

베트남 인스턴트커피 믹스 시장조사



Product : Instant Coffee

Content

I. 시장통계	2
II. 시장트렌드	8
III. 경쟁제품 현황	12
IV. 유통구조	26

I

시장통계

1. 글로벌 커피 조제품 수입추이
2. 베트남 커피 조제품 수입추이
3. 베트남 인스턴트커피 시장규모
4. 베트남 커피 시장 기업별 점유율
5. 베트남 커피 시장 소비연령대

1. STATISTICS ANALYSIS – 글로벌 커피 조제품 수입추이

“2014년 베트남 커피 조제품 수입 세계 49위 규모”

- 베트남의 인스턴트커피는 HS CODE 「2101.12.90」에 속하는 것으로 파악되었음

< 커피 조제품 HS CODE 정보 >

한국	2101.12	커피·차 또는 마태의 엑스·에센스와 농축물, 이들을 기제로 한 조제품, 커피·차·마태를 기제로 한 조제품, 볶은 치커리와 기타의 볶은 커피대용물 및 이들의 엑스·에센스와 농축물
	2101.12.1000	인스턴트커피의 조제품
베트남	2101.12.90	엑스 에센스 또는 농축물을 기제로 하거나 커피를 기제로 한 조제품 ; 기타

출처 : 한국 관세청(www.customs.go.kr), 베트남 관세청(www.customs.gov.vn)

- 2014년 글로벌 커피 조제품의 수입 상위국은 아시아 국가가 대부분을 차지
- 2014년 해당 제품을 가장 많이 수입한 국가는 필리핀이며 중국과 함께 가장 큰 수입 규모를 보이고 있음
 - 베트남의 커피 조제품 수입 순위는 49위이며 950만 5,000달러의 수입 규모를 보이고 있어 절대적인 규모가 크다고 할 수는 없음. 그러나 2014년에 전년 대비 증감률이 6,455.17%에 달하는 큰 폭의 성장을 보이고 있음

< 글로벌 커피 조제품 수입 추이 >

(단위 : 달러, %)

수입상대국	2012	2013	2014	2014/2013 증감률
글로벌	1,491,346,000	1,609,391,000	1,750,599,000	8.77
1 필리핀	84,733,000	77,326,000	147,725,000	91.04
2 중국	41,140,000	62,184,000	142,654,000	129.41
3 영국	59,981,000	69,640,000	90,535,000	30.00
4 독일	75,976,000	75,811,000	69,561,000	-8.24
5 프랑스	68,444,000	72,301,000	68,180,000	-5.70
49 베트남	620,000	145,000	9,505,000	6,455.17

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

KEY INFO

글로벌 커피 수입시장

글로벌 커피 수입 상위국은 필리핀과 아시아국가임, 베트남의 경우 글로벌 수입 49위를 기록

2. STATISTICS ANALYSIS – 베트남 커피 조제품 수입추이

“베트남 커피 조제품 수입, 중국산이 가장 많고 한국산은 3위 차지”

- 최근 베트남의 커피 및 차 조제품 수입규모는 감소 추세이지만 2014년에는 전년도의 감소분을 회복하며 일시적으로 증가한 것으로 보임
- 베트남은 중국에서 커피 및 차 조제품을 가장 많이 수입해오고 있으며, 중국 제품의 수입 추이는 전반적으로 성장세를 보이지만 2013년에는 다소 감소하였음
- 한국은 2012년에서 2013년까지는 수입국가 1위를 차지하다 2014년에 중국과 말레이시아 제품의 수입규모가 급증하며 3위로 밀려나게 됨

KEY INFO

베트남 커피수입시장 주요 수입국 동향

중국
: 수입 1위, 저렴한 가격
으로 독보적인 점유율을
차지하고 있음

한국
: 수입 3위, 최근 하락세를
기록하고 있음

< 베트남 커피 및 차 조제품 수입 추이 >

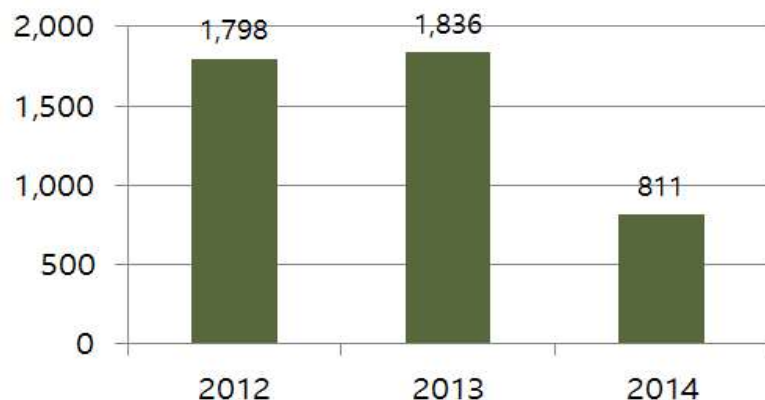
(단위 : 달러, %)

수입상대국	2012	2013	2014	2014/2013 증감률
글로벌	78,550,000	39,380,000	95,050,000	141.37
1 중국	17,920,000	10,930,000	68,610,000	527.72
2 말레이시아	2,120,000	4,650,000	14,460,000	210.97
3 한국	17,980,000	18,360,000	8,110,000	-55.83
4 태국	34,170,000	660,000	1,430,000	116.67
5 싱가포르	1,750,000	780,000	880,000	12.82

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

< 한국산 커피 및 차 조제품 베트남 수입 추이 >

(단위 : 만 달러)



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

3. STATISTICS ANALYSIS – 베트남 인스턴트커피 시장규모

“아시아 최대의 커피 생산국이자 소비 주체인
베트남 인스턴트커피 시장, 꾸준한 증가세”

KEY INFO

베트남 커피 시장은
2014년 기준 약 2억
달러 규모로 최근 4년간
총 성장률 35%, 연평균
8%를 기록

□ 글로벌 리서치 기관인 데이터모니터에 따르면, 2014년 베트남 인스턴트커피 시장은 약 2억 5,096만 달러를 기록

– 2011년부터 2014년까지 베트남 인스턴트커피 시장은 총 성장률 35%, 연평균 8%를 기록, 꾸준한 성장이 지속되고 있음

□ 베트남은 전통적인 커피 소비국으로서 커피 문화가 고도로 발달 하였으며 커피 원두 생산량 또한 동남아 국가 중 1위인 국가임

KEY INFO

* 2013년 동남아국가
원두 생산량
(단위 : 톤)

—	국가	규모
1	베트남	1,416,000
2	인도네시아	698,900
3	라오스	89,000
4	필리핀	78,364
5	태국	50,000
6	말레이시아	16,608
7	미얀마	8,250
8	캄보디아	400

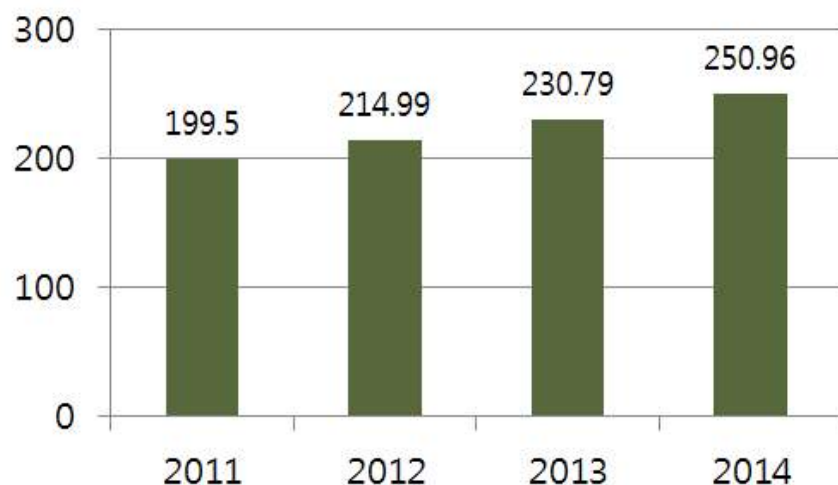
< 베트남 커피 시장 규모 및 성장률 >

(단위 : 백만 달러, %)

	2011	2012	2013	2014	Overall Growth	CAGR (2011-2014)
시장규모	199.5	214.99	230.79	250.96	35	8

출처 : Data Monitor (www.datamonitor.com)

(단위 : 백만 달러)



출처 : Data Monitor (www.datamonitor.com)

4. STATISTICS ANALYSIS – 베트남 커피 시장 기업별 점유율

"베트남 커피 시장, 현지 국영기업 및 글로벌 기업 강세"

□ 글로벌 리서치 기관인 데이터모니터에 따르면, 2014년 베트남 커피 시장 점유율이 가장 높은 기업(매출액 기준)은 Vietnam National Coffee社로 나타남

– Vietnam National Coffee社는 전체 커피 시장의 46.74%를 차지하고 있는 베트남의 국영기업이며 'Vinacafe'라는 이름으로 불리고 있음. 연간 5만 톤의 커피원두를 생산하고 20 ~ 30%를 수출하고 있음

KEY INFO

베트남 커피 시장은 Vietnam National Coffee社 47%를 차지, 점유율이 가장 높은 기업으로 나타남

– 그 외에 글로벌기업인 Nestle社도 약 32%로 높은 점유율을 차지하고 있음. 1992년 베트남에 진출한 Nestle社는 베트남 커피 시장에서 2위에 랭크됨

< 베트남 커피 시장 기업별 점유율 >

(단위 : %)

기업명	2011	2012	2013	2014
총 계	100	100	100	100
Vietnam National Coffee社	46.95	46.88	46.81	46.74
Nestle社	31.24	31.52	31.79	32.07
기타	7.70	7.28	6.88	6.48
Trung Nguyen社	5.59	5.72	5.86	5.99
Mondelez International社	0	5.35	5.37	5.38
Krueger社	1.80	1.81	1.82	1.83
Duncan Coffee社	1.40	1.43	1.47	1.51

출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

5. STATISTICS ANALYSIS – 베트남 커피 시장 소비연령대

"베트남 커피 시장, 청년층 소비 점유율 가장 高"

- 데이터모니터에 따르면, 2012년 베트남 커피 시장의 소비 점유율이 가장 높은 연령대는 15 ~ 24세의 청년층임
- 2010년부터 2012년까지 베트남 전체 커피 소비 중 15 ~ 24세 청년층의 점유율은 25% 내외로 꾸준히 유지되었음
- 전체 커피 소비 중 가장 점유율이 낮은 연령대는 55세 이상의 노년층이며 7% 안팎의 수치를 보이고 있음

KEY INFO

베트남 커피 소비 점유율이 가장 높은 연령대는 15~24세 청년층임. 가장 낮은 연령대는 55세 이상의 노년층으로 나타남

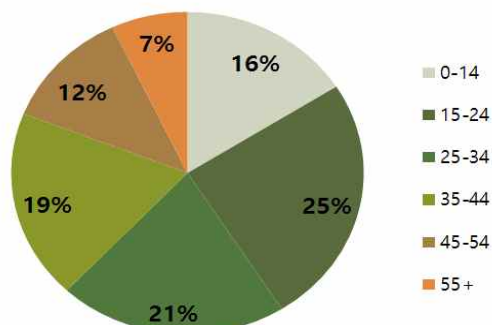
< 베트남 커피 시장 연령별 소비율 >

(단위 : %)

소비 연령대(세)	2010	2011	2012
0 ~ 14	16.00	16.03	16.06
15 ~ 24	25.00	24.82	24.67
25 ~ 34	20.70	20.74	20.77
35 ~ 44	19.30	19.29	19.29
45 ~ 54	11.48	11.85	11.86
55세 이상	7.17	7.27	7.36

출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

< 2012년 베트남 커피 시장 연령별 소비율 >



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

II

시장트렌드

1. 한눈에 보는 베트남 인스턴트커피 시장트렌드
2. 베트남 인스턴트커피 시장이슈

1. MARKET TREND – 한눈에 보는 베트남 인스턴트커피 시장트렌드

KEY NEWS 1

- ✓ 베트남 소비자들은 시간과 장소에 구애 받지 않고 커피를 마시므로 길거리의 작은 노점부터 음식점에 이르기까지 어디에서나 커피를 쉽게 접할 수 있는 문화가 형성되어 있음

KEY NEWS 2

- ✓ 최근 베트남에서는 젊은 연령층들이 전통적인 커피 문화에서 벗어나 글로벌 브랜드의 현대식 커피숍을 선호하는 경향이 나타나고 있음

KEY NEWS 3

- ✓ 커피 문화가 발달한 베트남에서는 그들만의 고유하면서도 독특한 필터를 사용하여 커피를 즐기고 있으며, 연유를 넣어 마시는 베트남식 커피가 일반적이기 때문에 부드럽고 달콤한 커피에 대한 선호가 뚜렷함

KEY NEWS 4

- ✓ 베트남에서는 인스턴트커피에 사용되는 원두의 원산지가 커피의 맛을 좌우한다는 인식으로 인하여 현지 생산 제품이 사랑받고 있음

Marketing point 1

- ✓ 베트남 현지 업체는 베트남 시장 및 소비자를 잘 이해하고, 제품을 낮은 가격에 판매하고 있으므로 베트남 진출을 희망하는 한국 업체에는 베트남 식문화의 특성을 파악하여 현지 업체 대비 최신 트렌드를 더 빠르게 적용시킨 제품을 개발, 판매하는 것이 필요함

Marketing point 2

- ✓ 베트남 커피 트렌드 변화에 부합하는 브랜드 네이밍이 필요하며, 소비자들의 커피 구매 욕구를 충족시키고 감성을 만족시켜주기 위한 디자인의 지속적인 개발이 필요함

2. MARKET TREND – 베트남 인스턴트커피 시장 이슈

“커피, 베트남인의 일상적인 문화”

KEY INFO

베트남은 세계 어느 나라보다 커피를 좋아하고 많이 즐겨 마시는 문화가 자리 잡혀 있음. 베트남 사람들에게 있어 커피는 삶이자 문화임

- 베트남에서는 일과 시간 중 아침식사 전뿐만 아니라, 매 식후에도 커피를 마시는 습관이 형성되어 있어 자연스럽게 커피문화가 발달하였음
- 베트남에서는 시간과 장소에 구애받지 않고 커피를 마시는 문화가 발달했으며, 길거리의 작은 노점부터 음식점에 이르기까지 어디에서나 커피를 쉽게 접할 수 있음
- 현지에서는 사람들이 노천카페의 플라스틱 의자에 앉아 매일 아침 커피를 마시는 모습을 볼 수 있음
- 커피를 입을 행구는 용도로도 쓸 만큼 일상생활 속에서 다용도로 활용됨

“젊은 연령층을 주축으로 글로벌 프랜차이즈 커피전문점이 인기”

- 베트남의 젊은 연령층은 최근 전통적인 커피 문화에서 벗어나 글로벌 브랜드 혹은 한국 대기업 프랜차이즈 카페(스타벅스, 카페베네, 할리스 커피)와 같은 현대식 커피숍을 선호하는 경향이 있으며, 베이커리를 함께 판매하는 카페 또한 인기가 높음
- 특히 젊은 소비자는 로스팅한 원두를 갈아 필터로 커피를 내려 먹는 전통적인 방법보다는, 새롭고 이국적인 맛을 시도하는 것을 좋아함
- 낮은 연령대의 커피전문점 방문자들은 커피숍 내부의 무선인터넷 서비스와 쾌적한 환경 및 내부 인테리어를 중시하는 경향을 보임
- 이러한 현대식 커피숍은 사업 미팅과 더불어 공부 또는 일을 모두 할 수 있는 복합적인 장소로 사용되고 있음

“고유한 방식으로 커피를 즐기는 베트남”

- 베트남에서는 그들만의 고유하면서도 독특한 필터를 사용하여 커피를 즐기는 문화가 존재함

KEY INFO

베트남 커피는 전통적인 드롭 방식으로 유명하며 흔히 카페에서 커피를 주문하면 1인용 드리퍼를 잔 위에 올려줄 만큼 사람들이 많이 즐겨 찾고 있음

- 베트남의 전통적인 방법은 양철이나 알루미늄으로 만들어진 필터인 ‘카페 핀’을 사용하여 천천히 한 방울씩 커피를 추출하는 방법임
- 이는 베트남에서만 볼 수 있는 독특한 문화이며, 원두를 강하게 볶아 사용한다는 특징이 있음

- 또한, 일반적으로는 연유를 넣어 마시는 베트남식 커피가 부드럽고 달콤하므로 높은 선호도가 나타남

- 이러한 ‘카페 핀’, ‘연유 커피’ 등의 문화를 형성해가며 전반적으로 커피에 대한 인식이 높아졌고, 최근에는 고급 커피에 대한 선호가 나타나기 시작하였음

KEY INFO

베트남인들은 인스턴트커피에 대해 기본적으로 필터를 통하거나 에스프레소 형태로 음용하고 있으며 분말 형태로 마시는 것에 거부감이 없는 것으로 알려져 있음

“베트남의 인스턴트커피 문화”

- 일반적으로 필터를 통해 추출한 드롭식 커피를 주로 마시는 베트남에서도 간편함과 가격적인 이점으로 인해 인스턴트커피에 대한 수요가 증가하고 있음

- 식후에 커피를 마실 때, 뜨거운 물만 부으면 되는 편리함 때문에 인스턴트 커피가 사랑받고 있는 것으로 나타남

- 특히 인스턴트커피에 사용되는 원두의 원산지가 커피의 맛을 좌우하기 때문에 현지에서는 기존 소비자에게 익숙한 베트남산 인스턴트커피 제품이 선호되는 경향이 있음

- 인스턴트커피에 우유나 시럽을 추가로 넣어 달게 만든 후 마시기도 함

시장트렌드 출처

- Ipsos Business Consulting(www.ipsosconsulting.com)
- 유로모니터(www.euromonitor.com)
- 한국프랜차이즈협회(www.ikfa.or.kr)
- 베트남 무역홍보협회(www.vietrade.gov.vn)

III

경쟁제품 현황

1. 베트남 방문매장 정보
2. 베트남 인스턴트커피 경쟁제품 가격현황
3. 베트남 인스턴트커피 매장 담당자 인터뷰
4. 베트남 인스턴트커피 현황 조사결과

1. DISTRIBUTION INFORMATION – 베트남 방문매장 정보

SHOP #1. COOPMART

이미지		
	< 매장 전경 >	
		
	< 매장 내 인스턴트커피 판매대 전경 >	
Contact point	TEL : +84 8 3832 5239	
	Add : KDC Phuoc, Nguyen Van Linh Parkway, Tan Phong Ward, District 7, HCMC	
규모	- 베트남 최대의 유통기업으로, 지난 1989년 설립하여 현재까지 70개의 편의점 및 50개의 슈퍼마켓을 보유한 최고 유통기업으로 성장하였음 - 2015년까지 매장을 115개로 확대하겠다는 목표 하에 해외 진출도 계획 중에 있음	
	- 연간 매출액 11억 달러 (2013년 기준) - 베트남 현지 내 약 100여개의 매장 보유 중 (2015년 기준)	
업체 개요	- 베트남 현지 내 주요 유통업체는 판매량이 높은 상품 위주로 유통, 판매 전략을 수립한 데 비해 COOP의 경우 비록 판매량이 적더라도 고객의 다양한 수요를 모두 충족시킬 수 있는 전략을 선택함 - 매장 직원에 따르면, 본 매장 내 인스턴트커피 제조 원산지별 점유율은 베트남산이 90%, 나머지 국가 제품이 10%를 점유하고 있다고 함 - 본 매장의 인스턴트커피 제품별 점유율은 스틱 타입으로 된 커피 믹스 80%, 진공 포장된 커피분말 15%, 유리병에 담긴 커피분말 5%의 점유율을 보이고 있음	
	“본 매장 내 인스턴트커피 중 가장 인기 있는 제품은 Natural High社 G7브랜드의 스틱 타입 카푸치노이며, 최근에는 프랜차이즈 카페의 영향으로 라떼 및 카푸치노 종류의 인기가 많다.”	
인터뷰 내역	COOPMART 매니저	

SHOP #2. Big C Market

		
이미지	< 매장 전경 >	
		
	< 매장 내 인스턴트커피 판매대 전경 >	
	TEL : +84 8 3756 2300	
Contact point	Add : 138A To Hien Thanh, Ward 15, District 10, HCMC	
	- 프랑스계 유통기업인 Big C 슈퍼마켓은 1998년 베트남 시장에 처음 진출하였으며 본사는 호치민시에 위치하고 있음	
규모	- 연간 매출액 5억 3,400달러 (2013년 기준) - 베트남 현지에서 22개의 슈퍼마켓과 5개의 편의점 보유 중 (2014년 기준)	
업체 개요	- Big C 슈퍼마켓은 친절한 고객서비스, 직원, 공급업체들과의 우호적인 협력관계로 베트남 소비자들에게 친근한 브랜드로 자리 잡았으며 특히, 할부, 무료 배송, 무료 버스 및 버스티켓 환불 등의 서비스를 최초로 운영하며 베트남 소비자들의 선호도 1위의 유통기업으로 부상 - 판매담당자에 따르면, 본 매장 내 인스턴트제품은 베트남산만 판매하고 있음 - 본 매장의 인스턴트커피 판매 비중은 스틱 타입 커피 믹스가 60%, 진공 포장된 분말 형태가 25%, 유리병에 담긴 커피분말 형태가 5%, 기타 10%임	
인터뷰 내용	“본 매장 내 커피제품의 수요는 상당히 높으며, 현지인들은 커피를 굉장히 좋아하고 자주 마시기 때문에 이러한 추세는 꾸준히 이어질 것으로 예상된다.” Bic C Market 매니저	

SHOP #3. Maxi Mart

		
이미지	< 매장 전경 >   < 매장 내 인스턴트커피 판매대 전경 >	
Contact point	TEL : +84 8 3834 2002 Add : No. 3-3C, 3/2, 10, HCMC - 소비자, 가전 및 스포츠 제품의 판매목적으로 1995년 설립됨	
규모	- 베트남 현지에 4개의 대형 슈퍼마켓 매장 보유 (2013년 기준)	
업체 개요	- 본 유통매장은 신선 및 가공식품, 의류, 가전제품 등 다양한 상품을 취급 및 판매하고 있으며, 홍보 프로모션과 다양한 광고를 통해 고객의 요구를 충족시키고 있음 - 점포별로 다소 차이가 있지만, 평균 영업시간은 10:00~22:00임 - 매장 직원에 따르면, 해당 매장에서는 베트남 제품만 판매하고 있음 - 해당 매장의 인스턴트커피 판매 비중은 스틱 타입으로 된 커피 믹스가 50%, 진공 포장된 커피분말이 50%를 차지함	
인터뷰 내용	“본 매장 내 인스턴트커피 제품 중 인기 있는 제품은 Nestle社의 Nescafe 브랜드가 가장 잘 판매되고 있다. 고객들은 주로 스틱 타입의 쓴 맛과 향이 나는 제품을 선호한다.” Maxi Mart 매니저	

SHOP #4. Citimart

이미지		
	< 매장 전경 >	
이미지		
	< 매장 내 인스턴트커피 판매대 전경 >	
Contact point	TEL : +84 8 3925 6778	
	Add : S4-1 Prosper 3, Bui Bang Doan, Tan Phong Ward, District 7, HCMC	
규모	- 베트남 호치민시 기반의 Citimart는 최근 소매 시장에서 매출을 신장하기 위하여 일본 소매 대기업 Aeon과 제휴를 맺게 되었고, 이에 Citimart 30개 지점의 이름을 "Aeon Citimart"로 변경함	
	- 베트남 현지 약 30개의 슈퍼마켓 매장 보유 중 (2015년 기준)	
업체 개요	- 본 유통업체는 고객의 끊임없이 변화하는 요구를 충족하기 위해 최고의 서비스를 제공하고 저렴한 가격으로 상품을 판매하고 있음	
	- 평균 영업시간은 09:00~21:00임	
인터뷰 내용	- 판매담당자에 따르면, 해당 매장의 인스턴트커피는 베트남산만 판매되고 있음	
	- 본 매장의 인스턴트커피 타입별 판매 비중은 스틱 타입 커피 믹스 60%, 진공 포장된 커피분말 형태 35%, 원터치 필터 형태 5%로 나타남	
인터뷰 내용	“본 매장 내 인스턴트커피 제품 중 인기 있는 제품은 스틱 타입이며 진하고 단맛을 내는 커피를 고객들이 많이 찾는 편이다.”	
	Citimart 매니저	

SHOP #5. SATRA

이미지		
	< 매장 전경 >	
이미지		
	< 매장 내 인스턴트커피 판매대 전경 >	
Contact point	TEL : +84 8 3836 8735	
	Add : No. 69 Dong Khoi Street, Ben Nghe Ward, District 1, HCMC	
규모	- Saigon Trading 그룹에 속하는 Satra社는 베트남 최고의 비즈니스 기업 중 하나로 자리 매김하고 있으며 70개 이상의 자회사, 계열사 및 합작 투자로서 설립되었으며 호치민시에 본사가 위치함	
	- 연간 매출액 약 6억 달러 (2010년 기준) - 베트남 현지 약 50개의 슈퍼마켓 매장 보유 (2012년 기준) - 총 매장 직원수는 약 1만 6,000여명 (2013년 기준)	
업체 개요	- 본 유통업체는 고객의 다원화된 요구를 충족시키기 위해 5만여 개의 다양한 상품을 판매하고 있음	
	- 매장 직원에 따르면, 본 매장 내 인스턴트커피 제품의 점유율은 베트남산이 90%, 기타 국가의 제품이 10%를 차지하고 있음 - 본 매장의 인스턴트커피 제품별 점유율은 스틱 타입으로 된 커피 믹스 65%, 진공 포장된 커피분말 30%, 유리병에 담긴 커피분말 5%로 나타남	
인터뷰 내용	“본 매장 내 인스턴트커피는 베트남 제품이 독점적으로 판매되고 있으며, 고객들은 주로 간단히 먹을 수 있는 스틱형 제품을 선호한다.”	
SATRA 매니저		

2. PRODUCT INFORMATION – 베트남 인스턴트커피 경쟁제품 가격현황

베트남 COOPMART 가격 현황(2015년 7월 15일 기준)

제조사	제품명	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Instant Coffee					
JSC Vinacafe Bien Hoa	Vinacafe	베트남	400g	2.21동 (g당 0.005동)	
Company Limited Food Packaging Dai Hung Thinh	Coffee 3 In 1 (Coop Mart Monopoly)		306g	1.83동 (g당 0.005동)	
JSC Corporation Natural High	G7 Cappuccino		216g	2.43동 (g당 0.01동)	
JSC Vinacafe Bien Hoa	Drinking Linked Bulge Cafe		255g	1.67동 (g당 0.006동)	
JSC Vinacafe Bien Hoa	Wake Up Black Rock Cafe		240g	1.99동 (g당 0.008동)	
Nestle Vietnam Company Limited	Nescafe Vietnam Cafe	스위스 (현지 제조 판매)	280g	2.38동 (g당 0.008동)	

2015년 7월 15일 기준 베트남 1동 = 5.22원

베트남 Big C Market 가격 현황(2015년 7월 15일 기준)

제조사	제품명	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Instant Coffee					
Nestle Vietnam Company Limited	Nescafe VIETNAM CAFE (Coffee Black Stone)	스위스 (현지 제조 판매)	240g	2.24동 (g당 0.009동)	
Super Coffeemix Pte. Ltd.	Cafe White	싱가포르	200g	2.56동 (g당 0.01동)	
JSC Vinacafe Bien Hoa	Wake Up Cafe Saigon	베트남	456g	1.80동 (g당 0.003동)	
Food Packaging Co., Dai Hung Thinh	Tan Hoa Coffee Milk 3 in 1		320g	1.74동 (g당 0.005동)	
JSC Trung Nguyen Coffee Project	G7 (Coffee Project)		288g	2.15동 (g당 0.007동)	
JSC Trung Nguyen Coffee Project	G7 GU STRONG X2		300g	2.19동 (g당 0.007동)	

2015년 7월 15일 기준 베트남 1동 = 5.22원

베트남 Maxi Mart 가격 현황(2015년 7월 15일 기준)

제조사	제품명	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Instant Coffee					
JSC Trung Nguyen Coffee Project	White Coffee	베트남	240g	2.25동 (g당 0.009동)	
Fes Vietnam Co. Ltd.	Cafe CITY		200g	1.67동 (g당 0.008동)	
Ajinomoto Vietnam	Birdy		425g	1.48동 (g당 0.003동)	
Pho Vietnam JSC	Coffee Project 3 in 1		340g	2.29동 (g당 0.006동)	
JSC Phindeli	Phin DELI	태국	256g	1.99동 (g당 0.007동)	
Nestle Vietnam Company Limited	Crashing Nescafe 3 in 1 Da Harmonisation	스위스 (베트남 현지 제조 판매)	340g	2.17동 (g당 0.006동)	

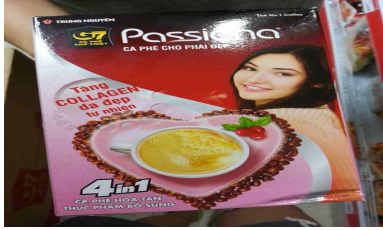
2015년 7월 15일 기준 베트남 1동 = 5.22원

베트남 Citimart 가격 현황(2015년 7월 15일 기준)

제조사	제품명	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Instant Coffee					
JSC Vietnam Hill	Youth Cafe (Black Stone)	베트남	255g	3.21동 (g당 0.01동)	
JSC Trung Nguyen Coffee Project	G7 (Soluble Black)		800g	5.75동 (g당 0.007동)	
JSC Vinacafe Bien Hoa	Vinacafe		480g	2.67동 (g당 0.005동)	
JSC Trung Nguyen Coffee Project	G7 (Soluble Black)		288g	2.30동 (g당 0.007동)	
JSC Trung Nguyen Coffee Project	G7 (Soluble Black)		30g	1.05동 (g당 0.03동)	

2015년 7월 15일 기준 베트남 1동 = 5.22원

베트남 SATRA 가격 현황(2015년 7월 15일 기준)

제조사	제품명	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Instant Coffee					
An Thai Company Limited	AnThaiCafe	베트남	360g	2.61동 (g당 0.007동)	
JSC Trung Nguyen Coffee Project	G7 Passiona		800g	2.01동 (g당 0.002동)	
ARCHCAFE Durian Cappuccino	ARCHCAFE		216g	2.36동 (g당 0.01동)	
JSC Trung Nguyen Coffee Project	G7 (Soluble Black)		288g	2.15동 (g당 0.007동)	
Company Benjapanpong., Ltd	Nescafe Red Cup	스위스 (베트남 현지 제조 판매)	30g	0.93동 (g당 0.03동)	

2015년 7월 15일 기준 베트남 1동 = 5.22원

3. PRODUCT INFORMATION – 베트남 인스턴트커피 매장 담당자 인터뷰

※ 베트남 COOPMART 인스턴트커피 판매 담당자 인터뷰

- ☐ 인스턴트커피 제품 판매 추이가 어떠한지
 - 꾸준히 상승하고 있다.
- ☐ 어느 국가, 어느 브랜드 제품이 인기가 있는지
 - 베트남의 JSC Trung Nguyen Coffee Project社의 G7 제품이 가장 인기가 있으며, 매장 내 다른 제품보다 더 달고 진한 맛이 나기 때문이라 생각된다.
- ☐ 한국산 인스턴트커피 제품이 판매되고 있는지
 - 당사 매장에서 판매되는 인스턴트커피 제품은 베트남 제품밖에 없다.

※ 베트남 Big C Market 인스턴트커피 판매 담당자 인터뷰

- ☐ 인스턴트커피 제품 판매 추이가 어떠한지
 - 꾸준히 판매가 잘 되고 있고 앞으로도 잘 될 것으로 예상된다.
- ☐ 어느 국가, 어느 브랜드 제품이 인기가 있는지
 - 베트남 Nestle社의 Nescafe 브랜드가 가장 인기가 있다.
- ☐ 한국산 인스턴트커피 제품이 판매되고 있는지
 - 당사 매장에서는 베트남 제품만 판매하고 있다.

※ 베트남 Maxi Mart 인스턴트커피 판매 담당자 인터뷰

- ☐ 인스턴트커피 제품 판매 추이가 어떠한지
 - 꾸준히 판매가 잘 되고 있으며 본 매장에서는 앞으로 여러 국가, 다양한 브랜드의 인스턴트커피 제품을 판매할 계획이 있기 때문에 앞으로의 판매 추이는 계속 증가할 것으로 예상된다.
- ☐ 어느 국가, 어느 브랜드 제품이 인기가 있는지
 - 본 매장 내 인스턴트커피 제품 중 인기 있는 제품은 Nestle社의 Nescafe 브랜드가 가장 많이 판매되고 있으며, 고객들은 주로 스틱 타입으로 되어 있으며 쓴 맛과 향이 나는 제품을 선호한다.
- ☐ 한국산 인스턴트커피 제품이 판매되고 있는지
 - 당사 매장에서는 베트남 제품만 판매하고 있다.

※ 베트남 Citimart 인스턴트커피 판매 담당자 인터뷰

☐ 인스턴트커피 제품 판매 추이가 어떠한지

- 상승하고 있는 추세다.

☐ 어느 국가, 어느 브랜드 제품이 인기가 있는지

- 베트남의 JSC Trung Nguyen Coffee Project社의 G7 제품이 가장 인기가 있으며, 이유는 스틱 타입으로 된 커피 믹스가 먹기에도 쉽고 간편하기 때문이다.

☐ 한국산 인스턴트커피 제품이 판매되고 있는지

- 당사 매장에서 판매되는 인스턴트커피 제품은 베트남 제품밖에 없다.

※ 베트남 SATRA 인스턴트커피 판매 담당자 인터뷰

☐ 인스턴트커피 제품 판매 추이가 어떠한지

- 꾸준히 판매가 잘 되고 있고 앞으로도 잘 될 것으로 예상된다.

☐ 어느 국가, 어느 브랜드 제품이 인기가 있는지

- 베트남 JSC Trung Nguyen Coffee Project社의 G7 제품이 가장 인기가 있으며, 달고 맛있어서 소비자들이 가장 많이 선호한다.

☐ 한국산 인스턴트커피 제품이 판매되고 있는지

- 당사 매장에서는 베트남 제품만 판매하고 있다.

4. PRODUCT INFORMATION – 베트남 경쟁제품 현황 조사결과

※ Summary

- 베트남 주요 대형마트 COOPMART, Big C Market, Maxi Mart, Citimart, SATRA, 총 5곳의 매장을 방문 조사한 결과, 판매되는 인스턴트커피는 베트남산 제품이 거의 독보적으로 판매되고 있었으며, 진하고 단맛이 나는 제품이 주로 인기를 끌고 있음
- 또한 베트남 내에서 인스턴트커피는 스틱타입 형태로 만들어진 G7 제품이 인기가 많으며 간편히 먹을 수 있고 무엇보다 달고 진한 맛과 향이 나는 것이 제품 수요에 큰 영향을 끼친 것으로 판단됨
- 조사 대상 5개 매장 중 한국산 인스턴트커피 제품을 판매하고 있는 매장은 없었음
- 베트남 현지 내 인스턴트커피 제품 형태는 진공 포장되거나 유리형태로 된 것보다 스틱타입 형태로 된 제품이 다수 판매되고 있음

IV

유통구조

1. 베트남 인스턴트커피 유통구조 및 현황
2. 베트남 커피 유통채널별 점유율

1. DISTRIBUTION INFORMATION – 베트남 인스턴트커피 주요 유통구조 및 현황

□ 베트남의 소매점은 재래시장과 현대식 유통 채널로 양분, 최근에는 현대식 유통 채널, 해외 유통 기업의 비중이 증가 추세임

KEY INFO

최근 세계적 조사기관인 AC Nielson이 50여개 국가에서 실시한 소비자 신뢰지수조사에서 베트남이 9위로 아시아에서 높은 순위에 올라 베트남 유통시장의 유망성에 대해 긍정적인 평가가 이루어지는 것으로 나타남

- 베트남의 소매점은 재래시장과 현대식 유통 채널(슈퍼마켓, 쇼핑몰, 편의점)이 공존하고 있으며, 현대식 유통채널의 비중은 2020년 45%까지 증가할 것으로 예상됨
- 과거 베트남 소매시장에서는 Coop Mart와 같은 베트남 기업들이 시장을 주도하고 있으나 점차 외국 기업들(Big C, Citimart 등)의 진출이 빠르게 증가하고 있음

□ 베트남 수입 식품의 유통은 하기 네 개의 기본 모델 중 하나를 통해 이루어지며 하기의 첫 번째와 두 번째가 가장 일반적인 루트임

- 베트남에서는 대부분의 식품 수입업자가 곧 유통업자임. 수입업자는 수입 식품을 직접적으로 지역의 대형 소매상에게 유통하거나 도매상에게 유통함

KEY INFO

Retail Asia 2014에 따르면, 베트남 유통기업인 Coop Mart가 2014년 베트남 유통시장 점유율 1위를 유지하고 있음. 그러나 Big C, Aeon 등 외국계 기업의 성장세 또한 만만치 않은 상황임

< 베트남 수입 식품 유통 모델 >

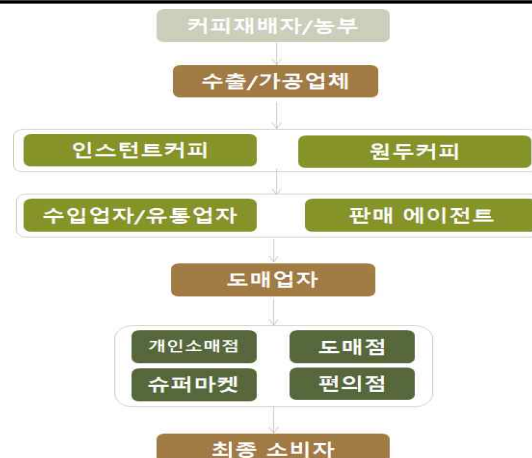
- 수출업자 → 수입업자/유통업자 → 대형 현대 소매상
- 수출업자 → 수입업자/유통업자 → 도매상 → 소매상
- 수출업자 → 지역 에이전트 → 수입업자/유통업자 → 도매상 → 소매상
- 수출업자 → 대형 현대 소매상

KEY INFO

한국산 커피믹스의 경우, 한인마트 중심으로 공급이 되고 있으며 일반 소매점에서의 판매는 드문 상황임

□ 한국산 커피믹스의 경우, 현재까지는 한인마트 중심으로 공급이 되고 있으며 일반 소매점에서의 판매는 드문 것으로 파악됨. 그러나 글로벌 브랜드 Nestle사의 경우, 슈퍼마켓 혹은 하이퍼마켓 등에서의 판매가 활발함

< 베트남 커피 유통 구조 >



2. DISTRIBUTION INFORMATION – 베트남 커피 유통채널별 점유율

“베트남 커피 유통, 개인소매상 강세”

KEY INFO

2014년 베트남 커피 시장의 유통업체별 점유율은 개인소매점이 80.76%로 1위를 차지

□ 글로벌 리서치 기관인 데이터모니터에 따르면, 2014년 베트남 커피 시장의 유통업체별 점유율은 개인 소매상이 80.76%로 1위에 랭크됨

– 하지만, 2011 ~ 2014년 4년 동안 개인 소매상의 점유율은 지속적으로 하락세를 보이고 있음

□ 전문 소매상의 커피 시장 유통채널 점유율은 2014년 10.73%, 편의점은 5.68%의 비중을 차지하며 각각 2, 3위에 랭크됨

INTERVIEW

“베트남 국내에서 생산되는 제품이 유명하여 수입은 크게 이루어지지 않는다.”

– Goodsvn Trading Service Import Export Joint Stock Company
담당자 Mr. Khanh

□ 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓, 백화점은 5% 미만으로 베트남 커피 시장에서 차지하는 유통 점유율이 미미한 것으로 조사됨. 그러나 2011년 이후 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 시장의 점유율은 지속적으로 증가 추세임

< 베트남 커피 유통채널별 점유율 (매출액 기준) >

(단위 : %)

유통채널	2011	2012	2013	2014
개인 소매상	81.58	81.21	80.99	80.76
전문 소매상	10.87	10.78	10.75	10.73
편의점	5.60	5.63	5.65	5.68
슈퍼마켓/하이퍼마켓	0.71	1.13	1.34	1.56
백화점	0.97	0.97	0.96	0.95

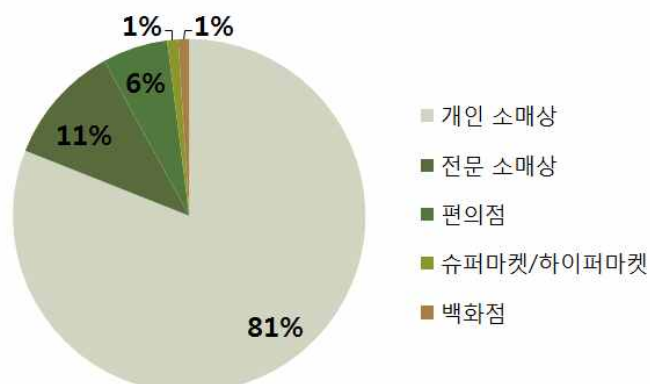
출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

INTERVIEW

“베트남에서는 농부를 고용하여 커피를 재배하고, 제조하는 업체가 다수 존재하여 수입하는 경우는 많지 않을 것이다.”

– Nestle Vietnam Co.,Ltd.
담당자 Ms. Huyen

< 2014년 베트남 커피 제품 유통채널별 점유율 >



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

