



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202108-15
품목 | 새싹보리(Barley Grass)
HS CODE | 2106.90.9099
국가 | 베트남(Vietnam)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 베트남 체중관리 및 웰빙식품 시장규모	06
2. 베트남 슬리밍 티 시장규모	07
3. 베트남 체중관리 및 웰빙식품 시장점유율	08
4. 베트남 새싹보리 수입규모	09
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. ‘추출물’, ‘분말’ 베트남 슈퍼푸드 진출 상위 키워드, ‘보리’ 8건	12
2. 베트남 슈퍼푸드 제형, ‘차’ 1위, ‘분말’ 3위	13
3. 베트남 슈퍼푸드 패키징, 진출 키워드 1위 ‘박스’, ‘스틱(포)’ 3위	14
4. ‘천연성분’, 홍보문구 진출 키워드 1위, ‘체중감량’ 키워드도 주목	15
5. 베트남 새싹보리 진출 컨셉	16
IV. 유통채널 특징	
1. 베트남 새싹보리 유통채널 비교	18
2. 베트남 새싹보리 유통채널 특징	19

Contents

V. 온라인 유통채널

- | | |
|---------------------------|----|
| 1. 베트남 새싹보리 온라인 유통채널 종합분석 | 24 |
| 2. 베트남 새싹보리 주요 온라인 유통채널 | 25 |

VI. 오프라인 유통채널

- | | |
|----------------------------|----|
| 1. 베트남 새싹보리 오프라인 유통채널 종합분석 | 32 |
| 2. 베트남 새싹보리 주요 오프라인 유통채널 | 33 |

VII. 진입장벽

- | | |
|------------------------|----|
| 1. 베트남 새싹보리 통관 및 검역 절차 | 41 |
| 2. 베트남 새싹보리 품질 인증 | 42 |
| 3. 베트남 새싹보리 라벨링 | 45 |
| 4. 베트남 새싹보리 성분 및 유해물질 | 50 |

VIII. 수입·유통업체 인터뷰

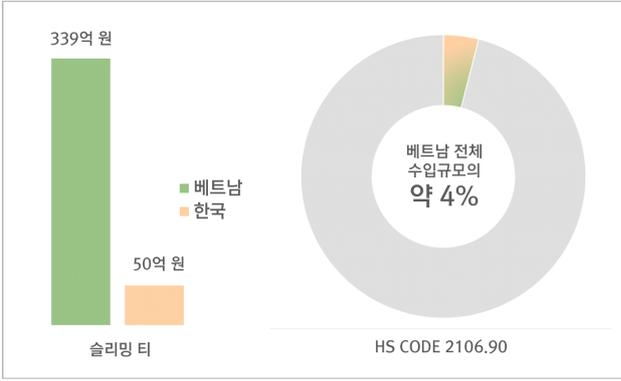
- | | |
|---|----|
| Interview ① 고미몰(Gomimall) | 57 |
| Interview ② 딘두옹티엔니엔(Dinh Dường Thiên Nhiên) | 59 |
| Interview ③ 헬스마트(Health Mart) | 61 |

IX. 시사점

- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 67 |
|--------|----|

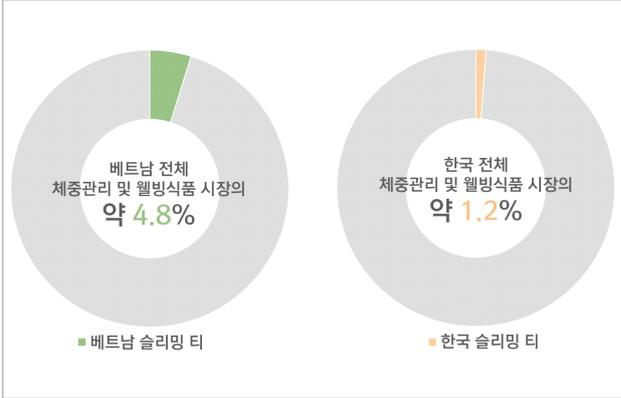
Summary

■ 수요 분석



	베트남	한국
체중관리 및 웰빙식품 시장규모	7,051억 원	4,300억 원
슬리밍 티 시장규모	339억 원	50억 원
	수입액	점유율
베트남 대한민국 새싹보리 수입 현황	340억 원	4%

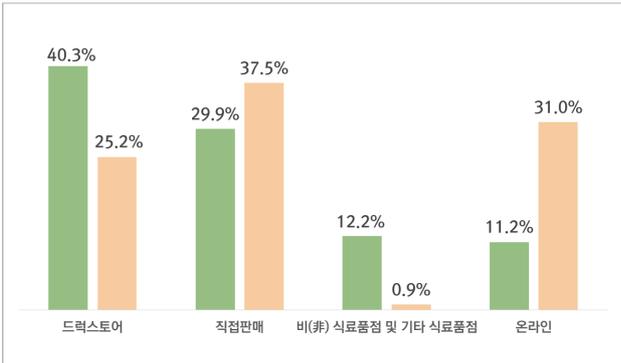
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



드렉스토어	<ul style="list-style-type: none"> 베트남 소비자 건강 인식 확대와 함께 확장 중 건강보조식품 주로 드렉스토어에서 판매
아시안마트	<ul style="list-style-type: none"> 케이마켓, 현지화 전략으로 급 성장 중
온라인 쇼핑몰	<ul style="list-style-type: none"> 주요 온라인 쇼핑몰 쇼피(Shopee)와 티키(Tiki) 내 분말형 새싹보리 적음 새싹보리 씨앗 판매 다수, 직접 재배하여 잎을 차(茶) 형태로 끓여 먹는 소비 습관 확인

■ 진입장벽

인증	VFA 적합성 인증 필수, GMP 인증 필수(건강기능식품)
라벨링	베트남어로 기재
성분/유해물질	식품첨가물/잔류농약/유해물질

■ 전문가 평가

최근 트렌드	<ul style="list-style-type: none"> 분말 형태의 체중 조절 식품 인기
새싹보리 수요	<ul style="list-style-type: none"> 건강에 좋고 섭취 편리하여 인기 있음
제품 피드백	<ul style="list-style-type: none"> 호치민, 하노이 등의 대도시로 고소득층 대상 유통을 추천

■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 베트남 체중관리 및 웰빙식품 시장, 비만에 대한 경각심과 현대적인 라이프스타일의 확산과 함께 향후 5년(2021-25년)간 연평균 15%씩 높은 성장 전망됨
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 쇼핑몰 판매 제품 분석 및 수입유통업체 인터뷰 결과 '분말형', '소포장' 형태에 대한 선호도 매우 높음 중저가형 분말 제품과의 경쟁 예상되어 적절한 포지셔닝 필요

II. 시장규모

1. 베트남 체중관리 및 웰빙식품 시장규모
2. 베트남 슬리밍 티 시장규모
3. 베트남 체중관리 및 웰빙식품 시장점유율
4. 베트남 새싹보리 수입규모

1. 베트남 체중관리 및 웰빙식품 시장규모

베트남 국가 일반 정보¹⁾

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

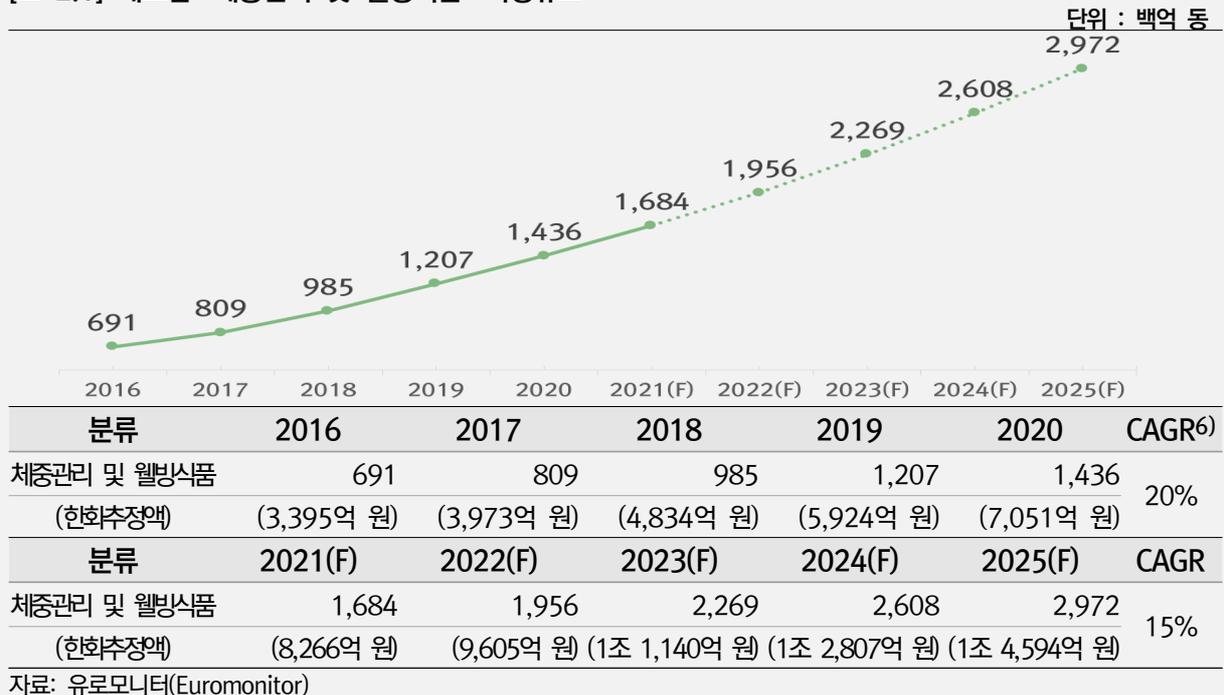
▶ 베트남 체중관리 및 웰빙식품 시장규모 약 7,051억 원

2020년 기준 베트남 체중관리 및 웰빙식품 시장규모는 약 7,051억 원으로, 약 4,300억 원을 기록한 한국 체중관리 및 웰빙식품 시장의 1.6배에 해당함. 베트남은 2020년 전년 대비 19.0%의 시장 성장을 보인 반면, 한국은 0.5%로 비교적 낮은 성장률을 보임²⁾

▶ 베트남 체중관리 및 웰빙 제품 시장규모, 향후 5년간 15%씩 성장 예상

베트남 체중관리 및 웰빙식품 시장은 2025년까지 연평균 15%씩 성장하여 2025년에는 약 1.5조 원을 기록할 것으로 전망됨. 베트남 국립영양연구소(National Institute of Nutrition)에 따르면, 최근 베트남 경제 성장과 도시화 가속에 따른 운동 부족, 스트레스 등의 요인으로 비만 인구가 2007년에서 2017년 사이 약 4배 증가했으며, 이에 따라 비만에 대한 경각심이 커짐. 이로 인해 베트남 내 라이프스타일이 빠르게 변화하며 체중관리 및 웰빙식품 소비가 증가하였고, 지속적인 시장규모 상승세가 예상됨³⁾

[표 2.1] 베트남 '체중관리 및 웰빙식품' 시장규모⁴⁾⁵⁾



1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020
 2) 조사제품 '새싹보리'는 체중 감량에 도움 되는 보리새싹분말을 주원료로하는 가루형 제품으로, 액체류를 첨가해 뜨겁거나 차갑게 섭취하는 제품임. 이에 제품의 기능(체중관리)과 섭취 방법을 기준으로 '체중관리 및 웰빙식품'과 '솔리밍 티' 시장규모를 조사함
 3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Weight Management and Wellbeing in Vietnam」, 2020.11
 4) 환산된 데이터(단위: 동, 원)는 모두 반올림됨
 5) 100동=4.91원(2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
 6) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 베트남 슬리밍 티 시장규모

▶ 베트남 슬리밍 티 시장규모, 약 339억 원

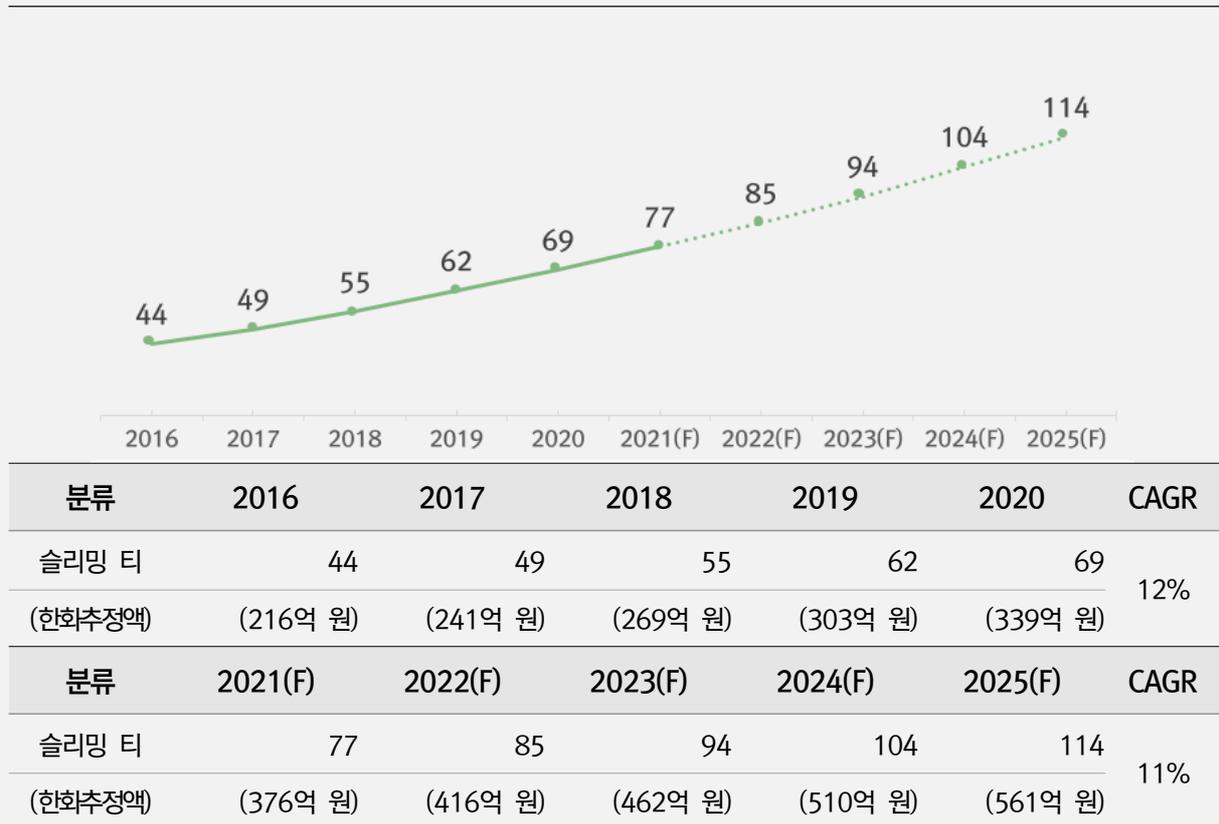
2020년 기준 베트남 슬리밍 티 시장규모는 약 339억 원으로 한국 슬리밍 티 시장규모(약 50억 원)의 6배에 달함. 지난 5년(2016-20년)간 꾸준히 상승세를 보였으며 연평균 12%씩 성장함

▶ 베트남 슬리밍 티 시장규모 지속적 성장 전망

2020-25년 베트남 내 슬리밍티 시장규모는 연평균 11%씩 증가할 것으로 예상됨. 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등 소셜 네트워크 서비스(SNS)의 인기가 높아짐에 따라 미용에 대한 관심이 높아졌으며, 슬리밍 티를 포함한 미용과 관련이 높은 다이어트 식품 및 건강보조 식품들이 이러한 소셜 네트워크 서비스를 통해 활발하게 광고 및 유통되고 있음. 다이어트 식품인 슬리밍 티 시장 역시 꾸준히 성장할 것으로 예상됨

[표 2.2] 베트남 ‘슬리밍 티’ 시장규모7)

단위 : 백억 동



자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 환산된 데이터(단위: 동, 원)는 모두 반올림됨

3. 베트남 체중관리 및 웰빙식품 시장점유율

▶ 베트남 체중관리 및 웰빙식품 세부시장 1위 ‘영양음료 보조제’

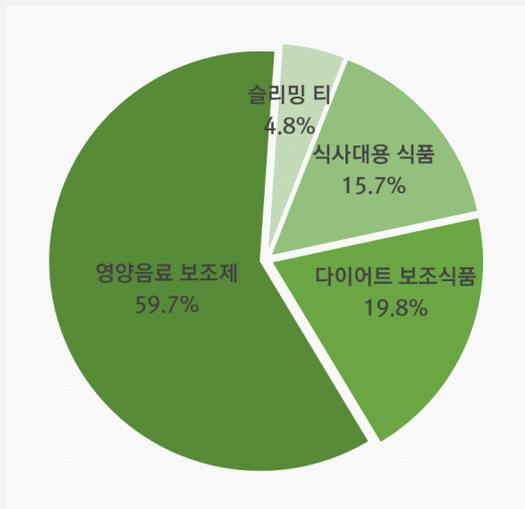
베트남 체중관리 및 웰빙식품(약 7,051억 원) 세부 시장과 한국 체중관리 및 웰빙식품(약 4,300억 원) 세부 시장을 비교하였을 때⁸⁾, 베트남은 ‘영양음료 보조제’가 시장점유율 59.7%로 1위를 차지한 반면, 한국은 ‘다이어트 보조식품’의 시장점유율이 65.3%로 가장 높음

영양음료 보조제 외에 베트남 체중관리 및 웰빙식품 세부시장의 점유율은 ‘다이어트 보조식품(19.8%), 식사대용식품(15.7%), 슬리밍 티(4.8%)’ 순으로 집계됨. 최근 베트남 내 비만 인구 증가 및 미용에 대한 관심 증가에 따라 다이어트 식품의 인기가 높아지는 추세이기 때문에 베트남 체중관리 및 웰빙 식품 시장의 확대 및 제품 다양화가 예상됨

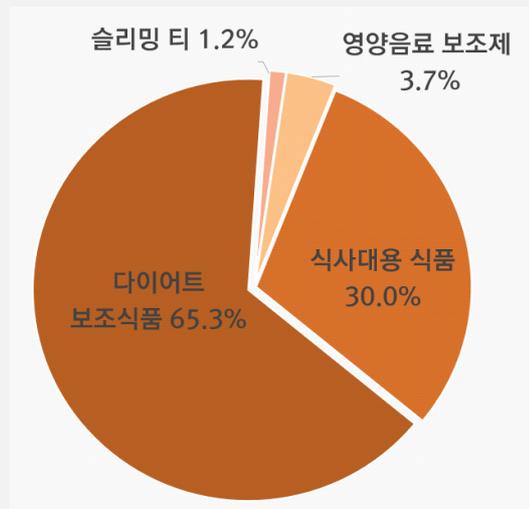
[표 2.3] 2020년 베트남, 한국 ‘체중관리 및 웰빙식품’ 시장점유율

단위 : 백분율(%)

베트남 체중관리 및 웰빙식품 세부 시장



한국 체중관리 및 웰빙식품 세부 시장



분류	체중관리 및 웰빙식품			
	영양음료 보조제	다이어트 보조 식품	식사대용식품	슬리밍 티
베트남	59.7	19.8	15.7	4.8
한국	3.7	65.3	30.0	1.2

자료: 유로모니터(Euromonitor)

8) 유로모니터상 베트남 체중관리 및 웰빙식품 시장규모(약 7,051억 원)와 한국 체중관리 및 웰빙식품 시장규모(약 4,300억 원)의 시장점유율을 나타냄

4. 베트남 새싹보리 수입규모

HS CODE 2106.90

조사제품 '새싹보리'는 보리 새싹분말을 주원료로 하여 '따로 분류되지 않은 조제 식품'으로 규정된 제2106호에 속하며, 그중에서 '어떤 호에도 분류되지 않고 직접 식용에 사용하는 조제품 기타'에 해당하는 HS CODE 2106.90을 지표로 선정함

▶ 베트남 對글로벌 새싹보리 수입규모 약 8,990억 원

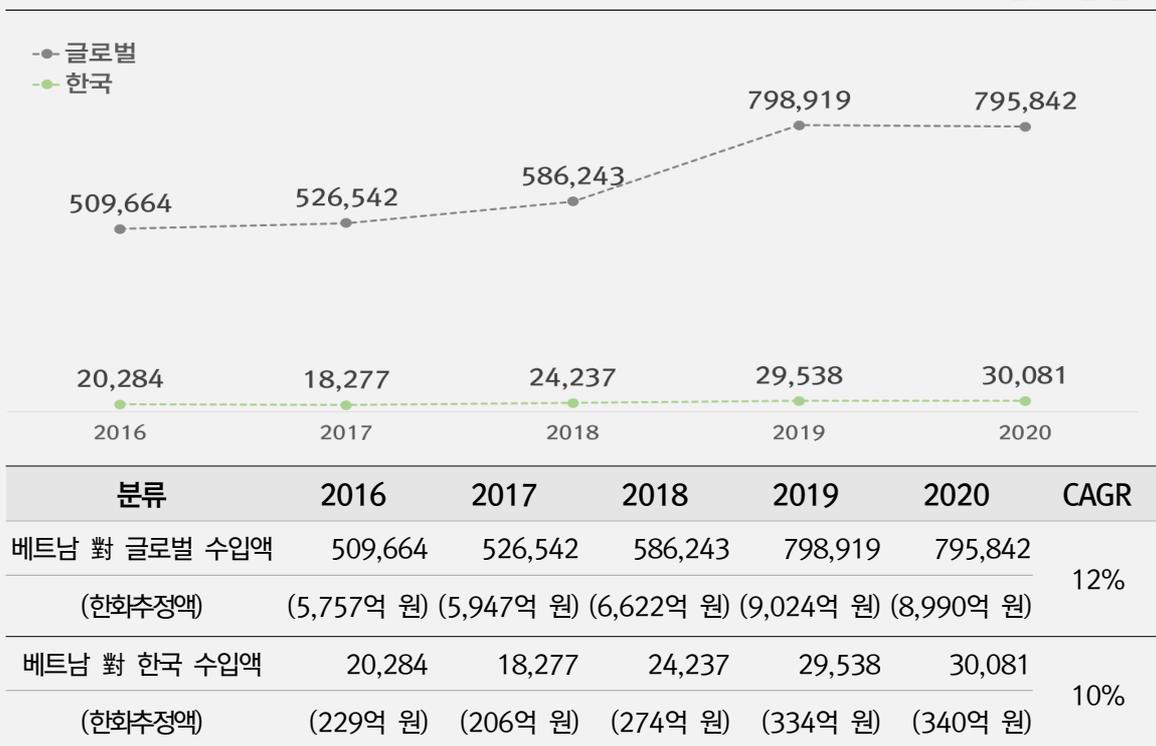
베트남 HS CODE 2106.90 품목의 對글로벌 수입규모는 2020년 기준 약 8,990억 원에 달함. 전년 대비 0.4% 가량 소폭 감소하였으나, 지난 5년(2016-20년)간 글로벌 수입액은 연평균 12%씩 꾸준히 증가함

▶ 베트남 HS CODE 2106.90 수입액 중 한국 점유율 4%

베트남 HS CODE 2106.90 수입액 중 對한국 점유율은 약 4%(약 340억 원)로 글로벌 수입액 중 6위를 기록함. 1위는 미국으로 2020년 기준 해당 HS CODE의 베트남 對미국 수입액은 약 2,571억 원으로 확인되며 전체 수입액 중 약 29%를 차지함. 다음으로 싱가포르(약 2,376억 원, 26%), 말레이시아(약 487억 원, 5%)순으로 수입의존도가 높은 것으로 확인됨

[표 2.4] 베트남 HS CODE 2106.90 수입규모⁹⁾¹⁰⁾¹¹⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2106.90 기준

9) 자료: ITC(International Trade Centre)

10) 1달러=1,129.50원 (2021.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

11) 환산된 데이터(단위: 달러, 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. '추출물', '분말' 베트남 슈퍼푸드 진출 상위 키워드, '보리' 8건
2. 베트남 슈퍼푸드 제형, '차' 1위, '분말' 3위
3. 베트남 슈퍼푸드 패키징, 진출 키워드 1위 '박스', '스틱(포)' 3위
4. '천연성분', 홍보문구 진출 키워드 1위, '체중감량' 키워드도 주목
5. 베트남 새싹보리 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 베트남 온라인매장 입점 새싹보리 정보 수집

- 데이터 수집 키워드

- ① 새싹보리(cỏ lúa mạch) ② 슈퍼푸드(siêu thực phẩm)
- ③ 다이어트 보조제(sản phẩm ăn kiêng)

- 데이터 수집량 : 1,559건

- 데이터 수집원 : 베트남 온라인쇼핑몰

▶ 베트남 온라인매장 입점 슈퍼푸드 특징 분석

- 데이터 분석 항목

- ① 새싹보리 경쟁제품 ② 슈퍼푸드 제형
- ③ 슈퍼푸드 패키징 ④ 슈퍼푸드 홍보문구

항목	키워드 (국문/베트남어)		빈도	키워드 (국문/베트남어)		빈도
경쟁제품	추출물	chiết	172	보리	barley ¹²⁾	8
	분말	bột sắn	75	섬유질 분말	bột xơ	8
	디톡스	detox	48	가루형 약	bột thuốc	4
	티 분말	bột trà	35	체중감량 분말	bộtcàntaygiảm cân	2
홍보문구	천연성분	truyền nhiên	214	풍미가 좋은	thơm rang	85
	아주 맛있는	ngon siêu	199	완전 식품	ăn hoàn	80
	마실 수 있는	hợp uống	155	유기농	organic	33
	독소 감소	độc giảm	118	건강한 몸 유지	giữ hợp	29
	건강한	khỏe phẩm	114	(-)	(-)	(-)
	체중감량	giảm cân	106	(-)	(-)	(-)
제형	차	trà	663	액상	chất nước	35
	알약(타블렛)	viên	262	알약(캡슐)	nang viên	15
	분말	bột vi	101	(-)	(-)	(-)
패키징	박스	hộp	305	18포	18gói	4
	병	chai	188	10포	10gói	4
	스틱(포)	nòng gói	42	300g	300g	6
	100포	100gói	23	100g	100g	4

12) 보리의 경우 영어 키워드만 확인됨

1. ‘추출물’, ‘분말’, 베트남 슈퍼푸드 빈출 상위 키워드, ‘보리’ 8건

▶ ‘추출물’, 빈출 키워드 1위

- 베트남 최대 온라인쇼핑몰 중 하나인 티키(Tiki), ‘추출물 다이어트 보조제’ 검색 결과 1,000개 이상
- 추출물 종류는 녹차, 라즈베리, 한방, 마늘, 허브 등 다양

▶ ‘분말’, 75건으로 빈출 키워드 2위

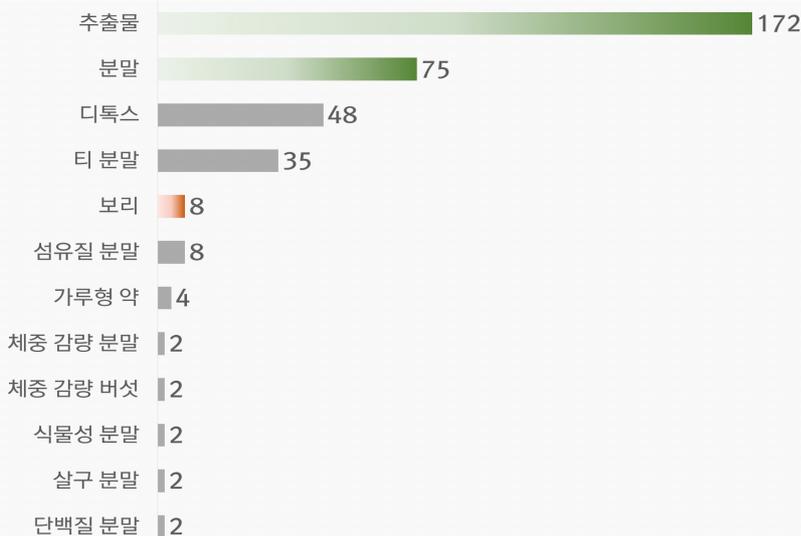
- ‘분말’ 하위 카테고리 중 ‘티 분말’ 1위, 키워드 검출 건수 35건
- 그 외 ‘섬유질 분말’ 8건, ‘가루형 약’ 4건, ‘체중 감량 분말’ 2건

▶ ‘추출물’ 대비 ‘보리’ 추출 키워드 건수 약 1%

- ‘보리’ 함유한 슈퍼푸드, 티키 판매율 기준 상위 100개 제품 중 3개

1위 허브 추출물 보충제		2위 분말		5위 보리	
					
제품명	허브 추출물 보충제	제품명	담터씨리얼분말	제품명	다이어트 유기농 보리맥스
브랜드	액티바 내추럴 (Activa Naturals)	브랜드	담터	브랜드	할렐루야 다이어트 (THE HALLELUJAH DIET)
가격	50mg/124.8만 동 (61,277원) ¹³⁾	가격	4.5kg/27만 동(13,257원)	가격	240g/233.8만 동(114,796원)

[표 3.1] 베트남, 새싹보리 경쟁제품 관련 키워드



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘슈퍼푸드’ 관련 게시글 1,559건 분석

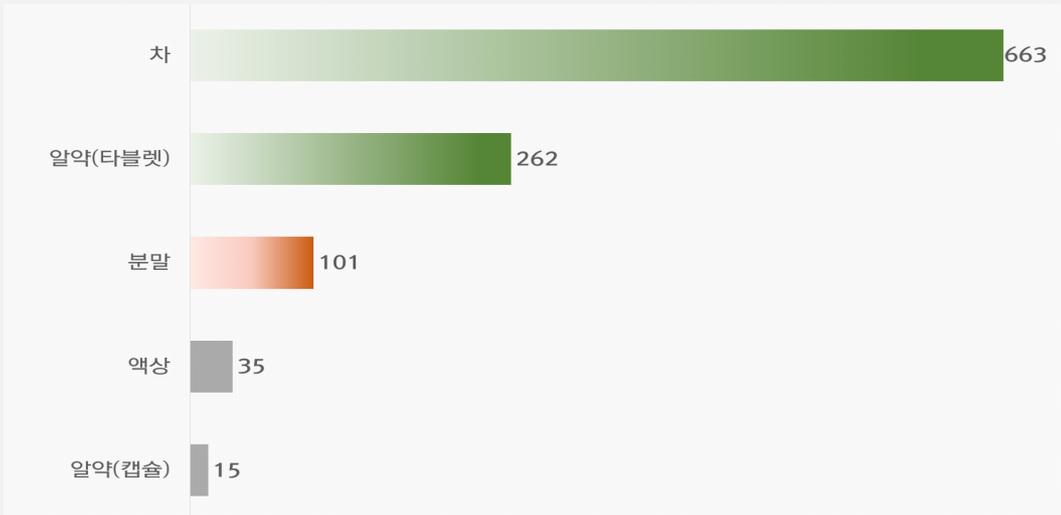
13) 100동=4.91원(2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 베트남 슈퍼푸드 제형, ‘차’ 1위, ‘분말’ 3위

- ▶ 베트남 슈퍼푸드, ‘차’, ‘타블렛’ 빈출 키워드 각 1, 2위
 - 티키, ‘차’ 형태 또는 ‘차’ 추출물이 함유된 다이어트 보조제 다수 발견
 - 2020년 베트남 슬리밍(체중감량) 티 판매액, 6,905억 동(약 339억 원)¹⁴⁾
 - ‘알약(타블렛)’ 키워드 262건으로 제형 관련 키워드 2위
- ▶ ‘분말’, 빈출 키워드 3위
 - 티키, ‘슈퍼푸드 분말’ 상품 검색 결과 542건
- ▶ ‘액상’ 관련 키워드 35건
 - 티키 신제품 검색 결과, ‘액상 콜라겐’, ‘생강 추출물’ 등 판매 중

1위 차		2위 타블렛		3위 분말	
					
제품명	나이트 다이어트 차	제품명	칼륨 글루코네이트 보충제	제품명	유기농 차가버섯 추출물 분말
브랜드	오이히로(Orihiro)	브랜드	노비 뉴트리션 (Nobi Nutrition)	브랜드	사얀(Sayan)
가격	32g/23.3만 동(11,440원)	가격	595mg/78.4만 동(38,494원)	가격	56g/118만 동(57,938원)

[표 3.2] 베트남 슈퍼푸드 제형 관련 키워드



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘슈퍼푸드’ 관련 게시물 1,559건 분석

14) 유로모니터(Euromonitor), 「Wight Management And Wellbeing in Vietnam – Analysis」, 2020.11

3. 베트남 슈퍼푸드 패키징, 빈출 키워드 1위 ‘박스’, ‘스틱(포)’ 3위

▶ ‘박스’, ‘병’, 패키징 관련 빈출 키워드 각 1, 2위

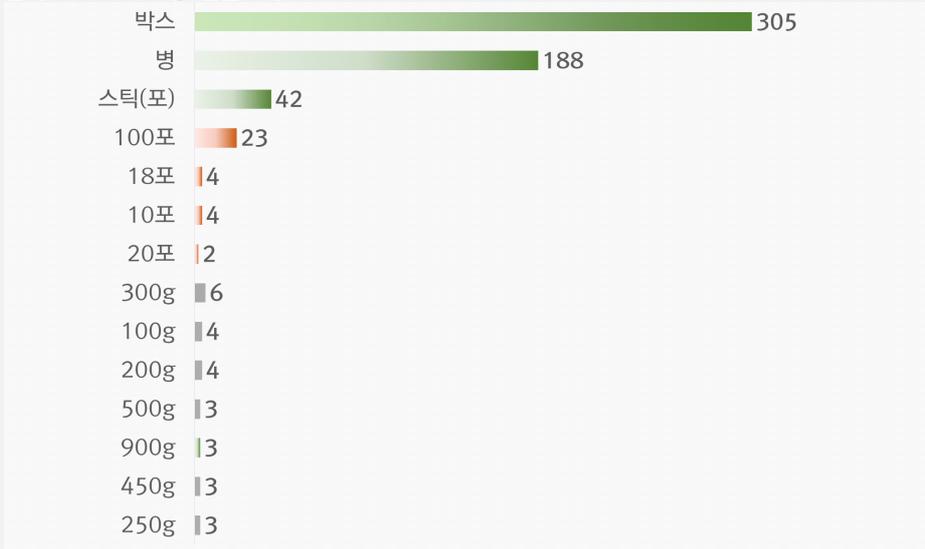
- ‘박스’ 추출 키워드 건수 305건, 빈출 키워드 2위와 2배 가량 차이
- ‘파우치’나 개별 ‘스틱(포)’ 포장 제품, 종이 ‘박스’로 한 번 더 포장 후 판매되는 경우 다수
- 티키, ‘병’에 포장한 천 개 이상의 슈퍼푸드 검색 결과, 판매수 기준 상위 50개 제품 중 유리병 포장 1개 제외 모두 플라스틱 병 포장

▶ 개별 ‘스틱(포)’ 포장, 패키징 관련 빈출 키워드 3위

- 개별 스틱을 종이상자에 포장한 상품이 다수
- 달라하우스 ‘유기농 샐러리 분말’, 3g 20개입 한 팩 포장

1위 박스		2위 병		3위 스틱(포)	
					
제품명	제라 뉴트리션 시리얼 가루	제품명	페퍼민트 오일	제품명	동결건조 순수 유기농 샐러리 분말
브랜드	제라(Zera)	브랜드	베스트 내추럴 (Best Naturals)	브랜드	달라하우스(Dalahouse)
가격	500g/29.5만 동(14,485원)	가격	250mg/77.6만 동(38,102원)	가격	60g/12.2만 동(5,966원)

[표 3.3] 베트남 슈퍼푸드 패키징 관련 키워드



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘슈퍼푸드’ 관련 게시물 1,559건 분석

4. ‘천연성분’, 홍보문구 빈출 키워드 1위, ‘체중감량’ 키워드도 주목

▶ ‘천연성분’ 빈출 키워드 1위, ‘마실 수 있는’ 3위

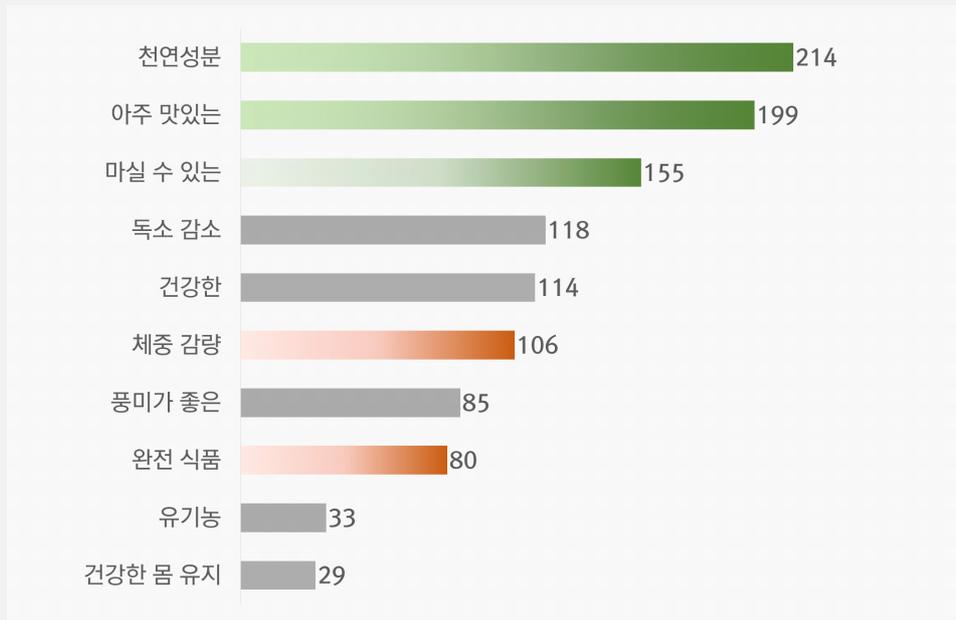
- ‘천연성분’ 관련 키워드 214건으로 1위
- 2020년 베트남 영양음료 보조제 판매, 체중관리 및 웰빙식품 중 압도적 1위

▶ 슈퍼푸드 홍보문구 ‘체중감량’, 베트남 소비자의 체중 조절 의지 반영

- 2007년~2017년 10년 간 베트남 비만 인구 4배 증가
- 향후 5년, 베트남 체중관리 및 웰빙식품 산업 연평균성장률 15% 전망¹⁵⁾
- ‘슈퍼푸드’, ‘다이어트 보조제’와 직접 관련있는 ‘체중감량’, ‘완전 식품’ 키워드 검출 수 각 106건, 80건

1위 천연성분		2위 아주 맛있는		6위 체중감량	
					
제품명	100% 순수 라즈베리 케톤	제품명	옴 머쉬룸 슈퍼푸드 드링크 믹스	제품명	코코넛 오일 체중 감량 다이어트 보조제
브랜드	어과드로 뉴트리션 (aSquared Nutrition)	브랜드	옴 오가닉 머쉬룸 뉴트리션 (Om Organic Mushroom Nutrition)	브랜드	퓨어 비타(Pure Vita)
가격	1000mg/130.4만 동(64,026원)	가격	62g/73.4만 동(36,039원)	가격	1000mg/174.9만 동(85,876원)

[표 3.4] 베트남 슈퍼푸드 홍보문구 관련 키워드



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘슈퍼푸드’ 관련 게시물 1,559건 분석

15) 유로모니터(Euromonitor), 「Wight Management And Wellbeing in Vietnam – Analysis」, 2020.11

5. 베트남 새싹보리 진출 컨셉

- ▶ **컨셉 ① _ 건강한 다이어트를 위한 체중감량 기능성 영양가득 차**
 - 다이어트를 위해 ‘슬리밍 차’ 마시는 베트남 소비자 공략
 - 영양분이 가득해 건강까지 챙길 수 있는 점 강조

- ▶ **컨셉 ② _ 다이어트 보조제보다 안전성이 뛰어난 다이어트 식품**
 - 다이어트 보조제의 부작용에 대한 베트남 소비자의 부정적 인식¹⁶⁾ 활용
 - 성분 강조하여 안전한 식품 이미지 강조

- ▶ **컨셉 ③ _ 가르시니아 카보지아 추출물을 함유한 맛있는 다이어트 식품**
 - 경쟁제품 빈출 키워드 1위 ‘추출물’ 활용, 영양소 가득한 이미지 활용
 - 다이어트 차 마시는 소비자 공략, 맛도 있는 다이어트 식품 강조

제형	경쟁제품	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
차	(체중감량)	(-)	53건	건강한 다이어트를 원한다면 [체중감량] 기능성, 영양 가득 [차] 한 잔
알약(타블렛)	(체중감량)	(-)	35건	[타블렛] 형태의 다이어트 보조제보다 안전성이 뛰어나며 [체중감량] 효과가 좋은 다이어트 식품
차	(-)	(티 분말)	30건	유기농 밀새싹을 [분말] 형태로 건조해 물에 타서 먹는 건강한 [차] 한 잔
차	(맛있는)	(추출물)	10건	가르시니아 카보지아 [추출물]을 포함해 [허브차]보다 영양소가 가득한 [맛있는] 다이어트 식품
분말	(맛있는)	(-)	4건	유기농 밀새싹을 건조한 밀새싹 [분말]을 물에 타서 [맛있게] 섭취하는 슈퍼푸드

★ 결합 키워드 발생량 : 제형/경쟁제품/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

16) 유로모니터(Euromonitor), 「Wight Management And Wellbeing in Vietnam – Analysis」, 2020.11

IV. 유통채널 특징

1. 베트남 새싹보리 유통채널 비교
2. 베트남 새싹보리 유통채널 특징

1. 베트남 새싹보리 유통채널 비교

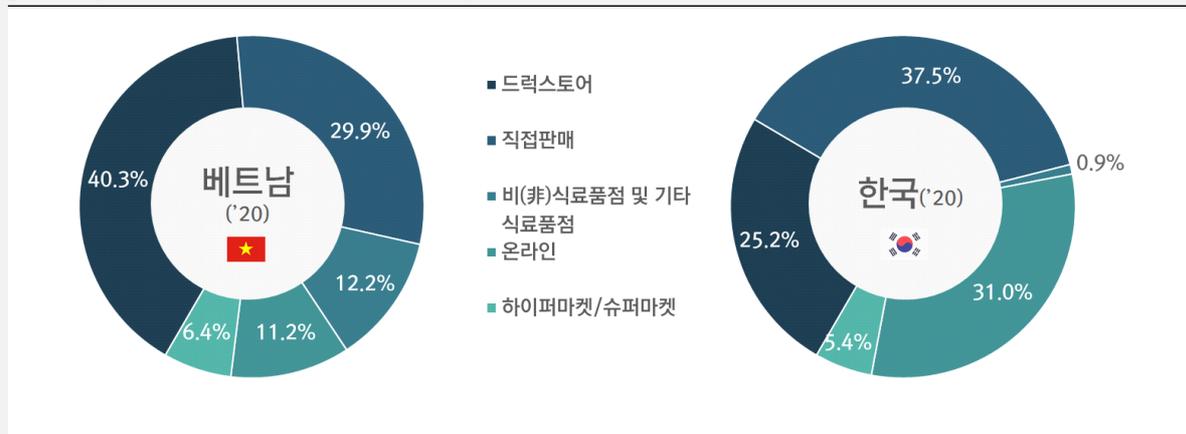
▶ 베트남 새싹보리 주요 유통채널, ‘드럭스토어’와 ‘직접판매’

2020년 베트남 새싹보리 유통채널 중 의약품, 음료 등을 판매하는 매장인 ‘드럭스토어’는 ‘헬스앤뷰티(H&B)’를 포괄하며, 드럭스토어 점유율은 40.3%로 25.2%인 한국 점유율보다 월등히 높은 것으로 나타남. 베트남 새싹보리 유통채널 중 ‘직접판매’는 29.9%로 상당한 점유율을 보이지만, 한국의 37.5% 대비 낮은 것으로 나타남. 베트남 새싹보리 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 6.4%를 점유하고 있으며 한국의 5.4%와 유사한 것으로 나타남

▶ 베트남 새싹보리 온라인 소비시장, 한국 대비 낮은 점유율

2020년 베트남 새싹보리 ‘온라인’ 소비시장 점유율은 11.2%로 미미한 수준은 아니나, 한국의 점유율(31.0%) 대비 비교적 낮은 것으로 확인됨

[표 4.1] 베트남 새싹보리 B2C 소매유통채널 점유율



B2C 소매유통채널 점유율¹⁷⁾¹⁸⁾ 비교

베트남 점유율	유형	한국 점유율
40.3%	드럭스토어 ¹⁹⁾	25.2%
29.9%	직접판매	37.5%
12.2%	비(非) 식품점 및 기타 식품점 ²⁰⁾	0.9%
11.2%	온라인 ²¹⁾	31.0%
6.4%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	5.4%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

17) 2020년 기준, 베트남 및 한국 ‘건강제품(Consumer Health)’의 B2C 소매유통채널 점유율임

18) ‘새싹보리’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘건강제품(Consumer Health)’의 정보를 확인함

19) 본 보고서에서 드럭스토어는 H&B를 포괄함

20) 본 보고서에서 비(非) 식품점 및 기타 식품점은 아시안 마트를 포괄함

21) 본 보고서에서 온라인은 홈쇼핑을 포괄함

2. 베트남 새싹보리 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

● 호치민시 슈퍼마켓 매대(21)



사진자료: 비나타임즈

▶ 베트남 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 콤파트 및 롯데마트

베트남 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체는 사이공유니온(Saigon Union), 마산(Masan), 센트럴리테일코퍼레이션(CRC), 모바일월드JSC(Mobile World JSC), 롯데그룹(Lotte Group) 등이 있음. 사이공유니온은 2020년 베트남 새싹보리 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액인 106조 3,350억 동(약 5조 2,210억 원)²²⁾의 34.6%를 점유했으며, 산하에 콤파트(Coop Mart)와 콤푸드(Coop Food) 등의 브랜드를 보유하고 있음. 마산은 2020년 전체 매출액의 18.7%를 점유했으며, 산하에 빈마트(Vinmart), 빈마트+(Vinmart+) 등의 브랜드를 두고 있음. CRC는 2020년 전체 매출액의 18.2%를 점유했으며, 산하에 빅씨(Big C), 빅씨쇼퍼스(Big C Shoppers) 등의 브랜드를 두고 있음

▶ 베트남 '생필품 대란'에 슈퍼마켓 상품 부족, 재래시장 폐쇄 영향²³⁾

코로나19 여파로 호치민시 최대 재래시장인 흑몬(Hoc Mon) 도매시장 및 234개 전통 재래시장 중 151개가 영업을 중단하면서 슈퍼마켓으로 고객이 몰려 상품이 고갈되는 등 생필품 공급에 차질이 생긴 것으로 나타남. 슈퍼마켓의 공급 부족 현상은 베트남 재래시장들이 영업을 재개할 때 까지 지속될 것으로 예상되며 정상영업 중인 하이퍼마켓/슈퍼마켓 등은 재래시장 폐쇄로 인한 단기 반사이익을 얻을 것으로 예상됨

[표 4.2] 베트남 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20)	산하 주요 브랜드
1	사이공유니온(Saigon Union)	34.6%	콤파트(CoopMart), 콤푸드(CoopFood)
2	마산(Masan)	18,7%	빈마트+(Vinmart+), 빈마트(Vinmart)
3	센트럴리테일코퍼레이션 (CRC, Central Retail Corporation)	18.2%	빅씨(Big C), 빅씨쇼퍼스 (Big C Shoppers)
4	모바일월드JSC (Mobile World JSC)	12.6%	박화산(Bach Hoa Xanh)
5	롯데그룹(Lotte Group)	5.9%	롯데마트(Lottemart)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

22) 100동=4.91원 (2021.07.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

23) 비나타임즈(Vinatimes), 「호치민시: '생필품 대란' 슈퍼마켓에 상품 부족..., 재래/골목시장 폐쇄 영향도」, 2021.07

2) 드럭스토어

베트남 주요 드럭스토어
체인점, 파마시티



사진자료: 리테일뉴스아시아

▶ 베트남 주요 드럭스토어, 롱차우와 파마시티

2020년 베트남 새싹보리 유통채널 중 헬스앤뷰티(H&B)가 포함된 드럭스토어의 점유율은 40.3%로 높은 편임. 베트남 주요 드럭스토어 업체로는 베트남 전역에 100개의 점포를 보유한 롱차우(Long Chau)와 베트남 전역에 249개 점포를 보유한 베트남 최대 드럭스토어 체인점 파마시티(Pharmacy)가 있으며, 파마시티는 자사 어플리케이션인 엑스트라케어(ExtraCare)를 보유하고 있음

▶ 베트남 내 증가하는 건강 관련 의식과 함께 드럭스토어 확장 중²⁴⁾

건강과 웰빙에 대한 베트남 소비자들의 관심이 증가함에 따라 헬스앤뷰티(H&B) 전문점이 베트남 유통시장에서 부상하고 있음. 특히 메디케어(Medicare)와 가디언(Guardian)을 비롯한 베트남 주요 드럭스토어 업체들이 큰 성장세를 보이고 있으며, 이에 대한 반응으로 파노(Phano), 파마시티(Pharmacy), 푸안캉(Phuc An Khang)과 같은 약국 체인점 또한 매장을 늘리고 있는 것으로 나타남. 베트남 소비자들의 건강에 대한 관심 증대와 함께 드럭스토어 업체들 또한 소비자 니즈에 따른 추가 제품들을 활발하게 입점할 것으로 예상됨

[표 4.3] 베트남 주요 드럭스토어 업체

순번	기업명	설립연도	보유 점포 수('20)	주요 거점
1	파마시티(Pharmacy)	2011년	249개	베트남 전역
2	롱차우(Long Chau)	2007년	100개	베트남 전역

자료: 기업 홈페이지

24) 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Vietnam Country Report」, 2021.02

3) 아시안마트

베트남 케이마켓 매장 전경



사진자료: 연합뉴스

▶ 베트남 주요 아시안마트, 케이마켓 및 오케이마트

2020년 베트남 새싹보리 소매 유통채널 중 아시안마트가 포함된 비(非) 식료품점 및 기타 식료품점 점유율은 12.2%로, 0.9%인 한국 점유율 대비 높은 편임. 한인 및 아시안마트는 베트남 내 다양한 동양 식품의 주요 유통채널 중 하나로, 베트남 주요 아시안마트 업체로는 케이마켓(K-market), 오케이마트(OK-mart), 스카이마트(Sky-mart) 등이 있음. 케이마켓은 베트남 전역에 약 100개의 점포를 운영 중인 ‘현지인 타깃형’ 매장임. 오케이마트는 베트남 남부지역에 12개의 점포를 운영하고 있으며, 한국제품 약 70%의 유통판매를 담당하고 있는 것으로 나타남

▶ 베트남 한국식품 매장 ‘케이마켓’ 급성장, 매장 확산 중²⁵⁾

2020년 코로나19 여파와 더불어 베트남 내 관광객과 한국 교민이 줄었음에도 불구하고 베트남 주요 아시안마트인 케이마트는 30개 이상의 매장 개설을 확정하는 등 빠른 속도로 성장하고 있음을 전함. 주요 전략은 ‘매장 현지화’로, 케이마켓은 수입산 제품과 베트남 현지산 제품의 비율을 1:1로 유지하며 베트남 현지인들을 이끌어 들이고 있는 것으로 나타남. 기존의 교민들을 대상으로 운영해온 한인 마트가 현지화를 시도함에 따라, 케이마켓을 비롯한 현지인 타깃형 아시안마트들은 베트남 현지인들의 니즈에 맞춘 각종 제품들의 추가 입점을 고려할 것으로 예상됨

[표 4.4] 베트남 주요 아시안마트

순번	기업명	설립연도	보유 점포 수('20)
1	케이마켓(K-Market)	2006년	약 100개
2	오케이마트(OK-Mart)	2016년	약 12개
3	스카이마트(Sky Mart)	2005년	11개

자료: 기업 홈페이지

25) 연합뉴스, 「베트남 한국식품 매장 'K마켓' 급성장...매주 1개 이상 늘어」, 2020.06

4) 온라인 쇼핑물

▶ 베트남 주요 온라인 유통채널, 비에텔 및 티키

베트남 주요 온라인 유통채널은 비에텔(Viettel), 티키(Tiki) 등이 있음. 비에텔은 2020년 베트남 온라인 전체 매출액인 75조 6,970억 동(약 3조 7,167억 원)의 20.9%를 점유했으며, 산하에 보소(Voso) 브랜드 1개를 보유하고 있음. 티키(Tiki)는 2020년 베트남 온라인 전체 매출액의 10.1%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 코로나19에 혜택받는 베트남 온라인 시장, 건강 관련 제품의 성장률은 2위로 나타나²⁶⁾

2020년 베트남 온라인 시장의 주문 당 평균 금액은 34만 동(약 1만 6,694원)으로, 전년 대비 42% 성장한 식료품 분야에 이어 건강 관련 제품이 21%의 성장률을 보임. 코로나19 여파로 인한 베트남의 사회적 거리두기와 이에 형성된 새로운 소비 습관이 장기적인 성장세로 이어진 것으로 분석됨. 베트남 소비자들의 코로나19 관련 건강 제품에 대한 관심도가 증대함에 따라, 기존의 건강 제품들 또한 재조명을 통한 낙수효과를 기대할 수 있을 것으로 예상됨

[표 4.5] 베트남 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20)	산하 주요 브랜드
1	비에텔(Viettel)	20.9%	보소(Voso)
2	티키(Tiki)	10.1%	티키(Tiki)
3	씨(Sea)	7.9%	쇼피(Shopee)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

26) 베트남익스프레스(VNExpress), 「Covid-19 gives vietnam e-commerce sector a boost」, 2020.09

V. 온라인 유통채널

1. 베트남 새싹보리 온라인 유통채널 종합분석
2. 베트남 새싹보리 주요 온라인 유통채널

1. 베트남 새싹보리 온라인 유통채널 종합분석

▶ 베트남 온라인 채널 새싹보리 제품, ‘분말형’ 대신 ‘씨앗’이 대다수

베트남 내 새싹보리의 주요 온라인 유통채널로 쇼피 베트남(Shopee Vietnam)과 티키(Tiki)를 조사한 결과, 양 사이트에서 ‘새싹보리’ 키워드로 검색 시 새싹보리 씨앗만이 검색되어, ‘분말형 다이어트 제품’으로 대체 조사함. 분말형 다이어트 제품은 베트남 현지산과 수입산 모두 판매 중이며, 새싹보리 씨앗은 베트남 현지산이 압도적으로 많은 것으로 나타남

▶ 쇼피 베트남과 티키 내 분말형 다이어트 제품은 곡물과 채소 가공품, 새싹보리 효능은 검증되어 시장 존재

베트남 내 주요 온라인 채널 2곳인 쇼피 베트남과 티키를 비교한 결과, 양 사이트 모두 영어번역기능을 지원해주어 해외 소비자들이 보기 용이함. 분말형 새싹보리로는 스웨덴의 사인 브랜드 제품이 존재하며 콩나물, 샐러리, 각종 곡물을 섞은 곡물 파우더가 판매되고 있는 것으로 나타남. 스웨덴산 사인 브랜드의 새싹보리 제품 가격은 타 분말형 제품 대비 상당히 높으며 대다수의 제품들은 베트남 현지산인 것으로 나타남. 분말형 제품이 아닌 새싹보리 씨앗 또한 온라인 채널 내 시장이 구축되어 있으며, 새싹보리를 재배하여 잎을 차(茶) 형태로 끓여 마시는 것으로 나타남. 판매되는 새싹보리 씨앗은 건강과 다이어트를 셀링포인트로 내세우고 있으며, 새싹보리의 효능은 베트남 내 일부 소비자들에게 알려진 것으로 예상됨

[표 5.1] 베트남 새싹보리 온라인 유통매장 종합분석

매장명	입점 품목		
	분말형 새싹보리	분말형 다이어트 제품	새싹보리 씨앗
쇼피 베트남 (Shopee Vietnam)	<ul style="list-style-type: none"> • 사인 (Shine) 	<ul style="list-style-type: none"> • 귀리 분말 <ul style="list-style-type: none"> - 커스텀푸드(Customfood) • 곡물 분말 <ul style="list-style-type: none"> - FM, 마카다미아(Macadamia) 	<ul style="list-style-type: none"> • 핫지옹남차우 (Hat giong Namchau) • 푸농(Phunong)
티키 (Tiki)	X	<ul style="list-style-type: none"> • 콩나물 분말 <ul style="list-style-type: none"> - 헤나 (Hena) • 곡물 분말 <ul style="list-style-type: none"> - 콰셔(Quasure), 굿레이디(Good Lady) • 샐러리 분말 <ul style="list-style-type: none"> - 델러하우스(Dalahouse) 	<ul style="list-style-type: none"> • 핫지옹람손 (HAT GIỒNG LÂM SƠN) • 롱투이가든 (Longthuy Garden)

자료: 온라인 유통매장 조사 결과

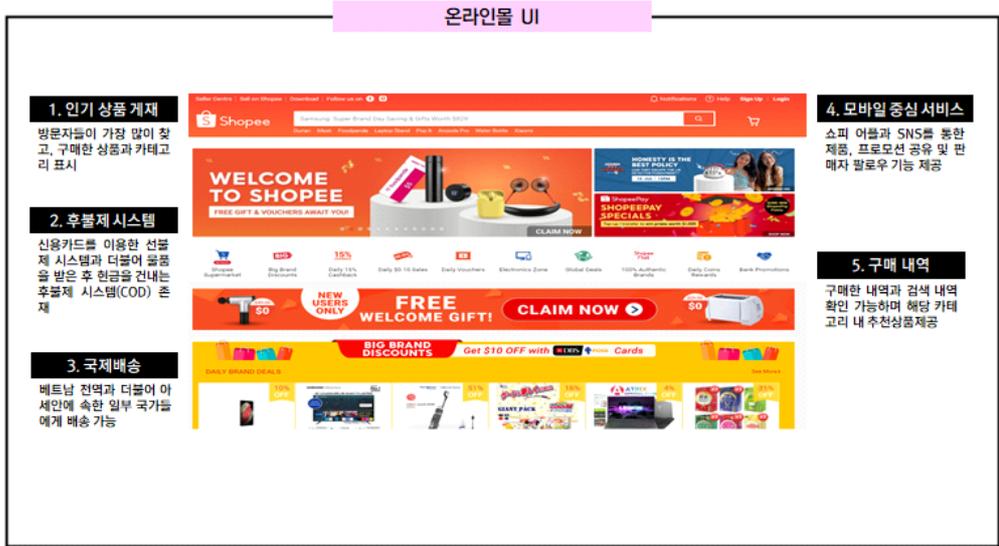
2. 베트남 새싹보리 주요 온라인 유통채널 ① 쇼피

기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee)		
	홈페이지	shopee.vn		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문자수(최근 1개월)	6,720만 회	
		앱다운로드수('20)	60만 회	
매출('20)		약 22억 달러 ²⁷⁾ (약 2조 4,849억 원)		
운영방식	온라인마켓			
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	샤인(Shine), 커스텀푸드(Customfood)	
		해외 판매	일부 국가로의 판매 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	브랜드 상품 할인, 매일 15% 캐쉬백 등 다양한 프로모션 상시 진행			
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 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 trợ giúp 클릭하여 페이지 하단 E-mail 클릭 - 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 기입 정보: 이메일 주소, 첨부파일 등 (help.shopee.vn/vn/s/contactus?articletitle=undefined&articleId=undefined) • 문의사항 연락처: <ul style="list-style-type: none"> - support@shopee.vn 		

자료: 쇼피 베트남 (Shopee Vietnam), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 쇼피 베트남 (Shopee Vietnam)

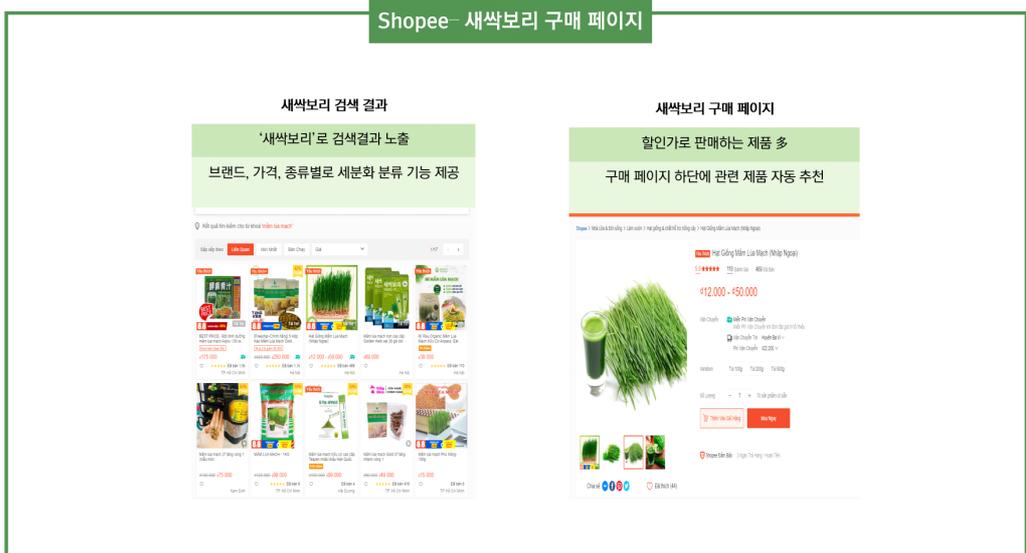
27) 1달러=1,129.50원 (2021.07.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 쇼피 베트남 (Shopee Vietnam)
사진 자료: 쇼피 베트남 (Shopee Vietnam)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트 ²⁸⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격 ²⁹⁾	중량	이미지
1	새싹보리 분말	샤인 (Shine)	샤인 보리 귀리 (Shine Barley Oat)	스웨덴	49만 동 (2만 4,059원)	480g	
2	귀리 분말	커스텀푸드 (Custom Food)	귀리 (Rolled Oats)	말레이시아	6만 9,000동 (3,388원)	500g	
3	곡물 분말	FM	볶음우꼭안끼엥 (Bột Ngũ Cốc Ăn Kiêng)	베트남	23만 9,000동 (11,735원)	495g	
4	곡물 분말	마카다미아 (Macadamia)	막까볶음우 꼭안끼엥 (Mắc ca bột ngũ cốc ăn kiêng)	베트남	9만 9,000동 (4,861원)	240g	
5	새싹보리 씨앗	햇지용남차우 (Hatgiongnam chau)	햇지용꼬루어막 (hạt giống cỏ lúa mạch)	베트남	4만 동 (1,964원)	1kg	
6	새싹보리 씨앗	푸농씨드 (Phunong seeds)	햇지용꼬루어막 (hạt giống cỏ lúa mạch)	베트남	1만 2,800동 (628원)	100g	
7	새싹보리 씨앗	티오가닉파밍 (T Organic Farming)	햇지용꼬루어막 (hạt giống cỏ lúa mạch)	싱가포르	1만 2,000동 (589원)	100g	

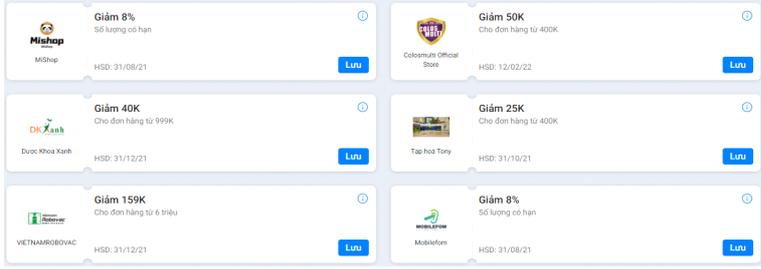
자료: 쇼피 베트남 (Shopee Vietnam)

사진 자료: 쇼피 베트남 (Shopee Vietnam)

28) 조사일(2021.08.04.) 기준 쇼피 새싹보리, 분말형 다이어트 제품 관련 리스트

29) 100동=4.91원(2021.07.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 티키

기업 기본 정보	기업명	티키(Tiki)		
	홈페이지	www.tiki.vn		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문자수(최근 1개월)	180만 명	
		앱다운로드수('20)	10만 회	
매출('20)		약 8조 3,570억 동(약 4,103억 원)		
운영방식	온라인마켓			
매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	헤나(Hena), 콰셔(Quasure)	
		해외 판매	해외 판매 불가	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	브랜드별 할인쿠폰 제공, 일정 금액 이상 구매 시 할인 등 다양한 프로모션 상시 진행			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 입점 절차는 크게 가입 및 계약서 작성, 필요정보 등록, 홈페이지에 제품 등록, 3가지 단계로 이루어져 있음 - 정책 및 규정 확인 후 안내된 절차 따라 입점 문의 - Register Today 클릭하여 필요정보 기입 (tiki.vn/ban-hang-cung-tiki) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 연락처, 이메일 주소, 기업명, 사업자등록번호 등) ② 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 판매 가격, 원산지 등) - 입점 후 Sales Center 이용하여 제품 설명 및 판매 가격 자유롭게 조정 가능 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 이메일: partnersupport@tiki.vn 전화: +84 1900 6034 		

자료: 티키(Tiki), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

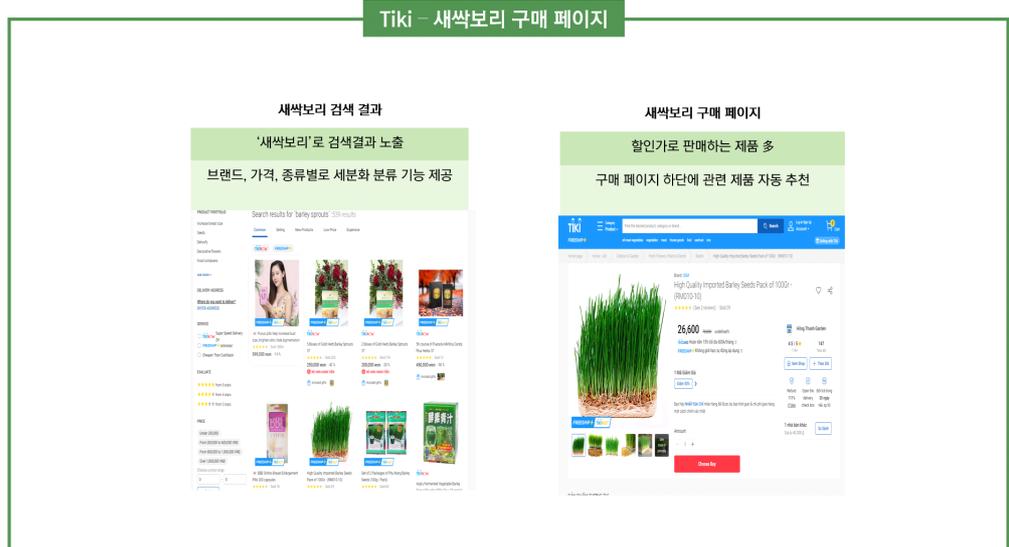
사진 자료: 티키(Tiki)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 티키(Tiki)
사진 자료: 티키(Tiki)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트 ³⁰⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	콩나물 분말	헤나 (Hena)	맘다우난 콜라겐헤나 (Mâm Đậu Nành Collagen Hena)	베트남	17만 9,000동 (8,789원)	500g	
2	곡물 분말	콰셔 (Quasure)	붓응우꼭 콰셔라이트 (Bột ngũ cốc Quasure light)	베트남	5만 8,000동 (2,848원)	400g	
3	샐러리 분말	델러하우스 (Dalahouse)	붓강타이후꼬응우 엔차사이랑 (Bột cần tây hữu cơ nguyên chất sấy lạnh Dalahouse)	베트남	12만 1,500동 (5,966원)	60g	
4	곡물 분말	굿레이디 (Good Lady)	붓응우꼭딘 두옹까오갑 (Bột ngũ cốc dinh dưỡng cao cấp)	말레이시아	52만 동 (25,532원)	800g	
5	새싹보리 씨앗	헛지옹람손 (HẠT GIỐNG LÂM SƠN)	헛루어막 (hạt lúa mạch)	베트남	6만 9,800동 (3,427원)	1kg	
6	새싹보리 씨앗	헛지옹람손 (HẠT GIỐNG LÂM SƠN)	헛루어막 (hạt lúa mạch)	베트남	1만 400동 (511원)	100g	
7	새싹보리 씨앗	롱투이가든 (Longthuy Garden)	헛나이맘루어막 ((hạt nảy mầm lúa mạch)	베트남	11만 동 (5,400원)	1kg	

자료: 티키(Tiki)

사진 자료: 티키(Tiki)

30) 조사일(2021.08.04.) 기준 티키 새싹보리, 분말형 다이어트 제품 관련 리스트

VI. 오프라인 유통채널

1. 베트남 새싹보리 오프라인 유통채널 종합분석
2. 베트남 새싹보리 주요 오프라인 유통채널

1. 베트남 새싹보리 오프라인 유통채널 종합분석

▶ 베트남 새싹보리 ‘하이퍼/슈퍼마켓’, ‘아시안마트’, ‘드럭스토어’ 조사

베트남 새싹보리 유통채널 점유율과 참여기업의 조사 희망 유통채널 유형을 고려하여 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’, ‘아시안마트’, ‘드럭스토어’를 조사함

▶ 베트남 오프라인 매장 중 ‘쿵마트’ 방문 조사

베트남 오프라인 유통매장 중 호치민시 시내에 위치한 쿵마트를 방문 조사함. 방문 조사 결과, 분말형 다이어트 제품으로는 귀리 분말을 판매하고 있으며 주요 구매자는 중년 여성, 다이어터, 젊은 주부 등인 것으로 나타남. 가장 인기 있는 제품으로는 호주 브랜드의 유니게인(Unigain)이 있으며 해당 제품은 귀리 관련 제품으로, 새싹보리 관련 제품은 따로 판매하고 있지 않는 것으로 나타남. 해당 매장에서 취급하는 관련 물품은 모두 호주산과 미국산으로, 베트남 현지산 제품은 입점되어 있지 않음. 새싹보리 대신 귀리와 녹차 분말 등은 판매하고 있는 것으로 나타나 새싹보리 분말에 대한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 시장은 아직 형성되어 있지 않는 것으로 예상됨

[표 6.1] 베트남 새싹보리 주요 오프라인 유통채널

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ³¹⁾ ³²⁾ /매장 수)	유사제품 취급경험
1	쿵마트(Coop Mart)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	28억 1,200만 달러 (약 3조 1,762억 원)	0
2	롯데마트(Lottemart)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	15조 1,020억 동 (약 7,415억 원)	0
3	케이마켓(K-market)	아시안마트	1억 1,054만 달러 (약 1,249억 원)	0
4	오케이마트(OK-mart)	아시안마트	12개 매장(20)	0
5	파마시티(Pharmacy)	드럭스토어	5조 5,440억 동 (약 2,722억 원)	0
6	롱차우(Long Chau)	드럭스토어	16조 6,330억 동 (약 8,167억 원)	0

자료: 오프라인 유통매장 현지조사 결과

31) 1달러=1,129.50원 (2021.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

32) 100동=4.91원(2021.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 베트남 새싹보리 주요 오프라인 유통채널 ① 쿵마트

기업 기본 정보	기업명	쿵마트(Coop Mart)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.co-opmart.com.vn			
	위치	호치민(Ho Chi Minh City)			
	규모	매출액('20)	약 28억 1,200만 달러 (약 3조 1,762억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('19): 약 400개 ³³⁾		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 베트남 국영자본으로 운영되는 협동조합 형태의 소매점 오프라인 외 온라인 플랫폼(Coopmart.vn) 보유 2013년 하이퍼마켓 '콤포엑스트라플러스(CoopXtraplus)' 설립 				
소비자 정보	타겟 소비자	성별	남성, 여성	직업	직장인, 주부
		연령대	20대~50대	소득수준	중산층
매장정보	영업시간	07:00~17:00 ³⁴⁾			
	주소	1362 Huynh Tan Phat street, Phu My Ward, District 7, HCMC			
	상권	시내 중심가, 역세권			
	VMD	취급 브랜드	유니게인(Unigain), 쉐안안 식품(Xuan An Foods Co.)		
		진열 방식	카테고리별 진열		
매장 전경	 				
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 공개 메일로 송부 - 등록 시 필요한 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) 직접 방문을 통한 등록 문의사항 연락처 이메일: phonggdnc@saigonco-op.com.vn 전화: +84-(0)838-360-143 (내선번호: 1167) 			

자료: 쿵마트(Coop Mart) 현지매장 방문조사, 쿵마트(Coop Mart)

사진 자료: 쿵마트(Coop Mart) 현지매장 방문조사

33) 하이퍼마켓 콤포 엑스트라 플러스(CoopXtraplus) 매장을 포함한 수치

34) 코로나19 여파로 축소운영

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



쿵마트(Coop Mart)는 매대에 곡물 및 채소 분말형 관련 제품을 한 곳에 모아 종류별로 구분하고 있음. 현지산 물품과 수입산 물품을 따로 구분하고 있지는 않으며, 매장 내 인기제품인 유니게인(Unigain) 제품은 앞쪽에 진열하고 있음. 건강제품으로 분류되는 차(茶) 종류도 함께 진열 중인 것으로 나타남

판매 직원 인터뷰

<p>Q1. 가장 잘 팔리는 제품은?</p>	<p>일반적으로 가장 잘 팔리는 제품은 호주 브랜드의 유니게인이다. 다만, 보리나 귀리 분말 종류를 다양하게 다루지 않아 정보가 한정적이다. 현재 보리나 귀리 분말 종류는 호주산과 미국산 제품들만 공급에 따라 그때 그때 판매하고 있다.</p>
<p>Q2. 주요 소비 고객은?</p>	<p>곡물 분말의 주요 소비자는 중년여성과 다이어트 중인 고객들이다. 식사대용식품으로 활용할 수 있기 때문에 다이어터들에게 인기가 있으며, 중년여성의 경우 해당 제품이 건강 관리에 도움이 된다는 인식이 있어 그런 것 같다. 가끔 젊은 주부들도 가족의 아침식사 대용으로 구매하기도 한다</p>
<p>Q3. 제품 할인행사나 프로모션은 있나?</p>	<p>이런 곡물 기반 식품에 대해서는 자주 할인 행사를 진행하는 편이다. 보통 20%에서 30% 할인을 진행하며, 평소에 건강식에 관심이 없던 소비자들도 할인행사에 혹해서 구매하는 경우가 생기기도 한다.</p>

② 롯데마트

기업 기본 정보	기업명	롯데마트(Lotte Mart)	 LOTTE Mart	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	lottemart.com.vn		
	위치	호치민, 하노이 등 베트남 주요 지역		
	규모	매출액('20)		15조 1,020억 동(약 7,415억 원)
		기타 규모		• 매장 수('20): 약 15개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 한국과 일본을 기반으로 한 대형 슈퍼마켓 체인으로 2008년 베트남 진출 • 온라인 및 어플리케이션(App) 쇼핑서비스 '스피드롯데(Speed Lotte)' 제공 • 2021년 베트남 하롱(Ha Long) 지역에 신규매장 오픈 예정 			
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 즉석식품, 소스류, 유제품, 음료류, 주류, 스낵류, 유아용품, 생활용품 등 		
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 한인 교민을 위한 'Korea Best Item' 섹션을 따로 구비하여 한국 식재료 판매 		
	매장 전경	 		
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 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 소비자가격, 할인가 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이름: Mrs. Pham Hoang Anh - 이메일: anhph@lotte.vn / haibtt@lotte.vn - 전화: +84-(0)28-3775-3232 (내선번호: 324) 		

자료: 롯데마트(Lottemart) 홈페이지

사진 자료: 롯데마트(Lottemart), 중앙일보 홈페이지

③ 케이마켓

기업 기본 정보	기업명	케이마켓(K-market)		
	기업구분	아시안마트		
	홈페이지	www.facebook.com/kmarketvietnam		
	위치	하노이(Hanoi)		
	규모	매출액('20)	약 1억 1,054만 달러(약 1,249억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('20): 약 100개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2006년 설립 • 한인회장이 운영하는 소매점 • 한인교민이 아닌 현지인을 타깃층으로 선정 • 국내 제품의 비중을 낮추고 수입제품의 수를 증가 중 			
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 김치류, 냉동식품, 즉석식품, 소스류, 건강식품, 스낵류, 음료류, 주류 등 		
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 프리미엄 제품, 고급 제품 		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선연락 또는 이메일을 통한 등록 - 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 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 소비자가격, 할인가 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처: +84-(0)24-3352-2601 hi.kim@k-market.vn 		

자료: 케이마켓(K-market)

사진 자료: 매일경제, 짜오베트남(Chao Vietnam)

④ 오케이마트

기업 기본 정보	기업명	오케이마트(OK-Mart)	
	기업구분	아시아마트	
	홈페이지	www.sieuthikorea.com.vn	
	위치	다낭(Đà Nẵng)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 약 12개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 한국식품과 생활용품을 수입판매하는 매장 • 호치민, 다낭, 붕따우, 빈동 지역에 매장 위치 • 베트남 남부지역 한국제품의 약 70%을 유통판매 담당 	

매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품, 등
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 한국제품
	매장 전경	 

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 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) • 문의사항 연락처 이메일: hoangvyhieu.co@gmail.com 전화: +84-(0)7-7324-9999
---------------------	------------------------------	---

자료: 오케이마트(OK-Mart)

사진 자료: 오케이마트 페이스북(OK-Mart Facebook)

⑤ 파마시티

기업 기본 정보	기업명	파마시티(Pharmacy)	
	기업구분	드럭스토어	
	홈페이지	www.pharmacy.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	매출액('20)	5조 5,440억 동(약 2,722억 원)
	기타 규모	• 매장 수('19): 249개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 모든 매장에서 근무하는 직원은 전문적인 교육 이수 동양, 서양 의약품 등 다양한 제품 취급 온라인스토어를 운영하며 배송서비스 제공 자사 어플리케이션 ExtraCare 회원 약 110만 명 보유 		
매장정보	입점가능품목	• 건강보조식품, 음료류, 스낵류, 캔디류, 화장품, 의약품, 생활용품, 의료기기 등	
	선호제품	• 건강보조식품, 의약품, 생활용품, 의료기기	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 우측 상단 Liên hệ 클릭 - 필요 정보 기입 후 제출 (pharmacy.vn/lien-he) - 홈페이지 기입 정보 담당자명, 이메일 주소, 문의 내용 문의사항 연락처 이메일: cskh@pharmacy.vn 전화: +84 1800 6821 	

자료: 파마시티(Pharmacy)

사진 자료: 비나한인(Vinahanin), 사이공피닉스(Saigonpheonix)

⑥ 롱차우

기업 기본 정보	기업명	롱차우(Long Chau)			
	기업구분	드럭스토어			
	홈페이지	nhathuolongchau.com			
	위치	호치민(Ho Chi Minh)			
	규모	매출액('20)	16조 6,330억 동(약 8,167억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('20): 100개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2007년 설립 • 2018년 FPT Retail 기업이 지분 75%를 인수 • 베트남 내 최대 규모 드럭스토어 				
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 건강보조식품, 음료류, 화장품, 의약품, 위생용품 등 			
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 원산지가 명확히 표기되어 있는 제품 			
	매장 전경				
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 이메일: sale@nhathuolongchau.com 전화: +84-028-7302-3456 핫라인: +84-1800-6928 			

자료: 롱차우(Long Chau)

사진 자료: 코트라(KOTRA), 통합무역정보서비스(TradeNavi)

Ⅶ. 진입장벽

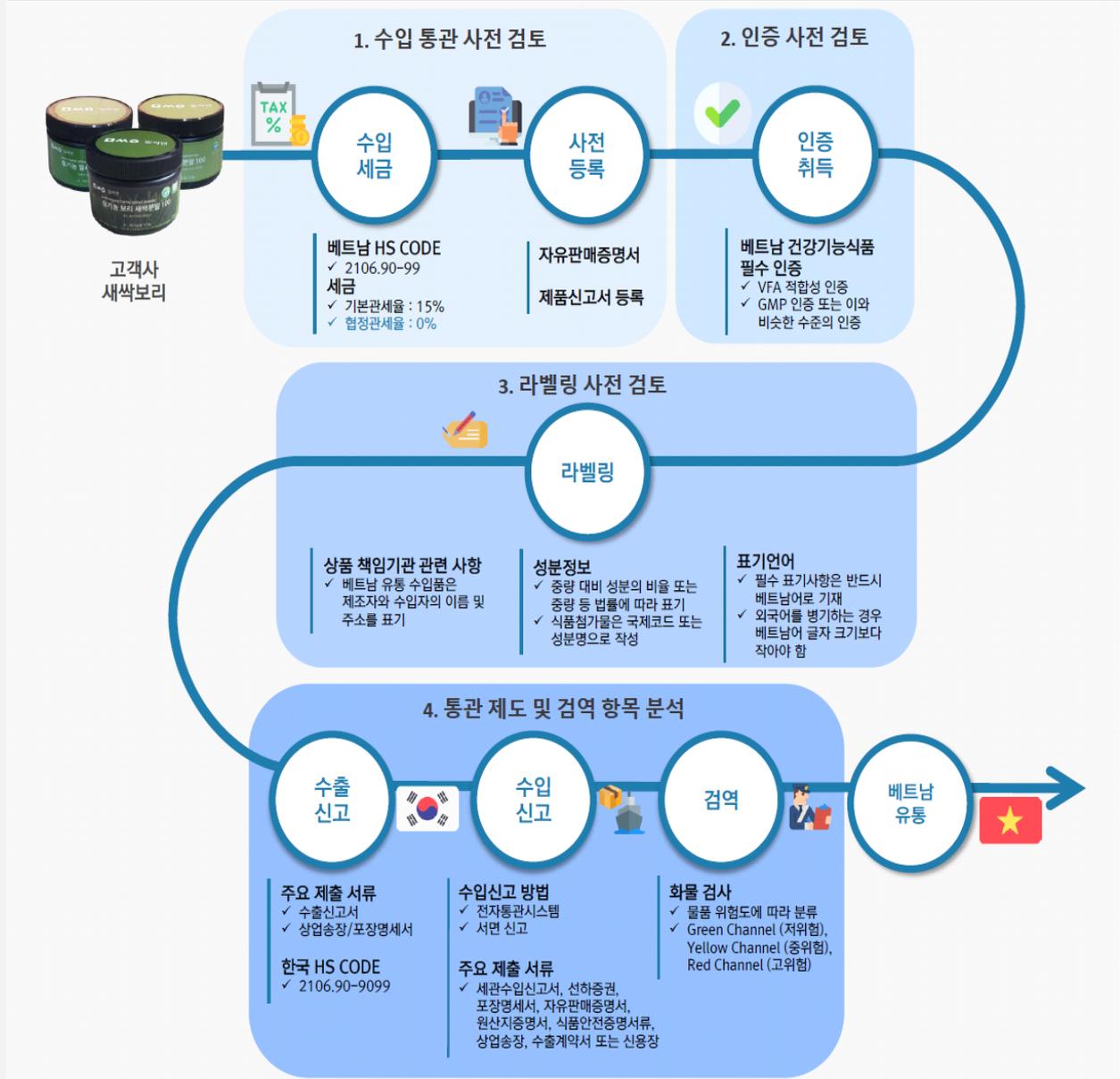
1. 베트남 새싹보리 통관 및 검역 절차
2. 베트남 새싹보리 품질 인증
3. 베트남 새싹보리 라벨링
4. 베트남 새싹보리 성분 및 유해물질

1. 베트남 새싹보리 통관 및 검역 절차³⁵⁾

▶ 베트남 새싹보리 통관 검역 절차

베트남 새싹보리의 통관 검역 절차는 하기 표와 같음. 베트남 시장에 가공식품을 유통하기 위해서는 VFA 적합성 인증을 반드시 취득해야 함. 화물검사의 경우 Green Channel(저위험), Yellow Channel(중위험), Red Channel(고위험)로 위험도에 따라 분류하여 화물검사가 진행됨

[표 7.1] 베트남 새싹보리 통관 검역 절차



자료: 관세청, 베트남 관세청, KOTRA, 베트남 보건부 Law No. 55/2012/QH12

35) 본 보고서에서 제공되는 정보가 반드시 일치하는 것은 아니오니 참고자료로만 활용하시기 바랍니다.

2. 베트남 새싹보리 품질 인증

▶ 베트남 새싹보리 인증 취득

베트남에 수입되는 건강보조제, 건강기능식품, 가공식품, 일반 음료 등은 베트남 식약청(VFA, Vietnam Food Administration)의 관리대상이 되어 ‘제품신고서 등록’을 필수로 해야 함. 베트남 내 수입자 또는 유통자가 제품 수입 전에 인증을 진행하며, 제품신고서와 식품안전 시험 성적서가 필요함. 베트남 식약청에 온라인으로 관련 서류를 제출하여 제품신고서를 등록함. 등록 완료 후 베트남 식약청으로부터 수령번호와 제품신고등록 접수증을 발급받아야 베트남 내에서 건강보조제 및 건강기능식품의 수입 및 유통이 허가됨. 또한, 수출업자는 GMP 인증 또는 이와 비슷한 수준의 인증을 취득해야 건강기능식품 제품신고서를 등록할 수 있음. 추가로 건강보조 식품은 식품안정성 공표 절차가 필요함

[표 7.2] 베트남 새싹보리 인증 현황

순번	인증명	인증 마크	취득 강제 여부 (인증 성격)
1	VFA 적합성 인증		필수 (베트남 인증)
2	GMP 인증		건강기능식품 필수 (베트남 인증)

자료: 베트남 보건부 Circular No. 19/2012/TT-BYT, 베트남 보건부 Decree No. 15/2018/ND-CP, KOTRA

[표 7.3] 베트남 새싹보리 인증 취득 정보³⁶⁾

순번	인증명	취득 정보	
1	VFA 적합성 인증	목적	수입식품에 대한 식품위생과 식품안전 관리를 위해 도입함 ³⁷⁾
		기관	베트남 보건부 산하 식품청(VFA)
		절차	<ul style="list-style-type: none"> 적합성 평가 인증 신청 서류 제출 적합성 평가 식품안전규정 적합성 선언문 발표 식품안전규정 적합성 판정 신고 신고 접수 확인 및 공개통보
		일반 식품 필요 서류	<ul style="list-style-type: none"> 판정 신청서 제품 상세정보(식별 가능한 기준(색, 맛, 상태), 필수 품질 기준, 미생물 기준, 중금속 기준, 성분 및 첨가물 기준, 유효기일, 사용 및 유지 가이드라인, 포장 정보, 라벨 내용, 원산지(해외 생산업체 이름, 국가명, 현지 수입업체 및 유통업체 이름 및 주소) 공인인증기관에서 발행한 적합인증서 자체 평가를 실시한 경우에는 지정된 시험기관 또는 원산지 국가의 민간 시험기관에서 발행한 12개월 이내의 제품시험 결과서 정기적인 모니터링 계획 및 품질관리계획 원산지 국가의 오리지널 라벨 샘플과 베트남어 라벨 샘플 (베트남 최초 수입 시) 제품 샘플 해외 생산업체의 HACCP 혹은 ISO 22000 혹은 GMP 혹은 기타 동등한 인증서(선택사항) 식품안전요건을 충족시키는 시설에 대한 인증서 또는 증명서
기능성 식품 필요 서류	<ul style="list-style-type: none"> 제품 상세정보 - 특정 기능 유효성분 함유량(비타민, 미네랄, 영양소, 약초 등) 포함 여부 원산지 국가 관할 당국이 발행한 위생증명서 혹은 자유판매증명서 성분의 판정된 기능 및 효능을 증명할 수 있는 과학적 정보 및 서류 베트남 시장에 최초 출시되어 안전 및 효능이 증명되지 않고 신소재 및 신기술을 사용한 경우, 이러한 기능 및 효능에 관한 시험결과보고서 		

자료: 베트남 보건부 Circular No. 19/2012/TT-BYT, 베트남 보건부 Decree No. 15/2018/ND-CP, KOTRA

36) 본 보고서에서는 베트남 인증기관에 대해 안내함

37) 근거 규정: 식품안전시행법 세부규정에 관한 베트남 정부 법령(38/2012/ND-CP), 식품첨가물에 대한 국가기술규정(QCVN:2011/BYT)

[표 7.3] 베트남 새싹보리 인증 취득 정보

순번	인증명	취득 정보	
		목적	취득 정보
2	GMP 인증	목적	식품 및 의약품의 품질보장을 통한 소비자 보호를 목적으로 도입 ³⁸⁾
		기관	국가별 인증기관
		절차	<ul style="list-style-type: none"> • 적합성 평가 인증 신청 서류 제출 • 서류 검토 및 감정평가 결정 • 적합성 평가 • 식품안전규정 적합성 선언문 발표 • 식품안전규정 적합성 판정 신고 • 신고 접수 확인 및 공개통보
	신규 제조업체 필요서류	<ul style="list-style-type: none"> • 제조하려는 제품의 종류와 제조방법설명서 • 제조시설의 배치도와 주요 기계기구류 목록 • 「건강기능식품에 관한 법률 시행규칙」 제16조에 따른 품질관리인 선임신고서 • 「건강기능식품에 관한 법률」 제13조제2항에 따른 교육증명서(미리 교육을 받은 경우에만 해당) • 「먹는물 관리법」 제43조에 따라 먹는물 수질검사기관이 발행한 수질검사성적서 (수돗물이 아닌 지하수 등을 먹는물 또는 건강기능식품의 제조과정이나 세척 등에 사용하는 경우에만 제출) • 품질관리실의 기계 및 기구류 목록 - GMP 확인을 위한 4대 GMP 관리 기준서 	

자료: 베트남 보건부 Circular No. 19/2012/TT-BYT, 베트남 보건부 Decree No. 15/2018/ND-CP, KOTRA

38) 근거 규정: 건강기능식품에 관한 법률 제22조, 우수건강기능식품 제조기준(식약처 고시), 약사법 시행규칙 제22조

3. 베트남 새싹보리 라벨링

[표 7.4] 베트남 새싹보리 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> 필수 표기 사항은 반드시 베트남어로 기재되어야 하며 외국어를 병기하는 경우 외국어는 베트남어 문자 크기보다 작아야 함 베트남어로 된 내용은 원문 라벨과 내용이 상응해야 함 필수 표기사항을 제외하고 선택 표기사항이 있는 경우 베트남어로의 번역은 필요하지 않으나 해당 내용은 상품의 성질, 용도 및 라벨 상의 기타 내용을 왜곡하지 않아야 함
	2. 상품명	<ul style="list-style-type: none"> 상품명은 라벨에서 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 곳에 놓아야 하며, 다른 필수 정보와 비교하여 가장 큰 크기로 표기해야 함 성분의 전체 또는 일부를 취하여 상품명을 작성한 경우 성분의 중량을 명시해야 함
	3. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> 상품을 제조, 수입하는 단체 및 개인은 자체적으로 상품의 원산지를 확인하고 기재해야 하며 상품 원산지에 관한 법률, 베트남이 참여 또는 서명한 협정에 준하여 성실하고 정확하게 기재해야 함 원산지를 기재하는 방법은 ‘~에서 생산(sản xuất tại)’, ‘~에서 제조(chế tạo tại)’, ‘생산국(nước sản xuất)’, ‘원산지(xuất xứ)’의 형태로 기재함 물품의 생산국가 또는 지역명은 약어의 형태로 기재하지 않음
	4. 성분 및 성분 함량 또는 영양 정보	<ul style="list-style-type: none"> 성분, 식품첨가물을 표시할 때 중량 대비 성분의 비율 또는 중량 등 법률이 정하는 바에 따라 표기해야 함 홍보를 위해 특정 성분을 라벨에 표기하는 경우 해당 성분에 대한 용량은 필수적으로 표기해야 함 식품첨가물의 명칭은 국제 코드 또는 성분명으로 작성해야 함 2개 이상의 식품첨가물을 표기하는 경우 중량 대비 비중 순으로 나열해야 함 식품첨가물 이름 아래에 ‘Dùng cho thực phẩm(식품을 위해 사용됨)’의 문장을 최소 2mm 이상의 굵은 글씨체로 표기해야 함

자료: 베트남 보건부, 베트남 보건부 Decree 43/2017/ND-CP, 베트남 보건부 Decree 15/2018/ND-CP

[표 7.4] 베트남 새싹보리 라벨링

<p>라벨 필수 표시 사항 및 기준</p>	<p>5. 상품을 책임지는 단체 및 개인의 명칭과 주소</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 상품 책임기관의 명칭과 주소는 축약해서 표기할 수 없음 • 베트남 내 유통 목적으로 수입된 상품에는 제조자와 수입자의 이름 및 주소를 표기해야 함 • 외국인 무역업자의 직접 판매 대리인으로 활동하는 단체 및 개인이 베트남으로 수입한 상품의 라벨에는 제조자 및 판매 대리인의 이름 및 주소를 표기해야 함 • 상표가 프랜차이즈화 되어 있는 상품의 경우에는 프랜차이즈의 이름 및 주소를 표기해야 함 • 상품의 포장, 조립 및 병입(bottling)과 관련된 기관의 이름과 주소는 해당 기관의 동의를 얻은 후에 상품을 생산하는 기관의 이름 및 주소와 함께 기재되어야 함
	<p>6. 중량</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 측정단위로 중량을 표시하는 상품은 베트남 법에 따라 측정단위를 표기함 • 수량으로 중량을 표시하는 상품은 숫자(자연수)로 표기함 • 포장에 담긴 상품의 단위가 다를 경우 상품별 중량과 총량을 반드시 표기함 • 색상, 향기, 맛을 내는데 사용되는 첨가물의 명칭이 상품명에 포함되어 있다면 라벨에는 해당 첨가물의 중량 표기가 불필요함 • 천연 추출물/에센스의 이름이 상품명에 포함된 경우 추출물/에센스의 중량 또는 추출물/에센스의 양을 얻기 위해 사용한 물질의 중량을 표기함 • 상품의 중량 표기 방법은 신규 라벨링 규정(Decree 43)의 [부록2]를 참고함
	<p>7. 위생안전에 대한 경고 및 안내</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 특정한 방부제가 인간, 동물, 환경에 유독하며 알레르기를 일으키는 리스트에 있는 사용량을 지정하게 된 상품이라면 상품의 성분이나 혼합 성분에 있는 물질에 대한 성분분석 증명서에 방부제의 이름을 추가해야 함 • 상품이나 상품의 성분이 방사선에 노출되었거나 유전자 변형기술을 적용한 것은 베트남이 회원으로 가입한 국제조약의 규칙에 따라 적용함

자료: 베트남 보건부, 베트남 보건부 Decree 43/2017/ND-CP, 베트남 보건부 Decree 15/2018/ND-CP

[표 7.4] 베트남 새싹보리 라벨링

<p style="text-align: center;">라벨 필수 표시 사항 및 기준</p>	<p style="text-align: center;">8. 제조일자 및 유통기한</p> <ul style="list-style-type: none"> • 제조일자 및 유통기한은 일-월-년(양력) 순서로 표기하되 다른 순서로 표기할 경우 베트남어로 주석을 달아야 함 • 일, 월, 년을 의미하는 숫자는 두 자릿수로 표기하며 연도를 의미하는 숫자는 네 자릿수로 표기할 수 있으며 같은 행에 표시함 • 제조일자를 제조월로 표기하는 경우 월-년(양력)으로 표기함 • 제조일자를 제조연도로 표기하는 경우 네 자릿수로 표기함 • 제조일자, 유통기한은 ‘제조일자(Ngày Sản Xuất)’, ‘유통기한(Hạn sử dụng)’, ‘유통기한(Hạn dùng)’의 형태인 풀어쓰 형태로 표기하거나 ‘NSX’, ‘HSD’, ‘HD’와 같은 약어 형태로 표기 가능함 • 상품의 분류에 따라 ‘유통기한(Hạn sử dụng)’, ‘기한까지 유효(Sử dụng đến ngày)’ 또는 ‘기한 전까지 사용(Sử dụng tốt nhất trước ngày)’과 같은 문구를 기재해야 함 • 신규 라벨링 규정(Decree 43) [부록1]에 명시한 바와 같이 제조일자와 유통기한을 반드시 표기해야 하는 상품의 경우 제조일자가 일-월-년의 형태로 기재되어 있다면 유통기한은 기간의 형태로 표기될 수 있음. 또한, 라벨에 유통기한이 기재되어 있지 않은 경우에는 제조일로부터 만료일까지의 기간으로 제조일자 표기가 가능함 • 상품의 제조일자 및 유통기한의 표기 방식이 규정에서 지정한 방법과 다를 경우 신규 라벨링 규정(Decree 43) [부록3]의 ‘항목2’에서 명시한 방식을 따라야 함
	<p style="text-align: center;">9. 기타 표기사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • 상품 책임기관은 일련번호, 바코드, 규격 표기, 기타 정보를 표기할 수 있음. 그러나 추가 내용은 법과 규정을 위반하지 않으며 상품의 본질을 반영해야 함. 또한, 라벨에 기재된 내용은 정확해야 하며 그 내용을 위조해서는 안 됨 • 상품의 라벨은 주권 분쟁에 관련된 사진, 내용과 베트남의 안보, 정치, 경제, 사회, 외교 관계, 미풍양속에 영향을 미치는 기타 내용을 포함할 수 없음 • ‘건강보조식품(Thực phẩm bảo vệ sức khỏe)’ 기재 • 건강기능식품은 ‘이 식품은 약이 아니며 치료약을 대체하는 효능이 없습니다. (Thực phẩm này không phải là thuốc, không có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh.)’ 기재

자료: 베트남 보건부, 베트남 보건부 Decree 43/2017/ND-CP, 베트남 보건부 Decree 15/2018/ND-CP

▶ 베트남 새싹보리 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 베트남어]

[앞면 - 국문]

- ① Khối lượng tịnh 500g
- ② Yến mạch OATS
- ③ 100% yến mạch Australia
- ④ Không chất bảo quản
- ⑤ Nguyên liệu nhập khẩu từ Úc

- ① 중량: 500g
- ② 제품명: 이엔 맛 오츠
- ③ 원재료: 호주산 귀리 함량 100%
- ④ 보존료 무첨가
- ⑤ 수입국가: 호주

[뒷면 - 베트남어]

[뒷면 - 국문]

- ① Tên sản phẩm: Yến Mạch
- ② Thành phần: 100% Yến Mạch
- ③ Hướng dẫn sử dụng:
bảo quản nơi khô ráo, thoáng mát,
tránh ánh nắng trực tiếp
- ④ cảnh báo, không dùng sản phẩm khi
hết hạn sử dụng

- ① 제품명: 이엔 맛 오츠
- ② 원재료: 100% 귀리
- ③ 보관방법:
직사광선을 피해 습기가 없는 서늘한 곳에
보관하십시오
- ④ 경고:
유통기한이 지난 이후 제품을 사용하지
마십시오

⑤ Giấy chứng nhận ATTP số:
79/2017/GCN- TTBVTT

⑥ Sản xuất tại: Unigain PTY LTD

⑦ Địa chỉ:
Level 1, 170 litte maplop, street,
Geelong, Victoria, Australia

⑧ Đóng gói tại:
Công ty TNHH MFOOD Việt Nam

⑨ Đ/C:
33 Đường số 4, Phường Bình Chiểu,
HCMC

⑤ 식품 안전 인증서 번호:
79/2017/GCN- TTBVTT

⑥ 제조사: 유니게인 PTY LTD

⑦ 제조사 주소:
호주 빅토리아 주 절롱 시 170 리틀 말롭
스트리트, 레벨 1

⑧ 포장업체: MFOOD 베트남 주식회사

⑨ 포장업체 주소:
HCMC 빈치외 구 4번가 33번지

4. 베트남 새싹보리 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

건강기능식품 제조업자는 식품안전법의 19조, 20조, 그리고 21조와 세부 시행규정(Decree 15)에서 규정한 사항을 준수해야 함. 식품첨가물을 첨가하는 경우, 보건부가 명시한 사용 가능 식품첨가물 목록에 포함되어 있는 첨가물만 혼합이 가능하며 최종 제품은 인체에 해가 없어야 함. 식품첨가물의 포장은 식품안전 요건을 충족하는 장소에서 수행되어야 하며 라벨이 해당 규정에 맞게 제작되어야 함

[표 7.5] 고객사 새싹보리에 적용되는 식품첨가물 분석³⁹⁾

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	한국식품유형
1	미네랄 오일(고점성)	Mineral oil (high viscosity)	800mg/kg	생식류, 기타 농산가공품류
2	프로필갈레이트	propyl gallate	100mg/kg	
3	캐러멜 색소III	Caramel III - ammonia caramel	20000mg/kg	기타 농산가공품류
4	캐러멜 색소IV	Caramel IV - sulfite ammonia caramel	20000mg/kg	
5	파프리카 올레오레진	paprika oleoresins	GMP	즉석섭취 및 편의식품류
6	적양배추색소	red cabbage color	GMP	
7	식물성 활성탄	vegetable carbon	GMP	
8	안토시아닌	anthocyanins	GMP	
9	포도껍질추출물	grape skin extract	GMP	
10	카로티노이드	CAROTENOIDS (INS no. 160a(i), 60a(iii), 160e, 160f)	100mg/kg	즉석섭취 및 편의식품류, 기타 농산가공품류
11	카민	Carmines	200mg/kg	
12	아스코빌팔미테이트	ASCORBYL ESTERS (INS no. 304, 305)	200mg/kg	

자료: 베트남 보건부, KATI농식품수출정보

39) 고객사에 적용되는 식품첨가물 규정을 분석한 결과의 일부임. 더 자세한 내용은 베트남 식품안전법에서 확인 가능함

[표 7.5] 고객사 새싹보리에 적용되는 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	한국식품유형
13	솔베이트	SORBATES(INS no. 200, 201, 202, 203)	1000 mg/kg	즉석섭취 및 편의식품류, 기타 농산가공품류
14	소르비탄지방산에스테르	SORBITAN ESTERS OF FATTY ACIDS(INS no. 491, 492, 493, 494, 495)	300 mg/kg	
15	스테아릴젯산나트륨	Stearoyl lactylates (sodium, calcium)	5000 mg/kg	
16	자당지방산에스테르	Sucrose esters of fatty acids	5000 mg/kg	
17	자당올리고에스테르 타입I, 타입II	Sucrose oligoesters type I and type II	5000 mg/kg	
18	아황산염	Sulfites	50 mg/kg	
19	토코페롤	TOCOPHEROLS (INS no. 307a, 307b, 307c)	200 mg/kg	
20	brilliant blue fcf, c.i food blue 2	200 mg/kg		
21	부틸하이드록시아니솔	butylated hydroxy anisole (bha)	200 mg/kg	
22	칸타크산틴	canthaxanthin	45 mg/kg	
23	엽록소와 구리 복합체를 포함한 엽록소	chlorophylls and chlorophyllins including copper complexes	350 mg/kg	
24	글리세린디아세틸주석산 지방산에스테르	diacetyltartaric and fatty acid esters of glycerol	20000 mg/kg	
25	식용황색 5호	food yellow no.5 (sunset yellow; sunset yellow fcf)	200 mg/kg	
26	포도껍질추출물	grape skin extract	500 mg/kg	
27	인디고카민	indigotine	200 mg/kg	
28	폴리글리세린지방산 에스테르	polyglycerol esters of fatty acids	2000 mg/kg	
29	알루라레드 AC	Allura red AC	200 mg/kg	

자료: 베트남 보건부, KATI농식품수출정보

▶ **유해물질**

베트남 보건부가 규정한 곰팡이독소, 포장재, 중금속, 미생물 등 유해물질에 대한 기준치가 존재함. 곰팡이 독소 오염, 중금속 오염, 그리고 미생물 오염은 각각 국가 표준 기술규정에 의거한 베트남 규정 8-1(2011), 8-2(2011), 그리고 8-3(2011)에 의해 제한됨

[표 7.6] 고객사 새싹보리에 적용되는 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	함량정보	한국식품유형
1	아플라톡신 총량	Aflatoxin (aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	4 μ g/kg	기타 농산가공품류
2	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	2 μ g/kg	
3	아플라톡신 M1	Aflatoxin M1	불검출 ⁴⁰⁾	
4	디옥시니발레놀	Deoxynivalenol (DON)	750 μ g/kg	
5	오크라톡신 A	Ochratoxin A	3 μ g/kg	
6	제랄레논	Zearalenone	75 μ g/kg	

자료: 베트남 보건부, KATI 농식품수출정보

40) 해당 유해물질이 검출되지 않아야 함을 의미함

▶ **잔류농약**

베트남에는 수입식품에 대한 별도의 농약 잔류 기준 규정이 없으며, 국내 생산 식품과 같은 규정이 적용됨. 베트남에는 농약에 대해 식품 품목 별로 최대 허용량이 정해져 있음. 아래 표는 고객사 제품에 적용되는 잔류 농약 기준의 일부이며, 더 많은 기준치는 허용된 식품 내 생물학적/화학적 최대 잔류 기준에 관한 법안(Decision No.46/2007/QD-BYT)에서 확인 가능함

[표 7.7] 고객사 새싹보리에 적용되는 잔류농약 기준⁴¹⁾

순번	농약명	기준(MRL)	식품유형
1	Aldicarb	0.02	보리 및 밀
2	Dithiocarbamates	1	
3	Ethephon	1	
4	Methomyl	2	
5	Lindane	0.01	
6	Terbufos	0.01	
7	Bitertanol	0.05	
8	Pirimicarb	0.05	
9	Propiconazole	0.05	
10	Pyrazophos	0.05	
11	Bentazone	0.1	
12	Dichlolanid	0.1	
13	Flusilazole	0.1	
14	Anilazine	0.2	
15	Disulfoton	0.2	

자료: 미농무부 해외식품서비스 (USDA FAS), 베트남 보건부 Decision No. 46/2007/QD-BYT

41) 고객사의 제품에 실제로 적용되는 잔류농약 기준을 분석한 결과의 일부임. 더 자세한 정보는 베트남의 ‘허용된 식품 내 생물학적/화학적 최대 잔류 기준에 관한 법안(Decision No.46/2007/QD-BYT)’에서 확인 가능함

[표 7.7] 고객사 새싹보리에 적용되는 잔류농약 기준

순번	농약명	기준(mg/kg)	식품유형
16	Bifenthrin	0.05	보리
17	Chlorothanonil	0.1	
18	Chlormequat	2	
19	Iprodione	2	
20	Diquat	5	
21	Glyphosate	20	
22	Fipronil	0.002	
23	Quintozene	0.01	
24	Glyphosate 5	5	
25	Chlorpyrifos - methyl	10	
26	Imazalil 0,01	0.01	밀
27	Chlordane	0.02	
28	Monocrotophos 0,02	0.02	
29	Dimethoate	0.05	
30	Kresoxim-methyl 0,05	0.05	
31	Phorate 0,05	0.05	
32	Carbofuran	0.1	
33	Bioresmethrin	1	
34	2,4 - D	2	
35	Carbaryl	2	
36	Diquat	2	엽채류
37	Chlormequat	3	
38	Pirimicarb	1	
39	Parathion - methyl	2	
40	Carbaryl	10	
41	Bromide ion	1000	
42	Aldrin and dieldrin	0.05	
43	Deltamethrin	0.5	

자료: 미농무부 해외식품서비스 (USDA FAS), 베트남 보건부 Decision No. 46/2007/QĐ-BYT

▶ 알레르겐

베트남 보건부는 알레르기를 일으킬 수 있는 성분에 대하여 규제하고 있음.
고객사 제품의 라벨에 반드시 표기되어야 하는 알레르겐 성분 정보는 하기 표와 같음

[표 7.8] 고객사 새싹보리에 적용되는 알레르겐 성분 분석

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 새싹보리 포함 여부
1	의무	글루텐을 함유하고 있는 곡물 또는 식품 (e.g. 밀, 호밀, 귀리 등과 이를 활용한 전분 등)	√ (밀식이섭유)
2	의무	갑각류	-
3	의무	달걀과 달걀 제품	-
4	의무	어류와 어류 제품	-
5	의무	땅콩, 대두와 관련 제품	-
6	의무	우유와 유제품(락토스, 설탕, 우유 포함)	√ (락토바실러스플란타럼 배양건조물) ⁴²⁾
7	의무	견과류와 관련 제품	-
8	의무	10mg 또는 그 이상의 농도인 아황산염	-

자료: 미국 농무부 해외농업서비스 (USDA FAS)

42) 고객사 새싹보리는 다이어트 식품이나, 유산균이 포함되어 있어 우유 및 유제품의 알레르겐 표시 규제 정보를 제공함

VIII. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 고미몰(Gomimall)

Interview ② 딘두옹티엔니엔(Dinh Dưỡng Thiên Nhiên)

Interview ③ 헬스마트(Health Mart)

Interview ① 고미몰(Gomimall)

43)

●	고미몰 (Gomimall)
	수입유통업체
	담당자 정보
	Sales Manager



고미몰(Gomimall) Sales Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

고미몰은 2018년에 설립된 한국 제품 전문 수입유통업체로, 하노이에 본사를 두고 있습니다. 비타민, 식품 보조제, 스킨/바디케어 제품, 뷰티 제품 등 다양한 식/제품을 취급하고 있습니다. 주로 자사 온라인 홈페이지를 통해 판매를 진행하고 있습니다.

Q. 베트남 내 건강식품의 종류는 어떻게 구분되나요?

베트남은 건강보조식품(supplement product)과 식품 보조제(dietary food)를 구분하여 관리하고 있으며 수입 절차도 다릅니다. 흔히 건강보조식품이라 하면 약이라고 생각하는 경향이 있으며 주로 드럭스토어에서 판매되고 있습니다. 반면 식품 보조제는 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 드럭스토어 등 다양한 유통채널에서 판매되고 있습니다.

Q. 새싹보리 제품을 체중 조절 기능성 보조제로 판매할 수 있나요?

고객사의 새싹보리 제품에 지방 분해성분 혹은 기름/지방의 흡수억제에 도움이 되는 성분이 있다면 체중조절 기능성 식품으로 판매될 수 있습니다. 베트남 소비자들은 주로 물, 우유에 새싹보리를 타서 먹으며, 스무디로 만들어 먹기도 합니다.

Q. 베트남 내 체중 조절 보조제의 수요는 어떤가요?

베트남 내 파우더형 체중조절 보조제의 수요는 높습니다. 베트남 내 인기 있는 체중조절 보조제는 곡물 분말 음료, 아몬드 음료나 햄프씨드 음료 같은 우유 대체품 등입니다. 새싹보리 제품도 인기 있는 제품 중 하나로, 건강에 좋은 성분이 다양 함유되어 있고 쉽고 편하게 마실 수 있기 때문입니다.

43) 사진자료: 고미몰(Gomimall) 홈페이지

Q. 베트남 내 새싹보리 제품의 평균 판매가는 얼마인가요?

저희 업체에서도 새싹보리 제품을 판매하고 있습니다. 분말 제형 제품 경우, 5g 용량의 팩 15개에 소매가 18만 동(한화 약 8,840원⁴⁴⁾)에 판매되고 있습니다.

Q. 베트남으로 새싹보리 수출 시, 어느 지역을 타깃팅하는 것이 좋을까요?

베트남 내 대형 도시인 하노이, 호치민, 다낭으로 유통하는 것이 효과적입니다. 새싹보리는 가격이 상대적으로 높기 때문에 도시에 사는 고소득층이 주요 소비자라 될 것으로 예상합니다.

Q. 베트남 내 스틱형 패키지에 대한 인식은 어떤가요?

베트남 소비자들은 편리하게 먹을 수 있고, 보관도 용이하다는 장점 때문에 소용량 패키징을 선호합니다. 현재 스틱형 패키지는 베트남에서 트렌드로 떠오르고 있으며 소비자 선호도도 높습니다.

Q. 새싹보리 수출 시, 필요한 인증 및 수출 절차는 무엇인가요?

베트남으로 새싹보리 제품 수출 시 기능성 식품(Functional Food), 즉 건강보조식품으로 판매하고자 한다면 GMP 인증을 필수적으로 취득해야 합니다. 다이어트 식품과 같이 일반식품으로 수출한다면 별도의 사전 등록을 하지 않아도 되지만, 건강보조식품으로 수출할 경우 미리 베트남 보건부(MOH, Ministry of Health)에 수출국 발행 자유 판매 허가서 및 보건인증서, 상품 안전성 서류 등을 제출하여 사전 등록절차를 거쳐야 합니다.

44) 100동=4.91원 (2021.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 단두옹티엔니엔(Dinh Dưỡng Thiên Nhiên)

45)

● 단두옹티엔니엔
(Dinh Dưỡng Thiên Nhiên)

수입유통업체

담당자 정보

Sales Manager



단두옹티엔니엔(Dinh Dưỡng Thiên Nhiên) Sales Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

단두옹티엔니엔은 2015년에 설립된 내추럴&유기농 전문 수입유통업체로, 자사 온라인 홈페이지를 통해 판매를 진행하고 있습니다. 비타민, 식품 보조제, 건강식품, 스킨/바디케어 제품, 유기농 제품 등을 취급하고 있으며 미국, 호주, 유럽 등에서 수입하고 있습니다.

Q. 베트남 내 체중 조절 보조제의 수요는 어떤가요?

베트남에서 판매되고 있는 체중조절 식품 보조제는 주로 파우더, 알약, 에너지바 형태로 되어 있습니다. 그중 파우더 타입의 식품 보조제는 물이나 우유에 쉽게 타 먹을 수도 있고 보관도 용이하기 때문에 가장 대중적으로 판매되고 있으며 수요도 높은 편입니다.

Q. 베트남 내 새싹보리의 수요는 어떤가요?

새싹보리는 간 기능 개선에 도움을 주는 사포나린, 혈중 콜레스테롤 수치를 감소시켜주는 폴리코사놀 성분이 들어 있으며, 이 외에도 필수아미노산, 칼슘, 식이섬유 등의 성분이 다량 함유되어 있습니다. 이렇게 새싹보리 제품은 건강에 좋은 성분이 많고 식물에서 유래된 안전한 제품이기 때문에 베트남 소비자들도 새싹보리를 매우 선호하고 있습니다.

Q. 베트남 내 새싹보리 제품의 평균 판매가는 얼마인가요?

분말 제형의 새싹보리 제품의 경우, 플라스틱 통에 담겨 있는 240g 용량의 제품이 소매가 58만 동(한화 약 28,580원)에 판매되고 되고 있으며, 정(tablet) 타입은 200g에 58만 동(한화 약 28,580원)입니다.

Q. 베트남으로 새싹보리 수출 시, 어느 지역을 타깃팅하는 것이 좋을까요?

호치민과 하노이 지역을 타깃으로 하는 것이 좋습니다. 두 도시는 베트남의 대표적인 대도시로, 인구도 많고 소득 수준도 높기 때문입니다. 또한 슈퍼마켓, 뷰티 업체, 드럭스토어 등의 유통채널도 많기 때문에 제품을 판매하기도 좋습니다.

Q. 베트남 내 스틱형 패키지에 대한 인식은 어떤가요?

파우더 타입의 경우 스틱형 패키지는 매우 좋은 포장 형태입니다. 대용량 팩 제품은 섭취할 때마다 매번 열고 닫아야 하지만 스틱형 제품은 1회 분량만 담겨 있기 때문에 섭취 및 보관이 용이하기 때문입니다. 그러나, 소용량 제품의 경우 병, 팩, 알약 제품보다 가격이 높다는 단점이 있습니다.

Interview ③ 헬스마트(Health Mart)

46)

● 헬스마트
(Health Mart)
수입유통업체

담당자 정보
Customer Support Part

Healthmart.vn



헬스마트(Health Mart) Customer Support Part

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

헬스마트는 2009년에 설립된 건강식품 수입유통업체로, 주로 일본에서 수입하고 있습니다. 식품 보조제, 콜라겐, 체중 조절 식품, 스킨/바디케어 제품 등을 취급하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해 판매를 진행하고 있습니다.

Q. 새싹보리 제품을 체중 조절 기능성 보조제로 판매할 수 있나요?

베트남에서 새싹보리 제품의 경우, 판매 목적에 따라 기능성 식품으로도, 일반식품으로도 판매할 수 있습니다. 그러나 기능성 식품으로 판매할 경우, 수입 절차가 까다롭고 라벨링 규정도 엄격하기 때문에 건강보조식품(supplement product)보다는 일반적인 식품 보조제로 판매하는 것을 추천합니다.

Q. 베트남 내 새싹보리의 수요는 어떤가요?

베트남에서는 새싹보리를 포함한 파우더 타입의 식품 보조제의 수요가 높습니다. 새싹보리는 식물 추출 성분을 파우더 타입으로 만든 제품이기 때문에 건강에도 좋고 섭취도 편리하기 때문에 인기 있습니다. 베트남에서는 일본산 야마모토칸포(山本漢方), 미국의 어메이징그래스(Amazing Grass) 등 다양한 새싹보리 제품이 판매되고 있습니다.

Q. 베트남 내 새싹보리 제품의 평균 판매가는 얼마인가요?

새싹보리 분말 제형의 경우, 3g 용량의 팩이 44개 담겨 있는 제품 한 박스에 35만 동(한화 약 17,190원)에 판매되고 있습니다.

Q. 베트남으로 새싹보리 수출 시, 어느 지역을 타깃팅하는 것이 좋을까요?

하노이, 호치민, 칸호아, 다낭 등의 대형 도시를 타깃팅 하는 것이 효과적입니다. 해당 도시에는 인구가 밀집되어 있고 교외 지역보다 생활 수준이 더 높기 때문에 건강에 관심이 있는 소비자들이 다수 거주하고 있습니다.

Q. 베트남으로 새싹보리 수출 시, 추천 유통채널은 무엇인가요?

베트남에서 새싹보리 제품은 주로 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 온라인 쇼핑몰 등에서 판매되고 있습니다. 그러나 스파 브랜드에서도 수요가 있기 때문에 뷰티 업계로 유통을 확장하는 것도 고려해볼 수 있습니다. 만약, 고객사의 제품이 기능성 식품으로 판매된다면 드럭스토어로 유통하는 것도 좋습니다.

Q. 베트남 내 스틱형 패키지에 대한 인식은 어떤가요?

스티크형 패키지는 섭취하기도 쉽고, 휴대성이 좋기 때문에 수요가 높습니다. 베트남 소비자들은 일반적으로 이러한 소용량 패키지를 선호합니다. 포장을 가볍게 뜯어 물에 넣어 먹을 수 있고, 정확한 양을 계량할 필요도 없으며, 주변의 습한 환경에 영향을 받지 않기 때문입니다.

베트남(Vietnam) 새싹보리 인터뷰 대상 선정 인터뷰 대상 기업체 선정 · 새싹보리 수입·유통업체 ○	고미물 (Gomimall)	딘두옹티엔니엔 (Dinh Dưỡng Thiên Nhiên)	헬스마트 (Health Mart)
	업체 ▶ 수입유통업체	수입유통업체	수입유통업체
	새싹보리 취급 ▶	 새싹보리	 새싹보리
사진 자료: 고미물, 딘두옹티엔니엔, 헬스마트 제품 판매 페이지			

베트남(Vietnam) 새싹보리 수입·유통업체 인터뷰 요약			
고객사	최근 트렌드	새싹보리 수요	제품 피드백
고미물 (Gomimall) 수입유통업체	<ul style="list-style-type: none"> • 베트남은 건강보조식품과 식품 보조제를 구분 • 파우더형 체중 조절 보조제의 수요 높음 	<ul style="list-style-type: none"> • 새싹보리는 주로 물, 우유에 타 먹거나 스무디로 섭취 • 새싹보리의 인기 추세 	<ul style="list-style-type: none"> • 대도시로 유통하는 것이 효과적 • 도시 내 고소득층이 주요 소비자일 것으로 예상 • 스틱형 패키지 선호
딘두옹티엔니엔 (Dinh Dưỡng Thiên Nhiên) 수입유통업체	<ul style="list-style-type: none"> • 체중 조절 식품 보조제는 파우더, 알약, 바 형태 • 파우더 타입이 가장 수요가 높음 	<ul style="list-style-type: none"> • 건강에 좋은 성분이 많아 소비자 선호도 높음 	<ul style="list-style-type: none"> • 호치민과 하노이로 유통 추천 • 스틱형 패키지 선호, 그러나 소용량 제품은 가격이 높다는 단점
헬스마트 (Health Mart) 수입유통업체	<ul style="list-style-type: none"> • 파우더 타입의 식품 보조제 수요 높음 	<ul style="list-style-type: none"> • 건강에도 좋고 섭취도 편리하여 인기 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 일반 식품 보조제로 수출/판매 추천 • 대형 도시로 유통 추천 • 온/오프라인 유통채널과 뷰티 업계로 유통 추천 • 스틱형 패키지 수요 높음
(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사			

IX. 시사점

Export Insights

시장수요

베트남
슬리밍 티 시장규모,
한국의 약 6배



베트남 체중관리 및 웰빙식품 시장규모는 약 7,051억 원으로 한국 동일 시장의 약 1.6배에 해당하며, 특히 슬리밍 티 시장은 한국의 약 6배인 339억 원에 달함. 베트남의 비만 인구 및 비만에 대한 경각심이 증가하고, SNS 및 온라인 쇼핑몰이 발달함에 따라 체중관리 및 웰빙식품 시장과 슬리밍 티 시장은 향후 5년(2021-25년)간 각각 연평균 15%, 11%의 높은 성장률을 보일 것으로 전망됨

오프라인 매장 및 온라인 쇼핑몰에서 새싹보리 분말 다이어트 제품이 많이 확인되지는 않았으나, 건강보조식품 및 다이어트 제품 취급 수입유통업체 인터뷰 결과, 일본산 야마모토칸포(山本漢方), 미국의 어메이징그래스(Amazing Grass) 등 분말형 새싹보리 제품에 대한 선호도가 높다는 답변을 수취함

소비 특징



베트남 온라인 슈퍼푸드 제품 제형 키워드

베트남 슈퍼푸드 제형 순위,
'차(茶)', '알약', '분말'

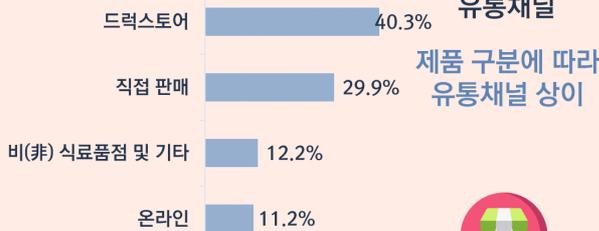


베트남 온라인 쇼핑몰 내 판매되는 새싹보리 및 슈퍼푸드 제품 1,559건을 분석함. 슈퍼푸드 관련 제품으로, '추출물' 형태가 압도적으로 많았으며 특히 허브 추출물 제품이 눈에 띄었음. 반면 '보리' 키워드는 8건 도출되어 상대적으로 시장규모가 작음을 알 수 있음

슈퍼푸드 제품 제형 관련 키워드로, 차(茶) 형태가 663건으로 압도적으로 많았으며 다음으로 알약(타블렛) 262건, 분말 101건 도출되어 고객사 제품의 제형인 분말 제형에 대한 수요도 낮지 않음을 확인함. 패키징의 경우, 고객사 제품의 패키징과 동일하게 파우치나 개별 스틱 포장 제품이 박스로 한 번 더 포장된 형태가 대다수였음

이 외에 온라인 쇼핑몰 내 '새싹보리' 키워드를 검색해 실제 제품을 확인한 결과, 분말 형태의 새싹보리 제품은 많지 않았으며, 새싹보리 씨앗이 다수 확인됨. 실제로 새싹보리 잎을 재배해 차(茶)로 소비하는 식습관을 확인함

유통채널



베트남 건강제품 유통채널 점유율



제품 구분에 따라
유통채널 상이

베트남 건강제품의 경우, 드럭스토어 유통채널 점유율이 40.3%로 가장 높았음. 특히 최근 베트남 소비자들의 건강 관련 인식이 증대됨에 따라 베트남 내 드럭스토어 매장이 활발하게 확장중인 것으로 확인됨. 이 외에 온라인 쇼핑몰 또한 코로나19 기간 수혜를 받아 식료품 및 건강 관련 제품이 높은 성장률을 보인 것으로 확인됨

반면 수입유통업체 인터뷰 결과 제품 분류에 따라 진출 적합 채널이 상이하다는 답변을 확인함. 식품 안전 기준 및 효능 증명 절차가 필요한 건강기능식품은 주로 드럭스토어로 유통되며, 일반적인 식품 보조제의 경우 하이퍼마켓/슈퍼마켓 등 다양한 채널로 판매되는 것으로 확인됨



Export Insights

수출 확대 전략

중저가 제품과의 경쟁 예상,
대도시 위주
고소득층 타깃 추천



Point 01 제품수요 베트남 내 새싹보리 분말 다이어트 제품이 흔하지는 않으나, 향후 베트남 다이어트 시장은 현대화 및 비만 인구 증가 등으로 인해 높은 성장을 이어갈 것으로 예상되어 시장 전망은 밝을 것으로 전망됨

다만 중저가의 다양한 곡물 분말 및 슈퍼푸드 제품과의 경쟁이 예상됨. 고객사 제품의 FOB 고려 시 고소득층 위주의 타겟팅이 필수적임. 패키징의 경우 분말형 소포장 스틱 형태에 대한 선호도가 분명히 존재하여 추가 현지화는 필요하지 않을 것으로 예상됨

수출 확대 전략

건강보조식품
수출 절차 까다로워



Point 02 진입장벽 베트남 내 새싹보리 분말은 수출 절차에 따라 건강보조식품과 식품 보조제로 구분되어 수출 및 유통할 수 있음. 건강보조식품으로 진출 시 GMP 인증을 필수적으로 취득해야 하며 베트남 보건부 당국으로부터 까다로운 효능 인증 절차를 걸쳐야 함. 건강보조식품은 주로 드럭스토어를 통해 판매되며, 일반 식품보조제로 진출 시 하이퍼마켓, 슈퍼마켓 및 온라인 채널 등 다양하게 판매 가능함

제품 가격 고려 시 건강보조식품으로의 진출을 추천하나, 그 절차가 까다롭고 비용 및 시간이 소요되는 점을 고려할 필요가 있음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Weight Management and Wellbeing in Vietnam」, 2020.11
2. 비나타임즈(Vinatimes), 「호치민시:‘생필품 대란’ 슈퍼마켓에 상품 부족…,재래/골목시장 폐쇄 영향도」, 2021
3. 연합뉴스, 「베트남 한국식품 매장 ‘K마켓’ 급성장...매주 1개 이상 늘어」, 2020
4. 브이엔익스프레스(VNExpress), 「Covid-19 gives Vietnam e-commerce sector a boost」, 2020
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Vietnam Country Report」, 2021.02
6. 통합무역정보서비스(TradeNavi), 「2018 농식품 해외시장 맞춤형조사」, 2018
7. 베트남 농업부(MARD), 「26/2016/TT-BNNPTNT」, 2016
8. 신짜오베트남 「박닌성 제약회사 베트남 최초 GMP 인증 획득」, 2018
9. 베트남 보건부 On food safety 「Law No. 55/2012/QH12」, 2012
10. 베트남 보건부 Decree on Goods Labels 「Decree No. 43/2017/ND-CP」, 2017
11. 베트남 보건부 Detailing the Commercial Law regarding goods purchase and sale activities or goods purchase and sale related activities of foreign-invested enterprises 「Decree No. 23/2007/ND-CP」, 2007
12. 베트남 건강보조식품에 적용되는 식품안전 요구사항 「Decree No. 15/2018/ND-CP」, 2018
13. 베트남 보건부 Maximum Permitted Level of Biological and Chemical Residue Allowed in Food 「Decision No. 46/2007/QD-BYT」, 2007
14. 베트남 보건부 Guiding the regulation conformity announcement and announcement of conformity with regulation on food safety 「Circular No. 19/2012/TT-BYT」, 2012

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 하나은행, (www.kebhana.com)
3. 국제무역센터(International Trade Centre) (www.intracem.org)
4. KATI(농식품수출정보) (www.kati.net)
5. 티키 (Tiki) (tiki.vn)
6. 쇼피 (Shopee) (shopee.vn)
7. 스테티스타 (Statista) (statista.com)
8. 신짜오베트남(XinChaoVietnam) (<http://www.chaovietnam.co.kr/>)
9. 에이비엠코리아(abmkorea) (<http://www.abmkorea.co.kr/>)
10. 사이공피닉스(saigonpheonix) (<https://saigonphoenix.tistory.com/>)
11. 콕마트(Coop Mart) (www.co-opmart.com.vn)
12. 롯데마트(Lottemart) (www.lottemart.com.vn)
13. 중앙일보 (www.joongang.joins.com)
14. 케이마켓(K-market) (www.facebook.com/kmarketvietnam)
15. 매일경제 (www.mk.co.kr)
16. 오케이마트 페이스북 (OK-mart Facebook) (<https://ko-kr.facebook.com/sieuthiokmartvietnam/>)
17. 오케이마트(OK-mart) (www.sieuthikorea.com.vn)
18. 파마시티(Pharmacy) (www.pharmacy.vn)
19. 비나한인(Vinahanin) (www.vinahanin.com)
20. 관세청 (www.customs.go.kr)
21. 베트남 관세청 (www.customs.gov.vn)
22. 베트남 보건부 (<http://www.moh.gov.vn>)
23. 미농무부 해외식품서비스 (USDA FAS) (www.fas.usda.gov)
24. 국가관세종합정보망 서비스 홈페이지 (<https://unipass.customs.go.kr/csp/index.do>)
25. 고미몰(Gomimall) 홈페이지 (www.gomimall.vn)
26. 딘둥응티엔니엔(Dinh Dường Thiên Nhiên) 홈페이지 (www.dinhduongthienhien.com)
27. 헬스마트(Health Mart) 홈페이지 (www.healthmart.vn)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.08.27

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 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea