

## 5. 프리미엄 맥주시장의 성장

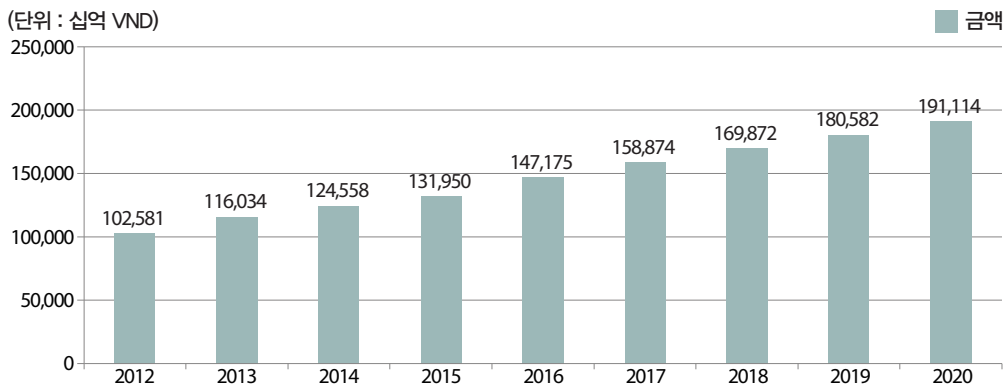
하노이지사

## 주요내용

## ▶ 베트남 맥주소비 증가세

- 2016년 기준 베트남 맥주시장은 약 191조 베트남동(한화 약 9조원)으로 전년대비 약 11% 증가하였다. 베트남 소비자의 소득증대에 힘입어 고급 맥주를 찾는 소비자가 증가하였고, 소비층이 주로 남성이었던 과거와 달리 여성으로 확대되면서 맥주시장이 성장하는 요인으로 작용하였다.

| 베트남 맥주 판매규모 및 전망 |



(단위 : 십억 VND)

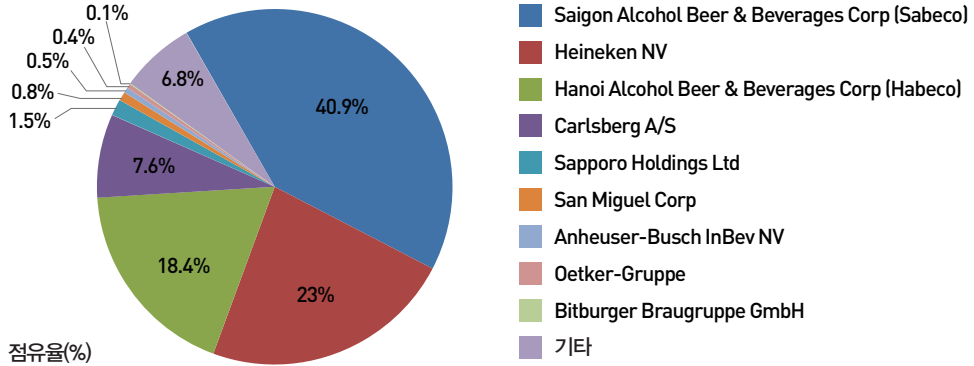
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
금액	102,581	116,034	124,558	131,950	147,175	158,874	169,872	180,582	191,114

\* 출처 : Euromonitor International 「Beer in Vietnam」, 2017~2020년 추정치 기준으로 작성

## ▶ 베트남 맥주시장, 국유기업이 점유

- 베트남 맥주 소비량의 90%이상은 자국에서 생산된 맥주들이 점유하고 있다. 특별소비세와 같은 높은 수입세가 수입 맥주시장의 성장의 걸림돌로 작용하고 있기 때문이다. 해외 유명 맥주 제조기업들은 가격 경쟁력을 확보하기 위하여 베트남 내에 현지법인을 설립하고, 양조장을 건립하여 영업활동을 하고 있다.
- 베트남 맥주시장 주요기업은 Sabeco, Heineken, Habeco로, 3개 기업이 베트남 맥주판매량의 80% 이상을 점유하고 있다. Sabeco와 Habeco는 국유기업이다.

### | 2016년 맥주 제조사별 시장점유율 |



업체명	점유율(%)
Saigon Alcohol Beer & Beverages Corp (Sabeco)	40.9
Heineken NV	23.0
Hanoi Alcohol Beer & Beverages Corp (Habeco)	18.4
Carlsberg A/S	7.6
Sapporo Holdings Ltd	1.5
San Miguel Corp	0.8
Anheuser-Busch InBev NV	0.5
Oetker-Gruppe	0.4
Bitburger Braugruppe GmbH	0.1
기타	6.8

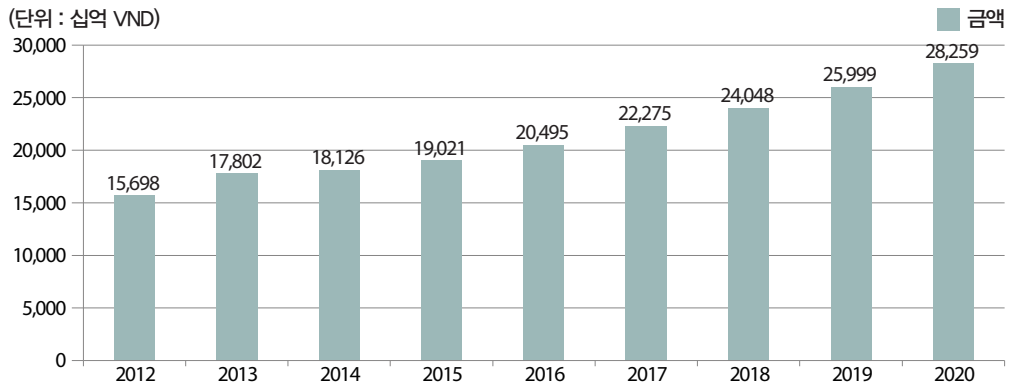
\* 출처 : Euromonitor International 「Beer in Vietnam」

- Sabeco는 전체 맥주시장의 40%를 차지하는 가장 큰 양조회사로 24개의 양조장을 소유하며 연간 18억리터를 생산하고 있다. Sabeco가 시장점유율 1위 기업이 될 수 있었던 중요한 요인은 많은 양조장 설립하여 효과적인 유통이 가능했기 때문이다. 현재 회사가 소유한 맥주 브랜드로는 Saigon beer, 333, Saigon Special이 있다.
- 2위 기업인 Heineken은 베트남 전체 맥주시장의 23%를 차지하고 있으며, 특히 프리미엄 맥주시장의 67%를 차지하고 있다. 프리미엄 맥주시장에서는 해외 브랜드 맥주에 대한 소비자의 선호도가 높기 때문이다.
- Habeco는 회사는 전체 맥주시장의 18%를 차지하며, 베트남 북부 소비량의 50%를 점유하고 있다. Habeco는 북부의 대표 맥주이며, 회사 매출의 15~16%를 차지한다.

▶ 가장 핫한 맥주시장은? '프리미엄 라거'

- 최근 베트남 소비자들의 소득이 증대됨에 따라 프리미엄 라거 시장이 가장 높은 성장세를 보이고 있으며, 해외 브랜드 맥주를 소비하기 원하는 소비자가 많아지고 있다.
- 중저가 맥주시장의 경우 베트남 자국기업과 비교하여 가격경쟁력을 확보하기 어려울 것으로 판단되기 때문에 베트남에 맥주를 수출코자하는 경우, 프리미엄 시장으로 진출하는 것을 고려해 볼 수 있다. 다만, 베트남에 진출해있는 유명 브랜드와의 경쟁하기 위해서는 차별화된 마케팅이 필수적이다.

| 베트남 프리미엄 라거 판매규모 및 전망 |



(단위 : 십억 VND)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
금액	15,698	17,802	18,126	19,021	20,495	22,275	24,048	25,999	28,259

\* 출처 : Euromonitor International 「Beer in Vietnam」, 2017~2020년 추정치 기준으로 작성

\* 참고자료

- Euromonitor International 「Beer in Vietnam」
- Cafe biz, 'Quần hùng tranh bá thị trường bia: 4 đại gia đang phân chia địa bàn thế nào?' (2016.11.26.)
- VN Express, 'Bia ngoại ồ ạt tấn công thị trường Việt'(2014.9.12.)
- Kinh te Sai gon Online, 'Các hãng bia ngoại đang chiếm dần thị trường bia Việt'(2015.10.5.)
- Cafe F, 'Bloomberg: Việt Nam là "chiến trường tiếp theo" của các hãng bia thế giới'(2017.7.22.)

시사점

- 베트남 맥주시장의 현재 소비량은 상당한 수준이며, 잠재력 또한 큰 시장이다. 타 식품과 마찬가지로 맥주에 있어서도 소비자의 구매력이 높아지면서 해외브랜드 선호가 점점 커질 것으로 예상된다.
- 베트남 기업의 가격경쟁력, 해외 유명기업의 브랜드 파워 속에서 한국 맥주의 경쟁력을 높이기 위해서는 차별화된 마케팅을 진행하는 것과 동시에 안정적인 유통망을 확보하는 것이 중요하다.