

베트남, 즉석식품(Ready Meals) 시장 현황

2024년 6월 24일, 하노이지사

□ 키워드 :

○ 베트남 즉석식품 시장규모

- 베트남 경제 발전에 콜드체인 시스템을 갖춘 대형 유통매장, 편의점 등 현대적 유통채널이 전국적으로 확장되고 있으며, 도시화에 따른 핵가족화 등 영향으로 즉석식품 시장이 동반 성장중
- 유로모니터(Euromonitor)의 베트남 즉석식품 시장(Ready Meals in Vietnam) 보고서에 따르면, '23년 시장규모는 전년 대비 10.9% 증가한 189.8백만불이며, '28년 391.9백만불에 달할 것으로 전망됨
- 베트남의 즉석식품 시장은 제품의 보관 방법에 따라 나뉘며, 카테고리별 시장규모는 냉동 64.7백만불, 건조 62.0백만불, 상온 56.4백만불 등 순임. 특히, 냉동 즉석식품의 경우 시장규모의 34.1% 비중을 차지하고 있으며, 전년대비 12.7% 증가하는 등 빠르게 성장하고 있음

<베트남 즉석식품 시장규모>

(단위: 백만불, %)

| 구분 | '19 | '20 | '21 | '22(A) | '23(B) | 증감률 (B/A) | 비중 |
|--------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Ready Meals | 136.7 | 150.5 | 159.1 | 171.1 | 189.8 | 10.9 | 100.0 |
| Frozen Ready Meals | 44.0 | 49.1 | 52.3 | 57.4 | 64.7 | 12.7 | 34.1 |
| Dried Ready Meals | 47.4 | 52.1 | 54.4 | 57.2 | 62.0 | 8.4 | 32.7 |
| Shelf Stable Ready Meals | 40.3 | 43.9 | 46.7 | 50.4 | 56.4 | 11.9 | 29.7 |
| Chilled Ready Meals | 5.0 | 5.4 | 5.7 | 6.1 | 6.7 | 9.8 | 3.5 |

* 자료원: 유로모니터(Euromonitor) - Ready Meals in Vietnam

○ 베트남 즉석식품 유통 및 소비 동향

- '23년 기업별 베트남 즉석식품 시장 점유율은 현지 대표 식품 기업인 Vissan이 23.5%로 1위를 차지했으며, Asia Foods Corp가 21.1% 2위, CJ Cau Tre Foods JSC 13.2% 등 순으로 나타났음
- CJ Cau Tre는 '16년 CJ제일제당이 인수한 현지 식품기업으로 냉동 스프링롤, 만두, 완자 등 다양한 제품을 생산하고 있으며, 다양한 제품과 브랜드 인지도를 바탕으로 빠르게 점유율을 확대해 나가고 있음
- 위 브랜드 외에도 '23년 현지 유제품 업계 3위 TH그룹이 즉석식품 (만두, 떡볶이 등) 제품을 신규 출시하는 등 기업 간의 경쟁이 활발함

<베트남 즉석식품 점유율 상위 업체 비교>

| 구분 | 2021 | 2022 | 2023 | 비고 |
|----|----------------------|------|------|------|
| 1 | Vissan Co Ltd | 22.9 | 23.1 | 23.5 |
| 2 | Asia Foods Corp | 22.6 | 22.1 | 21.1 |
| 3 | CJ Cau Tre Foods JSC | 12.2 | 12.6 | 13.2 |
| 4 | Yen Viet JSC | 4.8 | 4.9 | 5.3 |

* 자료원: 유로모니터(Euromonitor)

- 현지에서 유통되고 있는 대표 즉석식품으로는 냉동 스프링롤, 냉동 볶음밥, 캔류(참치, 파테, 죽 등)이 있으며, 최근에는 현지에서 고급스러운 식재료 또는 간식으로 인식되고 있는 치즈가 들어간 냉동 호떡, 치즈볼 등 제품이 MZ세대를 중심으로 큰 인기를 끌고 있음

<현지 인기 즉석식품 제품>

| CJ Cau Tre | VISSAN | Pulmuone | Ha Long |
|---|---|---|---|
|  |  |  |  |
| 만두 79,000동/500g (한화 약 4,000원) | 스프링롤 55,000g (한화 약 2,800원) | 치즈볼 195,000동/350g (한화 약 10,000원) | 캔햄 24,000동/150g (한화 약 1,300원) |

* 자료원: 쇼피 등 온라인 쇼핑몰

○ 시사점

- 베트남의 도시화에 따른 1인 가구 증가 및 코로나19 영향 집밥 수요 확대 등 라이프스타일이 변화하면서 간편함을 앞세운 즉석식품 시장이 빠르게 성장하고 있음
- 현지 소비자들에게 한식은 인기가 많고 다양한 농식품이 현지에서 유통되고 있으나, 즉석식품의 경우 현지 생산 대비 높은 가격 등의 이유로 한국산 만두, 호떡 등을 제외한 제품은 인지도가 낮은 편임
- 현지 소비자들을 공략하기 위해서는 현지 식문화에 대한 이해와 입맛에 맞는 다양한 제품 개발 노력이 필요하며, 소용량 포장을 통한 가격 부담감을 낮추는 방법도 효과적임

○ 출처

- Ready Meals in Vietnam. Euromonitor

○ 문의처

- aT 하노이지사 +84 24-6282-2987