2020년 4월 aT(한국농수산식품유통공사) 하노이지사 KATI수출뉴스

하이네켄, 무알콜 맥주 베트남 상륙으로 인기 증가!

2020년 04월 21일, 하노이지사

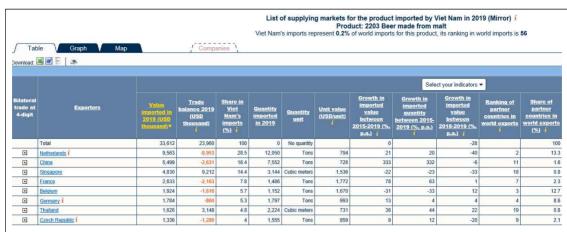
□ 키워드 : 논-알코올, 맥주류

○ 베트남 맥주 소비시장

- '17년 베트남 보건부에서 발표한 자료에 따르면, 베트남 국민 1인당 연간 맥주소비량은 39억7천만 리터에 달하고 동남아시아 1위, 아시아 3위에 해당되며 맥주소비량이 연평균 5% 증가하여 '22년 51억 리터에 이를 것으로 예상됨
- 베트남 법적 음주 허용 나이는 만 15세로 굉장히 낮아 음주를 접하기 쉬운편이며 '술을 마신다는 것은 사회적 에티켓을 적절히 유지하는 기본이 됨'에 따라 술에 대한 긍정적인 인식을 갖고 있기에 여가활동 및 퇴근 후 맥주를 마시며 축구 등을 보는 것이 베트남 국민들 삶의 낙으로 여겨질 정도로 음주문화가 활성화 되어 있음
- 베트남 내 맥주 브랜드는 사이공(Saigon), 하노이(Hanoi), 333이 가장 유명하며 특히 사이공(Saigon), 333은 외국 수입맥주 브랜드가 베트남에 진출하고 난 후에도 현지인들로부터 꾸준히 사랑받고 있는 맥주임

○ 베트남 수입맥주 시장

- 국제 무역 통계사이트인 Trademap에 따르면, '19년 베트남 내 수입 맥주 시장은 3천3백만불 정도로 추정되며 수입국 및 품목으로는 네덜란드의 하이네켄(Heineken), 중국의 칭따오(Tsingtao), 싱가포르의 크레스텐(Cresten), 타이거(Tiger) 등이 대표적이며 이 회사들의 수입 맥주시장점유율이 90% 가까이 차지하는 것으로 확인됨
- 주류 주요 소비층인 20~50대의 가계소득이 증가하였고 그에 따른 여가생활 확대, 외식문화 성장 등에 힘입어 주류시장 또한 크게 성장하고 있으며 특히, 맥주의 프리미엄화가 시작되어 자국산 맥주 보다 수입산 맥주를 즐기는 현지소비층이 증가하고 있음



* 출처 : Trademap.org / 베트남 수입 맥주 현황

○ '20년 베트남 도로교통법 음주운전 처벌에 관한 시행령 개정

- 베트남은 각 가정 당 최소 2대의 오토바이를 보유하고 있을 정도로 오토바이 개수가 굉장히 많으며 출근, 외식, 여행, 쇼핑 등 모든 이동 수단을 오토바이를 사용하고 있음
- 다만, 낮은 음주운전 벌금(30만동 : 한화 1만5천원), 음주운전 위험성에 대한 인식 부재 등으로 음주운전 사고가 빈번하였으며 세계보건기구 (WTO) 보도에 따르면 '19년 한해 교통사고 사망자 원인 중 음주운전 사망률이 40%에 육박할 정도로 많음
- 따라서 '20년 1월 1일, 베트남 정부의 음주 운전법 개정 시행으로 혈중 알코올 농도 80mg/100ml 음주운전자에게 한화 208만원 이상의 벌금액, 높은 형량 처벌, 단속 강화 등을 통해 베트남 내 음주운전 사망자율을 낮추고자 노력하였음
- 경제 전문지 블룸버그(Bloomberg)에 따르면 '20년 1월 음주 운전법 개정 시행 이후 음주류 판매량 감소가 약 25% 이상이라고 밝혔으며 새해맞이 축제 등을 꾸준히 개최하여 베트남 내 인지도가 높은 하이네켄 (Heineken) 등이 매출에 큰 타격을 받았으며 앞으로도 꾸준한 단속이 지속될 경우 수입 맥주시장 성장의 큰 장애물이 될 수 있음

○ 하이네켄(Heineken) 논-알코올 맥주, 베트남 상륙

- 2017년 네덜란드에서 처음 선보인 "하이네켄 0.0도 맥주"는 아시아, 북미, 호주, 동남아시아 등 57개국에서 판매되고 있었으며 이번에 베트남이 58번째 수입국이 되었음
- 판매 되고 있는 "하이네켄 0.0도 맥주"는 330ml 병맥주이며 병 중앙에 베트남의 금성홍기를 그려 넣어 나라에 대한 애국심이 높은 베트남

현지인들에게 큰 호응을 이끌어 냄

- 하이네켄(Heineken) 총 책임자인 Willem Van Waesberghe에 따르면, 5도 이하의 맥주를 생산하면 5도 이상의 맥주에 비하여 맛은 떨어지나, 자연원료를 사용하여 맥주의 향이 풍부하며 마실 때 부드럽게 넘어가는 장점이 있다라고 밝힘
- 또한, 베트남 하이네켄(Heineken) 무역 지부장 Alexander Koch에 따르면, 베트남 현지소비자들은 과거와는 다르게 자극적인 맛 보다 깊은 향, 깔끔함 등을 우선적으로 고려하여 물품을 구매함. 그로인해 "하이네켄 0.0도 맥주"의 경우 베트남 현지소비자들이 아주 좋아할 것으로 예상되며 도수가 없어 '20년 개정된 음주 운전법에도 영향이 미치질 않아 수요가일반 맥주보다 높을 것으로 예상한다고 밝힘
- 현재 "하이네켄 0.0도 맥주"는 현재 호치민, 하노이의 식당 및 주류바, 대형유통매장에서 구매가 가능하며 차후 다낭, 냐짱, 붕따우 등 주변 위성도시로 공급망을 넓혀갈 것으로 보임



* 베트남 하이네켄 사이트 발췌

○ 시사점

- '20년 베트남 음주 운전법 개정으로 인해 음주류 판매량이 다소 감소한 가운데 하이네켄(Heineken)의 무알코올 맥주 판매, 금성홍기 삽입을 통한 현지 이미지마케팅 효과제고 등을 통해 베트남 현지 소비자들의 답답한 마음을 어루만져주는 상품이 큰 인기를 띄고 있음
- 식품안전법 개정 등에 맞추어 하이네켄의 0.0도 맥주처럼 한국산 무알

코올 막걸리, 무알코올 및 과일맛 소주 등 한국산 주류의 특색을 살려 현지 소비자들에게 접근한다면 큰 호응이 있을 거라고 예상됨

○ 출처

- 하이네켄 무 알코올 출시 기사

https://tuoitre.vn/trai-nghiem-huong-vi-tuyet-hao-voi-00-do-con-cua-bia-heineken -00-20200321124247322.htm

- 베트남 1인 맥주 소비량 관련 기사

https://thanhnien.vn/tai-chinh-kinh-doanh/toc-do-tieu-thu-ruou-bia-o-viet-nam-dung-dau-the-gioi-1081039.html