

# [베트남] 의류 부자재 및 액세서리 시장 동향

KOTRA 해외시장뉴스(2022. 8. 22.)



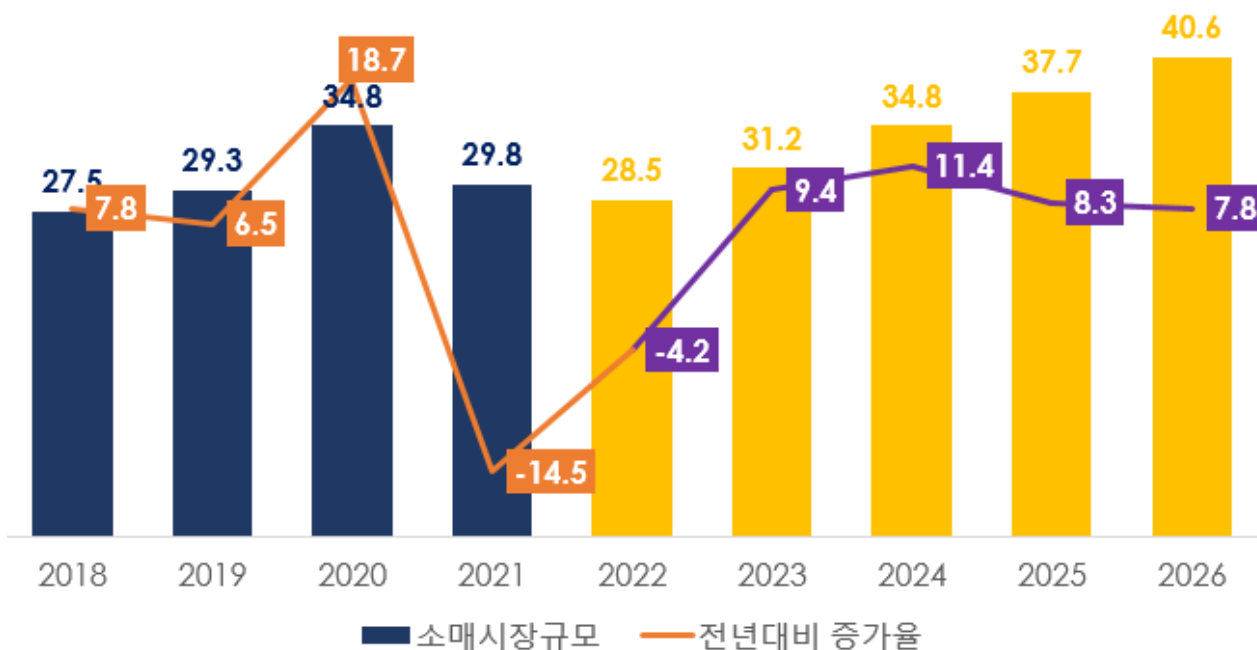
의류 브랜드 및 액세서리 시장은 경기 확대 등의 요인으로 꾸준히 상승할 것으로 예측되나, 시장 포화로 현지 유통사와 협력 통한 진출이 현실적일 것으로 보인다.

## ▪ 시장규모

- 유로모니터에 따르면 2021년 베트남의 의류액세서리 소매시장은 전년 대비 14.8% 감소한 2980만 달러, 2022년도 4.2% 감소한 2850만 달러를 기록
- 경기 확대, 젊은 세대 구매력 증가 등의 이유로, 2022년부터 2026년까지는 연평균 9.25%의 성장률을 보이며 2026년 4060만 달러 규모에 도달할 것으로 예측

[베트남 의류액세서리 소매시장 규모 추이 및 전년대비 증가율(2018-2026)]

(단위: US\$ 백만, %)



※자료 : 유로모니터

▪ 의류 액세서리 시장 동향

I. 코로나19로 인한 의류 액세서리 시장의 명암

- 2020년 1분기, 코로나19 유행 시작에 따라 마스크에 대한 수요가 급증하며, 천으로 된 마스크는 의류 액세서리로 분류되어, 2020년 베트남의 의류 액세서리 시장 규모는 18.7% 상승한 3,480만 달러에 도달
- 그러나 2021년, 의류 액세서리로 분류되지 않는 의료용 마스크에 대한 수요가 증가하면서 의류 액세서리 시장은 전년 대비 14.5% 감소한 2,980만 달러 규모
- 베트남 정부는 2021년 5월부터 9월까지 시행된 사회적 거리 두기로 넥타이, 모자, 천 마스크 등의 의류 액세서리 수요도 감소해 2021년에는 마스크를 포함한 의류 액세서리 시장이 전년보다 4.2% 감소

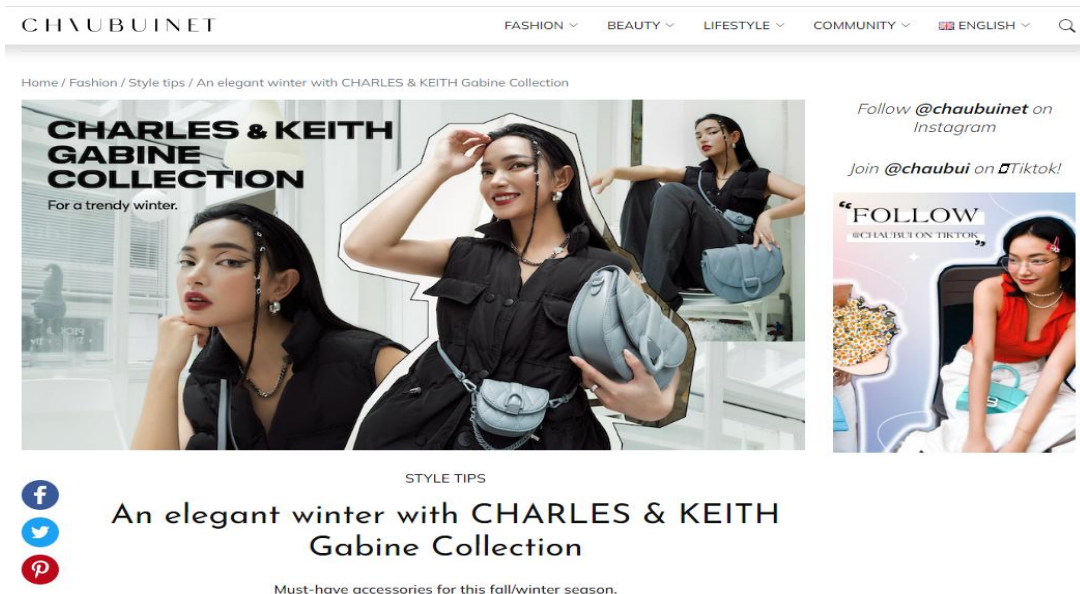
II. 생활수준 향상으로 인한 세련된 액세서리 수요의 증가

- 유로모니터는 가구당 소득 및 지출이 증가함에 따라 의류 액세서리 시장은 2022년부터 2026년까지 연평균 9.25%의 성장세를 보일 전망
- 시장조사기업 VIRAC에 따르면, 2020년 기준 25-34세의 젊은 층은 의류 관련 액세서리에 가장 많은 지출 하였으며, 새로운 트렌드를 가장 빠르게 파악하는 연령층으로, 의류 액세서리 소비 성장세를 주도

III. 의류 액세서리 분야의 인플루언서 마케팅

- 최근 몇 년 동안 패션 액세서리 브랜드는 인플루언서 마케팅에 가장 많은 관심을 보임.
- 2021년 베트남의 스마트 폰 보급률은 세계 10위이며 인터넷 보급률은 전체 인구의 70%(약 6800만 명)로 국내외 의류 및 액세서리 브랜드들은 Facebook, YouTube, Instagram, TikTok 등의 소셜미디어에 홍보 계정을 운영

[패션 블로거 Chau Bui와 싱가포르의 다국적 패션잡화 브랜드Charles & Keith가 협업한 블로그 포스팅]



※자료 : Chaubui.net

▪ 글로벌 의류 기업의 베트남 진출 및 협력사 보유 현황

– 스페인, 이탈리아 등에 본사를 둔 글로벌 스파 브랜드들은 베트남 시장에 다수의 생산 협력사, 직영 및 프랜차이즈 의류매장을 보유

- ① 스페인의 ‘인디텍스’ : 자라, 마시모두띠, 풀앤베어 등 브랜드 보유하며, 베트남 전역에 130여개 생산 협력사에서 의류 및 잡화를 생산
- ② 스웨덴의 ‘H&M’ : 2022년 7월 기준 베트남 전역에 42개 제조 협력사, 16개 2차 가공사, 5개 직조 협력을사를 보유하고 있으며, 2017년 3분기에 첫 직영점을 개점
- ③ 일본의 ‘유니클로’, 스페인의 ‘망고’ : 베트남에 생산 네트워크를 확대
- ④ 이탈리아의 ‘OVS’ : 베트남 IPP그룹 산하 대표적인 해외 의류 브랜드 수입 유통사인 ACFC를 통해 2019년 베트남 시장에 진출
- ⑤ 미국의 ‘GAP’ : 바나나리퍼블릭과 올드네이비 등 베트남 전역에 205개의 협력사를 보유

[각국의 패션 제조업체가 소유한 하위 브랜드]



※자료 : Fashion Retail

▪ 베트남의 품목별 의류 액세서리 시장 동향

– 유로모니터에 따르면 코로나19로 인한 강력한 사회적 거리 두기 정책 때문에 외출 빈도 감소로 2021년은 벨트, 장갑, 모자, 스카프, 넥타이 등 외출과 관련된 의류 액세서리의 시장 규모는 전년 동기 대비 최소 16.7%에서 최대26.1% 감소하였으나 그 외 단추, 브로치, 솔, 두건 등 섬유 및 의류 부자재를 활용한 ‘기타 의류 액세서리’ 품목은 의류 관련 소매 분야에서 유일하게 12% 성장한 1110만 달러를 기록

[베트남 품목별 의류 액세서리 시장 규모 및 증가율(2021)]

(단위: US\$ 백만, %)

분류	2021	증감률	‘16-’21년 연평균증가율	‘21-’26년 연평균증가율
벨트	10.9	-26.1	-4.6	15.6
장갑	1.3	-16.7	-1.7	11.0
모자/야구모자	1.1	-26.1	-3.3	18.2
스카프	1.1	-20.5	-2.5	15.1
넥타이	4.3	-25.3	-3.4	15.6
기타 액세서리	11.1	12.0	68.1	-26.5

※자료 : 유로모니터

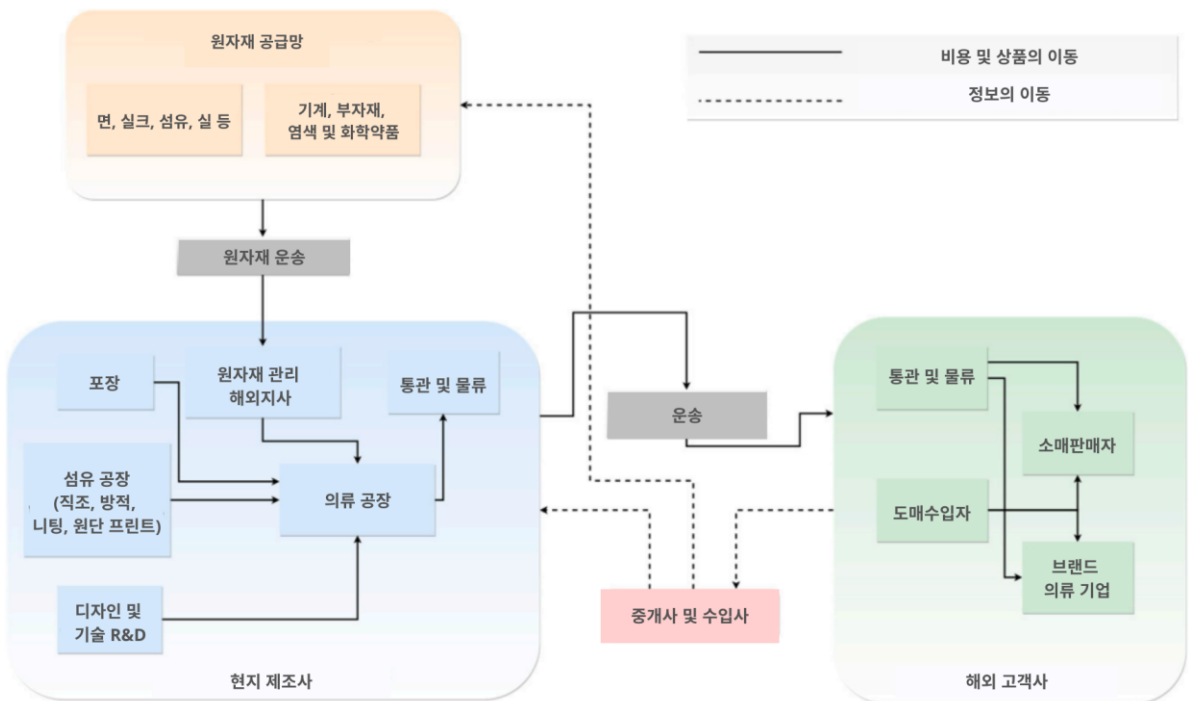
▪ 수입동향

- 베트남의 HS Code 621710품목(부속품(Accessories)), 621790품목(부분품(Parts)) : 모자, 야구모자, 스카프, 넥타이, 핀, 벨트, 숄, 브로치, 단추 등의 의류부자재 및 액세서리를 포함)의 수입규모는 2018년 5억1903만 달러로 최대치를 기록했으나, 2020년 코로나19 유행으로 전년 대비 16.35% 감소한 3억5913만 달러로 최저치를 보이며 이후 2021년부터 반등해 4억1781만 달러를 기록
- 상위 3위 수입국은 한국(81.3%), 대만(9.7%), 중국(5.2%)으로 3개국을 합산하면 점유율 96% 이상

▪ 유통구조

- 베트남 의류 액세서리 시장은 온라인 판매보다 오프라인 매장 판매 비율이 압도적으로 높음.
- 베트남은 의류 및 액세서리 산업의 글로벌가치사슬(GVC)가 집결된 국가 중 하나로 베트남 현지 및 해외의 의류산업 공급망은 다음과 같음.

[의류 및 액세서리 산업 글로벌 가치 사슬 모식도]



※자료 : MDPI 및 KOTRA 하노이 종합

▪ 시사점

- 베트남의 의류 액세서리 시장은 포화상태이며 현지 도소매업자뿐만 아니라 지난 10년간 국내외 기업들이 대거 가세하였으나, 베트남 소비자들의 패션 관련 소비 패턴을 이해한다면 외국 기업의 진입 및 성장 가능
- 오프라인 매장을 아우를 수 있는 현지 파트너사와 유통 체인망을 확보하는 것이 중요하며, 섬유·의류 관련 협회에 베트남의 패션 관련 동향을 문의하거나 유관 전시회에 참가해 현지 시장 트렌드 및 소비자 동향을 파악하는 것을 추천