

## (제4편) 베트남의 식품산업 동향 및 관련 정책

김정호\*

### 1. 머리말

베트남에서 식품산업은 최근 들어 성장잠재력이 큰 산업으로 일컬어진다. 1억 가까운 인구에 그 중 30대 미만 연령층이 전체 인구의 절반 이상을 차지하며, 빠른 경제성장으로 국민소득도 증가하고 있기 때문이다. 2019년 기준으로 식품산업은 베트남 전체 GDP의 15%를 차지하고, 식품시장 규모는 전년대비 12%나 성장하였다. 베트남 정부는 식품가공업에 대한 해외투자 유치로 식품산업 분야의 성장을 이끌어간다는 방침이다.

베트남 국민의 식품 소비 동향을 보면, 주식인 쌀과 빵 등의 곡물뿐만 아니라 육류, 가금류, 과일과 채소, 유제품, 어류 등도 높은 증가를 나타내고 있다. 특히 도시지역의 변화된 생활양식은 간편하게 섭취할 수 있는 가공식품이나 간편조리식품의 소비에 큰 영향을 미치고 있으며, 건강에 대한 관심이 높아지면서 유기농식품 수요가 증가하는 것도 주목할 만한 현상이다.

반면에 식품위생 문제는 베트남의 식품산업 발전을 위하여 해결해야 할 당면 과제이기도 하다. 연중 고온다습한 기후 환경은 식품의 보관과 운송에 매우 불리한 조건으로 작용하는 상황이다. 더욱이 자급용으로 소농들이 생산하는 식품은 위생 상태가 불분명하거나 유통 과정에서 부적절한 항생제가 남용되어 사회적인 문제로 지적되고 있다.

최근에 식품시장의 온라인 유통이 활성화되고 있다. 동남아시아 전자상거래 시장에서 베트남은 인도네시아에 이어 두 번째로 빠르게 성장하고 있는데, 음식품 분야의 전자상거래 시장규모는 눈부시게 커지고 있다. 특히 4차 산업 성장이나 코로나19 등을 배경으로 온라인 플랫폼 및 모바일 앱과 소셜 미디어 플랫폼을 이용한 거래량도 증가하고 있다.

\* KREI 시니어이코노미스트, kreikjh@naver.com

이 글에서는 베트남의 식품산업 동향 및 관련 정책을 소개한다. 소절로 식품산업 여건, 식품시장 현황, 최근의 식품산업정책 주요내용 등의 순으로 편성하여 서술하고자 한다. 다만, 식품산업과 관련된 코로나19(COVID-19) 영향을 비롯하여 부분적으로 자료의 한계 때문에 충분히 설명하지 못하는 사항에 대해서는 널리 양해를 바란다.

## 2. 식품산업 여건<sup>1)</sup>

### 2.1. 식품 소비 기반

#### 2.1.1. 인구 구조

2019년 UN경제사회국(Department of Economic and Social Affairs) 통계에 의하면, 베트남의 총인구는 약 9,646만 명으로 파악되었으며, 동남아시아에서 4번째로 많다. 인구 증가의 속도를 보면, 지난 10년 동안 1,040만 명(2009년 대비 10.7%)이 증가하였으며, 인구 증가율은 연평균 1.14%에 달하므로 2025년경에는 1억 명을 돌파할 것이라고 전망하고 있다.

연령별 인구구조를 보면, 생산가능인구가 많고 고령일수록 여성이 많은 것이 특징이다. 전체 인구에서 10~30대 인구가 47%를 차지하며, 인구 비중이 가장 높은 연령대는 30~39세로 17%이고, 70세 이상이 5%로 가장 낮다.

<표 1> 베트남의 성별 연령별 인구 구성(2019년)

단위: 천명, (%)

연령대	전체 (비율)	남성 (비율)	여성 (비율)
합계	96,463 (100.0)	48,153 (100.0)	48,310 (100.0)
0~9세	15,417 ( 16.0)	8,140 ( 16.9)	7,277 ( 15.1)
10~19세	13,451 ( 13.9)	7,004 ( 14.5)	6,447 ( 13.3)
20~29세	15,886 ( 16.5)	8,114 ( 16.9)	7,772 ( 16.1)
30~39세	15,977 ( 16.6)	8,007 ( 16.6)	7,900 ( 16.4)
40~49세	13,384 ( 13.9)	6,699 ( 13.9)	6,685 ( 13.8)
50~59세	10,912 ( 11.3)	5,332 ( 11.1)	5,580 ( 11.6)
60~69세	6,922 ( 7.2)	3,150 ( 6.5)	3,772 ( 7.8)
70세 이상	4,514 ( 4.7)	1,637 ( 3.4)	2,877 ( 6.0)

자료: UN경제사회국. 한국농수산식품유통공사 해외시장맞춤조사(2020년)에서 재인용.

1) 이 절의 내용은 한국식품산업협회, “베트남 온라인 식품시장 현황 및 한국식품 진출확대 방안” (2020 베트남 이슈리포트) 및 이현근 외(2019)에서 인용 정리하였다.

베트남 통계청의 인구센서스에서 지역 분포를 보면, 전체 인구의 약 1/3이 도시지역에 거주하고 있는데, 북쪽에는 홍강 삼각주에 수도인 하노이(Ha Noi)에 약 800만 명이 거주하고, 남쪽에는 경제 중심지인 호찌민(Ho Chi Minh)<sup>2)</sup>시에 약 900만 명이 거주하고 있다.

중앙정부 직할 대도시는 하노이, 호찌민, 하이퐁, 다낭, 꼰터 등 5개가 있으며, 하이퐁(Hai Phong)은 제1의 항구도시로 인구 160만 명, 다낭(Da Nang)은 중부지역의 대도시로 120만 명, 꼰터(Can Tho)는 메콩강 하류의 수상도시로 인구 130만 명이 거주한다.

인구센서스에서 조사된 총 가구 수는 2,687만 호이고, 가구 당 평균 인원 수는 3.5명이다. 최근에 1인 가구가 증가하는 경향인데, 특히 1인 가구 비중이 높은 지역은 박닌성(Bác Ninh province), 빈중성(Binh Dương province), 타이응웬성(Thái Nguyên province) 등으로, 이 지역에는 제조업 중심의 경제 활동에 종사하는 노동자들이 많이 거주하고 있다.

### 2.1.2. 소득 구조

베트남 통계청 자료에 의하면, 2019년 GDP는 2,619억 달러이고, GDP 성장은 약 7.0%로 추정된다. 1인당 GDP는 8,065달러로 아세안 국가 중에서 6번째의 중소득국에 해당하지만, 최근의 경제성장 속도로 보면 2030년경에는 상위권에 진입할 것으로 전망된다.

2019년 1인당 월평균소득은 429만 5천 동(21만 9,475원)으로 추산된다. 1인당 평균소득보다 적은 월평균소득을 가지는 3분위는 전체 인구의 60%에 해당하는 5,789만 명이다. 반면에 고소득층 상위 20%에 해당하는 5분위의 평균소득은 1,010만 3천 동(한화 51만 6,263원)으로 추산된다.

베트남인의 모든 소득 분위의 평균소득은 2016년부터 꾸준히 증가하고 있으며, 가장 많은 증가세를 보인 분위는 4분위로 연평균 10% 상승하였다.

---

2) 1975년 북베트남(월맹)이 월남을 통일할 때까지는 사이공(Saigon)이라고 불렀으나, 1976년 주변의 위성도시를 병합하여 호찌민특별시로 개칭하였다.

〈표 2〉 베트남의 소득분위별 1인당 월평균소득(2016~2019년)

구분	단위: 천 동		
	2016	2018	2019(f)
1분위	771	932	988
2분위	1,516	1,907	2,100
3분위	2,301	2,934	3,300
4분위	3,356	4,291	4,954
5분위	7,547	9,320	10,103
평균	3,098	3,876	4,295

자료: 베트남 통계청(GSO).

소득 분포를 지역별로 보면, 평균소득이 가장 높은 지역은 호찌민시인데, 호찌민시의 1인당 평균 GDP는 2018년에 6,000달러를 넘어섰고, 2020년에는 6,700달러 수준에 달할 것으로 추산된다. 호찌민시에 이어 소득이 높은 지역은 하이퐁(Hải Phòng)인데, 하이퐁시는 베트남 북부의 최대 항구도시로서 LG와 GE를 비롯한 글로벌 전자기기 제조업체가 가동 중이다.

## 2.2. 식품 소비 환경

### 2.2.1. 농산물 소매시장

베트남 통계청 조사에 의하면, 전국에 2019년 현재 약 8,500곳의 전통시장이 있으며, 전통시장 안에는 농산물과 식품을 비롯하여 다양한 공산품이 판매되고 있다. 그리고 최근에 마트나 편의점 등 새로운 소매유통 전문점이 진입하기 시작하여 전통시장과 경쟁 관계를 형성하고 있다.

도시화가 빠르게 진행되면서 고소득 전문직 종사자와 젊은층을 중심으로 마트나 편의점의 이용자가 빠르게 증가하고 있다. 시장조사기관 닐슨(Nielsen)의 2018년 조사보고서에 따르면, 베트남의 소매시장은 2013년부터 2017년까지 연평균 13% 성장했는데, 소비자들은 전통시장에서 월평균 19회, 마트와 편의점에서는 월평균 10회 정도 물건을 구매하는 것으로 나타났다.

다수의 베트남 소비자들은 가공식품에 대해서는 주로 온라인 유통매장 및 플랫폼을 이용하여 구매를 하며, 신선식품은 오프라인 매장을 방문하여 확인 후 구매를 선호하는 것으로 알려졌다. 최근 들어 전통시장의 서비스가 빠르게 향상되고 있으며, 전통시장에서도 인터넷 웹사이트를 통한 광고와 SNS 배달 서비스 등을 제공하면서 고객을 되찾아오는 것으로 알려졌다.

그 결과 소비자들이 마트 및 편의점에서 지출하는 금액의 30~50%를 전통 시장에서 사용하는 것으로 알려지는데, 이는 소비자들이 전통시장에서 저렴하고 질 높은 상품을 구매한다는 사실을 보여준다.

<그림 1> 베트남의 전통시장과 현대식 마트 모습

하노이 전통시장



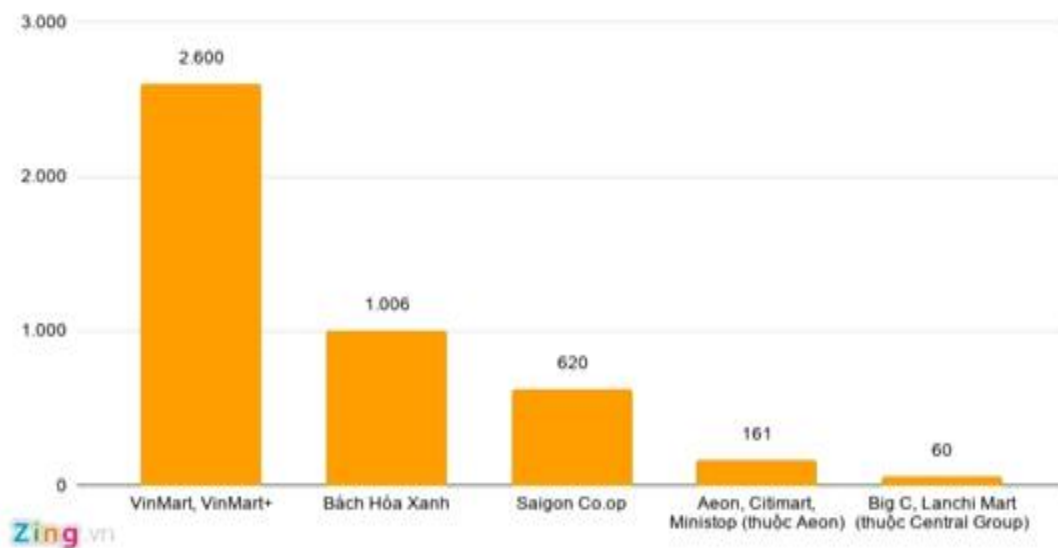
하노이 마트



자료: 네이버 사진자료에서 캡처.

외국계 유통기업의 진출도 활발하게 진행되고 있다. 예컨대, 중대형마트에는 Coop Mart, Vinmart, Lotte Mart, Aeon Mall, Satra Mart, Bach hoa xanh 등이, 편의점에는 Circle K, 7 Eleven, Family Mart, GS25, MINISTOP, Cheers 등이, 수입식품 전문점에는 Klever Fruits, Farmers Market, Oscar, Vin Fruits 등이 운영중이다. 그밖에 소규모 잡화점이 다수 영업하고 있다.

<그림 2> 베트남의 주요 소매유통업체별 점포 수(2019년)



자료: Zing VN 기사에서 발췌. 한국식품산업협회 자료에서 재인용.

최근에는 오프라인 마켓 플랫폼 외에 SNS 소셜미디어 플랫폼<sup>3)</sup>을 이용한 직접 거래도 빠르게 증가하고 있다. 특히 최근 코로나19로 인한 마켓 방문고객 감소로 인해 온라인을 통한 구매 사례가 늘고 있는데, 소셜미디어를 이용한 판매는 크게 세 가지 형태가 주류를 점하고 있다.

먼저, 잘로(Zalo)는 베트남 대표 모바일 메신저로서 게시글을 통한 불특정 다수에게 홍보하여 소비자에게 1대1 판매 형태를 취하고 있다. 다음으로, 페이스북(Facebook)은 인구의 절반 가량인 4,200만의 베트남 사람들이 매일 페이스북을 접속하고 있으며, 페이스북 페이지 홍보 및 광고, 실시간 라이브 스트리밍을 통한 실시간 판매 형태를 취하고 있다. 그리고 인스타그램(Instagram)은 페이스북과 함께 베트남에서 가장 많이 사용하는 SNS 소셜미디어 플랫폼으로 젊은 청년층을 대상으로 다양한 마케팅을 하고 있다.

### 2.2.2. 식품위생 조건

베트남은 열대, 아열대 및 온대 기후 지역에 걸쳐 있는 몬순 기후의 영향을 받는다. 이 때문에 일조량과 강우량이 많기 때문에 습도가 매우 높은 편이다. 이처럼 연중 고온다습한 베트남 기후 환경은 식품의 보관 및 이동에 있어서 매우 불리한 조건으로 작용한다.

또한 식품 운송이 오토바이로 이루어지는 경우가 많아 식품이 외부환경에 노출되는 시간이 길어짐으로써 쉽게 변질되는 문제가 지적된다. 대기업에서 생산하는 식품에 대해서는 엄격한 식품 규제 및 검사가 이루어지는데 비하여, 내수 소비를 주목적으로 소규모 농가에서 생산하는 식품은 생산 과정이 불분명하거나 유통 과정에서도 법적으로 금지된 물질과 과도한 항생제가 남용되고 있다.

베트남 보건부에 따르면, 2018년 한 해 동안 식품위생 적발 사례는 11만 6,258건이며, 그 중 4만 1,229건에 3만 5,000달러에 달하는 벌금이 부과되었다. 특히 식품안전관리가 미흡한 실정인데, 보건부 통계에 따르면, 2019년 1~10월간 76건의 식중독 사례가 발생하여 1,950명이 병원 치료를 받았고, 8명은 사망하였다. 예컨대 호찌민식품안전관리위원회는 수년 동안 국내에서 식품안전 위반 적발사례는 많았지만 이를 처리할 법적 근거가 불충분한 상황이며, 적발된 후 처벌로 이어지는 사례가 매우 적어 식품위생을 통제하기 어려운 실정이라고 전해진다.

3) 베트남의 SNS 종류로는 페이스북, 트위터, 카카오톡, 인스타그램, 핀터레스트, 블로그, 틱톡, 위챗, 라인, 유튜브, 링크드인, 웰던투(welldone to) 등이 있다.

### 2.2.3. 식품 소비 트렌드

경제 성장과 다양한 사회 변화로 인하여 베트남 소비자들의 농산물이나 식품에 대한 구매 기준도 바뀌고 있으며, 특히 식품 소비에 대해서는 크게 3가지 트렌드가 두드러진다.

첫째, ‘간편성 추구’이다. 급속한 도시화와 여성의 경제활동 참가에 따라 간편식에 대한 수요가 증가하고 있으며, 특히 시리얼바(cereal bar), 곡물과자, 유동식 등이 인기를 얻고 있다. 또한 재래시장이 아닌 슈퍼마켓이나 마트 및 편의점의 유통 비중이 점차 확대되면서 냉동식품 등 다양한 즉석식품에 대한 관심도 늘어나고 있다.

둘째, ‘고품질 선호’이다. 최근 베트남에서 다수의 식품 안전사고가 발생하면서 식품위생에 대한 인식이 높아지고 있다. 이에 따라 식품정보를 꼼꼼하게 따지는 한편 값이 좀 비싸더라도 품질이 좋은 제품을 선호하는 소비자가 늘고 있다. 천연원료나 건강보조식품에 대한 관심이 늘어나는 경향도 이러한 소비트렌드를 말해주는 것이다.

셋째, ‘신세대 소비층 부각’이다. 1990년대 중반부터 2000년대 중반 사이에 태어난 Z세대(Generation Z)가 2025년 경에는 베트남 경제활동인구의 20%(약 1,500만 명)를 차지할 정도로 주요 소비층이 될 것으로 보인다. 이들은 새로운 메뉴를 체험해보는 것을 좋아한다. 또한, 제품 구매 시에 선택의 폭이 넓은 것을 선호하며, 맛이나 가격뿐만 아니라 브랜드 인지도, 마케팅 능력, 제품 포장 등의 다양한 측면에 민감하게 반응하는 것이 특징이다.

## 3. 식품시장 현황<sup>4)</sup>

### 3.1. 식품제조업 개황

#### 3.1.1. 곡류

베트남은 쌀 생산량이 세계 5위이고, 수출 3위를 점하고 있는 나라답게 식사에 사용되는 주요 곡물이 쌀이다. 흰쌀밥인 껌짱(Com Trang)이 주식이고, 쌀국수인 썸(pho)는 베트남 전역에서 볼 수 있는 길거리 음식이다.

4) 이 절의 내용은 한국식품산업협회, “베트남 온라인 식품시장 현황 및 한국식품 진출확대 방안” (2020 베트남 이슈리포트) 및 손창우 외(2020)을 인용 정리하였다.

최근에는 쌀 외에 콩, 귀리, 참깨와 같은 곡물류가 영양가 높고 안전하다는 인식이 확산되면서 베트남의 시리얼(cereal) 시장이 변화하기 시작했으며, 이러한 경향으로 인하여 시리얼의 생산과 수입이 크게 증가하고 있다.

시리얼은 곡류를 가공하여 바로 먹을 수 있도록 만든 식품으로 주로 우유나 주스를 부어서 아침 식사로 먹는다. 베트남 기업들이 시리얼 시장의 잠재력을 확인하고 국내에서 생산을 시작하였다. 현지에서 가공하는 제품들은 현지 소비자의 입맛에 잘 맞으며 판매가격도 적정하다는 평가이다.

베트남 시리얼의 수입국은 한국, 태국, 스위스, 말레이시아, 싱가포르 등이다. 그리고 자국산 시리얼 및 수입산 시리얼은 베트남의 모든 유통채널에서 유통되고 있다. 그 중에서도 자국산 네슬레(Nestle Vietnam)가 가장 많이 판매되고, 수입산으로는 켈로그(Kellogg Co.) 제품이 인기를 얻고 있다.

### 3.1.2. 육류

2018년 베트남 육류시장 규모는 연간 400만 톤으로 2014년 이후 5년간 매출액이 연평균 2.9% 성장하였다. 그 중에서도 돼지고기 소비량은 270만 톤으로 육류 중 가장 많이 소비되었으며, 닭과 오리와 같은 가금류는 94만 톤, 소고기는 33만 톤, 기타 육류는 12만 톤이 소비되었다.

또한 육류 수입을 보면, 2017년에 3억 5,200만 달러의 육류를 수입했으며, 2013년 이후 5년간 육류 수입액은 연평균 19.6% 증가하였다. 수입된 육류는 국내 시장에서 가격경쟁력이 있는 동시에 안전한 식품으로 인식되어 수요가 높다. 베트남의 주요 육류 수입국은 미국(1억 4,000만 달러), 인도(8,300만 달러), 호주(4,100만 달러) 등이다.

국내 시장을 주도하는 육류업체는 대략 세 개 정도로 알려진다. 첫 번째는 Vissan으로, 1970년에 설립되었으며 육류 시장에서 브랜드 인지도가 높다. 2018년 Vissan의 매출액은 1억 9천만 달러로 전년 대비 14.5% 증가했고, 순이익은 6백만 달러로 전년 대비 6.5% 증가하였다.

두 번째는 CP Vietnam으로, 태국 CP Group의 자회사로 1988년 베트남에 법인을 설립하여 운영하고 있다. 2018년 CP Vietnam의 매출액은 27억 달러로 전년 대비 26.2% 증가하였다.

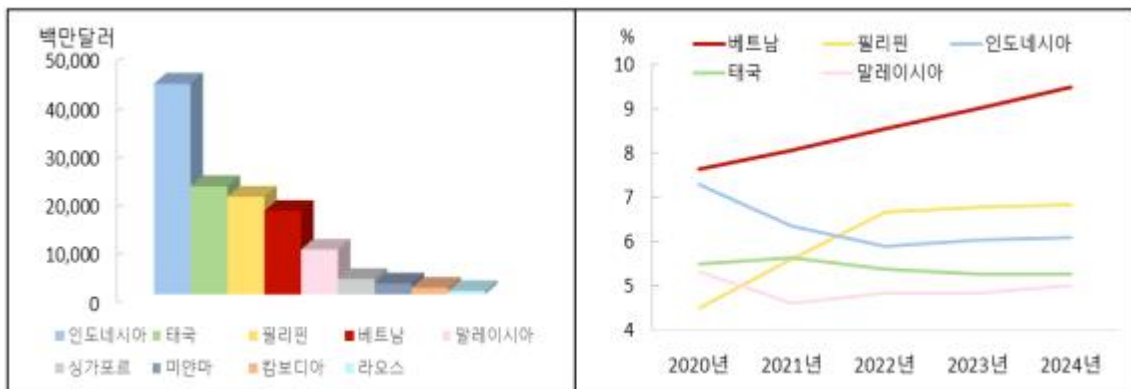
세 번째는 Masan MEATLife로 Masan Group의 자회사이며, 2019년 이전 사명인 Masan Nutri-Science에서 Masan MEATlife로 사명을 변경한 회사이다. 2018년에 냉장육 제품을 MEATDeli 브랜드로 출시하여 판매하고 있다.

### 3.1.3. 가공식품

2019년 베트남 가공식품시장 규모는 약 172억 달러로 최근 5년간 연평균 6.8%의 성장률을 기록하며 아세안 국가 중에서 가장 빠르게 성장하고 있다. 베트남의 경제 발전, 도시화 등 사회 변화와 더불어 가공식품 시장은 2024년 까지 매년 8.5%의 높은 성장세를 보일 전망이다.

가공식품 중에서 가장 많이 소비되는 품목은 유제품, 유아식품, 쌀·면류, 소스류 등이며, 최근에 스포츠 음료와 시리얼이나 요구르트 등의 성장세가 두드러지게 나타나고 있다. 한국은 베트남에게는 8번째 수입국으로, 2018년 베트남의 한국산 가공식품 수입액은 1억 4,495만 달러이다. 주요 수입 품목은 혼합음료, 김, 인삼차, 라면 등이며 혼합음료와 라면의 경우 2013년 대비 수입액이 각각 18.9배, 9.0배 증가하였다.

<그림 3> 아세안 국가의 가공식품 시장규모 및 성장률 전망(2020~2024년)



자료: 유로모니터. 한국무역협회(2020) 자료에서 재인용.

### 3.1.4. 간편조리식품

베트남의 간편조리식품 시장에 가장 많이 활성화된 제품은 베트남 전통 음식인 스프링롤(Spring roll)이다. 새우와 게로 만든 스프링롤 제품부터 고기 및 기타 해산물로 만든 다양한 스프링롤 제품이 시중에 판매되고 있으며, 찹쌀 볶음밥이나 바사(Basa) 생선조림 등 다양한 전통음식이나 간편조리식품도 인기리에 판매되고 있다.

특히 냉동 간편조리식품의 경우에는 제품을 보관할 수 있는 냉동고의 설치가 유통 과정에 필수적인데, 2015년부터 하이퍼마켓과 슈퍼마켓 및 편의점 시장규모가 도시 지역을 중심으로 급성장하면서, 이에 따른 영향으로 냉동간편조리식품 시장규모 역시 크게 성장하고 있다.

지난 5년(2015~2019년)간 베트남의 간편조리식품 시장규모는 연평균 10% 증가하여 2019년에 2조 3,120억 동을 기록하였다. 그 중에서도 냉동간편조리식품 시장규모는 연평균 12%의 성장률을 보이며 2019년에 1조 440억 동을 기록하였다.

### 3.2. 식품시장의 동향과 전망

베트남은 지속적인 경제 성장과 소득 증가, 도시화, 대형 유통체인 증가, 정부의 식품가공업 해외투자 유치 등으로 인하여 전반적으로 식품시장 규모가 확대되는 추세이다. BMI(Vietnam Food and Drink Report) 자료에 의하면, 2019년 식품시장 규모는 약 272억 달러로 전년 대비 12.8% 성장하였으며, 2024년까지 매년 12%씩 커질 것으로 추정되어, 2024년 시장규모는 약 470억 달러로 2019년보다 1.7배에 이를 것으로 예상된다. 비알콜음료 시장도 2024년까지 매년 10%씩 증가 전망된다.

<표 3> 베트남의 식품시장규모 동향과 전망(2018-2024년)

단위: 백만 달러

연도	2018e	2019e	2020f	2021f	2022f	2023f	2024f	2018-2024 CAGR
식품	24,112	27,191	30,701	34,533	38,044	42,397	46,973	12%
음료 (비알콜)	1,017	1,124	1,255	1,295	1,511	1,655	1,814	10%

주: e: 예상, f: 전망, CAGR: 연평균 성장률

원자료는 베트남 동 단위. 환율은 1달러=23,380동을 적용.

출처: BMI(Vietnam Food and Drink Report Q2 2020). aT 해외시장맞춤조사(2020년)에서 재인용.

품목별 시장규모를 보면, 2019년 기준으로 주식인 쌀과 빵 등의 곡물시장은 114억 달러, 육류는 92억 달러, 신선 채소와 과일은 33억 달러, 생선 및 수산가공품은 32억 달러 등을 기록하였다. 그리고 육류, 신선 채소와 과일, 유제품, 어류 및 수산물 등이 높은 성장률을 기록하고 있다.

최근에는 국민의 소득 수준의 상승과 도시지역의 변화된 생활양식에 따라 신선 과채류를 넘어 간편하게 섭취할 수 있는 가공식품 및 음료의 수요 증가에 큰 영향을 미치고 있다. 특히 젊은층이 주로 이용하는 편의점이나 카페 등이 증가함에 따라 커피와 탄산음료의 소비도 증가 추세이다.

〈표 4〉 베트남의 식품품목별 시장규모 동향과 전망(2018-2024년)

단위: 백만 달러

품목	2018e	2019e	2020f	2021f	2022f	2023f	2024f
빵, 쌀, 곡물	8,909	10,042	11,414	12,742	14,114	15,634	17,318
파스타류	29	33	37	42	46	51	57
육류	7,218	8,135	9,246	10,321	11,432	12,663	14,026
생선 및 수산가공품	2,458	2,789	3,191	3,579	3,981	4,426	4,920
유제품	386	436	497	556	616	684	758
유지	729	823	938	1,048	1,163	1,289	1,430
신선/보존 과일	1,375	1,557	1,777	1,990	1,990	2,455	2,725
신선채소	1,232	1,391	1,584	1,770	1,962	2,175	2,410
설탕 및 관련 제품	374	401	433	464	495	529	568
기타식품	1,402	1,585	1,585	2,022	2,244	2,490	2,763
커피, 차, 기타음료	689	761	850	850	1,024	1,122	1,230
과일/야채 주스	114	122	133	142	151	160	170
생수	9	10	11	12	13	15	16
탄산음료	206	230	261	291	323	358	398

주: e: 예상, f: 전망, CAGR: 연평균 성장률

원자료는 베트남 동 단위. 환율은 1달러=23,380동을 적용.

출처: BMI(Vietnam Food and Drink Report Q2 2020). aT 해외시장맞춤조사(2020년)에서 재인용.

한편, 최근의 농산물가격은 완만한 상승세를 나타내고 있으며, 이러한 추세는 당분간 이어질 전망이다. 경제 성장에 따른 소득 증가에 비해서는 농산물가격의 상승이 상대적으로 낮아서 소비 확대로 이어질 것으로 보인다. 참고로, IMF에 따르면 베트남 경제는 2024년까지 매년 6.5%의 높은 성장세를 이어갈 것으로 전망하고 있다.

〈표 5〉 베트남의 주요 농산물가격 동향과 전망(2015-2030년)

단위: 달러/kg

	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2025p	2030p
쌀	386	396	385	389	393	397	418	440
커피	1.94	1.95	2.2	2.18	2.17	2.15	2.07	2.0
차	2.71	2.64	2.8	2.81	2.83	2.84	2.92	3.0
오렌지	0.68	0.89	0.9	0.91	0.91	0.92	0.96	1.0
소고기	4.42	3.93	3.95	3.97	3.99	4.01	4.1	4.2
새우	14.36	11.2	12.0	12.14	12.29	12.43	13.19	14.0

자료: Nam Bul Hai(2019). 이현근 외(2019)에서 재인용.

### 3.3. 식품 수출입 동향

베트남이 수입하는 주요 농식품은 옥수수, 밀, 수산물, 과일과 채소, 유제품, 식물성 유지, 밀, 사탕·쿠키·시리얼 등이며, 이들 품목의 주요 수입국은 태국, 미국, 중국 등이다.

2019년의 주요 품목별 수입 규모를 금액으로 보면, 옥수수는 아르헨티나와 브라질에서 총 23억 달러를, 밀은 호주와 러시아에서 총 4억 5천만 달러 규모를 수입하였다. 과일과 채소는 태국과 중국 및 미국에서 총 12억 달러를, 유제품은 뉴질랜드와 미국에서 4억 달러 규모를 수입하였다.

<표 6> 베트남의 옥수수 수입국가별 수입액(2016~2019년)

단위: 천 달러

순위	국가	2016	2017	2018	2019	연평균증가율
1	아르헨티나	845,242	764,195	1,008,409	1,447,180	19.6%
2	브라질	626,622	464,446	496,464	834,116	10.0%
3	태국	20,841	54,090	17,190	18,567	-3.8%
4	인도	2,084	1,624	24,860	1,527	-9.8%
5	라오스	170	456	175	148	-4.5%

주: 순위는 2019년 기준

자료: 베트남 통계청, 베트남 농업농촌개발부.

<표 7> 베트남의 밀 수입국가별 수입액(2016~2019년)

단위: 천 달러

순위	국가	2016	2017	2018	2019	연평균증가율
1	호주	384,237	424,279	266,294	241,637	-14.3%
2	러시아	23,674	140,942	648,171	215,758	108.9%
3	캐나다	16,051	197,495	87,592	99,929	84.0%
4	미국	78,326	14,079	85,298	59,943	-8.5%
5	브라질	63,755	21,093	16,782	23,296	-28.5%

자료: 베트남통계청, 베트남 농업농촌개발부.

<표 8> 베트남의 과일과 채소 수입국가별 수입액(2016~2019년)

단위: 천 달러

순위	국가	2016	2017	2018	2019	연평균증가율
1	태국	410,133	857,071	681,058	486,739	5.9%
2	중국	219,396	294,630	42,999	455,626	27.6%
3	미국	84,976	105,963	210,105	303,371	52.8%
4	호주	42,188	69,196	119,299	113,516	39.1%
5	미얀마	41,762	33,453	31,713	62,800	14.6%

자료: 베트남 통계청, 베트남 농업농촌개발부

〈표 9〉 베트남의 유제품 수입국가별 수입액(2016~2019년)

단위: 천 달러

순위	국가	2016	2017	2018	2019	연평균증가율
1	뉴질랜드	184,437	232,843	284,036	293,699	16.8%
2	미국	70,807	67,762	121,873	133,398	23.5%
3	싱가포르	141,464	122,442	134,053	94,097	-12.7%
4	태국	69,829	56,724	53,303	61,403	-4.2%
5	말레이시아	31,476	42,846	34,920	59,498	23.6%

자료 : 베트남 통계청, 베트남 농업농촌개발부.

다음으로, 베트남에 대한 한국 농식품의 수출 동향을 정리하면, 전체적으로 수출액이 빠르게 증가하고 있다. KATI 농식품수출정보에 따르면, 농축수산물 수출액은 2015년 4억 달러 수준에서 2019년 6억 달러 수준으로 약 1.5배 증가하였다. 2018년 대비 2019년 수출물량은 17.8% 증가하였다.

축산물은 2016년 말에 조류 인플루엔자 발생으로 인해 닭고기 수출이 중단되었으나, 2017년 11월부터 다시 재개되었다. 이에 따라 축산물 수출량은 2018년에 평년 수준을 회복하였으며, 2019년에는 수출물량이 전년대비 74.5%나 증가하였고, 수출금액은 43.7%가 증가하였다.

베트남 시장에 진출하는 수출품목에도 변화가 나타나고 있다. 2015~2018년 동안에는 담배와 참치가 주요 수출품목이었지만, 2019년도에는 닭고기 및 혼합조제 식품류의 수출이 크게 증가하였다. 참치의 경우 일본산 참치의 단가 하락에 따른 한국산 참치의 수요 감소 및 현지 보관 냉동창고의 부족으로 2018년 대비 2019년 수출이 대폭 감소하였다.

〈표 10〉 한국의 對베트남 농축수산물 수출금액(2015~2019년)

단위: 천 달러

구분	2015	2016	2017	2018(A)	2019(B)	증감율(B/A)
농산물	242,081	270,702	298,300	308,106	358,318	16.3%
축산물	79,942	71,624	36,848	77,860	111,916	43.7%
수산물	89,295	97,319	106,239	137,453	157,764	14.8%
합계	411,318	439,645	441,387	523,419	627,998	20.0%

자료: KATI, 농식품수출정보.

한국은 베트남의 최대 투자국이자 2위 교역국으로, 베트남 소비자들은 한국 상품에 대한 신뢰도와 호감이 높아 농식품 수출시장으로 유망하다. 베트남 시장에 대한 면밀한 이해를 바탕으로 진출한다면 품질, 맛, 마케팅 등 다방면에서 강점을 갖춘 가공식품의 수출이 확대될 것으로 기대된다.

## 4. 최근의 식품정책 동향<sup>5)</sup>

### 4.1. 식품안전 인증

베트남 정부는 식품위생과 식품안전을 관리하기 위한 제도와 정책을 엄격하게 적용하고 있으며, 식품안전에 대한 규제 내용은 아래와 같다.

55/2010/QH12 (2011.7.1. 시행): 식품의 안전성 보장에 대한 의무와 권리, 식품 생산, 무역, 운송 그리고 수출입에 있어서 조건사항 명시하고 있다. 또한 식품안전 법규를 위반하는 식품을 생산하고 거래하는 조직 및 개인은 정도에 따라 행정적 책임을 지거나 형사 책임이 부여된다.

15/2018/ND-CP (2018.2.2. 시행): 식품 광고, 라벨링, 테스트, 식품 안전정보 교육에 대해 국가 관리의 책임에 대해서 명시하고 있다.

13/CT-TTg (2016.5.9. 시행): 식품안전에 대한 책임 및 관리를 강화한다는 내용과 더불어 심각한 식품안전 위반사례는 범죄사례로 처리될 수 있다는 내용을 포함한다.

115/2018/ND-CP (2018.10.20. 시행): 식품안전규제 위반 시에 페널티가 적용되며 일정기간 식품안전증명서 지급이 중단된다. 벌금의 경우 개인에 의한 식품안전 규제 위반의 경우 최대 1억 동(4,300달러), 기업에 의한 위반일 경우 2억 동(8,600달러)이 부과된다.

또한 베트남 정부는 식품의 품질인증제로서 국제기준인 HACCP와 GMP를 도입하여 운용하고 있으며, 국내기준으로는 VIETGAP를 운영하고 있다.

HACCP은 위해분석(HA; Hazard Analysis)과 중요관리점(CCP; Critical Control Point)으로 구성되어 있다. HA는 위해 가능성이 있는 요소를 전체 공정의 흐름에 따라 분석·평가하는 것이고, CCP는 확인된 위해요소 중에서 중점적으로 다루어야 할 요소를 의미한다.

HACCP는 전공정에서 CCP를 설정하여 각 CCP의 지점에서 설정된 기준에 따라 이를 관리하여 해당 위해를 사전에 예방하며 식품의 안전성을 확보한다.

GMP는 식품·의약품의 안정성과 유효성을 품질 면에서 보증하는 기본조건으로서의 우수식품·의약품의 제조·관리의 기준이다. 품질이 고도화된 우수식품·의약품을 제조하기 위한 여러 요건을 구체화한 것으로 원료의 입고에서부터 출고에 이르기까지 품질관리의 전반에 지켜야 할 규범이다. 현대화·자동화된 제조시설과 엄격한 공정관리로 식품·의약품 제조공정상 발생

5) 이 절은 한국식품산업협회의 베트남 조사자료에서 발췌하여 정리하였다.

할 수 있는 인위적인 착오를 없애고 오염을 최소화함으로써, 안전성이 높은 고품질의 식품·의약품 제조하는 데 목적이 있다.

VIETGAP은 VietGAP은 베트남 농수산물을 기업 및 개인에게 식품 안전을 보장, 상품의 품질을 향상하기 위해 생산, 수확, 가공 절차와 관련된 기준을 제공하는 제도로써 “베트남식품안전법”에 근거한다. 평가 기준으로, 생산 기술 기준으로 경작, 수확 방법, 종자, 동물건강 상태, 농업용수, 토지 상태 등을, 작업환경 기준으로 작업자가 안전하게 작업할 수 있는 환경 여건 조성 여부를, 식품안전 기준으로 식품위생 기준 및 화학약품 사용 여부를, 생산지 기준으로 품질 보장을 위한 정확한 원산지표시 여부를 평가한다.

〈표 11〉 베트남의 식품 품질인증제 내용

구분	라벨	주요내용
국제 인증		위해분석(HA: Hazard Analysis)과 중점관리(CCP: Critical Control Point)의 약칭으로 식품원재료 생산에서부터 최종 소비자가 섭취하기 전까지 각 단계에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요소가 해당 식품에 혼입되거나 오염되는 것을 방지하기 위한 위생관리시스템
		Good Manufacturing Practice의 약칭으로 식품 및 의약품의 안정성과 유효성을 품질면에서 보증하는 우수 제조관리 기준으로 원료의 입고에서부터 출고에 이르기까지 품질관리의 전반에 관한 원칙을 명시하고 있음.
국내 인증		농식품을 안전하고 청결하게 생산하기 위한 기준으로 농업농촌개발부가 발행한 베트남의 우수농산물 생산표준으로 Vietgap 인증을 받은 상품에는 생산지역명과 Vietgap 트레이드마크가 새겨진 그린라벨이 부착됨. (홈페이지: <a href="http://www.vietgap.com/">http://www.vietgap.com/</a> )

자료: <http://vietgap.com/>

#### 4.2. 수입식품 관리

1999년에 베트남 정부는 보건부 산하에 식품청(Vietnam Food Administration; VFA)를 설립하였으며, VFA는 베트남 내에 유통되는 식품안전 관리에 대한 책임이 있고, 각 부처는 아래의 그림과 같이 정부의 식품안전 활동의 역할을 수행하고 있다.

따라서 베트남 정부의 수입식품 관리는 식품청(VFA)에서 담당하며, 건강기능식품 등은 보건부(MOH)가 담당한다. 그리고 과학기술부(Ministry of

Science and Technology; MOCT)에서는 수입식품의 기준 규격을 관리하고, 산업통상부(Ministry of Industry and Trade; MOIT)에서 수출입 관련 업무를 담당하고 있다.<sup>6)</sup>

베트남 정부의 식품관련법규 중 수입식품에만 해당되는 규정은 매우 적으며, 외국으로부터 베트남에 들어오는 수입식품도 국내에서 생산되는 식품에 적용되는 일반적인 표준과 규정을 준수해야 한다.

베트남 정부는 2000년 보건부의 지침에 따라 식품안전법을 개정하였고, 식품안전법에 따라 2001년 5월 30일 “식품안전·위생 및 품질표준 선언에 대한 규정”(제2027-2001-QD-BYT호)을 공포하였다. 2001년 3월 30일에는 “식품안전·위생 및 품질기준 선언에 대한 규정”(제996-2001-QD-BYT호)을 공포하였다.

수입식품에 대한 규정은 일반적으로 국내의 생산식품에 비하여 더 엄격하지는 않다. 국제표준이나 수출국 자국의 식품안전법에 부합되는 식품은 일반적으로 수입이 허용된다. 베트남 보건부에서 규정을 구체적으로 명시하지 않은 일부 식품에 있어서는 CODEX 기준이 일반적으로 적용된다.

베트남 정부는 베트남으로 유입되는 저급 농산물을 규제하기 위해 위생과 검역에 대한 SPS(Agreement on the Application of Sanitary and Phyto-sanitary measures) 조치를 강화하고 있다. 세계시장에서 베트남 농산물이 수입국의 엄격한 위생기준을 적용받는데 비하여, 베트남으로 유입되는 농산물에 대해서는 별다른 제한이 없어 SPS 기준을 상향 조정하는 것이다.

수입 농산물에 대한 검역 강화는 향후 단계적으로 이루어질 전망이며, 위생 및 검역 조치가 강화되면 베트남 농산물 수입 업체는 해외로부터 수입 주문량을 줄이거나 검증된 농산물로 수입 노선을 전환할 것으로 예상된다.

한편, 수입금지 품목에 대해서는 자국 정책 및 특정 물품 보호를 위해 법으로 물품을 규정한다. 현재 시행령 69/2018/ND-CP에서 수입금지 14개 품목군을 규정하고 있다. 품목별로 관할 부처에서 관리하고 있으며, 금지 품목 중 일부는 세부법령으로 수입할 수 있는 품목을 공표하고 있다.

특히 한국과의 농산물 교역에 대해서는 상호호혜 조건을 택하고 있다. 베트남은 한국산 사과, 배, 포도, 토마토, 딸기 등 5종의 수입을 허용한 상태이고, 이 밖에 귤, 피망, 복숭아, 참외, 석죽 등은 수입을 위한 절차가 진행 중이다. 또한 베트남은 한국산 닭과 닭 관련된 품목의 수입을 허용하고 있으며, 품종은 베트남의 2019년 4월 평가기준에 따른다. 그러나 한국은 베트남

6) 농업농촌개발부 품질검사기관은 SMQCT Center(Standardization, Measurement and Quality Control Technique Centers No. 1,2,3), The Plant Protection Department.

산의 미가공 축산물(돼지고기)과 가금류(닭고기, 계란)에 대해 여전히 취약지역이라는 점을 고려하여 수입을 허용하지 않고 있다.

## 5. 맺음말

베트남의 식품산업은 최근 들어 빠르게 성장하는 산업 분야이다. 베트남 상공업부에 따르면, 식품산업은 베트남 전체 GDP의 15%를 차지하고 있으며, 2019년 식품시장 규모는 전년대비 12.8% 성장하였다. 식품산업의 성장 요인으로 지속적인 경제성장과 소득 증가, 도시화, 소매유통 시장 확대, 정부의 식품가공업 해외투자 유치 등이 일컬어진다.

한편, 식품산업을 둘러싼 위협 요인도 만만치 않다. 베트남의 고온다습한 기후와 낙후된 유통 환경으로 인하여 식품위생 문제가 항상 존재하며, 최근에도 다수의 식품안전 사고가 발생함에 따라 식품위생에 대한 정부의 관리 감독이 강화되는 추세이다. 또한 식품 정보를 꼼꼼하게 따지는 동시에 고가 이더라도 품질이 높은 제품을 선호하는 소비자가 늘고 있다.

최근의 식품 소비에서 나타나는 특징으로 식중독 사례 증가 및 맛벌이 가정 증가 등의 영향으로 소비자들이 건강과 편의를 1순위로 생각하는 경향이 눈에 띈다. 이에 따라 간편 조리식품이나 장기간 보관이 가능한 건조식품의 수요가 증가하고 있으며, 면역력과 체력 증진에 대한 관심 또한 높아지면서 건강기능 식품의 수요가 꾸준히 증가하고 있다.

2020년 초에 코로나19 발병 후 이동제한 조치가 확산됨에 따라 외식은 줄었으나, 가정 내에서 편하게 섭취할 수 있는 간편조리식품에 대한 수요가 증가하고 있다. 특히 소비자들이 감염 우려에 모든 소비 과정에서 비대면·비접촉 방식을 선호하게 되어 온라인 쇼핑, 전자 결제, 배달 서비스 등의 수요 증가로 이어지고 있다.

또 하나는 온라인 쇼핑이 증가하는 경향이다. 젊고 구매력을 갖춘 신세대 소비자들은 인터넷 사용에 능숙하여 온라인 쇼핑에 대한 관심과 수요도 급증하는 추세이다. 동남아시아 전자상거래 시장의 경우 인도네시아에 이어 베트남이 두 번째로 빠르게 성장하고 있다. 특히 식품 분야의 전자상거래 시장 규모는 2014~2019년 연평균 성장률 122%로 급성장하였다.

오늘날 베트남 사람들은 한국 드라마나 유튜브를 통해 접한 한국 음식에 대해 호감이 높고, 평소에 접해보지 못한 여러 나라의 새로운 음식메뉴를 체험해보는 것을 좋아한다. 특히 해외여행 및 비즈니스, 유학 경험 등으로 외

국 브랜드에 호의적이며, 익숙하지 않은 브랜드에 대해서는 직접 정보를 찾아보는 적극성도 지니고 있다. 같은 제품이라도 선택의 폭이 넓은 것을 선호하며, 맛이나 가격뿐만 아니라 브랜드 인지도, 마케팅, 제품 패키징 등 다양한 측면에 민감하게 반응하는 것이 특징이다.

베트남의 식품산업에 우리나라 기업의 진출도 활발하다. 지난해 코로나19 약재에도 불구하고 글로벌 K-푸드 열풍에 힘입어 주요 식품업체의 수출이 증가세를 보인 것으로 나타났다. 지방자치단체에서도 베트남에 직접 농식품을 수출하는 등 적극적인 판로개척에 나서고 있다. 이렇게 볼 때 앞으로도 베트남은 한국산 농식품에 매우 호의적인 나라로서 동남아시아 최대 시장이라는 지위를 계속 유지할 것으로 기대된다.

## 참고문헌

- 손창우 외, 2020, 『베트남 가공식품 시장 동향 및 시사점』, 한국무역협회 국제무역통상연구원.
- 응엔 만 끄영, 2020, 『AIDS 모형과 Tobit 모형을 이용한 베트남 육류 수요분석』 (건국대학교 박사학위 청구논문).
- 이현근 외, 2019, 『베트남의 농업과 농식품 교역 동향』 (해외농업시리즈 22), 한국농촌경제연구원.
- 한국농수산물유통공사(aT), 2020, 『해외시장맞춤조사』.
- 한국무역협회, 2020, 『아세안 국가의 가공식품 시장조사』.
- 한국식품산업협회, 2020, 『베트남 온라인 식품시장 현황 및 한국식품 진출 확대 방안』 (2020 베트남 이슈리포트).
- 日本貿易振興機構(JETRO)·ハノイ事務所, 2016, 『ベトナムにおける外食産業進出の現状・可能性調査』, ジェトロ・ハノイ事務所.

## 관련 홈페이지

- 대한민국 외교부 국가/지역정보 <http://www.mofa.go.kr/www/nation/>
- 한국농수산물유통공사 해외이슈조사 <https://www.kati.net/board/report/>
- 한국농수산물유통공사 농식품수출정보 <https://www.kati.net>
- 한국식품산업협회 식품산업이슈정보 <http://www.kfia.or.kr/search/index.php>
- 베트남 농업농촌개발부 <https://www.mard.gov.vn/>

베트남 통계청(GSO) <https://www.gso.gov.vn/>

베트남 뉴스 [https://www.vinahanin.com/vietnam\\_news](https://www.vinahanin.com/vietnam_news)

베트남 식품청 <http://vietgap.com/>

구글 위키백과 <https://ko.wikipedia.org/wiki/>

네이버 나무위키 <https://namu.wiki/w/>