



2021 해외시장 맞춤형조사

No. | 202109-21
품목 | 견과류 바(Nut Bar)
HS CODE | 1904.10-9000
국가 | 베트남(Vietnam)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 베트남 달콤한 비스킷, 스낵 바, 과일스낵 시장규모	06
2. 베트남 스낵 시장점유율	07
3. 베트남 견과류 바 수입규모	08
4. 한국 견과류 바 수출규모	09
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 베트남 스낵 바 주요 원료, 견과·현미·아몬드·쌀	12
2. 베트남 견과류 바 선도 브랜드, ‘아침식사대용’, ‘다이어트’ 강조	13
3. 베트남 견과류 바 특이성분, ‘해조류’, ‘닭가슴살 파우더’	14
4. 한국과 유사하게 ‘다이어트 식품’, ‘식사대용식’으로 홍보	15
5. 베트남 견과류 바 진출 컨셉	16
IV. 유통채널 특징	
1. 베트남 견과류 바 유통채널 비교	18
2. 베트남 견과류 바 유통채널 특징	19

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

1. 베트남 견과류 바 주요 온라인 유통채널	25
2. 베트남 견과류 바 주요 오프라인 유통채널	31

VI. 진입장벽

1. 베트남 견과류 바 통관 및 검역 절차	40
2. 베트남 견과류 바 품질 인증	41
3. 베트남 견과류 바 라벨링	43
4. 베트남 견과류 바 성분 및 유해물질	48

VII. 수입·유통업체 인터뷰

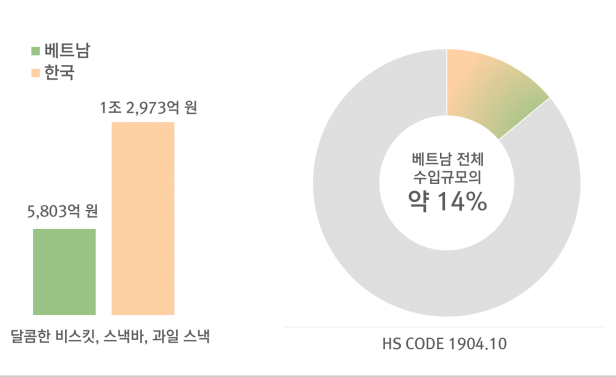
Interview ① 엘스 플래스(L's Place Company Limited)	52
Interview ② 남안(Nam An International Limited Liability Company)	54
Interview ③ 소다 식품(Sodafoods Company Limited)	56

VIII. 시사점

※ 참고문헌	62
--------	----

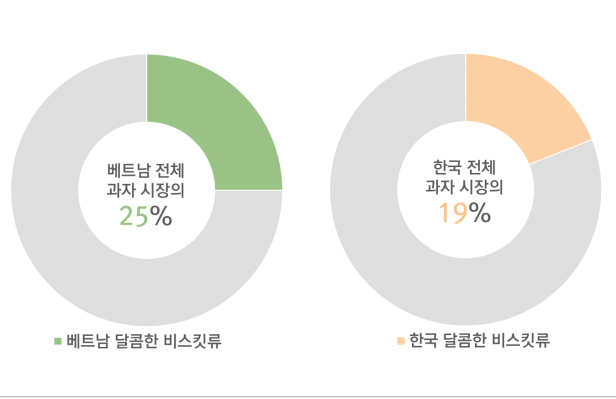
Summary

■ 수요 분석



	베트남	한국
달콤한 비스킷, 스낵 바, 과일스낵 시장규모	5,803억 원	1조 2,973억 원
수입액		점유율
베트남 對한국 HS CODE 1904.10 수입 현황	18억 원	14%
한국 對베트남 HS CODE 1904.10-9000 수출 현황	15억 원	4%

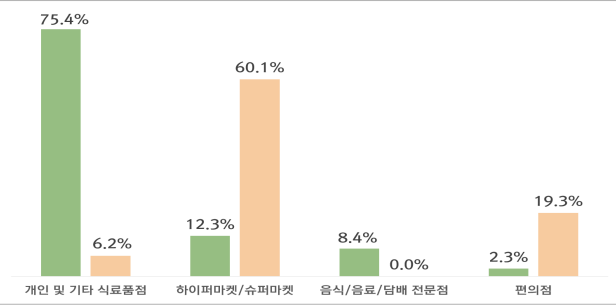
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



아시안마트	• 주요 아시안마트 케이마켓, 오케이마트, 스카이마트 • 케이마켓, 매장 현지화와 함께 빠르게 성장 중
하이퍼마켓/슈퍼마켓	• 주요 매장 쿠팡마트 및 빈마트 • 현대적 유통채널 구조화한 증가 추세
편의점	• 주요 편의점 써클케이, 패밀리마트 등 • 하노이 위치 써클케이 매장, 폴란드산, 미국산 견과류 바 위주 판매

■ 진입장벽

인증	VFA 적합성 인증 필수
라벨링	베트남어 표기 필수. 외국어 병기 시 베트남어보다 작게 표기
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/잔류농약

■ 수입·유통업체 평가

수요	• 아침식사대용식품으로 수요 증가 추세
고객사 인지도	• 고객사의 기타 제품 성분 바탕으로 한 견과류 바, 소비자 수요 긍정적으로 예상
필수 인증서	• 제품 인증서, 위생 및 역학 인증서

■ 요약

Point 01.	• 베트남 스낵 바, 견과류 바 시장규모는 기타 국가 대비 작은 편으로 유로모니터에서도 집계되지 않으나, 최근 식사대용식품 및 다이어트 식품으로의 수요가 급격하게 증가 중임 • 현지산, 유럽국가 수입산 견과류 바 제품 활발하게 판매 중
Point 02.	• 온라인 쇼핑물 ‘스낵 바’ 검색 결과, 원료 키워드 빈도 수는 너트, 현미, 아몬드, 쌀, 땅콩 순임 • 특이 맛 및 성분으로 ‘해초’, ‘닭가슴살’ 빈출하였으며 코코넛 맛, 초콜릿 맛, 버터 맛 인기

II. 시장규모

1. 베트남 달콤한 비스킷, 스낵 바, 과일스낵 시장규모
2. 베트남 과자 시장점유율
3. 베트남 견과류 바 수입규모
4. 한국 견과류 바 수출규모

1. 베트남 달콤한 비스킷, 스낵 바, 과일스낵 시장규모

베트남 국가 일반 정보¹⁾

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

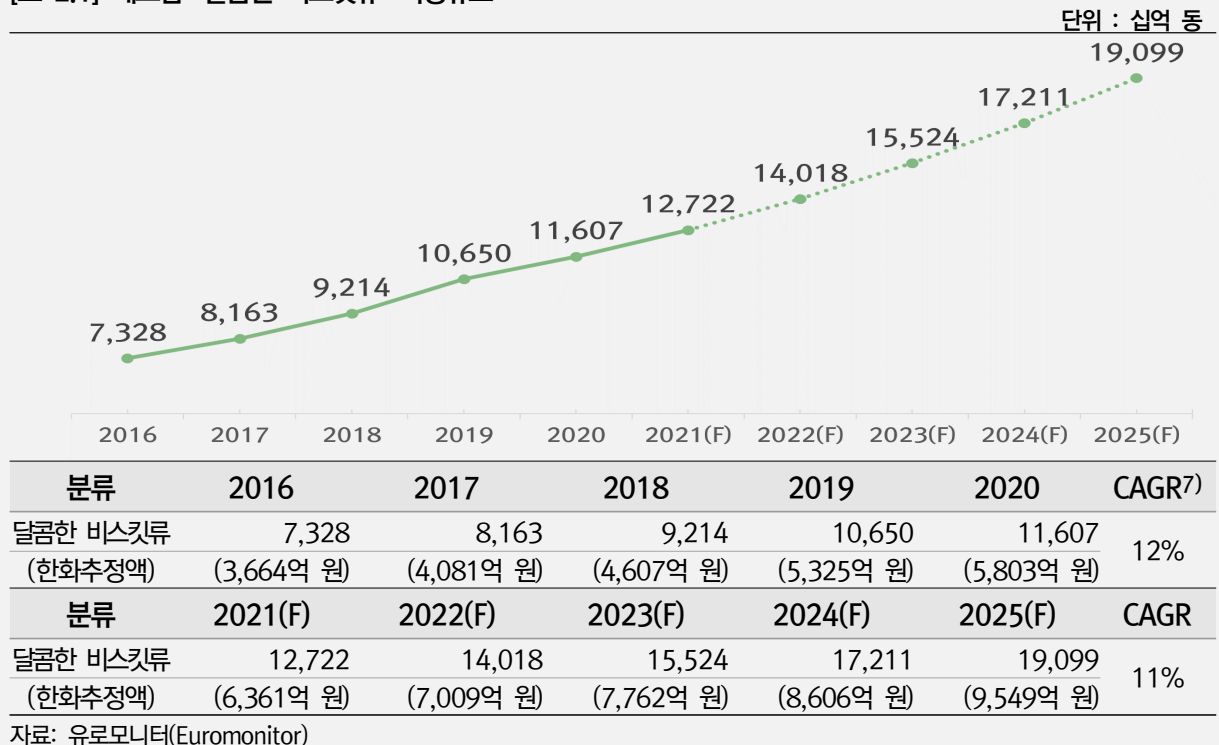
▶ 베트남, ‘달콤한 비스킷, 스낵 바, 과일스낵’ 시장규모 약 5,803억 원

2020년 기준 베트남 ‘달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일스낵’²⁾ 시장규모는 약 5,803억 원으로, 약 1조 2,973억 원을 기록한 한국 ‘달콤한 비스킷류’ 시장의 약 45%에 해당하는 크기임. 베트남 ‘달콤한 비스킷류’ 시장규모는 최근 5년(2016-2020년)간 연평균 12%의 성장률을 기록함³⁾

▶ 베트남 ‘달콤한 비스킷류’ 시장규모, 향후 5년간 11% 성장 예상

베트남 ‘달콤한 비스킷류’ 시장은 향후 5년간 연평균 11%의 성장률을 기록할 것으로 예상됨. 이는 코로나 19의 안정화 전망으로 얼어붙은 소비심리가 점차 회복세로 전환된 결과로 해석됨⁴⁾

[표 2.1] 베트남 ‘달콤한 비스킷류’ 시장규모⁵⁾⁶⁾



1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 유로모니터상 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일스낵(Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks) 카테고리, 편의상 본 보고서에서는 ‘달콤한 비스킷류’로 축약함

3) 조사제품 ‘건과류 바’는 바(Bar) 형태의 스낵에 건과류를 첨가한 제품임. 이에 제품의 종류(스낵)와 주성분(건과류)을 기준으로 ‘과일, 건과류 바’와 상위품목인 ‘스낵 바’를 상위 시장과 해당 시장으로 설정함. 그러나 유로모니터 내 베트남 스낵 바 시장의 규모가 크지 않아 데이터가 집계 불가하여, 상위품목인 ‘달콤한 비스킷류’ 시장의 규모를 조사함

4) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Vietnam」, 2021.07

5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 100동=5.00원(2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 베트남 과자 시장점유율

▶ 베트남 ‘달콤한 비스킷류’, 전체 과자 시장의 25% 차지

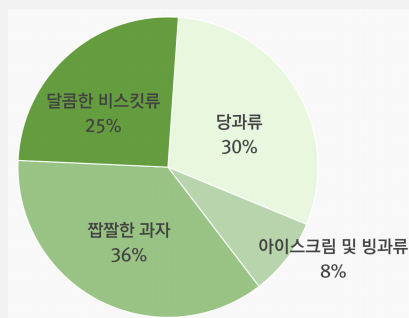
베트남 ‘과자’(약 2조 2,826억 원) 세부 시장과 한국 ‘과자’(약 6조 7,908억 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 베트남 ‘달콤한 비스킷류’는 25%의 점유율로 ‘과자’ 시장 중 3위를 차지함. ‘짭짤한 과자’의 점유율이 36%로 1위를 기록하였고, 이어서 ‘당과류’가 30%의 점유율로 2위를 기록함⁸⁾. 한편 한국 ‘달콤한 비스킷류’는 19%의 점유율로 기록, ‘과자’ 세부 시장 가운데 최하위의 점유를 보임

한편 베트남에서는 행사와 이벤트에서 ‘달콤한 비스킷류’를 주로 제공하였으나, 코로나 19의 확산세로 주 수요처였던 각종 행사들이 취소됨. 이에 반해, 자택격리의 증가로 집에서 보관이 용이한 ‘달콤한 비스킷류’를 찾는 베트남 소비자들이 증가하여 베트남 ‘과자’시장 내 ‘달콤한 비스킷류’가 차지하는 비율은 향후 일정한 수준을 유지할 것으로 전망됨

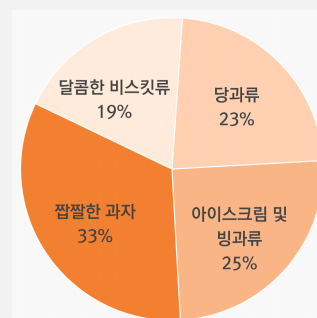
[표 2.2] 2020년 베트남, 한국 ‘과자’ 시장점유율⁹⁾

단위 : 백분율(%)

베트남 과자 세부 시장



한국 과자 세부 시장



분류	과자			
	당과류	아이스크림 및 빙과류	짭짤한 과자	달콤한 비스킷류
베트남	30	8	36	25
한국	23	25	33	19

자료: 유로모니터(Euromonitor)

8) 유로모니터상 베트남 ‘과자’ 시장규모(약 45조 6,520억 동, 약 2조 2,826억 원)와 한국 ‘과자’ 시장규모(약 6조 7,908억 원)의 시장점유율을 나타냄

9) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음

3. 베트남 견과류 바 수입규모

HS CODE 1904.10

조사제품 '견과류 바'는 바 형태의 스낵에 견과류를 첨가한 제품으로, '곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품'으로 규정된 제1904호에 속하며 그중에서 '구운 시리얼 및 시리얼제품'에 해당하는 HS CODE 1904.10을 지표로 선정함

▶ 베트남 HS CODE 1904.10 수입액 최근 5년간 연평균 21% 증가

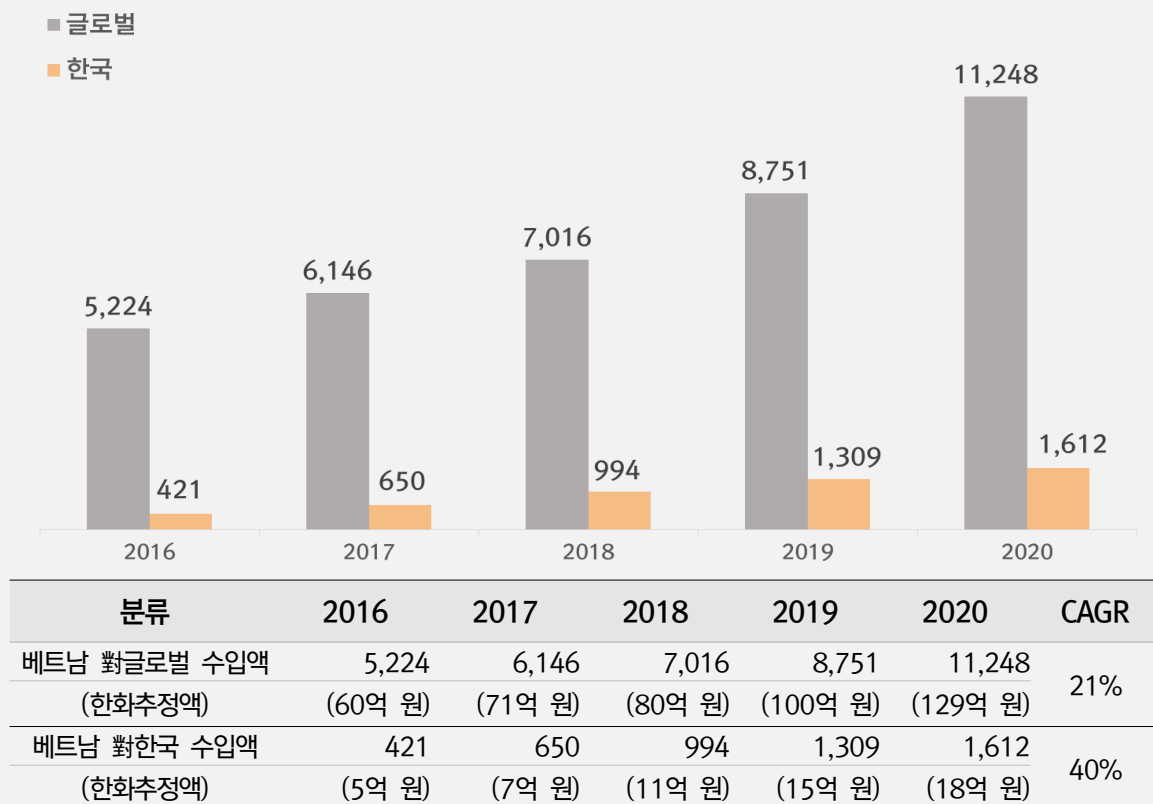
HS CODE 1904.10 품목의 베트남 對글로벌 수입규모는 2020년 기준 약 129억 원을 기록하였으며, 최근 5년(2016-2020년)간 연평균 21%의 높은 성장률을 보임. 수입액 기준 태국(약 41억 원, 32%)으로부터의 수입액이 가장 컸으며, 그 다음으로 일본(약 22억 원, 17%), 말레이시아(약 20억 원, 16%)순으로 이어짐

▶ 베트남 HS CODE 1904.10 수입액 중 한국 점유율 14%로 4위

베트남 HS CODE 1904.10 수입액 중 한국 점유율은 14%(약 18억 원)로, 글로벌 수입액 가운데 4위에 해당함. 특히 2017년 및 2018년 전년 대비 50% 이상의 폭발적인 성장률을 보임. 최근 5년(2016-2020년)간 연평균 성장률 역시 40%의 높은 성장률을 기록함

[표 2.3] 베트남 HS CODE 1904.10 수입규모¹⁰⁾¹¹⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 1904.10 기준

10) 자료: ITC(International Trade Centre)

11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

4. 한국 견과류 바 수출규모

HS CODE 1904.10-9000

조식제품 '견과류 바에 해당하는 HS CODE 1904.10-9000(곡류 조제품(팽창 부은 것/콘 플레이크, 콘 칩, 튀긴 쌀 이외 기타)의 한국 수출로, 베트남 수출규모를 통해 수출 수요를 확인

▶ 한국 HS CODE 1904.10-9000 수출액 약 369억 원

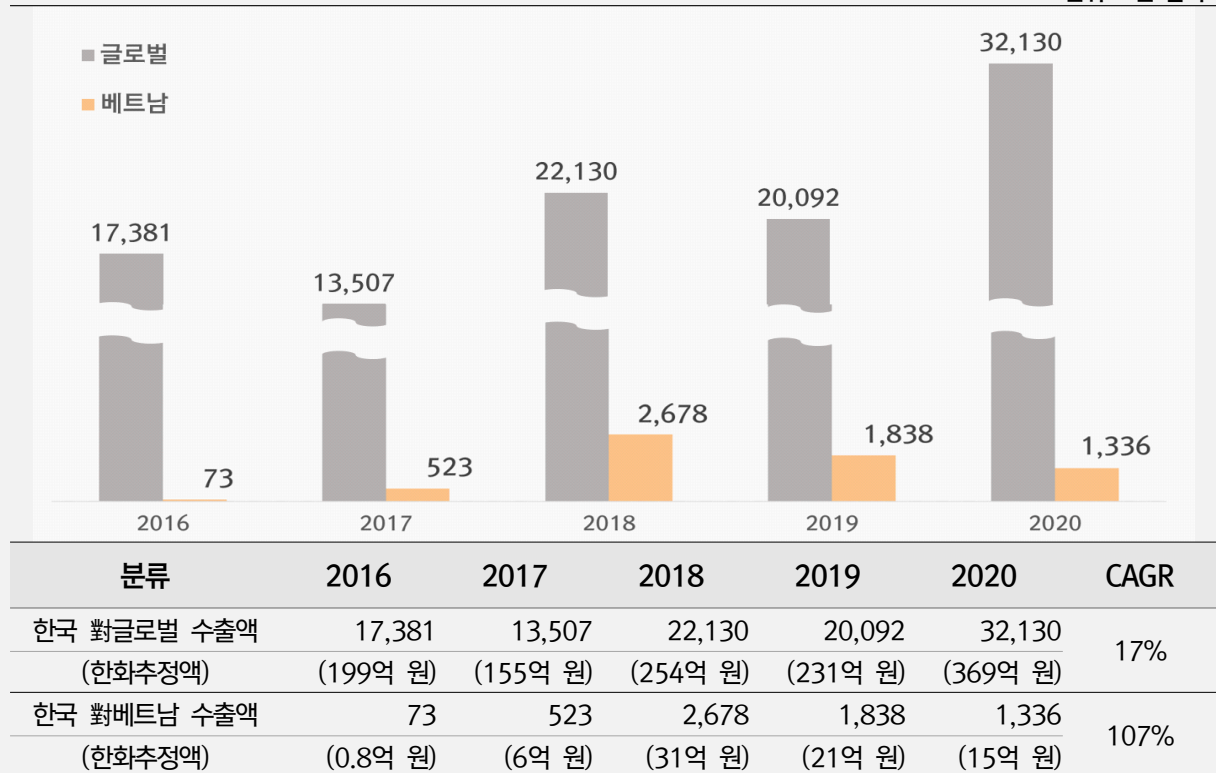
한국 HS CODE 1904.10-9000 품목의 對글로벌 수출규모는 2020년 기준 약 369억 원으로 집계됨. 對베트남 수출액은 약 15억 원으로 전체 수출액의 약 4%를 차지하며 이는 수출액 기준 5위에 해당함. 수출액 기준 상위 3개국은 각각 중국(약 183억 원, 50%), 필리핀(약 47억 원, 13%), 미국(약 39억 원, 11%)이 차지함

▶ 한국 HS CODE 1904.10-9000 최근 5년간 연평균 107% 고속성장

한국 HS CODE 1904.10-9000 품목의 對베트남 수출액은 2017년, 2018년에 각각 전년 대비 621%, 412%의 높은 성장세를 보이다 2019년에 들어서며 전년 대비 31%, 2020년에는 전년 대비 27% 감소하며 성장세가 주춤함. 한편 한국의 對글로벌 견과류 바 수출액은 지난 5년(2016-20년)에 걸쳐 연평균 성장률 17%를 기록함

[표 2.4] 한국 HS CODE 1904.10-9000 수출규모¹²⁾¹³⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 1904.10-9000 기준

12) 자료: ITC(International Trade Centre)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 베트남 스낵 바 주요 원료, 견과·현미·아몬드·쌀
2. 베트남 견과류 바 선도 브랜드, ‘아침식사대용’, ‘다이어트’ 강조
3. 베트남 견과류 바 특이성분, ‘해조류’, ‘닭가슴살 파우더’
4. 한국과 유사하게 ‘다이어트 식품’, ‘식사대용식’으로 홍보
5. 베트남 견과류 바 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 베트남 온라인매장 입점 견과류 바 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 바(thanh)
- 데이터 수집량 : 476건
- 데이터 수집원 : 베트남 쇼피(shopee.vn)

▶ 베트남 온라인매장 입점 견과류 바 제품 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 견과류 바 원료, ② 견과류 바 브랜드,
- ③ 견과류 바 맛 & 성분, ④ 견과류 바 홍보문구

항목	키워드 (국문/현지어)		빈도	키워드 (국문/현지어)		빈도
견과류 바 원료	너트	hạt	1,359	땅콩	phộng	140
	현미	gạo lứt	405	그레놀라	granola	140
	아몬드	hạnh nhân	277	참깨	mè	78
	쌀	cơm	216	캐슈	Điều Đậu	14
견과류 바 브랜드	허브슬림	Herbslim	226	푹언	phúc an	27
	플레이	Play	194	마이반스뷰티	My vans	17
	피토	Fitto	79	칼비	Calbee	11
	바누	Banu	49	지포유	G4you	3
	베이커베이킹	Baker baking	42	(-)	(-)	(-)
견과류 바 맛/성분	해초	rong biển	144	녹차	Trà Xanh	67
	닭(기슴살)	gà	122	채소	rau	47
	코코넛	Dừa	114	민트	bạc hà	19
	초콜릿	Chocolate	113	코코아	Cocoa	4
	버터	bơ	107	블루베리	Blueberry	4
	말린 과일	quả khô	90	(-)	(-)	(-)
견과류 바 특징	에너지	năng	586	지방 감량	giảm mỡ	34
	다이어트	ăn kiêng	307	무설탕	không đường	19
	비타민	Vitamin	271	무첨가제	phụ gia	19
	아침식사	bữa sáng	133	천연	nhiên chất	19

1. 베트남 스낵 바 주요 원료, 견과·현미·아몬드·쌀

▶ 베트남 식습관을 고려한 ‘작은 사이즈’의 견과류 바 다수 입점

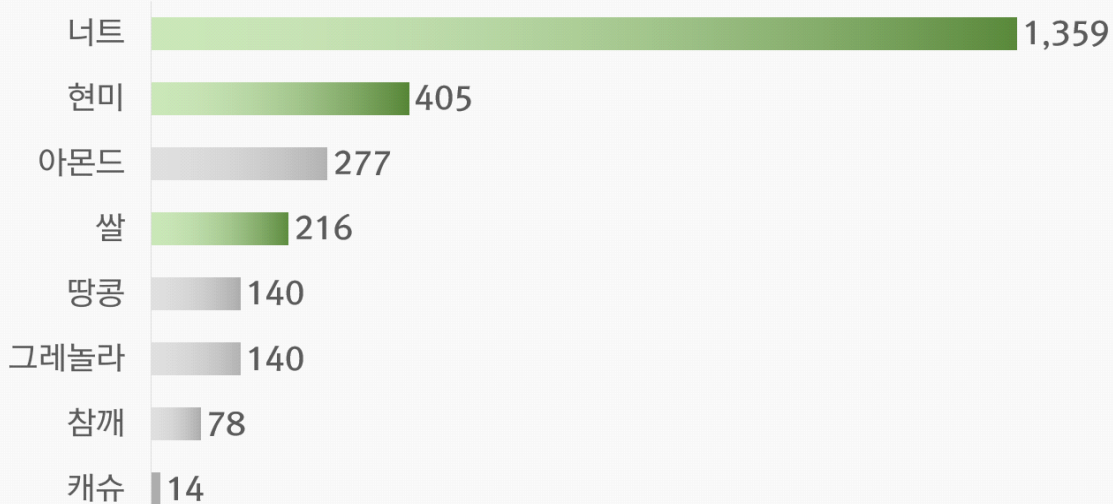
- 1일 음식 섭취량이 높지 않은 베트남,
견과류 바 제품도 ‘작은 사이즈’의 제품이 매장 내 다수 입점

▶ 쌀 수출량 세계 2위 베트남 ‘쌀로 만든 바(Bar)’ 제품 다수 입점

- 세계적인 쌀 생산국가 베트남, 쌀로 만든 바 제품도 인기
- 현미에 대한 높은 영양가를 홍보하는 현지 매체 다수¹⁴⁾

1위 너트		2위 현미		3위 아몬드	
					
제품명	영양너트 바 (Thanh Hạt Dinh Dưỡng Không Đường)	제품명	해초시리얼현미 바 (Mini) (Thanh cơm lứt ngũ cốc Rong Biển)	제품명	아몬드 바 (hạnh nhân thanh)
원료	너트(hạt)	원료	현미(gạo lứt)	원료	아몬드(hạnh nhân)
용량/규격	300g	용량/규격	22g * 5개입	용량/규격	250g
가격 ¹⁵⁾	155,000동(약 7,750원)	가격	123,250동(약 6,163원)	가격	80,000동(약 4,000원)

[표 3.1] 베트남 스낵 바 원료 관련 키워드



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 ‘스낵 바(Bar)’ 476건 분석

14) suckhoedoisong.vn, Thành phần của màng gạo lứt đều là dinh dưỡng chữa bệnh (Phần 1), 2020-05-10

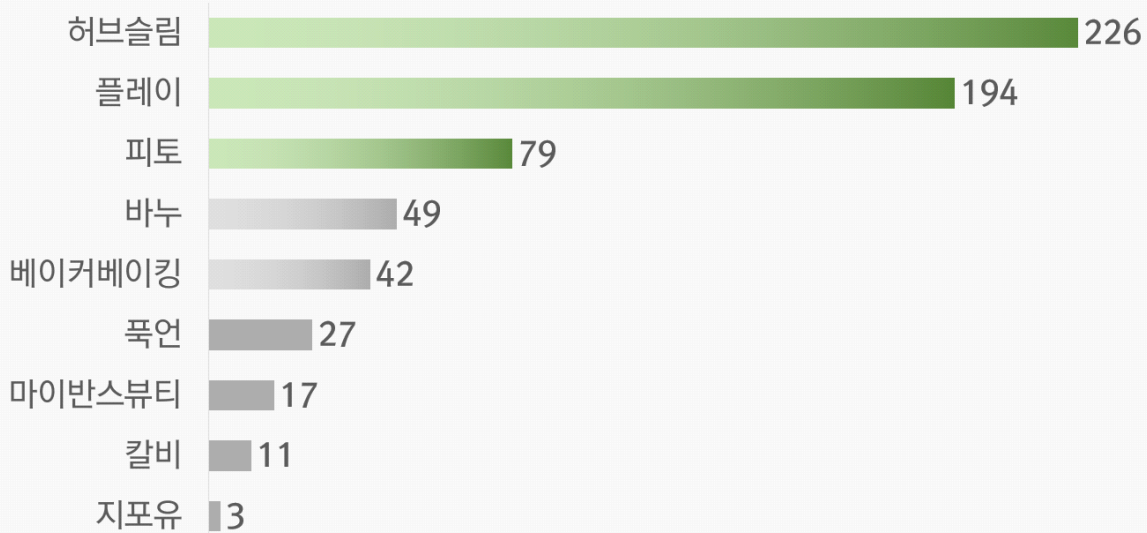
15) 100동=5.00원(2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 베트남 견과류 바 선도 브랜드, ‘아침식사대용’, ‘다이어트’ 강조

- ▶ 허브슬림(Herbslim), 아침식사대용의 ‘견과류 바’ 컨셉
 - 견과류 바 하루 식단 체험 프로그램 운영
 - 아침식사 대용으로의 건강식품 이미지 강조
- ▶ 플레이(Play), 운동 및 다이어트를 위한 ‘단백질 바’로 인기
 - 블루베리, 캐슈넛, 말린살구 등으로 구성된 영양 첨가물 함께 홍보
- ▶ 피토, 코코넛·녹차·초콜릿 다양한 맛으로 시장 경쟁
 - 무방부제, 천연 성분 등의 건강 브랜드 이미지 함께 강조

1위 허브슬림		2위 플레이		3위 피토	
					
제품명	허브슬림 해초시리얼현미 바 (Thanh cơm lứt ngũ cốc Rong Biển)	제품명	플레이 에너지 바 (PLAY Energy BAR)	제품명	피토 초콜릿·코코넛·녹차 (FITTO Vị Socola/Dừa/Trà xanh)
브랜드	허브슬림 (Herbslim)	판매자	플레이 (Play)	브랜드	피토 (Fitto)
용량/규격	10개입	용량/규격	6개입	용량/규격	6개입
가격	290,000동 (약 14,500원)	가격	120,000동 (약 6,000원)	가격	174,000동 (약 8,700원)

[표 3.2] 베트남 스낵 바 브랜드 관련 키워드



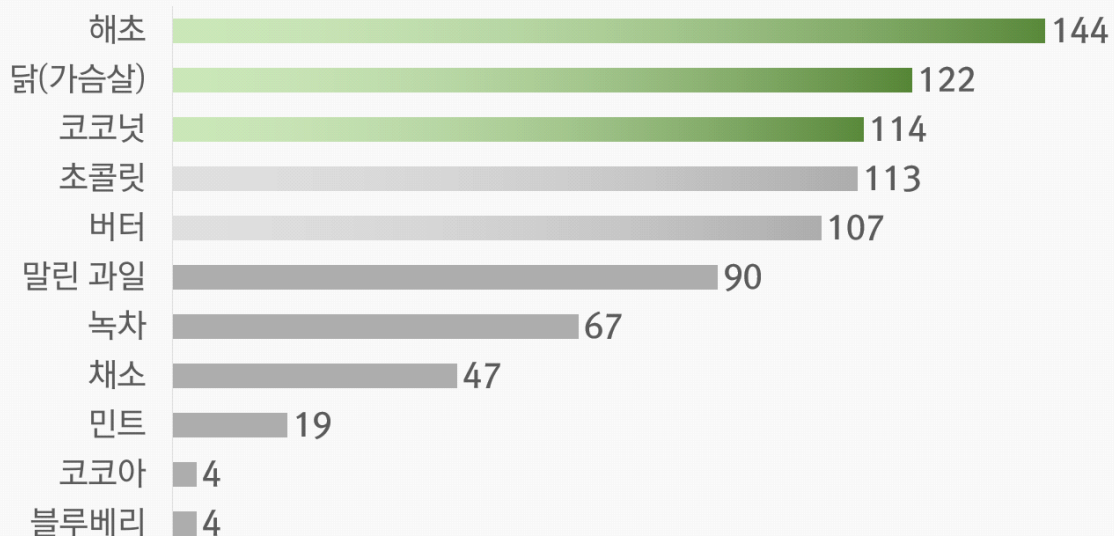
자료: 베트남 온라인쇼핑몰 ‘스낵 바(Bar)’ 476건 분석

3. 베트남 견과류 바 특이성분, ‘해조류’, ‘닭가슴살 파우더’

- ▶ **해조류, 견과류, 현미를 한데 묶은 영양바 판매 컨셉**
 - 베트남 현지 ‘김’에 대한 소비 인지도 확대
 - 견과류, 현미 등과 묶여 영양바 성분으로 함유되는 해조류
- ▶ **닭가슴살 파우더를 함유한 다이어트 영양바**
 - 다이어트 여성을 겨냥하여 ‘닭가슴살 파우더를 함유한 영양바’ 판매
- ▶ **코코넛, 초콜릿, 버터, 과일 등의 ‘맛/성분’ 키워드 다빈출**
 - 코코넛(114건), 초콜릿(113건), 버터(107건), 말린 과일(90건) 등

1위 해초		2위 닭		3위 코코넛	
					
제품명	허브슬림 해초시리얼현미 바 (Thanh cơm lứt ngũ cốc Rong Biển)	제품명	베이커베이킹 영양 바 (Thanh dinh dưỡng Baker Baking)	제품명	피토 코코넛 비긴 (Fitto Dừa Begin)
맛/성분	해초 (rong biển)	맛/성분	닭가슴살 파우더 (gà)	맛/성분	코코넛(Dừa)
용량/규격	10개입	용량/규격	6개입	용량/규격	6개입
가격	290,000동 (약 14,500원)	가격	210,000동 (약 10,500원)	가격	174,000동 (약 8,700원)

[표 3.3] 베트남 스낵 바 맛 & 성분 관련 키워드



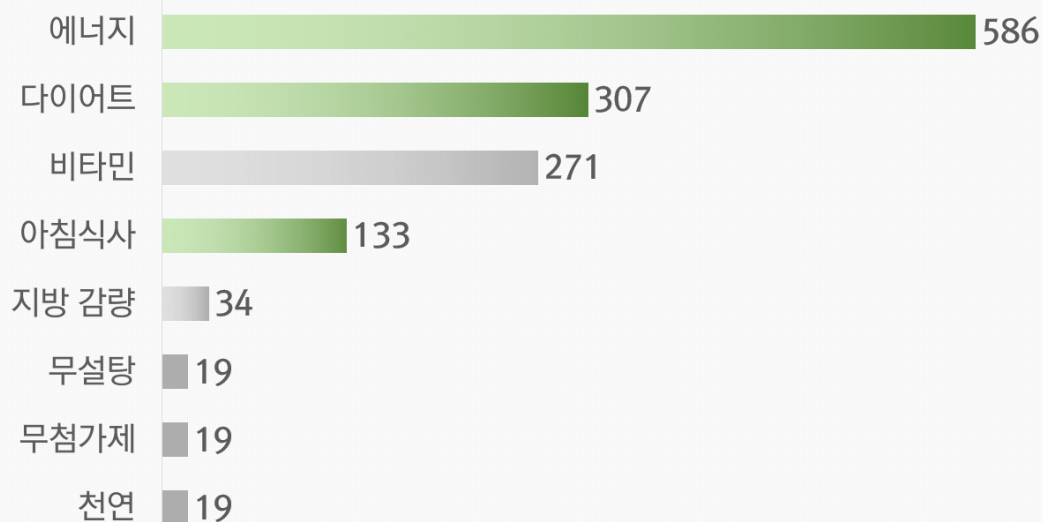
자료: 베트남 온라인쇼핑몰 ‘스낵 바(Bar)’ 476건 분석

4. 한국과 유사하게 ‘다이어트 식품’, ‘식사대용식’으로 홍보

- ▶ 견과류 바를 대표하는 가장 일반적인 키워드 ‘에너지’
 - 베트남 내 견과류 바 특징 관련 키워드 1위는 에너지(586건)
- ▶ 체중 감량을 위해 섭취되는 다이어트 식품으로도 주로 홍보
 - 남성보다는 주로 여성을 타깃한 체중 감량 식품으로 출시
- ▶ 가족 단위 소비층을 겨냥한 아침식사대용식으로 판매
 - 1인 가구보다는 ‘가족/아이’를 겨냥한 아침대용식으로 출시

1위 에너지		2위 다이어트		4위 아침식사	
					
제품명	폭언 에너지 바 (Thanh Năng Lượng Phúc An)	제품명	베이커베이킹 영양 바 (Thanh dinh dưỡng)	제품명	피토 편리한 아침식사 (Bữa Sáng Tiện Lợi Cho)
홍보문구	에너지 (năng)	홍보문구	다이어트 (ăn kiêng)	홍보문구	아침식사 (Bữa Sáng)
용량/규격	22g * 5개입	용량/규격	35g * 6개입	용량/규격	6개입
가격	75,000동 (약 3,750원)	가격	39,000동 (약 1,950원)	가격	184,000동 (약 9,200원)

[표 3.4] 베트남 스낵 바 홍보문구 관련 키워드



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 ‘스낵 바(Bar)’ 476건 분석

5. 베트남 견과류 바 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 작은 사이즈의 견과류 바 컨셉

- 25g 이하의 小 사이즈 제품 다 출시
- 25g 이하(25g, 22g, 20g, 17g, 15g 등) 결합 키워드 발생

▶ 컨셉 ② _ 다이어트에 효과적인 현미바 컨셉

- 한국에서도 유명한 현미의 다이어트 효능 등을 강조
- 다이어트 및 현미 결합 키워드 발생

▶ 컨셉 ③ _ 한국산 해조류와 현미를 강조한 컨셉

- 베트남에서도 인지도가 높아진 한국산 해조류 및 현미 성분 강조
- 현미 및 해조류 결합 키워드 발생

▶ 컨셉 ④ _ 가족 및 아이를 위한 견과류 바 컨셉

- 가족과 아이를 겨냥한 아침식사대용식으로 홍보
- 아침식사 및 육아 결합 키워드 발생

제품 키워드	특징 키워드(1)	특징 키워드(2)	★결합 키워드 발생량	제품 컨셉
견과류바 (Thanh)	25g 이하 중량	(-)	75건	[25g 이하 중량] 작은 사이즈의 견과류바 컨셉
견과류바 (Thanh)	다이어트 (gạo lứt)	현미 (gạo lứt)	63건	[다이어트 & 현미] 다이어트에 효과적인 현미바 컨셉
견과류바 (Thanh)	현미 (gạo lứt)	해조류 (rong biển)	27건	[해조류 & 현미] 한국산 해조류와 현미를 강조한 컨셉
견과류바 (Thanh)	아침식사 (bữa sáng)	육아 (đưỡng)	17건	[아침식사 & 육아] 가족 및 아이를 위한 견과류바 컨셉

★ 결합 키워드 발생량 : 제품/맛/성분/특징 키워드가 동시 출현한 제품 등록수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 베트남 견과류 바 유통채널 비교
2. 베트남 견과류 바 유통채널 특징

1. 베트남 견과류 바 유통채널 비교

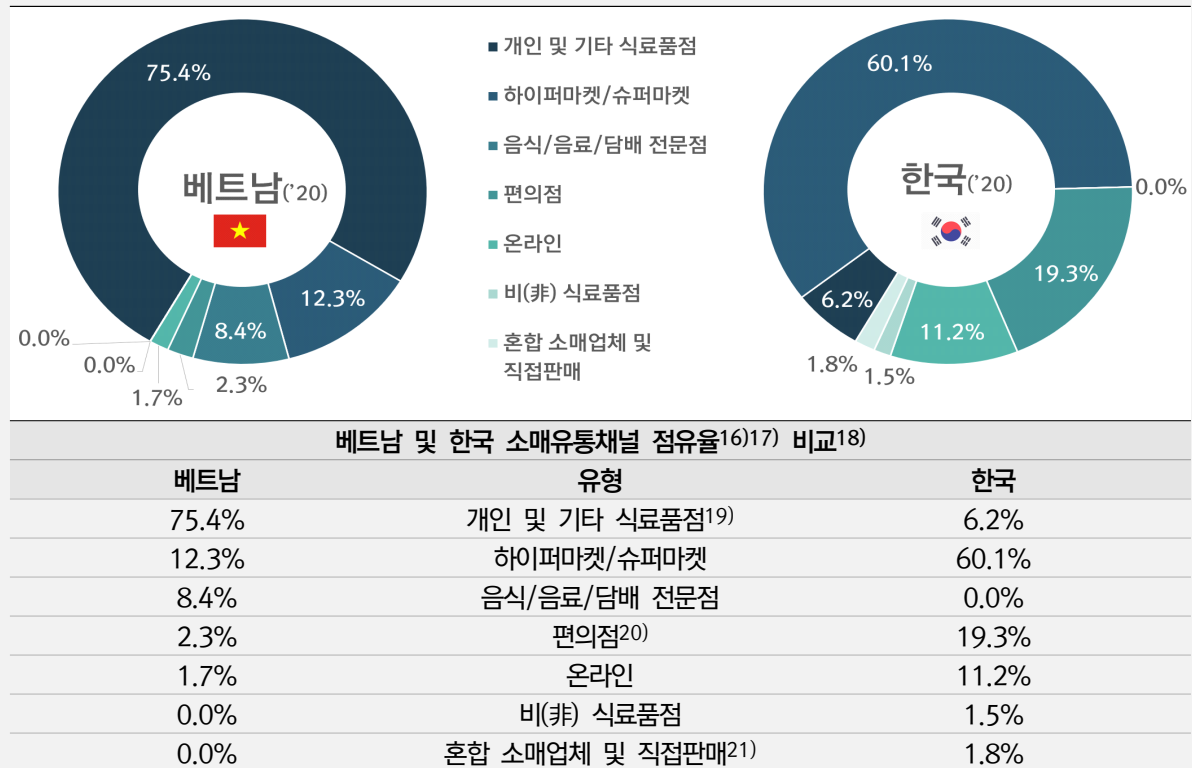
▶ 베트남 ‘개인 및 기타 식료품점’과 ‘음식/음료/담배 전문점’ 점유율 한국보다 높아

2020년 베트남 견과류 바 유통채널 중 ‘개인 및 기타 식료품점’의 점유율은 75.4%로 한국의 6.2%보다 높은 것으로 나타남. 음식/음료/담배 전문점 유통채널 점유율 또한 8.4%로 한국과 상이함. ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’과 ‘편의점’ 점유율은 각각 베트남이 12.3%, 2.3%로 한국의 60.1%, 19.3% 대비 낮은 것으로 나타남. 전반적으로 한국 대비 전통적 유통채널이 발달, 현대적 유통채널은 발전단계인 것으로 확인됨

▶ 베트남 견과류 바 온라인 시장, 아직 발전 단계

베트남 견과류 바 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 1.7%로 한국 온라인 채널 점유율인 11.2% 대비 낮아 아직 온라인 소비시장이 발전단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 베트남 견과류 바 소매유통채널 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

16) 2020년 기준, 베트남 및 한국 ‘달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일스낵(Sweet biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks)’의 소매유통채널 점유율임

17) ‘견과류 바’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일스낵(Sweet biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks)’의 정보를 확인함

18) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음

19) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트와 재래시장을 포괄함

20) 본 보고서에서 편의점은 주유소매점을 포괄함

21) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 베트남 견과류 바 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

CRC 하이퍼마켓 브랜드, 빅씨



사진자료:베트남
인베스트먼트리뷰

▶ 베트남 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 쿵마트 및 빈마트

베트남 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체 사이공유니온(Saigon Union)은 2020년 베트남 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액인 106조 3,350억 동(약 5조 3,168억 원²²⁾)의 34.6%를 점유했으며, 산하에 쿵마트(Co.op Mart)와 쿵푸드(Co.op Food) 등의 브랜드를 보유하고 있음. 마산(Masan)은 2020년 전체 매출액의 18.7%를 점유했으며, 산하에 빈마트(Vinmart) 브랜드를 두고 있음

▶ 베트남 주요 하이퍼마켓 기업 CRC, 11억 달러 수준 투자 예고²³⁾

베트남 내 빅씨, 빅씨슈퍼스 등 주요 하이퍼마켓 매장들을 보유하고 있는 기업 센트럴리테일코퍼레이션(CRC)이 관련 사업에 약 11억 달러(약 1조 2,621억 원²⁴⁾) 규모의 투자를 향후 5년간 감행하겠다고 밝힘. 투자의 주요 내용으로는 베트남 내 오프라인 매장 수와 온라인 몰 확장, 그리고 매장과 연결된 배달 어플리케이션 구축 등이 있음. 베트남 내 식료품 현대 유통채널의 꾸준한 증가세와 베트남 핀테크 인프라 구축 활성화 조짐 등이 해당 투자 결정에 배경이 된 것으로 예상됨

[표 4.2] 베트남 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) ²⁵⁾	산하 주요 브랜드
1	사이공유니온(Saigon Union)	34.6%	쿵마트(Co.op Mart), 쿵푸드(Co.op Food)
2	마산(Masan)	18.7%	빈마트(Vinmart)
3	센트럴리테일코퍼레이션 (CRC, Central Retail Corporation)	18.2%	빅씨(Big C), 빅씨슈퍼스(Big C Shoppers)
4	모바일월드JSC (Mobile World JSC)	12.6%	박화썬(Bach Hoa Xanh)
5	롯데그룹(Lotte Group)	5.9%	롯데마트(Lotte Mart)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

22) 100동=5.00원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

23) 베트남인베스트먼트리뷰(Vietnam Investment Review), 「\$1.1 billion going to pour into vietnams retail market」, 2021.04

24) 1달러=1,147.40원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

25) 베트남 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 편의점

베트남 편의점 배달서비스 그랩푸드



사진자료: 베트남익스프레스

▶ 베트남 주요 편의점 업체, 레드씨클 및 패밀리

베트남 주요 편의점 업체 레드씨클(Red Circle)은 2020년 베트남 편의점 전체 매출액 8조 1,560억 동(약 4,078억 원)의 44.4%를 점유했으며, 산하에 씨클케이(Circle K) 1개 브랜드를 보유함. 패밀리(Family)는 2020년 전체 매출액의 16.7%를 점유했으며 패밀리마트(Familymart) 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 코로나19 이후 베트남 편의점 산업 성장 둔화, 주요 편의점 업체 배달 어플리케이션에 주력²⁶⁾

코로나19 여파로 베트남 주요 편의점 산업의 성장이 둔화세를 보이는 것으로 나타남. 2020년 이전까지 편의점 주요 업체들의 매장 수가 급증한 반면, 2020년 편의점 매장 증가 수는 이전 평균치에 크게 못 미침. 이에 미니스톱, 씨클케이 등 주요 편의점 업체들은 그랩푸드(Grab Food), 나우(Now)와 같은 음식배달 서비스 어플리케이션의 입지를 넓히고 즉석식품 카테고리 개발에 주력 중인 것으로 나타남

[표 4.3] 베트남 주요 편의점 업체

순번	기업명	편의점 매출액 점유('20) ²⁷⁾	산하 주요 브랜드
1	레드씨클(Red Circle)	44.4%	씨클케이(Circle K)
2	패밀리(Family)	16.7%	패밀리마트(Familymart)
3	미니스톱베트남(Ministop Vietnam)	13.2%	미니스톱(Ministop)
4	푸타이그룹(Phu Thai Group)	10.9%	비스마트(B's Mart)
3	세븐시스템베트남 (Seven System Vietnam)	7.2%	세븐일레븐(7-Eleven)

자료: 기업 홈페이지

26) 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Vietnam Country Report」, 2021.02

27) 베트남 편의점 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 아시안마트

베트남 케이마켓 매장 전경



사진자료: 연합뉴스

▶ 베트남 주요 아시안마트, 케이마켓 및 오케이마트

베트남 주요 아시안마트 업체로는 케이마켓(K-Market), 오케이마트(OK-mart), 스카이마트(Sky mart) 등이 있음. 케이마켓은 베트남 전역에 약 100개의 점포를 운영 중인 ‘현지인 타겟형’ 매장임. 오케이마트는 베트남 남부지역에 12개의 점포를 운영하고 있으며, 한국제품 약 70%의 유통판매를 담당하고 있는 것으로 나타남

▶ 베트남 한국식품 매장 ‘케이마켓’ 급성장, 매장 확산 중²⁸⁾

2020년 코로나19 여파와 더불어 베트남 유입 관광객과 한국 교민이 줄었음에도 불구하고 베트남 주요 아시안마트인 케이마트는 30개 이상의 매장 개설을 확정하는 등 빠른 속도로 성장하며 매장을 확산하고 있음을 전함. 이러한 성장의 배경에는 매장의 현지화가 있는 것으로 나타났으며, 케이마켓은 수입산 제품과 베트남 현지산 제품의 비율을 1:1로 유지하며 베트남 현지인들을 끌어들이고 있는 것으로 나타남

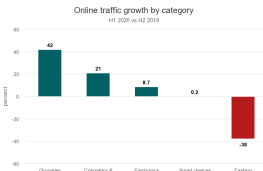
[표 4.4] 베트남 주요 아시안마트

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

자료: 유로모니터(Euromonitor)

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

4) 온라인

베트남 품목별 온라인시장
상승률('20)

사진자료: 바이엔익스프레스

▶ 베트남 주요 온라인 유통채널, 비에텔 및 티키

2020년 베트남 주요 온라인 유통채널은 비에텔(Viettel), 티키(Tiki) 등이 있음. 비에텔은 2020년 베트남 온라인 전체 매출액인 75조 6,970억 동(약 3조 7,849억 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,
식료품 분야 성장률은 1위로 나타나²⁹⁾

2020년 상반기 베트남 온라인 시장의 주문 당 평균 금액은 34만 동(약 1만 7,000원)으로 전년 동기 대비 31% 증가함. 식료품 부문 온라인 트래픽 또한 2020년 상반기 전년 대비 42% 성장하며 분야별 1위를 차지했으며, 이어 의류 및 화장품 부문이 21%의 성장률로 2위를 차지함. 코로나19 여파로 인한 베트남의 사회적 거리두기와 이에 형성된 새로운 소비 습관이 베트남 온라인 시장의 장기적인 성장세로 이어질 것으로 전망됨

[표 4.5] 베트남 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ³⁰⁾	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)

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

30) 베트남 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

5) 기타

▶ 베트남 식료품 현대 유통채널 성장세, 전통 유통채널 앞서

2020년 베트남 현대 식료품 유통채널 시장 규모는 114조 5,100억 동으로, 1,076조 8,080억 동 규모의 전통적 유통채널의 약 10% 규모임. 그러나 2016~20년 현대 식료품 유통채널 시장규모의 연평균성장률은 11% 수준으로 전통적 유통채널의 5% 대비 두 배 이상의 성장률을 보임. 향후 5년간 연평균성장률 예상치 또한 현대 식료품 유통채널은 10%인 반면, 전통적 유통채널은 6%에 머무를 것으로 나타남. 젊은 연령층을 중심으로 전자자급의 사용률이 증가하는 등 베트남 내 디지털화가 지속되면서 현대적 유통채널의 중요성이 더욱 높아질 것으로 예상됨

[표 4.6] 베트남 식료품 현대, 전통적 유통채널 규모 및 증가세 비교

단위 : 십억 동

베트남 현대적 유통채널						
분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR ³¹⁾
식료품 시장규모	74,952 (3.7조 원)	85,378 (4.2조 원)	89,173 (4.4조 원)	106,633 (5.3조 원)	114,510 (5.7조 원)	11%
YoY ³²⁾	11%	12%	4%	16%	7%	
분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
식료품 시장규모	124,056 (6.2조 원)	137,586 (6.8조 원)	151,624 (7.5조 원)	165,948 (8.2조 원)	180,283 (9조 원)	10%
YoY	8%	10%	9%	9%	8%	
베트남 전통적 유통채널						
분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
식료품 시장규모	887,875 (44.4조 원)	934,803 (46.7조 원)	986,218 (49.3조 원)	1,043,418 (52.1조 원)	1,076,808 (53.8조 원)	5%
YoY	5%	5%	6%	6%	32%	
분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
식료품 시장규모	1,138,186 (56.9조 원)	1,203,938 (60.2조 원)	1,273,229 (63.7조 원)	1,344,083 (67.2조 원)	1,416,048 (70.8조 원)	6%
YoY	6%	6%	6%	6%	5%	

자료: 유로모니터(Euromonitor)

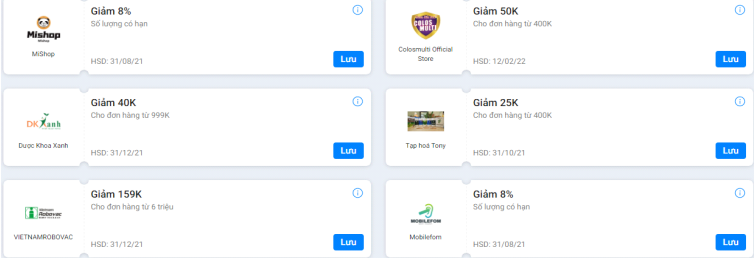
31) 연평균성장률

32) 전년 동기대비 증감률

V. 온·오프라인 유통채널

1. 베트남 견과류 바 주요 온라인 유통채널
2. 베트남 견과류 바 주요 오프라인 유통채널

1. 베트남 견과류 바 주요 온라인 유통채널 ① 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 4,179억 원) ³³⁾
		운영방식	온라인마켓
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	365비긴(365 Begin), 하디(Hardy)
		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	- 홈페이지에서 직접 문의 - 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 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 - 이메일: partnersupport@tiki.vn - 전화: +84-1900-6034	

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

사진 자료: 티키(Tiki)

33) 100동=5.00원 (2021.08.01., 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: 티키(Tiki)

사진 자료: 티키(Tiki)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	견과류 바	365비긴 (365 Begin)	피토그린티바 (FITTO Green Tea Bar)	베트남	15만 9,000동 (약 7,950원)	35g * 6개입	
2	견과류 바	365비긴 (365 Begin)	슈퍼핏초콜릿 (SUPERFIT Chocolate)	베트남	19만 1,000동 (약 9,550원)	45g * 6개입	
3	견과류 바	365비긴 (365 Begin)	피토초콜릿바 (FITTO Chocolate Bar)	베트남	15만 9,000동 (약 7,950원)	35g * 6개입	
4	견과류 바	365비긴 (365 Begin)	바누애플시나몬에너지바 (Banu Apple Cinnamon Energy Bar)	베트남	5만 동 (약 2,500원)	50g	
5	견과류 바	365비긴 (365 Begin)	슈퍼핏만다린 (SUPERFIT Mandarine)	베트남	27만 동 (약 1만 3,500원)	45g * 6개입	
6	견과류 바	365비긴 (365 Begin)	슈퍼핏펌킨 (SUPERFIT Pumpkin)	베트남	27만 동 (약 1만 3,500원)	45g * 6개입	
7	견과류 바	하디 (Hardy)	하디그래놀라바 (Hardy Granola Bar)	베트남	30만 동 (약 1만 5,000원)	60g * 5개입	

자료: 티키(Tiki)

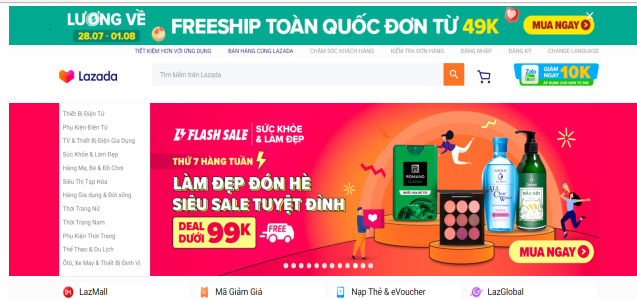
사진 자료: 티키(Tiki)

34) 조사일(2021.09.14.) 기준 티키 견과류 바 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

② 라자다 베트남

기업 기본 정보	기업명	라자다 베트남(Lazada Vietnam)	
	홈페이지	www.lazada.vn	
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	개요	방문자수(최근 1개월)	1,400만 회
		앱다운로드수('20)	930만 회
매출('20)		약 338억 달러(약 38조 7,821억 원 ³⁵⁾)	
	운영방식	온라인마켓	

매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	허브슬림(Herb Slim), 탐푸드(Tom Foods)
		해외 판매	일부 국가로의 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보	
	인기상품 최대 50% 할인, 베트남 전국 무료 배송, 골든아워 플래시 세일 등 프로모션 상시 진행

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지 통해 직접 등록 - 영어로 언어 변경 - 홈페이지 상단 ‘Sell On Lazada’ 클릭 후 ‘LAZGLOBAL’ 선택하여 계정 생성 후 입점 문의 진행 - 입점 절차는 계정 생성, 제품 등록, 제품관리 포탈 가입으로 진행됨 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일, 은행 계좌번호 등) ② 공급 제품 정보 (물류창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
-------------	---------------------	---

자료: 라자다 베트남(Lazada Vietnam), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 라자다 베트남(Lazada Vietnam)

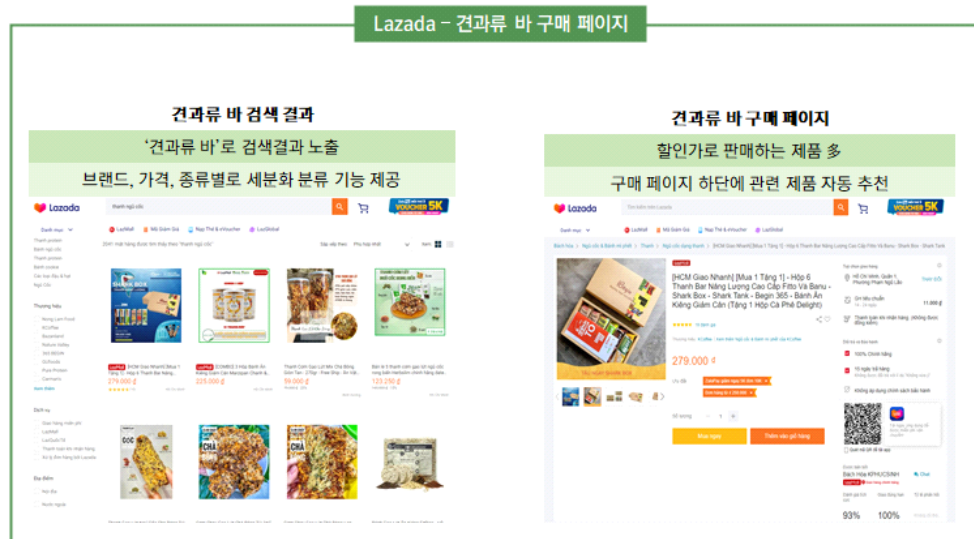
35) 1달러=1,147.40원(2021.08.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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: 라자다 베트남(Lazada Vietnam)

사진 자료: 라자다 베트남(Lazada Vietnam)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁶⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	견과류 바	샤크탱크비엠텐 (Shark Tank Vietnam)	샤크박스 (Shark Box)	베트남	27만 9,000동 (약 1만 3,950원)	50g * 6개입	
2	견과류 바	허브슬림 (HerbSlim)	타인컴룻응우꼭 (Thanh Com Lut Ngu Coc)	베트남	24만 7,000동 (약 1만 2,350원)	22g * 10개입	
3	견과류 바	네이처밸리 (Nature Valley)	오츠앤허니 (Oats'n Honey)	미국	12만 3,000동 (약 6,150원)	42g * 12개입	
4	견과류 바	탐푸드 (Tom Foods)	타인햇안끼엥 안짜이 동협 (Thanh Hat An Kieng An Chay Tong Hop)	베트남	22만 5,000동 (약 1만 1,250원)	350g	
5	견과류 바	비스코티 (Biscotti)	바인잠칸 (Banh Giam Can)	베트남	4만 4,167동 (약 2,208원)	50g	
6	견과류 바	탐푸드 (Tom Foods)	타인햇안끼엥 안짜이 동협 (Thanh Hat An Kieng An Chay Tong Hop)	베트남	23만 동 (약 1만 1,500원)	50g * 10개입	
7	견과류 바	허브슬림 (HerbSlim)	타인컴룻응우꼭 (Thanh Com Lut Ngu Coc)	베트남	29만 동 (약 1만 4,500원)	22g * 10개입	

자료: 라자다 베트남(Lazada Vietnam)

사진 자료: 라자다 베트남(Lazada Vietnam)

36) 조사일(2021.09.14.) 기준 라자다 베트남 견과류 바 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

2. 베트남 견과류 바 주요 오프라인 유통채널 ① 씨클케이

기업 기본 정보	기업명	씨클케이(Circle K)			
	기업구분	편의점			
	홈페이지	www.circlek.com.vn			
	위치	호치민(Ho Chi Minh City)			
	규모	매출액('20)	3조 6,212억 동(약 1,811억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('20): 약 344개		
기업 요약	• 2008년 베트남 진출 • 베트남, 중국, 필리핀 등 14개국에서 라이선스 매장 운영 • 베트남 최초의 외국계 편의점 체인점				
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성	직업	학생·직장인·주부
		연령대	20~40대	소득수준	중산층

방문매장 정보	영업시간	00:00~00:00		
	주소	Đức Thúc, 33-35 Ngõ Quan Thổ 1, Phường Tôn, Đống Đa, Hà Nội 11511		
	상권	역 근처에 위치하여 유동인구가 매우 많음		
	VMD	취급 브랜드	시리얼파트너스폴란드(Cereal Partners Poland), 네슬레말레이시아(Nestle Malaysia)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
매장 전경				

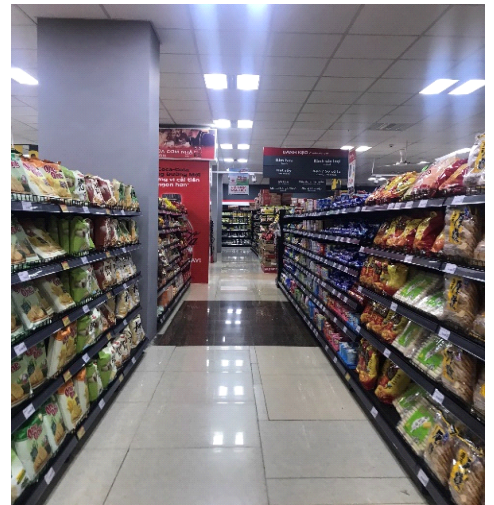
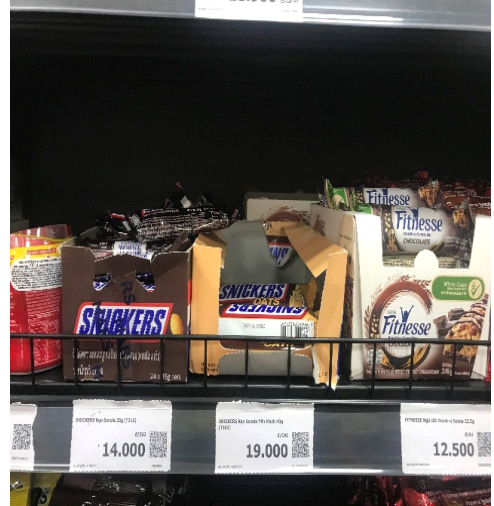
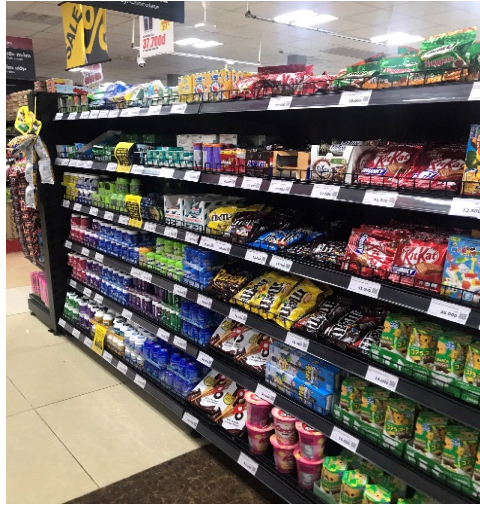
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지 통한 문의 - 홈페이지 상단 Contact Us 클릭 - Write to Us! 란에 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 이메일 주소, 첨부파일 등 • 문의사항 연락처 - 이메일: info@circlek.com.vn - 전화번호: +84-28-3620-9017
-------------	---------------------	--

자료: 씨클케이(Circle K)

사진 자료: 씨클케이(Circle K) 현지매장 방문조사

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



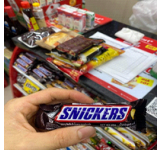
매대 형식은 바(Bar)형태의 스낵들을 카테고리 별로 구분하여 진열하고 있음. 피트니스용 건과류를 비롯해 일반 초코건과류 바가 존재하며, 폴란드 브랜드인 시리얼파트너스폴란드와 미국 브랜드 마스푸드의 스니커즈 제품들이 주를 이룸

써클케이 판매 직원 인터뷰

Q1. 가장 잘 팔리는 제품은?	시리얼파트너스폴란드의 피트니스 건과류 바들이 가장 잘 팔린다
Q2. 주요 소비 고객은?	10-14세 사이 청소년들이 건과류 바의 주요 고객이다
Q3. 할인 행사나 프로모션은 있나?	현재 할인이나 프로모션은 진행하고 있지 않다

자료: 써클케이(Circle K) 현지매장 방문조사

사진 자료: 써클케이(Circle K) 현지매장 방문조사

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	견과류 바	시리얼파트너스 폴란드 (Cereal Partners Poland)	응우꼭안상밀로 (Ngu coc an sang Milo)	폴란드	1만 2,000동 (약 600원)	23.5g	
2	견과류 바	시리얼파트너스 폴란드 (Cereal Partners Poland)	응우꼭안끼엥 소꼬라 쭈오이 (Ngu Coc An Kieng So-co-la Chuoi)	폴란드	1만 3,000동 (약 650원)	23.5g	
3	견과류 바	시리얼파트너스 폴란드 (Cereal Partners Poland)	응우꼭안끼엥안상 소꼬라 (Ngu Coc An Kieng An Sang So-co-la)	폴란드	1만 3,000동 (약 650원)	23.5g	
4	견과류 바	네슬레말레이시아 (Nestle Malaysia)	네슬레초코바 (Nestle Choco Bar)	말레이시아	1만 2,000동 (약 600원)	30g	
5	견과류 바	시리얼파트너스 폴란드 (Cereal Partners Poland)	타인응우꼭안상 코코크런치 (Thanh Ngu Coc An Sang Koko Krunch)	폴란드	1만 4,000동 (약 700원)	25g	
6	견과류 바	마스푸드 (Mars Foods Co., Ltd.)	타인소꼬라 스니커즈피넛 (Thanh So-co-la Snickers Peanut)	미국	1만 4,000동 (약 700원)	35g	
7	견과류 바	마스푸드 (Mars Foods Co., Ltd.)	타인스니커즈 소꼬라옌막 (Thanh Snickers So-co-la Yen Mac)	미국	1만 9,000동 (약 950원)	40g	
8	견과류 바	리터스포츠 (Ritter sport)	리터스포츠타크홀 해이즐넛 (Ritter Sport Dark Whole Hazelnuts)	독일	6만 동 (약 3,000원)	100g	

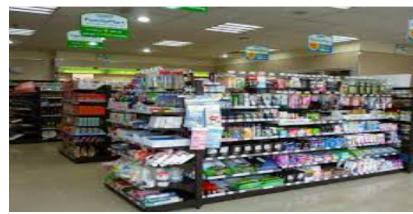
자료: 씨클케이(Circle K) 현지매장 방문조사

사진 자료: 씨클케이(Circle K) 현지매장 방문조사

② 패밀리마트

기업 기본 정보	기업명	패밀리마트(Familymart)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.famima.vn		
	위치	하노이(Hanoi)		
	규모	매출액('20)	1조 3,620억 동(약 681억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('20): 약 149개	
기업 요약	• 일본에서 1973년 설립된 편의점 체인 • 2009년 베트남 진출 • 홈페이지 통해 제품 프로모션 정보 및 카탈로그 제공			



매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 병과류, 유제품, 스낵류, 캔디류, 음료류, 주류, 차, 욕실용품 등	
	선호 제품	• 소포장단위 제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지 통한 문의 - 홈페이지 상단 Contact 클릭 - Message에 정보 기입 후 제출 • 홈페이지 기입 정보: 담당자명, 이메일 주소 등 • 문의사항 연락처 - 이메일: info@famima.vn - 전화번호: +84-8-3930-5180
-------------	---------------------	---

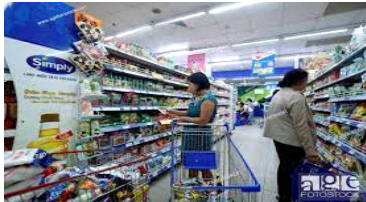
자료: 패밀리마트(Familymart)

사진 자료: 패밀리마트(Familymart)

③ 쿠팡마트

기업 기본 정보	기업명	쿠팡마트(Co.op Mart)	
	기업구분	하이퍼/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.co-opmart.com.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh City)	
	규모	매출액('20)	약 28억 1,200만 달러(약 3조 2,265억 원)
기타 규모		• 매장 수('19): 약 400개 ³⁷⁾	
기업 요약	• 베트남 국영자본으로 운영되는 협동조합 형태의 소매점 • 베트남 내 1위 소매 유통기업 • 오프라인 외 온라인 플랫폼(Coopmart.vn) 보유 • 2013년 하이퍼마켓 ‘쿠팡엑스트라플러스(Co.opXtraplus)’ 설립		



방문매장 정보	입점가능품목	• 신선식품, 냉동식품, 주류, 음료류, 유제품, 일반 생활용품, 가전제품 등	
	선호제품	• 공급이 수월한 제품, 품질이 뛰어난 제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일을 통한 등록 - 회사소개서 및 카탈로그를 공개 메일로 송부 - 등록 시 필요한 정보 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 - 전화번호: +84-838-360-143 (내선번호: 1167)
-------------	---------------------	--

자료: 쿠팡마트(Co.op Mart)

사진 자료: ICA(International Cooperative Alliance), 에이지포토스탁(Agefotostock)

37) 하이퍼마켓 쿠팡엑스트라플러스(Co.opXtraplus) 매장을 포함한 수치

④ 롯데마트

기업 기본 정보	기업명	롯데마트(Lotte Mart)		
	기업구분	하이퍼/슈퍼마켓		
	홈페이지	lottemart.com.vn		
	위치	호치민, 하노이 등 베트남 주요 지역		
	규모	매출액('20)	15조 1,020억 동(약 7,551억 원)	
		기타 규모	매장 수('20): 약 15개	
기업 요약	- 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			



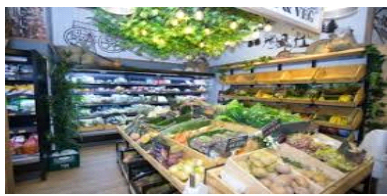
방문매장 정보	입점가능품목	신선식품, 냉동식품, 주류, 음료류, 유제품, 일반 생활용품, 가전제품 등	
	선호제품	공급이 수월한 제품, 품질이 뛰어난 제품	
	매장 전경		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 이메일을 통한 등록 - 회사소개서 및 카탈로그를 담당자 메일로 송부 - 입점 후 약 3개월간의 매출을 확인하여 추가 입점 여부 체크 - 등록 시 필요한 일반적 정보 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 - 이메일: anhph@lotte.vn / haibtt@lotte.vn - 전화번호: +84-28-3775-3232 (내선번호: 324)
-------------	---------------------	---

자료: 롯데마트(Lotte Mart), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 롯데마트(Lotte Mart)

⑤ 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 1,268억 원)
		기타 규모	• 매장 수('20): 약 100개
	기업 요약	• 2006년 설립 • 한인회장이 운영하는 소매점 • 한인교민이 아닌 현지인을 타겟층으로 선정 • 국내 제품의 비중을 낮추고 수입제품의 수를 증가 중	
방문매장 정보	입점가능품목	• 신선식품, 김치류, 냉동식품, 즉석식품, 소스류, 건강식품, 스낵류, 음료류, 주류 등	
	선호제품	• 프리미엄 제품, 고급 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 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 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: - 전화번호: +84-24-3352-2601 - 이메일: hi.kim@k-market.vn	

자료: 케이마켓(K-market)

사진 자료: 매일경제, 짜오베트남(Chao Vietnam)

⑥ 오케이마트

기업 기본 정보	기업명	오케이마트(OK-Mart)	
	기업구분	아시안마트	
	홈페이지	www.sieuthikorea.com.vn	
	위치	다낭(Da Nang)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 약 12개	
	기업 요약	• 한국식품과 생활용품을 수입판매하는 매장 • 호치민, 다낭, 붕따우, 빈동 지역에 매장 위치 • 베트남 남부지역 한국제품의 약 70%를 유통판매 담당	

방문매장 정보	입점가능품목	신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품 등	
	선호제품	한국제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 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 - 전화번호: +84-7-7324-9999
-------------	---------------------	--

자료: 오케이마트OK-Mart)

사진 자료: 오케이마트OK-Mart)

VI. 진입장벽

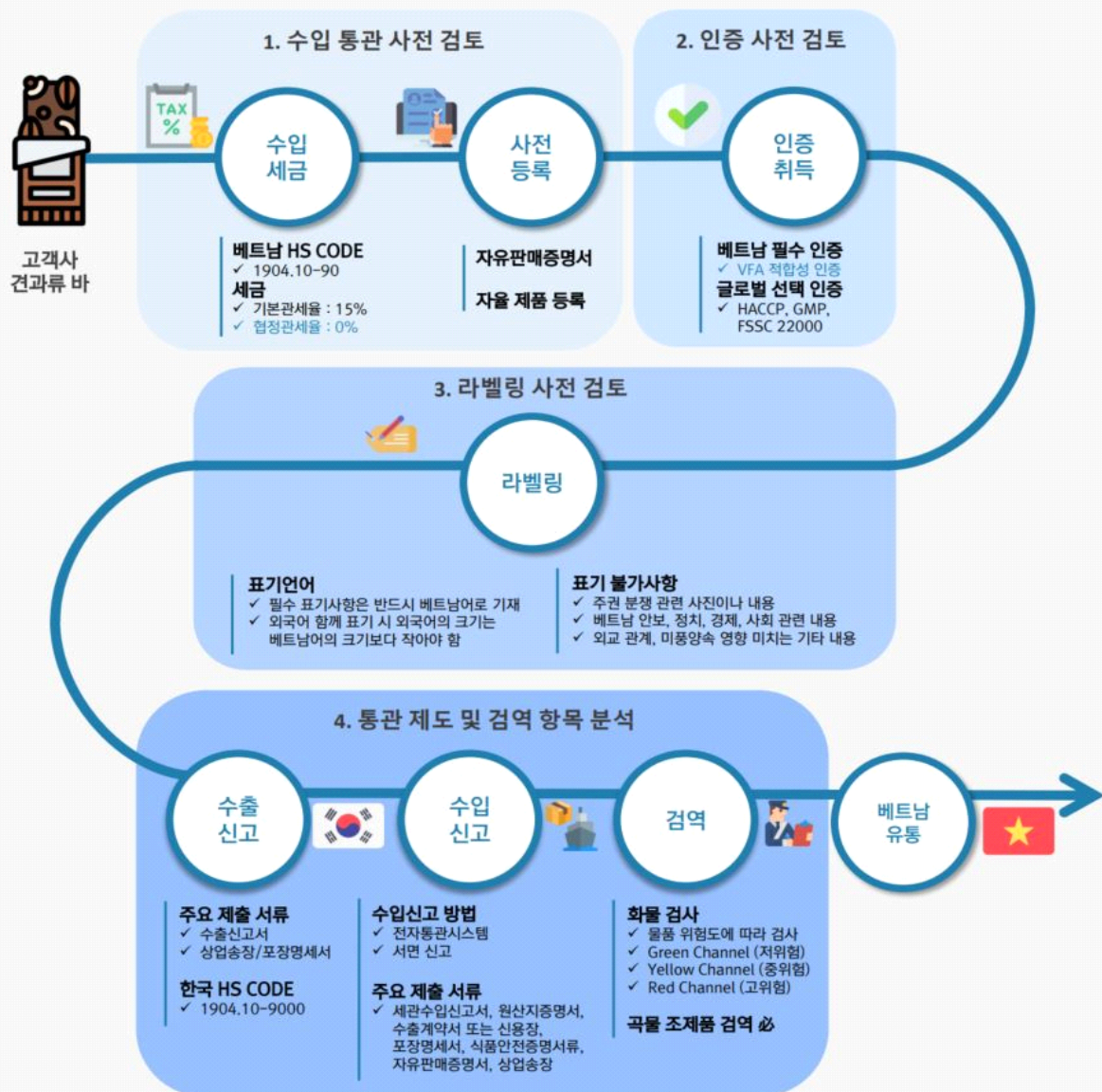
1. 베트남 견과류 바 통관 및 검역 절차
2. 베트남 견과류 바 품질 인증
3. 베트남 견과류 바 라벨링
4. 베트남 견과류 바 성분 및 유해물질

1. 베트남 견과류 바 통관 및 검역 절차³⁸⁾

▶ 베트남 견과류 바 통관 검역 절차

베트남에 견과류 바를 수출하기 위한 통관 검역 절차는 하기 표와 같음. 베트남에서 가공식품을 유통하기 위해서는 VFA 적합성 인증을 반드시 받아야 하며, 견과류 바의 경우 수입업자가 베트남 보건부에 자율적으로 제품을 등록할 수 있음. 곡물 조제품은 통관 시 검역이 필요하며, 상품 도착 5일 전까지 검역 등록을 마쳐야 베트남에 상품을 수출할 수 있음

[표 6.1] 베트남 견과류 바 통관 검역 절차



자료: 관세청, 베트남 관세청

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

2. 베트남 견과류 바 품질 인증

▶ 베트남 견과류 바 인증 취득

베트남에 가공식품을 수출하기 위해서는 VFA 적합성 평가를 필수로 받아야 함. 수입업체는 반드시 식품안전규정 적합성을 판정받아 베트남 보건부 산하 식품청(Cục An Toàn Thực Phẩm)에 결과를 신고해야 함. 또한, 품질관리시스템을 포함한 제품은 HACCP이나 ISO 22000, GMP, 또는 이와 동등한 인증서를 취득해야 적합성 인증을 받을 수 있음

[표 6.2] 베트남 견과류 바 인증 취득 정보

인증명	취득 정보	
VFA 적합성 인증 	목적	수입식품에 대한 식품위생과 식품안전 관리를 위해 도입함³⁹⁾
	기관	- 인증기관: 베트남 보건부 산하 식품청(VFA) - 시험 및 인증 대행 기관: Vietnam Food Administration FSI, Vinacert-Control Sac Ky Hai Dang JSC QUACERT
	절차	- 적합성 평가 인증 신청 서류 제출 (베트남 수입업체) - 적합성 평가 (인증기관) - 식품안전규정 적합성 선언문 발표 (인증기관) - 식품안전규정 적합성 판정 신고 - 신고 접수 확인 및 공개통보 (베트남 식품청)
	일반 식품 필요서류	- 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 지침, 포장 정보, 라벨 내용, 원산지(해외 생산업체 이름, 국가명, 현지 수입업체 및 유통업체 이름 및 주소) - 공인인증기관에서 발행한 적합인증서 - 자체 평가를 시행한 경우에는 지정된 시험기관 또는 원산지 국가의 민간 시험기관에서 발행한 12개월 이내의 제품시험 결과서 - 정기적인 모니터링 계획 및 품질관리계획 - 원산지 국가의 원본 라벨 표본과 베트남어 라벨 표본 (베트남 최초 수입 시) 제품 표본 - 생산업체의 HACCP 또는 ISO 22000 또는 GMP 또는 이와 동등한 인증 - 식품안전요건을 충족시키는 시설에 대한 인증서 또는 증명서

자료: 베트남 식품청

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

▶ 베트남 견과류 바, ‘HACCP’ 인증 추천

베트남에서 유통되고 있는 견과류 제품들을 조사한 결과, HACCP 인증 마크가 많이 부착된 것을 확인할 수 있음. 추가로 베트남 자체 식품 안전시설 인증을 취득할 수 있으며, 베트남 보건부에서 인증서를 발급받을 수 있음. 또한, 제품을 건강기능식품으로 베트남에 수출하려는 경우에는 GMP 기준에 부합하는 식품안전 요건 충족 시설 인증서 또는 이와 동등한 인증서가 필요함

[표 6.3] 베트남 견과류 제품 인증 현황

순번	인증명	취득 강제 여부 (인증 성격)	인증 상품명
1	HACCP 및 ISO 22000	 선택 (글로벌 공통 인증)	 푸안, ‘딜리셔스 Nut 시리얼 바’
2	HACCP 및 ISO 22000	 선택 (글로벌 공통 인증)	 사이공 네츄럴 푸드 프로세싱 컴퍼니 ‘건강한 견과류 비스코티’
3	베트남 식품 안전시설 인증	인증서 발급 선택 (베트남 인증)	 트루 네이처 ‘현미바 허브 슬림’

자료: 베트남 쇼피(Shopee)

3. 베트남 견과류 바 라벨링

[표 6.4] 베트남 견과류 바 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	- 필수 표기 사항은 반드시 베트남어로 기재되어야 하며 외국어를 함께 적는 경우 외국어는 베트남어 문자 크기보다 작아야 함 - 베트남어로 된 내용은 원문 라벨과 내용이 상응해야 함 - 필수 표기 사항을 제외하고 선택 표기 사항이 있는 경우 베트남어로의 번역은 필요하지 않으나 해당 내용은 상품의 성질, 용도 및 라벨 상의 기타 내용을 왜곡하지 않아야 함
	2. 상품명	- 상품명은 라벨에서 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 곳에 넣어야 하며, 다른 필수 정보와 비교하여 가장 큰 크기로 표기해야 함 - 성분의 전체 또는 일부를 취하여 상품명을 작성한 경우 성분의 중량을 명시해야 함
	3. 원산지	- 상품을 제조, 수입하는 단체 또는 개인은 자체적으로 상품의 원산지를 확인하고 기재해야 하며 상품 원산지에 관한 법률, 베트남이 참여 또는 서명한 협정에 따라 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	- 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

[표 6.4] 베트남 견과류 바 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	5. 상품을 책임지는 단체 및 개인의 명칭과 주소 • 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 또는 개인이 베트남으로 수입한 상품의 라벨에는 제조자 및 판매 대리인의 이름 및 주소를 표기해야 함 • 상표가 프랜차이즈화되어 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
	6. 중량 • 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
	7. 위생 안전에 대한 경고 및 안내 • 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

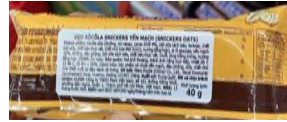
자료: 베트남 보건부

[표 6.4] 베트남 견과류 바 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	8. 제조 일자 및 유통기한 • 제조 일자 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 • 제조 일자를 제조 월로 표기하는 경우 월-년(양력)으로 표기함 • 제조 일자를 제조연도로 표기하는 경우, 네 자릿수로 표기함 • 제조 일자와 유통기한은 ‘제조 일자(Ngày Sản Xuất)’, ‘유통기한(Hạn sử dụng)’, ‘유통기한(Hạn dùng)’의 형태인 풀어쓰는 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 제조 일자와 유통기한을 반드시 표기해야 하는 상품의 경우 제조 일자가 일-월-년의 형태로 기재되어 있다면 유통기한은 기간의 형태로 표기될 수 있음. 또한, 라벨에 유통기한이 기재되어 있지 않으면 제조일로부터 만료일까지의 기간으로 제조 일자 표기가 가능함 • 상품의 제조 일자 및 유통기한의 표기 방식이 규정에서 지정한 방법과 다른 경우 신규 라벨링 규정(Decree 43) [부록3]의 ‘항목2’에서 명시한 방식을 따라야 함
	9. 기타 표기 사항 • 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

자료: 베트남 보건부

▶ 베트남 견과류 바 라벨 샘플



[앞면 라벨링]	[뒷면 라벨링]	[옆면 라벨링]
[앞면 - 영어] ① SNICKERS OATS ② Oats bar (40g) contains Energy 184Kcal ③ NET WT: 40g (20x2)		[앞면 - 한국어] ① 오트 스니커즈 ② 오트바 (40g) 184Kcal의 에너지를 포함함 ③ 순중량: 40g (20x2)
[뒷면 - 베트남어 및 영어] ① KẸO SOCOLA SNICKERS YẾN MẠCH (SNICKERS OATS) ② Thành phần : - ôcôla sữa [Đường, bơ cacao, cacao khối 4 %, bột sữa tách béo, lactose, chất béo sữa, chất béo thực vật chất nhũ hóa INS322 (1), hương tổng hợp] - si rô glucose - yến mạch 16 % - đường - đậu phộng - bột sữa tách béo - chất béo thực vật - muối - lòng trắng trứng - hương tổng hợp		[뒷면 - 한국어] ① 초콜릿 스니커즈 귀리 (오트 스니커즈) ② 성분: - 밀크초콜릿 [설탕, 코코아버터, 코코아매스 4%, 탈지 분유, 유당, 유지방, 식물성 지방유화제, INS322(1), 합성착향료] - 포도당 시럽 - 귀리 16% - 설탕 - 땅콩 - 탈지분유 - 식물성 지방 - 소금 - 달걀 흰자 - 합성 향료

③ HDSD : Ăn ngay ④ Bảo quản : Nơi khô thoáng, tránh ánh nắng trực tiếp ⑤ nhiệt độ : 2 độ C , độ ẩm < 55 % ⑥ Cảnh báo : Sản phẩm có chứa yến mạch , đậu phộng , sữa , chất nhũ hóa chiết xuất từ đậu nành và trứng. ⑦ SX bởi : Mars Foods (China) Co, Ltd, Yangi Economic Development Zone, Huairou, Beijing 101407, China ⑧ Xuất xứ : Trung Quốc ⑨ NK và chịu trách nhiệm CLHH : Công ty TNHH Mars Việt Nam, số 161 đường Đồng Khởi, phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam ⑩ NSX : 12 tháng trước HSD ⑪ HSD : xem BEST BEFORE ngày / tháng / năm trên bao bì ⑫ Khối lượng tịnh: 40 g	③ 사용 방법: 바로 섭취하십시오. ④ 보관: 직사광선을 피해서 서늘하고 건조한 장소에 보관하세요. ⑤ 온도: 2 °C, 습도 < 55% ⑥ 경고: 이 제품은 귀리, 땅콩, 우유, 대두 및 달걀 유화제를 포함하고 있습니다. ⑦ 제조업체: 중국, 베이징 101407, 후아이로우, 양이 경제 개발 구역, 마스 식품 유한회사(중국) ⑧ 원산지: 중국 ⑨ 수입 및 품질 보증 업체: 베트남, 호치민 시티, 프엉 벤 응해, 1구역 마스 베트남 유한양행, 동 코이 거리 161 ⑩ 제조일자: 유통기한으로부터 12개월 이전 ⑪ 유통기한: 제품 포장의 유효기간 및 제품의 연도와 월을 참고하세요. ⑫ 순중량: 40g
[연면 - 영어] ① Best Before dd/mm/yyyy : 19012022	[연면 - 한국어] ① 유효기간 일/월/년도 : 19012022

4. 베트남 견과류 바 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

베트남 보건부(Bộ y tế)는 식품첨가물의 올바른 사용으로 소비자 안전을 보장하기 위해 관리 및 사용 규칙 및 식품첨가물의 기준치를 규정함. 베트남 식품첨가물 사용원칙에 따르면 식품첨가물의 사용량은 최소화하고, 최대허용량을 지켜야만 함. 식품첨가물의 포장은 식품안전 요건을 충족하는 장소에서 수행되어야 하며 라벨이 해당 규정에 맞게 제작되어야 함

[표 6.5] 고객사 견과류 바에 적용되는 식품첨가물 기준 분석⁴⁰⁾

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량(mg/kg)	한국식품 유형
1	리보플라빈	Riboflavin	1,000	땅콩 및 견과류가공품류
2	리보플라빈 5'-인산나트륨	Riboflavin 5'-phosphate sodium	1,000	
3	바실러스 아틸리스의 리보플라빈	Riboflavin from bacillus subtilis	1,000	
4	카민	Carmines	100	
5	식용색소 적색 제 102호	Cochineal red A	100	
6	식용색소 적색 제 40호	Allura red AC	100	
7	식용색소 청색 제 2호	Indigo carmine	100	
8	식용색소 청색 제 1호	Brilliant blue FCF	100	
9	카로틴	Carotenes, beta-, vegetable	20,000	
10	포도과피색소	Grape skin extract	300	

자료: 베트남 보건부, KATI농식품수출정보

40) 땅콩 및 견과류가공품류에 적용되는 베트남 식품첨가물 규정을 분석한 결과임. 더욱 자세한 규정 및 기준은 베트남 보건부 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.5] 고객사 견과류 바에 적용되는 식품첨가물 기준 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	한국식품유형
11	산화철	Iron oxides (black, red, yellow)	400	땅콩 및 견과류가공품류
12	소르산염	Sorbates (INS No. 200, 201, 202, 203)	1,000	
13	파라옥시안식향산 에스테르	Hydroxybenzoates, Para- (INS No. 214, 218)	300	
14	아스코빌에스테르	Ascorbyl esters	200	
15	토코페롤	Tocopherols	200	
16	몰식자산프로필	Propyl gallate	200	
17	부틸히드록시아니솔	Butylated hydroxyanisole	200	
18	글리세린디아세틸 주석산지방산에스테르	Diacetyl tartaric and fatty acid esters of glycerol	10,000	
19	카로티노이드	Carotenoids	100	
20	폰케아우 4r	Ponceau 4r	100	
21	동클로로필, 동크로로필린나트륨 및 동클로로필린칼륨	Chlorophylls and Chlorophyllins, Copper complexes	100	
22	안토시아닌류	Anthocyanins	GMP ⁴¹⁾	
23	적양배추색소	Red cabbage color		

자료: 베트남 보건부, KATI농식품수출정보

41) 식품첨가물이 특정 식품 유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당 식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

▶ 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 따른 베트남 규정 8-1(2011), 8-2(2011), 그리고 8-3(2011)에 의해 제한됨. 식품별 자세한 베트남 유해물질 기준은 상기 규정에서 확인할 수 있음

▶ 잔류농약

베트남에는 수입식품에 대한 별도의 농약 잔류 기준 규정이 없으며, 국내 생산 식품과 같은 규정이 적용됨. 베트남에는 농약에 대해 식품 품목별로 최대허용량이 정해져 있음. 견과류 및 곡물에 적용되는 베트남의 잔류농약 규정 및 기준은 식품 내 잔류 살충제에 관한 베트남 시행규칙(Circular 50/2016/TT-MOH)에서 확인할 수 있음

▶ 알레르겐

베트남 보건부는 베트남에서 유통 및 수출입 식품에서 알레르기를 일으킬 수 있는 성분에 대하여 규제하고 있음. 라벨링 법령은 베트남에서 상품을 생산하는 개인 또는 단체, 상품을 수출입하는 개인과 단체에 적용됨. 하기 표의 성분들은 베트남에서 식품 유통 시에 라벨에 반드시 포함되어야 하는 알레르겐 필수 표시 사항임

[표 6.6] 베트남 알레르겐 필수 표시 성분

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	글루텐을 함유한 곡물 또는 식품 (e.g. 밀, 호밀, 귀리 등과 이를 활용한 전분 등)
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)
7	의무	견과류와 관련 제품
8	의무	10mg 또는 그 이상의 농도인 아황산염

자료: 미국 농무부 해외식품서비스 (USDA FAS)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 엘스 플레이스(L's Place Company Limited)

Interview ② 남안(Nam An International Limited Liability Company)

Interview ③ 소다 식품(Sodafoods Company Limited)

Interview ① 엘스 플레이스(L's Place Company Limited)

42)

●
엘스 플레이스
(L's Place Company Limited)

수입유통업체

담당자 정보

Sales Executive



엘스 플레이스(L's Place Company Limited) Sales Executive

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

엘스 플레이스는 2012년에 설립된 수입유통업체로, 현재 자사 온·오프라인 매장을 운영하고 있습니다. 본사는 하노이에 있으며 가공식품, 건조식품, 가전용품 등의 제품을 취급합니다. 주로 유럽과 미국에서 제품을 수입하여 판매하고 있습니다.

Q. 베트남에서 견과류 바와 에너지 바에 대한 수요는 어떤가요?

간편식 제품들에 대한 수요가 빠르게 증가하고 있으며, 그중에서도 특히 건강 관련 식품에 대한 수요가 큰 비중을 차지하고 있습니다. 운동 및 다이어트와 같은 자기관리에 관심이 많아지면서, 견과류 바와 에너지 바의 수요 역시 자연스럽게 증가하게 되었습니다.

Q. 베트남에서 가장 인기 있는 견과류 바는 무엇이고, 그 이유는 무엇인가요?

가장 인기 있는 브랜드는 칼만스(Carman's), 알펜(Alpen), 네슬레(Nestle)입니다. 각각의 특징을 간략하게 말씀드리자면, 칼만스는 우수한 품질의 곡물을 사용하며, 버터 맛, 초콜릿 맛, 요거트 맛 제품을 출시하는 등 다양한 시도를 하고 있습니다. 알펜의 경우는 과일 맛과 요거트 맛을 주요 제품으로 선보이는 브랜드로, 맛과 향이 좋은 것이 특징입니다. 그리고 주재료로 사용되는オート밀은 다이어트에 도움이 되고 제품 가격 역시 부담스럽지 않아 인기가 많습니다. 마지막으로 네슬레는 현재 가장 널리 알려진 브랜드이며 가격 면에서도 타 브랜드와 비교했을 때 저렴하여 꾸준히 인기가 많은 브랜드입니다.

Q. 베트남 소비자들이 좋아하는 견과류 바와 에너지 바의 성분은 무엇인가요?

오트밀, 밀, 현미, 아몬드, 캐슈넛, 말린 과일 등이 베트남 소비자들이 선호하는 성분입니다. 현재 저희는 고객사의 곡물 제품을 판매하고 있지 않지만, 고객사의 제품 성분이 견과류 바와 에너지 바를 생산하기에 매우 적합하다고 생각합니다. 다만 베트남에서 견과류 바 시장은 경쟁이 치열하고 이미 오랫동안 많은 브랜드들이 자리를 잡고 있기 때문에 아직까지는 고객사의 인지도가 낮은 것으로 생각합니다.

Q. 견과류 바와 에너지 바의 가격 범위가 어떻게 되나요?

저희가 판매하고 있는 견과류 바와 에너지 바의 가격은 1만 동(한화 약 500원)⁴³⁾에서 6만 5,000동(한화 약 3,250원)까지 형성되어 있습니다. 견과류 바의 적절한 소매가격은 1만 동(한화 약 500원)에서 2만 5,000동(한화 약 1,250원)이라고 생각합니다.

Q. VietGAP외에 필수 인증서는 무엇이 있나요?

견과류 바와 에너지 바에 대한 필수 인증서에는 제품 검사 인증서, 위생 및 역학 인증서, 곡물 분석 인증서, 식품 안전 및 위생 제품 인증서가 있습니다.

43) 100동=5.00원(2021.08.01. KEB 하나은행 매매기준을 적용)

Interview ② 남안(Nam An International)

44)

● 남안
(Nam An International
Limited Liability Company)
수입유통업체

담당자 정보
Sales Manager



남안(Nam An International Limited Liability Company) Sales Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

남안은 2012년에 설립된 수입유통업체로, 현재 자사 온·오프라인 매장을 운영하고 있습니다. 본사는 호치민에 있으며 유제품, 가공식품 등의 제품을 취급합니다. 주로 이탈리아, 프랑스 등 유럽권 국가들과 일본에서 제품을 수입하여 판매하고 있습니다.

Q. 베트남에서 견과류 바와 에너지 바에 대한 수요는 어떤가요?

최근 몇 년간 스낵 바에 대한 수요가 눈에 띄게 증가했습니다. 견과류 바와 에너지 바 또한 수요가 증가하고 있는데 이는 다이어트, 운동, 아침 간편식이라는 소비자의 니즈를 충족하기 때문입니다.

Q. 베트남에서 가장 인기 있는 견과류 바는 무엇이고, 그 이유는 무엇인가요?

덴마크의 로우 바이트(Raw-bite)와 호주의 칼만스(Carman's)가 인기가 가장 높습니다. 이 제품들은 인공 첨가물이 첨가되어있지 않아 건강에 좋습니다. 가격 역시 매우 합리적이며 다양한 제품이 준비되어 있어 소비자들의 선택의 폭 또한 넓습니다.

Q. 베트남 소비자들이 좋아하는 견과류 바와 에너지 바의 성분은 무엇인가요?

견과류 바와 에너지 바의 성분은オート밀, 쌀, 아몬드, 캐슈넛, 땅콩 등으로 같습니다. 개인적으로 고객사 견과류 바의 필수 성분이 다른 브랜드 견과류 바의 필수 성분과 크게 다르지 않으므로, 소비자들은 고객사의 제품도 구매할 것이라고 생각합니다.

Q. 견과류 바와 에너지 바의 가격 범위가 어떻게 되나요?

브랜드와 제품에 따라 다양한 가격에 팔리고 있습니다. 저희가 판매하고 있는 제품은 1개당 2만 5,000동(한화 약 1,250원)에서 9만 동(한화 약 4,500원) 정도로, 시중의 견과류 바와 에너지 바의 소매가가 1만 5,000동(한화 약 750원)에서 3만 동(한화 약 1,500원)인 것을 고려하면 해당 가격은 적절하다고 생각합니다.

Q. VietGAP외에 필수 인증서는 무엇이 있나요?

VietGap을 제외하고는 식품 안전 및 위생 제품 인증서가 필수인 것으로 알고 있습니다.

Interview ③ 소다 식품(Sodafoods Company Limited)

45)

소다 식품
(Sodafoods Company
Limited)

수입유통업체

담당자 정보
Sales Manager



소다 식품(Sodafoods Company Limited) Sales Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

소다 식품은 2015년에 설립된 수입유통업체로, 현재 자사 온·오프라인 매장을 운영하고 있습니다. 본사는 호치민에 있으며 건조식품, 가공식품, 영양제품 등의 제품을 취급합니다. 주로 미국, 러시아나 한국·일본과 같은 아시아권 국가에서 제품을 수입하여 판매하고 있습니다.

Q. 베트남에서 견과류 바와 에너지 바에 대한 수요는 어떤가요?

해마다 견과류 바와 에너지 바를 포함하여 스낵 바 및 간편식의 수요가 증가하고 있지만 다른 나라와 비교했을 때는 그 수요가 적은 편이라고 볼 수 있습니다.

Q. 베트남에서 가장 인기 있는 견과류 바는 무엇이고, 그 이유는 무엇인가요?

베트남 시장에서 인기 있는 제품은 네슬레 휘트니스(Nestle Fitness)의 코코 크런치(Koko Krunch)라는 아침 식사 대용 견과류 바입니다. 이 제품은 대부분의 슈퍼마켓과 식료품점에서 구입할 수 있습니다. 네슬레는 베트남에서 평판이 좋은 회사이고 해당 제품의 가격은 개당 1만 동(한화 약 500원)에서 1만 5,000동(한화 약 750원)입니다.

Q. 베트남 소비자들이 좋아하는 견과류 바와 에너지 바의 성분은 무엇인가요?

베트남 소비자들이 선호하는 성분으로는 아몬드, 호두,オート밀, 현미, 건포도 등이 있습니다. 저희는 고객사의 영양가 있는 다른 곡물 제품을 판매하고 있습니다. 개인적으로 고객사 제품의 맛이 훌륭하고 건강에 좋으며 이 장점이 소비자에게 좋게 작용할 것이라고 생각합니다. 고객사의 제품으로 새로운 소비자들을 유치할 수 있을 것이라고 예상합니다.

Q. 견과류 바와 에너지 바의 가격 범위가 어떻게 되나요?

견과류 바와 에너지 바의 판매가는 1만 동(500원)에서 4만 동(2,000원)입니다. 적절한 소매가는 개당 1만 2,000동(600원)에서 2만 동(1,000원)이라고 생각합니다.

Q. 고객사의 견과류 바의 수요가 높을 것이라고 생각하나요?

고객사의 영양가 있는 곡물 라인의 견과류 바라면 판매로 이어질 것으로 생각되나, 베트남에서는 이미 견과류 바 시장의 경쟁이 굉장히 치열하기 때문에 높은 수요를 기대하기는 힘들 것으로 예상됩니다.

베트남(Vietnam)	엘스 플레이스 (L's Place Company Limited)	남안 (Nam An International Limited Liability Company)	소다 식품 (Sodafoods Company Limited)
견과류 바 인터뷰 대상 선정			
인터뷰 대상 기업체 선정 · 견과류 바 수입·유통업체 ○	업태 ▶ 수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
견과류 바 제품 ▶ 취급			
	견과류 바	견과류 바	곡물 제품
사진 자료:	엘스 플레이스, 남안, 소다 식품 제품 판매 페이지		

베트남(Vietnam)

견과류 바 수입·유통업체 인터뷰 요약

고객사	견과류 바 수요	고객사 인지도	VietGap외 필수 인증서
엘스 플레이스 수입·유통업체	- 간단하게 먹을 수 있는 제품에 대한 수요가 빠르게 증가 - 운동, 다이어트가 유행이 되면서 건강 식품을 찾게 됨	- 이미 경쟁이 치열한 시장이어서 고객사의 제품이 경쟁력이 약할 수 있음 - 해외 브랜드의 인지도와 수요가 지배적임	- 제품 인증서 - 위생 및 역학 인증서 - 곡물 분석 인증서 - 식품 안전 및 위생 제품 인증서
남안 수입·유통업체	- 다이어트, 운동에 좋다는 인식 - 아침 식사 대용	- 타 브랜드 제품의 필수 성분과 크게 다르지 않기 때문에 수요로 이어질 수 있음 - 덴마크와 호주 브랜드의 인기가 높음	식품 안전 및 위생 제품 인증서
소다 식품 수입·유통업체	해마다 수요가 증가하고 있지만 다른 나라와 비교했을 때 수요가 적은 편임	- 현지에서 해외 브랜드의 평판이 좋게 자리 잡음 - 고객사의 제품 성분이 소비자에게 좋게 작용할 것으로 예상함	(-)

(*) 현지 견과류 바 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

VIII. 시사점

Export Insights

시장수요

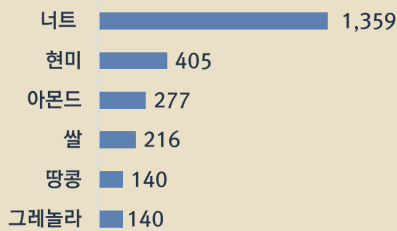
베트남 견과류 바 및 스낵바, 향후 전망 긍정적



베트남 스낵 바 시장(곡물 바, 과일/견과류 바, 프로틴/에너지 바를 포함함)은 아직 비교적 규모가 크지 않아 유로모니터 내 집계되지 않았음. 그러나 상위 시장인 '달콤한 비스킷, 스낵바, 과일스낵' 시장은 향후 5년(2021-25년) 연평균 11%의 높은 성장률을 보일 것으로 예상됨. 또한, 수입유통업체 인터뷰와 온라인 쇼핑을 내 판매 제품을 확인하였을 때, 현지산 및 선진국(미국, 폴란드, 호주 등) 제품 위주로 다양한 스낵 바 제품이 판매되고 있음을 확인함

최근 몇 년 간 베트남 내 빠른 산업화로 간편 식사대용식품 수요가 증가하고, 다이어트 및 자기 관리에 대한 인식이 높아짐에 따라 견과류 바를 비롯한 스낵 바는 높은 성장을 이어갈 것으로 보임

소비 특징

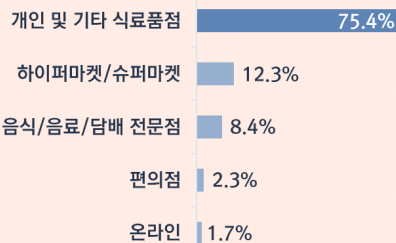


베트남 온라인 스낵 바 원료 키워드

베트남 온라인 쇼핑을 내 판매되는 스낵 바 476건을 분석한 결과, 주요 원료로 '너트'가 압도적으로 많아, 견과류 바가 보편적임을 알 수 있음. 다음으로 '현미', '아몬드', '쌀' 순으로 빈출함. 주목할 만한 성분으로는 '해초'와 '닭가슴살'이 도출됨. 맛 기준, 코코넛 맛, 초콜릿 맛, 버터 맛 등이 인기이며 이 외에도 다양한 맛의 스낵 바가 판매되고 있음

주요 홍보문구로 '다이어트', '아침식사', '무설탕·무첨가제'가 빈출함. 도시화가 가속됨에 따라 베트남 비만 인구는 2007년에서 2017년 사이 4배 가까이 증가했으며, SNS의 확산으로 외모에 대한 관심이 증대되고 있음. 또한 중산층 위주로 시리얼 및 시리얼 바 등 서구화된 아침식사대용식품에 대한 수요가 증가하고 있음

또한 향후 베트남 과자 산업에서 설탕 저함유 제품을 포함한 건강한 제품은 메가 트렌드로 확산될 것으로 보임. 과도한 설탕 섭취가 당뇨병 및 합병증에 위협적이라는 인식이 확산되면서, 더 건강하고 영양이 있는 제품들 위주의 시장 다변화가 예상됨



베트남 달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일스낵 유통채널 점유율

유통채널



베트남 '달콤한 비스킷, 스낵바 및 과일스낵' 유통채널 점유율 중 전통적 유통채널에 해당하는 '개인 및 기타 식료품점'의 점유율이 매우 높게 나타나, 한국 대비 유통채널의 현대화 정도가 압도적으로 낮은 것을 확인함

그러나 젊은 소비층의 성장과 베트남 현대화 추세와 더불어 베트남 식료품 부문 현대적 유통채널은 향후 5년(2021-25년) 전통적 유통채널 대비 4%p 높은 10%의 연평균성장률을 보일 것으로 예상됨. 또한, 시리얼 바의 주 소비층이 중산층 및 고소득층으로 예상되므로, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점, 온라인 등의 현대적 유통채널 위주 진입을 추천함

수출 확대 전략



고객사 제품 성분 기반 시장 현지화 추천



현지 인기 브랜드 피토 그레놀라 바

베트남 내 견과류 바의 향후 수요는 매우 긍정적으로 전망됨. 이미 현지·수입산 견과류 바 제품의 경쟁이 치열하긴 하다, 고객사의 다양한 곡물 성분을 기반으로 현지화된 견과류 바 제품을 개발한다면 시장 진입이 가능할 것으로 예상됨. 특히 고객사 분말차에 대한 긍정적인 인식이 형성되어 있어, '영양가 높은 분말차 견과류 바 버전' 등을 셀링포인트로 활용할 수 있음

성분 측면 설탕 저함유 제품을 추천하며, 맛 측면에서 이미 베트남에 판매되고 있는 분말차 맛인 '울무', '미숫가루', '흑미' 맛을 출시한다면 차별화가 가능할 것으로 예상됨



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Vietnam」, 2021.07
2. 베트남익스프레스(www.vnexpress.net), 「Covid-19 gives vietnam e-commerce sector a boost」, 2020.09
3. 연합뉴스 (www.yna.co.kr), 「베트남 한국식품 매장 'K마켓' 급성장...매주 1개 이상 늘어」, 2020.06
4. 베트남투자리뷰 (www.vir.com.vn), 「\$1.1 billion going to pour into vietnam's retail market」, 2021.04
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Vietnam Country Report」, 2021.02
6. 베트남 농업부(MARD), 「26/2016/TT-BNNPTNT」, 2016
7. 베트남 보건부 Regulations on maximum residue levels of pesticide in food 「Circular 50/2016/TT-MOH」, 2016
8. 베트남 정부 On food safety 「Law No. 55/2012/QH12」, 2012
9. 베트남 정부 Decree on Goods Labels 「Decree No. 43/2017/ND-CP」, 2017
10. 베트남 정부 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
11. 베트남 정부 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. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 코트라(KOTRA) (www.kotra.or.kr)
5. 쇼피(Shopee), (shopee.vn)
6. 석호앤도이송(Suckhoe&doisong), (suckhoedoisong.vn)
7. 허브슬림(Herbslim), (herbslimvn.com)
8. 플레이(Play), (playnutrition.vn)
9. ICA(International Cooperative Alliance) (www.ica.coop)
10. 베트남익스프레스(VNS) (www.vnexpress.net)
11. 연합뉴스 (www.yna.co.kr)
12. 베트남뉴스(Vietnamnews) (www.vietnamnews.vn)
13. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
14. 라자다베트남(Lazada Vietnam) (www.lazada.vn)
15. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
16. 티키(Tiki) (www.tiki.vn)
17. 콕마트(Co.op Mart) (www.co-opmart.com.vn)
18. 에이지포토스탁(Agefotostock) (www.agefotostock.com)
19. 케이마켓(K-market) (www.facebook.com/kmarketvietnam)
20. 오케이마트(OK-Mart) (www.sieuthikorea.com.vn)
21. 찰오베트남(Chao Vietnam) (www.chaovietnam.co.kr)
22. 매일경제 (www.mk.co.kr)
23. 써클케이(Circle K) (www.circlek.com.vn)
24. 패밀리마트(Familymart) (www.famima.vn)
25. 롯데마트(Lotte Mart) (www.lottemart.com.vn)
26. 국가 관세종합정보망 서비스 홈페이지 (https://unipass.customs.go.kr/csp/index.do)
27. 베트남 관세청 (www.customs.gov.vn)
28. 베트남 보건부 (www.moh.gov.vn)
29. 베트남 식품청 (vfa.gov.vn)
30. 미국 농무부 해외식품서비스 (USDA FAS) (www.fas.usda.gov)
31. 엘스 플레이스(L's Place Company Limited) 홈페이지 (lsplace.com.vn)
32. 남안(Nam An International Limited Liability Company) 홈페이지 (namanmarket.com)
33. 소다 식품(Sodafoods Company Limited) 홈페이지 (sodafoods.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.09.17

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