

베트남 에너지드링크(Energy Drinks) 시장 동향

2024년 9월, 하노이지사

□ 키워드 :

○ 베트남 에너지드링크 음료 시장현황

- 유로모니터(Euromonitor)의 베트남 음료 시장 조사보고서에 따르면, '23년 음료류 전체 시장규모는 전년 대비 4.8% 성장한 4,658.2백만L이며, '28년 5,822.8백만불에 달할 것으로 전망
- 베트남 음료시장은 RTD 차가 1,593.9백만L로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 생수(940.2백만L), 탄산음료(823.8백만L)가 그 뒤를 이었음
- 카페인이 함유되어 있어 졸음 방지, 각성 작용 등의 효과가 있는 에너지드링크의 경우 전년 대비 2.2% 성장한 511.1백만L로, 전체 음료류 시장의 11.0% 비중(5위)을 차지하고 있음
- 베트남은 지속적인 경제성장과 도시화를 배경으로 젊은 경제활동 인구가 대부분을 차지해 에너지드링크 수요가 증가하고 있음

< 베트남 음료(Soft Drinks) 시장규모 >

(단위: 백만L, %)

구분	2021	2022(A)	2023(B)	증감률(B/A)	비중
□ Soft Drinks	4,245.5	4,445.6	4,658.2	4.8	100.0
○ RTD Tea	1,503.0	1,531.4	1,593.9	4.1	34.2
○ Bottled Water	781.4	865.0	940.2	8.7	20.2
○ Carbonates	757.0	792.1	823.8	4.0	17.7
○ Juice	512.9	539.1	560.5	4.0	12.0
○ Energy Drinks	486.0	500.3	511.1	2.2	11.0
○ Sports Drinks	179.3	190.3	200.3	5.3	4.3
○ Asian Speciality Drinks	23.1	24.4	25.2	3.3	0.5

* 자료원: 유로모니터(Euromonitor)

○ 베트남 에너지드링크 수입현황

- ‘23년 베트남의 에너지드링크를 포함한 음료류(HS코드 220299 기준) 수입실적은 전년 대비 9.9% 감소한 247.0백만불이며, 국가별 수출액은 미국 87.3백만불, 한국 61.3백만불, 일본 27.2백만불 등 순임
- 한국의 경우 HS코드 220299 하위품목인 인삼음료의 소비가 경기 침체 영향으로 수출액이 크게 감소하면서 ‘23년 한국산 음료류가 전년 대비 10.6% 감소한 61.3백만불을 기록했다
- * 인삼음료 수출액 : ('22) 15.2백만불, ('23) 11.3백만불 / 25.3% ↓
- ‘24.8월 기준 대베트남 한국산 음료류 수출액은 경기 회복세에 따른 기저효과로 전년 동기 대비 7.1% 증가한 44.6백만불 수출 중

<국가별 對베트남 음료류(HS 220299) 수출실적>

(단위: 백만L, 백만불, %)

구분	2021		2022(A)		2023(B)		증감률(B/A)		비중(금액)
	중량	금액	중량	금액	중량	금액	중량	금액	
전체	432.8	549.7	149.8	274.2	127.9	247.0	-14.6	-9.9	100.0
미국	18.5	66.1	14.8	57.6	19.2	87.3	30.0	51.6	35.3
한국	27.8	44.3	40.6	68.6	38.3	61.3	-5.7	-10.6	24.8
일본	1.6	25.8	2.2	37.8	1.7	27.2	-20.6	-28.1	11.0
태국	319.1	377.1	52.2	61.4	16.3	16.7	-68.8	-72.8	6.8
네덜란드	2.1	9.8	4.7	15.5	4.9	15.7	3.5	1.5	6.4

* 자료원 : GTA(Global Trade Atlas) 및 KATI / HS CODE 220299 조회 기준

** HS 220299 하위품목 : 인삼음료, 과실주스 음료, 식혜, 기타(알코올을 함유하지 않은 음료/제2009호의 과실 주스와 채소 주스는 제외)

○ 베트남 에너지드링크 유통 및 소비 동향

- ‘23년 베트남의 에너지드링크 시장 기업별 점유율은 태국계 기업 TCP 그룹의 레드불(Red Bull)이 전체 시장규모의 36.9%를 차지하면서 1위를 유지하고 있으며,
- 미국 식음료기업 펩시코(Pepsico)와 일본 주류음료기업 산토리그룹(SunTory Group)의 베트남 합작 법인인 산토리펩시코 21.0%, 현지 기업 띠엔히엡팟그룹(Tan Hiep Phat Group) 14.5% 등이 뒤를 이었음

- Red Bull은 베트남 에너지 음료 시장의 선두 주자로. 2018년 Red Bull을 소유한 TCP 그룹(태국)은 베트남 에너지드링크 시장에 1억 2천만 달러를 투자하는 등 공격적 마케팅과 지속적인 유통망 확보를 통해 전국적으로 광범위한 소비자 기반을 마련함

<기업별 베트남 에너지드링크 시장 점유율(%)>

기업명	'20	'21	'22(A)	'23(B)	증감률 (B/A)
Red Bull (Vietnam) Co Ltd	35.0	36.5	36.9	1.1	1.6
Suntory PepsiCo Vietnam Beverage Co Ltd	20.0	20.8	21.0	1.0	-1.0
Tan Hiep Phat Group	16.2	14.5	14.5	0.0	0.5
Others	14.8	14.7	14.1	-4.1	-5.4
Masan Group Corp	12.3	11.8	11.7	-0.8	0.0

* 자료원: 유로모니터(Euromonitor) - 베트남 에너지드링크 시장 점유율 상위 업체

- 카페인이 다량 함유되어 있어 피로를 풀어주고 집중력을 높이는 등 각성 효과가 있는 것으로 알려진 에너지드링크의 과거 주요 소비자는 성인 남성이었으나,
- 최근에는 광고 등에서 식당 종업원, 직장인, 운동선수, 대학생 등 에너지드링크 섭취를 통해 활력을 되찾는 모습을 담아내면서 여성, 학생 등으로 소비층이 확대되고 있음
- 또한, 한국의 인삼류(홍삼)에 대한 인지도가 높아지면서 현지에서도 에너지드링크에 인삼 성분을 함유시킨 제품이 출시되고 있음



베트남 인삼(홍삼) 성분 함유 에너지드링크

Red Bull/베트남산	Suntory pepsico/베트남산	Tan Hiep Phat/베트남산
		
10,800동/250ml (약 600원)	11,300동/330ml (약 630원)	10,800동/3300ml (약 600원)
Red Bull/태국	Monster Energy/말레이시아산	동아제약/한국산
		
14,000동/235ml (약 730원)	28,000동/355ml (약 1,500원)	25,000동/100ml (약 1,300원)

* 자료원: 쇼피 등 온라인 쇼핑몰

○ 시사점

- 경제 성장에 따른 가계소득 증대 등의 영향으로 베트남 음료 시장은 지속해서 성장하는 유망한 시장이며, 특히 젊은 경제활동인구 중심으로 에너지드링크에 대한 수요도 꾸준히 확대될 전망
- 다만, 건강에 관한 관심 확대 등의 이유로 저당, 제로칼로리 등 제품을 선호하는 소비자가 증가하는 추세이며, 글로벌 기업의 현지 생산을 통해 우위를 점하고 있는 시장으로
- 스포츠인을 위한 프로틴 함유 등의 기능을 강조한 제품 또는 저당, 저탄수화물, 영양성분(비타민 등) 다량 함유 등 건강까지 고려한 제품이 경쟁력 제고에 용이할 것으로 보임

○ 출처

- Energy Drinks in Vietnam. Euromonitor

○ 문의처

- aT 하노이지사 +84 24-6282-2987