

kotra **베트남 비즈니스** NEWS 5월

발행일 : 2026년 4월 29일

KOTRA VIETNAM BUSINESS NEWS



해외시장뉴스 .프로젝트 동향	2
미국 통상정책 주요 동향 관련 해외시장뉴스	15
[팀코리아협의체 동정] 한-베트남 비즈니스 파트너십.....	16
[기업탐방] 깨끗한 나라.....이지용 지사장	18
[법률] 외국 투자 기업의 정기 보고 의무.....전현우 변호사	23
[회계] 베트남 세법 및 세무행정 26탄.....엄진용 회계사	25
[통관] 베트남 원산지증명서(C/O) 발급 절차 정비·보완.....이여람 관세사	28
[이달의 유망성 투자 정보] 카인호아성.....	30
[이달의 보고서] 외국인투자 관련 관세정책 동향 (2026 상반기).....	40
[이달의 보고서] 외국인 투자기업을 위한 고용노동 정책동향 (2026년 1분기).....	40
[이달의 전시회] 2026 베트남 하노이 생산 및 보조산업 전시회.....	41
베트남 및 아세안지역 주요 경제 지표	42
사업안내 및 공지사항.....	47



문의처

편집 및 제작: KOTRA 베트남 비즈니스 협력 센터

Phone: +84-24-3946-0511 / Email: hanjisoo@kotra.or.kr <저작권자 KOTRA>

베트남 음식배달 시장 확대 지속... 온디맨드 확산에 힘입어 구조 재편

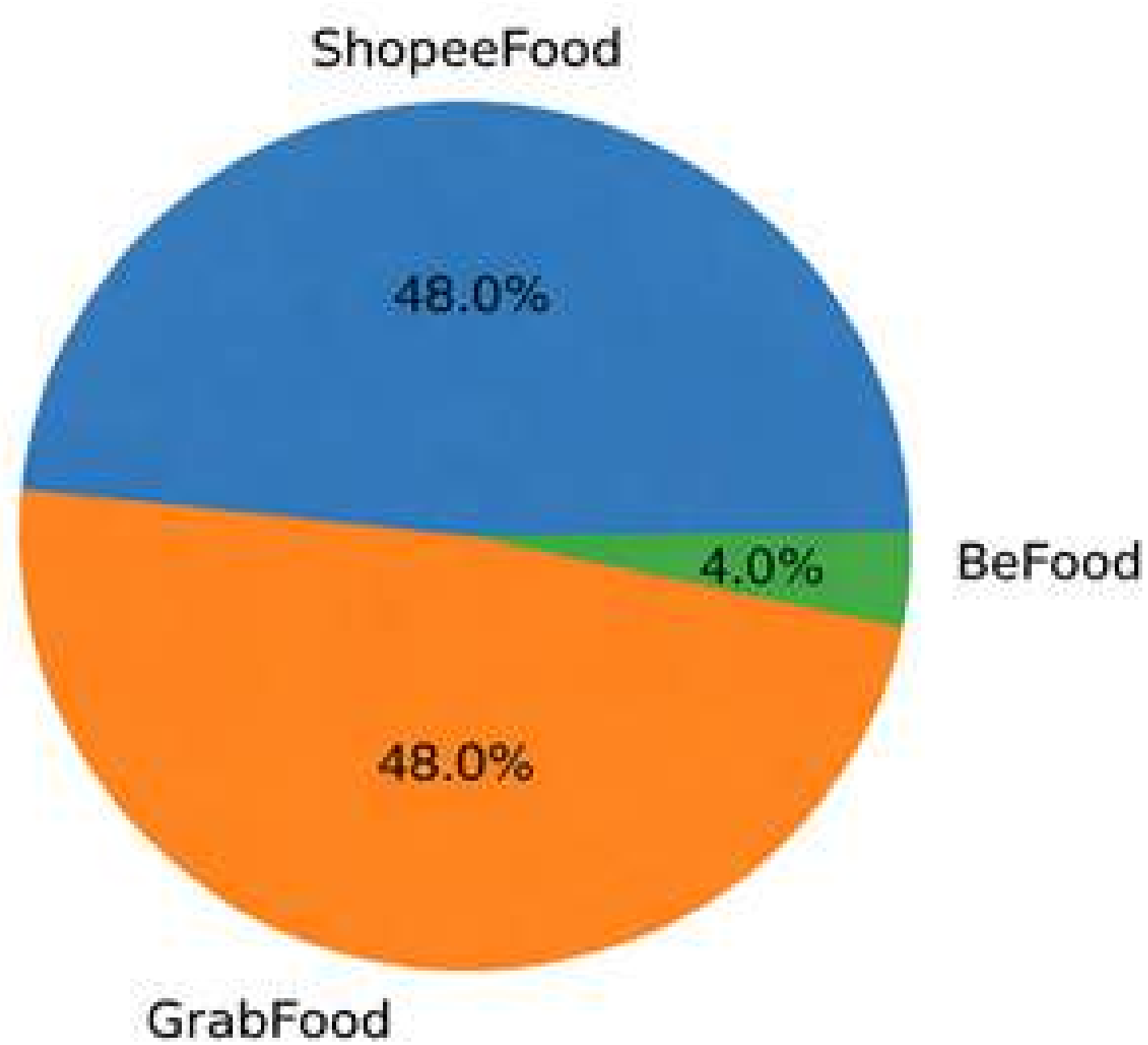
- 1인 가구 증가에 따른 소량·맞춤형 주문 증가
- '시간 절약 소비' 확산, 음식배달 시장 성장

베트남 음식배달 시장은 최근 몇 년간 두 자릿수 성장세를 유지하며 빠르게 확대되고 있다. 모바일 기반 소비 확대와 도시 중심의 생활 패턴 변화가 맞물리면서, 하노이, 호치민, 다낭 등 주요 대도시를 중심으로 음식배달 서비스가 일상적인 소비 형태로 정착하고 있다. 차량호출 서비스와 결합된 온디맨드 경제가 시장 성장을 견인하며, 관련 시장 규모 또한 지속적으로 확대돼 중장기적으로 높은 성장 잠재력을 보유하고 있다.

‘양강 체제’로 재편되는 베트남 음식배달 플랫폼

베트남 음식배달 시장은 모바일 플랫폼을 중심으로 빠르게 성장하며, 현재 소수 플랫폼 중심의 과점 구조로 재편되고 있다. 싱가포르 벤처캐피털 Momentum Works에 따르면, 2025년 기준 주요 음식배달 플랫폼(Shopee Food, Grab

<2025년 베트남 음식배달 플랫폼 점유율>



[자료: Momentum Works, KOTRA
하노이무역관 재가공]

Food, BeFood)의 GMV(Gross Merchandise Value, 플랫폼을 통해 거래된 전체 주문 금액의 합계)는 약 21억 달러로 전년 대비 19% 증가했다. 전체 시장에서 ShopeeFood와 GrabFood는 각각 약 48% 수준의 점유율을 기록하며 시장을 주도하고 있으며, BeFood는 약 4%를 차지하고 있다. 또한, 구글·테마섹(Temasek)·베인앤컴퍼니가 발표한 e-Conomy SEA 2025 보고서에 따르면, 베트남의 차량호출 및 음식배달을 포함한 온디맨드(On-demand) 시장 규모는 2025년 약 50억 달러에서 2030년 90억 달러까지 성장할 것으로 전망된다.

한편, 시장 경쟁 심화에 따라 구조 재편도 진행되고 있다. 2023년 배민(Baemin), 2024년 Gojek(GoFood), Loship 등이 잇따라 철수하면서 시장은 소수 사업자 중심으로 정리되는 양상을 보이고 있다. 최근에는 Xanh SM Ngon (싸잉 세으엠 응운)이 신규 진입하며 경쟁 구도 변화 가능성이 제기되고 있다. 다만, 높은 프로모션 비용과 배달 수수료 경쟁으로 인해 플랫폼 수익성 확보는 주요 과제로 지적되고 있다.

베트남 음식배달 시장 성장 요인

① 디지털 인프라가 성장 동력으로 작용

베트남 음식배달 시장의 성장은 모바일 중심 디지털 인프라 확산에 기반하고 있다. 스마트폰 보급 확대에 따라 음식배달 애플리케이션 접근성이 높아졌으며, 전자지갑 및 QR코드 기반 결제 확산으로 결제 편의성도 크게 개선되고 있다. 특히 베트남 중앙은행(State Bank of Vietnam)에 따르면, 2025년 QR코드 결제는 거래량 기준 61.63%, 거래액 기준 150.67% 증가하며 비현금 결제 수단 중 가장 높은 성장세를 기록하고 있다.

이와 함께 MoMo, ZaloPay 등 주요 전자결제 서비스 이용이 확대되면서 비현금 결제 비중도 빠르게 증가하고 있다. 이러한 결제 인프라의 발전은 주문부터 결제까지의 과정을 단순화해 이용자 편의성을 높이고, 소액·반복 결제에 대한 부담을 낮춤으로써 음식배달 서비스 이용 빈도 증가로 이어지고 있다. 아울러 플랫폼 기업들은 추천 알고리즘과 리뷰 시스템 등 데이터 기반 기능을 고도화하며 사용자 경험을 지속적으로 개선하고 있다. 또한, 기존 물류·모빌리티 중심 서비스를 운영해온 Shopee와 Grab의 인프라를 기반으로 음식배달 서비스가 빠르게 확장되면서, 물류망과 사용자 트래픽을 동시에 활용하는 플랫폼 경쟁력도 한층 강화되고 있다.

② 도시화 가속·1인 가구 증가

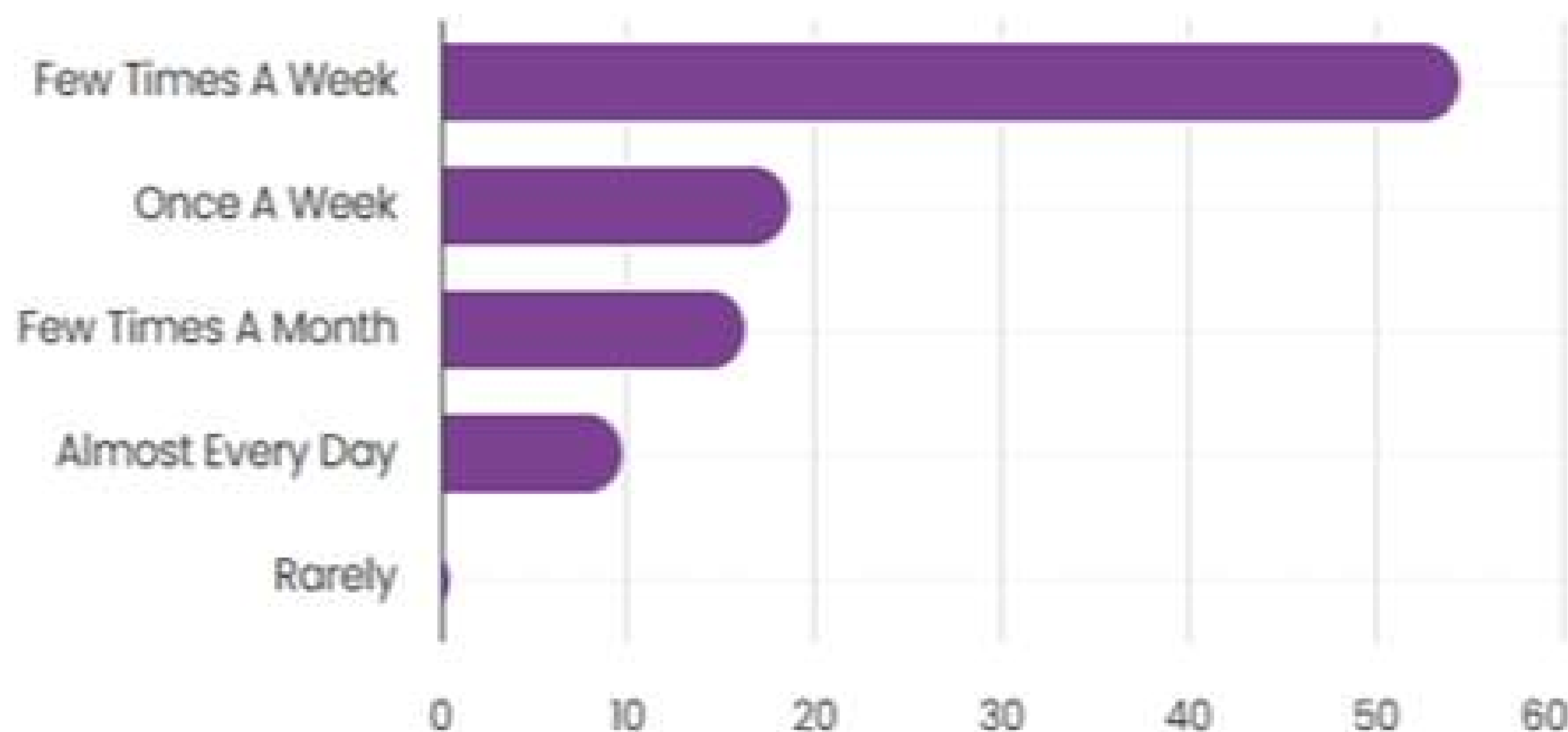
베트남의 빠른 도시화와 인구 구조 변화 역시 음식배달 시장 확대의 주요 요인이다. Worldometer에 따르면, 베트남의 도시화율은 2026년 기준 약 42.2%으로 지속 상승 중이며, 하노이·호치민시를 중심으로 인구가 집중되면서 배달 서비스 수요가 높은 고밀도 소비 시장이 형성되고 있다. 특히 대도시에서는 교통 혼잡과 이동 시간 증가로 인해 배달 서비스의 효용성이 더욱 부각되고 있다.

또한, 1인 가구 증가와 도시화에 따른 가구 구조 변화는 외식 및 배달 수요 확대의 주요 요인으로 작용하고 있다. 베트남은 젊은 노동 인구 비중이 높은 구조를 보이며, 소득 증가와 경제활동 참여 확대에 따라 시간 효율성을 중시하는 소비 성향이 강화되고 있다. 이에 따라 음식배달 서비스 이용이 빠르게 확산되는 추세다. 이와 함께, 대학생 및 직장인을 중심으로 야간 소비 및 간편식 수요가 증가하면서 음식배달 서비스 이용 시간대와 품목이 다양화되는 양상을 보이고 있다.

③ 온디맨드(On-demand) 라이프스타일 정착

베트남 소비자들의 라이프스타일 변화는 음식배달 시장 성장의 직접적인 수요 기반으로 작용하고 있다. 과거에는 외식 또는 가정식 중심이던 식사 방식이 점차 변화하면서, 음식배달이 일상적인 식사 해결 수단으로 자리 잡고 있다. Decision Lab 조사에 따르면, 주요 도시 소비자 다수가 음식배달 앱을 정기적으로 이용하는 것으로 나타났다. 또한, 편의성과 시간 절약을 중시하는 소비 성향이 강화되면서 온디맨드 즉시소비에 대한 수요가 확대되고 있다. 특히 일부 소비층에서는 주 2~3회 이상 음식배달을 이용하는 등 반복적 이용 패턴이 나타나고 있다.

<2024년 베트남 음식배달 애플리케이션 사용 빈도(18~55세 563명 대상 조사)>
(단위: %)



[자료: TGM STATBOX]

반복·상시화되는 배달 소비 패턴

베트남 음식배달 시장은 단순한 식사 해결을 넘어 라이프스타일 소비 중심으로 고도화되고 있다. 우선, 주요 도시를 중심으로 음식배달 이용이 일상화되면서 반복 주문 비중이 증가하고 있다. 특히 젊은 소비층을 중심으로 앱 기반 주문이 주요 식사 방식으로 자리잡고 있다.

또한, 가격 민감도가 높은 시장 특성상 할인 프로모션, 무료배송, 묶음 상품 등 가격 중심 소비 패턴이 지속되고 있다. 이에 따라 플랫폼 간 마케팅 경쟁도 치열하게 전개되고 있다. 하노이에 거주하는 소비자 L씨는 “ShopeeFood는 할인과 가격 경쟁력이 강점인 반면, GrabFood는 안정적인 배송과 서비스 품질 측면에서 선호된다”고 하노이무역관에 전했다.

<베트남 배달 애플리케이션 할인 프로모션 예시>



ShopeeFood 할인 이벤트

GrabFood 할인 이벤트

[자료: 각 사 애플리케이션]

한편, 최근에는 건강식, 프리미엄 식단, 카페 및 디저트 등으로 소비가 다변화되며 제품군 고도화 및 브랜드화가 진행되고 있다. 외국 음식 및 프랜차이즈 브랜드에 대한 수요도 증가하면서 시장이 점차 고급화되는 추세다. 스타티스타는 이러한 변화의 주요 요인으로 소득 증가, 라이프스타일 변화, 편의성 선호 확대를 지목하고 있다.

시사점

동남아 전체와 비교할 때 베트남의 음식배달 시장은 아직 규모가 작지만, 높은 성장률을 바탕으로 잠재력이 큰 시장으로 평가된다. Momentum Works의 Jianggan Li 최고경영자는 “동남아 음식배달 산업은 빠르게 확대되며, 플랫폼이 외식과 광고 영역까지 확장되고 있다”고 분석했다. 이는 플랫폼 기반 유통 채널과 현지 파트너십 활용이 베트남 시장 진출의 중요한 기회 요인이 될 수 있음을 시사한다.

자료: 베트남 중앙은행(SBV), Worldometer, Momentum Works, Decision Lab, TGM STATBOX, ShopeeFood, GrabFood, Google·Temasek·Bain & Company, 현지언론 등 KOTRA 하노이무역관 자료 종합



베트남 디지털 헬스케어, AI·웨어러블 결합 속 '일상화' 확산

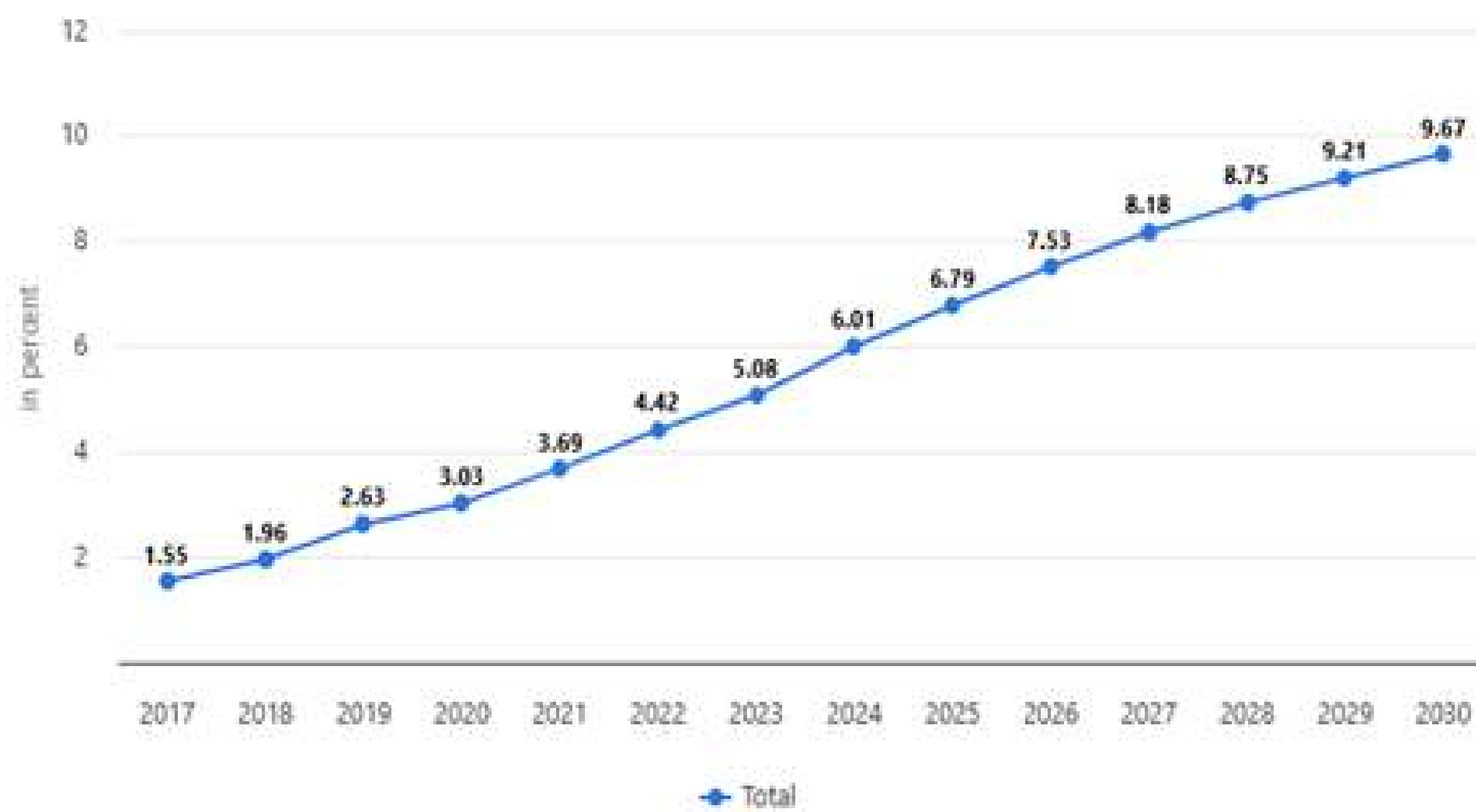
- 웨어러블 중심 '건강 데이터 플랫폼'으로 재편되는 시장
- AI 기반 예방 의료 확산과 프리미엄 중심 경쟁 심화

베트남 디지털 헬스케어 시장은 기술 혁신과 정부의 정책적 지원, 그리고 의료 접근성 개선에 대한 수요 증가를 기반으로 가파른 성장세를 나타내고 있다. TechSci Research에 따르면 2024년 약 3억 9,815만 달러 규모였던 해당 시장은 2030년까지 연평균 11.45%의 성장률을 기록할 것으로 전망된다. 현재 베트남 디지털 헬스케어 시장은 전자건강기록과 원격진료, 모바일 헬스 애플리케이션 등을 중심으로 구성돼 있으며, 스마트폰 보급 확대와 인터넷 인프라의 발전은 이러한 서비스가 전국적으로 확산되는 데 결정적인 역할을 하고 있다.

웨어러블 중심으로 확장되는 디지털 헬스케어

전반적인 디지털 헬스케어 시장의 성장 흐름 속에서 가장 두드러진 변화를 보이는 분야는 스마트워치를 필두로 한 웨어러블 헬스케어 시장이다. 시장조사기업 IMARC의 분석에 따르면 2025년 해당 시장 규모는 약 2억 5,220만 달러에 달했으며, 2026년부터 2034년까지 연평균 17.6%라는 높은 성장률을 기록할 것으로 관측된다.

<베트남 스마트워치 사용자 보급률>
(단위: %)



주: 2025년 8월 기준
[자료: 스태티스타]

스마트워치 보급률 또한 스태티스타 기준 2026년 7.53%에서 2030년 9.67%까지 꾸준히 상승할 전망이며, 사용자당 평균 수익은 2026년 기준 19.49달러로 예측되고 있다. 이는 베트남 시장이 현재 초기 단계에 머물러 있음에도 불구하고 향후 강력한 성장 잠재력을 보유하고 있음을 뒷받침하는 지표로 해석된다.

인공지능 기반 '예방 의료'로의 진화와 가격대별 시장 양극화 뚜렷

베트남 웨어러블 시장의 핵심 경쟁력은 인공지능 기반 기능의 고도화에 있다. 최근 웨어러블 기기는 단순한 데이터 측정 도구를 넘어 예방 중심의 건강관리 플랫폼으로 빠르게 진화하고 있다.

심박수 및 스트레스 분석, 수면 패턴 코칭, 혈중 산소포화도 모니터링 등 정밀한 데이터 학습을 통해 사용자의 건강 트렌드를 예측하는 기술이 보편화되는 추세다. 특히 운영체제 개선을 통해 인공지능 기반 음성 인터페이스가 적용되면서 스마트워치는 개인 건강 코치를 넘어 일정 관리까지 수행하는 지능형 개인 비서로 그 역할을 확장하고 있다.

<스마트워치 탑재 인공지능 사용 예시>



주: (좌측부터)삼성의 구글 제미나이 기반 정보 최적화, 애플의 사용자 데이터 맞춤형 추천, 가민의 음성 제어 시스템
[자료: 삼성, 애플, 가민베트남 홈페이지]

가격대별 시장 구조를 살펴보면 베트남 시장은 보급형과 중가형, 프리미엄 시장으로 뚜렷하게 구분되는 양상을 보인다. 최근 건강관리와 스포츠 활동에 대한 관심이 높아짐에 따라 프리미엄 제품군의 성장세가 상대적으로 높게 나타나고 있는데, 이들 소비자층은 브랜드 신뢰도와 데이터의 정확성을 핵심 구매 기준으로 삼는 특징이 있다. 결과적으로 중가 제품군이 시장의 저변 확대를 견인하는 동시에, 프리미엄 제품군은 정밀 헬스케어 기능을 앞세워 고부가가치 경쟁을 주도하는 이원적 구조가 형성돼 있다.

<베트남 스마트워치 시장 가격대 구분>

구분	가격대
보급형	~500만 동
중가형	500만~1000만 동
프리미엄	1000만 동 초과

환율: 1 USD = 26,248 VND
[자료: IDC 외 시장조사 자료]

디자인의 '라이프스타일화' 및 커뮤니티 연계 참여형 마케팅 확산

기능적 진화와 더불어 디자인의 라이프스타일화 또한 중요한 경쟁 요소로 부상했다. 스마트워치는 이제 개인의 정체성을 표현하는 패션 아이템으로 자리 잡았으며, 주요 기업들은 다양한 스트랩 소재와 인체공학적 설계를 통해 소비자 선택의 폭을 넓히고 있다. 이러한 경향은 베트남 소비자들이 디자인 요소를 구매 결정의 핵심 요인으로 고려하고 있음을 시사하며, 헬스케어 기능과 스타일이 결합된 '라이프스타일 디바이스'로서의 성격을 강화하고 있다.

마케팅 전략 측면에서는 제품의 성능을 넘어 커뮤니티 기반의 생태계 구축이 활발히 진행되고 있다. 삼성전자의 '갤럭시 러닝클럽'이나 가민의 '가민런 베트남'과 같은 참여형 프로그램이 대표적인 사례다. 기업들은 오프라인 활동과 연계된 커뮤니티 운영을 통해 사용자 경험을 확장하고 브랜드 충성도를 강화하는 전략을 추진하고 있다. 이러한 활동은 단순한 제품 체험을 넘어 소비자 참여를 실제 구매로 전환하고 장기적인 고객 락인(lock-in) 효과를 창출하는 기반이 되고 있다.

<베트남 내 스마트워치 활용 러닝 커뮤니티 및 브랜드 경험 마케팅 사례>



[자료: 가민, 삼성 홈페이지]

오프라인 체험 중심 유통 구조 견고, '데이터 플랫폼'으로서의 가치 증대 전망

베트남 웨어러블 시장은 여전히 오프라인 체험 중심의 유통 구조가 강세를 띠고 있다. 제품의 착용감과 AI 기반 기능의 신뢰도를 직접 검증하려는 수요가 높기 때문에, 주요 리테일 매장과 브랜드 전용 매장은 제품 성능을 확인하는 핵심 채널로 기능한다. 가민 베트남 등 주요 업체들이 오프라인 체험 공간을 대폭 확대하려는 움직임 또한 이러한 시장 특성을 반영한 전략으로 풀이된다. 가민베트남의 다오 콩 타인(Dao Cong Thanh) 이사는 “2026년까지 주요 오프라인 매장을 50개에서 150개로 확대할 계획이다. 이 중 100개는 제품 판매, 50개는 체험 공간으로 운영하며, 자체 브랜드 매장, 전자상거래, 웹사이트 등 다양한 채널을 통해 균형 잡힌 판매 전략을 추진할 예정”이라고 하노이무역관에 전했다.

<가민베트남의 현지 오프라인 매장>



주: 우측 스마트워치 기능 체험 장면 [자료: 하노이무역관 촬영]

종합적으로 볼 때 베트남 웨어러블 헬스케어 시장은 스마트워치를 중심으로 건강 데이터 플랫폼화가 가속화되고 있다. AI 기반의 개인 맞춤형 기능이 핵심 경쟁력으로 부상하고 스포츠 중심의 경험형 소비가 확산됨에 따라, 향후 베트남 정부의 의료 디지털 전환 정책과 맞물려 시장의 전략적 중요성은 더욱 확대될 것으로 전망된다.

자료: TechSci Research, Statista, IMARC, IDC, Cimigo, 삼성, 애플, 가민, 현지언론 등 KOTRA 하노이무역관

자료 종합



[클릭시 원문으로 이동](#)

베트남 음료 시장의 세대교체, 디톡스 음료 시장의 부상

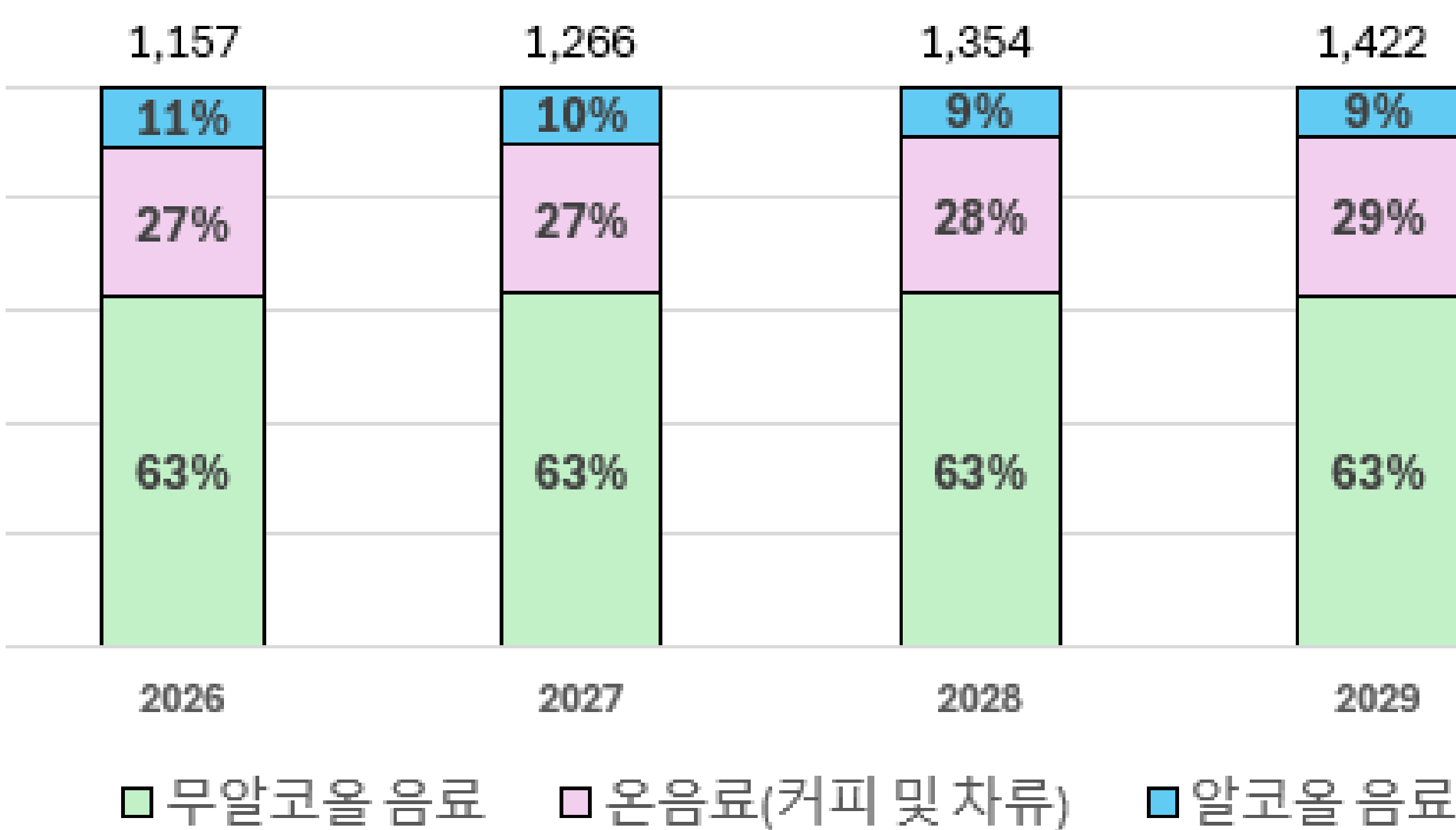
- 가격보다 효능 우선하는 '건강 의식형' 소비자 28% 확보가 시장 안착의 핵심
- 온·오프라인 전방위로 퍼지는 디톡스 문화, 디지털 바이럴과 신뢰 확보가 경쟁력

베트남 내 건강 소비 트렌드의 확산

한국, 일본, 태국 등 아시아 국가에서 건강기능식품은 이미 일상적인 소비 습관으로 자리 잡았다. 베트남에서도 방대한 젊은 인구층과 중산층의 급격한 성장, 그리고 건강 관리 수요 증가에 힘입어 이러한 트렌드가 뚜렷하게 확산되고 있다. 2025년 3월 베트남 고품질 제품 기업 협회(Vietnamese High-Quality Goods Business Association)가 발표한 설문 조사에 따르면, 소비자들은 안전하고 건강 지향적이며 친환경적인 제품을 우선적으로 선택하는 경향이 강해지고 있다.

최근 베트남에서 '디톡스(Detox)'는 미용 및 체중 관리 분야를 중심으로 하나의 인기 트렌드로 부상했다. 많은 소비자는 안전하지 않은 식품 섭취나 노화에 따른 장기 기능 저하로 체내에 독소가 축적된다고 인식하며, 주스나 허브차, 기능성 제품을 통한 정기적인 해독이 필요하다고 믿는다.

<베트남 음료시장 부문별 매출 비중 및 전망>



[자료: Statista]

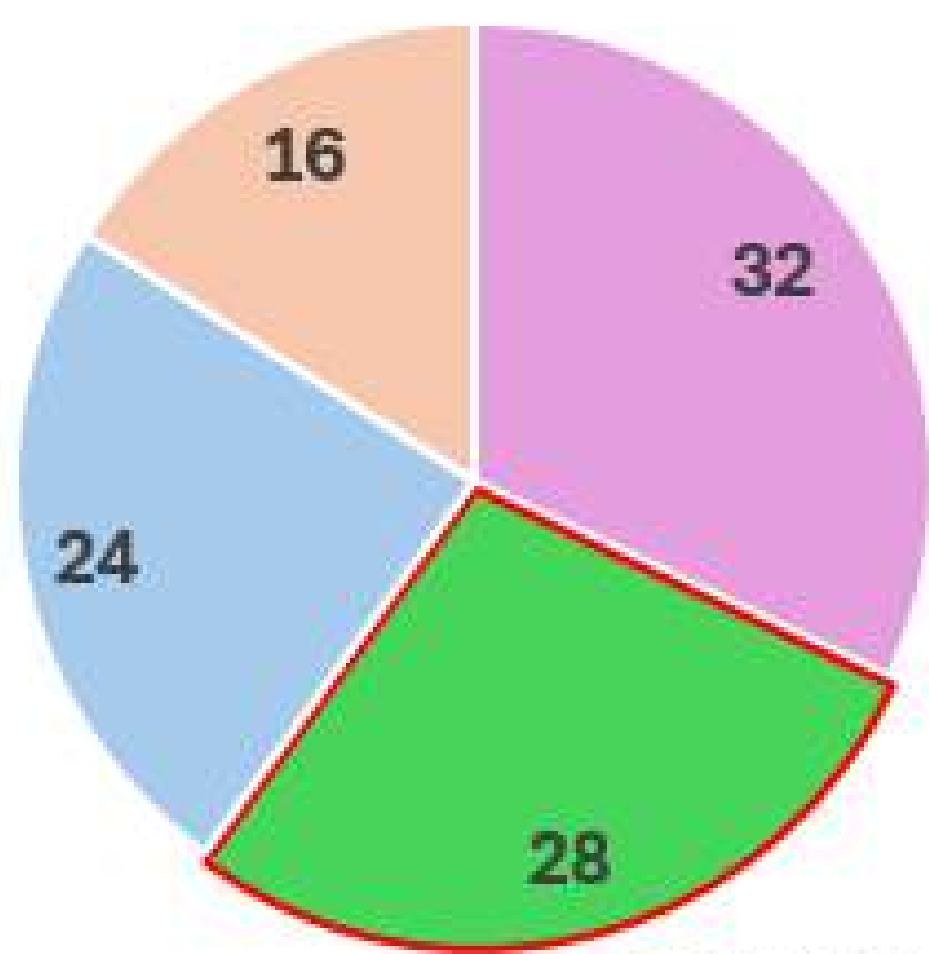
이에 따라 주요 도시 소비자들 사이에서 디톡스 음료를 포함한 건강 관련 제품에 대한 관심이 높아지고 있다. 이는 단순히 소비 패턴의 변화를 넘어 가치관, 라이프스타일, 습관의 변화를 반영한다. 이들은 건강한 삶과 지속 가능한 생활을 돕는 제품 및 서비스에 기꺼이 추가 비용을 지불한다. 젊은 소비자들은 건강 식품, 영양제, 피트니스 및 정신 건강 활동에 투자를 늘리고 있으며, 주요 도시에서는 관련 지출이 소득의 최대 10~15%를 차지하기도 한다. 2025년 베트남 리포트(Vietnam Report)에 따르면 베트남 소비자의 약 56%가 2026년

보건 의료 지출을 늘릴 계획인 것으로 조사되었다. 실제로 베트남 음료 시장의 매출 구조 예측(2026~2029년)을 살펴보면 이러한 소비 트렌드의 변화가 수치로 증명된다. 전체 시장 규모는 2026년 약 11억 5700만 달러에서 2029년 14억 2200만 달러로 꾸준한 성장세가 예상되는 가운데, 알코올 음료의 비중은 현재 11% 수준에서 2029년 9%까지 축소될 전망이다. 반면, 무알코올 음료와 온음료(커피 및 차류) 등 건강과 밀접한 카테고리는 전체 시장의 90% 이상을 점유하며 시장의 주류로 확고히 자리 잡을 것으로 분석된다.

이러한 시장 구조의 재편은 베트남 소비자들의 구매 우선순위가 '가격'에서 '성분과 기능'으로 이동하고 있음을 시사한다. 실제 소비자 분석 결과에 따르면, 전체 음료 소비자의 절반 이상이 '건강'과 '기능'을 최우선 가치로 두는 집단으로 구성되어 있다.

특히 주목해야 할 지점은 전체 소비자의 28%를 점유하는 '건강 의식형 소비자'다. 이들은 매년 5%p 이상의 가파른 성장세를 기록하며 시장 혁신을 주도하고 있다. 단순 갈증 해소를 넘어 성분의 투명성과 저당 함량을 정밀하게 분석하며, 명확한 건강 기능성이 입증될 경우 고단가 제품에 대해서도 지불 용의를 보이는 핵심 구매층이다.

<2025년 베트남 음료시장 핵심 소비자층 구성 현황>
(단위: %)



- 실속 소비형 (Value Seekers)
- 건강 의식형 (Health-conscious)
- 기능성 추구형 (Functional Benefit Seekers)
- 사회형 (Social Experiencers)

반면, 최대 비중(32%)인 '실속 소비형 소비자'는 여전히 가격 경쟁력을 중시하나, 최근 저당·무당 음료에 대한 선호도가 전방위적으로 확산되면서 시장 전체의 건강 지향적 소비의 대중화를 견인하고 있다. 이 외에도 특정 기능적 효익(에너지 보충, 면역력 강화 등)을 기대하며 음료를 선택하는 '기능성 추구형 소비자(24%)'와 트렌드 전파력이 높은 '사회형 소비자(16%)' 또한 고품질 디톡스 및 건강 제품의 유망한 잠재 수요층으로 분석된다.

[자료: Insight Asia]

디톡스 시장 성장의 주요 원인

① 공공 보건에 대한 사회적 관심

베트남은 2050년에 고령화가 급격히 심화될 것으로 예상되며, 이에 따라 건강 보조 및 항노화 제품에 대한 수요가 증가하고 있다. 현재 소비의 초점은 단순히 수명 연장에 머물지 않고 '건강한 삶'으로 이동하였다. 또한, 개발도상국 환경에서의 의료비 상승과 공공 의료 시스템의 부담 가중은 개인들로 하여금 선제적인 건강 관리의 필요성을 절감하게 하였다. 이러한 인식의 변화는 베트남 디톡스 음료 시장 성장을 견인하는 핵심 요소로 작용하고 있다.

② 도시화 가속화

베트남의 도시화율은 약 41.5%에 달하며, 향후 10년 내 약 3700만 명이 새로운 실질 소비층으로 유입될 전망이다. 현재 도시 지역은 온·오프라인의 다양한 채널을 통해 정보가 빠르게 전파되고 있어, 신규 트렌드에 대한 수용도가 매우 높다. 이러한 환경에서 디톡스 제품의 마케팅 강화는 트렌드에 민감한 젊은 층에 강력한 영향력을 미치고 있으며, 이는 디톡스 음료 시장이 유망한 산업으로 급부상하는 핵심적인 요인이 되고 있다.

③ 라이프스타일 변화 및 정부정책 강화

하노이, 호치민, 다낭 등 주요 도시의 젊은 소비자들은 바쁜 일상으로 인해 균형 잡힌 식사를 준비할 시간이 부족한 경우가 많다. 이러한 여건에서 디톡스 음료는 영양 보충과 간편한 식사 대용, 혹은 불균형한 식습관을 개선하기 위한 효율적인 대안으로 부상하였다. 전 세계적으로 탄산음료나 에너지 드링크 등 기존 가공음료 시장은 높은 당분 함량과 인공 첨가물에 대한 우려로 인해 위축되는 추세다. 베트남 정부 또한 이러한 흐름에 발맞추어 가당 음료에 대한 특별소비세 부과를 검토하는 등 국민 건강 증진을 위한 정책적 조치를 강화하고 있다. 이러한 정부의 움직임은 향후 베트남 내에서 건강 지향적 제품이 시장의 주류로 자리 잡는 데 중요한 토대가 될 전망이다.

베트남 디톡스 음료 시장의 핵심 수요층 및 제품군 특징

베트남 디톡스 음료의 타겟 시장은 크게 젊은 소비자층과 중장년층 여성이라는 두 개의 핵심 집단으로 구성된다.

먼저 젊은 소비자층은 SNS와 글로벌 트렌드에 매우 강한 영향을 받는 집단이다. 틱톡, 인스타그램, 유튜브와 같은 플랫폼은 이들 사이에서 건강한 생활 방식이나 올바른 식습관, 신체 관리 습관 등의 개념을 확산시키는 데 결정적인 역할을 하고 있다. 특히 이들은 영양학적인 측면에서 엄격한 식단 관리가 학업에 집중해야 하는 학생이나 바쁜 직장인들에게는 적합하지 않다고 인식하는 경향이 있다. 그 결과, 젊은 소비자들은 무리한 단식보다는 체내 독소를 배출하고 질병을 예방하면서도 균형 잡힌 영양을 공급해 주는 제품을 대안으로 선택하고 있다.

또한 베트남의 중장년층 여성층의 경우, 건강을 유지하고자 하는 욕구가 소비의 주요 동기가 된다. 정기적인 해독 요법이 몸매 관리와 피부 건강 모두에 유익하다는 인식이 널리 퍼져 있으며, 이러한 점이 여성 소비자들에게 디톡스 음료가 매력적으로 다가가는 핵심 요인으로 작용한다. 특히 주요 도시에 거주하는 이 연령대 여성들은 관련 제품에 투자할 수 있는 경제적 능력을 갖추고 있으며, 일시적인 유행보다 건강을 유지하기 위한 실질적인 수단으로 디톡스 음료를 선택하는 특징을 보인다.

현재 베트남 시장에서 유통되는 디톡스 음료는 크게 세 가지 유형으로 구분된다.

① 해독차(Teatox)

이 제품들은 주로 천연 허브를 원료로 하며, 심신 안정 효과를 제공하는 동시에 간과 신장의 기능을 돕는 성분을 함유하고 있다. 과거에는 주로 체중 감량 목적으로만 인식되었으나, 최근에는 SNS를 통해 현대적인 형태의 '티톡스'로 재브랜딩되며 젊은 소비자층에게 더욱 친숙하게 다가가고 있다. 주로 영국, 호주, 싱가포르 등 차 문화가 발달한 국가의 제품들이 시장을 주도하고 있으며 마트, 드러그 스토어, 건강·미용 용품 전문점이 주요 유통 경로다. 다만, 이러한 해독차 제품들은 일반적인 차에 비해 가격대가 상대적으로 높게 형성되어 있다.

<베트남 해독차(Teatox) 시장 주요 제품>

연번	제품명	수출/제조국	주요 판매처	연번	제품명	수출/제조국	주요 판매처
1	Ladophar 아티소 차 	베트남	Long Chau Pharmacy, Guardian, Watsons 등 드럭 스토어	4	Ahmad 디톡스 푸르트 블렌드 	영국	Shopee 등 온라인 쇼핑몰 및 현지 마트
2	Fitne 허브 디톡스 차 	태국		5	Twinings 슈퍼블렌드 디톡스 	영국	
3	Kinohimitsu 디톡스 차 	싱가포르		6	다농원 콤부차 	한국	

[자료: 각 사 홈페이지, KOTRA 다낭무역관 종합]

② 디톡스 주스/스무디(Detox Juice/Smoothie)

과채 주스 형태의 디톡스 제품은 다양한 맛과 풍부한 영양 성분을 앞세워 소비자들로부터 높은 호응을 얻고 있다. 특히 영양소 파괴를 최소화한 저온 착즙(Cold-pressed)이나 비농축(NFC) 공법의 제품들이 프리미엄 시장을 주도하고 있다. 베트남 소비자가 선호하는 주요 원료는 레몬, 생강, 오이, 민트, 치아씨드 등이며, 비타민과 항산화 성분이 풍부해 체내 해독과 피부 건강에 도움을 주는 천연 재료가 주를 이룬다. 이러한 제품들은 신체 활력 증진 및 정신적 피로 회복에 효과적이라는 인식이 확산됨에 따라 시장 점유율을 꾸준히 넓혀가고 있다.

원재료의 경우, 신뢰도가 높은 유기농 제품에 대한 선호가 뚜렷함에도 불구하고 높은 가격대로 인해 실제 시장에서는 비유기농 기반의 경제적인 제품들이 여전히 주류를 이루고 있다. 포장재 역시 생산 비용이 저렴한 플라스틱(PET) 병이 보편적으로 활용된다. 다만, 원재료의 투명성 확보와 방부제 함유 여부에 대한 소비자들의 우려를 해소하는 것은 향후 시장 성장을 위해 해결해야 할 과제로 남아 있다.

<베트남 디톡스 주스 시장 주요 기업>

연번	기업명	주요 특징
1	Vinamilk	베트남 최대 유제품·식품 기업으로, 콜라겐 함유 과일 주스 등 기능성 음료 라인업을 확장 중
2	TH True juice	천연 원료 사용과 무설탕 원칙을 고수하며, 과일 본연의 순수한 맛을 강조하는 로컬 프리미엄 브랜드
3	OGALIFE	디톡스 스무디 전문 프리미엄 웰빙 브랜드로, 장기 음용 프로그램에 최적화된 간편 패키지 솔루션을 제공
4	Onelife	첨단 가공 기술을 보유한 혁신 기업으로, 특히 나노 공법을 적용한 신선 셀러리 주스 생산에 특화
5	Yo Detox	신체 정화 및 소화기 건강 증진에 초점을 맞춘 디톡스 음료 전문 로컬 브랜드
6	Reviet Juice	건강 지향적 과채 혼합 주스를 생산하며, 현대적인 유통 채널을 통해 젊은 소비층을 집중 공략
7	New Nature Vietnam	현지 자생 허브와 과일을 활용해 지속 가능한 소비 트렌드에 부합하는 건강 음료를 개발
8	Lavifood JSC	선도적인 농산물 가공 기업으로, 국제 표준을 충족하는 병입 주스를 생산하여 베트남 내수 및 해외 시장에 동시 공급
9	Nafoods Group JSC	열대 과일 가공 분야의 강자로, 내수 및 수출용 주스뿐만 아니라 디톡스용 원료 공급까지 아우르는 기업

[자료: 각 사 홈페이지, KOTRA 다낭무역관 종합]

③ 디톡스 워터(Detox/Infused water)

신선한 과채 조각을 물에 우려내어 마시는 이 형태는 체내 정화와 소화 기관의 휴식을 돕는 효과가 있어 선호된다. 하지만 가정에서 매일 직접 재료를 손질하고 우려내는 과정은 상당한 시간이 소요될 뿐만 아니라, 신선도 유지가 까다로워 보관상의 제약이 크다. 이러한 번거로움 때문에 바쁜 현대인들이 일상적인 습관으로 꾸준히 실천하기에는 한계가 있다는 인식이 강하다. 따라서 제조의 불편함을 해결하고 신선함을 유지한 기성품 형태의 디톡스 워터에 대한 시장 수요가 점차 증가할 것으로 보인다.

디톡스 음료 주요 유통 채널

베트남 디톡스 음료 시장은 구매 및 소비 행태에 따라 크게 세 가지 유망 채널로 구분된다. 현지 시장 안착을 위해 다음의 채널별 특성을 전략적으로 활용하는 것이 중요하다.

① 편의점 및 약국 체인 등 소매점

2025년 Insight Asia의 분석에 따르면, 소매 유통망의 비중은 약 27%로 2005년에 비해 2배가량 성장했다. 도시화 진전으로 접근성이 뛰어난 편의점과 약국체인은 고품질 디톡스 제품을 대중에게 빠르게 확산시킬 수 있는 전략적 요충지다.

② 전자상거래 및 소셜 커머스

2025년 TGM Research에 따르면 베트남 소비자 50% 이상이 주 1회 이상 온라인 쇼핑을 이용한다. 특히 쇼피(Shopee)와 틱톡숍(TikTok Shop)의 급성장에 맞춰, 젊은 층을 타겟으로 한 온라인 전용 패키지와 라이브 커머스 판촉이 시장 성장의 핵심 동력이 되고 있다.

③ 외식·여가시설 등 현장 소비 채널(On-Premise)

2025년 NIQ의 FMCG 보고서에 따르면, 구매한 장소에서 즉시 소비가 이루어지는 해당 채널이 비알코올성 즉석 음료(NARTD) 시장의 약 34%를 차지하고 있다. 대중적인 패스트푸드점은 물론, 건강 관리에 민감한 소비자가 밀집된 헬스장, 요가 스튜디오, 스파 등이 병입 디톡스 주스의 실질적인 주요 판매 거점으로 활용된다.

시사점

이처럼 유통망이 온·오프라인 전방위로 확대되는 추세에 대해 현지 전문가들도 유의미한 분석을 내놓고 있다. 베트남의 주요 드러그 스토어 Thao Pharmaceutical의 Duy Tran 대표는 “최근 소셜 미디어의 영향으로 소비자들 사이에서 건강과 미용 관리를 위한 디톡스 음료 섭취 문화가 정착되었습니다”라고 진단하며, “현재 항산화 효능이 뛰어난 과일 성분을 함유한 한국산 디톡스 음료를 약국 체인에 도입하기 위해 적극적으로 검토 중입니다”라고 밝혔다. 이러한 현지 바이어의 구체적인 움직임은 향후 우리 기업이 디톡스 음료 시장에 진출할 때 품질 신뢰도와 성분의 차별화가 시장 안착의 결정적 요인이 될 것임을 시사한다.

베트남 건강 음료 시장이 주류 카테고리 안착함에 따라, 우리 기업은 미용·소화 개선 등 목적별 특화 제품 세분화와 함께 천연·무설탕 기반의 라인업 구축에 집중해야 한다. 특히 젊은 층을 타겟으로 자극적이기보다 신뢰감 있는 문구로 마케팅을 전개하고, 수입 제품의 가격 열세를 극복하기 위해 현지 유통업체와의 협력을 통한 원가 최적화 및 판촉 전략 수립이 필수적이다.

또한, 초기 시장 진입을 위해 소셜 커머스 기반의 디지털 바이럴 마케팅을 강화하는 동시에 제품 기원과 성분 정보 투명성을 완벽히 확보해야 한다. 베트남 소비자들은 가격을 건강을 위한 장기적 투자로 인식하는 경향이 뚜렷하나 이는 철저한 품질 신뢰가 전제되어야 하므로, 공신력 있는 식품 안전 인증을 사전에 확보하여 브랜드 가치를 제고하는 것이 시장 안착의 결정적 관건이다.

자료: Statista, Insight Asia, 기업 홈페이지, KOTRA 다낭무역관 자료 종합



[클릭시 원문으로 이동](#)

Quang Trach III LNG Power Plant

Project Title	Quang Trach III LNG Power Plant		
Host of Project	EVN		
Project Duration	2025-2035	Total Cost [USD]	1.6 million
Location of the Project	Phu Trach Commune, Quang Tri Province, Vietnam		
Funding Source	Owner's equity (20%) – Commercial loans (80%)		
Ordering Method	ICB/NBC		
Type of bid	Investor selection () / F/S () / PMC (✓) / Basic Design () / Detail Engineering () / FEED () / Procurement (✓) / EPC (✓) / Construction (✓) / Construction supervision (✓) / Commissioning () / O&M (✓) / Others(description)		
Bid Deadline	Q3/2026	Bidder Selection Method	To be decide
Project Profile (Background and Summary of the Project)	<p>Main information:</p> <ul style="list-style-type: none"> ·Land area: 74 ha (includes approximately 54.77 ha of land and 19.23 ha of water surface, located in Phu Trach commune, Quang Tri province (formerly Quang Dong commune, Quang Trach district, Quang Binh province). ·The plant utilizes combined-cycle gas turbine technology, with a design capacity of 1,500 MW ± 15% (two units): <ul style="list-style-type: none"> + Unit 1: 750 MW ± 15% (Q2/2031) + Unit 2: 750 MW ± 15% (Q3/2031) <p>Tentative Progress:</p> <ul style="list-style-type: none"> ·Q2/2025: Approved to be included in the revised PDP 8 ·Q3/2025: Pre-FS ·Q4/2025: Approved Investment Policy ·2026: F/S Report ·Bidding: Q3 /2026 ·Construction: Q4/2026-Q1/2027 Commercial operation: 2035 		
Possibility of the Korean Company to Enter the Tender	Korean partners already have good reputation in the field of LNG so there would be high chance for Korean contactors in EPC/construction/procurement packages.		

* 발주처 담당자 정보 및 기타 세부사항 별도 문의

▶ [미국 경제통상리포트(US26-10)] 제14차 WTO 각료회의 주요 논의 동향 및 향후 전망

- ◆ 제14차 각료회의는 개혁·전자상거래 등을 논의했으나 합의는 불발
- ◆ 큰 틀에서의 개혁 필요성에는 공감, 단 SDT·모라토리엄 등에서 회원국 간 이견
- ◆ WTO는 복수국 협정 중심으로 전환 가능성이 제기되며, MC15가 분기점으로 전망

[주요내용]: [다운로드\(클릭\)](#)

▶ [미국관세조치] 美 철강·알루미늄 파생상품 관세대응 FAQ ('26.4.13 업데이트)

- ◆ 관세 과세 모수의 제품 전체 수입가격(Full Value) 전환 및 제품 내 금속 비중별 15~50% 차등 관세율 체계 도입
- ◆ 2026년 4월 6일 시행 및 선적일이 아닌 미국 통관일(Entry Date)을 기준으로 하는 엄격한 관세 부과 기준 적용
- ◆ 철강 조강국 및 알루미늄 제련·주조국 정보 신고 의무화와 한국산 판정을 위한 국내 실질적 변형 공정 증빙 필요성 증대
- ◆ 수출 기업 지원을 위한 산업부·KOTRA 등 관계 기관의 법률·회계 자문 및 통관 서류 작성 대행 핫라인 운영

[주요내용]: [다운로드 \(클릭\)](#)

▶ [미국 경제통상리포트(US26-11)] 2026년 국별 무역장벽보고서(NTE Report) 주요 내용

- ◆ USTR, 2026년 국별 무역장벽보고서(NTE Report) 발표(3.31.)
- ◆ 한국은 14개 항목 중 보조금·국영 기업 제외 12개 항목에 관한 내용에 포함
- ◆ USTR은 보고서를 두고 비정상적 무역협정 관행 시정을 위한 노력이라고 평가

[주요내용]: [다운로드 \(클릭\)](#)

[미국 경제통상리포트(US26-12)] 美 철강·알루미늄·구리 및 파생제품 232조 관세 개편 주요 내용 및 시사점

- ◆ 美 행정부, 철강·알루미늄·구리 및 파생제품 대상 232조 관세 운용체계 재편
- ◆ 전체 관세가격 기준 과세, Annex 기반 차등세율, Chapter 99 연계 적용 구조 도입
- ◆ 파생제품 추가, FTZ·제조환급 요건 강화로 전략금속 중심의 상시 관리형 관세체계 전환

[주요내용]: [다운로드 \(클릭\)](#)



한-베트남 비즈니스 파트너십서 역대 최대 8,209만 달러 수출 달성



<한-베트남 비즈니스 파트너십 행사>

산업통상부와 대한무역투자진흥공사(KOTRA)는 이재명 대통령의 베트남 국빈 방문을 계기로 지난 4월 23일(현지 시간) 베트남 하노이 국립컨벤션센터(NCC)에서 '한-베트남 비즈니스 파트너십' 행사를 개최하였습니다. 이번 행사는 양국 간 경제 협력을 한 단계 격상시키기 위해 마련되었으며, 그 결과 총 24건, 8,209만 달러(약 1,230억 원)라는 역대 최대 규모의 수출 계약을 성사시키며 대한민국과 베트남의 끈끈한 경제 파트너십을 다시 한번 입증했습니다.

■ 2015년 이후 역대 최고 실적 달성... 한류 소비재가 성과 주도

이번 파트너십 행사에는 한국의 우수한 기술력을 보유한 중소·중견기업 100개사가 참가하여 베트남 현지 바이어들과 밀도 높은 상담을 진행했습니다. 특히 2015년부터 지속되어 온 비즈니스 파트너십 행사 중 금액 기준으로 역대 최고치를 경신했다는 점이 고무적입니다. 성과를 주도한 분야는 단연 한류 소비재였습니다. 유제품 전문 기업 A사는 현지 유통사와 3,500만 달러 규모의 계약을 체결했으며, 건강기능식품 기업 B사 역시 1,402만 달러의 계약을 성사시켰습니다. 이 외에도 화장품, 가공식품은 물론 건설기계와 의료용 침대 등 산업 전 분야에 걸쳐 고른 계약 체결이 이루어졌습니다.



■ 단순 상담 넘어선 'K-라이프스타일 쇼케이스'와 동반 진출 모델

KOTRA는 단순한 1:1 상담을 넘어 우리 기업의 진출 모델을 다변화하기 위해 'K-라이프스타일 쇼케이스'를 병행했습니다. 대형 유통망 및 전문 무역상사와의 상생 협력관을 통해 롯데홈쇼핑, 신세계 등 국내 대형 유통사들이 중소 협력사 26개사와 함께 현지 시장을 공략했습니다. 특히 현장에서 진행된 인플루언서 라이브 커머스는 실시간 시청자 수가 5만 2,000명에 달하는 등 베트남 소비자들의 폭발적인 관심을 끌어모으며 한류 콘텐츠의 저력을 보여주었습니다.



<전시 부스를 참관 중인 김정관 산업통상자원부 장관>

큰 호평을 받았습니다. 현재 한국은 베트남 내 누적 투자액 989억 달러를 기록한 1위 투자국이며, 베트남은 한국의 3대 교역국 지위를 굳건히 지키고 있습니다. 강경성 KOTRA 사장은 “중동발 불확실성 등 어려운 대외 환경 속에서도 베트남과의 경제 협력에서 거둔 이번 성과는 매우 의미가 깊다”며, “글로벌 생산 기지이자 매력적인 소비 시장인 베트남에 우리 중소·중견기업들이 더욱 안정적으로 뿌리내릴 수 있도록 사후 관리와 지원을 아끼지 않겠다”고 강조했습니다. 역대 최대 성과를 기록한 이번 파트너십이 한국과 베트남의 경제 연대를 더욱 촘촘하게 잇고, 양국 비즈니스 생태계를 한층 풍요롭게 만드는 계기가 될 전망입니다.

■ 수출 애로 해소와 혁신적 금융 솔루션 제공

현장에 마련된 '진출애로상담관'에서는 FTA 활용, 인증, 무역 대금 결제 등 우리 기업들이 현지 진출 시 겪는 실질적인 문제에 대한 전문가 헬프데스크가 운영되었습니다. 무엇보다 주목받은 것은 KOTRA가 비자(VISA) 등 민간 기업과 협력해 개발한 '무역 대금 카드 결제 플랫폼'이었습니다. 거래당 150만 달러까지 신용카드 결제가 가능하고 최대 50일의 상환 기간을 확보할 수 있는 이 플랫폼은 자금 회전이 중요한 양국 기업인들에게 실무적인 혁신 솔루션으로

베트남 팀코리아협의체 활동 내역은 앞으로도 지면을 통해 알려드릴 예정으로 전파가 필요하신 기관은 코트라로 연락해 주시기 바랍니다.

베트남 수출 21% 성장, 깨끗한나라가 현지에서 찾은 ‘성공 방정식’

이지용 지사장



[깨끗한 나라 베트남 대표사무소 로고]

깨끗한나라에 대한 소개를 간단하게 부탁드립니다.

깨끗한나라는 1966년 제지 산업 기반을 구축한 이후 60년 동안 종이와 생활·위생용품 분야에서 성장해 온 대한민국 대표 생활 혁신 솔루션 플랫폼 기업입니다. 제지(P&S) 부문에서는 백판지를 중심으로 한 포장용 종이를, 생활·위생용품(H&L) 부문에서는 생리대, 기저귀, 물티슈, 화장지 등 일상과 밀접한 제품들을 공급하며 국내외 고객과 함께 성장해 왔습니다.

당사는 단순 제조 기업을 넘어, 고객의 생활 전반에 깨끗하고 지속 가능한 솔루션을 제공하는 것을 지향합니다. 이를 위해 FSC, ISO 14001·45001 등 환경·안전 관련 국제 인증을 취득하고, 재생 원료 사용 확대, 탄소 감축, 친환경 포장재 개발 등 ESG 경영을 적극 추진해 왔습니다. 1996년 이후 백판지 누적 생산은 약 1,042만 톤에 달하며, 깨끗한 나라·보솜이·순수한면 등 26개 생활용품 브랜드를 중심으로 제품군을 확장해 현재 50개국에 수출 네트워크를 보유하고 있습니다.

창립 60주년을 맞은 올해, 당사는 제조 기반 경쟁력을 AX(Artificial Intelligence Transformation) 인프라로 고도화하고, 기술·데이터 역량을 단계적으로 강화해 나가겠다는 중장기 비전을 발표했습니다. 최현수 회장은 “생활 혁신 솔루션 플랫폼 정체성을 더욱 구체화하고, 플랫폼으로 연결되고 데이터로 고도화되며 실행으로 증명되는 체계를 통해 다음 60년을 준비하겠다”고 밝힌 바 있습니다.

이러한 변화 흐름 속에서 베트남은 당사가 보유한 제조·기술·데이터 역량을 실제 시장 성과로 연결하는 전략적 거점이자, 동남아시아 및 글로벌 수출의 교두보 역할을 하는 중요한 시장입니다.

깨끗한나라의 주요 사업 및 베트남 지사의 주요 사업에 대해 설명해 주시면 감사하겠습니다.

깨끗한나라는 P&S(Packaging Solution) 사업부와 H&L(Home & Life) 사업부로 구성되어 있습니다. P&S 사업부는 백판지 및 포장용 제지 사업을 담당하며, 전자·식품·음료·제약 등 다양한 산업군에 공급하고 있습니다. 특히 CCKB(Clay Coated Kraft Board)는 강도·내수성·인쇄 적성이 우수한 고부가가치 제품으로, 음료 캐리어 및 HMR 포장 등 프리미엄 시장을 타겟으로 하고 있습니다. H&L 사업부는 순수한면, 보솜이 등 브랜드를 중심으로 생활·위생용품 사업을 운영하며, 최근에는 브랜드 중심 유통 구조와 고객 경험 기반 사업 모델로 전환을 추진하고 있습니다.

베트남 지사는 P&S 사업부의 동남아 거점으로, 2022년 설립 이후 백판지 수출 물량은 2021년 4.3만 톤에서 2025년 5.2만 톤으로 약 21% 성장했습니다. 현재 베트남 백판지 시장 규모는 연간 약 40만 톤으로 추정되며, 이 중 한국산 제품이 약 39%의 시장 점유율을 차지하고 있습니다. 한국산 가운데 당사 제품은 품질 경쟁력과 짧은 리드타임 덕분에 베트남 바이어들의 선호가 높습니다. 이러한 시장에서 당사 백판지의 베트남 내 점유율은 약 12% 수준으로, 지사 설립 이후 영업력 강화와 고객 밀착 활동을 통해 점진적으로 확대되고 있습니다.



[깨끗한 나라 베트남 대표사무소 미팅 사진]

베트남 지사는 지사장을 포함해 Ms. Loan, Ms. Phung 등 3명으로 구성되어 있습니다. 제지 업계 경력 20년 이상인 Ms. Loan은 기존 거래선 관리와 신규 바이어 개발을 담당하고 있고, Ms. Phung은 지사 회계·경영관리와 함께 H&L 사업부 업무를 지원하고 있습니다.

초기에는 P&S 중심 수출 허브 역할에 집중했다면, 최근에는 H&L 사업부 제품의 베트남 내 판매 확대에도 주력하고 있습니다. 당사는 2014년부터 베트남에 생리대·물티슈 제품을 수출해 왔으며, 현재 WinMart, Co.opmart,

GO! 등 대형 유통체인과 Shopee, Tiki, Lazada 등 온라인 채널을 통해 현지 소비자와 접점을 넓혀가고 있습니다. 작년에는 깨끗한나라 자회사인 보노아와 협업을 통해 물티슈와 클렌징티슈 제품을 Co.opmart에 PB(Private Brand) 제품으로 공급했고, 올해는 추가적으로 신규 3개 물티슈 제품을 F2C(Factory to Customer), D2C(Direct to Customer) 비즈니스 모델 형태로 셀럽·인플루언서를 활용해 베트남 젊은 소비자층과의 소통을 강화해 나갈 계획입니다.

베트남의 사업 환경에 대해 어떻게 생각하시는지요?

베트남은 인구 약 1억 명, 평균 연령 34세의 젊고 역동적인 시장으로, 향후 소비 잠재력이 매우 큰 국가입니다. 생산 가능 인구 비중이 높고, 젊은 세대의 삶에 대한 기대와 소비 성향이 적극적이어서 장기적인 시장 성장성을 높게 평가하고 있습니다.

또한 베트남은 글로벌 생산 기지로서의 위상도 강화되고 있습니다. 하이네켄, 타이거맥주, 코카콜라, 펩시, 몬델리즈, 오리온, 소니, 삼성, LG, 도루코 등 다양한 글로벌 기업들이 베트남을 주요 생산 거점으로 활용하고 있으며, 당사 역시 이들 글로벌 기업과 로컬 업체에 백판지를 공급하고 있습니다. 중국과 미국 간 경제 갈등 속에서 베트남의 생산 거점으로서의 전략적 가치는 앞으로도 더 부각될 것으로 보고 있습니다.

포장 및 위생 산업 관점에서 보면, 베트남은 경제 성장과 함께 포장산업이 안정적으로 성장하는 한편, 포장재 폐기물 처리 문제가 새로운 사회적 과제로 떠오르고 있습니다. 일회용 플라스틱 사용을 단계적으로 감축하고 플라스틱 재활용률을 85%까지 끌어올리겠다는 내용을 담은 순환경제 개발 계획(687/QD-TTg)을 의결하는 등 친환경 포장 전환을 강하게 추진하고 있습니다.

유통업체 차원에서도 Saigon Co.op (Saigon Union of Trading Co-operatives)이 전국 600여 개 매장에서 플라스틱 빨대를 종이·대나무 빨대로 대체하고, 식품 포장 비닐 대신 바나나 잎을 활용하는 등 '착한 포장'을 실천하고 있으며, 롯데마트 베트남은 연꽃잎을 활용한 쇼핑 에코백을 선보이는 등 친환경 움직임이 확산되고 있습니다. 사탕수수·대나무 등 식물성 소재로 만든 일회용 종이접시·포장용 도시락 용기 등이 베트남에서 생산되어 유럽·미국·일본·한국 등으로 수출되는 사례도 늘고 있습니다.

이처럼 베트남은 젊은 인구 구조, 글로벌 생산 허브, 친환경·순환경제 전환이라는 세 가지 특징을 동시에 가진 시장입니다. 당사가 보유한 친환경 포장 소재 기술, ESG 역량, 그리고 앞으로 추진할 AX 기반 데이터·공급망 고도화 전략은 베트남의 이러한 구조적 변화와 높은 적합성을 가진다고 보고 있습니다.

귀사의 가장 큰 애로사항은 무엇인지, 어떻게 극복하셨는지요?

베트남 사업에서 느끼는 가장 큰 애로사항은 한편으로는 심화되는 경쟁 환경이고, 다른 한편으로는 빠르게 높아지는 ESG·정책 요구 수준입니다. 백판지 시장의 경우, 베트남 전체 시장 약 40만 톤 중 한국산이 약 39%를 차지하고 있으나, 말레이시아 소재 백판지 업체가 저렴한 가격, 안정적인 품질, 빠른 선적, 베트남 창고 운영, 적극적인 로컬 마케팅과 유연한 가격 정책을 앞세워 한국산 시장 점유율을 적극적으로 추격하고 있습니다. 이러한 경쟁 환경 속에서 당사가 약 12% 수준의 점유율을 유지하는 일은 결코 쉽지 않은 과제입니다.

이를 극복하기 위해 당사는 2022년 호치민 지사 설립 이후 현지 밀착형 영업·운영 체계를 구축했습니다. 제지 업계 경험이 풍부한 인력을 중심으로 기존 고객과의 관계를 공고히 하고, 신규 바이어를 지속적으로 발굴하면서, 현지 고객의 요구와 시장 변화를 실시간으로 파악하여 제품·공급 전략에 반영하고 있습니다. 그 결과 지사 설립 전후로 베트남 백판지 수출 물량이 지속적으로 증가했고, 2025년에는 설립 이후 약 21% 성장이라는 의미 있는 성과를 달성했습니다. 또 다른 애로사항은 친환경·순환경제 정책, ESG 요구 등 규제·사회적 기대 수준이 빠르게 높아지고 있다는 점입니다. 그러나 이는 동시에 당사가 가진 ESG 및 친환경 포장 소재 역량을 발휘할 수 있는 기회이기도 합니다. 당사는 FSC 인증, 재생지 제품, 생분해성 및 대체 소재 개발 등을 통해 베트남 정부와 유통·브랜드사의 친환경 기준에 부합하고자 노력하고 있으며, 앞으로는 AX 인프라를 통한 공장 운영 자동화, 데이터 기반 관리, 글로벌 SCM(Supply Chain Management), OMS(Order Management System) 최적화, Closed Loop(자원순환 체계) 및 에너지 전환을 병행해 사업 전반의 체질을 더욱 고도화해 나갈 계획입니다.

지사장으로서 개인적인 소감을 덧붙이자면, 이러한 도전적인 환경 속에서 고객사·본사·현지 파트너와 함께 해법을 찾아가는 과정이 쉽지는 않지만, 그만큼 보람도 크다고 느끼고 있습니다.

귀사에서 향후 계획하고 계신 신사업(제품)이 있으신가요?

향후 베트남 및 동남아 시장에서 당사가 중점적으로 육성하고자 하는 신사업 중 하나는 CCKB(Clay Coated Kraft Board)입니다. CCKB는 크라프트 원지 위에 클레이 코팅을 적용한 고강도 포장용 백판지로, 일반 백판지 대비 우수한 강도·내수성·인쇄 적성을 갖추고 있어 음료 캐리어, HMR 포장, 전자·생활용품 패키지 등 고부가가치 포장재에 적합한 소재입니다.

베트남에서는 맥주·음료, 스낵, HMR, 생활용품 등 여러 카테고리에서 포장재 고급화와 친환경 소재 전환이 동시에 진행되고 있기 때문에, CCKB는 향후 제품 포트폴리오 확장과 시장 차별화에 중요한 역할을 할 것으로 기대하고 있습니다. 당사는 기존 백판지 수출 확대와 더불어, CCKB를 전면에 내세워 동남아 및 글로벌 시장에서 고부가가치 포장재 비중을 점진적으로 확대해 나갈 계획입니다.

중장기적으로는 CCKB뿐 아니라 생분해성·식물성 소재 기반 포장재, 비플라스틱 위생용품, 자원순환(Closed Loop)을 고려한 제품군을 확대하며, 베트남과 동남아 시장에서 친환경 패키징·생활 솔루션 플랫폼 기업으로 자리매김하는 것을 목표로 하고 있습니다.

베트남 진출을 준비 중인 한국 기업에게 조언해주실 내용이 있으신가요?

베트남 진출을 검토하시는 한국 기업들께 세 가지를 말씀 드리고 싶습니다.

첫째, 현지화된 조직과 네트워크 구축이 매우 중요합니다. 당사 역시 지사 설립 이전에는 국내 상사를 통해서 간접 수출하는 방식으로 베트남을 대응했지만, 호치민 지사 설립 이후 현지 인력과 함께 고객을 수시로 만나고, 시장 변화를 실시간으로 파악하면서 성장 속도가 확연히 빨라졌습니다. KOTRA 호치민무역관과의 협력, 신뢰할 수 있는 유통·생산 파트너와의 네트워크는 초기 진입 리스크를 줄이고 사업을 안정적으로 안착시키는 데 큰 도움이 될 것입니다.

둘째, ESG·친환경 트렌드와 디지털·데이터 기반 운영을 동시에 고려한 전략이 필요합니다. 베트남 정부와 소비자는 가격과 품질뿐 아니라 환경성과 지속가능성, 그리고 서비스·경험의 질을 중요하게 보고 있습니다. 친환경 소재, 재활용·재사용 가능한 설계, 포장 최소화 전략을 준비하는 동시에, AX와 같은 디지털·데이터 기반 운영 체계를 구축한다면 중장기적인 경쟁력을 확보하는 데 큰 도움이 될 것입니다.

셋째, 베트남의 젊은 인구 구조와 한류에 대한 높은 호감도는 한국 기업에게 분명한 기회입니다. 베트남 1억 인구와 34세 평균 연령이 만들어내는 역동적인 소비 시장에서 한국 브랜드에 대한 신뢰와 선호도를 잘 활용한다면, 단순 OEM을 넘어 브랜드·서비스 비즈니스로 확장할 수 있는 여지가 크다고 생각합니다. 당사 역시 베트남 호치민 지사를 발판으로 동남아는 물론 글로벌 시장으로 나아가는 교두보 역할을 더욱 강화해 나갈 계획입니다.

베트남 시장의 성장성과 잠재력은 매우 큼니다. 앞으로도 저희 경험을 바탕으로 베트남을 고민하시는 많은 한국 기업들과 정보를 나누고, 함께 협력할 수 있기를 기대하고 있습니다.

외국투자기업의 정기보고의무

1. 들어가며

10년 넘게 살아온 베트남은 제게는 익숙하면서도 어려운 나라입니다. 여러 규제와 제도가 어떤 면에서는 성긴 그물 같기도 하나, 어떤 면에서는 꽤나 여러 가지 측면에서 기업 운영 사항에 많은 부담을 지우는 것 같은 느낌이 듭니다. 베트남에서 기업 활동을 하시는 분들 중에서 가장 자주 마주치는 행정 기관은 어디일까요? 어떤 투자자에게는 세무서라 할 수 있고, 어떤 투자자는 소방국, 어떤 투자자는 세관, 어떤 투자자는 공단관리위원회 등을 예로 드실 수도 있을 것입니다. 본 칼럼에서는 베트남에 투자한 외국 투자자분들이 자주 간과하는 사항들과 그로 인해 발생하는 행정 과태료 등에 대해 살펴보려고 합니다.

2. 해외 투자자의 정기 보고 의무

베트남 투자법은 외국인 투자자들에게 정기 보고서 제출을 의무화하고 있습니다. 해당 보고는 분기, 반기, 연간 보고를 하게 되며, 온라인으로 보고를 하시면 됩니다. 보고서 작성 자체는 어렵지 않습니다. 매출액, 근로자 수, 투자금 등 관련 내용입니다. 그러나 문제는 보고서 존재 자체를 간과하고 계시는 경우에 발생합니다.



과거에는 관할 관청에서 이 정기 보고 의무를 크게 관심 있게 두고 있지 아니하였습니다. 간혹 보고서 제출 여부를 확인하고 보고서를 제출하지 않은 경우 차후에 제출하도록 하고 있었습니다. 그러나 작년부터 재무국을 비롯 행정 관청에서 투자 등록증 또는 사업자 등록증 변경 시점에 정기 보고 여부를 체크하고 보고를 하지 아니하였거나 늦게 하는 경우 이에 대해 시정 명령 및 행정 과태료 처분을 하고 있습니다. 행정 과태료 처분 결정을 받는 데도 시간이 들고

몇 년간 누적된 보고서를 한 번에 소급하여 작성하는 경우 소요 시간도 더 많이 걸려 일정 지연이 발생하는 등 문제가 발생하시는 경우가 존재하였습니다. 이에 저희 법무법인은 업무 개시 전에 해당 보고서 작성 유무를 미리 안내 드리고 있으며, 이 글을 읽으시는 독자님들께서도 우리 회사의 정기 보고 현황이 어떤지 확인하시는 것을 권장 드립니다.

가. 각 관청 정기 보고 의무

위 말씀드린 해외 투자자의 정기 보고는 베트남에 법인을 설립하신 분들께 모두 적용되는 규정입니다. 따라서 어떤 업종이든 – 제조업이든, 유통업이든, 요식업이든, 서비스업이든 모두 진행하고 있어야 합니다. 그리고 각 업종별로, 활동별로 각 관할 관청에 보고하는 의무가 발생할 수 있습니다.

예를 들어 건물을 소유하고 계신 투자자라면 (공장이든 오피스든) 정기 소방 점검 의무가 있으실 것입니다. 그리고 해외 차입을 진행하신 투자자분이라면 중앙은행에 차입금 관련 내역을 정기적으로 보고해야 할 의무가 있습니다. 이러한 정기 보고 의무는 당장 1회 누락한다고 어떤 페널티가 곧바로 발생하지는 않습니다. 그러나 차후 이슈가 있는 경우 – 예를 들어 정기 또는 임시 감사가 있는 경우, 소방 허가를 수정하시는 경우라던가, 해외 차입금을 상환하는 경우, 신규 해외 차입 신고를 하는 경우 등 이슈가 발생할 때 소급하여 누적적으로 페널티가 발생할 수 있습니다. 대표 사무소라면 대표 사무소 운영 현황 보고를 정기적으로 관할 기관 (산업통상국 또는 주무 부서)에 진행하셔야 합니다.

나. 외국인 근로자 채용 관련

노동법 개정으로 인해 외국인 채용 대상 기업에 대해 새로이 부과된 의무가 하나 있는데 외국인 근로자를 채용하기 전에 국가 포털에 해당 포지션에 대한 내국인(베트남인) 근로자 채용 공고를 올려야 하는 의무가 그것입니다. 같은 포지션이라도 가급적이면 내국인에게 채용 기회를 먼저 주라는 제도적 취지이며 공고를 올려야 하는 의무가 있을 뿐, 반드시 공고를 통해 채용을 진행해야 하는 부분은 아니어서 형식적인 의무에 해당합니다. 그러나 이 또한 하나의 의무라 예를 들어 한국에서 베트남에 근로자를 파견하시는 경우, 해당 포지션에 대한 공고 의무 준수 여부가 문제될 수 있습니다. 즉, 공고를 하지 않아서 의무 위반이 되는 경우가 많으며 이로 인해 불요한 행정 과태료가 발생할 수 있습니다.

3.마치며

본 칼럼에서는 평소에 신경을 쓰지 않으면 간과하실 수 있는 정기 보고 업무에 대해 살펴보았습니다. 정기 세무 신고와 같이 외국 투자자분들은 이러한 투자 의무를 진행하셔야 하며, 많은 경우 베트남 직원분들에게 이러한 신고 업무를 요청하고 계시기에 각 기업별로 중간에 인수인계가 잘 이루어지지 않았거나, 담당 직원이 외국 투자 기업의 의무에 대해 숙지하고 있지 아니한 경우 간과하고 넘어갈 수 있는 사소한 보고서들입니다. 어렵지 않은 보고서들입니다만 미신고 시 발생할 수 있는 경비 지출과 현재 진행해야 하는 인허가 업무의 지연을 야기할 수 있기에 평소에 미리미리 확인하시고 점검하시는 것을 권장 드립니다.

전현우 한국변호사

(現) 법무법인JP 베트남 지사장
 (前) JB증권 베트남 감사위원
 (前) 한국예탁결제원 변호사
 (前) 법무법인JP 한국사무소
 성균관대학교 행정학과, 성균관대학교 법학전문대학원
 전문사항: 기업법무, 금융, M&A, 부동산
 연락처: (84-4) 3724 5201~3
 이메일: bhsjun@jplawvn.com



전현우 변호사

흑자부도의 경고와 인생의 현금흐름

들어가는말

안녕하십니까? 동아회계법인 베트남 대표 엄진용 회계사입니다.

이번 호에서는 올해부터 새롭게 시작한 '베트남 회계기준(VAS)에 따른 재무제표를 읽고 이해하기'라는 주제와 관련하여 지난 호에 이어서 말씀드리겠습니다.

2. 현금흐름의 중요성(계속)

③ 흑자부도

지난 호에서는 현금흐름의 중요성과 관련하여 인플레이션과 금리에 대한 말씀을 드렸습니다. 이번 호에서는 '흑자부도'에 관하여 말씀드리고자 합니다. '흑자부도'란 재무제표상으로는 이익이 발생하고는 있으나, 일시적인 자금 부족으로 인하여 만기가 된 채무의 변제를 하지 못하거나 차입금을 상환하지 못하여 기업이 운영불능 상태에 빠지는 현상을 의미합니다. 우리나라의 경우, 이러한 대규모 흑자부도 사례가 1997년 IMF 외환위기 시절에 많이 발생하였는데요. 현재 40대 중후반 이상의 나이가 드신 분들이라면 대학생 또는 고등학생 시절에 이러한 위기를 직간접적으로 경험을 하였을 것입니다. IMF 위기 당시 대기업들은 외형적인 매출이나 전체 자산 규모는 컸지만, 과도한 부채를 발생시켜 이를 시설 투자에 활용을 하였으며, 결국 금융권의 자금줄이 막히자 줄도산을 하였던 아픔이 있습니다.



대표적으로 한보철강의 경우 당시 5조 원이 넘는 대규모 투자를 하였으나, 자금 조달에 차질이 발생하여 부도가 발생했으며, 기아그룹의 경우 당시 재계 순위 8위에 올라 있었고 자동차 판매 실적이 호조를 보이고 있었으나 방만한 계열사 확장과 단기 차입금에 의존한 경영으로 인해 자금난을 극복하지 못하고 부도가 났으며, 진로그룹과 해태그룹 등도 유사한 행태를 보이다가 역시 부도를 맞은 것입니다.

그렇다면, 재무제표 중 하나인 재무상태표(당시 대차대조표)와 손익계산서 상으로는 분명히 영업이익과 당기순이익

을 발생시키고 있었던 기업들이 무슨 원인으로 위와 같은 '흑자부도'에 내몰렸는지 조금은 구체적으로 알아보겠습니다.

우선, 외상매출금의 장기간 미회수가 있습니다. 즉, 물건은 많이 판매하였으나 상대방이 대금 지급을 지연시키거나 지급하지 않을 때입니다. 다음으로 과도한 재고가 중요한 원인이 됩니다. 즉, 물건을 열심히 생산하거나 매입을 해냈는데 어떠한 사유로 물건이 판매되지 않아 장기간 불용 재고가 되는 상황을 의미합니다. 또한, 자금의 유통에 문제가 발생할 때 역시 중요한 원인으로 작용을 하는데요. 발생한 이익보다 변제하거나 상환해야 할 부채가 큰 경우 그리고 은행 차입금의 경우 여러 이유로 은행에서 대출 연장을 해주지 않거나 긴급히 대출 회수를 하는 경우가 대표적입니다.

그렇다면, 우리가 흔히 이야기하는 재무제표상 전체 자산 및 매출액 규모 또는 영업이익 내지 당기순이익으로 표시되는 숫자 정보를 전부 믿을 수 없는 것이냐? 라고 한다면 꼭 그렇지는 않습니다. 다만, 이러한 숫자 정보 이외에 재무제표에서 조용히 외치는 또 다른 중요한 정보들에도 관심을 가져야 한다는 뜻입니다.

참고로, 각 기업들이 연말 결산을 통해 소위 '성적표'라고 부릴 수 있는 재무제표에 대한 외부회계감사를 받는 경우가 있는데요. 베트남의 경우에는 외국인 투자법인이라면 누구나 할 것 없이 무조건 법정 감사로서 감사를 받아야 할 의무가 있습니다. 이때, 감사보고서를 한번 살펴보면 재무상태표와 손익계산서 이외에 1가지 표가 더 있다는 것을 발견할 수 있을 텐데요. 이를 바로 '현금흐름표'라고 부릅니다.

현금흐름표는 회계의 대원칙인 '발생주의'에 따른 회계처리의 결과물로서 재무상태표나 손익계산서와는 달리 실제 현금의 유입과 유출에 따라 별도로 작성하는 표를 말하며, 크게 '영업현금흐름', '투자현금흐름' 및 '재무현금흐름'으로 각각 구분되어 있습니다.

제가 여기서 각각의 현금흐름이 어떻게 작성되는지에 대해서 설명드리지는 않겠습니다만, 간단하게 보자면 통상적으로 영업현금흐름은 '+', 투자현금흐름은 '-'로 표시가 되어 있으면 가장 바람직하겠습니다. 영업현금흐름이 '+'라는 뜻은 정상적으로 기업의 매출, 매입 활동이 활발하게 잘 이루어지고 있다고 이해를 하면 되겠으며, 투자현금흐름이 '-'라는 뜻은 외부 투자 내지는 자산 매입을 위해 현금이 지출되는 의미로서 단기적으로는 그 투자 반대급부를 기대하기는 어려울 수 있으며 중장기적으로 기업에 도움이 되는 활동으로서 현금이 빠져나가는 것이라고 이해를 하면 되겠습니다. 즉, 숫자가 '-'로 표시되어 있다고 해서 이것이 전부 부정적인 의미를 갖는 것은 아니라고 보셔야 합니다.

이외에 재무현금흐름이 '+'로 되어 있다면 이는 외부에서 자본금 증자나 대여금으로서 돈을 빌리게 되어 현금흐름이 기업으로 들어오는 방향성을 갖는다는 뜻이 되며 반대로 '-'로 되어 있다면 대여금의 상환과 같이 기업에서 돈이 빠져나가는 흐름을 갖는다는 뜻으로 이해하시면 되겠습니다.

지금까지 현금흐름의 중요성이라는 소제목 하에 ① 인플레이션, ② 금리 및 ③ 흑자부도에 대한 이야기를 해보았습니다.

3. 내 인생에 있어서의 현금흐름

저도 이제 나이가 50살이 되다 보니 주변에 있는 지인들 가운데 형님뻘 되시는 분들은 퇴직 준비를, 동생뻘 되시는 분들은 노후 준비 등등의 이야기를 자주 나누곤 하는데요. 앞선 소제목의 경우는 우리가 회사라고 부르는 기업에 대한 이야기였다면 지금부터는 번외로 우리 인생에 있어서 현금흐름의 중요성에 대한 이야기를 한번 해보려고 합니다. 사실 번외라고 부르기에는 다소 어폐가 있을 듯 싶은데요. 그 이유는 우리 인생의 향로가 마치 기업이 태동하여 성장하고 스러져가는 모습과 많이 닮아 있기 때문입니다.

『2020년 12월 7일 중앙일보 경제면 기사, “28살부터 흑자, 59살부터 적자로 산다.... 돈 많이 쓰는 나이는 16살”』

상기 기사는 통계청이 발표한 ‘한국인의 생애 가계부’라는 자료에서 가계 소득과 정부 재정이 세대별로 어떻게 분배·이전되는지를 보여주는 내용을 다루고 있습니다.

오른쪽 도표에서 확인할 수 있듯이 우리 개개인의 인생에서도 ‘적자’를 겪는 시기와 ‘흑자’를 겪는 시기가 나이대별로 구분되어 있습니다. 이러한 도표를 보여드리는 이유는 기업의 경우와 마찬가지로 우리 인생에서도 적자가 예상되는 시기에 맞춰 준비를 해야 하고 흑자가 나는 시기라고 해서 방만하게 소비를 해서 안 된다는 점을 강조드리고 싶어서인데요.

인생에 있어서 공부를 하고 사회에 진출하기 위해 준비하는 전반기(28세 이전)에는 응당 크게 돈을 벌 수 있는 기회를 갖기가 쉽지는 않습니다. 다만, 중요한 것은 상기 도표에서 알 수 있듯이 첫 번째로 ‘흑자’를 기록하는 시기 즉 28세 이후부터 59세 이

하까지의 시기를 어떻게 잘 보내고 준비를 해야 하느냐의 문제와 두 번째로 59세 이후 즉 정년퇴직을 한 시점 이후에 맞이하게 될 ‘적자’가 예상되는 시기를 어떻게 하면 최대한 늦추거나 아니면 다른 대비책을 마련할 것이냐의 문제로 생각해 볼 수 있을 것입니다.

맺음말

다음 호에서도 이번 호에 이어서 계속 이야기를 이어나가겠습니다. 감사합니다.



자료: 통계청

[재무제표 읽기 시리즈 다시 보기]

- VAS 실전 가이드 ① (22탄): 베트남 재무제표의 기초와 VAS의 특징 (1월호)
- VAS 실전 가이드 ② (23탄): 재무제표의 3요소: 자산, 부채, 자본의 정의 (2월호)
- VAS 실전 가이드 ③ (24탄): 국제회계기준(IFRS) 도입 전망과 베트남 사례 (3월호)
- VAS 실전 가이드 ④ (25탄): 재무제표 이해의 필요성과 현금흐름의 기초 (4월호)

베트남 원산지증명서(C/O) 발급 절차 정비·보완

베트남 산업무역부는 2026년 4월 9일 결정 제771호(QĐ-BCT)를 공포하여 수출입 분야 행정절차를 정비하였습니다. 동 결정은 2026년 5월 1일부터 시행되며, 산업무역부 소관 행정절차 중 원산지증명서(C/O) 발급과 관련된 총 36개 절차가 주요 정비 대상에 포함되었습니다. 이번 조치는 기존 제도의 틀을 유지하면서도 C/O 발급 절차의 명확성을 제고하고, 전자적 처리 체계(eCoSys) 기반의 운영을 강화하기 위한 것입니다. 이에 본 보고서에서는 C/O 발급 절차를 중심으로 주요 정비 내용을 검토하고 핵심 사항을 정리하고자 합니다.

1. 주요 정비 내용

이번 결정의 핵심은 자유무역협정(FTA)에 따른 원산지증명서(C/O) 발급 절차 전반에 대한 정비입니다. 정비 대상에는 다음과 같은 주요 C/O 유형이 포함됩니다.

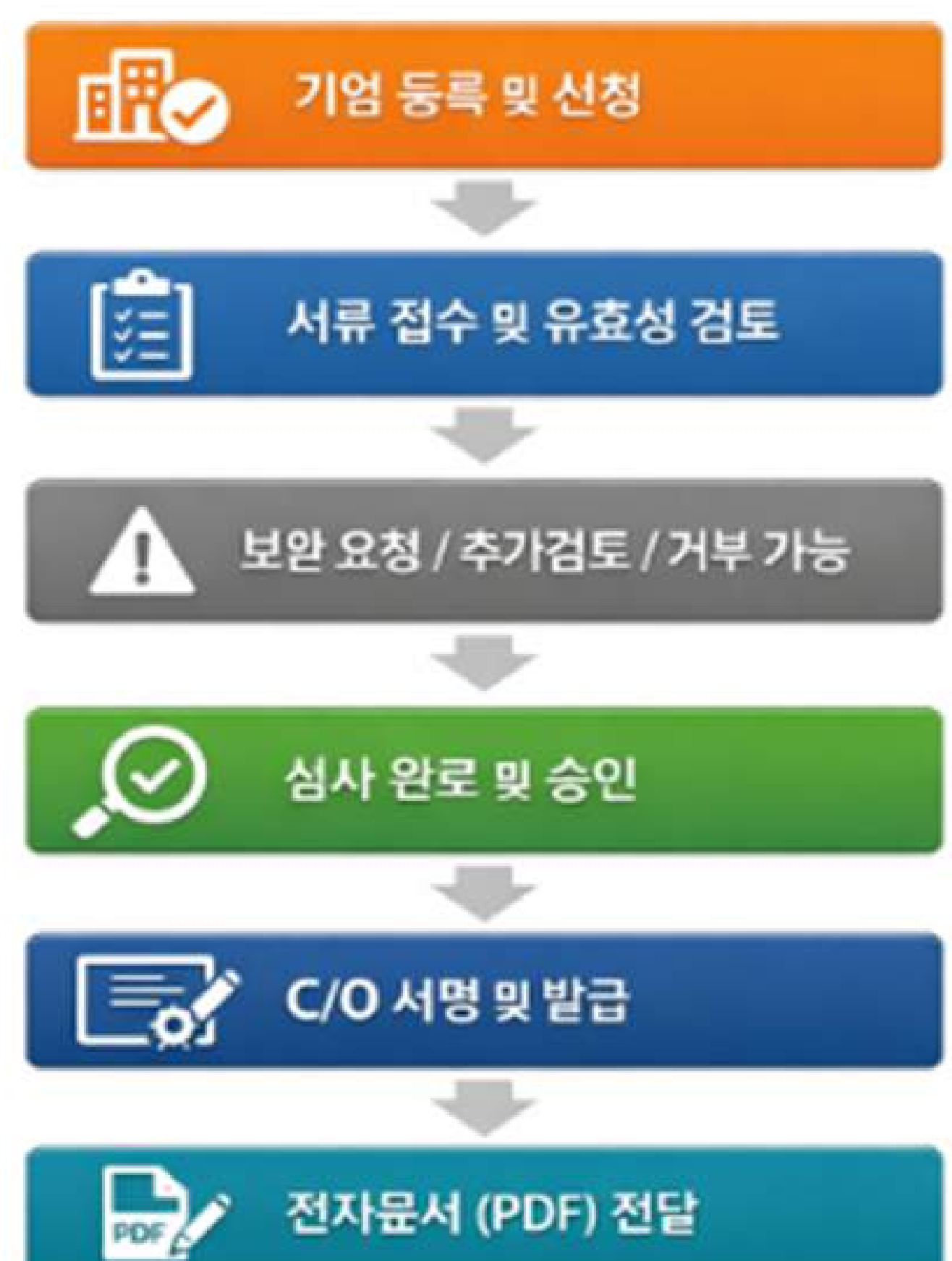
- **특혜 C/O**: Form D(ATIGA), E(아세안-중국), AK(아세안-한국), AJ(아세안-일본), AI(아세안-인도), AANZ(아세안-호주·뉴질랜드), CPTPP, RCEP 등
- **양자 FTA**: VK(베트남-한국), VJ(베트남-일본), VC(베트남-칠레) 등
- **비특혜 C/O**: Form B
- **기타**: EUR.1, GSTP, ICO(커피), DA59 등 특수 목적 C/O

아울러 단순 발급 절차뿐만 아니라 소급발급, 재발급, Back-to-back C/O 발급, 보세창고 및 비관세구역 관련 발급 등 특수한 상황에서 적용되는 절차도 함께 정비되었습니다. 이를 통해 기존 제도에 규정되어 있던 다양한 C/O 발급 절차를 행정절차 목록 형태로 일괄 정비함으로써, 절차 체계의 일관성과 접근성이 제고되었습니다.

2. 특혜 원산지증명서(Form D) 발급 절차

해당 절차는 기본적으로 '신청 → 심사 → 승인 → 발급'의 구조를 유지하면서, 전자화 및 표준화가 강화된 것이 특징입니다.

Form D 발급 절차를 살펴보면, 먼저 신청 기업은 산업무역부의 전자원산지관리시스템(eCoSys)을 통해 거래자 등록을 완료한 후, 원산지증명서 발급 신청서와 관련 서류를 전자적으로 제출하고 수수료를 납부하여야 합니다. 이후 C/O 발급기관은 제출된 신청서의 형식적·실질적 유효성을 검토하며, 그 결과에 따라 접수 완료, 보안 요청, 추가 검토 또는 발급 거부 여부를 기업에 통지합니다. 해당 절차는 기존 회람 체계를 기반으로 하되, 전자신청 시스템(eCoSys)을 중심으로 운영되는 것이 특징입니다.



특히 원산지 기준 미충족, 허위 또는 불충분한 자료 제출, 또는 선적일로부터 일정 기간이 경과한 경우에는 발급이 거부될 수 있으며, 필요 시 기업의 생산시설에 대한 현장 확인이 이루어질 수 있습니다. 보완 요청이 있는 경우 기업은 추가 자료를 제출하여야 하며, 이후 담당자의 검토 및 승인 절차를 거쳐 최종적으로 권한 있는 담당자가 C/O에 서명하고 발급을 완료하게 됩니다. 발급된 C/O는 eCoSys 시스템을 통해 전자문서(PDF) 형태로 신청 기업에 전달됩니다.

3. 원산지증명서(C/O) 발급 신청 서류 (최초·신규 품목)

구분	제출 서류
기본 신청서	C/O 신청서
C/O 양식	협정별 양식(Form D 등) 작성본
통관 서류	수출 신고서(제출 의무 없는 경우 생략 가능)
상업 서류	상업송장(사본, 기업 인증 필요)
운송 서류	선하증권(B/L) 또는 대체 운송서류(없는 경우 대체 가능)
원산지 입증	원산지 기준 충족 상세 신고서
원재료 증빙	국내 공급자 원산지 확인서(필요 시)
생산 정보	생산공정도(필요 시)

최초 신청 또는 신규 품목의 경우 원산지 입증자료가 보다 상세하게 요구되며, 동일 품목을 반복적으로 수출하는 경우 일부 서류는 일정 기간(통상 2년) 동안 재사용이 가능합니다. 또한 일부 서류가 즉시 제출되지 못하는 경우에는 발급 후 일정 기간 내 보완 제출이 허용되나, 기한 내 미제출 시 C/O 취소 등의 조치가 이루어질 수 있습니다.

4. 결론

이번 정비에 따른 Form D 발급 절차는 기존 제도의 기본 구조를 유지하면서, 전자 시스템(eCoSys) 기반의 처리 체계를 강화하고 절차의 표준화를 제고한 것이 핵심입니다.

이에 따라 기업은 단순한 서류 제출을 넘어 전자 시스템상 정확한 데이터 입력과 원산지 입증자료의 체계적인 관리가 더욱 중요해질 것으로 예상됩니다. 또한 심사 과정에서의 보완 요구 대응 및 사전 리스크 관리 역량은 향후 C/O 발급의 신속성과 안정성을 좌우하는 핵심 요소로 작용할 것으로 판단됩니다.

이여람 관세사 (국가공인 관세사)
 KOTRA 하노이 무역관
 FTA해외활용지원센터
 전화: 024-3946-0511 (620)
 메일: yeoram@kotra.or.kr





카인호아성 - KHANH HOA

I. 기본정보

II. 투자 환경

1. 교통시스템

가. 도로

나. 철도

다. 항공

라. 항만

2. 관광 및 자연자원

가. 해양 생태계

나. 광물 자원

다. 에너지 자원

라. 생태계

마. 관광

III. 산업단지 개발을 통한 경제 발전 현황 및 방향

1. 투자 인센티브 정책

2. 외국인 투자 현황

가. 외국인 투자 개요

나. 한국 투자 현황

IV. 카인호아성 산업단지 및 경제구역 현황

1. 주요 산업단지 정보

2. 한국 대표 투자 프로젝트

3. 공업클러스터

V. 유망 투자 분야

VI. 투자 유치기관 정보

카인호아성 - KHANH HOA

I. 기본 정보

구분	내용
면적-인구	면적: 8,706 평방킬로미터 인구: 2,243,554명 도시 거주 비율: 38.8%
지정학적 위치	카인호아성은 남중부 연안 지역에 위치하며, 동해로 나가는 주요 관문임. 혼도이(Hon Doi) 곳은 베트남 본토의 최동단 지점임. 이러한 전략적 지리적 위치는 교역, 국방·안보 및 국제 협력에 있어 큰 이점을 제공함.
교통 시스템	카인호아성은 주요 교통 요충지로서 국도 1A호선, 남북 고속도로, 남북 철도, 국도 27호선이 교차하며, 닥락성(Dak Lak) 및 램동성(Lam Dong)과 인접해 있음.
GRDP 성장률 /1인당	GRDP 예상 성장률: 7.11% 1인당 GRDP: 미화 4,240달러/년(추정치), 2024년 대비 9.02% 증가
경제 규모 산업별 성장률	총수출액: 미화 24억 달러 총수입액: 미화 14억 달러 산업별 성장률: 제조업·건설업(8.81%), 서비스업(7.81%), 농림어업(0.83%)
경제구조	제조업·건설업: 38.99% 서비스업: 40.07% 농림어업: 13.64%
인적자원	노동연령인구: 1,037천 명(약 54.7%) 직업교육 이수 비율: 약 80.5% 자격증 소지 노동자 비율: 약 32.7%
최저임금	제2구역: 473만 동/월(22,700동/시) 제3구역: 414만 동/월(20,000동/시) 제4구역: 370만 동/월(17,800동/시)
외국인 투자 (2025년 12월 기준)	총 외국인투자: 173건 FDI 프로젝트, 미화 63억 4,200만 달러 한국 투자: 24건, 미화 4억 3,237만 달러 한국: 자본 규모 2위, 프로젝트 수 2위

카인호아성의 위치



카인호아성의 위치

II. 투자 환경

1. 교통 시스템

가. 도로

1) 고속도로 시스템 현황

현재 카인호아성 내에서는 동부 남북 고속도로(CT.01) 및 카인호아-부온마투웃 고속도로 프로젝트에 속한 고속도로 노선들이 이미 운영 중이거나 건설 중임. 구체적으로 다음과 같음:

- 남북 고속도로(CT.01) 카인호아성 구간 총 연장 200km
- 카인호아-부온마투웃 고속도로(CT.24): 총 연장 약 117.5km이며, 이 중 카인호아성 구간은 약 32km임. 현재 4차로(노반 폭 17m) 기준 단계별 투자 방식으로 건설이 진행 중이며, 2026년 완공 및 개통 예정임.
- 상기 고속도로 외에도, 현재 카인호아성 인민위원회와 럽동성 인민위원회는 2030년 이전 단계에서 냐짱-달랏 고속도로(냐짱-리엔크엉 고속도로, CT.25 구간) 투자에 대해 합의하였으며, 2024년 10월 15일자 제안서(번호 11614/LT-KH-LĐ)를 통해 총리 승인을 요청한 상태임.

2) 국도 시스템 현황

현재 카인호아성 내에는 총 6개 국도가 운영 중이며, 총 연장은 455.75km임. 해당 노선은 다음과 같음: 국도 1호선(QL.1), 국도 26호선(QL.26), 국도 26B호선(QL.26B), 국도 27호선(QL.27), 국도 27B호선(QL.27B), 국도 27C호선(QL.27C).

나. 철도

남북 철도 노선 중 카인호아성 구간은 Km1229+250에서 Km1439+200까지로, 총 연장 210.05km이며, 성 내 30개 시·군·구(사/동)를 통과함. 해당 철도 노선의 대부분은 주거지역 및 밀집된 도시 지역을 통과하고 있으며, 일부 구간에서는 국도 1호선과 나란히 인접하여 운행됨.

카인호아성 내에는 총 17개 역이 있으며, 그 중 냐짱역과 탑참역은 대형 역으로서 카인호아성과 전국 각 지역 간 여객 및 화물 운송의 환승 거점 역할을 수행함.

또한, 성 내에는 판랑-달랏 철도 노선과 응아바역(바응오이동)에서 깜라인항(깜린동)까지 연결되는 철도 노선이 있으나, 현재는 운영되지 않고 있음.

다. 공항

1) 깜라인 국제공항

깜응이아동(구 깜라인시)에 위치하며, 냐짱시 남쪽 약 35km 거리에 위치한 남중부 연안 전략 거점 공항임.

- 총 면적 약 628.41ha(민간항공 구역 202.5ha)이며, 베트남공항공사(ACV)가 운영·관리함.
- 2개 평행 활주로 보유 및 ILS·레이더 등 설비 구축으로 전천후 운항 가능함.

- 여객터미널: T1(국내선, 2009년) 약 13,995㎡·연간 265만 명 처리 / T2(국제선, 2018년) 78,000㎡·연간 400만 명 처리. 총 설계 처리능력 약 650만~700만 명 수준이나, 실제 이용객은 이를 초과함.
- 화물 처리능력 연간 약 2,500톤 수준이며, 전용 화물터미널은 부재함.
- 항공 관제·소방·연료 저장 등 주요 시설은 ICAO 기준에 부합하며, 전력·통신 등 인프라 확장 가능함.

2) 탄선 공항

탄선 공항은 현 카인호아성(구 닌투언성) 지역에 위치하며, 판랑-탑참시 중심에서 북서쪽 약 9km 거리에 있음. 면적 약 22km²의 1급 군용 공항임.

탄선 공항은 다른 군·민 겸용 공항(다낭, 쭈라이, 토쑤언 등)보다 넓은 면적을 보유하며, ICAO 기준 4C급 인프라를 갖추고 있음. 현재 F70, ATR72, A321, Boeing급 항공기 운항 가능하며, 국내 주요 공항과 연결 가능함.

현재 국방부가 투자·건설을 총괄하여 연간 100만~150만 명 규모의 민군 겸용 공항으로 개발 중이며, 건설부는 공항 완공 이후 운영·관리에 협력할 예정임.

- 기존 도로를 통해 판당루우-국도 27 연결(약 3km)
- 남북 고속도로 연결 지점까지 약 10km
- 지방도 704호선 및 국도 1호선과 연계 예정
- 기존 철도역 및 고속철도역(계획)과 약 3km 거리로 복합 교통 연계 용이

라. 항만

카인호아성 해항은 총 6개 항만 구역으로 구성되며, 21개 항만과 총 39개 선석(도크 포함), 총 연장 8,255.5m를 보유하고 있음. 구체적으로 다음과 같음:

- 북반풍 항만 구역: 2개 항만, 2개 선석, 총 연장 225m / 접안 가능 선박: 최대 70,000톤, 최소 30,000톤
- 남반풍 항만 구역: 8개 항만, 16개 선석(도크 포함), 총 연장 3,291.5m / 접안 가능 선박: 최대 400,000톤, 최소 2,000톤
- 냐짱 항만 구역: 4개 항만, 6개 선석, 총 연장 966.5m / 접안 가능 선박: 최대 40,000톤, 최소 5,000톤
- 깜라인 항만 구역: 5개 항만, 13개 선석, 총 연장 3,299.5m / 접안 가능 선박: 최대 110,000톤, 최소 2,000톤
- 닌쯔 항만 구역: 1개 항만, 1개 선석, 총 연장 120m / 접안 가능 선박: 약 1,000톤 (어선 및 화물선 위주)
- 까나 항만 구역: 1개 항만, 1개 선석, 총 연장 353m / 접안 가능 선박: 최대 100,000톤

2. 관광 및 자연자원

카인호아성은 약 500km에 달하는 전국 최장의 해안선을 보유하고 있으며, 200개 이상의 크고 작은 섬이 분포함. 이 중 썬영사 군도는 국방 및 해양경제 발전 측면에서 매우 중요한 전략적 위치를 차지함.

가. 해양 생태계

해양 생태계가 매우 풍부함. 산호초 면적은 7,600ha 이상으로 전국 최대 규모이며, 혼문(Hon Mun), 반퐁만(Van Phong), 빈히(Vinh Hy) 지역에 집중되어 있음.

해역의 염도는 전국에서 가장 높으며, 세계 18개 주요 용승 해역 중 하나이자 베트남 유일의 용승 해역으로서 수산 종자 생산, 소금 생산 및 해양 생태관광 발전에 최적의 조건을 갖추고 있음. 이러한 용승 현상은 어족 자원이 풍부하게 형성되도록 하여 부유성 어류, 새우, 참치, 오징어 등 다양한 해산물 자원을 제공함.

나. 광물 자원

- 깎라인, 반닌 지역의 고품질 백사(유리 및 건축자재 생산용)
- 건설용 석재, 화강암, 현무암, 건설용 모래
- 광물 진흙 및 온천수
- 대규모 염전
- 석영, 티타늄 사광 등 일부 자원은 잠재력이 있으나 대규모 개발은 미진한 상태임.

다. 에너지 자원

카인호아성은 연평균 약 2,600시간의 일조시간을 기록하여 전국 최고 수준의 태양에너지를 보유하고 있음. 일사량은 5.2~5.5 kWh/m²/일 수준이며, 평균 풍속은 7m/s 이상으로 대규모 풍력 및 태양광 발전에 적합함.

라. 생태계

카인호아성은 산림, 해양, 반사막, 도서 생태계를 동시에 보유하고 있어 수천 종의 열대 생물 서식에 적합한 환경을 형성함. 상록활엽수림, 건조림, 연안 맹그로브 숲 및 심해 산호초 등 다양한 생태계가 공존함.

마. 관광

- 관광을 핵심 성장 동력으로 설정하고 지속가능·고부가가치 관광 개발을 추진하고 있음.
- 약 500km 해안선과 200여 개 섬을 기반으로 해양·리조트·크루즈·생태·MICE 관광이 발전 중임.
- 다양한 문화가 융합된 지역으로 유형·무형 문화유산이 풍부하며, 참(Cham)·라글라이(Raglai) 문화 중심의 독특한 문화 공간이 형성되어 있음.
- 일부 유산은 유네스코에 등재되어 있으며, 참족 공동체 및 바우쭉 도자기 등 전통 공예가 잘 보존되어 있음.
- 참족 탐 유적 및 누이쭈아 국립공원 등 다양한 문화·자연유산을 보유하고 있음.
- 농업과의 연계를 통해 지역 소득 증대 및 체류형 관광 확대를 도모하고 있음.

III. 산업단지 개발을 통한 경제 발전 현황 및 방향

1. 투자 인센티브 정책

카인호아성은 투자자의 권익을 최대한 보장하고, 행정절차를 간소화·편리화하는 방향으로 투자 정책을 운영하고 있음. 이에 따라 토지 임대·배정, 법인세 등과 관련하여 「토지법」, 「법인소득세법」, 「수출입세법」 및 관련 시행 규정의 범위 내에서 최고 수준의 인센티브를 적용함.

다만, 광물 자원 개발 프로젝트 및 「특별소비세법」에 따른 과세 대상 상품·서비스의 생산·영업 프로젝트(자동차 생산 제외)에 대해서는 해당 투자 인센티브를 적용하지 않음.

반퐁 경제구역은 별도의 행정·경제 특구로 분류되지는 않으나, 베트남 내 최고 수준의 투자 인센티브가 적용되는 핵심 지역임.

2. 외국인 투자 현황

가. 외국인 투자 개요

카인호아성은 투자 유치에 박차를 가하며, 2026~2030년 성장 목표 달성을 위한 중요한 기반을 구축하고 있음. 2025년 한 해 동안 총 86개의 비예산 투자 프로젝트를 유치하였으며, 총 등록 자본은 약 5,032조 동 규모임. 이 중 외국인직접투자(FDI) 프로젝트는 11건으로, 총 등록 자본은 약 1억 579만 달러임. 해당 투자 프로젝트는 주로 산업, 도시개발, 에너지 및 핵심 인프라 분야에 집중되어 있음.

※ 2025년 12월 기준 누계 총 투자액: 미화 63억 4,200만 달러, 총 프로젝트 수: 173건

카인호아성 내 10대 외국인 투자 프로젝트

순번	프로젝트명	내용	투자국가	총 투자금액 (백만 달러)
1	반퐁 1 화력발전소	전력 인프라	일본	2,580.6
2	선박 수리·건조 및 철강 구조물 가공 공장 (HD현대베트남조선 유한회사)	기계공업	한국	351.8
3	임대용 공장	부동산	싱가포르	42.0
4	수산물 양식 및 가공 (Marine Farms Asa VN)	수산업	미국	33.3
5	수출용 냉동 수산물 공장 (Gallant Ocean 베트남)	수산물 가공 산업	영국령 버진아일랜드	32.0
6	Derun 스판덱스 섬유 생산 공장	섬유·의류 제조	홍콩	26.0
7	반퐁만 어류 종자 생산·양식·구매 프로젝트	수산 양식·가공	미국	25.1
8	수산물 가공 및 식품 냉동·포장 수출 프로젝트 (Sakura 식품 유한회사)	수산물 가공 산업	일본	23.5
9	닌투언 염색·방직 공장	섬유·의류 제조	독일	21.7
10	선박 블록 구조물 가공 공장 (Miboo Heavy Industries)	기계공업	한국	20.0

나. 한국 투자 현황

2025년 12월 기준으로 한국 투자자들은 24개 프로젝트에 총 미화 4억 3,237만 달러를 투자함.

카인호아성 내 한국인 투자 프로젝트

순번	프로젝트명	내용	위치(산업단지)	총 투자금액 (백만 달러)
1	선박 수리·건조 및 철강 구조물 가공 공장	기계공업	반퐁 경제구역	351.8
2	선박 블록 구조물 가공 공장 프로젝트	기계공업	닌투이 산업단지	20.0
3	아동용 완구 생산 공장	섬유·경공업 제조	두롱 산업단지	16.0
4	아동용 완구 생산 공장 - NT2	섬유·경공업 제조	푸옥남 산업단지	8.0
5	세영-호아히엵 공장	기계공업	닌투이 산업단	6.6
6	인조 모피 원단 생산 공장	섬유·의류 제조	두롱 산업단지	5.5
7	철강 구조물 및 배관·모듈 생산·가공·설치 공장	기계공업	수오이다우 산업단지	3.6
8	Jeil Vina NT 공장	기계공업	닌투이 산업단지	3.4
9	스포츠 장갑 생산 공장	섬유·의류 제조	수오이다우 산업단지	2.8
10	Sejin Vietnam 유한회사 설립 프로젝트	기계공업	반퐁 경제구역	2.4

IV. 카인호아성 산업단지 및 경제구역 현황

1. 주요 산업단지 정보

사업단지명	면적(ha)	주요정보
반퐁 경제구역	150,000ha	해상 물류 전략 요충지(국제 항로 교차점) / 항만·물류·관광·도시·산업 복합 개발 / 고속도로·철도·항만·공항 연계 우수 / 국가 최고 수준 인센티브 적용
두롱 산업단지	407.28ha	친환경 산업 중심 / 전자·IT·자동차 조립·기계·건자재·식품가공 / 환경 영향 적은 산업 우선 유치
푸옥남 산업단지	약 370ha	첨단기술·전자·자동차·기계·건자재 / 농수산 가공·섬유·신발 산업 유치
까나 산업단지	378ha	다분야 종합 산업단지 / 첨단기술·지원산업·고부가가치 산업 / 친환경 산업 중심
탄하이 산업단지	77.99ha	전자·IT·식품·의류·기계 / 국제 수준 생산 및 수출 지향
닌투이 산업단지	207.9ha	기계·전자·건자재·조선 서비스 / 임대면적 약 156ha / 임대료 약 150 USD/m ² / 반퐁항 접근 용이
수오이다우 산업단지	136.73ha	식품·수산 가공·의류·전자·정밀기계 / 임대면적 약 4.1ha / 임대료 약 33 USD/m ²
독다짱 산업단지	288ha	첨단산업·지원산업·친환경 산업 / 임대면적 약 207.33ha / 임대료 약 80 USD/m ² / 항만·공항 접근성 우수

2. 한국 대표 투자 프로젝트: HD현대베트남조선유한책임회사(HVS)

- 설립일: 1999년 4월 26일
- 형태: HD현대(한국)와 베트남 조선공업총공사 간 합작회사
- 등록자본: 약 3,346만 달러
- 사업분야: 조선 및 선박 수리
- 주요제품: 벌크선, 유조선, 대형 선박(최대 약 115,000 DWT)
- 실적: 2025년 1월 31일 기준 총 183척 인도
- 수출국가: 싱가포르, 영국, 일본, 그리스, 덴마크, 이탈리아 등 글로벌 시장

3. 공업클러스터

클러스터명	면적	주요 산업	임대료
송꺼우	40.36ha	식품, 수공예, 경공업	37~45 USD/m ²
KHATOCO	35.58ha	가죽, 축산 가공	약 24.85 USD/m ²
짱에2	28.6ha	섬유, 식품, 경공업	약 35 USD/m ²
꽝선	50.28ha	지역 원자재 가공	-
히에우티엔	50ha	종합 산업	-
푸옥띠엔	40ha	지역 산업 개발	-
푸옥민1	75ha	화학, PVC	-
푸옥민2	26ha	플라스틱, 화학, 서비스	-

V. 유망 투자 분야

카인호아성은 환경친화적이며 고부가가치를 창출할 수 있는 산업을 중심으로 투자 유치를 우선 추진하고 있음.

주요 유망 분야는 다음과 같음:

1. 첨단기술 산업 (정보기술, 디지털 기술, 혁신, 전자, 반도체, 생명공학, 해양기술 등)
2. 가공·제조 산업
3. 지원 산업 (부품·소재 산업)
4. 소비재 및 수출 지향 제조 산업
5. 농산물 가공 산업 (지역 특산품 기반)
6. 환경 기술 산업 (수처리, 폐수 처리, 폐기물 처리 등)

※ 특히, 카인호아성은 동일한 토지 면적 대비 높은 재정 수익을 창출할 수 있는 산업에 대해 우선적으로 투자 유치를 장려하여 투자 효율성을 극대화하고자 함.

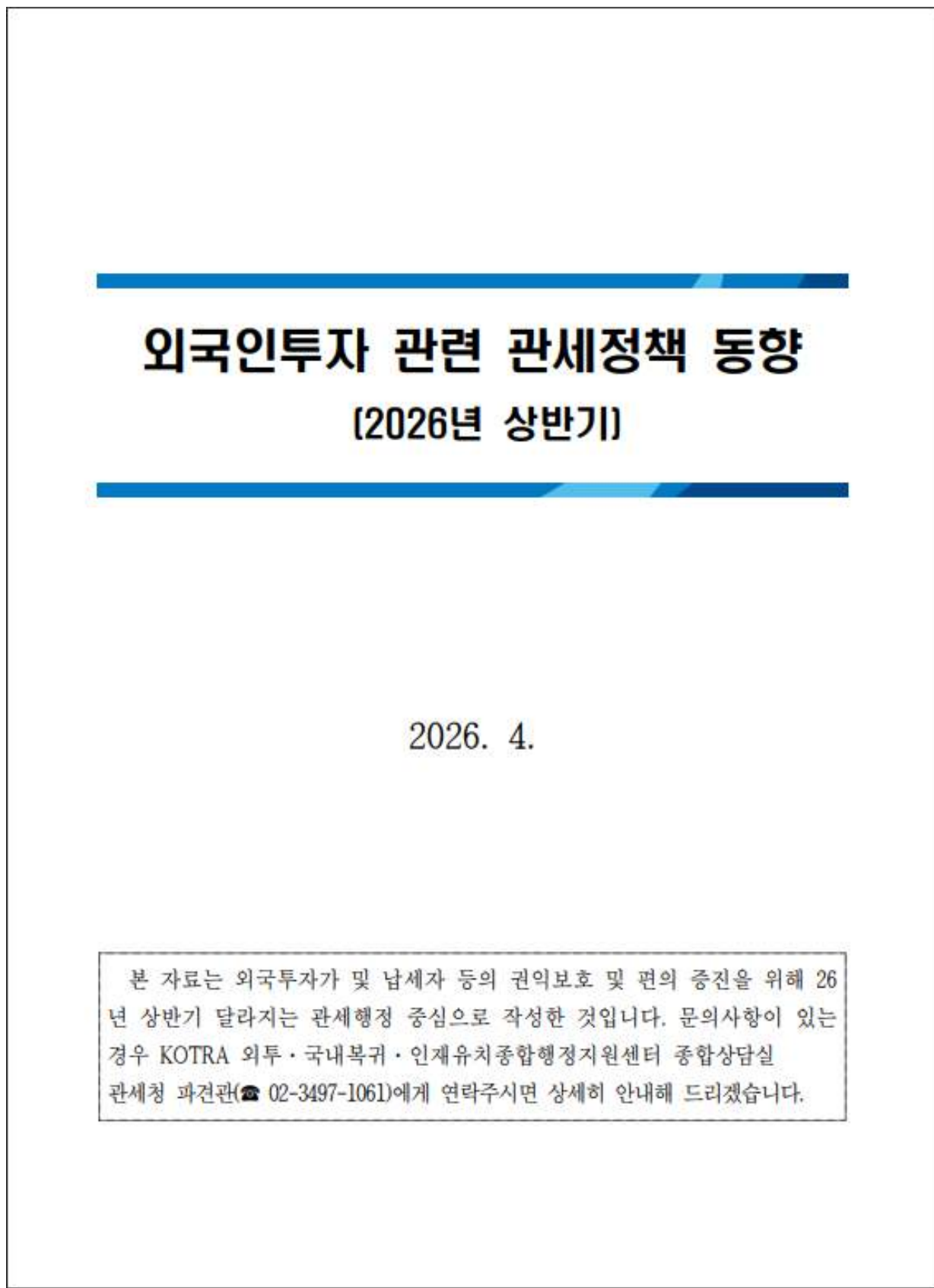
VI. 투자 유치기관 정보

기관명	담당자/직위	연락처/이메일
카인호아성 투자·무역·관광 진흥 센터	Mr. Truong Van Tien / 센터장	Tel: +84-919 300 096

자료원: 카인호아성 인민위원회



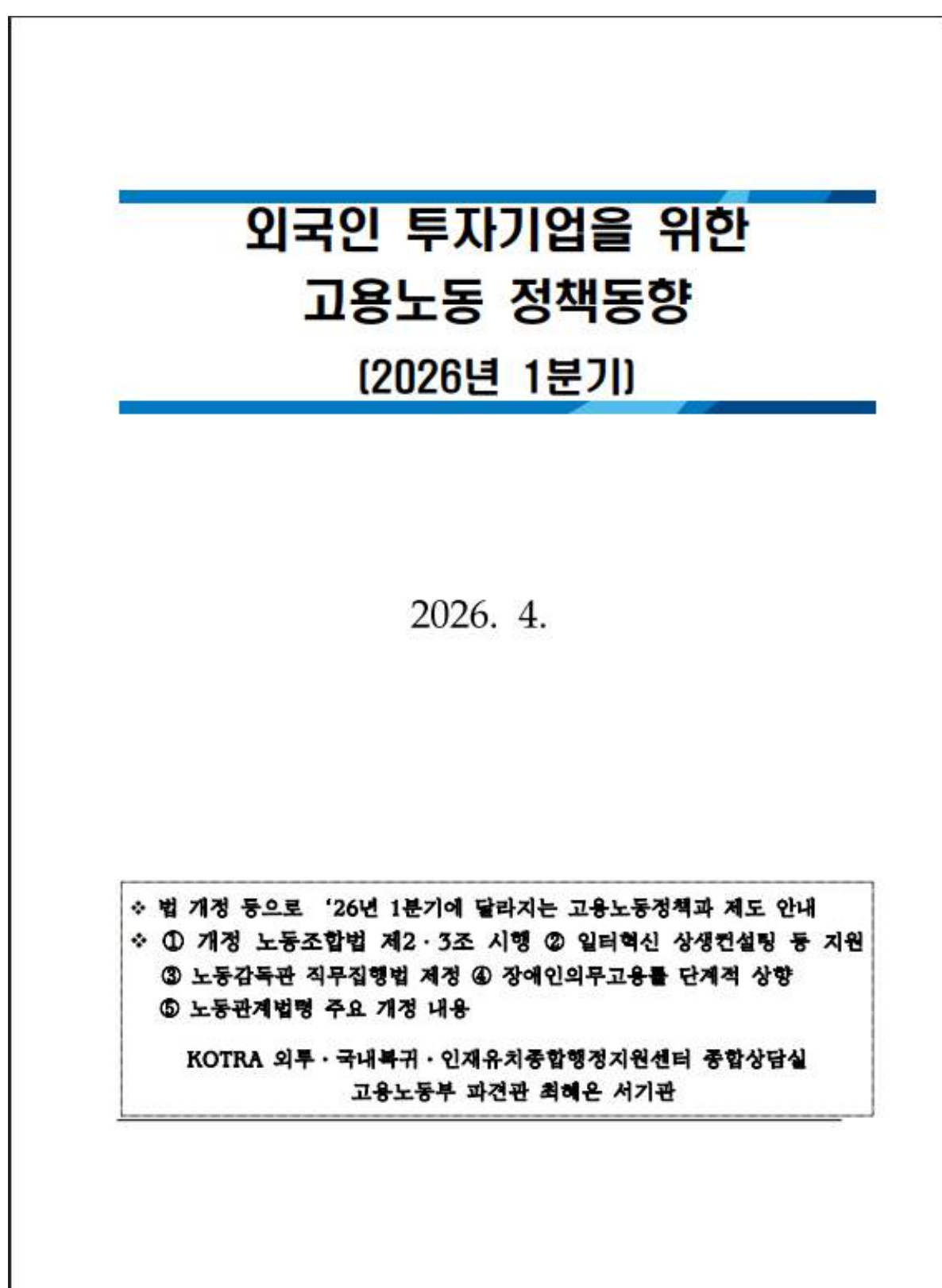
외국인투자 관련 관세정책 동향 (2026년 상반기)



[클릭시 해당 보고서로 이동합니다.](#)

1. 보세공장 제품 과세방식 신청 시점 개선('26. 1.1. 시행)
2. 항공기 부품품에 대한 관세 면제기간 3년 연장('26. 1.1. 시행)
3. 반도체 제조장비 부품 등 관세 감면대상 공장 지정기간 연장
4. 품목분류 사전심사 신고불성실 가산세 감면('26. 1.1. 시행)
5. ACVA 결정 물품 관세조사(과세가격 분야) 제외('26. 1.1. 시행)
6. 관세조사 사전통지 기간 합리화('26. 1.1. 시행)
7. 체약상대국의 원산지조사 결과 회신기간 연장대상 확대('26. 1.1. 시행)
8. 개인통관고유부호 유효기간 도입('26. 1.1. 시행)
9. 보세운송 운송수단 신고의무('26. 1.1. 시행)
10. 구매대행업자 연대납세의무 성립요건 개선('26. 1.1. 시행)

외국인 투자기업을 위한 고용노동 정책동향 (2026년 1분기)



[클릭시 해당 보고서로 이동합니다.](#)

1. 개정 노동조합법 2·3조 시행
2. 일터혁신 상생컨설팅 등 지원
3. 노동감독관 직무집행법 제정
4. 장애인의무고용률 단계적 상향
5. 노동관계법 주요 개정 내용

2026 베트남 하노이 생산 및 보조산업 전시회

전시회명	VIETNAM INTERNATIONAL SUPPORTING INDUSTRY & MANUFACTURING EXHIBITION 2026
개요	베트남 하노이 연간 대표적인 생산 및 보조산업 전시회임
개최기간	2026.06.11 - 2026.06.13
개최장소	I.C.E Hanoi - Hanoi International Center for Exhibition (Cultural Palace)
주최기관	C.I.S VIETNAM ADVERTISING & EXHIBITION JSC
개최규모	5500sqm(m ²)
웹사이트	https://vimexpo.net/
산업분야	기계&장비, 기타
전시품목	전자기기, 자동차 제조용 기기, 조립기기, 첨단산업, 섬유산업, 신발 산업용 각종 기계공학 등
담당자	Nguyen Quynh Huong (Mrs.) / 84-24 3984 4104/05 / huongnq@cisvietnam.com.vn



베트남 주요 경제 지표

對베트남 국별 외국인투자

(단위 : US\$백만, 증감율%)

구분 국가명	1988. 01. 01~2026. 3. 31 기준 누계		2026. 01. 01 ~ 3. 31		
	건수	투자금액	신규건수	신규투자금액	총투자금액
한 국	10,447	98,902.83	93	3,678.20	4,377.11
싱가포르	4,500	95,824.78	114	5,324.29	6,336.91
일 본	5,760	79,015.34	58	191.28	291.49
대 만	3,451	42,359.24	39	57.96	99.31
홍 콩	3,300	41,786.76	85	256.75	371.29
중 국	6,585	35,740.78	281	417.52	828.38
버진아일랜드(영)	943	25,040.57	4	0.74	29.76
태국	800	15,397.04	8	2.10	6.34
네덜란드	471	15,053.40	9	32.48	235.01
말레이시아	798	14,826.38	13	3.80	5.03
미국	1,545	12,421.10	36	91.27	119.58
기 타	7,598	65,695.73	164	180.51	2,501.27
전체 합계	46,198	542,062.95	904	10,234.80	15,201.48

자료원 : 베트남 재무부 산하 투자청(FIA: Foreign Investment Agency)

對베트남 산업별 외국인투자

(단위 : US\$백만, 증감율%)

구분 연번	산업	2026. 3. 31 기준 누계		2026. 01. 01 ~ 3. 31		
		건수	투자금액	신규건수	신규투자금액	총투자금액
1	제조, 가공	19,239	334,823.16	194	7,066.43	9,243.68
2	부동산 경영	1,334	80,290.52	20	574.51	681.75
3	전력, 가스, 용수 제조 공급	208	44,928.76	3	2,283.73	2,283.73
4	호텔, 외식서비스	1,107	13,346.43	17	1.47	22.77
5	건설	9,656	12,827.59	389	79.90	1,967.75
6	도소매, 유지보수	1,898	10,775.93	21	34.00	59.42
7	물류 운수	1,347	7,333.26	30	8.03	21.10
8	과학기술, 전문 활동	5,272	6,534.29	137	25.48	339.62
9	정보통신	3,304	5,415.89	46	129.48	221.54
10	채광	109	4,970.93	1	0.19	0.31
11	교육, 양성	727	4,805.52	7	2.71	4.45
12	농,임,수산	541	3,929.81	2	3.04	6.41
13	예술 오락	87	3,847.48	-	-	220.54
14	용수 공급, 폐기물 처리	157	3,170.51	3	0.47	0.91
15	의료와 사회복지	158	1,850.77	1	0.20	3.73
16	행정, 지원 서비스	776	1,300.97	29	24.90	28.86
17	금융, 은행, 보험	168	962.05	3	0.18	26.35
18	기타 서비스	104	938.41	1	0.07	68.56
19	가구내 고용 활동	6	10.64	-	-	-
합 계		45,933	533,407.85	904	10,234.80	15,201.48

자료원 : 베트남 재무부 산하 투자청(FIA: Foreign Investment Agency)

베트남 대외교역 동향

(단위 : US\$억, 증감율%)

구분	2023	2024	2025	2026.3	2026(누계)
수출	3,546	4,055	4,750	26.04(+28.0)	122.93(+19.1)
수입	3,263	3,807	4,550	26.09(+25.0)	126.57(+27.0)
무역수지	280	247	200	-0.06	-3.64

자료원: 베트남 관세청 자료

베트남 주요품목별 수출현황

(단위 : US\$백만, 증감율%)

품목명	2023	2024	2025	2026.3	2026(누계)
전자제품 및 부품	57,336	72,584	107,748	13,009(+60.1)	30,724(+45.4)
각종 전화기 및 부품	52,379	53,891	56,709	5,601(+2.1)	16,747(+19.3)
기계장비 및 부품	43,128	52,191	59,046	5,700(+48.1)	14,999(+21.2)
섬유/직물제품	33,329	37,036	39,641	3,155(+29.8)	8,863(+1.9)
신발류	20,237	22,871	24,203	1,950(+37.7)	5,420(+0.8)
운송수단 및 부품	14,157	15,066	17,529	1,638(+31.4)	4,510(+13.0)
목재 및 목제품	13,467	16,282	17,204	1,393(+42.5)	3,989(+1.1)
수산물	8,971	10,040	11,285	926(+31.2)	2,644(+14.5)
섬유원사(Yarn)	4,355	4,407	4,314	437(+70.6)	1,076(+4.3)
철강으로 만든 제품	3,973	4,594	5,473	506(+43.2)	1,335(-2.7)
기타	103,339	116,569	131,907	12,120	32,620
합계	354,671	405,531	475,059	46,435	122,927

자료원: 베트남 관세청 자료

베트남 주요품목별 수입현황

(단위 : US\$백만, 증감율%)

품목명	2023	2024	2025.12	2026.3	2026(누계)
전자제품 및 부품	87,965	107,053	150,696(+40.7)	17,691(+35.3)	47,566(+50.5)
기계장비 및 부품	41,579	48,887	61,026(+24.8)	5,554(+37.3)	15,499(+22.7)
원단	13,016	14,905	15,198(+1.9)	1,083(+6.0)	3,392(-1.7)
각종 철강	10,425	12,583	11,212(-10.9)	891(+30.9)	2,605(-1.0)
플라스틱 원료	9,755	11,780	12,531(+6.3)	1,237(+62.0)	3,116(+2.8)
각종 전화기 및 부품	8,749	10,403	11,258(+8.2)	732(+21.7)	2,289(-10.2)
화학물질	7,726	8,286	8,113(+4.8)	892(+56.6)	2,187(+17.2)
기타 비금속	7,626	9,554	11,373(+18.9)	1,278(+51.5)	3,294(+25.1)
화학제품	7,605	7,735	10,870(+22.8)	780(+45.9)	2,036(+12.5)
플라스틱 제품	7,508	8,853	9,781(+21.9)	939(+33.4)	2,678(+20.5)
기타	124,419	140,724	153,948	16,035	41,907
합계	326,373	380,763	455,006	47,112	126,569

자료원: 베트남 관세청 자료



베트남의 주요국별 수출현황

(단위 : US\$백만)

순번	국가명	2022	2023	2024	2025	2026.3	2026(누계)
1	미 국	109,388	97,020	119,501	153,178	15,190	39,032
2	중 국	57,702	61,207	61,211	70,453	5,819	16,847
3	한 국	24,293	23,498	25,619	28,943	3,018	8,138
4	일 본	24,232	23,314	24,608	26,766	2,632	7,085
5	홍 콩	10,936	9,631	12,423	17,557	2,485	4,918
6	네덜란드	10,430	10,241	12,993	13,478	1,445	3,686
7	독 일	8,968	7,400	7,934	9,533	959	2,703
8	인 도	7,961	8,498	9,064	10,351	1,125	2,970
9	태 국	7,476	7,192	7,782	8,796	1,057	2,665
10	영 국	6,065	6,345	7,543	8,392	736	2,123
	기 타	103,853	100,325	116,853	127,612	11,969	32,760
	합 계	371,304	354,671	405,531	475,059	46,435	122,927

자료원: 베트남 관세청 자료

베트남의 주요국별 수입현황

(단위 : US\$백만)

순번	국가명	2022	2023	2024	2025	2026.3	2026(누계)
1	중 국	117,866	110,644	114,020	186,034	18,205	50,874
2	한 국	62,088	52,511	55,925	60,544	7,073	18,734
3	대 만	22,631	18,421	22,741	33,026	3,833	10,095
4	일 본	23,373	21,638	21,588	24,677	2,433	6,652
5	미 국	14,470	13,822	15,102	19,287	1,772	5,135
6	태 국	14,092	11,797	12,447	13,281	1,479	3,654
7	오스트레일리아	10,144	8,533	7,592	7,189	640	1,916
8	말레이시아	9,124	7,809	9,133	11,004	1,185	3,131
9	인도네시아	9,641	8,728	10,527	11,519	1,159	3,017
10	인 도	7,086	5,864	5,829	6,112	722	1,888
	기 타	68,386	66,606	105,859	82,333	8,611	21,473
	합 계	358,901	326,373	380,763	455,006	47,112	126,569

자료원: 베트남 관세청 자료

한-베트남 교역동향

(단위 : US\$백만, 증감율%)

구분	2022	2023	2024	2025	2026.3	2026(누계)
수출	60,972(+7.5)	53,479(-12.3)	58,321(+9.1)	62,775(+7.6)	7,109(+41.4)	19,427(+37.6)
수입	26,726(+11.5)	25,941(-2.9)	28,440(+9.6)	31,774(+11.7)	3,209(+23.2)	9,195(+23.7)
무역수지	34,246	27,550	29,880	31,000	3,900	10,232

자료원: KITA

한국의 베트남 품목별 수출현황

(단위 : US\$백만, 증감율%)

품목명	2022	2023	2024	2025	2026.3	2026(누계)
반도체	16,240(15.8)	12,729(-21.6)	18,039(+41.7)	24,656(+36.6)	3,590(+82.6)	9,770(+79.7)
평판디스플레이 및 센서	12,527(4.0)	12,350(-1.4)	11,227(-9.1)	10,325(-8.0)	828(-2.5)	2,476(+16.1)
석유제품	3,733(222.3)	3,327(-10.8)	2,731(-17.7)	2,156(-21.1)	445(+212.9)	868(+72.7)
무선통신기기	2,581(6.9)	2,001(-22.5)	2,333(+16.8)	2,174(-6.9)	161(-3.6)	483(-9.8)
합성수지	2,358(-29.2)	2,166(-8.1)	2,511(+15.9)	2,253(-10.3)	186(-5.5)	540(-9.0)
기구 부품	2,194(-8.8)	1,861(-15.1)	1,772(-4.8)	1,814(+2.3)	146(+2.5)	443(+5.2)
플라스틱 제품	1,069(-15.6)	887(-17.0)	994(+12.0)	1,127(+13.4)	75(-13.9)	221(-8.9)
철강판	1,067(-9.2)	1,021(-4.2)	1,055(+3.4)	1,081(+2.4)	92(+6.5)	259(+5.4)
기타기계류	815(13.6)	734(-9.9)	593(-19.1)	623(+5.0)	48(+21.0)	131(+11.3)
계측제어분석기	793(-17.1)	801(+1.0)	664(-17.0)	675(+1.4)	71(+67.2)	183(+41.5)
기타	17,242	15,612	16,402	15,883	1,467	4,053
합계	60,972(+7.5)	53,489(-12.3)	58,321(+9.1)	62,767(+7.6)	7,109(+41.4)	19,427(+37.6)

자료원: KITA(MTI 3단위 기준)

한국의 베트남 품목별 수입현황

(단위 : US\$백만, 증감율%)

품목명	2022	2023	2024	2025	2026.3	2026(누계)
무선통신기기	5,986(7.3)	4,543(-24.1)	4,678(+3.0)	4,911(+5.0)	770(+108.5)	2,003(+97.0)
의류	3,840(13.2)	3,542(-7.7)	3,593(+1.4)	3,325(-7.5)	267(-17.8)	856(-10.8)
컴퓨터	1,948(19.1)	2,075(+6.6)	2,383(+14.9)	2,988(+25.3)	344(+32.3)	1,017(+32.3)
반도체	1,250(27.2)	1,252(+0.1)	1,221(-2.5)	1,160(-5.0)	89(-12.8)	213(-8.8)
산업용 전기기기	970(33.8)	1,396(+44.0)	1,699(+21.7)	2,029(+19.4)	191(+21.6)	545(+25.5)
신변잡화	942(24.8)	722(-23.3)	681(-5.7)	579(-15.1)	35(-28.1)	115(-29.2)
목재류	787(5.0)	2,053(+160.9)	2,976(+45.0)	5,080(+70.7)	562(+51.1)	1,531(+50.4)
평판디스플레이 및 센서	783(-10.5)	657(-15.9)	598(-9.1)	683(+14.2)	56(+9.5)	170(+18.9)
기구부품	654(4.8)	571(-12.7)	654(-14.6)	763(+16.5)	74(+26.3)	204(+21.9)
영상기기	441(3.6)	409(-7.2)	414(+1.2)	406(-2.0)	30(-11.1)	90(-0.8)
기타	9,103	8,718	9,543	9,850	791	2,451
합계	26,726(11.5)	25,938(-2.9)	28,440(+9.6)	31,774(+11.7)	3,209(+23.2)	9,195(+23.7)

자료원: KITA(MTI 3단위 기준)

* 한/베 통계 집계 기준이 달라, 수치가 다소 차이남

2025~2026년 주요 경제지표

구분	시기	단위	국가						
			베트남	인도네시아	싱가포르	말레이시아	태국	필리핀	
GDP증가율	2025년(연간)	%	8.02	5.11	4.8	4.9	2.4	4.4	
	2025년 3Q	%	8.23	5.04	4.3	5.2	1.2	4.0	
	2025년 4Q	%	8.46	5.39	5.7	5.7	2.5	3.0	
생산	산업생산 (증가율 또는 지수)	2025년(연간)	-	9.2	160.3	100.0	136.9	97.23	1.2
		2025년 12월	-	10.1	168.9	109.5	142.6	95.05	1.7
		2026년 1월	-	19.4	N/A	114.9	143.5	101.58	△1.4
	구매관리자지수 (PMI)	2025년(연간)	-	53.0	N/A	N/A	49.5	52.7	50.5
		2025년 12월	-	53.0	51.2	50.3	50.1	57.4	50.2
		2026년 1월	-	52.5	52.6	50.5	50.2	52.7	52.9
소비	소비자동향지수	2025년(연간)	-	N/A	N/A	100.9	136.0	N/A	N/A
		2025년 12월	-	N/A	123.5	101.7	N/A	N/A	N/A
		2026년 1월	-	N/A	127.0	102.2	N/A	N/A	N/A
	소매판매	2025년(연간)	-	9.2	N/A	100.0	187.2	28.99	1.2
		2025년 12월	-	9.8	3.5	112.5	192.9	46.86	1.5
		2026년 1월	-	9.3	5.7	106.0	191.7	N/A	2.1
	소비자물가 (증가율 또는 지수)	2025년(연간)	%	3.31	N/A	0.9	1.4	N/A	1.8
		2025년 12월	%	3.48	2.92	1.2	1.6	N/A	1.5
		2026년 1월	%	2.21	3.55	1.4	1.6	N/A	1.8
투자	고정자산투자	2025년(연간)	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		2025년 12월	%	47.3	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		2026년 1월	%	25.8	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
고용	실업률	2025년(연간)	%	N/A	N/A	2.0	3.0	0.81	4.2
		2025년 3Q	%	2.21	N/A	2.0	3.0	0.73	4.4
		2025년 4Q	%	N/A	N/A	2.0	2.9	0.71	5.8
무역	수출증가율	2025년(연간)	%	17.0	6.15	9.6	6.5	12.93	12.4
		2025년 12월	%	23.9	11.64	10.6	10.4	16.81	23.3
		2026년 1월	%	29.7	N/A	30.4	19.6	24.44	7.9
	수입증가율	2025년(연간)	%	19.4	2.83	7.7	6.2	12.90	5.0
		2025년 12월	%	23.7	10.81	14.2	12.0	18.84	7.1
		2026년 1월	%	49.2	3.39	16.6	5.3	29.35	△3.1

[자료원]

- (베트남) 베트남 통계청, 월드뱅크(싱가포르) 싱가포르 통계청(DOS), The Straits Times
- (인도네시아) 인도네시아 중앙은행, CEIC, Moody's, Trading economics, 인도네시아 통계청, Global Trade Atlas 등
- (싱가포르) 싱가포르 통계청(DOS), The Straits Times
- (말레이시아) Central Bank of Malaysia, Department of Statistics Malaysia, MIER, S&P
- (태국) 산업경제실(OIE), 태국중앙은행(BOT), 태국상공회의소대학교(UTCC), 태국상무부(MOC), 태국경제사회개발위원회(NESDC)
- (필리핀) Trading Economics, YoY, Investing.com, IHS Markit, PSA, Moody's Analytics, Unemployment rate 전망치는 *표시

2026 베트남 호치민 식품 전시회 (Food Expo Vietnam) 한국관 참가기업 모집 안내

KOTRA와 (주)지엠이지는 2026년 11월 11일 ~ 11월 14일 (4일간) 베트남 호치민에서 개최되는 '2026 베트남 호치민 식품 산업 전시회 (Food Expo Vietnam)' 한국관 참가기업을 아래와 같이 모집하오니 관심기업들의 많은 신청 바랍니다.

※ (유의사항) 국고 보조금 관리에 관한 법률 26조 2항에 따라, 참가기업은 산업통상자원부 외 정부, 지자체등으로부터 참가비를 중복으로 지원받을 수 없음. 국고 및 지방비 등 중복 수혜사실이 확인될 경우, KOTRA가 지원하는 국고지원금 전액 환불 요청 예정

1. 전시회 개요 및 특징

- 전시회명 : 2026 베트남 호치민 식품 전시회 (Food Expo Vietnam)
- 개최기간 : 2026. 11. 11(수요일) ~ 11. 14(토요일) (4일간)
- 개최장소 : 베트남 호치민 SECC
- 전시품목 : 식품, 음료, 지역특산물, 가공식품, 기계류 등
- 주최사명 : Viettrade
- 개최주기 : 매년
- 홈페이지 : <https://foodexpo.vn/en/index.php>

2. 한국관 참가개요

- 모집규모 : 23개사 내외
- 한국관 면적 : 216㎡
- 부스 신청단위 : 기본 1개 부스 9㎡
- 한국관 위치 :



3. 참가신청 및 참가비 납부

□ 참가 신청

- 신청기간 : 2026. 04. 28(화) ~ 05. 18(월) 18:00까지
- 신청방법 : **아래 3가지 절차를 모두 완료해야 최종 신청 완료로 간주**
 - (1) 온라인 신청
 - (2) 신청서류 이메일 제출
 - (3) 참가 신청금 납부

□ 신청방법 세부 안내

① 온라인 신청

- (1) KOTRA 무역투자24(www.kotra.or.kr) 또는 글로벌전시플랫폼(www.gep.or.kr) 접속
- (2) 2026 베트남 호치민 식품산업박람회 한국관 참가기업 모집 공고 확인
- (3) 공고문 하단 [신청하기] 버튼 클릭
- (4) 온라인 신청서 작성 및 파일 업로드

원문 링크





kotra **베트남** 비즈니스 NEWS



편집 및 제작: KOTRA 베트남 비즈니스 협력센터

Phone: +84-24-3946-0511 / Email: hanjisoo@kotra.or.kr <저작권자 KOTRA>