

[베트남_호치민] 트렌드에 민감한 베트남 MZ세대

2021년 10월 13일, 호치민지사

□ MZ세대를 중심으로 성장하는 베트남 OTT시장

OTT 시장 : ‘Over The Top’ 의 약자로 인터넷을 통해 볼 수 있는 TV서비스를 말하며, 대표적으로 Youtube, Netflix, VieOn, FPT Play, Zing TV 등이 있음

- 베트남 OTT시장(Over The Top) 시장은 스마트 TV 및 인터넷 보급률의 확대로 전년 대비 20% 성장한 30억불의 시장 규모를 달성하였으며, 이를 통한 한국 농식품 홍보 확대 및 판로개척의 새로운 가능성을 보여주고 있음
- Q&ME 베트남 시장정보조사 업체 보고서에 따르면, 베트남 OTT 서비스 이용자의 86%가 20-35세이며, 47%가 하노이 거주, 44%가 호치민 거주로 하노이와 호치민 중심의 젊은 층이 OTT 서비스에 대한 이용이 집중되어 있음
- 현지 시장분석 업체 스타티스타(Statista)에 따르면 베트남 OTT 시장의 규모는 연 10.39%씩 성장할 전망이다 특히 코로나로 인하여 집에 머무르는 시간의 증가 및 휴대폰 사용률 증가 등에 따라 OTT시장은 기업들의 주요 광고채널로 성장할 것으로 전망됨
- 특히, 2021년 8월 베트남 넷플릭스 TV쇼 부문 TOP10에 한국드라마가 9개 랭크되어 있을만큼 한국 드라마에 대한 수요가 높으며 최근 개봉한 ‘오징어게임’은 베트남에서도 폭발적인 인기를 끌어 개봉하자마자 단숨에 랭크 1위를 차지하였음

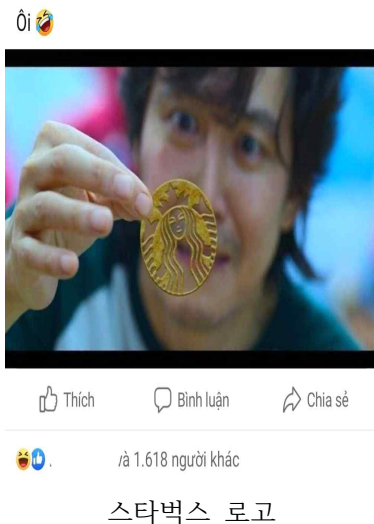
넷플릭스 TV SHOW 부문 순위

순위	2021년 8월	2021년 9월 4주차(20~26일)
1	슬기로운 의사생활	오징어게임
2	알고있지만	갯마을 차차차
3	슬기로운 감빵생활	오티스의 비밀 상담소
4	베가본드	슬기로운 의사생활
5	빈센조	슬기로운 감빵생활
6	응답하라 1998	사랑의 불시착
7	사랑의 불시착	아리스 인 보더랜드
8	태양의 후예	빈센조
9	굿 닥터	종이의 집
10	D.P	D.P

출처: 플릭스패트롤(fixpatrol)

□ 달고나 열풍

- 특히, ‘오징어게임’ 드라마 속 달고나 뽑기가 베트남 SNS상에서 하나의 트렌드가 되면서, 드라마 속 뽑기 그림보다 더 어려운 ‘스타벅스 로고, 베트남 지도’ 등을 합성한 다양한 달고나 뽑기 그림을 게시하는 것이 유행하고 있으며
- 숏폼 비디오 플랫폼인 틱톡에서는 달고나 뽑기를 직접 체험하는 영상이 많이 올라오는 등 베트남 내 ‘오징어게임’의 인기를 실감할 수 있음



스타벅스 로고



세계지도, 베트남 지도 등



틱톡 달고나 뽑기 열풍

출처: viezone.vn, tiktok

- 베트남에서 달고나가 유행한 것은 이번이 두 번째로 작년에 ‘달고나 커피 만들기’가 유행하면서 로컬 커피숍 메뉴에 달고나 커피가 생기기도 하였으며, 그 뒤를 이어 ‘달고나 밀크티’ 까지 출시한 바 있음
- 달고나커피는 베트남의 가장 보편적인 커피인 G7 인스턴트 커피로도 간편히 만들 수 있으며, 기존 커피와는 새로운 종류의 커피이기에 현지인들의 많은 이목을 집중시킬 수 있었던 것으로 판단됨



G7으로 달고나커피 만들기



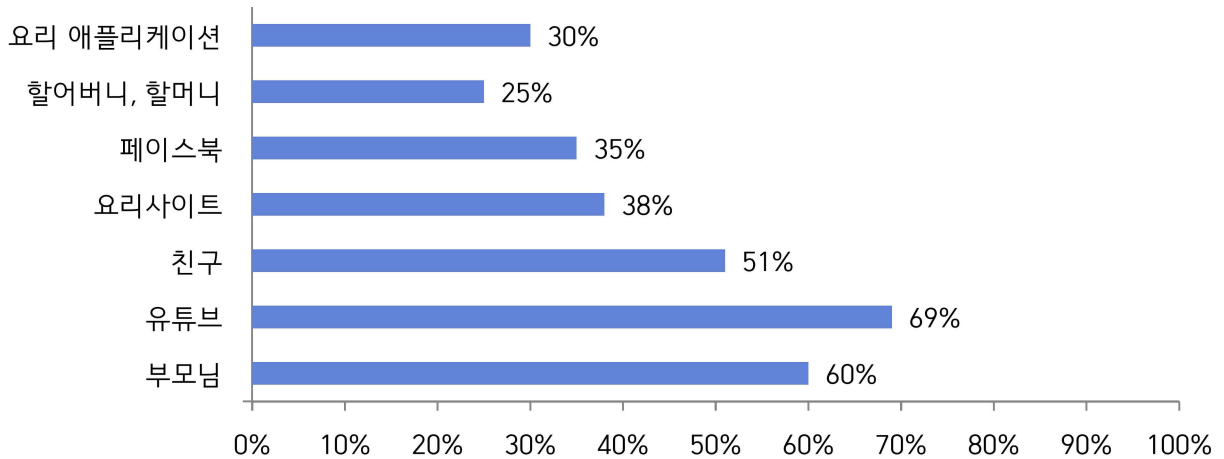
달고나 밀크티

출처: 유튜브

□ 유튜브로 요리배우기

- Q&ME 베트남 시장정보조사업체의 ‘21년 7월 ‘베트남사람의 식습관’ 보고서에 따르면, 23-29세 165명에게 요리를 배우는 방법에 대해서 중복선택이 가능하게 조사한 결과, 114명(69%)이 유튜브를 보면서 요리를 배운다고 답변하였음

23-29세의 요리 배우는 방법



출처: Q&ME Vietnamese cooking behaviors 보고서

□ 새로운 방법의 떡볶이 만들기

○ 찬밥으로 떡볶이 만들기

- 코로나19로 인하여 식당 및 카페가 문을 닫고 식자재만 구매가 가능해지면서 집에서 요리하는 사람들이 증가하였음
- 평범한 것을 거부하는 베트남 MZ세대들이 찬밥을 활용하여 떡볶이를 만드는 법이 간단하고 특이하기 때문에 유튜브를 통해 인기를 얻기 시작하면서 강화된 사회적 거리두기 속에서 새로운 트렌드로 자리잡음



찬밥을 눌러주기



녹말가루와 섞기



찬밥으로 만든 떡볶이

출처: 유튜브 (Tú Lê Miền Tây)

○ 라이스 페이퍼로 떡볶이 만들기

- 베트남사람들이 간식 및 음식으로 사용하는 라이스페이퍼로 한국 떡볶이를 만드는 영상이 SNS에서 큰 인기를 얻으며 집에서 간단히 요리할 수 있는 라이스페이퍼 떡볶이 열풍이 불었음



라이스페이퍼 떡볶이 만들기

출처: 유튜브(Ăn sạch sống khỏe)

□ 시사점

- 베트남 OTT시장의 성장 및 K-드라마의 열풍에 힘입어 K-문화를 연계한 K-푸드 마케팅 및 브랜딩을 하는 방식이 효과적일 것으로 보임
- 간단하고 오래전부터 있었던 것들이 지금의 MZ 세대들에게는 참신하고 특이한 것일 수도 있기 때문에 베트남 진출을 위한 수출 아이템 선정 시 한국에서는 사소하지만 큰 인기를 얻었던 것들에서부터 찾아보는 것도 하나의 방법이라고 사료됨
- 유튜브를 통해서 요리를 배우는 베트남 MZ세대들의 문화를 반영 및 한국 음식을 만드는 영상을 홍보하여 베트남 내에서 로 자리잡을 시 한국농식품 수출확대에 효과적일 것으로 보임
- 라이스페이퍼를 활용한 떡볶이처럼 현지 음식에 대한 이해를 바탕으로 한국 외식 업체의 메뉴 개발을 접목한 로컬라이징화 된 식품에 대한 선호도가 높음에 따라 현지 음식 문화에 대한 이해를 통한 식품 홍보가 시장진출에 도움이 될 것으로 판단됨

□ 참조링크

1. 「Squid Game trong lòng giới trẻ: Trò “tách kẹo” với loạt phiên bản nhìn là “xin chế” !」, viezone.vn, 2021.09.23
2. 「Vietnames cooking behaviors」, qandme.net, 2021.09.20