

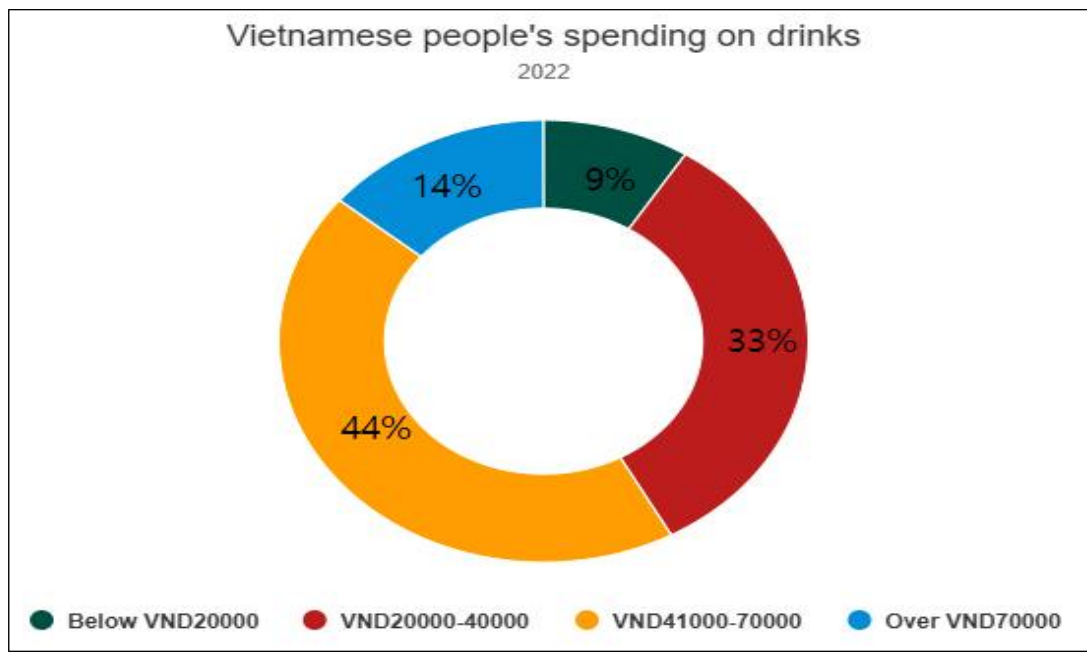
베트남, 밥보다 음료에 큰 지출

2023년 2월 20일, 하노이지사

□ 키워드 :

○ 베트남 소비자, 식사보다는 음료에 더 많은 지출을 한다.

- 최근 베트남 F&B 솔루션업체 IPOS에서 현지 소비자 약 4천명을 대상으로 실시한 설문조사에 따르면, 응답자의 44%가 커피 또는 버블티 등 음료 구매에 41,000 ~ 70,000VND(2~3.5천원)을 지출할 의향이 있다고 답했음
- 반면 식사비용으로는 아침 10,000~30,000VND(5~1.5천원), 점심과 저녁은 31,000~50,000(1.5천원~2.5천원)을 지출하는 소비자가 가장 많았음
- 특히, 응답자의 절반 이상은 생일, 설 명절 등과 같은 기념일에는 100,000 ~300,000VND(5천원~30천원)을 기꺼이 지출할 의향이 있다고 답했음
- 이번 조사에 대해 IPOS 부타잉흥(Vu Thanh Hung) 대표는 “일반적으로 현지 소비자들은 노점에서 쌀국수 등으로 한끼를 해결하지만 음료는 한잔에 40,000~70,000VND인 고급 브랜드의 커피 등 음료를 선호한다.”고 분석했음



○ 베트남 커피 프랜차이즈 시장 현황

- 유로모니터(Euromonitor)의 베트남 카페/바 시장조사 보고서에 따르면, '22년 시장규모는 전년대비 40.1% 성장한 3,578.8백만불을 기록. 코로나19 장기화에 따라 위축되었던 소비가 빠르게 회복되고 있는 것으로 파악됨
- 코로나19 이후 경제활동이 재개됨에 따라 프랜차이즈 및 독립적인 형태의 카페가 우후죽순 생겼으며, '27년 시장규모는 동년 대비 약 66.2% 증가한 6,984.1백만불을 기록할 것으로 전망

<베트남 카페/바 시장규모>

(백만불, %)

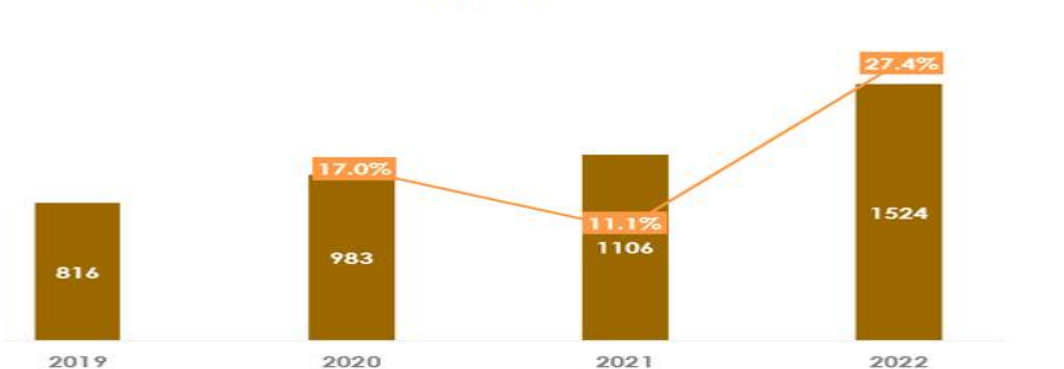
구분	'18	'19	'20	'21(A)	'22(B)
시장규모	3,770.0	4,010.9	3,128.1	2,555.2	3,578.8
전년대비 성장률	5.7	6.4	△22.0	△18.3	40.1

자료원 : 유로모니터(Euromonitor)

- 베트남 카페/바 시장 브랜드별 점유율은 하이랜드 커피(Highlands Coffee, 2.8%), 스타벅스(Starbucks, 1.3%), 폭롱(Phuc Long, 0.8%) 등 순이며, 프랜차이즈를 제외한 독립적인 형태의 기타 커피점이 94% 이상의 점유율을 차지하고 있음
- 시장조사기업 STAISTA에 따르면, 베트남의 프랜차이즈 카페 체인점은 '19년 816개 점에서 '22년 1,524개로 3년간 연평균 23.2% 증가했으며, '21년 대비 27.4% 증가한 수치임

<베트남 프랜차이즈 카페 체인점 수 추이(2019-2022년)>

(단위: 개)



[자료: Statista]

○ 시사점

- 베트남은 무더운 기후 영향으로 갈증을 해소할 수 있는 음료류의 소비량이 높은 국가이며, 코로나19 이후 경제가 회복됨에 따라 더위를 피해 시간을 보낼 수 있는 카페가 우후죽순 생겨나고 있음
- 또한, 현지 소비자들은 식사보다 음료에 더 많은 지출을 하는 소비 성향이 나타나고 있음, 이는 고급스럽고 쾌적한 공간에서 여유롭게 시간을 보내고자 하는 소비자가 늘어나고 있는 것으로 보임
- 따라서, 현지 프랜차이즈 카페 등과 협업하여 유자, 오미자 등 한국 식품을 베이스로 한 음료 메뉴 런칭 및 홍보 시 인지도 제고 및 홍보효과 높을 것으로 전망

○ 출처

- Many Vietnamese spend more on drinks than main meals: report. 23.1.26. vnexpress.
- Cafés/Bars in Vietnam. 23.2. Euromonitor
- 베트남 프랜차이즈 카페 체인점의 현주소 ‘22.10.31. KNL Accounting & LaW

○ 문의처

- aT 하노이지사 최성곡 +84 24-6282-2987