

# 일상용품을 활용한 색다른 제품 홍보

## 베트남 내 온라인 시장 비중 확대

코로나19 발생 후 지역 간 이동제한, 휴교령, 비필수 서비스 업종 영업 중단 등으로 인한 베트남 현지 소비자들의 소비패턴 변화로 비대면 소비가 확산됨에 따라 온라인 플랫폼 이용이 급증하고 있다. 특히 온라인 주문배달 등에 힘입어 비대면 소비의 핵심시장으로 식품시장이 떠오르고 있다.

4월 16일부터 현재까지는 베트남 내부에서 추가 확진자가 발생하지 않음에 따라 '사회적 거리두기'에서 '생활적 거리두기'로 전환됨으로써 기존 오프라인 매장 등의 영입이 재개되었으나 '사회적 거리두기'시점 이후 성장한 전자결제, QR코드 등 간편 결제 시스템을 활용한 배달서비스를 선호하는 현지 소비자가 크게 증가하였다.

## 일상용품의 색다른 전환, 3D 프린팅으로 제작된 의류 활용한 맥주 홍보

5월로 접어들면서 베트남내 덥고 습한 날씨가 지속됨에 따라 자연스럽게 반팔, 팔토시 등 의류 수요가 증가하였는데 이를 활용하여 한 맥주업체에서는 의류에 맥주 관련 3D 프린팅을 적용하여 홍보하였다.

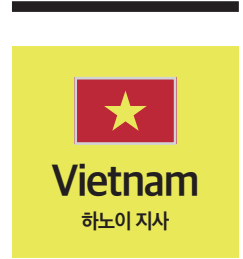
'보지만 해도 시원해지는 스타일'이라는 슬로건을 걸고 판매를 시작한 이 의류는 Cong Doan 대학교 4학년에 재학 중인 응우옌 반 응옥(Nguyen Van Ngoc)이 평소 많은 베트남 국민들이 야외활동 후 맥주를 즐겨 마시는 것에서 착안하여 아이디어 공모를 냈으며 맥주업체에서 이를 활용하였다.

의류를 활용한 홍보 아이디어를 낸 응우옌 반 응옥(Nguyen Van Ngoc)에 따르면 "아이디어를 이용하겠다는 업체와 이벤트성 의류로서 처음에는 3D 프린터를 활용하여 제작한 맥주 티셔츠는 100장 정도로 판매할 계획이었으나 현지 소비자들의 폭발적인 반응에 힘입어 매일 100장 이상 주문이 들어오고 있으며 판매금액은 90,000~150,000동(한화 약 4,500~7,500원)으로 시중에서 판매되는 유사한 종류의 의류 대비 2~3배 가량 가격이 높음에도 수요는 갈수록 증가하고 있다"고 밝혔다.

3D 프린터를 이용한 맥주 티셔츠 홍보 마케팅을 하고 있는 업체 담당자에 따르면 "베트남의 덥고 습한 기후로 인해 남녀노소 야외활동 후 맥주전문점을 빈번히 방문하는 현지 소비자들의 습성을 고려하여 3D 프린팅 맥주 티셔츠를 활용한 홍보를 기획함으로써 맥주 판매량 상승 등 좋은 결과를 얻을 수 있었으며 앞으로도 의류뿐만 아니라 다른 제품에도 접목시켜 홍보를 진행할 예정"이라고 밝혔다.



출처 : <https://cafefbiz.vn/dan-nhau-thoa-khat-voi-chiec-ao-3d-hinh-thu-ky-la-chua-tung-co-20200526173102218.chn> (3D 프린트를 입힌 반팔티/바지 관련 기사)



### Key Point

2주간의 사회적 거리두기, 외국인 입국 금지 등을 통해 46일째 (2020.6.1. 기준) 베트남 내에서 코로나19 확진자가 나오지 않고 있으며 이에 식품 등 다양한 업계에서 온라인 시장 개척(Shopee, Tiki 등), 신제품 개발 및 홍보를 통해 얻어본 시장 상황을 타파하기 위한 다양한 노력을 기울이고 있다. 3D 프린팅 맥주 티셔츠와 같은 독특한 아이디어를 활용, 한 국산 농식품과 관련된 상품들을 개발하여 홍보한다면 현지 소비층의 이목을 끌 수 있을 것으로 예상된다.