



2021 해외시장 맞춤형조사

No.		202109-27
품목		견과류가공품(Processed Nuts)
HS CODE		2008.19-9000
국가		베트남(Vietnam)
구분		시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 베트남 짭짤한 스낵 시장규모	06
2. 베트남 견과류 시장규모	07
3. 베트남 짭짤한 스낵 시장점유율	08
4. 베트남 견과류가공품 수입규모	09
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 견과류가공품 경쟁제품, ‘마카다미아’ 1위	12
2. 견과류가공품 경쟁브랜드, ‘블루다이아몬드’ 1위	13
3. 견과류가공품 성분, ‘구운 버터’ 1위	14
4. 견과류가공품 패키징, 투명한 ‘병’ 최다 빈출	15
5. 베트남 견과류가공품 진출 컨셉	16
IV. 유통채널 특징	
1. 베트남 견과류가공품 유통채널 비교	18
2. 베트남 견과류가공품 유통채널 특징	19

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

1. 베트남 견과류가공품 주요 온라인 유통채널	24
2. 베트남 견과류가공품 주요 오프라인 유통채널	30

VI. 진입장벽

1. 베트남 견과류가공품 통관 및 검역 절차	39
2. 베트남 견과류가공품 품질 인증	40
3. 베트남 견과류가공품 라벨링	41
4. 베트남 견과류가공품 성분 및 유해물질	48

VII. 수입·유통업체 인터뷰

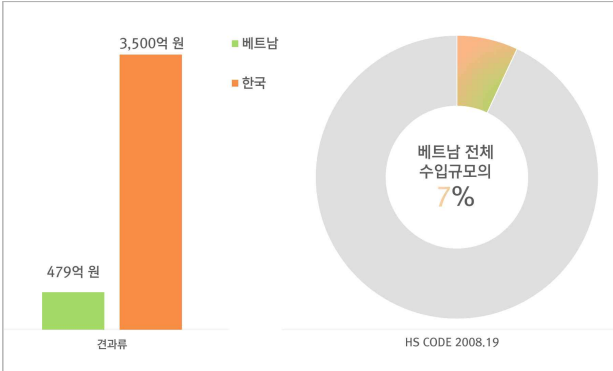
Interview ① 빈프루트(Vin Fruits)	53
Interview ② 원마트(Winmart)	55
Interview ③ 그린 그로서리(Green Grocery)	57

VIII. 시사점

※ 참고문헌	61
--------	----

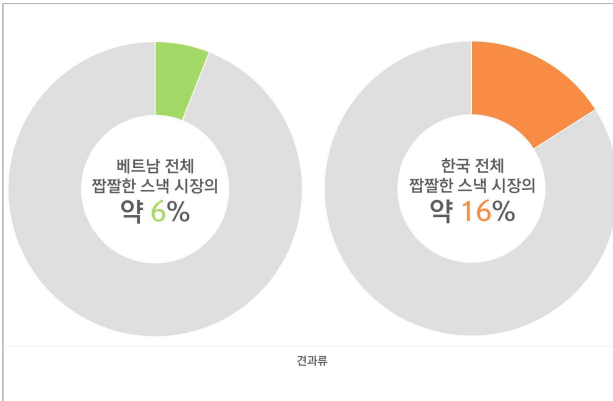
Summary

■ 수요 분석



	베트남	한국
짭짤한 스낵 시장규모	8,611억 원	2.2조 원
견과류 시장규모	479억 원	3,500억 원
수입(출)액		점유율
베트남 대한민국 견과류가공품 수입 현황	12억 원	7%

■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널

85.8% 22.2% 6.8% 4.5% 2.0% 5.6% 0.9% 18.2%	개인 및 기타 식료품점 하이퍼마켓/슈퍼마켓 음식/음료/담배 전문점 온라인 편의점	- 주요 유통채널 쿠팡, 빈마트 - 주요 하이퍼마켓 기업 CRC, 오프라인 매장 수 증대 및 온라인 몰 확장 위해 11억 달러 투자 - 주요 유통채널 비엠텔 및 티기 - 코로나19 영향으로 온라인 시장의 식료품 분야 성장률이 다른 카테고리를 제치고 1위를 기록함 - 주요 유통채널 레드씨클 및 패밀리 - 코로나19 이후 둔화된 매출 성장을 회복하기 위해 그랩푸드, 나우 등의 음식배달 서비스 어플리케이션과의 협업을 진행함
---	--	--

■ 진입장벽

인증	VFA 적합성 인증 필수 HACCP, ISO 22000, GMP 등 선택 활용	견과류가공품 수요	- 현지 소비자들에게 인지도가 높음 - 허니 버터 맛, 불닭볶음 맛 제품이 인기 있음 - 김 맛, 와사비 맛 제품 선호도는 낮음
라벨링	베트남 보건부 'Decree 43/2017/ND-CP'에 따른 라벨링 규정 준수	고객사 제품 피드백	- 경쟁제품 대비 가격이 비싼 편 - 현지에 잘 맞는 패키징 디자인임
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐	추천 홍보문구 및 유통채널	- 건강, 한국산, 맛 강조 홍보문구 추천 - SNS 홍보, 시식행사, 주류와 묶음 판매 및 증정품 제공 프로모션 추천 - 오프라인 매장 위주의 진출 추천

■ 요약

Point 01.	- 베트남 견과류 시장규모는 한국의 약 14%, 견과류가공품이 포함된 HS CODE 2008.19 기준 베트남 수입액 중 대한민국 수입 비중은 약 7%인 것으로 나타남 - 견과류가공품 제품의 주요 유통채널로 개인 및 기타 식료품점, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 도출됨
Point 02.	- 베트남 견과류가공품 진출을 위해 VFA 적합성 인증이 필수임 - 현지에서 허니 버터 맛 및 불닭볶음 맛 견과류가공품이 인기 있는 것으로 나타남 - 건강, 한국산, 맛을 강조한 홍보문구를 활용하는 것을 추천함

II. 시장규모

1. 베트남 짭짤한 스낵 시장규모
2. 베트남 견과류 시장규모
3. 베트남 짭짤한 스낵 시장점유율
4. 베트남 견과류가공품 수입규모

1. 베트남 짹짹한 스낵 시장규모

베트남 국가 일반 정보¹⁾

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

▶ 베트남 짹짹한 스낵 시장규모, 약 8,611억 원

2020년 기준 베트남 짹짹한 스낵 시장규모는 전년 대비 12% 증가하여 약 8,611억 원을 기록함. 이는 약 2조 2,242억 원을 기록한 한국 시장의 약 39% 규모에 해당함. 최근 5년(2016-2020)간 연평균성장률은 10%를 기록하며 꾸준한 상승세를 보인 것으로 나타남

▶ 베트남 짹짹한 스낵 시장, 향후 5년간 연평균 13% 성장 예상

향후 5년(2021-25년)간 베트남 짹짹한 스낵 시장규모는 연평균 13%씩 상승하여 2025년 기준 약 1조 5,490억 원을 기록할 것으로 전망됨. 코로나19 여파로 인한 사회적 거리두기로, 집 안에서 생활하는 시간이 길어지며 스낵에 대한 수요가 지속해서 증가할 것으로 예상됨²⁾³⁾

[표 2.1] 베트남 '짹짹한 스낵' 시장규모⁴⁾⁵⁾



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사제품 '견과류가공품'은 구운 아몬드에 시즈닝을 첨가하여 감칠맛을 더한 후 파우치 포장을 통해 간식으로 섭취하는 제품임. 이에 제품의 종류와 원재료를 기준으로 '견과류'와 상위 품목인 '짹짹한 스낵' 시장규모를 조사함

3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Savoury Snacks in Vietnam」, 2021.07

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 100동=5.23원 (2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 베트남 견과류 시장규모

▶ 베트남 견과류 시장규모, 한국의 14% 수준인 약 479억 원

2020년 기준 베트남 견과류 시장규모는 전년 대비 5% 상승한 약 479억 원으로, 약 3,500억 원을 기록한 한국 시장에 비해 그 규모가 비교적 작은 것으로 나타남

▶ 베트남 견과류 시장, 지속적인 성장 전망

향후 5년(2021-25년)간 베트남 견과류 시장규모는 연평균성장을 10%를 기록하여, 2025년 기준 약 741억 원을 달성할 것으로 전망됨. 베트남 소비자들 사이에서 건강한 식단의 중요성에 대한 인식이 확산되며, 스낵도 더 건강한 제품을 선호하는 경향이 있음. 따라서, 견과류를 건강 스낵으로 포지셔닝한다면, 지속적인 성장세를 이어갈 것으로 예측됨⁷⁾

[표 2.2] 베트남 '견과류' 시장규모⁸⁾



자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Savoury Snacks in Vietnam」, 2021.07

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 베트남 짹짹한 스낵 시장점유율

▶ 베트남 짹짹한 스낵 세부시장 1위 ‘짹맛이 나는 과자’

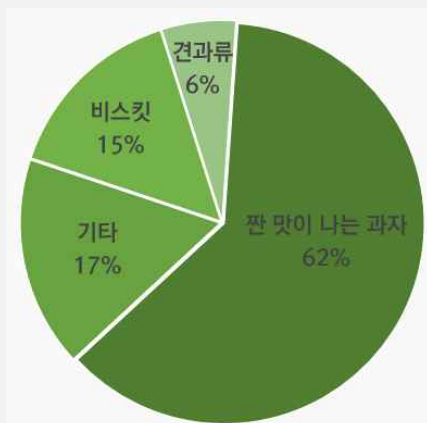
베트남 짹짹한 스낵(약 8,611억 원) 세부 시장과 한국의 짹짹한 스낵(약 2조 2,242억 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 양국의 세부 시장 구성은 다소 상이한 것으로 나타남. 짹짹한 스낵 내 ‘짹맛이 나는 과자’의 시장 점유율은 베트남(62%)과 한국(72%) 모두에서 1위를 차지함. 그 뒤를 이어 베트남은 ‘기타(17%)’, ‘비스킷(15%)’, ‘견과류(6%)’ 순으로 시장을 점유하고 있는 반면, 한국은 ‘견과류(16%)’, ‘비스킷(5%)’, ‘팝콘(5%)’, ‘기타(2%)’, ‘프레첼(1%)’ 순으로 높은 시장 점유율을 보임

2020년 베트남 짹짹한 스낵의 전반적인 수요는 코로나19에 직접적인 타격은 받지 않은 것으로 나타났으나, 건강 친화적인 제품을 찾는 소비자가 증가하며 세부시장은 간접적인 영향을 받은 것으로 분석됨. 쌀과자, 견과류와 같은 건강 및 체중 관리에 도움이 되는 스낵 제품들이 인기를 꾸준히 얻고 있어 ‘견과류’ 시장의 긍정적인 전망이 예상됨

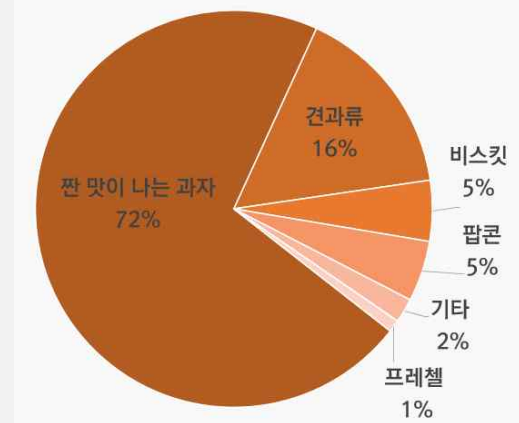
[표 2.3] 2020년 베트남, 한국 ‘짹짹한 스낵’ 시장점유율 9)

단위 : 백분율(%)

베트남 짹짹한 스낵 세부 시장



한국 짹짹한 스낵 세부 시장



분류	짹짹한 스낵					
	짹맛이 나는 과자	기타	비스킷	견과류	팝콘	프레첼
베트남	62	17	15	6	0	0
한국	72	2	5	16	5	1

자료: 유로모니터(Euromonitor)

9) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 $\pm 1.0\%$ 오차가 발생할 수 있음

4. 베트남 견과류가공품 수입규모

HS CODE 2008.19

조사 제품 '견과류가공품'은 구운 아몬드에 다양한 맛의 사조닝을 혼합하여 포장한 견과류 조제품임
이에 '견과류나 건조한 과실의 혼합물'에 해당하는 HS CODE 2008.19의 수출입 규모를 조사함

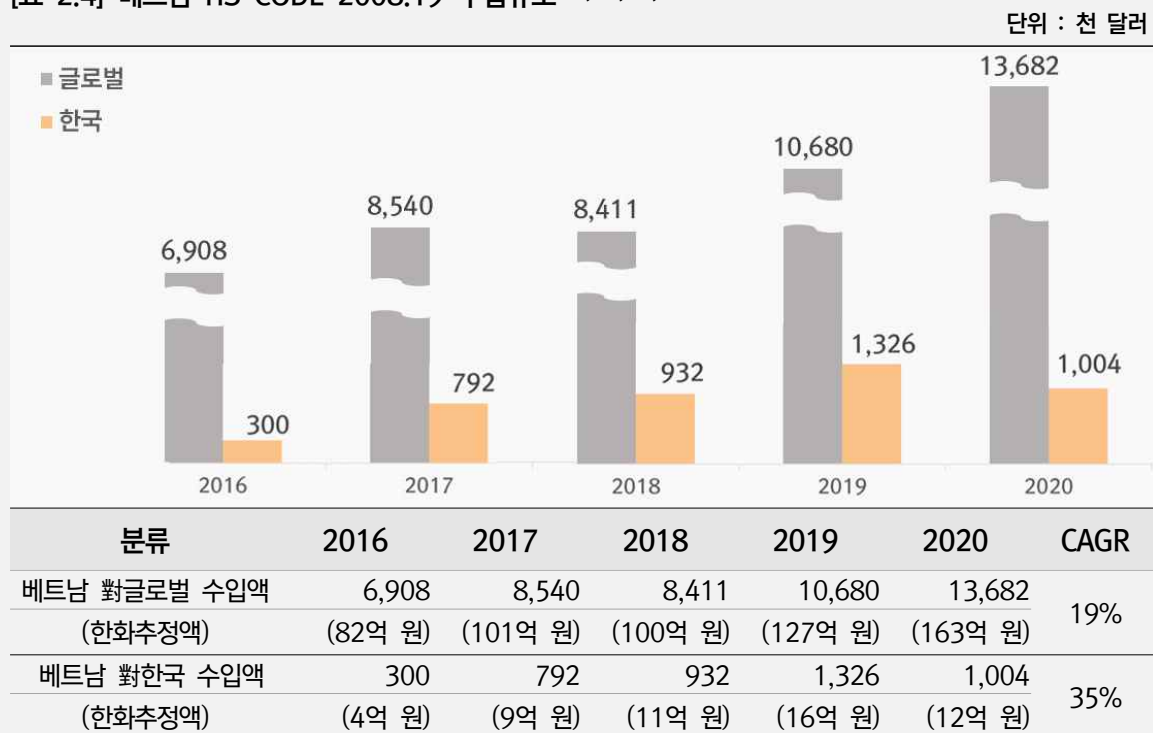
▶ 베트남 HS CODE 2008.19 對글로벌 수입액, 약 163억 원

2020년 기준 베트남 HS CODE 2008.19 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 28% 증가한 약 163억 원을 기록함. 2018년을 제외하고, 2016년부터 지속적으로 두 자릿수 대의 높은 성장세를 보여, 최근 5년(2016-20년)간 연평균 19%의 성장률을 기록함

▶ 베트남 HS CODE 2008.19 수입액 중 한국 점유율 2위

2020년 기준 베트남 HS CODE 2008.19 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 24% 하락하여 약 12억 원을 기록함. 이는 글로벌 수입액의 7%에 해당하는 수치로, 수입액 기준 전체 2위에 해당함. 한편, 글로벌 수입액 기준 1위 국가는 중국으로, 2020년 한 해 약 114억 원의 수입액을 기록하며 전체 70%를 차지함. 한국에 이어서 러시아(약 8억 원, 5%), 필리핀(약 7억 원, 4%) 순으로 높은 수입액을 보임

[표 2.4] 베트남 HS CODE 2008.19 수입규모 10)11)12)



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2008.19 기준

10) 자료: ITC(International Trade Centre)

11) 1달러=1,187.70원 (2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

12) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 견과류가공품 경쟁제품, ‘마카다미아’ 1위
2. 견과류가공품 경쟁브랜드, ‘블루다이아몬드’ 1위
3. 견과류가공품 성분, ‘구운 버터’ 1위
4. 견과류가공품 패키징, 투명한 ‘병’ 최다 진출
5. 베트남 견과류가공품 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 베트남 온라인매장 입점 견과류가공품 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 아몬드(Hạnh Nhân)
- 데이터 수집량 : 2,268건
- 데이터 수집원 : 쇼피(Shopee), 티키(Tiki)

▶ 베트남 온라인매장 입점 견과류가공품 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 성분 ④ 패키징

항목	키워드 (국문/현지어)		빈도	키워드 (국문/현지어)		빈도
경쟁제품	마카다미아	Macadamia	134	호두	Quả Óc Chó	38
	땅콩	Phộng	97	아몬드	Hạnh Nhân	27
	콩	Nành	86	피스타치오	Hạt Dẻ Cười	18
경쟁브랜드	블루 다이아몬드	Blue Diamond	45	바프	HBAF	16
	커클랜드	Kirkland	26	라푸코	Lafooco	12
	머거본	Murgerbon	19	에스케이푸드	SK food	10
	스마일넛	Smile Nuts	17	헤리테지	Heritage	9
성분	구운 버터	Rang Bơ	619	허니 버터	Bơ Mật	68
	가염	Muối	290	딸기	Dâu	38
	믹스	Mix Hạt	176	와사비	Wasabi	21
	구운	Rang Sấy	97	김	Rong Biển	16
패키징	병	Bình	782	파우치	Bịch	56
	500g	500g	110	250g	250g	17
	지퍼백	Túi Zip	80	200g	200g	10

1. 견과류가공품 경쟁제품, ‘마카다미아’ 1위

▶ ‘마카다미아’ 경쟁제품 키워드 빈출 수 1위

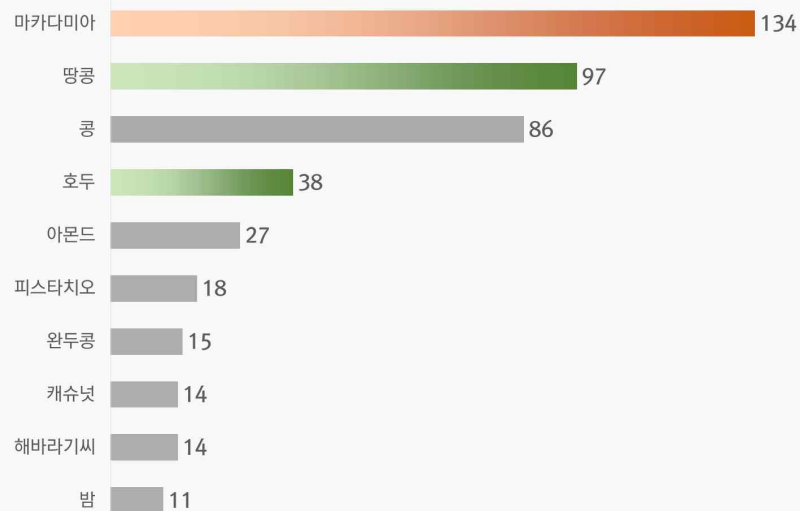
- ‘마카다미아’ 키워드 빈출 수 134건으로 1위
- 원문 추적 결과, 겹질째 포장되어 직접 까먹는 제품 다수

▶ 대표적인 견과류 ‘땅콩’·‘호두’ 상위권, ‘아몬드’는 5위

- ‘땅콩’ 키워드 빈출 수 97건, ‘호두’ 키워드 빈출 수 38건으로 2·4위
- 원문 추적 결과, 조미 견과류가공품보다 볶은 견과류가공품이 더 우세

1위 마카다미아		2위 땅콩		4위 호두	
					
제품명	마카다미아	제품명	피넛츠 매운맛	제품명	냉동 건조 볶은 호두
브랜드	디자푸드(DG Foods)	브랜드	오이시(Oishi)	브랜드	럭스(Luxe)
용량	250g	용량	95g*20개입	용량	250g
가격	165,000동(약 8,630원 ¹³⁾)	가격	216,000동(약 11,297원)	가격	179,000동(약 9,362원)

[표 3.1] 베트남 견과류가공품 경쟁제품 관련 키워드



자료: 베트남 온라인매장 판매 제품 내 ‘견과류가공품’ 관련 게시물 2,268건 분석

13) 100동=5.23원 (2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 견과류가공품 경쟁브랜드, ‘블루다이아몬드’ 1위

▶ 견과류가공품 경쟁브랜드 ‘블루다이아몬드’ 최다 빈출

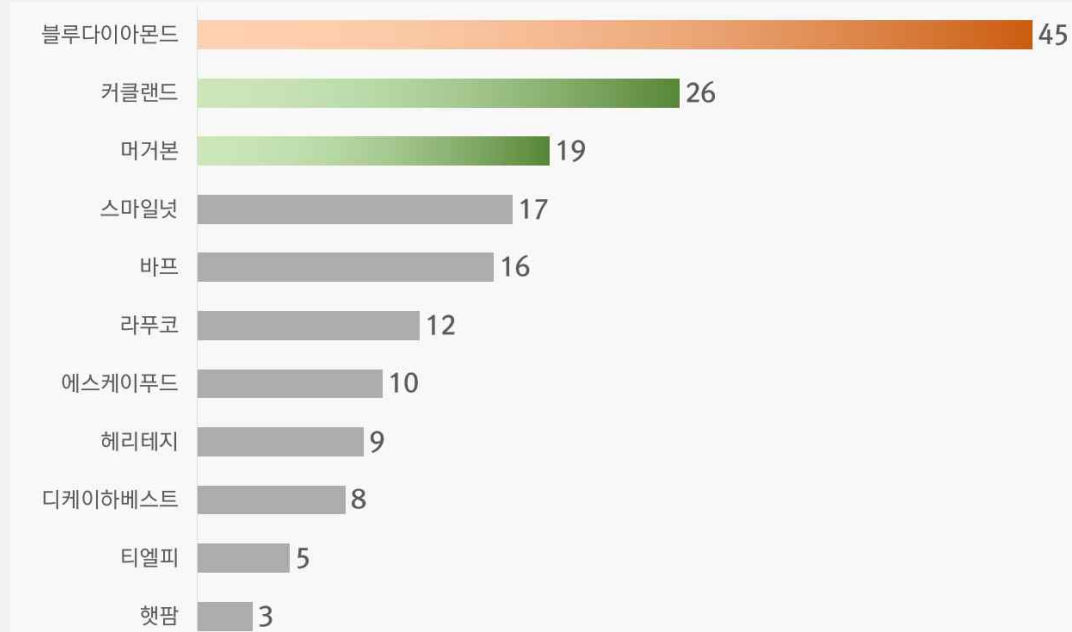
- ‘블루다이아몬드(Blue Diamond)’ 키워드 빈출 수 45건으로 1위
- 26건 빈출 된 글로벌 브랜드 ‘커클랜드(Kirkland)’ 2위

▶ 한국 브랜드 ‘머거본’ ‘바프’ 키워드 빈출

- ‘머거본’ 키워드 빈출 수 19건으로 3위, ‘바프’ 16건으로 5위
- 원문 추적 결과, 헤니버터 맛, 와사비 맛, 과일 맛 등 다채로운 맛으로 현지 소비자 공략

1위 블루다이아몬드		2위 커클랜드		3위 머거본	
					
제품명	구운 아몬드 소금 맛	제품명	구운 아몬드	제품명	헤니버터아몬드
브랜드	블루다이아몬드 (Blue Diamond)	브랜드	커클랜드(Kirkland)	브랜드	머거본(Murgerbon)
용량	130g	용량	1,360g	용량	200g
가격	210,000동(약 10,983원)	가격	585,000동(약 30,596원)	가격	150,000동(약 7,845원)

[표 3.2] 베트남 견과류가공품 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 베트남 온라인매장 판매 제품 내 ‘견과류가공품’ 관련 게시물 2,268건 분석

3. 견과류가공품 성분, ‘구운 버터’ 1위

▶ ‘구운 버터’, 성분 관련 키워드 빈출 1위

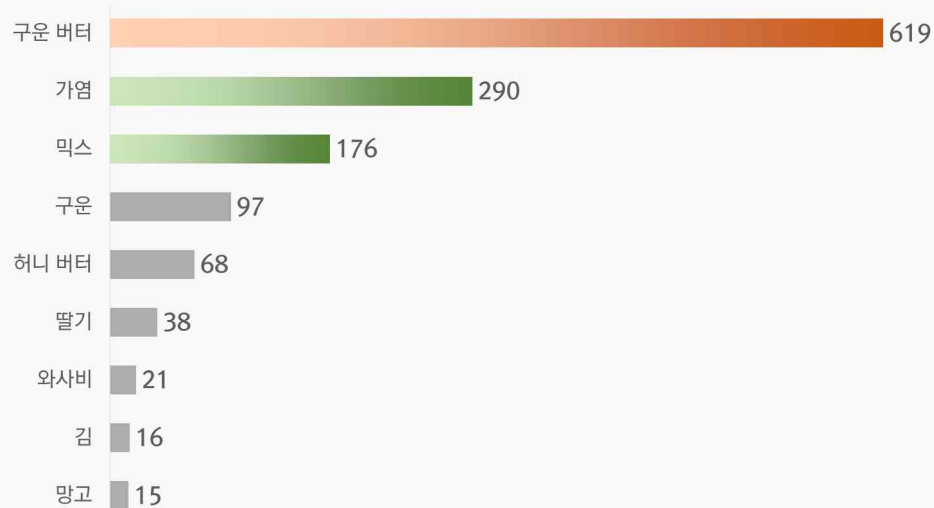
- ‘구운 버터’ 성분 키워드 빈출 수 619건으로 압도적 1위
- ‘가염’ 빈출 수 290건으로 2위, ‘믹스’ 176건으로 3위
- 원문 추적 결과, 현지 소비자 고소한 맛 실린 견과류가공품 선호

▶ 고객사 제품 ‘허니 버터’, ‘김’ 맛 빈출

- ‘허니 버터’ 성분 키워드 빈출 수 68건으로 5위
- ‘김’ 성분 관련 키워드 빈출 수 16건으로 8위

1위 구운 버터		2위 가염		3위 믹스	
					
제품명	버터 아몬드	제품명	솔티드 아몬드	제품명	씨드 믹스 프리미엄
브랜드	에프코푸드(Epco Foods)	브랜드	라푸코(Lafooco)	브랜드	무라드(Mourad's)
용량	200g	용량	200g	용량	500g
가격	120,750동(약 6,315원)	가격	107,000동(약 5,596원)	가격	185,000동(약 9,676원)

[표 3.3] 베트남 견과류가공품 성분 관련 키워드



자료: 베트남 온라인매장 판매 제품 내 ‘견과류가공품’ 관련 게시글 2,268건 분석

4. 견과류가공품 패키징, 투명한 ‘병’ 최다 빈출

▶ 패키징 관련 키워드 빈출 수 1위, ‘병’

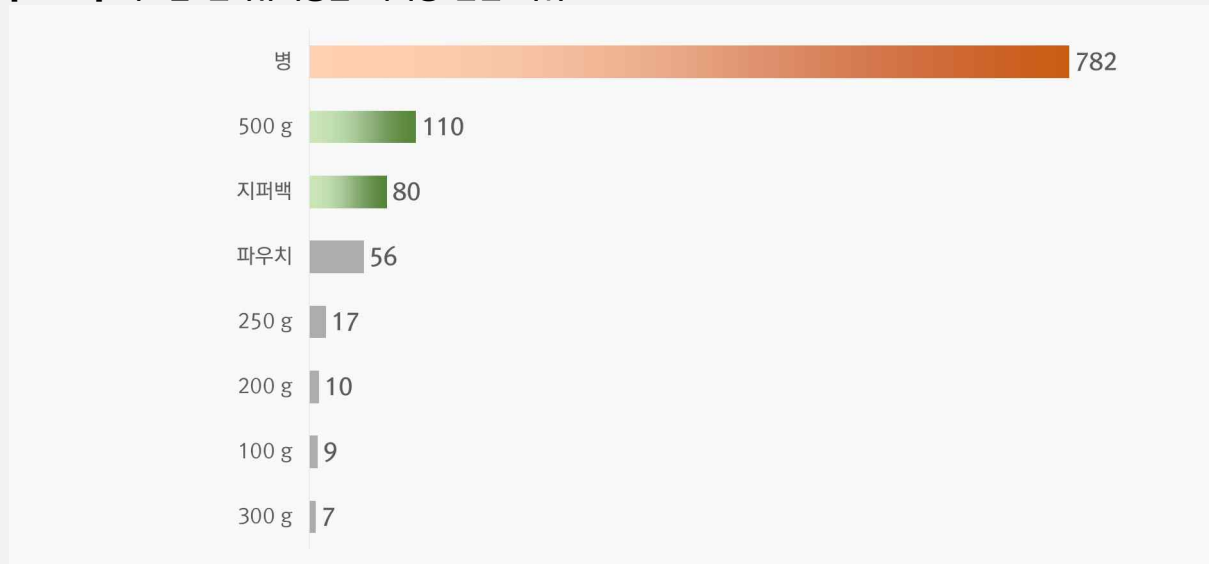
- ‘병’ 키워드 빈출 수 782건으로 2위 ‘500g’과 약 7배 차이로 1위
- 원문 추적 결과, 대다수의 견과류 패키징은 투명한 플라스틱 원통 병에 알루미늄 캔으로 입구가 밀봉되어 있는 형태

▶ 한국산 견과류가공품도 중량 200g대 제품이 인기

- 원문 추적 결과, 한국산 ‘머거본’ 제품과 ‘바프’ 제품 모두 인기 순대로 나열 시 200g대 제품이 최상단에 위치
- 100g 미만의 소포장 제품은 한국산 제품 위주로 판매되고 있음

1위 병		2위 500g		3위 지퍼백	
					
제품명	구운 아몬드	제품명	허니 로스트 아몬드	제품명	허니버터아몬드
브랜드	디케이하베스트(DK Harvest)	브랜드	헤리티지(Heritage)	브랜드	바프(HBAF)
용량	250g	용량	500g	용량	210g
가격	105,000동(약 5,492원)	가격	310,000동(약 16,213원)	가격	138,000동(약 7,217원)

[표 3.4] 베트남 견과류가공품 패키징 관련 키워드



자료: 베트남 온라인매장 판매 제품 내 ‘견과류가공품’ 관련 게시글 2,268건 분석

5. 베트남 견과류가공품 진출 컨셉

- ▶ 컨셉 ① _ 견과류의 건강 효능 내세우는 허니버터 아몬드
 - 홍보문구 키워드 빈출 437건 ‘심장병’, 168건 ‘치매에 좋은’ 활용
 - 건강을 목적으로 견과류 섭취하는 소비자 맞춤 어필
- ▶ 컨셉 ② _ 건강한 포만감에 적합한 건강 간식 허니버터 아몬드
 - 홍보문구 키워드 빈출 317건 ‘미용’ 활용
 - 고단백 건강 간식으로 피부 미용 및 체중 감량을 목표하는 소비자 공략
- ▶ 컨셉 ③ _ 임산부도 맛있게 즐기는 온가족 건강 간식 허니버터 아몬드
 - 홍보문구 키워드 빈출 254건 ‘임산부’ 활용
 - 누구나 부담 없이 즐길 수 있는 건강 간식으로 제품 장점 홍보

패키징	성분	홍보문구	★결합 키워드 발생량	제품 컨셉
(-)	구운 버터	치매에 좋은	36건	→ [치매에 좋은] 아몬드 간식 달콤한 꿀과 고소한 [구운 버터] 맛으로 즐기는 허니버터 아몬드
(-)	구운 버터	미용	34건	→ 예뻐지는 [미용] 간식 [구운 버터]와 달콤한 꿀의 조합으로 맛있는 허니버터 아몬드
(-)	구운 버터	임산부	29건	→ [임산부]도 마음 놓고 먹을 수 있는 건강 간식 [구운 버터]와 꿀로 맛을 더한 허니버터 아몬드
(-)	가염	콜레스테롤	20건	→ [콜레스테롤] 걱정 될 땐 김으로 건강하게 [소금 더한] 김맛 아몬드
(-)	가염	심장병	17건	→ [심장병] 예방에 효과적인 김으로 건강한 [짭 짭] 김맛 아몬드

★ 결합 키워드 발생량 : 성분/패키징/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 베트남 견과류가공품 유통채널 비교
2. 베트남 견과류가공품 유통채널 특징

1. 베트남 견과류가공품 유통채널 비교

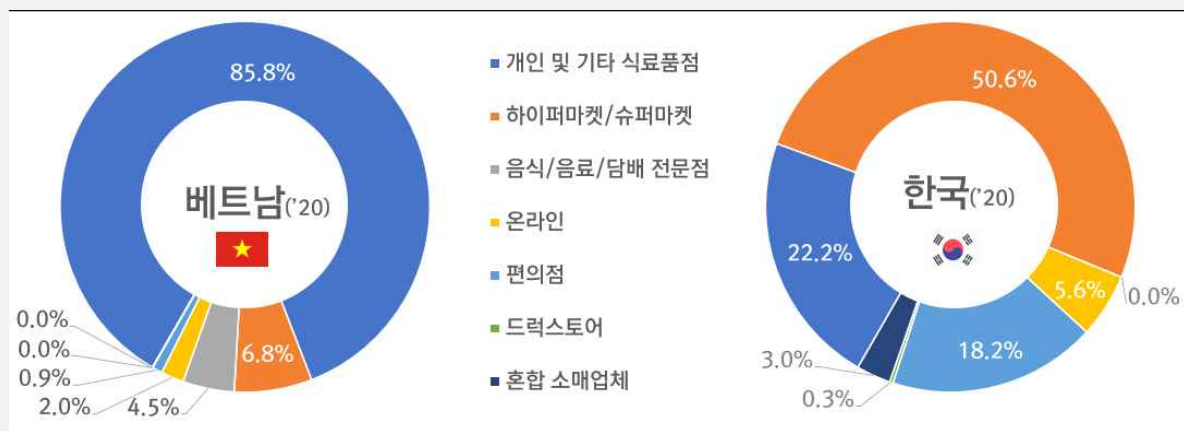
▶ 베트남 견과류가공품 유통, 개인 및 기타 식료품점이 주요 채널

2020년 베트남 ‘잡짬한 스낵’ 유통채널은 ‘개인 및 기타 식료품점’의 점유율(85.8%)이 가장 높았으며, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’(6.6%)과 ‘음식/음료/담배 전문점’(4.5%)이 뒤를 이었음. 반면 한국에서는 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 점유율이 50.6%로 가장 높았으며 베트남(7.1%)의 7배 수준으로 조사되었음. ‘온라인’의 점유율 또한 한국(5.6%)이 베트남(2.0%)보다 3.6%p 높은 것으로 나타났으며, ‘편의점’의 점유율은 한국(18.2%)이 베트남(0.9%)의 약 20배 수준으로 높게 나타났음

▶ 베트남 견과류가공품 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 베트남 ‘잡짬한 스낵’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 2.0%로 한국의 5.6% 대비 낮아 아직 견과류가공품의 온라인 소비시장이 발전단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 베트남 견과류가공품 소매유통채널 점유율



베트남 및 한국 소매유통채널 점유율¹⁴⁾¹⁵⁾ 비교¹⁶⁾

베트남	유형	한국
85.8%	개인 및 기타 식료품점 ¹⁷⁾	22.2%
6.8%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	50.6%
4.5%	음식/음료/담배 전문점	0.0%
2.0%	온라인	5.6%
0.9%	편의점	18.2%
0.0%	드럭스토어	0.3%
0.0%	혼합 소매업체	3.0%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

14) 2020년 기준, 베트남 및 한국 ‘잡짬한 스낵(Savoury Snacks)’의 소매유통채널 점유율임

15) ‘견과류가공품’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘잡짬한 스낵(Savoury Snacks)’의 정보를 확인함

16) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

17) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 주류판매점을 포함함

2. 베트남 견과류가공품 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

CRC 하이퍼마켓 브랜드, 빅씨



사진자료:베트남
인베스트먼트리뷰

▶ 베트남 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 쿠팡마트 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 원¹⁸⁾)의 34.6%를 점유했으며, 산하에 쿠팡마트(Co.op Mart)와 쿠팡푸드(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 예고¹⁹⁾

베트남 내 빅씨, 빅씨쇼퍼스 등 주요 하이퍼마켓 매장들을 보유하고 있는 기업 센트럴리테일코퍼레이션(CRC)이 관련 사업에 약 11억 달러(약 1조 2,621억 원²⁰⁾) 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) ²¹⁾	산하 주요 브랜드
1	사이공유니온(Saigon Union)	34.6%	쿠팡마트(Co.op Mart), 쿠팡푸드(Co.op Food)
2	마산(Masan)	18.7%	빈마트(Vinmart)
3	센트럴리테일코퍼레이션 (CRC, Central Retail Corporation)	18.2%	빅씨(Big C), 빅씨쇼퍼스(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)

18) 100동=5.23원 (2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

20) 1달러=1,187.70원 (2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

21) 베트남 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 편의점

베트남 편의점 배달서비스 그랩푸드



사진자료: 브이엔익스프레스

▶ 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 주력²²⁾

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 어플리케이션과의 협업을 통해 입지를 넓히고 즉석식품 카테고리 개발에 주력 중인 것으로 나타남

[표 4.3] 베트남 주요 편의점 업체

순번	기업명	편의점 매출액 점유('20) ²³⁾	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: 유로모니터(Euromonitor)

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

23) 베트남 편의점 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 드럭스토어

베트남 주요 드럭스토어
체인점, 파마시티



사진자료: 리테일뉴스아시아

▶ 베트남 주요 드럭스토어 업체, 에프피티

베트남 주요 드럭스토어 업체 에프피티(FPT)는 2020년 베트남 드럭스토어 전체 매출액 255조 3,100억 동(약 13조 3,527억원)의 약 0.6%를 점유했으며 산하에 롱차우(Long Chau) 1개 브랜드를 보유함. 유로모니터 조사 결과 2020년 베트남 견과류가공품 유통채널 중 드럭스토어가 포함된 헬스앤뷰티(H&B)의 점유율은 0%로 조사됨. 그러나 베트남 드럭스토어 주요 업체 중 메디케어(Medicare)와 가디언 (Guardian)의 온라인 판매페이지에서 스낵류를 판매 중인 것으로 나타나 오프라인 매장에서 판매 중인 것으로 예상할 수 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 있으며, 매출액이 매년 10-17% 꾸준히 성장 중임. 특히 메디케어(Medicare)와 가디언 (Guardian)을 비롯한 베트남 주요 드럭스토어 업체들이 큰 성장세를 보이고 있으며, 파노파마시(Phano Pharmacy), 파마시티(Pharmacy)와 같은 약국 체인점 또한 매장을 늘리고 있는 것으로 나타남. 가디언은 스낵류 등 식품군 확대를 통해 사업 영역을 확장 중이며, 파마시티는 한국 건강식품, 음료 및 과자류를 가장 많이 유통하는 매장으로 파악됨

[표 4.4] 베트남 주요 드럭스토어 업체

순번	기업명	드럭스토어 매출액 점유('20) ²⁵⁾	산하 주요 브랜드
1	에프피티 (FPT)	0.6%	롱차우 (Long Chau)
2	파마시티 (Pharmacy)	0.2%	파마시티 (Pharmacy)
3	데어리팜인터네셔널 (Dairy Farm International)	0.2%	가디언 (Guardian)
4	파노파머슈티컬 (Phano Pharmaceutical)	0.2%	파노파마시 (Phano Pharmacy)
5	메디케어(Medicare)	0.1%	메디케어 (Medicare)

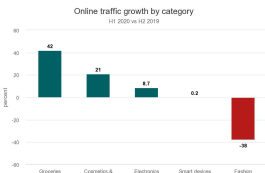
자료: 유로모니터(Euromonitor)

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

25) 베트남 드럭스토어 점유율 부문 상위 5개 기업

4) 온라인

베트남 품목별 온라인시장
상승률('20)



사진자료: 브이엔익스프레스

▶ 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 혜택을받는 베트남 온라인 시장, 식료품 분야 성장률은 1위로 나타나²⁶⁾

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 의료 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) ²⁷⁾	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) 브이엔익스프레스(VNExpress), 「Covid-19 gives vietnam e-commerce sector a boost」, 2020.09

27) 베트남 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 베트남 견과류가공품 주요 온라인 유통채널
2. 베트남 견과류가공품 주요 오프라인 유통채널

1. 베트남 견과류가공품 주요 온라인 유통채널 ① 쇼피

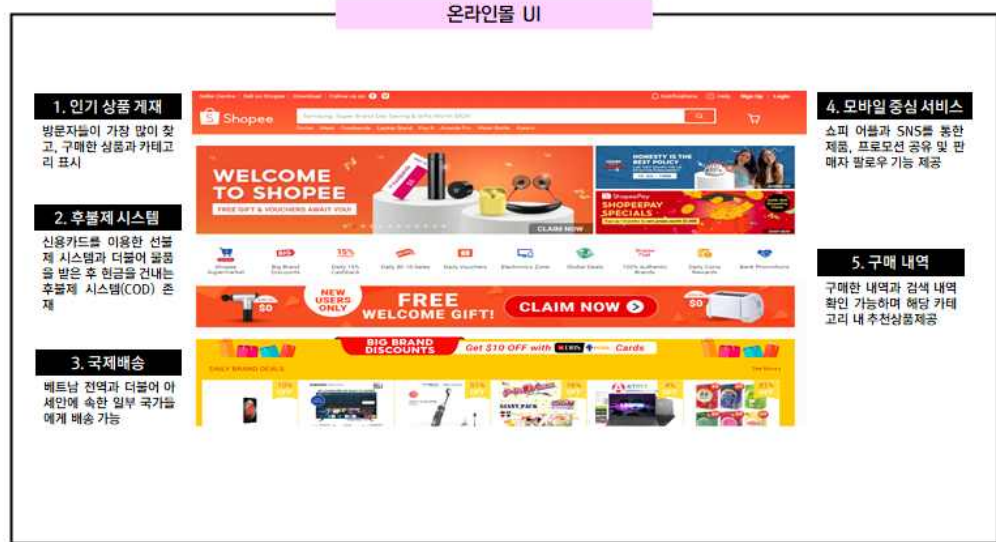
기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee)		
	홈페이지	shopee.vn		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문자수(최근 1개월)	6,720만 회	
		앱다운로드수('20)	60만 회	
매출('20)		약 26억 달러(약 2조 1,849억 원 ²⁸⁾)		
	운영방식	온라인마켓		
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	블루다이아몬드(Blue Diamond), 바프(HBAF)	
		해외 판매	일부 국가로의 판매 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	브랜드 상품 할인, 매일 15% 캐시백 등 다양한 프로모션 상시 진행			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지에서 직접 등록 - 홈페이지 우측 상단 ‘đăng ký’ 클릭하여 가입 후 판매자(Seller) 등록 - 입점 문의 후 진행 - 홈페이지 상단 trợ giúp 클릭하여 페이지 하단 E-mail 클릭 - 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 기입 정보: 이메일 주소, 첨부파일 등 (help.shopee.vn/vn/s/contactus) - 문의사항 연락처 - support@shopee.vn		

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

사진 자료: 쇼피(Shopee) 베트남

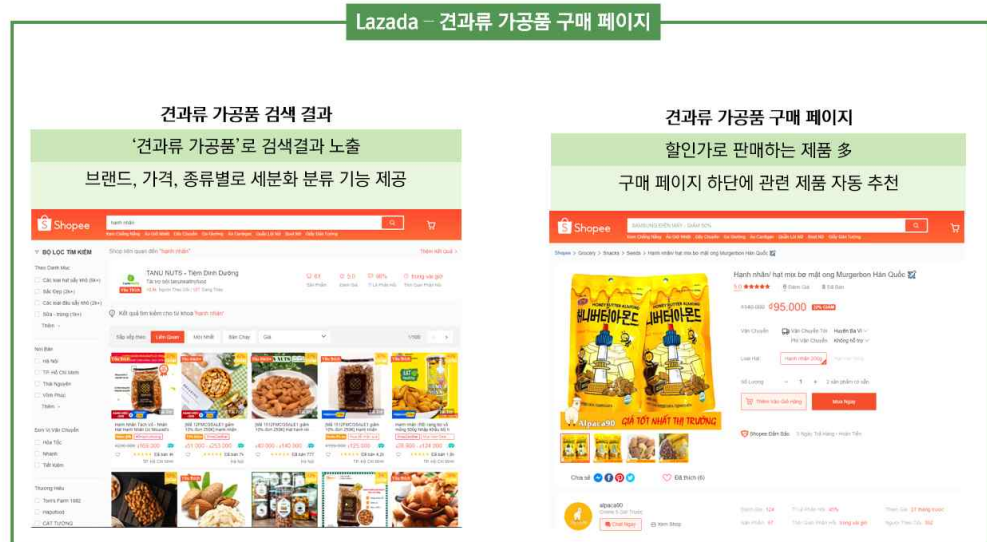
28) 1달러=1,187.70원 (2021.12.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①



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

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송 시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 쇼피(Shopee)
사진 자료: 쇼피(Shopee)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ²⁹⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격 ³⁰⁾	중량	이미지
1	견과류 가공품	바프 (HBAF)	하인년뽕자비복시꿀라박하 (Hạnh Nhân Tầm Gia Vị Bọc Sicula Bạc Hà)	한국	13만 9,000동 (약 7,269원)	120g	
2	견과류 가공품	바프 (HBAF)	하인년뽕자비복내르리애스 주빌래에 (Hạnh Nhân Tầm Gia Vị Bọc Cherries Jubilee)	한국	13만 5,000동 (약 7,060원)	120g	
3	견과류 가공품	블루다이아몬드 (Blue Diamond)	햇하인년뽕자비 (Hạt Hạnh Nhân Tầm Gia Vị)	미국	64만 9,000동 (약 3만 3,942원)	1.27kg	
4	견과류 가공품	바프 (HBAF)	하인년뽕자비췌트싸인한꾸 옥&마요나이스 (Hạnh Nhân Tầm Gia Vị Sốt Ớt Xanh Hàn Quốc & Mayonaise)	한국	14만 9,000동 (약 7,792원)	130g	
5	견과류 가공품	다이아몬드오브 캘리포니아 (Diamond of California)	하인년뽕자비보몽넵커우미 (Hạnh Nhân Rang Bơ Vỏ Mỏng Nhập Khẩu Mỹ)	미국	18만 3,330동 (약 9,588원)	453g	
6	견과류 가공품	바프 (HBAF)	햇하인년뽕자비비바인미버 또이 (Hạt Hạnh Nhân Tầm Gia Vị Vị Bánh Mỳ Bơ Tỏi)	한국	13만 5,000동 (약 7,060원)	130g	
7	견과류 가공품	블루다이아몬드 (Blue Diamond)	햇하인년뽕자비맛옹 (Hạt Hạnh Nhân Rang Vị Mật Ong)	미국	11만 5,000동 (약 6,014원)	130g	

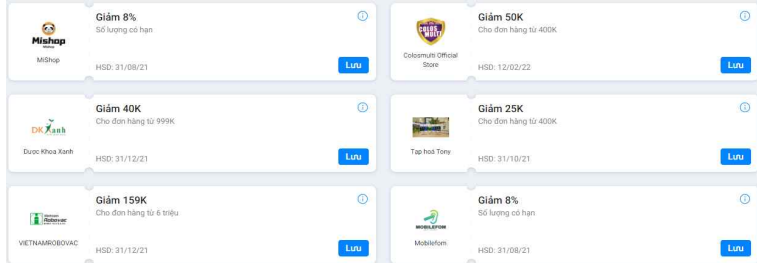
자료: 쇼피(Shopee) 베트남 시즌닝아몬드 제품 조사

사진 자료: 쇼피(Shopee) 베트남 시즌닝아몬드 제품 조사

29) 조사일(2021.12.14.) 기준 쇼피 견과류가공품 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

30) 100동=5.23원 (2021.12.01., 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 4,371억 원)			
운영방식		온라인마켓			
매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	머거본(Murgerbon), 바프(HBAF)		
		해외 판매	해외 판매 불가능		
		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 - 전화번호: +84-1900-6034			

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

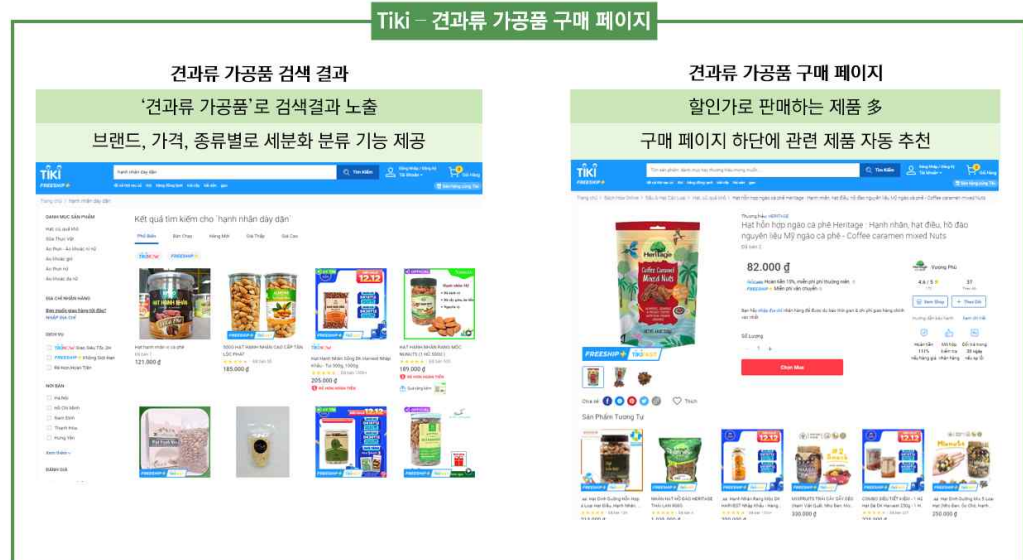
사진 자료: 티키(Tiki)

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(구매 순위 기준) ³¹⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	견과류 가공품	머거본 (Murgerbon)	하인년뽕버섯웅 (Hạt Hạnh Nhân Tầm Bơ Mật Ong)	한국	9만 5,000동 (약 4,968원)	200g	
2	견과류 가공품	블루다이아몬드 (Blue Diamond)	하인년블루 다이아몬드고이4비 (Hạnh Nhân Blue Diamond Gói 4 Vị)	미국	3만 2,222동 (약 1,685원)	30g	
3	견과류 가공품	바프 (HBAF)	햇하인년뽕비버섯웅 (Hạt Hạnh Nhân Tầm Vị Bơ Mật Ong)	한국	2만 3,000동 (약 1,202원)	30g	
4	견과류 가공품	바프 (HBAF)	하인년랑버뽕뽕고이 (Hạnh Nhân Rang Bơ Tầm Mật Ong Gói)	한국	9만 3,590동 (약 4,894원)	180g	
5	견과류 가공품	블루다이아몬드 (Blue Diamond)	햇하인년랑비뽕웅 (Hạt Hạnh Nhân Rang Vị Mật Ong)	미국	11만 5,000동 (약 6,014원)	130g	
6	견과류 가공품	바프 (HBAF)	하인년비까라멜한꾸옥 (Hạnh Nhân Vị Caramel Hàn Quốc)	한국	18만 9,000동 (약 9,884원)	210g	
7	견과류 가공품	블루다이아몬드 (Blue Diamond)	김꼬영미오안내하인년 (Kim Cương Mỹ Đồ Ăn Nhẹ Hạnh Nhân)	미국	33만 3,000동 (약 1만 7,415원)	150g * 4개입	

자료: 티키(Tiki)

사진 자료: 티키(Tiki)

31) 조사일(2021.12.14.) 기준 티키(Tiki) 견과류가공품 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

2. 베트남 견과류가공품 주요 오프라인 유통채널 ① 롯데마트

기업 기본 정보	기업명	롯데마트(Lotte Mart)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	lottemart.com.vn			
	위치	호치민			
	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				
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성	직업	직장인·주부
		연령대	30대~50대	소득수준	중상류층



방문매장 정보	영업시간	07:30~22:00	
	주소	469 Nguyen Huu Tho, Tan Hung Ward, District 7, City, HCMC	
	상권	주거 지역 인근에 있어 이용자가 많음	
	VMD	취급 브랜드	바프(HBAF), 오리온(Orion)
		진열 방식	카테고리별 진열
	매장 전경		

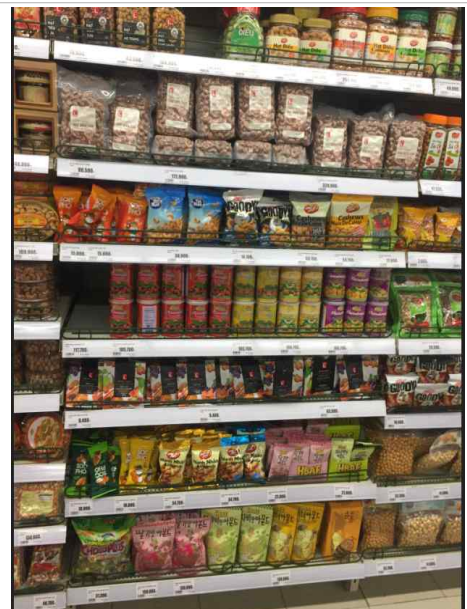
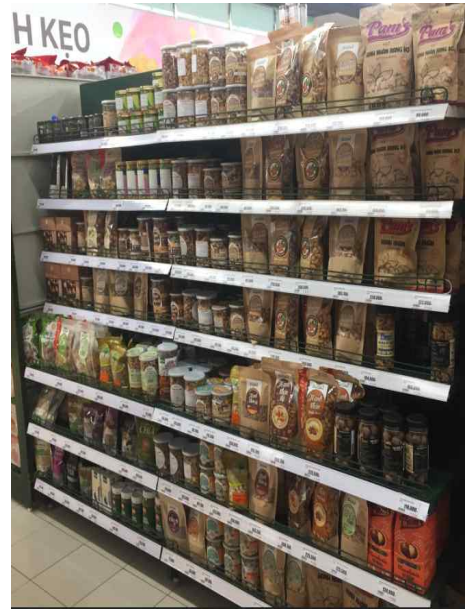
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 이메일을 통한 등록 - 회사소개서 및 카탈로그를 담당자 메일로 송부 - 입점 후 약 3개월간의 매출을 확인하여 추가 입점 여부 체크 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 소비자가격, 할인가 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 이메일: anhph@lotte.vn / haibtt@lotte.vn - 전화번호: +84-28-3775-3232 (내선번호: 324)

자료: 롯데마트(Lotte Mart), 미국농무부(USDA), 유로모니터(Euromonitor), 센트럴리테일(Central Retail)

사진 자료: 롯데마트(Lotte Mart) 현지 매장 방문

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



롯데마트 현지 매장에서는 바프(HBAF) 제품만 진열된 코너를 별도로 설치해 한국산 시즈닝 아몬드를 구매하는 소비자가 쉽게 제품을 찾을 수 있게 함. 다른 제품들의 경우 제조사별로 상온 매대에 배치해두었으며, 플라스틱 파우치 또는 플라스틱 병에 포장되어 판매 중임

자료: 롯데마트(Lotte Mart) 현지 매장 방문

사진 자료: 롯데마트(Lotte Mart) 현지 매장 방문

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	견과류 가공품	바프 (HBAF)	와사비 맛 아몬드	한국	2만 2,800동 (약 1,192원)	30g	
2	견과류 가공품	바프 (HBAF)	딸기 맛 아몬드	한국	2만 2,800동 (약 1,192원)	30g	
3	견과류 가공품	바프 (HBAF)	허니 버터 맛 아몬드	한국	13만 9,000동 (약 7,270원)	210g	
4	견과류 가공품	바프 (HBAF)	와사비 맛 아몬드	한국	13만 9,000동 (약 7,270원)	210g	
5	견과류 가공품	바이트랜앤두 (By Tran & Do)	뽕쓰햇하인년랑버 (Pams Hạnh Nhân Rang Bơ)	베트남	18만 9,000동 (약 9,885원)	500g	
6	견과류 가공품	데비 (Devie)	하인년포마이 (Hạnh Nhân Phô Mai)	베트남	22만 5,500동 (약 11,794원)	500g	
7	견과류 가공품	오리온 (Orion)	썩포 (Sóc Phở) *김 맛	베트남	1만 8,000동 (약 941원)	25g	
8	견과류 가공품	오리온 (Orion)	썩포 (Sóc Phở) * 허니 버터 맛	베트남	1만 8,000동 (약 941원)	25g	

자료: 롯데마트(Lotte Mart) 현지 매장 방문

사진 자료: 롯데마트(Lotte Mart) 현지 매장 방문

② 쿵마트

기업 기본 정보	기업명	쿵마트(Co.op 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 2,265억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('19): 약 400개 ³²⁾	
기업 요약	• 베트남 국영자본으로 운영되는 협동조합 형태의 소매점 • 베트남 내 1위 소매 유통기업 • 오프라인 외 온라인 플랫폼(Coopmart.vn) 보유 • 2013년 하이퍼마켓 '쿵엑스트라플러스(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) • 문의사항 연락처 – 이메일: phonggdnc@saigonco-op.com.vn – 전화번호: +84-838-360-143 (내선번호: 1167)
-------------	---------------------	---

자료: 쿵마트(Co.op Mart)

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

32) 하이퍼마켓 쿵엑스트라플러스(Co.opXtraplus) 매장을 포함한 수치

③ 롱차우

기업 기본 정보	기업명	롱차우(Long Chau)			
	기업구분	드럭스토어			
	홈페이지	nhathuoclongchau.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	• 2007년 설립 • 2018년 FPT Retail 기업이 지분 75%를 인수 • 베트남 내 최대 규모 드럭스토어				
매장정보	입점가능품목	• 건강보조식품, 음료류, 화장품, 의약품, 위생용품 등			
	선호제품	• 원산지가 명확히 표기되어 있는 제품			
	매장 전경	 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 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, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: sale@nhathuoclongchau.com - 전화: +84-028-7302-3456 - 핫라인: +84-1800-6928			

자료: 롱차우(Long Chau)

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

④ 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	- 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	- 홈페이지 통한 문의 - 홈페이지 우측 상단 Liên hệ 클릭 - 필요 정보 기입 후 제출 (pharmacy.vn/liên-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)

⑤ 써클케이

기업 기본 정보	기업명	써클케이(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				

방문매장 정보	입점가능품목	• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품 등		
	선호제품	• 소포장 단위 제품		
	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: 써클케이(Circle K)

사진 자료: 써클케이(Circle K)

⑥ 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				

방문매장 정보	입점가능품목	• 즉석식품, 병과류, 유제품, 스낵류, 캔디류, 음료류, 주류, 차, 애완용품, 욕실용품 등	
	선호제품	• 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)

VI. 진입장벽

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

1. 베트남 견과류가공품 통관 및 검역 절차³³⁾

▶ 베트남 견과류가공품 수출 시, FTA 원산지증명서 원본 제출

베트남은 보건부 산하 식품안전부(VFA, Vietnam Food Administration)에서 베트남으로 유통되는 모든 식품의 안전을 관리하고 있음. 식품의 안전과 관련된 법과 수입식품에 대한 통관 검역 규정이 수시로 변동되는 편이므로 수출 전, 법규 확인이 필수임. 베트남은 현재 한-베트남 FTA를 맺고 있어, 특혜 세율을 적용받을 수 있음. 사후 적용은 수입 신고일로부터 1년까지 가능하며, 사후 적용을 위해서는 최초 수입신고 시 협정 관세 적용 대상임을 신고해야 특혜 세율을 적용받아 환급 가능함

[표 6.1] 베트남 견과류가공품 통관 검역 절차



자료: 관세청, 베트남 관세청(General Department of Vietnam Customs), 베트남 보건부(MOH), KATI농식품수출정보 홈페이지

33) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다

2. 베트남 견과류가공품 품질 인증

▶ 베트남 견과류가공품, 보건부 자율 등록(자체 상품 공표) 가능

포장된 가공식품은 보건부 사전 등록 절차 의무 대상이 아니며, 자율 등록은 가능함. 기업 자체의 상품 공표, 관할 기관으로 통보 후 상품 공표서 등록 접수증을 취득한 물품은 식품안전에 대한 국가 검사면제 대상이 되며 유통 및 제품 판매가 가능함. 그 외 의무적으로 취득해야 하는 인증은 없으며, 고객사 기인증인 식품 생산에 관한 글로벌 인증을 활용할 수 있고, 추가적으로 비건 인증 및 유기농 인증을 받아 활용할 수 있음

[표 6.2] 베트남 가공식품 보건부 자율 등록(기업 자체 상품 공표) 사항

대상 제품	가공식품, 음료, 식품첨가제, 식품보관용기
필요서류	- 자체 상품 공표서 - 모든 서류는 자체 공표서 제출 시점 기준으로 만료되지 않아야 함 - Decree 15/2018/ND-CP 부록 1의 Form 1 양식을 사용할 것 - 성 인민위원회가 지정한 규제기관에 제출해야 함 - 식품 안전검사 결과 - 인증 연구기관 또는 ISO 17025 인정 시험소에서 발행한 원본 또는 인증된 진본 - 상품 공표 서류 제출일 기준 12개월 이내일 것 - 베트남 보건부의 식품 안전 기준 규정을 준수할 것
절차	- 자체 상품 공표서 작성 및 서류 제출 - 직접 방문 제출 또는 우편 송부 - 자체 공표 정보 공시 - 대중 매체 또는 공급자 홈페이지에 게시됨 - 자체 공표 공시 직후에 공급자는 제품을 제조 및 판매할 수 있으며, 제품의 안전에 관하여 전적으로 책임을 져야 함 - 지정 규제기관은 웹사이트에 자체 공표 사실과 제품명을 공시함
유의사항	- 상품 등록을 위해서는 식품의 검역 및 검사가 필요함 - 상품명, 원산지, 성분 등이 변경될 때에는 기업의 자체적인 상품 재공표가 필요하며, 해당 변동 내용에 대해 문서로 관할 기관에 통보 후 상품 판매 가능함 - 모든 제출 서류는 베트남어로 작성되어야 하며, 외국어로 된 서류는 베트남어로 번역 후 공증이 필요함

자료: 베트남 식품안전부(VFA)

3. 베트남 견과류가공품 라벨링

[표 6.3] 베트남 견과류가공품 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. 제품명	- 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	- 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 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

출처: 베트남 식품안전부(VFA), 베트남 보건부(MOH), 베트남 라벨링 규정 Decree 43/2017/ND-CP

[표 6.3] 베트남 견과류가공품 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	5. 상품 책임이 있는 단체 및 개인의 이름과 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 표기해야 함 • 수량으로 중량을 표시하는 상품은 숫자(자연수)로 표기함 • 포장에 담긴 상품의 단위가 다를 경우 상품별 중량과 총량을 반드시 표기해야 함 • 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 표기해야 함 • 상품의 중량 표기 방법은 신규 라벨링 규정의 [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

출처: 베트남 식품안전부(VFA), 베트남 보건부(MOH), 베트남 라벨링 규정 Decree 43/2017/ND-CP

[표 6.3] 베트남 견과류가공품 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 표시해야 함 • 제조 일자를 제조 월로 표기하는 경우, 월-년(양력)으로 표기함 • 제조 일자를 제조연도로 표기하는 경우, 네 자릿수로 표기함 • 제조 일자, 유통기한은 ‘제조 일자(Ngày Sản Xuất)’, ‘유통기한(Hạn sử dụng)’, ‘유통기한(Hạn dùng)’의 형태인 풀어쓴 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 표기 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

출처: 베트남 식품안전부(VFA), 베트남 보건부(MOH), 베트남 라벨링 규정 Decree 43/2017/ND-CP

▶ 베트남 견과류가공품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영문 및 국문]

- ① HBAF
- ② 허니버터아몬드
- ③ HONEY BUTTER ALMOND
- ④ 내용량 210g
- ⑤ 아몬드 73.345%, 사양별꿀 0.979%, 강공버터 0.491%

[앞면 - 국문]

- ① 바프
- ② 허니버터아몬드
- ③ 허니버터아몬드
- ④ 내용량 210g
- ⑤ 아몬드 73.345%, 사양별꿀 0.979%, 강공버터 0.491%

[뒷면 - 영문 및 국문]

- ① HBAF
- ② HONEY BUTTER ALMOND
- ③ 허니버터아몬드
- ④ 내용량 210g
- ⑤ 아몬드 73.345%, 사양별꿀 0.979%, 강공버터 0.491%

[뒷면 - 국문]

- ① 바프
- ② 허니버터아몬드
- ③ 허니버터아몬드
- ④ 내용량 210g
- ⑤ 아몬드 73.345%, 사양별꿀 0.979%, 강공버터 0.491%

▶ 베트남 견과류가공품 라벨 샘플



[옆면 1 라벨링]



[옆면 2 라벨링]

[옆면 1 - 영문 및 국문]

- ① 허니버터아몬드
- ② HONEY BUTTER ALMOND
- ③ EXP : 11-10-2022

[옆면 1 - 국문]

- ① 허니버터아몬드
- ② 허니버터아몬드
- ③ 유효기간 : 2022년 11월 10일

[옆면 2 - 국문 및 베트남어]

- ① 식품 유형 : 땅콩 또는 견과류가공품
- ② 영업장의 명칭 및 소재지 :
(주) 길림 양행
경기도 광주시 오포읍 봉 골길 176
- ③ 유통기한 : 후면 별도 표기 일까지
- ④ 포장 재질 (내면) : 폴리에탈렌
- ⑤ 품목보고 번호 : 20030368161-207

[옆면 2 - 국문]

- ① 식품 유형 : 땅콩 또는 견과류가공품
- ② 영업장의 명칭 및 소재지 :
(주) 길림 양행
경기도 광주시 오포읍 봉 골길 176
- ③ 유통기한 : 후면 별도 표기 일까지
- ④ 포장 재질 (내면) : 폴리에탈렌
- ⑤ 품목보고 번호 : 20030368161-207

⑥ 원재료명 :

- 아몬드 (미국산)
- 물엿
- 설탕
- 허니 버터 맛 시즈닝-지엘 [가공 버터 (호주산), 가공 소금 (미국산), 사양 벌꿀 (국산), 아스파탐 (감미료, 페닐알라닌 함유)]
- 사양 벌꿀 (국산)
- 식물성 유지 1
- 식물성 유지 2
- 유화제
- 허브 추출물
- 대두, 우유 함유

⑦ HẠT HẠNH NHÂN TẮM BƠ MẬT ONG HBAF

⑧ Thành phần :

- Hạt hạnh nhân
- Đường (12.220%)
- Xi - rô (8.196%)
- Gia vị bơ mật ong tổng hợp [(Bơ chế biến (0.491%), Muối chế biến, Mật ong (0.011%), Chất tạo ngọt nhân tạo (INS 951)] (3.778%)
- Mật ong (0.968%)
- Dầu bắp (0.870%)
- Dầu đậu nành (0.609 %)
- Chất chống oxy hóa (INS 322(i)) (0.012%)
- Chiết xuất thảo mộc (0.002%)

⑨ Thông tin an toàn sản phẩm : Sản phẩm có chứa sữa và đậu nành

⑩ Hướng dẫn sử dụng : Dùng ăn trực tiếp sau khi mở bao bì
Hướng dẫn bảo quản: Bảo quản trong nhiệt độ 20°C đến 28°C⑪ Thời hạn sử dụng : HSD xem “EXP” trên bao bì sản phẩm.
Ngày sản xuất 12 tháng trước HSD

⑥ 원재료명 :

- 아몬드 (미국산)
- 물엿
- 설탕
- 허니 버터 맛 시즈닝-지엘 [가공 버터 (호주산), 가공 소금 (미국산), 사양 벌꿀 (국산), 아스파탐 (감미료, 페닐알라닌 함유)]
- 사양 벌꿀 (국산)
- 식물성 유지 1
- 식물성 유지 2
- 유화제
- 허브 추출물
- 대두, 우유 함유

⑦ 바프 허니버터아몬드

⑧ 원재료명 :

- 아몬드 (미국산)
- 설탕 (12.220%)
- 시럽 (8.196%)
- 혼합 허미버터 조미료 [가공 버터 (0.491%), 가공 소금, 꿀 (0.011%), 인공 감미료 (INS951)] (3.778%)
- 꿀 (0.968%)
- 옥수수기름 (0.870%)
- 대두유 (0.609%)
- 항산화제 (INS322 (i)) (0.012%)
- 허브 추출물(0.002%)

⑨ 제품 안전 정보 : 제품에는 우유와 콩이 포함되어 있습니다.

⑩ 사용방법 : 개봉 후 20~28°C 보관

⑪ 유통기한 : HSD 제품 포장에 기재된 EXP를 참조하세요. 제조일자 12개월 전 HSD

⑫ Sản xuất tại :

GLIM INTERNATIONAL CO. LTD
 Địa chỉ : 176 Bonggol-Gil,
 Opo-Eup, Gwangju-City,
 Gyeonggi-Do, Korea

⑬ Thương nhân nhập khẩu và chịu
 trách nhiệm về chất lượng sản
 phẩm : CÔNG TY CỔ PHẦN IPP
 GROUP, Địa chỉ : 5 Đường Số 1A,
 KDC Melosa Phường Phú Hữu,
 Thành phố Thủ Đức, Thành phố
 Hồ Chí Minh
 Điện thoại : 028 3606 2797
 Email : hotline@ipp.com.vn

⑭ Khối lượng tịnh : 210g/hộp

⑫ 제조 :

그림 주식회사
 주소 : 대한민국 경기도 광주시 오포읍
 봉골길 176

⑬ 제품의 품질을 책임지고 수입하는
 업체 : 아이피피 그룹 주식회사
 주소 : 5드영소 1A, 케이디시 멜로사,
 푸영 푸후우구, 투득시, 호치민시
 전화 : 028-3606-2797
 이메일 : hotline@ipp.com.vn

⑭ 순 중량 : 210g/박스

4. 베트남 견과류가공품 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물 규정

베트남 보건부는 식품첨가물의 올바른 사용으로 소비자 안전을 보장하기 위하여 No. 24/2019/TT-BYT ‘식품첨가물의 관리 및 사용에 관한 시행규칙’ 규정을 통해 식품첨가물의 사용 규칙 및 기준을 규정하고 있음. 식품첨가물 사용은 대상 식품에 맞는 허용량을 사용하고 원하는 기술적 효과를 얻는데 필요한 사용량을 최소화하도록 권고하고 있음. 하기 표는 견과류가공품에 적용되는 식품첨가물과 허용량이며, 전체 규정은 베트남 보건부 홈페이지나 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.4] 견과류가공품에 적용되는 베트남 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	카민	Carmin	200mg/kg	가공 견과류 및 견과류 믹스
2	산화철 (검정, 빨강, 노랑)	Iron oxides (black, red, yellow)	400mg/kg	
3	안토시아닌	Anthocyanin	GMP	
4	폰케아우 4r	Ponceau 4r	100mg/kg	
5	인디고카민	Indigotine	100mg/kg	
6	리보플라빈	Riboflavin	1,000mg/kg	
7	프로필 몰식자산염	Propyl gallate	200mg/kg	
8	아스코르빌 에스테르	Ascorbyl esters (INS no. 304, 305)	200mg/kg	

출처: 베트남 보건부(MOH), 베트남 식품안전연구위원회(FSI), KATI농식품수출정보

▶ 유해물질

베트남에서 보건부는 곰팡이독소, 포장재, 중금속, 미생물 등의 유해물질에 대하여 최대 잔류한계를 규정하고 관리하고 있음. 유해물질에 관한 규정은 각 국가 표준 기술규정에 따른 베트남 규정 8-1(2011), 8-2(2011), 그리고 8-3(2011)이며, 하기 표는 이에 따라 고객사 견과류가공품에 적용되는 유해물질을 분석한 결과임. 더욱 자세한 내용은 베트남 보건부 및 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.5] 견과류가공품에 적용되는 베트남 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용수치	식품 유형
1	아플라톡신 B1, B2, G1, G2	Aflatoxin B1, B2, G1, G2	4 μ g/kg	아몬드
2	아플라톡신 M1	Aflatoxin M1	불검출	
3	오크라톡신 A	Ochratoxin A	3 μ g/kg	

출처: 베트남 보건부(MOH), 베트남 식품안전연구위원회(FSI), KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

베트남 보건부는 베트남에서 유통되는 식품에 포함된 알레르기 유발 성분에 대하여 규제하고 있음. 라벨링 규정은 베트남에서 상품을 생산하는 개인 또는 단체, 상품을 수출입하는 개인과 단체에 적용됨. 필수로 표기해야 하는 알레르겐 성분들은 하기 표와 같으며, 베트남으로 수출하는 식품에 이 성분들이 포함된 경우 반드시 라벨에 표기하도록 주의가 필요함. 고객사 견과류가공품에는 베트남에서 규정하는 알레르겐 필수 표기성분이 포함되는 것으로 확인됨

[표 6.6] 베트남 알레르겐 표시 기준

순번	표시의무 여부	대상	견과류가공품 해당 여부
1	의무	글루텐을 함유한 곡물	-
2	의무	갑각류	-
3	의무	달걀 및 달걀 제품	-
4	의무	어류 및 어류 제품	-
5	의무	땅콩, 대두와 관련 제품	-
6	의무	우유와 유제품 (락토스, 설탕, 우유 포함)	-
7	의무	견과류와 관련 제품	V(아몬드)
8	의무	10mg 또는 그 이상의 농도인 아황산염	-

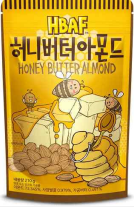
출처: 베트남 보건부(MOH)

VII. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 빈프루트(Vin Fruits)

Interview ② 원마트(Winmart)

Interview ③ 그린 그로서리(Green Grocery)

베트남(Vietnam) 인터뷰 대상 선정	빈프루트 (Vin Fruits)	윈마트 (Winmart)	그린 그로서리 (Green Grocery)
인터뷰 대상 기업체 선정 · 수입유통업체 ○ · 견과류가공품 유통업체 ○	업태 ▶ 수입유통업체	수입유통업체	유통업체
	취급 ▶ 		
	견과류가공품	견과류가공품	견과류가공품
사진 자료: 빈프루트, 윈마트, 그린그로서리 제품 판매 페이지			

베트남(Vietnam) 수입유통업체, 유통업체 인터뷰 요약			
고객사	견과류가공품 수요	고객사 제품 피드백	추천 홍보문구 및 유통채널
빈프루트 (Vin Fruits) ----- 수입유통업체	· 허니 버터 맛 인기 · 향이 좋은 제품 선호	· 경쟁제품 대비 가격 비싼 편 · 무난한 패키징 디자인	· 건강 관련 홍보문구 추천 · 온라인 쇼핑물 및 페이스북 등 SNS 활용 홍보 추천 · 주요 소비자층이 있는 학교 근처의 소매점 유통 추천
윈마트 (Winmart) ----- 수입유통업체	· 제품 인지도 높음 · 김 맛, 와사비 맛 선호도 낮음 · 허니 버터 맛, 불닭볶음 맛 인기	· 가격 비싼 편 · 경쟁제품과 비슷한 패키징 디자인	· 한국산, 건강 효능 관련 홍보문구 추천 · SNS 홍보, 시식행사 및 주류와 묶음 판매 추천 · 하이퍼마켓, 슈퍼마켓 유통 추천
그린 그로서리 (Green Grocery) ----- 유통업체	· 허니 버터 맛 인기 · 인지도 매우 높음 · 와사비 맛 선호도 낮음	· 평균 가격보다 높으나 빈마트 제품과 비슷한 가격 · 현지에 잘 맞는 패키징 디자인	· 한국산, 건강, 맛 강조 홍보문구 추천 · SNS 홍보 및 증정품 제공 프로모션 추천 · 편의점 위주의 오프라인 매장 진출 추천
(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체, 인터뷰 3개사			

Interview ① 빈프루트(Vin Fruits)

34)

빈프루트
(Vin Fruits)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 미국, 호주, 한국, 일본 등 다양한 수입산 식품 수입유통
 - 신선과일, 견과류 취급
 - 자사 온라인몰 통해 제품 판매

담당자 정보

Sales Manager

빈프루트(Vin Fruits)
Sales Manager

Q. 베트남 소비자들이 선호하는 견과류 종류는 무엇인가요?

베트남에서 가장 소비량이 많은 견과류는 캐슈넛입니다. 세계 최대 캐슈넛 수출국인 베트남에서는 캐슈넛이 매우 저렴한 가격에 판매되어 현지에서도 인기가 많습니다. 캐슈넛은 영양이 풍부하고 특히 현지에서는 다이어트에 도움이 되는 식품으로 널리 알려져 있습니다.

Q. 베트남 내 선호도가 높은 한국산 시즈닝 아몬드 맛이 무엇인가요?

가장 선호도가 높은 제품은 풍미가 좋은 허니 버터 맛 아몬드입니다. 현지에는 다양한 한국산 브랜드가 진출해 있으며, 대표적인 브랜드로는 바프(HBAF)와 썬넛츠(Suunuts)가 있습니다.

Q. 베트남으로 제품 수출 시, 추천 유통채널은 무엇인가요?

고객사 제품과 같은 스낵류 제품은 슈퍼마켓과 편의점에서 많이 판매되고 있습니다. 특히 시즈닝 아몬드는 비교적 젊은 연령층의 소비자 구매율이 높기 때문에 학교 근처의 슈퍼마켓이나 기타 소매집화점을 중심으로 유통채널을 확보하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q. 베트남 내 인기 있는 아몬드 제품은 무엇인가요?

베트남에서 판매되는 시즈닝 아몬드 제품 중 가장 유명한 제품은 길림양행 기업의 바프 브랜드 아몬드 제품입니다. 다양한 맛이 판매되고 있으나 향이 좋고 맛이 아몬드와 잘 어우러지는 허니 버터 맛 제품이 인기가 가장 많습니다. 해당 브랜드의 제품은 아몬드 크기가 크고, 달콤하고 향이 좋다는 평이 많으며, 지퍼백 패키징으로 되어있어 보관이 매우 편리합니다. 제품 가격은 250g에 19만 동(한화 약 9,937원³⁵⁾)입니다.

34) 사진자료: 빈프루트(Vin Fruits)

35) 100동=5.23원 (2021.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이나 보완할만한 점이 있나요?

고객사 제품의 용량은 적당하나 소비자가격은 타 브랜드 대비 비싼 편입니다. 제품 패키징 디자인은 경쟁제품과 비교하여 특별히 도드라지는 점은 없지만, 현지 소비자들의 관심을 끌 만한 무난한 디자인으로 보입니다.

Q. 경쟁 제품 홍보 시, 자주 사용하는 키워드나 주요 홍보 수단이 있나요?

시중에 판매되고 있는 바프, 썬넛츠 등의 브랜드 제품들은 ‘식이섬유가 풍부’, ‘심장 건강에 유익’ ‘건강에 좋은 불포화지방’ 등의 문구들을 사용하고 있습니다. 제품 홍보를 위해서는 다양한 온라인 쇼핑몰 플랫폼, 페이스북 등 SNS를 적극 사용할 것을 추천합니다. 베트남은 SNS 사용률이 매우 높은 편으로 적절히 활용한다면 많은 소비자를 대상으로 제품을 효과적으로 홍보할 수 있을 것입니다.

Interview ② 원마트(Winmart)

36)

원마트
(Winmart)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 미국, 호주, 한국, 일본 등 다양한 수입산 식품 판매
 - 신선식품, 냉동식품, 쌀/국수, 스낵류, 건강보조식품 등 다양한 제품 취급
 - 자체 온라인몰 운영

담당자 정보

Sales Manager

원마트(Winmart)
Sales Manager

Q. 베트남 소비자들이 선호하는 견과류 종류는 무엇인가요?

베트남 소비자들이 가장 선호하는 견과류는 캐슈넛입니다. 캐슈넛은 저렴한 가격에도 다른 견과류만큼 영양소가 풍부하여 인기가 좋습니다.

Q. 베트남 내 선호도가 높은 한국산 시즈닝 아몬드 맛이 무엇인가요?

베트남 내 한국산 시즈닝 아몬드 인지도는 높은 편으로, 빈마트굿(Vinmart Good), 오리온 등 다양한 브랜드의 제품이 판매되고 있습니다. 허니 버터 맛과 과일 맛이 나는 제품이 판매 상위권을 차지하고 있으며, 김 맛과 와사비 맛은 비교적 선호도가 떨어지는 편입니다.

Q. 베트남으로 제품 수출 시, 추천 유통채널은 무엇인가요?

시즈닝 아몬드 제품은 하이퍼마켓, 슈퍼마켓을 중심으로 판매되고 있습니다. 저희 업체에서 취급하는 시즈닝 아몬드도 고객사 제품과 같은 용량의 제품이며, 현지 하이퍼마켓, 슈퍼마켓에 입점하여 있습니다.

Q. 베트남 내 인기 있는 아몬드 제품은 무엇인가요?

빈마트굿(Vinmart Good)의 시즈닝 아몬드 제품이 가장 유명합니다. 해당 제품은 빈마트(Vinmart)에서 한국 ‘머거본(Murgerbon)’ 브랜드 제품을 수입하여 빈마트 자체 브랜드인 ‘빈마트굿’ 제품으로 단독 유통하는 제품입니다. 빈마트는 베트남 내 매장 수와 방문 고객이 매우 많아 제품 입점 시 인지도 향상에 매우 유리합니다. 여러 종류 중 허니 버터, 불닭볶음 맛이 인기가 많으며 60g 용량 제품이 5만 동(한화 약 2,615원)에 판매되고 있습니다. 해당 제품 외에도 길림양행, 오리온에서 출시된 경쟁제품이 가격이 저렴하여 소비자들에게 인기가 많습니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이나 보완할만한 점이 있나요?

고객사 제품은 현재 저희 업체에서 취급하는 제품과 용량이 같지만, 가격이 더 비싸 가격 면에서 경쟁력이 떨어질 것으로 보입니다. 제품 패키징 디자인은 시중 제품들과 비슷해 보입니다.

Q. 경쟁 제품 홍보 시, 자주 사용하는 키워드나 주요 홍보 수단이 있나요?

베트남 내 한국산 식품의 제품 신뢰도가 높다는 점을 이용하여 ‘고품질 한국산 아몬드’과 같이 원산지를 강조하는 문구나, 아몬드의 건강 효능을 나타낼 수 있는 ‘몸에 좋은 불포화지방 풍부’와 같은 문구가 많이 쓰이고 있습니다. SNS 등 온라인을 통한 제품 홍보가 일반적이며, 슈퍼마켓, 식당, 학교 근처에서 간단한 시식행사를 열어 직접 소비자들에게 제품을 홍보하기도 합니다. 시장 출시 초기에는 소주나 기타 주류와 묶음 판매를 진행하여 제품 인지도를 높이는 방법도 있습니다.

Interview ③ 그린 그로서리(Green Grocery)

37)

●
그린 그로서리
(Green Grocery)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 미국, 호주, 한국, 일본산 제품 판매
 - 냉동식품, 가공식품, 건조식품 등 다양한 제품 취급
 - 자체 온라인몰 보유

담당자 정보

Sales Manager

그린 그로서리(Green Grocery)
Sales Manager

Q. 베트남 소비자들이 선호하는 견과류 종류는 무엇인가요?

베트남에서 인기가 많은 견과류로는 캐슈넛, 아몬드, 마카다미아, 피스타치오 등이 있습니다. 견과류는 영양가가 풍부하다고 알려져 시중에는 견과류가 첨가된 시리얼, 스낵류 등의 제품이 많습니다.

Q. 베트남 내 선호도가 높은 한국산 시즈닝 아몬드 맛이 무엇인가요?

현지에서 판매되고 있는 시즈닝 아몬드 제품 중 판매량이 가장 많은 종류는 허니 버터 맛, 불닭볶음 맛, 구운 소금 맛 등입니다. 한국과 달리 와사비 맛 아몬드는 특 쏘는 맵고 자극적인 맛 때문에 대부분의 소비자가 선호하지 않습니다. 현지에 진출한 한국산 시즈닝 아몬드 제품 브랜드로는 바프, 빈마트굿, 오리온, 썬넛츠 등이 있습니다.

Q. 베트남으로 제품 수출 시, 추천 유통채널은 무엇인가요?

소비자들이 시즈닝 아몬드를 가장 많이 구매하는 경로는 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점으로, 현지에서 유명한 체인점으로는 윈마트(Winmart), 하프로(Hapro), 씨클케이(CircleK), 오키노(Okono), 세븐일레븐(7eleven), 쿠팡마트(Coo.mart) 등이 있습니다. 특히 제품 가격이 비싼 편이라면 제품 평균 가격대가 높은 편의점을 추천합니다. 시중 시즈닝 아몬드 제품의 평균 가격은 다른 유사 제품의 시중가와 비교해도 크게 비싸지 않아 편의점 판매 시 가격경쟁력을 높일 수 있다고 판단됩니다. 오프라인 외에도 온라인몰, SNS 커머스 플랫폼 등을 적절히 활용하면 판매량 증대에 큰 도움이 될 것입니다.

Q. 베트남 내 인기 있는 아몬드 제품은 무엇인가요?

빈마트굿 브랜드와 바프 브랜드 제품의 시즈닝 아몬드 제품라인이 가장 유명합니다. 바프 제품은 210g에 14만 7천 동(한화 약 7,688원)의 저렴한 가격에 판매되고 있으며, 허니 버터, 불닭볶음, 요거트 맛이 인기가 가장 많습니다. 향과 맛이 좋아 연령과 상관없이 기호가 좋고 다양한 용량으로 출시되어 가구 규모에 따라 대용량, 소용량을 선택할 수 있다는 점 또한 인기 요인으로 꼽을 수 있습니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이나 보완할만한 점이 있나요?

적당한 용량의 제품이지만, 빈마트굿 제품 가격과 비슷하여 현지에서 유통되는 시즈닝 아몬드 제품의 평균 가격보다는 비싼 수준입니다. 패키징 디자인은 현지 소비자들의 취향과 잘 맞을 것 같습니다.

Q. 경쟁 제품 홍보 시, 자주 사용하는 키워드나 주요 홍보 수단이 있나요?

시즈닝 아몬드 홍보문구로 가장 자주 쓰이는 표현은 ‘풍부한 영양’, ‘다양한 맛’, ‘간편한 섭취’, ‘한국 직수입’, ‘한국 1위 아몬드’ 등이 있습니다. 제품 홍보에는 광고 전단지 제작, SNS 인플루언서 마케팅, 제품 묶음으로 구매 시 증정품 제공 등의 프로모션 혜택 등 다양한 홍보 수단이 적절하게 활용되고 있습니다.

VIII. 시사점



베트남 온라인매장 견과류가공품 경쟁제품 관련 키워드

소비 특징 ① 견과류가공품 경쟁제품 주요 키워드, 마카다미아 및 땅콩



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 견과류가공품의 경쟁제품 주요 키워드로 마카다미아 관련 키워드가 가장 빈출되는 것이 확인되었음. 해당 키워드 원문 추적 결과, 마카다미아 제품들은 대부분 껍질째 포장되어 직접 까먹는 제품이 다수인 것으로 나타남. 마카다미아에 이어 땅콩, 콩 관련 키워드가 다수 도출되었으며, 고객사 제품과 같은 아몬드 관련 키워드는 전체 경쟁제품 중 5위를 차지함

한편 베트남 현지 견과류가공품 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 취급하고 있는 견과류가공품 중 현지에서 가장 소비가 많은 제품은 캐슈넛 제품인 것으로 나타남. 캐슈넛은 현지에서 저렴한 가격에 판매되고 있어 가격경쟁력이 있으며, 다이어트에 도움이 되는 식품으로 소비자들 사이에 널리 알려진 것으로 조사되었음



베트남 온라인매장 견과류가공품 경쟁브랜드 관련 키워드

소비 특징 ② 견과류가공품 경쟁브랜드 주요 키워드, 블루다이아몬드



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 견과류가공품의 경쟁브랜드 주요 키워드로 블루다이아몬드 브랜드 관련 키워드가 가장 빈출되는 것이 확인되었음. 뒤이어 커글랜드, 머거본, 스마일넷 및 바프 브랜드 관련 키워드가 다수 도출되었으며, 이 중 머거본 및 바프는 한국 브랜드 제품인 것으로 나타남

한편 베트남 현지 견과류가공품 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 취급하고 있는 주요 경쟁브랜드로 바프, 썬넛츠, 빈마트, 머거본, 오리온 등이 언급되었으며, 특히 현지 브랜드인 빈마트와 한국 브랜드인 바프가 유명한 것으로 조사되었음. 담당자들은 현지 경쟁브랜드 제품과 비교했을 때 고객사 제품 가격이 비싼 편이라는 피드백을 주었음



베트남 온라인매장 견과류가공품 성분 관련 키워드

소비 특징 ③ 견과류가공품 성분 주요 키워드, 버터 및 소금



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 견과류가공품의 성분 주요 키워드로 '구운 버터', '허니 버터' 등 버터 맛 관련 키워드가 가장 빈출하는 것으로 나타남. 뒤이어 '가염'과 같이 소금 관련 키워드가 많이 도출되었으며, '말기', '와사비', '김' 등 기타 성분 키워드는 버터 및 소금 관련 키워드보다 적게 도출되었음

베트남 현지 견과류가공품 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 현지 소비자들이 선호하는 견과류가공품 제품의 맛으로 허니 버터 및 불닭볶음미 언급되었으며, 김 및 와사비 맛 제품은 현지 소비자들의 선호도가 낮은 것으로 나타남. 한편, 고객사 제품의 추천 홍보문구와 관련해 담당자들은 건강 및 맛을 강조하는 홍보문구를 사용하는 것을 추천하였음



베트남 '짹짹한 스낵' 유통채널 점유율

주요 유통채널 개인 및 기타 식료품점, 하이퍼마켓/슈퍼마켓



견과류가공품을 포함하는 '짹짹한 스낵' 카테고리의 베트남 현지 유통채널 점유율을 조사한 결과, 개인 및 기타 식료품점이 85.8%로 압도적으로 많은 점유율을 차지했으며, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 6.8%, 음식/음료/담배 전문점이 4.5%, 온라인이 2.0%의 점유율로 뒤를 이었음. 편의점은 0.9%의 낮은 점유율을 보임

한편 베트남 현지 견과류가공품 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 담당자 3명 모두 고객사 제품 현지 진출 시 오프라인 채널로 진출하는 것을 추천하였음. 슈퍼마켓 및 편의점이 가장 많이 언급되었으며, 학교 근처 소매점화점을 중심으로 유통채널을 확보하는 것이 좋다는 담당자 1명의 의견이 있었음. 또한 오프라인 채널에서의 홍보 방식으로 시식행사, 주류와의 묶음 판매, 증정품 제공 프로모션이 추천되었음

Point 01. 베트남 수출 위해 베트남 보건부

VFA 적합성 인증 취득 필요

Point 02. 베트남 수출 제품 라벨링,

현지 보건부 표준 라벨링 규정 준수

진입장벽



고객사 견과류가공품 제품과 같은 수입 가공식품을 베트남에 수출 시 베트남 자체 적합성 평가를 필수로 받아야 하는 것으로 나타남. 해당 평가는 VFA 적합성 인증이며, 베트남 보건부 산하 식품안전국이 시행하고 있음. 한편, 견과류가공품을 베트남에 수출 시 따라야 하는 라벨링 규정으로 베트남 보건부의 'Decree 43/2017/ND-CP' 규정이 있으며, 베트남은 현재 한-베트남 FTA를 맺고 있어, 특혜 세율을 적용받을 수 있는 것으로 나타남

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Savoury Snacks in Vietnam」, 2021.07
2. 베트남인베스트먼트리뷰(Vietnam Investment Review), 「\$1.1 billion going to pour into vietnam's retail market」, 2021.04
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Vietnam Country Report」, 2021.02
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Vietnam Country Report」, 2021.02
5. 브이엔익스프레스(VNExpress), 「Covid-19 gives vietnam e-commerce sector a boost」, 2020.09

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보(www.kati.net)
4. 쇼피(Shopee) (shopee.vn)
5. 티키(Tiki) (tiki.vn)
6. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
7. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
8. 롯데마트(Lotte Mart) (lottemart.com.vn)
9. 콕마트(Co.op Mart) (www.co-opmart.com.vn)
10. 롱차우(Long Chau) (nhathuoclongchau.com)
11. 파마시티(Pharmacy) (www.pharmacy.vn)
12. 써클케이(Circle K) (www.circlek.com.vn)
13. 패밀리마트(Familymart) (www.famima.vn)
14. 관세청 (www.customs.go.kr)
15. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
16. 베트남 보건부(MOH, Ministry of Health) (moh.gov.vn)
17. 베트남 식품청(VFA, Vietnam Food Administration) (vfa.gov.vn)
18. 베트남 식품안전연구위원회(Food Safety Institute) (www.fsi.org.vn)
19. 베트남 관세청(General Department of Vietnam Customs) (tongcuc.customs.gov.vn)
20. 빈푸르트(Vin Fruits) (www.vinfruits.com)
21. 윈마트(Winmart) (www.winmart.vn)
22. 그린 그로서리(Green Grocery) (www.bachhoaxanh.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2022.01.14

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