

베트남 라면 시장 동향

2021년 2월 19일, 하노이지사

□ 키워드 : 라면 시장 동향

○ 베트남, '19년 기준 세계 5위 라면 소비국

- 세계 인스턴트면 협회(WINA)의 통계발표 자료에 따르면, 베트남 라면 소비량은 '19년 54억 개로 '18년 동기 대비 4.4% 증가하였으며 이는 중국(414.5억), 인도네시아(125.2억), 인도(67.3억), 일본(56.3억)에 이어 라면 소비국 5위임
- '19년 기준 1인당 라면 소비량은 한국(75개), 네팔(58개), 베트남(57개)로 3위에 해당하는 수치로 인구대비 라면 소비량이 굉장히 많은 국가임
- 라면은 일반적으로 가공 재료에 따라 닭고기, 야채, 해산물, 쇠고기 등의 맛으로 분류되며 시장에 소비되는 라면은 크게 컵, 봉지 등의 유형으로 판매되고 있는데, 그 중 베트남인들에게 가장 인기가 많은 것은 봉지 형태이며 선호하는 맛은 해산물 < 야채 < 닭고기 < 쇠고기 순임

○ 코로나19 이후 변화된 라면 시장 동향

- 세계적 광고기업인 칸타월드패널(Kantar World Panel)에 따르면, '20년 초 코로나19로 인해 베트남 라면 소비량이 도시에서 65%, 농촌에서 27% 증가하였으며, 이는 '사회적 거리두기' 등으로 인해 소비자들이 집에서 간편하게 섭취할 수 있는 찾았기 때문이라고 함
- 동시에 코로나19로 건강에 대한 관심이 높아진 베트남 현지소비자들이 간편하게 섭취할 수 있는 라면에 대해서도 저칼로리, 저지방 등 영양적인 요소에 관심을 기울이며 구매하는 경향이 높게 나타났음
- 그리하여 베트남 라면 생산·판매업체인 Vina Acecook에서도 버섯, 채소 등을 주재료로 한 채식라면 신제품을 출시하는 등 라면 업계에서도 위와 같은 소비자들의 수요를 충족시키기 위한 건강한 라면 이미지를 활용하여 마케팅 하고 있음

○ 한국산 라면 동향

- 한국 라면 수입바이어에 의하면, 한국에서 수입되고 있는 오투기, 삼양, 농심 등의 라면들은 베트남 라면 대비 포장패키징, 뛰어난 맛, 향 등을 보유하여 현지소비자들에게 긍정적인 평가를 받고 있으나, 현지에서 생산되는 라면 대비 가격이 높다는 인식이 존재한다고 함
- 현재 판매되고 있는 한국 라면은 오프라인 마켓 및 온라인 플랫폼(쇼피, 라자다 등)에서 판매가 되고 있으나 현지 라면 브랜드의 강세로 베트남 전체 시장을 지배하는 한국 라면 브랜드는 없음



자료 : K Market, Seika Mart, Shopee

○ 라면 세율 및 규제

○ 관세율

HS Code 1902류 협정 관세율 및 부가세

HS Code 1902류 협정 관세율 및 부가세

품목 분류 코드	설명	수입 관세 (%)			부가세 (%)
		최혜국	아세안 FTA	한-베 FTA	
1902	파스타, 조리 혹은 포장된 제품 (고기나 다른 재료도 포함) 스파게티, 마카로니, 면, 라자나, 뇨키, 라비올리, 카넬로니, 쿠스쿠스와 같은 증류				
190230	-- 기타 파스타:				10
19023020	-- 쌀 버미첼리(가는 면 포함)	35	0	0	10
19023030	-- 투명한 버미첼리	35	0	0	10
19023040	-- 기타 인스턴트 면	30	0	0	10
19023090	-- 기타	35	0	0	10

자료 : 베트남 세관총국

○ 수입규제

- 소비자 보호와 불량식품 유통을 방지하기 위해 법률로써 물품에 부착되는 라벨표시 요건을 규정하였고 이에 따라 수입·유통되는 라면은 베트남 물품 라벨표시에 관한 법률(Decree No. 43/2017/ND-CP)에 따라 물품의 명칭, 수입자 주소, 원산지, 용량, 수량, 제조일자, 유통기한, 성분 및 함량, 경고사항 및 보관 사용 시 주의사항에 대해 베트남어로 표기되어야 함

○ 시사점

- '20년 시작된 코로나19 이후 사회적 거리두기, 외부활동 제한 등은 라면을 비롯한 FMCG(일용 소비재) 제품의 기회 요인으로 작용하였음. 또한 베트남 소비자들 사이에서는 원산지가 분명하고 건강한 재료에 대한 관심이 높아지면서 라면과 같은 가공식품도 제품의 성분, 원산지 등을 재점검 하는 움직임이 늘어났음
- 위 통계처럼 베트남의 라면 소비량이 높으나 현지 소비자들의 입맛에 맞춘 라면 브랜드들의 강세가 이어져 오고 있으니 현재 인기 있는 현지 라면의 스프 맛, 조리 법 등을 분석하여 기존 한국 제품에 접목시키는 것도 고려해 볼 만함

○ 출처

- 지사 자체조사, KOTRA 베트남 하노이 무역관