

12면

몸에 좋다는 건 알지만 사지 않는다 홍삼이 막혀온 진짜 이유



52MW용량 AI 데이터 센터 베트남 AI 인프라 시대의 개막

호찌민시 인민위원회가 8월 19일 서명한 한 장의 토지 임대 결정서가 베트남 디지털 경제의 방향을 보여준다. 사이공 하이테크파크(SHTP) 내 4.96헥타르 축구장 약 7개 크기의 땅이 50년간 싱가포르 컨소시엄에 임대됐다. 투자액 \$5억800만, 용량 52MW, ...

4면



꽝닌과 박닌의 직할시 승격 의미

8월 24일 베트남 국회가 꽝닌성(Quảng Ninh)과 박닌성(Bắc Ninh)을 직할시(Thành phố trực thuộc Trung ương)로 승격하는 결의안을 통과시켰다. 베트남의 직할시는 현재 하노이·호찌민·다낭·하이퐁·껀터 5개뿐이었는데, 이번에 꽝닌과 박닌이 추가되면 7개로 늘어난다. 직할시는 성(省) 단위보다 한 단계 높은 행정 단위다. ...

9면



원두는 수출하고 문화는 만든다 베트남 커피 혁명

베트남은 세계에서 두 번째로 많은 커피를 생산한다. 연간 약 180만 톤, 전 세계 수출의 약 18%가 베트남에서 나온다. 그런데 오랫동안 이 커피의 대부분은 원두 상태로 유럽·미국·한국에 팔려나갔다. 부가가치는 베트남 밖에서 만들어졌다. 지금 그 흐름이 바뀌고 있다. ...

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

메콩을 가로지르는 라오스-중국 고속철도, 베트남에 주는 질문

1,035km 교역량 +62.7% 증가 - 중국의 선물인가, 베트남에게 도전인가

2021년 12월 3일, 쿤밍에서 비엔티안까지 1,035킬로미터를 잇는 철도가 개통됐다. 중국이 \$60억을 투자한 이 철도는 "육지에 갇힌 나라(Land-locked)"였던 라오스를 "육지로 연결된 나라(Land-linked)"로 바꾸겠다는 선언이었다. 4년이 지난 2026년, 누적 화물 8,000만 톤 · 누적 승객 6,760만명 · 2026년 1분기 교역 +62.7% 증가라는 숫자가 현실이 됐다. 이 철도가 만드는 물류 혁명이 베트남 경제에 복합적 파장을 일으키고 있다.

▶ 라오스-중국 철도 운영 현황 및 베트남 연관 지표 (2026년 기준)

항목	수치 · 내용
노선	쿤밍(중국 윈난) → 보텐 → 루앙프라방 → 방비엥 → 비엔티안 총 길이 1,035km / 터널 75개 · 교량 167개 / 최고속도 160km/h
개통일 · 총투자	2021년 12월 3일 / \$60억 (중국 70% · 라오스 30%)
누적 화물 (2026.8)	8,000만 톤+ (국경 통과 1,800만 톤+) 2026 Q1 국경 교역 +62.7% 전년대비
누적 승객 (2025.9)	6,760만명 (2025년 연간 1,951만명) 2026 Q1 국경 여객 112,000명 (+33% 전년대비)
일일 운행 편수	국경 통과 화물열차 23편/일 (개통 초 2편 → 10배 이상 증가) 여객 편수 별도 운영
주요 화물 품목	중국→라오스: 전기차(NEV) · 태양광패널 · 전자제품 · 소비재 라오스→중국: 열대과일 · 카사바 · 고무 · 광물
연결 국가 · 지역	31개 중국 성(省) → 19개 국가 · 지역 연결 태국 · 베트남 · 싱가포르 포함 란창-메콩 익스프레스 운영
전기차 물류 혁신	충칭발 NEV → 비엔티안: 5일 (기존 해상+육로 20~30일) 물류 비용 30~50% 절감
베트남 연관	베트남산 두리안 중국 수출 육상 루트 부상 캄보디아 두리안 라오스 경유 중국 수출 40배 급증

① 철도의 현재, "동남아 물류의 재편"

라오스-중국 철도는 중국 BRI(일대일로) 최초의 해외 고속철도 완성 사례다. 개통 4년 만에 교통의 성격이 바뀌었다. 처음에는 1일 2편에 불과하던 국경 통과 화물열차가 2026년 1일 23편으로 10배 이상 늘었다. 화물의 종류도 개통 당시 10여 가지에서 3,900종 이상으로 확대됐다. 글로벌타임즈에 따르면 2026년 7개월간 이 철도를 통한 교역액이 위안화 기준 29.9% 증가해 누적 940억 위안을 넘었다. 특히 새로운 하이лай트는 전기차(NEV)·배터리·태양광 패널의 2026년 전반기 교역이 전년대비 348.5% 급증한 것이다. 중국이 만든 전기차가 이 철도를 타고 동남아 시장으로 빠르게 퍼지고 있다.

② 베트남 경제에 미치는 영향, 기회와 도전이 공존한다

베트남과 라오스는 1,200km 국경을 공유한다. 그러나 베트남은 라오스-중국 철도에 직접 연결돼 있지 않다. 이것이 이 철도가 베트남에 미치는 영향이 복잡한 이유다.

수혜 측면이 있다. 우선 농산물 수출 경로가 다양해졌다. 메콩타임즈가 이미 확인했듯 베트남 두리안의 중국 육상 수출 루트로 라오스 철도가 부분적으로 활용되고 있다. 캄보디아 두리안이 라오스를 경유해 중국으로 가는 것도 같은 인프라를 쓴다. 베트남 중부 고원(다락·자라이) 농산물이 라오스 접경 국경을 통해 철도에 연결되면 운송 시간과 비용을 줄일 수 있다. 다음으로 관광 연계가 가능하다. 쿤밍-루앙프라방 관광 코스가 철도로 활성화되면 베트남 북부(하노이·하롱베이)와 연계한 다국 관광 루트 개발의 여지가 생긴다. 실제로 CGTN은 "쿤밍-쑤쑤판나-루앙프라방-비엔티안을 기차로 여행하는 새로운 트렌드"를 보도했다.

도전 측면도 명확하다. 첫째, 물류 우회 압력이다. 중국에서 태국·말레이시아·싱가포르로 가는 화물이 과거에는 베트남 항구(하이퐁·다낭·호찌민)를 경유했다. 라오스 철도가 개통되면서 이 화물의 일부가 베트남을 우회해 라오스 → 태국 → 말레이시아로 이동하는 경로를 선택한다. 베트남 항만의 경쟁 대상이 생긴 것이



다. 둘째, 중국 전기차의 동남아 침투가 빨라졌다. 기존 20~30일이 걸리던 중국 전기차 운송이 5일로 줄었다. 물류 비용이 30~50% 하락했다. 베트남 자국 전기차 업체 VinFast가 경쟁해야 하는 환경이 더 빠른 속도로 변하고 있다. 셋째, 라오스의 물류 허브 부상이다. "육지에 갇힌 나라"였던 라오스가 철도로 "메콩 물류 허브"로 거듭나고 있다. 라라이 세관 수입이 연간 목표의 10배를 넘어선 것이 이를 증명한다. 베트남과 라오스 사이의 무역 경쟁 구도가 형성될 수 있다.

③ 남은 퍼즐, 베트남-라오스 철도 연결

라오스-중국 철도의 다음 목적지는 태국이다. 방콕-농카이 고속철(2030~2031년 개통 목표)이 완성되면 쿤밍-비엔티안-방콕이 철도로 연결된다. 그 이후는 말레이시아-싱가포르다. 이 구간이 연결되면 쿤밍에서 싱가포르까지 기차로 갈 수 있는 "범아시아 철도"의 핵심 구간이 완성된다. 베트남은 이 주요 노선에서 측선(Side Line) 위치다. HKTDC 리서치는 "라오스-베트남 철도 연결 계획이 승인됐다"고 보도했다. 베트남이 동부 연안 항구(하이퐁·다낭·호찌민)와 내륙 철도를 라오스 철도에 연결하는 구상이 있지만 구체적 일정은 아직 확정되지 않았다. 베트남이 하노이-호찌민 고속철(2025년 국회 승인·2035~2040년 완공 목표)을 추진하면서 동시에 라오스 방향 연결선을 검토하고 있다. 이 연결이 현실화된다면 베트남은 중국-라오스-베트남-메콩 델타를 잇는 새로운 물류 축의 일부가 된다.

★ 편집부 평가

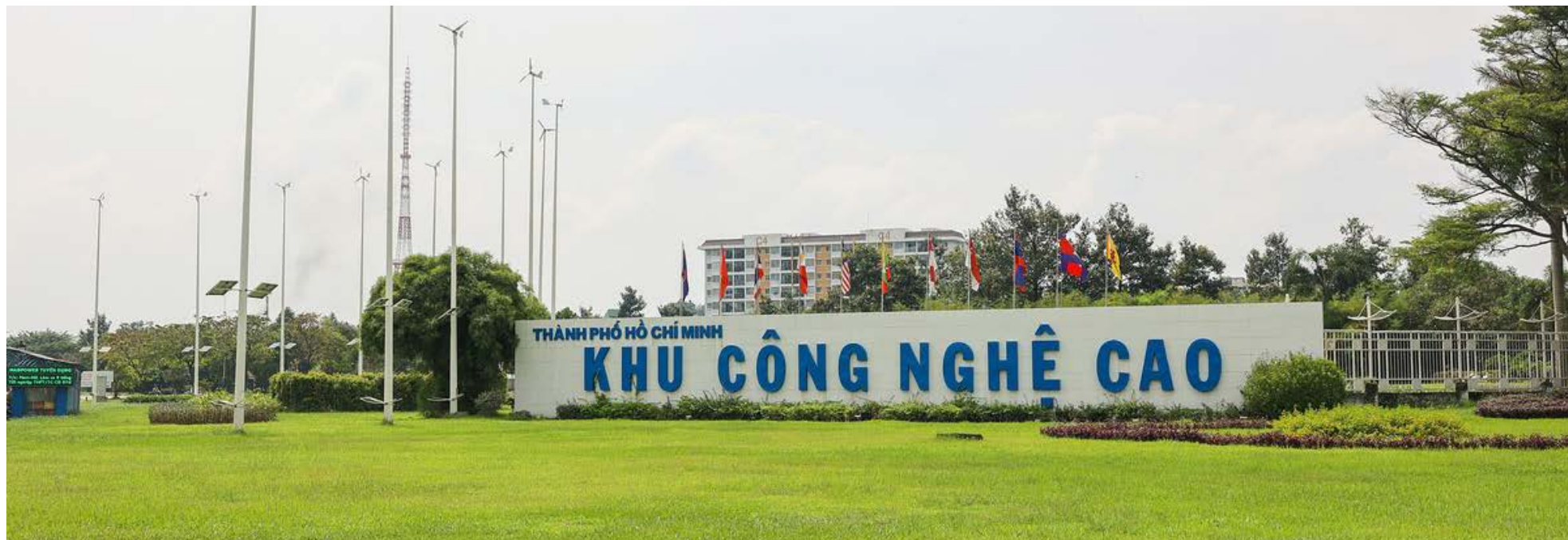
라오스-중국 철도는 베트남에게 기회이자 압력이다. 농산물 수출 다변화 · 관광 연계라는 수혜가 있는 반면, 항만 경쟁 심화 · 중국산 전기차 침투 가속이라는 구조적 압박도 함께 온다. 베트남 입장에서 이 철도를 가장 현명하게 활용하는 방법은 "경쟁"보다 "연결"이다. 베트남 농산물과 제조품이 라오스 철도를 통해 중국 내륙 시장에 접근하는 루트를 확보하고, 베트남 항만이 철도와 연계된 복합 물류 허브로 기능하는 구조를 만드는 것이다. 그 연결의 첫 단계가 베트남-라오스 철도 연결 구체화다. 베트남이 이 인프라를 남의 것으로 볼 것인지, 자국 물류 네트워크의 연장으로 편입할 것인지가 향후 10년 베트남 물류 경쟁력을 결정하는 핵심 선택이다.

[출처: ASEAN Briefing "Laos-China Railway Trade Impact" (2025.06) · Global Times "China-Laos Railway 7-month trade \$2.97B" (2026.08) · Laotian Times "15M passengers by Q3 2025" (2025.10) · CGTN "China-Laos Railway golden corridor" (2026.06) · The Southeast Asia Desk "ASEAN Connectivity Boom" (2026.06) · World Scientific "China-Laos Railway Regional Connectivity" (2025) · HKTDC Research "Laos-Vietnam Railway approved" · Travel and Tour World 라오스-태국 화물열차 · Mekong Memo Laos (2026.08.19)]

52MW용량 AI 데이터 센터 - 베트남 AI 인프라 시대의 개막

싱가포르 Evolution DC 투자의 의미와 베트남 AI 데이터센터 전망

호찌민시 인민위원회가 8월 19일 서명한 한 장의 토지 임대 결정서가 베트남 디지털 경제의 방향을 보여준다. 사이공 하이테크파크(SHTP) 내 4.96헥타르 축구장 약 7개 크기의 땅이 50년간 싱가포르 컨소시엄에 임대됐다. 투자액 \$5억800만, 용량 52MW, 목표는 AI·클라우드·빅데이터의 동남아 허브다. Evolution DC VN HCMC라는 이름의 이 데이터센터는 베트남이 "조립하는 나라"에서 "AI 인프라를 짓는 나라"로 도약하는 상징적 사건이다.



▶ 호찌민 주요 데이터센터 현황 (2026년)

프로젝트명	투자자	투자액	용량	현황
Evolution DC VN HCMC ★ 이번 분석 대상	싱가포르 컨소시엄 (Hathor•Frontier•Evolution)	\$5억800만	52MW Tier III+ (IV 목표)	토지 임대 확정 (2026.08.19) 2026~2027 착공
StarMason DC (Sembcorp+BB홀딩스)	싱가포르 Sembcorp +베트남BB홀딩스	\$4억8,026만	90MW Tier III	투자 허가 승인 SHTP 4.5ha
CMC 하이퍼스 케일 DC ("AI 심장")	베트남 CMC그룹	\$2억5,000만 (1단계)	30MW→ 100MW+ (확장 계획)	SHTP 내 착공 준비 중
G42 데이터 센터 (Abu Dhabi)	G42+FPT+비엠타이	\$10억+ (협의 중)	미정	SHTP 부지 조사 3회 Q1 2026 투자허가 협의
AIC AI 데이터 센터 (편포풍 산업 단지)	AIC 컨소시엄	\$21억	50MW 28,000 GPU	2027년 Q1 가동 목표 (별도 단지•SHTP 아님)

① 이 투자가 갖는 5가지 의미

첫째, 싱가포르 자본의 베트남 디지털 인프라 진출이다. 싱가포르는 아시아 최대 데이터센터 허브였다. 그러나 전력 제한•토지 부족•비용 급등으로 새로운 입지를 찾아야 했다. 베트남이 그 대안으로 선택됐다. Evolution DC가 싱가포르 자본으로 베트남에 52MW 데이터센터를 짓는다는 것은 "아시아 디지털 인프라의 무게 중심이 이동하고 있다"는 신호다.

둘째, Tier III+는 기업 수요를 충족하는 수준이다. Tier III는 99.982% 가용성(연간 다운타임 1.6시간 이내)을 보장한다. Tier IV는 99.995%(다운타임 26분 이내)다. 베트남 정부가 외자 기업들의 "데이터 현지화" 요구에 대응할 수 있는 신뢰도 있는 인프라를 갖추게 됐다는 의미다. 삼성•LG•인텔 베트남 법인들이 현지 데이터를 저장•처리할 수 있는 물리적 기반이 생기는 것이다.

셋째, 50년 임대는 장기 투자 의지의 표현이다. 토지를 50년 사용한다는 것은 2076년까지 베트남에 뿌리를 내리겠다는 선언이다. 데이터센터 투자 회수 기간이 통상 10~15년임을 감안하면 이 컨소시엄은 최소 3~4사이클의 기술 전환을 예상하고 베트남에 베풀는 것이다.

넷째, SHTP의 위상이 격상된다. 사이공 하이테크파크는 설립 이후 반도체 테스트(인텔)•첨단 제조를 유치했다. 여기에 AI 데이터센터들이 집결하면서 단순 제조단지에서 "베트남의 실리콘밸리"로의 전환이 시작된다. 그러나 더인베스터는 "다양 IT 파크가 과거 베트남의 실리콘밸리로 기대됐지만 기대만큼 투자를 유치하지 못했다"는 교훈도 함께 지적했다. SHTP는 다량의 실패를 되풀이하지 않기 위해 실제 가동 프로젝트 확보에 집중하고 있다.

다섯째, 52MW는 시작이다. Tier IV 인증 목표라는 것은 향후 추가 투자•용량 확

장이 예정돼 있다는 의미다. 인접한 StarMason(90MW)•CMC(30MW→100MW+)와 합산하면 SHTP 단지 내 데이터센터 총 용량이 2027~2028년 300MW를 넘어설 가능성이 있다.

② 왜 베트남인가 - 싱가포르 자본이 택한 이유

VNDC 보고서와 IPTP CEO 블라디미르 칸킨의 발언이 이유를 정확히 짚는다. "베트남은 거대한 잠재력을 갖고 있다. 지금 진입하는 초기 투자자들이 최고의 기회를 잡을 것이고, 5~10년 후에 기다리는 사람들은 너무 늦을 것이다." 구체적 요인은 세 가지다. 우선 전력이다. 베트남은 수력•석탄•재생에너지를 조합해 전력을 상대적으로 저렴하게 공급할 수 있다. 싱가포르의 전력 단가(\$0.20~0.25/kWh)보다 베트남(\$0.07~0.10/kWh)이 절반 이하다. 데이터센터는 전기 먹는 하마다. 이 차이가 연간 수천만 달러의 운영비 절감이 된다. 다음으로 디지털 경제 성장이다. 베트남 클라우드 시장이 2025년 \$12억4,000만에서 2029년 \$25억으로 두 배가 될 전망이다. 로컬 수요가 폭발한다. 마지막으로 지정학적 안정성이다. 미국•한국•일본•호주 모두와 포괄적전략동반자 관계를 가진 베트남은 데이터 주권 측면에서 "안전한 위치"다.

③ 향후 전망 - 2030년 베트남 데이터센터 1,000MW

VNDC 보고서에 따르면 베트남 데이터센터 총 용량이 2025년 525MW에서 2030년 약 1,000MW로 두 배가 될 전망이다. SHTP 집중 개발 외에 다낭 하이테크파크에 IPTP Networks가 \$2억 AI 데이터센터를 개발 중이다. 하노이 호아락 하이테크파크도 AI•클라우드 인프라 유치에 속도를 내고 있다. G42•FPT•비엠타이 컨소시엄은 SHTP에 \$10억 이상 데이터센터를 협의 중이다. 베트남 국가 전략인 2030 디지털 경제 전략에서 데이터 인프라는 핵심 축이다. 쩌딘티엔 경제학자가 경고한 "FDI 의존 성장"의 한계를 극복하는 경로 중 하나가 바로 이 디지털 인프라다. 데이터센터는 단순 건물이 아니라 디지털 경제의 신경계다. 그 신경계를 외국 자본이 짓되 베트남 기업들이 활용하는 구조가 형성된다면 FDI와 국내 성장이 연결되는 선순환이 가능하다.

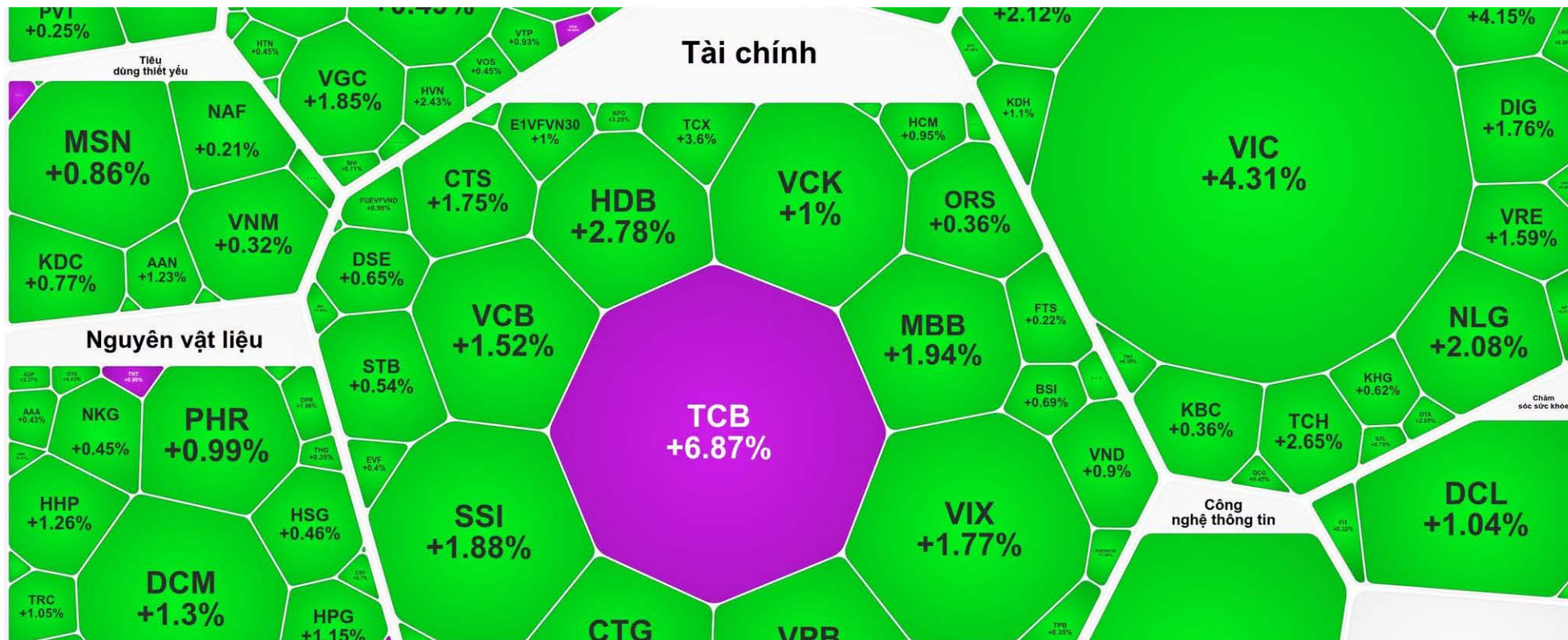
★ 편집부 평가 - 한국 기업에 열린 것들

\$5억 데이터센터 착공은 한국 기업들에게 세 가지 문을 연다. 하나, 데이터센터 건설•시공 참여다. Tier III+ 이상 데이터센터는 정밀 기계•냉각•전력 시스템에 한국 기술 기업들의 경쟁력이 있다. 둘, 데이터센터 입주 고객이다. 삼성•LG•한국 핀테크•IT 기업들이 현지 데이터를 안전하게 저장할 수 있는 공간이 생긴다. 셋, AI 서비스 파트너십이다. FPT가 OpenAI와 협력하고 VNG가 클라우드를 확장하는 베트남 AI 생태계에서 한국 AI 기업들의 협력 공간이 만들어진다. 베트남은 더 이상 공장만 있는 나라가 아니다.

[출처: TNGlobal "Vietnam leases 5 hectares to Evolution \$508M data center" (2026.08.20) • The Investor "HCMC leases 5-ha Saigon Hi-Tech Park" (2026.08.21) • DTI News (2026.08.20) • DCD "Evolution DC secures lease" • Technode Global "Vietnam Singapore firms \$1B HCMC" (2026.04.27) • Vietcetera "HCMC \$2.1B AI mega-project" • VietnamPlus "Vietnam AI data center hotspot" (2025.11) • VNDC 클라우드•데이터센터 보고서 2025]

VN-Index 1,800p 돌파(8월27일 1,831p)

FTSE 27개 • 비중 0.49% / • SSI \$14억5,000만 유입 전망 / 부동산주 주도



① VN-Index 주간 흐름 - FTSE 촉매로 1,800p 돌파

이번 주 베트남 증시는 FTSE 편입 이후 첫 거래 주간을 보냈다. 8월 21일 FTSE Russell 발표 직후 처음 열린 8월 24일(월) 장에서 VN-Index는 +1.17%(+20.66p) 올라 1,788.78포인트로 마감했다. 아시아 당일 최고 성과 시장 중 하나였다. 이후 1,800p 저항선을 두고 이틀간 씨름했지만 8월 27일(목) 장에서 +0.56%(+10.24p) 오르며 1,831.56포인트로 마감, 심리적 저항선 1,800p를 공식 돌파했다.

이번 주 주도 섹터는 부동산이었다. 8월 24일 VIC(+4.63%)·VHM(+2.37%) 두 종목이 지수 상승분 20.66p의 18p를 끌어올렸다. TCH(+6.85%)·CEO(+5.56%)·PDR(+4.47%)·KDH(+3.06%) 등 중소형 부동산주도 동반 급등했다. 외국인은 8월 24일 기준 VND 179.6억 순매수로 2거래일 연속 순매수를 기록했다. HPG가 VND 106억 이상으로 외국인 가장 많이 산 종목이었고 VIC·VPB·MSN도 순매수 상위에 올랐다. 반면 VCB·CTG·DCM은 외국인 순매도 대상이었다.

다만 SSI는 "전체 유동성이 20주 평균보다 9% 낮아 자금 흐름이 대형주에 집중되는 구조적 불균형"을 지적했다. 비엠킵은 1,885p 목표 달성 확률을 65%로 유지했으며 "핵심 변수는 9월 21일 효력 발생 이후 패시브 자금 실제 집행 속도"라고 밝혔다.

▶ 이번 주(8.24~8.27) 베트남 금융 · 증시 핵심 지표

지표	내용	전주 대비 · 의미
VN-Index 주간 흐름	8.24: 1,788.78p (+1.17%) 8.25: 1,791.41p (+0.15%) 8.26: 1,795p대 유지 8.27: 1,831.56p (+0.56%)	주간 +약 5% 1,800p 심리 저항선 돌파 확인
FTSE 자금 유입 전망 업데이트	SSI Research 총 \$14억5,000만 (패시브·이머징 편입 전환 전 기간) 1단계(9.21): 약 \$1억4,500만	수혜 1위: VIC(\$4억7,500만) VHM \$1억6,900만 · HPG \$9,200만
FTSE 27개 종목 지수 비중	FTSE Emerging All Cap 비중 0.328% → 0.49%로 상향 (예상 24개 초과·27개 확정)	비중 49% 상향으로 패시브 매수 규모 소폭 증가
외국인 수급	8.24: VND 179.6억 순매수 8.25: VND 401억(\$4,004만) 순매수 8.27: 당일 집계 중	2~3거래일 연속 순매수 방향성 변화 진행 중
SJC 금값	8.21: 143.6만동(매수) 8.25: 150.6만동(6일 연속 상승) 국제 금: \$4,634.4/oz(8.25)	주간 +7만동 급등 달러 인덱스 다중 월저점 영향
원화 환율	연중 최저 1,381.74원(8.21) 이번 주: 1,383~1,385원대 7일 평균 1,398.22원	한 달 -5.67% 강세 BOK 8.27 금리 인상 기대
주요 이벤트	SCIC 66개 기업 전망 매각 계획 국회 임시회 폐막(8.24)·15개 법률 박닌·광닌 직할시 승격	민영화물결·입법 환경 완성 부동산·SOE주 추가 촉매

② FTSE 편입 세부 - 예상보다 많은 27개 • 비중 0.49%의 의미

이번 주 시장 참여자들이 가장 주목한 숫자는 세 가지였다. 첫째, 편입 종목 수 27개(당초 시장 예상 24개 초과). 둘째, FTSE Emerging All Cap 지수 내 베트남 비중이 0.328%에서 0.49%로 높아진 것. 셋째, SSI Research가 발표한 총 패시브 유입 추산치 \$14억5,000만이다.

27개 종목이 예상(24개)보다 많이 편입됐다는 것은 글로벌 패시브 ETF(상장지수펀드)가 베트남에 더 많은 종목을 의무 편입해야 한다는 의미다. 비중이 0.49%로 높아졌다는 것도 같은 맥락이다. BigGo Finance 분석에 따르면 VIC(빈그룹) 한 종목만으로 \$4억7,500만이 유입될 것으로 추산된다. 이것은 빈그룹이 베트남 시장 1위라는 것과 FTSE 편입 비중 산정 방식이 결합된 결과다. VHM(\$1억6,900만)·HPG(\$9,200만)·VPB(\$6,200만)가 뒤를 잇는다. 단 1단계(9월 21일)에 집행되는 금액은 \$1억4,500만이며 나머지는 분기 리뷰마다 단계적으로 집행된다. 시장 참여자들이 이번 주 이 종목들을 집중 매수한 것은 9월 21일 전까지 선취매 포지션을 확보하려는 논리다.

③ SJC 금 · 원화 · 두 자산이 동시에 신호를 보내고 있다

이번 주 베트남 금값과 원화 환율이 동시에 주목할 움직임을 보였다. SJC 금 매수가 8월 21일 143.6만동에서 8월 25일 150.6만동으로 6거래일 연속 오르며 주간 7만동 급등했다. 국제 금값이 \$4,634.4(8.25)로 오른 것이 주된 원인이다. 달러 인덱스(DXY)가 다중 월 저점을 찍으며 달러 약세가 금값 상승을 뒷받침했다. SJC와 국제 금 간 프리미엄은 이번 주도 약 45만~50만동 수준으로 유지됐다.

원화는 8월 21일 1,381.74원으로 2025년 9월 이후 최강을 기록한 뒤 이번 주 1,383~1,385원대에서 강세를 유지했다. 한 달간 -5.67% 원화 강세다. 달러 약세·한국 수출 호조·BOK 금리 인상 기대가 복합 작용하고 있다. 원화 강세는 베트남에 투자하거나 송금하는 한국인들에게 달러 환전 비용이 낮은 구간이라는 의미이기도 하다. 동시에 베트남동(VND)은 26,255동 수준에서 안정을 유지하고 있다.

④ 다음 주 핵심 모니터링 일정

- 9.4 (금) FTSE Russell 협의·쿼리 기간 마감 - 편입 종목 최종 확정 기한
- 9.15 (화) 최종 인덱스 리뷰 파일 발표 - 실제 편입 비중 최종 공개
- 9.21 (월) FTSE 편입 효력 발생 - 패시브 ETF 리밸런싱 집행·1단계 \$1억4,500만
- 8월 말 베트남 8월 GDP·수출 속도치 발표 예정
- 9월 초 미국 연준 9월 금리 결정(9.16~17) 전 시장 포지션 조정

★ 편집부 평가

이번 주 1,800p 돌파는 FTSE 편입이라는 구조적 이벤트에 부동산주 집중 매수가 결합된 결과였다. 유동성이 20주 평균보다 9% 낮다는 것은 시장 전반이 고루 올랐기보다 특정 섹터 · 종목에 자금이 집중됐다는 뜻이다. SSI의 총 \$14억 5,000만 패시브 유입 전망과 SCIC 민영화 물결이 9월 이후에도 상승 동력을 제공할 수 있는 구조적 환경은 갖춰져 있다. 다음 분기별 결정 요인은 9월 21일 실제 편입 집행과 연준의 9월 금리 결정이다.

[출처: Japan Securities "Update August 24" (2026.08.24) • Nhân Dân "VN-Index 1,831.56p August 27" (2026.08.27) • Vietnam.vn "VN-Index approaches 1,800" (2026.08.24) • BigGo Finance "VN-Index FTSE catalyst" (2026.08.24) • Vietnam.vn "Real estate leads rally" (2026.08.24) • Nhân Dân "SJC gold 150.6M 6 consecutive sessions" (2026.08.25) • Pinetree Securities "Market brief August 21" (2026.08.24) • SSI Research FTSE inflow estimate • Vietcap 1,885p target • TradingEconomics USD/KRW]

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, Chau Pha Commune, Ho Chi Minh City, Vietnam



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 웰니스 소비자는 누구인가, 세대 · 소득 · 지역별 분석

요가 매트를 사는 사람 · 유기농을 고르는 사람 · 달리는 사람 그들의 공통점과 차이점

지난 1편에서 우리는 베트남 웰니스 시장이 \$190억 규모로 성장했으며 코로나 · 중산층 확대 · 도시화가 이 시장을 만들었다고 분석했다. 이번 편에서는 한 발 더 들어간다. 이 시장에서 실제로 지갑을 여는 사람들이 누구인지를 들여다본다. 세대별로 다르고, 소득 수준별로 다르며, 하노이와 호찌민이 다르다. 그 차이를 알아야 이 시장에서 효과적인 전략을 세울 수 있다.



▶ 베트남 웰니스 소비자 세분화 - 세대 · 소득 · 지역별 특성

구분	핵심 소비자층	주요 웰니스 지출 항목	월 평균 지출	구매 채널
밀레니얼 (1981~1996)	도시 화이트칼라·맞벌이 부부 월소득 VND 2,000만~5,000만 가장 두터운 웰니스 소비층	프리미엄 피트니스 회원권 건강기능식품·유기농식품 스파·마사지	VND 150만~400만 (\$57~153)	오프라인+앱 병행 소피·틱톡숍·공식 매장
Z세대 (1997~2012)	대학생·사회초년생 소득 낮지만 지출 의지 높음 인플루언서 영향력 최대	부티크 요가·클라이밍 단백질 음료·비건 카페 스포츠 의류	VND 50만~150만 (\$19~57)	틱톡숍 주도 라이브커머스 특가
X세대 (1965~1980)	중견 관리자·사업주 가계 의사결정권 보유 자녀 웰니스 지출 포함	가족 건강검진·한방·스파 자녀 피트니스 클래스 고급 보조식품	VND 300만~700만 (\$114~267)	오프라인 선호 약국 체인·병원
월소득 VND 1,000만 이하	서민·지방 중소도시 가격 민감도 높음	헬스장(저가)·달리기 약국 OTC 보조식품 전통 약초	VND 30만~80만 (\$11~31)	동네 약국·재래시장 온라인 최저가
월소득 VND 3,000만~5,000만	도시 상위 중산층 프리미엄 수용 능력	수입 브랜드 보조식품 럭셔리 스파·웰니스 리트리트 퍼스널 트레이닝	VND 500만~1,500만 (\$190~573)	공식 수입 매장 명품 쇼핑몰
호찌민	외국인 거주자·코스모폴리탄 웰니스 문화 선도 도시	타오디엔 프리미엄 헬스클럽 유기농 마트·웰니스 리트리트 K-뷰티·기능성 화장품	지수 기준 가장 높음	다채널·글로벌 브랜드
하노이	국내 중산층 비중 높음 전통 문화 요소 흔재	서호(띠이호) 요가·달리기 한약 기반 기능식품 온천·지역 스파	호찌민보다 10~20% 낮음	오프라인·약국 채널

① 밀레니얼이 시장을 이끈다 - 가장 두터운 지갑

베트남 웰니스 시장의 핵심 소비층은 1981~1996년생 밀레니얼이다. 이들은 현재 30~45세로 경력 중반에 접어든 도시 화이트칼라다. 월 소득 VND 2,000만~5,000만(\$764~1,908)의 이 계층이 프리미엄 피트니스 클럽 회원권·수입 건강기능식품·스파·유기농 식품에 월 VND 150만~400만(\$57~153)을 쓴다. Cimigo의 2026 소

비자 트렌드 보고서는 이들을 "경험 소비자(Experience Spender)"로 분류한다. 물건보다 경험에 지출하고, 그 경험이 SNS에서 인증될 때 만족이 배가된다. 밀레니얼 부부가 자녀와 함께 주말 요가 클래스를 등록하고 유기농 마트에서 장을 보는 것이 2026년 호찌민 타오디엔의 주말 풍경이다.

② Z세대의 웰니스는 다르다 - 가격보다 정체성

Z세대는 주머니가 얇지만 웰니스 지출 의지가 강하다. 이들에게 웰니스는 건강 관리가 아니라 소셜 정체성의 표현이다. 새벽 6시 런닝 인증샷, 비건 카페 브런치 사진, 클라이밍 짐 체험 영상이 틱톡·인스타를 채운다. 소득이 낮기 때문에 가격 민감도가 높고 특가·하울(haul)·공동구매에 적극적이다. 단백질 음료·비건 스낵·스포츠 의류를 틱톡 라이브에서 최저가로 구매한다. Q&Me의 2026 조사에서 베트남 Z세대의 56%가 건강식품을 구매할 때 틱톡·인스타그램 인플루언서 리뷰를 가장 신뢰한다고 응답했다. 이 세대를 잡으려면 제품이 아니라 콘텐츠가 먼저다.

③ 호찌민과 하노이 - 같은 웰니스, 다른 방식

같은 베트남이지만 두 도시의 웰니스 소비 문화는 결이 다르다. 호찌민은 외국인 거주자와 귀국 교포가 만든 국제적 웰니스 문화가 강하다. 타오디엔에는 글로벌 스탠다드의 프리미엄 요가 스튜디오·유기농 레스토랑·웰니스 센터가 밀집해 있다. 수입 보조식품·K-뷰티·서양 스파 브랜드의 침투가 빠르다. 하노이는 국내 중산층 비중이 높고 전통 문화 요소와 현대 웰니스가 공존한다. 서호(Tay Ho) 수변 요가·한방 기반 기능식품·온천이 현지 감성에 맞게 변주된 웰니스다. 외국 브랜드보다 국내 브랜드에 대한 신뢰가 상대적으로 높다. 두 도시 모두 성장하고 있지만 진입 전략을 동일하게 가져가는 것은 효과적이지 않다.

④ 지방 중소도시의 부상 - 다음 성장은 여기서

하노이·호찌민에 집중됐던 웰니스 소비가 지방 도시로 확산되고 있다. 이것은 부온마투웃 피아노 대회에 1,000명이 몰린 것처럼, 소득 상승이 지방에서도 문화 소비 욕구를 만들어내는 흐름과 같다. 다낭·칸호아·빈즈영·동나이의 신흥 중산층이 헬스클럽·요가 스튜디오·건강식품을 찾기 시작했다. 그러나 이 시장의 특성은 호찌민과 다르다. 가격 민감도가 높고 브랜드 인지도보다 주변 추천이 강력하다. 지방 도시 약국 체인(롱쩌우·파마시티·안강)이 건강기능식품을 적극 판매하는 것은 이 지방 웰니스 수요를 정확히 읽은 결과다.

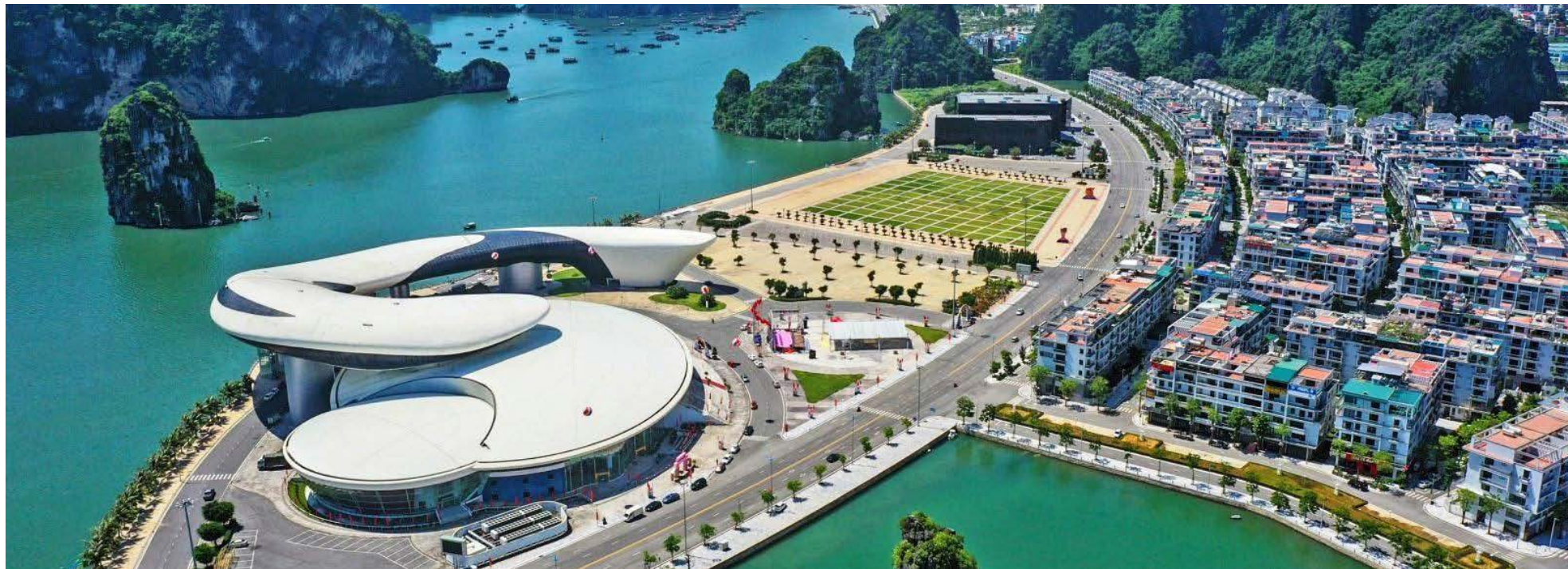
★ 편집부 평가

베트남 웰니스 소비자를 하나의 덩어리로 보면 전략이 흐릿해진다. 밀레니얼에게는 프리미엄 경험 · 가족 패키지 · 오프라인 접점이 유효하다. Z세대에게는 틱톡 콘텐츠 · 인플루언서 협업 · 특가 이벤트가 먼저다. X세대에게는 신뢰와 안전성 메시지가 핵심이다. 지방 도시에는 가격 접근성과 지역 채널이 진입 열쇠다. 베트남 웰니스 시장은 크지만 단일하지 않다. 세그먼트를 먼저 정하고, 그 세그먼트의 언어로 말해야 한다. 다음 3편에서는 이 소비자들을 놓고 경쟁하는 국내와 외국 브랜드들의 전선을 분석한다.

꽁닌과 박닌의 직할시 승격 의미

하롱베이와 삼성 클러스터, 두 도시 격상이 부동산 지형을 어떻게 바꾸는가

8월 24일 베트남 국회가 꽁닌성(Quảng Ninh)과 박닌성(Bắc Ninh)을 직할시(Thành phố trực thuộc Trung ương)로 승격하는 결의안을 통과시켰다. 베트남의 직할시는 현재 하노이·호찌민·다낭·하이퐁·껀터 5개뿐이었는데, 이번에 꽁닌과 박닌이 추가되면 7개로 늘어난다. 직할시는 성(省) 단위보다 한 단계 높은 행정 단위다. 예산 독립성·투자 인허가 권한·도시 개발 계획 수립이 모두 달라진다. 부동산 시장에 이 변화가 달는 경로는 직접적이고 구체적이다.



▶ 꽁닌·박닌 직할시 승격 전후 비교 및 주요 현황

항목	꽁닌 (Quảng Ninh)	박닌 (Bắc Ninh)
위치	하노이 북동 160km 하이퐁·중국 광시 접경	하노이 북동 30km 하노이 수도권 위성도시
면적·인구	6,098km²·144만명	823km²·147만명
GDP·GRDP	약 \$113억 (2025) 베트남 상위 5위 내	약 \$205억 (2025) 1인당 GDP 전국 최고 수준
핵심 산업	석탄·관광(하롱베이) 항구·물류·부동산	삼성전자·삼성디스플레이 FPT·한국 협력사 300개+ 전자·제조 클러스터
한국과의 관계	빈원더스 관광·하롱베이 교민 새 FTZ 조성 논의	한국 최대 베트남 제조 거점 삼성 누적 \$22억+ 투자
직할시 전환 의미	독립 도시 예산·항구 FTZ 권한 관광 브랜드 자율성 강화	삼성 협력 인허가 신속화 스마트시티 계획 독립 추진
현재 아파트 가격 (2026 Q2)	하롱시 VND 35~55백만/m² (\$1,334~\$2,096/m²)	박닌시 VND 40~70백만/m² (\$1,524~\$2,668/m²)

에 운영 중이다. 1인당 GRDP는 전국 최고 수준으로, 박닌이 이미 생산성과 소득 면에서 베트남 최상위 지역이라는 것을 보여준다. 직할시 전환으로 달라지는 것은 투자 인허가 속도와 스마트시티 계획의 실행력이다. 이미 확정된 박닌 2050 마스터플랜(6개 성장 거점·4개 개발 회랑)이 직할시 예산 자율성을 기반으로 더 빠르게 집행될 수 있다. 삼성 공장 인근 지원 인프라(도로·상하수도·주거) 투자에서 중앙 승인 대기 시간이 줄어든다.



① 직할시 승격 - 행정 격상의 실질적 내용

베트남에서 직할시(Thành phố trực thuộc Trung ương)가 된다는 것은 세 가지가 달라진다. 첫째, 예산 자율성이다. 성급 도시는 국가 예산 배분을 중앙에 의존하는 비중이 크다. 직할시는 자체 세입 관리와 지출 결정에서 더 높은 독립성을 갖는다. 인프라 투자·도시 개발 사업을 중앙 승인 없이 자체 결정할 수 있는 범위가 넓어진다. 둘째, 투자 인허가 권한이다. 외국인 직접투자(FDI) 프로젝트 승인·토지 사용권 부여·공사 허가에서 직할시 인민위원회의 독립 권한이 강화된다. 한국 기업들이 박닌에서 프로젝트를 승인받거나 확장할 때 행정 처리 속도가 빨라질 여지가 있다. 셋째, 도시 계획 독립성이다. 직할시는 자체 마스터플랜을 수립하고 국가 개발 방향에 맞게 도시 공간을 설계할 수 있다. 박닌 2050 도시계획이 이미 확정된 상황에서 직할시 권한이 더해지면 계획의 실행력이 달라진다.

② 꽁닌 - 하롱베이를 가진 도시의 격상

꽁닌은 베트남에서 가장 독특한 지리적 자산을 가진 도시다. 유네스코 세계자연유산 하롱베이(Ha Long Bay)와 석탄 매장량 전국 1위, 그리고 중국 광시(廣西)와 맞닿은 국경이 공존한다. 그동안 성급 행정의 한계로 관광 인프라 투자와 FTZ(자유무역지구) 개발이 중앙 승인을 기다려야 했다. 직할시 전환으로 하롱베이 관광 브랜드 자율 운영·국경 FTZ 독립 개발·항구 물류 투자 결정이 빨라진다. 꽁닌은 이미 빈원더스(VinWonders) 리조트와 빈펄(VinPearl)이 대규모 투자한 관광지다. 직할시 전환이 이 투자들의 후속 인프라를 가속하는 촉매가 될 수 있다. 하롱베이 인근 한국인 교민·관광객들에게는 새로운 개발 수혜 지역이 가시화되는 시점이다.

③ 박닌 - 삼성의 도시에서 독립 스마트시티로

박닌은 한국 기업과 가장 밀접한 베트남 도시다. 삼성전자·삼성디스플레이·삼성 SDI가 누적 \$22억 이상을 투자했고 300개 이상의 한국 협력사들이 박닌 산업단지

④ 부동산 시장에 미치는 영향

직할시 승격이 부동산 가격에 미치는 영향은 즉각적이기보다 점진적이다. 그러나 방향성은 명확하다. 꽁닌의 경우, 하롱시 아파트 가격이 현재 VND 35~55백만/㎡ 수준으로 하이퐁·다낭에 비해 저평가돼 있다는 평가가 있다. 직할시 전환으로 관광 인프라 투자가 가속되고 FTZ 물류 기능이 강화되면 실수요와 투자 수요가 동시에 커진다. 다만 하롱베이 관광은 계절성이 강하고 중국인 관광객 의존도가 높다는 구조적 한계가 있어 이 변수를 함께 봐야 한다. 박닌의 경우는 더 구체적이다. 박닌시 아파트 가격이 현재 VND 40~70백만/㎡로 이미 하노이 일부 외곽보다 높은 수준이다. 삼성 증설·한국 협력사 추가 진출·외국인 기술자 주거 수요가 결합된 탄탄한 실수요 기반이 있다. 직할시 전환으로 인허가가 빨라지면 신규 아파트 공급도 늘어나 가격 상승세는 완만해질 수 있다. 공급이 수요를 부분적으로 흡수하는 구조다. 두 지역 모두에서 토지 가격은 직할시 발표 이후 단기 반응이 나타날 수 있다. 투자 가치보다 실수요 기반을 우선적으로 확인하는 것이 현명하다.

★ 편집부 평가

꽁닌·박닌의 직할시 승격은 행정 지형의 변화이지 단기 부동산 급등의 신호탄이 아니다. 그러나 중기적으로 두 도시는 각자의 방식으로 성장 동력을 키울 조건을 갖췄다. 꽁닌은 관광·물류·FTZ를, 박닌은 삼성 클러스터 고도화와 스마트시티 전환을 추진할 것이다. 부동산 측면에서는 두 도시 모두 실수요 기반이 탄탄한지를 먼저 보고, 공급 확대 속도와 수요 증가 속도의 균형을 살피는 것이 합리적 접근이다.

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

남쪽의 엔진 - 호찌민시 이공계 명문 3대학

HCMUT(백코아) · UIT · HCMUS -인텔 · 삼성 · FPT가 먼저 찾는 곳

하노이에 HUST(하노이 과학기술대)가 있다면 호찌민에는 HCMUT(호찌민 과학기술대 · 백코아)가 있다. 1957년 설립된 이 대학은 남부 베트남 이공계 교육의 중심축으로 70년 가까운 역사를 쌓았다. 인텔이 호찌민 사이공 하이테크파크(SHTP)에 ATP 테스트 공장을 열면서 가장 먼저 채용 협약을 맺은 곳이 HCMUT였다. FPT 소프트웨어의 호찌민 개발 인력 상당수가 UIT와 HCMUT 출신이다. 호찌민시의 이공계 인재를 채용하거나 협력하려는 한국 기업들이 알아야 할 3개 대학을 소개한다.

▶ 호찌민시 이공계 명문 3대학 비교 (2026년 기준)

대학	설립 · 소속	글로벌 랭킹	재학생	채용 특화 분야	취업률
HCMUT (호찌민 과학기술대 · 백코아)	1957년 VNU- HCM 소속	QS 아시아 142위 (최근) HCERES (유럽)+AUN-QA (ASEAN) 동시 인증 베트남 내 공학 1위	약 2만~ 2만 5,000명	전기전자·기계· 화학· 석유·IT·AI·자동화 남부 제조업 엔지니어	90%+
UIT (호찌민 IT 대학)	2006년 VNU- HCM 소속	QS 아시아 300~400위권 국내 IT 전문대 1위	약 1만 5,000명	AI·소프트웨어 공학 정보보안·빅데이터 이더 모바일·임베디드	92~ 95%
HCMUS (호찌민 자연과학대)	1996년 VNU- HCM 소속	QS 아시아 400~500 위권 기초과학 분야 베트남 1위	약 1만 명	수학·물리·컴퓨터 과학 데이터사이언스·AI 기초 반도체 소재 연구	85~ 90%

① HCMUT(백코아), 호찌민 이공계의 정점



HCMUT는 호찌민 이공계 교육의 뿌리다. QS 아시아 랭킹 142위(최근)에 오른 이 대학은 60년 이상 베트남 과학기술 교육의 혁신을 이끌어왔다는 평가를 받고 있다. 인증 측면에서 베트남 최초이자 유일하게 유럽 HCERES와 ASEAN AUN-QA 인증을 동시에 보유한 것이 강점이다. 국제 기업들이 졸업생 채용 시 이 인증을 신뢰 기준으로 삼는 이유가 여기 있다. 남부 베트남 제조업 생태계와의 연계가 HCMUT의 가장 큰 경쟁 우위다. 빈중·동나이·호찌민 산업단지에 입주한 한국·일본·대만 제조 기업들이 HCMUT와 산학 협약을 맺고 인턴십·채용 연계를 운영한다. 전기전자·기계·화학·석유공학이 역사적으로 강하고, 최근에는 AI·데이터사이언스·스마트 제조 전공이 급성장하고 있다. HCMUT는 호주 UTS와 초국가 교육(TNE) 프로그램을 출범시켰고, SEATUC(동남아 기술대학 컨소시엄) 심포지엄을 개최하는 등 국제 화에도 적극적이다.

② UIT(호찌민 IT대학), 소프트웨어 · AI의 전문 요새



UIT는 2006년 베트남국가대학-호찌민대학(VNU-HCM) 산하에 설립된 IT 전문 단과대학이다. 역사는 짧지만 집중도가 높다. 컴퓨터사이언스·소프트웨어공학·정보 보안·빅데이터·AI·모바일 개발 전공에서 베트남 남부 최고 수준의 커리큘럼을 운영한다. FPT 소프트웨어·VNG·KMS 테크놀로지 등 호찌민 기반 IT 기업들이 UIT를 최우선 채용 파트너로 꼽는다. 특히 정보보안 분야에서 UIT의 졸업생들이 금융·핀테크 분야 보안 인력 시장에서 두각을 나타낸다. VIFC(베트남 국제금융센터) 출범 이후 호찌민 핀테크 생태계가 빠르게 성장하면서 UIT 출신의 보안·백엔드 개발자 수요가 크게 늘어났다. 호찌민 사이공 하이테크파크 내 데이터센터 클러스터(\$5억+)가 조성되는 시점에서 AI·클라우드 전공자의 수요는 더 커질 것으로 보인다.

③ HCMUS(호찌민 자연과학대), 기초과학에서 나오는 깊이



HCMUS는 수학·물리·화학·생물·컴퓨터과학·지구과학을 다루는 자연과학 중심 대학이다. 이공계 채용에서 HCMUT·UIT보다 덜 알려져 있지만, 깊이 있는 기초과학 역량이 필요한 분야에서는 오히려 강점이 있다. 수학·통계·컴퓨터과학 전공자들이 데이터사이언스·AI 연구직으로 진출하는 경우가 많다. 반도체 소재·신소재 연구직을 찾는 기업들에게 HCMUS 화학·물리 전공자들이 적합한 후보가 된다. LG 이노텍의 하이퐁 반도체 기관 공장처럼 소재·공정 연구가 필요한 한국 기업들이 HCMUS를 포함한 채용 네트워크를 구축하는 것이 유효하다. 취업 연계 측면에서는 HCMUT·UIT에 비해 약하지만, 석·박사 연구직이나 R&D 직군에서는 경쟁력 있는 인재를 발굴할 수 있다.

④ 한국 기업을 위한 호찌민 이공계 채용 실무

하노이와 호찌민의 채용 문화에는 차이가 있다. 호찌민 학생들은 평균적으로 하노이보다 영어 소통 능력이 높고 외국 기업 근무에 대한 개방성이 크다. 이직률도 상대적으로 높아 장기 리텐션 전략이 필요하다. 인턴십 시즌은 1~2월(설·방학)과 6~8월(여름방학)이다. 이 기간에 미리 채용 연계 인턴십을 운영하면 졸업 전 우수 인재를 선점할 수 있다. HCMUT는 산학 협력처(OISP)를 통해 기업 채용 파트너십을 공식화할 수 있다. UIT는 학과별로 기업 초청 특강·해커톤 후원 형태의 접근이 효과적이다. 2026년 기준 호찌민 HCMUT 졸업생 초봉 시장가는 월 \$700~\$1,500(일반 전공)이며 AI·반도체 전공은 \$1,500~\$2,500이다.

★ 편집부 평가

호찌민 이공계 3대학은 각자의 위치가 다르다. 제조 · 엔지니어링 인재가 필요하면 HCMUT가 출발점이다. IT · 소프트웨어 · 보안 인력이 목적이면 UIT가 더 효율적이다. R&D · 기초과학 연구직은 HCMUS를 포함하는 것이 선택지를 넓힌다. 호찌민 이공계 채용 시장은 하노이보다 경쟁이 치열하고 이직 속도가 빠르다. 그만큼 조기 발굴 · 장기 관계 형성이 중요하다.

몸에 좋다는 건 알지만 사지 않는다, 홍삼이 막혀온 진짜 이유 이미지는 만들었다, 시장은 못 만들었다-구조적 실패와 웰니스 시대의 재설계



베트남 소비자들은 한국 홍삼을 안다. "몸에 좋다"는 것도 안다. 그런데 사지 않는다. 아니, 정확히 말하면 "일부 계층"만 산다. 이것이 한국 홍삼이 베트남에서 20년 넘게 브랜드 이미지를 쌓고도 시장 규모를 키우지 못한 핵심 문제다. 이미지가 시장으로 전환되지 못하는 데는 구조적 이유가 있다. 그리고 2026년 베트남 웰니스 시대는 그 구조를 바꿀 첫 번째 현실적 기회다. 단, 기존 방식을 반복하면 기회는 또 지나간다.

유통 구조를 보면 이것이 더 명확해진다. 정관장이 베트남에 공식 진출한 것은 2000년대 초반이다. 그러나 베트남 최대 약국 체인 롱썬우·파마시티에 제대로 입점한 것은 훨씬 나중이다. 20년 가까이 교민 마트·백화점 한국 코너에 집중하는 동안 베트남 소비자들의 주요 건강식품 구매 채널이 약국으로 이동했다. 채널 전략이 시장 변화를 따라가지 못했다.

② 웰니스 시대의 재설계 - 3가지 구조적 전환

2026년 베트남 웰니스 시장이 열리는 지금, 홍삼 브랜드들이 해야 할 것은 "새로운 광고"가 아니라 "소비 구조의 재설계"다.

첫 번째 전환은 소비 맥락의 베트남화다. "원기 보충·면역 강화"라는 한국식 맥락을 버리고 베트남 소비자가 실제로 홍삼을 필요로 하는 장면을 찾아야 한다. 베트남 도시 직장인의 가장 큰 건강 걱정은 오토바이 출퇴근에서 오는 미세먼지 노출과 에어컨 과다 사용으로 인한 면역 저하다. 야식 문화와 불규칙한 식사가 만드는 위장 문제도 크다. "오토바이 출근 전 한 포"·"에어컨 사무실에서 일하는 직장인을 위한 홍삼"처럼 베트남 일상에 꽂히는 메시지가 "한국 전통의 명품 홍삼"보다 구매 버튼을 누르게 한다.

두 번째 전환은 구독형 일상 소비 모델이다. 선물 세트는 1년에 두 번 팔린다. 재구매를 만들려면 홍삼이 일상품이 돼야 한다. 틱톡숍에서 "30일 챌린지" 형식으로 매일 한 포씩 마시는 구독 패키지를 운영하고 첫 달 50% 할인으로 진입 장벽을 낮추는 것이 유효하다. 에브리타임 스틱 형태가 이 전략에 가장 적합하다. 쇼피에서 "월정기 배송"을 신청한 소비자에게 매월 자동 발송되는 구조를 만들면 재구매율이 구조적으로 높아진다. 선물이 아닌 자기 자신을 위한 홍삼 소비 문화를 만드는 것이 핵심이다.

세 번째 전환은 약사를 설득하는 B2B 전략이다. 베트남 소비자들은 약국 약사를 신뢰한다. 소비자에게 직접 광고하는 것보다 약사가 추천하게 만드는 것이 훨씬 강력하다. 롱썬우·파마시티 약사들을 대상으로 홍삼 성분 교육 세션을 운영하고, 추천 실적에 따른 인센티브를 제공하며, "약사가 검증한 정품 홍삼" 스티커를 정품에 부착하는 것이다. 동시에 QR코드로 정품 진위를 즉석에서 확인할 수 있는 시스템을 약국 채널에만 도입하면 위조품 문제와 채널 신뢰도를 동시에 해결한다.

★ 편집부 평가

베트남 홍삼 시장의 문제는 제품이 아니었다. 접근 방식이었다. 한국식 맥락으로 포장된 광고, 교민 채널에 집중된 유통, 선물 시즌에만 반짝이는 판매가 20년 동안 반복됐다. 베트남 웰니스 소비자는 이제 존재한다. 그들이 필요로 하는 언어와 채널과 구매 방식으로 홍삼을 내미는 브랜드가 이 시장을 가져갈 것이다. 담다 론칭이 그 방향으로 가는 첫 발걸음이라면, 다음은 소비 일상화와 약사 채널 장악이 과제다.

[출처: Vietnam.vn "KGC Jung Kwan Jang Dam Da launch Vietnam" (2026.07.05)
• NutraIngredients-Asia "KGC ASEAN strategy" (2024.08) • KGC 홍삼 월드맵 데이터 (2022) • Cimigo Vietnam Consumer Trends 2026 • Long Chau·PharmaCITY 유통 채널 현황 • Q&Me Vietnam Health Supplement Survey 2026]

▶ 한국 홍삼 베트남 시장 개척의 구조적 문제 진단

문제 유형	실제 현상	결과
가격 전략의 이분법	프리미엄 라인(홍삼정·천삼)은 VND 100만~300만 저가 경쟁은 중국산·베트남 현지 제품에 밀림 중간 가격대(VND 30만~60만) 공략 제품 부재	구매층이 고소득층으로만 한정 가격 장벽에서 막힌 잠재 소비자 방치
유통 구조의 과도한 한인 의존	한인마트·교민커뮤니티 중심 초기 유통 주요 베트남인 채널(롱썬우·파마시티) 진입 늦음 현지 유통 파트너 발굴·관리 역량 부족	실구매자 대부분이 교민·한국 기업 베트남인 소비자 기반 형성 지연
소비 맥락의 미스매치	"선물용 고급품" 포지셔닝 고착 일상 소비재로의 전환 실패 베트남 땀 명절 이외 시즌 판매 부진	연간 2회(땀·추석 시즌) 판매 집중 평상시 재구매율 낮음
효능 커뮤니케이션의 실패	"면역·피로 회복·원기 보충" 한국식 메시지 그대로 이식 베트남어 번역만 하고 소비 맥락은 바꾸지 않음 "누가·언제·왜 마셔야 하는가" 구체화 부재	베트남 소비자가 자신의 상황과 연결하지 못함→구매 동기 약함
위조품 대응의 구조적 공백	비공식 채널(페이스북 개인 판매·노점) 위조품 범람 정품 인증 시스템 미흡·소비자 구별 능력 부족 KGC 공식 채널 밀도가 낮아 정품 접근성 제한	브랜드 신뢰도 잠식 "비싸게 주고 가짜 샀다"는 불안 확산
디지털 채널 대응 지연	쇼피·틱톡숍·페이스북 마켓플레이스에서 비공식 판매자가 선점 브랜드 공식 계정 콘텐츠 업데이트 느림 베트남 MZ세대 맞춤 콘텐츠 전략 부재	비공식 저가 판매자가 브랜드 앞에서 공식보다 먼저 소비자를 만남

① 실패의 본질 - "이미지 소비"에 머문 20년

한국 홍삼이 베트남에서 저지른 가장 큰 실수는 "브랜드 이미지"를 "소비자 행동"과 혼동한 것이다. 설문 조사에서 "한국 홍삼을 알고 있냐"고 물으면 대부분 "안다"고 답한다. "좋은 제품이냐"고 물으면 "그렇다"고 답한다. 그러나 "최근 6개월 내 구매했냐"고 물으면 숫자가 급격히 떨어진다. 이것이 이미지 소비다. 인식은 있되 구매 행동으로 이어지지 않는 상태다. 한국 홍삼 브랜드들은 20년간 광고와 선물 세트로 이미지를 쌓았지만, 베트남 소비자의 일상 속에 홍삼을 집어넣는 데 실패했다.

원두는 수출하고 문화는 만든다 - 베트남 커피 혁명

세계 2위 커피 수출국에서 스페셜티 카페 창업 붐·팜투컵·커피 투어리즘까지



베트남은 세계에서 두 번째로 많은 커피를 생산한다. 연간 약 180만 톤, 전 세계 수출의 약 18%가 베트남에서 나온다. 그런데 오랫동안 이 커피의 대부분은 원두 상태로 유럽·미국·한국에 팔려나갔다. 부가가치는 베트남 밖에서 만들어졌다. 지금 그 흐름이 바뀌고 있다. 하노이 골목과 호찌민 1군에 스페셜티 커피숍들이 생겨나고, 닥락 커피 농장을 직접 방문하는 외국인 여행자가 늘고, 은행을 그만둔 청년이 핀 필터 하나로 창업한다. 세계 2위 커피 생산국이 자국 커피의 문화적 가치를 발견하는 중이다.

▶ 베트남 커피 산업과 문화 현황 (2026년 기준)

항목	내용
생산량·수출	연간 약 180만 톤 (세계 2위·전체의 18%) 주요 수출국: 유럽·미국·한국·일본·중국
주요 품종	로부스타 85~90% (닥락·자라이·람동 중부 고원 중심) 아라비카 10~15% (람동·달랏 고지대 중심)
주요 산지	닥락(Đắk Lắk) - 전국 생산의 40%+ / 자라이(Gia Lai) 람동(Lâm Đồng·달랏) - 아라비카 중심 / 꼰뚬
전국 카페 수	약 30만~35만 개 (2026 추정) 2016년 대비 약 2.5배 증가·스페셜티 급성장
대표 체인	하이랜즈 커피·콩카페·더 커피 하우스·Phúc Long (전국 수백~수천 개 체인점 운영)
스페셜티 시장	연 15~20% 성장 (전체 커피 시장보다 3~4배 빠름) 하노이·호찌민 집중→지방 확산 중
커피 투어리즘	닥락 부온마투웃 커피 산지 방문 관광 달랏 공항 재개항(2026.08)으로 접근성 향상 팜투컵(Farm-to-Cup) 체험 프로그램 확산
한국 수출	베트남 커피 대한민국 수출 꾸준히 증가 인스턴트·원두·콜드브루 원료 형태 다양



"피트니스가 도시 문화의 주류가 됐다"는 Nexdigm의 분석이 이것을 정확히 잡아낸다.

◆ SNS와 K-웰니스의 영향, "인증하면 나도 웰니스"

틱톡·인스타그램이 웰니스를 확산시키는 매체가 됐다. 새벽 6시 런닝 인증샷, 요가 챌린지, 그린주스 브런치 사진이 소셜피드를 채운다. K-드라마의 날씬한 배우들·K-팝 아이돌들의 몸매 관리가 베트남 Z세대에게 "저렇게 살고 싶다"는 욕구를 만든다. 웰니스가 이제 단순한 건강 관리가 아니라 소셜 정체성의 표현이 된 것이다.

★ 편집부 한마디

베트남 커피 혁명은 단순한 카페 창업 붐이 아니다. 수출 원자재였던 커피가 문화 상품이 되는 과정이다. 세계 2위 생산국이 자국 커피의 가치를 직접 정의하기 시작했다. 이 흐름은 두리안이 수출 단가를 높이는 것과 같은 논리다. 한국 교민과 방문객들에게 권하고 싶은 것은 하나다. 체인 카페 대신 골목 안쪽 작은 스페셜티 카페에 앉아보라. 그 잔 안에 베트남이 어디로 가려는지 담겨 있다.

[출처: ICO(국제커피기구) 베트남 커피 수출 통계 2026 · Vietnam Coffee Cocoa Association (VICOFA) · Statista "Vietnam Coffee Market 2026" · Malay Mail "Vietnam coffee culture clash tradition modernity" (2024.10) · VietnamPlus "Coffee tourism Dak Lak" · Vietcetera "Specialty Coffee Vietnam" · Cimigo Vietnam Consumer Trends 2026 · Mekong Times 부온마투웃 공항 재개항 (2026.08.20) · Mekong Times 부온마투웃 피아노 경연 (2026.08.11)]

① 왜 지금 베트남에서 웰니스인가 - 4가지 구조적 이유

◆ 중산층 확대와 가처분소득 증가, 돈이 생기면 건강에 쓴다

베트남 1인당 GDP가 2025년 \$5,026를 넘었다. 경제학에서 이 구간은 소비의 질이 바뀌는 임계점이다. "먹고 사는 것"에서 "잘 먹고 잘 사는 것"으로 소비 기준이 올라간다. 글로벌 데이터가 이를 뒷받침한다. 1인당 소득이 \$4,000~\$6,000 구간을 넘어서면 헬스클럽 회원권·유기농 식품·스파 이용이 급증하는 패턴이 한국(1990년대)·중국(2010년대)에서 반복됐다. 베트남이 그 구간에 진입한 것이다. Nexdigm의 분석처럼 "소득 증가·장시간 근무·예방의학 인식 확산이 소비자들의 신체 건강에 대한 생각을 바꿨다."

◆ 코로나 이후의 건강 의식 혁명, "죽음이 가까이 있음을 알았다"

2021~2022년 코로나가 베트남을 강타했다. 봉쇄·격리·병원 과부하를 직접 경험한 베트남 사람들에게 건강은 추상적 개념이 아니라 실제적 위기로 다가왔다. 코로나 이후 베트남 소비자들의 건강 의식이 급격히 높아졌다는 것은 모든 시장 조사가 일관되게 보여준다. IMARC는 "코로나가 건강 소비를 가속한 핵심 촉매"라고 명시했다. 예방의학·면역 강화·정신 건강에 대한 관심이 이 경험에서 나왔다.

◆ 도시화와 라이프스타일 질병, 바쁜 삶이 만드는 역설

하노이·호찌민의 도시 직장인들은 하루 8~10시간 이상 실내에서 일하고 오토바이로 출퇴근하며 야식을 먹는다. 이 생활 패턴이 당뇨·고혈압·비만·변아울을 만들어낸다. 도시 집중이 심화될수록 "도시병"도 심해지고, 이 도시병에서 벗어나고 싶은 욕구가 웰니스 소비를 만든다. 요가·명상·런닝은 이 탈출구의 핵심이다.

불 위의 대나무가 익을 때 – 타이족의 카우람(Xôi Lam)

베트남 북서부 고원 타이족이 수백 년간 이어온 대나무통 찹쌀밥의 철학

베트남 북서부 고원의 새벽. 손라(Sơn La)·라이쩌우(Lai Châu) 산골 마을에서 타이(Thai)족 여성들이 대나무 통에 찹쌀을 채워 넣는다. 전날 밤 물에 불린 찹쌀에 숯 가루를 섞어 검게 만들거나, 강황을 넣어 노랗게 물들이거나, 자연 잎사귀로 파랗게 낸다. 그 통을 장작불 위에 세워두면 1~2시간 후 대나무 향이 배어든 찹쌀밥이 완성된다. 카우람(Xôi Lam)이다. "카우"는 쌀, "람"은 대나무를 뜻한다. 베트남 54개 소수민족 음식 중에서 가장 먼저 떠오르는 이름이 이것이다.



▶ 카우람(Xôi Lam) 핵심 정보

항목	내용
민족	타이족(Thai) — 베트남 소수민족 중 인구 2위(약 170만명) 손라·라이쩌우·디엔비엔·호아빈·타이응우옌 거주
음식 이름	카우람(Xôi Lam) — "Xôi"=찹쌀밥, "Lam"=대나무 베트남어: 竹筒糯米飯(대나무통 찹쌀밥)
주재료	찹쌀(글루티너스 라이스)·신선한 대나무(nứa·어린 대나무) 코코넛 밀크·천연 색소(강황·숯·식물 잎)·소금
천연 색소 종류	찹쌀 하룻밤 침수 → 색소 혼합 → 대나무 통에 코코넛밀크와 함께 채움 → 장작불 위 45~90도 기울여 세움 → 1~2시간 익힘 → 대나무 쪼개 꺼내거나 통째로 잘라 제공
맛·질감	대나무 향이 배어든 찹쌀의 쫄깃함 코코넛 밀크의 고소함·천연 색소의 은은한 향 짭조름한 참깨·땅콩 소금과 함께 먹음
주로 먹는 때	새해(땃)·결혼식·추수 축제·손님 접대·여행 도시락 현대에는 관광지 길거리 음식으로 일상화
어디서 먹나	손라·사파·무강짜이·마이쩌우·하노이 구시가지 시장 서북부 고원 여행 중 노점·에코 리조트

① 음식이 태어난 땅, 타이족과 대나무의 관계

타이족은 베트남 54개 소수민족 중 킨(Kinh) 족 다음으로 인구가 많다. 약 170만 명이 베트남 북서부 고원 손라·라이쩌우·디엔비엔·호아빈의 계곡과 강가에 터를 잡



았다. 이들의 문화에서 대나무는 집을 짓는 재료이자 도구이며 요리 도구이기도 하다. 카우람이 탄생한 배경이 여기 있다. 고원의 길고 추운 밤, 금속 냄비가 귀하던 시절, 마침 주변에 무성한 대나무가 있었다. 신선한 어린 대나무를 베어 통으로 만들면 물이 새지 않는 천연 냄비가 됐다. 찹쌀을 담고 장작불에 올리면 대나무가 타는 동안 안쪽 수분이 증기가 되어 쌀을 익혔다. 대나무 특유의 향이 밥에 배어들면서 어떤 양념도 따라 올 수 없는 자연의 맛이 만들어졌다.

② 다섯 색깔의 철학, 자연에서 뽑아낸 빛

카우람의 가장 아름다운 특징은 색깔이다. 타이족은 찹쌀을 다섯 가지 색으로 물들여 한 상에 내놓는다. 흰색은 쌀 본연의 색, 노란색은 강황(nghê), 검은색은 라카 m(lá cẩm) 잎이나 숯 가루, 초록색은 판다누스(lá dứa) 잎, 보라색은 자색 양배추나 버터플라이피(dâu biếc) 꽃에서 얻는다. 이 다섯 색은 단순한 미적 선택이 아니다. 타이족 전통에서 다섯 색은 우주의 다섯 방위 동(파랑)·서(흰색)·남(빨강)·북(검정)·중(노랑)을 상징한다. 명절에 오색 카우람을 준비하는 것은 우주와의 조화를 기원하는 의례적 행위다. 오늘날에는 색의 철학보다 시각적 아름다움으로 관광객을 매료시키지만, 그 뿌리에는 수백 년의 세계관이 있다.

③ 맛과 먹는 법, 손으로 뜯고 소금에 찍는다

카우람은 격식 없이 먹는 음식이다. 대나무 통을 세로로 쪼개면 원기둥 모양의 찹쌀밥이 나온다. 혹은 통째로 잘라 대나무 껍질과 함께 내놓기도 한다. 손으로 한 덩이 뜯어 참깨·땅콩을 섞은 소금(muối vừng)에 찍어 먹는 것이 전통 방식이다. 코코넛 밀크가 배어든 찹쌀의 쫄깃함과 고소함, 대나무 향의 은은함, 참깨 소금의 짭조름함이 층층이 쌓인다. 타이족 마을에서는 아침에 카우람을 만들어 하루 일과 중 도시락으로 들고 다닌다. 산에서 일하다 길에서 뜯어 먹는 이 밥이 하루의 에너지원이었다. 현대에는 사파(Sa Pa)·마이쩌우(Mai Châu)·무강짜이(Mù Cang Chải) 여행길 노점에서 VND 2만~5만동(약 1,100~2,700원)에 살 수 있다. 손에 든 대나무 통이 그대로 그릇이 되는 이 음식은 포장에 따로 필요 없는 완전한 생채 음식이기도 하다.

④ 여행자를 위한 실용 정보

하노이에서 카우람을 경험하려면 구시가지(호안끼엠·동쑤언 시장)의 소수민족 음식 노점을 찾으시면 된다. 하노이에서 서북부 고원으로 향하는 여행의 첫 번째 음식 경험으로 최적이다. 진정한 카우람을 먹으려면 마이쩌우(하노이에서 버스 3.5시간)나 사파(하노이에서 야간 열차+버스)를 추천한다. 타이족 홈스테이에서 아침식사로 직접 만든 카우람을 대접받는 경험은 어떤 레스토랑 식사보다 기억에 남는다. 알레르기 주의사항이 있다. 카우람에는 글루텐이 없지만(찹쌀) 색소로 사용하는 숯·강황 중 특정 성분에 민감한 분은 색소 종류를 미리 확인하는 것이 좋다.

[출처: Vietnam Tourism Board "Xoi Lam Thai Ethnic Food" • Hanoi Times "Northwestern Specialties" • VnExpress Food "Xoi lam recipe" • Vietnam Discovery "Thai Ethnic Minority Food" • Sapa Trekking Guide "Traditional Food Ethnic Groups" • Travel Vietnam "Mai Chau Homestay Food" • Vietcetera "Minority Food Culture Vietnam" • Taste Atlas Vietnam Ethnic Food Index]



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

