

12면



쌀국수 나라에 별이 11개 베트남 파인다이닝



1억 명이 먹는 약 - 베트남 바이오 · 제약 산업이 열리고 있다

베트남은 인구가 1억200만 명이다. 기대 수명이 76세로 올라가면서 암·당뇨·심장 질환 같은 오래 치료해야 하는 병이 빠르게 늘고 있다. 30년 전만 해도 약을 살 형편이 안 됐던 나라였지만 지금은 인구의 30% 가까운 약 3,000만 명이 서양 의약품을 살 수 있는 소득 수준이 됐다. ...

4면



베트남 생방송 쇼핑이 유통 지도를 바꾸고 있다

밤 10시, 호찌민시 어느 아파트, 스마트폰 화면에 여성 크리에이터가 화장품을 실시간으로 발라보이며 외친다. "다음 10분 안에만 이 가격!" 댓글창이 터진다. 주문 버튼이 눌린다. 이 크리에이터는 직원도 없고 매장도 없다. 그런데 한 달에 수천만 원어치 상품을 판다. ...

8면



베트남 최북단 하장성 걷는 것 자체가 약이 된다

베트남에는 오토바이로 달리는 여행이 있고, 두 발로 걷는 여행이 있다. 하장(Ha Giang) 성에서는 둘 다 가능하지만, 진짜 하장을 만나는 방법은 걷는 것이다. 오토바이 바퀴가 닿지 않는 발 사이 좁은 흙길, 소수민족 아이들이 뛰어노는 마을 안쪽 골목, 대나무 숲이 터널처럼 이어지는 산길. ...

13면



사장님의 성공적인 사업을 위해

금융은 신한이
책임
지겠습니다



실시간 입금안내

계좌 입금 즉시
스피커로 입금 내용 안내



사업용 계좌

사업용 입출금 계좌에
최대 연 4.5% 이자 제공



스마트 결제 POS

한국어 지원 POS 제공
및 최저 카드 수수료 혜택



매장관리 서비스

여러 매장을 SOL App에서
통합하여 관리 및 운영



SOL 앱 다운로드
QR 스캔



신한금융그룹 in Vietnam

Shinhan Bank Shinhan Finance Shinhan Securities Shinhan Life Shinhan DS

국제 신뢰를 잃으면 무너지고, 연결을 만들면 성장한다

캄보디아의 경고와 라오스의 가능성 - 메콩 두 나라의 엇갈린 투자 환경

메콩강을 사이에 둔 두 나라가 서로 다른 방향을 걷고 있다. 캄보디아는 국경 분쟁과 사기 컴파운드 문제로 국제 사회의 신뢰를 잃으면서 경제가 무너지는 현실을 겪고 있다. 라오스는 작은 나라이지만 철도·도로·무역로를 잇는 연결 전략으로 지역 물류의 핵심 고리가 되어 가고 있다. 두 나라의 오늘이 투자자들에게 서로 다른 교훈을 준다.



① 캄보디아 - 국제 신뢰를 잃으면 경제가 무너진다

국제 관광객이 7개월 간 46% 사라졌다.

올해 1월부터 7월까지 캄보디아를 찾은 외국인 관광객이 지난해 같은 기간보다 46% 줄었다. 숫자만 보면 충격적이지만 이유를 보면 더 씁쓸하다. 태국과의 국경 분쟁으로 캄보디아 경유 관광 코스가 무너졌고, 전 세계에 알려진 온라인 사기 컴파운드 문제가 캄보디아 이미지에 깊은 상처를 냈다. "캄보디아에 가면 위험하다"는 인식이 퍼지면서 패키지 여행사들이 캄보디아를 일정에 빼기 시작했다.

훈마넷 총리가 12억2,000만 달러(한화 약 1조6,400억 원) 규모의 위기 대응 계획을 발표했다. 태국에서 돌아온 90만 명 이주 노동자 재취업, 국경 지역 소상공인 지원, 새로운 수출 시장 개척이 핵심이다. 오운 포른모니룻 부총리는 "여러 위기에 동시에 직면해 있다"고 공식 인정했다. 국경 분쟁·사기 컴파운드·이란발 연료 가격 불안이라는 세 겹의 악재가 겹쳤다.

◆ 투자자를 위한 교훈

국제 신뢰는 한번 무너지면 되찾는 데 시간이 오래 걸린다. 캄보디아 사기 컴파운드 문제는 정부가 직접 만든 것이 아니었지만 "목인했다"는 인식이 관광·투자 환경 전체를 훼손했다. 12억 달러 대응 계획이 효과를 내려면 정책 이행과 함께 국제 사회에 "캄보디아가 바뀌고 있다"는 메시지를 꾸준히 전달해야 한다. 캄보디아를 대상으로 투자를 검토하는 기업이라면 정치·사회 리스크 관리를 경제 성장률보다 먼저 살펴봐야 하는 시점이다.

② 라오스 - 작지만 연결하는 나라가 되고 있다

인구 780만 명의 작은 나라가 동남아 물류 지도를 다시 그리고 있다.

이번 주 라오스에서 세 가지 인프라 소식이 동시에 나왔다. 합쳐서 보면 하나의 방향이 보인다. 라오스가 중국·태국·베트남·말레이시아를 잇는 물류 교차점이 되려 한다는 것이다. 첫째, 라오스 재정부와 공공사업부가 국도 9호선 복구·확장 공사 입찰을 시작했다. 사업비 약 1억4,900만 달러(한화 약 2,000억 원)인 이 도로는 태국에서 라오스 사바나켓을 거쳐 베트남 동하이항까지 이어진다. 이 도로가 복구되면 태

국 상품이 베트남 항구를 통해 세계로 나가는 경로가 더 빠르고 저렴해진다.

둘째, 태국 농카이와 라오스 비엔티안을 잇는 메콩강 철도 전용 교량 건설이 양국 간에 협의되고 있다. 현재 이 구간에 있는 다리는 도로와 철도를 함께 쓰다 보니 화물 처리 속도가 느리다. 철도 전용 다리가 새로 생기면 2021년 개통한 중국-라오스 고속철과 태국 철도가 훨씬 원활하게 연결된다. 중국에서 만든 물건이 라오스를 지나 태국·말레이시아·싱가포르까지 기차로 이동하는 길이 더 빨라지는 것이다.

셋째, 라오스와 말레이시아가 육로와 바다를 결합한 새 무역 경로를 열었다. 라오스에서 배를 타지 않고도 말레이시아 항구를 통해 세계 시장으로 물건을 보낼 수 있게 됐다. 말레이시아는 동남아 물류 허브 지위를 강화하고 라오스는 중국 방향 의존도를 낮추는 다변화 효과를 얻는다.

라오스-베트남 교역도 빠르게 성장하고 있다. 올해 1월부터 7월까지 두 나라 간 교역 규모가 14억7,000만 달러(한화 약 1조9,800억 원)에 달했으며 2026~2030년 협력 계획에서 비엔티안-봉양 철도·비엔티안-하노이 고속도로 건설도 논의되고 있다. 아시아개발은행도 앞으로 3년간 라오스에 약 10억 달러(한화 약 1조3,500억 원)를 지원하기로 약정했다.

◆ 투자자를 위한 시각

라오스는 외채 문제라는 어두운 면이 있다. 국내총생산 대비 외채 비율이 100%를 넘는 상황이다. 그러나 인프라 투자의 방향은 분명하다. 중국-라오스 고속철을 축으로 태국·베트남·말레이시아와 연결되는 물류망이 실제로 구축되고 있다. 한국 기업들에게 라오스는 최종 소비 시장이라기보다 "통과하는 물류 회랑"의 관점에서 접근하는 것이 현실적이다. 도로·교량·물류 창고·전자 통행료 시스템 같은 인프라 분야에서 구체적인 사업 기회가 열리고 있다.

[출처: Khmer Times "Cambodia International Tourist Arrivals -46%" (2026.09.06) • Khmer Times "\$1.22B Multi-Crisis Plan" (2026.09.06) • Mekong Memo Laos (2026.09.02) 국도 9호선 입찰 • The Star "Laos-Vietnam Trade \$1.47B" (2026.08.31) • Yeginfra "Infrastructure Laos Cambodia Q2 2026" • ADB Laos 10억 달러 약정 • Mekong Region News 태국-라오스 철교·라오스-말레이시아 무역 회랑]

1억 명이 먹는 약 - 베트남 바이오·제약 산업이 열리고 있다

2025년 약 80억 달러 시장이 2034년 160억 달러로 - 고령화·만성 질환·정부 정책이 만드는 10년 성장

베트남은 인구가 1억200만 명이다. 기대 수명이 76세로 올라가면서 암·당뇨·심장 질환 같은 오래 치료해야 하는 병이 빠르게 늘고 있다. 30년 전만 해도 약을 살 형편이 안 됐던 나라였지만 지금은 인구의 30% 가까운 약 3,000만 명이 서양 의약품을 살 수 있는 소득 수준이 됐다. 베트남 정부는 2025년부터 제약·바이오 산업을 국가 핵심 육성 산업으로 지정했다. 이 모든 조건이 맞물리면서 베트남 바이오·제약 시장이 조용히, 그러나 빠르게 성장하고 있다.



▶ 베트남 바이오·제약 시장 규모 전망 (IMARC · Fortune Business Insights 종합)

분야	2025년 시장 규모	2034년 전망	연평균 성장률	주요 성장 동력
제약 전체 (의약품·의료용품)	약 80억~86억 달러 (한화 약 10조 8,000억~11조 6,000억 원)	약 146억~160억 달러 (한화 약 19조 6,000억~21조 5,000억 원)	연평균 7~9%	고령화·만성 질환 급증 중산층 의료비 지출 확대 정부 의료 인프라 투자
바이오 제약 (생물 의약품 특허)	약 14억 달러 (한화 약 1조 9,000억 원)	약 28억 달러 (한화 약 3조 8,000억 원)	연평균 7.49%	암·당뇨·자가면역 질환 증가 복제 생물 의약품 도입 글로벌 제약사 기술 이전
생명공학 (바이오테크 전체)	약 34억 달러 (한화 약 4조 6,000억 원)	약 89억 달러 (한화 약 12조 원)	연평균 10.87%	유전자 연구 투자 확대 개인 맞춤 의료 성장 백신·진단 분야 자립 강화

① 왜 지금 베트남 제약·바이오인가

세 가지 큰 흐름이 동시에 맞물리고 있다. 첫 번째는 인구다. 베트남 인구의 21% 인 약 2,040만 명이 10~24세다. 이 젊은 인구가 나중에 나이 들며 의료 수요를 만들어낼 "예약된 시장"이다. 동시에 60세 이상 인구가 빠르게 늘어나면서 지금 당장 약이 필요한 환자도 늘고 있다. 심장 질환으로만 한 해 10만 명 이상이 사망하며 약 160만 명이 심장 질환을 안고 산다. 당뇨·암·고혈압 환자 수도 매년 증가하고 있다.

두 번째는 돈이다. 베트남 중산층이 빠르게 늘면서 의료비 지출이 커졌다. 전체 인구의 30% 가까운 약 3,000만 명이 이제 국산 저가 약이 아닌 수입 브랜드 의약품을 살 의향과 능력을 갖췄다. 호주·뉴질랜드 건강보조식품이 베트남 세계 2위 수출처가 된 것과 같은 맥락이다. 세 번째는 정책이다. 베트남 정부가 2030년까지 의약품 수요의 80%를 국내 생산으로 충당하고 2045년까지 세계 제약 공급망에 참여하는 고기술 산업으로 키우는 계획을 세웠다. 국내 생산을 늘리려면 원료·공정·연구 모두에 외국 기술과 투자가 필요하다. 외국 기업에게 문을 열어야 하는 구조적 이유가 생긴 것이다.

② 지금의 한계 - 이것이 기회이기도 하다

베트남 제약 시장의 가장 큰 문제는 "많이 팔리지만 직접 만들지 못한다"는 것이다. 현재 베트남에서 사용되는 의약품 중 약 절반 이상이 수입품이다. 특히 고가의 암 치료제·당뇨 주사제·바이오 의약품은 대부분 외국에서 들어온다. 수입 의존도가

높으니 환율이 오르거나 공급이 끊기면 약값이 뛰거나 구하기 어려워진다. 코로나 19 시기에 이 문제를 크게 느꼈다. 베트남 내 제약 기업이 300개를 넘지만 대부분 소규모이며 신약 연구보다 기존 약의 복제 생산에 집중한다. 원료의 약 80%를 중국·인도에서 들여온다. 자체 연구·개발 투자가 아직 초기 단계다.

이 한계가 외국 기업에게는 기회다. 기술을 가진 기업이 들어올 공간이 많다는 뜻이기 때문이다. 실제로 화이자·에보트·사노피·로슈 같은 세계적인 제약사들이 이미 베트남에 판매 법인을 두고 있다. 생산 공장을 짓거나 베트남 제약사와 기술 이전 계약을 맺는 사례도 늘어나고 있다.

③ 한국 기업에게 어떤 기회가 있는가

한국은 이미 의약품·바이오 분야에서 강한 나라다. 삼성바이오로직스·셀트리온은 세계 수준의 복제 생물 의약품 생산 역량을 갖추고 있다. 한미약품·대웅제약·종근당 같은 기업들은 동남아 시장을 적극적으로 개척 중이다. 베트남에서 구체적으로 가능한 기회는 세 가지 방향이다.

첫째는 기술 이전과 현지 생산이다. 베트남 정부가 2030년까지 국내 생산 비율을 높이려 하기 때문에 한국 제약사가 베트남 현지 기업과 손잡고 공장을 짓거나 기술을 넘겨주는 방식이 유리한 환경이다. 둘째는 복제 생물 의약품이다. 오리지널 바이오 의약품보다 저렴하게 만들 수 있는 복제 생물 의약품 시장이 베트남에서 빠르게 자리를 잡고 있다. 셋째는 진단·의료기기다. 약만이 아니라 병을 진단하는 기기와 시약 시장도 함께 성장한다. 한국 의료기기 기업들이 이미 일부 진출해 있지만 아직 공간이 많다.

★ 편집부 평가

베트남 제약·바이오 시장은 화려하게 알려진 분야가 아니다. 반도체·데이터센터처럼 뉴스에 자주 등장하지 않는다. 그러나 1억 명이 먹는 약이라는 기초 수요는 경기에 관계없이 꾸준하다. 고령화·만성 질환·정부 정책이라는 세 가지 조건이 갖춰진 지금, 이 시장에 일찍 자리를 잡는 기업이 10년 뒤 가장 안정적인 베트남 사업 기반을 갖게 될 가능성이 높다. 급하게 뛰어드는 것보다 현지 파트너를 찾고 규제 환경을 충분히 이해한 뒤 진입하는 신중한 접근이 이 분야에서 특히 중요하다.

[출처: IMARC Group "Vietnam Pharmaceuticals Market 2026-2034" · IMARC Group "Vietnam Biopharmaceutical Market 2026-2034" · IMARC Group "Vietnam Biotechnology Market 2026-2034" · Fortune Business Insights "Vietnam Pharmaceuticals Market" · The Investor "Vietnam pharmaceutical industry on track for sustainable growth 2026" (2026.03.05) · B-Company "Vietnam Pharmaceutical industry 2026" (2026.04.07) · Drug Administration of Vietnam (DAV) 연간 성장률 6~8% 공식 발표]

VN-Index 1,820p대 횡보 · FTSE 편입 효력 발생 D-10일

미국 금리 인상 확률 주간 44%→75%로 급등



① 베트남 증시 주간 흐름 - 1,820p대 횡보, 방향 결정 못 한 한 주

이번 주 베트남 증시는 방향을 잡지 못하고 1,820포인트 안팎에서 오르내렸다.

지난주(9월 4일) 1,847포인트까지 올랐던 VN-Index는 이번 주 월요일(9.7) -1.70% 하락하며 1,821포인트로 출발했다. 이후 화요일(9.8) +0.48% 반등하며 1,830포인트를 잠시 회복했다가 다시 조정을 받는 흐름이 반복됐다. 한 주 내내 1,820포인트대에서 위아래를 오갔다. 방향을 결정하지 못한 가장 큰 이유는 미국 중앙은행(연방준비제도)의 다음 주 금리 결정 때문이다. 금리를 올린다는 쪽으로 시장 기대가 빠르게 쏠리면서 베트남을 포함한 신흥국 증시 전반에 불안감이 생겼다. 한 달 기준으로는 아직 +2.53%이고 1년 기준으로는 +12.13%를 유지하고 있다. 단기 변동성 안에서도 올해 전체 상승분은 지켜지고 있는 셈이다.

FTSE 러셀(세계적인 주가지수 산출 기관)의 베트남 편입 효력 발생까지 D-10일이다. 9월 15일 최종 편입 내역이 발표되고 9월 21일 실제로 효력이 생긴다. 이날을 기준으로 FTSE 러셀 지수를 따르는 전 세계 펀드들이 베트남 주식을 의무적으로 사야 한다. 증권사 PHS 연구팀장은 "다음 주 미국 금리 결정과 FTSE 최종 발표가 겹치는 9월 15일~21일이 올해 베트남 증시에서 가장 중요한 한 주"라고 밝혔다.

② 이번 주 가장 큰 변화 - 미국 금리 인상 기대가 한 주 만에 44%에서 75%로 뛰었다

이번 주 전 세계 금융 시장을 흔든 것은 미국 중앙은행의 다음 주 금리 결정에 대한 기대의 급격한 변화였다.

지난주 말까지만 해도 시장에서 미국이 9월 15~16일 회의에서 금리를 올릴 것이라고 보는 비율이 44% 정도였다. 그런데 이번 주에 연달아 세 가지 변수가 터지면서 이 비율이 75%까지 뛰었다. 첫째, 미국 8월 일자리 증가 수가 16만2,000개로 전문가 예상(약 5만6,000개)을 세 배 가까이 넘었다. 일자리가 이렇게 잘 늘면 물가도 같이 오를 수 있어서 중앙은행이 금리를 올려야 한다는 논리가 강해진다. 둘째, 미국 중동 분쟁으로 석유 공급이 줄면서 유가(브렌트유)가 배럴당 100달러에 이르렀다. 석유값이 오르면 전체 물가가 올라 중앙은행이 금리를 더 올려야 하는 압박을 받는다. 셋째, 미국의 9월 생산자 물가 지수(물건을 만드는 사람들이 받는 가격)가 예상보다 높게 나왔다.

이것이 베트남을 포함한 신흥국 증시에 어떤 영향을 주는지 쉽게 설명하면 이렇다. 미국이 금리를 올리면 달러 예금이나 미국 채권의 수익률이 높아진다. 그러면 전 세계 투자 자금이 "안전하고 수익이 좋은" 미국으로 이동한다. 베트남·인도·동남아 같은 신흥국에서 돈이 빠져나오는 압력이 생기는 것이다. 이것이 이번 주 내내 베트남 증시가 1,820포인트대에서 위로 치고 나가지 못한 핵심 이유다.

③ 금값 급락 · 원화는 강세 유지 - 이 두 자산이 같이 움직이지 않는 이유

이번 주 금값과 원화가 반대 방향으로 움직이는 독특한 장면이 나왔다.

금값은 크게 떨어졌다. 국제 금값이 주초 온스당 약 4,430달러에서 시작해 주말(9.11)에는 4,327달러까지 내려왔다. 한 주 만에 약 103달러가 떨어진 것이다. 베트남 국내 SJC 금값도 주초 1돈당 144만~147만 동에서 9월 11일 141만4,000동까지 하락했다. 미국 중앙은행이 금리를 올릴 것이라는 기대가 커지면서 달러가 강해지고 금값이 내려간 것이다. 달러가 강하면 달러 이외 자산인 금이 상대적으로 덜 매력적으로 보인다.

그런데 원화는 달랐다. 원화는 이번 주에도 1,336~1,345원대 연중 최강 구간을 유지했다. 달러가 강해지면 보통 원화 같은 신흥국 통화는 약해지는 것이 일반적이다. 그런데 원화는 버티고 있다. 이유가 있다. 한국 반도체 수출이 올해 1~8월 169.6% 급증하면서 한국으로 들어오는 달러가 넘쳐나고 있다. 이 구조에서 달러가 전체적으로 강해지는 분위기에서도 원화는 따로 버티는 힘이 있다.

베트남에 투자하거나 송금을 고려하는 분들에게 지금 환경을 정리하면 이렇다. 원화는 연중 최강 구간이라 달러 환전 비용이 낮다. 그러나 다음 주 미국 금리 결정에 따라 달러가 강해지면 원화도 영향을 받을 수 있다.

④ 다음 주 핵심 일정 - 이번 달 가장 중요한 한 주

- 9월 15일 (월) FTSE 러셀 최종 편입 내역 공개 - 베트남 27개 기업의 정확한 편입 비중 확정
- 9월 15~16일 (월~화) 미국 중앙은행 금리 결정 회의 - 인상 확률 75% / 결과에 따라 전 세계 시장 방향 결정
- 9월 14~16일 태국 국왕·왕비 베트남 국빈 방문 - 양국 교역 관계 발표에 주목
- 9월 21일 (일) FTSE 러셀 편입 효력 발생 D-10일 - 전 세계 펀드 베트남 주식 매수 시작

[출처: TradingEconomics VN-Index 1,821p (2026.09.07) • Sunday Guardian Live "Gold Price Vietnam September 11: SJC 141.4 million dong" (2026.09.11) • Vietnam.vn "SJC gold September 7: 144-147 million dong" (2026.09.07) • Investrade "Market Review September 10" (2026.09.10) • Alain Guillot "Stock Market Recap September 10" (2026.09.10) • Polymarket "Fed decision September 2026" • World Gold Council Weekly Monitor September 7 • Xe.com USD/KRW 1,336.54원 (2026.09.09~10)]

**르네상스
에서
인상주의
까지**

**14세기부터 19세기 명화
숲속의 야외오픈 프로젝트**

Open . 2026. October .01

2027. October .01

**SAFAMA
세계명화 대전**

서양 미술사 600년 레플리카 전을 엽니다

사파마 힐링캠프 , Tel 0924 836 445, Website : safamacamp.com

주소 : Hamlet 4, Toc Tien Commune, Phu My Town, BRVT



사파마 힐링캠프

SAFAMA HEALING CAMP

Danh sách các trường phái hội họa triển lãm tranh sao chép danh họa
힐링캠프 명화 레플리카 화풍별 목록

			YEARS	QUANTITY	PERSON
회화 양식	ARTISTIC STYLE IN PAINTING	PHONG CÁCH HỘI HỌA	제작년도	작품 수	화가 인수
초기르네상스	EARLY RENAISSANCE	PHỤC HƯNG SƠ KỲ	1400	14	12
르네상스	RENAISSANCE	PHỤC HƯNG	1500	20	9
매너리즘	MANERISM	CHỦ NGHĨA CÁCH TÂN	1550	4	3
바로크	BAROQUE	BAROQUE	1600	15	8
로코코	ROCOCO	ROCOCO	1700	12	3
고전주의	NEOCLASSICISM	CHỦ NGHĨA TÂN CỔ ĐIỂN	1750	10	2
낭만주의	ROMANTICISM	CHỦ NGHĨA LÃNG MẠN	1800	13	7
사실주의	REALISM	CHỦ NGHĨA HIỆN THỰC	1850	23	9
인상주의	IMPRESSIONISM	CHỦ NGHĨA ẢN TƯỢNG	1900	116	16
입체파 현대미술	MODERN, CONTEMPORARY ART	NGHỆ THUẬT HIỆN ĐẠI, ĐƯƠNG ĐẠI	2000	11	3
				238 장	72 명

Danh sách họa sĩ triển lãm tranh sao chép danh họa

힐링캠프 명화 레플리카 (복제) 전시전 작가 목록

TÊN HỌA SĨ	TRANH	TÊN HỌA SĨ	TRANH	TÊN HỌA SĨ	TRANH
Adolphe William Bouguereau	1	Hans Holbein the Younger	1	Paolo Veronese	2
Agnolo Bronzino	2	Henri Rousseau	1	Park Soo-keon	1
Albrecht Durer	1	Ilya Yefimovich Rep	1	Parmigianino	1
Alfred Sisley	2	Jacopo da Pontormo	1	Paul Cézanne	3
Ambrogio Lorenzetti	1	Hieronymus Bosch	2	Paul Gauguin	7
Amedeo Modigliani	1	Jacques-Louis David	7	Peter Paul Rubens	1
Andrea Mantegna	1	Jan van Eyck	1	Pierre- Auguste Renoir	15
Camille Pissaro	1	Jean Auguste Dominique Ingres	2	Pieter Bruegel the Elder	4
Caspar David Friedrich	2	Jean Baptiste Simeon Chardin	1	Pole Cezanne	1
Claude Lorrain	1	Jean- François Millet	14	Raffaello Sanzio	1
Claude Monet	38	Jean-Antoine Watteau	2	Rembrandt van Rijn	5
Diego Velázquez	1	Jean-Honoré Fragonard	3	Rosso Fiorentino	1
Edgar Degas	2	Johannes Vermeer	3	Salvador Dalí	1
Edouard Manet	1	John Constable	2	Sanzio Raffaello	1
Edvard Munch	2	Joseph Mallord William Turner	1	Sandro Botticelli	2
El Greco	3	Le Carvaggio	2	Simone Martini	1
Eugène Delacroix	3	Katsushika Hokusai	1	Théodore Géricault	2
Francisco Goya	1	Leonardo da Vinci	3	Tintoretto	2
Francois Boucher	4	Limbourg brothers	1	Tommaso di ser Giovanni Masaccio	2
Georges Seurat	2	Mary Cassatt	1	Unknown	1
Giotto di Bondone	1	Matthias Grunewald	1	Vecellio Tiziano	2
Giuseppe Arcimboldo	2	Michelangelo Buonarroti	2	Vincent van Gogh	53
Gustav Klimt	2	Narcisse Virgilio Díaz de la Peña	1	Willem Claesz Heda	1
Gustave Caillebotte	1	Nicolas Poussin	2	William Hogarth	1
Gustave Courbet	2	Pablo Picasso	2	Winslow Homer	1
Henri Matisse	2		58		112
	80				250

베트남 생방송 쇼핑이 유통 지도를 바꾸고 있다

틱톡숍 · 쇼피 합산 98% 독점 · 쇼핑이 오락이 된 나라 · 월 5만불 버는 크리에이터



밤 10시, 호찌민시 어느 아파트, 스마트폰 화면에 여성 크리에이터가 화장품을 실시간으로 발라보이며 외친다. "다음 10분 안에만 이 가격!" 댓글창이 터진다. 주문 버튼이 눌린다. 이 크리에이터는 직원도 없고 매장도 없다. 그런데 한 달에 수천만 원어치 상품을 판다. 이것이 베트남에서 지금 가장 빠르게 바뀌고 있는 소비 현장이다. 전문 용어로 "라이브 커머스(생방송 쇼핑)"라고 한다. 베트남에서는 틱톡(TikTok)의 쇼핑 기능과 쇼피(Shopee)가 이 시장을 이끌고 있다. 그리고 그 속도가 세계 어느 나라보다 빠르다.

둘째는 신뢰의 문제를 생방송이 풀었다. 베트남 소비자들은 온라인 쇼핑을 할 때 "사진과 실제 물건이 다를 수 있다"는 의심을 가져왔다. 그런데 생방송에서는 크리에이터가 직접 입어보고 발라보고 써본다. 속일 수가 없다. 실시간으로 질문하면 바로 답이 온다. 이 투명성이 신뢰를 만든다. 셋째는 가격 경쟁이다. 생방송 쇼핑에서는 "지금 이 순간만"이라는 한정 할인이 구매 버튼을 누르게 만든다. 베트남 소비자들은 가격에 민감하고 좋은 조건을 찾는 것을 즐긴다. 생방송의 긴장감이 이 심리를 자극한다.

② 틱톡숍이 판을 바꿨다 - 쇼피도 따라가야 했다

시마르케팅 기업 씨미고(Cimigo)의 2026년 분석에 따르면 베트남 전자상거래 시장은 사실상 틱톡숍과 쇼피 두 곳이 약 98%를 나눠 갖는 구조가 됐다. 몇 년 전만 해도 라자다(Lazada)·티키(Tiki)·센도(Sendo)가 각자의 영역을 갖고 있었다. 그런데 틱톡숍이 2022~2023년 베트남에서 생방송 쇼핑을 본격화하면서 판이 완전히 바뀌었다. 쇼피도 생방송 기능을 대대적으로 강화할 수밖에 없었다.

가장 극적인 변화는 콘텐츠가 광고보다 강해졌다는 것이다. 브랜드가 수억 원을 들여 만든 광고보다 팔로워 5만 명짜리 크리에이터가 솔직하게 찍은 15초 영상이 더 많이 팔릴 수 있다. 씨미고는 "쇼핑 콘텐츠가 이제 주류 미디어 소비의 일부가 됐다"고 표현했다. 사람들이 오락을 즐기다가 쇼핑을 하는 것이 아니라, 쇼핑 자체가 오락이 된 것이다. 이 변화는 돌이킬 수 없다.

③ 이 변화가 기업에게 말하는 것

베트남 소비자 트렌드 전문 기관 씨미고는 2026년 베트남에서 성공하는 브랜드의 조건을 이렇게 정리했다. "채널 장악력, 그리고 지켜낼 수 있는 가치." 좋은 제품을 만드는 것만으로는 부족하다. 틱톡숍과 쇼피에서 팔지 않으면 베트남 소비자 앞에 서지 못한다. 그리고 그 플랫폼 안에서 크리에이터를 통한 생방송 쇼핑을 활용하지 않으면 경쟁에서 뒤처진다. 한국 기업들에게 이 변화는 두 가지 기회를 열었다. 하나는 베트남에 제품을 팔고 싶은 한국 중소기업들이 매장 없이 생방송 쇼핑만으로 진입할 수 있는 길이 열렸다는 것이다. 한국 화장품·건강기능식품·식품은 베트남 생방송 쇼핑에서 인기 있는 카테고리다. 다른 하나는 한국의 방송 기획·크리에이터 매니지먼트 경험이 베트남에서 비즈니스가 될 수 있다는 것이다.

★ 편집부 평가

생방송 쇼핑은 유행이 아니라 구조 변화다. 베트남 소비자들 물건을 사는 방식 자체가 바뀌고 있다. 백화점과 대형마트가 위축되는 대신 스마트폰 화면이 가장 큰 쇼핑 공간이 됐다. 이 시장에서 이기는 방법은 제품이 아니라 이야기다. 생방송 화면에서 소비자의 마음을 움직이는 이야기를 만드는 브랜드가 베트남 소비 시장의 다음 챕터를 가져갈 것이다.

[출처: NutraIngredients "Vietnam supplement market counterfeits" (2026.01.14) • Asia Pro Distribution "Vietnam Health Supplement Distribution 2026" (2026.06.17) • Vietnam Briefing "Vietnam Health Supplement Market" • Chameleon Pharma "Vietnam Dietary Supplements Market" (2025.07.29) • Complementary Medicines Australia Industry Snapshot (2024) • Grand View Research SEA Dietary Supplements Competitive Analysis • Vietnam Association of Functional Foods (VAFF) 2025 연말 보고]

▶ 베트남 온라인 쇼핑 및 생방송 쇼핑 시장 현황 (2026년 기준)

항목	내용	의미
베트남 전자상거래 시장 규모	2025년 약 250억 달러 (한화 약 33조6,000억 원) 연평균 20% 이상 성장	동남아에서 인도네시아 다음 성장 속도 가장 빠른 시장
플랫폼 시장 점유	틱톡숍+쇼피 합산 약 98% 사실상 두 곳이 시장 독점 나머지 플랫폼들은 2%에 불과	두 플랫폼에서 팔지 않으면 베트남 온라인 시장에 없는 것과 같음
생방송 쇼핑 비중	전체 온라인 거래 중 생방송을 통한 구매 비율이 빠르게 상승 중 틱톡숍의 경우 생방송 매출이 전체의 40% 이상으로 성장	
주요 구매자 연령	Z세대(1997~2012년생)와 밀레니얼(1981~1996년생)이 주도 35세 미만 소비자의 56%가 크리에이터 리뷰를 가장 신뢰	방송 진행자를 친구처럼 신뢰하며 충동 구매가 자연스럽게 일어남
잘 팔리는 상품	1위 미용 · 화장품 2위 패션 · 의류 3위 건강기능식품 4위 식품 · 음료	눈으로 보고 바로 확인 가능한 제품에서 생방송 효과가 가장 큼
크리에이터 수입	최상위 크리에이터 월 5만불 수입 중소 크리에이터도 월 1~2천불 가능 대행사(MCN)가 크리에이터 관리·육성	새로운 직업 생태계가 만들어지는 중

① 쇼핑이 오락이 됐다 - 왜 베트남에서 이렇게 빠른가

생방송 쇼핑이 베트남에서 유독 빠르게 자리를 잡은 이유는 세 가지다. 첫째는 스마트폰 사용 습관이다. 베트남 사람들은 세계에서 스마트폰 사용 시간이 가장 긴 나라 중 하나다. 하루 평균 4~6시간을 스마트폰으로 보내며 그 중 상당 시간을 틱톡·유튜브 같은 영상 콘텐츠에 쓴다. 영상을 보다가 바로 물건을 살 수 있는 환경이 자연스럽게 만들어졌다.

6개에서 13개로 - 홍강 위 다리들이 하노이를 다시 그린다

7개 동시 공사 · 총 투자 약 55조 동(한화 약 2조9,000억 원) · 2027년 7월 목표

하노이 도심을 가로지르는 홍강(Hong Ha · 붉은 강)에는 지금까지 다리 6개가 있었다. 1902년 프랑스가 지은 롱비엔교부터 2015년 일본 지원으로 완공된 닛탄교까지, 100년 넘는 시간에 걸쳐 겨우 6개가 생겼다. 그런데 하노이는 지금 그 6개와 전혀 다른 위치에 7개를 동시에 짓고 있다. 완공되면 하노이 홍강 위 교량은 총 13개가 된다. 총 투자 규모는 약 55조 베트남동, 우리 돈으로 약 2조9,000억 원에 달한다. 2027년 7월 완공 목표다. 2027년 11월 하노이에서 열리는 아시아태평양경제협력체(APEC) 정상회의가 완공 기한을 더 강하게 압박하고 있다.



① 기존 6개 교량 - 100년간 하노이를 지탱해온 다리들

하노이가 새 다리 7개를 동시에 짓는 배경을 이해하려면 기존 6개 다리가 어떤 상황인지를 먼저 봐야 한다.

▶ 하노이 홍강 기존 교량 6개 현황

교량명	개통 연도	특징
롱비엔교 (Long Bien)	1902년 (프랑스 식민지 시절)	하노이 최초 홍강 교량·프랑스 에펠사 설계·강철 캔틸레버 구조 현재 오토바이·자전거·보행자 전용·역사적 상징물
탕롱교 (ThangLong)	1985년 (구소련 원조)	구소련-베트남 우정의 상징·도로+철도 2층 구조 하노이 북서부·노이바이 공항 방향 연결
쑹응즈엉교 (Chuong Duong)	1986년 (베트남 자체 건설)	베트남 기술진이 외국 도움 없이 설계·시공한 첫 대형 교량 4차선·국도 1호선 연결·현재 교통량 한계 도달
타인찌교 (Thanh Tri)	2008년 (국가 예산)	당시 베트남 최장 콘크리트 교량·6차선 순환도로 3·국도 1호선 연결·남부 교통량 분산
빈투이교 (Vinh Tuy)	1단계 2009년 2단계 2023년	1단계 4차선→2단계 확장 8차선 완성 롱비엔·호앙마이 구 연결·동부 교통 핵심 축
닛탄교 (Nhat Tan)	2015년 (일본 원조)	베트남-일본 우정의 다리·5탑 사장교·6차선+혼합차로 총연장 8.3km·도심과 노이바이 공항 직결

이 6개 다리는 하노이 인구 1,000만 명과 폭발적으로 늘어난 자동차를 감당하기에 이미 역부족이다. 출퇴근 시간 쑹응즈엉교·빈투이교 앞 정체는 수십 년째 일상이 됐다. 홍강 동쪽(롱비엔·자림)과 북쪽(동아인·메린)에 새 주거·산업 단지가 빠르게 들어서면서 다리 수요가 공급을 크게 앞서는 상황이 됐다. 7개를 동시에 짓는 이유다.

② 신설 7개 교량 - 모두 완전히 새로운 위치의 신규 건설

이번 7개는 기존 교량의 확장이나 보수가 아니라 완전히 새로운 위치에 짓는 신설 교량들이다. 2027년 완공 후 하노이 홍강 교량은 총 13개가 된다.

▶ 하노이 홍강 신설 교량 7개 현황 (2025년 착공 · 2027년 7월 완공 목표)

교량명	연결 구간	총 연장 · 규모	투자액	공정 현황
뚜리엔 (Tu Lien)교	떠이호 구 응이따 교차로 ↔ 롱비엔·동아인 쑹응사 교차로	총 11.5km 이상 (주교량 약 1km) 6차선+자전거·보행로 사장교·중앙경간 500m	약 20조 동 (7억6,900만 달러) 한화 약 1조350억 원	기초 공사 완료 상부 구조 공사 진행 중 홍강+즈엉강 동시 횡단
쩐흥다오 (Tran Hung Dao)교	호안끼엠 구 쩐흥다오-쩐탄똥 교차로 ↔ 롱비엔 구 부득투언 거리	주교량 4.18km (접속도로 포함 전체 약 5.6km) 6차선+자전거 2+보행 2	약 16조 동 (6억1,400만 달러) 한화 약 8,270억 원	여러 구간 동시 착공 구조물 철거·지하 매설물 이전 일부 남음
응옥호이 (Ngoc Hoi)교	타인찌·자림 구 ↔ 흥옌성 반장 구 (순환도로 3.5 구간)	총 7.5km (하노이 5.4km+흥옌 2.1km) 8차선(차량 6+비차량 2)	약 7조3,000억 동 (2억8,100만 달러) 한화 약 3,790억 원	주요 교각 말뚝 완료 하부·빔 공사 진행 APEC 전 최우선 과제
뜨엉캣 (Thuong Cat)교	하노이 북서부 뜨엉캣 구 끼부 도로 ↔ 티엔록 면 국도 23B	5.226km 케이블 사장교 8차선(차량 6+비차량 2)	약 7조3,000억 동 (2억8,100만 달러) 한화 약 3,790억 원	안정적 진행 중 부지 1.1ha 추가 정리 필요 탕롱교 교통량 분산
반푼 (Van Phuc)교	하노이 북쪽 구 푼트엉·롱쑤옌·쑤안딘·반푼 면 ↔ 빈푼성(구 푸토성)	총 7.77km (주교량 2.97km) 4차선+비차량 2차선	약 3조4,430억 동 (1억3,270만 달러) 한화 약 1,790억 원	부지 100% 정리 완료 말뚝 공사 진행 중 2027년 4분기 완공 목표
홍하 (Hong Ha)교	단프엉 구 ↔ 메린 구 (순환도로 4 연계)	약 6km·4차선	약 10조 동 (3억8,500만 달러) 한화 약 5,190억 원	말뚝 941개 중 798개(85%) 완료 7개 중 공정 가장 빠름 부지 100% 정리 완료
므어소 (Me So)교	하노이 동남부 ↔ 흥옌성 (순환도로 4 핵심 구간)	4차선·폭 24.5m	약 4조9,000억 동 (1억8,900만 달러) 한화 약 2,540억 원	말뚝 596개 중 360개(60%) 완료 부지 100% 정리 완료 순환도로 4 필수 연결

③ 부동산 영향 - 강 건너가 도심이 된다

"강 건너라서 멀다"는 인식을 바꾸는 것이 이 7개 다리가 부동산에 미치는 핵심 효과다. 수혜 지역을 보면 다음과 같다. 동아인(Dong Anh)이 가장 주목받는다. 약 20조 동이 투입되는 뚜리엔교가 완성되면 하노이 도심 떠이호 지구에서 동아인까지 직접 연결된다. 착공 발표 이후 동아인 인근 토지 가격이 이미 20~30% 올랐다는 보고가 있다. 흥옌성은 응옥호이·반푼·므어소 세 개 다리가 동시에 연결된다. 지금까지 하노이와 가깝지만 교통이 불편해 저렴한 공단 지역이었던 흥옌이 사실상 하노이 생활권으로 편입될 가능성이 크다. 빈푼성은 반푼교로 연결되며 하노이 북서쪽 위성도시 기능이 강화된다. 롱비엔·자림은 쩐흥다오교로 도심과 더 촘촘히 연결된다.

★ 편집부 평가

100년에 걸쳐 6개를 지은 하노이가 2년 안에 7개를 동시에 짓겠다는 것은 도시 역사에서 보기 드문 일이다. 교량 완공이 부동산 가격에 영향을 준다는 것은 잘 알려진 사실이지만, 이렇게 많은 다리가 동시에 생기는 경우는 어느 지역이 더 큰 혜택을 받는지 선별하는 안목이 필요하다. 교통량이 실제로 분산되는지, 접속 도로 인프라가 함께 갖춰지는지를 함께 봐야 한다. 다리 하나가 생긴다고 저절로 오르는 것이 아니라 그 다리를 통해 실제 생활이 편리해질 때 비로소 가격이 따라간다.

[출처: VietnamNet "Hanoi pushes faster progress on seven Red River bridges" (2026.08.12)
• VietnamPlus "Hanoi accelerates seven Red River bridge projects" (2026.05.05) • vietnam.vn
"Progress of 7 new bridges across the Red River" • Nhân Dân "Hanoi accelerates seven Red River bridges for APEC 2027" (2026.09.04) • DTI News "Four Hanoi Red River bridges begin to take shape" (2026.05.08) • vietnam.vn "Van Phuc Bridge connects Hanoi and Phu Tho" • VietNamNews "Overview of bridges spanning Red River in Hanoi" • VietNamNews "Hanoi to build another bridge over Red River" (2023.09.30) • Hanoi Investment Portal Tran Hung Dao Bridge detail]

더운 나라인데 왜 아이스크림이 잘 안 팔리나

키도푸즈 44~47% 독점 · 베스킨라빈스 제한적 성공 · 1인당 소비 동남아 최저

베트남은 연평균 기온이 25~35도다. 연중 더운 나라다. 그런데 1인당 아이스크림 소비량은 동남아시아에서 가장 낮은 수준이다. 컨리서치 기준 2025년 연간 소비량은 약 8,000만 리터이며 인구 1억200만 명으로 나누면 1인당 약 0.8리터다. 태국 · 말레이시아 수준에 크게 못 미친다. 더운 나라에서 아이스크림이 덜 팔린다는 이 역설에는 구체적인 이유가 있다. 그리고 그 이유를 이해해야 베스킨라빈스 같은 외국 브랜드가 왜 베트남에서 제한적 성공에 그쳤는지를 알 수 있다.

▶ 베트남 아이스크림 주요 브랜드 경쟁 구도 (유로모니터 · 컨리서치 2025년 기준)

브랜드(기업)	구분 · 점유율	주요 특징 · 이력	대표 제품
메리노·첼라노 (키도푸즈·뉴티푸드 51% 인수)	국내 1위 유로모니터 기준 44~47% (메리노 24~26%+ 첼라노 17~20%)	2003년 유니레버 월스 공장 인수로 출발 2024년 뉴티푸드가 지분 51% 인수 전국 냉동고 네트워크·저가 전략 구사 호찌민(구찌)·박닌(VSIP) 2개 공장	메리노 바·첼라노 콘 웰요(Wel Yo) 대용량 통 아이스크림
코네토·패들팝·월스 (유니레버 베트남)	외국계 2위 약 11% (유로모니터 2020)	글로벌 브랜드·프리미엄 포지셔닝 유니레버가 키도에 공장 매각 후 완성품 수입·배급 형태로 전환	코네토(Cornetto) 패들팝(Paddle Pop) 월스(Wall's) 시리즈
비나밀크 (Vinamilk)	국내 2~3위 약 9%	전국 낙농·유통망 활용 학교 급식 채널 강점 건강 이미지 연계 마케팅	캠캠(Kem Kem) 크림 시리즈
아이스 유미 (AICE Yummy · 중국계)	신형 빠른 성장 점유율 공개 안 됨	2010년대 후반 베트남 진출 1,000~2,000동 초저가 전략 틱톡 마케팅·동남아 10개국 확대	스틱·바·아이스팝 시리즈 1,000~2,000동대
트랑 티엔 (Trang Tien)	국내 전통 브랜드 하노이 관광 명소	1958년 설립·하노이 80년 역사 전통 베트남 맛 특화 관광객·현지인 필수 방문지	코코넛·두리안·판다누스 1인당 3,000~5,000동
베스킨라빈스 (Blue Star Food Corporation 운영)	외국 프리미엄 전국 수십 개 매장	블루스타 푸드가 가맹점 운영 쇼핑몰 중심 입지 프리미엄 포지셔닝	31가지 맛 스쿱 아이스크림 케이크 1스쿱 5만~8만 동
믹슈(Mixue)·마그넘·패니·네슬레	기타 다수 경쟁	믹슈: 중국계 소프트아이스크림+음료 결합 마그넘: 유니레버 프리미엄 패니: 아르티잔 젤라토 네슬레: 수입 프리미엄	각 브랜드 고유 제품



상당 부분이 아직 길거리·재래시장·동네 가게에서 일어난다. 냉방 쇼핑물 안 베스킨라빈스는 접근하기 편한 곳이 아니다. 셋째, 현지화가 부족했다. 두리안·코코넛·판다누스 같은 베트남 특유의 맛을 메뉴에 적극적으로 담지 못했다.

③ 키도푸즈의 성공과 시장의 미래



베트남 아이스크림 시장의 진짜 승자는 키도푸즈(Kido Foods)다. 2003년 유니레버의 월스 아이스크림 공장을 인수하며 사업을 시작한 이 회사는 유로모니터 기준 2023년 시장점유율 46.7%로 압도적 1위를 기록했다. 2024년에는 뉴티푸드(Nutifood)가 키도푸즈 지분 51%를 인수했다. 키도푸즈의 성공 비결은 단순하다. 싸고 어디서나 살 수 있다. 메리노 바 하나가 5,000동(한화 약 270원), 첼라노 콘이 1만 동(한화 약 540원) 수준이다. 전국 45,000개 이상의 판매점에 냉동고를 직접 보급했다. 아이스크림을 팔려면 먼저 냉동고를 심어야 한다는 것을 이 기업은 일찍부터 알았다. 최근에는 믹슈(Mixue) 같은 중국계 소프트아이스크림 브랜드가 음료와 결합된 형태로 공격적으로 진출하면서 가격 경쟁이 더 치열해지고 있다.

시장 전망은 긍정적이다. 기관별로 추산 방식이 달라 시장 규모에 차이가 있다. 아이마크그룹은 2025년 약 4억200만 달러(한화 약 5조4,000억 원)로 보고 컨리서치는 2억7,600만 달러로 낮게 본다. 공통으로 확인되는 것은 성장 방향이다. 컨리서치는 2031년 4억2,340만 달러(한화 약 5조6,900억 원)에 달할 것으로 전망하며 마크인텔은 연평균 6.2% 성장을 예측했다. 도시화·중산층 확대·편의점 냉동고 확대·프리미엄 수요 증가가 성장 동력이다.

★ 편집부 평가

베트남 아이스크림 시장은 "더운 나라=아이스크림 천국"이라는 공식이 통하지 않는 곳이다. 냉장 유통망·가격 민감도·대안 음료라는 세 가지 장벽이 시장 성장을 막고 있다. 외국 브랜드가 성공하려면 프리미엄 쇼핑물 전략만으로는 부족하다. 현지 취향을 담은 맛·접근 가능한 가격·냉장 유통망 투자가 함께 있어야 한다. 키도푸즈가 2003년 사업을 시작한 지 20년 만에 44~47%를 차지한 것은 이 세 가지를 가장 잘 해결했기 때문이다.

[출처: Euromonitor "Vietnam Ice Cream Market Share 2023: Kido 46.7%" ·

KenResearch "Vietnam Ice Cream Market \$276M 80M liters 2025 → \$423.4M 2031 CAGR 7.39%" · IMARC Group "Vietnam Ice Cream Market \$401.7M 2025 → \$499.9M 2034 CAGR 2.46%" · MarkNtel Advisors "Vietnam Ice Cream \$180M 2024 → \$245M 2030 CAGR 6.2%" · VIR "Nutifood acquires 51% stake in Kido Foods" (2024.09.23) · VnExpress "Kido Foods delists from UPCoM to merge" · VNBIS "Vietnam ice cream market KIDO Vinamilk Unilever" · Dony Garment "Top 10 Ice Cream Brands Vietnam 2026" · KirinCapital "KIDO group ice cream analysis"]

① 더운 나라의 역설 - 왜 아이스크림이 덜 팔리는가

이유는 세 가지다. 첫 번째는 냉장 유통망 부족이다. 아이스크림은 영하 18도 이하를 유지해야 한다. 공장에서 소비자 손에 닿기까지 냉동 상태가 끊기지 않아야 한다. 베트남은 전국 단위 냉동 유통망이 아직 충분히 갖춰지지 않았다. 특히 지방 도시와 농촌 지역의 냉동 보관 인프라가 취약하다. 컨리서치는 이것을 "베트남 아이스크림 성장의 가장 큰 구조적 장벽"으로 명시했다. 냉동고가 없는 가게에서는 팔 수 없고 냉동고 전기 요금이 아이스크림 마진보다 클 수 있는 시골 소매점에서는 재고를 들이지 않는다.

두 번째는 가격 민감도다. 베트남 소비자들은 1,000~5,000동(한화 약 54~270원)짜리 막대 아이스크림에 익숙하다. 베스킨라빈스 한 스쿱이 5만~8만 동(한화 약 2,700~4,300원)이라면 섣뜻 사기 어렵다. 세 번째는 대안 음료의 경쟁이다. 베트남에는 아이스크림보다 싸고 더 빨리 더위를 식혀주는 것들이 넘쳐난다. 얼음을 넣은 사탕수수 주스(느억 미아)·코코넛 워터·차가운 차가 길거리 어디서나 1,000~3,000동에 팔린다. 아이스크림의 자리를 대신할 수 있는 것들이 너무 많다.

② 베스킨라빈스 - 왜 제한적 성공에 그쳤나

베스킨라빈스는 베트남에서 완전히 실패하지는 않았다. 그러나 한국·필리핀·태국에서 거둔 성공과는 차원이 다르다. 베스킨라빈스 베트남을 운영하는 블루스타 푸드 코퍼레이션은 전국 수십 개 매장을 운영 중이다. 제한적 성공에 그친 이유는 세 가지다. 첫째, 가격이 소비 대상을 좁혔다. 한 스쿱에 5만~8만 동은 베트남 중간 소득층에게 일상적 선택이 되기 어렵다. 특별한 날·데이트·가족 외식 때만 찾는 "가끔의 경험"으로 자리 잡았다. 둘째, 쇼핑물 중심 입지가 접근성을 제한했다. 베트남 소비의

HWASEUNG Enterprise

화승엔터프라이즈

당신이 아는 화승 당신이 몰랐던 화승

하나를 하고도 열을 드러내는 기업이 있는가 하면
열을 하고도 하나를 밝히기 어려워하는 기업이 있습니다
이름을 알리기보다는 기술의 부족함을 연구하고
길을 닦기보다는 속과 뒤, 그리고 신뢰를 다져온 화승그룹

진심이 있는 기술은 깊이가 다릅니다
역사가 있는 혁신은 내일이 다릅니다

교민과 항상 함께하는 글로벌 스포츠 패션 기업

HWASEUNG
Enterprise

쌀국수 나라에 별이 11개, 베트남 파인다이닝

미슐랭 2026 베트남 역대 최다 11개 별, 한국 셰프 베트남 첫 한식 미슐랭 별 · 길거리 음식과 고급 다이닝의 공존



베트남 음식 하면 쌀국수와 반미를 떠올리는 시대는 지났다. 2026년 미슐랭(Michelin) 가이드 베트남판이 6월 4일 하노이에서 발표됐다. 별 1개 레스토랑이 11개로 역대 가장 많았다. 처음 가이드가 나온 2023년(7개)에서 불과 3년 만에 11개가 됐다. 총 193개 레스토랑이 가이드에 올랐고 그 중 23개가 신규였다. 가장 주목을 끈 것은 하노이의 한국 식당 온빗(ONVIT)이었다. 베트남에서 처음으로 미슐랭 별을 받은 한국 음식점이 됐다.

① 별 11개의 의미 - 베트남 음식이 세계 기준에서 인정받다

미슐랭 가이드는 세계에서 가장 권위 있는 레스토랑 평가 기관이다. 별 1개도 받기 어렵다고 알려져 있다. 베트남이 미슐랭 가이드에 처음 등장한 것은 2023년이었다. 당시 7개 레스토랑이 별 1개를 받았다. 2024년 9개, 2025년 9개를 거쳐 2026년에 11개가 됐다. 이 숫자는 단순한 통계가 아니다. 베트남 음식이 세계 수준의 평가 기관으로부터 점점 더 높은 인정을 받고 있다는 신호다.

2026년 새로 별을 받은 두 곳이 특히 주목받는다. 하나는 하노이의 온빗(ONVIT)이다. 한국계 셰프 지준혁(Chi Joon Huk)이 이끄는 이 레스토랑은 베트남에서 처음으로 미슐랭 별을 받은 한국 음식점이 됐다. 한국 식재료와 베트남 현지 재료를 결합한 코스 요리가 심사위원들의 눈을 사로잡았다. 다른 하나는 호찌민의 업스테어스(Upstairs)다. 셰프 히엡 쩡잉이 중부 베트남 음식에서 영감을 받은 현대적 코스 메뉴를 내놓는 작은 레스토랑이다.

② 2026년 미슐랭 별 11개 레스토랑 - 어떤 곳들인가

하노이에는 지아(Gia)·히바나 바이 코키(Hibana by Koki)·탐 비(Tam Vi)·온빗(ONVIT) 4개가 있다. 지아는 현대적 방식으로 재해석한 베트남 전통 음식을 내놓는 곳이다. 계절 식재료를 중심으로 하는 코스 메뉴가 특징이다. 히바나 바이 코키는 일본식 철판구이(테판야끼) 전문으로 카펠라 호텔 지하에 14석 규모의 작은 공간이다. 탐 비는 베트남 가정 음식을 고급스럽게 재현한 곳이다. 온빗은 앞서 소개한 한국계 셰프의 한국-베트남 퓨전 코스 요리 레스토랑이다.

호찌민에는 아난 사이공(Anan Saigon)·아쿠나(Akuna)·라 메종 1888(La Maison 1888)·로열 파빌리온(The Royal Pavilion)·시엘(Ciel)·코코 다이닝(Coco Dining)·업스테어스(Upstairs) 7개가 있다. 아난 사이공의 셰프 피터 팜은 베트남 길거리 음식을 파인다이닝으로 끌어올린 것으로 유명하다. 반미·분보후에·껌 같은 평범한 음식이 접시 위에서 예술 작품이 된다. 다낭에는 라 메종 1888이 있다. 100년이 넘는 프랑스 식민지 시절 저택을 개조한 공간에서 프랑스 고급 요리를 내놓는다.

③ 파인다이닝과 길거리 음식 - 베트남 식문화의 두 기둥

베트남 미슐랭 가이드가 흥미로운 이유는 별 레스토랑만 있는 것이 아니기 때문이다. 가이드에는 '빔 구르망(Bib Gourmand)'이라는 범주도 있다. 품질이 좋으면서 가격이 합리적인 곳에 주어지는 인증이다. 베트남에서는 빔 구르망에 오른 곳 중 상당수가 길거리 음식이나 작은 노점·동네 식당이다. 미슐랭 심사위원들이 하노이 골목의 분짜 가게, 호찌민 쌀국수 노점, 다낭 시장 안 반미 가게를 직접 다



니며 평가한다. 베트남 음식 문화에서 파인다이닝과 길거리 음식은 위계가 없다. 각각의 자리에서 각각의 방식으로 훌륭하다. 이 두 가지가 공존하는 것이 베트남 음식 문화의 가장 큰 매력이다.

한국 교민들에게 파인다이닝은 이제 특별한 날의 선택지가 됐다. 하노이 타이호 지구와 호찌민 1군·3군에 고급 레스토랑들이 집중돼 있다. 미슐랭 별 레스토랑에서 코스 요리를 먹는 비용은 1인 기준 150만~500만 동(한화 약 8만~27만 원) 수준이다. 예약은 필수이며 일부 레스토랑은 한 달 이상 대기가 있다.

★ 편집부 한 마디

베트남 파인다이닝이 성장하는 배경에는 두 가지가 있다. 하나는 베트남 중산층이 늘면서 경험을 위해 돈을 쓰는 소비자가 생겼다는 것이다. 다른 하나는 해외에서 공부하고 돌아온 젊은 베트남 셰프들이 자국 음식의 가능성을 새롭게 보기 시작했다는 것이다. 베트남 음식을 "싸고 맛있는 것"으로만 봤던 시각이 바뀌고 있다. 온빗의 한국계 셰프가 베트남 첫 한식 미슐랭 별을 받은 것도 이 변화 속에서 가능한 일이었다.

[출처: Michelin Guide "MICHELIN Guide Vietnam 2026 adds 23 new dining destinations" (2026.06.04) · VietnamNet "Michelin Guide Vietnam 2026 adds 23 new dining destinations" (2026.06.05) · Jetset.my "MICHELIN Guide Vietnam 2026: 11 Starred Restaurants" (2026.06) · Izitour "Michelin Star Restaurants in Vietnam 2026" · Michelin Guide "Full list MICHELIN Stars Vietnam 2025" (2025.06.05) · Michelin Guide Vietnam 2025 Official Press Release]

베트남 최북단 하장성, 걷는 것 자체가 약이 된다

카르스트 고원 · 계단식 논 · 소수민족 마을 - 두 발로만 닿을 수 있는 세계



베트남에는 오토바이로 달리는 여행이 있고, 두 발로 걷는 여행이 있다. 하장(Ha Giang) 성에서는 둘 다 가능하지만, 진짜 하장을 만나는 방법은 걷는 것이다. 오토바이 바퀴가 닿지 않는 발 사이 좁은 흙길, 소수민족 아이들이 뛰어노는 마을 안쪽 골목, 대나무 숲이 터널처럼 이어지는 산길. 거기에 진짜 하장이 있다. 베트남 최북단 이 성(省)은 지금 세계 트레킹 여행자들 사이에서 "살아있는 동남아 최고의 트레킹 목적지"로 불리고 있다.

① 왜 하장에서 걷는가 - 숲이 병원이 되는 이유



일본 의학계가 "삼림욕(숲 속 걷기)"을 공식 치료 보조법으로 인정한 것은 1980년대다. 연구 결과는 명확했다. 숲 속을 한두 시간만 걸어도 스트레스 호르몬이 줄어 들고 혈압이 안정되며 면역 세포가 활성화된다. 나무가 내뿜는 피톤치드(나무의 자기 방어 물질)를 마시는 것만으로도 몸이 반응한다는 것이다.

하장은 이 효과를 극대화하는 환경을 갖추고 있다. 해발 1,000~2,400미터의 고지대 원시림·맑은 공기·낮은 습도·인파 없는 조용한 산길이 결합돼 있다. 도시의 소음·미세먼지·스마트폰 알림에서 완전히 단절된 상태로 몇 시간씩 걷는 것 자체가 현대인에게 가장 필요한 치유다. 여기에 길 위에서 만나는 소수민족 마을·계단식 논·폭포·대나무 숲이 "보는 것"이라는 즐거움을 더한다.



② 걸어볼 만한 세 가지 코스

■ 황수피(Hoang Su Phi) - 계단식 논과 소수민족 마을 트레킹





황수피는 하장성 최고의 트레킹 목적지다. 6월~9월이 제철로 계단식 논에 벼가 초록과 황금빛으로 물드는 시기다. 반루옥(Ban Luoc)에서 남홍(Nam Hong)까지 이어지는 10~12킬로미터 코스가 가장 인기 있다. 4~6시간이 걸리며 난이도는 중간 수준이다. 길을 걷다 보면 다오(Dao)족과 타이(Tay)족 마을이 나온다. 집 앞에서 옥수수를 팔리는 할머니, 물소를 몰고 돌아오는 농부와 자연스럽게 마주치는 것이 이 코스의 매력이다. 다른 코스인 통구엔(Thong Nguyen)에서 남아이(Nam Ai)까지는 15~18킬로미터로 대나무 숲과 폭포를 지나며 하루 종일 걸을 수 있다.

■ 동반(Dong Van) 카르스트 고원 - 석회암 바위 사이를 걷다



유네스코 지질공원으로 지정된 동반 카르스트 고원은 하장에서만 볼 수 있는 독특한 풍경이다. 수억 년 전 바다 밑이었던 이 땅이 솟아올라 만들어진 석회암 봉우리들이 끝없이 펼쳐진다. 동반 마을에서 출발하는 3시간 코스가 초보자에게 적합하다. 협족•로로•자이(호몽•로로•자이)족 마을을 지나며 고원 특유의 탁 트인 시야를 즐길 수 있다. 마피렝(Ma Pi Leng) 고개 구간은 절벽 아래 누오(Nho Que) 강이 에메랄드 빛으로 흐르는 장면을 발 아래서 내려다보는 경험을 준다.

■ 지에우라우티(Chieu Lau Thi) 정상 등반 - 하장의 지붕을 오른다



해발 2,402미터. 하장에서 가장 높은 이 봉우리는 숙련된 트레커들의 목표다. 왕복 약 20킬로미터, 하루 종일이 걸린다. 정상에 오르면 구름 아래로 하장 전체가 펼쳐지는 장면이 기다린다. 새벽에 출발해 일출을 정상에서 보는 것이 이 코스의 백미다. 울창한 원시림을 지나는 과정에서 다양한 야생 조류와 동식물을 만날 수 있다.

③ 하장 트레킹을 준비하는 분들을 위한 실용 정보

하장 트레킹에는 여행 허가증이 필요하다. 하장 시내에서 발급받으며 30분 정도면 된다. 외국인도 발급이 가능하고 별도 비용은 거의 없다. 현지 가이드를 꼭 고용하는 것이 좋다. 길이 표시되지 않은 구간이 많고 소수민족 마을과 소통하는 데 가이드의 역할이 크다. 하루 가이드 비용은 약 30~50달러(한화 약 4만~6만7,000원) 수준이다.

하노이에서 하장 시내까지 버스로 6~7시간이 걸린다. 야간 침대 버스를 이용하면 아침에 도착해 바로 트레킹을 시작할 수 있다. 황수피 트레킹은 최소 2박3일, 동반 카르스트 고원은 1박2일, 지에우라우티 정상 등반은 별도로 1박2일을 잡는 것이 적당하다.

트레킹 적기는 6~9월(계단식 논이 가장 아름다운 시기)과 10~11월(황금빛 추수 시기)이다. 12~3월은 추위가 심하고 안개가 많아 초보자에게 권하지 않는다. 숙소는 소수민족 홈스테이를 적극 추천한다. 하룻밤 1인 10~20달러(한화 약 1만3,000~2만7,000원) 수준으로 저렴하며 현지 음식과 생활을 가까이서 경험할 수.

[출처: Local Ha Giang "Ha Giang Trekking Hiking Guide" (2026) • Sun Getaways "Hoang Su Phi Trekking" • Best Price Travel "Hoang Su Phi Travel Guide 2026" • Hiking Vietnam Ha Giang Trails • Horizon Guides "Ha Giang Trek" • TripAdvisor Ha Giang Trails Reviews • Panhou Retreat "Trekking and Cultural Healing in Hoang Su Phi"]



겨드랑이 아래 끼고 팔던 돼지, 부엌 천장에 수개월 매달린 고기 베트남 북부 산악 흐몽(H'Mong)족의 론 깡나흐와 훈제 고기

베트남 54개 소수민족 중 인구 세 번째로 많은 흐몽족은 라오까이(사파)·하장·라이쩌우·손라 등 해발 1,000미터 이상 산악 지역에서 산다. 험하고 추운 산에서 살아남기 위해 이 민족이 오랜 시간에 걸쳐 만들어낸 두 가지 음식이 있다. 하나는 산을 자유롭게 뛰어다니며 자란 작은 흑돼지를 통째로 구운 론 깡나흐(Lợn Cáp Nách)다. 다른 하나는 소금과 향신료에 절인 고기를 부엌 위 천장에 매달아 장작 연기로 수개월간 서서히 훈제한 훈제 고기(Thịt Xông Khói)다. 둘 다 흐몽족이 산에서 살아남기 위해 만들어낸 보존과 요리의 지혜다.



▶ 흐몽족 대표 음식 비교 - 론 깡나흐 vs 훈제 고기

항목	론 깡나흐 (Lon Cap Nach)	훈제 고기 (Thịt Xong Khoi)
뜻·이름 유래	"겨드랑이 아래 끼는 돼지" 농부들이 장날 겨드랑이에 끼고 시장에 들고 갈 만큼 작은 돼지	"연기로 익힌 고기" 부엌 아궁이 위 천장에 매달아 장작 연기로 서서히 훈제
재료·돼지 특징	흑돼지·체중 10~20kg 산을 자유롭게 뛰어다니며 야생 풀·도토리·옥수수 먹고 자람 지방 적고 육질 단단·향 진함	돼지고기·소고기·물소고기 소금+마크켄(mắc khén·후추 비슷한 산악 향신료)+ 핫도이(hạt dổi·나무 씨앗) 으로 먼저 절임
조리 방법	통째로 숯불 위에 올려 돌리며 구움 껍질이 유리처럼 바삭해질 때까지 보통 3~4시간 소요 사파식 7가지 요리(론 7문)로도 활용	절인 고기를 부엌 천장에 매달아 매일 피는 장작불 연기로 자연 훈제 최소 1~3개월·길게는 6개월 이상 차가운 산 기온이 자연 냉장 역할
맛·질감	껍질 바삭·속살 촉촉하고 단단함 야생 먹이 덕분에 육향이 진함 소금+고추 찍어 먹는 것이 전통	연기 특유의 깊은 향·짭조름하고 쫄깃한 식감·오래 보존할수록 풍미가 강해짐
먹는 때	장날·명절·손님 접대· 흐몽 새해 축제(음력 10~12월) 사파 여행자 대상 연중 판매	설날(땃)·명절·훈제 수확 후 겨울 저장 식품으로 준비 가정에서 수개월치 미리 만들어둠
어디서 먹나	사파 시장·밤 야시장 노점 홈스테이 식사·사파 음식점 가격: 1인분 약 5만~10만 동	흐몽족 홈스테이 가정식 하장·사파·무강짜이 산악 마을 시장에서 완성품 구매 가능

① 론 깡나흐 - 겨드랑이에 끼고 다니던 작은 흑돼지의 이야기

이름부터 특이하다. "겨드랑이 아래 끼는 돼지"라는 뜻이다. 흐몽족 농부들이 장날 시장에 가면서 작은 흑돼지를 겨드랑이 아래 끼고 걸어갔다는 데서 유래했다. 체중이 10~20킬로그램밖에 안 되는 작은 돼지니까 가능한 일이었다. 이 돼지들은 가축 우리에 갇혀 키워지지 않는다. 해발 1,000미터 이상의 산을 자유롭게 뛰어다니



며 야생 풀·도토리·옥수수를 먹고 자란다. 그래서 살에 지방이 적고 단단하며 육향이 강하다. 평지 돼지와는 차원이 다른 맛이다.

조리법은 단순하다. 통째로 숯불 위에 올리고 천천히 돌리며 굽는다. 껍질이 유리처럼 바삭하게 부풀어 오를 때까지 3~4시간이 걸린다. 이렇게 구운 통 돼지를 썰어 소금과 고추에 찍어 먹는 것이 전통 방식이다. 사파에서는 2026년 들어 이 돼지를 7가지 방식으로 조리한 "론 7문(Lon 7 mon·7가지 돼지 요리)" 세트가 유행하고 있다. 구이·찜·볶음·순대·수육·튀김·국 형태로 한 상에 받는 것이다. 사파 야시장 노점에서 1인분 약 5만~10만 동(한화 약 2,700원~5,400원)으로 살 수 있다.

② 훈제 고기 - 부엌 천장에서 수개월을 보내는 고기

흐몽족 가정의 부엌 천장에 걸려둔 고기 덩어리들. 이것이 훈제 고기다. 흐몽족은 돼지나 소·물소를 잡으면 고기를 그냥 두지 않는다. 먼저 소금과 마크켄(mắc khén)이라는 산악 향신료, 핫도이(hạt dổi)라는 나무 씨앗과 함께 이틀에서 사흘 절인다. 마크켄은 베트남 북부 산악 지역에서만 자라는 향신료로 후추와 비슷하지만 더 복잡하고 은은한 향을 낸다.

절인 고기를 부엌 아궁이 바로 위 천장 고리에 매달면 그때부터 자연 훈제가 시작된다. 흐몽족 가정에서는 매일 아침저녁 장작불을 때기 때문에 연기가 끊이지 않는다. 고기는 이 연기를 매일 맞으며 천천히 익고 건조해진다. 최소 한 달에서 길게는 여섯 달 이상이 걸린다. 산악 지역 겨울 기온이 영하에 가까워 천장이 자연 냉장고 역할을 해준다. 이렇게 완성된 훈제 고기는 실온에서 수개월을 두어도 상하지 않는다. 냉장고가 없던 시절 산악 지역 식량 보관의 지혜였다. 먹을 때는 썰어서 그냥 먹거나 볶아 먹는다. 연기 향이 깊게 배어 있고 짭조름하며 쫄깃한 맛이 일반 구운 고기와는 전혀 다른 경험을 준다.

③ 여행자를 위한 실용 정보

론 깡나흐는 사파(Sa Pa) 야시장에서 가장 쉽게 만날 수 있다. 저녁 6시 이후 사파 중앙 광장 주변 야시장 노점에서 불 위에 통째로 올려진 작은 돼지를 볼 수 있다. 훈제 고기는 흐몽족 홈스테이에서 식사할 때 반찬으로 나오거나 사파·하장 시장에서 완성된 것을 살 수 있다. 시장에서 판매하는 훈제 고기는 kg당 15만~25만 동(한화 약 8,100원~1만3,500원) 수준이다. 하노이나 호찌민으로 가져가고 싶다면 진공 포장된 제품을 시장에서 구매하면 된다. 맛을 처음 접하는 분들에게는 론 깡나흐부터 시작하는 것을 권한다. 훈제 고기는 연기 향이 강해서 익숙하지 않은 사람에게는 처음에 낯설 수 있다. 두 가지 모두 흐몽족 홈스테이에서 직접 식탁에서 받는 경험이 가장 깊은 기억을 남긴다.

[출처: Vietnam.vn "Unique Tet dishes of ethnic minorities smoked meat" (2026.02)
• VietnamStory "Local food Sapa Lon Cap Nach 7-style platter 2026" (2026) •
VietnamJourneysGroup "Sapa Food Guide 2026 Lon Cap Nach" (2026.05.09) •
TheSJourney "Top 7 Must-Try Sapa Vietnam Food 2026" (2026) • EthosSpirit "Black Hmong of Sapa culture food" • VietnamDiscovery "Foodlovers Guide Sapa Cap Nach pork" • Kampa Tour "Hmong New Year 2026 traditional food" • VietnamNet "Sapa cuisine smoked meat ethnic minority"]



ONE SERVICE

베트남 진출, 원스톱 솔루션 원서비스로 빠르고 안전하게!

법인 설립부터 HR, 세무·회계까지 한 번에 해결 !

- ✓ 법인 설립 & 비즈니스 컨설팅
 - 외투법인, 현지법인, 외투전환 설립
 - 사업자 등록, 법인 도장, 초기 세금 신고
- ✓ 세무·회계 관리
 - 월별 세금 신고 & 기장 대행
 - 연말 정산, 재무 보고서, 전자 세금계산서
- ✓ HR & 직원 관리 서비스
 - 직원 채용 & 급여 관리 (현지 & 한국어 가능 인력)
 - 노동허가서 & 사회보험, 아웃소싱 지원
- ✓ 비즈니스 컨설팅 & 행정 업무 대행
 - 공증, 번역 서비스 & 법률 준수 컨설팅
 - 공항 VIP 패스트트랙 (입국 \$18 / 출국 \$25)



원서비스는 다릅니다!

- ✓ 10년 이상의 베트남 법률·세무·HR 경험
- ✓ 한국 기업 맞춤형 컨설팅 & 신속한 대응
- ✓ 투명한 비용, 믿을 수 있는 원스톱 서비스

상담 및 문의

전 화: 08-3333-1004

이메일: simon@oneservice.group

주 소: 65 Dang Nhu Mai, Phuong Thanh
My Loi, Thanh pho Thu Duc, HCMC

카카오: ONESERVICE1

