비닐 파우치
중량(g)	150g	유통기한	12개월
주요 성분	쌀(64.85%), 식물성 기름, 설탕		

5) 100동= 4.99원(2020.01.04., KEB하나은행 매매기준을 적용)

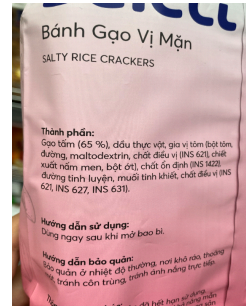




제품명	밴 가오 느엉 안 비 뜨 니엔 (Bánh gạo nướng An vị tự nhiên)	제품 종류	쌀과자
브랜드	D사	제품 맛	고소한맛 (구운떡맛)
가격	18,500 동 (923 원)	포장 단위	묶음포장 (2개입*14봉)
원산지	베트남	포장 형태	비닐 파우치
중량(g)	151.2g	유통기한	6개월
주요 성분	자포니카 쌀(57.3%), 식물성기름, 설탕		



제품명	밴 가오 느엉 안 비 따오 비엔 (Bánh gạo nướng An vị táo biển)	제품 종류	쌀과자
브랜드	D사	제품 맛	짠맛 (김맛)
가격	18,500 동 (923 원)	포장 단위	묶음포장 (2개입*14봉)
원산지	베트남	포장 형태	비닐 파우치
중량(g)	111.3g	유통기한	6개월
주요 성분	자포니카 쌀(57.3%), 식물성기름, 향신료 (설탕, 소금, 말토덱스트린, 조미료)		



제품명	밴 가오 비 만 (Bánh gạo vị mặn)	제품 종류	쌀과자
브랜드	코옵셀렉트 (Coop Select)	제품 맛	짠 맛
가격	22,500 동 (1,123 원)	포장 단위	묶음포장 (30봉)
원산지	베트남	포장 형태	비닐 파우치
중량(g)	150g	유통기한	8개월
주요 성분	싸라기(부스러진 쌀) (65%), 식물성기름, 새우 조미료(새우분말, 설탕, 말토덱스트린, 향미료)		

## Shop ② 빈마트 (Vin Mart)

<p><b>매장 정보</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 유형 : 하이퍼마켓</li> <li>· 매장 주변 특징 : 한인타운에서 가장 많이 알려진 아파트 단지 (스카이가든)의 상가에 위치한 아파트 단지와 주택 상가들과 밀접해 있어 접근성이 뛰어나</li> <li>· 판매 제품 특징 : 판매 제품들은 저렴한 단가로, 한국 수입산 제품이나, 현지에서 생산하는 한국 제품들을 많이 취급하는 편</li> <li>· 주요 소비층 : 현지 지역 주민(베트남인)</li> </ul> <p><a href="https://vinmart.com/">https://vinmart.com/</a></p>	<p><b>브랜드 기본 정보</b></p>  <p>2014년에 설립된 베트남 최대 소매 유통기업으로, 대형마트와 편의점을 함께 운영함. 베트남의 빈그룹(Vin Group)에 속해 있어 신뢰도나 현지 인지도가 높은 편이며, 큰 규모를 내세워 각종 식료품, 생필품을 저렴한 가격에 취급하는 것이 특징임</p>			
	<p><b>매장 정보</b></p> <p>조사 제품 수 : 3개</p>  <p><b>위치</b></p> <table border="1"> <tr> <td>도시(지역)</td> <td>호치민</td> </tr> <tr> <td>상세주소</td> <td>Sky Garden 2, 36/25 Pham Van Nghi, Tan Phong, Dist.7, Ho Chi Minh</td> </tr> </table>	도시(지역)	호치민	상세주소
도시(지역)	호치민			
상세주소	Sky Garden 2, 36/25 Pham Van Nghi, Tan Phong, Dist.7, Ho Chi Minh			
<p><b>쌀과자 판매 매대 전경</b></p>  	<p><b>판매 쌀과자 제품 정보</b></p>    <table border="1"> <tr> <td>원원 비 보 느영 (원원)</td> <td>원원 비 돔 느영 (원원)</td> <td>원원 비 포 마이 느영 (원원)</td> </tr> </table>	원원 비 보 느영 (원원)	원원 비 돔 느영 (원원)	원원 비 포 마이 느영 (원원)
원원 비 보 느영 (원원)	원원 비 돔 느영 (원원)	원원 비 포 마이 느영 (원원)		

사진자료: 현지 조사원 자료



**HANG VIET NAM  
CHAT LUONG CAO**

DO NGƯỜI TIÊU DÙNG  
BÌNH CHỌN

고품질 베트남 상품 인증  
(HVNCLC)

베트남의 품질 인증 마크  
(HVNCLC: Hang Viet Nam chat  
luong cao)로,  
베트남 비즈니스 협회를 통해  
발급됨

사진자료:  
베트남 고품질 제품 기업 협회  
(www.hvnclc.vn)



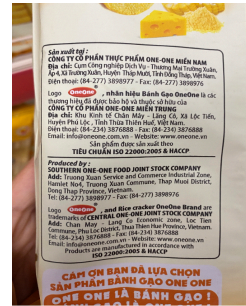
제품명	원원 비 보 느영 (One One Vị bò nướng)	제품 종류	쌀과자
브랜드	원원 (One-One)	제품 맛	기타 (스테이크맛)
가격	27,000 동 (1,347 원)	포장 단위	묶음포장 (2개입*27봉)
원산지	베트남	포장 형태	비닐 파우치
중량(g)	150g	유통기한	8개월
주요 성분	쌀(63%), 정제설탕, 식물성기름	인증 정보	베트남 고품질 상품 인증 (HVNCLC) <sup>6)</sup>



제품명	원원 비 톰 느영 (One One Vị tôm nướng)	제품 종류	쌀과자
브랜드	원원 (One-One)	제품 맛	짬맛 (새우맛)
가격	27,000 동 (1,347 원)	포장 단위	묶음포장 (2개입*27봉)
원산지	베트남	포장 형태	비닐 파우치
중량(g)	150g	유통기한	8개월
주요 성분	쌀(63%), 정제설탕, 식물성기름	인증 정보	HVNCLC 베트남 고품질 상품 인증

6) HVNCLC(Hang Viet Nam chat luong cao): 베트남 비즈니스 협회에서 발급하는 고품질 상품 인증





제품명	원원 비 포 마이 느어 (One One Vị phô mai ngô)	제품 종류	쌀과자
브랜드	원원 (One-One)	제품 맛	기타 (치즈, 옥수수맛)
가격	31,800 동 (1,587 원)	포장 단위	묶음포장 (2개입*10봉)
원산지	베트남	포장 형태	비닐 파우치
중량(g)	118g	유통기한	12개월
주요 성분	자포니카 쌀(60%), 식물성기름, 감자전분		

### Shop ③ 스카이마트(Sky Mart)

- 매장 정보**
- 유형유형 : 한인마트
  - 매장 주변 특징 : 호치민시 7군에 위치 . 다른 한인마트보다 매장 규모가 큰 편임. 100m 이내에 한인마트인 K Market이 있고, 주변에 편의점은 없음.
  - 판매 제품 특징 : 저가형 제품, 모든 제품 한국과 가격을 맞춘다는 원칙
  - 주요 소비층 : 지역 한국인(한국 교민 이 민자)

브랜드 기본 정보	호치민시 7군에 위치한 매장 규모가 큰 한인마트. 한국산 제품을 주로 판매하고 있으며, 다른 한인마트에 비해 판매하고 있는 제품의 가격대가 낮은 편임. 타 한인마트와 다르게 현지 제품을 거의 취급하지 않음. 베트남 내 여러 개의 오프라인 매장을 운영하고 있어 많이 알려진 한인마트로 주로 한국인 이민자들이 방문함.	
	조사 제품 수 : 3개	
매장 정보		
	도시(지역)	호치민
위치	상세주소	Sky Garden 2, 36/25 Pham Van Nghi, Tan Phong, Dist.7, Ho Chi Minh
	매대 사진	
쌀과자 판매 매대 전경	 	
	판매 쌀과자 제품 정보	
쌀과자 판매 정보		
	쌀로만든 쌀로벌 고소한맛 (B사)	밥풀과자 (옛날애)
		
	참쌀선과 (C사)	참쌀설병 (C사)

사진자료: 현지 조사원 자료



제품명	쌀로만든 쌀과별 고소한맛	제품 종류	쌀과자
브랜드	B사	제품 맛	고소한맛
가격	32,000 동 (1,597 원)	포장 단위	단일포장
원산지	한국	포장 형태	비닐
중량(g)	78g	주요 성분	쌀(외국산), 식물성유지(말레이시아산), 변성전분, 설탕



제품명	참쌀선과	제품 종류	쌀과자
브랜드	C사	포장 단위	묶음포장 (2개입*20봉)
가격	59,000 동 (2,944원)	포장 형태	비닐
원산지	한국	유통기한	9개월
중량(g)	115g	주요 성분	쌀, 팜유, 설탕



제품명	참쌀설빙	제품 종류	쌀과자
브랜드	C사	포장 단위	묶음포장 (2개입*10봉)
가격	62,000 동 (3,094 원)	포장 형태	비닐
원산지	한국	유통기한	9개월
중량(g)	128g	주요 성분	쌀,설탕,팜유

Shop ④ 케이마켓(K Market)

- 매장 정보**
- 유형 : 한인마트
  - 매장 주변 특징 :  
호치민시 7군의 한인타운 내에 서도 '강남'으로 분류되는 고급 아파트 단지 쪽에 위치 Grand View 아파트 단지 상가에 위치 케이마켓 타 지점들에 비해 관리가 잘 이뤄지는 편 100m 내에 현지 편의점과 한인마트인 스카이마트가 위치함
  - 판매 제품 특징 :  
한국 수입산 제품, 한인들이 많이 찾는 베트남 제품들을 두루 판매 PB 상품 판매
  - 주요 소비층 :  
지역 주민 (한인, 현지인)

브랜드 기본 정보	 <p>2017년 베트남 100대 브랜드 선정되어, 베트남에서 입지가 있는 한인마트. 2006년 설립되어 베트남 전국에 56개의 리테일 매장 운영 중. K마켓은 프리미엄 마켓으로 거듭나기 위해 인테리어 리모델링은 물론 고객 서비스 개선을 위해 다양한 시도를 해오고 있는 중</p>				
	조사 제품 수 : 1개				
매장 정보					
	위치	<table border="1"> <tr> <th>도시(지역)</th> <th>호치민</th> </tr> <tr> <td>상세주소</td> <td>163 Nguyen Duc Canh, Tan Phong, Dist.7, Ho Chi Minh</td> </tr> </table>	도시(지역)	호치민	상세주소
도시(지역)	호치민				
상세주소	163 Nguyen Duc Canh, Tan Phong, Dist.7, Ho Chi Minh				
쌀과자 판매 매대 전경	매대 사진				
					
쌀과자 판매 정보	판매 쌀과자 제품 정보				
	 <p>쌀로벌 사르르 라이스칩 (B사)</p>				





사진자료: 현지 조사원 자료





제품명	쌀로벨 사르르 라이스칩	제품 종류	쌀과자
브랜드	B사	제품 맛	인절미 맛
가격	30,000 동 (1,497 원)	포장 단위	단일포장
원산지	한국	포장 형태	비닐
중량(g)	60g	주요 성분	쌀스낵펠릿(·쌀, 타피오카전분, 정제소금), 혼합식용유(팜올레인유, 해바라기유), 인절미시즈닝

### Shop ⑤ 탄마이마켓(Tan My market)

<p><b>매장 정보</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 유형 : 재래시장</li> <li>· 매장 주변 특징 : 한인타운 쪽에서 10분 정도 떨어져 있지만 시장 주변은 완전한 로컬 지역 절반 이상이 아외 상권으로 형성되어 있고 골목이 좁아서 혼잡한 편</li> <li>· 판매 제품 특징 : 다른 재래시장에 비해 가격이 높은 편이지만 편의점이나 마트에 비해 가격이 저렴(과자류는 주로 도매가로 유통)</li> <li>· 주요 소비층 : 지역주민 및 관광객</li> </ul>	<p><b>브랜드 기본 정보</b></p> <p>호치민시 7구에 위치한 현지 재래시장으로, 한인타운에서 가깝고 쉽게 찾아갈 수 있어 타 현지 시장에 비해 한국인이 많이 찾음. 재래시장치고는 규모가 큰 편으로, 식자재와 생필품을 주로 취급. 시장 내에 다수의 편의점이 위치해있음.</p>						
<p><b>매장 정보</b></p>	<p>조사 제품 수 : 3개</p> <p><b>위치</b></p> <table border="1"> <tr> <td>도시(지역)</td> <td>호치민</td> </tr> <tr> <td>상세주소</td> <td>Ki Ot B26 Tan My Market, Tan Phu, Dist.7, Ho Chi Minh</td> </tr> </table>	도시(지역)	호치민	상세주소	Ki Ot B26 Tan My Market, Tan Phu, Dist.7, Ho Chi Minh		
도시(지역)	호치민						
상세주소	Ki Ot B26 Tan My Market, Tan Phu, Dist.7, Ho Chi Minh						
<p><b>쌀과자 판매 매대 전경</b></p>	<p>매대 사진</p> 						
<p><b>쌀과자 판매 정보</b></p>	<p>판매 쌀과자 제품 정보</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>원원 비잉어 듀 (원원)</td> <td>왕왕 셸리 센베이 (왕왕)</td> <td>왕왕 씨위드 라이스 크래커(왕왕)</td> </tr> </table>				원원 비잉어 듀 (원원)	왕왕 셸리 센베이 (왕왕)	왕왕 씨위드 라이스 크래커(왕왕)
							
원원 비잉어 듀 (원원)	왕왕 셸리 센베이 (왕왕)	왕왕 씨위드 라이스 크래커(왕왕)					

사진자료: 현지 조사원 자료



제품명	원원 비잉어 듀 (One One vị ngọt dịu)	제품 종류	쌀과자
브랜드	원원(One-One)	제품 맛	오리지널
가격	20,000 동 (998 원)	포장 단위	묶음포장 (2개입*12봉)
원산지	베트남	포장 형태	비닐
중량(g)	150g	유통기한	8개월
주요 성분	쌀(63%), 정제설탕, 식물성기름	인증 정보	베트남 고품질 상품 인증 (HVNCLC)



제품명	원트원트 셸리 센베이 (Want Want Shelly Senbei)	제품 종류	쌀과자
브랜드	왕왕(Want Want)	제품 맛	오리지널
가격	35,000 동 (1,747 원)	포장 단위	묶음포장 (2개입*12봉)
원산지	대만	포장 형태	비닐
중량(g)	150g	유통기한	12개월
주요 성분	쌀(68%), 옥수수 전분, 감자 가루, 설탕		



원트원트 씨워드 라이스 크래커 (Want Want Seaweed Rice Crackers)			
제품명	원트원트 씨워드 라이스 크래커 (Want Want Seaweed Rice Crackers)	제품 종류	쌀과자
브랜드	왕왕(Want Want)	제품 맛	해초맛
가격	45,000 동 (2,246 원)	포장 단위	묶음포장 (2개입*10봉)
원산지	대만	포장 형태	비닐
중량(g)	160g	유통기한	12개월
주요 성분	쌀(78%) 감자 가루, 옥수수 전분, 팜유		



## II. Competitor

### SUMMARY

1. 베트남 쌀과자 경쟁기업 포지셔닝
2. 베트남 쌀과자 경쟁기업 현황
3. 베트남 쌀과자 경쟁기업 분석

# Competitor

(경쟁기업)

## 베트남(VIETNAM)

### 쌀과자 경쟁기업

#### 선정 및 포지셔닝

##### 경쟁사 선정

· 경쟁제품 선정 기업체

##### 경쟁사 분류

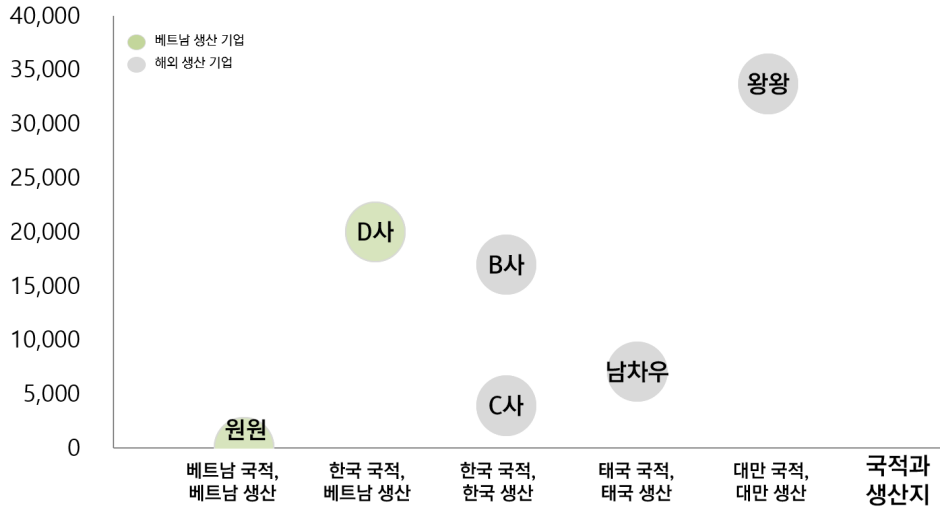
· 제조사 국적 및 생산지

##### 경쟁사 포지셔닝

· X축 : 제조사 국적 및 생산지

· Y축 : 매출액(억 원)

매출액('18/ 억 원)



## 베트남(VIETNAM)

### 쌀과자 경쟁기업 분석

제조사 국적 및 생산지	제조사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	매출액
베트남 국적, 베트남 생산	원원 (One-One)	오프라인 / 온라인	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 튀기지 않고 구워 건강한 · 안전한 원료 · 콜레스테롤과 트랜스지방이 없는	700억 동7) (34억 9300만원)
한국 국적, 베트남 생산	D사	오프라인 / 온라인	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 차별화된 직화구이 공법 · 수확한지 6개월, 도정하지 1달 이내의 신선한 쌀 · 바삭하고 구수한 쌀향 그대로	1조 9,976억 8,300만원8)
한국 국적, 한국 생산	C사	오프라인	· 자사 홈페이지	· 좋은 쌀로 만든 정통 과자 · 자연의 영양을 간직한 · 맛있는 날엔 쌀과자와 함께	3,885억 3,224만원
한국 국적, 한국 생산	B사	오프라인	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 고소한 쌀과자, 모두다 쌀과자 · 고독할때나 기쁠때나 언제나 · 전통의 오리지널 과자	1조 6,945억 1,327만원
태국 국적, 태국 생산	남차우 (Namchow)	오프라인 / 온라인	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 아이들에게 완벽한 쌀과자 · 여러 가지 맛을 즐겨보세요 · 자연적인 풍미와 글루텐프리	182억 8,735만 4,000 TWD (7,053억 4,324만 원)9)
대만 국적, 대만 생산	왕왕 (Want Want)	오프라인 / 온라인	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 고품질의 맛있는 간식 · 다양한 지역에서의 특별한 맛을 상 · 상해봐 · 거대하고 풍성한 선물 상자	202억 7,470만 8,000위안10) (3조 3,680억 3,449만 원)

(\*) 현지 판매 쌀과자 제조기업 6개사 분석

7) 100동 = 4.99원(2020.01.04.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

8) 2018년 D그룹 매출액으로 베트남 자회사 매출액은 2,364억 2,910만 원으로 확인됨.

9) 1타이완달러 = 38.57원(2020.01.04.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

10) 1위안 = 166.12원(2020.01.04.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 1. 베트남 쌀과자 경쟁기업 포지셔닝

### ▶ 경쟁기업으로 현지기업 1개사와 글로벌 기업 5개사 선정

베트남 오프라인 매장에서 조사된 쌀과자 15개 중 조사된 경쟁제품의 수, 기업의 국적, 기업의 규모를 기준으로 총 6개의 경쟁기업을 선정함. 베트남 스낵 시장 점유율 1위인 한국 기업 D사와 6위인 베트남 현지 기업 원원<sup>11)</sup>을 경쟁기업으로 우선 선정하였으며, 2개의 경쟁제품이 확인된 한국 기업 크라운제과와 롯데제과와 태국의 남차우, 대만의 왕왕를 경쟁기업으로 최종 선정함. 이에, 베트남 기업 1개사, 글로벌 기업 5개사가 최종 경쟁기업으로 선정됨

### ▶ 경쟁기업 6개사, 매출액 조사

베트남에 진출한 경쟁기업 6개사의 매출액을 조사한 결과, 글로벌 기업 왕왕(Want Want)의 2018년 매출액이 3조 3,680억 3,449만 원으로 가장 높으며, 베트남 현지기업 원원이 700억 동(34억 9,300만 원)으로 가장 낮은 매출액을 보유한 것으로 조사됨. 왕왕, D사, B사, 남차우, C사, 원원 순으로 매출액이 높음

### ▶ 경쟁기업 6개사, 경쟁제품의 동일 품목 수 조사

베트남에 진출한 경쟁기업 6개사의 쌀과자 동일품목 수를 조사한 결과, 태국 기업인 남차우가 23개로 가장 많은 동일 품목수를 보유함. 대만 기업인 왕왕의 경우, 매출액은 경쟁기업 중 가장 많았고 동일품목수는 16개로 두 번째로 많은 것으로 확인됨. D사와 C사가 2개의 쌀과자 동일 품목을 보유하여 가장 적은 개수를 기록함

[표 2.1] 베트남 쌀과자 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	기업 국적	생산지	동일품목 보유 수	매출액
원원 (One-One)	베트남	베트남	7개	700억 동 (34억 9,300만 원)
D사	한국	베트남	2개	1조 9,976억 8,300만 원
C사	한국	한국	2개	3,885억 3,224만 원
B사	한국	한국	6개	1조 6,945억 1,327만 원
남차우 (Namchow)	태국	태국	23개	182억 8,735만 4,000 대만달러 (7,053억 4,324만 원)
왕왕 (Want Want)	대만	대만	16개	202억 7,470만 8,000위안 (3조 3,680억 3,449만 원)

자료 : 베트남 쌀과자 제조기업 6개사 분석 결과

11) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Snacks in Vietnam」, 2019.08.

## 2. 베트남 쌀과자 경쟁기업 현황

### ▶ 경쟁기업 6개사, 베트남 오프라인 및 온라인 채널 진출

경쟁기업 6개사 중 4개사는 오프라인 채널과 온라인 채널에 모두 진출한 것으로 확인됨. 경쟁기업이 진출한 오프라인 채널은 하이퍼마켓, 한인마트, 재래시장이며, 경쟁기업이 가장 많이 진출한 오프라인 채널은 하이퍼마켓임. 온라인 채널의 경우, 사피 온라인몰(Shopee), 라자다 온라인몰(Lazada), 티키 온라인몰(Tiki)에서 경쟁기업의 제품이 확인됨. 사피 온라인몰(Shopee)과 라자다 온라인몰(Lazada), 티키 온라인몰(Tiki)은 2018년 기준 베트남에서 가장 인기있는 온라인 쇼핑 사이트의 상위 3개사임<sup>12)</sup>. 대만기업 왕왕(Want Want)과 한국기업 D사는 위의 온라인몰 3개에 모두 진출한 것으로 확인됨. 한국기업인 C사와 B사의 경우, 해당 온라인몰에는 진출하지 않은 것으로 조사됨

### ▶ 경쟁기업 6개사 중 5개사 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용

베트남 시장에 진출한 경쟁기업 6개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 6개사 중 5개사가 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 모두 홍보채널로 활용함. 경쟁기업 6개사는 모두 자사 국적 홈페이지를 운영하고 있으며, 베트남 현지기업인 윈윈뿐 아니라 베트남 내에 현지법인을 설립한 D사는 베트남 현지 국적 홈페이지를 운영하고 있음. 베트남 시장에 진출한 경쟁기업 6개사의 홍보채널을 조사한 결과, 가장 많이 활용하는 홍보채널은 페이스북 (Facebook)으로 6개사 중 4개사가 페이스북을 활용하여 제품 홍보를 진행함. 그 외에 트위터와 유튜브를 홍보용 채널로 이용하고 있으나, 활발한 홍보 활동은 이루어지지 않는 것으로 보임.

### ▶ 경쟁기업 홍보문구로 ‘엄선된 원료’와 ‘모두’를 강조하여 홍보

베트남 시장에 진출한 쌀과자 경쟁기업들은 주로 제품의 ‘엄선된 재료’와 ‘가족’을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. ‘베트남쌀 100%’, ‘엄격한 원재료 관리를 통해 생산된 자포니카 품종의 쌀’ 등의 홍보문구로 주원료를 강조하였고, ‘글루텐 프리’, ‘인체에 무해’, ‘합성 원료를 사용하지 않은’ 등의 문구를 활용해 원료 선정 기준을 제시하기도 함. 또한, ‘가족들과 어디서든 즐길 수 있는’, ‘친척과 함께’ 등의 문구로 다양한 고객층이 즐길 수 있는 제품이라는 점을 강조함. 이 외에도 왕왕(WantWant)은 자신들만의 독특한 맛을 강조하였고, 남차우(Nam Chow)는 SNS 플랫폼을 통해 영유아의 제품 섭취 영상을 공유하며 영유아 고객을 주요 대상으로 제품을 홍보함

12) 자료: 스탯티스나(Statista), “Leading e-commerce sites Vietnam 2018”



[표 2.2] 베트남 쌀과자 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
원원 (One-One)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 빈마트, 탄마이마켓</li> </ul> </li> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 샤피</li> <li>- 티키</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 트위터</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>고품질 베트남 자스민 쌀을 사용</li> <li>착색제와 보존제를 사용하지 않음</li> <li>온 가족이 함께 즐기는 쌀과자</li> </ul>
D사	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 코옵엑스트라</li> </ul> </li> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 샤피</li> <li>- 라자다</li> <li>- 티키</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>현지 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 유튜브</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>노하우가 집약된 쌀과자</li> <li>차별화된 품종의 쌀 원료</li> <li>온 국민의 입맛을 사로잡은 간식</li> </ul>
C사	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 스카이마트</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>노릇노릇하게 구워진 쌀과자</li> <li>참 좋은 쌀로 만든</li> <li>자연이 그대로 담긴</li> <li>안심할 수 있는 쌀과자</li> </ul>
B사	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 스카이마트</li> <li>- 케이마켓</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유튜브</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>23년 역사를 자랑하는</li> <li>오리지널 쌀과자</li> <li>남녀노소 즐기는</li> </ul>
남차우 (Nam chow)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 코옵엑스트라</li> </ul> </li> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 라자다</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>영유아가 즐기는 쌀과자</li> <li>부드러운 질감과 다양한 맛</li> <li>엄선된 천연 원자재</li> <li>글루텐 프리</li> </ul>
왕왕 (Want Want)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 탄마이마켓</li> </ul> </li> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 샤피</li> <li>- 라자다</li> <li>- 티키</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>새로운 맛, 국가별 다양한 맛 (일본의 명란맛, 한국의 미역맛, 사우디아라비아의 소금식초맛 등)</li> <li>클래식한 맛의 크래커</li> <li>다양한 패키지 포장이 있다</li> </ul>

자료 : 베트남 진출 쌀과자 제조기업 6개사 분석 결과

### 3. 베트남 쌀과자 제조 경쟁기업 분석

#### 동일품목 종류

① 원원 비 잉어 듀 오리지널



② 원원 비 보 느엉 스테이크맛



③ 원원 비 퐁 느엉 새우맛



④ 원원 골드 비 키 드어 간장맛



⑤ 원원 골드 비 수아 녕 치즈옥수수맛



⑥ 원원 골드 비 녕 비 다셋썩맛



자료: 원원 페이스북

#### ① 원원(One-One)

기업 기본 정보	기업명	원원(One-One)		
	홈페이지	www.oneone.vn		
	위치	Lang Co Economic Zone, Loc Tien Commune, Phu Loc District, Thua Thien-Hue Province, Vietnam		
	수익('18) <sup>13)</sup>	700억 동 (34억 9300만 원)		
기업 진출 채널	규모	설립년도	2007년	
	동일품목 수	7개(쌀과자 기준)		
기업 홍보 채널	〈오프라인 매장〉 빈마트, 탄마이마켓		제품명	원원 비 포 마이 느어 (One One Vị phô mai ngò)
			용량	118g
			가격	31,800 동 (1,587 원)
			제품 종류	쌀과자류
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 샤피 온라인몰 티키 온라인몰		제품명	원원 비 포 마이 느어 (Bánh gạo ngọt vị phô mai ngò One One gói)
			용량	118g
			가격	30,000 동 (1,497 원)
			제품 종류	쌀과자류
기업 홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자사 홈페이지</li> <li>- 제품, 기업 소개 및 홍보</li> <li>• SNS 플랫폼(페이스북, 트위터)</li> <li>- 경쟁제품 소식 공유 및 홍보</li> <li>- 홍보 영상 공유</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 베트남 원산지 100% 고급 원료</li> <li>• 고급 자포니카 쌀 원료 사용</li> <li>• 풍부하고 독특한 맛과 즐거움 경험</li> <li>• 가족과 함께 즐기는 쌀과자</li> </ul>		

사진자료: 원원 홈페이지, 샤피 온라인몰, 원원 페이스북

13) 100동 = 4.99원(2020.01.04.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

동일품목 종류

①  
밴 가오 느엉 안 비 뜨 니엔  
(구운떡맛)



②  
벤가오 느엉 안 비 따오 비엔  
(짬맛)



자료: 사피온라인몰

② D사

		기업명	D사	
기업 기본 정보	위치	서울시 용산구 백범로 90다길 13		
	수익('18)14	1조 9,976억 8,300만 원		
	규모	설립년도	1956년 (베트남 현지법인 설립 2005년)	
	동일품목 수	2개(쌀과자 기준)		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 코옵엑스트라	제품명	밴 가오 느엉 안 비 뜨 니엔 (Bánh gạo nướng An vi tự nhiên)	
		용량	151.2g	
	가격	18,500 동 (923 원)		
	제품 종류	쌀과자류		
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 사피 온라인몰 라자다 온라인몰 티키 온라인몰	제품명	밴 가오 느엉 안 비 뜨 니엔 (Bánh gạo nướng An vi tự nhiên)	
		용량	151.2g	
		가격	15,000~20,700 동 (749~1,033 원)	
		제품 종류	쌀과자류	
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 및 현지 홈페이지</li> <li>- 제품, 기업 소개 및 홍보</li> <li>SNS 플랫폼 (페이스북, 유튜브)</li> <li>- 제품 소식 공유 및 홍보</li> <li>- 홍보 영상 공유</li> </ul>		
		홍보 문구	<ul style="list-style-type: none"> <li>자포니카 품종 쌀</li> <li>엄선한 원료, 인체에 안전</li> <li>불에 직접 굽는 제조 방식</li> <li>바삭바삭한 식감</li> <li>편리한 패키지</li> </ul>	

사진자료: D사 홈페이지, 사피 온라인몰

●  
동일품목 종류

①

참쌀설빙



②

참쌀선과



자료: C사 홈페이지

③ C사

	기업명	C사		
	위치	서울특별시 용산구 한강대로72길 3(남영동)		
기업 기본 정보	수익('18)15)	3,885억 3,224만원		
	규모	설립년도	2017년 <sup>16)</sup>	
	동일품목 수	2개(쌀과자 기준)		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 스카이마트		제품명	참쌀설빙
			용량	128g
			가격	62,000 동 (3,094 원)
			제품 종류	쌀과자류
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>- 제품, 기업 소개</li> <li>- 홍보 영상 공유</li> </ul>		
		홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> <li>바삭바삭한 식감!</li> <li>자포니카 품종 쌀</li> <li>엄선한 원료(엄선된 지역 생산)</li> <li>불에 직접 굽는 제조 방식</li> </ul>
사진자료: C사 홈페이지				

15) C사 홈페이지

16) 2017년 인적 분할로 설립되어 식품제조 및 판매를 담당하는 식품사업부문을 담당



동일품목 종류

①

쌀로별 오리지널



②

쌀로별 인절미



③

쌀로별 메이플유과



④

쌀로별 구운별



⑤

쌀로별 사르르 라이스칩



⑥

쌀로별 구운라이스래커 (인절미맛)



자료: B사 홈페이지

④ B사

		기업명	B사
기업 기본 정보	위치	서울특별시 영등포구 양평로21길 10	
	수익('18)17)	1조 6,945억 1,327만 원	
	규모	설립년도	2017년 <sup>18)</sup>
	동일품목 수	6개 (쌀과자 기준)	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 케이마켓 스카이다트	제품명	쌀로만든 쌀로별 고소한맛
		용량	78g
		가격	32,000 동 (1,597 원)
		제품 종류	쌀과자류
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>제품, 기업 소개 및 홍보</li> <li>SNS 플랫폼 (유튜브)</li> <li>경쟁기업 소식 공유 및 홍보</li> </ul>	
		기업 홍보 문구	

사진자료: B사 홈페이지, 샤피 온라인몰

17) B사 홈페이지

18) 2017년 인적 분할로 설립되어 식품제조 및 판매를 담당하는 식품사업부문을 담당

⑤ 남차우(Nam chow)

동일품목 종류

①  
빈빈 라이스 크래커  
오리지널 플레이버



②  
빈빈 스노우 라이스 크래커



③  
빈빈 라이스 크래커  
코코넛 밀크 플레이버



④  
빈빈 띠 라이스 크래커  
(오리지널/어니언/참깨/치즈)



⑤  
라이스 크래커  
(오리지널/스윗칠리)



자료: 남차우 홈페이지

기업 기본 정보	기업명	남차우(Nam chow)
	홈페이지	www.namchow.co.th
기업 진출 채널	위치	75/28-29 19th Floor, Ocean Tower 2, Soi Sukhumvit 19, Sukhumvit Road, North Klongtoey, Wattana, Bangkok, 태국
	규모	수익(*18)19)20) 182억 8,735만 4,000 TWD (7,053억 4,324만 원)
기업 홍보 채널	동일품목 수	23개(쌀과자 기준)
	제품명	빈빈 라이스 크래커 오리지널 플레이버 (Bin Bin rice crackers original flavor)
기업 홍보 문구	용량	150g
	가격	33,800 동 (1,687 원)
기업 홍보 채널	제품 종류	쌀과자류
	제품명	빈빈 라이스 크래커 (Bánh Bin Bin Rice Crackers Original )
기업 홍보 문구	용량	75g
	가격	19,000 동 (948 원)
기업 홍보 채널	제품 종류	쌀과자류
	기업 홍보 채널	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>- 제품, 기업 소개 및 홍보</li> <li>SNS 플랫폼 (페이스북)</li> <li>- 경쟁제품 소식 공유 및 유통채널 홍보</li> </ul>
기업 홍보 문구	기업 홍보 문구	<ul style="list-style-type: none"> <li>독특한 풍미를 가진 오리엔탈 스타일</li> <li>세계 최고의 천연쌀 재스민 쌀로 만든</li> <li>맛있고 건강한 저지방 간식</li> <li>아이들에게 완벽한 쌀스낵</li> </ul>

사진자료: 남차우 홈페이지, 샤피온라인몰

19) 1타이완달러 = 38.57원(2020.01.04.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

20) 자료: 남차우(Nam Chow) 홈페이지, Annual reprot 2018

●  
동일품목 종류

①  
왕왕 셸리 센베이 오리지널



②  
왕왕 씨워드 라이스 크래커



③  
왕왕 스몰 크리스피 (닭고기맛/조금 매운맛)



④  
왕왕 셸베이 솔트



⑤  
왕왕 라이스크래커 (소금 후추맛)



자료: 왕왕 홈페이지

⑥ 왕왕(Want Want)

기업 기본 정보	기업명	왕왕(Want Want)		
	홈페이지	www.want-want.com		
	위치	No.1088, East Hong Song Road, Shanghai, PRC		
	수익(*18)21)22)	202억 7,470만 8,000위안 (3조 3,680억 3,449만 2,990원)		
	규모	설립년도	1962년	
기업 진출 채널	동일품목 수	16 개(쌀과자 기준)		
	〈오프라인 매장〉 탄마이마켓	제품명	왕왕 셸리 센베이 (Want Want Shelly Senbei)	
		용량	150g	
		가격	35,000 동 (1,747 원)	
		제품 종류	쌀과자류	
〈온라인 매장〉 사피 온라인몰 라자다 온라인몰 티키나우 온라인몰	제품명	왕왕 셸리 센베이 (Bánh Gạo Want Want Shelly Senbei)		
	용량	150g		
	가격	40,000 동 (1,996 원)		
	제품 종류	쌀과자류		
기업 홍보 채널				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>제품, 기업 소개 및 홍보</li> <li>SNS 플랫폼 (페이스북)</li> <li>제품 소식 공유 및 홍보</li> <li>경쟁제품이 실린 뉴스 공유</li> </ul>			
기업 홍보 문구				
<p>• 다양한 패키지 포장</p> <p>• 독창적이고 새로운 맛</p> <p>• 넉넉한 용량</p>				

사진자료: 왕왕 홈페이지, 사피 온라인몰

21) 1RMB = 166.12원(2020.01.04.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

22) 자료: 왕왕홀딩스(Want Want Holdings), Annual Report 2017/2018

## III. Buyer Interview

### SUMMARY

Interview ① 빈마트(Vin Mart)

Interview ② 홈푸드(Homefood)

Interview ③ 오가니카(Organica)

Interview ④ 비엠타이트링(Viet Thai Trung)

Interview ⑤ 웹탭호아(Web Tap Hoa)








# Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

**베트남 (VIETNAM)**  
**쌀과자 바이어**  
**대상 바이어 업체 선정**

인터뷰 대상 기업체 선정  
 · 식품 수입유통업체 ○  
 · 쌀과자 취급 경험 ○

	빈 마트 (Vin Mart)	홈푸드 (Homefood)	오가니카 (Organica)	비엠타이트링 (Viet Thai Trung)	웹탭호아 (Web Tap Hoa)
업체 ▶	소매업체	소매업체	소매업체	도매업체	온라인 소매업체
쌀과자 취급 ▶					
	쌀과자	쌀크래커	쌀크래커	쌀크래커	쌀크래커

사진자료: 빈마트(Vin Mart), 홈푸드(Homefood), 오가니카(Organica), 비엠타이트링(Viet Thai Trung), 웹탭호아(Web Tap Hoa) 홈페이지

**베트남(VIETNAM)**  
**쌀과자 바이어 인터뷰**

A사	빈 마트 (Vin Mart) 소매업체	홈푸드 (Homefood) 소매업체	오가니카 (Organica) 소매업체	비엠타이트링 (Viet Thai Trung) 도매업체	웹탭호아 (Web Tap Hoa) 온라인 소매업체
1,500원 제품 가격	용량대비 <b>비싼 편</b>	유사 제품이랑 비교했을 때 <b>적당한 가격</b>	용량대비 <b>비싼 가격</b>	유사 제품이랑 비교했을 때 <b>다소 비싼 편</b>	유사 제품이랑 비교했을 때 <b>저렴한 편</b>
60g 제품 용량	150g	60g,100g	30g	90-100g	150g
비닐포장 제품 포장	플라스틱 팩 날개 포장	종이 팩 일괄 포장	종이 팩 날개 포장	플라스틱 팩	플라스틱 팩 날개 포장

(\*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 5개사

## Interview ① 빈마트(Vin Mart)



23)

### 빈마트 (Vin Mart)

전문가 소속

빈마트  
(Vin Mart)  
소매업체

전문가 정보

Ms. Thai  
(Online Seller)

Đồ uống	Sữa - Kem & sản phẩm từ sữa	Dầu ăn - Gia vị - Thực phẩm khô	Rau - Củ	Trái cây	Thịt & Thủy hải sản	Thực phẩm đông lạnh & bảo quản mát
Gạo - Nông sản khô - Bột	Bánh kẹo - Đồ ăn vặt	Thiết bị nhà bếp	Đồ dùng giặt là - vệ sinh	Hóa phẩm - Chất tẩy	Chăm sóc cá nhân	Chăm sóc cho bé



Bánh quy bơ Pháp LU hộp 300g

**84.200 đ**  
~~103.600 đ~~

- 1 +



Bánh quy bơ Pháp LU hộp 300g

**84.200 đ**  
~~103.600 đ~~

- 1 +



Bánh quy hỗn hợp Danisa hộp 200g

**52.900 đ**  
~~55.000 đ~~

- 1 +

### 빈마트(Vin Mart)

### Online Seller, Ms. Thai

빈마트는 빈그룹(VinGroup)에 속한 슈퍼마켓 형태의 소매업체로, 2014년에 설립되었음. 관련 업체로는 편의점 형태의 빈마트플러스(Vinmart+)가 있음. 빈마트는 스낵류, 음료류, 냉동식품, 육류, 어류, 가정용품, 화장품 등 다양한 산업군을 취급하고 있음. 2019년 기준 베트남 전역에 빈마트는 약 108개 이상의 매장을 보유하고 있고, 빈마트플러스는 1,700개의 매장이 있음. 페이스북을 통해 신상품 할인 행사를 진행함

23) 사진자료: 빈마트(Vin Mart) 홈페이지 (vinmart.com)



가격	1,500원
용량	60g
포장	비닐 포장

**Q1. 최근 베트남 내 인기 과자는 무엇인가요?**

베트남 소비자는 맛이 짭짤하면서도 바삭한 식감의 과자를 선호합니다. 따라서 과자 중에서는 포테이토칩의 수요가 많은 편입니다. 포테이토칩의 대표 브랜드로는 미스터포테이토(Mister Potato)가 있습니다.

**Q2. 쌀과자에 대한 인지도는 어떠한가요?**

베트남 내 쌀과자 인지도는 높은 편이나, 한국산 등 수입 쌀과자에 대한 인지도는 낮은 편입니다. 대표 브랜드로는 원원(One One)과 리치(Richy)가 있습니다. 해당 브랜드의 제품은 현지에서 생산되어 판매되고 있습니다. 특히 리치(Richy) 브랜드는 한국으로 수출되고 있으며, 한국-베트남 간 항공편에 간식으로도 제공된다고 들은 바 있습니다.

**Q3. 취급하는 제품의 가격 및 포장형태가 어떻게 되나요?**

원원(One One)브랜드의 판매 가격은 150g에 20,700동(1,032원)<sup>24)</sup>입니다. 이와 비교했을 때 A사의 제품은 용량 대비 비싼 편에 속합니다. 제품의 포장형태는 보통 플라스틱 포장 안에 날개 포장이 별도로 되어 있습니다. 소비자들은 날개 포장이 위생적이고 편리하다고 생각하여 선호합니다. 하지만 한 번에 여러 개를 먹는 제품은 날개 포장보다 일괄포장을 더 선호합니다.

**Q4. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 하나요?**

인절미 과자만의 식감과 맛을 알리도록 노력해야 합니다. 베트남 소비자들은 현지 쌀과자에 익숙하며, 대부분 짭짤하거나 바삭한 식감의 제품을 즐겨왔습니다. 따라서 기존과 다른 식감과 맛의 제품이 출시되면, 소비자가 알 수 있도록 홍보하는 것이 중요합니다. 슈퍼마켓과 편의점이 쌀과자의 유통채널임을 감안해, 샘플 제공 등의 행사를 통해 소비자에게 새로운 식감과 맛을 알리는 것이 중요하다고 생각합니다. 또한 쌀과자의 주요 고객이 어린이와 직장인이라는 점을 고려하여, 고객맞춤형 마케팅 전략을 구사할 수 있어야 합니다.

24) 100동= 4.99원(2020.01.04.,KEB 하나은행 매매기준을 적용)

## Interview ② 홈푸드(Homefood)



25)

홈푸드  
(Homefood)

전문가 소속

홈푸드  
(Homefood)  
소매업체

전문가 정보

Mr. Hung  
(Sales Department)

**Bếp Homefood**

Tin tức | Bài thuốc dân gian | Hỏi - đáp

**HỖ TRỢ TRỰC TUYẾN**

Tại Hà Nội  
0937 96 0088

Tư vấn viên  
098.873.9508

**Cách nấu nước dùng rau củ thơm ngọt không kèm nước ninh xương**  
Có ba cách nấu nước dùng chay thơm ngọt từ rau củ thay cho nước ninh xương bạn có thể tham khảo trong bài viết dưới đây.

**Cách làm súp lơ xào nấm vừa ngọt vừa thơm**  
Súp lơ xào nấm vừa ngọt vừa thơm, lại cung cấp đầy đủ vitamin và chất đạm cho bữa cơm hàng ngày.

**Cách nấu phở thực dưỡng bằng phở gạo lứt khô**  
Chúc các bạn thành công với món phở thực dưỡng ngon đến khó quên và rất tốt cho sức khỏe.

**Lẩu thực dưỡng cho các buổi tiệc chúc mừng, tết niên hay gặp mặt**  
Món lẩu thực dưỡng dưới đây rất phù hợp với các buổi tiệc chúc mừng, tết niên hay gặp mặt gia đình, bạn bè dịp cuối tuần. Chúc các Quý khách hàng của Homefood luôn mạnh khỏe.

**SẢN PHẨM MỚI**

- Giò quà tình th... 800,000 đ
- Giò quà yêu thư... 700,000 đ
- Giò quà sức kho... 1,500,000 đ
- Giò quà gia đìn... 1,000,000 đ
- Giò quà xuân vè 600,000 đ

>> Xem tất cả

**Bánh gạo lứt Bà Tích - Mè giòn**  
1050092

**Giá: 31,000 đ**  
TC/XS: Macrobiotic  
Trọng lượng: 0 g  
Đơn vị: Hộp  
Số lượng: Đặt hàng  
Nhà cung cấp:

1 31,000 đ

**THÊM VÀO GIỎ**

**Lần đầu tiên mua hàng?**  
Click để xem: Hướng dẫn mua hàng

**1. THÔNG TIN BÁNH GẠO LỨT BÀ TÍCH - MÈ GIÒN**

Bánh gạo lứt Bà Tích - mè giòn là sự kết hợp tuyệt vời của 3 yếu tố: nguyên liệu, bí quyết chế biến và công nghệ hiện đại. Sản phẩm có vị giòn, bùi, ít ngọt, thơm mùi gạo mới cùng các thành phần thực dưỡng như rong biển, bơ thực vật, muối hãm dưỡng sinh... tạo nên hương vị đặc trưng, được nhiều người ưa thích.

## 홈푸드(Homefood) Sales Department, Mr. Hung

홈푸드는 소매업체 및 레스토랑으로 유기농, 자연주의 식품을 취급하고 있음. 주로 유기농 농산물, 차, 과일류, 채소류, 견과류, 천연 화장품 등을 판매함. 유기농 및 천연 성분으로 만든 음식을 판매하여 자연과의 상생을 추구함. 판매 제품의 신뢰성을 강조하고 있으며, 스낵류 역시 유기농, 글루텐프리 제품을 추구함. 페이스북을 통해 제품 홍보, 할인 행사를 진행함

25) 사진자료: 홈푸드(Homefood) · 홈페이지 (homefood.com.vn)



가격 1,500원

용량 60g

포장 비닐 포장

### Q1. 쌀과자의 인지도는 어떠한가요?

베트남 내 쌀과자의 인지도는 굉장히 높은 편입니다. 원원(One One), 리치(Richy) 외에도 프리미엄 쌀과자를 판매하는 바티크(Ba Tich) 등 다양한 현지 브랜드가 존재합니다. 또한 최근 다이어트 하는 사람들이 증가함에 따라, 쌀과자의 수요 또한 증가하고 있는 추세입니다.

### Q2. 스낵류의 주 고객층은 어떻게 되나요?

스낵류는 주로 10살 이하의 아이나, 20-30대 직장인에게 인기가 높습니다. 특히 아이들에게는 초콜릿, 비스킷 종류의 달콤한 과자의 수요가 많은 편입니다. 포테이토칩은 아이들, 직장인 모두에게 수요가 많습니다. 쌀과자 역시 아이와 직장인이 즐겨먹는 제품입니다. 기존 베트남 과자가 쌀과자가 짭짤하기 때문에 A사와 같은 달콤한 맛의 과자가 판매된다면, 아이들의 입맛에 적격일 것으로 생각합니다.

### Q3. 취급하는 제품의 포장형태는 어떠한가요?

쌀과자의 주 고객층이 어린이와 직장인이기에, 제품 대부분이 소포장 형태입니다. 작은 단위의 종이 팩 포장형태가 학교나 직장에 가지고 다니기 편리하기 때문입니다. A사의 60g 용량은 특히 아이들에게 한 끼 간식으로 적절한 것으로 판단됩니다. 하지만 만약 주 고객층을 가족 단위로 생각한다면, 소규모 포장보다는 큰 용량의 포장이 적합할 것으로 생각합니다. 베트남 사람들은 제품을 여러 번 구매하는 것을 귀찮아하는 특성을 갖고 있기 때문입니다.

### Q4. 가격은 어느 정도가 적당한가요?

현지 쌀과자 브랜드 원원(One one)와 프리미엄 브랜드 바티크(Ba Tich)은 100g 제품을 31,000동(1,546원)에 판매하고 있습니다. 이러한 관점에서 보았을 때, A사의 제품은 비싼 편이라고 생각합니다. 물론 기존의 베트남 쌀과자와는 달리 콩고물이 묻혀있고 달콤한 맛으로 차별점이 있지만, 용량 대비 가격이 저렴한 편에 속하지 않습니다.



## Interview ③ 오가니카(Organica)

26)



오가니카  
(Organica)

전문가 소속

오가니카  
(Organica)  
소매업체

전문가 정보

Ms. Phuong  
(Store Manager)

SOCOLA ĐEN HỮU CƠ 62% 98.000đ	TỎI ĐEN HỮU CƠ HÀN QUỐC 460.000đ /100g	BÁNH QUY HẠT CHIA 115.000đ	QUẢ OLIVE NGÂM MUỐI HỮU CƠ 365G 288.000đ	BÁNH GIÒN SÔ CÔ LA NHÂN DỪA HỮU CƠ 180.000đ
Một loại socola với	Tỏi đen hữu cơ Hàn Quốc	Bánh quy hạt chia là một	Quả Olive ngâm muối	Thành phần: Nhân (60%):

### 오가니카(Organica) Store Manager, Ms. Phuong

오가니카는 2013년에 설립된 유기농 제품 소매업체로, 곡물, 과일류, 채소류, 육류, 어류, 유제품, 유아용 식품 등을 취급하고 있음. 식료품, 유기농 제품 등 약 1,000개의 상품을 판하고 있음. 판매 제품의 유기농 관련 신뢰성을 높이기 위해 해외로부터 인증제를 취득하기 위하여 노력하고 있음. 페이스북을 통해 제품 홍보 및 할인행사를 진행함

26) 사진자료: 오가니카(Organica) 홈페이지 (organica.vn)



가격 1,500원

용량 60g

포장 비닐 포장

### Q1. 최근 베트남 내 스낵류 트렌드가 어떻게 되나요?

최근 베트남 사람들 사이에서는 짹짹하면서도 바삭거리는 식감의 포테이토칩이 유행하고 있습니다. 이에 대한 대표 브랜드로는 슬라이드(Slide), 프링글스(Pringles), 레이즈(Lays), 오이시(Oishi) 등 현지 및 해외 브랜드가 있습니다.

### Q2. 쌀과자의 인지도는 어떠한가요?

쌀과자의 인지도는 높지만, 수요가 많은 편은 아닙니다. 현재 판매중인 태국산 애플몽키(Apple Monkey)는 영유아 전용 쌀과자로, 100% 천연 성분과 유기농 제품이지만 가격이 다소 높아 수요가 적은 편입니다. 아이들을 위한 쌀과자는 오메가3, DHA, 칼슘 등의 영양이 풍부하다는 인식이 강합니다. 또한 앞서 언급한 애플몽키(Apple Monkey)브랜드의 제품은 시금치, 감자, 호박 등 다양한 맛을 갖추고 있으며, 식감이 부드러워 아이들이 먹기에 적합하다는 반응이 있습니다.

### Q3. 제품을 효과적으로 판매하는 방법은 무엇인가요?

타깃 고객을 설정하는 것이 가장 중요하다고 생각합니다. A사의 제품은 베트남 내에서 판매중인 원원(One One), 리치(Richy)브랜드와 비교했을 때, 비싼 편에 속합니다. 또한 수입 과자에 비해서도 A사의 제품은 다소 가격이 높은 편입니다. 따라서 이러한 가격을 수용할 수 있는 고객층을 겨냥하는 것이 필요합니다. 예를 들어 A사 판매하는 제품이 글루텐프리, 유기농, 우유 및 계란 무첨가, 비건 제품이라면, 이를 홍보하는 것이 중요하다고 생각합니다. 해당 제품군에 속한다면, 다소 비싼 가격이라도 소비자들은 살 의향이 있을 것으로 예측되기 때문입니다.

### Q4. 선호하는 맛이나 식감에는 무엇이 있나요?

앞서 말씀드렸듯이, 베트남 소비자들은 짹짹하면서도 바삭거리는 식감을 선호합니다. 하지만 아이들은 짹짹한 맛 보다 달콤한 맛을 선호하는 경향이 있습니다. 또한 베트남 전통음식 중 쌀떡은 A사의 제품처럼 콩고물을 묻혀, 소비자들은 A사의 식감과 맛이 친숙하다고 느낄 것입니다.

## Interview ④ 비엠타이트링(Viet Thai Trung)



27)

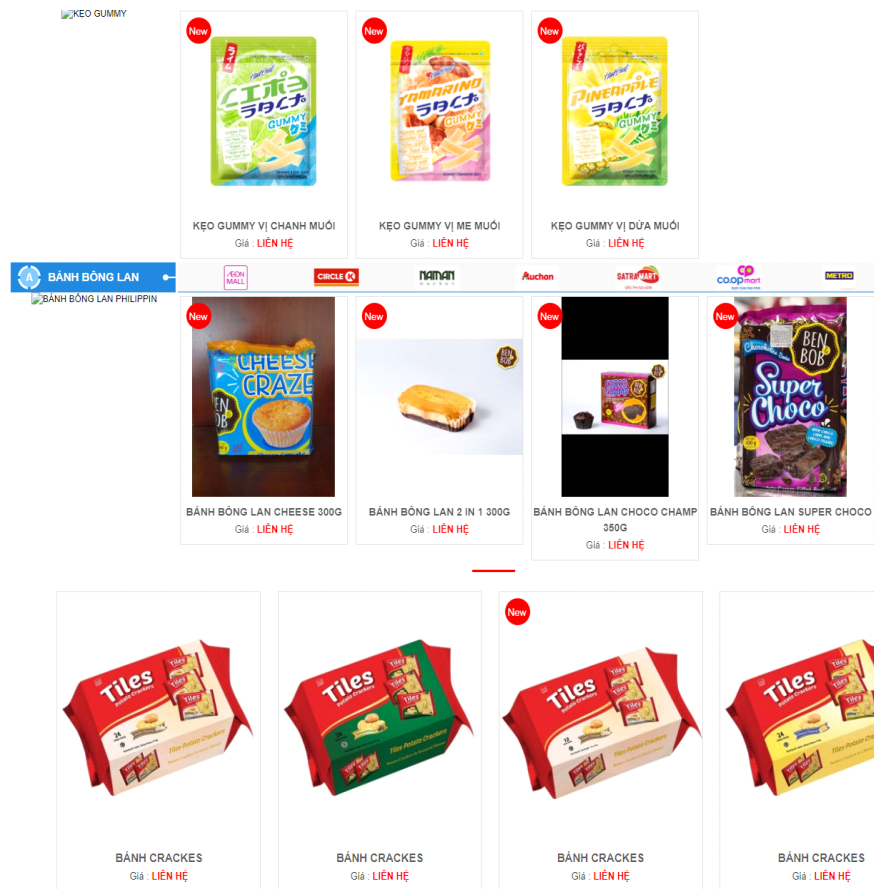
비엠타이트링  
(Viet Thai Trung)

전문가 소속

비엠타이트링  
(Viet Thai Trung)  
도매업체

전문가 정보

Ms. Phuong  
(Owner)



### 비엠타이트링(Viet Thai Trung)

### Owner, Ms. Phuong

비엠타이트링은 스낵류 전문 도매업체로, 쿠키, 케이크, 사탕, 초콜릿, 차, 과일 주스 등을 취급하고 있음. 한국산 비스킷, 포테이토칩을 수입하는 등 다양한 국가의 스낵류를 수입해 제공하고 있음. 쌀과자의 경우 주로 태국, 싱가포르, 말레이시아 제품을 판매함. 빠른 배송, 합리적인 가격, 품질 보증을 회사 모토로 삼고 있음. 라인, 페이스북, 위챗 등을 통해 신상품과 할인 행사를 홍보함

27) 사진자료: 비엠타이트링(Viet Thai Trung) 홈페이지 (vietthaitrung.com)



가격 1,500원

용량 60g

포장 비닐 포장

### Q1. 현지 소비자들이 선호하는 스낵은 무엇인가요?

베트남 소비자들은 바삭거리는 식감의 칩 제품을 선호합니다. 특히 현지 브랜드의 바나나, 키위 등의 과일 칩을 즐겨먹는 편입니다. 오늘날에는 어린이와 어른에 있어 포테이토칩의 수요가 많은 추세입니다.

### Q2. 어떤 종류의 쌀과자가 수요가 많나요?

원원(One One), 리치(Richy)의 현지 브랜드 제품 외에도 태국 브랜드의 쌀과자 수요가 많은 편입니다. 기존 현지 브랜드의 쌀과자는 주로 담백하거나 짹짹한 맛입니다. 하지만 태국 브랜드는 매운 치킨 맛, 새우 맛 등 다양한 맛의 쌀과자를 출시하여 현지 소비자들의 호의적인 반응을 이끌어 냈습니다. 또한 해당 브랜드 제품은 프리미엄 곡물을 이용하여 건강에 좋다는 인식이 있으며, 맛이 좋다는 소비자들의 평판이 있습니다.

### Q3. 취급하는 제품의 포장형태 및 용량은 어떠한가요?

베트남 브랜드의 제품은 주로 플라스틱 파우치 형태로 판매됩니다. 현재 판매중인 태국 브랜드의 쌀과자는 박스 안에 플라스틱 재질의 날개 포장으로 구성되어 있습니다. 용량적인 측면에 있어, 현지 제품은 100g대에 판매되고 있습니다. 수입산 쌀과자의 용량 역시 대부분 90g대입니다. 베트남 스낵 제품들은 주로 대용량으로 판매하지만, A사의 제품이 다소 바삭거리는 칩 형태라면 60g의 제품보다 더 작은 소포장 형태가 적합할 것으로 생각합니다. 베트남 소비자는 바삭거리고 짹짹한 맛의 칩(Chips) 제품은 가족 단위로 즐겨, 한 번에 소비하는 경향이 있기 때문입니다.

### Q4. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 하나요?

제품 차별성에 따른 마케팅 전략을 구축할 수 있어야 합니다. 다양한 맛 제품을 보유한 것이 태국산 쌀과자가 베트남 소비자들에게 인기 있는 이유입니다. 이와 마찬가지로, A사의 달콤한 맛은 기존 쌀과자와 차별화될 수 있다고 생각합니다. 베트남 소비자는 콩고물을 묻힌 스낵에 익숙하지 않습니다. 따라서 해당 제품이 가진 맛과 식감을 소비자들에게 알릴 수 있도록 슈퍼마켓, 편의점에서 시식회를 진행하는 것이 도움이 될 것입니다.



## Interview ⑤ 웹탭호아(Web Tap Hoa)



28)

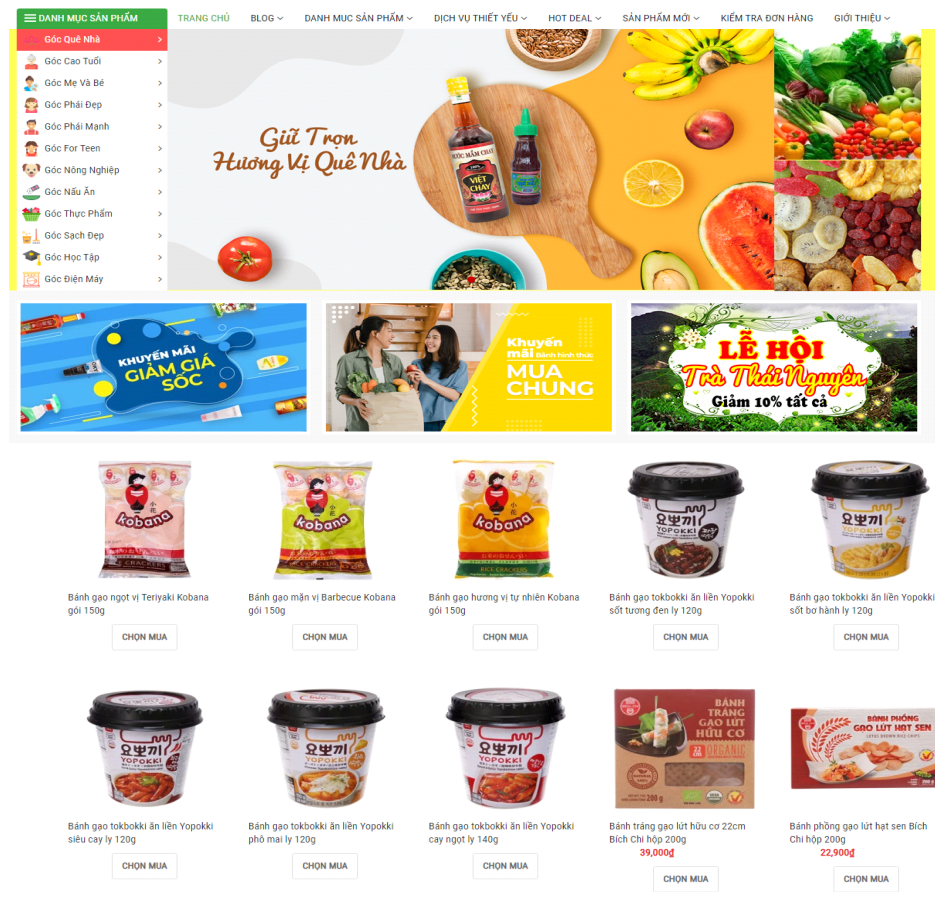
### 웹탭호아 (Web Tap Hoa)

전문가 소속

웹탭호아  
(Web Tap Hoa)  
온라인 소매업체

전문가 정보

Mr. Nguyen Quang Khai  
(Owner)



## 웹탭호아(Web Tap Hoa) Owner, Mr. Nguyen Quang Khai

웹탭호아는 온라인 소매업체로, 식료품, 화장품, 유아용품, 여성용품, 가정용품 노인용품, 농업제품 등 다양한 제품을 취급하고 있음. 한국, 일본, 중국, 스페인, 인도네시아 등 국가로부터 수입된 제품을 판매함. 회사 자체에서 수입을 진행하는 것은 아니며, 주로 벤더나 수입유통회사를 거쳐 제품을 판매하고 있음. 유기농 GMO프리 제품을 판매하는 별도 카테고리가 존재함

28) 사진자료: 웹탭호아(Web Tap Hoa) 홈페이지 (webtaphoa.vn)





가격 1,500원

용량 60g

포장 비닐 포장

### Q1. 최근 베트남 내 스낵류 트렌드는 무엇인가요?

현재 베트남에서는 포테이토칩이 성행하고 있습니다. 어린아이부터 어른까지, 남녀노소가 즐길 수 있는 간식으로 자리매김해 있습니다. 포테이토칩만의 바삭한 식감과 짭짤한 맛이 소비자들의 구미를 당기고 있다고 생각합니다.

### Q2. 유사 제품을 판매한 경험이 있나요?

과거 매장에서 일본 코바나(Kobana) 브랜드의 쌀과자를 판매한 경험이 있습니다. 하지만 현지 브랜드 원원(One One), 리치(Richy)에 비해 판매 매출이 좋지 않아, 재구매 결정을 보류했습니다.

### Q3. 취급 제품의 포장형태 및 가격은 어떻게 되나요?

포장형태는 주로 플라스틱 팩 안에 날개 포장으로 구성되어 있습니다. 이는 소비자의 편리성을 고려한 것으로 생각합니다. 쌀과자의 가격대는 현지 제품이 비교적 저렴한 편입니다. 판매 중인 원원(One One) 브랜드는 150g-230g의 다양한 용량의 제품을 출시했으며, 가격대 역시 제품 용량에 따라 17,300동-25,900동(863원-1,292원)으로 이루어져 있습니다. 이에 반해, 수입산 쌀과자는 현지 브랜드보다 다소 비싼 가격으로 구성되어 있습니다. 과거 출시했던 일본의 코바나(Kobana) 브랜드는 150g에 34,000동(1,696원)에 판매했습니다. 이와 비교했을 때, A사 제품은 용량 대비 비싼 편에 속한다고 생각합니다.

### Q4. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 하나요?

저희는 과거 A사 제품과 같이 분말이 묻힌 달콤한 맛의 일본 브랜드 쌀과자를 판매한 경험이 있습니다. 물론 쌀과자 자체의 수요가 적은 편이지만, 일본산 쌀과자의 매출은 더욱 좋지 못했습니다. 이는 일본 브랜드의 맛과 가격이 현지문화에 부합하지 못했기 때문이라고 생각합니다. 과거 유사 제품이 베트남에서의 실패를 경험했기 때문에, 조금 더 새로운 방식으로 접근할 필요가 있다고 생각합니다. 예를 들면 최근 베트남 내에서도 우유, 계란이 포함되지 않은 특수 제품이나 건강식 스낵이 부상하고 있기에, 건강식 스낵을 찾는 소비자가 많아지고 있습니다. A사 제품이 이러한 조건을 만족한다면 이를 적극 홍보할 필요가 있다고 생각합니다.

## IV. Competitiveness

### SUMMARY

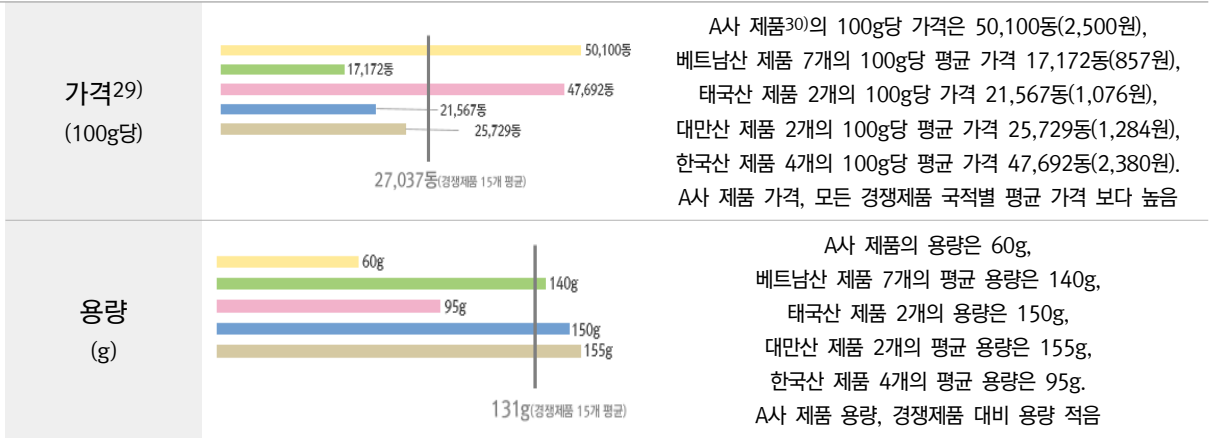
1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

# Competitiveness

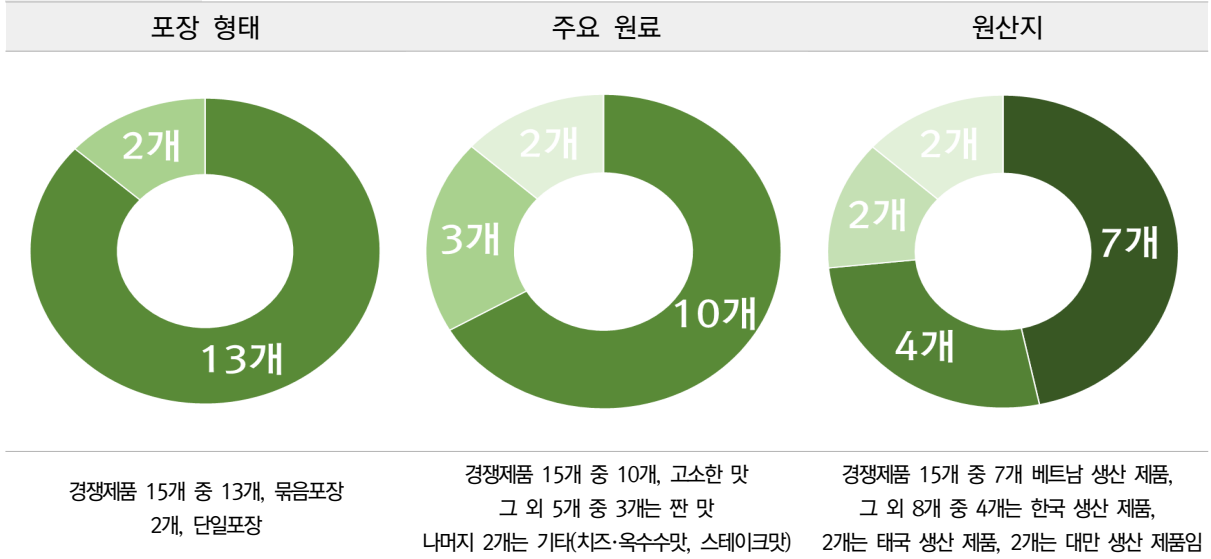
(자사 제품 경쟁력 파악)

## 베트남(VIETNAM) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 제품 
 ■ 베트남산 
 ■ 태국산 
 ■ 대만산 
 ■ 한국산 
 | 15개 경쟁제품 평균 
 경쟁력 평가 의견



제품  
경쟁력



## 베트남(VIETNAM) - 마케팅 벤치마킹

		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 6개사 중 4개사 베트남 <b>오프라인 매장 및 온라인 매장</b> 모두 진출 베트남 <b>온라인 매장</b> 3순위 매장 모두 진출한 기업은 2개사 뿐	경쟁기업 6개사 중 5개사 홍보 채널로 자사 <b>홈페이지와 SNS 플랫폼</b> 활용	경쟁기업 6개사는 주로 ‘ <b>건강한 재료</b> ’, ‘ <b>누구나</b> ’ 등을 강조한 홍보문구 활용

29) 100동= 4.99원(2020.01.04., KEB하나은행 매매기준을 적용)

30) A사 제품 가격: 30,060동(1,500원을 4.99원으로 나눈 값)

### 1. 제품 경쟁력 검증

#### 1) 가격

##### 경쟁제품(경쟁기업)

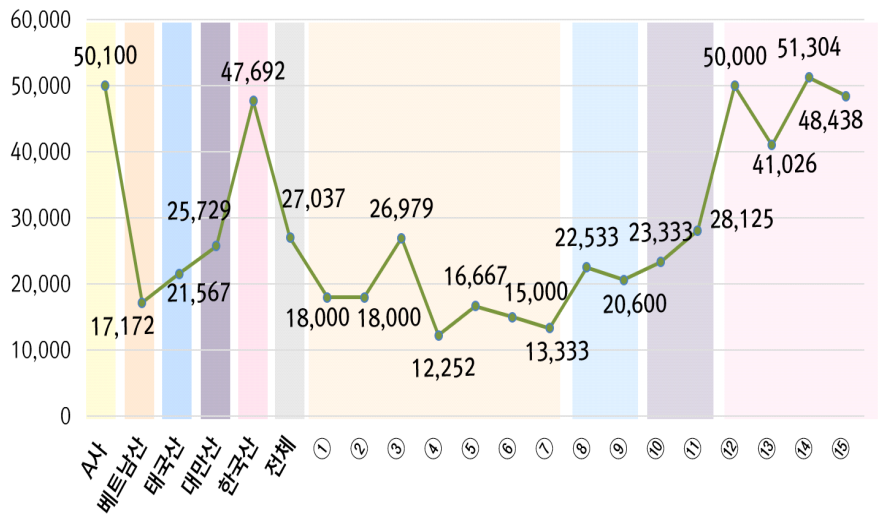
- ① 원원 비 보 느영 (원원)
- ② 원원 비 퐁 느영 (원원)
- ③ 원원 비 포 마이 느어 (원원)
- ④ 밴 가오 느영 안 비 뜨 나옌 (D사)
- ⑤ 밴 가오 느영 안 비 따오 비옌(D사)
- ⑥ 밴 가오 비 만 (코옵셀렉트)
- ⑦ 원원 비잉어 듀 (원원)
- ⑧ 빈빈라이스크래커 오리지널 플레이버 (남차우)
- ⑨ 코바나 라이스 크래커 (남차우)
- ⑩ 원트원트 셀리 센베이 (왕왕)
- ⑪ 원트원트 씨워드 라이스 크래커 (왕왕)
- ⑫ 쌀로별 사르르 라이스칩 (B사)
- ⑬ 쌀로만든 쌀로별 고소한맛 (B사)
- ⑭ 참쌀선과 (C사)
- ⑮ 참쌀설빙 (C사)

#### ▶ A사 제품 100ml당 가격, 일본 국적 제품의 100ml당 평균 가격과 동일

베트남 오프라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개 중 베트남산 제품 7개는 100g당 평균 가격 17,172동(857원), 태국산 제품 2개의 100g당 가격 21,567동(1,076원), 대만산 제품 2개의 100g당 평균 가격 25,729동 (1,284원), 한국산 제품 4개의 100g당 평균 가격 47,692동 (2,380원)에 판매되고 있음. A사 제품의 100g당 가격은 50,100동(2,500원)임. A사 제품의 100g당 가격은 원산지 기준 경쟁제품의 100g당 평균 가격보다는 높지만, 한국산 경쟁제품 1개(⑭)의 100g당 가격보다는 낮음

[표 3.1] 베트남 쌀과자 가격 경쟁력 분석

(단위: 동/100g당)



2) 용량

경쟁제품(경쟁기업)

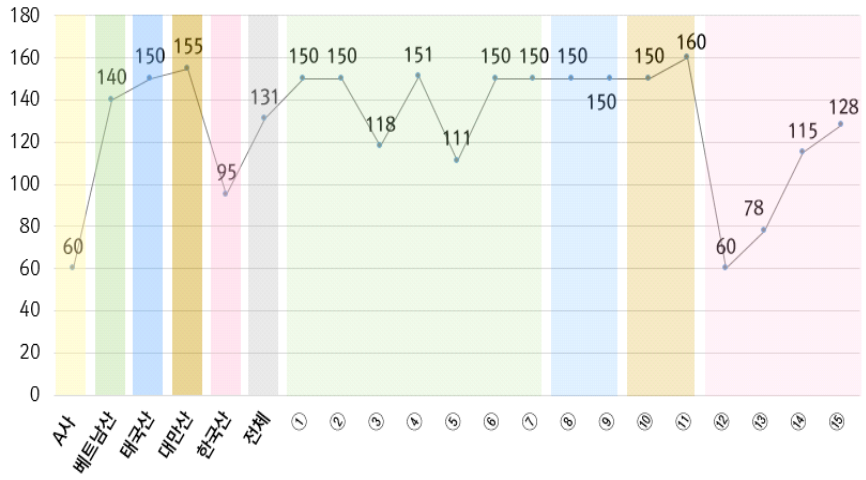
- ① 원원 비 보 느영 (원원)
- ② 원원 비 퐁 느영 (원원)
- ③ 원원 비 포 마이 느어 (원원)
- ④ 밴 가오 느영 안 비 뜨 나엔 (D사)
- ⑤ 밴 가오 느영 안 비 따오 비엔(D사)
- ⑥ 밴 가오 비 만 (코옵셀렉트)
- ⑦ 원원 비잉어 듀 (원원)
- ⑧ 빈반라이스크래커 오리지널 플레이버 (남차우)
- ⑨ 코바나 라이스 크래커 (남차우)
- ⑩ 원트윈트 셸리 센베이 (왕왕)
- ⑪ 원트윈트 씨유드 리이스 크래커 (왕왕)
- ⑫ 쌀로별 사르르 리이스칩 (B사)
- ⑬ 쌀로만든 쌀로별 고소한맛 (B사)
- ⑭ 참쌀선과 (C사)
- ⑮ 참쌀설빙 (C사)

▶ A사 제품 용량 60g, 경쟁제품 15개 대비 적은 용량

베트남 오프라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개 중 베트남산 제품 7개의 평균 용량은 140g, 태국산 제품 2개의 용량은 150g, 대만산 제품 2개의 평균 용량은 155g, 한국산 제품 4개의 평균 용량은 95g인 것으로 조사됨. A사 제품 용량은 60g이며, A사 제품과 동일한 혹은 비슷한 용량(60g, 78g)을 보유하고 있는 제품은 한국산 경쟁제품의 2개인 것으로 확인됨. 한국산 경쟁제품 2개의 보유사는 B사업

[표 3.2] 베트남 쌀과자 용량 경쟁력 분석

(단위: g)





3) 포장 형태

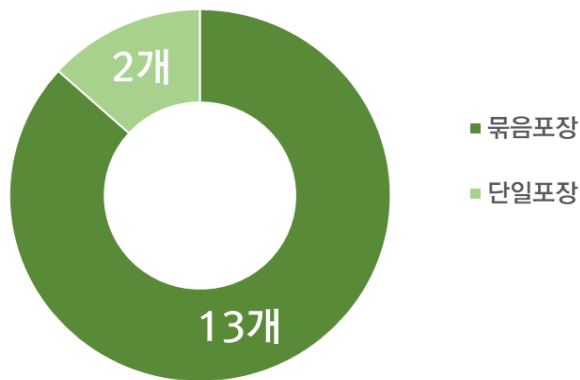
▶ 경쟁제품 15개 중 13개, 묶음 포장  
2개, 단일 포장

경쟁제품 15개의 포장 형태를 조사한 결과, 경쟁제품 15개중 13개가 묶음 포장 제품으로 확인됨. 묶음 포장 제품은 낱개 제품을 포장한 후(내포장), 한 개 제품으로 다시 포장한 형태(외포장)를 의미함. 나머지 2개 제품은 내포장을 따로 하지 않은 쌀과자 제품이며, 두 개 제품 모두 플라스틱 파우치에 단품으로 포장되어 있음



묶음포장 예시

[표 3.3] 베트남 쌀과자 포장 형태 경쟁력 분석

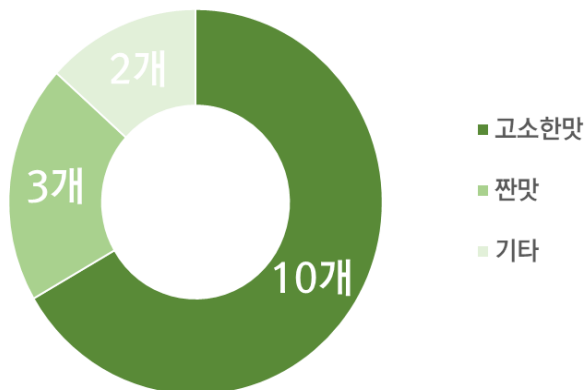


4) 주요 원료

▶ 경쟁제품 15개 중 10개, 고소한 맛

베트남에서 조사된 쌀과자 경쟁제품 15개는 고소한 맛과 짠 맛, 기타 맛으로 구분함. 경쟁제품 15개중 10개 제품이 고소한 맛의 제품이며, 짠 맛의 제품은 3개임. 나머지 2개 제품은 기타 맛 제품으로, 치즈·옥수수맛, 스테이크맛 제품임

[표 3.4] 베트남 쌀과자 주요 맛 경쟁력 분석

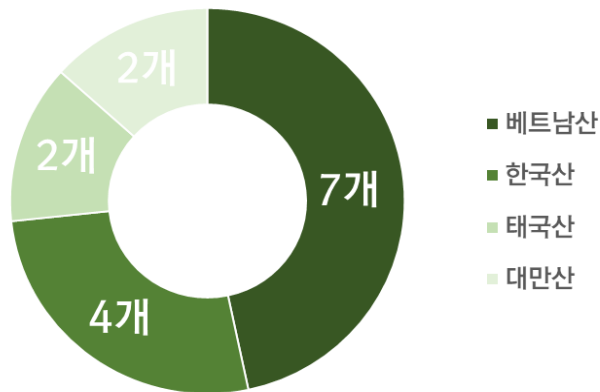


## 5) 원산지

## ▶ 경쟁제품 15개 중 7개, 베트남산 제품

베트남에서 판매되고 있는 쌀과자 경쟁제품의 원산지를 조사한 결과, 베트남, 한국, 태국, 대만이 확인됨. 경쟁제품 15개 중 베트남 현지 생산 제품이 7개로 가장 많았으며, 다음으로 한국산 경쟁제품(4개)이 많음. 그 외 태국 산 제품이 2개, 대만산 제품이 2개로 조사됨

[표 3.5] 베트남 쌀과자 원산지 경쟁력 분석



## 2. 기업 마케팅 벤치마킹

### 1) 판매 채널

▶ **경쟁기업 6개사 중 4개사 베트남 오프라인 및 온라인 채널에 모두 진출**

경쟁기업 6개사는 모두 베트남 오프라인 매장에 진출한 기업으로, 하이퍼마켓 2곳과 한인마트 2곳, 재래시장에 진출한 것으로 확인됨. 경쟁기업 중 두 개 이상의 오프라인 매장에 경쟁제품이 확인된 기업은 원원(One-One)과 B사 두 곳임. 원원의 경우, 하이퍼마켓인 빈마트(Vin Mart)와 현지 재래시장인 탄마이마켓(Tan my market)에서 경쟁제품이 확인되었으며, B사는 한인마트인 스카이마트와 케이마켓에서 쌀과자 제품이 조사됨. 온라인 채널의 경우, 한국 경쟁기업 2개사(C사와 D사)를 제외하고 샤피 온라인몰, 라자다 온라인몰, 티키 온라인몰에 각각 3개사가 진출한 것으로 확인됨

[표 3.6] 베트남 쌀과자 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인 매장					온라인 매장		
	코옵 엑스트라	빈마트	스카이마트	케이마켓	탄마이마켓	샤피	라자다	티키
원원(One-One)		○			○	○		○
D사	○					○	○	○
C사			○					
B사			○	○				
남차우(Nam Chow)	○						○	
왕왕(Want Want)					○	○	○	○

### 2) 홍보 채널

▶ **경쟁기업 주요 홍보 채널로 자사 홈페이지와 페이스북 활용**

경쟁기업 6개사는 모두 자사 홈페이지를 보유하고 있음. 경쟁기업들은 모두 자사 홈페이지를 통해 주로 대표 경쟁제품과 특징을 소개하고, 기업과 제품의 홍보영상 등을 공유하고 있음. 베트남 시장에 진출한 경쟁기업 6개사 중 4개사는 페이스북을 홍보 채널로 활용하며, 경쟁제품의 동일품목 이미지, 시식 영상 및 현지 뉴스 공유, 유통채널 공개 등을 내용으로 홍보함. 경쟁기업 원원과 왕왕의 경우 제품을 구매할 수 있는 온라인 쇼핑몰로 페이지가 연동됨. 이외 경쟁기업들이 주로 활용하는 SNS 플랫폼으로는 유튜브와 트위터가 있음

[표 3.7] 베트남 쌀과자 제조 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사홈페이지	SNS 플랫폼		
		페이스북	트위터	유튜브
원원(One-One)	○	○	○	
D사	○	○		○
C사	○			
B사	○			○
남차우(Nam Chow)	○	○		
왕왕(Want Want)	○	○		

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업, ‘원료’, ‘건강’, ‘남녀노소’ 또는 ‘맛’ 강조한 문구 사용

태국에 진출한 경쟁기업 6개사는 주로 경쟁제품의 ‘원료’, ‘건강’, ‘맛’과 ‘누구나 모두’를 강조한 키워드를 사용하여 경쟁제품을 홍보하고 있음. 특히 쌀과자의 주원료가 되는 쌀 원료를 강조하는 ‘자포니카 품종’, ‘엄선된 천연의 원료’, ‘베트남 쌀 100%’, ‘세계 최고의 천연쌀 재스민 쌀로 만든’ 등의 문구를 사용함. 또한 경쟁기업들은 공통적으로 ‘착색제와 보존제를 사용하지 않음’ ‘첨가제가 없는’ ‘인공적인 맛과 재료 없는’ ‘폭넓은’ ‘자연 그대로의 풍미’ 등의 문구를 사용하여 ‘건강에 해롭지 않은’ 이미지 건강한 맛을 강조함. 또한 ‘모두가 즐기는’, ‘가족과도, 친척과도’, ‘아이들 입맛에 맞는’ 등의 문구로 고객들에게 적극적으로 홍보함. 이외, 경쟁기업 왕왕(WantWant)은 ‘다양한 지역의 특별한 맛’, ‘넉넉하고 풍성한 선물 상자’ 등의 문구로 맛과 패키지를 홍보하는 문구를 자주 사용하는 것으로 확인됨.

[표 3.8] 베트남 쌀과자 제조 경쟁기업 홍보문구 분석



## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터 ([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
2. 베트남 통계청 홈페이지 ([www.gso.gov.vn](http://www.gso.gov.vn))
3. 브랜드 베트남 홈페이지 ([www.brandsvietnam.com](http://www.brandsvietnam.com))
4. 코옵엑스트라 홈페이지 ([coopextra.net](http://coopextra.net))
5. 페이스북 홈페이지([Facebook.com](http://Facebook.com))
6. 베트남 고품질 제품 기업 협회 홈페이지 ([www.hvnclc.vn](http://www.hvnclc.vn))
7. 빈마트 홈페이지 (Vin Mart) ([www.vinmart.com](http://www.vinmart.com))
8. 금융감독원 전자공시시스템 ([www.dart.fss.or.kr](http://www.dart.fss.or.kr))
9. 스태티스타(Statista) ([www.statista.com](http://www.statista.com))
10. 월드파퐁레이션리뷰(Worldpopulationreview) 홈페이지 ([www.worldpopulationreview.com](http://www.worldpopulationreview.com))
11. 왕왕홀딩스(Want Want Holdings) ([www.want-want.com](http://www.want-want.com))
12. 남차우(Nam Chow) 홈페이지 ([www.namchow.co.th](http://www.namchow.co.th))
13. 빈마트(Vin Mart) 홈페이지 ([vinmart.com](http://vinmart.com))
14. 홈푸드(Homefood) 홈페이지 ([homefood.com.vn](http://homefood.com.vn))
15. 오가니카(Organica) 홈페이지 ([organica.vn](http://organica.vn))
16. 비엠타이트링(Viet Thai Trung) 홈페이지 ([vietthaitrung.com](http://vietthaitrung.com))
17. 웹탭호아(Web Tap Hoa) 홈페이지 ([webtaphoa.vn](http://webtaphoa.vn))



사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사  
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사  
발 행 일 : 2020.01.17.

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.

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

