

베트남 내 한국 포도 시장에 대하여

베트남 내 한국 포도 시장 현황 및 앞으로의 전략

aT(한국농수산물유통공사) 하노이지사

2017 년 12 월 29 일

내용

포도 수출입 통계 분석.....	2
통계분석 기준설정	2
무역통계 종합분석	2
포도 및 수입과일 관련 베트남 시장 트렌드	4
베트남으로의 과일수입 급증	4
과일수입액 급증의 이유	4
한국포도 베트남으로의 수출동향 및 성공이유	6
베트남 포도 시장조사 및 가격 비교.....	8
매장정보	8
시장 조사 결과	10
가격 조사 결과 종합.....	13
한국 포도의 앞으로의 개선방향과 전략	14
베트남의 선물 문화를 반영한 마케팅 전략	14
포장의 개선	14
온라인 광고 및 배달 문화 활용.....	15
마케팅 방향설정.....	16
포도 관세율 및 FTA 활용방안	17
관세율 및 원산지기준	17
FTA 협정 세율적용을 위한 준비	17
자료 출처.....	20

베트남 내 한국 포도 시장에 대하여

베트남 내 한국 포도 시장 현황 및 앞으로의 전략

포도 수출입 통계 분석

통계분석 기준 설정

포도의 시장성 판단을 위한 통계 조사에 있어 글로벌 수입통계/ 베트남 수입통계/ 한국 수출통계 확인을 위해서는 통일적인 분석 기준이 있어야 한다고 판단이 되어 HS CODE 를 통계 기준으로 설정함.

1) 글로벌 수입 통계 기준

글로벌 수요 파악을 위해 전세계 공통인 HS CODE 4 자리는 **제 0806 호**, 6 자리는 **제 0806.10 호**를 수입 통계 분석 기준으로 설정함. HS CODE 선정은 한국 관세법령 정보포털(unipass.customs.go.kr) 및 통합무역정보서비스(tradenavi.or.kr) 활용.

2) 베트남 수입 통계 기준

베트남 내에서의 수입 통계 분석을 위해 베트남 8자리 HS CODE 인 **08061000**을 통계 분석 기준으로 설정함.

무역통계 종합분석

3) 글로벌 수입액 증가율 [출처: ITC Trade map-080610 집계]

2016년도 전세계 포도의 수입은 87억 9,659만 1천 미국 달러로, 2015년도 대비 2%의 증가율을 보이고 있으며, 포도의 경우 2012년도에서 2016년도 연평균 2%의 증가율을 보이고 있음. 베트남의 경우 신선 포도 품목에 대하여 2016년도 2억 968만 7천달러로 전세계 수입액 대비 9위로 총 2.4%를 점유하고 있으며, 1위국인 미국의 경우 16억 7122만 2천달러로 전세계 19%를 차지하고 있음.

4) 베트남 수입통계 분석 [출처: ITC Trade map-080610 집계]

2016년 기준 베트남 내 신선 포도 품목의 최대 수입국은 중국으로, 총 2억 857만 7천불 중 중국에서의 신선 포도 수입량이 1억 5769만 8천불로 집계 됨. (Trade map에서 제공하는 mirror data)

한국은 중국, 미국, 호주, 남아공, 페루, 칠레, 홍콩을 이어 8위로 집계되었으며, 베트남으로의 신선 포도 수출액은 60만 불로 집계 됨.

5) 한국-베트남 수출입 통계 분석 [출처: stat kati 제공 통계 자료]

Stat kati를 통해 집계된 한국에서 베트남으로의 수출액은 2016년 기준 59만 9870불임. 이는 2015년도 16만 1050불과 비교할 때 약 270% 정도 증가한 금액으로, 한국에서 베트남으로의 포도 수출은 2013년부터 꾸준히 증가해 옴.

참고: stat kati 제공 2013~2016 한국 신선 포도 베트남 수출액

년도	수출량 (US\$)	증가율 (전년대비)
2013	60,551	89.0
2014	151,176	149.7
2015	161,050	6.5
2016	599,870	272.5

포도 및 수입 과일 베트남 시장 트렌드

베트남 과일 수입 급증

베트남 농업 및 농촌 발전부의 보고서에 따르면, 2017년 9월까지 베트남으로의 과일 및 야채 수입량은 11억 5,000만 USD를 기록함. 이는 2016년도 동기 대비 78.2% 증가한 수치임. 그 중 과일 수입이 차지하는 것은 8억 900만 USD로 과일 수입에 한해서는 동기 대비 수입량이 약 2배 증가함. 또한 베트남으로의 과실류 수입은 각국에서 최근 몇 년간 계속해 증가하고 있으며, 최근 5년간 연평균 26%가 증가한 것으로 나타남.

특히 베트남 호치민, 하노이 등의 대도시에는 수입 과일 전문점이 빠른 속도로 증가하는 중이며, Vinmart, Big C, Lotte mart와 같은 대형 슈퍼마켓에 배치되는 수입 과일의 종류 또한 다양해지는 추세임.

베트남으로 수입되는 과일 중 가장 많은 수량을 차지하는 것은 태국의 수입 과일로, 약 60%를 차지하고 있으며, 뒤이어 중국이 15%로 2위를 차지하고 있음. 다만 태국의 수입 급증에 대해서 농업 및 농촌개발부에서는 태국에서 주로 수입되는 과일이 봉봉, 용안, 망고스틴, 잭푸르트 등이나, 이들의 대부분은 중국으로 재수출되고 있음을 밝힘. 이들에 따르면, 태국에서 베트남으로 수입되는 수입 과일의 90%는 중국으로 재수출되며, 실제 10%만이 베트남에서 직접 소비되고 있다고 함.

절대량이 아닌 증가세의 측면으로 보면, 태국, 인도, 한국이 우세한데, 2017년도 8월 기준으로 태국의 경우 수입액이 약 2.8배, 인도는 2.2배, **한국은 70.8% 증가함.**

과일 수입액 급증의 이유

베트남의 과실 수입 증가의 원인으로는 베트남 경제 성장에 따른 국민들의 가처분 소득 증가로 먹거리에 대한 관심과 지출이 커지면서 현지의 과일과는 다른 맛을 가진 신선 농산물에 대한 현지 소비자들의 수요가 증가하기 때문이라 할 수 있음. 그러나 그러한 수요의 증가 외에도 베트남으로의 수입 과일 인기 증가에는 안전과 품질에 대한 관심이 늘어난 이유가 큼.

베트남에서 현대적인 유통 채널이 급격히 증가하고 있지만, 베트남 소매 시장에서 가장 큰 비중을 차지하는 것은 전통적인 유통 채널인 시장, 혹은 길거리의 소매점임. 그러나 베트남 소비자들은 가처분 소득의 증가 및 생활 수준의 증가에 따라 출처를 명확하게 알 수 없는 시장 먹거리들에 대하여 불안함을 느끼기 시작하였음. 특히 2014년, 6개월간 2000건이 넘는 식중독 사건이 보도되었으며, 그 중에 24명의 사망자가 나오는 사건이 있었고, 이는 전년도 대비 15.4%가 증가한 수치임.

식품 위생 및 안전에 관련한 여러 건의 사건 이후 베트남 소비자들은 가격이 조금 더 비싸더라도 출처가 명확하고 안전한 식품을 취하고자 하였고, 이는 과일에 있어서도 마찬가지였음. 그러한 트렌드에 따라 베트남 소비자들은 국내 과일보다 안전하고 품질이 높으며 맛있다는 인식을 하고 있는 수입 과일을 찾기 시작했는데, 그 이유는 다음과 같음.

믿을 수 있는 출처

베트남에서는 식품 검역을 제대로 거치지 않는 중국 밀수 과일이 베트남산 과일로 둔갑하여 유통된 사례가 여러 건 보도되면서, 베트남 소비자들은 시장에서 판매되는 자국산 과일의 출처를 불신하게 되었음. 따라서 가격이 높더라도 그 출처가 분명한 수입산 농산물을 선호하는 소비자들이 늘어나게 됨.

과일을 수입하기 위해서는 수입을 위해 정해진 규정을 준수해야 하며, 세관에서 요구하는 서류 및 식품 안전 및 위생에 대한 증명서, 명확한 원산지 증명서 등이 수반되어야 하기에, 출처를 명확히 알 수 없는 시장에서 판매되는 과일보다 그 원산지를 명확히 알 수 있다는 점에서 소비자들의 신뢰를 얻고 있음.

엄격한 품질 관리

베트남에서 선호되는 수입 과일은 미국, 호주, 뉴질랜드, 한국, 일본 등지에서 수입되는 과일들인데, 이들 국가들은 베트남 소비자들에게 엄격한 품질 관리가 이뤄지는 농업 선진국으로 인식되고 있음. 따라서 베트남 소비자들은 이러한 국가들에서 수입되는 과일들의 독특한 맛뿐만 아니라, 이들이 고품질의 과일일 것이라는 믿음을 갖고 높은 가격에도 불구하고 구매를 하고 있음.

안전 보장 및 국제 협약 증가 추세

베트남 과일 생산자들은 과일 수확을 한 후에 간혹 과일의 색을 예쁘게 하기 위해 또는 과일을 빠르게 익히기 위해 과일을 약품에 담가 처리를 하는 경우가 있음. 이러한 행위는 베트남 소비자들로 하여금 자국 과일의 안전성에 대해 불신하게 하였으며, 상대적으로 안전하다 여겨지는 수입 과일에 관심을 가지게 함.

추가적으로 과실류 수입의 급증에는 최근 몇 년간 활발하게 추진된 FTA 협상의 역할 또한 있는데, 농업 및 농촌 개발부의 식물 보호국에서는 각 국가와의 FTA 체결을 통해 과일 수입 시의 관세율이 대체로 0%에 수렴하게 되었으며, 수입 절차가 간소화 됨에 따라 베트남 시장으로의 과일 수입을 더욱 촉진하게 되었음을 알림.

한국 포도의 베트남 수출 동향 및 성공 이유

한국 포도의 베트남으로의 수출 증가 추세 및 이유

현재 한국에서 베트남으로 수출이 많이 이뤄지는 과일로는 포도, 사과, 배, 딸기를 들 수 있음. 그 중 물량으로 따지면 배와 포도가 가장 많은 편이며, 포도의 경우 물량 측면뿐 아니라 가격적인 측면에서도 규모가 큰 편임.

베트남에서 한국 포도는 2012년도 경부터 알려지기 시작함. 그 이전에는 베트남에서 한국 과일 자체에 대한 관심이 전무했다 할 수 있음. 2012~2013년도부터 한국 배 및 캠벨 포도에 대한 소개 프로그램이 일부 있었으나, 미국의 수입 과일에 밀려 빛을 보지 못함.

한국 과일의 인기가 급증하기 시작한 것은 2015년도 경이며, 이는 2012년~2014년 동안 꾸준히 이뤄진 한국 과일 홍보 프로그램의 결실이라 할 수 있음. 해당 홍보 프로그램을 통해 베트남 소비자들은 한국 과일의 안전성 및 맛에 대해 신뢰를 하기 시작하였으며, 베트남에 부는 한류 열풍 또한 그러한 신뢰를 구축하는 데에 영향을 줌.

이러한 한국 과일의 인기 급증에 힘입어 한국 포도의 베트남 수출은 급증하기 시작하였으며, 2016년도 대 베트남 신선 포도 수입량이 2015년도 대비 약 270% 증가하는 결과를 가져옴. 또한 Kati 제공 10월 농림 수산식품 수출 동향에 따르면 2017년도에도 이러한 증가 추세는 계속되고 있음. 2017년도 1월에서 10월까지 대 베트남 포도 수출액은 약 150만불로, 이는 2016년도 동기 (1월~10월) 대비 약 206%가 증가한 수치임.(statkati 제공 자료) 다만 금액적인 측면에서의 증가폭이 매우 큰데 비해 물량 측면에서는 상대적으로 작은 72%의 증가 수치를 보였는데, 이는 단위 물량 대비 단가가 높은 샤인 머스켓의 수출이 급증함에 기인한 것으로 보임.

샤인 머스켓의 성공

샤인머스켓은 일본에서 개발된 청포도 품종으로 껍질째 먹을 수 있고 씨가 거의 없는 품종으로 과실이 크고 과육이 아삭아삭한 포도 종류임. 베트남 사람들은 씨가 없고 과실이 큰 포도를 선호하는 바, 샤인머스켓은 그러한 베트남 사람들의 수요에 잘 맞는 종의 포도임.

샤인머스켓은 품종 특성상 한 가지에 포도 한 송이만이 열리게 되며, 그렇기에 한 송이에 포도의 비타민 C, K 및 폴리페놀과 같은 영양 성분이 풍부하게 담기게 되며, 매우 고품질의 포도를 수확할 수 있음. 수확기의 샤인머스켓의 마치 우유향 같은 향기가 나 베트남에서는 우유 포도(Nho sua)라는 별칭으로 불리고 있으며, 당 함유량 또한 매우 높아짐.

기존에 일본에서 수입될 때에는 소량만 핸드 캐리로 운반되어 왔고, 보관 또한 쉽지 않아 그 가격대가 매우 높아 한 송이에 약 200만동(원화 약 10만원)을 호가한 적이 있음. 그럼에도 샤인 머스켓은 맛과 영양, 품질이 좋아 큰 인기를 끄며, 일본에서 수입되는 샤인머스켓의 가격은 점차 낮아져 1kg 당 약 90만동에서 150만동 정도로, 500g 작은 송이는 약 65만동, 큰 송이는

약 80만동~150만동 정도에 판매되고 있음.

한국 포도 농가는 기존에 캠벨얼리, 거봉과 같은 검붉은 포도 위주로 재배를 하였음. 그러나 최근 국내 포도 농가들이 기존 검붉은 포도 위주의 재배에서 벗어나 신품종 작목으로 범위를 확대하며, 샤인머스켓 품종이 포도 농가의 새로운 수입원으로 자리잡게 됨. 상주, 영천, 영동 등 기존 유명 포도 산지에서도 이 품종을 전략적으로 육성하며, 캠벨 등 주요 품종 재배면적은 감소하였으나 2017년도 샤인머스켓 재배 면적은 2016년 대비 약 74%정도 증가한 것으로 추정됨. 특히 상주의 경우 샤인머스켓 재배 면적이 2017년도에는 기존 47ha 에서 100ha까지 증가함. 국내 가락 시장 포도 반입량 중에서도 샤인머스켓 비중이 증가세에 있음.

국내에서 소비될 뿐 아니라 샤인 머스켓은 국외로도 수출되기 시작하였으며 기존에 캠벨, 델라웨어, 거봉이 수출되던 베트남 시장으로도 2016년 말부터 샤인 머스켓이 수출되기 시작함. 베트남 수출 초반에는 가격이 1kg 당 약 80만동에서 120만동 정도였으나, 2017년도 추석 즈음 샤인머스켓 수확철이 오며 상대적으로 가격이 안정되기 시작하여 한 송이에 약 600~800g으로 약 50만동~70만동에 판매되었음. 이는 기존 일본 수출 샤인머스켓의 가격의 약 50%정도로 저렴한 가격이며, 그에 따라 샤인 머스켓 품종의 우수함을 알던 베트남 소비자들이 상대적으로 저렴한 한국산 샤인 머스켓을 추석 선물 용으로 찾기 시작하며 한국산 포도를 취급하고자 하는 베트남 업체가 증가하였고, 추석 이후로 수출량이 대폭 증가하게 되었음.

샤인머스켓은 단가가 높은 편으로, 샤인머스켓 9월 평균 도매가격은 캠벨의 약 3배에 이름. 이러한 샤인머스켓 수출 증가는 결과적으로 한국 포도 대 베트남 수출액 증가에 크게 기여를 한 이유가 됨.

aT하노이지사에서 자체적으로 실시한 시식 행사의 결과에 따르면 (총 48명 대상) 기존에 샤인머스켓을 접해본 적이 있는 대상자가 14명, 그렇지 않은 대상자 34명을 상대로 한국산 샤인 머스켓 (2kg 들이 박스, 110만동) 시식 결과, 매우 맛있다고 평가한 사람이 34명, 맛있다고 평가한 사람이 14명으로, 맛이 보통임, 나쁨, 아주 나쁨 등으로 평가한 설문 대상은 없는 것으로 나타남. 따라서 샤인 머스켓은 그 맛의 측면에서 매우 우수한 편으로 평가되고 있음. 다만 구매 의사에 대해서는 구매 하겠다는 의견이 20명, 모르겠다/구매 하지 않겠다는 대답이 각각 24명, 4명으로 집계되었는데, 그 이유로 가격이 높아서 구매가 꺼려진다는 의견이 많은 편. 따라서 샤인머스켓 품종은 그 품질 및 맛의 측면의 우수함이 입증된 만큼, 우수성에 대한 꾸준한 판촉을 통해 낮은 가격 경쟁력을 극복할 필요가 있음.



베트남 포도 시장 조사

조사매장

포도의 가격 비교를 위해 2017년 9월~11월에 걸쳐 베트남 대형 마트를 방문하였으며, 각 마트의 정보는 다음과 같음.

Vin mart

베트남 최대 그룹 중 하나인 빈그룹에 속한 빈커머스의 두 유통 체인인 빈마트와 빈마트 플러스 중 하나로, 빈마트 플러스가 편의점 형태의 작은 체인인 반면, 빈마트는 대형 유통 체인으로써 최근 그 지점 수를 빠르게 늘려가고 있음. “모든 가정의 생활 수준의 향상”이라는 슬로건을 걸고 베트남 소비자들에게 다양한 상품 선택 및 편리한 서비스 제공을 목표로 하고 있는 마트 체인임. 2015년도에 Maximark 체인을 인수한 이후로 빠르게 성장하여 현재 Vinmart의 경우 약 100여개, 빈마트 플러스의 경우 약 1000여개를 소유하고 있음. 또한 온라인 쇼핑몰인 A Day Roi를 함께 경영하고 있어 앞으로 성장 가능성이 더욱 높은 체인 중 하나.

시장 조사 지점: 하노이 시내 빈마트 종화, 빈마트 로열 시티, 빈마트 탕롱

Lotte mart

한국의 5위 그룹안에 드는 롯데 그룹에 속한 유통체인으로 1967년에 설립되었으며, 롯데 마트 체인의 경우 한국, 중국, 인도네시아에 이어 2008년 호치민시의 7군에 마트를 개장하며 베트남에도 진출하였음. 현대적인 방식의 설계와 서비스 제공을 통해 2020년 베트남 전역에 60개의 매장 건설을 목표로 하고 있으며, 현재 베트남 전역에 13개의 지점 보유 중.

시장 조사 지점: 롯데마트 리에우 자이

Big C

초반에 프랑스 계열 그룹인 카지노 소속으로 1998년 동나이 지방에 처음 개장함. 그 후 2016년도 동남아에서 선두를 달리는 태국계 유통 그룹인 Central Group Thailand에 가입한 마트 체인으로 현재 베트남 전역에 약 60개의 대형 마트 및 쇼핑 센터를 보유하고 있음. “베트남 소비자들에게 언제나 높은 품질과 합리적인 가격의 물품 제공”을 슬로건으로 하고 있으며, 마트의 큰 영역을 합리적인 가격과 좋은 품질의 식품과 일상 용품에 할애하고 있음. 또한 사회 공헌 활동으로 베트남 시골 지방에서의 봉사활동 및 베트남 영세 사업자 지원 활동을 지속하고 있음.

시장 조사 지점: 빅씨 탕롱

AEON MALL

AEON(이하 이온)은 세계에서 가장 큰 유통 체인 중의 하나로써 일본계 기업임. 일본에서 해당 그룹은 가장 오래 지속된 그룹 중 하나로 1758 년에 설립되어 약 250 년을 이어온 기업임. 이온 그룹은 “손님이 우선이다”라는 모토를 가지고 소매 시장에서 활동해 옴. 이온 그룹은 일본 이외에도 아시아 각 국에서 소비자의 신뢰를 얻는 데에 성공하였으며 각 국으로 체인을 늘려 가는 중임. 2009 년에 이온은 지사 설립을 통해 베트남에서 정식 활동을 시작하여 현재 호치민과 빈즈영, 하노이에 각각 대규모의 쇼핑몰을 설립함.

시장 조사 지점: 이온몰 롱비엔

시장 조사 결과

각 마트 시장 조사 결과 베트남 대형 마트 체인에서 찾아 볼 수 있는 수입 포도는 미국 수입 포도, 한국 수입 포도 그리고 베트남 국내산 포도임.

미국산 포도

그 중 가장 종류가 많은 것은 미국 수입 포도였으며, 종류뿐 아니라 가격대도 다양하게 분포되어 있었음. 미국 수입 포도의 경우 베트남으로 수출된 연혁이 길고 가격이 저렴한 편이기에 베트남 시장에서 대량으로 유통되고 있음. 수입액의 측면에서는 중국 포도가 1위를 차지하고 있으나, 베트남 소비자들은 안전성의 측면에서 중국산 과일을 불신하기에 원산지를 명확히 밝혀야 하는 마트에서는 취급을 하지 않으며, 원산지를 밝히지 않는 시장, 잡화상 등에서 중국산 포도가 유통될 것이라 사료됨.

가격 조사 결과 평균적으로 판매되는 미국산 포도의 가격은 4군데에서 판매를 확인할 수 있는 16종류 포도의 1kg 당 단위 가격을 평균하여 1kg 당 약 141,293 동 정도였음. 시장 조사중 “Thomford”라는 브랜드의 씨없는 흑포도 한 종류가 1kg당 364,800동의 가격으로 판매되고 있었으며, 해당 가격은 일반 미국산 포도 가격의 약 2배의 가격으로 책정되어 있는 고급 품목으로 생각되어 평균 가격 산정에서 제외함. 미국산 포도는 플라스틱 접시에 한송이씩 담겨 랩으로 포장되어 판매되거나 비닐 팩으로 포장되어 판매되고 있음.

포도 종류별로는 손가락 모양의 흑포도의 가격이 가장 비싼 편이며, 그 후로 청포도, 흑포도, 적포도 순으로 가격이 책정되어 있음. 한국 과일 수입 바이어 인터뷰에 따르면 베트남에서 가장 보편적으로 소비되는 포도는 흑포도이나, 맛이나 인기가 좋은 포도는 청포도임. 적포도의 경우 맛의 측면에서는 좋은 편이 아니지만 보관이 편하고 가격이 싸 유통이 많이 되는 편임. 또한 베트남 소비자들은 포도의 씨가 없는 것을 선호하여 시장 조사에서도 씨가 없는 포도를 많이 볼 수 있었음.

(참고) 미국 포도 가격 조사 결과

종류	1kg 당 단위 가격 (평균 가격)	사진	포장 형태
씨없는 적포도	114,200 동 (4종류)		플라스틱 접시에 래핑
씨있는 적포도	124,700 동 (4종류)		플라스틱 접시에 래핑
씨없는 청포도	153,900 동 (2종류)		플라스틱 접시에 래핑
씨없는 흑포도	151,059 동 (5종류)		플라스틱 접시에 래핑 / 비닐팩 포장
손가락 모양 흑포도	242,000 동		플라스틱 접시에 래핑
평균	141,293 동 (16종류 조사)		

베트남산 포도

베트남 포도의 경우 모두 씨가 있는 포도가 진열되어 있었으며, 닝투언 지방에서 생산된 포도를 볼 수 있었음. 씨가 있는 적포도가 세 종류, 씨가 있는 청포도가 두 종류 배치되어 있음. 가격은 적포도의 경우 1kg 당 평균 62,300동, 청포도의 경우 10만동 정도로 총 평균 1kg 당 77,580동 정도에 판매가 되고 있었음. 베트남 포도의 경우 개별 플라스틱 박스에 포장된 경우도 있고, 플라스틱 접시에 래핑 포장되어 있는 경우도 있었으나, 모두 한송이씩 개별 포장되어 있는 것은 미국 포도와 동일함.

한국산 포도

한국 포도의 경우 빈마트와 롯데마트에서 각각 거봉포도와 샤인머스켓 한 종류, 캠벨포도 한 종류를 볼 수 있었으며, 빅씨에서는 샤인머스켓을, 이온마트에서 샤인머스켓, 거봉, 캠벨, 하이랜드 포도 등 가장 많은 종류의 한국 포도를 볼 수 있었음.

거봉 포도의 경우 2종류 평균 1kg 당 353,500동, 캠벨 포도는 2종류 평균 250,250동, 샤인머스켓의 경우 4종류 평균 1kg 당 604,500동 정도로 상대적으로 높은 가격에 판매되고 있음. 하이랜드 포도의 경우 거봉과 비슷하게 검은 껍질에 큰 과실을 가지고 있으며, 가격의 경우 55,9000동 정도로 일반 거봉보다 높은 가격에 판매되는 중. 한국 포도의 경우 베트남, 미국 포도와 마찬가지로 한 송이씩 플라스틱 접시에 래핑 포장 되어 있음.

가격조사 결과종합

각 국가별 포도가격 비교

대형 마트 판매 가격의 경우 베트남 포도가 가장 저렴 하였으며, 그 다음이 미국 포도, 한국 포도가 가장 비싼 가격에 판매되고 있음.

수입 담당자의 인터뷰 참고 시, 현재 포도를 미국, 한국, 호주의 것을 수입하고 있으며 대체적으로 수입 포도의 경우 한국, 호주, 미국, 중국의 순으로 가격이 높음.

포장 형태

포도 상품의 경우 대체적으로 플라스틱 접시에 한 송이씩 담아 랩으로 포장해 판매되거나, 비닐팩 혹은 개별 플라스틱 용기에 담겨서 포장되어 판매되는데, 모두 한 송이 혹은 두송이씩 소량으로 개별 판매 한다는 점이 동일함. 우리 나라에서 일반적으로 판매되는 것처럼 상자에 여러 송이를 한꺼번에 담아 대량 판매하는 경우는 보기 드물었음.

이러한 개별 판매 방식은 베트남의 더운 기후에서 기인함. 베트남의 경우 날씨가 상시 더우며 냉방 장치를 구비해 놓지 않는 가정 또한 많아서 과일을 대량으로 구매해 놓는 경우 금방 상해서 먹을 수 없게 되기에 소량 구매를 선호하며, 그에 따라 대형 마트에서도 과일을 개별 포장해서 판매하거나 벌크로 전시해 둔 후에 본인이 원하는 만큼만 비닐에 담아 무게를 달아서 파는 것이 일반적임.

포도 종류에 따른 가격

베트남에서 판매되는 미국 포도 중 경우 동그란 모양의 과실을 가진 적포도, 흑포도, 청포도가 일반적인 종류의 것으로 가격 또한 1kg 당 15만동 정도로 판매되고 있으며, 한국 포도의 경우 캠벨 종류가 1kg당 17만동 정도로 비슷한 가격대에 판매되는 중.

동그란 과실이 아닌 손가락 모양의 과실을 가진 흑포도의 경우 다른 미국 포도에 비해 가격대가 높은 편으로 약 25만동 정도에 판매되고 있음.

따라서 35만동~65만동에 판매되고 있는 우리나라의 거봉 및 샤인 머스켓은 매우 고가의 포도에 해당함. 따라서 우리나라 포도 상품의 경우 가격 경쟁 보다는 품질 및 안전성 측면에서의 우수성을 알려 판매를 촉진하는 것이 필요함.

한국 포도 앞으로의 개선 방향과 전략

베트남의 선물 문화를 반영한 마케팅 전략

한국의 샤인 머스켓은 베트남으로 2016년도 말부터 수출되기 시작하였는데, 해당 품종의 포도 수출액이 급격히 증가하기 시작한 것은 2017년도 추석 시즌임. 해당 추석 시즌은 한국의 샤인 머스켓 수확철로 유통량이 증가하며 가격이 하락한 것도 수출액 증가의 큰 이유였지만, 또 하나의 이유는 베트남의 선물 문화라 할 수 있음.

베트남 또한 추석 시즌에 주변 사람들에게 선물을 하는 문화가 있으며, 선물의 대상은 부모, 상급자, 이웃, 친구들에게 평소 전하지 못한 감사의 의미를 전하고자 하는 의미가 있음. 이 때 많이 선물하는 것이 베트남 전통 추석빵이며, 추석빵 이외에도 옷, 돈, 과일 등을 서로에게 선물하고, 그러한 추석빵, 과일 등은 조상신에게 제사를 올리는 제삿상에도 올림. 또한 이러한 선물 문화는 음력설에도 동일하며, 베트남 사람들은 추석보다 설을 더욱 중요하고 큰 명절로 생각하기에, 설 시즌에 베트남 소비자들은 선물을 위한 과일을 더욱 많이 찾게 됨.

이 때 베트남 사람들은 선물을 위한 과일을 보통 고급 물품으로 여겨지는 수입산 과일을 구매하는 경우가 보통인데, 베트남 소비자들이 한국의 샤인 머스켓을 추석 시즌에 선물용으로 혹은 제삿상에 올리기 위한 용도로 구매하기 시작하며 샤인 머스켓의 수출량이 증가하는 이유가 됨.

현지 수입과일 전문점의 수입 담당자의 인터뷰에 따르면 베트남의 과일 시장을 통틀어, 1년 중 과일이 가장 많이 팔리는 것은 음력 설 시즌으로 이 때 1년 중 과일 판매량의 40% 정도가 판매되며, 추석 시즌에 약 20% 정도가 판매되고 있음.

따라서 한국의 포도는 가격이 상대적으로 높은 편이나 그 품질이나 맛의 측면에서 우수하다고 인정을 받고 있으므로, 품질이 좋은 상품을 엄선하여 포장 개선을 통해 설 시즌에 선물용으로 구매를 하고자 하는 베트남 소비자를 공략할 필요가 있음.

포장개선

현재 한국 포도의 경우 한국에서 일반적으로 판매되는 박스에 여러 송이가 한꺼번에 담긴 상태로 베트남으로 수입된 후에 마트 혹은 수입 전문점에서 개별적으로 한송이씩 플라스틱 용기에 담아 래핑하는 방식으로 유통하는 경우가 많음. 이는 포도뿐만 아니라 베트남으로 수입되는 사과, 배 등에도 해당함.

한국 과일 수입 담당자와의 인터뷰에 따르면, 한국산 신선 포도 및 신선 과일의 판매 촉진을 위해서는 포장의 개선이 가장 우선적으로 이뤄져야 할 과제임. 현재까지 베트남 소비자들의 소득 수준에 비교 시, 한국산 포도의 경우 가격이 상대적으로 높은 편임. 따라서 소비자들은 한국 포

도를 평소 취식용으로 사기 보다는 고급 과일로 인식하고 선물용으로 구매하는 경우가 많음. 그러한 트렌드에 맞추어 신선 포도에 대한 차별화된 포장 디자인 및 일정한 품질 관리를 통한 고급화 전략을 유지하는 것이 필요.

또한 베트남 시장에 맞춘 소량 포장 전략이 필요함. 한국산 포도의 경우 1kg 당 단가가 높은 편이기에 일반 소비자들의 경우 1~2kg 씩 담아 박스로 파는 신선 포도를 사기에는 가격이 부담스러운 편임. 신선 포도를 500g, 600g, 1kg과 같이 무게 별로 다양하게 소분하여 개별 플라스틱 용기 등으로 포장하여 구매 단위당 단가를 낮추고, 소량 구매가 가능하도록 하는 것이 한국산 포도를 아직 접해 보지 않은 베트남 소비자들로 하여금 한국 포도를 구매하도록 유도하는 방안이 될 것임.

베트남의 소득 수준은 상승 추세에 있으나 아직까지는 1인당 2185불 수준(2016년, 세계 은행 기준)으로 크게 높지 않은 편임. 따라서 일반 대중보다는 중산층 이상의 베트남 소비자들을 공략하는 것이 필요하며, 그러기 위해서는 포장을 더욱 고급스럽게 해야할 필요가 있음. 포도 대량 포장 판매의 경우는 베트남 소비자들의 소득 수준이 더욱 높아진 이후에 고려해 봐야할 방안이라고 사료됨.

온라인 광고 및 배달 문화 활용

최근 베트남에서는 하노이, 호치민 등 대도시를 중심으로 수입 과일 전문점이 빠르게 늘어나는 추세에 있음. 대표적으로 하노이 시내에 30곳이 넘는 지점을 보유한 Klever Fruits 매장을 들 수 있음. 해당 업체의 경우 가게별로 신선과일 품질을 유지하기 위한 최신 설비 설치 및 수입 절차의 국제적인 기준 충족을 통해 소비자들의 신뢰를 얻어 빠르게 성장중임.

이러한 클레버 프루츠 이외에도 여러 수입 과일 전문점이 성행하고 있는데, 베트남 수입 과일 전문점의 경우 대부분 SNS 계정 혹은 개인 웹 페이지를 보유하고 있음. 해당 개인 페이지에서는 현재 상점에서 취급하고 있는 과일의 종류 및 가격, 현재 구매 가능 여부 등을 보여 주고 있으며, 소비자들은 웹페이지를 통해 과일을 미리 예약하거나 배달 주문을 할 수 있음.

이는 현재 베트남에서 급속도로 성장하고 있는 온라인 시장 트렌드를 반영한 것이라 할 수 있으며, 우후죽순으로 생겨나고 있는 온라인 수입 과일 판매상들과의 경쟁 전략이라 할 수 있음. 이러한 온라인 페이지에서 배달 주문 시 보통 하노이, 호치민 시내에 위치한 소비자들은 오토바이 배달 서비스를 통해 주문 당일 상품을 받아볼 수 있는 서비스를 유지하고 있음.

따라서 한국 신선 포도 또한 마트 체인을 통한 방문 판매 이외에도 활발하게 성장하고 있는 베트남 온라인 시장 및 배달 문화를 이용한 전략이 필요하다 할 수 있음.

마케팅 방향설정

베트남 소비자들은 경제 발전에 따른 가처분 소득이 증가함에 따라 점차 자신과 가족의 건강을 생각한 소비를 하고 있으며, 비단 신선 과일 외에도 식품 분야 전반적으로 웰빙, 고급화 트렌드를 반영한 소비가 이뤄지고 있음.

그럼에도 베트남 소비자들의 소득 수준은 아직까지 그리 높은 편이 아니기에 상대적으로 다른 국가에 비해 가격대가 높은 한국 포도의 경우 꾸준한 마케팅을 통한 판매 촉진이 필요한데, 이때 한국 포도의 안전함을 강조할 필요가 있음.

베트남 내 각 수입 과일 전문점의 웹사이트에서는 “맛있는”, “저렴한” 과 같은 단어 보다는 “건강(sức khỏe)”, “신선(tươi)”, “깨끗함(sạch)”, “믿을 수 있는(uy tín)”과 같은 단어를 많이 볼 수 있는데, 이는 베트남 소비자들이 수입 과일을 찾는 가장 첫번째 이유가 믿을 수 있는 출처와 안전성 때문이라는 것을 잘 반영하고 있음. 따라서 한국 과일의 마케팅 시 한국 과일의 출처의 분명함과 믿을 만한 안전한 과일임을 홍보해야 하며, 포장의 차별화를 통해 한국 과일만의 깨끗하고 믿을 수 있는 이미지를 형성하는 것이 필요함.

포도 관세율 및 FTA 활용 방안

관세율 및 원산지 기준

신선 포도에 대한 관세율

베트남으로의 신선포도 수출 시 관세율은 베트남 HS 코드 제 08061000호에 대해 적용되는 기본 관세율 10%가 적용됨.

한국의 경우 베트남과 한-ASEAN FTA 협정세율 및 한-베트남 FTA 협정세율의 적용을 받을 수 있으며, 양 FTA 모두 제 08061000호 신선포도에 대해서는 0%의 관세율을 적용하고 있음. 양 FTA에서는 신선 포도에 대해서는 완전생산기준을 적용하고 있음.

완전생산기준

관세법 제229조 원산지 확인 기준에 의거, 완전 생산 기준이란 해당 물품의 전부를 생산, 가공, 제조한 나라를 원산지로 하는 것을 의미함.

한-베 FTA에 의거, 당사국의 영역 내에서 재배되고 수확된 식물과 식물 상품을 당사국에서 완전 생산되거나 획득된 상품으로 인정하며, 따라서 우리나라에서 재배, 수확된 신선 포도 라면 우리나라를 원산지로 한 상품으로 인정받을 수 있음.

또한 한-베 FTA 특혜관세 적용을 위해서는 원산지 요건을 충족하면서 직접 운송 원칙을 함께 충족해야 하는 바, 수출국(한국)에서 수입국(베트남)으로 직접 운송되는 상품에만 적용됨. 다만 한국에서 베트남으로 이동 중 제 3국을 경유하더라도 경유가 지리적인 이유, 운송 요건 상의 이유로 이뤄지면서 제 3국에서 거래 및 소비, 기타 생산 공정을 거치지 않는다면 직접 운송된 것으로 간주하여 특혜 관세 적용의 대상이 됨.

FTA 협정 세율 적용을 위한 준비 [한-베 FTA 협정문에 의거함]

원산지증명서 발급

한-베 FTA 협정문 제 3.14조에 근거, 한쪽 당사국의 원산지 상품이 다른 쪽 당사국으로 수입 될 때에는 부속서에 규정된 서식의 원산지 증명서에 근거하여 당해 협정에 따른 특혜관세의 혜택을 받을 수 있음.

한-베 FTA 특혜관세 적용을 위해서는 수출하고자 하는 신선 포도에 대하여 한국산임을 증명하는 원산지 증명서를 구비해야 함. 한-베 FTA 하에서 원산지 증명은 수출자, 생산자 및 그 대리인의 신청에 따라 발급기관이 발급하는 '기관 증명' 방식을 채택함.

한국에서 원산지 증명서는 세관 및 상공 회의소에 발급 신청이 가능하며, 해당 원산지 증명서는 발급일로부터 1년간 유효함.

특혜 관세의 신청

FTA 특혜 관세율 적용은 원칙적으로 수입 신고 당시에 특혜관세를 신청해야 함. 이 때 수입 서류에 상품이 한국을 원산지로 한 상품임을 신고해야 하며, 신고 시에 협정에 부합하는 원산지 증명서를 소지해야 함. 신고 시 증명서를 제출할 필요는 없음. 다만, 원산지 증명서 발급을 신청한 생산자 및 수출자 혹은 그 대리인은 수입 신고 수리 전 혹은 수리 후 심사를 위하여 한국 혹은 베트남의 관세 당국이 제출을 요구할 경우에는 언제라도 원산지 증명서 및 송장, 그 외 관련 증빙서류를 제출할 준비가 되어 있어야 한다. 만약 제출하지 않을 경우 특혜 관세율 적용 대상에서 제외됨.

수입 신고 당시에 한국을 원산지로 하는 신선 포도로써 특혜 관세 적용 가능 대상이나, 원산지 증명서를 분실 및 그 외의 사유로 특혜관세를 신청하지 못한다면, 사후 신청이 가능함. 이때 수입 신고 당시에는 특혜관세를 적용하지 않은 기본 관세율 10%에 해당하는 관세를 납부해야 하며, 수입일 후 1년 이내에 원산지 증명서를 갖춰 특혜관세의 적용 및 기존에 납부한 관세에 대한 환급 신청이 가능함.

원산지증명서 제출 면제

베트남으로 수입되는 신선포도의 과세 가격이 FOB 기준 미화 600불 이상의 금액을 초과하지 않는 경우 원산지 증명서가 요구되지 않음. 따라서 원산지 증명서 없이도 특혜관세대우의 혜택을 받을 수 있음.

기록보관 의무

베트남에서 한국의 신선포도를 수입한 수입자는 베트남 법 및 규정에 따라 수입 관련 기록을 보관해야 함.

한국의 수출자의 경우 신선 포도에 대한 원산지 증명서 발급을 신청한 경우 원산지 증명서 발급일로부터 5년 이상 한국의 법, 규정에 따라 관련 기록을 보관해야 함. 이러한 기록은 아래에 기술할 원산지 검증에 있어 필요한 자료들이므로, 지속적인 FTA 특혜 관세 활용을 위해서는 기록 보관 의무의 준수가 필요함.

원산지 검증

베트남에서 한국에 베트남으로 수입된 신선포도에 대한 원산지 검증을 요청할 경우, 한국 관세 당국에서 대신 검증을 하는 간접 검증 방식이 도입되었음. 단, 필요시 베트남에서 한국을 방문해 검증이 가능함.

베트남 관세 당국에서 방문 검증시 베트남 당국은 한국의 원산지 증명서 발급 기관 및 관세 당국에 서면 통지 후 신선 포도 수출자의 서면동의를 받아야 함. 이 때 신선 포도 수출자가 베트남 관세 당국의 방문 검증 통지를 수령하고 30일 이내에 방문 검증에 동의하지 않는다면 특혜 관세 적용이 배제됨.

이 때 서면 통지를 받은 수출자는 방문 검증을 연기할 수 있으며, 연기 요청 통지 수령일로부터 60일 이내에 방문 검증이 이뤄져야 함.

자료 출처

1. 수출입통계 시스템, aT(한국농수산물유통공사).

<http://stat.kati.net/main/viewMain.do>

2. 인터뷰, Duong Anh Dang, Director of V&K Fruit, 2017 년 10 월 16 일.

3. "Consumer Lifestyles in Vietnam: Anxious consumers finding their own answers to worrisome food quality and safety questions." Euromonitor Passport, ElsterJennifer. (2014),

4. "Giới thiệu lịch sử phát triển", Klever fruits, 2015 년 1 월.

<http://kleverfruits.com.vn/san-pham.html>

5. "Trái cây ngoại tấn công thị trường nội ." Petro times, Ho Thanh, 2017 년 11 월 13 일.

<http://petrotimes.vn/trai-cay-ngoai-tan-cong-thi-truong-noi-500289.html>

6. "Trade map", ITC.

<http://www.trademap.org/Index.aspx>

7. 2017 년 10 월 농림 수산 식품 수출 동향 및 통계, 수출입통계 시스템, 2017 년 10 월.

<http://stat.kati.net/main/viewMain.do>

8. "Đạo qua các cửa hàng trái cây nhập khẩu." Bac ninh Online, Minh Quang, 2017 년 10 월 24 일.

http://baobacninh.com.vn/news_detail/99637/dao-qua-cac-cua-hang-trai-cay-nhap-khau.html

9. "Bộ Công thương lo ngại tình trạng nhập khẩu rau quả tăng mạnh." Dien dan, Nga Linh, 2017 년 10 월 10 일.

<http://enternews.vn/bo-cong-thuong-lo-ngai-tinh-trang-nhap-khau-rau-qua-tang-manh-117999.html>

10. "Health and Wellness in Vietnam." Euromoniton Passport, Countryreport, 2017 년.

11. "Tet trung thu viet nam". Wikipedia.

https://vi.wikipedia.org/wiki/T%E1%BA%BFt_Trung_thu#T.E1.BB.A5c_t.E1.BA.B7ng_qu.C3.A0

12. "Nho mẫu đơn Hàn Quốc được lòng thực khách Việt mùa Trung thu." Zing Vietnam, Tra Moc, 2017 년 10 월 3 일.

<https://news.zing.vn/nho-mau-don-han-quoc-duoc-long-thuc-khach-viet-mua-trung-thu-post784109.html>

13. "Vì sao nho mẫu đơn Nhật có giá hàng triệu đồng/kg vẫn hút khách?", Dan viet, Yen Hai. 2017 년 6 월 22 일.

14. 한-베 FTA 협정문, 산업통상자원부, 2015 년 12 월.

<http://www.fta.go.kr/main/situation/kfta/lov5/vn/2>

15. "과일천국 베트남에서 커지는 수입 과실 시장." KOTRA, 한경준, 2017 년 1 월 6 일.

<https://news.kotra.or.kr/user/globalAllBbs/kotranews/album/2/globalBbsDataAllView.do?dataIdx=155637&column=&search=&searchAreaCd=&searchNationCd=101084&searchTradeCd=&searchStartDate=&searchEndDate=&searchCategoryIdxs=&searchIndustryCatIdx=&page=1&ro>

16. 한국 문화원 연계 농식품 수출 홍보관 시식행사 설문조사, aT center Hanoi, 2017 년 10 월.

17. 한베트남 FTA 상세설명자료. 산업통상자원부 및 합동관계부처, 2015 년.

18. "chuoi sieu thi lon nhan tp hcm.", Toplist

<http://toplist.vn/top-list/chuoi-sieu-thi-lon-nhat-tp-hcm-8355.htm>