



No. 2022-280
품목 식물(Plants)
HS CODE 0602.90
국가 베트남(Vietnam)



CONTENTS

I

시장 규모 및 전망

3

1. 시장 규모
2. 수출입 통계

II

트렌드

9

1. 소비 트렌드
2. 빅데이터 분석

III

유통

14

1. 유통구조
2. 주요 유통채널 분석

IV

통관 및 제도

27

1. 통관 및 검역

V

시사점

35

1. 수출 확대 방안

I

시장 규모 및 전망



01 시장 규모

원예 시장 규모

2022년 베트남의 원예 시장(잔디 시장 포함) 규모는 전년 대비 5.2% 감소한 134만 달러를 기록함. 2021-2022년 감소세를 제외하고는 최근 5년간(2018-2022년) 연평균 성장률 2.6%를 기록하며 지속 성장함

- 2023년에는 전년 대비 13.1% 성장할 것으로 전망되며, 2024년 이후에도 지속 성장하여 2027년 약 197만 달러 규모를 기록할 것으로 전망됨
- 코로나19의 영향에도 불구하고 원예 시장을 포괄하는 DIY(Do It Yourself) 시장은 성장세를 기록함. 이는 코로나19 이후 소비자들이 집에 머무는 시간이 증가함에 따라 실내 환경을 개선하면서 수요가 증가한 것으로 분석됨
- 특히 기존의 여행 또는 외식 등의 소비를 줄이고 가정 실내 환경을 개선하는 데 더 많은 지출을 하면서 원예 시장 규모도 2020년과 2021년 각각 전년 대비 4.4%, 5.0% 증가함



그림 1

원예 시장 규모 추이(2018-2027년)

(단위: 백만 달러, %)



자료: Statista

02 수출입 통계

조사 대상 품목의 HS CODE

조사 대상 품목의 HS CODE는 다음과 같음

HS CODE 0602

- 살아 있는 수목과 그 밖의 식물, 인경(鱗莖)·뿌리와 이와 유사한 물품, 절화(切花)와 장식용 잎 중 그 밖의 살아 있는 식물(뿌리를 포함한다)·꺾꽂이용 가지·접붙임용 가지, 버섯의 종균(種菌)

HS CODE 0602.90

- 기타

HS CODE 0602.90.1090

- 기타

국가별 HS CODE

- 글로벌: 0602.90
- 베트남: 0602.90
- 한국: 0602.90.1090

글로벌 수목 등 식물 수입 규모

글로벌 수목 등 식물(HS CODE 0602.90) 수입 규모는 2021년 89억 7,496만 달러를 기록하였으며, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 8.6%를 기록함

- 최대 수입국은 독일로 2021년 전체 수입 규모의 17.5%를 차지하였으며, 최근 5년간 연평균 성장률은 7.2%를 기록함
- 이어서 네덜란드(12.0%), 프랑스(9.3%), 미국(7.6%), 영국(6.0%) 순을 기록함

베트남은 2021년 약 4,467만 달러를 수입하여 전체 수입 규모의 0.5%를 차지하였으며, 전체 수입국 중 27위를 기록함. 최근 5년간 연평균 성장률은 6.9%를 기록함



표 2

글로벌 수목 등 식물 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	6,445,354	7,106,211	6,988,174	7,458,257	8,974,967	8.6
1 독일	1,187,603	1,296,241	1,285,548	1,350,435	1,566,312	7.2
2 네덜란드	758,167	840,993	802,173	888,069	1,080,730	9.3
3 프랑스	587,777	636,011	647,273	633,306	830,386	9.0
4 미국	386,878	423,077	458,901	487,047	678,575	15.1
5 영국	398,464	471,340	457,359	533,157	537,881	7.8
27 베트남	34,207	45,131	43,228	47,967	44,677	6.9
기타	3,031,609	3,329,541	3,228,448	3,453,767	4,159,324	8.2

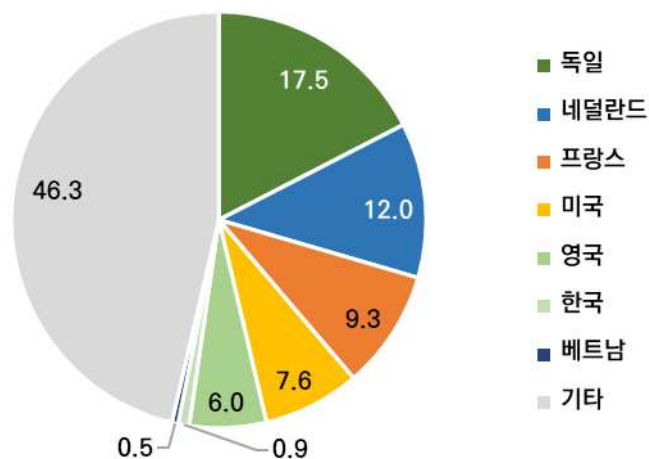
자료: ITC World Trademap



그림 3

글로벌 수목 등 식물 국가별 수입 비중 현황(2021년)

(단위: %)



자료: ITC World Trademap

베트남 수목 등 식물 수입 규모

2021년 베트남의 수목 등 식물(HS CODE 0602.90) 수입 규모는 대만만 수입액이 1,654만 2,000달러를 기록하여 전체 수입 규모의 37.0%를 차지함

- 이어서 중국(34.6%), 일본(21.7%), 태국(4.3%), 네덜란드(1.7%) 순으로 높게 나타남

2021년 대한민국 수입 규모는 6만 2,000달러로 전체 수입 규모의 0.1%를 차지하였으며, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 180.6%를 기록함



표 4

베트남 수목 등 식물 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	34,207	45,131	43,228	47,967	44,677	6.9
1 대만	20,944	25,449	22,731	21,898	16,542	-5.7
2 중국	4,437	9,312	9,615	16,135	15,455	36.6
3 일본	3,499	5,398	6,942	7,276	9,682	29.0
4 태국	3,294	4,028	2,715	1,415	1,923	-12.6
5 네덜란드	579	861	1,018	829	772	7.5
7 한국	0	0	1	98	62	180.6
기타	1,454	83	206	316	241	-36.2

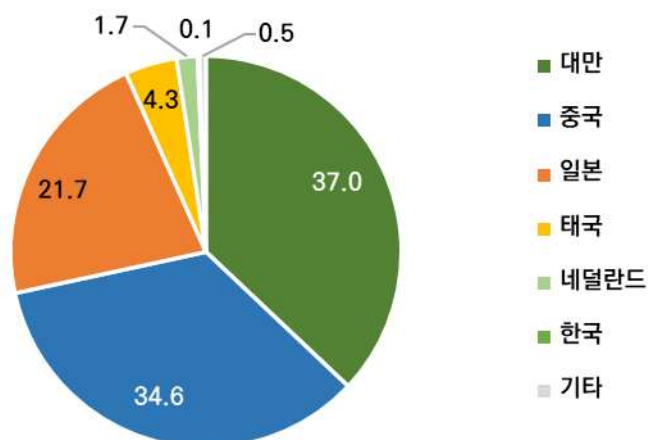
자료: ITC World Trademap



그림 5

베트남 수목 등 식물 국가별 수입 비중 현황(2021년)

(단위: %)



자료: ITC World Trademap

한국 수목 등 식물 수출 규모

한국의 수목 등 식물(HS CODE 0602.90.1090) 수출액은 2021년 1,114만 5,000달러를 기록함. 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 1.8%를 기록함

- 수출량은 최근 5년간 연평균 3.9% 감소하여 2021년 1,318톤을 기록함

2021년 베트남 수목 등 식물 수출액은 1,000달러, 수출량은 5톤을 기록함

- 최근 5년간 수출액은 등락을 반복하였으며 연평균 성장률 -75.7%를 기록함

- 수출량은 최근 5년간 연평균 성장률 -55.1%를 기록함



표 6

한국의 對글로벌 및 對베트남 식물 수출 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, 톤, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
對 글로벌	수출액 (YoY)	10,390	9,095	8,655	8,938	11,145	1.8
		-10.5	-12.5	-4.8	3.3	24.7	-
	수출량 (YoY)	1,544	1,764	2,820	1,960	1,318	-3.9
		5.0	14.2	59.9	-30.5	-32.8	-
對 베트남	수출액 (YoY)	287	53	1	160	1	-75.7
		-48.3	-81.5	-98.1	15,900.0	-99.4	-
	수출량 (YoY)	123	39	2	224	5	-55.1
		20.6	-68.3	-94.9	11,100.0	-97.8	-

자료: ITC World Trademap

II

트렌드



01 소비 트렌드

원예 산업 및 시장 트렌드

Statista의 소비자 조사에 따르면, 최근 베트남의 30-39세의 젊은 소비자들 사이에서 원예(planting and gardening) 문화가 확산되고 있음

- 이 중 51%가 여성이며, 63% 이상이 대학 학사 이상의 학력을 보유하고 있음
- 특히 원예에 적극적인 소비자의 35%가 중위 소득층이며, 43%는 다세대 가구(보호자와 자녀가 같이 사는 가구)임
- 또한, 원예 문화에 관심이 많은 응답자의 29%가 500만 인구 이상의 대도시에서 거주함

최근 베트남의 원예 산업은 5,000ha 이상의 재배면적, 적합한 기후환경과 내수 및 해외투자의 증가와 함께 성장세를 보이고 있음

- 베트남의 경우 가족 농장이 많은 편으로, 기업 소유주와 재배자가 일치함으로써 노동력 부족 문제로부터 상대적으로 자유롭다는 특징이 있음

베트남 정부는 원예사업 진흥을 위한 신기술 개발 지원을 2018년 약 100조 동(약 556억 6,000만원)을 투입함

- 베트남 정부는 기존의 전통적인 노지 경작에서 비닐하우스 기술을 도입한 보호형 경작, 정확하고 자동화된 관개용수 공급, 수확 시스템의 전자화를 확대하고 있음

2018년부터 매년 정부 주관으로 '베트남 원예 화훼 생산 처리기술 세계박람회(International Exhibition & Conference for Horticultural and Floricultural Production and Processing Technology in Vietnam, Hortex Vietnam)'가 호치민시에서 개최되고 있음

- 2023년 행사는 3월 1-3일 사이공 전시 컨벤션 센터(Saigon Exhibition and Convention Center, SECC)에서 개최됨

수입 절화가 베트남산 절화보다 꽃잎이 크고 색이 선명하다는 평가를 받고 있음. 분재 및 수목의 경우, 베트남의 부동산 개발 및 별장 건축 수요 증가와 함께 고급 품목에 대한 수입이 늘어나고 있음. 특히, 택지 및 건물에 부가가치가 높은 고급 수목을 정원에 심어 부동산 가치를 높이는 투기 목적으로 거래가 이루어지는 경향이 있음. 이 외에도 기본적으로 자연과 식물을 좋아하는 국민성으로 수목 거래가 지속해서 이루어지고 있음. 주요 수입국은 대만, 중국, 일본이며 한국에서도 일부 수입하고 있음

02 빅데이터 분석

빅데이터 분석

1. 개요

베트남 내 웹트래픽 수가 높은 Lazada에서 실내화분에 대한 분석을 진행함

- 분석의 단계는 데이터 수집, 데이터 정제, 데이터 분석 순임
- 수집 항목은 제품 소개란(성분, 홍보 문구), 소비자 반응(리뷰)이며 총 수집 건수는 제품 29건, 소비자 반응 755건임

2. 제품 특성 주요 키워드 추출

실내화분 제품 소개 출현 단어빈도는 '토양' 39건, '다육' 32건, '선물' 12건 순임. 그 뒤로 '물을 주다', '기르다', '선인장', '장식', '사무실', '집', '비료'가 출현함

토양에 대한 언급이 가장 높았으며, 다육이를 기르기 위해 필요한 도구로 언급하는 빈도수가 높았음. 사무실 또는 집 장식용품으로써 선물하는 것을 알 수 있음.



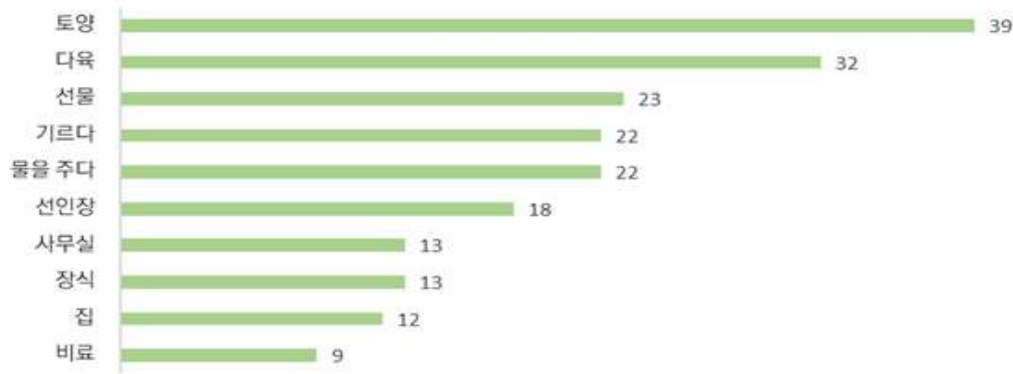
표 7

제품 특성 출현 단어 빈도

순위	출현 단어	출현 빈도
1	토양	39
2	다육	32
3	선물	23
4	물을 주다	22
5	기르다	22
6	선인장	18
7	장식	13
8	사무실	13
9	집	12
10	비료	9



그림 8 제품 특성 출현단어 빈도



3. 동시출현단어 분석

동시출현단어 빈도는 아래 같으며 가장 자주 나타난 키워드는 집, 그 뒤로는 회사, 구입처, 사진, 계절적, 신선한, 환불, 지름, 다육이 등이 도출됨. 실내화분 제품을 기르는 장소에 관한 언급이 가장 높았으며, 다육이 관련된 단어들이 많이 도출됨.



표 9 제품 특성 연관단어 출현빈도

순위	연관단어	빈도
1	집	7
2	회사	7
3	구입	5
4	사진	5
5	계절적	5
6	신선한	5
7	환불	5
8	지름	4
9	다육이	3
10	수집	3

4. 리뷰 출현 단어 분석

소비자들의 리뷰에서는 길들임에 대한 언급이 가장 높았음. 화분 보다 다육이를 기르는 것에 대한 언급이 많았음. 화분에 관한 언급은 배수구멍 언급이 가장 높음.



표 10

소비자 반응 연관단어 키워드 빈도

순위	연관단어	빈도
1	길들임	20
2	다양한 품종	12
3	토양	10
4	고객 만족	10
5	선물	7
6	배수구멍	5
7	크기	5
8	다육이	5
9	품질이 좋은.	4
10	집	3

III

유통



01

유통구조

전통 원예 시장

베트남 현지에서 생산된 절화와 수입된 절화의 대부분이 호치민시 Ho Thi Ky 시장, Hau Giang 시장과 하노이 시 Quang Ba 시장, Ta Tu 시장, Mai Dich 시장에서 유통됨. 절화 외에 분재 수입도 증가하는 추세이며, 한국의 절화 및 분재 역시 이 시장들에서 유통되고 있음

1. 호치민시

1) Ho Thi Ky 시장

호치민시에서 가장 유명한 꽃시장으로, 주로 밤 11시부터 다음 날 새벽 6시까지 영업함. 대부분 남부의 달랏과 메콩델타 지역에서 생산된 화훼가 유통되며, 다른 시장에서 판매되지 않는 해바라기, 라벤더, 팬지, 연, 철쭉 등도 구입이 가능함. 그 외, 백합, 장미, 국화, 난 등 일반적인 화훼도 많이 판매됨

2) Dam Sen 시장

장미, 국화, 난 등 일반적 화훼뿐만 아니라 튜립, 꽃도라지, 수선 등의 진귀한 화훼 등 다양한 품종이 판매됨. 베트남 북부와 남서부에서 조달되는 화훼와 프랑스, 네덜란드, 중국 등에서 수입된 화훼가 판매됨. 매일 40톤의 화훼가 거래되며 기념일 등에는 그 수량이 약 100톤에 이름. 밤 12시부터 다음 날 아침 7시까지 영업함

3) Hau Giang 시장

새벽 2시까지 영업을 하며, 달랏과 메콩델타 지역의 장미, 국화 등을 판매함. 거래되는 화훼는 모두 정가이며, 가격 교섭이 가능하지 않음

2. 하노이시

1) Quang Ba 시장

하노이시 중심부에 있으며, Tay Tuu성, Dong Anh성, Gia Lam성, Phuc Yen성 등 하노이 근교 지역의 화훼와 사파 및 달랏 등의 고원지대의 화훼, 중국 등에서 수입된 화훼들이 거래됨. 새벽 2~4시에 걸쳐 각 지역 소매점으로 화훼를 보내고, 4시 이후부터 일반 소비자들을 대상으로 소매 판매도 이루어짐. 특히 베트남산과 수입산이 구분되어 진열되어 있음

2) Tay Tuu 시장

하노이 중심부에서 20km 정도 떨어진 곳에 위치해 있음. 주로 화훼 생산자가 국내 판매 또는 수출용으로 유통하는 시장임. 백합이 가장 유명하며 그 외, 국화, 장미, 카네이션 등이 심야에서 새벽 3시까지 도매 및 소매업자를 대상으로 판매됨. 새벽 3시 이후에는 판매하고 남은 화훼를 시내 중심부로 옮겨 다시 판매함. 비교적 저렴한 가격에 거래된다는 장점이 있음

3) Mai Dich 시장

하노이 중심부에 있으며 밤 12시부터 새벽 5시까지 영업함. 규모는 Quang Ba 시장보다 조금 작지만 화훼 종류가 상당히 다양한 편임. 주로 하노이 근교 지역과 달랏 등에서 출하되는 화훼를 판매함. 도매시장이기 때문에 가격은 소매점 판매 가격의 1/5 정도임

기타 설 명절(구정) 시기에는 임시 화훼시장이 다수 열림. 대표적인 예로, 매년 신년에 열리는 Lac Long Quan 시장에서는 종일 동안 베트남 메콩델타, 달랏, 사파의 화훼와 해외에서 수입된 화훼들이 판매됨. 또한, 하노이 시의 옛 거리 중심지에는 Hang Luoc 시장이 열림

02 주요 유통채널 분석

주요 오프라인 유통채널

1. 백화점

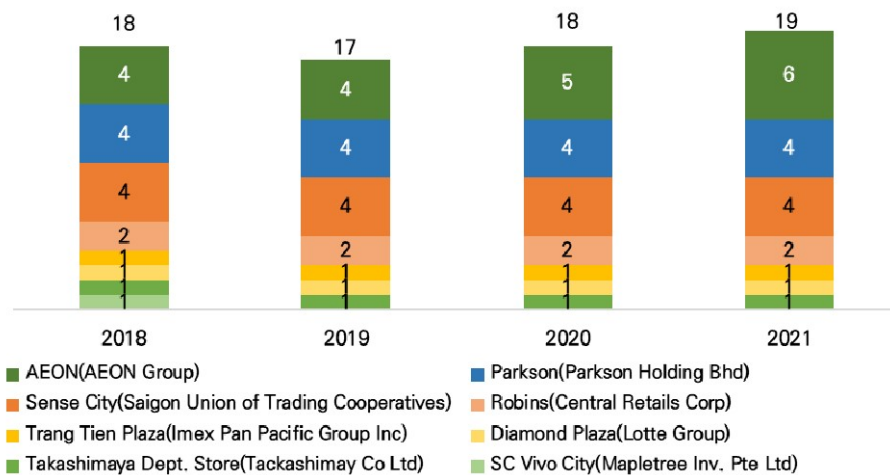
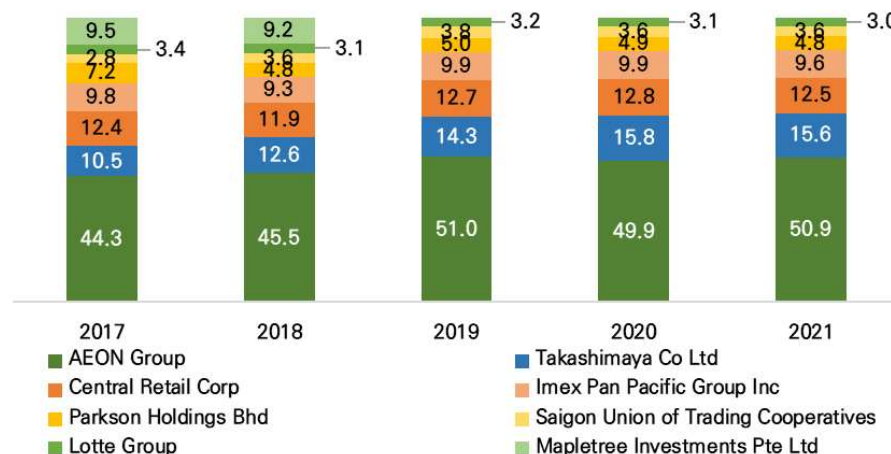
코로나19로 인한 정부의 봉쇄 조치 이후 백화점에서의 소비가 제한됨. 그러나, 2023년 말경에 코로나19 이전의 매출을 회복할 것으로 예상됨. 베트남의 대표 백화점 기업인 AEON은 다른 기업과 달리 자사의 하이퍼마켓과 연계함으로써 코로나19에도 불구하고 업계에서 우위를 유지함



그림 11

백화점 매출액 기준 점유율 현황(2017-2021년)(상) 및 기업별 백화점 브랜드 수 추이(2018-2021년)(하)

(단위: %, 개)



자료: Euromonitor International

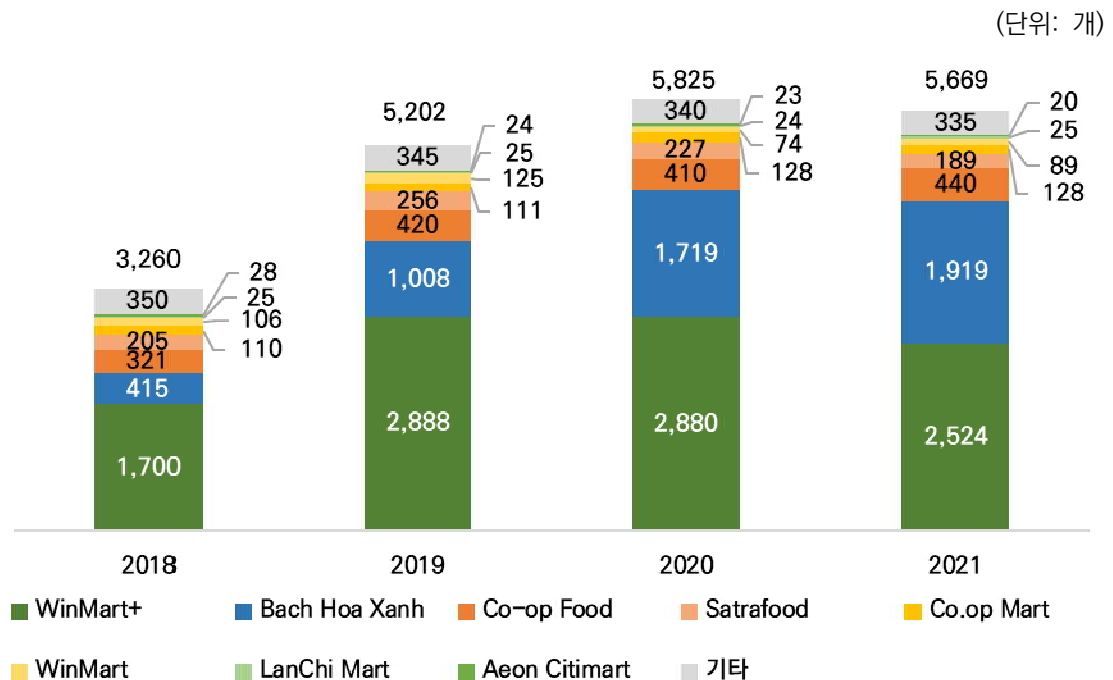
2. 슈퍼마켓

코로나19로 호치민시와 20여 개 시도가 방역 봉쇄에 들어감에 따라 전통적 지역 식료품점들이 급격하게 폐업하면서, 슈퍼마켓 업체들은 2021년 유례 없는 성장세를 기록함

특히 Bach Hoa Xanh과 같은 슈퍼마켓 업체는 전자상거래 네트워크를 구축 및 확대하여 2020년 전국 점포 수가 1,008개에서 1,719개로 늘어남. 2021년 Bach Hoa Xanh은 베트남의 메신저 플랫폼인 Zalo의 그룹 채팅을 개설하여 소비자들이 위치한 곳에서 가까운 매장을 연결하는 방식으로 유통 수요에 대응함

마산 그룹 자회사인 VinMart(대형마트) 및 VinMart+(슈퍼마켓)는 브랜드명을 WinMart와 WinMart+로 변경하여 서비스의 질을 향상하고 젊은 소비자들을 공략함으로써 기존의 소비층을 확대하는 방식으로 경영방식을 선회함

 그림 12 슈퍼마켓 점포 수 추이(2018-2021년)



자료: Euromonitor International

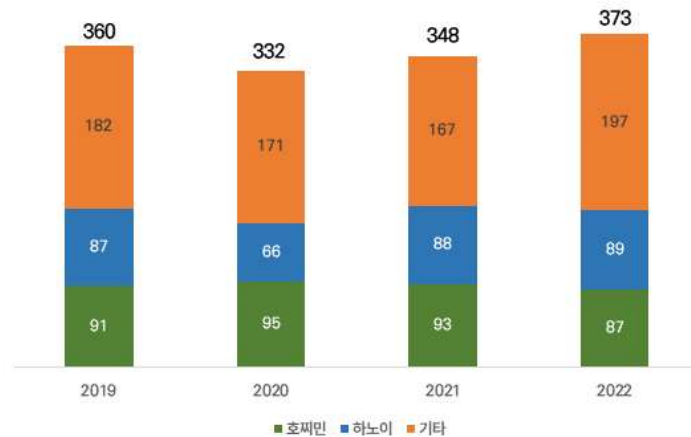
3. 대형마트 및 하이퍼마켓

베트남의 대형마트 점포 수는 코로나19의 영향으로 2019년 360개에서 2020년 332개로 감소함. 그러나 이후 2021년 348개, 2022년 373개로 매장이 다시 확장되며 회복세를 보임



그림 13 지역별 대형마트 점포 수 추이(2019-2022년)

(단위: 개)



자료: Q&Me

베트남 대형마트 시장은 2022년 매장 수 기준 쿵마트(Co.op Mart)가 128개, 윈마트(WinMart)가 123개로 양강 구도를 구축하고 있음

- 이어서 사쿠코(Sakuko) 36개, 란치마트(Lanchi Mart) 24개, 이온 시티마트(Aeon Citimart) 20개, 탑스마켓(Tops Market) 15개 순으로 매장 수가 많음



표 14 지역별 대형마트 점포 수(2022년)

(단위: 개)

대형마트 명	호찌민시	하노이시	기타 지역	합계
Co.op Mart	43	6	79	128
WinMart	18	42	63	123
Sakuko	0	19	17	36
Lanchi Mart	0	10	14	24
AEON Citimart	16	2	2	20
Tops market	4	3	8	15
Fujimart	0	3	0	3
Emart	1	0	0	1
Satra Mart	1	0	0	1
합계	87	89	197	373

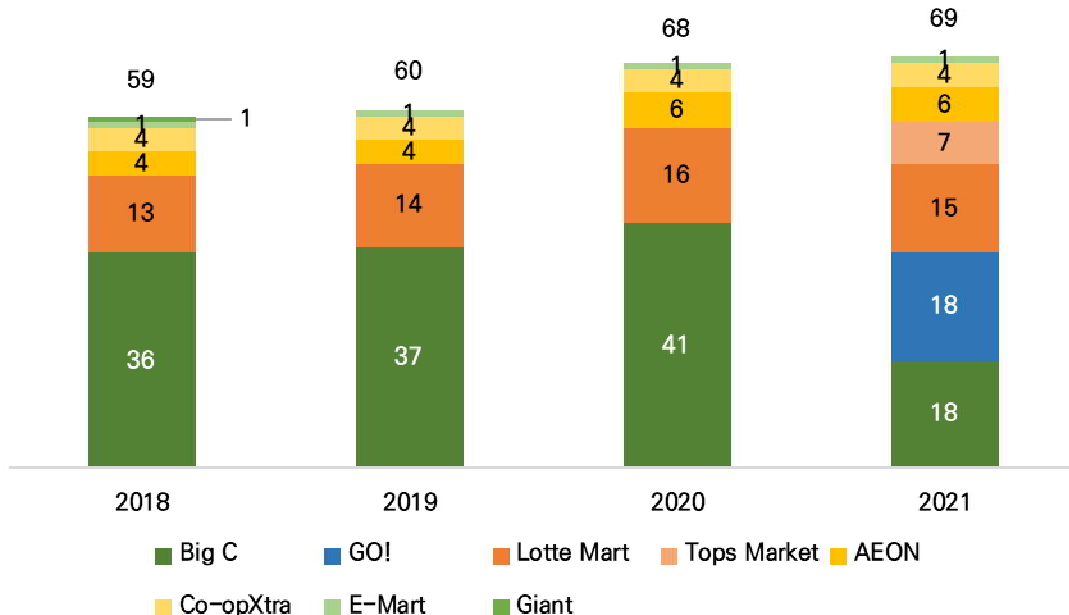
자료: Q&Me

하이퍼마켓 시장 역시 코로나19 이후 지역 식료품점들의 폐점으로 오히려 매출이 확대된 경향이 있음. 하지만 상대적으로 작은 용적이 필요한 슈퍼마켓 유통채널과 경쟁이 심해지고 있음

- 이에 대응하기 위해 기존 베트남 하이퍼마켓 시장을 선도해온 Central Retail Corp의 브랜드 Big C는 호치민시의 3개 점포 및 하노이의 4개 점포의 브랜드 이름을 Tops Market 으로 변경하고 다른 지역에는 GO!라는 새로운 브랜드를 런칭함
- 신세계의 E-Mart는 지분 100%를 현지의 THACO Group에 매각함
- 하이퍼마켓들은 고유 브랜드 상품을 런칭하거나, 일본 및 한국 상품 진열을 늘림으로써 상품 포트폴리오의 다양성을 확보하여 슈퍼마켓과 차별화하기 위해 노력함
- 또한, 음식 배달 서비스, Zalo 등의 소셜 네트워크 메신저를 통해 소비자들의 접근성을 높임

 그림 15 주요 하이퍼마켓 점포 수 추이(2018-2021년)

(단위: 개)



자료: Euromonitor International

4. 온라인 쇼핑물

2021년 4분기 기준, 베트남 내 트래픽 수 1위를 기록한 온라인 쇼핑물은 Shopee로 앱스토어 및 플레이스토어에서 모두 다운로드 횟수 1위를 차지함. Shopee의 2021년 4분기 웹 트래픽 수는 8,895만 6,700건에 달함

- 2위는 Lazada로 2021년 4분기 웹 트래픽 수 2,063만 3,300건을 기록하였으며, 3위는 베트남 현지 기업인 Tiki로 1,786만 6,700건을 기록함



표 16

베트남 주요 온라인몰 웹 트래픽 수(2021년 4분기)

(단위: 방문 횟수)

온라인 쇼핑물 명	웹 트래픽 수
Shopee VN	88,956,700
Lazada VN	20,633,300
Tiki	17,866,700
Sendo	4,946,700
Vat Gia	1,356,700
Fado.vn	820,800
Vo so	120,400

자료: iPrice Vietnam

하이퍼마켓

1. 탑스마켓(Tops Market)

		개요	- 기존 호치민 및 하노이의 다양한 Big C 점포들을 하나의 이름으로 통합함 - Central Retail Corp의 새로운 하이퍼마켓 브랜드 - 온라인 플랫폼(https://topsmarket.vn)을 통해 소비자가 위치한 지역과 입점 점포를 연결하여 제품 판매 - 입점 가능한 품목으로는 신선식품, 냉동식품, 주류, 음료류, 유제품, 일반 생활용품, 가전제품 등이 있음
유통채널명	Tops Market		
연락처	+84-190-02-602		본사 소재지 163 Phan Dang Luu Street, Ward 1, Phu Nhuan District, Ho Chi Minh City
홈페이지	https://brand.topsmarket.vn	매출액	약 864억 달러(2021년)
입점 절차			
1) 이메일을 통한 등록 - 회사소개서 및 카탈로그를 공개 메일로 송부			
2) 문의사항 연락처 - 이메일: crv.topsmarket.support@vn.centralretail.com - 전화: +84-190-02-602			

2. 콥엑스트라(Co.opXtra)

		개요	- 베트남 국영자본(Saigon Union of Trade Cooperative)으로 운영되는 협동조합 형태의 소매점 - 온라인 플랫폼(https://cooponline.vn)을 통해 소비자가 위치한 지역과 입점 점포를 연결하여 제품을 판매 - 입점 가능한 품목으로는 신선식품, 냉동식품, 주류, 음료류, 유제품, 일반 생활용품, 가전제품 등이 있음
유통채널명	Co.op mart		
연락처	+84-1900-5555-68		
홈페이지	https://coopxtra.net	본사 소재지	131 Đ. Điện Biên Phủ, Phường 15, Bình Thạnh, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
		매출액	약 114억 달러(2021년)
입점 절차			
1) 이메일을 통한 등록 - 회사소개서 및 카탈로그를 공개 메일로 송부 2) 등록 시 필요한 정보 - 공급자 정보(공급자 신상, 사업자등록증, 주소, 연락처, 이메일 주소 등) - 공급자 비즈니스 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가 등) - 공급자 은행 계좌 정보(은행 계좌번호, 계좌 유형 등) - 참고자료(샘플, 카탈로그, 회사 소개서) 3) 문의사항 연락처 - 이메일: phongptt@saigonco-op.com.vn - 전화: +84-1900-5555-68			

2. 티키(Tiki)

		개요	- 온라인 서점에서 시작하여 일반 전자상거래 플랫폼으로 확장하여 사업 전개 - 징동닷컴(JD.com)이 2017년 티키에 투자하여 지분 보유 - 우수한 서비스로 젊은 소비자에게 인기가 높음 - 전자제품, 휴대폰, 식품, 화장품 등 다양한 제품 판매
유통채널명	Tiki		
연락처	+84-1900-6035	본사 소재지	Tòa nhà Viettel, Số 285, đường Cách Mạng Tháng 8, phường 12, quận 10, Thành phố Hồ Chí Minh
홈페이지	www.tiki.vn	매출액 및 종업원 수	약 2억 달러(2019년) / 약 4,000명(2019년)
입점 절차			
1) 유선 연락 또는 이메일 통해 문의 - 입점 절차는 크게 가입 및 계약서 작성, 필요정보 등록, 홈페이지에 제품 등록, 3단계로 이루어짐 - 정책 및 규정 확인 후 안내된 절차에 따라 입점 문의 - Register Today 클릭하여 필요정보 기입 - 입점 후 Sales Center 이용하여 제품 설명 및 판매 가격 자유롭게 조정 가능 2) 등록 시 필요한 정보 - 공급자 정보: 담당자명, 연락처, 이메일 주소, 기업명, 사업자 등록번호 등 - 제품 정보: 브랜드 이름, 제품 이름, 판매 가격, 원산지 등 3) 문의사항 연락처 - 이메일: partnersupport@tiki.vn - 전화번호: +84-1900-6034			

3. 몬스테라 베트남(Monstera Vietnam)

		개요	- 2023년 1월 홈페이지를 개설하여 인스타그램 등을 통해 제품을 홍보 및 판매하고 있는 전문 온라인 쇼핑몰 - 몬스테라 외에도 각종 원예식물을 화분, 삽수의 형태로 판매하며, 접붙이 개량 식물도 판매하는 것으로 확인됨
유통채널명	Monstera Vietnam		
연락처	+84-0917-907-938	본사 소재지	-
홈페이지	https://monstervietnam.com	매출액 및 종업원 수	-
입점 절차			
1) 홈페이지에서 직접 판매자에게 메시지 및 메일을 통해 연락 2) 문의사항 연락처 - https://www.instagram.com/monstervietnam - +84-0917-907-938 - contact@monstervietnam.com			

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

수출신고 서류 준비

- ① 정식 수출신고:
목록통관절차 적용 대상 이외 물품의 수출
- ② 목록통관:
 - 개인용품, 무역통계에 반영되지 않는 물품 또는 관세 환급 대상이 아닌 물품으로 정식 통관절차를 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 간소한 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, 관세 환급 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 서류상 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

베트남 통관 절차

개요

- 베트남으로 물품을 수입하기 위해서는 수입계약서, 선하증권 혹은 항공운송장, 포장명세서, 상업송장을 반드시 준비해야 함. 일부 서류에 대해 원본 혹은 베트남어로 서류를 요청할 수 있기 때문에 베트남어로 된 서류 준비가 필요함
- 한-베트남 FTA 협정 세율을 적용받기 위해서는 원산지증명서를 필수적으로 구비해야 함
- 통관 진행 시 화물의 실제 상황과 서류상의 차이가 없도록 모든 서류는 정확히 작성해야 함
- 베트남 산업무역부(MOIT)는 식품 및 주류에 대해 국가 식품안전 검역 규정인 No. 28/2013/TT-BCT를 2013년 11월 제정함. 이에 따르면, 산업무역부에서 지정된 국가 검역 기관에서 수입 요건 인증서(Notification of foodstuff of satisfaction of import requirements)와 서류 검토 인증서(Notification of foodstuff only inspected dossier) 중 한 가지를 발급받아야 수입 통관이 가능함

수입 통관 절차도



수입 통관 절차

물품 도착 및 수입신고

- 수입 물품이 입항지에 도착한 후 수입자는 물품에 대하여, 상업적 계약에 의한 수입 여부, 재수출하기 위해 수입하는지 여부, 수출 물품 제조용 원재료의 수입 여부 등에 대해 수입 관련 증빙(구비) 서류를 첨부하여 입항지 세관에 신고해야 함
- 수입신고는 입항지 세관에 서류(Document) 제출 또는 e-Customs를 통한 전자 신고를 할 수 있으며, 제출 서류는 다음과 같음

〈사전 수입허가〉

- 베트남 농업부는 26/2016/TT-BNNPTNT에 따라 육류, 유제품, 수산물 수출업자에 대하여 제품 수입허가를 받도록 하고 있음
- 이에 따라 유제품의 수입자는 베트남 농업부 산하 수의국으로 대면, 우편, FAX의 방법을 활용하여 제출 및 허가를 신청해야 함
- 해당 허가 절차는 5일 정도 소요되며, 허가를 획득하게 되면 해당 허가서를 수입통관 시 수입 검역 신청을 위한 제반 서류로 활용함

- 수입신고서
- 수입계약서
- 상업송장(Commercial Invoice)
- 포장명세서(Packing List)
- 수입허가서(대상 물품의 경우)
- 라이선스(석유류)
- 원산지증명서(Certificate of Origin)
- 면세 허가(담배류)
- 기타 통관에 필요한 서류

세관
서류 심사

수입 물품의 위험도에 따라 Green Channel(저위험), Yellow Channel(중위험), Red Channel(고위험) 3가지 중 한 가지로 구분

구분		심사 절차	
Green		- 전산 신고만으로 신고 수리 가능 - 세관 서류심사 및 물품 검사 면제	
Yellow	E-Yellow	- 전자서류를 세관에 제출	전산/서류 검사
	Paper-Yellow	- 종이 서류를 세관에 제출	
Red		- 종이 서류 제출 및 세관 물품 검사 - 물품 검사는 다음과 같음 ① 전수검사 대상 ② 무작위로 수입 물품 수량의 10% 검사 대상(위법 사실이 발견되는 경우, 위법 사항을 확인하는 데 필요한 범위 내로 검사 확대) ③ 무작위로 수입 물품 수량의 5% 검사(위법 사실이 발견되는 경우, 위법 사항을 확인하는 데 필요한 범위 내로 검사 확대)	

식품안전 · 위생
및 품질검사

① 개요

- 수입식품 통관 시에는 사전에 등록된 식품과 실물의 일치 여부를 물품 검역 시 확인하고 해당 결과에 따라 통관이 결정됨
- 시행령 No.38/2012/ND-CP 제14조에 따라 원칙적으로 수입되는 모든 식품, 식자재, 식품 첨가물, 식품 가공보조제, 식품 포장용구, 식품 포장재, 식품 용기는 검사의 대상. 다만, 개인이 휴대하는 관세 면제 범위 내의 자가소비용 식품, 외교관·영사관의 수하물에 포함된 식품, 일시적으로 수입되는 식품(전시회 참가), 보세창고에 보관되는 식품, 시험용·연구용 식품은 검사 대상에서 제외

② 수출검역증명서 준비

- 수출기업은 사전에 한국 식품의약품안전처에서 발급하는 수출검역증명서를 준비해야 함(시행령 No.23/2007/QD-BYT)

③ 대상 품목

- 수입되는 가공식품 중 해당 13개 품목은 통관 시 검역이 필요하며, 상품 도착 5일 전까지 검역 등록을 진행해야 함

〈검역 등록 대상 품목군〉

- | | |
|----------------------------|------------------|
| - 고기, 어류의 조제품 | - 야채, 과일로 만든 조제품 |
| - 동물성, 식물성 유지 | - 조미료 |
| - 우유 및 각종 유제품 | - 음료, 알콜 음료, 식초 |
| - 설탕 및 각종 설탕과자 | - 식품 포장재 |
| - 카카오, 카카오 성분을 포함한 각종 조제품 | - 기능성 식품, 건강보호식품 |
| - 곡물, 전분, 우유 조제품, 베이커리 조제품 | - 식품 첨가물 |
| - 커피, 차, 후추 | |

식품안전 ·
위생 및
품질검사

④ 제출 서류

베트남 보건부에 다음과 같은 서류를 제출하면 검사 기관은 서류 심사 후 검사 예정 방법을 확인하고 검사 일정을 통지함

- 수입식품 검사신청서
- 식품안전 규정 부합 공포 인증서 또는 이에 준하는 서류
- 간소화 검사 방식의 적용을 허가하는 보건부 식품안전국의 통보(있는 경우에 한함)
- 물품의 품질에 관하여 책임이 있는 상인이 해당 권리를 식품을 수입하는 개인, 단체에게 위임하는 서류(있는 경우에 한함)
- 포장명세서 사본
- 화주의 확인 및 증명에 필요한 선하 증권, 상업 송장 사본

⑤ 검사

수입 제품의 종류, 규격, 포장, 라벨, 수량, 상태 등의 검사 실시, 샘플 분석 후 기초 기준과 베트남 기준(TCVN)을 비교 후 결과 통지

⑥ 검사 결과 조치

- 위생·안전 및 품질 요건을 충족한 수입식품의 경우 인증서가 세관 기관에 통보되고, 해당 요건을 충족하지 못한 수입식품은 베트남 식품관리국이 정하는 바에 따라 재처리, 폐기 또는 반송됨
- 베트남 식품관리국에서 재처리 승인을 받아 재처리한 식품은 재검사 후 검사 인증서를 발급받을 수 있음
- 수입 요건을 충족하지 못하는 물품에 대한 처분이 확정된 경우, 화주는 검사기관에 해당 처분의 이행을 증명하는 서류를 보낼 책임이 있음

성분 및
유해물질 확인

- ① 식품 첨가물
 - 베트남 보건부는 2019년 8월 식품에 사용 가능한 400가지의 첨가물 목록과 최대 사용량을 발표함. 베트남의 식품 첨가물 사용원칙 'Circular No.24/2019/TT-BYT' 제3장 제7조에 따라 식품 첨가물의 사용량은 최소화해야 하며, 각 첨가제의 최대 허용량을 초과하여서는 안 됨
 - 별첨1: 허용 식품 첨가물 품목
 - 별첨2A, 별첨2B: 식품 첨가물 최대 허용치(Maximum Level-ML)
- ② 유해물질
 - 베트남 보건부에서 공표한 「화학물질 및 미생물 오염제한 규정 (46/2007/QĐ-BYT)」 결정서를 근거로 특정 식품에 해당하는 금속, 미생물, 곰팡이 감염의 최대 허용치를 제한하고 있음
 - 미생물 오염에 대한 국가기술 기준(05/2012; QCVN 8-3:2011), 중금속 오염에 대한 국가기술기준(02/2011; QCVN 8-2:2011), 곰팡이 독소오염에 대한 국가기술기준(02/2011; QCVN 8-1:2012/BYT), 식품 속 동물성 의약품 최대 사용제한 규정(2013-24/TT-BYT), 식품의 생화학적 오염 최대기준치에 대한 규정(Part 8 of Decision 46/2007/QĐ-BYT)에서 최대 허용치를 제한함

관세 납부

- 관세 및 부가가치세를 납부하고 품목에 따라 추가적으로 특별 소비세를 납부함. 관세 납부 시기는 관세 당국에서 제시한 기준에 따라 반출 전·후 납부 대상으로 나뉨
- 반출 전 납부 대상은 물품이 정부 지정 소비재인 경우, 설립 연도가 1년이 되지 않은 기업, 1회 이상 범법 처벌 이력이 있거나 납부 유예 기간 중 범법 처벌 이력이 있는 업체로 지정함

물품 반출

- 물품은 통관절차가 완료된 후 통관됨
- 통관절차가 완료되었으나 세관 신고인이 규정 기한 내에 납부해야 할 세금을 미납한 경우, 신용보증기관이 미납한 세금에 대하여 보증하면 물품 통관이 가능함. 단, 통관일로부터 세금을 납부하는 날까지 조세관리법의 규정에 따른 지연 가산금을 부과하며, 최대 보증기한은 통관신고서를 등록한 날로부터 30일임
- 화주가 물품의 수출입 허가를 받았으나 세관으로부터 벌금 형태의 행정 위반처분을 받은 경우, 해당 화주는 해당 금액을 납부하거나 신용보증기관의 납부보증을 통해 물품을 통관시킬 수 있음
- 물품의 수출입 요건을 충족하기 위한 검사, 분석 및 감정이 필요한 경우 세관은 법률 규정에 따른 전문 검사기관의 검사, 분석, 감정 및 검사 면제 통보 등의 결과를 통하여 물품의 수출입 여부를 결정한 후 물품의 통관을 진행함
- 긴급 요청 서비스 물품, 안보·국방 서비스에 전용하는 물품, 특혜 또는 면제권이 있는 개인·기관 및 단체의 수하물, 외교·영사 행낭은 관세법 54/2014/QH13의 제50조, 제57조 규정에 따라 통관됨

V

시사점



01

수출 확대 방안

대도시 소비자들을 공략

최근 500만 이상의 대도시의 젊은 소비자들 사이에서 수목에 대한 소비가 늘어나고 있는 만큼 해당 소비자들에게 가깝게 다가갈 수 있는 유통채널을 이용할 필요가 있음. 특히 베트남은 소매 채널보다는 전통적인 화훼 및 수목 상품 시장이 발달한 만큼 우선적으로 대도시의 주요 시장에 납품할 수 있는 방안을 찾는 것이 중요할 것으로 판단됨

상품의 장점을 강조하는 마케팅

최근 베트남 부동산 시장이 발달하면서 해당 택지에 심어지는 수목의 가치가 부동산 가치를 높이는 데 영향을 끼친다는 인식 또한 확산되고 있음. 지원 기업 상품의 경우 햇빛이 강하고 습한 베트남의 기후 환경에서 잘 자라나는 특성이 있으며, 이국적이고 고급스러운 잎 모양으로 인기를 끄는 식물이므로 충분한 시장가치가 있는 것으로 판단됨. 특히 지원 기업의 상품의 종은 해당 상품만을 전문적으로 다루는 온라인 쇼핑몰(monsteravietnam.com)이 있을 만큼 코로나19 이후 확대된 가정 내 화훼 열풍을 선도하는 상품으로 판단됨. 따라서 지원 기업 제품만의 고급적 특징과 재배 방법에 대한 자세한 소개, 실내/외 연출 방법의 예시를 같이 홍보해주면 경쟁력이 있을 것으로 판단됨

유통·홍보 경로의 다변화, 기존 수입 절화와의 차별성 강조

코로나19 이후 베트남 소비자들은 집에 머무르면서 가정의 환경을 개선하는 방향으로 소비를 추구하는 경향이 강해짐. 또한 소비자들 사이 점차 다양한 식물에 관심을 두기 시작하면서, 이를 판매하는 유통 경로 역시 인스타그램 등 소셜 미디어로 확장됨. 따라서 다양한 소셜 미디어를 활용한 홍보 및 판매 방안을 고려할 필요가 있음

특히 2020년까지는 태국에서 난, 중국에서는 장미, 릴리안셔스, 일본에서는 작약, 라넡쿨러스, 달리아와 같은 화훼가 주로 수입되어왔음. 이는 기존의 베트남 원예 수입은 현 최대 교역국 대만을 포함하여 주로 종교적 목적을 위한 절화 중심이었다는 점을 시사함. 그러므로, 지원 기업의 몬스테라가 다른 수입 절화와는 다른 차별 성, 즉 위에서 언급한 젊은 대도시의 소비 트렌드에 적합하다는 점을 수입업자 및 소비자에게 어필한다면 수출 경쟁력이 있을 것으로 판단됨

참고문헌



V

시
사
점

□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. ITC
3. Statista
4. Q&Me
5. <https://www.lazada.vn>
6. <https://monsteravietnam.com>

□ 참고 자료

1. Euromonitor International, “Department stores in Vietnam”, 2022. 02
2. Euromonitor International, “Supermarket in Vietnam”, 2022. 02
3. Floral Daily, “Taiwan Floriculture Exports Association joins HorEx Vietnam”, 2017.12.04
4. Floral Daily, “HorEx Vietnam, a gateway to the Vietnamese market”, 2022.11
5. Monstera Vietnam, <https://monsteravietnam.com>, 2023.
6. Statista, “Target Group: Planting and gardening enthusiasts in Vietnam”, 2022.12
7. Vietnamese Investment Review, “Ample opportunities in Vietnamese horticulture industry”, 2018.03.17.
8. VNexpress. “Houseplant obsession: an expensive new hobby in Vietnam”, 2021.04.23
9. 월간원예, “베트남에서 전통 화훼 시장과 주요 수입국”, 2020.04.01
10. 한국농수산식품유통공사, “베트남 화훼시장 현황 조사
11. 핸드메이커, “‘한 뿌리에 수십, 수백만원?’ 몬스테라와 함께 떠오르는 식물 재테크”, 2022.01.13

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022.12

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