

2021년 12월 aT(한국농수산식품유통공사) 호치민지사 KATI 수출뉴스

[베트남\_호치민] 베트남 슈퍼마켓 및 편의점 현황

2021년 12월 08일, 호치민지사

□ 베트남 슈퍼마켓 현황

- 베트남의 슈퍼마켓은 2019년에는 2,997백만불로 2018년 대비 24%의 성장률을 기록하였으며, 코로나 팬데믹 이후인 2020년에는 3,201백만불(약 3조 8천억 원)의 매출을 기록하면서 2019년 대비 7.4% 성장률을 보이고 있음
- 베트남 슈퍼마켓 매출액 점유율은 베트남 국영기업인 콕마트가 40.5%로 가장 높으며, 그 뒤로는 빈마트플러스 22.1%, 박화산(Bach Hoa Xanh) 17.9%, 콕푸드(Co-op Food) 4.9%, 빈마트(VinMart) 4.4%, 이온몰 씨티마트(Aeon Citimart) 1.5%, 사트라푸드(Satrafood) 1.2% 순임

<베트남 슈퍼마켓 매출액>

(단위: 백만 달러)

구분	2016	2017	2018	2019	2020
매출액	2,000.7	2,341.2	2,405.2	2,996.8	3,220.8

출처: 유로모니터, Retail Value Rsp excl Sales Tax

<베트남 슈퍼마켓 매장수>

슈퍼마켓 매장	합계
Co.opMart	128
VinMart+	2,524
Bach Hoa Xanh	2,017
Co-op Food	305
VinMart	106
Aeon Citimart	125
Satrafood	189
합계	5,394

출처: Q&Me Vietnam Retail Store Statistic 2021, aT호치민 자체조사

- 베트남 현지 시장조사업체 Q&Me에 따르면, 빈마트플러스의 총 매장수는 2,524개로 집계되며 슈퍼마켓 브랜드 중 가장 많은 매장 수를 보유하고 있음
- 2020년 대비 가장 많이 성장한 슈퍼마켓은 박화산(Bach Hoa Xanh)이며 2021년 기준 2,017개의 매장을 보유하고 있음 (2020년 매장 수: 1,041개)

□ 베트남 편의점 현황

- 글로벌 정보 분석 전문기관인 닐슨(Nielsen)이 2018년 베트남 사람의 한 달간 유통채널 방문횟수를 조사한 결과, 2010년에 한 달 동안 전통시장을 방문한 횟수는 25.17번, 편의점 1.24번, 마트 3.26번이었으며, 2018년에는 전통시장을 방문한 횟수는 18.86번, 편의점 4.5번, 마트 2.45번으로 나타남
- 조사 결과 전통시장과 마트를 방문하는 횟수는 줄었지만, 편의점을 방문하는 횟수는 약 3.5배 상승하였으며, 2012년부터 편의점 수도 증가하였다고 밝힘
- 유로모니터에 따르면, 베트남 편의점의 판매 규모는 2019년까지 연평균 약 30% 성장률을 기록하였으며, 2020년도에는 코로나 팬데믹으로 인하여 전년 대비 매출액 감소를 예상하였으나 2019년 대비 약 10%의 판매량 상승을 보임

<베트남 편의점 매출액>

(단위: 백만 달러)

구분	2016	2017	2018	2019	2020
매출액	143.6	200.5	251.7	316.6	350.1

출처: 유로모니터, Retail Value Rsp excl Sales Tax

- 2021년 3월10일 GS25는 베트남 남부에 있는 빈증성에 100호점을 오픈하여, 2018년 베트남에 진출이후 3년만에 처음으로 세 자릿수의 점포로 확장하였음
- 베트남 현지 시장조사 전문업체인 Q&Me에 따르면, 베트남에 있는 편의점의 약 75%가 호치민에 소재하고 있으며, 하노이에는 약 18%가 있다고 밝힘

<지역별 편의점 수>

편의점 브랜드	호치민	하노이	그 외	합계
7 Eleven	54	0	0	54
Cheers	36	0	3	39
B's Mart	108	0	0	108
Circle K	207	155	32	394
Family Mart	116	0	23	139
Mini Stop	125	0	2	127
<b>합계</b>	<b>646</b>	<b>155</b>	<b>60</b>	<b>861</b>

출처: Q&Me, Vietnam Retail Store Statistic 2021

□ 시사점

- 코로나 팬데믹 속에서도 슈퍼마켓, 편의점 등 베트남의 현대식 유통매장들은 꾸준히 매출액 상승을 보여주었으며, 특히, 편의점의 경우 매출액 규모는 작지만 대형유통매장 대비 단시간 내에 원하는 상품을 구입하고자 하는 대도시 소비자의 이해와 맞아떨어져 성장 가능성이 특히 높은 유통채널로 판단됨

- 베트남 현지인들도 전통잡화점 보다는 깔끔한 아크릴 간판에 브랜드명이 붙어 있고, 24시간 영업을 하는 편의점에서 친구들을 만나는 것을 선호하기 때문에 방문 고객 수 및 매출 규모가 증가하고 있는 것으로 보임
- 편의점을 이용하는 주 고객은 젊은 학생과 직장인 등으로 파악되므로 편의점으로 한국식품을 납품하는 경우 20~30대 현지인을 타겟으로 한 제품군이 큰 인기를 끌 것으로 판단됨
- 슈퍼마켓의 매장 수 및 판매 매출액 또한 상승하고 있으며, 슈퍼마켓에는 주부 및 가족단위 고객이 많으므로 1인용 식품보다는 2인 및 4인 가구에 최적화된 상품 구성이 효과적일 것으로 판단됨

□ 참조링크

1. 「Chuỗi cửa hàng tiện lợi GS25 nâng cao trải nghiệm khách hàng」, vnexpress.net, 2021.03.20
2. 「Vietnam Retail Store Statistic 2021」, Q&Me, 2021.04.14.
3. 「Tần suất mua sắm tại các kênh thương mại điện tử của người Việt」, maketingai.vn, 2020.08.03