

# 소비트렌드에 따라 변화하는 설 선물세트

하노이지사

## 감사의 선물 전하는 베트남의 설 문화

- 베트남에서 최대의 명절로 손꼽히는 설 연휴 동안 베트남 사람들은 가족이나 친지 외에도 사업 파트너, 직장 상사 등을 직접 찾아뵙고 선물하는 문화를 가지고 있다.
- 올해 베트남 설 연휴기간은 양력 2월 4일 월요일부터 8일 금요일까지였으며, 설 1~2주 전부터 설 선물을 구매하고자 하는 사람들로 유통매장은 북새통을 이뤘다.



대형마트에서 운영하는 설 선물상품 부스

## 주로 가공식품으로 구성된 설 선물세트

- 전통적인 설 선물은 제비등지, 와인, 인삼, 과자류로 꼽히며, 지속적이고 높은 선호도를 보이는 설 선물은 건강식품 종류가 꼽힌다. 그러나 최근 생산업체나 유통매장에서 다양한 설 선물세트를 출시하고 있어 보다 다양한 선물들이 오가는 추세다.
- 유통매장에서는 설 선물세트로 손잡이가 달린 둥근 나무바구니에 각종 상품을 조합해 판매하였고, 생산업체들은 네모난 종이상자에 각종 상품을 넣은 설 특별 패키지를 출시하기도 했다.
- 설 선물세트는 주로 가공식품으로 구성되어 있으며, 구성품은 종이상자나 알루미늄 케이스에 소포장된 술, 과자, 초콜릿, 사탕, 커피, 차, 견과류, 건조과일 등이 대다수다.



종이상자, 나무바구니 등에 포장된 다양한 선물들

## 2019년 설 선물세트 트렌드

- 설 선물세트 트렌드는 소비트렌드의 변화에 맞추어 매년 변화하고 있다. 올해 설 선물세트 트렌드는 대표적으로



견과류, 커피, 양주, 건강식품 등으로 구성된 선물바구니

청결한 식품, 일본산 식품, 수제포장, 가격대의 양극화를 꼽을 수 있다.

- 최근 베트남소비자들이 깨끗한 원료와 식품위생안전에 높은 관심을 보이면서 청결한 식품에 대한 요구가 높아지고 있다. 특히 천연약초로 만든 차 종류에서 식품위생안전에 대한 관심이 높다.
- 베트남 소비자들 사이에서 큰 인기를 누리는 일본산 식품은 설 선물로도 각광받고 있다. 일본산 식품의 특징은 포장 디자인이나 색상이 심플하고 깔끔하다는 점을 꼽을 수 있다.
- 일본 브랜드인 Star Kitchen에서는 설 선물상품으로 녹차와 살구가 함유된 쿠키를 판매했다. 또한 HanoFarm에서는 세 가지 종류의 와규를 3,720,000~10,500,000VND (약 18~51만 원)에 판매했으며 ‘어린 풀을 먹고, 교향악단의 음악을 들은 소’라고 홍보했다.
- 고급 설 선물세트는 포장의 재질과 디자인 등에서 기존 제품과 차별성을 두었다. 특히 베트남 지방의 장인의 수제 포장 등을 꼽을 수 있다.
- 대형유통매장에서 판매하는 선물세트는 1만 원대의 저가상품부터 15만 원에 이르는 고가상품으로 양극화되어 있다. 선물세트의 크기나 구성 제품의 종류와 양은 크게 다르지 않다. 하지만 저가 와인, 베트남산 과자 등으로 구성된 저가상품과 달리 고가상품은 고급양주, 수입산 과자 등으로 구성되어 있다.

- 설 선물세트는 대형마트 등의 유통매장에서 직접 구매하거나 전화주문, 무료배달서비스를 통해 구매할 수 있다. 또한 온라인 쇼핑몰을 통해서도 편리하게 구매할 수 있다.

### 신뢰도 향상과 패키지의 고급화 필요

- 베트남의 비즈니스 문화에서 설 선물은 필수적인 예의라 할 수 있다. 최근 베트남소비자들의 소득수준이 향상하면서 설 선물의 품질과 외관이 고급스러워지고 있다.
- 설 선물세트가 고급화되면서 베트남 제품보다 고급으로 대접받는 수입산 제품의 수요가 자연스럽게 높아지고 있다. 특히 일본식품에 대한 인기가 높는데, 이는 동양문화권이라는 점, 국가에 대한 좋은 이미지, 상품안전에 대한 높은 신뢰도 등에서 비롯된 것이다.
- 한국식품의 경우 안전성과 품질 등을 다양한 채널을 통해 홍보하여 인지도와 신뢰할 수 있는 제품이라는 이미지를 심어주는 것이 중요하다.
- 또한 베트남소비자들의 높아진 눈높이에 맞추어 고급스러운 패키지를 적용한다면 설 선물시장에서 큰 호응을 이끌어내는 한편 매출 상승에도 크게 기여할 수 있을 것이라 판단된다.



전통식품, 건강식품, 과자, 와인, 건과류 등으로 구성된 선물세트



1만 원대의 저가형 선물세트



4만 원 대의 선물세트