

7. 베트남 밀크티의 폭발적 유행

하노이지사

주요내용

▶ 베트남 버블티 판매현황

- 밀크티는 2000년에 베트남에 들어온 이후 급속히 퍼지는 추세이다. 베트남 내에는 현재 1,500여개의 밀크티 매장이 존재한다. 대표적 밀크티 매장 브랜드로는 하노이는 Royal Tea, Ding Tea, Toco Toco, 호치민시는 KOI the, Gong Cha, Phuc Long, R&B Tea가 있다. 패스트푸드점인 KFC는 이러한 추세에 맞춰 밀크티 브랜드를 출시했다.

▶ 소비자 구매성향

- 베트남 평균 소득 수준(2,200USD/년)에 비하여 높은 가격(평균 2USD/컵)이다. 이에 대하여 성인들은 과소비라고 생각하며 비판적인 태도를 취하고 있다. 밀크티의 소비자는 대부분 학생이며, 젊은 성인들로 그 소비계층이 넓혀지고 있는 상황이다. 대학생의 경우 부유한 가정에서 부모님께 재정적으로 의지하는 학생 이외에도 스스로 돈을 벌면서 밀크티를 소비하는 학생들도 있다.
- VN Express의 조사결과에 따르면, 응답자 중 73%는 베트남 내 버블티 브랜드를 인식하고 있으며, 50%는 평균 일주일에 한 잔 이상씩 마신다고 응답했다. 베트남 소비자들은 밀크티 매장 브랜드로 해외브랜드를 압도적으로 선호하고 있으며, 대만 브랜드를 원조로 여기나, 일본 등 타 국가의 매장도 활발히 매장을 넓히는 중이다.
- 공공장소와 1인당 공원면적이 부족한 베트남에서 이야기를 할 수 있는 공간이 필요함에 따라 밀크티 매장이 이러한 장소를 제공해 줄 수 있다는 점과 달고 맛있는 밀크티 상품 자체가 가지고 있는 매력의 밀크티 유행의 큰 두 가지 원인이다.

* 참고자료 :

- VN Express, 「Generational clash? Demystifying Vietnamese millennials' obsession with bubble tea」 (2017. 10. 4.)
- Kenh 14, 「Những món nào đang "best-seller" trong các quán trà sữa hot nhất hiện tại?」 (2017. 4. 23)

시사점

- 밀크티의 경우, 외국브랜드에 대한 선호도가 압도적으로 높아 당분간 밀크티 시장은 외국 브랜드간의 경쟁으로 전개될 것으로 예상된다. 대만을 원조로 인식하고 있지만 일본 등 타 국가의 밀크티도 성행 중이다.
- 슈퍼마켓을 통하여 판매되는 밀크티 수출제품의 소비자가 가격은 현재 매장에서 판매중인 밀크티 평균가격인 2USD/병 미만으로 책정해야 승산이 있을 것이다. 제품 패키지의 경우, 오토바이를 통하여 이동이 많은 베트남 대학생들의 생활패턴을 고려하는 것이 필요하다.