

보도시점 2026. 7. 5.(일) 11:00
< 7.6.(월) 조간 >

배포 2026. 7. 4.(토)

K-컬처와 소비재를 연계한 한-베 협력의 장 열려

- 「2026 하노이 한류박람회」 및 「아세안 K-푸드페어」 공동 개최
- 국내 107개사·해외 바이어 280여 개사 참여, 33백만불 규모 MOU·계약 체결

지난 4월 한·베 정상외교에 이어 양국의 경제·문화 협력을 한 단계 더 도약시키고, K-콘텐츠에 대한 전 세계적 팬덤을 K-푸드, K-뷰티 등의 수출 확대로 연결하기 위한 경제·문화 교류 행사가 현지의 뜨거운 열기 속에 베트남 하노이에서 개최되었다.

산업통상부(장관 김정관, 이하 ‘산업부’)와 농림축산식품부(장관 송미령, 이하 ‘농식품부’)는 대한무역투자진흥공사(사장 강경성) 및 한국농수산물유통공사(사장 홍문표)와 함께 7월 2일(목)~4일(토) 3일간 베트남 하노이 국립컨벤션 센터(NCC)에서 「2026 하노이 한류박람회(KBEE 2026 Hanoi)」 및 「아세안 K-푸드페어(ASEAN K-Food Fair)」를 공동 개최하였다.

이번 행사는 한류 공연과 K-소비재 체험을 결합하여 한국 소비재의 해외 시장 진출 및 브랜드 인지도 제고를 지원하는 한류박람회와 우리 농식품의 해외 진출을 지원하는 K-푸드페어를 통합 개최하여 한류를 활용한 소비재와 식품의 아세안 시장 진출을 지원하기 위해 마련되었다.

베트남은 우리나라의 3위 교역 대상국('25년 946억불)으로 1억명 인구와 지속적인 경제 성장세를 바탕으로 소비시장이 빠르게 성장 중이며, 한류에 대한 높은 관심에 힘입어 한국 소비재 수출 4위('26.5월)인 아세안 핵심 국가다.

* 5대 유망 소비재(식품, 화장품, 의약품, 생활용품, 패션의류)의 국가별 수출 순위 : 미국, 중국, 일본, 베트남('26.5월)

특히 우리의 아세안 내 최대 투자 대상국인 베트남에는 1만개 이상의 우리 기업이 진출해 있으며, 국내에는 33만 명 이상의 베트남인이 체류하는 등

양국 간 활발한 인적교류와 함께 최근 양국 정상 간 상호 방문 등 고위급 교류도 이어지면서 문화와 경제 교류 협력이 지속 확대되고 있다.

이번 박람회에는 식품·화장품·생활용품·패션의류 분야 국내 107개 기업과 베트남 및 동남아 지역 바이어 280여 개사가 참여한 가운데 총 1,512건의 상담이 이루어졌으며 33백만불의 MOU 체결·계약이 진행되었다. 이는 '22년 개최된 '하노이 한류박람회' MOU 체결·계약(1,500만불)의 2배 이상 증가한 수치이다.

이번 행사에는 현지 소비자들의 관심을 높이고 한국 제품에 대한 이해와 구매 수요를 확대하기 위해 '워너'와 '피프티피프티'의 한류 공연, K-라이프 스타일 토크쇼, K-뷰티 체험 등 다양한 한류 연계 프로그램을 운영하였다. 특히 평균 연령이 낮고 젊은 소비층 비중이 높은 베트남 시장의 특성을 고려해 새롭게 마련한 '키즈존'은 현지 가족 단위 방문객들의 큰 호응을 얻었다.

K-푸드 수출 측면에서도 제4위 수출국으로서 베트남은 우리 농식품 수출의 핵심 전략시장으로, 2025년 기준 對베트남 K-푸드 수출은 약 5.7억불 규모로 전체 농식품 수출의 약 5.5%를 차지하는 주요 시장이다. 라면, 소스류, 음료는 물론, 딸기 등 신선농산물의 수출 증가세가 이어지면서 K-푸드에 대한 현지 소비자들의 관심과 수요도 지속 확대되고 있다.

「아세안 K-푸드페어」는 K-푸드 전시를 넘어, 한국 식문화와 라이프스타일을 현지 소비자가 직접 경험할 수 있도록 구성한 것이 특징이다. 오픈키친 시식·시음 행사, 김장 체험, 셰프 라이브쇼 등 참여형 프로그램을 통해 K-푸드의 맛과 문화를 현지 소비자들이 오감으로 생생히 체험할 수 있게 하였다.

특히 아세안 권역의 K-푸드 전략품목인 스트리트푸드 중 주요 관심품목으로 매운라면과 냉동컵밥, 할랄식품 중 떡볶이와 에이드 등 음료 제품이 높은 관심을 받았으며, 푸드테크 특별관의 한강라면 체험과 '제2의 K-라면'을 발굴하기 위한 글로벌 NEXT K-푸드 특별관의 십원빵, 크림찹쌀떡 등 45개 품목도 큰 호응을 얻었다.

이번 행사에 참여한 국내 기업은 “한류박람회를 통해 기업 브랜드에 대한 인지도를 제고하고 베트남 내 시장 진출 영역을 넓힐 수 있을 것”이라고 참여 배경을 언급하였다.

강감찬 산업부 무역투자실장은 “한류는 전 세계 소비자의 마음을 사로잡고 우리 소비재 수출을 견인하는 가장 강력한 소프트 파워”라며, “한류와 소비재를 연계하여 K-푸드, K-뷰티를 비롯한 우리 소비재의 해외 진출 기회를 확대하고 통관·인증 등 현장 애로 해소를 밀착 지원하며 우리 수출의 활력을 더해 나가겠다”고 밝혔다.

정경석 농식품부 식품산업정책관은 “아세안은 우리 농식품 전체 수출액의 약 18.2%를 차지하는 핵심 시장”이라며, “이번 박람회를 통해 확인한 현지 소비자와 바이어들의 높은 관심과 성과를 바탕으로, 앞으로도 우리 농식품 수출기업들의 아세안 시장 진출 확대를 위해 정보제공, 컨설팅, 물류, 마케팅 등을 적극 지원해 나가겠다”고 밝혔다.

산업부와 농식품부는 앞으로도 한류와 연계한 수출 마케팅 사업을 지속 확대하여 우리 기업의 수출시장 다변화와 신흥시장 진출을 적극 지원할 계획이다.

담당 부서	산업통상부 무역진흥과	책임자	과 장	김열규 (044-203-4030)
		담당자	사무관	조혜진 (044-203-4031)
	농림축산식품부 농식품수출진흥과	책임자	과 장	강효주 (044-201-2171)
		담당자	사무관	김태규 (044-201-2179)

참고

2026 하노이 한류박람회 및 아세안 K-푸드페어 개요

□ 행사 개요

○ (기간/장소) '26.7.2(목)~4(토) / 하노이 내셔널컨벤션센터

* 개막식 : '26.7.3, 17:30(현지시간), 산업부 무역투자실장, 농식품부 식품산업정책관, KOTRA 사장, aT 해외사업처장 등 참석

○ (주최/주관) 산업부 · 농식품부 / KOTRA · aT

○ (참가 규모) ^(국내기업)107개사 및 ^(바이어)베트남 · 인근국 280여 개사 *B2B 기준

○ (전시 분야) 식품, 화장품, 패션, 생활용품 등

□ 주요 내용

분 야	주요 내용	
B2B 수출 상담회	① 개별 기업 상담관 ■ 뷰티, 푸드, 라이프스타일/패션, 전문무역상사 등	
	② 유관기관 협력 ■ 경북도, 대한화장품산업연구원, 현대홈쇼핑 등 협력사	
B2C 전시 판촉전	③ 국내 유통망관 ■ 신세계, 이마트, 무신사, 생활공작소	④ 현지 유통망 협력관 ■ K-Market, Sammishop
	⑤ 통합쇼케이스관 ■ B2B 참가기업 제품 홍보	⑥ aT K-푸드 홍보관 ■ 한국 농식품 소개 홍보관
한류 행사	⑦ 한류 공연 ■ 위너, 피프티피프티	⑧ 한류 체험존 ■ K-메이크업 체험, K-팝 커버댄스 및 체험존
	⑨ 한류 홍보대사 K-라이프스타일 토크쇼 및 팬미팅 ■ 위너, 피프티피프티	⑩ 한류스타CSR ■ 홍보대사 서명 굿즈 수익금 현지 베트남 적십자사 기부

< 행사 일정 >

7.2.(목)		7.3.(금)		7.4.(토)	
오전	오후	오전	오후	오전	오후
B2B 수출상담회 (107개사)					
		B2C 전시판촉전 (8개 홍보관, aT B2C 식품관 30개, 한류이벤트 운영)			
		팬미팅, 개막식, K-Pop 콘서트		팬미팅, K-Pop 댄스 클래스 등	