



2020

# 해외시장 맞춤조사

No. | 202006-05

품목 | 두유(Soy Milk)

국가 | 베트남(Vietnam)

구분 | 경쟁력분석형

사업명 : 2020 해외시장 맞춤조사

주관기관 : 한국농수산물유통공사

# Contents

I. 요약(Summary)	3
II. 경쟁제품(Competitive Product)	
1. 베트남 두유 경쟁제품 선정	10
2. 베트남 두유 경쟁제품 조사지표 선정	14
3. 베트남 두유 경쟁제품 포지셔닝	17
4. 베트남 두유 경쟁제품 현지 조사 결과	18
III. 경쟁기업(Competitor)	
1. 베트남 두유 경쟁기업 선정	32
2. 베트남 두유 경쟁기업 현황	33
3. 베트남 두유 경쟁기업 세부정보	35
IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)	
Interview ① 시에우티덕탄(Sieu Thi Duc Thanh)	42
Interview ② 시에우티켄트마트(Sieu Thi Kent Mart)	45
Interview ③ 시에우티뚜언투이(Sieu thi Thuan Thuy)	48
Interview ④ 사트라마트(Satra Mart)	51
Interview ⑤ 쩡히에우코리아(Trong Hieu Korea)	53
V. 경쟁력파악(Competitiveness)	
1. 제품 경쟁력 검증	56
2. 벤치마킹 제품 분석	58
3. 기업 마케팅 벤치마킹	60
VI. 시장진출제언(Export Insights)	62
*참고문헌	65

# I. 요약(Summary)

# Summary

(요약)

온라인 조사(수치는 유통 점유율)			오프라인 조사		
온라인	티키(Tiki)	9.2%	오프라인	슈퍼마켓	롯데마트(Lotte Mart)
	쇼피(Shopee)	7.5%			빅씨(Big C)
	라자다(Lazada)	6.3%			빈마트(Vin Mart)

**조사 지역(베트남 하노이)**

베트남 하노이에 위치한 슈퍼마켓 롯데마트(Lotte Mart)와 빅씨(Big C), 빈마트(Vin Mart)를 방문함. 롯데마트는 한국 제품을 판매하는 코너를 별도로 운영하고 있으며, 빅씨 또한 한국 제품을 다수 판매하고 있는 것으로 조사됨



경쟁제품		경쟁기업		
· 베트남 두유 경쟁제품 15개 조사  종류별 평균 100ml 당 가격, 기타 두유가 1.5배 더 비싸 일반 두유 2,321동(약 120원), 기타 두유 3,522동(약 182원) 용량별 평균 100ml 당 가격, 소용량 제품이 1.3배 더 비싸(대용량 1L 이상, 소용량 250ml 이하) 대용량 2,438동(약 126원), 소용량 3,176동(약 164원)		경쟁기업	국적	대표제품
		누띠푸드 (Nutifood)	베트남	누띠 우엔 차 (Nutifood)
		비나밀크 (VinaMilk)	베트남	갭 도이 칸시 콩 드영 (Gap doi Canxi không đường)
		비나소이 (Vinasoy)	베트남	파미 브으 상 두작 비다 우도 (Fari bua sang du chat vi Đâu đò)
		에이스캐닝 (Ace Canning)	말레이시아	홈소이 소야밀크 (Homesoy Soya Milk)
		네슬레 (Nestle)	스위스	네스비타 쓰아 남 로아이 따우 (NesVita Sua 5 loại dau)
		더치밀 (Dutchmill)	태국	소이 시크릿츠 소이 워트 블랙 세서미 (Soy Secretz Soy with black sesame)

경쟁력 파악			진출 제언		
기준(ASA)	경쟁력	경쟁제품	기준(ASA)	경쟁력	경쟁제품
가격(100ml 당) (4,207동)	○	일반 두유 2,321동 기타 두유 3,522동	원료 (검은콩)	●	일반 두유 無 기타 두유 검은깨, 발아미, 옥수수, 팥, 코코아
용량(ml) (190ml)	○	일반 두유 803ml 기타 두유 191ml	홍보문구 (다양하게 마시는 완전두유)	○	성분: 비타민, 오메가3, 칼슘 맛: 최상의 맛, 달콤한 맛, 부드러운 맛
포장 (종이팩)	○	일반 두유 종이팩 기타 두유 종이팩 + 비닐 포장	홍보채널 (無)	○	자사 홈페이지: 有(6개) SNS 채널: 페이스북, 유튜브

● 차별화된 경쟁력   ● 일반적인 스펙   ○ 보완 필요

## Point. 01

- 1) A사 제품 가격, 경쟁제품 대비 1.2~1.8배 높아, 가격경쟁력 확보를 고려할 것을 제언
- 2) 기타 두유의 평균 용량은 A사와 비슷한 191ml, 일반 두유는 803ml 수준

## Point. 02

- 1) 경쟁사의 경우 자사 제품의 성분과 맛을 강조하여 제품 포장에 홍보문구 기재
- 2) 경쟁사의 경우 페이스북, 유튜브 등을 사용하여 제품 소개 및 효능에 대해 홍보

# Competitive Product

(경쟁제품)

## 베트남 (VIETNAM)

### 두유 경쟁제품

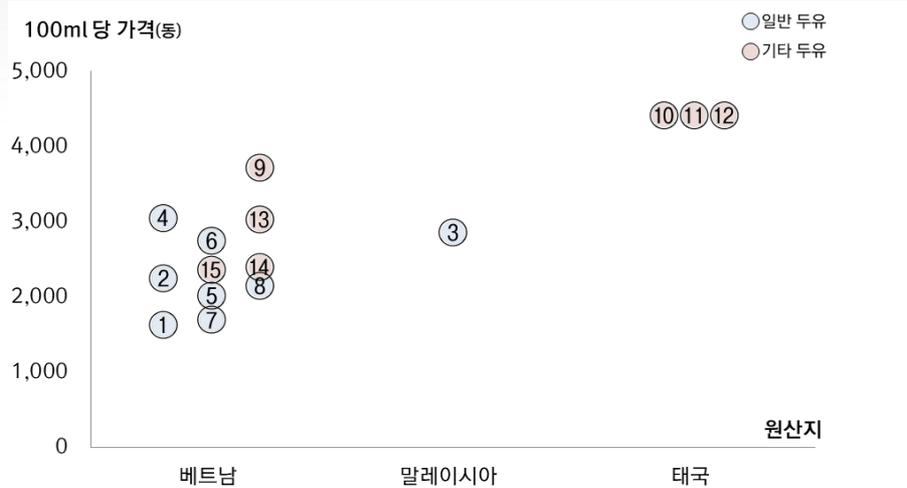
### 선정 및 포지셔닝

#### 경쟁제품 선정 기준

- 온라인/오프라인 인기제품

#### 경쟁제품 포지셔닝 기준

- X축: 원산지
- Y축: 100ml 당 가격(동)



## 베트남 (VIETNAM)

### 두유 경쟁제품 분석

제품 종류	경쟁제품(제조사)	소비자가격 <sup>1)</sup>	100ml 당 가격	용량 (ml)	주요 첨가물	원산지	인증
일반 두유	① 누띠 우엔 작 (누띠푸드)	16,300동 (841원)	1,630동 (84원)	1,000	콩 추출물	베트남	FSC 믹스
	② 겹 도이 칸씨 콩 드영 (비나밀크)	23,500동 (1,213원)	2,350동 (121원)	1,000	콩 추출물	베트남	FSC 믹스, 할랄
	③ 홈소이 쇼아밀크 (에이스캐닝)	28,600동 (1,476원)	2,860동 (148원)	1,000	콩 추출물	말레이시아	FSC 믹스, 할랄
	④ 골드스이 쓰아따우네잉아우땀 (비나밀크)	30,500동 (1,574원)	3,050동 (157원)	1,000	콩 추출물	베트남	FSC 믹스, 할랄
	⑤ 파미 칸시 (비나소이)	20,900동 (1,078원)	2,090동 (108원)	1,000	콩 추출물	베트남	FSC 믹스, 할랄
	⑥ 파미 우엔 작 (비나소이)	26,500동 (1,376원)	2,650동 (137원)	1,000	콩 추출물	베트남	FSC 믹스
	⑦ 겹 도이 칸시 초 쓰영 차 코에 (비나밀크)	3,800동 (196원)	1,727동 (89원)	220	콩 추출물	베트남	FSC 믹스, 할랄
	⑧ 파미 우엔 작 잇 드영 (비나소이)	26,500동 (1,367원)	2,208동 (114원)	1,200 (200ml*6)	콩 추출물	베트남	FSC 믹스
기타 두유	⑨ 네스비타 쓰아 남 로아이 따우 (네슬레)	26,800동 (1,383원)	3,722동 (192원)	720 (180ml*4개입)	5가지 콩 추출물	베트남	FSC 믹스
	⑩ 소이시크릿츠 소이 워 블랙 세서미 (더치밀)	31,800동 (1,641원)	4,417동 (228원)	720 (180ml*4개입)	콩 추출물, 검은깨	태국	(-)
	⑪ 소이시크릿츠 소이 워 저미네이티드 라이스 (더치밀)	31,800동 (1,641원)	4,417동 (228원)	720 (180ml*4개입)	콩 추출물, 발아미	태국	(-)
	⑫ 소이시크릿츠 소이 워 스위트 콘 (더치밀)	31,800동 (1,641원)	4,417동 (228원)	720 (180ml*4개입)	콩 추출물, 옥수수	태국	(-)
	⑬ 파미 브으 상 두작 비다우도 (비나소이)	18,200동 (939원)	3,033동 (157원)	600 (200ml*3개입)	콩 추출물, 팥	베트남	FSC 믹스
	⑭ 파미 카드 (비나소이)	27,400동 (1,414원)	2,283동 (118원)	1,200 (200ml*6개입)	콩 추출물, 코코아	베트남	FSC 믹스
	⑮ 파미 브으 상 두작 비메덴 (비나소이)	5,200동 (268원)	2,364동 (122원)	220	콩 추출물, 검은깨	베트남	FSC 믹스

(\*) 현지 판매 두유 경쟁제품 15개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑물 인기제품

1) 100동= 5.16원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

# Competitor

(경쟁기업)

## 베트남(VIETNAM)

### 두유 경쟁기업

### 선정 및 포지셔닝

#### 경쟁사 선정

- 경쟁제품 기업체

#### 경쟁사 포지셔닝

- X축: 제조사 국적
- Y축: 동일품목 수



## 베트남 (VIETNAM)

### 두유 경쟁기업 분석

제조사	국적	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일 품목 수
누티푸드 (Nutifood)	베트남	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>엄격한 과정에 따라 선별된 콩</li> <li>영양가가 높은 두유</li> <li>천연 아로마 성분이 함유된</li> <li>온 가족을 위한 매일 마시는 음료</li> </ul>	2개
비나밀크 (VinaMilk)	베트남	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>달콤하고 상쾌한 팔과 향기로운 콩</li> <li>설탕 함유량이 적은</li> <li>비타민 및 오메가3가 함유된</li> <li>엄선된 순수한 콩으로 만든 두유</li> </ul>	8개
비나소이 (Vinasoy)	베트남	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>100% 순수 콩으로 만들어진</li> <li>엄선된 콩</li> <li>최상의 맛과 영양분</li> <li>일상의 건강과 기쁨을 제공하는</li> </ul>	7개
에이스캐닝 (Ace Canning)	말레이시아	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>방부제가 첨가되지 않은</li> <li>100% 논-지엠 콩으로 만든</li> <li>홈메이드 두유맛을 느껴보세요</li> <li>설탕이 첨가되지 않아 칼로리가 낮은</li> </ul>	15개
네슬레 (Nestle)	스위스	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>칼슘 및 섬유질의 추가 공급원</li> <li>유당이 없는</li> <li>100% 식물성 단백질</li> <li>달콤한 맛과 부드러운 맛</li> </ul>	1개
더치밀 (Dutchmill)	태국	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>노화를 방지해주고 고혈압을 예방</li> <li>건강한 피부와 혈관 건강을 위한</li> <li>비타민이 함유된</li> <li>강한 뼈를 위한 칼슘이 함유된</li> </ul>	4개

(\*) 현지 두유 판매 경쟁기업 6개사 분석

# Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

## 베트남(VIETNAM) 두유 인터뷰 대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 식품 소매업체 ○
- 두유 취급 경험 ○

	시에우티덕탄 (Sieu Thi Duc Thanh)	시에우티켄트마트 (Sieu Thi Kent Mart)	시에우티뚜언투이 (Sieu thi Thuan Thuy)	사트라마트 (Satra Mart)	종히에우코리아 (Trong Hieu Korea)
업체 ▶	소매업체	소매업체	소매업체	소매업체	소매업체
두유 ▶					
	일반 두유	일반 두유	일반 두유	일반 두유	기타 두유

사진자료: 시에우티덕탄, 시에우티켄트마트, 시에우티뚜언투이, 라자다, 종히에우코리아 홈페이지

## 베트남 (VIETNAM) 두유 바이어 인터뷰

A사	시에우티덕탄 (Sieu Thi Duc Thanh) 소매업체	시에우티켄트마트 (Sieu Thi Kent Mart) 소매업체	시에우티뚜언투이 (Sieu thi Thuan Thuy) 소매업체	사트라마트 (Satra Mart) 소매업체	종히에우코리아 (Trong Hieu Korea) 소매업체
<b>9,900원</b> 제품 가격	현지 판매 제품과 비교했을 때 <b>비싼 가격</b>	현지 브랜드 제품과 비교했을 때, <b>비싼 편</b>	현지 브랜드 제품보다 <b>비싼 가격</b>	현지 제품과 비교했을 때 <b>비싼 편</b>	품질과 맛이 좋다면 <b>가격은 괜찮은 편</b>
<b>190ml*24팩</b> 제품 용량	소용량 제품의 경우 <b>200ml</b> 제품 인기	현지 브랜드에서는 대부분 <b>200ml</b> 제품을 생산	용량이 <b>200ml</b> 이상이어야 현지 소비자들이 관심을 가질 것	소비자들은 최소 <b>200ml</b> 이상의 용량을 선호	용량이 작긴 하지만, <b>괜찮은 편</b>
<b>검은콩</b> 맛&첨가물	콩의 풍부한 맛과 <b>고소한 맛</b> 때문에, <b>일반 두유 선호</b>	<b>풍부한 콩 맛</b> 또는 <b>깨와 같은</b> <b>고소한 맛 선호</b>	<b>약간 단</b> 맛이 나면서 <b>콩의 풍부한 맛</b> <b>선호</b>	<b>고소하고 은은한 단 맛</b> , <b>콩의 풍부한 맛</b> 이 인기	<b>고소하고 약간의 단</b> 맛이 좋은 반응을 얻음

(\*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 5개사

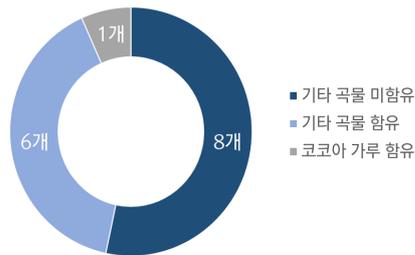
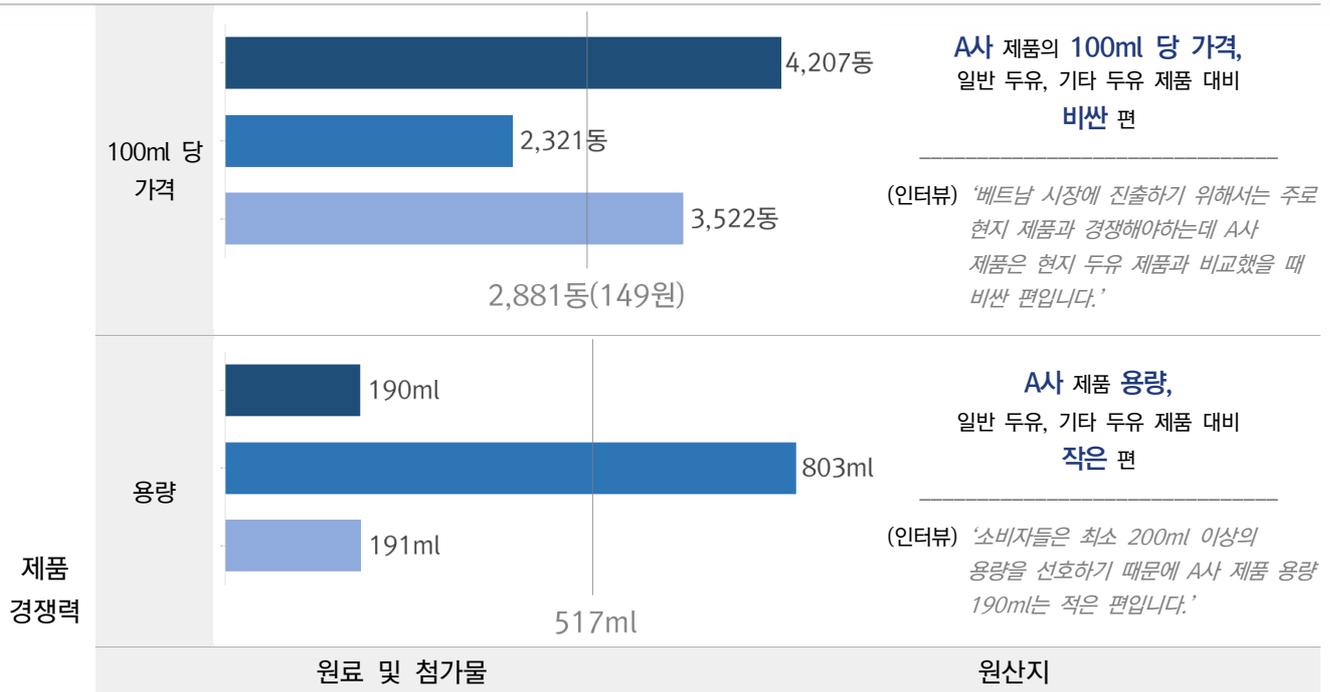
# Competitiveness

(경쟁력 파악)

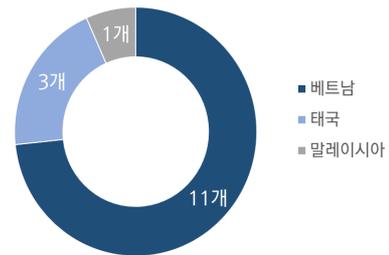
## 베트남 (VIETNAM) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 제품 ■ 일반 듀유 ■ 기타 듀유 | 15개 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



경쟁제품 15개 중,  
8개 제품 기타 곡물 미함유,  
6개 제품 기타 곡물 함유,  
1개 제품 코코아 가루 함유



경쟁제품 15개 중,  
베트남산 제품 11개,  
태국산 제품 3개,  
말레이시아산 제품 1개

		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 6개사 모두 베트남 오프라인 매장 및 온라인 매장 진출	경쟁기업 6개사 홍보 채널, 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 활용	경쟁기업 6개사는 주로 제품의 '성분', '맛' 등을 강조한 홍보 문구 활용

## II. 경쟁제품(Competitive Product)

1. 베트남 두유 경쟁제품 선정
2. 베트남 두유 경쟁제품 조사지표 선정
3. 베트남 두유 경쟁제품 포지셔닝
4. 베트남 두유 경쟁제품 현지 조사 결과

## 1. 베트남 두유 경쟁제품 선정

### 1) 주요 프로세스

#### A사 제품 특징



제품명	완전두유 검은콩
종류	두유
용량	190ml*24팩
포장	종이팩
특징	전두유 공법 사용, 맛과 영양분 풍부

### Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② A사 제품 분석
  - 제품명 : 완전두유 검은콩
  - 제품 품목 : 기타 두유
  - 용량 : 190ml\*24팩
  - 포장 : 종이팩
  - 주요 특징 : 전두유 공법 사용, 맛과 영양분 풍부

### Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



- ① 현지 주요 온라인 쇼핑몰(Top 3) 확인
  1. 티키(Tiki) : 9.2%
  2. 쇼피(Shopee) : 7.5%
  3. 라자다(Lazada) : 6.3%
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 동일 품목 인기제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰별 Top 10 제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰에서 모두 확인 : 3개 제품
  - 주요 온라인 쇼핑몰 중 2개에서 확인 : 4개 제품

### Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
  - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
  - 참여기업 선호 매장 : 하이퍼마켓, 백화점, 편의점
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
  - 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

### Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
  - 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사
- ② 제품 분석
  - (오프라인) 인기 제품 요인 분석
  - 벤치마킹 제품 분석

2) 현지 주요 온라인 쇼핑물 인기제품 확인

베트남 주요 온라인 쇼핑물 (Top 3)

사이트명	판매 식품 종류
 티키	즉석식품, 유제품, 음료 등
 쇼피	신선식품, 유제품, 음료, 냉동식품, 등
 라자다	유제품, 즉석식품, 음료, 건강식품 등

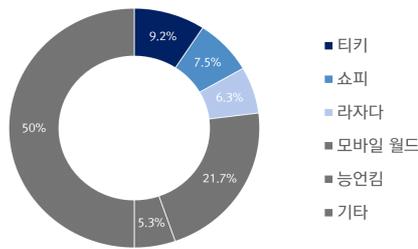
베트남 주요 온라인 쇼핑물에서 모두 판매 중인 인기 경쟁제품

제품명	제조사
파미 간시	비나소이
파미 우엔 작	비나소이
소이시크릿츠 소이 윗 블랙 세서미	더치밀

▶ 베트남 온라인 쇼핑물 점유율 상위 3개, 티키, 쇼피, 라자다

유로모니터에 따르면, 2019년 기준 베트남 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑물 상위 3개는 티키(Tiki), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)로, 상위 3개 온라인 쇼핑물의 점유율은 약 23%임<sup>2)</sup>

[표 1.1] 베트남 온라인 쇼핑물 점유율



자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▶ 인기 온라인 쇼핑물에 모두 진출한 경쟁제품, 3개

베트남 주요 온라인 쇼핑물에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 3개의 제품이 주요 온라인 쇼핑물에서 모두 판매 중이며, 2개 온라인 쇼핑물에서만 판매 중인 제품은 4개로 확인됨

[표 1.2] 베트남 주요 온라인 쇼핑물 인기제품(Top 10)

순위	티키	쇼피	라자다
1	파미 간시 (비나소이)	리얼 아몬드 밀크 (137 디그리)	파미 간시 (비나소이)
2	파미 우엔 작 잇 드영 (비나소이)	파미 우엔 작 (비나소이)	파미 우엔 작 (비나소이)
3	파미 우엔 작 (비나소이)	베지밀 블랙빈앤16그레인 (B사)	베지밀 검은콩 아몬드와 호두 두유 (B사)
4	옥초 (비나소이)	소이시크릿츠 소이 윗 블랙 세서미 (더치밀)	검은콩 호두&아몬드 (C사)
5	파미 키드 (비나소이)	파미 우엔 작 잇 드영 (비나소이)	누띠 간시 (누띠푸드)
6	골드소이 쓰아파우네잉아우팜 (비나밀크)	골드소이 쓰아파우네잉아우팜 (비나밀크)	담백한 베지밀 에이 (B사)
7	소이시크릿츠 소이 윗 블랙 세서미 (더치밀)	파미 간시 (비나소이)	웅타이 뚜에 하이 (푸에 응우엔)
8	다우도 (비나밀크)	리얼 월넷 밀크 (137 디그리)	소이시크릿츠 소이 윗 블랙 세서미 (더치밀)
9	베지밀 아몬드와 호두 두유 (B사)	베지밀 검은콩 아몬드와 호두 두유 (B사)	마카다미아 소이밀크 (D사)
10	고칼슘 두유 (E사)	밸런스 오가닉 라이스 드링크 바닐라 (포케어)	고칼슘 두유 (E사)

■ 3개 온라인 쇼핑물에서 판매 □ 2개 온라인 쇼핑물에서 판매

자료 : 티키(Tiki) 홈페이지, 쇼피(Shopee) 홈페이지, 라자다(Lazada) 홈페이지

2) 베트남 전체 온라인 쇼핑물 점유율 1위는 모바일 월드(Mobile World)로, 전자제품만을 취급하는 쇼핑물이기 때문에 조사 대상에서 제외함

3) 조사 지역 및 오프라인 매장 선정

● 베트남 하노이 정보<sup>3)</sup>

인구('18)	약 752만 명
인구 밀도('18)	2,239명/km <sup>2</sup>
면적	3,359km <sup>2</sup>

▶ 베트남 하노이, 방문지역으로 선정

베트남의 수도이자 베트남에서 두 번째로 규모가 큰 지역인 하노이(Hanoi)를 방문지역으로 선정함. 베트남 국보 1호인 못꼿사원(Mot Cot Temple)과 기원전 3세기에 세워진 호찌민 박물관(Ho Chi Minh Museum), 하노이 문묘(Temple of Literature) 등이 위치하고 있어 관광객이 많이 찾는 도시임. 또한, 글로벌 컨설팅기업 존스랑라살르(Jone Slang Lasalle)가 발표한 2019년 도시 모멘텀 지수<sup>4)</sup> 자료에 따르면, 하노이는 세계에서 가장 빠르게 성장하는 10개 도시 중 3위를 차지함<sup>5)</sup>. 하노이를 포함한 북부지역에 해외 대기업의 산업단지 확장 영향으로 신도시가 증가하고 있고, 이로 인해 신규 도로 건설로 기반 시설 구축과 도시화로 인해 지속적으로 인구가 증가하고 있는 것으로 분석됨

● A사 진출 선호 매장

하이퍼마켓
슈퍼마켓
백화점
편의점
한인마트
유기농 식품매장
아시아마트

▶ 현지 조사 매장 선정, 하이퍼마켓, 백화점, 편의점

베트남 유제품 및 대체 제품(Dairy Products and Alternatives)<sup>6)</sup>의 유통채널 별 점유율을 확인한 결과, 개인 및 기타 식료품점이 68.8%로 가장 높았으며, 슈퍼마켓&하이퍼마켓이 17.3%, 편의점 2.2%, 온라인몰 0.1%로 확인됨. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사 매장을 선정함

[표 1.3] 베트남 두유 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
개인 및 기타 식료품점 (개인슈퍼, 노상점 등)	68.8%	-
슈퍼마켓&하이퍼마켓	17.3%	코옵마트(Co.opMart), 바오야썬(Bach Hoa Xanh), 빈마트(VinMart), 빅씨(Big C), 롯데마트(Lotte Mart) 등
편의점	2.2%	패밀리마트(Family Mart), 써클케이(Circle K), 비스마트(B's Mart), 미니스톱(Ministop) 등
온라인몰	0.1%	티키(Tiki), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada) 등

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

3) 베트남 통계청(TỔNG CỤC THỐNG KÊ), Area, population and population density by province, 2019

4) 전 세계 131개 주요 비즈니스 허브를 대상으로 경제 및 부동산시장 모멘텀(Momentum)을 평가한 지수

5) 자료: 글로벌컨설팅사 JLL 홈페이지(joneslanglasalle.com.vn)

6) '두유'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 유제품 및 대체 제품(Dairy Products and Alternatives)의 정보를 확인함

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ① 인기 제품

- 온라인 매장 조사 결과 인기 제품 선정  
(\*) 티키(Tiki), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)
- 현지 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정  
(\*) 롯데마트(Lotte Mart), 빅씨(Big C), 빈마트(Vin Mart)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 종류

- 일반 두유: 두유액이나 대두가공품 추출액에 식품 또는 식품첨가물을 가한 것
- 기타 두유: 두유에 과일·채소즙 또는 유가공품, 곡류분말 등을 가한 것

[표 1.4] 베트남 두유 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	일반 두유	기타 두유
① 누띠 우엔 작 (누띠푸드)	○ (롯데마트, 빈마트)	○ (쇼피)	○	
② 겹 도이 칸씨 콩 드영 (비나밀크)	○ (롯데마트, 빈마트)	○ (티키, 쇼피, 라자다)	○	
③ 홈소이 쇼야밀크 (에이스캐닝)	○ (롯데마트, 빅씨)	○ (티키, 쇼피)	○	
④ 골드소이 쓰아따우네잉아우땀 (비나밀크)	○ (롯데마트, 빈마트)	○ (티키, 쇼피, 라자다)	○	
⑤ 파미 간시 (비나소이)	○ (롯데마트, 빅씨, 빈마트)	○ (티키, 쇼피, 라자다)	○	
⑥ 파미 우엔 작 (비나소이)	○ (롯데마트, 빈마트)	○ (티키, 쇼피)	○	
⑦ 겹 도이 간시 초 쓰영 차 코에 (비나밀크)	○ (빅씨, 빈마트)	○ (티키, 쇼피, 라자다)	○	
⑧ 파미 우엔 작 잇 드영 (비나소이)	○ (롯데마트, 빈마트)	○ (티키, 쇼피, 라자다)	○	
⑨ 네스비타 쓰아 남 로아이 따우 (네슬레)	○ (빅씨, 빈마트)	○ (티키, 쇼피, 라자다)		○
⑩ 소이시크릿츠 소이 워 블랙 세서미 (더치밀)	○ (빅씨)	○ (티키, 쇼피, 라자다)		○
⑪ 소이시크릿츠 소이 워 저메네이티드 리아스 (더치밀)	○ (빅씨)	○ (티키, 쇼피, 라자다)		○
⑫ 소이시크릿츠 소이 워 스위트 콘 (더치밀)	○ (빅씨)	○ (티키, 쇼피, 라자다)		○
⑬ 파미 브으 상 두작 비다우도 (비나소이)	○ (롯데마트, 빅씨, 빈마트)	○ (티키, 쇼피, 라자다)		○
⑭ 파미 키드 (비나소이)	○ (빅씨, 빈마트)	○ (티키, 쇼피, 라자다)		○
⑮ 파미 브으 상 두작 비메덴 (비나소이)	○ (빈마트)	○ (티키, 쇼피, 라자다)		○

(\*) 현지 판매 두유 경쟁제품 15개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 인기제품

## 2. 베트남 두유 경쟁제품 조사지표 선정

### ▶ 조사 지표 ① 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 소비자가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 100ml 당 가격

### ▶ 조사 지표 ② 용량

- 제품의 용량(ml)

※ 제품이 묶음포장 형태인 경우 제품 개수를 별도로 표기함

### ▶ 조사 지표 ③ 제품 종류

- 일반 두유: 두유액이나 대두가공품 추출액에 식품 또는 식품첨가물을 가한 것
- 기타 두유: 두유에 과일·채소즙 또는 유가공품, 곡류분말 등을 가한 것

### ▶ 조사 지표 ④ 포장 형태

- 제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 소재
  - 종이팩: 내부에 폴리에틸렌이 도포되어 있는 종이 소재의 포장 용기

※ 제품 모양에 따라 벽돌형과 파우치형으로 구분함

### ▶ 조사 지표 ⑤ 맛

- 제품의 원료에 따른 맛

### ▶ 조사 지표 ⑥ 유통기한

- 제품의 유통기한

### ▶ 조사 지표 ⑦ 원산지

- 제품의 원산지

### ▶ 조사 지표 ⑧ 제품 수입상 정보

- 제품의 수입상 정보

### ▶ 조사 지표 ⑨ 원료 및 첨가물

- 제품의 원료 및 첨가물

●  
보유 인증 마크



FSC 믹스 인증<sup>7)</sup>



할랄 인증<sup>8)</sup>

▶ 조사 지표 ⑩ 보유 인증

- 제품이 보유한 인증

[표 1.5] 주요 인증 정보

종류	내용
FSC 믹스 인증	국제 삼림 협의회(Forest Stewardship Council)에서 부여하는 인증으로, 제품에 FSC인증 원료 혹은 관리된 삼림의 원료, 재활용 원료가 혼합 사용되었다는 것을 증명하는 인증
할랄 인증	무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법에 따라 도살, 처리, 가공된 식품에 부여되는 인증마크

●  
기타 표기 사항 마크



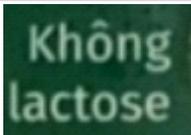
논-지엠오 라벨



보존제 미사용 라벨



논-콜레스테롤 라벨



논-락토오스 라벨

▶ 조사 지표 ⑪ 기타 표기 사항

- 제품 라벨에 표기된 사항<sup>9)</sup>

[표 1.6] 주요 인증 정보

종류	내용
논-지엠오 라벨	제품에 유전자변형 원료(Genetically Modified Organism, GMO)가 포함되지 않았음을 보여주는 표식
보존제 미사용 라벨	제품에 보존제가 사용되지 않았음을 보여주는 표식
논-콜레스테롤 라벨	제품에 콜레스테롤이 함유되어 있지 않았음을 보여주는 표식
논-락토스 라벨	제품에 유당이 함유되어 있지 않았음을 보여주는 표식

7) 국제삼림관리협회의 홈페이지(www.fsc.org)

8) 베트남 할랄 인증기관(VĂN PHÒNG CHỨNG NHẬN HALAL) 홈페이지 (halal.vn)

9) 라벨의 생김새는 제품별로 상이할 수 있음

[표 1.7] 베트남 두유 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100ml 당 가격	제품의 100ml 당 가격
용량		제품의 용량 ※ 제품이 묽음포장 형태인 경우 제품 개수를 별도로 표기함
제품 종류	일반 두유	두유액이나 대두가공품 추출액에 식품 또는 식품첨가물을 가한 것
	기타 두유	두유에 과일·채소즙 또는 유가공품, 곡류분말 등을 가한 것
포장 형태	종이팩	내부에 폴리에틸렌이 도포되어있는 종이 소재의 포장 용기 ※ 제품 모양에 따라 벽돌형과 파우치형으로 구분함
유통기한		제품의 유통기한
원산지		제품의 원산지
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물
보유 인증	FSC 믹스 인증	제품에 FSC인증 원료 혹은 관리된 삼림의 원료, 재활용 원료가 혼합 사용되었다는 것을 증명하는 인증
	할랄 인증	무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법에 따라 도살, 처리, 가공된 식품에 부여되는 인증마크
기타 표기 사항	논-지엠오 라벨	제품에 유전자변형 원료가 포함되지 않았음을 보여주는 표식
	보존제 미사용 라벨	제품에 보존제가 사용되지 않았음을 보여주는 표식
	논-콜레스테롤 라벨	제품에 콜레스테롤이 함유되어 있지 않았음을 보여주는 표식
	논-락토스 라벨	제품에 유당이 함유되어 있지 않았음을 보여주는 표식

### 3. 베트남 두유 경쟁제품 포지셔닝

#### 경쟁제품(제조사)

- ① 누띠 우엔 작 (누띠푸드)
- ② 겍 도이 칸씨 콩 드엉 (비나밀크)
- ③ 흠소이 쇼야밀크 (에이스캐닝)
- ④ 골드소이 쓰아따우네잉아우땀 (비나밀크)
- ⑤ 파미 칸시 (비나소이)
- ⑥ 파미 우엔 작 (비나소이)
- ⑦ 겍 도이 칸시 초 쓰엉 차 코에 (비나밀크)
- ⑧ 파미 우엔 작 잇 드엉 (비나소이)
- ⑨ 네스버타 쓰아 남 로아이 따우 (네슬레)
- ⑩ 쇼이시크릿츠 쇼이 윗 블랙 세샤미 (더치밀)
- ⑪ 쇼이시크릿츠 쇼이 윗 저미네이티드 라이스 (더치밀)
- ⑫ 쇼이시크릿츠 쇼이 윗 스위트 콘 (더치밀)
- ⑬ 파미 브으 상 두작 비다우도 (비나소이)
- ⑭ 파미 키드 (비나소이)
- ⑮ 파미 브으 상 두작 비메덴 (비나소이)

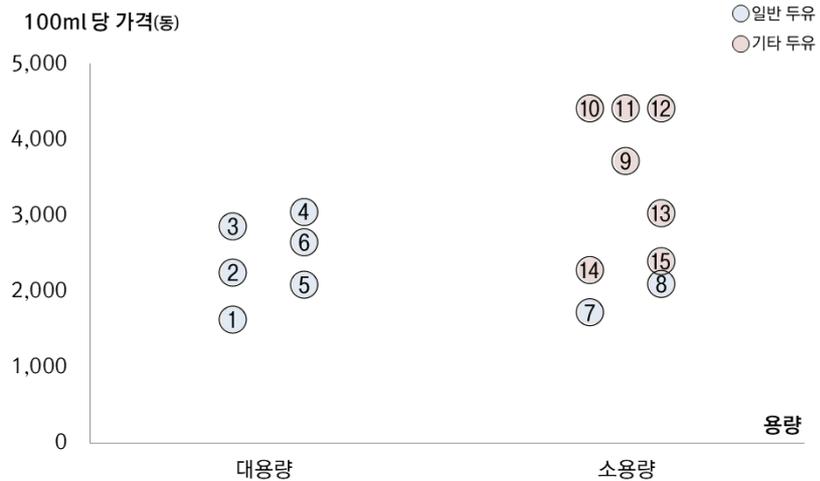
#### ▶ 포지셔닝 ①: 제품 종류별 평균 100ml 당 가격, 기타 우유가 1.5배 더 비싸

베트남 오프라인 매장에서 조사된 두유 경쟁제품 15개 제품은 제품 종류에 따라 일반 두유 8개, 기타 두유 7개로 확인됨. 경쟁제품의 종류별 평균 100ml 당 가격을 비교한 결과, 일반 두유가 2,321동(약 120원)<sup>10)</sup>으로 조사되었으며, 기타 두유가 3,522동(약 182원)으로 일반 두유보다 약 1,201동(약 62원) 비싼 것으로 확인됨

#### ▶ 포지셔닝 ②: 용량별 평균 100ml 당 가격, 소용량 제품이 1.3배 더 비싸

베트남 오프라인 매장에서 조사된 두유 경쟁제품 15개는 제품의 용량<sup>11)</sup>에 따라 소용량과 대용량으로 구분됨. 1L 제품은 대용량으로, 250ml 이하의 제품은 소용량으로 분류함. 대용량 제품 6개의 평균 100ml 당 가격은 2,438동(약 126원)이며, 소용량 제품 9개의 평균 100ml당 가격은 3,176동(약 164원)으로 조사됨. 소용량 제품의 평균 용량은 196ml이고 대용량 제품은 1L로 대용량 제품 용량이 약 5.1배 많지만, 가격은 소용량 제품이 738동(약 38원) 비싼 것으로 확인됨

[표 1.8] 베트남 두유 경쟁제품 포지셔닝



자료: 베트남 두유 경쟁제품 15개 분석

10) 100동 = 5.16원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

11) 묶음포장 형태의 제품은 단품 용량 기준으로 분류하였음

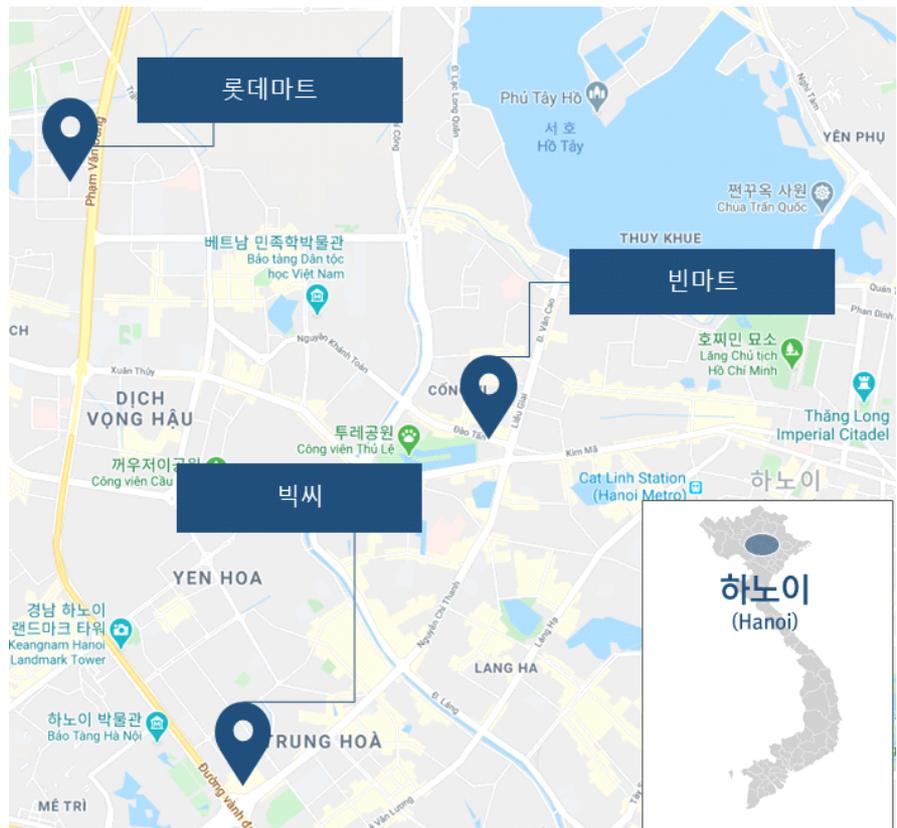
#### 4. 베트남 두유 경쟁제품 현지 조사 결과

##### ▶ 베트남 하노이에 위치한 슈퍼마켓 방문

베트남 하노이에 위치한 슈퍼마켓 롯데마트(Lotte Mart)와 빅씨(Big C), 빈마트(Vin Mart)를 방문함. 롯데마트는 한국 제품을 판매하는 코너를 별도로 운영하고 있으며, 빅씨 또한 한국 제품을 다수 판매하고 있는 것으로 조사됨

[표 1.9] 베트남 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
롯데마트 (Lotte Mart)	슈퍼마켓	6	· 유동인구가 많은 지역에 위치 · 한국 제품 및 한국 관광객을 위한 베트남 특산품을 판매함
빅씨 (Big C)	슈퍼마켓	4	· 한국인 관광객이 많은 하노이 중심지에 위치 · 태국, 베트남, 한국 농산품 판매
빈마트 (Vin Mart)	슈퍼마켓	5	· 복합 쇼핑몰 빈컴 플라자에 위치 · 신선한 농산품 판매



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ **경쟁제품 판매 현황, 15개 중 2개 제품은 모든 매장에서 판매**

롯데마트(Lotte Mart)와 빅씨(Big C), 빈마트(Vin Mart) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 파미 간시, 파미 브으 상 두작 비다우도 2개 제품은 세 매장 모두 판매 중인 것으로 조사됨

[표 1.10] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	롯데마트	빅씨	빈마트
① 누띠 우엔 작 (누띠푸드)	○		○
② 겹 도이 칸씨 콩 드영 (비나밀크)	○		○
③ 홈소이 소야밀크 (에이스캐닝)	○	○	
④ 골드소이 쓰아따우네잉아우땀 (비나밀크)	○		○
⑤ 파미 간시 (비나소이)	○	○	○
⑥ 파미 우엔 작 (비나소이)	○		○
⑦ 겹 도이 칸시 초 쓰영 차 코예 (비나밀크)		○	○
⑧ 파미 우엔 작 잇 드영 (비나소이)	○		○
⑨ 네스비타 쓰아 남 로아이 따우 (네슬레)		○	○
⑩ 소이시크릿츠 소이 윗 블랙 세서미 (더치밀)		○	
⑪ 소이시크릿츠 소이 윗 저미네이트드 라이스 (더치밀)		○	
⑫ 소이시크릿츠 소이 윗 스위트 콘 (더치밀)		○	
⑬ 파미 브으 상 두작 비다우도 (비나소이)	○	○	○
⑭ 파미 키드 (비나소이)		○	○
⑮ 파미 브으 상 두작 비메덴 (비나소이)			○

자료: 현지 조사원 자료 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 인기제품

## Shop ① 롯데마트(Lotte Mart)

- 매장 정보**
- 유형: 슈퍼마켓
  - 판매 제품 특징:  
음료, 과일, 채소, 육류, 해산물, 생활용품 등의 다양한 제품을 판매하며 주로 한국산 제품을 판매함
  - 매장 주변 특징:  
주변에 한국 대사관, 일본 대사관 등이 위치해있어 관광객들의 유입이 많은 지역임
  - 주요 고객층:  
관광객, 한국인

브랜드 기본 정보 <sup>12)</sup>	 <p>롯데마트는 1998년에 롯데쇼핑에서 설립한 한국의 슈퍼마켓 체인임. 국내에 118개의 점포를 운영하며, 2006년부터는 본격적인 해외 사업을 시작하여 중국에 116개, 인도네시아에 41개, 베트남에 11개의 점포를 운영하고 있음. 무료 배송, 무료 주차, 환전 서비스 등을 제공함</p>		
	조사 제품 수: 6개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 하노이 상세주소 Lotte Center Hanoi, Toà nhà, 54 Liễu Giai, Cống Vị, Ba Đình, Hà Nội, Vietnam	
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
	 		
두유 판매 정보	판매 두유 제품 정보		
			
	누띠 우엔 작 (누띠푸드)	갯 도이 칸씨 콩 드영 (비나밀크)	홈소이 소야밀크 (에이스캐닝)
			
골드소이 쓰아따우 네잉야우 땀 (비나밀크)	파미 칸시 (비나소이)	파미 우엔 작 (비나소이)	

사진자료: 현지 조사원 자료, 롯데마트 홈페이지

12) 롯데마트(Lotte Mart) 홈페이지 (www.lottemart.com.vn)



제품명 (영어)	누띠 우엔 작 (Nutifood)	제조사	누띠푸드 (Nutifood)
가격	16,300동 <sup>13)</sup> (약 841원)	100ml당 가격	1,630동 (약 84원)
제품 종류	일반 두유	용량	1,000ml
포장 형태	종이팩	맛	콩
유통기한	6개월	원산지	베트남
인증	FSC 믹스 인증	원료 및 첨가물	물, 콩 추출물, 정제당, 산도조절제, 비타민



제품명 (영어)	겍 도이 칸씨 콩 드영 (Gap doi Canxi không đường)	제조사	비나밀크 (VinaMilk)
가격	23,500동 (약 1,213원)	100ml당 가격	2,350동 (약 121원)
제품 종류	일반 두유	용량	1,000ml
포장 형태	종이팩	맛	콩
유통기한	6개월	원산지	베트남
인증	FSC 믹스 인증, 할랄 인증	원료 및 첨가물	물, 콩 추출물, 탄산칼슘, 산도조절제, 비타민

13) 100동= 5.16원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)



제품명 (영어)	홈소이 소야밀크 (Homesoy Soya Milk)	제조사	에이스캐닝 (Ace Canning)
가격	28,600동 (약 1,476원)	100ml당 가격	2,860동 (약 148원)
제품 종류	일반 두유	용량	1,000ml
포장 형태	종이팩	맛	콩
유통기한	9개월	원산지	말레이시아
인증	FSC 믹스 인증, 할랄 인증	수입상	띠엵 띵 항 띵우쥁 팜 썬 (Tiệp Thị Hàng Tiêu Dùm Pam Soon)
원료 및 첨가물	물, 콩 추출물, 소금, 산도조절제, 합성 콩 향신료		



제품명 (영어)	골드소이 쓰야따우 네앙야우 팜 (Goldsoy Sua dau nanh giao dam)	제조사	비나밀크 (VinaMilk)
가격	30,500동 (약 1,574원)	100ml당 가격	3,050동 (약 157원)
제품 종류	일반 두유	용량	1,000ml
포장 형태	종이팩	맛	콩
유통기한	6개월	원산지	베트남
인증	FSC 믹스 인증, 할랄 인증	원료 및 첨가물	물, 콩추출물, 유화제, 탄산 칼슘, 산도조절제, 비타민



제품명 (영어)	파미 간시 (Fami Canxi)	제조사	비나소이 (Vinasoy)
가격	20,900원 (약 1,078원)	100ml당 가격	2,090동 (약 108원)
제품 종류	일반 두유	용량	1,000ml
포장 형태	종이팩	맛	콩
유통기한	6개월	원산지	베트남
인증	FSC 믹스 인증, 할랄 인증	원료 및 첨가물	물, 콩 추출물, 백설탕, 인산칼슘, 유화제, 공기름, 비타민, 미네랄, 산도조절제



제품명 (영어)	파미 우엔 작 (Fami Nguyen Chat)	제조사	비나소이 (Vinasoy)
가격	26,500동 (약 1,367원)	100ml당 가격	2,650동 (약 137원)
제품 종류	일반 두유	용량	1,000ml
포장 형태	종이팩	맛	콩
유통기한	6개월	원산지	베트남
인증	FSC 믹스 인증	원료 및 첨가물	물, 콩 추출물, 백설탕, 유화제, 안정제, 산도조절제

## Shop ② 빅씨(Big C)

<b>매장 정보</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 유형: 슈퍼마켓</li> <li>· 판매 제품 특징: 음료, 과일, 채소, 육류, 해산물, 농산물, 생활용품 등 다양한 제품을 판매하며 한국 제품을 많이 판매함</li> <li>· 매장 주변 특징: 도시의 중심지에 위치해있어 한국 관광객들의 유입이 많은 지역이며 매장 맞은편에 큰 호텔이 있음</li> <li>· 주요 고객층: 관광객, 한국인</li> </ul>

<b>브랜드 기본 정보<sup>14)</sup></b>		<p>빅씨는 1993년에 설립된 태국의 슈퍼마켓 체인임. 1998년부터 프랑스의 유통업체인 그룹 카지노(Groupe Casino)의 관리하에 베트남, 태국, 아르헨티나, 우루과이 등의 다양한 국가에 매장을 운영하고 있음. 빅씨는 베트남 최대의 쇼핑센터 중 하나이며, 베트남 내에는 36개의 매장을 보유함</p>
	<b>조사 제품 수: 4개</b>	
<b>매장 정보</b>		
	<b>위치</b>	<p>도시(지역) 하노이 상세주소 222 Trần Duy Hưng, Trung Hoà, Cầu Giấy, Hà Nội 11313, Vietnam</p>
<b>매장 내부 전경</b>	<b>매장 내부 전경</b>	
	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>	
<b>두유 판매 정보</b>	<b>판매 두유 제품 정보</b>	
		
	<p>네스비타 쓰야 남 로아이 따우 (네슬레)</p>	<p>소이 시크릿츠 소이 윗 블랙 세서미 (더치밀)</p>
		
<p>소이 시크릿츠 소이 윗 저미네이티드 라이스 (더치밀)</p>	<p>소이 시크릿츠 소이 윗 스위트 콘 (더치밀)</p>	

사진자료: 현지 조사원 자료, 빅씨 홈페이지

14) 빅씨(Big C) 홈페이지 (www.bigc.vn)



제품명 (영어)	네스비타 쓰아 남 로아이 따우 (NesVita Sua 5 loại dau)	제조사	네슬레 (Nestle)
가격	26,800동 (약 1,383원)	100ml당 가격	3,722동 (약 192원)
제품 종류	기타 두유	용량	720ml (180ml*4개입)
포장 형태	종이팩	맛	5가지 콩
유통기한	9개월	원산지	베트남
인증	FSC 믹스 인증	원료 및 첨가물	물, 콩 추출물, 설탕, 식용유, 이눌린, 탄산칼슘, 천연향료



제품명 (영어)	소이 시크릿츠 소이 윗 블랙 세서미 (Soy Secretz Soy with black sesame)	제조사	더치밀 (Dutchmill)
가격	31,800동 (약 1,641원)	100ml당 가격	4,417동 (약 282원)
제품 종류	기타 두유	용량	720ml (180ml*4개입)
포장 형태	종이팩	맛	검은깨
유통기한	9개월	원산지	태국
수입상	커호이 바 탁투 (CƠ HỘI & THẠCH THU)	원료 및 첨가물	두유, 검은 참깨, 설탕, 칼슘, 비타민



제품명 (영어)	소이 시크릿츠 소이 윗 저미네이티드 라이스 (Soy Secretz Soy with Germinated Rice)	제조사	더치밀 (Dutchmill)
가격	31,800동 (약 1,641원)	100ml당 가격	4,417동 (약 282원)
제품 종류	기타 두유	용량	720ml (180ml*4개입)
포장 형태	종이팩	맛	쌀
유통기한	12개월	원산지	태국
수입상	커호이 바 탁투 (Cơ Hội & Thạch Thu)	원료 및 첨가물	두유, 발아미, 설탕, 콩기름, 비타민



제품명 (영어)	소이 시크릿츠 소이 윗 스위트 콘 (Soy Secretz Soy with Sweet Corn)	제조사	더치밀 (Dutchmill)
가격	31,800동 (약 1,641원)	100ml당 가격	4,417동 (약 282원)
제품 종류	기타 두유	용량	720ml (180ml*4개입)
포장 형태	종이팩	맛	옥수수
유통기한	9개월	원산지	태국
수입상	커호이 바 탁투 (Cơ Hội & Thạch Thu)	원료 및 첨가물	두유, 옥수수 우유, 설탕, 섬유질, 콩기름, 비타민

### Shop ③ 빈마트(Vin Mart)

<b>매장 정보</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 유형: 슈퍼마켓</li> <li>· 판매 제품 특징: 음료, 과일, 채소, 육류, 해산물, 생활용품 등 다양한 제품들을 판매하며 한국산 제품또한 다수 취급함</li> <li>· 매장 주변 특징: 주변에 아파트 단지가 다수 위치해있어 거주민들의 방문이 많은 지역임</li> <li>· 주요 고객층: 거주민, 한국인</li> </ul>

<b>브랜드 기본 정보<sup>15)</sup></b>	 <p>빈마트는 2014년에 설립된 베트남의 슈퍼마켓 체인임. 빈마트뿐만 아니라 소형 슈퍼마켓 체인인 빈마트 플러스라는 브랜드를 런칭하여, 소비자의 접근성과 다양한 선택권 확보에 힘쓰고 있음. 베트남 내에 빈마트는 132개의 매장이, 빈마트 플러스는 3,000여개의 매장이 운영되고 있음</p>
<b>매장 정보</b>	<p style="text-align: center;">조사 제품 수: 5개</p>  <p style="text-align: center;">도시(지역) 하노이</p> <p style="text-align: center;">위치 상세주소 Vincom Plaza Bắc Từ Liêm, 234, Phạm Văn Đồng, P. Cổ Nhuế 1, Q. Bắc Từ Liêm, Tp. Hà Nội, Vietnam</p>
<b>매장 내부 전경</b>	<p style="text-align: center;">매장 내부 전경</p>  
<b>두유 판매 정보</b>	<p style="text-align: center;">판매 두유 제품 정보</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>파미 브으 상 두작 비다 우도 (비나소이)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>파미 키드 (비나소이)</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;">  <p>파미 브으 상 두작 비메덴 (비나소이)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>겍 도이 깐씨 초 쓰영 차코에 (비나밀크)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>파미 우엔 작 잇 드영 (비나소이)</p> </div> </div>

사진자료: 현지 조사원 자료, 빈마트 홈페이지

15) 빈마트(Vin Mart) 홈페이지 (www.vinmart.com)



제품명 (영어)	파미 브으 상 두작 비다 우도 (Fami bua sang du chat vi Đậu đỏ)	제조사	비나소이 (Vinasoy)
가격	18,200동 (약 939원)	100ml당 가격	3,033동 (약 157원)
제품 종류	기타 두유	용량	600ml (200ml*3개입)
포장 형태	종이팩	맛	팔
유통기한	9개월	원산지	베트남
인증	FSC 믹스 인증	원료 및 첨가물	물, 콩 추출물, 백설탕, 콩기름, 팔 가루, 찹쌀 가루, 비타민, 미네랄, 산도조절제



제품명 (영어)	파미 키드 (Fami kid)	제조사	비나소이 (Vinasoy)
가격	27,400동 (약 1,414원)	100ml당 가격	2,283동 (약 118원)
제품 종류	기타 두유	용량	1,200ml (200ml*6개입)
포장 형태	종이팩	맛	초콜릿
유통기한	6개월	원산지	베트남
인증	FSC 믹스 인증	원료 및 첨가물	물, 콩추출물, 콩기름, 인산칼슘, 합성향료, 비타민, 미네랄, 산도조절제



제품명 (영어)	파미 브으 상 두작 비메덴 (Fami bua sang du chat vi Mè đen)	제조사	비나소이 (Vinasoy)
가격	5,200동 (약 268원)	100ml당 가격	2,364동 (약 122원)
제품 종류	기타 두유	용량	220ml
포장 형태	종이팩	맛	검은깨
유통기한	6개월	원산지	베트남
인증	FSC 믹스 인증	원료 및 첨가물	물, 콩 추출물, 백설탕, 콩기름, 검은 참깨, 찹쌀가루, 비타민, 미네랄



제품명 (영어)	겍 도이 깐씨 초 쓰엥 차코에 (Sua dau nanh can xi cho xương chà khoe)	제조사	비나밀크 (VinaMilk)
가격	3,800동 (약 196원)	100ml당 가격	1,727동 (약 89원)
제품 종류	일반 두유	용량	220ml
포장 형태	종이팩	맛	콩
유통기한	6개월	원산지	베트남
인증	FSC 믹스 인증, 할랄 인증	원료 및 첨가물	물, 콩 추출물, 설탕, 탄산칼슘, 유화제, 산도조절제, 비타민



제품명 (영어)	파미 우엔 작 잇 드영 (Fami Nguyen Chat ít đường)	제조사	비나소이 (Vinasoy)
가격	26,500동 (약 1,367원)	100ml당 가격	2,208동 (약 114원)
제품 종류	일반 두유	용량	1,200ml (200ml*6개입)
포장 형태	종이팩	맛	콩
유통기한	6개월	원산지	베트남
인증	FSC 믹스 인증	원료 및 첨가물	물, 콩 추출물, 백설탕, 유화제, 천연향료, 산도조절제

### Ⅲ. 경쟁기업(Competitor)

1. 베트남 두유 경쟁기업 선정
2. 베트남 두유 경쟁기업 현황
3. 베트남 두유 경쟁기업 세부정보

## 1. 베트남 두유 경쟁기업 선정

### ▶ 대표 경쟁기업으로 두유 취급 기업 6개사 선정

베트남 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 중, 오프라인 매장에서 가장 많은 제품이 조사된 기업을 기준으로 베트남 기업 비나소이(Vinasoy), 비나밀크(VinaMilk), 태국기업 더치밀(Dutchmill)을 선정함. 그리고 경쟁제품 중, 두유를 제조하는 기업의 규모와 국적을 기준으로, 말레이시아 기업 에이스캐닝(Ace Canning)과 스위스 기업 네슬레(Nestle)를 선정함. 마지막으로 베트남 기업 누띠푸드(NutiFood)를 추가 선정하여, 총 6개의 경쟁기업을 선정함

### ▶ 경쟁기업 6개사, 평균 47년 업력 보유

선정된 경쟁기업 6개사는 평균 약 47년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 네슬레는 1905년에 설립되어 약 114년의 업력을 보유하고 있으며, 비나소이 47년, 비나밀크 43년 등의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 태국기업 더치밀도 약 35년의 업력을 보유하고 있으며, 말레이시아 기업 에이스캐닝이 22년, 베트남 기업 누띠푸드가 19년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨

### ▶ 경쟁기업 6개사, 두유 동일품목 종류 조사

베트남에 진출한 경쟁기업 6개사가 판매하고 있는 두유의 동일품목 수를 조사한 결과 에이스캐닝이 15개로 경쟁기업 6개사 중 가장 많은 동일품목 수를 보유하고 있는 것으로 확인됨. 이외에 비나밀크 8개, 비나소이 7개, 더치밀 4개, 누띠푸드 2개 순으로 동일품목을 보유하고 있으며, 네슬레가 1개로 가장 적은 수를 보유한 것으로 조사됨

[표 2.1] 두유 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
누띠푸드 (NutiFood)	베트남	19년	2개
비나밀크 (VinaMilk)	베트남	43년	8개
비나소이 (Vinasoy)	베트남	47년	7개
에이스캐닝 (Ace Canning)	말레이시아	22년	15개
네슬레 (Nestle)	스위스	114년	1개
더치밀 (Dutchmill)	태국	35년	4개

자료: 베트남 진출 두유 제조기업 6개사 분석

## 2. 베트남 두유 경쟁기업 현황

### ▶ 경쟁기업 6개사 모두 베트남 오프라인 및 온라인 매장 모두 진출

오프라인 매장에서 조사된 경쟁기업 6개사는 모두 베트남 오프라인 및 온라인 매장에 진출함. 롯데마트에 진출한 경쟁기업은 누띠푸드, 비나밀크, 비나소이, 에이스캐닝 4개사이며, 빈마트에는 누띠푸드, 비나밀크, 비나소이, 네슬레 4개사가 진출, 빅씨에는 비나소이, 에이스캐닝, 네슬레, 더치밀의 4개사가 진출한 것으로 조사됨. 6개사가 최다 진출해 있는 온라인 매장은 쇼피(Shopee)로 6개사 모두 쇼피를 통해 제품을 판매함. 그 외에 티키(Tiki)에 5개사, 라자다(Lazada)에 4개사가 진출해 있으며, 누띠푸드를 제외한 5개사 모두 2개 이상의 온라인 매장에서 제품을 판매하고 있음

### ▶ 경쟁기업 6개사 모두, 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용

베트남 시장에 진출한 경쟁기업 6개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 6개사 모두 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용함. 모든 기업이 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 취급하는 제품 정보를 제공하고 있으며, 자사 제품의 제조 과정 등을 공개하고 있으며, 누띠푸드와 비나밀크, 비나소이, 에이스캐닝 4개사는 현지어 외에도 영어를 사용해 글로벌 홈페이지를 운영하고 있음. 또한, 6개사 모두 자사 홈페이지 외에도 SNS 플랫폼인 페이스북, 인스타그램, 트위터, 유튜브를 통해 자사 제품 홍보 사진 및 영상을 게시함

### ▶ 경쟁기업 홍보 문구로 제품의 성분과 맛을 강조하여 홍보

베트남 시장에 진출한 경쟁기업들은 제품 홍보 시 주로 제품의 성분과 맛을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품 성분을 강조한 문구로는 ‘천연 아로마 성분이 함유된’, ‘비타민 및 오메가3’, ‘칼슘으로 뼈를 강화하는’ 등을 많이 사용함. 제품의 맛을 강조하는 문구로는 ‘최상의 맛’, ‘달콤한 맛’ 또는 ‘부드러운 맛’ 등의 문구를 활용하는 것으로 확인됨. 이 외에도 경쟁기업들은 제품의 품질과 안전성을 강조하기 위해 ‘국가에서 엄선한 콩’, ‘유전자 조작을 거치지 않은 콩을 사용한’, ‘홈메이드 두유’ 등의 문구를 사용함

[표 2.2] 베트남 দুয়ু 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
누띠푸드 (Nutifood)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 롯데마트</li> <li>- 빈마트</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>천연 아로마 성분이 함유된</li> <li>온 가족을 위한 매일 마시는 음료</li> <li>단백질, 섬유질, 비타민이 함유된</li> <li>방부제와 콜레스테롤이 없는</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 쇼피</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 유튜브</li> </ul> </li> </ul>	
비나밀크 (VinaMilk)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 롯데마트</li> <li>- 빈마트</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>설탕 함유량이 적은</li> <li>비타민 및 오메가3가 함유된</li> <li>엄선된 순수한 콩으로 만든 দুয়ু</li> <li>칼슘으로 뼈를 강화해주는</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 티키</li> <li>- 쇼피</li> <li>- 라자다</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> <li>- 유튜브</li> </ul> </li> </ul>	
비나소이 (Vinasoy)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 롯데마트</li> <li>- 빅씨</li> <li>- 빈마트</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>최상의 맛과 영양분</li> <li>일상의 건강과 기쁨을 제공하는</li> <li>베트남 시장의 최고의 브랜드</li> <li>비타민 미네랄로 강화된 제품</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 티키</li> <li>- 쇼피</li> <li>- 라자다</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 유튜브</li> </ul> </li> </ul>	
에이스캐닝 (Ace Canning)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 롯데마트</li> <li>- 빅씨</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>홈메이드 দুয়ু맛을 느껴보세요</li> <li>설탕이 첨가되지 않아 칼로리가 낮은</li> <li>고급스러운 দুয়ু</li> <li>두유와 옥수수, 멜론의 흥미로운 조합</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 티키</li> <li>- 쇼피</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> <li>- 유튜브</li> </ul> </li> </ul>	
네슬레 (Nestle)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 빅씨</li> <li>- 빈마트</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (현지)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>칼슘 및 섬유질의 추가 공급원</li> <li>유당이 없는</li> <li>100% 식물성 단백질</li> <li>달콤한 맛과 부드러운 맛</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 티키</li> <li>- 쇼피</li> <li>- 라자다</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 유튜브</li> <li>- 트위터</li> </ul> </li> </ul>	
더치밀 (Dutchmill)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 빅씨</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (현지)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>건강한 피부와 혈관 건강을 위한 비타민이 함유된</li> <li>강한 뼈를 위한 칼슘이 함유된</li> <li>긴장을 풀고 스트레스를 완화하는 글루타민이 함유된</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 티키</li> <li>- 쇼피</li> <li>- 라자다</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 베트남 진출 দুয়ু 제조기업 6개사 분석

### 3. 베트남 두유 경쟁기업 세부정보

동일품목 종류	① 누띠푸드(NutiFood)																					
① 누띠 우엔 작	기업 기본 정보 <sup>16)</sup>	<table border="1"> <tr> <td>기업명</td> <td>누띠푸드(NutiFood)</td> </tr> <tr> <td>홈페이지</td> <td>www.nutifood.com.vn</td> </tr> <tr> <td>위치</td> <td>208, Nguyen Thai Binh street Tan Binh district, Ho Chi Minh City, Ho Chi Minh City, Vietnam</td> </tr> <tr> <td>규모</td> <td>동일품목 수 2개</td> </tr> <tr> <td></td> <td>설립년도 2000년</td> </tr> </table>	기업명	누띠푸드(NutiFood)	홈페이지	www.nutifood.com.vn	위치	208, Nguyen Thai Binh street Tan Binh district, Ho Chi Minh City, Ho Chi Minh City, Vietnam	규모	동일품목 수 2개		설립년도 2000년										
기업명	누띠푸드(NutiFood)																					
홈페이지	www.nutifood.com.vn																					
위치	208, Nguyen Thai Binh street Tan Binh district, Ho Chi Minh City, Ho Chi Minh City, Vietnam																					
규모	동일품목 수 2개																					
	설립년도 2000년																					
② 누띠 간시	기업 진출 채널	<table border="1"> <tr> <td rowspan="2">〈오프라인 매장〉 롯데마트, 빈마트</td> <td>제품명</td> <td>누띠 우엔 작 (Nuti Nguyen Chat)</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>1,000ml</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">〈온라인 매장〉 쇼피</td> <td>가격<sup>17)</sup></td> <td>16,300동 (약 841원)</td> </tr> <tr> <td>제품 종류</td> <td>일반 두유</td> </tr> <tr> <td>제품명</td> <td>누띠 간시 (Nuti Canxi)</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>1200ml (200ml*6개입)</td> </tr> <tr> <td></td> <td>가격</td> <td>22,500동 (약 1,161원)</td> </tr> <tr> <td></td> <td>제품 종류</td> <td>일반 두유</td> </tr> </table>	〈오프라인 매장〉 롯데마트, 빈마트	제품명	누띠 우엔 작 (Nuti Nguyen Chat)	용량	1,000ml	〈온라인 매장〉 쇼피	가격 <sup>17)</sup>	16,300동 (약 841원)	제품 종류	일반 두유	제품명	누띠 간시 (Nuti Canxi)	용량	1200ml (200ml*6개입)		가격	22,500동 (약 1,161원)		제품 종류	일반 두유
〈오프라인 매장〉 롯데마트, 빈마트	제품명	누띠 우엔 작 (Nuti Nguyen Chat)																				
	용량	1,000ml																				
〈온라인 매장〉 쇼피	가격 <sup>17)</sup>	16,300동 (약 841원)																				
	제품 종류	일반 두유																				
	제품명	누띠 간시 (Nuti Canxi)																				
	용량	1200ml (200ml*6개입)																				
	가격	22,500동 (약 1,161원)																				
	제품 종류	일반 두유																				
자료: 누띠푸드 홈페이지	기업 홍보 채널	<table border="1"> <tr> <td rowspan="2">  </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(글로벌)</li> <li>기업 소개 및 홍보</li> <li>제품 소개 및 홍보</li> <li>SNS 플랫폼 (페이스북, 유튜브)</li> <li>신제품 홍보 및 제품 광고 게시</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>  </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>엄격한 과정에 따라 선별된 콩</li> <li>영양가가 높은 두유</li> <li>천연 아로마 성분이 함유된</li> <li>온 가족을 위한 매일 마시는 음료</li> <li>단백질, 섬유질, 비타민이 함유된</li> <li>방부제와 콜레스테롤이 없는</li> </ul> </td> </tr> </table>		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(글로벌)</li> <li>기업 소개 및 홍보</li> <li>제품 소개 및 홍보</li> <li>SNS 플랫폼 (페이스북, 유튜브)</li> <li>신제품 홍보 및 제품 광고 게시</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>엄격한 과정에 따라 선별된 콩</li> <li>영양가가 높은 두유</li> <li>천연 아로마 성분이 함유된</li> <li>온 가족을 위한 매일 마시는 음료</li> <li>단백질, 섬유질, 비타민이 함유된</li> <li>방부제와 콜레스테롤이 없는</li> </ul>																
	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(글로벌)</li> <li>기업 소개 및 홍보</li> <li>제품 소개 및 홍보</li> <li>SNS 플랫폼 (페이스북, 유튜브)</li> <li>신제품 홍보 및 제품 광고 게시</li> </ul>																					
		<ul style="list-style-type: none"> <li>엄격한 과정에 따라 선별된 콩</li> <li>영양가가 높은 두유</li> <li>천연 아로마 성분이 함유된</li> <li>온 가족을 위한 매일 마시는 음료</li> <li>단백질, 섬유질, 비타민이 함유된</li> <li>방부제와 콜레스테롤이 없는</li> </ul>																				
홍보 문구	<p><b>SỮA ĐẬU NÀNH NUTI NGUYÊN CHẤT</b></p> <p>Từ những hạt đậu nành được chọn lọc theo một quy trình nghiêm ngặt, các chuyên gia dinh dưỡng NutiFood đã trích ly nguyên vẹn dưỡng chất cùng hương vị thơm tự nhiên để tạo thành sữa đậu nành Nuti tinh túy vị ngon và bổ dưỡng, là thực uống dinh dưỡng hàng ngày cho cả gia đình.</p>																					

사진자료: 누띠푸드 홈페이지, 쇼피 홈페이지

16) 누띠푸드(Nutifood) 홈페이지 (www.nutifood.com.vn)  
17) 100동= 5.16원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

●  
동일품목 종류

① 쓰어드 난 우엔 작



② 골드소이 쓰아 따우 네잉 아우 팜



③ 겍 도이 칸씨 콩 드영



④ 쓰어드 난 핫 옥초



⑤ 겍 도이 칸씨



자료: 비나밀크 홈페이지

② 비나밀크(VinaMilk)

기업 기본 정보 <sup>18)</sup>	기업명	비나밀크(VinaMilk)	
	홈페이지	www.vinamilk.com.vn	
	위치	10 Tan Trao, District 7, Ho Chi Minh City, Vietnam	
	직원 수	6,000명	
기업 진출 채널	규모	동일품목 수	8개
	설립년도	1976년	
	제품명	겍 도이 칸씨 콩 드영 (Gap doi Canxi không đường)	
기업 홍보 채널	제품명	용량	1,000ml
	가격	가격	23,500동 (약 1,213원)
	제품 종류	제품 종류	일반 두유
	제품명	제품명	겍 도이 칸씨 초 쓰영 차코에 (Sua dau nanh can xi cho xuong cha khoe)
	용량	용량	220ml
가격	가격	4,000동 (약 206원)	
제품 종류	제품 종류	일반 두유	
기업 홍보 채널	 • 자사 홈페이지(글로벌) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 • SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 유튜브) - 신제품 홍보 및 제품 광고 게시		
홍보 문구	<p>Sữa đậu nành Đậu đờ</p> <p>Sữa đậu nành Đậu đờ Vinamilk là sự kết hợp hoàn hảo giữa đậu đờ ngọt thanh, mật lành cùng đậu nành thơm béo. Không chỉ giàu 26% lượng đường mà còn bổ sung vitamin A, D3, E, PP và vitamin nhóm B, mang lại lợi ích 3 TỐT cho cả gia đình.</p>  <p>Tìm hiểu thêm về: Sữa đậu nành Đậu đờ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 달콤하고 상쾌한 팔과 향기로운 콩</li> <li>• 설탕 함유량이 적음</li> <li>• 비타민 및 오메가3가 함유된</li> <li>• 엄선된 순수한 콩으로 만든 두유</li> <li>• 칼슘으로 뼈를 강화해주는</li> </ul>	

사진자료: 비나밀크 홈페이지, 쇼피 홈페이지

18) 비나밀크(Vinamilk) 홈페이지(www.vinamilk.com.vn)

동일품목 종류		③ 비나소이(Vinasoy)	
① 파미 간시		기업명	비나소이(Vinasoy)
② 파미 브으 상 두작 비다 우도		홈페이지	www.vinasoycorp.vn
③ 파미 우엔 작		기업 기본 정보 <sup>19)</sup>	위치 02 NGUYEN CHI THANH, Quang Ngai, Quang Ngai, Vietnam
④ 비나소이 우엔 작		동일품목 수	7개
⑤ 비나소이 메 덴		규모	설립년도 1997년
자료: 비나소이 홈페이지		제품명	파미 브으 상 두작 비다 우도 (Fami bua sang du chat vi Đậu đờ)
		용량	600ml (200ml*3개입)
		가격	18,200동 (약 939원)
		제품 종류	기타 두유
		제품명	파미 간시 (Fami Canxi)
		용량	200ml
		가격	3,600동 (약 186원)
		제품 종류	일반 두유
		기업 진출 채널	제품명 파미 간시 (Fami Canxi)
		기업 홍보 채널	용량 200ml
			가격 3,600동 (약 186원)
			제품 종류 일반 두유
		기업 홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌)
			- 기업 소개 및 홍보
			- 제품 소개 및 홍보
			• SNS 플랫폼 (페이스북, 유튜브)
			- 신제품 홍보 및 제품 광고 게시
		홍보 문구	• 100% 순수 콩으로 만들어진
			• 엄선된 콩
			• 최상의 맛과 영양분
			• 일상의 건강과 기쁨을 제공하는
			• 베트남 시장의 최고의 브랜드
			• 비타민 미네랄로 강화된 제품

사진자료: 비나소이 홈페이지, 티키 홈페이지

19) 비나소이(Vinasoy) 홈페이지 (www.vinasoycorp.vn)

●  
동일품목 종류

① 홈소이 오리지널



② 홈소이 소야밀크



③ 홈소이 브라운슈거



④ 홈소이 허니멜론



⑤ 홈소이 스위트콘



자료: 에이스캐닝 홈페이지

④ 에이스캐닝(Ace Canning)

기업 기본 정보 <sup>20)</sup>	기업명	에이스캐닝(Ace Canning)	
	홈페이지	www.acecanning.com	
	위치	Seksyen 7, 40000 Shah Alam Selangor Darul Ehsan, Malaysia	
	규모	동일품목 수	15개
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 롯데마트, 빅씨	제품명	홈소이 소야밀크 (Homesoy Soya Milk)
		용량	1,000ml
	〈온라인 매장〉 티키, 쇼피	가격	28,600동 (약 1,476원)
		제품 종류	일반 두유
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 티키, 쇼피	제품명	홈소이 오리지널 (Homesoy Original)
		용량	6,000ml (250ml*24개입)
	기업 홍보 채널	가격	200,000동 (약 10,320원)
		제품 종류	일반 두유
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(글로벌)</li> <li>기업 소개 및 홍보</li> <li>제품 소개 및 홍보</li> <li>SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 유튜브)</li> <li>신제품 홍보 및 제품 광고 게시</li> </ul>	
		홍보 문구	<p>HOMESOY Original Soya Milk is made from Canadian soybeans (100% NON-GMO) with no preservatives added.</p> <p><b>No Sugar Added</b></p> <p>HOMESOY No Sugar Added is as natural as any homemade soya milk can be. Enjoy the natural sweetness of fine soya milk without the added calories from sugar.</p>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>방부제가 첨가되지 않은</li> <li>100% 논-지엠오 콩으로 만든</li> <li>홈메이드 두유맛을 느껴보세요</li> <li>설탕이 첨가되지 않아 칼로리가 낮은</li> <li>고급스러운 두유</li> <li>두유와 옥수수, 멜론의 흥미로운 조합</li> </ul>	

사진자료: 에이스캐닝 홈페이지, 쇼피 홈페이지

20) 에이스캐닝(Ace Canning) 홈페이지 (www.acecanning.com)

동일품목 종류



자료: 네슬레 홈페이지

⑤ 네슬레(Nestle)<sup>21)</sup>

기업 기본 정보 <sup>22)</sup>	기업명	네슬레(Nestle)	
	홈페이지	www.nestle.com.vn	
	위치	Avenue Nestle 55 Vevey, 1800, Switzerland	
	직원 수	291,000명	
	규모	동일품목 수 1개	
	설립년도	1905년	
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 빅씨, 빈마트		제품명 네스비타 쓰아 남 로아이 따우 (NesVita Sua 5 loại dau) 용량 720ml (180ml*4개입) 가격 26,800동 (약 1,383원) 제품 종류 기타 দুয়
	<온라인 매장> 티키, 쇼피, 라자다		제품명 네스비타 쓰아 남 로아이 따우 (NesVita Sua 5 loại dau) 용량 720ml (180ml*4개입) 가격 26,800동 (약 1,383원) 제품 종류 기타 দুয়
	기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(현지)</li> <li>기업 소개 및 홍보</li> <li>제품 소개 및 홍보</li> <li>SNS 플랫폼 (페이스북, 유튜브, 트위터)</li> <li>신제품 홍보 및 제품 광고 게시</li> </ul>
홍보 문구	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sự kết hợp dinh dưỡng độc đáo của 5 loại đậu truyền thống: đậu nành, đậu đỏ, đậu đen, đậu trắng, đậu xanh</li> <li>Nguồn bổ sung Canxi &amp; Chất xơ, không lactose, 100% đậm thực vật</li> <li>Thơm ngon đậm đà, sánh mịn với vị ngọt dịu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>팥, 검은콩, 녹두 등 전통적인 유형의 콩의 독특한 영양 조합</li> <li>칼슘 및 섬유질의 추가 공급원</li> <li>유당이 없는</li> <li>100% 식물성 단백질</li> <li>달콤한 맛과 부드러운 맛</li> </ul>	

사진자료: 네슬레 홈페이지, 티키 홈페이지

21) 네슬레(Nestle) 베트남 지사를 조사함  
22) 네슬레(Nestle) 베트남 홈페이지(www.nestle.com.vn)

●  
동일품목 종류

① 소이 윗 스위트콘



② 소이 윗 콜라겐



③ 소이 윗 저미네이티드  
라이스



④ 소이 윗 블랙 세서미



자료: 더치밀 홈페이지

⑥ 더치밀(Dutchmill)

기업 기본 정보 <sup>23)</sup>	기업명	더치밀(Dutchmill)
	홈페이지	www.dutchmill.co.th
	위치	222 Krungthon Muangkaew Building, Sirinthorn Rd., Bangplad, Bangkok 10700, Thailand
	직원 수	1,300명
기업 진출 채널	규모	동일품목 수 4개
	설립년도	1984년
	제품명	소이 시크릿츠 소이 윗 블랙 세서미 (Soy Secretz Soy with black sesame)
기업 홍보 채널	용량	720ml (180ml*4개입)
	가격	31,800동 (약 1,641원)
	제품 종류	기타 두유
기업 홍보 채널	제품명	소이 윗 스위트콘 (Soy with Sweet Corn)
	용량	720ml (180ml*4개입)
	가격	34,000동 (약 1,754원)
기업 홍보 채널	제품명	소이 윗 스위트콘 (Soy with Sweet Corn)
	용량	720ml (180ml*4개입)
기업 홍보 채널	가격	34,000동 (약 1,754원)
	제품 종류	기타 두유
기업 홍보 채널	자사 홈페이지(현지)	• 자사 홈페이지(현지)
	기업 소개 및 홍보	- 기업 소개 및 홍보
기업 홍보 채널	제품 소개 및 홍보	- 제품 소개 및 홍보
	SNS 플랫폼	• SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램)
기업 홍보 채널	신제품 홍보 및 제품 광고 게시	- 신제품 홍보 및 제품 광고 게시
	노화를 방지해주는 고혈압을 예방	• 노화를 방지해주는 고혈압을 예방
기업 홍보 문구	건강한 피부와 혈관 건강을 위한	• 건강한 피부와 혈관 건강을 위한
	비타민이 함유된	• 비타민이 함유된
기업 홍보 문구	강한 뼈를 위한 칼슘이 함유된	• 강한 뼈를 위한 칼슘이 함유된
	긴장을 풀고 스트레스를 완화하는	• 긴장을 풀고 스트레스를 완화하는
기업 홍보 문구	글루타민이 함유된	• 글루타민이 함유된
	Chất chống oxy hoá cao (tương đương chất chống oxy hoá từ 6 trái cà chua) giúp chống lão hoá, phòng bệnh cao huyết áp.	Chất chống oxy hoá cao (tương đương chất chống oxy hoá từ 6 trái cà chua) giúp chống lão hoá, phòng bệnh cao huyết áp.
기업 홍보 문구	Sesamin từ Mè đen chứa Vitamin A, C, E hỗ trợ làn da khỏe mạnh và sức mạnh tim mạch.	Sesamin từ Mè đen chứa Vitamin A, C, E hỗ trợ làn da khỏe mạnh và sức mạnh tim mạch.
	Canxi cao cho xương chắc khỏe.	Canxi cao cho xương chắc khỏe.

사진자료: 더치밀 홈페이지, 티키 홈페이지

23) 더치밀(Dutchmill) 홈페이지 (www.dutchmill.co.th)

## IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)

Interview ① 시에우티덕탄(Sieu Thi Duc Thanh)

Interview ② 시에우티켄트마트(Sieu Thi Kent Mart)

Interview ③ 시에우티뚜언투이(Sieu thi Thuan Thuy)

Interview ④ 사트라마트(Satra Mart)

Interview ⑤ 쩡히에우코리아(Trong Hieu Korea)

## Interview ① 시에우티덕탄 (Sieu Thi Duc Thanh)

● 시에우티덕탄  
(Sieu Thi Duc Thanh)

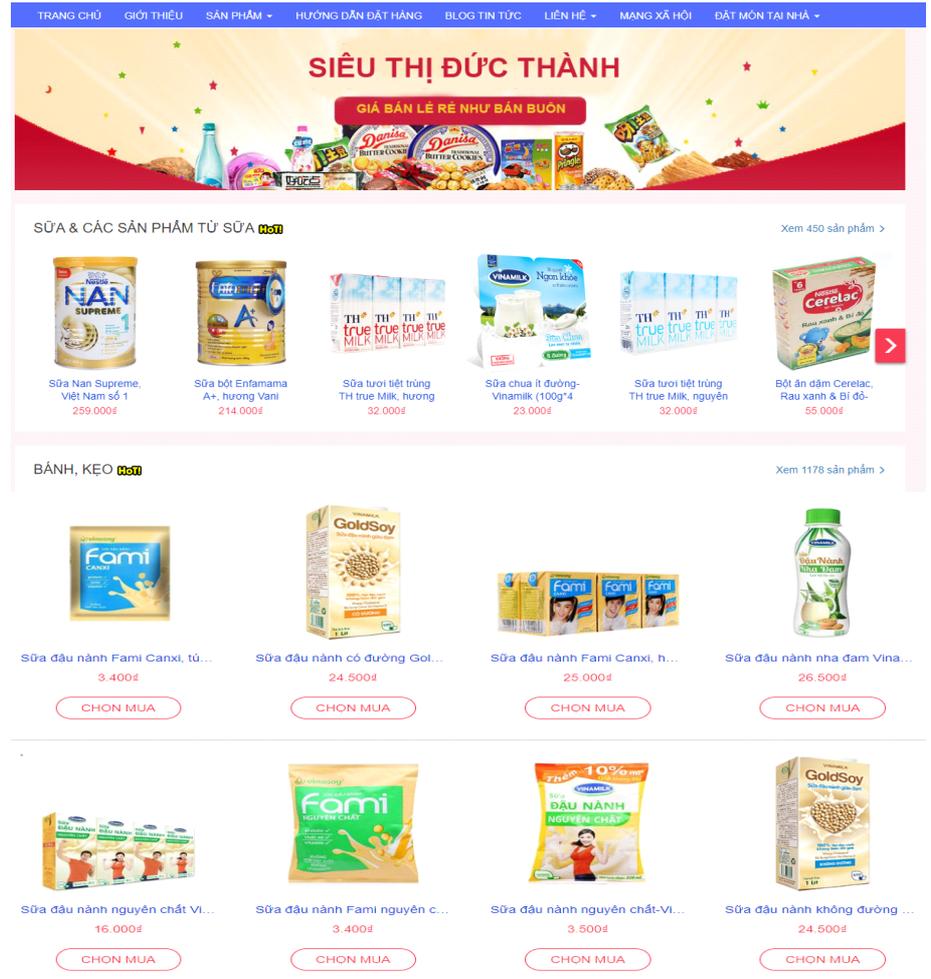
전문가 소속

시에우티덕탄  
(Sieu Thi Duc Thanh)  
소매업체

전문가 정보

Mr. Cong  
(Purchasing Department Staff)

24)



## 시에우티덕탄(Sieu Thi Duc Thanh) Purchasing Department Staff, Mr. Cong

시에우티덕탄은 슈퍼마켓 체인으로 하노이에 2개 매장을 두고 있으며 온라인 쇼핑몰도 함께 운영하고 있음. 주로 신선식품, 유제품, 음료 등을 취급하며 온라인 쇼핑몰을 통해 식사 배달 서비스를 제공 중에 있음. 신선식품의 경우 베트남 농산물 안전인증(VietGap, Vietnam Good Agricultural Practice)을 취득한 제품만 취급하여 소비자에게 고품질의 먹거리를 판매하고 있음

24) 사진자료: 시에우티덕탄(Sieu Thi Duc Thanh) 홈페이지 (sieuthiduc Thanh.com)



가격 9,900원

용량 190ml\*24팩

포장 종이팩

### Q1. 취급 두유 제품의 가격은 어떻게 되나요?

비나소이의 브랜드 파미 제품과 비나밀크, 한국 기업 B사의 제품을 취급하고 있습니다. 파미 제품은 200ml에 3,400동(약 175원)이며 비나밀크 제품은 200ml에 3,800동(약 196원), B사 제품은 190ml 제품 4개입에 55,500동(약 2,846원)입니다. 베트남 시장에 진출하기 위해서는 주로 현지 제품과 경쟁해야 하는데 A사 제품은 한 팩 당 약 7,994동(약 412원)로 현지 두유 제품과 비교했을 때 비싼 편이라고 생각합니다.

### Q2. 선호하는 용량은 어느 정도인가요?

타겟층에 따라 제품의 용량은 다릅니다. 1L나 2L의 대용량 제품은 용량이 크면서 가격도 비교적 저렴하기 때문에 장년층에게 인기가 많습니다. 200ml 정도의 소용량 제품은 30세 미만의 젊은 층에게 인기가 많은데, 회사나 학교 때문에 외출해있는 시간이 많아 마시기 편리하기 때문입니다. 또한, 빨대로 마실 수 있어 아이들을 위해 구매하는 여성 소비자도 많습니다. A사 제품은 190ml로 현지 두유 제품에 비해 작긴 하지만 용량을 조금 늘려 젊은 층이나 아이 부모를 공략하거나, 소비자를 끌어들이기 위한 독특한 맛으로 차별화 하는 것이 좋을 것입니다.

### Q3. 현지 소비자는 어떤 맛 식물성 음료를 선호하나요?

소비자들은 보통 콩의 풍부한 맛이나 고소한 맛을 선호하기 때문에 콩을 원료로 한 일반 두유를 선호합니다. 베트남에서 인기 있는 두유 브랜드인 비나소이의 파미 같은 경우에도 맛에 영향을 주는 첨가물이 없는 일반 두유가 가장 인기 있습니다. 단 맛도 좋아하긴 하지만 대부분 고소하거나 콩 맛이 나는 음료를 선호하는 편입니다.

### Q4. 우유에 곡식을 첨가했을 때 어떤 것이 가장 인기 있나요?

대부분의 소비자들은 다른 곡식이 함유되지 않고 오직 콩만 첨가된 우유를 선호합니다. 두유 역시 콩만 갈아서 만든 제품을 선호하지만 비나밀크에서 판매하는 제품처럼 검은콩 두유도 인기가 있습니다. 검은콩이나 호두가 첨가된 두유도 판매되고 있으며, 이 곡식들 모두 우유나 두유에 첨가했을 때 고소한 맛이 나기 때문에 선호하는 편입니다.

#### Q5. 두유가 남성 호르몬을 감소시킨다는 속설을 들어보셨나요?

들어본 적은 있지만 두유가 남성 호르몬 수치를 감소시킨다는 것이 과학적으로 증명된 적은 없기 때문에 단순한 속설인 것으로 알고 있습니다. 하지만 그 속설 때문에 남성 소비자들이 두유 제품을 꺼리게 되어 판매량에 영향을 미친 적은 있습니다. 이 때문에 현지 기업들은 남성을 위한 제품을 출시하기도 했습니다. 뱃속의 아기가 남자 아이일 경우에 두유를 마시면 안 된다는 소문도 있지만 현지에서는 아이들을 위한 두유 제품이 많이 판매되고 있고, 오히려 부모들은 아이들에게 동물성 식품인 우유보다 두유를 마시게 하는 것을 선호합니다.

#### Q6. 신규 두유 제품 라인 확대 의지가 있습니까?

없습니다. 현지에서는 수입 두유 제품보다는 현지 브랜드 제품의 인기가 더 높기 때문입니다. 일부 유통업체는 수입 두유 거래를 중단하고 현지 제품 유통에 초점을 맞추고 있기도 합니다. 베트남에서는 한국 화장품이나 인삼 같은 건강식품, 전자제품 등이 인기 있고 유아용 분유도 선호하긴 하지만 한국 음료는 크게 선호하지 않는 편입니다.

## Interview ② 시에우티켄트마트 (Sieu Thi Kent Mart)

시에우티켄트마트  
(Sieu Thi Kent Mart)

전문가 소속

시에우티켄트마트  
(Sieu Thi Kent Mart)  
소매업체

전문가 정보

Mrs. Tuyen (Owner)



25)

## 시에우티켄트마트(Sieu Thi Kent Mart) Owner, Mrs. Tuyen

시에우티켄트마트는 2017년에 설립된 슈퍼마켓으로 다남에 매장이 위치하고 있음. 신선식품, 즉석식품, 유제품, 가정용품 등을 취급하고 있으며 한국 수입 제품도 판매함. 오프라인 매장뿐만 아니라 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매하고 있으며, 음식 레시피나 제품 활용법 등에 대한 정보를 제공하기도 함

25) 사진자료: 시에우티켄트마트(Sieu Thi Kent Mart) 홈페이지 (muanhanhtainha.com)



가격	9,900원
----	--------

용량	190ml*24팩
----	-----------

포장	종이팩
----	-----

### Q1. 주로 어떤 두유 제품을 취급하고 있나요?

콩이나 곡식으로 만든 음료의 경우 두유나 검은깨 우유를 주로 판매하고 있습니다. 비나소이의 파미 브랜드 제품을 주로 취급하며 한국 기업 C사의 호두 맛 우유도 판매하고 있습니다. 비나소이 제품의 경우 한 팩 당 3,750동(약 194원)에 판매하고 있는데, 이와 비교했을 때 A사 제품의 가격은 다소 비싸다고 생각합니다. 하지만 C사의 호두 맛 우유는 1팩에 11,600동(약 599원)으로, 수입 제품과 비교한다면 그렇게 비싼 가격은 아니라고 생각합니다.

### Q2. 현지 바이어는 어떤 용량의 제품을 선호하나요?

현지에서 판매되는 두유는 1L의 대용량 제품과 200ml정도의 소용량 제품으로 구분할 수 있습니다. 소용량 제품의 경우 대부분의 베트남 현지 브랜드는 200ml 용량의 두유 제품을 생산하기 때문에 바이어가 선호하는 제품 용량 역시 200ml입니다. A사 제품의 용량은 190ml로 200ml보다 용량이 조금 적기 때문에 베트남 시장으로 진출할 때 프로모션의 일환으로 용량을 조금 더 늘리는 것이 좋다고 생각합니다.

### Q3. 현지 소비자들은 어떤 맛의 두유를 선호하나요?

두유의 경우 풍부한 콩 맛이 나는 제품을 선호합니다. 현지 소비자들 사이에서 콩이 빠 건강에 좋다는 인식이 널리 퍼져있기 때문에 콩 원료가 많이 함유된 제품이 인기 있습니다. 콩뿐만 아니라 아몬드나 호두, 깨와 같이 고소한 맛이 특징인 원료가 함유된 제품도 선호하는 편이기 때문에 다양한 맛의 두유를 만들 수 있다면 현지 소비자들이 관심을 가질 것입니다.

### Q4. 베트남 내에서 두유의 주 소비층은 어떠한가요?

베트남에서 두유는 모두가 즐기는 음료이긴 하지만 동물성 단백질에 알레르기가 있는 사람들이나 부모들이 특히 많이 구매합니다. 중·장년층의 경우 콩이 빠 건강에 좋다고 생각하여 골다공증을 예방하기 위해 자주 섭취합니다. 다만, 두유가 남성 호르몬을 감소시킨다는 소문이 있어 남성 소비층의 구매율이 비교적 낮은 편이긴 하지만 비나소이는 이 소문이 사실이 아님을 강조하기 위해 세미나를 여는 등 많은 노력을 하고 있습니다.

## Q5. 베트남 দুয়ু 시장 현황은 어떠한가요?

두유는 베트남 사람들이 일상에서 쉽고 간편하게 즐기는 음료이기 때문에 수요는 꾸준히 높습니다. 비나소이나 비나밀크와 같은 현지 브랜드뿐만 아니라 B사, C사의 제품도 쉽게 찾아볼 수 있습니다. 일부 소비자들은 매장에서 판매하는 두유 제품보다 길거리에서 바로 만들어 파는 수제 두유 제품이 더 신선하다고 생각하는 경향이 있기도 합니다.

## Q6. 베트남 내에서 한국산 두유의 전망은 어떤가요?

현지 브랜드의 두유 제품 외에도 다양한 수입 제품이 판매되고 있는데, 그 중에서도 한국 제품이 가장 우세합니다. 베트남에는 롯데마트, 이마트 등 많은 한국 대형 유통업체들이 진출해있어 현지 소비자들이 한국 제품에 익숙하며, 이를 토대로 한국 두유 역시 소비자들에게 친숙해졌습니다. 품질 역시 좋아 소비자들에게는 한국 두유가 우수하다는 인식이 있습니다. 하지만, 베트남 사람들의 수입에 비해 가격이 높은 편이라 쉽게 구매할 수 없어 시장 점유율은 낮은 상태입니다. 만약 가격이 조금 낮아진다면 지금보다 더 많은 사람들이 구매할 것입니다.

## Interview ③ 시에우티뚜언투이(Sieu thi Thuan Thuy)

시에우티뚜언투이  
(Sieu thi Thuan Thuy)

전문가 소속

시에우티뚜언투이  
(Sieu thi Thuan Thuy)  
소매업체

전문가 정보

Mr. Quang (Manager)



26)

Product Name	Price
Lavie 350ml x 24 chai	60.000 đ
Th.24 Bia Sagota vàng 330ml	180.000 đ
Cà phê sữa hòa tan Vinacafe Gold Original hộp 400g (20g x 20 gói)	35.000 đ
Sữa yomost các mùi 170ml x 48 hộp	275.000 đ
Th.24 Trà ô long 350ml (chai nhỏ)	112.000 đ
Sữa đậu nành soya Tribeco 300ml x 24chai	159.999 đ
NƯỚC GIẢI KHÁT	
NƯỚC TRÁI CÂY	
THỰC PHẨM	
NƯỚC BỔ DƯỠNG	
ĐẶC SẢN CÁC MIỀN	
SỮA	
Sữa chua uống tiết trùng TOP KID.	127.999 đ
Sữa chua Vinamilk có đường/ không đường 48 x 100gr	207.999 đ
Sữa tươi không đường Vinamilk 1L	320.000 đ
Sữa tươi TH bịch 48 x 220ml	302.000 đ
Sữa tươi TH hộp 12 x 1000ml	308.000 đ
Sữa tươi TH hộp 180ml	Xem
Sữa yomost các mùi 170ml x 48 hộp	275.000 đ
Sữa đặc ngói sao phương nam hộp giấy 1L	630.000 đ
Sữa đặc Ông Thọ xanh có đường	935.000 đ
Sữa đậu nành soya Tribeco 300ml x 240ml	159.999 đ
Th.36 hộp sữa đậu nành fammi 200ml	135.000 đ
Thùng 30 bịch sữa đậu nành fammi 200ml	125.000 đ

## 시에우티뚜언투이(Sieu thi Thuan Thuy) Manager, Mr. Quang

시에우티뚜언투이는 주로 식품을 취급하는 유통업체로 호치민에 오프라인 매장을 두고 있으며, 온라인 쇼핑몰도 운영하고 있음. 유제품, 가공식품, 음료 등을 판매하고 있으며 한국 수입 제품도 판매함

26) 사진자료: 시에우티뚜언투이(Sieu thi Thuan Thuy) 홈페이지 (sieuthitt.com)



가격	9,900원
용량	190ml*24팩
포장	종이팩

### Q1. 판매하고 있는 두유 제품의 가격과 용량은 어떻게 되나요?

저희는 비나소이와 트리소이 제품을 판매하고 있습니다. 비나소이 제품은 200ml 제품 36개입에 125,000동(약 6,450원), 트리소이는 240ml 제품 30개입에 160,000동(약 8,256원)입니다. A사 제품의 가격은 24개입에 191,860동(약 9,900원)인데 다소 비싸다고 생각합니다. 가격이 높으면 현지 브랜드와 경쟁하기 힘들기 때문에 베트남 두유 제품과 비슷한 가격대이거나 더 낮아야 경쟁력을 갖출 수 있습니다. A사 제품의 용량 역시 190ml로 현지 브랜드 제품보다 적은 편인데 용량이 200ml 이상 되어야 현지 소비자들이 관심을 갖기 시작할 것입니다.

### Q2. 현지 소비자는 어떤 맛의 식물성 음료를 선호하나요?

비나소이 제품의 경우 약간 단 맛이 나면서 콩의 자연스럽고 풍부한 맛이 특징입니다. 트리소이 제품은 비나소이 제품보다 더 달콤하고 바닐라 맛이 나는데 현지 소비자들은 고소하고 콩 맛이 많이 나는 제품을 선호하기 때문에 트리소이보다 비나소이 제품이 더 인기가 많습니다. 젊은 소비자들을 공략한다면 초콜릿, 바닐라, 딸기 등의 달콤한 맛이 효과적일 수도 있겠지만, 대부분의 소비자들은 일반 두유나 검은깨 맛이 나는 두유를 더 선호합니다.

### Q3. 어떤 고객층이 두유를 주로 섭취하나요?

아침식사로 두유를 마시거나 더울 때 냉장고에 넣어뒀던 두유를 마시는 등 대부분의 사람들이 일상생활에서 두유를 섭취합니다. 그 중에서도 30-40대, 특히 여성 소비자들에게 인기가 많습니다. 두유의 성분이 뼈 건강에 좋고 노화방지에 도움을 준다는 과학적인 연구가 있었기 때문에 30-40대 소비자들은 나이가 들어가면서 몸이 나빠질 것을 생각하여 두유를 섭취합니다.

### Q4. 두유가 남성에게 좋지 않다는 속설에 대해 어떻게 생각하시나요?

그런 속설에 대해 들어본 적이 있습니다. 베트남 사람들은 주로 불교를 믿는데 승려들이 주로 두부나 콩으로 만든 요리를 먹자, 두유를 비롯한 콩 요리가 성욕 억제에 영향을 준다는 소문이 퍼지면서 남성 소비자들의 구매율이 감소하기도 했습니다. 판매량 감소로 두유 제조사들은 두유가 남성에게 해롭지 않다는 것을 알려주기 위하여 세미나를 열기도 했고 저 역시 초대받아 참석한 적이 있습니다.

---

#### Q5. 남자아이를 임신하면 두유를 먹지 않는다고 들었는데 사실인가요?

과학적 정보를 접하기 어려웠던 시절에는 두유가 남성 호르몬을 감소시킨다는 소문 때문에 실제로 남자아이를 임신했을 경우 두유를 먹지 않는 사람들이 있었습니다. 하지만 최근 아이를 갖는 부모들은 인터넷을 통해 두유가 태아에게 좋은 음식이라는 과학적 사실을 알게 되었고, 예전처럼 소문을 믿고 두유를 먹지 않는 경우는 없어졌습니다.

#### Q6. 현지 소비자들은 첨가물이 들어간 두유에 대해 어떻게 생각하나요?

베트남 소비자들은 대부분 콩의 자연스러운 풍부한 맛을 좋아하기 때문에 설탕 같은 첨가제가 들어간 두유 제품을 좋아하지 않습니다. 또한, 건강을 위해 두유를 섭취하는 소비자들이 많은데 첨가제가 들어가면 건강에 좋지 않다고 생각합니다. 그렇기 때문에 베트남 시장에서는 첨가제를 넣지 않고 유기농 원료로 만든 제품이 경쟁력을 갖출 수 있을 것입니다.

## Interview ④ 사트라마트(Satra Mart)

● 사트라마트  
(Satra Mart)

전문가 소속

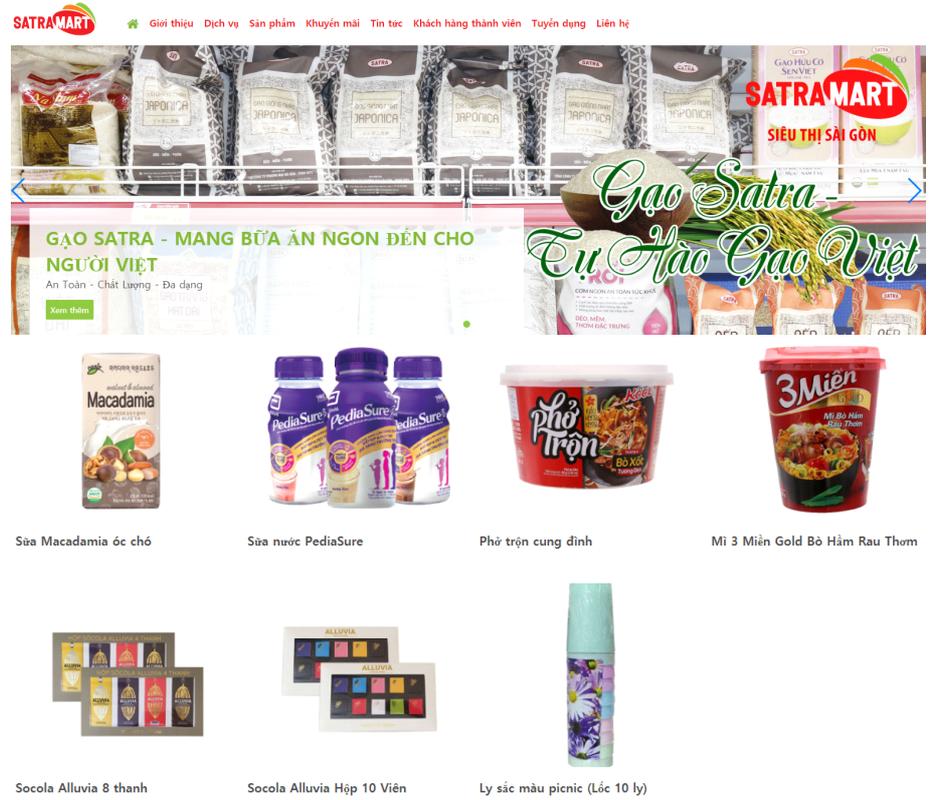
사트라마트  
(Satra Mart)  
소매업체

전문가 정보

Mr. Phuong  
(Purchasing Department)



27)



### 사트라마트(Satra Mart) Purchasing Department, Mr. Phuong

사트라마트는 사이공 무역 그룹(Saigon Trade Group) 산하 슈퍼마켓 브랜드로 2001년 설립됨. 유제품, 즉석식품 등을 취급하고 있으며, 자사 홈페이지를 통해 음식 레시피 또는 판매 제품 프로모션 등 소비자들에게 도움 되는 정보를 제공하고 있음. 사트라 보너스라는 멤버십 서비스를 제공하며 모바일 앱을 통해 편리한 쇼핑 경험을 제공하고 있음

27) 사진자료: 사트라마트(Satra Mart) 홈페이지 (www.sieuthisaigon.com.vn)



가격 9,900원

용량 190ml\*24팩

포장 종이팩

### Q1. 취급 중인 두유 제품의 가격과 용량은 어떻게 되나요?

현지 브랜드 비나소이와 비나밀크의 제품을 취급하며 한국 기업 C사, 미국 기업 커클랜드의 제품도 판매하고 있습니다. 비나소이 제품의 경우 200ml 용량 36개입 제품이 125,000동(약 6,450원)에 판매되고 있습니다. A사 제품은 수입 제품과 비교하면 괜찮은 가격이지만 현지 제품과 비교했을 때 다소 비싼 편입니다. 또한, 소비자들은 최소 200ml 이상의 용량을 선호하기 때문에 A사 제품 용량 190ml는 적은 편입니다.

### Q2. 어떤 맛의 두유 제품이 주로 판매되나요?

고소하고 은은한 단 맛이 나는 두유 제품이 주로 판매되며, 소비자들은 콩의 풍부한 맛을 좋아하기 때문에 호두나 잣, 아몬드 등 다른 원료가 첨가된 제품보다 일반 두유의 판매량이 높은 편입니다. 게다가 일반 두유는 기타 두유보다 가격이 더 저렴하기 때문에 기타 첨가물 없이 콩으로만 만든 두유가 인기 있습니다.

### Q3. 두유 제품 주요 소비자의 연령대와 성별은 어떻게 되나요?

베트남에서는 주로 중년 여성층이 두유 제품을 구매합니다. 두유는 영양소도 풍부하더라도 칼로리가 낮아 체중에 대한 걱정을 크게 덜어주기 때문입니다. 또한, 간편하게 마실 수 있기 때문에 출근하는 남편이나 등교하는 아이들에게 아침식사 대용으로 주기 위해 구매하기도 합니다. 베트남에서는 주로 주부가 생필품 등을 구매하기 때문에 중년 여성을 타겟으로 삼을 필요가 있습니다.

### Q4. 수입 제품을 포함한 신규 두유 제품을 취급할 의향이 있으신가요?

기회가 된다면 새로운 브랜드의 제품을 판매하여 저희가 취급하는 제품을 다양화하고 싶습니다. 수입 제품의 경우 현지 브랜드 제품에 없는 독특한 특징을 가지고 있기 때문에 소비자들에게 좋은 반응을 얻어낼 수 있을 것입니다. 한국에서 딸기 맛, 바나나 맛 유제품이 인기 있다고 알고 있는데 베트남에서 이런 제품은 본 적이 없기 때문에 새로운 맛을 선보일 좋은 기회가 될 것입니다.

### Q5. 베트남 시장 진출 시 주의해야할 점은 무엇이 있나요?

가장 고려해야할 점은 제품의 가격입니다. 베트남 소비자들은 소득이 높지 않아 제품의 가격에 민감하기 때문에 아무리 품질이 좋아도 가격이 비싸면 구매하지 않습니다. 대부분의 소비자들은 한국산 제품을 포함한 수입 제품의 품질이 좋다는 것을 알고는 있지만 비싼 가격 때문에 구매하지 않습니다.

## Interview ⑤ 종이에우코리아(Trong Hieu Korea)

●  
종이에우코리아  
(Trong Hieu Korea)

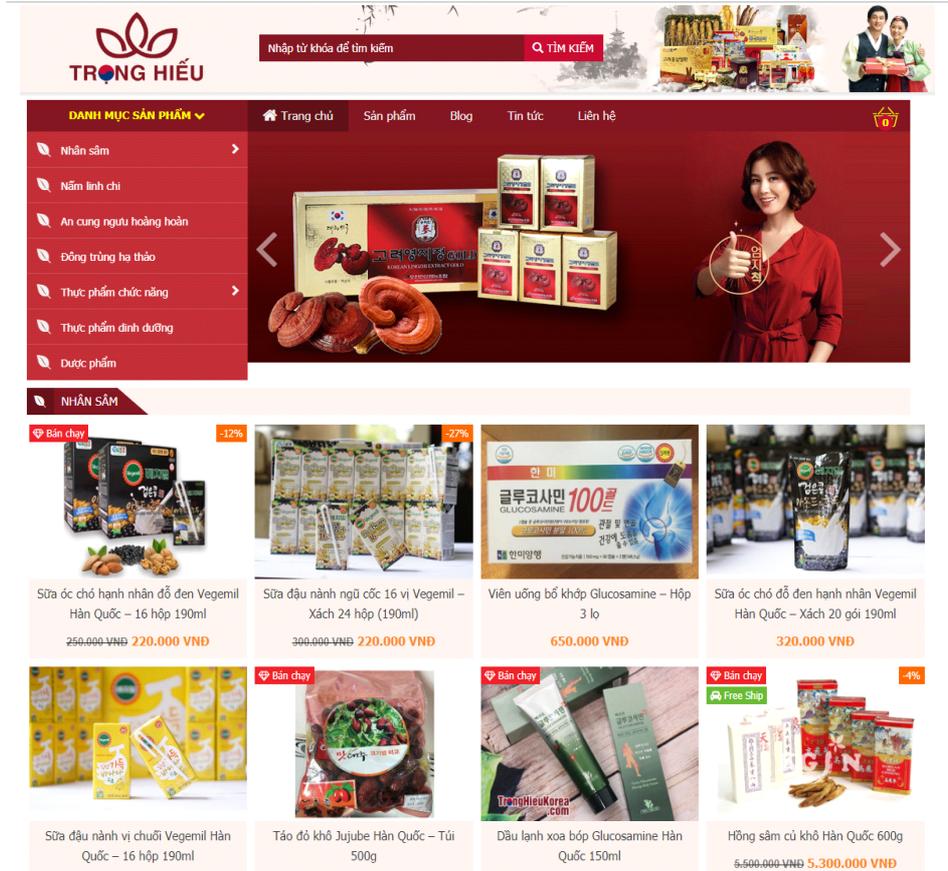
전문가 소속

종이에우코리아  
(Trong Hieu Korea)  
소매업체

전문가 정보

Mrs. Khanh (Manager)

28)



### 종이에우코리아(Trong Hieu Korea) Manager, Mrs. Khanh

종이에우코리아는 하노이에 위치한 소매업체로 자사 홈페이지, 페이스북으로도 제품을 판매하고 있음. 한국산 제품을 수입해 판매하고 있으며 주로 인삼, 유제품, 의약품을 취급함. 현지 수입업체로부터 제품을 구매하여 소비자들에게 유통하고 있음

28) 사진자료: 종이에우코리아(Trong Hieu Korea) 홈페이지 (tronghieukorea.com)



가격	9,900원
----	--------

용량	190ml*24팩
----	-----------

포장	종이팩
----	-----

### Q1. 취급 중인 두유 제품의 가격과 용량은 어떻게 되나요?

D사의 두유 제품을 판매하고 있습니다. 검은콩이 첨가된 제품은 190ml 용량, 24개입에 220,000동(약 11,352원)이며, 바나나 맛 두유 제품은 같은 포장 형태에 240,000동(약 12,384원)입니다. 현지 두유 브랜드 제품들보다 용량이 다소 작긴 하지만, 고소하고 약간의 단 맛으로 소비자들에게 좋은 반응을 받아왔기 때문에 계속 판매하고 있습니다. A사의 제품은 저희가 취급하는 제품과 비슷한데, 품질과 맛이 좋다면 용량과 가격은 괜찮은 편이라고 생각합니다.

### Q2. 현지에서 판매되는 두유 제품의 포장 형태는 어떤가요?

예전에는 유리병 형태의 두유 제품이 인기 있었습니다. 주로 카페에서 판매했으며 얼음을 넣어 다과와 함께 마시기 좋았습니다. 하지만 유리병은 휴대하기 불편했고 카페나 편의점 같은 특정 장소에서만 마실 수 있기 때문에, 최근에는 간편한 종이팩 포장 형태가 인기 있습니다.

### Q3. 베트남 내에서 한국 두유의 인지도는 어떤가요?

주로 베트남 거주 한국인, 한국에 관심이 있는 사람, 한국에서 거주하던 현지인, 한국 기업에서 일하는 노동자와 같이 한정된 범위의 사람들이 한국산 두유를 선호합니다. 한국산 두유는 롯데마트나 이마트 같은 한국 슈퍼마켓 브랜드나 아시안 마켓에서 쉽게 찾아볼 수 있습니다. 그 외 사람들에게겐 베트남 현지 브랜드 제품이 인기가 많습니다.

### Q4. 베트남 내 두유 시장 현황과 전망은 어떤가요?

베트남에서 두유 수요는 꾸준한 편이며, 최근에는 소비자들이 건강한 제품에 관심을 가지는 중입니다. 실제로 소비자들 사이에서 공산품보다 수제 두유가 건강에 좋을 것이라는 인식이 생겨 가정에 두유 제조기로 두고 직접 두유를 만들어 먹는 가정이 늘고 있습니다. 유기농 인증이나 식품위생안전인증을 취득한다면 소비자들이 관심을 갖게 될 것입니다.

### Q5. 한국산 식음료 제품의 향후 전망은 어떠한가요?

최근 베트남에서는 한국 문화가 인기를 끌고 있습니다. 한국 음식을 접해보고 싶다는 사람들이 많기 때문에 한국산 식음료 제품의 판매량이 높아질 것으로 예상하고 있습니다. 저희도 현재 취급 중인 D사 제품의 판매량이 괜찮은 편이기 때문에, 고객 선택의 폭을 넓히기 위해 다른 한국산 두유 제품을 취급할 생각이 있습니다.

## V. 경쟁력파악(Competitiveness)

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹

## 1. 제품 경쟁력 검증

### 1) 가격 및 용량

#### ● 경쟁제품(제조사)

- ① 누띠 우엔 작 (누띠푸드)
- ② 겍 도이 칸씨 콩 드엉 (비나밀크)
- ③ 홈소이 소야밀크 (에이스캐닝)
- ④ 골드소이 쓰따파우네잉아우맘 (비나밀크)
- ⑤ 파미 칸시 (비나소이)
- ⑥ 파미 우엔 작 (비나소이)
- ⑦ 겍 도이 칸시 초 쓰엉 차 코예 (비나밀크)
- ⑧ 파미 우엔 작 및 드엉 (비나소이)
- ⑨ 네스버타 쓰아 남 로아이 따우 (네슬레)
- ⑩ 소이시크릿츠 소이 워 블랙 세사미 (더치밀)
- ⑪ 소이시크릿츠 소이 워 저메이티드 라이스 (더치밀)
- ⑫ 소이시크릿츠 소이 워 스위트 콘 (더치밀)
- ⑬ 파미 브으 상 두작 비다우도 (비나소이)
- ⑭ 파미 키드 (비나소이)
- ⑮ 파미 브으 상 두작 비메덴 (비나소이)

#### ▶ A사 제품 100ml 당 가격, 경쟁제품 평균 100ml 당 가격 대비 비싼 편

A사 제품의 100ml 당 가격은 4,207동(약 217원)<sup>29)</sup>로 경쟁제품 15개의 평균 100ml 당 가격 2,881동(약 149원) 대비 약 1,326동(약 68원) 비싼 편임. 일반 우유 제품 평균 100ml 당 가격은 2,321동(약 120원)으로 A사 제품 대비 1,886동(약 97원) 저렴함. 기타 우유의 100ml 당 가격은 3,522동(약 182원)으로, A사 제품 대비 약 685동(약 35원) 저렴함

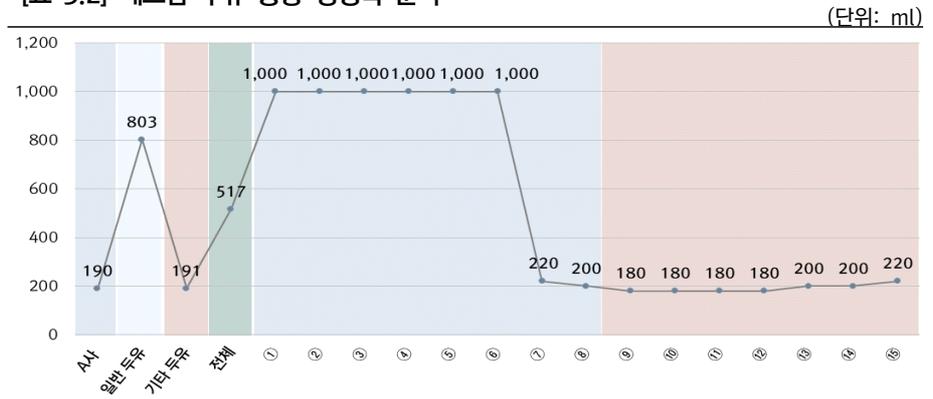
[표 3.1] 베트남 우유 가격 경쟁력 분석



#### ▶ A사 제품 용량 190ml, 경쟁제품 평균용량 대비 작은 편

A사 제품의 용량은 190ml로, 경쟁제품 15개 경쟁제품의 평균 용량 517ml보다 327ml 작음. 일반 우유 8개 제품의 평균 용량은 803ml이며 8개 제품 중 6개 제품 용량이 1L인 것으로 조사됨. 기타 우유 7개 제품의 평균 용량은 191ml이며, 7개 제품 중 180ml 용량 제품 4개, 200ml 용량 제품 2개, 220ml 용량 제품 1개인 것으로 확인됨

[표 3.2] 베트남 우유 용량 경쟁력 분석



29) A사 제품 동 가격: 7,994동(A사 제품 가격 9,900원을 0.0516원으로 나눈 후 24로 나눠 소수점을 반올림한 값(약 412원))

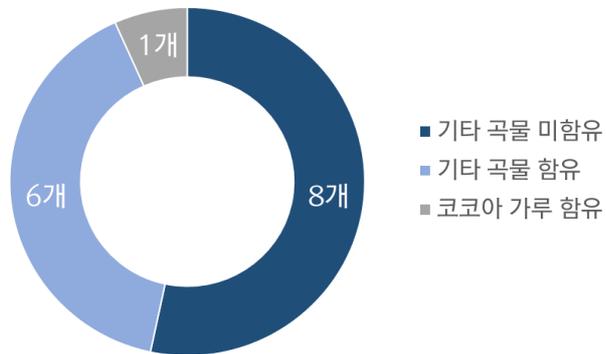
A사 제품 100ml 당 동 가격: 4,207동(A사 제품 동 가격 7,994동을 190으로 나눈 후 100을 곱해 소수점을 반올림한 값(약 217원))

3) 원료 및 첨가물

▶ 경쟁제품 15개 중 8개, 기타 곡물 미함유

베트남에서 판매되고 있는 두유 경쟁제품 15개의 원료 및 첨가물을 조사한 결과, 8개 제품에는 맛에 영향을 주는 기타 곡물이 함유되지 않은 것으로 조사됨. 그 외 7개 제품 중 6개 제품은 검은깨, 검은콩, 옥수수 등 기타 곡물이 포함되었으며 1개 제품은 코코아 가루가 함유된 것으로 확인됨

[표 3.3] 베트남 두유 원료 및 첨가물 경쟁력 분석

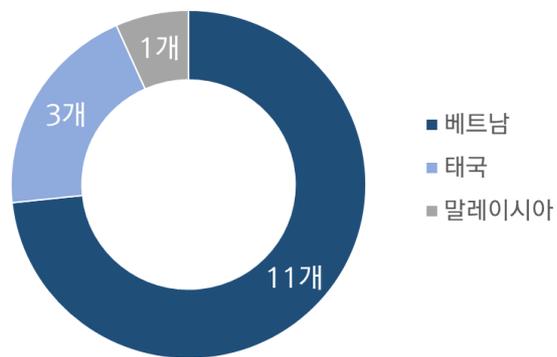


4) 원산지

▶ 경쟁제품 15개 중 11개, 베트남산 제품

베트남에서 판매되고 있는 두유 경쟁제품 15개의 원산지를 조사한 결과, 11개 제품이 베트남산인 것으로 조사됨. 그 외 3개 제품 태국산, 1개 제품 말레이시아산인 것으로 확인됨

[표 3.4] 베트남 두유 제품 내부포장 경쟁력 분석



## 2. 벤치마킹 제품 분석

### 1) 벤치마킹 제품 선정

#### ▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 제품 선정 기준은 온라인과 오프라인 매장에서 모두 확인되고, 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 제품을 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

#### 1) 벤치마킹 대상 선정

##### · 온/오프라인 매장에서의 인기 제품

(\*) 온라인 쇼핑몰 : 티키, 쇼피, 라자다

(\*) 오프라인 매장 : 롯데마트, 빅씨, 빈마트

##### · 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(\*) 온라인 쇼핑몰 : 3개 온라인 쇼핑몰 중 2개 이상 쇼핑몰에서 판매되는 제품

(\*) 오프라인 매장 : 조사매장 3개 중 2개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

##### · 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 제품

#### ▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



경쟁력 분석 제품  
(A사 \_ 완전두유 검은콩)

‘전두유 공법 사용,  
영양소 풍부’

종이팩	공통 특징 ① 포장	종이팩
고소한 맛	공통 특징 ② 맛	고소한 맛
4,207종	벤치마킹 ▶ 100ml 당 가격	2,208종
190ml	벤치마킹 ▶ 용량 (한 팩 당)	200ml
칼슘 함유, 콩을 통째로 같이 넣음	벤치마킹 ▶ 홍보문구	적은 설탕 함유, 더 맛있고 부드럽게



현지 벤치마킹 인기 제품  
(비나소이 \_ 파미 우옌 작 잇 드영)

‘저렴한 가격,  
성분과 맛 강조’

## 2) 벤치마킹 제품 분석

## - 가격

## ▶ 벤치마킹 제품, 100ml 당 가격 2,208동

베트남에서 판매되는 두유 제품의 평균 100ml 당 가격은 2,881동(약 149원)이며 벤치마킹 제품의 100ml 당 가격은 2,208동(약 114원)인 것으로 확인됨

## [표 3.5] 베트남 두유 인기제품, 가격 인터뷰 분석

(인터뷰) 베트남 시장에 진출하기 위해서는 주로 현지 제품과 경쟁해야하는데 A사 제품은 한 팩 당 약 7,994동(약 412원) 정도로 현지 두유 제품과 비교했을 때 비싼 편이라고 생각합니다.

- Mr. Cong (시에우티덕탄, 판매부 스태프) -

## 3) 벤치마킹 제품 분석

## - 용량

## ▶ 벤치마킹 제품, 현지 소비자 선호 용량인 200ml

베트남에서 판매되는 인기 두유 제품들은 대부분 200ml 용량으로, 대용량(1L 이상) 제품에 비해 마시기 편리하기 때문인 것으로 조사됨

## [표 3.6] 베트남 두유 인기제품, 용량 인터뷰 분석

(인터뷰) A사 제품의 용량 역시 190ml로 현지 브랜드 제품보다 적은 편인데 용량이 200ml 이상 되어야 현지 소비자들이 관심을 갖기 시작할 것입니다.

- Ms. Quang (시에우티뚜언투이, 세일즈 매니저) -

## 4) 벤치마킹 제품 분석

## - 첨가물&amp;맛

## ▶ 벤치마킹 제품, 풍부한 콩 맛이 특징

베트남 현지 소비자들은 콩의 풍부한 맛을 선호하기 때문에 기타 첨가물이 함유되지 않은 일반 두유를 선호하는 것으로 조사됨. 또한, 고소한 맛을 선호하기 때문에 검은콩 또는 검은깨 등이 들어간 제품도 선호하는 것으로 확인됨

## [표 3.7] 베트남 두유 인기제품, 첨가물&amp;맛 인터뷰 분석

(인터뷰) 두유의 경우 풍부한 콩 맛이 나는 제품을 선호합니다. (중략) 콩뿐만 아니라 아몬드나 호두, 깨와 같이 고소한 맛이 특징인 원료가 함유된 제품도 선호하는 편이기 때문에... (후략)

- Mrs. Tuyen (시에우티켄트마트, 주인) -

### 3. 기업 마케팅 벤치마킹

#### 1) 판매 채널

##### ▶ 경쟁기업 6개사 모두 베트남 오프라인 및 온라인 채널 진출

베트남에 진출한 경쟁기업 6개사 중 5개사는 모두 오프라인 및 온라인 채널에 진출한 것으로 확인됨. 6개사 중 각기 다른 4개사가 슈퍼마켓 롯데마트, 빈마트, 빅씨에서 조사됨. 더치밀을 제외한 5개사는 모두 2개 이상의 오프라인 매장에 진출함. 온라인 채널 중에서는 쇼피에 6개사가, 티키에 5개사, 라자다에 4개사가 진출한 것으로 확인되었으며, 비나소이의 경우 3개의 오프라인 및 온라인 채널에 모두 진출한 것으로 조사됨

[표 3.8] 베트남 두유 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인			온라인		
	롯데마트	빅씨	빈마트	티키	쇼피	라자다
누띠푸드	○		○		○	
비나밀크	○		○	○	○	○
비나소이	○	○	○	○	○	○
에이스캐닝	○	○		○	○	
네슬레		○	○	○	○	○
더치밀		○		○	○	○

#### 2) 홍보 채널

##### ▶ 경쟁기업 6개사 중 4개사 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 홍보 채널로 활용

경쟁기업 6개사는 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하고 있음. 홍보 채널에는 주로 자사 정보, 취급하는 제품 정보, 제품을 활용한 레시피 등을 게시하고 있으며, 누띠푸드, 비나밀크, 비나소이, 에이스캐닝 4개사는 현지어 외에도 영어를 사용한 글로벌 홈페이지를 운영하고 있음. 경쟁기업 6개사 모두 페이스북을 홍보 채널로 활용하고 있으며, 그 외 인스타그램, 트위터, 유튜브를 활용하는 것으로 조사됨

[표 3.9] 베트남 두유 제조 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼			
		페이스북	인스타그램	트위터	유튜브
누띠푸드	○	○			○
비나밀크	○	○	○		○
비나소이	○	○			○
에이스캐닝	○	○	○		○
네슬레	○	○		○	○
더치밀	○	○	○		

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업, 제품의 ‘성분’과 ‘맛’을 강조하여 경쟁제품 홍보

베트남에 진출한 경쟁기업 6개사는 주로 경쟁제품의 ‘성분’과 ‘맛’을 강조한 키워드를 사용하여 경쟁제품을 홍보하고 있음. 두유 경쟁제품의 성분을 강조하는 문구로는 대부분 ‘피부와 혈관을 건강하게 해주는 비타민’, ‘뼈를 강화해주는 칼슘’, ‘스트레스를 완화하는 글루타민’ 등의 문구를 사용하거나 ‘방부제나 콜레스테롤이 없는’, ‘설탕이 첨가되지 않은’ 등 두유 성분의 이로운 점을 주로 홍보함. 이 밖에, 두유의 맛을 강조한 ‘달콤한 맛’, ‘부드러운 맛’, ‘옥수수, 멜론의 흥미로운 조합’ 등의 문구를 주로 사용함

[표 3.10] 베트남 두유 경쟁기업 홍보문구 분석



## VI. 시장진출제언(Export Insights)

# VI. Export Insights



원료 및 맛

### 일반 두유 / 고소하고 약간 단 맛

현지인들, 첨가물이 들어간 제품 보다는 고소한 맛의 일반 두유 선호



바이어 인터뷰에 따르면, 현지인들은 첨가물이 들어간 두유 제품보다는 일반 두유를 선호하는 것으로 확인됨. 또한 현지 소비자들은 고소하고 콩 맛이 많이 나는 제품을 선호하기 때문에 바닐라 맛이 들어간 트리소이 제품보다는 일반 두유를 판매하는 비나소이 제품이 더 인기가 많음. 젊은 층을 공략한다면, 다양한 맛의 두유가 효과적일 수 있지만, 대부분의 소비자들은 일반 두유의 고소하고 약간 단 맛을 더 선호하는 것으로 파악됨

마케팅

### 홍보문구: 성분과 맛 강조

성분 및 효능 그리고 다양한 맛을 강조



경쟁기업은 제품 홍보 시 주로 제품의 성분과 맛을 강조한 홍보문구를 활용하는 것으로 확인됨. 성분의 경우 '비타민 및 오메가3', '칼슘으로 뼈를 강화하는' 등을 사용함. 맛의 경우 '최상의 맛', '달콤한 맛', '부드러운 맛' 등을 강조함. 이외에도 제품의 품질과 안정성을 강조하기 위해 '국가에서 엄선한', '논 지엠오' 등의 문구를 사용함

마케팅

### 홍보채널: 홈페이지 + SNS

베트남 홈페이지 제작 및 4개 SNS 채널 활용하여 제품 홍보



경쟁기업 6개사는 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼(인스타그램, 페이스북, 트위터, 유튜브)을 홍보채널로 활용. 특히 6개사 모두는 페이스북을 활용하여 제품 소개 및 효능에 대한 광고 및 기부 소식을 알리며, 인지도를 제고 중인 것으로 파악됨. 또한 6개사 중 5개사는 유튜브를 활용하여 자사 제품에 대한 광고 영상을 업로드 하는 것으로 확인됨



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 베트남 통계청(TỔNG CỤC THỐNG KÊ), Area, population and population density by province, 2019

### ■ 참고 사이트

1. 글로벌컨설팅사 JLL 홈페이지(joneslanglasalle.com.vn)
2. 국제삼림관리협회의 홈페이지(www.fsc.org)
3. 베트남 할랄 인증기관(VĂN PHÒNG CHỨNG NHẬN HALAL) 홈페이지 (halal.vn)
4. 롯데마트(Lotte Mart) 홈페이지 (www.lottemart.com.vn)
5. 빅씨(Big C) 홈페이지 (www.bigc.vn)
6. 빈마트(Vin Mart) 홈페이지 (www.vinmart.com)
7. 누피푸드(Nutifood) 홈페이지 (www.nutifood.com.vn)
8. 비나밀크(Vinamilk) 홈페이지(www.vinamilk.com.vn)
9. 비나소이(Vinasoy) 홈페이지 (www.vinasoycorp.vn)
10. 에이스캐닝(Ace Canning) 홈페이지 (www.acecanning.com)
11. 네슬레(Nestle) 베트남 홈페이지(www.nestle.com.vn)
12. 더치밀(Dutchmill) 홈페이지 (www.dutchmill.co.th)
13. 시에우티덕탄(Sieu Thi Duc Thanh) 홈페이지 (sieuthiducthanh.com)
14. 시에우티켄트마트(Sieu Thi Kent Mart) 홈페이지 (muanhanhtainha.com)
15. 시에우티뚜언투이(Sieu thi Thuan Thuy) 홈페이지 (sieuthitt.com)
16. 사트라마트(Satra Mart) 홈페이지 (www.sieuthisaigon.com.vn)
17. 종히에우코리아(Trong Hieu Korea) 홈페이지 (tronghieukorea.com)
18. 티키(Tiki) 홈페이지 (tiki.vn)
19. 쇼피(Shopee) 홈페이지 (shopee.vn)
20. 라자다(Lazada) 홈페이지 (www.lazada.vn)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.08.28

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

Copyright 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved.  
Printed in Korea