

수출입뉴스	5월
-------	----

지사	호치민
----	-----

제목	집콕 장기화, SNS·이웃 간 거래 등장
----	------------------------

- ▶ 온라인에서 식료품 등 ‘사재기 전쟁’, 가격은 폭등했지만 사회적 격리로 온라인 구매는 2-3배 늘어
- ▶ 줄지어 온라인 사업 뛰어드는 소매업자들, SNS를 통한 판매 성황
- ▶ 아파트 내에서 거래하는 이웃집 거래방식 등장해 성행

□ 온라인 식료품 구매 수요 폭증



출처: nangluongxanh.info.vn

- 코로나19로 인해 최근 베트남인들의 소비 방식이 바뀌고 있다. 베트남 온라인 마켓들은 전례 없는 주문 폭주로 인해 품질 대란이 일어났다. 반면에 오프라인에서는 식료품매장을 제외하고는 고객 수가 줄어들어 한산한 분위기다.
- 한 온라인 식료품 웹사이트 판매자는, 코로나19 발생 이전과 비교 시 2배 이상의 식료품 수요 증가로 공급량을 충분히 확보하고자 노력하는 상황이라고 밝혔다.
- 온라인에서 가장 인기 있는 품목은 가공육과 쌀이다. 이전에는 20-50kg 정도의 쌀을 주문하던 고객들이 이제는 수백 kg까지 주문하기 시작하였으며 가공육 같은 경우에도 한 번에 2-3kg씩 대량 구매하는 모습을 보인다.

□ 이례적인 베트남의 사재기 현상

- 베트남은 고온의 기후 영향으로 식재료를 대량 구매해 저장하기보다 당일 소량 구매한 음식을 바로 조리하여 먹는 방식으로 생활한다. 소량의 신선한 식재료를 구매하고자 하는 소비자가 많기때문에 전통시장이 매우 발달하기도 하였다.



오토바이에서 내려 물건을 고르는 소비자



제품을 홍보하는 상인

출처: vietnamnet.vn, nhipcauthegioi.hu

- 특히 신선 농·수산·축산물의 유통은 전통시장에서의 거래가 아직까지도 활발하다. 호치민이나 하노이 등 일부 대도시의 경우에는 쇼핑몰과 대형마트 등의 현대 유통 시스템이 비교적 많이 자리하고 있지만, 지방 도시에서는 아직까지 재래시장을 통한 유통 물량이 대부분이다.
- 그럼에도 불구하고, 정부의 사회적 격리 권고 후 지역 사회의 안전 보장에 기여하는 차원에서 많은 소비자들이 직접 구매에서 온라인 쇼핑으로 구매 방식을 전환하고 있다.
- 또한 구매방식의 변화 외 가장 큰 변화는, 식료품의 1회 구매량이 크게 늘었다는 점이다. 오토바이 문화의 특성상 많은 양의 식료품을 한 번에 구매하기 어려운 구조임에도 불구하고 전염병으로 인한 식량 부족현상이나 가격 폭등을 우려하여 한꺼번에 대량으로 음식을 구매하는 소비자들이 늘어나기 시작하였다.

□ SNS 개인거래부터 거주단지 내 직접 거래까지 다양한 구매방식 성행



출처: vnexpress.net

- 온라인 구매자가 늘어나기 시작하자, 많은 도매 및 소매상점은 전통적인 방법을 유지하는 대신 온라인 채널로 빠르게 도약하였다.
- 또한 페이스북이나 인스타그램 등 SNS를 통한 직거래 판매자가 등장하였는데,

이들은 SNS로 물건을 홍보하고, 근처의 소비자들에게 배달한다.

- 특히 아파트 단지 내에서 거주자에게만 판매하는 페이스북 페이지가 개설되기도 하였다. 호치민 빈탄구에 위치한 모 아파트 페이스북 페이지는 7만 명 이상의 팔로워를 보유하고 있다. 이와 같은 사업은 빠른 배송과 바이러스에 대한 안정성 덕분에 더욱 인기를 얻고 있다.

□ 시사점

- 코로나19사태로 인해 베트남의 장보기 문화에 많은 변화가 생겨났다. 온라인 상거래의 편리함을 경험한 소비자들은 지속적으로 이를 사용할 것이다. 이 사태가 베트남 장보기의 패러다임을 바꿀 것이라 예상된다.
- 하지만 여전히 온라인으로 식자재 구매하는 시스템이 불완전한 점을 지적하는 소비자들도 존재한다.
- 온라인상에서 상품의 질을 보장해주거나 판매자들이 점검하는 기준 등 다양한 예방방법이 필요할 것으로 보인다.

□ 출처

<https://vnexpress.net/thuc-pham-online-dat-khach-mua-dich-4068301.html>