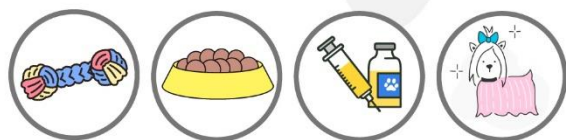




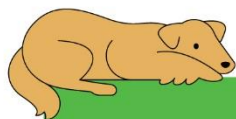
2024 **시장분석형**

반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사



No. : 202409-05
품목 : 펫푸드(반려동물 습식사료)
HS CODE : 2309.10
국가 : 베트남(Vietnam)





CONTENTS

I. SUMMARY

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모



1. 베트남 반려동물 식품 시장규모	06
2. 베트남 반려동물 습식사료 시장규모	07
3. 베트남 HS CODE 2309.10 제품 수입규모	08
4. 베트남 반려가구 유형	09

III. 시장트렌드

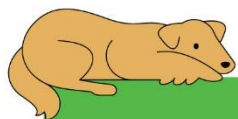
※ 베트남 반려동물 습식사료 소비 제품 특징 분석 프로세스	11
1. 베트남 반려동물 습식사료 브랜드 1위 : '페디그리'	12
2. 베트남 반려동물 습식사료 영양소 키워드 1위 : '비타민'	13
3. 베트남 반려동물 습식사료 맛 키워드 1위 : '닭고기'	14



IV. 유통채널

※ 베트남 반려동물 식품 유통채널 점유율	16
1. 하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	17
2. 온라인 쇼핑몰	18
3. 반려동물 전문 용품점	23





시장분석형



CONTENTS

V. 진입장벽

※ 베트남 반려동물 사료 법제도 및 규제현황	26
1. 베트남 반려동물 사료 사전 등록 제도	28
2. 베트남 반려동물 사료 제품 규격	29
3. 베트남 반려동물 사료 제품 라벨링	30
4. 베트남 반려동물 사료 공장 등록	31
5. 베트남 반려동물 사료 품질 인증	32

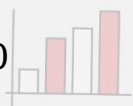
VI. 전문가 인터뷰

1. 펫마트(PET MART)	34
2. 퍼피펫샵(PUPPY PET SHOP)	37
3. 메오쿤(MEO CUN)	40

(*) 참고문헌



40



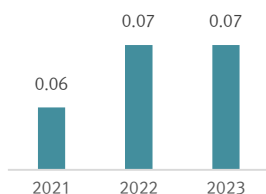


SUMMARY (베트남 반려동물 습식사료 시장 분석)

시장 현황

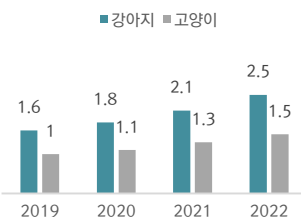
반려동물 식품 시장규모

단위 : 십억 달러



반려동물 습식사료 시장규모

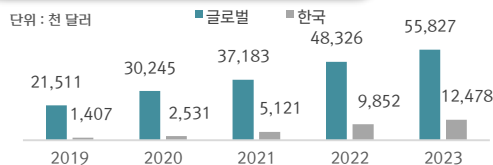
단위 : 백만 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2309.10 제품 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

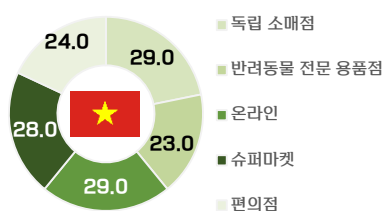
빅데이터 분석



* 베트남 TIKI 습식사료 제품 125건 분석 결과

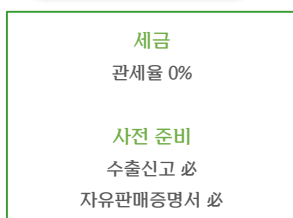
주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항



권장 인증



유의사항

라벨 필수 표기사항
필수 표기사항
베트남어로 기재되어야 함
(상품명, 상품 책임자 이름과 주소, 상품의 원산지, 수량, 제조일자, 만료일, 정량적성분, 사용 및 보관 지침, 경고정보는 있는 경우에만 해당)

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상



Point

(인기브랜드) 베트남 내 습식사료 중 인기 브랜드는 로얄캐닌 (Royal Canin)

(고객사제품가격 高) 100ml, 10팩 구성에 238,000VND 금액은 경쟁제품 대비 높은 금액임

(온라인 채널을 통한 홍보) 홍보를 위해서 소셜미디어 또는 온라인 쇼핑몰 활용하는 것을 추천





II. 시장규모

1. 베트남 반려동물 식품 시장규모
2. 베트남 반려동물 습식사료 시장규모
3. 베트남 HS CODE 2309.10 제품 수입규모
4. 베트남 반려가구 유형



시장 규모

1. 베트남 반려동물 식품 시장규모¹⁾²⁾

■ 베트남 반려동물 식품 시장규모, 2023년 기준 7천만 달러

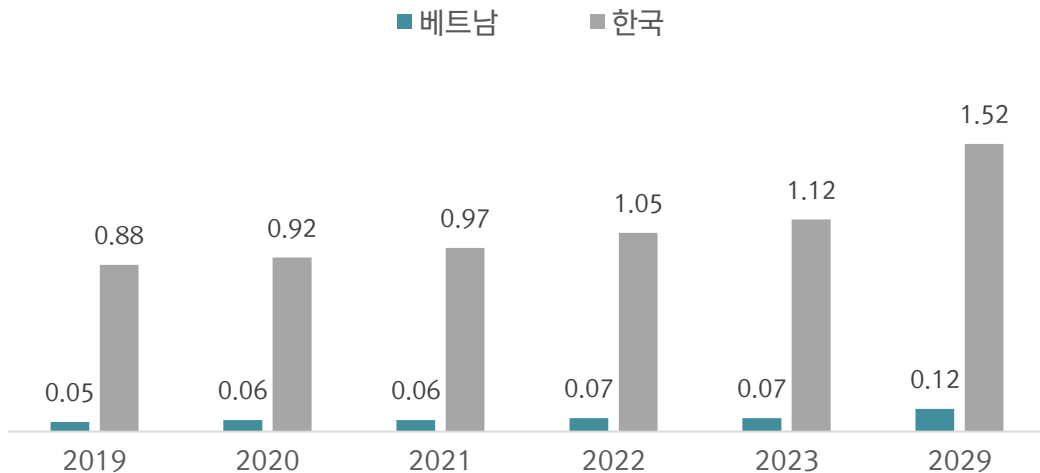
2023년 기준 베트남 반려동물 식품 시장규모는 7천만 달러를 기록하였으며, 한국 시장과 비교하여 약 16배 작은 시장규모임. 국민 1인당 반려동물 식품 소비규모도 2023년 0.74달러로, 한국의 21.65달러와 비교하면 매우 낮게 나타남

■ 베트남 반려동물 식품 시장, 2019-2023년 완만한 성장

베트남은 최근 1인 가구의 증가, 고령화 등의 인구구조 변화, 코로나 19라는 병리적 사회현상으로 인해 동물에 대한 인식이 '반려동물(인간이 정서적으로 의지하고자 가까이 두고 기르는 동물)'로 바뀌고 있음. 이에 따라 베트남 반려동물 식품 시장 규모는 지속적으로 성장할 것으로 보이며 2029년에는 1억 2천만 달러에 도달할 것으로 예상됨

베트남 반려동물 식품 시장규모

단위 : 십억 달러



국가	2019	2020	2021	2022	2023	2029(f)	CAGR ³⁾ (23-29)
베트남	0.05	0.06	0.06	0.07	0.07	0.12	9.4%
한국	0.88	0.92	0.97	1.05	1.12	1.52	5.2%

출처 : Statista

- 1) 스테티스타에 따르면 반려동물 식품 시장은 반려견, 반려묘를 포함한 가축의 영양 요구 사항을 충족하기 위해 특별히 만들어진 사료와 설치류 및 파충류와 같은 덜 흔한 가정용 반려동물을 위한 사료 제품을 포함함. 또한, 동물의 건강과 웰빙에 필수적인 영양소를 공급하는 다양한 구성 요소가 종종 반려동물 사료에 포함됨
- 2) 조사제품 '반려동물 습식사료'는 사료의 한 종류로 '반려동물 습식사료'의 상위 항목인 '반려동물 식품'의 시장규모를 조사함
- 3) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 베트남 반려동물 습식사료 시장규모

■ 베트남 반려동물 습식사료 시장규모, 2022년 기준 4백만 달러

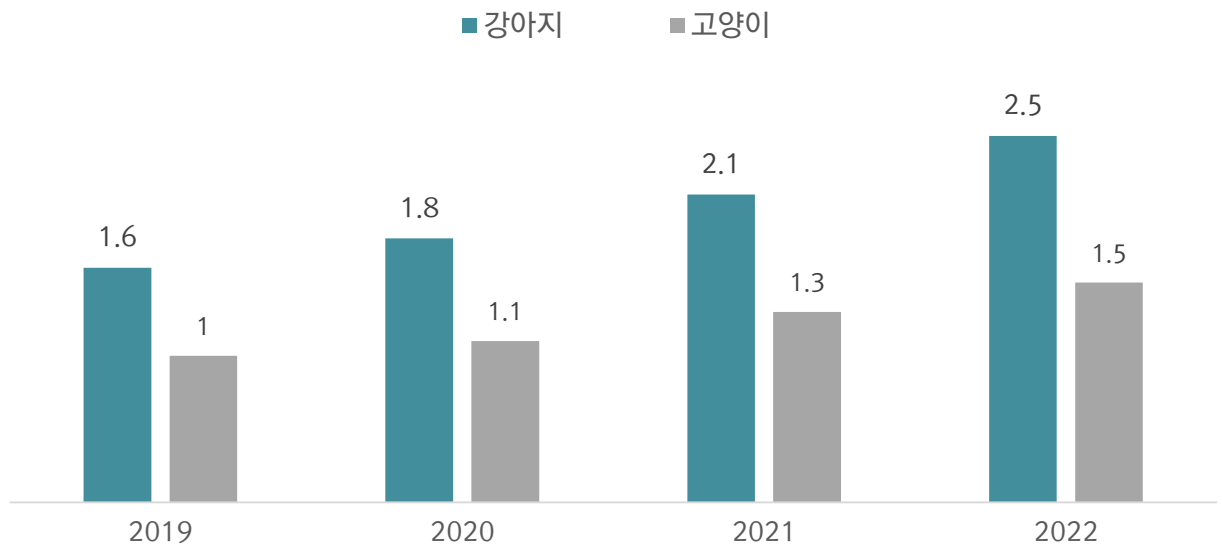
2022년 기준, 베트남 반려동물 습식사료 시장은 사료 시장규모는 4백만 달러를 기록하였으며, 강아지 사료와 고양이 사료가 각각 2.5백만 달러, 1.5백만 달러를 기록함. 강아지 사료가 고양이 사료보다 꾸준히 시장규모가 비교적 큰 것으로 보아 베트남에서는 강아지가 고양이보다 선호되는 동물임을 짐작할 수 있음

■ 베트남 반려동물 습식 사료 시장, 2019-2022년 연평균 15.5% 상승

베트남에서 반려동물에 대한 관심, 펫휴머니제이션 확대 등 반려 동물 사료 시장이 확대되면서, 2019년 부터 2022년 까지 반려동물 습식사료는 연 평균 15.5%의 시장성장률을 보이고 있으며, 지난 4년간(2019-2022년)동안 강아지 습식사료의 경우 16.1%의 시장성장률을 고양이 습식사료의 경우 14.5%의 시장 성장률을 기록함

베트남 반려동물 습식사료 시장규모

단위 : 백만 달러



구분	2019	2020	2021	2022	CAGR ⁴⁾ (19-22)
강아지	1.6	1.8	2.1	2.5	16.1%
고양이	1.0	1.1	1.3	1.5	14.5%

출처 : Euromonitor

4) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

3. 베트남 HS CODE 2309.10 제품 수입규모

- 베트남 HS CODE 2309.10 제품 글로벌 수입규모, 2023년 기준 5,582만 7천 달러
베트남 내 반려동물에 대한 관심이 높아짐에 따라 베트남 반려동물 사료 글로벌 수입 규모는 최근 5년간 꾸준히 증가하며 2023년 기준 5,582만 7천 달러를 기록하였음

반려동물 사료 HS-CODE⁵⁾

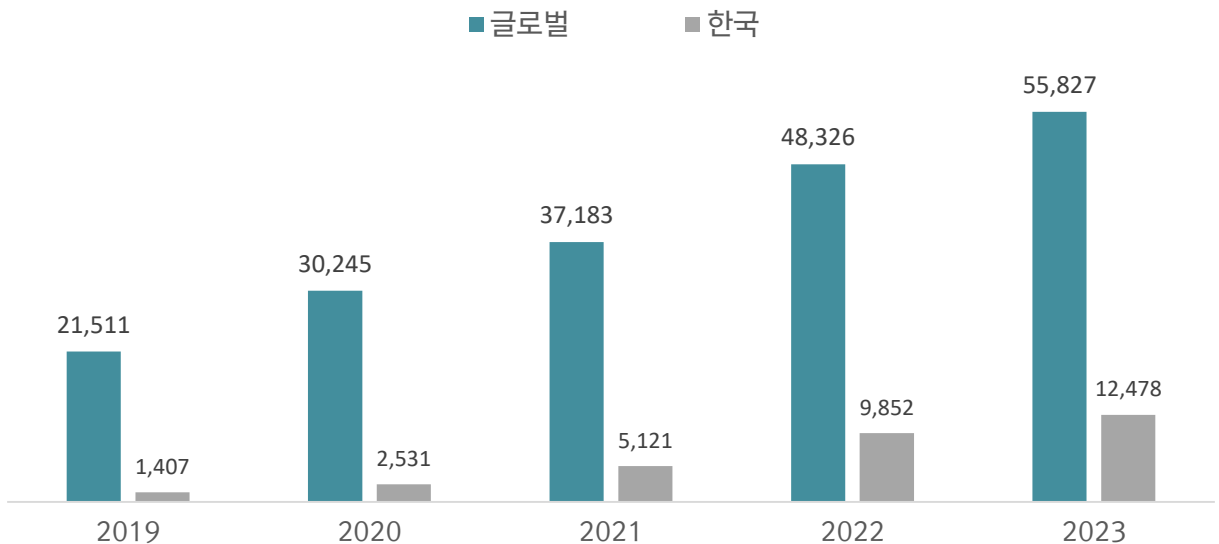
2309.10

 개나 고양이용 사료
 (소매용으로 한정한다)

- 베트남 對한국 HS CODE 2309.10 제품 시장 점유율은 2023년 기준 22.4%
2023년 기준 베트남 반려동물 사료 글로벌 수입 시장에서, 한국 반려동물 사료의 시장 점유율은 22.4%로 나타났으며, 수입액은 1,247만 8천 달러로 나타남.
한국은 베트남에서 태국에 이어 반려동물 사료 수입 2위국이 되었는데, 이는 베트남 내 한국의 높은 인기와 한국 제품의 높은 품질, 신뢰성 덕분임

베트남 HS CODE 2309.10 제품 수입규모

단위 : 천 달러



국가	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR ⁶⁾ (19-23)
對글로벌 수입액	21,511	30,245	37,183	48,326	55,827	26.9%
對한국 수입액	1,407	2,531	5,121	9,852	12,478	72.6%

출처 : ITC(International Trade Centre)

5) '반려동물 습식사료'는 사료의 한 종류로 취급되는 물품이며 소매포장되어 있으므로 HS CODE 2309.10으로 분류함

6) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

4. 베트남 반려가구 유형

■ 베트남 전체 가구 중 반려가구 비율은 67%

2023년 기준 베트남 반려가구 비율은 67%로 나타났으며, 이는 글로벌 반려 가구 평균 비율인 58% 대비 높은 수치에 해당함. 베트남의 반려동물 기르는 비용은 상대적으로 저렴하기 때문에 다양한 계층에서 반려동물을 기를 수 있는 경제적 여건이 마련됨

글로벌 평균(2023)	
반려가구	58%
반려견	59%
반려묘	53%
기타	21%

출처 : TGM Research

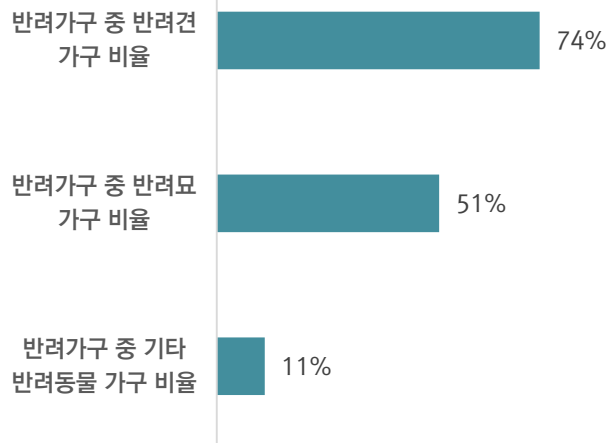
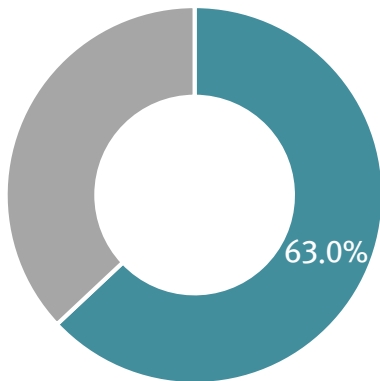
■ 반려가구 유형은 반려견(74%), 반려묘(51%), 기타(11%) 순

베트남 반려가구 유형별 비율은 반려견(74%), 반려묘(51%), 기타 반려동물(11%) 순으로 나타나고 있으며, 기타 반려동물에는 어류, 조류, 토끼 등이 포함됨. 반려견이 가장 선호되는 반려동물인 이유는 전통적으로 집을 지키게 하는 역할을 반려견에게 부여해 키워왔던 베트남인들에게 가장 흔하면서도 익숙한 동물이기 때문으로 보임

베트남 반려가구 유형

단위 : %

■ 전체가구 중 반려가구 비중



국가	전체가구 중 반려가구 비중	반려가구 중 반려견 가구 비율	반려가구 중 반려묘 가구 비율	반려가구 중 기타 반려동물 가구 비율
베트남	67%	74%	51%	11%

출처 : TGM Research



Ⅲ. 시장트렌드

※ 베트남 반려동물 습식사료 소비 제품 특징 분석 프로세스

1. 베트남 반려동물 습식사료 브랜드 1위 : ‘페디그리’
2. 베트남 반려동물 습식사료 영양소 키워드 1위 : ‘비타민’
3. 베트남 반려동물 습식사료 맛 키워드 1위 : ‘닭고기’



※ 베트남 반려동물 습식사료 소비 제품 특징 분석 프로세스

온라인 쇼핑몰 베스트셀러 등록 제품의 특징 정보 분석 제공

■ 베트남 온라인 쇼핑몰 데이터 수집

- 정보 수집원 : TIKI
- 수집 카테고리 : 반려견 습식 사료
- 수집 기간 : 2024년 9월
- 수집 정보 : 베스트셀러 제품 125개

■ 베트남 온라인 쇼핑몰 데이터 분석 결과

키워드	발생 연관어	
브랜드	Pedigree	26
	Royal canin	23
	Smart heart	17
	Zenith	6
효능	Vitamin(비타민)	68
	Canxi(칼슘)	57
	Protein(단백질)	49
	Omega(오메가)	47
	Biotin(비오틴)	21
성분	thịt gà(닭고기)	40
	sữa(우유)	13
	thịt bò(소고기)	6
	cừu non(양고기)	4
	cá hồi(연어)	3

시장 트렌드

1. 베트남 반려동물 습식사료 브랜드 1위 : ‘페디그리’

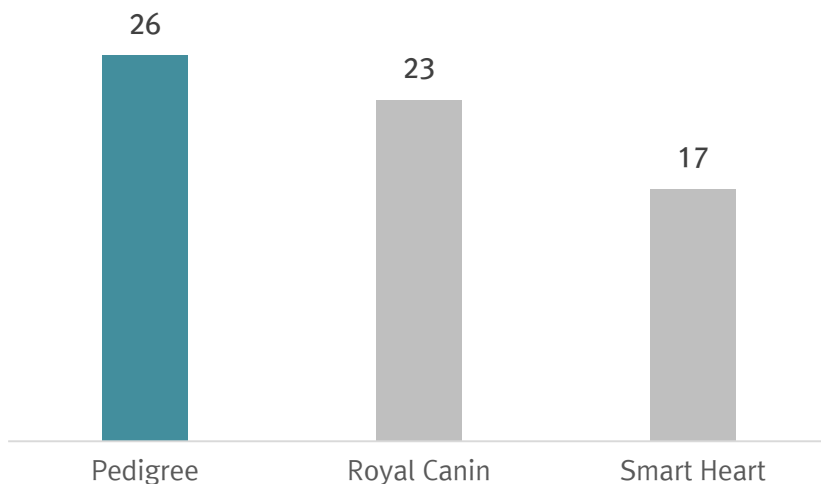
■ 베트남 반려동물 습식사료 글로벌 브랜드 강세

전체 베스트셀러 중 가장 많은 점유율을 차지하고 있는 브랜드는 글로벌 브랜드인 Pedigree와 Royal canin으로 나타남. Pedigree는 합리적인 가격과 다양한 유통망으로, Royal Canin은 과학적 접근의 맞춤형 영양 제품으로 인기를 얻고 있으며 태국 제조사의 브랜드인 Smart Heart는 좋은 품질과 영양 다양성으로 소비자들에게 인기를 끌고 있음

이미지	브랜드	제품명	특성	
 (판매 링크)	Pedigree	Pedigree Puppy Nutritional Pate 130g (반려견 사료/날개 포장)	맛	닭고기 / 소고기
			제형	Pate
			중량	130g
			가격	26,000VND ⁷⁾ (약 1,396원)
 (판매 링크)	Royal Canin	Royal Canin Puppy Pate for puppies of all kinds 140g (반려견 사료/강아지용)	맛	닭고기
			제형	Pate
			중량	140g
			가격	49,000VND (약 2,631원)
 (판매 링크)	Smart Heart	SmartHeart Pate for dogs 400g (반려견 사료/단백질)	맛	소고기 / 닭고기
			제형	Pate
			중량	400g
			가격	45,000VND (약 2,416원)

베트남 반려동물 습식사료 브랜드 관련 키워드

단위 : 발생건수



출처 : tiki.vn

7) 100VND=5.37원(2024.09.02 KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 베트남 반려동물 습식사료 영양소 키워드 1위 : ‘비타민’

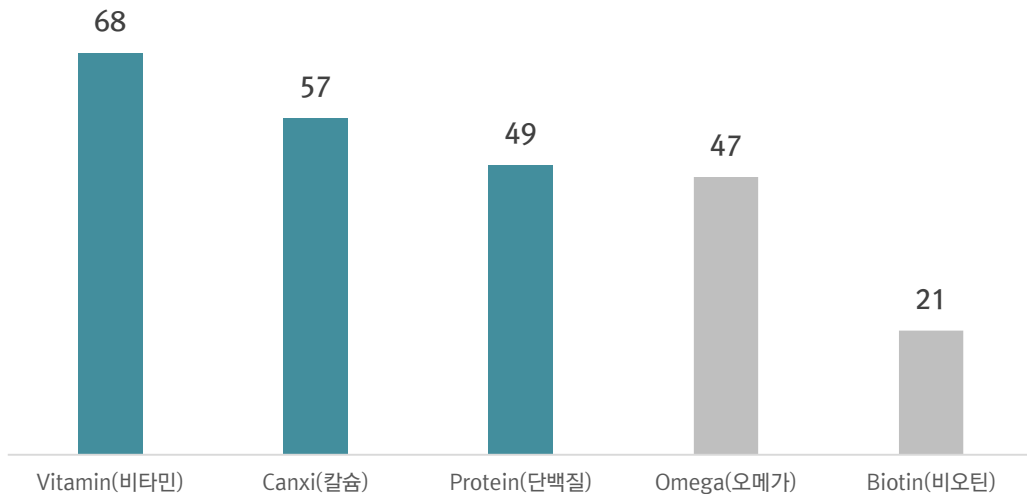
■ 베트남 반려동물 습식사료 글로벌 브랜드 강세

베트남 반려동물 습식사료 시장에서 비타민이 가장 중요한 영양소로 자리 잡고 있음. 전체 습식사료 중 비타민이 포함된 제품이 가장 높은 인기를 얻고 있으며, 100개 베스트셀러 제품 중 68개의 제품에서 비타민이 주요 성분으로 포함되어 있음. 이는 반려동물의 면역력 강화와 건강 증진을 위해 비타민이 포함된 사료가 베트남 소비자들 사이에서 높은 관심을 받고 있음을 보여줌

이미지	브랜드	제품명	특성	
 (판매 링크)	Pedigree	Set of 12 Bags of PEDIGREE Large Dog Food Sauce 130g (비타민, 미네랄, 칼슘)	맛	닭고기 / 소고기/ 간
			제형	Pate
			중량	Set of 12 Bags
			가격	23,000VND (약 1,235원)
 (판매 링크)	Royal Canin	Royal Canin Puppy Pate for puppies of all kinds 140g (비타민, 단백질)	맛	닭고기
			제형	Pate
			중량	140g
			가격	49,000VND (약 2,631원)
 (판매 링크)	Smart Heart	SmartHeart Pate for dogs 400g (단백질, 지방, 비타민, 미네랄)	맛	소고기 / 닭고기
			제형	Pate
			중량	400g
			가격	45,000VND (약 2,416원)

베트남 반려동물 습식사료 영양소 관련 키워드

단위 : 발생건수



출처 : tiki.vn

3. 베트남 반려동물 습식사료 맛 키워드 1위 : ‘닭고기’

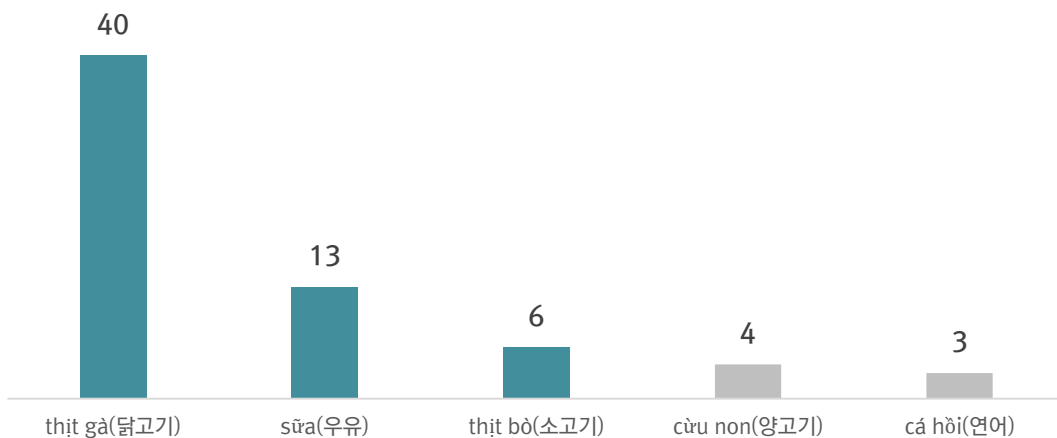
■ 베트남 반려동물 습식사료 ‘닭고기 맛’ 독보적인 인기

베트남 반려동물 습식사료 시장에서 가장 인기 있는 맛은 닭고기로 나타남. 100개의 베스트셀러 제품 중 닭고기 맛이 포함된 제품이 40개로 가장 높은 비중을 차지하고 있음. 이는 베트남 소비자들이 반려동물에게 주는 사료에서 닭고기를 선호한다는 점을 시사함. 그 외 우유는 영양 성분 보강을 위해 주목받고 있으며, 소고기와 양고기, 연어 등의 다양한 맛이 제공되어 반려동물의 기호를 맞추려는 경향이 있음

이미지	브랜드	제품명	특성	
 (판매 링크)	Pedigree	Pedigree Puppy Nutritional Pate 130g (반려견 사료/날개 포장)	맛	닭고기 / 소고기
			제형	Pate
			중량	130g
			가격	26,000VND (약 1,396원)
 (판매 링크)	Royal Canin	Royal Canin Puppy Pate for puppies of all kinds 140g (반려견 사료/강아지용)	맛	닭고기
			제형	Pate
			중량	140g
			가격	49,000VND (약 2,631원)
 (판매 링크)	Smart Heart	SmartHeart Dog Pate 130g (반려견 사료/근육 형성)	맛	닭고기
			제형	Pate
			중량	130g
			가격	20,000VND (약 1,074원)

베트남 반려동물 습식사료 맛 관련 키워드

단위 : 발생건수



출처 : tiki.vn



Ⅳ. 유통채널

※ 베트남 반려동물 식품 유통채널 점유율

1. 하이퍼마켓 / 슈퍼마켓
2. 온라인쇼핑몰
3. 반려동물 전문 용품점



유통채널

※ 베트남 반려동물 식품 유통채널 점유율

신청기업 조사희망 유통채널

- ① 하이퍼마켓 / 슈퍼마켓
- ② 온라인 쇼핑몰
- ③ 반려동물 전문 용품점

■ 베트남 반려동물 식품 독립 소매점 점유율(29%)

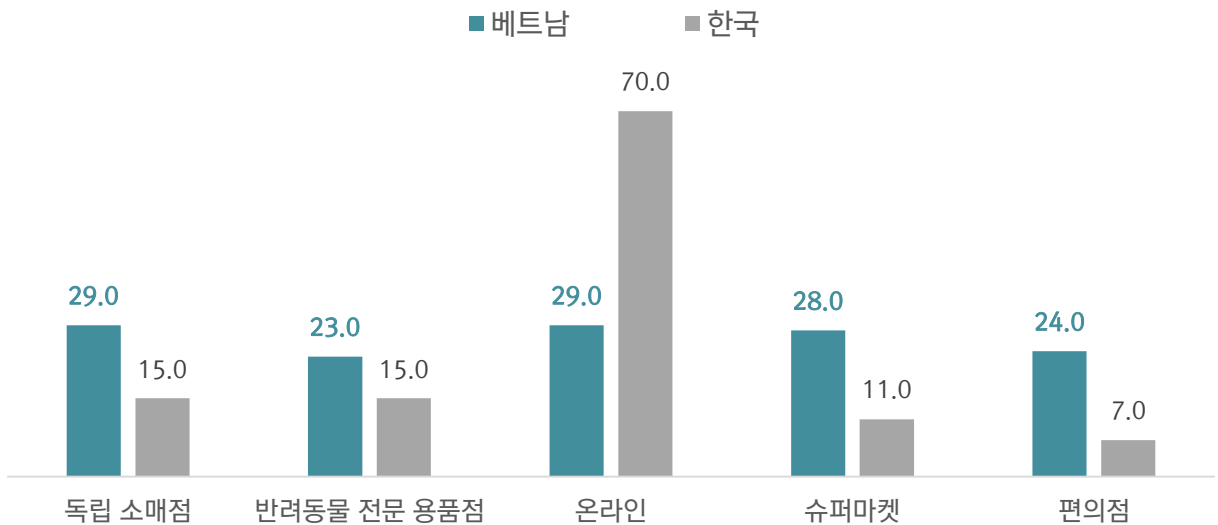
2023년 기준 베트남 반려동물 식품 유통채널에서 독립 소매점의 점유율은 29%를 기록함. 베트남에서는 대형 유통망보다 독립 소매점이 더 널리 퍼져있기 때문에 독립 소매점 점유율이 한국보다 독립 소매점의 점유율이 높게 나타남

■ 베트남 반려동물 식품 유통채널 점유율 요인

온라인 점유율이 월등하게 높은 한국과는 다르게 베트남은 다양한 경제 계층과 지역별 유통 환경 차이가 복합적으로 작용하여 반려동물 식품 유통 채널 점유율이 비등하게 나타남. 도시에 사는 중산층 이상의 소비자들은 반려동물 전문 용품점과 온라인을 이용하는 반면, 농촌 등 외곽에서 사는 소득이 낮은 계층들은 여전히 독립 소매점이나 슈퍼마켓을 더 많이 이용함

베트남 반려동물 식품 유통채널 점유율 (2023년)⁸⁾

단위 : %



국가	독립 소매점 ⁹⁾	반려동물 전문 용품점	온라인	슈퍼마켓	편의점
베트남	29%	23%	29%	28%	24%
한국	15%	15%	70%	11%	7%

출처 : TGM Research

8) 해당 장에서 '반려동물 습식사료' 품목에 대한 유통채널 확인이 불가하여, 제품을 포함하는 카테고리인 '반려동물 식품' 유통채널의 정보를 확인함

9) 독립 소매점 : 개인이나 소규모 사업자가 운영하는 상점

1. 하이퍼마켓 / 슈퍼마켓

① Aeon Mall

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	Aeon Mall	유형	하이퍼마켓, 슈퍼마켓
홈페이지	aeonmall-vietnam.com	진출지역	전역
규모	(연간 매출액) 약 1,010억 원 / (베트남 매장수) 6개		
요약정보	- 일본 이온몰(Aeon Mall) 슈퍼마켓 체인 - 2013년 1월 베트남 지점 첫 설립 - 규모가 큰 대형 쇼핑몰 형태 비즈니스가 특징 - AEON Petemo(반려동물 전문 용품점) 운영		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 식품, 헬스케어 제품, 반려동물 미용 및 의류 등
선호 제품	회사 독점 제품, 신뢰성 있는 브랜드 제품
매장 전경	 

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(*) 연락처 및 주요 정보 - 직접 수입 진행하지 않음, 현지 벤더를 통한 제품 납품 필요 - [E-mail] uyen.nung@aeon.com.vn [Tel] 84 24 3944 9518 BM Pet (bmpet.vn) - 반려동물 사료 및 반려동물 용품 전문 수입 유통사 - [E-mail] info@petpro.vn [Tel] 84 901 636 696

② Emart

■ 기본 정보

항목	내용			
매장명	Emart	유형	하이퍼마켓, 슈퍼마켓	
홈페이지	cooponline.vn	진출지역	전역	
규모	(베트남 매장수) 3개			
요약정보	- 한국 SSG그룹 슈퍼마켓 체인 - 2015년 베트남 지점 첫 설립 - 자체 브랜드(PB) 노브랜드 중심 판매전략 수립			

■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 건사료, 습식사료, 장난감
선호 제품	해외 수입 제품, 프리미엄 품질 제품
매장 전경	 

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(*) 연락처 및 주요정보 - 홈페이지를 통한 협력 추진 (https://thuymy dinh.vn/lien-he/) - [Email]: info@thuymy dinh.vn - [Tel]: 096 930 69 09

출처 : 해당 기업 홈페이지 / 해당 국가 기업 정보 제공 사이트

2. 온라인 쇼핑몰

③ Shopee

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	Shopee	유형	온라인쇼핑몰
홈페이지	www.shopee.vn		
규모	(24년도 상반기 매출액) 약 2조 8,858억 3,800만원		
요약정보	- 동남아시아 및 대만 주요 전자상거래 플랫폼 - 2015년 설립, 베트남 시장에서 빠르게 성장 - 다양한 제품군(전자제품, 패션, 뷰티, 식료품 등) 제공 - 모바일 쇼핑 최적화 및 무료 배송, 할인 이벤트 중심의 판매 전략		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	식품, 관리용품, 패션용품, 장난감, 일반용품 등
선호 제품	수요가 많은 인기 제품, 유통이 까다롭지 않은 제품
주요 프로모션 정보	 특정기간 할인 이벤트, 바우처 할인, 신규고객 할인, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	홈페이지를 통한 입점 신청 (https://shopee.vn/seller/signup) ① shopee 계정등록 및 이메일, 전화번호 등록 ② 매장 정보 입력 ③ 배송 정보 입력 ④ 판매 제품 게시 문의사항 연락처 - [E-mail] support@shopee.vn

온라인몰 UI

①

온라인몰 UI

1. 인기 상품 게재

방문자들이 가장 많이 찾고
구매한 상품과 카테고리 표시

2. 후불제 시스템

신용카드를 이용한
선불제 시스템과 더불어
물품을 받은 후 현금을
지불하는 시스템(COD)
존재

3. 국제배송

베트남 지역과 더불어
아세안 내 속한 일부
국가들에게 배송 가능

4. 모바일 서비스

소피 어플과 SNS를 통한
제품, 프로모션 공유 및
판매자 팔로우 기능 제공

5. 구매 내역

구매한 내역과 검색 내역
확인 가능하며 해당
카테고리 내 추천상품 제공

세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
영문 사이트 전환 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI

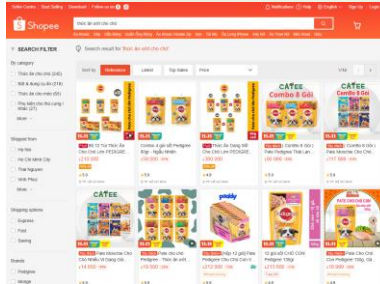
②

Shopee - 제품 구매 페이지

‘반려견 습식사료’ 제품 검색 결과

‘반려견 습식사료’ 검색결과 노출

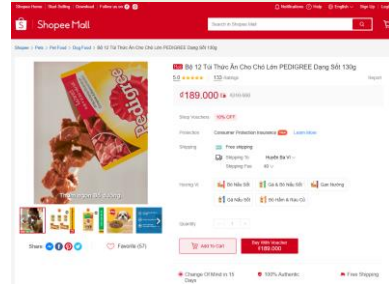
인기제품, 최신순, 연관성 세분화 분류 기능 제공



‘반려견 습식사료’ 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



품목별, 브랜드별, 배송시간별로 검색 가능
인기제품, 최신제품, 가격대별로 제품 정렬 가능

④ Lazada

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	Lazada Vietnam	유형	온라인쇼핑몰
홈페이지	www.lazada.vn		
규모	(24년도 상반기 매출액) 약 3,383억 1,000만원		
요약정보	- 동남아시아 주요 전자상거래 플랫폼, Alibaba Group 소속 - 2012년 설립, 베트남에서 넓은 시장 점유율 보유 - 전자제품, 패션, 뷰티, 식료품 등 다양한 상품군 제공 - 대규모 할인 이벤트와 빠른 배송 서비스 중심의 판매 전략		



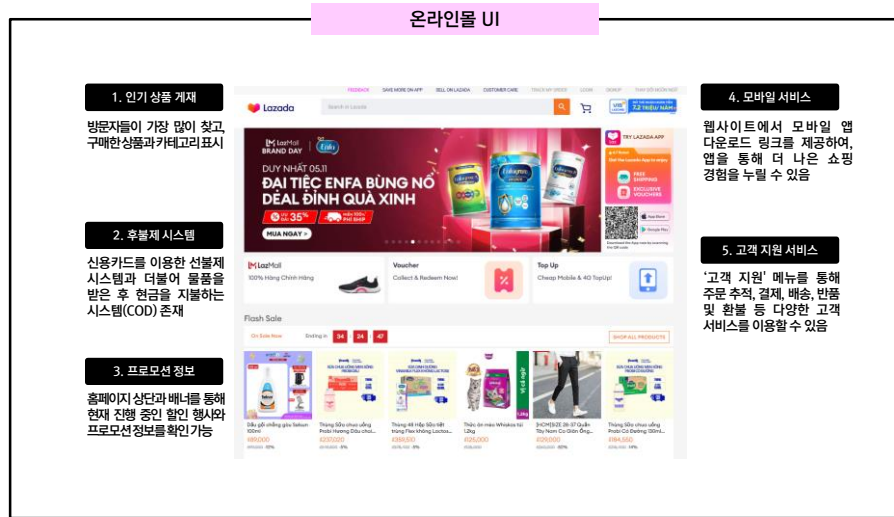
항목	내용
입점 가능 품목	식품, 관리용품, 패션용품, 장난감, 일반용품 등
선호 제품	수요가 많은 인기 제품, 유통이 까다롭지 않은 제품
주요 프로모션 정보	  바우처 할인, 특정시간 할인 이벤트 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(*) 홈페이지를 통한 입점 신청 https://sellercenter.lazada.vn/apps/register/index?spm=a2o4n.tm80093199.9839049020.1.49c160721kKslc&scm=1003.4.icms-zebra-5012337-4637864.OTHER_5950905195_4381914 ① Lazada 판매자 계정 생성 ② 이메일 및 참고 주소 입력 ③ CCCD 및 은행 계좌 사진 보내기 ④ 제품 게시 및 판매 시작 (*) 문의사항 연락처 - 홈페이지 문의 https://sellercenter.lazada.vn/seller/helpcenter?spm=a1zawf.15023480.0.0.59074edfATP6Vw - [Tel]1900636857

온라인몰 UI

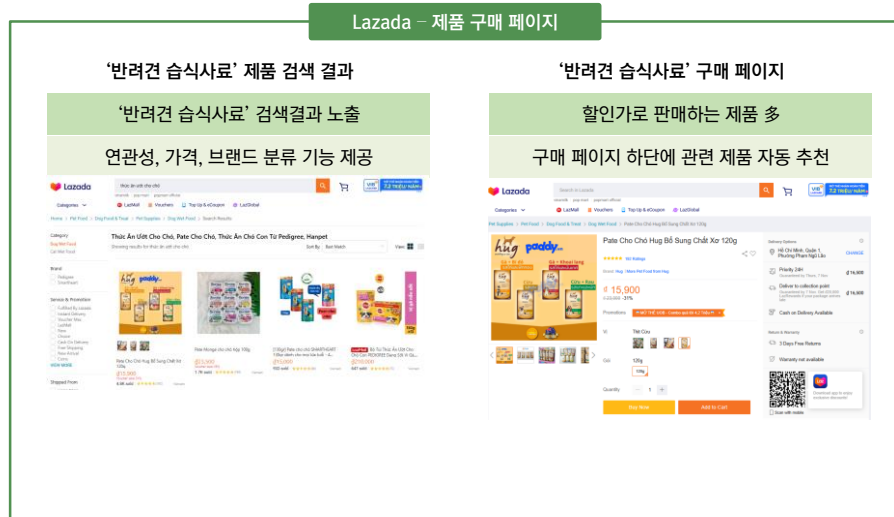
①



사용자 친화적인 직관적 네비게이션 디자인으로 편리한 쇼핑 가능

온라인몰 UI

②



서비스&프로모션별, 브랜드별, 선적지역으로 검색 가능
검색매칭도, 가격대별로 제품 정렬 가능

3. 반려동물 전문 용품점

⑤ Petmart

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	Petmart	유형	펫용품전문체인
홈페이지	www.petmart.vn	진출지역	전역
규모	(베트남 매장수) 33개		
요약정보	- 베트남 최대 규모의 펫 전문 용품 체인 - 2011년 첫번째 매장 오픈 이후, 33개 매장 운영중 - 펫용품 공급 외 그루밍, 스파, 호텔 서비스 운영중		


petmart®

■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	의류, 식품, 목욕용품, 관리용품 등
선호 제품	반려동물 용품 전문 브랜드, 동물 복지 용품
매장 전경	 

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(*) 홈페이지를 통한 입점 신청 - [E-mail] info@emart.vn - [Tel] 84 28 7106 9906

⑥ Petsaigon

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	Petsaigon	유형	펫용품전문체인
홈페이지	www.petsaigon.vn	진출지역	호치민
규모	(베트남 매장수) 3개		
요약정보			

■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	식품, 의류, 용품, 장난감, 케어 제품 등
선호 제품	원산지가 명확한 제품, 품질이 보장된 제품, 가격 경쟁력 있는 제품
매장 전경	 

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(*) 연락처 및 주요정보 - 개별 접촉을 통한 협력 추진 - [E-mail] petsaigononline@gmail.com [Tel] 0786.236.336



V. 진입장벽

※ 베트남 반려동물 사료 법제도 및 규제 현황

1. 베트남 반려동물 사료 사전 등록 제도
2. 베트남 반려동물 사료 제품 규격
3. 베트남 반려동물 사료 제품 라벨링
4. 베트남 반려동물 사료 공장 등록
5. 베트남 반려동물 사료 품질 인증



진입장벽

※ 베트남 반려동물 사료 법제도 및 규제 현황

■ 베트남, 반려동물 사료를 정의하고 관리하는 별도 법령은 부재

베트남은 반려동물 사료와 직접 연관되는 법제도가 정비되지 않는 상태이며, 일반 동물 사료 및 가축용 사료 규정에 의해 관리 및 운영되고 있음

■ 동물 사료 제품 등록 시 적용되는 국가 기술규정 존재

베트남에서 반려동물 사료는 베트남 농업농촌개발부(MARD)에서 나오는 규정을 따르고 있음. 국가 기술 규정 내 반려동물 사료가 포함된 기술 요구 사항이 존재하고 있으나 다른 가축 사료와 구분되는 별도의 요구 사항은 없음

연관 법령 및 제도 현황¹⁰⁾

구분	일반 사료	반려동물 사료
품목 법령	○ (PROVIDING THE REGULATORY FRAMEWORK FOR ANIMAL FEEDS AND AQUA FEEDS / 39/2017/ND-CP)	X
제품 등록	○ (QCVN 01-183:2016/BNNPTNT/ 국가기술규정) (QCVN 01-190:2020/BNNPTNT/ 국가기술규정)	X
제품 규격 - 공통 규격	○ (21/2019/TT-BNNPTNT / 사료품질지표 규정)	X
제품 규격 - 특수 규격	X	X
제품 라벨링 - 사료 일반	○ (43/2017/ND-CP / 제품 라벨링에 관한 정부시행령) (2019/21/TT-BNNPTNT / 동물 사료에 관한 축산법의 조항에 대한 지침)	X
공장 등록	○ (chứng nhận đủ điều kiện sản xuất thức ăn chăn nuôi/ 동물 사료 생산 자격 증명서)	X
기타사항	X	X

출처 : 각 정부부처 및 관련 기구

10) 해당 법령의 일반 동물은 인간이 키우거나 사육하는 가축, 가금류, 벌, 누에 및 수생 동물을 포함하며 반려 동물은 사람의 식용을 목적으로 하지 않고 사육되는 동물임

■ 반려동물 사료 수출 단계별 주요 준비사항

- ① 수출 준비 : 수출 사료의 자유판매증명, 제조증명, 제품등록증명, 분석증명, 위생증명, 원산지증명, 검역증명, 사료원료 사용가능증명 등을 위해 농림축산검역본부로부터 자유판매증명서를 발급받아야 함
- ② 물품 검사 : 현지에 등록되기 전, 또는 유통 허가를 받지 않은 사료는 현지사업자를 통해 베트남 농업농촌개발부(MARD)로부터 허가서를 받아야 함
- ③ 관세 확인 : HS CODE 기준 한국과 베트남 간의 VKFTA협정 세율을 적용하여 0%의 수입 관세율이 적용됨

통관 및 검역 절차



1. 베트남 반려동물 사료 사전 등록 제도

▪ Chứng nhận hợp quy thức ăn chăn nuôi (동물사료적합성인증)

동물 사료 적합성 인증은 규정에 명시된 기술 기준에 따라 생산 공장 및 동물 사료 제품의 품질을 평가하는 활동이며, 베트남 시장에서 제품을 합법적으로 유통하기 위한 필수 요구 사항으로 베트남 내 생산 사료 및 수입 사료 모두 적합성 인증을 받아야 함

Chứng nhận hợp quy thức ăn chăn nuôi (동물사료적합성인증)

항목	내용		
명칭	Chứng nhận hợp quy thức ăn chăn nuôi		
구분	동물사료적합성인증		
제도 목적	베트남 內 동물사료(반려동물사료 포함) 유통 거래 허용		
대상 품목	동물 사료(반려동물 사료 포함)		
신청 URL	(-)		
취득 대상	베트남 내 생산 사료 및 수입 사료	제도 성격	필수
준비 서류	① 베트남 내 유통이 허용된 동물 사료 등록 신청서(양식에 따름) ② 사업자등록증 또는 투자증명서(공인본, 최초 제출만 필요) ③ 적용 가능한 공개 표준(ex. ISO 9001, ISO 22000, HACCP 등) - 제조업체 확인 도장이 있는 원본 또는 사본 ④제품인증등록서 ⑤ 품질검사 및 확인을 위한 등록서류 ⑥ PT5, PT7¹¹⁾ 제품 인증 흐름도 - 수입사료에 대해서는 PT7에 따른 적합성 인증 평가 진행 ⑦ 제품 라벨 샘플(제조업체 확인 도장 포함)		
수수료(기간)	• 수수료 : 기업별로 인증이 필요한 방법과 동물사료 제품에 따라 상이 ex) 수수료:등록비(0.095%×배출가액(1,000,000VND ≤ A ≤6,000,000VND)) + 이동비(650,000VND(1회 샘플 채취를 위한이동비))+시험비용 • 기간 : 15 - 20일(제품 테스트 시간 미포함)		
담당 기관	베트남 농업농촌개발부(MARD) 지정기관		

출처 : 베트남 식품산업연구소(firi.vn)

출처 : 베트남 식품산업연구소(firi.vn)

11) PT5: 베트남 내에서 제조되는 사료 제품에 대해 적용되는 인증 절차로, 사료 제조업체가 품질 기준을 충족하는지 평가함
 PT7: 수입 사료에 대해 적용되는 적합성 인증 절차로, 수입된 사료가 베트남 내에서 유통되기 전에 품질, 안전성, 성분 등을 평가하여 베트남의 사료 기준에 부합하는지 확인함

2. 베트남 반려동물 사료 제품 규격¹²⁾

■ 베트남 농업농촌개발부(MARD) 동물 사료 영양소 요구사항

베트남 농업농촌개발부(MARD)에서 발표한 동물 사료에 관한 축산법의 조항에 대한 지침에는 사료 제품을 베트남에 유통하기 위해 공개해야하는 동물 사료 품질 지표를 제시하고 있음. 제시된 표는 반려동물용 복합사료에 대한 영양소 요구사항으로 수분, 조단백, 조지방, 조섬유에 대한 함량 요구사항이 명시되어 있음

베트남 농업농촌개발부(MARD) 반려동물용 복합사료 영양소 요구사항(21/2019/TT-BNNPTNT)

종류	단위	함량	기준
Moisture(습도)	%	2	(이하)
Crude Protein (조단백)	%	3	(-)
Crude Fat (조지방)	%	4	(이하)
Crude fiber(조섬유)	%	5	(-)

출처 : 베트남 법률도서관(thuvienphapluat.vn)

■ 베트남 농업농촌개발부(MARD) 동물 사료 안전 기준 요구사항

베트남 농업농촌개발부(MARD)에서 발표한 동물 사료 및 양어 사료 성분에 대한 국가 기술 규정에는 사료 제품에 대한 안전 기준을 제시하고 있음. 제시된 표는 반려동물용 완전 혼합 식품의 최대 허용 함량을 나타낸 것으로 비소(10mg/kg), 카드뮴 (2mg/kg),납(5mg/kg), 수은(0.3mg/kg),아플라톡신(20 μ g/kg),대장균, 살모넬라균등 안전요구사항이 명시되어 있음

베트남 농업농촌개발부(MARD) 반려동물 사료 안전 기준 요구사항(QCVN 01-

종류	단위	반려동물용 완전 혼합식품의 최대 허용 함량
As(총비소)	mg/kg	10.0
CD(카드뮴)	mg/kg	2.0
Pb(납)	mg/kg	5.0
Hg (수은)	mg/kg	0.3
아플라톡신 B1	μ g/kg	20.0
대장균	g	1.0g에는 존재하지 않음
살모넬라	g	25.0g에는 존재하지 않음

출처 : 베트남 법률도서관(thuvienphapluat.vn)

12) 베트남 농업농촌개발부에 따르면 반려동물은 사람의 식용을 목적으로 하지 않고 사육되는 동물로 정의함

3. 베트남 반려동물 사료 제품 라벨링

■ 반려동물 사료에 대한 라벨 규정 보유

베트남 반려동물 사료에 대한 라벨 규정은 베트남 농업농촌개발부(MARD)에서 발표한 동물 사료에 관한 축산법의 조항에 대한 지침(2019/21/TT-BNNPTNT)에 명시되어 있음. 수입 동물 사료의 경우 2차 라벨링은 정부 시행령 43/2017/ND-CP 호의 제품 라벨 규정과 시행통지(2019/21/TT-BNNPTNT)에 명시된 라벨 규정 모두 준수해야 됨

반려동물 사료(반려동물용 완전혼합사료) 제품 라벨링 규정

항목	내용	
명칭	사료 제품 라벨 표시 사항	
관련 법령	제품 라벨링에 관한 정부 시행령(43/2017/ND-CP) 동물 사료에 관한 축산법의 조항에 대한 지침(2019/21/TT-BNNPTNT)	
요구사항	▪ 동물사료 라벨에 표시된 내용은 동물 사료에 관한 축산법의 조항에 대한 지침(2019/21/TT-BNNPTNT)에 명시되어 있는 표기사항을 준수 ▪ 동물의 질병을 예방하고 치료하기 위한 항생물질을 함유한 동물용 사료는 유통 시 제품 라벨 또는 첨부문서에 항생물질의 명칭, 함량, 사용방법, 사용중단 시기 등에 대한 완전한 정보를 기재해야 함 ▪ 수입 동물 사료의 경우 2차 라벨링은 정부 시행령 43/2017/ND-CP 호의 제품 라벨 규정과 시행통지(2019/21/TT-BNNPTNT)에 명시된 라벨 규정 모두 준수 필요	
라벨 표기사항	▪ 브랜드 및 제품명 ▪ 수량 ▪ 공개된 표준 수 ▪ 제조일자 ▪ 유통기한 ▪ 보관 지침 ▪ 업체명 / 주소 / 전화번호(제품원산지추적보장) * 필수 표기사항 베트남어로 기재되어야 함 (상품명, 상품 책임자 정보, 상품의 원산지, 수량, 제조일자, 만료일, 정량적성분, 사용 및 보관 지침, 경고정보는 있는 경우에만 해당)	▪ 영양 성분 또는 품질 지표 - 습도(%) 최대 : - 조단백질(%) 최소 : - 조지방(%) 최소 : - 조섬유(%) 최대 : - 총 미네랄(%) 최대 : - 항생제 정보(사용하는 경우): - 기타 참고사항(있는 경우): ▪ 원재료 성분 (제품을 제조하는데 사용된 주요 성분을 작성) ▪ 사용 지침

4. 베트남 반려동물 사료 공장 등록

■ 동물 사료 생산 자격 증명서

베트남에서 상업용 동물사료 제품을 판매하기 위해서는 제품 판매를 위한 국내 및 해외 시설에 대해 베트남 농업농촌개발부에서 담당하는 동물사료생산 적격성 인증을 반드시 받아야함

동물 사료 생산 자격 증명서

항목	내용		
명칭	동물 사료 생산 자격 증명서 (chứng nhận đủ điều kiện sản xuất thức ăn chăn nuôi)		(-)
구분	동물 사료 생산 자격 증명서		
제도 목적	베트남 현지에서 동물사료에 대해 상업적으로 판매를 허가하기 위함		
대상 품목	동물 사료 및 기타 사료		
신청 URL	(-)		
취득 대상	상업적 목적을 위한 전통 동물 사료 생산 시설(생산, 예비 가공, 가공)	제도 성격	필수
준비 자료	1. 동물 사료 생산 자격 증명서 발급 신청서 2. 생산 조건 설명 3. 생산 시설의 품질 관리 프로세스 4. 전통사료생산시설 및 단일성분에 대한 동물사료 생산공정 요약		
수수료(기간)	수수료 : -동물 사료 생산 자격 증명서 평가(실제 조건을 평가해야 하는 경우): 5,700,000VND -적격 증명서 발급 평가 결정) 동물 사료 생산(실제 조건을 평가하지 않는 경우): 1,600,000VND		
담당 기관	베트남 농업농촌개발부 (MARD, MINISTRY OF AGRICULTURAL AND RURAL DEVELOPMENT)		

5. 베트남 반려동물 사료 품질 인증

■ HACCP 인증

반려동물 사료 등록 시 추가적으로 품질 관련한 증빙을 위해서는 HACCP을 획득하는 것을 권장함. 해당인증은 식품의약품안전처의 위임을 위임을 받은 한국식품안전관리인증원에서 획득할 수 있음. 보통 일반 HACCP 인증의 경우 6개월~1년 정도 소요가 되며, 소규모 HACCP은 3~5개월 소요됨

HACCP 인증

항목	내용		
명칭	HACCP		
구분	식품안전관리 인증기준		
제도 목적	식품의 원재료부터 제조, 가공, 유통, 조리단계까지의 모든 과정에서 발생할 수 있는 위해요소를 과학적으로 분석하고 관리		
대상 품목	식품 및 축산물		
신청 URL	fresh.haccp.or.kr		
취득 대상	농산물 및 가공식품 제조업체	제도 성격	선택
준비 자료	① 신청서 ② 식품안전관리인증 계획서 ③ 영업등록증 사본 ④ 사업자등록증		
수수료(기간)	(수수료) 식품영업자의 경우 인증·연장 신청수수료 유형(품목)별 : 20만원, 축산물영업자는 인증·연장 심사수수료 업종별·규모별 : 34만~90만원 (기간) 일반 HACCP인증 : 6개월~1년 소규모 HACCP인증 : 3개월~5개월		
담당 기관	한국식품안전관리인증원		

출처 : 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)



VI. 전문가 인터뷰

1. 펫마트(PET MART)
2. 퍼피펫샵(PUPPY PET SHOP)
3. 메오쿤(MEO CUN)



Interview ①



펫마트(PET MART)

펫 마트(PET MART)

유형 : 수입 유통업체

업체 특징 :

2014년에 설립된 소매점으로 반려동물 영양식, 반려동물 관리 제품 및 액세서리를 취급하고 있으며, 주로 한국, 중국, 대만, 베트남에서 수입한 제품을 판매하고 있음

담당자 정보 :

Store Seller

고객사 제품 정보

소비자 가격 약 24,000동 (약 1,300원)

용량 100ml

포장 형태 스파우트 파우치

마케팅 슬로건 행복한 소가 행복한 댕냥이를 만든다

Q1. 베트남 시장에서 반려동물 우유 제품에 대한 소비자 선호도는 어떤가요?

베트남 소비자들은 주로 액체 형태의 우유를 선호합니다. 이는 편리하고 반려동물이 직접 마시기 쉽기 때문입니다. 대표적인 인기 브랜드로는 로얄캐닌(Royal Canin)과 위스카스(Whiskas)가 가장 많이 언급됩니다. 특히, 로얄캐닌의 강아지와 고양이를 위한 전용 우유 제품은 현지 소비자들에게 인기가 꽤 많이 있습니다.

Q2. 베트남 소비자들은 주로 어디에서 반려동물 우유 제품을 구매하나요? (대형마트, 온라인, 반려동물 전문점 등)

반려동물 우유 제품의 판매처는 오프라인 기준으로 반려동물 전문점, 대형마트 등에서 모두에서 판매되지만 대형마트에는 반려동물 관련 사료 및 간식에 종류가 한정적이어서 대부분의 고객은 반려동물 전문점에서 우유를 포함한 습식사료, 건식사료, 그리고 간식류 등을 구매하는 편입니다. 소비자들이 반려동물 전문점을 많이 찾는 이유는 식품,약품, 액세서리 등 다양한 제품을 한 번에 구매할 수 있는 편리성 때문입니다.

Q3. 고객사 제품의 가격이 베트남 시장에 적합한가요? 구체적인 피드백을 부탁드립니다. 베트남의 반려동물 우유의 평균 가격대는 얼마인가요?

사실, 100ml, 10팩 기준으로 238,000 VND는 약간 비싼 편입니다. 현재 당사는 200ml 용량의 한국 제품(펫 우유)을 65,000~90,000 VND에 판매하고 있으며, 베트남에서 생산한 제품 또는 태국에서 수입한 제품은 1리터에 약 120,000 VND에 판매하고 있습니다. 일반적으로 베트남에서 반려동물을 키우는 소비자들은 반려동물 습식사료(우유포함) 및 간식 제품에 대해 저렴한 가격대를 선호하고 있습니다. 다만, 경제력이 있는 소비자라면 한국에서 수입된 제품에 대해서 현재 제시한 고객사 제품 판매 가격을 수용할 가능성도 있습니다.

Q4.고객사 제품의 성분이 베트남 시장에 적합한가요? 구체적인 피드백을 부탁드립니다. 베트남의 반려동물 우유 제품에는 어떤 인증이 주로 있나요?

고객사 제품은 비타민미네랄믹스와 타우린, 유당분해효소 등 같이 반려동물 건강에 좋은 성분을 포함하고 있어 매력적입니다. 하지만 이러한 성분이 베트남 소비자들에게 관심을 불러일으킬 수 있는지는 불분명합니다. 보통의 우유 제품은 영양 성분만 포함하고 있으며, 고객사 제품처럼 다양한 맛을 가지고 있지 않습니다. 또한, 베트남에서 일부 반려동물은 첨가제에 대한 맛에 민감하게 반응하여 첨가제가 포함되지 않은 진한 우유 맛을 선호하는 경향이 있습니다.

Q5.고객사 제품을 베트남 소비자에게 어필할 수 있는 효과적인 포장 및 홍보 문구는 무엇인가요?

콜라겐과 같은 성분을 사용하여 반려동물의 건강 요소를 강조하는 포장은 소비자에게 실용성과 편리성을 제공할 것 입니다. 전반적인 건강 증진을 강조함으로써 제품이 제공하는 이점을 부각시킬 수 있습니다. 또한, 포장에는 반려동물의 귀엽고 선명한 이미지를 포함하여 친밀감을 조성하는 방법이 효과적일 것으로 판단됩니다.

Q6.고객사의 제품을 수출할 때 베트남 오프라인 시장 진출에 이상적인 유통 채널은 무엇인가요? 이유를 설명해주세요.

반려동물 전문 체인은 베트남의 반려동물 식품이 진출하기 위한 이상적인 채널입니다. 지역 내 거의 모든 곳에 위치해 있어 고객들이 언제든지 가까운 매장에서 필수품을 구매할 수 있는 편리함이 있습니다. 이러한 시스템 내 다양한 상품들은 반려동물 우유 제품의 가시성을 높여줄 것입니다. 당사는 현재 반려동물 제품의 경우 베트남 내에서 수출입 능력을 갖춘 유통업체로부터만 상품을 공급받으며, 해외에서 직접 수입하지 않습니다. 이러한 제품을 수입하는 것은 복잡한 절차와 규정을 필요로 하며 시간이 많이 소요됩니다. 따라서, 베트남 내 소매점에 판매하기보다는 시스템 내의 대형 수입업체 및 유통업체를 찾아 수입할 것을 권장합니다.

Q7.고객사의 제품이 베트남 시장에 진입할 때 효과적인 마케팅 방법은 무엇인가요? 효과적인 키워드, 슬로건, 광고 채널, 혹은 성공 사례가 있다면 공유해주세요.

소셜 네트워킹 플랫폼인 페이스북(Facebook)과 틱톡(TikTok)에서 광고에 집중하는 것이 좋습니다. 이러한 플랫폼에서 사용자 참여도가 매우 높기 때문입니다. 또한, 잘로(Zalo)와 페이스북의 반려동물 커뮤니티 그룹 관리자와 협력하여 제품을 홍보할 수 있으며, "다채로운 세상"이라는 슬로건을 사용하여 반려견의 건강에 좋은 우유라는 점을 강조할 수 있을 것으로 판단됩니다.



퍼피펫샵 (PUPPY PET SHOP)

유형 : 수입 유통업체

업체 특징 :

반려동물 영양식, 반려동물
관리 제품 및 액세서리를
취급하고 있음

담당자 정보 :

Manager

고객사 제품 정보

소비자
가격 약 24,000동
(약 1,300원)

용량 100ml

포장
형태 스파우트 파우치

마케팅
슬로건 행복한 소가 행복한
당나귀를 만든다

Interview ②

퍼피펫샵 (PUPPY PET SHOP)

Q1. 베트남 시장에서 반려동물 우유 제품에 대한 소비자 선호도는 어떤가요?

현지에서 고객사 제품처럼 액체로 된 우유보다는 파우더 형태의 우유(분유) 제품들이 판매가 많이 있으며, 특히 대형견을 키우는 소비자들이 자주 구매합니다. 대부분 분유가 장기간 보관이 가능하고 필요할 때마다 적절한 양을 급여할 수 있기 때문입니다. 현지에서 인기있는 브랜드로는 Pet Ag(펫 에이지)가 있으며, 해당 제품에 영양 성분이 높아 약한 반려동물이나 병에서 회복 중인 반려동물에게 적합하기 때문입니다.

Q2. 베트남 소비자들은 주로 어디에서 반려동물 우유 제품을 구매하나요? (대형마트, 온라인, 반려동물 전문점 등)

최근 많은 사람들이 Shopee나 Lazada와 같은 전자상거래 사이트를 통해 반려동물용 우유를 구매하는 경향이 있습니다. 온라인 구매가 인기가 높아지는 이유는 편리하며, 다양한 프로모션과 빠른 배송이 되고 분말 형태나 액체 형태의 제품은 오프라인 매장보다 온라인에서 더 쉽게 찾을 수 있기 때문입니다. 최근에는 모든 반려동물 가게와 동물 병원이 Facebook 팬 페이지부터 전자상거래 웹사이트에 이르기까지 다양한 플랫폼에 온라인 매장을 개설했습니다. 그 결과, 온라인 쇼핑에 대한 수요가 크게 증가했습니다. TikTok 라이브 스트림에서는 더 저렴한 가격과 신뢰할 수 있는 출처를 제공하는 세일 헌팅 세션도 진행되고 있습니다.

Q3. 고객사 제품의 가격이 베트남 시장에 적합한가요? 구체적인 피드백을 부탁드립니다. 베트남의 반려동물 우유의 평균 가격대는 얼마인가요?

238,000 베트남 동(VND)으로 100ml 10팩을 구매하는 가격은 시장에 나와 있는 다른 유제품 및 현재 판매 중인 유제품보다 높은 편입니다. 베트남의 반려동물 우유

시장은 일반적으로 더 저렴하며, 특히 국내 제품의 경우 리터당 약 100,000 VND에 불과합니다. 우유는 반려동물에게 보조 식품일 뿐이므로 대부분의 소비자는 많은 비용을 지출하려 하지 않습니다. 그러나 더 많은 비용을 지불할 의향이 있는 소비자도 있으며, 이들에게는 시장의 유사 제품과 비교했을 때 높은 가격의 가치와 이유를 명확히 전달하는 것이 중요합니다.

Q4. 고객사 제품의 성분이 베트남 시장에 적합한가요? 구체적인 피드백을 부탁드립니다. 베트남의 반려동물 우유 제품에는 어떤 인증이 주로 있나요?

베트남의 반려동물을 키우는 소비자들이 점차 건강에 유익한 제품에 관심을 기울이고 있기 때문에 적합할 수 있다고 판단될 수 있으나 이와 유사한 제품이 시장에서 인기를 끌고 있는 모습은 아직 보지 못했습니다. 인증과 관련해서는, 제품들이 종종 베트남의 식품 위생 및 안전 인증이나 GMP와 같은 인증을 받을 것을 권장하며, 이런 인증을 받은 제품이라면 소비자들에게 더 쉽게 접근할 수 있을 것입니다.

Q5. 고객사 제품을 베트남 소비자에게 어필할 수 있는 효과적인 포장 및 홍보 문구는 무엇인가요?

현재 100ml 패키지는 컴팩트한 크기로 소비자들이 쉽게 휴대할 수 있는 편리성이 있습니다. 따라서, '모든 여행에 편리한'이라는 문구를 활용하여 반려동물과 자주 여행하는 소비자들을 타겟으로 홍보하는 것을 추천드립니다. 또한, 간결하지만 우아한 디자인의 포장은 청결함과 고품질의 느낌을 줄 수 있습니다.

Q6. 고객사의 제품을 수출할 때 베트남 오프라인 시장 진출에 이상적인 유통 채널은 무엇인가요? 이유를 설명해주세요.

반려동물 용품 소매점은 점점 더 경쟁이 치열해질 것으로 보입니다. 매장 수가 증가함에 따라 가격 경쟁이 심화되고, 다른 매장보다 더 나은 가격을 제공하는 매장이 점차 더 많은 고객을 유치할 것입니다. 제품 측면에서는

거의 모든 매장이 비슷한 품목을 수입할 것입니다. 그러나 이 시장에서 성공하기 위해서는 가격, 품질, 수량 면에서 대형 유통업체와 경쟁할 수 있는 견고한 시스템이 필요합니다. 특히 상품이 부족할 때가 바로 시장에서 경쟁할 수 있는 기회라고 생각합니다.

Q7.고객사의 제품이 베트남 시장에 진입할 때 효과적인 마케팅 방법은 무엇인가요? 효과적인 키워드, 슬로건, 광고 채널, 혹은 성공 사례가 있다면 공유해주세요.

현재 대부분의 신제품이 Shopee와 Lazada를 통해 가장 효과적으로 홍보된다고 생각합니다. 반려동물 시장은 매우 민감한 시장으로, 고객들이 제품을 신뢰할 수 있어야 합니다. 따라서 이러한 사이트에서 좋은 리뷰를 확보하는 것이 매우 중요합니다. 저는 '사랑하는 반려동물의 황금 건강'이라는 슬로건을 사용하여 무료 샘플을 제공하는 캠페인을 진행할 것을 제안합니다. 또한, YouTube나 TikTok에서의 비디오 광고도 시청자들에게 매우 매력적입니다. 특히 반려동물이 우유를 마시며 행복하고 활기찬 모습을 보여주는 짧은 영상이 효과적입니다.

Interview ③



메오쿤(MEO CUN)

메오쿤(MEO CUN)

유형 : 수입, 유통업체

업체 특징 :

반려동물 영양식, 반려동물
관리 제품 및 액세서리를
취급하는 수입 유통업체

담당자 정보 :

Seller

Q1. 베트남 시장에서 반려동물 우유 제품에 대한 소비자 선호도는 어떤가요?

베트남에서 판매되는 반려동물 우유 제품은 액상 우유와 분유로 구분되어 있고, 각각의 고객층을 가지고 있다고 생각합니다. 젊은 층은 로얄 캐닌(Royal Canin)과 같은 액상 우유와 트릭시(Trixie)의 염소 분유 제품을 자주 구매하고 있습니다. 또한, 작은 반려동물을 키우고 있는 소비자들은 바이오 밀크(Bio Milk)와 같은 수입 제품을 섞어 쉽게 흡수할 수 있도록 분유를 찾는 경우가 많습니다.

Q2. 베트남 소비자들은 주로 어디에서 반려동물 우유 제품을 구매하나요? (대형마트, 온라인, 반려동물 전문점 등)

많은 사람들은 여전히 반려동물을 위한 우유를 구매할 때 슈퍼마켓 및 동물 병원을 선호합니다. 이는 대부분 신뢰할 수 있고, 인지도가 있는 브랜드가 있으며, 반려동물을 위한 맞춤 제품을 추천 받을 수 있기 때문입니다.

Q3. 고객사 제품의 가격이 베트남 시장에 적합한가요? 구체적인 피드백을 부탁드립니다. 베트남의 반려동물 우유의 평균 가격대는 얼마인가요?

고객사 제품의 가격은 베트남에서 인기 있는 반려동물 우유와 비교했을 때 상당히 높은 편입니다. 특히 태국이나 중국에서 수입된 분유나 액체 우유는 리터당 약 15만 VND에 불과합니다. 그러나 제품이 잘 광고되고 건강 지원 기능과 한국산이라는 점을 강조한다면, 여전히 이 제품을 구매할 의사가 있는 고객층이 있을 것이라고 생각합니다.

고객사 제품 정보

소비자 가격 약 24,000동
(약 1,300원)

용량 100ml

포장 형태 스파우트 파우치

마케팅 슬로건 행복한 소가 행복한
농장을 만든다

Q4.고객사 제품의 성분이 베트남 시장에 적합한가요? 구체적인 피드백을 부탁드립니다. 베트남의 반려동물 우유 제품에는 어떤 인증이 주로 있나요?

베트남에서 판매되는 한국 제품 중 눈과 관절 건강을 지원하는 성분을 강조하는 반려동물 우유 제품이 드물기 때문에 주목을 받을 것입니다. 그러나 베트남에서는 소비자들이 HACCP나 FDA와 같은 국제 인증에 관심이 많습니다. 이러한 인증이 없으면 구매를 망설일 수 있습니다.

Q5.고객사 제품을 베트남 소비자에게 어필할 수 있는 효과적인 포장 및 홍보 문구는 무엇인가요?

포장 디자인은 약간 창의적이어야 하며, 크랜베리 레드나 내추럴 그린과 같은 밝은 색상을 사용하는 것이 좋습니다. '반려동물의 건강을 보호합니다'라는 문구는 신뢰감을 줄 것입니다. 또한, 포장에는 한국에서 수입된 고급 제품임을 명확히 표시해야 하며, 이는 베트남 소비자들 사이에서 신뢰를 더욱 쌓을 것입니다. 하지만 포장 디자인은 단순히 미적 요소에만 집중하기보다는 소비자가 반려동물에게 쉽게 줄 수 있도록 편리함을 우선시해야 한다고 생각합니다.

Q6.고객사의 제품을 수출할 때 베트남 오프라인 시장 진출에 이상적인 유통 채널은 무엇인가요? 이유를 설명해주세요.

반려동물 클리닉은 반려동물용 우유를 배급하기에 적합한 장소입니다. 이러한 장소는 반려동물을 키우는 소비자들이 방문하여 영양 상담을 받는 고객들에게 반려동물의 영양 요구에 대해 직접 조언할 수 있기 때문입니다. 이러한 접근 방식은 고객의 신뢰를 얻는 데 도움이 됩니다. 또한, 귀사의 제품이 시장 평균보다 높은 가격에 책정되어 있기 때문에, 일반 슈퍼마켓, 온라인 마켓 보다 반려동물의 건강을 관리하는 것에 집중하는 고객들이 많이오고, 반려동물의 건강관리에 대한 비용을 더 사용하려고 하는 고객들이 많은 반려동물 병원을 타겟하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q7.고객사의 제품이 베트남 시장에 진입할 때 효과적인 마케팅 방법은 무엇인가요? 효과적인 키워드, 슬로건, 광고 채널, 혹은 성공 사례가 있다면 공유해주세요.

반려동물 용품을 구매하거나 반려동물의 건강 관리를 위해 자주 방문하는 장소인 반려동물 가게와 동물병원을 중심으로 광고를 진행하는 것이 효과적일 것입니다. '당신의 반려동물을 위한 영양 가득한 우유'라는 슬로건을 사용하면 반려동물과 주인 간의 감정적 유대감을 강조할 수 있습니다. 또한, 인스타그램이나 스레드와 같은 플랫폼을 활용하여 반려동물을 주제로 한 계정에 제품을 제공하고, 반려동물 셀럽들에게 제품을 시도해보도록 하여 홍보하는 방법도 고려해볼 수 있습니다.

[참고문헌]

■ 참고사이트

1. 스타티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 티지엠 리서치(TGM Research) (tgmresearch.com)
4. 유로모니터(Euromonitor)
5. 베트남 식품산업연구소(firi.vn)
6. 베트남 법률도서관(thuvienphapluat.vn)
7. 베트남 국가서비스 공공포털(dichvucong.gov.vn)
8. 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)
9. 이온몰(Aeonmall) (aeonmall-vietnam.com)
10. 이마트(Emart) (www.emart.com.vn)
11. 쇼피(Shopee) (www.shopee.vn)
12. 라자다(Lazada) (www.lazada.vn)
13. 펫마트(Petmart) (www.petmart.vn)
14. 펫사이곤(Petsaigon) (www.petsaigon.vn)



발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행일자 2024.09.13



본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다



Copyright 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea

