

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

---

No. 1810-15

품 목 : 버섯음료 (Mushroom Drink)

국 가 : 베트남 (Vietnam)

# Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	4
1. 수출환경 및 경제지표	6
2. 식품산업 현황	10
3. 수출입통계	15
II. 시장 트렌드	21
III. 통관 및 제도	25
1. 통관 및 검역	28
2. 인증정보	37
3. 라벨링	40
4. 위생규정	42
IV. 경쟁제품	44
1. 경쟁제품 선정기준 및 지표	45
2. 경쟁제품 분석	47
V. 경쟁사	54
1. 경쟁사 선정	55
2. 경쟁사 분석	56



VI. 유통채널 .....	59
1. 유통채널 개황 .....	60
2. 주요 유통채널 현황 및 분석 .....	64
참고문헌 .....	68



## I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품 산업현황
3. 수출입통계

## 개요

인도차이나 반도 중부에 위치하며 북쪽으로 중국, 서쪽으로 라오스 및 캄보디아와 국경을 접하고 동쪽은 바다를 면하고 있는 사회주의 공화국임

베트남 전쟁 후인 1975년부터 베트남공산당이 정권을 주도하고 있으며 1990년대의 경제자유화와 2007년 세계무역기구(WTO) 가입 이후 급격한 경제 성장을 경험하고 있음

1986년 대외개방을 표방한 도이머이(쇄신) 정책 도입 이후 시장경제체제로 전환하여 경제개혁을 추진하고 있음

북부지방은 여름이 긴 사계절의 아열대 기후이며, 남부지방은 건기와 우기가 뚜렷한 열대몬순 기후임

전통적인 농업국이었으나 제조업 부문이 경제성장을 견인하고 있으며, 특히 전자제품과 섬유·의류제품 수출 비중이 높음. 한편, 농업 부문에서는 쌀(세계 2위 수출국)과 커피를 주로 수출하고 있으며, 석유개발 성공 이후 원유도 수출하고 있음

동남아시아국가연합(ASEAN), 역내포괄적경제동반자협정(RCEP)<sup>1)</sup> 등을 통해 경제 통합에 적극 참여하고 있음.

외교적으로 중국과 남중국해(베트남 동해) 해상 영유권 분쟁을 둘러싸고 관계 악화 가능성이 잠재되어 있으며 미국과는 인권문제를 제외하면 전반적으로 관계가 개선되고 있음

## 주요 정보

- ▶ 국명: 베트남 사회주의 공화국  
(The Socialist Republic of Vietnam)
- ▶ 수도: 하노이
- ▶ 인구: 95.5백만 명
- ▶ 면적: 33.1만km<sup>2</sup> (한반도의 1.5배)
- ▶ 공식어: 베트남어
- ▶ 주요 도시: 하노이, 호치민, 하이퐁, 다낭, 껀터
- ▶ GDP: 2.152억 달러<sup>2)</sup>(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 2,253억 달러(2017)
- ▶ 경제성장률: 6.8%(2017)
- ▶ 화폐단위: 베트남 동(VND)
- ▶ 인터넷 사용률: 53%



자료: 「Country Insight Snapshot Vietnam October 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.10.15, UN data

- 1) 역내 포괄적 경제동반자협정: 아시아-태평양 지역을 하나의 자유무역지대로 통합하는 ASEAN+6 FTA
- 2) 본 보고서의 달러는 미 달러화를 기준으로 함

# 1. 수출환경 및 경제지표

## □ 국가 위험등급 및 전망<sup>3)</sup>

	등급	등급전망
	DB5a	개선

자료: 「Country Insight Snapshot Vietnam October 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.10.15

## □ 주요 전망

구분	세부내용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 저렴한 인건비, 풍부한 노동력, 지리적 위치, 정치적 안정으로 외국인 투자에 매력적</li> <li>- 소득수준 향상으로 중산층 인구가 늘어남에 따라 소비시장 확대 예상</li> <li>- 베트남 공산당 체제하 안정적 정권 유지 전망</li> </ul>
부정적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 정부 재정 적자로 인해 관리 필요성 증대</li> <li>- 국영기업의 높은 부채비율과 비효율적 행정구조 존재</li> <li>- 정부의 특별경제구역 3곳 지정 발표에 따라 수도 하노이에서 반중국 시위 발생</li> </ul>

자료: 「Country Insight Snapshot Vietnam October 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.10.15

「국가신용도 평가리포트」, 한국수출입은행, 2018.02

3) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정한 지표임. 대/내외 안보상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션율, 무역규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 '경제 및 상업환경', 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 '사회적/제도적 환경' 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨

□ 주요 거시경제 지표

- GDP 대비 경상수지 비율은 최근 3년간 등락을 보인 가운데, 2018년부터는 2% 수준으로 유지될 전망
- 부채상환비율<sup>4)</sup>은 4% 이하로 유지되고 있으나, 공공부채 비율은 높은 편임
  - 공공부채 규모는 2016년 GDP 대비 60.7%로 아시아 신흥개도국 평균(47%)에 비해 높은 편이며, 2017년에는 61.5%로 추정되는 등 정부 자체 상한선인 65%에 근접
  - 다만 부채상환비율은 수출 호조로 낮은 수준을 유지하고 있음
- 물가상승률은 상승 추세
- 경제성장률은 6% 이상으로 높은 성장세 유지 전망
  - 수출 호조와 함께 소비 증가 및 외국인투자 유입에 따라 6%대 경제성장률 지속 예상

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	0.5	4.1	3.1	2.3	2.2	2.4	2.6	2.6
재정수지/GDP	3.8	3.9	3.9	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8
물가상승률	0.6	2.7	3.5	4.0	4.0	4.5	4.5	4.0
경제성장률	6.7	6.2	6.8	6.5	6.5	6.0	6.0	6.0

자료: 「Country Insight Snapshot Vietnam October 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.10.15

「국가신용도 평가리포트」, 한국수출입은행, 2018.02

4) 부채상환비율(Debt Service Ratio, DSR): 해당 연도의 수출 대비 원금과 이자를 합친 부채를 백분율로 표시한 수치. 부채상환비율은 국가 한 국가의 부채 정도를 나타내는 지표로 쓰이며 부채상환비율 전망을 도출하기 위해 수출액에 대한 전망이 필요함

□ 무역통상 환경

- 동남아시아 및 중국·인도 시장 진출 교두보로서 입지적 가치 및 많은 인구수 보유
  - 2015년 12월 아세안경제공동체(AEC) 출범을 기점으로 아시아의 FTA 허브로서 국제무대 내 입지 강화
  - ASEAN뿐만 아니라 세계 최대 인구 대국인 중국과 인도를 연결하는 지정학적 위치로 주목받으며 차세대 ASEAN 경제 성장 견인
  - 세계 15위의 인구 국가로, ASEAN 회원국 가운데 인도네시아(2억 6천만 명, 세계 4위), 필리핀(약 1억 400만 명, 세계 13위) 다음으로 가장 많은 인구수 보유
- 제조업 중심의 수출지향적 경제로 글로벌 경기에 민감
  - 원·부자재와 중간재 수입 비중이 높아 국제 원자재 및 곡물 가격에 민감
- 정부 규제 완화 및 지역경제통합 정책에 따라 외국인직접투자(FDI) 증가 추세

FDI 유입액 추이(2013-2017년)

단위: 억 달러

구분	2013	2014	2015	2016	2017
FDI 유입액	89	92	118	126	129

- 인프라 및 복지비용 등 정부 지출 확대로 재정수지 적자 기조 유지
  - 경제 성장과 원유생산 등 세수 증가에도 불구하고 법인세 인하, 각종 인프라와 사회복지 부문 복지에 대한 재정지출 확대로 재정수지 적자
- 인프라와 부정부패, 관료주의에 따른 행정처리 비효율성
  - 국제투명성기구의 2016년 부패인식지수에서 베트남은 조사대상국 176개국 중 인도(79위), 중국(79위), 필리핀(101위) 보다 낮은 113위를 기록
  - 세계은행 Doing Business 2018년 보고서에 따르면 기업경영여건은 190개국 중 68위를 기록, 전년(82위) 대비 상승하였으나 여전히 행정처리 절차에 상당한 절차와 시간 소요
- 대도시에 구매력이 집중된 경제구조

- 인구 백만 명 이상의 대도시 인구는 2006년 9.1백만 명에서 2016년 13.6백만 명으로 증가
- 대도시 신흥 고소득층과 젊은 소비자들을 중심으로 고급제품 구매가 확산되고 있으며 중산층도 확대될 전망

○ 5개년(2016~2020년) 경제사회개발계획 추진

- 주요 목표는 2020년 1인당 GDP를 3,200~3,500달러, 도시화 비율 38~40%, 직업훈련을 받는 노동자 비율 65~67%, 의료보험가입 인구 비율 80%로 늘리는 것임

○ 중국과 대외 관계 악화 가능성

- 중국은 베트남의 제1위 교역국이나 1979년 중국-베트남 전쟁 등 역사적으로 중국과 잦은 분쟁을 겪었고 남중국해를 둘러싼 분쟁이 지속되고 있음
- 특히 2009년 해상 국경선 문제로 일부 해역에 대한 영유권 분쟁 심화, 2014년 분쟁 지역에 대한 석유탐사 개시에 따른 관계 악화 등 반중 정서 팽배

자료: 「국가신용도 평가리포트」, 한국수출입은행, 2018.02

□ 위험 및 기회 요소

구 분	세 부 내 용
위험 요소	<ul style="list-style-type: none"> <li>- GDP 대비 65%에 달하는 재정부채로 투자 불확실성 잔존</li> <li>- 대도시에 구매력이 집중된 경제 구조</li> <li>- 외국인 투자자에게 99년간 토지 임대를 허용하는 것을 골자로 한 신규 특별경제구역 3곳 건설 계획 발표에 따라 6월 초 수도 하노이에서 반중국 시위 확산</li> <li>- 남중국해 영유권 분쟁으로 대중관계 악화 가능성 잠재</li> <li>- 낮은 국영기업 운영 효율성 및 은행 시스템 비선진화</li> </ul>
기회 요소	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수출지향적 산업구조와 제조업 부문의 호조, 민간소비 증가와 FDI 유입에 따라 경제성장률 6% 이상 높은 수준 유지</li> <li>- 저렴한 노동력으로 외국인투자 활발</li> <li>- 경공업 위주 산업에서 자본 집약적 산업으로 탈바꿈 중</li> <li>- 동남아에서 가장 큰 원유 생산국</li> <li>- 생산가능 인구 비중이 높으며 경제활동인구 증가세</li> <li>- 구매력이 큰 25~54세 인구가 전체 인구의 약 46%를 차지</li> </ul>

자료: 「Country Insight Snapshot Vietnam October 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.10.15

「국가신용도 평가리포트」, 한국수출입은행, 2018.02

## 2. 식품산업 현황

### 1) 인스턴트 차(茶) 음료 시장 동향

#### □ 인스턴트 차 음료 시장규모 및 전망

- 인스턴트 차 음료(RTD Tea)<sup>5)</sup>란 소비자가 직접 우려내는 과정 없이 시간과 장소에 구애받지 않고 편리하게 음용할 수 있는 음료로(보통 설탕이 첨가됨) 병 또는 페트의 형태로 판매되는 제품을 의미
  - 베트남은 약 3,000년의 오랜 차 음용문화를 보유하고 있으며, 무더운 날씨로 인해 당분이 들어간 주스 소비량이 많음
  - 따라서 차와 주스를 결합한 차 음료가 높은 인기를 구가하는 중으로, 실제 차 음료는 베트남 음료 시장(특히 Soft Drinks)의 꾸준한 성장을 견인
- 버섯 음료는 베트남 음료 시장에서 비알콜성 음료 카테고리 내 인스턴트 차 음료류로 분류됨
  - 현지에서 유통되는 차 음료로는 성분에 따라 녹차(가당음료), 우롱차(가당음료), 허브차, 홍차(가당음료), 국화차 등의 제품이 있음
  - 베트남에서는 영지, 동충하초, 버섯추출물 등을 허브·전통적 재료로 분류하며, 각종 약용버섯의 추출물 분말 등을 차로 섭취
- 최근 중산층의 가파른 성장, 웰빙 문화의 확산, 음료 제조사들의 천연재료를 활용한 신제품 개발 및 마케팅에 대한 투자 확대 등에 따라 베트남 차 음료 시장의 규모는 최근 5년간(2013~2017년) 연평균 13.0%의 높은 성장세를 보임
- 2017년 기준 베트남의 차 음료 시장규모는 21조 990억 베트남 동(약 1조 138억원)이며, 2022년에는 36조 4,380억 베트남 동(약 1조 7,508억원)에 달할 전망<sup>6)</sup>
- 2018~2022년 베트남 차 음료 시장은 소비자의 건강음료에 대한 선호현상과 이에 부응하기 위한 다국적기업의 전략적인 시장 진출 확대에 따라 연평균 12.7%의 높은 성장률을 기록할 전망

5) RTD Tea: Ready-to-Drink Tea의 약자

6) 통화환산기준: 1베트남 동(VND)=0.05원(KRW)(KEB하나은행 고시기준, 2018.12.28)

표 1.3 차 음료 시장규모 변동 추이 및 전망(2013-2022(f))



자료: Euromonitor International

#### □ 인스턴트 차 음료 시장 경쟁현황

- 2017년 베트남의 5대 차 음료 브랜드의 제조사는 Tan Hiep Phat Group, JG Summit Holdings Inc, Suntory Holdings Ltd, Unilever Group이며, 각 브랜드의 시장점유율은 각각 29.1%(2개 브랜드), 19.5%, 14.8%, 3.5%로 로컬기업과 글로벌 기업 간 경쟁이 매우 치열
- 베트남 차 음료 시장에서는 자국 시장과 현지인의 취향에 대한 이해도가 높은 로컬 기업 Tan Hiep Phat Group이 업계 선두를 유지
  - 2016년 Tan Hiep Phat Group은 식품안전 관련 스캔들에 휘말리면서 베트남 음료 시장 전체 매출에 큰 타격을 입혔으나, 이듬해부터 현지인의 취향을 반영한 신제품 개발과 광고에 대한 막대한 투자를 통해 원래의 명성을 회복하는 중
  - 베트남 최초의 차 음료인 녹차 가당음료가 2017년 차 음료 시장 매출규모의 절반 이상을 차지하였으며, Tan Hiep Phat Group의 Zero Degree Green Tea 역시 꾸준한 인기를 유지
- 일본계 기업인 Suntory Holdings Ltd의 경우 차 음료뿐만 아니라 생수, 탄산음료, 스포츠음료 등 현지 음료 시장 전 분야에서 강세를 보임

- 소비자들이 과거에 비해 식품안전과 품질에 보다 많은 관심을 기울이면서 엄격한 제조 공정 기준을 보유하고 있는 선토리 등의 유명 글로벌 브랜드에 유리한 시장 환경이 조성되고 있음
- 대표 브랜드인 우롱차 가당음료는 출시 후 매출액이 급격히 상승하며 녹차 가당음료의 대체품으로 부상
- o 외국인직접투자를 촉진하는 개방정책을 시행함에 따라 보다 많은 글로벌 기업의 베트남 음료 시장 진출이 예상됨
  - 건강음료에 대한 수요 증가에 따라 글로벌 기업들은 맛과 영양성분 모두에 포커싱한 음료 제품을 개발·출시하고 있으며, 활발한 판촉 활동을 통해 베트남 음료 시장의 다양화 및 프리미엄화를 촉진하고 있음
- o 로컬기업들 역시 건강 지향적인 이미지 구축, 생산시설 및 공정에 대한 투명한 공개, 보건 당국의 인증 획득 등을 통해 제품에 대한 신뢰도를 높임

표 1.4 베트남 차 음료 브랜드별 시장점유율(2017년)

순위	회사명	국적	주요브랜드	시장점유율(%)
1	Tan Hiep Phat Group	베트남	Zero Degree Green Tea	25.3%
2	JG Summit Holdings Inc	필리핀	C2	19.5%
3	Suntory Holdings Ltd	일본	Suntory Oolong Tea	14.8%
4	Tan Hiep Phat Group	베트남	Dr Thanh	3.8%
5	Unilever Group	영국	Lipton	3.5%

자료: Euromonitor International

## 2) 버섯 활용 식품 현황

### □ 버섯 유통 현황

- 현재 베트남에서 유통되고 있는 버섯류(신선, 통조림)는 중국산, 일본산, 한국산, 태국산 등임
  - 2018년 기준 현지에서 소비되는 버섯의 80-90% 이상은 중국산. 그러나 중금속 등에 의한 오염 가능성에 대한 우려로 인해 더이상 중국산 농산물을 신뢰하지 않는 경향이 나타나고 있음
  - 식품 또는 의약품으로서의 버섯에 대한 수요가 급증하면서 버섯 전문 수입업체들이 등장. 그 중 Tu Phuong사는 일본으로부터 마이다케버섯을 수입하기 시작
  - 한편 한-아세안 FTA 체결로 인해 한국산 버섯은 가격 경쟁력을 확보하고 있는 것으로 평가되며, 실제로 한국의 對베트남 버섯 수출량도 증가 추세
- 베트남은 버섯 생산 측면의 성장잠재력이 매우 큰 국가
  - 베트남 농업농촌개발부(MARD)에 의하면, 2020년까지 베트남 버섯 생산량과 소비량은 연간 약 100만 톤에 달할 전망이며, 연간 약 4-5억 달러 규모의 수출을 추진할 계획
  - 베트남에서 버섯재배는 고부가가치 산업으로 농업인들에게 소득창출의 기회를 제공
  - 따라서 친환경 고품질 품종 재배 및 수출을 목표로 하는 로컬기업들이 생겨나고 있으며, 협동조합을 중심으로 연구협력이나 기후변화에 적응하기 위한 맞춤형 버섯재배실 설치에 대한 지원이 이루어짐

### □ 버섯 소비 형태 및 문화

- 현지에서는 면역체계 강화, 항암 효과, 노화방지 등 버섯의 약리학적 효과에 대한 관심과 인식이 높은 편
  - 특히 일본산 표고버섯과 송이버섯은 현지에서 각각 1kg당 800만 베트남 동(약 38만원)과 3,000만 베트남 동(약 145만원)으로 매우 고가임에도 불구하고 판매량이 많은 편
  - 그밖에 슈퍼마켓과 재래시장을 중심으로 초고버섯, 눈꽃버섯, 팽이버섯, 목이버섯,

- 느타리버섯 등의 다양한 품종이 신선, 건조, 소금에 절인 형태로 판매되고 있음
- 베트남 가정에서는 각종 채소를 곁들여 버섯을 직접 요리하기도 하며, 버섯 스프링롤이나 버섯-돼지고기 파이와 같이 포장된 인스턴트 제품도 소비
  - 특히 영지(베트남어: linh chi)의 경우 행운, 행복, 장수를 상징하여 선물용 또는 장식용 분재 화분을 제작하는 로컬기업도 있음

### 3. 수출입통계

수출입통계 개요																		
❖ <b>버섯음료 관련 주요 수치</b>																		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• HS Code 2202.90 글로벌 수입 규모는 약 74억 달러(2017)</li> <li>• HS Code 2202.90 베트남 수입 규모는 약 5,943만 달러, 세계 26위(2017)</li> <li>• 베트남의 HS Code 2202.99.90 국가별 수입 규모를 살펴보면, 1위 한국, 2위 말레이시아(2017)</li> <li>• 한국의 HS Code 2202.99.9000 글로벌 수출량 및 수출액은 각각 약 26만 톤, 약 2억 2,379만 달러(2017)</li> </ul>																		
❖ <b>버섯음료 국가별 HS CODE</b>																		
국가	HS CODE	품명																
베트남	2202.99.90	감미료 첨가된 비알콜성 음료 기타																
한국	2202.99.9000	감미료 첨가된 비알콜성 음료 기타																
❖ <b>글로벌 HS CODE 2202.90 수입 규모(2017)</b>		❖ <b>글로벌 HS CODE 2202.90 수입 비중(2017)</b>																
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">수입국</th> <th style="text-align: center;">2017 금액(천 달러)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">글로벌</td> <td style="text-align: center;">7,445,176</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">1 미국</td> <td style="text-align: center;">893,383</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2 캐나다</td> <td style="text-align: center;">564,151</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3 영국</td> <td style="text-align: center;">562,980</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4 독일</td> <td style="text-align: center;">422,216</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5 중국</td> <td style="text-align: center;">329,821</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">26 베트남</td> <td style="text-align: center;">59,426</td> </tr> </tbody> </table>		수입국	2017 금액(천 달러)	글로벌	7,445,176	1 미국	893,383	2 캐나다	564,151	3 영국	562,980	4 독일	422,216	5 중국	329,821	26 베트남	59,426	<p style="text-align: center;">■ 미국 ■ 캐나다 ■ 영국 ■ 독일 ■ 중국 ■ 기타</p>
수입국	2017 금액(천 달러)																	
글로벌	7,445,176																	
1 미국	893,383																	
2 캐나다	564,151																	
3 영국	562,980																	
4 독일	422,216																	
5 중국	329,821																	
26 베트남	59,426																	
❖ <b>베트남 HS CODE 2202.99.90 국가별 수입 비중(2017)</b>		❖ <b>한국산 HS CODE 2202.99.9000 수출 규모(2017)</b>																
<p style="text-align: center;">■ 한국 ■ 말레이시아 ■ 태국 ■ 인도네시아 ■ 싱가포르 ■ 기타</p>		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">수입국</th> <th style="text-align: center;">2017 금액(천 달러)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">글로벌</td> <td style="text-align: center;">223,790</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">베트남</td> <td style="text-align: center;">19,078</td> </tr> </tbody> </table>	수입국	2017 금액(천 달러)	글로벌	223,790	베트남	19,078										
수입국	2017 금액(천 달러)																	
글로벌	223,790																	
베트남	19,078																	

# 1) 통계분석 기준 설정

## □ 통계분석 기준 설정

- 버섯음료의 시장성 판단을 위한 글로벌 수입 규모를 확인하기 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 2202.99(감미료 첨가한 비알콜성 음료 기타) 기준으로 통계 조사를 진행함
- 버섯음료의 베트남 수입 규모를 확인하기 위해 HS CODE 8자리 2202.99.90(감미료 첨가한 비알콜성 음료 기타) 기준으로 통계 조사를 진행함
- 버섯음료의 한국 수출 규모를 확인하기 위해 HS CODE 10자리 2202.99.9000(감미료 첨가한 비알콜성 음료 기타) 기준으로 통계 조사를 진행함

표 1.6 버섯음료 통계 기준 설정

조사항목	분류	HS CODE
글로벌 수입 규모 및 성장률	무역통계	HS Code 2202.99 기준
베트남 수입 규모 및 증감률		HS Code 2202.99.90 기준
한국 수출 규모 및 증감률		HS Code 2202.99.9000 기준

표 1.7 버섯음료 국가별 HS CODE

국가	HS CODE	품명(한글)	품명(원문)
베트남	2202	설탕이나 그 밖의 감미료·맛·향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함)과 알코올을 함유하지 않은 음료(제 2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외)	Nước, kể cả nước khoáng và nước có ga, đã pha thêm đường hoặc chất tạo ngọt khác hay hương liệu, và đồ uống không chứa cồn khác
	2202.99.90	기타	Loại khác
한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료·맛·향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함)과 알코올을 함유하지 않은 음료(제 2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외)	Waters, including mineral waters and aerated waters, containing added sugar or other sweetening matter or flavoured, and other non-alcoholic beverages
	2202.99.9000	기타	Other

출처: 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr)

표 1.8 HS CODE 검색 사이트

구분	사이트명	URL
HS CODE	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	세계 HS 정보시스템	www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po
	베트남 관세청	www.customs.gov.vn

## 2) 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 2202.99)

### □ 글로벌 수입통계

- 2017년 HS Code 2202.99(물, 과실·채소주스, 우유, 맥주를 제외한 비알콜성 음료)의 글로벌 수입 규모는 74억 4,518만 달러이며, 2017년 기준 최대 수입국인 미국의 수입규모는 약 8억 9,338만 달러임
  - 전 세계 공통인 6자리 HS Code 2202.99는 2017년 개정된 코드로서, 이에 따른 과거 데이터가 존재하지 않아 최근 5년간(2013~2017년)의 성장률 및 변동 추이는 파악되지 않음(HS Code 2202.90이 맥주가 포함된 코드인 2202.91과 맥주가 제외된 코드인 2202.99로 분리)
- 2017년 기준 베트남과 한국은 수입규모 26위와 35위를 기록했으며, 수입액은 각각 약 5,943만 달러, 약 4,906달러임. 이 또한 최근 관련 수치는 파악되지 않음

표 1.9 HS Code 2202.99 글로벌 수입 규모 추이(2013-2017년)

(단위: 천 US 달러, %)

수입국가	2013	2014	2015	2016	2017	평균성장률
글로벌	-	-	-	-	7,445,176	-
1 미국	-	-	-	-	893,383	-
2 캐나다	-	-	-	-	564,151	-
3 영국	-	-	-	-	562,980	-
4 독일	-	-	-	-	422,216	-
5 중국	-	-	-	-	329,821	-
6 캄보디아	-	-	-	-	287,734	-
7 프랑스	-	-	-	-	282,568	-
8 홍콩	-	-	-	-	236,663	-
26 베트남	-	-	-	-	59,426	-
35 한국	-	-	-	-	49,063	-

자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

- 2017년 HS Code 2202.99의 글로벌 수입시장을 국가별로 살펴보면, 1, 2위 수입국인 미국과 캐나다의 시장점유율은 각각 약 12.0%, 약 7.6%로 다변화된 시장구조를 나타냄
- 베트남과 한국의 물, 과일·채소주스, 우유, 맥주를 제외한 비알콜성 음료에 대한 수입시장 규모는 매우 작은 편이며, 글로벌 수입시장 점유율은 각각 약 0.8%, 약 0.7%를 기록

표 1.10 HS Code 2202.99 글로벌 수입 비중(2017년)



자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

### 3) 베트남 수입 통계(통계기준: HS CODE 2202.99.90)

#### □ 베트남 수입통계7)

- 2017년 베트남 물, 과일·채소주스, 우유, 맥주를 제외한 비알콜성 음료의 수입액은 약 5,943만 달러임
- 2017년 베트남 물, 과일·채소주스, 우유, 맥주를 제외한 비알콜성 음료의 1위 수입

7) 해당 품목의 베트남 HS CODE 8자리 2202.99.90에 대한 통계자료가 없어 글로벌 기준인 6자리 2202.99 기준으로 작성. HS CODE 2202.99의 범위는 물, 과일·채소주스, 우유, 맥주를 제외한 비알콜성 음료 기타 전체로, 버섯음료와 같은 건강음료뿐만 아니라 레모네이드, 콜라, 두유, 커피 기반의 음료, 인삼음료, 식혜 등을 모두 포함할 수 있어 유사 제품군 단독의 교역 규모는 훨씬 더 작을 수 있음

국은 한국이며, 수입액 약 2,000만 달러로 베트남 내에서 33.7%의 시장점유율을 차지

- 또한 베트남은 말레이시아, 태국, 인도네시아, 싱가포르 등으로부터 기타 비알콜성 음료를 수입하고 있으며 각각의 시장점유율은 27.8%, 21.4%, 5.5%, 3.2%임
- 한편, 실제 시장조사결과로는 일본, 미국, 필리핀계 제조업체가 베트남에 직접투자방식으로 생산한 브랜드가 높은 시장점유율을 보임

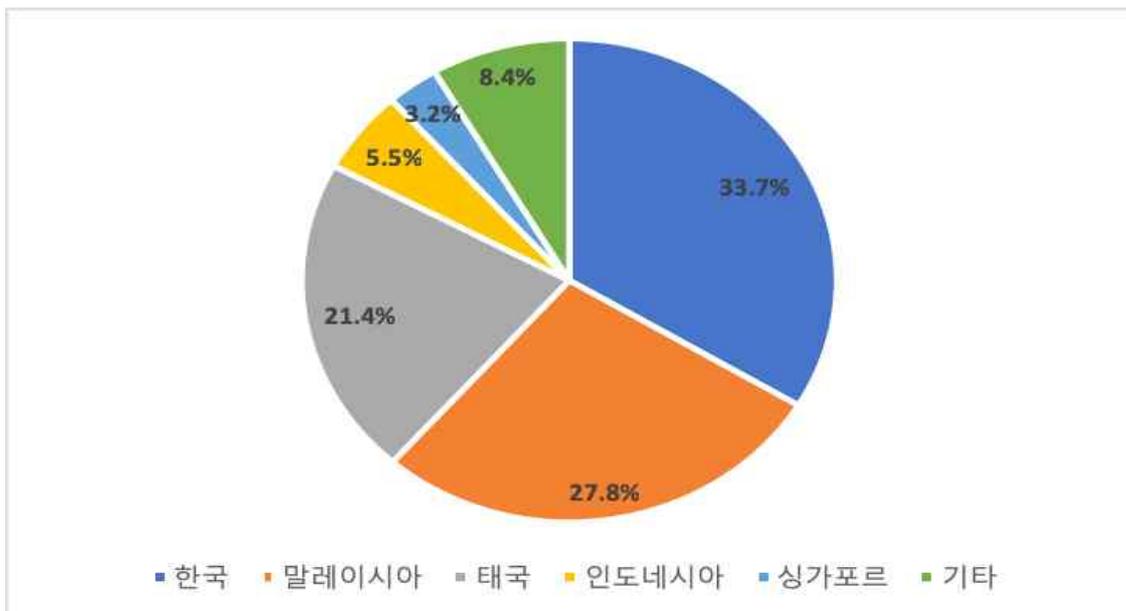
표 1.11 베트남의 HS Code 2202.99.90 국가별 수입 동향

(단위: 천 US 달러, %)

수출국가	2013	2014	2015	2016	2017	평균성장률
글로벌	-	-	-	-	59,426	-
1 한국	-	-	-	-	19,997	-
2 말레이시아	-	-	-	-	16,540	-
3 태국	-	-	-	-	12,711	-
4 인도네시아	-	-	-	-	3,297	-
5 싱가포르	-	-	-	-	1,884	-

자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.12 HS Code 2202.99.90 베트남 수입국별 점유율(2017년)



자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

#### 4) 한국산 수출 통계(통계기준: HS CODE 2202.99.9000)

##### □ 한국 수출통계

- 2017년 기준 한국의 HS Code 2202.99.9000의 對글로벌 수출량 및 수출액은 각각 약 25만 8,727톤과 약 2억 2,379만 달러를 기록
  - 다만, 해당 코드는 기타 비알콜성 음료 전체에 대한 수출량으로 한국산 쌀음료, 코코아 기반의 음료, 차 음료(옥수수수염 차), 감미료가 첨가된 탄산수 등을 포함함
  - 해당 코드에 대한 최근 5년간(2013~2017년)의 수출통계정보는 존재하지 않음
- 2017년 기준 한국의 HS Code 2202.99.9000의 對베트남 수출량 및 수출액은 각각 약 1만 5,591톤과 약 1,908만 달러를 기록함

표 1.13 한국의 HS Code 2202.99.9000 對글로벌 수출 동향

(단위: 톤, 천 달러)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
총 중량	-	-	-	-	258,727
증감률	-	-	-	-	-
총 수출액	-	-	-	-	223,790
증감률	-	-	-	-	-

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

표 1.14 한국의 HS Code 2202.99.9000 對베트남 수출 동향

(단위: 톤, 천 달러)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
총 중량	-	-	-	-	15,591
증감률	-	-	-	-	-
총 수출액	-	-	-	-	19,078
증감률	-	-	-	-	-

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)



## II. 시장 트렌드

## 버섯음료 소비 및 제품 트렌드

- ❖ 버섯은 가당음료보다는 따뜻한 차 형태로 음용하는 것이 일반적
- ❖ 인삼, 홍삼, 영지를 중심으로 한국산 선물용 건강식품이 인기
- ❖ 음료업체는 안전, 건강, 영양을 주요 마케팅 메시지로 활용

### □ 버섯은 가당음료보다는 따뜻한 차 형태로 음용하는 것이 일반적

- 베트남은 차를 많이 마시는 문화로서, 주요 도심 지역에 많은 Tea houses들이 생겨나고 있는 상황. 중장년층뿐만 아니라 직장인 등 젊은층 공략을 위한 혼합차 개발이 활발히 진행 중
- 편리성과 안전성으로 인기가 높은 인스턴트 차 음료(팩트병)의 경우 과일, 허브, 기타 감미료가 첨가된 신선하고 상쾌한 느낌을 주는 제품들이 특별히 선호됨
  - 실제로 한국의 인스턴트 우영차, 보리차, 옥수수수염 차 등이 베트남 시장에서 판매가 부진했던 이유는 효능에 대한 불충분한 정보 제공과 열대기후에서 선호되지 않는 “썩썩한 맛” 때문인 것으로 파악됨
  - 사탕수수는 베트남인들에게 익숙한 농작물로서, 설탕 섭취에 대한 거부감이 적어 전통적으로 가당음료를 즐겨 마심
- 한편 영지와 동충하초를 중심으로 버섯의 영양학적 가치에 대한 현지인들의 인식과 관심은 높은 편이나, 주로 음료가 아닌 차의 형태로 섭취
  - 영지버섯의 고품 추출차(추출분말)와 건조되어 끓는 물에 우려먹는 동충하초 제품이 유통되고 있으며, 판매량 및 평점 또한 높은 것으로 확인됨. 원산지는 한국산과 현지산이 대부분을 차지
  - 위와 같이 시간적 여유를 두고 뜨겁게 마시는 차의 경우 설탕을 첨가하지 않음

### □ 인삼, 홍삼, 영지를 중심으로 한국산 선물용 건강식품이 인기

- 최근 중산층의 성장과 수입고급식품 선호현상으로 한국산 건강식품에 대한 인지도가 꾸준히 상승 중
  - 현재까지는 버섯류보다는 홍삼가공품이 라면, 김치, 화장품과 함께 한국을 대표하는 건강식품으로 알려져 있는 상황. 명절기간(Tết)에는 각종 온라인몰 홍삼브랜드

전문관에서 스틱형, 농축액, 캔 음료, 파우치 등 선물용 제품을 할인된 가격에 판매됨

- 한편 다수의 한국의 홍삼(인삼) 제조사들(대기업, 중견기업, 지자체 등)이 베트남 온·오프라인 건강음료 시장에 진출해 있으며, 인삼, 홍삼뿐만 아니라 영지, 동충하초, 헛개나무를 주원료로 하는 드링크 제품도 함께 판매
- 그밖에 식품은 아니지만, 꽃송이버섯(Cauliflower mushroom)을 주성분으로 하는 토너, 로션, 아이크림, 클렌징폼 등의 한국산 피부미용제품도 쉽게 접할 수 있음
- 특히 영지는 항암, 노화 방지, 간 해독작용 등의 효능이 널리 알려져 있어 베트남 내에서 가장 많이 판매되는 전통약재 중 하나임
- 국립 약용재료연구원에 따르면, 베트남의 연간 영지 수요량은 300톤(국내-100톤, 수입-200톤)에 달하며, 고혈압, 당뇨 및 암 환자의 증가에 따라 한국산 영지도 10%의 시장점유율을 나타냄
- 한국 쌍화탕(雙和湯)과 포장형태가 유사한 영지, 동충하초 유리병 드링크 세트가 선물용으로 인기. 영지의 경우 온수에 타 먹는 농축액과 날개로 포장된 고풍 추출물제품이 모두 한국산

#### □ 음료업체는 안전, 건강, 영양을 주요 마케팅 메시지로 활용

- 생활수준이 향상되면서 가장 먼저 식품 분야에 대한 지출이 늘어나고 있으며, 소비문화 역시 가격보다는 안전, 건강, 영양 등에 높은 가치를 부여하는 변화가 나타남
- 일상에서 과일과 채소를 충분히 섭취하지 못하는 바쁜 직장인들 사이에서 풍부한 섬유질과 비타민 함량을 강조한 과일·채소주스는 지속적으로 높은 인기를 구가
- 한편, 몸매관리(체중관리)에 대한 관심이 늘어나면서 저칼로리, 저당, 무가당 제품에 대한 수요가 높음
- 또한 인공적인 재료보다는 천연의, 자연 유래 성분의 음료를 선호함. 실제로 미네랄과 염분이 첨가된 아이소토닉음료(Isotonic drink)나 에너지드링크는 카페인 과다 섭취에 대한 우려와 불분명한 건강상 이점으로 인해 판매가 부진한 상황
- 반면, 슈퍼푸드에 해당하는 알로에 베라, 치아씨드, 석류 등이 첨가된 인스턴트 차 음료들이 출시되어 단맛과 건강을 동시에 추구하는 수요에 대응하고 있음

표 2.1 베트남 온라인 채널에서 유통되는 버섯 가공식품

이미지				
제품명	Trà linh chi Korean Lingzhi Mushroom Extract 100 túi	Cao linh chi Korean Longevity Mushroom Extract 3 lọ	Trà đông trùng hạ thảo Biofun 30 gói	Viên uống đông trùng hạ thảo 750mg 60 viên
제조사	Korea Ginseng	Korean Youngji	Biofun	Puritan's Pride
종류	영지 추출차(분말)	영지 농축액	동충하초 반 건조품	캡슐형 영양보조제

마케팅 Tip

- 웰빙 문화의 확산은 해외기업에게 베트남 음료 시장에 대한 진출 기회를 제공할 것으로 보임. 다만 달달한 음료를 좋아한다 하더라도, 따뜻하고 깔끔한 차나 요리 형태로 버섯을 섭취하는 것에 더 익숙한 베트남인들에게 버섯음료는 매우 이채로운 제품임
- 버섯의 약용성분에 대해 인식이 비교적 높은 베트남인들에게 고품질, 청결함, 상황버섯만의 특별한 효능을 집중적으로 홍보한다면 소비자의 호응을 이끌어낼 수 있을 것으로 판단됨
- 특히 젊은 층보다는 동양 의학을 신뢰하는 고령, 중장년층 소비자를 주 타겟으로 설정하는 것이 효과적일 것으로 보임



### **Ⅲ. 통관 및 제도**

- 1. 통관 및 검역**
- 2. 인증정보**
- 3. 라벨링**
- 4. 위생규정**

## 통관 및 검역 개요

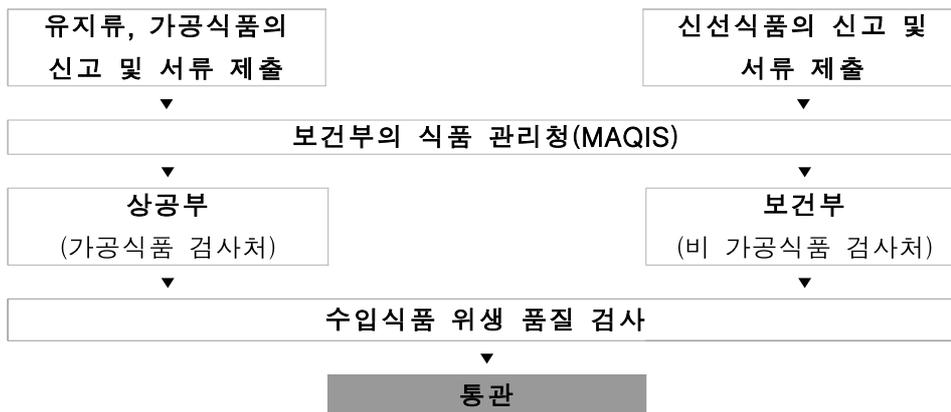
### ❖ 베트남 가공식품 수입통관 절차

베트남으로 가공식품을 수출하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐. 베트남의 수출입통관 관세사(Custom Agent) 자격을 소지한, 베트남에 근거하는 관계사 또는 수입자를 통해 진행하도록 규정

번호	절차	주요 내용	관할 기관
1	수입신고 준비	- 식품안전규정에 관한 적합성 선언(AC) 등록 - 식품안전규정 및 식품첨가물 규제 확인	베트남 보건부 소속 식품관리청
2	수입신고	- 수입전자신고 또는 서면신고 - 서류준비: 원산지증명서, 수출계약서, 수출허가서(일부허가제품), 연간쿼터증명서(쿼터제품) 등	베트남 산업무역부 관할 세관
3	물품 검역검사	- 검역 혹은 검사 절차 - 유자류, 음료, 제과, 원료, 가공식품, 건강식품으로 구분하여 검사 진행	보건부 혹은 공공의료위생원
4	관세납부	- 제품가격+수입관세+부가세 <sup>8)</sup> - 품목에 따라 특별소비세 부과	관할 세관
5	물품반출	- 수출관세, 수입관세, 부가가치세 환급(대상자) - 관세는 관세청, 부가가치세는 세무국에 신청 - 현지 바이어 화물인수 - Green, Yellow, Red Channel 방식으로 심사	관세청 세무국

자료: 베트남 관세청(www.customs.gov.vn)

### ❖ 베트남 수출 품목별 통관 절차



8) 관세는 제품가격에 관세율을 곱하여 산출하며 부가세는 제품가격에 관세를 합한 금액에 부가세율을 곱하여 산출

## 관세 및 세금 개요

### ❖ 베트남 HS CODE 2202.99.90의 관세율(2018년 12월 조회)

HS CODE	품명(한글)	품명(원문)	관세율	
2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제 2009호의 과실 주스와 채소 주스는 제외)	Nước, kể cả nước khoáng và nước có ga, đã pha thêm đường hoặc chất tạo ngọt khác hay hương liệu, và đồ uống không chứa cồn khác, không bao gồm nước quả ép hoặc nước rau ép thuộc nhóm 2009	-	
2202.99.90	기타	Loại khác	기본세율	협정세율
			20%	0%
				0%

### ❖ FTA 협정 정보

원산지	수입국	FTA 협정	FTA 추진현황	기본세율	협정세율
대한민국	베트남	한-베트남 FTA	2015년 12월 20일 발효	20%	0%
	베트남	한-아세안 FTA	2007년 6월 1일 발효	20%	0%

※ HS CODE 2202.99.90(기타 비알콜성 음료)은 양허유형 'Section B'(한-베트남 FTA)와 'NT'(한-아세안 FTA)의 협정품목에 해당되므로 원산지 결정조건에 부합할 경우 FTA 특혜 원산지증명서를 신청 및 발급하여 협정세율을 적용받을 수 있음. 단, 두 가지 FTA의 서로 다른 원산지기준(PSR)을 확인 요망

※ 한-베트남 FTA의 경우 2016년 1월 1일부터 2017년 12월 31일까지 기준관세율 10%를 유지해오다 2018년 1월 1일부터 2020년 12월 31일까지 무관세 적용 예정. 한-아세안 FTA의 경우 2016년 1월 1일부터 2017년 12월 31일까지 기준관세율 10%를 유지하다가 2018년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지 무관세 적용 예정

### ❖ 베트남 관세율 확인 방법

- 1) 관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표에서 베트남 선택 후 확인하고자 하는 품목의 HS Code를 입력
- 2) 통합무역정보서비스 > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA 기준)에서 FTA 협정정보, 관세율, 원산지 기준 정보 확인 가능
- 3) 베트남의 경우 관세율은 베트남 관세청을 통해 조회 가능

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	베트남 관세청	www.customs.gov.vn

# 1. 통관 및 검역

## 1) 수입 통관 절차



### (1) 수입신고 준비

수입 신고 준비	개요	베트남으로의 가공식품 수출 시 베트남 보건부(Ministry of Health)의 식품관리청에 식품안전규정에 관한 적합성 선언(Announcement of Conformity, AC)에 등록해야 함
	AC 등록 <sup>9)</sup>	AC 등록 시 식품안전관리인증기준인 HACCP, ISO22000 또는 이와 동등한 성격의 인증서와 성적서(Certificate of Analysis) 필요
	식품안전규정	① 식품안전에 관한 일반 조건 • 병원성 미생물, 식물 살충제 잔류물, 수의학 약물 잔류물, 중금속, 오염 물질 및 인체에 해가 될 수 있는 물질의 경우 관련 규정을 충족해야 함 • 식품의 종류에 따라 다음 조항 중 하나 이상을 충족해야 함 - 식품 첨가물 사용 규칙 - 식품 포장 및 라벨에 대한 규정 - 식품 보존에 대한 규정  ② 신선식품에 관한 안전 조건 • 동물성 신선식품의 경우 관련 증명서를 받아야 함  ③ 가공식품에 관한 안전 조건 • 식품 안전을 보장하고 고유의 특성을 유지할 의도로 만든 식품 재료는 인간의 건강에 유해한 제품을 만들어서는 안됨 • 시장에 유통되기 전 관할 국가 기관에 가공식품 팩을 등록해야 함  ④ 식품 첨가제 및 식품 가공 첨가제의 안전성 확보를 위한 조건 • 식품 첨가제 및 식품 가공 첨가제의 해당 기술 규정을 충족해야 함 • 제품 라벨에 사용되는 경고문이나 첨부되는 문서는 제품의 원산지에 따라 영어나 다른 언어를 허용함 • 목록에 있는 식품 첨가제 및 식품 가공 첨가제는 보건부로부터 식품 제조에 대한 사용허가를 획득해야 함 • 시장에 유통 전 관할 기관에 등록해야 함
	식품 첨가물	식품 첨가물은 다음의 조건을 충족시켜야 함(식품안전법 제 17

	<p>사용규제 확인</p>	<p>조)10)</p> <p>① 기술적 기준을 충족하고 법률 규정에 따를 것</p> <p>② 식품 라벨 또는 첨부자료에 베트남어 또는 제조지역의 언어로 적정사용 방법을 명기하고 있을 것</p> <p>③ 식품 제조, 운영에 관한 보건부 장관의 사용인가를 받은 식품 첨가물 리스트에 기재되어 있을 것</p> <p>④ 유통에 앞서 규제에 따르고 있다는 취지의 등록을 당국에 할 것</p> <p>- 상기 조건 중 ③의 보건부 장관의 사용인가를 받은 식품첨가물 리스트는 “식품 첨가물의 관리에 관한 보건부 통지(No. 27/2012/TT-BYT)” 부록 I에서 정하고 있음</p> <p>- 부록 II에는 첨가물에 대한 최대 사용허용량(ML수치) 이 기재되어 있음</p> <p>- 동 통지에 기재되지 않은 식품첨가물의 사용, 판매, 수출입은 인정되지 않으며, 기재되어 있지 않은 새로운 성분의 취급에 대해서는 보건부의 허가가 필요함</p>
--	----------------	---

자료: 베트남 관세청 및 베트남 식품청

## (2) 수입신고

	<p>개요</p>	<p>수입신고는 전자신고(e-Customs)와 서면신고(Document) 모두 가능</p> <p>물품을 하역하는 항만의 세관에서 통관 진행</p> <p>수입신고 후 세관검사는 물품 위험도에 따라 Green Channel(저위험), Yellow Channel(중간위험), Red Channel(고위험)으로 분류됨</p> <p>베트남에는 통관을 대행해주는 관세사가 존재하나 거의 활성화되어 있지 않고, 주로 물류 업체의 전담 직원을 통해 통관을 진행함</p>
<p>수입신고</p>	<p>필요서류</p>	<p>① 수입화물허가증(I/L)</p> <p>② 원산지 증명서(Certificate of Origin)</p> <p>③ 수출계약서</p> <p>④ 세관신고서</p> <p>⑤ 연간 쿼터증명서(버섯음료는 수입쿼터<sup>11)</sup> 대상 아님)</p> <p>⑥ 선하증권(Bill of Lading)</p> <p>⑦ 항공운송장(Airway Bill)</p> <p>⑧ 화물보관 해제주문서(Cargo release Order)</p> <p>⑨ 상업송장(Commercial Invoice)</p> <p>⑩ 포장명세서(Packing List), 기타 세관이 필요로 하는 서류 제출</p>

9) 자료: Food and Agricultural Import Regulations and Standards Certification, 미국 농무부 2017.12.28

10) 식품위생과 안전에 관한 법령 No.55/2010/QH12, 식품첨가물 관리에 관한 보건부 통지 No.27/2012/TT-BYT

	자동수입허가 (Automatic Import Permit)	수입 전 산업무역부(Ministry of Industry and trade)에 허가 신청하여야 하며, 산업무역부는 5일 이내에 허가서를 발행함  필요 서류로는 수입신고서, 수입계약서, 상업송장, 포장명세서, 수입 허가서, 원산지증명서 등이 있음 <sup>12)</sup>
	유의사항	수입신고서(전자, 서면신고 공통)는 신고일로부터 15일만 효력이 유지되며, 국경 관문에 도착한 날로부터 30일 이내로 신고해야 함

### (3) 물품 검사 및 검역

	개요	<p>시행령 No.38/2012/ND-CP 제14조에 따라 원칙적으로 수입되는 모든 식품, 식자재, 식품첨가물, 식품가공보조제, 식품포장용구, 식품포장재, 식품용기는 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</p> <p>가공식품의 경우 산업무역부에서 검사하며, 비가공식품의 경우 보건부에서 검사</p> <p>베트남 보건부가 공포한 「위생 및 안전성 감사가 의무화된 HS CODE별 수입식품에 관한 결정 No.818/QD-BYT」은 13개 품목을 수입검역이나 검사가 필요한 품목으로 정하고 상세한 것은 별표에 HS CODE별<sup>13)</sup>로 정함</p> <p>수출기업은 사전에 한국 식품의약품안전처에서 발급하는 수출검역 증명서를 준비해야 함(시행령 No.23/2007/QD-BYT)</p>														
물품 검사	세부내용	<p>수입 물품의 위험도에 따라 Green Channel(저위험), Yellow Channel, Red Channel(고위험) 3가지 중 한 가지로 구분돼 진행됨</p> <p>세관에서는 화물 송장 등의 각 항목별 내용에 대한 정확성 여부를 심사함. 물품 검사는 보통 세관 통제 구역인 부두, 창고 등 지정된 장소에서 실시하며 도어투도어(Door to Door)로 운반되는 품목의 경우 세관원이 현장에 파견되어 검사함</p> <p>필수 검사/규격/인증을 받아 수입·판매되는 물품의 경우, 베트남 정부에서 지정하는 검사소에서 샘플을 검사한 후 적격 여부를 판정</p> <table border="1" data-bbox="603 1556 1316 1870"> <thead> <tr> <th colspan="2">분류</th> <th>심사 절차</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="2">Green Channel (저위험 물품)</td> <td>세관 서류심사 및 물품 검사 면제</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Yellow Channel (중위험 물품)</td> <td>E-Yellow Channel</td> <td>E-document를 세관에 제출해야 함</td> </tr> <tr> <td>Paper-Yellow channel</td> <td>종이 서류를 세관에 제출해야 함</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Red Channel (고위험 물품)</td> <td>종이 서류 제출 및 수입 물품 실제 검사</td> </tr> </tbody> </table>	분류		심사 절차	Green Channel (저위험 물품)		세관 서류심사 및 물품 검사 면제	Yellow Channel (중위험 물품)	E-Yellow Channel	E-document를 세관에 제출해야 함	Paper-Yellow channel	종이 서류를 세관에 제출해야 함	Red Channel (고위험 물품)		종이 서류 제출 및 수입 물품 실제 검사
분류		심사 절차														
Green Channel (저위험 물품)		세관 서류심사 및 물품 검사 면제														
Yellow Channel (중위험 물품)	E-Yellow Channel	E-document를 세관에 제출해야 함														
	Paper-Yellow channel	종이 서류를 세관에 제출해야 함														
Red Channel (고위험 물품)		종이 서류 제출 및 수입 물품 실제 검사														

11) 현재 베트남에서는 소금, 담배, 달걀, 설탕에 대해 수입쿼터를 설정하고 있음

12) 제87/2012/ND-CP, 제196/2012/TT-BTC, 제5559/TCHQ-CNTT 법령을 근거로 함

		※고위험 물품의 경우 ① 전수 검사 대상, ② 무작위 10% 검사 대상(위법 사실이 발견되지 않는 경우 검사 종료, 위법 사실이 발견되는 경우 위법의 정도를 파악할 때까지 검사), ③ 무작위 5% 검사 대상(위법 사실이 발견되지 않는 경우 검사 종료, 위법 사실이 발견되는 경우 위법의 정도를 파악할 때까지 검사)으로 재차 분류하여 검사 진행
	유의사항	관세법 30조에 따르면 농산물, 수산물 등 특정 품목 또는 장기간 동안 통관 기록이 우수한 수출가공지역의 경우 검사 면제를 규정하고 있음. 일반 통관의 경우 10% 샘플 검사를 함. 통관절차나 관세법 위반 전력이 있는 수입자의 경우 전수 조사를 실시함 수입된 재화가 면세 대상인 고정 자산 성격의 기계 장치류 또는 세관의 법령을 엄격하게 준수하는 수입업자가 제품을 수입한 경우에는 수입된 재화에 대한 실제 검사가 면제됨(예외 존재)

표 3.1 검역 검사대상 13개 품목 및 위생검역 세부절차

No	검역 검사 대상 13개 품목	위생검역 세부절차
1	고기/어류의 조제품	<pre> graph TD     A[상품도착 5일 전까지 서류 심사 및 신고 접수] --&gt; B[서류 심사 및 검사 예정방법 확인]     B --&gt; C[검사 일정 통지]     C --&gt; D[검사 실시 및 샘플 분석]     D -- 합격일 경우 --&gt; E[서류심사 후 발급]     D -- 불합격일 경우 --&gt; F[배상청구증서, 화물반환 혹은 소각통지서 발부]           </pre> <p>보건부 또는 공공의료위생원</p> <p>베트남 국가기준(TCVN)과 비교</p>
2	동물성/식물성 유지(有志)	
3	우유 및 각종 유제품	
4	설탕 및 각종 설탕과자	
5	카카오, 카카오 성분을 포함한 각종 조제품	
6	곡물/곡분/전분/우유조제품, 베이커리 제품	
7	커피, 차, 후추	
8	야채, 과일로 만든 조제품	
9	조미료	
10	음료, 알콜음료, 식조	
11	식품포장재	
12	기능성 식품, 건강보호상품	
13	식품첨가물	

자료: 베트남 보건부, EC21 Marketing&Consulting

표 3.2 No.23/2007/QD-BYT에 따른 검역 검사 서류와 절차

<p>&lt;필요서류&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 검역검사등록서</li> <li>- 검사제품이 해당하는 품질기준 사본</li> <li>- 통관절차에 필요한 서류</li> <li>- 품질기준이 공표되어 있지 않은 식품에 대해서는 지정된 검사기관 또는 제조자에 의한 검사보고서</li> <li>- 기타 검사의 간략화를 요구하는 것이 가능한 경우에는 그 증빙서류</li> </ul> <p>&lt;신청수순&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 검사기관(보건부 또는 공공의료위생원)에 서류 제출(상품 도착 5일 전까지)</li> <li>- 검사기관은 서류 심사 후 검사예정방법을 확인하고 검사일정을 통지</li> <li>- 검사 실시(종류, 규격, 포장, 라벨, 수량, 상태 등)</li> <li>- 샘플 분석 기초기준과 베트남 기준(TCVN)을 비교 후 결과 통지</li> <li>※ 베트남 국가기준(TCVN)은 식품별로 상세히 설정되어 있으며 베트남 품질측량국에서 구입할 수 있음(유료 판매)</li> </ul>
--

13) HS CODE별 검역 및 검사 품목은

<https://vanbanphapluat.co/decision-no-818-qd-byt-on-promulgating-the-list-of-imported-goods-required>에서 확인 가능

□ 통관 및 검역 특이사항

- 조제 식료품의 자동수입허가(AIL, Automatic Import Licensing) 제도: 베트남 산업무역부(MOIT, Ministry of Industry and Trade)의 시행세칙에서 정하는 화장품, 특정 플라스틱 제품, 도자·유리 제품, 철강 제품, 기계 및 전자 제품, 차량, 가구류, 수산물, 각종 조제 식료품 등에 대해서는 수입신고 전, 물품의 하역 전에 자동수입허가(AIL)를 받아야 함
  - 본 시행세칙에서는 2010년 5월까지 시행됐던 산업무역부 시행세칙 No. 17/2008/TT-BCT의 대상 품목에 없었던 생선 등 날 음식(raw food)과 식용의 동물 내장, 각종 식용 제품, 음료와 의류, 신발류, 장난감 등 다양한 품목이 추가됨
  - 수출용 일시 수입물품, 비상업적 물품, 면세점 판매용으로 수입되는 물품 등은 AIL 적용이 배제됨
  - AIL의 신청은 품목별로 해야 하고 발급 비용은 무료이며, 신청은 신청서와 사업자 등록증, 수입 계약서, 상업송장, 대금 송금 관련 서류 및 선하증권 등 필요서류를 우편으로 송부하여 이루어짐

※ 필요서류

자동수입허가 신청서 2부	상업 송장(Commercial Invoice) 1부
사업 등록 증명서 (the business registration certificate)	신용장(L/C) 또는 대금 결제 관련 서류 또는 은행을 통한 송금 증명서 원본 1부
투자허가서 또는 사업자 등록증 1부	선하 증권(Bill of Lading) 1부
수입 계약서 및 이에 상응하는 서류 1부	

- 우편은 하노이소재 산업무역부의 본부 또는 호치민에 위치한 산업무역부의 사무소로 송부해야 함
  - 산업무역부에 신청서가 접수된 날로부터 7근무일 이내에 AIL이 발급되며, 발급된 AIL은 발급일로부터 30일간 효력을 가짐. 불충분하거나 유효하지 아니한 서류 제출 시 산업무역부는 신청서상의 신청인 주소로 그 내용을 우편 통지함
  - 발급된 AIL이 분실 또는 훼손 시와 수정이 필요한 경우, 신청인의 필요 서류 및 사유서 제출을 통해 재발급받거나 또는 수정이 가능

(4) 관세 납부

□ HS CODE 체계 및 관세율

베트남에서 버섯음료를 건강음료(보건식품)로 유통 및 홍보를 하고자 한다면 보건식품등록을 하여야 하나 일반적인 기타 음료로도 분류될 수 있음. 본 물품의 세번은 한국과 베트남 모두 특례하고 있지 않기 때문에 기타 음료로 분류 가능

버섯음료는 베트남에서 HS CODE 2202.99.90(기타 비알콜성 음료)에 분류됨. 이는 양허유형 ‘Section\_B2’ (한-베트남 FTA)와 ‘NT’ (한-아세안 FTA)의 협정품목에 해당되어 원산지 기준과 직접운송원칙에 부합할 경우 FTA 특혜 원산지증명서를 신청 및 발급하여 협정세율을 적용받을 수 있음

품목별 HS CODE 및 관세율 정보 취득을 위해서는 ‘한국 관세법령정보포털’ 을 이용하거나 FTA 협정세율의 경우 한국무역협회 ‘통합무역정보서비스 TradeNAVI’ 의 FTA/관세 메뉴를 활용하여 조회 가능. 베트남의 경우 베트남 관세청 홈페이지(www.customs.gov.vn)를 통하여 특정 물품 관세율을 확인할 수 있음

표 3.3 베트남 HS CODE 2202.99.90의 관세율(2018년 12월 기준)

HS CODE	품명(한글)	품명(원문)	관세율	
2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제 2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외)	Nước, kể cả nước khoáng và nước có ga, đã pha thêm đường hoặc chất tạo ngọt khác hay hương liệu, và đồ uống không chứa cồn khác, không bao gồm nước quả ép hoặc nước rau ép thuộc nhóm 2009	-	
2202.99.90	기타	Loại khác	기본세율	협정세율
			20%	0%
				0%

□ FTA 협정 정보

① 개요

버섯음료(2202.99.90)는 한-베트남 FTA<sup>14)</sup>와 한-아세안 FTA<sup>15)</sup> 모두 적용받을 수 있는 품목임. 따라서 원산지 기준과 직접운송원칙을 충족하는 경우에 가장 유리한 협정세율이나 FTA 사후적용 기간이 긴 FTA를 적용하는 것이 유리함

한-베트남 FTA의 경우 2016년 1월 1일부터 2017년 12월 31일까지 기준관세율 10%를 유지해오다 2018년 1월 1일부터 2020년 12월 31일까지 무관세 적용 예정. 한-아세안 FTA의 경우 2016년 1월 1일부터 2017년 12월 31일까지 기준관세율 10%를 유지하다가 2018년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지 무관세 적용 예정

현재로는 가장 유리한 세율인 동시에 사후적용 기간이 1년으로 긴 한-베트남 FTA가 한-아세안 FTA(사후적용 기간 30일)보다 유리하게 활용될 수 있음

원산지	수입국	FTA 협정	FTA 추진현황	기본세율 <sup>16)</sup>	협정세율 <sup>17)</sup>
대한민국	베트남	한-베트남 FTA	2015년 12월 20일 발효	20%	0%
	베트남	한-아세안 FTA	2007년 6월 1일 발효	20%	0%

② 원산지 규정

- 협정세율(특혜세율) 적용대상의 품목이라도 원산지 결정기준에 충족하지 못하는 경우 기본세율이 적용됨
- HS CODE 2202.99.90호의 품목은 한-베트남 FTA와 한-아세안 FTA에서 모두 2202.90호(2012년 기준) 원산지 기준(Product Specific Rule - PSR)을 따름. 기준이 되는 호 이하의 HS CODE에는 모두 동일한 PSR을 적용

14) 한-베트남 FTA: 한-아세안 FTA의 낮은 개방도와 복잡한 원산지 증명절차로 인해 저조했던 활용률을 높이고자 무역 촉진적인 규범을 도입, 업그레이드

15) 한-ASEAN FTA: 아세안은 동남아시아 국가연합(Association of Southeast Asian Nations)의 약어로 인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 브루나이, 베트남, 라오스, 미얀마, 캄보디아 10개국을 회원국으로 하며, 경제·사회·문화 등 다양한 분야에 걸쳐 광범위하게 협력체계를 구축하고 있는 동남아시아를 대표하는 국제기구(총인구 약 6억명). 현재 동아시아 경제협력을 주도하며 고도 경제성장에 의한 구매력 상승으로 한국기업에게 중요한 수출시장으로 강조되고 있음

16) 기본세율: 세계무역기구(WTO)의 회원국을 원산지로 하는 수입물품, 베트남과 양자간 관세협정을 맺은 국가 또는 지역을 원산지로 하는 수입물품 및 베트남의 관세영역에서 생산된 수입물품에 적용되는 최혜국관세율(MFN Rate)로 한국에서 수출하는 물품에도 적용 (한국 1995년 1월 1일 WTO 가입)

17) 협정세율: FTA협정세율(FTA Preferential rate)은 MFN세율의 예외로써 FTA 체결국 간의 협상 결과에 따라 기본세율보다 낮은 세율을 우선적으로 상호 적용

- 완전생산기준이란 해당 상품이 전적으로 체약당사국(역내)에서 완전하게 획득 또는 생산, 가공한 나라를 원산지로 인정하는 기준을 말하며 주로 채굴한 광산물, 재배·수확한 농산물, 수렵 또는 어로작업에 의해 획득한 물품을 대상으로 함

한-베트남 FTA 원산지기준	
HS CODE (2012기준)	PSR 설명
2202.90	40% 이상의 역내부가가치가 발생한 것. 다만, 제 1211.20호 및 제1302.19호에 해당하는 재료는 체약 당사국의 영역에서 완전생산된 것으로 한정한다.

한-아세안 FTA 원산지기준	
HS CODE (2012기준)	PSR 설명
2202.90	40% 이상의 역내부가가치가 발생한 것. 다만, 제 1211.20호 및 제1302.19호에 해당하는 재료는 체약 당사국의 영역에서 완전생산된 것으로 한정한다.

※ FTA 특혜 원산지증명서

- 발급기관: 대한민국 세관, 대한상공회의소, 관세청 온라인 발급
- 필요서류

필요서류	비고
수출신고필증 사본	전산으로 확인 가능한 경우 제출 생략
송품장 혹은 거래계약서	-
원산지확인서	생산자와 수출자가 다른 경우로 한정
원산지소명서	-

- 신청방법: 필요서류 구비 후, 아래의 주소에 접속하여 전자적인 방법으로 신청<sup>18)</sup>

기관	주소
대한민국 세관	unipass.customs.go.kr
대한상공회의소	cert.korcham.net

18) 수출기업이 인증 수출자인 경우 구비서류 없이 원산지 증명서를 온라인으로 즉시 발급 가능하나, 인증 수출자가 아닌 경우 세관 및 상공회의소 담당자가 해당 원산지 증명내역을 검토 후 발급(현지 확인이 필요한 경우 10영업일 이내, 그 이외의 경우 발급까지 통상 2~5영업일 소요)

③ 직접운송원칙

- 원산지 기준을 충족한 물품인 경우에도 계약상대국이 아닌 제3국을 경유하거나, 제3국에서 선적된 경우에는 계약상대국을 그 물품의 원산지로 인정하지 않음

※ 유의사항

- 제3국을 경유하여 수입 당사국으로 운송된 경우, 직접운송의 예외를 인정받기 위한 입증 책임은 특혜세율을 적용받고자 하는 수입업자에게 있으며, 제3국 경유가 지리적 또는 운송상의 이유이고 제3국에서 추가 가공이 없었음 등을 입증해야 함
- 입증서류로는 수출당사국에서 발행한 통과선하증권, 원산지증명서 원본, 그밖에 경유국 세관당국에서 발행한 입증서류 등이 있음
- 다만 이러한 서류들은 사후 입수가 어려울 수 있으므로 제3국 경유 시 입증서류 준비에 차질이 없도록 각별히 주의해야 함

(5) 물품 반출(통관 완료)

물품 반출	개요	수입업자 창고 입하
	유의사항	필수서류가 모두 제출되고 관세 및 내국세가 납부되면 수입물품 통관 완료 후 최종적으로 화물 반출 가능

## 2. 인증정보

### □ 개요

- 베트남은 5,000여 개 이상의 표준 규격에 관한 규정이 있는데, 이 중 1,000여 개는 국제표준을 베트남 국내 표준으로 인정하고 있으나, 표준 규격에 관한 제도가 복잡하고 일부 제품에 대한 표준 규격은 국제표준보다 높거나 낮은 경우가 있으며, 제품에 따라 항목 분류기준이 부재한 경우도 많음. 따라서 제품별 표준 규격에 관한 정보는 무역거래 전에 반드시 확인해야 하며, 이 기준에 따라 표준규격이나 제품 수입인증 절차를 거쳐야 함. 특정 제품에 대한 표준 규격에 관한 정보는 수입업자나 현지 거래선을 통해 받거나, 과학기술부 산하 베트남 품질 및 표준규격위원회를 통해서 확인하는 것이 용이
- 아울러, 아래의 2가지 인증은 베트남 현지 수입자 등록 시 필수서류이므로 베트남 수출을 준비한다면 반드시 미리 준비해야 함

□ ISO 22000(Food Safety Management System)<sup>19)</sup>

ISO 22000	
인증/검사명	ISO 22000
인증 설명	식품안전을 보장하기 위해 식품위해요소를 사전 예방 관리하는 자율적인 식품안전관리 시스템. 고객 만족을 위해 식품안전경영시스템 수립 및 운영할 수 있는 국제적인 인증
발행/검사기관	한국표준협회(KSA, Korean Standard Association)
성격	권장
제출서류	- 심사 신청서 - 사업자 등록증
비용	신청비 60만 원(심사비는 산정 기준에 따라 상이)
소요기간	직원 수에 따라 인증 심사일수 상이
유효기간	3년(이후 3년 단위로 갱신)
인증절차	1) 등록 신청서 작성 2) 인증 심사 1단계 - 경영시스템 매뉴얼이 ISO 22000에 준수하는지 확인 - 수행상태 및 인증범위 확인 - 시정조치 계획에 동의하는 보고서 발행 3) 인증 심사 2단계 - 생산방법, 관리, PRP 등 인증범위 내 프로세스 활동에 대한 샘플 심사 - 시스템 규격의 준수 정도 문서화 - HACCP 계획 및 절차서, 직원 능력 및 지식 테스트 4) 한글 및 영문 인증서 발행 5) 사후 심사관리 정기적으로 실시
이점	ISO 22000은 국제표준의 식품 안전 경영 시스템 요구사항으로서 유통의 중간 식품 공급망을 관리하여 규정하고 있음. 식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 식품 첨가제, 원료 등의 상호 관계가 있는 기업들을 비롯해 모든 기업에 적용되는 국제표준으로 식품과 관련된 모든 기업에 적용이 가능함

19) 한국품질보증원 (www.kqa.co.kr), NQA(www.nqa.com), Biz Care(biz-care.kr)

□ HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point)

HACCP		
인증/검사명	HACCP	
인증 설명	식품안전관리인증기준으로 식품을 만드는 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위험요인들이 발생할 수 있는 여건을 차단하여 소비자들에게 안전하고 깨끗한 제품을 공급하기 위해 시스템적으로 식품의 안전을 관리하는 제도임	
발행/검사기관	한국식품안전관리인증원	
성격	권장	
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 영업허가(신고)증 사본</li> <li>- 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부</li> <li>- 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적</li> <li>- 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부</li> <li>- 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부</li> </ul>	
비용	수수료 20만 원	
소요기간	1년 전후	
유효기간	3년(유효기간 이내 재심사 신청해야 함)	
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) HACCP 시스템수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성</li> <li>2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도를 작성</li> <li>3) 생산공정의 각 단계와 도출된 유해요소를 파악하여 유해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가</li> <li>4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리사항(POA)을 파악</li> <li>5) 모든 유해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정</li> <li>6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선 조치</li> </ol>	
이점	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품안전성 향상</li> <li>- 식품 안전성 지속</li> <li>- 제품 경쟁력 확보</li> <li>- 국제 인증 규격임</li> </ul>	

### 3. 라벨링

#### □ 라벨링 관련 법률 및 규정

- 2017년 4월 베트남 정부는 베트남 내 수입·유통되는 제품들에 대한 신 라벨링 규정(Decree 43/2017/ND-CP, 이하 Decree 43)을 공포함
- 주요 제품정보가 빠진 허술한 라벨지를 모조품 성행의 주요 원인 중 하나로 꼽아 베트남 소비자들을 보호하기 위하여 규정을 한층 강화한 발표로, 이전 라벨링 규정인 Decree 89/2006/ND-CP(이하 Decree 89)를 대체함
- 해당 규정은 2017년 6월 1일부터 발효되었으며 2년간(2019년 6월 1일 이전) 유예기간을 적용하기로 함
- 해당 규정은 제품 종류를 식료품, 건강보호식품, 음료수(주류 제외), 식품 첨가물, 화장품, 의료 기기와 같이 총 6개의 카테고리로 나누어 상품별 추가 기입 정보를 명시

**표 3.4 베트남 신 라벨링 규정 주요 내용**

대상	베트남 내 생산 및 유통업체, 수입업체, 관련 단체 및 개인
내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 필수 표시 사항: 제품 종류와 상관없이               <ul style="list-style-type: none"> <li>① 제품명</li> <li>② 상품 책임자(이름, 주소)</li> <li>③ 원산지</li> <li>④ 제품 종류 및 특징에 따른 세부 정보</li> </ul> </li> <li>• 언어               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 베트남어 작성이 기본</li> <li>- 국제 의약품·화학식·약물 성분 등 베트남어로 존재하지 않는 정보들은 외국어(알파벳)로 표시 가능, 단 베트남어와 동일한 의미를 지녀야 하며, 베트남어 글자 크기보다 작아야 함</li> </ul> </li> <li>• 표시               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 분명한 색상 사용</li> <li>- 글자 및 숫자 크기는 치수법(Law on Measurement)에 준함</li> <li>- 기포장된 식품, 식품 첨가물, 식품 가공보조제의 경우 라벨 글자 높이가 최소 1.2mm 이상이어야 함</li> </ul> </li> </ul>
발효일	2017년 6월 1일(단, 2019년 6월 1일 이전까지 2년간 유예기간 적용)
기타	2017년 6월 1일(해당 발효일) 이전에 생산·수입·유통돼 기존규정(Decree 89)에 따른 라벨이 부착된 제품들은 라벨 상의 유통기한까지 유통을 허가함

자료: Decree 43/2017/ND-CP, 베트남 관세청

□ 품목별 필수 기재 사항(시행령 내 부록 1)

표 3.5 베트남 식품 라벨링 상세 표기사항

범주	필수 정보
식료품	① 수량 ② 제조일: 날짜-월-연도(dd-mm-yy(yy)) ③ 유효기간 ④ 경고문구(있을 경우)
건강보호식품	① 수량 ② 제조일 ③ 유효기간 ④ 성분, 성분의 영양가치(nutritional value) ⑤ 사용방법, 보관방법 ⑥ 위험경고(있을 경우)  ※ 라벨링 - '건강보호식품(Thực phẩm bảo vệ sức khỏe)' - '해당 상품은 약품이 아니며, 약품을 대체하지 않습니다(Thực phẩm này không phải là thuốc, không có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh)'
음료수 (주류 제외)	① 수량 ② 제조일 ③ 유효기간 ④ 경고문구(있을 경우) ⑤ 사용방법, 보관방법
식품 첨가물	① 수량 ② 제조일 ③ 유효기간 ④ 성분 함량 ⑤ 사용방법, 보관방법 ⑥ 경고문구(있을 경우)  ※ 라벨링 - '식품첨가물(Phụ gia thực phẩm)'

자료:Decree 43/2017/ND-CP, 베트남 관세청

□ 판매 중인 건강음료 라벨링 예시

표시사항	라벨링 예시
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명</li> <li>- 원재료명</li> <li>- 원산지</li> <li>- 제조업자 및 유통업자</li> <li>- 제조일자 및 유통기한</li> <li>- 보관방법</li> <li>- 사용방법</li> <li>- 중량</li> <li>- 영양성분표</li> </ul>	

## 4. 위생요건<sup>20)</sup>

### □ 식품첨가물 규정 관련 국가표준(법률)

- 베트남으로 식품을 수출하기 위해서는 베트남 보건부(Ministry of Health)에서 실시하는 검역 및 제품 검사, 위생 검사를 거쳐야 하며, 식품첨가물 등의 제품 성분이 식품첨가물의 사용기준규정(2015-08/TT-BYT)에 부합해야 함
- 유해물질 잔류허용기준은 식품의 생화학적 오염 최대기준치에 대한 규정(Part 8 of Decision 46/2007/QD-BYT), 미생물 오염에 대한 국가기술 기준(05/2012; QCVN 8-3:2011), 중금속 오염에 대한 국가기술기준(02/2011; QCVN 8-2:2011), 곰팡이 독소 오염에 대한 국가기술기준(02/2011; QCVN 8-1:2012/BYT), 식품속 동물성의약품 최대사용제한 규정(2013-24/TT-BYT)을 명시하고 있음

### □ 음료류 식품첨가물 규제

- 한국식품산업협회에서 도출한 조사대상 14개 가공식품, 36개 식품유형별 베트남 식품분류표에 따르면, 버섯음료는 6. 음료류에 분류되며 별도의 식품첨가물 규정과 미생물오염 제한규정이 명시되어 있음(QCVN6-2:2010/BYT)
- 베트남은 2가지 기준에 따라 식품분류가 이루어지는데, 보건부 식품위생안전국에서 공포한 법규를 따르는 국가 기준·규격에 따른 분류와 유해물질 관리규정인 「화학물질 및 미생물오염 제한규정(46/2007/QD-BYT결정서)」에서 제시한 기준을 따름
- 음료류의 경우 다음과 같이 총 3,196개 항목의 식품첨가물 규제와 총 136개의 유해물질 규제 항목이 조사되며 이에 대해 최대 허용농도가 적용됨(일부만 작성)
- 또한 163/2004/ND-CP 제 14조 식품위생안전품질 법령에 의거하여 건강식품, 영양식품, 첨가물, 콩 가공제품 등이 “위험도가 높은 식품 리스트”에 포함돼, 총 4단계의 검역검사 중 정밀검사(무작위 샘플링)를 의무적으로 받게 됨을 참고

표 3.6 가공식품 유형별 베트남 식품분류표

번호	한국		베트남	
			국가기준·규격	미생물오염 제한 규정에 따른 분류
17	음료류	과일·채소음료	QCVN6-2:2010/BYT 인삼·홍삼음료 제외	-
18		두유류(두유액)		
19		인삼·홍삼음료		

20) 자료: 한국식품산업협회 수출대상국 식품첨가물 및 유해물질 조사(베트남)(2012), Kati 농식품수출정보(www.kati.net) 가공식품 품목별 식품첨가물 및 유해물질 정보, 베트남 식품첨가물 및 유해물질 개요표(2017) 정보를 바탕으로 작성

표 3.7 음료류 식품첨가물 규정

허용된 식품첨가물	최대허용함량(g/kg)	허용된 식품첨가물	최대허용함량(g/kg)
potassium hydrogen sulfate	GMP <sup>21)</sup>	iron sesquioxide	0.5
saccharin	0.3	methyl p-hydroxy benzoate	0.3
saccharin calcium	0.3	ponceau 4r	0.2
sodium saccharin	0.3	potassium benzoate	1
steviol glycoside	0.2	potassium bisulphite	0.05
sucralose	0.4	potassium metabisulphite	0.05
calcium hydrogen sulphite	0.05	potassium sorbate	1
calcium sorbate	1	potassium sulphite	0.05
canthaxanthin	0.045	riboflavin	1
carmine	0.2	riboflavin 5'-phosphate sodium	1

□ 음료류 유해물질 잔류허용기준

물질명	식품유형	제한기준
<sup>103</sup> Ruthenium( <sup>103</sup> Ru)	기타음료(혼합, 추출, 음료베이스 등)	1,000Bq/kg
<sup>106</sup> Ruthenium( <sup>106</sup> Ru)	기타음료(혼합, 추출, 음료베이스 등)	100Bq/kg
<sup>129</sup> Iodine( <sup>129</sup> I)	기타음료(혼합, 추출, 음료베이스 등)	100Bq/kg
<sup>134</sup> Cesium( <sup>134</sup> Cs)	기타음료(혼합, 추출, 음료베이스 등)	1,000Bq/kg
<sup>14</sup> Carbon( <sup>14</sup> C)	기타음료(혼합, 추출, 음료베이스 등)	10,000Bq/kg
<sup>144</sup> Cerium( <sup>144</sup> Ce)	기타음료(혼합, 추출, 음료베이스 등)	1,000Bq/kg
<sup>192</sup> Iridium( <sup>192</sup> Ir)	기타음료(혼합, 추출, 음료베이스 등)	1,000Bq/kg
<sup>235</sup> Uracil( <sup>235</sup> U)	기타음료(혼합, 추출, 음료베이스 등)	100Bq/kg
<sup>238</sup> Plutonium( <sup>238</sup> Pu)	기타음료(혼합, 추출, 음료베이스 등)	1Bq/kg
<sup>241</sup> Americium( <sup>241</sup> Am)	기타음료(혼합, 추출, 음료베이스 등)	1Bq/kg

21) GMP: 식품첨가물 목록에 등재되어 해당 품목에 사용할 수 있으나 사용기준이 정해져 있지 않은 경우로 Good Manufacturing Practice (GMP)에 따라 사용 가능



## **IV. 경쟁제품**

- 1. 경쟁제품 선정기준 및 지표**
- 2. 경쟁제품 분석**

# 1. 경쟁제품 선정기준 및 지표

## o 분석기준 및 지표설정

- 현지 소비자, 판매원 인터뷰와 매장 진열대 조사로 수집된 판매 상위 제품을 선별함
- 건강기능식품 전문점을 중심으로, 그밖에 백화점, 대형마트, Asian 마트, 한인마트, 편의점, 슈퍼마켓 등을 방문하여 건강음료의 판매현황 파악
- 현지인들의 방문빈도가 높은 대표 온라인 쇼핑채널(제조회사 공식 몰 포함)의 유통 제품 중 판매율과 소비자 평점이 상위인 제품, 특히 업체의 생산제품인 버섯음료와 유사한 제품 위주로 선별하여 제품 상세정보에서 공통적으로 확인되는 정량지표와 정성지표를 활용하여 분석

정량지표	정성지표
중량 (g)	포장형태
1kg당 가격 (원)	원료·성분
유통기한 (개월)	제조국가
	보유인증

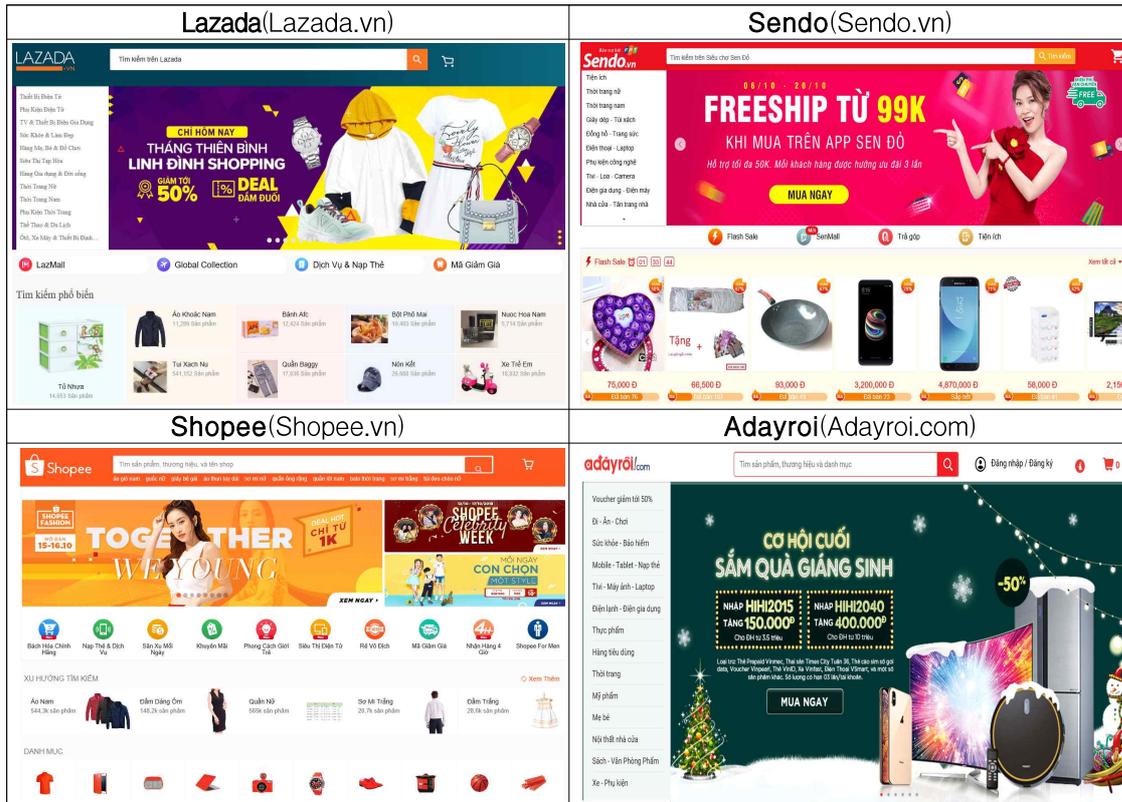
## o 대표 방문매장

### 1) 오프라인<sup>22)</sup>

Co.op Mart	Auchan	Lotte Mart
		
베트남 호치민	베트남 하노이	베트남 호치민

22) 오프라인 매장은 음료류와 건강음료를 취급하는 유통채널 중 의뢰품목(버섯음료)과 가장 유사한 제품이 발견되거나 한국제품을 판매하는 유통채널을 대표로 설정해 놓은 것이며, 실제 현지조사를 위해 방문한 매장은 대형마트체인 총 4곳임 (55페이지 참고)

2) 온라인<sup>23)</sup>



23) 2017 베트남 최고의 온라인 쇼핑몰 10위(Top 10 e-commerce sites in Vietnam 2017)에서 방문자수 기준, 상위 4개 사이트 방문 조사  
<http://ecomeye.com/top-e-commerce-sites-vietnam-online-shopping>

## 2. 경쟁제품 분석

### 1) 오프라인

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	제품명	Trà thanh nhiệt Dr. Thanh (해열차 Dr. Thanh)	Nước giải khát vị linh chi Bio Appgold Drink 10 chai
	제조사	Công ty TNHH TM DV Tân Hiệp Phát	한국 K사
	원산지	베트남	대한민국
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 구성성분: 정제수, 설탕, 국화, 인동덩굴 (Japanese Honeysuckle), 꿀풀, 감초, 푸루메리아 등</li> <li>- 페트병 포장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 구성성분: 영지농축액, 사과농축액, 천궁추출물, 글리신(아미노산), 캐러멜색소, 정제수 등</li> <li>- 유리병 포장</li> <li>- 온라인 채널보다 낮은 가격에 판매되고 있음</li> </ul>
	유통기한	제조일로부터 1년	제조일로부터 3년
	조사매장	Co-op Xtra - Vivo City	Lotte mart - 본점
	용량(g)	500ml	1,000ml(10병*100ml)
	제품가격	12,000베트남 동(약 600원)	80,000베트남 동(약 3,870원)

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	제품명	Nước nho Hutgaesoo(헛개수)	Dongwon nước trà Hovenia(헛개 열매차)
	제조사	CJ HealthCare	(주)동원에프앤비
	원산지	한국	한국
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 구성성분: 정제수, 헛개열매 추출농축</li> <li>- 액 0.2%, 침즙 0.2%, 합성착향료(혼합차향), 니코틴산아미드, 식물혼합추출액C 등</li> <li>- 페트병 포장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 구성성분: 정제수, 헛개나무열매 추출농축액 0.3%, 합성착향료(헛개향, 허브향), 니코틴산아미드, 복합허브추출물 등</li> <li>- 페트병 포장</li> </ul>
	유통기한	제조일로부터 1년	제조년일: 미명기 유통기한: 2019년 6월 6일
	조사매장	Lotte mart - 본점	Sky mart - Sky Garden 본점
	용량(g)	500ml	500ml
	제품가격	30,000베트남 동(약 1,500원)	25,000베트남 동(약 1,250원)

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	제품명	Nước ép Hovenia 100%(진한 헛개나무)	Nước hồng sâm농협 홍삼음료
	제조사	한국 C사	한국 D사(지역농협)
	원산지	한국	한국
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 구성성분: 헛개나무열매 추출액 100%(고형분 6% 이상, 헛개나무열매: 중국산)</li> <li>- 플라스틱 파우치 포장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 구성성분: 정제수, 액상과당, 홍삼농축액, 사과추출물, 합성착향료(홍삼향), 말토덱스트린 등</li> <li>- 유리병 포장</li> </ul>
	유통기한	제조일로부터 2년	제조년월: 미명기 유통기한: 2019년 5월 17일
	조사매장	Sky mart - Sky Garden 본점	Sky mart - Sky Garden 본점
	용량(g)	80ml	180ml
	제품가격	27,000베트남 동(약 1,500원)	21,000베트남 동(약 1,050원)

2) 온라인

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지		
	제품명	Trà xanh Matcha Tea+ (Plus) chai 350ml	Trà xanh hương táo C2 chai 360ml
제품 스펙	제조사	Suntory PepsiCo Vietnam Beverage Company(SPVB)	URC VIETNAM CO., LTD
	원산지	베트남	베트남
	용량(g)	350ml	360ml
	제품가격	6,400베트남 동(약 310원)	6,000베트남 동(약 290원)
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 페트병 포장으로 안전하고 휴대가 편리한 특징을 강조한 베트남의 대표적 녹차 음료</li> <li>- 가볍고 깔끔한 맛을 특징으로 운동 후나 평소에 비타민과 미네랄(수분)을 효과적으로 보충할 수 있는 건강음료로 홍보</li> <li>- 구성성분: 녹차, 물, 설탕, 천연향료, 산화방지제, 산도조절제, 말차분말, 유화제, 테아닌 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 페트병 포장으로 안전하고 휴대가 편리한 녹차 음료로 과일성분을 결합해 천연의 단맛을 냄</li> <li>- 브랜드 C2는 Cool&amp;Clean의 약자로 시원함과 깨끗함을 강조함</li> <li>- 갈증해소와 방열효과에 탁월하며 이름처럼 인공색소나 방부제를 전혀 사용하지 않음을 홍보</li> <li>- 구성성분: 녹차, 물, 합성사과향, 시트르산나트륨, 아스코르빈산, 산화방지제, 산도조절제 등</li> </ul>
		제품특성	

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지		
	제품명	Nước uống giã rượu Hovenia chai 440ml	Trà xanh hương chanh Wonderfarm chai 345ml
제품 스펙	제조사	VIETNAMCAO(브랜드-Hovenia)	Interfood Shareholding Co
	원산지	베트남	베트남
	용량(g)	440ml	345ml
	제품가격	18,500베트남 동(약 895원)	5,000베트남 동(약 241원)
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국 제조기술을 도입했다고 홍보하는 현지산 숙취해소음료 헛개나무 인스턴트 차 음료</li> <li>- 페트병(가장 큰 용량), 캔형태, 작은 유리병으로 총 3가지 용량으로 출시됨</li> <li>- 구성성분: 헛개나무, 시나몬, 생강, 감초 등의 추출물, 설탕, 소금, 섬유질, 정제수 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 페트병 포장으로 안전하고 휴대가 편리한 특징을 강조한 제품</li> <li>- 녹차의 부드러움과 레몬의 상쾌함을 결합하여 열대기후에 인기가 높은 제품으로, 특히 항산화 효과 등 피부건강에 도움이 되는 건강음료로 홍보</li> <li>- 구성성분: 녹차 잎, 레몬즙, 합성 레몬향, 구연산, 정제수, 정제설탕, 천연 감미료 등</li> </ul>

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지		
	제품명	Dung dịch bổ gan Hovenia Dulcis Thunberg hộp 30 gói	Combo 3 hộp Nước hồng sâm Hàn Quốc Dongnam Medical 10 chai/hộp
	제조사	한국 K사	한국 D사
	원산지	대한민국	대한민국
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소형 파우치에 날개 포장되어 휴대가 편리한 한국산 숙취해소음료 헛개나무열매 진액</li> <li>- 알콜성분 제거(해독), 두통완화, 소화기능 개선, 간기능 강화 등 숙취해소 효능을 강조하여 선물용으로 판매되는 제품</li> <li>- 구성성분: 헛개나무열매, 오리엔탈 포도씨, 영지버섯추출물, 대추, 강장제 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소형 유리병에 날개 포장되어 휴대가 편리한 한국산 홍삼음료(청량감이 있음)</li> <li>- 피로회복, 스트레스 완화, 활력 강화에 효과적이며 학생, 직장인, 노년층 등이 섭취하기에 적합한 건강음료임을 강조</li> <li>- 구성성분: 홍삼추출물, 천궁농축액, 액상과당, 구연산, 구연산나트륨, 스테비안 등</li> </ul>
	용량(g)	3,000ml(30팩*100ml)	1,000ml(10병*100ml)
	제품가격	500,000VND(약 24,050원)	130,000VND(약 6,253원)

구분		제품 #7	제품 #8
제품 이 미 지	제품 이미지		
	제품명	Nước giải khát vị linh chi Bio Apgold Drink 10 chai	Nước giải khát Bio Apgold vị đồng trùng hạ thảo hộp 10 lọ
	제조사	한국 K사	한국 K사
	원산지	대한민국	대한민국
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소형 유리병에 날개 포장되어 휴대가 편리한 한국산 버섯음료로 선물용으로 판매</li> <li>- 영지의 효능인 고혈압, 당뇨병, 비만, 불면증, 기억장애 등의 질병 예방기능을 강조</li> <li>- 영지농축액, 사과농축액, 천궁추출물, 글리신(아미노산), 캐러멜색소, 정제수 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소형 유리병에 날개 포장되어 휴대가 편리한 한국산 버섯음료로 선물용으로 판매(씹쓸한 맛이 특징으로 기호에 따라 꿀이나 설탕을 첨가하여 섭취)</li> <li>- 면역기능강화의 효능을 홍보</li> <li>- 구성성분: 동충하초 추출물, 사과농축액, 벤조산나트륨, 캐러멜색소, 정제수 등</li> </ul>
	용량(g)	1,000ml(10병*100ml)	1,000ml(10병*100ml)
	제품가격	100,000VND(약 4,810원)	100,000VND(약 4,810원)



## V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

## 1. 경쟁사 선정과정

### □ 방법론 01. 오프라인 매장 조사

- 버섯음료와 기타 건강음료에 대한 현지 조사원 조사 실행
- 현지 유통채널 방문 및 업체관계자 인터뷰

표 5.1 오프라인 매장 조사 채널 (4개)

채널 종류	채널명
대형마트 체인	Co.op Mart, Auchan, Lotte Mart, Sky mart(Sky Garden)

### □ 방법론 02. 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드: 버섯, 건강음료 등(Nấm, Đồ uống, Mushroom Drinks, Healthy Drinks 등)
- 온라인 쇼핑몰 조사(4개)
  - 라자다 베트남(Lazada Vietnam)
  - 센도 베트남(Sendo Vietnam)
  - 어더이조이(Adayroi.com)
  - 쇼피 베트남(Shopee Vietnam)

### □ 두 가지 방법론을 통한 주요 경쟁사 도출

베트남	베트남	베트남	베트남	한국	한국
Suntory PepsiCo	URC VIETNAM	Vietnam Cacao	Interfood Shareholding	Korea Ginseng	Chong Kun Dang
					
온·오프라인	온·오프라인	온·오프라인	온·오프라인	온·오프라인	온·오프라인

## 2. 주요 경쟁사 개요

### ☐ Suntory PepsiCo Vietnam Beverage Co Ltd

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 베트남 음료시장 공략을 위해 일본계 선토리와 미국계 펩시코가 합작하여 2013년에 호치민시에 설립. 선토리의 제조기술과 능력, 펩시코의 마케팅과 대중성을 접목하여 지속적으로 성장</li> <li>- 소프트드링크, 에너지음료, 생수, 인스턴트 차 음료 등 바쁜 현대인의 취향에 맞도록 제품의 형태를 간편하게 개발 및 공급</li> </ul>		
	기업유형	음료 제조업	홈페이지
취급품목	차 음료, 탄산, 생수 등	연락처	Phone: (84 28) 3 821 9437
소재지	베트남	설립연도	2013년
직원 수	300명	매출액	622M USD
대표 제품			

자료: Suntory PepsiCo(www.sunortypepsico.vn)

### ☐ URC VIETNAM CO LTD

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Universal Robina Corporation(URC)은 필리핀 최대의 식품, 음료 제조업체로 베트남, 인도네시아, 뉴질랜드, 호주 등 아세안과 오세아니아 지역 전역에 강력한 입지를 구축하고 있음. 대표적인 브랜드로 Jack 'n Jill(스낵류), C2(차 음료), Great Taste(커피)는 안정적인 매출을 유지</li> <li>- 베트남 시장에 특화된 제품개발, 혁신, 소비자 친화적인 마케팅, 베트남 64개 주 전역에 걸쳐 강력하고 유연한 유통 네트워크를 보유함으로써, 설립 이래 지속적으로 고품질 서비스에 대한 신뢰를 받음</li> </ul>		
	기업유형	식품 제조업	홈페이지
취급품목	음료, 캔디, 스낵류 등	연락처	Phone: (84 8) 6 296 9676
소재지	베트남	설립연도	2003년
직원 수	1,500명	매출액	46M USD
대표 제품			

자료: URC VIETNAM(www.urc.com.vn)

□ Vietnam Cacao

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 베트남 호치민시에 위치한 식품, 음료 제조업체로 코코아 기반의 건강한 식품과 음료를 전 세계에 수출하는 것을 목표로 함</li> <li>- 대형마트, 슈퍼마켓, 편의점 등 주요 현대적 유통채널에 광범위하게 입점해 있으며, 현재까지 미국, 한국, 말레이시아, 인도네시아 등에 수출</li> <li>- 커피(우유), 열대과일 음료, 초콜릿 등의 코코아 가공품을 주로 생산하며 헛개나무 숙취해소음료를 3가지 다른 용량으로 출시한 점이 특이점</li> </ul>		
	기업유형	식품 제조업	홈페이지
취급품목	숙취해소음료, 커피, 우유	연락처	<a href="mailto:export@vinacacao.com.vn">export@vinacacao.com.vn</a>
소재지	베트남	설립연도	2007년
직원 수	150명	매출액	948K USD
대표 제품			

자료: Vietnam Cacao([vinacacao.com.vn](http://vinacacao.com.vn))

□ Interfood Shareholding Co

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 베트남 비엔호아(Biên Hòa) 지역에 설립된 싱가포르 법인 기린 홀딩스의 자회사로, 대표적인 브랜드 WONDERFARM과 KIRIN으로 음료, 생수, 스낵, 잼, 그밖에 통조림 형태의 농수산물 가공식품 제조를 전문으로 하는 수출기업</li> <li>- 인체의 생리현상에 도움이 되며 유익한 자연주의 식품을 만들겠다는 기업이념을 바탕으로 현지인들의 취향에 부합하는 열대과일(수박, 석류, 코코넛) 본연의 맛을 살린 건강 차 음료 등을 개발하며, 인삼 등의 동양적 재료들을 활용</li> </ul>		
	기업유형	식품 제조업	홈페이지
취급품목	음료, 생수, 스낵, 잼	연락처	<a href="mailto:contact@wonderfarmonline.com">contact@wonderfarmonline.com</a>
소재지	베트남	설립연도	1991년
직원 수	652명	매출액	62M USD
대표 제품			

자료: Interfood([wonderfarmonline.com](http://wonderfarmonline.com))

□ Korea Ginseng Bio-Science

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1998년 동국식품이라는 상호로 설립되어 동국대학교 산업기술연구원과의 산학협력 프로젝트를 통해 홍삼과 녹용제품 개발을 시작으로 사업을 확장</li> <li>- 2004년 건강기능식품 전문제조업 국내 1호 업체로 등록(한국 식약청). 국제 ISO 9001 인증, 국내 HACCP 인증 획득. 2014년 300만불 수출 달성</li> <li>- 방부제와 화학첨가물을 함유하지 않은 자연주의 건강식품 개발·판매를 원칙으로 하며 홍삼, 영지, 동충하초, 헛개나무 음료는 베트남 시장에서 인기</li> </ul>		
	기업유형	식품 제조업	홈페이지
취급품목	차류, 인삼, 홍삼	연락처	webmaster@koreaginsengco.com
소재지	한국	설립연도	1998년
직원 수	43명	매출액	약 74억 1,780만원(2017년)
대표 제품			

자료: Korea Ginseng(www.koreaginsengco.com)

□ Chong Kun Dang

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국 의약품 생산업체 종근당홀딩스의 자회사로 1996년 특수영양식품 제조허가 취득, 2004년 건강기능식품 제조허가 취득</li> <li>- 2008년 발효홍삼 액상추출라인 구축을 시작으로, 현재까지 차가버섯 추출액, 석류 농축액, 헛개나무 추출액, 흑마늘 진액 등 다양한 자연 유래 음료를 개별 파우치 포장으로 간편하게 복용할 수 있도록 판매함</li> <li>- 어린이 두뇌발달과 신체성장에 도움을 주는 건강음료를 비롯하여 연령별, 효능별 다양한 제품군을 보유. 베트남 시장에는 홍삼 진액만이 진출해 있음</li> </ul>		
	기업유형	의약품 제조업	홈페이지
취급품목	건강보조제, 홍삼, 음료	연락처	global@ckdpharm.com
소재지	한국	설립연도	1996년
직원 수	121명	매출액	약 1,260억 5,067만원(2017년)
대표 제품			

자료: Chong Kun Dang(www.ckdhc.com)

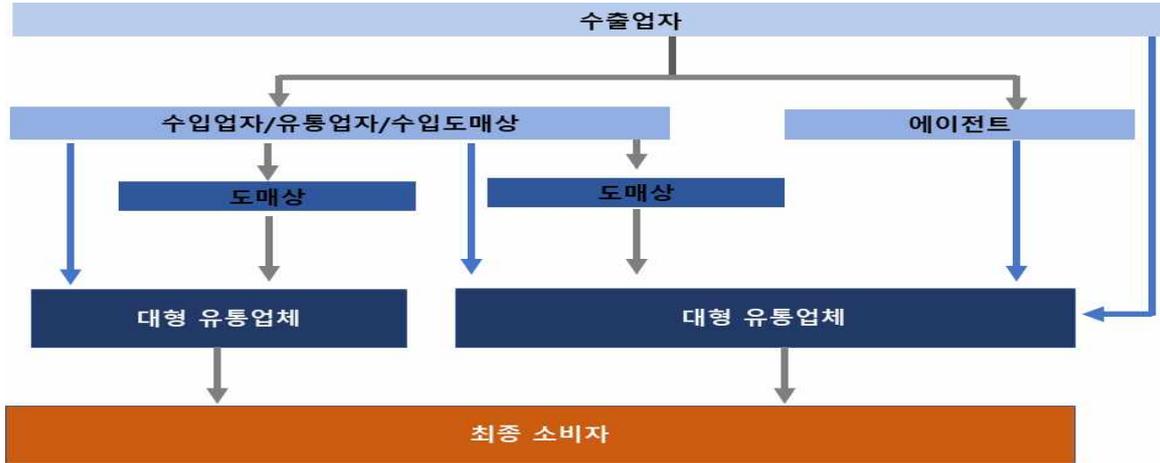


## VI. 유통채널

1. 유통채널 개황
2. 주요 유통채널 분석

# 1. 유통채널 개황

## □ 유통채널 구조



- 수입 식품의 유통은 네 개의 경로 중 하나를 통해 이루어짐
  - 수출업자 → 수입업자/유통업자 → 대형 현대 소매상
  - 수출업자 → 수입업자/유통업자 → 도매상→소매상
  - 수출업자 → 지역 에이전트 → 수입업자/유통업자 → 도매상 → 소매상
  - 수출업자 → 대형 현대 소매상
- 상기 중 첫 번째와 두 번째가 가장 일반적인 베트남의 식품 유통 구조
  - 베트남에서는 대부분의 식품 수입업자가 곧 유통업자로, 수입 식품을 직접 지역의 대형 소매상에게 유통하거나 도매상에게 유통함
  - 도매상은 수천 개의 소규모 소매상에 유통. 대부분의 현대 소매상은 상대적으로 구매력이 낮기 때문에 유통업자나 수입업자를 통해 수입 식품을 조달받음
  - Metro, Big C, Saigon Coopmart, Maximart, Citimart는 해외 공급업자에게 직접 구입하는 대형 현대 소매상임

- 롯데마트는 베트남 전역에 6개의 매장을 열었고, 이마트<sup>24)</sup>도 2015년 11월 호치민 1호점 개장. 2017년 7월 GS리테일은 베트남의 손킴그룹(SONKIM GROUP)과 합자법인회사(조인트벤처) 설립 계약을 체결하고 본격적으로 베트남 시장에 진출
- 태국 유통업체 진출이 두드러짐. 태국업체들은 현지 빅씨마트, 메트로 등을 인수하면서 베트남에 근거지를 확보하는 데 성공. 베트남과 태국은 관세 장벽이 없고 지역적으로 가까워 물류비, 생산비 등에서도 강점 보유
- 소형점포 확대도 베트남에서 나타나고 있는 유통업계의 변화 중 하나. 현지기업인 빈그룹 계열의 빈마트플러스와 미국계 편의점 서클케이가 급속히 점포를 확장
- 전문가들은 2025년까지 현대적 유통채널의 시장점유율이 20% 수준까지 확대될 것으로 예상
- 베트남의 대도시(하노이, 호치민, 하이퐁, 다낭, 칸토 등)의 경우는 베트남 전체 수입 평균(약 250만원/년)의 2~3배를 상회하여, 이들이 현대적 유통채널의 주요 공략 대상

#### □ 온라인 유통채널 현황

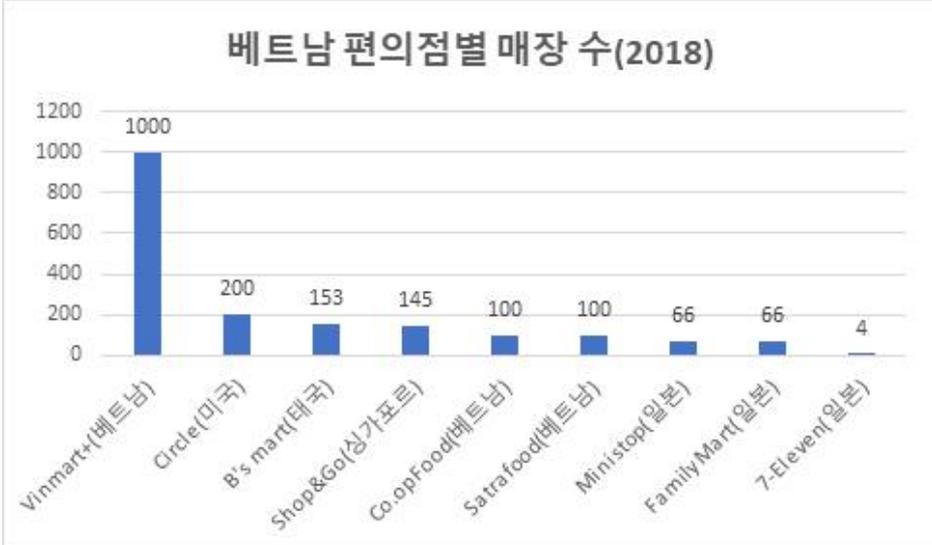
- 최근 5년(2013~2017) 동안 인터넷쇼핑 등의 무점포소매의 유통비중은 미미하며, 2018년 소폭 성장이 예상되나, 그 비중은 높지 않을 것으로 전망됨
  - Global Findex Database(2017)에 따르면, 베트남 소비자의 약 20%만이 디지털 방식으로 물건을 구입하며, 전자식 카드 소지자가 적기 때문에 대부분의 결제가 제품 인도 시 현금을 지급하는 방식으로 이루어지고 있음
  - 온라인 판매의 경우 재고관리의 어려움, 높은 배송비용으로 인해 매출이익을 크게 창출하기 힘든 구조
  - 소비자들은 온라인 판매사이트를 제품 정보를 검색하고 확인하는 수단으로만 사용하고 실제 구매는 주로 오프라인을 통한
- 다만, 인터넷 보급률(53%)과 스마트폰 보급률(55%)의 확대로, 호치민, 하노이 등의 대도시를 중심으로 전자상거래가 점점 더 보편화 될 것으로 전망됨

24) 이마트는 진출 반년여 만에 초기 투자비를 모두 회수할 정도로 이익을 내고 있는 것으로 알려짐

□ 식품산업 유통채널 진출 현황

- 중국의 성장세 둔화와 외국계 대형 유통기업 진입 규제 완화로 글로벌 대형마트체인에게 신규시장으로 각광받고 있음
- 2009년부터 베트남은 세계무역기구 가입 2년 만에 소매업에 대한 외국인지분 100% 소유를 허용
  - 2016년 500㎡ 이하 상점 개점에 대한 규제 장벽이 낮아지면서 해외 편의점 진출이 가속화
  - 베트남 편의점 시장은 2021년까지 연평균 15.7%로 성장할 전망으로 필리핀, 인도네시아 등의 주변국보다 높은 성장이 예상됨

온라인	오프라인
홈쇼핑	외국계 대형마트
SCJ 	Lottemart(한국) 
Lotte 	E-mart(한국) 
Hyundai 	Aeon Mall(일본) 
Coop 	Big C(태국) 
GS 	현지 대형마트
	Coopmart(베트남) 
	Maximark(베트남) 
	Citimart(베트남) 
	MM Mega Market(베트남) 
온라인 몰	편의점
Lazada 	Circle(미국) 
Sendo 	Ministop(일본) 
Shopee 	Familymart(일본) 
Tiki 	GS25(한국) 
	Shop&Go(싱가폴) 
	Vinmart+(베트남) 
	Coop(베트남) 
	B's Mart(태국) 

종류	진출 현황																				
대형마트	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 로컬 기업인 Coopmart는 전국 96개, 호치민 35개 매장을 보유</li> <li>- 태국 기업인 Big C는 베트남 내 35개 매장 운영</li> <li>- 일본 대형 유통매장인 이온(Aeon) 진출</li> <li>- 한국 롯데마트는 현재 13개 매장을 2020년까지 87개 수준으로 늘릴 계획이며 대형, 중형, 미니마트 등의 다양한 규모로 진출 고려</li> <li>- 한국 이마트는 호치민시 외곽에 약 3ha(약 3만㎡) 크기의 매장을 오픈, 향후 10개 매장을 더 오픈할 전망</li> </ul>																				
편의점 <sup>25)</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 베트남 최대 부동산 기업인 빈그룹의 편의점 브랜드 빈마트(Vinmart+)는 2020년까지 4,000개 매장 개설하여 네트워크를 4배로 확장할 계획</li> <li>- 한국 GS25는 2018 1월 호치민시에 1호 매장 오픈, 연말까지 50개 매장 오픈 계획, 10년 내 2,500개로 확대할 계획</li> <li>- 7-eleven을 운영하는 일본 세븐&amp;아이홀딩스는 2027년까지 베트남에 1,000개의 매장 개설을 목표로 함</li> </ul> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> <p><b>베트남 편의점별 매장 수(2018)</b></p>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <caption>베트남 편의점별 매장 수(2018)</caption> <thead> <tr> <th>브랜드</th> <th>매장 수</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Vinmart+(베트남)</td> <td>1000</td> </tr> <tr> <td>Circle(미국)</td> <td>200</td> </tr> <tr> <td>B's mart(태국)</td> <td>153</td> </tr> <tr> <td>Shop&amp;Go(싱가포르)</td> <td>145</td> </tr> <tr> <td>Co.op Food(베트남)</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>Satra food(베트남)</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>Ministop(일본)</td> <td>66</td> </tr> <tr> <td>Family Mart(일본)</td> <td>66</td> </tr> <tr> <td>7-Eleven(일본)</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table> </div>	브랜드	매장 수	Vinmart+(베트남)	1000	Circle(미국)	200	B's mart(태국)	153	Shop&Go(싱가포르)	145	Co.op Food(베트남)	100	Satra food(베트남)	100	Ministop(일본)	66	Family Mart(일본)	66	7-Eleven(일본)	4
브랜드	매장 수																				
Vinmart+(베트남)	1000																				
Circle(미국)	200																				
B's mart(태국)	153																				
Shop&Go(싱가포르)	145																				
Co.op Food(베트남)	100																				
Satra food(베트남)	100																				
Ministop(일본)	66																				
Family Mart(일본)	66																				
7-Eleven(일본)	4																				

25) 자료: Doanh Nhan+ 2018.04.10.

<http://doanhnhanplus.vn/kinh-doanh/chuyen-lam-an/cua-hang-tien-loi-dang-phu-khap-tp-hcm.html>

## 2. 주요 유통채널 분석

- o Vinmart, BigC, Coopmart 등의 대형슈퍼마켓에 입점하기 위해서는 먼저 기업 담당자에게 제품을 보여주고, 제품에 대한 긍정적 반응을 확인해야 함. 최근 사업을 지원하는 프로그램을 내놓고 있지만 입점까지 여러 장벽이 존재. 대표적으로 입점까지의 소요기간이 길고, 입점 시에도 원하는 위치에 진열될 것인지에 대한 비용과 절차적 어려움이 있으며, 각 매장마다 소비자들에게 제시하는 할인율도 확인이 필요함

□ Co.op Mart

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 사이공트레이딩에 의해 1996년에 설립</li> <li>- 일본, 한국, 유럽, 미국산 다양한 제품을 취급</li> <li>- Co-op Xtra와 Co-op Food가 계열사로, 매장규모와 가격 측면에서 Co-op Mart는 중간에 위치</li> </ul>		
	Homepage: <a href="http://www.co-opmart.com.vn">www.co-opmart.com.vn</a> Tel : +84-8-38-360-143 주소: 199-205 Nguyen Thai Hoc, Pham Ngu Lao Ward, Ho Chi Minh, Ho Chi Minh City, Vietnam		
<b>채널유형</b>	대형마트체인	<b>사업규모(점포 수)</b>	108
<b>입점절차</b>	<b>1. 직접 방문</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 근무시간: 오전 8시~ 11시 30분, 오후 1시30분 ~ 4시 30분</li> <li>- 월요일: 식품 only; 화요일: 화장품 only; 수요일: Textile only; 목요일: 생활용품 only</li> <li>※구비서류(공통)</li> <li>- 공급자의 정보(사업자등록증 등); 위임장</li> <li>- 상품 리스트 및 샘플</li> <li>- 상품 관련 서류</li> <li>- 결과 통보: 접수일로부터 14일 (working days)</li> </ul> <b>2. 서류 송부</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Co-op mart 호치민 본사 공급자관리실(Phòng giao dịch nhà cung cấp)로 송부</li> <li>- 또는 Email: <a href="mailto:phonggdhcc@saigonco-op.com.vn">phonggdhcc@saigonco-op.com.vn</a>로 연락</li> <li>- MD부서에서 확정 후 미팅을 통해 구체적인 논의</li> </ul>		
<b>특이사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지산, 기타 수입산 인스턴트 차 음료를 취급</li> <li>- 인스턴트 차 음료의 경우 대부분을 냉장 보관</li> <li>- 한국산 건강음료는 확인되지 않음</li> </ul>		
<b>매장전경</b>			

□ Auchan Retail Viet Nam

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AUCHAN GROUP이 1961년 프랑스에 설립</li> <li>- 2015년 Auchan Retail (Công ty TNHH MARQUIS - MARQUIS CO.,LTD)의 이름으로 진출. 현재 총 17개 국가에 진출</li> <li>- Crescent Mall 내 신규 매장을 2018년 11월에 오픈(홍콩 Dairy Farm의 Giant 마트 인수한 결과)</li> </ul>		
	Homepage: <a href="https://auchan.vn">https://auchan.vn</a> 주소: 11 Trường Sơn, Phường 15, Quận 10, TP. HCM		
채널유형	대형마트체인	사업규모(점포 수)	21
입점절차	1. 입점문의 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: bichthuy.le@auchan.vn</li> <li>- 연락처: +84-909-445-477</li> <li>※ 구비서류(공통)</li> <li>- 사업자등록증</li> <li>- 샘플, 견적서</li> <li>- 식품안전인증서</li> </ul>		
특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 신도시(Phu My Hung) 한인타운 내 위치한 매장</li> <li>- 음료류는 국내산과 수입품의 비율이 70:30 정도</li> <li>- 건강음료는 홍삼이 첨가된 미국산 음료가 유일</li> <li>- 다양한 인스턴트 차 음료가 냉장이 아닌 실온에 진열</li> </ul>		
매장전경	 		

□ Lotte Mart

기업 개요	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2008년 12월 베트남 내 첫 매장 오픈</li> <li>- 롯데마트 본 주소지인, 7군 점은 매장진열과 설계가 고급스럽고 해산물, 공산품 등 상품이 고급스러우나, 기타 지역에 소재한 롯데마트는 Coopmart와 비슷하게 현지화되어 있음</li> <li>- 1층 야채, 육류, 가공류, 유제품, 해산물, 꽃 신선 상품류, 2층 공산품 및 한국상품 전문매장으로 나누어져 있음</li> <li>- 외부 전경은 한국의 백화점 1층처럼 입주사들의 상점들이 있고, 뒤쪽으로 마트가 구분되어 있음</li> </ul>
컨택 방법	Homepage: <a href="http://lottemart.com.vn/">http://lottemart.com.vn/</a>
	Tel : +84-28-3775-3232
	주소: 호치민시 7군 Tan Hung동 Nguyen Huu Tho거리 469번지, 베트남
채널유형	대형마트      사업규모(점포 수)      13
입점절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mrs. Pham Hoang Anh의 이메일로 상품 관련서류를 보내 의사 결정</li> <li>- 이메일: anhph@lotte.vn</li> <li>- 연락처: +84-28-3775-3232 (내선: 324)</li> </ul>
특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국제품 전용 코너가 마련되어 있으며, 그 중 절반 이상이 홍삼, 영지 관련 건강기능식품임</li> <li>- 유일하게 약용버섯이 첨가된 한국산 건강음료를 판매하는 매장</li> </ul>
매장전경	

## [ 참고 문헌 ]

### ■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot Vietnam June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.10.15.
2. 「Vietnam Retail Foods (sector Report 2016) USDA, 2017.07.03.
3. 「Soft Drinks in Vietnam」, Euromonitor International, 2018.03.
4. 「보도자료 박항서 매직 이제는 농식품으로 베트남 시장 공략」, 농림축산식품부, 2018.02.28.
5. 「국가신용도 평가리포트」, 한국수출입은행, 2018.02.
6. 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards Certification」, 미국 농무부, 2017.12.28.
7. 「The Global Findex Database-Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution」, World Bank Group, 2017
8. 「베트남 소매시장 잡아라, 해외업체들 경쟁 뜨거워」, 이투데이, 2018.06.20.
9. 「Weight Management and Wellbeing in Vietnam」, Euromonitor International, 2018.09.
10. 「강민호 롯데마트 베트남법인장 “2년 내 매장 87개 확보“」, 프라임경제, 2018.06.28.
11. 「National technical regulation of Microbiological contaminants in food」, 베트남정부, 2012
12. 「베트남 대도시에서 가장 잘 팔리는 일용소비재 우유」, 더바이어(The Buyer), 2018.07.19
13. 「베트남 시장 공략의 핵심 키워드는 프리미엄」, 서울대학교 아시아연구소 동남아시아센터, 2017.03.08.
14. 「베트남 유기농 식품 시장현황」, 한국농수산물유통공사 하노이지사, 2017.11.
15. 「해외농업개발서비스 베트남 해외통신훈 보고서-주요 곡물 재배 기술 관련 자료」, 한국농어촌공사, 2013.04

### ■ 참고 사이트

1. 관세법령정보포털 3.0([unipass.customs.go.kr](http://unipass.customs.go.kr))
2. 세계 HS 정보시스템([www.customs.go.kr](http://www.customs.go.kr))
3. International Trade Centre([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
4. 농수산물수출지원정보([www.kati.net](http://www.kati.net))
5. 한국무역협회([www.kita.net](http://www.kita.net))
6. Euromonitor International([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
7. 베트남 관세청([www.customs.gov.vn/](http://www.customs.gov.vn/))
8. 베트남 보건부([moh.gov.vn/sites/en-us/pages/home.aspx](http://moh.gov.vn/sites/en-us/pages/home.aspx))
9. 베트남 중앙은행([www.sbv.gov.vn/webcenter/portal/en/home/sbv](http://www.sbv.gov.vn/webcenter/portal/en/home/sbv))
10. EC21 품목별 해외이슈(<http://www.ec21.co.kr/issue-info/international-issues>)
11. 비나한인 산업경제 정보자료([www.vinahanin.com/biz4/342782](http://www.vinahanin.com/biz4/342782))
12. 식품음료신문(<http://www.thinkfood.co.kr/news/articleView.html?idxno=61788>)
13. 베트남 통계청([www.gso.gov.vn](http://www.gso.gov.vn))

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1810-15

품 목 : 버섯음료(Mushroom Drink)

국 가 : 베트남(Vietnam)

-----  
보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사

-----  
발 행 일 2018

발 행 처 한국농수산물유통공사 수출정보부  
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227  
02-6300-1119 <http://www.kati.net>

자료문의 aT수출정보부  
02-6300-1119

- o 본 자료는 원본으로 본문 전체는 한국농수산물유통공사 농식품수출정보 ([www.kati.net](http://www.kati.net))에서 보실 수 있습니다.
- o 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- o 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.