



9 791188 830660
ISBN 979-11-88830-06-0

베트남 포도 시장현황

Vietnam

ISSUE REPORT



베트남 포도 시장현황

Vietnam

ISSUE REPORT



목차

● 제 1 장 베트남 포도 시장 개요

가. 과일 시장현황	7
(1) 수입 과일 시장	7
(2) 한국산 과일	8
(3) 수입 과일 시장 전망	9
나. 시장규모	11
(1) 베트남산	11
(2) 수입산	14
(3) 소비규모	15
다. 수입현황	16
(1) 국가별 수입액	16
(2) 한국산 수입액	17
(3) 수출 시사점	18

● 제 2 장 베트남 포도 유통 및 소비 동향

가. 유통채널	25
(1) 주요 판매 채널	25
나. 수입 및 유통 업체	27
(1) 수입 및 유통 업체 개요	27
(2) 수입 및 판매 담당자 인터뷰	28
(3) 유통 업체 담당자 인터뷰	65
다. 소비자 선호도	70
(1) 설문 조사	70
(2) 집단 심층 인터뷰	82

● 제 3 장 베트남 포도 수입
유통 관련 정책 및 법규

가. 수입 및 검역	89
(1) 수입관세	89
(2) 수입절차	89
(3) 제출서류	91
(4) 자격요건	93
(5) 검역	94
나. 식품 안전에 대한 규정	95
(1) 식품 안전에 관한 수입 요건	95

● 제 4 장 베트남 포도 수출 확대 방안

가. 주요 타깃	103
나. 유통채널	107
다. 마케팅 전략	109

● 참고 자료

가. 소비자 설문 리스트	125
나. 제품 가격 정보	127

제 1 장

베트남 포도 시장 개요

가 과일 시장현황

다. 시장규모

다. 수입현황

1

베트남 포도 시장규모

가. 과일 시장현황

(1) 수입 과일 시장

유로모니터에 따르면 베트남의 과일 소비량은 2014년 기준 500만 톤으로 1인당 약 50~55kg으로 동남아시아에서 다섯 번째로 높다. 2007~2016년 베트남의 연평균 GDP 성장률은 6%로 높은 편이나 연간 과일 소비 증가량은 이보다 높은 13%에 달한다. 높은 과일 소비량으로 향후 과일 내수 시장과 과일 수입량은 더욱 커질 것으로 예상된다.

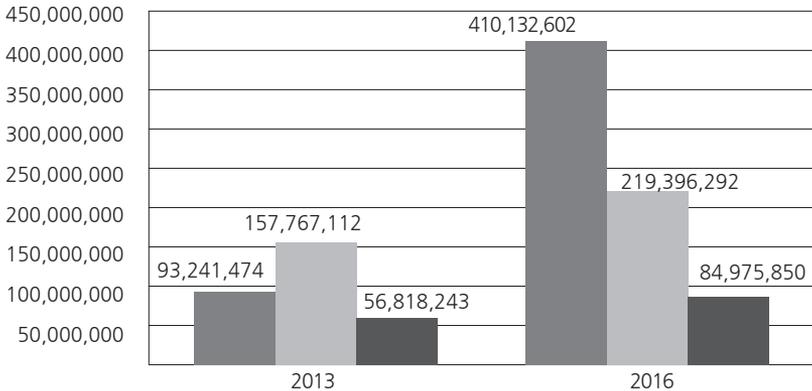
베트남은 중국으로부터 가장 많은 과일·채소를 수입했었다. 그러나 2015년 이후 태국산 과일·채소 수입량이 중국산을 추월했다. 경제성장으로 베트남 소비자들의 구매력이 향상되면서 가격뿐 아니라 식품의 안전과 품질까지 중요시하는 경향이 생겼기 때문이다. 또한 2014년 베트남

농림수산물질보증부(NAFIQAD)에서 ‘중국으로부터 수입하는 라임, 포도, 감, 사과, 감귤, 오렌지 등의 과일에서 기준 허용량보다 높은 살충제가 검출되었다’고 발표해 중국산에 대한 소비자의 신뢰가 하락했다.

베트남의 과일·채소 수입액의 75% 이상을 차지하는 3국의 수입액을 비교해보면 2013년 2위인 태국이 2015년 1위인 중국을 추월했고, 2016년에는 중국 수입액의 2배가량을 차지하고 있다.

<주요 국가별 과일·채소 수입액 변화>

(단위 : USD)



※ 출처 : 베트남 관세청

■ 태국 ■ 중국 ■ 미국

(2) 한국산 과일

농림축산검역본부에 따르면 한국에서 베트남으로 수출하는 과일과 채소는 다양하지 않다. 여러 가지 검역 문제 등의 이유로 수출입 협정을 맺지 않기 때문이다. 현재 공식적으로 수출이 가능한 신선 과일과 채소는 배,

사과, 포도, 딸기, 토마토, 당근, 배추 등이다.

2016년 한국의 베트남 과일 수출액은 900만 달러로 2013년보다 2.3배 증가했다. 베트남의 전체 과일 수입액 역시 같은 기간 4억 549만 달러에서 9억 2,502만 달러로 2.3배 증가할 만큼 베트남 수입 과일 시장은 급성장하고 있다.

(3) 수입 과일 시장 전망

아직까지 베트남에서는 농약, 보존제 등 화학물질과 같은 유해물질에 노출된 과일이 빈번히 유통된다. 따라서 경제력이 있는 소비자는 건강을 위해 원산지 표시가 분명한 신선하고 안전한 과일을 구매하기 위해 더 많은 돈을 지불하고 있다.

최근 베트남에는 신선 과일을 파는 일반적인 재래시장이나 대형 마트 이외에 수입 과일을 파는 과일 전문점과 온라인숍이 가파르게 성장하고 있다. 과일 전문점에서 판매하는 과일은 마트나 재래시장보다 비싼데도 불구하고 안전하고 다양한 과일을 원하는 고객들의 발길이 잦아지고 있다.

안전한 과일에 대한 고객의 니즈와 수입 과일을 포함해 과일을 전문적으로 판매하는 과일 전문점 등 유통 구조의 다양화로 베트남의 수입 과일 시장은 향후 더 확대될 것으로 전망된다.

통계 분석 기준 설정

■ 품종

포도는 와인 생산에 힘입어 세계 총 과일 생산량의 1/3을 차지할 정도로 많이 재배된다. 품종은 크게 미국종, 유럽종, 교배종으로 나뉘며 이탈리아, 중국, 미국, 프랑스, 스페인이 주요 생산국이다. 식용 방식에 따라 생식용과 양조용이 있으며 양조용 포도는 다시 적포도주용과 백포도주용으로 구분된다. 또한 가공 방식에 따라 신선 포도와 건조한 형태인 건포도로 나뉘기도 한다.

구분		품종
생식용	유럽종	통슨 시들러스, 네어 머스켓, 블랙 함부르크, 이탈리아.
	미국종	라브루스카, 델라웨어, 로튼디폴리아, 알바, 워든
	교배종	거봉, 캠벨
양조용	적포도주용	카베르네 소비뇽, 피노 누아, 시라, 가메, 메를로, 산지오베제, 템프라니요
	백포도주용	리슬링, 소비뇽 블랑, 슈냉 블랑, 샤르도네

■ HS CODE

베트남의 포도 수입 규모를 알기 위해 베트남 내 포도의 HS CODE를 파악하고 여기에 따른 수입 규모를 분석했다.

HS CODE는 포도를 품종별로 세분화하지 않고 단순히 신선한 것과 건조한 것으로 분류한다. 한국과 베트남의 HS CODE는 다음과 같다.

국가	HS CODE	품명
한국	0806	포도(신선하거나 건조한 것으로 한정)
	0806 10 0000	신선한 것
	0806 20 0000	건조한 것
	0806	Grapes, Fresh or Dried
베트남	0806 10 00	Fresh
	0806 20 00	Dried

※ 출처 : 한국 관세청, 베트남 관세청

나. 시장규모

(1) 베트남산

■ 재배 개요

베트남에서 상업적인 목적으로 포도를 재배한 것은 1970년대 초반 투언 하이(Thuan Hai) 지방(빈 투언-Binh Thuan- 지방, 닌 투언-Ninh Thuan- 지방, 뚜이 풍-Tuy Phong- 지역 포함)의 북쪽에서 시작됐다. 박 장(Bac Giang), 하 타이(Ha Tay), 하이 주옹(Hai Duong), 꽝 닌(Quang Ninh) 및 빈 phúc(Vinh Phuc)과 같은 북부 지방에서는 시험적으로 포도나무를 심기 시작했다.

1980년대 중반까지는 무스카트 블랑, 알덴, 리비아, 카디널 등 4종의 포도가 인기였다. 1990년대에 접어들면서 높은 수확량에 성장 기간이

짧은 카디널 품종을 더 많이 재배했다. 베트남은 지난 30년간 새로운 포도 품종개발을 적극적으로 시도하지 않아 수확량이 많은 카디널이 대부분을 차지한다.

<대표적인 생산 포도 품종>



베트남 녹색 포도
(Nho xanh Việt Nam)



베트남 씨 없는 녹색 포도
(nho xanh không hạt)



베트남 붉은 포도
(nho đỏ Việt Nam)

■ 생산량

국제연합식량농업기구(Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO)의 자료에 따르면 베트남의 포도 생산량은 2014년 2만 3,874톤으로 2010년 1만 6,700톤에 비해 약 1.4배 증가했다.

<베트남 포도 생산량>

(단위 : 톤)

국가	2010	2011	2012	2013	2014
생산량	16,700	14,751	15,308	19,196	23,874

※ 출처 : FAO STAT



■ 생산 지역

베트남에서 포도 재배와 생산이 가능한 지역은 크게 북부와 동남부 지역으로 나눌 수 있다. 1970년대 초반부터 포도를 재배했던 빈 투언(Binh Thuan)성을 포함한 남부 지역과 박장(Bac Giang)성을 포함한 북부 지역에서 포도가 생산되고 있다.

북부 지역은 온대기후에 가까운 아열대기후이지만 강수량이 많다. 이러한 기후 조건은 포도 생산에 적합하지 않

아 포도 생산량이 증가하지 않는 원인이 된다.

이에 반해 남동부 지역은 평균 기온과 상대습도, 일조시간, 연평균 강우량이 포도의 성장과 발달에 유리해 베트남 포도의 대부분이 남동부 지역에서 생산되고 있다.

■ 수출량

베트남은 포도 수출국이 아닌 수입국이다. ITC의 Trade Map에 따르면 베트남은 한때 신선 포도를 수출했으나 2013년 550톤(104만 8,000달러)을 마지막으로 더 이상 신선 포도를 수출하지 않는다.

<국가별 신선 포도 전체 수출량>

(단위 : 톤)

수출 국가명	2011	2012	2013	2014	2015
전체 수출액(수출량)	9	255	550	0	0
라오스	9	12	0	0	0
중국	0	22	540	0	0
홍콩	0	84	9	0	0
말레이시아	0	21	0	0	0
싱가포르	0	81	0	0	0
태국	0	34	0	0	0

※ 출처 : Trade Map, ITC(International Trade Centre)

두 자료를 살펴보면 베트남에서 생산된 포도는 2014년 이후 더 이상 해외로 수출되지 않고 있음을 알 수 있다. 신선 포도는 2014년 기준으로 생산량 전부를 내수 시장에서 소비하고 있음을 유추할 수 있다.

(2) 수입산

베트남 소비자들은 맛과 품질이 떨어지는 자국산 포도보다 가격이 아주 싼 중국산 포도나 가격이 비싸더라도 안전하고 품질이 좋은 수입산 포도에 거부감이 없다.

베트남은 미국, 중국, 남아프리카공화국, 한국 등 14개 국가로부터 신선 포도를 수입하고 있다. 연간 수입액은 매년 가파르게 증가하다가 2015년 다소 정체를 보이고 있다. 그러나 2011년부터 2015년까지 4년간 40% 이상 증가해 수입 포도 시장은 꾸준히 늘어날 것으로 예상된다.

<신선 포도 수입액>

(단위 : 천 달러, 톤)

수입 국가명	2011	2012	2013	2014	2015
전체 수입액 (수입량)	27,858 (14,372)	30,470	39,144 (18,323)	41,356 (18,390)	39,830 (18,104)

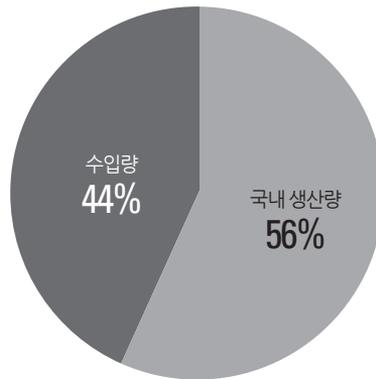
※ 출처 : Trade Map, ITC(International Trade Centre)

(3) 소비규모

베트남은 포도 수출을 하지 않기 때문에 국내 생산 전량을 국내에서 소비하며 2014년 2만 3,874톤을 기록하고 있다. 같은 해 수입량은 1만 8,390톤으로 국내 생산량을 더해 2014년 기준 연간 4만 2,264 톤이 소비되는 것으로 추정된다.

<신선 포도 시장규모(2014년)>

(단위 : 톤, %)



구분	시장규모(비중)
국내 생산량	23,874(56%)
수입량	18,390(44%)

다. 수입현황

(1) 국가별 수입액

베트남의 신선 포도 수입액은 2015년 다소 감소했으나 2011년부터 매년 수입액이 증가했다. 전체 수입산 신선 포도 시장은 미국산, 중국산이 수입량의 절반 이상을 차지하고, 남아프리카공화국산, 페루산, 칠레산이 뒤를 잇고 있다. 한국산 신선 포도의 수입량은 전체 수입량의 0.3%로 아직은 미미하다.

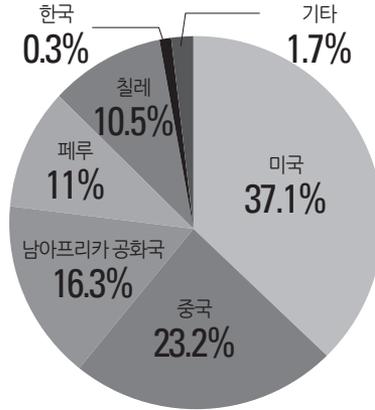
<국가별 신선 포도 수입액>

(단위 : 천 달러, 톤)

수입 국가명	2011	2012	2013	2014	2015	2015 수입비중
전체 수입액 (수입량)	27,858 (14,372)	30,470	39,144 (18,323)	41,356 (18,390)	39,830 (18,104)	100.0%
미국	9,447 (4,874)	11,451	17,334 (8,114)	17,926 (7,971)	14,777 (6,717)	37.1%
중국	8,615 (4,444)	6,283	5,411 (2,533)	5,163 (2,296)	9,249 (4,204)	23.2%
남아공	960 (495)	1,080	3,118 (1,459)	2,134 (949)	6,480 (2,945)	23.2%
페루	1,973 (1,018)	2,598	1,712 (802)	1,961 (872)	4,388 (1,995)	16.3%
칠레	2,536 (1,308)	2,813	3,655 (1,711)	3,081 (1,370)	4,164 (1,893)	11.0%
멕시코	-	44	-	-	403(183)	10.5%
인도	69(36)	-	473(221)	528(235)	124(56)	1.0%
한국	18(9)	12	37(18)	119(53)	103(47)	0.3%
싱가포르	-	-	-	-	57(26)	0.3%
홍콩	-	-	-	-	46(21)	0.1%
이집트	-	-	16(7)	12(6)	26(12)	0.1%
스페인	-	-	-	-	11(5)	0.1%
프랑스	-	5	5(2)	3(1)	1(1)	0.0%
네덜란드	-	-	-	-	1(0)	0.0%

※ 출처 : Trade Map, ITC(International Trade Centre), 2012년도 수입량 통계 미발표

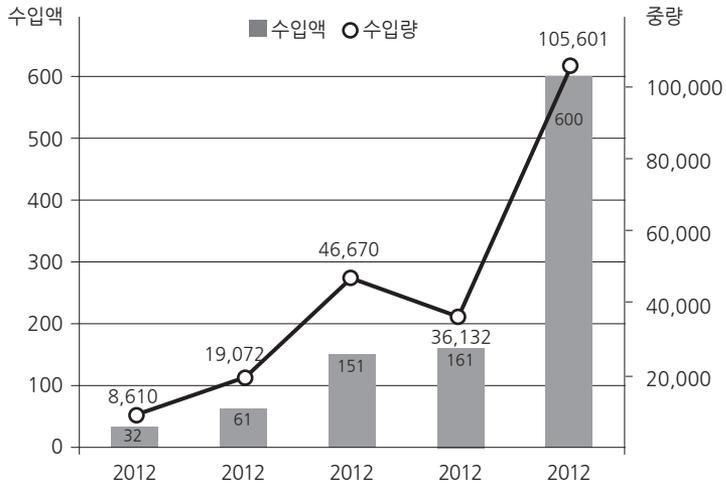
<국가별 신선 포도 수입액 비중 (2015년)>



(2) 한국산 수입액

<한국산 신선 포도의 수입량 변화>

(단위 : 천 달러, kg)



※ 출처 : 한국무역통계진흥원

한국산 신선 포도는 전체 수입량 중 적은 비중을 차지하지만 매년 수입액과 수입량은 늘고 있으며 특히 2016년은 전년도에 비해 3배나 증가했다. 한국산 포도는 캠벨과 거봉, 샤인 머스캣 품종의 포도가 수입되고 있다. 현지 일반 대형 할인점, 과일 전문점을 방문하면 샤인 머스캣을 쉽게 발견할 수 있다. 샤인 머스캣은 유럽종 포도를 일본에서 품종개량해 만든 포도다. 캠벨과 다르게 껍질째 먹을 수 있으며 평균 18브릭스에 달할 정도로 당도가 높고 신맛이 거의 없다. 공급 단가가 캠벨이나 거봉에 비해 3배 가까이 비싸지만 품질 면에서 최고급으로 평가받고 있다. 일본산 샤인 머스캣은 한국산보다 2배 정도 비싸며 일부 백화점에서 선물용으로 극히 소량이 판매되고 있다. 한국 정부에서도 샤인 머스캣을 수출 전략 상품으로 육성 중으로 한국 내 재배 농가들도 빠르게 증가하고 있다.

(3) 수출 시사점

베트남 소비자들의 소득 수준 향상과 함께 더욱 다양하고 안전한 먹거리에 대한 수요 역시 높아지면서 포도를 포함한 수입 과일 시장이 점차 커지고 있다. 수입 포도는 직접 먹기 위해 구입하기도 하지만 선물용으로도 많이 팔린다. 한국과 같이 연말이나 특별한 날 서로 선물하는 문화가 있는 베트남에서 자국산 포도보다 가격이 비싸고 맛과 포장 상태 등이 뛰어난 수입 포도를 선호한다. 특히 베트남인은 돈을 잘 번다는 것을 드러내고 싶은 체면과 과시욕이 있어 일부러 아주 값비싼 수입산 과일을 선물하기도 한다.

대부분의 수입 과일은 태국산과 중국산이 높은 비중을 차지하나 포도는 미국산이 가장 많다. 미국산 포도는 미국이라는 국가 브랜드 파워가 있고 가격도 합리적이어서 증가 시장에서 경쟁력이 있다. 이에 더해 관련 협회나 미국 정부 차원에서 다양한 프로모션을 진행해 판매를 촉진하고 있다. 베트남 시장에 가장 먼저 들어온 수입 포도이기도 하다. 베트남 인들은 높은 당도에 껍질째 먹을 수 있는 미국산 포도에 익숙해져 있다. 중국산 포도는 가격이 저렴하지만 농약과 같은 식품 안전성 문제 등 품질 이슈로 수입 포도 시장에서 미국산 포도의 수입량에 미치지 못하고 있다.

<미국산 · 중국산 포도 비교>



미국산 포도



중국산 포도



미국산 VS. 중국산



미국산 VS. 중국산

중국산 포도는 일반적으로 둥글고 씨가 있지만 미국산 포도는 길고 얇으며 씨가 없다. 하지만 일반 포도 품종을 잘 모르는 소비자들은 포도의 생김새만 보고 원산지를 구분하기 어렵다. 이를 노려 일부 판매업자들이 값싼 중국산 포도를 인기가 높은 미국산 포도로 둔갑시켜 판매해 물의를 일으킨 경우도 있다.

소비자들 사이에서 미국산 포도와 중국산 포도를 구별하는 방법 등이 인터넷 등을 통해 돌아다니는 것을 보면 베트남인들의 중국산에 대한 신뢰도가 얼마나 낮은지 짐작할 수 있다.

이처럼 베트남 소비자들의 소득 수준이 낮다고 해서 안전한 먹거리에 대한 관심이 적은 것은 아니다. 포도의 경우 미국산 포도는 품질과 안전(살충제, 농약 등 잔류 물질)을 엄격하게 관리해 신뢰를 받고 있지만 중국산 포도는 2014년 살충제 성분 검출 이후 이미지가 급격하게 나빠졌다. 한국산 포도를 수출할 때는 한국산은 맛도 좋지만 안전하다는 신뢰가 절대적으로 필요하다.

또한 한국에 특화된 품종과 포장의 고급화가 필요하다. 실제 인터뷰 결과 한국산 포도 중 가장 인기가 높은 품종은 샤인 머스켓으로 현재 일본산이 일부 백화점에서 판매되지만 가격이 워낙 비싸 보편화되어 있지 않다.

다른 국가에서는 아직 샤인 머스켓을 수출하고 있지 않아 한국산 샤인 머스켓이 가장 특화된 품종이다. 또한 가격은 비싸지만 소비자들이 꾸준히 찾고 있으며 중국산 포도가 샤인 머스켓으로 둔갑할 가능성도 없다. 포장을 고급화해 가격은 비싸지만 제값을 하는 고급스러운 식품이라는 인식을 심어줄 필요가 있다. 특히 수출국인 한국에서 포도송이를 개별 포장한 후 ‘packaged in Korea’ 문구를 넣어 별크로 들여온다면 베트남에서 포장한 것과 차별화를 꾀할 수도 있다.



제 2 장

베트남 포도 유통 및 소비 동향

가. 유통채널

나. 수입 및 유통 업체

다. 소비자 선호도

2

베트남 포도 유통 및 소비 동향

가. 유통채널

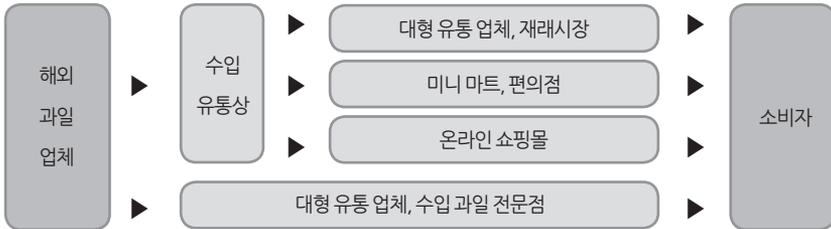
(1) 주요 판매 채널

베트남에서 과일은 재래시장, 현대적 유통채널인 마트, 과일 전문점 그리고 온라인으로 판매된다. 이 중 수입 한국산 포도는 주로 마트와 과일 전문점에서 판매된다. 베트남인의 구매력과 식품에 대한 안전 의식이 높아짐에 따라 가격이 조금 더 비싸더라도 수입 과일을 찾는 소비자가 증가하고 있어 수입 과일의 유통채널도 향후 더 다양해질 수 있다.

일반적으로 Saigon Coopmart, Citimart 같은 소매 업체들뿐만 아니라 Metro, Big C, VinMart, Aeon 등의 대형 마트도 수입 업체를 통해 포도를 공급받고 있다. 그러나 할인 이벤트 등 특별한 행사를 위해 비정기적이기는 하지만 직수입을 하는 경우도 있다. Klever Fruits처럼 규모가 큰

수입 과일 전문점은 포도를 직접 수입해 오프라인에서 판매할 뿐만 아니라, 자체 웹사이트와 페이스북을 통해 온라인으로 주문을 받고 직접 배달하기도 한다.

<주요 유통채널>



유통 구조	특징
대형 유통 업체	<ul style="list-style-type: none"> ■하이퍼마켓, 슈퍼마켓 등으로 수입 식품이 가장 많이 판매되는 유통채널 ■수입 과일 코너가 따로 있으며 직수입하거나 수입 업체에서 구입해 유통
재래시장	<ul style="list-style-type: none"> ■재래시장은 성격에 따라 판매되는 과일 종류가 다르다. 외국인이 많이 방문하는 재래시장은 수입 과일을, 현지인이 주로 방문하는 재래시장은 저렴한 베트남산과 중국산 과일을 주로 판매한다.
과일 전문점	<ul style="list-style-type: none"> ■다양한 종류의 고가 수입 과일을 판매하며 마트보다 비싸다.
미니 마트, 편의점	<ul style="list-style-type: none"> ■미니 마트는 일반 소매점보다 규모가 크며 식료품, 생활 잡화, 화장품 등을 판매하는 곳으로 최근 5년 내 베트남 편의점 시장과 함께 크게 성장하고 있는 시장 중 하나다. ■편의점은 스낵, 즉석식품, 음료 등을 간편하게 구매하고자 하는 소비자 층의 판매가 가장 많이 이루어지는 유통채널이다. ■대도시를 중심으로 주거지역 인근에 위치해 소비자의 유동성과 접근성이 좋다. ■Vin그룹 계열사인 VinMart+ 편의점은 수입산 과일을 다양하게 판매한다.
온라인 쇼핑몰	<ul style="list-style-type: none"> ■20~30대 젊은 층이 온라인 주문을 통해 수입 과일을 구매하고 있지만 아직 활성화되지는 않았다. ■페이스북, 유튜브 같은 소셜 미디어를 통한 프로모션과 판매가 이루어진다.

나. 수입 및 유통 업체

(1) 수입 및 유통 업체 개요

구분	업체명	업체 설명
대형 할인점	L마트	한국 계열 하이퍼마켓 중 매장 수가 가장 많으며 한국 제품을 주로 취급한다.
대형 할인점	Aeon	일본계 현대적 쇼핑몰로 쇼핑뿐만 아니라 엔터테인먼트까지 제공하는 거대한 몰(Mall) 형태로 운영되며 베트남 내 가장 큰 쇼핑몰을 보유하고 있다.
슈퍼마켓	Big C	베트남에서 가장 저렴한 슈퍼마켓 형태로 자국민의 이용 비율이 높다.
슈퍼마켓	Megamarket	태국계 창고형 매장으로 다양한 제품을 저렴한 가격에 판매하고 있다.
슈퍼마켓	VinMart	베트남 내에서 가장 큰 로컬 그룹으로 유통 시스템이 효율적이다.
수입 유통 업체	Klever Fruits	하노이에서 가장 많은 과일 전문점을 운영하며 수입과 유통을 병행하고 있다.
수입 유통 업체	One Fruit	과일 수입 업체로 수입과 유통뿐만 아니라 매장이 있어 판매도 한다.
수입 유통 업체	Viet Fruit	과일 수입 업체로 수입과 유통뿐만 아니라 매장이 있어 판매도 한다.
도매 업체	Global Vina Sourcing	한국의 신선 과일뿐만 아니라 생필품, 돼지고기, 소고기, 닭고기, 소스, 식자재, 주방 기계류 등을 수입해 한국 제품에 대해 잘 알고 있다.
슈퍼마켓	Qua Tang Trai Cay	주로 온라인 주문을 통한 배달을 하며, 소수 상류층을 대상으로 판매한다.
수입 유통 업체	Veggy's	수입 업체로 과일, 채소, 육류 등을 수입해 판매한다.

(2) 수입 및 판매 담당자 인터뷰

■ 대형 할인점

① L마트

- ◆ 해외 사업 부분은 한국의 유통 업체 중 최대 규모로 국내의 점포 수 1위를 자랑한다.
- ◆ 2008년 베트남에 진출해 매장에서 판매되는 제품의 90% 이상을 베트남 현지에서 공급받고 있다. 호찌민의 롯데마트는 한국인이 많이 거주하는 7군에 위치하고 있다.
- ◆ 베트남에서 과일을 매입하는 것뿐만 아니라 한국산 과일도 많이 소개하고 있어 포도 등 시식 및 할인 행사 등의 프로모션을 협의하기에 적합하다.
- ◆ 2017년 11월 방문 당시에도 매장 내에서 지자체 우수상품 판촉전 이벤트를 진행하고 있었으며, 한국 머루 포도를 한 송이에 7만 5,000동(약 3,500원)에 판매하고 있었다. 한 달에 두 번 정도 한국 제품 이벤트를 열고 있다.

◆ 상품

- 수입산 과일을 호주, 미국, 남아프리카공화국, 칠레에서 직접 수입하며 거의 모든 나라로부터 수입할 수 있는 수입 허가증을 보유했다. 포도는 선박이나 항공으로 들여오는데, 항공 운송 비용이 kg당 5만 동(2,500원)으로 선박 운송보다 비싸다. 그러나 중국산 포도는 판매하지 않는다.
- 호찌민의 매장은 샤인 머스켓, 거봉 등의 한국산 포도를 판매하고 있다. 그 중에서 샤인 머스켓이 과육이 단단하고 당도가 높아 인기가 높다.
- 한국산 배, 사과, 딸기 등도 시즌에 따라 판매하는데 인기가 좋은 편이다. 하노이 매장에서는 샤인 머스켓은 판매하지 않고 대신 거봉을 판매하고 있었다. 베트남 현지인들은 거봉이 와인 맛이 난다고 해 호불호가 있다.

- 한국 포도 중 샤인 머스켓은 맛이 아주 좋아서 가격이 높음에도 고객들에게 인기가 많다. 그러나 다른 수입산 포도에 비해 손상이 빨리 쉽게 상하고 공급이 안정적이지 않으며 가격이 비싸다.
- 한국산을 비롯해 수입산 포도는 품질이 좋은 편이어서 베트남 로컬 포도보다 가격이 비쌌음에도 불구하고 꾸준하게 판매되고 있다. 베트남에서 수입산 포도가 잘 팔리는 이유는 베트남의 기후가 포도를 재배하기에 적합하지 않아 품질 좋은 포도 생산이 어렵고 품종도 다양하지 않아서다.
- 그 대신 베트남은 열대 과일로 유명한 나라다. 베트남은 자국산 열대 과일과 경쟁을 피하기 위해 정부가 열대 과일 수입에는 까다로운 편이지만 포도 수입에 대해서는 관대한 편이다.
- 매장에서 과일을 판매할 때 품질, 맛, 신선도, 포장 상태 순서로 중요하다. 하노이 매장 관리자에 따르면 한국 거봉 포도의 포장은 다른 프리미엄 포도에 비해 고객에게 그다지 어필하지 못하고 있다고 한다.
- 한국산 거봉이나 머루 포도의 경우 3일 이내에 판매되어야 하며, 그렇지 않으면 냄새가 나고 상태가 안 좋아진다. 샤인 머스켓의 경우는 조금 더 길게 진열이 가능하다. 미국산 포도는 일주일 동안 판매가 가능하다.
- 한국산 과일을 직수입하기보다 수입 업체를 통해 받기를 원한다. 포도 이외의 신선 감, 귤감, 귤 등 기타 과일에도 관심이 있으나 현재는 베트남 당국에 의해 이러한 과일들이 검역 진행 대상 품목으로 지정되어 공식적으로 수입할 수 없다.

◆고객

- 베트남 고객들은 포도를 구입하기 전에 먼저 먹어보기를 원한다. 따라서 무료 시식과 가격 할인 그리고 한국 이미지를 보여주는 가판대를 함께 활용하면 효과적이다. 승강기에 설치된 화면에서 광고를 하는 방법도 있다. 현재 한국산 포도의 포장을 보면 원산지, 영양 성분, 효능 등의 정보가 부족하다.
- 모든 연령대가 포도 구입 고객층이며 고객들은 소득과 관계없이 수입산 과일을 선호한다. 다만 젊은 사람들은 나이 든 사람에 비해 과일을 많이 구입하지 않는다. 하노이 매장의 경우 외국인 고객 비율이 10~15%였는데, 최근 중국인 고객들이

늘어나면서 20%까지 증가했다.

- 미국과 베트남은 포도 관련 협회가 있어 프로모션, 경쟁 대회 등 슈퍼마켓에 마케팅 투자를 적극적으로 하고 있다. 그러나 한국은 포도에 대한 이와 같은 마케팅 지원을 거의 하지 않는다.
- 현재 L마트는 중국산 과일을 판매하지 않는데 이는 베트남 고객들이 식품 안전성을 이유로 중국산 과일을 원치 않기 때문이다. 고객들은 수입산 과일을 베트남산 과일이나 중국산보다 안전하다고 여긴다.
- 고객들은 포도를 주로 가족들과 함께 먹기 위해 구입한다. 과일이 건강에 좋다는 인식이 높아지면서 최근에는 선물용으로도 많이 구입하는 경향이 있다.

연락처

■ 주소 : (호찌민 매장) 469, Nguyễn Hữu Thọ, Phường Tân Hưng, Quận 7, Hồ Chí Minh.

(하노이 매장) 229 Tây Sơn, Ngã Tư Sở, Đống Đa, Hà Nội

■ 전화번호 : +84(028) 3775 3232 / +84(024) 3556 9595

■ 홈페이지 : <http://lottemart.com.vn/>



L마트 전경



매장에 진열된 수입산 포도



베트남산 포도



한국산 샤인 머스캣



미국산 씨 없는 청포도



미국산 씨 없는 검정 포도

- ◆ Aeon은 일본 치바에 본사를 둔 대형 유통 회사다. 현대적인 쇼핑몰, GMS (General Merchandises Stores), 슈퍼마켓을 통해 베트남에 진출했다.
- ◆ 북쪽에 1개(Long Bien), 남쪽에 3개(Tan Phu, Binh Tan, Binh Duong) 등 베트남 내 총 4개의 매장을 운영하고 있다.
- ◆ 방문한 매장은 호찌민에서 한 시간 떨어진 Binh Duong에 위치한 곳이다. 주변에 외국인 투자 기업과 공장 등이 밀집한 지역으로 전체 베트남 내 Aeon 매장에서도 가장 많은 매출을 올리는 곳이다.

◆상품

- 미국산 포도는 인기가 많은 반면 한국산 포도는 수입이 시작된 지 얼마 되지 않아 아직 판매량이 높지 않다. 한국산 포도는 미국산 포도에 비해 과육이 부드럽고 당도가 낮다. 베트남산 포도는 송이가 작고 맛이 시며 품질도 떨어진다.
- 한국산 포도는 품질은 괜찮아 보이지만 새로운 제품이라 그런지 고객들이 다소 낯설어한다. 미국산 포도가 베트남 시장에서 시장점유율이 가장 높고 베트남 고객들은 미국산 포도맛에 이미 익숙해져 있다. 미국산 포도에 익숙한 베트남 고객들은 미국 포도와 같이 당도가 높고 아삭한 식감을 더 선호하는데 한국 포도는 부드러운 편이며 약간 신맛이 난다.
- 미국산 포도 가격은 한국산 포도 가격에 비해 합리적이다. 대부분의 수입산 포도는 진열 기간이 짧다. 포도를 공급받은 후 3~4일 내에 판매하지 못하면 신선도가 떨어져 더 이상 정상 가격으로 판매하기 어렵다.
- 포도의 색깔이 변하기 시작하면 더 이상 신선해 보이지 않는다. 그런 제품은 50% 할인 행사를 한다. 만약 손상이 더 심하면 판매하지 않고 폐기 처분한다.

◆유통

- 매장에 있는 한국산 포도는 수입 유통 업체에서 공급받는다. 수입산 포도는 품질이 좋지만 항상 공급이 가능한 것은 아니다. 가끔 수입 유통 업체에서 충분한 재고가 없는 경우가 있는데 안정적으로 공급받고 싶다. 특히 한국 포도는 수입 유통 업체의 재고가 적어 공급이 원활하지 않은 애로사항이 있다. 한국 제품을 수입 유통 업체로부터 구입하면 가격이 비싸지기 때문에 향후 한국산 포도의 매출이 늘어나면 장기적인 안목에서 직접 수입을 고려할 수 있다.
- 최근에 일본과 좋은 가격으로 직수입을 하는 프로젝트를 진행했는데 결과가 좋았다. 이처럼 한국 제품도 직접 수입할 수 있기를 바란다(Aeon은 일본 계열 매장이기 때문에 일본에서 물건을 쉽게 들여올 수 있다).
- 베트남 포도는 언제나 구입이 가능하나 품질이 높지 않다.

◆홍보

- 과일을 홍보할 때 가장 효과적인 방법은 무료 시식이다. 진열되어 있는 과일 매대 앞에서 무료 시식을 진행한다.
- 수입산 과일을 판매할 때 가장 중요한 판매 포인트는 품질과 외관 상태다.

◆고객

- 고객들은 가격에 대해 많이 신경 쓰지 않는다. 인터뷰한 Aeon 매장은 빈 주유에 위치했으며 주변에 외국(한국 포함) 기업과 공장이 많아 고객의 40%가 외국인(한국인, 대만인, 중국인, 일본인 등)이다. 베트남의 전체 Aeon 매장 중에서 가장 판매가 높다. 소득이 높은 외국인들이 주로 수입산 비싼 포도를 구매하며 구매량도 많다.
- 낮은 임금을 받는 베트남인들은 가족들과 함께 먹기 위해서 베트남산 포도를 구입한다. 수입산 과일을 살 여유가 충분치는 않다.

- 주요 고객 연령층은 27~35세로 젊은 고객들이 많고 중국산 과일에 대해 적대적이며 구매를 꺼린다. 많은 고객들이 과일을 사기 전에 중국산 과일인지 확인하기 위해 먼저 원산지를 물어본다.
- 원산지를 증명하기 위해 포도의 포장을 제거하지 않고 그대로 보관한다. 자주 온 외국인 고객들은 매장을 잘 알고 있어서 중국산인지 의심하지 않고 그대로 사 간다. 외국인 고객들이 많기 때문에 다양한 수입산 과일의 판매가 가능하다.

연락처

- 주소 : (Binh Duong 매장) Số 01 Đại lộ Bình Dương, Khu phố Bình Giao, Phường Thuận Giao, Thị xã Thuận An, Bình Dương, Vietnam
- 전화번호 : +84 (0274) 6259 333
- 홈페이지 : <https://www.aeon.com.vn/>



Aeon 매장 전경



포도 진열대



미국산 포도



미국산 포도



한국산 샤인 머스켓



한국산 배



③ Big C

- ◆ 방문한 매장은 호찌민에서 외국인들이 많이 거주하는 2군에 위치하고 있다.
- ◆ 1998년 베트남 시장에 진출한 Big C는 태국계 유통 업체가 인수했다. 멀티 포맷 소매 업체로 신선한 음식, 음료, 청량음료, 주류, 스낵, 소비재, 의류 및 액세서리, 애완동물 가구 및 가정용 제품, 유지 보수 도구 및 소모품, 자동차 및 오토바이 액세서리, 스포츠 용품 및 장난감과 같은 다양한 제품을 판매한다.
- ◆ Big C는 중산층에게 적합한 가격으로 좋은 제품을 제공하고 직원의 친절한 서비스, 할부, 무료 배송, 무료 버스 등의 서비스로 유명하다.
- ◆ 고객들은 수입산과 베트남산 과일의 차이점을 인지하고 있다. 방문한 매장이 호찌민의 2군에 위치해 외국인 상류층 고객이 많이 찾는다. 다른 Big C 매장에 비해 수입산 과일에 대한 수요가 큰 편이다.

◆ 상품

- 포도는 직접 수입하지 않고 유통 업체로부터 구매한다.
- 현재는 6종류의 포도를 판매하고, 시즌에 따라 10종류까지 늘어나기도 한다.
- 미국산 포도가 판매의 70% 이상을 차지하고, 한국산은 3~5%로 프리미엄급이다. 미국산 행사 기간 중에는 미국산 포도 판매가 90%를 넘기도 한다. 한국산 샤인 머스켓은 품질이 좋은 반면 가격이 비싸다(53만 동/kg). 품질 이외에 샤인 머스켓의 장점은 먹음직스럽고 예쁘게 생겼으며 개별 포장 및 박스가 튼튼하다.
- 현재(2017년 11월) 미국산 포도를 프로모션 중이다. Kg당 9만 9,000동에 할인 판매하고 있다. 가격이 저렴하다 보니 고객들이 중국산이 아닌가 의구심을 품어 미국산이라는 것을 증명하기 위해 원산지 관련 서류를 붙여놓고 시식 행사를 했다. 할인 행사 기간이 길어 홍보가 되어서인지 지금은 고객들 모두 미국산인 것을 인지하고 있다.

- 베트남산 포도는 주로 Nin Thinh 지역에서 생산되는데 송이가 작고, 시며 당도가 낮다. 가격은 7만/kg로 저렴함에도 불구하고 판매가 잘 안 된다. 중국산은 품질을 떠나 식품 안전성에 대한 신뢰도가 낮다.
- 포도는 보통 매장 내에서 2~3일, 냉장 매대 안에서는 일주일 정도 진열이 가능하다. 매장 내 온도가 높아서 상하기 쉽다. 일부 고객들은 개별 팩으로 되어 있는 포도의 봉지를 뜯고 직접 맛을 보는 경우가 있는데 그럴 때에는 포도 알이 떨어지는 등 상품이 손상되기도 한다.

◆홍보

- 홍보 도우미가 시식 서비스를 제공하는 것이 가장 효과적이다. 새로운 제품이 들어오면 고객들은 맛을 보고 싶어 한다.

◆고객

- 방문 매장이 외국인 많이 거주하는 호찌민 2군에 위치한다. 외국인과 상류층 고객들이 프리미엄 한국 포도를 많이 구매해 다른 Big C 매장에 비해 수입산 과일에 대한 수요가 크다. 고객들은 수입산과 베트남산이 어떻게 다른지 잘 인지하고 있다.
- 주요 고객층은 중상류층으로 30~40대 주부들이다. 과일을 직접 소비하거나 친척, 가족을 위해 선물용으로 구입하기도 하며 새해 선물용으로도 많이 사 간다.

연락처

- 주소 : (An Phu 매장) Khu nhà Phúc hợp Cantavil An Phú, Khu phố 5, 1 Song Hành, An Phú, Hồ Chí Minh, Vietnam
- 전화번호 : +84 (028) 3740 7918
- 홈페이지 : <http://www.bigc.vn/en/>



Big C 전경



다양한 포장과 진열 상태



미국산 포도 할인 이벤트



미국산 씨 없는 붉은 포도



한국산 샤인 머스캣



미국산 씨 없는 붉은 포도

④ Mega Market



- ◆ Mega Market은 대용량 SKU(Store Keeping Unit)이 많은 창고형 콘셉트의 할인 마트다. 회원제로 운영하다가 얼마 전 모든 고객이 구매할 수 있도록 비회원에게도 개방했다.
- ◆ 방문한 매장은 호찌민에서 외국인들이 많이 거주하는 2군에 위치하고 있다.

◆ 상품

- Mega Market은 수입산 과일을 2개의 유통 업체에게 공급받는다. 베트남 정부의 검역 규제에 따라 공식적으로 수입할 수 있는 과일과 그렇지 않은 과일이 있는데 베트남 정부에서 수입이 허가된 과일만 판매한다.
- 한국산 과일은 포도와 배가 주를 이룬다. 과일 담당 직원에 따르면 한국산 배는 품질이 좋고 당도가 높으며 가격도 합리적이라 판매가 잘된다고 한다. 이에 반해 한국산 포도는 품질은 좋지만 Mega Market을 찾는 일반 베트남인의 평균 소득에 비해 가격이 너무 높은 편이다.
- 한국산 포도 이외의 수입 포도로는 미국산 포도가 잘 판매되고 있으며 전체 수입 과일 중 포도는 사과 다음으로 판매량이 높다.
- 수입산 포도를 판매할 때 보통 2일이나 3일 정도 매대에 진열한다. 이후 신선도가 떨어지거나 상하면 반품하거나 폐기 처분한다.
- 중국산 과일은 가격이 아주 저렴하다. 그러나 고객들은 식품 안전성 문제로 맛과 상관없이 중국산 과일을 구매하지 않으려는 경향이 있다. 만약 포도 유통 업자가 원산지 표시를 소홀히 하거나 중국산을 수입산이라고 속인다면 소비자는 그것이 중국산 과일인지 쉽사리 알지 못할 것이다. 모든 수입 과일은 중국산과의 차별화를 위해 레이블에 원산지를 표시하는 게 중요하다.
- 그렇다고 중국산 과일이 판매되지 않는 것은 아니다. 공장이나 식당에서 일하는 소득이 낮은 베트남인들은 값이 저렴한 중국산 과일을 구매한다.

◆홍보

- 포도를 판매할 때 가장 중요한 요소는 외관 상태다. 색깔, 송이당 적정 사이즈, 깔끔한 포장 등 한눈에 보아도 고객들이 사고 싶도록 만들어야 한다.
- 판매하고자 하는 포도의 당도 및 영양 성분에 대해 고객들이 잘 알 수 있도록 정보를 표시하면 판매에 도움이 된다.
- 베트남 고객들에게 한국 포도가 아직 낯설기 때문에 무료 시식 등 한국 포도를 많이 알리는 행사가 필요하다.

◆가격

- 한국산 포도 가격은 다른 수입산 포도(미국산)에 비해 거의 세 배 이상 비싸다. 미국산 청포도가 12만~13만/kg인 반면 한국산 포도(샤인 머스캣)는 50만/kg이다. 베트남산 포도의 경우 청포도가 7만 동/kg으로 가격이 저렴하다.

◆고객

- 일반적으로 중국산을 제외한 수입산 과일은 품질이 좋고 안전하다고 생각해 가격이 비싸도 수입산 포도에 관심이 많다.
- 모든 연령대가 과일을 구매하며 평상시 가족과 함께 먹기 위해 구매하지만 새해와 같은 특별한 날에는 선물용으로도 많이 나간다.
- 고객들이 영양 성분이나 특별한 점을 잘 모른다면 한국 포도의 가격이 비싸다고 느낄 것이다. 따라서 고객들에게 한국 포도의 특별한 재배 방식이나 영양 성분 등을 어필해야 한다. 과일은 아니지만 와규를 예로 들 수 있다. 이미 많은 베트남 사람들이 와규가 어떤 식으로 사육되어 도축된 것인지 알고 있기 때문에 비싼 가격을 지불할 용의가 있는 것이다.

연락처

■ 주소 : Xa lộ Hà Nội, Khu đô thị An Phú An Khánh, An Phú, Quận 2, Hồ Chí Minh, 베트남

■ 전화번호 : +84 (028) 3519 0390

■ 홈페이지 : <http://www.metro.com.vn/>



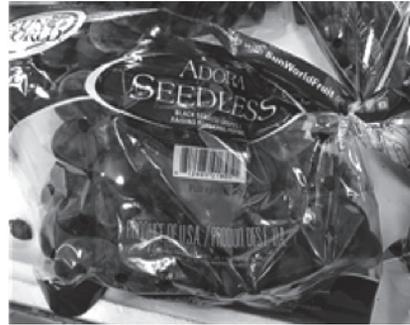
메가마켓 전경



포도의 포장 및 진열 상태



미국산 씨 없는 검정 포도



미국산 씨 없는 검정 포도



한국산 샤인 머스캣(완충제가 보인다.)



세일하는 미국산 씨 없는 검정 포도

- ◆ VinMart는 Vingroup의 소매 브랜드로 2014년에 하노이에 9개 슈퍼마켓을 개점한 이후 현재는 전국적으로 1만 개 이상의 슈퍼마켓과 편의점이 있다. 베트남 유일의 토종 리테일 브랜드로 유통 업계에서 1위를 차지하고 있다.
- ◆ 5km 이내는 무료 배달 서비스를 해주고 있다. 고객 요청 시 식품과 선물용 제품을 무료로 포장해주고 모든 유형의 은행 카드로 결제가 가능하다.
- ◆ 방문한 매장은 호찌민에서 외국인들이 많이 거주하는 2군에 위치하고 있다.

◆ 상품

- 과일은 직수입하지 않고 수입 유통 업체로부터 공급받는다. 본 매장에서는 제품의 다양성과 선물용을 찾는 고객 니즈를 충족시키기 위해 다양한 한국산 과일을 구비하고 있으며 판매량도 좋다. 현재 포도를 비롯해 한국산 배와 딸기 그리고 사과를 시즌에 따라 판매하고 있다. 판매되는 한국산 포도 품종은 샤인 머스켓이며 알의 크기가 균열하고 시지 않고 달며 씨가 없다.
- 베트남산 포도는 씨가 많고, 신맛이 나고, 달지 않은 대신에 가격이 싸다. 베트남산 사과 역시 맛이 없고 색깔이 먹음직스럽지 않으며 신맛이 난다. 베트남산 배와 중국산 배는 품질이 비슷하며 한국산에 비해 품질이 많이 떨어지고 맛이 없다.

◆ 판매 요소

- 포도를 판매할 때 가장 중요한 요소는 깔끔한 포장 상태와 신선도다. 포도를 신선 상태로 잘 유지해야 하며 특히 알이 터져 물이 흐르지 않도록 해야 한다.
- 과일은 비싸다고 판매가 되지 않는 것은 아니다. 한국산 포도인 샤인 머스켓은 50만 동/kg이나 하지만 판매되고 있다.
- 포도는 0~4℃ 사이의 저온 창고에서 1~2주 정도 보관이 가능하지만 고객

이 매장에서 맨손으로 포도송이를 이리저리 만지면 무르거나 상하기 쉬운 과일이다. 또 포도 알은 송이에서 쉽게 떨어지기 때문에 직원들이 포도를 진열하거나 창고에 보관할 때 잘 다루어야 한다.

- 수입산 과일의 판매량은 늘어나는 추세이며, 개별 포장해 고객의 손을 타도 쉽게 상하지 않기 때문에 개별 포장하지 않은 로컬 과일보다 더 오랫동안 진열이 가능하다.
- 만약 포도송이가 떨어져 상품성을 잃게 되면, 과일 주스나 칵테일 형태 등으로 만들어 판매하며, 상태가 많이 안 좋으면 폐기 처분한다.

◆ 홍보

- 포도를 홍보할 때 가장 좋은 방법은 무료 시식이다. 원산지과 언제 먹는 것이 좋은지 등의 정보를 포도송이 바로 옆에 진열해 홍보한다. 초기에는 점원의 추천이 효과적이며 가격은 다음 문제이다.

◆ 고객

- 주요 고객층은 40대 이하의 여성이며 젊은 고객들도 다수 있다. 수입산 포도에 대한 선호도가 높아지는 추세이지만 다양한 수입산 포도의 안정적인 물량 확보가 어렵다. 그렇다고 한 번에 너무 많이 확보하는 것도 부담스럽다. 쉽게 상하는 포도는 보관 기간이 짧아 팔리지 않고 남은 물량을 폐기해야 하는 위험 부담이 있다.
- 고객은 중국산은 과일뿐만 아니라 다른 비과일도 선호하지 않는다. 원산지가 분명하지 않은 과일과 중국산 제품 구매를 꺼린다. 이러한 이유로 VinMart에서는 중국산 과일을 판매하지 않고 있다.
- 포도는 가족과 함께 먹기 위해 주로 구매하지만, 비싼 것은 선물용으로도 많이 나간다.

연락처

■ 주소 : Vincom Thảo Điền, 159 Xa lộ Hà Nội, Thảo Điền, Hồ Chí Minh, 713314 베트남

■ 전화번호 : +84 (028) 6285 2299

■ 홈페이지 : <http://vincom.com.vn>



포도와 사과 진열대



다양한 포도 종류



미국산 씨 없는 검정 포도



한국산 샤인 머스캣



호주산 건포도



미국산 씨 없는 검정 포도

■ 과일 전문점



① Klever Fruits

- ◆ 과일 전문 수입 유통사로 포도를 비롯한 다양한 과일을 수입한다.
- ◆ Klever Fruits는 베트남에서 가장 큰 과일 수입 업체 및 판매 업체로 하노이에 총 32개의 과일 전문점이 있어 지나가면서도 자주 눈에 띈다.
- ◆ 베트남 현지에서 총 35개의 과일 전문점이 있으며 호찌민에도 3개의 과일 전문점을 운영 중이다.

◆ 상품

- 체리, 사과, 딸기, 블루베리, 멜론, 귤 등을 미국, 캐나다, 호주, 일본, 한국, 프랑스, 폴란드, 남아프리카공화국 등에서 수입해 판매하고 있다.
- 수입하는 포도의 국가별 양을 보면 미국(40%)과 호주(40%)가 가장 크며 한국(10%)과 남아프리카공화국(10%)에서도 수입하고 있다.
- 포도만 놓고 보면 미국에서는 블랙, 그린, 레드 포도를, 한국에서는 샤인 머스켓을 주로 수입한다.
- 한국산 포도가 비싼 이유는 샤인 머스켓이라는 품종이 특별하기 때문이다. 우리가 판매하는 샤인 머스켓의 경우 가격이 kg당 69만 9,000~99만 9,000동으로 미국산 포도 kg당 29만 9,000동에 비해 2~3배 비싸다. 샤인 머스켓은 원래 일본 품종으로 한국에서 최근에 재배를 시작했는데 재배 방식이 미국산 품종에 비해 까다롭고 한국에서 재배하는 규모 자체도 작기 때문에 가격이 비싸질 수밖에 없다. 미국의 포도 품종과도 맛과 사이즈, 당도 등이 다르다.
- 샤인 머스켓의 경우 최고급 품질은 모든 포도송이의 크기가 일정해야 하며 색깔이 노란빛을 띠지 않고 초록색이어야 한다. 비싼 뿐 아니라 공급 물량도 적은 샤인 머스켓을 굳이 한국에서 수입하는 이유는 Klever Fruits에서는 다양한 종류의 과일을 취급하고 싶는데 샤인 머스켓이라는 품종은 현재 한국에서만 수입이 가능하기 때문이다.

- 한국의 거봉 포도 또한 수입하고 있는데 수입 물량은 크지 않다. 거봉은 껍질째 먹기도 하는데 약간 샴페인이나 와인 맛이 난다. 한국인들은 이런 맛을 느끼지 못할지 모르지만 베트남인 입맛에는 그렇다. 와인 맛을 좋아하는 것은 개인 취향이지만 전반적으로 베트남인이 선호하는 맛은 아니다.
- 한 나라에서 일 년 내내 포도를 수입하는 것은 아니다. 수확철이 다르기 때문이다. 나라별로 수확철이 달라, 계절별로 각각 다른 과일들을 수입한다.

◆유통

- 미국과 호주에서 수입하는 포도는 9kg 혹은 10kg 단위로 수입하며, 한국은 1kg, 2kg, 4kg 단위로 소포장되어 있다. 포장 상태는 아주 양호하다.
- 미국 포도는 최소 주문량이 1~2톤으로 선박으로 운송되며 한국은 500kg이 최소 수입 주문량이다. 한 컨테이너에는 주로 같은 종류의 과일만 선적한다.
- 선박으로 과일을 운송하는 경우 미국은 베트남까지 26일 정도 걸리고, 호주는 22일, 한국은 10일 정도로 한국이 유리하다. 항공 운송일 경우 24시간 내에 배송된다.
- 수입 물량이 많을 경우에는 거의 선박 운송을 이용한다. 소비자 가격은 선박으로 운송할 경우가 더 저렴하다. 미국 포도처럼 대량 수입할 경우 선박을 이용하지만 한국의 샤인 머스캐터럼 프리미엄급을 소량 주문할 때에는 비싼 항공편을 이용한다.
- 세관 통과 시 선박 운송 화물은 2~3일 정도, 항공 운송은 6시간 정도 걸리는데 세관 업무 시간에 따라 그때마다 다소 차이가 있다. 모든 과일의 수입 통관 절차 과정은 까다롭지 않으며 한국 포도의 경우 한국-베트남 FTA에 따라 관세는 0%이고 호주는 5%이다.
- 수입한 과일은 네 가지 경로로 판매하는데 Klever Fruits 상점, 슈퍼마켓, 도매업자 그리고 온라인 판매다.
- 과일도 농작물이기 때문에 안정적인 공급이 쉽지 않다는 것을 알고 있다. 한국산 포도의 경우 2016년 제한적인 양만 수입할 수 있었는데 2017년에는 충분한 양을 수입할 수 있었다. 매년 우리가 수입할 수 있는 양이 들쭉날쭉한데 이 부분을 조정해주면 좋겠다.

◆홍보

- 미국, 호주, 뉴질랜드와 같은 과일 수출국은 본국 정부 차원에서 베트남을 방문해 자국 과일 프로모션을 위한 캠페인과 홍보를 많이 하고 있다. 정부 인사들과 같이 찍은 사진들이 내 방에 많이 걸려 있다. 한국 정부도 더욱 적극적으로 우리와 같은 회사와 협업해 슈퍼마켓이나 과일 전문점에서 공동 이벤트를 했으면 한다.
- 2017년 9월 한국 경북 상주시를 방문했고, 상주 지역에서 나는 배, 곱감, 샤인머스켓 등을 수입했다. 베트남에서 1차적으로 한국산 과일을 홍보했는데 성공적이었다. 고객들은 위생과 식품 안전성에 신경을 많이 쓰기 때문에 홍보를 잘하는 것이 중요하다. 특히 베트남 고객들의 한국 포도에 대한 인지도는 아직 높지 않다. 한국산 포도의 장점을 부각할 수 있는 제품 홍보가 필요하다.
- 베트남 소비자들은 과일을 구매할 때 위생과 안전성에 신경을 많이 쓰며 원산지가 불분명한 재래시장보다는 슈퍼마켓이나 과일 전문 판매점에서 구매하는 추세가 늘고 있다.

연락처

■주소 : số 2 Tôn Thất Thuyết, Mỹ Đình 2, Nam Từ Liêm, Hà Nội

■전화번호 : +84 (024) 3831 3999

■홈페이지 : <http://kleverfruits.com.vn/>

■이메일 : cskh@kleverjuice.com.vn



Klever Fruits 전경



매장 안 과일 판매 냉장고



한국산 샤인 머스켓



한국산 거봉



선물 바구니



미국산 씨 없는 붉은 포도



② Cho Pho

- ◆ 다양한 종류의 신선 과일과 너트와 주스 등을 취급하고 있다.
- ◆ 과일 및 너트를 직접 수입 및 판매 유통하고 있다.
- ◆ 한국 배, 포도(샤인 머스켓), 미국산 포도 등을 취급한다.

◆상품

- 체리(호주), 포도(미국, 한국), 석류(인도), 배(한국), 딸기(호주), 사과(한국, 뉴질랜드), 오렌지(호주) 등 다양한 종류의 신선 과일, 너트 종류, 과일 주스 등을 판매하고 있다.
- 한국산 포도는 2017년 11월 처음으로 600kg을 수입했다. 미국산 포도는 매주 약 70박스(500kg) 정도 수입하고 있다.
- 꽃감, 딸기와 같은 베트남 정부에서 공식적으로 허가한 한국 과일들을 더 수입할 계획이다.
- 수입산 포도는 베트남 포도보다 많이 비싸며 신선하고 씨가 없다. 이에 반해 베트남 포도는 저렴하고 3일 정도 보관 가능하며 신선도가 떨어지며 씨가 많다. 수입 포도는 약 1주일 정도 냉장 보관 판매가 가능하다.

◆고객

- 수입 과일의 좋은 품질과 명성 때문에 최근 소비자들은 예전보다 더 많이 수입산 과일을 구매하려는 경향이 있다. 소비자들은 매장 간 가격을 먼저 비교하고 그 이후 품질을 확인한 후에 어떠한 수입 과일을 살지 선택한다.
- 베트남 소비자들은 수입에 따라 선호하는 과일이 다르다. 고소득층은 수입산 과일에 더 관심이 많다. 소득이 낮은 저소득층도 공휴일이나 새해와 같은 특별한 날에 선물로 수입산 과일을 구매하기도 한다.
- 고객들이 내방하면 매장 내의 판매 점원이 수입 과일의 종류와 원산지에 대한 맛 차이를 알려주며 추천하고 있다. 거의 모든 고객들이 베트남산과 수입산 과일의 차이점을 잘 인지하고 있다.

◆유통

- 미국산 포도는 스티로폼 박스로 포장되어 있고 박스 앞면에 설명이 표기되어 있으며 박스 안 포도의 손상이 적다. 한국산 포도는 종이 박스로 포장되어 미국산 포도보다 박스 안 포도가 손상을 입기 더 쉽다. 또 외부 온도에 영향을 더 받으며 박스가 위까지 닫혀 있지 않아서 포도가 박스에서 떨어질 염려도 있다. 라벨링은 베트남에 운송되기 전에 한국에서 이미 부착되어 수입된다.
- 미국산 포도의 최소 수입 물량은 500kg이며 씨 없는 레드·블랙·그린 포도 세 가지 타입을 수입하고 있다. 한국 포도는 2017년 11월 처음으로 600kg을 수입했으며 계속 수입할지는 아직 결정하지 못하고 있다.
- 한 컨테이너 안에 같은 종류의 과일만 선적하며 항공으로 운송 시 주문에서 도착까지 3일 정도 걸린다. 세관 통관에 걸리는 시간은 때에 따라 다르며 보통 몇 시간에서 하루 정도 걸린다. 한국 포도는 이번에 처음 거래를 시작해 평소보다는 조금 더 오래 걸렸지만 그렇다고 큰 문제가 있는 것은 아니다.
- 수입한 포도는 저온 창고에 보관한다. 매장에서 직접 판매하는 것도 있고 유통업자와 재래시장에도 유통하고 있다. 많은 양은 아니지만 온라인 판매도 한다.
- 최근 미국 수출 업체로부터 지원을 받아 매장 내에서 미국 과일 콘테스트를 해서 손님들의 이목을 끈 적이 있다. 한국 정부나 기업에서도 이와 같은 지원을 해주었으면 좋겠다.
- 우리는 품질을 가장 중요시한다. 우리가 고객에게 수입 과일을 추천할 때 품질과 원산지에 대해 먼저 충분히 설명하고 고객이 만족하면 그때 가서 가격은 가장 나중에 알려준다.

연락처

■ 주소 : 77B Hoàng Văn Thụ, p.15, q.Phú Nhuận, Tp.HCM

■ 전화번호 : +84 (028) 3842 3397

■ 홈페이지 : <http://fruitone.vn/>

■ 이메일 : info.fruitone@gmail.com



Cho Pho 매장 전경



냉장 진열된 각종 포도



매장 내부 전경



한국산 샤인 머스캣



미국산 씨 없는 붉은 포도



포도 이외의 과일 진열

③ Nguyen Huy Trading

Viettropfruit
Trái cây sạch cao cấp

- ◆ 미국, 유럽, 일본, 네덜란드, 한국 등에서 체리, 포도, 오렌지 등을 수입 및 판매, 유통하고 있다.
- ◆ 2개의 과일 전문점도 직접 운영하고 있다.

◆상품

- 신선 과일을 주로 판매한다. 한국산 포도도 있으며 향후 한국산 꾀감도 판매하고 싶다.
- 수입산 과일은 베트남산 과일보다 맛이 좋을 뿐 아니라 포장이나 외관도 먹음직스럽다. 당연히 베트남산보다 가격이 많이 비싸다.

◆유통

- 미국, 호주, 남아프리카공화국으로부터 각종 과일을 수입한다. 거의 항공으로 수입하며 포도는 미국에서 직수입하지만 한국 포도는 직수입하지 않고 유통 업자로부터 받는다. 한 번 수입할 때 100박스 이상(9kg/박스) 주문하며, 주문 물량은 나라별로 또는 수확철에 따라 다르다.
- 한국 포도를 직수입하려면 최소 물량이 있기 때문에 여의치 않다. 보통 직수입하면 100박스(약 1톤) 정도 물량이 되는데 이렇게 한 번에 많이 수입했다 일정 기간 내에 판매하지 못하면 폐기 처분해야 한다. 따라서 한국산 포도의 경우 수입 유통 업체를 통해 한 번에 10~20박스(90~180kg) 정도 적정량을 공급받는다.
- 세관 통과는 1~2일 정도 걸리는데, 주말 혹은 주중에 따라 걸리는 시간이 다르다. 세관 통과 과정에서도 과일은 냉장 컨테이너에 보관된다. 충분한 서류와 필요한 증명서가 있으면 세관 통과는 어렵지 않다.

◆고객

- 우리는 가격과 품질을 모두 중시한다. 하지만 우리 매장을 찾는 고객들은 가격보다는 품질을 중요시하는 것 같다.
- 고객들 대부분은 베트남산과 수입산 과일의 차이점을 잘 알고 있으며 좋은 품질의 과일을 구매하기 위해 더 높은 비용을 지불할 용의가 있다.
- 다양한 수입산 과일을 많이 접해보지 않은 고객들에게는 점원들이 수입산 과일에 대해 먼저 설명하고 가격대도 알려준다.

◆홍보

- 최근 우리는 호주 키위로부터 포스터를 지원받은 적이 있는데 이외에 다른 국가나 수출 업체에서 마케팅 지원을 받은 적은 없다.
- 한국산 과일을 유통 업체를 통해 받고 있지만 판매량이 충분하다면 한국 수출 업체와 직접 거래하고 싶다. 한국 제품의 무료 샘플, 홍보 지원과 충성 고객들을 위해 공식적인 콘퍼런스를 열길 바란다.

연락처

■ 주소: 53/54 Trần Khánh Dư, Phường Tân Định, Quận 1, TPHCM

■ 전화번호 : (+84) 963 397 979

■ 홈페이지 : <http://www.viettropfruit.com>

■ 이메일 : info@viettropfruit.com



포도 진열 판매



포도 이외 과일 진열



포도 냉장 판매



한국산 샤인 머스캣



미국산 씨 없는 붉은 포도



미국산 씨 없는 검정 포도



④ Global Vina Sourcing

◆ 한국산 신선 과일, 생필품, 돼지고기, 소고기, 닭고기, 소스, 식자재, 주방 기계류 등을 수입한다.

◆상품

- 한국산 신선 과일, 생필품, 돼지고기, 소고기, 닭고기, 소스, 식자재, 주방 기계류 등을 판매한다.
- 수입 포도의 전통 강국은 미국, 뉴질랜드, 호주이며 당도는 한국산에 비해 낮지만 가격 경쟁력이 있다.
- 한국산 포도는 베트남 시장에 진입한 지 오래되지 않으며 거봉 위주로 수입하다가 샤인 머스캣도 수입하고 있다.
- 한국 포도의 장점은 높은 당도와 품질이다. 취약점은 가격이 높다는 것이다.

◆유통

- 한국의 포도 수확철인 8~12월에 거봉과 샤인 머스캣을 수입한다. 월 3~4회, 한 번에 보통 4팔레트 정도 수입한다. 1팔레트에 240~400kg 정도 되어 4팔레트면 1~1.6톤 정도 된다. 시즌 중에 월 3~6톤가량 수입하는 셈이다.
- 샤인 머스캣은 2017년 처음으로 수입을 시작했는데 시장 반응은 나쁘지 않았다. 앞으로 더 수입할 계획이다.
- 포도 박스는 개별 팩이나 박스(벌크)로 포장하며, 라벨링은 베트남에 온 후 우리가 직접 하고 있다. 베트남 내 과일 수입 업체는 40여 곳이 있지만 한국산 과일의 정식 수입 업체는 5개 미만이다.
- 한국산 포도는 팔레트 단위로 주문하며 해상 컨테이너로는 운송 기간이 길어 쉽지 않다. 우리는 모두 항공 운송으로 수입한다.
- 항공 운송 기준으로 한국에서 선적 후 베트남 통관까지 18시간 정도 걸린다. 빠른 세관 통과를 위해서는 모든 서류를 잘 준비하고 세관 영업이 필요할 때도 있다.

- 한국에서 수입한 과일은 도소매 유통도 하고 직접 우리 매장에서 판매도 한다. 기타 한인 마켓이나 프리미엄 마켓에 공급하기도 한다. 과일은 품질과 원산지가 가장 중요하다.

◆고객

- 우리 매장의 고객들은 일반 베트남인에 비해 수입이 높은 편으로 수입산 과일에 관심이 많다.

연락처

- 주소 : 14A5 Thảo Điền, Phường Thảo Điền, Quận 2
- 전화번호 : (+84) 028 3519 0112
- 홈페이지 : <https://www.facebook.com/vinafreshfoodmarket/>
- 이메일 : vinafreshmeat2@gmail.com



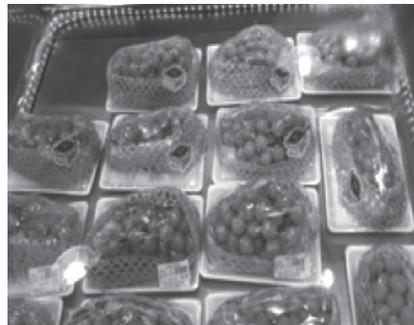
매장 전경



매장 내



매장 내부 전경



한국산 샤인 머스켓

⑤ Qua Tàng Trái Cây



◆ 포도, 체리, 배, 사과, 키위 등을 미국, 칠레, 한국, 뉴질랜드 등에서 수입한다. 주로 온라인을 통해 판매하며, 레스토랑, 호텔, 유통 업체 등에 매일 배달한다. 호찌민에 2개의 매장이 있다.

◆ 상품

- 고객 요청에 따라 맛과 품질이 좋은 한국산 과일을 판매하고 있다. 한국 포도는 유통 업체로부터 캠벨 포도와 샤인 머스켓 품종을 공급받으며 한국산 배와 딸기는 시즌에 따라 판매한다.
- 한국 포도는 미국산에 비해 베트남에 소개된 지 오래되지 않아 아직도 많은 베트남 소비자가 한국 포도를 낯설어한다. 한국산 포도의 특징은 좋은 품질과 높은 가격이어서 프리미엄 고객을 대상으로 판매해야 한다.
- 베트남산 포도는 신맛이 나며 크기가 작아 품질 면에서는 한국산 포도와 같은 수입산 포도와 경쟁이 안 된다. 중국산은 품질을 떠나 고객들이 구매를 꺼린다.
- 수입산 포도는 저온 냉장에서 5일 정도 보관이 가능해 그 기간 내에 판매한다. 5일 동안은 신선도에 영향을 주지 않는다. 신선도가 떨어져 팔 수 없으면 일하는 직원들이나 친구들에게 나누어 준다.

◆ 홍보

- 무료 시식이 가장 좋은 홍보 방법이다. 일단 맛으로 알리는 것이 좋다.
- 품질이 언제나 동일해야 한다. 예를 들면 처음에 구입한 포도는 좋았는데 나중에 동일한 제품을 구입했더니 품질이 다르면 고객들의 선택에 영향을 주며 충성 고객을 잃을 수 있다.
- 품질뿐만 아니라 품질 증명서, 원산지 증명서 등도 함께 진열하면 도움이 된다.
- 판매할 때 중요한 요소로는 품질, 신선도, 색깔, 동일한 포도 알 크기이며 가장 중요한 점은 위생 상태와 안전성, 독특한 맛과 당도다.

◆고객

- 주요 온라인 쇼핑 고객층은 25~30세로 월수입이 5,000만~6,000만 동 이상의 사람들이다. 구매한 과일은 가족들과 함께 먹거나 선물용으로 이용한다.
- 매장을 직접 방문하는 고객들도 고소득층이 많으며 깨끗하고 안전한 과일을 원하기 때문에 최상의 상태에 있는 제품들을 진열해 보여주고 있다.

연락처

■주소 : 308D Điện Biên Phủ, phường 4, Quận 3, Hồ Chí Minh, 베트남

■전화번호 : (+84) 90 248 4289

■홈페이지 : <http://quatangtraicay.com/>

■이메일 : quatangtraicaytuoi@gmail.com



매장 내 과일 선물 바구니



한국산 샤인 머스켓



한국산 샤인 머스켓 박스



한국산 배

- ◆ 포도, 배, 라즈베리, 오렌지, 멜론, 사과 등을 미국, 한국, 호주, 뉴질랜드 등에서 시즌에 따라 수입한다.
- ◆ 외국인 중에 서양인을 대상으로 주로 판매하고 있다.

◆상품

- 미국산 포도와 한국산 배, 뉴질랜드산 라즈베리 그리고 오렌지, 멜론, 사과 등을 판매한다. 베트남산은 열대 과일 위주로 시즌에 따라 판매한다.
- 호주, 미국 등 서양인들이 주요 고객이다. 아시안 제품들 중에서는 유기농 과일이나 채소를 취급하고, 일본 제품은 가격이 높아서 취급하지 않는다.
- 한국 포도의 강점은 제품의 품질과 특별함이다. 하지만 아직 인지도가 부족하다. 예를 들어 고객들은 미국산 포도는 알지만, 한국 과일은 배 정도만 알고 포도에 대해서는 낯설어한다.
- 우리 매장이 위치한 1구역에는 아시아 제품을 파는 상점이 많지 않다. 그러나 향후 좋은 한국 제품이 있으면 품목을 늘려갈 생각이 있다. 예를 들면 한국 배의 경우 판매를 시도했는데 평이 좋아서 많이 팔리고 있다.
- 한국산 배는 베트남에서 나지 않는 과일이기 때문에 고객들이 이름도 모른 채 신기해서 사 간 경우가 많은데 맛이 좋아서 재구매가 이루어졌다. 이처럼 다른 과일(포도)도 수출하고 싶다면 베트남에 없는 무언가 특별하고 독특한 것이 필요하다.

◆홍보

- 최근에 무료 시식 행사를 따로 하고 있지 않다. 그러나 할인 행사는 자주 하는 편이다.
- 우리가 많은 양을 수입할 수 있도록 한국 정부나 수출 업체가 지원해주면 좋겠다. 일단 공급가가 합리적이어야 하며, 무료 시식과 마케팅을 지원해주면 좋겠다.

◆고객

- 주요 고객층은 20대 중반으로 월급 1,000달러 이상이다. 1회 구매액이 평균 50달러 이상이다.
- 베트남 고객들은 당도, 크기, 색깔 등 품질이 좋은 과일 구매에 적극적인 편이다. 수입산 과일은 품질은 좋지만 가격이 비싸다. 경우에 따라 비싸다는 것이 마케팅 요소가 된다. 고객들은 과일을 선물할 때 무리해서라도 수입산 과일을 택함으로써 나름대로 생활수준이 괜찮고 잘산다는 것을 은근히 보여주고 싶어 한다.
- 외관이 비슷한 과일에 원산지를 붙여놓지 않으면 80%의 고객은 중국산 과일과 다른 원산지 과일을 잘 구분하지 못한다. 그렇지만 우리 매장은 중국산 제품을 취급하지 않고 있다.

연락처

■주소 : 14 Phạm Hồng Thái, Bến Thành, Hồ Chí Minh, Việt Nam

■전화번호 : +84 838222576

■이메일 : kaylyn@gardenvn.com



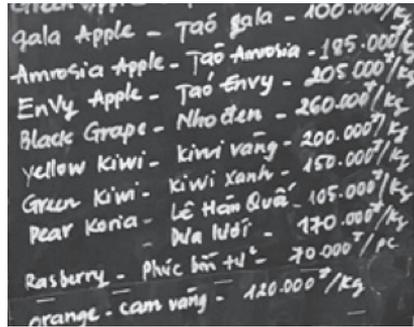
매장 전경



매장 안



미국산 씨 없는 검정 포도



수입산 과일 판매 가격표

■ 재래시장

① Ben Thanh Market

◆ 뱅 타인 시장은 1912년에 생긴 베트남 전통 재래시장이다. 현지 수공예품, 옷, 신발, 커피, 과일, 야채, 너츠류, 베트남 예술품 및 기타 기념품을 판매한다. 현존하는 가장 오래된 재래시장이자 호찌민의 상징 중 하나로 시장 기능뿐만 아니라 관광지로도 유명하다.

◆ 한국 및 미국 포도를 판매하고 있으며, 주로 외국인 고객을 대상으로 판매하기 때문에 판매 가격이 대형 할인점보다 kg당 10만~20만 동 정도 더 비싸다.

◆ 생필품을 사러 오는 현지인들보다 관광을 위해 온 외국인 고객들이 많다. 관광객들은 과일보다 주로 기념품을 구매하러 온다.

연락처

■주소 : Đường Lê Lợi, Bến Thành, Quận 1, Hồ Chí Minh, Vietnam

■전화번호 : +84 28 3829 9274

■홈페이지 : <http://www.ben-thanh-market.com/>

■영업시간 : 06:00~19:00



각종 과일 판매



한국산 샤인 머스켓

② Cho Ba Chieu

◆ 주로 베트남 현지인들이 많이 찾는 재래시장으로 외국인 고객은 찾아보기 힘들다. 야채, 과일, 육류 등 식자재와 생필품 등을 판매하며 베트남 사람들이 주로 오토바이를 이용해 매일 방문하는 대중적인 재래시장이다. 대형 할인점과 마찬가지로 미국 포도와 한국 포도 모두 판매하며 중국 포도는 판매하지 않는다.

◆ 상품 판매 가격은 대형 할인점과 비슷하지만 과일의 원산지를 정확히 확인할 수 없다(증명서 없음).

연락처

■ 주소 : 40 Hẻm 6 Diên Hồng, 1, Bình Thạnh, Hồ Chí Minh, Vietnam

■ 전화번호 : +84 28 3841 2483

■ 영업시간 : 24h



재래시장 전경



포도 판매



각종 과일 판매



각종 과일 판매

③ Long Bien Market

◆ 롱 비엔 마켓은 하노이에서 가장 큰 과일 및 채소 도매시장이며, 새벽 시간대가 가장 바쁘다. 과일과 채소는 주로 베트남 농촌과 중국에서 온 것으로 새벽 1시부터 3시경에 구매가 활발하다.

◆ 포도는 주로 중국과 베트남산이 많으며 가격은 저렴하다. 롱 비엔 마켓의 과일과 채소들은 주변 작은 시장과 식당 등으로 판매된다. 중국과 베트남 포도는 미국 포도와 비교해 송이가 작고 모양이 둥글며 맛이 시고 씨앗이 많다.

연락처

■ 주소 : Hồng Hà, Phúc Xá, Ba Đình, Hà Nội, Vietnam

■ 전화번호 : +84 (024) 3826 1133

■ 영업시간 : 24h



Long Bien 시장 근처 작은 과일 가게



각종 과일 판매



각종 과일 판매



각종 과일 판매

(3) 유통 업체 담당자 인터뷰

■ 일반 사항

<p>Global Vina Sourcing</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 포도 시즌(8~12월)에 거봉과 샤인 머스켓을 수입했다. 2017년 처음 수입했고 향후 수입 물량을 늘릴 계획이다. • 미국, 뉴질랜드, 호주 등의 포도는 한국 포도보다 당도는 낮지만 전통적인 포도 강국이기 때문에 가격 경쟁력과 유통에 강하다. • 반면 한국산 포도는 이제 막 시장에 진입했다. 유통 구조가 나쁘고 가격이 높기 때문에 가격 경쟁력을 갖기 어렵다.
<p>Nguyen Huy Trading</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 포도는 유통 업자로부터 공급받으며 향후 직수입에 관심이 있다. • 포도는 거의 항공으로 수입하며 9kg 박스로 약 100박스 이상 수입한다. 국가 별로 수확철에 따라 수입량에 차이가 있지만 새해와 같은 특별한 날에 판매가 증가한다.
<p>Big C</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 수입산 포도는 유통 업자로부터 구매한다. 가장 큰 과일 유통 업체는 Tony다. • 포도는 미국산 포도가 판매의 70% 이상을 차지하고 있다. 한국산은 3~5%다. • 무료 시식이 홍보에 가장 효과적이다. 새로운 제품이 들어오면 고객들이 맛을 보고 싶어 한다.
<p>Lotte Mart</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 수입 포도는 평균적으로 2일 정도 진열한 뒤에 상하면 폐기 처분한다. 미국산 포도는 일주일 정도 보관이 가능하다. • 해상 운송이 항공 운송보다 5만 동/kg 정도 더 비싸다. • 스탠드 광고, 가격 할인, 무료 시식이 광고로서 효과적이다. 엘리베이터에 광고 하면 효과적인 것으로 보인다. • 롯데마트는 한국의 수입 업체나 기업으로부터 직접 수입하기를 원한다. 신선한 감이나 귤감, 귤 등에 관심이 있다.

<p>Mega Market</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 유통 업체 Cat Lien과 Tu Phuong으로부터 한국산 포도를 구매하고 있다. • 포도 판매에서 가장 중요한 것은 외관 상태다. 색, 크기, 포장 상태 등 고객들이 사고 싶도록 상태가 좋아야 한다. • 무료 시식과 판매 점원의 추천이 포도를 홍보하는 가장 좋은 방법이다. • 원산지를 정확히 표기하는 시스템이 없기 때문에 유통 업자가 원산지를 속이려고 하면 원산지를 알아내기 힘들다.
<p>Qua Tang Trai Cay</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 한국산 포도는 유통 업체를 통해 구매한다. 캠벨 포도와 샤인 머스켓 품종을 취급한다. 우리는 주로 온라인을 통해 판매하며 BtoB 배달도 한다. • 포도를 판매할 때 품질, 신선도, 색깔, 크기(알마다 크기가 동일할 것)가 가장 중요한 요소다. 위생 상태와 안전성, 당도도 중요하다. • 수입산 포도는 저온 냉장고에서 5일 정도 판매가 가능하다. • 무료 시식이 가장 좋은 홍보 방법이다.
<p>VinMart</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Rau Qua Binh Thuan Fruits & Greens Co., Biovegi, Tu Phuong 등으로부터 과일을 공급받는다. • 가장 좋은 포도 홍보 방법은 무료 시식이다. 또 원산지과 먹는 방법을 과일 바로 옆에 두어서 홍보한다. 점원의 추천도 중요하다. • 수입산 과일은 물량을 확보하기가 어렵고 포도는 쉽게 상하기 때문에 신선도 유지가 관건이다.
<p>Aeon</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 수입 과일을 판매할 때 가장 중요한 것은 품질이다. • 과일 홍보에 가장 효과적인 방법은 무료 시식이다. 진열되어 있는 과일 매대 앞에서 무료 시식을 한다. • 유통 업체로부터 공급이 안정적이지 않다. 가끔씩 충분한 재고를 공급해주지 않을 때가 있다.

■ 한국 포도의 특징

Global Vina Sourcing	<ul style="list-style-type: none"> 한국 포도는 높은 당도와 품질 면에서 강점이 있다. 그러나 취약한 유통 구조와 그로 인한 높은 가격이 단점이다.
Nguyen Huy Trading	<ul style="list-style-type: none"> 한국산 포도는 유통 구조가 취약한 단점이 있다. 수출 업체와 직접 거래하기를 원한다.
Klever Fruits	<ul style="list-style-type: none"> 한국산 포도는 매년 생산량이 다르다. 그래서 안정적인 수입량을 확보하기가 어렵다. 매년 수입 규모가 다르다. 미국, 호주, 뉴질랜드 등은 정부가 직접 캠페인을 열고 홍보하는데 한국 정부는 그렇지 않다. 한국도 베트남 슈퍼마켓과 상점에 홍보 이벤트를 지원해주면 좋겠다.
Big C	<ul style="list-style-type: none"> 한국 포도는 품질이 좋은 대신 가격이 비싸다. 외국인과 상류층 고객들이 주로 한국 포도를 산다. 한국 포도는 품질과 외관이 좋으며 동시에 포장이 잘되어 있다.
Lotte Mart	<ul style="list-style-type: none"> 한국산 머루 포도는 와인 맛이 나며 베트남 소비자들의 호불호가 갈린다. (21만 동/kg) 샤인머스켓이 맛이 아주 좋아서 인기가 높다. 한국산 포도는 미국산 포도에 비해 가격이 비싸고 빨리 상한다는 단점이 있다.
Mega Market	<ul style="list-style-type: none"> 한국산 포도는 미국산 포도와 비교했을 때 거의 3배 가까이 비싸다. 한국산 포도는 품질은 좋으나 베트남 평균 소득자가 구매하기에는 가격이 너무 높다. 한국산 캠벨 포도의 경우 베트남 고객들이 별로 좋아하지 않는다.
Qua Tang Trai Cay	<ul style="list-style-type: none"> 한국산 포도는 미국산이나 일본산 포도에 비해 브랜드 파워가 높지 않아 아직은 경쟁력이 부족하다. 한국산 포도는 품질이 좋고 가격이 높기 때문에 소득이 높은 프리미엄 고객을 대상으로 판매해야 한다.
VinMart	<ul style="list-style-type: none"> 한국산 포도는 품질이 좋기 때문에 찾는 고객이 늘고 있다.
Aeon	<ul style="list-style-type: none"> 한국 포도는 수입된 지 얼마 되지 않아 아직 고객들이 낯설어한다. 베트남 고객들은 미국 포도에 익숙해져 있어 당도가 높고 아삭한 식감을 더 선호하는데 한국 포도는 당도는 높지만 식감이 부드러운 편이다. 한국 포도는 안정적으로 공급받기 어렵다. 재고가 없는 경우가 많다.

■ 베트남 소비자 특징

<p>Global Vina Sourcing</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 수입산 포도가 더 품질이 좋기 때문에 수입 포도를 구매한다. • 베트남은 골목마다 작은 상점이 있어서 대형 마트에 가지 않고도 생활이 가능하다.
<p>Nguyen Huy Trading</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 베트남 소비자들은 수입 과일이 더 맛있고 포장, 외관이 좋기 때문에 수입 과일을 선호한다. • 베트남 소비자들은 베트남산과 수입산 과일의 차이를 잘 알고 있으며 좋은 품질을 위해 더 높은 가격을 지불할 용의가 있다.
<p>Klever Fruits</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 베트남 소비자들의 한국산 포도에 대한 인지도가 아직은 낮은 편이다.
<p>Big C</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 주요 포도 구매층은 중상류층의 30~40대 주부들이다. • 고객들은 중국산 포도를 신뢰하지 않는다. 간혹 미국산 포도를 싸게 판매할 때 고객들은 그 포도가 중국산 포도가 아닌지 의심한다. • 외국인이나 상류층들이 수입산 과일을 주로 구매한다. • 소비자들은 포도를 소비용 혹은 선물용으로 구매한다.
<p>Lotte Mart</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 주요 고객은 30대 이상 여성이다. • 베트남 고객들은 품질을 가장 중요하게 여긴다. 또 맛, 신선도, 포장 상태 순으로 포도를 본다. • 젊은 사람들은 나이 든 사람에 비해 과일을 많이 구입하지 않는 편이다. • 고객들이 중국산 과일을 원하지 않아 롯데마트는 현재 중국산 과일을 전혀 판매하지 않고 있다.
<p>Mega Market</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 중국산 과일은 아주 저렴하지만 품질이 저급해서 고객들이 구매하려 하지 않는다. 소비자들은 건강에 좋은 제품을 선호한다. • 소득이 낮은 베트남인들은 중국산 과일을 구매한다.

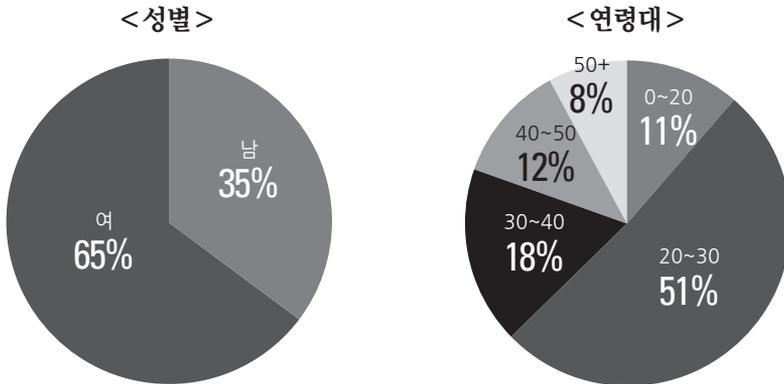
<p>Qua Tang Trai Cay</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 주요 온라인 고객층은 25~30세로 수입이 월 5,000만~6,0000만 동 이상의 사람들이다. • 고객들은 깨끗하고 싱싱한 과일을 원하기 때문에 품질이 좋지 않은 중국산은 취급하지 않는다.
<p>VinMart</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 주요 고객층은 40대 이하의 여성이며, 중국산 과일을 사고 싶어 하지 않는다. 그래서 원산지가 분명하지 않은 제품을 꺼린다. VinMart는 현재 중국산 과일을 판매하고 있다. • 고객들은 포도를 주로 가족과 함께 먹기 위해서 구매한다. 또 고급 선물용으로 구매한다.
<p>Aeon</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 우리 마트 고객의 주요 연령층은 27~35세다. • 고객층마다 구매하는 패턴이 다르다. 외국인 혹은 부유층은 주로 수입 과일을 구매한다. 이들은 가격을 크게 신경 쓰지 않으며 품질과 외관에 신경 쓴다. 한 번에 구매하는 양도 많다. • 중국산 과일을 꺼리기 때문에 많은 고객들이 과일을 사기 전에 과일의 원산지를 물어본다. • 외국인 고객들은 수입산 과일을 가족과 함께 먹기 위해 구매하고 베트남 고객들은 선물하기 위해 구매한다.

다. 소비자 선호도

(1) 설문 조사

■ 조사 대상

조사 대상은 남자 35%, 여자 65%로 여성이 많았고, 연령대는 20~30세 미만이 전체 51%, 30~40세 미만이 18%, 40~50세 미만이 12% 순이었다.



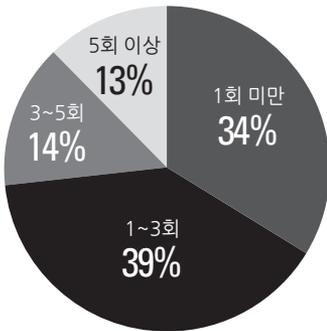
■ 한 달 평균 구입 횟수 및 구입처

포도 구매 횟수로는 한 달 평균 1~3회가 39%로 가장 높았으며 3회 이상이 27%로 그 뒤를 따랐다. 응답자 중 66%가 한 달 1회 이상 포도를 구입하고 있다고 답했다.

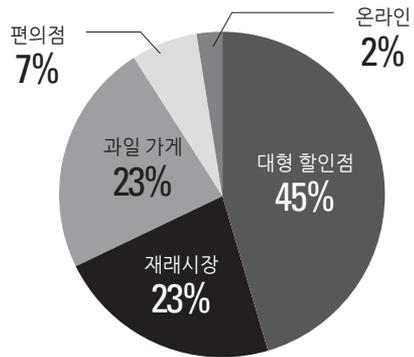
포도는 대형 할인점에서 가장 많이 구매하고 과일 가게도 재래시장에

버금가는 구매처다. 최근 수입 과일 전문점이 늘어나면서 과일 가게를 통한 구입이 생각보다 높았다. 편의점은 점포 숫자는 많지만 매장 공간의 협소로 다양한 과일을 선보이기 어려워 포도 구입처로 적당치 않아 보였다. 2%로 아직 높지는 않지만 포도를 온라인으로 구매하는 소비자도 있어 주목을 끌었다.

<평균 구입 횟수>



<구입처(복수 응답)>

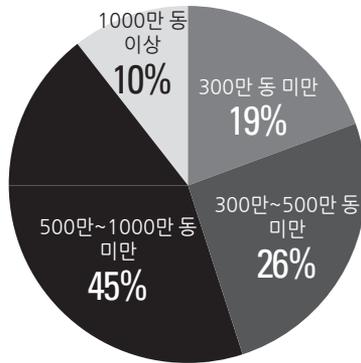


■ 월 소득별 포도 구입 횟수

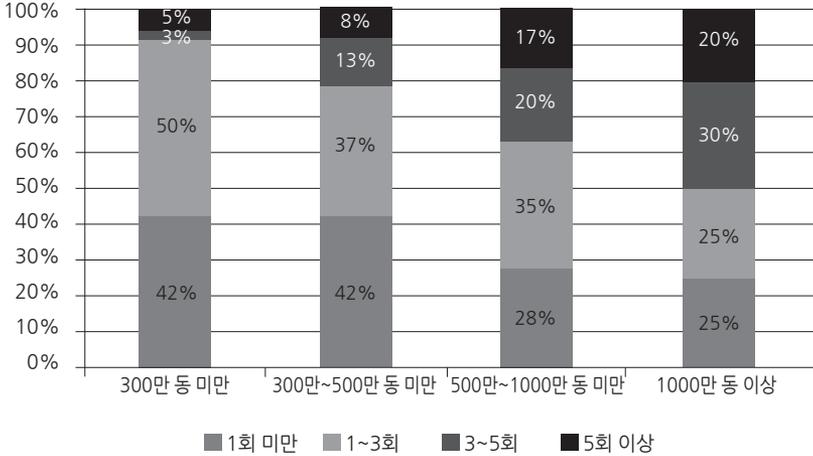
응답자의 월 소득을 분석해보면 월 소득 500만~1,000만 동이 가장 많았고, 그다음이 300만~500만 동, 300만 동 미만, 1,000만 동 이상 순이었다. 월 소득 300만 동 미만인 응답자들은 대부분 20세 미만이거나 20~30세 여성으로 경제활동을 하지 않는 학생이거나 주부들이 대다수다.

응답자의 월 소득을 크게 4그룹으로 분류해 소득별 포도 구입 횟수를 분석한 결과 월 소득이 높을수록 포도 구입 횟수도 늘어나는 것을 알 수 있다. 소득 순위별로 월 3회 이상 포도를 구매하는 퍼센트를 분석해 보면 8%, 21%, 37%, 50%로 늘어나고 있다. 소득이 월 1,000만 동이면 한화 약 50만 원으로 중산층 정도로 볼 수 있어 포도의 주요 구매층은 중산층 이상의 여유가 있는 계층임을 유추할 수 있다. 특히 한국산 포도 처럼 수입산은 가격이 비싸기 때문에 일정 수준 이상의 소득자들이 주요 고객임을 알 수 있다.

<소득별 분포>



<소득별 월 구매 횟수>



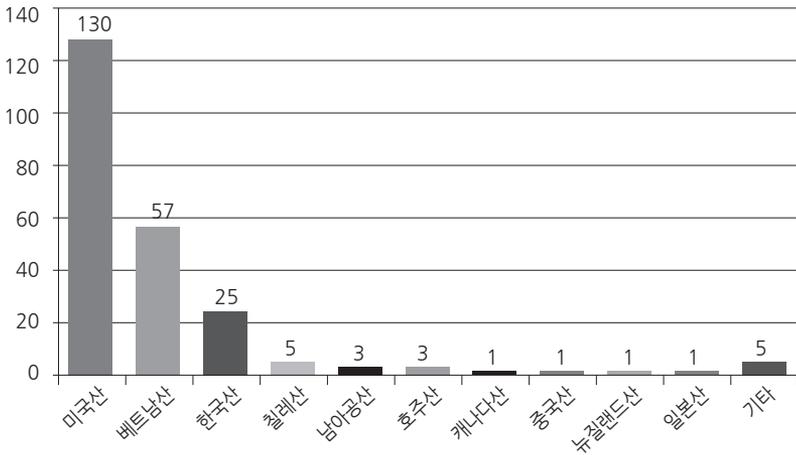
■ 포도 원산지 선호도

선호하는 포도 원산지로는 미국(130)이 가장 높았으며 베트남(57), 한국(25)이 그 뒤를 이었다. 한국산 포도가 베트남에 소개된 지 오래되진 않았지만 수입산 포도 중에 미국에 이어 칠레, 남아프리카공화국, 호주 등을 큰 차이로 따돌리고 2위에 올랐다는 점은 고무적이다.

한국이 자랑하는 샤인 머스캣 품종의 잠재적 경쟁 국가인 일본도 포도 만큼은 국가적 인지도가 낮아 한국산 포도의 베트남 시장 확대 가능성을 밝게 해준다. 일본은 공식적으로 베트남에 포도를 수출하지 않고 소량의 샤인 머스캣만 핸드캐리로 들여와 일부 백화점에서 판매한다. 같은 한국산 샤인 머스캣에 비해 2배 정도 비싸 가격 경쟁력 또한 약하다.

중국산 포도는 2015년 베트남 전체 포도 수입액의 23.2%로 2위를 차지했지만 원산지 선호도는 최하였다. ‘중국산 포도를 사기가 무서워서 포도를 잘 안 먹는다’, ‘모든 포도는 중국에서 온 것이라고 생각해서 구입하고 싶지 않다’는 부연 설명이 있는 것으로 보아 중국산 포도에 대한 높은 거부감을 확인할 수 있었다.

<원산지 선호도(복수 응답)>

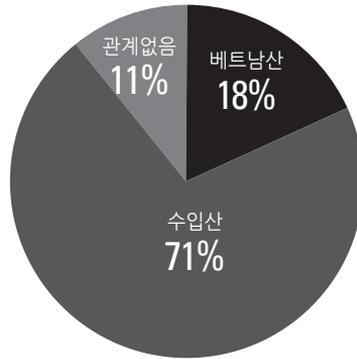


<수입 포도 수입액(2015) 및 선호도 비교>

구분	1위	2위	3위	4위	5위	6위	7위	8위	9위	10위
수입액	미국	중국	남아공	페루	칠레	멕시코	인도	한국	싱가포르	홍콩
선호도	미국	베트남	한국	칠레	남아공	호주	캐나다	뉴질랜드	일본	기타

표 <수입 포도 수입액(2015) 및 선호도 비교>에서 보듯이 한국산 포도는 수입량 자체는 아직 많지 않지만 수입산 포도의 원산지 선호도는 미국 다음으로 높았다. 본 설문은 한국산 포도에 관한 것이어서 한국 선호도가 다소 높게 나올 수 있음을 감안해도 맛과 품질 면에서 베트남인들에게 한국산 포도는 품질을 인정받고 있음을 알 수 있다.

<수입산 VS. 베트남산 선호도>



베트남 소비자들은 베트남산 포도에 비해 수입산 포도를 훨씬 더 선호한다. 원산지에 그다지 신경 쓰지 않는 소비자는 11%에 불과했다. 월 소득이 일정 수준 이상인(예: 월 1,000만 동) 소비자들은 안전성을 보장하고 맛이 좋은 수입산 포도를 구매할 가능성이 높다.

■ 포도 구입 시 고려 사항

포도를 구매함에 있어 고려하는 요소를 순위별로 보면 안전성(97명), 당도(75명), 가격(49명), 신뢰성(40명), 품질(8명), 포장(5명) 순으로 나타났다.

가중 중요한 구매 요소인 안전성은 보존제 및 농약 잔류량 등 건강에 위 해한 요소의 유무를 뜻한다. 베트남 소비자들은 대부분의 다른 과일과 달리 포도는 껍질째 먹기 때문에 껍질에 남아 있는 보존제나 농약 잔류 량 등에 특히 민감하다. 사랑하는 자녀들이 농약 범벅이 된 포도 껍질을 그대로 먹는다는 생각만 해도 끔찍할 것이다. 중국산 포도에서 기준치 이상의 보존제나 살충제 잔류량이 검출됐다는 베트남 정부의 언론 발표 후 식품 안전성에 관한 경각심이 더욱 고조되고 있다.

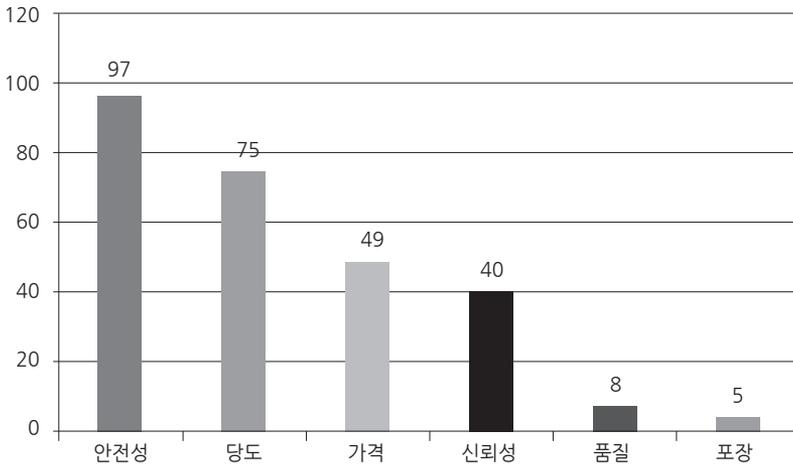
안전성 다음으로 중요한 구매 요소는 당도로 가격을 큰 차이로 앞지르 고 있다. 포도는 가격이 아무리 저렴해도 시거나 당도가 떨어지면 구매 하지 않겠다는 뜻이다. 가격은 식품 유해성과 맛을 좌우하는 당도보다 후순위로 생각하는 고려 요소다. 결국 포도 구매에 있어 가격보다는 유 해물질 잔류와 같은 식품 안전성과 맛을 대변하는 당도가 더 중요함을 알 수 있다.

마지막으로 중요한 요소는 신뢰도로 수입 국가 이미지와 판매처로 볼 수 있다. 수출 국가의 철저한 검역 및 국가 브랜드, 재래시장이 아닌 대 형 마트, 믿을 만한 과일 전문점의 판매처가 신뢰도를 뒷받침한다.

한국산 포도 판매 확대를 위해서는 미국처럼 선진국의 국가 브랜드로 신뢰를 주어야 한다. 또 재래시장이나 원산지가 불분명한 이름 없는 과일 가게보다 유명 마트나 수입 과일 전문점 판매를 통해 품질 신뢰도를 뒷받침하는 것이 좋다.

품질이나 포장은 가장 후순위로 생각하는 구매 고려 요소였지만 중요치 않다는 뜻은 아니다. 품질은 안전성, 당도 등을 포괄적으로 나타내는 개념이다. 포장은 안전성과 맛보다 우선순위가 아닐 뿐, 안전하고 맛있다는 가정에서는 포장 역시 구매 욕구를 자극하는 중요한 요소 중 하나다. 이미 안전성과 맛을 보장하는 고급 프리미엄 수입 포도 시장에서는 포장 역시 중요한 요소다.

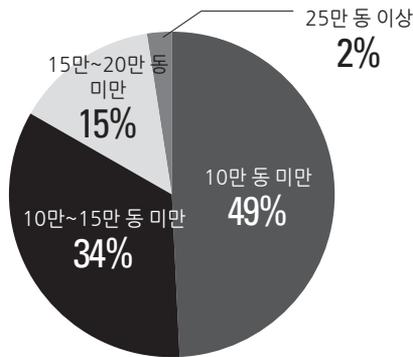
<포도 구입 시 고려 사항(복수 응답)>



■ 구매 적정 가격

응답자들이 가장 적정하다고 생각하는 포도의 가격은 kg당 10만 동 미만인 49%로 가장 높았으며 10만~15만 동이 34%로 이 둘의 응답 비율이 83%나 되었다.

<적정 가격(kg당)>



보고서 부록에 있는 포도 가격을 보면 미국산 청포도가 kg당 평균 10만~18만 동이고 베트남산 포도는 3만~7만 동이다. 시중에 판매되는 베트남산 포도와 미국산 포도 가격이 83%가 원하는 구매 적정 가격과 일치함을 알 수 있다.

17%의 응답자가 포도의 적정 가격이 kg당 15만 동 이상이라고 답했고, 2%만이 25만 동 이상이라고 했다. 한국산 포도 가격은 머루 포도가 kg당 35만 동, 샤인 머스켓이 50만 동 선이다. kg당 포도의 적정 가격을 25만 동 이상이라고 답한 응답자의 2% 정도만이 한국산 프리미엄 포도를 구매할 수 있는 적극적 소비자군에 해당했다.

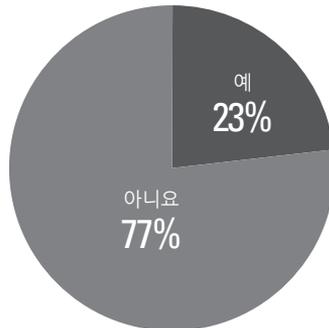
그러나 포도의 적정 가격 설문 시 구매하고자 하는 포도를 수입산 프리

미엄급이라고 특정 짓지 않고 베트남산 포도를 포함해 일반적인 포도를 대상으로 조사했다. 따라서 kg당 15만 동 이상을 적정 가격이라고 답한 소비자라도 수입산 프리미엄 포도는 이보다 훨씬 비싼 가격에 구매할 가능성이 높은 군으로 볼 수 있다. kg당 15만 동 이상이 적정 가격이라고 답변한 응답자의 17% 정도가 한국산 프리미엄급 포도를 구매할 수 있는 소비자군으로 보인다.

■ 한국산 포도 구입 여부

전체 설문 대상자 중 23%인 47명이 한국산 포도를 구입해봤다고 답했다. 77%에 해당하는 응답자는 한국 포도 구매 경험이 없었다. 한국 포도가 차지하는 시장규모가 미국이나 중국, 남아프리카공화국, 칠레, 페루보다 떨어지고, 프리미엄급에 한정되어 높은 가격에 판매되기 때문인 것으로 보인다. 선호하는 포도 원산지 질문에 가장 좋아하는 포도 원산지로 한국을 선택한 응답자는 25명이었다. 한국산 포도를 구매한 경험이 있는 응답자 중 50% 이상이 한국을 가장 선호하는 포도 원산지로 꼽은 것은 주목할 만하다.

<한국산 포도 구입 비율>



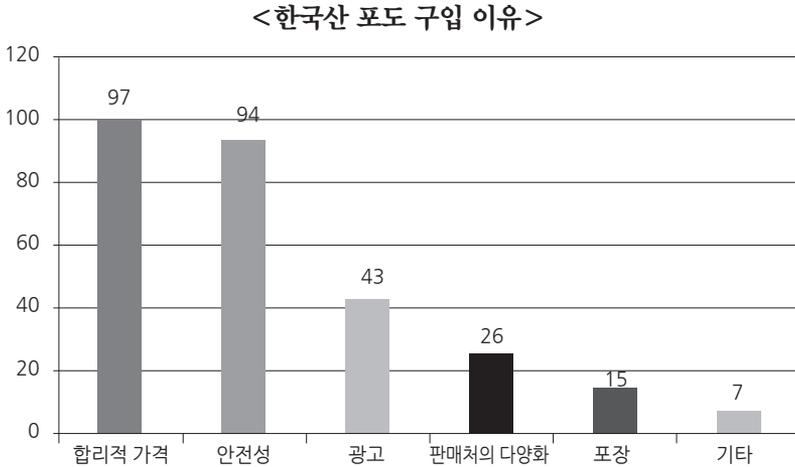
한국산 포도를 구입한 이유를 살펴보면 복수 응답으로 한국의 이미지와 한국에 대한 신뢰성 때문이라는 답변이 22명, 당도가 높아서라는 답변이 13명, 점원의 추천이나 포장 상태 때문이라는 답변이 각각 10명이었다.

한국산 포도를 구입한 가장 큰 이유로 한국의 이미지(신뢰성)가 꼽힌 것은 한류로 한국 문화와 식품 등 한국 이미지가 좋다는 것을 반영한다. 좋은 이미지 안에는 보존제나 농약 잔류량 같은 식품 안전 이슈에 관한 신뢰도가 기본적으로 깔려 있다.

두 번째로 중요한 요소로 당도, 즉 품질을 꼽았다. 일반적인 포도 구매 시 고려 요소에서도 식품 안전성에 대한 신뢰도 다음으로 중요한 요소로 꼽힌다. 한국산 포도 구매 시 고려 요소도 맥을 같이한다. 일반적인 포도 구매 시 포장은 그다지 중요한 고려 요소가 아니었지만 한국산 포도 구매 시 포장은 아주 중요한 구매 요소로 나타났다. 여기에 더해 점원의 추천 또한 중요한 판매 요소로 보인다. 이미 한국의 국가 이미지는 베트남에 잘 안착되어 있다. 따라서 한국산 포도는 베트남 소비자의 입맛에 맞는 당도와 식감, 고급스럽고 먹음직스러운 포장, 매장 점원들의 적극적인 추천을 위한 동기부여가 판매의 핵심이 될 것으로 보인다.

기타 주관식으로 답변한 2명은 '일본산 포도와 같은 품질을 구입하기 위해서'와 '한국에 살았기 때문에'였다. 베트남에서 주로 판매되는 한국산 포도는 샤인 머스켓으로 '일본산 포도와 같은 품질을 구입하기 위해서 구입했다'는 답변은 일부 백화점에서 판매하고 있는 일본산 샤인 머스켓의 가격이 상상 이상의 고가여서(kg당 100만 동 수준) 일본산과 같은 품질로 그보다는 다소 가격이 덜 비싼 한국산 샤인 머스켓을 구매한

것으로 보인다. 일본산 샤인 머스켓이 최고가의 프리미엄 시장을 지켜 주면 한국의 샤인 머스켓도 프리미엄 제품으로 제값을 유지하면서 판매가 가능해 보인다.



■ 한국산 포도 판매 증대를 위한 중점 사항

한국산 포도 판매를 높이기 위해 신경 써야 할 중점 사항으로 합리적인 가격(99명)과 안전성(94명)이 꼽혔다. 현재 한국산 포도의 가격대는 미국산 등의 다른 국가의 수입 포도보다 비싸게 형성되어 있다. 소비자들이 선뜻 구매하기에 부담을 느끼고 있음을 보여준다. 안전성을 강조한 이유는 한국산 포도가 안전하지 못하다기보다 안전성을 우선하지 않으면 다른 어떠한 사항도 중요치 않다는 것을 강조한 것으로 보인다.

한국산 포도에 대한 광고가 필요하다는 답변(43명)과 한국산 포도의 판매처가 다양했으면 좋겠다는 답변(26명)도 상당히 유의미하다. 그만큼 한국산 포도가 미국산 포도에 비해 소비자들에게 알려지지 않았고 판매처도 한정되어 있음을 알 수 있다. 프리미엄 한국산 포도를 판매하기 위해서는 고급스러운 포장 역시 잊지 말아야 할 사항이다.

(2) 집단 심층 인터뷰(Focus Group Interview)

한국산 포도의 판매 증진을 위해 소비자의 과일 구매 패턴과 선호도 등을 집단 심층 면접으로 조사했다. 호찌민의 20~30대 남녀를 대상으로 실시했으며 전반적인 과일 구매 결정 요인, 구입처 등과 한국 포도 시식 및 한국 포도에 대한 견해를 조사했다.

<면접 대상자>

대상자	성별	나이	직업
A	여	30	회계사
B	여	23	프리랜서 MC
C	남	22	학생
D	여	34	네일아티스트
E	여	30	학생

<집단 심층 면접 모습>



■ 구매 결정 요인 및 구입처

주로 가족과 함께 생활하기 때문에 구매 주요 결정 요인은 본인뿐 아니라 가족을 대변하기도 한다. 본인이 직접 과일을 구매하기도 하지만 가정에서 어머니가 장을 보는 경우가 많으며, 어머니들은 매일 장을 보는데 재래시장을 선호한다.

가장 우선시하는 것은 가격이며 원산지, 생산 일자, 신선도, 사이즈 등을 고려해 포도를 구매한다. 깔끔한 제품 진열 역시 중요한 요소다. -E(30세, 학생)

과거에는 베트남산 포도만 있었으나 현재는 다양한 국가의 여러 품종 포도들이 있어 점원의 추천 및 친절도, 제품 할인이나 프로모션을 고려해 포도를 구매한다. -C(22세, 학생)

원산지의 신뢰성, 신선도를 위한 생산 일자 등을 고려해 구입한다. -A(30세, 회계사)

품질을 가장 우선시하기 때문에 베트남산보다 수입산 포도를 우선적으로 구매하는 편이다. -B(23세, 프리랜서 MC)

우리 가족은 매일 과일을 먹는다. 매일 신선한 과일을 구매하기 위해 슈퍼마켓에 간다. -D(34세, 네일아티스트)

■ 과일 구매의 장벽

대부분의 과일은 과자나 즉석식품처럼 바로 섭취할 수 없다. 세척하거나 씨앗을 바르는 과정을 거쳐야 하기 때문에 과일을 먹는데 꺼려진다. 또 수입산 과일은 베트남 평균임금에 비해 비싸 일반 사람들은 특별한 날이나 세일 기간에 주로 산다.

과거에는 포도를 먹기 전에 아주 많이 세척하고 껍질을 벗겨 먹었다. 포도는 씻어야 하고 껍질을 벗기고 씨를 빼는 등의 과정에 시간이 많이 걸려 먹기에 불편한 경우가 있다. -B(23세, 프리랜서 MC)

가족 구성원의 수입이 좋다면 더 많은 수입산 포도를 구매하겠지만, 수입이 좋지 않다면 베트남산 포도를 구매할 수밖에 없다. -A(30세, 회계사)

중산층 정도의 평균 수입이라면 수입산 포도를 사겠지만 그렇다고 자주 구매하지는 않을 것이다. 선물용으로 오는 수입산이 좋다.. -D(34세, 네일아티스트)

■ 포도 소비 촉진을 위한 방법

무료 시식도 좋지만 과일을 사자마자 바로 먹기 좋도록 작은 단위로 포장하거나 세척해 판매한다면 고객들이 귀찮아하지 않고 바로 사서 먹을 것이다.

영양 성분 정보를 제공하고 껍질째 먹을 수 있는 신선도와 품질이 중요하다.
-D(34세, 네일아티스트)

일부 사람들은 건강식으로 과일을 함께 먹기도 한다. 건강과 관련한 정보를 함께 제공하는 것이 좋을 것 같다.
-A(30세, 회계사)

홍보를 위해 무료 샘플을 나눠 주는 방법도 좋지만 제품 정보를 진열하거나 판매 직원이 영양 성분 정보를 설명하는 등 정보 제공이 잘되면 좋겠다. 베트남 사람들은 제품을 신뢰할 만한 확실한 정보를 제공받길 원한다. -B(23세, 프리랜서 MC)

시식용으로 무료 샘플을 제공하는 것도 홍보에 좋은 영향을 미칠 것이다. -E(30세, 학생)

■ 포도 원산지 및 품종별 선호도

대상자들은 미국산 포도의 맛과 가격 정보를 이미 알고 있으며 미국산을 기본적으로 선호하고 있다. 하지만 포도를 시식한 후에 한국 포도의 맛을 긍정적으로 평가했다. 샤인 머스켓은 당도가 높고 먹기 편하며 알이 커서 시식 포도 중에서 가장 인기가 높았다. 캠벨 포도의 경우 와인 맛이 나서 독특하고 신기하지만 껍질을 벗겨 씨를 발라 먹어야 하는 번거로움 때문에 많이 먹지 않았다.

거의 미국산 포도를 먹으며 미국산 검은 포도를 선호한다. -A(30세, 회계사)

사람들이 포도를 구매할 때 원산지별로 따져보고 구매한다. 나는 아직까지 베트남산 포도를 좋아하고 베트남산 포도도 종류에 따라 품질이나 당도가 먹을 만하다.

-B(23세, 프리랜서 MC)

포도 알의 크기, 색, 맛, 씨앗의 여부 등으로 품종을 구분한다. 한국산 포도 품종(캠벨, 샤인 머스켓) 중 샤인 머스켓을 선호한다. 이유는 포도 알이 크고 당도가 높아 맛이 좋기 때문이다.

-D(34세, 네일아티스트)

미국산 포도를 좋아한다. 미국산 포도는 아주 달고 식감이 아삭하다. 미국산 중에서도 검은 포도보다 붉은 포도를 더 선호한다. -E(30세, 학생)

■ 한국산 포도에 대한 견해

샤인 머스켓은 가격이 워낙 비싸 자주 접할 수 없는 포도다. 처음 먹어 본 경우가 많았으나 미국 포도보다 더 잘 먹었다. 그러나 가격이 너무 비싸 가격을 생각하면 한국 포도보다 미국 포도를 더 선택할 것으로 보였다. 베트남 젊은이들은 음식을 먹을 때 한국 사람들에 비해 건강과 미용을 더 생각해서 과일을 많이 먹는다.

한국산 포도 맛이 미국산 포도보다 좋다. 한국산 포도(캠벨)는 부드럽고 중간 당도여서 좋다. 하지만 가격이 비싸다. 미국산 포도는 kg당 15만~16만 동으로 가격이 적당하지만 한국산 포도는 50만 동으로 비싸다. -B(23세, 프리랜서 MC)

10대의 경우 단맛을 선호하지만 당도가 너무 높으면 쉽게 질릴 수 있다. 당뇨와 같은 질병이 있는 사람들에게는 중간 당도가 적당하다고 생각한다.

-A(30세, 회계사)

한국 포도는 아주 비싸다. 하지만 포도를 선물용으로 구입하는 경우 사람들은 품질이 좋다면 가격은 생각하지 않는다. 가족을 위해 구매하거나 새해와 같이 특별한 날에 구입할 수 있지만 자주 구입하지는 않을 것 같다. -D(34세, 네일아티스트)

맛이 좋고 당도가 적당하다고 생각한다. 당뇨와 같이 질병이 있는 사람들에게는 미국산 포도보다 더 좋을 것으로 생각한다. 다만 가격이 너무 비싸다. -C(22세, 학생)



제 3 장

베트남 포도 수입 및 유통 관련 정책 및 법규

가. 수입 및 검역

나. 식품 안전에 대한 규정

3

베트남 포도 수입 유통 관련 정책 및 법규

가. 수입 및 검역

(1) 수입관세

한국에서 수입되는 신선 포도의 경우 2015년 5월 체결되고 12월 20일 발효된 한-베트남 FTA 협정에 의해 수입관세는 0%다.

품목	HS CODE	세부 설명	관세율
포도	0806 10 00	신선 포도	MFN=10% AKFTA=0% / VKFTA=0%

※ 출처 : 통합무역정보서비스

(2) 수입절차

베트남에 포도를 수출하고 통관시키기 위해서는 ①수입신고서 제출 → ②신고서 확인 → ③관세 납부 → ④검수 및 물품 인도 절차를 거쳐야 하며, 자세한 수입절차는 다음과 같다.

① 수입신고서 제출

통관을 위한 첫 번째 과정은 수입신고서를 세관에 제출하는 것이다. 베트남 세관은 전자시스템을 운영해 수입신고서를 전자시스템에 제출하면 된다. 화물이 항구나 공항에 도착하면 자동적으로 도착 보고서가 세관으로 전달되며 전자세관시스템에 나타나게 된다. 이는 수입자 및 수출자 측에서 전자세관시스템을 통해 확인이 가능하며 이때 수입신고서를 전자세관에 제출하면 된다.

② 신고서 확인

2단계는 수입자 측에서 제출한 서류를 확인하는 것이다. 세관에서는 통관 시 수입자를 Red Line과 Green Line으로 분류하며 분류 기준은 기존 수입 이력에 기반한다. 서류 확인 이후 관세 납부를 위한 번호를 받게 된다.

③ 관세 납부

3단계는 수입한 품목에 해당하는 관세를 납부하는 것이다. 관세 납부는 직접 납부나 전자 납부 시스템을 통한 납부 모두 가능하다.

④ 검수 및 물품 인도

마지막 단계는 수입 물품 검수 후 물품을 인도받는 것이다.

(3) 제출 서류

베트남에서 수출 및 수입 시 베트남 정부에서 제정한 통관 관련 법률을 준수해 통관을 진행해야 한다. 제품의 종류, 수량, 세부 정보를 세관에 제출해야 한다. 베트남 통관 법에 따라 제품 검수는 세관이 주체가 된다. 일반적인 통관 관련 서류 이외에 신선 과일은 식품 안전 증명서, 수입 적합 증명서, 품질 보증 증명서를 보건부에서 발급받아야 한다. 모든 수입 절차는 재무부에서 제정한 법령 No.128/2013/TT-BTC(2013년 9월 10일)에 따라 진행해야 한다.

① 1단계

화물이 항구/공항에 도착해 물품 인도 전까지 수입자는 아래의 서류를 준비해 베트남 세관 측에 제출해야 한다.

- 수입 신고서(전자 서류): 2장/원본
- 판매 계약서: 1장/사본
- 상업 송장: 1장/원본
- 포장 명세서: 1장/원본
- 선하증권(해상 운송) or 항공 화물 운송장(항공 운송 시): 1장/사본
- 원산지 증명서: 1장 원본(원본을 보유한 경우)/ 원산지 국가와 수입 국가 측 무역협정 체결 시 해당 서류 이외에 신선 과일은 검역을 거쳐야 하고 베트남 농업개발청 측에서 분석 증명서를 유통 전 발급받아야 한다.

<신선 과일 수입 시행 관련 법령>

◆ Decree No 35/2007/QĐ-BNN(2007년 4월 23일)

베트남 농업부 및 도서 지역 개발부에서 제정, HS 코드에 따라 검역을 실시한다.

◆ Decision 2515/QĐ-BNN-BVTV(2015년 7월 1일)(Decision No. 35/2007/QĐ-BNN 대체)

베트남 농업부 및 도서 지역 개발부에서 제정, 신선 과일 수입 시 검역을 실시한다.

◆ Circular 30/2014/TT-BNNPTNT(2014년 9월 5일)

베트남 농업부 및 도서 지역 개발부 제정, 검역 시행을 위한 통제 법안 목록을 공표, 해당 목록에는 신선 과일과 채소가 포함되어 있다. 베트남 수입 전 위험 요소 분석 인증서를 발급받아야 한다.

◆ Decision No 48/2008/QĐ-BNN(2007년 3월 29일)

베트남 농업부 및 도서 지역 개발부 제정, 베트남으로 식물 수입 시 해충 위험 분석을 위한 식물 수입면장 발급 과정 및 관련 규정 포함, 해당 법안의 부록 3에는 신선 과일 수입 통관을 위한 서류 발급 과정이 포함되어 있으며 베트남에서 제품 유통 전 위험 요소 분석 인증서를 반드시 발급받아야 한다. 위험 요소 분석 인증서 발급 시일은 아래와 같다.

- 이전 분석 결과를 받은 신선 과일 : 3~10일
- 베트남에 처음 수입되는 신선 과일 : 1~3년
- 베트남에 처음 수입되는 국가의 신선 과일 : 1~3년
- 수입국에서 해충 위험 분석 관련 증거를 발급받은 신선 과일 : 90일
- 해충 방지 조작 신선 과일 : 60일

◆ Decision No 89/QĐ-BNN(10월 29일)

베트남 농업부 및 규정 공표부 제정, 검역 시행을 위한 통제 법안 목록에 기재된 제품에 대해 소독을 실시한다.

◆ Circular No.13/2011/TT-BNNPTNT(2011년 3월 16일)

식용 가능한 식품에 대한 식품 안전 조정에 대한 안내

② 2단계

물품 인도 후 베트남 내 유통 전 수입 업자는 적합성 인증서를 반드시 발급받아야 한다. 따라서 수입 업자는 아래의 서류를 해당 정부 기관에서 발급받아야 한다. (택 1)

- 수입 자격 증명서
- 시험 증명서

(4) 자격요건

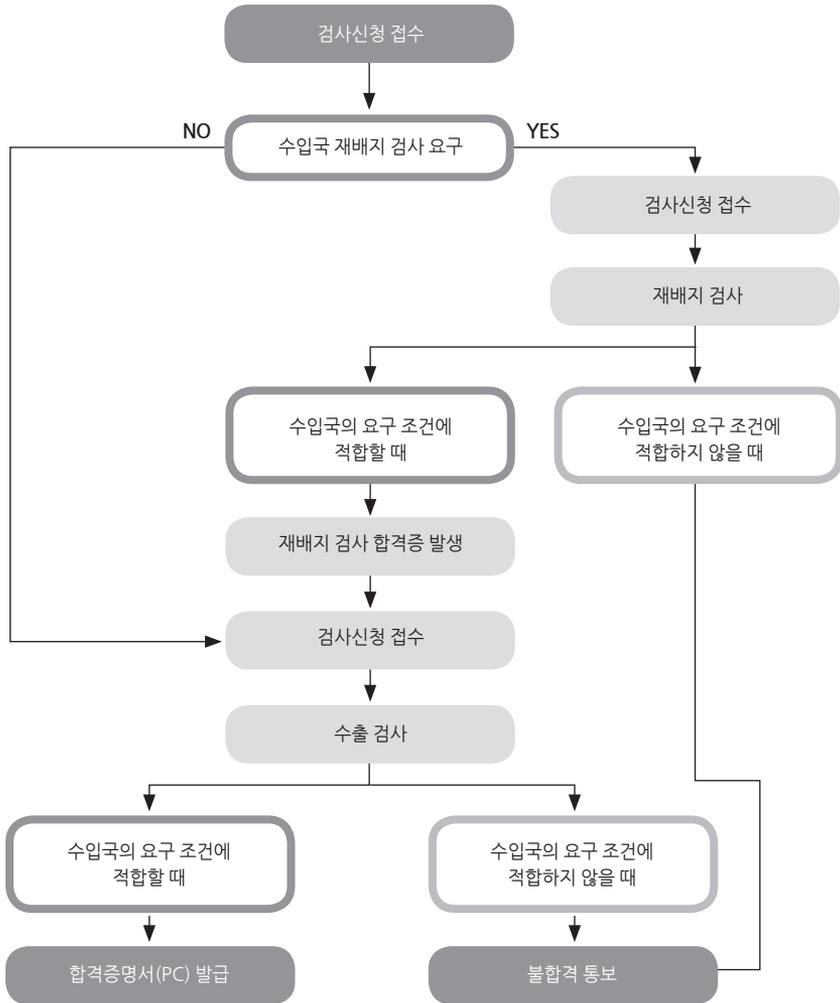
인증서 이외에 베트남 정부로부터 아래의 기준에 부합하는 자격요건을 인증받아야 한다.

<자격요건 관련 품목 및 내용>

구분	세부 설명
QCVN 01-132:2013/BNNPTNT	신선 채소, 과일, 차 관련 국가기술규정 - 제품 포장 시 안전 보장에 대한 조건
TCVN 4885-89	신선 채소 및 과일, 저온 저장 조건에 대한 정의 및 측정
TCVN5102-90	신선 과일 및 채소의 샘플링
TCVN 5304-91	신선 과일 및 채소의 보관 기술 및 보존 환경

(5) 검역

<국내 수출 식물 검역 절차>



※ 출처 : 농림축산검역본부

나. 식품 안전에 대한 규정

(1) 식품 안전에 관한 수입 요건

베트남으로 포도를 수출하려면 베트남 내 식품 관련 기준과 규제 등 각종 수입 요건을 충족해야 한다. 산업통상부 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)에서 제공하는 베트남 식품 관련 수입 요건은 다음과 같다.

■ 식품 안전 위생 기준 증명서

주요 내용	<p>1. 개요 회사, 가정 및 개인이 식품을 수입, 수출하려면 관할 국가 기관의 식품위생과 안전 요구 사항을 충족하는 증명서가 있어야 합니다.</p> <p>2. 정부 규제 및 식품 수입 및 수출의 안전 검사 절차 수입 및 수출 식품은 베트남의 품질인증제도 운영과 상호 인정에 관한 조약을 체결한 관할 국가의 기관에 의해 식품위생 및 안전 요구 사항을 충족하는 인증서가 있어야 합니다. 만약 베트남의 식품위생과 안전 법 조항에 위배되는 징후가 발견되는 경우 품질관리 시스템을 검사할 수 있습니다. 식품의 수입과 수출은 표준 인증되어야 하고, 식품의 조직 및 개인의 생산, 무역은 베트남 표준 또는 외국 기준, 국제적 기준에 따라 식품위생 및 안전의 품질관리 시스템에 인증되어야 합니다. 이 기준을 적용하면 식품위생 및 안전을 확인하는 시간을 줄일 수 있습니다.</p>
대상 범위	베트남으로 수입되는 식품 관련 제품
관련 기관	베트남 보건부 산하 식품 검역과(www.moh.gov.vn)

■ 해충위험분석이 적용되는 제품에 대한 수입 허가

<p style="text-align: center;">주요 내용</p>	<p>1. 개요</p> <p>해충위험분석(Pest Risk Analysis, PRA)은 식물 검역 측정치를 조정하고 개선해야 하는지 여부를 결정하기 위해 과학적, 경제적, 생물학적 증거를 평가하는 과정으로 식물 및 식물 제품이 해외에서 베트남으로 수입되기 전 해충 위험분석이 필요합니다. 이 해충위험분석이 적용되는 식물 및 식물 제품들은 베트남으로 수입 시 수입 허가가 필요합니다.</p> <p>2. 식물위생 수입 허가 신청</p> <p>제공된 정보는 수출 검역에 대한 사용 시 업데이트해야 하며, 수입 허가 기간은 1년입니다.</p> <p>■식물위생 수입 허가 신청 시 PRA 수행에 필요한 정보</p> <p>① 식물 및 식물 제품</p> <ul style="list-style-type: none"> - 학명 - 일반명 - 종자 허용 또는 해충 저항 - 제품 수입에 사용되는 물 <p>② 생산 지역</p> <ul style="list-style-type: none"> - 생산 지역: 집단, 지구, 지방 수준 - 지도에서 생산 지역의 위치 - 수출 용량(ton/years) <p>③ 재배 방법</p> <ul style="list-style-type: none"> - 전체 모니터링 프로그램과 해충 관리 - 지역 해충의 정보 - 수확 방법과 시간 - 지역 식물을 보호하기 위한 대책(경원에서 해충을 제거하기 위해) <p>④ 해충 목록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 학명 - 지역 분류 - 다른 이름 - 일반명 - 숙주(해충 등의) - 피해의 징후 - 유통 - 해충 상태 - 관리 대책 - 경작(병에 걸린 식물의 제거, 돌려짓기, 경원위생소독, 곤충 덫 등) - 생물학(해충의 천적을 이용, 제거, 저항성 품종) - 물리학 <p>⑤ 제품 포장</p> <ul style="list-style-type: none"> - 포장 방법 - 공정 검사, 비율 테스트 - 수확 후 처리 방법 - 저장 상태 및 안전 <p>⑥ 관련 문서의 사본</p>
<p>대상 범위</p>	<p>베트남으로 수입되는 식물 및 식물 제품</p>
<p>관련 기관</p>	<p>베트남 농업농촌개발부(www.agroviet.com.vn/)</p>

■ 식품위생 및 안전에 대한 규정

<p style="text-align: center;">주요 내용</p>	<p>1. 개요 식품에 관련된 제품이 베트남 시장에 유통되기 전 해당 식품들은 식품 안전에 대한 규정을 준수해야 합니다.</p> <p>2. 식품 안전을 위한 조건</p> <p>① 식품 안전을 위한 일반 조건</p> <ul style="list-style-type: none"> • 병원성 미생물, 식물 살충제 잔류물, 수의학 약물 잔류물, 중금속, 오염물질 및 인간의 삶에 해로움을 미칠 수 있는 다른 물질의 제한 규정과 기술 규정을 충족해야 함 • 음식의 종류에 따라 다음 조항 중 하나 이상을 충족해야 함 <ul style="list-style-type: none"> - 식품첨가물의 사용 규칙 - 식품 포장 및 라벨에 대한 규정 - 식품 보존에 대한 규정 <p>② 신선한 식품의 안전 조건</p> <ul style="list-style-type: none"> • 수의학 법률에 따라 동물성 신선한 식품에 대해 권한 있는 수의학 기관의 수의 증명서 <p>③ 가공식품에 대한 안전 조건</p> <ul style="list-style-type: none"> • 식품 안전을 보장하고 고유의 특성을 유지할 의도로 만든 식품 재료는 인간의 건강에 유해한 제품을 만들어서는 안 됨 • 시장에 유통되기 전 관할 국가 기관에 가공식품 팩을 등록해야 함 <p>④ 식품첨가제 및 식품 가공 첨가제의 안전성 확보를 위한 조건</p> <ul style="list-style-type: none"> • 식품첨가제 및 식품 가공 첨가제의 해당 기술 규정을 충족해야 함 • 제품 라벨에 사용되는 경고문이나 첨부되는 문서는 제품의 원산지에 따라 영어나 다른 언어를 허용함 • 목록에 있는 식품첨가제 및 식품 가공 첨가제는 보건부 장관 (Minister of Health)에 의해 식품 제조 사업의 사용에 허가됨 • 시장 유통 전에 관할 기관에 등록 명세서를 제공해야 함 <p>⑤ 유전자 변형 식품에 대한 안전 조건</p> <ul style="list-style-type: none"> • 정부의 인간의 건강과 환경 안전에 대한 규정을 준수해야 함 <p>⑥ 방사능 식품의 안전성 확보를 위한 조건</p> <ul style="list-style-type: none"> • 방사선량에 관한 규정 준수 • 방사선 허용 식품 그룹 목록에 있어야 함
<p>대상 범위</p>	<p>베트남으로 수입되는 식품 관련 제품</p>
<p>관련 기관</p>	<p>보건부(www.moh.gov.vn)</p>

■ 식품 라벨 표시 제도

<p>주요 내용</p>	<p>베트남에서 유통되는 상품 및 수입품에 대해서는 다음의 법규에 따라 표시를 의무화함(단, 포장 없이 소비자에게 직접 판매되는 신선식품 및 가공식품은 예외)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 상품 라벨링에 관한 명령(Decree No.89/2006/ND-CP on labeling of goods) - 상품 라벨링에 관한 명령의 일부 조문의 이행에 관한 통지(Circular No.9/2007/TT-BKHCHN) - 식품안전법 세부 조항에 관한 명령(Decree No.38/2012/ND-CP) <p>베트남에서 식품의 라벨은 반드시 베트남어로 표기할 것 베트남어 이외의 외국어로 병기하는 경우, 기재 내용은 베트남어로 설명된 내용과 일치해야 하며, 베트남어로 기재되는 문자의 크기를 초과할 수 없음 기재 내용이 베트남어로 나와 있지 않거나 기재 내용이 불충분한 수입품에 대해서는 기재 내용을 베트남어로 기재한 부수 표기가 있어야 하며, 상품의 원래 표시는 남아 있어야 함</p> <p>라틴어 기재가 허용되는 경우</p> <ul style="list-style-type: none"> - 베트남어 명칭이 없는 인체용 의약품의 국제 이름이나 학명 - 화학식 또는 구조식을 포함한 화학물질의 국제 이름이나 학명 - 베트남어로 번역할 수 없는 또는 번역하는 것이 무의미한 상품의 구성 성분 또는 성분량의 국제 이름이나 학명 - 상품을 생산 또는 생산 위탁하는 외국 기업의 이름 및 주소 <p>식품을 포함한 모든 상품은 공통적으로 다음의 3가지 사항을 표시하는 것이 필수임</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 상품명 2. 상품을 책임지는 조직 또는 개인의 이름과 주소 3. 원산지 <p>식품의 경우 내용량, 제조 연월일, 유통기한, 원료품명 및 식품첨가물 및 성분 양, 위생 안전 정보 또는 경고, 사용 방법이나 보관 방법의 표시도 필요함</p>
<p>대상 범위</p>	<p>식품</p>
<p>근거 법령</p>	<p>DECREE No. 89/2006/ND-CP ON LABELING OF GOODS Circular No.9/2007/TT-BKHCHN(Guidance on the implementation of Certain Articles of Government Decree 89/2006/ND-CP) Decree No. 38/2012/ND-CP detailing a number of articles of the Law on Food Safety</p>
<p>관련 기관</p>	<p>Ministry of Science and Technology(MOST)</p>

■ 식품첨가물 사용 규제

<p>주요 내용</p>	<p>식품첨가물은 다음의 조건을 충족해야 함(식품안전법 제17조)</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 기술적 기준을 충족하고 법률 규정에 따를 것 ② 식품 라벨 또는 첨부 자료에 베트남어 또는 제조 지역의 언어로 적정 사용 방법을 명기하고 있을 것 ③ 식품 제조, 운영에 관한 보건부 장관의 사용 인가를 받은 식품첨가물 리스트에 기재되어 있을 것 ④ 유통에 앞서 규제에 따르고 있다는 취지의 등록을 당국에 할 것 <p>- 상기 조건 중 ③의 보건부 장관의 사용 인가를 받은 식품첨가물 리스트는 ‘식품첨가물의 관리에 관한 보건부 통지(No. 27/2012/TT-BYT)’ 부록 I 에서 정하고 있음(Positive List)</p> <p>- 부록 II 에는 첨가물에 대한 최대 사용 허용량(ML수치)이 기재되어 있음</p> <p>- 동 통지에 기재되지 않은 식품첨가물의 사용, 판매, 수출입은 인정되지 않으며, 기재되어 있지 않은 새로운 성분의 취급에 관해서는 보건부의 허가가 필요함</p>
<p>근거 법령</p>	<p>식품위생과 안전에 관한 법령 No.55/2010/QH12 식품첨가물의 관리에 관한 보건부 통지 No. 27/2012/TT-BYT</p>
<p>관련 기관</p>	<p>보건부(www.moh.gov.vn)</p>

■ 식품 내 잔류 농약 기준

<p style="text-align: center;">주요 내용</p>	<p>기본적으로 국제 Codex 기준에 따라 '식품 중에 포함된 화학물질의 최대 허용량에 관한 결정' No.46/2007/QD-BYT on 'Maximum Permitted Level of Biological and Chemical Residue Allowed in Food'에서 식품 중의 잔류가 허용되는 (1) 동물용 의약품 (2) 독성 균류 (3) 중금속 (4) 미생물 (5) 식물 보호를 위한 제품(농약)에 대한 대상 품목당 최대 허용량이 정해져 있음</p> <p>(1) 동물용 의약품의 잔류에 대해서는 총 59종의 MRL(Maximum Residue Level)을 규정 (2) 독성 균류에 대해서는 12종 (3) 중금속은 8종류(안티몬, 비소, 카드뮴, 납, 수은, 주석, 구리, 아연) (4) 미생물에 대해서는 각각 대상으로 하는 식품 12가지(우유 및 유제품, 육류 및 육류 조제품, 생선 및 수산물, 계란과 계란 조제품, 곡류 및 곡류에서 조제품, 청과 및 청과 조제품, 음료, 조미료, 육아식품, 병과류, 통조림, 지방)에 대해 용량당 최대 허용량이 기재되어 있음 (5) 농약에 대해서는 178종류, 각각 대상으로 하는 식품, ADI 값 MRL 값에 대해 규정</p> <p>여기에서 언급되지 않은 동물용 의약품, 독성 균류, 중금속, 미생물, 농약의 잔류는 허용되지 않음 잔류가 허용되지 않거나 잔류 허용량을 초과한 물질이 식품에서 발견된 경우 법률에 따라 처벌됨</p> <p>해당 MRL 기준은 다음에서 확인할 수 있음 46/2007/QD-BYT(http://bvtvld.gov.vn/attachments/article/934/Quy%20dinh%20gioi%20han%20toi%20da%20o%20nhien%20sinh%20va%20hoa%20hoc%20trong%20thuc%20pham.pdf)</p>
<p>대상 범위</p>	<p>식품</p>
<p>근거 법령</p>	<p>식품 중에 포함된 화학물질의 최대 허용량에 관한 결정 No.46/2007/QD-BYT on "Maximum Permitted Level of Biological and Chemical Residue Allowed in Food"</p>
<p>관련 기관</p>	<p>보건부(http://www.moh.gov.vn)</p>



제 4 장

베트남 포도 수출 확대 방안

가. 주요 타겟

나. 유통채널

다. 마케팅 전략

4

베트남 포도 수출 확대 방안

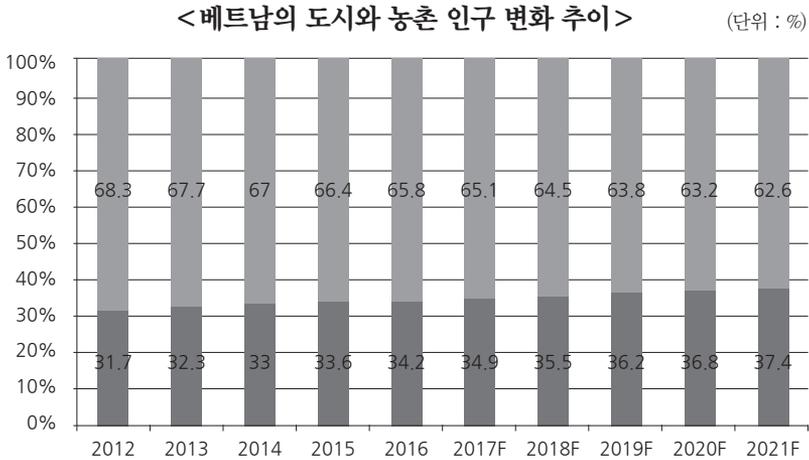
가. 주요 타깃

베트남은 경제성장으로 국민소득이 증가하면서 과일 소비 증가와 함께 품질 관련 인식 또한 높아졌다. 중산층은 가격이 저렴하지만 맛이 없는 국내산 포도보다는 당도가 높고 껍질째 먹을 수 있는 수입산을 선호하게 되었다. 특히 유해물질 안전성에 민감해 중국산 포도는 일반 대형 마트에서 외면당하고 국내산보다 10배 이상 비싼 프리미엄급 수입산 포도들도 등장하기 시작했다.

재래시장에는 국내산과 중국산 포도를 포함한 모든 제품들이 판매된다. 이에 반해 대형 마트와 수입 과일 전문점에는 미국산을 비롯한 수입산 포도를 판매해 소득에 따라 다양한 포도를 구매할 수 있다. 한국산 포도는 미국산 포도보다 3~4배 정도 비싸 가격으로 프리미엄 포도에 속한다.

(1) 도시 거주자

베트남의 도시 거주자가 꾸준히 늘고 있다. 2012년 31.7%에서 10년이 지난 2021년에는 37.4%로 늘어날 예정이고, 이러한 증가 추세는 계속 이어질 것으로 보인다.



※ 출처 : Worldbank

■ 도시 인구 ■ 농촌 인구

도시 거주자는 농촌 거주자에 비해 소득이 높다. 베트남의 2016년 1인당 GDP는 2,215달러지만 호찌민과 같은 대도시는 그 2배인 5,300달러를 넘어서고 있다. 소득이 증가하면 비싸더라도 맛과 품질이 좋은 수입산 포도를 구매할 수 있는 여유가 생긴다. 다양한 인프라를 갖추고 있는 도시는 대형 마트, 편의점, 과일 전문점 및 재래시장까지 망라하는 과일 유통망이 잘 갖춰져 있어 소비자들이 손쉽게 수입산 포도를 구매할 수 있다.

포도는 다른 과일과 달리 상온에서 5일, 15℃ 미만 냉장 보관에서도 10일이 지나면 쉽게 신선도가 떨어지기 때문에 짧은 시간 내에 판매가 이뤄져야 한다. 때문에 시간이 많이 걸리고 유통 인프라가 좋지 않은 베트남의 중소 도시까지 유통시키기는 쉽지 않다. 한국산 프리미엄급 포도는 베트남 5대 도시 거주자가 주요 고객이 될 수 있다.

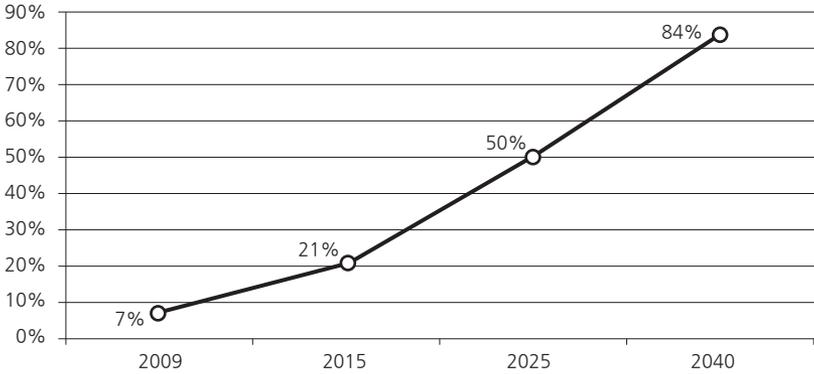
(2) 중산층 이상 고소득자

한국산 신선 포도를 포함한 수입 과일들은 베트남산 포도에 비해 높은 가격대를 형성하고 있다. 하지만 베트남의 경제성장으로 가계소득이 증가하면서 중산층 가정이 늘어났다. 이제 소비층은 다소 가격이 비싸더라도 건강하고 안전하다면 비용을 지불할 능력을 갖게 되었다.

골드만삭스와 비나캐피털 자료에 따르면 연소득 6,000~3만 달러 인구 비중은 2009년 7%에서 2015년 21%, 2025년에는 50%까지 증가할 것으로 나타났다.

베트남 중산층이 늘어나는 것은 수입 과일을 구매할 수 있는 가정이 늘어남을 의미하며 이는 곧 한국산 포도를 포함한 수입 과일의 수요 상승으로 이어질 것으로 예상된다.

<베트남 중산층 비중>



※ 출처 : 골드만삭스, 비나캐피탈

(3) 20~50대 여성 소비자

20~30대 여성의 경우 영화, 드라마 등 각종 해외 미디어와 광고, 소셜 네트워크 등에 노출되어 수입 과일 등 해외 식품에 대한 거부감이 없고 구매 욕구도 높다. 미용이나 다이어트에 대한 관심으로 과일에 대한 선호도가 높다.

40~50대 여성의 경우 식료품의 주요 구매층으로 자녀나 가족을 위해 까다롭게 식료품을 구매하는 계층이다. 이는 유제품, 이유식 등의 식품류와 과일, 채소 등에 이르는 모든 식음료를 구매할 때 쓴 제품뿐만 아니라 가족의 건강을 위한 웰빙 제품을 찾고 구매함을 의미한다. 이런 구매 형태는 높은 품질과 철저한 검역을 거쳐 안전한 수입산 식품 구매로 연결되어 한국산 포도의 주요 구매 타깃이 될 것으로 보인다.

나. 유통채널

(1) 과일 전문점을 통한 유통 확대

수입 과일은 대형 슈퍼마켓을 통해 유통되는 비율이 가장 높지만 과일 전문점을 통한 유통도 점차 늘고 있다. 과일 전문점 중 일부는 체인점으로 운영되고 페이스북과 같은 소셜 네트워크나 홈페이지 광고를 하며 온라인 주문도 받아 소비자들이 편하게 이용할 수 있다. 과일 전문점 중 체인점을 운영하는 대형 과일 전문점과 한국의 포도수출협회의와 같은 생산 및 수출 단체의 긴밀한 협력이 요구된다.

<주요 과일 전문점>

Bac Tom	
전화	046-254-1342
이메일	raubactom@gmail.com
홈페이지	www.bactom.com www.facebook.com/raubactom
Greeny House	
전화	08-8848-6688
이메일	housegreeny@gmail.com
홈페이지	greenyhouse.com www.facebook.com/home.greeny
Klever Fruits	
전화	04-38-313-999
이메일	cksh@kleverjuice.com.vn
홈페이지	kleverjuice.com.vn www.facebook.com/kleverFruits
One For One Trading Service Import Export	
전화	08-3830-2500
이메일	hantran@yahoo.com
홈페이지	traicay141.vn www.facebook.com/traicay141.vn

Fruit One	
전화	028-090-990-2696
이메일	info.fruitone@gmail.com
홈페이지	www.fruitone.vn https://www.facebook.com/FruitOneVN/
Viетроp Fruit	
전화	028-0963-397-979
이메일	info@viettropfruit.com
홈페이지	www.viettropfruit.com
Minh Phuong Fruit	
전화	028-0908-701-155
이메일	iminhphuongfruit@gmail.com
홈페이지	http://minhphuongfruit.com/
Vin Fruit	
전화	028-0914-441-293
이메일	hello.vinfruits@gmail.com
홈페이지	https://vinfruits.com/ https://www.facebook.com/traicayvinfruits
Fruit Store	
전화	028-3514-2828
이메일	info@daikimphat.com
홈페이지	http://fruitstore.com.vn/ https://www.facebook.com/traicayvinfruits
Luon Tuoi Sach	
전화	0944-283-888
이메일	luontuoisach@gmail.com
홈페이지	http://luontuoisach.vn/ https://www.facebook.com/vfoodfruit/
Biovegi	
전화	024-3785-5444
이메일	info.biovegi@gmail.com
홈페이지	http://biovegi.com.vn/ https://www.facebook.com/biovegifresh/

Mia fruit	
전화	0903-597-257
이메일	jennyf.nguyen@miafruit.com
홈페이지	http://www.miafruit.com/ https://www.facebook.com/miapremiumfruit/

(2) 한국계 유통채널의 활용

태국은 2015년과 2016년 베트남의 Big C와 Metro라는 하이퍼마켓을 인수해 현지 시장에 진출했다. 이후 인수한 하이퍼마켓을 통해 태국산 식품을 홍보하고 판매하고 있다. 특히 Metro 메가마트는 정기적으로 태국 수입 제품을 저렴하게 판매하고 있다. 이는 태국산 제품을 베트남에 홍보할 뿐만 아니라 특정 제품의 프로모션에 도움을 주고 있다.

한국의 대형 유통 업체들도 정치적인 환경이 좋지 않은 중국 시장에서 동남아 시장으로 눈길을 돌리고 있다. 이미 베트남에는 롯데마트, 이마트, K마트 등이 진출해 있어 한국계 대형 매장을 중심으로 한국산 포도를 홍보하고 판매하는 이벤트를 적극 늘릴 필요가 있다.

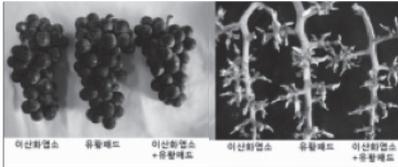
다. 마케팅 전략

포도는 현재 베트남산 포도 이외에도 다양한 국가에서 다양한 품종이 수입되고 있다. 또한 포도를 대체하는 다른 수입산 과일과의 경쟁이 치열해질 것으로 판단된다.

(1) 품질 유지를 위한 포장 기술과 패키징 상품화

포도는 보통 15℃를 기준으로 10~14일 정도 보관할 수 있는데, 냉장 컨테이너로 유통한다고 해도 고온다습한 베트남의 기후 특성과 유통 구조상 콜드체인 시스템이 부족하다. 이 점을 고려해 유통기간을 늘릴 수 있는 기능성 포장 방식과 디자인이 필요해 보인다.

<기능성 포장의 예시>



이산화염소, 유황 패드 등 적용 포장



기능성 패드 적용 포장



일반 비닐 포장



에어캡 포장

예를 들어 아황산가스가 만들어지는 종이 패치를 함께 포장해 포도의 신선도를 유지하는 아황산 패치 방식, 이산화염소를 처리하는 방식, 포도의 탈립 억제를 위한 포장 기술 등을 확대 적용할 수 있다. 여기에 고급스러운 포장 기술까지 더하면 품질이 돋보이면서 신선도까지 오래 유지되는 포도를 유통할 수 있을 것이다.

<선물용 과일 예시>



베트남인들은 가족과의 관계와 예의범절을 중요시하기 때문에 신년이나 추석 등에 한국과 비슷하게 가족 친척들과 선물을 주고받는다. 연말처럼 특별한 날 주변에 과일을 선물하는 것이 흔한 풍경이다. 한국산이라는 인지도가 높은 배와 함께 포도를 패키징화하는 마케팅도 시도해볼 만하다.

<포도의 활용 예시>



포도 소형 패키징 상품



포도의 다양한 활용(주스)

포도는 과일 특성상 송이가 잘 떨어지는데 송이가 가지에 붙어 있지 않으면 상품성이 떨어진다. 일부 상점에서는 상품성이 떨어진 포도송이를 작은 단위 용량으로 포장해 저렴하게 판매하기도 한다. 과일 전문점에서 과일 주스도 함께 판매해 손실을 최소화하고 있다.

(2) 유통망 확대 및 적정 가격 정책

한국산 포도는 유통망이 아직 부족해 다양한 유통망 구축이 필요하다. 앞에서 살펴본 바와 같이 재래시장보다는 하이퍼마켓과 슈퍼마켓 같은 대형 유통 매장, 과일 전문점, 온라인 판매가 주된 유통망이다. 하지만 대형 유통 매장을 제외하면 직수입하기보다 중간 수입상을 거쳐 유통된다. 다양한 유통 구조를 확보해야만 생산자와 소비자가 모두 만족할 수 있는 가격을 결정할 수 있고, 적정 가격을 갖춰야만 더 많은 매출을 올릴 수 있을 것으로 예상된다.

같은 하이퍼마켓, 슈퍼마켓(Big C, VinMart 등)이라도 어느 지역에 있는지에 따라 판매량이 다르다. 한국 포도의 경우 가격이 비싸고 프리미엄급이기 때문에 주로 외국인이나 상류층이 많이 사는 동네에 위치한 매장 중심으로 유통시키는 것이 효율적이다.

유통망 확대를 위해 일레로 푸드 엑스포 등을 활용하는 방법이 있다. 베트남 내 각 지역별 기관과 협회, 업체와 전 세계 다수의 식품 관련 업체들이 참여하므로 베트남의 바이어나 유통 업체 등과의 다양한 기회를 얻을 수 있다.

<베트남 푸드 엑스포 2017>



실제로 2017년 11월 14일부터 17일 사이에 열린 ‘베트남 푸드 엑스포’에 참가해보니 한국을 비롯한 일본, 대만, 프랑스, 이탈리아, 러시아, 호주, 체코, 네덜란드 등 다양한 국가의 업체들이 참가했다. 많은 현지 바이어들이 직접 시식을 하며 교류했다.

방문 시 한국 포도 수출 업체들과 직접 이야기를 나눌 수 있었는데 주로 거봉, 캠벨, 샤인 머스켓 3가지 종류를 수출했다. 베트남으로 포도를 수출한 기간은 짧지만 2016년과 비교해 2017년은 늘어나는 추세이고 앞으로 계속 늘어날 것으로 전망했다.

현지 대형 유통 업체와의 인터뷰 결과, 한국 수출 업체와 직접 거래하고 싶다는 의견이 많았다. 충분한 양을 정기적으로 공급할 수 있는 여건이 된다면 대형 할인점 MD와 직접 접촉해 한국 포도를 다양한 시장에서 접할 수 있도록 할 수 있다. 이 밖에도 다양한 식품 관련 전시회가 열리고 있으니 적극적으로 참여해 신규 유통채널을 발굴하려는 자세가 요구된다.

<2017년 개최된 식품 관련 전시회 정보>

2017 베트남 호찌민 푸드&호텔 전시회	
전시회 정보	개최 기간(주기) 2017년 4월 25일~4월 27일(격년) 개최 도시(국가) 호찌민(베트남) 산업 분야 식품·음료 최초 개최 연도 2001 개최 규모 10,000㎡ 참가국 수 36개국
주요 참가국	한국, 인도, 대만, 미국, 덴마크, 싱가포르, 인도네시아, 홍콩, 독일, 스페인, 말레이시아 등
개최 결과	참가 업체 수 개최국 107, 외국 254, 총 361개 업체 참관객 수 개최국 10,150, 외국 801, 총 10,951명 한국 업체 참가 42개

2017 베트남 호찌민 푸드엑스포	
전시회 정보	개최 기간(주기) 2017년 11월 15일~11월 18일(매년) 개최 도시(국가) 호찌민(베트남) 산업 분야 가정용품, 기계류, 식품·음료, 소비재, 섬유·직물 최초 개최 연도 2015 개최 규모 10,000㎡ 참가국 수 25개국
주요 참가국	한국, 태국, 미국, 중국, 싱가포르, 말레이시아 등
개최 결과	참가 업체 수 개최국 500, 외국 400, 총 900개 업체 참관객 수 개최국 30,000, 외국 10,000, 총 40,000명 한국 업체 참가 57개

(3) 한국 이미지를 활용한 홍보

한류로 한국 드라마, K-Pop 외에 한국산 식품에도 관심이 높아졌다. 한국산 식품은 안전하다는 인식이 있어 제품을 홍보할 때 한국산 제품임을 한눈에 알 수 있도록 판촉 행사나 홍보 행사를 진행하는 것이 바람직해 보인다. 예를 들어 베트남 정부와 한국 정부가 공동으로 진행하는 호찌민-경주시 문화 축제가 2017년 11월부터 25일 동안 열렸는데, 한국의 문화를 알리는 동시에 식품에 대한 홍보도 가능하므로 이러한 행사를 적극 활용하는 방법도 추천할 만하다.

판매 촉진을 위해 할인 행사 등 가격적 프로모션도 중요하다. 한국산 포도의 안전성과 신뢰성을 강조하기 위해 판매 사원을 통한 영양 성분 정보 안내 같은 프로모션을 함께 진행하는 것도 다른 수입산 포도에 비해 낮은 인지도를 끌어 올리는 방법이 된다. 특히 한국산 샤인 머스캣은 베트남 현지에서 현재 핸드캐리로 일부 들어오는 일본의 샤인 머스캣을 대체할 수 있는 제품이다. 이는 프리미엄급으로 프로모션해 소수 상위층 고객이나 외국인을 타겟으로 시장을 세분화하는 것이 바람직하다.

<판촉 행사 및 홍보 행사>



베트남산 포도와 미국산 포도의 경우 대형 유통 매장에서 할인 등 다양한 프로모션 활동을 하고 있다. 이들 국가에는 정부 차원이나 포도 관련 협회가 있어 조직적으로 프로모션을 실시한다. 반면 한국산 포도는 지자체 단위로 수출하고 있어 조직적인 프로모션이 어렵다. 관련 정부 기관이나 협회 차원의 통합적인 수출이 어렵다면 지자체별로 수출은 하되 한국산 포도에 대한 일괄적이고 조직적인 프로모션을 여러 관계 기관이 같이 기획하고 진행하면 효과적일 것이다.

<미국 포도 할인 프로모션 광고>



유명 수입 과일 브랜드의 경우, 예를 들면 엔비 사과(Envy Apple, 뉴질랜드산 사과, 약 24만 동/kg)는 고유의 제품명을 사용해 상품을 브랜드화하고 있다. 반면 한국 포도는 충북 영동, 남원(고령지), 상주 화동(산떼루아) 등 재배 지역이 다양하고 재배 지역별 특징이 다름에도 ‘한국산 포도(Han Quoc Nho)’로 통칭해 판매하고 있다. 포도 품종별 스토리를 만들고, 재배 방식을 알리고, 포도로 만들 수 있는 요리를 소개하면서 한국 포도를 브랜드화한다면 베트남 소비자들에게 한국 포도를 더욱 효과적으로 알릴 수 있다.

<뉴질랜드 엔비 사과 브랜드화>



엔비 사과 포장



엔비 사과

광고의 경우 베트남은 페이스북 등 소셜 네트워크 홍보가 적절해 보인다. 베트남의 페이스북 유저 인구수가 약 4,600만 명이고, 모바일 메신저 유저는 약 7,000만 명이다.

베트남인들은 제품 정보 검색을 위해 소셜 네트워크 등 인터넷 검색을 많이 이용한다. 소셜 네트워크 사용자층에는 젊은 층과 여성이 많아 과일에 관심이 많다. 광고도 일반 광고와 다르게 자연스럽게 보이도록 개발되었기 때문에 텔레비전이나 지면 광고보다 저비용으로 고효율을 기대할 수 있다.

예를 들면 수입 과일 전문점 Mia Fruit의 경우 페이스북 페이지에 일본산 샤인 머스캣 관련 영상을 직접 만들어 올려 1만 명 이상의 조회 수를 기록했다. 나아가 페이스북을 통해 베트남 소비자들이 쉽게 직접 과일을 구매할 수 있도록 설정했다.

<소셜 네트워크 및 온라인 광고>



Aeon



Big C



Luôn Tươi Sạch



klever Fruits

<페이스북 일본 샤인 머스캣 광고 예시>



일본산 샤인 머스캣 페이스북 판매



일본산 샤인 머스켓 페이스북 홍보(동영상)

(4) 단일 브랜드화

베트남은 개발도상국이며 수많은 새로운 제품과 식품이 수입되는 시장이기도 하다. 이러한 시장에서 시장을 선점하기 위한 가장 손쉬운 방식은 대량의 물건을 낮은 가격에 공급하는 것이다. 하지만 이는 자칫 치킨게임이 될 수 있다. 판매업자 간 지나친 가격 경쟁으로 제품이 시장에서 저가의 상품으로 인식되면 결론적으로 도움이 되지 않는다. 일례로 홍삼 제품을 들 수 있다. 초반에는 한국산 홍삼이 품질 면에서 우수해 베트남 시장에서 적정 가격으로 유통되었다. 그런데 많은 업체들이 지나치게 낮은 가격으로 유통시키면서 현재 정OO 등 일부 브랜드를 제외하고는 싼 제품으로 인식되고 있는 현실이다.

포도의 경우 대량으로 수입되는 미국산 포도에 비해 한국산 포도는 물량이 충분하지 않아 가격적으로 미국산과 경쟁하기 어렵다. 그러나 한국산은 샤인 머스켓처럼 미국산에 비해 품질과 맛이 우수한 품종을 생산·판매하고 있다. 가격 면에서는 비싸지만 품질이 우수한 한국산 포도는 타국의 수입

포도와는 다른 판매 전략을 구사할 필요가 있다.

장기적으로 동일 품목/부류의 수출 조직을 통합해 제스프리(Zespri), 선 키스트(Sunkist)와 같이 한국산 포도, 특히 샤인 머스켓 품종을 재배하는 지자체별 농가를 통합해 단일 브랜드화하는 것도 생각해볼 수 있다. 단일 브랜드화의 장점은 다음과 같다.

첫째, 단일 브랜드화하면 품질의 일관성을 유지하기 쉽다. 농장별 포도를 동일한 규격에 따라 선과해 동일한 포장과 동일한 유통망을 통해 공급하면 소비자들에게 일관성 있는 품질의 포도를 제공할 수 있다.

둘째, 수출 업체별로 차이가 발생할 수 있는 가격대를 어느 정도 일정한 가격대로 유지할 수 있어 수출 업체별 과도한 가격 경쟁으로 인한 피해를 예방할 수 있다.

셋째, 현재 각 수출 업체나 수출 단지별로 홍보하고 있어 각기 다른 홍보 물을 제공하고 있다. 이 경우 소비자들에게 혼선을 줄 수 있어 단일화된 홍보나 정보 제공이 필요해 보인다. 단일 브랜드의 경우 효율적인 마케팅 전략을 수립할 수 있을뿐만 아니라 명품 브랜드로 인식시킬 수 있다. 한국 K사의 홍삼 브랜드인 정OO의 경우 엄격한 품질관리와 제품의 안전성에 대한 홍보, 브랜드 스토어 및 백화점 판매 등 고급화 전략으로 베트남 시장에 안착해 타 홍삼 제품과는 차별화되는 행보를 보이고 있다. 포도도 단일 브랜드를 통해 일관된 정보(맛 등 당도, 인증 정보, 포도 재배 스토리 등) 제공과 효율적인 제품 홍보 및 프로모션을 진행할 수 있다.

(5) 현지 판매점의 동기부여

설문 조사와 인터뷰에서 나타난 바와 같이 한국산 프리미엄 포도는 점원의 추천이 결정적인 역할을 한다. 점원이 한국산 포도를 고객에게 잘 추천할 수 있도록 어떻게 동기를 부여할 것이냐가 관건이 된다.

프로모션 기간 중에는 외부 판촉 사원을 투입해 한국산 포도를 홍보할 수 있지만 비용이 많이 들 수 있다. 대신 한국 국내에서 점포별로 특정 품목 우수 판매 사원을 뽑아 인센티브를 주는 방식을 적용할 수 있다. 예를 들어 Klever Fruits의 35개 매장에서 일정 기간 한국산 포도를 가장 많이 판매한 점포의 점장과 판매 직원을 마케팅 비용을 이용해 한국의 포도 산지로 초청해 견학도 시키고 한국산 포도에 대해 교육도 시킬 수 있다. 한국의 포도 산지 견학으로 한국을 잘 알게 된 점장과 판매 담당자는 한국에 대한 애정이 생겨 한국산 포도를 비롯해 다른 한국산 과일을 보다 적극적으로 추천할 가능성이 높다.



참고 자료

가. 소비자 설문 리스트

나. 제품 가격 정보

가. 소비자 설문 리스트

<베트남 포도 시장에 대한 소비자 조사>

Customer Survey (Grape market in Vietnam)

연령대	<input type="checkbox"/> 0~20대 <input type="checkbox"/> 20~30대 <input type="checkbox"/> 30~40대 <input type="checkbox"/> 40~50대 <input type="checkbox"/> 50+
성별	<input type="checkbox"/> 여성 <input type="checkbox"/> 남성
월 평균 수입	<input type="checkbox"/> 0~3,000,000 VND <input type="checkbox"/> 3,000,000 VND~5,000,000 VND <input type="checkbox"/> 5,000,000 VND~10,000,000 VND <input type="checkbox"/> 10,000,000 VND +
포도를 먹어본 적이 있나요?	<input type="checkbox"/> 있다 <input type="checkbox"/> 없다
포도를 얼마나 자주 구입하나요?	<input type="checkbox"/> 1회 미만 <input type="checkbox"/> 1~3 <input type="checkbox"/> 3~5 <input type="checkbox"/> 5+
적절한 포도 가격대는 얼마인가요?	<input type="checkbox"/> 100,000 VND/Kg <input type="checkbox"/> 100,000 VND-150,000 VND/Kg <input type="checkbox"/> 150,000 VND-250,000 VND/Kg <input type="checkbox"/> 250,000 VND +/Kg
포도를 주로 어디에서 구입하나요?	<input type="checkbox"/> 대형 할인점 <input type="checkbox"/> 재래시장 <input type="checkbox"/> 편의점 <input type="checkbox"/> 과일 가게 <input type="checkbox"/> 온라인 <input type="checkbox"/> 기타

어느 나라 포도를 가장 선호하나요?	<input type="checkbox"/> 베트남산 <input type="checkbox"/> 미국산 <input type="checkbox"/> 칠레산 <input type="checkbox"/> 한국산 <input type="checkbox"/> 멕시코산 <input type="checkbox"/> 남아프리카공화국산 <input type="checkbox"/> 기타
포도를 구입할 때 가장 중요한 고려 요소는 무엇인가요?	<input type="checkbox"/> 가격 <input type="checkbox"/> 당도 <input type="checkbox"/> 안전성 <input type="checkbox"/> 신뢰성 <input type="checkbox"/> 포장 <input type="checkbox"/> 기타
한국산 포도를 구입한 적이 있나요?	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니요
한국산 포도를 구입한 적이 있다면 이유는 무엇인가요?	<input type="checkbox"/> 점원의 추천 <input type="checkbox"/> 당도 <input type="checkbox"/> 포장 <input type="checkbox"/> 신뢰성 <input type="checkbox"/> 한국의 이미지 <input type="checkbox"/> 기타
한국산 포도의 판매 증가를 위해 가장 중점을 두어야 할 사항은 무엇일까요?	<input type="checkbox"/> 합리적 가격 <input type="checkbox"/> 안전성 <input type="checkbox"/> 포장 <input type="checkbox"/> 광고 <input type="checkbox"/> 판매처 다양화 <input type="checkbox"/> 기타

나. 제품 가격 정보

(1) 미국 포도

■ 씨 없는 붉은 포도(Nho Đỏ Không Hạt Mỹ)

제품 사진	제품 정보	
	주요 판매처	□ 대형 할인점, 과일 전문점, 재래시장
	특징	<p>□ 씨 없는 붉은 포도</p> <p>□ 1970년대에 캘리포니아에서 개발된 미국 씨 없는 붉은 포도의 특징은 밝은 빨간색, 둥글거나 길쭉한 모양, 얇은 껍질, 달콤하며, 씨가 없다.</p> <p>□ 재배 시기 : 5월에서 1월</p> <p>□ 효능 : 심혈관 질환 위험을 낮추고, 흡연이 폐에 미치는 영향을 줄이며, 암을 예방하고, 암 치료 부작용을 신체가 극복하도록 도와준다. 붉은 포도 껍질에 있는 레스베라트롤은 혈전 위험을 줄이며 좋은 콜레스테롤은 높이고 나쁜 콜레스테롤 수치는 낮춘다. 레스베라트롤은 7배나 강력한 항산화 비타민을 함유하고 있다.</p> <p>□ 포도는 재배 후에 단맛을 증가시키지 않으므로 잘 익었을 때만 수확해 조심스럽게 보존해야 한다. 이때 포도는 매우 민감하고 떨어지기 쉽다. 항상 냉장고의 밀폐된 용기에 보관해야 한다.</p>
	가격 (대형 할인점 기준)	□ 99,000~149,000동/kg

■ 씨 없는 검은 포도

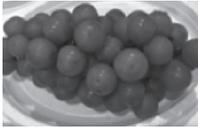
제품 사진	제품 정보	
	주요 판매처	<input type="checkbox"/> 대형 할인점, 과일 전문점, 재래시장
	특징	<input type="checkbox"/> 씨 없는 포도 <input type="checkbox"/> 검은 포도는 세계에서 가장 오래되고 가장 유명하며 인기 있는 품종이다. 따뜻하고 건조한 기후에 적합하다. 미국에서는 주로 캘리포니아, 오레곤, 워싱턴에서 재배된다(상업용 포도의 90% 이상이 캘리포니아에서 재배되었다). <input type="checkbox"/> 아메리칸 블랙 포도는 로열(Royal), 미드나이트 뷰티(Midnight Beauty), 슈거서틴(Sugrathirteen), 서머 로열(Summer Royal)과 같은 주요 포도를 포함한다. <input type="checkbox"/> 모양은 길고 가늘며 진한 검은색을 띠며, 씨가 없고 매우 달콤하다. <input type="checkbox"/> 재배 시기 : 5월에서 1월 사이 <input type="checkbox"/> 효능 : 산화 방지제가 심장, 고혈압에 좋다. 눈, 두뇌 및 기억력에 좋다. 포도 껍질은 면역력 강화, 안티에이징, 디톡스 효과 등이 있다.
	가격 (대형 할인점 기준)	<input type="checkbox"/> 139,900~185,000동/kg

■ 씨 없는 청포도

제품 사진	제품 정보	
	주요 판매처	<input type="checkbox"/> 대형 할인점, 과일 전문점, 재래시장
	특징	<input type="checkbox"/> 모양은 길고 껍질은 얇으며 초록색을 띤다. 씨가 없고 매우 달콤하며 약간 신맛이 나고 송이가 단단하다. <input type="checkbox"/> 재배 시기 : 5월에서 11월 사이 <input type="checkbox"/> 효능 : 산화 방지제가 심장, 고혈압에 좋다. 눈, 두뇌 및 기억력에 좋다. 포도 껍질은 면역력 강화, 안티에이징, 디톡스 효과 등이 있다.
	가격 (대형 할인점 기준)	<input type="checkbox"/> 145,000동/kg

(2) 한국 포도

■ 샤인 머스캣(Shine Muscat)

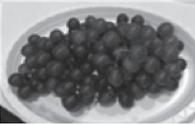
제품 사진	제품 정보	
	주요 판매처	<input type="checkbox"/> 대형 할인점, 과일 전문점, 재래시장
	특징	<input type="checkbox"/> 씨 없는 포도 <input type="checkbox"/> 샤인 머스캣 포도 종자는 한국에서 자란 일본 포도 품종이다. 1997년 일본 과일 연구소(Japan Fruit Research Institute)가 시행한 두 종류 포도의 교배로 만들어졌다. 2003년까지 널리 상업화됐다. <input type="checkbox"/> 1~2개의 씨앗이 있는 등근 황갈색 껍질, 특징적인 향이 있으며 맛이 아주 달콤하다. <input type="checkbox"/> 재배 시기 : 매년 8월에서 10월까지 <input type="checkbox"/> 효능 : 심장, 고혈압에 좋은 항산화 물질을 제공한다. 눈, 두뇌 및 기억력에 좋다. 노화 방지, 지방, 항 혈뇨, 죽상 동맥경화증 예방 및 인체 면역계 강화에 좋다. <input type="checkbox"/> 정기적인 포도 다이어트는 신체 건강을 유지하고 만성 빈혈, 고혈압, 기관지염, 통풍, 위염 및 변비 환자 회복에 도움이 된다. <input type="checkbox"/> 온실에서 재배되며 어린 포도 한 덩어리는 먼지나 흙을 피하기 위해 특별한 흰 종이에 싸여 있다.
	가격 (대형 할인점 기준)	<input type="checkbox"/> 499,000~534,000동/kg

■ 머루 포도

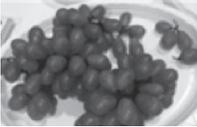
제품 사진	제품 정보	
	주요 판매처	<input type="checkbox"/> 과일 전문점
	특징	<input type="checkbox"/> 머루 포도는 1937년에 성공적으로 재배되었고 1946년에 상업적으로 생산된 일본 포도이다. 현재 한국에서 가장 많이 재배되고 있다. <input type="checkbox"/> 재배 중에는 100개가 넘는 포도를 90개로 자르고 최고 품질의 10개만 남긴다. 따라서 가격이 저렴하지 않지만 고품질의 향이 매우 부드럽고 감미로우며 껍질을 벗기기가 쉽다. 가장 특징적인 것은 와인 맛이다. <input type="checkbox"/> 재배 시기 : 8~10월 <input type="checkbox"/> 효능 : 고혈압, 심장에 좋은 항산화 기능과 눈, 두뇌 및 기억력에 좋다. <input type="checkbox"/> 온실에서 재배되며, 어린 포도 한 덩어리는 먼지와 곤충을 피하기 위해 흰 종이로 싸여 있다. <input type="checkbox"/> 대형 할인점에서는 시즌에 따라 판매하며, 재래 시장에서는 찾아보기 힘들다. 단단하고 씨 없는 포도에 익숙한 베트남 소비자들에게 껍질을 벗겨 먹는 씨 있는 머루 포도는 신선하면서도 아직은 익숙하지 않은 편이다.
	가격 (대형 할인점 기준)	<input type="checkbox"/> 349,000동/kg

(3) 베트남 포도

■ 붉은 포도

제품 사진	제품 정보	
	주요 판매처	<input type="checkbox"/> 대형 할인점, 재래시장
	특징	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 베트남 붉은 포도는 포도와는 다른 고유한 특성, 품질 때문에 인기가 있다. <input type="checkbox"/> 붉은색을 띠고 포도송이가 동그란 공 모양이며, 껍질이 매우 얇고 가벼운 신맛이 나며 씨가 있다. <input type="checkbox"/> 주로 대형 할인점과 재래시장에서 판매하며, 프리미엄급 수입 제품을 취급하는 과일 전문점에서는 취급하지 않는다. <input type="checkbox"/> 주로 닌 투안(Ninh Thuận) 지역에서 난다. 베트남의 가장 건조한 지역인 중부 베트남의 남쪽 끝에 위치하며, 뜨겁고 건조한 바람이 많이 불고 겨울이 없는 열대 몬순 기후다. 기후와 토양은 포도 재배와 성장에 적합하다. 건기와 장마철 두 계절로 구분되는데 11월에서 4월까지의 건기, 5월에서 10월까지의 높은 습도(이 계절이 포도 재배에 적합하다)에 우기다. 포도나무는 1960년대에 도입되어 1980년대에 생산됐으며, 베트남에서 가장 크고 집중적인 포도 재배 지역을 형성했다.
	가격 (대형 할인점 기준)	<input type="checkbox"/> 37,900~59,000동/kg

■ 청포도

제품 사진	제품 정보	
	주요 판매처	□ 대형 할인점, 재래시장
	특징	<p>□ 녹색 포도는 타원형이며 과일은 녹색 황색이며 과일은 투명하고 부드럽고 달콤하며 매우 가볍고 부드럽다.</p> <p>□ 붉은 포도와 마찬가지로 주로 대형 할인점과 재래시장에서 판매하며, 프리미엄급 수입 제품을 취급하는 과일 판매점에서는 취급하지 않는다.</p> <p>□ 닌 투안(Ninh Thuận) 지역에서 나는 제품이 유명하며 주로 7월에 생산된다. 베트남 청포도와 중국산 녹색포도가 모양과 색이 비슷해 소비자들이 쉽게 구분을 못하기도 한다. 구분을 어려워하는 소비자들을 위해 두 포도의 색상, 형태, 맛, 씨의 유무 등이 어떻게 다른지 구분하는 법이 인터넷상에 올라가 있을 정도다.</p>
	가격 (대형 할인점 기준)	□ 39,000~79,000동/kg

● 베트남 포도 시장현황

- » 보고서 기획 한국농수산물유통공사 하노이지사
- » 수행 기관 Euromonitor International

발행일 2017년 12월
발행처 한국농수산물유통공사 수출정보부
주 소 전라남도 나주시 문화로 227

- * 본 자료는 한국농수산물유통공사 농수산물수출지원정보 홈페이지(www.kati.net)에서 보실 수 있습니다.
- * 본 자료에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- * 본 자료의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나, 무단 전재 및 복사는 법에 저촉됩니다.