

베트남, 조제분유(Milk Formula) 시장 현황

2024년 10월, 하노이지사

□ 키워드 :

○ 베트남 조제분유 시장 현황

- 유로모니터(Euromonitor)의 베트남 조제분유 시장 분석 보고서에 따르면, '23년 시장규모는 전년 대비 1.1% 성장한 1,074.2백만불이며, 최근 5개년('19~ '23년)간 1.3%의 성장률을 기록하였음
- 조제분유는 영유아의 섭취 시기에 따라 분류되며, 베트남은 12개월 이상 성장기용 제품인 Growing-Up Milk Formula가 866.2백만불로 가장 높은 비중을 차지하고 있음
- 이외의 0~12개월 영유아용 분유는 모유 수유의 비율이 높아 시장 규모가 상대적으로 낮은 편임
- 베트남 통계총국이 발표한 2023년 통계연감에 따르면, 베트남의 인구는 약 1억 30만 명으로 집계되었으며, 합계 출산율은 1.96명, 10세 미만 소아 수는 전체인구의 약 15%인 약 1,500만 명으로 추산됨

<베트남 영유아식품(Baby Food) 시장 규모>

(단위: 백만불, %)

구분	'21	'22(A)	'23(B)	증감률 (B/A)	비중
□ Baby Food	1,339.2	1,338.4	1,369.2	2.3	100.0
○ Milk Formula	1,080.5	1,062.5	1,074.2	1.1	78.5
- Growing-Up Milk Formula	874.5	856.9	866.2	1.1	63.3
- Follow-on Milk Formula	124.5	124.2	125.7	1.2	9.2
- Standard Milk Formula	81.5	81.4	82.2	1.0	6.0
○ Dried Baby Food	241.7	257.3	275.2	7.0	20.1
○ Prepared Baby Food	16.5	18.2	19.3	6.0	1.4
○ Other Baby Food	0.5	0.5	0.5	0.0	0.0

* 자료원: 유로모니터(Euromonitor) / Baby Food in Vietnam

○ 베트남 조제분유 수입 및 유통현황

- 조제분유를 포함한 베트남 영유아식품 시장이 매년 성장하는 것과 달리, 수입 조제분유 규모는 전년 대비 9.6% 감소한 206.7백만불을 기록했으며, 주요 수입국은 일본, 호주, 싱가포르, 한국 등 순임

<베트남 조제분유 수입현황>

(단위: 천톤, 백만불, %)

구분	'21		'22		'23		증감률 (B/A)	비중
	중량	금액	중량	금액(A)	중량	금액(B)		
전체	21.0	299.4	16.1	228.6	14.7	206.7	-9.6	100.0
일본	5.7	84.1	6.6	81.7	5.4	75.7	-7.4	36.6
호주	2.5	41.7	2.4	38.9	2.5	36.9	-5.1	17.9
싱가포르	4.3	51.1	1.7	20.1	1.1	16.2	-19.3	7.9
한국	1.0	20.6	1.0	18.1	0.8	13.7	-24.2	6.6

* 자료원: Global Trade Atlas, KATI - HS CODE 1901.10 (조제 분유)

- '23년 기업별 베트남 조제분유 시장 점유율은 Similac, PediaSure 등 브랜드를 보유하고 있는 미국의 글로벌 기업 애보트(Abbott)와 미드존슨(Mead Johnson)이 1, 2위를 차지하고 있으며, 현지 최대 국영 유제품 생산기업 비나밀크(VinaMilk)가 뒤를 이었음
- 현재 베트남에서 조제분유를 포함한 영유아식품은 슈퍼마켓 23.0%, 하이퍼마켓 13.6%, 소매점 14.0% 등 51.3%가 식료품 소매점으로 유통되며, 영유아용품 전문점, 드럭스토어 등이 포함된 비(非)식료품 소매점을 통해 46.0%가 유통되고 있음
- 온라인은 현재 2.7%에 불과하나 현지 물류 인프라 발전 및 비대면 소비 활성화에 따른 온라인 채널을 통한 유통 비중이 지속적으로 증가하고 있음
- 다만, 베트남 광고법 제16/2012/QH13호 7조 광고가 금지되는 제품·재화·용역으로 규정되어 있는 “24개월 미만인 영유아용 모유를 대체하는 유제품, 6개월 미만인 아동용 영양보충제, 젖병 및 공갈젓꼭지”는 광고가 금지되어,





- 쇼피(Shopee) 등 온라인몰에서는 사용방법, 함유성분 등의 정보만을 제공하며, “제품의 정보는 단순 정보일 뿐 광고의 목적은 일절 없음” 을 안내하기도 함

〈기업별 조제분유 시장 점유율 현황(%)〉

기업명	'21	'22(A)	'23(B)	증감률(B/A)
Abbott Vietnam Co Ltd	26.2	28.3	29.5	4.2%
Mead Johnson Nutrition (Vietnam) Co Ltd	14.2	15.0	15.3	2.0%
Vietnam Dairy Products JSC (Vinamilk)	17.7	15.3	14.5	-5.2%
FrieslandCampina Vietnam Co Ltd	14.3	14.2	13.7	-3.5%
기타	7.5	8.1	7.9	-2.5%

○ 베트남 조제분유 소비 현황

- 코로나19 이후 자녀의 면역력 증진과 영양 밸런스를 위해 좋은 식품을 먹이려는 부모가 늘고 있으며, 영유아식품은 안정성 및 신뢰도를 최우선으로 고려하는 식품 중 하나임
- 따라서, 현지 소비자들은 브랜드 인지도가 높고 현지산 제품 대비 가격이 높지만 믿고 구매할 수 있는 수입 브랜드를 선호함. 애보트 등과 같은 외국계 기업들은 이러한 니즈를 공략하기 위해 제품 패키징에 기업의 국적, 생산 기술 등을 명기하고 있음
- 베트남은 도시화에 따른 맛별이 가정 증가 등 영향으로 즉석 이유식, 간식 등 간편 제품의 소비도 꾸준히 증가하는 추세이며, 영유아용 제품을 전문적으로 판매하는 ConCung, KidsPlaza 등 유통매장이 전국적으로 확장되면서 소비 여건이 개선되고 있음

SIMILAC NEWBORN	ENFAMIL	YOKO GOLD	IMPERIAL XO
			
Abbott Vietnam Co Ltd	Mead Johnson Nutrition (Vietnam) Co Ltd	Vietnam Dairy Products JSC (Vinamilk)	Namyang Dairy Products Co Ltd
55만 VND / 900G 한화 약 30,000원	85만 VND / 835G 한화 약 46,500원	36만 VND / 850G 한화 약 19,600원	60만 VND / 800G 한화 약 32,800원

* 자료원 : Shopee 등 온라인 쇼핑몰

○ 시사점

- 베트남 영유아식품 시장은 글로벌 기업이 선점하고 있어 한국산 조제분유의 베트남 시장 점유율 확대가 쉽지 않은 실정임 다만, 출산율이 높고 중산층이 지속적으로 증가함에 따라 아이들의 성장과 건강에 도움이 되는 간식, 영양제, 유기농 제품 등의 제품이 유망함
- 비대면 소비 확산에 따른 온라인몰 활성화 및 하노이, 호치민 등 대도시 외 2선 도시로 대형유통매장, 영유아용품 전문판매점 등이 활발하게 확장되면서 우수한 품질의 한국산 영유아식품의 베트남 진출이 용이할 것으로 보임
- 영유아식품 중 베트남 광고법에 의거 광고가 금지된 품목이 있어 마케팅 시 관련 법률을 면밀히 살필 필요가 있음

○ 출처

- Euromonitor / Baby Food in Vietnam & Powder Milk in Vietnam
- Global Trade Atlas, 베트남 통계 총국 (GSO)
- 베트남 광고법 제16/2012/QH13호. 등

○ 문의처

- aT 하노이지사 +84 24-6282-2987