



베트남은 '펫 휴머제이션'시대 진입단계

'펫 휴머제이션' 시대

사람과 반려동물을 동일시하는 인간화 현상인 '펫 휴머제이션' 트렌드가 확산됨에 따라 베트남 내 반려동물과 함께 즐기고 먹을 수 있는 먹거리 및 엔터테인먼트 문화가 급속하게 자리잡고 있다.

또한 코로나19로 인한 재택근무자 급증 및 사회적 거리두기에 따라 베트남 반려동물 입양가구가 증가함에 따라 반려동물용 제품에 대한 관심이 하나의 트렌드처럼 확산되고 있다. 특히 사람이 먹고 남은 음식을 사료로 주는 문화에서 애완동물 전용사료를 배급해주는 인식의 변화에 따라 반려동물 먹거리(사료, 간식)에 대한 관심도가 높아지고 있으며, 이에 맞춰 시장에는 다양한 반려동물 먹거리가 판매되고 있다.

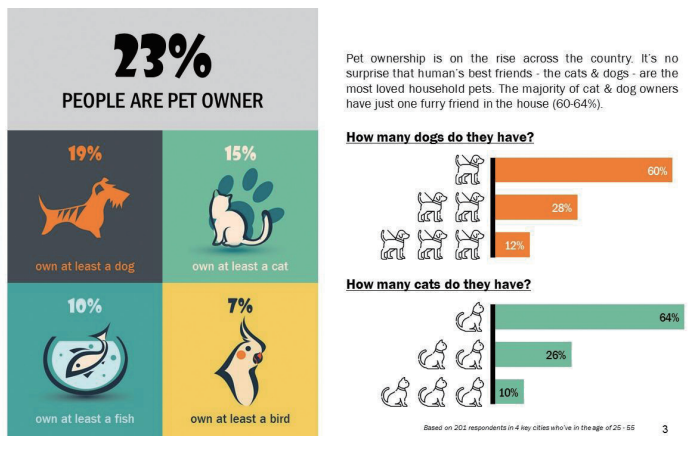
최근 반려동물을 위한 프리미엄 숙박시설인 5성급 호텔이 등장해 사람들의 시선을 주목받고 있으며 반려동물을 더 이상 소유물이 아닌 하나의 가족으로 인식하는 '펫 휴머제이션' 트렌드가 사회전반에 인식되고 있음을 알 수 있다.

- 1 애완동물 수제음식
 - 2 애완동물용 식품 전단지
 - 3 애완동물용 5성급 호텔
- 자료 자체조사, nguilaodong

Key Point

반려동물시장은 베트남에서 최근 가장 각광받고 있는 산업분야로써 도시화 및 중산층 성장 등에 따른 소득수준 향상으로 애완동물 분양수요가 지속적으로 증가하고 있다. 현재 애완동물 사료식품의 경우, 초기단계로 외국문화에 대한 선호도가 높고 쉽게 받아들이는 현지 소비자들의 특성상, 시장선행 전략이 유리할 것으로 판단되며 진출 시 충분한 사전 조사를 통해 시행착오를 줄이는 것이 중요할 것이다.

PET OWNERSHIP



자료 Intage.com.vn

베트남의 반려동물(애견)산업

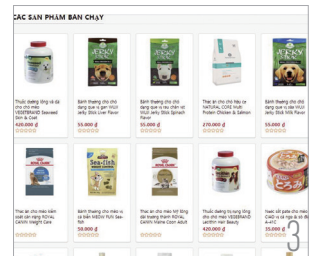
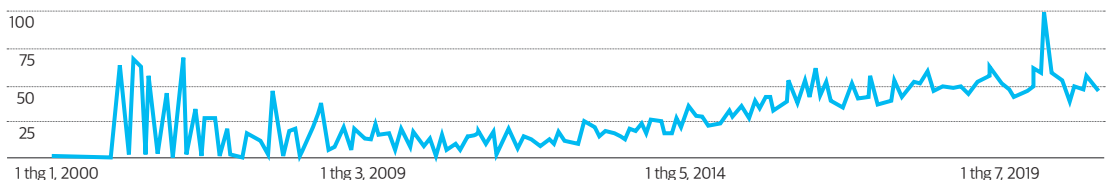
베트남의 반려동물시장은 '14년부터 급속한 성장세를 기록해 '19년 3,429만 달러를 달성하였다. 특히 '19년 기준 전체 인구 중 23%가 반려동물을 기르고 있는 것으로 조사되어 반려동물시장의 성장 가능성이 높은 것으로 조사되었다.

시장조사업체인 인티지(intage)의 '19년도 베트남 펫푸드 시장 조사 리포트에 따르면 반려동물 사료 배급은 집에서 직접 요리(쌀, 고기, 야채 등 29%)가 가장 많은 사례를 차지하였으며 그 뒤를 이어 펫푸드와 집에서 요리한 것을 섞어 지급(48%), 먹고 남은 잔여음식 지급(9%) 순으로 조사되었다.

구글 트렌드 키워드 검색결과에 따르면 베트남 애완동물에 대한 검색 빈도는 '14년부터 꾸준히 성장하였으며 특히, 코로나가 시작된 '19년부터 애완동물에 대한 관심이 일시적으로 성장했음을 알 수 있다.

이는 사람간의 접촉이 줄어들고 비대면 사회로 변화됨에 따라 집에서 펫과 함께 보내는 시간이 많아진 '펫콕족'이 증가함에 따라 애완동물 관련 상품에 대한 관심도도 함께 증가하고 있음을 보여주고 있다.

애완동물에 대한 관심도



자료 Petmart.vn, 자체수집

- 1 유통채널
- 2 펫샵
- 3 온라인샵

펫푸드(사료) 시장 현황

베트남 내에서 유통되고 있는 펫푸드의 원산지는 주로 태국, 프랑스, 한국, 일본 등이며 주요 판매처는 펫샵으로 50% 이상을 차지하고 있으며 그 외에 온라인샵, 대형유통마트 등이 있다. 베트남 내 주요 펫샵으로는 Pet City와 Pet Lovers Center가 있으며 하노이, 하이퐁, 호치민, 다낭 등 베트남 주요 도시에 소재하고 있다. 대부분의 펫샵매장에서는 한국산 애완동물 사료 및 간식을 판매하고 있었으며 매장 관계자에 따르면 한국산 및 일본산 사료가 가장 많이 판매되고 있다고 응답했다.