

베트남 1분기 전자상거래 시장 동향

2024년 5월 21일, 하노이지사

□ 키워드 :

○ 베트남 틱톡샵(TIKTOK SHOP), 쇼피(SHOPEE)에 이어 2위 기록

- 베트남 언론매체 VNEXPRESS에 따르면, 베트남 1분기 전자상거래시장 점유율은 쇼피(SHOPEE)가 67.9%로 1위를 유지했으며, 틱톡샵(TIKTOK SHOP)이 23.2%로 그 뒤를 이었음
- 이처럼 쇼피와 틱톡샵의 전자상거래시장 점유율이 91%에 달하면서 양강 구도를 보인 반면 현지 상위 전자상거래 플랫폼으로 알려진 라자다(LAZADA)와 티키(TIKI)는 각각 7.6%, 1.3%를 차지하면서 3, 4위에 머물렀음
- 시장분석기관 메트릭(METRIC)에 따르면, 베트남의 전자상거래시장은 올해 1분기 상위 5개 플랫폼(쇼피, 틱톡샵, 라자다, 티키, 센도)의 총매출은 71조동(약 3조8000억원) 이상을 기록했으며, 이는 작년 같은 기간에 비해 78.7% 증가한 수치라고 전했다
- 특히, 틱톡샵의 1분기 매출액은 18조동(약 1조원)으로 전 분기 대비 15.5% 증가하였으며, 이는 숏폼 콘텐츠 기반인 틱톡샵이 최근 현지 쇼핑 트렌드로 급부상하고 있는 쇼퍼테인먼트 트렌드에 가장 적합한 플랫폼이기 때문이라고 분석하고 있음

○ 급속도로 발전하는 베트남 전자상거래 시장

- 베트남 전자상거래 시장은 코로나19 이후 비대면 소비 확산, 편의성 추구 등 영향 매년 두 자릿수 성장률을 달성하면서 '23년 베트남 전자상거래 시장 규모는 전년 대비 23.2% 증가한 180억불로 '25년 272억 불까지 성장 전망되는 유망한 시장임

〈베트남 전자상거래 시장규모(백만불,%)〉

구분	‘21	‘22	‘23	‘24 ^e	‘25 ^e	연평균 성장률 (‘21~25/CAGR)
시장규모	12,079.7	15,006.3	18,487.9	22,527.5	27,250.5	17.7%
전년 대비 증감률	45.8	24.2	23.2	21.8	21.0	

* 출처 : 유로모니터(Euromonitor, Dairy Products and Alternatives) / ‘24~25년은 예상치

○ 시사점

- 베트남은 코로나19 이후 비대면 소비 행태 확산 등 전자상거래시장이 급속도로 성장하고 있는 국가이며, 쇼핑 트렌드가 빠르게 변화함에 따라 단순히 상품만 판매하는 것이 아닌 고객들에게 재미와 흥미를 제공하는 방식인 쇼퍼테인먼트(Shopper-Tainment)가 마케팅 전략의 핵심으로 떠오르고 있음
- 따라서, 현지 소비 주도층인 MZ세대 이용률이 높고 숏폼 콘텐츠, 인플루언서를 활용한 라이브커머스 등이 활발히 이뤄지고 있는 틱톡샵을 통해 베트남 시장 공략이 가능할 것으로 전망

○ 출처

- Shopee races past other e-commerce rivals, TikTok Shop in second place. vnexpress. 2024.5.1.

○ 문의처

- aT 하노이지사 최성곡 +84 24-6282-2987