



2020

해외시장 맞춤형조사

No. | 202011-40

품목 | 곶감 가공식품(Dried Persimmon Processed Food)

국가 | 베트남(Vietnam)

구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약(Summary)	04
II. 시장규모(Market Size)	
1. 베트남 껏감 가공식품 시장규모	13
2. 베트남 껏감 가공식품 수출입 시장규모	14
4. 베트남 껏감 가공식품 소비 시장규모	15
III. 시장트렌드(Market Trend)	
1. 베트남 내 껏감, 전통적인 형태 외의 가공제품 흔치 않아	22
2. 베트남 껏감 제품, 선물용 구매가 다수	23
3. 베트남 액상차 시장, 레몬차와 유자차가 주류... 한국 홍삼차도 인기	24
4. 베트남 액상차 구매요인은 맛·건강	25
IV. 유통채널(Distribution Channel)	
1. 베트남 껏감 가공식품 유통구조	27
2. 베트남 껏감 가공식품 주요 유통업체	28
3. 베트남 껏감 가공식품 B2C 소매채널	30

Contents

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 베트남 껏감 가공식품 인증 취득	51
2. 베트남 껏감 가공식품 사전 절차	53
3. 베트남 껏감 가공식품 라벨 심의	54
4. 베트남 껏감 가공식품 서류 준비	58
5. 베트남 껏감 가공식품 세금 납부	59
6. 베트남 껏감 가공식품 검역 심사 절차	60
7. 베트남 관련 규제 정보	61

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 콩카페(Cong Cafe)	63
Interview ② 빈프룏츠(Vinfruits)	65
Interview ③ 스마트프룏츠(Smart fruits)	66
Interview ④ 브이푸드비엠폰(V Food Viet Nam JSC)	68
Interview ⑤ 베트남 관세청(General Department of Vietnam Customs)	69

VII. 시장진출제언(Export Insights)

※ 참고문헌	73
--------	----

I . 요약(Summary)

Summary

▶ 수요 분석

		수치	전문가 인터뷰
<p>즉석 차 음료 (소프트 드링크 시장의 37%)</p>	시장규모	소프트 드링크 39억 3,700만 리터	감과 꽃감 혼한 과일이나 꽃감으로 만든 가공식품은 생소할 것으로 예상 - 베트남 프랜차이즈 매장 메뉴 중 꽃감이나 감이 들어간 음료, 디저트 흔하지 않음
		즉석 차 음료 14억 6,000만 리터	
<p>대한민국 수입규모 (對글로벌 수입규모의 8%)</p>	수입규모	글로벌 47억 원	
		한국 3.8억 원	
	소비 시장규모	농축액 32만 8,000리터	
		주요 프랜차이즈 하이랜드, 커피하우스, 쥬앙우옌	

▶ 소비 트렌드(빅데이터 분석)

		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰
<p>꽃감 특징</p>	꽃감 특징	말린 1st / 61건	꽃감 주요 소비자는 평균소득이 높은 35-50세의 중산층 - 꽃감은 개인 소비용보다는 기념일에 선물용으로 주로 구매
		한국 2nd / 43건	
<p>꽃감 소비 특징</p>	꽃감 소비 특징	맛있는 1st / 211건	
		포장 3rd / 83건	
<p>액상차 특징</p>	액상차 특징	한국 1st / 84건	
		레몬 2nd / 47건	

▶ 유통채널

		시장 점유율	전문가 인터뷰	
	개인 및 기타 식료품점	71.1%	꽃감 페이스트 시장에 새로운 제품으로, 유통 전 마켓테스트 거쳐야 할 것으로 예상 -	
	음식/음료/담배 전문점	10.9%		
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	9.8%		
		편의점	5.2%	백화점에서 선물세트로 판매 및 전자상거래 쇼핑을 통한 홍보 추천
		온라인	3.0%	

▶ 통관 및 검역

		핵심 키워드	전문가 인터뷰	
	인증취득	필수 선택	특별한 주의사항은 없으며 일반적인 식품 수입과 동일한 절차 따르면 됨	
				필수인증 없음 HACCP, ISO 22000, IFS 등
	사전절차	필수 선택		식품 안전성 공표 절차 (-)
		라벨 표기사항		No. 15/2018/ND-CP
		서류 준비사항		원산지증명서 외 9개 항목
	세금납부	기본관세율 협정세율 판매세		40% 0% 0%, 5%, 10%

- ▶Point 01. 베트남 소비자들에게 감과 꽃감 혼한 제품이나, 꽃감 페이스트는 새로운 형태의 제품임
- ▶Point 02. 백화점에서 선물세트로 판매 시 좋은 반응 예상되며, 프랜차이즈 메뉴로 유통 시 고객 반응 테스트 진행되어야 함
- ▶Point 03. 꽃감의 기존 주 소비층은 평균소득층이나 그 이상의 소득수준에 속하는 중장년층

Market Size

(시장규모)

베트남(Vietnam)

꽃감 가공식품 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(즉석음료)

- 베트남 소프트 드링크(Soft Drinks)¹⁾ 시장규모
..... 39억 3,700만 리터('19)
- 베트남 즉석 차 음료(RTD Tea)²⁾ 시장규모
..... **14억 6,000만 리터('19)**

(*) Euromonitor International



- 즉석 차 음료
- 소프트 드링크

꽃감 가공식품 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 재료(과실), 종류(페이스트)

- HS 2007.99³⁾ '과실이나 견과류의 페이스트-기타' 베트남 對 글로벌 수입규모
..... 425만 5,000달러('19)
- HS 2007.99 '과실이나 견과류의 페이스트-기타' 베트남 對 한국 수입규모
..... **34만 5,000달러('19)**

(*) International Trade Centre



- 對한국 수입규모
- 對글로벌 수입규모

꽃감 가공식품 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '꽃감 가공식품'은 꽃감을 가공하여 제조한 페이스트로, 섭취전 물과 희석이 필요한 농축액, 시럽 등과 유사한 형태로 쓰임. 이에 유사 시장인 베트남 '농축액' 규모 및 성장률을 확인하여 조사 제품의 수요를 전망함. 또한 조사제품은 음료 형태로 카페에서 판매 가능한 제품임. 이에 베트남 진출 시 유통채널이 될 수 있는 프랜차이즈 카페의 규모를 파악하기 위해 '베트남 프랜차이즈 카페 지점 수'를 조사함

① 베트남 농축액 시장규모		② 베트남 프랜차이즈 카페 수('20)	
2015년	25만 9,000리터	하이랜드	311개
2016년	27만 7,000리터	커피하우스	152개
2017년	29만 4,000리터	쥬앙우옌	93개
2018년	31만 1,000리터	아하커피	76개
2019년	32만 8,000리터	파시오	69개
		스타벅스	63개

(*) 유로모니터(Euromonitor), 큐앤미(Q&Me)

1) 과일/야채주스, 즉석 차 음료, 농축액, 즉석 커피음료, 탄산음료 등을 포함함
 2) 차, 차추출물, 단맛이나 다양한 향이 나는 음료 중 즉석 섭취 가능한 제품을 포함함
 3) HS CODE 2007.99 : 조사제품 '꽃감 가공식품'은 꽃감을 가공하여 만든 페이스트 제품임. 이에 제품의 재료(과실), 종류(페이스트)를 기준으로 '과실이나 견과류의 퓨레(purée) · 과실이나 견과류의 페이스트(paste)(조리해서 얻은 것으로 한정한다)-기타'를 포함하는 HS CODE 2007.99를 지표로 설정함

Market Trend

(시장트렌드)

베트남 (Vietnam)

꽃감 가공식품 소비 실태 분석 결과

베트남 '꽃감' 주요 연관어 분석



베트남 '꽃감' 온라인쇼핑몰 연관어

연관어	발생량
국가	
한국	43
일본	12
제품 특징	
말린	61
부드러운	23
단(달콤한)	22
맛있는	21
과일	4

베트남 온라인쇼핑몰 꽃감 692건 분석



베트남 '꽃감' 구매후기 분석

연관어	발생량
맛있는	211
단(달콤한)	92
포장	83
말린	75
품질	53
과일	49
선물	35
부드러운	25
진공	6
꿀	4
플라스틱	1

베트남 꽃감 구매후기 6,144건 분석

꽃감 제품 특징

말린(건조감) 61건
한국 43건

꽃감 제품유형

전통 꽃감(말린) 형태

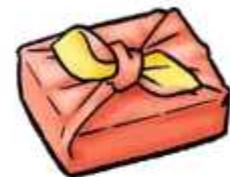


꽃감 소비 특징

선물(용) 35건
진공(포장) 6건

꽃감 구매목적

'선물' 구매 다수



액상차 제품 특징

레몬 47건
생강 32건

액상차 주요 제품

'레몬차, 생강차'



액상차 소비 특징

맛 50건
면역 45건

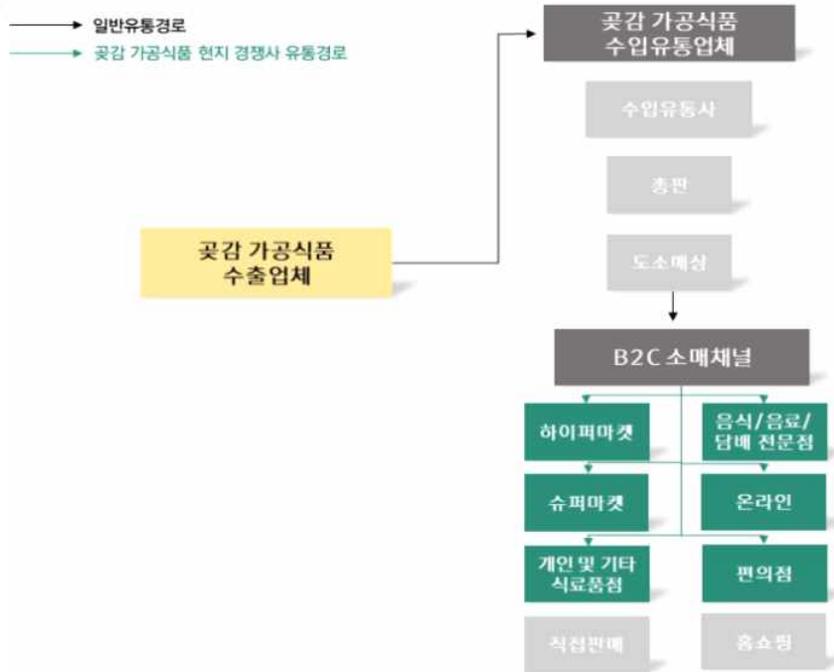
액상차 구매요인

'맛, 건강'



Distribution Channel

(유통채널)



베트남(Vietnam)

꽃감 가공식품 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ⁴⁾⁵⁾	주요 채널 ⁶⁾
	개인 및 기타 식료품점 ⁷⁾	71.1%	케이마켓(K Market), 오케이마트(OK Mart), 사쿠코스토어(Sakuko Store), 스카이마트(Sky Mart)
	음식/음료/담배 전문점 ⁸⁾	10.9%	하이랜드(Highland), 이지빙(Izzibing), 커피하우스(Coffee House)
B2C 소매 채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	9.8%	빅씨(Big C), 콤마트(Coop Mart), 이마트(E Mart) 롯데마트(Lotte Mart)
	편의점	5.2%	패밀리마트(Family Mart), 써클케이(Circle K), 비즈마트(B's Mart), 빈마트플러스(Vin Mart Plus)
	온라인	3.0%	티키(Tiki), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

4) 2020년 기준, 베트남 내 '즉석 차 음료(RTD Tea)'의 유통채널 점유율임

5) '꽃감 가공식품'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '즉석 차 음료(RTD Tea)'의 정보를 확인함

6) 채널 분류에 따른 베트남 유통채널로 현지 외국계 기업도 포함됨

7) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 한인마트, 아시안마트를 포함함

8) 본 보고서에서 음식/음료/담배 전문점은 프랜차이즈 카페, 빙수 전문점을 포함함

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처						
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> • 일반가공식품 강제 인증 無 - 식품 수출을 위한 인증 획득 불필요 	(*) 베트남 보건부 - No. 15/2018/ND-CP (식품안전법 시행규정) - 문의처 : moh.gov.vn						
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 일반가공식품 사전 심사 불필요 - 식품안전성 공표와 서류 제출로 진행 	(*) 베트남 보건부 - No. 15/2018/ND-CP (식품안전법 시행규정) - 문의처 : moh.gov.vn						
Step 03. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> • 라벨 표기사항 - 베트남 라벨 규정 준수 의무 	(*) 베트남 식품안전청 - Decree 43/2017/ND-CP (라벨에 관한 법률) - Decree 15/2018/ND-CP (식품안전법 시행규정) - 문의처 : vfa.gov.vn						
Step 04. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> - 일반 서류 - 원산지증명서 	(*) 베트남 식품안전청 - 문의처 : vfa.gov.vn (*) 베트남 관세청 - 문의처 : customs.gov.vn						
Step 05. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> • 포워딩 업체 섭외 	(-)						
Step 06. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> • 수입 신고 - 전자 또는 서면으로 신고 - 일반 화물은 전자통관시스템으로 진행 	(*) 베트남 관세청 - No. 38/2015/TT-BTC - 문의처 : customs.gov.vn						
Step 07. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> • HS-CODE 2007.99.10 사용 • 협정 관세율 0% • 부가가치세 0 - 10% 	(*) 베트남 관세청 - 문의처 : customs.gov.vn						
Step 08. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 서류 심사 및 검사 진행 <table border="1"> <tr> <td>Green Channel</td> <td>전산 신고로 통관</td> </tr> <tr> <td>Yellow Channel</td> <td>서면 심사</td> </tr> <tr> <td>Red Channel</td> <td>서류 및 물품 검사</td> </tr> </table>	Green Channel	전산 신고로 통관	Yellow Channel	서면 심사	Red Channel	서류 및 물품 검사	(*) 베트남 관세청 - 문의처 : customs.gov.vn
Green Channel	전산 신고로 통관							
Yellow Channel	서면 심사							
Red Channel	서류 및 물품 검사							

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 콩카페
(Cong Cafe)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Hong
(Branch Bartender)

현지에서 감을 이용한 음료는 생소, 수요 다소 적을 것으로 우려

감으로 만든 음료나 디저트는 베트남 현지에서 매우 생소한 편이며, 어떤 맛이 날지 상상하기 어렵습니다. 감을 좋아하는 사람들에게 사랑받을 수 있지만, 일반적으로 감 자체에 대한 인기가 높지 않기 때문에 수요가 적을 것으로 우려됩니다.

높은 기온을 가진 열대 기후 국가, 감보다는 열대과일에 대한 선호 높아

코코넛, 아보카도, 망고, 패션프루츠 등의 열대과일로 만든 음료를 판매하고 있습니다. 그중 코코넛이 들어간 커피나 스무디가 대표적인 메뉴이며, 과일 음료 중에서는 아보카도가 들어간 음료의 인기가 가장 좋습니다.

Market Consumer and Demand



- 인터뷰 기업 : 빈프루츠
(Vinfruits)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Hanh
(Sales Staff)

높은 가격대로 인해 주로 선물용으로 구매

현지 시장에서 감 자체가 생소한 과일은 아니지만, 껍감의 경우 비교적 높은 가격으로 인해 선물용으로 구입하는 경우가 많습니다. 주요 소비자층은 평균소득이 높은 35-50세의 중년층에서 형성되어 있습니다.

껍감 선물세트는 어느정도 수요가 있을 것으로 예상

이전에 지인에게 껍감을 선물한 경험이 있는 소비자에게 좋은 대안이 될 수 있다고 생각합니다. 선물용으로 구성되고 포장된 껍감 페이스트는 선물할만한 제품을 찾는 고객들의 구매 목적에도 아주 적합할 것입니다.

Market Demand and Channel



- 인터뷰 기업 : 스마트프루츠
(Smart fruits)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Chuong
(Purchasing Manager)

껍감 페이스트에 대해 그리 크지 않은 관심도, 진출 초기 공격적인 홍보 필요

2017년 한국산 껍감이 베트남에 처음 진출했을 당시 많은 사람들이 껍감을 선물용으로 구매했습니다. 하지만 현재는 수입 초반만큼 새롭게 느끼지 않아 수요가 감소하는 추세입니다. 마찬가지로 껍감으로 만든 잼이나 페이스트에 대해 관심이 많지는 않습니다.

진출 초기 소비자들의 반응 살필 수 있는 온라인 채널 활용 추천

껍감 페이스트라는 제품 자체가 생소하기 때문에 라자다(Lazada)와 같은 전자상거래 쇼핑몰에 먼저 진출한 뒤 시장 반응을 살펴보기를 추천합니다. 신제품의 경우에 SNS 이벤트를 통해 고객들의 리뷰를 얻는 것 또한 효과적인 마케팅 방안이라고 생각합니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Consumer and Demand



- 인터뷰 기업 : 브이푸드비엠티엠 (V Food Viet Nam JSC) 수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Dũng (Sales Manager)

높은 가격으로 인해 중장년층에게 선호

평균소득 이상 수준을 가진 중장년층에게 주로 판매되고 있습니다. 꽃감 잼의 경우 다양한 방법으로 감을 소비하고자 하는 감 애호가들을 대상으로 타겟팅이 가능할 것입니다. 꽃감 잼은 가공식품이기 때문에 슈퍼마켓, 편의점 등 일반적인 식품 유통채널에 납품이 가능해 접근성은 낮은 편입니다.

한국산 꽃감에 대한 수요 높지 않은 편, 개인적으로 소비하는 일 드물어

주로 설날이나 큰 행사에 선물용으로 구매하기 때문에 개인적으로 먹기 위해 꽃감을 구매하는 일은 매우 드문 편입니다. 꽃감으로 만든 잼에 대한 인지도는 낮고, 가공한 과일이 저품질의 과일을 이용했을 것이라 생각하기에 수요가 적을 것으로 예측합니다.

Market Preference and Channel



- 인터뷰 기업 : 베트남 관세청 (General Department of Vietnam Customs) 정부산하기관
- 인터뷰 담당자 : Mr. Cuong (Custom Officer)

한국산 꽃감의 통관절차 진행 시 크게 문제될 사항없어

꽃감은 식품 카테고리 내에 속하며 일반적으로 식품 수입과 동일한 절차를 따르면 됩니다. 식품안전 및 제품 신고 조항을 준수하고, 식품 위생 증명조항을 준수해야 합니다.

과일 잼이나 페이스트 제품의 경우 포장에 별다른 주의사항 없어

특별히 제품 포장에 주의해야 할 점은 없으며 일반 식품과 동일합니다. 또한 라벨에 제품명, 제품구성, 제조일자, 유통기한, 사용설명, 원산지, 인증 등을 포함한 정보가 의무적으로 기재되어야 합니다.

II. 시장규모(Market Size)

1. 베트남 콧감 가공식품 시장규모
2. 베트남 콧감 가공식품 수출입 시장규모
3. 베트남 콧감 가공식품 소비 시장규모

1. 베트남 껏감 가공식품 시장규모

조사 시장: 조사제품 ‘껏감 가공식품’은 껏감을 가공하여 만든 페이스트로, 주로 우유 등과 희석하여 액상차 형태로 섭취됨. 이에 제품의 유형(즉석음료)을 기준으로 ‘즉석 차 음료’와 상위 품목인 ‘소프트 드링크’ 시장규모를 조사함

베트남 국가 일반 정보¹⁸⁾

면적	약 33.1만 km ²
인구	9,646만 명
GDP	3,295억 달러
GDP (1인당)	3,416달러

▶ 2015-2019년, 베트남 ‘소프트 드링크’ 시장규모, 연평균성장률 7%

지난 5년(2015-2019년)간 베트남 ‘소프트 드링크’ 시장규모는 연평균 7%의 성장세로 증가하여 2019년 39억 3,700만 리터를 기록함. 동기간 ‘즉석 차 음료’ 시장규모는 연평균 2%의 성장률을 보이며 2019년 14억 6,000만 리터를 기록함

▶ 2020-2024년, 베트남 ‘즉석 차 음료’ 시장, 연평균성장률 2% 예상

향후 5년(2020-2024년)간 베트남 ‘소프트 드링크’ 시장규모는 연평균 4%의 성장률을 보이며 2024년 50억 3,400만 리터를 기록할 것으로 예상됨. 동기간 ‘즉석 차 음료’ 시장규모는 연평균 2%씩 성장해 16억 8,100만 리터를 기록할 것으로 예측됨

[표 2.1] 베트남 ‘소프트 드링크’, ‘즉석 차 음료’ 시장 규모¹⁶⁾¹⁷⁾

단위: 백만 리터



분류		2015	2016	2017	2018	2019	CAGR (15-'19)
상위 품목	소프트 드링크	3,032	3,178	3,412	3,687	3,937	7%
해당 품목	즉석 차 음료	1,328	1,288	1,320	1,397	1,460	2%
전망		2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	CAGR (20-'24)
상위 품목	소프트 드링크	4,227	4,443	4,641	4,839	5,034	4%
해당 품목	즉석 차 음료	1,559	1,582	1,619	1,651	1,681	2%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

16) 자료: 유로모니터(Euromonitor)

17) 환산된 데이터(단위: 리터)는 모두 십만 자리에서 반올림됨

18) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2. 베트남 껏감 가공식품 수출입 시장규모

2019년 베트남 HS CODE 2007.99 품목 수입상대국 순위

단위: 천 달러

순위	국가	시장규모
1	태국	1,123
2	프랑스	568
3	말레이시아	536
4	중국	410
5	한국	345

자료: ITC

조사 시장: 조사제품 ‘껏감 가공식품’은 껏감을 가공하여 만든 페이스트 제품임. 이에 제품의 재료(과실), 종류(페이스트)를 기준으로 ‘과실이나 견과류의 퓨레(purée)·과실이나 견과류의 페이스트(paste)(조리해서 얻은 것으로 한정한다)-기타를 포괄하는 HS CODE 2007.99를 지표로 설정함

▶ 2015-2019년, 베트남 對글로벌 수입액 연평균성장률 13%

베트남 HS CODE 2007.99 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 13%의 높은 성장세를 기록하며 2015년 262만 달러에서 2019년 425만 5,000달러로 증가함. 2019년 글로벌 수입액 기준 1위 국가는 태국으로, 전체 수입액의 약 26%를 차지하며 112만 3,000달러(약 12억 원)를 기록함

▶ 2015-2019년, 베트남 對한국 수입액 연평균성장률 19%

베트남 HS CODE 2007.99 품목의 對한국 수입액은 지난 5년(2015- 2019년)간 연평균 19%의 높은 성장세를 기록하며 2015년 17만 3,000달러에서 2019년 34만 5,000달러로 증가함. 2019년 기준 베트남 HS CODE 2007.99 품목 전체 수입액의 약 8%를 차지하여 베트남 對글로벌 수입국 중 5위를 기록함

[표 2.2] 베트남 HS CODE 2007.99 수입규모¹⁹⁾²⁰⁾²¹⁾

단위: 천 달러



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR ('15-'19)
베트남 對 글로벌 수입액	2,620 (29억 원)	2,879 (32억 원)	2,993 (33억 원)	2,954 (33억 원)	4,255 (47억 원)	13%
베트남 對 한국 수입액	173 (1.9억 원)	106 (1.2억 원)	153 (1.7억 원)	193 (2.1억 원)	345 (3.8억 원)	19%

자료: ITC(International Trade Centre), HS CODE 2007.99 기준

19) 환산된 데이터(단위: 달러, 원)는 모두 반올림됨

20) 자료: ITC(International Trade Centre)

21) 1달러=1,104.90원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 베트남 껏감 가공식품 소비 시장규모

1) 베트남 농축액 시장규모

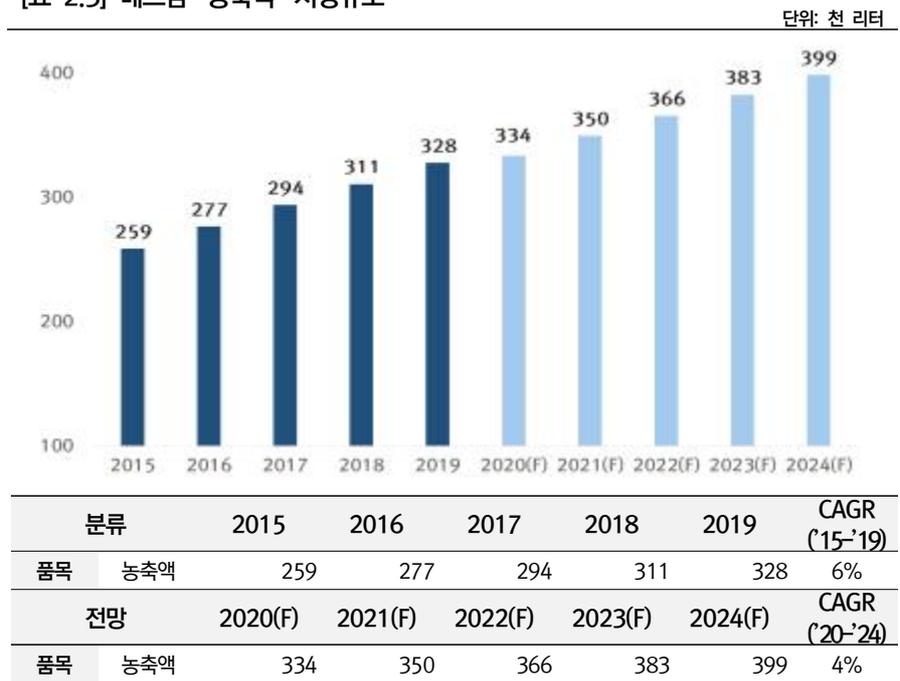
조사 시장: 조사제품 ‘껏감 가공식품’은 껏감을 가공하여 제조한 페이스트로, 섭취전 물과 희석이 필요한 농축액, 시럽 등과 유사한 형태로 쓰임. 이에 유사 시장인 베트남 ‘농축액’ 규모 및 성장률을 확인하여 조사 제품의 수요를 전망함

▶ 2015-2019년, 베트남 ‘농축액’ 시장규모, 연평균성장률 6%

지난 5년(2015-2019년)간 베트남 ‘농축액(Liquid Concentrates)’²²⁾ 시장규모는 연평균성장률 6%를 기록하며, 2015년 25만 9,000리터에서 2019년 32만 8,000리터까지 거래량이 증가함. 또한, 향후 5년(2020-2024년)간 베트남 ‘농축액’ 시장규모는 연평균 4%의 성장률을 보이며 2024년 39만 9,000리터를 기록할 것으로 예상됨

베트남 농축액 브랜드 점유율을 살펴보면 나나(Nana)와 시로트린(Siro Trinh)이 각각 58.6%와 36%로 시장점유율 95% 이상을 차지하고 있으며 그 외 기타 브랜드의 점유율은 5.4%에 불과함. 베트남 시장에서 농축액 판매량은 낮은 단가와 긴 유통기한이 특징인 농축 분말보다 높지 않지만, 시장규모는 지속해서 성장할 것으로 예측됨²³⁾

[표 2.3] 베트남 ‘농축액’ 시장규모



자료: 유로모니터(Euromonitor)

22) 농축액(Liquid Concentrates): 섭취 전 주로 물과 희석하는 농축액, 시럽, 스쿼시 등을 포함함. 주로 과일 주스의 베이스로 쓰이나, 콜라와 같은 제품의 원료로도 쓰일 수 있음

23) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Concentrates in Vietnam 2020」, 2020

2) 베트남 프랜차이즈 지점 수

조사 시장: 조사제품 ‘곶감 가공식품’은 곶감을 원료로 한 음료로 카페에서 판매 가능한 제품임. 이에 베트남 진출 시 유통채널이 될 수 있는 프랜차이즈 카페의 규모를 파악하기 위해 ‘베트남 프랜차이즈 카페 지점 수’를 조사함

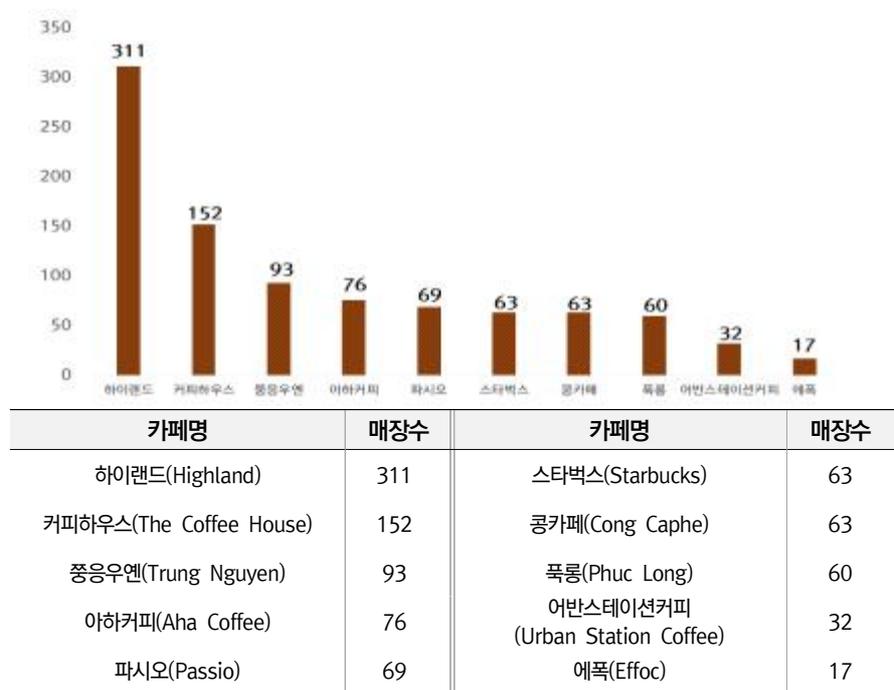
▶ 하이랜드, 2020년 베트남 프랜차이즈 카페 지점 수 1위

시장조사기관 큐앤미(Q&Me)에 따르면, 하이랜드가 지점 수 311개로 베트남 프랜차이즈 카페 중 가장 많은 지점을 보유함. 2위는 152개를 지점을 보유한 커피하우스임. 한편 63개의 지점을 소유하여 6위를 기록한 스타벅스를 제외하면 순위권의 카페는 모두 베트남 현지 브랜드 카페로 확인됨

베트남은 현지 브랜드에 대한 선호도가 매우 높은 만큼 해외 브랜드의 진입장벽이 높으며, 한국 브랜드의 베트남 시장 진출을 위해서는 현지 브랜드와 차별화된 전략이 요구됨.²⁴⁾ 베트남에 진출한 한국 프랜차이즈 카페 대부분이 현지 카페와의 경쟁에서 어려움을 겪고있음. 한편, 최근 SM타운 카페가 케이팝 문화와 융합한 차별성을 바탕으로 베트남 시장을 공략하고 있음²⁵⁾

[표 2.4] 2020년 베트남 프랜차이즈 카페 지점 수²⁶⁾

단위: 개



자료: 큐앤미(Q&Me)

24) 자료: 한국일보, 「[짜오! 베트남] 짐 싸는 해외 커피 브랜드들」, 2018

25) 자료: 인사이드리테일(InsideRetail), 「South Korea's SMTown Cafe opens first store in Vietnam」, 2020

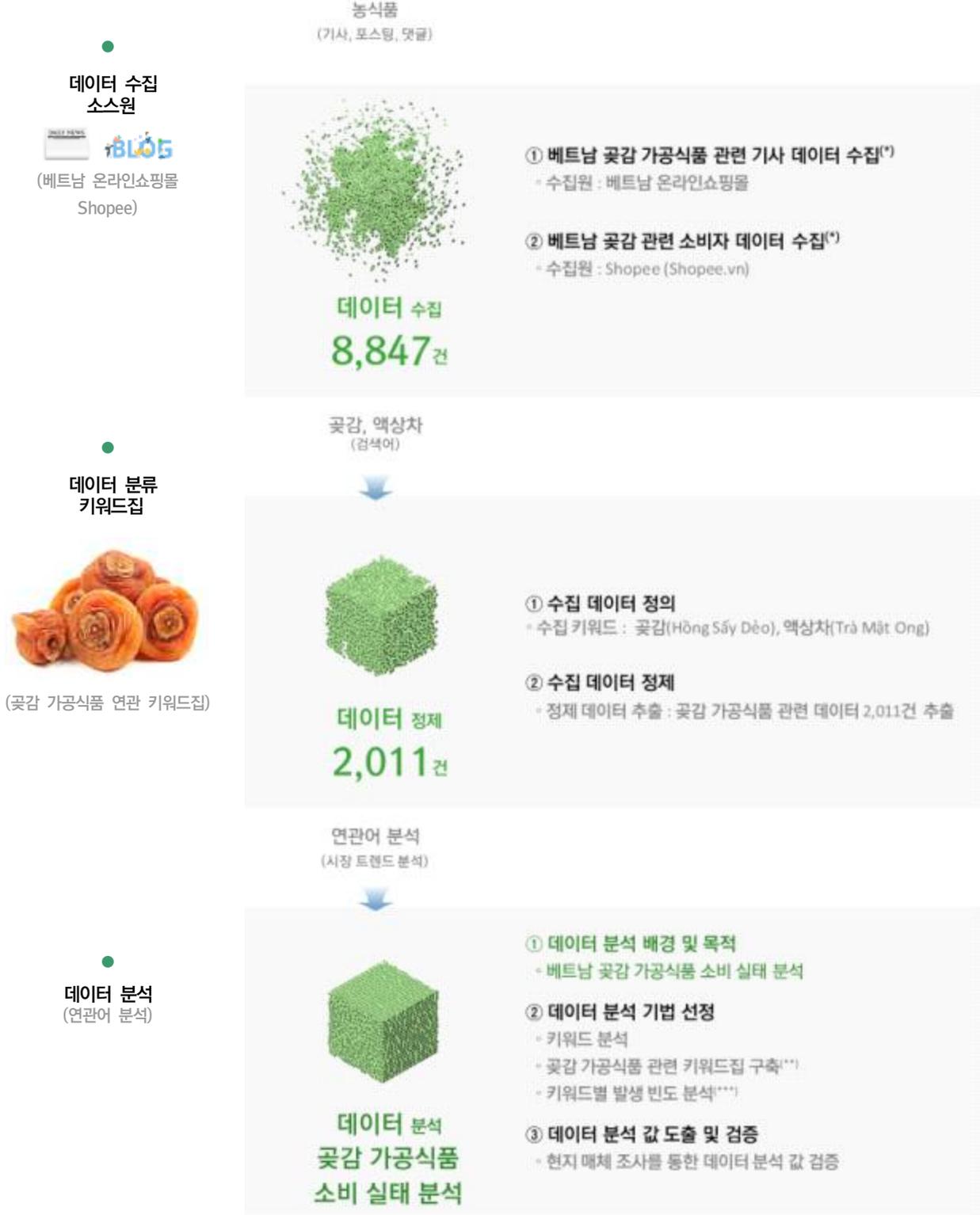
26) 자료: 큐앤미(Q&Me), 「Vietnam Retail Store (Modern Trade) Status 2020」, 2020

Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 베트남 내 콧감, 전통적인 형태 외의 가공제품 흔치 않아
2. 베트남 콧감 제품, 선물용 구매가 다수
3. 베트남 액상차 시장, 레몬차와 유자차가 주류... 한국 홍삼차도 인기
4. 베트남 액상차 구매요인은 맛·건강

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약



1) 데이터 수집

● 데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	21.01 - 21.02
수집 데이터	8,847건

데이터 정제

정제 키워드	꽃감 (Hồng Sây Dêo), 액상차 (Trà Mát Ong)
정제 데이터	2,011건

○ 데이터 수집

- 베트남 주요 온라인쇼핑몰

[표 3.1] 베트남 온라인쇼핑몰 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Shopee	Shopee.vn	온라인쇼핑몰

○ 데이터 분석 키워드집

- 베트남 온라인쇼핑몰 사전조사

[표 3.2] 베트남 꽃감 가공식품 관련 매체 및 키워드 리스트



꽃감 가공식품 제품 특징 분석		꽃감 가공식품 소비 특징 분석		액상차 제품 특징 분석		액상차 소비 특징 분석	
키워드 ①	말린	키워드 ①	맛있는	키워드 ①	한국	키워드 ①	맛있는
키워드 ②	한국	키워드 ②	달콤한	키워드 ②	레몬	키워드 ②	면역
키워드 ③	부드러운	키워드 ③	포장	키워드 ③	생강	키워드 ③	따뜻한
키워드 ④	달콤한	키워드 ④	말린	키워드 ④	유자	키워드 ④	건강

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 베트남 껏감 가공식품 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 베트남 껏감 가공식품 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)	
			의미	베트남어/영어	참여기업	기타
참여 기업	한국 참여기업 사용 키워드	껏감 제품	한국	hàn quốc	0	0
			일본	Nhật Bản		0
말린	DẺO			0		
과일	quả		0	0		
맛있는	ngon			0		
단	ngọt			0		
부드러운	soft			0		
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	껏감 소비	말린	DẺO		0
			과일	quả	0	0
			단	ngọt		0
			부드러운	mềm		0
			맛있는	ngon		0
			선물	quà	0	0
			포장	gói		0
			품질	chất lượng		0
			꿀	mật		0
진공	chân không		0			
플라스틱	nhựa		0			
참여 기업	한국 참여기업 사용 키워드	액상차 제품	한국	hàn quốc	0	0
			일본	nhật bản		0
			레몬	chanh		0
			생강	gừng		0
			유자	citron		0
			대추	đỏ táo		0
			홍삼	ginseng		0
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	액상차 소비	건강	sức		0
			따뜻한	nóng		0
			면역	immune		0
			맛있는	ngon		0
			좋은	tuyệt		0
			한국	hàn quốc	0	0

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 베트남 소비자의 꽃감 가공식품 소비 실태 분석

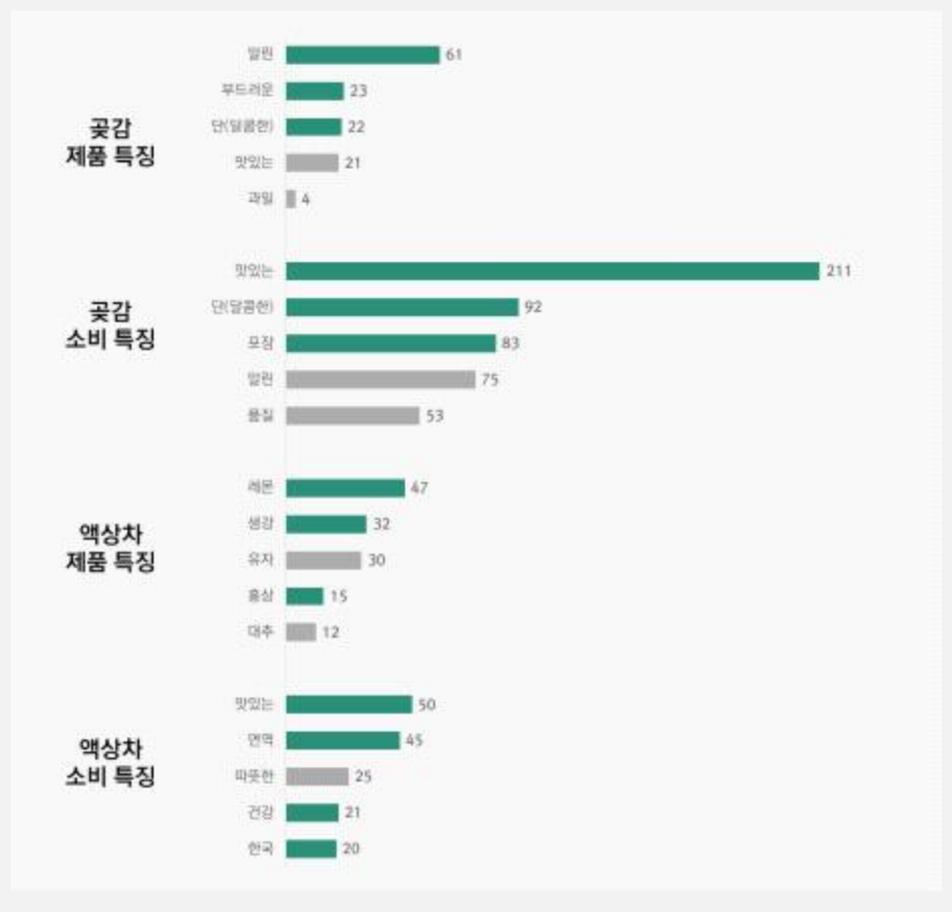
- ① 베트남 내 인기 꽃감 제품 특징
- ② 베트남 내 꽃감 소비 특징
- ③ 베트남 내 인기 액상차 제품 특징
- ④ 베트남 내 액상차 소비 특징

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

- ① 온라인쇼핑몰 ‘꽃감’ 연관 키워드 분석
- ② 온라인쇼핑몰 ‘꽃감’ 소비자 후기 키워드 분석
- ③ 온라인쇼핑몰 ‘액상차’ 연관 키워드 분석
- ④ 온라인쇼핑몰 ‘액상차’ 소비자 후기 키워드 분석

[베트남 꽃감·액상차 분석 결과]



1. 베트남 내 꽃감, 전통적인 형태 외의 가공제품 흔치 않아

▶ 베트남 내 꽃감 베이스 형태의 가공식품은 전무

베트남 온라인쇼핑몰에 등재된 꽃감 제품을 분석한 결과, 대부분이 감을 통째로 ‘말린’ 전통적인 꽃감 형태였으며 꽃감을 베이스로 제조한 다른 유형의 가공식품은 확인되지 않음. 현재 베트남에서는 꽃감 제품유형이 다양하지 않고 유력 브랜드도 많지 않아 별도의 브랜드명을 부착하지 않은 베트남산 및 중국산 말린 감 제품들이 다수 유통되는 실정임. 그러나 국가와 관련한 키워드로 ‘한국’이 높게 빈출된 점으로 미루어보아 베트남 내 꽃감 구매자들 사이에서 한국 꽃감 식품에 대한 인지도가 긍정적으로 형성되어 있는 것으로 분석됨

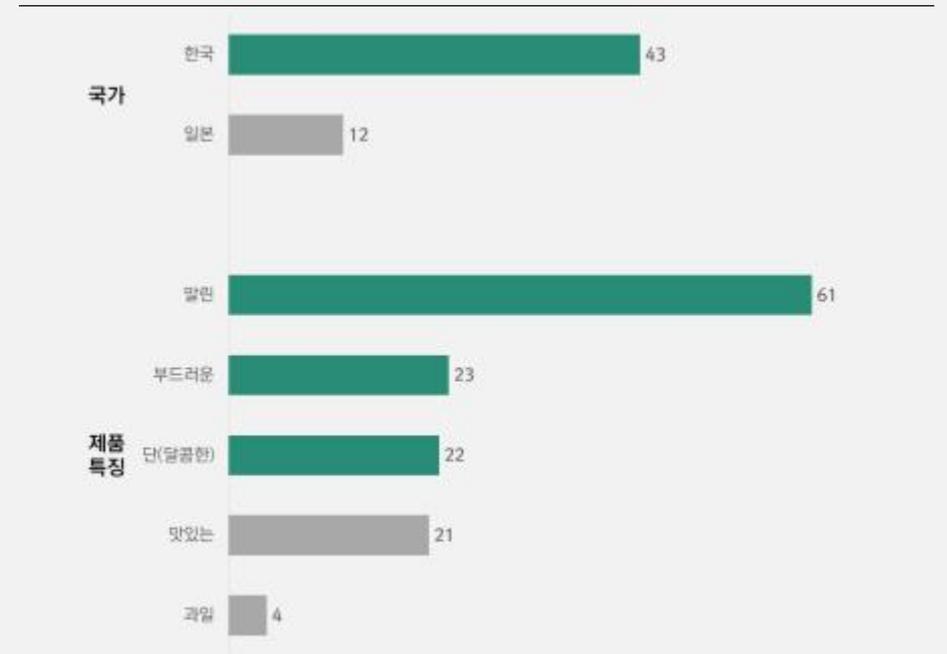
▶ 꽃감의 식감·맛, ‘부드러움’과 ‘달콤함’ 강조

꽃감의 식감 및 맛과 관련해서는 많은 수의 제품들이 ‘부드러움’과 ‘달콤함’을 강조하고 있는 것으로 확인되어, 베트남의 소비자들이 꽃감의 부드러운 식감과 달콤한 맛을 선호 요소로 인식함을 알 수 있음

▶ 베트남 꽃감 제품 특징

- ① 전통적인 말린(건조) 감 형태 ② 부드러운 식감, 달콤한 맛 강조

[표 3.4] 베트남 꽃감 연관어 분석



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 ‘꽃감’ 연관어 692건 분석

2. 베트남 꽃감 제품, 선물용 구매가 다수

베트남 꽃감 구매후기

- 꽃감은 달콤하고 맛이 좋다. 말린 감이지만 겉은 말랐어도 속은 촉촉하고 부드러워서 바로 먹기에 좋다.
- 매우 맛있다. 다만 과실이 작은 것 같아서 아쉽다.
- 바로 먹을 것이 아니라면 종이 상자에 포장된 제품은 따로 보관할 용기가 필요하다. 종이 상자가 금방 눅눅해진다.

자료 : Shopee(Shopee.vn)

▶ 꽃감 구매목적, ‘선물’이 다수 차지… 고급식품이라는 인식 존재

베트남 온라인쇼핑몰의 꽃감 구매후기 분석 결과, 꽃감 구매목적과 관련한 연관어로 ‘선물’이 빈출되었음. 한국산 꽃감은 2020년부터 베트남에 수출되기 시작되었고 현재는 베트남인들도 많은 어려움 없이 한국산 꽃감을 구매할 수 있으나, 그럼에도 여전히 한국산 꽃감은 주로 중산층 이상의 소비자들이 구매하는 고급 식품가운데 하나로 간주됨

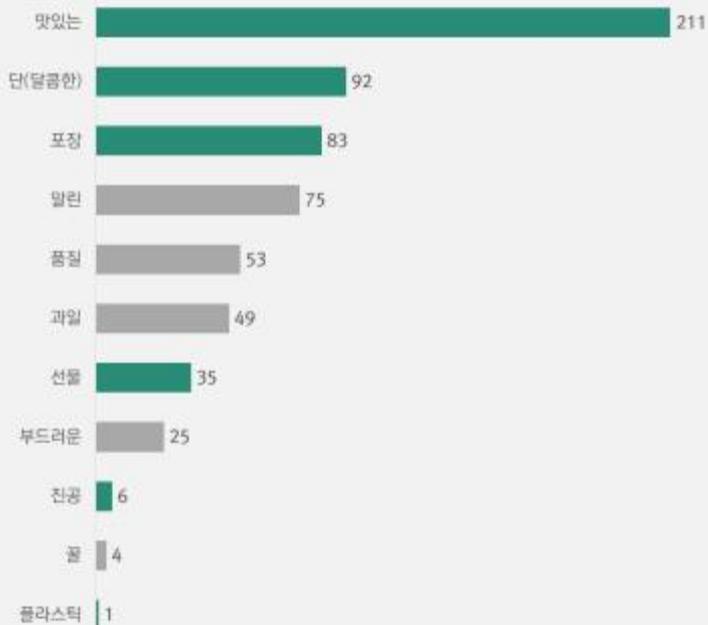
▶ 꽃감 제품 포장, ‘진공’ 비닐 또는 ‘플라스틱’ 용기 선호

베트남에서 판매 중인 꽃감 제품의 포장형태는 ‘진공’ 비닐 및 ‘플라스틱’ 용기가 가장 일반적임. 종이 상자의 경우 쉽게 눅눅해져 제품을 오랫동안 보관하기에 적절하지 않다는 부정적인 평가가 있음. 한국산 꽃감의 경우에는 현재 감을 자른 형태, 플라스틱 용기에 담은 형태, 계란판처럼 1개의 홀마다 개별적으로 꽃감을 담은 포장 방식 등 크게 3가지 포장형태로 판매되고 있는 것으로 확인됨²⁷⁾

▶ 베트남 꽃감 소비 특징

- ① 선물용 구매 ② 진공·플라스틱 포장이 일반적

[표 3.5] 베트남 꽃감 구매후기 분석



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 ‘꽃감’ 구매후기 키워드 6,144건 분석

3. 베트남 액상차 시장, 레몬차와 유자차가 주류... 한국 홍삼차도 인기

베트남 인기 액상차 정보



제품명	마마추(MamaChue) 꿀, 인삼, 상급 제비집
판매가	23,850원 (500,000 동 ²⁸⁾)
규격/포장	500ml/유리병
특징	<ul style="list-style-type: none"> · 한국의 금산 인삼으로 만든 인삼청 · 직접 복용하거나 물에 타서 차로 복용

자료 : Shopee(Shopee.vn)

▶ 베트남 액상차 시장, ‘레몬’·‘유자’ 맛 제품이 다수 차지

베트남 온라인쇼핑몰에서 판매되고 있는 액상차 제품을 분석한 결과, 액상차의 주요 원료 키워드로 ‘레몬’, ‘생강’, ‘유자’ 등이 빈출됨. 이들 제품 중에는 특히 ‘꿀레몬차’, ‘꿀유자차’, ‘꿀생강차’처럼 꿀을 혼합하여 단맛을 느낄 수 있도록 한 제품이 많아 베트남에서는 달콤한 맛의 액상차가 선호되고 있는 것으로 분석됨

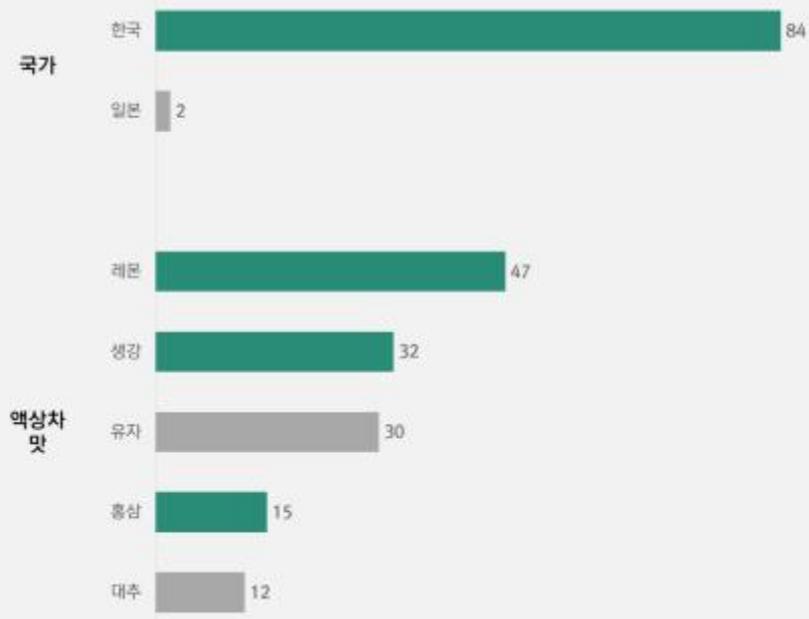
▶ 베트남 액상차 시장, 한국 액상차도 유명

베트남 온라인쇼핑몰에서는 ‘한국’에서 원료 또는 완제품 형태로 수입한 액상차와 한국식 액상차 제품이 다수 확인되었음. 한국에서 수입된 액상차 제품의 주요 원료는 ‘홍삼’, ‘생강’, ‘유자’ 등이며, 대부분이 제품이 홍보를 위해 ‘건강증진’, ‘면역강화’ 등 건강에 이롭다는 점을 강조하고 있음. 또한 제품 라벨에 한국어 표기가 많아 베트남에서 한국 액상차에 대한 인식이 상당히 긍정적임을 알 수 있음

▶ 베트남 액상차 제품 특징

① 레몬·생강·유자 등 ② 한국 홍삼차 인기

[표 3.6] 베트남 액상차 연관어 분석



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 ‘액상차’ 연관어 1,283건 분석

27) 스마트프루츠(Smart Fruits), 「HỒNG ĐÈO HÀN QUỐC - SIÊU PHẨM TRÁI CÂY NHẬP KHẨU TRÊN THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM」, 2019.01.09

28) 100동=4.77원 (2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

4. 베트남 액상차 구매요인은 맛·건강

▶ 베트남 액상차 구매요인, ‘맛’과 ‘건강’

베트남 온라인쇼핑몰의 액상차 구매후기 분석 결과, 액상차 구매 시 ‘맛’이 가장 중요한 요소이며, 제품에 대한 만족도에 큰 영향을 끼치는 것으로 파악됨. 또한 ‘면역’, ‘건강’, ‘따뜻한’처럼 건강한 신체 유지와 관련이 있는 키워드가 빈출되어 ‘건강증진’ 역시 액상차 구매 시 중요하게 작용하는 요인으로 파악됨

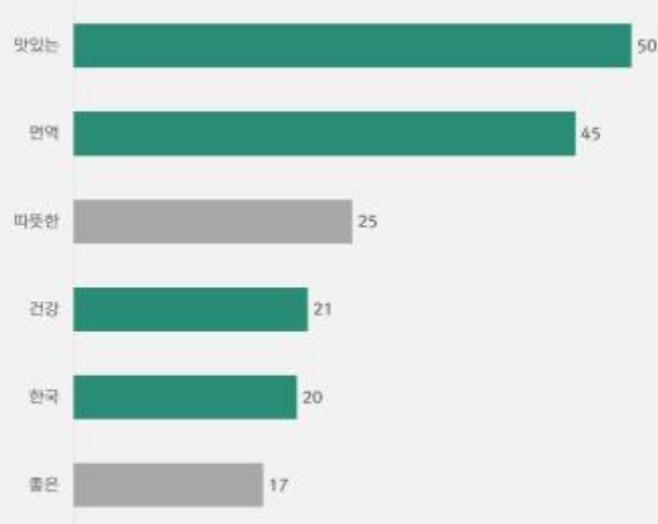
▶ 베트남 소비자들, 한국 액상차의 품질과 효과에 만족

베트남 내 한국 액상차 구매자들은 대부분이 액상차의 ‘품질’에 만족하고 있음. 특히 젊은층을 중심으로 한국 ‘꿀레몬차’가 인기를 끌고 있는데, 차를 마시므로써 감기 예방, 신체 정화, 소화력 증진, 비타민C 섭취 등의 효과를 얻을 수 있다는 점에서 높은 평가를 받고 있음. 또한 최근에는 레몬차나 유자차 등 과일 기반의 액상차에 녹차와 같은 허브티를 배합하여 마시는 ‘차 블렌딩’ 방법이 매체, SNS 등을 통해 알려지면서 화제가 되고 있는데, 이는 베트남에서 다양한 맛을 가진 건강한 액상차에 대한 소비자 니즈(Needs)가 커지고 있음을 드러냄²⁹⁾

▶ 베트남 액상차 소비 특징

- ① 맛·건강을 중요하게 고려 ② 한국 액상차의 품질·효과에 만족감

[표 3.7] 베트남 액상차 구매후기 분석



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 ‘액상차’ 구매후기 키워드 728건 분석

29) 굿리빙(GoodLiving), 「Bất ngờ với tác dụng của mật ong chanh Hàn Quốc», 2020.02.04., 빈민(BINH MINH), 「Trà chanh mật ong món đồ uống hấp dẫn theo xu hướng», 2021.01.08

IV. 유통채널(Distribution Channel)

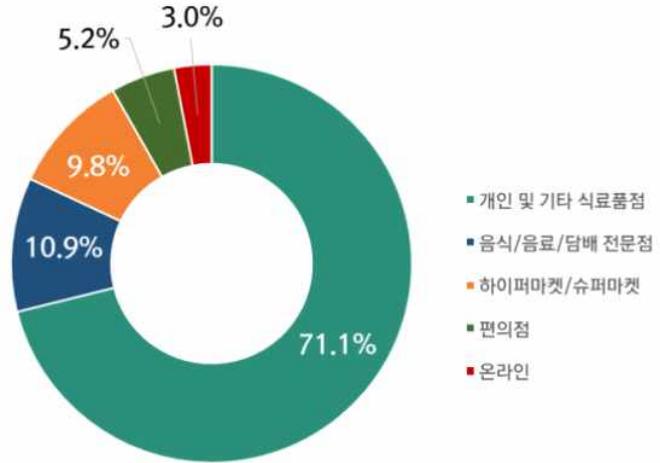
1. 베트남 콧감 가공식품 유통구조
2. 베트남 콧감 가공식품 주요 유통업체
3. 베트남 콧감 가공식품 B2C 소매채널

1. 베트남 꽃감 가공식품 유통구조

품목 구분 및 분류	
품목	꽃감 가공식품
구분	즉석 차 음료
범주	즉석 차 음료 (RTD Tea)

▶ 베트남 꽃감 가공식품 주요 유통채널 '개인 및 기타 식료품점(71.1%)'

[표 4.1] 베트남 꽃감 가공식품 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 베트남 꽃감 가공식품 유통채널 현황

채널 유형	꽃감 가공식품 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매채널	개인 및 기타 식료품점	71.1%	케이마켓(K Market), 오케이마트(OK Mart), 사쿠코스토어(Sakuko Store), 스카이마트(Sky Mart)
	음식/음료/담배 전문점	10.9%	하이랜드(Highland), 이지빙(Izzibing), 커피하우스(Coffee House)
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	9.8%	빅씨(Big C), 콤파트(Coop Mart), 이마트(E Mart), 롯데마트(Lotte Mart)
	편의점	5.2%	패밀리마트(Family Mart), 써클케이(Circle K), 비즈마트(B's Mart), 빈마트플러스(Vin Mart Plus)
	온라인	3.0%	티키(Tiki), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

2. 베트남 껏감 가공식품 주요 유통업체

- ▶ 개인 및 기타 식료품점이 대표적
- ▶ 추가로 백화점에서 유사제품 취급이 파악되어 조사채널에 포함함

[표 4.3] 베트남 껏감 가공식품 진출 가능 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ³⁰⁾ ³¹ ³² , 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	사쿠코스토어 (Sakuko Store)	개인 및 기타 식료품점 (아시안마트)	매장 수('20): 34개	아사히(Asahi), 산가리아(Sangaria)	0
2	오케이마트 (OK Mart)	개인 및 기타 식료품점 (한인마트)	매장 수('20): 약 15개	B사, C사, 델몬트 (Del Monte)	0
3	케이마켓 (K Market)	개인 및 기타 식료품점 (한인마트)	약 1억 1,054만 달러 (약 1,221억 원)	세레스(Ceres), D사, E사	0
4	하이랜드 (Highland)	음식/음료/ 담배 전문점 (프랜차이즈 카페)	매장 수('20): 약 400개	하이랜드 (Highland)	0
5	이지빙 (Izzibing)	음식/음료/ 담배 전문점 (빙수 전문점)	매장 수('20): 1개	이지빙 (Izzibing)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

30) 1달러=1,104.90원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

31) 100동=4.77원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

32) 100엔=1,058.74원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	롯데마트 (Lotte Mart)	하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	약 186억 1,200만 원	티에이치트루주스 (TH True Juice), 주버(Juver), 미닛메이드 (Minute Maid)	0
7	콕마트 (Coop Mart)	하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	약 28억 1,200만 달러 (약 3조 1,070억 원)	골든팜 (Golden Farm), 말리(Malee), 젤레(Jele)	0
8	패밀리마트 (Family Mart)	편의점	약 6,171억 7,400만 엔 (약 6조 5,343억 원)	트로피카나 (Tropicana), 미닛메이드 (Minute Maid), 퓨즈티(Fuze Tea)	0
9	쇼피 (Shopee)	온라인	약 8억 2,265만 달러 (약 9,089억 원)	선업(Sun Up), 지티피(GTP), 매리골드 (Mari Gold), 트로피카나 (Tropicana)	0
10	빈콤센터 (Vincom Center)	백화점	약 9조 5,290억 동 (약 4,545억 3,330만 원)	말리(Malee)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 베트남 꽃감 가공식품 B2C 소매채널

1) 개인 및 기타 식료품점 (아시안마트)



① 사쿠코스토어(Sakuko Store)

	기업명	사쿠코스토어(Sakuko Store)	
	홈페이지	www.sakukostore.com.vn	
	위치	하노이(Hanoi)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 34개 ³³⁾
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2011년 설립 • 일본 기업 사쿠라(Sakura)가 운영 • 산모 및 유아용품으로 초기 판매 시작, 매장 확장과 함께 점차 제품군 다양화 • 2018년 베트남 경제 타임지에서 소비자가 선정한 제품 및 서비스 기업 Top 100에 선정 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 7월 100,000개 이상의 품목에 대해 가격 보조 프로그램 진행 • 2020년 6월 일본 다이어트 제품 회사 나카타코토니(Nakatta Kotoni)와 무료 체중 감량 프로그램 진행 	
유사제품 정보		제품명	닝코(りんご)
		종류	사과주스
		용량	470ml
		원산지	일본

자료: 사쿠코스토어(Sakuko Store), 사쿠코스토어(Sakuko Store) 페이스북, 브이엔이코노미(VnEconomy), 애닌투도(Anninhthudo)

사진 자료: 사쿠코스토어(Sakuko Store), 클링미(Clingme), 사쿠코스토어(Sakuko Store) 페이스북

33) 사쿠코스토어 매장 수 기준 : 직영점 21개, 가맹점 13개

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 유제품, 장류, 캔디류, 음료류, 즉석식품, 건조식품 등 - 일반: 유아용품, 청소용품, 문구류, 화장품, 의류, 식기류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 즉석식품 - 일본 스낵류, 디저트류 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 식품보다 비식품 비중이 큰 편 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : cskh@sakukovietnam.com.vn - 전화번호 : +84-1800-0010

자료: 사쿠코스토어(Sakuko Store), 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 개인 및 기타 식료품점 (한인마트)



① 오케이마트(OK Mart)

	기업명	오케이마트(OK Mart)	
	홈페이지	www.sieuthikorea.com.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 약 15개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 설립된 지 2년 이상 됨 • 한국식품과 생활용품을 수입판매하는 매장 • 호치민, 다낭, 붕따우, 빈동 지역에 매장 위치 • 베트남 남부지역 한국제품의 약 70% 유통판매 담당 • 한국식품을 더 확대하여 판매하고자 하는 것이 목표 • 기업명은 시우티코리아(Sieuthikorea)로 매장 브랜드명과 다름 	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 6월 페이스북에 신규 입점한 라즈베리 홍초 제품 홍보 • 2020년 4월 한국 홍삼 음료와 비타민 음료 특별 할인 프로모션 진행 	
유사제품 정보		제품명	석류100
		종류	석류농축액
		용량	70ml
		원산지	한국

자료: 시우티코리아(Sieuthikorea), 오케이마트(OK Mart) 페이스북, 오프라인 매장 조사
 사진 자료: 시우티코리아(Sieuthikorea)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 등 - 일반: 생활용품, 화장품, 헤어용품, 주방용품, 세제류, 욕실용품, 장난감류, 전자담배류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 한국제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 입점 제품 대부분이 한국제품임 		
	<p>등록 유형</p>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : hoangvyhieu.co@gmail.com - 전화번호 : +84-7-7324-9999 	

자료: 시우티코리아(Sieuthikorea), 오케이마트(OK Mart) 페이스북, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 케이마켓(K Market)

	기업명	케이마켓(K Market)	
	홈페이지	www.facebook.com/kmarketvietnam	
	위치	하노이(Hanoi)	
	규모	총매출('18)	약 1억 1,054만 달러 (약 1,221억 원)
기타 규모		매장 수('20): 약 100개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2006년 설립되었으며 한인회장이 운영하는 소매점으로 한인 교민이 아닌 현지인을 목표로 시작된 업체 • B2C보다 B2B를 통한 수입이 더 많은 비중을 차지하며, 타 유통채널을 경쟁사가 아닌 파트너사로 인식하고 운영 • 점차 한국 제품의 비중을 낮추고 수입제품의 수를 늘리는 등 한국 마트의 이미지를 지우겠다는 의지를 보임 • 2019년 베트남 100대 고객 신뢰 브랜드로 선정 • 판매 제품의 종류는 약 13,000개이며, 약 60-70%가 한국산 제품 	
			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2021년 페이스북에 신규 입점한 한국산 사인머스켓 판매 홍보 • 2020년 7월 22일부터 8월 4일까지 한국 우수상품 특전 개최 • 2020년 하노이 카우자이(Cau Giay)지역에 새로운 매장 오픈 	
유사제품 정보	제품명	세레스100%주스 (Ceres 100% Juice)	
	종류	사과주스	
	용량	1L	
	원산지	남아프리카공화국	
			

자료 : 케이마켓(K Market) 페이스북, 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료 : 케이마켓(K Market)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 곡물류, 신선식품, 김치류, 즉석식품, 면류, 소스류, 건강식품, 스낵류, 음료류, 유제품, 주류 등 - 일반: 생활용품, 주방용품, 위생용품, 청소용품, 화장품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 프리미엄 제품 - 고급 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 분식을 판매하는 K-Food 계열사 보유 - 같은 제품이라도 제조국가에 따라 가격이 상이 - 한국산 제품은 직수입하여 가격경쟁력이 뛰어난 편임 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p> <p style="text-align: right;"><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 수출입 절차에 필요한 문서, 회사와 관련된 모든 종류의 문서 제출 필요 - 제품 검토 후 공급업체로 선정된 후에 상세 안내 진행 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +84-24-3780-5210 - 구매 담당자 이메일 : hi.kim@k-market.vn

자료 : 케이마켓(K Market), 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 음식/음료/담배 전문점 (프랜차이즈 카페)



① 하이랜드(Highland)

	기업명	하이랜드(Highland)	
	홈페이지	www.highlandcoffee.com.vn	
	위치	하노이(Hanoi)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 약 400개
프랜차이즈 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1999년 설립 • 초기 포장용 커피를 슈퍼마켓, 호텔 등에 판매하였으며 2002년에 프랜차이즈 카페 설립 • 베트남에서 최다 지점을 가진 프랜차이즈 카페 • 2012년 필리핀에 진출하여 인터넷 카페 매장 설립 	
		 	
프랜차이즈 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2021년 2월 새해 맞이 달력 증정 이벤트 진행 • 2020년 12월 아몬드와 젤리가 들어간 신제품 음료 출시 • 2020년 3월 무료 배송 서비스 제공 	
주요 메뉴		이름	트라탄차다오 (Trà Thạch Đào)
		종류	복숭아과일주스
		용량	400ml
		원산지	베트남

자료: 하이랜드(Highland), 하이랜드(Highland) 페이스북
 사진자료: 하이랜드(Highland), 드림즈타임(Dreamstime)

입점 및 협력 정보

프랜차이즈 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 메뉴 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 커피: 아메리카노, 라떼, 모카, 카푸치노, 카라멜마끼아또 등 - 베이커리: 샌드위치, 치즈케이크, 복숭아 케이크, 녹차 케이크 등 - 기타: 핀디 홍차, 핀디 초코, 황금 연꽃 차 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 베트남 커피콩 판매 - 저렴한 가격으로 베트남 20-30대가 선호 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
문의 방법	문의 방법 및 필요 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 문의 (www.highlandcoffee.com.vn) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 우측 언어 클릭하여 언어 변경 - 홈페이지 우측 상단 'CONTACT'클릭 - 문의 시 필요한 정보 (이름, 이메일, 문의내용 등) • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +84-1900-1755 - 이메일 : customerservice@highlandcoffee.com.vn

자료: 하이랜드(Highland)

4) 음식/음료/담배 전문점 (빙수 전문점)



① 이지빙(Izzibing)

	기업명	이지빙(Izzibing)	
	홈페이지	www.izzibing.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	기타 규모	매장 수(*20): 1개
빙수 전문점 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2015년 설립 • 한국식 우유빙수 제품들로 메뉴 구성 • 베트남 현지 교민에게 인기 있는 빙수 전문점 • 빙수 외에 한식 메뉴, 커피, 음료 판매 • 멜론빙수, 복숭아빙수, 녹차빙수가 인기메뉴 	
			
빙수 전문점 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2021년 1월 홍삼차 출시 • 2020년 5월 매주 목요일 복숭아 빙수 25% 할인 행사 진행 • 2020년 백만 동 이상 구매 시 5% 할인 행사 진행 		
주요 메뉴		이름	빙수자이 (Bingsu D'Áu)
		종류	딸기빙수
		원산지	베트남

자료: 이지빙(Izzibing), 이지빙(Izzibing) 페이스북
 사진자료: 이지빙(Izzibing)

입점 및 협력 정보

프랜차이즈 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 메뉴 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 음료: 홍삼차, 우롱차, 커피류, 과일주스 등 - 빙수: 멜론빙수, 복숭아빙수, 녹차빙수, 초콜렛빙수, 망고빙수 등 - 기타: 떡볶이, 김밥, 비빔밥, 홍삼차, 치킨, 만두 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 디저트 외에도 떡볶이, 김밥, 비빔밥 등의 한식 판매 - 페이스북을 통한 마케팅 활동 활발 - 한국문화를 선호하는 베트남 10-20대에게 인기 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
문의 방법	문의 방법 및 필요 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 문의 (www.izzibing.vn) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 내 태극기 클릭하여 한국어로 언어 변경 - 우측상단에 '접촉' 클릭 - 문의 시 필요한 정보 (이름, 주소, 연락처, 이메일, 문의내용 등) • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +84-028-62909977 - 이메일 : izzibing@izzibing.vn tuananh4914@gmail.com

자료: 이지빙(izzibing), 이지빙(izzibing) 페이스북

5) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



① 롯데마트(Lotte Mart)

	기업명	롯데마트(Lotte Mart)	
	홈페이지	www.lottemart.com.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	매출액('19)	약 186억 1,200만 원 ³⁴⁾
기타 규모		매장 수('20): 15개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 2008년 베트남 진출 • 한국과 일본을 기반으로 한 다국적 기업 롯데그룹 (Lotte Group)의 대형 슈퍼마켓 체인 • 롯데그룹의 경우 일본 롯데그룹과 한국 롯데그룹 두 지점으로 나뉘며 한국 롯데그룹은 전 세계 22개국을 대상으로 사업 운영 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 및 애플리케이션 쇼핑 서비스 스피드롯데(Speed Lotte) 제공 		
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2023년까지 매장 수를 40개로 확대할 계획 • 2021년 베트남 하롱파크에 신규매장 오픈 예정 • 2021년 매장 내 잘로페이(Zalo Pay)를 도입하여 현금 없는 결제 추진 		
유사제품 정보		제품명	트루주스스무디 (True Juice Smoothie)
		종류	바나나망고주스
		용량	300ml
		원산지	태국

자료: 롯데마트(Lotte Mart), 스피드롯데(Speed Lotte), 유로모니터(Euromonitor), 브이엑스프레스(Vnexpress)
 사진 자료: 롯데마트(Lotte Mart), 스피드롯데(Speed Lotte)

34) 롯데쇼핑 슈퍼마켓 부문 매출액임

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 면류, 즉석식품, 소스류, 유제품, 음료류, 주류, 스낵류 등 - 일반: 유아용품, 생활용품, 미용용품, 문구류 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 지점별로 판매하고 있는 상품이 다를 수 있음 - 한인 교민을 위한 'Korea Best Item' 구역을 따로 갖추어 한국 식재료 판매 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일을 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 담당자 메일로 송부 - 입점 후 약 3개월간의 매출을 확인하여 추가 입점 여부 체크 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 연말에는 공급 제품 제안서를 받지 않으며, 주로 3월 즈음에 공급업체 신청을 받음 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이름 : Mrs. Nguyen Ngoc Vy Phuong - 이메일 : phuongnvn@lotte.vn / lanpt@lotte.vn - 전화번호 : +84-09-0950-3384

자료: 롯데마트(Lotte Mart), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 콥마트(Coop Mart)

	기업명	콥마트(Coop Mart)	
	홈페이지	www.co-opmart.com.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	매출액(*18)	약 28억 1,200만 달러 (약 3조 1,070억 원)
기타 규모		매장 수(*19): 400개 ³⁵⁾	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1996년 설립되어 베트남 국영자본으로 운영되는 협동조합 형태의 소매점 • 사이공(Saigon)그룹의 계열사로 100% 베트남 기업이라는 부분을 강조하여 고객을 유치 • 온라인 플랫폼 보유 • 업체와 연계되는 카드를 발행하고 있으며, 카드 이용객을 위한 다양한 할인 서비스를 제공 	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2021년 설날을 맞아 선물 바구니 구매 시 전국 무료 배송 서비스 진행 • 2020년 2월 쇼핑하는 고객이 급증하며, 특히 녹색채소, 신선식품에 대한 수요 증가 • 2020년 10월 폭풍과 홍수로 범람원 사람들과 구호 단위 및 사업체의 물품에 대한 큰 수요를 충족시키기 위해 운영 개시 시간을 늘림 	
유사제품 정보		제품명	신투다오 (Sinh tố đào)
		종류	복숭아주스
		용량	500ml
		원산지	베트남

자료: 콥마트(Coop Mart), 유로모니터(Euromonitor), 토이체(Tuổi Trẻ), 팜루앗(Pháp luật), 투오이트레(TuoiTre)
사진 자료: 콥마트(Coop Mart), 콥엑스트라온라인(Coop Extra Online)

35) 콥플러스(Coop Plus) 매장을 포함한 수치

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 건강보조식품, 주류, 음료류 등 - 일반: 화장품, 생활용품, 완구류, 세탁용품, 가전제품, 의류 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 수입상품 취급 - 베트남 원산지 제품 선호 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일 또는 직접 방문을 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 신상, 사업자등록증, 주소, 연락처, 이메일 주소 등) ② 공급자 비즈니스 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가 등) ③ 공급자 은행 계좌 정보 (은행 계좌 번호, 계좌 유형 등) ④ 참고자료 (샘플, 카탈로그, 회사소개서)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : phonggdnc@saigonco-op.com.vn - 전화번호 : +84-8-3836-0143(내선번호: 1167) • 소요시간 : 약 2주

자료: 콤파트(Coop Mart), 유통채널 담당자와의 인터뷰

6) 편의점



① 패밀리마트(Family Mart)

기업 기본 정보	기업명	패밀리마트(Family Mart)		
	홈페이지	www.famima.vn		
	위치	호치민(Ho Choi Minh)		
	규모	매출액(*18)	약 6,171억 7,400만 엔 ³⁶⁾ (약 6조 5,343억 원)	
기업 요약	기타 규모	매장 수(*20): 약 147개		
	<ul style="list-style-type: none"> 일본에서 1973년 설립된 편의점 체인으로 현재 일본, 대만, 베트남, 중국 등 8개국에서 23,814개의 매장 운영 2009년 베트남 진출 2016년 100개 매장 달성 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> 2020년 10월 페이스북에 한국산 요구르트 맛 초코파이 판매 홍보 2020년 베트남 전 지역 매장에 QR Code 결제 시스템 도입 2020년 베트남의 소매업과 서비스업에 대한 투자 확대 			
유사제품 정보		제품명	트로피카나트위스터 오렌지 (Tropicana Twister Orange)	
		종류	오렌지주스	
		용량	1.5L	
		원산지	미국	

자료: 패밀리마트(Family Mart), 패밀리마트(Family Mart) 페이스북, 베트남비즈(Vietnambiz)
사진 자료: 패밀리마트(Family Mart)

36) 패밀리마트(Family Mart) 그룹 통합 매출액

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 즉석식품, 병과류, 유제품, 스낵류, 캔디류, 음료류, 주류, 차(茶) 등 - 일반: 세제류, 애완용품, 욕실용품, 구강용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 반조리식품 판매 	
	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 통한 등록 (www.famima.vn) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 Contact 클릭 - Message에 정보 기입 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 이메일 주소 등 - 문의 내용에 대한 회신이 오면 등록 절차 진행 • 유선 연락 또는 이메일을 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : info@famima.vn - 전화번호 : +84-028-3930-5180

자료: 패밀리마트(Family Mart), 유통채널 담당자와의 인터뷰

7) 온라인



① 쇼피(Shopee)

기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee)		
	홈페이지	www.shopee.vn		
	위치	하노이(Hanoi)		
	규모	매출액('19)	약 8억 2,265만 달러 ³⁷⁾ (약 9,089억 원)	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 시그룹(Sea Group)의 자회사로 2015년 싱가포르에서 처음으로 개시되었으며, 현재 싱가포르, 인도네시아, 말레이시아, 대만 등 7개국에서 홈페이지 운영 • 현재 동남아시아에서 이커머스 부문 1위이며, 7개국 홈페이지 일평균 방문자 수 약 2억 명 • 2018년 11월 블랙핑크를 첫 홍보대사로 위촉 • 베트남 전자상거래 시장에서 라자다(Lazada)와 경쟁 구도 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 알리바바와 베트남 온라인커머스 시장 양강구도 형성 • 2020년 4월 '쇼피서포트(Shopee Supports)' 프로그램을 통해 코로나19로 어려움을 겪고 있는 베트남 중소기업 지원 • 2020년 바이피뱅크(VP Bank), 비자(Visa)와 함께 공동 브랜드 신용카드 출시 			
유사제품 정보		제품명	블루베리시럽 (Blueberry Syrup)	
		종류	과일시럽	
		용량	850ml	
		원산지	말레이시아	

자료: 쇼피(Shopee), 유로모니터(Euromonitor), 뉴시스(Newsis), 브리티비뉴스(Vtv News), 핀(Pymnts)
사진 자료: 쇼피(Shopee)

37) 시그룹(Sea Group) 이커머스 부문 통합 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 스낵류, 캔디류, 건조식품, 소스류, 음료류, 차(茶)류, 견과류, 신선식품 등 - 일반: 의류, 유아용품, 전자제품, 가전제품, 식기류, 화장품, 주방용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 우측 상단 đăng ký 클릭하여 가입 후 판매자(Seller) 등록 - 입점 문의 후 진행 - 홈페이지 상단 trợ giúp 클릭하여 페이지 하단 E-mail 클릭 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 가입 정보: 메일 주소, 첨부파일 등 - 하단 주소에서 자세한 가입 정보 확인 (help.shopee.vn/vn/s/contactus?articletitle=undefined&articleId=undefined) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : support@shopee.vn - 전화번호 : +84-1900-6034 	

자료: 쇼피(Shopee), 유통채널 담당자와의 인터뷰

8) 백화점



① 빈콤센터(Vincom Center)

	기업명	빈콤센터(Vincom Center)	
	홈페이지	www.vincom.com.vn	
	위치	하노이(Hanoi)	
	규모	매출액('19)	약 9조 5,290억 동 (약 4,545억 3,330만 원)
기타 규모		매장 수('20): 약 79개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1993년 우크라이나 모회사 빈그룹(Vingroup) 설립 • 2000년 자회사 베트남 영업 시작 • 부동산, 의료, 쇼핑, IT 등 다양한 분야에서 서비스 제공 • 2004년 쇼핑 브랜드 빈콤(Vincom) 론칭 • 2010년 우크라이나 영업권 네슬레(Nestle)에 매각 • 2015년 본격적으로 쇼핑 분야 사업 확장 • 현재 베트남의 가장 큰 백화점 체인 	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 4분기 수익 전년 동기 대비 16.8% 증가 • 2020년 7월 베트남 전역에서 대규모 여름 세일 진행 	
유사제품 정보		제품명	만다린오렌지주스 (Mandarin Orange Juice)
		종류	오렌지주스
		용량	1l
		원산지	태국

자료: 빈콤(Vincom), 베트남비즈(Vietnambiz), 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia)
 사진 자료: 빈콤(Vincom)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 해산물, 육류, 즉석식품, 스낵류, 식료품, 주류, 음료류, 건강식품, 영양제, 소스류 등 - 일반: 패션용품, 유아용품, 애완용품, 가전제품, 화장품, 가구류, 세제류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 고급 브랜드 상품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 식품 품목보다는 일반 품목 비중이 더 큼 	
	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴의 Contact 클릭 - 홈페이지에 제공된 양식에 따라 기입 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> : 담당자명, 이메일 주소, 제목, 문의 내 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +84-24-3974-9999

자료: 빈콤(Vincom)

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 베트남 콧감 가공식품 인증 취득
2. 베트남 콧감 가공식품 사전 절차
3. 베트남 콧감 가공식품 라벨 심의
4. 베트남 콧감 가공식품 서류 준비
5. 베트남 콧감 가공식품 세금 납부
6. 베트남 콧감 가공식품 검역 심사 절차
7. 베트남 관련 규제 정보

1. 베트남 꽃감 가공식품 인증 취득

인증 취득

베트남으로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

꽃감 가공식품

꽃감 가공식품 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 베트남 수입 식품 ‘적용받는 강제 인증 無’

베트남으로 수출하고자 하는 꽃감 가공식품 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 다만, 일반 식품의 경우 수출기업의 선택에 따라 HACCP, ISO 인증 또는 그 외의 기타 식품안전 인증을 취득할 수 있음

[표 5.1] 베트남 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRC Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRCGS 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
GMP	식품 및 의약품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처	

자료 : 각 인증기관

[표 5.2] 베트남 식품 인증 취득

HACCP	절차	기간
	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	서류	비용
	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업/사업자 등록증 등	20만 원
ISO 22000	절차	기간
	서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
	서류	비용
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	120-130만 원
IFS	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	서류	비용
	신청서 등	약 900-1,000만 원
BRC Food Safety	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	서류	비용
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만 원
FSSC 22000	절차	기간
	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
	서류	비용
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500-600만 원
GMP	절차	기간
	서류제출>서류검토>현지확인 및 시설조사>판정>허가증 발급	14-20일
	서류	비용
	신청서, 품질관리인 선임신고서, 품질 관리실의 기계기구류 목록 등	5-20만 원

자료 : 각 인증기관

2. 베트남 껏갓 가공식품 사전 절차

사전 절차

베트남으로 제품 수출 시, 품목에 대한 사전 규제 및 심사제도 정보 제공

껏갓 가공식품

껏갓 가공식품 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 베트남 식품 수출을 위해 사전 심사 ‘불필요’
- ▶ 식품 등록 절차, 식품 안전성 공표 절차로 간소화

베트남 보건부(MOH, Ministry of Health)는 베트남으로 식품을 수입할 때 해당 식품을 필수적으로 등록하도록 하였음. 그러나 2018년 개정된 법률에 따라 등록 절차는 식품 안전성 공표 절차로 간소화되었음. 건강보조식품, 영유아식품, 병원용 식품 등의 경우 담당기관에 내용을 제출하여 등록을 거쳐야 하나, 일반가공식품류의 경우 자체적인 공표 절차와 서류 제출로 진행됨

육류, 유제품, 신선농산물 등의 경우 사전 수입허가나 식품 가공장 등록 절차 등이 요구되기도 하지만 일반가공식품으로 포장·제조된 껏갓 가공식품 제품의 경우 별도의 추가적인 등록 절차가 요구되지 않음

[표 5.3] 베트남 수입 전 사전 절차

적용 규제	베트남 정부, 「No. 15/2018/ND-CP (Appendix 3)」, 2018
담당 기관	베트남 산업무역부(MOIT, Ministry of Industry and Trade)
필요 정보 및 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 자체 상품 공표서 <ul style="list-style-type: none"> - 모두 베트남어로 작성할 것 - 외국어로 작성된 경우 번역 후 공증 필수 - No. 15/2018/ND-CP 부록 1의 Form 1 양식 사용 • 식품안전검사 결과표 <ul style="list-style-type: none"> - 지정된 검사기관 또는 ISO 17025 표준에 부합하는 공인 검사 기관을 통할 것 - 상품 공표 서류 제출일 기준 12개월 이내일 것 - 베트남 보건부의 식품안전기준 규정을 지킬 것
절차	<ul style="list-style-type: none"> • 자체 상품 공표서 작성 및 지정기관 서류 제출 <ul style="list-style-type: none"> - 지정 기관 직접 방문 제출 또는 우편 송부 방식으로 제출 가능 • 공표 정보 공시 <ul style="list-style-type: none"> - 자사 홈페이지 또는 대중 매체를 통하여 정보 공시 • 지정기관은 제출받은 공표 사실을 웹사이트 상에 공시
주의사항	제품명, 원산지, 성분 정보가 변경된 경우 지정기관으로 해당 내용의 변경 사실을 고지해야 함

자료 : 미국 농무부 해외농업서비스(United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Service)

3. 베트남 꽃감 가공식품 라벨 심의

▶ 베트남 꽃감 가공식품 라벨 규정

[표 5.4] 베트남 라벨 표기사항

● 라벨 심의	● 라벨 표기사항	● 꽃감 가공식품
베트남으로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	베트남 정부, 「No. 15/2018/ND-CP」, 2018	꽃감 가공식품 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함
	적용 규제	
	세부 규정	No. 43/2017/ND-CP ‘Decree on goods labeling’
	라벨 표기사항 (항목)	<ul style="list-style-type: none"> • 제품명 • 제품의 책임을 갖는 업체의 명칭 및 주소 • 원산지 • 제품 용량 • 제조일 • 유통기한 • 성분 및 성분 함량 또는 영양정보 • 허용 사용량 및 주의 정보 • 바코드, 인증 마크, 등록 마크 등 추가해야 하는 정보 • 보관 방법 및 사용 방법
	세부 내용	<p>베트남어로 표기할 것</p> <p>베트남어로 표기되어 있고, 규정이 정하고 있는 필수 라벨 내용을 담고 있는 부착물도 인정함</p> <p>표기 언어</p> <p>베트남 명칭이 없거나 번역이 불가능한 화학물질, 약품, 성분 등 법률이 정하는 명칭은 제외함</p> <p>글자의 크기는 육안으로 확인 가능해야 함(1.2mm 이상(80cm² 이하인 경우 0.9mm 이상))</p> <p>라벨 표기사항 (가이드)</p> <p>제품명</p> <p>눈에 띄는 위치에 표시할 것</p> <p>필수 기재사항 중 가장 큰 크기로 표기할 것</p> <p>숫자 혹은 개수로 표기할 것</p> <p>제품 용량</p> <p>표기 단위 및 표기 방법은 규정을 참조할 것</p> <p>제품명에 포함된 색상, 향에 관한 첨가물 또는 추출물과 농축물은 해당 원료의 함유량을 표기할 것</p> <p>원산지</p> <p>원산지 국가명 또는 지역명으로 표기할 것</p> <p>약어로 표기하지 말 것</p> <p>유통기한</p> <p>‘일, 월, 년’ 순으로 작성할 것</p> <p>‘:’, ‘/’, ‘-’를 이용하여 구분할 것</p>

자료 : 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	유통기한	<p>‘제조일’은 ‘NSX’, ‘만료일’은 ‘HSD’ 또는 ‘HD’의 약어로 표시할 수 있음</p> <p>알코올 함량이 10% 이상인 음료 제품의 경우 제조일 및 유통기한을 표기하지 않음</p> <p>성분, 식품첨가물을 표시할 때 중량 대비 성분의 비율 또는 중량 등 법률이 정하는 바에 따라 표기해야 함</p> <p>홍보를 위해 특정 성분이 라벨에 표기되어 있는 경우 해당 성분에 대한 용량은 필수적으로 표기해야 함</p> <p>식품첨가물의 명칭은 국제 코드 또는 성분명으로 작성해야 함</p> <p>2개 이상의 식품첨가물을 표기하는 경우 중량 대비 비중 순으로 나열해야 함</p>
		성분 및 성분 함량 또는 영양 정보	<p>식품첨가물 이름 아래에 ‘Dùng cho thực phẩm(식품을 위해 사용됨)’의 문장을 최소 2mm 이상의 굵은 글씨체로 표기해야 함</p>
		아래 항목을 포함하는 경우 추가적인 표기 필요함	<ul style="list-style-type: none"> • 글루텐을 함유하고 있는 곡물 또는 식품(e.g. 밀, 호밀, 귀리 등과 이를 활용한 전분 등) • 갑각류 • 달걀과 달걀 제품 • 어류와 어류 제품 • 땅콩, 대두와 관련 제품 • 우유와 유제품(락토스, 설탕, 우유 포함) • 견과류와 관련 제품 • 10mg 또는 그 이상의 농도인 아황산염
		보관방법	보관 조건이 있는 경우, 해당 조건과 함께 보관 가능 기간을 표기해야 함
		사용방법	제품 라벨이 10cm 미만인 제품의 경우, 사용방법을 보충 라벨 또는 설명서의 형태로 제품에 첨부해야 함
		GMO 식품	제품에 ‘Thực phẩm biến đổi gen (genetically engineered food)’ 표기해야 함
		기타	<p>다른 제품을 직간접적으로 언급하는 단어, 기호, 모티브를 사용해서는 안 됨</p> <p>제품에 따라 필요한 경우, 경고 문구 등 정보를 표기해야 함</p>

자료 : 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

▶ 베트남 껏감 가공식품 라벨 샘플



[스타커 라벨링]

[스타커면 - 베트남에]

- ① MŨT CAM NGỌT HIỆU SMUCKER'S
- ② Thành phần: Syrup bắp high fructose 35%, syrup bắp 35%, vỏ cam 18%, nước ép cam 10%, pectin thực vật 0,5%, acid citric 0.5%. hương cam tự nhiên 1%.
- ③ Khối lượng tịnh: 340g
- ④ HDSD: Dùng làm thực phẩm ăn liền, ăn chung với bánh mì hoặc các loại bánh mỳ tùy thích.
- ⑤ Bảo quản: Nơi khô ráo, thoáng mát, tránh ánh nắng chiếu trực tiếp.
- ⑥ XNCB: 33025/2017/ATTP-XNCB
- ⑦ Thời hạn sử dụng: 02 năm kể từ ngày sản xuất
NSX: 29/04.2019
HSD: 20/04/2021
- ⑧ Xuất xứ: Mỹ
- ⑨ Nhà sản xuất The J.M, Smucker Company
Địa chỉ nhà sản xuất: 1 Strawberry Ln, Orrville, OH 44667, USA.

[스타커면 - 한국에]

- ① Smucker's Sweet Orange Marmalade
- ② 원료 : 35% 고과당 옥수수 시럽, 35% 옥수수 시럽, 18% 오렌지 껍질, 10% 오렌지 주스, 0.5% 채소 펙틴, 0.5% 시트르산, 1% 천연 오렌지 향
- ③ 순중량 : 340g
- ④ 사용 : 기호에 맞춰 빵 또는 케익과 함께 섭취하시거나 즉석 식품으로 사용하십시오
- ⑤ 보관 : 서늘하고 건조한 곳에 직사 광선을 피해주십시오.
- ⑥ 위생안전 인증번호 : 33025/2017/ATTP-XNCB
- ⑦ 유통기한 : 제조일로부터 2년
제조일 : 2019년 4월 29일
유통기한 : 2021년 4월 20일
- ⑧ 원산지 : 미국
- ⑨ 제조사 : Producer The J.M, Smucker Company
주소 : 1 Strawberry Ln, Orrville, OH 44667, USA.

⑩ Địa chỉ: 86/5 Thích Quảng Đức, Phường 5, Quận Phú Nhuận, Thành phố Hồ Chí Minh.

Địa chỉ: 86/5 Thích Quảng Đức, Phường 5, Quận Phú Nhuận, Thành phố Hồ Chí Minh.

ĐT: 028 3553 4231

Fax: 02835534234

⑪ Cảnh báo an toàn: Không sử dụng sản phẩm bị hư hỏng hoặc hết hạn sử dụng.

⑩ 유통사 정보 : Phat Kien Gia Company Limited.

주소 : 86/5 Thich Quang Duc, Ward 5, Phu Nhuan District, Ho Chi Minh City

전화 : 028 3553 4231

Fax : 028 3553 4234

⑪ 주의사항 : 유통기한이 지났거나 손상된 제품은 사용하지 마십시오.

4. 베트남 꽃감 가공식품 서류 준비

● 서류 준비

베트남으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

● 꽃감 가공식품

꽃감 가공식품 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 베트남 FTA 원산지증명서 준비 필요
- ▶ 베트남 수입신고, 서면 또는 전자통관시스템을 통해 진행

베트남으로 제품을 수입하고자 할 때, 수입 신고는 전자통관시스템(Vietnam National Single Window Portal)을 통해 진행됨. 베트남 수입 규정이 정하고 있는 특정한 사례를 제외한 대부분의 일반 화물은 온라인 통관 시스템을 통하여 수입 신고를 실시함

원산지증명서의 경우 기관증명방식으로 세관 또는 상공회의소를 통하여 발급받은 공통의 원산지확인서를 근거로 하여 원산지증명을 할 수 있음. 발급된 원산지증명서의 유효기간은 1년이나 1회만 사용 가능하며, 다음 수출 시에도 동일하게 원산지 증명서를 발급받아 첨부하여야 함. 다만 인증수출자 제도를 통하여 인증을 받게 되면 관련 서류 간소화 혜택을 부여받을 수 있음

[표 5.5] 베트남 통관 서류³⁸⁾

구분	서류명	발급기관
일반 서류	수입신고서	베트남 세관 또는 통합시스템(VNACCS)
	가격신고서	(-)
	수입허가증(수입업자)	베트남 재무부 (Ministry of Finance)
	상업송장	(-)
	선적 포장명세서	(-)
	선하증권	(-)
	원산지증명서	관세청 / 상공회의소
검사결과서	(-)	

자료 : 베트남 관세청(Vietnam General Customs Office), 「No. 38/2015/TT-BTC」, 2015

38) 각 신고 서류의 양식은 No. 39/2015/TT-BTC의 규정에 따름

5. 베트남 꽃감 가공식품 세금 납부

세금 납부

베트남으로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

꽃감 가공식품

꽃감 가공식품 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 베트남 꽃감 가공식품 HS-CODE 2007.99.10, 기본 관세율 40%
- ▶ 한국-베트남 FTA 발효로 협정 관세율 '0% 적용'

꽃감 가공식품의 경우 베트남에서는 HS-CODE 2007.99.10의 세번을 사용하여 수입됨³⁹⁾. 해당 품목의 베트남 수입 시 기본 세율은 40%를 적용받으나 한국산 제품의 경우 2015년 12월 20일부로 발효된 한-베트남 FTA 협정으로 협정 관세율을 적용받아 0% 관세율이 적용됨. 관세 외에도 부가가치세가 제품에 포함되며, 제품의 품목에 따라 0%, 5%, 10%로 달리 적용됨

- 수입 서류 심사비용에 183달러(한화 약 20만 원)⁴⁰⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 76시간 소요
- 통관 비용은 373달러(한화 약 41만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 56시간 소요

[표 5.6] 한국·베트남 HS CODE 비교 및 베트남 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2007	잼·과실젤리·마말레이드(marmalade)·과실이나 견과류의 퓨레(purée)·과실이나 견과류의 페이스트(paste)(조리해서 얻은 것으로 한정하며, 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가했는지에 상관없다)	
	2007.99	기타	
	2007.99.9000	기타	
베트남	2007.99.10	망고, 파인애플 또는 초본류 딸기가 아닌 과일 페이스트	
관세	기본 관세율	40%	
	협정 관세율	0%	
VAT		0%, 5% 10%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 베트남 관세청(Vietnam General Customs Office)

39) 베트남 세번의 경우 꽃감 가공식품에 적합하다고 판단되는 HS CODE 2007.99 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단은 베트남 세관 당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 베트남 관세청을 통한 확인이 필요함

40) 1달러=1.104.90원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

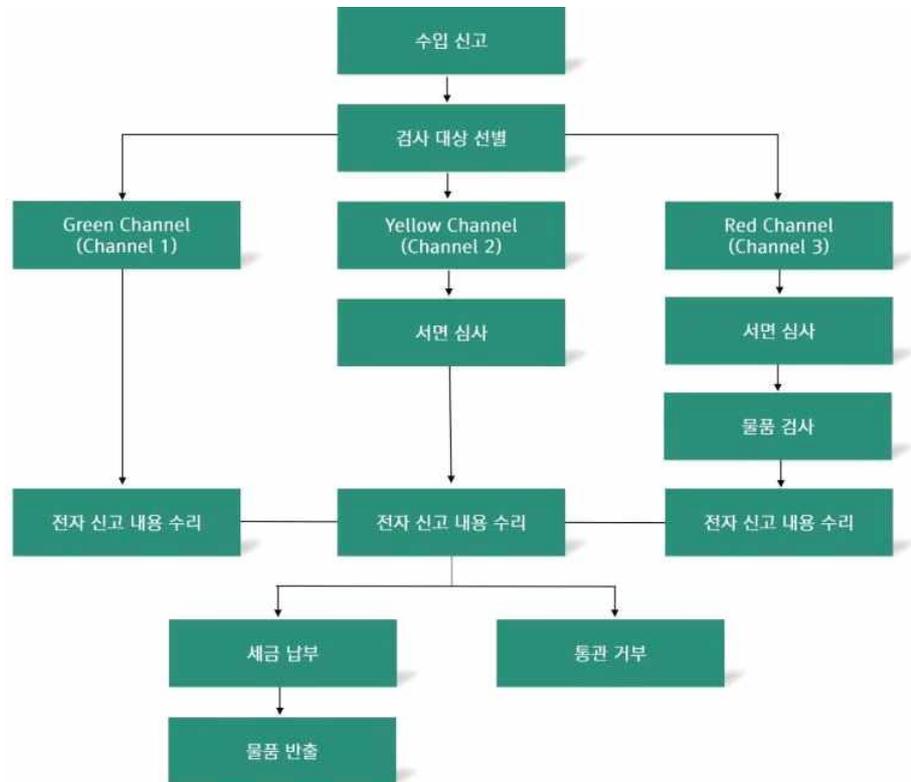
6. 베트남 껏갓 가공식품 검역 심사 절차

▶ 베트남, 식품 위험도별 검역 심사 진행

다음 중 1가지 조건 만족 시, 물품 검사와 서면 심사를 면제받는 Green Channel 통관 절차를 진행함

- 베트남과 식품안전 검사 관련 국제 협약이 되어 있는 국가 및 기관, 조직에 의해 식품안전 요구 사항을 충족하는 것으로 인증된 경우
- 연간 일반 검사(Yellow Channel)에서 연이어 안전 인증을 받은 경우
- 신뢰할 수 있는 식품 인증(GMP, HACCP, ISO22000, IFS, BRC, FSSC22000 또는 이와 동등한 인증)을 받은 경우

[표 5.7] 베트남 통관 프로세스



▶ 베트남 껏갓 가공식품 식품 첨가물 규정 확인 필요

[표 5.8] 베트남 식품 첨가물 규정 확인 방법

사이트	농식품수출정보(KATI) (www.kati.net)
국가	베트남
식품유형	잼류 > 기타잼

7. 베트남 관련 규제 정보

▶ 베트남 껍감 가공식품 포장규정

베트남 보건부(MOH)는 합성수지를 사용한 식품 및 우유의 포장재와 용기에 대한 규정과 유리, 세라믹 등의 원료에 대한 규정을 별도로 두고 있음. 해당 규정들은 중금속 잔류에 대한 내용을 담고 있음. 포장 용기 자체를 특별하게 규정하는 기준은 별도로 없음

[표 5.9] 베트남 식품 포장 관련 규정

적용 규제	베트남 보건부, 「QCVN 12-1:2017/BYT」 베트남 보건부, 「No.46/2007/QĐ-BYT」
QCVN 규정 내용	<ul style="list-style-type: none"> 합성수지의 사용과 포장재 및 용기 안전 제한과 규격에 대한 규정 14개 원료를 바탕으로한 합성수지 용기, 포장재에 대한 식품 안전 및 기술 규정 각 원재료별 테스트 방법론
TT-BYT 규정 내용	<ul style="list-style-type: none"> 식품과 직접 접촉하는 용기나 포장용기에 대한 중금속 잔류량 규정 유리, 세라믹, 알루미늄 호일
규정 원료	<ul style="list-style-type: none"> 합성수지 규정 원료 <ul style="list-style-type: none"> - 페놀(Phenol), 멜라민(Melamine), 요소(Urea) - 포름알데히드수지(Formaldehyde resin) - PVC(Polyvinyl Chloride) - PE(Polyethylene), PP(Polypropylene) - PS(Polystyrene) - PVDC(Polyvinylidene Chloride) - PET(Polyethylene terephthalate) - PMMA(Polymethyl Methacrylate) - PA(Nylon) - PC(Polycarbonate) - PLA(Polylactic Acid) - PVA(Polyvinyl Alcohol) - 기타 합성수지 포장재 - 우유와 직접 접촉하는 합성수지 포장재 또는 용기 기타 규정 원료 <ul style="list-style-type: none"> - 유리 - 세라믹 - 알루미늄 호일

자료 : 세계무역기구(WTO), SPS Vietnam

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 콩카페(Cong Cafe)

Interview ② 빈프루츠(Vinfruits)

Interview ③ 스마트프루츠(Smart fruits)

Interview ④ 브이푸드비엠티엠(V Food Viet Nam JSC)

Interview ⑤ 베트남 관세청(General Department of Vietnam Customs)

Interview ① 콩카페(Cong Cafe)

41)

● 콩카페
(Cong Cafe)

전문가 소속

콩카페
(Cong Cafe)
소매업체

연락처
+84-24-3733-9966

전문가 정보

Ms. Hong
(Branch Bartender)



콩카페(Cong Cafe) Branch Bartender, Ms. Hong

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

콩카페는 2007년 설립된 프랜차이즈 카페로, 호치민과 하노이 등 베트남 주요 도시에 50개 이상의 지점을 보유하고 있습니다. 베트남 전통 콘셉트의 카페로, 다른 나라의 콘셉트나 레시피를 적용하지 않고 모든 메뉴를 베트남 사람의 입맛에 맞추어 개발하고 있습니다.

Q. 꽃감이나 감을 이용한 카페 메뉴가 있나요?

꽃감이나 감이 들어간 음료, 디저트에 대해 처음 들어봤으며 베트남 현지 시장에서 그러한 디저트는 찾아보기 어렵습니다. 한편 2020년에 한국의 달고나 커피가 온라인에서 입소문을 탔고, 현지 프랜차이즈 중 하나가 달고나 커피를 판매하기 시작해 큰 인기를 끌었습니다. 또한 호치민시 주변에는 한국 빙수 전문점이 많으며 딸기, 멜론, 망고 등의 다양한 과일 빙수를 판매하고 있습니다. 하지만 앞서 말한 것과 마찬가지로 꽃감이 들어간 빙수나 디저트에 대해서는 들어보지 못했습니다.

Q. 꽃감 페이스트로 새로운 음료를 만들어 판매할 경우 예상 수요는 어떤가요?

식음료(F&B)업계에서 메뉴는 신규 고객 유치와 기존 고객 유지의 원동력이 될 만큼 매우 중요한 요소입니다. 사실 감으로 만든 음료나 디저트는 현지 시장에서 아주 생소한 음식이라 바리스타로서도 어떤 맛이 날지 상상하기 어렵습니다. 감을 좋아하는 사람들에게는 매력적일지도 모르지만, 감 자체가 베트남에서 매우 인기가 높은 과일은 아니기 때문에 수요가 다소 적을 수 있다고 생각합니다. 베트남은 열대 기후를 가진 국가이며 열대 과일의 수요가 가장 높습니다.

41) 사진자료: 콩카페(Cong Cafe) 홈페이지

Q. 꽃감과 같은 과일 기반의 페이스트, 음료 중 인기 메뉴는 무엇인가요?

저희 매장에서는 커피, 스무디, 과일 음료를 판매하고 있습니다. 시그니처 메뉴는 코코넛이 들어간 디저트류로 코코넛 커피, 코코넛 그린 라이스, 코코넛 코카 등이 있으며, 베스트셀러로 매출을 꾸준히 유지하고 있습니다. 또한 저희 매장은 아보카도, 망고, 패션프루츠 등의 열대과일을 이용한 음료를 제조해 판매하기도 합니다. 과일이 들어간 음료 중에서는 아보카도로 만든 음료의 판매량이 가장 높습니다.

Q. 현지 프랜차이즈 카페에 꽃감 페이스트를 납품하기 위해 고려할 사항은 무엇인가요?

보통 새로운 메뉴를 출시하기 위해서는 약 2주에서 1개월 동안 카페에서 고객 반응을 살피고 피드백을 수집해야 합니다. 만약 고객 반응이 좋으면 해당 메뉴를 더 개발하며, 피드백이 나쁠 경우 신메뉴를 출시하지 않고 있습니다. 따라서 프랜차이즈 카페를 통해 꽃감 페이스트 제품을 유통하기 위해서는 메뉴 출시와 개발의 대상이 될 카페 선정부터 이후의 마켓테스트 과정까지 거쳐야 합니다.

Interview ② 빈프루츠(Vinfruits)

42)

빈프루츠 (Vinfruits)

전문가 소속

 빈프루츠
(Vinfruits)
수입유통업체

 연락처
+84-9144-112-93

전문가 정보

 Ms. Hanh
(Sales Staff)


빈프루츠(Vinfruits) Sales Staff, Ms. Hanh

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

빈프루츠는 2017년에 설립되어 주로 과일이나 말린 과일을 취급하며 현지산은 물론 호주, 미국, 뉴질랜드 등에서 수입한 과일, 견과류도 판매하고 있습니다. 온라인 채널을 통해 제품을 판매하며, 호치민시에 3개의 오프라인 매장을 보유하고 있어 호치민시 내에서 주문 시 2시간 이내 배송 서비스를 제공하고 있습니다.

Q. 베트남 현지에서 껏감을 판매하고 있나요? 인지도는 어떤가요?

저희 매장은 껏감을 판매하고 있으며 한국산뿐만 아니라 현지에서 생산한 껏감도 취급하고 있습니다. 베트남 사람들에게 감은 생소하지 않으며 망고, 람부탄 등의 열대과일과 마찬가지로 흔한 과일입니다. 베트남 북부 지역이나 남부의 달랏(Dalat) 고원 지역에서 감을 재배할 수 있으며, 그 지역에서 자란 감은 실제로 베트남 현지에서도 유명하기 때문에 베트남 사람들은 감과 껏감에 대해 잘 알고 있습니다.

Q. 베트남 시장 내 껏감이나 감으로 만든 가공식품이 있나요?

현지 시장에서 껏감으로 만든 가공식품은 찾아볼 수 없습니다. 베트남에서 과일을 활용한 가공식품으로는 열대과일 칩과 말린 과일 등이 대부분입니다. 일반적으로 껏감 제품은 가격대가 높기 때문에 베트남 사람들은 껏감을 주로 선물용으로만 구매합니다. 껏감의 주요 소비자는 평균소득이 높은 35-50세의 중년층입니다.

Q. 껏감의 가공식품인 껏감 페이스트 세트를 백화점에서 선물용으로 판매한다면 예상 수요는 어떠한가요?

껏감 선물세트는 어느 정도 수요가 있을 것이라 생각합니다. 특히 이전에 지인에게 껏감 제품을 선물했던 사람들이 관심을 가지고 껏감 페이스트 세트를 구매할 가능성이 높습니다. 껏감 외의 새로운 선택지가 될 수 있으며 선물용으로 구성되어 판매되기 때문에 용도에 아주 적합하다고 생각할 것입니다.

42) 사진자료: 빈프루츠(Vinfruits) 홈페이지

Interview ③ 스마트프루츠(Smart fruits)

43)

스마트프루츠 (Smart fruits)

전문가 소속

스마트프루츠
(Smart fruits)
수입유통업체

연락처
+84-2845-667-890

전문가 정보

Mr. Chuong
(Purchasing Manager)



스마트프루츠(Smart fruits) Purchasing Manager, Mr. Chuong

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

스마트프루츠는 2010년에 설립되어 주로 미국, 일본, 한국, 호주 등에서 수입한 과일, 스낵을 취급하고 있습니다. 모든 수입 과일에 대해 원산지 증명서, 식품 위생 및 안전 식품 증명서를 발급받아 제품의 높은 품질을 보장합니다. 호치민시 내에 5개의 오프라인 매장을 보유하고 있으며 온라인 채널을 통해서도 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 베트남 내 소비자들의 콧감에 대한 선호도는 어떤가요?

콧감은 다른 과일에 비해 상대적으로 비싸기 때문에 현지 사람들은 주로 콧감을 선물용으로 구매하며 자주 구매하지 않습니다. 특히 한국산 콧감을 선물용으로 구매하는 경우가 많으며 가격대가 높기 때문에 수입이 많은 사람이나 중년 연령층의 사람들이 주요 소비자입니다. 콧감은 윌마켓(Wet Market)⁴⁴⁾, 생과일가게, 말린 과일을 취급하는 온·오프라인 매장에서 쉽게 찾아볼 수 있습니다.

Q. 베트남 현지에서 한국산 콧감에 대한 수요는 어떤가요?

2017-2018년에 한국산 콧감이 베트남에 처음 진출했을 당시 많은 기업과 개인이 콧감을 선물용으로 구매했습니다. 하지만 시간이 지나며 한국산 콧감이 익숙해지고 수입 초반만큼 새롭지 않아 수요가 점차 줄고 있습니다. 베트남에서 판매되고 있는 한국산 콧감은 주로 상주 또는 청도산이며, 저희는 청도 콧감을 취급한 경험이 있습니다. 한국산 콧감에 대한 수요가 감소하는 가운데, 콧감으로 만든 잼이나 페이스트에 대해서 관심이 크지는 않습니다. 현지 시장에 콧감 페이스트가 존재하지 않기 때문에 제품을 고객에게 처음 소개할 때 활발한 판촉행사와 홍보 등의 많은 노력이 필요할 것이라 생각합니다.

43) 사진자료: 스마트프루츠(Smart fruits) 홈페이지

44) 아시아에 있는 신선한 생선과 농산물을 파는 시장. 육류는 그 자리에서 도축해 주기도 함

Q. 꽃감 페이스트나 꽃감 잼은 어떤 유통채널에 적합한가요?

꽃감 페이스트라는 제품 자체가 생소하기 때문에 라자다(Lazada), 티키(Tiki), 쇼피(Shopee) 등의 전자상거래 쇼핑몰에 먼저 판매하기 시작해 초기 원가를 절감하고 시장 반응을 살펴보기를 추천합니다. 또한, 신제품의 경우에 SNS 이벤트를 통해 고객들에게 무료로 제품을 제공하고 리뷰를 게시하는 것을 하나의 마케팅 전략으로 구상할 수도 있습니다. 초기 마케팅에 성공한다면 재구매로 이어질 것이며, 마케팅 효과를 확인할 수 있을 것이라 생각합니다.

Interview ④ 브이푸드비엠티(V Food Viet Nam JSC)

45)

브이푸드비엠티
(V Food Viet Nam JSC)

전문가 소속

브이푸드비엠티
(V Food Viet Nam JSC)
수입유통업체

연락처
+84-0869-362-849

전문가 정보

Mr. Dũng
(Sales Manager)



브이푸드비엠티(V Food Viet Nam JSC) Sales Manager, Mr. Dũng

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

브이푸드비엠티는 수년간의 도매 경험을 살려 2010년 하노이에 수입과일 소매 브랜드를 설립했습니다. 미국, 호주, 뉴질랜드, 칠레, 일본, 한국 등 다양한 국가에서 과일을 수입하고 있으며, 각종 과일과 가격대별 선물용 과일바구니를 판매합니다. 온라인 쇼핑몰과 하노이 내 8개의 오프라인 매장을 유통채널로 보유하고 있습니다.

Q. 베트남 현지 소비자들은 어떤 상황에서 꽃감을 구매하나요?

현지 소비자들은 간식으로 먹거나 특별한 날을 축하하기 위해, 혹은 선물용으로 꽃감을 구매하고 있습니다. 이처럼 다양한 목적으로 제품을 구매하지만 꽃감의 가격대가 높기 때문에 대부분은 선물용으로 가장 많이 구매하고 있으며 개인을 위한 소비 용도로 구매하는 경우는 상대적으로 적습니다. 고객은 대부분 평균소득층이나 그 이상의 소득수준에 속하는 중장년층입니다. 주로 윌마켓, 과일가게, 온라인 쇼핑몰을 통해 구매하고 있습니다.

Q. 베트남 현지에서 한국산 꽃감에 대한 수요는 어떤가요?

한국산 꽃감에 대한 수요는 높지 않고 주로 선물용으로 종종 살 뿐 개인적으로 소비하는 경우는 드뭅니다. 꽃감 자체가 선물로 여겨지고 있기에 설날과 같은 연휴나 큰 행사에 주로 소비됩니다. 한국산 꽃감 잼도 마찬가지로 수요가 많지 않을 것이라 우려됩니다. 일단 꽃감으로 만든 잼에 대한 인지도가 낮으며 소비자들은 가공한 과일이 저품질의 과일을 재료로 사용한다고 생각하기 때문입니다. 사람들은 가공 과일보다는 건강한 생과일을 선호합니다. 따라서 베트남 시장에서 꽃감 잼에 대한 수요가 보편적이지는 않을 것이며, 디저트나 음료 등 다양한 방법으로 감을 소비하려는 감 애호가들을 대상으로 타겟팅은 가능할 것이라 생각합니다. 꽃감 잼은 가공식품이기 때문에 슈퍼마켓, 편의점 등 일반적으로 식품이 유통되고 있는 채널로의 유통이 가능합니다.

45) 사진자료: 브이푸드비엠티(V Food Viet Nam JSC) 홈페이지

Interview ⑤ 베트남 관세청

(General Department of Vietnam Customs)

46)

●
베트남 관세청
(General Department
of Vietnam Customs)

전문가 소속

베트남 관세청
(General Department
of Vietnam Customs)
정부산하기관

연락처

+84-090-470-0786

전문가 정보

Mr. Cuong
(Custom Officer)



베트남 관세청

(General Department of Vietnam Customs) Custom Officer, Mr. Cuong)

Q. 베트남 관세청에 대해 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

베트남은 총 35개의 사성에 세관국이 설치되어 있으며, 세관국 산하에는 총 160여개의 세관지국이 있습니다. 지방의 세관국 및 세관지국을 총괄하는 업무를 베트남 관세청이 하고 있으며, ‘관세총국’이라고도 불립니다. 베트남 관세청은 수입자 및 수출자가 제출한 통관신고서 및 서류를 검토하고 화물 실질 검사를 담당합니다.

Q. 한국산 꾀감의 통관절차 진행 시 문제될 사항은 무엇인가요?

한국산 꾀감을 수출할 때 특별하게 문제될 사항은 없습니다. 꾀감은 일반적인 식품 분류 내에 속하며 식품 수입과 동일한 절차를 따르면 됩니다. 식품안전 및 제품 자가신고 시 No. 15/2018/BNNPTNT 조항을 준수하고, 식품위생 증명은 No. 34/2018/BNNPTNT 조항을 준수해야 합니다.

Q. 한국산 꾀감이 베트남에 진출할 때 표기하는 라벨 관련 주의사항은 없나요?

No 43/2017/NĐ-CP4에 따라 라벨에는 제품명, 구성, 제품수량, 제조일자, 유통기한 및 보관설명, 사용설명, 제품책임자, 원산지, 인증 등을 포함한 정보가 의무적으로 기재되어야 합니다. 이외에도 식품 안전 규정에 대한 적합성 선언 또는 적합성 선언 증명서, 식품 안전에 대한 권고 및 경고에 대한 정보가 기재되어야 합니다.

Q. 과일 잼, 페이스트 형태의 제품 포장에 주의사항이 있나요?

특히 제품 포장에 있어 주의해야 할 점은 없으며 일반 식품과 비슷합니다. 식품과 직접 접촉하는 포장의 재료가 합성수지인지, 고무, 금속인지에 따라 국제기술규정인 QCVN의 기준이 달라지며 3가지로 구분됩니다.

Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

Export Insights

01 꽃감 가공식품 시장규모

즉석 차 음료 14만 6,000리터
'15-'19년 연평균 2% 성장



02 소비특징

전통적인 말린 꽃감 외 가공식품 혼치 않아
선물용으로 구매, 고급식품으로 인식
한국산 맥삼차 인지도 높아

06 전문가인터뷰

꽃감 가공제품은 새로운 유형의 제품
카페 진출 시 고객 반응 테스트 필수
백화점에서 선물용으로 판매 추천
주요 소비자는 평균-고소득 중장년층



A사 꽃감
가공식품



03 유통채널

개인 및 기타 식료품점 71.1%
음식/음료/담배 전문점 10.9%
하이퍼마켓/슈퍼마켓 9.8%

05 관세

한-베트남 FTA 발효로 협정 세율 0%



04 통관/검역

식품안전성 공표와 서류 제출 필요

'즉석 차 음료' 시장규모('19)

14만 6,000리터

2015-2019년 연평균 2% 성장
주요 프랜차이즈 대부분 베트남 브랜드



베트남 즉석 차 음료 시장은 2019년 기준 14만 6,000리터로 추후 2%의 성장을 보일 것으로 예상되며 농축액 시장 또한 4%의 성장률로 성장할 것으로 전망됨. 베트남 주요 카페 프랜차이즈는 하이랜드, 커피하우스, 흥우우옌으로 대부분이 현지 브랜드임

베트남 꽃감 가공식품 소비특징 꽃감, 프리미엄으로 인식

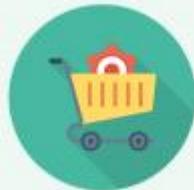
꽃감 가공식품은 전무
한국산 맥삼차 인지도 높음



베트남 내 꽃감은 고급제품으로 인식되며 주로 선물용으로 쓰임. 한편 전통적인 형태의 말린 꽃감 외 꽃감 가공제품은 시장에 거의 출시되지 않은 것으로 나타남. 맥삼차 시장에서 한국의 인지도가 높고 레몬, 생강, 유자 등 단 맛의 맥삼차가 인기인 것은 기회 요인으로 예상됨

베트남 꽃감 가공식품 유통채널 개인 및 기타 식료품점 71.1%

전문가 인터뷰 결과
백화점과 온라인 쇼핑몰 추천



베트남 즉석 차 음료의 주요 유통채널은 개인 및 기타 식료품점으로 70% 이상의 점유율을 보임. 전문가 인터뷰 결과 백화점 내 선물세트로의 유통, 온라인 쇼핑몰을 통한 홍보 및 마케팅을 추천함. 반면 프랜차이즈 카페로 유통 시 고객 반응 테스트가 선행되어야 한다는 답변을 수취함



Export Insights

통관 및 검역

베트남 식품 수출 시 식품 안전성 공표 절차 필요

한-베트남 FTA 발효로 협정 세율 0%



베트남 꽃감 가공식품 수출 시 특별히 주의해야 할 점은 없음. 사전 심사는 불필요하나 식품 안전성 공표 절차가 필요함. 관세율의 경우 한-베트남 FTA 발효로 협정 세율 0%를 적용 받음

전문가 인터뷰

백화점 내 선물세트로 판매 추천

꽃감, 선물용으로 주로 구매
카페로 유통 시 고객 반응 테스트 선행 필요
주요 소비자는 평균-고소득층의 중장년층



전문가 인터뷰 결과 베트남 내 꽃감은 생소한 제품은 아니나, 꽃감 페이스트 등의 가공제품은 거의 전무한 것으로 확인됨. 카페로 유통 시 수요 예측이 어려워 고객 반응 테스트가 선행되어야 하며, 백화점 내 선물세트로 유통 시 좋은 반응이 예상된다는 답변을 수취함. 꽃감은 주로 선물용으로 구매되며 주 소비자는 평균-고소득층의 중장년층임

진출제언



Point 01. 베트남 소비자는 꽃감을 주로 선물용으로 구매하며 일반적으로 가정에서 섭취하는 제품은 아님. 반면 한국산 액상차가 베트남에서 좋은 반응을 얻고 있는 점은 기회요인으로 예상됨

Point 02. 기존 전통적인 꽃감이 선물용으로 인식되므로, 백화점에 평균-고소득층의 중장년층을 타겟으로 선물용 꽃감 페이스트를 판매한다면 좋은 반응을 얻을 것으로 예상됨

Point 03. 꽃감 페이스트 등을 이용한 카페 메뉴는 생소하다는 답변이 수취되어, 프랜차이즈 카페로 납품 시 고객 반응 테스트가 선행되어야 할 것임



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Concentrates in Vietnam 2020」, 2020
2. 한국일보, 「짜오! 베트남 집 쓰는 해외 커피 브랜드들」, 2018
3. 큐앤미(Q&Me), 「Vietnam Retail Store (Modern Trade) Status 2020」, 2020
4. 인사이드리테일(InsideRetail), 「South Korea's SMTown Cafe opens first store in Vietnam」, 2020
5. 베트남 정부(Government of Vietnam), 「No. 15/2018/ND-CP」, 2018
6. 베트남 관세청(Vietnam General Customs Office), 「No. 38/2015/TT-BTC」, 2015
7. 베트남 정부(Government of Vietnam), 「8/2015/TT-BYT」, 2015
8. 베트남 보건부(Ministry of Health), 「QCVN 12-1:2017/BYT」, 2017
9. 베트남 보건부(Ministry of Health), 「No.46/2007/QD-BYT」, 2007

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 외교부 (www.mofa.go.kr)
3. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
4. 쇼피(Shopee) (Shopee.vn)
5. 스마트프루츠(Smart Fruits) (smartfruits.vn)
6. 굿리빙(GoodLiving) (goodliving.vn)
7. 빈민(BINH MINH) (nuockhoangbinhminh.com)
8. 베트남 보건부(Ministry of Health) (moh.gov.vn)
9. 베트남 식품안전청(Vietnam Food Administration) (vfa.gov.vn)
10. 베트남 관세청(Vietnam General Customs Office) (customs.gov.vn)
11. 미국 농무부 해외농업서비스(United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Service) (www.fas.usda.gov)
12. 농식품수출정보(Kati) (www.kati.net)
13. 관세정보법령포털 (unipass.customs.go.kr)
14. 두잉비즈니스(Doing Business) (doingbusiness.org)
15. 세계법제정보센터(World Laws Information Center) (world.moleg.go.kr)
16. 식품의약품안전처 (mfds.go.kr)
17. 세계무역기구(World Trade Organization) (docs.wto.org)
18. SPS Vietnam (spsvietnam.gov.vn)
19. 콩카페(Cong Cafe) (www.congcaphe.com)
20. 빈프루츠(Vinfruits) (www.vinfruits.com)
21. 스마트프루츠(Smart fruits) (www.smartfruits.vn)
22. 브이푸드비엠티엠(V Food Viet Nam JSC) (www.luontuoisach.vn)
23. 베트남 관세청(General Department of Vietnam Customs) (www.customs.gov.vn)
24. 사쿠코스토어(Sakuko Store) (www.sakukostore.com.vn)
25. 사쿠코스토어(Sakuko Store) 페이스북 (www.facebook.com/SakukoStore)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

26. 브이엔이코노미(VN Economy) (www.vneconomy.vn)
27. 애닌투도(Anninhthudo) (www.anninhthudo.vn)
28. 시우티코리아(Sieuthikorea) (www.sieuthikorea.com.vn)
29. 오케이마트(OK Mart) 페이스북 (www.facebook.com/sieuthiokmartvietnam)
30. 하이랜드(Highland) (www.highlandcoffee.com.vn)
31. 하이랜드(Highland) 페이스북 (www.facebook.com/highlandcoffeevietnam)
32. 이지빙(Izzibing) (www.izzibing.vn)
33. 이지빙(Izzibing) 페이스북 (www.facebook.com/izzibingsnowdessertcoffee)
34. 롯데마트(Lotte Mart) (www.lottemart.com.vn)
35. 스피드롯데(Speed Lotte) (www.speedlotte.vn)
36. 브이엔익스프레스(Vnexpress) (www.vnexpress.net)
37. 콕마트(Coop Mart) (www.co-opmart.com.vn)
38. 토이체(Tuoi Tré) (www.tuoiitre.vn)
39. 팜루앗(Pháp luật) (www.plo.vn)
40. 투오이트레(Tuoiitre) (www.tuoiitre.vn)
41. 패밀리마트(Family Mart) (www.famima.vn)
42. 패밀리마트(Family Mart) 페이스북 (www.facebook.com/FamilyMartVietnam)
43. 베트남비즈(Vietnambiz) (www.vietnambiz.vn)
44. 쇼피(Shopee) (www.Shopee.com.vn)
45. 뉴시스(Newsis) (www.newsis.com)
46. 브이티브이뉴스(VTV News) (www.vtv.vn)
47. 핀(Pymnts) (www.pymnts.com)
48. 빈콤(Vincom) (www.vincom.com.vn)
49. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (www.insideretail.asia)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.02.12

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.

Copyright 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea