

베트남 현지 축제 · 박람회 현황 및 한국 농식품 홍보전략 도출

2020
베트남
이슈 리포트



October 2020

contents

1. 베트남 현지 축제 현황 및 특징	6
가. 주요 도시별 축제 현황과 특징	6
나. 축제별 농식품 연계 업체 등 참가 유무 및 규모	18
다. 베트남 중앙직할시 및 성별 대표 축제	19
2. 베트남 박람회 현황 및 특징	24
가. 주요 도시별 박람회 현황과 특징	24
나. 박람회별 농식품 연계 업체 등 참가 유무 및 규모	56
3. 베트남 내 현지축제, 박람회 현지 홍보 트렌드	57
가. 축제 · 박람회의 현지 홍보방법	57
나. 참여기업의 축제 · 박람회 연계 홍보 마케팅 현황	62
4. 축제 · 박람회 참여기업 관련 제도	64
가. 참여기업의 참여방법 및 제한사항	64
5. 현지 축제 · 박람회 참여시 한국 농식품의 홍보 극대화 방안	79
가. 한국 농식품 홍보 전략 및 방향	79
나. 베트남 전시회 · 박람회 참가 결과	86
다. 베트남 전시회 · 박람회 지원 주요 Contact 정보	98

- 베트남에는 다양한 지역과 민족들 사이에서 다채로운 축제가 발달했음. 베트남어로 축제라는 단어인 레 호이 Le Hoi는 ‘조상과 신에 감사하고 복을 비는 행위’ Le와 ‘다양한 놀이문화’ Hoi가 결합된 것으로, 곧 조상과 신에 대한 감사의 의미와 민간의 전통 놀이 문화가 함께 표현되는 형태라 할 수 있음.
- 베트남인에게 있어서 축제란 전통문화의 한 양식으로서, 모든 사회 계층을 포함한 전 베트남인의 일상생활 속에서 필요 불가결한 요소로 자리매김해왔고, 현재에도 그 전통적 모습을 유지하고 있음. 축제는 광의의 개념으로 이러한 전통축제뿐만 아니라 문화제, 예술제, 민속예술경연대회를 비롯한 각 지역의 문화행사 전반을 포괄하고 있어, 오늘날 지역축제는 지역주민의 일체감 조성, 전통문화의 보존, 관광 상품 개발 등 지역경제 발전에 이바지하는 것에 그 의미가 있음.
- 특히 축제에 빠질 수 없는 음식 문화는 식품 시장 전반에 걸쳐 영향력을 행사하고 있으며, 해외 식품기업들이 베트남 식품 시장 진출 전 베트남 문화 및 트렌드, 소비 동향을 파악하는데 활용되고 있음. 현재에도 베트남 음식 축제, 전통음식 체험, 문화 축제 등 식품과 연계된 다양한 행사가 베트남 전 지역에서 개최되고 있음.
- 박람회와 전시회 또한 베트남 식품 시장의 최신 트렌드 및 소비자 동향을 빠르고 직접적으로 파악할 수 있는 마케팅 도구로서 베트남 전 지역에 걸쳐 진행되고 있음. 베트남 정부의 절대적인 지지를 받는 박람회와 전시회는 규모가 크고 인지도가 높을 뿐 아니라 참가업체를 적극 지원하고 있어 실제 거래 성과와 더불어 마케팅 홍보 효과를 기대할 수 있음.
- 베트남 내 축제, 박람회 그리고 전시회는 다양한 채널을 통해 홍보되고 있지만, 가장 많이 사용되고 있는 온라인 플랫폼은 SNS 플랫폼, 정보 공유 사이트, 홈페이지이며 특히, 코로나19 사태 발생 이후 유튜브 같은 비대면 홍보채널 사용률이 급증함에 따라 박람회, 전시회 등을 개최 및 기획하고 있는 주요기관들이 홍보 팜플렛 및 동영상 제작, 홍보채널을 활용한 모집 공고 등의 마케팅 활동에 주력하고 있음.
- 페이스북 등 동영상기반 모바일 플랫폼을 중심으로 베트남 온라인 광고시장이 꾸준한 성장세를 보이고 있음. 이는 높은 스마트폰 보급률과 인터넷 접근성으로 베트남인들이 빠르게 디지털화되고 있기 때문임. 또한, 코로나19로 인해 소비자들이 오프라인보다 온라인 매장을 통해 물품을 구매하는 경향이 증가하고 있으며 이러한 추세는 앞으로도 더욱 가속화될 것으로 예상됨.
- 해외 전시회와 박람회 정보 공유 및 참가 지원을 위해 여러 지원 업체와 기관이 모집 공고를 홈페이지를 통해 올리고 있으며 한국 기업들이 베트남 전시회 및 박람회에 참가할 수 있도록

록 참가비, 부스 임차료 및 설치비, 항공비, 마케팅, 행정 등을 지원해 주고 있음. 하지만 이러한 지원을 받기 위해서는 엄격한 심사기준을 거쳐야하기 때문에 꼼꼼한 서류 준비와 제출 기한 엄수를 포함해 철저한 대응이 필요함.

- 베트남 시장 개척 및 제품 홍보를 위해서는 한류 스타, 인플루언서 등 유명인을 활용한 홍보 마케팅이 주요할 것으로 여겨짐. 예를 들어, 박항서 감독은 베트남 전 국민의 영웅으로 떠오른 스포츠 스타로 한국 농식품의 우수성을 베트남에 알리는데 앞장서고 있음. 베트남 사람들은 한류스타에 대한 관심이 많아 농식품 홍보 시 광고 모델 통해 한국 식품 ‘붐업 활동’을 계속적으로 추진할 수 있음.
- 베트남 진출을 염두해 두고 있는 한국 업체들은 성공적인 베트남 시장진출을 위해 현지 베트남 바이어와의 꾸준한 면담이 필요하다고 보여짐. 특히, 바이어와 상담 전 비즈니스 에티켓 및 상담 요령을 숙지하고, 바이어와의 상담 방향을 이끌어가기 위해 현지 트렌드를 잘 파악하는 것이 중요함.
- 또한, 현지 바이어와의 거래를 성사시키기 위해서는 성급하지 않은 태도를 유지하는 것이 중요함. 대부분의 바이어들은 박람회와 전시회에 매년 참가하는 경우가 많아 베트남 진출을 희망하는 기업측에서도 꾸준히 행사에 참여하여 자사 상품 및 업체에 대한 인지도를 서서히 높여가는 것이 바이어와의 거래를 성사 시킬 수 있는 방법 중 하나임.
- 현지 바이어에게 제품을 홍보하는 것이 중요한 만큼 현지 베트남 소비자들에게도 제품을 홍보하기 위한 전략을 세워야 함. 예를 들면 바이어와의 1대1 상담진행, 한국 식문화 홍보행사 개최, 바이어 관심 유도과 상담자료로 이용할 수 있는 디렉토리 제작 등을 통해 해외 지원조직이 박람회와 전시회 참가업체를 위해 다양한 기회를 마련해 줘야 함.
- 베트남 박람회 및 전시회 등에 참가한 한국 기업들은 현지 바이어와의 상담 등을 통해 현지 시장 상황 및 트렌드 등을 파악해 볼 수 있음. 따라서 현지 바이어와의 거래 성과만을 목표로 집중할 것이 아닌, 바이어와의 상담 등을 통해 얻은 시장 데이터를 기반으로 자사 상품의 베트남 시장 진출 시 유리한 점을 찾아내는 것에 집중해야 된다고 생각함.
- 현재 코로나19 확산이 장기화됨에 따라, 수출입 등에 어려움을 겪고 있는 한국 농식품 기업들의 판로 개척을 위해 aT, 코트라, 지자체 등 주최로 비대면 행사가 진행되고 있음. 코로나19의 장기적인 확산 여파에 어려움을 겪고 있는 한국 농식품 수출기업들의 판로 개척을 위해 비대면 행사가 진행되기 시작함. 비대면 행사의 경우, 온라인 수출상담회를 통해 현지 유력 바이어와 온라인으로 상담할 수 있으며 대면상담을 하는 것과 비슷한 수준의 성과를 거둘 수 있다고 평가받고 있으며, 이 외에도 사이버 전시관, 웨비나, 전시회 대행 운영 서비스 등 다양한 행사가 진행되고 있어 이를 적절하게 활용하는 것이 필요함.
- 대면 행사에 참여할 경우, 지역을 고려하는 것은 매우 중요함. 베트남 신규 진출 업체의 경우 자사 상품을 홍보하기 위해 한국 교민들이 밀집한 지역에서 진행되는 행사 참여 및 홍보

등을 진행하는 것이 베트남 시장 진출 발판에 유리할 것으로 예상됨. 또한 신규 지역 시장 개척을 위한 비즈니스(B2B) 행사와 더불어 지역 시장별 특성을 공략할 수 있는 소규모 소비자행사(B2C)를 병행하는 것이 유용함.

- 베트남에서 진행되는 기업 대 정부 행사를 통해 기업들은 투자 상담 기회를 가지게 될 뿐만 아니라 이러한 행사에 참여하지 않는 기업 일지라도, 베트남 시장을 잘 파악하기 위해 행사 중 요청된 건의 사항과 개선사항이 어떻게 수리되는지 꾸준히 모니터링 하는 것이 중요함.
- 한국 기업들의 베트남 박람회와 전시회 참가 사례 연구를 통해 성공적인 요소를 벤치마킹하고 실수를 반복하지 않도록 사전에 전략을 세울 수 있음.
- 박람회와 전시회에서 효과적인 성과를 얻기 위해서는 좋은 부스 위치를 선점하는 것이 중요함. 좋은 부스 위치를 선택하기 위해 다음과 같은 3가지 요소를 고려해야 함: 1) 관람객의 주요 동선, 2) 출입구 근처 혹은 다른 위치에 따른 전략 차별화, 3) 대기업 등 큰 부스 근접 여부
- 마지막으로, 코로나19 여파로 수출에 어려움을 겪는 한국 식품 중소기업들은 온·오프라인 융합 전시회 대행 운영 서비스를 이용할 수 있음. 한국 업체를 대신해 현지에서 전시 부스를 운영하고, 통역원들이 전시회에 참가, 수출 상담을 진행하고, 한국 기업과 현지 바이어는 온라인으로 상담을 할 수 있음. 또한 전시 참가 효과를 극대화하기 위해 동남아시아 대형 온라인 유통망 입점으로 소비자들의 반응 조사와 인플루언서 마케팅도 제공하는 등 베트남 시장 진출 희망 업체들을 위한 원스톱 온라인 마케팅이 가능하여 유용하게 활용할 수 있음.

베트남 현지 축제 · 박람회 현황 및 한국 농식품 홍보 전략 도출

1. 베트남 현지 축제 현황 및 특징

가. 주요 도시별 축제의 현황과 특징

(1) 다낭

□ Danang International Food Festival 2019 (다낭 국제음식축제)

- 소개: 세계 유명 셰프의 요리, 엔터테인먼트 그리고 음악을 즐길 수 있는 축제
- 일시: 2019년 6월 2일~6일 17:00~22:00
- 장소: East Side of Dragon Bridge, Tran Hung Dao Street, Son Tra District, Da Nang
- 주최기관: Danang Department of Tourism
- 부스 수: 13개
- 참가국: 13개국(독일, 멕시코, 호주, 인도, 중국, 스리랑카, 레바논, 스웨덴, 미국, 터키, 그리스, 싱가포르, 말레이시아)에서 온 유명 셰프
- 방문자 수: 10,000명
- 이벤트: 셰프 요리, 길거리 예술 공연, 음식 카니발 행진, 음식 경험 공유 등
- 홍보 방식: 페이스북 페이지에 게시물 및 동영상



6월 2일 Lễ hội Ẩm thực Quốc tế Đà Nẵng 2019 (DNIFF 2019)
현재 공개 - 주최자: Da Nang International Food Festival and Danang FantasticCity

2019. 6. 2 오후 4:30-2019. 6. 6 오후 9:00 UTC+07
1년 이상 전

📍 Khuôn viên bờ Đông cầu Rồng 지도 보기

참석 86명 · 관심 있음 1.1천명
이 이벤트를 친구들과 공유하세요

출처 : Danang Fantastic City; VOVWorld 「다낭시, 처음으로 국제음식 축제 개최」 2019년 5월 10일; VOVWorld 「Da Nang International Food Festival Attracts Huge Crowds」 2019년 6월 7일; 다낭 국제음식축제 페이스북 페이지

(2) 하노이

□ 한·베트남 음식문화축제

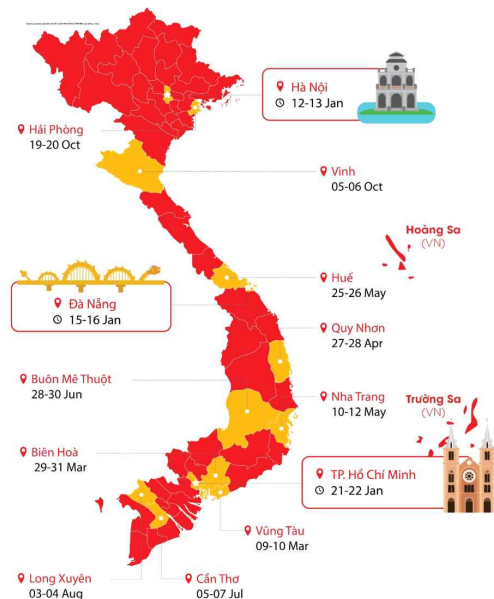
- 소개: 한국과 베트남의 협력을 강화하기 위한 음식문화축제. 축제 통해 다양한 한국 상품 및 음식을 홍보함.
- 일시: 2019년 11월 8일~10일 (매년 진행)
- 장소: 하노이 호안끼엠(Hoan Kiem) 리타이포(Ly Thai To)광장
 - 2018년 장소: 하노이 대우스타레이크 신도시 내 호수공원
 - 2017년 장소: 하노이 미딩 종합운동장
- 주최기관: 베트남 문화체육관광부, 농림축산식품부, 한국사료협회, 주베트남 대한한국대사관, 한국농수산식품유통공사(aT)
- 부스 수: 100여개
- 참가기업: HJC, 오리온, 농심, 팔도, 미원, CJ 등
- 이벤트: 하레(Ha Le), 민(Min), 김동준, 다이나믹 듀오 등 두 나라의 가수들이 공연을 선보이고, 그 외에 한-베 태권도단, 강원도립예술단, 요리교실, 행운권 추첨 등을 진행. 또한, 한국산 음식 및 문화를 체험할 수 있는 행사로써 김밥만들기 그리고 셰프 활용 요리강연도 마련됨.
- 축제 평: 조직위 대표는 “매년 열리는 이 축제가 실질적인 측면에서도 높이 인정받고 평가되고 있다” 며 “이 축제는 특히 두 나라의 젊은이들이 기대하고 참여하는 대규모 축제의 하나다” 고 말했음.



출처 : 인사이드비나 「제11회 ‘한-베트남 음식문화축제’ 개최...이달 8~10일 하노이서」 2019년 11월 1일;
주 베트남 대한민국 대사관 페이스북 페이지

□ Coca-Cola Street Food Festival (코카콜라 길거리 음식 축제)

- 소개: 아시아의 길거리 음식을 소개하기 위한 축제. 모든 음식은 콜라와 어울린다는 것을 알리기 위해 코카콜라가 개최함.
- 일시: 2019년 1월 12-13일 (매년 진행)
 - 2018년: 다낭
 - 2017년: 호치민
- 장소: 호치민 Quan Ngua Stadium
- 주최기관: 코카콜라, 푸디(Foody), 나우브이엔(Now.vn)
- 참가 매장: 34개
- 참가 국가: 베트남, 태국, 일본, 한국
- 주요 상품: 아시아 길거리 음식(200여개; 한국 부스: 김밥, 떡볶이 등)
- 이벤트: 2019년에 코카콜라는 베트남 13개 지역에서 축제를 진행하기로 함.



■ 현장 모습:



출처: 코카콜라 「Bringing the whole Asia to Sai Gon with Coca-Cola Food Fest」 2018년 12월 21일; Vietnam Investment Review 「Coca-Cola to bring the Asia food to Hanoi」 2019년 1월 13일; Electrodealpro 「Attracting Many Participants, Coca-Cola Expanded Food Festival Throughout The Country」 2020년 2월 3일

□ 탕롱대 한식 정규강좌 ‘한국 전통음식 체험’ 행사 2020

- 소개: 주베트남한국문화원은 탕롱대 한식 정규강좌 ‘한국 전통음식 체험’ 행사를 개최함. 이 행사에 강사와 학생이 함께 한국요리 만들고 시식할 수 있음.
- 일시: 2020년 1월 8일 11:00
- 장소: 탕롱대학교
- 주최기관: 주베트남한국문화원
- 주요 상품: 김치, 고추, 쌀, 과일 등 농산물과 식품
- 홍보 포스터:



출처 : 한국문화원

(3) 하롱베이

□ Ha Long International Culinary Festival 2019 (하롱베이 국제 음식축제)

- 소개: 베트남 음식과 지역 문화를 소개하기 위한 축제.
- 일시: 2019년 11월 16일~17일
- 장소: Quang Ninh Exhibition of Planning and Expo Center
- 주최기관: Ha Long Department of Tourism
- 부스 수: 60개
- 이벤트: 요리 퍼포먼스
- 현장 모습:



출처 : 하롱베이 관광(Ha Long Tourism) 홈페이지

(4) 호치민

□ Ho Chi Minh City International Food Festival 2019 (호치민 국제 음식축제)

- 소개: 세계 유명 셰프의 요리 그리고 다양한 이벤트를 즐길 수 있는 축제.
- 일시: 2019년 11월 14일~17일(매년 진행)
- 장소: 호치민 Thanh Nien (Youth) Cultural House
- 주최기관: Ho Chi Minh Department of Tourism
- 부스 수: 50여개
- 참가자: 13개국(인도, 중국, 한국, 프랑스, 터키 등)에서 온 유명 셰프
- 방문자 수: 지난 13회 동안 200만 명이 방문함
- 이벤트: 요리 이벤트, 게임쇼, 바텐딩 퍼포먼스
- 현장 모습:



출처 : Nhan Dan 「International Food Festival opens in Ho Chi Minh City」 2019년 11월 15일

□ V·K 2019 Light Festival(베트남 라이트 축제)

- 소개: 페스티벌은 30개의 대형등과 20개의 LED 조형물을 통해 한국 문화와 야간문화축제를 알리는 거대한 콘텐츠의 장임. 한국 문화알리기 행사, 푸드존, 공연 등의 행사가 진행됨. 그러므로 방문자들은 다양한 이벤트를 즐길 수 있으며, 참가 기업들은 제품 홍보하고 수입상 및 도매 파트너를 만날 수 있음.
- 일시: 2019년 4월 19일~6월 2일
- 장소: 호치민 SECC(사이공 전시컨벤션센터)
- 주최기관: 한경미디어그룹 TV어워즈
- 부스 수: 100여개
- 주요 상품: 김밥, 비빔밥, 양념 돼지갈비
- 이벤트: 한국 문화 알리기 행사, DJ공연, 레이저쇼, 댄스 공연, 베트남 및 한국 기업홍보, 푸드존
- 축제 특징: 일반 박람회 3일 일정과 비슷한 비용으로 45일간 부스를 사용할 수 있음. 45일간 매일 공연과 이벤트가 펼쳐져 일반 고객 유치에도 유리함.
- 현장 모습:



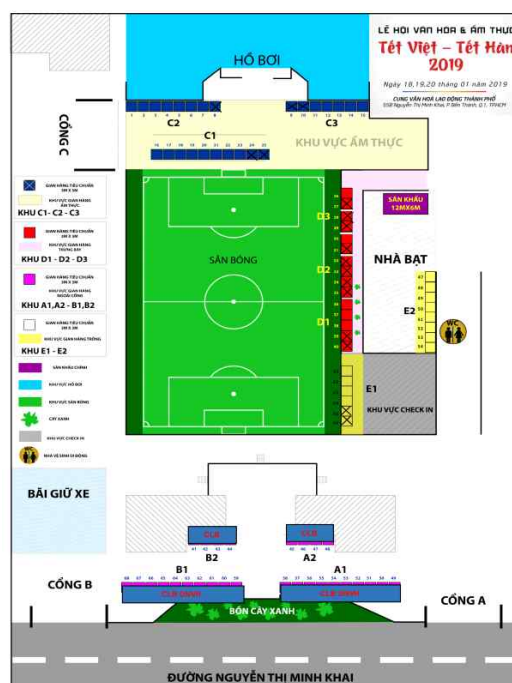
출처 : 한국콘텐츠진흥원; 아세안 문화 경제 미디어 「‘베트남 라이트 페스티벌’ 호치민 45일간 불 밝힌다」 2019년 4월18일

□ 2019년 베트남 설날 - 한국 설날 문화 및 음식 축제

- 소개: 호치민에 한국 자영업자와 한국 커뮤니티를 초대해 양국의 대표적이고 특색 있는 음식 문화를 소개하는 행사임.
- 일시: 2019년 1월 18일~20일
- 장소: 호치민시 1군 노동문화센터
- 주최기관: 노동문화센터, Sai Gon Biz브랜드 홍보 커뮤니케이션(주)
- 참가자 수: 60개 조직 및 기업(추정)
- 방문자 수: 10,000명(추정)
- 주요 상품: 튀김류, 떡국, 김치, 김밥 등
- 홍보 포스터:



- 전시장 배치도:



(5) 견터

□ 견터시와의 상호교류 및 김치담그기 체험 행사

- 소개: 대한민국 주호치민 총영사관과 CJ회사의 후원으로 진행되었으며 임재훈 대한민국 주호치민 총영사님과 견터 여성연맹 등 견터시 여러 기관의 관계자들이 참여함. 베트남 귀환 여성들과 한베자녀 보호자 및 자원 봉사자들도 참여했으며 김치를 직접 만들고 한국 음식 맛볼 수 있었음.
- 일시: 2019년 12월 3일
- 장소: 한-베 함께 돌봄센터
- 주최기관: 주 호치민 총영사관
- 주요 상품: 김치
- 현장 모습:



출처 : 주 호치민 대한민국 총영사관

□ Southern Folk Cakes Festival (컨터 전통 빵 축제)

- 소개: 베트남 그리고 외국 전통 음식 및 문화를 소개하기 위한 축제. 매년 흥(Hung)왕 추모 기념일에 진행되는 축제.
 - 일시: 2019년 4월 12일~16일(매년 진행)
 - 장소: Can Tho Trade, Investment Promotion and Exhibition Centre (108A Le Loi Street, Cai Khe Ward, Ninh Kieu District, Can Tho City)
 - 부스 수: 220개
 - 참가국: 베트남, 일본, 한국, 인도, 이탈리아, 프랑스, 말레이시아, 싱가포르, 태국
 - 방문자 수: 600,000여 명
 - 이벤트: 전통 빵 이벤트, 빵 만들기 대회 등
 - 현장 모습:
-



출처 : Vietnam National Administration of Tourism 「Southern Cake Festival Attracts Over 600,000 Visitors」 2019년 4월 17일

(6) 기타 지역

□ 달랏 한국문화의 날

- 소개: 달랏 시민, 달랏 시 유관기관 관계자를 대상으로 한 행사. 베트남 달랏은 아름다운 풍경과 소수민족들이 집중 거주하는 베트남 중부 떼이 응우옌(Tay Nguyen) 지역의 고유문화가 살아있는 관광도시로 유명하며, 한국인이 많이 거주하기도 하며, 가장 선호하는 관광도시 중의 하나임에도 불구하고 대도시에 비해 그동안 상대적으로 한국 문화 관련 행사를 볼수 있는 기회가 드물었음. 이번 행사는 달랏시와 주변 지역을 대상으로 한국문화를 알리고 한국에 대한 베트남 현지인의 이해와 관심을 높이기 위해 개최됨.
- 일시: 2019년 10월 26일
- 장소: 베트남 달랏 시 달랏 광장
- 주최기관: 주 베트남 한국문화원
- 주요 상품: 라면(짜장 라면, 신라면, 김치 라면), 과일(배, 포도), 김, 음료(밀키스), 캔디
- 홍보 포스터:



출처 : 한국문화원 「2019 달랏 한국문화의 날」 2019년 10월 25일; 아시아투데이 「주베트남 한국문화원, ‘2019 달랏 한국문화의 날’ 행사 개최」 2019년 10월 25일; 아시아뉴스통신 「2019 달랏 한국문화의 날 행사 개최」 2019년 10월 28일

□ 한국음식문화교류-경제교류페스티벌

- 소개: 한국의 음식 명인들이 참석하여 한국의 전통음식과 전통 한복쇼 등 다채로운 행사 통해 한국 문화 알리기 위한 행사임.
- 일시: 2019년 12월 3일~7일
- 장소: 나트랑 빈펄리조트호텔랜드
- 주최기관: 한국다문화재단, 빈그룹
- 참가 기업/기관: 한국외식업중앙회 전북지회 전주시 완산지부(지부장 정명례)와 전주음식명인 갑기회관(대표 김정옥), 반야돌술밥(대표 임복주), (사)한국문화예술포보원(이사장 문경숙)
- 주요 상품: 전, 김치, 비빔밥, 제육볶음 등
- 특이사항: 한국 전통음식과 한복쇼 등이 폭발적인 반응으로 베트남VTV, 베트남유튜버 등 각 매체에서 취재요청을 받음. 또한, 한국다문화재단은 빈펄과 함께 다낭, 남호이안, 푸꾸옥 등 주요 베트남 지역에서 2, 3차 페스티벌을 진행할 계획이며 한국문화교류 및 중소기업들의 베트남 시장 진출을 지원할 계획임.
- 현장 모습:



출처: 한국다문화재단; 매일신문 「베트남 나트랑에서 '제1회 한국음식문화교류-경제교류페스티벌'」 2019년 12월 11일

나. 축제별 농식품 연계 업체 등 참가 유무 및 규모

축제	지역*	부스 수	방문자 수	한국 농식품 연계 기업 참가 현황(혹은 전시 품목)**
다낭 국제음식축제(2019)	다낭	13	10,000명 이상	셰프 요리
한·베트남 음식문화축제(2019)	하노이	100	-	HJC, 오리온, 농심, 팔도, 미원, CJ, 국순당 등
코카콜라 길거리 음식 축제(2019)	하노이	34	-	아시아 길거리 음식(200여개; 한국 부스: 김밥, 떡볶이 등)
탕롱대 한식 정규강좌 ‘한국 전통음식 체험’ 행사(2020)	하노이	-	-	한국 음식
하롱베이 국제 음식축제(2019)	하롱베이	60	-	전통 음식 및 요리
호치민 국제 음식축제(2019)	호치민	50	지난 13회 동안 200만 명 방문	식품 및 셰프 요리
베트남 라이트 축제(2019)	호치민	100	400,000명 (추정)	김밥, 비빔밥, 양념 돼지갈비 등
베트남 설날-한국설날 문화 및 음식 축제(2019)	호치민	60	10,000명	튀김류, 떡국, 김치, 김밥 등
견터시와의 상호교류 및 김치담그기 체험 행사(2019)	견터	-	-	김치
견터 전통 빵 축제(2019)	견터	220	약 600,000명	전통 빵
달랏 한국문화의 날(2019)	달랏	-	-	라면(짜장 라면, 신라면, 김치라면), 과일(배, 포도), 김, 음료(밀키스), 캔디
한국음식문화교류-경제교류페스티벌(2019)	나트랑	-	-	전, 김치, 비빔밥, 제육볶음 등

* 순서는 지역 기준

베트남 5대 도시는: 다낭, 하노이, 하이퐁, 호치민, 견터임. 하지만, 하이퐁에 진행된
식품 관련 축제가 없던 이유로 하롱베이 지역 축제를 추가함.

** 농식품 연계 기업 참가 현황 정보가 없을 경우 전시 품목 추가함.

다. 베트남 중앙직할시 및 성별 대표 축제

순위	축제명	개최지역	개최 장소	유형	개최일자 (기간)	목적	역사	주체
1	바추아수(Ba Chua Xu) 축제	안잔(An Giang) 성	Chau Doc 현, Sam 산에 있는 Ba Chua Xu 사원	민속축제(전통축제)	5일간 (음력 1월 4일~1월 8일)	Ba Chua Xu를 기린다	약 200년 이전(19세기)	Chau Doc 현 인민위원회
2	딘꼬(Dinh Co) 축제	바리어붕따우(Ba Ria Vung Tau) 성	Long Dien 현 Long Hai 시사	민속축제(전통축제)	3일간 (음력 3월 14일~3월 16일)	Long Hai Than Nu Bao An Chanh Truc Nuong Nuong Chi Than을 기린다	약 200년 이전(19세기)	Long Dien 현 Long Hai 시사 인민위원회
3	남하이(Nam Hai) 관음 축제	박리에우(Bac Lieu) 성	박리에우(Bac Lieu) 시사, Xa Mat 방	종교축제	3일간 (음력 3월 22일~3월 24일)	불교관음을 기린다	1975년	박리에우(Bac Lieu) 성 인민위원회
4	바베(Ba Be) 호수 봄 축제	박간(Bac Kan) 성	Ba Be현, Nam Mau사	민속축제(전통축제)	2일간 (음력 1월 9일~1월 10일)	소수 민족 간의 교류	오래된 전통 의식이다	Ba Be현 인민위원회
5	엔테(Yen The) 축제	박장(Bac Giang) 성	Yen The현, Phon Xuong사, Phon Xuong 사원	역사축제	하루 (양력 3월 16일)	Yen The 봉기를 기념	1984년	
6	호이림(Hoi Lim) 축제	박닌(Bac Ninh) 성	Tien Du 현, Lim 절	문화체육관광축제	하루 (음력 1월 13일)	베트남 민요를 존중하다	18세기	Bac Ninh 성 인민위원회
7	벤째 코코넛(Dua Ben Tre) 축제	벤째(Ben Tre) 성	벤째(Ben Tre) 성	문화체육관광축제	7일간	코코넛 나무를 존중하다	2014년	벤째(Ben Tre) 성 인민위원회
8	바(Ba) 사 축제	빈즈엉(Binh Duong) 성	Thu Dau Mot 시, Nguyen Du 길, Ba Thien Hau 절	민속축제(전통축제)	하루 (음력 1월 15일)	Ba Thien Hau를 기린다	987년에 개최됨	빈딘(Binh Dinh) 성 인민위원회
9	응옥호이-동다(Ngoc Hoi - Dong Da) 전승의 기념 축제	빈딘(Binh Dinh) 성	빈딘(Binh Dinh) 성	역사축제	하루 (음력 1월 4일)	Ngoc Hoi - Dong Da 승리를 기념	1789년에 개최됨	빈딘(Binh Dinh) 성 인민위원회
11	꺼우 응우(Cau Ngu) 축제	빈투언(Binh Thuan) 성	Phuoc Loc 현	민속축제(전통축제)	3일간 (음력 6월 14일~6월 16일)	바다에 감사	오래된 전통 의식이다	Phuoc Loc 현 인민위원회
12	다권(Da Quan) 사 축제	까오방(Cao Bang) 성	Cao Bang 현 Hung Dao 사, Da Quan 절	종교축제	2일간 (음력 1월 8일~1월 9일)	관음 부처님을 경배	1010-1225	Cao Bang 현 인민위원회
13	기이옌(Ky Yen)축제	까마우(Ca Mau) 성	Thoi Binh 현, Tan Loc 사	민속축제(전통축제)	2일간 (음력 1월 15일)	성황(마을의 수호신)을 기린다	오래된 전통 의식이다	Thoi Binh 현 인민위원회
14	전통 케이크 축제	컨터(Can Tho)	컨터(Can Tho)	문화체육관광축제	2일간 (음력 4월 12일~4월 14일)	전통 요리 전시	2012년에 개최되었다	Can Tho 인민위원회
15	꺼우안(Cau An) 축제	동나이(Dong Nai) 성	Bien Hoa 현	민속축제(전통축제)	하루	평화를 기원한다	300년 이전	Bien Hoa 현 인민위원회

순위	축제명	개최지역	개최 장소	유형	개최일자 (기간)	목적	역사	주체
16	거탐(Go Thap) 봄 축제	동탐(Dong Thap) 성	Thap Muoi 현, Go Thap 유적지	민속축제(전통축제)	3일간 (음력 3월 14일~3월 16일)	바추아수(Ba Chua Xu)를 기린다	1841-1847	Thap Muoi 현 인민위원회
17	다낭(Da Nang) 불꽃놀이 축제	다낭(Da Nang)	다낭(Da Nang)	문화체육관광축제		국내 관광객 및 다국적 관광객에게 다낭 관광 홍보	2008년부터 시작함	Da Nang 인민위원회
18	코끼리 경주 축제	Buon Don 현, Krong Na 사	Buon Don 현, Krong Na 사	민속축제(전통축제)	하루 (3월 이내)	마을에 번영을 가져다줄 좋은 생산적인 작물의 시작을 준비하고기도 한다 코끼리경주협회는 소수민족의 군정신과코끼리길들이기 기술을기리기위하여	오래된 전통 의식이다	Buon Don 현 인민위원회
19	토검(Tho Cam) 문화 축제	다농(Dak Nong) 성	Gia Nghia 시사	문화체육관광축제	3일간 (양력 1월 5일~1월 7일)	지방 주민들의 전통적 패턴과 의상에 대해 국내외 친구들에게 홍보	2019년	Dak Nong 성 인민위원회
20	반푸(Ban Phu) 성 축제	디엔비엔(Dien Bien) 성	Dien Bien 현, Noong Het 사, Thanh Ban Phu 유물	역사축제	하루 (음력 2월 24일)	호앙 쿵 채팅 장군은 지도자의 Phe 적을 쫓는 장점을 기념한다	1769년에 처음 개최되었다	Dien Bien 성 인민위원회
21	퍼티(Po Thi) 축제	잘라이(Gia Lai) 성	잘라이(Gia Lai) 성	민속축제(전통축제)	3~6일간 (양력 12월~4월 내외)	살아있는 사람과 죽은 사람 사이에 얽혀있을 때 환생의주기를 시작하여 영혼을 원점으로 되돌아 보는 것을 목표로 한다	Jrai 소수민족 사람들의 오래된 전통 의식이다	자이라이(Jrai) 족
22	가우 타오(Gau Tao) 축제	하장(Ha Giang) 성	하장(Ha Giang) 성	민속축제(전통축제)	하루 (음력 1월 1일~1월 15일 이내)	마을 사람들의 건강을 위해 천지에 감사드린다	몽(Mong) 소수민족 사람들의 오래된 전통 의식이다	하장(Ha Giang) 성에 살고 있는 Mong 소수민족 사람들
23	리에우 도이(Lieu Doi) 씨름 축제	하남(Ha Nam) 성	Thanh Liem 현, Liem Tuc 사	민속축제(전통축제)	4일간 (1월 5일~1월 8일)	무술을잘하는 상 Doan을 나쁜 남자의 장점을 암기하면서 그는 국가를 구하기 위해 적과 싸울 수 있었다	오래된 전통 의식이다	Thanh Liem 현 인민위원회
24	호영(Huong) 사 축제	하노이(HaNoi)	My Duc 현, Huong Son 사, Huong 절	종교축제	3개월간 (음력 1월 6일부터 3월까지)	베트남 불교신자의 종교적 필요를 충족시키기 위하여	17세기(1770) 말쯤에 처음 개최되었다. 1896 chinh thuc	My Duc 현 인민위원회
25	Cho Cui 사당 축제	하띤(Ha Tinh) 성	Nghi Xuan 현, Xuan Hong 사, Cho Cui 사원	역사축제	하루 (음력 10월 10일)	Duc Quan Hoang Muoi을 기린다	1446년	Nghi Xuan 현 인민위원회
26	끼엠박(Kiep Bac) 사당 축제	하이즈엉(Hai Duong) 성	Chi Linh 현, Cong Hoa 사, Con Son 사원	역사축제	5일간 (음력 8월 16일~8월 20일)	쩐홍다오 장군의 기일을 기념한다	1300년	하이즈엉(Hai Duong) 성 인민위원회

순위	축제명	개최지역	개최 장소	유형	개최일자 (기간)	목적	역사	주체
27	도선(Do Son) 물소 싸움 축제	하이퐁(Hai Phong)	Do Son 바닷가	민속축제(전통축제)	하루 (음력 8월 9일)	물소 싸움과 물소 희생으로 물신을 숭배한다	오래된 전통 의식이다	Do Son 군 인민위원회
28	관탄데권(Quan Thanh De Quan) 축제	하우장(Hau Giang) 성	Vi Thanh 시	민속축제(전통축제)	4일간 (1월 10일~1월 13일)	중국 출신의 베트남인 Quan Cong에 대한 그들의 존경을 표하기 위해 예배하고 향을 피울 수 있는 기회	오래된 전통 의식이다	Vi Thanh 시 인민위원회
29	디엔(Tien) 사 축제	호아빈(Hoa Binh) 성	Lac Thuy 현, Phu Lao 사, Tien 절	민속축제(전통축제)	3일간 (음력 1월 4일~1월 6일)	성황(마을의 수호신)을 기린다	19세기	호아빈(Hoa Binh) 성 인민위원회
30	쭈동쯔(Chu Dong Tu) 축제	흥옌(Hung Yen) 성	Khoai Chau 현에 있는 Da Trach 사원과 Da Hoa 사원	민속축제(전통축제)	3일간 (음력 2월 10일~2월 12일)	명예의 대상 : 추동두 (Chu Dong Tu)와 두공주님(Dung Dung)과 테이 사 프린세스(Tay Sa)	오래된 전통 의식이다	Khoai Chau 현 인민위원회
31	탐바포나가(Thap ba Ponagar) 축제	카인호아(Khan Hoa) 성	Nha Trang 시, Vinh Phuoc 방, Thap Ba Ponagar 유물	민속축제(전통축제)	4일간 (음력 3월 20일~3월 23일)	Thien Y Thanh Mau Ana를 기린다	1653년	Nha Trang 시 인민위원회
32	응인옹(Nghinh Ong) 축제	끼엔장(Kien Giang) 성	Kien Hai 현, Lai Son 사	민속축제(전통축제)	2일간 (10월 15일~10월 16일)	이 땅을 개간 한 Ca Ong과 그의 전임자들의 지원에 감사드린다	오래된 전통 의식이다	Kien Hai 현 인민위원회
33	브루(Brau) 족의 목소 찢름 축제	꼰뚝(Kon Tum) 성	Ngoc Hoi 현	민속축제(전통축제)	하루 (설날 후)	우순풍조, 해의 풍년과 가족들의 행복, 건강을 기원하기도 한다	Brau 족의 오래된 전통 의식이다	Ngoc Hoi 현 인민위원회
34	쭈옹동(Xuong dong) 축제	라오까이(Lao Cai) 성	Sapa 현	민속축제(전통축제)	하루 (1월 8일)	우순풍조, 해의 풍년과 가족들의 행복, 건강을 기원하기도 한다	Tay 족의 오래된 전통 의식이다	Sapa 현 인민위원회
35	낭한(Nang Han) 축제	라이쩌우(Lai Chau) 성	Muong So 사 Tan An 마을	민속축제(전통축제)	하루 (2월 15일)	Nang Han 여장부를 기린다	오래된 전통 의식이다	라이쩌우(Lai Chau) 성에 살고 있는 타이족
36	꺼우파오(Cau Phao) 축제	랑선(Lang Son) 성	Lang Son 시사에 있는 Ta Phu 사원과 Ky Cung 사원	민속축제(전통축제)	6일간 (음력 1월 22일~1월 27일)	Than Cong Tai을 기린다	1683년	Dong Dang 시사 인민위원회
37	달랏(Da Lat) 꽃 축제	Lam Dong 성	Da Lat 시	문화체육관광축제		꽃 도시의 꽃을 존중하다	2005년	Lam Dong 성 인민위원회
38	람차이(Lam Chay) 축제	롱안(Long An) 성	롱안(Long An) 성	민속축제(전통축제)	3일간 (음력 1월 14일~1월 16일)	우순풍조, 해의 풍년과 가족들의 행복, 건강을 기원하기도 한다	오래된 전통 의식이다	Chau Thanh 현 인민위원회

순위	축제명	개최지역	개최 장소	유형	개최일자 (기간)	목적	역사	주체
39	푸자이(Phu Giay) 축제	남딘(Nam Dinh) 성	Vu Ban 현, Kim Thai 사, Phu Giay 사원	민속축제(전통축제)	10일간 (음력 3월 1일~3월 10일)	베트남 민족의 성스러운 어머니인 리에우한(Lieu Hanh) 성모를 숭배하기 위한 날이다	1663-1671 (17세기)	Nam Dinh 성 인민위원회
40	반록(Van Loc) 사원 축제	응예안(Nghe An) 성	Cua Lo 시사, Nghi Tan 방, Van Loc 마을	민속축제(전통축제)	하루 (음력 1월 15일)	예배의 대상 : Nguyen Su Hoi(태국 Uy 지구 Cong - 누가 Nghi Loc 지구의 동쪽 땅 탐험에 큰 공로가 있었다)	수호이(Su Hoi)사원은 1508년에 세워졌음	Cua Lo 시사 인민위원회
41	트르엥엔(Truong Yen) 축제 (호아르 고대 수도 축제)	닌빈(Ninh Binh) 성	Hoa Lu 현, Truong Yen 사, Hoa Lu 고대 성채	역사축제	3일간 (음력 3월 9일~3월 11일)	Hoa Lu 수도를 건설하고 Dai Co Viet 주를 설립했던 국가 영웅 Dinh Bo Linh을 기린다	1010년	Ninh Binh 성 인민위원회
42	카테(Kate) 축제	닌투어(Ninh Thuan) 성	Ninh Phuoc 현, Phuoc Huu 사, Hau Sanh 촌, Rome 탑	민속축제(전통축제)	3일간 (양력 9월 25일~10월 5일 내외)	Po Klong Garai, Po Pome과 같은 신의 고양을 기념하고 조상 숭배를 제의한다	참(Cham)족의 오래된 전통 의식이다	Ninh Thuan 성에 살고 있는 참족
43	덴흥(Den Hung) 축제	푸토(Phu Tho) 성	Viet Tri 사, Hy Cuong 사, Den Hung 유지적	민속축제(전통축제)	4일간 (음력 3월 8일~3월 11일)	흥 왕의 건국 공로를 기린다	968-980(10세기)	푸토(Phu Tho) 성 인민위원회
44	덤트로우(Dam Trau) 축제	푸옌(Phu Yen) 성	Phu Yen 성에 있는 바나(Bana) 소수민족 마을	민속축제(전통축제)	하루	수확을 축하하거나 마을, 구토, 국가의 다른 중요한 행사를 축하하는 것	바나 소수민족의 오래된 전통 의식이다	Phu Yen 성에서 살고 있는 바나족
45	레투이(Le Thuy) 보트 경주 축제	광빈(Quang Binh) 성	Le Thuy 현, Kien Giang 강	민속축제(전통축제)	하루 (양력 9월 2일)	우순풍조, 해의 풍년과 가족들의 행복, 건강을 기원하기도 한다	지금까지 축제의 역사는 수년에 걸쳐 약500년(1555-2019)으로 형성되었다	Le Thuy 현 인민위원회
46	바투본(Ba Thu Bon) 축제	광남(Quang Nam) 성	Duy Xuyen 현, Duy Tan 사, Thu Bon 강변	민속축제(전통축제)	3일간 (음력 12월 10일~12월 12일)	국민들을 보호한 참족인 Ba Thu Bon을 기린다	오래된 전통 의식이다	Duy Xuyen 현 인민위원회
47	뜨린(Tu Linh) 보트 경주 축제	광응아이(Quang Ngai) 성	An Vinh 사와 An Hai 사	민속축제(전통축제)	5일간 (음력 1월 4일~1월 8일)	Ly Son 섬의 토지 개간의 종사 한 선배를 기념한다	1826년	Ly Son 현 인민위원회
48	옌뜨(Yen Tu) 축제	광닌(Quang Ninh) 성	Quang Ninh 성 옌뜨(Yen Tu) 산 국립공원	종교축제	음력 1월 9일부터 3월 말까지	불교를 따라 불상을 숭배하고 행운을 기도하는 사람들을 위하여	13세기 이전	Quang Ninh 성 인민위원회
49	라방(La Vang) 축제	광찌(Quang Tri) 성	Hai Lang현, Hai Phu사	종교축제	하루 (양력 8월 15일)	성모 마리아를 숭배 함	1864년	Quang Tri 성 인민위원회
50	옥음복(Ok-Om-Bok)축제	속장(Soc Trang) 성		민속축제(전통축제)	2일간 (음력 10월 4일~10월 15일)	강으로 물을 전송하는 의미를 갖고 있다		Soc Trang 성에서 살고 있는 크메르인

순위	축제명	개최지역	개최 장소	유형	개최일자 (기간)	목적	역사	주체
51	센므엥(Xen Muong) 축제 (호아 반-Hoa Ban 축제)	선라(Son La) 성	Son La 사, Chieng Coi 사, Me 마을	민속축제(전통축제)	하루 (양력 12월 31일)	연말에 신년이오고, 수확은 끝나고 나서 노스 웨스트 소수 민족의 개념으로서 우수풍조, 해의 풍년과 가족들의 행복, 건강을 기원하기도 한다.	타이(Thai) 소식민족 의 오래된 전통 의식이다	Son La 성에서 살고 있는 Thai 민족 사람들
52	바덴(Ba Den) 산 축제	떠이닌(Tay Ninh) 성	Tay Ninh 성, Tay Ninh 시사, Ninh Son 사, Nui Ba 유물	민속축제(전통축제)	3일간 (음력 5월 4일~5월 6일)	Linh Son 봉기를 일으킨 지도자인 Le Loi 황제를 기린다.	18세기	Tay Ninh 성 인민위원회
53	램 킨(Lam Kinh) 축제	타인호아(Thanh Hoa) 성	Thanh Hoa 성, Tho Xuan현, Xuan Lam 사, Lam Kinh 유지적	역사축제	3일간 (음력 8월 21~8월 23일)	Lam Son 봉기를 일으킨 지도자인 Le Loi 황제를 기린다.	1433년 8월 22일	Thanh Hoa 성 인민위원회
54	개오(Keo) 사가울 축제	타이빈(Thai Binh) 성	Thai Binh 성, Duy Nhat 사, Keo 사원	민속축제(전통축제)	3일간 (음력 9월 13일~9월 15일)	성전 창립자 Khong Lo 선사 (2016~1094)의 명상 날을 기념	1094년	Vu Thu 현 인민위원회
55	두움(Duom) 사원 축제	타이응우옌(Thai Nguyen) 성	Thai Nguyen 성, Phu Luong 현, Dong dat 사, Duom 사원	민속축제(전통축제)	3일간 (음력 1월 6일~1월 8일)	국가 영웅 Duong Tu Minh(Thanh Duom) - 파이족 장군, Ly 왕조의 부마	1180년	Phu Luong 현 인민위원회
56	신(Sinh) 마을의 씨름 축제	트어티엔후에(Thua Thien Hue) 성	Thua Thien Hue 성, Phu Vang 현, Phu Mau 사, Lai An 마을	민속축제(전통축제)	하루 (음력 1월 10일)	설날후에 지역시민들은 오락의 형태로 레슬링 축제를 조직한다	400년 이전	Phu Vang 현 인민위원회
57	투기엣(Tu Kiet) 축제	띠엔장(Tien Giang) 성	Cai Lay 현, Thanh Hoa 사, Tu Kiet 등	역사축제	2일간 (음력 8월 15일~8월 16일)	Long, Than, Rong, Duoc의 4명을 기린다.	1871년 2월 14일	Cai Lay 현 인민위원회
58	호찌민시 빛의 축제	호찌민(Ho Chi Minh) 시	호찌민 시, 7구	해외에서 수입된 축제	양력 4월 5일~5월 19일 이대	한국 문화 교류	2019년	호찌민시 인민위원회
59	돌타(Dolta) 축제	짜빈(Tra Vinh) 성	크레르인(Khmer)의 사원	민속축제(전통축제)	3일간 (음력 8월 29일~9월 1일)	조부모님, 부모님과 친척들에게 고마움을 전하고, 고인에게 감사하고, 사는 사람들을 축복을 빌다	크메르인의 오래된 전통 의식이다	Tra Vinh 성에서 살고 있는 크메르인
60	롱퐁(Long Tong)축제	뚜옌광(Tuyen Quang) 성	Tuyen Quang 성, Chiem Hoa 현	민속축제(전통축제)	하루 (음력 1월 8일)	쌀 농부들은 해의 풍년을 기원하기도 한다	파이족의 오래된 전통 의식이다	Tuyen Quang 성에서 살고 있는 파이족
61	롱탄(Long Thanh) 사당 봄 축제	빈롱(Vinh Long) 성	Vinh Long 성, Vinh Long 시사, 5 방, Long Thanh 사원	민속축제(전통축제)	2이간 (음력 3월 13일~3월 14일)	성황(마을의 수호신)을 기린다	1754년	Vinh Long 시사
62	테이타이엔(Tay Thien) 축제	빈푹(Vinh Phuc) 성	Vinh Phuc 성, Tam Dao 현, Dai dinh 사, Tay Thien 유적지	민속축제(전통축제)	3일간 (음력 1월 15일~1월 17일)	Lang Thi Tieu 국모를 기린다	오래된 전통 의식이다	Tam Dao 현 인민위원회
63	동쿠옹(Dong Cuong) 사원 축제		엔바이성, 반옌현, 동쿠옹사, 벤넌총, 동쿠옹사원	민속축제(전통축제)	2일간 (음력 1월 6일~1월 7일)	Mau De Nhi Thuong Nhan(우주의 어머니)을 기리기	1258년	Van Yen 현 인민위원회

출처: 동신대학교 관광대학원 석사학위논문 「베트남 축제 분석 및 발전방안」 2019년

1. 베트남 박람회 현황 및 특징

가. 주요 도시별 박람회의 현황과 특징

(1) 다낭

□ Danang Food 2020 (베트남 다낭 식품, 음료 전시회)

- 소개: 다낭에서 열린 최초의 식품 및 음료 전시회.
- 일시: 2020년 9월 24~26일 진행 예정 - 매년 진행 (2021년 9월 9일~11일 진행 예정)
- 장소: Da Nang Exhibition & Convention Centre
- 주최기관: AMB Tarsus Events Group
- 분야: 식품&음료(주류 및 음료, 베이커리 제품 및 재료, 통조림 및 가공식품, 신선 식품, 냉동식품, 할랄식품, 빙과류, 육류 및 가금류, 해산물, 유기농 식품, 커피, 와인 등)
- 참가국: 이탈리아, 터키, 한국, 대만, 태국, 인도, 중국, 말레이시아, 싱가포르 등
- 현장 모습:



출처 : 글로벌 전시포털; 다낭 식품, 음료 전시회 홈페이지

* 순서는 지역 기준

□ Danang Spring Fair 2020 (베트남 다낭 스프링페어 전시회)

- 소개: 종합 소비재 전시회
- 일시: 2020년 1월 9일~15일 - 매년 진행
- 장소: Da Nang International Exhibition Fair Center
- 주최기관: 다낭시 산업무역국
- 분야: 식품 및 기타 가공제품, 의류 및 섬유제품, 신발류, 수공예품, 전자제품 및 가정용품 등 소비재
- 부스 수: 300여개
- 개최규모: 3,000m²
- 참가업체 수: 200개
- 방문자 수: 70,000명 (개최국 60,000, 외국 10,000)
- 전시회 특징: 개최식에서 다낭시 산업무역국 응우옌 하 박(Nguyen Ha Bac) 국장은 이번 전시회의 목적은 베트남의 최대 명절인 땃(Tet) 전 현지 소비자들의 구매 수요를 충족시키고, 현지 소비재 기업에게 시장 확대의 기회를 제공하는 것이라고 밝힘.
- 전시회 구성:



- 이번 2020 베트남 다낭 스프링 페어 전시회는 총 6개의 실내·외 전시장으로 구성되었음.

▪ 전시회 참가 종합평가:

- 이번 2020 다낭 스프링 페어 전시회는 식품, 생활용품, 의류 및 신발, 소형 가전 등 다양한 소비재 위주로 전시기간 동안 원산지가 보증되는 제품을 보다 저렴한 가격에 구입할 수 있기에 많은 현지 소비자가 몰리며 다낭시 최대 규모 소비재 전시회 중 하나임을 증명하였음.
- 전시회에 참가한 수입 및 판매업체에 따르면, 현지 소비자 공략에 있어 가장 중요한 2가지는 브랜드 인지도와 가격경쟁력으로, 실제로 전시된 제품 중 전시회 참가 등 적극적인 마케팅을 통해 소비자에게 익숙한 브랜드에 관람객들의 관심이 쏠렸으

며, 일반 제품의 경우 가격이 20만동 이상이면 실제 구매로 잘 이어지지 않았음.

- 다낭 스프링페어는 매년 베트남 최대 명절인 땃(Tet) 전에 열리며, 현지인들에게는 ‘퇴근 후 필수 쇼핑 코스’로 각광받고 있을 정도로 인지도와 규모가 큰 소비재 전시회임. 따라서 다낭 소비시장 진출을 원하는 소비재 기업이라면 아이템에 대한 소비자 반응과 각 아이템 별 현지 소비자의 최대 수용 가격 등을 파악할 수 있으며, 동시에 현지 시장에서 브랜드 인지도를 향상 시킬 수 있는 좋은 기회가 될 것으로 보임.

■ 현장 모습:



- 이미지의 업체명: Moc Chau, Vissan, Hai Ha

출처 : 두성관광, 주식회사 마이페어; 다낭시 산업 진흥 센터

- The East-West Economic Corridor International Investment Trade and Tourism Fair-Danang 2019 (베트남 다낭 국제동서경제회랑 무역 및 관광 전시회)
- 소개: 소매 품목 위주의 종합전시회.
 - 일시: 2019년 8월 2일~7일 - 매년 진행 (2020년 8월 4일~9일 진행)
 - 장소: Danang Fair Exhibition Center
 - 주최기관: Danang Industry - Trade Department, Danang Foreign Affairs Department, Danang Department of Tourism, Danang Investment Promotion Agency
 - 분야: 관광 상품, 전자 제품, 의류 및 패션, 식품 등 종합 품목
 - 부스 수: 500개 이상
 - 개최규모: 140,000m²
 - 참가업체 수: 350개 (개최국: 235; 외국: 115-한국: 14)
 - 방문자 수: 60,000명 (개최국 50,000; 외국 10,000)
 - 전시회 특징:
 - 2019년 전시회는 다낭시 산업무역부 및 외교부 등의 주최로 개최되었으며 호치민시 인민위원회 부회장 및 산업 무역부 차관을 비롯해 중국, 태국 등 참가국 외교기관의 대표가 개회식에 참가하였음.
 - 2019년 전시회는 지난해에 비해 참가 기관 및 기업 수가 증가하여 태국, 한국 등 총 10개국이 참가하였으며, 참가부스 등록도 조기에 마감되었음.
 - 타 국제 전시회와 상이하게 다양한 분야의 소매 품목 위주의 총 350여개 국내외 기업이 500여개의 부스로 참가하였음.
 - 전시장 구성:
 - 다낭 스프링페어 전시회 이미지 참고
 - 전시회 참가업체 현황:
 - 베트남 식료품 : VITA MART
 - 태국 가공 식료품 : KHON KAEN주
 - 남아프리카공화국: 주 베트남 남아프리카공화국 대사관 (과일 전시 등)
 - 전시회 참가 종합평가:
 - 2019년 전시회는 베트남 전국 18개의 성과 해외 11개국의 500여개 이상의 기업이 부스를 마련하였으며, 주최 추산 총 6만여 명의 참관객이 방문하였음.
 - 다낭 국제동서경제회랑 무역 및 관광 전시회는 일반 국제 전시회와 달리 소매 품목 위주의 기업들이 다수 참가하기에, 타 국제 전시회와 달리 큰 규모의 비즈니스 성약의 비율이 낮아 B2B를 원하는 고객은 참관 시 비즈니스 기회가 다소 적을 것으로 판단됨.
 - 하지만, 대부분 소매 품목 기업 및 최종 소비자들이 다수 참가하기에 B2C 기업이라면, 다낭 및 중부지역의 소비자들에게 브랜드 인지도를 올릴 수 있는 좋은 기회가 될 것으로 보임.

■ 현장 모습:



출처 : 글로벌전시포털; 다낭 도시정부 홈페이지

(2) 하노이

□ Vietnam Expo 2019

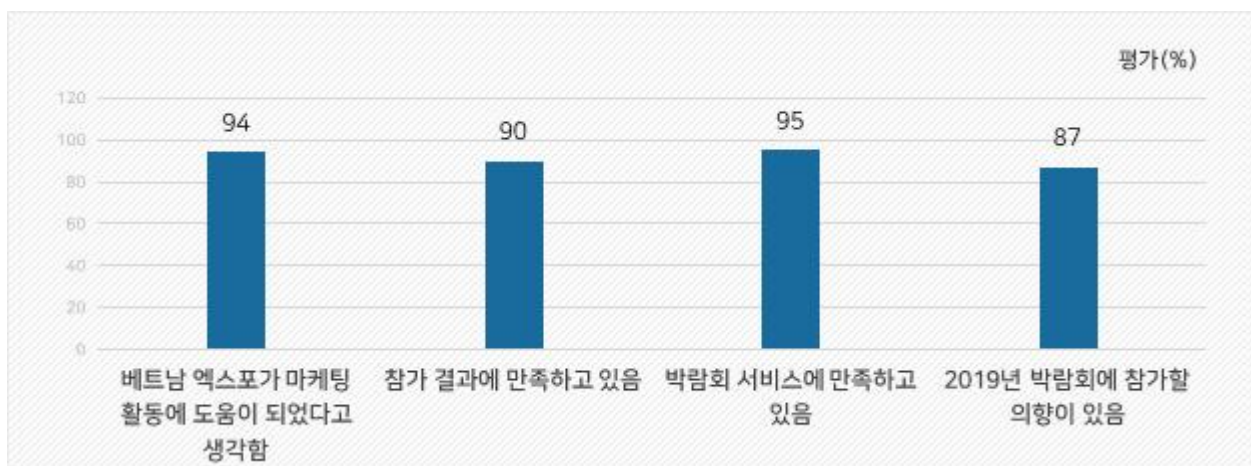
- 소개: 매년 베트남 산업통상부에서 진행되고 있는 박람회. 다양한 업체들이 파트너 혹은 에이전트 찾기 위해 Vietnam Expo에서 브랜드, 제품, 서비스 그리고 기술을 홍보하고 있음.
- 일시: 2019년 4월 10일~13일 09:00~18:00 - 매년 진행 (2020년 10월 21일~24일 진행 예정)
- 장소: Hanoi International Centre for Exhibition, 91 Tran Hung Dao Str., Hoan Kiem Dist., Ha Noi, Viet Nam
- 주최기관: 베트남 산업통상부 (MOIT: Ministry of Industry and Trade of Vietnam)
- 담당자: 베트남 무역진흥공사(VIETRADE: Vietnam Trade Promotion Agency), VINEXAD National Trade Fair and Advertising JSC
- 분야: International Pavilion; 기계류 및 전자제품; 농식품 및 음료 (커피, 차, 우유, 꿀, 쌀, 캐슈넛, 야채, 육류, 해물, 건강식품, 음료/맥주); 홈리빙
- 개최규모: 11,000m²
- 부스 수: 603개
- 참가업체 수: 24개국, 513명

국가/지역	참가자 수	부스 수
알제리	9	6
아르메니아	2	4
호주	1	1
캄보디아	3	2
캐나다	1	1
쿠바	24	6
체코	1	1
중국	60	64
홍콩	1	1
인도	2	2
인도네시아	7	6
이란	2	2
일본	4	5
한국	168	163
라오스	3	3
말레이시아	6	11
네팔	2	4
나이지리아	11	2
폴란드	1	1
러시아	12	8
스페인	1	1
스리랑카	1	1
태국	1	1
베트남	190	307
총	513	603
개최규모	Gross 12000 m ²	Net 6000 m ²

■ 한국 식품 관련 참가업체 리스트:

업체명	제품	홈페이지
GW Corporation	천비술(술잎증류농축액)	www.bio888.kr
AHA Food Co., Ltd	만두	www.ahafood.co.kr
Caffebene Co., Ltd	커피, 차	www.caffebene.co.kr
Choi Gang Food	김	www.kcleekim.co.kr
Danmeefood Co., Ltd	레인보우 큐브 믹스	http://danmeefood.kr
DKFB Co., Ltd	초콜릿	www.gotsse.com
Dooridoori Co., Ltd	즉석식품(밥, 국수)	www.dooridoori.co.kr
Dysskorea Co., Ltd	김, 음료 분말	www.dysskorea.com
E-Food Co., Ltd	훈제 칠면조, 베이컨, 훈연 닭고기, 훈연 돼지고기	http://yukhwawon.com/en/

- 방문자 수: 21,500명 (업계 관계자 17,000명, 일반 방문자 4,500명)
- 박람회 리뷰(2019년 기준, 참가자 대상):



- 전시장 특징: 총 4개 홀로 구성되었으며, A1홀은 국제전시관, A2홀은 기계장비 전시관, A3홀은 Vietrade 전시관, A4홀은 베트남 각 지방 농산물 전시관으로 이루어졌음.
- 한국관 참가 현황 및 성과:
 - 한국관은 화장품(15개사), 패션잡화(7개사), 식품음료(17개사), 주방용품(4개사), 전기전자(11개사), 소재장비(6개사) 등 산업 전반을 아우르는 다양한 분야의 기업들이 참가하였으며, 4일 동안의 전시 기간 중 다양한 수요를 가진 베트남 바이어와 참관객들을 맞이하여 열띤 상담을 진행함.
 - KOTRA 한국관 참가기업 60개사는 전시기간 동안 베트남 바이어 및 참관기업들과 약 760여건의 상담을 진행함. 대다수의 바이어들이 긍정적인 반응을 보였으며 그 중에는 현장에서 계약 체결까지 진행한 바이어들도 여럿 있었음. 참가기업 다수가 베트남 시장 진출에 대한 의지를 가지고 오랜 기간 준비해온 모습을 보여주었으며 이번 익스포는 잠재바이어 발굴과 베트남 시장의 가능성을 가늠할 수 있는 계기가 되었음.
 - 또한 경기도경제과학진흥원(25개 부스), 강원도경제진흥원(10개 부스), 대전테크노파크(9개 부스), 청주상공회의소(10개 부스), 수원상공회의소(6개 부스), 서울테크노파크(30개 부스) 등 여러 기관들도 단체관을 구성해 참가, 우리 중소기업의 베트남 시장 진출을 함께 지원했음. 이에 따라 우리나라 중소기업의 참가는 KOTRA 한국관 60개사, 타 단체관 총 90개사, 개별참가 기업 10개사, 총 160개사로 익스포 전체 해외기업 중 절반 이상을 한국 기업들이 차지했음.

■ 주요 참가국 및 경쟁국 참가 현황:

- 2019년 베트남 하노이 엑스포는 각광 받고 있는 시장인 베트남의 최대 규모 종합 전시회인 만큼 많은 국가에서 참가 하였는데 베트남과 한국을 비롯해 러시아, 중국, 알제리, 쿠바 등 25개국에서 406개 기업이 500개 부스 규모로 참가하였음. 특히, 한국, 베트남, 중국, 쿠바, 알제리, 인도네시아 총 6개 국가에서는 전문 전시관을 설치해 참가하였음.
- 베트남 엑스포는 2015년부터 명예참가국 제도를 도입해 매년 1개 국가를 선정하여 왔으며, 한국은 2015년과 2017년 명예참가국으로 참가하였음. 2018년에는 러시아가 명예참가국으로 참가하였지만, 2019년에는 명예참가국이 없이 진행되었음.
- 알제리는 자국의 식품을 위주로 홍보를 하였고 쿠바는 의약품, 소프트웨어, 화학제품 등을 전시하였음. 라오스, 캄보디아 등의 국가들은 작년에 이어 올해에도 각국의 전통 수공예품과 특산품을 선보이며 이목을 집중시켰음. 인도네시아 또한 국가관을 개설하여 각종 공구와 가구, 생활 용품을 전시하여 자국의 경쟁력 있는 제품을 홍보하였음.
- 2019년에는 건강에 관심이 많아진 트렌드를 반영하여 유기농, 한방, 천연재료를 이용한 제품을 생산하는 베트남 기업들의 참가가 두드러졌음. 베트남 정부 및 국영기업에서도 이번 베트남 엑스포를 통해 자국 홍보에 나섰음.
- 베트남 무역진흥청(VIETRADE)에서는 외국인투자 촉진을 위해 ‘Invest in Vietnam’이라는 홍보관을 운영하였음. 2019년에는 하노이시, 하이퐁시 외에도 타잉화, 키엔장, 빙밍성 등 베트남의 여러 지역 소개 부스를 마련하여 각 지방의 투자유치 담당자들과의 면담을 통해 외국인의 베트남 투자 유치를 위해 노력하였음.
- 또한, 하노이 시 산하의 무역유통회사인 하노이 유통공사(Hapro)는 2018년에 이어 올해에도 참가하여 베트남에서 생산되는 공예품과 농산품을 전시하는 홍보부스를 마련하여 많은 참관객의 관심을 끌었음.

■ 현장 모습:



출처 : Vietnam Expo 홈페이지; 글로벌 전시 포털

(3) 호치민

□ Food & Hotel Vietnam 2019 (2019 베트남 푸드&호텔 전시회)

- 소개: 식품, 음료, 호텔, 레스토랑, 베이커리 및 식품 서비스 관련 제품 혹은 서비스를 위한 전시회.
- 일시: 2019년 4월 24일~26일 09:00~17:00 - 격년 진행 (2021년 4월 27일~29일 진행 예정)
- 장소: 베트남 호치민시 SECC 전시장
- 주최기관: UBM - SES Vietnam Exhibition Services Company Ltd.
- 분야: 식품관련 전반적인 기기/기계 제품, 호텔관련 기기 및 악세서리, 기술, 인삼/홍삼, 냉동식품, 가공식품, 제과류, 과자류, 아이스크림, 조미료, 유제품, 육류, 가공육, 해산물, 음료, 패스트푸드 등
- 개최규모: 12,000m²
- 참가업체 수: 650개 (38개국)
- 한국 식품 관련 참가업체 리스트:

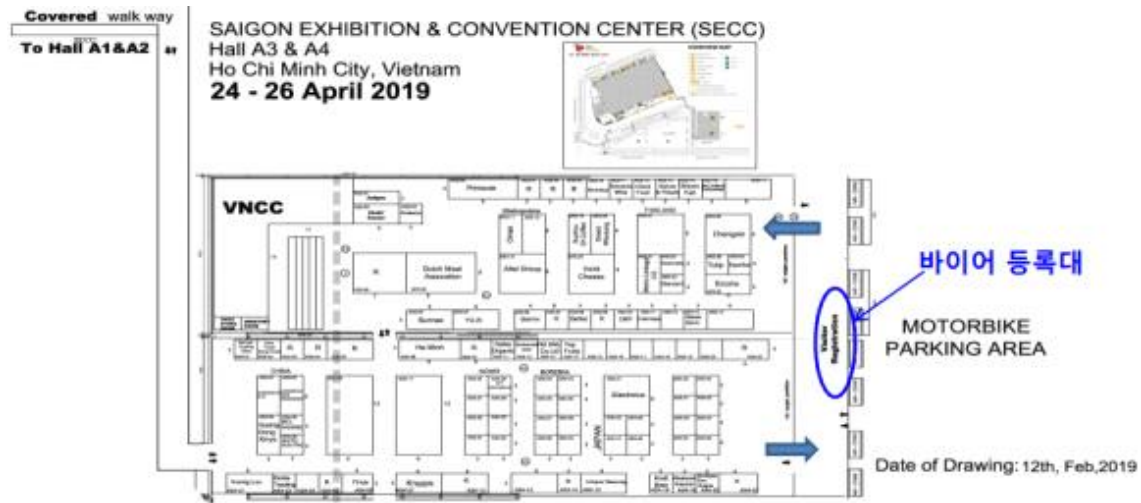
	업체명	부류	참가품목
aT 선정	씨엔에이바이오텍	기타	콜라겐 펩타이드
	태웅식품	인삼	인삼
	(주)신바드	건강	비건 스낵, 기능성 젤리
	(주)진한식품	축산	레토르트 삼계탕, 감자탕
	주식회사 레전드케이	음료	포바디 초이스
	(농)(주)정심푸드	스낵류	반건조 고구마, 구운밤
	(사)양평친환경쌀사업단	스낵류	라이스 스틱, 쌀과자
	승운무역	신선	토마토
	주식회사 무학	주류	좋은데이 소주
	화성시포도수출협회의(영)	신선	포도
	(주)맛뜰안식품	수산물	어묵, 떡볶이
	(주)에스디코리아	기타	떡볶이
	(주)엔푸드	건강	콜라겐 비타 젤리
	주식회사 디딤	기타	한식당, 프랜차이즈 사업
	한일식품(주)	면류	우동
	(주)티젠농업회사법인	차류	녹차, 캡슐티
	투에이치글로벌	신선	달걀, 버섯, 사과
	농업회사법인(주)영풍	기타	떡볶이
	(주)바이오리듬	건강	프로바이오틱스, 유산균
	금산덕원인삼약초(영)	인삼	홍삼농축액
	몽고식품(주)	장류	간장, 고추장, 된장
	(주)유니통상	신선	단감, 배, 버섯
	(농)주식회사 청도원감	임산물	감말랭이, 반건시
	주식회사 동진제약	인삼	홍삼농축액, 홍삼정과
	(농)감로 700 주식회사	차류	유기농 감로차
	세미기업(주)	음료	스무디, 녹차라떼, 고구마라떼
지자체 (인천)	크로마이트로스팅컴퍼니	기타	원두
	아내가 있는 풍경	음료	식초 음료
	호재식품	기타	참기름, 들기름
	농업회사법인 주식회사 애담	차류	썬차
지자체 (경기)	연천DMZ블랙초크베리(영)	신선	아로니아 생과, 생즙, 분말
	재원글로벌넷	수산물	김
	솔룸바이오텍	차류	올담영지차, 상황버섯차
지자체	농업회사법인(주)회곡양조장	주류	예미주, 소주, 국화주
	풍기인삼공사영농조합법인	인삼	홍삼차, 홍삼절편, 홍삼청

(경북)	시루와방아	기타	수제오디약과, 호두강정, 한과
	영양그린푸드(주)	기타	산수유효소, 산수유식초음료
지자체	대가야푸드	기타	떡국떡, 화과자
	(주)바이오폴리텍	건강	콜라겐비타
(충북)	(주)금강비엔에프	음료	알로에 음료, 곤약젤리

- 방문자 수: 12,842명 (바이어 only)
- 참가국: 한국, 호주, 필리핀, 벨기에, 폴란드, 캐나다, 스페인, 덴마크, 프랑스, 독일, 그리스, 대만, 우크라이나, 미국, 말레이시아, 터키, 싱가포르 등 약 20개 국가공동관 구성
- 전시회의 특징 (2018년 기준):
 - 9년간 호치민시에서만 진행되었으나, 베트남 북부 수도인 하노이에서 '18년 최초로 개최된 대형 전시회임.
 - 국내 및 해외업체들에 따르면, '18년 베트남 북부 하노이에서 열린 전시회를 통해 남부를 넘어 베트남 북부시장 진출 가능성에 대해서도 확인할 수 있었던 기회가 되었다고 밝힘.
- 전시회 구성 (2018년 기준):
 - A1홀: 이탈리아 국가관, 스페인 국가관, 싱가포르 국가관, 대만 국가관, 러시아 국가관, 미국 국가관, 개별기업의 전시부스, 세미나 구역, Gelato 워크숍 등
 - A2홀: 현장 참관 신청 구역, 바리스타 워크숍, 요리서 경연대회 구역 등
- 전시회 구성 (2019, 2018년 기준):0



*빨간색 테두리는 aT 한국관 위치 표시하고 있음.



■ 전시 특징:

- 현지 시장 공략에 주요한 역할을 맡고 있는 현지 바이어의 참관률이 높은 전시회 (현지 바이어 비중 약 90%)로 베트남 진출 기업들이 중요시 여겨야 할 전시회라고 판단됨
- 참관 바이어의 약 90%가 베트남 현지 바이어로, 베트남 시장 공략에 효과적

■ 전시회 참가업체 및 참관 바이어 현황 (2018년 기준):

- 13개국에서 각 업체들이 참가했으며, 주요 참가국은 베트남, 미국, 이탈리아, 싱가포르 등임. 각 국가의 다양하고 개성이 있는 전시품목으로 참관객들의 관심을 끌었음.
- 대만과 싱가포르 국가관의 전시 품목은 주로 식품가공기기이며, 이탈리아 국가관은 각 주요 지역의 와인을 전시함. 미국 국가관의 경우에는 주로 우유, 감자, 고기, 블루베리 등과 같은 농식품을 전시함.
- 2018년 Food & Hotel Hanoi 전시회에 참가한 한국기업은 1개사로, 냉장고, 냉동고 제작하는 Skipio사임.
- 주최 측에 따르면 전시회 개최 3일 동안 참관객의 수가 약 10,000명에 달했으며, 베트남의 최대 호텔산업 전시회인 만큼 바이어들이 높은 만족도를 보였음.

■ 부대행사 (2018년 기준):

- 2018년 Food & Hotel Hanoi 전시회의 규모는 작지만 화려하게 장식된 기업부스와 다양한 부대행사로 행사에 활기를 불어넣었음.
- 요리 경연대회에는 참가팀이 요리하는 모습을 관람할 수 있어서 참관객의 뜨거운 반응을 얻었음.
- Barista 및 Gelato 워크숍에서는 참가자가 아이스크림과 커피를 만드는 과정에 대해 설명을 듣고 직접 체험을 할 수 있었음.
- 전시회 개최 3일 동안 “Customer Experience Management in the Hospitality Industry(환대산업 내 고객경험 관리),” “Ensuring Food Safety for Restaurants & Hotels (식당 및 호텔의 안전한 외식환경)” 등 여러 가지 전문적인 세미나도 진행되었음.
- 관람 후 참관객들은 “The Tell Me Hub” 란 코너에서 전시회에 대한 평가를 하면 소정의 선물을 받을 기회가 있었음.

■ 한국관 참가 개요

- 참가 목적: 베트남 최대 규모의 국제 식품 박람회 참가를 통한 한국 농식품 위상 제고. 한국의 우수한 신선 과실류, 고급화된 건강·웰빙 식품 및 안전 식품 등에 대한 홍보 및 수출확대 기반 조성. 신규 유망바이어 발굴 및 기존 거래선과의 유대 강화로 한류열풍과 연계한 베트남 지역 수출 확대 도모. 한국 수출업체와 로컬 바이어와의 수출협상 외에 한국 식품 및 한국 문화에 대한 전반적인 홍보.
- 참가 계획: 참가규모 = 총 396㎡; 참가업체 = 총 40업체; 전시품목 = 신선, 건강, 인삼, 음료, 스낵류 등 식품류 전반
- 중점 추진사항: 1) 신선과실류: 한국산 과실은 외관뿐 아니라 당도, 식감 등 타 수입산 과실 대비 우수하여 베트남 현지 소비자들이 선호. 특히 딸기, 포도(샤인머스켓), 배 등의 현지수요는 폭발적으로 증가. 2) 건강식품: 아시아-태평양 지역에서 가장 빠른 증가세를 보이고 있는 베트남의 중산층은 가족의 건강과 삶의 질에 관심이 높아, 건강 및 프리미엄식품 진출 가능성이 매우 높음. 3) 안전식품: 길거리 음식 문화가 발달되어 있는 베트남에서는 위생관리가 제대로 이뤄지지 않아 식중독이 빈번히 발생. 이에 따라 식품 위생문제에 대한 인식이 증가하고 있어 깨끗하고 안전한 이미지의 한국식품에 대한 관심이 높아지고 있음.
- 한국관 구성: 한국관위치: Hall A 내부 / 수출업체관: 40업체 / 인포데스크: 한식 스튜디오 구성, 한국어·베트남 통역 배치 상담안내 / 프리미엄 제품관: 미래클 제품관, 신규 수입제품관 등 현지 트렌드를 반영한 테마식품관 운영 / 수출 현지화 애로 상담관: 수출업체 자문 및 수출관련 컨설팅 지원

구분	부스 수	면적(㎡)	비고
수출업체관	40	360	1부스(3x3m)
인포데스크	2	18	한식 스튜디오 및 인포데스크
프리미엄 제품관	1	9	트렌드 반영 테마식품관
수출현지화 애로상담관	1	9	수출컨설팅 지원
합계	44	396	

■ 한국 국가관 현황:

- aT 선정업체와 인천, 경기, 경북, 충북 등 지자체 참여 업체로 구성. 다양한 품목을 고려한 aT 선정업체와 지역 특산물을 내세운 지자체 선정업체가 조화를 이루어 우리나라 식품을 다양하게 홍보함.

우리나라 국가관 전경



- 이슈 상품 #1(유자에이드): 노란색 컵홀더를 씌워 보기도 좋고, 상큼한 맛으로 먹기도 좋은 유자에이드. 베트남 소비자들의 경우 직접 체험해보고, SNS 등에 올려 상품에 대한 평가 등을 할 수 있는 상품을 구매하기 좋아하기 때문에 직접 시식할 수

있고 사진을 찍을 수 있도록 디스플레이 되어 있는 전시품을 선호함. 소비자 테스트 결과 유자액의 노란색 빛깔과 컵홀더의 노란색이 잘 매칭 된다는 의견이 많았음. 또한 보통 베트남에서는 차에 티백을 넣어 따뜻하게 먹는 반면에 탄산음료에 타먹는 경우는 거의 없어 이를 신기하게 여김. 그리고 한국에서는 유자를 잼의 형태로 만들어 식빵에 발라먹는 경우도 있다고 얘기해주니 베트남에서는 과일을 빵에 발라 먹는 경우는 거의 없다며 먹어보고 싶다는 반응을 보임.

이슈 상품 : 간편하게 타 먹을 수 있는 유자 에이드 (1)



이슈 상품 : 간편하게 타 먹을 수 있는 유자 에이드 (2)



- 이슈 상품 #2(김밥, 버섯전): 초청 요리사인 Hai 셰프는 베트남 내에서도 상당한 인지도를 자랑하는 요리사이며, 때문에 초청 요리사가 직접 선보이는 음식에 대한 신뢰가 높다고 밝힘. 소비자 테스트 관련해서 버섯전을 한국산 반썬오(bánh xèo)라고 소개하고, 직접 재료를 싸먹는 반썬오와는 달리, 모든 재료들이 이미 다 안에 들어 있어 한입에 먹기 편했음. 또한 반썬오보다 기름을 많이 써 고소하고, 안에 들어간 야채 등 재료의 식감이 좋아 풍부한 맛이 남. 기존에 베트남에서 먹어본 간식의 맛과는 전혀 다른 맛이라 주식이 아니라 간식으로도 진출할 수 있을 것 같다는 예상이 있었음. 실제로 베트남에서 간식 체인을 운영하는 고객이 직접 버섯전 시연에 도전함.

이슈 상품 : 김밥, 버섯전 쿠킹쇼



- 이슈 상품 #3(잡채): 베트남에는 기름에 튀겨 먹는 음식은 많지만, 기름(참기름)을 둘러 먹는 음식은 많지 않아 새롭다는 반응을 보임. 잡채에 특별한 소스가 들어가는지 문의함. 특별한 밑간이 없더라도 이렇게 다채로운 맛을 낼 수 있는 음식에 놀람. 참기름을 넣어 고소하지만, 당근과 시금치 등 야채를 넣어 야채의 식감도 느낄 수 있어 맛있다는 평이 주를 이룸.

이슈 상품 : 잡채 쿠킹쇼



■ 미국 국가관 현황:

- 참가규모(업체 수): 약 40여개
- 주요 참가품목: 축산물, 육가공품, 견과류 등
- 축산물, 육가공품 등을 전시하는 부스에 직접 바이어와 소비자들이 먹어볼 수 있도록 시식코너를 마련하고 홍보행사를 진행함. 국토가 넓은 미국의 특성을 감안해 해당 상품의 생산지가 미국의 어디인지를 표기한 브로슈어가 특기할만한 내용임.

미국 국가관 전경



- 이슈 상품 #1(소고기, 돼지고기, 닭고기 등 축산물): 아래의 사진처럼 특정 지역 축산품을 선택하면 옆 부스에서 즉석으로 조리해 시식할 수 있도록 함

이슈 상품 : 미국산 축산물



- 이슈 상품 #2(견과류): 미국산 견과류의 향산화 효과 등 주요 효능을 중점적으로 홍보함. 견과류 볶음, 구이 등 다양한 요리법을 보고 직접 시식할 수 있음. 과일을 새우소금에 자주 찍어먹는 베트남 특성을 반영한 새우소금에 찍어 먹을 수 있는 견과류 요리 소개.

이슈 상품 : 미국산 견과류



■ 호주 국가관 현황:

- 참가규모(업체 수): 약 20개
- 주요 참가품목: 신선 축산물 및 축산물 가공품
- 호주산 축산품과 육가공품이 갖는 청정 이미지를 적극 홍보함. 특히 축산물이 어떤 환경에서 키워지고 도축되는지 영상 등으로 설명해 청정 이미지와 친환경 축산임을 강조.

국가관 전경 (호주)

주요품목 : 신선 축산물 및 축산물 가공품



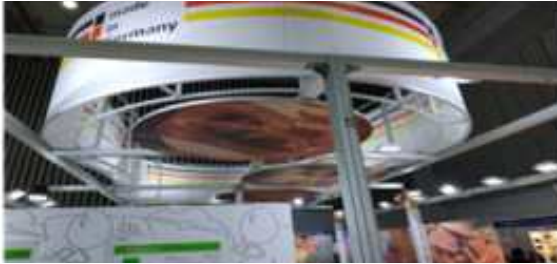
국가관 전경 (호주)



■ 독일 국가관 현황:

- 참가규모(업체 수): 약 30개
- 주요 참가품목: 소시지, 살라미 등 육가공품 및 조리용품
- 육가공품과 요리에 필요한 조리기구까지 함께 홍보. 완전 개방형 부스는 아니지만 부스공간을 넓게 할당해 조리기구까지 모두 전시가 가능함. 제품 시식을 위한 실제 요리보다는 스크린을 통한 홍보에 집중. 이는 바이어 매칭을 위한 상담공간을 넓게 확보하기 위한 전략으로 보임.

국가관 전경 (독일)



국가관 전경 (독일)



■ 현장 모습 (2018년 기준):



출처 : Food & Hotel Vietnam 홈페이지; 글로벌 전시 포털; KATI; aT 한국농수산물유통공사

□ Vietfish 2019(베트남 수산물 박람회)

- 소개: 현지 수산업 시장 동향을 살피기에 좋은 박람회 및 전시회로, 관련 사업 진출 기회를 엿보는 데 기회가 될 수 있음.
- 일시: 2019년 8월 29일~31일 09:00~17:00 - 매년 진행 (2021년 8월 25일~27일 진행 예정)
- 장소: 베트남 호치민시 SECC 전시장
- 주최기관: 베트남 수산물 수출 가공협회(VASEP: Association of Seafood Exporters and Producers of Vietnam)
- 분야: 수산물 및 수산물 관련 서비스
- 개최규모: 9,000㎡
- 부스 수: 376개
- 참가업체 수: 247개(14개국)
- 식품 관련 참가 업체 리스트:

업체명	Category	Country
ANMYFISHCO	수산물	베트남
AU VUNG SEAFOOD	수산물	베트남
BEIJING HAIDA INTERNATIONAL EXHIBITOR CO., LTD	수산물	중국
CAFATEX	수산물	베트남
CASEAMEX	수산물	베트남
CASES	수산물	베트남
CAT TUONG SEAFOOD	수산물	베트남
CENTRAL SEA	수산물	베트남
CL-FISH	수산물	베트남
CLPANGAFISH CORP	수산물	베트남
CO MAY IMEXCO., LTD	수산물	베트남
EMDEES MARINE PRODUCTS MYANMAR LIMITED	수산물	미얀마
EVERTRUST	수산물	베트남
FATIFISH	수산물	베트남
GALLANT DACHAN SEAFOOD CO., LTD	수산물	베트남
GALLANT OCEAN (VIET NAM) CO., LTD	수산물	베트남
GODACO	수산물	베트남
HAI NAM CO., LTD	수산물	베트남
HAVUCO	수산물	베트남
HOPHAFISH	수산물	베트남
LENGER SEAFOODS VIETNAM	수산물	베트남 / 네덜란드
LOBIVINA CO., LTD	수산물	베트남
MEKONG SEAFOOD CONNECTION	수산물	베트남
MINH PHU SEAFOOD CORP	수산물	베트남
NAVICO	수산물	베트남
NGHI SON FOOD GROUP	수산물	베트남
NGOC TUAN SURIMI CO., LTD	수산물	베트남
NHA TRANG SEAFOOD - F17	수산물	베트남
OFCO SOURCING VIETNAM LTD	수산물	베트남
PINETREE VIETNAM CO., LTD	수산물	베트남
PKN FOODS	수산물	베트남
SAI THANH CO., LTD	수산물	베트남
SAKY FOODS CO., LTD	수산물	베트남
SEACON VIETNAM	수산물	베트남
SEAPRODEX	수산물	베트남
SIAM CANADIAN VIETNAM	수산물	베트남
SIMMY SEAFOOD	수산물	베트남
SOUTH VINA	수산물	베트남

STAPIMEX	수산물	베트남
TG FISH / TG FISHERY HOLDINGS CORP.	수산물	베트남
THAIMEX	수산물	베트남
THANH HA FISH SAUCE CO., LTD	액젓소스	베트남
THANH PHU CO., LTD	수산물	베트남
THUAN CHUONG CORP	수산물	베트남
TOH FISH	수산물	베트남
TRADEXPO	수산물	한국
TRUONG THINH CORP	수산물	베트남
VCCI	수산물	베트남
VDTG	수산물	베트남
VIET TRUONG CO., LTD	수산물	베트남
VIETROSCO	수산물	베트남
VIFOOD CO., LTD	수산물	베트남
VILFOOD CO., LTD	수산물	베트남
VINH HOAN CORP	수산물	베트남
VNF	수산물	베트남
HONG NGOC	수산물	베트남
EUROFINS SAC KY HAI DANG	수산물	베트남
PHUC TAM LOI	수산물	베트남

- 방문자 수: 7,103명
- 전시관 구성(2020년 기준):



- 현장 모습:



출처 : Vietfish 홈페이지

□ VietFood & Beverage – ProPack 2019 in Hanoi

- 소개: 바이어, 판매자, 유통업자 모두 참여할 수 있으며, 제품을 홍보할 수 있음.
- 일시: 2019년 11월 6일~9일 09:00~17:00 – 매년 진행 (2020년 11월 4일~7일 진행 예정)
- 장소: 베트남 호치민시 SECC 전시장
- 주최기관: VINEXAD National Trade Fair and Advertising JSC
- 분야: 식음료, 유제품, 자재, 식물가공기기, 생산설비, 포장기기, 멸균설비 등
- 개최규모: 4,500㎡
- 부스 수: 240개
- 참가업체 수: 300개 (10개국)
- 한국 식품 관련 참가업체 리스트:

업체명	Category
Ace Farm Holdings	음료
Agricultural Company Jayeonteo Inc.	가공류
Agricultural Corporation Jayeonhyanggi Inc.	스낵류
Aloefarm Agricultural Association	알로에
Baekje Corporation Co., Ltd.	가공
BedelKorea Co., Ltd.	가공
BK Bio Co., Ltd	음료
BSR Korea Co., Ltd	건강
Burim Rice Cake Specialty Store Co.,	가공
Chammifood Co., Ltd	가공
Cheonbu Co., Ltd.	건강
Chun Nyeon Red Ginseng	건강
Company Red & Blue Limited	음료
Dangjin Haenaroo Rice Cooperative	쌀
DKU GTEP.	가공
Dodum Co., Ltd	음료
Dong Haero Seafood Co., Ltd	수산물
Dong-E Food Private Co., Ltd	가공
Dong-Jin Pharmaceutical Co., Ltd	건강
Donghwa Food	가공
Dysskorea Co., Ltd	가공
E&B Trade	신선
Evergood Corporation	신선
Full-Jungsung	가공
Gamro700 Agriculture Co., Ltd	차
Geumsan Dukwon Co., Ltd	건강
Geumsan Ginseng Cooperative	건강
Go Corporation	건강
Goheung Pomegranate Eco-Friendly Farming Corp.	가공
Gyodong Food Co., Ltd	가공
Ha-Dong Yulim Corporate Farming Association	가공
Haegang Co., Ltd	건어물
Haeormbio Co., Ltd	가공
Hamang Wild Ginseng Co., Ltd	건강
Hanbando Inc.	가공
Honestfood Co., Ltd	가공
Hyosong Food Co., Ltd	가공
Institute of Hadong Green Tea	가공
IP-Jang National Agricultural	신선

Jangsushinnong Agricultural Union Corporation	음료
Jeju Suhyup Trading Co., Ltd	수산물
Jinsan Science Co., Ltd	건강
JNS Global Co., Ltd	가공
Joyfarm	신선
Joyfufarm Co., Ltd	가공
K-Tomato Co., Ltd	음료
Kooksoondang Brewery Co., Ltd	음료
Korea Ginseng a Good Family	건강
Kwangju Food Co.	육류
Mammos Confectionary Co., Ltd	가공
MS Bio Co., Ltd	가공
Mujubanditbul Marketing Firms in Common of the Primary Cooperatives	신선
Namkwangfood Co., Ltd	가공
National Agricultural Cooperative Federation Gyeonggi	건강, 신선, 가공
Onggojib Agricultural Cooperative Federation Gyeonggi	가공
Punggi Ginseng Farming Corp.	건강
Pyungchang F&B Co., Ltd.	건강
Samheung Co., Ltd.	건강
Samjang Cooperative Union	건강
Samjin CNF Co., Ltd	가공
Samsin Golyeo Hongsam Co., Ltd.	건강
Sangju Dried Persimmon Trade Center	건과일
Shinnong Agriculture Corporation	건과일
Sigolnongjang	건과일
Songhak Korea Red Ginseng Co., Ltd.	건강
Sunbong Food Co., Ltd	가공
Sweet Sensation Co., Ltd	음료
Taehwa Food Inc.	가공
TG Red Ginseng	건강
Trustfarm.Co.	가공
Woorido Co., Ltd.	음료
Yilip International Co., Ltd.	신선
Young Poong Co., Ltd.	가공
Yukhwawon Co., Ltd.	육류
Yunsung F&C	건강
Zeus Bio Co., Ltd.	가공
Parras Wines, LDA	음료

- 방문자 수: 16,000명
- 전시회 특징: 전시회의 일환으로 세미나, 포럼도 개최되었으며 베트남, 외국 참관객들의 큰 주목을 받음.
- 전시회 참가업체 및 참관 바이어 현황:
 - 베트남 전시 업체(100개사) 외에 중국, 그리스, 인도, 일본, 말레이시아, 대만, 태국, 한국 등 10개국의 외국 참가업체가 전시에 적극적으로 참가하였음.
 - 베트남 전시 업체인 경우 대부분 유명한 식품 브랜드를 소유하고 있는 선두적인 기업으로 Gastech Vietnam, Area Vietnam Co., Ltd 등 임.
 - 주최 측의 통계에 따르면 오픈 첫날에 참관 바이어가 2,000명에 달했음. 그리고 이번 전시회에 한국 업체가 60개사로 최대 참가국임.
- 한국관 주요품목 소개 및 동향, 바이어 반응:
 - 이번 전시회에 한국 업체들은 부산테크노파크와 금산인삼협동조합의 주관으로 참가하였으며 부스가 국가관으로 구성되었음.

- 한국 60개사는 Go Corporation, Jeju Suhyup Trading, Jinsan Science, Songhak Korea Red Ginseng, Kooksoondang Brewery, Dong-Jin Pharmaceutical, Young Poong, Samjin Food, Namkwang Food 등 임.
- 주요 전시품목이 건강기능식품(영지, 인삼 등), 발효식품(김치 등), 음료, 김, 미역, 커피, 말린 과일, 막걸리 등 임.
- 많은 업체들은 바이어와 소통을 위해 통역원을 섭외하였으며, 바이어들은 한국 업체들의 제품에 대한 관심과 좋은 반응을 보여줌.

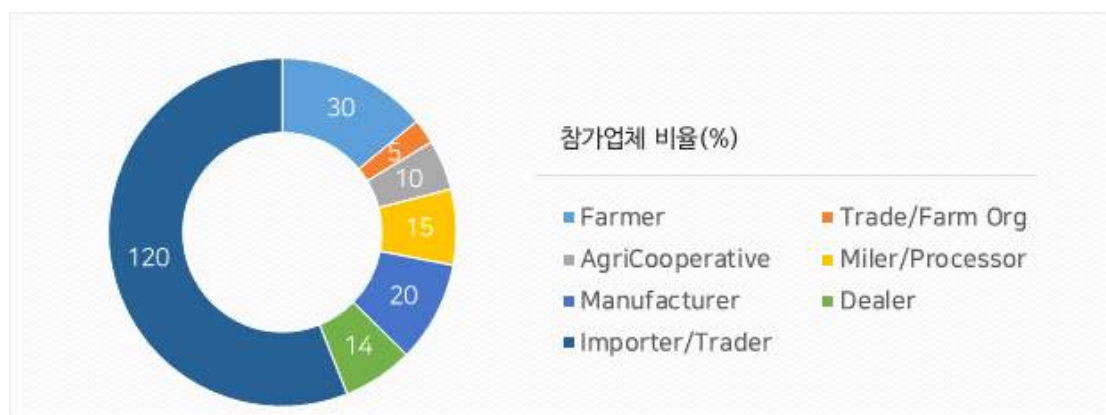
■ 현장 모습:



출처 : VINEXAD National Trade Fair and Advertising JSC; 글로벌 전시 포털

□ Vietnam Farm & Food Expo and Agritech Vietnam 2019 (베트남 농업 식품 박람회)

- 소개: 기업들이 농업 관련 기계, 화학품, 식품 등을 홍보하고 파트너 찾기 위한 박람회.
- 일시: 2019년 6월 26일~28일 09:00~18:00 - 매년 진행 (2020년 8월 13일~16일에 진행됨)
- 장소: 호치민 SECC (Saigon Exhibition & Convention Center)
- 주최기관: Minh Vi Exhibition & Advertisement Co., Ltd (VEAS)
- 분야: 농업 관련 기계, 화학품, 식품 등
- 개최규모: 3,000㎡
- 부스 수: 300개(2020년 기준)
- 참가업체 수: 80(2020년: 147)



- 베트남 식품 관련 참가업체 리스트(2020년 기준):

업체명	카테고리
Redbazan Co., Ltd.	커피
Apollo Co. Ltd.	커피, 신선
Vicofa	커피
Kim Sang App JSC	쌀
Sub-Department of Agricultural Development of Lam Dong Province	특산물, 커피
Dong A Agriculture Co., Ltd.	신선
Business Association of Dong Thap Province	특산물
Dong Duong Long Prdouction Trading Co., Ltd	신선
Saigon Green Agricultural Development Joint Stock Company	신선
Bamboo International Joint Stock Company	농식품
Geumsan Joing Stock Company	인삼
K Coffee - 100% Authentic - Natural Taste	커피
Belvie Chocolate Trading Production Company Limited	초콜릿
Anh Dang Co., Ltd.	설탕
T&I Global Limited	가공
Vietnam Network Declaration Co., Ltd.	음료
Vineco Agricultrual Development Investment Co., Ltd	건과일
Dak Lak Honey Bee Joint Stock Company	꿀
Dung Phi Yen Co., Ltd.	둥지
House of Dao Communication Ethnic Medicine	건강
Hai Nguyen Seafood Co., Ltd	식품
Mountain Regional Development Joint Stock Company	꿀
Yen Viet Worldwide Co., Ltd	둥지
Long Thuan Private Enterprise	가공
VTC Bio tech Technology JSC	건강

Fair Marketing Joint Stock Company Vina Show	건강, 식품
Kim Lai Ngo Co., Ltd	건강
Phuc Thinh Manufacturing & Trading JSC	가공
2M Company Limited	식품, 조미료
Tracybee Secrets Co., Ltd.	건강
Thuan Kiem Plate Roof Co., Ltd	식품
Long Bing Livestock Co., Ltd	닭
Salangane Nest World Corporation	식품
Vietnam Association of Seafood Exporters and Producers (VASEP)	가공
GlobalPharma Joint Stock Company	건강
Vissan Joint Stock Company	육류
Ben Tre Trade Promotion Center	식품
Nong Lam Food, Co, Ltd.	식품
U&I Agriculture Corporation (Unifarm)	신선
Khanh Hoa Salanganes Nest Company	둥지
Truong Tho JSC	식품

*식품 관련 한국 업체는 참가하지 않음.

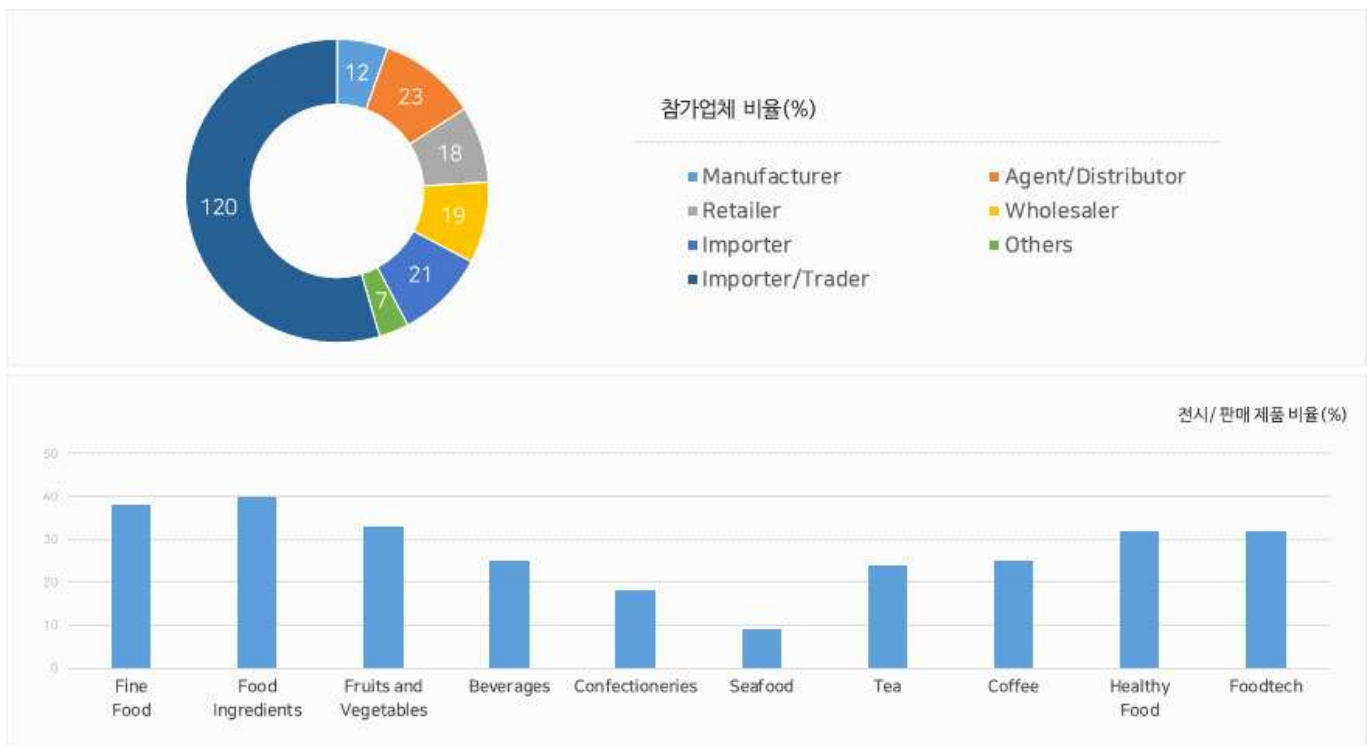
- 방문자 수: 2,500명(2020년: 20,000명)
- 참가자 리뷰:
 - 80%의 참가자가 만족함
 - 90%의 방문자가 재방문함
 - 75%의 참가자/방문자가 결제함.
 - “여러 해외 기업과 베트남 유통업체가 참여함. 그러므로 베트남 시장에 진출하기 위해 좋은 기회였음. 내년에 파트너와 같이 다시 참석할 의향이 있음.” -구한 (Nousbo Co., Ltd 매니저)
- 현장 모습:



출처 : 마이페어; 베트남 농업 식품 박람회 홈페이지

□ Vietnam Food expo

- 소개: 베트남에서 가장 규모가 크고 국제적인 식품 박람회. 베트남 주요 특산품 (캐슈넛, 쌀제품, 해산물 등)을 소개하고 해외 국가 및 기업들이 베트남으로 제품을 수출하기 위해 주요 제품을 전시하고 소개함. 뿐만 아니라 식품 관련 기자재들도 함께 전시돼 최신 식품 기술 트렌드도 엿볼 수 있는 자리.
- 날짜: 2019년 11월 13일~16일 - 매년 진행 (2020년 11월 18일~21일에 진행 예정)
- 장소: 베트남 호치민시 SECC 전시장
- 주최기관: Vietnam Trade Promotion Agency(VIETRADE)
- 분야: 식품 원료; 과일 및 야채; 음료; 가공식품 및 고부가가치 식품; 국제관; 식품 포장; 가공용 기계 및 설비 등
- 개최규모: 40,000m²
- 부스 수: 526개
- 참가업체 수: 24개국, 412명



- 한국 식품 관련 참가업체 리스트(2018년 기준):

업체명	카테고리
(주)티젠 농업회사법인	녹차가루
(주)오렌지피플	식음료용 파우더 설탕류
국순당	국순당 쌀막걸리
네이처팜	감말랭이
(주)유엔아이금산지점	홍삼
포천인삼영농조합법인	고려홍삼농축액로얄
주식회사 위브인터내셔널	요구르트
광동제약	비타500
(주)한사랑	딸기
(주)이립인터내셔널	배추
(주)에버굿	배, 사과, 단감, 딸기, 포도 등

에스엠코리아	신선과일
데코리아제과(주)	아베떼 모카 커피믹스
홍무역	핸드 데코레이티드 캐릭터 젤리
(주)크라운제과	롤리팝
(주)사조대림	초코스틱
(주)청우식품	쿠크다스
(주)착한음식	더고소한김_채래김4g
정남농협	소불고기양념소스
동의초석잠	야불 시리즈
한독	디딜향 떡국떡
농업회사법인(주)주성	진생파워에너지드링크
(주)신바드	레디큐 드링크
농업회사법인(주)우리두	새싹젤리
(주)넥스쳐이원인터내셔널	푸디 만만한 다이어트젤리
(주)다원	패밀락
금산덕원인삼약조영농조합법인	네오 크리스피롤
농업회사법인 남해섬흑마늘(주)	모히또라임민트 에이드
(주)화인에프티(향미소금	홍삼농축액 240g
씨엔에이바이오텍	흑마늘
태웅식품	양파, 마늘, 허브
황수연전통식품영농조합법인	건강
(주)에코파낙스	인삼
(주)제이앤에스글로벌	청국장
한국제다	세척수삼
프레찬	과자류
(주)에브릿	녹차, 녹차가루
주식회사 힐링	배추김치
풍기인삼농협	슬립토(발효음료)
경북통상(주)	녹차스프레드
한성영농조합법인	풍기진홍삼액폴드
다모	사과
(주)조은술세종	사과
(주)금강B&F	김치
농업회사법인(유)대경농산	이도(중류식 소주)
주식회사 교동식품	곤약젤리
(주)사용원	고춧가루
소세폴농장	삼계탕
(주)네오크레마	전
순수본	유기농 아로니아 농축과립
클러스터	갈락토올리고당/뷰티올리고
(주)진성에프엠	베이비본 이유식
솔나라	식품전반
(주)두리두리	불고기양념
농업법인(주)웃가네	적송유 캡슐건강식품
농업회사법인 주식회사 에스카랩	즉석복원 비빔밥
	도라지홍삼
	캡슐아이스크림/빙수

- 방문자 수: 23,884명 (업계 관계자 16,153명, 일반 방문자 4,815명, 외국인 방문자 2,916명, 42개국)
- 참가자 리뷰: 재방문자 61%, 긍정평 73%, 좋은 성과를 거둔 참가자 76%
- 성과: 국내 바이어가 개최한 비즈니스 미팅 3000개 이상, 해외 바이어가 개최한 비즈니스 미팅 500개 이상, Top 유통업체와 비즈니스 매칭(Amazon Global Selling, AEON, Central Group, Saigon Co.op, SATRA, Vinmart)

■ 전시장 구성



■ 한국 참가기업 인터뷰:

- 홍삼제품 전문 업체 G사 관계자: 현재 거래 중인 베트남 바이어가 있으며, 제품 홍보 및 인지도 상승 등을 위해 행사에 참가함. 베트남 홍삼제품 시장은 주변 아세안 국가와 비교해봤을 때 긍정적이며 음료, 사탕, 절편 등 모든 제품군이 고르게 판매되고 있음. 앞으로도 베트남 내 홍삼제품 수요는 계속 커질 것이라 예상함. 홍삼제품군 등의 인기로 관련 한국 업체들의 베트남 진출 역시 증가하고 있고 이에 따라 경쟁도 심화되는 양상임. 그러나 신규 업체의 등장은 시장규모를 키우는 데 일조한다고 생각함. 따라서 신규 업체 진출 증가 및 경쟁 심화를 또 다른 기회 요인으로 여기고 베트남 시장 적극 개발 계획 중.
- 즉석식품 전문업체 H사 관계자: 현재 베트남 내 한인 마트를 중심으로 거래 중이며 신규 바이어 발굴을 위해 참석하였음. 기존 한인마트를 대상으로 판매되고 있는 레토르트 식품군(삼계탕, 육개장 등)을 가지고 현지 베트남 바이어들과 미팅을 진행해 본 결과, 몇몇 의견차이 및 애로사항이 존재한다는 것을 발견하였음. 기본적으로 베트남 현지 소비자들이 구입하기에 레토르트 식품의 가격이 다소 높은 편임. 또한 현지에서 인기 있는 식품군은 냉동 또는 삼각김밥 등의 간편 즉석식품을 선호하는 편이며 당사에서 취급하고 있는 삼계탕, 육개장 등 국물이 포함되어 있는 식품을 낮설어하고 있다는 것을 알게 된 자리였음.
- 차 제품 전문업체 S사 관계자: 전통차, 허브차, 꽃차 등 차류를 주로 유통·판매함. 베트남 현지인들은 식사 후 차를 마시는 것에 익숙해 당사가 취급하고 있는 차 제품류 자체에 대한 거부감은 덜한 것으로 생각됨. 꽃차(목련티, 아카시아티, 매화티 등)는 베트남 젊은 여성들의 시음 요청 및 구매가 많아 긍정적으로 평가하고 있음. 바이어 상담을 해본 결과, 베트남에도 여러 종류의 허브티와 꽃차가 있지만, 종류가 한정적이기 때문에 베트남에서 판매되지 않은 꽃차와 새로운 향에 많은 관심을 보였음. 각 차의 효능에 대한 질문을 많이 받았으며 이는 제품 구매 주요 요인으로 작용하는 것으로 보임.

■ 시사점:

- 베트남 푸드엑스포는 타 전시회와 달리 대기업들 중심의 전시 및 판매보다는, 베트남 각 지방 특산품을 소개하고 전시하는 성격이 짙은 행사였음. 여러 지역의 다양한 베트남 식품을 소개해 방문객 입장에서 다채롭고 다양한 경험을 할 수 있었음.
- 독일, 한국, 일본, 말레이시아, 홍콩, 태국 등 10여 개국 해외 식품기업들 역시 2019년 베트남 푸드엑스포에 참가해 바이어 발굴 및 제품 홍보함. 우리나라 식품기업들도 홍삼, 어묵, 즉석식품, 김치, 음료, 차 등 다양한 식품을 들고 현지 브랜드 홍보 및 바이어 발굴 활동을 전개함.
- 한편 베트남의 두터운 젊은 인구층, 경제 성장 및 소득 증가 등이 베트남 식품시장 확대에 이어지고 있음. 베트남은 우리나라가 일본, 중국, 미국 다음으로 식품을 많이 수출하는 국가이지만, 여전히 성장 잠재력이 높은 국가로 평가됨. 따라서 우리 식품 기업들은 베트남 푸드엑스포와 같은 현지 식품 전시회 참가에 관심을 가지고 현지 시장 개발에 주목해야함.
- 베트남 현지 시장 진출을 위해 베트남의 주요 식품 산업 전시회인 Vietnam Foodexpo는 현지 시장의 변화를 파악하고, 제품을 소개 할 수 있는 좋은 기회로 보임. 다만 한국 식품의 관심도에 반해 아직은 제한된 바이어, 소비자층, 가격 장벽이 있는 점 등을 유의할 필요가 있고, 전시회 특성상 일반 소비자 관람이 많을 수 있기에 효과적인 참가를 위해 별도의 바이어 발굴 및 접촉이 필요함.

■ 현장 모습:



출처 : Vietnam Foodexpo 홈페이지; KOTRA

□ Vietnam International CafeShow 2019 (베트남 국제 카페 쇼)

- 소개: 최신 베트남 커피 산업 동향을 확인 할 수 있음. 커피 산업에 종사하는 기업이나, 베트남 진출을 염두에 두는 기업이라면 업계 동향을 살펴보고 트렌드를 파악하며 프리미엄 커피 프랜차이즈 진출을 검토해 볼 수 있음.
- 일시: 2019년 5월 2일~4일 09:00~17:00 - 격년 진행 (2021년 5월 27일~29일 진행 예정)
- 장소: 베트남 호치민시 SECC 전시장
- 주최기관: EXPORUM
- 분야: 커피, 차, 빵 및 제과, 커피빈, 초콜릿 및 디저트, 아이스크림 및 젤라또, 머신 및 도구, 프랜차이즈 및 스타트업, 바리스타 교육 및 트레이닝
- 개최규모: 6,000㎡
- 부스 수: 141개
- 참가업체 수: 234 참가자(16개국)
 - 베트남, 한국, 대만, 콜롬비아, 페루, 이탈리아, 중국, 일본, 스위스, 스리랑카, 뉴질랜드, 태국, 독일, 남아공, 미국, 호주
- 방문자 수: 28,965(17개국)
- 전시회 참가업체 현황:



- 부대행사:
 - Vietnam National Barista & Latte Art Championship 2019
 - Vietnam Signature Battle 2019
 - Cherry's Choice
 - Coffee Training Station
 - Sweet Class
 - Coffee Talk
 - Vietnam Spectrum

■ 현장 모습:



출처 : 베트남 국제 카페 쇼 홈페이지; 마이페이어

□ 2019 Vietnam International Premium Products Fair(베트남 호치민 프리미엄 소비재 전시회)

- 소개: 베트남 및 해외 기업들 위해 네트워킹, 컨설팅, 세미나 관련 다양한 이벤트를 진행하고 있는 전시회.
- 일시: 2019년 5월 30일~6월 2일 10:00~17:00 - 매년 진행(2020년 12월 16일~18일 진행될 예정)
- 장소: 베트남 호치민시 SECC 전시장
- 주최기관: 주식회사 코엑스, 한국무역협회
- 분야: 생활용품, 화장품, 패션의류 및 액세서리, 유아용품, 사무용품, 식품, IT 및 전자기기 등 유망 소비재 수출품목
- 개최규모: 4,400㎡
- 부스 수: 235개 (2020년 예정: 100개사 120부스)
- 참가업체 수: 217개 (10개국)
- 한국 식품 관련 참가업체 리스트:

업체명	카테고리
Baekje Myungga Brewery Co., Ltd.	음료
Dong Hwa Food	어패류
Dooson Food Co., Ltd.	가공
Dysskorea Co., Ltd.	가공
Daepungnyeon An AgriculturalCooperativ	가공
E.Food Co., Ltd.	훈제 육류
EYN Agricultural Co., Ltd.	가공
Ecobios Co., Ltd.	가공
Gagopa-Healing Food	가공
Gang Dong O Cake Co., Ltd	제과, 빵류
Gong Food	가공
Gizen	차
Giunchan Co., Ltd.	차, 건강
Hanbaek Food	가공
Haejo Food Co., Ltd	가공
Hanmirae Food Co., Ltd.	가공
IKG Korea Co.	가공
JJF Co., Ltd.	신선
Jeju Hyanga Fisheries Co., Ltd	수산물
JPSH Arasumgim	가공
Jooan Wolesale Corp.	음료, 건강
Jinsan Science Co., Ltd.	건강
KCWOORIGIM Co., Ltd.	가공
KKOTDO	차
Kongsamico., Ltd. & Borirofoodco., Ltd.	가공
Kocheolnam Hongsam Co., Ltd.	건강
Metro B&F Co., Ltd.	가공
Meta - B Lab' s	가공
Oceanstar Co., Ltd.	
Rang Co., Ltd.	제과, 빵류
Seastar Co., Ltd.	가공
Sorobio Co., Ltd	분말
Samheung Co., Ltd.	건강
Wellturalbio Co., Ltd.	곡물류, 건강
Yeongduk Export Company Association	가공

- 방문자 수: 19,297명
 - 비즈니스 미팅 수: 1,512건
 - 현장 모습:
-



출처 : VIPremium 홈페이지; 글로벌 전시 포털

□ Vietstock Expo & Forum 2020

- 소개: 베트남의 최신 축산업과 산업 동향을 파악할 수 있는 포럼과 전시회임. 베트남 축산부 주최로 열리는 이 행사에는 농·축산 관계자와 정부 부처 대표와 국내·해외 바이어들이 참여함. 안전성과 원산지가 식품 구매에 있어 중요한 기준이 된 시점에 베트남 시장에 선진 축산 설비와 시스템을 소개하고 네트워킹을 하는 것은 물론 축산 시장 동향을 파악할 수 있는 기회임.
- 일시: 2020년 10월 14일~16일 09:00~17:00 (2020년 10월 16일에는 09:00~16:00) - 매년 진행 (2021년 10월 13일~15일 진행 예정)
- 장소: 베트남 호치민시 SECC 전시장
- 주최기관: UBM
- 분야: 식품 및 음료, 농업 및 임업
- 개최규모: 10,000㎡
- 참가업체 수(2018년 기준): 371여개(30여 개국)
 - 2021년(예상): 350여개(45개국)
- 방문자 수(2018년 기준): 12,584명(46개국)
 - 2021년(예상): 350여개(45개국)
- 전시회 참가 종합평가(2018년 기준):
 - 참가자업체 평가: 경험 만족도 96%; 재방문 의사 93%
 - 방문자 평가: 네트워킹 만족도 97.2%; 바이어 매칭 만족도 94.13%; 경험 만족도 91.48%
- 현장 모습:



출처 : Vietstock Expo & Forum 홈페이지

나. 박람회별 농식품 연계 업체 등 참가 유무 및 규모

	지역*	개최규모(㎡)	부스 수	참가업체 수	방문자 수	한국 농식품 연계 참가 업체 수**
Danang Food(2020)	다낭	3,000	300	200	70,000	-
Danang Spring Fair(2020)	다낭	3,000	300	200개 (2019년: 200 이상)	70,000	-
The East-West Economic Corridor International Investment Trade and Tourism Fair-Danang(2019)	다낭	140,000	500	350	60,000	-
Vietnam Expo(2019)	하노이	11,000	603	513명	21,500	9 (28p)
Food & Hotel(2019)	호치민	12,000	-	650개	12,842	40 (30p)
Vietfish(2019)	호치민	9,000	376	247	7,103	1 (38p)
VietFood & Beverage - Propack in Hanoi(2019)	호치민	4,500	240	300개	16,000	77 (40p)
Vietnam Farm & Food Expo Agritech Vietnam(2019)	호치민	3,000	300 (2020년 기준)	80개	2,500 (2020년: 20,000)	0
Vietnam Foodexpo(2019)	호치민	40,000	526	412명	23,884	56 (2018년 기준; 45p)
Vietnam International CafeShow(2019)	호치민	6,000	141	234	28,965	-
Vietnam International Premium Products Fair(2019)	호치민	4,400	235 (2020년 예정: 120)	217개	19,297	35 (51p)
Vietstock Expo & Forum(2020)	호치민	10,000	-	371 (2018년 기준)	12,584 (2018년 기준)	0

* 순서는 지역 기준

** 참가업체 리스트는 해당 전시회 및 박람회 현황 및 특징 페이지(p)에서 확인 가능.

‘-’ 는 한국 농식품 연계 참가 업체 관련 정보를 찾을 수 없는 경우이며 0은 참가업체가 없다는 의미임.

2. 베트남 내 현지축제, 박람회 현지 홍보 트렌드

가. 축제·박람회의 현지 홍보방법

□ 온라인 광고

- 페이스북 등 동영상기반 모바일 플랫폼을 중심으로 온라인 광고시장이 꾸준한 성장세를 보이고 있음. 이는 높은 스마트폰 보급률과 인터넷 접근성으로 베트남인들이 빠르게 디지털화되고 있기 때문임. 또한, 코로나19로 인해 소비자들이 온라인에서 소비하는 시간이 증가하고 있어 이러한 추세는 더욱 가속화 될 것으로 예상됨.
- 꾸준한 성장세의 온라인광고 시장
 - 2019년 베트남 온라인광고시장은 2억 8400만 달러로 전체 광고시장의 20.6%를 차지했음. 오프라인 광고(TV, 신문, 라디오, 잡지 및 옥외 광고)가 여전히 베트남 광고시장의 주를 이루고 있지만, 베트남인들의 삶이 빠르게 디지털화 되면서 온라인광고에 대한 비중이 점차 커지고 있음. 광고컨설팅업체 애드소타(Adsota)는 ‘2019 베트남 디지털광고시장’ 보고서를 통해 많은 기업들의 마케팅 비중이 점차 디지털광고로 대체됨에 따라 2022년 온라인광고 비중은 24.7%(약 3억4천만달러)까지 상승할 것으로 전망했음.
 - 베트남 소비자들이 인터넷을 활용하는 시간이 늘어남에 따라, 온라인 광고의 중요성은 더욱 커질 것으로 전망됨. 글로벌 마케팅 업체 ‘We are Social’ 에 따르면, ‘19년 베트남 인터넷 이용자는 전체 인구의 70%(68백만 명, 작년대비 10% 증가)에 육박하며, 하루 평균 6시간 30분 인터넷에 접속하고 있는 것으로 조사되었음.
- 온라인광고는 ‘모바일’ ‘소셜미디어 광고’
 - 전반적인 온라인 광고 성장 속에서도 눈길이 가는 건 Facebook, Youtube 등을 활용한 소셜미디어 광고임. 시장조사업체 ‘Q&Me’가 135개 기업들을 대상으로 실시한 최근 조사에 따르면 소셜미디어 광고를 이용하는 기업이 84%로 가장 많았고 검색광고(SA) 52%, 노출형광고(DA) 46% 순이었음. 특히 직원수가 50명 이상인 중대기업의 경우 94%, 중소기업은 79%가 소셜미디어 광고를 이용함.
 - 플랫폼으로는 PC보다 모바일이 대세임. 2018년 모바일이 PC 광고를 추월한 후 모바일 비중은 계속 확대되고 있음. 작년 모바일광고는 전체 온라인 광고의 67.1%를 차지했으며 2020년은 67.8%로 예상됨. 작년, ‘Q&Me’는 860명을 대상으로 한 설문조사를 바탕으로 베트남 소비자들은 일반 데스크탑(6%)보다 주로 스마트폰(79%)을 이용해 인터넷을 접속한다는 결과를 발표했다.
- 소셜미디어 광고는 ‘페이스북’ 과 ‘유튜브’
 - 베트남 소셜미디어 온라인광고 시장은 페이스북과 유튜브가 압도적인 지위를 누리고 있음. 시장 조사 기관 ‘ANTS’ 에 따르면 페이스북과 구글(유튜브)이 베트남 온라인 광고 시장의 70% 이상을 점하고 있으며, 이는 연 3억 7,000만 달러(약4,400억 원)에 이르는 규모임. 특히 베트남 SNS 이용자는 2015년 4,400만 명 수준에서 2019

년에는 6,500만 명(전년대비 9.6%)을 기록하는 등 급증 추세에 있어 연관 광고시장 규모도 점차 커질 것으로 전망됨.

- 소셜미디어의 온라인 광고시장 경쟁도 치열해질 것으로 보여짐. 중국 동영상 플랫폼 틱톡이 작년 디지털 광고에 뛰어들었고, 로터스(Lotus), 가포(Gapo)등 베트남 토종 소셜미디어 플랫폼도 출시되었음. 하 쩡 끼엔(Ha Trung Kien) 가포 CEO는 내년 이용자수 5,000만 명을 목표로 하고 있다고 밝혔음.
- 광고 콘텐츠로는 동영상 광고가 유망한 것으로 보여짐. 애드소타에 따르면 베트남 동영상광고 완료율*은 75%(모바일36% PC 39%)에 육박하며, 동남아시아 국가 중 TOP5를 기록했음. 동영상 플랫폼 유튜브 아시아 태평양 지역 책임자인 아제이 비디아사가(Ajay Vidyasagar)는 “하루 평균 유튜브 시청 시간을 기준으로 본다면, 베트남은 세계 유튜브 5대 시장 중 하나” 라고 밝힌 바 있음.

* 동영상 완료 횟수 ÷ 동영상 시작 횟수

- 이러한 점을 고려해 현재 여러 주최기관들이 페이스북 등을 통해 전시회와 박람회를 홍보하고 있음. 코로나19 사태로 인해 더 많은 마케팅 활동이 페이스북을 포함한 SNS 플랫폼에 이루어질 것으로 예상됨.

- 페이스북 마케팅의 장점:

- 홍보 동영상 및 사진을 통해 박람회 참가율을 높일 수 있음.
- 주최기관의 계정으로 들어가면 지난 전시회·박람회의 리뷰를 조회할 수 있음.
- 주최기관 페이지에 이벤트 목록을 조회할 수 있으며 이벤트 ‘참가’ 버튼을 누르면 개최일 전 알림 받을 수 있음.
- 페이스북 메신저 통해 전시회 혹은 박람회와 관련된 문의할 수 있음.

- 예시: vietnamtradefair의 페이스북 계정



출처 : Hootsuite, 애드소타(Adsota), 시장조사업체 Q&M, VN Express 등 베트남 현지 언론 및 KOTRA 다낭 무역관 자료 종합.

□ 국내 지원 업체와 기관의 모집 공고

- 해외 전시회와 박람회 정보 공유 및 참가 지원을 위해 여러 지원 업체와 기관이 모집 공고를 홈페이지에 올리고 있음.
- 국내 지원 업체와 기관은 한국 기업들이 베트남 전시회 및 박람회에 참가할 수 있도록 참가비, 부스 임차료 및 설치비, 항공비, 마케팅, 행정 등을 지원해 주고 있기 때문에 전시회 및 박람회 홈페이지를 통해 직접 진행하는 것보다 국내 지원 업체 혹은 기관을 통해 지원을 받아 진행하는 것이 현명함.
- 예시: 중소벤처기업부에서 운영하는 기업마당 홈페이지에 나와 있는 한국관 참가기업 모집 공고 내용

http://www.bizinfo.go.kr/see/seea/selectSEEA140Detail.do?menuId=80001001001&plancId=PBLN_000000000048154

출처 : 중소기업연구원

□ 홍보 팜플렛

- 전시회와 박람회 주최기관의 홈페이지에 들어가면 지난 행사의 홍보 팜플렛을 다운로드할 수 있음.
- 팜플렛에 지난 행사의 성과, 참가자, 이벤트 등에 대한 정보가 포함되어 있기 때문에 적합한 전시회와 박람회를 찾는 데 도움이 될 수 있음.
- 예시: Vietfood & Beverage – Propack 2020의 홍보 팜플렛

출처 : 베트남 식품 & 포장산업 전시회 홈페이지

나. 참여기업의 축제·박람회 연계 홍보 마케팅 현황

□ 한국 쌀가공식품협회, 2020 베트남 하노이 식품박람회 한국관 참가 모집

- 한국 쌀가공식품협회는 오는 11월 4일부터 7일까지 나흘간 베트남 하노이에서 개최하는 ‘베트남 하노이 식품박람회’ 한국관 참가업체를 오는 30일까지 모집한다고 밝혔다.
- 한국쌀가공식품협회는 쌀 가공식품 제조업체의 수출 판로 확대를 위해 지난 2016년도부터 ‘글루텐프리 엑스포’ 등 해외 식품 박람회에 참가해 한국형 쌀 가공 식품을 홍보했으며, 올해 베트남 하노이 식품박람회에는 10개 업체를 선정해 참가할 계획임.
- 베트남 하노이 식품박람회는 다양한 식품산업군의 바이어가 많이 찾는 박람회로, 한국관에는 쌀 가공식품 제조업체라면 참가신청이 가능함.
- 한국관은 수출 업체관, 한국 쌀가공 식품 홍보관, 시식·시연관 등으로 구성해 운영하며, 참가 등록비, 임차비, 장치비 등을 전액 지원함.
- 온라인 홍보, 한국관 리플렛 제작 및 쿠킹쇼 등 마케팅 활동을 지원해 참가업체의 제품을 참관객에게 적극 홍보할 계획이며, 참가를 희망하는 업체는 협회 홈페이지의 공지사항을 통해 신청할 수 있음.
- 협회 관계자는 “최근 베트남을 포함한 동남아시아 전역에서 건강식품에 대한 수요가 확대되고 있는 추세에 힘입어 쌀 가공식품을 포함한 K-food에 대한 소비가 증가하고 있다”면서 “특히 현지의 폭발적인 K-food 열풍에 맞춰 떡볶이, 쌀음료 등 한국의 대표적인 쌀 가공식품을 베트남 및 동남아시아 시장에 알릴 수 있는 좋은 기회이기 때문에 많은 신청 바란다”고 전함. “협회에서는 베트남을 중심으로 신남방 국가에 한국 쌀 가공식품의 우수성과 기술력을 알려, 수출 계약으로 이어질 수 있도록 적극 지원하겠다”고 덧붙였다.



KFA 한국쌀가공식품협회
The Korean Rice Food Association

모집 기간: 2020.6.10(수)~6.30(목)

전시 기간: 2020.11.4(수)~11.7(토)

*자세한 내용은 홈페이지(kffa.or.kr) 및 사명을 확인해주세요

ASEAN EXPRESS

출처 : 아세안 문화 경제 미디어 「K-food 열풍 뜨겁다 . . . 한국 쌀가공식품협회 하노이 박람회 참석」
2020년 6월 17일

□ 한국농수산물유통공사(aT), 하반기 국제식품박람회 참가업체 모집

- 농림축산식품부와 한국농수산물유통공사는 2020년 5월 21일까지 ‘2020년도 하반기 국제식품박람회 참가업체’를 온라인으로 모집한다고 밝힘.
- 국가별 코로나19 상황에 따라 박람회 개최가 유동적일 수 있으나, 하반기 정상 개최 일정에 맞춰 호주 멜버른(9월), 프랑스 파리(10월), 베트남 호치민(11월) 등 총 8회 박람회의 통합 한국관 참가업체를 모집함.
- 참가대상은 농림수산물축산식품 수출이 가능한 생산업체 또는 수출업체로, 최대 3개 박람회까지 신청 가능하며, 선정된 업체는 통합한국관 내 1개 부스를 무상 지원받을 수 있음. 또한 신선농산물에 한해 3백만 원 한도로 운송 통관비를 지원받을 수 있음.
- 또한 aT가 참가하지 않은 국제식품박람회에 농식품 수출기업의 개별적 참가를 지원하는 ‘개별 박람회’ 참가업체도 이번 모집을 통해 선정할 계획임.
- 최대 2회까지 신청 가능하며, 선정된 업체는 최대 5백만 원 한도로 지원항목에 따라 실소요 비용을 지원받음.
- 특히 올해는 코로나에 따른 비대면 홍보채널 마련을 위해 박람회 참가업체들에게는 온라인 상품소개 페이지를 신규 제작해 아그로트레이드를 통해 상시적인 홍보를 지원할 예정임.

출처 : 팜인사이트 「aT, 하반기 국제식품박람회 참가업체 모집」 2020년 5월 12일

*아그로트레이드 : 한국농수산물 B2B 홍보 무역거래알선 플랫폼임(<https://www.agrotrade.net/>)

3. 축제·박람회 참여기업 관련 제도

가. 참여기업의 참여방법 및 제한사항

(1) aT 통해 참가 신청

□ 공통

■ 모집개요

- 신청자격: 농림수산물축산식품(가공식품 포함) 수출이 가능한 생산업체 또는 수출업체나 단체(협회)
- * 대기업(상호출자제한기업)에 해당하는 수출업체는 지원 제한 사항을 확인 후 신청 요망

■ 신청방법 : 온라인 신청

- <http://global.at.or.kr> → 수출지원사업신청 → 국제식품박람회신청 → 로그인 → 모집공고/신청 → 종합박람회 → 신청서작성
- 구비서류: 지원신청 시 jpg, pdf 파일 등으로 등록(기 제출업체도 재등록 필요)

구분	등록내용	
상품등록	-(선택) Agrotrade.net 박람회 상품 등록에 출전 상품등록 필요	
첨부서류 (스캔파일)	-(필수) 사업자등록증 -(필수) 실제 전시할 제품의 사진과 제조사명이 표기된 사진 합본 파일 (품목당 파일 1개) -(선택) 인증서(ISO, HACCP, FDA, 할랄 등에 한해 인정) 각 1부 -(선택) 제품카탈로그 -(선택) 제품에 부착된 현지어 포장표기 확인자료(제품라벨 등) -(필수) 수출실적 조회를 위하여 한국무역통계진흥원에 무역통계정보제공동의서 및 법인 인감증명서, 사업자등록증 제출	선정된 업체는 aT에서 원본 제출을 요구할 경우 즉시 제출하여야 함(미 제출시 선정취소)

* 선택 첨부서류는 계량평가에 활용하여 선정평가기준에 따라 점수를 산출.

* 무역정보제공동의서 및 인감 제출시 aT에서 제출업체의 수출실적 조회가 가능하게 되며 조회자료는 철저한 보안유지 하에 내부자료로만 활용. 미제출시 박람회 계량평가에 점수를 받으실 수 없음. (한국무역통계진흥원 동의서 제출기한 : 11월 7일까지)

■ 선정업체 지원사항 (종합) : 한국관 내 1부스 제공

구분	부스임차·장치·기본비품	운송통관·냉장비품·전기	비고
중소기업	100% 지원	-신선농산물업체에 한해 300만원 이내 실비지원	*한국관내 1개 부스 배정 기준
대기업	50% 지원		*(대기업) 독점규제 및 공정거래에 관한 법률시행령 제12조의2에 의거 분류

* 신선농산물 운송비 지원은 박람회 종료 후 1개월 이내에 신청해야 함.

■ 선정업체 지원사항 (개별) :

구분	지원내용
지원한도	최대 5,000천원 / 1회(지원비율 90%)
지원항목	-임차비, 장치공사비, 비품임차비 등 부스운영에 필요한 비용 일체 -전시품 운송통관비(정식 전시품 통관에 한함) -(신규) 온라인 박람회 참가관련 비용(등록비 등) *출장자 항공료, 숙식비, 통역비 등은 미지원
지원유형	사후정산(업체 박람회 선 참가 후 aT 지원금 정산)

■ 선정심사 및 결과발표

- 선정기준: <http://global.at.or.kr> → 수출지원사업신청 → 국제식품박람회신청 → 참가업체 선정기준

- 선정심사위원회: aT 내부 및 외부 농식품 수출 전문가로 구성하여 개최

* 참가업체 선정기준은 이전선정 기준과 달리 변경될 수 있으니 반드시 참가업체 선정기준을 숙지해야 함.

* 심사위원 명단 및 위원별 평가점수는 비공개이며 응모업체는 선정기준 및 결과에 대해 이의를 제기할 수 없음.

* <http://global.at.or.kr> → 수출지원사업신청 → 국제식품박람회신청 → 로그인 → 종합박람회 → 선정관리 (선정된 업체는 박람회 신청 시 입력하신 대표자와 해당 박람회 담당자에게 메일과 문자메세지가 전송)

출처 : aT 한국농수산물유통공사

□ Food & Hotel Vietnam

■ 부스 비용:



SPACE ONLY

SGD 540 / sqm (min. 18sqm)



STANDARD PACKAGE

SGD 625 / sqm



PREMIUM PACKAGE

SGD 645 / sqm (min. 18sqm)

- 독립부스(부스당 최소 18㎡): SGD 520/㎡(8,865,860VND; 2020년 10월 15일 기준)
- 조립부스(부스당 최소 9㎡): SGD 598/㎡(10,195,739VND; 2020년 10월 15일 기준)

* SGD: Singapore Dollar

■ 입장료:

- 입장료는 무료이며 현장에서 등록증을 작성해서 입장할 수 있음.

출처 : 글로벌 전시 포털

(2) KOTRA 통해 참가 신청

□ 공통

- 지원대상:
 - 글로벌전시포털(KOTRA가 운영하는 플랫폼임) 검색결과 참고한 후 전시회 결정.
 - 참가할 전시회가 “지원대상 해외전시회 목록”에 있는 경우: 한국관 참가를 신청
 - “지원대상 해외 전시회 목록”에 없을 경우: 개별참가지원제도를 이용할 수 있음.
- 해외전시회 한국관 참가지원 대상:
 - 산업통상자원부 장관이 매년 지원 대상으로 선정한 한국관 단체참가 해외전시회
 - 신청시기: 개막일 약 5~6개월 전 (신청시기 및 세부일정은 전시회별로 상이함).
 - 신청방법: 1) KOTRA에서 모집 중인 전시회를 글로벌전시포털에서 신청, 2) 각 전시회 담당자의 접수 확인, 3) 참가 신청금 납부 및 입금증 송부, 4) 선정업체 심사 후 선정결과 통보, 5) 참가비 잔금 납부, 6) 전시회 참가
 - 참가비: 직접경비(임차료, 장치비) 50% 상한 범위 내 지원, 운송비 편도 100% 지원 (편도 해상운송 1CBM 기준)
 - 행정서비스: 한국관 주관 운송사, 여행사, 장치사 선정, 전시회장 출입증, 주최측 디렉토리 신청 등
 - 해외마케팅: 한국관 디렉토리 제작 지원, 잠재 바이어 리스트 제공, 현장 홍보부스 운영, 사후관리

□ 참여방법 : KOTRA(개별참가)

- 지원규모:
 - 1,600개사(단, 중견기업은 총 지원규모의 5% 범위내로 제한)
- 지원 대상:
 - 해외에서 개최되는 전문전시회(판촉전, 개인 미술전, 패션쇼 등은 제외)에 독자(개별)적으로 참여하는 중소/중견 기업
- 지원 내용(선정 기업 당 해외 전시회 1회 지원):
 - 전시회 1회에 한하여 최대 500만원까지 지원(정액보조)
 - 항공임 및 현지 체재비, 통역비, 전시참가 취소 수수료 등 일부 항목 제외
- 지원 횟수:
 - 선정기업 당 연간 최대 1회의 해외전시회 지원(최대 500만원 한도 내 전시회 1회만 지원, 지원금 분할 사용 불가능)
- 자금 지원:
 - 실비지원, 사후정산 방식으로 지원금 교부(기 참가 완료한 2019년도 해외전시회에 대해 소급적용 가능)
- 지원 항목:
 - 전시회 직접 비용: 부스 임차료, 장치비/집기 대여비
 - 편도(수출) 해상/항공 전시물품 운송비: 9㎡ 당 1CMB 한도로 지원(국내에서 해외전 시장까지 기준)

- 해외전시회 현지 주최측에 의한 마케팅 비용(주최 공식 홈페이지 광고 게재, 현장 바이어 매칭 서비스 등)
- KOTRA 해외시장조사 서비스 수수료: KOTRA 홈페이지(www.kotra.or.kr) 내 [해외시장조사] 참고
- 제외 항목(해외전시회 참가 간접비용, 전시물품 특정 운송비용, 참가신청 수수료, 마케팅을 위한 물품 구매비용 등)
 - 전시회 간접비용: 항공임, 현지 체재비, 통역비, 전시회 참가취소 수수료 등
 - 전시물품 반송(수입)비용: 전시회 폐막 후, Return 되는 전시물품 운송비
 - 전시물품 핸드캐리 운송비: 정식 통관을 거치지 않고, 개인 수화물/운송사에서 핸드캐리를 통해 진행되는 운송비
 - 참가신청 수수료: 민간 에이전트, 협회, 단체를 통해 참가 시 발생하는 수수료
 - 산정 환율 차이에 따른 차액: 외화 결제 시, 적용 환율 차이에 따라 발생하는 차액
 - 은행사/카드사의 송금/환전 수수료
 - 마케팅을 위한 물품 구매비용: 기업 카탈로그/팜플렛, 배너 제작 등 기업이 직접 구매, 제작하는 물품의 비용
- 지원 자격:
 - 대한민국 국적의 중소기업(관련법상 중소기업에 해당되어도, 대기업 계열사는 지원 제외)
- 지원제외 대상:
 - 공정거래법상[상호출자제한 기업진단 또는 채무보증제한 기업진단]에 속하는 기업
 - 산업부 이외의 타 정부부처 및 지자체, 수출 유관기관 등으로부터 해외전시회 비용에 대해 국고 또는 지방비 등의 수혜 기업
 - 민간 협회 및 단체를 통해 개별적으로 전시회에 신청 및 참가 후, 필수 구비서류를 제출하지 않은 기업(필수 구비서류: 민간 협회 및 단체와 전시회 주최사간의 에이전시 계약서 또는 협약서, 주최사/장치사/운송사 등의 인보이스 및 납입내역 증빙서류)
 - 해외법인, 해외지사 및 해외 협력사를 통해 개별적으로 전시회에 신청 및 비용 대납 후, 필수 구비서류를 제출하지 않은 기업(필수 구비서류: 국내 선정기업과 해외법인 및 해외지사와의 관계증명서류, 전시참가 관련 비용 송금내역, 관련 증빙서류, 협력사와의 에이전트 계약서 등)
 - 사업에 선정된 기업명 이외에, 타사의 명의로 참가하거나 타사와 함께 공동참가(부스 셰어링)한 경우
 - 판촉전, 개인미술전, 패션쇼(별도의 부스 없이)에 참가하는 경우
 - 사업 신청 시, 기 신청한 전시회가 아닌 임의의 다른 전시회를 지원받고자 하는 경우
- 신청방법:
 - 온라인 신청(www.gep.or.kr)
 - 사업 선정 전: 1) 사업신청 글로벌 전시포털 www.gep.or.kr, 2) 신청서류 심사, 3) 선정기업 발표, 4) 참여기업 협약체결
 - 사업 선정 후: 1) 해외전시회 참가, 2) 지원금 정산 요청, 3) 정산 심사, 4) 지원금 교부/수령

■ 사업 신청 시, 제출 서류:

필수 제출서류	기타 증빙서류
사업신청서	최근 3년간 간접 또는 무체물 수출 실적 증명서 사본(선택)
사업자등록증 사본	신청 전시호의 부스 계약서 또는 임차료 Invoice 사본 정책적 우대를 입증할 인증서 사본(가산점) 최근 3년 KOTRA 지원 개별참가 전시회를 통해 발생한 수출실적 증빙서류(수출필증 등)(가산점) 지식재산권/기술수상실적/품질인증 디자인 수상실적 사본(보유시)

■ 사업 신청 후, 제출 서류:

필수 제출서류	기타 증빙서류
온라인 결과보고서	운송비 내역 인보이스(견적서), 세금계산서, 납입증명서, B/L, 수출신고필증, Packing List 등
지원신청 전시회 참가 직접경비 납부 증빙 서류	
*단순 참가 신청서는 불인정	
*부스임차료, 장치비 및 기타 발생비용의 인보이스,	
납입증명서류	
사업자등록증 사본, 법인계좌 사본	
전시회 상담실적	
부스 전면사진, 전시장 입구사진	
참가업체 디렉토리, 부스 배치도	

■ 심사방법:

- 서류심사(1차): 종합 점수 순으로 선발
- 공동운영위원회심사(2차): 종합점수 순으로 최종 선정

■ 심사항목:

- 수출실적, 전시회 유망성, 기업 경쟁력, 기대성과 및 정채우대 등

■ 선정 발표:

- 글로벌 전시포털 홈페이지(www.gep.co.kr) 공지사항 내 선정기업 리스트 제시(선정 미선정 여부는 개별적으로 추가 통보)

출처: KOTRA

□ Danang Food

- 부스 비용:
 - Bare Space Only: 358USD/m²
 - Walk-On Package: 380USD/m²(카펫, 벽 판넬, 형광등(40watts), 안내데스크 및 의자, 휴지통 포함)

출처 : Danang Food 홈페이지

□ Danang Spring Fair

- 부스 비용:
 - Space only: 34 USD/m²
 - Standard booth: 343 USD/m²
- 입장료:
 - 방문객은 무료 입장 가능

출처 : 글로벌 전시 포털

□ The East-West Economic Corridor International Investment Trade and Tourism Fair-Danang

- 참가방법:
 - 다낭 산업 진흥 및 무역 진흥 센터에 문의(전화번호: 02363896571, 이메일: danangtpic@gmail.com)
- 부스 비용:
 - Space Only: 450USD/m²
 - Standard Booth: 2,450USD/m²
- 입장료:
 - 방문객은 현장 등록 후 무료 입장 가능
- 무료 및 유료 서비스:
 - 무료 서비스: 컨퍼런스 및 세미나 참석, 카드 및 배지 보유, 공공장소 청소
 - 유료 서비스: 컨퍼런스/세미나/발표 개최, 특별 부스 개설, 부스 부품 대여, 홍보 자료 디자인 및 제작, 시장 연구, 투어 서비스, 배달 서비스

출처 : 글로벌전시포털

□ VietFood & Beverage – ProPack

- 부스 비용
 - 독립부스(부스당 최소 18㎡): 285USD/㎡
 - 조립부스(부스당 최소 9㎡): 부스당 2,700USD; 조립 부스는 옆, 뒤쪽 벽이 제공되며, 이외에 카펫, 네임 플레이트, 전력, 스팟 라이트, 인포데스크 1개와 의자 제공.
 - 입장료는 무료이며 현장에서 등록증을 작성해서 입장할 수 있음.
 - TV/모니터 스탠드 테이블, 의자, 선반, 의자, 화분 등을 추가 임대 가능.
- 홍보 비용(카탈로그 광고):
 - 앞면 안쪽 부분: 800USD
 - 뒷면 바깥 부분: 800USD
 - 뒷면 안쪽 부분: 800USD
 - 안쪽 부분 페이지 전체: 600USD

출처 : Vietfood & Beverage – Propack 홈페이지

□ Vietstock Expo & Forum

- 부스 비용:
 - 공간(Bare Space): 396USD/㎡
 - Walk On Package: 446USD/㎡(카펫, 판넬, 글자 스티커, 형광등(40watt), 안내데스크, 의자, 휴지통, 콘센트)

출처 : Vietstock Expo & Forum 홈페이지

(3) aT & KOTRA 통해 참가 신청

□ Vietnam Expo

- 한국관 참가개요: 참가규모 및 부스: 576㎡, 64개 부스
- 참가비 국고지원: 아래 ①+②항목 총 합계의 최대 40% 이내 지원
 - ① 부스임차료
 - ② 부스 전시디자인설치비: 기본제공 범위 전시디자인설치 내역
 - 조명, 기본벽체, 바닥카펫, 회사명 사인보드, 선반, 전시대, 상담용 탁자 및 의자, 안내데스크 및 의자 등
 - ③ 운송비: 한국관 공식 선정 운송사를 통한 1부스당 1CBM 한도 전시품 편도 100% (서울→전시장까지) 운송지원(해상운송 기준)
 - ④ 기타홍보비: 한국관 디렉토리 제작비 등 현지홍보비용
- 행정지원:
 - 한국관 부스임차, 전시회 참가에 따른 주최 측 서류제출 등
 - 한국관 공식 협력사 선정(전시디자인설치 업체, 운송사)
- 마케팅 및 홍보:
 - 사전 통역원 섭의(통역원 단가는 국가별 상이함), 현지 한국관 홍보 등
- 현장지원:
 - 현지 간담회 개최
 - 전시기간 참가기업 상담지원
- 부스 비용:
 - 실내 공간(Raw Space): 최소 면적 18㎡; 비용 285USD/㎡
 - 조립 부스(Package Stand): 최소 면적 9㎡; 비용 2,700USD/stand
 - 업그레이드 선택: 배너, 포스터, 테이블, 의자 그리고 조명 추가 시 210~330USD
- 홍보 비용:
 - 안내 책차 광고 500USD

출처 : 글로벌전시포털

□ Vietnam Foodexpo

■ 부스 비용:

- 기본 부스 (One side open; 96m²): 2,790USD
- 기본 부스 (Two sides open; 96m²): 2,890USD
- 공간(Raw Space; 193m²): 5,040USD
- 부스 위한 부품 추가 임대 가능.

■ 통역 비용:

- 베트남어-영어(General Interpreter): 60USD/1일
- 베트남어-중국어(General Interpreter): 70USD/1일
- 베트남어-기타(General Interpreter): 150USD/1일
- 베트남어-영어(Technical Interpreter): 220USD/1일
- 베트남어-중국어(Technical Interpreter): 230USD/1일
- 베트남어-기타(Technical Interpreter): 270USD/1일
- 베트남어-영어(Receptionist): 50USD/1일

출처 : Vietnam Foodexpo 홈페이지; 10times

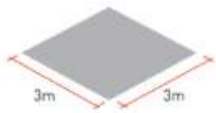
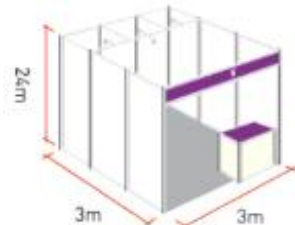
(4) 코엑스 & 한국무역협회 통해 참가 신청

□ Vietnam International Premium Products Fair

■ 지원 절차:

- 지원서 제출: 조기신청 혹은 일반신청 가능
- 계약금 납부: 부스비 총액의 50%(신청서 접수 후 1주일 이내 납부)
- 잔금 납부: 부스비 총액의 50% + 부대시설 이용료
- * 모든 비용은 COEX 계좌로 송금.

■ 부스 비용:

부스타입		Space Only	Standard	Sponsorship
부스단가	조기신청	2,700USD	2,800USD	3,300USD
	일반신청	2,800USD	3,100USD	3,600USD
이미지				
제공내역		-바닥면적만 제공 (3m x 3m) -주최자 승인 후 별도의 부스 설치 -필요시 부대시설 별도 신청	-기본 타입 부스 설치 -제공내역(상호 간판 및 부스번호 부착, 바닥 파이텍스 시공, 안내데스크 및 의자 1조, 형광등 2개 및 기본전력 1kW (조명용 전기포함), 5A/220V 콘센트 1개, 휴지통 1개) -필요시 부대시설 별도 신청	-차별화된 프리미엄 부스 디자인 제공 -제공내역(상호 간판 및 부스번호 부착, 바닥 파이텍스 시공, 안내데스크 및 의자 1조, 형광등 2개 및 기본전력 1kW (조명용 전기포함), 5A/220V 콘센트 1개, 휴지통 1개) -필요시 부대시설 별도 신청

출처 : Vietnam Premium Products Fair 홈페이지

(5) 개별 전시회 · 박람회 홈페이지 통해 참가 신청

□ Vietfish 2020

		단가(USD)	부스 종류	부스 개수
공간(Raw Space)		99USD	9m ² / 12m ²	
조립 부스(Shell Scheme) 설치 비용	기본	240USD/booth	부스 개수: _____ x 240USD	
	업그레이드	430USD/booth	부스 개수: _____ x 430USD	
Co-exhibitor 비용		150USD/co-exhibitor	부스 개수: _____ x 150USD	
위치 비용		부스에 따라 다름		
공간(Raw Space) 2019년 11월 10일 전 등록 시 5% 할인				
VASEP 멤버가 공간(Raw Space) 등록 시 10% 할인				

* 부스 위한 부품 대여 가능

출처 : Vietfish 홈페이지

□ Vietnam Farm & Food Expo and Agritech Vietnam

■ 참가 신청(필수 정보):

- 업체명
- 주소
- 제품/서비스 품목
- 국가
- 전화번호
- 팩스
- 이메일
- 웹사이트
- 전시 설명
- 필수 정보

■ 부스 비용:

- 공간(Raw Space): 357USD/m²; Minimum 18m² (등록비: 250 USD)
- 조립 부스(Shell Scheme): 399USD/m²; Minimum 9m² (등록비: 250 USD)

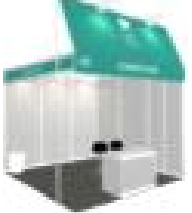
■ 부스 관련 비용:

- 공간(Raw Space): 관리비 120.000VND/m²; 명찰 110.000VND/piece; 부스 설치 보증금 1.100.000VND/m²; 업그레이드: 관리비 25.000VND/m²

출처 : Vietnam Farm & Food Expo and Agritech Vietnam 홈페이지

□ Vietnam International CafeShow

- 지원 절차:
 - info@cafeshow.com.vn에 지원서 제출
 - 인보이스 수령
 - 인보이스 수령 1달 이내 참여비 100% 납부
- 부스 비용:

종류	가격 (9 m ²)	상세정보	부스 예시
공간 (Raw Space)	2,900USD	공간만(Management fee, deposit fee & electricity fee exclusive) - 최소 면적: 18m ²	
조립 부스 (Shell Scheme Booth)	3,300USD	Fascia board, Information counter(1ea), Folding chair(2ea), 100W Spotlight(2ea), 5amp power socket(1ea), Paper basket(1ea), Carpet	

- 할인율:

지원 형태	할인율	가격(부스당)
Early Bird Registration	10%	290USD
Continuous Participation	5%	145USD

* 공간(Raw Space) 비용에 적용

출처 : Vietnam International CafeShow 홈페이지

(6) 해외 전시회·박람회 지원 업체 통해 부스 신청

□ 예시 : 마이페어 박람회 지원 사이트

■ 부스 종류 신청

- 독립부스(1mx1m) : USD 360^{m²}
- 조립부스(3mx3m) : USD 3,510.00(부스)



■ 전시 참가 준비 서비스 신청

- 운송/통관 : 전시할 제품의 통관과 운송을 위한 전문 운송회사의 비교견적을 확인할 수 있음.
- 주최자 커뮤니케이션 : Exhibitor Manual 작성, 통역사 섭외, 가구/비품 렌탈 등 주최자와 이메일/전화 커뮤니케이션을 대신해드립니다.
- 독립부스 디자인 및 설치 : 박람회 참가 목적에 맞는 부스 디자인을 받아보세요. 국가별 독립 부스 디자인 업체를 매칭해드립니다.
- 부스 데코레이션 상품 : 조립부스에서 사용할 수 있는 판넬, 배너 등 부스 데코레이션 상품을 신청할 수 있음.
- 기념품 : 부스에서 효과적으로 활용할 수 있는 기념품을 제작할 수 있음.
- 문서 다운로드 : 박람회 참가 견적서폼, 부스에서 사용할 리드폼 등 박람회 전문 문서를 다운받고 활용.

- 사전 마케팅 서비스 신청

- 국내 보도자료 배포(무료) : 박람회 참가 소식 또는 참가 성과 보도자료를 무료로 배포해드립니다.
- 해외 보도자료 배포 : 구글에서 검색되는 영문 보도자료를 사전에 배포하여 바이어들에게 신뢰도를 높일 수 있음.
- 인플루언서 초청 : 현지에서 유명한 인플루언서를 부스로 초청하여 마케팅 콘텐츠를 생산할 수 있음.
- 브로슈어 제작 : 부스에서 배포할 브로슈어, Fact Sheet, White Paper, Case Study 등 마케팅 Material들을 준비.

- 동영상 제작 : 제품의 특성을 간단명료하게 전달할 수 있는 동영상을 제작하여 부스에서 상영.
- 제품 연출 사진 촬영 : 부스 내 배너, 브로슈어, 홈페이지 등에서 사용할 멋진 제품 사진을 촬영.

■ 박람회 참가

- 바이어 발굴 : 만나고자 하는 바이어와의 미팅 일정을 사전에 확정.
- 다국어 홈페이지 제작 : 진출하려는 국가의 언어로 홈페이지를 제작.
- 아마존 서비스 : 아마존 공식 마케팅 외부 서비스 사업자(SPN) 지정 업체에서 마케팅과 판매 지원 서비스를 받을 수 있음.
- SEO / 온라인 광고 : 박람회 참가 전에 전시 제품의 검색 노출 순위를 올려놓고 바이어에게 어필할 수 있음.

출처 : Agri Vietnam 홈페이지; 마이페어

4. 현지 축제·박람회 참여시 한국 농식품의 홍보 극대화 방안

가. 한국 농식품 홍보 전략 및 방향

□ 전략 1. 한류 스타 및 한국산 인기 품목 활용

- 특별관측 등 마케팅을 집중적으로 실시하고, 한류 스타를 활용한 홍보 추진
 - 베트남 국가대표팀을 4개월 만에 2018 AFC U23 챔피언십 결승에 진출시켜 베트남 전 국민의 영웅으로 떠오른 박항서 감독은 한국농식품 수출 홍보대사로 한국 농식품의 우수성을 베트남에 알리는데 앞장서고 있음.
 - 박항서 감독 같은 홍보 모델이 품목(인삼, 딸기, 배 등)별 광고, 오프라인 광고(택시·버스 광고, 옥내외 빌보드 광고, 오토바이 헬멧 광고 등), 기획기사 그리고 행사에 참여하며 한국 식품 ‘붐업 활동’을 계속적으로 추진할 수 있음.
- aT, 하노이서 ‘K FRESH LOVE FESTA’ 개최
 - 소개 : 농림축산식품부와 한국농수산물유통공사(aT)는 아세안 수출시장 확대 및 신남방 거점인 베트남의 신선농산물 시장을 공략을 위해 2020년 2월 1일과 2일 이틀간 베트남 하노이 쇼핑몰에서 ‘K FRESH LOVE FESTA’를 개최했음.
 - 진행 : 이번 행사에는 베트남의 국민영웅인 박항서 축구 국가대표팀 감독과 한류스타 배우 김동준, aT 이병호 사장이 함께 한국 신선농산물의 우수성과 안전성 홍보에 나섰다. 행사장에서는 한국과일 디저트 쿠킹 시연, 한국 농식품 퀴즈쇼 등 다채로운 행사가 이어져 방문객들의 눈길을 사로잡았음. 특히 지난 2015년 중단된 신선단감 수출이 5년 만에 재개됨에 따라 단감 특별홍보코너가 마련되었으며, 현지 인기 수출품목인 딸기, 배, 홍삼 등을 직접 구매할 수 있는 판촉매장도 함께 운영되었음.
 - 인터뷰 : 현장을 방문한 응우웬티핀마이 씨(27세)는 “한국 과일은 고급제품으로 인식되고 있어 선물용으로 자주 구매하는 편” 이라면서 “특히 한국 딸기가 현지에서 인기가 높다”고 전했음. 또한, 이병호 aT 사장은 “이번 행사를 통해 한국 농식품 홍보대사인 박항서 감독과 한국 신선농산물에 대한 베트남 현지의 뜨거운 인기를 확인할 수 있었다”면서 “한국 농식품의 인기가 베트남을 비롯한 신남방 지역으로 확산될 수 있도록 앞으로도 다각적인 노력을 기울이겠다”고 밝혔다.

ĐAU GIA TỰ THIỆN



출처 : 농림축산식품부; 라이선스뉴스 「aT, 하노이서 ‘K FRESH LOVE FESTA’ 개최 . . . 딸기·배·단감 등 홍보」 2020년 2월 4일

□ 전략 2. 지역 행사 참여를 통한 신규 시장 공략

■ 신남방·신북방 지역 행사 참여

- (K-Food Fair) 신규시장 개척을 위한 비즈니스(B2B) 행사에 중점을 두되, 시장별 특성을 공략할 수 있는 소규모 소비자행사(B2C) 병행

구분	수출상담회(B2B)	소비자체험행사(B2C)
일자	2019년 10월 11일~11월 1일(2일)	2019년 11월 2일~11월 3일(2일)
대상	· 한국 농식품 수출업체 · 농식품 바이어 및 지방벤더	· 베트남 현지 소비자 및 관광객
내용	· 수출키워드talk세미나 · 현지 식품트렌드 -베트남 식품/검역 통관 · 수출상담회 -1일차 베트남 중북부 및 해외 바이어 -2일차 베트남 남부 바이어 · K-Food 테마홍보관 -소비 타겟층별 추천 한국 농식품 홍보 -현지인기 한국 농식품 전시 · 교류 리셉션 및 축하공연 -VIP 축하, 행사영상 상영 등	· 베트남 수입업체 홍보·판매(12개사) -업체별 자체 홍보프로그램 추진 · 한국 수출업체 마켓테스트(5개사) -소비자 설문 조사를 통한 성과분석 -인플루언서 홍보 쇼케이스→선착순 제공 · K-Food 홍보관 및 홍보 영상 상영 -현지 인기 한국농식품(신선/가공) 전시 -aT 및 참여업체 홍보 영상 상영 · 개막식 및 V앱 연계 팬미팅 · 베트남 청각장애인센터 기부행사 · K-Food 포토존 운영

■ 한국 교민들이 밀집한 지역에 진행되는 행사 참여 및 홍보 진행.

- 특히, 푸미흥에 진행되고 있는 행사에 참여하는 것이 효과적일 것으로 예상. 푸미흥은 호치민 시에서 한국 교민들이 가장 많이 거주하는 지역이며 미국 LA 코리아 타운 다음으로 큰 규모를 가지고 있음. 13만 호치민 한인 가운데 절반 가까이가 푸미흥에 거주하고 있음.
- 한-베 음식문화축제 조직위원회는 하노이에 거주하는 한국교민 뿐만 아니라 베트남에 거주하는 교민들에게 한국기업의 우수한 제품을 홍보하기 위해 처음으로 하노이의 중심지인 호안끼엠에서 진행됨. 박람회 기간 동안 총 558건, 3800만 달러 규모의 상담이 이뤄졌으며, 베트남 최대 유통업체인 빈마트와 17만 달러 규모의 딸기 수출 현장계약이 체결되기도 했음. 이와 관련하여 aT 신현곤 식품수출이사는 “베트남 주요 소비층이 집중돼 있는 하노이에서 개최한 이번 행사에서 한국 농식품의 인기를 다시 한 번 확인했다”면서, “앞으로도 전략적인 마케팅과 홍보로 한국 농식품 수출 확대를 위해 더욱 노력하겠다”고 말했다.

출처 : 한국농촌경제연구원; aT한국농수산물유통공사; KOTRA; 식품저널뉴스 「‘K-Food’에 빠진 베트남... 한베 음식문화축제 개최」 2019년 11월 12일; 한국경제 「[K-VINA] “베트남 호치민 ‘투티엠’ 개발 주목」 2018년 3월 19일

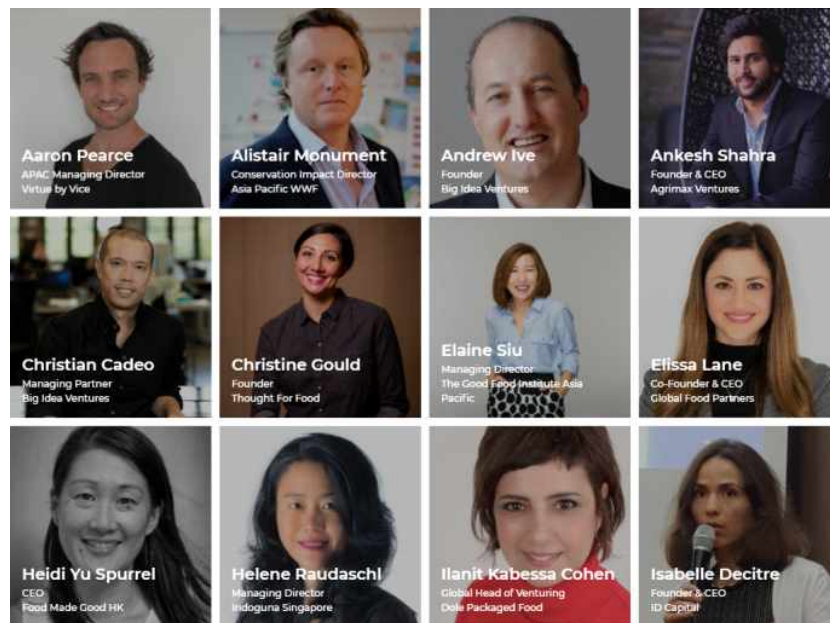
□ 전략 3. 해외 지원조직 역할 강화 및 민관 협업 추진

- 바이어 알선, 현지 유통매장 연계 판촉, 안테나숍 운영 등 한국농수산물유통공사의 해외지사 기능 강화
 - 해외지사 평가 시 ‘신규 거래알선’ 비중 강화 / aT 운영 안테나숍 확대
- 한국농수산물유통공사의 해외 지사 기능 강화 위해 2019 베트남 호치민 푸드 & 호텔 전시회에 한국관 홍보 추진 계획:
 - 수출업체 - 바이어 1대1 상담진행 : 사전 홍보 및 베트남 현지 유력바이어 초청, 참가업체와의 1대1 상담 주선. 참가업체당 최소 5건 매칭(40업체 기준 총 200회 이상). / 효과적인 수출 상담을 위해 전문 용역 대행사 선정 및 업무 약정 추진. / 바이어 방문일 및 상담 가능시간을 정해 방문 초청하는 방식으로 진행. / 현장 감독을 위해 대행사 직원이 박람회장 상주 관리. 바이어 현장 도착 여부 확인, 상담업체 안내, 바이어 연락 및 상담 여부 등
 - 한국식문화 홍보행사 개최(한식 스튜디오) : 목적: 한국관 참가품목을 활용한 시식 행사, 수출개시 신규품목 소개 등을 통해 한국 식문화 전파 및 수출확대 도모 / 참가업체 제품을 적극 활용한 시식 행사로 제품 홍보 및 상담 성과 제고. 수출 주력 상품(신선과실, 건강식품) 소개 및 홍보를 통한 수출 증대 도모. 한국음식 요리 시연계획(안). (시연 횟수) 2일간/ 1일 1회 시연
 - 기타 홍보 활동 : 디렉토리(Buyer's Guide) 제작 - 박람회 주최측 디렉토리에 참가업체 및 품목자료 등 게재. 한국관 참가업체 디렉토리 별도 제작(본사) 및 배포. 디렉토리를 활용한 바이어 관심 유도 및 상담 자료로 활용. / 언론홍보 - Thanh Nien, VN Express, Viet Times 등 현지 유력언론 활용 사전홍보. 베트남 주재 특파원 및 현지 방송사 대상 한국관 취재 초청. / SNS 인플루언서 초청 - 인플루언서 각 부스 방문 및 제품 홍보 진행. 참가 제품 시음시식 후기 및 레시피 SNS홍보로 소비자 관심도 제고. / 영상 홍보물(DVD) 상영 - K-Food 홍보 동영상 및 한국 농식품 관련 영상물 스크린 상영. / 기타 - 현지 주재공관, 한인회 홈페이지 등에 한국관 홍보
- 무역협회 등과 민간과의 협업으로 「新유통채널」 구축
 - 중소 수출업체 위해 해외 플랫폼에 상품 입점 및 마케팅(특별기획전 등) 지원
- aT, 온라인으로 사회적기업 베트남 수출 지원
 - 한국농수산물유통공사(aT)는 2020년 6월 18~19일 농식품 분야 사회적기업의 온라인 수출상담회를 개최함.
 - 이번 상담회는 코로나19 확산으로 어려움을 겪는 농식품 분야 사회적기업의 해외 판로 개척을 위해 마련함. 사회적기업 제품 판로를 지원하는 경기사회적기업종합상사가 수출 상품을 준비하고 aT 호치민지사는 베트남 지역 바이어를 섭외함.
 - aT는 베트남 지역의 한국 농식품 최대 수입유통업체인 케이마켓(K-Market)과 온라인몰(예스24) 등 대상으로 음료·홍삼·참기름·김·죽류 등 국내 15개 사회적기업의 제품을 소개함.
 - 사전에 바이어 관심 품목을 선정하고 샘플 상품을 현지로 보내 상담을 추진한 결과 오미자 음료와 쌀가공품 등은 시범 수출과 본격 수출을 위한 추가 협의를 진행키로 하는 등 성과를 거뒀다.

출처 : 한국농촌경제연구원; aT 한국농수산물유통공사; eNews 「aT, 온라인으로 사회적기업 베트남 수출 지원」 2020년 6월 22일

□ 전략 4. 식품 관련 비대면 행사 참석

- 세계적으로 코로나19 확산 이후 비대면 행사가 많아지고 있음.
 - 박람회 홈페이지, 지원 사이트 등에 무료 웨비나를 쉽게 찾고 참석할 수 있음.
 - 주로 유명 사업가 혹은 농식품 산업 전문가가 웨비나를 진행하고 있어 웨비나 참석을 통해 업체를 홍보하고 Q&A 세션을 통해 및 베트남 진출 혹은 홍보 확대 전략에 대한 통찰력을 얻을 수 있음.
 - 예시 1 : 베트남 푸드&호텔 박람회 홈페이지 통해 무료 웨비나에 참석할 수 있음. 식품 업계와 관련된 유명 기업인, 식품 전문가 등이 웨비나를 진행하고 있음.



출처 : 베트남 푸드&호텔 박람회 홈페이지

□ 전략 5. 온라인 플랫폼 광고 집행

- 2020년 초 발생한 코로나19 여파로 베트남 내 비대면 소비가 활성화되기 시작한 이유로 Lazada, Shopee 등 같은 인기 많은 사이트 혹은 SNS 플랫폼에 업체 홍보하면 높은 광고 도달률을 기록할 것으로 예상.
- 광고컨설팅업체 애드소타(Adsota)는 Shopee, Lazada 등 전자상거래업체들이 온라인 광고에 경쟁적으로 투자하며 2019년 온라인광고 시장의 성장을 이끌었다고 평가했음. 실제로 작년 산업별 온라인광고 지출 비중은 소매·전자상거래분야가 23.9%로 가장 높았음.

SNS	가입자 수(2019년 기준)	특징
페이스북	-가입자 수: 약 6,500만; 전 세계 7위 -월별 방문자 수: 1,001만 2천 -전 세대 모두 높은 사용률	-결제 플랫폼 활성화 -실시간 스트리밍 기능을 통한 제품 홍보 -VR·AR 도입 예정(2030년) -기업용 유튜브 채널 개설
유튜브	-월별 방문자 수: 1,367만 6천	-‘YouTube Live’ 등 실시간 방송 제공 -360° 영상 콘텐츠 확대
잘로	-가입자 수: 약 5,200만 -밀레니얼, X세대에게 인기	-전기세와 수도세 등 공과금 앱 결제 가능 -Zalo shop을 통한 오프라인 유통업체 소개 -OA(official account)를 통한 기업 홍보 -밀레니얼, Z세대에게 인기
인스타그램	-가입자 수: 약 470만 -밀레니얼, Z세대에게 인기	-IGTV(Instagram TV)의 활성화 -앱안에서 쇼핑 결제까지 가능한 ‘체크아웃’ 기능 -Z세대에게 인기
틱톡	-가입자 수: 약 1,200만 -월간 사용자: 1,200aks -Z세대에게 인기	-‘19년 베트남 디지털 광고시장 진출 -업로드가 간편하고 영상편집 기능이 있음 -기업 브랜드를 위한 광고 위주 -해시태그 등 참여를 유도하는 영상플랫폼

- 페이스북의 광고료는 배너의 크기, 노출도, 디자인 등의 복잡한 요인에 의해 결정되는 이유로 전문 온라인 광고회사(Bin Meia, Infolinks 등) 통해 견적을 받은 후 가장 저렴한 업체로 진행하는 것으로 추천.
- 구글 상위 검색순위에 올리는 서비스의 경우 조건에 따라 5\$~5,000\$까지 가격 범위가 다르기 때문에 전문 업체와 예산에 대한 견적을 받는 것을 추천.
- TV광고 같은 매스미디어 광고는 시간대 및 방영 횟수, 방송사의 커버리지 범위에 따라 400\$~4,000\$까지 비용이 다양함.
- 현지에서 가장 발행부수가 많은 일간지인 Tuoi Tre(<http://tuoitre.vn/>+84-8-3997-4848)의 경우 흑백 1/2페이지 1일 광고비가 약 1,000\$임.
- 한국인 교민지(썬짜오 베트남: +84-8-3915-1407, 라이프 플라자: +84-8-5410-5230) 전면 컬러 광고 한달 기준은 약 500\$~600\$임.

출처 : 애드소타(Adsota); KOTRA

□ 전략 6. 농식품 업체를 위한 투자환경 모니터링

- 2020년 6월 30일에 ‘MEET Korea 2020’ 행사가 개최되었음.
 - 베트남 63개 성시 고위급 인사가 한자리에 모여 한-베 협력방안을 모색하고 한국 기업들과 투자 상담 기회를 갖는 대규모 기업 대 정부(B2G) 및 정부 대 정부(G2G) 행사임. 이번 간담회에서는 각 기업이 갖고 있던 애로사항 및 건의사항에 대해 해당 성에 직접 전달 할 수 있는 시간을 마련하였음.
- 2020년 6월 12일에 ‘2020 상반기 베트남 중부지역 진출기업 세미나’가 개최되었음.
 - 행사에 베트남 중부지역 진출 기업 20여개사, 주다낭 대한민국 총영사관, KOTRA 다낭무역관 등 관련 기관이 참가하였으며, 중부지역에 진출한 한국 기업들의 애로 및 건의사항을 청취하고 답변하는 간담회 시간이 주어졌음.
- 기업들에게 더 좋은 투자환경을 제공하는 것은 물론 원활한 홍보를 할 수 있게 도울 것임. 따라서 베트남에 진출 예정인 업체 혹은 홍보 확대 중인 업체가 실효를 거두기 위해서는 행사 및 세미나에 요청된 건의 사항과 개선사항이 어떻게 수리되는지 꾸준히 검토하는 것이 필수적임.

출처 : 농림축산식품부; 한국농촌경제연구원; KOTRA

나. 베트남 전시회·박람회 참가 결과

(1) 전시회·박람회 참가 사례

□ 지자체 주관

■ 경기도 - 2018 호치민 국제 식품 및 식음료 박람회

- 소개 : 경기도 식품 및 식음료기업 10개사가 포스트 차이나(Post China) 베트남 시장진출의 가능성을 확인하고 돌아왔음. 경기도와 경기FTA센터는 2018년 8월 8~11일 4일간 베트남 호치민 SECC전시장에서 개최된 ‘2018 호치민 국제 식품 및 식음료 박람회(VIETFOOD & BEVERAGE - PROPACK 2018)’에 도내 10개 기업 참가를 지원, 판로개척을 도모했음.
- 진행 : 경기도에서는 고려인삼연구(주), (주)세립향료, (주)미쓰리, 진흥식품, (주)푸드케어, (주)루시카토, (주)정심식품, (주)장봉근헬스케어, 영원무역, 휴크리에이터 등 총 10개 업체가 참가했음. 도는 10개 참가업체에게 부스임차, 전시물품 편도 운송 통역원 제공 및 이동차량 임차 등 전시회 진행에 필요한 부분을 지원해 판로개척 성과를 극대화하는데 힘썼음.
- 성과 : 전시회에 참가한 도내 10개 기업은 현지에서 630만 달러의 수주상담을 벌였고, 이 가운데 260만 달러 상당의 계약을 추진함. 분말소스 제조회사 (주)미쓰리는 떡볶이 4종을 전시해 베트남 외 태국, 필리핀 등 다양한 국가의 바이어와 상담, 샘플 10만 달러의 거래를 진행키로 협의함.
- 인터뷰 : (주)장봉근헬스케어 관계자는 “베트남 소비자들의 건강기능식품 관심 증대로 건강식품 시장이 성장하면서 한국 건강기능식품을 찾는 소비자들이 매년 늘고 있다”며 “이번 박람회를 통해 소비자들의 소비성향과 시장 가능성이 열려있음을 확인하고 왔다”고 만족감을 드러냈음. 송용욱 국제통상과장은 “중소기업이 스스로 해외 판로를 개척하기 매우 어려운 상황이지만 진취적으로 새로운 시장을 공략해 경제영토를 넓혀야한다”며 “경기도는 중소기업이 신 시장을 개척할 수 있도록 해외지원사업에 많은 지원을 아끼지 않겠다”고 밝혔다.



출처 : 경기도 지자체 홈페이지; 메트로미디어 「경기도, 도내 기업의 베트남 식품시장 진출 가능성 있어」 2018년 8월 14일

■ 완도군 - 베트남 호치민 식품박람회

- 소개 : 완도군은 2019년 11월 12일부터 16일간 베트남 호치민에 해외시장개척단을 파견해 완도산 수산물의 동남아 수출 판로개척에 나섰다고 밝혔다. 베트남 시장개척에 참가한 완도군의 업체는 (주)완도사랑S&F(전복만두), 다시마전복수산물영어조합법인(활 전복, 전복 가공품 등), (유)하나물산, (유)세계로 수산, 금복식품, 홍일식품(해조류 가공품) 총 6곳임.
- 진행 : 완도군 해외시장개척단은 먼저 지난 13일부터 16일까지 베트남 호치민 사이공 컨벤션에서 열린 베트남 호치민 식품박람회에 참여했음. 호치민 식품박람회에 완도 관내 5개 기업이 참여했으며, 특히 완도 전복을 활용한 전복만두는 이틀 만에 완판되며 완도산 수산물에 대한 뜨거운 관심을 확인할 수 있었음. 14일에는 완도군의 우수한 수출 상품을 확인한 베트남 현지 바이어를 초청해 수출상담회를 개최했음.
- 성과 : 그 결과, 200만 불의 수출계약과 업무협약 4건을 체결했으며 베트남 수산 전문 바이어 및 유통업체를 확보할 수 있었음. 아울러 호치민 한인타운 SC 비보시티에서 개최된 완도군 수산물 프로모션에는 다시마전복수산물영어조합법인과 홍일식품이 전복 가공품 및 해조류 가공품을 판매해 3일간 약 300만 원의 매출을 기록했음.
- 인터뷰 : 완도군 관계자는 “올해 미국에 이어 동남아에서 가시적인 성과를 도출할 수 있어서 기쁘다. 앞으로도 시장개척 활동을 통해 완도 특산물의 우수성을 홍보하고, 수출로 이어질 수 있도록 최선을 다하겠다”고 포부를 전했다.



출처 : 프레시안 「완도군 해외시장개척단, 베트남서 200만 불 수출계약 체결」 2019년 11월 18일

□ 공공기관 주관

- 농림축산식품부, 한국농수산물유통공사 - 2019 하노이 식품박람회
 - 소개 : 농림축산식품부(장관 김현수)와 한국농수산물유통공사(aT, 사장 이병호)는 2019년 11월 6일부터 10일까지 베트남 하노이에서 개최된 ‘2019 하노이식품박람회’에 참가함.
 - 진행 : aT는 하노이식품박람회에 신선농산물, 건강기능식품 등 39개 수출업체와 한국관을 구성해 참가했음. aT에 따르면, 이번 박람회에서는 베트남에서 선물용으로 선호도가 높은 배, 샤인머스켓 등 신선과일에 바이어들의 거래 문의가 집중되었음.
 - 성과 : 박람회 기간 동안 총 558건 약 3,800만 달러 규모의 상담이 이루어졌으며, 베트남 최대 유통업체인 빈마트와 17만 달러의 딸기 수출 현장계약을 체결하기도 했음. 특히 한국관 참가업체 제품들로 요리시연 행사가 진행되어 불고기, 잡채, 궁중떡볶이 등이 관람객들에게 큰 인기를 끌었음.
 - 인터뷰 : aT 신현곤 식품수출이사는 “베트남의 주요 소비층이 집중되어 있는 하노이에서 개최한 이번 행사에서 한국 농식품의 인기를 다시 한 번 확인했다”면서 “앞으로도 전략적인 마케팅과 홍보로 한국 농식품 수출확대를 위해 더욱 노력하겠다”고 말했다.



출처 : KITA

□ 지자체 & 공공기관 주관

■ 경기도, 경기도경제과학진흥원 - 2019 G-FAIR 호치민

- 소개 : 경기도와 경기도경제과학진흥원은 2019년 11월 27일부터 28일까지 이틀간 베트남 호치민시 젬 센터(Gem Center)에서 ‘2019 G-FAIR 호치민’을 개최함.
- 진행 : 이번 G-FAIR 호치민에는 전기·전자, 산업·건축, 소비재·식품, 뷰티·헬스용품 등 다양한 품목에서 국내 96개사가 참가함. 특히 베트남 현지 바이어 1,467명이 전시장을 찾아 참가기업의 우수제품에 큰 관심을 보이며 열띤 수출상담 열기로 가득했음. 전시장 인근에는 바이어들이 타고 온 오토바이 행렬이 끊이지 않는 진풍경을 보이기도 했음.
- 성과 : 참가기업들의 실적을 집계한 결과 총 2,791건의 상담과 8,817만 달러의 수출상담 성과를 거둔 것으로 확인됐음. 이중 1,397건 3,265만 달러는 계약 추진이 예상되며, 현장에서 33건 35만 달러가 계약됐음.
- 인터뷰 : 베트남 바이어들의 반응도 뜨거웠음. 현지 바이어 능우엔 씨는 “베트남 내 한류 열풍이 어느 때보다도 뜨거워 한국제품에 대한 인기가 치솟고 있다”며 “매년 G-FAIR에 참가하고 있는데 이번에 참가한 기업 제품들도 디자인과 품질이 우수해 추후 좋은 거래가 성사될 것으로 본다”고 말했음.



출처 : 경기도 지자체 홈페이지; 라이프플라자 「‘2019 G-FAIR 호치민’, 베트남 현지 바이어 1천467명과 수출 상담」 2019년 12월 4일

* 2020년에도 개최될 예정이지만, 식품 분야가 포함되지 않음. 그러므로 전시회 내용을 보고서에 포함하지 않음.

■ 전라북도, 생물산업진흥원 - 2019 베트남 국제 프리미엄 소비재전

- 소개 : 전라북도와 생물산업진흥원(원장 김동수, 이하 생진원)은 2019년 5월 30일부터 6월 2일까지 나흘간 베트남 호치민에서 개최된 「2019베트남국제프리미엄소비재전」에서 “나만의 삼시세끼” 컨셉을 접목한 전북 공동관을 운영함.
- 진행 : 이번 행사에서 전북도와 생진원은 성과를 극대화하기 위해 참가기업 관계자들의 전시마케팅 및 제품에 대한 시장진출 컨설팅을 사전에 추진하여 준비도를 높임과 동시에, 차별화된 테마로 구성된 전북 공동관과 전문성을 강조하는 참가자 전원 셰프복장으로 베트남 현지인들의 큰 주목을 받았음. 이런 노력에 힘입어 이번 행사에서는 기업의 참가제품에도 많은 변화를 보였음. 무주덕유산반딧불의 천마가공제품 “영유아식품”, 대풍년 고춧가루씨를 활용한 다이어트용 “고추씨차제품”, 더웁은협동조합의 장생도라지를 활용한 스틱형 “도라지진액제품” 등 도내 기업의 제품들을 베트남 현지소비자의 니즈에 맞도록 구성하여 참관객들로부터 큰 호응을 받았으며 현장에 내방한 바이어들과 열띤 납품상담도 진행되었음.
- 성과 : “베트남인 속으로”란 전략으로 도내 농식품 기업 6개사의 베트남 시장개척을 도와 17만불의 계약성과와 함께 약 220만불(66건)의 현장상담실적을 올렸음. 또한, 생진원은 영유아 인구가 많은 베트남 시장진출 활성화를 위해 현지 전문 바이어를 발굴하여, BUY2SELL사와 베트남 영유아 시장 진출 협력을 위한 MOU를 체결했으며 향후 지속적인 파트너십을 유지하여 도내 농식품기업의 베트남 시장진출에 적극 지원할 계획임.
- 인터뷰 : 생진원 김동수 원장은 “생진원은 전라북도와 함께 제품은 우수하나 해외진출에 어려움을 겪고 있는 도내 농식품기업의 기술애로 해결과 해외 판로개척을 적극 도와 기업의 성장과 지역경제 발전에 기여할 계획”이며, “정부의 신남방정책과 한류의 중심에 있는 베트남시장 등 해외 신시장 개척을 통해 영세한 도내 농식품기업의 해외 유통거점 확대를 적극 지원하겠다”고 밝혔다.



출처 : 전라북도생물산업진흥원

- 전라북도, 한국농수산물유통공사 - 2019년 베트남 하노이 식음료 박람회
 - 소개 : 전라북도와 한국농수산물유통공사 전북지역본부(이하 aT전북지역본부)는 한류 소비 트렌드를 주도하는 베트남 시장의 수출 확대를 위해 2019년 11월 6일부터 11월 9일까지 4일간 베트남 하노이 국제전시센터에서 열린 「베트남 하노이 식음료 박람회」에 도내 총5개 업체가 참가함.
 - 진행 : 전라북도가 지원하는 전북홍보관에는 사과 및 사과 가공식품을 비롯하여 김, 음료, 장류, 가공식품 등을 생산 수출하는 도내 농식품기업 총 5개사(20여 품목)가 참여하여 현지 부스를 내방한 바이어들과 열띤 수출 상담을 진행했음.
 - 성과 : 도내 총 5개 업체가 참가하여 전북홍보관을 운영한 결과 186만 달러의 현지 수출 상담실적을 올렸음. 이번 박람회 기간 동안 안전하고 품질이 우수한 우리 농식품 상담을 위해 방문한 바이어들에게 특히 김과 친환경 과일 및 유기농 제품이 큰 호응을 받았으며 바이어들과 총 73건의 상담이 이루어졌음.
 - 인터뷰 : 조호일 전라북도 농식품산업과장은 “이번 베트남 하노이식음료 박람회에 참가한 도내 농식품 기업들이 실질적인 거래성사를 만들어 내기 위하여 유력 바이어에 대한 사후 상담 지원 및 초청지원 등 다양한 추가 지원을 아끼지 않을 것” 이라고 말했음.



출처 : 전라북도 지자체 홈페이지; 채널뉴스 「전북, 한류 소비 트렌드 주도하는 베트남 시장개척에 박차!」 2019년 11월 12일

■ 충청북도, 청주상공회의소 - 2019 하노이 베트남 엑스포

- 소개 : 충청북도는 청주상공회의소와 공동으로 2019년 4월 10일부터 13일까지 4일간 베트남 하노이에서 개최된 ‘2019 하노이 베트남 엑스포’에 도내 10개 수출유망기업을 파견하여 충북기업관을 운영하였음.
- 진행 : 이번 박람회는 베트남의 수도 하노이에서 개최된 베트남 북부 최대 국제종합박람회로 베트남 정부의 적극적인 후원을 받아 23개국 500개사(600개 부스)가 참가하였으며, 그 중 한국기업은 150개사가 참가하여 전체 참가국 가운데 가장 많은 수를 차지하였음.
- 성과 : 총 152건 669만 달러 규모의 수출 상담과 55만 달러 상당의 수출계약 성과를 거두었음. 홍삼, 콜라겐, 흑마늘 젤리를 생산하는 (주)엔푸드는 젤리형태의 식품관련기술을 국내에서 유일하게 특허로 보유한 기업으로 기술, 품질, 가격면에서 베트남보다 우위에 있어 이번 전시회를 통해 매우 다양하고 견실한 바이어를 만날 수 있었고, 아울러 전시기간 동안 25만 달러의 현장발주와 더불어, 선물세트의 형태로 추가 발주가 예상되는 성과를 올렸음.
- 인터뷰 : 이번에 직접 기업들과 함께 참여하여 사업을 진행한 청주상공회의소 관계자는 “베트남 유통시장은 크게 북부와 남부로 구분되어 북부 하노이 소비자들은 첫째, 미래의 가치를 고려한 상품, 둘째, 사회적 지위를 과시할 수 있는 상품, 셋째, 사회 기준에서 크게 벗어나지 않고 사회 구성원들에게 인정받을 수 있는 상품 등에 수요가 많은 만큼 고급화 전략을 내세워 진출하고, 평균연령이 30세 이하로 소득증대에 따른 젊은 층들이 소비를 주도하고 있어, 가성비 제품이 아닌 브랜드 인지도와 품질, 디자인 경쟁력이 높은 프리미엄 제품을 준비해야 경쟁력에서 우위를 점할 수 있다”고 말했다.



출처 : 충청북도 지자체 홈페이지; 동양일보 「충북기업 베트남 북부 최대규모 박람회 참가 인기몰이」 2019년 4월 16일

(2) 전시회·박람회 참가 전략

□ 전략 1. 바이어와 상담 전 비즈니스 에티켓 및 상담 요령 숙지

- 바이어와 상담하기 전 자료를 미리 준비하는 것이 현명함.
 - 전시기업이 자사에 관한 간략한 프로필(주요 생산제품, 수출현황, 주요 비즈니스 등)과 같은 자료를 만들어 현장에서 바이어에게 제공한다면 상담 시에 바이어의 이해도가 한층 높아질 수 있음.
- 베트남인과의 거래를 하려면 공식적인 절차 이외에도 상대방과의 개별 접촉을 통해 비공식적인 사적 관계를 형성해 두는 것도 중요함.
 - 현지 인맥을 잘 활용하면 거래 시 수시로 발생하는 문제점이나 애로 사항을 해결하는 데 시간과 노력을 절약할 수 있다.
 - 중요한 계약이나 협상 건이라면 일단 대규모 사절단을 파견하도록 한다. 사실상 몇몇 소수만의 발언권 및 의사 결정권이 있는 상황이라 해도 대규모 사절단이 파견되면 자신들을 매우 중요하게 여기고 있다고 생각하는 경향이 있기 때문이다.
- 선물은 중요한 거래 수단임.
 - 유교 문화권의 베트남 민족은 정이 많은 민족임. 인맥을 통해 많은 일을 해결할 수 있는 점도 바로 한국인과 비슷한 정서를 지녔기 때문임. 그러므로 자신의 마음을 선물로 표현하는 경우가 많음.
 - 업체 방문, 바이어 상담 시 작은 기념품 등을 준비하는 것은 정감 있는 분위기 조성을 위한 좋은 촉진제가 될 수 있음.
- 철저한 준비와 꾸준한 행사 참여를 통해 인지도를 높이는 것이 중요
 - 대부분 베트남 바이어들은 박람회, 전시회 혹은 축제에 매년 참가하는 경우가 많아 베트남 진출을 희망하는 기업도 꾸준히 행사에 참여하며 업체에 대한 인지도를 서서히 높이는 것이 바이어와의 거래를 성사시킬 수 있는 방법임.
 - 박일상 aT 호치민 지사장은 우리 기업들에게 “베트남 바이어를 만날 땐 준비를 성급히 하지 마시고 차근차근 많이 해오셨으면 한다”고 부탁했음. 전시회에 참가할 때도 마음을 너무 급하게 먹지 않는 것이 중요하다고도 전했음. 그의 말에 따르면 바이어들은 같은 전시회에 매년 참가하는 경우가 많고, 그들 중 대부분은 해외 기업을 본 첫 해에 ‘저런 기업이 있네’, 두 번째 해에 ‘저 기업이 또 참가했구나’ 생각만 하고 그치며, 세 번째 해가 돼서야 ‘저 업체가 괜찮은가보다’ 하고 마음을 열고 거래함. 그는 “성급하지 않은 태도가 거래를 성사시킬 수 있는 비결”이라며 이야기를 마무리했음.

출처 : aT한국농수산물유통공사; 한국무역신문 「베트남 식품 시장, 익숙한 것부터 진출하라」 2020년 8월 21일

□ 전략 2. 박람회와 전시회 참가 전 시장 트렌드 및 소비자 동향 파악 선행

- K-food 열풍으로 인해 베트남에서 한국 제품이 많은 인기를 끌고 있지만, 특히 건강식품과 프리미엄 제품 판매량이 증가하고 있음.
- 베트남 식품 시장, 익숙한 것부터 진출하라
소비자들, 어떻게 먹는지 모르는 낯선 식품 사지 않아
 - 한국 식품 믿고 먹는 베트남 소비자들 = 김관목 호치민 무역관 관장은 18세 이상 베트남 소비자를 대상으로 한 설문조사 결과를 소개. 한국이라는 단어를 들었을 때 응답자의 42%는 한식이 떠오른다고 답했으며, 28%는 김치를, 21%는 K-팝을, 11%는 드라마를 떠올렸음. 한국 상품을 구매하는 이유로는 대부분 “드라마나 예능을 통해 자연스럽게 알게 돼 호기심에 구매한다”고 답했음. 김 관장은 “앞으로 한국 기업이 베트남 시장에 진출할 때 마케팅 포인트로 활용할 수 있는 부분을 엿볼 수 있는 자료”라고 풀이했음. 한국에 대한 이미지를 묻는 설문에는 ‘한국’이라는 브랜드가 품질을 신뢰하도록 한다는 답변이 많았음.
 - 박일상 aT 호치민 지사장은 “현지 소비자들이 한국 제품에 대해 가격은 비싸지만 ‘안전하다, 품질이 좋다’고 인식하고 있는 것이 사실”이라고 전했음. 이어 “베트남 소비자들 머릿속에 한국 식품은 포지셔닝이 굉장히 잘 돼있다”며 “한국 포도를 들여올 때에도 베트남어로 번역해 가져오는 것보다 한국어가 적혀 있는 박스를 그대로 가져오는 것을 더 선호할 정도”라고 말했음.

출처 : 한국무역신문 「베트남 식품 시장, 익숙한 것부터 진출하라」 2020년 8월 21일

□ 전략 3. 성공적인 시장 진출을 위한 트렌드와 소비자 니즈 파악 수단으로 활용

- 참가기업은 자사 제품을 홍보·판매함으로써 시장 반응을 살펴볼 수 있는 것은 물론, 현지 바이어와의 상담을 통해 현지 시장 상황과 니즈를 파악할 수 있음. 따라서 행사에 참여하며 얻은 통찰력은 시장조사 차원에서 베트남 진출 중인 한국 기업에게 큰 도움이 될 것임.
- 글로벌디자인전문기업육성사업은 2018년 하노이 식음료 및 식품 가공기기 전시회에 참가한 이후 다음과 같은 트렌드를 파악함:
 - (식품)성장세를 보이는 아시아권 경제적 여건과 생활환경의 변화로 간편조리식품, 유기농, 기능성식품 등의 식품산업이 성장. 전반적으로 HMR제품의 전시 및 바이어 상담이 많은 경향을 보임. HMR(간편식)제품 가운데 동결건조방식의 탕(스프)과 죽 제품, 컵누들, 닭볶음 등 레토르트형 제품, (치킨)양념소스 등의 출품이 증가세를 보임
 - (디자인)생활 수준의 변화, 세계화 등의 영향으로 디자인고급화 경향. 용기, 패키지 등에 대한 PI(Product Identity)가 잡혀져 있는 양상이며, 음료 등 일부제품은 파스텔 톤 등 젊은 감각의 컬러를 인용함. 차류 제품의 패키지 디자인은 베트남 전통문화 등을 응용. 한국제품은 전반적으로 식품 패키지디자인이 단순하고 고급스러움 표방.
 - (시사점) HMR 등 한국식품의 베트남 시장진출을 위해서는 현지 식품박람회 등의 꾸준한 참가와 바이어(유통채널) 발굴, 유통업체 입점을 통한 지속가능한 판로확보가 관건으로 판단됨. 또한, 베트남 식품시장 진출을 위해서는 현지 식품시장 트렌드와 수요자 니즈를 기반으로 수출품목 선정과 패키지 디자인 개선 검토.

출처 : 광주디자인센터 「2018 글로벌디자인전문기업육성사업, 공무 국외 출장 결과보고」 2018년 12월 7일

□ 전략 4. 박람회와 전시회 참가 시 좋은 부스 위치 선정

- 부스 위치 선정 시 확인해야 할 요소 3가지: 1) 관람객의 주요 동선 파악, 2) 출입구 근처 혹은 다른 위치에 따른 전략 차별화, 3) 대기업 등 큰 부스 근접 여부
- 1) 관람객의 주요 동선 파악: 관람객이 많이 다니는 곳을 선택. 주요 동선을 파악하는 게 어려우면, 박람회 주최자를 통해 자세한 정보를 요청할 수 있음.
- 2) 출입구 근처 혹은 다른 위치에 따른 전략 차별화: 출입구는 많은 관람객이 지나가기 때문에 관람객의 관심을 끄는 것이 필요함. 부스가 입구 부근에 있다면 관람객이 입장하자마자 보는 우리 부스의 인상을 강렬하게 남겨주는 것이 필요함.
 - 출입구 부근이 아닐 때: 출입구 근처보다 방문객의 수는 비교적 낮을 수 있지만, 접촉 시간이 길어질 가능성은 높아져서, 관람객에게 업체에 대한 더 깊은 인상을 만들 수 있음.
- 3) 대기업 등 큰 부스 근접 여부:
 - 장점: 크고 화려한 부스가 있으면 관람객이 더 많이 지나가기도 하고 많이 머물기도 하는 지역임.
 - 단점: 크고 화려한 부스 근처에 부스가 있으면, 부스가 상대적으로 비교 가능한 위치에 있게 됨. 그러므로 이러한 단점을 보완하기 위해 자사의 부스가 어떻게 더 주목을 받을 수 있을지 고민할 필요 있음.

출처 : 마이페어 홈페이지

□ 전략 5. 코로나19로 인해 대체된 비대면 혹은 국내 행사 참가로 새로운 기회 마련

- 비대면 혹은 국내 행사에 참여하는 것은 경제적 부담감을 줄여주며 참가기업들을 위해 베트남 바이어와 1대1 매칭 및 화상수출상담 기회를 마련해주고 있음.
 - 2020년 9월 22일 기준, 지난 6개월간 코트라의 화상상담 지원을 받은 기업의 건수는 1만6594건으로, 작년 같은 기간 화상상담 건수(558건)보다 약 30배가 늘었음. 코로나19 여파가 한동안 이어질 것으로 예상되며, 앞으로 화상상담 건수가 더 증가할 것으로 예상됨.
- (비대면 행사) 충청북도, 베트남 하노이-호치민 49개 바이어와 사이버 무역상담회
 - 소개 : 충북도는 충청북도기업진흥원, 충북코트라지원단과 공동으로 2020년 5월 18일부터 5월 22일까지 5일간 청주시 소재 그랜드프라자호텔과 각 참가기업 사무실에서 도내 중소기업과 베트남 하노이, 호치민 지역 바이어와 사이버 무역상담회를 개최했음.
 - 진행 : 코로나19로 당초 계획했던 베트남 무역사절단 파견이 불가능해지자 충북도는 수출기업들을 위해 해외 바이어와 온라인 화상 상담으로 대체 추진했음. 이번 상담회는 베트남의 최대 도시인 하노이와 호치민의 49개사 바이어와 도내 수출유망기업 16개사가 참여해 69건에 이르는 상담을 진행함. 사이버 무역상담회는 컴퓨터 화상시스템을 이용하기 때문에 참가 기업이 해외출장으로 인한 업무공백이나 경제적 부담이 적고 장소의 제약을 받지 않는다는 장점을 가지고 있음. 이번 사이버 상

담회는 사전에 공지된 상담 일정에 따라 참가기업이 원하는 장소에서 온라인 화상 상담을 진행하는 방식으로 추진됐음.

- 성과 : 상담 통해 1730만불(약 214억 원) 상당의 성과를 이뤘음. 이는 참가 업체당 평균 108만불(약 13억 원)에 해당함.
- 인터뷰 : 참가업체 대부분은 “화상 상담은 준비가 어렵지 않고 자사 제품과 회사를 소개하기에도 편리하다.” 라며, 코로나19로 조심스러운 상황 때문에 사무실에서 상담을 더 선호하는 모습을 보였음. 또한, 베트남 바이어들이 우수한 충북 제품에 높은 관심을 보이며 참가기업과 상담이 많이 이루어졌고, 상담 이후 꾸준한 후속조치를 통해 수출계약이 더 많이 체결될 것으로 기대돼 높은 만족도를 나타냈음. 또한, 충청북도 관계자는 “코로나19 여파로 해외에 직접 무역사절단을 파견하기 어려운 상황에서 사이버 상담회와 바이어와의 매칭을 포함한 후속조치를 통해 도내 기업들의 수출 향상을 위해서 최선을 다하겠다.” 라고 밝혔음.

■ (국내 행사) 내추럴위크(Natural Week)2020

- 소개 : 24년 경력의 식품 박람회 전문 주최사 월드전람이 주관하여 2020년 8월 6일 (목)부터 8일(토)까지 사흘간 코엑스 C홀에서 개최된 “내추럴위크 2020(Naturalweek)” 가 성황리에 막을 내렸음.
- 진행 : 건강과 바른 먹거리에 대한 뜨거운 열기를 느낄 수 있었던 이번 내추럴위크 2020에는 코로나와 장마, 홍수 등 어려운 상황 속에서도 250여개 브랜드가 약 300여 부스 규모로 박람회장을 채우며 △제19회 친환경유기농무역박람회, △제19회 귀농귀촌체험학습박람회, △제6회 할랄산업엑스포코리아 △제6회 대한민국발효·식초대전 등 4개의 전시 ‘디저트&스낵, 비건(Vegan)&글루텐프리 특별관’ 등의 주제로 운영되었음. 또한, 국내 20개사 바이어를 초청하여 소상공인과 참가업체들의 판로개척을 위한 비즈니스 매칭을 진행했으며 해외바이어 상담회 역시 현 상황에 맞춘 비대면방식으로 운영, 친환경유기농박람회, 할랄산업엑스포코리아 총 8개국 60개사가 바이어로 참가하여 온라인상담회를 진행하는 등 코로나19감염증 위기 인한 유례없는 실적부진과 침체에 힘들어 하고 있는 국내 수출기업들에게 의미 있는 시간을 선사하였음.
- 성과 : 친환경유기농무역박람회 2020 (The 19th Organic & Natural Trade Fair 2020)’ 에서 진행된 온라인 해외바이어 수출상담회 및 국내 유통사 바이어 1:1 상담회는 작년 약 5백12만2400 USD 수준의 매칭 및 10건의 MOU 체결이 성사됐지만 올해는 코로나19(COVID-19)로 인해 야기된 해외 네트워크와의 단절 및 수출장벽 해소를 위해, 온라인 플랫폼을 활용한 사업 다각화와 국내 기업에게 새로운 수출활로를 모색하는 기회를 제공하기도 했음.

출처 : 아세안 문화 경제 미디어 「충청북도, 베트남 하노이-호치민 49사와 사이버 무역상담회」 2020년 6월 2일; 프레시안 「해남 ‘땅끝 민지맘’ 등 서울 코엑스 친환경유기농무역박람회 ‘참가’」 2020년 8월 10일; 한국경제 「‘내추럴위크(Natural Week)2020’ 성황리에 종료」 2020년 8월 18일; 디지털타임스 「“바뀌야 산다” ... 화상으로 수출 계약, 신제품은 SNS 공개」 2020년 9월 22일

□ 전략 6. 한국 중소기업을 위한 온·오프라인 융합 전시회 대행 운영 서비스 활용

- 코로나19 여파로 수출에 어려움을 겪는 국내 중소기업들은 온·오프라인 전시회 대행 운영 서비스를 이용하고 있음. 현재 여러 박람회 또는 전시회에서 이러한 서비스가 제공되고 있지는 않은 것으로 보이지만, 앞으로 생길 가능성이 클 것으로 예상됨.
- 코엑스, 코로나에 발 묶인 기업 대신해 베트남 등에 전시회 운영
 - 코엑스는 코로나19 여파로 수출에 어려움을 겪는 국내 중소기업들을 위해 온·오프라인 융합 전시회 대행 운영 서비스를 시작한다고 2020년 8월 5일 밝혔다.
 - 코로나19로 베트남 등 신남방 국가 전시회에 직접 참가할 수 없는 국내 업체를 대신해 현지에서 전시 부스를 운영하고, 바이어 상담도 해줌.
 - 예컨대 베트남 코엑스 사무소가 전시 부스를 조성하고, 통역원들이 우리 기업을 대신해 전시회에 참가, 수출 상담을 진행함. 국내 기업과 현지 바이어는 온라인으로 상담을 할 수 있음.
 - 전시 참가 효과를 극대화하기 위해 동남아 대표 유통 플랫폼인 '쇼피'와 '띠끼' 등에도 입점해 소비자들의 반응 조사와 인플루언서 마케팅도 제공함.
 - 이 융합 전시회 대행 운영 서비스는 2020년 9월 하노이 국제베이비&키즈 페어, 12월 베트남 국제 프리미엄 소비재전, 베트남국제리테일샵 및 프랜차이즈 쇼 등 총 3개 전시회에서 제공함.
 - 코엑스는 아울러 온라인 화상 상담회, 동남아시아 대형 온라인 유통망 입점 등 베트남 진출 희망 업체들을 위한 원스톱 온라인 마케팅 패키지도 제공함.

출처 : 매일경제 「코엑스, 코로나에 발 묶인 기업 대신해 베트남 등에 전시회 운영」 2020년 8월 5일

다. 베트남 전시회·박람회 지원 주요 Contact 정보

□ 해외 전시회·박람회 지원 업체

▪ 마이페어

참고 사이트	☑ https://myfair.co/
--------	---

▪ 한국전시산업진흥회

연락처	☑ 02-574-2024
참고 사이트	☑ http://akei.or.kr/

▪ 글로벌전시포털

연락처	☑ 82-2-1600-7119
참고 사이트	☑ https://www.gep.or.kr/

▪ 두성관광

연락처	☑ 02-730-6100
이메일	☑ tourcall@empas.com
참고 사이트	☑ http://www.expoll4.co.kr/

□ 한국 주최기관

▪ 농림축산식품부

연락처	☑ 정부통합민원실 국번없이 110 / 당직실 044-201-1000
참고 사이트	☑ https://www.mafra.go.kr/

▪ 한국사료협회

연락처	☑ 02-581-5721~33
참고 사이트	☑ http://www.kofeed.org/

▪ 경기도청

연락처	☑ 031-120(경기도 콜센터)
참고 사이트	☑ https://www.gg.go.kr/

▪ 주식회사 코엑스

연락처	☑ 02-6000-0114
참고 사이트	☑ http://www.coex.co.kr/

▪ 한국무역협회

연락처	☑ 1566-5114
참고 사이트	☑ https://www.kita.net/

□ 베트남 주최기관

▪ 주 호치민 대한민국 총영사관

연락처	☑ 028) 3822-5757(베트남에서 걸 때), +84-28-3822-5757(한국 또는 해외에서 걸 때)
이메일	☑ hcm02@mofa.go.kr
참고 사이트	☑ http://overseas.mofa.go.kr/vn-hochiminh-ko/index.do

▪ 주 베트남 대한민국 대사관

연락처	☑ 당관 대표번호: 대사관 +84 (0)24 3831-5111, 영사부 +84(0)24 3771-0404
이메일	☑ 영사콜센터: +82-2-3210-0404(서울, 24시간)
참고 사이트	☑ trungtamvanhoahanquoc@gmail.com (문화원) ☑ http://overseas.mofa.go.kr/vn-ko/index.do

▪ Danang Department of Tourism

연락처	☑ (+84) 236 3 898196
이메일	☑ sdl@danang.gov.vn
참고 사이트	☑ https://tourism.danang.gov.vn/

▪ 베트남 문화체육관광부

연락처	☑ 0243.9745845
이메일	☑ banbientap@bvhttdl.gov.vn
참고 사이트	☑ https://bvhttdl.gov.vn/

▪ 호치민 한인회

연락처	☑ 028 6660 9458
참고 사이트	☑ https://hochiminhkorean.com/

▪ Minh Vi Exhibition and Advertisement Services Co. Ltd. (VEAS)

연락처	☑ (+84) 28 3848 8561
이메일	☑ info@veas.com.vn
참고 사이트	☑ https://veas.com.vn/

▪ Ministry of Industry and Trade of Vietnam (베트남 산업통상부)

연락처	☑ (024) 22202108
이메일	☑ bbt@moit.gov.vn
참고 사이트	☑ https://www.moit.gov.vn/

▪ Vietnam Trade Promotion Agency (VIETRADE)

연락처	☑ (04) 3934 7628
이메일	☑ vietrade@vietrade.gov.vn
참고 사이트	☑ http://www.vietrade.gov.vn/

▪ UBM - SES Vietnam Exhibition Services Company Ltd

연락처	☑ +84 28 3622 2588
이메일	☑ info-vn@ubm.com
참고 사이트	☑ www.ubm.com

▪ AMB Tarsus Events Group

연락처	☑ (603) 2692 6888
이메일	☑ support@ambtarsus.com
참고 사이트	☑ https://www.ambtarsus.com/

▪ Vietnam Association of Seafood Exporters and Producers (VASEP)

연락처	☑ (+84 24) 37715055 / (+84 28) 62810430
이메일	☑ vasephn@vasep.com.vn / vasephcmc@vasep.com.vn
참고 사이트	☑ http://seafood.vasep.com.vn/

□ 베트남 내 한국 주요 기관

▪ 하노이 대사관

연락처	☑ 024 3831 5110-6
이메일	☑ korembviet@mofat.go.kr
참고 사이트	☑ http://overseas.mofa.go.kr/vn-ko/index.do

▪ 대한상공회의소

연락처	☑ 024 3771 3681 / 024 3771 3719
참고 사이트	☑ http://www.korcham.net

▪ KOTRA(하노이)

연락처	☑ 024 3946 0511~8
참고 사이트	☑ http://www.kotra-hanoi.org.vn

▪ 베트남한국상공인연합회(KORCHAM)

연락처	☑ 024 3555 3341
참고 사이트	☑ http://korchamvietnam.com

▪ KOICA

연락처	☑ 024 3831 6911 / 024 3831 5108
참고 사이트	☑ http://www.facebook.com/koica.vietnam

▪ 한국관광공사

연락처	☑ +84 24) 3556 4040/4242/4343
이메일	☑ hanoi@knto.or.kr / ktovinvietnam@gmail.com
참고 사이트	☑ http://www.visitkorea.org.vn

▪ 하노이 한인회

연락처	☑ 024 3555 3015~6
이메일	☑ hanoilang@hanmail.net
참고 사이트	☑ http://hanoi.korean.net/

▪ 베트남중부한인회

연락처	☑ 02363797071
이메일	☑ danangirang@hanmail.net
참고 사이트	☑ http://homepy.korean.net/~ctlvn/www/

▪ 한국문화원

연락처	☑ 024 3944 5980
이메일	☑ trungtamvanhoahanquoc@yahoo.com
참고 사이트	☑ http://vietnam.korean-culture.org/

THANK YOU
감사합니다