

4면



베트남에서 자라는 일본 쌀 그 자세한 이야기



값은 오르는데 살 사람은 줄고 있다

하노이 새 아파트 1제곱미터 가격이 평균 3,732달러(약 490만 원)에 이르고, 호치민은 5,924달러(약 775만 원)까지 올랐다. 70제곱미터(약 21평) 아파트 한 채를 사려면 하노이에서는 평균 26만 달러(약 3억4,000만 원), 호치민에서는 41만 달러(약 5억4,000만 원)가 필요하다...

9면



베트남 외교아카데미와 첫 국제해양재판소 판사 응우옌 티 란 안

베트남 외교아카데미 부원장 응우옌 티 란 안 부교수 박사가 국제해양재판소(독일 함부르크 소재) 판사로 선출된 것이다. 1996년 재판소가 문을 연 이후 베트남 사람이 이 자리에 오른 것은 이번이 처음이다...

10면



호이안(Hội An), 투본강에서 찾는 느린 치유

베트남 중부 해안의 이 작은 고도(古都)는 16세기 동아시아 최대 국제 무역항이었다. 지금은 세계에서 가장 많이 보존된 역사 마을 가운데 하나로 유네스코 세계문화유산에 등재돼 있다. 노란 벽, 기와지붕, 운하, 그리고 저녁마다 투본강 위로 흘러가는 색색의 종이 등불...

17면



사장님의 성공적인 사업을 위해

금융은 신한이
책임
지겠습니다



실시간 입금안내

계좌 입금 즉시
스피커로 입금 내용 안내



사업용 계좌

사업용 일출금 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

하노이 오늘 지하철 5개 노선 동시 착공

총 130조 동의 도전과 가능성

오늘 6월 22일 착공 · 5개 노선 총 연장 303.5킬로미터 · 총 사업비 약 130조 동(약 49억7천만 달러) · 2030년 완공 목표 · 하루 이용 예상 200만 명 · 오토바이 690만 대 도시의 교통 혁명 · 한국 기업 참여 7개 분야

베트남 수도 하노이에서 오늘 역사가 새로 쓰였다.

6월 22일, 레 민 홍 총리가 참석한 가운데 하노이 지하철 5개 노선의 착공식이 동시에 열렸다. 하노이 시장 부 다이 탕은 이날 행사를 두고 "하노이 역사상 가장 중요한 사회기반시설 투자 사업 중 하나의 시작"이라고 말했다. 5개 노선의 총 연장은 303.5킬로미터, 총 사업비는 130조 동(약 50억 달러)이다. 한 나라의 수도가 지하철 노선 5개를 같은 날 동시에 착공한 것은 동남아시아 역사에서도 유례를 찾기 어려운 일이다.

오늘 착공 총 연장	총 사업비	목표 완공
303.5킬로미터 5개 노선 합산 · 서울 도심-부산 직선 거리의 약 절반	약 130조 동 약 50억 달러 · 우리 돈으로 약 7조 5,750 억원 규모	2030년 4년 내 완공 목표 · 모두 완공 시 하루 200만 명 이용

▶ 오늘 착공한 지하철 5개 노선 상세 현황

노선	구간·길이	사업비	재원·완공	주요 특징
1호선	응옥호이-자람 약 38킬로미터	약 35조 7 천억 동	일본 공적 개발 원조 2030년 목표	하노이 남북 연결 주 간선. 자람 방향 동북 부 확장
2호선	남탕롱-쨌흥 다오 11.5킬로미터	약 35조 6천억 동	일본 공적 개발 원조 2030년 목표	도심 관통 지하 노선. 하노이 구시가지 직 접 연결
3.1호선	년-하노이역 나머지 구간	별도 집계	프랑스·한국 차관 2027년 목표	이미 일부 운행 중. 지하 구간 2027년 완 공 목표
5호선	반까오-호아락 약 39.6킬로 미터	약 61조 9천억 동	공적 개발 원조 +정부 예산+민간 협력	하노이 서부 화락 첨단 산업단지·국립대 연결. 지하·고가·지상 혼합
6호선·기타	추가 노선 신도시 연결	미확정	정부 예산·민간 협력 2030년 목표	동아인 스마트시티·화 락 위성도시 등 신개 발지 연결 예정

① 사업비 조달, 어디서 50억 달러를 끌어오는가

130조 동이라는 천문학적 사업비를 어디서 마련하는가가 이 프로젝트의 핵심 과제다.

재원은 크게 세 갈래로 나뉜다. 첫째는 해외 공적 개발 원조(선진국 정부가 개발 도상국에 빌려주는 저금리 차관)다. 일본이 1호선·2호선에 가장 큰 규모의 차관을 제공한다. 프랑스는 3호선 일부 구간을, 한국은 대외경제협력기금을 통해 3호선과 일부 노선에 참여한다. 둘째는 베트남 정부 예산과 하노이시 자체 예산이다. 국회가 도시 철도 개발을 위한 특별 결의안(제188호·제258호)을 통과시켜 절차를 대폭 간 소화하고 예산 배정도 우선 처리하도록 했다. 셋째는 민간 자본과의 협력이다. 지하철 역사 주변 개발(역세권 개발)에서 발생하는 이익을 공사비에 충당하는 방식이 일부 구간에 적용된다.

과거 하노이 지하철 사업들이 겪었던 교훈도 이번 재원 마련에 반영됐다. 과거 1호선(까프린-하동 구간)은 중국 차관으로 시작했다가 설계 변경과 공기 연장으로 사업비가 당초의 두 배 이상으로 불어났다. 3호선(년-하노이역 구간)도 비슷한 문제를 겪었다. 이번에는 국회 특별 결의를 통해 인허가를 빠르게 처리하고 사업비 증가를 막기 위한 설계 확정 후 착공 원칙을 세운 것이 다르다.

② 친환경 도시와 오토바이 감축, 얼마나 달라질 수 있을까

하노이에는 현재 약 690만 대의 오토바이가 등록돼 있다. 여기에 하루 수십만 대의 자동차까지 더해져 하노이 대기 중 미세먼지(사람의 건강을 해치는 아주 작은 먼지 입자) 농도는 세계보건기구 기준치를 수시로 넘어선다. 교통 부문이 하노이 대기 오염의 58~74퍼센트를 차지한다는 분석도 있다.

지하철 5개 노선이 완공되면 어느 정도의 변화가 올까. 하노이 도시철도관리위원회는 완공 후 하루 이용객을 200만 명으로 예측한다. 이 숫자를 현재 하노이 인구(약 900만 명)와 비교하면 매일 출퇴근하는 시민 4명 중 1명꼴이 지하철을 이용하는 셈이다. 오토바이 이용자 중 20퍼센트만 지하철로 갈아타도 하루 138만 대의 오토바이가 도심에서 줄어드는 효과가 나타난다. 대기오염 개선 효과는 상당할 것으로

전망된다.

다만 이 수치를 그대로 믿기에는 변수가 있다. 하노이 사람들이 오토바이를 포기 하게 하려면 지하철만으로는 부족하다. 역까지 걸어가는 길이 불편하고, 역에서 목적지까지 다시 오토바이가 필요한 구조라면 사람들은 처음부터 오토바이를 타는 것을 선택한다. 지하철역 주변 자전거·전동 킥보드 공유 서비스, 버스 환승 편의 등 "마지막 한 구간 이동수단"이 함께 갖춰져야 진정한 오토바이 감소가 이뤄진다. 이것이 하노이가 지하철과 함께 버스 무료화 정책을 함께 추진하는 배경이다.

③ 현실적 과제, 4년 안에 303킬로미터 가능한가

2030년 완공 목표는 야심차다. 하지만 현실은 쉽지 않다.

하노이 지하철의 역사는 자연의 역사이기도 하다. 1호선(까프린-하동 구간)은 당초 2015년 완공 목표였으나 2021년에야 개통됐다. 3호선(년-하노이역 구간)은 2010년대 초에 착공해 지하 구간 완공 목표가 2027년으로 잡혀있다. 설계 변경, 토지 수용 분쟁, 차관 조건과 베트남 법률의 충돌이 반복적으로 공기를 늘려왔다.

이번 착공에서 달라진 점이 있다면 국회 차원의 특별 제도 지원이다. 절차 간소화와 토지 수용 권한 강화가 법으로 뒷받침됐고 복수 노선 동시 추진으로 공사 인력과 장비를 효율적으로 배분할 수 있게 됐다. 그럼에도 전문가들은 "2030년은 목표이지 보장이 아니다"라고 신중하게 본다. 현실적으로 2030년까지 전체 구간이 완공되기 보다는 핵심 구간 우선 개통 후 순차 확장하는 방식이 될 가능성이 높다.

▶ 한국 기업 참여 가능 분야 분석

참여 분야	구체적 역할	기회 수준·비고
토목·건설	현대건설·지에스건설·디엘이앤씨 지하 구간 굴착·역사 건설 수주	가장 즉각적인 기회. 3호선 협력 경험이 레퍼런스
철도 차량	현대로템 전동차 납품. 경량 전철 차량 설계·제작	일본·중국과 경쟁 중. 3호선 납품 실적이 경쟁력
신호·통신 시스템	열차 자동 운행 시스템·승강장 안전문·통신망 공급	한국 철도 기술 수준 높음. 조기 협력 협상 필요
스마트 역사	역사 에너지 절감 설계·태양광 패널·스마트 조명·냉난방	친환경 기준 강화로 수요 증가 예상
역세권 부동산 개발	지하철역 주변 복합 개발. 롯데·포스코이앤씨 선제 협의 가능	역세권 땅값 급등 전 선점 이 핵심. 시간 민감
운영 컨설팅	서울교통공사·코레일의 하노이 지하철 운영 교육·관리 시스템 수출	일본과의 차별화 포인트. 아시아 최고 수준 운영 노하우
모빌리티 연계 서비스	카카오모빌리티식 통합 이동 앱·자전거 공유·전동 킥보드 연계	완공 후 시장이지만 지금 선점 논의 시작해야

★ 편집부 종합 평가 — 하노이는 달라질 것이다. 다만 4년 만에 전부는 아닐 수 있다

오늘 착공식의 의미를 과소평가해서도, 는 충분하지 않다. 역까지 걸어가는 환경, 역에서 목적지까지의 연결 교통수단, 주차 문제 등이 함께 해결돼야 사람들이 오토바이를 놓는다. 이것이 이번 착공과 함께 하노이시가 버스 무료화, 자전거 공유, 도로 환경 개선을 패키지로 추진하는 이유다.

그러나 하노이 지하철의 역사는 반복적인 자연의 역사이기도 하다. 이번에는 국회 특별 결의로 절차를 간소화하고 복수 노선을 동시에 추진하는 방식으로 그 고 리를 끊으려 하고 있다. 이것이 실제로 얼마나 효과를 낼지는 2027~2028년 중간 공정에서 판가를 날 것이다.

한국 기업에게 이 프로젝트는 단순한 수 주 기회가 아니다. 서울 지하철을 세계 최고 수준으로 운영해온 40년의 경험, 현대 로템의 전동차 기술, 스마트 역사 설계 노하우는 일본·중국과 차별화되는 한국만의 강점이다. 역세권 개발 기회는 완공 전에 선점하지 않으면 늦다. 2026~2027년이 진입의 골든 타임이다.

오토바이 감축 효과에 대해서도 현실적인 시각이 필요하다. 지하철 자체만으로

일본 밥상이 위태로워지자 일본은 메콩강으로 눈을 돌렸다 베트남에서 자라는 일본 쌀, 그 자세한 이야기

베트남은 1년에 쌀을 세 번 거둘 수 있는 땅 · 일본은 2024~2025년 쌀이 모자라 난리를 겪음 · 베트남에서 키운 일본 쌀이 일본으로 들어가는 양이 크게 늘어남 · 두 나라 정부가 2025년 9월 농업 협력에 정식 서명



베트남 땅에서 일본 쌀이 자라고, 그 쌀이 다시 일본 밥상에 오른다.

일본은 정말로 베트남에서 일본 품종의 쌀을 키우고 있고, 그 쌀을 일본으로 가져가고 있습니다. 그 이유는 단순합니다. 베트남은 쌀농사를 짓기에 더없이 좋은 땅이고, 일본은 최근 2년 사이 쌀이 모자라 큰 어려움을 겪었기 때문입니다. 베트남 남쪽 끝 메콩강 삼각주는 강물이 실어다 주는 기름진 흙과 일 년 내내 따뜻한 날씨 덕분에 한 해에 벼를 세 번이나 심고 거둘 수 있는 보기 드문 땅입니다. 여기에 일본의 농사 기술이 더해지면서 베트남에서 자란 일본 품종 쌀이 일본 시장에서도 인기를 얻고 있습니다.

베트남 쌀 재배 횟수	2025년 일본의 민간 쌀 수입량	2025년 베트남산 쌀 일본 수입량=
연 3모작 메콩강 삼각주 기준 · 따뜻한 날씨와 풍부한 물 덕분	약 9만7천 톤 2024년보다 95배 늘어남 · 1999년 이후 최대	약 4,567톤 2025년 5월 한 달간 수치 · 대만·태국과 비슷 한 규모

① 베트남은 왜 쌀농사에 최고의 땅인가

베트남, 특히 남쪽 끝에 있는 메콩강 삼각주는 세계에서 손꼽히는 쌀농사 명당입니다. 이유는 세 가지입니다.

첫째, 일 년 내내 덥고 비가 많이 옵니다. 벼는 따뜻한 물과 햇볕을 좋아하는 작물인데, 베트남 남부는 겨울이 없어서 쉬지 않고 벼를 키울 수 있습니다. 둘째, 강이 실어다 주는 기름진 흙이 있습니다. 메콩강은 중국 티베트고원에서 시작해 라오스·태국·감보디아를 거쳐 베트남까지 수천 킬로미터를 흐르면서 영양분이 풍부한 흙을

강 하구에 쌓아 놓습니다. 이 흙이 쌀농사에 더할 나위 없이 좋은 땅을 만듭니다. 셋째, 평야와 물길이 넓게 펼쳐져 있습니다. 메콩강 삼각주는 강과 운하가 거미줄처럼 얽혀 있어서 눈에 물을 대고 빼기가 쉽습니다.

이 세 가지 덕분에 베트남 농부들은 한 해에 벼를 세 번 심고 거둘 수 있습니다. 한국이나 일본에서는 보통 한 해에 한 번만 벼를 거두는 것과 비교하면 엄청난 차이입니다. 이런 이유로 베트남은 이미 세계에서 쌀을 많이 파는 나라 가운데 손꼽히는 나라가 됐습니다.

② 일본은 왜 베트남에 쌀농사를 투자하는가, "레이와 쌀 소동"

일본이 베트남 쌀농사에 관심을 기울이는 가장 큰 이유는 일본 안에서 쌀이 모자라졌기 때문입니다.

2024년 여름, 일본에서는 마트 진열대에서 쌀이 사라지는 일이 벌어졌습니다. 사람들은 이 사건을 "레이와 시대의 쌀 소동"이라고 부릅니다. 레이와는 지금 일본 천황의 시대를 부르는 이름입니다. 2023년 여름 너무 더운 날씨 탓에 쌀 농사가 잘 안 됐고, 거기에 사람들이 불안한 마음에 쌀을 평소보다 더 많이 사들이면서 가게에서 쌀이 동나는 일까지 벌어졌습니다. 쌀 5킬로그램 한 봉지 가격이 2,000엔 정도였는데 한때 4,500엔 가까이까지 두 배 넘게 뛰었습니다.

여기에 일본 농촌의 오래된 문제도 겹쳤습니다. 일본 쌀농사를 짓는 사람의 65퍼센트 이상이 은퇴할 나이를 넘긴 노인입니다. 젊은 사람들은 쌀농사가 돈이 안 된다며 농사를 이어받지 않으려 합니다. 한 농부는 "쌀값이 너무 낮아서 농사를 지으면 손해를 본다. 그래서 부모들이 자식에게 차라리 회사원이 되라고 말한다"고 털어놓았습니다.

이런 상황에서 일본 정부는 어쩔 수 없이 오랫동안 지켜온 빗장을 풀기 시작했습니다. 원래 일본은 외국 쌀이 자기 나라 농부들을 위협하지 못하도록 아주 높은 세금



을 매겨 외국 쌀이 못 들어오게 막아 왔습니다. 그런데 쌀이 모자라자 이 세금을 물고서라도 외국 쌀을 사려는 사람들이 늘었습니다. 미국·태국·베트남·대만 같은 나라에서 쌀을 들여오기 시작한 것이 바로 이 때문입니다.

③ 어떤 품종을 심고, 투자 규모는 얼마나 되는가

"아끼바라"라는 이름은 정확히는 "아키타고마치(秋田小町)"라는 일본 쌀 품종을 가리킵니다. 아키타고마치는 일본 아키타현에서 만든 품종으로 일본에서 두 번째로 인기 있는 쌀 품종입니다. 베트남에서는 이 품종 외에도 비슷한 일본식 쌀(자포니카 쌀)이라고 부르는 짧고 둥근 쌀이 여러 품종 재배되고 있습니다.

투자 규모를 정확한 하나의 숫자로 말하기는 어렵습니다. 왜냐하면 이것이 한 회사의 단독 투자가 아니라 여러 갈래로 동시에 진행되는 사업이기 때문입니다. 가장 큰 틀은 베트남 정부가 추진하는 "메콩강 삼각주 친환경 고품질 쌀 100만 헥타르 사업"입니다. 이것은 2030년까지 메콩강 삼각주 100만 헥타르(서울시 넓이의 약 16배)에서 환경을 해치지 않는 방식으로 고급 쌀을 키우겠다는 베트남의 국가 사업입니다. 일본은 이 사업에 깊이 들어와 있습니다. 2025년 9월 도쿄에서 베트남과 일본 농업부 장관이 만나 2026년부터 2030년까지 농업에서 함께 협력하기로 정식 약속에 서명했습니다. 여기에는 씨앗 연구, 농사 기술 전수, 가공 기술 전수 같은 내용이 담겨 있습니다.

실제로 쌀을 일본으로 보낸 사례도 있습니다. 2025년 6월, 베트남 껀터에 있는 한 농업 회사가 환경친화적으로 키운 베트남 쌀 500톤을 처음으로 일본에 수출했습니다. 숫자로 보면, 2025년 5월 한 달 동안 베트남에서 일본으로 들어간 쌀은 약 4,567톤이었습니다. 같은 달 대만에서 들어간 쌀(7,024톤)보다는 적지만 태국(4,014톤)과 비슷한 수준입니다. 2025년 한 해 전체로 보면 일본의 민간 쌀 수입량은 약 9만 7,000톤으로 2024년보다 무려 95배나 늘었습니다. 이 가운데 미국이 가장 많은 부분(78퍼센트)을 차지하지만 베트남·태국·대만도 꾸준히 자리를 차지하고 있습니다.

▶ 2025년 5월, 일본이 외국에서 들여온 쌀 비교

나라	한 달간 수입량	특징
미국	약 7만5,638톤	2025년 가장 많은 양 차지. 미국 쌀은 둥근 모양으로 일본 쌀과 비슷
대만	약 7,024톤	오래전부터 일본에 쌀을 보내던 나라
베트남	약 4,567톤	최근 빠르게 늘고 있음. 일본식 쌀 품종 위주
태국	약 4,014톤	베트남과 비슷한 규모로 일본에 수출

④ 일본 농민들의 반발은 없는가

결론부터 말씀드리면, 큰 반발은 아직 크게 드러나지 않고 있습니다. 여기에는 분명한 이유가 있습니다.

첫째, 지금 들어오는 외국 쌀은 일본 농민들이 키우는 쌀과 직접 경쟁하는 자리에 있지 않습니다. 외국에서 들어온 쌀은 주로 도시락, 냉동밥, 식당 밥처럼 "공산품처럼 대량으로 쓰이는 쌀"에 들어갑니다. 일본 사람들이 집에서 밥술에 지어 먹는 "고급 브랜드 쌀"(예를 들어 고시히카리) 시장에는 아직 거의 들어가지 못하고 있습니다. 그래서 일본 농민들이 느끼는 직접적인 위협은 크지 않습니다.

둘째, 일본 정부가 농민들을 달래는 데 신경을 쓰고 있습니다. 미국과의 쌀 수입 확대 협상 때도 일본 정부 관계자는 "이번 합의는 일본 농민들에게 해를 끼치지 않는다"고 여러 차례 공개적으로 밝혔습니다. 외국 쌀 수입을 늘리더라도 일본 농민이 직접 파는 쌀이 아니라 가공용으로만 쓰이도록 선을 긋고 있는 것입니다.

셋째, 사실 지금 일본 농민들의 더 큰 걱정거리는 외국 쌀이 아니라 "농사지를 사ram이 없다"는 문제입니다. 일본 농민 65퍼센트 이상이 은퇴할 나이를 넘긴 상황에서

오히려 "누가 우리 논을 이어받을 것인가"가 더 큰 고민입니다. 이런 상황 때문에 외국 쌀을 무조건 막기보다는 부족한 부분을 채우는 쪽으로 여론이 움직이고 있습니다. 다만 앞으로 외국 쌀이 고급 브랜드 쌀 시장까지 들어오게 되면 반발이 커질 가능성은 여전히 남아 있습니다.

⑤ 베트남에서 키운 일본 쌀, 성공적인가

결과만 놓고 보면 상당히 성공적이라고 평가할 수 있습니다. 여러 자료가 같은 이야기를 하고 있습니다.

맛과 품질 면에서, 베트남에서 키운 일본식 쌀(자포니카 쌀)은 일본·한국 쌀과 비교해 손색이 없다는 평가를 받고 있습니다. 오히려 일부 평가에서는 "쌀알이 더 맑고 윤기가 나며 약간 더 단맛이 난다"는 의견도 나옵니다. 메콩강 삼각주의 영양분 풍부한 흙과 알맞은 날씨 덕분에 품질이 고르게 유지되는 것이 강점으로 꼽힙니다.

가격 면에서도 경쟁력이 뚜렷합니다. 2025년 3월, 일본 가나가와현의 한 쌀가게는 베트남산 자포니카 쌀 5킬로그램을 3,240엔에 팔았는데, 이것은 일본산 쌀보다 700엔 넘게 싼 가격이었습니다. 손님이 몰려 한 사람당 한 봉지로 판매를 제한해야 할 정도로 인기가 높았습니다.

다만 한계도 분명합니다. 아직 베트남산 쌀이 일본 쌀 시장 전체에서 차지하는 비중은 매우 작습니다. 2025년 한 해 일본 전체 쌀 수요가 약 700만 톤인 것과 비교하면 베트남산 수입량(연간으로 환산해도 수만 톤 수준)은 아직 작은 숫자입니다. 또한 베트남산 쌀은 "고급 브랜드 쌀"이 아니라 "가성비 좋은 대체 쌀"로 자리 잡고 있어서 앞으로 더 높은 자리까지 올라갈 수 있을지는 지켜봐야 합니다. 그럼에도 불구하고, 베트남 쌀이 "싸구려 쌀"이라는 옛 이미지를 벗고 "품질 좋고 믿을 수 있는 쌀"이라는 새로운 평판을 얻고 있다는 것은 분명한 성과로 볼 수 있습니다.

★ 편집부의 정리, 위기가 낳은 동맹 그리고 베트남의 새로운 기회

이 이야기를 한 문장으로 정리하면 이렇습니다. "일본의 위기가 베트남에 기회를 열어줬다."

일본은 자기 나라 농촌의 늙어가는 문제와 예측할 수 없는 날씨 때문에 더 이상 혼자서 충분한 쌀을 만들기 어려워졌습니다. 베트남은 풍부한 땅과 물, 일 년에 세 번 농사지를 수 있는 기후라는 타고난 강점을 갖고 있습니다. 두 나라의 필요가 정확히 맞아떨어진 것이 지금 우리가 보고 있는 협력의 본질입니다.

다만 이 협력이 앞으로 더 커지려면 몇 가지 숙제가 남아 있습니다. 첫째, 베트남산 쌀이 지금의 "가성비 좋은 대체 쌀"이라는 자리를 넘어 "믿고 사는 고급 쌀"이라는 평판까지 얻어야 합니다. 둘째, 일본 농민들의 마음을 계속 다독이는 것이 중요합니다. 지금까지는 큰 반발이 없었지만, 베트남산 쌀이 더 깊숙이 들어오면 상황이 달라질 수 있습니다. 셋째, 베트남 정부가 추진하는 "친환경 저탄소 쌀" 사업이 말뿐이 아니라 실제로 자리를 잡아야 합니다.

한국에게도 이 흐름은 시사하는 바가 큼니다. 한국 역시 일본과 비슷하게 농촌이 늙어가고 쌀농사를 짓는 사람이 줄어드는 고민을 안고 있습니다. 베트남이 일본과 맺은 이 협력 모델, 씨앗과 기술을 나눠주고 품질 좋은 쌀을 안정적으로 공급받는 방식은 한국 농업 기업이나 정부에게도 참고할 만한 좋은 본보기가 될 수 있습니다.

[출처: 베트남 농업환경부 • 일본 농림수산성 • 베트남닷브이엔 • 베트남 투자 리뷰 • 재팬타임스 • 닛폰닷컴 • 미국 농무부 해외농업국 보고서 • 베트남뉴스 (2024~2026년 6월)]

두 개의 엔진, 하나의 불안

신흥시장 편입 87일 전, 이자는 오르고 시장은 갈라진다

주가지수 1,810p 수준 · 올해 최고 1,937p 대비 조정 중 · 빈흠즈 역대 최대 배당 25조 동 · 예금 이자 연 7~9% 시대 진입 · 은행 간 하룻밤 이자 최고 17% 급등 전례 있음 · FTSE 신흥시장 편입 9월 21일 · 금값 1돈 147만 동 육박 반등

이번 주 베트남 금융 시장을 한 문장으로 요약하면 이렇다.

"시장은 두 개의 엔진을 동시에 달고 달리면서 하나가 흔들리고 있다." 첫 번째 엔진은 FTSE 신흥시장 편입 기대다. 9월 21일까지 87일 남은 이 이벤트가 베트남 주식 시장 역사상 가장 큰 자금 유입을 만들 수 있다. 두 번째 엔진은 이자율 상승이다. 예금 이자가 연 9퍼센트에 육박하는 은행이 나왔고 은행끼리 하루짜리 돈을 빌릴 때 내는 이자가 최고 17퍼센트까지 치솟은 적이 있다. 이자가 오르면 주식 시장에서 돈이 빠져나간다. 두 힘이 정반대 방향으로 작동하면서 시장은 1,800포인트 안팎에서 방향을 정하지 못하고 있다.

이번 주 가장 주목할 것

FTSE 신흥시장 편입 D-87 - 지금이 "마지막 선점 기회"인가

9월 21일, 수십억 달러가 베트남으로 자동 유입되는 날 · 이미 시장은 반응 중

이번 주 가장 주목해야 할 것은 주가지수 숫자가 아니다. 달력이다. 오늘 6월 26일 기준으로 FTSE 신흥시장 편입까지 꼭 87일 남았다.

FTSE Russell은 전 세계 주식 시장의 등급을 매기는 영국의 지수 관리 회사다. 이 회사가 어떤 나라를 "신흥시장"으로 분류하면 세계 각지의 큰 투자 펀드들이 그 나라 주식을 "의무적으로" 사야 하는 구조가 생긴다. 베트남은 지금까지 "개척시장(가장 낮은 등급)"이었다가 "신흥시장"으로 올라서는 것이다. 9월 21일이 그 날이다.

선례를 보면 이 이벤트의 크기를 실감할 수 있다. 쿠웨이트(2020년)와 사우디아라비아(2019년)가 신흥시장으로 편입됐을 때 6~12개월 안에 20억~40억 달러의 외국 자금이 유입됐다. 베트남에도 비슷한 규모의 자금이 들어올 것으로 증권사들은 예측한다. 이것이 "지금 이 마지막 선점 기회"라는 말이 나오는 이유다. 편입 이후에는 외국 자금이 들어와 주가를 밀어올리겠지만 지금은 그 전에 좋은 가격에 살 수 있는 시간이기 때문이다.

그러나 주의해야 할 역설이 있다. 시장이 이 기대를 이미 상당 부분 반영했다. FTSE 편입이 확정된 직후 주가지수는 올해 5월 역대 최고인 1,937포인트까지 올랐다. 지금 1,810포인트는 그 이후의 조정이다. "선점했다고 생각했더니 이미 시장이 먼저 움직였다"는 뒤늦은 깨달음을 조심해야 하는 시점이기도 하다.

주가지수 (이번 주)	FTSE신흥시장 편입까지	빈흠즈 배당금 역대 최대
1,810p 수준 올해 최고 1,937p 대비 약 6.5% 조정	D-87일 9월 21일 · 20억~40억 달러 유입	25조 동(약 1조원) 주당 6,000동 · 신주 41억 주 발행

▶ 이번 주(6월 23~26일) 베트남 금융 · 증권 핵심 지표

항목	이번 주 수치	한 줄 설명
주가지수	1,810p 수준	올해 최고 1,937p에서 127p 조정 · 방향성 찾는 중
올해 목표치	1,920p (FTSE)	현재보다 약 6% 높음 · 편입 이후 반등 기대
예금 이자율	연 7~9%	40개 은행 일제히 인상 · 일부 9% 가까이 제시
기준금리	연 4.5%	중앙은행 동결 중 · 시장 이자는 그보다 훨씬 높아
기업 이익 성장	연 14.5%	2025~2026년 전망 · 아시아 이웃나라보다 높은 수준
금값 (6월 26일)	1돈 약 147만 동	이번 주 반등 · 달러 약세 영향 · 연내 변동성 지속
국가 신용 전망	"긍정적" (무디스)	신용 등급 바이2(Ba2) 유지 · 향후 상향 가능성
외국인 매수	대형주 복귀	전력 · 고무 · 마산 · 항공 등 선별 매수 재개

① 이자율 - 연 7~9% 시대, 이것이 주식 시장에 미치는 영향

이번 주 금융 시장에서 가장 직접적인 변수는 이자율이다. 2025년 12월부터 베트남 40개 은행이 일제히 예금 이자를 올렸다. 지금은 1년 이상 예금 기준 연 7퍼센트가 기본이고 일부 은행은 연 9퍼센트에 가까운 이자를 제시하고 있다. 은행끼리 하루짜리 돈을 빌릴 때 내는 이자(은행 간 거래 이자)는 한때 연 17퍼센트까지 치솟기도 했다.

왜 이자가 이렇게 올랐는가. 2025년 한 해 동안 은행 대출이 16.5퍼센트나 늘어났는데 예금은 그 속도를 따라가지 못했다. 돈이 부족한 은행들이 이자를 올려서라도 예금을 끌어와야 했다. 거기에 정부가 사회 기반 시설(도로·철도·공항 등)에 막대한 돈을 쏟아부으면서 시중에 돌아다니는 돈이 부족해진 것도 원인이다.

이자율이 오르면 주식 시장에는 어떤 영향이 있는가. 간단히 말하면 이렇다. "주식에 투자해서 얼마 벌까, 은행에 맡기면 9퍼센트 받는다." 이 계산이 맞지 않으면 주식을 팔고 은행으로 돈이 이동한다. 이것이 지금 주가지수가 1,800포인트 안팎에서

오르지 못하고 조정을 받는 핵심 이유 중 하나다.

② 빈흠즈 역대 최대 배당 — 시장을 살린 한 방

이번 주 주식 시장을 살린 것은 다름 아닌 빈흠즈였다. 베트남 최대 부동산 회사 빈흠즈가 베트남 증권 시장 역대 최대 배당금 지급을 선언하면서 주가지수가 이번 주 반등을 시작했다.

배당금은 총 25조 동, 주당 6,000동이다. 우리 돈으로 약 1조4,500억원이 주주들에게 돌아간다. 동시에 41억 주의 새 주식도 발행한다. 이 두 가지 소식에 빈흠즈 주가가 크게 오르면서 혼자서 주가지수를 약 8.7포인트나 끌어올렸다. 빈컴 리테일(쇼핑몰 운영사)도 함께 오르면서 두 종목만으로 지수를 약 32포인트 끌어올렸다.

빈흠즈의 이 결정은 단순한 배당 발표가 아니다. "우리 회사는 돈을 잘 벌고 있고, 주주들에게 나눠줄 여유가 있다"는 신호다. 9월 신흥시장 편입을 앞두고 외국인 투자자들에게 "베트남 대형 기업도 주주를 챙긴다"는 인상을 남기는 효과도 있다.

③ 금값 반등과 환율 — 주식 시장 밖에서 일어난 일

이번 주 주식 시장 바깥에서도 눈여겨볼 움직임이 있었다. 국제 금값이 반등하면서 베트남 국내 금값이 1돈(3.75그램)에 약 147만 동에 육박했다.

지난주에 크게 떨어졌던 금값이 이번 주 다시 오른 이유는 달러 가치가 내려간 것 때문이다. 달러가 약해지면 달러로 값이 매겨지는 금은 상대적으로 비싸진다. 베트남은 금을 투자 자산으로 여기는 문화가 강하기 때문에 금값 변동이 가계 살림에 직접 영향을 미친다. 지난주에 금 투자로 손실을 입었던 투자자들이 이번 주 일부 회복한 셈이다.

베트남 동화 가치도 이번 주 주목해야 할 변수다. 올해 베트남 동화는 달러 대비 약 4~5퍼센트 약해질 것으로 전망된다. 동화 가치가 내려가면 수입 물가가 오르고 외국인 투자자 입장에서 베트남 주식에 투자해서 번 돈의 실제 가치가 줄어드는 효과가 있다. 이것이 외국인 투자자들이 베트남을 선택할 때 주가 상승만큼이나 환율을 중요하게 보는 이유다.

④ 하반기 전망 - 시장은 어디로 가는가

하반기 베트남 주식 시장을 움직일 변수는 크게 세 가지다.

첫째, 9월 21일 신흥시장 편입이다. 이것이 실현되면 외국 자금 20억~40억 달러가 베트남으로 자동 유입될 것으로 예상된다. 주가지수 목표인 1,920포인트에 도달하는 가장 강력한 촉매가 될 수 있다. 다만 시장이 이 기대를 이미 많이 반영했기 때문에 편입 직후 "소문에 사고 뉴스에 팔기" 현상이 나타날 수도 있다.

둘째, 이자율 방향이다. 중앙은행이 기준 이자율을 연 4.5퍼센트로 유지하고 있지만 시장 이자(은행들이 실제로 받는 이자)는 훨씬 높다. 시장 이자가 계속 오르면 주식 시장에서 돈이 빠져나가는 압력이 커진다. 반대로 미국 중앙은행이 9월에 이자를 내리면(이자 인하 예상이 있음) 베트남 이자율도 안정을 찾을 수 있다.

셋째, 기업 이익 성장이다. 2025~2026년 베트남 상장 기업들의 이익은 연 14.5퍼센트씩 성장할 것으로 전망된다. 아시아 이웃 나라들보다 높은 수준이다. 주가 기준으로 보면(주가를 이익으로 나눈 수치인 주가수익비율·이하 주가배율) 현재 베트남 시장은 12.7배로 과거 평균보다 낮다. 이것은 "아직 싸다"는 뜻이기도 하다.

★ 편집부 종합 평가 - 이자는 위협이지만, 9월이 답이다

이번 주 베트남 금융 시장을 보면 "좋은 이야기와 나쁜 이야기가 공존"하고 있다. 좋은 이야기는 FTSE신흥시장 편입 카운트다운, 빈흠즈 역대 최대 배당, 기업 이익 성장 14.5퍼센트다. 나쁜 이야기는 이자율 상승, 동화 약세, 주가지수 1,800포인트 안팎의 맥 빠진 흐름이다.

핵심 판단은 이것이다. "이자율이 오른다고 주식을 팔아야 하는가?" 편집부의 답은 "그렇지 않다"이다. 이유는 단순하다. 9월 21일 신흥시장 편입이라는 사건이 눈앞에 있다. 이 이벤트는 이자율 상승이라는 압박보다 훨씬 더 강한 자금 유입을 만들 가능성이 있다. 쿠웨이트와 사우디의 선례가 이것을 보여준다.

그러나 단서가 있다. 시장이 이미 이 기대를 상당 부분 반영했다는 것을 잊어서는 안 된다. 올해 최고 1,937포인트까지 이미 올랐다. 지금 1,810포인트가 "싼 것"인지 "적정 가격"인지는 편입 이후 실제 지금이 얼마나 들어오는지를 봐야 알 수 있다. 한국 투자자들에게 드리는 현실적인 조언은 이것이다. "편입 직전에 무리해서 사기보다는, 편입 이후 조정이 온다면 그때가 더 좋은 기회일 수 있다." 장기 관점에서 베트남 시장은 여전히 매력적이지만 단기 변동성에 베팅하는 것은 전문가의 도움을 받는 것이 현명하다.



사파마 힐링캠프
SAFAMA HEALING CAMP

14세기부터 19세기 명화
숲속의 야외오픈 프로젝트

모나리자
에서
르누아르
까지

2026. February. 14

2026. August. 14

세계명화 대전

서양 미술사 600년 레플리카 전을 엽니다



경제는 8퍼센트 성장인데, 왜 서민 지갑은 여전히 얇은가 숫자 뒤에 숨은 베트남 소비자 심리의 민낯

1분기 소매 판매 10.9% 증가 · 물가 상승 제외 실질 증가율 7.0% · 소비자 심리지수 코로나 이전보다 아직 낮음 · 여행 · 외식 · 경험 소비 급증 · 내구재 · 가구 · 사치품 부진 · "소득은 올랐지만 자신감은 안 올랐다" — 시마고 소비 보고서

"경제는 잘 도는데 왜 지갑은 열리지 않는가."

베트남에서 사업하는 기업들이 공통적으로 하는 말이다. 통계청에 따르면 2026년 1분기 소매 판매는 전년 대비 10.9퍼센트 늘었고 평균 월 소득도 8.5퍼센트 올랐다. 겉으로 보이는 숫자는 좋다. 그러나 현장에서 물건을 파는 기업들의 이야기는 다르다. "할인 행사를 하지 않으면 안 팔린다", "고객들이 더 싼 것으로 바꿔 산다", "비싼 것을 사는 사람이 눈에 띄게 줄었다." 왜 이런 역설이 일어나는 것일까.

2026년 1분기 소매판매 증가율	2026년 1분기 평균 월 소득	소비자 심리지수
10.9% 물가 제외 실질 증가율은 7.0% · 통계청 공식 발표	90만 동 증가 전년 대비 8.5% 증가 · 약 3만5천 원 증기	코로나 전 미달 상태 소득 ↑ 자신감 ↓ - 소비 방어 심리 지속

① 왜 서민 지갑이 안 열리는가, 5가지 구조적 이유

소득이 올랐는데도 소비자들이 지갑을 잘 열지 않는 이유는 "신뢰의 문제"라고 시장조사 기관 시마고(Cimigo)는 분석했다. 돈이 없어서가 아니라 "지금 써도 되는가"라는 불안이 먼저 든다는 것이다.

첫째 이유는 코로나19 후유증이다. 2020~2022년 팬데믹(전 세계 감염병 유행)을 거치면서 많은 가정이 저축이 바닥나거나 빚을 졌다. 소득이 회복되기 시작했지만 "다시 무슨 일이 생길지 모른다"는 방어 심리가 강하게 남아있다. 소비자 심리지수는 아직도 2019년 코로나 이전보다 낮은 수준이다.

둘째는 의료비·교육비 부담이다. 베트남에서 자녀 교육과 의료에 들어가는 비용이 빠르게 늘고 있다. 사립 유치원·영어 학원·대학 등록금은 매년 오르고 병원비도 만만치 않다. 이 두 가지 고정 지출이 커질수록 여가·쇼핑에 쓸 수 있는 돈이 줄어든다.

셋째는 집값·물가 상승이다. 하노이·호치민 아파트 값이 3~4년 만에 크게 뛰면서 내 집 마련을 꿈꾸는 20~40대가 소비를 줄이고 저축을 늘리고 있다. 집을 사려면 몇 억 원을 모아야 하는데 그러려면 지금 쓸 돈을 아끼는 수밖에 없다.

넷째는 소득 불균형이다. 도시 월평균 소비는 150달러인데 농촌은 99달러로 차이가 크다. 통계 평균이 올랐어도 실제로는 도시 고소득층이 끌어올린 것이고 농촌·저소득층의 구매력은 크게 나아지지 않았다.

다섯째는 환율 압박이다. 올해 베트남 동화가 달러 대비 약 5.5퍼센트 약해질 것으로 전망된다. 달러로 들어오는 수입품 가격이 오르면 베트남 사람들이 일상에서 사는 수입 식품·의류·가전 가격도 오른다. 소득은 8.5퍼센트 올랐어도 수입 물가 상승이 그 이익을 일부 갉아먹는 구조다.

▶ 소비력 강한 분야 vs 약한 분야 — 이번 주 현장 데이터

소비력 강한 분야	소비력 약한 분야
여행·관광 - 국내외 여행 수요 폭발 관광 서비스 매출 전년 대비 20% 급증	가구·인테리어-집 꾸미기 지출 억제 부동산 침체+고가 가격에 소비 위축
외식·음식점 - 음식 배달·카페 급성장 숙박·외식 매출 14.6% 증가	사치품·명품 -고가 브랜드 수요 둔화 할인 없이는 안 팔리는 구조
뷰티·헬스케어 - K-뷰티 선두, 건강식품 개인 관리 연간 성장률 6.46%	자동차 - 신차 구매 지연 뚜렷 금리 부담+유지비 우려로 구매 연기
전자상거래 - 틱톡샵·쇼피 폭발적 성장 온라인 소매 점유율 12%, 연 20% 성장	대형 가전·TV - 교체 주기 길어짐 "쓸 수 있으면 더 쓴다" 심리 강화
편의점·미니마트 - 집 근처 작은 쇼핑 편의점 시장 연 6.35% 고속 성장	오프라인 백화점 - 방문객 감소 추세 전자상거래로 소비자 이동 가속
스마트 가전 - 에어컨·냉장고 교체 수요 스마트 가전 연 9.6% 성장 예상	고급 의류·패션 - 쇼피 저가 패션에 밀림 중고가 브랜드 정체 뚜렷
의료·웰니스 - 건강 관심 폭발 의료비 지출·건강보조식품 수요 급증	

② 소비력이 강한 분야 — "경험"과 "편의"에 돈을 쓴다

소비자들이 지갑을 닫은 것이 아니라 "어디에 쓰는가"가 바뀌었다. 물건보다 경험에, 백화점보다 편의점에, 비싼 것보다 가성비 좋은 것에 돈이 몰리고 있다.

가장 두드러진 성장 분야는 여행과 외식이다. 2026년 1분기 관광 서비스 매출은 전년 대비 20퍼센트 폭증했고 숙박·음식점 매출도 14.6퍼센트 늘었다. 코로나로 억눌렸던 "나가서 즐기고 싶다"는 욕구가 터져 나오고 있는 것이다. 주말에 카페에서 몇 시간을 보내거나 가족과 함께 근거리 여행을 가는 것은 아끼지 않는다.

전자상거래도 굳건한 성장세다. 쇼피·틱톡샵·라자다에서 이뤄지는 온라인 소비는 베트남 소매 시장의 12퍼센트를 차지하며 연 20퍼센트씩 성장 중이다. 라이브 방송을 보면서 바로 물건을 사는 "라이브 커머스(생방송 판매)" 문화가 베트남 젊은 층을 중심으로 빠르게 퍼지고 있다. 뷰티·건강·반려동물 용품이 온라인 소비의 핵심 품목이다.

건강 관련 지출도 빠르게 늘고 있다. 코로나 이후 "건강이 최우선"이라는 인식이 자리를 잡으면서 건강보조식품·헬스장·의료 서비스에 대한 지출이 꾸준히 늘고 있다. 뷰티 분야에서는 K-뷰티가 앞장서고 베트남 로컬 클린뷰티 브랜드들도 성장세를 타고 있다.

③ 소비력이 약한 분야 — "비싸거나 당장 필요 없으면 미룬다"

반면 물건을 사는 데는 훨씬 신중해졌다. 특히 가격이 비싸거나 "지금 당장 없어도 되는" 물건은 구매가 뚜렷이 줄었다.

가구·인테리어가 대표적이다. 집값이 너무 올라 이사를 못하는 사람이 늘면서 "새 집에 맞춰 가구를 사야 할 이유"가 없어졌다. 오프라인 가구 매장들은 방문객 감소로 어려움을 겪고 있다. 가전제품도 마찬가지다. "아직 쓸 수 있으면 더 쓴다"는 생각이 강해지면서 텔레비전·세탁기·청소기의 교체 주기가 길어지고 있다.

자동차 구매도 연기되고 있다. 은행 대출 금리가 오르고 주유비·보험료·주차비 등 차량 유지에 드는 비용도 만만치 않아서 "오토바이로 다닐 수 있으면 차는 나중에"라는 결정이 늘고 있다.

오프라인 백화점도 타격을 받고 있다. 전통적인 오프라인 중심 유통망(동네 슈퍼·백화점)의 점유율은 전자상거래에 밀려 계속 줄어드는 추세다. 전통 재래시장과 동네 가게(오래된 구멍가게 방식)가 아직 소매 시장의 59퍼센트를 차지하지만 이 비중은 해마다 줄고 있다. 명품·사치품도 둔화됐다. "할인하지 않으면 안 팔린다"는 것이 지금 베트남 중고가 시장의 현실이다.

편집부 종합 평가 - "경제 성장의 과실이 서민의 식탁까지 오는 데는 시간이 더 걸린다"

베트남 경제 성장률이 8퍼센트를 기록하는데 왜 서민 소비력은 위축돼 있는가. 이 역설의 답은 비교적 명확하다. GDP 성장의 큰 부분이 수출(삼성·LG 공장 등 외국계 제조업)과 공공 인프라 투자에서 나오고 있기 때문이다. 이 두 가지는 통계 수치를 끌어올리지만 베트남 서민의 지갑에 직접 돈을 넣어주지는 않는다.

소비자 심리지수가 아직 코로나 이전 수준을 회복하지 못한 것은 소득이 올랐어도 "안심하고 쓸 수 있다"는 자신감이 아직 부족하다는 뜻이다. 집값이 너무 올라 내 집 마련을 포기하거나 미루는 사람들, 자녀 교육비에 허리가 휘는 중산층, 농촌의 낮은 소득 - 이 세 그룹이 소비 시장의 체감 온도를 낮추는 주된 요인이다.

그러나 방향 자체가 나쁜 것은 아니다. 소비자들은 물건을 포기한 것이 아니라 "더 현명하게" 고르고 있다. 여행·외식·건강·온라인 쇼핑처럼 가치를 직접 느낄 수 있는 분야에는 망설임 없이 지갑을 열고 있다. 이 변화는 베트남 소비 시장이 "양"을 쫓던 성장에서 "질"을 따지는 성숙 단계로 빠르게 진입하고 있다는 신호다.

한국 기업에게 이 시장 변화가 주는 신호는 분명하다. "비싸지만 좋다"는 논리만으로는 더 이상 베트남 소비자를 설득하기 어렵다. "왜 이 값어치를 하는가"를 구체적으로 보여줘야 한다. 여행·외식·뷰티·건강·전자상거래 분야는 한국 기업들이 강점을 가진 영역과 정확히 겹친다. 지금이 이 분야에서 베트남 소비자와 신뢰를 쌓을 최적의 시점이다.

값은 오르는데 살 사람은 줄고 있다

베트남 부동산 2026, 과열인가 기회인가, 외국인이 사도 되는가

하노이 아파트 1제곱미터당 평균 3,732달러 · 호치민 5,924달러 · 전년 대비 하노이 30% 급등 · 평균 월급의 57배 · 중저가 주택 사라지고 고급만 남아 · 외국인 투자 가치 논란 · 지하철 착공으로 역세권 선점 경쟁

베트남 아파트 값이 너무 올랐다는 말이 이번 주 부동산 업계 화두다.

하노이 새 아파트 1제곱미터 가격이 평균 3,732달러(약 490만 원)에 이르고, 호치민은 5,924달러(약 775만 원)까지 올랐다. 70제곱미터(약 21평) 아파트 한 채를 사려면 하노이에서는 평균 26만 달러(약 3억4,000만 원), 호치민에서는 41만 달러(약 5억4,000만 원)가 필요하다. 문제는 베트남 평균 노동자의 연봉이 약 4,600달러(약 600만 원)라는 것이다. 하노이 평균 아파트 한 채 값이 베트남 평균 임금의 57년치라는 계산이 나온다. "이게 말이 되는 가격이나"는 의문이 현지에서도, 외국인 투자자들 사이에서도 커지고 있다.

하노이 신규 아파트 평균 가격	호치민 신규 아파트 평균 가격	아파트 1채 값 ÷ 베트남 평균 연봉
3,732달러/m² 전년 대비 30% 급등 · 최근 3년 최대 상승폭	5,924달러/m² 2025년 4분기 기준 · 24.3% 연간 상승	57년치 월급 한 톨도 안 쓰고 57년 모아야 한 채

▶ 2026년 상반기 베트남 주요 도시 아파트 가격 현황

도시·지역	1제곱미터당 평균가	1채 평균 총액	비고
하노이 도심 (바딘·호안끼엠)	4,500~ 9,000달러	3억~6억 원	최고가 구역. 외국인· 고소득층 주거지
하노이 신개발지 (동아인·스타레이크)	2,800~ 3,500달러	1억8천만~2억3 천만 원	지하철 착공 수혜 예상. 공급 증가 중
호치민 도심 (1구·빈탄구)	5,000~ 8,000달러	3억3천만~5억3 천만 원	공급 부족. 외국계 기업인 수요 강해
호치민 외곽 (빈즈엉·동나이)	1,500~ 2,500달러	1억~ 1억7천만 원	임대 수익률 상대적 으로 높음. 4~4.5%
다낭 (해변·도심)	2,200~ 4,000달러	1억4천만~2억6 천만 원	관광 수요 연동. 단기 임대 수요 강함

① 왜 이렇게 올랐나 - 공급은 적고, 수요는 쏠리고, 법은 바뀌었다

베트남 아파트 값이 이렇게 급등한 데는 세 가지 구조적 이유가 있다.

첫째, 공급이 수요를 따라가지 못한다. 지난 5~6년간 토지 허가 절차가 까다로워지면서 새 아파트 공급이 크게 줄었다. 특히 서민들이 살 수 있는 2억~3억 원짜리 아파트는 2023년 이후 시장에서 거의 사라졌다. 현재 하노이와 호치민에 새로 나오는 아파트의 80퍼센트 이상이 고급·럭셔리 물량이다. 2014~2022년에는 전체 공급의 80~90퍼센트가 중저가였다는 것과 완전히 뒤집혔다.

둘째, 2024~2025년 토지법·주택법 개정이 가격을 한 단계 더 올렸다. 새 법은 토지 보상 가격을 실거래가에 가깝게 현실화했다. 이것은 좋은 방향의 개혁이지만, 덕분에 개발업자들이 땅을 살 때 내는 돈이 훨씬 많아졌고 그 비용이 고스란히 분양가에 반영됐다.

셋째, 하노이 지하철 5개 노선 착공 소식이 역세권 주변 땅값을 끌어올리고 있다. 지하철역 예정지 반경 1킬로미터 안 아파트는 착공 발표 이후 이미 10~20퍼센트 웃돈이 붙어 거래되는 경우가 나오고 있다. 투자자들이 지하철 개통 전 "선점"을 노리고 몰리는 것이다.

② 이번 주 핫 이슈 - 하노이 북부 개발자들이 호치민으로 이동 중

이번 주 베트남 부동산 업계에서 가장 눈에 띄는 움직임이 있다. 하노이 집값이 너무 올랐다는 북부 투자자들이 호치민 남부 시장으로 이동하는 흐름이다.

부동산 컨설팅 회사 닷산서비스의 분석에 따르면 하노이 아파트 값 급등에 부담을 느낀 북부 투자자들이 호치민·빈즈엉·동나이 같은 남부 지역으로 새로운 투자처를 찾아 이동하고 있다. 이들이 주목하는 물건은 두 가지다. 하나는 호치민 외곽 신도시 아파트(1억~2억 원대, 임대 수익률 4~4.5%)이고, 다른 하나는 다낭·나트랑 같은 관광 도시의 단기 임대용 아파트다.

하노이 안에서도 돈의 방향이 바뀌고 있다. 도심 고가 아파트 대신 지하철 역사 예정지 주변 2억~3억 원대 신개발지 아파트를 노리는 투자자가 늘고 있다. "역이 생기면 오른다"는 기대 심리가 작동하는 것이다. 원마운트그룹 조사에 따르면 2026년 하노이 아파트 거래량은 약 3만7,000~3만8,000건으로 지난해보다 약 4.5퍼센트 늘어날 것으로 전망된다.



③ 외국인이 살 수 있는가 - 법적 자격과 실제 절차

외국인도 베트남 아파트를 살 수 있다. 2024년 개정된 주택법 덕분에 그 문이 더 넓어졌다.

외국인이 베트남 아파트를 구매할 때 알아야 할 핵심은 네 가지다. 첫째, 합법적으로 베트남에 입국한 외국인이면 누구나 살 수 있다. 관광 비자 소지자도 원칙적으로 가능하다. 둘째, 한 아파트 단지의 1동에서 외국인이 살 수 있는 세대 수는 전체의 30퍼센트로 제한된다. 이 한도가 차면 외국인은 해당 단지 물건을 살 수 없다. 셋째, 소유 기간은 50년이며 한 번 갱신이 가능하다. 한국처럼 영구 소유가 아니다. 넷째, 아파트를 살 때 외국인은 현지 은행 대출을 받기 어렵다. 대부분 자기 돈으로 전액을 내야 한다는 뜻이다. 단지마다 외국인 한도가 다르므로 계약 전에 해당 단지의 외국인 잔여 쿼터를 반드시 확인해야 한다.

★ 편집부 종합-외국인에게 지금 베트남 아파트는 투자 가치가 있는가

"조건부 가능, 그러나 기대치는 낮춰야 한다"

외국인들이 느끼는 의문은 정당하다. 베트남 평균 노동자 월급이 약 38만~40만 원인 나라에서 하노이 아파트 한 채가 3억 원이 넘는 현실은 분명히 비정상적으로 보인다. 뉴욕·도쿄·서울 수준의 가격을 베트남 소득 수준으로 사야 한다는 것이 많은 외국인 투자자들이 섣불리 결정을 못 내리는 이유다.

그럼에도 불구하고 "완전히 아니다"라고 잘라 말하지는 않는다. 이유는 세 가지다. 첫째, 베트남 경제 성장률은 올해 목표 10퍼센트다. 고성장이 유지되면 소득이 빠르게 오르고 부동산 수요도 함께 오른다. 둘째, 하노이 지하철 5개 노선이 착공됐다. 지하철이 개통되면 역세권 부동산은 역사적으로 어느 나라에서든 올랐다. 지금 역세권 예정지를 선점하는 것은 의미가 있을 수 있다. 셋째, 도시화가 아직 진행 중이다. 베트남은 전체 인구의 약 40퍼센트만 도시에 사는 나라다. 도시화율이 높아질수록 도시 주택 수요는 계속 늘어난다.

그러나 다음 세 가지는 반드시 경고해야 한다. 첫째, 임대 수익률이 낮다. 하노이·호치민 도심 아파트의 연간 임대 수익률은 3퍼센트 안팎이다. 한국 은행 예금 금리(연 3~4퍼센트)와 별 차이가 없다. 빌려주고 남는 것이 없다면 시세 차익에만 기대야 하는데 그것은 투기에 가깝다. 둘째, 소유 기간이 50년이다. 자산을 영구 보유할 수 없다는 것은 장기 투자 관점에서 구조적 약점이다. 셋째, 현지 은행 대출이 안 된다. 전액을 현금으로 내야 하므로 자금 회수 유연성이 낮다. 결론적으로, 베트남 부동산은 "빠르게 사서 빠르게 버는" 단기 투자보다 "지하철 역세권이나 신개발지를 5~10년 보유"하는 중장기 관점이 맞다. 5억 원짜리 호치민 도심 아파트를 사는 것보다 1억5,000만 원짜리 역세권 예정지 아파트를 2채 사는 전략이 지금 시점에서는 더 현명할 수 있다.

바다의 헌법을 지키는 나라, 그 학자를 키운 곳

베트남 외교아카데미와 첫 국제해양재판소 판사 응우옌 티 란 안

1959년 창립 · 베트남 외교부 직속 연구 · 교육 기관 · 재학생 6,000명 이상 · 하노이 쭈어랑 거리 69번지 · 동남아 · 태평양 100대 싱크탱크 40위 · 응우옌 티 란 아인, 2026년 6월 18일 아시아태평양 최다 득표로 국제해양재판소 판사 선출 · 임기 2026~2035년 · 1996년 재판소 창설 이후 베트남 최초

2026년 6월 18일, 뉴욕 유엔 본부에서 조용하지만 역사적인 일이 일어났다.

베트남 외교아카데미 부원장 응우옌 티 란 아인 부교수 박사가 국제해양재판소(독일 함부르크 소재) 판사로 선출된 것이다. 1996년 재판소가 문을 연 이후 베트남 사람이 이 자리에 오른 것은 이번이 처음이다. 더욱이 아시아·태평양 지역 후보 가운데 가장 많은 표를 받아 당선됐다. 이 역사적 순간을 만든 사람이 일한 곳이 바로 베트남 외교아카데미다. 오늘은 이 기관과 그 기관이 배출한 첫 번째 국제해양재판소 판사의 이야기를 담는다.

설립	재학생 수	란 아인 판사 임기
1959년 베트남 독립 직후 · 외교 부 직속 국립 기관	6,000명+ 학부 · 석사 · 박사 포함 · 연간 2,200명 신입생	2026~2035 9년 임기 · 10월부터 함 부르크에서 근무 시작

1 · 베트남 외교아카데미 - 베트남 외교관을 만드는 곳

공식 명칭	베트남 외교아카데미(Học viện Ngoại giao, Diplomatic Academy of Vietnam)
설립 일자	1959년 6월 17일 · 베트남 독립 직후 외교 인재 양성을 위해 설립
위치	하노이시 동다구 쭈어랑 거리 69번지 (69 Chùa Láng St., Đống Đa, Hanoi)
관할	베트남 외교부 직속 · 베트남 정부 내 유일한 외교 전문 국립 교육·연구 기관
교수진	교수·부교수 포함 300명 이상 · 대부분 석사·박사 학위 보유 · 해외 연수 경험자 다수
학과 구성	국제관계·국제법·국제상사법·국제경제·국제경영·국제소통·아시아 태평양학·영어 총 8개
연구 기관	외교정책·전략연구소(2008), 동해연구소(2012·남중국해 연구 전담) 산하 운영
국제 순위	2017년 글로벌 싱크탱크 지수 동남아·태평양 100대 기관 40위
입학 경쟁	전국 대학수학능력시험 최저 25.5점(30점 만점) · 연간 약 2,200명 선발
주요 졸업생	부이 탄 썬 외교부 장관 · 당 딘 퀴 외무차관 · 도 홍 비엣 외무차관 등

① 외교아카데미의 역사 - 1959년 냉전의 한복판에서 시작되다

베트남 외교아카데미의 역사는 1959년으로 거슬러 올라간다. 베트남이 프랑스 식민 지배에서 독립한 지 얼마 되지 않은 때, 냉전이 한창이던 그 시절, 북베트남 정부는 외교를 펼칠 인재가 절실히 필요했다.

처음 이름은 "경제·재정대학교 국제관계학부"였다. 이후 1964년 "외무·대외무역 학교", 1965년 "외교대학교"로 이름이 바뀌었다. 1987년 외교부 산하 "국제관계연구소"로 재편됐고 1992년 "국제관계학원"이 됐다가 2008년 총리 결정 제82호에 따라 지금의 "베트남 외교아카데미"로 정식 승격됐다. 이름이 바뀔 때마다 역할과 규모도 커졌다. 초기에는 외교부 직원 재교육이 주된 임무였지만 지금은 정규 학부·석사·박사 과정까지 운영하는 종합 외교 전문 대학으로 성장했다.

1986년 베트남이 "도이머이(Đổi Mới·쇄신)" 정책을 통해 시장 경제를 도입하고 대외 개방을 시작하면서 외교아카데미는 더욱 중요한 기관으로 부상했다. 베트남이 1995년 아세안에 가입하고 1995년 미국과 국교를 정상화하면서 국제 무대에 나설 전문 외교 인재 수요가 폭발적으로 늘었기 때문이다.



② 외교아카데미의 기능 - 교육 · 연구 · 싱크탱크 세 가지 역할

베트남 외교아카데미는 단순한 교육 기관이 아니다. 교육·연구·정책 자문이라는 세 가지 역할을 동시에 수행한다.

첫째, 교육 기능이다. 학부 8개 전공(국제관계·국제법·국제경제 등)에 6,000명 이상의 재학생이 있다. 석사 3개 과정, 박사 2개 과정도 운영한다. 입학 경쟁이 매우 치열해 전국 수능에서 30점 만점에 25.5점 이상이어야 지원 자격이 생긴다. 베트남의 수능 점수 기준으로 이는 상위 5퍼센트 이내의 학생들만 도전할 수 있는 수준이다.

둘째, 연구 기능이다. 특히 두 개의 전략 연구 기관이 주목받는다. 2008년 설립된 외교정책·전략연구소는 베트남 외교부와 당·정부에 정책을 자문한다. 2012년 설립된 동해연구소(Institute of East Sea)는 남중국해 영토·해양 문제를 전문으로 연구하는 기관으로 란 아인 부교수가 이 연구소의 소장을 맡아왔다. 남중국해를 둘러싼 법적·외교적 문제에서 이 연구소의 분석과 논거가 베트남 정부의 공식 입장 형성에 큰 영향을 미친다.

셋째, 싱크탱크(정책 자문 기관) 기능이다. 2017년 글로벌 싱크탱크 지수에서 동남아·태평양 100대 기관 40위에 오른 것이 이 역할의 국제적 인정이다. 세계 각국의 외교 기관·대학·국제기구와 교류 협력을 활발히 진행하며 베트남의 외교 이론과 전략을 국제 학계에 발신하고 있다.



2. 응우옌 티 란 안 — 하노이 학자가 세계의 바다를 맡다

이름	응우옌티란안(Nguyễn Thị Lan Anh), 부교수 박사(Associate Professor)
직책	베트남 외교아카데미 부원장 · 동해연구소(남중국해 연구소) 소장 겸임
전문 분야	국제법 · 해양법 · 남중국해 법적 문제 · 기후변화와 해양 관계
선출 일자	2026년 6월 18일 · 제36차 유엔 해양법협약 당사국 회의(뉴욕 유엔 본부)
선출 결과	아시아태평양 그룹 후보 중 최다 득표 · 1차 투표에서 바로 당선
판사 임기	2026~2035년 · 9년 · 10월부터 함부르크에서 근무 시작
역사적 의미	1996년 재판소 창설 이후 베트남 국적자 최초 판사 선출
후보 발표	2026년 5월 29일 부이 탄 썬 외교부 장관 주재 공식 발표 행사

▶ 란 안 박사의 발자취 – 연구자에서 세계 판사로

외교아카데미 학업	연구자 시작	베트남 외교아카데미에서 국제법·해양법 전공으로 연구 시작
연구소 설립	동해연구소 소장	2012년 외교아카데미 산하 동해(남중국해)연구소 설립·소장 취임
국제 활동	유엔 세미나	유엔 해양법협약 당사국 회의에 베트남 대표단으로 참가. 해수면 상승·기후변화 세미나 주도
부원장 승진	외교아카데미 부원장	외교아카데미 부원장직 겸임. 교육·연구 행정 총괄
2026년 5월	후보 공식 발표	부이 탄 썬 외교부 장관이 주재한 공식 행사에서 베트남 후보로 공개
2026년 6월 18일	역사적 선출	뉴욕 유엔 본부에서 아시아·태평양 최다 득표로 국제해양재판소 판사 선출
2026년 10월	함부르크 근무	독일 함부르크 국제해양재판소 청사에서 판사 활동 시작. 9년 임기

③ 국제해양재판소란 무엇인가 — 바다의 헌법을 지키는 법원

국제해양재판소(International Tribunal for the Law of the Sea)는 1982년 채택된 유엔 해양법협약(UNCLOS)에 따라 설립된 국제 사법 기관이다. 독일 함부르크에 본부를 두고 1996년부터 활동을 시작했다.

이 재판소가 다루는 사건들은 국가 간 바다 영토 분쟁, 배타적 경제수역(EEZ·연안에서 200해리 안에서 자국이 자원 개발·관리 권리를 갖는 수역) 갈등, 선박 억류 문제, 심해 자원 개발 분쟁, 해양 환경 보호 관련 법적 다툼이다. 오늘날 해양법 재판소는 점점 더 중요해지고 있다. 바다가 단순한 통로를 넘어 에너지 자원·식량 자원·해저 광물 자원의 보고로 떠오르면서 국가 간 바다 권리 다툼이 갈수록 치열해지기 때문이다.

재판소는 전 세계에서 21명의 독립적인 판사로 구성된다. 이들은 어느 나라의 대표가 아니라 오직 국제법과 양심에 따라 독립적으로 판단해야 한다. 이 재판소의 결정은 당사국에 법적 구속력을 갖는다.

④ 란 안 판사의 역할과 국제 외교적 의의

란 안 박사가 국제해양재판소 판사가 됐다는 것은 여러 층위에서 의미를 갖는다.

첫째, 베트남 외교의 질적 전환을 상징한다. 베트남은 그동안 국제 무대에서 "규칙을 따르는 나라"였다. 이제는 "규칙을 만드는 데 참여하는 나라"로 올라섰다. 이것이 베트남 외교부 장관이 선출 직후 강조한 핵심 메시지다. "규칙 수용자(rule-taker)에서 규칙 형성자(rule-shaper)로의 전환"이다.

둘째, 동해(남중국해) 문제에서의 전략적 위상이 높아진다. 베트남은 동해에서 중국과 오랜 영토·해양 분쟁을 겪고 있다. 국제법, 특히 유엔 해양법협약을 통해 분쟁을 평화롭게 해결하겠다는 것이 베트남의 일관된 전략이다. 재판소의 판사가 됐다고 해서 란 안 박사가 베트남과 관련된 사건을 유리하게 처리할 수 있는 것은 아니다. 판사는 철저히 독립적이고 중립적으로 활동해야 하기 때문이다. 그러나 국제해양법 해석 과정에서 베트남의 관점과 경험이 자연스럽게 녹아들 수 있다. 기후변화·해수면 상승·해양 환경 보호 같은 현대적 과제에서 "섬나라·연안국의 목소리"를 대변할 전문가가 판사석에 앉는다는 것이 더 중요하다.

셋째, 여성 국제법 학자로서의 상징성이다. 이 재판소에서 아시아·태평양 그룹 최다 득표로 선출된 여성 판사라는 사실은 베트남 여성의 국제 전문직 진출이라는 맥락에서도 의미가 있다. 또 람 총서기가 제14차 여성대회에서 강조한 "여성 지도자 육성"이라는 국가 목표와도 공명하는 사건이다.

[출처: 위키피디아(베트남 외교아카데미) · 그로키피디아 · VOV 영문 · VietnamPlus · VnExpress International · Vietcetera · Vietnam.vn · VietnamNet (2022~2026.06.25)]

58년 된 가게, 4년 만에 전국으로 퍼지다

폭롱(Phúc Long), 베트남에서 가장 오래된 찻집이 가장 빠르게 커진 이유

1968년 럼보이민이라는 사람이 시작 · 베트남에서 가장 오래된 찻집 중 하나 · 2022년 대기업 마산그룹이 사들임 · 4년 만에 점포 수가 3배로 늘어남 · 미국 캘리포니아에도 가게 2곳 오픈



정확한 이야기는 이렇게 시작됩니다.

폭롱은 늦게 시작한 가게가 아닙니다. 오히려 가장 오래 버틴 가게입니다. 1968년, 베트남 중부 산속 마을의 작은 찻집으로 문을 열었습니다. 그 후 58년 동안 한 자리에서 차와 커피를 만들어 팔았습니다. 그러다 2022년, 베트남에서 손꼽히는 큰 회사가 이 가게를 사들이면서 갑자기 전국으로 빠르게 퍼져나갔습니다. "오래된 전통"과 "빠른 성장"이 함께 있는 이 이야기가 폭롱을 베트남에서 가장 흥미로운 가게로 만든 비결입니다.

가게 문을 연 해	2025년 가게 수	2025년 상반기 번 돈
1968년 럼보이민이라는 사람이 시작. 베트남에서 가장 오래된 찻집급	237개 2022년에는 72개였는데, 4년 만에 3배로 늘어남	858억 동 작년보다 10.3% 성장. 이익은 63.5% 증가

▶ 폭롱 58년의 발자취, 작은 찻집에서 전국 가게로

1968년	문을 열다	럼보이민이라는 사람이 베트남 중부 산속 마을 바오록에서 차 장사를 시작. 이 마을은 차가 유명한 곳
1980년대	첫 가게	호치민시 큰길 세 곳에 가게를 오픈. 장사가 매우 잘됨
2000년	회사로 만듦	정식 회사로 전환. 직접 차밭을 사고 공장도 지어서 처음부터 끝까지 직접 만듦
2010년대	조금씩 커지다	쇼핑몰과 도심 곳곳으로 가게를 넓혀감. 작은 찻집에서 전국 브랜드로 변하기 시작
2021년	큰 회사가 관심	베트남 대기업 마산그룹이 처음으로 돈을 투자해 가게 지분 20%를 사들임
2022년	큰 회사가 사들임	마산그룹이 더 많은 돈을 투자해 가게의 85%를 갖게 됨. 사실상 주인이 바뀜
2022년	가게 수 폭발	1월에는 가게가 72개였는데, 9월에는 860개(작은 매장 포함)로 늘어남
2023년	내실 다지기	장사가 잘 안 되던 작은 매장은 정리하고, 큰 매장 위주로 다시 정리함
2024년	새 대표 영입	스타벅스 베트남에서 일하던 사람을 새 대표로 데려옴. 매장을 더 멋지게 꾸밈
2025년	237개·미국 진출	가게 237개로 늘어남. 미국 캘리포니아에 첫 해외 가게 2곳을 오픈
2026년	하노이 도전	베트남 수도 하노이의 중심가에 가장 큰 매장을 오픈. 그동안 약했던 북부 지역에 본격 도전



① 가게를 시작한 사람, 럼보이민, "정성으로 만들었다"

폭롱을 만든 사람은 럼보이민이라는 사람입니다. 1968년, 베트남 중부 산속 마을인 바오록에서 차 장사를 시작했습니다. 바오록은 베트남에서 차가 가장 유명한 곳 가운데 하나입니다. 1980년대에는 호치민시 큰길 세 곳에 가게를 오픈고, 장사가 아주 잘됐습니다. 2000년에는 정식 회사로 만들고, 직접 차밭을 사고 공장도 지었습니다. 차를 키우는 일부러 찻잔에 담기까지 모든 과정을 직접 관리한 것입니다.

럼보이민은 회사가 팔린 뒤 가진 인터뷰에서 이렇게 말했습니다. "우리가 성공한 건 정성과 좋은 평판 덕분이다." "완벽한 맛을 만들려고 우리 팀과 나는 빛깔과 향, 모양, 맛 모든 것을 만족시키는 조합을 찾을 때까지 수백 번이나 실험을 거듭했다"고 설명했습니다. 50년 넘게 직접 차를 키워온 경험이 없었다면 폭롱이라는 가게는 지금까지 살아남지 못했을 것이라고 그는 강조했습니다.

▶ 2025년 베트남 주요 차·커피 가게 수 비교

하이랜즈 커피	매장 수(2025년)	설명
하이랜즈 커피	855개	2024년 매출이 13% 늘어남. 1등을 굳건히 지키는 중
폭롱 차·커피	237개	2024년 한 해에만 79개가 새로 생김. 가장 빨리 늘어나는 중
쥬위엔 레전드	직영 106개+가맹 800개	직접 운영하는 가게는 적지만, 가맹점이 매우 많음
카티낫 사이공 카페	93개	2021년에는 단 10개였는데 빠르게 성장한 신흥 가게
스타벅스 베트남	127개	11년간 천천히 늘어남. 베트남 전체 시장에서 차지하는 비중은 작은 편



② 빠르게 커진 비결, "혼자 크지 않고 큰 회사와 함께 컸다"

폭롱이 4년 만에 가게를 3배 넘게 늘릴 수 있었던 비결은 하나입니다. 베트남에서 가장 큰 식품 회사인 마산그룹과 손을 잡았기 때문입니다.

마산그룹의 대표 대니 레는 왜 폭롱을 샀는지 이렇게 설명했습니다. "가게를 처음부터 새로 만들려면 5년에서 7년이 걸리고, 성공한다는 보장도 없다. 그래서 우리 전략은 이미 잘되는 가게를 사들여서 빠르게 1등으로 만드는 것이다." 그는 또 "차와 커피 분야에서 폭롱은 스타벅스에 견줄 만한 가게"라고 말했습니다. 2021년 처음에는 가게 지분의 20%만 사들였는데, 2022년에는 85%까지 늘려 사실상 회사 주인이 됐습니다.

마산그룹이 가진 힘은 돈만이 아닙니다. 마산그룹은 베트남 전국에 원마트라는 마트를 수천 개 운영하고 있습니다. 이 마트 안에 작은 폭롱 매장을 함께 넣는 방식으로 가게 숫자를 순식간에 늘릴 수 있었습니다. 2022년 한 해에만 가게가 72개에서 860개(작은 매장 포함)로 늘어난 비결이 이것입니다. 그 뒤로는 장사가 잘 안 되는 작은 매장은 정리하고 돈을 잘 버는 큰 매장 위주로 다시 정리했습니다. 그 결과 2025년에는 237개 가게로 안정됐고, 2025년 상반기에는 858억 동을 벌어들여 작년보다 10.3% 더 벌었습니다. 이익은 63.5%나 늘어났습니다. "숫자보다 알맹이"를 챙기는 전략이 성공한 것입니다.

③ 경쟁사에서 전문 경영인 영입

2024년 11월, 폭롱은 깜짝 놀랄 만한 결정을 내렸습니다. 스타벅스 베트남에서 일하던 대표 파트리시아 마르케스를 새 대표로 데려온 것입니다. 경쟁 가게에서 일하던 사람을 데려온 이 결정은 "세계적인 수준의 서비스"와 "베트남만의 특색"을 동시에 잡으려는 의도로 보입니다.

새 대표가 온 뒤로 매장을 새로 꾸미고 인터넷·배달 주문도 더 편하게 만들었습니다. 2024년 말 매장을 새로 꾸민 뒤로 주요 매장의 하루 매출이 13% 늘었습니다. 인터넷이나 배달 앱으로 주문하는 비중도 전체의 35%까지 늘어나며 젊은 손님들의 쇼핑 습관에 잘 맞춰가고 있습니다. 동시에 폭롱은 "가맹점을 두지 않는다"는 원칙을 지키고 있습니다. 모든 가게를 본사가 직접 운영해서 어느 가게를 가도 맛과 서비스가 똑같도록 지키는 것입니다.

④ 어떤 맛인가, 사람들은 왜 좋아하는가

폭롱이 파는 음료의 특징은 한 문장으로 말할 수 있습니다. "오래된 차 가게의 전통을 요즘 입맛에 맞게 다시 만들었다"는 것입니다. 커피만 파는 가게가 아니라 차와 커피를 함께 파는 가게라는 점이 가장 큰 차이점입니다.

음료의 특징은 크게 두 가지입니다. 첫째, 베트남 전통차의 맛을 살린 메뉴입니다. 자기 차밭에서 직접 기른 차잎으로 만드는 우롱차·자스민차는 다른 커피 가게에서는 찾기 힘든 폭롱만의 메뉴입니다. 둘째, 진하고 강한 맛의 커피와 차를 섞은 음료입니다. 연유를 넣은 커피에 차를 더하거나 과일차에 커피를 더하는 식의 대담한 조합이 젊은 손님들 사이에서 입소문을 탔습니다.

손님들이 폭롱을 좋아하는 이유는 설문 조사와 매출 자료에서 똑같이 나타납니다. 첫째, "진짜 베트남 맛"이라는 믿음입니다. 58년 역사를 가지고 자기 차밭과 공장까지 가진 가게라는 사실이 "공장에서 대충 찍어내는 음료가 아니다"라는 믿음을 줍니다. 둘째, 가격에 비해 만족스럽다는 점입니다. 경쟁 가게인 하이랜즈나 스타벅스와 비슷하거나 조금 싼 가격에 더 다양한 차와 과일 음료를 고를 수 있습니다. 셋째, 유행에 빠르게 반응한다는 점입니다. 2025년 4월 30일 베트남의 큰 기념일이었던 통일 50주년 행사 때 특별 메뉴를 내놓아 화제를 모은 것처럼 나라의 큰 행사나 계절 유행에 빠르게 맞춰 메뉴를 만드는 것이 젊은 손님들의 마음을 사로잡는 비결입니다.

★ 편집부의 정리- 폭롱의 진짜 이야기는 "전통과 큰돈의 만남"입니다

폭롱을 한 문장으로 정리하면 "58년 된 작은 찻집이 4년 만에 전국 가게가 된 이야기"입니다. 늦게 시작해서 빠르게 따라잡은 것이 아니라, 가장 오래 버틴 끝에 큰돈을 만나 한꺼번에 퍼져나간 것입니다. 이 차이를 정확히 아는 것이 폭롱을 제대로 이해하는 열쇠입니다.

경쟁 가게인 하이랜즈가 "요즘 스타일 카페"를 처음부터 새로 만든 곳이라면, 폭롱은 "이미 있던 믿음"을 바탕으로 요즘 스타일을 입힌 곳입니다. 그래서 폭롱이 광고할 때는 항상 "전통"과 "새로움" 두 단어를 함께 씁니다. 직접 가꾼 차밭이라는 진짜 역사와 스타벅스 출신 대표가 이끄는 새로운 변화가 동시에 한 가게 안에 있다는 것이 폭롱의 가장 큰 무기입니다.

다만 풀어야 할 숙제도 분명합니다. 베트남 수도인 하노이가 있는 북부 지역에서는 아직 약합니다. 50년 넘게 호치민을 중심으로 컸기 때문에 "남쪽 가게"라는 인식이 여전히 강하게 남아 있습니다. 2026년 하노이 중심가에 가장 큰 매장을 연 것은 이 약점을 정면으로 뚫어보려는 시도입니다. 이 도전이 성공하느냐가 폭롱의 다음 5년을 결정할 것입니다. 또한 마산그룹에 너무 많이 기대고 있다는 점도 앞으로 풀어야 할 숙제입니다. 미국 캘리포니아에 연 가게 2곳으로 시작한 해외 진출이 "큰 회사가 만든 가게"를 넘어서 "베트남을 대표하는 세계적인 가게"로 커갈 수 있을지가 폭롱의 다음 시험대입니다.

[출처: 마산그룹 공식 발표·베트남 투자 리뷰·월드 커피 포털·모르도 인텔리전스 베트남 커피 시장 보고서·비컴퍼니 베트남 커피숍 2025·VTC 뉴스·트랙스·비엠테이터 (2021~2026년 6월)]



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

세계 커피 공룡은 베트남에서 어떻게 살아남았는가

스타벅스 베트남 13년, 150개 매장의 빛과 그늘

2013년 2월 1일 호치민 1군 개점 · 운영사 커피 콘셉트(막시스 홀딩스 계열) · 2026년 1월 기준 150개+ 매장 · 16개 성 · 시 진출 · 스타벅스 리저브 2곳 운영 · 음료 한 잔 15만~20만+ 동 · 결정랩 2024 베트남 음식 · 음료 브랜드 5위 · 전 대표 파트리시아 마르케스는 폭풍 새 대표로



베트남은 세계에서 커피를 가장 사랑하는 나라 중 하나다.

전 세계 두 번째 커피 수출국, 길거리 어디서나 1만~2만 동짜리 진한 커피를 파는 나라에서 한 잔에 15만 동이 넘는 미국 커피 체인이 살아남을 수 있을까. 스타벅스가 2013년 베트남에 첫 발을 내디딘 후 13년이 지났다. 2026년 1월 기준 150개 매장을 넘어섰다. "실패했다"고 말하기엔 매장이 너무 많고, "성공했다"고 말하기엔 현지 경쟁자들과의 격차가 너무 크다. 그 복잡한 13년의 이야기를 지금 펼친다.

베트남 진출 일자	2026년 1월 매장 수	음료 한 잔 가격
2013년 2월 1일 호치민 1군 카발레리 빌딩 1호점 · 아세안 최초 베트남 진출	150개+ 16개 성 · 시 진출 · 2024년에만 20개 신규 개점	15만~20만+ 동 하이랜드의 약 2배 · 길거리 카페의 7~10배

▶ 스타벅스 베트남 13년 연표

2013년 2월	1호점 개점	호치민 1군 카발레리 빌딩에 첫 매장. 개점 당일 새벽부터 줄 섰던 인파로 화제. 아시아 태평양 17번째 시장
2014년 7월	하노이 진출	하노이 첫 매장 오픈. 호치민 중심에서 전국으로 확장 시작
2017년	20개 돌파	주요 대도시 중심 확장 전략 유지. 프리미엄 위치 선점 집중
2020~2021년	코로나 적응	배달·모바일 주문·디지털 결제로 빠르게 전환. 코로나 기간에도 브랜드 유지
2022년	50개 돌파	호치민·하노이 외 다낭·껀터·나짱 등 지방 도시로 확장
2023년 9월	100호점 개점	하노이 웨스트레이크 롯데몰에 100번째 매장. 10주년 기념행사
2024년	125개·12% 성장	20개 신규 개점. 사파·박닌·탄화·달랏·캄란 등 소도시 진출. 연간 12% 성장
2025년 4월	리저브 재개점	비텍스코 타워에 스타벅스 리저브 재오픈. 월 임대료 19억 동(약 7,200만 원)
2026년 1월	150개+ 돌파	16개 성·시 진출. 반랑대학교 캠퍼스 매장 등 새 유형 출점



① 운영 구조 - 스타벅스 베트남은 누가 운영하는가

스타벅스 베트남의 운영권(마스터 라이선스·해당 지역에서 스타벅스 브랜드를 사용해 매장을 운영할 수 있는 독점 권리)은 "커피 콘셉트(Coffee Concepts Vietnam)"라는 회사가 갖고 있다. 이 회사는 홍콩에 본사를 둔 막시스 케이터러스(Maxim's Caterers)의 계열사다. 막시스는 홍콩·싱가포르·마카오 등 아시아 여러 나라에서 스타벅스 운영권을 보유하고 있는 대형 외식 그룹이다. 즉, 베트남 스타벅스는 미국 스타벅스 본사가 직접 운영하는 것이 아니라 막시스 계열 법인이 라이선스를 받아 운영하는 형태다.

이 구조가 왜 중요한가. 운영 권한이 홍콩 자본에 있다는 것은 베트남 시장에 맞는 빠른 의사 결정이 다소 제한될 수 있다는 의미이기도 하다. 메뉴 현지화, 가격 정책, 프로모션 전략 등을 미국 본사와 막시스 그룹 두 곳의 허가를 받아야 하는 구조여서 경쟁자보다 의사 결정이 느리다는 평가를 받기도 한다. 반면 막시스의 광범위한 아시아 운영 경험이 초기 시장 진입과 안정적 운영에는 도움이 됐다.



② 차별화 전략 - 스타벅스가 베트남에서 파는 것은 "커피"가 아니다

스타벅스가 베트남에서 살아남을 수 있었던 핵심 전략은 "커피를 파는 것이 아니라 경험을 파는 것"이라는 접근이다.

첫째, "제3의 공간(Third Place)" 전략이다. 집도 직장도 아닌 편안하게 머물 수 있는 공간을 제공한다는 개념이다. 베트남 사람들은 원래 카페에서 오래 앉아 대화하고 일하는 문화가 있다. 스타벅스의 넓고 시원한 공간, 안정적인 와이파이, 편안한 의자는 이 문화와 딱 맞아떨어졌다. 특히 대학생·직장인·외국인이 노트북을 들고 와서 몇 시간씩 머무는 "스터디 카페" 용도로 스타벅스가 활발히 이용된다.

둘째, 브랜드 위신(Brand Prestige) 전략이다. 한 잔에 15만~20만 동은 베트남 길거리 커피의 7~10배 가격이다. 그러나 이 비싼 가격이 오히려 "나는 스타벅스를 마실 수 있는 사람"이라는 사회적 신호가 된다. 스타벅스 컵을 들고 다니거나 스타벅스에서 찍은 사진을 SNS에 올리는 것이 베트남 젊은 층에게는 라이프스타일의 표현이다.

셋째, 계절 한정 메뉴와 지역 특화 굿즈 전략이다. 베트남 전통 도자기 머그컵을 출시하거나 베트남에서 재배한 커피 원두를 일부 메뉴에 활용하는 방식으로 현지화를 시도했다. 베트남 주요 도시별 디자인 머그와 텀블러는 수집 욕구를 자극하는 효과적인 마케팅 수단이 됐다. 스타벅스 리저브(Starbucks Reserve) 매장은 음료 한 잔이 20만 동을 넘는 프리미엄 특화 공간으로 비텍스코 타워와 다이아몬드 플라자에 운영 중이다.

▶ 2026년 베트남 3대 커피 체인 비교 — 스타벅스 vs 하이랜즈 vs 폭롱

비교 항목	스타벅스	하이랜즈 커피	폭롱 차-커피
2026년 1월 매장 수	150개+ (16개 성·시)	928개 (전국 1위)	237개 (2위권)
음료 평균 가격	15만~20만 동 (\$6~8)	6만~9만 동 (\$2~3.5)	6만~8만 동 (\$2~3)
핵심 포지셔닝	프리미엄·경험·외국 브랜드	대중적 로컬 1위	전통+프리미엄 차-커피
주요 타겟	외국인·고소득층 대학생·SNS세대	전 연령·전 소득층	20~30대 도시 직장인
가맹 방식	라이선스 (커피 콘셉트)	자체 직영	마산 계열 직영
강점	브랜드 위신 공간·경험	가격·접근성 전국 커버리지	차-커피 이중 브랜드
약점	비싼 가격 느린 현지화	브랜드 개성 약함	북부 시장 약세

③ 불만과 거부감 - 베트남 사람들이 스타벅스에 느끼는 것

스타벅스가 베트남에서 성장하고 있는 것은 사실이다. 그러나 베트남 사람들 사이에는 분명한 거부감과 불만도 존재한다.

첫째, 가장 큰 불만은 가격이다. 베트남 평균 월급이 약 38만~40만 원 수준인데 커피 한 잔에 15만~20만 동은 너무 비싸다. 사무직 직원들은 가끔 "특별한 날"에 갈 수 있지만 매일 마시기엔 부담스럽다. 건설·제조 현장 노동자들에게는 사실상 갈 수 없는 곳이다. "스타벅스는 외국인과 부자들의 카페"라는 인식이 서민층 사이에 뚜렷하다.

둘째, 커피 맛이 베트남 입맛과 다르다는 문제다. 베트남 사람들은 진하고 강한 로부스타 원두를 즐긴다. 연유 넣은 아이스 커피(까페 쓰어 다·Cà Phê Sữa Đá)가 국민 커피다. 반면 스타벅스는 주로 아라비카 원두를 쓰는데 이것은 로부스타보다 훨씬 가볍고 산미가 있다. "스타벅스 커피는 싱겁고 약하다"는 평가가 현지에서 흔하다. 달걀 커피(까페 쑹)·요구르트 커피 같은 베트남 특유의 창의적 커피 음료를 스타벅스가 좀처럼 메뉴에 올리지 않는 것도 아쉬움을 준다.

셋째, "미국 대기업 문화"에 대한 거부감이다. 일부 베트남 소비자들은 "왜 굳이 비싼 돈을 내고 미국 기업에 돈을 쥐여 하느냐"고 묻는다. "우리 커피가 훨씬 맛있고 훨씬 싸다"는 자부심이 "베트남 커피 문화를 지키자"는 정서와 맞닿아 있다. 카페 아마존(태국)이 2025년 베트남 시장을 완전히 철수한 것이 이 어려운 시장의 현실을 보여준다.

④ 영업 성과 평가 - 성공인가, 부진인가

결론부터 말하면 스타벅스 베트남의 성과는 "제한적 성공"으로 평가하는 것이 가장 정확하다.

긍정적 지표를 먼저 보자. 2013년 첫 매장 이후 13년 동안 꾸준히 성장해 150개를 넘겼다. 2024년에만 20개를 새로 열었고 스타벅스 베트남 마케팅 수석 관리자는 "2025년 성장률은 2024년 12퍼센트보다 낮지 않을 것"이라고 밝혔다. 결정랩(Decision Lab)의 2024년 베트남 최고 음식·음료 브랜드 순위에서 스타벅스는 하이랜즈·쥬엔·폭롱·더 커피 하우스에 이어 5위에 올랐다. 카페 아마존이 2025년 시장을 떠난 반면 스타벅스는 살아남았다.

그러나 한계도 뚜렷하다. 하이랜즈가 928개, 폭롱이 237개인데 스타벅스는 150개다. 매장 수만으로는 베트남 시장 점유율이 약 3~4퍼센트에 불과하다. 스타벅스 전 베트남 대표 파트리시아 마르케스가 2024년 11월 경쟁사인 폭롱의 새 대표로 자리를 옮긴 것은 단순한 이직을 넘어 상징적인 사건이다. "스타벅스에서 배운 경험을 베트남 로컬 브랜드 강화에 쓴다"는 구도이기 때문이다. 스타벅스가 "규모의 승자"가 되기는 어렵지만 "프리미엄 포지셔닝의 선두주자"로는 여전히 확고한 위치를 갖고 있다.



★ 편집부 종합 평가 - 스타벅스는 베트남에서 이기지 않았지만 지지도 않았다

스타벅스 베트남을 한 문장으로 평가하면 이렇다. "커피 전쟁에서 이기지는 못했지만, 다른 게임에서 혼자 이기고 있다."

베트남 커피 시장의 총량 싸움, 즉 매장 수·방문자 수·시장점유율 경쟁에서 스타벅스는 하이랜즈를 이길 수 없다. 앞으로도 이길 가능성이 낮다. 베트남 사람들에게 하이랜즈는 "내 카페"고 스타벅스는 "특별한 날의 카페"다. 이 인식을 바꾸려면 가격을 내려야 하는데 그렇게 하면 스타벅스의 가장 큰 무기인 "프리미엄 위상"이 사라진다.

그래서 스타벅스 베트남의 전략은 처음부터 다른 게임을 하고 있다. "가장 많은 사람이 오는 카페"가 아니라 "외국인·고소득층·젊은 전문직이 선택하는 카페"로 좁은 시장에서 독점적 위치를 유지하는 전략이다. 이 전략이 유효한 동안은 150개 매장으로도 충분히 수익을 낼 수 있다.

문제는 이 프리미엄 자리를 로컬 브랜드들이 빠르게 넘보고 있다는 점이다. 폭롱이 스타벅스 전 대표를 영입하고 리저브급 대형 매장을 여는 것, 카티나 SNS 세대를 빠르게 흡수하는 것이 위협이다. 스타벅스가 지금처럼 메뉴 현지화를 소극적으로 하고 가격을 유지한다면 "특별한 날의 카페"라는 자리를 10년 안에 다른 로컬 프리미엄 브랜드에 내줄 수도 있다. "베트남 달걀 커피를 스타벅스 방식으로 재해석한다"는 수준의 적극적인 현지화가 스타벅스 베트남의 다음 10년을 결정할 것이다.

호이안(Hội An), 투본 강가에서 찾는 느린 치유

유네스코 세계문화유산 고도 • 투본강 나미아 리버 리트리트 • 네프라나 강변 스파 • 달빛 등불 방류 의식 • 짜케 채소 마을 허브 치유
• 대나무 바스켓 보트 • 다낭 국제공항에서 30킬로미터



호이안에는 서두름이 없다.

베트남 중부 해안의 이 작은 고도(古都)는 16세기 동아시아 최대 국제 무역항이었다. 지금은 세계에서 가장 많이 보존된 역사 마을 가운데 하나로 유네스코 세계문화유산에 등재돼 있다. 노란 벽, 기와지붕, 운하, 그리고 저녁마다 투본강 위로 흘러가는 색색의 종이 등불. 이곳에 오면 빠르게 움직이던 사람도 자신도 모르게 걸음이 느려진다. 호이안의 치유는 어떤 프로그램에서 오지 않는다. 이 도시의 리듬 자체가 치유다.

호이안 기본 정보

위치	꽝남성(Quảng Nam) • 다낭 국제공항에서 남쪽으로 약 30킬로미터 • 차로 50분
유네스코	1999년 세계문화유산 등재 • 400년 이상 보존된 동남아 최대 역사 상업 도시
6월 날씨	기온 26~33도 • 낮에는 덥지만 강변 저녁은 선선 • 우기 시작 전 비교적 맑음
치유 철학	"느린 삶(Slow Living)". 서두르지 않고 오감으로 도시를 느끼는 것 자체가 회복
핵심 장소	투본강변 리트리트 • 구시가지 등불 거리 • 짜케 채소마을 • 안방 해변
교통	다낭 공항→호이안 택시 50분(약 25~30만 동) • 다낭 시내→호이안 버스 1.5시간
숙박 예산	부티크 호텔 60만~150만 동 / 강변 리트리트 빌라 150만~500만 동+



나미아 리버 리트리트(Namia River Retreat)는 강을 향해 열린 개인 수영장 빌라 60채로 이루어진 곳이다. 모든 빌라의 창문과 테라스가 투본강 또는 야자수 숲을 향해 열려 있다. 이곳의 치유 철학은 "남부 약초학(Thuốc Nam)"이다. 꽝남 고원 지역에서 대대로 전해 내려온 약초 처방을 바탕으로 레몬그라스•생강•유자잎•지역 약초를 섞어 만드는 허브 목욕이 매일 저녁 제공된다. 루미나 스파(Lumina Spa)에서는 인도 전통 의학에서 온 시로다라(이마 위로 따뜻한 기름을 가늘게 흘려보내 신경계를 안정시키는 치료), 뜨거운 화산석 마사지, 베트남 전통 허브 사우나가 이어진다. 매달 보름달 밤에는 강변 명상 정자에서 "공(Gong) 소리 치유" 의식이 열린다. 거대한 금속 공에서 나오는 저주파 진동이 몸 전체를 감싸며 깊은 이완 상태로 이끄는 경험이다. 1박 숙박비는 빌라 기준 약 500달러 내외이며 매일 저녁 90분 웰니스 치유 프로그램이 숙박비에 포함된다. 구시가지까지는 리트리트 전용 보트를 타고 5분이면 닿는다.

① 나미아 리버 리트리트 - 강 위 작은 섬의 허브 치유 성소

투본강 끝바사 섬 • 구시가지에서 1.8킬로미터 • 개인 수영장 빌라 60채

투본강 한가운데 작은 섬이 있다. 끝바사(Còn Ba Xã) 섬. 이 섬 위에 베트남 중부 최고의 웰니스 리트리트가 자리잡고 있다.



② 달빛 등불 방류 의식 - 투본강에 소원을 띄우는 밤

구시가지 강변 • 매월 음력 14일(보름 전날) 집중 • 상시 체험 가능

호이안에서 가장 많이 기억되는 순간은 스파 치료실 안에서가 아니라 강가에서 온다.



색색의 비단 등불을 강물 위에 띄우는 이 의식은 수백 년 전부터 이어온 호이안의 전통이다. 지금도 매일 저녁이면 투본강변에서 등불을 살 수 있다. 작은 종이 연잎 위에 촛불을 켜고 "이루고 싶은 소원" 또는 "내려놓고 싶은 짐"을 마음속으로 담아 강에 놓는다. 등불이 강물을 따라 멀어져 가는 것을 바라보다 보면 어느 순간 마음속 무거운 것도 함께 흘러가는 느낌이 든다. 이 경험이 가장 강렬해지는 때는 매달 음력 14일 밤이다. 이날 밤 구시가지 모든 전기 불을 끄고 등불과 촛불만으로 거리를 밝히는 "등불 축제(Đêm Phô Cồ)"가 열린다. 노란 벽과 붉은 기와 위로 수천 개의 등불이 빛나는 이 광경은 세계에서 손꼽히는 아름다운 야경으로 알려져 있다. 등불 한 개 가격은 1만~2만 동(약 500~1,000원)이다.

③ 짜케 채소 마을 - 흙을 밟으며 돌아오는 감각

구시가지에서 북동쪽 3킬로미터 • 자전거로 20분 • 400년 된 유기농 채소밭

호이안 치유 여행에서 가장 예상 밖의 경험이 기다리는 곳이 있다. 짜케(Trà Quế) 채소 마을이다.



이곳은 400년 이상 같은 방식으로 채소를 키워온 유기농 마을이다. 화학 비료 대신 투본강에서 건져 올린 해조류를 땅에 섞어 거름으로 쓴다. 마을 입구에서 호미와 물조리개를 건네받고 농부 옆에서 직접 씨를 뿌리고 물을 주는 체험이 시작된다. 밭 밑에서 촉촉한 흙의 감촉이 느껴지는 그 순간, 오래 잊고 있던 감각이 되살아나는 사람이 많다. 체험이 끝나면 직접 키운 채소로 만든 베트남 전통 요리 수업으로 이어진다. 고이꾸온(생춘권)•까오러우(호이안식 비빔국수)•반미를 직접 만들고 먹는다. 요리 수업 포함 반나절 체험 요금은 1인 25만~40만 동이다. 나미아 리버 리트리트를 포함한 많은 리트리트에서 이 마을로의 자전거 투어를 무료로 제공한다.

④ 대나무 바스켓 보트 - 흔들리며 웃으며 내려놓는 시간

깜탄 코코넛 마을(Cẩm Thanh) • 구시가지에서 3.6킬로미터 • 코코야자 숲 수로

배라고 부르기에 너무 둥글고, 그릇이라고 부르기에 너무 크다. 베트남 전통 바스켓 보트(Thúng Chai)는 둥그란 대나무 통 배다.

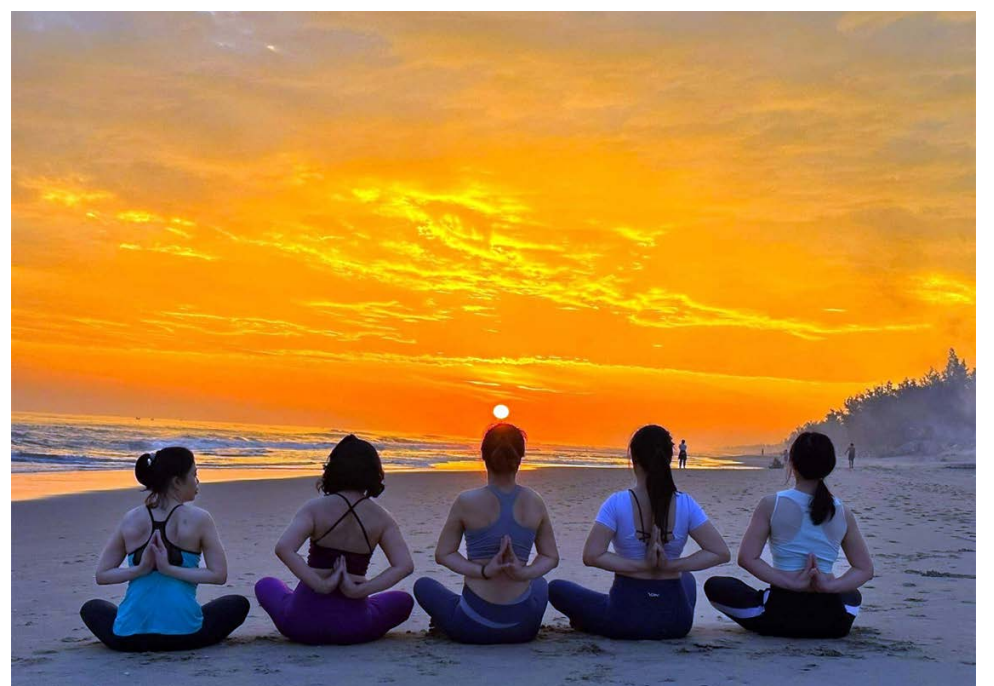


깜탄 코코넛 마을에 들어서면 코코야자 숲이 뽀뽀한 수로가 이어진다. 이 수로를 따라 현지 어부가 노를 젓는 바스켓 보트에 오른다. 좁은 물길 사이를 지나며 코코야자 잎 그늘 아래를 미끄러지다 보면 어부가 갑자기 보트를 빙글빙글 돌리기 시작한다. "바스켓 보트 댄스"라고 불리는 이 순간, 처음엔 당황하다가 곧 웃음이 터진다. 이 웃음이 이 체험에서 얻는 가장 중요한 치유다. 마음이 무겁고 생각이 많을 때 통제할 수 없는 상황 앞에서 그냥 웃어버리는 경험은 어떤 명상 프로그램보다 빠르게 긴장을 푼다. 체험 시간은 약 45분, 요금은 1인 15만~20만 동이다.

⑤ 안방 해변 일출 명상 - 세상이 가장 고요한 5분

구시가지에서 동쪽 4킬로미터 • 자전거 25분 • 새벽 5시 30분 추천

호이안 치유 여행의 마지막 의식은 새벽 안방(An Bàng) 해변에서 시작된다.



안방 해변은 세계적인 여행 잡지들이 반복적으로 "동남아시아에서 가장 아름다운 해변 중 하나"로 꼽는 곳이다. 하지만 이곳의 진짜 가치는 여름 관광객이 오기 전 이른 새벽에 있다. 아직 아무도 없는 새벽 5시 30분, 파도 소리만 들리는 해변에 자리를 잡고 앉는다. 수평선이 천천히 붉어지다가 첫 햇살이 수면 위로 쏟아지는 그 5분. 아무것도 하지 않아도 된다. 그냥 거기 있으면 된다. 호이안 사람들은 이 새벽 시간을 "두영신(Duong Sinh)"이라고 부른다. 직역하면 "생명을 기른다"는 뜻이다. 아침 요가나 태극권 수업이 일부 리트리트에서 이 시간에 해변에서 열린다.

[출처: 나미아 리버 리트리트 공식 홈페이지 • 네 프라나 리버 호텔 • 루미나 웰빙 • 북리트리트닷컴 • 블리스 호이안 • 더 어웨이어드 소울 (2025~2026.06)]

300년의 이민 역사가 한 입에 담긴다

썩쟁(Sóc Trăng)의 반피아(Bánh Pía), 화교의 손에서 베트남의 맛으로

썩쟁성 화교(테오체우) 공동체 • 17세기 이민 시작 • 1920년대 두리안 첨가로 베트남화 완성 • 탄화비엔(Tân Huê Viên) 미국 코스트코 입점
• 겹겹이 쌓인 얇은 파이 껍질 • 두리안+녹두+염장 오리알 노른자 • 호치민 공항 • 슈퍼마켓 • 쇼피에서 구매 가능

한 입 베어 물면 층층이 껍질이 벗겨지고 두리안 향이 퍼진다.

그것이 반피아(Bánh Pía)다. 썩쟁성(Sóc Trăng)의 특산 과자로 중국 광둥성 조주(潮州·테오체우) 지방에서 온 화교들이 수백 년에 걸쳐 베트남 땅에 맞게 다듬어 낸 음식이다. 중국식 파이 만드는 기술에 베트남 메콩 델타의 두리안·녹두·오리알을 더했다. 껍질이 종이처럼 얇게 겹겹이 벗겨진다고 해서 "반 롯 다(bánh lột da·껍질 벗기는 과자)"라는 별명도 있다. 이 과자의 역사를 알면 썩쟁이라는 도시가 달리 보인다.

썩쟁성 기본 정보

위치	베트남 남부 메콩 델타 • 호치민에서 남쪽으로 약 230킬로미터 • 차로 3~4시간
화교 인구	전체 인구의 약 7~10% • 테오체우(조주) 계통이 다수 • 크메르족 30%와 공존
반피아 명칭	"피아(pía)"는 테오체우 방언으로 "과자·떡"을 뜻하는 "병(餅)"의 현지 발음
대표 브랜드	탄화비엔(Tân Huê Viên) • 탄흥(Tân Hưng) • 마이안(Mỹ Anh) 등
1개 가격	2만5,000~7만5,000 동(\$1~3) • 상온에서 수주간 보관 가능
판매 시기	연중 판매 • 중추절(음력 8월 15일) 전후 판매 절정 • 설날 선물로도 인기
구매처	썩쟁 현지 공장·시장 / 호치민 슈퍼마켓·공항 / 쇼피·라자다 온라인 주문

① 테오체우 화교는 어떻게 썩쟁에 왔는가, 300년 이민의 역사

썩쟁 화교의 역사는 지금으로부터 약 350년 전으로 거슬러 올라간다.

17세기 후반, 중국에서는 명(明)나라가 무너지고 청(淸)나라가 들어섰다. 명나라를 따르던 충신들과 그 가족들, 그리고 혼란을 피해 새로운 삶을 찾던 수많은 사람들이 배를 타고 남쪽으로 내려왔다. 이것이 베트남 남부 화교 이민의 첫 번째 큰 물결이다. 1679~1680년, 명나라 충신 전상환(陳上川)이 이끄는 수천 명의 군인과 가족이 베트남 남부 땅에 발을 디뎠다. 베트남 왕실이 이들을 받아들이면서 이들은 메콩 델타 개발에 큰 역할을 했다.

이 화교 이민자들 가운데 특히 많았던 집단이 광둥성 조주(潮州) 지방 출신들이었다. 이들을 테오체우(Teochew·潮州人)라고 부른다. 테오체우 사람들은 장사에 뛰어난 재능이 있었다. 이들은 메콩 델타 각 지역에서 차 무역·설탕 무역을 장악했고 박리에우(Bạc Liêu)·썩쟁(Sóc Trăng)·까마우(Cà Mau) 같은 남부 도시에 집중적으로 자리를 잡았다. 썩쟁에서는 이들이 "차우 타인(Châu Thành) 구역"의 "붕 텀(Vũng Thơm) 마을"에 주로 모여 살았다. 바로 이 마을이 나중에 반피아의 고향이 된다.

현재 썩쟁성의 화교 인구는 전체의 7~10퍼센트로 추산된다. 수백 년이 지나면서 많은 부분이 베트남 문화와 섞였지만 여전히 고유한 테오체우 방언·음식·명절 문화를 지키고 있다. 썩쟁 거리에서는 지금도 중국어(테오체우 방언)로 쓰인 간판을 어렵지 않게 볼 수 있다.

② 반피아는 어떻게 태어났는가 — 중국 파이가 베트남 두리안을 만나다

반피아의 원형은 중국 쑤저우(蘇州) 스타일의 파이(소월병·蘇式月餅)다. 두 가지 반죽(물로 반죽한 것과 기름으로 반죽한 것)을 번갈아 겹쳐 미는 방식으로 겹겹이 얇은 껍질을 만드는 기술은 전형적인 중국 남부 제과 방식이다. 테오체우 화교들이 썩쟁에 처음 정착했을 때 이 방식으로 녹두(綠豆) 소를 넣은 파이를 만들어 먹었다. 지금의 반피아와 구조는 같지만 내용물은 달랐다.

변화의 결정적 순간은 1920년대에 찾아왔다. 썩쟁 붕 텀 마을의 "바잉(Chánh) 집안"이 처음으로 녹두 소에 두리안을 넣어보았다. 두리안은 메콩 델타에서 흔하게 나는 과일이었다. 두리안 특유의 진하고 크림리한 향이 녹두의 고소함과 어우러지면서 전혀 새로운 맛이 만들어졌다. 여기에 염장 오리알 노른자(muối trứng vịt)를 가운데 박아 넣으니 단맛·고소함·짭조름함이 한 입에 다 들어오는 복잡하고 풍부한 맛이 완성됐다. "중국 기술 + 베트남 재료 = 베트남 특산품"이라는 공식이 완성되는 순간이었다.

이름도 흥미롭다. "피아(pía)"는 테오체우 방언에서 "병(餅·과자)"을 뜻하는 단어의 발음이다. 베트남 사람들이 이것을 "반 피아(Bánh Pía·과자 떡)"라고 부르면서 완전히 베트남 음식으로 자리를 잡았다.



③ 반피아는 어떻게 만드는가 — 층층이 겹쳐지는 손의 기술

반피아 하나에는 두 가지 반죽이 들어간다.

겉 반죽은 밀가루·설탕·소량의 돼지 기름으로 만드는 "수분 반죽"이다. 속 반죽은 타피오카 전분과 밀가루를 기름에 반죽한 "기름 반죽"이다. 이 두 반죽을 번갈아 겹쳐 얇게 밀고 또 밀고를 반복하면 서양의 퍼프 페이스트리(파이 반죽)처럼 얇은 층이 수십 겹 쌓이는 껍질이 만들어진다. 이것이 반피아를 먹을 때 껍질이 겹겹이 벗겨지는 비결이다.

소는 이렇게 만든다. 녹두를 불려서 껍질을 벗기고 찌서 곱게 간 다음 설탕·돼지 기름·두리안 과육을 넣고 약한 불에 볶아 부드럽게 만든다. 이 소 한가운데에 소금에 절인 오리알 노른자를 넣는다. 완성된 소를 반죽으로 감싸고 둥글게 빚은 뒤 달걀물을 바르고 빨간 도장(생산자 표시)을 찍는다. 180도 오븐에서 25~30분 구우면 완성이다. 지름 10~12센티미터, 무게 200~300그램의 황금빛 원형 과자가 나온다.

▶ 썩쟁 반피아 3대 대표 브랜드

브랜드명	특징	판매 경로
탄화비엔(Tân Huê Viên)	썩쟁 최대·최고 인지도 브랜드. 미국 코스트코 입점 달성. 중국성(城) 모양 공장 건물로 유명. 무화학첨가물 인증	썩쟁 공장 직판 / 호치민 공항 / 쇼피·라자다 온라인 / 미국 코스트코·한인마트
탄흥(Tân Hưng)	붕 텀 마을 원조 공장. 작은 규모지만 전통 레시피 고집. 현지인들이 "진짜 원조"로 인정. 부드럽고 향이 진함	썩쟁 현지 시장·직판장 / 메콩 델타 일대 지역 가게
마이안(Mỹ Anh)	현대식 생산 관리 도입. 방부제·인공색소 없음. 껍질이 고르게 층층이 갈라지는 품질로 유명	메콩 델타 전역 / 호치민 슈퍼마켓 / 온라인 쇼핑몰

▶ 반피아 탄생과 성장 - 300년 연표

17세기 후반	화교 이민 시작	명나라 멸망 후 테오체우 화교들이 썩쟁 붕 텀 마을에 정착. 조주식 파이 기술 전파
19세기	소규모 생산	화교 가정 작업장에서 녹두 소 파이 수제 생산. 명절과 축제 때 나눠 먹는 음식
1920년대	두리안 첨가	바잉 집안이 처음으로 두리안을 소에 넣음. 염장 오리알 노른자도 추가. 베트남화 완성
20세기 중반	상업화 시작	집안 단위 공장에서 지역 시장 판매 시작. 썩쟁 특산물로 인지도 확산
2000년대	브랜드화	탄화비엔 등 기업형 브랜드 등장. 포장·위생·품질 관리 강화
2010년대	전국화	호치민·하노이 슈퍼마켓·공항 입점. 온라인 쇼핑몰 판매 시작
2020년대	해외 진출	탄화비엔, 미국 코스트코 입점 달성. 재미교포·해외 아시아 커뮤니티로 확산

[출처: 사이고니어(Saigoneer) • 그로키피디아(Grokopedia) • 빈펄(Vinpearl) • 아틀라스 옵스큐라 • 위키피디아(반피아) • A2E집 • 빈보아무아호아짜이 (2022~2026.06)]



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

