



No. 2022-191
품목 신선버섯(Fresh Mushroom)
HS CODE 0709.59.5000
국가 베트남(Vietnam)



C.O.N.T.E.N.T.S

I

경쟁제품

3

1. 경쟁제품 선정
2. 조사지표 선정
3. 현지조사 결과

II

경쟁사

18

1. 경쟁사 선정 및 분석

III

경쟁력 파악

21

1. 가격 경쟁력 분석
2. 벤치마킹 제품 분석

IV

시사점

25

1. 수출 확대 방안
2. 참고문헌

I

경쟁제품



01

경쟁제품 선정

지원 기업 품목 분석

지원 기업의 제품은 신선 버섯 제품임

(제품 유형) 신선식품

(맛) 순하고 상큼한 맛

제품명	신선 팽이버섯		
제품 유형	신선식품	인증	-
용량	-	포장 형태 및 재질	-
주요 성분	팽이버섯	특징	버섯류 중 가장 아삭하고 쫄깃함

경쟁력 분석 프로세스



단계 1 제품 분석

- ① 신청서 내 제품 분석
- ② 지원 기업 인터뷰
- ③ 경쟁 제품군 파악



단계 2 경쟁 현황 분석

- ① 경쟁 현황 분석
- ② 경쟁제품 선정 기준 마련



단계 3 현지조사 기획

- ① 조사 지역 선정
- ② 주요 유통채널 선정
 - 지원 기업 사전신청서 분석
 - 조사 대상국 유통채널별 점유율 파악
- ③ 온라인 사전 조사
- ④ 조사지표 선정



단계 4 조사 수행

- ① 온·오프라인 경쟁제품 선정 기준 전달
- ② 현지조사 수행
- ③ 제품 분석

오프라인 유통채널

베트남 식품 유통채널별 점유율은 2022년 기준 소규모 지역 식료품점이 전체의 72.6%로 가장 높은 비중을 차지함. 이어서 식음료 및 담배 전문점이 12.1%, 슈퍼마켓이 9.1%, 하이퍼마켓이 3.7%, 편의점이 1.6%, 온라인이 0.8%를 차지함



표 1

베트남 식품 시장 유통채널별 점유율 추이(2018-2022년)

구분	2018	2019	2020	2021	2022
① 식료품 소매점	99.7	99.3	99.3	99.2	99.2
- 편의점	0.5	1.0	1.4	1.5	1.6
- 슈퍼마켓	8.9	8.6	9.0	8.9	9.1
- 하이퍼마켓	3.2	3.3	3.4	3.5	3.7
- 식음료 및 담배 전문점	13.1	13.7	12.8	12.1	12.1
- 소규모 지역 식료품점	74.0	72.7	72.8	73.2	72.6
③ 온라인	0.3	0.7	0.7	0.8	0.8
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(단위: %)

자료: Euromonitor International



그림 2

베트남 식품 시장 주요 유통채널별 점유율(2022년)



자료: Euromonitor International

온라인 유통채널

2021년 4분기 기준, 베트남 내 트래픽 수 1위를 기록한 온라인 쇼핑몰은 Shopee로 앱스토어 및 플레이스토어에서 모두 다운로드 횟수 1위를 차지함. Shopee의 2021년 4분기 웹 트래픽 수는 8,895만 6,700건에 달함

- 2위는 Lazada로 2021년 4분기 웹 트래픽 수 2,063만 3,300건을 기록하였으며, 3위는 베트남 현지 기업인 Tiki로 1,786만 6,700건을 기록함



표 3

베트남 주요 온라인몰 웹 트래픽 수(2021년 4분기)

(단위: 방문 횟수)

온라인 쇼핑몰 명	웹 트래픽 수
Shopee VN	88,956,700
Lazada VN	20,633,300
Tiki	17,866,700
Sendo	4,946,700
Vat Gia	1,356,700
Fado.vn	820,800
Vo so	120,400

자료: iPrice Vietnam

경쟁제품 선정 결과

오프라인 경쟁제품 선정기준

- 베트남 현지에서 판매 중인 팅이버섯 제품을 조사함

온라인 경쟁제품 선정기준

- 베트남 최대 전자상거래 사이트인 Shopee VN에서 판매 중인 팅이버섯을 조사함

02 조사지표 선정

조사지표 선정

제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함



표 1

오프라인 경쟁제품 조사지표 선정



조사지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
중량	g	제품의 중량
생산지	현지산 제품	현지 브랜드 제품
	수입산 제품	글로벌 브랜드 제품
포장 형태		PP, PE
성분	원료 및 첨가물	원료 및 함량 등 영양과 관련한 핵심 성분

03 현지조사 결과

오프라인 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
포장 형태	PE	PE
제조사	Supoolnara Mushroom Corp	H버섯
조사 매장	T마트	T마트
가격	1만 5,900동(약 830원 ¹⁾)	1만 5,900동(약 830원)
중량	150g	150g
원산지	한국	한국
특징	-	무농약

1) 2023년 1월 27일 하나은행 매매기준율(100동=5.25원)

경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
포장 형태	PE	PE
제조사	Supoolnara Mushroom Corp	Công ty TNHH XNK Kinoko Long Khánh
조사 매장	L마트	Vin mart
가격	2만 1,900동(약 1,140원)	9,900동(약 510원)
중량	150g x 2개입	150g
원산지	한국	베트남
특징	무농약	-

경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
포장 형태	PE	PE
제조사	Công ty TNHH TMDV Thiên Hiệp Thành	Công ty cổ phần thực phẩm công nghệ cao Bắc Âu
조사 매장	Vin mart	Vin mart
가격	2만 1,000동(약 1,100원)	3만 3,000동(약 1,730원)
중량	150g	150g
원산지	베트남	베트남
특징	무방부제	유기농

온라인 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
제조사	Supoolnara Mushroom Corp	H사
가격	1만 4,100만 동(약 740원)	1만 8,900동(약 990원)
중량	150g	150g x 2개입
원산지	한국	한국
특징	무농약	-
경쟁제품 정보	제품9	제품10
제품 사진		
제조사	OEM	Nôngtrại Nám Xanh
가격	1만 7,000동(약 890원)	2만 9,000동(약 1,520원)
중량	150g	200g x 2개입
원산지	한국	한국
특징	-	-

경쟁제품 정보	제품11	제품12
제품 사진		
제조사	OEM	OEM
가격	1만 1,000동(약 570원)	2만 5,000동(약 1,310원)
중량	150g	200g
원산지	중국	베트남
특징	-	-
경쟁제품 정보	제품13	제품14
제품 사진		
제조사	Công ty cổ phần thực phẩm công nghệ cao Bắc Âu	T사
가격	1만 9,900동(약 1,040원)	1만 4,900동(약 780원)
중량	150g	150g
원산지	베트남	한국
특징	-	무농약

주요 유통채널 정보

1. CO.OP MART



- 호치민에서 유통을 담당하던 Saigon Union of Trading Cooperatives에 의해 1996년에 설립
- 가격이 합리적이고 일본, 유럽, 미국, 한국 등에서 수입한 다양한 제품을 취급

기업정보	방문 지점	131 Dien Bien Phu St, 15 Ward, Binh Thanh District, Ho Chi Minh, Ho Chi Minh City, Vietnam
	설립 연도	2011년
	직원 수	100명
	매출액	1,299만 달러
	대표전화	+84-28-38-360-143
	홈페이지	www.co-opmart.com.vn

매장 전경



자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

2. Lotte Mart



- 2008년 12월 베트남에 첫 매장을 오픈하였으며, 진출 초기 한국 상품 및 수입 상품을 주로 판매함
- 현재는 호치민 매장 2층 일부에만 한국 상품이 진열되어 판매되고 있음

기업정보	방문 지점	469 Đ. Nguyễn Hữu Thọ, Tân Hưng, Quận 7, Thành phố Hồ Chí Minh
	설립 연도	2008년
	직원 수	160명
	매출액	2,197만 달러
	대표전화	+84-2363611999
	홈페이지	www.lottmart.com.vn

매장 전경



자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

3. AEON



- 일본과 아시아 14개 국가에서 약 260개의 대형마트를 운영 중인 대형 유통 그룹이며, 식품 및 가정용품 등 다양한 제품을 판매함
- 호치민 매장 규모는 크고 편의시설이 고급스러우나 마트의 위치가 외곽에 있음
- 한국산 제품과 일본산 제품은 소수로 취급

기업정보	방문 지점	1-5-1 Nakase, Mihama-ku, Chiba-shi, Chiba 261 - 8539, Japan 30 Bờ Bao Tân Thắng, Phường Sơn Kỳ, Quận Tân Phú, TP. HCM
	설립 연도	2011년
	직원 수	2,500명
	매출액	3억 2,606만 달러
	대표전화	+84-2862887711
	홈페이지	www.aeon.com.vn

매장 전경



자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

4. Vin Mart



- Vin group의 계열회사이며 2014년에 처음 오픈함
- Saigon Co-op 및 Lotte와 달리 슈퍼마켓 외에 전자기기 전문점도 운영 중임

기업정보	방문 지점	39 Đ. Lê Duẩn, Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh
	설립 연도	2014년
	직원 수	1만 3,400명
	매출액	-
	대표전화	+84-247 106 6866
	홈페이지	www.winmart.vn

매장 전경



자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

5. e-mart



- 2021년 베트남의 타코그룹이 인수함
- 현지 매장보다 품질 좋은 상품이 더 많은 편이며, 취급하는 품종이 다양하고 라벨 규정에 엄격함
- 한국인보다 현지인이 더 많이 찾는 매장임

기업정보	방문 지점	366 Đ. Phan Văn Trị, Phường 5, Gò Vấp, Thành phố Hồ Chí Minh
	설립 연도	2021년
	직원 수	374
	매출액	6,863만 달러
	대표전화	+84-28-3588-5678
	홈페이지	www.emart.com.vn

매장 전경



자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

6. 쇼피(Shopee)



		개요	- 2015년에 설립한 싱가포르 기반의 전자상거래 플랫폼 - 동남아시아 최대의 전자상거래 플랫폼으로 말레이시아, 태국, 대만, 인도네시아, 필리핀, 베트남에 진출하여 사업 전개 중 - SEA Group이 투자했으며 2017년 Shopee Vietnam을 설립함 5 Science Park Dr, Shopee Building. Singapore, 118265 약 46억 달러(2021년) / 약 3만 명(2021년)
유통채널명	Shopee		본사 소재지 매출액 및 종업원 수 입점 절차
연락처	+84-024-73081221		
홈페이지	www.shopee.vn		

- 1) 홈페이지에서 직접 등록
 - 홈페이지 우측 상단 'dang ky' 클릭하여 가입 후 판매자(Seller) 등록
- 2) 입점 문의 후 진행
 - 홈페이지 상단 tro thanh Nguoi ban Shopee 클릭
 - 정보를 기입하여 제출
- 3) 문의사항 연락처
 - support@shopee.vn

7. 티키(Tiki)

		개요 - 온라인 서점에서 시작하여 일반 전자상거래 플랫폼으로 확장하여 사업 전개 중 - 징동닷컴(JD.com)이 2017년 티키에 투자하여 지분 보유 - 우수한 서비스로 젊은 소비자에게 인기가 높음 - 전자제품, 휴대폰, 식품, 화장품 등 다양한 제품 판매
유통채널명	Tiki	매출액 및 종업원 수 약 2억 달러(2019년) / 약 4,000명
연락처	+84-1900-6035	
홈페이지	www.tiki.vn	입점 절차

- 1) 유선 연락 또는 이메일 통해 문의
 - 입점 절차는 크게 가입 및 계약서 작성, 필요정보 등록, 홈페이지에 제품 등록 3단계로 이루어짐
 - 정책 및 규정 확인 후 안내된 절차에 따라 입점 문의
 - 입점 후 Sales Center 이용하여 제품 설명 및 판매 가격 자유롭게 조정 가능
- 2) 등록 시 필요한 정보
 - 공급자 정보: 담당자명, 연락처, 이메일 주소, 기업명, 사업자 등록번호 등
 - 제품 정보: 브랜드 이름, 제품 이름, 판매 가격, 원산지 등
- 3) 문의사항 연락처
 - 이메일: partnersupport@tiki.vn
 - 전화번호: +84-1900-6034

II

경쟁사



01

경쟁사 선정 및 분석

주요 경쟁사

경쟁사 기본 정보		- 2016년에 설립되어 팽이버섯, 표고버섯 등 식용 버섯을 전문으로 생산하는 베트남 기업임
	업체명	BAC AU HI - TECH FOOD JOINT STOCK COMPANY
	직원 수	80명
	홈페이지	www.bacaumushroom.com
	연락처	+84-908881850
	주소	Group 7, Quang Phu Ward, Quang Ngai, Quang Ngai
제품 현황		
		

자료: 기업 홈페이지

경쟁사
기본 정보



- 느타리버섯, 양송이버섯, 표고버섯, 팽이버섯 등 다양한 종류의 신선 버섯과 말린 버섯을 제조 및 판매하는 베트남 기업

업체명	Nông Trại Nấm Xanh
직원 수	-
홈페이지	namxanh.vn
연락처	+84-086 881 9484
주소	182/63 Lê Đức Thọ, Phường 6, Gò Vấp, TP Hồ Chí Minh, Việt Nam

제품 현황



자료: 기업 홈페이지

III

경쟁력 파악



01

가격 경쟁력 분석

가격 경쟁력 분석

전체 조사 제품의 평균 가격은 10g당 1,060동(약 55원)으로 나타났으며, 온라인 평균 가격은 10g당 1,027동(약 54원), 오프라인은 1,085동(약 57원)을 기록함

그림 1 온/오프라인(좌) 및 10g당(우) 가격 비교

(단위: 동)

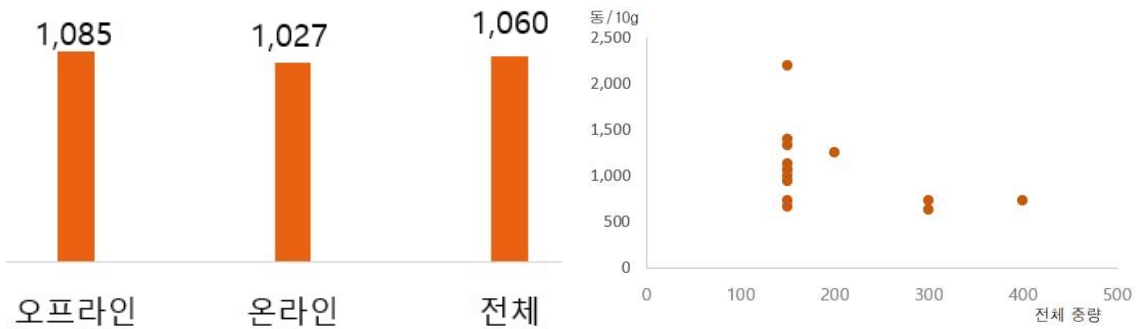


그림 2 경쟁제품 특성별 분석

(단위: 동)

제품명	중량	가격	온/오프라인	원산지	특징	10g당 가격
제품 1	150	15,900	오프라인	한국	-	1,060
제품 2	150	15,900	오프라인	한국	무농약	1,060
제품 3	300	21,900	오프라인	한국	무농약	730
제품 4	150	9,900	오프라인	베트남	-	660
제품 5	150	21,000	오프라인	베트남	무방부제	1,400
제품 6	150	33,000	오프라인	베트남	유기농	2,200
제품 7	150	14,100	온라인	한국	무농약	940
제품 8	300	18,900	온라인	한국	-	630
제품 9	150	17,000	온라인	한국	-	1,133
제품 10	400	29,000	온라인	한국	-	725
제품 11	150	11,000	온라인	중국	-	733
제품 12	200	25,000	온라인	베트남	-	1,250
제품 13	150	19,900	온라인	베트남	-	1,327
제품 14	150	14,900	온라인	한국	무농약	993

02 벤치마킹 제품 분석

주요 원산지는 한국

현지 조사원의 조사 결과, 전체 14개 제품 중 한국산 제품은 8개였으며, 이어서 베트남산 제품이 5개, 중국산 제품이 1개로 조사됨

그림 1 원산지 비교

(단위: 개)

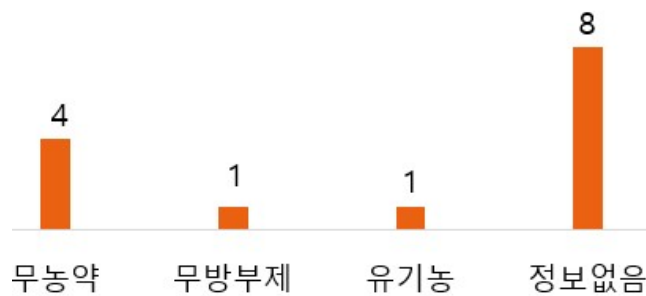


인증

조사 제품 중 4개 제품이 무농약 제품이었고 무방부제와 유기농 제품이 각각 1개씩이었음. 반면, 8개 제품은 인증을 안 받았거나 관련 정보를 제공하고 있지 않음

그림 2 주요 인증 비교

(단위: 개)

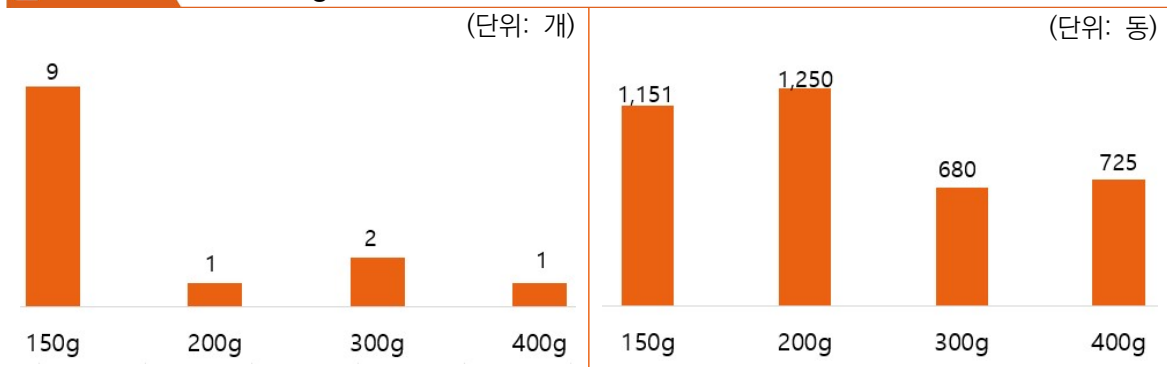


중량별 10g당 가격 비교

중량별로 분류하면, 가장 큰 비중을 차지한 제품은 150g으로 9개 제품이 해당함. 이어서 200g과 400g이 각각 1 개, 300g이 2개로 나타남

또한, 중량별 가격은 150g이 10g당 평균 1,151동, 300g이 680동으로 나타남. 각각 1개를 차지한 200g과 400g은 1,250동과 725동으로 나타남

그림 3 중량별 10g당 가격 비교

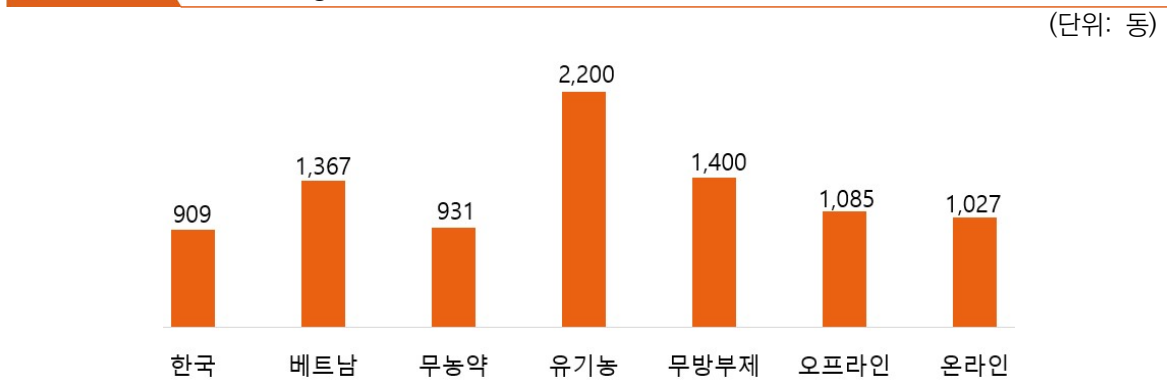


특성별 10g당 가격 비교

특성별로 분류하면, 한국산 제품 가격 평균이 10g당 909동으로 나타남

- 베트남산 제품의 10g당 평균 가격은 1,367동이었으며, 무농약 인증을 받은 제품은 10g당 평균 931동, 유기농 제품은 2,200동, 무방부제 제품은 1,400동으로 나타남

그림 4 특성별 10g당 가격 비교



IV

시사점



01

수출 확대 방안

가격 경쟁력

전체 조사 제품의 10g당 평균 가격은 1,060동(약 55원)으로, 이보다 낮은 가격으로 책정하는 것이 제품 판매에 유리할 것으로 판단됨. 또한, 신선식품 특성상 오프라인을 통한 유통 비중이 압도적으로 높기 때문에 오프라인 제품 평균 가격이 10g당 1,085동임을 고려하여 가격을 책정해야 함

- 현지 조사 결과, 한국산 제품의 10g당 가격 평균은 909동인 반면, 베트남 제품의 가격 평균은 1,367동으로 나타남. 유기농 여부 등 제품 특성에 따라 차이가 있지만, 한국산 일반 제품과 경쟁할 경우 909동 이하로 가격을 책정할 필요가 있음

벤치마킹

조사 제품 14개 제품 중 무농약 제품은 4개로 현지에서 가장 선호하는 제품 특징인 것으로 판단되며, 10g당 평균 가격은 931동으로 나타남. 또한, 전체 제품 중 가장 많은 제품 중량은 150g으로, 9개 제품이 해당되는 것으로 조사되었음. 따라서, 150g으로 포장된 무농약 팡이버섯 제품이 대상 국가 시장에 가장 크게 어필할 수 있을 것으로 전망됨

마케팅 방안

제품 특성상 제품 간 차별점이 크지 않기 때문에 가격 경쟁이 가장 중요할 것으로 전망됨

- 베트남 소비자들의 구매력은 아직까지는 낮은 편으로, 제품의 품질이나 인증보다는 가격에 더 민감하게 반응하는 경향이 있음
- 또한, 이미 한국 기업의 경쟁제품도 다수 진출해 있으며, 제품 대다수가 비슷한 PE 포장 형태로 생산되고 있음

제품 간 차별성이 적으므로, 저렴한 가격과 할인 행사 및 시식 행사를 포함한 마케팅 전략을 구사하는 것이 가장 적절할 것으로 판단됨. 유통채널 및 현지 슈퍼마켓 등에 어필하여 가장 잘 보이는 코너에 배정받거나 독점적 공급 계약을 맺는 등의 수단이 주효할 것으로 전망됨

02 참고문헌

□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. D&B Hoovers
3. iPrice Vietnam

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022.12

- 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.