

베트남 배달서비스 시장 확대, 한국 ‘배달의민족’ 시장 공략 본격화

2020년 12월 14일, 하노이지사

□ 키워드 : 코로나19, 배달 중개 서비스

○ **코로나19 등으로 인해 베트남내 배달 수요 급증**

- 최근 베트남에서 꾸준한 성장을 거듭해 온 음식 배달 중개 서비스는 대도시(하노이, 호치민시)를 기점으로 현지 소비자들에게 친숙한 일상으로 자리 잡았음
- 시장조사기관 스타티스타(Statista)의 베트남 음식 배달 플랫폼 시장성장률 조사보고서에 따르면, ‘19년 베트남 음식 배달 플랫폼 시장 규모는 5,124만 달러(‘18년 대비 112%↑)이며 올해의 경우 코로나19의 여파로 베트남내 비대면 소비 행태가 확산되어 배달서비스에 대한 수요가 크게 증가하였음
- 특히 올해 상반기 코로나19 확산 방지를 위해 베트남 정부에서 지역별 이동을 제한하였고, 카페, 식당, 영화관 등을 포함한 비필수 서비스업종의 영업이 임시중단되면서 음식 배달 서비스 수요가 크게 증가하는 요인으로 작용하였음

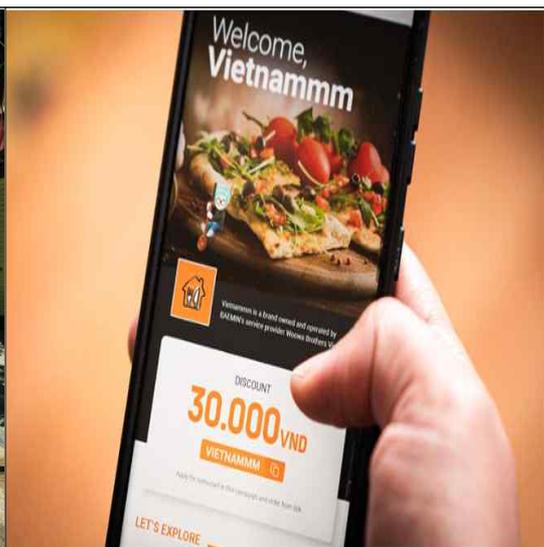
○ **베트남 배달서비스 시장 확대, 한국 배달의민족 시장 공략 본격화**

- 배달 어플리케이션 ‘배달의 민족’ 운영사인 우아한형제들에 따르면, 베트남에서 운영 중인 배민(BaeMin)과 베트남MM(Vietnammm) 서비스를 통합한 후 본격적으로 베트남 시장 확대에 나설 것이라고 밝힘
- ‘배달의 민족’ 자사 배달앱인 배민(BaeMin)과 통합되는 베트남 MM(Vietnammm)은 2011년 설립된 베트남 현지 1세대 배달앱이며 설립 이후 2년간 베트남 음식배달 어플앱으로써 내수시장 점유율 1~2위를 다투는 업체였으나, Grab, Gojek, Tiki 등 배달앱 경쟁업체가 다수 등장하였고 동 경쟁업체들에 비해 홍보마케팅 부족 등으로 인해 인지도가 하락하면서 배달 시장점유율이 크게 하락하였음

- 이후 5년간('13~'17) 유럽계 배달앱 회사 테이크어웨이(TakeAway), 독일계 배달앱 회사 푸드판다(FoodPanda)에 인수되어 운영되었으나 타 동종 배달업체 실적에 비해 미미한 상황 하에 베트남 배달앱 업체를 인수하여 빠른 현지화 정착을 꾀하였던 우아한형제들이 2018년 베트남 MM(Vietnammm)을 푸드판다로부터 인수하였음
- 베트남MM(Vietnammm)을 인수한 우아한형제들은 브랜드이미지 제고를 위해 타 동종업체에서 시도해 보지 않은 재미있는 문구가 새겨진 세뱃돈 봉투 등 B급 감성 홍보마케팅을 진행하여 현지소비자들의 큰 호응을 얻게 되어 인지도가 크게 상승하면서 현지 배달시장 업계 2위까지 올라오게 되었음(1위 그랩(Grab))
- 다만, ‘배달의 민족’ 관계자에 따르면 2개의 배달 어플리케이션인 배민(BaeMin), 베트남MM(Vietnammm)이 분산되어 각각 사용되다 보니 배민의 브랜드이미지에 대한 혼란을 야기시키게 되었고 그에 따라 베트남 MM(Vietnammm)을 배민에 흡수시켜 본격적으로 배민(BaeMin)이라는 이름을 앞세워 베트남 배달시장 공략을 본격화하고 있다고 밝힘



오토바이를 활용한 음식 배송(배민)



비엠티엠엠(Vietnammm) 배달 앱

○ 시사점

- 코로나19로 인해 베트남 내 음식 배달 중개 플랫폼과 같은 O2O(Online to Offline) 서비스 솔루션을 사용하는 베트남 현지 소비자들이 증가하고 있으며, 향후 코로나19가 진정될 경우 현지 스포츠(축구 등)에 대한 관심 증가와 함께 음식을 배달 시켜 먹는 문화 또한 더욱 활성화 될 것으로 예상됨

- 따라서 베트남 음식배달 업계 1, 2위인 그랩(Grab), 배달의 민족 등과 연계하여 할인 프로모션 등 홍보마케팅을 진행해 본다면 향후 성장 가능성이 높은 베트남 현지 소비자층을 대상으로 큰 홍보 효과를 거둘 수 있을 것으로 전망됨

○ 출처

- 베트남MM 어플리케이션 통합 관련 현지뉴스 기사

<https://e.vnexpress.net/news/business/companies/woowa-brothers-to-shut-down-vietnammm-food-app-4197616.html>