



No. 2022-72  
품목 달팽이진액(Snail extract)  
HS CODE 2202.99.9000  
국가 베트남(Vietnam)



# C.O.N.T.E.N.T.S

<b>I</b>	<b>시장 현황 및 전망</b>	3
	1. 시장 규모 2. 수출입 통계	
<b>II</b>	<b>트렌드</b>	11
	1. 소비 트렌드 2. 빅데이터 분석	
<b>III</b>	<b>유통</b>	16
	1. 유통구조 2. 주요 유통채널 분석	
<b>IV</b>	<b>바이어 인터뷰</b>	28
<b>V</b>	<b>시사점</b>	31
	1. 수출 확대 방안	

# I

## 시장 현황 및 전망



# 01 시장 규모

## 베트남 건강보조식품 시장 규모

2021년 베트남 건강보조식품 시장 규모는 소매 판매액 기준 전년 대비 12.9% 증가한 16조 4,228억 동(한화 약 8,770억 원)을 기록함. 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 11.3%를 기록함

- 코로나19로 인해 면역력 강화에 대한 관심이 높아지면서 건강보조식품에 대한 수요가 크게 증가함. 특히 전반적 건강 증진, 소화 촉진 등의 기능이 포함된 건강보조식품에 대한 관심이 꾸준히 높아지고 있음
- 코로나19가 장기화되면서 젊은 소비자들의 건강보조식품에 대한 관심이 코로나19 이전 수준으로 낮아지는 추세임. 베트남 건강보조식품의 성장은 20-30대 소비자보다는 40대 이상의 고연령층 소비자의 높은 수요에서 비롯됨

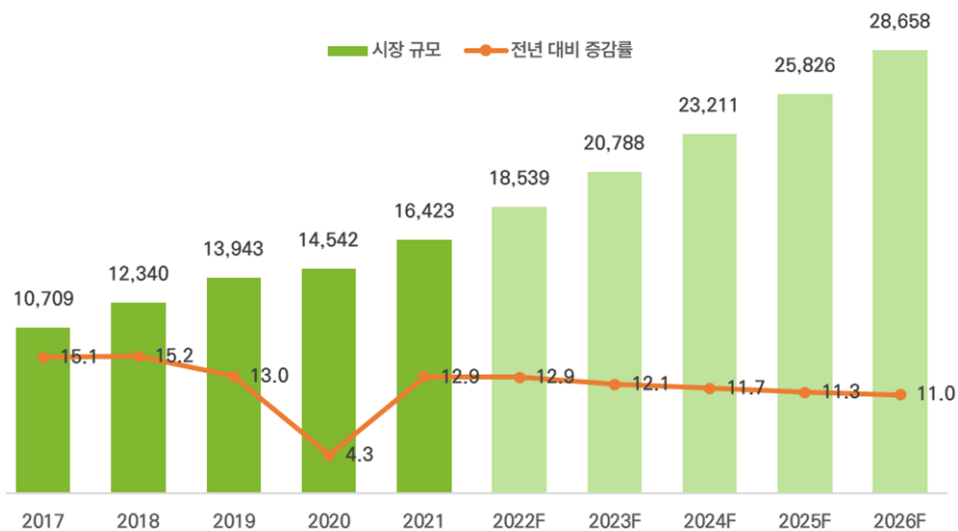
향후 5년간(2022-2026년) 건강보조식품 판매액은 연평균 성장률 11.5%를 기록하며 지속 성장하여 2026년에는 28조 6,584억 동(한화 1조 5,762억 원)에 달할 것으로 전망됨



그림 1

베트남 건강보조식품 시장 규모 추이(2017-2026년)

(단위: 십억 동, %)



자료: Euromonitor International

베트남 건강보조식품은 크게 ‘약초 및 전통 건강보조식품’과 ‘비(非) 약초 및 전통 건강보조식품’으로 분류할 수 있음

- 2021년 매출액 기준, 약초 및 전통 건강보조식품과 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품이 각각 전체 시장의 74.0%와 26.0%를 차지함
- 최근 5년간(2017년-2021년) 연평균 성장률은 약초 및 전통 건강보조식품이 12.9%를 기록하여 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품(7.3%) 대비 높은 성장세를 나타냄

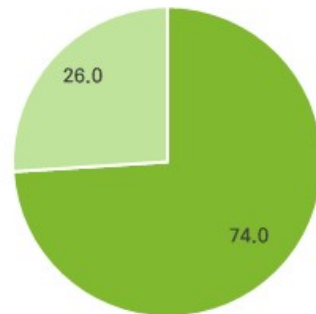


그림 2

### 베트남 건강보조식품 시장 세부 유형별 점유율 현황(2021년)

(단위: %)

■ 약초 및 전통 건강보조식품    ■ 비약초 및 전통 건강보조식품



자료: Euromonitor International

베트남 건강보조식품 시장의 세부 품목별 비중을 살펴보면, 약초 및 전통 건강보조식품 중 종합 약초 및 전통 건강보조식품(69.8%)이 가장 큰 비중을 차지함. 이어서 알로에(7.3%), 은행(5.4%) 순으로 높은 비중을 차지함

비(非) 약초 전통 건강보조식품 중에서는 유산균 보충제의 비중이 31.0%로 가장 높았으며, 이어서 종합 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품(18.7%), 미네랄(17.0%) 순으로 높은 비중을 차지함

## 베트남 달팽이진액 보충제 시장 규모

지원기업의 제품은 달팽이진액으로, Euromonitor International의 분류에 따르면 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품의 범위에 포함됨

2021년 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품의 소매 판매액 기준 시장 규모는 전년 대비 11.2% 증가한 3조 8,409동(한화 약 1,653억 원)을 기록함

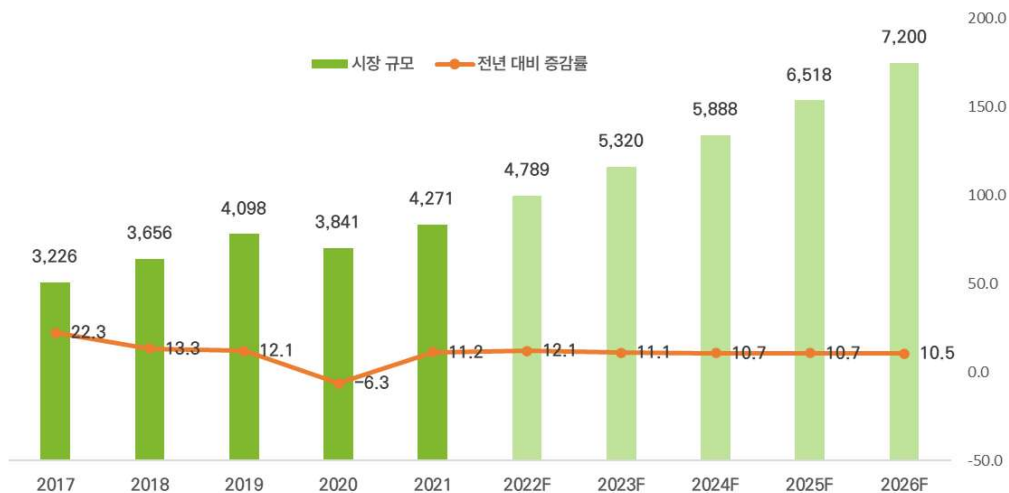
비(非) 약초 및 전통 건강보조식품의 소매 판매액은 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률 7.3%를 기록함. 최근 면역력 증진에 대한 베트남 소비자들의 관심이 높아지면서 시장이 빠르게 성장하고 있음. 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 소매 판매액은 2022년부터 향후 5년간(2022-2026년) 연평균 10.7% 증가하여 2026년 약 7조 2,000억 동(한화 약 3,967억 원)에 달할 것으로 예상됨



그림 3

베트남 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장 규모 추이(2017-2026년)

(단위: 십억 동, %)



자료: Euromonitor International



# 02 수출입 통계

## 조사 대상 품목의 HS CODE

조사 대상 품목의 HS CODE는 다음과 같음

HS CODE 2202

- 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과실·견과류 주스와 채소 주스는 제외한다)

HS CODE 2202.99

- 기타

HS CODE 2202.99.9000

- 기타

국가별 HS CODE

- 글로벌: 2202.99
- 베트남: 2202.99
- 한국: 2202.99.9000

## 글로벌 달팽이진액 수입 규모

2021년 글로벌 달팽이진액(HS CODE 2202.90) 수입 규모는 109억 6,182만 달러로 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 11.1% 증가함

- 2021년 미국은 10억 5,930만 9,000달러를 수입하여 전체 수입 규모의 약 9.7%를 차지하였으며, 최근 5년간 연평균 성장률 4.4%를 기록함
- 이어서 영국(6.4%), 중국(6.3%), 독일(6.3%), 캐나다(5.0%) 순으로 높은 비중을 차지함
- 베트남은 26위 수입국으로 전체 수입 규모의 약 1.0%를 차지함



표 1 글로벌 달팽이진액 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

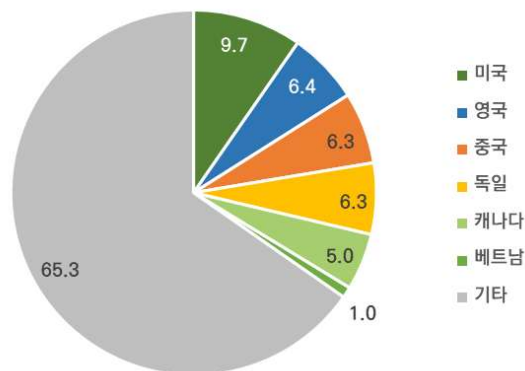
국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	7,190,578	8,371,862	8,842,514	9,267,793	10,961,820	11.1
1 미국	891,560	830,187	734,345	841,491	1,059,309	4.4
2 영국	562,632	596,879	533,205	587,368	697,352	5.5
3 중국	325,922	454,136	576,120	605,083	695,810	20.9
4 독일	425,311	498,607	539,431	653,905	691,818	12.9
5 캐나다	562,704	516,461	521,582	561,715	551,016	-0.5
<b>26 베트남</b>	-	<b>89,151</b>	<b>115,869</b>	<b>116,204</b>	<b>106,222</b>	-
기타	4,422,449	5,386,441	5,821,962	5,902,027	7,160,293	12.8

자료: ITC World Trademap



그림 4 글로벌 달팽이진액 수입 비중 현황(2021년)

(단위: %)



자료: ITC World Trademap



## 베트남 달팽이진액 수입 규모

2021년 베트남의 달팽이진액(HS CODE 2202.99) 국가별 수입 규모는 한국이 4,329만 8,000달러를 기록하여 전체 수입 규모의 40.8%를 차지함

- 對한국 수입 규모는 최근 4년간(2018-2021년) 연평균 성장률 10.7%를 기록함
- 그 외 수입 비중은 태국(16.5%), 일본(8.7%), 말레이시아(5.6%), 인도네시아(5.4%) 순으로 높게 나타남



표 2

베트남 달팽이진액 수입 규모 추이(2018-2021년)<sup>1)</sup>

(단위: 천 달러, %)

국가	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	89,151	115,869	116,204	106,222	6.0
1 한국	31,875	39,222	41,822	43,298	10.7
2 태국	13,833	18,696	17,415	17,503	8.2
3 일본	2,932	3,809	4,063	9,247	46.6
4 말레이시아	24,466	31,548	27,095	5,915	-37.7
5 인도네시아	2,999	5,385	5,248	5,724	24.0
기타	13,046	17,209	20,561	24,535	23.4

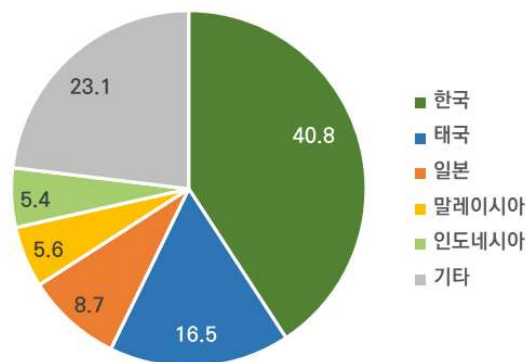
자료: ITC World Trademap



그림 5

베트남 달팽이진액 국가별 수입 비중 현황(2021년)

(단위: %)



자료: ITC World Trademap

1) 베트남 HS CODE 2202.99의 2017년 이전 데이터는 공개되지 않아 2018년부터의 수입 규모를 작성함

## 한국 달팽이진액 수출 규모

2021년 한국의 달팽이진액(HS CODE 2202.99.9000) 수출 규모는 3억 1,518만 8,000달러, 수출량은 29만 8,037톤을 기록함

- 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 8.9%를 기록함
- 2019년부터 수출액이 감소 추세였으나, 2021년 수출액이 전년 대비 19.4% 증가하며 2019년 이전보다 높은 수출 규모를 기록함

2021년 한국의 베트남 달팽이진액(HS CODE 2202.99.9000) 수출 규모는 3,442만 7,000달러, 수출량은 2만 2,420톤을 기록함

- 최근 5년간(2017-2021년) 수출액은 연평균 성장률 15.9% 기록하며 증가함
- 2020년 코로나19로 인해 수출액이 전년 대비 1.2% 감소하여 3,147만 5,000달러를 기록했으나, 2021년 전년 대비 9.4% 증가하며 수출 규모를 회복함



표 3

### 한국의 對글로벌 및 對베트남 달팽이진액 수출 규모 추이(2017-2021년)<sup>2)</sup>

(단위: 천 달러, 톤, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
對 글로벌	수출액 (YoY)	223,790	271,855	269,564	264,078	315,188	8.9
		-	21.5	-0.8	-2.0	19.4	-
對 베트남	수출액 (YoY)	19,078	26,736	31,868	31,475	34,427	15.9
		-	40.1	19.2	-1.2	9.4	-
對 베트남	수출량 (YoY)	15,591	21,162	25,699	22,766	22,420	9.5
		-	35.7	21.4	-11.4	-1.5	-

자료: 농식품수출정보(KATI)

2) HS CODE 2202.99.9000의 2016년 이전 데이터는 공개되지 않아 2017년 전년대비 증감률은 공란으로 처리함

# II

## 트렌드



# 01 소비 트렌드

## 건강보조식품 소비 관련 트렌드

코로나19 이후 건강 증진 및 관리에 대한 관심이 높아짐에 따라 건강보조식품 시장이 폭발적으로 성장하고 있으며, 건강기능식품 섭취의 필요성에 대한 인식이 지속적으로 높아지고 있음

- 베트남에서 판매 중인 주요 건강보조식품은 비타민, 프로바이오틱스, 오메가3 등이 있으며 천연재료로 만든 제품의 선호도가 높음
- 비타민과 제비집, 홍삼 등 면역력 증진에 도움이 되는 건강보조식품에 대한 관심도 크게 증가함

베트남 시장 내 건강보조식품은 성분에 따라 크게 약초 성분 제품과 비 약초 성분 제품으로 분류됨

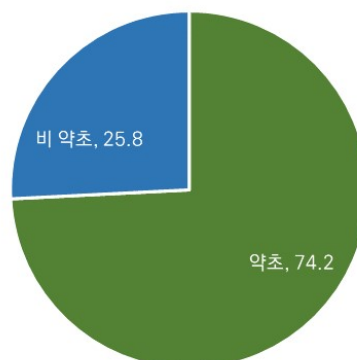
- 2022년 기준 약초 성분 제품은 전체 시장의 74.2%를 차지함
- 대표적인 약초 성분 제품으로는 은행잎 추출물(징코빌로바), 인삼 등이 있음
- 베트남에서 비 약초 성분 제품은 장기 복용 시 부작용이 나타날 우려가 있으나, 약초 성분 제품은 더 안전하게 복용할 수 있고, 효능도 우수하다는 인식이 있음
- 고령화 및 알코올 소비율이 높아 약초 성분 제품 중에서도 기억력 증진 및 간 건강에 도움을 주는 제품이 인기를 얻고 있음



그림 6

베트남 건강보조식품 카테고리별 비중(2022년)

(단위: %)



자료: Euromonitor International

베트남 소비자들은 심각한 질병이 아닌 경우, 민간요법을 통한 자가 치료를 선호하는 특징이 있음

- 처방전 없이 누구나 쉽게 의약품을 구매할 수 있는 미비한 의약품 관리 체계와 높은 의료비와 민간요법에 대한 신뢰 등이 이유임
- 질병에 대한 직접적인 치료보다는 일상적으로 건강관리를 돕는 면역력 증진을 위한 종합비타민 등에 대한 수요가 높은 편임

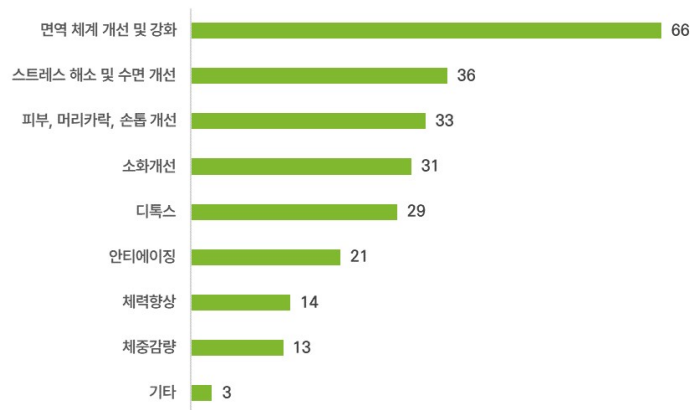
베트남 건강보조식품에 대한 설문조사에 따르면 응답자의 약 66%가 면역 체계 개선 및 강화 목적으로 건강보조식품을 구매했다고 응답함. 이어서 스트레스 해소 및 수면 개선(36%), 피부, 머리카락, 손톱 개선(33%) 순으로 응답 비중이 높았음



그림 7

건강기능식품 구매 목적에 대한 조사(복수 응답)

(단위: %)



자료: Rakuten Insight

베트남 건강보조식품 시장의 기업별 점유율을 살펴보면, Herbalife Vietnam이 2022년 기준 전체 시장의 16.7%를 차지하며 시장점유율 1위를 차지함

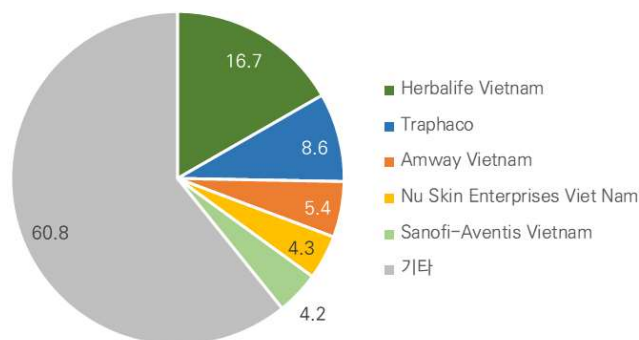
- 이어서 Traphaco가 8.6%, Amway Vietnam이 5.4%, Nu Skin Enterprises Vietnam이 4.3%, Sanofi-Aventis Vietnam이 4.2% 순으로 조사됨



그림 8

베트남 건강보조식품 기업별 시장점유율(2022년)

(단위: %)



자료: Euromonitor International

베트남 건강보조식품 시장의 브랜드별 점유율을 살펴보면, Herbalife Vietnam사의 Herbalife Nutrition이 전체 시장의 16.7%를 차지하며 시장점유율 1위를 차지함

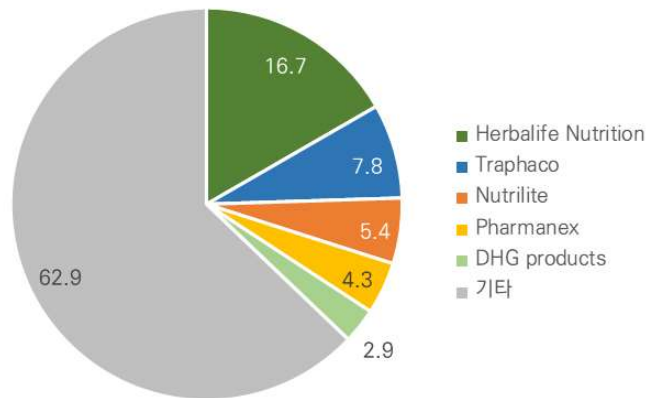
- 이어서 Traphaco사의 Traphaco가 7.8%, Amway사의 Nutrilite가 5.4%, Nu Skin Enterprises Vietnam사의 Pharmanex가 4.3%, DHG Pharmaceutical사의 DHG Products가 2.9% 순으로 조사됨



그림 9

베트남 건강보조식품 브랜드별 시장점유율(2022년)

(단위: %)



자료: Euromonitor International

베트남에서 건강보조식품을 복용하는 소비자의 대다수는 하노이, 호찌민, 다낭 등 대도시에 거주하는 고학력, 고소득자임. 유아용 건강보조제품 또한 하노이, 호찌민 등 대도시에 거주하는 젊은 부모 소비자를 중심으로 빠르게 성장하고 있음

한편, 베트남 정부는 식품 안전 규제 강화를 적극적으로 진행하고 있음. 특히, 식품 안전 이슈가 여러 차례 발생하여 베트남 소비자들의 식품 위생 및 안전에 대한 의식이 크게 증가함

- 이에 베트남 소비자들은 제품의 원산지, 원재료에 대해 과거보다 더 많은 관심을 가지고 확인 후 소비하는 습관을 갖게 됨
- 식품 산업 전반에서 비위생적인 제품에 대한 경계심이 높아지면서 고가의 수입식품, 유기농, 친환경 제품에 대한 수요가 증가하고 있음

라쿠텐 인사이트(Rakuten Insight)에서 건강보조식품을 섭취하는 16세 이상 소비자를 대상으로 실시한 설문조사에 따르면, 건강기능식품 소비 경험이 있는 응답자의 60%가 약국에서 구매했다고 응답함

- 제품의 품질 및 안전성에 대한 우려가 높아지면서 약국과 드럭스토어를 통한 건강보조식품 구매를 선호하는 소비자가 늘어남
- 최근에는 약국에서 가품을 판매하다 적발된 사례가 발생하면서 편리한 쇼핑환경, 품질 및 출처를 신뢰할 수 있는 드럭스토어의 이용 비중이 증가하고 있음



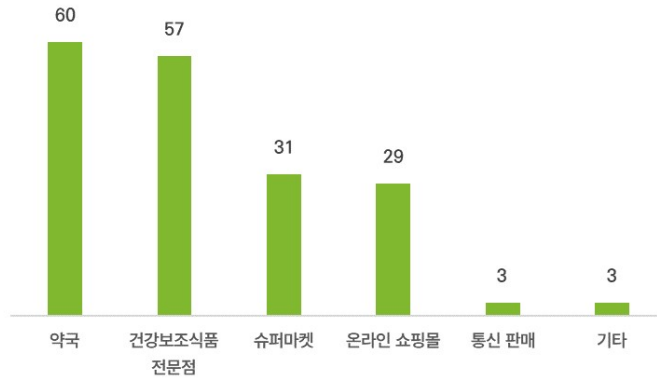
- 또한, 코로나19 이후 비대면 구매 경험이 증가하면서 베트남 MZ세대를 중심으로 제품 비교가 용이한 온라인 채널을 통한 구매수요가 증가하고 있음



그림 10

## 건강보조식품 구매 시 선호 유통채널(복수 응답)

(단위: %)



자료: Rakuten Insight

베트남 건강보조식품 시장에서는 주로 미국, 베트남, 한국산 제품이 유통되고 있음. 해외 브랜드의 경우 프리미엄 시장을 타겟으로 하며, 베트남 현지 브랜드의 경우 저가 시장을 타겟으로 함

- 비타민 및 식이보조제의 경우 Herbalife, Amway 등 미국계 글로벌 제품이 높은 시장점유율을 차지하고 있음
- 약초 및 전통제품의 경우, 정관장 등 한국 브랜드, DHG 등 현지 기업 제품이 주로 판매되고 있으나, 시장을 주도하는 브랜드가 없으며 경쟁이 치열한 상황임

베트남 시장에 진출한 한국 건강보조식품은 기업으로는 한국 유나이티 제약사, 한국 KGC 등이 있음. 한국산 제품은 고품질로 인식되어 베트남 및 중국 브랜드 제품에 비해 높은 가격에 판매되고 있음



그림 11

## 베트남 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 다양한 한국 제품



자료: Shopee Vietnam

# III

유통



# 01 유통구조

## 베트남 달팽이진액 유통구조

지원기업의 품목인 달팽이진액의 상위 시장인 건강보조식품의 유통채널을 분석함

건강보조식품은 약국, 건강보조식품 전문점, 홈쇼핑, 온라인 쇼핑몰, 직접 판매 등을 통해 유통되고 있음. 최근에는 온라인을 통한 해외직구 구매 빈도도 증가하고 있음

베트남의 비타민 및 건강보조식품은 주로 약국을 통해 유통되고 있음. 2021년 기준, 건강보조식품 약국 유통 비중은 전체 유통채널의 63.7%를 차지함

- 약국 유통 비중은 2016년 대비 9.5%p 감소함
- 반면, 직접 판매의 점유율은 2016년 대비 9.1%p, 온라인 쇼핑몰의 점유율은 1.3%p 상승함



표 4

베트남 비타민 및 건강보조식품 유통경로별 점유율

(단위: %)

유통채널	2016년	2021년	2016년 대비 증감률
약국	73.2	63.7	-9.5
건강보조식품 전문점	0.4	0.4	0.0
홈쇼핑	2.7	1.8	-0.9
온라인 쇼핑몰	7.6	8.9	1.3
직접 판매	16.1	25.2	9.1
총계	100	100	-

자료: Euromonitor International

# 02 주요 유통채널 분석

## 베트남 달팽이진액 오프라인 유통채널

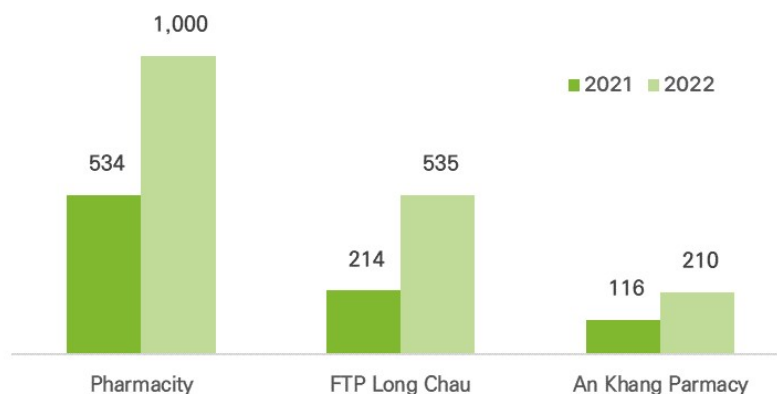
### 1. 약국 및 드럭스토어

코로나19 이후 일반의약품(OTC) 및 건강보조식품의 매출이 급증하면서 베트남 내 체인점 약국의 매장 수가 대폭 증가함

- 2022년 기준, 베트남 체인점 약국 주요 3사의 매장 수는 1,745개로 2021년(864개) 대비 매장 수가 102% 증가함
- Pharmacity는 사모펀드인 Mekong Capital의 투자를 받으며 매장 수를 대폭 확장하여 2021년 534개에서 2022년 1,000개로 증가함
- FPT Long Chau 약국은 2022년 535개로 2021년(214개) 대비 매장 수가 약 87.3% 증가함
- An Khang Pharmacy는 2022년 기준 점포 수가 210개로 2021년(116개) 대비 매장 수가 81% 증가함

그림 12 베트남 주요 대형 체인점 약국 점포 수 증가 추이(2021-2022년)

(단위: 개)



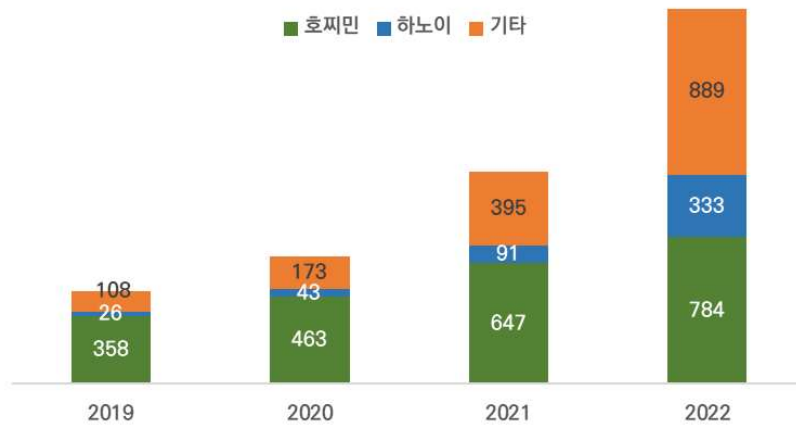
자료: Q&Me

지역별로 약국 및 드럭스토어 점포 수를 살펴보면, 호찌민시가 타 지역 대비 소매 판매가 활발하여 매장 수가 많음

- 매장 수가 대폭 확장된 최근 2년(2021-2022년)을 살펴보면, 하노이시의 약국 점포 수는 2021년 91개에서 2022년 333개로 전년 대비 265.9% 증가함
- 호찌민, 하노이 외 기타 지역에서도 약국 점포 수가 대폭 확장됨. 기타 지역의 약국 점포 수는 2021년 395개에서 2022년 889개로 전년 대비 125.1% 증가함

**그림 13** 베트남 지역별 약국 체인 수 추이(2019-2022년)

(단위: 개)



자료: Q&Me

특정 지역에 집중하여 매장을 확장하는 약국 체인점이 있어 지역별로 강세를 보이는 약국이 상이하게 나타남

- SK Pharmacy, Phano Pharmacy, An Khang Pharmacy, Eco Pharma 등은 호찌민시와 기타 지역에 집중하여 매장을 냈으며, 하노이시에는 매장이 없음
- 일본 드럭스토어 브랜드 Matsumoto Kiyoshi의 경우, 호찌민시에만 2개 매장을 보유하고 있음

**표 5** 베트남 지역별 약국 및 드럭스토어 체인 점포 수(2022년)

(단위: %)


체인명	호찌민시	하노이시	기타 지역	합계
An Khang Pharmacy	70	0	140	210
Eco Pharma	10	0	0	10
Guardian	74	18	6	98
FTP Long Chau	142	55	338	535
Matsumoto Kiyoshi	2	0	0	2
Medicare	20	4	53	77
Phano Pharmacy	41	0	21	62
Pharmacycity	413	256	331	1,000
SK Pharmacy	12	0	0	12
합계	784	333	889	2,006

자료: Q&Me

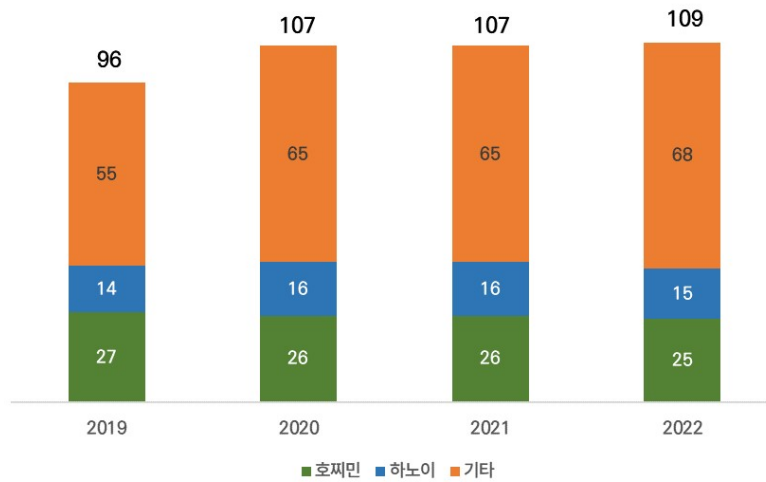


## 2. 백화점

2022년 베트남 내 백화점은 총 109개로 전년 대비 호찌민시에서 1개점 감소, 하노이시에서 1개점 감소, 그 외 기타 지역에서 3개점 증가함

 **그림 14** 베트남 지역별 백화점 점포 수 추이(2019-2022년)


(단위: 개)



자료: Q&Me

브랜드별로 살펴보면, 빈 그룹(Vin Group)의 빈컴몰(Vincom Mall)이 2021년 기준 전국에 80개의 백화점을 보유하여 베트남 전체 백화점의 70% 이상을 차지함

- 이어서 롯데마트(Lotte Mart) 14개, 이온몰(Aeon Mall) 6개, 파슨스(Parksons) 3개, 로빈스(Robins) 2개 순임

 **표 6** 베트남 지역별 백화점 점포 수(2021년)

(단위: 개)

백화점 명	호찌민시	하노이시	기타 지역	합계
Vincom	13	11	56	80
Lotte Mart	4	2	8	14
AEON Mall	2	2	2	6
Parksons	2	0	1	3
Robins	1	1	0	2
Crescent Mall	1	0	0	1
Diamond	1	0	0	1
Takashimaya	1	0	0	1
VivoCity	1	0	0	1
합계	26	16	67	109

자료: Q&Me

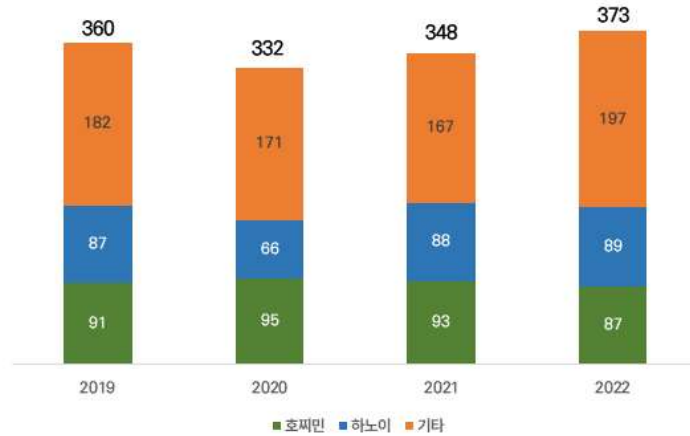


### 3. 대형마트 및 하이퍼마켓

베트남의 대형마트 점포 수는 코로나19의 영향으로 2019년 360개에서 2020년 332개로 감소함. 그러나 이후 2021년 348개, 2022년 373개로 매장이 다시 확장되며 회복세를 보이고 있음

**그림 15** 베트남 지역별 대형마트 점포 수 추이(2019-2022년)

(단위: 개)



자료: Q&Me

베트남 대형마트 시장은 2022년 기준 쿵마트(Coop Mart)가 128개 매장, 윈마트(Win Mart)가 123개로 양강 구도를 구축하고 있음

- 이어서 사쿠코(Sakuko) 36개, 란치마트(Lanchi Mart) 24개, 이온 시티마트(Aeon Citimart) 20개, 탑스마켓(Tops Market) 15개 순으로 매장 수가 많음

**표 7** 베트남 지역별 대형마트 점포 수(2022년)

(단위: 개)

백화점 명	호찌민시	하노이시	기타 지역	합계
Coop Mart	43	6	79	128
Win Mart	18	42	63	123
Sakuko	0	19	17	36
Lanchi Mart	0	10	14	24
AEON Citimart	16	2	2	20
Tops market	4	3	8	15
Fujimart	0	3	0	3
Emart	1	0	0	1
Satra Mart	1	0	0	1
합계	87	89	197	373

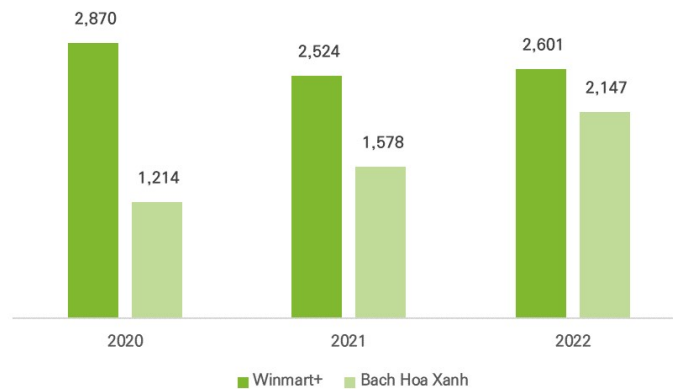
자료: Q&Me

베트남에서는 마산그룹 자회사 윈마트+(Winmart+)와 모바일월드의 소매 자회사인 박 화 싸잉(Bach Hoa Xanh)이 하이퍼마켓 채널의 양강 구도를 구축하고 있음

- 2022년 기준, 윈마트+의 점포 수는 2,601개이며, 박 화 싸잉의 점포 수는 2,147개로 두 기업의 소매점을 합치면 4,748개에 달함
- 이 외에 2021년 점포 수 상위 순위를 기록한 곳으로는 편의점 서클케이(Circle K, 415개), 쿠팡푸드(Coop Food, 394개), 사트라푸드(Satrafoods, 187개) 등이 있음

**그림 16** 베트남 주요 하이퍼마켓 점포 수 추이(2020-2022년)

(단위: 개)



자료: Q&Me

#### 4. 온라인 쇼핑물

2021년 4분기 기준, 베트남 내 트래픽 수 1위를 기록한 온라인 쇼핑물은 Shopee로 앱스토어 및 플레이스토어에서 모두 다운로드 횟수 1위를 차지함. Shopee의 2021년 4분기 웹 트래픽 수는 8,895만 6,700건에 달함

- 2위는 Lazada로 2021년 4분기 웹 트래픽 수 2,063만 3,300건을 기록하였으며, 3위는 베트남 현지 기업인 Tiki로 1,786만 6,700건을 기록함

**표 8** 베트남 주요 온라인몰 웹 트래픽 수(2021년 4분기)

(단위: 방문 횟수)

온라인 쇼핑물 명	웹 트래픽 수
Shopee VN	88,956,700
Lazada VN	20,633,300
Tiki	17,866,700
Sendo	4,946,700
Vat Gia	1,356,700
Fado.vn	820,800
Vo so	120,400

자료: iPrice Vietnam

## 주요 오프라인/온라인 유통업체: (1) 약국 체인점

### 1. 파마시티(Pharmacy)

		<b>개요</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- 동양, 서양 의약품 등 다양한 의약품 및 건강보조식품 판매</li> <li>- 온라인 쇼핑몰을 운영하며 배송 서비스도 제공함</li> <li>- 자사 애플리케이션 ExtraCare 회원 약 110만 명 보유</li> <li>- 모든 매장에서 근무하는 직원은 전문적인 교육을 이수</li> <li>- 입점 가능 품목으로는 건강보조식품, 음료, 스낵, 캔디, 화장품, 의약품, 의료기기 등이 있음</li> </ul>
<b>유통채널명</b>	Pharmacy	
<b>연락처</b>	+84-1800-6821	
<b>홈페이지</b>	www.pharmacy.vn	<b>본사 소재지</b> 248A No Trang Long, Ward 12, Binh Thanh District, Ho Chi Minh City.  <b>매출액 및 종업원 수</b> 1억 5,800만 달러(2021년) / 약 3,000명
<b>입점 절차</b>		
1) 홈페이지 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 'Trở thành nhà cung cấp' 클릭</li> <li>- 필요 정보 기입 후 제출</li> <li>- 홈페이지 기입 정보: 담당자명, 이메일 주소, 문의 내용 등</li> </ul>		
2) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: cskh@pharmacy.vn</li> <li>- 전화: +84-1800-6821</li> </ul>		

## 2. 롱차우(Long Chau)

		<b>개요</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2007년 설립한 약국 체인으로 베트남 남부 지역을 중심으로 빠르게 성장함</li> <li>- 2018년 통신, 휴대폰, 전자제품 유통 기업인 FPT Retail이 Long Chau의 지분 75%를 인수함</li> <li>- 처방약, 비처방약, 건강보조식품, 의료장비, 화장품 등을 취급함</li> <li>- 베트남 내 50개 지역에 약 500개 이상의 지점 보유</li> </ul>
			<b>본사 소재지</b>
<b>유통채널명</b>	Long Chau	<b>매출액</b>	1억 7,466만 달러(2021년)
<b>연락처</b>	+84-028-7302-3456	<b>입점 절차</b>	
<b>홈페이지</b>	nhathuoclongchau.com	1) 유선 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공급자 정보: 공급자명, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소 등</li> <li>- 공급 제품 정보: 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등</li> <li>- 참고자료: 회사 소개서, 카탈로그 등</li> </ul>	
		2) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: sale@nhathuoclongchau.com</li> <li>- 전화: +84-028-7302-3456</li> </ul>	

## 주요 오프라인/온라인 유통업체: (2) 하이퍼마켓

### 1. 쿠팡마트(Coop Mart)

		<b>개요</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 베트남 국영자본으로 운영되는 협동조합 형태의 소매점</li> <li>- 베트남 내 1위 소매 유통 기업</li> <li>- 오프라인 외 온라인 플랫폼(coopmart.vn) 보유</li> <li>- 2013년 하이퍼마켓 쿵엑스트라 플러스(CoopXtraplus) 설립</li> <li>- 입점 가능한 품목으로는 신선식품, 냉동식품, 주류, 음료류, 유제품, 일반 생활용품, 가전제품 등이 있음</li> </ul>	
<b>유통채널명</b>	Co.op mart		
<b>연락처</b>	+84-028-38-360-143	<b>본사 소재지</b>	131 Điện Biên Phủ, Phường 15, Quận Bình Thạnh, Tp.HCM
<b>홈페이지</b>	www.co-opmart.com.vn	<b>매출액 및 종업원 수</b>	약 145억 달러(2021년) / 약 9만 명
<b>입점 절차</b>			
1) 이메일을 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 회사소개서 및 카탈로그를 공개 메일로 송부</li> </ul>			
2) 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공급자 정보(공급자 신상, 사업자등록증, 주소, 연락처, 이메일 주소 등)</li> <li>- 공급자 비즈니스 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가 등)</li> <li>- 공급자 은행 계좌 정보(은행 계좌번호, 계좌 유형 등)</li> <li>- 참고자료(샘플, 카탈로그, 회사 소개서)</li> </ul>			
2) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: phonggdnc@saigonco-op.com.vn</li> <li>- 전화: +84-838-360-143 (내선번호: 1167)</li> </ul>			

## 주요 오프라인/온라인 유통업체: (3) 온라인 쇼핑몰

### 1. 쇼피(Shopee)

		<b>개요</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2015년에 설립한 싱가포르 기반의 전자상거래 플랫폼</li> <li>- 동남아시아 최대의 전자상거래 플랫폼으로 말레이시아, 태국, 대만, 인도네시아, 필리핀, 베트남에 진출하여 사업 전개 중</li> <li>- SEA Group이 투자했으며 2017년 Shopee Vietnam 설립함</li> </ul>
			<b>본사 소재지</b>
<b>유통채널명</b>	Shopee	<b>매출액 및 종업원 수</b>	약 46억 달러(2021년) / 약 3만 명(2021년)
<b>연락처</b>	+84-024-73081221		
<b>홈페이지</b>	www.shopee.vn	<b>입점 절차</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>홈페이지에서 직접 등록           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 우측 상단 'dang ky' 클릭하여 가입 후 판매자(Seller) 등록</li> </ul> </li> <li>입점 문의 후 진행           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 상단 tro thanh Nguoi ban Shopee 클릭</li> <li>- 정보 기입하여 제출</li> </ul> </li> <li>문의사항 연락처           <ul style="list-style-type: none"> <li>- support@shopee.vn</li> </ul> </li> </ol>			



## 2. 티키(Tiki)

		<b>개요</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 온라인 서점에서 시작하여 일반 전자상거래 플랫폼으로 확장하여 사업 전개</li> <li>- 징동닷컴(JD.com)이 2017년 티키에 투자하여 지분 보유</li> <li>- 우수한 서비스로 젊은 소비자에게 인기가 높음</li> <li>- 전자제품, 휴대폰, 식품, 화장품 등 다양한 제품 판매</li> </ul>
<b>유통채널명</b>	Tiki		
<b>연락처</b>	+84-1900-6035		
<b>홈페이지</b>	www.tiki.vn	<b>본사 소재지</b>	Tòa nhà Viettel, Số 285, đường Cách Mạng Tháng 8, phường 12, quận 10, Thành phố Hồ Chí Minh
		<b>매출액 및 종업원 수</b>	
<b>입점 절차</b>			
1) 유선 연락 또는 이메일 통해 문의 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 입점 절차는 크게 가입 및 계약서 작성, 필요정보 등록, 홈페이지에 제품 등록, 3단계로 이루어짐</li> <li>- 정책 및 규정 확인 후 안내된 절차에 따라 입점 문의</li> <li>- Register Today 클릭하여 필요정보 기입</li> <li>- 입점 후 Sales Center 이용하여 제품 설명 및 판매 가격 자유롭게 조정 가능</li> </ul>			
2) 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공급자 정보: 담당자명, 연락처, 이메일 주소, 기업명, 사업자 등록번호 등</li> <li>- 제품 정보: 브랜드 이름, 제품 이름, 판매 가격, 원산지 등</li> </ul>			
3) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: partnersupport@tiki.vn</li> <li>- 전화번호: +84-1900-6034</li> </ul>			

# IV

바이어 인터뷰



# 01 바이어 인터뷰

## 드럭스토어 담당자

1. 소개를 부탁드립니다.

저는 약사인 Linh이라고 하며, 약사입니다

2. 다양한 형태의 조사 제품 중 인기가 가장 높은 제품과 이유는 무엇인가요?

달팽이 진액이라는 건강기능식품을 처음 들어보았습니다. 달팽이 진액 화장품만 알고 있습니다.

3. 조사 제품의 가격, 용량, 패키징 등 판매 가능성이 있을까요?

솔직히, 확답을 드리기 어렵습니다

4. 해당 제품에서 소비자들이 제일 중시하는 구매 요인은 무엇인가요?

갈랑가라는 제품이 있는데, 이 제품은 맛이 독특해서 베트남 북부에서 생선조림 시 생선비린내를 잡기 위해 자주 사용하는 양념 혹은 향신료라서 괜찮습니다

하지만 베트남 소비자들은만 달팽이 진액은 꺼려하지 않을까 합니다

5. 추천하는 홍보 방법은 무엇인가요?

달팽이를 낯설어하는 소비자가 많으니, 이러한 인식을 줄이는 것이 우선 필요할 것 같습니다

## 드릭스토어 담당자

1. 소개를 부탁드립니다.

판매를 담당하는 Quynh이라고 합니다

2. 다양한 형태의 조사 제품 중 인기가 가장 높은 제품과 이유는 무엇인가요?

저희 매장에서 비슷한 성분을 가진 상품이 없으나 면역력 강화, 활력 증진에 좋은 건강식품이나 제품이 많다. 단, 달팽이가 아닌 홍삼 또는 인삼이 주 성분입니다

3. 조사 제품의 가격, 용량, 패키징 등 판매 가능성이 있을까요?

패키징은 비교적 훌륭하다고 생각합니다. 그러나 일단 효능이나 성분이 익숙하지 않아 가격이나 용량은 확답을 드리기 어렵습니다

4. 해당 제품에서 소비자들이 제일 중시하는 구매 요인은 무엇인가요?

효능도 중요하지만 맛과 향도 중시한 것 같습니다

5. 추천하는 홍보 방법은 무엇인가요?

달팽이로 만든 진액이 왜 면역력 증진에 좋은지 잘 설명할 필요가 있습니다

V

시사점



# 01 수출 확대 방안

## 성분 및 효능 적극적으로 어필

지원 기업 제품은 베트남 소비자들에게 대단히 생소한 것으로 여겨짐. 특히, 달팽이가 주 성분이라는 점에서 익숙하지 않으며, 어떤 소비자들은 거부감을 표하기도 함

이러한 점을 불식시키기 위해 제품의 성분에 대해 스토리텔링을 부여하고, 효능을 적극적으로 어필하는 마케팅이 필요함. 다소 낯설더라도, 이 제품이 매우 희귀하고 특별한 주 원료를 사용했으며, 효능이 확실하다는 점을 각인시킬 수 있다면 프리미엄 포지셔닝으로 판매할 수 있는 잠재력이 매우 높음

## 프리미엄 포지셔닝

지원 기업 제품은 베트남 시장에서 비교적 가격대가 높게 형성될 것으로 예상되지만, 한국산을 강조하는 프리미엄 포지셔닝을 취해야 함

이를 위해서 효능에 대한 검증과 적극적인 홍보를 바탕으로 소비자들에게 프리미엄이라는 인식을 심어주어야 함

활용 사례로는 선물용이 제일 적합함. 베트남에서도 우리나라와 마찬가지로 설 명절을 지내는데, 주로 이때 고가의 선물이 많이 거래됨. 패키징을 고급스러운 느낌으로 제작하고, 앞서 언급한 것처럼 성분과 효능을 각인시킨다면 소비자들에게 충분히 어필할 수 있음



## 참고문헌



### □ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. ITC World Trademap
3. 농식품수출정보(KATI)
4. Rakuten Insight
5. Q&Me
6. iPrice Vietnam
7. Shopee Vietnam

### □ 참고 자료

1. aT 한국농수산물유통공사 하노이지사, “2022 베트남 프리미엄 식품 조사”

## 수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022. 12

•본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.