



2021 해외시장 맞춤형조사

No.		202110-03
품목		단백질 바(Protein Bar)
HS CODE		2008.19-9000
국가		베트남(Vietnam)
구분		시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 베트남 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 시장규모	06
2. 베트남 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 시장점유율	07
3. 베트남 단백질 바 수입규모	08
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 스낵 바 경쟁제품 중 단백질 바 최다 진출	11
2. 스낵 바 경쟁브랜드, 베트남 현지 브랜드가 지배적	12
3. 스낵 바 맛, 초콜릿 맛 1위	13
4. 스낵 바 성분, 영양소 ‘단백질’ 1위, 원료 ‘견과류’ 상위권	14
5. 베트남 단백질 바 진출 컨셉	15
IV. 유통채널 특징	
1. 베트남 단백질 바 유통채널 비교	17
2. 베트남 단백질 바 유통채널 특징	18

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

1. 베트남 단백질 바 주요 온라인 유통채널	23
2. 베트남 단백질 바 주요 오프라인 유통채널	29

VI. 진입장벽

1. 베트남 단백질 바 통관 및 검역 절차	38
2. 베트남 단백질 바 품질 인증	39
3. 베트남 단백질 바 라벨링	40
4. 베트남 단백질 바 성분 및 유해물질	47

VII. 수입·유통업체 인터뷰

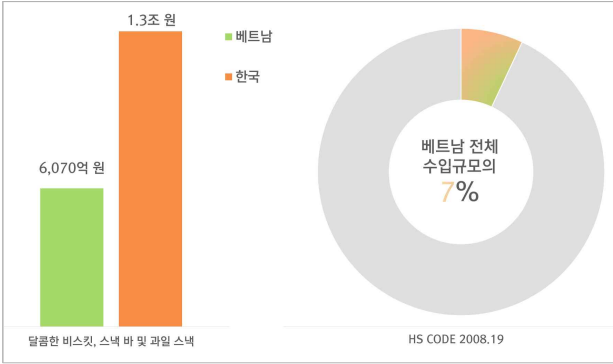
Interview ① 나만마켓(Naman Market)	52
Interview ② 쿠팡마트(Co.op Mart)	54
Interview ③ 아이피트니스(IFitness)	56

VIII. 시사점

※ 참고문헌	60
--------	----

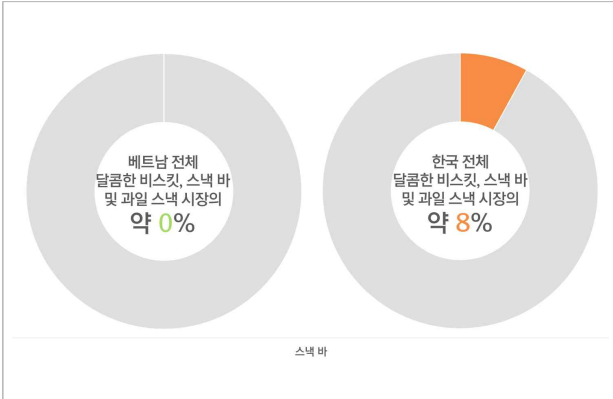
Summary

■ 주요 분석



	베트남	한국
달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 시장규모	6,070억 원	1.3조 원
	수입(출)액	점유율
베트남 대한민국 단백질 바 수입 현황	12억 원	7%

■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널

개인 및 기타 식료품점	75.3%	6.2%
하이퍼마켓/슈퍼마켓	12.3%	60.1%
음식/음료/담배 전문점	8.4%	0.0%
편의점	2.3%	19.3%
온라인	1.7%	11.2%

하이퍼마켓/슈퍼마켓	- 주요 유통채널 쿠팡, 빈마트 - 주요 하이퍼마켓 기업 CRC, 오프라인 매장 수 증대 및 온라인 몰 확장 위해 11억 달러 투자
편의점	- 주요 유통채널 레드씨클 및 패밀리 - 코로나19 이후 둔화된 매출 성장을 회복하기 위해 그랩푸드, 나우 등의 음식배달 서비스 어플리케이션과의 협업을 진행함
온라인	- 주요 유통채널 비엠텔 및 티키 - 코로나19 영향으로 온라인 시장의 식료품 분야 성장률이 다른 카테고리를 제치고 1위를 기록함

■ 진입장벽

인증	VFA 적합성 인증 필수 식품 생산에 관한 글로벌 인증 선택 활용
라벨링	베트남 보건부 'Decree 43/2017/ND-CP'에 따른 라벨링 규정 준수
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

단백질 바 수요	- 최근 코로나19 영향으로 운동시설 운영 및 개인 운동이 어려워지며 수요 감소 - 견과류 및 과일 들어있는 제품 인기 많음
고객사 제품 피드백	- 용량 및 구성성분은 경쟁제품과 비슷 - 설탕 함유량 높음 - 구성성분 소비자 취향에 잘 맞음
추천 홍보문구	- 첨가 성분에서 비롯된 자연적인 단 맛 강조 - 설탕, 보존료 등 무첨가 성분 강조 - 피크닉용, 식사 대용 등 활용법 강조

■ 요약

Point 01.	- 베트남 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 시장규모는 한국의 약 47%, 단백질 바가 포함된 HS CODE 2008.19 기준 베트남 수입액 중 대한민국 수입 비중은 7%인 것으로 나타남 - 단백질 바 제품의 주요 유통채널로 개인 및 기타 식료품점, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 도출됨
Point 02.	- 베트남 단백질 바 진출을 위해 베트남 보건부 기준에 따른 라벨링 규정을 준수해야 함 - 최근 코로나19 영향으로 운동시설 운영 및 개인 운동이 어려워지며 단백질 바에 대한 수요가 감소함 - 고객사 제품 용량 및 구성성분은 경쟁제품과 비슷하며, 설탕 함유량이 높다는 피드백을 수취함

II. 시장규모

1. 베트남 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 시장규모
2. 베트남 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 시장점유율
3. 베트남 단백질 바 수입규모

1. 베트남 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 시장규모

베트남 국가 일반 정보¹⁾

면적	약 33만 1,000km ²
인구	9,646만 명
GDP	3,295억 달러
1인당 GDP	3,416달러

▶ 베트남 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 시장규모, 약 6,070억 원

2020년 기준 베트남 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 시장규모는 전년 대비 9% 증가하여 약 6,070억 원을 기록함. 이는 약 1조 2,970억 원을 기록한 한국의 47% 규모임. 최근 5년(2016-2020년)간 연평균성장률은 12%를 기록하며 꾸준한 상승세를 보인 것으로 나타남

▶ 베트남 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 시장, 향후 5년간 연 평균 11% 성장 예상

향후 5년(2021-25년)간 베트남 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 시장규모는 연평균 11%씩 상승하여 2025년 기준 약 9,989억 원을 기록할 것으로 전망됨²⁾

[표 2.1] 베트남 '달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵' 시장규모³⁾⁴⁾

단위 : 십억 동



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사시장: 조사제품 '단백질 바'는 식물성 단백질과 통견과류로 구성된 100% 식물성 단백질 바 제품임. 이에 제품의 종류를 기준으로 '달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵'의 시장규모를 조사함

3) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

4) 100동=5.23원 (2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 베트남 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 시장점유율

▶ 베트남 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 시장, 스낵 바 미집계

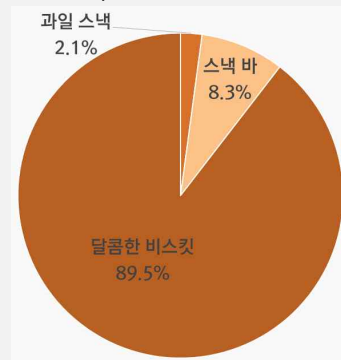
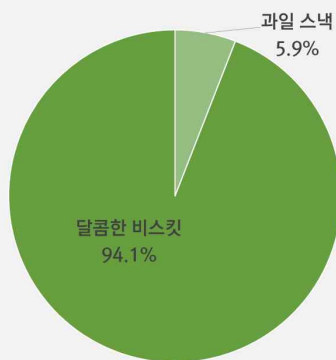
베트남 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵(약 6,070억 원) 세부 시장과 한국의 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵(약 1조 2,970억 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 양국 모두 ‘달콤한 비스킷’의 비중이 압도적으로 높은 것으로 나타남. ‘스낵 바’는 한국에서 8.3%의 점유율을 보인데 반해, 베트남에서는 점유율이 집계되지 않음

2020년 베트남 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵의 전반적인 수요는 코로나19로 성장률이 주춤하였으나, 건강과 웰빙에 대한 소비자 관심 증가와 설탕 섭취를 줄이려는 인식으로 과일, 견과류 등 더 건강한 간식을 찾는 소비자가 늘어날 것으로 예상됨. 한편 아침식사로 간편식을 먹는 인구가 늘면서 한국산 시리얼바 제품이 식사 대용 및 간식으로 인기를 끌고 있는 점도 스낵 바 시장의 성장 가능성을 엿볼 수 있음⁶⁾⁷⁾

[표 2.2] 2020년 베트남, 한국 ‘달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵’ 시장점유율⁸⁾

단위 : 백분율(%)

베트남 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 세부 시장 한국 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 세부 시장



분류	달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵		
	달콤한 비스킷	과일 스낵	스낵 바
베트남	94.1	5.9	0
한국	89.5	2.1	8.3

자료: 유로모니터(Euromonitor)

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

7) 자료: 서울창업신문, 「베트남 하노이, 간편한 아침식사 추세…韓 건강 시리얼 인기UP」, 2018.02

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

3. 베트남 단백질 바 수입규모

HS CODE 2008.19

조식제품 '단백질 바는' 그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과일·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분로 규정된 제 2008호에 속하며, 이에 '기타 혼합물을 포함한다'에 해당하는 HS CODE 2008.19를 기준으로 산정함

▶ 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(2016-2020)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 2.3] 베트남 HS CODE 2008.19 수입규모⁹⁾¹⁰⁾¹¹⁾

단위 : 천 달러



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

9) 자료: ITC(International Trade Centre)

10) 1달러=1,187.70원 (2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 스낵 바 경쟁제품 중 단백질 바 최다 진출
2. 스낵 바 경쟁브랜드, 베트남 현지 브랜드가 지배적
3. 스낵 바 맛, 초콜릿 맛 1위
4. 스낵 바 성분, 영양소 ‘단백질’ 1위, 원료 ‘견과류’ 상위권
5. 베트남 단백질 바 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 베트남 온라인매장 입점 단백질 바 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 단백질 바(Thanh Protein), 에너지 바(Thanh Energy), 견과류 바(Thanh hạt), 과일 바(Thanh Trái Cây), 시리얼 바(Thanh Ngũ Cốc)
- 데이터 수집량 : 824건
- 데이터 수집원 : 티키(Tiki), 쇼피(Shopee)

▶ 베트남 온라인매장 입점 단백질 바 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 맛 ④ 성분

항목	키워드 (국문/현지어)		빈도	키워드 (국문/현지어)		빈도
경쟁제품	단백질 바	Thanh Protein	176	다이어트 과자	Bánh Ăn Kiêng	39
	견과류 바	Thanh Hạt	127	에너지 바	Thanh Energy	1
	시리얼 바	Thanh Ngũ Cốc	56	과일 바	Thanh Trái Cây	0
경쟁브랜드	플레이 뉴트리션	Play Nutrition	89	돼지목살	Carman's	14
	베이커리 베이킹	Baker Baking	58	비카인드	Be-Kind	12
	365 비긴	365 Begin	56	농람푸드	Nông Lâm Food	12
	하이롱	Hải Long	31	온	On	12
	구푸드	Gufoods	18	티엘피	TLP	8
	푹안	Phúc An	17	민민	Min Min	6
맛	초콜릿	Socola	213	해조류	Rong Biển	96
	땅콩 버터	Bơ Đậu Phộng	117	코코아	Cacao	75
	사과	Táo	101	계피	Quế	55
성분	단백질	Protein	507	캐슈넛	Hạt Điều	253
	섬유질	Chất Xơ	335	아몬드	hạnh Nhân	227
	지방	Chất Béo	177	꿀	Mật Ong	194
	칼슘	Canxi	152	현미	Gạo Lứt	186

1. 스낵 바 경쟁제품 중 단백질 바 최다 진출

▶ 단백질 바 키워드 176건으로 1위

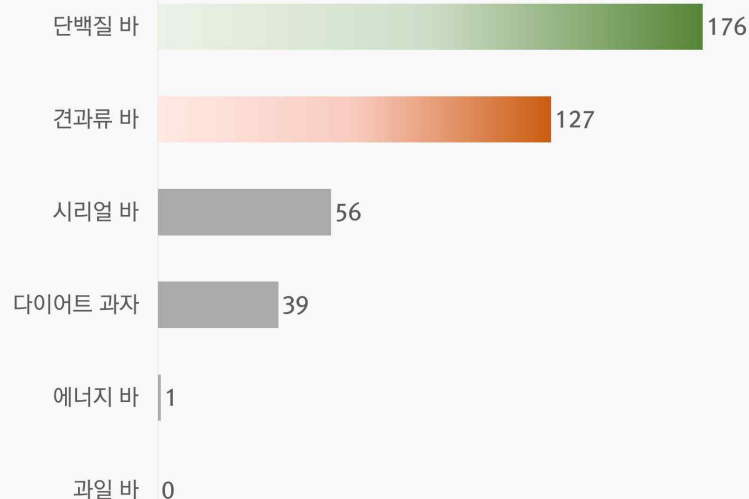
- 쇼피(Shopee) 단백질 바 상세 카테고리에는 영양 바, 근육 증량, 체중 조절 등 건강 유지와 관련 높음
- 티키(Tiki)에서의 상세 카테고리에는 에너지 보충, 식사대용식, 유가농, 영양식 등으로 영양 보충이나 건강한 식사와 관련

▶ 견과류 바와 시리얼 바 각 2, 3위

- 견과류 바 키워드(127건) 건수가 시리얼 바(56건)에 비해 2배 이상 높음
- 성분에서도 견과류가 상위권을 차지하고 있으며, 온라인 매장 검색 결과 상품 수도 견과류 바가 시리얼 바보다 훨씬 많음

1위 단백질 바		2위 견과류 바		3위 시리얼 바	
					
브랜드	돼지목살 (Carman's)	브랜드	베이커리베이킹 (Bakery Baking)	브랜드	농림푸드 (Nông Lâm Food)
용량	200g*10개입	용량	100g	용량	136g*8개입
가격	207,000동(약 10,826원 ¹²⁾)	가격	57,000동(약 2,981원)	가격	379,000동(약 19,821원)

[표 3.1] 베트남 판매 스낵 바 경쟁제품 관련 키워드



자료: 베트남 온라인매장 판매 제품 내 '스낵 바' 관련 게시글 824건 분석

12) 100동=5.23원 (2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 스낵 바 경쟁브랜드, 베트남 현지 브랜드가 지배적

▶ 베트남 브랜드 플레이뉴트리션(Play Nutrition) 1위

- 2015년에 설립된 젊은 브랜드로 에너지 바, 단백질 바 2종류 판매
- 에너지 바는 100% 천연 원료인 점 강조
- 단백질 바의 개별 단백질 최고 함량은 21g

▶ 또 다른 베트남 브랜드 베이커리베이킹(Bakery Baking) 2위

- 클린 푸드 지향, 무가당 & 무방부제
- 너트 & 프로틴 바의 총 단백질은 9.2g, 닭가슴살 & 목화씨 바는 6.6g

▶ 3위인 365비긴(365 Begin)도 베트남 브랜드

- 씨앗과 견과류, 곡물을 주원료로 사용하며 건강한 라이프스타일 지향

1위 플레이뉴트리션		2위 베이커리베이킹		3위 365비긴	
					
제품명	단백질 바	제품명	너트 & 프로틴 바	제품명	단백질 바
용량	45g*12개입	용량	35g*6개입	용량	50g
가격	460,000동(약 24,058원)	가격	1999,500동(약 10,433원)	가격	55,000동(약 2,876원)

[표 3.2] 베트남 판매 스낵 바 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 베트남 온라인매장 판매 제품 내 '스낵 바' 관련 게시물 824건 분석

3. 스낵 바 맛, 초콜릿 맛 1위

▶ 초콜릿 키워드 213건으로 압도적 1위

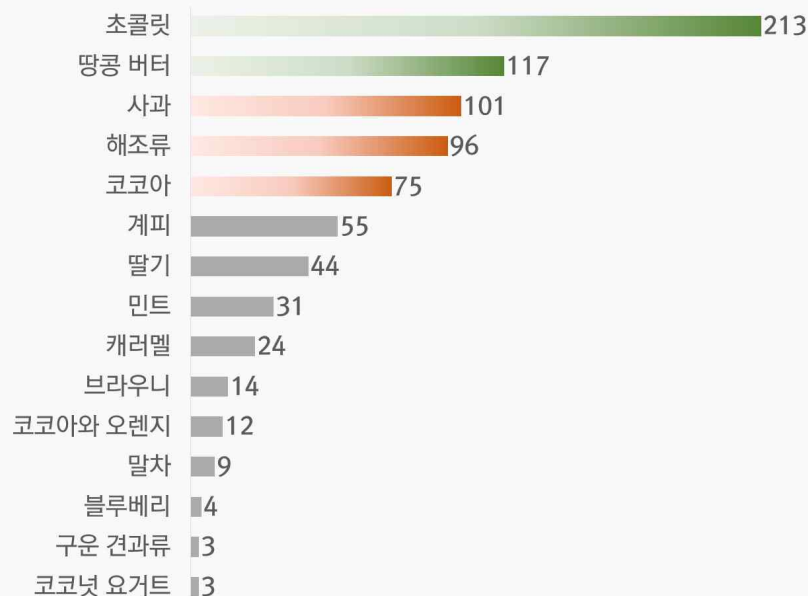
- 브랜드 7위인 돼지목살(Carman's)은 단백질 바 제품 13개 중 5개 제품 맛 이름에 초콜릿이 들어감
- 초콜릿이 외에도 땅콩 버터, 코코아, 캐러멜, 브라우니 등도 빈출해 단 맛이 인기인 것으로 보임

▶ 해조류 키워드 96건으로 4위

- 원료에 해조류가 포함된 바 다수 발견
- 닭가슴살 & 해조류 바, 현미 & 해조류 바 등 제품명에서도 발견
- 그 외 사과, 딸기, 블루베리 등 과일 맛과 민트, 브라우니, 코코넛 요거트 맛 등 독특한 맛도 발견

1위 초콜릿		2위 땅콩 버터		4위 해조류	
					
제품명	초콜릿 시리얼 바	제품명	단백질 바	제품명	닭가슴살 해조류 시리얼 바
브랜드	네슬레(Nestle)	브랜드	비카인드(Be-Kind)	브랜드	안파소(Anpaso)
용량	23.5g	용량	50g*12개입	용량	150g*6개입
가격	14,000동(약 732원)	가격	399,000동(약 20,867원)	가격	186,000동(약 9,727원)

[표 3.3] 베트남 판매 스낵 바 맛 관련 키워드



자료: 베트남 온라인매장 판매 제품 내 '스낵 바' 관련 게시물 824건 분석

4. 스낵 바 성분, 영양소 ‘단백질’ 1위, 원료 ‘견과류’ 상위권

▶ 영양소 성분 중 ‘단백질’ 압도적 1위

- 단백질 키워드 507건으로 2위 키워드 건수의 약 150%
- 2위는 섬유질이며 이하 지방, 칼슘, 비타민, 탄수화물, 철분 순

▶ ‘견과류’ 성분이 상위권

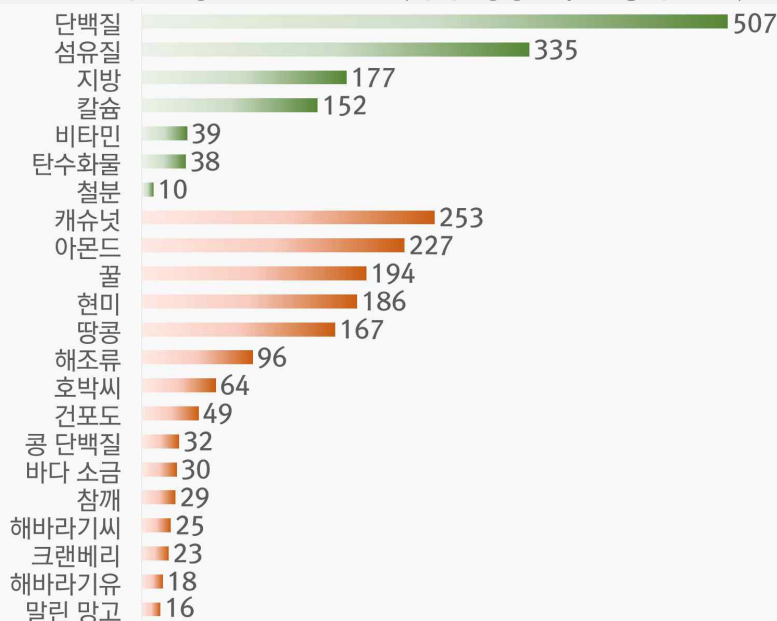
- 캐슈넛(253건), 아몬드(227건)가 원료 중 1, 2위로 모두 견과류
- 곡물류 중 최다 빈출은 현미로 원료 성분 전체 4위

▶ 단 맛을 내는 성분도 다양하게 발견

- 단 맛을 내는 성분 중 꿀이 원료 성분 전체 3위로 단 맛 중 최다 빈출
- 건포도, 크랜베리, 말린 망고 등 과일류도 다양함

원료 1위 캐슈넛		원료 2위 아몬드		원료 3위 꿀	
					
제품명	견과류 바	제품명	구운 견과류 바	제품명	현미 시리얼 바
브랜드	플레이뉴트리션 (Play Nutrition)	브랜드	돼지목살 (Carman's)	브랜드	안파소 (Anpaso)
용량	25g*6개입	용량	35g*5개입	용량	150g*6개입
가격	85,000동(약 4,445원)	가격	237,000동(약 12,395원)	가격	57,000동(약 2,981원)

[표 3.4] 베트남 판매 스낵 바 성분 관련 키워드 (녹색: 영양소 / 주황색: 원료)



자료: 베트남 온라인매장 판매 제품 내 ‘스낵 바’ 관련 게시물 824건 분석

5. 베트남 단백질 바 진출 컨셉

- ▶ **컨셉 ① _ 초콜릿 대신 올리고당을 넣어 담백하게 달콤한 단백질 바**
 - 초콜릿 대신 올리고당으로 담백하게 단 맛을 낸 건강한 간식인 점 강조
 - 총 원료 18개에 첨가물은 꼭 필요한 것 1개만 넣은 안전한 간식
- ▶ **컨셉 ② _ 통 견과류를 사용해 식감이 뛰어난 견과류 바**
 - 캐슈넛, 아몬드, 호두 등 고급 견과류를 통으로 사용해 식감이 뛰어나
 - ‘견과류 바’가 경쟁제품 2위, 단백질 바 및 견과류 바로 포지셔닝
- ▶ **컨셉 ③ _ 18가지 원료로 포만감을 주는 저칼로리 다이어트 스낵**
 - 아몬드, 캐슈넛 등 18가지 원료를 뽁뽁하게 채워 포만감을 주면서도 칼로리가 낮은 점 강조
 - 체중 감량을 목표로 하는 소비자에 식사대용식으로 어필

경쟁제품	맛	성분	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
단백질 바	초콜릿	단백질	49건	블루베리와 올리고당으로 담백하게 달콤한 맛을 낸 No [초콜릿], 100% 식물성 건강한 [단백질] 바
(-)	초콜릿	꿀	23건	건강한 간식은 맛이 없을 거라는 편견 No! 블루베리와 [올리고당]을 넣어 담백하게 달콤한 No [초콜릿] 건강한 단백질 바
견과류 바	(-)	캐슈넛	18건	[캐슈넛], 아몬드, 호두 등 고급 견과류를 통으로 사용해 식감이 뛰어난 [견과류 바]
다이어트 과자	(-)	아몬드	7건	170kcal의 저칼로리 식품이지만 [아몬드], 캐슈넛 등 18가지 원료를 뽁뽁하게 채워 포만감을 주는 [다이어트] 식품, 식물성 [단백질 바]
시리얼 바	(-)	캐슈넛	5건	[캐슈넛], 아몬드, 호두 등 식물성 단백질로 뽁뽁하게 채워 단백질 함량은 높으면서 칼로리는 [시리얼 바]보다 낮은 100% 식물성 단백질 바

★ 결합 키워드 발생량 : 경쟁제품/맛/성분 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

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

1. 베트남 단백질 바 유통채널 비교

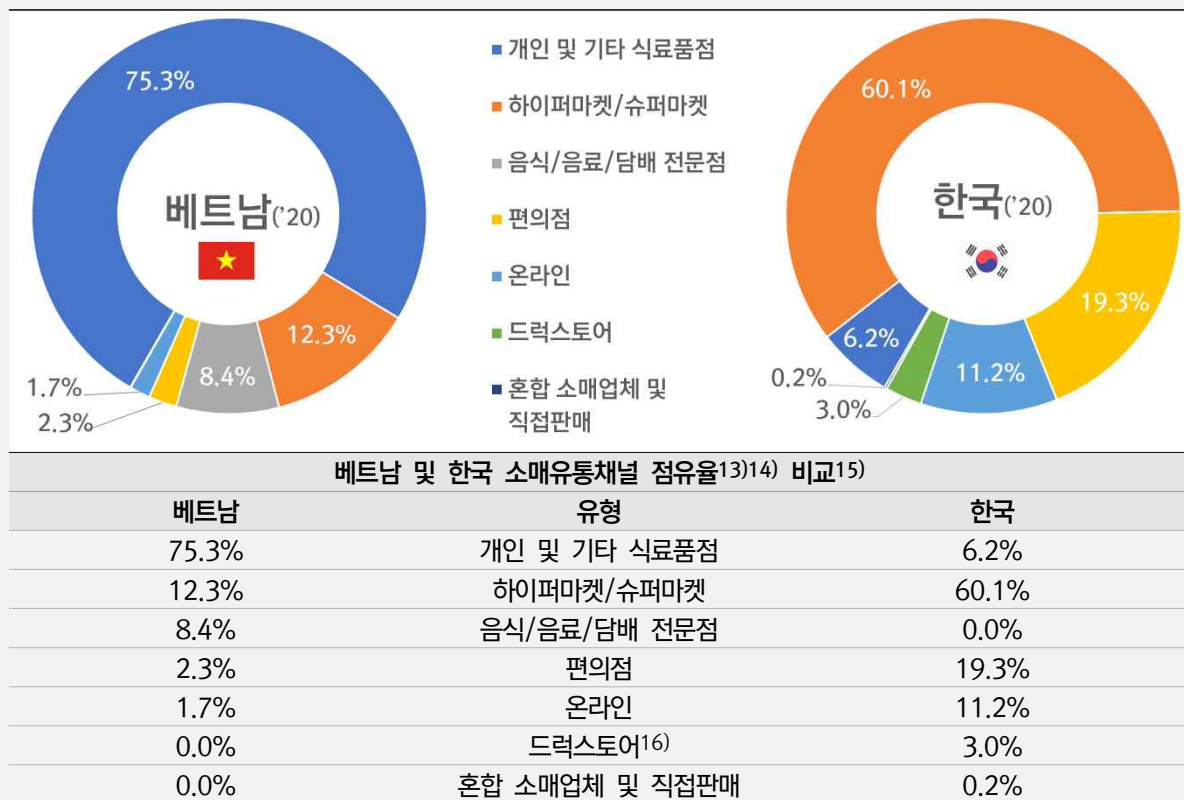
▶ 베트남 단백질 바 유통, 개인 및 기타 식료품점

2020년 베트남 ‘달콤한 비스킷, 스낵 바, 과일 스낵’ 유통채널은 ‘개인 및 기타 식료품점’의 점유율(75.3%)이 가장 높았으며, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’(12.3%)과 ‘음식/음료/담배 전문점’(8.4%)이 뒤를 이었음. 반면 한국에서는 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 점유율 (60.1%)이 가장 높았으며 베트남(12.3%)의 약 5배 수준으로 조사되었음. ‘편의점’의 점유율 또한 한국(19.3%)이 베트남(2.3%)보다 8배 이상 높은 것으로 나타났으며, ‘온라인’의 점유율은 한국(11.2%)이 베트남(1.7%)의 약 6.6배 수준으로 높게 나타났음. 베트남에서 3위 규모의 점유율을 차지하는 음식/음료/담배전문점(8.4%)은 한국에서 찾아볼 수 없었으며, 반대로 드럭스토어의 점유율은 한국에서 3.0%로 조사되었으나 베트남에선 조사되지 않았음

▶ 베트남 단백질 바 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 베트남 ‘달콤한 비스킷, 스낵 바, 과일 스낵’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 1.7%로 한국의 19.3% 대비 낮아 아직 단백질 바의 온라인 소비시장이 발전단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 베트남 단백질 바 소매유통채널 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

13) 2020년 기준, 베트남 및 한국 ‘달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵(Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks)’의 소매유통채널 점유율임
 14) ‘단백질 바의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 “달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵(Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks)’의 정보를 확인함
 15) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음
 16) 본 보고서에서 드럭스토어는 H&B를 포함함

2. 베트남 단백질 바 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

CRC 하이퍼마켓 브랜드, 빅씨



사진자료:비엠티베트남인베스트먼트리뷰

▶ 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 원¹⁷⁾)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 예고¹⁸⁾

베트남 내 빅씨, 빅씨쇼퍼스 등 주요 하이퍼마켓 매장들을 보유하고 있는 기업 센트럴리테일코퍼레이션(CRC)이 관련 사업에 약 11억 달러(약 1조 2,621억 원¹⁹⁾) 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) ²⁰⁾	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), 빅씨쇼퍼스(Big C Shoppers)
4	모바일월드JSC (Mobile World JSC)	12.6%	박화산(Bach Hoa Xanh)
5	롯데그룹(Lotte Group)	5.9%	롯데마트(Lotte Mart)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

17) 100동=5.23원 (2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

18) 비엠티베트남인베스트먼트리뷰(Vietnam Investment Review), "\$1.1 billion going to pour into vietnams retail market", 2021.04

19) 1달러=1,187.70원 (2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

20) 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 주력²¹⁾

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) ²²⁾	산하 주요 브랜드
1	레드씨클(Red Circle)	44.4%	씨클케이(Circle K)
2	패밀리마트유니홀딩스 (FamilyMart Uny Holdings)	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

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

22) 베트남 편의점 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 드럭스토어

베트남 주요 드럭스토어
체인점, 파마시티



사진자료: 리테일뉴스아시아

▶ 베트남 주요 드럭스토어, 메디케어와 가디언

유로모니터 조사 결과 2020년 베트남 단백질 바 유통채널 중 H&B가 포함된 드럭스토어의 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 주요 드럭스토어 업체로는 베트남 전역에 84개의 점포를 보유한 메디케어(Medicare)와 베트남 전역에 100개 점포를 보유한 드럭스토어 체인점 가디언(Guardian)이 있음. 파마시티는 베트남 최대 드럭스토어로, 자사 어플리케이션인 엑스트라케어(Extracare)를 보유하고 있음. 이 중 메디케어는 2001년 설립된 베트남 최초의 드럭스토어이며, 가디언은 홍콩계 기업 데어리팜 그룹(Dairy Farm Group)의 자회사임

▶ 베트남 내 증가하는 건강 관련 의식과 함께 드럭스토어 확장 중²³⁾

건강과 웰빙에 대한 베트남 소비자들의 관심이 증가함에 따라 헬스앤뷰티(H&B) 전문점이 베트남 유통시장에서 부상하고 있으며, 매출액이 매년 10~17%씩 성장 중임. 특히 메디케어(Medicare)와 가디언(Guardian)을 비롯한 베트남 주요 드럭스토어 업체들이 큰 성장세를 보이고 있으며, 이에 대한 반응으로 파노(Phano), 파마시티(Pharmacy), 푸안캥(Phuc An Khang)과 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

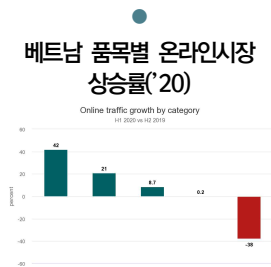
[표 4.3] 베트남 주요 드럭스토어 업체

순번	기업명	설립연도	보유 점포 수('20)	주요 거점
1	메디케어(Medicare)	2001년	89개	베트남 전역
2	가디언(Guardian)	2007년	100개	호치민, 하노이, 다낭 등 주요 5개 대도시
3	파마시티(Pharmacy)	2011년	약 600개	베트남 전역

자료: 기업 홈페이지

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

4) 온라인



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 혜택을 받는 베트남 온라인 시장, 식료품 분야 성장률은 1위로 나타나²⁴⁾

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) ²⁵⁾	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)

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

25) 베트남 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

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

1. 베트남 단백질 바 주요 온라인 유통채널 ① 쇼피

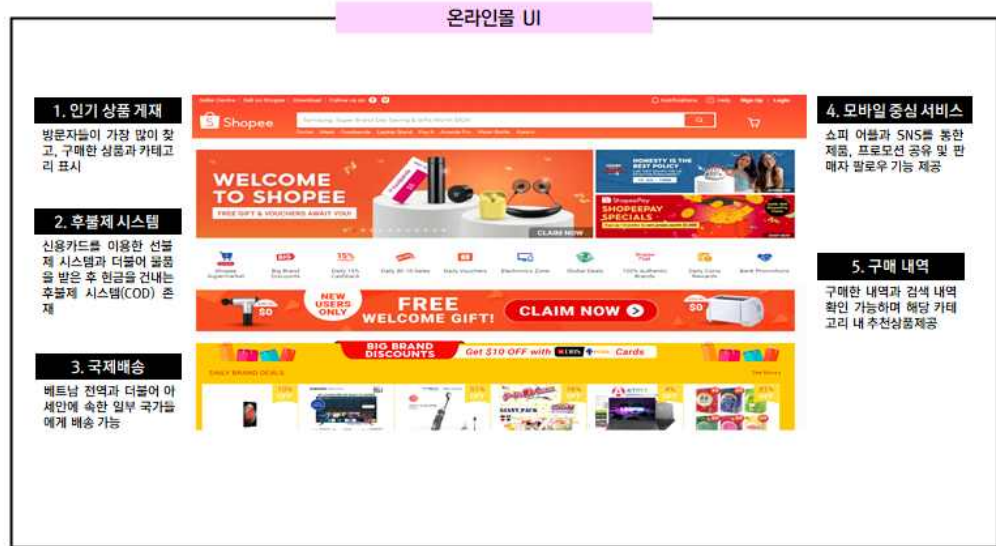
기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee)	
	홈페이지	shopee.vn	
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	개요	방문자수(최근 1개월)	9,068만 회
		앱다운로드수('20)	60만 회
		매출('20)	약 22억 달러 ²⁶⁾ (약 2조 6,129억 원)
		운영방식	온라인마켓
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	어플라이드뉴트리션 (Applied Nutrition) 바이오텍유에스에이 (Biotech USA)
		해외 판매	일부 국가로의 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	브랜드 상품 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?articletitle=undefined&articleId=undefined) • 문의사항 연락처: - support@shopee.vn	

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

사진 자료: 쇼피(Shopee) 베트남 (Shopee)

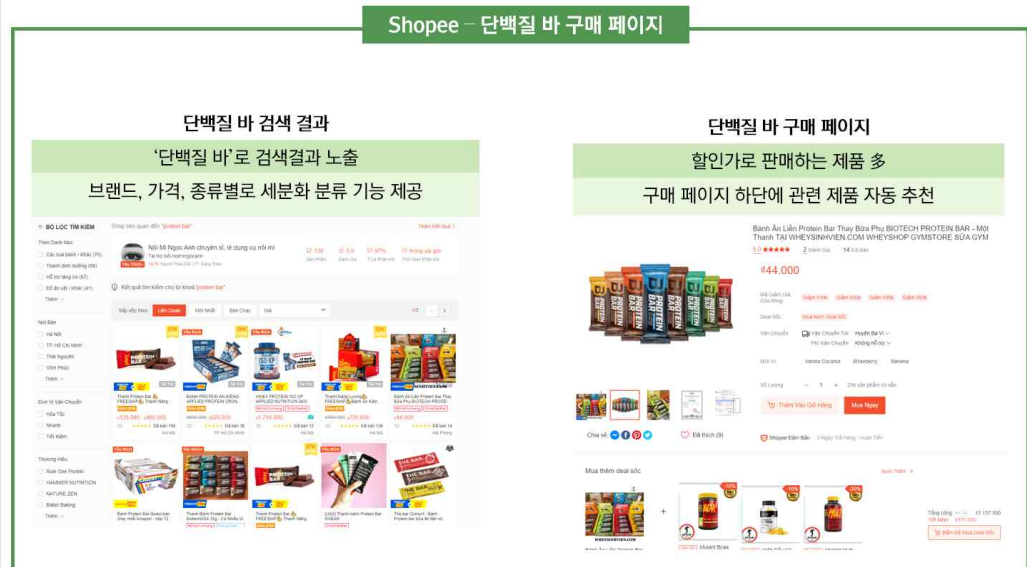
26) 1달러=1,187.70원 (2021.12.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①



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

온라인몰 UI ②

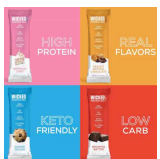
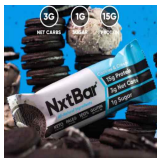


품목별, 가격별, 배송 시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 쇼피(Shopee) 베트남

사진 자료: 쇼피(Shopee) 베트남

입접 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준)²⁷⁾

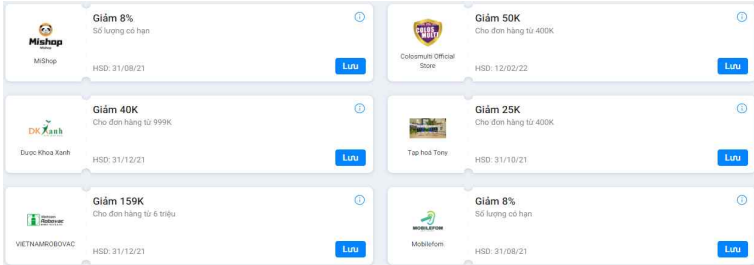
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	프로틴 바	어플라이드뉴트리션 (Applied Nutrition)	바인프로틴안끼엵 어플라이드프로틴크런치바 (Bánh Protein Ăn Kiêng Applied Protein Crunch Bar)	영국	5만 5,000동 (약 2,876원)	60g	
2	프로틴 바	고온 (Go On)	바인프로틴바 33%안끼엵 (Bánh Protein Bar 33% Ăn Kiêng)	폴란드	5만 5,000동 (약 2,876원)	50g	
3	프로틴 바	알엑스바 (RX Bar)	타인바인프로틴바 (Thanh Bánh Protein Bar)	미국	3만 5,000동 (약 1,830원)	52g	
4	프로틴 바	띵크 (Think)	타인프로틴바콩드영 (Thanh Protein Bar Không Đường)	미국	3만 5,000동 (약 1,830원)	60g	
5	프로틴 바	플레이 (Play)	뉴트리션프로틴바 (Nutrition Protein Bar)	베트남	3만 4,000동 (약 1,778원)	45g	
6	프로틴 바	위키드 (Wicked)	타인바인보송낭르영 (Thanh Bánh bổ Sung Năng Lượng)	미국	4만 5,000동 (약 2,353원)	60g	
7	프로틴 바	넥스트바 (NXT Bar)	타인바인안끼엵 (Thanh Bánh Ăn Kiêng)	미국	5만 5,000동 (약 2,876원)	60g	

자료: 쇼피(Shopee) 베트남 단백질 바 제품 조사

사진 자료: 쇼피(Shopee) 베트남 단백질 바 제품 조사

27) 조사일(2022.01.06) 기준 쇼피(Shopee) 베트남 단백질 바 제품 카테고리 평점 상위 제품 리스트

② 티키

기업 기본 정보	기업명	티키(Tiki)			
	홈페이지	www.tiki.vn			
	업태	온라인 종합 쇼핑몰			
	개요	방문자수(최근 1개월)	1,779만 명		
		앱다운로드수('20)	10만 회		
매출('20)		약 8조 3,570억 동(약 4,371억 원)			
	운영방식	온라인마켓			
매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	플레이뉴트리션(Play Nutrition) 마이프로틴(My Protein)		
		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 전화: +84 1900 6034			

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

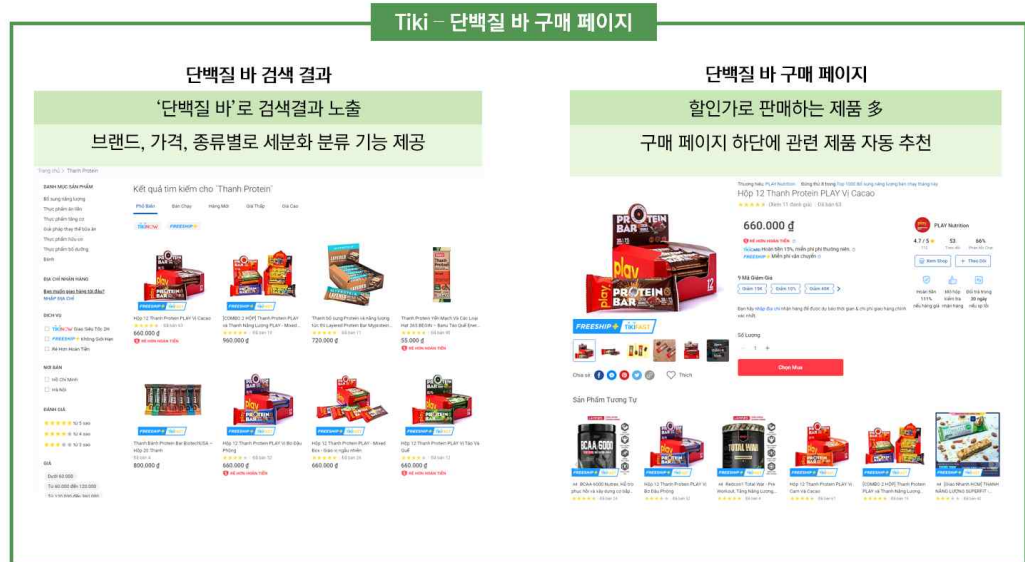
사진 자료: 티키(Tiki) 베트남

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) 베트남
사진 자료: 티키(Tiki) 베트남

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ²⁸⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	프로틴 바	비긴365 (Begin 365)	타인디엔자이프니엔바누소 폴라박하무오이비엔 (Thanh Điện Giải Tự Nhiên Banu Socola Bạc Hà Muối Biển)	베트남	5만 6,000동 (약 2,928원)	50g	
2	프로틴 바	마이프로틴 (My Protein)	비건카브크러셔 (Vegan Carb Crusher)	영국	75만 8,000동 (약 3만 9,643원)	60g * 12개입	
3	프로틴 바	뉴트라볼릭스 (Nutrabolix)	바인프로틴썬버퍼피드소 프트베이크드 (Bánh Protein Cho Bữa Phụ Feed Soft Baked)	캐나다	60만 동 (약 3만 1,380원)	60g * 9개입	
4	프로틴 바	어플라이드 뉴트리션 (Applied Nutrition)	바인프로틴타이테썬버퍼 어플라이드바 (Bánh Protein Thay Thế Cho Bữa Phụ Applied Bar)	영국	61만 동 (약 3만 1,903원)	60g * 12개입	
5	프로틴 바	마이프로틴 (My protein)	타인보송프로틴바낭르영득 티레이어드프로틴바 (Thanh Bổ Sung Protein Và Năng Lượng Tức Thì Layered Protein Bar)	영국	79만 동 (약 4만 1,317원)	60g * 12개입	
6	프로틴 바	바이오텍유에스에이 (Biotech USA)	프로틴제로바 (Protein Zero Bar)	미국	4만 9,000동 (약 2,562원)	50g	
7	프로틴 바	해머뉴트리션 (Hammer Nutrition)	보5타인폭호이낭르영웨이 프로틴바 (BỘ 5 Thanh Phục Hồi Năng Lượng Whey Protein bar)	미국	35만 동 (약 1만 8,305원)	40g * 5개입	

자료: 티키(Tiki) 베트남 단백질 바 제품 조사

사진 자료: 티키(Tiki) 베트남 단백질 바 제품 조사

28) 조사일(2022.01.06) 기준 티키(Tiki) 단백질 바 제품 카테고리 평점 상위 제품 리스트

2. 베트남 단백질 바 주요 오프라인 유통채널 ① 쿠팡마트

기업 기본 정보	기업명	쿠팡마트(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 ²⁹⁾		
소비자 정보	타겟 소비자	기업 요약	• 베트남 국영자본으로 운영되는 협동조합 형태의 소매점 • 베트남 내 1위 소매 유통기업 • 오프라인 외 온라인 플랫폼(Coopmart.vn) 보유		
		성별	여성·남성	직업	직장인·주부
		연령대	30대~50대	소득수준	중상류층



방문매장 정보	영업시간	07:30~22:00			
	주소	Crescent Mall, 101 Ton Dat Tien, Tan Phu Ward, District 7, Ho Chi Minh City			
	상권	인근에 주거지역이 있어 이용자가 많음			
	VMD	취급 브랜드	• 쿡셀렉트(Coop Select), 네슬레(Nestle)		
		진열 방식	카테고리별 진열		
매장 전경					
					

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일을 통한 등록 - 회사소개서 및 카탈로그를 공개 메일로 송부 - 등록 시 필요한 정보
		공급자 정보 (공급자 신상, 사업자등록증, 주소, 연락처, 이메일 주소 등) 공급자 비즈니스 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가 등) 공급자 은행 계좌 정보 (은행 계좌 번호, 계좌 유형 등) 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)

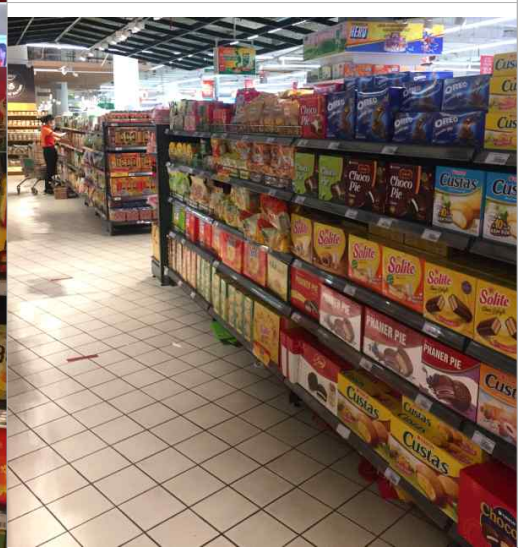
사진 자료: 현지 매장 방문

29) 하이퍼마켓 쿡엑스트라플러스(Co.opXtraplus) 매장을 포함한 수치

매대 제품 배치 현황



주력 입점 제품



쿠팡에서는 단백질 바로 분류된 제품을 찾을 수 없었으나, '피트니스'라는 문구가 포함된 제품이 판매 중인 것으로 확인되었음. 원산지에 상관 없이 제조사별로 상온 매대에 진열되어 있었으며, 쿠팡의 PB상품인 '쿠팡셀렉트(Coop Select)'상품도 판매 중인 것으로 조사됨

자료: 쿠팡(Co.op Mart) 현지 매장 방문

사진 자료: 쿠팡(Co.op Mart) 현지 매장 방문

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격 ³⁰⁾	중량	이미지
1	시리얼 바	쿵셀렉트 (Coop Select)	바인응우꼭진즈영롱비엔 (Bánh Ngủ Cốc Dinh Đường Rong Biển)	베트남	3만 9,900동 (약 2,087원)	110g	
2	시리얼 바	쿵셀렉트 (Coop Select)	바인응우꼭진즈영짜봉 (Bánh Ngủ Cốc Dinh Đường Chà Bông)	베트남	3만 9,900동 (약 2,087원)	110g	
3	에너지 바	네슬레 (Nestle)	피트니스초코바나나 (Fitness Choco Banana)	폴란드	6만 6,000동 (약 3,452원)	94g	
4	시리얼 바	네슬레 (Nestle)	초콜릿피트니스 블랙퍼스트시리얼바 (Chocolate Finesse Breakfast Cereal Bar)	폴란드	1만 4,300동 (약 748원)	23.5g	
5	시리얼 바	네슬레 (Nestle)	밀로블랙퍼스트시리얼바 (Milo Breakfast Cereal Bar)	폴란드	1만 3,600동 (약 711원)	23.5g	
6	초콜릿 바	네슬레 (Nestle)	피트니스시리얼초콜릿바 & 코코크런치바 (Finesse Cereal Bar & Koko Krunch Bar)	폴란드	6만 6,000동 (약 3,452원)	94g	
7	에너지 바	바칼랜드 (Bakalland)	에너지바바이바 (Energy Bar by Ba)	폴란드	1만 7,500동 (약 915원)	30g	

자료: 쿵마트(Co.op Mart) 현지 매장 방문

사진 자료: 쿵마트(Co.op Mart) 현지 매장 방문

30) 100동=5.23원 (2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 롯데마트

기업 기본 정보	기업명	롯데마트(Lotte Mart)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	lottemart.com.vn		
	위치	호치민, 하노이 등 베트남 주요 지역		
	규모	매출액('20)	15조 1,020억 동(약 7,551억 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)

③ 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/lien-he) - 홈페이지 기입 정보 담당자명, 이메일 주소, 문의 내용 - 문의사항 연락처 이메일: cskh@pharmacy.vn 전화: +84 1800 6821	

자료: 파마시티(Pharmacy)

사진 자료: 비나한인(Vinahanin)

④ 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)

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

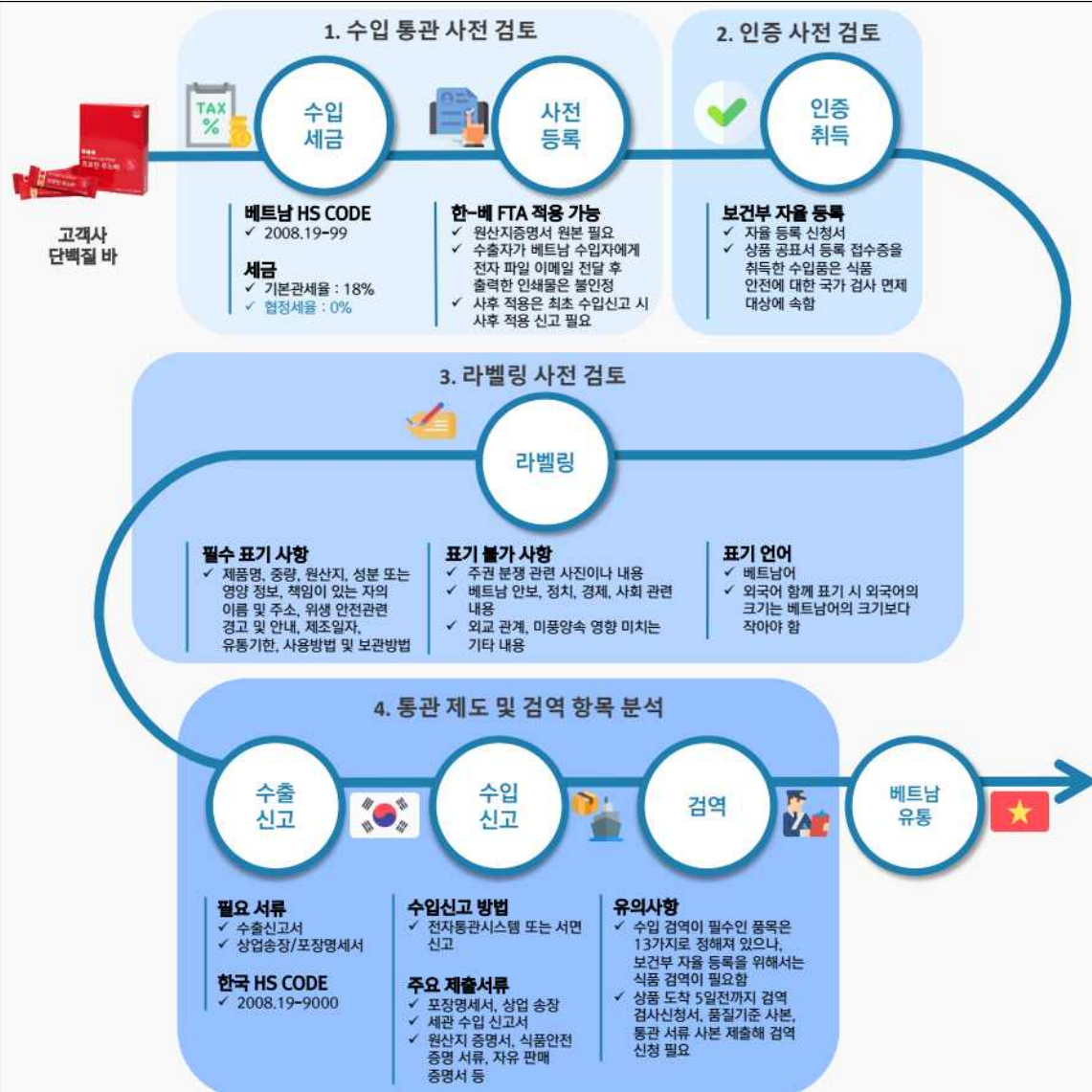
1. 베트남 단백질 바 통관 및 검역 절차
2. 베트남 단백질 바 품질 인증
3. 베트남 단백질 바 라벨링
4. 베트남 단백질 바 성분 및 유해물질

1. 베트남 단백질 바 통관 및 검역 절차³¹⁾

▶ 베트남 단백질 바 수출 시, FTA 원산지증명서 원본 제출

베트남은 보건부 산하 식품안전부(VFA, Vietnam Food Administration)에서 베트남으로 유통되는 모든 식품의 안전을 관리하고 있음. 식품 안전에 관련된 법과 수입식품에 대한 통관 검역 규정이 수시로 변동되는 편이므로 수출 전, 법규 확인이 필수임. 또한, 한-베 FTA를 맺고 있어 특혜 세율을 적용받을 수 있음. 사후 적용은 수입 신고일로부터 1년까지 가능하며, 최초 수입신고 시 사후 적용 신고를 해야 특혜 세율 적용 가능함.

[표 6.1] 베트남 단백질 바 통관 검역 절차



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

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

2. 베트남 단백질 바 품질 인증

▶ 베트남 단백질 바, 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 별개로 받아야 하는 의무 인증은 없으며, 고객사 기인증인 식품 생산에 관한 글로벌 인증으로 활용하고 추가적으로 비건이나 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 단백질 바 라벨링

[표 6.3] 베트남 단백질 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. 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)

[표 6.3] 베트남 단백질 바 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)

[표 6.3] 베트남 단백질 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 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 단백질 바 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영문 및 베트남어]

- ① COOP SELECT
- ② BÁNH NGŨ CỐC DINH DƯỠNG RONG BIỂN
- ③ NUTRITIOUS CEREALS BAR AND DRIED SEAWEED
- ④ DÙNG NHƯ BỮA ĂN NHẹ
- ⑤ CUNG CẤP NGUỒN DINH DƯỠNG
- ⑥ CUNG CẤP CHẤT XƠ
- ⑦ KHÔNG PHẠM MÀU TỔNG HỢP
- ⑧ KHÔNG CHẤT BẢO QUẢN
- ⑨ KHỐI LƯỢNG TÍNH : 110G (5GÓI)
- ⑩ HÌNH ẢNH CHỈ MANG TÍNH CHẤT MINH HỌA
- ⑪ LỰA CHỌN THÔNG MINH
- ⑫ BA NGUYÊN LIỆU CHÍNH :
 - GẠO LỨT
 - HẠT CÁC LOẠI
 - RONG BIỂN

[앞면 - 국문]

- ① 쿵 셀렉트
- ② 김을 더한 영양가 있는 곡물 바
- ③ 김을 더한 영양가 있는 곡물 바
- ④ 간단한 식사 대용
- ⑤ 영양분 공급
- ⑥ 섬유질 공급
- ⑦ 합성색소 무첨가
- ⑧ 방부제 무첨가
- ⑨ 순 중량 : 110g (5팩)
- ⑩ 이미지는 예시입니다
- ⑪ 스마트한 선택
- ⑫ 세 가지 주재료 :
 - 현미
 - 곡물
 - 김

[뒷면 - 영문 및 베트남어]

- ① COOP SELECT
- ② BÁNH NGŨ CỐC DINH DƯỠNG RONG BIỂN
- ③ NUTRITIOUS CEREALS BAR AND DRIED SEAWEED
- ④ DÙNG NHƯ BỮA ĂN NHẹ
- ⑤ CUNG CẤP NGUỒN DINH DƯỠNG
- ⑥ CUNG CẤP CHẤT XƠ
- ⑦ KHÔNG PHẨM MÀU TỔNG HỢP
- ⑧ KHÔNG CHẤT BẢO QUẢN
- ⑨ KHỐI LƯỢNG TỊNH : 110G (5GÓI)
- ⑩ HÌNH ẢNH CHỈ MANG TÍNH CHẤT MINH HỌA
- ⑪ LỰA CHỌN THÔNG MINH
- ⑫ BA NGUYÊN LIỆU CHÍNH :
 - GẠO LỨT
 - HẠT CÁC LOẠI
 - RONG BIỂN

[뒷면 - 국문]

- ① 쿵 셀렉트
- ② 김을 더한 영양가 있는 곡물 바
- ③ 김을 더한 영양가 있는 곡물 바
- ④ 간단한 식사 대용
- ⑤ 영양분 공급
- ⑥ 섬유질 공급
- ⑦ 합성색소 무첨가
- ⑧ 방부제 무첨가
- ⑨ 순 중량 : 110g (5팩)
- ⑩ 이미지는 예시입니다
- ⑪ 스마트한 선택
- ⑫ 세 가지 주재료 :
 - 현미
 - 곡물
 - 김

▶ 베트남 단백질 바 라벨 샘플



[옆면 1 라벨링]



[옆면 2 라벨링]



[윗면 라벨링]

[옆면 1 - 베트남어]

- ① Sản xuất độc quyền cho :
LIÊN HIỆP HỢP TÁC XÃ THƯƠNG MẠI TP. HỒ CHÍ MINH
(SAIGON CO-OP)
- ② Chịu trách nhiệm về hàng hóa :
CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN ĐẦU TƯ THƯƠNG MẠI PHÁT TRIỂN PHÚC AN
Địa chỉ : 71 đường số 2, KDC Phú Mỹ, Phường Phú Mỹ, Quận 7, Thành phố Hồ Chí Minh.
- ③ Sản xuất tại : CHI NHÁNH CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN ĐẦU TƯ THƯƠNG MẠI PHÁT TRIỂN PHÚC AN
Địa chỉ : 42F Gò Cát, Khu Phố 4, Phường Phú Hữu, Quận 9, Thành phố Hồ Chí Minh.
- ④ Công bố số : 10/PhucAn/2020
- ⑤ Sản xuất tại Việt Nam
- ⑥ NSX : xem trên bao bì sản phẩm
- ⑦ HSD : 6 tháng kể từ NSX.
- ⑧ Lắng nghe ý kiến khách hàng :
(028) 3920 5733

[옆면 1 - 국문]

- ① 독점 생산 :
호치민 무역 협동 조합
(사이공 협동 조합)
- ② 상품 책임 :
폭안 무역 투자 개발
주소 : 호치민시 푸미구 7구, 케이디씨 푸미 2번 71번지
- ③ 생산지 :
폭안 무역 투자 개발
주소 : 호치민시 9군 푸후우 포 4번지, 고캣 42층
- ④ 상품 공표 번호 : 10/PhucAn/2020
- ⑤ 베트남 생산
- ⑥ 제조 일자 : 제품 포장지 확인
- ⑦ 유통기한 : 제조일로부터 6개월
- ⑧ 고객센터 : (028) 3920-5733

[옆면 2 - 베트남어]

- ① LOT : 21121301
- ② NSX : 13.12.21
- ③ HSD : 13.06.22

[옆면 2 - 국문]

- ① 로트 번호 : 21121301
- ② 제조 일자 : 2021년 12월 13일
- ③ 유통기한 : 2022년 6월 13일

[뒷면 - 영문 및 베트남어]

- ① COOP SELECT
- ② BÁNH NGŨ CỐC DINH DƯỠNG RONG BIỂN
- ③ NUTRITIOUS CEREALS BAR AND DRIED SEAWEED

[뒷면 - 국문]

- ① 쿵 셀렉트
- ② 김을 더한 영양가 있는 곡물 바
- ③ 김을 더한 영양가 있는 곡물 바

4. 베트남 단백질 바 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 단백질 바에 적용되는 식품첨가물과 허용량이며, 전체 규정은 베트남 보건부 홈페이지나 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.4] 단백질 바에 적용되는 베트남 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	카민	Carmine	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 단백질 바에 적용되는 유해물질을 분석한 결과임. 더욱 자세한 내용은 베트남 보건부 및 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.5] 단백질 바에 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	기타 견과류
2	아플라톡신 M1	Aflatoxin M1	불검출	
3	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	2 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 개인 또는 단체에 적용됨. 베트남에서 알레르겐을 필수로 표기해야 하는 성분들은 하기 표와 같으며, 베트남으로 수출하는 식품에 이 성분들이 포함된 경우 반드시 라벨에 표기하도록 주의가 필요함. 고객사 단백질 바에는 베트남에서 규정하는 알레르겐 필수 표기성분이 다수 포함되는 것으로 확인됨

[표 6.6] 베트남 알레르겐 표시 기준

순번	표시의무 여부	대상	단백질 바 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	V(분리대두단백, 렌틸콩분말)
6	의무	우유와 유제품 (락토스, 설탕, 우유 포함)	-
7	의무	견과류와 관련 제품	V(아몬드, 캐슈넛, 해바라기씨, 호박씨, 호두)
8	의무	10mg 또는 그 이상의 농도인 아황산염	-

출처: 베트남 보건부(MOH)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 나만마켓(Naman Market)

Interview ② 쿠팡마트(Co.op Mart)

Interview ③ 아이피트니스(IFitness)

베트남(Vietnam) 인터뷰 대상 선정	나만마켓 (Naman Market)	쿵마트 (Co.op Mart)	아이피트니스 (iFitness)
인터뷰 대상 기업체 선정 · 수입유통업체 ○ · 단백질 바 취급 경험 ○	업체 ▶ 수입유통업체	유통업체	수입유통업체
	취급 ▶ 		
	단백질 바	단백질 바	단백질 바
사진 자료:	각사 제품 판매 페이지		

베트남(Vietnam) 수입유통업체 인터뷰 요약			
고객사	단백질 바 수요	고객사 제품 피드백	추천 홍보문구
나만마켓 (Naman Market) 수입유통업체	- 최근 코로나19 영향으로 수요 감소 - 한국산 제품 거의 없음 - 식물성 원료 선호도 높음	- 용량 평균 - 가격 경쟁제품 대비 저렴 - 제품 구성성분 소비자 취향에 잘 맞춤	'견과류, 과일의 자연적인 단 맛', '설탕 무첨가', '보존료 무첨가', '비건' 등
쿵마트 (Co.op Mart) 유통업체	- 최근 수요 일시적으로 감소 - 다양한 견과류 들어있는 제품 선호도 높음 - 비건 소비자에게 선호도 높을 것으로 판단	- 가격 업체에서 취급하고 있는 경쟁제품 대비 비쌈 - 설탕 함유량 많음	'달콤한 향', '식품첨가물 무첨가', '소화에 좋음', '에너지 충전', '선수들을 위한' 등
아이피트니스 (iFitness) 수입유통업체	- 코로나19로 운동시설 운영 및 개인 운동이 어려워지면서 수요 감소 - 견과류, 과일 들어있는 제품 인기 많음 - 식물성 원료 선호도 높음	- 다른 수입 제품 대비 저렴 - 용량 및 구성성분 경쟁제품과 비슷	'피크닉용', '바쁜 하루 한 끼 식사 대용', '질리지 않는 다양한 맛', '소화가 잘되는', '고단백 고섬유질로 높은 포만감', '균형 잡힌 한 끼 식사를 위한 필수 비타민 및 미네랄 함유' 등

(*) 현지 경쟁품 취급 수입유통업체 인터뷰 3개사

Interview ① 나만마켓(Naman Market)

32)

나만마켓
(Naman Market)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 한국, 일본, 중국, 미국, 덴마크, 호주 등에서 수입
 - 간편식, 냉동식품, 건조식품, 건강보조식품 취급
 - 라자다, 쇼피에 입점

담당자 정보

Sales Manager

나만마켓(Naman Market)
Sales Manager

Q. 베트남 내 단백질 바의 수요는 어떤가요?

베트남에서는 스낵 바 종류를 크게 구분하지 않고, 비슷한 종류의 제품을 모두 ‘단백질 바’로 통칭합니다. 단백질 바는 고영양 식품이지만 간편하게 섭취할 수 있어 식사 대용으로 먹는 소비자들이 많습니다. 다만 최근 코로나19로 집에 있는 시간이 많아지고 직접 요리를 하는 소비자들이 늘면서 단백질 바 수요가 많이 줄어들었습니다.

Q. 베트남에서 가장 인기 있는 스낵 바 종류, 원산지, 포장 형태 등은 무엇인가요?

베트남에서는 시리얼, 건조 과일, 견과류가 들어가 있는 제품이 인기가 많고, 주로 10-20 개입 박스 단위로 구매하는 소비자들이 많습니다. 한국 원산지의 제품은 거의 없으며 현지 제품과 미국, 영국, 뉴질랜드 등의 수입 제품이 대부분입니다.

Q. 단백질 바가 주로 판매되는 유통채널은 무엇인가요?

베트남 내 단백질 바의 주요 유통채널은 월마트(WalMart), 쿠팡(Co.op Mart), 빅씨(Big C), 나만마켓(Naman Market) 등의 하이퍼마켓, 슈퍼마켓입니다.

Q. 현재 취급하고 있는 단백질 바 중, 가장 인기 있는 제품은 무엇인가요?

판매량이 가장 높은 제품은 호주 브랜드 카르멘(Carman's)의 에너지 바 제품입니다. 여러 종류가 있으나 가장 인기 있는 제품은 아몬드, 캐슈넛 등이 들어있는 글루텐프리 견과류 바 제품으로, 5개입 1박스 기준 23만 동(한화 약 12,029원³³⁾)에 판매되고 있습니다. 타 브랜드보다 맛이 좋고 고단백, 고에너지 제품으로 선호도가 매우 높습니다.

32) 사진자료: 나만마켓(Naman Market)

33) 100동=5.23원 (2021.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

에너지 바 광고에는 ‘견과류, 과일의 자연적인 단 맛’, ‘설탕 무첨가’, ‘보존료 무첨가’, ‘비건’ 등의 키워드가 많이 쓰이고 있습니다. SNS를 활용하여 제품 홍보를 진행하는 방법 외에도 신문, 스포츠 잡지, 슈퍼마켓 전단지 등 다양한 홍보 수단이 있습니다.

Q. 고객사 제품의 가격, 구성성분, 포장 등에 대한 피드백이 있나요?

고객사 제품 용량은 베트남 시장의 에너지 바 제품의 평균 용량인 35-50g과 비슷한 수준으로 적당해 보입니다. 또한, 베트남에서는 씨앗 및 곡류가 들어있는 제품이 인기가 많아 고객사 제품의 맛도 베트남 소비자 취향과 잘 맞을 것으로 예상됩니다. 가격 측면에서는 덴마크, 호주산 등 다른 수입 제품의 FOB가격보다는 매우 저렴한 수준입니다.

Q. 단백질 바 판매 시, 필수적으로 취득해야 하는 인증이 있나요?

베트남에서는 아직 인증 취득 여부가 제품 구매요인으로 많이 작용하지 않는 것 같습니다. 다만, 최근 베트남에서는 동물성 원료보다 식물성 원료에 들어있는 식이섬유, 단백질 섭취에 대한 관심이 증가하고 있으며, 식물성 원료로 만들어진 제품의 선호도가 높아지고 있습니다. 따라서 HACCP와 같은 식품 인증보다는 제품 구성성분이 ‘식물성 원료’라는 점이 소비자들의 관심을 끌 수 있어 보입니다.

Interview ② 쿠팡마트(Co.op Mart)

34)

●

쿠팡마트
(Co.op Mart)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 한국, 일본, 중국, 미국, 덴마크, 호주, 베트남 등에서 수입
 - 신선식품, 냉동식품, 쌀/국수, 스낵류, 디저트류, 음료 등 다양한 제품 취급
 - 라자다, 쇼피 입점
 - 자사 온라인 홈페이지를 통한 판매 진행

담당자 정보

Sales Manager



쿠팡마트(Co.op Mart) Sales Manager

Q. 베트남 내 단백질 바의 수요는 어떤가요?

베트남에서는 여러 스낵 바 제품 중에는 단백질 바 수요가 가장 높고, 그중에서는 견과류와 건조 과일이 들어가 있는 종류가 가장 흔합니다. 소비자의 에너지 바 섭취 목적은 운동 후 에너지 충전을 위한 식사 대용이 가장 많습니다. 다만 최근 코로나19 팬데믹 사태로 일반가공품 등 전반적인 식품 시장이 많이 위축되었습니다. 특히 소비자들이 집에 머무는 시간이 길어지면서 직접 요리하는 비율이 증가해 간편 식품, 스낵류 소비가 감소한 것으로 보입니다.

Q. 베트남에서 가장 인기 있는 원산지, 스낵 바 종류, 포장 형태 등은 무엇인가요?

한국산 에너지 바 제품은 본 적이 없으며 베트남에서는 매우 소량 유통되는 것으로 파악됩니다. 에너지 바는 박스 단위로 구매하는 소비자보다 먹고 싶을 때마다 낱개로 구매하거나, 시중에 판매되는 다양한 종류를 시도해보려는 소비자들이 많아 낱개 포장 제품을 추천합니다. 스낵바의 주요 구성성분인 견과류는 몸에 이로운 지방, 단백질, 섬유질이 풍부하여 시중 단백질 바에 다양하게 들어가 있습니다. 제품의 평균 칼로리는 구성성분에 따라 조금씩 다르긴 하나, 평균적으로 230-250kcal 사이입니다.

Q. 단백질 바가 주로 판매되는 유통채널은 무엇인가요?

베트남 내 에너지 바의 주요 소비자는 운동선수, 헬스인, 바쁜 직장인으로 제품 수요가 많은 헬스보충제 매장, 헬스장 및 근처 슈퍼마켓을 추천합니다. 또한, 코로나 팬데믹 이후 온라인 구매 수요가 급증해 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee)와 같은 온라인몰을 적극적으로 활용할 것을 추천합니다.

Q. 현재 취급하고 있는 단백질 바 중, 가장 인기 있는 제품은 무엇인가요?

베트남 에너지 바 제품 중 가장 인기 있는 제품은 미국 비카인드(Be-Kind) 브랜드의 단백질 바 제품으로 50g에 28만 동(한화 약 14,644원)에 판매되고 있습니다. 아몬드, 초콜릿, 요거트, 시리얼 등 다양한 재료가 들어가 있어 운동 이후 에너지 보충에 매우 좋습니다. 해당 제품 외에도 다양한 맛으로 출시되어 많은 소비자에게 인기가 좋습니다.

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

현지에서 경쟁제품에는 ‘달콤한 향’, ‘식품첨가물 무첨가’, ‘소화에 좋은’, ‘에너지 충전’, ‘선수들을 위한’ 등의 키워드가 자주 사용됩니다. 홍보 수단으로는 전단지 제작, 배너, 잡지 광고 등이 있습니다.

Q. 고객사 제품의 가격, 구성성분, 포장 등에 대한 피드백이 있나요?

고객사 제품 용량은 적당하나 저희 업체에서 취급하고 있는 비카인드 에너지 바보다 소비자가격이 높습니다. 제품 구성성분은 현지 소비자들의 취향에 잘 맞을 것으로 판단되나, 설탕 함량이 다소 많습니다. 최근 ‘유기농’, ‘무설탕’ 제품 트렌드가 떠오르면서 설탕 함량이 적은 제품을 선호하는 소비자들이 많다는 점을 고려해봐야 할 것 같습니다.

Q. ‘식물성 원료 100%’를 셀링포인트로 사용할 수 있을까요?

베트남 현지에서는 100% 식물성 원료 식품에 대한 선호도가 높아 효과적인 셀링포인트로 사용할 수 있을 것 같습니다. 특히 비건이 새로운 소비트렌드로 주목받으면서 식물성 원료 제품에 대한 수요가 더 높아질 것으로 보입니다.

Interview ③ 아이피트니스(iFitness)

35)

아이피트니스
(iFitness)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 미국, 덴마크, 호주 등에서 수입
 - 건강보조식품, 단백질 파우더 등 다양한 식품 취급
 - 쇼피, 라자다 입점

담당자 정보

Sales Manager

아이피트니스(iFitness)
Sales Manager

Q. 베트남 내 단백질 바의 수요는 어떤가요?

베트남에서는 식사 대용이나 운동 후 에너지 보충을 위해 단백질 바를 구매하는 소비자들이 많습니다. 또한, 운동 및 영양 섭취에 대한 관심이 점점 높아지면서 단백질 바 수요도 꾸준한 편입니다. 하지만 최근 코로나19 팬데믹의 영향으로 각종 스포츠 시설 이용률 및 운영이 어려워지면서 에너지 바 수요가 일시적으로 감소했습니다.

Q. 베트남에서 가장 인기 있는 스낵 바 종류, 포장 형태 등은 무엇인가요?

건조 과일과 견과류가 들어있는 제품에 대한 선호도가 높습니다. 특히 인공적인 단맛보다는 자연적인 재료에서 나는 단맛의 제품을 더 좋아하며, 부드러운 식감과 향이 좋은 제품이 인기가 많습니다. 운동 후 에너지 보충을 위해 에너지 바를 섭취하는 소비자들은 박스 단위로 구매하나, 일반 소비자들은 날개로 구매하는 경우가 대부분입니다. 시중에 판매되는 한국 단백질 바 제품은 본 적이 없으며, 현지 제품을 제외하면 유럽과 미국 원산지의 제품이 많습니다.

Q. 단백질 바가 주로 판매되는 유통채널은 무엇인가요?

슈퍼마켓, 건강식품 판매장, 학교 매점, 카페 등 다양한 유통채널이 있습니다. 최근 베트남 온라인몰 이용자도 크게 늘고 있어 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee), 센도(Sendo) 등의 온라인몰 입점도 함께 고려하는 것을 추천합니다.

Q. 현재 취급하고 있는 단백질 바 중, 가장 인기 있는 제품은 무엇인가요?

판매량이 가장 많은 제품은 현지 브랜드 플레이뉴트리션(Play Nutrition)의 에너지 바로 주요 구성성분은 블루베리와 캐슈넛입니다. 견과류와 과일이 적절하게 섞여 있어 단백질과 비타민이 풍부하게 들어있습니다. 베트남 소비자들이 좋아하는 다양한 맛으로 출시되었으며, 경쟁제품 대비 매우 저렴한 수준인 33g에 2만 5천 동(한화 약 1,308원)에 판매되고 있습니다.

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

고객사 제품에 어울릴만한 키워드는 ‘피크닉용’, ‘바쁜 하루 한 끼 식사 대용’, ‘질리지 않는 다양한 맛’, ‘소화가 잘되는’, ‘고단백 고섬유질로 높은 포만감’, ‘균형 잡힌 한 끼 식사를 위한 필수 비타민 및 미네랄 함유’ 등이 있습니다. 해당 키워드들은 유사제품 홍보에서도 많이 쓰이는 표현입니다.

Q. 고객사 제품의 가격, 구성성분, 포장 등에 대한 피드백이 있나요?

대체로 수입산 에너지 바 제품 평균 가격은 매우 비싼 편입니다. 고객사 제품은 현재 저희 업체에서 취급하는 일부 제품보다 FOB가격이 저렴합니다. 용량 및 구성성분은 경쟁제품과 크게 다르지 않으며, 현지 소비자들의 선호도도 괜찮을 것으로 보입니다.

Q. 단백질 바 판매 시, 필수적으로 취득해야 하는 인증이 있나요?

현지에서 외국으로 수출되는 제품이 의무적으로 HACCP 인증을 취득하는 사례가 늘면서 현지 유통 시장에서도 HACCP 인증에 대한 관심이 높아지고 있습니다. 고객사 제품의 소비자 신뢰도를 높이려면 제품 원재료의 원산지과 식품 위생 및 안전을 보장할 수 있는 관련 인증을 취득하는 것 좋아 보입니다.

Q. ‘식물성 원료 100%’를 셀링포인트로 사용할 수 있을까요?

베트남에서는 비건 및 식물성 식품 원료에 대한 베트남 소비자 관심 및 수요가 높아지고 있어 아주 좋은 셀링포인트로 활용 가능해 보입니다.

VIII. 시사점



베트남 온라인매장 스낵 바 경쟁브랜드 관련 키워드

소비 특징 ① 스낵 바 경쟁브랜드 주요 키워드, 플레이뉴트리션 및 베이커리베이킹



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 스낵 바의 경쟁제품 주요 키워드로 단백질 바(176건) 및 견과류 바(127건) 키워드가 빈출되는 것으로 나타남. 시리얼 바(56건) 및 에너지 바(1건) 키워드는 단백질 바 및 견과류 바 키워드에 비해 도출량이 상대적으로 적었음. 판매 중인 스낵 바의 경쟁브랜드 주요 키워드로는 베트남의 플레이뉴트리션 브랜드 관련 키워드가 가장 빈출되는 것이 확인되었음. 플레이뉴트리션은 에너지 바 및 단백질 바 2종류의 제품 구성을 보이는 것으로 나타남. 플레이뉴트리션에 이어 베트남 베이커리베이킹 브랜드 및 365비긴 브랜드 관련 키워드가 다수 도출되어, 현지 시장에서 베트남 현지 브랜드가 강세인 것으로 나타남

한편 베트남 현지 단백질 바 수입 · 유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과 취급하고 있는 주요 경쟁브랜드로 호주 브랜드 카르멘, 미국 브랜드 비카인드가 언급되었으며, 베트남 현지 브랜드를 제외하고는 미국 및 유럽 원산지의 제품이 시중에 많이 유통되고 있는 것으로 나타남



베트남 온라인매장 스낵 바 맛 관련 키워드

소비 특징 ② 스낵 바 맛 주요 키워드, 초콜릿 및 땅콩 버터



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 스낵 바 맛 주요 키워드로 초콜릿 관련 키워드가 가장 빈출되는 것이 확인되었음. 뒤이어 땅콩 버터, 사과, 해조류, 코코아 관련 키워드가 많이 도출되었으며, 견과류 관련 맛 키워드는 땅콩 버터 및 구운 견과류 키워드 외에는 도출되지 않았음. 한편, 키워드 도출량 4위인 해조류 관련 키워드와 연관된 제품으로 닭가슴살과 해조류가 섞인 제품, 현미와 해조류가 섞인 제품이 다수 발견되어, 해조류 키워드가 베트남 스낵 바 시장 특징 중 하나로 꼽힘

베트남 현지 단백질 바 수입 · 유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 현지 소비자들이 선호하는 단백질 바 맛으로 견과류 및 과일 맛 제품이 언급되었으며, 특히 아몬드, 캐슈넛 등 다양한 견과류가 들어있는 제품에 대한 소비자 선호도가 높은 것으로 나타남. 이와 관련된 홍보문구로 '견과류, 과일의 자연적인 단 맛' 홍보문구를 담당자 1명에게 추천받았음



베트남 온라인매장 스낵 바 성분 관련 키워드

소비 특징 ③ 스낵 바 성분 주요 키워드, 영양소는 단백질, 원료는 캐슈넛



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 스낵 바의 성분 주요 키워드 중 영양소 관련 키워드로 단백질 키워드가 가장 나타남. 뒤이어 섬유질, 지방 키워드 역시 많이 도출되었으며, 비타민, 탄수화물, 철분 키워드는 다른 영양소 관련 키워드보다 상대적으로 적게 도출되는 것으로 나타남. 원료 관련 키워드로는 캐슈넛 키워드가 가장 나타남. 뒤이어 아몬드, 꿀 키워드 역시 많이 도출되었으며, 캐슈넛, 아몬드 외 견과류 원료 키워드는 땅콩 키워드가 상대적으로 많이 도출되는 것으로 나타남

한편 베트남 현지 단백질 바 수입 · 유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 고객사 단백질 바 제품은 경쟁제품 대비 가격이 비싸다는 의견과 저렴하다는 의견이 나뉘었으며, 구성성분이 현지 소비자들로부터 선호도가 높을 것으로 조사되었음. 그러나 최근 현지에서 무설탕 제품 트렌드가 떠오르는 것과 관련, 고객사 제품 설탕 함유량이 높아 해당 사항을 고려해봐야 할 것 같다는 의견이 있었음



베트남 '달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵' 유통채널 점유율

주요 유통채널 개인 및 기타 식료품점, 하이퍼마켓/슈퍼마켓



단백질 바를 포함하는 '달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵' 카테고리의 베트남 현지 유통채널 점유율을 조사한 결과, 개인 및 기타 식료품점이 75.3%로 가장 많은 점유율을 차지했으며, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 12.3%, 음식/음료/담배 전문점이 8.4%의 점유율로 뒤를 이었음. 온라인 점유율은 1.7%로, 다른 유통채널보다 상대적으로 낮은 점유율을 차지하였음

한편 베트남 현지 단백질 바 수입 · 유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 담당자들은 단백질 바 추천 유통채널 경로와 관련해 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 헬스보충제 매장, 헬스장, 카페 등 오프라인 유통채널 위주의 진출을 추천하였으며, 담당자 1명만이 라자다, 쇼피, 쉐노 등의 온라인 유통채널과 병행 진출을 언급하였음

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 단백질 바 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. 또한, 단백질 바 제품을 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. 한편, 고객사 베트남에 진출 시 베트남 보건부의 '식품첨가물의 관리 및 사용에 관한 시행규칙'에 따른 식품첨가물 허용량을 준수할 것을 유념해야 함

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Vietnam」, 2021.07
2. 서울창업신문, 「베트남 하노이, 간편한 아침식사 추세...韓 건강 시리얼 인기UP」, 2018.02
3. 비엠티인베스트먼트리뷰(Vietnam Investment Review), 「\$1.1 billion going to pour into vietnam's retail market」, 2021.04
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Vietnam Country Report」, 2021.02
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Vietnam Country Report」, 2021.02
6. 브이엑스프레스(VNExpress), 「Covid-19 gives vietnam e-commerce sector a boost」, 2020.09
7. 한국농수산식품유통공사(aT), 「베트남 온라인 플랫폼 현황 및 진출 전략」, 2021.07

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 티키(Tiki) (tiki.vn)
5. 쇼피(Shopee) (shopee.vn)
6. 플레이뉴트리션(Play Nutrition) (playnutrition.vn)
7. 365비긴(365 Begin) (365begin.vn)
8. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
9. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
10. 쿼마트(Co.op Mart) (www.co-opmart.com.vn)
11. 롯데마트(Lotte Mart) (lottomart.com.vn)
12. 파마시티(Pharmacy) (www.pharmacy.vn)
13. 롱차우(Long Chau) (nhathuoclongchau.com)
14. 써클케이(Circle K) (www.circlek.com.vn)
15. 패밀리마트(Familymart) (www.famima.vn)
16. 관세청 (www.customs.go.kr)
17. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
18. 베트남 보건부(MOH, Ministry of Health) (moh.gov.vn)
19. 베트남 식품청(VFA, Vietnam Food Administration) (vfa.gov.vn)
20. 베트남 식품안전연구위원회(Food Safety Institute) (www.fsi.org.vn)
21. 베트남 관세청(General Department of Vietnam Customs) (tongcuc.customs.gov.vn)
22. 나만마켓(Naman Market)(www.namanmarket.com)
23. 아이피트니스(IFitness) (www.iffitness.vn)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2022.01.21

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