

# 2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202309-01  
품목 | 홍삼음료(Red Ginseng Drink)  
HS CODE | 1302.19-1210  
국가 | 베트남(Vietnam)



# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 경쟁력 분석형

#### I. 요약

04

#### II. 경쟁제품

- |                          |    |
|--------------------------|----|
| 1. 베트남 홍삼음료 경쟁제품 선정      | 06 |
| 2. 베트남 홍삼음료 경쟁제품 조사지표 선정 | 11 |
| 3. 베트남 홍삼음료 경쟁제품 현지조사 결과 | 12 |

#### III. 경쟁기업

- |                              |    |
|------------------------------|----|
| 1. 베트남 홍삼음료 경쟁기업 선정          | 25 |
| 2. 베트남 홍삼음료 경쟁기업 현지화 분석 기준   | 26 |
| 3. 베트남 홍삼음료 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 | 28 |

#### IV. 수입·유통업체 인터뷰

- |   |    |
|---|----|
| 1. 할리 그룹(Hali Group)                          | 37 |
| 2. 에듀 끼브 서비스 트레이딩(EDU - KIV Services Trading) | 39 |
| 3. 김 와이 서비스 트레이딩(KIM Y Service Trading)       | 42 |

# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 경쟁력 분석형

#### V. 경쟁력파악

---

1. 제품 경쟁력 검증	45
2. 벤치마킹 제품 분석	49
3. 기업 마케팅 벤치마킹	51
4. 온라인 인기 제품 리뷰 분석	52

#### VI. 시사점

---

※ 참고문헌	56
--------	----



HS CODE : 1302.19-1210

2023 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

# SUMMARY 베트남 홍삼음료 경쟁력분석

## 온라인 인기 제품

쇼피



골드홍삼액

라자다



홍삼골드Q

티키



홍삼골드



고려 홍삼기력보



홍삼골드



홍삼원

## 오프라인 주요 경쟁제품

코리아 레드 진생 드링크 (F사)



가격 132,700동 (7,391원)

용량 2,100ml

저온 추출 기법 강조한 디자인

소백 레드 진생 드링크 패밀리 (I사)



가격 982,000동 (54,697원)

용량 2,100ml

인삼 명장이 만든 대한민국 특산물 명시한 포장

## 경쟁기업 3개사 분석

D사

포장 현지화 ○

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

I사

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

J사

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

### 포장 현지화

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

### 홍보 현지화

- 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 하 (기업국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

## 경쟁력파악

### 100ml당 가격

단위 : 천 동

369

73

고객사 제품

경쟁제품(10개) 평균

### 용량

단위 : ml

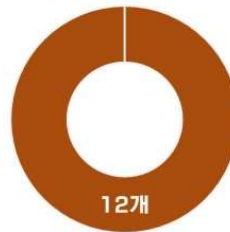
360

1562.50

고객사 제품

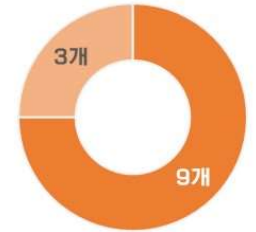
경쟁제품(10개) 평균

### 원산지



■ 한국

### 포장 형태



■ 플라스틱 파우치

■ 유리병

## 요약

Point 01.

- 1) 경쟁제품 12개의 평균 100ml당 가격은 72,860동(4,058원)으로 고객사 제품의 가격보다 낮은 편
- 2) 고객사 제품 용량은 경쟁제품 평균보다 작은 편, 제품 현지화를 위해 포장 용량 증가 고려 가능

Point 02.

- 1) 벤치마킹 제품 분석 결과, 홍삼음료 함량 강조한 홍보문구 주로 활용 중
- 2) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, 베트남 소비자 홍삼음료 제품에 대해 '품질' 및 '중량' 관심도 높은 편

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

## II

# 경쟁제품



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

# 1. 베트남 홍삼음료 경쟁제품 선정

## 1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징	
제품명	N사 홍삼음료
제품 종류	홍삼음료
소비자가격	74,000원 (1,330,000동 <sup>1)</sup> )
용량	360ml (12ml*30포)
주요 성분	산삼배양근추출액, 사양벌꿀
포장	종이 박스/ 플라스틱 파우치
특징	산삼과 거의 동일한 사포닌 함량을 가진 산삼배양근에 홍삼과 사양벌꿀까지 한 포에 담음

### Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
  - 제품명: N사 홍삼음료
  - 제품 종류: 홍삼음료
  - 소비자 가격: 74,000원(1,330,000동)
  - 중량: 360ml(12ml\*30포)
  - 특징: 산삼과 거의 동일한 사포닌 함량을 가진 산삼배양근에 홍삼과 사양벌꿀까지 한 포에 담음

### Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
  - 1. 쇼피(Shopee)
  - 2. 라자다(Lazada)
  - 3. 티키(Tiki)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 구매 순위 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰 중 쇼피, 라자다, 티키에서 확인: 각 3개 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, 한인마트, 홍삼 전문점
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
  - 오프라인 매장 인기 제품 및 홍삼음료 인기 제품들을 추가 선정
- ③ 조사 지표 선정

### Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
  - 경쟁제품 조사, 경쟁기업 조사
- ② 제품 분석
  - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
  - 벤치마킹 제품 분석
  - 온라인 인기제품 리뷰 감성분석

1) 100동=5.57원(2023.07.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

베트남 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 Shopee 쇼피	패션, 전자제품, 미용, 생활용품, 식품, 티켓 등
 Lazada 라자다	건강, 미용, 패션, 생활용품, 유아용품, 식품, 전자제품 등
 TIKI 타키	전자제품, 캠핑용품, 의류, 미용, 생활용품, 도서 등

▶ 홍삼음료 경쟁제품군 선정

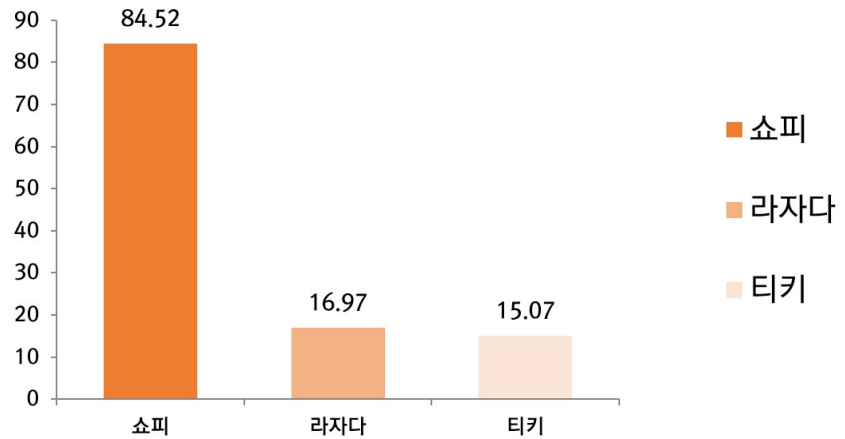
경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 홍삼음료 제품의 경쟁제품군을 선정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내 베트남 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 쇼피에서는 F사의 골드홍삼액이, 라자다에서는 L사의 홍삼골드 Q가, 티키에서는 H사의 홍삼골드 제품이 주요 인기 제품인 것으로 확인됨

[표 2.1] 2022년 베트남 온라인 쇼핑몰 월평균 방문 수

(단위: 백만)



자료: 스탯티스타(Statista)

[표 2.2] 베트남 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

쇼피 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준)<sup>2)</sup>

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	홍삼음료	F사	골드홍삼액	한국	305,000동 (16,988원 <sup>3)</sup> )	70ml*30포	
2	홍삼음료	M사	고려 홍삼기력보	한국	388,000동 (21,611원)	70ml*30포	
3	홍삼음료	O사	고려 홍삼액	한국	385,000동 (21,444원)	70ml*30포	

2) 조사일(2023.08.08) 기준

3) 100동=5.57원(2023.07.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

[표 2.2] 베트남 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

라자다 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) <sup>4)</sup>							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	홍삼음료	L사	홍삼골드 Q	한국	258,315동 (14,388원)	50ml*30포	
2	홍삼음료	H사	홍삼골드	한국	53,500동 (2,980원)	100ml*10병	
3	홍삼음료	F사	골드홍삼액	한국	257,000동 (14,315원)	70ml*30포	
티키 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) <sup>5)</sup>							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	홍삼음료	F사	홍삼골드	한국	79,000동 (4,400원)	100ml*10병	
2	홍삼음료	D사	홍삼원	한국	265,000동 (1,476원)	100ml*10병	
3	홍삼음료	F사	골드홍삼액	한국	449,000동 (25,000원)	70ml*30포	

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

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

4) 조사일(2023.08.08) 기준

5) 조사일(2023.08.08) 기준



3) 조사 지역 및 매장 선정

● 베트남 호치민 정보<sup>6)</sup>

인구	약 910만 명
면적	2,061.2km <sup>2</sup>

▶ 베트남 호치민, 방문지역으로 선정

베트남은 생산성을 높이는 정책을 통해 1986년부터 2019년까지 GDP 대비 무역률을 23%에서 약 200%로 높이는 가파른 성장을 이루어 냈음.<sup>7)</sup> 그중 수도 하노이를 포함한 중앙 직할시의 하나이자 주요 경제 중심 도시인 호치민(Hồ Chí Minh)을 방문지역으로 선정함. 호치민은 과거 남베트남공화국의 수도였으며, 현재까지 베트남의 경제 중심지 역할을 하는 핵심 도시임. 또한, 프랑스 식민지 시절 설계된 계획도시이자 프랑스에 의해 개발된 도시이기 때문에 프랑스풍의 건축물이 많이 남아 있어 전 세계 관광객이 방문하고 있음. 고객사 제품 HS CODE인 1302.19호 품목의 2022년 베트남 對글로벌 수입규모 조회 결과, 중국, 프랑스, 그리고 스페인이 각각 1, 2, 3위를 차지하고 있는 것으로 조사됨<sup>8)</sup>

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓, 한인마트, 소매점

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여 하이퍼마켓, 한인마트, 홍삼 전문 판매점을 조사매장으로 선정함

[표 2.3] 베트남 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼/슈퍼마켓	쿠팡마트(Co.op Mart), 빅씨(Big C), 콘쿱(Concuong), 빈마트(Vinmart), 사트라푸드(Satrafood) 등
한인마트	롯데마트(Lotte Mart), 케이마트(K-Mart) 등
홍삼 전문 판매점	끼브 인삼 소매점(Kiv Ginseng Center), 동년드영비엠티(Đồng Nhân Đường Việt Nam) 등
편의점	지에스25(GS25), 써클 케이(Circle K) 등

■ 고객사 진출 선호 매장

6) 자료: 베트남 통계청 홈페이지 (gso.gov.vn)

7) 자료: OECD iLibrary (www.oecd-ilibrary.org)

8) 자료: ITC Trade Map (www.trademap.org)

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(\*) 끼브 인삼 소매점(Kiv Ginseng Center), 롯데마트(Lotte Mart), 쿠팡마트(Co.op Mart)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 홍삼음료: 홍삼의 가용성 성분, 홍삼 추출액 또는 홍삼을 주원료로 하여 마실 수 있게 만든 음료.

[표 2.4] 베트남 홍삼음료 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	홍삼음료
① 코리안 레드 진생 드링크 (A사)	○ (끼브 인삼 소매점)	○ (쇼피, 라자다, 티키)	○
② 6 이어스 코리안 레드 진생 프리미엄 (B사)	○ (끼브 인삼 소매점)	○ (티키)	○
③ 코리안 레드 진생 엑스트랙트 드링크 (C사)	○ (끼브 인삼 소매점)	○ (쇼피, 라자다, 티키)	○
④ 코리안 레드 진생 드링크 (D사)	○ (끼브 인삼 소매점)	○ (쇼피, 라자다, 티키)	○
⑤ 365 코리안 레드 진생 앤 디어 앤틀러 (E사)	○ (끼브 인삼 소매점)	○ (쇼피, 라자다)	○
⑥ 골드 코리아 레드 진생 드링크 (F사)	○ (롯데마트)	○ (쇼피, 라자다, 티키)	○
⑦ 원데이 코리아 레드 진생 엑스트랙트 스틱 (G사)	○ (롯데마트)	(-)	○
⑧ 코리안 레드 진생 골드 (H사)	○ (롯데마트)	○ (쇼피, 라자다, 티키)	○
⑨ 소백 레드 진생 드링크 패밀리 (I사)	○ (롯데마트)	○ (쇼피, 라자다, 티키)	○
⑩ 코리안 레드 진생 골드 드링크 (J사)	○ (롯데마트)	○ (쇼피, 라자다, 티키)	○
⑪ 코리안 레드 진생 파워 (J사)	○ (롯데마트)	○ (쇼피, 티키)	○
⑫ 코리아 레드 진생 진 골드 (K사)	○ (쿠팡마트)	(-)	○

(\*) 현지 판매 홍삼음료 경쟁제품 12개 분석

## 2. 베트남 홍삼음료 경쟁제품 조사지표 선정

### ▶ 베트남 홍삼음료 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 베트남 홍삼음료 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
제품명		제품의 품목명
제조사		제품의 제조사
제품 종류		홍삼음료
용량	용량(ml)	제품의 포장 단위
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100ml당 가격	제품의 100ml당 가격
원산지		제품의 원산지
인증		제품의 인증
포장 형태	캔 종이 박스/플라스틱 파우치	캔 포장 또는 종이 박스/플라스틱 파우치의 내부/외부 포장
홍보문구		제품의 홍보문구
원료 및 첨가물		제품별 홍삼음료 함량

### 3. 베트남 홍삼음료 경쟁제품 현지조사 결과

- ▶ **베트남 호치민에 위치한 홍삼 전문 판매점, 한인마트, 하이퍼마켓**  
 베트남 호치민에 위치한 홍삼 전문 판매점인 끼브 인삼 소매점, 한인마트인 롯데마트, 하이퍼마켓인 쿵마트에 방문함. 특히, 끼브 인삼 소매점의 경우, 호치민 중심지에 위치하여 관광객의 방문이 잦음. 롯데마트와 쿵마트는 베트남에서 여러 개의 체인점을 운영하고 있음

[표 2.6] 베트남 방문 매장 및 특징

방문 매장명	끼브 인삼 소매점 (Kiv Ginseng Center)	롯데마트 (Lotte Mart)	쿵마트 (Co.op Mart)
방문 매장 전경			
구분	홍삼 전문 판매점	한인마트	하이퍼마켓
조사 제품 수	5개	6개	1개
조사 매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 고품질의 고려 인삼을 공급하는 선두업체</li> <li>· 하노이 및 호치민에 매장 보유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 2008년에 베트남 현지 진출하여, 현재 15개의 매장 운영</li> <li>· 무료 배송, 무료 주차, 환전 서비스 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 베트남 하이퍼마켓 체인으로 주로 남부에 위치</li> <li>· 저렴한 가격을 강점으로 현재 650여 개 매장 운영</li> </ul>

▶ 경쟁제품, 12개 모두 하나의 매장에서만 판매

끼브 인삼 소매점, 롯데마트, 쿠팡마트 총 3개 매장 방문 후 인기 제품을 조사한 결과, 홍삼음료 경쟁제품들은 각 매장과 중복하여 판매되고 있지 않음을 확인함. 다만, 베트남 인기 쇼핑몰 쇼피, 라자다, 티키에서는 일부 품목을 제외하고 대부분 판매되고 있음

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	끼브 인삼 소매점	롯데마트	쿠팡마트
① 코리안 레드 진생 드링크 (A사)	○		
② 6 이어스 코리안 레드 진생 프리미엄 (B사)	○		
③ 코리안 레드 진생 익스트랙트 드링크 (C사)	○		
④ 코리안 레드 진생 드링크 (D사)	○		
⑤ 365 코리안 레드 진생 앤 디어 앤들러 (E사)	○		
⑥ 골드 코리아 레드 진생 드링크 (F사)		○	
⑦ 원데이 코리아 레드 진생 익스트랙트 스틱 (G사)		○	
⑧ 코리안 레드 진생 골드 (H사)		○	
⑨ 소백 레드 진생 드링크 패밀리 (I사)		○	
⑩ 코리안 레드 진생 골드 드링크 (J사)		○	
⑪ 코리안 레드 진생 파워 (J사)		○	
⑫ 코리아 레드 진생 진 골드 (K사)			○

자료: 현지조사원 자료

## Shop ① 끼브 인삼 소매점(Kiv Ginseng Center)

### 매장 정보

- 유형: 홍삼 전문 판매점
- 판매 제품 특징:  
홍삼 제품을 전문으로 취급
- 매장 주변 특징:  
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:  
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보			끼브 인삼(KIV Ginseng)은 베트남에서 인삼 제품을 수요로 하는 소비자들에게 고품질의 고려 인삼을 공급하는 업체임. 하노이 및 호치민을 기반으로 매장을 꾸준히 확장한 끼브 인삼은 자체 온라인 판매 채널을 개발하고 있으며 향후 몇 개의 소셜 미디어 채널 운영을 전개할 계획임
	조사 제품 수: 5개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	호치민 28G Nguyễn Hữu Cảnh, Phường 22, Bình Thạnh, Thành phố
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 홍삼음료 경쟁제품 정보		
			
	코리안 레드 진생 드링크 (A사)	6 이어스 코리안 레드 진생 프리미엄 (B사)	코리안 레드 진생 엑스트랙트 드링크 (C사)
			
코리안 레드 진생 드링크 (D사)	365 코리안 레드 진생 앤 디어 앤티틀러 (E사)		

사진자료: 현지조사원 자료

## Shop ① 끼브 인삼 소매점(Kiv Ginseng Center)

	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명 (현재어)	코리안 레드 진생 드링크 (Korean Red Ginseng Drink)	6 이어스 코리안 레드 진생 프리미엄 (6 Years Korean Red Ginseng Premium)
제조사 (현재어)	A사	B사
제품 종류	스틱형	스틱형
용량	2,100ml	1,500ml
소비자가격	800,000동 (44,560원 <sup>9)</sup> )	1,300,000동 (72,410원)
100ml당 가격	38,095동 (2,122원)	86,667동 (4,827원)
원산지	한국	한국
인증	HACCP, 삼성화재 생산물배상책임보험, 고려인삼캐릭터	HACCP, 삼성화재 생산물배상책임보험, 고려인삼캐릭터
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치	종이 박스/ 플라스틱 파우치
홍보문구	6년근 포천 홍삼 100%	(-)
수입자	킴 와이 트레이딩 서비스 (KIM Y Trading Service)	에이치지 바이오 (HG Bio)
원료 및 첨가물	포천산 홍삼 100%, 인진(국산), 대추(국산) 천궁(국산), 당귀, 계피, 영지버섯, 감초, 숙지황, 과당	홍삼추출액 100% (고형분 1% 이상, 국산)


9) 100동=5.57원(2023.07.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

### Shop ① 끼브 인삼 소매점(Kiv Ginseng Center)

	경쟁제품 ③	경쟁제품 ④
제품 사진		
제품명 (현지어)	코리아 레드 진생 엑스트랙트 드링크 (Korean Red Ginseng Extract Drink)	코리아 레드 진생 드링크 (Korean Red Ginseng Drink)
제조사 (현지어)	C사	D사
제품 종류	스틱형	스틱형
용량	2,400ml	2,100ml
소비자가격	1,400,000동 (77,980원)	1,350,000동 (75,195원)
100ml당 가격	58,333동 (3,249원)	64,286동 (3,581원)
원산지	한국	한국
인증	HACCP, ISO9001, 삼성화재 생산물배상책임보험, 고려인삼캐릭터	(-)
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치	종이 박스/ 플라스틱 파우치
홍보문구	100% 대한민국 홍삼으로 우려낸, 6년근 대한민국 특산품	D사 6년근 홍삼농축액으로 만든 홍삼원은 모두가 즐길 수 있는 홍삼음료입니다.
수입자	큐앤씨 디스트리뷰트 (QNC Distribute)	코리아 진생 (Korea Ginseng JSC)
원료 및 첨가물	홍삼추출액 100% (6년근, 고형분 2.0%이상, 국산), 원료삼 배합비율: 홍삼근 70%, 홍미삼 30%	홍삼농축액 0.36% (6년근, 홍삼성분 70mg/g 이상, 고형분60%, 국산), 정제수



## Shop ① 끼브 인삼 소매점(Kiv Ginseng Center)

	경쟁제품 ⑤
제품 사진	
제품명 (현재어)	365 코리안 레드 진생 앤 디어 앤틀러 (365 Korean Red Ginseng & Dear Antler)
제조사 (현재어)	E사
제품 종류	스틱형
용량	1,400ml
소비자가격	590,000동 (32,863원)
100ml당 가격	42,143동 (2,347원)
원산지	한국
인증	HACCP, 삼성화재 생산물배상책임보험
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치
홍보문구	(-)
수입자	김 와이 트레이딩 서비스 (KIM Y Trading Service)
원료 및 첨가물	6년근 홍삼추출액 30% (홍삼성분 0.35mg/g, 고형분 0.3% 이상, 국산, 원료삼 배합비율: 홍삼근 70%, 홍미삼30%)

## Shop ② 롯데마트(Lotte Mart)

### 매장 정보

- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징:

한국산 식료품, 의류 및 잡화 등을 취급

- 매장 주변 특징: 상업 지역 내 위치

- 주요 고객층: 현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보			롯데마트는 1998년에 롯데쇼핑에서 설립한 한국의 슈퍼마켓 체인임. 2006년부터 본격적인 해외 사업을 시작하여 베트남에 15개의 매장 매장을 운영하고 있음. 베트남에는 2008년에 진출하였으며, 무료 배송, 무료주차, 환전 서비스 등을 제공함
	조사 제품 수: 6개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	호치민 469 Nguyen Huu Tho Street, Tan Hung Ward, District 7
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 홍삼음료 경쟁제품 정보		
			
	골드 코리아 레드 진생 드링크 (F사)	원데이 코리아 레드 진생 엑스트랙트 스틱 (G사)	코리아 레드 진생 골드 (H사)
			
소백 레드 진생 드링크 패밀리 (I사)	코리아 레드 진생 골드 드링크 (J사)	코리아 레드 진생 파워 (사)	

사진자료: 현지조사원 자료

## Shop ② 롯데마트(Lotte Mart)

	경쟁제품 ⑥	경쟁제품 ⑦
제품 사진		
제품명 (현지어)	골드 코리아 레드 진생 드링크 (Gold Korea Red Ginseng Drink)	원데이 코리아 레드 진생 엑스트랙트 스틱 (One Day Korea Red Ginseng Extract Stick)
제조사 (현지어)	F사	G사
제품 종류	스틱형	스틱형
용량	2,100ml	900ml
소비자가격	132,700동 (7,391원)	2,600,100동 (144,826원)
100ml당 가격	6,319동 (352원)	288,900동 (16,092원)
원산지	한국	한국
인증	HACCP, 삼성화재 생산물배상책임보험, 고려인삼캐릭터	HACCP, ISO9001, 삼성화재 생산물배상책임보험
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치	종이 박스/ 플라스틱 파우치
홍보문구	대한민국 특산품 6년근 고려홍삼을 장시간 저온에서 추출하여 성분을 그대로 담은 홍삼음료	기술지원: 충남농업기술원 인삼약초연구소, 충남인삼산학협력관
수입자	호앙 부 임포트 익스포트 트레이딩 프로덕션 (Hoang Vu Import Export Trading Production)	(-)
원료 및 첨가물	홍삼농축액 0.2%(6년근, 홍삼성분 70mg/g이상, 고형분 60%이상, 국산)	홍삼농축액 10%(홍삼성분 70mg/g이상, 고형분60%, 국산), 발효홍삼농축액(고형분60%, 국산) 2%

## Shop ② 롯데마트(Lotte Mart)

	경쟁제품 ⑧	경쟁제품 ⑨
제품 사진		
제품명 (현지어)	코리안 레드 진생 골드 (Korean Red Ginseng Gold)	소백 레드 진생 드링크 패밀리 (Sobaek Red Ginseng Drink Family)
제조사 (현지어)	H사	I사
제품 종류	드링크	스틱형
용량	1,000ml	2,100ml
소비자가격	796,200동 (44,348원)	982,000동 (54,697원)
100ml당 가격	79,620동 (4,435원)	46,762동 (2,605원)
원산지	한국	한국
인증	ISO9001: 2008, 삼성화재 생산물배상책임보험	HACCP, ISO22000, FSSC22000, 경상북도 우수농산물, 한화손해보험 생산물배상책임보험, 고려인삼캐릭터
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 유리병	종이 박스/ 플라스틱 파우치
홍보문구	(-)	대한민국 특산품, 대한민국 인삼명장이 만들면 다릅니다.
수입자	서울 트레이딩 유에스에이 (Seoul Trading USA)	호양 부 임포트 익스포트 트레이딩 프로덕션 (Hoang Vu Import Export Trading Production)
원료 및 첨가물	홍삼엑기스 0.15%(사포닌 70mg/g, 국산), 천공농축액, 대추엑기스, 정백당	홍삼농축액 0.2%(홍삼성분 70mg/g, 고흡분 60%이상, 국산)

## Shop ② 롯데마트(Lotte Mart)

	경쟁제품 ⑩	경쟁제품 ⑪
제품 사진		
제품명 (현지어)	코리안 레드 진생 골드 드링크 (Korean Red Ginseng Gold Drink)	코리안 레드 진생 파워 (Korean Red Ginseng Power)
제조사 (현지어)	J사	I사
제품 종류	드링크	스틱형
용량	1,000ml	2,100ml
소비자가격	140,000동 (7,798원)	550,000동 (30,635원)
100ml당 가격	14,000동 (780원)	26,190동 (1,459원)
원산지	한국	한국
인증	고려인삼캐릭터	삼성화재 생산물배상책임보험, 고려인삼캐릭터
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 유리병	종이 박스/ 플라스틱 파우치
홍보문구	대한민국 특산품, 한국 홍삼음료	하늘이 내려준 귀한 蔘
수입자	티엔 투언 팻 임포트-익스포트 (Thien Thuan Phat Import-Export)	호양 부 임포트 익스포트 트레이딩 프로덕션 (Hoang Vu Import Export Trading Production)
원료 및 첨가물	홍삼농축액 0.15%(홍삼사포닌 70mg/g, 고형분60%이상, 국산), 정제수, 대추농축액, 계피엑기스	홍삼농축액 0.3%(홍삼사포닌 70mg/g이상, 고형분 60%이상, 국산, 원료삼 배합비율: 홍삼근 70%, 홍미삼 30%)

### Shop ③ 쿵마트(Co.op Mart)

**매장 정보**

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
식음료, 청소도구, 전자제품, 건강, 뷰티, 생활용품 등의 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:  
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:  
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보			쿵마트는 베트남 소매업체 중 하나인 사이공 쿵(Saigon Co.op)이 1996년에 설립한 슈퍼마켓 체인임. 호치민 Cong Quynh의 1호점을 시작으로 큰 규모와 저렴한 가격을 내세워 현재까지 총 650개의 매장을 보유하고 있음. 매장은 주로 베트남 남부에 위치함
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 호치민  상세주소 1362 Huynh Tan Phat Street, Phu My Ward, District 7	
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 홍삼음료 경쟁제품 정보		
			
코리아 레드 진생 진 골드 (K사)			

사진자료: 현지조사원 자료

## Shop ③ 쿠팡마트(Co.op Mart)

	경쟁제품 ⑫
제품 사진	
제품명 (현재어)	코리아 레드 진생 진 골드 (Korea Red Ginseng Jin Gold)
제조사 (현재어)	K사
제품 종류	드링크
용량	50ml
소비자가격	61,500동 (3,426원)
100ml당 가격	123,000동 (6,851원)
원산지	한국
인증	(-)
포장 형태	유리병
홍보문구	소비자의 건강증진과 좋은 제품 개발을 위해 최선의 노력을 다하고 있습니다. 대한민국 홍삼을 원료로 장시간 추출 농축한 가용성 홍삼 성분과 영지 추출액을 첨가 제조한 고품질의 좋은 차입니다.
수입자	쭈옹 신 푸드 (Truong Sinh Food)
원료 및 첨가물	홍삼농축액 0.84%(6년근, 고품분65%, 원료삼 배합비율: 홍미삼 100%, 진세노사이드 5.5mg/g, 국산)

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

# III

## 경쟁기업



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



## 1. 베트남 홍삼음료 경쟁기업 선정

### ▶ 대표 경쟁기업으로 현지화가 잘 되어 있는 한국기업 3개사 선정

베트남 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어있는 한국 기업 3개 사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업 3개 사는 평균 약 25년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. I사는 1997년에 설립되어 가장 오래된 26년의 업력을 보유하고 있으며, J사는 1998년 설립 이후 25년째 사업을 이어오고 있음. D사는 1899년 대한제국 공내부 삼정과에서 시작하여 1999년 정식 설립된 후 24년의 업력을 보유하고 있음

### ▶ 경쟁기업 3개사, 홍삼음료 동일 품목 종류 조사

베트남에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 홍삼음료(홍삼추출액) 동일 품목 수를 조사한 결과, D사가 총 35개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 I사가 8개, J사가 7개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 홍삼음료 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
D사	한국	24년	35개
I사	한국	26년	8개
J사	한국	25년	7개

자료: 베트남 진출 홍삼음료 경쟁기업 3개사 분석

## 2. 베트남 홍삼음료 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 22년도 매출액
	직원 수	기업 22년도 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	홍삼음료 제품군

### ▶ 경쟁기업의 자사 제품 홍보 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 홍보 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 현지화 미진행	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	○ (하)
② 홍보 글로벌화	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (중)
③ 홍보 현지화	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (상)

### ▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	별도 포장 없이 벌크 판매하거나 경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	● (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	● (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 유통채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	끼브 인삼 소매점, 롯데마트, 쿠팡마트
온라인	쇼피, 라자다, 티키

### 3. 베트남 홍삼음료 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

---

#### ▶ 경쟁기업 3개사 베트남 온, 오프라인 매장 진출

베트남에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. D사는 끼브 인삼 소매점(Kiv Ginseng Center)에 1사와 J사는 롯데마트(Lotte Mart)에 입점한 것으로 확인됨. 또한, 경쟁기업 3개사 모두 베트남 인기 온라인 쇼핑몰인 쇼피, 라자다, 티키에서 판매되고 있는 것으로 조사됨

#### ▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지와 소셜 미디어를 활용한 마케팅 진행

베트남 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 또한, 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등 소셜미디어 채널을 운영하고 있음. 특히, D사는 유튜브 채널에서 제품의 기능과 성분에 관한 영상뿐만 아니라 기업 스토리, 시트콤 등 자체 콘텐츠를 개발하여 소비자들의 흥미를 끌고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 성분, 효능 등을 강조

베트남 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 원산지, 재료 등을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. D사는 6년근 홍삼을 사용함을 강조하였으며, I사와 J사는 한국의 특산품으로 명장이 생산한다는 점을 강조하여 홍보하고 있는 것으로 조사됨

[표 3.7] 베트남 홍삼음료 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
D사	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 끼브 인삼 소매점</li> </ul> </li> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 쇼피</li> <li>- 라자다</li> <li>- 티키</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (한국/미국/중국)</li> <li>SNS 플랫폼 (한국)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> <li>- 유튜브</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- D사 6년근 홍삼농축액으로 만든 홍삼원은 모두가 즐길 수 있는 홍삼음료입니다.</li> </ul>	
I사	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 롯데마트</li> </ul> </li> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 쇼피</li> <li>- 라자다</li> <li>- 티키</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (한국/미국/중국/베트남/인도/태국)</li> <li>SNS 플랫폼 (한국)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> <li>- 유튜브</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대한민국 특산품, 대한민국 인삼명장이 만들면 좋습니다.</li> </ul>	
J사	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 롯데마트</li> </ul> </li> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 쇼피</li> <li>- 라자다</li> <li>- 티키</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (한국)</li> <li>SNS 플랫폼 (한국)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> <li>- 유튜브</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대한민국 특산품</li> <li>- 한국 홍삼음료</li> </ul>	

자료: 베트남 진출홍삼음료 경쟁기업 3개사 분석

## ① D사

D사	기업명	D사	
	기업 설명	D사는 삶의 질을 향상시키는 솔루션을 생산한다는 사명을 가지고 7개의 공장을 운영하며, 홍삼음료 제품을 생산하고 있음. 알약, 파우더, 액체 형태 등 다양한 홍삼음료 제품을 생산함	
	위치	대한민국 대전광역시 대덕구 벚꽃길 71	
	규모	동일 품목 수	35개
설립연도		2013년	

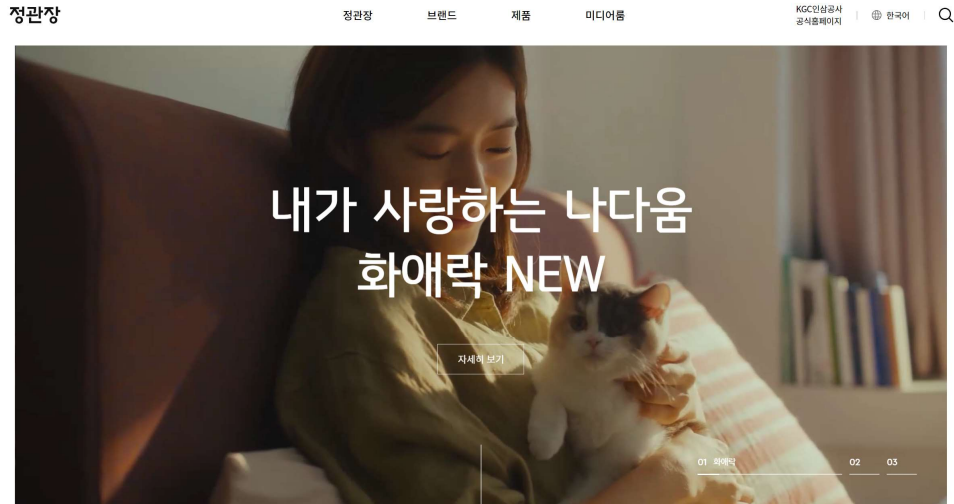
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 끼브 인삼 소매점		제품명	코리안 레드 진생 드링크 (Korean Red Ginseng Drink)
			용량	2,100ml
			소비자가격	1,350,000동 (75,195월 <sup>10)</sup> )
			제품 종류	홍삼음료 스틱형

현지 진출 방법	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용

사진자료: 현지조사원 자료

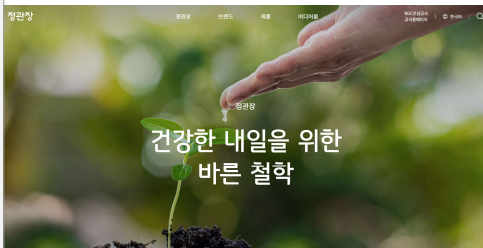
10) 100동=5.57원(2023.07.01., KEB하나은행 매매기준을 적용)

홍보 방식

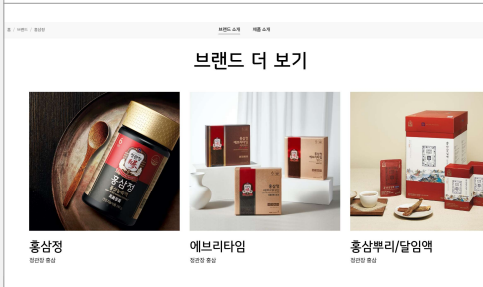


홍보 채널	자사 홈페이지 (한국/미국/중국), 페이스북/인스타그램/유튜브(한국)
게시 주기	비정기적
게시물 유형	기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개, 제품 활용 팁 제공

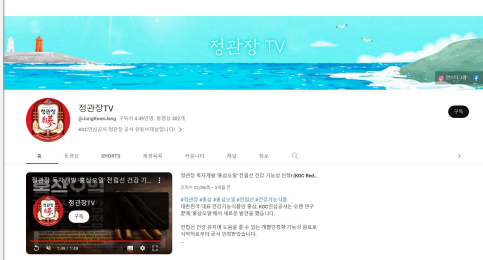
게시물 유형



- 기업 소개, 주요 가치 등 기업 정보 소개



- 브랜드 소개 및 제품 리스트



- SNS 내 제품 홍보

사진자료: D사 홈페이지

## ② I사

기업 기본 정보	기업명	I사	
	기업 설명	I사는 인삼가공수출분야에서 1,000만불 수출을 기록하며, 사업을 확장하고 있음. 홍삼의 세계화를 위하여 식약처에서 지정하는 GMP(우수건강기능식품제조업) 인증공장을 완공하여 과학적이고 믿을 수 있는 최고의 제품을 생산하는 것을 목표로 함	
	위치	경상북도 영주시 풍기읍 산법리 453	
	규모	동일품목 수	8개
설립연도		1997년	

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 롯데마트		제품명	소백 레드 진생 드링크 패밀리 (Sobaek Red Ginseng Drink Family)
			용량	2,100ml
			소비자가격	982,000동 (54,697원)
			제품 종류	홍삼음료 스틱형

현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	포장 디자인 현지화
	홍보 현지화	● (중)	자사 글로벌 홈페이지 및 글로벌 SNS 활용

사진자료: 현지조사원 자료



<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지 (한국/미국/중국/베트남/인도/태국), 페이스북/유튜브/인스타그램(한국)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>비정기적</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>제품 소개, 브랜드 소개, 제품 관련 정보 안내</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자사 연혁 및 가치 등 기업 소개</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 취급 제품 리스트 소개</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품 관련 홍보 SNS 게시물</li> </ul>

사진자료: 1사 홈페이지


## ③ J사

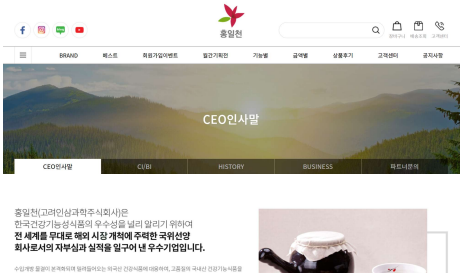
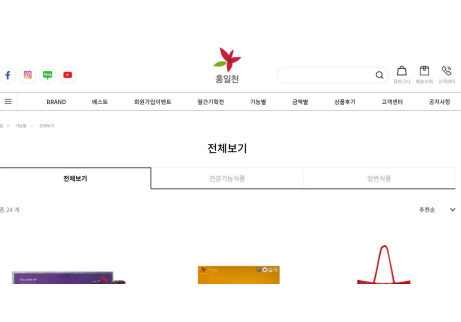
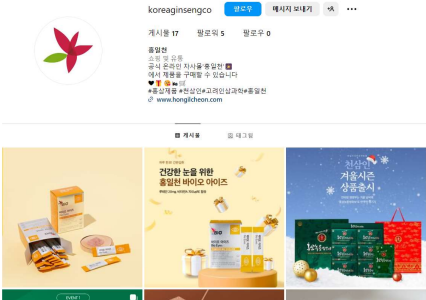
기업 기본 정보	기업명	J사	
	기업 설명	J사는 수많은 외국산 건강식품 사이에서 고품질의 한국산 건강기능식품을 끊임없이 연구, 제공함으로써 국민 건강을 선도하고 새로운 삶의 질을 높이는 것을 목표로 하는 우리나라의 기업임	
	위치	대한민국 경기도 파주시 법원읍 술이홀로 1145	
	규모	동일 품목 수	7개
설립연도		1998년	

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 에듀 기브 서비스 트레이딩 센터사		제품명	코리안 레드 진생 골드 드링크 (Korean Red Ginseng Gold Drink)
			용량	1,000ml
			소비자가격	140,000동 (7,798원)
			제품 종류	홍삼음료 드링크

현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	제품의 포장 디자인 문구 현지화
	홍보 현지화	● (중)	자사 글로벌 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(한국), 페이스북/인스타그램/유튜브(한국)
	게시 주기	비정기적
	게시물 유형	브랜드 및 제품 소개, 제품 관련 정보 제공

게시물 유형		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 소개</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 판매 제품 리스트</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품 홍보 및 이벤트 홍보 SNS</li> </ul>

사진자료: J사 홈페이지

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

# IV

## 수입·유통업체 인터뷰



1. 할리 그룹(Hali Group)
2. 에듀 끼브 서비스 트레이딩  
(EDU - KIV Services Trading)
3. 김 와이 서비스 트레이딩  
(KIM Y Service Trading)

## Interview ①

11)



## 할리 그룹(Hali Group) Sale Manager

### 할리 그룹 (Hali Group)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
  - 베트남 호치민에 2017년 설립된 수입유통업체
  - 오프라인 소매업체로 유통할 뿐만 아니라 자체 쇼핑몰과 웹사이트를 통해 유통 중
  - 건강기능식품, 보충제, 화장품 등을 한국, 일본에서 수입

### 담당자 정보

Sale Manager

소비자가격 74,000원  
(1,330,000동)

용량 12ml\*30포

인증 HACCP

### 성분

재배산삼뿌리추출물  
(고형분 0.5% 이상,  
국내산) 73.0%,  
설당떡인꿀(국내산),  
홍삼농축액(고형분  
60% 이상, 홍삼성분  
70mg/g 이상,  
국내산) 2.5%,  
구연산,  
자몽종자추출물

### Q1. 홍삼음료에 대해, 경쟁제품과의 비교 분석을 포함한 피드백을 부탁드립니다.

이 제품의 가격은 베트남에서 판매 중인 다른 제품과 비교했을 때 중간 정도의 가격대로 판단됩니다. 베트남에서 판매되는 홍삼음료의 소매 가격은 브랜드, 제품에 함유된 홍삼의 비율, 홍삼의 년근, 제품의 무게에 따라 500,000동(27,850원<sup>12)</sup>)에서 4,000,000동(222,800원) 사이에 형성됩니다. 따라서, 고객사 홍삼음료의 가격은 적절한 것으로 보입니다. 용량의 경우, 베트남 시장에서는 홍삼음료가 10ml\*30스틱, 50ml\*30스틱, 10ml\*20스틱, 70ml\*20팩 또는 100ml/병 등 다양한 용량으로 판매되고 있는데, 12ml 용량의 제품은 아직 본 적이 없습니다. 일반적으로 10, 20, 50, 70ml로 판매되고 있습니다. 인증의 경우, 홍삼음료를 포함한 대부분의 한국 식품이 해당 인증을 받기 때문에 특별한 차이점으로 볼 수는 없을 것 같습니다. 성분의 경우에도 시중에 나와 있는 홍삼음료와 큰 차이점은 발견할 수 없었습니다. 다만, 인삼에 영지, 동충하초, 도라지 등을 섞은 제품은 있지만 자몽씨 추출물이 함유된 제품은 처음 봐서 독특하다고 생각합니다.

### Q2. 유통업체가 홍삼음료 제품을 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

최종 소비자가 홍삼음료를 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소를 고려합니다. 주로 가격과 브랜드이며, D사와 같이 인지도가 높은 브랜드가 가장 많이 선택되는 편입니다.

11) 사진자료: 할리 그룹(HALI GROUP) 공식 홈페이지

12) 100동=5.57원(2023.07.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

### Q3. 소비자가 홍삼음료 제품을 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소나 트렌드는 무엇인가요?

최근 베트남 소비자, 특히 직장인들은 편의성과 상쾌함, 건강상의 이점으로 유리병으로 판매되는 홍삼음료 드링크에 주목하고 있습니다. 슈퍼마켓과 편의점에서 수요가 증가하는 모습을 보이고 있습니다.

### Q4. 베트남에서 인기 있는 홍삼음료 제품의 주요 마케팅 방법과 채널은 무엇인가요?

베트남 현지 홍삼음료 제조업체는 국영 기업이 많으며, 현지 축구 토너먼트의 주요 스폰서로 TV 광고를 주력으로 마케팅합니다. 하지만 한국산 홍삼음료의 경우, 유명한 배우나 케이팝 아이돌이 출연하는 한국 드라마를 통한 광고가 더욱 좋은 마케팅 방법으로 생각됩니다.

### Q5. 현지에서 홍삼 음료나 건강기능식품을 판매할 때 필요한 인증이나 허가 제도가 있나요?

다른 건강기능식품과 마찬가지로 홍삼음료 제품을 베트남으로 수입할 때, 수입자는 제품 신고 등록 절차, 식품 안전 및 위생과 관련된 증명서 및 제품 라벨링 규정에 주의를 기울여야 합니다.

### Q6. 홍삼음료 제품이 베트남 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

한국산 건강기능식품 전문 판매점이나 약국, 슈퍼마켓이 이러한 유형의 제품에 가장 적합한 유통채널입니다.

## Interview ②

13)



## 에듀 끼브 서비스 트레이딩 (EDU - KIV Services Trading) Sale Department

에듀 끼브 서비스 트레이딩  
(EDU - KIV Services Trading)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
  - 호치민에 2014년 설립된 수입유통업체
  - 한국산 건강기능식품, 보충제를 수입
  - 자사 홈페이지와 쇼피, 라자다 등 이커머스를 통해 판매 중

### 담당자 정보

Sale Department

소비자가격 74,000원  
(1,330,000동)

용량 12ml\*30포

인증 HACCP

성분  
 재배산심뿌리추출물  
 (고형분 0.5% 이상,  
 국내산) 73.0%,  
 설탕막인골(국내산),  
 홍삼농축액(고형분  
 60% 이상, 홍삼성분  
 70mg/g 이상,  
 국내산) 2.5%,  
 구연산,  
 지용중자추출물

### Q1. 홍삼음료에 대해, 경쟁제품과의 비교 분석을 포함한 피드백을 부탁드립니다.

베트남에서 판매되고 있는 유사한 제품과 비교했을 때 상당히 비싸다고 생각됩니다. 베트남 진출 시, 고객사 제품의 가격을 1,000,000동 (55,700원) 이하로 판매할 것을 추천합니다. 용량의 경우, 대부분의 스틱형 홍삼음료 제품이 10ml로 판매되고 있기 때문에 적절한 용량으로 판단됩니다. 베트남 소비자들은 비슷한 제품을 비교할 때, 가격과 품질이 비슷하다면 더 큰 용량의 제품을 선택할 것이므로 12ml의 용량은 장점이 될 수 있습니다. 인증의 경우, HACCP 인증은 좋은 셀링포인트이지만, 한국에서 수입되는 대부분의 제품이 해당 인증을 보유하고 있기때문에 크게 특별하지 않은 것으로 판단됩니다. 성분의 경우, 베트남 소비자들은 홍삼의 함량이 높고, 다른 성분이 적은 제품을 선호하는데, 고객사 제품은 홍삼 외 다른 성분이 너무 많이 함유되어 있다고 생각합니다.

### Q2. 유통업체가 홍삼음료 제품을 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

유통업체는 타겟 소비자층의 구매 요인에 영향을 미치는 요소를 고려합니다. 노년층을 겨냥한 제품의 경우, 노년층은 유명 브랜드에서 개발한 제품이나 홍삼의 함량이 높은 제품을 선호하기 때문에 성분과 품질, 브랜드가 주요 고려 요소입니다. 반면, 젊은 층은 가격, 편의성, 효능을 중요하게 고려하는 경우가 많았습니다.

### Q3. 소비자가 홍삼음료 제품을 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소나 트렌드는 무엇인가요?

베트남에서는 홍삼 제품은 노년층을 위한 제품으로 인식되어 왔습니다. 하지만 최근 2년간, 유명 배우들이 출연하는 한국 드라마를 통해 한국의 홍삼음료가 젊은 소비자층에 널리 알려졌습니다. 특히, 아이돌이 모델로 활동하는 홍삼음료 제품에 대해 젊은 층의 관심이 높아지고 있습니다.

### Q4. 베트남에서 인기 있는 홍삼음료 제품의 주요 마케팅 방법과 채널은 무엇인가요?

앞서 언급했듯이 베트남 소비자, 특히 젊은 층은 한국 드라마의 영향을 많이 받고 있습니다. 따라서 드라마와 아이돌을 활용한 광고가 가장 효과적인 마케팅 방법입니다. 또한, 유튜브나 페이스북 같은 소셜 미디어를 활용한 마케팅을 병행하여 제품과 브랜드에 관한 소비자 인지도를 높이는 것도 좋은 방법입니다.

### Q5. 현지에서 홍삼 음료나 건강기능식품을 판매할 때 필요한 인증이나 허가 제도가 있나요?

이러한 유형의 제품을 베트남으로 수입, 유통할 때는 자유 판매 증명서(Certificate of Free Sale), 원산지/수출국 관할 기관에서 발급한 수출 증명서(Certificate of Exportation) 또는 보건 증명서(Health Certificate) 등 사용자의 안전을 보장하거나 원산지/수출국에서 제품의 자유 판매를 허용하는 증명서를 준비해야 합니다. 이와 관련한 자세한 내용은 베트남 식품안전법 일부 조항인 15/2018/ND-CP에서 확인하실 수 있습니다.

### Q6. 홍삼음료 제품이 베트남 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

홍삼음료 유통채널로 고려인삼 전문점, 건강기능식품 전문점, 드럭스토어, 한인마트 등이 있으며, 쇼피나 라자다와 같은 온라인 이커머스 채널도 적절한 유통채널입니다.



## Interview ③

14)



## 김 와이 서비스 트레이딩 (KIM Y Service Trading) Sale Manager

김 와이 서비스 트레이딩  
(KIM Y Service Trading)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
  - 호치민에 2022년 설립된 유통업체
  - 한국산 건강기능식품, 보충제 등을 수입
  - 온라인 자사몰 운영

담당자 정보

Sale Manager

소비자가격 74,000원  
(1,330,000동)

용량 12ml\*30포

인증 HACCP

성분 재배산삼뿌리추출물  
(고형분 0.5% 이상, 국내산) 73.0%,  
설탕막안말(국내산),  
홍삼농축액(고형분 60% 이상, 홍삼성분 70mg/g 이상, 국내산) 2.5%,  
구연산,  
자몽종자추출물

### Q1. 홍삼음료에 대해, 경쟁제품과의 비교 분석을 포함한 피드백을 부탁드립니다.

고객사 제품의 가격은 합리적인 가격으로 생각됩니다. 유사한 D사, C사와 같은 중급 브랜드 제품과 유사한 가격입니다. 만약 고객사 제품의 가격을 1,000,000동(55,700원) 이하로 한다면, 가격 경쟁력을 높일 수 있습니다. 용량의 경우, 시중에서 판매되는 대부분 제품이 50-80ml/팩\*30개로 판매되는 것에 비하면 상당히 가벼운 것으로 보입니다. D사 제품과 같이 10ml 용량의 스틱형 제품도 있지만, 베트남 소비자들은 스틱형보다는 파우치나 병에 포장된 제품을 선호하는 경향이 있습니다. 인증의 경우, 소비자들은 크게 인지하지 못하므로 중요한 요소는 아니라고 생각합니다. 제품의 성분의 경우, 산삼이나 자몽씨 추출물 등 천연 유래 성분인 대부분이라 흥미로웠습니다. 베트남 소비자들은 성분의 원산지과 천연 성분에 관한 관심이 높아지고 있어 해당 부분이 셀링포인트가 될 것으로 판단됩니다.

### Q2. 유통업체가 홍삼음료 제품을 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

유통업체로서 제품 가격을 가장 고려합니다. 가장 좋은 가격을 제시하는 공급업체를 우선적으로 선택하며, 항상 좋은 품질의 제품을 공급하는 것 또한 보장되어야 하는 요소입니다.

### Q3. 소비자가 홍삼음료 제품을 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소나 트렌드는 무엇인가요?

일반적으로 건강기능식품이나 건강보조식품을 구매할 때, 효능을 고려하는 경우가 많습니다. 소비자들은 유명한 브랜드가 곧 제품의 높은 품질과 효능을 보장한다고 생각하는 경향이 있기 때문입니다. 제품의 원산지와 원료도 중요한 고려 요소입니다. 건강에 유익한 효과가 과학적으로 입증되어 다양한 제품에 사용되는 약용 식물을 사용한 점을 강조하면 소비자들의 관심을 끌 수 있을 것으로 예상합니다.

### Q4. 베트남에서 인기 있는 홍삼음료 제품의 주요 마케팅 방법과 채널은 무엇인가요?

베트남 홍삼음료의 인기 마케팅 채널은 페이스북, 틱톡, 유튜브 등 소셜 미디어와 TV, 무역 박람회입니다.

### Q5. 현지에서 홍삼 음료나 건강기능식품을 판매할 때 필요한 인증이나 허가 제도가 있나요?

홍삼음료는 건강기능식품으로 간주하기 때문에, 수입 업체는 식품 안전과 관련된 법적 절차와 관련 인증이 필요한지 확인할 필요가 있습니다. 필요한 인증이나 서류는 식품안전법 및 정부 지침을 확인하시길 바랍니다.

### Q6. 홍삼음료 제품이 베트남 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

한국산 홍삼음료의 효과적인 유통채널은 한인 슈퍼마켓을 포함한 슈퍼마켓, 고려인삼 전문점, 약국, 편의점, 이커머스 플랫폼과 같은 소매점입니다. 이러한 다양한 채널은 소비자에게 접근성을 제공하며, 광범위한 시장 범위를 보장합니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

V

# 경쟁력파악



1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹
4. 온라인 인기 제품 리뷰 분석

## 1. 제품 경쟁력 검증

### 1) 100ml당 가격

● 경쟁제품(제조사)

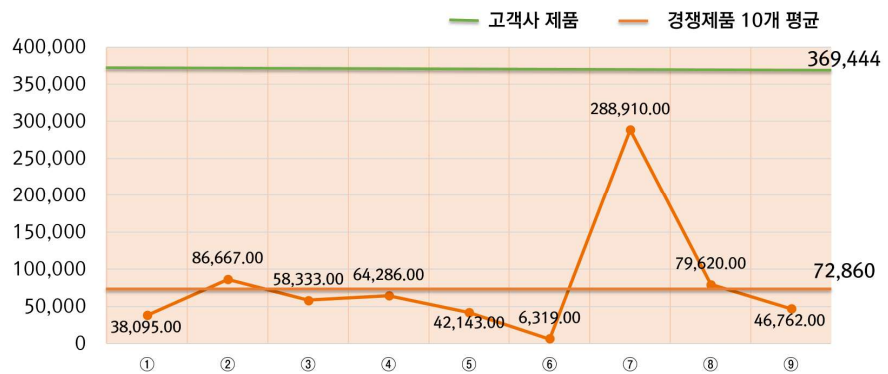
- ① 코리안 레드 진생 드링크 (A사)
- ② 6 이어스 코리안 레드 진생 프리미엄 (B사)
- ③ 코리안 레드 진생 익스트랙트 드링크 (C사)
- ④ 코리안 레드 진생 드링크 (D사)
- ⑤ 365 코리안 레드 진생 앤 디어 앤틀러 (E사)
- ⑥ 골드 코리아 레드 진생 드링크 (F사)
- ⑦ 원데이 코리아 레드 진생 익스트랙트 스틱 (G사)
- ⑧ 코리안 레드 진생 골드 (H사)
- ⑨ 소백 레드 진생 드링크 패밀리 (I사)
- ⑩ 코리안 레드 진생 골드 드링크 (J사)
- ⑪ 코리안 레드 진생 파워 (J사)
- ⑫ 코리아 레드 진생 진 골드 (K사)

▶ 고객사 제품 100ml당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 높은 편

고객사 제품의 100ml당 가격은 약 369,444동(20,578원<sup>15)</sup>)으로, 경쟁제품 10개의 평균 100ml당 가격인 약 72,860동(4,058원)보다 높은 수준인 것으로 확인됨. 비율로 살펴보면, 고객사 제품의 소비자가격은 홍삼음료 경쟁제품 10개의 평균 소비자가격의 약 407% 수준인 것으로 조사되어 현지 판매 제품대비 가격면에서 경쟁력 확보가 필요할 것으로 예측됨

[표 5.1] 베트남 홍삼음료 가격 경쟁력 분석

(단위: 100ml/동)



15) 100동=5.57원(2023.07.01., KEB하나은행 매매기준을 적용)

## 2) 용량

### ● 경쟁제품(제조사)

- ① 코리안 레드 진생 드링크 (A사)
- ② 6 이어스 코리안 레드 진생 프리미엄 (B사)
- ③ 코리안 레드 진생 엑스트랙트 드링크 (C사)
- ④ 코리안 레드 진생 드링크 (D사)
- ⑤ 365 코리안 레드 진생 앤 디어 앰블러 (E사)
- ⑥ 골드 코리아 레드 진생 드링크 (F사)
- ⑦ 원데이 코리아 레드 진생 엑스트랙트 스틱 (G사)
- ⑧ 코리안 레드 진생 골드 (H사)
- ⑨ 소백 레드 진생 드링크 패밀리 (I사)
- ⑩ 코리안 레드 진생 골드 드링크 (J사)
- ⑪ 코리안 레드 진생 파워 (J사)
- ⑫ 코리아 레드 진생 진 골드 (K사)

### ▶ 고객사 제품 용량, 경쟁제품 평균 대비 작은 편

고객사 제품의 용량은 360ml으로 홍삼음료 경쟁제품 10개의 평균 용량인 약 1,563ml의 약 -334% 수준으로 경쟁제품 대비 상당히 작은 편으로 조사됨. 고객사 제품과 유사한 15ml 용량의 스틱형으로 판매되는 제품도 있으나, 60포로 판매하고 있음. 제품 현지화를 위해 베트남에서 유통되는 홍삼음료 경쟁제품의 평균 용량이 1,563ml 내외로 높은 점을 참고하여 고객사는 제품의 포장 용량을 조금 늘려 시장에 진출하는 방안을 고려해볼 필요가 있음

[표 5.2] 베트남 홍삼음료 용량 경쟁력 분석

(단위: ml)

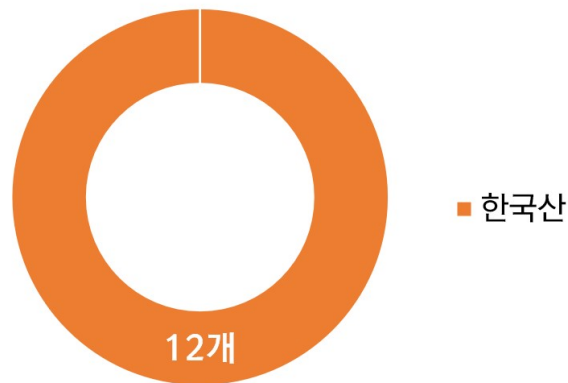


## 3) 원산지

## ▶ 경쟁제품 12개 제품의 원산지, 모두 한국

베트남에서 판매되고 있는 홍삼음료 경쟁제품 12개의 원산지를 조사한 결과, 12개의 제품 모두 한국산으로 나타남

[표 5.3] 베트남 홍삼음료 제품 원산지 경쟁력 분석

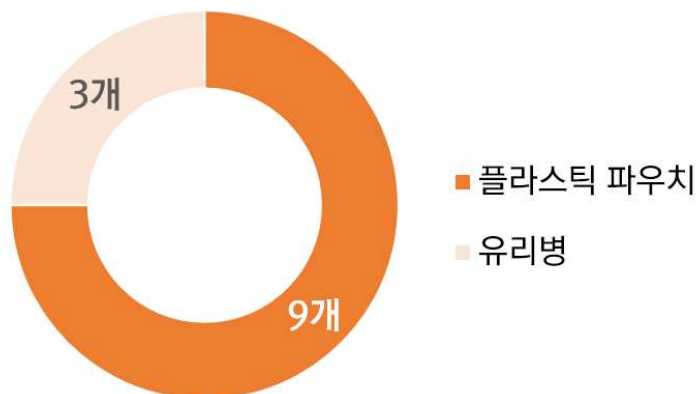


## 4) 포장 형태

## ▶ 현지 경쟁제품 12개 중 9개 플라스틱 파우치 사용

베트남에서 판매 중인 홍삼음료 경쟁제품 12개의 포장 형태를 조사한 결과, 9개의 제품이 플라스틱 파우치를 사용하였으며, 3개 제품은 유리병을 사용함

[표 5.4] 베트남 홍삼음료 제품 대상 포장 형태 경쟁력 분석

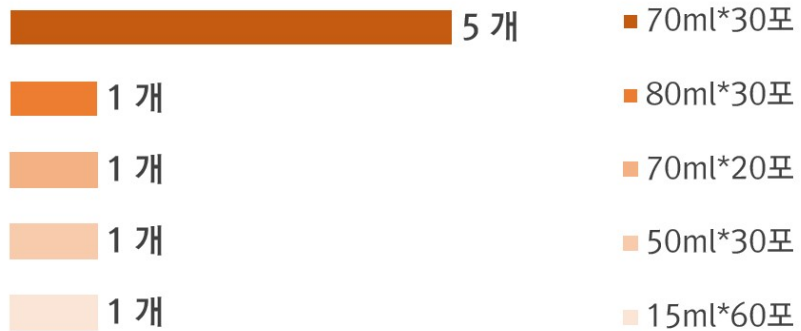


5) 개별 용량  
(1회 제공량, 들입 수)

▶ 현지 경쟁제품 12개 중 5개 70ml\*30포

베트남에서 판매 중인 홍삼음료 경쟁제품 중 유리병으로 포장된 3개 제품을 제외한 플라스틱 파우치 포장 제품 9개의 개별 포장 용량을 조사한 결과, 70ml\*30포가 5개로 가장 많았음. 그 외 80ml\*30포, 70ml\*20포, 50ml\*30포, 15ml\*60포가 각각 1개씩 조사됨

[표 5.5] 베트남 홍삼음료 제품 제공량 경쟁력 분석



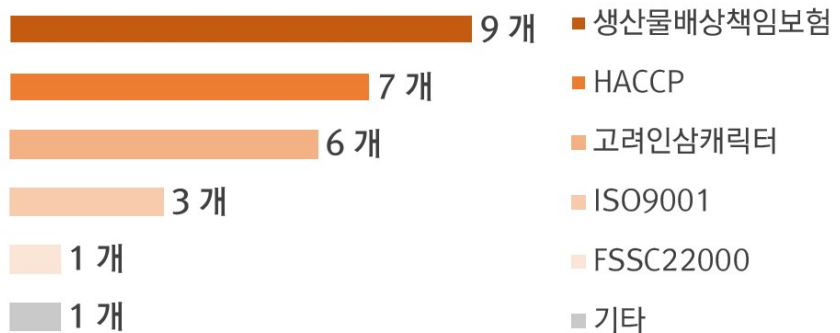
6) 인증

▶ 현지 경쟁제품 12개 중 9개, 생산물배상책임보험 가입

베트남에서 판매 중인 홍삼음료 경쟁제품 12개의 인증 사항을 조사한 결과, 9개 제품이 생산물배상책임보험을 표시한 것으로 조사됨. 이어, HACCP을 표시한 제품은 7개, 고려인삼캐릭터를 표시한 제품은 6개로 나타남

[표 5.6] 베트남 홍삼음료 제품 인증 경쟁력 분석

(복수 표기)



## 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 요인에 대하여 분석함. 고객사가 지정한 경쟁제품군 내의 제품 중 다수의 온라인과 오프라인 매장에서 확인된 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

#### 1) 벤치마킹 대상 선정

##### · 온/오프라인 매장에서 인기 제품

(\* 온라인 쇼핑물 : 쇼피, 라자다, 마켓

(\* 오프라인 매장 : 끼브 인삼 소매점, 롯데마트, 쿠팡마트

##### · 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(\* 온라인 쇼핑물 : 1개 이상의 온라인 쇼핑물에서 판매되는 제품

(\* 오프라인 매장 : 조사매장 4개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

#### ▶ 유사 인기 제품 벤치마킹

	<p>공통 특징 ① 종이 박스, 플라스틱 파우치</p> <p>공통 특징 ② 원산지</p>		<p>공통 특징 ① 종이 박스, 플라스틱 파우치</p> <p>공통 특징 ② 원산지</p>	
<p>현지 벤치마킹 인기 제품 (D사 _ 코리아 레드 진생 드링크)</p> <p><b>'6년근 홍삼농축액을 플라스틱 파우치로 편리하게 섭취'</b></p>	<p>◀ 벤치마킹 <b>홍삼음료 성분 강조</b></p>	<p>고객사 제품</p> <p><b>'한국산 산삼배양근과 홍삼을 플라스틱 파우치로 편리하게 섭취'</b></p>	<p>벤치마킹 ▶ <b>대한민국 특산품 문구 활용</b></p>	<p>현지 벤치마킹 인기 제품 (H사 _ 소백 레드 진생 드링크 패밀리)</p> <p><b>'대한민국 특산품을 플라스틱 파우치로 편리하게 섭취'</b></p>



2) 벤치마킹 제품 분석  
- 종이 박스, 플라스틱  
파우치

▶ **벤치마킹 제품, 플라스틱 파우치로 간편한 섭취와 휴대성 강조**

현지에서 판매 중인 홍삼음료 경쟁제품 12개의 패키지를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함하여 총 9개의 제품이 플라스틱 파우치의 제품을 종이 박스에 포장하여 판매하고 있었음. 이에 현지 판매되고 있는 경쟁제품들과 마찬가지로 플라스틱 파우치와 종이 박스 형태로 진출하는 것을 권장함

3) 벤치마킹 제품 분석  
- 원산지

▶ **벤치마킹 제품, 한국산 원료 사용 강조**

현지에서 판매 중인 홍삼음료 경쟁제품 12개의 원산지를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 모든 제품이 한국산으로 나타남. 경쟁제품 중 6개 제품이 한국산 홍삼을 사용함을 강조하는 문구를 패키지에 표시하였고, 그중 4개 제품은 한국의 6년근 홍삼을 사용함을 강조하였음. 이에 고객사 제품이 베트남 진출 시, 한국에서 재배한 홍삼을 사용함을 강조하여 홍보하는 것을 권장함

### 3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.7] 홍삼음료 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	D사
주요 마케팅 전략	<p>기업 설명</p> <p>D사는 대한민국 홍삼중주기업으로, 홍삼을 통한 종합 건강기능식품기업으로 활동하고 있음. 계약재배를 통해 체계적 경작관리로 우수한 인삼을 생산하고 식품이력관리 및 엄격한 품질관리시스템을 통해 제품의 품질과 안정성을 확보하고자 노력하고 있음</p>	<p>한 뿌리 홍삼이 나오기까지</p>  <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. 세삼</b> 고압의 청정수로 수삼을 깨끗하게 씻어줍니다.</li> <li><b>2. 증삼</b> 깨끗하게 씻은 삼을 수증기로 해서 익히는 과정에서 이 과정을 거치면 삼의 빛이 고운 황갈색으로 변하게 됩니다.</li> <li><b>3. 자연 일광건조</b> 약 15일 동안 햇빛과 비림으로 자연 건조 과정을 거치고 자연이 선사하는 최상의 건조 조건으로 전통을 유지하고 있습니다.</li> <li><b>4. 정형</b> 잔뿌리 분리공정을 통해 몸통뿌리에 붙은 세근, 지근을 미리 빼어낸 후, 홍삼의 모양을 균일하게 하기 위해 다듬어줍니다.</li> </ol> <p>제품 제조 과정 설명 통한 전문성 강조</p>
제품 광고와 효능과 관련된 콘텐츠 게시	<p>제품 광고와 효능과 관련된 콘텐츠 게시</p>	 <p>소셜 미디어를 통해 광고 영상 게시</p>
요약	<p>판매채널</p> <p>홍보채널</p> <p>홍보문구</p>	<p>현지 온, 오프라인 매장 진출</p> <p>자사 글로벌 홈페이지 및 글로벌 페이스북/인스타그램/유튜브를 활용하고 있음</p> <p>제품의 원료와 전문성 강조</p>

## 4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

### ▶ 분석 지표 선정 및 대표 키워드

온라인 인기제품 리뷰 빅데이터 감성분석 진행을 위해 고객사 조사 희망 지표에 따라 분석 대상 지표를 선정함. 선정된 지표는 가격, 용량, 제품 종류, 맛, 품질로 5가지이며, 선정 지표 및 제품 특징을 기반으로 한 키워드집을 구축하여 리뷰 데이터를 수집함

[표 5.8] 온라인 인기제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Price, Cost, Cheap, Expensive 등
용량	판매 제품 용량에 대한 평가	Portions, Serving 등
제품 종류	판매 제품 종류에 대한 평가	Ginseng, Drink, Korea Ginseng 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Taste, Scent, Bitter 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Package, Safety, Convenience 등

### ▶ 쇼피에서 판매되고 있는 홍삼음료 제품 선정

[표 5.9] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	쇼피 (Shopee)	리뷰 수	446건
제품명	느역 홍 섬 6 남 코리안 레드 진생 드링크 (Nước Hồng Sâm 6 Năm Korean Red Ginseng Drink)		
제품 종류	홍삼음료	소비자가격	388,000동 (21,611원)
용량	70ml*30포	포장	플라스틱 파우치
특징	홍삼농축액(고형분 60%, 진세노사이드 사포닌 함량 70mg/g) 0.3%		

## 4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

### ▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, '품질'에 대한 만족도 가장 높아

빅데이터 분석을 통해 베트남 온라인 쇼핑몰 쇼피에서 판매되고 있는 홍삼음료 인기 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, '품질'에 대한 긍정 점수가 157점으로 가장 높게 나타나 맛에 대한 소비자의 만족도가 가장 높음. 그다음으로는 '용량'에 대한 긍정 점수가 89점으로 높은 편인 것으로 조사되어, 베트남 소비자들은 온라인에서 판매되고 있는 홍삼음료 제품에 대하여 품질 및 용량 관심도가 높은 편임을 확인함

#### ● 조사 제품

사이트	쇼피
분석 건수	178건
제품명	6년근 홍삼 드링크 프리미엄
제품 종류	홍삼음료
소비자가격	388,000동 (21,611원)
용량	70ml*30포
포장	플라스틱 파우치
성분	홍삼농축액 (고형분 60%, 진세노사이드 사포닌 함량 70mg/g) 0.3%

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석

(단위: 점)



### [평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지표	긍정 점수	부정 점수
가격	17	5
용량	89	20
제품 종류	34	10
맛	26	8
품질	157	31
종합	323	74

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

# VI 시사점



## Red Ginseng Drink Price&Volume



### Point. 1



- ✓ 베트남 오프라인 매장에서 판매되고 있는 홍삼음료 경쟁제품 12개의 평균 100ml당 가격은 72,860동(4,058원)으로 고객사 제품에 비해 다소 낮은 편
- ✓ 고객사 홍삼음료 제품의 100ml당 가격은 369,444동(20,578원)

### Point. 2



- ✓ 베트남 오프라인 매장에서 판매되고 있는 홍삼음료 경쟁제품 12개의 평균 용량은 1,562.5ml로 고객사 제품 용량(360ml)보다 높은 편
- ✓ 대부분의 경쟁제품이 고객사 제품보다 높은 편
- ✓ 경쟁제품 중 15ml 용량의 스틱형으로 판매되는 제품도 있으나, 60프로 판매하고 있음

## Red Ginseng Drink Country&Certification



### Point. 1



- ✓ 베트남 오프라인 매장에서 판매되고 있는 홍삼음료 경쟁제품 12개의 원산지는 12개 모두 한국으로 조사됨
- ✓ 베트남 홍삼음료 시장은 한국 기업 및 브랜드가 강세

### Point. 2



- ✓ 베트남 오프라인 매장에서 판매되고 있는 홍삼음료 경쟁제품 12개 중 12개 제품이 생산물배상책임보험 가입
- ✓ 경쟁제품 중 7개 제품은 HACCP 인증 보유
- ✓ 고려인삼캐릭터를 표시한 제품은 6개로 나타남

## Vietnam Market Competitor



### Point. 1



- ✓ 베트남 홍삼음료 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 3개사 평균 약 25년 업력 보유
- ✓ D사, I사, J사 모두 온라인 유통채널 쇼피, 라자다, 티키에 진출
- ✓ I사, J사는 오프라인 매장인 롯데마트에 진출

### Point. 2



- ✓ 베트남 홍삼음료 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 2개사 글로벌 자사 홈페이지를 보유
- ✓ I사는 글로벌 홈페이지에 더해 중국/베트남/인도/태국 홈페이지를 추가로 운영 중
- ✓ 경쟁기업 3개사 모두 한국 계정 페이스북, 인스타그램, 유튜브 운영 중

## Importer·Distributor Interview



### Point. 1



- ✓ 베트남 홍삼음료 수입·유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품에 대해 포장 형태, 천연 성분, 원산지 등에 대해 긍정적으로 평가
- ✓ 고객사 제품 마케팅 채널로 페이스북, 틱톡, 유튜브 등 소셜미디어와 TV, 무역 박람회를 추천함

### Point. 2



- ✓ 베트남 홍삼음료 수입·유통업체들은 주로 가격과 브랜드를 고려하여 구매함
- ✓ 품질 또한 주요 구매 고려 요소 중 하나로 꼽음
- ✓ 베트남 소비자들은 제품의 품질과 효능을 주로 고려하며, 가격 또한 주요 구매 고려 요소 중 하나임

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

1. 베트남 통계청 홈페이지 (gso.gov.vn)
2. 스타티스타 (www.statista.com)
3. 구글맵 (www.google.co.kr/maps)
4. 쇼피 홈페이지 (www.shopee.com)
5. 라자다 홈페이지 (www.lazada.com)
6. 티키 홈페이지 (www.tiki.com)
7. D사 홈페이지
8. I사 홈페이지
9. J사 홈페이지
10. 할리 그룹 홈페이지 (www.haligroup.vn)
11. 에듀 끼브 서비스 트레이딩 (www.nhansamkiv.com)
12. 킴 와이 서비스 트레이딩 (www.hongsamkimy.vn)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.09.01

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 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea