



베트남 소매산업 현황 및 전망

2024. 06. 11

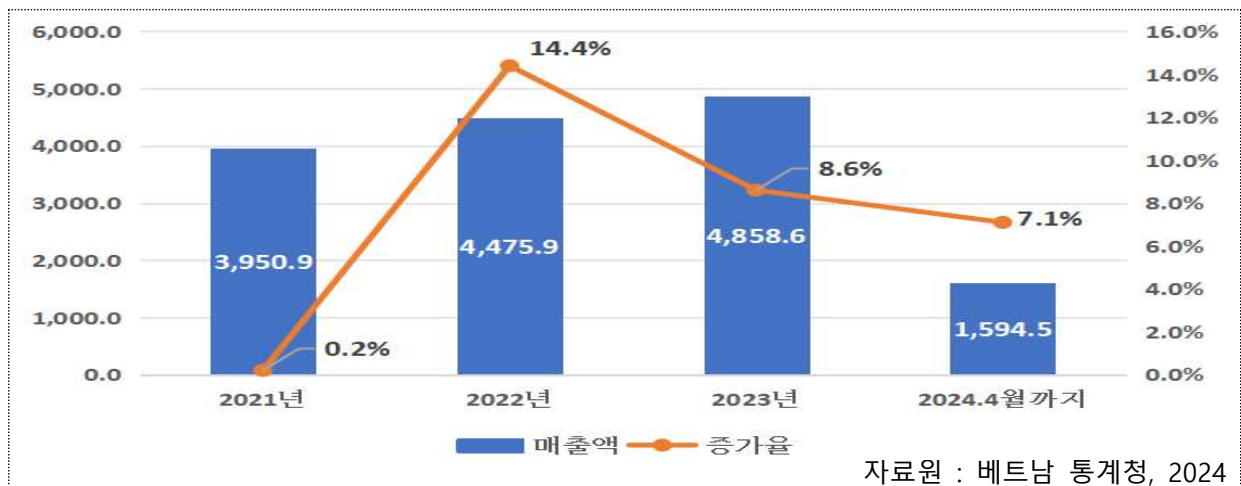
한국무역협회
호치민지부

1. 베트남 소매산업 현황

■ 시장 규모

- (총괄) 베트남의 소매 산업은 코로나 19를 겪으면서 산업이 침체되었으나, 베트남 정부의 활성화 정책 및 지원으로 2021년 4분기부터 점진적으로 회복되고 있는 상황임
 - 매출 증가율은 2021년 0.2%에서 2022년 14.4%, 2023년 8.6%를 기록하는 등 안정적인 증가세를 보이고 있음
- (소매 매출) 2023년 베트남 소매 매출은 4,858조 6천억 동으로 전년 대비 8.6% 증가
- 2024년 1월~4월 기간 베트남 소매 매출은 1,594조 5천억 동으로 전년 동기 대비 7.1% 증가
 - 소매 매출이 증가한 주요 지역은 꽝닌(9.6% ↑), 하이퐁(9.4% ↑), 칸토(7.8% ↑), 빈즈엉(7.7% ↑), 동나이(6.9% ↑), 다낭(6.8% ↑), 호치민(6.4% ↑), 하노이(5.3% ↑)

<2021~2024년 베트남 소매 매출, 단위: 조 동>

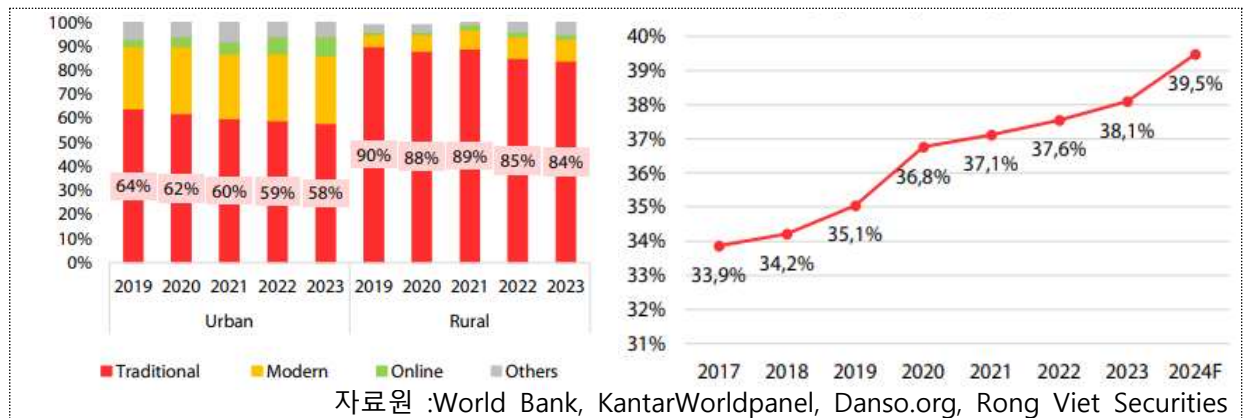


■ 매장 형태별

- 베트남의 소매 채널은 현대적 소매 채널과 전통적 소매 채널로 구분되며, 현대적 채널은 연평균 10~12%의 빠른 속도로 성장하고 있지만, 전통 시장과 같은 전통적 채널은 2~3%의 낮은 성장률을 보임

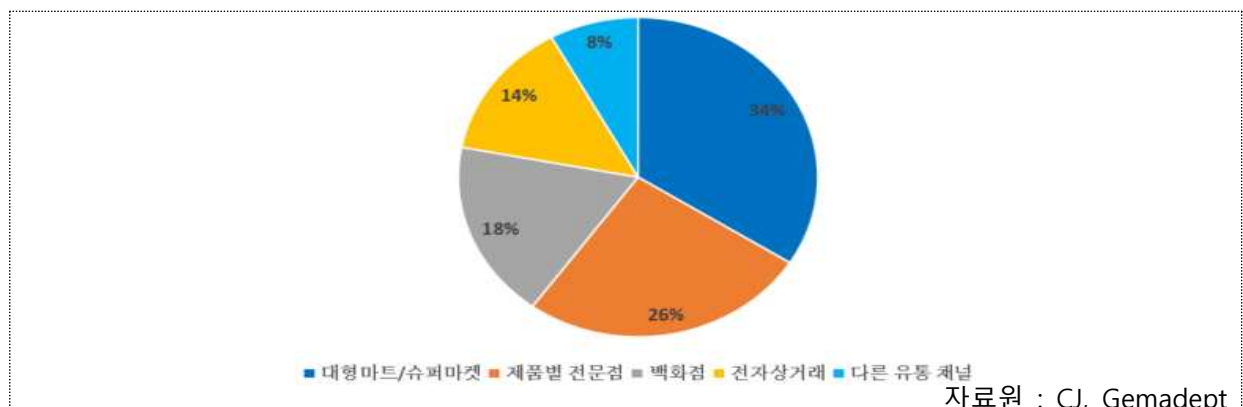
- 이는, 베트남의 도시화 속도가 증가함에 따라 도시 지역의 현대 소매 채널이 지속적으로 증가하고 있기 때문

<2023년 베트남의 소매 채널 시장 점유율과 도시화>



- (전통적 소매 채널) 베트남 내 전통적 소매 채널로는 전통 시장, 소규모 상점, 개인 소매 사업, 노점상이 있음
 - 현재 베트남에는 약 9,000개의 전통 시장이 있으며, 전통적 소매 채널의 약 40%를 차지, 소규모 상점은 약 220만 개가 영업 중
- 소비자들의 소비 트렌드가 식품 안전과 위생, 원산지가 명확한 상품 중심으로 변화함에 따라 전통 시장은 슈퍼마켓이나 백화점에 비해 점차 경쟁력이 약해지고 있음
- 베트남 정부는 관광·야간경제 발전과 연계해 전통 시장을 혁신하고 고도화하는 방안을 제시
- (현대적 소매 채널) 베트남 내 현대적 소매 채널로는 대형마트/슈퍼마켓, 백화점, 제품별 전문점, 전자상거래 등이 있음

<2023년 베트남 현대적 유통채널의 시장 점유율>



- 코로나 19 기간 이후 베트남 소비자들의 쇼핑 습관은 전통적 채널에서 현대적 채널과 온라인 채널로 바뀌고 있음
- 현재 베트남에는 1,241개의 슈퍼마켓과 254개의 백화점이 있음
- Lotte, Aeon, Circle K, Family Mart 등 유럽과 아시아의 많은 브랜드의 유통업체들이 베트남 소매 산업에 투자

<2023년 베트남의 대형마트/슈퍼마켓 및 편의점 수>

| No | 대형마트/슈퍼마켓 | 수량 |
|----|---------------------|-------|
| 1 | Winmart/Winmart+ | 3,172 |
| 2 | Bach Hoa Xanh | 1,710 |
| 3 | Coopmart/Co.op Food | 523 |
| 4 | Sakuko | 35 |
| 5 | Lanchimart | 24 |

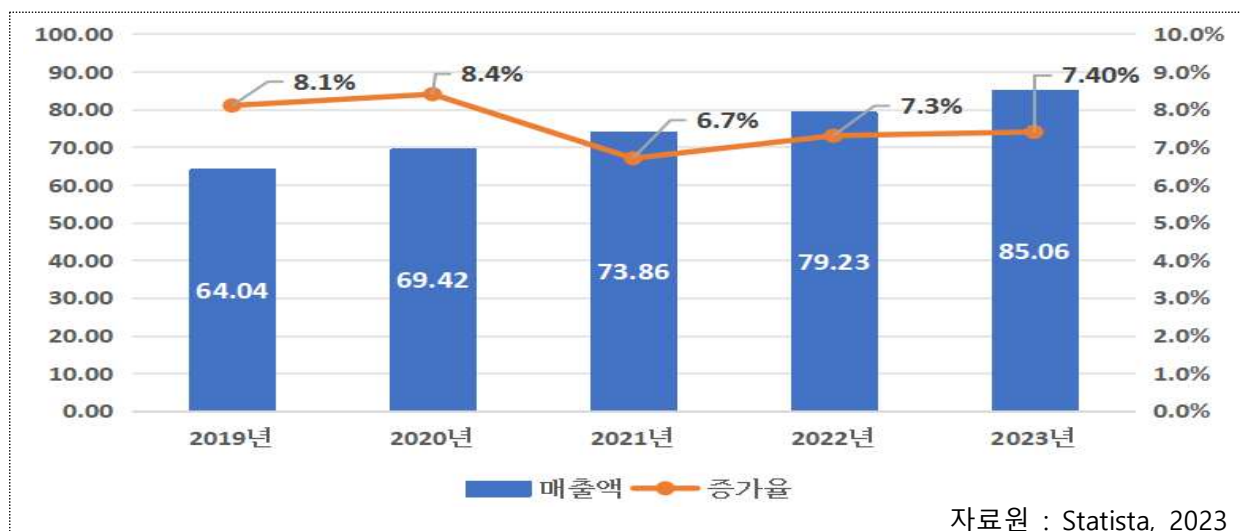
| No | 편의점 | 수량 |
|----|------------|-----|
| 1 | Circle K | 423 |
| 2 | Satrafods | 226 |
| 3 | GS25 | 201 |
| 4 | Familymart | 146 |
| 5 | Ministop | 143 |

자료원 : Q&Me, 2023

제품별 매출

- (식품) Statista에 따르면 2023년 베트남 식품 매출은 약 850억 달러로 2022년 대비 7.4% 증가
- 동남아시아에서는 2023년 베트남의 식품 매출이 인도네시아와 필리핀에 이어 3위를 차지

<2019~2023년 베트남 식품 매출, 단위: 10억 달러>



- 세부 제품으로는 빵 및 시리얼 제품과 생선 및 해산물이 154억 1,000만 달러, 111억 1,000만 달러로 각각 18%, 13%를 차지해 가장 높은 매출을 기록

<2023년 베트남 식품 제품별 매출, 단위: 10억 달러>

| No | 식품명 | 매출액 | 비중 | No | 식품명 | 매출액 | 비중 |
|----|------------|-------|-------|----|------------|------|------|
| 1 | 빵 및 시리얼 제품 | 15.41 | 18.1% | 6 | 과일과 견과류 | 7.72 | 9.1% |
| 2 | 생선 및 해산물 | 11.11 | 13.1% | 7 | 인스턴트 식품 | 5.68 | 6.7% |
| 3 | 채소 | 10.99 | 12.9% | 8 | 제과 및 스낵 | 5.00 | 5.9% |
| 4 | 고기 | 9.96 | 11.7% | 9 | 스프레드 및 감미료 | 4.80 | 5.6% |
| 5 | 유제품 및 계란 | 7.86 | 9.2% | 10 | 소스 및 향신료 | 2.61 | 3.1% |

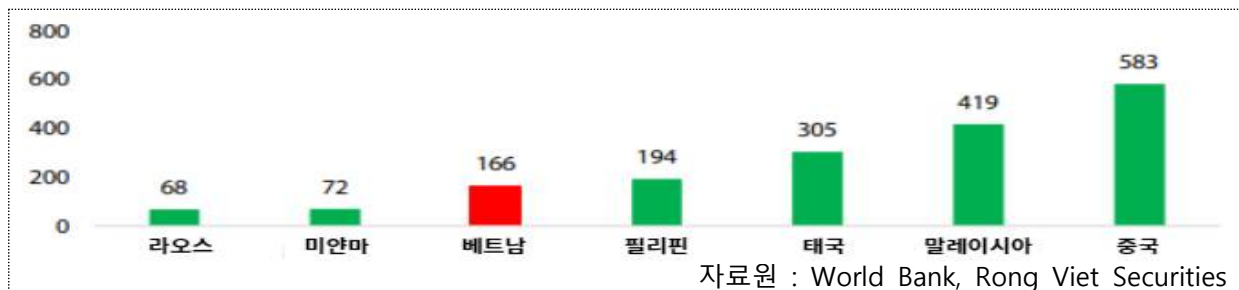
자료원 : Statista, 2023

- (의약품) 의약품은 생활에 있어 필수품에 해당되어 경제적 어려움에도 변동 없이 안정적인 매출 성장을 기록하고 있음
- 2020~2023년 병원 채널과 약국 채널의 의약품 연평균 성장률 (CAGR)은 각각 4.7%와 7.2%임

<2020~2023년 베트남 의약품 매출, 단위: 백만 달러>

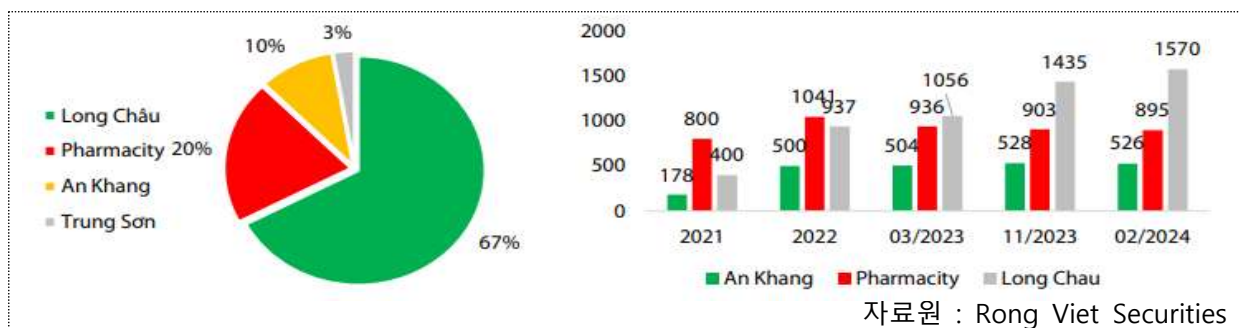


- 베트남의 1인당 의약품 지출은 166달러로 다른 아시아 국가보다 낮음
- <아시아 국가의 1인당 의약품 지출, 단위: USD>



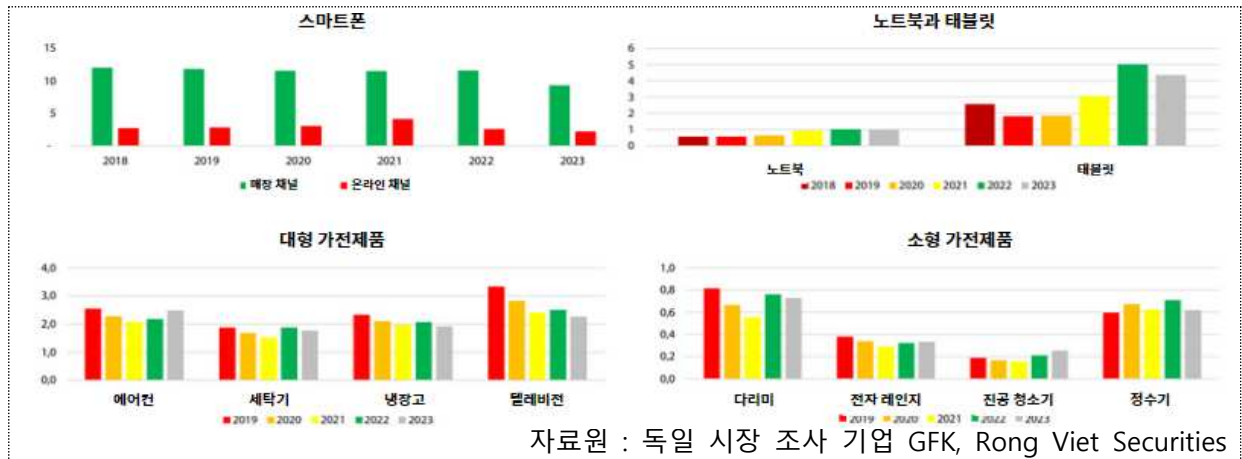
- 베트남 의약품 유통은 베트남 제약 체인인 Long Chau가 67%로 가장 큰 점유율을 차지하고 있으며, Pharmacity가 20%로 그 뒤를 이음

<베트남 4대 현대 제약 체인의 시장 점유율 및 매장 수>



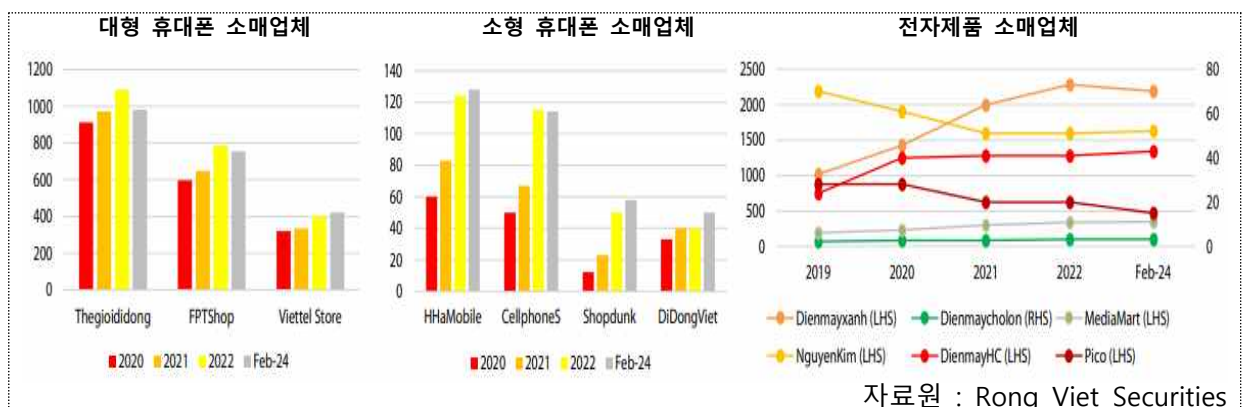
- (전자 제품) 베트남에서 큰 시장 점유율을 차지하는 주요 전자 제품은 스마트폰, 태블릿, 노트북, 가전제품 등
- 시장 포화와 경제난으로 인해 2023년 스마트폰, 노트북, 태블릿 판매량은 2022년 대비 감소
- 가전제품의 경우, 2023년에는 장기간의 더위로 인해 에어컨 판매량이 2022년 대비 증가

<참고: 베트남 전자 제품을 판매 수량, 단위: 백만 개>



- 현재 베트남의 3대 휴대폰 소매업체는 Thegioididong, FPTShop, Viettel Store임
- 그 중, Thegioididong은 약 1,000개 매장으로 가장 많은 매장 수를 기록
- 지난 5년 동안 CellphoneS, Shopdunk, HHaMobile, Didongviet 등 수많은 신규 휴대폰 소매업체가 시장에 등장
- 전자 제품 소매업체의 경우 2021년 이후 Dienmayxanh의 매장 수가 1위를 차지했으며 NguyenKim이 그 뒤를 이었음

<참고: 베트남 휴대폰 및 전자 제품 소매업체의 매장 수>



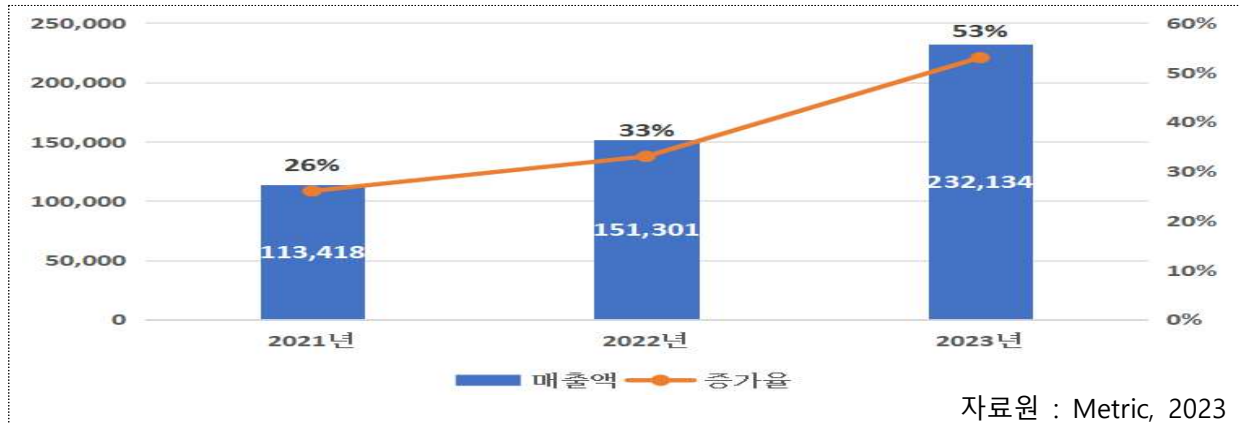
2. 소매 전자상거래 시장

매출

- 2023년 5개 소매 전자상거래 플랫폼의 매출은 232조 1,340억 동으로 2022년 대비 53.4% 증가

※5개 소매 전자상거래 플랫폼: Shopee, Lazada, Tiki, Sendo, TikTok Shop

<2021~2023년 베트남 소매 전자상거래 매출, 단위: 10억 동>

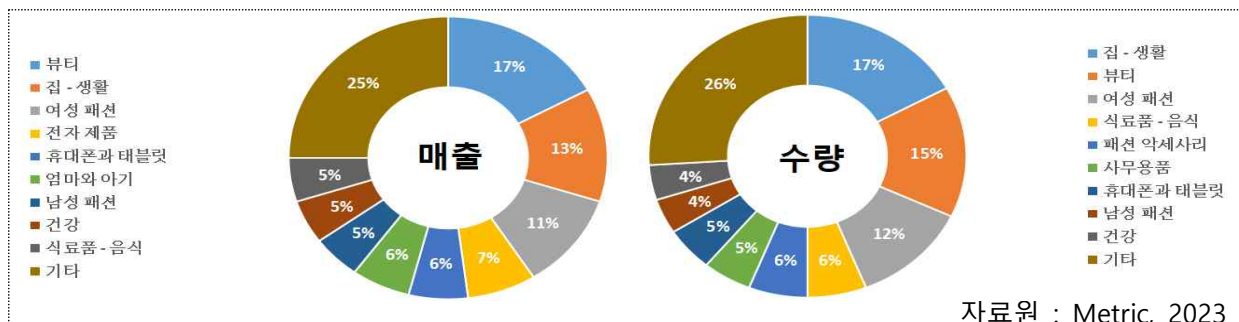


- 5개 소매 전자상거래 플랫폼에서 주문을 받은 매장 수는 637,000개로 2022년 대비 1.3% 감소
- 2023년 5개 소매 전자상거래 플랫폼에서 성공적으로 배송된 제품 수는 22억 개로 2022년 대비 52.3% 증가

소매 전자상거래 시장 통계

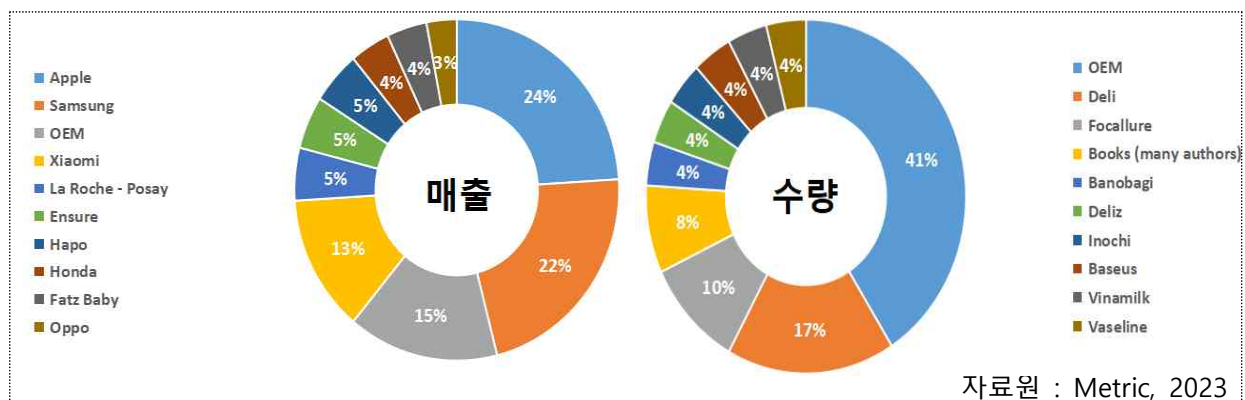
- (제품별) 소매 전자상거래 플랫폼에서 높은 매출과 판매량을 기록한 제품은 뷰티제품, 집 - 생활제품, 여성 패션제품 순
- 그 이유는 이들 제품은 소비율이 빠르고 보관 및 운송이 용이하기 때문

<2023년 베트남 소매 전자상거래 상품별 매출 및 수량 비중>



- (가격대) 소매 전자상거래 플랫폼에서 베트남 소비자들의 54%가 10,000동-350,000동의 낮은 가격 제품을 구매
- (브랜드) 2023년 소매 전자상거래 플랫폼에서 판매된 브랜드 수는 163,748개로 2022년 대비 4% 감소
 - 매출이 가장 높은 상위 10개 브랜드는 주로 미국, 한국, 중국 브랜드로, 전체 시장 매출의 6%를 차지
 - 판매량이 가장 높은 상위 10개 브랜드 중 베트남 브랜드는 Vinamilk와 Inochi 2개뿐임

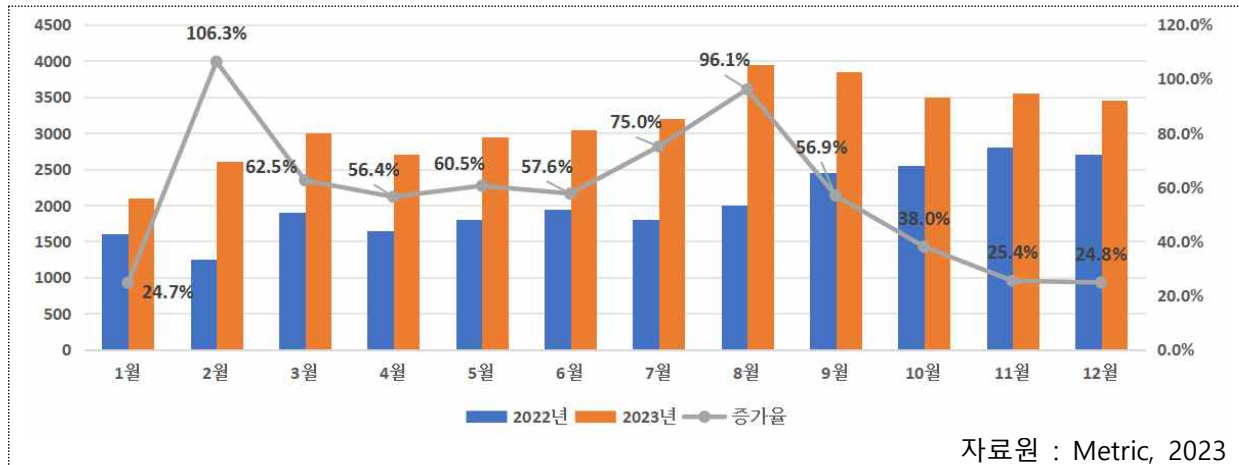
<2023년 베트남 소매 전자상거래 플랫폼 매출/수량 상위 10개 브랜드>



주요 제품별

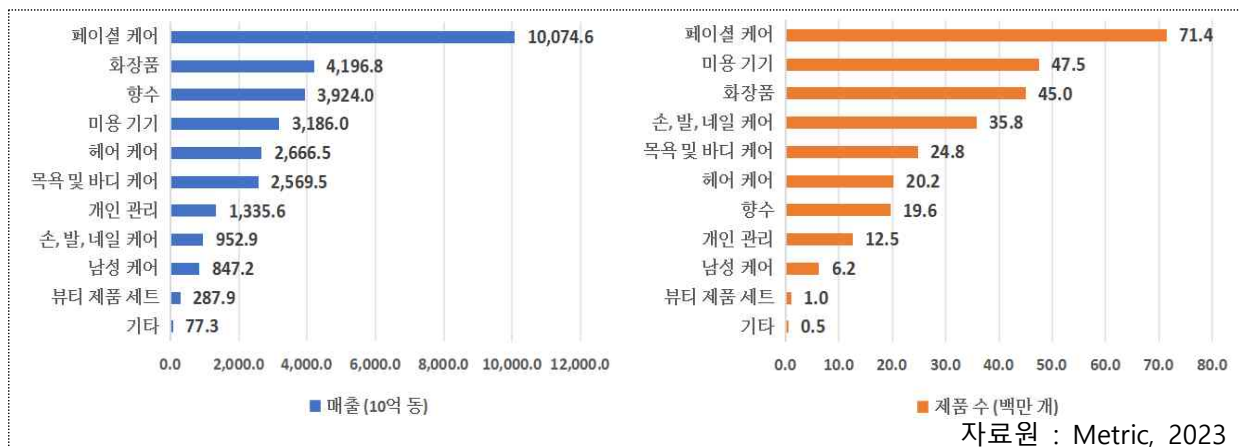
- (뷰티 제품) 2023년 뷰티 제품은 총 5개 소매 전자상거래 플랫폼에서 매출 1위, 판매량 2위를 차지
 - 2023년 베트남 5개 소매 전자상거래 플랫폼의 뷰티 제품 매출은 37조7,000억 동으로 2022년 대비 52.2% 증가
 - 2023년 하반기 월평균 매출은 2조 8600억 동이며, 이 중 8월 매출은 약 4조 동으로 가장 높은 매출을 기록해 2022년 동기 대비 96.1% 증가
 - 베트남 5개 소매 전자상거래 플랫폼에서 뷰티산업의 판매량은 3억 4,100만 개로 2022년 대비 45.1% 증가

<2022~2023년 베트남 소매 전자상거래 뷰티 제품 매출, 단위: 10억 동>



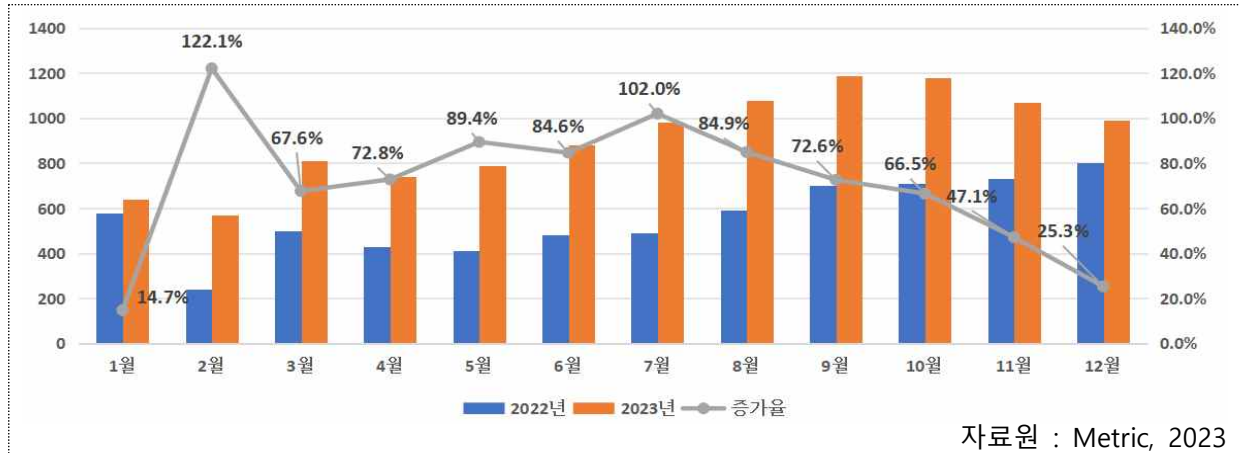
- 제품별로는 페이스 케어 제품이 각각 100억7,500만 동, 7,140만 개로 매출과 판매량 모두 1위를 차지

<2023년 베트남 뷰티 제품별 매출 및 판매량>



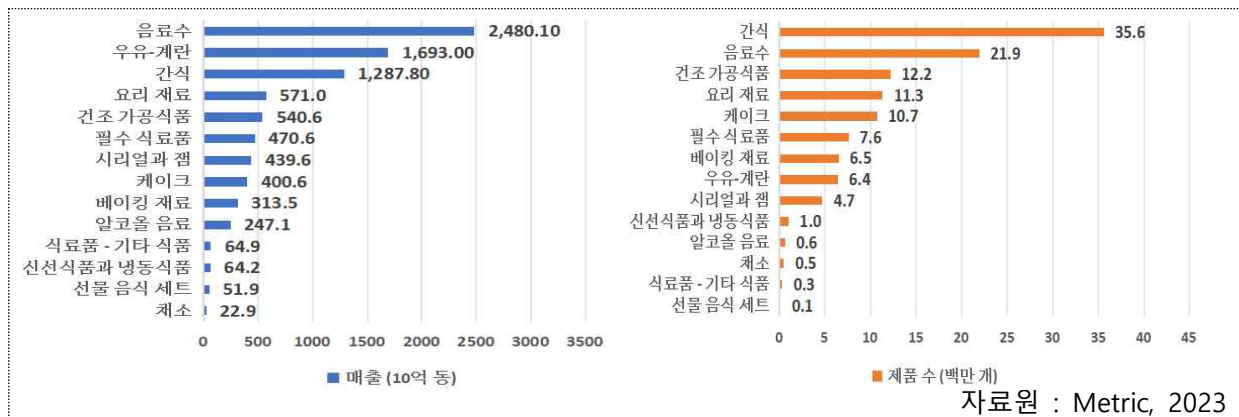
- 판매가 가장 잘되는 가격대는 20만~35만 동(비중: 24%)과 10만~15만 동(비중: 15%)의 제품들임
- 2023년 베트남 소비자가 뷰티 제품에 대해 소비한 평균 가격은 제품당 110,000동임
- (식료품) 2023년 식료품은 베트남 5개 소매 전자상거래 플랫폼에서 매출 9위, 판매량 4위를 차지
- 2023년 베트남 5개 소매 전자상거래 플랫폼의 식료품 매출은 11조 동으로 2022년 대비 64.8% 증가
- 3분기부터 매출이 회복되기 시작했는데, 9월은 약 1조 2천억 동의 최고 매출을 기록
- 2023년 식료품의 판매량은 1억 4천만 개로 2022년 대비 61% 증가

<2022~2023년 베트남 소매 전자상거래 식료품 매출, 단위: 10억 동>



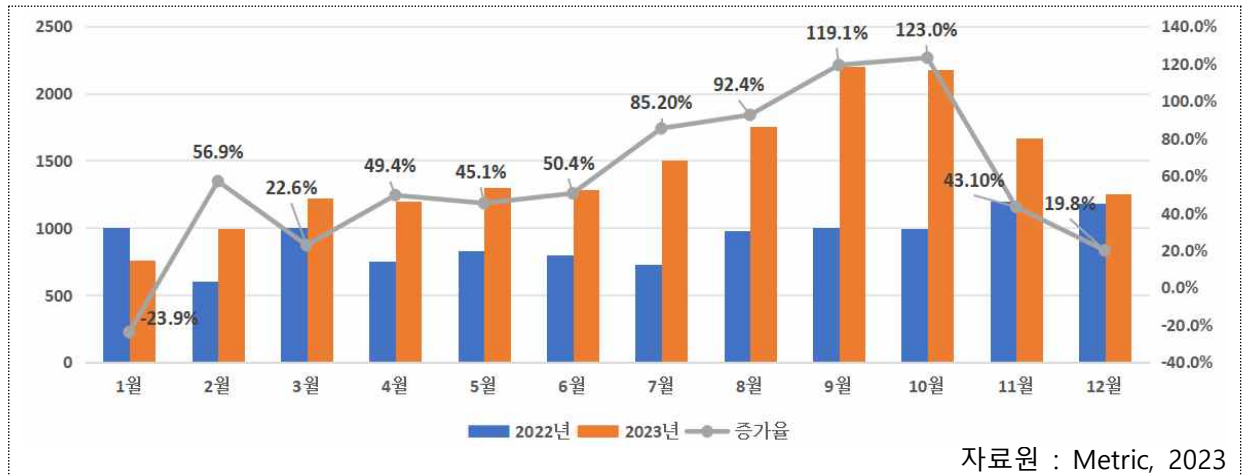
- 제품별로는 음료수가 2조 4,800억 동으로 가장 높은 매출을 기록했고 스낵이 3,560만 개로 가장 높은 판매량을 기록

<2023년 베트남 식료품 - 음식 산업 제품별 매출 및 판매량>



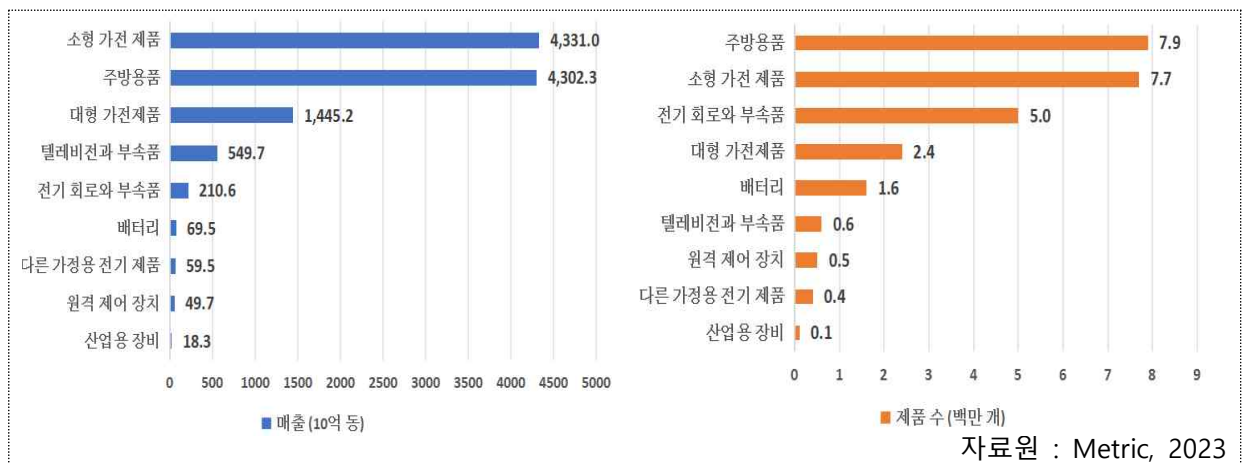
- 판매가 가장 잘되는 가격대는 5만~10만 동(비중: 19%)과 1만~5만 동(비중: 16%)의 제품들임
 - 2023년 베트남 소비자가 식료품에 대해 소비한 평균 가격은 제품당 80,000동임
- (가정용 전기 제품) 2023년 가정용 전기 제품은 5개 소매 전자상거래 플랫폼에서 매출 4위를 기록
 - 2023년 베트남 5개 전자상거래 플랫폼의 가정용 전기 제품 매출은 17조 4천억 동으로 2022년 대비 55.1% 증가
 - 10월은 123%의 가장 높은 증가율을 기록했고, 9월은 2조 동의 최고 매출을 기록
 - 가정용 전기 제품의 판매량은 4,500만 개로 2022년 대비 73% 증가

<2022~2023년 베트남 소매 전자상거래 가정용 전기 제품 매출 단위: 10억 동>



- 제품별로는 소형 가전제품이 4조 3,310억 동으로 가장 높은 매출을 기록했고 주방용품이 790만 개로 가장 높은 판매량을 기록

<2023년 베트남 가정용 전기 제품별 매출 및 판매량>



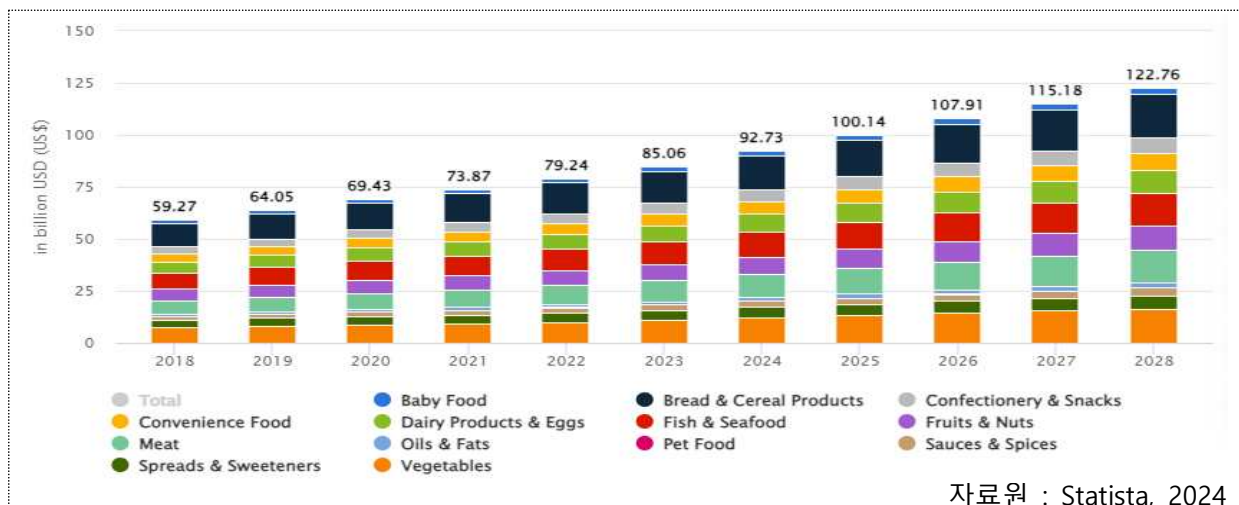
- 판매가 가장 잘되는 가격대는 500만 동 이상(비중: 24%)과 200만~350만 동(비중: 10%)의 제품들임
- 2023년 베트남 소비자가 가정용 전기 제품에 대해 소비한 평균 가격은 제품당 385,000동임

3. 베트남 소매시장 전망

소매시장의 매출은 점진적으로 증가 전망

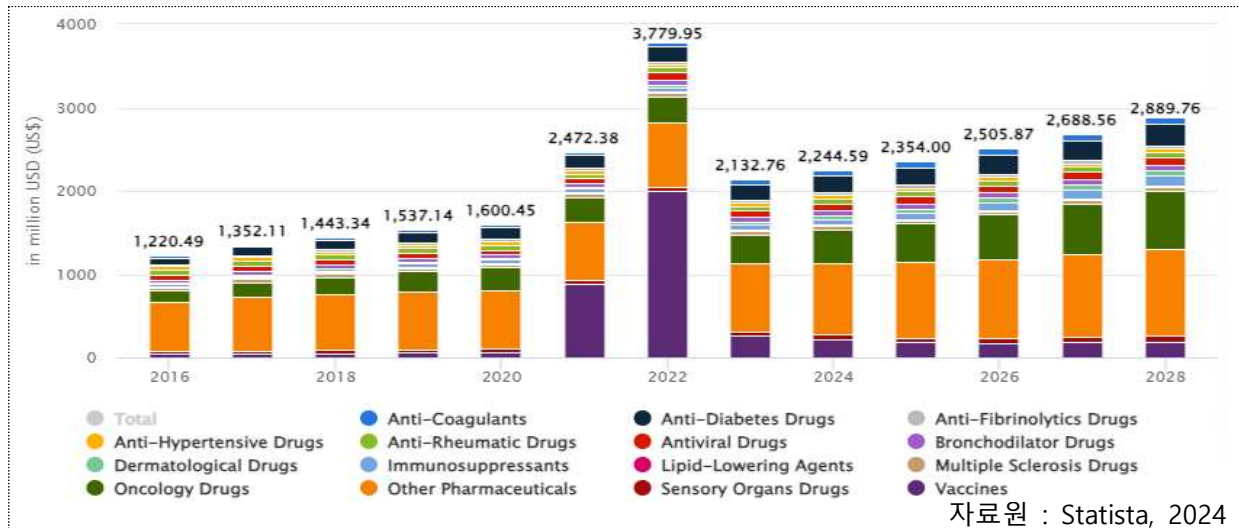
- (매출) Mordor Intelligence에 따르면 베트남 소매시장 규모는 2024~2029년 연평균 성장률(CAGR) 12.05%를 기록하여 2024년에는 2,763억 7천만 달러, 2029년에는 4,880억 8천만 달러에 이를 것으로 예상
 - 이는 베트남 중산층의 증가와 급증하는 도시화로 소비 수요가 증가할 것이기 때문
 - 실제 베트남 인구는 현재 1억 명이 넘었고, 중산층은 2천만 명 이상이며, 2026년에는 약 400만 명이 새롭게 중산층에 합류할 것으로 예상
- (정부 정책) 베트남 정부는 내수 활성화를 위해 다양한 지원 정책을 추진 중
 - 정부는 소매업체와 소비자가 이익을 얻을 수 있도록 이자율 인하, 세금 및 수수료 감면 등 많은 정책을 시행 중이며, 부가가치세(VAT) 2% 인하 정책을 2024년 말까지 추진할 계획
- (식료품) Statista에 따르면 2024년~2028년 베트남 식품시장의 연평균 성장률(CAGR)은 약 7.24%가 될 것으로 예상
 - 특히, 소비 트렌드는 점차 온라인 및 현대 소매 채널로 이동할 것으로 예상

<2024~2028년 베트남 식품시장 매출 전망, 단위: 10억 달러>



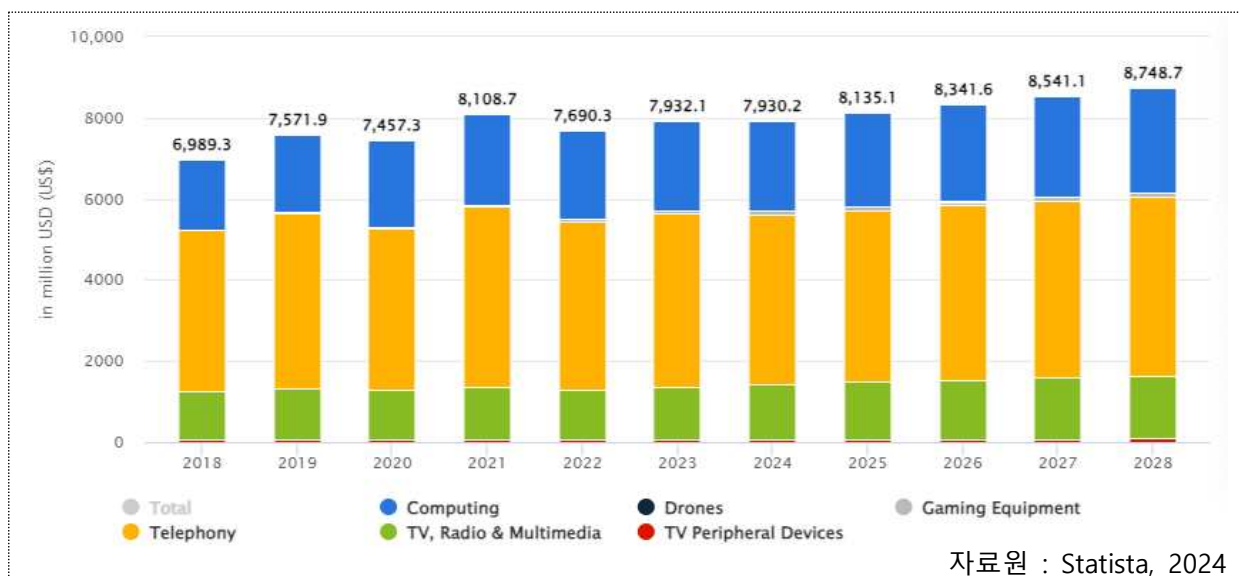
- (의약품) Statista에 따르면 2024년~2028년 베트남 의약품 시장의 연평균 성장률(CAGR)은 약 6.53%가 될 것으로 예상
- 성장 이유로는 ① 고령화 인구의 증가 ② 코로나 19 이후 건강에 대한 관심 증가 ③ 환경오염의 증가 등

<2024~2028년 베트남 의약품 시장 매출 전망, 단위: 백만 달러>



- (전자 제품) Statista에 따르면 2024년~2028년 베트남 전자 시장의 연평균 성장률(CAGR)은 약 2.48%가 될 것으로 예상
- 다른 제품들에 비해 다소 성장률은 낮으나, 스마트 가전은 2023~2028년 평균 성장률(CAGR)이 12.5%로 높게 전망

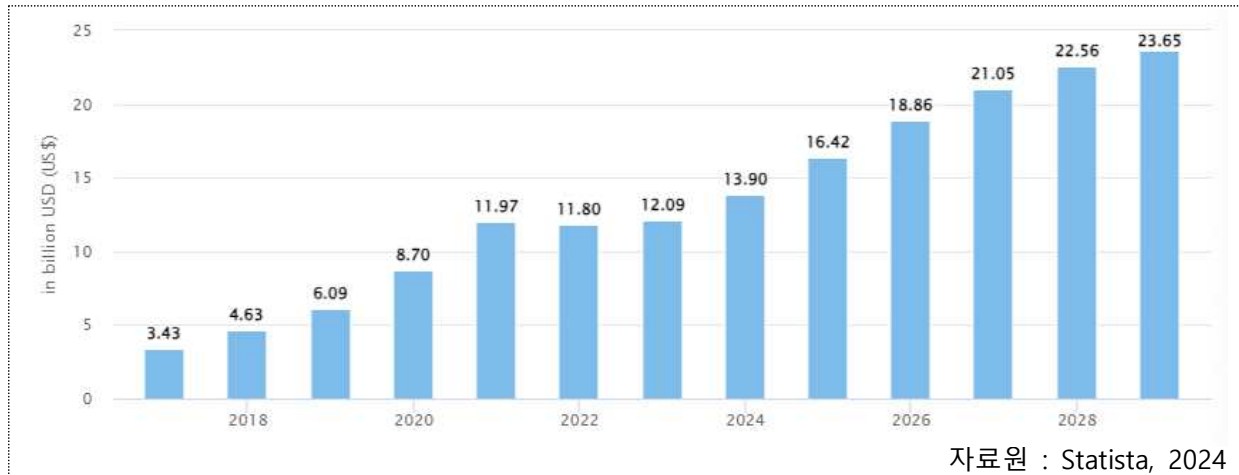
<2024~2028년 베트남 전자 시장 매출 전망, 단위: 백만 달러>



전자상거래 매출은 크게 증가할 것으로 전망

- Statista에 따르면 2024년 베트남 전자상거래 시장의 매출은 약 140억 달러로 2023년 대비 약 15% 증가할 것으로 예상
- 2024년~2029년 베트남 전자상거래 시장의 연평균 성장률(CAGR)은 약 11.21%가 될 것으로 예상

<2024~2029년 베트남 전자상거래 시장 매출 전망, 단위: 10억 달러>



- 베트남의 전자상거래 시장은 인터넷 및 모바일 보급률 증가와 디지털 결제의 발전으로 인해 크게 성장하고 있으며, 전자상거래 사용자도 지속적으로 증가할 것으로 예상
- 전자상거래 시장의 사용자 수는 2029년까지 24,610,000명에 이를 것으로 예상

<향후 베트남 전자상거래 시장의 사용자 수, 단위: 명>

