

베트남 지역 농산물, 라이브커머스로 완판



하노이지사

작성자_ 최성곡



베트남 지역 농산물, 라이브커머스로 완판 기록

최근 베트남 북부 박장(Bac Giang)성과 박간(Bac Kan)성에서 진행된 라이브커머스가 현지에서 큰 관심을 받고 있다. 특히, 박장성에서 진행된 라이브커머스는 단 4시간 만에 리치(Lychee) 23톤이 완판되었으며, 조회수 1.7백만회 등을 기록하는 등 높은 인기를 얻었다.

LIVE COMMERCE



'21년 코로나19 확산 영향으로 유통·판매가 어려워진 베트남 북부 응에안(Nghe An)성 오렌지 72톤이 라이브커머스를 통해 성공적으로 판매된 이후 현지에서는 라이브커머스를 통한 지역 농산물 판매가 이뤄지고 있다.

위와 같이 성공적으로 완판을 기록한 라이브커머스는 유명 배우 및 라이브 전문 셀러 등 인기 인플루언서가 참여하여 소비자들을 사로잡았다는 공통점이 있다.

라이브스트림을 통한 베트남 지역 농산물 판매



출처: 베트남 현지 언론매체(Vnexpress, Dan Viet 등)

베트남 전자상거래시장 현황

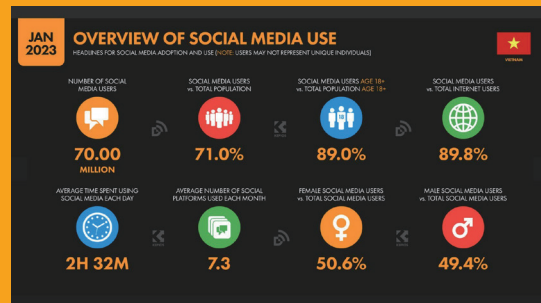
UN 인구기금(United Nations Population Fund, UNFPA)에 따르면, 2023년 베트남 전체 인구 중 15~64세 생산가능인구는 전체 인구의 68%, 15세 미만 영유아 및 청소년 인구는 22%를 차지하는 잠재적 소비자가 풍부한 신흥 시장이다.

베트남의 스마트폰 및 인터넷 보급률이 증가하면서 SNS 이용자 수가 빠르게 증가하였고 2022년 중국(약 1,022백만 명), 인도(755백만 명), 미국(302백만 명) 등에 이어 70백만 명으로 국가별 SNS 이용자 수 순위 10위를 기록했다.

베트남 산업무역부 전자상거래 디지털경제국(IDEA)에 따르면, 2022년 베트남의 전자상거래 소매시장 총매출액은 전년 대비 20% 증가한 164억 불이며, 이는 베트남 상품 및 서비스 소매시장 규모의 7.5%를 차지하는 수준이다.

2023년 초 베트남의 SNS 이용자 수는 전체 인구의 71.0%에 달하고 플랫폼별 사용률은 페이스북 > 잘로 > 유튜브 등의 순으로 나타났으며, 최근에는 이용자 수 증가율이 가장 높은 틱톡이 베트남에서 급부상하고 있다.

베트남 SNS 이용 현황



출처: DataReportal

베트남 주요 라이브커머스 플랫폼 현황

GoStream Tech에 따르면 베트남에서는 라이브스트리밍을 통한 판매가 일평균 7~8만 건이 이루어지며 대부분 화장품과 옷으로 식품의 경우 저렴하고 할인율이 큰 품목 위주로 증가하고 있다. 베트남의 주요 라이브커머스 플랫폼으로는 틱톡, 페이스북, 쇼피가 있으나, 이 중 샷폼 플랫폼인 틱톡이 현지 MZ세대를 중심으로 급부상하면서 신흥강자로 떠오르고 있다.

쇼피
베트남 전자상거래 시장 점유율 1위 기업으로 다양한 C2C, B2C 판매채널 입점 및 식품, 뷰티, 패션 등 종합 온라인몰. 라이브스트리밍 보다는 일반 온라인쇼핑이 더 활발

틱톡
MZ세대 인기 SNS채널로 떠오르는 플랫폼으로 이용자가 빠르게 증가하고 있음. 틱톡샵 라이브스트리밍을 통한 판매 활동이 활발하게 이뤄짐

페이스북
베트남 인기 SNS 채널로 6천만 명(전체 인구의 60%)이 이용하는 것으로 나타났으며, 라이브스트리밍 기능을 이용해 개인 판매활동이 활발하게 이뤄짐

STREAMING

Insight

베트남은 경제 발전에 힘입어 소비시장이 가파르게 성장세를 보이고 있으며, 소비 주도층인 MZ세대의 소비행태 변화, 인터넷 및 스마트폰 보급률 증가 등으로 인해 판매·유통 채널 트렌드 또한 변화하고 있다.

베트남 온라인 시장은 초기 단계로 소비자의 낮은 신뢰도가 가장 큰 애로사항으로 꼽히고 있어 판매자가 직접 입어보고 먹어보는 것을 실시간으로 생중계하는 라이브커머스에 관한 관심이 확대되고 있으며, 특히, 라이브커머스는 판매자와 구매자 간의 빠른 피드백 공유 등 양방향 소통이 자유로운 장점이 있어 현지 MZ세대를 중심으로 틱톡 등의 플랫폼을 통해 큰 인기를 끌고 있다.

라이브스트리밍은 홍보 현장의 열기를 생생하게 전달할 수 있는 장점이 있어 한국 농식품 소비자체험행사 등 행사 추진 시 활용한다면 한국 농식품에 대한 인지도 제고 및 소비 저변을 확대할 수 있을 것으로 보인다.

