

베트남 스포츠 음료(Sports Drinks) 시장 동향

2022년 11월 10일, 하노이지사

□ 키워드 :

○ 베트남 스포츠 음료 시장규모 및 동향

- 유로모니터(Euromonitor)의 베트남 소프트 음료 시장분석 보고서에 따르면, '21년 시장규모는 4,644백만L로 코로나19 여파에도 전년대비 6.2% 성장하였으며 연평균('17~'21) 6.0%의 높은 성장률을 보이고 있음
- 생수 시장규모 성장률은 12%로 소프트 음료 중 가장 빠르게 확대되었으며, 이는 정수 시설이 부족한 베트남 현지 소비자들의 가정 식수에 대한 낮은 신뢰도, 직접 음용뿐만 아니라 음식 조리 등에도 생수를 사용하는 가정이 증가한 것이 주요 요인으로 보임
- 그 다음으로 눈에 띄는 성장률을 보인 스포츠 음료, 주스 등이며 특히 무더운 여름 갈증을 해소할 수 있는 스포츠 음료의 경우 8%의 높은 성장률을 기록하고 있음

< 베트남 음료 시장규모 >

(단위: 백만L, %)

구분	'17	'18	'19	'20	'21	GAGR ('17~'21)
소프트 음료(전체)	3,412.3	3,686.9	3,937.9	4,165.4	4,424.6	6%
- 병 생수	503.8	473.2	651.3	722.6	804.6	12%
- 탄산	646.9	690.9	737.6	779.9	828.6	6%
- 주스	372.3	419.2	450.8	480.5	514.6	8%
- RID음료(차, 커피)	1,322.4	1,399.1	1,462	1,516.1	1,576.9	4%
- 에너지 음료	417.2	438.0	457.7	475.6	495.5	4%
- 스포츠 음료	131.3	145.7	157.4	168.4	180.7	8%
- 기타	18.4	19.8	21.1	22.3	23.7	7%

* 자료원: 유로모니터(Euromonitor)

* GAGR : 연평균복합성장률

< 국가별 對베트남 음료(HS Code : 2202.99) 수출실적 >

(단위: 천불, %)

구분	'19	'20(A)	'21(B)	증감률 (B/A)
전체	596,622	527,375	549,600	4.2
태국	435,143	382,354	377,082	△1.4
미국	67,529	46,888	66,092	41.0
한국	39,154	40,701	44,321	8.9
일본	8,034	13,048	25,843	98.1
네덜란드	8,117	8,889	9,833	10.6

자료원 : GTA(Global Trade Atlas)

- '21년 기준 베트남 음료 수입규모는 약 5.5억불 수준으로 전년 동기 대비 약 4.2% 증가하였으며, 주요 수입국으로는 태국(3.7억불/1위), 미국(0.6억불/2위), 한국(0.4억불/3위) 등 순임
- 한국의 경우 '20년 코로나19 영향 수출 증가세 다소 둔화되었으나 현지 소비자들의 한국산 쌀음료, 두유, 과일음료 등 인기에 힘입어 '21년 對 베트남 수출 3위를 달성하였음

○ 스포츠 음료 경쟁 및 유통 현황

- 베트남 스포츠 음료 시장은 Suntory Pepsico Vietnam의 점유율이 75.1%를 차지하고 있는 과점시장의 형태를 보이고 있으며, 다음으로는 Otsuka Thang Nutrition(8.6%), Tan Thiep Phat(7.4%) 등 순임
- 베트남의 스포츠 음료의 경우 현대적 유통채널 (36.8%) 대비 소형 개인 상점 등 전통식 유통채널(51.2%)에서 유통 되는 비중이 높는데, 이는 현지 소비자의 스포츠 음료 소비 습관과 밀접한 연관이 있는 것으로 보임
- 현지 소비자들은 주로 축구, 테니스 등 실내 스포츠 대비 실외 스포츠 종목을 선호하며 쉬는 시간 또는 경기 중 근처 소형 매장에서 즉시 구매하는 것에 익숙함

〈베트남 인기 스포츠 음료〉

이미지	특징	이미지	특징
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Revive ○ 가격 : 11천VND/500ml ○ 제조사 : Suntory Pepsico Vietnam ○ 생산지 : 베트남 		<ul style="list-style-type: none"> ○ Pocari Sweat ○ 가격 : 146천VND/500ml ○ 제조사 : Otsuka Thang Nutrition ○ 생산지 : 인도네시아
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Active Salt Lemon ○ 가격 : 8천VND/500ml ○ 제조사 : Tan Hiep Phat Gruop ○ 생산지 : 베트남 		<ul style="list-style-type: none"> ○ Gatorade ○ 가격 : 17천VND/500ml ○ 제조사 : Suntory Pepsico Vietnam ○ 생산지 : 베트남

자료원 : Bach hoa Xanh 등 온라인쇼핑몰

- 베트남 스포츠 음료시장 점유율 1위 제품인 리바이브(Revive)의 경우 현지 최고 인기 스포츠인 축구를 활용한 광고를 내세워 많은 현지 스포츠팬들의 사랑을 받고 있으며, 탄산을 첨가하여 청량한 맛이 특징임
- 2위 포카리 스웨트(Pocari Sweat)의 경우 일본 제품임을 강조하는 마케팅 방식으로 현지 소비자들을 공략하고 있음

	
포카리 스웨트 광고	리바이브 광고

자료원 : Youtube 제품 브랜드 채널

○ 시사점

- 코로나19 기간 제한되었던 야외활동이 재개되면서 현지 스포츠팬들의 활동이 활발해지고 있으며, 고온 다습한 기후로 인한 갈증을 해소할 수 있는 제품이 꾸준히 사랑을 받고 있음

- 향후 베트남 인기 종목* 대규모 스포츠 행사 또는 유명 운동선수 연계 한국산 스포츠 음료 홍보행사 등 추진 시 현지 스포츠판 및 일반 소비자 대상 홍보효과 높을 것으로 전망

* 축구는 현지 소비자들에게 가장 많은 사랑을 받고 있는 스포츠로 미디어기업 (Adtima)의 조사에 따르면 축구>테니스>배구>수영 순

- 현지 스포츠 음료 시장의 경우 과점시장의 형태를 보이고 있어, 효과적인 홍보를 위해서 현지 인기 제품의 마케팅 방식 등 진출 전략을 벤치마킹하는 것도 고려할 필요가 있음



인기 스포츠를 활용한 마케팅

○ 출처

- Euromonitor, GTA, 온라인쇼핑몰, 하노이지사 자체 조사 등

○ 문의처

- aT 하노이지사 최성곡 +84 24-6282-2987