



MINI Market Report

국가	베트남
제품	홍삼/인삼

주관사 : aT 한국농수산물유통공사

CONTENTS

I. 베트남 시장 정보	1
1. 인삼류 수입 추이	1
2. 인삼류 시장 동향	2
II. 베트남 유통 정보	6
1. 유통절차	6
2. 유통현황	6
3. 주요 유통업체	7
III. 베트남 라벨링 정보	10
IV. 베트남 바이어 정보	19

※ 참고자료

베트남 시장 정보

1. 인삼류 수입 추이

□ 인삼류 HS CODE는 「1211.20」로 파악되었음

< 인삼의 HS코드 >

HS CODE	내용
1211.20	인삼류

출처 : 관세청 (www.customs.go.kr)

□ HS CODE 「1211.20」에 대한 베트남 수입 추이(2013년 기준)

Exporters	Trade Indicators			
	수입액 (USD thousand)	수입점유율 (%)	수입량 (Tons)	개당 가격 (USD/unit)
Total	2567	100	41	62610
1 Korea	2451	95.5	25	98040
2 China	49	1.9	-	-
3 Thailand	48	1.9	1	48000
4 Taiwan	18	0.7	15	1200
5 Indonesia	1	-	-	-

출처 : <http://www.trademap.org/>

- 베트남은 2013년 총 약 256만 7,000 달러 규모의 인삼류를 수입하였고, 주요 수입 국가로는 한국, 중국, 태국, 대만, 인도네시아 임
- 베트남의 「인삼류」 최대 수입국은 한국으로, 2013년 약 245만 1,000 달러 규모의 수입을 하였고, 수입점유율은 95.5%로 압도적인 점유율을 나타내고 있음

- 한국에 이어 2위는 중국으로, 2013년 약 4만 9,000 달러 규모의 「인삼류」를 수입하였음
- 3위는 태국으로, 2013년 약 4만 8,000 달러 규모의 「인삼류」를 수입하였음

2. 인삼류 시장 동향

□ 시장규모 · 특성 및 최근 동향

- 베트남 재래시장의 판매 구조를 보면 많은 양의 중국산과 북한산 인삼 등이 원산지가 불법 변경되어 한국산으로 판매되고 있는 실정임. 이들 제품들은 원산지의 불법 변경에 그치지 않고 포장 또한 한국산과 구별할 수 없을 정도로 정교하게 제작하여 베트남 소비자들에게 판매되고 있음
- 또한 한국의 영세업체가 생산하는 인삼제품끼리 베트남 시장에서 치열하게 경쟁하다 보니 가격이 하락하고 이로 인하여 인삼의 함량이 떨어지는 한국산 인삼제품 등이 유통되는 등 고급품으로 분류되던 한국산 인삼의 이미지에 타격을 주고 있음
- 매년 9% 고도성장을 하고 있는 베트남의 경제발전으로 인한 영향으로 저가의 제품보다 인삼의 함량이 우수한 고품질을 중요시하는 소비자의 트렌드가 눈에 띄게 나타나고 있기 때문에 품질 보증을 신뢰할 수 있는 유통 구조의 개선이 시급함
- 2006년 동남아국가연합(ASEAN)과 중국 간에 체결된 FTA의 실행에 따라 인삼의 교역에 대하여 0%의 관세를 적용하고 있지만, 대다수 베트남 수입상들은 중국 인삼의 효능에 부정적인 베트남 소비자들을 속이기 위해 원산지를 한국산으로 변경할 목적으로 국경 산악지대를 통하거나 기타 방법으로 정상적인 세관 통관을 거치지 않은 밀수입이 성행하는 실정임
- 밀수입된 중국산 인삼은 한국산으로 둔갑하여 상당수 베트남 인삼 시장과 제약회사에 공급되고 있고, 한국산 인삼의 경우에도 보따리장사 방식으로 베트남 항공사 직원들 및 한국과 왕래가 잦은 베트남 사람들이 남대문시장, 경동시장 등지에서 운송할 수 있는 최대한도 내에서 한국인삼 제품을 구입하여 베트남 재래인삼시장(하노이 LAN onG, 호치민 CHOLON)에 공급하고 있음
- 한국을 방문하는 대부분의 베트남 사람들이 가장 많이 선호하는 제품이 인삼인 것을

보면 베트남에서 한국인삼의 인지도는 더 이상 설명이 필요 없지만, 원산지가 불법 변경된 가짜 한국산 인삼의 유통이 가장 큰 문제점임

- 이러한 문제는 베트남 정부입장에서 보면 인삼의 교역량이 많지 않기 때문에 주요 현안이 되지 못하고 있어 빠른 시간 내에 해결이 되기는 힘들 것으로 보임
- 과거 베트남에서 인삼제품은 노인 및 환자를 대상으로 한 회복용 또는 영양 보충용으로 사용되어 왔으나, 인삼차·인삼 절편·사탕·캡슐·인삼액 등 다양한 제품들이 출시되면서 베트남 소비자들 사이에서 언제 어디서나 간편하게 섭취가 가능한 인기 건강식품으로 정착
- 최근 몇 년간 베트남 국내 인삼제품 소비는 증가에 있으며, 현지 무역상들은 베트남이 인삼 관련 제품 수입으로 연간 250-300만 달러를 소비했을 것으로 추정
 - 인삼 딜러들은 베트남 인삼제품 시장이 매년 10-15% 가량 증가할 것으로 전망
- 한편, 최근 다양한 관련제품이 소개되기 시작하면서 베트남 인삼시장은 가짜 및 품질이 낮은 제품들로 문제를 겪고 있음
 - 무역상들이 판매하는 제품 중에는 무게를 늘리기 위해 불순물을 넣거나 제품 지속 기간을 늘리기 위해 화학제품이 첨가된 제품도 있으며, 판매자들은 이윤을 내기 위해 가짜 인삼 혹은 원산지 불명의 제품을 판매함
 - 현지 소비자들은 제한적인 지식과 정보접근 경로로 인해, 진품과 가짜 제품 구분이 어려워 인삼시장은 혼란 속에 있으며 통제 불가능한 상태임
 - 최근 베트남 보건복지부에 의해 진행된 설문조사는 현재 길거리 상점에서 판매되는 제품의 50% 이상이 불법 수입되어 원산지가 불분명한 제품이라는 사실이 밝혀짐

□ 소비특성

- 베트남에서의 인삼에 대한 인식은 기력 보강 및 보양, 강장 및 만병통치약으로 여길 만큼 신비로운 명약으로 취급되어 강한 신뢰를 가지고 있음
- 소비분포도를 보면 저가 제품의 경우 인삼차, 홍삼차, 인삼 드링크제가 인기가 있음

며 최근에는 영지와 동충하초도 새롭게 각광을 받고 있고, 실질적으로도 가장 많이 판매되고 있는 제품이 가격대가 적당한 영지엑기스와 동충하초환임

- 동충하초의 경우에는 인기 드라마 대장금에 소개되어 한류의 영향을 받고있는 제품이고, 현재 베트남에서 가장 많이 유통되고 있는 영지엑기스의 제조업체는 (주)다정, 동충하초의 경우에는 (주)한국생명공학이며, (주)두원농산이 판매하고 있음. 구매층으로는 40대 이후가 가장 많고 젊은 층에서도 선물용이나 효도상품 혹은 건강보조용으로 인기가 많음
- 베트남 인삼시장에 대한 규모는 베트남 시장특성상 많은 언더벨류(UnderValue)가 이루어지고 소규모 핸디캐리 운송으로 유입되는 물량이 상당하기 때문에 정확히 추정하기는 어려움

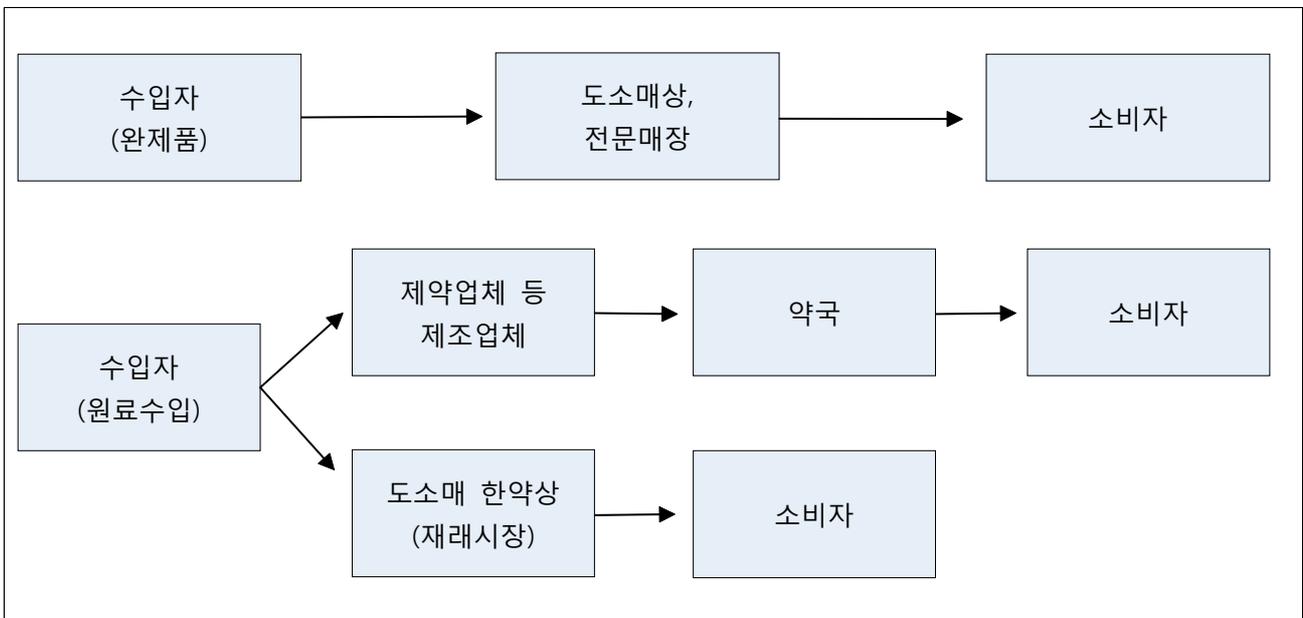
□ 시장전망

- 베트남 인구는 2015년에 9,400만 명까지 증가할 것으로 예상되며, 젊은 생산연령 인구의 비중이 높음
- 이들 젊은층 인구를 중심으로 인삼 첨가 제품 혹은 인삼 관련 제품 등 미용, 건강, 기능성 영양 제품에 대한 수요를 증가시킬 것으로 예상
- 베트남 소비자들은 일반적으로 약초 제품을 안전하고 효과적이며 화학제품을 첨가하지 않은 제품으로서 건강에 유익하다고 인식
- 2013년은 베트남에서 식품 관련 사건·사고가 끊이지 않았던 해로 품질이 낮은 중국산 식품, 과일·채소에서 발견된 화학물질, 식품 가공 프로세스 문제, 위생관리가 불량한 식당 등이 베트남 언론과 소비자들 사이에서 이슈가 됨
- 베트남 소비자들은 식품의 「안전」에 주의를 기울이기 시작했으며, 이에 따라 유기농 식품, 유명 수입식품 등이 소비자들의 높은 관심을 끌고 있음
- 안전·위생이 검증된 식품은 향후 베트남의 소비 트렌드에 중대한 영향을 미칠 것으로 예상

- 최근 조사에서 베트남 소비자들은 가격과 상표보다 식품 안전을 더 신경 쓰는 것으로 나타났으며, 안전한 식품 구입을 위해 높은 가격을 지불할 용의가 있는 것으로 나타남
- 경기 침체가 베트남인들의 소비 지출에 악영향을 미치는 반면, 「삶의 질」을 중시하는 중산층 이상 인구가 도시지역을 중심으로 늘어나면서 「웰빙」에 대한 관심도 증폭
 - 「건강하며 아름다워지려는 욕구」가 도시 지역에 거주하는 소비자들에게 공통된 트렌드로 자리 잡고 있음
 - 식품의 위생·안전 문제가 대다수 소비자들의 가장 큰 걱정거리이지만, 연령대와 성별을 막론하고 웰빙을 추구하는 생활습관과 관련 소비가 유행으로 정착
- 「웰빙」에 대한 갈증은 건강식품과 헬스클럽, 개인관리·미용시장 등에서 높은 성장 잠재력을 이끌어내고 있으며, 건강과 미에 관련한 웰빙시장이 중장기적으로 베트남인들 사이에서 꾸준한 소비 트렌드로 정착할 전망
- 현재 시중에는 1만여 개에 달하는 건강보조식품이 유통되고, 이중 40%는 수입품에 해당. 1,800개 사의 기업이 관련 기능성 식품의 판매에 관여함
 - 조사 결과 베트남 양대 도시인 하노이와 호찌민 시에 거주하는 50%가 넘는 성인 인구가 건강보조식품을 구입하는 것으로 나타남
 - 오메가3, 멀티비타민제, 비타민C·E, 글루코사민, 미네랄, 인삼추출물, 콜라겐, 로얄젤리 등이 주요 히트상품이며 Nutrilite(Amway), Herbalife, Tiens, Unicity 등이 유명 기업임
 - 「베트남 건강식품협회」는 외국산 수입 기능성 식품은 연간 65~70% 성장할 것으로 예상함

III 베트남 유통 정보

1. 유통절차



출처 : www.kati.net

2. 유통 현황

- 일부 부유층의 경우에는 공개적으로 자유롭게 진품여부를 확인할 수 있고, 고객에 대한 판매 서비스가 친절한 백화점과 근래에 유행하는 대형유통매장에서의 구매를 선호하고 있음
- 인삼제품의 공식적인 수입 유통경로는 대부분이 대리인 또는 공식 유통업자인 무역업체임
 - 한국의 인삼제품 공급기업들은 대부분 베트남 무역업체를 독점 대리인으로 지정해

상품을 수출하며, 이들 대리인들은 자체적인 소매 체인을 구축하여 수입 제품을 소개, 시중에 유통 중임

- 불법 인삼제품은 국경을 통해 밀반입된 원산지 불명 제품이며, 현재 시중에 유통되는 인삼제품의 50% 가량이 이러한 방법으로 유입됨
- 슈퍼마켓과 쇼핑센터 외에도 베트남에는 온라인 점포, 미니마트, 인삼 유통업자 웹사이트 등의 유통경로가 존재

3. 주요 유통매장

□ 유통매장

- 국영기업

- Saigon Coop Mart : 국가기관에서 투자한 기업으로, 가장 규모가 크며, 국민이 최고로 선호하는 대형마트임. 주로 호치민 등 남부지역에 점포를 두고 있으나, 최근 북부지역 진출을 활발히 모색하고 있음

- 해외기업

Lotte Mart	Maximark
<ul style="list-style-type: none"> - 100% 외투법인 - 한국식품 취급비중 높음 - 테스트마켓 기지역할 - 가장 현대적인 분위기 	<ul style="list-style-type: none"> - 좋은 입지를 선점 - 랜드마크로 광고 - 복합 대형마트 형태
Hapro	Big C
<ul style="list-style-type: none"> - 하노이 중심 북부지역에 한정 - 33개 자회사 소유 - 다양한 사업범위 (수출입, 식품제조, 유통) 	<ul style="list-style-type: none"> - Casino그룹(프랑스)과 현지기업 합작투자 - 호치민 중심 분포 - 과도한 수수료와 까다로운 입점조건

출처 : www.kati.net

- 편의점

- 외국인 주거단지, 관광지역 중심으로 분포
- 전통적인 Grocery Store와 Street Vendor가 아직 많고, 밤늦게까지 활동하는 문화가 아니기에 아직은 24시간 영업을 하는 편의점이 대중화되지는 않았음. 일반적으로 편의점은 현대적 유통채널에 익숙해진 시장에서 발전되는 경향이 있으므로 베트남에서는 편의점을 미래형 매장으로 볼 수 있음

□ 주요 도매시장

- Long Bien Wholesale

- 위치 : Phuc Xa ward, Ba Dinh District, Ha Noi,
- 규모 : 27,148m² (하역장 5,278m²포함)
- 1,087개의 도매상이 있으며 유통물량의 약 38%는 과일, 39%는 채소류임. 하노이 중심의 북부지역 과일 및 채소 공급을 전담하고 있으며, 매일 300톤의 물량이 유통됨에 따라 수백 대의 농산물 공급차량이 진입함. Long Bien Market의 현대화를 위해 정부는 남쪽지역(North Thang Long)에 도매시장을 건설하고 있으며, 소매기능은 인근 Dong Xuan market과 Bac Qua market으로 옮기고 있음



출처 : KATI 농수산물식품 창조적 수출전략 - 동남아

- Tam Binh Wholesale Market

- 규모 : 20ha 이상 (Housing Market A, B, 수산물 도매시장인 C와 Market Yard로 구성)
- 2003년 10월 오픈한 베트남 최초의 현대화된 도매시장이자 농산물 무역거래 센터임. 2002년 Thu Duc Corporation Housing Development Co의 182.4 십억만동

투자에 의해 호치민시의 소규모 시장을 통합시켜 하나의 도매시장으로 건설함. 남부 및 중앙 고원지대 농산물이 집하되어 유통하는 역할을 하고 있으며, 특히 수입 과실 및 채소류 유통물량이 많고 1일 평균 2,000톤의 수입 농산물이 진입하는 것으로 추정됨



출처 : KATI 농수산물식품 창조적 수출전략 - 동남아

- Binh Dien Market

- 위치 : Nguyen Van Linh Highway, Plot 6, W. 7, Dist 8, HCM
- 규모 : Total Area 65,0386ha
- 투자금액 : 985,75 billion(약 US\$60 million) by SATRA(SAIGON TRADING GROUP)
- 호치민시와 인근 지역 농산물 및 수산물 공급을 커버하고 있으며, 호치민시에서 15km, 공항으로부터 25km, 사이공 항구에서 20km, 1A 고속도로와 750m 인근에 접해 있어 농산물 및 수산물 유통이 편리한 위치에 자리 잡음
- SAIGON TRADING GROUP(SATRA) : 1995년 호치민 정부로부터 설립된 공기업으로 수출입 및 식품 제조, 전기, 토목건설, 부동산업 등 다양한 사업분야를 지님

- HOCMON Wholesale Market

- 위치 : 53/ 1D Ly Thuong Kiet St., Hoc Mon Town, Hoc Mon Dist., HCM
- 규모 : 총 9.5ha
- 2003년 11월 Hoc Mon JSC Co.,에서 89십억동을 투자하여 만든 도매시장으로, 227개의 실내 도매상(1개 도매상 규모 32㎡)과 냉장창고, Public Service Area, Waste Disposal Areas, Parking으로 구성됨

III 베트남 라벨링 정보

□ 식품라벨 표시규제

- 식품에만 한정된 라벨 표시규제는 아니지만 「상품표시에 관한 시행령 No.89/2006/ND-C P」 및 「상품표시에 관한 시행세칙 통지 No.9/2007/TT-BKHCHN」에 따르면 베트남 국내에서 유통되는 상품 및 수입품에 대해 상품표시 규제와 식품표시에 관한 기재가 있음
- 단, 포장되지 않고 소비자에게 직접 판매하는 생선(生鮮) 식품 및 가공식품에 이런 제한은 없음

1) 표시 언어

- 베트남어 표시가 요구됨 (동 시행령 제9조에 「상품표시 필수기재 내용은 제 9조 제 4항에 규정된 경우를 제외하고 베트남어로 기재되어야 한다」고 규정함)
- 베트남어 이외의 외국어를 병기하는 경우 기재내용은 베트남어의 기재내용 과 일치 되어야 하며 베트남어 문자 사이즈보다 커서는 안 됨
- 또한 규정된 내용이 베트남어로 기재되어 있지 않거나 기재내용이 불충분한 수입품은 규정내용을 베트남어로 기재한 부수(附隨)표기가 필요하고 동시에 상품의 원래 표시가 남아있지 않으면 안 됨
- 또한 의무기재사항이 아닌 내용에 대해서는 베트남어로 번역할 필요는 없지만 베트남어로 기재된 내용은 원래 표시에 기재된 내용과 일치하지 않으면 안 됨 (시행세칙 통지 No.9/2007/TT-BKHCHN 제 1장 제 3조)
- 또한 특정분야에 한해 라틴문자로 기재되는 것이 허가되어 있음 (동 시행령 제9조 제4항)

- 라틴어로 기재가 허가되는 경우

- 베트남어 명칭이 없는 인체용 의약품의 국제명 또는 학명
- 화학식 또는 구조식을 포함한 화학물질의 국제명 또는 학명
- 베트남어로 번역할 수 없거나, 번역해도 의미가 없는 상품의 구성성분 또는 성분량의 국제명 또는 학명
- 상품을 생산 또는 위탁생산한 외국기업명 및 주소

2) 표시기재내용

- 전 상품 공통항목 (시행령 No.89/2006/ND-CP 제2장 제11조)

- 상품명
- 상품에 대해 책임을 가진 조직 및 개인의 명칭 주소
- 상품의 원산지

- 또한 상품의 성질에 따라 同 시행령 제12조 또는 기타 관련법에 규정된 내용을 기재할 필요가 있음

- 50종류의 상품에 대해 아래와 같이 기재해야 할 내용을 개별적으로 정해져 있음 (동 시행령 제11조 제 2항) 이 중 식품관계는 제 1~4항, 제 6항이 해당함

- 라벨 의무기재사항

- 제 1항 (식량) : 용량, 제조일, 상미(賞味)기한
- 제 2항 (식료품): 용량, 제조일, 상미기한, 구성성분 및 성분량 위생 및 안전성에 대한 정보 또는 경고 사용방법 및 보관방법
- 제 3항 (非알콜 음료): 용량, 제조일, 상미기한, 구성성분 및 성분량 위생 및 안전성에 대한 정보 또는 경고 사용방법 및 보관방법
- 제 4항 (알콜 음료): 용량, 에탄올, 함량 보관방법 (와인의 경우)
- 제 6항 (식품 첨가물): 용량, 제조일, 상미기한, 성분량, 사용방법 및 보관 방법

- 이중 여러 개의 항에 분류될 수 있는 경우에는 보다 적합한 기능 및 용도로 분류함

(시행세칙 통지 No.9/2007/TT-BKHCHN 제 2항 제 1조의 보충사항) 예를 들어, 오렌지 주스는 “식료품” 이 아니라 음료로 분류됨

3) 상품명

- 상품명은 상품의 본질 및 효용을 오해하게 만들어서는 안되며 구성성분의 명칭이 상품명 또는 상품명 일부로 사용되는 경우 시행령 No.89/2006/ND-CP 제 18조 제 4항에 규정된 경우를 제외하고 구성성분량을 기재할 필요가 있음 예를 들어 「칼슘의 함유량이 높음」 이라고 기재되어 있는 경우 칼슘의 함유량을 기재해야 함

4) 판매업자의 명칭, 주소

- 상품에 대해 책임을 지는 조직 및 개인의 명칭 주소는 아래의 각 규정에 따라 기재함
 - 제1항 (상품이 베트남 국내에서 생산되는 경우)
 - 해당 상품을 생산하는 조직 및 개인의 명칭 생산시설의 주소를 기재
 - 제2항 (상품이 베트남에서 유통될 목적으로 수입되는 경우)
 - 해당 상품을 생산하는 조직 및 개인의 명칭 주소와 함께 수입자의 조직 이나 개인의 명칭 주소를 기재
 - 제3항 (외국기업의 판매 대리점인 조직 및 개인에 의해 수입되는 경우)
 - 해당 상품을 생산하는 조직 및 개인의 명칭 주소와 함께 상품판매를 대리하는 조직이나 개인의 명칭 주소를 기재
 - 제4항 (상품의 독점판매권이 위임 허가되어 있는 경우)
 - 제3항에 규정된 사항 외에 독점판매권을 위임하거나 허가한 조직 및 개인의 명칭 주소를 기재

5) 원료품명/성분 표기

- 시행령 제18조에 구성성분 및 성분량의 기재에 대한 No.89/2006/ND-CP 규정이

있음

■ 구성성분의 기재

- 해당 상품을 생산하기 위해 사용되고 형태가 변해도 최종제품에 존재 하는 원료의 명칭을 기재하는 것을 의미하고 상품에 소비자의 주목을 끌기 위한 목적으로 구성성분의 명칭을 기재하는 경우 구성성분의 성분량을 기재해야 함 (18조 1항)

■ 성분량의 기재

- 구성성분과 함께 각 구성성분의 량을 기재하는 것을 의미 기재된 성분량은 상품의 성질 또는 상태에 따라 상품의 단위중량(單位重量) 또는 총 중량(總重量)에 대한 성분중량, 체적(體積)에 대한 성분중량, 체적에 대한 성분체적, 성분중량의 백분비 또는 성분체적의 백분비 중 하나가 됨 (18조 제2항)(예를 들어 쇠고기 소시지는 「쇠고기 소시지(쇠고기 30%)」 라고 상품명 옆에 쇠고기의 정량을 기입하거나 구성성분의 내용표시에 쇠고기 30%라고 기재해야 함)

■ 식품

- 성분량이 많은 순으로 구성성분을 기재함 (제18조 제 3항)

■ 첨가물이 함유된 경우

- 첨가물의그룹명칭 첨가물의 명칭 국제코드 (코드가 있는 경우)를 기재해야함
- 첨가물이 향료, 감미료, 착색료인 경우 천연 물질인지 합성 물질인지를 구분해서 기재해야 함
- 단 다음의 동시행령 <부표Ⅲ>에 정해진 경우 별도의 방법으로 상품의 구성성분과 성분량을 기재할 필요가 있음

※ 부표Ⅲ : 상품의 구성성분 성분량 기타의 기재방법에 관한 규정
(시행령No.89/2006/ND-CP) 중 가공식품에 관한 부분

■ 식품: 수산물(식품첨가물 또는 기타 원료가 첨가된 경우)

- 식품첨가물 또는 기타 원료의 성분량을 기재함
- 식품첨가물: 2 이상의 성분이 같은 포장에 들어있는 식품첨가물의 경우
- 포장내의 성분 비중이 많은 순으로 기재함

6) 영양표기, 칼로리 표기

- 현 시점에서 일반식품에 대한 영양표기/칼로리 표기에 대한 규정은 없으나, 단 예외적으로 의약용 영양식품, 임산부 및 36개월 미만의 유아용 영양보조식품 등은 영양수요 레벨에 관한 표시가 필요함 (시행령No.38/2012/ND-CP 제18조)

7) 알레르겐 (Allergen) 표기

- 인체·동물 또는 환경에 알레르기를 일으킬 가능성이 있는 물질 리스트에 기재된 보존료를 규정량 이상으로 함유한 물질을 사용한 가공식품의 경우 구성성분과 보존료의 명칭을 표시 할 필요가 있음
(시행령No.89/2006/ND-CP 제9조제3항)
- 또한 상품의 위생 및 안전성에 대한 정보와 경고의 표시가 필요한 경우가 있어서 식품첨가물의 성분을 표시 할 경우에는 「Dùng cho thực phẩm(식품용)」이라고 기재함(同 시행령 제9조 제5항 부표IV)
- 한편 정보 및 경고표시는 문자, 화상, 국제관례 또는 관련규정에 따른 기호 등으로 기재함 (시행세칙 통지 No.9/2007/TT-BKHHCN 제2장 제7조의 「위생 및 안전성에 대한 정보 및 경고」의 보충사항)

8) 상미(賞味)기한/소비기한/제조일의 표기

- 상품의 성질에 따라 제조일 에 소비기한이나 상미기한을 기재할 필요가 있음.
소비기한 또는 상미기한의 정의는 다음과 같음
 - 소비기한: 특정 시점이 지난 상품이 유통되어서는 안되는 시점(同 시행령 제3조 제10항)
 - 상미기한: 특정시점을 지나면 상품 본래의 품질이나 사용가치를 보증할수 없는 시점(同 시행령 제3조 제1항)
- 상품의 제조일 소비기한 및 상미기한은 양력의 일·월·년 순으로 기재해야함 (한국의 기재순서와는 반대) 일·월·년을 의미하는 숫자는 2자리로 기재하지만 년의 경우 4자리로 기재해도 무방함 동일 시점의 일·월·년은 같은 줄에 기재해야함 (同

시행령 제16조)

- 표시방법에 있어서 제조일은 NSX(Ngò Sản Xuất), 소비기한은 HSDHSD(HàDn SửDụng), 상미기한은 HBQ(HàHn BảBò QuảQn)이라고 하는 약자를 사용할 필요가 있음(시행세칙 통지 No.9/2007/TT-BKHCHN 제2장 제5조)
- <예> 제조일이 2014년 2월 1일 소비기한이 2015년 1월 31일일 경우 다음과 같이 표기할 수 있음
 - NSX : 010214 HSD: 310115
 - NSX : 01022014 HSD: 31012015
 - NSX : 01/02/14 HSD: 31/01/15
 - NSX : 010214 HSD: 12 month
 - 이러한 약자를 숫자와 병기해서 기재할 수 없는 경우 및 제조일 또는 소비 기한이 외국어로 기재되어 있는 경우 표시 중에 보완해야 함
- 또한 소비기한은 최종 소비기한 또는 추천표시기간으로 표시할 수 있으며, 최종 소비기한을 나타내는 경우 예는 상기와 같이 HSD를 이용하여 표시함
- 추천 소비기한으로 표시하는 경우 「Sửdụng tổ t nhất trướct...(...까지 사용하는 것이 좋습니다」라고 기재하고 그 후에 날짜를 기재함

9) 용량의 표기방법 내용량의 오차 허용범위

- 상품 용량의 표기에 대해서 측정 단위로 표기되는 상품에 있어서는 측정단위에 관한 베트남의 법률규정에 따라 그램(g)법, 리터(l)법, 미터(m)법으로 기재되어야함(시행령 No. 89/2006/ND-CP 제2장 제15조)
- 개수로 측정되는 상품은 자연수를 기재하며, 하나의 포장에 복수의 상품이 들어있는 경우에는 각 상품의 용량 및 상품의 총량, 또는 각 상품의 용량 및 상품의 개수를 기재해야 하며, 한편 용량의 기재방법은 同 시행령부표 I 에 규정되어 있고 이중 식품에 관한 규정은 다음과 같음

< 상품 용량의 기재 방법에 관한 규정 >

No	상품의 상태, 형상, 또는 종류	기재방법
1	고체 또는 기체의 상품	순(純)중량
	고체와 액체를 혼합한 상품	혼합물의 순(純)중량 및 고체의 중량
	압축 기체의 상품	압축 기체의 순(純)중량 및 용기의 순(純) 중량 또는 압축 기체의 순(純) 중량 및 압축 기체와 용기의 총(總)중량
	페이스트(paste) 상태의 상품	20°C에서의 순(純)중량 또는 실(實)체적
2	스프레이 캔에 들어 있는 페이스트(paste) 상태의 상품	페이스트(paste) 상태의 물질 및 스프레이 캔 의 순(純)중량
3	액체의 상품	20°C에서의 실(實)체적
	스프레이 캔에 들어 있는 액체 상태의 상품	액체의 물질 및 스프레이 캔의 20°C에서의 실(實)체적

- 한편 내용량의 오차의 허용범위는 특별히 명기되어 있지 않지만 시행령 No.89/2006/ND-CP 제10조 「상품표시의 기재책임」에 「부수적 표시를 포함한 상품표시의 기재내용은 명확하고 정확해야 하며 상품의 품질을 바르게 표시해야 한다」고 규정되어 있음
- 기재책임에 따른 표시에 오차가 있을 경우 「상품판매에 있어 위반행위에 대한 행정처분에 대한 시행령 No. 06/2008/ND-CP」 제23조(시행령 No.112/2010/ND-CP 제1조 제14호에 의해 개정)에 따라 처벌을 받을 가능성이 있음

10) 표시 위치 문자 크기

- 상품표시는 규정된 표시내용의 전부가 쉽게 인식되는 위치에 부착되어야 하며, 또한 외장을 개봉해서는 안되거나 개봉할 수 없는 경우에는 규정내용 표시가 외장에 표시되어야 함 (시행령No.89/2006/ND-CP 제6조)

- 규정내용의 모두를 표시 할 수 없는 경우에도 적어도 상품의 명칭, 상품에 대한 책임을 지닌 조직이나 개인의 명칭 상품의 양(量), 제조일, 소비기한 및 상품의 원산지는 기재될 필요가 있으며, 기타 필요한 표시내용은 상품에 첨부 된 서류에 기재할 필요가 있고 기재내용이 표시된 곳을 나타내야 함
- 상품표시의 기재에 책임을 지닌 조직 및 개인은 상품표시의 크기를 스스로 정할 수 있으며, 단 상품에 기재되어야 할 내용 전부가 기재되어 그 내용을 한눈에 쉽게 인식 할 수 있도록 해야 함 (同 시행령 제7조)
- 표시사항의 문자, 숫자, 그림, 화상, 마크 및 기호는 명확해야 하며 규정된 기재내용은 문자 또는 숫자의 색상이 배경색과 대조적이어야 함 (同 시행령 제8조)

11) 라벨 표시의무의 적용

- 부수적 표시를 포함한 표시의 기재내용은 명확, 정확해야 하고 상품의 품질을 바르게 표시해야하며(시행령No.89/2006/ND-CP 제0조) 국내유통을 위한 상품이 베트남에서 생산, 조립, 가공, 포장되는 경우에는 상품을 생산하는 조직 및 개인이 표시의 기재에 대한 책임을 짐
- 또한 베트남에 수입된 상품의 원래 표시가 동 시행령의 규정을 충족시키지 못할 경우에는 수입한 조직이나 개인이 원래 표시를 그대로 둔 채 상품을 유통시키기 전에 부수적인 표시를 기재해야함 (同시행령 제9조 제3항 참조)
- 상품을 수입하는 조직 및 개인이 계약에 의해 외국의 생산자 등에 수입상품의 표시기재를 위탁한 경우에도 베트남에서 유통할 경우 상품표시의 기재책임은 「수입자」가 지게 됨 (시행세칙 통지 No.9/2007/TT-BKHCHN 제1장 제4조 「상품표시의 책임」)

12) 기타 유의사항

□ 방사선 조사(照射)식품

- 베트남 국내에서 유통되는 방사선 조사식품 방사선으로 살균한 식품은 식품 안전법(법률제55/2010/QH12)에 따라 베트남어로 「Thực phẩm đã qua chiếu xạ」로

표시하고 (同법제44조 제2항 c호), 정부의 규정에 따라 식품 위생 및 안전성에 관한 증명서를 취득해야 함(제38조 제2항)

□ 유전자 조작식품

- 베트남어로 「Thực phẩm biến đổi gen」 라는 표시를 붙여야함 (식품안전법 제 44조 제2항 d호)

□ 기능성 식품

- 기능성 식품은 인체기관의 운동을 보조하기 위해 사용되는 식품으로 영양가를 가지고 피로를 회복시키며, 질병에 대한 저항력을 강화시키거나, 병리학적 위험을 경감시키는 식품으로 정의됨 (보건부공포 「기능성 식품의 제품관리에 관한통지 No.08/2004/TT-BYT 」)
- 이러한 기능성 식품에 대해서 베트남어로 「Thực phẩm chức năng」 표시를 붙여야하며 치료약의 대체효과가 있다고 표시해서는 안 됨 (식품안전법제44조 제2항 a호)
- 또한 기능성 식품의 표시내용은 기타 식품과 마찬가지로 표시방법에 관한 규정에 적합해야 하고 다음의 조건을 충족해야함 (同 통지 제2장 제3조)

■ 기능성 식품의 표시 조건

- 특수목적을 지닌 식품의 경우 보조식품, 보건용 식품, 기능성식품, 다이어트식품, 약용(藥用)영양식품 등 종류의 명칭, 사용대상, 효과 적정섭취량 사용금지대상, 사용상의 주의, 부작용(있는 경우)을 취급설명서에 기재함
- 생물학적 활성물질 함유식품의 경우 「본 식품은 의약품에 해당하지 않으며 치료약을 대응하는 효과를 가지고 있지 않다」 고 표시하고 부수적 표시사항에 기재하며, 생물학적 활성물질 함유식품은 인체기관의 운동을 보조하고 질병에 대한 저항력을 강화하거나 병리학적인 위험을 경감하는 기능을 가진 식품을 의미 함
- 기능성 식품의 표시사항에 특정한 질병의 치료에 효과가 있다거나 의약품 또는

약품을 대체하는 식품이라고 표현해서는 안 됨

IV 베트남 바이어 정보

※ 바이어 리스트는 별도 엑셀 파일로 작성하였습니다.

※ 참고자료

- GTA : <http://www.gtis.com/>
- 관세청 : <http://www.customs.go.kr>
- 구글 : <http://www.google.com>
- 글로벌윈도우 : <http://www.globalwindow.org>
- KATI : <http://www.kati.net>
- KATI 농수산물식품 창조적 수출전략 - 동남아