



No. 2022-14
품목 멀티비타민(Multivitamin)
HS CODE 2106.90
국가 태국(Thailand)



CONTENTS

I

시장 현황 및 통계

3

1. 멀티비타민 시장 규모
2. 수출입 통계

II

트렌드

16

1. 시장 트렌드
2. 정책 트렌드

III

유통

22

1. 유통채널 현황
2. 유통업체 분석

IV

통관 및 제도

32

1. 통관 및 검역
2. 인증
3. 라벨링

V

시사점

46

I

시장 현황 및 통계



01

멀티비타민 시장 규모

1) 태국 헬스케어 산업 현황

헬스케어(Consumer Health) 시장 현황

2021년 태국 헬스케어 시장 규모는 전년 대비 4.3% 성장한 1,192억 8,800만 바트를 기록함

- 이는 최근 5년간 연평균 4.4% 증가한 수치
- 코로나19 이후 태국 시장에서는 건강한 생활 방식을 적극적으로 추구함과 동시에, 건강에 대한 의식 수준이 높아진 것으로 분석됨
- 유로모니터 자료에 의하면 헬스케어 산업의 세부 시장에는 일반의약품(OTC), 건강기능식품 시장인 비타민 및 식이보충제(VDS, Vitamins and Dietary Supplements), 스포츠 영양, 체중관리 및 웰빙 시장 등이 있음

2021년 태국 건강기능식품 시장 규모는 750억 5,360만 바트를 기록함

- 2021년 태국 일반의약품(OTC) 시장 규모는 286억 5,140만 바트를 기록함
- 2021년 태국 체중관리 및 웰빙 시장 규모는 147억 2,170만 바트를 기록함
- 2021년 태국 스포츠 영양 시장 규모는 8억 6,120만 바트를 기록함

2021년 이후 향후 전망기간 동안 연평균 7.1% 성장할 것으로 예상됨

- 전망기간 동안 성장세를 나타내며 2026년 기준 태국 헬스케어 산업 시장규모는 1,647억 9,970만 바트의 시장 규모를 형성할 것으로 예상됨



표 1

태국 헬스케어 산업 시장 규모 추이(2016-2025E)

(단위: 백만 바트, %)



자료: Euromonitor International

2) 태국 건강기능식품 시장 현황



표 2

태국 건강기능식품 시장 규모 추이(2016-2025E)

(단위: 백만 바트, %)



자료: Euromonitor International



표 3

태국 건강기능식품 시장 내 품목별 시장 규모

(단위: 백만 바트, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
식이보충제	19,621.8	21,411.9	23,396.0	25,801.9	27,915.0	9.2
비타민	6,420.6	6,873.1	7,343.0	8,159.5	8,782.1	8.1
소아비타민식이보충제	1,189.8	1,305.2	1,426.6	1,576.4	1,734.0	9.9
강장제	24,317.7	26,347.9	28,271.4	25,307.8	27,117.3	2.8
합계	51,549.8	55,938.1	60,437.0	60,845.6	65,548.4	6.2

자료: Euromonitor International



표 4

태국 건강기능식품 시장 내 품목별 시장 전망

(단위: 백만 바트, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	연평균 성장률
식이보충제	31,116.0	34,328.4	37,527.1	40,883.1	44,479.6	9.3
비타민	9,687.7	10,825.8	11,941.3	13,103.2	14,312.7	10.2
소아비타민식이보충제	1,976.8	2,217.8	2,456.1	2,705.2	2,965.3	10.7
강장제	29,291.3	31,966.2	34,426.6	36,868.7	39,291.4	7.6
합계	72,071.8	79,338.2	86,351.1	93,560.2	101,048.9	8.8

자료: Euromonitor International

세부 품목별 시장 현황

최근 5개년 태국 건강기능식품 시장 품목별 현황을 보자면, 식이보충제 품목과 강장제 품목의 점유율이 높게 나타난 것을 알 수 있음

- 2021년 태국 식이보충제 시장은 279억 1,500만 바트가 소비됨
- 2021년 태국 강장제 시장은 271억 1,730만 바트가 소비됨

비타민 품목은 2021년 기준 87억 8,210만 바트가 소비됨

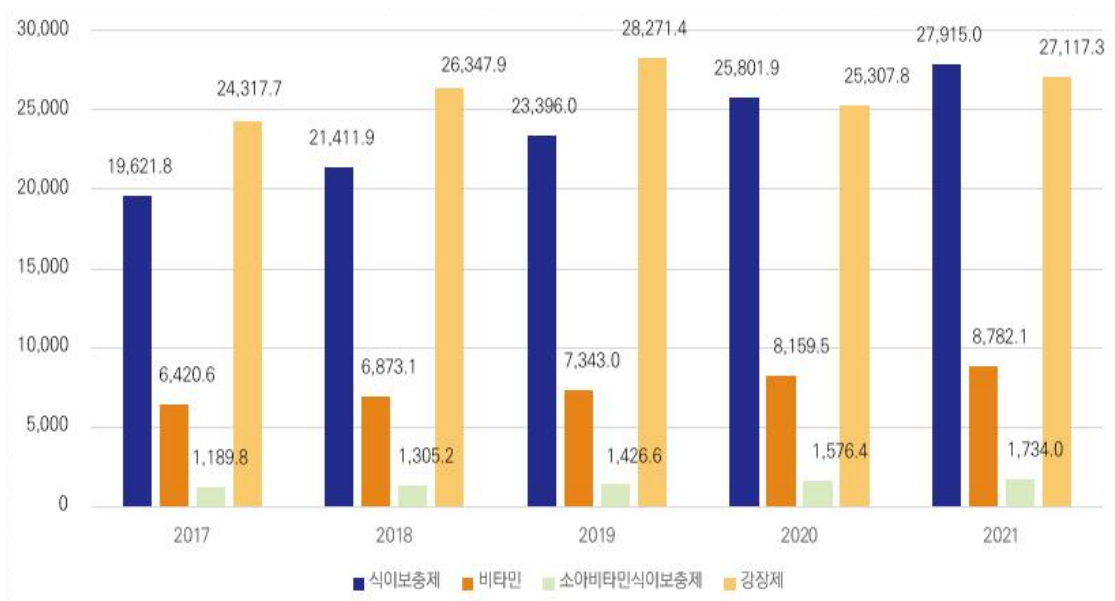
태국 소아비타민과 식이보충제 품목은 2021년 기준 17억 3,400만 바트 소비된 것으로 집계됨



표 5

태국 건강기능식품 시장 내 품목별 점유율 현황

(단위: 백만 바트, %)



자료: Euromonitor International

3) 태국 멀티 비타민 시장 현황

비타민 시장 세부 품목별 규모

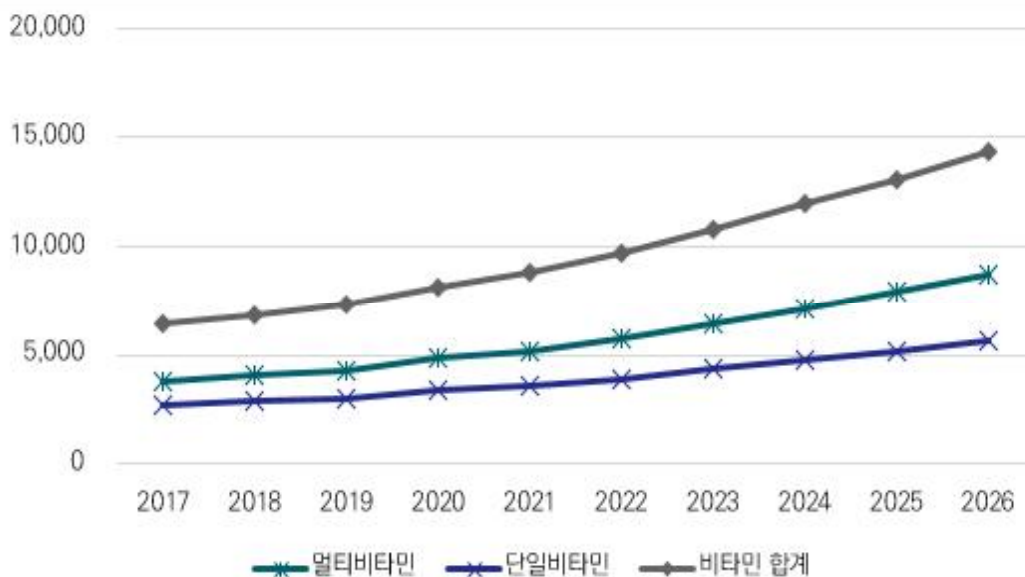
태국 비타민 시장 규모는 2017년 64억 2,060만 바트에서 최근 5년 동안 연평균 8.1% 성장하여 2021년 기준으로는 87억 8,210만 바트의 시장 규모를 형성함

태국 비타민 시장은 크게 멀티 비타민(Multivitamins) 시장과 단일 비타민(Single Vitamins) 시장으로 구분됨

- 단일 비타민 시장의 하위 시장에는 비타민 A, 비타민 B, 비타민 C, 비타민 D, 비타민 E, 기타 단일 비타민 시장 등이 포함됨

표 6 태국 비타민 세부 시장별 규모 및 전망 추이(2017-2026)

(단위: 백만 바트, %)



자료: Euromonitor International

멀티 비타민 시장 현황

2021년 태국 멀티 비타민 시장 규모는 51억 8,390만 달러를 기록함

- 이는 2017년 이후 연평균 8.4% 성장한 수치
- 향후 전망기간 동안 연평균 10.7% 성장하여 2026년 기준으로는 86억 7,020만 달러의 시장을 형성할 것으로 전망됨

한편 2021년 태국 단일 비타민 시장 규모는 35억 9,820만 달러를 기록함

- 이는 2017년 이후 연평균 7.8% 성장한 수치
- 향후 전망기간 동안 연평균 9.6% 성장하여 2026년 기준으로는 56억 4,250만 달러의 시장을 형성할 것으로 예상됨



표 7

태국 멀티 비타민 시장 규모 추이

(단위: 백만 바트, %)



자료: Euromonitor International



표 8

태국 비타민 시장 내 품목별 시장 규모

(단위: 백만 바트, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
①멀티비타민	3,753.2	4,034.7	4,317.1	4,822.2	5,183.9	8.4
②단일비타민	2,667.4	2,838.4	3,025.8	3,337.3	3,598.2	7.8
-비타민A	13.9	14.5	15.0	15.3	15.7	3.1
-비타민B	577.7	632.0	692.6	764.0	824.3	9.3
-비타민C	1,616.0	1,687.1	1,766.4	1,981.9	2,150.4	7.4
-비타민D	-	-	-	-	-	-
-비타민E	459.8	504.9	551.8	576.1	607.8	7.2
-기타 단일비타민	-	-	-	-	-	-
합계	6,420.6	6,873.1	7,343.0	8,159.5	8,782.1	8.1

자료: Euromonitor International



표 9

태국 비타민 시장 내 품목별 시장 전망

(단위: 백만 바트, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	연평균 성장률
①멀티비타민	5,780.0	6,484.7	7,181.5	7,909.7	8,670.2	10.7
②단일비타민	3,907.6	4,341.0	4,759.8	5,193.5	5,642.5	9.6
-비타민A	16.1	17.0	17.7	18.4	19.0	4.2
-비타민B	894.4	994.3	1,086.0	1,179.6	1,275.1	9.3
-비타민C	2,354.7	2,641.7	2,925.6	3,222.2	3,532.1	10.7
-비타민D	-	-	-	-	-	-
-비타민E	642.4	688.0	730.4	773.4	816.3	6.2
-기타 단일비타민	-	-	-	-	-	-
합계	9,687.7	10,825.8	11,941.3	13,103.2	14,312.7	10.2

자료: Euromonitor International

02 수출입 통계

통계분석 기준

글로벌 수입 규모 파악을 위해 멀티 비타민 제품 글로벌 공통 HS CODE인 2106.90을 조사 기준으로 설정했으며, 태국 수입 규모 파악을 위해서 HS CODE인 2106.90을, 한국 수출 규모 파악을 위해서 HS CODE 2106.90.9090을 기준으로 함



표 10

멀티 비타민 제품 통계 기준 설정

조사항목	HS CODE
글로벌 수입 규모	2106.90
태국 수입 규모	2106.90
한국 수출 규모	2106.90.9090

HS CODE 및 관세율 정보

HS CODE 제2106.90.96호 관세율 적용

국가명	HS CODE	품명	관세율
태국	2106	Food preparations not elsewhere specified or included.	기본관세율 60% 한-아세안
	2106.90.96	Other medical foods	FTA협정세율 0% RCEP 협정세율 4.5%

관세율표 제 2106호에는 “따로 분류되지 않은 조제 식료품”을 분류하도록 규정하고 있음

특히, 동일 호의 해설 상 다음의 식품을 분류하도록 하고 있음

- “(16) 식이보조제(food supplement 또는 dietary supplement)로 부르는 조제품 : 보통의 식단에 대한 보충제로서, 음식 안에 함유하는 하나 이상의 비타민·무기물·아미노산·농축물·추출물·분리물(isolate)이나 이들과 비슷한 물질, 또는 그러한 물질들의 합성물로 구성되거나 기본재료로 한 조제품임. 이러한 제품들은 감미제·색소·향미제·방향성(芳香性) 물질·캐리어(carrier)·충전제·안정제(stabilizer)나 다른 기술적 보조제를 함유하는지에 상관없이 여기에 포함됨. 이러한 제품들은 종종 포장에 이들이 일반적인 건강이나 안녕을 유지하게 한다거나, 운동선수의 성과를 증진시킨다거나, 영양 결핍을 예방한다거나, 또는 영양분이 최적 수준 미달일 때 교정한다는 취지를 표시함
- 이 조제품들은 관련 영양성분의 결핍 이외에 질병에 대한 치료적·예방적인 효과를 제공하기에 충분한 양의 활성(活性) 성분을 함유하지는 않음. 특정한 질병에 대한 치료적·예방적인 효과를 제공하기에 충분한 양의 활성(活性) 성분을 함유하는 그 밖의 조제품들은 이 호에서 제외함(제3003호나 제3004호)”

다만, 한국의 관세율표의 경우, 건강기능식품에 대해 별도 특개된 세 번이 부재하여 최종 호인 제 2106.90-9090호에 분류하며, 태국의 경우 의약품 식품을 분류하는 세 번을 규정하여 제 2106.90.96호에 분류함

1) 글로벌 수입 통계(HS CODE 2106.90 기준)

글로벌 수입 규모

2021년 비타민(HS CODE 2106.90)의 對글로벌 수입 규모는 551억 1,000만 달러로 최근 5년간(2017-2021년)의 연평균 성장률은 10.4%. 최대 수입국은 미국으로 13.0%를 차지하고 뒤를 이어 중국(7.4%), 독일(4.1%), 한국(3.9%), 네덜란드(3.8%) 순

- 2021년 태국은 2.1%의 비중을 나타냄

한국은 수입국 중에서 4위를 기록했으며, 2021년 기준 수입 규모 약 21억 6,700만 달러, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균성장률은 16.5%를 기록함

태국은 수입국 중에서 18위를 기록했으며, 2021년 기준 수입 규모 약 8억 6,900만 달러, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균성장률은 10.2%를 기록함



표 11

비타민(HS CODE 2106.90) 글로벌 수입 규모(2017-2021년)

(단위: 백만 달러, %)

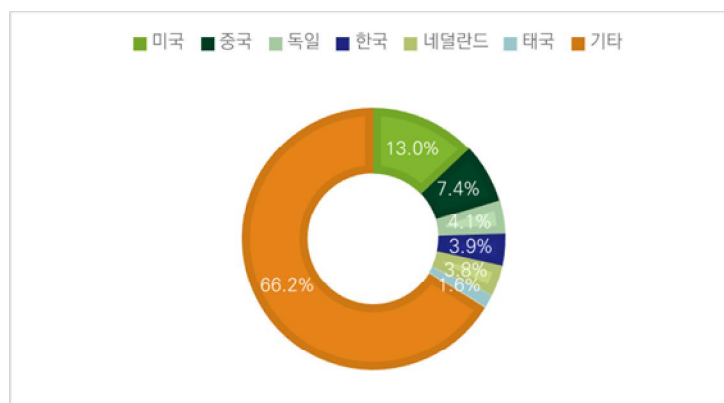
수입국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	37,047	43,806	46,153	49,159	55,110	10.4
1 미국	2,306	5,263	5,826	6,387	7,157	32.7
2 중국	1,836	2,717	3,123	3,835	4,071	22.0
3 독일	1,649	1,766	1,774	2,024	2,273	8.4
4 한국	1,175	1,380	1,711	1,914	2,167	16.5
5 네덜란드	1,301	1,526	1,553	1,780	2,102	12.7
18 태국	589	611	679	807	869	10.2

자료: International Trade Centre



표 12

2021년 국가별 비타민(HS CODE 2106.90) 수입 비중(2021년)



자료: International Trade Centre

2) 태국 수입 통계(HS CODE 2106.90 기준)

태국 수입 규모

비타민(HS CODE 2106.90) 품목 수입 규모는 약 8억 6,900만 달러로 최근 5년간(2017-2021년) 연평균성장률은 10.2%로 성장하는 추세

싱가포르로부터 수입되는 비중이 28.1%로 가장 높으며 뒤를 이어 미국(21.4%), 베트남(8.5%), 중국(7.9%), 인도네시아(6.1%) 순

- 한국 제품의 태국 수입 현황은 2021년 기준 1,500만 달러를 기록하며, 수입 비중 1.7%를 나타냄

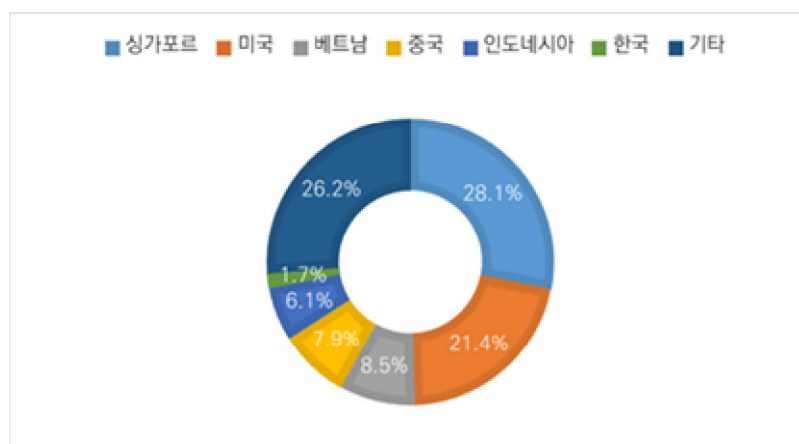
 표 13 태국 비타민(HS CODE 2106.90) 국가별 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 백만 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	589	611	679	807	869	10.2
1 싱가포르	117	138	183	218	244	20.2
2 미국	162	174	198	186	186	3.4
3 베트남	62	41	50	86	74	4.7
4 중국	44	44	40	62	69	11.7
5 인도네시아	20	26	18	51	53	27.7
11 한국	12	11	10	14	15	5.4

자료: International Trade Centre

 표 14 태국 비타민(HS CODE 2106.90) 국가별 수입 비중(2021년)



자료: International Trade Centre

3) 한국산 수출 통계(HS CODE 2106.90 기준)

한국 수출 규모

2021년 한국 HS CODE 2106.90 글로벌 수출 규모는 약 7억 2,300만 달러로 최근 5년간(2017-2021년) 연평균성장률은 -1.7%로 감소하는 추세

중국으로 수출되는 비중이 19.1%로 가장 높으며, 뒤를 이어 일본(16.5%), 베트남(10.0%), 인도네시아(8.9%), 미국(7.9%) 순

- 한국 제품의 태국 수출 현황은 2021년 기준 1,300만 달러를 기록하며, 수출 비중 1.8%를 나타냄

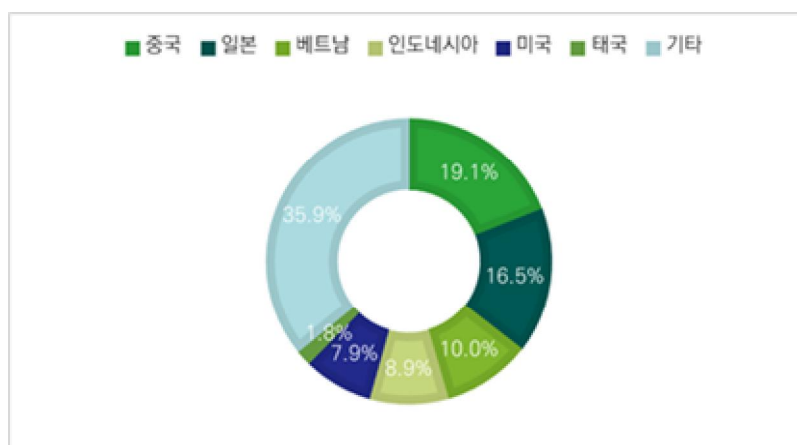
 표 15 한국 비타민(HS CODE 2106.90) 국가별 수출 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 백만 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	774	843	773	581	723	-1.7
1 중국	112	145	118	106	138	5.5
2 일본	168	183	159	107	119	-8.3
3 베트남	26	34	48	52	72	28.4
4 인도네시아	53	55	46	44	64	4.8
5 미국	113	127	116	47	57	-15.9
12 태국	10	10	8	10	13	6.5

자료: International Trade Centre

 표 16 한국 비타민(HS CODE 2106.90) 국가별 수출 비중(2021년)



자료: International Trade Centre

II

트렌드



01 시장 트렌드

헬스케어(Consumer Health) 시장 트렌드

코로나19 이후 태국 소비자들은 건강에 대해서 보다 예방적인 조치를 취하려는 경향을 나타내고 있음

- 소비자들은 면역 체계를 강화할 수 있는 제품을 찾고 있으며, 코로나19로부터 자신을 보호하는데 도움이 될 수 있다고 생각하는 제품을 우선시하는 경향을 보임
- 태국 시장에서 헬스케어 산업 관련 이러한 트렌드의 주요 수혜 기업은 비타민 C, 프로바이오틱 보충제, 아연을 함유한 미네랄 보충제 생산기업으로 조사됨
- 또한 많은 소비자들은 화학물질이 적고 부작용이 적은 허브 및 전통 제품으로 소비를 전환하고 있음

비타민 시장 제품 브랜드 점유율

유로모니터에 따르면, 2021년 태국 비타민 시장 10위 권 내의 브랜드는 Nutrilite, Blackmores, Centrum, Alinamin EX Plus, Herbalife Nutrition, Stresstabs, Hicee, Nat-C, Redoxon, GNC 등이 있음

2022년 태국 비타민 시장 주요 브랜드는 Amway Corp의 Nutrilite, Blackmores Ltd의 Blackmores, Haleon plc의 Centrum, Oscar A-Co Ltd의 Alinamin EX Plus, Herbalife Nutrition Ltd의 Herbalife Nutrition이며, 각 브랜드의 시장 점유율은 18.2%, 8.8%, 8.0%, 4.1%, 3.8%를 기록함



표 17

2022년 태국 비타민 시장 기업 및 브랜드 점유율

순위	회사명칭	주요 브랜드	시장 점유율(%)
1	Amway Corp	Nutrilite	18.2
2	Blackmores Ltd	Blackmores	8.8
3	Haleon plc	Centrum	8.0
4	Oscar A-Co Ltd	Alinamin EX Plus	4.1
5	Herbalife Nutrition Ltd	Herbalife Nutrition	3.8

자료: Euromonitor International

태국 시장에서 판매 중인 프로바이오틱스 제품

태국 주요 드러그스토어 유통채널 중 하나인 왓슨스에서 판매 중인 프로바이오틱스 제품은 다음과 같음

- 2022년 9월 기준 판매량 기준으로 대표적인 제품을 선정함

왓슨스 태국 온라인 홈페이지에서 판매 중인 인기 제품의 원산지는 다양함

- 호주산, 대만산, 태국 현지산을 포함하여, 한국산 프로바이오틱스 제품도 유통되고 있음

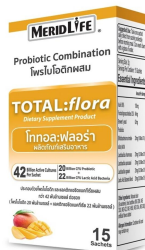
그리고 원산지별 제품 패키지 형태는 다음과 같음

- 대만산 및 한국산 프로바이오틱스 제품은 1포씩 개별 포장된 박스 패키지 형태로 조사됨
- 태국산 및 호주산 프로바이오틱스 제품은 캡슐 형태로 병 패키지 형태로 조사됨



표 18

태국 시장에서 판매 중인 프로바이오틱스 제품 예시



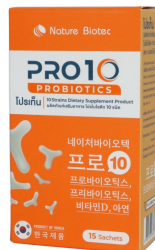
Meridlife
Total:Flora
Dietary
Supplements 15
sachets of
mango

- 브랜드: Meridlife
- 원산지: 대만
- 가격: 669 바트



Chame
Probiotics 9 in 1
(30 Capsules)

- 브랜드: Chame
- 원산지: 태국
- 가격: 1,090 바트



Proten Probiotic
Supplement 15
Sachets

- 브랜드: 네이처바이오텍
- 원산지: 한국
- 가격: 590 바트



Bomi 16.8
Balance
Probiotics Bomi
16.8 Balance
Probiotics 14
Sachets

- 브랜드: BOMI
- 원산지: 한국
- 가격: 789 바트



Blackmores
Probiotics Daily
Balance 30
Capsules

- 브랜드: Blackmores
- 원산지: 호주
- 가격: 1,200 바트

자료: 왓슨스 태국

드러그스토어 채널에서 판매 중인 멀티비타민 제품

태국 주요 드러그스토어 유통채널 중 하나인 왓슨스에서 판매 중인 멀티비타민 제품은 다음과 같음

- 2022년 9월 기준 판매량 기준으로 대표적인 제품을 선정함

왓슨스 태국 온라인 홈페이지에서 판매 중인 판매량 1위 제품은 왓슨스 PB상품 Watson Cordy Multi-B Plus 30 tablets로 조사됨

- 제품 형태는 알약 형태로 250바트 가격에 판매되고 있음

다음으로 2위 판매량을 기록한 제품은 태국산 브랜드 Chame의 Multiplant Protein Plus Collagen으로 조사됨

- 파우더 형태의 제품으로 400g 용량에 890바트 가격으로 판매되고 있음

호주산 블랙모어스 브랜드의 멀티비타민 제품인 블랙모어스 Multi Active 30 tablets은 판매량 3위를 기록함

- 알약 형태의 제품으로 판매 가격은 330바트로 조사됨

 표 19 태국 시장에서 판매 중인 멀티비타민 제품 예시



Watson Cordy
Multi-B Plus 30
tablets

- 브랜드: Watson
- 원산지: N/A
- 가격: 250 바트



Chame
Multiplant
Protein Plus
Collagen 400g

- 브랜드: Chame
- 원산지: 태국
- 가격: 890 바트



Blackmores
Multi Active 30
tablets

- 브랜드: Blackmores
- 원산지: 호주
- 가격: 330 바트



Watson Multi-B
complex mixes
choline and
inositol 60
tablets

- 브랜드: Watson
- 원산지: 태국
- 가격: 350 바트



Sunlife Multi
Vitamin Plus 20
Tablets

- 브랜드: Sunlife
- 원산지: N/A
- 가격: 199 바트

자료: 왓슨스 태국

02 정책 트렌드

건강기능식품 시장 트렌드

태국 시장에서 건강기능식품(Vitamins and Dietary Supplements) 제품의 등록, 유통, 라벨링, 패키지 혹은 광고를 다루는 구체적인 법률 규정은 없음

- 건강기능식품 제품은 권장 일일 섭취량(RDI, Recommended Daily Intake)을 충족하는 비타민과 식이보충제 수준을 포함하는 경우 비타민과 식이보충제로 분류됨
- RDI 이하의 영양소를 함유한 식이보충제는 특별한 목적을 가진 식품 유형으로 분류됨
- FDA는 비타민과 식이보충제에 관한 법률 및 규정을 담당하고 있음
 - * 비타민과 식이보충제의 제조 혹은 수입은 FDA 승인을 받아야 함

III

유통



01

유통채널 현황

태국 멀티 비타민 시장 유통채널

2021년 기준 태국 멀티 비타민 시장의 유통채널 비중은 다음과 같음

오프라인 및 온라인 비중이 각각 89.0%, 11.0%로, 온라인 유통채널에 비해서 오프라인 비중이 높은 것으로 집계됨

유로모니터 자료 기준 태국 멀티 비타민 품목이 속하는 비타민 시장의 유통채널 비중 정보는 집계하고 있지 않아, 비타민 시장이 속하는 상위 시장인 태국 비타민 및 식이보충제(Vitamins and Dietary Supplements) 시장의 유통채널 비중으로 작성함

2021년 기준 오프라인 중에서 슈퍼마켓, 하이퍼마켓 유통채널이 속하는 식료품 소매점 유통채널 비중은 16.3%를 기록함

2021년 슈퍼마켓 유통채널 비중은 7.1%이며, 하이퍼마켓 유통채널 비중은 9.2%로 집계됨

2021년 기준 드러그스토어 유통채널이 속하는 비식료품 소매점 유통채널 비중은 49.5%를 기록함

2021년 드러그스토어 유통채널 비중은 43.8%를 기록함

2021년 멀티비타민 시장의 직접 판매(Direct Selling) 유통채널 비중은 23.2%를 기록함



표 20

태국 멀티비타민 시장 유통채널별 비중 추이(2017-2021년)

(단위: %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021
오프라인	91.3	91.5	91.5	89.4	89.0
①식료품 소매점	21.7	21.2	20.7	17.4	16.3
– 슈퍼마켓	9.9	9.6	9.4	7.6	7.1
– 하이퍼마켓	11.8	11.6	11.3	9.8	9.2
②비식료품 소매점	49.0	50.1	50.8	49.2	49.5
– 드럭스토어	47.0	47.4	47.7	44.6	43.8
– 기타 비식료품 소매점	2.0	2.7	3.1	4.6	5.8
③직판	20.6	20.2	20.1	22.8	23.2
온라인	8.7	8.5	8.5	10.6	11.0
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

태국의 편의점 채널

2021년 기준 태국의 주요 편의점은 다음과 같음

 표 21 2021년 태국의 주요 편의점 채널 매장수 추이

(단위: 개)

구분	브랜드	기업명	2018	2019	2020	2021
1	7-Eleven	CP All PCL	10,988	11,712	12,432	13,134
2	Lotus's	CP All PCL	1,607	1,650	1,865	2,197
3	Mini Big C	Big C Supercenter PCL	800	1,016	1,215	1,352
4	Family Mart	Central Group	1,008	968	901	805

자료: USDA(2022)

태국의 슈퍼마켓 채널

2021년 기준 태국의 주요 슈퍼마켓 채널은 다음과 같음



표 22

2021년 태국의 주요 슈퍼마켓 채널 매장수 추이

(단위: 개)

구분	브랜드	기업명	2018	2019	2020	2021
1	Tops and Central Food Hall	Central Group	123	127	236	281
2	Gourmet Market/Home e Freshmart	Mall Group	20	17	15	17
3	Foodland	Foodland Supermarket	23	22	24	23
4	Villa Market	Villa Market	34	34	34	35
5	UFM Supermarket	Fuji Citio Co., Ltd., and Metro Group	4	4	4	4
6	Rimping Supermarket	Tantraphan Supermarket	10	9	8	8
7	Big C(Big C Market, Big C Depot, Big C Foodplace)	Berli Jucker Public Co. Ltd.	59	59	59	59
8	Lotus's	CP All PCL	n/a	n/a	n/a	199

자료: USDA(2022)

태국의 하이퍼마켓 및 대형 할인매장 채널

2021년 기준 태국의 주요 하이퍼마켓 및 대형 할인매장 채널은 다음과 같음

 표 23 2021년 태국의 주요 하이퍼마켓 및 대형 할인매장 매장수 추이

(단위: 개)

구분	브랜드	기업명	2018	2019	2020	2021
1	Lotus's	CP All PCL	205	216	215	222
2	Big C Hypermarket	Big C Supercenter PCL	147	151	151	153
3	Makro (대형 할인매장)	CP All PCL	129	134	137	142

자료: USDA(2022)

태국의 드러그스토어 유통채널

한편 태국의 주요 드러그스토어 유통채널은 다음과 같음

- AS Watson Group의 Watsons, Walgreens Boots Alliance의 Boots, Big C Supercenter의 Pure by Big C, Siam Drug & Micro Mart의 Siam Drug 등이 있음



표 24

태국의 주요 드러그스토어 유통채널

구분	브랜드	기업명	홈페이지
1	Watsons	AS Watson Group	https://www.watsonsinternational.com/
2	Boots	Walgreens Boots Alliance	https://www.walgreensbootsalliance.com/about-us
3	Pure by Big C	Big C Supercenter	https://www.bigc.co.th/
4	Siam Drug	Siam Drug & Micro Mart	https://www.siamdrug.com/

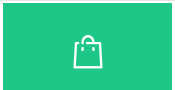
자료: KATI

태국의 온라인 유통채널

2022년 8월 기준 Similarweb 자료에 의하면 웹사이트 방문자 수 기준으로 shopee.co.th는 태국에서 가장 많이 방문한 전자상거래 및 쇼핑 웹사이트를 기록함

- 뒤를 이어서 lazada.co.th가 2위를 기록했으며, 3위는 태국 전자상거래 및 쇼핑 웹사이트 선도 기업인 kaidee.com가 차지함
- 4위, 5위는 각각 shop.line.me, amazon.com이 차지함

 표 25 태국의 주요 온라인 유통채널

순위	로고	기업명	홈페이지
1		Shopee	shopee.co.th
2		Lazada	lazada.co.th
3		kaidee	kaidee.com
4		Line shopping	shop.line.me
5		Amazon	amazon.com

자료: Similarweb

02 유통업체 분석

하이퍼마켓/슈퍼마켓 주요 유통채널인 Tops, 드러그스토어 주요 유통채널인 왓슨스, 온라인 주요 유통채널인 쇼피를 분석하려고 함

Tops



- 태국 주요 슈퍼마켓/하이퍼마켓 유통채널 중 하나
- 센트럴리테일의 자회사로, 푸드홀(Food Hall), 수퍼스토어(Superstore), 마켓(Market), 데일리(Daily) 등 다양한 형태로 매장을 운영하고 있음
- 취급 품목으로는 신선식품, 가공식품, 유제품, 음료, 위생용품, 주류, 조미료, 유기농 제품 등 다양함

기업정보	소재지	99/9 Moo 2, Chaeng Watthana Road 12th, 15th-18th Floor, Central Chaengwatthana Office Tower Pak Kret, Nonthaburi, 11120 Thailand
	설립연도	1992년
	점포 수	281개 매장(Top Market and Central Food Hall 매장 포함하여 2021년 기준)
	매출액	11억 2,000만 달러(2021년 기준)
	대표전화	+66-28317300
	홈페이지	www.tops.co.th

자료: D&B Hoovers

Watsons



- 태국 주요 드럭스토어 유통채널 매장
- 주로 차, 커피, 향신료, 설탕 및 모든 종류의 통조림 식품, 건조제품 등을 취급함
- 멀티비타민 제품의 경우 PB상품이 유통중인 것으로 조사됨

기업정보	소재지	3388/23-24 Rama IV Road 8 Floor Sirinrat Building Khlong Toei, Bangkok, 10110 Thailand
	설립연도	1996년
	점포 수	500여개 매장을 운영
	매출액	4억 8,000만 달러(2021년 기준)
	대표전화	+66-26652000
	홈페이지	www.watsons.co.th

자료: D&B Hoovers

Shopee.co.th



- 태국의 주요 온라인 유통채널 중 하나
- 시간대, 시즌, 카테고리별 할인 이벤트, 신년 이벤트, 바우처 제공 등 다양한 프로모션 행사 진행
- Shopee (Thailand) Company Limited는 주로 계약 혹은 수수료 기준으로 온라인 정보 검색 서비스를 제공하는데 종사함

기업정보	소재지	89 Ratchadaphisek Road 24th Floor, AIA Capital Center Building Din Daeng, Bangkok, 10400 Thailand
	설립연도	2015년
	점포 수	N/A
	매출액	4억 1,450만 달러(2021년 기준)
	대표전화	+66-21189195
	홈페이지	www.shopee.co.th

자료: D&B Hoovers

IV

통관 및 제도



01

통관 및 검역

한국 수출 통관 절차

출항 전 보고

관세법상 수출이란, '내국물품을 외국으로 반출하는 것'을 의미함. 즉, 국내에서 외국으로 물품 및 서비스를 이동하는 것을 말하며, 크게 정식 수출신고와 목록통관으로 구분됨

수입신고
서류 준비

① 정식 수출신고:

목록통관절차 적용 대상 이외 물품의 수출

② 목록통관:

- 개인용품, 무역통계에 반영되지 않는 물품 또는 관세 환급 대상이 아닌 물품으로 정식통관절차를 필요로 하지 않는 예외적인 물품의 수출 절차
- 목록통관은 일반적인 특송 업체 또는 우체국 EMS를 통해 외국으로 반출하는 절차임
- 대상은 일반 환급 대상이 아닌 물품으로, FOB 가격이 200만 원 이하의 물품을 의미하며 카탈로그, 서류, 외교행낭 물품 등이 있음

③ 전자상거래 간이수출신고: 정식 수출신고로, 전자상거래를 위해 간이한 방식으로 수출신고를 할 수 있음

- FOB 200만 원 이하 물품의 수출목록을 신고서로 쉽게 변환하여 기존의 수출 신고의 어려움을 해소할 수 있음
- 해당 시스템에 따른 간이수출신고로 수출실적으로 인정하여 반품 재수입 시 관세 면제, 부가가치세 영세율 적용, 관세환급 등 혜택을 받을 수 있음

한국 수출 통관 절차도



서류 구비

수출하기 전 구비해야 하는 서류 목록은 다음과 같음

- Invoice
- Packing List
- 원산지증명서(필요 시)
- 전략물자 자가판정서(필요 시)

수출신고 전 확인 사항

- 원산지증명서 발행 여부 검토: 거래 당사자 간 계약 시
- 환급 대상 여부: 중소기업의 경우 간이 정액환급 또는 개별환급 중 유리한 환급방식 검토 및 선정
- 수출 물품의 HS CODE 검토: 정확한 수출신고에 따른 간이정액환급, 원산지증명서 등을 위한 검토
- 물품의 소재지 확인: 수출신고 예정물품의 검사를 위해 수출신고 시점의 물품 소재지 확인 필요

수출신고

- 수출 화주로부터 전달받은 Invoice, Packing List를 기반으로 수출신고서 작성 및 관세청 UNI-PASS에 전자 접수
- 접수 결과에 따라 서류심사, 현품검사 또는 자동수리(Paper Less; PL)로 통지됨

세관 심사

- 위의 수출신고 접수 결과에 따라 세관의 심사가 있을 경우 서류심사, 현품검사가 이루어짐
- 서류심사의 경우 실제 신고내용과 수출신고 근거 서류 상 일치 여부를 확인함
 - 현품검사의 경우 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부 확인을 위해 신고지 또는 적재지에서 검사를 실시할 수 있음

선(기)적

수출신고가 수리된 물품은 수리일로부터 30일 이내에 외국을 왕래하는 운송 수단에 적재를 완료하여야 함. 다만, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

태국 수입 통관 절차

수출 사전 절차

업체("E-Customs System") 등록 및 제품 등록

태국 수입 절차는 온라인 전자 세관 시스템을 통해 진행되며, 전자 시스템에 등록하려면 수입업자(개인 또는 사업체)가 '디지털 인증서'를 소지해야 함. 디지털 인증서가 발급되면 수입자는 전자 세관 시스템에 등록할 수 있으며, 회사는 시스템에 직접 등록하거나 대행사를 통해 등록할 수 있음

또한, 수입하고자 하는 식품의 등록을 위해 태국 식약청(FDA)에 아래의 서류를 제출해야 함

- 수입 식품 신청서
- 제품 설명서
- 인증서
- 라벨(태국어)
- 기타 태국 식약청에서 요구하는 서류

서류 구비

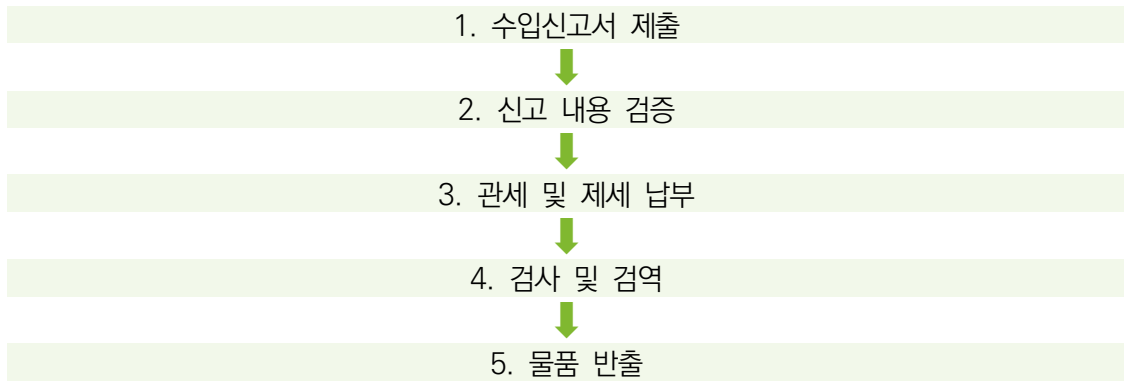
수출자는 수입자가 적정하게 수입신고를 할 수 있도록 물품의 라벨 작업 등을 사전에 확인해야 하며 선적서류를 구비하여야 함. 구비 서류는 아래와 같음

- 선하증권(B/L)
- 인보이스(Invoice)
- 포장명세서(Packing list)
- 위생증명서
- 성분분석표(필요 시)
- 원산지 증명서(필요 시)

수입 신고

수입자 또는 관세사가 수입신고서 작성 및 E-Customs System을 통해 전송함. E-Customs System은 전송된 수입신고서에 대해 신고 내용을 검증하고 수입신고번호 및 세금 납부 번호를 생성하며, 이후 검사대상선별시스템(Selectivity Profile System)은 수입신고의 검증 결과에 따라 검사대상 여부(Red Line or Green Line)를 결정하여 신고인에게 해당 내용을 전송함

수입 물품에 대한 수입 제세의 납부 또는 담보물 제공(수입제세는 e-Payment System을 통한 납부 또는 관세청에 납부). 수입자는 세관의 확인·검증이 완료된 수입신고서와 세금납부 영수증을 물품 보관창고에 제시하고 물품을 반출할 수 있으나 Red Line으로 분류된 수입신고 건에 대해서는 검사를 받음. Red Line 물품의 경우 선별시스템이 이를 공항·항만 관리 당국에 통보하고, 관리 당국이 물품을 세관검사장소로 옮기면, 검사 후 반출을 허용함



수입 신고

태국으로 수입되는 물품에 대한 작업, 보세창고 장치, 무역자유지역이나 수출가공지역으로의 반·출입 등 통관 절차를 처리하기 위한 전자통관 업무는 하역 또는 위탁이 이루어지는 세관(항만, 지역 또는 공항)에서 이루어져야 함. 세관 전자 시스템은 이를 관련법과 적하목록 등 참조 파일과 대조하여 해당 자료의 1차 정확성을 검증한 후 승인/허가 여부를 결정함

관세 납부

수입자는 관세청의 규정에 따라 관세 등 제세를 납부해야 함

구분	내용
은행 보증이 필요한 수입신고인 경우	세관 전자 시스템은 수입자가 관세청 규정에 따라 보증금 납부를 완료한 때에 은행 보증번호를 발급하고 수입신고 상황을 '관세 납부 신고'로 자동 전환함
세금과 관세를 납부해야 하는 수입신고인 경우	세관 전자 시스템은 수입자가 해당 세금과 관세의 납부를 완료한 때에 세금 및 관세 납부번호를 발급하고 수입신고 상황을 '세금 및 관세납부 신고'로 자동 전환함
수입 세금과 관세가 면제되는 수입신고인 경우	세관 전자 시스템은 세금 및 관세 면세번호를 발급하고 수입신고 상황을 '세금 및 관세 면세 신고'로 자동 전환함. 이에 대해 세관 시스템은 각각의 수입신고 건에 대해 보증번호, 관세납부번호 또는 관세면제번호를 신청인에게 통지함

검사 및 검역

세관 전자 시스템이 리스크 관리 원칙에 따라 적하목록과 수입신고서 대조를 통해 위험도를 확인함. 수입신고서 서류 심사 후 신청인이 세금과 관세를 납부한 사실이 확인되면 동 물품의 검사명령 또는 결과 등을 신청인에게 통보함. 검사 결과는 검사 면제(GREEN LINE)와 검사 대상(RED LINE)으로 분류됨

구분	내용
GREEN LINE	① 세관 전자 시스템상 GREEN LINE 입력 ② 수입신고현황 '수입신고필 인도준비 완료' 자동 전환 ③ 세관 전자 시스템상 세관 창고에 물품 양도 통보 ④ 수입신고 신청인에게 '관할에서 해제됨' 통보
RED LINE	① 세관 전자 시스템상 RED LINE 입력 ② 세관 전자 시스템은 세관 창고에 해당 물품 자료 송부 ③ 수입신고 신청인에게 세관 창고에서 물품 검사 통보

※ 수입신고 후 제출된 서류를 심사하여 RED LINE으로 분류 시 현품 검사가 이루어짐

물품 반출

관세가 적정하게 납부되고 검사 및 검역이 완료된 물품은 검사 면제의 경우·검사 대상의 경우 두 가지 방식에 따라 물품을 반출해야 함

구분	내용
검사 면제 (GREEN LINE)	- 수입자는 선하증권번호를 창고 관리인에게 통보함으로써 창고에서 물품을 수령함. 수입자가 단일창구 통관 시스템상에서 통관 수속을 완료할 수 없는 경우 수입자는 관련 서류(관련법에 따른 면제 대상 확인 서류, 관련 면허/등록/허가를 입증하는 서류 등)를 세관 서비스 부서에 제출한 후 통관절차 종료에 따라 창고에서 물품을 수령함 - 세관 서비스부서는 해당 서류의 수령 사실을 기록하고 검사공무원이 세관 컴퓨터 시스템의 수입신고에 따라 1차 검사를 실시할 수 있게 함 - 접수한 서류가 수입신고서 내용과 일치하지 않을 경우 사안별로 적절한 조치를 취하게 됨
검사 대상 (RED LINE)	- 검사 대상으로 결정되면 수입 화주는 내륙 컨테이너 항만에서 물품 검사받을 준비를 함. 물품에 대한 검사 결과 이상이 없을 시 세관 공무원은 세관 전자 시스템에 검사 결과를 기록하고 검사 신청인에게 물품의 양도를 통지함. 이 경우 수입 화주는 세관 창고에서 물품을 수령함

02 인증

FDA 인증(필수)

1. 개요

FDA 수입 면허·허가는 태국 식품법에 의해 시행되고 있는 제도로, 태국 공중보건부 산하 태국 식약청(FDA)이 주무부처임. 태국으로의 수출을 목적으로 식품을 제조하거나 이를 수입하여 판매하는 사람은 해당 식품에 대한 기준을 만족하여야 하며 이에 따라 FDA 수입 면허·허가를 받아야 함. FDA 수입 면허·허가를 획득하지 못하면 태국 내에서 제조 또는 판매를 할 수 없기 때문에 강제인증으로 분류됨. 또한, 식품에 따라 특별 관리 식품·표준식품·표준 라벨 부착 식품·일반 식품으로 구분됨.

2. 대상 품목

1) 특별 관리 식품 (Specially Controlled Foods) - 14개 품목

제품 등록이 필요하며 식품의 표준 품질, 규격, 포장, 라벨링, 제조방식을 규제하는 식품으로써 분유·우유·식품 첨가제·유아식·밀봉된 용기에 담긴 음료·식이보충제 등 체중조절 식품, 아이스크림 등이 있음

2) 표준식품(Standardized Foods) - 31개 품목

제품 등록은 필요하지 않지만 품질과 라벨링이 태국 공중보건국의 고시를 충족시켜야 하는 식품으로, 차·커피·이온 음료·초콜릿·식초·식용유·생선소스·천연 광천수·버터·꿀·치즈·밀봉된 용기에 든 잼/젤리/마말레이드·로얄젤리(제품)·반가공식품·병입 생수·얼음 등이 있음

3) 표준 라벨 부착 식품(Food required to bear standardized labels) - 12개 품목

소비자의 건강에 해를 끼칠 위험성이 덜한 제품들로, 등록은 필요하지 않지만 소비자에게 정보를 제공하기 위한 라벨 부착이 필수인 식품. 빵·껌·캔디·밀봉된 용기에 담긴 소스·인스턴트 식품·향신료·방사선조사식품·반조리식품¹⁾·완전조리식품²⁾·특수목적식품·육류·생선·계란·채소·과일·밀가루 등이 있음

1) Ready-to-Cook Foods

2) Ready-to-Eat Foods

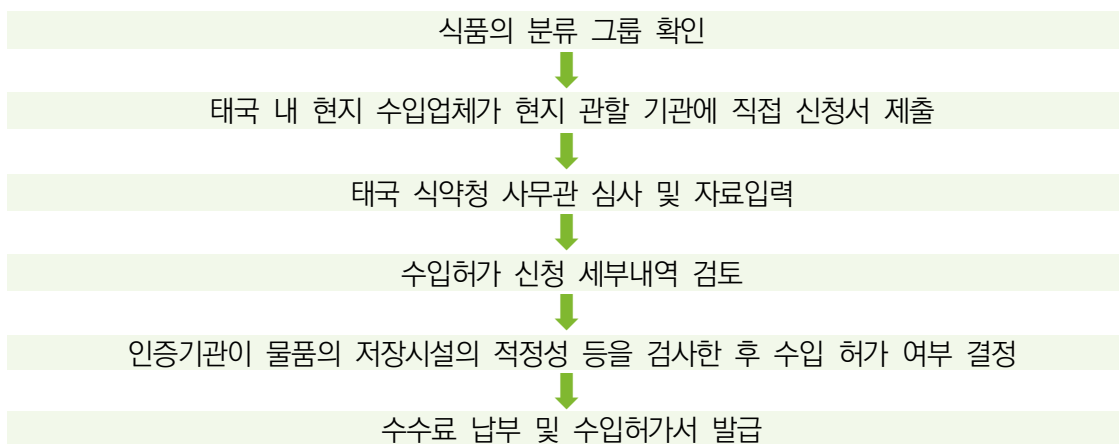
4) 일반 식품(general foods)

위의 3가지 품목 이외의 식품으로 등록은 필요하지 않음. 위생, 안전, 라벨링, 광고 등에 근거하여 감독/감시함

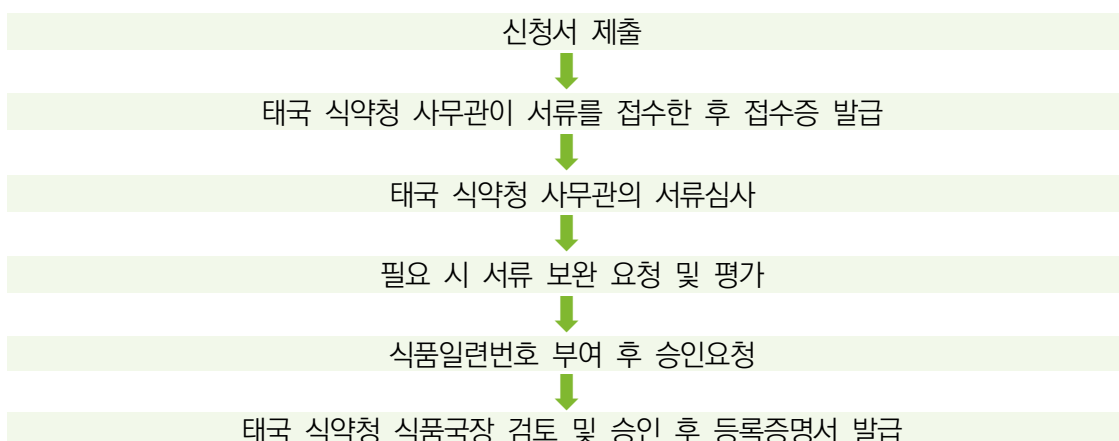
건강기능식품의 경우 특별 관리 식품에 해당하여 소비자 건강에 큰 영향을 줄 수 있으므로 라벨 부착 전 태국 식약처의 허가뿐만 아니라 식약처 등록 후 식품 일련번호를 발급받아야 함

3. 허가 및 등록 절차

1) 수입 허가 절차



2) 특별관리식품 등록 및 라벨 등록 절차



특히 기능성 식품의 경우, 해당 식품의 기능성에 대한 홍보를 위하여 이를 뒷받침할 수 있는 서류를 구비하여 FDA의 사전 심사를 받아야 함

4. 제출 서류

* 표준식품의 수입면허 신청 시

- 1) 신청서
- 2) 식품 수입 허가서
- 3) 제조시설 증명서(GMP, HACCP 등)
- 4) 제품 패키징
- 5) 라벨링 및 판매용도 설명서
- 6) 유통기한
- 7) 건강기능에 관하여 증명할 수 있는 서류(제출하는 서류 중 기밀 정보가 포함되는 경우에는 해당 서류 및 정보와 기밀 유지 사유를 함께 작성할 것)

5. 시험/인증기관

- 태국 기관

- 1) FDA 시험/인증기관

HACCP³⁾ 인증(권장)

1. 개요

식품안전관리인증기준으로 식품을 만드는 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요인들이 발생할 수 있는 여건을 차단하여 소비자들이 안전하고 깨끗한 제품을 공급하기 위한 시스템적으로 식품의 안전을 관리하는 제도임

국제 인증 규격인 HACCP 인증을 받음으로써 식품 안전성을 향상하고 및 지속시키고 제품의 경쟁력을 확보할 수 있음

2. 대상 품목

1) 식품

식품(식품첨가물) 제조·가공업, 건강기능식품제조업, 즉석판매제조·가공업, 식품소분업 등

2) 축산물

축산물가공장, 식육포장처리장, 식육판매장 등

3. 인증 절차

HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한
프로젝트팀 구성



제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등을 포함하는 제품기술서와 공정흐름도 작성



생산공정 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의
심각성에 근거해서 위험을 평가



식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP:Critical Control Points)을 선정하여
식품안전을 위한 일반관리사항(POA)을 파악



모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지를 파악하는 한계치 설정 및
모니터링

3) Hazard Analysis and Critical Control Point

4. 제출 서류

- HACCP 신청서
- 식품안전관리인증 계획서
- 영업등록증 사본
- 사업자등록증 사본
- 영업신고필증
- HACCP 교육수료증
- 위생교육 수료증 및 위생교육 기록 등 영업을 위해 필요한 서류
- 품목별 HACCP 관리 기준서에 따른 서류

5. 인증 기관

- 한국식품안전관리인증원 등
- 식약처 홈페이지를 통해서 HACCP 교육 및 훈련기관을 확인할 수 있고, 한국식품안전관리인증원 홈페이지를 통해 HACCP 인증절차 및 검사기관을 확인할 수 있음

ISO 22000(Food Safety Management System(관장))

1. 개요

식품 공급 사슬 내의 모든 이해관계자가 적용할 수 있는 국제규격 ISO 22000은 ISO 9001 품질경영시스템을 바탕으로 HACCP의 7원칙과 12개 절차를 모두 포함하고 있음

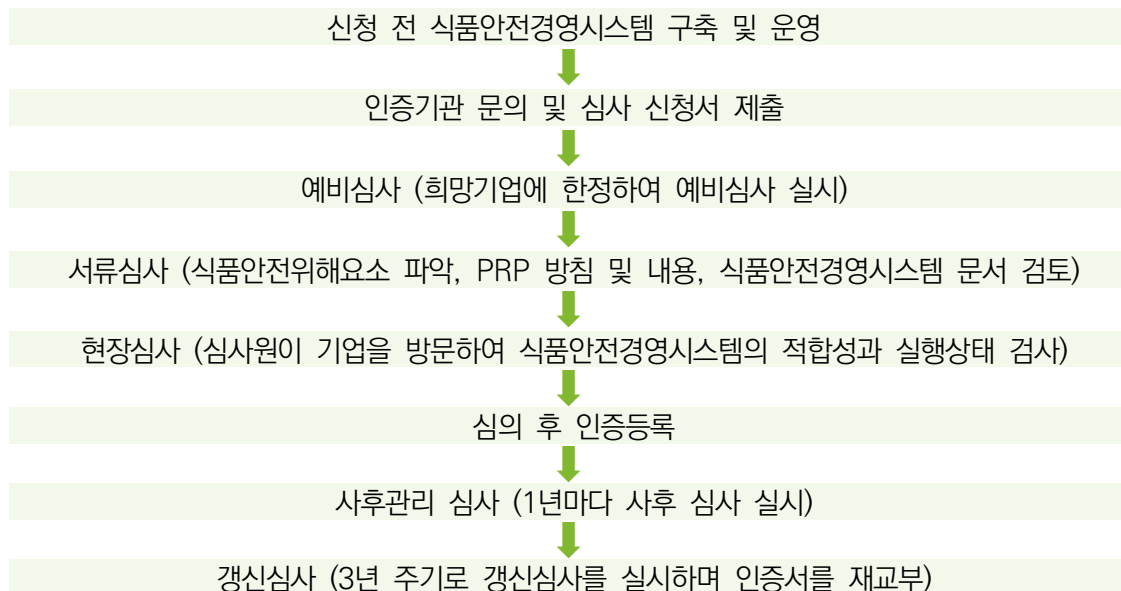
ISO 22000은 국제 표준의 식품안전경영시스템 요구사항으로서 유통의 중간 식품 공급망을 관리하여 규정하고 있으며, 식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 식품 첨가제, 원료 등의 상호 관계가 있는 기업들을 비롯해 모든 기업에 적용되는 국제 표준임

2. 대상

ISO 22000은 제품이 아닌 경영시스템에 대한 인증을 부여

- 농·축·수산업, 식품 및 사료 가공, 케이터링, 소매·운송·보관·포장 및 장비제조, (생)화학제품의 생산

3. 인증 절차



4. 제출서류

- 매뉴얼, 절차서 등 경영
- ISO 인증 매뉴얼, 절차서, 지침서
- 내부 심사 보고서 및 경영검토 보고서
- HACCP 인증 보유한 경우 HACCP 기준서와 인증서
- 회사 소개서 및 HACCP 조직도
- 공정도 및 실제 운영 중인 업체 현장 프로세스
- 모니터링 및 식별 추적 자료
- 원자재 식별 자료
- 위생, 보건 관련 자료(보건증 등)
- 부적합에 따른 부적합 보고서
- 식용 사용 허가 관련 자료(해당하는 경우)
- 식품안전 법규 관리대장
- 인적자원 관리자료
- 설비자원 관리자료
- 사업자등록증, 인원증빙서류

5. 인증기관

- 한국표준협회
- 한국품질보증원

03 라벨링

태국 라벨링 기본 표기 사항

번호	구분	설명
1	식품명	- 이름 및 식품의 시리얼 번호 표시
2	수입자의 이름, 주소, 생산국가	- 국내에서 생산된 식품은 생산자 또는 재포장자의 이름과 주소
3	식품의 정량	- 고체 제품의 순중량, 용액 제품의 순용량, 반고체 제품의 순중량과 순용량, 기타 식품은 순중량 표시 - 봉인된 포장에 있는 식품은 실 내용물을 표시하며 용액 부분을 제외한 고형량을 표시(식재료에서 용액 부분만 나눌 수 없는 제품은 제외)
4	기한	제조일자(연/월/일 또는 연/월), 유통기한(연/월/일), 최적 상태의 제품 품질보증기한(연/월/일) 표시하며 “제조”, “만료”, “사용 전”의 단어를 사용하여 표시하는 경우 아래 내용 참고 - 제조일자(연/월/일), 유통기한(연/월/일), 90일 이내 보존 가능한 제품의 최적 상태 또는 품질보증(연/월/일) - 제조일자(연/월/일), 유통기한(연/월/일), 90일 이상 보존 가능한 제품의 최적 상태 또는 품질보증(연/월/일) - FDA에 의해 지정된 특정 제품의 유통기한(연/월/일)
5	보관 방법	- 제품이 특별한 보관 상태 혹은 사용 상태를 요구할 때는 이러한 상태를 명시해야 함

V

시사점



01

수출 확대 방안

가격에 따른 타겟 고객 설정 필요

태국 비타민 시장은 일반 기업뿐만 아니라 정부제약청(Government Pharmaceutical Organization, GPO)을 반드시 고려해야 함. 정부제약청에서는 비타민 제품을 저가로 공급하고 있어, 일반 소비자들은 이러한 정부 공급 제품을 구매하는 것에 익숙함

그러므로 시장 진출 전 반드시 현지에서 판매되는 정부 공급 제품의 가격을 사전에 파악해야 함. 이를 바탕으로 타겟군을 설정해야 함. 일반 소비자와는 차별되는 프리미엄 제품의 소비자를 대상으로 한 가격 정책을 마련하는 것을 고려해야 함

태국 소비자들은 오래 전부터 한류와 한국 미용에 깊은 관심을 가지고 있음. 그러므로 멀티비타민을 비롯한 건강 관련 제품에도 많은 관심을 보이는 추세임. 브랜드 인지도를 높이는 등의 방안을 병행한다면 프리미엄 제품군이라도 소비자들에게 접근할 가능성은 충분함

주요 유통채널은 드러그스토어와 헬스 및 뷰티용품 전문점

앞서 살펴보았듯, 멀티비타민을 포함한 건강기능식품의 주요 유통채널은 헬스 및 뷰티용품 전문점과 체인형 드러그스토어로 집중되어 있음. 대표적으로는 Boots, Watsons, SaveDrug, Xtra Plus, Lab, Fascino, APEX, P&F, Eveandboy과 같은 유통 브랜드가 있음

이 유통채널을 타겟으로 완제품의 직접 유통뿐만 아니라, OEM 유통, 자체 브랜드 OEM 유통과 같은 다양한 공급 방안을 고려할 수 있음

태국에도 글로벌 멀티비타민 제약사가 다수 진출해있으며, 이 기업들은 막대한 비용의 마케팅 비용을 투입하고 있음. 이러한 경쟁 현황하에서는 홈쇼핑, 온라인 SNS 홍보 등 다양한 방법을 통해 한국 제품의 노출을 증가시키고 인지도를 높이는 방안이 선행되어야 함

참·고·문·헌



□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. ITC
3. 농식품수출정보(KATI)
4. shopee.co.th
5. lazada.co.th
6. kaidee.com
7. www.tops.co.th
8. www.watsons.co.th
9. www.shopee.co.th

□ 참고 자료

1. USDA, Thailand Retail Foods, 2022.07.06.
2. KATI, 2022년 태국 국가 심층조사 보고서 2022.07.31.

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행일자 2022. 10

- 본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
- 본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는 aT 한국농수산물유통공사로 연락 하여 주시기 바랍니다.