

2023 농식품 수출국가 정보조사 「베트남」

2023.12.

1 국가 및 시장정보

1 국가 개황

- 1-1 국가 개관
- 1-2 경제지표
- 1-3 농업현황
- 1-4 FTA 체결현황

2 식품 시장규모

3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

4 식품 시장전망

5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

7 對베트남 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

2 식품 유통현황

1 오프라인 유통현황

- 1-1 오프라인 유통채널 규모
- 1-2 오프라인 유통채널 매장 수
- 1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
- 1-4 주요 오프라인 유통채널

2 온라인 유통현황

- 2-1 온라인 유통채널 규모
- 2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
- 2-3 주요 온라인 유통채널

3 유통채널 전망

3-1 오프라인 유통채널 전망

3-2 온라인 유통채널 전망

4 유통채널 연계정보

- 4-1 국가보고서
- 4-2 품목보고서
- 4-3 해외지사 발간 보고서

3 수출품목 및 소비 트렌드

1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비 트렌드

4 수출절차

1 수출입절차

2 통관 및 검역제도

3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

5 비관세장벽

1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

2 인증제도

3 통관거부사례

4 비관세장벽 이슈

6 요약

1 보고서 소개

1 국가 및 시장정보

1.1 | 국가 개황

1.1.1 국가 개관

인구 (2023년 추정치)	104,799,174명, 전 세계 16위
민족구성 (2019년 추정치)	깁족(비엣족) 85.3%, 타이족 1.9%, 타이족 1.9%, 므엥족 1.5%, 크메르족 1.4%, 므엥족 1.4%, 농족 1.1%, 기타 5.5%
언어	베트남어(표준어), 영어, 프랑스어, 중국어, 크메르어, 산악지역 언어(몬크메르어, 말레이폴리네시아어)
종교 (2019년 추정치)	가톨릭 6.1%, 불교 5.8%, 개신교 1%, 기타 0.8%, 무교 86.3%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 23.44% (남성 12,975,791/여성 11,593,157) 15~64세: 68.69% (남성 36,280,449/여성 35,705,586) 65세 이상: 7.87% (남성 3,346,804/여성 4,897,387)
중위연령 (2020년 추정치)	전체: 31.9세, 전 세계 112위 남성: 30.8세 여성: 33세

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.2 경제지표

실질GDP	\$1.036조 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 26위 \$1.01조 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$981.903십억 (2019년 추정치)
실질GDP 성장률	2.56% (2021년 추정치), 전 세계 153위 2.87% (2020년 추정치) 7.36% (2019년 추정치)
1인당 실질GDP	\$10,600 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 142위 \$10,500 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$10,300 (2019년 추정치)

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	15.3% (2017년 추정치)	농업 인구 비중	40.3% (2017년 추정치)
주요 생산품	쌀, 야채, 사탕수수, 카사바, 옥수수, 돼지고기, 과일, 바나나, 커피, 코코넛 등		

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.4 FTA 체결현황

<베트남의 FTA 체결현황>

기체결	협상중	검토중
(발효 및 서명) ASEAN 전체 차원, 일본, 칠레, 한국, VCU, TPP, EU, EFTA, RCEP, 쿠바, 영국 (ASEAN) (발효 및 서명) 중국, 일본, 홍콩, 한국, 인도, 호주·뉴질랜드, 홍콩, RCEP	해당사항 없음	해당사항 없음

*주: 2023.10. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

<우리나라와의 FTA 체결현황>

발효	서명/타결	협상중	재개개시 여건조성
한-베트남 FTA 한-ASEAN FTA RCEP	해당사항 없음	해당사항 없음	해당사항 없음

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

베트남 식품 시장은 2018년 649억 달러에서 연평균 7.9% 성장하여 2022년 877억 달러로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2018년 111억 달러에서 연평균 7.1% 성장하여 2022년 146억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 16.7% 비중을 차지하고 있다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2018년 91억 달러에서 연평균 9.8% 성장하여, 2022년 132억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 15.0% 비중을 차지하고 있다.

수산물

수산물 시장규모는 2018년 80억 달러에서 연평균 6.7% 성장하여, 2022년 103억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 11.8% 비중을 차지하고 있다.

<베트남 품목별 식품 시장규모(2018~2022)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	64.9	70.3	76.5	81.7	87.7	100.0	7.4	7.9
베이커리 및 곡물류	11.1	12.0	13.1	13.9	14.6	16.7	5.1	7.1
스낵류	9.1	10.0	11.2	12.1	13.2	15.0	8.9	9.8
수산물	8.0	8.6	9.2	9.7	10.3	11.8	6.2	6.7
채소류	7.4	8.1	8.8	9.4	10.2	11.6	8.5	8.2
육류	6.5	7.1	7.7	8.3	9.1	10.4	10.0	8.8
낙농품	5.3	5.8	6.3	6.7	7.2	8.3	8.1	8.1
과일 및 견과류	5.3	5.7	6.2	6.7	7.2	8.2	7.8	8.0
편의식품	3.9	4.2	4.6	4.9	5.3	6.0	7.3	7.9
스프레드 및 당류	3.7	3.9	4.1	4.3	4.5	5.1	5.6	5.0
소스 및 향신료	1.8	2.0	2.1	2.3	2.4	2.8	7.5	7.6
영유아식품	1.6	1.7	1.9	2.0	2.1	2.4	7.0	7.4
유지류	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.7	5.8	7.0
펫푸드	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	16.7	15.0

*출처: STATISTA

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

베트남의 1인당 식품 소비액은 2018년 약 678달러에서 연평균 6.9% 성장하여 2022년 약 886달러로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비액은 2018년 약 116달러에서 연평균 6.2% 성장하여 2022년 148달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 16.7% 비중을 차지하고 있다.

스낵류

스낵류 소비액은 2018년 약 94달러에서 연평균 8.9% 성장하여 2022년 약 133달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 15.0% 비중을 차지하고 있다.

수산물

수산물 소비액은 2018년 약 83달러에서 연평균 5.8% 성장하여 2022년 약 104달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 11.8% 비중을 차지하고 있다.

<베트남 품목별 1인당 식품 소비액(2018~2022)>

(단위: 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	678.7	728.7	786.1	831.8	886.7	100.0	6.6	6.9
베이커리 및 곡물류	116.4	124.7	134.3	141.9	148.0	16.7	4.3	6.2
스낵류	94.9	104.0	114.5	123.2	133.2	15.0	8.1	8.9
수산물	83.3	88.6	94.7	99.1	104.4	11.8	5.3	5.8
채소류	77.7	83.4	90.1	95.3	102.6	11.6	7.6	7.2
육류	68.0	73.3	79.4	84.2	91.9	10.4	9.1	7.8
낙농품	55.6	59.7	64.5	68.3	73.2	8.3	7.2	7.1
과일 및 견과류	55.3	59.4	64.1	67.8	72.5	8.2	6.9	7.0
편의식품	40.9	44.0	47.5	50.3	53.6	6.0	6.4	6.9
스프레드 및 당류	38.8	40.4	42.1	43.5	45.6	5.1	4.9	4.1
소스 및 향신료	19.0	20.3	21.8	23.0	24.6	2.8	6.9	6.7
영유아식품	16.8	17.9	19.0	20.3	21.7	2.4	6.6	6.5
유지류	11.7	12.5	13.4	14.2	14.8	1.7	4.7	6.1
펫푸드	0.4	0.5	0.6	0.6	0.7	0.1	6.3	12.4

*출처: STATISTA

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

베트남의 1인당 식품 소비량은 2018년 288kg에서 연평균 2.5% 성장하여 2022년 약 317kg으로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비량은 2018년 약 98kg에서 연평균 1.4% 성장하여 2022년 약 104kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 32.8% 비중을 차지하고 있다.

채소류

채소류 소비량은 2018년 약 66kg에서 연평균 3.3% 성장하여 2022년 76kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 23.9% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 소비량은 2018년 약 26kg에서 연평균 3.5% 성장하여 2022년 약 30kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 9.7% 비중을 차지하고 있다.

<베트남 품목별 1인당 식품 소비량(2018~2022)>

(단위: kg, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	288.0	295.0	301.3	309.5	317.6	100.0	2.6	2.5
베이커리 및 곡물류	98.6	100.3	101.6	103.2	104.2	32.8	1.0	1.4
채소류	66.7	68.7	70.3	73.0	76.0	23.9	4.0	3.3
낙농품	26.8	27.6	28.6	29.6	30.7	9.7	3.9	3.5
과일 및 견과류	26.1	26.8	27.6	28.5	29.5	9.3	3.5	3.1
스낵류	16.7	17.4	18.1	18.7	19.5	6.1	4.1	3.9
스프레드 및 당류	15.3	15.1	15.0	14.9	15.0	4.7	0.7	-0.4
육류	11.4	12.2	12.8	13.5	14.1	4.4	4.7	5.5
편의식품	8.8	9.0	9.2	9.3	9.6	3.0	2.5	2.0
수산물	7.9	8.0	8.2	8.3	8.4	2.7	1.3	1.7
소스 및 향신료	6.1	6.3	6.4	6.5	6.7	2.1	2.9	2.2
유지류	2.2	2.3	2.3	2.4	2.4	0.7	0.9	1.5
영유아식품	1.0	1.1	1.1	1.2	1.2	0.4	5.2	4.9
펫푸드	0.3	0.3	0.3	0.4	0.4	0.1	2.7	7.0

*출처: STATISTA

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

베트남 식품 시장은 2022년 이후 연평균 8.3% 성장하여 2026년 1,208억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2022년 이후 연평균 10.2% 성장하여 2026년 195억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2022년 이후 연평균 6.1% 성장하여 2026년 186억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

채소류

채소류 시장규모는 2022년 이후 연평균 9.1% 성장하여 2026년 144억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<베트남 품목별 식품 시장규모 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	87.7	94.4	103.4	112.0	120.8	100.0	7.9	8.3
스낵류	13.2	14.3	16.1	18.0	19.5	16.1	8.2	10.2
베이커리 및 곡물류	14.6	15.4	16.5	17.5	18.6	15.4	6.3	6.1
채소류	10.2	11.0	12.1	13.2	14.4	11.9	9.0	9.1
수산물	10.3	11.1	12.1	13.0	13.8	11.5	6.6	7.6
육류	9.1	10.0	11.1	12.3	13.5	11.2	9.7	10.3
과일 및 견과류	7.2	7.7	8.5	9.2	10.0	8.2	8.4	8.5
낙농품	7.2	7.9	8.5	9.2	9.9	8.2	7.7	8.0
편의식품	5.3	5.7	6.2	6.7	7.3	6.0	8.3	8.3
스프레드 및 당류	4.5	4.8	5.1	5.4	5.8	4.8	6.5	6.3
소스 및 향신료	2.4	2.6	2.9	3.1	3.3	2.8	7.8	8.2
영유아식품	2.1	2.3	2.5	2.6	2.8	2.3	6.1	6.8
유지류	1.5	1.6	1.7	1.8	2.0	1.6	8.2	7.7
펫푸드	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	11.1	9.3

*출처: STATISTA

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2021년 베트남의 식품 수출액은 약 226억 3,858만 달러로 2020년 대비 11.5% 증가하였다. 또한, 2017년 약 210억 6,997만 달러에서 연평균 1.8% 증가하였다.

對대한민국 수출

대한민국으로의 식품 수출액은 3.6% 비중을 차지하며, 2021년 수출액은 약 8억 2,015만 달러로 2020년 대비 18.9% 증가하였다. 또한, 2017년 이후 연평균 7.2% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수출국

중국으로의 식품 수출액은 23.8%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2021년 수출액은 약 53억 8,451만 달러로 2020년 대비 13.9% 증가하였다. 그러나 2017년 이후 연평균 2.2% 감소하는 추세를 보인다.

미국으로의 식품 수출액은 13.9% 비중을 차지하며, 2021년 수출액은 약 31억 5,168만 달러로 2020년 대비 10.5% 증가하였다. 또한, 2017년 이후 연평균 3.4% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도 필리핀(7.8%), 일본(5.4%), 대한민국(3.6%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<베트남 식품 수출국 현황(2017~2021)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY (20/21)	CAGR (17/21)
전체	21,069,974	20,696,299	20,101,665	20,300,692	22,638,589	100.0	11.5	1.8
1 중국	5,880,601	5,696,498	5,169,165	4,728,127	5,384,514	23.8	13.9	-2.2
2 미국	2,761,197	2,730,488	2,464,338	2,852,146	3,151,686	13.9	10.5	3.4
3 필리핀	563,124	886,494	1,327,407	1,540,191	1,775,646	7.8	15.3	33.3
4 일본	1,047,623	1,038,153	1,131,058	1,145,485	1,227,078	5.4	7.1	4.0
5 대한민국	621,221	717,145	672,647	689,618	820,150	3.6	18.9	7.2
6 독일	763,002	756,573	688,607	670,825	799,893	3.5	19.2	1.2
7 네덜란드	822,646	693,235	627,519	675,882	692,796	3.1	2.5	-4.2
8 캄보디아	261,718	319,691	387,368	452,785	566,166	2.5	25.0	21.3
9 태국	448,283	461,744	458,860	550,832	557,497	2.5	1.2	5.6
10 인도	375,834	414,981	409,939	394,551	511,670	2.3	29.7	8.0

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.5.2 수출품목

개요

2021년 수출액 기준 **캐슈너트(탈각), 쌀(정미), 볶지 않은 커피, 식용과실 기타, 카사바 전분** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

주요 수출품목

캐슈너트(탈각) 수출액은 13.6% 비중을 차지하며, 2021년 약 30억 8,896만 달러로 2020년 대비 8.6% 증가하였다. 그러나 2017년 이후 연평균 2.3% 감소하는 추세를 보인다.

쌀(정미) 수출액은 11.8% 비중을 차지하며, 2021년 약 26억 6,078만 달러로 2020년 대비 12.7% 증가하였다. 또한, 2017년 이후 연평균 2.2% 증가하는 추세를 보인다.

볶지 않은 커피 수출액은 9.1% 비중을 차지하며, 2021년 약 20억 6,009만 달러로 2020년 대비 9.2% 증가하였다. 그러나 2017년 이후 연평균 9.0% 감소하는 추세를 보인다.

식용과실 기타 수출액은 5.7% 비중을 차지하며, 2021년 약 12억 9,221만 달러로 2020년 대비 3.6% 감소하였다. 그리고 2017년 이후 연평균 3.3% 감소하는 추세를 보인다.

카사바 전분 수출액은 4.2% 비중을 차지하며, 2021년 약 9억 4,560만 달러로 2020년 대비 9.3% 증가하였다. 또한, 2017년 이후 연평균 6.1% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **후추 기타(3.2%), 견과류·씨 기타(3.0%), 커피 농축물(1.7%)** 등을 수출하였다.

<베트남 식품 수출품목 현황(2017~2021)>-

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (22)	YoY (20/21)	CAGR (17/21)
전체	21,069,974	20,696,299	20,101,665	20,300,692	22,638,589	100.0	11.5	1.8
1 캐슈너트(탈각)	3,385,090	3,128,961	2,941,542	2,843,195	3,088,963	13.6	8.6	-2.3
2 쌀(정미)	2,443,631	2,461,880	2,163,697	2,360,612	2,660,782	11.8	12.7	2.2
3 볶지 않은 커피	3,007,675	2,811,711	2,135,113	1,886,972	2,060,092	9.1	9.2	-9.0
4 식용과실 기타	1,479,306	1,563,283	1,549,394	1,341,076	1,292,215	5.7	-3.6	-3.3
5 카사바 전분	745,585	795,504	870,353	865,542	945,609	4.2	9.3	6.1
6 후추 기타	961,993	602,448	566,099	510,855	728,187	3.2	42.5	-6.7
7 견과류·씨 기타	187,542	264,993	424,664	495,077	688,527	3.0	39.1	38.4
8 커피 농축물	310,165	353,773	374,156	388,194	377,409	1.7	-2.8	5.0
9 조제식품	155,953	153,942	201,438	252,598	332,058	1.5	31.5	20.8
10 쌀(쇄미)	148,656	72,357	227,029	384,059	310,693	1.4	-19.1	20.2

*주: HS CODE(0801.32, 1006.30, 0901.11, 0810.90, 1108.14, 0904.11, 2008.19, 2101.11, 2106.90, 1006.40)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2021년 베트남의 식품 수입액은 약 297억 5,605만 달러로, 2020년 대비 36.9% 증가하였다. 또한, 2017년 약 189억 6,011만 달러에서 연평균 11.9% 증가하였다.

對대한민국 수입

대한민국에서의 식품 수입액은 1.4% 비중을 차지하며, 2021년 수입액은 약 4억 1,699만 달러로 2020년 대비 13.1% 증가하였다. 또한, 2017년 약 1억 9,575만 달러에서 연평균 20.8% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수입국

미국에서의 식품 수입액은 13.0%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2021년 수입액은 약 38억 7,254만 달러로 2020년 대비 7.8% 증가하였다. 또한, 2017년 약 24억 6,062만 달러에서 연평균 12.0% 증가하는 추세를 보인다.

아르헨티나에서의 식품 수입액은 12.0% 비중을 차지하며, 2021년 수입액은 약 35억 6,238만 달러로 2020년 대비 8.7% 증가하였다. 또한, 2017년 약 24억 6,604만 달러에서 연평균 9.6% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 캄보디아(9.9%), 브라질(9.0%), 호주(8.9%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<베트남 식품 수입국 현황(2017~2021)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY (20/21)	CAGR (17/21)
전체	18,960,112	21,077,065	21,035,821	21,732,592	29,756,054	100.0	36.9	11.9
1 미국	2,460,629	4,035,685	3,684,638	3,591,617	3,872,544	13.0	7.8	12.0
2 아르헨티나	2,466,049	2,360,809	3,138,039	3,278,199	3,562,387	12.0	8.7	9.6
3 캄보디아	573,848	617,976	571,932	598,312	2,941,630	9.9	391.7	50.5
4 브라질	1,269,910	1,666,928	1,864,274	2,133,559	2,689,784	9.0	26.1	20.6
5 호주	1,258,690	1,305,524	1,234,794	1,203,658	2,652,059	8.9	120.3	20.5
6 인도	622,230	877,552	736,404	850,048	1,800,346	6.1	111.8	30.4
7 중국	1,014,613	1,473,450	1,484,440	1,273,936	1,559,732	5.2	22.4	11.3
8 인도네시아	619,017	732,095	728,713	991,905	1,548,037	5.2	56.1	25.8
9 태국	1,399,010	1,298,107	1,300,683	1,503,863	1,137,487	3.8	-24.4	-5.0
10 코트디부아르	902,794	796,342	696,973	613,301	957,992	3.2	56.2	1.5
:								
13 대한민국	195,758	284,508	352,526	368,810	416,998	1.4	13.1	20.8

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6.2 수입품목

개요

2021년 수입액 기준 **캐슈너트(미탈각)**, **옥수수 기타**, **대두유 추출 유박**, **밀 기타**, **대두 기타** 등 순으로 큰 수입 비중을 차지하고 있다.

주요 수입품목

캐슈너트(미탈각) 수입액은 12.2% 비중을 차지하며, 2021년 약 36억 1,981만 달러로 2020년 대비 155.1% 증가하였다. 또한, 2017년 이후 연평균 9.4% 증가하는 추세를 보인다.

옥수수 기타 수입액은 9.5% 비중을 차지하며, 2021년 약 28억 3,305만 달러로 2020년 대비 18.9% 증가하였다. 또한, 2017년 이후 연평균 0.2% 증가하는 추세를 보인다.

대두유 추출 유박 수입액은 8.5% 비중을 차지하며, 2021년 약 25억 2,544만 달러로 2020년 대비 31.1% 증가하였다. 또한, 2017년 이후 연평균 0.1% 증가하는 추세를 보인다.

밀 기타 수입액은 4.7% 비중을 차지하며, 2021년 약 13억 8,615만 달러로 2020년 대비 71.3% 증가하였다. 또한, 2017년 이후 연평균 0.1% 증가하는 추세를 보인다.

대두 기타 수입액은 4.0% 비중을 차지하며, 2021년 약 11억 8,183만 달러로 2020년 대비 53.1% 증가하였다. 또한, 2017년 이후 연평균 13.7% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도 **팜유 기타(3.5%)**, **조제식료품(3.2%)**, **사탕수수 기타(1.8%)** 등을 수입하였다.

<베트남 식품 수입품목 현황(2017~2021)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY (20/21)	CAGR (17/21)
전체	18,960,112	21,077,065	21,035,821	21,732,592	29,756,054	100.0	36.9	11.9
1 캐슈너트(미탈각)	2,523,137	1,900,260	1,668,415	1,418,765	3,619,816	12.2	155.1	9.4
2 옥수수 기타	1,474,889	2,085,299	2,288,632	2,382,111	2,833,050	9.5	18.9	0.2
3 대두유 추출 유박	1,728,209	2,054,226	1,845,242	1,925,724	2,525,448	8.5	31.1	0.1
4 밀 기타	993,802	1,176,202	720,289	809,188	1,386,154	4.7	71.3	0.1
5 대두 기타	707,854	771,016	686,059	772,103	1,181,837	4.0	53.1	13.7
6 팜유 기타	568,737	541,439	530,770	694,470	1,043,392	3.5	50.2	16.4
7 조제식료품	526,542	586,243	798,919	795,842	942,112	3.2	18.4	0.2
8 사탕수수 기타	34,258	29,717	25,459	432,628	544,011	1.8	25.7	1.0
9 카사바	332,689	236,845	194,175	162,513	543,357	1.8	234.3	13.0
10 냉동 쇠고기	164,290	217,970	316,978	418,639	514,460	1.7	22.9	33.0

*주: HS CODE(0801.31, 1005.90, 2304.00, 1001.99, 1201.90, 1511.90, 2106.90, 1701.99, 0714.10, 0202.30)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.7 | 對베트남 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2022년 한국산 식품 수출액은 약 8억 7,946만 달러로 2018년 5억 8,489만 달러에서 연평균 10.7% 증가하였다.

농산물

농산물 수출액은 52.9% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 4억 6,534만 달러로 2021년 대비 15.3% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 10.9%의 증가세를 보이고 있다.

수산물

수산물 수출액은 24.5% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 2억 1,516만 달러로 2021년 대비 21.5% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 11.9%의 증가세를 보이고 있다.

축산물

축산물 수출액은 15.6% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 1억 3,738만 달러로 2021년 대비 30.5% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 15.3%의 증가세를 보이고 있다.

임산물

임산물 수출액은 7.0% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 6,156만 달러로 2021년 대비 7.5% 감소하였다. 또한, 2018년 이후 보합세를 보이고 있다.

<한국산 對베트남 부문별 수출현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	584,891	671,747	652,523	752,628	879,462	100.0	16.9	10.7
농산물	308,106	358,318	351,919	403,661	465,340	52.9	15.3	10.9
수산물	137,453	157,764	151,301	177,115	215,167	24.5	21.5	11.9
축산물	77,860	111,916	110,641	105,258	137,388	15.6	30.5	15.3
임산물	61,471	43,750	38,662	66,593	61,567	7.0	-7.5	0.0

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

1.7.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준 **미절단 냉동 닭고기, 조제식료품 기타, 기타 무알콜 음료, 홍삼 조제품, 조미 김** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

수출 성장률이 높은 품목에는 '변성 에틸알코올'과 '인삼음료' 등이 있으며, 2022년 '변성 에틸알코올'은 최근 5년간 연평균 성장률 139.7%를 기록했다. '인삼음료' 역시 같은 기간 동안 연평균 53.4%의 성장률을 보였다.

주요 수출품목

미절단 냉동 닭고기 수출액은 6.7%의 비중을 차지하며, 2022년 약 5,896만 달러로 2020년 대비 0.7% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 40.6% 증가하는 추세를 보인다.

조제식료품 기타 수출액은 6.6%의 비중을 차지하며, 2022년 약 5,765만 달러로 2021년 대비 24.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 39.0% 증가하는 추세를 보인다.

기타 무알콜 음료 수출액은 5.9%의 비중을 차지하며, 2022년 약 5,180만 달러로 2021년 대비 50.5% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 18.0% 증가하는 추세를 보인다.

홍삼 조제품 수출액은 2.7%의 비중을 차지하며, 2022년 약 2,346만 달러로 2021년 대비 56.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 33.2% 증가하는 추세를 보인다.

조미 김의 경우 2.2%의 비중을 차지하며, 2022년 약 1,897만 달러로 2021년 대비 20.8% 증가하였다.

<한국산 對베트남 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	584,891	671,747	652,523	752,628	879,462	100	16.9	10.7
1 미절단 냉동 닭고기	15,097	29,007	35,667	0	58,962	6.7	N/A	40.6
2 조제식료품 기타	15,426	25,311	35,022	46,180	57,651	6.6	24.8	39.0
3 기타 무알콜 음료	26,736	31,868	31,475	34,427	51,804	5.9	50.5	18.0
4 홍삼 조제품	7,445	10,102	10,378	15,017	23,461	2.7	56.2	33.2
5 조미 김	N/A	2,597	10,793	15,716	18,978	2.2	20.8	N/A
6 조제분유	8,554	14,164	18,779	19,541	17,387	2.0	-11.0	19.4
7 변성 에틸알코올	511	222	11,026	16,935	16,860	1.9	-0.4	139.7
8 과당 시럽	13,851	23,449	19,552	16,124	16,003	1.8	-0.8	3.7
9 라면	14,871	19,160	16,854	17,068	15,925	1.8	-6.7	1.7
10 인삼음료	2,743	5,512	7,689	8,756	15,187	1.7	73.4	53.4

*주: HS CODE(0207.12-0000, 2106.90-9099, 2202.99-9000, 2106.90-3029, 2008.99-5010, 1901.10-1010, 2207.20-0000, 1702.60-2000, 1902.30-1010, 2202.99-1000)

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

2

식품 유통현황

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 베트남 오프라인 유통채널 규모

개요

베트남의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2018년 1,075조 6,030억 동에서 연평균 3.3% 성장하여 2022년 1,222조 5,950억 동으로 집계되었다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2018년 948조 8,110억 동에서 연평균 2.3% 성장하여 2022년 1,038조 8,560억 동으로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 85.0% 비중을 차지하고 있다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2018년 56조 300억 동에서 연평균 15.0% 성장하여 2022년 97조 9,880억 동으로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 8.0% 비중을 차지하고 있다.

전문 판매점

전문 판매점의 규모는 2018년 37조 4,070억 동에서 연평균 2.7% 성장하여 2022년 41조 6,050억 동으로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 3.4% 비중을 차지하고 있다.

<베트남 오프라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 십억 동, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	1,075,603	1,149,901	1,236,950	1,138,613	1,222,595	100.0	7.4	3.3
소규모 식료품점	948,811	1,003,842	1,072,103	966,378	1,038,856	85.0	7.5	2.3
슈퍼마켓	56,030	69,811	83,513	95,321	97,988	8.0	2.8	15.0
전문 판매점	37,407	39,577	42,268	38,100	41,605	3.4	9.2	2.7
하이퍼마켓	27,491	29,770	31,460	31,000	35,855	2.9	15.7	6.9
편의점	5863	6,902	7,605	7,816	8,290	0.7	6.1	9.0

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

*출처: 「Retail in Vietnam」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

개요

베트남의 오프라인 유통채널 매장 수는 2018년 66만 6,862개에서 연평균 0.8% 감소하여 2022년 64만 7,026개로 집계되었다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점 매장 수는 2018년 65만 5,502개에서 연평균 0.9% 감소하여 2022년 63만 3,111개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 97.8%를 차지하고 있다.

전문 판매점

전문 판매점 매장 수는 2018년 7,090개에서 연평균 0.9% 감소하여 2022년 6,848개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 1.1%를 차지하고 있다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓 매장 수는 2018년 3,260개에서 연평균 16.2% 증가하여 2022년 5,938개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 0.9%를 차지하고 있다.

<베트남 오프라인 유통채널 매장수(2018~2022)>

(단위: 개, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	666,862	672,979	677,388	644,038	647,026	100.0	0.5	-0.8
소규모 식료품점	655,502	659,602	663,293	630,230	633,111	97.8	0.5	-0.9
전문 판매점	7,090	7,134	7,174	6,817	6,848	1.1	0.5	-0.9
슈퍼마켓	3,260	5,202	5,825	5,943	5,938	0.9	-0.1	16.2
편의점	951	981	1,028	980	1,052	0.2	7.3	2.6
하이퍼마켓	59	60	68	68	77	0.0	13.2	6.9

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

*출처: 「Retail in Vietnam」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

① WinMart

Masan Group Corp 소속으로, 2022년 2.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 3.7% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 20.5% 증가하였다.

② Bach Hoa Xanh

Mobile World JSC 소속으로, 2022년 2.2%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 12% 감소한 반면, 2019년 대비 연평균 34.7% 증가하였다.

③ Co.op Mart

Saigon Union of Trading Cooperatives 소속으로, 2022년 2.1%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 4.5% 감소하였으며, 2019년 대비 연평균 5.6% 감소하였다.

④ Big C

Central Retail Corp 소속으로, 2022년 0.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 14.3% 증가한 반면, 2019년 대비 연평균 20.6% 감소하였다.

⑤ Go!

Central Retail Corp 소속으로, 2022년 0.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 14.3% 증가하였다.

<베트남 오프라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 VinMart	1.6	1.6	2.7	2.8	3.7	20.5
2 Bach Hoa Xanh	0.9	1.7	2.5	2.2	-12.0	34.7
3 Co.opMart	2.5	2.5	2.2	2.1	-4.5	-5.6
4 Big C	1.6	1.6	0.7	0.8	14.3	-20.6
5 Go!	-	-	0.7	0.8	14.3	N/A
6 Lotte Mart	0.5	0.5	0.5	0.5	0.0	0.0
7 Circle K	0.3	0.3	0.3	0.3	0.0	0.0
8 Co-op Food	0.3	0.3	0.3	0.3	0.0	0.0
9 AEON	0.2	0.2	0.2	0.3	50.0	14.5
10 Tops Market	-	-	0.3	0.3	0.0	N/A

*출처: 「Retail in Vietnam」(유로모니터)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	WinMart	창립연도	2014년
	점유율	2.8%	브랜드 국적	베트남
	웹사이트	winmart.vn	매장 수	150개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, Masan Group Corp 산하 브랜드 - 마산그룹(Masan Group)이 빈그룹(Vingroup)으로부터 빈마트(Vinmart) 체인을 인수하여 윈마트(WinMart)로 브랜드 이름 변경 - 신선 및 냉동, 가공 식품, 의류, 문구류, 가전제품 등 다양한 제품군 보유 - 온라인 플랫폼도 함께 운영 중인 옴니채널 방식 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	
				

*출처 : 「Retail in vietnam」(유로모니터), 베트남 WinMart 홈페이지(winmart.vn), winmart 소셜미디어 계정

	브랜드명	Bach Hoa Xanh	창립연도	2015년
	점유율	2.2%	브랜드 국적	베트남
	웹사이트	www.bachhoaxanh.com	매장 수	1,900개
	<ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드로, Mobile World JSC 산하 브랜드 - 미국, 한국, 일본, 호주 등지에서 식품, 일반 소비재 등을 수입하여 판매 - 신선 및 냉동식품, 주류, 건강보조제, 미용 및 의류, 가전제품 등의 제품 판매 - 베트남 내 10여개의 지역 매장에서 온라인 몰을 운영하며 옴니채널로의 전환 추구 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	
				

*출처 : 「Retail in vietnam」(유로모니터), 베트남 Bach Hoa Xanh 홈페이지(www.bachhoaxanh.com), Bach Hoa Xanh 소셜미디어 계정

	브랜드명	Co.opMart	창립연도	1996년
	점유율	2.1%	브랜드 국적	베트남
	웹사이트	coopmart.vn	매장 수	128개
	<ul style="list-style-type: none"> - 브랜드로, Saigon Union of Trading Cooperatives 산하 브랜드 - 베트남 국영자본으로 운영되는 협동조합 형태의 소매점 - 신선 및 냉동 식품, 음료 및 주류, 유제품, 일반 생활용품, 가전제품 등을 판매 - 채식에 대한 베트남인들의 관심도가 높아짐에 따라 채식품목 할인 및 철저한 관리 시스템 구축 - 업체와 연계되는 카드를 발행하고 있으며, 카드 이용객을 위한 다양한 할인 서비스 제공 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in vietnam」(유로모니터), 베트남 Co.opMart 홈페이지(coopmart.vn), Co.opMart 소셜미디어 계정

	브랜드명	Big C	창립연도	1993년
	점유율	0.8%	브랜드 국적	태국
	웹사이트	www.bigc.vn	매장 수	12개
	<ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼마켓 브랜드로, Central Retail Corp 산하 브랜드 - 다양한 쿠폰 제공, 무료 배송 및 선물 포장 등의 서비스 제공 - 할로윈 프로모션 등 다양한 할인 행사 진행 - 대형마트, 슈퍼마켓 외 편의점도 운영 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in vietnam」(유로모니터), 베트남 Big C 홈페이지(www.bigc.vn), Big C 소셜미디어 계정

	브랜드명	Go!	창립연도	2018년
	점유율	0.8%	브랜드 국적	베트남
	웹사이트	go-vietnam.vn	매장 수	26개
	<ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼 마켓 브랜드로, Central Retail Corp 산하 브랜드 - 기존 Big C 매장 일부의 명칭 및 이미지 변경, 서비스 및 시설이 업그레이드 된 형태 - 가격 기준을 보장하기 위해 국내외 공급업체와 직접 협력하여 안정적인 가격과 다양한 프로모션 제공 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in vietnam」(유로모니터), 베트남 Go! 홈페이지(go-vietnam.vn), Go! 소셜미디어 계정

2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2022년 베트남의 식품 온라인 시장 규모는 6조 1,190억 동 규모로 전년 대비 26.2% 성장했으며 최근 5년간 연평균(CAGR) 69.6% 성장했다.

<베트남 온라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 십억 동, %)

2018	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
740	2,419	3,716	4,847	6,119	26.2	69.6

*주: 온라인 유통채널의 경우 식품 온라인 유통채널(food e-commerce)을 기준으로 작성

*출처: 「Retail in Vietnam」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 점유율 규모

① Shopee Marketplace

Sea Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 40.9%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 32.8% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 40.6% 증가하였다.

② Lazada Marketplace

Alibaba Group Holding에서 운영하는 사이트로, 2022년 19.9%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 27.6% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 34.9% 증가하였다.

③ Tiki.vn

Tiki JSC에서 운영하는 사이트로, 2022년 12.9%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 0.8% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 0.8% 증가하였다.

④ Lazada

Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 1.7%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 21.4% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 15.6% 증가하였다.

⑤ Shopee

Sea Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 0.7%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 40.0% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 51.8% 증가하였다.

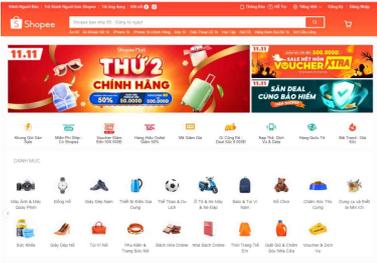
<베트남 온라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

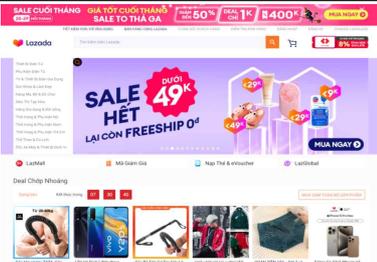
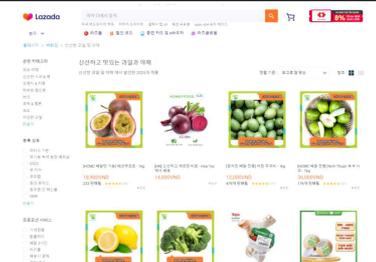
구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Shopee Marketplace	14.7	24.7	30.8	40.9	32.8	40.6
2 Lazada Marketplace	8.1	13.8	15.6	19.9	27.6	34.9
3 Tiki.vn	12.6	15.6	12.8	12.9	0.8	0.8
4 Lazada	1.1	1.2	1.4	1.7	21.4	15.6
5 Shopee	0.2	0.4	0.5	0.7	40.0	51.8

*출처: 「Retail in Vietnam」(유로모니터)

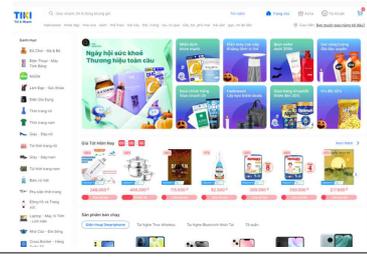
2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	Shopee Marketplace	운영업체	Sea Ltd
	점유율	40.9%	웹사이트	shopee.vn
	<ul style="list-style-type: none"> - Sea Ltd에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 신선식품, 냉동식품, 주류, 건강보조식품, 의류, 화장품, 가전제품 등 다양한 제품 판매 - 음식점 배달 어플 'shopee food' 서비스 제공 			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처 : 「Retail in vietnam」(유로모니터), 베트남 Shopee 홈페이지(shopee.vn)

	사이트명	Lazada Marketplace	운영업체	Alibaba Group Holding Ltd
	점유율	19.9%	웹사이트	www.lazada.vn
	<ul style="list-style-type: none"> - Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 B2C 전자상거래 사이트 - 여러 배달업체 및 편의점과의 협업을 통해 베트남 전역 배달 및 픽업매장 확대 운영 - 여러 종류의 식품뿐만 아니라 의류, 가전제품, 약세서리류, 생활용품, 완구류, 스포츠용품, 악기류, 애완용품 등의 다양한 제품 판매 - 씨티뱅크(Citi bank)와 협업하여 신용카드 '라자다시티(Lazada Citi)' 출시 - 신속 배송이 보장되는 공급업체 제품을 한눈에 볼 수 있는 '라즈몰' 카테고리 제공 			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처 : 「Retail in vietnam」(유로모니터), 베트남 Lazada 홈페이지(www.lazada.vn)

	사이트명	Tiki	운영업체	Tiki JSC
	점유율	12.9%	웹사이트	tiki.vn
<ul style="list-style-type: none"> - Tiki JSC에서 운영하는 B2C 전자상거래 사이트 - 전자제품, 주방용품, 의류 및 악세사리, 식품, 화장품 등 다양한 제품 판매 - 당일배송 서비스 'TikiNow', 항공권 호텔 예약 등과 같은 다양한 서비스를 제공하여 젊은 소비자에게 인기가 높음 				
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처 : 「Retail in vietnam」(유로모니터), 베트남 Tiki 홈페이지(tiki.vn)

2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

베트남의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2022년 1,222조 5,950억 동에서 연평균 3.8% 성장하여 2026년 1,419조 7,320억 동 규모에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2022년 1,038조 8,560억 동에서 연평균 3.2% 성장하여 2026년 1,180조 6,330억 동 규모에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2022년 97조 9,880억 동에서 연평균 7.5% 성장하여 2026년 130조 7,490억 동 규모에 이를 것으로 전망된다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2022년 35조 8,550억 동에서 연평균 8.8% 성장하여 2026년 50조 2,400억 동 규모에 이를 것으로 전망된다.

<베트남 오프라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 동, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	1,222,595	1,272,462	1,321,230	1,370,365	1,419,732	100.0	3.6	3.8
소규모 식료품점	1,038,856	1,074,178	1,109,625	1,145,133	1,180,633	83.2	3.1	3.2
슈퍼마켓	97,988	106,296	114,268	122,383	130,749	9.2	6.8	7.5
하이퍼마켓	35,855	39,262	42,795	46,518	50,240	3.5	8.0	8.8
전문 판매점	41,605	42,853	43,796	44,672	45,476	3.2	1.8	2.2
편의점	8,290	9,875	10,746	11,659	12,635	0.9	8.4	11.1

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

*출처: 「Retail in Vietnam」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

베트남의 온라인 식품 유통채널 시장규모는 2022년 이후 5년간 연평균 11.2%로 성장하여, 2026년 9조 3,410억 동에 이를 것으로 전망된다.

<베트남 온라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 동, %)

2022	2023	2024	2025	2026	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
6,119	7,169	7,998	8,841	9,341	5.7	11.2

*주: 온라인 유통채널의 경우 식품 온라인 유통채널(food e-commerce)을 기준으로 작성

*출처: 「Retail in Vietnam」(유로모니터)

2.4 | 유통채널 연계정보

2.4.1 국가보고서

베트남 식품 유통구조 (2022.07)	<ul style="list-style-type: none"> - 유통 현황 및 특징 <ul style="list-style-type: none"> · 베트남의 주요 마트 및 편의점 브랜드 · 베트남의 주요 전자상거래 플랫폼 및 호출 배달 서비스 앱 - 기본 유통구조 <ul style="list-style-type: none"> · 베트남 소매유통구조 · 현지 유통채널 구조
베트남 오프라인 식품 유통채널 (2022.07)	<ul style="list-style-type: none"> - 대형 유통매장 유형 <ul style="list-style-type: none"> · 주요 유통채널: ①소매유통 ②슈퍼마켓 ③편의점 ④하이퍼마켓 · 한국 식품 유통매장
베트남 온라인 식품 유통채널 (2022.07)	<ul style="list-style-type: none"> - 전자상거래 분석 <ul style="list-style-type: none"> · ①전자상거래 동향 ②카테고리별 매출액 ③소매유통 판매(2017~2021) ④소매유통 브랜드 점유율(2017~2021) ⑤온라인 구매동기 - 소셜커머스 분석 <ul style="list-style-type: none"> · ①인터넷 시장 규모(2019~2021) ②소셜미디어 이용 개요 ③소셜미디어 사용 이유 ④소셜미디어 선호 플랫폼 ⑤주 사용 소셜미디어 플랫폼

2.4.2 품목보고서

베트남 가공식품 유통정보 (2023.08)	<p>[곤약젤리]</p> <ul style="list-style-type: none"> - 베트남 유통채널 점유율 - 베트남 가공식품의 주요 유통채널 <ul style="list-style-type: none"> · 주요 유통채널: ①원마트 ②박화싸잉 ③가디언 ④메디케어, 원마트플러스, 비스마트
베트남 건강기능식품 유통정보 (2022.12)	<p>[바이오틱스]</p> <ul style="list-style-type: none"> - 베트남 건강기능식품의 주요 유통채널 분석 <ul style="list-style-type: none"> · 주요 유통채널: ①약국 및 드럭스토어 ②백화점 ③대형마트 및 하이퍼마켓 ④온라인 쇼핑몰 ⑤약국 체인점(파마시타, 롱차우) ⑥하이퍼마켓(쿵마트) ⑦온라인 쇼핑몰(쇼피, 티키)
베트남 신선식품 유통정보 (2023.08)	<p>[건조영지버섯]</p> <ul style="list-style-type: none"> - 베트남 유통채널 점유율 - 베트남 주요 유통채널 분석 <ul style="list-style-type: none"> · 주요 유통채널: ①타카시마야백화점 ②다이아몬드플라자 ③원마트 ④박화싸잉 ⑥케이마트 ⑦오케이마트

2.4.3 해외지사 발간 보고서

국내외기업 베트남 현지화 진출 성공 사례 (2022.09)	<ul style="list-style-type: none"> - CJ제일제당 현지화 진출 및 유통 전략 (김치) - 삼육식품 현지화 진출 및 유통 전략 (두유) - 두끼 떡볶이 유통 전략 - 아지노모토 유통 전략
----------------------------------	---

3

수출품목 및 소비 트렌드

3.1 | 수출품목

3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

3.1.2 한국산 수출품목

① 음료(수출상위 품목)

시장현황

2021년 베트남 음료 시장의 규모는 약 35억 4,200만 달러에 달하며, 최근 5년간 연평균 6.7%의 안정적인 성장세를 보였다. 특히 생수의 판매 증가율이 연평균 12.8%로 전체 음료 시장의 성장률을 상회하였다. 이는 베트남 정수 시설이 부족하여 가정 식수에 대한 신뢰가 낮고, 음용 및 음식 조리엔 생수를 사용하는 가정이 증가했기 때문이다.

베트남의 빠른 경제 성장과 도시화에 따라 대도시 소비자들 사이에서 RTD(Ready to Drink) 음료 수요가 늘었고, 특히 차(녹차, 우롱차 등) 기반의 RTD 음료가 인기를 끌고 있다. 이러한 인기엔 힘입어 RTD 음료는 베트남 전체 음료 시장의 약 1/3을 차지하고 있다.

최근에는 코로나19 여파로 건강한 제품에 대한 소비자 수요가 증가하면서 탄산음료 대신 건강에 좋은 주스나 차 기반의 RTD 음료의 선호가 뚜렷하게 나타났다. 현지 기업들은 이러한 수요 변화에 대응하기 위해 설탕 대신 천연 감미료를 사용하거나 저당, 저칼로리, 디카페인 제품을 출시하고 있다.

시사점

소득 수준의 향상과 코로나19로 인한 건강에 대한 관심 증가에 주목할 필요가 있다. 제품의 원료나 성분, 첨가물에 관심을 기울이는 소비자가 증가하면서 제품 개발 및 마케팅 시 건강에 주안점을 두고 적극 고려할 필요가 있다.

		
음료	음료	한국 음료

*출처: <https://shopee.vn>

▶ 출처

2022년 베트남 국가 심층 조사, 한국농수산물유통공사

2022년 주요 수출국 유망품목 심층 조사 및 진출전략(아세안), 한국농수산물유통공사

② 우유(두유)(해외지사 추천품목)

시장현황

베트남의 우유 시장은 전통적이며 보편적인 식품 분야로, 주로 현지 생산 기업들이 시장을 지배하고 있다. 비나소이(Vinasoy)가 가장 큰 규모의 우유 생산기업으로, 2021년 기준 베트남 시장점유율 66.1%를 차지하였다. 이어서 비나밀크(Vinmilk, 12.9%)와 누티푸드(Nutifood, 4.7%) 순으로 높은 시장점유율을 기록하였다.

베트남 대도시 지역의 중산층과 젊은 소비자들 사이에서 식물성 우유 수요가 증가하는 경향을 보인다. 유로모니터에 따르면, 2021년 대체 우유 시장 규모는 2억 9,800만 달러로 전년 대비 2.1% 성장했으며, 최근 5년간 연평균 3.7%의 성장률을 기록하였다. 두유는 베트남 대체 우유 시장의 97%에 달하는 가장 큰 비중을 차지하고 있다.

시사점

과거에는 동물성 우유 제품 선호도가 높았으나, 최근에는 건강을 고려한 식물성 우유 수요가 증가하고 있다. 또한, 아침식사 트렌드의 변화로 간편하고 영양가 높은 제품에 대한 수요도 커지고 있다. 소비자의 건강에 대한 인식 높아지면서 무설탕, 저당 등의 트렌드를 반영한 건강식품으로서 두유 제품이 활발하게 출시되고 있다.

이처럼 건강식품의 관심 증대 및 식물성 우유에 대한 수요가 증가하고 있다. 따라서 한국산 식품 신뢰도를 바탕으로 귀리, 아몬드, 호두 등 저당 제품을 통해 한국산 두유의 인지도를 높이고 틈새시장 진출이 필요하다.



*출처: <https://shopee.vn>

▶ 출처

2022년 베트남 국가 심층 조사, 한국농수산물유통공사

2022년 주요 수출국 유망품목 심층 조사 및 진출전략(아세안), 한국농수산물유통공사

2023 지구촌리포트 135호 베트남 유제품(우유) 시장 동향, 한국농수산물유통공사

③ 조미김(수출상위 품목)

시장현황

베트남 소비자는 김을 스낵 대용으로 주로 소비하고 있어 조미김 시장이 성장하고 있다. 2021년 베트남의 조미 스낵 시장규모는 약 7억 6,600만 달러로, 최근 5년간 연평균 9.1%의 높은 성장세를 보이고 있다. 빠른 경제성장과 중산층의 확대로 인해 조미 스낵의 소비자층이 젊은 성인층으로 확대되면서 소비자들은 김을 영양소와 무기물이 풍부한 건강 간식으로 인식하고 있다.

최근에는 기존 오리지널 맛 외에도 와사비 맛, 허니버터 맛, 김치 맛, 아보카도 맛 등 독특하고 다양한 맛의 조미김 제품이 관심을 끌고 있다.

시사점

베트남 소비자 사이에서 김을 한국 식품으로 인식하는 경향이 뚜렷하게 나타나며, 특히 하노이, 호치민 등 대도시에 위치한 한식당을 통해 한국산 김을 쉽게 접하면서 인지도와 친숙도가 증가하고 있다. 이에 따라 "한국" 및 "건강"을 강조하는 전략이 유효할 것으로 예상된다.



*출처: <https://shopee.vn>

▶ 출처

2022년 베트남 국가 심층 조사, 한국농수산물유통공사

2022년 주요 수출국 유망품목 심층 조사 및 진출전략(아세안), 한국농수산물유통공사

2022 지구촌리포트 125호, 한국농수산물유통공사

④ 가정간편식(해외지사 추천품목)

시장현황

베트남은 전통적으로 신선한 식자재를 사용한 가정 요리가 선호되었지만, 최근에는 경제 성장, 가계소득 상승과 맞벌이 가정이 증가하면서 간편 포장식품 수요가 크게 증가하고 있다.

특히 하노이와 호치민 등 대도시에서 가정 간편식의 수요가 증가하고 있다. 이는 식사 준비의 편리성을 선호하는 인구 증가와 가구당 인원수 감소 등의 영향을 받아 나타난 현상으로 보인다. 바쁜 일상생활 속에서 건강한 맛과 편리성을 동시에 추구하는 소비자가 증가함에 따라 2021년 베트남의 가정 간편식 시장규모는 전년 대비 7.9% 증가한 1억 6,600만 달러로 집계되었고, 최근 5년간 연평균 9.9%의 성장률을 기록하였다. 또한, 향후 5년간 연평균 성장률이 7.1%로 예측되어, 지속적인 시장 성장이 기대된다.

이와 함께 콜드체인 시설을 갖춘 현대적 유통채널이 확대되면서 신선 및 저온유통 가정간편식 유통 여건이 갖춰지고 있다.

시사점

베트남 내 유통되는 한국산 가정간편식은 떡볶이, 라면 등 매운맛을 강조한 제품들과 만두가 주를 이루고 있다. 따라서 이러한 인기 상품의 시장점유율 확대를 꾀하는 한편 차별성 있는 신제품 개발과 현대적 유통채널을 통한 공급망 확대 등 다각화된 전략 수립이 필요할 것으로 보인다.



*출처: <https://shopee.vn>

▶ 출처

2022년 베트남 국가 심층 조사, 한국농수산물유통공사

2022년 주요 수출국 유망품목 심층 조사 및 진출전략(아세안), 한국농수산물유통공사

⑤ 소스류(수출상위 품목)

시장현황

2021년 베트남의 소스, 드레싱 및 조미료 시장규모는 14억 9,100만 달러를 기록했다. 2022년부터 5년간 연평균 5.5% 성장하여 2026년 시장규모는 19억 3,900만 달러에 이를 것으로 전망된다. 코로나19로 인한 장기간의 봉쇄 조치로 인해 소비자들의 식품 소비가 주로 가정에서 이루어지면서 소스, 드레싱 및 조미료 소매 판매에 긍정적인 요인으로 작용하였다.

최근 다양한 해외 소스류 제품에 대한 관심이 높아지고 있으며, 마라, 스리라차 등 매운맛 소스와 유기농 드레싱 등 이국적인 맛과 건강한 제품이 젊은 소비자를 중심으로 인기를 끌고 있다.

시사점

베트남의 주요 도시에서의 간장, 불닭 소스, 고추장 등 한국소스의 판매가 증가하고 있으며, 일상적으로 이용하는 기본 재료로 자리매김한 것으로 분석할 수 있다. 젊은 소비층을 대상으로 한국 소스를 활용한 현지 레시피 개발, 새로운 시제품 개발을 통해 시장점유율을 보다 확대하기 위한 전략이 필요할 것으로 보인다. 또한, 한국식 요리와 잘 어울리는 베트남 음식과의 콜라보를 통해 인지도를 높여 새로운 맛과 경험을 제공하는 마케팅도 중요하다.



*출처: <https://shopee.vn>

▶ 출처

2022년 베트남 국가 심층 조사, 한국농수산물유통공사

2022년 주요 수출국 유망품목 심층 조사 및 진출전략(아세안), 한국농수산물유통공사

■ 3.2 | 소비 트렌드

① 과일 시장에서 한국산 포도의 기회와 도전

이슈배경

유로모니터의 통계에 따르면, 2022년 베트남 과일 시장규모는 전년 대비 7.4% 증가한 7,726만 톤에 달하며, 2026년에는 1억 3만 톤에 이를 것으로 예상된다. 이 중 포도는 전체 시장 규모의 1.0%를 차지하는 것으로 조사되었다.

이슈내용

베트남의 포도 수입액은 2022년 기준 전년 대비 39.5% 증가한 3억 3,650만 달러로 집계되었다. 주요 수입국은 중국, 호주, 미국이며 한국은 6위를 기록하였다. 중국산 포도는 저렴한 가격으로 인기가 높으며, 호주산과 미국산 포도는 품종의 다양성과 합리적인 가격으로 소비자들에게 어필하고 있다. 한편, 한국산 샤인머스켓은 높은 당도와 우수한 품질로 프리미엄 과일로 인식되고 있으며, 선물용으로 인기가 높다.

베트남산 포도는 주로 남동부 지역에서 생산되며, 내수용으로 유통된다. 한국산 샤인머스켓은 현지 소비자들 사이에서 높은 인지도를 가지고 있다. 반면, 중국산 샤인머스켓이 한국산으로 둔갑하여 유통되는 사례가 있어 한국산 수출 농가에 피해가 발생할 우려가 있다. 따라서 한국산 둔갑 문제에 대한 모니터링과 대책 마련이 필요하다.

한국산 샤인머스켓의 우수한 품질과 프리미엄 이미지는 베트남 과일 시장에서의 경쟁력을 갖추고 있다. 그럼에도 불구하고 다양한 국가의 포도가 유통 및 경쟁하는 시장 환경 속에서 한국산 제품의 특성을 강조하고, 중국산 제품과의 차별화 전략이 중요하다. 또한, 한국산 제품의 둔갑 문제를 방지하기 위한 지속적인 모니터링과 현지 시장관리총국과의 협력을 통한 대책을 마련이 필요해 보인다.

▶ 출처

2023. 9. 29. 해외시장동향, 베트남 포도 시장동향, 한국농수산물유통공사

② 캠핑 붐 타고 간편식 시장 붐 바람

이슈배경

코로나19 확산으로 인한 사회적 거리두기 정책의 장기화는 베트남에서 안전하고 개인적인 여행 방식을 선호하는 새로운 트렌드를 형성하였다. 이에 따라 소비자들 사이에서 감염 위험이 적은 야외 활동으로 캠핑에 관한 관심이 높아지고 있다.

이슈내용

무더운 날씨 속에서 일상의 스트레스를 피하기 위해 고요하고 시원한 캠핑장을 찾는 이들이 증가하고 있으며, 이러한 트렌드는 MZ세대를 중심으로 두드러진다. 저렴하고 편리하게 즐길 수 있는 캠핑은 가족 단위 여행객들 사이에서도 인기를 얻고 있으며, 글램핑(Glamping)과 같은 편의 시설을 갖춘 캠핑장도 늘어나고 있다.

캠핑 인기가 증가하면서 캠핑장에서 간편하게 조리할 수 있는 식품에 대한 관심이 높아지는 한편, 숙취 부담이 없는 비알코올 음료의 수요가 증가하는 추세를 보인다.

캠핑 시장의 성장과 소비자들의 변화하는 요구에 발맞추어, 간편조리식품과 소스류 및 조미료, 비알콜 주류 등이 제품은 캠핑 문화를 즐기는 베트남 소비자들 사이에서 인기를 얻을 것으로 보인다.

▶ 출처

2022. 7. 27. 해외시장 동향, 베트남 캠핑 붐 타고 뜰 한국 농식품은, 한국농수산물유통공사

③ 프리미엄 식품시장 확대

이슈배경

베트남의 경제 성장은 프리미엄 식품 시장의 확대를 견인하고 있다. 2020년 베트남의 1인당 GDP는 구매력평가지수(PPP) 기준 1만 달러를 넘어섰고, 지난 5년간 145% 상승했다. 이러한 소득 증대와 소비력 향상은 프리미엄 식품 수요 증가로 이어지고 있다.

이슈내용

프리미엄 식품은 가격이 높다는 인식을 넘어, 고품질 원료, 브랜드 인지도, 우수한 기능과 성능을 기반으로 평가되고 있다. 베트남의 소비자들의 가치 소비 트렌드와 함께, 더 나은 만족감을 주는 상품을 프리미엄으로 인식하는 경향이 있다.

최근 베트남 프리미엄 식품시장에서는 'Free From' 식품의 인기 증가가 뚜렷한 특징으로 보여진다. 인체 건강에 부정적 영향을 미칠 수 있는 성분을 제거하여 건강한 식품으로 마케팅하는 제품이 인기를 끌고 있고, 특히 저당 및 무설탕 음료에 대한 수요가 눈에 띄게 증가하고 있다. 이 외에도 방부제가 없는 영유아 식품, 쌀국수, 그래놀라 등의 곡류를 활용한 제품과 글루텐프리 제품의 출시가 늘고 있다.

유기농 식품 수요가 확대되고 있으며, 이는 베트남 대형 슈퍼마켓에서 쉽게 찾아볼 수 있는 유기농 인증 제품들에서 잘 드러난다. 이러한 트렌드는 건강에 대한 베트남 소비자의 증가하는 관심과 밀접한 연관이 있다.

베트남의 프리미엄 식품 시장은 소비자 구매력 증가와 트렌드 변화에 따라 확장되고 있다. 한국 식품 수출 기업은 베트남 소비자의 구매 패턴과 선호도를 이해하고, 이에 맞춘 전략적 접근이 필요하다. 프리미엄 제품의 개발과 마케팅, 브랜드 인지도 강화를 통해 한국 식품의 시장 점유율을 확대할 수 있을 것으로 보인다.

▶ 출처

베트남 프리미엄 식품 조사 보고서, 한국농수산물유통공사

④ BFY 음료 시장의 현재와 미래

이슈배경

건강에 좋은 'Healthy' 음료가 베트남 젊은 세대 사이에서 인기를 얻고 있다. 이들은 건강하고 활동적인 생활 방식을 추구하며, 이러한 트렌드에 부합하는 'Number 1 Soya Canxi'와 같은 신제품이 젊은이들의 마음을 사로잡고 있다.

이슈내용

코로나19 이후 베트남 음료시장의 핵심 키워드는 'BFY(Better For You)'로 꼽을 수 있다. BFY란, 무첨가, 저첨가, 저칼로리 제품을 의미하며, 베트남에서 이러한 제품들이 주요한 트렌드로 자리잡고 있다. 예방의학에 관심이 증가하면서 가당음료에 대한 수요는 감소하고, 저당 및 무설탕 음료에 대한 수요가 급증하고 있다.

베트남 젊은이들은 '건강한 식생활'을 추구하며 건강한 식습관으로 전환하고 있는 추세로, 음료 시장에서도 건강하고 영양가 있는 음료 소비가 뚜렷하게 나타나고 있다. 'Number 1 Soya Canxi'와 같은 신제품은 편리한 병 디자인과 필요한 영양소를 제공하여 젊은 세대 사이에서 인기를 끌고 있고, 이러한 제품들은 건강과 편의성을 모두 갖춰 현대적이고 바쁜 생활 방식에 적합한 제품으로 평가받고 있다.

베트남 BFY 음료 시장의 성장은 한국 제품에 대한 새로운 기회를 제공한다. 기존 인기 탄산음료가 아닌 기능성을 강조한 음료 및 전통 차류 등의 제품 개발이 유망하다. 한류 콘텐츠와 연계한 홍보 및 마케팅 전략을 병행한다면, 한국 제품은 베트남 시장에서 더 큰 성공을 거둘 수 있을 것이다. 또한, MZ 세대를 중심으로 하는 건강식품에 대한 수요 증가는 한국 제품에 대한 추가적인 시장 기회를 창출할 수 있다.

▶ 출처

Thức uống healthy và cuộc chuyển đổi lối sống lành mạnh của giới trẻ, LAODONG

2022. 6. 22. 해외시장 동향, 베트남 너를 위한 균형잡힌 한끼(BFY) 음료류 시장, 한국농수산물유통공사

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
자유판매증명서 발급	<ul style="list-style-type: none"> · 식품의약품안전처에서 자유판매증명서(CFS) 발급 필요 · 제출서류: ①식품등의 제조·가공업 영업허가서 사본 1부 ②수출제품 품목제조보고서 사본 1부 ③영문 검사성적서 원본 1부(필요 시) ④수출신고필증 	국내 수출업체
▼		
품목별 수입요건 파악	<ul style="list-style-type: none"> · 수출 품목에 대한 베트남의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악 	국내 수출업체
▼		
수출신고 및 운송수단 선적	<ul style="list-style-type: none"> · 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 전자적으로 세관에 제반서류 제출 · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수리된 날로부터 30일 이내에 운송수단에 선적 완료 	국내 수출업체
▼		
수입허가 취득	<ul style="list-style-type: none"> · 일부 품목은 베트남 수입 전 수입허가서 취득 필요 · 대상품목: 딸기, 토마토, 감 등 생과실·일부 채소류 냉동 닭고기 등 · 제출서류: ①사업자등록증 ②수입허가신청서 ③위생증명서 ④수출계약서 	베트남 수입업체
▼		
식품등록	<ul style="list-style-type: none"> · '안전성 공표' 후 식품 유형별로 유관기관에 등록 · 대부분의 일반식품은 자체등록 대상으로, 등록 시 제반서류 제출 필요 · 자체등록 제출서류: ①자율등록신청서 ⑤ISO 17025 기준충족 식품안전서류 	베트남 수입업체
▼		
수입신고	<ul style="list-style-type: none"> · 국경 도착 전후 30일 이내에 VANCCS 시스템을 통해 수입신고 완료 · 제출서류: ①세관수입신고서 ②수출계약서 또는 신용장 ③선하증권 ④상업송장 ⑤포장명세서 ⑥원산지증명서 ⑦식품안전증명서 ⑧자유판매증명서 	베트남 수입업체
▼		
수입검사	<ul style="list-style-type: none"> · 물품 위험도에 따라 ①녹색 ②황색 ③적색채널로 통관채널을 구분하며 채널별로 수입검사 내용 상이 · 수입검역 대상 품목을 수입하는 경우 상품 도착 5일 전까지 제반 서류를 제출해 검역 등록(신청) 필요 · 제출서류: ①검역검사등록신청서 ②검사제품이 해당하는 품질기준 사본 ③검사보고서 등 	베트남 수입업체
▼		
관세 납부 및 반출	<ul style="list-style-type: none"> · 관세 납부 후 물품 반출 가능 	베트남 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

<p>자유판매증명서 발급</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 베트남으로 식품을 수출하는 국내 수출업체는 식품의약품안전처를 통해 자유판매증명서(Certificate of Free Sale, CFS) 취득 필요 <ul style="list-style-type: none"> · 자유판매증명서는 해당 업체의 제품이 제조국 내에서 판매되는 제품임을 증명하는 서류로, 베트남은 모든 수입식품에 대해 영문으로 작성된 자유판매증명서를 요구함 · 식품의약품안전처가 운영하는 '식품안전나라'에서 온라인으로 발급할 수 있음 → 식품안전나라 홈페이지 URL : https://www.foodsafetykorea.go.kr <p style="text-align: center;"><자유판매증명서 발급 시 제출 서류></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> ① 식품등의 제조·가공업 영업허가서 사본 1부 ② 수출제품 품목제조보고서 사본 1부 ③ 영문 검사성적서 원본 1부(분석증명서를 받는 경우에 한함) ④ 수출신고필증 </div> <ul style="list-style-type: none"> · 자유판매증명서 발급까지는 약 3일이 소요되며, 별도의 비용은 발생하지 않음
<p>품목별 수입요건 파악</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출 품목에 대한 베트남 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 <ul style="list-style-type: none"> · 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함 · 또한, 품목별로 국가기준(TCVN)이 마련되어 있어, 사전에 국가기준이 마련되어 있는지 확인 후 관련 요건을 준수해야 함
<p>원산지증명서 발급</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 베트남 수출 시 한-베, 한-아세안 FTA 및 RCEP 협정을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요 <ul style="list-style-type: none"> · FTA 관세율, RCEP 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수 · 대한상공회의소 및 세관을 통해 수출물품의 선적이 완료되기 전까지 기관발급을 신청해야 하며, 선적일로부터 3영업일 이내에 신청한 경우 선적 완료 전 발급 신청한 것으로 간주함

▶ 국내 수출통관 절차

<p>수출신고</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수 <ul style="list-style-type: none"> · 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음 · 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행
--------------------	---

	<p style="text-align: center;"><수출신고 수리 유형></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">· 서류 심사 후 수리</td> <td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td> </tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td> <td>우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td> </tr> <tr> <td>· 자동 수리</td> <td>세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함 · 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함 	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						
<p style="text-align: center;">수출검역</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 베트남과의 합의된 요건이 있거나, 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요 · 베트남으로 △딸기 △토마토 △감 △파프리카 △배 △사과 △포도 △구근류 △ 냉동 닭고기 등 수출 시 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함 · 딸기, 토마토, 감, 파프리카 등에 대해서는 과수원 및 선과장 등 재배지검역이 별도로 요구됨 · 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함 <p style="text-align: center;"><수출검역 신청 시 제출 서류></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">식물검역</td> <td> ①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우) </td> </tr> <tr> <td>축산물검역</td> <td> ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) </td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출 상대국의 검역요건에 적합하는지 여부를 검사함 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음 	식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)	축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)		
식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)						
축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)						
<p style="text-align: center;">운송수단 선적</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요 · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함 						

②베트남 수입통관 및 검역 절차

▶ 베트남 수입통관 및 검역 절차

<p style="text-align: center;">수입허가서 취득</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 생과실·일부 채소류 및 냉동 닭고기 수출 시 사전에 수입허가서 취득 필수 · 딸기, 토마토, 감, 파프리카, 냉동 닭고기 등을 수출하는 경우 사전에 베트남 식물 검역당국 및 동물보건부의 수입허가를 사전에 취득해야 함 · 수입허가 취득 시 다음의 서류를 유관기관에 제출해야 함 <p style="text-align: center;"><수입허가서 취득 시 제출 서류></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td> ①사업자등록증 ②수입허가 신청서 ③수출국 발행 위생증명서 ④수출계약서 등 </td> </tr> </table>	①사업자등록증 ②수입허가 신청서 ③수출국 발행 위생증명서 ④수출계약서 등
①사업자등록증 ②수입허가 신청서 ③수출국 발행 위생증명서 ④수출계약서 등		

<p style="text-align: center;">식품 등록</p>	<p>● 베트남 수입업체는 식품 품목별 유관기관에 수입식품 등록 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> · 베트남은 수입식품의 안전성을 증명하기 위해 식품을 관할기관에 등록할 것을 요구하며, 식품의 종류에 따라 식품 등록 절차 및 기관이 상이함 · 식품 안전성에 대해 공표한 후 유관기관에 등록함 <p style="text-align: center;"><식품 유형별 등록기관></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">· 베트남 보건부</td> <td>가공식품 및 음료, 건강기능식품, 식품첨가물</td> </tr> <tr> <td>· 베트남 농업농촌개발부</td> <td>육가공품(햄, 소시지 등), 과일 및 채소, 어류 및 육류</td> </tr> <tr> <td>· 베트남 무역산업부</td> <td>주류(알코올 음료), 우유류, 식물성오일</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 대부분의 일반식품의 경우 기업이 자체적으로 식품안전성 공표 후 보건부에 자체적으로 등록하나, △36개월 미만의 영유아 식품 △미등록 식품첨가제의 경우 보건부 승인 후 등록이 완료됨 · 식품 등록 시 등록 신청서, 자유판매증명서 등을 제반서류를 제출해야 함 <p style="text-align: center;"><유형별 식품 등록 제출서류></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">· 보건부 승인 대상 식품</td> <td>제품등록 신청서, 자유판매증명서, ISO 17025 기준 충족 식품안전서류, GMP 증명서</td> </tr> <tr> <td>· 자체 등록 대상 식품</td> <td>자체 등록 신청서, ISO 17025 기준충족 식품안전서류</td> </tr> </table>	· 베트남 보건부	가공식품 및 음료, 건강기능식품, 식품첨가물	· 베트남 농업농촌개발부	육가공품(햄, 소시지 등), 과일 및 채소, 어류 및 육류	· 베트남 무역산업부	주류(알코올 음료), 우유류, 식물성오일	· 보건부 승인 대상 식품	제품등록 신청서, 자유판매증명서, ISO 17025 기준 충족 식품안전서류, GMP 증명서	· 자체 등록 대상 식품	자체 등록 신청서, ISO 17025 기준충족 식품안전서류
· 베트남 보건부	가공식품 및 음료, 건강기능식품, 식품첨가물										
· 베트남 농업농촌개발부	육가공품(햄, 소시지 등), 과일 및 채소, 어류 및 육류										
· 베트남 무역산업부	주류(알코올 음료), 우유류, 식물성오일										
· 보건부 승인 대상 식품	제품등록 신청서, 자유판매증명서, ISO 17025 기준 충족 식품안전서류, GMP 증명서										
· 자체 등록 대상 식품	자체 등록 신청서, ISO 17025 기준충족 식품안전서류										
<p style="text-align: center;">수입신고</p>	<p>● 베트남 수입업체는 국경 관문 도착 전 또는 도착일로부터 30일 이내 수입신고 완료 필수</p> <ul style="list-style-type: none"> · 베트남 수입업체는 전자통관시스템인 '베트남 자동화물 및 항구 통합 시스템 (VANCCS)을 통해 수입신고 서류를 제출해야 함 <p style="text-align: center;"><베트남 수입신고 제출서류></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">①세관수입신고서</td> </tr> <tr> <td>②수출계약서 또는 신용장</td> </tr> <tr> <td>③선하증권</td> </tr> <tr> <td>④상업송장</td> </tr> <tr> <td>⑤포장명세서</td> </tr> <tr> <td>⑥원산지증명서</td> </tr> <tr> <td>⑦식품안전증명서류(Export Certification)</td> </tr> <tr> <td>⑧자유판매증명서(Certificate of Free Sale)</td> </tr> </table>	①세관수입신고서	②수출계약서 또는 신용장	③선하증권	④상업송장	⑤포장명세서	⑥원산지증명서	⑦식품안전증명서류(Export Certification)	⑧자유판매증명서(Certificate of Free Sale)		
①세관수입신고서											
②수출계약서 또는 신용장											
③선하증권											
④상업송장											
⑤포장명세서											
⑥원산지증명서											
⑦식품안전증명서류(Export Certification)											
⑧자유판매증명서(Certificate of Free Sale)											
<p style="text-align: center;">수입검사 및 검역</p>	<p>● 수입 물품의 위험도에 따라 세관에서는 서류심사 및 물품검사 진행</p> <ul style="list-style-type: none"> · 물품 위험도에 따라 베트남 세관은 녹색채널, 황색채널, 적색채널로 통관채널을 구분해 서류심사 및 물품검사를 진행함 <p style="text-align: center;"><베트남 통관채널별 세관검사 내용></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">· 녹색채널</td> <td>저위험식품 세관 서류 및 물품검사 면제, 전산신고만으로 수리가능</td> </tr> <tr> <td>· 황색채널</td> <td>중위험식품 세관의 요청시에만 물품검사 시행, 전자 또는 원본서류 제출</td> </tr> <tr> <td>· 적색채널</td> <td>고위험식품 전수검사 대상, 무작위로 수입 물품 수량의 5% 또는 10% 검사</td> </tr> </table>	· 녹색채널	저위험식품 세관 서류 및 물품검사 면제, 전산신고만으로 수리가능	· 황색채널	중위험식품 세관의 요청시에만 물품검사 시행, 전자 또는 원본서류 제출	· 적색채널	고위험식품 전수검사 대상, 무작위로 수입 물품 수량의 5% 또는 10% 검사				
· 녹색채널	저위험식품 세관 서류 및 물품검사 면제, 전산신고만으로 수리가능										
· 황색채널	중위험식품 세관의 요청시에만 물품검사 시행, 전자 또는 원본서류 제출										
· 적색채널	고위험식품 전수검사 대상, 무작위로 수입 물품 수량의 5% 또는 10% 검사										

	<ul style="list-style-type: none"> · 베트남에 수출하는 횡수가 6회 이상인 경우, 처음 5회는 연속으로 검사를 진행 이후 제품에 문제가 없다고 판단되는 경우, 서류 확인 후 1년간 검역 면제 가능 ● 베트남 수입업체는 상품 도착 5일 전까지 베트남 보건부 및 관할 수입지역 공중 보건연구소에 검역 등록 필요 · 검역 및 검사 대상에 포함되는 품목은 다음과 같음 <ul style="list-style-type: none"> <li style="text-align: center;"><베트남 수입검역 및 검사 대상 품목> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">①고기 및 어류의 조제품</td> <td style="width: 50%;">⑨조미료</td> </tr> <tr> <td>②동물성 및 식물성 유지</td> <td>⑩음료, 알코올 음료, 식초</td> </tr> <tr> <td>③우유 및 각종 유제품</td> <td>⑪식품포장재</td> </tr> <tr> <td>④설탕 및 각종 설탕과자</td> <td>⑫기능성식품, 건강보호식품</td> </tr> <tr> <td>⑤커피, 차, 후추</td> <td>⑬식품첨가물</td> </tr> <tr> <td>⑥채소 및 과일로 만든 조제품</td> <td></td> </tr> <tr> <td>⑦카카오, 카카오 성분을 포함한 각종 조제품</td> <td></td> </tr> <tr> <td>⑧곡물/곡분/전분/우유조제품, 베이커리 제품</td> <td></td> </tr> </table> · 베트남 수입업체는 제반 서류를 구비해 검역검사등록신청서와 함께 제출하며, 검사기관은 서류심사 후 검사예정방법을 확인하고 검사일정을 통지함 <ul style="list-style-type: none"> <li style="text-align: center;"><베트남 수입검역검사 신청 시 제출서류> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 100%;">①검역검사등록신청서</td> </tr> <tr> <td>②검사제품이 해당하는 품질기준 사본</td> </tr> <tr> <td>③품질기준이 공표되어 있지 않은 식품에 대해서는 지정된 검사기관 또는 제조자에 의한 검사보고서</td> </tr> <tr> <td>④기타 검사의 간략화를 요구하는 것이 가능할 경우에는 그 증빙서류를 제출해야 함</td> </tr> </table> 	①고기 및 어류의 조제품	⑨조미료	②동물성 및 식물성 유지	⑩음료, 알코올 음료, 식초	③우유 및 각종 유제품	⑪식품포장재	④설탕 및 각종 설탕과자	⑫기능성식품, 건강보호식품	⑤커피, 차, 후추	⑬식품첨가물	⑥채소 및 과일로 만든 조제품		⑦카카오, 카카오 성분을 포함한 각종 조제품		⑧곡물/곡분/전분/우유조제품, 베이커리 제품		①검역검사등록신청서	②검사제품이 해당하는 품질기준 사본	③품질기준이 공표되어 있지 않은 식품에 대해서는 지정된 검사기관 또는 제조자에 의한 검사보고서	④기타 검사의 간략화를 요구하는 것이 가능할 경우에는 그 증빙서류를 제출해야 함
①고기 및 어류의 조제품	⑨조미료																				
②동물성 및 식물성 유지	⑩음료, 알코올 음료, 식초																				
③우유 및 각종 유제품	⑪식품포장재																				
④설탕 및 각종 설탕과자	⑫기능성식품, 건강보호식품																				
⑤커피, 차, 후추	⑬식품첨가물																				
⑥채소 및 과일로 만든 조제품																					
⑦카카오, 카카오 성분을 포함한 각종 조제품																					
⑧곡물/곡분/전분/우유조제품, 베이커리 제품																					
①검역검사등록신청서																					
②검사제품이 해당하는 품질기준 사본																					
③품질기준이 공표되어 있지 않은 식품에 대해서는 지정된 검사기관 또는 제조자에 의한 검사보고서																					
④기타 검사의 간략화를 요구하는 것이 가능할 경우에는 그 증빙서류를 제출해야 함																					
<p style="text-align: center;">관세 납부 및 물품 반출</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 베트남 수입업체는 관세 납부 후 보세구역에서 물품을 반출 · 수입관세 및 부가가치세가 부과되며, 주류에는 특별소비세가 부과됨 · 수입신고서류 제출일로부터 물품 반출까지 통상 3~5일이 소요됨 																				

■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 곡 류 : 쌀(백미, 현미, 흑미), 밀, 옥수수, 콩 - 과실류 : 사과, 배, 포도, 감(단감) - 채소류 : 딸기, 토마토, 당근, 배추, 무, 양파, 마늘, 양배추, 파프리카, 들깨잎 - 견과류: 밤(미탈각) - 특작류: 인삼 - 서류: 감자(씨감자) - 종자류: 무, 배추, 양배추, 고추, 브로콜리, 오이, 호박, 수박, 토마토, 대파, 당근, 콜라비, 박, 시금치, 청경채, 양상추 - 버섯류 : 느타리, 송이, 새송이, 양송이, 영지, 팽이 - 버섯종균
-----	---

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 과실류 : 감귤, 복숭아, 대추, 망고 - 채소류 : 멜론(참외), 호박, 오이, 고구마, 애호박 - 종자류 : 인삼, 벼, 콩, 잔디 - 묘목류 : 소나무, 주목 - 특작류 : 새싹삼(잎과 줄기가 포함된) - 화훼류 기타 : 심비디움묘, 딸기묘, 팔레놉시스묘, 백합구근, 칼라구근, 장미묘목, 호접란(팔레놉시스)묘 등 <p>*2007. 4월부터 생과실·과채류·재식용 식물에 대한 PRA 규정을 도입, 품목별 PRA 자료를 베트남측에 제공해야 수출가능</p> <p>*2007. 4월 베트남 측의 PRA 규정 도입 전 베트남으로 수출된 실적이 없는 품목의 경우 수출 불가 품목에 해당함</p>
-----	---

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5.1 라벨링 제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 원산지 · 성분 및 영양정보 · 상품 책임자 명칭·주소	· 중량 · 위생안전에 대한 경고·안내 · 제조일자·유통기한 · 기타
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> 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
	제품명	<ul style="list-style-type: none"> 제품명은 라벨에서 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 곳에 넣어야 하며, 다른 필수 정보와 비교하여 가장 큰 크기로 표기해야 함 성분의 전체 또는 일부를 이용하여 제품명을 작성한 경우 성분의 중량을 명시해야 함
	원산지	<ul style="list-style-type: none"> 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
	성분, 성분 함량 및 영양정보	<ul style="list-style-type: none"> 성분, 식품첨가물을 표시할 때 중량 대비 성분의 비율 또는 중량 등 법률이 정하는 바에 따라 표기해야 함 홍보를 위해 특정 성분을 라벨에 표기하는 경우 해당 성분에 대한 용량은 필수적으로 표기해야 함 식품첨가물의 명칭은 국제 코드 또는 성분명으로 작성해야 함 2개 이상의 식품첨가물을 표기하는 경우 중량 대비 비중 순으로 나열해야 함 식품첨가물 이름 아래에 'Dùng cho thực phẩm(식품을 위해 사용됨)'의 문장을 최소 2mm 이상의 굵은 글씨체로 표기해야 함
	상품을 책임지는 단체 및 개인의 명칭과 주소	<ul style="list-style-type: none"> 상품 책임기관의 명칭과 주소는 축약해서 표기할 수 없음 베트남 내 유통 목적으로 수입된 상품에는 제조자와 수입자의 이름 및 주소를 표기해야 함 외국인 무역업자의 직접 판매 대리인으로 활동하는 단체 또는 개인이 베트남으로 수입한 상품의 라벨에는 제조자 및 판매

		<p>대리인의 이름 및 주소를 표기해야 함</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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
	중량	<ul style="list-style-type: none"> • 측정단위로 중량을 표시하는 상품은 베트남 법에 따라 측정단위를 표기함 • 수량으로 중량을 표시하는 상품은 숫자(자연수)로 표기함 • 포장에 담긴 상품의 단위가 다를 경우 상품별 중량과 총량을 반드시 표기함 • 색상, 향기, 맛을 내는데 사용되는 첨가물의 명칭이 상품명에 포함되어 있다면 라벨에는 해당 첨가물의 중량 표기가 불필요함 • 천연 추출물/에센스의 이름이 상품명에 포함된 경우 추출물/에센스의 중량 또는 추출물/에센스의 양을 얻기 위해 사용한 물질의 중량을 표기함
	위생 안전에 대한 경고·안내	<ul style="list-style-type: none"> • 특정한 방부제가 인간, 동물, 환경에 유독하며 알레르기를 일으키는 리스트에 있는 사용량을 지정하게 된 상품이라면 상품의 성분이나 혼합 성분에 있는 물질에 대한 성분분석 증명서에 방부제의 이름을 추가해야 함 • 상품이나 상품의 성분이 방사선에 노출되었거나 유전자 변형기술을 적용한 것은 베트남이 회원으로 가입한 국제조약의 규칙에 따라 적용함
	제조일자 및 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> • 제조일자 및 유통기한은 일-월-년(양력) 순서로 표기하되 다른 순서로 표기할 경우 베트남어로 주석을 달아야 함 • 일, 월, 년을 의미하는 숫자는 두 자릿수로 표기하며 연도를 의미하는 숫자는 네 자릿수로 표기할 수 있으며 같은 행에 표시함 • 제조 일자를 제조 월로 표기하는 경우 월-년(양력)으로 표기함 • 제조 일자를 제조 연도로 표기하는 경우, 네 자릿수로 표기함 • 제조 일자, 유통기한은 '제조 일자(Ngày Sản Xuất)', '유통기한(Hạn sử dụng)', '유통기한(Hạn dụng)'의 형태인 풀어쓰 형태로 표기하거나 'NSX', 'HSD', 'HD'와 같은 약어 형태로 표기 가능함 • 상품의 분류에 따라 '유통기한(Hạn sử dụng)', '기한까지 유효(Sử dụng đến ngày)' 또는 '기한 전까지 사용(Sử dụng tốt nhất trước ngày)'과 같은 문구를 기재해야 함 • 신규 라벨링 규정(Decree 43) [부록1]에 명시한 바와 같이 제조일자와 유통기한을 반드시 표기해야 하는 상품의 경우 제조일자가 일-월-년의 형태로 기재되어 있다면 유통기한은 기간의 형태로 표기될 수 있음. 또한, 라벨에 유통기한이 기재되어 있지 않을 때는 제조일로부터 만료일까지의 기간으로 제조일자 표기가 가능함 • 상품의 제조 일자 및 유통기한의 표기 방식이 규정에서 지정한 방법과 다른 경우 신규 라벨링 규정(Decree 43) [부록3]의 '항목2'에서 명시한 방식을 따라야 함

*출처: KATI 농식품수출정보

5.1.2 라벨링 예시

무알코올 음료류

라벨링 사진	
	
표기항목	표기내용
제품명	THỨC UỐNG ĐẠI MẠCH HEINEKEN 0.0 하이네켄 맥주 0.0
순중량	Thể tích thực ở 20 độ C: 06 Lon x 330ml (1,98 l). 20도 C에서 실제 용량: 330ml x 6개 (총 1.98 리터).
유통기한 및 제조일자	HSD & NSX: Xem dưới đáy lon 유통기한 및 제조일자: 캔 하단에 표기되어 있습니다
보관방법	Hướng dẫn bảo quản và sử dụng: Bảo quản nơi sạch sẽ, khô ráo, thoáng mát, tránh ánh nắng mặt trời, tránh bị đông đá. Ngon hơn khi uống lạnh Bảo quản lạnh ở nhiệt độ 2 độ C- 5 độ C 청결하고 건조하며 통풍이 잘되는 곳에 보관하고 직사광선과 얼음을 피해야 합니다. 차가운 상태로 섭취하면 더 맛있습니다. 냉장 보관, 2°C-5°C로 유지
제조업체	Sản xuất theo giấy phép chuyển quyền sử dụng nhãn hiệu bởi Heineken Brouwerijen B.V Amsterdam, Hà Lan. Sản phẩm của Công ty TNHH Nhà máy Bia Heineken Việt Nam. Heineken 0.0은 네덜란드 암스테르담의 Heineken Brouwerijen B.V.에 의해 상표 사용 권한을 얻어 제조되었습니다. 제품은 Heineken Vietnam Brewery Limited Company에서 생산됩니다.
제조업체원	Tầng 18 và 19 Tòa nhà Vietcombank, số 5, Công trường Mê Linh, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP.HCM, Việt Nam. Call(전화): 19001845
원산지	Việt Nam
성분	Thành phần: Nước, đại mạch (6.6%), hương liệu tự nhiên và hoa bia Houblon. 성분: 물, 대맥(6.6%), 천연 향료, 홉 품미
영양성분	Giá trị dinh dưỡng trong 100 ml: Chất béo: 0g (trong đó chất béo bão hòa chiếm 0g). Carbohydrates: 4.8g (trong đó đường chiếm 1,3g), chất đạm: 0g, Muối < 0,01g. 100ml당 영양 정보: 지방: 0g (포화지방 0g), 탄수화물: 4.8g (당 1.3g), 단백질: 0g, 소금 < 0.01g.

건조 버섯류

라벨링 사진



표기항목	표기내용	
명칭	NẤM LINH CHI ĐỎ ĐÀ LẠT, 달랏 영지버섯	
순중량	225g	
유통기한 및 제조일자	HSD: 05.06.2024, NSX: 05.06.2023 유통기한: 2024년 6월 5일, 제조일자: 2023년 6월 5일	
보관방법	Hướng dẫn bảo quản: Nơi khô ráo thoáng mát. Tránh ánh nắng mặt trời chiếu trực tiếp vào sản phẩm. 보관 안내: 서늘하고 건조한 곳에 보관하십시오. 직사광선을 피해주세요.	
식품 안전 표시	Thông tin cảnh báo an toàn, vệ sinh: Không sử dụng sản phẩm khi phát hiện có hiện tượng mốc, mìn 식품안전 표시: 제품에 곰팡이 또는 이상한 냄새가 나면 사용하지 마십시오	
포장업체	Sản phẩm được đóng gói và kiểm soát chất lượng bởi L'angfarm, một thương hiệu của công ty Quảng Thái	제품은 랑팜(L'angfarm)이라는 브랜드의 콩코드 타이(Quảng Thái) 회사에서 포장되고 품질을 검사합니다.
업체원	Địa chỉ(주소): 1B Hoàng Văn Thụ, P. 5. Sản phẩm được sản xuất bởi Call(전화):	
원산지	from Dalat, Vietnam 달랏: 베트남산	
성분	Thành phần: Nấm linh chi đỏ 100% 성분: 영지버섯 100%	
사업등록번호	GPKKD: 5800324651 사업등록번호: 5800324651	
제품등록번호	Số: 69/QT/2019 제품등록번호: 69/QT/2019	

5.2 | 인증제도

① VFA 적합성 인증

식품안전시행법 세부 규정에 따라 수입식품에 대한 식품위생과 식품안전 관리를 위해 도입됨. 수입식품을 포함한 베트남 내 유통되는 식품에 해당하며, 가공식품, 소비재로서의 일반 음료, 건강보조 식품, 식품첨가물, 식품 가공 보조제, 포장재료, 음식과 직접접촉하는 도구 등에 대해 적용됨. 베트남 소재 수입업체 또는 제조업체가 신청하며, 현지 시험(검사)기관을 통해 인증을 취득할 수 있음. 제출 서류에 대해 엄격한 기준으로 심사를 진행하며 상당한 시일이 소요되어 사전 준비 시 주의가 필요함. 특히 서류에 대한 과도한 수정 요구나 서류 형식상의 문제 제기가 많이 발생함

인증명	VFA 적합성 인증	인증로고	
발행·검사기관	베트남 보건부 산하 식품청(VFA)	필수 여부	필수
목적	수입식품에 대한 식품위생과 식품안전 관리를 위해 도입		
취득절차	서류제출 → 서류 검토 및 감정평가 결정 → 적합성 평가 → 식품안전규정 적합성 선언문 발표 → 식품안전규정 적합성 판정 신고 → 신고 접수 확인 및 공개 통보		
필요서류	<ul style="list-style-type: none"> · 판정 신청서, 제품 상세정보, 제품 시험결과서, 품질관리계획, 제품 샘플 · HACCP / ISO22000 / GMP 혹은 기타 동등한 인증서 · 식품안전요건을 충족시키는 시설에 대한 인증서 또는 증명서 · 공인인증기관에서 발행한 적합인증서 		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

② GMP

건강기능식품을 베트남에 수출할 시 GMP 인증은 필수로 획득해야 함. HACCP의 경우 선택적으로 획득 가능함

인증명	GMP(Good Manufacturing Practice, 식품·의약품 품질관리 기준)	인증로고	
발행·검사기관	베트남 보건부(MOH/VFA) 지정 검사기관	필수 여부	선택(건강기능식품에 한해 필수)
목적	식품의 생산 안전성과 생산 품질을 보증하기 위한 인증		
취득절차	서류제출 → 서류 검토 → 현장실시 및 시설조사 → 판정 → 인증발급		
필요서류	신청서 및 인증기관에서 요청하는 서류 등		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

③ HACCP

인증명	HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point, 위해요소 중점관리 기준)	인증로고	
발행·검사기관	· 식품의약품안전처(한국식품안전관리인증원) · 베트남 보건부(MOH/VFA)	필수 여부	선택
목적	농축산물 및 식품의 생산, 가공, 유통 등의 과정에서 발생할 수 있는 제품의 오염을 방지하기 위한 인증		
취득절차	서류제출 → 서류 검토 → 현장 확인 및 심사 → 판정 → 인증발급		
필요서류	신청서, 식품안전관리인증계획서 등		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

③ HVNCLC

1996년부터 시작된 인증으로 사회경제적 효율성, 창조적 혁신, 포장 라벨링, 기준 및 품질 안전성과 같은 4가지 요소에 근거해 인증을 평가함

인증명	hang viet nam chất lượng cao(고품질 인증마크)	인증로고	
발행·검사기관	· HCMC FFA (Food and Foodstuff Association) · Saigon Times 그룹	필수 여부	선택
목적	품질 및 기술력이 우수한 제품을 보증하기 위한 인증		
취득절차	소비자 설문조사 결과로 선정		
필요서류	소비재 전반(FMGC, 식품, 화장품)		

▶자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

④ VietGap

2008년부터 시작된 인증으로 EUEREGAP, GlobalGAP 인증을 계승하여 만들어진 인증임. 베트남 소비자들은 해당 인증으로 유기식품의 여부를 구분하기 때문에 유기식품 시장 진출 시 상기 인증을 취득하는 것을 권장함

인증명	VietGap(Vietnamese Good Agricultural Practices, (베트남 우수농산물 품질인증제도)	인증로고	
발행·검사기관	베트남 농업농촌개발부 (Ministry of Agriculture and Rural Development)	필수 여부	선택
목적	농산물 생산, 수확, 저장 과정에서 손실을 방지하고 최소화하는 인증		
취득절차	인증 신청 → 신청 내용 검토 → 비용 견적 → 현장 감사 → 승인 여부		
필요서류	신청서, 제품 상세정보, 사용 원료 및 위생 관련 정보 등		

▶자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

⑤ 기타 식품안전 인증

기타 식품 안전과 관련된 인증으로는 ISO 22000, IFS, BRC Food Safety, FSSC 22000 등이 있음

인증명	ISO 22000(식품안전경영시스템)	인증로고	
발행·검사기관	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	필수 여부	선택
목적	식품공급사슬 전반에 걸친 식품안전을 보장		
취득절차	서류제출 → 인증 계약 → 계획 통보 → 서류 및 현장 심사 → 시정 조치 → 인증 심의 → 인증 → 사후관리심사 → 갱신 심사		
필요서류	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등		

인증명	IFS	인증로고	
발행·검사기관	IFS 지정 인증기관	필수 여부	선택
목적	안전한 고품질 식품 가공 및 포장을 보장하기 위해		
취득절차	인증 신청 → 사전 심사 → 현장 심사 → 부적합 사항 시정 조치 → 인증 발급		
필요서류	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등		

인증명	BRC Food Safety	인증로고	
발행·검사기관	BRC 지정 인증기관	필수 여부	선택
목적	식품 안전과 식품관리를 위한 구체적인 표준		
취득절차	인증 신청 → 사전 심사 → 현장 심사 → 부적합 사항 시정 조치 → 인증 발급		
필요서류	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

인증명	FSSC 22000	인증로고	
발행·검사기관	FSSC 지정 인증기관	필수 여부	선택
목적	식품안전을 보장하기 위한 인증		
취득절차	서류제출 → 1차 현장 평가 → 2차 현장 평가 → 인증 → 사후관리 심사		
필요서류	신청서, 회사 정보, 기취득 인증 등		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

5.3 | 통관거부사례

5.4 | 비관세장벽 이슈

[라벨링]

한국 수출 식품이 주의해야 하는 식품 표시 기준 종합 공고

베트남은 제품에 대한 라벨링 규정(Decree 43/2017 ND-CP)을 수정, 보완하는 시행령 《Decree 111/2021/ND-CP》를 발표하고, 제품의 원산지 표기 기준과 식품의 필수 표기 사항을 수정한 바 있다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98783

[규정·제도]

2023년 식품 안전관리를 위한 사후 검사 강화 계획 발표

베트남 식품안전부는 2023년 4월 15일부터 1개월 간 식품안전 관련 집중 단속을 위해 6개 조직을 구성하고 하노이, 하이즈엉, 빈즈엉 등 12개 지역에 집중 단속할 예정이다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97661&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[규정·제도]

다낭 시, 소비자의 안전한 식품 보장을 위한 식품이력추적 시행

베트남 다낭시는 주로 다른 지역에서 대량으로 수입되는 육류, 야채 등 신선식품의 식품안전관리를 위해 모든 식품에 대해 식품이력추적 프로젝트를 시행한다고 밝혔다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97443&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[규정·제도]

호치민 시, 2023년 식품 안전을 보장하기 위한 계획 발표

베트남 호치민시는 2023년 식품 안전을 보장하기 위한 계획을 발표했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97297&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[규정·제도]

수출입 절차 효율화를 위한 2023년 행정개혁 목표 공고

2023년 1월 31일, 베트남 세관 총국은 통관 절차 간소화, 행정개혁 대상 지정, 무역 원활화 등을 포함한 「행정개혁 10대 목표에 관한 결정문(제123호/QD-TCHQ)」을 발표했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97062

6 요약

6.1 | 보고서 소개

베트남 식품시장은 2021년 약 877억 달러로 집계되었으며, 전년 대비 7.4% 증가했다.

베트남의 식품 수입액은 약 298억 달러로, 미국·아르헨티나·캄보디아 순으로 수입 비중이 높으며 한국은 13위를 차지했다. 주요 수입품은 ①캐슈너트(미탈각) ②옥수수 기타 ③대두유 추출 유박으로 나타났다.

한국산 수출액은 2022년 약 9억 달러로 전년 대비 16.9% 증가했으며, 주요 수출품목은 ①미절단 냉동 닭고기 ②조제식료품 기타 ③기타 무알콜 음료이다.

전체 식품시장에서 오프라인 유통채널은 100%, 온라인 유통채널은 0%를 차지했다. 매출액 기준 상위 3개 오프라인 유통채널 브랜드는 ①WinMart ②Bach Hoa Xanh ③Co.op Mart, 온라인 유통채널의 경우 ①Shopee Marketplace ②Lazada Marketplace ③Tiki.vn로 나타났다.

그래프로 보는 베트남 식품시장

