

## 베트남(Vietnam) 화장품 시장 진출정보

뷰티화장품산업팀

베트남은 우리나라의 수출  
8위 국가이며 한국의  
對 베트남 수출액은 7,162만  
달러

베트남 화장품 시장 규모는  
세계 51위. 2011년 약 4.4억  
달러에서 연평균 15.8% 성장  
하여 2015년 약 7.9억 달러

베트남에 국내산 화장품을 약  
0.7억 달러 수출, 베트남산 화  
장품 약 92만 달러 수입

### I 최근 동향

- ◎ 하얀 피부 선호로 인해 미백기능 제품 강세
  - 현지 시장에서 스킨케어 제품 중 미백 제품이 시장의 70%를 차지하고 있으며, 이 중 자외선 차단제와 화이트닝 크림 선호도가 가장 높음(AC닐슨)
  - 베트남 내 피부 미백시장은 전체 피부관리 시장에서 가장 많은 부분을 차지하고 있으며, 특히 피부 미백기능 제품과 피부 미백기능이 없는 제품간의 비율은 최근 7:3까지 격차가 벌어지고 있음(유로모니터)
- ◎ 열대기후 영향으로 오일프리(Oil-Free) 제품 선호
  - 베트남은 남북으로 긴 지형적 특성으로 인해 북부는 사계절이 있어 소비자들은 겨울철 쌀쌀한 날씨에는 수분크림을 사용하지만, 대부분의 소비자들은 오일프리(Oil-Free) 제품을 선호함
- ◎ 색조제품 시장 성장 가능성
  - 베트남 여성의 사회진출이 늘어남에 따라 색조화장품 매출이 증가하고 있음
  - 중저가 색조화장품이 판매의 대부분을 차지하고 있으나, 점점 고급 브랜드 제품의 증가폭이 확대

〈표1〉 색조화장품의 고급제품과 일반제품 판매비율

(단위:%)

지표명	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Premium	29	32	33	35	39	40	41
Mass	71	68	67	65	61	60	59
Total	100	100	100	100	100	100	100

자료: Euromonitor International, 2016(Nov)

- ◎ 스킨케어 제품 비중 증가
  - 베트남의 화장품·퍼스널 케어 제품 시장은 2015년 7.9억 달러로 전년대비 12.9% 성장
  - 화장품·퍼스널 케어 제품 시장에서 스킨케어 제품이 차지하는 비중은 2015년 32.7%로 꾸준히 성장하는 추세

(표2) 베트남 화장품 유형별 시장규모

(단위:백만 달러,%)

지표명	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	비중	전년대비 증가율
Skin Care	135	160	193	226	259	32.7	14.5
Hair Care	132	151	175	198	220	27.8	11
Colour Cosmetics	47	57	68	79	89	11.3	13.5
Fragrances	47	55	64	73	82	10.3	11.8
Bath and Shower	35	41	48	55	62	7.8	12.9
Baby and Child-Specific Products	27	32	38	44	49	6.2	13.3
Deodorants	11	13	16	18	21	2.6	14.1
Others	3	4	4	5	5	0.7	10.3
Sun Care	2	3	3	4	4	0.5	11.3
합계	439	516	610	701	791	100	12.9
전체 화장품(268개국)	289,840	305,254	320,121	335,670	351,645	-	4.8

주: Others는 Men's Shaving, Women's Pre-Shave, Other Sets/Kits 등이 포함되어 있음  
 자료: Euromonitor International, 2016(Nov)

## II 화장품 시장 분석

### 가. 화장품 시장 규모

- 베트남 화장품 시장 규모는 세계 51위이고 2011년 약 4.4억 달러에서 연평균 15.8% 성장하여 2015년 약 7.9억 달러를 기록
  - 베트남 뷰티화장품산업은 아직 초기 단계이긴 하지만 가파른 경제성장과 거대한 인구, 인구의 34%에 달하는 19-40세 연령의 잠재소비자층으로 인해 향후 크게 성장할 것으로 전망됨

(표3) 화장품 세계 시장규모 대비 베트남 시장규모

(단위: 백만 달러)

지표명	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	전년대비 증가율	연평균 성장률 ('11-'16)
세계	289,840	305,254	320,121	335,670	351,645	4.8	5.0
베트남(51위)	439 (0.15)	516 (0.17)	610 (0.19)	701 (0.21)	791 (0.22)	12.9	15.8

주: 괄호( ) 안은 세계시장 대비 베트남시장 비중을 말함  
 자료: Euromonitor International, 2016(Nov)

- 베트남은 수입 화장품이 전체 시장의 90% 이상을 차지하는 수입의존형 시장구조
  - 시장의 90%를 로레알, 시세이도, 클라란스, 라네즈, 오희, 네이처리퍼블릭, 더페이스샵 등 100여개 해외 브랜드가 점유
  - 자국 화장품 제조회사는 Sai Gon Cosmetics, Thorakao, Lana, Lan Hao 등이 있으나, 이들은 주로 저소득층과 라오스, 캄보디아 같은 주변국 수출을 목적으로 제품을 생산
  - 화장품 시장의 59.05%를 상위 20대 화장품 브랜드가 점유하고 있으며 그 중 대부분은 Unilever사, Procter & Gamble Company, Johnson & Johnson 3개 회사의 퍼스널케어 제품으로 브랜드 인지도를 통해 시장 점유율을 높이고 있음

〈표 4〉 베트남 화장품 브랜드별 시장 점유현황

(단위: %)

순위	브랜드	회사	2014년
1	Lifebuoy	Unilever	7.65%
2	Gillette	Procter & Gamble Company	5.59%
3	Dove	Unilever	5.10%
4	Neutrogena	Johnson & Johnson	4.38%
5	Clear	Unilever	3.27%
6	Pond's	Unilever	3.22%
7	Vaseline	Unilever	2.97%
8	Sunsilk	Unilever	2.59%
9	Oriflame	Oriflame	2.54%
10	safeguard	Procter & Gamble Company	2.42%
11	Rejoice	Procter & Gamble Company	2.41%
12	Revlon Flex	Revlon, Inc.	2.36%
13	Lux	Unilever	2.35%
14	Nivea	Beiersdorf AG	2.10%
15	Pantene	Procter & Gamble Company	1.93%
16	Aveeno	Johnson & Johnson	1.75%
17	Avon	Avon Products, Inc.	1.75%
18	Camay	Procter & Gamble Company	1.60%
19	Head & Shoulders	Procter & Gamble Company	1.55%
20	X-Men	International Consumer Products, Inc.	1.52%
기타		Other	40.95%
		Total	100%

자료: Datamonitor

### 나. 화장품 유통현황

- 과거에는 주로 전통재래시장에서 유통되었으나 최근 화장품 전문 소매점이 급성장
  - 베트남 화장품 유통은 화장품 전문소매점이 38.06%로 가장 높고 슈퍼마켓이 18.36%로 2위를 차지하며 화장품 소매점 17.75%, 편의점 12.61%, 백화점(면세점 포함) 5.57%, 드럭스토어 5.11% 순으로 나타남
  - 한국과 마찬가지로 정보력이 빠른 젊은 세대들은 전문 소매점을 선호하며 최근 소셜네트워크나 온라인 오픈마켓을 이용한 구매도 꾸준히 확대

〈표 5〉 베트남 화장품 유통채널 점유율

(단위: %)

순위	유통채널	점유율	주요 업체
1	화장품 전문소매점	38.06%	Nhat My Duyen, Skin 79, Rebone
2	슈퍼마켓	18.36%	Fooco Mart, Saigon Coop mart
3	화장품 독립소매점	17.75%	-
4	편의점	12.61%	Circle K, Vina Family Mart
5	백화점(면세점 포함)	5.57%	Parkson Corporation
6	드럭스토어	5.11%	MEDICARE, Guardian
7	기타	1.82%	-
8	주유소	0.39%	-
9	캐시앤캐리 및 창고판매	0.33%	-

자료: Datamonitor

### Ⅲ 교역현황

#### 가. 對 베트남 화장품 수출입현황

- '16년 기준, 베트남에 국내산 화장품을 약 0.7억 달러 수출, 베트남산 화장품 약 92만 달러 수입
  - 지난 5년간 연평균 수출시장은 28.6%, 수입시장은 77.2%로 수출입 모두 고성장

(표 6) 對 베트남 화장품 수출입 현황(2012-2016)

(단위: 천 달러, %)

구분	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	전년대비 증가율	연평균 성장률 ('12-'16)	
對세계	수출	990,523	1,242,754	1,894,850	2,930,516	4,193,616	43.1	43.4
	수입	1,260,993	1,295,619	1,410,932	1,421,478	1,459,492	2.7	3.7
	무역수지	-270,470	-52,865	483,919	1,509,038	2,734,125	-	-
對베트남	수출	26,178	38,355	43,992	53,849	71,620	33.0	28.6
	수입	93	203	493	210	916	335.8	77.2
	무역수지	26,085	38,152	43,499	53,639	70,704	-	-

자료: 한국무역통계진흥원 무역통계, 한국보건산업진흥원 재가공

#### 나. 對 베트남 무역규모

- '16년 기준, 전년대비 수출 증가율 33%를 기록하며 성장잠재력이 높아 포스트차이나로 기대를 모으고 있음
  - 높은 경제성장, 자국 화장품 수요 증가, 외국인투자확대 등이 시장확대의 원동력이 될 것으로 예상
  - 달러대비 자국 화폐 가치가 다소 낮은 편이지만, 중장기적으로 안정세를 보일 것으로 기대
- 베트남은 우리나라의 수출 8위 국가이며 한국의 " 베트남 수출액은 7,162만 달러
  - 對 베트남 무역수지는 2012년 부터 흑자를 유지하여 2016년 무역수지 7,070만 달러를 기록함
  - 베트남 화장품 수입시장에서 태국산 제품이 강세를 보였으나 2013년부터 시장점유율이 하락하고 있으며, 한국화장품의 수입은 꾸준히 증가하여 2015년 스킨케어 시장점유율 2위를 차지(국제무역연구원)

(표 7) 우리나라 화장품 주요 수출국 현황(2012-2016)

(단위: 천 달러, %)

순위	국가명	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	비중	전년대비 증가율
1	중국	221,947	305,005	595,456	1,185,877	1,577,023	37.6	33.0
2	홍콩	143,449	215,461	411,463	687,746	1,245,118	29.7	81.0
3	미국	78,897	107,666	155,952	240,669	350,367	8.4	45.6
4	일본	171,516	151,874	145,113	138,181	183,137	4.4	32.5
5	대만	62,278	95,092	126,020	139,839	136,362	3.3	-2.5
6	태국	70,979	80,200	87,875	94,079	118,566	2.8	26.0
7	싱가포르	40,555	41,264	48,122	65,841	93,975	2.2	42.7
8	베트남	26,178	38,355	43,992	53,849	71,620	1.7	33.0
9	말레이시아	36,020	40,284	46,252	48,704	61,141	1.5	25.5
10	러시아	18,519	23,866	37,880	35,772	48,277	1.2	35.0
전체 합계(268개국)		990,523	1,242,754	1,894,850	2,930,516	4,193,616	100.0	43.1

자료: 한국무역통계진흥원 무역통계, 한국보건산업진흥원 재가공

- 베트남 화장품의 국내 수입은 전년대비 335.8% 증가하여 31위 기록
  - 국내 화장품수입 주요국인 미국산 화장품 수입률은 11.2% 감소한 반면 베트남 화장품의 수입이 가장 큰 폭으로 증가

〈표 8〉 우리나라 화장품 주요 수입국 현황(2012-2016)

(단위: 천 달러, %)

순위	국가명	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	비중	전년대비 증가율
1	미국	372,418	402,235	463,282	448,756	398,415	27.3	-11.2
2	프랑스	292,616	300,077	349,520	339,982	368,338	25.2	8.3
3	일본	219,731	181,001	162,925	170,979	209,834	14.4	22.7
4	이탈리아	52,390	65,353	65,037	63,026	70,167	4.8	11.3
5	영국	55,315	56,802	63,054	55,801	56,377	3.9	1.0
6	독일	39,015	42,060	43,578	48,059	54,774	3.8	14.0
7	태국	48,713	46,658	47,052	55,923	48,625	3.3	-13.1
8	중국	25,790	30,758	30,511	33,478	43,787	3.0	30.8
9	캐나다	36,393	39,194	34,962	37,267	34,527	2.4	-7.4
10	아일랜드	13,264	15,817	17,514	26,400	24,415	1.7	-7.5
∴								
31	베트남	93	203	493	210	916	0.1	335.8
전체 합계(268개국)		1,260,993	1,295,619	1,410,932	1,421,478	1,459,492	100.0	2.7

주: 순위는 2016년 수입액 기준임

자료: 한국무역통계진흥원 무역통계, 한국보건산업진흥원 제공

## IV 인허가 및 통관 절차

### 가. 베트남 수출시 인증 및 허가

- 베트남 보건부 산하 식약청(The Drug Administration of Vietnam)에서 제품의 등록 및 인증을 담당
  - 베트남 식약청은 화장품 규정 Circular No. 06/2006/TT-BYT 발효 후 화장품 수입을 자유화로 변경하였으나, 수입 전 샘플 검사 및 서류 심사를 통한 승인을 먼저 받아야 함
    - 취급 제품별 별도의 등록이 필요하고 비용은 품목당 50만 VND, 승인 유효기간은 5년
    - ※ 별도등록 예외규정 : 세트 상품으로 판매되는 제품, 색상과 향은 다르지만 같은 성분을 이용한 제품, ASEAN Cosmetic Association의 결정에 따라 보건부 산하 식약청이 결정한 경우
    - 관련 서류와 함께 품질 테스트용 샘플을 제품당 3개 이상 제출

〈표 9〉 베트남 화장품 등록 시 필요 서류

준비서류	참고설명
제품등록신청서(Cosmetic Product proclamation Report)	수입업자가 현지에서 발급 및 작성
제조판매증명서(Certificate of Free Sale)	대한화장품협회에서 발급
제조업증명서(Authorization Letter from the Manufacture)	대한화장품협회에서 발급
분석증명서(Certificate of Analysis)	제조업체가 발급
성분리스트(Ingredient List)	%로 표시
위임장(Letter of Attorney)	수입업자에 대해 제조업체가 발급한 수출판매 위임장

자료: 한국무역협회

○ 베트남은 아세안 화장품 규격(ASEAN Cosmetics Directive)을 준수

- 베트남에서 정식 유통되는 화장품은 라벨 부착이 의무화되어 있고 식약처에서 발표한 금지 및 제한 성분 지침을 따라야 함

※ 라벨표시 필수 항목	
제품명칭, 효능, 사용법, 성분, 제조국, 함량, 제조번호, 제품을 판매하는 회사명과 주소, 제조일, 사용기한, 유의사항	

나. 수입통관 및 관세

○ 베트남 화장품 수입관세율은 2015년 한-베트남 FTA 발효에 따라 FTA 협정세율 적용

- 현행 관세율이 10년 철폐 품목으로 지정됨에 따라 한국화장품의 베트남 진출은 더욱 가속화되고 있음
- 베트남 관세율은 일반관세율, 특혜관세율, 특별특혜관세율 3가지로 구분되며 한국은 품목별 특별특혜관세율을 적용받음
- 스킨케어 제품과 메이크업의 일부 품목이 민감 품목에 해당되며 헤어 제품과 위생 용품은 일반 품목에 해당 됨
- 베트남은 화장품에 부가가치세(VAT) 10% 부과

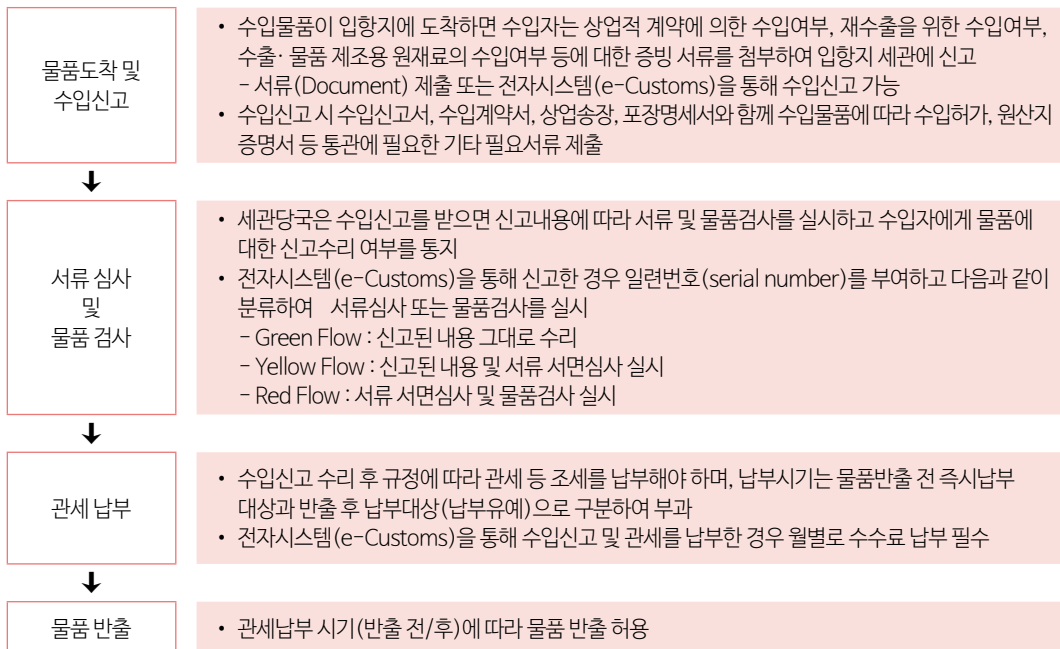
〈표 10〉 베트남 화장품 수입관세율

HS 코드	품목	실행세율(MFN rate)	FTA 협정세율(FTA Preferential rate)
3304.10.00	입술 메이크업 제품	20%	20%
3304.20.00	아이 메이크업 제품	22%	20%
3304.30.00	메니큐어 또는 페디큐어 제품	22%	15.4%
3304.91.00	파우더	22%	17.5%
3304.99.20	여드름 치료용 크림	10%	7%
3304.99.30	기타 얼굴, 피부용 로션	20%	14%
3304.99.90	기타 미용 또는 화장품	20%	14%

주: 실행세율(MFN rate)은 최혜국 관세율로서 한-베트남 FTA 협정세율을 적용할 수 없을 경우 적용되는 일반 관세율  
 자료: 국제무역연구원

○ 베트남의 수입 통관 절차는 물품 수입 신고, 서류 심사 및 물품 검사, 관세 납부, 물품 반출 순으로 진행

〈표 11〉 베트남 화장품 등록 시 필요 서류



자료: 국제무역연구원

V

## 베트남 진출 대표 한국 화장품 기업

### 가. 아모레퍼시픽

- 아모레퍼시픽은 지난 1998년 아세안 국가 중 최초로 베트남에서 현지 사업을 시작



그림 1. 베트남 호치민 Parkson 백화점의 라네즈 매장

- 2003년 프리미엄 브랜드 ‘라네즈’를 베트남에 공식 론칭했으며 현재 16개 백화점 매장에 입점
- 라네즈는 ‘Office Attack’ 이벤트 등 고객을 찾아가는 마케팅 활동을 전개해 베트남 뷰티 업계에서 큰 반향을 일으킴
  - ※ Office Attack 이벤트는 매년 2회 정도 베트남 내 주요 기업 200곳을 방문해 전 직원들을 대상으로 제품 샘플링, 뷰티 노하우 강좌 서비스를 제공
- 베트남 젊은층 공략을 위해 라네즈는 브랜드 자체 마이크로 사이트를 개설해 다양한 프로모션과 이벤트를 통해 새로운 고객 유입에 성공
- 2013년에는 설화수를 론칭함

### 나. LG 생활건강

- LG생활건강은 지난 1997년 10월에 베트남 현지기업 보카리맥스사와의 합작법인을 설립해 1998년 3월 처음으로 본격적인 화장품 사업을 시작
  - 적극적인 한류 마케팅, 프리미엄 브랜드 이미지 구축, 철저한 고객관리 시스템 운영을 통해 드봉에서 거둔 신화를 프리미엄 제품인 오희와 후로 연결하는 전략이 성공함
  - 2005년 7월에 오희가 현지에 진출했으며 호치민 내 다이아몬드 백화점과 Parkson 백화점 등에 전문매장을 오픈
  - 2006년 하반기에는 후를 베트남에 출시함으로써 베트남 고급 화장품 시장을 선점해 나가고 있음
  - LG VINA는 공연과 이벤트 문화를 선호하는 베트남의 독특한 국민성을 감안해 ‘메이크업 쇼’, ‘여성의 날’ 베스트 메이크업 선발, ‘사이공의 밤’ 등의 게릴라 이벤트를 전개하는 등 소비자 접점 마케팅을 활발히 펼치고 있음
    - ※ LG VINA는 LG 화장품의 고급 이미지를 구축하는 플래그십 스토어로서 베트남 전역에 이미지숍을 운영하고 있을 뿐만 아니라 전국적인 방문 판매 조직도 운영하고 있음

### 다. 네이처리퍼블릭

- 2013년 3월 베트남 시장에 진출한 네이처리퍼블릭은 현재 총 11개 단독 매장 운영 중
  - 네이처리퍼블릭은 피부 건강을 효과적으로 관리할 수 있도록 피부 진단 서비스와 뷰티 컨설팅을 제공해 베트남 여성들의 만족감을 높일 뿐 아니라 맞춤형 프로모션 전개를 통해 적극적으로 현지 시장을 공략
  - 베트남의 젊은 층을 공략하기 위해 한류 열풍의 주역으로 큰 인기를 끌고 있는 엑소와 태연 등 글로벌 모델 발탁을 통해 우수한 제품력을 알리고 있음
  - SNS를 통한 마케팅 활동으로 친근한 브랜드 이미지를 전달
    - ※ 베트남 현지 네이처리퍼블릭 인기제품: 수딩앤모이스처 알로에베라 92% 수딩젤, 슈퍼 아쿠아맥스 컴비네이션 수분크림, 스네일 솔루션 크림

### 라. K-뷰티 글로벌 역량강화 컨퍼런스

- 한국보건산업진흥원은 지난 5월 베트남에서 전문가용화장품 및 뷰티교육기관의 현지 진출 가능성을 모색하는 국제 컨퍼런스를 개최함
  - 베트남 메콩뷰티쇼(Mekong Beauty Show)와 한국의 170개 업체가 참여한 K-뷰티 엑스베트남(K-BEAUTY EXPO VIETNAM)'이 동시에 열린 기간(6월 15일(목)~17일(토))중 국제 컨퍼런스 개최를 통해 수출 역량강화 및 해외 판로 개척을 지원하고 K-뷰티 교육컨텐츠의 해외 홍보 및 국제 경쟁력 강화를 위해 개최됨
  - 이번 컨퍼런스에는 싸이, 박보검, 소녀시대 등 한류스타들을 주로 담당하는 한국의 유명 헤어 디자이너와 메이크업 아티스트가 국내 전문가용제품을 이용하여 다양한 최신 K-뷰티 트렌드를 직접 시연함
  - 또한, 진흥원이 컨퍼런스에 참여한 9개 업체들에게 지원한 공동부스에서는 매일 3회 미니트렌드쇼를 진행하여 박람회기간 중 가장 인기 있는 부스로 인정받았고, 총 23회의 바이어상담회를 개최하여 다수의 단위계약이 성사될 가능성이 높으며 현장에서 30만불 계약이 성사되기도 함



그림 2. K뷰티글로벌 역량강화 컨퍼런스



그림 3. 공동부스내 전문가 시연



## VI 요약 및 시사점

- ◎ 베트남 여성들의 사회 진출이 활발해짐에 따라 화장을 하는 여성인구가 증가하면서 화장품 시장이 지속적으로 성장

  - 2015년 베트남의 화장품·퍼스널 케어 제품 시장은 7.9억 달러로 연평균 15.8%의 성장세
  - 베트남의 고온다습한 기후적 특성과 여성들의 하얀 피부에 대한 열망으로 미백 화장품에 대한 수요가 점차 증가
- ◎ 베트남 스킨케어 시장은 매출액 상위 5개 기업의 시장 점유율이 40.2%로 높은 편

  - 2015년 기준 다국적 기업인 유니레버(Unilever)가 11.6%의 점유율을 기록하며 1위를 차지
  - 한국의 LG 비나코스메틱(LG Vina Cosmetics)이 2012년부터 2위 자리를 유지
- ◎ 베트남 화장품 진출 전략

  - 2015년 한·베트남 FTA 발효로 화장품 수입 관세가 인하됨에 따라 우리 제품의 가격 경쟁력 향상으로 수출 확대 기회가 마련될 것으로 전망
  - 저가 퍼스널케어 시장이 아직 강세이므로 샴푸, 바디클린저, 비누 등 저가 퍼스널케어 진출 가능성 높음
  - 한국화장품은 한류의 영향으로 인지도가 높은 편이지만 글로벌 브랜드와의 경쟁이 갈수록 치열해지고 있어 시장점유율 확대를 위해서는 차별화된 진출 전략이 필요
    - 성분 안전성이 입증된 고품질 화장품 출시
    - 소비자의 니즈와 트렌드에 맞는 다양한 제품 라인 준비
    - 지역별 맞춤형 마케팅 전략 추진
    - 새로운 온라인 판매 채널 활용 등을 고려한 진출 전략을 마련

### 〈참고문헌〉

1. 한국보건산업진흥원, 화장품산업 분석 보고서 (2017)
2. 보건복지부 보도자료, 2016년 보건산업 수출 102억 달러 달성
  - 제약 의료기기 화장품 등 보건산업 수출 및 경영성과 발표
3. 한국무역협회, 베트남 미백화장품 시장 (2017)
4. 한국무역통계진흥원, 무역통계 (2017)
5. 한국무역협회, 베트남 화장품 시장 보고서 (2014)
6. COS'IN 뉴스 보도자료, [기획특집] 베트남 화장품 시장 인기 브랜드 (2016)
7. Impact, 화장품 시장동향 및 전망 (2016)
8. 국제무역연구원
9. Euromonitor International (2016)
10. Datamonitor (2016)

- ◎ 편집인 : 박순만 단장
- ◎ 작성 : 이승희 연구원
- ◎ 본 내용은 연구자의 개인적인 의견이 반영되어 있으며, 한국보건산업진흥원의 공식견해가 아님을 밝혀드립니다.
- ◎ 본 간행물은 보건산업통계포털(<http://www.khiss.go.kr>)에 주간단위로 게시되며 PDF 파일로 다운로드 가능합니다.



**KHISS**  
 보건산업통계시스템  
[www.khiss.go.kr](http://www.khiss.go.kr)