

4면

새우가 항구에서 썩는 동안 베트남 냉장 물류 산업의 거대한 공백과 기회



새벽 4시부터 돌아가는 방사선 기계 호찌민시 5조동 암 치료에 쏟아붓는 이유

호찌민시 암 전문 병원의 선형가속기(방사선 치료기)가 매일 새벽 4시에 가동을 시작해 다음 날 새벽 2시에야 멈춘다. 22시간을 쉬지 않고 돌아간다. 그래도 환자가 넘친다. 이 한 장면이 베트남 암 치료 현장의 현실을 가장 잘 보여준다. 10월 2일 호찌민시 보건국이 발표했다....

3면



뚜옌꽁 수학 만점 사태가 드러낸 베트남 고교 졸업시험 제도의 민낯

2025년 뚜옌꽁 영재고에서 수학 만점을 받은 학생은 단 한 명도 없었다. 2026년 같은 학교 시험장에서 147명이 만점을 받았다. 이 시험장 전체 응시생이 328명이었다. 열 명 중 네 명 이상이 만점이었다. 300명 이상인 91%는 9점 이상을 받았다. 9점 미만은 단 3명이었다....

10면



베트남 남자들 세안제를 산다 MZ세대의 새 모습

10년 전 베트남 남성에게 "스킨케어 루틴이 있냐"고 물으면 비웃음이 돌아왔다. 지금은 다르다. 호찌민시 남성 직장인의 아침이 달라졌다. 세안제로 씻고 토너를 바르고 자외선 차단제를 마무리로 바른다. 틱톡에서 남성 뷰티 콘텐츠를 보다가 제품을 샀다. 친구가 먼저 써보고 추천했다. ...

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

새벽 4시부터 돌아가는 방사선 기계-호찌민시 5조동 암 치료에 쏟아붓는 이유

연간신규암 환자 17만7,404명 · 사망 11만1,015명 · 의료수요 충족률 30~40% · 선형가속기 22시간 쉬지않고 가동 · 5대사업 2026~2030년 본격투자

호찌민시 암 전문 병원의 선형가속기(방사선 치료기)가 매일 새벽 4시에 가동을 시작해 다음 날 새벽 2시에야 멈춘다. 22시간을 쉬지 않고 돌아간다. 그래도 환자가 넘친다. 이 한 장면이 베트남 암 치료 현장의 현실을 가장 잘 보여준다. 10월 2일 호찌민시 보건국이 발표했다. 2026~2030년 5개 핵심 사업에 5조 동 이상(약 1억9,000만 달러 · 한화 약 2,587억 원)을 투자해 암 치료 과부하를 해소하겠다는 계획이다. 단순한 병원 확장이 아니다. 동남아시아 최고 수준의 암 치료 허브가 되겠다는 선언이다.



① 베트남의 암 현실-매년 17만7,000명이 새로 진단받고 11만1,000명이 숨진다

국제암연구소(GLOBOCAN) 2022년 공식 팩트시트에 따르면 베트남에서 매년 약 17만7,404명이 새로 암 진단을 받고 11만1,015명이 암으로 숨진다. 신규 환자 대비 사망률이 약 62.6%로 높은 수준이다. 남녀 합산 기준 5대 다발 암은 유방암(1위)·폐암(2위)·대장암(3위)·간암(4위)·위암(5위) 순이다. 남성만 보면 폐암이 압도적 1위다.

사망률이 높은 이유가 있다. 호찌민시 암 전문 병원 원장 디엠바오투안은 "환자의 50~80%가 3기 또는 4기에 병원을 찾는다"고 밝혔다. 증상이 나타난 뒤에야 병원을 찾는 것이다. 조기 검진 인프라가 부족하고 비용 부담이 크기 때문이다. 학술지 미국임상종양학회 글로벌 온콜로지에 따르면 베트남 의료 시스템이 암 치료 수요의 30~40%밖에 충족하지 못하고 있다. 전국에 방사선 치료기(선형가속기)가 2024년 10월 기준 82대뿐이다. 인구 100만 명당 0.82대다. 이 82대의 30%인 25대가 하노이·호찌민 두 도시에 몰려 있다.

② 호찌민시 암 전문 병원-연간 88만 명 · 선형가속기 22시간 가동

호찌민시 암 전문 병원은 베트남 남부 최대 3차 암 전문 병원이다. 40년 역사를 가진 이 병원에는 매년 88만 명이 넘는 환자가 찾아온다. 13대의 선형가속기를 보유하고 있어 전국에서 가장 많다. 그러나 이 13대가 매일 새벽 4시부터 다음 날 새벽 2시까지 22시간을 쉬지 않고 돌아가야 할 만큼 환자가 넘친다. 하루 방사선 치료 환자만 1,250~1,500명이다. 현재 항암화학요법·표적 치료·면역 치료·양전자방출단층촬영·3테슬라 자기공명영상·차세대 유전자 염기서열 분석이 가능하다. 그러나 양성자 치료기와 사이클로트론이 없다. 이것이 이번 투자의 핵심 과제다.

민간 병원도 빠르게 움직이고 있다. 탐아잉 종합병원이 올해 초 메비온(MEVION) S250-FIT 양성자 치료기를 계약했다. 투자액이 2조 동(한화 약 1,035억 원·약 7,600만 달러)이다. 아시아에서 처음이고 세계에서 아홉 번째로 이 최신 기종을 도입하는 것이다. 양성자 치료는 일반 방사선 치료보다 암세포에 더 정확하게 에너지를 집중해 주변 정상 세포 손상을 최소화하는 최신 기술이다.

③ 5대 핵심 투자 사업-2026~2030년 무엇을 짓는가

호찌민시 보건국이 발표한 5대 공공 투자 사업을 정리하면 이렇다. 총 투자 5조 동 이상(약 1억9,000만 달러·한화 약 2,587억 원)이며 모두 시 예산으로 충당한다.

첫째, 첨단 암 검진·건강검진 센터 건설이다. 조기 발견율을 높이는 것이 핵심이다. 현재 50~80%가 3기 이후에 발견되는 구조를 바꾸는 것이 목표다. 둘째, 사이클로트론·선형가속기 도입이다. 총 투자 587억 동(한화 약 304억 원·약 2,200만 달러)이다. 사이클로트론은 양전자방출단층촬영 검사에 쓰이는 방사성 의약품

을 직접 생산하는 장치다. 현재 베트남에서 이 방사성 의약품 공급이 크게 부족하다. 생산 능력이 생기면 호찌민시와 인근 지역 병원에 공급도 가능해진다. 셋째, 양성자 방사선 치료 센터 설립이다. 넷째, 부속 부지(2.7헥타르) 개발이다. 환자 지원 시설과 의료진 공간을 확충한다. 다섯째, 2캄퍼스의 방사선 치료기와 의료 장비 투자다.

이 5대 사업 외에 빈증성 의료 클러스터에 호찌민시 암 전문 병원의 빈증 분원을 건설하는 계획도 함께 등록됐다. 메콩 델타를 연결하는 남부 광역 암 치료 네트워크를 만드는 것이 최종 목표다.

④ 한국 기업에게 어떤 기회가 있는가

베트남 암 치료 인프라 투자는 한국 기업들에게 세 가지 방향의 기회를 만든다. 첫째, 의료 장비 공급이다. 선형가속기·자기공명영상·전산화단층촬영 분야에서 삼성메디슨·인피니트헬스케어 같은 기업들이 공급 기회를 찾을 수 있다. 둘째, 방사성 의약품 공급망이다. 사이클로트론이 생산하는 방사성 의약품의 품질 관리·유통 기술이 필요하다. 한국원자력의학원의 기술 협력 기회가 있다. 셋째, 암 조기 검진 솔루션이다. 베트남이 암 조기 발견 인프라를 확충하는 과정에서 인공지능 기반 영상 판독·디지털 병리 기술 수요가 생긴다.

★ 편집부 평가

새벽 4시부터 22시간을 쉬지 않고 돌아가는 방사선 치료기는 베트남 공공 의료의 한계와 동시에 수요의 크기를 보여준다. 5조 동 투자는 이 한계를 넘기 위한 출발이다. 양성자 치료 센터와 사이클로트론이 완성되면 호찌민시는 동남아시아에서 싱가포르·방콕과 어깨를 나란히 하는 암 치료 허브가 될 조건을 갖추게 된다. 의료 관광 기사에서 살펴본 베트남 의료 관광 성장과 이번 인프라 투자가 맞물리면 10년 뒤 호찌민시의 의료 지형이 크게 달라질 것이다.

[출처: GLOBOCAN 2022 IARC Official Fact Sheet Vietnam "177,404 new cases 111,015 deaths breast lung colorectum liver stomach" (gco.iarc.who.int) · SGGP "Ho Chi Minh City invests VND5T 5 projects cyclotron VND587B proton 2.7ha campus 2 equipment" (2026.10.02) · DanTri "HCM City plans VND5T five cancer care projects \$190M" (2026.10.03) · SGGP "HCMC Oncology Hospital 880,000 patients/yr LINAC 4am-2am 1,250-1,500 RT/day" · VietnamNews "50-80% diagnosed stage 3-4 Dr Diep Bao Tuan deputy director" · ASCO Global Oncology "82 LINACs 0.82/1M HCMC 13 K Hospital 7 30-40% demand met 4am-2am" (2024.10) · Vietnam.vn "Tam Anh MEVION S250-FIT proton VND2T Asia 1st world 9th 10 Tesla superconducting" (2026) · Vietnam National Cancer Hospital K "2,400 beds 400,000 treatments 32,000 surgeries 39,000 chemo 16,000 RT annually"]

새우가 항구에서 썩는 동안-베트남 냉장 물류 산업의 거대한 공백과 기회

수확 후 손실 연간 약 39억 달러 • 전체 농산물 수출의 20~25%만 냉장 물류 통과 •
냉장 창고 2028년까지 170만 팔레트 확충 목표 • 연평균 11~14% 성장



베트남은 세계 최대 새우 수출국 중 하나다. 전 세계 캐슈넛 수출의 4분의 1을 공급한다. 세계 3위 커피 생산국이다. 그런데 이 풍요로운 농수산물의 20~25%가 수확 후 유통 과정에서 손실된다. 온도 관리가 제대로 되지 않아서다. 미국 무역부 추산으로 이 수확 후 손실 규모가 연간 약 39억 달러(한화 약 5조3,000억 원)에 달한다. 냉장 물류가 이 문제의 핵심 해결책이다. 그런데 베트남의 냉장 물류 인프라는 아직 수요를 따라가지 못하고 있다. 이 공백이 곧 기회다.

① 베트남 냉장 물류의 현재 - 규모 • 인프라 • 한계

피인그룹 2025년 최신 보고서에 따르면 베트남 냉장 물류(냉장 창고+냉장 운송) 시장이 2024년 약 2억200만 달러(한화 약 2,746억 원)에 달했다. 2021~2024년 냉장 창고 설계 용량이 29.6% 급증했다. 2025년 현재 냉장 창고 업체 약 117개·설계 용량 약 135만 팔레트·냉장 트럭 1,499대다. 농식품 냉장 물류 전체를 포함한 더 넓은 시장은 컨리서치 기준 2025년 약 12억 달러이며 2031년 24억 달러(한화 약 3조 3,000억 원)로 성장할 것으로 전망된다.

문제는 이 인프라가 아직 수요를 따라가지 못한다는 것이다. 비컴퍼니 보고서에 따르면 태국은 전체 농산물 수출의 40~50%가 냉장 물류를 거쳐 나간다. 베트남은 20~25%에 불과하다. 남부 지역이 전체 시장의 46%를 차지하는데 호찌민시 인근 냉장 창고가 사실상 포화 상태다. 농촌 지역 수산물 생산지의 65%를 차지하는데 냉장 시설에 접근할 수 있는 수산물 생산자는 35%에 불과하다. 이것이 수확 후 손실 연간 39억 달러의 구조적 원인이다.

② 왜 지금 냉장 물류가 뜨거운가 - 네 가지 동시 수요

첫째, 농수산물 수출 급증이다. 10월 4일자 인민일보가 보도한 것처럼 베트남 농림수산물 무역 흑자가 9개월 170억 달러에 달했다. 수출이 늘수록 국제 품질 기준을 충족하는 냉장 물류 수요도 함께 늘어난다. 특히 미국·유럽 시장은 수출 농수산물에 엄격한 온도 이력 관리를 요구한다. 이 요건을 충족하려면 산지에서 항구까지 전 구간 냉장 관리가 필수다.

둘째, 온라인 식품 배송 폭발이다. 베트남 전자상거래가 2026년 1분기에 전년 대비 46.6% 성장했다. 특히 신선식품·냉장 식품의 온라인 주문이 빠르게 늘고 있다. 쇼피·틱톡숍·그랩마트가 냉장 배송 인프라를 빠르게 구축하고 있다. 셋째, 의약품·백신 냉장 수요다. 호찌민시 암 치료 인프라 투자처럼 베트남 의료 시스템이 빠르게 발전하면서 항암제·백신·생물의약품의 엄격한 냉장 보관·운반 수요가 늘어나고 있다. 넷째, 정부 투자다. 베트남 정부가 농업 개발 예산의 일환으로 냉장 인프라 지원에 약 10억 달러(한화 약 1조3,600억 원)를 투입할 계획이다.

③ 인프라 병목 - 어디가 가장 부족한가

피인그룹에 따르면 냉장 창고 설계 용량을 2028년까지 170만 팔레트로 늘리겠다는 것이 목표다. 2025년 현재 약 135만 팔레트에서 35만 팔레트를 추가하는 것이다. 13개 신규 프로젝트가 2024~2028년 사이에 완공 예정이다. 그러나 외국인 투자자들의 냉장 창고 투자가 급증하면서 2024~2025년 단기적으로 일부 지역에서 공급 과잉 우려도 나오고 있다고 피인그룹은 지적한다.

가장 큰 병목은 첫 번째 단계다. 산지에서 냉장 창고까지 가는 "첫 번째 구간" 냉장 관리가 가장 취약하다. 농촌 생산지에 예냉(pre-cooling) 시설이 없다. 수확 직후 온도가 올라가면 이미 품질이 떨어진다. 그 이후 냉장 창고를 아무리 잘 관리해도 손실을 만회하기 어렵다. 이것이 최우선 투자 대상이다. 비컴퍼니 보고서는 10% 손실 감소만으로도 재정적 수익이 크게 늘어난다고 분석했다.

④ 한국 기업에게 어떤 기회가 있는가

베트남 냉장 물류 산업은 한국 기업들에게 네 가지 방향의 기회를 만든다. 첫째, 냉장 창고 설비·기술이다. 자동화 냉장 창고 시스템·로봇 팔레트 관리·사물인터넷 온도 모니터링이 도입 초기 단계다. 한국의 냉장 창고 자동화 기술이 경쟁력을 발휘할 수 있다. 둘째, 냉장 트럭·컨테이너다. 1,499대의 냉장 트럭이 수요를 따라가지 못하고 있다. 냉장 차량 제조·임대 시장이 열려 있다. 셋째, 예냉 장비다. 산지 첫 번째 구간 예냉 시설 보급이 가장 시급한 과제다. 넷째, 김치·반찬·냉동 가공식품이다. 한국 냉장·냉동 식품이 베트남 도시 중산층 소비자에게 인기가 높아지면서 냉장 유통 채널 확보 기회가 동시에 커지고 있다.

★ 편집부 평가

새우가 항구에 닿기 전에 20%가 손실된다. 연간 39억 달러가 사라진다. 이것은 비극이지만 동시에 기회다. 냉장 물류 인프라 한 단계 한 단계가 곧 수십억 달러의 부가가치를 만드는 것이다. 벤흑-롱탄 고속도로 개통·롱탄 국제공항 완공·견저 심해항 개발이 맞물리는 시점에 냉장 물류가 남부 베트남 물류 회랑의 핵심 인프라로 자리잡을 것이다.

[출처: FiinGroup "Vietnam Cold Chain Sector Preview Jul 2025: \$202M 2024 cold storage+transport 117 providers 1.35M pallets 1,499 reefer trucks CAGR 8-13% 29.6% capacity jump 2021-2024 short-term oversupply risk" (2025.07) • FiinGroup "Vietnam Cold Chain Market Report 2024: \$211.2M 2023 101 providers 1.0M+ pallets 13 projects 2024-2028 1.7M pallet target" (2024) • B-Company "Vietnam Cold Storage Market: 46% south coverage only 20-25% exports cold chain vs Thailand 40-50% \$3.9B post-harvest loss fruit-veg 25-45% seafood 20% only 35% rural access" (2025) • Ken Research "Vietnam Cold Chain Agri Logistics 2025-2031: \$1.2B 2025 \$2.4B 2031 CAGR 13.4% 9.2M tonnes volume" (2026) • US Trade.gov "Vietnam Cold Chain: post-harvest losses 20-25% \$3.9B annually government \$1B agricultural development cold chain" • Mordor Intelligence "Vietnam Freight Logistics \$52B 2025 \$55.5B 2026 CAGR 6.6%"]

증시는 빠지고 금값은 8월 이후 최저로 내려갔다 이 모든 하락 뒤에 베트남 경제의 좋은 소식 두 가지, 세계은행 성장 전망 7.4% 상향과 미국-베트남 무역 협정 완료



① 이번 주 증시 - 6거래일 만에 반등 후 다시 하락 · 주간 약 -0.59%

이번 주(10.5~10.8) VN-Index 흐름을 날짜별로 정리한다.

월요일(10.5) 1,753.20포인트로 +0.89%(+15.49포인트) 반등하며 한 주를 시작했다. 재팬섹에 따르면 6거래일 만의 반등이었다. 미국 금리 인상 우려가 완화되고 강한 거시 경제 지표가 발표되면서 장 초반 폭넓은 매수가 들어왔다. 이날 거래대금은 1조3,330억 동으로 전 거래일보다 25.33% 줄었다. 화요일(10.6) 1,759.08포인트로 +0.34%(+5.88포인트) 추가 상승했다. 에너지·화학·광업·식품주가 강세를 보였고 은행·증권·소매·부동산주는 매도 압박을 받았다. 수요일(10.7) 1,753.39포인트로 -0.32%(-5.69포인트) 하락 전환했다. 인민일보에 이날 VN-Index가 5포인트 넘게 빠졌다고 보도했다.

목요일(10.8)이 이번 주 최대 하락일이었다. 재팬섹 공식 보고서에 따르면 장 초반부터 매도 압박이 들어왔고 오전에는 기준선 부근에서 등락을 반복했다. 오후 들어 은행주·빈그룹 계열주에 집중 매도가 쏟아졌다. SHB -6.94%·빈홈스 -3.38%·LPB -3.21% 급락이 지수를 끌어내렸다. 가스(GAS) +4.59%가 버텼지만 낙폭을 메우지 못했다. 결국 1,738.97포인트로 -0.82%(-14.42포인트) 마감했다. 거래대금은 1조5,883억 동으로 전일 대비 4.23% 늘었다. 시장 폭은 상승 122종목·하락 190종목·보합 56종목으로 하락이 우세했다.

주간 변화를 보면 10월 4일 이전 마감(1,749.3포인트) 대비 10.8 마감(1,738.97포인트)은 약 -0.59%다. 10.5 시가(1,737.71포인트) 대비 10.8 마감(1,738.97포인트)은 사실상 보합(+0.07%)이다. 한 달 기준으로는 -4.75%로 상당한 조정을 받았다. 그러나 1년 기준으로는 +1.39%로 플러스를 유지하고 있다.

② 이번 주 금값 - 국제 금 8월 이후 최저 · SJC 4거래일 연속 보합

이번 주 국제 금값이 의미 있는 지지선을 시험했다. 10월 8일 국제 금값이 온스당 4,084달러(한화 약 548만 원)까지 하락하며 8월 5일 이후 최저 수준을 기록했다. 하루에만 81.1달러(-1.95%)가 빠졌다. 원인이 두 가지였다. 미국 국제 금리가 오르고 달러가 강해지자 금에 투자하던 자금이 빠져나갔다. 미국 연방준비제도의 금리 추가 인상 가능성이 달러를 강하게 만들었다.

그러나 10월 9일 새벽 미국 신규 실업급여 청구 건수(171만6,000건·전망치 171만 건 소폭 상회) 발표 이후 금값이 4,120~4,138달러(한화 약 553만~556만 원)로 소폭 반등했다. 고용 지표가 예상보다 약간 나쁘게 나오면서 연방준비제도 금리 인상 압박이 조금 줄었기 때문이다. 전문가들은 금값이 4,275달러를 다시 넘어야 단기 상승 흐름이 확인된다고 본다.

베트남 국내 SJC 금값은 이번 주 상대적으로 안정적이었다. 10월 8일 SJC 금값이 전일 대비 50만 동 내린 돈당 1억4,000만 동(매입)~1억4,300만 동(매도)(한화 약

716만~731만 원)을 기록한 뒤 10월 9일에도 동일한 수준을 유지했다. 4거래일 연속 보합이다. 국내 수요가 강해 국제 금값 하락이 국내 시장에 즉각 전달되지 않는 구조가 이번에도 확인됐다.

③ 이번 주 가장 중요한 두 가지 - 시장이 아직 다 반영하지 않았다

이번 주 증시가 빠지고 금값이 하락하는 동안 베트남 경제에 가장 중요한 두 가지 소식이 나왔다. 이 두 가지는 단기 시장 움직임보다 훨씬 중요한 구조적 변수다.

첫째, 세계은행이 10월 8일 베트남 2026년 성장 전망을 7.4%로 올렸다. 기존 전망보다 1.1%포인트 상향이다. 전자·하이테크·인공지능 관련 제조업 수출이 예상보다 빠르게 늘었다는 것이 이유다. 에스앤피글로벌 8%·아시아개발은행 7.8%·세계은행 7.4%까지 주요 국제 기관들이 모두 7%대 이상을 전망하는 이례적인 상황이다. 둘째, 베트남과 미국이 상호 무역 협정 협상을 사실상 완료했다. 10월 8일 베트남 정부 공식 포털이 확인했다. 이 협정이 발효되면 미국의 베트남산 제품 관세가 낮아지고 대미 수출이 전자·의류·신발·가구 전 분야에서 늘어난다. 베트남에서 생산해 미국으로 수출하는 삼성·LG 등 한국 기업들에게도 직접 수혜다.

이 두 소식이 증시에 본격 반영하려면 시간이 걸린다. 무역 협정은 서명·발효까지 추가 절차가 필요하다. 그러나 방향은 명확하다. 주간 약 -0.59% 조정이 지금 진입의 기회인지 추가 하락의 전조인지를 가르는 것이 이 두 가지 변수다.

★ 편집부 평가

이번 주는 숫자만 보면 나쁜 한 주였다. VN-Index 약 -0.59%·국제 금값 8월 이후 최저·한 달 기준 -4.75%. 그러나 그 배경을 보면 이야기가 다르다. 세계은행 성장 전망 7.4% 상향과 미국-베트남 무역 협정 타결 임박이라는 구조적 호재가 같은 주에 나왔다. 단기 변동에 흔들리지 않고 이 두 변수가 시장에 반영되는 과정을 지켜보는 것이 이번 달 베트남 금융 시장의 핵심 관전 포인트다.

[출처: Nhan Dan "VN-Index +0.89% Oct 5 1,753.20p / +0.34% Oct 6 1,759.08p / falls 5+ pts Oct 7" (2026.10.05~07) • JapanSec "Oct 5 rebound after 6 sessions +0.89% 1,753.20 turnover VND13.33T / Oct 6 +0.34% energy chemical leading banking real estate pressured / Oct 8 -0.82% 1,738.97 SHB-6.94% VHM-3.38% LPB-3.21% GAS+4.59% turnover VND15,883B +4.23% 122adv 190dec" (2026.10.05~08) • Nhan Dan "VN-Index -0.82% Oct 8 1,738.97p -14.42p" (2026.10.08) • Investing.com "VN Historical Oct 5 1,753.20 +0.89% / Oct 6 1,759.08 +0.34% / Oct 7 1,753.39 -0.32% / Oct 8 1,753.96" • Vietnam.vn "Gold Oct 8 SJC 140-143M VND -500K \$4,084 - \$81.1 -1.95% lowest since Aug5 / Oct 9 unchanged 140-143M \$4,120-4,138 jobless 1.716M break \$4,275 needed" (2026.10.08~09) • VnExpress "World Bank lifts Vietnam 2026 GDP 7.4% +1.1pp" (2026.10.08) • Baohinhphu "Vietnam US almost complete reciprocal trade agreement" (2026.10.08)]

**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

140만 개 전통 가게가 버티는 나라 - 베트남 소매 시장 전환의 현장

식료품 소매 전통 채널이 83~86% 차지 · 현대 소매 점포 4년 만에 3배 급성장



베트남 어디서나 탑호아(Tạp Hóa)를 볼 수 있다. 골목 어귀 · 아파트 입구 · 시장 주변. 라면 · 음료 · 생필품을 쌓아놓은 3~10평짜리 작은 가게다. 2026년 현재 전국에 약 120만 개가 있다. 2020년 140만 개에서 20만 개 줄었지만 여전히 베트남 식료품 유통의 중심이다. 닐슨IQ베트남에 따르면 이 탑호아와 재래시장을 합친 전통 채널이 베트남 전체 식료품 소매의 75~83%를 차지한다. 식료품 소매만 따지면 현대 채널(슈퍼마켓 · 편의점 · 전자상거래)이 약 13~14%에 불과하다. 이 숫자가 베트남 소매 시장의 핵심을 보여준다. 성장 여지가 거대하다는 뜻이다.

① 두 개의 숫자로 보는 베트남 소매 시장

베트남 소비재 소매 시장을 전체로 보면 2026년 약 1,714억~2,234억 달러 규모다(기관별 집계 기준 차이). 이 중 현대 채널(슈퍼마켓·하이퍼마켓·편의점·전자상거래) 비중이 약 30~32%다. 켄리서치·비컴퍼니 기준이다. 2020년 27% 수준에서 꾸준히 올라왔다. 한국의 현대 채널 비중이 약 80%, 태국이 약 40%임을 감안하면 아직 성장 여지가 크다.

그런데 식료품·식품 소매만 따지면 숫자가 완전히 달라진다. 미국 농무부가 2025년 발표한 베트남 식품 소매 연간 보고서에 따르면 2024년 베트남 식품 소매 매출이 555억 달러이며 이 중 전통 채널이 83% 이상이다. 현대 채널은 약 13%다. HSC 리서치도 2026년 기준 식료품 소매에서 현대 채널이 약 14%라고 밝혔다. 이것이 "현대 채널 14%의 비밀"이다. 사람들이 매일 먹는 것을 사는 장소는 아직 재래시장과 탑호아가 압도적이다.

② 전통 채널이 버티는 이유 - 탑호아는 왜 사라지지 않는가

베트남 중소기업협회 조사에 따르면 소비자의 70% 이상이 합리적인 가격·편리한 위치·판매자와의 개인적 신뢰 관계 때문에 식료품점을 선호한다고 답했다. 탑호아의 강점은 세 가지다. 첫째, 거리가 가깝다. 베트남 도시는 골목이 발달해 있어 오토바이로 2분 안에 탑호아가 있다. 슈퍼마켓은 주차 공간을 찾아야 한다. 둘째, 외상이 된다. 단골 관계가 형성된 탑호아에서는 당장 현금이 없어도 먼저 물건을 가져갈 수 있다. 셋째, 소량 구매가 가능하다. 삼푸를 한 병이 아니라 한 봉지, 라면을 한 박스가 아니라 두 개씩 살 수 있다.

그러나 탑호아도 변하고 있다. 켄노 이머징베트남 2026 보고서에 따르면 전국 전통 식품점 수가 2020년 약 140만 개에서 2026년 약 120만 개로 줄었다. 4년간 약 20만 개가 문을 닫았다. 동시에 일부 탑호아는 슈퍼마켓 체인과 협력해 현대적인 미니슈퍼마켓으로 변신하고 있다. MM메가마켓의 "굿프라이스" 프로그램, 사이공 코옹과 아언베트남의 미니슈퍼마켓 전환 지원이 그 예다.

③ 현대 채널의 공세 - 4년 만에 점포 3배 · 박호아썬 +34%

비컴퍼니에 따르면 2020년부터 2024년까지 4년간 베트남 현대 소매 점포 수가 200% 이상 늘어 2024년 말 기준 16,286개에 달했다. 편의점과 미니슈퍼마켓이 전체의 45% 이상을 차지한다. 원마트플러스는 2024년 한 해만 195개 점포를 추가했다. GS25베트남은 700개 이상 점포로 성장했다. 이 현대 소매 채널 전체가 2020년부터 연평균 5% 성장해 2024년 570억 달러(한화 약 77조5,000억 원)에 달했다.

이 흐름에서 가장 빠르게 성장하는 것이 미니슈퍼마켓이다. 비엠허 보고서에 따르면 미니슈퍼마켓이 2016~2023년 연평균 45% 성장률로 현대 식료품 소매에서 가장 빠르게 성장하는 형태다. 박호아썬(Bach Hoa Xanh)이 이 미니슈퍼마켓 시장에서 가장 빠르게 성장하고 있다. 켄노 이머징베트남 2026 보고서에 따르면 박호아썬의 2026년 1분기 매출이 전년 같은 기간보다 34% 늘었다. 현대 식료품 소매 전체 성장률인 15%의 두 배가 넘는다는 점. 전통 식료품 소매 전체 성장률 1%와는 비교조차 안 된다.

④ 한국 기업에게 어떤 기회가 있는가

베트남 소매 시장 전환이 한국 기업들에게 세 가지 방향의 기회를 만든다. 첫째, 편의점·미니슈퍼마켓 확장이다. GS25가 700개 이상 점포로 성장한 것은 한국 편의점 모델이 베트남에서 통한다는 증거다. 아직 전국 점포 밀도가 낮아 추가 확장 여지가 크다. 둘째, 한국 소비재 브랜드의 현대 채널 입점이다. 현대 채널 비중이 14%에서 30%로 올라가는 과정에서 슈퍼마켓 선반에 올라가는 브랜드가 결정된다. 셋째, 탑호아 디지털화 지원이다. 120만 개 탑호아에 재고 관리·주문·결제 시스템을 공급하는 핀테크·물류 솔루션이 필요하다. 한국의 소매 디지털화 경험이 적용될 수 있는 분야다.

★ 편집부 평가

120만 개 탑호아가 식료품 소매의 75~83%를 쥐고 있는 나라. 이것을 뒤집는 데 얼마나 걸릴까. 태국이 비슷한 구조에서 40% 현대 채널로 전환하는 데 약 20년이 걸렸다. 베트남은 스마트폰·전자상거래·미니슈퍼마켓이 동시에 공세를 펼치며 그 속도를 앞당기고 있다. 박호아썬의 +34% 성장은 그 전환의 속도를 숫자로 보여준다. 전통 채널 86%가 위기가 아니라 기회라는 것을 이해하는 기업이 이 시장의 다음 승자가 될 것이다.

[출처: HSC Research (via Kenno Emerging Vietnam 2026) "modern trade e-commerce only ~14% of grocery retail vs ~1/3 overall retail; traditional stores fell from 1.4M to 1.2M; Bach Hoa Xanh Q1 2026 +34% vs modern trade +15% vs grocery +1%" (2026.07) • US USDA Retail Foods Annual 2025 "food retail \$55.5B 2024 traditional 83%+ modern 13% 665,000 stores" (2025) • B-Company Japan "Modern Trade 2024: CAGR 5% \$57B 16,286 stores +200% since 2020 traditional 61% 2024 vs 73% 2020 Winmart+ +195 stores" (2025) • Vietcap Securities "Modern Grocery Sector 2024: 12% modern 2023 minimart CAGR 45% top-7 players 86% share" (2024.10) • NielsenIQ Vietnam "traditional trade 75-83% total market sales 1.4M taphua" (Vietnam News 2024) • Ken Research "Vietnam Retail 2026: \$223.4B modern trade 31.8% 2026" • Mordor Intelligence "traditional mom-and-pop 59.35% Vietnam retail 2025" • USDA FAS Vietnam Retail Foods Annual_Hanoi_2023 "8,549 wet markets 80% traditional"]

하노이 · 호찌민 밖에서 기회를 찾는다, 하이퐁 · 빈증 · 바리아붕따우 아파트 시장의 부상

빈증 2026 1분기 평균 1,886달러/㎡ · +16.9% · 2026~2029년 3만1,816가구 공급 · 확장 호찌민 평균보다 40% 저렴 · 하이퐁 1,840달러/㎡ · 하노이보다 23.5% 낮아

빈증을 포함한 확장 호찌민 시장의 1차 아파트 평균 가격이 2026년 2분기 기준 제곱미터당 7,600만 동(한화 약 393만 원 · CBRE 기준 · 빈증 포함 확장 시장 평균)에 달한다. 역대 아파트가 기본이 된 시장에서 실수요자들이 눈을 돌리고 있다. 바로 옆 빈증 · 바리아붕따우, 그리고 북부 하이퐁이다. 이 세 곳이 지금 베트남 부동산 시장에서 새로운 주인공으로 떠오르고 있다. 가격은 호찌민 구도심보다 40~50% 낮고 광역 교통망이 빠르게 연결되고 있으며 산업단지 배후 주거 수요가 탄탄하다. 2차 도시 아파트 시장이 지금 가장 주목해야 할 시장이 됐다.

① 빈증(Bình Dương) - 호찌민 확장 시장의 핵심 공급지



빈증은 이제 독립된 부동산 시장이 아니다. 2026년 7월 베트남 행정구역 개편으로 빈증이 호찌민시와 공식 합산된 확장 호찌민 시장의 일부가 됐다. 이 합산이 빈증 시장을 더욱 주목받게 만들었다.

쿠시먼앤드웨이크필드 2026년 1분기 보고서에 따르면 빈증 1차 아파트 평균 가격이 제곱미터당 1,886달러(한화 약 256만 원)다. 전년 같은 기간보다 16.9% 올랐다. 전 분기 대비로는 7.4% 내렸다. CBRE 기준으로는 4,590만 동(한화 약 237만 원)이다. 호찌민 구도심(JLL 기준 약 9,810만 동·한화 약 507만 원)의 약 47% 수준이다. 2026년 1분기에 6,430가구가 신규 공급됐으며 투안안·디안 지구가 공급의 중심이다. 2026~2029년 누적으로 3만1,816가구가 추가 공급될 예정이다.

빈증의 강점은 세 가지다. 첫째, 제조업 배후 실수요다. 삼성·LG·인텔 협력사들이 밀집한 빈증 산업단지 근로자들이 안정적인 임차·매수 수요를 만든다. 둘째, 3호 순환도로(2026년 중반 개통)와 확장 호찌민 메트로가 연결되면 호찌민 도심까지 30~40분이면 닿는다. 셋째, 가격 접근성이다. 2026년 2분기 기준 95%의 신규 공급이 고급 아파트로 올라갔지만 절대 가격은 호찌민 구도심보다 여전히 낮다.

② 바리아붕따우(Bà Rịa-Vũng Tàu) - 해안 · 항구 · 공항 삼각지



바리아붕따우는 지금까지 리조트 부동산이 중심이었다. 그런데 2026년 새로운 흐름이 나타나고 있다. 쿠시먼앤드웨이크필드 2026년 1분기 보고서에 따르면 바리아붕따우 1차 아파트 평균 가격이 제곱미터당 1,373달러(한화 약 187만 원)이며 전 분

기·전년 대비 모두 상승했다. CBRE 기준으로는 4,190만 동(한화 약 217만 원)이다. 호찌민 구도심의 약 43% 수준이다.

바리아붕따우를 주목하는 이유는 세 가지 인프라가 동시에 완성되고 있어서다. 첫째, 벤호아-붕따우 고속도로 완공이다. 호찌민에서 붕따우까지 1시간30분이 45분으로 단축된다. 둘째, 롱탄 국제공항(2026년 말 1단계 완공 목표)이다. 바리아붕따우는 롱탄 공항에서 가장 가까운 위치에 있다. 셋째, 낌저 심해항 개발이다. 항구 배후 물류·산업 수요가 새로운 주거 수요로 연결된다. 이 세 가지 인프라가 바리아붕따우 부동산의 구조적 상승 요인이다.

③ 하이퐁(Hải Phòng) - 북부의 새로운 주거 허브



하이퐁은 베트남 북부 제1의 항구 도시이자 제조업 허브다. 모도르 인텔리전스 추정에 따르면 하이퐁 아파트 평균 가격이 제곱미터당 1,840달러(한화 약 250만 원)이며 하노이 평균보다 약 23.5% 저렴하다. 하이퐁 당국의 전망치에 따르면 2026년까지 2만5,000가구가 신규 공급될 예정이며 이 중 56%가 투이응우옌 지구에 집중될 것으로 파악된다.

하이퐁이 뜨는 이유는 명확하다. 삼성·LG 협력사들이 하이퐁 산업단지에 대규모로 입주해 있고 주변 근로자·관리자 인구가 빠르게 늘고 있다. 라오까이-하노이-하이퐁 철도가 완성되면 하노이까지 기차로 45분이 된다. 고속도로로 하노이까지 이미 1시간30분이다. 모도르 인텔리전스는 하이퐁 주거 부동산이 2026~2031년 연평균 13.86%로 성장하며 베트남에서 가장 빠르게 성장하는 시장이 될 것으로 전망한다. 하이퐁 항구가 세계 100대 컨테이너 항구(2024년 28위)에 오른 것도 배후 경제 기반의 탄탄함을 보여준다.

④ 한국 투자자에게 어떤 의미인가

세 도시가 공통으로 갖는 특성이 있다. 한국 기업이 밀집한 산업단지 배후 도시라는 것이다. 빈증에는 삼성·LG 협력사, 하이퐁에는 LG·삼성 협력사, 바리아붕따우에는 물류·에너지 기업들이 있다. 한국 교민과 주재원들이 이미 이 도시들에 생활 기반을 갖추고 있다. 호찌민·하노이 도심 아파트 가격이 올라가면서 일부 교민들이 빈증·하이퐁으로 이동하는 흐름도 나타나고 있다.

투자 관점에서는 진입 가격이 낮고 인프라 완성으로 인한 가격 상승 여지가 있다는 것이 매력이다. 다만 주의할 점도 있다. 빈증 신규 공급의 95%가 고급 아파트로 올라간 것은 실수요보다 투자 목적 공급이 많다는 신호다. 흡수율이 39%에 그치는 것도 공급 과잉 우려를 낳는다. 검증된 개발사·완성된 인프라·실수요 기반이 확인된 지역을 선별하는 것이 핵심이다.

★ 편집부 평가

호찌민과 하노이 도심 아파트가 소득 대비 감당하기 어려운 수준에 올라간 지금 빈증·바리아붕따우·하이퐁이 새로운 선택지가 되고 있다. 가격 접근성·산업단지 배후 실수요·완성되는 광역 교통망이 세 도시의 공통 강점이다. 그러나 공급 과잉 우려도 함께 보아야 한다. 베트남 2차 도시 아파트 시장은 선택적으로 성장하는 시장이다. 어느 도시·어느 지역·어느 개발사를 고르느냐가 수익을 결정한다.

[출처: Cushman&Wakefield "HCMC Apartment Market Rebalances Q1 2026: Binh Duong \$1,886/sqm +16.9% YoY -7.4% QoQ 6,430 units; BR-VT \$1,373/sqm +QoQ +YoY; 2026-2029F Binh Duong 31,816 units Di An Thuan An Thu Dau Mot" (2026.06) · CBRE Vietnam "Q2 2026 expanded HCMC avg VND76M/sqm +16% YoY Binh Duong VND45.9M BR-VT VND41.9M 6,573 new units Q2 Binh Duong 80% absorption 39%" (2026.08) · JLL "HCMC primary Q2 2026 VND98.1M/sqm +10.5% YoY" · Mordor Intelligence "Hai Phong \$1,840/sqm 23.5% below Hanoi fastest growing 13.86% CAGR 2026-2031 25,000 units 56% Thuy Nguyen" · Realtique "Binh Duong \$2,000-2,900 BR-VT \$1,800-5,200 expanded HCMC 76,000 units by end-2027 Knight Frank" (2026.08) · Vietnam.vn "Binh Duong 95% high-end Q2 2026 HCMC merged VND95.4M/sqm +21% YoY"]

뚜옌꽁 수학 만점 사태가 드러낸 베트남 고교 졸업시험 제도의 민낯 한 학교에서 수학 만점자 154명 나와, 29명 기소 · 구속 7명



2025년 뚜옌꽁 영재고에서 수학 만점을 받은 학생은 단 한 명도 없었다. 2026년 같은 학교 시험장에서 147명이 만점을 받았다. 이 시험장 전체 응시생이 328명이었다. 열 명 중 네 명 이상이 만점이었다. 300명 이상인 91%는 9점 이상을 받았다. 9점 미만은 단 3명이었다. 이해할 수 없는 숫자였다. 경찰이 수사에 착수했고 1998년생 교사 응우옌하즈이가 시험장 책임자의 지시를 받아 시험 도중 학생들에게 답을 알려준 것으로 드러났다. 최종 기소 인원이 29명, 구속이 7명이다. 이 사건은 단순한 부정 사건이 아니다. 베트남 시험 제도가 만들어낸 구조적 유혹의 결과다.

① 뚜옌꽁 사건 - 무슨 일이 있었나

2026년 6월 베트남 전국 고등학교 졸업 시험이 치러졌다. 뚜옌꽁성 전체 응시생은 17,000명 이상이었다. 결과 분석 과정에서 뚜옌꽁 영재고 시험장에서 이상 징후가 포착됐다. 전국 수학 만점자가 4,208명이었는데 이 중 154명이 뚜옌꽁성 영재학교 한 곳에서 나왔다. 더 이상한 것은 이 154명 중 147명이 응시 번호 080163XX~080166XX 구간에 집중됐다는 것이다. 328명이 응시한 한 학교에서 147명이 만점을 받은 것이다. 수학적으로 일어나기 어려운 분포였다.

교육부가 수사를 요청했고 7월 3일 교육부와 뚜옌꽁 교육국이 현장 검증에 나섰다. 7월 5일 경찰이 1998년생 교사 응우옌하즈이를 긴급 체포했다. 조사 결과 시험장 책임자 항이 감독관들에게 학생들의 규칙 위반을 허용하도록 지시했고 즈이가 항의 지시에 따라 시험 도중 교실에 들어가 학생들을 지도하고 답을 알려준 것으로 밝혀졌다. 수사가 확대되면서 기소 인원이 4명에서 19명으로, 다시 27명으로 늘었다. 8월 5일 기준 29명이 기소됐고 7명이 구속됐다.

수사에서 흥미로운 대목이 있다. 사건을 주도한 이들의 동기가 "성취에 대한 욕구"였다는 것이다. 담당 경찰관은 "초기 수사 결과 피의자들은 학생들이 높은 점수 받기를 원하는 욕구에서 움직인 것으로 보인다"고 밝혔다. 금전적 동기가 아니라 "우리 학교 학생들이 잘 되기를 바라는" 욕구가 이 사건을 만들었다는 것이다. 이것이 뚜옌꽁 사건의 가장 불편한 진실이다.

② 이것이 처음이 아니다 - 2018년 하장성 스캔들의 재연

2026년 뚜옌꽁 사건은 8년 전 같은 패턴이 반복된 것이다. 2018년 하장성에서 베트남 역사상 가장 충격적인 시험 성적 조작 사건이 터졌다. 비정상적으로 높은 점수를 받은 학생이 여럿 나오자 의심이 생겼고 조사 결과 하장성 교육국 간부가 수백 명의 답안지 점수를 직접 올려준 것으로 드러났다. 손라성·호아빈성·랑선성까지 유사한 사건이 연쇄적으로 터졌다. 많은 부모들이 수억 동을 써서 자녀의 명문 학교 입학 을 보장받으려 했다는 것도 밝혀졌다.

2018년 사건 이후 교육부는 시험 관리를 강화했다. 답안지 봉투를 감독관과 대학 대표자들이 서명해 밀봉하도록 했다. 보안 절차를 대폭 강화했다. 그런데도 8년 뒤 같은 방식의 사건이 다시 나왔다. 2026년에는 뚜옌꽁뿐 아니라 꽝찌성에서도 유사한 시험 부정 사건이 적발됐다. 전문가들은 이것이 제도 설계의 문제라고 지적한다. 아무리 절차를 강화해도 시험 결과에 걸린 이해관계가 너무 크면 부정의 유혹도 그만큼 크다는 것이다.

③ 베트남 고등학교 졸업 시험 제도 - 구조가 문제를 만든다

베트남 고등학교 졸업 시험은 2015년부터 "2in1" 방식으로 운영된다. 고등학교 졸업 자격과 대학 입시를 하나의 시험으로 처리하는 것이다. 졸업이 되는지 여부를 결정함과 동시에 이 점수가 대학 입학 지원에도 그대로 쓰인다. 시험 과목은 3개 필수(국어·수학·외국어)와 2개 선택(과학 계열 또는 사회 계열 통합 시험)이다. 매년 약 100만 명이 응시한다. 전국 합격률은 99%를 웃돈다.

이 "2in1" 구조가 세 가지 구조적 한계를 만든다. 첫째, 시험 결과에 걸린 이해관계가 너무 크다. 졸업과 대학 입시가 한 번의 시험에 달려 있으니 학교·교사·학부모·학생 모두에게 점수가 목적이 된다. 뚜옌꽁 사건에서 교사들이 "학생들이 잘 되기를 바랐다"고 한 것이 이 구조의 산물이다. 둘째, 시험 관리가 지방에 위임돼 있다. 지방 교육 당국이 시험을 관리하는데 지역 사회 압박·인맥·성과 지표가 뒤섞인다. 중앙에서 지침을 내려도 현장 집행은 지방이 맡는다. 셋째, 객관식 평가 방식이 조작에 취약하다. 서술형보다 객관식이 감독을 회피하거나 답안을 알려주기 더 쉽다.

2026년 사건을 계기로 베트남에서 "시험 분리" 논의가 다시 불붙고 있다. 고등학교 졸업 시험과 대학 입시를 분리하자는 것이다. 교육 전문가들은 졸업 시험은 졸업 여부만 결정하게 하고 대학 입시는 각 대학이 자체적으로 선발하거나 별도의 학력 평가 시험을 치르게 하는 방향이 부정의 구조적 유인을 장기적으로 줄인다고 주장한다. 국회 교육위원회도 전면 조사를 촉구하며 시험 제도 개편 논의를 공식 요청했다.

④ 한국 기업에게 무엇을 의미하는가

베트남 시험 부정 문제는 베트남에서 사업하는 한국 기업들에게 실용적인 시사점을 준다. 베트남 직원을 채용할 때 학력 증명서와 성적표를 그대로 신뢰하기 어렵다는 것이다. 특히 지방 소재 학교의 성적 우수 기록은 별도 검증이 필요하다. 채용 과정에서 필기시험·실기 평가·인터뷰를 통해 실력을 직접 확인하는 것이 필수다. 또한 베트남 직원들의 학습 욕구와 성취 욕구는 매우 강하다. 이것은 분명한 장점이다. 다만 "결과를 위해 수단을 가리지 않는" 문화가 직장 내에서도 나타날 수 있다는 점을 관리자가 인식할 필요가 있다.

★ 편집부 평가

2025년 0명, 2026년 154명. 이 숫자 하나가 모든 것을 설명한다. 8년 전 하장성 스캔들이 터진 뒤 절차를 강화했지만 구조는 바뀌지 않았다. "2in1" 시험이 만드는 구조적 압박이 사라지지 않는 한 비슷한 사건은 반복될 것이다. 전문가들이 촉구하는 시험 분리가 이루어지려면 정치적 결단이 필요하다. 수백만 가족의 이해관계가 걸린 제도를 바꾸는 것은 쉽지 않다. 그러나 뚜옌꽁 사건이 다시 한번 증명한 것처럼 바꾸지 않으면 반복된다.

출처: The Vietnamese "154 perfect scores Tuyen Quang teacher charged abusing position" (2026.07.08) • VietnamNet "Timeline 147 perfect math 19 criminal charges 17,000 candidates 4,208 nationwide perfect" (2026.07) • VietnamNet "How pursuit of achievement 147 perfect 9.58/10 avg 19 charged" (2026.09) • Vietnam News "Police widen probe 15 more 29 total 7 detained" (2026.07.09) • Vietnam.vn "29 defendants indicted 7 detained August 5" (2026.08.05) • The Vietnamese "Tuyen Quang organized fraud 29 charged 147 scores 328 candidates 45% perfect 91% score 9+ parents colluded" (2026.09) • Vietnam.vn "Cheating allegations rock 2026 exam Tuyen Quang Quang Tri 27 defendants block 080163xx-080166xx" (2026.09) • VietnamNet "Fraud shocks institutional autonomy debate separating exams 2015 2in1 2018 Ha Giang 2026 Tuyen Quang" (2026.09) • Vietnam.vn "Solutions combat exam cheating structural values deviation" (2026.09)

길거리에서 패키지로 - 베트남 스낵 시장 30억 달러의 대전환

조사 대상 소비자 95% 매일 스낵 소비 · 하루 평균 0.7달러 지출 · 전통 길거리 음식의 패키지화 · 건강 스낵 연평균 5.16% 성장 · 틱톡이 스낵 트렌드를 만든다

베트남 어디서나 스낵을 먹고 있다. 오전 출근길 편의점 앞 반짱누영(구운 쌀 과자) · 점심 후 오피스 책상 위 감자칩 · 저녁 틱톡 라이브 보며 손에 든 라이스페이퍼 스낵. 님슨 스낵 시장 분석에 따르면 베트남 소비자들이 하루 평균 약 0.7달러(한화 약 940원)를 스낵에 지출하며 월간 시장 가치가 약 1조3,000억 동(한화 약 665억 원)에 달한다. 스트래티지헬릭스에 따르면 2026년 베트남 스낵 시장 규모가 약 30억 달러(한화 약 4조270억 원)에 달한다. 이 시장에서 지금 두 가지 큰 흐름이 동시에 움직이고 있다. 하나는 전통 길거리 음식이 패키지 제품으로 진화하는 것이고 다른 하나는 건강 의식이 새로운 스낵 수요를 만드는 것이다.



① 베트남 스낵 시장 구조 - 누가 팔고 누가 사는가

베트남 스낵 시장은 세 개의 서로 다른 세계로 나뉜다. 첫째는 비공식 길거리 스낵이다. 전통 시장·길거리·포장마차에서 파는 반짱·바삭한 튀김 과자·구운 견과류가 여기 속한다. 정확한 시장 규모 집계가 어렵지만 소비 금액 기준으로 여전히 가장 크다. 둘째는 패키지 가공 스낵이다. 슈퍼마켓·편의점·전자상거래에서 파는 포장된 스낵으로 몬텔레즈킨도·마산 컨슈머·오이시·포카가 시장을 이끈다. 셋째는 건강 스낵이다. 견과류·씨앗·건조 과일·기능성 스낵 바로 가장 빠르게 성장하는 분야다.

켄리서치·어치오 조사에서 베트남 소비자 95%가 매일 한 번 이상 스낵을 소비한다고 답했다. 이것은 조사 대상 소비자 기준 수치다. 제과류(사탕·초콜릿·비스킷 포함) 시장은 IMARC 기준 2025년 약 8억6,479만 달러(한화 약 1조1,606억 원)에 달하며 연평균 8.72%로 성장 중이다. 이중 초콜릿이 58%로 가장 크다. 건강 스낵 시장은 더리포트큐브스 기준 2025년 약 3억8,370만 달러(한화 약 5,151억 원)이며 연평균 5.16%로 성장할 전망이다. 지역별로는 남부(호찌민시·빈중)가 제과 48%·건강 스낵 42%를 차지하며 가장 큰 시장이다.

② 길거리 음식이 패키지가 된다 - 전통 스낵의 현대화



베트남 스낵 시장에서 가장 흥미로운 흐름은 전통 길거리 음식이 패키지 제품으로 진화하는 것이다. 반짱·바삭한 해산물 스낵·건조 과일·얼린 두리안이 위생 포장 을 입고 슈퍼마켓과 전자상거래 플랫폼에 올라가고 있다. 이 흐름이 틱톡과 결합했다. 틱톡 라이브 커머스에서 새로운 스낵이 하루 만에 바이럴이 되는 현상이 반복되고 있다. 거대한 기와 모양 과자 통·해파리 소스 미니 스낵·병아리콩 스낵이 틱톡에서 수천만 조회수를 기록하며 팔려나갔다. 베트남 브리핑 보고서에 따르면 소비자의 70%가 소셜 미디어를 통해 새로운 스낵 트렌드를 접한다.

이 흐름에서 기회를 포착한 것이 소규모 국내 브랜드들이다. 대형 외국계 브랜드가 장악한 시장에서 소규모 국내 브랜드들이 틱톡·쇼피를 통해 직접 소비자와 연결되는 새로운 유통 경로를 열었다. 반면 대형 브랜드들은 패키지 디자인·브랜드 신뢰도·광범위한 유통망으로 안정적인 점유율을 유지하고 있다. 시장이 "차별화되지 않은 길거리 음식의 레드오션"에서 "건강과 브랜드 신뢰가 새로운 기회를 만드는 블루오션"으로 전환되는 과정이다.

③ 건강 스낵의 부상 - 맛에서 영양으로 이동 중

더리포트큐브스 보고서에 따르면 베트남 소비자의 51%가 이제 단순히 맛만이 아니라 영양을 함께 고려해 스낵을 고른다. 5년 전과 비교하면 눈에 띄는 변화다. 건강 스낵 시장이 연평균 5.16%로 성장하는 것은 이 변화를 반영한다. 식물성 단백질·고섬유질·저당·유기농 제품에 대한 수요가 빠르게 늘고 있다. 특히 식물성 스낵 분야에서 베트남은 육류 대체품 채택 속도가 세계 평균인 25%를 웃돌 정도로 빠르다.

에너지 바·견과류·건조 과일·시리얼 바가 편의점과 피트니스 센터 주변에서 빠르게 팔리고 있다. 프리미엄 스낵 분야도 확대되고 있다. 선물용 초콜릿·프리미엄 과일 기반 과자·수입 고급 스낵에 대한 수요가 도시 중산층을 중심으로 늘어나고 있다. IMARC 기준 제과류 시장이 연평균 8.72%로 성장하는 것이 이 수요를 보여준다.



④ 한국 기업에게 어떤 기회가 있는가

베트남 스낵 시장은 한국 기업들에게 세 가지 방향의 기회를 만든다. 첫째, 한국 스낵 브랜드 직접 진출이다. 불닭볶음면이 베트남에서 폭발적인 인기를 누리면서 한국 매운 스낵 전반에 대한 관심이 높아졌다. 한국 스낵의 "맵고 달콤한" 맛 조합이 베트남 소비자들의 입맛과 잘 맞는다. 둘째, 건강 기능성 스낵 분야다. 한국의 홍삼·김·견과류 기반 건강 스낵이 건강 의식이 높아지는 베트남 도시 소비자들에게 프리미엄 제품으로 포지셔닝될 수 있다. 셋째, 틱톡 커머스 활용이다. 베트남 소비자의 70%가 소셜 미디어로 스낵 트렌드를 접하는 환경에서 대형 유통망 없이도 틱톡 라이브 커머스를 통해 소비자와 직접 연결될 수 있다.

★ 편집부 평가

베트남 스낵 시장은 단순히 크다는 것만이 강점이 아니다. 전통과 현대·길거리와 패키지·맛과 건강이 동시에 공존하며 새로운 수요를 만들어내는 시장이다. 하루 940원씩 스낵에 쓰는 소비자들이 1억 명 가까이 있는 나라에서 브랜드 스토리와 맛의 차별화가 빠르게 소비자에게 닿는다. 불닭볶음면이 보여준 것처럼 맞는 제품이 맞는 채널을 만나면 폭발적 반응이 가능한 시장이다.

[출처: StrategyHelix "Vietnam Snacks Market 2026-2031: USD3.0B 2026 USD3.7B 2031 savory largest fragmented" (2026.09) · Ken Research "Vietnam snack food USD3.2B 2023 95% daily consumption" · Ken Research "Vietnam savory snacks USD720-750M 2025" · The Shiv "Snacks Vietnam 2026: Mondelez Kinh Do Masan Oishi Poca key players" · Vietnam Briefing "Vietnam snack 70% social media trends plant-based above global avg health-driven premium" · IMARC "Vietnam Confectionery USD864.79M 2025 CAGR 8.72% chocolate 58.02% south 48%" · The Report Cubes "Vietnam Healthy Snack USD383.7M 2025 CAGR 5.16% south 42% 51% prioritize health" · Accio "Snack Vietnam 2026: USD3.2B 95% daily TikTok viral rice paper jellyfish chickpeas" (2026.09) · Nielsen via Scribd "0.7USD/day 13,000B VND monthly snack market value" · Statista "Vietnam snack food USD4.31B 2025 forecast CAGR 7.11% per capita USD42.46"]

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

베트남 남자들 세안제를 산다 - MZ세대의 새 모습

유로모니터 2025년 6조4,000억 동 • 2031년 4억580만 달러 시장 전망



10년 전 베트남 남성에게 "스킨케어 루틴이 있냐"고 물으면 비웃음이 돌아왔다. 지금은 다르다. 호찌민시 남성 직장인의 아침이 달라졌다. 세안제로 씻고 토너를 바르고 자외선 차단제를 마무리로 바른다. 틱톡에서 남성 뷰티 콘텐츠를 보다가 제품을 샀다. 친구가 먼저 써보고 추천했다. 켄리서치에 따르면 베트남 남성 그루밍 시장이 2026년 약 2억 달러(한화 약 2,674억 원)에 달한다. 왜 이런 일이 일어나고 있는가. 이유는 생각보다 단순하고 흥미롭다.

① 첫 번째 이유 - K뷰티가 문을 열었다

베트남 남성이 스킨케어를 시작하게 된 첫 번째 촉매는 한류다. K팝 아이돌과 한국 드라마 남자 주인공들의 피부가 너무 좋았다. 유리처럼 투명하고 매끄러운 피부를 베트남 남성들이 처음으로 "남자도 가질 수 있는 것"으로 인식하게 됐다. BTS•엑소•세븐틴의 멤버들이 스킨케어를 공개적으로 이야기하고 남성 뷰티 브랜드 광고에 나왔다. "한국 남자들은 저렇게 하는구나"가 "나도 해볼까"로 이어졌다. IMARC 보고서는 베트남 남성 그루밍 시장 성장의 주요 요인으로 "한국 뷰티 트렌드의 인기 상승"을 명시적으로 꼽는다.

여기서 중요한 것은 진입 장벽이 낮았다는 것이다. 한국 남성 스킨케어 제품들이 "남자 전용"이라는 단순한 포장으로 출시됐다. 세안제•토너•로션 세 가지를 하나로 묶은 간단한 세트였다. "이것만 쓰면 된다"는 메시지가 처음 시작하는 남성들에게 진입 장벽을 낮췄다. 라네즈•이니스프리•더페이스샵이 베트남에서 남성 라인을 강화한 것도 이 시점이었다.

② 두 번째 이유 - 틱톡이 "남자가 스킨케어 하면 이상하다"는 편견을 깼다

켄리서치에 따르면 베트남 18~34세 남성의 60%가 소셜 미디어에서 그루밍 콘텐츠를 소비한다. 틱톡이 결정적인 역할을 했다. 베트남 남성 뷰티 인플루언서들이 "남자도 피부 관리를 해야 하는 이유"를 자연스럽게 설명하기 시작했다. 조회 수 수백만을 기록하는 콘텐츠들이 쌓였다. 유로모니터는 2025년 베트남 남성 그루밍 보고서에서 "쇼피•틱톡샵이 소비자 접점과 제품 발견의 핵심 채널이 됐다"고 명시했다. 전과 후 비교 사진•실제 사용 영상•피부 변화 기록이 논리보다 강했다.

세계적으로도 같은 현상이 확인된다. 2026년 세계 남성 피부 관리 통계에 따르면 Z세대 남성의 68%가 페이스 스킨케어를 사용하며 이는 X세대(38%)보다 62% 더 높은 수치다. 소셜 미디어 영향을 가장 많이 받는 세대가 그루밍을 가장 빠르게 채택한다는 사실이 베트남에서도 그대로 나타나고 있다.

③ 세 번째 이유 - "피부 좋은 남자가 취업도 잘 된다"는 현실

베트남 남성들이 그루밍에 투자하는 세 번째 이유는 아주 현실적이다. 유로모니터 보고서는 "남성성에 대한 진화하는 인식이 시장을 형성하고 판매를 이끌고

있다"고 분석했다. 화상 회의가 늘면서 화면에 비치는 피부 상태가 눈에 띄게 됐다. 고객 미팅•발표•면접에서 깔끔한 외모가 자신감으로 이어진다는 인식이 생겼다. 베트남 MZ세대 남성들이 피부 관리를 "여성스러운 것"이 아니라 "자기 관리•자기 투자"로 받아들이기 시작했다.

시장 구조를 보면 재미있는 사실이 있다. 스크리브드(유로모니터) 분석에 따르면 베트남 남성 그루밍 시장 1위 브랜드가 외국계가 아니라 현지 기업 인터내셔널뷰티프로덕츠의 엑스멘(X-Men) 브랜드로 21% 점유율을 가지고 있다. 베트남 남성들이 스킨케어를 처음 시작할 때 익숙한 현지 브랜드를 먼저 집었다는 것이다. 그 다음 단계가 외국 브랜드로 업그레이드하는 것이다. 스트래티지헬릭스에 따르면 이 시장이 2026년부터 2031년까지 연평균 7.2%로 성장해 4억580만 달러(한화 약 5,425억 원)에 달할 전망이다. 유로모니터도 2027년까지 8조5,000억 동(한화 약 4,328억 원)을 전망한다.

④ 한국 브랜드에게 어떤 기회가 있는가

한국 남성 뷰티 브랜드들이 이미 이 시장에서 가장 유리한 위치에 있다. K뷰티가 진입 문을 열었기 때문이다. 진입 전략에서 주의할 점이 있다. 첫째, "남성 전용"이라는 단순한 포장과 메시지가 중요하다. 베트남 남성 입문자들은 복잡한 루틴보다 간단한 시작점을 원한다. 둘째, 틱톡 채널이 필수다. 18~34세 남성 60%가 소셜 미디어에서 그루밍 정보를 얻는 환경에서 틱톡•쇼피 없이는 존재감을 갖기 어렵다. 셋째, 현지 브랜드 엑스멘이 1위를 차지하고 있다는 것은 아직 외국 브랜드가 시장 대부분을 열어두고 있다는 신호다. 프리미엄 포지셔닝•차별화된 성분•한국산 신뢰도가 진입 무기가 된다.

★ 편집부 평가

10년 전 베트남 남자들이 세안제를 샀다면 놀림을 받았을지도 모른다. 지금은 틱톡에 올린다. K뷰티가 문을 열고 소셜 미디어가 편견을 깨고 취업•자기 관리 의식이 수요를 만들었다. 현지 브랜드 엑스멘이 21%로 1위를 지키고 있지만 나머지 79%는 아직 누가 차지할지 결정되지 않았다. 한국 브랜드가 K뷰티 덕분에 이미 문 앞에서 있다.

[출처: Ken Research "Vietnam Male Grooming Market USD200M 2026 18-34 60% social media skincare haircare fragrance" • Euromonitor "Men's Grooming Vietnam 2025: VND6.4T sales +6% Shopee TikTok Shop X-Men ICP 21% share market leader evolving masculinity" (2026.05) • Scribd/Euromonitor "2022 VND5.3T +5% fragrance strongest ICP 21% forecast VND8.5T 2027 CAGR ~10%" • StrategyHelix "Vietnam Men's Grooming 2026-2031: USD98.5M net growth CAGR 7.2% USD405.8M 2031" (2026.09) • IMARC "Vietnam Cosmetics USD1.8B 2025 male grooming +18% YoY K-beauty Korean beauty trends key driver" • MarkNtel "Vietnam Cosmetics USD2.5B 2024 men's cosmetics USD30M 2022 1.3% CAGR 9.1%" • Striveskin "Men's Skincare 2026: Gen Z 68% facial skincare Gen X 38% 62% more likely social media masculinity norms"]

사라진 왕국의 향기 – 찐파족의 부엌에서 1,000년 역사를 맛보다

베트남에서 가장 이국적인 맛, 기원후 2세기부터 15세기까지 힌두·이슬람 두 신앙이 낳은 두 가지 밥상

베트남 중부 해안에 한때 강력한 왕국이 있었다. 찐파(Champa) 왕국이다. 기원후 2세기에 세워져 15세기까지 1,000년 이상 지금의 베트남 중부와 남부 해안을 지배했다. 인도 문화권의 영향을 받은 힌두 왕조로 탑을 쌓고 산스크리트어를 썼으며 동남아시아 해상 무역의 중심이었다. 왕국은 사라졌지만 그 후손들은 남았다. 지금도 베트남에 약 17만9,000명의 찐족(Cham · 참족)이 살고 있다. 그들이 가장 많이 모여 있는 곳이 닌투언성과 빈투언성이다. 그리고 그들의 부엌에는 1,000년의 향기가 그대로 살아 있다.



① 찐족은 누구인가 - 사라진 왕국의 후손들

찐족은 베트남 54개 공식 소수민족 중 하나다. 말레이·폴리네시아 어족 계열의 언어를 쓰는 오스트로네시아 계통으로 베트남 민족(진족)과는 완전히 다른 뿌리를 가진다. 찐파 왕국이 1471년 베트남(다이비엣)에 의해 무너진 뒤 찐족은 닌투언·빈투언 해안 지역과 메콩 델타 일부에 흩어졌다.

흥미로운 것은 찐족이 하나의 종교를 갖지 않는다는 것이다. 닌투언·빈투언성에 사는 찐족 대부분은 힌두 브라만 신앙(찐 브라만)을 따른다. 이들은 쇠고기를 먹지 않는다. 같은 지역에 바니 이슬람(Bani Islam)을 따르는 찐족도 있다. 이들은 돼지고기를 먹지 않는다. 안장성·호찌민시의 찐족은 일반 이슬람을 따른다. 이 종교적 차이가 찐족 음식 문화의 두 가지 다른 얼굴을 만든다. 같은 마을에 살아도 식탁이 다르다.

② 찐족 부엌의 세 가지 원칙

찐족 음식 문화 연구자 인라사라(Inrasara)는 찐족 요리에 세 가지 원칙이 있다고

설명한다. 첫째, 동물성 기름을 쓰지 않는다. 닌투언·빈투언성은 베트남에서 가장 건조하고 더운 반사막 기후다. 이 기후에서 몸을 식히려면 기름진 요리보다 가벼운 요리가 맞다. 찐족 요리에는 식물성 기름·코코넛 오일이 기본이다. 둘째, 볶음과 튀김보다 굵기와 끓이기를 선호한다. 그릴에 굵거나 오래 푹 끓이는 방식이 찐족 요리의 기본 기법이다. 셋째, 국물 요리가 반드시 한 가지 이상 식탁에 오른다. 더운 기후에서 수분을 보충하고 체온을 조절하는 지혜다.

찐족 요리의 숨겨진 핵심 재료는 맘넴(Mắm Nêm·발효 새우·생선 소스)이다. 찐족 문화 전통 기록에 따르면 "찐족 대부분의 전통 요리에서 전형적인 찐족 맛을 만드는 숨겨진 요소가 맘넴"이라고 할 만큼 찐족 요리의 정체성을 이루는 소스다. 레몬그라스·갈랑갈·칠리·마늘·시나몬이 기본 향신료이고 타마린드 새싹·들깨잎·야생 커리 잎·파초 꽃이 국물과 샐러드에 들어간다.

③ 찐족 밥상에서 반드시 먹어야 할 것들

찐니-까푸아(Com Nị - Cà Púa)는 찐족의 명절 음식이다. 찐니는 소금·설탕·카레



가루를 넣어 지은 카레 밥이다. 까푸아는 염소 고기나 양고기를 레몬그라스·갈랑갈·칠리·마늘·시나몬으로 버무려 적어도 2시간 이상 문근히 끓인 뒤 코코넛 밀크를 넣어 마무리하는 카레 스튜다. 요리가 완성되면 작은 냄비에 코코넛 밀크를 따로 끓여 갈색이 될 때까지 저어 만든 진한 코코넛 소스를 더한다. 카레 밥 위에 이 스튜를 올려 먹는다. 그 자체로 인도와 동남아시아가 만나는 맛이다.

가포이(Gà Pôi)는 쇠고기·코코넛 오일·칠리·카레 가루로 만드는 독특한 짬죽 카레다. 가장 주목할 특성이 있다. 냉장 시설이 없던 시절 만들어진 조리법인데 완성된 요리가 상온에서 2주까지 상하지 않는다. 코코넛 오일과 향신료의 항균 효과 때문이다. 님투언의 건조한 기후와 긴 이동 거리에 최적화된 음식이다. 아이아 따nut(Aia Tanut)은 짬죽 의례 때 빠지지 않는 염소 수프다. 타마린드와 야생 허브로 신맛과 향을 낸 국물이 반사막 기후의 열기를 씻어낸다.

까잉 보이(Canh Bôi)는 님투언의 찌는 더위를 식히는 시원한 야생 허브 수프다. 특정 허브의 어린 줄기를 전통 향신료와 함께 끓인다. 망고 앤초비 샐러드는 신선한 앤초비가 들어올 때마다 짬죽 가정에서 만드는 계절 음식이다. 풋망고의 신맛과 앤초비의 짭짤·감칠맛이 어우러진다. 바우쭝(Bàu Trú) 도자기 마을에서는 짬죽 여성들이 만든 토기 냄비로 요리하는 전통이 이어지고 있다. 이 마을은 포클롱가라이 왕(1151~1205년) 시대부터 이어온 동남아 최고(最古) 도예 마을 중 하나다.

④ 한국 여행자를 위한 실용 안내

ним투언은 베트남에서 가장 건조한 지역으로 연중 햇볕이 강하다. 방문 최적기는 건기인 12월~4월이다. 짬죽 음식 문화를 직접 체험하고 싶다면 님순군 바니루엥찌(Palei Cang) 마을이 향신료 요리로 유명하고 빈푹(Vĩnh Phước) 마을과 바우쭝 도자기 마을이 함께 들를 수 있는 짬죽 문화 체험의 중심지다. 님투언 시장에서는 신선한 앤초비·야생 커리 잎·갈랑갈·레몬그라스 등 짬죽 향신료를 직접 살 수 있다.

한국인 입맛에 가장 잘 맞는 것은 염소·양고기 카레 스튜(까푸아)다. 한국의 갈비찜과 비슷한 방식으로 오래 끓인 고기에 향신료와 코코넛 밀크가 더해진다. 님투언은 염소와 양 방목 최적지로 고기의 질이 베트남 어디보다 좋다. 님투언 지역 식당에서는 짬죽 요리와 베트남 낚족 요리를 함께 파는 경우가 많다.

★ 편집부 평가

베트남 음식이라고 하면 쌀국수·반미·분짜를 떠올린다. 그런데 베트남에는 낚족(베트남 주류 민족)의 음식만 있는 것이 아니다. 54개 소수민족 각각의 음식 문화가 있다. 짬죽의 밥상은 그 중에서도 가장 이국적이고 가장 깊은 역사를 가진 것이다. 인도에서 온 향신료·동남아 해양 문화의 코코넛 밀크·이슬람과 힌두 두 신앙이 만든 서로 다른 금기가 하나의 밥상 위에 공존한다. 이것이 짬죽 음식을 단순한 "소수민족 음식 체험"이 아니라 1,000년 문명의 맛 여행으로 만든다.





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