



No. 2022-31  
품목 유산균(Probiotics)  
HS CODE 2106.90.9099  
국가 베트남(Vietnam)



# C.O.N.T.E.N.T.S

## I

### 경쟁제품

3

1. 베트남 유아용 유산균 경쟁제품 선정
2. 베트남 유아용 유산균 조사지표 선정
3. 베트남 유아용 유산균 현지조사 결과

## II

### 경쟁사

20

1. 베트남 유아용 유산균 경쟁사 선정
2. 베트남 유아용 유산균 경쟁사 분석

## III

### 경쟁력 파악

24

1. 제품 경쟁력 분석
2. 벤치마킹 제품 분석

## IV

### 시사점

29

1. 수출 확대 전략
2. 참고문헌

I

경쟁제품



# 01 베트남 유아용 유산균 경쟁제품 선정

## 지원기업 품목 분석

지원기업의 제품은 유아용 유산균으로 밀크맛 스틱 타입 제품으로 1세부터 12세 어린이를 대상으로 한 유산균 제품임

(성분) 초유단백질, 프로바이오틱스, 비타민D, 아연, 셀렌 등

(보장균 수) 한 포(1g)당 10억 CFU

(섭취 방법) 물 또는 이유식에 섞어서 복용

(맛) 밀크맛

(용량 및 가격) 용량은 80g(1g×80포), 희망 소비자가격은 19,800원으로, 1g당 약 250원임

(패키징) 1회 섭취 분량인 1g이 스틱 타입 폴리에틸렌(PE)으로 포장되어 있으며, 80포가 캔에 담겨 있음. 스틱 타입 제품이라 간편하게 휴대가 가능함

제품	유아용 유산균		
제품 유형	기타 가공품, 유산균	희망 소비자가격	19,800원
용량	80g	포장 형태 및 재질	폴리에틸렌, 캔
주요 성분	유산균, 프락토올리고당, 초유단백	특징	밀크맛 유아용 유산균 장 건강 증진 및 배변 활동 촉진

## 경쟁력 분석 프로세스



### 단계 1 제품 분석

- ① 신청서 내 제품 분석
- ② 지원기업 인터뷰
- ③ 경쟁제품군 파악



### 단계 2 경쟁 현황 분석

- ① 경쟁 현황 분석
- ② 경쟁제품 선정 기준 마련



### 단계 3 현지조사 기획

- ① 조사 지역 선정
- ② 주요 유통채널 선정
  - 지원기업 사전신청서 분석
  - 조사 대상국 유통채널별 점유율 파악
- ③ 온라인 사전 조사
- ④ 조사 지표 선정



### 단계 4 조사 수행

- ① 온·오프라인 경쟁제품 선정 기준 전달
- ② 현지조사 수행
- ③ 제품 분석

## 오프라인 유통채널 선정

지원기업의 유아용 유산균 제품은 건강보조식품에 속함

베트남 시장에서 건강보조식품은 약국, 건강보조식품 전문점, 홈쇼핑, 온라인 쇼핑몰, 직접판매 등을 통해 유통되고 있음. 최근에는 온라인을 통한 해외직구 구매 빈도도 증가하고 있음. Euromonitor International에 따르면, 2021년 기준 가장 점유율이 높은 유통채널은 약국으로 약국의 유통 비중은 전체 유통채널의 63.7%를 차지함

또한, 제품의 특성을 고려해 베트남 시장 내 유아용품 전문점 오프라인 매장 현지조사를 진행함  
- Q&Me에 따르면, 2022년 기준 현지 유아용품 브랜드 Concung은 베트남 내 624개 점포 수를 기록하며 1위를 차지했으며, 이어서 Bibomart가 점포 수 156개로 2위를 차지함

위와 같은 주요 유통채널과 품목 특성을 고려하여 약국, 유아용품 전문점을 조사 대상 유통채널로 선정함

## 온라인 유통채널 선정

2021년 4분기 기준, 베트남 내 트래픽 수 1위를 기록한 온라인 쇼핑몰은 Shopee로 웹 트래픽 수 8,895만 6,700건을 기록함

- 2위는 Lazada로 2021년 4분기 웹 트래픽 수 2,063만 3,300건을 기록하였으며, 3위는 베트남 현지 기업인 Tiki로 1,786만 6,700건을 기록함



표 1

베트남 주요 온라인몰 웹 트래픽 수(2021년 4분기)

(단위: 방문 횟수)

온라인 쇼핑몰 명	웹 트래픽 수
Shopee VN	88,956,700
Lazada VN	20,633,300
Tiki	17,866,700
Sendo	4,946,700
Vat Gia	1,356,700
Fado.vn	820,800
Vo so	120,400

자료: iPrice Vietnam

## 조사 지역 개요

베트남에서 가장 큰 도시이자 경제, 문화의 중심지인 호찌민시를 조사 지역으로 선정함

호찌민시는 베트남의 5대 직할시 중 하나로 면적은 2,099km<sup>2</sup>로 서울의 약 3.5배에 달하며, 인구는 840만 명으로 베트남에서 인구 밀도가 가장 높음

호찌민시의 1인당 GDP는 5,428달러로 베트남 1인당 GDP 2,215달러 대비 2배 이상 높음. 또한 호찌민시의 경제성장률은 9.85%로 베트남 전체(6.21%) 대비 빠르게 성장하고 있음

호찌민은 인프라 시설이 잘 갖추어져 있고 베트남 내 외국인투자가 집중된 지역으로, 베트남의 경제 성장을 주도하는 도시임. 호찌민시 및 인근 지역에 진출한 한국 기업 수는 약 2,500개임

## 경쟁제품 선정 결과

오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 1) 유아를 대상으로 하는 유산균 건강보조식품
- 2) 유아 및 성인이 모두 섭취 가능한 유산균 건강보조식품
- 3) 선순위의 제품이 없을 경우 인기리에 판매되고 있는 유산균 함유 식품

온라인 경쟁제품 선정 기준

- 1) 오프라인에서 판매 중인 경쟁제품의 온라인 판매 현황 조사
- 2) 가장 이용률이 높고 재고를 많이 보유하고 있는 Lazada 등 종합 온라인 쇼핑몰과 유아 및 아동 제품을 전문적으로 판매하는 Concuong, Bibomart 등 유아용품 전문 쇼핑몰을 조사



표 2

베트남 유아용 유산균 경쟁제품 조사 유통매장

경쟁제품	매장 입점 여부		제품 종류 <sup>1)</sup>	
	오프라인	온라인	현지산	수입산
1 아이생각 생유산균	○	○		○
2 신터엑트 베이비	○	○		○
3 Lacto BIOMIN Gold	○	○	○	
4 듀오락 아기 유산균	×	○		○
5 하루유산균 19키즈	×	○		○
6 Probiotic Powder for Baby	×	○		○
7 Probiotics+Kids Daily Health	×	○		○
8 Tummy Buddies for kids	×	○		○
9 Optibac Probiotics	○	○		○
10 Brauer Probiotic Powder	○	○		○

1) 경쟁사의 소재지가 아닌 해당 제품 생산지를 기준으로 판단



# 02 베트남 유아용 유산균 조사지표 선정

## 베트남 유아용 유산균 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함



표 3

베트남 유아용 유산균 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	10g	제품의 10g당 가격
중량	g	제품의 중량
선정 사유	인기 제품, 신제품 등	해당 제품을 경쟁제품으로 선정한 사유
제품 종류	현지산 제품	베트남 현지 브랜드 제품
	수입산 제품	글로벌 브랜드 제품
포장 형태	PE	종이박스 내 PE소재로 포장
	유리병	종이박스 내 유리병에 포장
	PET병	PET소재 병에 포장
성분	원료 및 첨가물	원유 함유량 등 영양과 맛 관련한 핵심 성분
유통기한	제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기간	
마케팅 포인트	제품의 홍보 문구 및 주요 효과	

# 03 베트남 유아용 유산균 현지조사 결과

## 베트남 호찌민에 위치한 대형 슈퍼마켓



베트남 약국, 유아용품 전문점, 하이퍼마켓 등 유아용 유산균을 판매할 가능성이 높은 유통채널을 방문하여 유아용 유산균 제품을 조사함



- 유아 전용 제품이 아니라 유아도 섭취 가능한 전 연령 대상 유산균 제품을 포함하여 조사를 진행
- 오프라인 매장에서 판매량이 높은 제품 혹은 판매대에 많이 진열되어 있는 제품 중 유아들이 간식으로 즐겨 먹거나 마시는 유산균 성분 포함 식품도 포함하여 조사를 진행

## 오프라인 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	아이생각 생유산균	신터액트 베이비
제조사	Lotte Foods	코스맥스엔비티
생산지	한국	한국
선정 사유	인기 제품	인기 제품
가격	16만 5,000동(약 8,840원) <sup>2)</sup>	37만 5,000동(약 2만 100원)
용량	120g(2g*10포*6개입)	60g(2g*10포*3개입)
포장 형태	PE	PE
주요 성분	7종 혼합 유산균, 비타민D3, 프락토올리고당, 산화아연	프로바이오틱스, 아연, 비타민D
유통기한	제조일로부터 약 6개월	제조일로부터 약 1년 4개월
마케팅 포인트	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 7종 혼합유산균 함유</li> <li>- 1포당 20억 CFU 보장</li> <li>- 배변 활동 촉진 및 장 건강 개선</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 장 건강에 좋은 비피더스균 함유</li> <li>- 5억 CFU 보장</li> <li>- 정상적인 세포분열에 도움</li> </ul>
방문 매장	Bibo Mart(유아용품 전문점)	Concung(유아용품 전문점)

2) 통화환산기준:100동(VND)=5.36원(KRW)(KEB 하나은행 매매기준율, 2022.12.2.)

경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	BioGaia Protectis baby drops	AntiBio Pro
제조사	BioGaia	Bayer
생산지	스웨덴	독일
선정 사유	인기 제품	인기 제품
가격	41만 5,000동(약 2만 2,240원)	53만 5,000동(약 2만 8,680원)
용량	5ml	100g(1g*10포*10개입)
포장 형태	유리병	PE
주요 성분	유산균(L. reuteri DSM 17938), 해바라기유	Lactobacillus acidophilus, corn starch, lactose hydrate, hydroxypropyl cellulose
유통기한	제조일로부터 약 2년	제조일로부터 약 3년
마케팅 포인트	- 액체 타입 유산균 - 설사, 변비, 배앓이, 소화 촉진 효과	- 분말 타입 유산균 - 설사, 변비, 복부 팽만감이 있는 사람이 섭취하기에 적합 - 성인, 아이, 모두 섭취 가능
방문 매장	Concung(유아용품 전문점)	Long Chau(약국)

경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
제품명	Preg-MOM	Lacto BIOMIN Gold
제조사	Anabio Research and Development	HD Pharma
생산지	베트남	베트남
선정 사유	인기 제품	인기 제품
가격	33만 동(약 1만 7,690원)	12만 5,000동(약 6,700원)
용량	100mg(5mg*20개)	100g(5g*20포)
포장 형태	유리병	PE
주요 성분	Bacillus subtilis, bacillus clausii, bacillus coagulans	초유, DHA, 비타민B, 글루콘산, 마그네슘, 타우린
유통기한	제조일로부터 약 2년	제조일로부터 약 3년
마케팅 포인트	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 장내 미생물 균형 유지</li> <li>- 변비, 설사, 소화 장애 완화에 도움</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 아동의 변비 개선, 설사 예방</li> <li>- 유익균 보충, 장내 미생물 개선</li> <li>- 소화기 질환 개선</li> </ul>
방문 매장	Long Chau(약국)	Long Chau(약국)

경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
제품명	셀립 라이프타임 가족유산균	Enterogermina
제조사	뉴팜	SANOFI
생산지	한국	프랑스
선정 사유	인기 제품	인기 제품
가격	180만 동(약 9만 6,650원)	15만 6,000동(약 8,360원)
용량	180g(2g*90포)	100ml(5ml*20개)
포장 형태	PE	유리병
주요 성분	7종 생유산균, 4종 락토바실러스, 3종 비피도박테리움, 비타민B, C 등	Bacillus clausii
유통기한	제조일로부터 약 2년	제조일로부터 약 2년
마케팅 포인트	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 7종 생유산균 함유</li> <li>- 배변활동 촉진</li> <li>- 유익 유산균 증식</li> <li>- 전 연령 섭취 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 영유아, 성장기 어린이</li> <li>- 항생제 장기 복용으로 인한 장내 유익균 불균형 해소</li> </ul>
방문 매장	Bibo Mart(유아용품 전문점)	Pharmacy(약국)

경쟁제품 정보	제품9	제품10
제품 사진		
제품명	TH True Yogurt	Prob
제조사	TH Group	Vinamilk
생산지	베트남	베트남
선정 사유	인기 제품	인기 제품
가격	2만 9,800동(약 1,600원)	2만 4,800동(약 1,330원)
용량	100ml*4개	65ml*5개
포장 형태	PET병	PET병
주요 성분	Fresh cow milk 76%, water, TH. Paracasei(덴마크산), sucrose, active probiotic lactobacillus paracasei F19 cultures, streptococcus thermophiles, lactobacillus bulgaricus, natural flavoring	Water, sugar, milk powder(3.3%), fructose syrup, glucose syrup, stabilizers(405, 466), black carrot concentrate, natural and nature identical blueberry flavours, lactobacillus paracasei(L Casei 431) cultures, vitamin D3
유통기한	제조일로부터 약 2개월	제조일로부터 약 1개월
마케팅 포인트	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 바닐라 맛, 블루베리 맛으로 신맛이 덜함</li> <li>- 1세 이상 섭취 가능</li> <li>- 생우유를 발효하여 만든 살아있는 프로바이오틱스 함유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 블루베리 맛 생유산균 함유 제품</li> <li>- 소화 및 면역체계 개선</li> <li>- 베트남 의사협회 추천</li> <li>- 130억 프로바이오틱스 함유</li> </ul>
방문 매장	Co-op Xtra(하이퍼마켓)	Co-op Xtra(하이퍼마켓)

## 온라인 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	듀오락 아기 유산균	하루유산균 19키즈
브랜드	셀바이오텍	메디오젠
가격	51만 9,000동(약 2만 7,820원)	45만 동(약 2만 4,120원)
용량	1.5g*30포	2g*60포
마케팅 포인트	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 장내 유익균 추가로 소화 촉진</li> <li>- 더부룩함, 소화불량 등 증상 개선</li> <li>- 장내 미생물 균형 유지</li> <li>- 생후 1-24개월 아기에게 적합</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 프로바이오틱스, 아연 및 비타민 보충</li> <li>- 장내 유익균 추가로 소화 장애 개선</li> <li>- 소화불량, 설사, 생변 등의 증상이 있거나 항생제를 장기 복용하는 4세 이상 어린이에게 적합</li> </ul>
경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	Probiotic Powder for Baby	Probiotics+Kids Daily Health
브랜드	Evolution Health Pty.Ltd	Blackmores
가격	62만 9,000동(약 3만 3,710원)	53만 동(약 2만 8,410원)
용량	60g	1.3g*30포
마케팅 포인트	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 0-3세 어린이 권장 유산균</li> <li>- 설사, 변비, 복부팽만, 생변 구토 증상 개선</li> <li>- 습진 개선</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2세 이상 유아 섭취 유산균</li> <li>- 항생제 복용 후 장내 유익균 보강</li> <li>- 면역력 증진</li> <li>- 4종 프로바이오틱 균주로 구성</li> </ul>



경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
제품명	Tummy Buddies for kids 1-12 years	Optibac Probiotics
브랜드	Tummy Buddies	Optibac
가격	51만 9,000동(약 2만 7,820원)	45만 6,000동(약 2만 4,440원)
용량	1g*30포	1.5g*30포
마케팅 포인트	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 아기의 민감한 장 건강에 도움을 줌</li> <li>- 약 10억 마리의 유익균 포함</li> <li>- 식욕부진, 설사, 구토, 생변, 변비 등 소화 장애 개선</li> <li>- 0-12세 영유아 섭취 권장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 0-12세 영유아를 위한 소화 보조 제품</li> <li>- 장내 미생물 균형 유지</li> <li>- 소화 촉진</li> <li>- 변비 예방</li> <li>- 면역력 증진</li> </ul>
경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
제품명	비오타민 PLUS	Brauer Probiotic Powder
브랜드	일동후디스	Brauer Natural Medicines
가격	24만 5,000동(약 1만 3,130원)	60만 동(약 3만 2,160원)
용량	1g*90포	60g
마케팅 포인트	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유산균, 비피더스, 올리고당, 소화효소, 비타민, 미네랄 초유 유래 성분 함유</li> <li>- 소화기관 건강 증진에 도움</li> <li>- 호흡기 건강 개선</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 9-36개월 유아 대상 섭취 제품</li> <li>- 변비, 생변, 소화불량 등 소화기관 문제 개선에 도움을 줌</li> <li>- 면역력 강화</li> <li>- 뼈, 치아 건강 증진</li> <li>- 습진 및 알레르기 위험 감소</li> </ul>

## 주요 유통채널 정보

### 1) Concung

<p>개요</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2021년 설립된 영유아용품 전문점으로 임산부 및 어린이를 위한 제품을 판매함</li> <li>- 베트남 40개 이상 도시에 진출</li> <li>- 2022년 기준 베트남 현지에 624개의 매장이 있으며, 베트남 내 유아용품 전문점 중 가장 많은 점포 보유</li> <li>- 입점 가능 품목으로는 유제품, 이유식류, 스낵류, 유아용품, 임산부용품 등이 있음</li> </ul>
<p>매장 정보 및 신청 타겟 판매 업체 현황</p>	  <ul style="list-style-type: none"> <li>- 매장명: Concung Vivo City점</li> <li>- 매장 주소: 1058 Đ. Nguyễn Văn Linh, Tân Phong, Quận 7, Thành phố Hồ Chí Minh</li> <li>- 조사 경쟁제품 수: 2개</li> <li>1) 신터엑트 베이비 / 37만 5,000동</li> <li>2) BioGaia Protectis Baby Drops / 41만 5,000동</li> </ul>

2) Bibo Mart

<p>개요</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2006년 설립된 임산부 및 영유아용품 전문 판매점</li> <li>- 태국, 홍콩, 프랑스, 스페인 등에서 고급 영유아용품을 수입하여 유통</li> <li>- 소아과, 산부인과 대학 졸업한 간호사들이 온라인 상담 서비스 진행</li> <li>- 입점 가능 품목으로는 유제품, 이유식, 스낵, 유아용품, 장난감 등이 있음</li> </ul>
<p>매장 정보 및 신청 업체의 타겟 제품 판매 현황</p>	  <ul style="list-style-type: none"> <li>- 매장명: Bibo Mart</li> <li>- 매장 주소: 541 Nguyen Thi Thap St, Tan Phong Ward, District 7, Hochiminh City</li> <li>- 조사 경쟁제품 수: 2개</li> <li>1) 아이생각 생유산균 / 16만 5,000동</li> <li>2) 라이프타임 가족유산균 / 180만 동</li> </ul>

# II

## 경쟁사



# 01 베트남 유아용 유산균 경쟁사 선정

## 경쟁사 선정 기준

신청 기업의 제품은 유아용 유산균으로 1세부터 12세까지 유아 및 어린이가 섭취하는 분말 타입 유산균 제품임. 따라서 유아 및 10대 초반 어린이를 대상으로 하는 분말 타입 유산균 제품을 판매하고 있는 제품을 경쟁제품으로 선정함

이에 따라, 타깃 연령을 1-12세로 판매하는 분말 타입 유산균을 제조하며 기업 규모가 큰 기업인 HD Pharma, Blackmores를 경쟁사로 선정함



표 4

경쟁제품 조사 결과

경쟁제품 현황	생산국	타깃 연령	기능 및 효과
1 아이생각 생유산균	한국	2세 이상	배변 활동 촉진 및 장 건강 개선
2 신터액트 베이비	한국	1-3세	장 건강 증진 정상적인 세포 분열에 도움
3 Lacto BIOMIN Gold	베트남	1-10세	아동의 변비 개선, 설사 예방 장내 미생물 개선, 소화기 질환 개선
4 듀오락 아기 유산균	한국	1-24개월	소화기관 건강 증진 장내 미생물 균형 유지
5 하루유산균 19키즈	한국	4세 이상	소화 장애 개선 설사, 생변 등 증상 개선
6 Probiotic Powder for Baby	호주	0-3세	설사, 변비, 복부팽만, 생변, 구토 증상 개선 습진 개선
7 Probiotics+Kids Daily Health	호주	2세 이상	면역력 증진 장내 유익균 보강
8 Tummy Buddies for kids	영국	0-12세	장 건강 증진 식욕부진, 설사, 변비, 소화장애 개선
9 Optibac Probiotics	영국	0-12세	소화 촉진, 변비 예방 면역력 증진, 장내 미생물 균형 유지
10 Brauer Probiotic Powder	호주	9-36개월	변비, 생변, 소화불량 등 소화기관 문제 개선 면역력 강화, 뼈, 치아 건강 증진

# 02 베트남 유아용 유산균 경쟁사 분석

## 1) HD Pharma

### 경쟁사 기본 정보



- 1961년 4월에 설립된 제약 국영회사로 2003년 민영화됨
- 의약품, 건강보조식품, 화장품 제조 및 판매, 수출입
- 기업 소유 농장에서 재배한 약용 식물을 재료로 전통 의학 생약 추출물을 제조함
- 하노이, 호찌민, 다낭 등에 4개 유통센터 보유

업체명	HD Pharma
지점 및 매장	베트남 내 11개 지점 및 8,000개 매장 보유
직원 수	865명
홈페이지	<a href="https://hdpharma.vn">https://hdpharma.vn</a>
연락처	+84-220-3853-848
주소	102 Chi Lang Street, Nguyen Trai Ward, Hai Duong City, Hai Duong, Vietnam

### 제품 현황



- 성인용 건강보조식품으로는 생약 성분이 함유된 제품, 비타민, 콜라겐, 관절 건강을 위한 보조제 등이 있음



- 유아용 건강보조식품 브랜드는 KidsJan으로 소화 촉진, 면역력 향상, 영양 공급 기능을 강조하는 제품이 대다수임

2) Blackmores

경쟁사  
기본 정보

**BLACKMORES**

- 1930년대에 호주 브리즈번에서 설립한 회사로 호주 건강기능식품 업계의 대표 기업임
- 비타민, 미네랄, 허브 추출물 함유 건강보조식품을 제조 및 판매
- 오메가 오일, 이브닝 프림로즈 오일 등 11개 카테고리에서 호주 내 판매율 1위를 차지함
- 호주, 뉴질랜드, 중국, 홍콩, 마카오, 대만, 인도네시아, 한국, 말레이시아, 싱가포르, 태국, 베트남 등에 진출하여 제품을 판매 중

업체명	Blackmores Limited
매출액	약 2억 8,100만 호주달러(한화 약 2,511억 원)
직원 수	약 1,200명
홈페이지	www.blackmores.co.kr
연락처	+61-2-9910-5000
주소	20 Jubilee Avenue, Warriewood, NSW 2102, Australia

제품 현황



- 성인용 건강보조식품으로는 오메가3, 철, 마그네슘, 프로바이오틱스, 비타민C, 비타민D, 비타민E, 아연 등이 있음



- 유아용 건강보조식품으로는 프로바이오틱스, 비타민 등이 있음. 비타민은 젤리 타입, 캡슐 타입 등을 판매 중임. 건강보조식품 외 신생아용 분유 제품도 판매 중임

# III

## 경쟁력 파악





# 01 제품 경쟁력 분석

## 고가의 제품은 온라인에서 주로 판매

조사 제품의 가격을 원산지, 유통매장별로 분석한 결과, 오프라인과 온라인에서 판매되는 제품의 양상이 매우 상이한 것으로 나타남

- 오프라인 매장에서는 가격 부담이 적은 제품이 주로 판매되며, 약국에서 판매되는 제품이 유아용품 전문점보다 더 저렴함
- 반면, 온라인 사이트에서는 50만 동(약 2만 7,000원) 이상의 제품이 판매되고 있음
- 오프라인 매장에서는 소비자 문의 시 가격 부담이 적은 제품을 권유하기 쉽고, 온라인 사이트에서는 소비자들이 다양한 제품을 비교하며 구매 결정을 하기 때문에 제품 판매에 차이가 있는 것으로 분석됨.
- 또한, 온라인 제품은 호주, 영국, 한국산과 같이 가격이 다소 비싸더라도 품질을 내세운 제품이 유통 과정을 최소화하여 비용 부담을 줄여 판매되는 것으로 파악됨

 **그림 1** 경쟁제품 분석

(단위: 동)

제품명	원산지	가격(동)	가격(원화)	매장
아이생각 생유산균	한국	165,000	8,844	유아용품 전문점 오프라인
신터엑스 베이비	한국	375,000	20,100	유아용품 전문점 오프라인
셀립 라이프타임 가족유산균	한국	96,650	5,180	유아용품 전문점 오프라인
BioGaia Protectis baby drops	스웨덴	22,240	1,192	유아용품 전문점 오프라인
AntiBio Pro	독일	28,680	1,537	약국 오프라인
Enterogermina	프랑스	8,360	448	약국 오프라인
Preg-MOM	베트남	17,690	948	약국 오프라인
Lacto BIOMIN Gold	베트남	125,000	6,700	약국 오프라인
듀오락 아기 유산균	한국	519,000	27,818	온라인
하루유산균 19키즈	한국	450,000	24,120	온라인
Probiotic Powder for Baby	호주	629,000	33,714	온라인
Probiotics+Kids Daily Health	호주	530,000	28,408	온라인
Brauer Probiotic Powder	호주	600,000	32,160	온라인
Tummy Buddies for kids	영국	519,000	27,818	온라인
Optibac Probiotics	영국	456,000	24,442	온라인

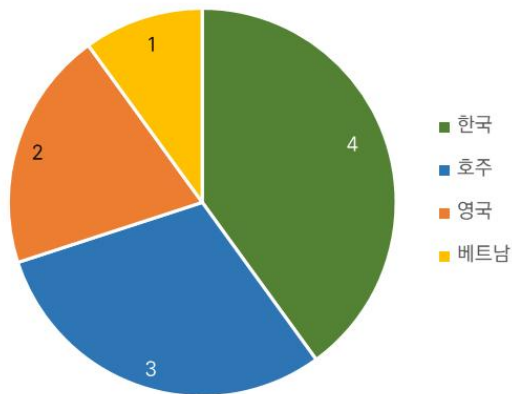
# 02 벤치마킹 제품 분석

## 경쟁제품 10개 중 4개가 한국 제품

현지 조사원에 따르면, 유아용 유산균 제품의 대부분이 해외 브랜드 제품임. 경쟁제품으로 설정한 유아용 유산균 10개 제품 중 한국 제품(4개)이 가장 많았음. 이어서 호주(3개), 영국(2개), 베트남(1개) 순으로 나타남

 **그림 2** 경쟁제품 원산지별 개수

(단위: 개)



## 장 건강 관련 구체적인 증상 개선을 효과로 강조

경쟁제품의 홍보 문구를 통해 마케팅 포인트를 분석한 결과, 경쟁제품 모두 '장 건강'과 관련된 증상 개선에 효과가 있음을 강조함

효능 및 기능을 표기할 때 포괄적인 문구인 '장 건강 증진'보다는 유아에게 쉽게 나타날 수 있는 설사, 변비, 생변 등 구체적인 증상에 대해 언급하며 이를 개선하는 데 도움이 된다고 강조하는 제품이 더 많았음. 또한, 항생제 복용으로 인한 장내 미생물 불균형 회복 개선 등을 강조한 제품도 있었음

또한, 소화 촉진 등 소화기 건강에 대해 강조하는 제품도 5개 제품으로 장 건강 다음으로 많이 나타남. 또한, 습진 개선, 뼈, 치아 건강 증진 등을 효능으로 강조하는 제품도 있었음

## 1-3세 유아 타깃 제품이 가장 많음

경쟁제품은 모두 적게는 0세부터 많게는 12세까지의 유아 및 어린이를 타깃으로 함. 10개의 경쟁제품이 가장 많이 타깃으로 하는 연령대는 2세와 3세(8개), 1세(7개)로 조사됨

이는 장이 민감한 시기인 1-3세에 나타나는 증상을 개선하기 위해 유산균을 구매하는 부모 소비자가 많기 때문으로 분석됨



표 5

경쟁제품 타깃 연령 현황

(단위: 개)

경쟁제품 현황	1세	2세	3세	4세	5세	6세	7세	8세	9세	10세	11세	12세
아이생각 생유산균												
신터액트 베이비												
Lacto BIOMIN Gold												
듀오락 아기 유산균												
하루유산균 19키즈												
Probiotic Powder for Baby												
Probiotics+Kids Daily Health												
Tummy Buddies for kids												
Optibac Probiotics												
Brauer Probiotic Powder												
<b>합계</b>	7	8	8	6	6	6	6	6	6	6	5	5

## 패키지는 PE 형태가 가장 많음

경쟁제품 10개 중 8개는 1회 권장량을 PE 재질에 개별 포장한 형태가 가장 많았음. 휴대가 간편하며 매번 계량할 필요가 없어 소비자 편의성이 우수하기 때문에 선호되고 있는 것으로 보임. 이어서 유리병에 파우더 타입의 제품을 담아 판매되고 있는 제품이 2개였음

경쟁제품 중 베트남산 브랜드를 제외한 모든 제품이 베트남 언어가 적힌 패키지가 아닌 각 국의 언어를 그대로 사용하는 제품을 그대로 판매 중임. 영국, 호주, 한국 등 해외 브랜드 제품을 선호하는 소비자들에게 해외 제품임을 그대로 보여주어 제품의 품질 및 신뢰감을 형성하기 위한 전략으로 보임

## 유산균 외 성분은 비타민이 가장 많음

경쟁제품 10개 중 8개가 유산균 외 다른 성분을 함께 강조함. 비타민이 함께 함유되었음을 강조하는 제품이 총 6개로 가장 많았음. 비타민 중에서도 비타민D를 언급하는 제품이 3개 있었음

이어서 아연이 함유되었음을 강조하는 제품이 3개로 많았음. 아연 함유 제품의 경우, 모두 한국산 제품으로 유산균 외 비타민과 아연이 함께 들어있음을 강조함. 이외에 FOS 함유 제품이 2개, 라이신 함유 제품이 1개임

# IV

## 시사점



# 01

## 수출 확대 방안

### 가격 책정에 따른 매장 선택 필요

경쟁 제품의 가격 및 판매 중인 유통매장을 분석한 결과, 온라인과 오프라인 판매 제품이 확연히 다른 양상을 지니고 있음을 알 수 있었음

온라인에서는 비교적 고가의 서구 제품 및 한국산 제품이 판매되고 있음. 브랜드를 중시하고 구매력이 있는 소비자들의 수요를 반영한 프리미엄 제품이 주로 판매되고 있으며, 기업 또한 유통매장을 거치지 않고 온라인에서 직접 제품을 판매하여 비용 부담을 최소화하고 있는 것으로 분석됨

반면, 오프라인에서는 온라인 대비 비교적 저렴한 제품이 판매되고 있음. 이는 소비자들이 전문 직원이나 약사에게 관련 제품을 문의할 경우 비교적 가격 부담이 적은 제품을 추천하는 것이 판매와 직결되기 때문인 것으로 파악됨

그러므로 베트남 진출 시 설정하는 가격에 의해 유통매장을 선택해야 함. 브랜드 인지도를 확보하고 구매력 있는 소비자를 공략하고 싶다면 온라인 매장을 선택해야 하며, 비교적 낮은 가격으로 어필하고자 한다면 약국 및 유아용품 전문 매장에서의 유통을 추천함. 또한, 후자를 선택하는 경우 판매 직원 및 약사를 대상으로 한 제품 홍보 활동을 동반하는 등의 판촉 활동을 병행해야 소비자들에게 제품을 소개하는 중간 과정을 더욱 매끄럽게 수행할 수 있음

# 02 참고 문헌

## □ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. Q&Me
3. iPrice Vietnam
4. Lazada Vietnam
5. Tiki Vietnam
6. KidsPlaza
7. Concung
8. Bibo Mart
9. HD Pharma
10. Blackmore

## 수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022. 12

- 본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
- 본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는 aT 한국농수산물유통공사로 연락 하여 주시기 바랍니다.