

베트남의 식품산업동향

Food Industry Situation in Vietnam

오승용 | 안전유통연구단

Seung Yong Oh | Safety, Distribution and Marketing Research Group

서론

베트남은 면적이 32만 9,560 km², 인구가 약 86백만 명인 포스트차이나로 불리는 떠오르는 시장 중 하나로 외국인 투자가 활발히 이루어지면서 국내 총생산도 2000년 이후 연평균 11.3%의 높은 성장세를 보이는 등 경제활동이 활발하게 일어나고 있는 국가이다.

최근에는 우리 나라의 제조업체들이 진출하기 시작하면서 경제교류가 활발히 이루어지고 있는데 여기서는 베트남 식품산업에 대한 시장동향을 파악하고 예측하여 향후 우리 나라 식품기업들이 베트남 진출이나 식품을 수출하는데 도움이 되는 방안을 모색해보고자 한다.

식품제조업 동향

식품제조업 시장규모는 2010년 기준 약 108억 달러로 2000년 이후 연평균 8.1%의 높은 성장을 기록

하고 있으며 경제성장과 더불어 성장세는 당분간 유지될 것으로 전망하고 있는데 각 식품제조업 부문별 동향을 살펴보면 아래와 같다.

육류, 어류 및 가금육

육류, 어류 및 가금육 제품시장은 델리푸드, 냉동육제품, 냉동어류/해산물, 어류/해산물(캔), 육제품(캔), 냉장어류/해산물 및 냉장육제품으로 구성되어 있다. 이들 제품의 시장규모는 2010년 기준 946.1백만 달러로 2000년 이후 연평균 14.4%의 높은 증가율을 보이고 있는 것으로 나타났다.

위의 분류에 의한 제품별 시장점유율은 냉동육이 전체 시장의 74.1%인 701백만 달러로 가장 높은 비중을 차지하고 있는데 2000년 이후 연평균 15.8%의 높은 성장을 하고 있다. 다음으로 냉장육 제품이 14.7%인 139.2백만 달러, 캔 육제품이 5.5%인 51.7백만 달러, 냉장어류/해조류제품이 3.8%인 35.8백만 달러 등의 순으로 나타났으며 냉장육 및 캔 육 제품도 2000년 이후 각각 연평균 13.7%, 15.7%의

높은 증가 추세를 보이고 있다.

제과 및 시리얼 제품

제과 및 시리얼 제품시장은 빵, 아침 시리얼 제품, 케이크 및 페이스트리, 쿠키, 크래커 및 모닝재로 구성되어 있으며 이들 제품의 시장규모는 2010년 기준 747.5백만 달러이며 2000~2010년 동안 연평균 4.5%의 증가율을 보이고 있다.

제품별 시장점유율을 보면 아침식사용 시리얼이 전체 시장의 44.9%인 335.4백만 달러로 가장 많고 다음으로 빵류 제품 28.0%, 쿠키 16.4%, 크래커 5.2%, 모닝재, 케이크 및 페이스트리가 각각 2.8% 순으로 시장점유를 하고 있다. 이들 제품을 세부품목별로 보면 아침식사용 시리얼의 경우 2000년 이후 연평균 5.1%의 증가세를 보이고 있는데 즉석 시리얼 제품이 전체 아침식사용 시리얼 제품 시장의 전부라고 할 수 있고 켈로그(Kellog)사가 전체시장의 40.2%를 점유하고 있다.

빵류 제품은 2000년 이후 연평균 4.7%의 증가율을 보이고 있으며 2010년 기준 제품 시장규모는 209.3백만 달러로 나타났고 지역 소규모 제과점에서 생산한 제품이 전체 빵류 제품시장에서 차지하는 비중이 74%로 거의 대부분을 차지하고 있는 것으로 나타났다.

쿠키 제품의 시장규모는 122.4백만 달러이며 초콜릿쿠키 제품의 비중이 33.8%로 가장 높은 것으로 나타났으며 다음으로 와퍼비스켓 제품 18.8%, 쿠키 세트 13.0%, 플레인 쿠키 10.8% 등의 순이며 Nestle S.A.사가 전체 시장의 29.3%를 점유하고 있다.

크래커의 시장규모는 38.6백만 달러이며 플레인 크래커제품이 전체 크래커 제품시장의 33.7%로 비

중이 가장 높고 그 다음은 치즈향 크래커 26.7%, 기타 22.5% 순이었으며 Kinh Do Food사가 전체 시장의 32.5%를 점유하고 있다.

제과 및 시리얼 제품의 유통채널을 보면 개인이 운영하는 소규모 가게에서 판매되는 비율이 41.5%로 가장 높은 것으로 나타났으며 그 다음은 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓에서 판매되는 비중 30.2%, 편의점에서 판매되는 비중 14.0%, 전문 소매업자에 의해 판매되는 비중 13.9% 등의 순으로 나타났다.

유가공

유가공 제품은 크게 우유, 요구르트, 치즈, 스프레드지방, 두유 제품, 크림 및 프로마주프레(Fromage Frais)로 구성되어 있다. 이들 제품의 시장규모는 2010년 기준 591.2백만 달러이며 2000년 이후 연평균 11.4%의 높은 증가율을 보이고 있는 것으로 나타났으며 향후에도 이 같은 증가세를 유지할 것으로 예측되고 있다.

유가공 제품별 시장점유율을 보면 우유가 전체 유가공 제품시장의 80.9%로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며 그 다음으로 스프레드지방 9.5%, 요구르트 8.0%, 콩 관련 제품 1.5% 등의 순으로 나타났다.

이들 제품을 세부품목별로 구분하여 살펴보면 우유의 경우에는 '00년 이후 연평균 13.1%의 높은 증가율을 보이고 있으며 그 중에서 멸균우유와 가공한 신선우유가 연평균 18% 이상의 높은 증가율을 나타내고 있는데 농축우유의 증가율은 낮은 것으로 분석되었다. 전체 우유시장규모에서 차지하는 비중은 멸균우유가 45.2%로 가장 높고 그 다음으로 분유가 26.4%, 신선우유(가공유) 17.9%, 멸균

우유(가공유) 5.4%, 농축우유 3.8% 등의 순으로 나타났다.

스프레드 지방은 2000년 이후 연평균 7.8%의 증가율을 보이고 있으며 버터가 전체 우유시장 규모의 60%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며 그 다음은 데어리스프레드-레귤러 제품으로 20.2%를 점유하고 있다.

요구르트는 2000~2010년 기간 동안 연평균 8.4%의 높은 증가율을 보이고 있으며 스탠다드 요구르트가 74.5%, 요구르트 음료가 25.5%를 차지하고 있는 것으로 분석되었다.

콩 제품의 경우 2000~2010년 기간 동안 연평균 17.2%의 높은 증가율을 보이고 있지만 전체 유가공제품 시장에서 차지하는 비중은 1.0%로 미미한 수준이다. 콩 제품 중에서는 두유가 전체 두유제품 시장규모의 95.5%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

유지류

유지류 제품시장은 크게 오일류 제품시장과 고체지방 제품시장으로 양분되는데 이들 제품의 시장규모는 2010년 기준 595.5백만 달러이며 오일류 제품시장이 전체 시장의 54.1%인 321.9백만 달러, 고체지방이 45.9%인 273.5백만 달러로 나타났다.

오일류 제품의 품목별 시장점유율을 보면 코코넛유가 전체 시장의 39.0%인 125.4백만 달러로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며 그 다음으로 낙화생유가 26.4%인 85백만 달러, 대두유가 16.9%인 54.3백만 달러, 미강유가 3.6%인 11.7백만 달러 등의 순으로 나타났다.

고체지방은 라드가 전체 시장의 35.4%로 가장 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났으며 다

음으로 혼성쿠키지방이 32.2%, 쇼트닝이 32.4%를 점유하고 있다.

과자류

과자류 제품시장은 설탕과자, 초콜릿, 껌 및 시리얼바로 구성되어 있고 이들 제품의 시장규모는 2010년 기준 420.7백만 달러인데 설탕과자가 전체 과자류 시장의 48.1%인 193.5백만 달러, 초콜릿이 28.9%인 116.4백만 달러, 껌이 15.7%인 63.2백만 달러, 시리얼바가 7.4%인 29.6백만 달러로 나타났으며 2000~2010년 동안 연평균 6.7%의 증가율을 보이고 있다.

설탕과자의 제품별 시장점유율을 보면 검과 젤리 제품이 전체 설탕과자 시장에서 차지하는 비중이 50%로 가장 높고 그 다음으로 하드보일드 설탕과자 27.8%, 카라멜/토피 20.1% 등의 순으로 나타났다.

초콜릿 제품은 몰드바가 전체 초콜릿 제품시장의 42.9%인 49.9백만 달러로 가장 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났으며 그 다음으로 박스 초콜릿 38.3%, 초콜릿바 11.4% 등의 순으로 시장을 점유하고 있다.

껌 제품은 레귤러 추잉 껌이 전체 시장의 67.9%로 가장 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났으며 그 다음으로 기능성 추잉 껌 19.8%, 무가당 추잉 껌 6.2% 등의 순으로 나타났다.

소스류(소스, 드레싱, 조미료)

소스, 드레싱 및 조미료를 포함하는 소스류 제품시장은 크게 양념소스, 고체요리소스, 테이블소스,

액체요리소스, 드레싱, 조미료 및 피클 제품으로 구성되어 있다. 이들 제품의 시장규모는 2010년 기준 283.2백만 달러인데 양념소스류 제품이 전체 시장의 66.8%인 189.3백만 달러, 테이블소스가 18.1%인 51.2백만 달러, 드레싱이 5.3%인 15.1백만 달러, 고체요리소스가 4.3%인 12.2백만 달러, 조미료가 3.2%인 9.1백만 달러 등의 순으로 나타났으며 2000~2010년 기간 동안 연평균 4.8%의 증가율을 보이고 있다.

양념소스 제품은 식초, 데리야끼 및 간장으로 구성되어 있으며 전체 소스류 시장의 66.8%를 차지할 정도로 베트남에서 많이 소비하는 품목 중의 하나이다.

테이블소스는 핫 소스가 전체 시장의 62.5%를 점유하고 있는 것으로 나타나 났으며 그 다음으로 토마토 베이스 소스가 20.7%, 케첩 16.8%로 이들 제품이 대부분을 차지하고 있는 것으로 나타났다.

드레싱은 전체 소스류 시장에서 차지하는 비중은 5.1%로 작지만 연평균 8.1%의 비교적 높은 증가율을 보이고 있는 것으로 나타났으며 그 중에서 크림 스타일의 드레싱의 비중이 91.4%로 가장 높았다.

조미료는 후추가 52.7%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며 허브/스파이스 27.5%, 소금 19.8% 순이었다.

비알코올음료

비알코올음료 시장은 크게 청량음료, 핫드링크, 유아용드링크로 구분할 수 있으며 이들 제품의 시장규모는 2010년 기준 1,579백만 달러이다. 그 중에서 청량음료 시장이 전체 비알코올음료 시장의 57.9%인 914.8백만 달러로 가장 많은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났으며 그 다음으로 핫드

링크가 39.4%인 622.2백만 달러, 유아용드링크가 2.7%인 42.1백만 달러로 나타났으며 음료류 제품시장은 연평균 6.0%의 증가율을 보이고 있다.

청량음료는 생수, 탄산음료, 기능성음료, 농축음료, RTD차/커피, 주스, 스무디로 구분하고 있으며 '00년 이후 연평균 7.9%의 증가세를 유지하고 있는 것으로 나타났다. RTD차/커피의 경우 청량음료 시장에서 차지하는 비중은 39.2%이며 '00년 이후 연평균 35.9%의 높은 증가율을 보이고 있으며 RTD차 제품이 96.9%로 대부분을 차지하고 있는 것으로 나타났다.

생수가 청량음료 제품시장에서 차지하는 비중은 23.7%이며 2000년 이후 연평균 4.8%의 증가세를 유지하고 있으며 생수제품 중에서는 향을 가미하지 않은 일반생수가 72.7%로 대부분을 차지하고 있다.

탄산음료가 청량음료시장에서 차지하는 비중은 19.3%로 나타났으나 연평균 1.0%씩 감소추세를 보이고 있다.

주스는 청량음료 시장에서 8.6%를 점유하고 있으며 2000년 이후 연평균 15.9%의 높은 증가율을 보이고 있는 것으로 나타났으며 그 중에서 100% 과일주스가 54.6%로 가장 높은 비중을 차지하고 있다.

기능성음료가 청량음료에서 차지하는 비중은 9.3%이며 '00년 이후 지금까지 연평균 2.8%의 증가율을 보이고 있으며 에너지음료가 71.7%로 대부분을 차지하고 있는 것으로 나타났다.

핫 드링크 제품은 차, 커피 및 기타 드링크로 구성되어 있으며 커피 제품이 핫드링크 시장의 49.0%를 차지하여 가장 비중이 높은 것으로 나타났으며 차 제품은 46.8%의 시장점유율을 보이고 있다. 커피 제품 중에서는 인스턴트 커피의 비중이 92.8%로 대부분을 차지하고 있는 것으로 분석되었으며

2000년 이후 핫드링크 제품은 연평균 4.1%의 증가율을 보이고 있다.

알코올음료

알코올음료 시장은 맥주/사이다/FAB, 스피리트, 와인 제품으로 구성되어 있으며 이들 제품의 시장규모는 2010년 기준 4,116,5백만 달러이다. 그 중에서 맥주/사이다/FAB 제품이 전체 알코올음료시장의 77.7%인 3,198.5백만 달러로 가장 많고 그 다음으로 스피리트가 11.6%인 477.9백만 달러, 와인이 10.7%인 440.2백만 달러로 나타났으며 2000년 이후 연평균 8.5%의 비교적 높은 증가율을 보이고 있다.

맥주/사이다/FAB의 경우 맥주가 98.3%로 거의 대부분을 차지하고 있으며 맥주 중에서는 스탠다드 라거 제품이 82.9%로 가장 높은 비중을 차지하고 있고 그 다음으로 프리미엄 라거가 16.5%를 점하고 있는 것으로 나타났다.

와인은 전체 알코올 음료시장에서 10.7%의 시장 점유율을 기록하고 있으며 그 중에서 일반 와인의 비중이 91.7%로 대부분을 차지하고 있고 강화와인은 7.9% 등의 순으로 시장을 점유하고 있는 것으로 나타났다.

스피리트는 리큐르가 스피리트 전체 시장의 22.8%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며 그 다음으로 위스키 19.3%, 브랜디 16.5%, 보드카 15.1% 등의 순으로 시장을 점유하고 있는 것으로 나타났다.

외식산업 동향

베트남의 외식시장 규모는 2010년 기준 약 127.5

억 달러에 달하는 것으로 추정하고 있으며 음식점 부문이 전체시장의 99.4%인 126.6억 달러, 급식부문이 0.6%인 0.8억 달러인 것으로 나타났고 2004년 이후 외식시장은 연평균 4.1%의 성장세를 보이고 있는 것으로 나타났다.

음식점별 시장규모를 보면 길거리 및 이동음식점의 시장규모가 약 58.4억 달러로 전체 음식점시장의 46.1%를 차지하여 가장 비중이 높은 것으로 나타났으며 그 다음으로 일반음식점이 약 54.4억 달러로 42.9%를 차지하고 있으며 일반음식점 중에서는 완전서비스 음식점의 비율이 전체 일반음식점의 97.1%를 차지하는 것으로 나타났다. 세 번째로 비중이 높은 업종은 선술집 및 바로서 음식점시장의 3.2%를 차지하고 있고 시장규모는 약 3.7억 달러이다. 테이크 어웨이(테이크아웃), 카페, 기내식 등의 비중은 아직까지는 미미한 수준이라고 할 수 있지만 그 중에서 테이크 어웨이의 증가율이 연평균 7.6%로 비교적 높은 증가율을 기록하고 있는 것으로 나타났다.

급식시장은 전체 외식시장의 0.6%에 불과할 정도로 규모가 아주 작은 데 그중에서 학교급식의 시장이 가장 큰 것으로 나타났다.

식품교역 동향

2009년도 식품의 수출은 11,561백만 달러, 수입은 4,258백만 달러로 7,303백만 달러의 무역수지 흑자를 보이고 있으며 2001년 이후 연평균 12.3%의 높은 증가율을 보이고 있다.

식품의 수출액은 '01년 3,657백만 달러에서 '09년에는 11,561백만 달러로 연평균 15.5%의 높은

증가율을 보이고 있으며 비알코올음료 부문의 수출 증가율이 43.8%로 가장 높고 다음으로 알코올음료 부문 23.4%, 빵·떡 및 과자류 부문 21.9%, 곡물 가공 부문 19.7% 등의 순으로 수출증가율이 높은 것으로 분석되었다.

식품제조업 부문별 수출비중을 보면 수산가공업이 36.3%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며 다음으로 곡물가공업 23.4%, 기타식품제조업 19.6%, 과채가공 15.0% 등의 순으로 수출비중이 높은 것으로 나타났다(Fig. 1).

주요 수출 품목을 보면 정미, 커피, 기타 어류와 피레트, 새우와 보리새우 등이 큰 비중을 차지하고 있는데 상위 20개 품목 중에서 수산물 관련 품목이 10개로 냉동, 어류 피레트, 조제, 염장 등의 단순 가공처리한 수산물의 수출이 많은 것으로 나타났다.

식품 수입액은 '01년 769백만 달러에서 '09년에는 4,258백만 달러로 연평균 23.9%의 높은 증가

세를 보이고 있으며 육가공 부문의 수입증가율이 65.1%로 가장 높은 것으로 나타났고 다음으로 비알코올음료 부문 52.9%, 기타 식품제조업 부문 29.7%, 수산가공 부문 29.4%, 빵·떡 및 과자류 부문 28.2% 등의 순으로 수입증가율이 높은 것으로 나타났는데 이는 경제가 발전함에 따라 소득이 증가하기 때문인 것으로 사료된다.

주요 수입 품목은 팜유 조유, 대두유 조유, 밀크와 크림, 가금류, 새우와 보리새우, 맥아 등의 수입 비중이 높은 것으로 나타났다.

결론

베트남은 2011년 하반기 들어서면서 물가불안, 일본 대지진 및 근로자 임금상승으로 인한 외국인 직접투자 감소 등의 요인으로 성장세가 둔화될 것이라는 전망이 나오고 있지만 성장잠재력은 크다

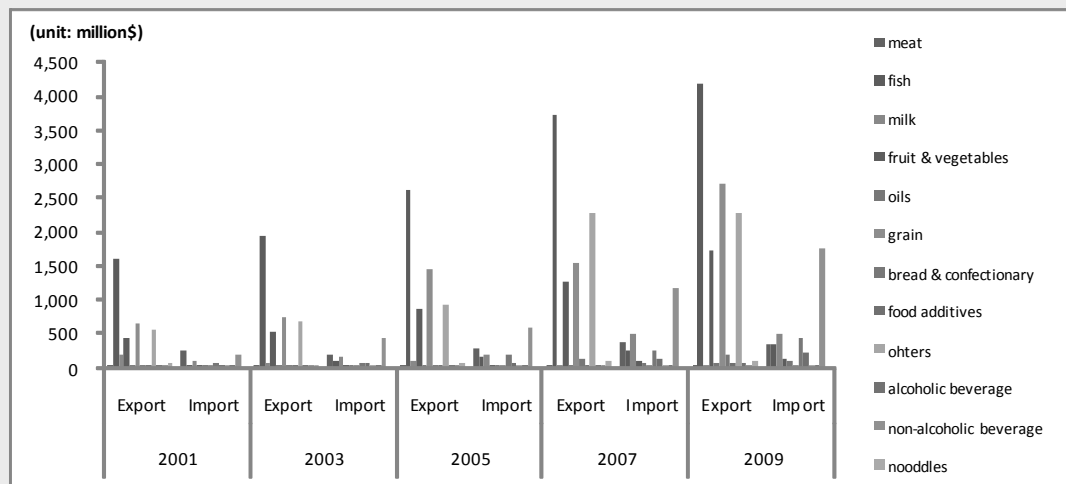


Fig. 1. Trend of Food Export & Import(Source: WITS)

고 할 수 있다.

향후 국민소득의 증가로 인한 생활수준 향상, 급속한 도시화의 진행에 따른 중산층의 증가로 인하여 소비성향이 고급화되고 외식도 더욱 확산될 것으로 예상된다. 특히 베트남 인구의 60%를 차지하고 있는 30대 이하의 젊은 층의 소비패턴에 적합한 품목이나 업종, 예를 들면 라면, 피자, 유제품, 베이커리, 과자 등의 업종이 성장할 것으로 보인다.

그러나 최근 베트남 근로자의 인건비 상승, 복잡한 유통단계로 인한 가격경쟁력 확보가 점점 어려워지고 있다는 점도 베트남 진출 시에는 유념해야 할 것이다.

● 참고자료 ●

1. www.datamonitor.com
2. wits.worldbank.org

오 승 용 경영학박사

소 속 : 한국식품연구원 안전유통연구단

전문분야 : 식품산업정책/마케팅

E-mail : eagleoh@kfri.re.kr

T E L : 031-780-9238