

베트남 최대 명절 땃(Tet), 구매력 회복 가능할까?

2021년 12월 20일, 하노이지사

□ 키워드 :

○ '22년 베트남 최대 명절 땃(Tet) 전망

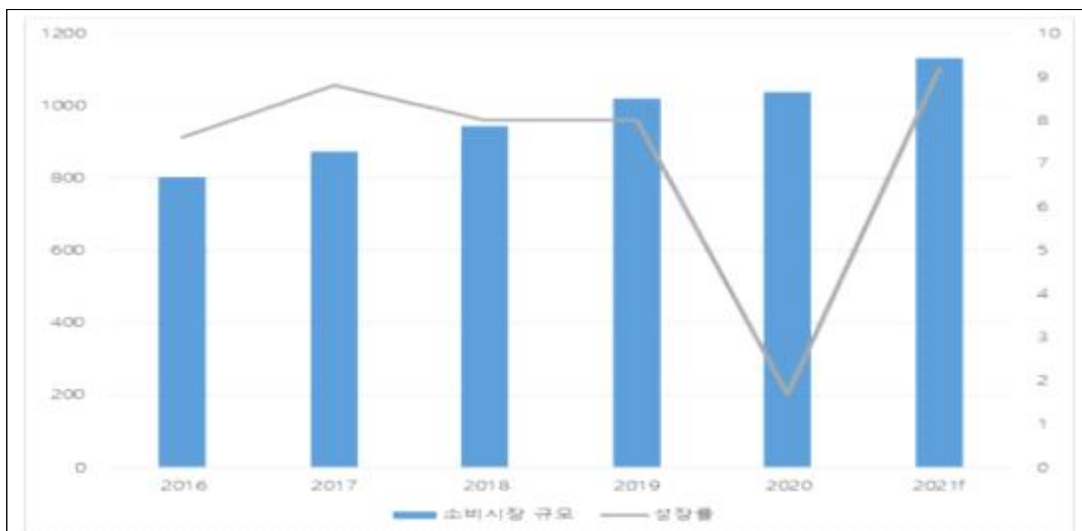
- 베트남 주요 소비시즌이자 민족 대이동이 시작되는 땃(Tet)은 새해를 시작하는 첫날이라는 의미로서 연중 가장 중요한 명절임과 동시에 주요 소비시즌이나, 코로나19 영향으로 '22년 감소한 현지 소비자의 구매력이 크게 감소한 실정임
 - 베트남 온라인 언론매체 VnExpress의 조사 결과에 따르면, 현지 소비자들의 구매력 감소에 따른 음력 설(Tet) 상품 판매량이 전년대비 10~20% 가량 감소할 것으로 전망하였으며,
 - 베트남 상업무역부에서 발표한 보고서에 따르면, 금년 11월 소매유통 및 서비스 분야 총매출액은 전월대비 6.2% 증가하였으나, 전년 동기 대비 12.2% 감소한 수준임
 - '21년 코로나19 악화 및 확산에 따른 베트남 정부의 강력한 사회적 거리두기 실시로 인해 실업률 증가와 가계소득 감소가 주요 원인임
- * '21.10.1. 베트남 통계총국(GSO). 3분기 15세이상 경제활동인구는 4,920만명으로 전년동기 대비 210만명 이상 감소 실업률은 3.72%로 '20년 1분기 이후 가장 높은 수준
- 또한, 최근 코로나19 확산세(18천명/일)가 지속됨에 따라 베트남 보건부는 '22년 설 연휴동안 대규모 모임 등 비필수 활동 중단을 검토하고 있음

○ **뗏(Tet), 구매력 회복 가능할까?**

- 베트남 최대 유통업체인 빈마트에서 공급을 담당하는 타티밍홉 (Ta Thi Minh Hop) 국장의 인터뷰에 따르면, 현재 현지 소비자들은 신선제품 및 생필품과 같은 기본적인 제품을 주로 구매중이며, 이를 비롯해 뗏을 앞두고 과자류, 맥주, 음료, 와인 등과 같은 식품을 구매하고 있음
- 소매업체들은 뗏 연휴 크게 증가하는 구매 수요를 대비하여 제품 보유량을 20~30%가량 증가시켜 연휴 기간 안정된 가격으로 공급할 예정이며,
- 연말부터 최대 50% 할인 프로모션과 증정품 제공 등 다양한 홍보 활동을 통해 구매 수요 확대를 위해 노력하겠다고 밝힘
- 유로모니터의 베트남 소매시장 조사 보고서에 따르면, 코로나19가 발생한 ‘20년을 제외한 최근 5년(‘16~ ‘19.) 연평균성장률은 8.1%를 상회하는 수치로 베트남 소비시장이 본격적으로 회복세를 보일 것으로 기대되고 있음

<베트남 소매시장 규모 및 성장률 추이>

(단위 : 억불)



자료원 : 유로모니터(Euromonitor)



베트남 대형유통 업체 Tết(Tet, '21년) 연계 프로모션 광고

자료원 : 유통업체 웹사이트(Big C, Vinmart)

○ 시사점

- 현재 코로나19 영향 현지 소비자들의 구매력 감소세가 지속되었으나, 위드코로나 정책 시행 이후(10월) 현지 소비자들의 구매력 감소세는 둔화되고 있으며, '20년 코로나19 시기에도 성장세를 이어왔던 견고한 베트남 소비시장 전망은 밝음
- Tết(Tet)은 선물용 제품의 구매 수요가 크게 증가하는 시즌이며, 한국 농식품은 고급스러운 패키징, 높은 신뢰도, 안전성 등을 바탕으로 프리미엄 제품으로 인식되어 있어 설 명절 선물로 적합
- 다양한 온·오프라인 홍보관측 및 할인 프로모션 등을 진행하여 현지 소비자들의 접근성을 높이고 선물용 패키징 등을 통해 설 명절 한국 농식품 수출 확대 가능할 것으로 전망

○ 출처

- <https://vnexpress.net/hang-tet-e-am-4403051.html>