



2020

해외시장 맞춤조사

No. | 202007-06

품목 | 영유아용 우유(Kids Milk)

국가 | 베트남(Vietnam)

구분 | 경쟁력분석형

사업명 : 2020 해외시장 맞춤조사

주관기관 : 한국농수산물유통공사

Contents

I. 요약(Summary)	4
II. 경쟁제품(Competitive Product)	
1. 베트남 영유아용 우유 경쟁제품 선정	10
2. 베트남 영유아용 우유 경쟁제품 조사지표 선정	14
3. 베트남 영유아용 우유 경쟁제품 포지셔닝	17
4. 베트남 영유아용 우유 경쟁제품 현지 조사 결과	18
III. 경쟁기업(Competitor)	
1. 베트남 영유아용 우유 경쟁기업 선정	31
2. 베트남 영유아용 우유 경쟁기업 현황	32
3. 베트남 영유아용 우유 경쟁기업 세부정보	34
IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)	
Interview ① 스어 초 베 이에우(Sua Cho Be Yeu)	41
Interview ② 에이앤엠 베트남 미디어 컴퍼니 리미티드 (ANM Vietnam Media Company Limited)	43
Interview ③ 비보마트(BIBO Mart)	45
Interview ④ 도나컴 컴퍼니(Donacom Company)	47
Interview ⑤ 오가닉 푸드(Organic Foods)	49
V. 경쟁력파악(Competitiveness)	
1. 제품 경쟁력 검증	52
2. 벤치마킹 제품 분석	56
3. 기업 마케팅 벤치마킹	58
VI. 시장진출제언(Export Insights)	60
*참고문헌	63

I. 요약(Summary)

Summary

(요약)

온라인 조사(수치는 유통 점유율)			오프라인 조사		
온라인	티키(Tiki)	9.2%	오프라인	슈퍼마켓	빅씨마트(Bic C Mart)
	쇼피(Shopee)	7.5%			쿠팡마트(Co.op Mart)
	라자다(Lazada)	6.3%			롯데마트(Lotte Mart)
					영유아제품 전문매장
조사 지역(베트남 호치민)				<p>VIETNAM 호치민 (Ho Chi Minh)</p>	
<p>베트남 호치민에 위치한 슈퍼마켓 빅씨마트(Big C Mart)와 쿠팡마트(Co.op Mart), 롯데마트(Lotte Mart), 영유아제품 전문점 콘쿱(Concung)을 방문함. 쿠팡마트는 베트남 슈퍼마켓 점유율 1위) 브랜드로 베트남 전역에 약 110개 매장을 운영하고 있음</p>					
경쟁제품			경쟁기업		
<p>· 베트남 영유아용 우유 경쟁제품 15개 조사</p> <p>중형제품(180ml 이상)가격, 소형(180ml 미만)의 약 83% (100ml 당 가격) 중형 8,670동(약 446원), 소형 10,427유로(약 536원)</p> <p>베트남산 가격, 수입산의 약 69%(100ml 당 가격) 베트남산 8,123동(약 418원), 수입산 11,873동(약 610원)</p>			경쟁기업	국적	대표제품
			누띠푸드	베트남	그로우 플러스 탕 간
			비나밀크	베트남	디에락 알파 골드 아이큐
			브이피밀크	베트남	그로우 플러스
			애봇	미국	페디아슈어 호영 바닐라
			미드 존슨 뉴트리션	미국	엔파그로우 에이플러스 바닐라
			프리슬란드 캄파나	네덜란드	프리스 골드
경쟁력 파악			진출 제언		
기준(사)	경쟁력	경쟁제품	기준(사)	경쟁력	경쟁제품
가격(100ml 당) (12,287동)	○	일반 우유 6,806동 (약 350원) 기타 우유 11,619동 (약 597원)	성분 (맛 미첨가)	●	맛 첨가 8개 맛 미첨가 7개
용량(ml) (190ml)	●	일반 우유 170ml 기타 우유 151ml	홍보 문구 (우리 아이 균형 영양식)	●	효능 신장 발달, 몸무게 증가, 성장을 돕는 기타 유당불내증, 우유 알레르기 걱정 없는
포장 (-)	○	내부포장 종이팩 외부포장 비닐 (3-4개 묶음 포장)	홍보채널 (無)	○	자사 홈페이지 有(6개) 홍보채널 페이스북, 유튜브, 인스타그램, 트위터
● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요					
Point. 01		1) A사, 현지 경쟁제품 대비 1.05-1.8배 가격 형성, 가격 경쟁력 확보 필요 2) 현지 경쟁제품들은 대부분 소용량, 묶음 포장 형태로 판매 중			
Point. 02		1) 인기제품의 경우 제품의 효능 및 유당불내증, 우유 알레르기 걱정 없는 우유 등의 키워드 강조 2) 경쟁사의 경우 SNS 플랫폼을 사용하여 제품 설명 및 효능에 대해 홍보			

1) 자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

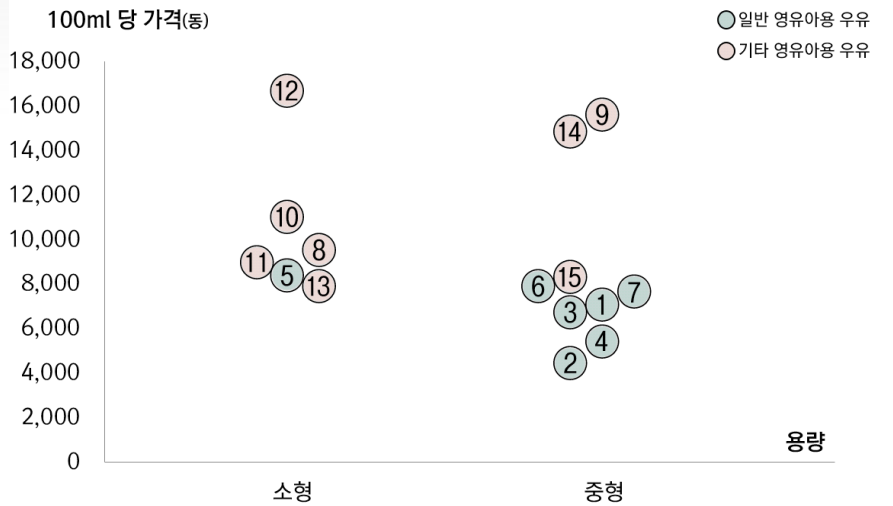
Competitive Product

(경쟁제품)

베트남(Vietnam)
영유아용 우유 경쟁제품
선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준
· 온라인/오프라인 인기제품

경쟁제품 포지셔닝 기준
· X축: 용량
· Y축: 100ml 당 가격(동)



베트남 (Vietnam)
영유아용 우유 경쟁제품 분석

제품 종류	경쟁제품(제조사)	소비자가격 ²⁾	100ml 당 가격	용량 (ml)	맛	포장	원산지	인증
일반 영유아용 우유	① 옵티멈 골드 드링킹 밀크 (비나밀크)	51,000동 (2,621원)	7,083동 (364원)	720 (180ml*4개입)	일반	종이팩	베트남	ISO 9001-2015
	② 그로우 플러스 (브이피밀크)	32,000동 (1,645원)	4,444동 (228원)	720 (180ml*4개입)	일반	종이팩	베트남	(-)
	③ 디에락 알파 골드 아이큐 (비나밀크)	48,500동 (2,493원)	6,736동 (346원)	720 (180ml*4개입)	일반	종이팩	베트남	할랄
	④ 요코 골드 밀크 (비나밀크)	39,000동 (2,005원)	5,417동 (278원)	720 (180ml*4개입)	일반	종이팩	베트남	FSC 믹스
	⑤ 누비타 그로우 다이아몬드 (누피푸드)	37,000동 (1,902원)	8,409동 (432원)	440 (110ml*4개입)	일반	종이팩	베트남	ISO 9001-2015
	⑥ 난 옵티 프로 키드 (네슬레)	56,900동 (2,925원)	7,903동 (406원)	720 (180ml*4개입)	일반	종이팩	베트남	(-)
	⑦ 프리소 골드 (프리슬란드 캄피나)	55,100동 (2,832원)	7,653동 (393원)	720 (180ml*4개입)	일반	종이팩	베트남	(-)
기타 영유아용 우유	⑧ 그로우 골드 바니 (애봇)	42,000동 (2,159원)	9,545동 (491원)	440 (110ml*4개입)	바닐라	종이팩	미국	(-)
	⑨ 페디아슈어 호영 바닐라 (애봇)	37,000동 (1,902원)	15,612동 (802원)	237	바닐라	플라스틱 병	미국	(-)
	⑩ 시밀락 아이큐 (애봇)	48,500동 (2,493원)	11,023동 (567원)	440 (110ml*4개입)	바닐라	종이팩	아일랜드	(-)
	⑪ 그로우 플러스 수이 딘 동 (누피푸드)	39,500동 (2,030원)	8,977동 (461원)	440 (110ml*4개입)	바닐라	종이팩	베트남	(-)
	⑫ 페디아 플러스 바닐라 셰이크 (누피푸드)	55,100동 (2,832원)	16,697동 (858원)	330 (110ml*3개입)	바닐라	종이팩	베트남	(-)
	⑬ 그로우 플러스 탕 깐 (누피푸드)	34,800동 (1,789원)	7,909동 (407원)	440 (110ml*4개입)	바닐라	종이팩	베트남	(-)
	⑭ 페디아슈어 호영 초콜라 (애봇)	35,200동 (1,809원)	14,852동 (763원)	237	초콜릿	플라스틱 병	미국	(-)
	⑮ 엔파그로우 에이플러스 호영 초콜라 (미드 존슨 뉴트리션)	45,000동 (2,313원)	8,333동 (428원)	540 (180ml*3개입)	초콜릿	종이팩	미국	FSC 믹스

(*) 현지 판매 영유아용 우유 경쟁제품 15개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 인기제품

2) 100동= 5.14원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

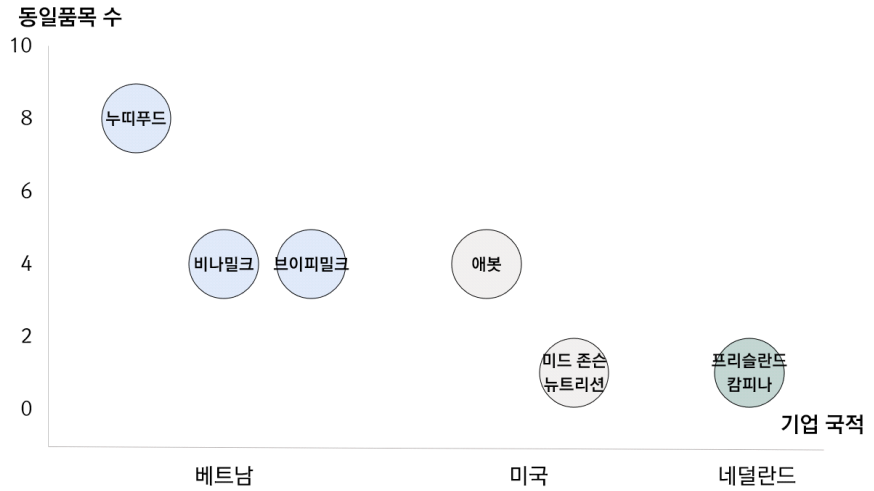
Competitor

(경쟁기업)

베트남(Vietnam) 영유아용 우유 경쟁기업 선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정
· 경쟁제품 기업체

경쟁사 포지셔닝
· X축: 기업(제조사) 국적
· Y축: 동일품목 수



베트남 (Vietnam) 영유아용 우유 경쟁기업 분석

제조사	국적	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일 품목 수
누띠푸드	베트남	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 건강하게 몸무게 증가 키 성장 및 지능향상 ABS 품질 관리 시스템 	8개
비나밀크	베트남	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 유럽산 기술 적용 국제 표준 품질의 영양 맛있고 건강한 자연의 비결 건강한 흡수 두뇌 발달에 도움 	4개
브이피밀크	베트남	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 박항서 코치가 매일 추천하는 키 크고 똑똑해지는 면역 강화 시력 향상과 눈 보호 	4개
애봇	미국	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 키 더 크고 똑똑해지는 어린이의 성장을 돕는 영양 소아과 의사가 추천하는 1위 브랜드 	4개
미드 존슨 뉴트리션	미국	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 과학적 기반으로 특별히 제조 높은 함량의 비타민과 미네랄 함유 	1개
프리슬란드 캄피나	네덜란드	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 재능 있는 탐험가 소화하기 쉬운 영양 두뇌 발달, 신체 발달 등 아이들을 위한 포괄적인 발달 	1개

(*) 현지 영유아용 우유 판매 경쟁기업 6개사 분석

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

베트남(Vietnam)
영유아용 우유 인터뷰
대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정
· 식품 수입유통업체 ○
· 영유아용 우유 취급 경험 ○

	에이앤엠 베트남 미디어 컴퍼니 리미티드 (ANM Vietnam Media Company Limited)	비보마트 (BIBO Mart)	도나컴 컴퍼니 (Donacom Compnay)	오가닉 푸드 (Organic Foods)
업태 ▶	소매업체	소매업체	소매업체	소매업체
영유아용 우유 취급 ▶	 영유아용 우유	 영유아용 우유	 영유아용 우유	 영유아용 우유

사진자료: 스어 초 베 이에우, 에이앤엠 베트남 미디어 컴퍼니 리미티드, 비보마트, 도나컴 컴퍼니, 오가닉 푸드 홈페이지

베트남 (Vietnam) 영유아용 우유 바이어 인터뷰

아사	에이앤엠 베트남 미디어 컴퍼니 리미티드 (ANM Vietnam Media Company Limited) 소매업체	비보마트 (BIBO Mart) 소매업체	도나컴 컴퍼니 (Donacom Compnay) 소매업체	오가닉 푸드 (Organic Foods) 소매업체
<u>1,200원</u> 제품 1팩 당 가격	유사 제품과 비교했을 때 저렴한 가격	현지 브랜드 제품과 비교했을 때 비슷한 가격대	수입 제품 대비 매우 저렴한 가격, 현지 제품 대비 비싼 편	현지 브랜드 제품과 비교했을 때 비싼 가격
<u>190ml</u> 제품 용량	경쟁제품 대비 적절한 용량	180-190ml의 용량 제품이 인기	현지 제품은 200ml 수입 제품은 180-190ml가 평균 용량	매장 기준 200ml 제품이 인기
<u>종이팩</u> 제품 포장	프리미엄은 유리병, 일반 제품은 종이팩 포장이 일반적	위생적이며 보관이 용이한 종이팩 포장이 일반적	영유아용 음료는 주로 종이팩 포장이 일반적	소용량은 종이팩 , 대용량은 플라스틱 병 선호

(*) 현지 경쟁제품 취급 바이어 인터뷰 5개사

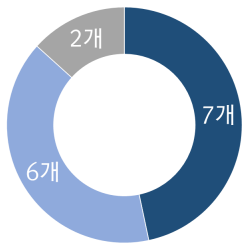
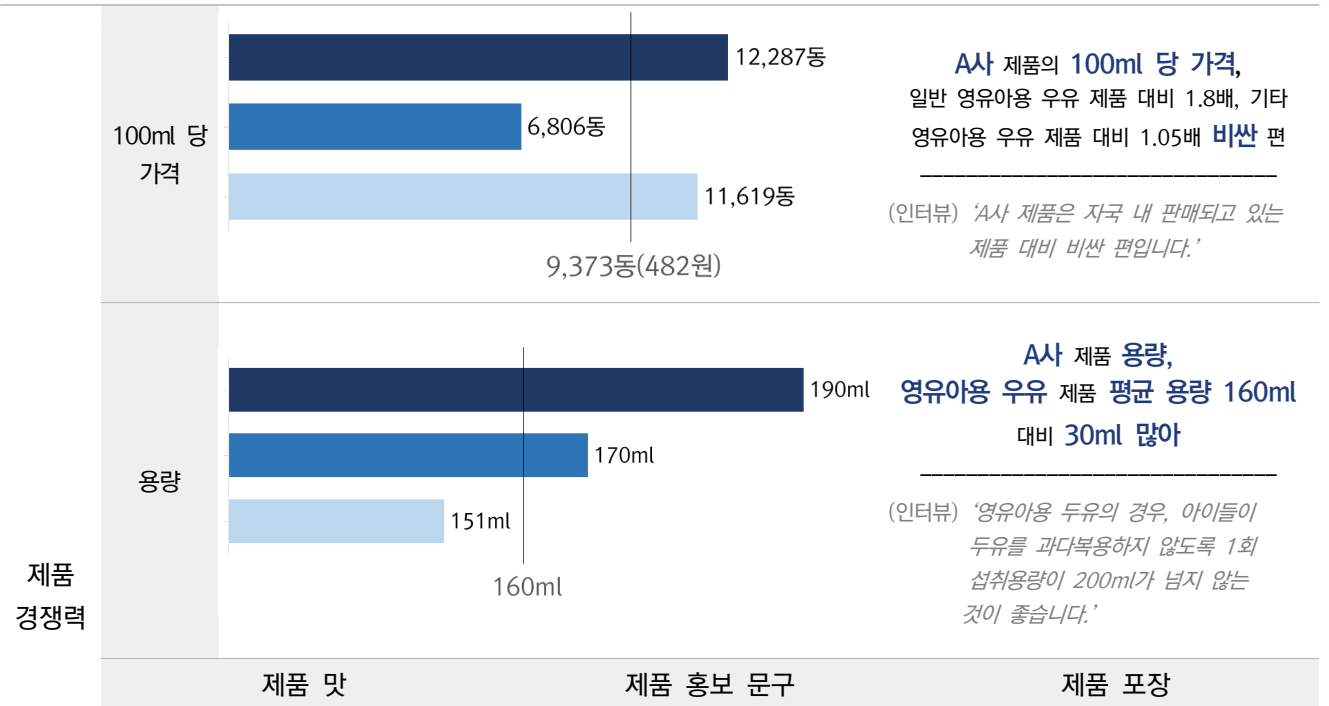
Competitiveness

(경쟁력 파악)

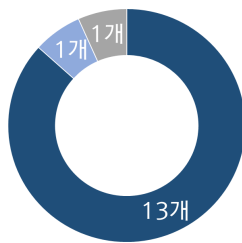
베트남 (Vietnam) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 제품 ■ 일반 영유아용 우유 ■ 기타 영유아용 우유 | 15개 경쟁제품 평균

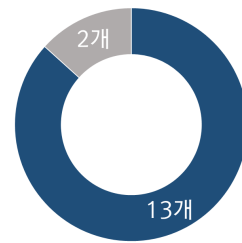
경쟁력 평가 의견



■ 일반
■ 바닐라 맛
■ 초콜릿 맛



■ 효능
■ 성분
■ 기타



■ 종이팩
■ 플라스틱 병

경쟁제품 15개 중, 13개 제품 **바닐라** 및 **초콜릿** 맛 첨가

경쟁제품 홍보 문구, 대부분 제품 **효능** 홍보

경쟁제품 포장, 대부분 **종이팩** 사용

		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 6개사 모두 베트남 오프라인 매장 진출, 또한 6개사 모두 현지 온라인 매장 진출	경쟁기업 4개사는 홍보 채널로 자사 홈페이지 와 현지 SNS 플랫폼 활용	경쟁기업 6개사는 주로 '효능' 을 강조한 홍보 문구 활용

I. 경쟁제품(Competitive Product)

1. 베트남 영유아용 우유 경쟁제품 선정
2. 베트남 영유아용 우유 경쟁제품 조사지표 선정
3. 베트남 영유아용 우유 경쟁제품 포지셔닝
4. 베트남 영유아용 우유 경쟁제품 현지 조사 결과

1. 베트남 영유아용 우유 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

A사 제품 특징



제품명	토들러 프리미엄
품목	영유아용 두유
용량	190ml
포장	종이팩
특징	식물성 영양 비타민 13종

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② A사 제품 분석
 - 제품명 : 토들러 프리미엄
 - 제품 품목 : 영유아용 두유
 - 용량 : 190ml
 - 포장 : 종이팩
 - 주요 특징 : 식물성 영양, 비타민 13종

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



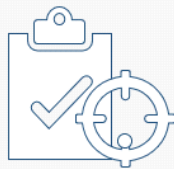
- ① 현지 주요 온라인 쇼핑몰(Top 3) 확인
 1. 티키(Tiki) : 9.2%
 2. 쇼피(Shopee) : 7.5%
 3. 라자다(Lazada) : 6.3%
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 동일 품목 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 Top 10 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰에서 모두 확인 : 4개 제품
 - 주요 온라인 쇼핑몰 중 2개에서 확인 : 1개 제품

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 : 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 영유아제품 전문매장
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사
- ② 제품 분석
 - (오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석

2) 현지 주요 온라인 쇼핑물 인기제품 확인

베트남 주요 온라인 쇼핑물 (Top 3)

사이트명	판매 식품종류
 티키	식료품, 가공식품, 유아용식품 등
 쇼피	신선식품, 유제품, 음료, 냉동식품 등
 라자다	신선식품, 유제품, 수입식품 등

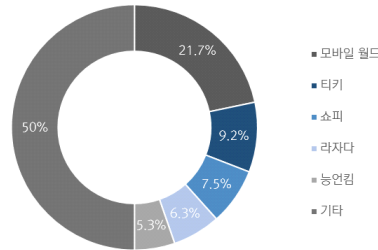
베트남 주요 온라인 쇼핑물에서 모두 판매 중인 인기 경쟁제품

제품명	제조사
그로우 골드	애보트
페디아슈어 차이파산 호영 바니	애보트
스마트에이 그로우 밀크	누트리케어
디에락 그로우 플러스 GP3 드링크 밀크	비나밀크

▶ 베트남 온라인 쇼핑물 점유율 상위 3개, 티키, 쇼피, 라자다

유로모니터에 따르면, 2019년 기준 베트남 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑물 상위 3개는 티키(Tiki), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)로, 상위 3개 온라인 쇼핑물의 점유율은 약 23%임³⁾

[표 1.1] 베트남 온라인 쇼핑물 점유율



자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▶ 인기 온라인 쇼핑물에 모두 진출한 경쟁제품, 4개

베트남 주요 온라인 쇼핑물에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 4개의 제품이 주요 온라인 쇼핑물에서 모두 판매 중이며, 2개 온라인 쇼핑물에서만 판매 중인 제품은 1개로 확인됨

[표 1.2] 베트남 주요 온라인 쇼핑물 인기제품(Top 10)

순위	티키	쇼피	라자다
1	그로우 골드 (애보트)	시밀릭 스페셜케어 프리매처 (애보트)	페디아슈어 차이파산 호영 바니 (애보트)
2	파난 옵티프로 4 드링크 밀크 (베슬레)	페레드스놈 (프루토네나)	그로우 골드 (애보트)
3	스마트에이 그로우 밀크 (누트리케어)	디에락 그로우 플러스 GP3 드링크 밀크 (비나밀크)	페디아슈어 홈파산 호영바니 (애보트)
4	프리스 골드 바니 (프리스)	콜로스베이비 파산 (비타테어리)	디에락 그로우 플러스 GP3 드링크 밀크 (비나밀크)
5	엔파그로우 A+ 호영바니 (미드존스뉴트리션)	그로우 골드 (애보트)	페디아슈어 차이파산 쏘콜라 (애보트)
6	페디아슈어 차이파산 호영 바니 (애보트)	스마트에이 그로우 밀크 (누트리케어)	누페디아슈어 그로우엔게인 바닐라체이크 (애보트)
7	소이 시크릿 (터치밀)	페디아슈어 차이파산 호영 바니 (애보트)	누비타 그로우 다이아몬드 한년 옥초 (누피푸드)
8	디에락 그로우 플러스 GP3 드링크 밀크 (비나밀크)	옵티엄 골드 드링크 밀크 (비나밀크)	닥터 루씨아 아이큐 (누피푸드/유에스켈리)
9	옵티엄 골드 드링크 밀크 (비나밀크)	시밀릭 아이큐 파산 (애보트)	스마트에이 그로우 밀크 (누트리케어)
10	디에락 그로우 플러스 드링크 밀크 (비나밀크)	누트리스트롱 (베슬레)	디에락 알파 골드 아이큐 드링크 밀크 (비나밀크)

■ 3개 온라인 쇼핑물에서 판매 ■ 2개 온라인 쇼핑물에서 판매

자료 : 티키(Tiki) 홈페이지, 쇼피(Shopee) 홈페이지, 라자다(Lazada) 홈페이지

3) 베트남 전체 온라인 쇼핑물 점유율 1위는 모바일 월드(Mobile World)로, 전자제품만을 취급하는 쇼핑물이기 때문에 조사 대상에서 제외함

3) 조사 지역 및 오프라인 매장 선정

● 베트남 호치민 정보⁴⁾

인구('18)	약 859만 명
인구 밀도('18)	4,171명/km ²
면적	2,061km ²

● A사 진출 선호 매장

하이퍼마켓
슈퍼마켓
백화점
편의점
드럭스토어
영유아제품 전문매장
약국

▶ 베트남 호치민, 방문지역으로 선정

베트남의 수도 하노이를 포함한 중앙 직할시 5개 중 하나의 도시이자 경제 중심지인 호치민시(Hồ Chí Minh)를 방문지역으로 선정함. 호치민시는 1976년까지 사이공이라는 명칭을 가지고 남베트남공화국의 수도였던 도시이며 현재까지 베트남의 경제 중심지의 역할을 하는 도시임. 호치민시는 프랑스 식민지 시절 프랑스가 설계한 계획도시이자 프랑스에 의해 발전한 도시이기 때문에 프랑스풍의 건축물이 많이 남아 있어 동아시아의 진주, 동양의 파리 등으로 불리며 관광객들의 유입이 많음

▶ 현지 조사 매장 선정, 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 영유아제품 전문매장

베트남 영유아 식품(Baby Food⁵⁾)의 유통채널별 점유율을 확인한 결과, 개인 및 기타 식료품점이 33.4%로 가장 높았으며, 슈퍼마켓&하이퍼마켓이 24.7%, H&B 스토어 4.0%, 편의점 1.0%, 온라인몰 0.3%로 확인됨. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사 매장을 선정함

[표 1.3] 베트남 영유아용 우유 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
개인 및 기타 식료품점 (개인슈퍼, 노상점 등)	33.4%	콘쿱(Concuong)
슈퍼마켓&하이퍼마켓	24.7%	콕마트(Co.opMart), 바오야썬(Bach Hoa Xanh), 빈마트(VinMart), 빅씨(Big C), 롯데마트(Lotte Mart)
H&B 스토어	4.0%	더 페이스 샵(The Face Shop), 가디언(Guardian) 아이웨어헛(Eyewear Hut), 파머시티(Pharmacy),
편의점	1.0%	패밀리마트(Family Mart), 써클케이(Circle K), 비스마트(B's Mart), 미니스톱(Ministop)
온라인몰	0.3%	티키(Tiki), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

4) 베트남 통계청(General Statistics Office of Viet Nam), Area, population and population density by province, 2019

5) '영유아용 우유'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 영유아 식품(Baby Food)의 정보를 확인함

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ① 인기 제품

- 온라인 매장 조사 결과 인기 제품 선정
(*) 티키(Tiki), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)
- 현지 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 빅씨마트(Big C Mart), 콕마트(Co.op Mark), 롯데마트(Lotte Mart), 콘쿱(Concung)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 종류

- 일반 영유아용 우유: 우유 성분을 주원료로 하고 설탕 등을 배합하여 제조한 영유아용 음료 제품
- 기타 영유아용 우유: 우유에 바닐라·초콜릿 등의 맛을 첨가한 것

[표 1.4] 베트남 영유아용 우유 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	일반 영유아용 우유	기타 영유아용 우유
① 옵티멈 골드 드링킹 밀크 (비나밀크)	○ (빅씨마트, 콕마트, 롯데마트, 콘쿱)	○ (티키, 쇼피)	○	
② 그로우 플러스 (브이피밀크)	○ (롯데마트)	○ (티키, 쇼피, 라자다)	○	
③ 디에락 알파 골드 아이큐 (비나밀크)	○ (빅씨마트, 콕마트)	○ (티키, 쇼피, 라자다)	○	
④ 요코 골드 밀크 (비나밀크)	○ (빅씨마트, 콕마트, 콘쿱)	○ (티키, 쇼피, 라자다)	○	
⑤ 누비타 그로우 다이아몬드 (누띠푸드)	○ (빅씨마트, 콕마트)	○ (쇼피, 라자다)	○	
⑥ 난 옵티 프로 키드 (네슬레)	○ (빅씨마트, 콕마트, 콘쿱)	○ (티키, 쇼피, 라자다)	○	
⑦ 프리소 골드 (프리슬란드 캄피나)	○ (빅씨마트, 콕마트, 롯데마트, 콘쿱)	○ (티키, 쇼피, 라자다)	○	
⑧ 그로우 골드 바니 (애벗)	○ (빅씨마트, 콕마트, 롯데마트, 콘쿱)	○ (티키, 쇼피, 라자다)		○
⑨ 페디아슈어 호영 바닐라 (애벗)	○ (빅씨마트, 콕마트, 롯데마트, 콘쿱)	○ (티키, 쇼피, 라자다)		○
⑩ 시밀락 아이큐 (애벗)	○ (빅씨마트, 콕마트, 롯데마트, 콘쿱)	○ (티키, 쇼피, 라자다)		○
⑪ 그로우 플러스 수이 딘 동 (누띠푸드)	○ (빅씨마트, 콕마트, 콘쿱)	○ (티키, 쇼피, 라자다)		○
⑫ 페디아 플러스 바닐라 셰이크 (누띠푸드)	○ (빅씨마트)	○ (쇼피, 라자다)		○
⑬ 그로우 플러스 탕 간 (누띠푸드)	○ (빅씨마트, 콕마트, 콘쿱)	○ (티키, 쇼피, 라자다)		○
⑭ 페디아슈어 호영 소콜라 (애벗)	○ (빅씨마트, 콕마트, 롯데마트, 콘쿱)	○ (티키, 쇼피, 라자다)		○
⑮ 엔파그로우 에이플러스 호영 소콜라 (미드 존슨 뉴트리션)	○ (빅씨마트, 콕마트, 콘쿱)	○ (쇼피, 라자다)		○

(*) 현지 판매 영유아용 우유 경쟁제품 15개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 인기제품

2. 베트남 영유아용 우유 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 조사 지표 ① 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 소비자가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 100ml 당 가격

▶ 조사 지표 ② 용량

- 제품의 용량(ml)

※ 제품이 묶음포장 형태인 경우 제품 개수를 별도로 표기함

▶ 조사 지표 ③ 제품 종류

- 일반 영유아용 우유: 우유 성분을 주원료로 하고 설탕 등을 배합하여 제조한 영유아용 음료 제품
- 기타 영유아용 우유: 우유에 바닐라·초콜릿 등 맛을 첨가한 영유아용 음료 제품

▶ 조사 지표 ④ 포장 형태

- 제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 소재
 - 종이팩: 내부에 폴리에틸렌이 도포되어있는 종이 소재의 포장 용기

▶ 조사 지표 ⑤ 맛

- 제품의 원료에 따른 맛

▶ 조사 지표 ⑥ 원산지

- 제품의 원산지

▶ 조사 지표 ⑦ 제품 수입상 정보

- 제품의 수입상 정보

▶ 조사 지표 ⑧ 원료 및 첨가물

- 제품의 원료 및 첨가물

●
보유 인증 마크



할랄 인증⁶⁾



FSC 믹스 인증⁷⁾



ISO 9001-2015 인증⁸⁾⁹⁾

▶ 조사 지표 ⑨ 보유 인증

- 제품이 보유한 인증

[표 1.5] 주요 인증 정보

인증 종류	인증 내용
할랄 인증	무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법에 따라 도살, 처리, 가공된 식품에 부여되는 인증마크
FSC 믹스 인증	국제 삼림 협의회(Forest Stewardship Council)에서 부여하는 인증으로, 제품에 FSC인증 원료 혹은 관리된 삼림의 원료, 재활용 원료가 혼합 사용되었다는 것을 증명하는 인증
ISO 9001-2015 (품질경영시스템)	제품 또는 서비스의 실현 시스템이 규정된 요구사항을 충족하고 이를 유효하게 운영하고 있음을 제3자가 객관적으로 인증해 주는 제도

●
보유 인증 마크



보존제 미사용 라벨

▶ 조사 지표 ⑩ 기타 표기 사항

- 제품 라벨에 표기된 사항

[표 1.6] 주요 인증 정보

종류	내용
보존제 미사용 라벨	제품에 보존제가 사용되지 않았음을 보여주는 표식

6) 베트남 할랄 인증기관(Vietnam Halal Certification Agency) 홈페이지 (halal.vn)
 7) 국제 삼림 협의회(Forest Stewardship Council) 홈페이지 (www.fsc.org)
 8) 국제표준화기구(International Standards Organization) 홈페이지 (www.iso.org)
 9) ISO 9001-2015 인증의 생김새는 제품별로 상이할 수 있음

[표 1.7] 베트남 영유아용 우유 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100ml 당 가격	제품의 100ml 당 가격
용량		제품의 용량 ※ 제품이 묶음포장 형태인 경우 제품 개수를 별도로 표기함
제품 종류	일반 영유아용 우유	우유 성분을 주원료로 설탕 등을 배합하여 제조한 영유아용 음료 제품
	기타 영유아용 우유	우유에 바닐라·초콜릿 등 맛을 첨가한 영유아용 음료 제품
포장 형태	종이팩	내부에 폴리에틸렌이 도포되어 있는 종이 소재의 포장 용기 ※ 제품 모양에 따라 벽돌형과 파우치형으로 구분함
원산지		제품의 원산지
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물
보유 인증	할랄 인증	무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법에 따라 도살, 처리, 가공된 식품에 부여되는 인증마크
	FSC 믹스 인증	국제 삼림 협의회(Forest Stewardship Council)에서 부여하는 인증으로, 제품에 FSC인증 원료 혹은 관리된 삼림의 원료, 재활용 원료가 혼합 사용되었다는 것을 증명하는 인증
	ISO 9001-2015 (품질경영시스템)	제품 또는 서비스의 실현 시스템이 규정된 요구사항을 충족하고 이를 유효하게 운영하고 있음을 제3자가 객관적으로 인증해 주는 제도
기타 표기사항	보존제 미사용 라벨	제품에 보존제가 사용되지 않았음을 보여주는 표시

3. 베트남 영유아용 우유 경쟁제품 포지셔닝

경쟁제품(제조사)

- ① 옵티멈 골드 드링킹 밀크 (비나밀크)
- ② 그로우 플러스 (브이피밀크)
- ③ 디에락 알파 골드 아이큐 (비나밀크)
- ④ 요코 골드 밀크 (비나밀크)
- ⑤ 누비타 그로우 다이아몬드 (누피푸드)
- ⑥ 난 옵티 프로 키드 (네슬레)
- ⑦ 프리소 골드 (프리슬란드 캄피나)
- ⑧ 그로우 골드 바니 (애벳)
- ⑨ 페디아슈어 호영 바닐라 (애벳)
- ⑩ 시밀락 아이큐 (애벳)
- ⑪ 그로우 플러스 수이 딘 동 (누피푸드)
- ⑫ 페디아 플러스 바닐라 셰이크 (누피푸드)
- ⑬ 그로우 플러스 탕 깐 (누피푸드)
- ⑭ 페디아슈어 호영 스킨라 (애벳)
- ⑮ 언피그로우 에플러스 호영 스킨라 (미드 존슨 뉴트리션)

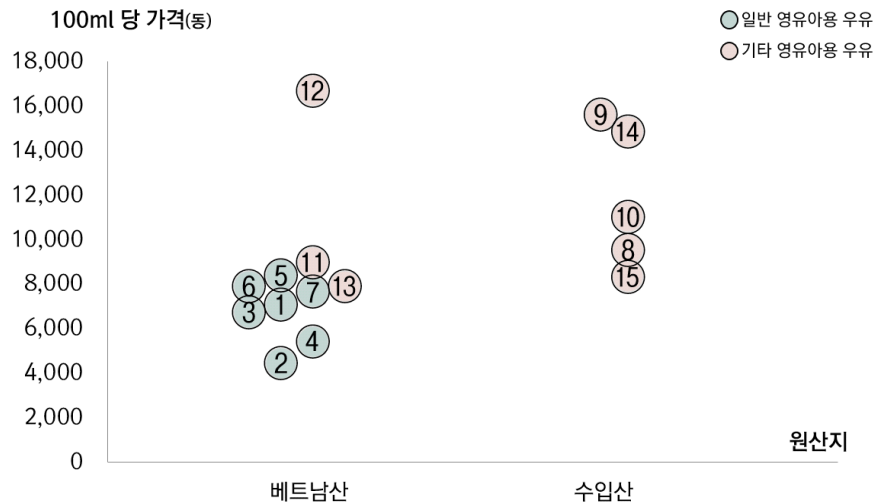
▶ 포지셔닝 ① : 제품 종류별 평균 100ml 당 가격, 중형 제품이 비교적 저렴

베트남 오프라인 매장에서 조사된 영유아용 우유 경쟁제품 15개는 제품의 용량¹⁰⁾에 따라 소형과 중형으로 구분됨. 180ml 미만 제품은 소형으로, 180ml 이상 제품은 중형으로 분류함. 소형 제품 6개의 평균 100ml 당 가격은 10,427동(약 536원)이며, 중형 제품 9개의 평균 100ml당 가격은 8,670동(약 446원)으로 조사됨. 소형 제품의 평균 용량은 110ml이고 중형 제품은 193ml로 중형 제품 용량이 약 1.75배 많지만, 100ml 당 가격은 소형 제품이 약 20.3% 비싼 것으로 확인됨

▶ 포지셔닝 ② : 원산지별 평균 100ml 당 가격, 베트남산 제품이 비교적 저렴

베트남 오프라인 매장에서 조사된 영유아용 우유 경쟁제품 15개 제품은 제품 원산지에 따라 베트남산 영유아용 우유 10개, 미국과 아일랜드를 포함한 수입산 영유아용 우유 5개로 확인됨. 경쟁제품의 원산지별 평균 100ml 당 가격을 비교한 결과, 베트남산 영유아용 우유가 8,123동(약 418원)¹¹⁾으로 조사되었으며, 수입산 영유아용 우유가 11,873동(약 610원)으로 베트남산 영유아용 우유보다 약 46.2% 비싼 것으로 확인됨

[표 1.8] 베트남 영유아용 우유 경쟁제품 포지셔닝



자료: 베트남 영유아용 우유 경쟁제품 15개 분석

10) 묶음포장 형태의 제품은 단품 용량 기준으로 분류하였음
11) 100동= 5.14원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

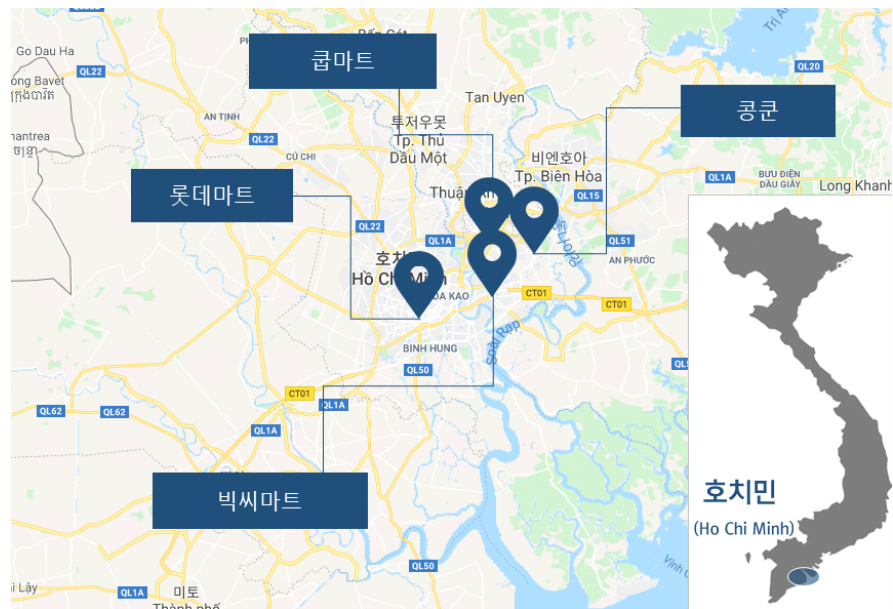
4. 베트남 영유아용 우유 경쟁제품 현지 조사 결과

▶ 베트남 호치민에 위치한 슈퍼마켓 4개 매장 방문

베트남 호치민에 위치한 슈퍼마켓 빅씨마트(Big C Mart)와 콕마트(Co.op Mart), 롯데마트(Lotte Mart), 영유아제품 전문점 콘쿱(Concung)을 방문함. 콕마트는 베트남 슈퍼마켓 점유율 1위¹²⁾ 브랜드로 베트남 전역에 약 110여 개 매장을 운영하고 있음

[표 1.9] 베트남 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
빅씨마트 (Big C Mart)	슈퍼마켓	4	· 해산물, 농산물, 생활용품 등 판매 · 한국산, 베트남산 영유아용 우유 제품 판매
콕마트 (Co.op)	슈퍼마켓	7	· 해산물, 농산물, 생활용품 등 판매 · 지역 주민, 관광객이 주로 방문 · 베트남산 및 수입 제품 판매
롯데마트 (Lotte Mart)	슈퍼마켓	2	· 해산물, 농산물, 생활용품 등 판매 · 한국산 영유아용 우유 제품 판매 · 지역 주민, 관광객이 주로 방문
콘쿱 (Concung)	영유아제품 전문점	2	· 우유, 분유, 기저귀 등 임신부와 아기용품 판매 · 베트남의 대표적인 영유아제품 브랜드 체인점



지도자료: 구글맵(Google Maps)

12) 자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▶ **경쟁제품 판매 현황, 15개 중 6개 제품은 4개 매장에서 모두 판매**

빅씨마트(Big C Mart)와 쿠팡마트(Co.op Mart), 롯데마트(Lotte Mart), 콘쿱(Concung) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 옵티멈 골드 드링킹 밀크, 프리소 골드, 그로우 골드 바니, 페디아슈어 호영 바닐라, 시밀락 아이큐, 페디아슈어 호영 쏘콜라 제품이 모든 방문 매장에서 판매 중인 것으로 확인됨

[표 2.0] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황			
	빅씨마트	쿠팡마트	롯데마트	콘쿱
① 옵티멈 골드 드링킹 밀크 (비나밀크)	○	○	○	○
② 그로우 플러스 (브이피밀크)			○	
③ 디에락 알파 골드 아이큐 (비나밀크)	○	○		
④ 요코 골드 밀크 (비나밀크)	○	○		○
⑤ 누비타 그로우 다이아몬드 (누띠푸드)	○	○		
⑥ 난 옵티 프로 키드 (네슬레)	○	○		○
⑦ 프리소 골드 (프리슬란드 캄피나)	○	○	○	○
⑧ 그로우 골드 바니 (애봇)	○	○	○	○
⑨ 페디아슈어 호영 바닐라 (애봇)	○	○	○	○
⑩ 시밀락 아이큐 (애봇)	○	○	○	○
⑪ 그로우 플러스 수이 딘 동 (누띠푸드)	○	○		○
⑫ 페디아 플러스 바닐라 셰이크 (누띠푸드)	○			
⑬ 그로우 플러스 탕 간 (누띠푸드)	○	○		○
⑭ 페디아슈어 호영 쏘콜라 (애봇)	○	○	○	○
⑮ 엔파그로우 에이플러스 호영 쏘콜라 (미드 존슨 뉴트리션)	○	○		○

자료: 현지 조사원 자료

Shop ① 롯데마트(Lotte Mart)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
음료, 과일, 채소, 육류, 해산물, 생활용품 등의 다양한 제품을 판매하며 주로 한국산 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
Lanh Binh Thang 공원 앞에 위치하였으며, 주변이 대단지 아파트와 학교로 둘러싸인 주거 지역임
- 주요 고객층:
관광객, 한국인

브랜드 기본 정보¹³⁾



롯데마트는 1998년에 롯데쇼핑에서 설립한 한국의 슈퍼마켓 체인임. 국내에 118개의 점포를 운영하며, 2006년부터는 본격적인 해외 사업을 시작하여 중국에 116개, 인도네시아에 41개, 베트남에 11개의 점포를 운영하고 있음. 무료 배송, 무료 주차, 환전 서비스 등을 제공함

조사 제품 수: 2개

매장 정보



위치

도시(지역)

호치민

상세주소

Lầu 1-5 Tòa nhà EverRich, 968 Đường 3 Tháng 2, Phường 15, Quận 11, Hồ Chí Minh, Vietnam

매장 내부 전경



매장 내부 전경

판매 영유아용 우유 및 두유 제품 정보

제품 판매 정보



디에락 알파 골드 아이큐 (비나밀크)

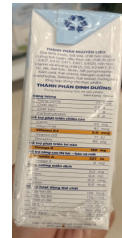
그로우 플러스 (브이피밀크)

사진자료: 현지 조사원 자료, 롯데마트 홈페이지

13) 롯데마트(Lotte Mart) 홈페이지 (lotte.vn)



제품명 (현지어)	디에락 알파 골드 아이큐 (Dielac Alpha Gold IQ)	제조사 (영어)	비나밀크 (Vinamilk)
가격	48,500동 (2,493원)	100ml 당 가격	6,736동 (346원)
용량(ml)	720ml (180ml*4개입)	제품 종류	기타
포장 형태	종이팩	맛	일반
홍보 문구	두뇌 발달에 도움	원산지	베트남
수입자	베트남	보유 인증	할랄
주요 영양소	DHA, 루테인, 칼슘, 칼슘, 비타민 A, 비타민 D3		



제품명 (현지어)	그로우 플러스 (Grow+)	제조사 (영어)	브이피밀크 (VP Milk)
가격	32,000동 (1,645원)	100ml 당 가격	4,444동 (228원)
용량(ml)	720ml (180ml*4개입)	제품 종류	기타
포장 형태	종이팩	맛	일반
홍보 문구	키 크고 똑똑하게 도와줌	원산지	베트남
수입자	베트남	주요 영양소	비타민 K2, 오메가 6, 비타민 A, 비타민 B2. 칼슘

Shop ② 빅씨(Big C)

<p>매장 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> · 유형: 슈퍼마켓 · 판매 제품 특징: 음료, 과일, 채소, 육류, 해산물, 농산물, 생활용품 등 다양한 제품을 판매하며 한국 제품을 많이 판매함 · 매장 주변 특징: 상업지역 내에 위치하고 있으며 주변에는 고급아파트와 강변을 따라 호텔이 밀집되어 있음 · 주요 고객층: 관광객, 한국인 	<p>브랜드 기본 정보¹⁴⁾</p>	 <p>빅씨는 1993년에 설립된 태국의 슈퍼마켓 체인임. 1998년부터 프랑스의 유통업체인 그룹 카지노(Groupe Casino)의 관리하에 베트남, 태국, 아르헨티나, 우루과이 등의 다양한 국가에 매장을 운영하고 있음. 빅씨는 베트남 최대의 쇼핑센터 중 하나이며, 베트남 내에는 36개의 매장을 보유함</p> <p>조사 제품 수: 4개</p>
<p>매장 정보</p>	<p>매장 정보</p>	 <p>도시(지역) 호치민</p> <p>위치 상세주소 Tầng B1, Khu nhà phức hợp Cantavil, An Phú, Phường An Phú, Quận 2, TP. Hồ Chí Minh, Vietnam</p>
<p>매장 내부 전경</p>	<p>매장 내부 전경</p>	<p>매장 내부 전경</p> 
<p>제품 판매 정보</p>	<p>판매 영유아용 우유 및 두유 제품 정보</p>	 <p>프리스 골드 (프리슬란드 캄피나)</p>  <p>페디아슈어 호영 쏘콜라 (애봇)</p>  <p>그로우 플러스 탕 간 (누띠푸드)</p>  <p>페디아 플러스 바닐라 쉐이크 (누띠푸드)</p>

사진자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지

14) 빅씨(Big C) 홈페이지 (www.bigc.vn)



제품명 (현지어)	프리스 골드 (Friso Gold)	제조사 (영어)	프리스란드 캄피나 (Friesland Campina)
가격	55,100동 (2,832원)	100ml 당 가격	7,653동 (393원)
용량(ml)	720ml (180ml*4개입)	제품 종류	기타
포장 형태	종이팩	맛	일반
홍보 문구	재능 있는 탐험가	원산지	베트남
수입자	베트남	주요 영양소	철, 아연, 셀레늄, 비타민 A, D3, E, B6, B12, C 엽산



제품명 (현지어)	페디아슈어 흐영 쏘콜라 (PediaSure huong socola)	제조사 (영어)	애봇 (Abbott)
가격	35,200동 (1,809원)	100ml 당 가격	14,852동 (763원)
용량(ml)	237ml	제품 종류	기타
포장 형태	플라스틱 병	맛	초콜릿
홍보 문구	균형 잡힌 충분한 영양은 아이들의 성장을 도와줌	원산지	미국
수입자	Công ty TNHH DINH DƯỠNG 3A	주요 영양소	아르기닌, 비타민 D2, E, K, K2, B1, B2, B6, B12



제품명 (현지어)	그로우 플러스 탕 깐 (Grow Plus tang can)	제조사 (영어)	누띠푸드 (Nutri Food)
가격	34,800동 (1,789원)	100ml 당 가격	7,909동 (407원)
용량(ml)	440ml (110ml*4개입)	제품 종류	기타
포장 형태	종이팩	맛	바닐라
홍보 문구	건강하게 몸무게 증가시키는 효과적인 영양	원산지	베트남
수입자	베트남	주요 영양소	비타민 A, D3, E, B6, B12, C, 칼륨, 칼슘, 엽산



제품명 (현지어)	페디아 플러스 바닐라 셰이크 (Pedia Plus Vanilla Shake)	제조사 (영어)	누띠푸드 (Nutri Food)
가격	55,100동 (2,832원)	100ml 당 가격	16,697동 (858원)
용량(ml)	330ml (110ml*3개입)	제품 종류	기타
포장 형태	종이팩	맛	바닐라
홍보 문구	아이 성장을 도와줌	원산지	베트남
수입자	베트남	주요 영양소	단백질, 칼슘, 엽산, 아연 비타민 A, D, E, B6, C, 칼륨, 마그네슘

Shop ③ 쿵마트(Co.op Mart)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징: 음료, 과일, 채소, 육류, 해산물, 농산물, 생활용품 등 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징: 상업지역 내 있으며, 주변에는 백화점, 은행, 경찰서 등이 있음. 공원이 근처에 있어 유동인구가 많은 지역
- 주요 고객층: 지역 주민, 한국인, 유학생

브랜드 기본 정보 ¹⁵⁾			쿵마트는 베트남 소매업체 중 하나인 사이공 쿵 (Saigon Co.op)이 1996년에 설립한 슈퍼마켓 체인임. 호치민 Cong Quynh의 1호점을 시작으로 큰 규모와 저렴한 가격을 내세워 현재까지 총 113개의 매장을 보유하고 있음. 매장은 주로 베트남 남부에 위치함
	조사 제품 수: 7개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	호치민
	상세주소	191 Quang Trung, Phường Hiệp Phú, Quận 9, TP. Hồ Chí Minh, Vietnam	
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 영유아용 우유 및 두유 제품 정보		
			
	그로우 플러스 수이 딘 동 (누띠푸드)	누비타 그로우 다이아몬드 (누띠푸드)	요코 골드 밀크 (비나밀크)
			
	그로우 골드 바니 (애봇)	페디아슈어 효영 바닐라 (애봇)	시밀락 아이큐 (애봇)
			난 옵티 프로 키드 (네슬레)

사진자료: 현지 조사원 자료, 쿵마트 홈페이지

15) 사이공 쿵(Saigon Co.op) 홈페이지 (saigonco-op.com.vn)



제품명 (현지어)	그로우 플러스 수이 딘 동 (Grow Plus suy dinh duong)	제조사 (영어)	누띠푸드 (Nutifood)
가격	39,500동 (2,030원)	100ml 당 가격	8,977동 (461원)
용량(ml)	440ml (110ml*4개입)	제품 종류	기타
포장 형태	종이팩	맛	바닐라
홍보 문구	영양실조 및 발육 부진 아동을 위한 효과적인 영양	원산지	베트남
수입자	베트남	주요 영양소	DHA, 비타민 A, D3, E, K, C, B1, B6, B12, 바이오틴, 마그네슘



Thành phần	Đơn vị	Trong 100g	Thành phần	Đơn vị	Trong 100g
Năng lượng	Kcal	94	Vitamin B2	µg	178
Chất đạm	g	3,52	Niacin	mg	1,10
Chất béo	g	4,07	Iact	µg	792
Acid Alpha Lipoic(AAL)	mg	49,5	Pantothenic	µg	29,7
DHA	mg	297	Vitamin B6	µg	218
Acid Linoleic(LA)	mg	5,5	Acid Folic	µg	0,45
Carbonhydrat	g	10,5	Vitamin B12	µg	2,07
Chất xơ (FOS/MULIN)	g	0,69	Biotin	mg	23,8
Taurin	mg	8,9	Cholin	mg	39,6
Lactin	mg	207	Natri	mg	158
Vitamin A	µg	19,8	Kali	mg	99
Vitamin D3	IU	359	Canxi	mg	161
Vitamin E	IU	99	Phospho	mg	100
Vitamin C	mg	4,40	Magiê	mg	13,9
Vitamin K1	µg	11,1	Iốt	µg	1,43
Vitamin K2	µg	5,50	Sông	µg	7,9
Vitamin B1	µg	218	Selen	µg	1,19

Hàm lượng các chất không thấp hơn 80% giá trị ghi nhận.

제품명 (현지어)	누비타 그로우 다이아몬드 (Nuvita Grow Diamond)	제조사 (영어)	누띠푸드 (Nutifood)
가격	37,000동 (1,902원)	100ml 당 가격	8,409동 (432원)
용량(ml)	440ml (110ml*4개입)	제품 종류	기타
포장 형태	종이팩	맛	일반
홍보 문구	키 증가 및 지력 향상을 도와주는 영양	원산지	베트남
수입자	베트남	보유 인증	ISO 9001-2015
주요 영양소	비타민 A, D3, E, C, K1, K2, B1, 루테인, DHA		



제품명 (현지어)	요코 골드 밀크 (Sữa uống dinh dưỡng Yoko Gold)	제조사 (영어)	비나밀크 (Vinamilk)
가격	39,000동 (2,005원)	100ml 당 가격	5,417동 (278원)
용량(ml)	720ml (180ml*4개입)	제품 종류	기타
포장 형태	종이팩	맛	일반
홍보 문구	건강한 소화 슬기로운 아이	원산지	베트남
수입자	베트남	보유 인증	FSC 믹스
주요 영양소	단백질, DHA, 타우린, 칼슘, 바이오틴		



제품명 (현지어)	그로우 골드 바니 (Grow Gold vani)	제조사 (영어)	애봇 (Abbott)
가격	42,000동 (2,159원)	100ml 당 가격	9,545동 (491원)
용량(ml)	440ml (110ml*4개입)	제품 종류	기타
포장 형태	종이팩	맛	바닐라
홍보 문구	키 더 크고 똑똑한 소망	원산지	미국
수입자	Công ty TNHH DINH DƯỠNG 3A	주요 영양소	DHA, 이눌린&FOS, 타우린, 콜린, 칼슘



제품명 (현지어)	페디아슈어 허영 바닐라 (PediaSure hương vani)	제조사 (영어)	애봇 (Abbott)
가격	37,000동 (1,902원)	100ml 당 가격	15,612동 (802원)
용량(ml)	237ml	제품 종류	기타
포장 형태	플라스틱 병	맛	바닐라
홍보 문구	균형 잡힌 충분한 영양은 아이들의 성장을 도와줌	원산지	미국
수입자	Công ty TNHH DINH DƯỠNG 3A	주요 영양소	DHA, FOS, 타우린, 아르기닌, 비타민 A, D3, E, K1, K2, 칼슘



제품명 (현지어)	시밀락 아이큐 (Similac IQ)	제조사 (영어)	애봇 (Abbott)
가격	48,500동 (2,493원)	100ml 당 가격	11,023동 (567원)
용량(ml)	440ml (110ml*4개입)	제품 종류	기타
포장 형태	종이팩	맛	바닐라
홍보 문구	면역력 강화, 지력 향상해주는 중요한 10가지 영양성분	원산지	아일랜드
수입자	Công ty TNHH DINH DƯỠNG 3A	주요 영양소	이눌린&FOS, 타우린, 루테인, 비타민 A, D3, E, K1, 바이오틴, 콜린, 칼슘



제품명 (현지어)	난 옵티 프로 키드 (Nan Optipro kid)	제조사 (영어)	네슬레 (Nestle)
가격	56,900동 (2,925원)	100ml 당 가격	7,903동 (406원)
용량(ml)	720ml (180ml*4개입)	제품 종류	기타
포장 형태	종이팩	맛	일반
홍보 문구	HMO 2'-FL는 흡수 및 면역력에 도움	원산지	베트남
수입자	베트남	주요 영양소	알파-리놀렌산, 칼슘, 2'-O-푸코실 락토스, 칼슘, 비타민 D3 C

Shop ④ 콘쿱 (Concung)

<p>매장 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> · 유형: 슈퍼마켓 · 판매 제품 특징: 우유, 분유, 기저귀 등 임산부와 아기 용품 등을 판매하는 중형 매장 · 매장 주변 특징: 상업지역 내 위치하고 있으며, 주변에는 백화점, 은행, 경찰서 등이 있음. 공원이 근처에 있어 유동인구가 많은 지역 · 주요 고객층: 지역 주민 	<p>브랜드 기본 정보¹⁶⁾</p> 	<p>콘쿱은 2011년에 설립된 임산부 및 아기용품 전문 슈퍼마켓 체인임. 약 500여 개의 매장이 있으며, 호찌민에 약 90여 개의 매장이 있음. 2016년 기준 연간 100%의 성장률로 매우 빠르게 성장하고 있으며, 2021년 말까지 약 1,000개의 매장을 보유할 것으로 예상</p>				
	<p>매장 정보</p>	<p>조사 제품 수: 2개</p> 	<p>위치</p> <table border="1"> <tr> <td>도시(지역)</td> <td>호찌민</td> </tr> <tr> <td>상세주소</td> <td>655 Lê Văn Việt, P.Tân Phú, Quận 9, TP. Hồ Chí Minh</td> </tr> </table>	도시(지역)	호찌민	상세주소
도시(지역)	호찌민					
상세주소	655 Lê Văn Việt, P.Tân Phú, Quận 9, TP. Hồ Chí Minh					
<p>매장 내부 전경</p>	<p>매장 내부 전경</p> 					
<p>제품 판매 정보</p>	<p>판매 영유아용 우유 및 두유 제품 정보</p> <table border="1"> <tr> <td>  <p>엔파그로우 에이플러스 호영 소콜라 (미드 존슨 뉴트리션)</p> </td> <td>  <p>옵티멈 골드 드링크링 밀크 (비나밀크)</p> </td> </tr> </table>		 <p>엔파그로우 에이플러스 호영 소콜라 (미드 존슨 뉴트리션)</p>	 <p>옵티멈 골드 드링크링 밀크 (비나밀크)</p>		
 <p>엔파그로우 에이플러스 호영 소콜라 (미드 존슨 뉴트리션)</p>	 <p>옵티멈 골드 드링크링 밀크 (비나밀크)</p>					

사진자료: 현지 조사원 자료, 콘쿱 홈페이지

16) 콘쿱 (Concung) 홈페이지 (concung.com)



제품명 (현지어)	엔파그로우 에이플러스 호영 썬콜라 (Enfagrow A+ hương socola)	제조사 (영어)	미드 존슨 뉴트리션 (Mead Johnson Nutriron)
가격	45,000동 (2,313원)	100ml 당 가격	8,333동 (428원)
용량(ml)	540ml (180ml*3개입)	제품 종류	기타
포장 형태	종이팩	맛	초콜릿
홍보 문구	DHA & Choline 함량 증가로 두뇌 발달 지속	원산지	미국
수입자	Mead Johnson Nutrition Vietnam	보유 인증	FSC 믹스
주요 성분	DHA, 비타민 A,D,E,K,B1,B3,B6B12,C, 칼슘, 인, 아연, 마그네슘		



제품명 (현지어)	옵티멈 골드 드링크링 밀크 (Sữa uống dinh dưỡng Optimum Gold)	제조사 (영어)	비나밀크 (Vinamilk)
가격	51,000동 (2,621원)	100ml 당 가격	7,083동 (364원)
용량(ml)	720ml (180ml*4개입)	제품 종류	기타
포장 형태	종이팩	맛	일반
홍보 문구	건강한 흡수, 똑똑한 아이	원산지	베트남
보유 인증	ISO 9001-2015	주요 성분	단백질, 올리고당, DHA, 칼슘, 루테인, 타우린, 비타민 A, D3, E, K1

Ⅲ. 경쟁기업(Competitor)

1. 베트남 영유아용 우유 경쟁기업 선정
2. 베트남 영유아용 우유 경쟁기업 현황
3. 베트남 영유아용 우유 경쟁기업 세부정보

1. 베트남 영유아용 우유 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 해외 기업 6개사 선정

베트남 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 중, 규모를 기준으로 베트남 기업 누띠푸드(Nuti Food), 비나밀크(Vinamilk), 브이피밀크(VP Milk)와 미국 기업 애봇(Abbott), 미드 존슨 뉴트리션(Mead Johnson Nutrition), 네덜란드 기업 프리슬란드 캄피나(Friesland Campina)를 선정함

▶ 경쟁기업 6개사, 평균 55년 업력 보유

선정된 경쟁기업 6개사의 평균 업력은 약 55년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 미국에 본사를 두고 있는 글로벌 기업인 애봇(Abbott)은 132년, 미드 존슨 뉴트리션(Mead Johnson Nutrition)은 115년의 업력으로 영유아용 우유 분야의 선두 업체들이며, 네덜란드의 프리슬란드 캄피나(Friesland Campina)는 12년의 업력을 보유하고 있음. 베트남 기업으로는 누띠푸드(Nuti Food)가 20년, 비나밀크(Vinamilk)가 44년의 업력으로 시장을 선점하였으며, 이후 브이피밀크(VP Milk)가 시장에 진입함

▶ 경쟁기업 6개사, 영유아용 우유 동일 품목 종류 조사

베트남에 진출한 경쟁기업 6개사가 판매하고 있는 영유아용 우유의 동일 품목 수를 조사한 결과 누띠푸드(Nuti Food)가 8개로 경쟁기업 6개사 중 가장 많은 동일 품목 수를 보유하고 있는 것으로 확인됨. 이외에 모든 경쟁기업은 5개 이하의 동일 품목을 보유한 것으로 조사됨

[표 2.1] 영유아용 우유 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
누띠푸드	베트남	20년	8개
비나밀크	베트남	44년	4개
애봇	미국	132년	4개
미드 존슨 뉴트리션	미국	115년	1개
브이피밀크	베트남	6년	4개
프리슬란드 캄피나	네덜란드	12년	1개

자료: 베트남 진출 영유아용 우유 및 두유 제조기업 6개사 분석

2. 베트남 영유아용 우유 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 6개사 모두 베트남 오프라인 매장과 온라인 채널 진출

경쟁기업 6개사 모두 베트남 주요 슈퍼마켓 체인인 롯데마트(Lotte Mart), 빅씨(Big C), 콕마트(Co.op Mart), 콘쿱(Concuong)에 진출함. 롯데마트에는 경쟁기업 6개사 모두 진출하였으며, 빅씨에 진출한 경쟁기업은 누띠푸드, 비나밀크, 애봇, 프리슬란드 캄피나로 4개 사임. 콕마트에는 누띠푸드, 비나밀크, 애봇, 미드 존슨 뉴트리션, 프리슬란드 캄피나 5개사가 진출하였으며, 콘쿱에는 비나밀크, 애봇, 미드 존슨 뉴트리션, 프리슬란드 캄피나 4개사가 진출함. 경쟁기업 6개사 모두 현지 온라인 채널인 티키(Tiki), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)에 진출함. 베트남 기업인 비나밀크와 브이피밀크는 자사 홈페이지에서 직접 제품 구매가 가능하며, 애봇, 미드 존슨 뉴트리션, 프리슬란드 캄피나는 자사 홈페이지에서 제품 구매 시 현지 온라인 채널로 연결되는 방식임

▶ 경쟁기업 6개사 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용

베트남 시장에 진출한 경쟁기업 6개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 6개사 모두 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용함. 모든 기업이 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 취급하는 제품 정보를 제공하고 있음. 애봇, 미드 존슨 뉴트리션, 프리슬란드 캄피나는 글로벌 홈페이지 외에도 베트남 홈페이지를 보유하고 있음. 경쟁기업 6개사 모두 페이스북과 유튜브를 통해 자사 제품을 홍보하며, 다음으로는 인스타그램을 활용함. 해외기업 3개사는 트위터까지 활용하면서 주요 4개 SNS 플랫폼 모두를 활용하여 자사 제품을 홍보하고 있음

▶ 경쟁기업 홍보 문구로 제품의 영양학적 효능과 품질을 강조하여 홍보

베트남 시장에 진출한 경쟁기업들은 제품 홍보 시 주로 제품의 효능과 품질을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품의 영양학적 효능을 강조한 문구로는 ‘키 성장’, ‘몸무게 증가’, ‘두뇌 발달’, ‘눈 보호’, ‘면역 강화’ 등을 많이 사용함. 효과적인 영양을 강조하기 위해 ‘균형 잡힌 충분한 영양’, ‘어린이의 성장을 돕는 영양’, ‘소화하기 쉬운 영양’ 등의 문구를 사용함. 제품의 품질로는 ‘국제 표준 품질의 영양’, ‘ABS 품질 관리 시스템’, ‘유럽산 기술 적용’ 등의 문구를 활용하는 것으로 확인됨. 이 외에도 경쟁기업들은 제품에 대한 신빙성을 높이기 위해 ‘소아과 의사가 추천하는 1위 브랜드’, ‘박항서 코치가 매일 추천하는 믿을 수 있는 영양 제품’ 등의 문구를 사용함

[표 2.2] 베트남 영유아용 우유 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
누띠푸드	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 롯데마트 - 빅씨 - 쿠팡마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (브랜드별) 	<ul style="list-style-type: none"> - 건강하게 몸무게 증가 - 키 성장 및 지능향상 - 영양실조 및 발육 부진 아동을 위한 효과적 영양 - 뇌와 눈의 건강을 발전 - ABS 품질 관리 시스템 - 최상의 서비스와 합리적인 가격
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 티키 - 쇼피 - 라자다 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 	
비나밀크	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 롯데마트 - 빅씨 - 쿠팡마트 - 콘쿱 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 	<ul style="list-style-type: none"> - 유럽산 기술 적용 - 국제 표준 품질의 영양 - 맛있고 건강한 자연의 비결 - 건강하게 흡수 - 두뇌 발달에 도움
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 자사 홈페이지 - 티키 - 쇼피 - 라자다 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 	
애벗	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 롯데마트 - 빅씨 - 쿠팡마트 - 콘쿱 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (브랜드별) 	<ul style="list-style-type: none"> - 키 더 크고 똑똑한 소망 - 균형 잡힌 충분한 영양 - 어린이의 성장을 돕는 영양 : 영양실조 개선을 임상적으로 입증 - 단백질과 주요 영양소의 좋은 공급원 - 소아과 의사가 추천하는 1위 브랜드
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 자사 홈페이지 - 티키 - 쇼피 - 라자다 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	
미드 존슨 뉴트리션	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 롯데마트 - 쿠팡마크 - 콘쿱 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (브랜드별) 	<ul style="list-style-type: none"> - 과학적 기반으로 특별히 제조 - 2.5배 DHA와 3.0배 콜린 강화로 포괄적 인 두뇌 발달 - 높은 함량의 비타민과 미네랄 함유하여 어린이의 키와 체격 향상 : 높은 함량의 칼슘과 인 함유 건강한 신체에 도움이 되는 아연과 비타민C 함유
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 자사 홈페이지 - 티키 - 쇼피 - 라자다 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	
브이피밀크	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 롯데마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 	<ul style="list-style-type: none"> - 박항서 코치가 매일 추천하는 믿을 수 있는 영양 제품 - 키 크고 똑똑하게 도와줌 - 신장 및 두뇌 발달 - 시력 향상과 눈 보호 - 면역 강화 - 신체 활동 지원
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 자사 홈페이지 - 티키 - 쇼피 - 라자다 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 - 유튜브 	
프리슬랜드 캄피나	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 롯데마트 - 빅씨 - 쿠팡마트 - 콘쿱 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (브랜드별) 	<ul style="list-style-type: none"> - 재능 있는 탐험가 - 소화하기 쉬운 영양 : 천연 저분자 우유 단백질 - 두뇌 발달, 신체 발달 등 아이들을 위한 포괄적인 발달
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 자사 홈페이지 - 티키 - 쇼피 - 라자다 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	

자료: 베트남 진출 영유아용 우유 및 두유 제조기업 6개사 분석

3. 베트남 영유아용 우유 경쟁기업 세부정보

동일품목 종류	① 누띠푸드 (Nutifood)	
① 그로우 플러스 탕 간 (Grow Plus tang can)	기업명	누띠푸드 (Nutifood)
	홈페이지	www.nutifood.com.vn
② 그로우 플러스 수이 딘 동 (Grow Plus suy dinh duong)	기업 기본 정보 ¹⁷⁾	208 Nguyen Thai Binh St., Ward 12, Tan Binh Dist., Ho Chi Minh City, Vietnam
	직원 수	10,000여 명
③ 누비타 그로우 다이아몬드 (Nuvita Grow Diamond)	규모	동일품목 수 ¹⁸⁾ 8개
	설립년도	2000년
④ 누비타 영양 멸균우유 (Nuvita UHT Milk)	<오프라인 매장> 롯데마트 빅씨 쿠팡마트	 제품명 그로우 플러스 탕 간 (Grow Plus tang can) 용량 440ml (110ml*4개입) 가격 34,800동 ¹⁹⁾ (1,789원) 100ml 당 가격 7,909동 (407원)
⑤ 페디아 플러스 바닐라 셰이크 (Pedia Plus Vanila Shake)	<온라인 매장> 티키 쇼피 라자다	 제품명 그로우 플러스 탕 간 (Grow Plus tang can) 용량 5,280ml (110ml*48개입) 가격 369,000동 (18,967원) 100ml 당 가격 6,989동 (359원)
자료: 누띠푸드 홈페이지	기업 홍보 채널	 <ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(브랜드별) 기업/제품 소개 및 홍보 고객 컨설팅: 상담, 영양상태 평가 SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 유튜브) 자사 제품의 원료, 전문성 홍보 자사 CSR 활동 소비자 대상 이벤트 진행
홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> ABS 품질 관리 시스템 최상의 서비스와 합리적인 가격 어린이를 돕는 효과적인 영양 건강한 체중 증가 : 맛있는 맛/영양소 흡수 증가/식욕 자극 뇌와 눈의 건강 증진

사진자료: 현지 조사원 자료, 그로우 플러스 브랜드 홈페이지, 티키, 쇼피, 라자다 웹사이트

17) 누띠푸드(Nuti Food) 홈페이지 (www.nutifood.com.vn)

18) 영유아용 우유 혹은 두유 제품을 동일품목으로 분류함

●
동일품목 종류

① 디에락 알파 골드 아이큐
(Dielac Alpha Gold IQ)



② 옵티멈 골드 드링크링 밀크
(Sữa uống dinh dưỡng
Optimum Gold)



③ 요코 골드 밀크
(Sữa uống dinh dưỡng
Yoko Gold)



④ ADM 골드 영양 우유
(ADM Gold Cờ dưỡng)



자료: 비나밀크 홈페이지

② 비나밀크 (Vinamilk)

기업명	비나밀크 (Vinamilk)		
홈페이지	www.vinamilk.com.vn/en		
위치	10 Tan Trao, District 7, Ho Chi Minh City, Vietnam		
직원 수	6,000여 명		
규모	동일품목 수	4개	
설립년도	1976년		
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 롯데마트 빅시 쿠팡마드 콘쿱	제품명	디에락 알파 골드 아이큐 (Dielac Alpha Gold IQ)
		용량	720ml (180ml*4개입)
		가격	48,500동 (2,493원)
		100ml 당 가격	6,736동 (346원)
기업 홍보 채널	<온라인 매장> 자사 홈페이지 티키 쇼피 라자다	제품명	디에락 알파 골드 아이큐 (Dielac Alpha Gold IQ)
		용량	1,080ml (180ml*6개입)
		가격	68,838동 (3,538원)
		100ml 당 가격	6,374동 (328원)
기업 홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 기업/제품 소개 및 홍보 고객 컨설팅 및 영양 정보 제공 프로모션, 이벤트 정보 제공 SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 유튜브) 자사 제품의 원료, 전문성 홍보 요리법 및 건강 정보 제공 	
		<ul style="list-style-type: none"> 유럽산 현대 발효 기술 적용 국제 표준 품질의 영양 맛있고 건강한 자연의 비결 건강하고 지적인 아이 : 두뇌 발달 신체 발달 소화기 건강 증진, 영양소 흡수 증가 	

사진자료: 현지 조사원 자료, 비나밀크 홈페이지, 티키, 쇼피, 라자다 웹사이트

19) 100동= 5.14원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

20) 비나밀크(Vinamilk) 홈페이지 (www.vinamilk.com.vn/en)

●
동일품목 종류

① 페디아슈어 흐엉 (PediaSure huong)



② 그로우 골드 바니 (Grow Gold vani)



③ 시밀락 아이큐 (Similac IQ)



④ 페디아슈어 그로우 앤 게인 (PediaSure Grow&Gain)



자료: 애봇 홈페이지

③ 애봇 (Abbott)

기업 기본 정보 ²¹⁾	기업명	애봇 (Abbott)
	홈페이지	www.abbot.com
	위치	7100 Abbott Park Road Abbott Park, IL, USA
	직원수	107,000여 명
규모	동일품목 수	4개
	설립년도	1888년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉		제품명	페디아슈어 흐엉 바닐라 (PediaSure huong vani)
	롯데마트		용량	237ml
	빅시		가격	37,000동 (1,902원)
	쿠팡		100ml 당 가격	15,612동 (802원)
	〈온라인 매장〉		제품명	페디아슈어 흐엉 바닐라 (PediaSure huong vani)
자사 홈페이지	용량		1,422ml (237ml*6개입)	
티키	가격		276,000동 (25,649원)	
쇼피	100ml 당 가격		17,300동 (889원)	
	라자다			

기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (브랜드별) 기업/제품 소개 및 홍보 영양 정보 제공, 아이 신체 상태 평가 프로모션 정보 제공
		<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터) 프로모션, 이벤트 정보 제공 건강 정보, 육아 정보 제공

기업 홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 건강한 식단을 보완하는 영양 음료 소아과 의사가 추천하는 1위 브랜드 단백질과 주요 영양소의 좋은 공급원 어린이를 위한 완전한 영양
-------------	--	--

사진자료: 현지 조사원 자료, 페디아슈어 브랜드 홈페이지, 티키, 쇼피, 라자다 웹사이트

21) 애봇(Abbott) 홈페이지 (www.abbot.com)

●
동일품목 종류

① 엔파그로우 에이플러스
(Enfagrow A+)



자료: 엔파그로우 브랜드 홈페이지

④ 미드 존슨 뉴트리션 (Mead Johnson Nutrition)

기업 기본 정보 ²²⁾	기업명	미드 존슨 뉴트리션 (Mead Johnson Nutrition)	
	홈페이지	www.meadjohnson.com	
	위치	225 North Canal Street, 25th Floor Chicago, IL, USA	
	직원수	7,500여 명	
기업 진출 채널	규모	동일품목 수	1개
	설립년도	1905년	
기업 홍보 채널	〈오프라인 매장〉 롯데마트 쿠팡 콘쿵	제품명	엔파그로우 에이플러스 쏘콜라 (Enfagrow A+ Socola)
		용량	540ml (180ml*3개입)
	가격	45,000동 (2,313원)	
	100ml 당 가격	8,333동 (428원)	
기업 홍보 문구	〈온라인 매장〉 자사 홈페이지 티키 쇼피 라자다	제품명	엔파그로우 에이플러스 바니 (Enfagrow A+ vani)
		용량	4,320ml (180ml*24개입)
	가격	530,000동 (27,242원)	
	100ml 당 가격	12,269동 (631원)	
		<ul style="list-style-type: none"> • 자사 홈페이지 (브랜드별) - 기업/제품 소개 및 홍보 - 임신, 육아, 영양 정보 제공 - 프로모션 정보 제공 • SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터) - 제품 소개 및 홍보 - 영양, 육아 정보 제공 	
		<ul style="list-style-type: none"> • 2.5배 DHA와 3.0배 콜린 강화로 포괄적인 두뇌 발달 • 어린이의 키와 체격 향상 • 높은 함량의 칼슘과 인 • 높은 함량의 아연과 비타민C 	

사진자료: 현지 조사원 자료, 엔파그로우 브랜드 홈페이지, 티키, 쇼피, 라자다 웹사이트

22) 미드 존슨 뉴트리션 (Mead Johnson Nutrition) 홈페이지 (www.meadjohnson.com)

●
동일품목 종류

① 그로우 플러스 (Grow+)



② 뉴트리 몰트 (Nutri Malt Mới)



③ 아이큐 락 프로 어드밴스 (IQlac Pro Advance)



④ 아이큐 락 프로 프리미엄 (IQlac Pro Premium)



자료: 브이피밀크 홈페이지

⑤ 브이피밀크 (VPMilk)

기업 기본 정보 ²³⁾	기업명	브이피밀크 (VPMilk)	
	홈페이지	vp milk.vn	
	위치	21A Nguyen Thi Thap, Tan Phu Ward, District 7, Ho Chi Minh City, Vietnam	
	직원수	500여 명	
	규모	동일품목 수 4개	
기업 진출 채널	설립년도	2014년	
	〈오프라인 매장〉 롯데마트	제품명	그로우 플러스 (Grow+)
		용량	720ml (180ml*4개입)
		가격	32,000동 (1,645원)
		100ml 당 가격	4,444동 (228원)
〈온라인 매장〉 자사 홈페이지 티키 쇼피 라자다	제품명	그로우 플러스 (Grow+)	
	용량	8,640ml (180ml*48개입)	
	가격	384,000동 (19,738원)	
	100ml 당 가격	4,444동 (228원)	
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 기업/제품 소개 및 홍보 임신, 영양, 육아 정보 제공 자사 CSR 활동 이벤트, 프로모션 정보 제공 	
		<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 (페이스북, 유튜브) 영양 정보, 이벤트 정보 제공 대외적 기업 행보 소개 	
홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 키 크고 똑똑하게 도와줌 신장 발달, 두뇌 발달, 시력 향상, 면역 강화, 신체 활동 지원 박항서 코치가 매일 추천하는 믿을 수 있는 영양 제품 	

사진자료: 현지 조사원 자료, 브이피밀크 홈페이지, 티키, 쇼피, 라자다 웹사이트

23) 브이피밀크(VP Milk) 홈페이지 (vp milk.vn)

●
동일품목 종류

① 프리소 골드 (Friso Gold)



자료: 프리소 브랜드 홈페이지

⑥ 프리슬란드 캄피나 (Friesland Campina)

기업 기본 정보 ²⁴⁾	기업명	프리슬란드 캄피나 (Friesland Campina)		
	홈페이지	www.frieslandcampina.com		
	위치	Stationsplein 4 3818 LE Amersfoort, The Netherlands		
	직원수	24,000여 명		
	규모	동일품목 수	1개	
	설립년도	2008년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 롯데마트 빅씨 쿠팡마트 콘쿵		제품명	프리소 골드 (Friso Gold)
			용량	720ml (180ml*4개입)
			가격	55,100동 (2,832원)
			100ml 당 가격	7,653동 (393원)
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 자사 홈페이지 티키 쇼피 라자다		제품명	프리소 골드 (Friso Gold)
			용량	8,640ml (180ml*48개입)
			가격	700,000동 (35,980원)
			100ml 당 가격	8,102동 (416원)
기업 홍보 문구			<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (브랜드별) 기업/제품 소개 및 홍보 영양 정보, 레시피 제공 SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터) 제품 소개 및 홍보 이벤트, 프로모션 정보 제공 	
			<ul style="list-style-type: none"> 재능 있는 탐험가 소화하기 쉬운 영양 : 천연 저분자 우유 단백질의 90% 이상을 보존하는 새로운 LockNutri 기술 두뇌 발달, 신체 발달 	

사진자료: 현지 조사원 자료, 프리소 브랜드 홈페이지, 티키, 쇼피, 라자다 웹사이트

24) 프리슬란드 캄피나 (Friesland Campina) 홈페이지 (www.frieslandcampina.com)

IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)

Interview ① 스어 초 베 이에우(Sua Cho Be Yeu)

Interview ② 에이앤엠 베트남 미디어 컴퍼니 리미티드
(ANM Vietnam Media Company Limited)

Interview ③ 비보마트(BIBO Mart)

Interview ④ 도나컴 컴퍼니(Donacom Company)

Interview ⑤ 오가닉 푸드(Organic Foods)

Interview ① 스어 초 베 이에우 (Sua Cho Be Yeu)

스어 초 베 이에우
(Sua Cho Be Yeu)

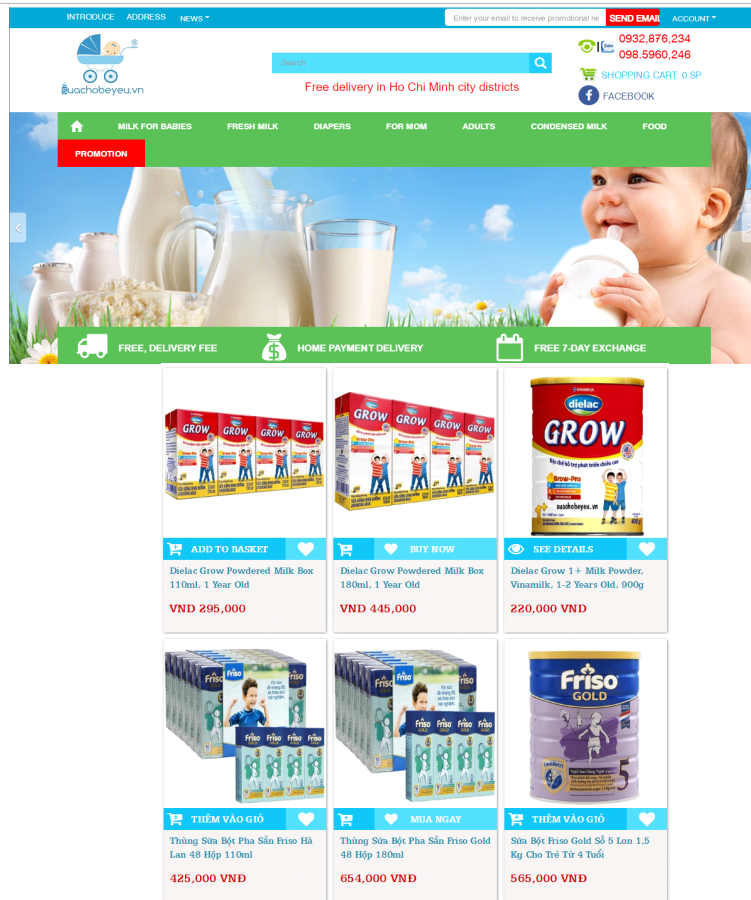
전문가 소속

스어 초 베 이에우
(Sua Cho Be Yeu)
소매업체

전문가 정보

Mr. Tuan
(Director)

25)



스어 초 베 이에우(Sua Cho Be Yeu) Director, Mr. Tuan

스어 초 베 이에우는 영유아 전문 소매업체로, 영유아용 우유, 기저귀 등의 제품을 취급함. 베트남 기업 제품 뿐 아니라, 한국, 일본, 프랑스, 미국 등 해외 기업 제품도 함께 판매 중에 있음. 온라인 쇼핑몰이 핵심 유통채널이며 페이스북, 유튜브, 트위터 등 소셜 미디어를 통해 제품을 홍보하고 있음

25) 사진자료: 스어 초 베 이에우(Sua Cho Be Yeu) 홈페이지 (suachobeyeu.vn)



가격	30,400원
----	---------

용량	190ml*32팩
----	-----------

포장	종이팩
----	-----

Q1. 바이어 취급 영유아용 두유(우유)²⁶⁾의 평균 가격은 어떤가요?

현재 다양한 브랜드의 두유를 판매하고 있지만 영유아용 두유의 경우, 유일하게 B사의 제품만을 취급하고 있습니다. B사²⁷⁾의 제품은 190ml 16팩에 208,000동(약 10,691원)으로 판매되고 있으며 이와 비교했을 때, A사의 제품은 저렴한 편입니다. 하지만 B사는 베트남에서 가장 유명한 해외 유업 브랜드라는 명성이 있어 고객들은 가격대가 높더라도 B사의 제품을 신뢰하고 구매하는 경향이 있습니다.

Q2. 현지 소비자가 선호하는 영유아용 두유의 용량은 어떻게 되나요?

일반 영유아우유 제품은 주로 180-190ml 용량에 판매됩니다. 두유 제품은 영양사가 정한 표준 일일 섭취량인 180-200ml 기준으로 생산되기 때문에 주로 이 범위 안의 제품이 가장 일반적이며 소비자들도 선호하는 편입니다. B사 영유아 두유는 현재 190ml 용량으로 판매되고 있으며 A사 제품의 용량은 경쟁제품에 비해 적당한 편입니다.

Q3. 현지에서 판매하는 영유아용 두유의 포장은 어떻게 되나요?

베트남 두유 제품의 포장에는 유리병, 종이팩, 상자팩, 플라스틱병 4가지 종류가 있습니다. 주로 용량에 따라 포장 용기가 달라지며, 프리미엄 제품의 경우 유리병을 사용하는 편입니다. 하지만 유리병은 무겁고 위험하다는 이유로 어린이에게 권장하지 않기 때문에 현지 소비자들은 가장 안전하고 섭취가 편리한 종이팩 포장을 가장 선호합니다.

Q4. 현지 영유아용 두유에는 주로 어떤 영양소/성분이 첨가되나요?

현지 두유 제품의 경우 주로 우유와 다양한 비타민 성분을 첨가하여 판매하고 있습니다. 가장 대표적으로는 비타민 A, B1, B2, D, PP, K, F 등이 있으며 소화를 돕는 효소가 첨가되어 있습니다. A사의 제품에는 훨씬 다양한 영양성분이 함유되어 있다는 강점이 있지만, 베트남 소비자들은 영양성분에 크게 신경을 쓰지 않는 경향이 있어 타 인기 브랜드에 비해 경쟁력이 있을지 확신할 수 없습니다.

Q5. 연령대 별 필수 영양소를 충족한 제품을 출시한다면 강점이 될까요?

성장기 별로 아동에게 요구되는 영양소의 양이 다르기 때문에 이를 구분한 두유를 판매하는 것은 경쟁력이 있어보입니다. 하지만 모든 연령대의 음료를 구매하는 것이 더욱 편리하고 실용적이기 때문에 이러한 특화된 기능이 오히려 단점이 될 수도 있습니다.

26) 업체 중 영유아용 두유 제품을 취급하지 않는 기업이 있어 우유 키워드를 포함하여 인터뷰를 진행함

27) 한국의 유명 브랜드, 해당 보고서에는 한국 기업명을 명시할 수 없기에 부득이하게 B사로 표기

Interview ② 에이앤엠 베트남 미디어 컴퍼니 리미티드 (ANM Vietnam Media Company Limited)

에이앤엠 베트남 미디어 컴퍼니
리미티드

(ANM Vietnam Media
Company Limited)

전문가 소속

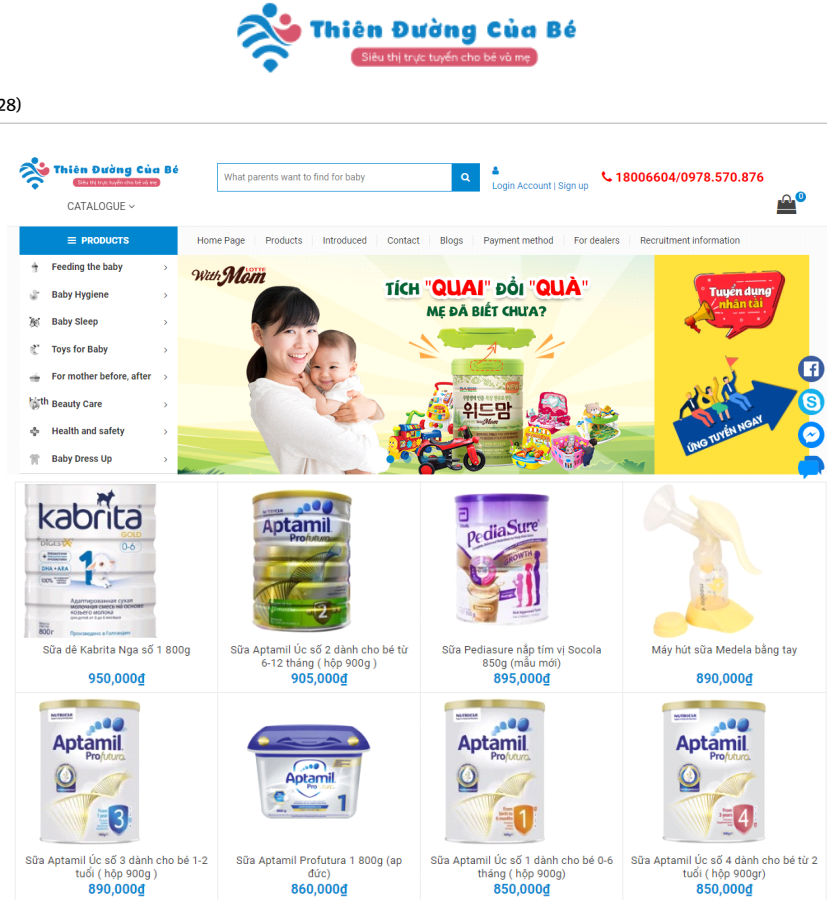
에이앤엠 베트남 미디어
컴퍼니 리미티드
(ANM Vietnam Media
Company Limited)

건강기능식품 유통업체

전문가 정보

Mr. Wang (Sales Manager)

28)



에이앤엠 베트남 미디어 컴퍼니 리미티드 (ANM Vietnam Media Company Limited) General Director, Mr. Duong

에이앤엠 베트남 미디어 컴퍼니 리미티드 소속 띠엔 뚜옹 꾸아 베(Thien Duong Cua Be)는 영유아 전용 소매업체임. 주로 영유아용 우유, 분유, 생활 용품 등을 취급하고 있으며, 한국 기업을 포함한 수입 제품을 함께 취급하고 있음. 오프라인 소매점 뿐 아니라 온라인 쇼핑몰을 통해서도 제품을 판매하고 있으며 페이스북, 유튜브, 인스타그램의 소셜 미디어를 활용하여 각종 이벤트 및 제품 홍보 활동을 진행함

28) 사진자료: 에이앤엠 베트남 미디어 컴퍼니 리미티드(ANM Vietnam Media Company Limited) 소속 판매 페이지 (thienduongcuabe.com)



가격	30,400원
----	---------

용량	190ml*32팩
----	-----------

포장	종이팩
----	-----

Q1. 바이어 취급 영유아용 두유의 평균 가격은 어떤가요?

현재 영유아용 두유는 따로 판매하고 있지 않으며 B사, 비나밀크, 티에이치 트루 밀크 브랜드의 두유 제품이 있습니다. 그 중, B사의 비나나맛 두유는 190ml에 20,000동(약 1,028원)에 판매되고 있지만 이는 베트남 평균 소득에 비해 비싸기 때문에 소비자들은 좀 더 저렴한 가격의 제품을 구매하고 싶어 합니다. A사 제품 또한 현지 제품 대비 가격대가 있으나 비나밀크와 티에이치 트루 밀크와 같은 일반 우유 브랜드 제품의 가격과 비슷하기 때문에 합리적인 편입니다.

Q2. 현지 소비자가 선호하는 영유아용 두유의 용량은 어떻게 되나요?

베트남 두유 제품의 표준 용량은 180-200ml이지만, 영유아용 두유 제품은 180-190ml사이의 제품이 가장 인기가 많은 편입니다. 200ml용량의 제품은 어린이 기준에서 양이 많을 뿐 아니라 포장 사이즈가 커지면서 아이들이 제품을 한 손에 들고 먹기 어려워지기 때문에 190ml 제품이 가장 합리적이라 할 수 있습니다.

Q3. 현지에서 판매하는 영유아용 두유의 포장은 어떻게 되나요?

작은 종이팩에 담긴 포장 형태가 가장 일반적입니다. B사의 제품도 A사와 동일한 포장 용기를 사용하고 있으며 현지 소비자들도 이에 익숙합니다. 종이팩은 외부 온도에도 크게 영향 받지 않아 내용물을 위생적이고 안전하게 유지할 수 있다는 장점이 있으며 보관도 비교적 쉽기 때문에 가장 많이 사용되는 편입니다.

Q4. 현지 영유아용 두유에는 주로 어떤 영양소/성분이 첨가되나요?

저희 매장에서 판매중인 B사의 두유를 기준으로 보면, 칼슘, 콜레스테롤 프리, 트랜스지방 프리 등이 표기되어 판매되고 있습니다. 베트남 소비자들은 두유 제품을 구매할 때 두유 그 자체가 영양으로 가득 차있다고 생각하여 추가적으로 세부적인 성분에 대해 주의를 기울이지 않는 편입니다.

Q5. 현지인들은 영유아식을 집에서 만들어 먹나요? 구매해 먹나요?

최근 베트남에 모유 수유기가 많이 유통되고 있어 기기를 소유한 가정에서는 주로 집에서 만들어 먹는 편입니다. 하지만 일반 유아용 우유를 직접 만들어 먹이는 것은 비위생적이고 자칫하면 아이들이 식중독에 걸릴 수 있기 때문에 소비자들도 살균된 제품을 구매하여 아이들에게 먹이는 것을 선호할 것입니다.

Interview ③ 비보마트 (BIBO Mart)

비보마트 (BIBO Mart)

전문가 소속

비보마트
(BIBO Mart)
소매업체

전문가 정보

Ms. Hanh
(Purchasing Department)



29)

The screenshot shows the BIBO Mart website interface. At the top, there's a navigation bar with the logo, a search bar, and links for 'Check your order', 'Tài khoản Log in Registration', and 'Feedback'. Below the navigation is a large promotional banner for 'CUỐI TUẦN MUA HÀNG 5.000đ' (Weekend Buy 5,000 VND) with a '10% OFF PAY' offer. To the left of the banner is a sidebar menu with categories like 'Baby drinks', 'Baby eat solids', 'Baby hygiene', etc. Below the banner is a grid of product listings. Each listing includes a product image, name, price, and a 'There are no reviews yet' message.

Product Name	Price	Pay Price
Meiji pasteurized fresh milk 946ml	62,000 đ	55,800 đ
Meiji premium pasteurized fresh milk 4.3% 946ml	68,000 đ	61,200 đ
PediaSure BA liquid milk 1+ vanilla flavor 237ml (1 - 10...)	35,000 đ	31,500 đ
PediaSure BA liquid milk 1+ chocolate flavor 237ml	35,000 đ	31,500 đ
Lactel Eviel instant milk powder drink 1L (1-3 years old)	89,000 đ	80,100 đ
Lactel Eviel instant milk powder drink 250ml (1-3 years old)	39,000 đ	35,100 đ
ColosBaby 180ml powdered milk (Pack of 4 boxes)	61,600 đ	55,440 đ
KOITA organic whole cow milk 1L	81,000 đ	72,900 đ

비보마트 (BIBO Mart) Purchasing Department, Ms. Hanh

비보마트는 2006년에 설립된 영유아 용품 소매업체로 산모 제품과 0-6살 영유아부터 13살 이상 어린이에 걸친 폭넓은 층을 대상으로 한 제품을 판매하고 있음. 현재 베트남 22개 지역에 150개 정도의 오프라인 매장을 운영하고 있음. 온라인 쇼핑몰을 통해서도 제품을 유통하고 있으며 페이스북, 유튜브 등 소셜 미디어를 활용하여 홍보 활동을 함



가격	30,400원
용량	190ml*32팩
포장	종이팩

Q1. 바이어 취급 영유아용 두유의 평균 가격은 어떤가요?

저희 매장에서는 수입 두유와 현지 두유 모두 취급하고 있으며, 현지 브랜드 제품은 평균적으로 200ml에 약 200원, 수입 브랜드 B사의 제품은 190ml에 15,000동(약 771원)으로 가격이 책정되어 있습니다. A사의 제품은 수입 브랜드 B사의 제품에 비해 매우 저렴한 편이지만, 현지 브랜드에 비하면 가격대가 높은 편입니다. 하지만 수입 브랜드는 베트남에서 이미지가 좋기 때문에 A사의 제품도 시장성이 있을 것으로 판단됩니다.

Q2. 현지 소비자가 선호하는 영유아용 두유의 용량은 어떻게 되나요?

저희가 취급하는 두유의 평균적인 용량은 현지 제품이 200ml, 수입 제품이 180-190ml입니다. 특별히 선호하는 용량은 없지만, 영유아용 두유의 경우, 아이들이 두유를 과다복용하지 않도록 1회 섭취용량이 200ml가 넘지 않는 것이 좋습니다. 200ml 제품도 양이 많은 편으로 180-190ml의 용량이 적합하다고 생각합니다.

Q3. 현지에서 판매하는 영유아용 두유의 포장은 어떻게 되나요?

저희 매장 취급 두유 제품은 대부분 종이팩에 포장되어 있으며 영유아 및 어린이용 음료도 주로 종이팩에 포장되어 있는 편입니다. 하지만 3살 미만의 아기들을 위한 음료를 만든다면 플라스틱 병이 더 나올 것이라 생각합니다. 종이팩과는 달리 플라스틱 병은 누르거나 압축해도 모양이 변형되거나 음료가 쏟아지지 않기 때문입니다.

Q4. 현지 영유아용 두유에는 주로 어떤 영양소/성분이 첨가되나요?

현지 브랜드 제품에는 대표적으로 단백질과 고섬유질이 함유되어 있으며 한국 브랜드 B사의 제품에는 비타민 B1, B2, B6, C, D3, 나이아신, 철분, 칼슘, 라이신, 아연 등이 첨가되어 있습니다. 하지만 저를 포함한 현지 소비자들은 두유 자체가 영양가가 높다고 인식하기 때문에 구체적인 영양 성분에 대해 큰 관심을 갖고 있지는 않습니다.

Q5. 영유아식의 두유 제품은 경쟁력이 있을 것이라 생각하나요?

현재 베트남 시중에 다양한 유아 식품 및 분유 제품이 유통되고 있지만, 그 중에서 두유 제품은 유당불내증이 있거나 분유 알레르기가 있는 아이들에게 좋은 대체품으로 판매되고 있기 때문에 경쟁력이 있다고 생각합니다. 우유는 제조 과정에서 화학물질이 첨가된다는 인식이 있어 대부분의 부모 소비자들은 믿을 수 있는 원산지의 두유 제품을 선호합니다.

Interview ④ 도나컴 컴퍼니 (Donacom Company)

도나컴 컴퍼니
(Donacom Company)

전문가 소속

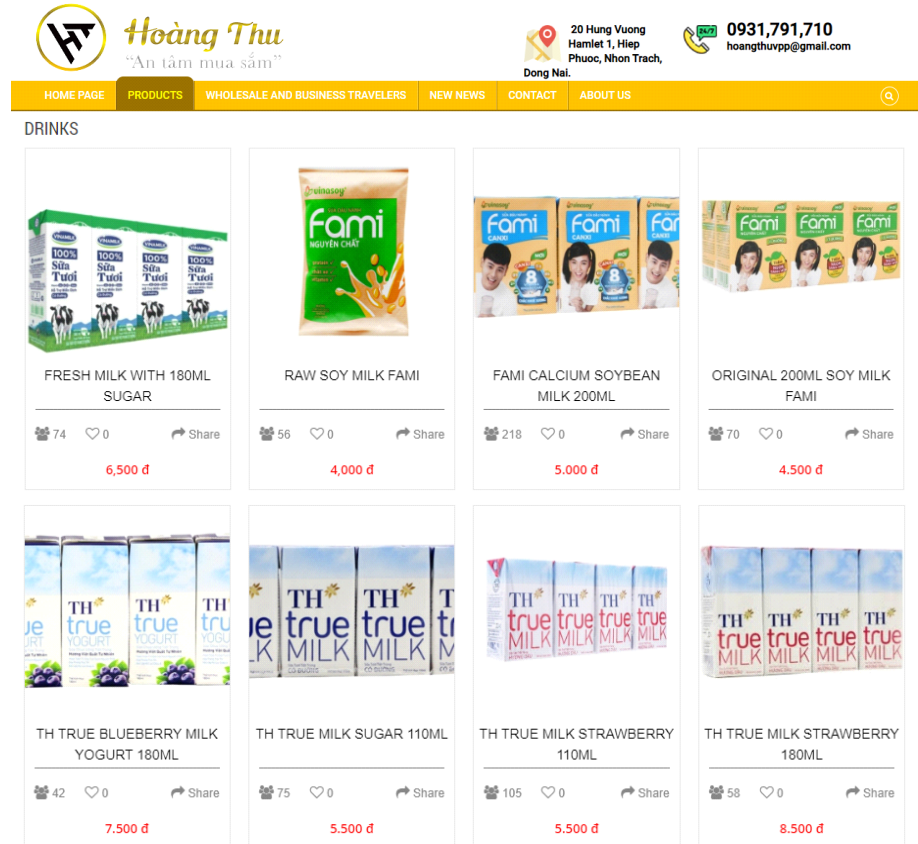
도나컴 컴퍼니
(Donacom Company)
수입·유통업체

전문가 정보

Mr. Hu
(Sales Manager)



30)



도나컴 컴퍼니 (Donacom Company) Store Manager, Mr. Thu

도나컴 컴퍼니 소속의 호양 투(Hoàng Thu)는 베트남 온라인 소매업체로, 주로 패스트푸드 식품, 위생용품, 생활용품 등을 취급하고 있음. 온라인 쇼핑몰 뿐 아니라 오프라인 매장도 따로 운영하고 있으며 저렴하고, 빠르고, 좋은 품질의 제품과 서비스를 제공하는 것을 목표로 함. 추가적으로 페이스북 채널을 운영하며 각종 이벤트 및 홍보를 진행하고 있음

30) 사진자료: 도나컴 컴퍼니(Donacom Company) 홈페이지 (www.hoangthushop.net)



가격	30,400원
----	---------

용량	190ml*32팩
----	-----------

포장	종이팩
----	-----

Q1. 바이어 취급 영유아용 두유의 평균 가격은 어떤가요?

저희는 현지 제품만을 취급하며 가장 대표적인 두유 제품은 200ml에 4,500동(약 231원)에 판매되고 있습니다. 저희 매장이 위치한 동나이 지역은 지방에 속하며 주민들은 대부분 가격에 민감한 편입니다. 단지 저렴하게 구매하고자 상품의 품질이나 자신의 안전과 관련된 부분까지도 간과하는 고객이 있을 만큼 가격이 중요한 요소로 자리 잡고 있습니다. A사의 제품은 품질이 좋지만 그만큼 가격대가 높게 책정되어 있어 고객들이 구매하는데 어려움을 느낄 수 있습니다.

Q2. 현지 소비자가 선호하는 영유아용 두유의 용량은 어떻게 되나요?

현재 가장 인기가 많은 현지 두유 제품은 A사 제품보다 조금 큰 200ml 용량에 판매되고 있습니다. 하지만 용량은 190ml여도 크게 문제가 되지 않으며 소비자들은 오히려 가격을 중요시 여기기 때문에 용량이 작아도 가격이 적당하다면 소비자들은 제품을 구매할 것입니다.

Q3. 현지에서 판매하는 영유아용 두유의 포장은 어떻게 되나요?

대부분의 베트남 매장에서 취급하는 두유 제품은 종이팩에 포장이 되어 판매됩니다. 하지만 500ml 이상의 대용량 제품은 신선도 유지를 위해 플라스틱 병에 포장하는 것을 더욱 선호합니다. 기후 특성상 음료가 상할 수 있는데 투명한 플라스틱 병을 사용하면 제품 상태를 쉽게 확인할 수 있기 때문입니다.

Q4. 현지 영유아용 두유에는 주로 어떤 영양소/성분이 첨가되나요?

베트남 사람들은 일반적으로 영양 성분에 관심이 없는 편이기 때문에 주요 성분이 무엇인지 정확히 말씀드리기는 어렵습니다. 다만, 저희가 취급하는 현지 브랜드 제품을 기준으로 말씀드리자면 논지엠오 콩으로 만든 단백질과 고섬유질이 있습니다. 주로 현지 제품에 비해 수입 제품이 다양한 성분을 첨가하고 있는 것으로 보입니다.

Q5. 현지인들은 영유아식을 집에서 만들어 먹나요? 구매해 먹나요?

영유아식은 정확히 모르겠으나 저희 지역에서는 아이들에게 아침 대용으로 두유를 제공하는 가정이 많아 포장된 두유 제품의 수요가 높은 편입니다. 포장된 두유 제품은 가격이 저렴할 뿐 아니라 집에서 직접 만들어 먹는 것보다 구매하는 것이 더 합리적이기 때문에 포장된 상품을 선호합니다. 소비자들 사이에서 현지 브랜드 제품이 인기가 많아 잘 팔리는 편입니다.

Interview ⑤ 오가닉 푸드 (Organic Foods)

오가닉 푸드
(Organic Foods)

전문가 소속

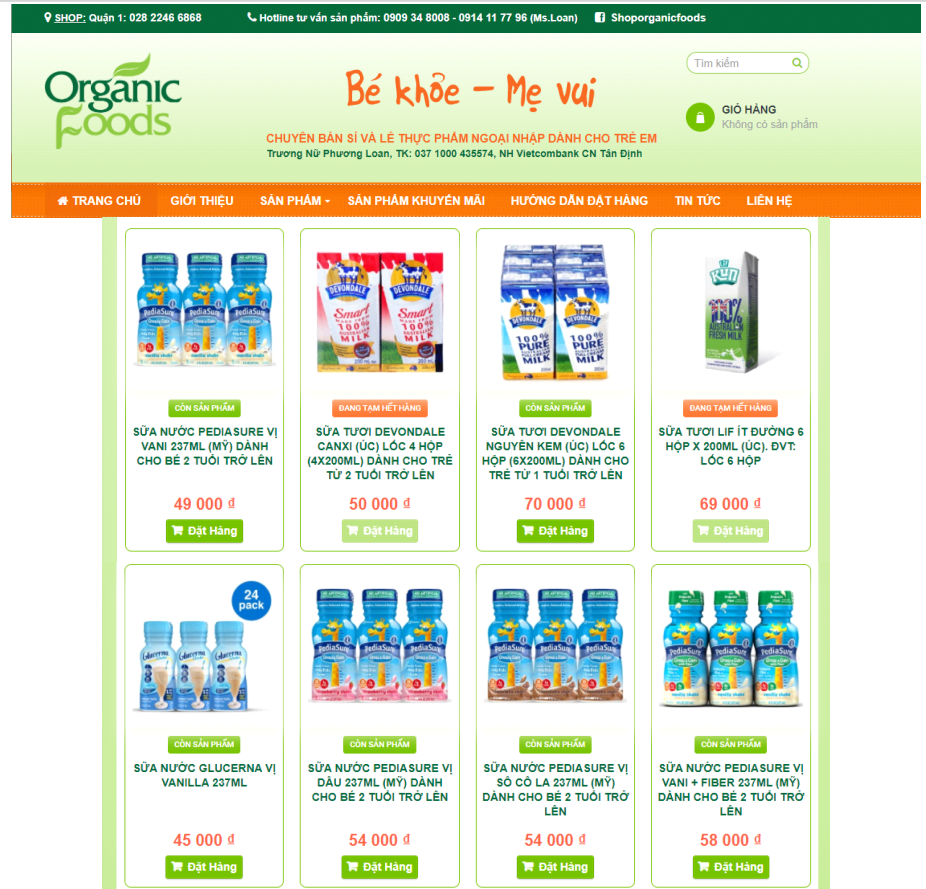
오가닉 푸드
(Organic Foods)
소매업체

전문가 정보

Ms. Loan
(Store Manager)



31)



오가닉 푸드(Organic Foods) Store Manager, Mr. Loan

오가닉 푸드는 베트남 영유아 유기농 식품 소매업체로, 주로 유명한 브랜드에서 생산하는 0개월부터 15세까지의 어린이를 위한 보충 식품, 영양 식품, 우유 및 수입 과자 등을 취급하고 있음. 베트남 내 2개의 오프라인 매장을 운영하고 있으며 온라인을 통해서도 제품을 받아 볼 수 있음. 자사 온라인 홈페이지 이외에도 페이스북을 운영하며 각종 이벤트 및 홍보활동을 하고 있음

31) 사진자료: 오가닉 푸드(Organic Foods) 홈페이지 (www.organicfoods.com)



가격 30,400원

용량 190ml*32팩

포장 종이팩

Q1. 바이어 취급 영유아용 두유의 평균 가격은 어떤가요?

저희 매장의 두유 제품은 일본에서 수입한 분말형 제품으로 360g에 410,000동(약 21,074원)에 판매되고 있습니다. 제품의 포장, 품질, 맛, 섭취량 등 다양한 고려 사항이 있지만 A사의 제품은 수입 제품의 소비자가격 기준으로 보았을 때 비교적 합리적인 편입니다. 오히려 현지 브랜드 제품과 가격이 비슷하여 가격 경쟁력이 있다고 생각합니다.

Q2. 현지 소비자가 선호하는 영유아용 두유의 용량은 어떻게 되나요?

너무 많은 양의 우유 또는 두유를 섭취하는 것은 아이들에게 좋지 않기 때문에 주로 1인분에 200ml 이하 용량의 제품이 판매되고 있습니다. 저희가 취급하는 분말 제품은 360g으로 최소 1주일에서 최대 1개월까지 섭취할 수 있습니다. 분말형 제품은 자신이 섭취량을 조절할 수 있다는 장점이 있고 아무리 적은 양을 섭취하여도 필요한 영양분을 흡수할 수 있다는 장점이 있습니다.

Q3. 현지에서 판매하는 영유아용 두유의 포장은 어떻게 되나요?

시중에 유통되는 대부분의 두유 제품은 작은 종이팩에 포장됩니다. 하지만 그만큼 길거리를 더럽히는 대부분의 쓰레기도 종이팩입니다. 현지에서는 이와 같은 제품을 비닐에 재포장하여 묶음으로 판매하는데, 이는 평범한 플라스틱 재질로 만들어지기 때문에 결국 쓰레기양이 늘어나게 됩니다. 이러한 부분을 개선하기 위해 보다 친환경적인 포장이 사용되어야 한다고 생각합니다.

Q4. 현지 영유아용 두유에는 주로 어떤 영양소/성분이 첨가되나요?

저희 매장 취급 일본산 제품은 우유 단백질 성분 대신 콩 단백질을 함유한 무농약 제품입니다. 추가적으로 이 제품에는 비타민A, B1, B6, B12, C, D, E, K, 칼슘 등이 첨가되어 있으며 우유 알레르기가 있는 아기들을 위해 특별 제작되었기 때문에 안심하고 섭취할 수 있습니다.

Q5. 연령대 별 필수 영양소를 충족한 제품을 출시한다면 강점이 될까요?

아이들의 연령에 따라 영양섭취 권장량이 달라지기 때문에 나이에 맞게 두유를 섭취하는 것은 좋은 아이디어라 생각합니다. 하지만 연령대만 강조할 것이 아니라 우유 알레르기가 있는 소비자를 대상으로 홍보하거나 제품 섭취에 대한 기대 효능을 강조하여 판매한다면 보다 넓은 고객층을 확보하는데 도움이 될 것입니다.

V. 경쟁력파악(Competitiveness)

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹

1. 제품 경쟁력 검증

1) 100ml 당 가격

경쟁제품(제조사)

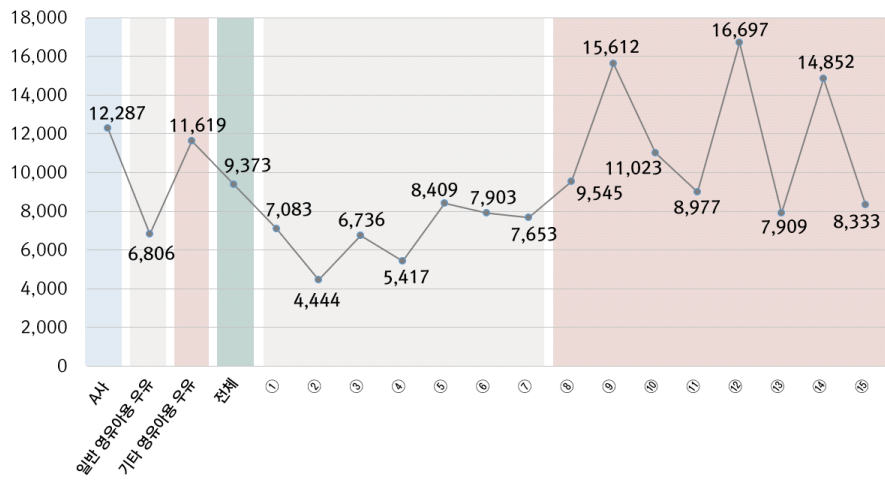
- ① 옵티멈 골드 드링크 밀크 (비나밀크)
- ② 그로우 플러스 (브이피밀크)
- ③ 디에락 알파 골드 아이큐 (비나밀크)
- ④ 요코 골드 밀크 (비나밀크)
- ⑤ 누비타 그로우 다이아몬드 (누띠푸드)
- ⑥ 난 옵티 프로 키드 (네슬레)
- ⑦ 프리소 골드 (프리슬란드 캄피나)
- ⑧ 그로우 골드 바니 (애봇)
- ⑨ 페디아슈어 호영 바닐라 (애봇)
- ⑩ 시밀락 아이큐 (애봇)
- ⑪ 그로우 플러스 수이 딘 둥 (누띠푸드)
- ⑫ 페디아 플러스 바닐라 셰이크 (누띠푸드)
- ⑬ 그로우 플러스 탕 깐 (누띠푸드)
- ⑭ 페디아슈어 호영 쏘콜라 (애봇)
- ⑮ 인피로우 에 플러스 호영 쏘콜라 (미드 존슨 뉴트리션)

▶ A사 제품 100ml 당 가격, 경쟁제품 평균 100ml 당 가격 대비 적당한 편

A사 제품의 100ml 당 가격은 12,287동(약 632원)³²⁾³³⁾로 경쟁제품 15개의 평균 100ml 당 가격 9,373동(약 482원) 대비 약 31% 비싼 편임. 일반 영유아용 우유 제품 평균 100ml 당 가격은 6,806동(약 350원)으로 A사 제품 대비 5,481동(약 282원) 저렴함. 기타 영유아용 우유 제품의 100ml 당 가격은 11,619동(약 597원)으로, A사 제품 대비 약 5.7% 저렴한 것으로 확인됨

[표 3.1] 베트남 영유아용 우유 가격 경쟁력 분석

(단위: 동)



32) 100동= 5.14원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

33) A사 제품 100ml 당 동 가격: 12,287동(A사 제품의 1팩 당 가격 23,346동(1,200원에 환율을 적용한 가격)을 190으로 나눈 후 100 을 곱해 소수점을 반올림한 값(약 632원))

2) 용량

● 경쟁제품(제조사)

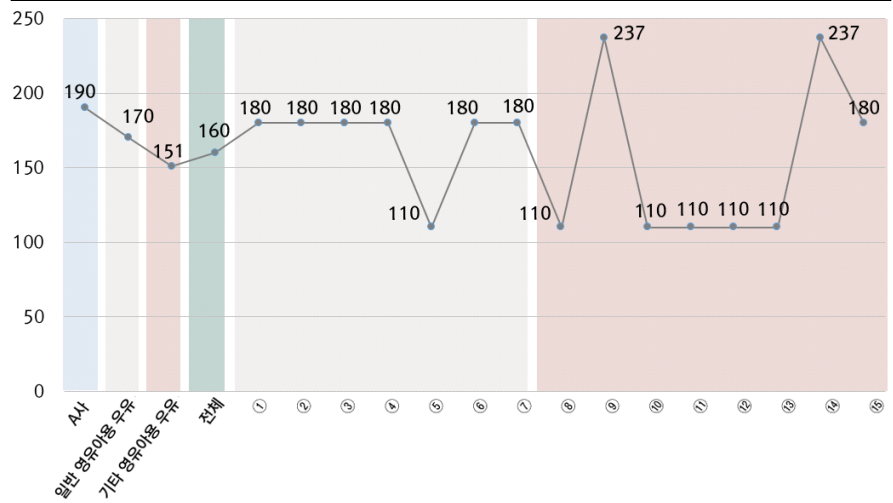
- ① 옵티멈 골드 드링크링 밀크 (비나밀크)
- ② 그로우 플러스 (브이피밀크)
- ③ 디에락 알파 골드 아이큐 (비나밀크)
- ④ 요코 골드 밀크 (비나밀크)
- ⑤ 누비타 그로우 다이아몬드 (누띠푸드)
- ⑥ 난 옵티 프로 키드 (네슬레)
- ⑦ 프리소 골드 (프리슬란드 캄피나)
- ⑧ 그로우 골드 바니 (애봇)
- ⑨ 페디아슈어 호영 바닐라 (애봇)
- ⑩ 시밀락 아이큐 (애봇)
- ⑪ 그로우 플러스 수이 딘 둥 (누띠푸드)
- ⑫ 페디아 플러스 바닐라 셰이크 (누띠푸드)
- ⑬ 그로우 플러스 탕 깐 (누띠푸드)
- ⑭ 페디아슈어 호영 쏘콜라 (애봇)
- ⑮ 인피그로우 에 플러스 호영 쏘콜라 (미드 존슨 뉴트리션)

▶ A사 제품 용량 190ml, 경쟁제품 평균 대비 많은 편

A사 제품의 용량은 190ml로, 경쟁제품 15개 경쟁제품의 평균 용량 160ml보다 약 19% 많음. 일반 영유아용 우유 7개 제품의 평균 용량은 170ml이며 7개 제품 중 6개 제품 용량이 180ml인 것으로 조사됨. 기타 영유아용 우유 8개 제품의 평균 용량은 151ml이며, 7개 제품 중 110ml 용량 제품 5개, 180ml 용량 제품 1개, 237ml 용량 제품 2개인 것으로 확인됨

[표 3.2] 베트남 영유아용 우유 용량 경쟁력 분석

(단위: ml)

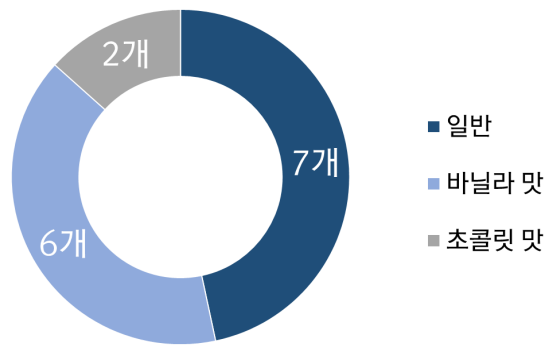


3) 맛

▶ 경쟁제품 15개 중 8개, 바닐라 및 초콜릿 맛 함유

베트남에서 판매되고 있는 두유 경쟁제품 15개의 주요 원료 및 첨가물을 조사한 결과, 8개 제품에 바닐라 및 초콜릿 맛이 함유된 것으로 조사됨. 8개 제품 중 6개 제품은 바닐라, 2개 제품은 초콜릿 맛으로 확인됨. 이외 7개 제품은 맛이 첨가되지 않은 일반 우유 또는 설탕을 함유³⁴⁾한 우유로 확인됨

[표 3.3] 베트남 영유아용 우유 제품 맛 경쟁력 분석

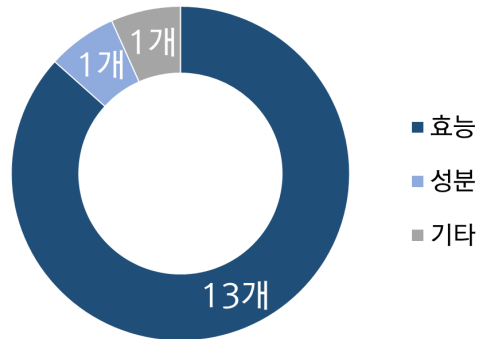


4) 홍보 문구

▶ 경쟁제품 15개 중 13개, 효능 강조한 홍보 문구 사용

베트남에서 판매되고 있는 영유아용 우유 경쟁제품 15개의 홍보 문구를 조사한 결과, 경쟁제품 15개 중, 13개 제품이 기대 효능 위주의 홍보 문구를 활용한 것으로 조사됨. 그 외 1개 제품이 성분 위주, 1개 제품이 콘셉트 프레이즈를 활용한 기타 홍보 문구를 사용한 것으로 확인됨

[표 3.4] 베트남 영유아용 우유 제품 홍보 문구 경쟁력 분석



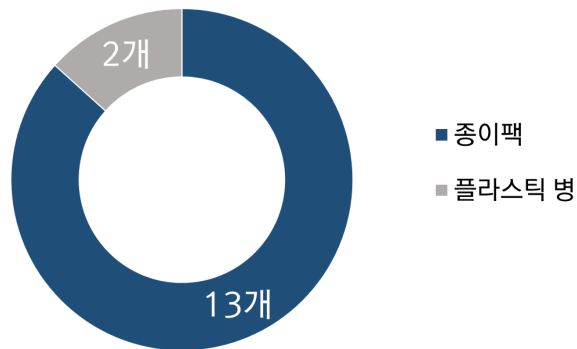
34) 일반 우유와 설탕을 함유한 우유는 '일반' 카테고리에 포함하여 그래프에 반영함

5) 포장

▶ 경쟁제품 15개 중 13개, 종이팩 포장

베트남에서 판매되고 있는 영유아용 우유 경쟁제품 15개의 포장 용기를 조사한 결과, 2개 제품을 제외한 13개 제품이 종이팩 포장을 사용함. 그 외 2개 제품은 플라스틱 병 포장으로 확인되며 해당 제품은 모두 237ml로 타제품 대비 용량이 많은 것으로 확인됨

[표 3.5] 베트남 영유아용 우유 제품 포장 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 제품 선정 기준은 온라인과 오프라인 매장에서 모두 확인되고, 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 제품을 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기 제품

- (*) 온라인 쇼핑몰 : 티키, 쇼피, 라자다
- (*) 오프라인 매장 : 빅씨마트, 쿠팡마트, 롯데마트, 콘쿵

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

- (*) 온라인 쇼핑몰 : 3개 온라인 쇼핑몰 중 모든 쇼핑몰에서 판매되는 제품
- (*) 오프라인 매장 : 조사매장 4개 중 모든 매장에서 판매되고 있는 제품

· 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



경쟁력 분석 제품
(A사 - 영유아용 우유)

‘연령별 영유아를 위한 제품’

종이팩	공통 특징 ① 포장	종이팩
13종 비타민	공통 특징 ② 영양소	10종 비타민
12,287동 (약 632원)	벤치마킹 ▶ 100ml 당 가격	7,083동 (약 364원)

24개월부터
36개월까지³⁵⁾

벤치마킹 ▶
건강한 흡수
독독한 아이

기대 효과에
초점을 둔
홍보 문구



현지 벤치마킹 인기 제품
(비나밀크 - 옵티멈 골드 드링크 밀크)

‘기대 효능을 강조한 저렴한
가격의 단맛 우유’

35) 토들러 프리미엄 3 제품을 기준으로 홍보 문구를 작성함

2) 벤치마킹 제품 분석
- 가격

▶ 벤치마킹 제품 100ml 당 가격, 7,083동

베트남에서 판매되는 영유아용 우유 제품의 평균 100ml 당 가격은 9,373동(약 482원)이며 벤치마킹 제품의 100ml 당 가격은 7,083(약 364원)³⁶⁾인 것으로 확인됨

[표 3.6] 베트남 영유아용 우유 인기제품, 가격 및 용량 인터뷰 분석

(인터뷰) A사의 제품은 수입 브랜드 B사의 제품에 비해 매우 저렴한 편이지만, 현지 브랜드에 비하면 가격대가 높은 편입니다. 하지만 수입 브랜드는 베트남에서 이미지가 좋기 때문에 A사의 제품도 시장성이 있을 것으로 판단됩니다.

- Ms. Hanh (비보마트, 세일즈 스태프) -

3) 벤치마킹 제품 분석
- 홍보 문구

▶ 벤치마킹 제품, ‘건강한 흡수, 똑똑한 아이’ 홍보 문구 기입해 기대 효능 강조

현지 인기제품 중 대부분은 제품 섭취로 인한 기대 효과를 강조한 홍보 문구를 기재함. 특히 ‘면역력 강화, 체중 증가’ 등의 기대 효능을 기재하여 부모 소비자층의 구매 욕구를 자극함

[표 3.7] 베트남 영유아용 우유 인기제품, 홍보 문구 분석

(인터뷰) (생략) 연령대만 강조할 것이 아니라 우유 알레르기가 있는 소비자를 대상으로 홍보하거나 제품 섭취에 대한 기대 효능을 강조하여 판매한다면 보다 넓은 고객층을 확보하는데 도움이 될 것입니다.

- Mr. Loan (오가닉 푸드, 스토어 매니저) -

36) 100동= 5.14원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ **경쟁기업 6개사 모두 베트남 오프라인 매장과 온라인 채널 진출**

베트남에 진출한 경쟁기업 6개사는 모두 오프라인 매장에 진출한 것으로 확인됨. 6개사 중 3개사는 주요 오프라인 채널 4개 마트에 모두 진출하였으며 브이피밀크는 롯데마트에만 진출한 것으로 확인되었음. 온라인 채널로는 6개사 모두 진출하였고, 그 중 글로벌업체인 3개사 애봇, 미드 존슨 뉴트리션, 프리슬란드 캄피나는 자사의 브랜드 홈페이지와 현지 온라인 채널을 연동하여 자사 제품을 판매

[표 3.8] 베트남 영유아용 우유 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인				온라인			
	롯데마트	빅씨	쿠팡마트	콘쿱	자사 홈페이지	티키	쇼피	라자다
누띠푸드	○	○	○			○	○	○
비나밀크	○	○	○	○	○	○	○	○
애봇	○	○	○	○	○	○	○	○
미드 존슨 뉴트리션	○		○	○	○	○	○	○
브이피밀크	○				○	○	○	○
프리슬란드 캄피나	○	○	○	○	○	○	○	○

2) 홍보 채널

▶ **경쟁기업 6개사 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 홍보 채널 활용**

베트남 시장에 진출한 경쟁기업 6개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 6개사 모두 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용함. 경쟁업체 중에서도 글로벌 업체인 3개사 모두 베트남 브랜드별 홈페이지를 운영하고 있으며 주요 4개의 SNS 플랫폼 모두를 홍보 채널로 활용하고 있음. 페이스북과 유튜브는 가장 많이 활용되는 SNS 플랫폼임

[표 3.9] 베트남 영유아용 우유 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼			
		페이스북	인스타그램	유튜브	트위터
누띠푸드	○	○	○	○	
비나밀크	○	○	○	○	
애봇	○	○	○	○	○
미드 존슨 뉴트리션	○	○	○	○	○
브이피밀크	○	○		○	
프리슬란드 캄피나	○	○	○	○	○

VI. 시장진출제언(Export Insights)

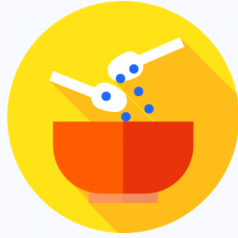
VI. Export Insights



원료 및 첨가물

바닐라 및 초코

경쟁제품 15개 중 8개,
바닐라 및 초코 맛을 첨가



현지 제품 조사 결과 경쟁제품 15개 중 8개가 맛을 첨가한 것으로 확인됨.
그 중 6개는 바닐라, 2개는 초코 맛을 첨가함. 특히 미국의 애봇(Abbott)과 베트남의 누티푸드(Nutifood)가 아이들이 좋아하는 다양한 맛을 첨가해 제품을 다각화하는 것으로 확인됨

마케팅

홍보문구: 효능 강조

경쟁기업, 제품의 효능을 중심으로
홍보문구 작성



경쟁기업은 제품의 효능과 품질을 강조하여 제품 홍보 중. 특히 '신장 발달', '몸무게 증가'의 신체적인 효과와 '어린이의 성장을 돕는 영양', '균형 잡힌 영양' 등 영양학적 효능을 강조함. 또한 바이어 인터뷰에 따르면, 현지 소비자들은 제품의 영양 구성에 크게 신경쓰지 않는 경향이 있고, 오히려 유당불내증 및 우유 알레르기가 있는 아이들을 위한 제품이라는 홍보문구에 더 관심을 갖는다고 함

마케팅

홍보채널: 홈페이지 + SNS

자사 홈페이지 제작 및
4개 SNS 채널 활용하여 제품 홍보



경쟁기업 6개사는 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼(인스타그램, 페이스북, 유튜브, 트위터)을 홍보채널로 활용하는 것으로 조사됨. 특히 경쟁기업 비나밀크의 경우 가장 활발하게 SNS 플랫폼(페이스북)을 활용하여 제품 홍보 중. 주로 제품 설명 및 섭취 방법에 대한 동영상 업로드하여 제품을 소개함. 2020년 8월에는 현지 의사를 섭외하여, 현지인들이 우유 혹은 두유를 섭취할 때 궁금한 점 및 제품의 효능에 대해서 물어볼 수 있는 라이브쇼를 선보이며, 현지인들에게 믿을 만한 제품이라는 것을 홍보함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 베트남 통계청(General Statistics Office of Viet Nam), Area, population and population density by province, 2019

■ 참고 사이트

1. 베트남 할랄 인증기관(Vietnam Halal Certification Agency) 홈페이지 (halal.vn)
2. 국제 삼림 협의회(Forest Stewardship Council) 홈페이지 (www.fsc.org)
3. 국제표준화기구(International Standards Organization) 홈페이지 (www.iso.org)
4. 롯데마트(Lotte Mart) 홈페이지 (lotte.vn)
5. 빅씨(Big C) 홈페이지 (www.bigc.vn)
6. 사이공 쿵(Saigon Co.op) 홈페이지 (saigonco-op.com.vn)
7. 누티푸드(Nuti Food) 홈페이지 (www.nutifood.com.vn)
8. 비나밀크(Vinamilk) 홈페이지 (www.vinamilk.com.vn/en)
9. 애벗(Abbott) 홈페이지 (www.abbott.com)
10. 미드 존슨 뉴트리션 (Mead Johnson Nutrition) 홈페이지 (www.meadjohnson.com)
11. 브이피밀크(VP Milk) 홈페이지 (vpmilk.vn)
12. 프리슬랜드 캄피나 (Friesland Campina) 홈페이지 (www.frieslandcampina.com)
13. 스어 초 베 이에우(Sua Cho Be Yeu) 홈페이지 (suachobeyeu.vn)
14. 에이앤엠 베트남 미디어 컴퍼니 리미티드(ANM Vietnam Media Company Limited) 소속 판매 페이지 (thienduongcube.com)
15. 비보마트(BIBO Mart) 판매 페이지 (BIBOmart.com.vn)
16. 도나컴 컴퍼니(Donacom Company) 홈페이지 (www.hoangthushop.net)
17. 오가닉 푸드(Organic Foods) 홈페이지 (www.organicfoods.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.08.28

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved.
Printed in Korea