

2023년 베트남 전자상거래 시장 동향

2024년 2월 27일, 하노이지사

□ 키워드 :

○ 급속도로 발전하는 베트남 전자상거래 시장

- 베트남 전자상거래 시장은 코로나19 이후 비대면 소비 확산, 편의성 추구 등 영향 매년 두 자릿수 성장률을 달성하면서 ‘23년 베트남 전자상거래 시장 규모는 전년 대비 23.2% 증가한 180억불로 ‘25년 272억 불까지 성장 전망

<베트남 전자상거래 시장규모(백만불,%)>

구분	‘21	‘22	‘23	‘24°	‘25°	연평균 성장률 (‘21~25/CAGR)
시장규모	12,079.7	15,006.3	18,487.9	22,527.5	27,250.5	17.7%
전년 대비 증감률	45.8	24.2	23.2	21.8	21.0	

* 출처 : 유로모니터(Euromonitor, Dairy Products and Alternatives) / ‘24~25년은 예상치

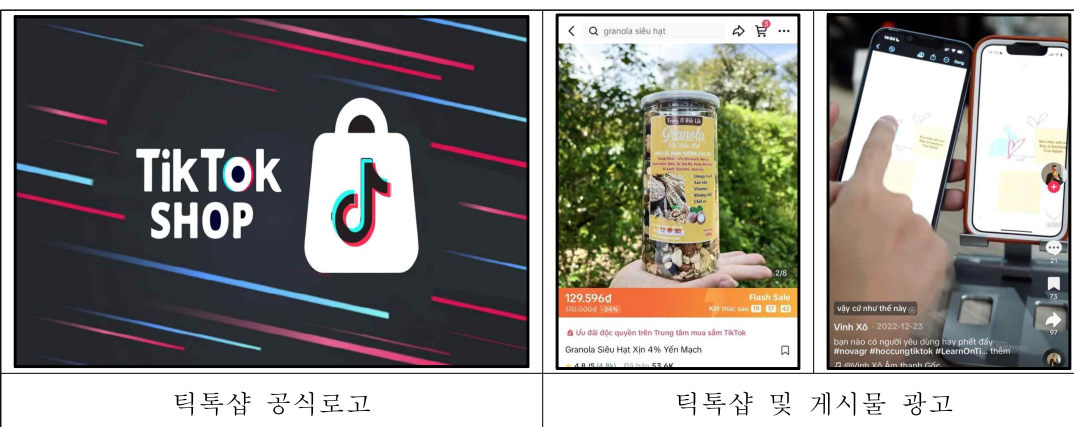
- 현지 대표 전자상거래 플랫폼으로는 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 티키(Tiki), 샌도(Sendo) 등이 있으며, 이와 같은 정식 플랫폼 외 페이스북(Facebook), 인스타그램(Instagram) 등의 SNS를 기반으로 하는 거래 또한 큰 비중을 차지하고 있음
- ‘22년 SNS 플랫폼 틱톡(Tiktok)에서 개시한 틱톡샵(Tiktok Shop)이 출시 1년 만에 2위로 급부상하는 등 베트남 전자상거래 시장이 급속도로 발전하고 있음

○ 현지 전자상거래 이용자 분석

- 베트남의 전자상거래 이용자 수는 전체 인구의 약 57%인 57백만명으로 경제 발전에 따른 가계소득 증대 및 스마트폰 보급 증가 등 영향으로 이용자 수가 지속 증가할 것으로 예상됨
- 글로벌 데이터 분석 업체 닐슨(Nielsen)의 베트남 하노이, 호치민, 다낭 등 대도시 소비자를 대상으로 한 설문조사 결과에 따르면 이용자 평균 연령대는 31세이며, 그중 58%가 여성으로 나타남
- 여성 이용자의 직업별 비중은 직장인 78%, 프리랜서 12%, 대학생 6% 등 순이며, 평균 소득이 15백만VND(약 80만원) 이상인 이용자가 68%로 가장 큰 비중을 차지하고 있음

○ 베트남 전자상거래 시장 전망 및 유망 플랫폼

- 현지 전자상거래 시장 성장 및 플랫폼이 다양화되면서 쇼핑과 엔터테인먼트(오락) 요소를 결합한 쇼퍼테인먼트(Shoppertainment)가 이목을 끌고 있음
- 대표 쇼퍼테인먼트 플랫폼으로는 숏폼 콘텐츠 기반의 SNS에 쇼핑 기능이 더해진 틱톡샵(TIKTOK SHOP)이 있으며, '22년 베트남에 출시되어 현지 전자상거래 플랫폼 1위인 쇼피에 이어 2위로 급부상하는 등 빠르게 성장 중
- 틱톡 홍보 콘텐츠에 게시된 제휴 링크를 통해 즉시 구매 가능하며, 간편 결제, 빠른 배송 등으로 재미와 편리함을 추구하는 MZ세대 소비자를 중심으로 빠르게 확산되고 있음



○ 시사점

- 전 세계적으로 전자상거래 시장 성장에 따른 기업들의 온라인 유통채널을 통한 해외 시장진출이 가속화되고 있으며, 베트남 또한 코로나19 이후 전자상거래 시장이 급속도로 성장하면서 유망한 시장으로 떠오르고 있음
- 특히, 틱톡샵은 현지 소비 주도층인 MZ 세대의 이용률이 매우 높으며 플랫폼 내 인플루언서 활용 콘텐츠 제작 및 홍보가 용이한 틱톡샵이 신규 유통채널로 유망함
- 다만, 냉장·냉동 식품 유통을 위한 콜드체인 시스템이 미비하고 플랫폼·품목별 입점 절차가 상이하므로 입점 품목 선정 및 관련 절차를 자세히 살펴야 함

* www.kati.net / '2023 베트남 온·오프라인 신유통채널 현황 및 한국 농식품 진출전략 조사' 참고

○ 출처

- Phần lớn người mua hàng online là nhân viên văn phòng. vnexpress. 2024.1.14.
- 2023 베트남 온·오프라인 신유통채널 현황 및 한국 농식품 진출전략 조사. 하노이지사 자체조사

○ 문의처

- aT 하노이지사 최성곡 +84 24-6282-2987