



2021 해외시장 맞춤형조사

No. | 202108-06
품목 | 만두(Dumplings)
HS CODE | 1902.20.0000
국가 | 베트남(Vietnam)
구분 | 경쟁력분석형

Contents

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 베트남 만두 경쟁제품 선정	05
2. 베트남 만두 경쟁제품 조사지표 선정	09
3. 베트남 만두 경쟁제품 현지조사 결과	10
III. 경쟁기업	
1. 베트남 만두 경쟁기업 선정	25
2. 베트남 만두 경쟁기업 현지화 분석 기준	26
3. 베트남 만두 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	28
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
Interview ① 홈팜(Home Farm)	37
Interview ② 다이투언(Đại Thuận)	40
Interview ③ 하까오치엔항보(Hà Cảo Chiên Hàng Bò)	43
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	47
2. 벤치마킹 제품 분석	51
3. 기업 마케팅 벤치마킹	53
VI. 시사점	54
*참고문헌	56

Summary

A사-G사: 한국 경쟁기업명 이니셜 처리

■ 온라인 인기제품

	제품명	제조사명
3개 채널에서 Top 10인 제품	비비고 돼지고기 옥수수 만두	A사
2개 채널에서 Top 10인 제품	반 썸 하이 산 라우 꾸	라 쿠시나
	반 썸 하이 산 김치	비애까 만두

■ 오프라인 주요 경쟁제품

비비고 돼지고기 옥수수 만두(A사)		비비고 해물 만두(A사)	
	가격 52,800동		가격 30,800동
	중량 350g		중량 175g
옥수수의 아삭한 식감이 살아있음		새우와 오징어의 풍부한 향이 일품임	

■ 경쟁기업 3개사 분석

	A사	B사	C사	베트남 현지 진출 경쟁기업 현황 3개사 중 1개사만 제품, 포장 현지화를 통해 국내 유통 제품과 차별화함 + 해당 경쟁기업은 현지 통합생산기지에서 제품 현지 생산 예정
국적	한국	한국	한국	
제품 현지화	●	○	○	
포장 현지화	●	○	○	
생산 방식	●	○	○	
입점 채널	온/오프라인 채널 모두 활용	오프라인 매장 입점	오프라인 매장 입점	
홍보 채널	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	

제품 현지화

- 상 (현지인 선호 신제품 개발)
- 중 (기존 유통 제품 성분 일부 변경해 출시)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

포장 현지화

- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

생산 방식 현지화

- 상 (현지에 제조시설 구비해 직접 제조)
- 중 (제조국에서 직접 제조해 현지 수출)
- 하 (제조국 OEM 업체에 제조 위탁)

■ 경쟁력 파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(15개)			기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(15개)		
가격(100g당) (20,367동)	●	교자만두/ 군만두(7개)	하카오 (3개)	기타 (5개)	원산지 (한국산)	●	한국	베트남	
		16,132동	20,189동	31,574동			11개	4개	
중량(g) (1,000g)	●	교자만두/ 군만두(7개)	하카오 (3개)	기타 (5개)	맛 (돼지고기 맛)	●	돼지고기	해산물	야채
		314g	422g	670g			9개	4개	1개
유통기한 (9개월)	○	12개월 이상	12개월 미만		홍보문구 (맛있는 한식만두)	●	맛 강조		품질 강조
		9개	6개				8개	4개	

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 100g당 가격, 전체 만두 경쟁제품 평균과 비슷하나 같은 제품군인 교자만두/군만두 평균보다 비쌌음 2) 만두 경쟁제품 15개 중 9개의 유통기한이 12개월 이상으로, 고객사 제품의 유통기한이 상대적으로 짧음
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 모두 오프라인 유통채널에 진출하였으나, 온라인 유통채널에는 1개사만 진출함 2) 경쟁기업 3개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 운영하며, SNS를 통한 제품 홍보가 활발한 편임

II. 경쟁제품

1. 베트남 만두 경쟁제품 선정
2. 베트남 만두 경쟁제품 조사지표 선정
3. 베트남 만두 경쟁제품 현지조사 결과

1. 베트남 만두 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징



제품명	쫄깃한 교자만두
제품 종류	만두
소비자가격 1)	203,670동 (10,000원)
100g당 가격	20,367동 (1,000원)
중량	1,000g
포장	플라스틱 팩
유통기한	9개월
특징	한국산 돼지고기 함유

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명 : 쫄깃한 교자만두
 - 제품 종류 : 만두
 - 제품 소비자가격 : 203,670동(10,000원)
 - 용량 : 1,000g
 - 포장 형태: 플라스틱 팩

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 티키(Tiki): 10.1%
 2. 쇼피(Shopee): 7.9%
 3. 라자다(Lazada): 6.7%
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 Top 10 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰 모두에서 확인: 1개 제품
 - 주요 온라인 쇼핑몰 중 2개에서 확인: 2개 제품

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 : 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 한인마트
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석




- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석

1) 100동=4.91원 (2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 현지 주요 온라인
쇼핑몰 인기제품 확인

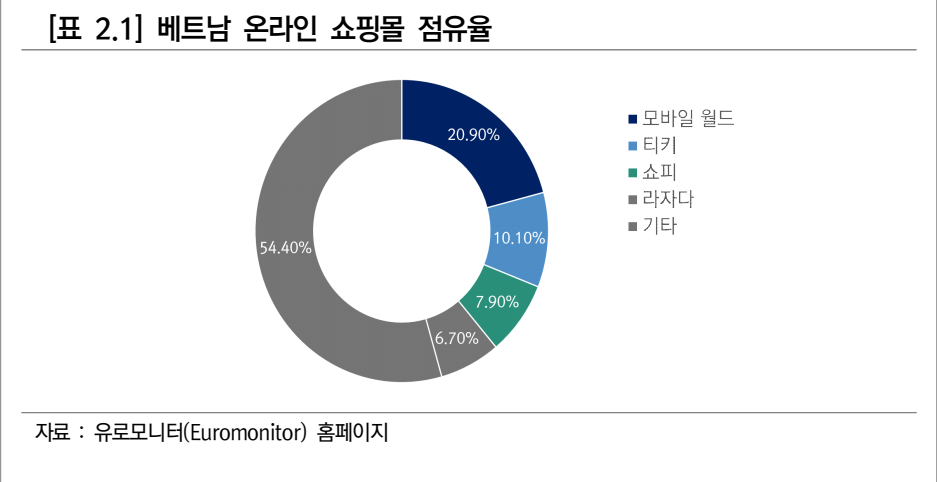
베트남 주요 온라인 쇼핑몰
(Top 3)

사이트명	취급 종류
 티키	식료품, 가공식품 등
 쇼피	신선식품, 유제품, 음료, 냉동식품 등
 라자다	신선식품, 유제품, 수입식품 등

▶ 베트남 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 3개, 티키, 쇼피, 라자다

유로모니터에 따르면, 2020년 기준 베트남 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 3개는 티키(Tiki), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)로, 3개 온라인 쇼핑몰의 점유율은 약 24.7%임²⁾

[표 2.1] 베트남 온라인 쇼핑몰 점유율



▶ 인기 온라인 쇼핑몰에 모두 진출한 경쟁제품, 총 1개

베트남 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 1개 제품만이 주요 온라인 쇼핑몰 3곳 모두에서 판매 중이며, 그 외 2개 제품이 온라인 쇼핑몰 2곳에서 판매 중인 것으로 확인됨

[표 2.2] 베트남 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	티키	쇼피	라자다
1	반 썸 하이 산 라우 꾸 (라 쿠시나)	비비고 돼지고기 옥수수 만두 (A사)	비비고 돼지고기 옥수수 만두 (A사)
2	반 썸 톨 밤 (라 쿠시나)	해물 왕교자 (A사)	하카오 (타비오)
3	비비고 돼지고기 옥수수 만두 (A사)	반 썸 하이 산 라우 꾸 (라 쿠시나)	하카오 미니 (타비오)
4	반 썸 하이 산 김치 (바에까 만두)	반 썸 만두 보 밤 밥 쓰어이 (라 쿠시나)	하카오 톨 (타비오)
5	반 바오 난 톨 쯡 곳 (라 쿠시나)	교자만두 (D사)	김치 손만두 (D사)
6	반 바오 싸 씨우 쯡 무오이 (라 쿠시나)	벌집 군만두 (F사)	하카오 돔 (타비오)
7	반 바오 난 김 사 (라 쿠시나)	반 썸 하이 산 김치 (바에까 만두)	볼 하카오 (빈 투엔)
8	반 바오 가 느영 남 흐영 (라 쿠시나)	물만두 (D사)	하카오 (A사)
9	반 바오 쯡 무오이 포 마이 (라 쿠시나)	고기 왕교자 (응온)	콤보 30 비엔 하카오 톨 쯡 (콤보 30)
10	반 바오 흐영 라이어 코아이 몬 (라 쿠시나)	고향만두 (E사)	콤보 30 비엔 하카오 톨 밤 (콤보 30)

■ 3개 온라인 쇼핑몰에서 판매 ■ 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

자료 : 티키(Tiki) 홈페이지, 쇼피(Shopee) 홈페이지, 라자다(Lazada) 홈페이지

2) 베트남 전체 온라인 쇼핑몰 점유율 1위는 모바일 월드(Mobile World)이나, 전자제품만을 취급하는 쇼핑몰이기 때문에 조사 대상에서 제외

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 베트남 하노이 정보³⁾

인구	860만 명
인구 밀도	4,171명/km ²
면적	2,061km ²

▶ 베트남 호치민, 방문지역으로 선정

베트남의 수도 하노이를 포함한 중앙 직할시 5개 중 하나의 도시이자 경제 중심지인 호치민시(Hồ Chí Minh)를 방문지역으로 선정함. 호치민시는 1976년까지 사이공이라는 명칭을 가지고 남베트남공화국의 수도였던 도시이며 현재까지 베트남의 경제 중심지의 역할을 하는 도시임. 호치민시는 프랑스 식민지 시절 프랑스가 설계한 계획도시이자 프랑스에 의해 발전한 도시이기 때문에 프랑스풍의 건축물이 많이 남아 있어 동아시아의 진주, 동양의 파리 등으로 불리며 관광객들의 유입이 많음

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓/슈퍼마켓 및 한인마트

베트남 만두(Dumplings)⁴⁾의 유통채널별 점유율을 확인한 결과, 한인마트를 포함한 소규모 독립 식료품점이 58%로 가장 높았으며, 하이퍼마켓/슈퍼마켓 36%, 하이퍼마켓 12.1%, 편의점 1.4%, 온라인 2.8%로 확인됨. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 베트남 만두 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
소규모 독립 식료품점	58%	스카이마트(Skymart)
하이퍼마켓/슈퍼마켓	36%	쿵마트(Co.op Mart), 이온(Aeon), 빅씨(Big C), 빈마트(VinMart)
편의점	1.4%	패밀리마트(Family Mart), 써클케이(Circle K), 비스마트(B's Mart), 미니스톱(Ministop)
온라인	2.8%	티키(Tiki), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

3) 자료: 베트남 통계청(General Statistics Office of Vietnam), 「Area, population and population density by province」, 2020

4) '만두'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 즉석식품(Ready Meals)의 정보를 확인함

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ① 인기 제품

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 티키(Tiki), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 쿠팡마트(Co.op Mart), 이온(Aeon), 스카이마트(Skymart)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 종류

- 교자만두/군만두: 다진 고기, 야채 등을 넣어 긴 반달 모양으로 빚은 만두
- 하카오: 아주 얇은 피에 새우를 주재료로 사용하는 덩섬의 한 종류
- 기타 만두: 교자만두/군만두 및 하카오로 분류되지 않는 만두

[표 2.4] 베트남 만두 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류		
	오프라인	온라인	교자만두 /군만두	하카오	기타 만두
① 비비고 돼지고기 옥수수 만두 (A사)	○ (쿠팡마트, 이온)	○ (티키, 쇼피, 라자다)	○		
② 비비고 해물 만두 (A사)	○ (쿠팡마트, 이온, 스카이마트)	○ (쇼피, 라자다)	○		
③ 비비고 만두 (A사)	○ (쿠팡마트, 이온, 스카이마트)	○ (쇼피, 라자다)	○		
④ 바인쌌끼에우넛 (출리멕스푸드)	○ (쿠팡마트)	(-)	○		
⑤ 개성 고기교자 만두 (C사)	○ (이온)	(-)	○		
⑥ 비비고 해물 만두 300g (A사)	○ (쿠팡마트, 이온)	○ (쇼피, 라자다)	○		
⑦ 백설 납작 군만두 (A사)	○ (스카이마트)	(-)	○		
⑧ 하카오헤닷비엣 (하이타인)	○ (쿠팡마트)	(-)		○	
⑨ 하카오짜이 (A사)	○ (쿠팡마트)	(-)		○	
⑩ 믹스덩섬 (하이타인)	○ (스카이마트)	(-)		○	
⑪ 개성 왕만두 (C사)	○ (쿠팡마트)	(-)			○
⑫ 개성 왕새우 만두 (C사)	○ (이온)	(-)			○
⑬ 맛있는 물만두 고기 (B사)	○ (스카이마트)	(-)			○
⑭ 비비고 물만두 (A사)	○ (스카이마트)	(-)			○
⑮ 한끼만두 고기왕만두 (G사)	○ (스카이마트)	(-)			○

(*) 현지 판매 즉시 떡볶이 경쟁제품 15개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 인기제품

2. 베트남 만두 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 베트남 만두 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 베트남 만두 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
중량	g	제품의 포장 단위
제품 종류	교자만두/군만두	다진 고기, 야채 등을 넣어 긴 반달 모양으로 빚은 만두
	하카오	아주 얇은 피에 새우를 주재료로 사용하는 덩섬의 한 종류
	기타 만두	교자만두/군만두 및 하카오로 분류되지 않는 만두
제품 맛	돼지고기 및 옥수수, 돼지고기 및 야채, 새우 및 야채, 해산물 및 야채, 해산물, 야채 맛	
포장 형태	플라스틱 팩	플라스틱 소재의 팩 용기
유통기한	제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기한	
원산지	제품의 원산지	
홍보문구	제품의 홍보문구	
제품 수입상 정보	제품의 수입상 정보	
원료 및 첨가물	제품의 원료 및 첨가물	

3. 베트남 만두 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 베트남 호치민에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 한인마트

베트남 호치민에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 쿵마트(Co.op Mart)와 이온(Aeon), 한인마트 스카이마트(Skymart)를 방문함. 이 중 쿵마트와 이온은 베트남을 대표하는 대형 하이퍼마켓/슈퍼마켓이며 각각 82개, 20개의 매장을 운영하는 것으로 확인되었음. 스카이마트는 2019년 설립되어 5개의 매장을 운영하고 있는 유명 한인마트로 확인됨

[표 2.6] 베트남 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
쿵마트 (Co.op Mart)	하이퍼마켓 /슈퍼마켓	7	<ul style="list-style-type: none"> · 베트남을 대표하는 대형 슈퍼마켓/하이퍼마켓 · 주변에는 아파트 단지, 회사 사무소, 우체국 등이 위치해 있음
이온 (Aeon)	하이퍼마켓 /슈퍼마켓	3	<ul style="list-style-type: none"> · 상업지역 내 있으며, 주변에는 극장, 병원, 호텔 등이 있음 · 공원이 근처에 있어 유동인구가 많은 지역
스카이마트 (Skymart)	한인마트	5	<ul style="list-style-type: none"> · 한인타운에 위치하였으며, · 주변에 한국 음식점, 한국 카페 등이 밀집됨 · 한국 제품 구매를 위해 현지인들도 많이 방문함



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품 15개 중 4개 제품은 2개 이상의 매장에서 판매

쿠팡마트(Co.op Mart), 이온(Aeon), 스카이다트(Skymart) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 비비고 돼지고기 옥수수 만두, 비비고 해물 만두 제품은 모든 방문 매장, 그 외 2개 제품이 방문 매장 2곳에서 판매 중인 것으로 확인됨. 쿠팡마트는 경쟁제품 8개 제품을 취급하고 있는 것으로 확인되어, 조사 매장 3곳 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	쿠팡마트	이온	스카이다트
① 비비고 돼지고기 옥수수 만두 (A사)	○	○	
② 비비고 해물 만두 (A사)	○	○	○
③ 비비고 만두 (A사)	○	○	○
④ 바인셉기에우넷 (출리멕스푸드)	○		
⑤ 개성 고기교자 만두 (C사)		○	
⑥ 비비고 해물 만두 300g (A사)	○	○	
⑦ 백설 납작 군만두 (A사)			○
⑧ 하카오헤닷비엣 (하이타인)	○		
⑨ 하카오짜이 (A사)	○		
⑩ 믹스덤섬 (하이타인)			○
⑪ 개성 왕만두 (C사)	○		
⑫ 개성 왕새우 만두 (C사)		○	
⑬ 맛있는 물만두 고기 (B사)			○
⑭ 비비고 물만두 (A사)			○
⑮ 한끼만두 고기왕만두 (G사)			○

자료: 현지조사원 자료


Shop ① 쿵마트(Co.op Mart)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
음료, 과일, 야채, 육류, 해산물, 농산물, 생활용품 등 다양한 제품을 판매함

- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
주변에는 아파트 단지, 회사 사무소, 우체국 등이 위치해 있음

- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보5)		쿵마트는 베트남 소매업체 중 하나인 사이공 쿵 (Saigon Co.op)이 1996년에 설립한 슈퍼마켓 체인임. 호찌민 Cong Quynh의 1호점을 시작으로 큰 규모와 저렴한 가격을 내세워 현재까지 100개 이상의 매장을 보유하고 있음. 매장은 주로 베트남 남부에 위치함
		조사 제품 수: 7개



매장 정보		
	위치	도시(지역) 호찌민 상세주소 Huynh Tan Phat Street, HCMC, Vietnam



매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 만두 경쟁제품 정보			
				
	비비고 돼지고기 옥수수 만두 (A사)	비비고 해물 만두 (A사)	비비고 만두 (A사)	바인셉기에우넷 (츨리멕스푸드)
				
	개성 왕만두 (C사)	하카오헤트버엣 (하이타인)	하카오자이 (A사)	



사진자료: 현지조사원 자료, 타키/쇼피/라자다 웹사이트



5) 자료: 사이공 쿵(Saigon Co.op) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	비비고 돼지고기 옥수수 만두	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	교자만두/군만두	중량	350g
소비자가격	52,800.0동 (2,592원)	100g당 가격	15,085.7동 (741원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	돼지고기 및 옥수수	포장 형태	플라스틱 팩
홍보문구	얇고 쫄깃한 만두피에 짝 찬 속 달콤한 고기소에 옥수수의 아삭한 식감	수입자	CJ CAU TRE
원료 및 첨가물	밀가루, 물, 밀글루텐, 소금, 대두유, 돼지고기, 볶음옥수수, 양배추, 팜유, 카사바뿌리, 대두단백, 파, 옥수수전분, 적양파, 완두콩, 간장, 굴소스, 설탕, 계란흰자가루, 조미료, 후추, 효모추출물, 참기름, 향미증진제, 소금		

			
제품명 (현지어)	비비고 해물 만두	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	교자만두/군만두	중량	175g
소비자가격	30,800.0동 (1,512원)	100g당 가격	17,600.0동 (864원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	해산물	포장 형태	플라스틱 팩
홍보문구	얇고 쫄깃한 만두피에 짝 찬 속 새우와 오징어의 풍부한 향이 일품인	수입자	CJ CAU TRE
원료 및 첨가물	밀가루, 물, 밀글루텐, 소금, 대두유, 돼지고기, 오징어, 팽이버섯, 새우살, 카사바뿌리, 양배추, 콩 단백질, 옥수수 전분, 당근, 설탕, 새우가루, 향미증진제, 칠리소스, 마늘, 소금, 후추, 팜유, 증점제, 밀글루텐, 고춧가루, 육수, 포도당, 안정제, 유화제		

			
제품명 (현지어)	비비고 만두	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	교자만두/군만두	중량	175g
소비자가격	28,800.0동 (1,414원)	100g당 가격	16,457.1동 (808원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	돼지고기 및 야채	포장 형태	플라스틱 팩
홍보문구	얇고 쫄깃한 만두피에 딱 찬 속 전문 셰프의 레시피로 맛이 풍부한	수입자	CJ CAU TRE
원료 및 첨가물	밀가루, 물, 밀글루텐, 소금, 대두유, 돼지고기, 닭고기, 카사바뿌리, 파, 완두콩 단백질 대두, 옥수수 전분, 적양파, 당근, 양배추, 당면, 마늘, 조미료, 설탕, 굴소스, 참기름, 간장, 계란흰자가루, 팜유, 후추, 소금, 안정제, 향미증진제		

			
제품명 (현지어)	바인셴끼에우녓 (Banh Xep Kieu Nhat)	제조사 (현지어)	츨리멕스푸드 (Cholimex Foods)
제품 종류	교자만두/군만두	중량	350g
소비자가격	47,600.0동 (2,337원)	100g당 가격	13,600.0동 (668원)
원산지	베트남	유통기한	18개월
맛	돼지고기 및 야채	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 팩/ 플라스틱 트레이
홍보문구	일본 스타일	원료 및 첨가물	돼지고기, 밀가루, 타피오카, 쪽파, 적양배추, 타피오카 전분, 마늘, 대두유, 참기름, 설탕, 굴소스, 조미료, 계란흰자가루, 간장, 식염, 후추, 향미료

			
제품명 (현지어)	개성 왕만두	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	기타 만두	중량	350g
소비자가격	67,500.0동 (3,314원)	100g당 가격	19,285.7동 (947원)
원산지	한국	유통기한	9개월
맛	돼지고기 및 야채	포장 형태	플라스틱 팩
인증	HACCP	홍보문구	피는 쫄깃하고 속은 짝 찬 국산 돼지고기, 6가지 채소 가득 3가지 건강한 곡물이 들어간 만두피
수입자	DAI THUAN JSC	원료 및 첨가물	돼지고기, 밀가루, 부추, 콩나물, 양파, 양배추, 대두, 타피오카전분, 두부, 깻잎, 감자면, 마늘, 생강, 후추 등

			
제품명 (현지어)	하카오헤닷비엣 (Ha Cao He Dac Biet)	제조사 (현지어)	하이타인 (Hai Thanh)
제품 종류	하카오	중량	300g
소비자가격	61,000.0동 (2,995원)	100g당 가격	20,333.3동 (998원)
원산지	베트남	유통기한	18개월
맛	해산물 및 야채	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 팩/ 플라스틱 트레이
홍보문구	일본 제품 품질 베트남 고품질 제품 수상	원료 및 첨가물	새우, 판가시우스, 샬롯잎, 밀전분, 감자전분, 물, 대두유, 참기름, 소금, 스킵캡, 설탕, 향미증진제

			
제품명 (현지어)	하카오짜이 (Ha Cao Chay)	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	하카오	중량	500g
소비자가격	52,800.0동 (2,592원)	100g당 가격	10,560.0동 (518원)
원산지	베트남	유통기한	12개월
맛	야채	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 팩/ 플라스틱 트레이
홍보문구	더 얇은 껍질, 더 쫄깃한 새로운 모습, 가리비 모양의 만두 잘 먹고 건강하게 사는 선택 순수 그대로의 스타일, 좋은 맛	원료 및 첨가물	물, 밀가루, 쌀가루, 감자전분, 타피오카뿌리, 녹두, 토란, 당면, 당근, 과일설탕, 표고버섯, 농어, 팜유, 옥수수전분, 향미증진제, 참깨, 소금, 후추

Shop ② 이온(Aeon)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
음료, 과일, 야채, 육류, 해산물, 농산물, 생활용품 등 다양한 제품을 판매함

- 매장 주변 특징:
상업지역 내 있으며, 주변에는 극장, 병원, 호텔 등이 있음. 공원이 근처에 있어 유동인구가 많은 지역

- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁶⁾		이온은 1758년에 설립된 일본의 AEON Group의 슈퍼마켓 체인으로, 일본과 아시아 전역에 16,498개의 매장을 보유하고 있음. 이온은 2009년 베트남에서 사업을 시작하여, 현재까지 6개의 쇼핑몰과 약 30여개의 씨티마트 슈퍼마켓, 100여개의 편의점을 운영하고 있음
		조사 제품 수: 3개


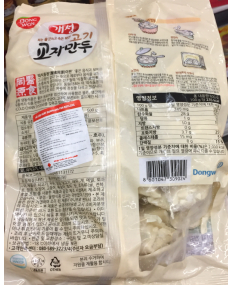
매장 정보		
	위치	도시(지역) 호찌민 상세주소 Green View Apartments, HCMC, Vietnam


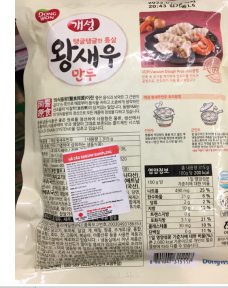
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		



제품 판매 정보	판매 만두 경쟁제품 정보		
			
	개성 고기교자 만두 (CS)	개성 왕새우 만두 (CS)	비비고 해물 만두 350g (AS)

사진자료: 현지조사원 자료, 타키/쇼피/라자다 웹사이트

6) 자료: 이온(Aeon) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	개성 고기교자 만두	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	교자만두/군만두	중량	600g
소비자가격	71,500.0동 (3,511원)	100g당 가격	11,916.7동 (585원)
원산지	한국	유통기한	9개월
맛	돼지고기 및 야채	포장 형태	플라스틱 팩
인증	HACCP	홍보문구	피는 쫄깃하고 속은 짝 찬, 국산 돼지고기, 3가지 건강한 곡물이 들어간 만두피, 4가지 건강한 채소
수입자	DAI THUAN	원료 및 첨가물	밀가루, 돼지고기, 양배추, 부추, 두부, 대두단백, 양파, 고니아약주, 만두소스, 만두양념가루, 후추, 생강 등

			
제품명 (현지어)	개성 왕새우 만두	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	기타 만두	중량	315g
소비자가격	103,300.0동 (5,072원)	100g당 가격	32,793.7동 (1,610원)
원산지	한국	유통기한	9개월
맛	새우 및 야채	포장 형태	플라스틱 팩
인증	HACCP	홍보문구	탱글탱글한 새우 통살 국내산 생 채소, 4가지 국내산 채소 쫄깃하고 얇은 만두피
수입자	DAI THUAN	원료 및 첨가물	돼지고기, 밀가루, 부추잎, 돼지단백질, 새우, 당근, 양파, 양배추, 레시피믹스, 셀로펜면, 오징어, 버섯, 옥수수전분, 후추가루 등

			
제품명 (현지어)	비비고 해물 만두 350g	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	교자만두/군만두	중량	350g
소비자가격	55,500.0동 (2,725원)	100g당 가격	15,857.1동 (779원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	해산물 및 야채	포장 형태	플라스틱 팩
홍보문구	얇고 쫄깃한 만두피에 딱 찬 속 새우와 오징어의 풍부한 향이 일품인	수입자	CJ CAU TRE
원료 및 첨가물	밀가루, 물, 밀글루텐, 소금, 대두유, 돼지고기, 오징어, 팽이버섯, 새우살, 카사바뿌리, 양배추, 콩 단백질, 옥수수 전분, 당근, 설탕, 새우가루, 향미증진제, 칠리소스, 마늘, 소금, 후추, 팜유, 증점제, 밀글루텐, 고춧가루, 육수, 포도당, 안정제, 유화제		

Shop ③ 스카이마트(Skymart)

- **매장 정보**
- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징:
한국 식료품, 육류, 해산물, 생활용품 등 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
한인타운에 위치하였으며, 주변에 한국 음식점, 한국 카페 등이 밀집됨
한국 제품 구매를 위해 현지인들도 많이 방문함
- 주요 고객층:
현지 주민, 현지 거주 교민

브랜드 기본 정보 ⁷⁾		스카이마트는 2019년에 설립된 한인마트로 호찌민에 기반을 둔 대표적인 한국 식료품 유통 체인업체임. 현재 총 11개의 직영 매장을 두고 있으며, 자체 물류창고 보유로 수입 원가를 절감하여 한국과 같은 가격에 판매한다는 원칙을 가지고 있음
		조사 제품 수: 5개



매장 정보		
	위치	호찌민
	도시(지역)	호찌민
	상세주소	92-94-96 Hà Huy Tập, Khu Nam Thiên I, Phường Tân Phong, Quận 7, TP.HCM, Vietnam

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

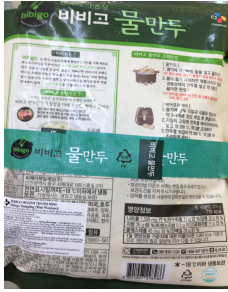
제품 판매 정보	판매 만두 경쟁제품 정보		
			
	백설 납작 군만두 (A사)	맛있는 물만두 고기 (B사)	비비고 물만두 (A사)
			
	한까만두 고기왕만두 (G사)	믹스딤섬 (하이타인)	


사진자료: 현지조사원 자료, 타키/쇼피/라자다 웹사이트

7) 자료: 베한타임즈(Viethantimes) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	백설 납작 군만두	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	교자만두/군만두	중량	980g
소비자가격	261,000.0동 (12,815원)	100g당 가격	26,632.7동 (1,308원)
원산지	한국	유통기한	9개월
맛	돼지고기 및 야채	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 팩
인증	HACCP	홍보문구	시장에서 직접 사먹는 것처럼 큼직하고 바삭한 군만두 신선한 재료로 만든 만두소 돼지고기, 밀가루, 옥수수전분, 밀가루, 부추, 당면, 고구마가루, 두부, 적양파, 파, 양배추, 마늘 등
수입자	CJ FOOD Viet Nam	원료 및 첨가물	

			
제품명 (현지어)	맛있는 물만두 고기	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	기타 만두	중량	300g
소비자가격	85,000.0동 (4,174원)	100g당 가격	28,333.3동 (1,391원)
원산지	한국	유통기한	9개월
맛	돼지고기 및 야채	포장 형태	플라스틱 팩
인증	HACCP	홍보문구	국산 돼지고기로 더욱 깔끔한 100% 국산 돼지고기 3단계 품질관리 돼지고기, 밀가루, 양배추, 샬롯, 대파, 완두콩, 양파, 대두단백, 참기름, 닭고기추출물, 간장, 소고기추출물, 마늘 등
수입자	Ottogi Viet Nam	원료 및 첨가물	

			
제품명 (현지어)	비비고 물만두	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	기타 만두	중량	370g
소비자가격	216,000.0동 (10,606원)	100g당 가격	58,378.4동 (2,866원)
원산지	한국	유통기한	9개월
맛	돼지고기 및 야채	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 팩
인증	HACCP	홍보문구	한입에 쏙, 신선해요 고기의 담백한 맛이 살아있어요 '음식디미방' 물만두조리법의 재해석 돼지고기, 다진양파, 부추, 양배추, 양파, 대두단백, 셀러리, 안정제, 소금, 밀가루, 설탕 등
수입자	CJ FOOD Viet Nam	원료 및 첨가물	

			
제품명 (현지어)	한끼만두 고기왕만두	제조사 (현지어)	G사
제품 종류	기타 만두	중량	1,400g
소비자가격	320,000.0동 (15,712원)	100g당 가격	22,857.1동 (1,122원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	돼지고기 및 야채	포장 형태	플라스틱 팩
인증	HACCP	홍보문구	그이상의 품질
원료 및 첨가물	밀가루, 돼지고기, 당면, 양배추, 대파, 부추, 양파, 대두단백, 두부, 무말랭이, 간장, 정제염, 미늘, 생강, 정제수, 소고기분말, 향미증진제, 다시다, 후추, 식용유, 설탕		

			
제품명 (현지어)	믹스딴섬 (Mix Dimsum)	제조사 (현지어)	하이타인 (Hai Thanh)
제품 종류	하카오	중량	300g
소비자가격	65,000.0동 (3,192원)	100g당 가격	21,666.7동 (1,064원)
원산지	베트남	유통기한	18개월
맛	해산물 및 야채	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 팩/ 플라스틱 트레이
홍보문구	일본 제품 품질 베트남 고품질 제품 수상	원료 및 첨가물	새우, 물, 밀가루, 감자전분, 대두유, 참기름, 죽순, 타피오카 뿌리, 생강, 소금, 후추, 설탕, 글루타민산나트륨

III. 경쟁기업

1. 베트남 만두 경쟁기업 선정
2. 베트남 만두 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 베트남 만두 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 베트남 만두 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 냉동식품 판매 한국기업 3개사 선정

베트남 오프라인 매장에 진출한 만두 판매 경쟁기업 중, 교자만두 및 군만두 경쟁제품의 인기브랜드 보유 경쟁기업을 기준으로 한국기업 3개사를 선정함. 완제품 유통 및 판매를 전담하는 기업을 경쟁기업이라 정의함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 28년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 57년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. A사는 1953년 설립되어 약 68년째 사업을 이어오고 있으며, B사와 C사는 52년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업 3개사, 교자만두 및 군만두 동일품목 종류 조사

베트남에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 교자만두 및 군만두의 동일 품목 수를 조사한 결과 A사가 38개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목 수를 판매하고 있는 것으로 확인됨. 그 다음으로는 B사가 33개, C사가 9개의 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

[표 3.1] 만두 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
A사	한국	68년	38개
B사	한국	52년	33개
C사	한국	52년	9개

자료: 베트남 진출 만두 경쟁기업 3개사 분석

2. 베트남 만두 경쟁기업 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준	설명	
① 기업명	기업의 이름	
② 위치	기업 본사 위치	
③ 규모	매출액	기업 19년도 매출액
	직원 수	기업 19년도 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	교자만두 및 군만두

▶ 경쟁기업의 자사 제품 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 제품 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 기존 제품 출시	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시	○ (하)
② 기존 제품 현지화	기존 유통되는 제품의 맛, 성분 등을 변경하여 출시	◐ (중)
③ 신제품 개발	현지인이 선호하는 맛, 첨가물, 용량 등을 조사하여 현지에서 선호될 만한 신제품을 개발	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 혹은 형태를 일부 현지화	◐ (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 새로운 형태의 디자인을 사용함	● (상)

▶ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▶ 경쟁기업의 유통 채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통 채널

기준	채널 종류
오프라인	쿠팡, 이온, 스카이마트
온라인	티키, 쇼피, 라자다

▶ 경쟁기업의 홍보 채널에 따른 분석 기준

[표 3.7] 경쟁기업 홍보 채널

기준	채널 종류
자사 홈페이지	국내 홈페이지
	글로벌 홈페이지
	현지 홈페이지
SNS 플랫폼	페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터

3. 베트남 만두 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 모두 베트남 오프라인 매장 진출하였으며, 온라인 채널에는 1개사만 진출

베트남에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 대형 하이퍼마켓 체인인 쿠팡마트와 이온에는 A사, C사 2개사가 진출하였으며, 한국 식품 전문 판매 매장인 스카이마트에서는 A사와 B사가 확인되었음. 온라인의 경우, A사는 현지 주요 온라인 판매채널인 티키(Tiki)와 라자다(Lazada)에 입점하였음. B사와 C사의 경우, 온라인 판매채널에서는 경쟁제품을 판매하지 않는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 SNS 플랫폼에서의 제품 홍보 활동 활발함

베트남 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 3개사 모두 글로벌 공식 홈페이지를 운영하고 있으며, A사와 B사의 경우 별도의 베트남 홈페이지에서 기업 소개 및 제품 홍보 활동을 진행하고 있음. 또한 3개사 모두 SNS 플랫폼을 홍보채널로 활용하고 있으며, A사와 B사는 베트남 계정으로 베트남 시장에서의 홍보 활동을 진행하고 있음

▶ 경쟁기업 홍보문구로 제품의 재료와 원산지, 맛과 식감 등을 강조하여 홍보

베트남 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 주로 제품의 재료와 재료의 원산지를 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품의 재료를 강조한 문구로는 ‘6가지 야채 가득’, ‘3가지 건강한 곡물’, ‘새우 통살’, ‘쫄깃하고 얇은 만두피’ 등을 사용함. 재료의 원산지를 강조하는 문구로는 ‘국내산 생 채소’, ‘국산 돼지고기’, ‘돼지고기 국산 100%’ 등을 활용하는 것으로 확인됨. 또한 제품의 맛과 식감을 강조하였으며, ‘탱글탱글한’, ‘아삭한’, ‘풍부한 향’, ‘담백한 맛’, ‘바삭한’, ‘쫄깃한’ 등의 문구를 활용하는 것으로 확인됨. 그 외에도 제품의 품질을 강조하는 ‘3단계 품질관리’ 등의 문구도 사용하는 것으로 조사됨

[표 3.8] 베트남 만두 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
A사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 쿠팡마트 - 이온 - 스카이마트 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 티키 - 라자다 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌/베트남) SNS 플랫폼 <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 (한국어/베트남) - 인스타그램(한국어) - 유튜브 (한국어/베트남) 	<ul style="list-style-type: none"> - 얇고 쫄깃한 만두피에 딱 찬 속 - 옥수수의 아삭한 식감이 살아있는 - 새우와 오징어의 풍부한 향이 일품인 - 전문 셰프의 레시피로 맛이 풍부한 - 새로운 모습, 가리비 모양의 만두 - 큼직하고 바삭한 군만두 - 한입에 쏙, 신선해요 - 고기의 담백한 맛이 살아있어요 	
B사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 스카이마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌/베트남) SNS 플랫폼 <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 (한국어/베트남) - 인스타그램(한국어) - 유튜브(한국어) 	<ul style="list-style-type: none"> - 자연과 함께, 맛으로 행복한 세상 - 국산 돼지고기로 더욱 깔끔한 - 100% 국산 돼지고기 - 3단계 품질관리 	
C사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 쿠팡마트 - 이온 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북(한국어) - 유튜브(한국어) 	<ul style="list-style-type: none"> - 피는 쫄깃하고 속은 딱 찬 - 6가지 야채 가득 - 3가지 건강한 곡물이 들어간 만두 피 - 돼지고기는 국산 100% - 다양한 요리에 어울리는 - 탱글탱글한 새우 통살 - 국내산 생 채소 - 쫄깃하고 얇은 만두피 	

자료: 베트남 진출 만두 경쟁기업 3개사 분석

① A사

기업 기본 정보	기업명	A사		
	기업 설명	A사는 1953년 설탕 제조업으로 설립되었으며, 현재에는 바이오와 식품 분야에서 사업을 진행하고 있음. 식품 분야에서 약 25개의 브랜드를 지니고 있으며, 비비고와 햇반 등이 대표적임. 1998년 베트남 A사 그룹 대표 사무소를 설립하였으며, 2021년 식품 통합생산기지 건설을 완성하여 베트남에서 제품 생산 예정임		
	위치	대한민국 서울특별시 중구 동호로 330		
	규모	직원 수	6,615명	
		동일품목 수 ⁸⁾	38개 (비비고 21개, 웨이드슬루션 13개, 백설 2개, 기타 2개)	
설립연도		1953년		
매출	약 22조 3525억 원			

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 쿠팡 이온 스카이마트		제품명	비비고 해물 만두
			중량	175g
			가격	30,800.0동 ⁹⁾ (1,512원)
			제품 종류	교자만두/군만두
	〈온라인 매장〉 티키 라자다		제품명	비비고 해물 만두
			중량	175g
			가격	48,000.0동 (2,357원)
			제품 종류	교자만두/군만두




현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	베트남 제품으로 베트남 소비자의 수요를 충족시킬 수 있는 신제품 개발
	포장 현지화	● (상)	베트남 시장에 맞는 포장 디자인 개발
	제조 방식 현지화	● (중)	한국 현지 생산 후 수출, 유통 베트남 내 식품 통합생산기지에서 현지 생산 예정

사진자료: 현지조사원 자료, 티키/쇼피/라자다 웹사이트

8) 교자만두 및 군만두 제품을 동일품목으로 분류함

9) 100동=4.91원 (2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지 (글로벌/베트남), 페이스북/유튜브 (베트남)
	게시 주기	하루에 1건 이상
	게시물 유형	회사 소개 및 홍보, 기업 활동, 제품 홍보

게시물 유형			<ul style="list-style-type: none"> • 기본적인 회사 소개 (역사, 이념, 비전) • 사업 영역 및 그룹 내 계열사 소개
			<ul style="list-style-type: none"> • 기업 최신 활동 (투자, 수상 내역 등) • 보도 자료 • CSR/CSV (농업, 문화, 교육)
			<ul style="list-style-type: none"> • 제품 홍보 (제품 설명, 요리 레시피, 신제품 출시 소개)

사진자료: A사 베트남 홈페이지

② B사

기업 기본 정보	기업명	B사		
	기업 설명	B사는 1969년에 설립된 한국의 식품 업체로, 1981년 미국 지사 설립을 시작으로 현재까지 중국, 베트남, 뉴질랜드에 해외 지사를 설립함. 즉석카레를 첫 출시로 시작한 식품 사업은 현재 1억불 수출을 달성함. 베트남 현지 법인은 영업과 제조가 동시에 출범한 첫 해외 법인으로 2007년에 설립되었으며, 호찌민과 하노이에 위치함		
	위치	대한민국 서울특별시 강남구 영동대로 308		
	규모	직원 수	2,962 명	
		동일품목 수 ¹⁰⁾	33개	
설립연도		1969년		
매출		약 2조 1086억 원		

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 스카이마트		제품명	맛있는 물만두 고기
			중량	300g
			가격	85,000.0동 (4,174원)
			제품 종류	기타 만두

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	국내에서 출시된 제품을 그대로 현지 수출함
	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용
	제조 방식 현지화	○ (하)	한국 현지 생산 후 수출, 유통

사진자료: 현지조사원 자료, 티키/쇼피/라자다 웹사이트

10) 군만두 및 교자만두 제품을 동일품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(글로벌/베트남), 페이스북(베트남)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>2일에 1건</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 및 판매 제품 소개, 레시피 제공, 프로모션 및 이벤트 정보</p>

<p>게시물 유형</p>			<ul style="list-style-type: none"> • 기본적인 회사 소개 (역사, 이념, CI, 개발이력)
			<ul style="list-style-type: none"> • 제품 소개 (현지 생산 제품, 수입 제품, 면제품, 선물세트) • 제품 홍보 (제품 설명, 요리 레시피, 신제품 출시 소개)
			<ul style="list-style-type: none"> • 프로모션 및 이벤트 정보

사진자료: B사 베트남 홈페이지

③ C사

기업 기본 정보	기업명	C사		
	기업 설명	대한민국 서울에 본사를 두고 있는 C사는 1969년 설립된 식품 업체로 현재에는 미국, 중국, 일본, 베트남에 현지 판매 법인을 운영하고 있음. 18개의 식품 브랜드를 지니고 있으며, 주요 브랜드로는 동원, 양반, 개성 등이 있음. 국내 최초 참치캔 누적판매량 65억 캔 돌파함		
	위치	대한민국 서울특별시 서초구 양재동 275		
	규모	직원 수	3,268 명	
		동일품목 수 ¹¹⁾	9개	
설립연도		1969년		
매출		약 3조 303억 원		

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 쿠팡 이온		제품명	개성 왕만두
			중량	350g
			가격	67,500.0동 (3,314원)
			제품 종류	기타 만두

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	국내에서 출시된 제품을 그대로 현지 수출함
	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용
	제조 방식 현지화	○ (하)	한국 현지 생산 후 수출, 유통

사진자료: 현지조사원 자료, 타키/쇼피/라자다 웹사이트

11) 군만두 및 교자만두 제품을 동일품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지 (글로벌)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>비정기적</p>
<p>게시물 유형</p>		<p>판매 브랜드 및 제품 소개, 기업 소개 및 홍보</p>

<p>게시물 유형</p>			<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 소개 (동원, 양반, 리챔, 소와 나무, 개성 등)
			<ul style="list-style-type: none"> • 판매 제품 소개 (통조림, 즉석밥, 김치, 음료, 냉장식품, 냉동식품, 유제품, 사료 등)
			<ul style="list-style-type: none"> • 기업 소개(비전, CI, 연혁, 본사/공장/사업소 위치) • 기업 홍보 영상, 광고, 브로셔

사진자료: C사 홈페이지

IV. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 홈팜(Home Farm)

Interview ② 다이투언(Dại Thuận)

Interview ③ 하까오치엔항보(Há Cảo Chiên Hàng Bò)

Interview ① 홈팜 (Home Farm)


●

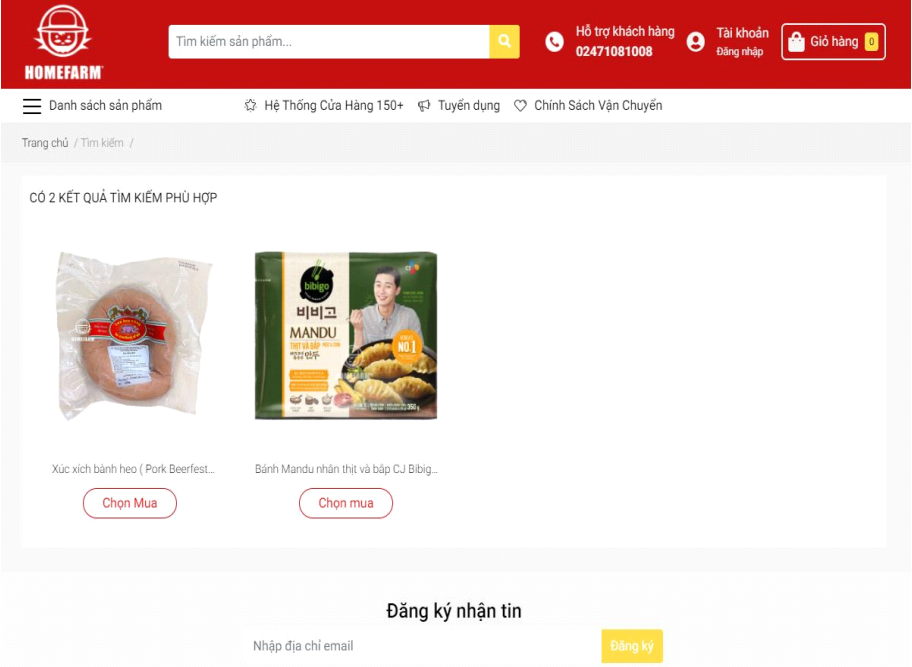
홈팜
(Home Farm)

유통업체

담당자 정보

Sales Manager

12) 



The screenshot shows the Home Farm website interface. At the top, there is a red navigation bar with the Home Farm logo, a search bar, and contact information (customer support: 02471081008, login, and cart). Below the navigation bar, there are menu items: 'Danh sách sản phẩm', 'Hệ Thống Cửa Hàng 150+', 'Tuyển dụng', and 'Chính Sách Vận Chuyển'. The main content area displays search results for 'Xúc xích bánh heo (Pork Beefest...)' and 'Bánh Mando nhân thịt và bắp CJ Bibigo'. Each product has a 'Chọn Mua' button. At the bottom, there is a 'Đăng ký nhận tin' section with an email input field and a 'Đăng ký' button.

홈팜(Home Farm) Sales Manager

홈팜(Home Farm)은 수입 식품 전문 유통업체로, 주로 미국/호주산 소고기, 연어 등 해산물을 취급함. 2014년 하노이에 첫 오프라인 상점을 개점 하였으며, 이후 꾸준히 성장하여 2017년엔 주식회사로 탈바꿈하였음. 식품 중에서는 한국 식품으로는 냉동 만두, 냉동 피자 등 가공식품뿐 아니라 깻잎 등의 신선식품 또한 판매하고 있는 것으로 확인됨. 오프라인 매장을 운영 중이며 온라인 쇼핑몰을 통해서도 상품을 배송받을 수 있음



가격	203,670동 (10,000원)
중량	1,000g
포장 형태	플라스틱 팩

Q1. 현지 소비자가 선호하는 만두 종류는 무엇인가요? 한국 만두가 베트남에서 인기가 있나요?

현지 소비자들은 군만두보다는 찐만두를 선호합니다. 전자레인지로 쉽게 조리할 수 있고 다른 요리와 잘 어울리기 때문에 비싼 직장인들에게 특히 인기가 좋습니다. 해산물이나 김치가 들어간 만두보다는 고기가 들어간 만두를 더 좋아합니다. 따라서 고기 위주로 속이 차 있는 만두를 가장 선호한다고 볼 수 있습니다. 현지인들은 대부분 중국식 만두에 익숙한데, 이는 베트남 곳곳에서 운영 중인 중식당들이 만두를 대표적인 중화요리로 판매하고 있기 때문입니다.

Q2. 현지 시장에서 냉동 만두를 판매할 경우 추천할 만한 유통 채널은 무엇인가요?

소비자들이 슈퍼마켓에서 장을 잘 보지 않는 지역에는 골목골목에 소규모 독립 식료품점이 입점해 있습니다. 따라서 고객들에게 직접 상품을 판매하는 냉동식품 소매점을 통해 유통하는 것을 추천합니다.

Q3. 만두를 취급하는 레스토랑/뷔페 클라이언트가 있나요? 만약 있다면, 해당하는 현지 레스토랑/뷔페 산업군에서 한국 교자만두에 대한 수요가 있다고 보시나요?

저희는 레스토랑/뷔페 클라이언트는 없고, 주로 소매점에 유통합니다. 교자에 대해서는 들어본 적이 없습니다.



가격	203,670동 (10,000원)
중량	1,000g
포장 형태	플라스틱 팩

Q4. 만두 판매시 일반적인 포장 규격이 어떻게 되나요? 냉동 만두 제품을 kg당 어느 정도의 가격대로 판매하는 것이 합리적이라고 생각하시나요?

만두는 보통 350g, 500g, 1kg의 포장규격으로 판매되며, 1kg 짜리가 가장 보편적입니다. 각 주문의 수량은 10-15개로, 이는 3.5kg-5kg에 해당합니다. 세부사항은 상점별 소비량 및 사업 규모에 따라 상이할 수 있습니다. 합리적인 가격은 350g당 62,000동(약 3,044원)입니다.

Q5. 해당 제품은 통관상 편의를 위해 조리된 돼지고기를 사용했습니다. 생고기 대신 조리된 돼지고기를 사용하는 것이 맛 등의 측면에서 문제가 될 수 있을까요? 소비자의 입장에서, 맛과 통관상의 편의 중 어떤 것이 더 중요할까요?

만두 재료가 조리된 상태로 제공되었는지 또는 생으로 제공되었는지 여부는 크게 문제가 되지 않는다고 봅니다. 소비자들은 냉동 만두를 해동하여 조리까지 마친 후에 섭취하기 때문입니다. 소비자의 입장에서 보자면, 맛은 소비자가 제품을 선택하는 유일한 요인이므로 통관상 편의보다는 맛이 더 중요하다고 볼 수 있습니다.

Interview ② 다이투언 (Đại Thuận)

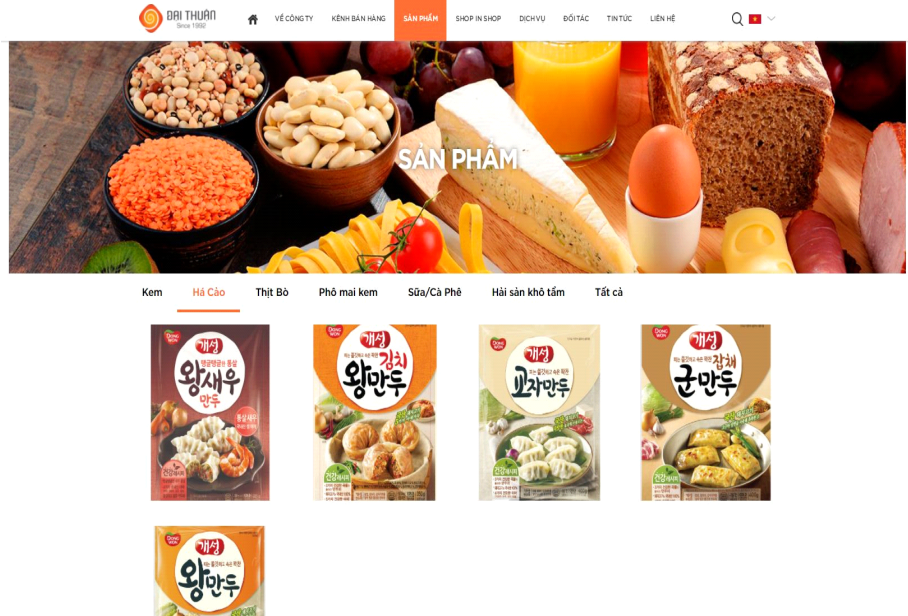
다이투언
(Đại Thuận)

유통업체

담당자 정보

Sales Manager

13)



다이투언(Đại Thuận) Sales Manager

다이투언(Đại Thuận)은 베트남의 유통업체로, 주로 패스트푸드 식품, 위생용품, 생활용품 등을 취급하고 있음. 온라인 쇼핑몰 뿐 아니라 오프라인 매장도 따로 운영하고 있으며 저렴하고, 빠르고, 좋은 품질의 제품과 서비스를 제공하는 것을 목표로 함

13) 사진자료: 다이투언(Đại Thuận) 홈페이지



가격	203,670동 (10,000원)
중량	1,000g
포장 형태	플라스틱 팩

Q1. 현지 소비자가 선호하는 만두 종류는 무엇인가요? 한국 만두가 베트남에서 인기가 있나요?

군만두는 기름지고 느끼하며 건강에 좋지 않기 때문에, 현지 소비자들은 군만두보다 찐만두를 선호합니다. 재료 측면에서 보자면, 대체로 고기와 야채가 들어간 만두를 선호합니다. 야채가 들어간 만두를 선호하는 이유는 채식주의자가 섭취하는 데 큰 문제가 없고, 다이어트에 도움이 되는 식품이라고 생각하기 때문입니다. 알레르기가 있는 소비자들이 많아, 해산물이 들어간 만두는 선호되지 않습니다. 한국 만두 제품은 운송 및 보관이 용이하기 때문에 현지 소비자들에게 점점 인기가 많아지고 있습니다.

Q2. 현지 시장에서 냉동 만두를 판매할 경우 추천할 만한 유통 채널은 무엇인가요?

90% 가량의 냉동식품은 냉장고가 구비되어 있어 냉동식품을 보관할 수 있는 슈퍼마켓에 진열되어 판매됩니다. 따라서 슈퍼마켓을 통해 유통하는 것을 추천합니다.

Q3. 만두를 취급하는 레스토랑/뷔페 클라이언트가 있나요? 만약 있다면, 해당하는 현지 레스토랑/뷔페 산업군에서 한국 교자만두에 대한 수요가 있다고 보시나요?

빈마트(Vinmart), 빈마트 플러스(Vinmart+), 서클 케이(Circle K), 세븐일레븐(7 Eleven), 빅씨(Big C), 쿵마트(Co.op Mart), 패밀리마트(Family Mart), 콕푸드(Co.opfood), 메가마켓(Mega Market), 이온 마트(Aeon Mart), 롯데마트(Lotte Mart) 같은 슈퍼마켓과 직접 거래하는 레스토랑은 없습니다. 교자는 저희가 레스토랑에 유통한 경험이 없어 답변드리기 어렵습니다.



가격	203,670동 (10,000원)
중량	1,000g
포장 형태	플라스틱 팩

Q4. 만두 판매 시 일반적인 포장 규격이 어떻게 되나요? 냉동 만두 제품을 kg당 어느 정도의 가격대로 판매하는 것이 합리적이라고 생각하시나요?

카톤 박스(Carton Box) 1개는 12-24개입으로, 이는 4-8kg에 해당합니다. 저희는 주로 소규모 슈퍼마켓에는 주문 1회당 5-10kg를, 대규모 슈퍼마켓에는 주문 1회당 20-30kg를 유통합니다. 판매 가격은 종류와 관계없이 350g 당 60,000-98,000동(약 2,946-4812원)으로 형성되어 있습니다.

Q5. 해당 제품은 통관상 편의를 위해 조리된 돼지고기를 사용했습니다. 생고기 대신 조리된 돼지고기를 사용하는 것이 맛 등의 측면에서 문제가 될 수 있을까요? 소비자의 입장에서, 맛과 통관상의 편의 중 어떤 것이 더 중요할까요?

조리된 고기를 사용하는지 또는 생고기를 사용하는지 여부는 크게 문제가 되지 않습니다. 분명 소비자로서는 통관상 편의보다는 제품의 맛을 더욱 중요하게 생각할 것입니다. 하지만 저희 같은 유통업체에게는 통관상 편의 또한 필수적인 요소입니다.

Interview ③ 하까오치엔항보 (Há Cảo Chiên Hàng Bò)

하까오치엔항보
(Há Cảo Chiên Hàng Bò)

레스토랑

담당자 정보

Owner



하까오치엔항보(Há Cảo Chiên Hàng Bò) Owner

하까오치엔항보(Há Cảo Chiên Hàng Bò)는 호치민 소재의 만두 전문 식당으로, 새우를 주재료로 하는 하까오를 주력 메뉴로 판매 중임. 저렴한 가격에 간편하게 식사를 할 수 있는 식당으로 현지인 및 관광객에게 인기가 있는 식당임



가격 203,670동
(10,000원)

중량 1,000g

포장 형태 플라스틱 팩

Q1. 현지 소비자가 선호하는 만두 종류는 무엇인가요? 한국 만두가 베트남에서 인기가 있나요?

연기 냄새 때문에 풍미를 해치고 식감이 딱딱하며 조리 후 금방 식어버리는 군만두보다는, 풍부한 맛을 느낄 수 있는 찐만두를 더 선호합니다. 베트남엔 다양한 맛의 만두가 있으며, 고객들은 주로 식사할 때 여러 가지 맛의 만두를 한번에 주문합니다. 고기, 야채, 해산물이 들어간 만두가 인기 있으며, 김치가 들어간 만두는 잘 주문하지 않습니다. 현지 레스토랑에서 한국 만두를 본 적은 없습니다.

Q2. 현지 시장에서 냉동 만두를 판매할 경우 추천할 만한 유통 채널은 무엇인가요?

레스토랑을 운영하는 입장에서, 저희는 소규모 독립 식료품점에서 대량으로 만두를 구매하기 때문에 소규모 독립 식료품점을 통해 유통하는 것을 추천합니다. 저희는 소규모 독립 식료품점과 더 수월하게 흥정이 가능합니다.

Q3. 만두를 취급하는 레스토랑/뷔페 클라이언트가 있나요? 만약 있다면, 해당 제품에 적합한 현지 뷔페 레스토랑/프랜차이즈를 추천해주실 수 있나요?

추천드리는 레스토랑은 (1) Trung Hoa đê Nhất Sài Gòn, (2) Xing Hongkong, (3) Tao Li, (4) Tim Ho Wan, (5) Bamboo Dimsum, (6) Fu Rong Hua입니다.

Q4. 레스토랑/뷔페에서 제품을 구매할 경우, 일반적인 포장 규격이 어떻게 되나요?

저희는 만두를 특정 포장 규격 단위로 구매하지 않고, 주문 1회당 10-15kg 짜리 박스 1개를 구매합니다.

베트남 만두 바이어 인터뷰 결과

- 인터뷰 대상 기업체 선정 기준
- ① 현지 식품 수입유통업체 및 레스토랑
 - ② 만두 또는 유사 만두 제품 취급 경험 있음

업체명	홈팜 (Home Farm)	다이투언 (Đại Thuận)	하까오치엔항보 (Há Cảo Chiên Hàng Bò)
업태 ▶	유통업체	유통업체	레스토랑
취급 품목 ▶	 교자만두/군만두	 교자만두	 만두

베트남 만두 바이어 인터뷰 비교

질문	홈팜 (Home Farm)	다이투언 (Đại Thuận)	하까오치엔항보 (Há Cảo Chiên Hàng Bò)
	유통업체	유통업체	레스토랑
바이어 취급 만두의 평균 가격은?	평균 62,000동 (약 3,044원)	평균 60,000-98,000동 (약 2,946-4,812원)	(-)
바이어가 선호하는 만두 중량은?	350g	350g	10-15kg
만두 제품 주요 유통채널은?	소규모 독립 식료품점	냉동식품을 안전하게 보관/판매할 수 있는 슈퍼마켓	소규모 독립 식료품점
만두 제품 주요 소비층은?	간편하게 한끼 식사를 준비하고 싶은 바쁜 직장인	(-)	(-)

(*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 3개사

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹

1. 제품 경쟁력 검증

1) 제품 가격

● 경쟁제품(제조사)

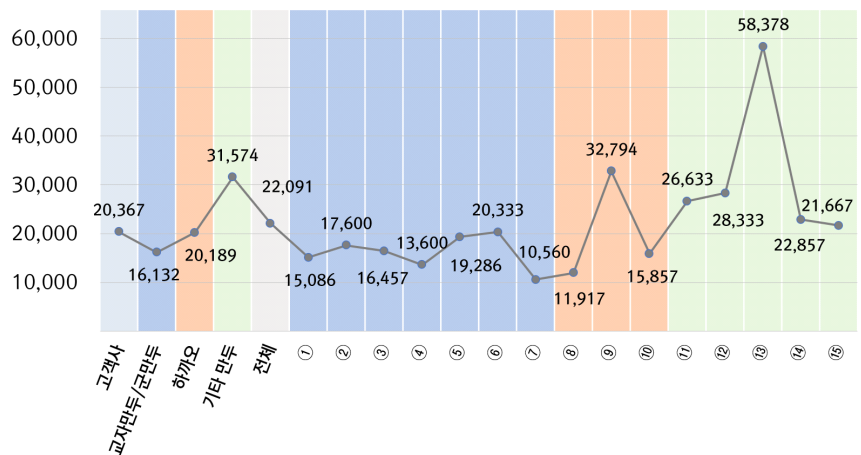
- ① 비비고 돼지고기 옥수수 만두 (A사)
- ② 비비고 해물 만두 (A사)
- ③ 비비고 만두 (A사)
- ④ 바인셉끼에우넷 (출리맥스푸드)
- ⑤ 개성 고기교자 만두 (C사)
- ⑥ 비비고 해물 만두 300g (A사)
- ⑦ 백설 납작 군만두 (A사)
- ⑧ 하카오헤닷비엣 (하이타인)
- ⑨ 하카오짜이 (A사)
- ⑩ 믹스덤섬 (하이타인)
- ⑪ 개성 왕만두 (C사)
- ⑫ 개성 왕새우 만두 (C사)
- ⑬ 맛있는 물만두 고기 (B사)
- ⑭ 비비고 물만두 (A사)
- ⑮ 한끼만두 고기왕만두 (G사)

▶ 고객사 제품 100g당 가격, 경쟁제품 평균 대비 저렴한 편

고객사 제품의 100g당 가격은 20,367동(약 1,000원)¹⁴⁾으로 경쟁제품 15개의 평균 100g당 가격 22,091동(약 1,085원) 대비 약 13% 저렴한 편임. 제품 종류별 평균 100g당 가격은 교자만두/군만두 제품이 16,132동(약 792원)으로 고객사 제품 대비 3,399동(약 167원) 저렴하고 하카오 제품이 20,189동(약 991원)으로 고객사 제품 대비 약 658동(약 32원) 비싸며, 기타 만두 제품은 31,574동(약 1,550원)으로 고객사 제품 대비 약 12,043동(약 591원) 비싼 것으로 조사됨

[표 5.1] 베트남 만두 가격 경쟁력 분석

(단위: 동)



14) 100동=4.91원 (2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 제품 중량

● 경쟁제품(제조사)

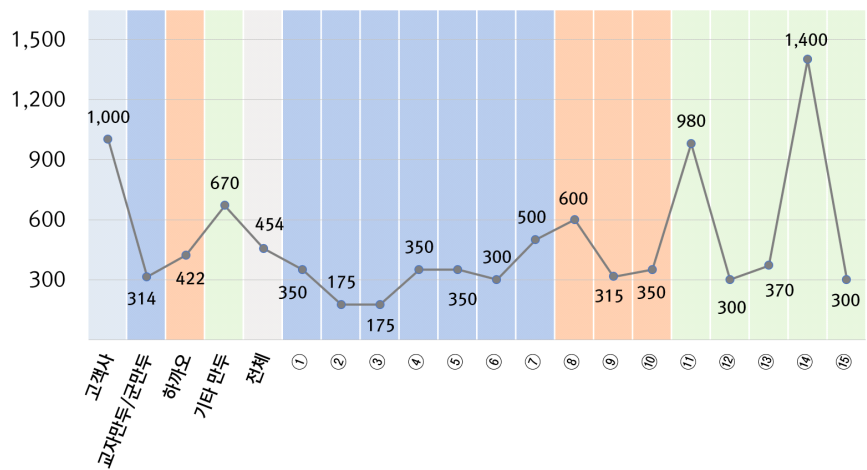
- ① 비비고 돼지고기 옥수수 만두 (A사)
- ② 비비고 해물 만두 (A사)
- ③ 비비고 만두 (A사)
- ④ 바인셉기에우넷 (출리맥스푸드)
- ⑤ 개성 고기교자 만두 (C사)
- ⑥ 비비고 해물 만두 300g (A사)
- ⑦ 백설 납작 군만두 (A사)
- ⑧ 하카오헤닷비엣 (하이타인)
- ⑨ 하카오짜이 (A사)
- ⑩ 믹스덤섬 (하이타인)
- ⑪ 개성 왕만두 (C사)
- ⑫ 개성 왕새우 만두 (C사)
- ⑬ 맛있는 물만두 고기 (B사)
- ⑭ 비비고 물만두 (A사)
- ⑮ 한끼만두 고기왕만두 (G사)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 중량은 1,000g으로 경쟁제품 15개의 평균 중량 약 454g에 비해 약 2.2배 큰 편임. 제품 종류별 평균 중량은 교자만두/군만두 제품이 314g으로 가장 작고, 하카오 제품이 422g, 기타 만두 제품은 670g으로 조사됨

[표 5.2] 베트남 만두 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

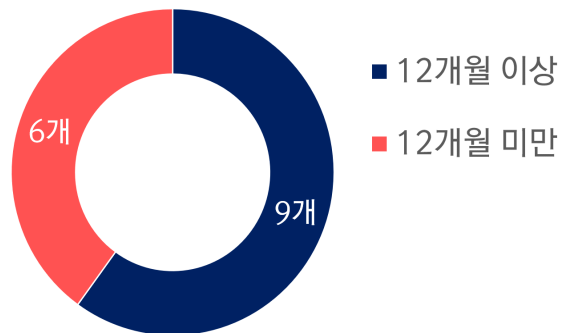


3) 유통기한

▶ 경쟁제품 15개 중 9개, 유통기한 12개월 이상

베트남에서 판매되고 있는 만두 경쟁제품 15개의 유통기한을 조사한 결과, 경쟁제품 15개 중 9개 제품의 유통기한이 12개월 이상인 것으로 조사됨. 유통기한 12개월 이상의 9개 제품 중, 유통기한 12개월 제품은 6개, 18개월 제품은 3개인 것으로 확인됨. 이 외 6개 제품과 더불어 고객사 제품은 유통기한이 9개월로 짧은 편에 속하며, 15개 제품의 평균 유통기한인 12개월에 비해 25% 짧은 수준으로 파악됨

[표 5.3] 베트남 만두 제품 유통기한 경쟁력 분석

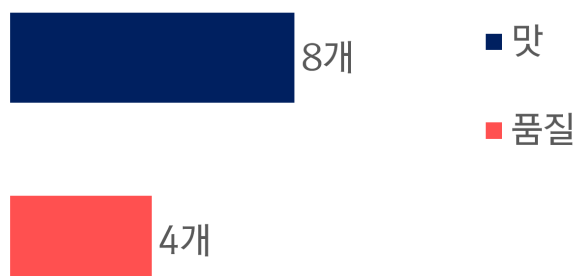


4) 홍보문구

▶ 경쟁제품 15개 중 8개, 맛을 강조한 홍보문구 사용

베트남에서 판매되고 있는 만두 경쟁제품 15개의 제품 홍보문구를 조사한 결과, 8개 제품이 ‘얇고 쫄깃한 만두 피에 딱 찬 속’, ‘새우와 오징어의 풍부한 향이 일품인’, ‘탱글 탱글한 새우 통살’ 등의 맛을 강조한 홍보문구를 사용하여 판매하는 것으로 조사됨. 또한 4개 제품이 ‘베트남 고품질 제품 수상’, ‘그이상의 품질’과 같이 제품의 품질을 강조한 기타 홍보문구를 사용하는 것으로 조사됨

[표 5.4] 베트남 만두 제품 홍보문구 경쟁력 분석

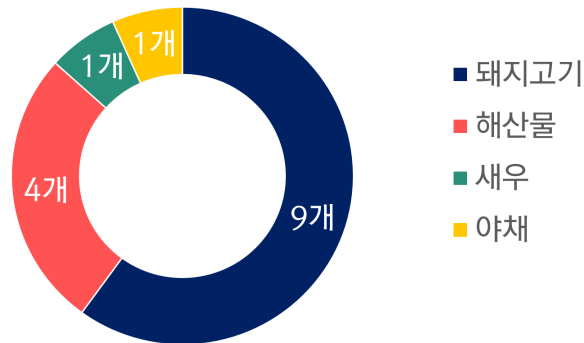


5) 맛

▶ 경쟁제품 15개 중 9개, 돼지고기 함유

베트남에서 판매되고 있는 만두 경쟁제품 15개의 제품 맛을 조사한 결과, 돼지고기가 함유된 제품이 9개인 것으로 조사됨. 그 외 4개 제품은 해산물이 주재료로 사용됨. 경쟁제품 15개 중 야채만 주재료로 사용된 제품은 1개이나, 12개 제품에도 야채가 다른 주재료와 함께 함유된 것으로 확인됨

[표 5.5] 베트남 만두 맛 경쟁력 분석

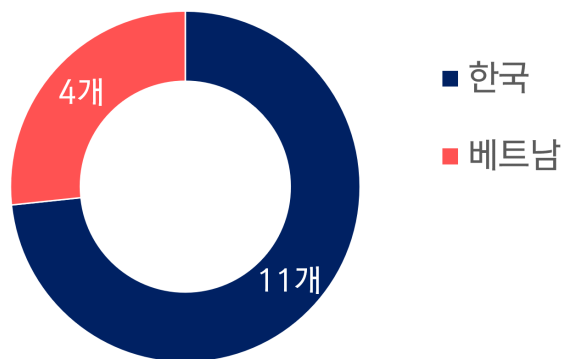


6) 원산지

▶ 경쟁제품 15개 중 11개, 한국이 원산지

베트남에서 판매되고 있는 만두 경쟁제품 15개의 원산지를 조사한 결과, 11개 제품이 한국에서 생산된 제품으로 조사됨. 4개 제품은 베트남에서 생산되어 자국에 납품한 제품으로 확인됨

[표 5.6] 베트남 만두 원산지 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 제품 선정 기준은 온라인과 오프라인 매장에서 모두 확인되고, 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 제품을 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기 제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 티키(Tiki), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)

(*) 오프라인 매장 : (*), 쿠팡마트(Co.op Mart), 이온(Aeon), 스카이마트(Skymart)

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑몰 : 조사 온라인 쇼핑몰 3개 중 2개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 3개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



교자만두/군만두

공통 특징 ①
제품 종류

교자만두/군만두



한국

공통 특징 ②
원산지

한국

현지 벤치마킹 인기 제품
(A사 _ 비비고 돼지고기
옥수수 만두)

12개월

· 벤치마킹
유통기한

12개월

현지 벤치마킹 인기 제품
(A사 _ 비비고 해물 만두)

‘옥수수의 아삭한
식감이 살아있음’

돼지고기 및 옥수수

· 벤치마킹
맛

해산물

‘새우와 오징어의
풍부한 향이 일품임’

2) 벤치마킹 제품 분석
- 유통기한

▶ 벤치마킹 제품, 12개월의 긴 유통기한

현지에서 판매되는 만두 제품 15개 중 9개는 유통기한이 12개월 이상인 것으로 조사됨. 고객사 제품의 유통기한은 9개월로, 경쟁제품 15개의 평균 유통기한인 12개월보다 짧음

3) 벤치마킹 제품 분석
- 맛

▶ 벤치마킹 제품, 돼지고기 외 다양한 재료를 사용해 제품 다각화

수입·유통업체 인터뷰에 따르면 일반적으로 돼지고기가 함유된 만두 제품이 현지에서 인기가 있는 것으로 확인됨. 현지에서 판매중인 만두 제품 15개 중 9개는 돼지고기를 함유하고 있는 것으로 조사됨. 하지만 벤치마킹 제품의 경우, 해산물이나 옥수수 등 다양한 재료를 사용하여 제품을 다각화하였음

[표 5.7] 베트남 만두 인기제품, 맛 관련 인터뷰 분석

(인터뷰) 베트남엔 다양한 맛의 만두가 있으며, 고객들은 주로 식사할 때 여러 가지 맛의 만두를 한번에 주문합니다. 고기, 야채, 해산물이 들어간 만두가 인기 있으며, 김치가 들어간 만두는 잘 주문하지 않습니다.

- 하까오치엔항보, 오너 -

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.8] 만두 경쟁기업 마케팅 벤치마킹

		A사	B사	C사
판매채널	오프라인 매장 (총 3개 매장 조사)	쿠팡마트 이온 스카이마트	스카이마트	쿠팡마트 이온
	온라인 쇼핑몰 (총 3개 매장 조사)	티키 라자다	(-)	(-)
홍보채널	자사 홈페이지(홍보)	글로벌/베트남어	글로벌/베트남어	글로벌
	SNS 플랫폼	페이스북(한국어/현지) 인스타그램(한국어) 유튜브(한국어/현지)	페이스북(한국어/현지) 인스타그램(한국어) 유튜브(한국어)	페이스북(한국어) 유튜브(한국어)
홍보문구	제품의 재료 재료의 원산지 맛과 식감	경쟁기업 주요 홍보문구		
요약	판매채널	경쟁기업 2개사는 대형 슈퍼마켓 체인에 입점하였으며, 이 중 1개사는 베트남 주요 온라인 채널에서도 판매		
	홍보채널	2개사는 현지에서 자사 홈페이지와 페이스북을 주로 활용하고 있으며, 게시물 업로드 빈도가 높음		
	홍보문구	제품의 재료, 재료의 원산지, 제품의 맛과 식감을 강조		

VI. 시사점

Dumplings Price&Volume



Point. 1



고객사 제품의 100g당 가격은 20,367동으로, 만두 경쟁제품 15개 평균인 22,091동 대비 약 13% 낮은 가격대를 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 교자만두/군만두 경쟁제품 7개의 평균은 16,132동으로 고객사 제품보다 오히려 더 저렴했으며, 하카오 경쟁제품 3개의 평균은 20,189동으로 고객사 제품과 비슷한 수준, 기타 만두 경쟁제품 5개의 평균은 31,574동으로 고객사 제품보다 12,000동 가량 비쌌음

Point. 2



고객사 제품의 중량은 1,000g으로, 만두 경쟁제품 15개 평균인 454g에 비해 약 2.2배 큰 중량을 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 교자만두/군만두 제품 평균이 314g으로 가장 작고, 하카오 제품 평균이 422g, 기타 만두 제품 평균이 670g으로 나타남

Dumplings Package&Text



Point. 1



베트남 만두 경쟁제품 15개의 유통기한을 조사한 결과, 12개월 이상 제품이 9개, 12개월 미만 제품이 6개로 나타남. 고객사 제품의 유통기한 9개월은 경쟁제품 대비 짧은 것으로 나타남. 한편, 베트남 만두 경쟁제품 15개의 원산지 중 한국산 제품이 11개로 가장 많았으며, 베트남 현지산 제품이 4개로 뒤를 이었음

Point. 2



베트남 만두 경쟁제품 15개의 맛을 조사한 결과, 돼지고기 맛 제품이 9개로 가장 많은 것으로 나타남. 이는 고객사 제품 맛과 같은 맛으로, 베트남 만두 시장에서 돼지고기 맛 제품이 흔하다는 것을 알 수 있음. 뒤이어 해산물 맛 제품이 4개, 새우 맛 제품이 1개로 조사되었으며, 야채로만 이루어진 경쟁제품도 1개 발견됨. 한편 베트남 만두 경쟁제품이 강조하는 홍보문구는 제품 특유의 맛인 것으로 나타남

Vietnam Market Competitor



Point. 1



베트남 시장 만두 경쟁기업 3개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 3개사 중 A사가 쿠팡마트, 이온, 스카이마트 3개 유통채널에 모두 진출한 것으로 나타남. 한편 온라인 유통채널로는 A사 1개사만이 티키 및 라자다 2개 채널에 진출한 것으로 나타남

Point. 2



베트남 시장 만두 경쟁기업 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 제품의 재료, 원산지를 강조해 홍보하고 있었음. SNS 플랫폼 사용 여부의 경우, 3개사 모두 페이스북, 유튜브를 활용하고 있었으며, 3개사 모두 SNS 플랫폼을 활용한 제품 홍보가 활발한 것으로 나타남

Importer · Distributor Interview



Point. 1



베트남 현지 만두 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 인터뷰에 응한 담당자가 취급하는 만두 제품의 소비자가격 범위는 60,000~98,000동으로 나타남. 또한 도매업체가 아닌 경우에는 취급하는 만두 제품의 중량이 개당 350g 수준인 것으로 나타남

Point. 2



베트남 현지 수입·유통업체 중, 만두 레스토랑을 운영하는 담당자와의 인터뷰 결과, 만두를 도매로 유통할 시 소규모 독립 식료품점에서의 유통을 추천함. 그 이유에 대해 담당자는 레스토랑 운영 업체들이 원가 절감을 하기 위해 흥정을 하는데, 흥정이 더 수월한 소규모 식료품점에서 만두 제품을 더 많이 구매하기 때문이라고 언급함

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 베트남 통계청(General Statistics Office of Vietnam), 「Area, population and population density by province」, 2020

■ 참고 사이트

1. 사이공 콕(Saigon Co.op) 홈페이지 (www.saigonco-op.com.vn)
2. 이온(Aeon) 홈페이지 (aeon.com.vn/en)
3. 베한타임즈(Viethantimes) 홈페이지 (www.viethantimes.com)
4. 스카이마트(Skymart) 홈페이지 (sky-mart.vn)
5. 티키(Tiki) 홈페이지 (tiki.vn)
6. 쇼피(Shopee) 홈페이지 (shopee.vn)
7. 라자다(Lazada) 홈페이지 (lazada.vn)
8. 홈팜(Home Farm) 홈페이지 (homefarm.vn)
9. 다이투언(Đai Thuận) 홈페이지 (daithuan.vn)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.08.20

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea