

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

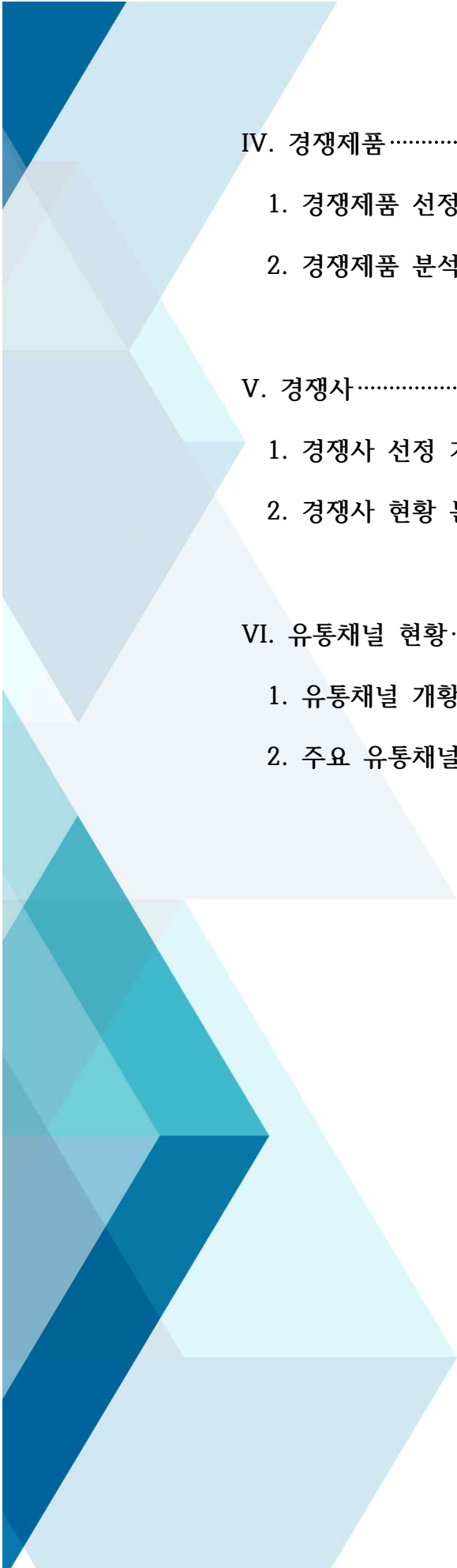
No: 1811-20

품목: 가금류 냉동간편식품
(Frozen Poultry Ready to Meal)

국가: 베트남(Vietnam)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	4
1. 수출환경 및 경제지표	6
2. 즉석 조리식품 산업 현황	10
3. 수출입통계 및 생산통계	16
II. 시장 트렌드	17
1. 정책 이슈	18
2. 소비 트렌드	19
3. 제품 트렌드	19
III. 통관 및 제도	23
1. 통관 및 검역	24
2. 인증정보	31
3. 라벨링	33
4. 위생요건	36



IV. 경쟁제품	39
1. 경쟁제품 선정 기준	40
2. 경쟁제품 분석	41
V. 경쟁사	44
1. 경쟁사 선정 기준	45
2. 경쟁사 현황 분석	46
VI. 유통채널 현황	48
1. 유통채널 개황	49
2. 주요 유통채널별 세부현황	55



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품 산업현황
3. 수출입통계 및 생산통계

국가 개요

인도차이나 반도 중부에 위치하며 북쪽으로 중국, 서쪽으로 라오스 및 캄보디아와 국경을 접하고 동쪽은 바다를 면하고 있는 사회주의 공화국임

베트남 전쟁 후인 1975년부터 베트남공산당이 정권을 주도하고 있으며 1990년대의 경제자유화와 2007년 세계무역기구(WTO) 가입 이후 급격한 경제 성장을 경험하고 있음

1986년 대외개방을 표방한 도이머이(쇄신) 정책 도입 이후 시장경제체제로 전환하여 경제개혁을 추진하고 있음. 북부지방은 여름이 긴 사계절의 아열대 기후이며, 남부지방은 건기와 우기가 뚜렷한 열대몬순 기후임. 전통적인 농업국이었으나 제조업 부문이 경제성장을 견인하고 있으며, 특히 전자제품과 섬유·의류제품 수출 비중이 높음. 한편, 농업 부문에서는 쌀세계 2위 수출국과 커피를 주로 수출하고 있으며, 석유개발 성공 이후 원유도 수출하고 있음

동남아시아국가연합(ASEAN), 역내포괄적경제동반자협정(RCEP)¹⁾ 등을 통해 경제 통합에 적극 참여하고 있음. 외교적으로 중국과 남중국해(베트남 동해) 해상 영유권 분쟁을 둘러싸고 관계 악화 가능성이 잠재되어 있으며 미국과는 인권문제를 제외하면 전반적으로 관계가 개선되고 있음

주요 정보

- ▶ 국명: 베트남 사회주의 공화국
(The Socialist Republic of Vietnam)
- ▶ 수도: 하노이
- ▶ 대통령: 응우옌 푸 쩡(2018.10~(5년 임기))
- ▶ 인구: 95.5백만 명
- ▶ 면적: 33.1 만km² (한반도의 1.5배)
- ▶ 공식어: 베트남어
- ▶ 주요 도시: 하노이, 호치민, 하이퐁, 다낭, 껀터
- ▶ GDP: 2,160억 달러 (2017년도)
- ▶ 1인당 GDP: 2,306 달러 (2017년도)
- ▶ 경제성장률: 6.3% (2017년도)
- ▶ 화폐단위: 베트남 동(VND)
- ▶ 인터넷 사용률: 53%



1) 역내 포괄적 경제동반자협정: 아시아-태평양 지역을 하나의 자유무역지대로 통합하는 ASEAN+6 FTA

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망²⁾

	등급	등급전망
	DB5	긍정적

자료: 「Country Insight Snapshot Vietnam December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.14.

□ 주요 전망

구분	세부내용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> - 저렴한 인건비, 풍부한 노동력, 지리적 위치, 정치적 안정으로 외국인 투자에 매력적 - 소득수준 향상으로 중산층 인구가 늘어남에 따라 소비시장 확대 예상 - 베트남 공산당 체제하 안정적 정권 유지 전망
부정적	<ul style="list-style-type: none"> - 재정적자 대응 위한 긴축예산 필요. 재정부지출 지연으로 경제 성장이 더딜 것으로 전망 - 비능률적이고 부채 비율이 높은 국영기업을 적극적으로 청산하지 않는 이상 잠재적인 경제 성장역량을 완전히 실현하기는 어려울 것으로 전망 - 정부의 특별경제구역 3곳 지정 발표에 따라 수도 하노이에서 반중국 시위 발생

자료: 「Country Insight Snapshot Vietnam December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.14

2) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정한 지표임. 대/내외 안보 상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션율, 무역 규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 '경제 및 상업 환경', 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 '사회적/ 제도적 환경' 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨

자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet

□ 주요 거시경제 지표

- 정치, 경제적 안정성 측면에서 강점
 - 2014-17년 연평균 성장률 8.4%에 달하며 2018년에도 6.8%의 GDP 성장률을 달성할 것으로 전망. 이러한 높은 성장 추이에도 물가상승 압력은 잘 통제되고 있으며, 주변국에 비해 환율 추이도 양호
 - 2018년 들어 인도네시아 루피아화나 필리핀 페소화가 각각 6.8%, 6.5% 절하된 것과는 달리 베트남 동화는 2.6% 절하되는데 그침
 - 경제뿐만 아니라 정치적으로도 베트남의 안정성이 인정되는데, 이는 외국인투자를 유인하는 요인 중 하나로 작용. 공산당 일당 체제하에서 다른 국가에 비해 급격한 정권 교체 가능성이 크지 않기 때문
- 3분기 성장률 6.98%로 2018년 정부 목표치(6.5~6.7%) 달성 가능
 - 주요 산업별로 살펴보면 전년 동기 대비 각각 농림수산업 6.76%, 제조업 12.65%, 서비스업 6.84% 성장
 - 직전 분기에 이어 제조업과 서비스업이 주도하는 경제 성장 유효. 2019년 지하철 개통과 정부 주도의 신도시 개발 등이 가시화되며 전기·가스, 수리, 건설 부문의 성장세가 돋보임
 - 3분기에서도 확인된 안정적인 성장세에 따라 2018년 전망치는 6.65%에서 6.80%로 상향 조정되었으며, 이는 신흥아시아 내에서 인도(7.4%)에 이어 두 번째로 높은 수준

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	0.5	4.1	2.8	2.8	2.6	2.8	3.0	3.0
재정수지/GDP	-6.1	-6.3	-6.0	-6.0	-5.5	-5.0	-5.0	-4.5
대외부채	3.8	3.9	3.9	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8
물가상승률	0.6	2.7	3.5	4.0	4.0	4.5	4.5	4.0
경제성장률	6.7	6.2	6.8	7.2	6.5	6.0	6.0	6.0

자료: 「Country Insight Report Vietnam December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.14.

□ 무역통상 환경

○ 아시아 주요 신흥국 중 제조업 기지로 가장 유망

- 프랑스계 은행인 나티시스의 조사에 따르면 7개 아시아 신흥국(말레이시아, 베트남, 인도, 인도네시아, 중국, 태국, 필리핀) 중 가장 유망한 제조업 기지로 베트남(외화 정부신용등급 BB/Stable)을 선정. 인구 구조, 임금, 전력요금, 기업하기 좋은 환경 순위, 물류, 전체 FDI 중 제조업 비중 등을 종합적으로 판단한 결과
- 노동인구를 살펴보면 2015년 기준 베트남의 20'39세 인구는 3,260만 명으로 중국과 인도네시아 다음으로 많은 반면, 임금 수준은 7개 아시아 신흥국 중에서 가장 낮은 것으로 나타남
- GlobalPetrolPrices.com의 조사에 의하면 2018년 6월말 기준 kW당 베트남의 전력 요금은 7센트로 말레이시아(6센트) 다음으로 낮은 것으로 나타남

○ 정부의 적극적인 무역 촉진 정책과 외국인투자 유인 요책 긍정적 작용

- 베트남은 한국과의 FTA를 2015년 발효하였으며, 2018년 10월에는 EU와의 FTA 및 투자보호협정에 서명함과 동시에 베트남 포함 11개국으로 구성되어 있는 환태평양 동반자협정(CPTPP) 비준. 자유무역협정과 더불어 정부는 외국인투자확대에 장애 물인 외국인투자 지분 제한도 철폐하는 방안 추진

○ 베트남으로의 외국인 투자 지속

- 2018년 11월까지 등록 기준 누적 FDI는 308.4억 달러로 전년 동기 대비 6.8% 감소 하였지만, 실행 기준 누적 FDI는 전년 동기보다 165억 달러로 3.1%확대
- 미국과 중국간 무역전쟁이 글로벌 경제 및 금융시장에 긴장감을 조성하고 있지만, 베트남은 제조업 및 수출기지로서의 이점을 점차 활용하고 있으며, 중국과 근접한 지리적 이점에 힘입어 중국 내 기업이 해외로 생산거점 이전 시 베트남이 가장 큰 수혜를 입을 것으로 판단됨

□ 위험 및 기회 요소

구분	세부내용
<p style="text-align: center;">위험</p>	<ul style="list-style-type: none"> - GDP 대비 65%에 달하는 재정부채로 투자 불확실성 잔존 - 대도시에 구매력이 집중된 경제 구조 - 외국인 투자자에게 99년간 토지 임대를 허용하는 것을 골자로 한 신규 특별경제구역 3곳 건설 계획 발표에 따라 6월 초 수도 하노이에서 반중국 시위 확산 - 남중국해 영유권 분쟁으로 대중 관계 악화 가능성 잠재 - 낮은 국영기업 운영 효율성 및 금융제도 비선진화
<p style="text-align: center;">기회 요소</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 수출 지향적 산업구조와 제조업 부문의 호조, 민간소비 증가와 FDI 유입에 따라 경제성장률 7% 이상 높은 수준 유지 - 저렴한 노동력으로 외국인투자 활발 - 경공업 위주 산업에서 자본 집약적 산업으로 탈바꿈 - 동남아에서 가장 큰 원유 생산국 - 생산가능 인구 비중이 높으며 경제활동인구 증가세 - 구매력이 큰 25~54세 인구가 전체 인구의 약 46%를 차지

자료: 「Country Insight Report Vietnam December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.14.

2. 산업 현황

1) 즉석 조리식품 산업 동향

□ 즉석 조리식품 시장 규모

- 최근 5년간(2013-2017년) 베트남 즉석 조리식품 시장규모는 연평균 약 12% 성장하여, 2017년 약 1조 8천억 동(약 872억원 3,550만 원)기록
- 베트남 도시화의 비율이 증가하면서 시간 제약이 커진 소비자 수의 증가로 즉석 조리식품 수요 급증
- 레토르트는 베트남 소비자들에게 가장 보편적인 즉석 조리식품으로 보관이 편리해 시장에서 주류를 이루고 있으며, 특히 토마토소스 미트볼, 파테(Pate), 쇠고기 요리, 생선 통조림 등의 수요가 높은 편

표 1.2 즉석 조리식품 시장 규모 추이 및 전망(2014-2022년)



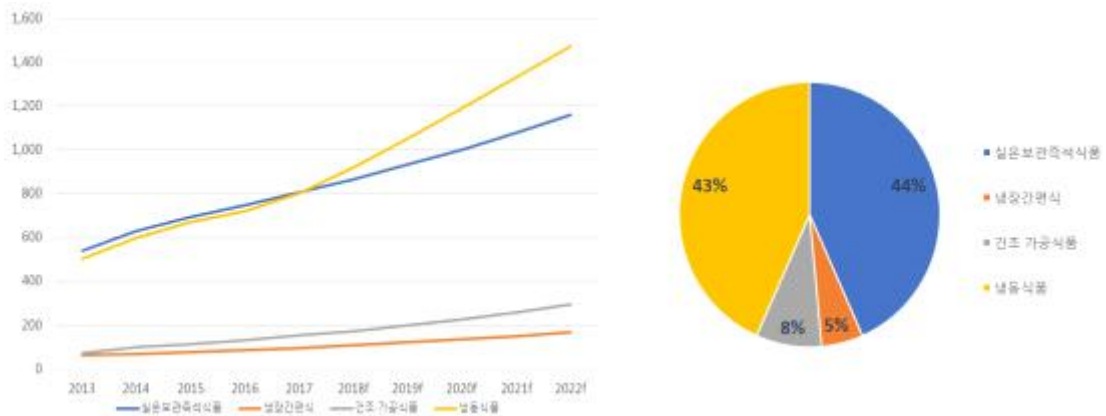
자료: Euromonitor International

□ 즉석 조리식품 시장 현황

- 즉석 조리식품은 크게 냉장간편식, 건조 즉석 조리식품, 냉동식품, 상온에 진열해도 상하지 않는 실온보관 즉석식품으로 분류되는데, 냉동식품과 실온보관 즉석식품의 시장 점유율은 각각 43%, 44%로 시장규모는 비등한 편
- 가장 높은 성장세를 보인 것은 건조 즉석 조리식품으로, 약 21%의 급격한 연평균 성장률(CAGR)을 기록했지만 향후 5년(2018f-2022f) 동안 시장의 성숙으로 성장률은 14%대로 하락할 전망
 - 건조 즉석 조리식품은 죽, 라면, 즉석밥 시리얼 등을 포함하며, 즉석 밥은 CJ와 오뚜기 같은 한국 기업들의 상품이 주로 유통되고 있으나, 수요가 크지 않음
- 실온보관 즉석식품과 냉동식품은 비슷한 추이로 성장해 왔으나, 향후 5년간 냉동식품 연평균 성장률은 13%대의 성장이 예상되지만, 실온보관 즉석식품은 시장의 성숙으로 8%대의 성장을 거둘 것으로 전망됨

표 1.3 즉석 조리식품 시장 점유율 추이 및 전망(2013-2022f, 2017년)

(단위: 십억 동, %)



자료: Euromonitor International

□ 경쟁 현황

- o 즉석 조리식품 시장은 베트남 기업의 점유율이 높은 편으로 상위 10개 기업 중 Malai Bakery와 CJ Cau Tre Foods JSC를 제외한 상위 8개 기업이 베트남 기업에 해당됨
- o Vissan Co Ltd가 즉석 조리식품에서 1위로 멸균소시지, 신선 햄류와 같은 가공한 고기 제품으로 햄류 및 해산물 시장에서 강세
 - 2017년 기준 점유율 34.6%로, 독립 식품점부터 대형 슈퍼마켓까지 넓은 유통채널을 통해 냉동식품을 판매하고 있음
- o Cholon Investment & Import-Export Co는 2017년 기준 7.2%의 점유율로 성장세를 보이고 있는데, 이는 소매채널 확대, 브랜드 이미지 강화, 신제품 홍보를 위한 다양한 마케팅 활동이 원인
- o CJ제일제당은 2016년 베트남 냉동식품업체 까우제(Cau Tre)를 인수하고 현지식 만두인 ‘짜조’에 김치를 넣은 ‘김치짜조’ 및 냉동만두 비비고를 선보임
 - 까우제(Cau Tre)는 1983년 설립된 냉동식품 전문기업이자 베트남 국영 유통기업인 사이공 트레이딩 그룹의 자회사로, 주요 제품인 스프링롤과 덤섬이 베트남 시장 점유율 1위를 기록

표 1.4 즉석조리식품 기업별 점유율 추이(2013-2017년)

(단위: 십억 동, %)

순위	업체명	2013	2014	2015	2016	2017
1	Vissan Co Ltd	40.4	38.8	38.5	36.2	34.6
2	CJ Cau Tre Foods JSC ³⁾	-	-	-	-	11.7
3	Minh Trung Ltd Co	10.1	9.9	9.8	10.1	10.3
4	Cholon Investment & Import-Export Co	6.7	6.9	7.1	7.3	7.2
5	Halong Canned Food JSC	9.1	8.2	7.8	7.5	7.1
6	Asia Foods Corp	1.0	2.0	2.5	2.7	2.8
7	Tuyen Ky Co Ltd	3.4	3.4	3.2	3.0	2.8
8	VIFON - Vietnam Food Industries JSC	1.0	1.3	1.6	1.7	1.8
9	Malai Bakery	2.0	1.8	1.7	1.7	1.6
10	Masan Consumer Corp	0.8	2.0	1.3	1.3	1.3
기타	-	25.6	25.7	26.6	28.5	18.6
	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

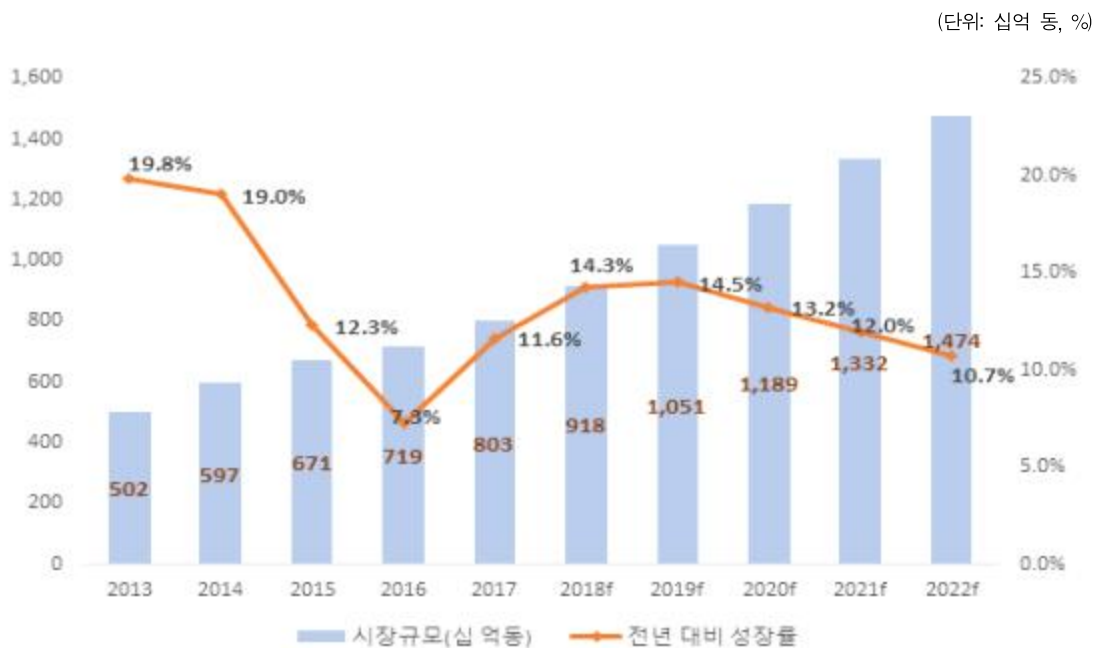
자료: Euromonitor International

2) 냉동식품 산업 동향

□ 냉동식품 시장 규모

- 냉동식품은 한때 비주류 식품이었지만 최근 5년간(2013-2017년) 연평균 12%의 성장을 기록하며 2017년엔 약 8,000억 동(약 387억 7,100만 원)을 기록
- 최근 몇 년 동안 베트남 소비자들의 식품 위생에 대한 관심이 높아지면서 첨가물에 대한 부정적인 인식이 확대됨. 하지만 냉동식품은 식품첨가물이 적고 위생적이라는 인식이 생기면서 수요 증가
- 냉동식품 제조업자들은 기존 슈퍼마켓뿐만 아니라 전통 식료품 유통채널 간의 거래를 확대하고 제품을 다양화하는 추세
- 생활 수준이 높아지면서 가정집에서 냉장 혹은 냉동기기들을 갖추고 있는 경우가 많아짐. 저장시설이 갖춰짐에 따라 냉동식품 수요가 늘어날 것으로 전망

표 1.5 냉동식품 시장 규모 추이 및 전망(2013-2022f년)



자료: Euromonitor International

3) 2016년 CJ 제일제당이 베트남 식품업체 까우제(Cau Tre)를 인수

□ 콜드체인 시장 현황

- 베트남은 연중 날씨가 덥고 기온이 높아 식품이 쉽게 변질될 우려가 있기 때문에 저온 유통을 위한 시스템 구축이 필수적으로 요구되지만, 유통 전반에 걸쳐 콜드체인 시스템의 발달이 미진함
- 콜드체인 물류 전체를 아우르는 통합 서비스를 제공하는 대형 업체가 거의 없으며 대부분의 현지 물류업체들은 국내 운송, 포워딩, 통관업무에 치중돼 있음. 콜드체인 서비스를 제공하더라도 일부만 담당하는 곳들이 많기 때문에 소규모 기업들이 상호간의 서비스를 연계해 소비자들에게 제공하는 실정
- 현대적 유통망의 증가와 건강 및 위생에 대한 관심으로 저온·신선 물류센터, 냉장보온차량 등 베트남 내 콜드체인 물류 인프라에 대한 수요가 증가할 전망. 또한, 베트남 정부는 ‘2025 베트남 물류산업 발전 및 경쟁력 강화’를 위한 계획을 통해 베트남의 물류서비스를 강화하겠다고 발표
- 콜드체인의 비용 증가로 제품의 단가가 상승하였으나, 다른 브랜드와의 경쟁에서 가격우위를 차지하기 위해 제조사들은 기존 가격을 고수하고 있음

□ 냉동간편식품 및 가금류 시장 현황

- 냉동간편식품의 점유율 1위는 CJ제일제당으로 만두(Cau Tre)가 2017년 베트남 시장에 출시된 후로 인기몰이를 하고 있음
- 가처분 소득의 증가, 바쁜 생활패턴 등 사회문화적 변화와 식품 안전사고 발생으로 인해 위생적인 냉동식품의 소비가 향후 증가할 것으로 예상됨

표 1.6 냉동간편식품 브랜드별 점유율(2013-2017년)

순위	브랜드명	업체명	2013	2014	2015	2016	2017
1	Vissan	Saigon Trading Group(SATRA)	43.3	40.1	38.5	35.2	33.4
2	Cau Tre	CJ Corp	-	-	-	-	27.1
3	Cholimex	Cholon Investment & Import-Export Co (CHOLIMEX)	15.6	16.0	16.4	17.1	16.5
4	Ha Long	Halong Canned Food JSC	11.8	10.8	10.3	10.2	9.6
5	Cau Tre	Cau Tre Export Goods Processing JSC	18.3	19.2	22.4	24.2	-
기타			11.0	13.9	12.4	13.3	13.3
계			100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

- 가금류와 붉은고기를 포함하는 냉동육 점유율 1위 기업은 Saigon Trading Group으로 2017년 기준 33.4%의 시장 점유율을 차지
- 냉동 붉은고기(Frozen Processed Red Meat)와 냉동 해산물(Frozen Processed Fish/Seafood)의 2017년 매출액이 각각 1억 7천만 동(약 824만 4,960원), 17억 동(약 8,244만 원)으로 높은 편인 반면 냉동 가금류 매출은 통계에 집계되지 않음

표 1.7 베트남 냉동육(Processed Meat) 기업별 점유율(2013-2017년)

순위	업체명	2013	2014	2015	2016	2017
1	Saigon Trading Group	54.0	43.3	41.2	40.0	39.2
2	CJ Corp	-	5.8	6.5	7.0	7.6
3	Viet Sin Food JSC	-	4.6	4.8	5.0	5.2
4	Tan Viet Sin Foods JSC	-	2.5	2.9	3.2	3.4
기타		46.0	43.9	44.7	44.7	44.5
계		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

3. 수출입통계 및 생산통계

1) 통계분석 기준 설정

□ '냉동 닭갈비 간편식품' 통계 기준 설정

- 글로벌 및 베트남 수입통계 및 한국산 수출통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정⁴⁾

□ '냉동 닭갈비 간편식품' HS 코드 분류

- 글로벌 수입 규모 파악을 위해 HS CODE 1602.32, 베트남 수입 규모를 파악하기 위해 HS CODE 제1602.32.90호 한국 수출 규모를 파악하기 위해 HS CODE 1602.32.1090 설정

표 1.8 냉동간편식품 항목별 통계 기준 설정

조사 항목	통계 기준			
글로벌 수입 통계	HS CODE	1602.32	해설	닭[갈루스 도메스티쿠스(Gallus domesticus)종의 것으로 한정한다]으로 만든 것
베트남 수입 통계		1602.32.90		기타
한국산 수출 통계		1602.32.1090		기타

표 1.9 냉동간편식품 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1602	그 밖의 조제하거나 보존처리한 육·설육(脛肉)이나 피
	1602.32	닭[갈루스 도메스티쿠스(Gallus domesticus)종의 것으로 한정한다]으로 만든 것
	1602.32.1090	기타
베트남	1602	그 밖의 조제하거나 보존처리한 육·설육(脛肉)이나 피
	1602.32	닭[갈루스 도메스티쿠스(Gallus domesticus)종의 것으로 한정한다]으로 만든 것
	1602.32.90	기타

자료: 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)

- 그러나 상기 HS CODE는 매우 다양한 품목을 동시에 포함하기 때문에 닭(갈루스 도메스티쿠스)에만 해당하는 통계 자료를 파악하기에는 어려움이 있으므로 생략하기로 함

4) 의뢰 제품의 HS CODE를 확인하는 방법으로는 한국관세무역개발원에서 발간한 '2018 HS품목별 수출입통관편람'을 조회하거나, 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 방법 등이 있음



II. 시장 트렌드

1. 정책 이슈
2. 소비 트렌드

1. 정책 이슈

□ 베트남, 재수출용 냉동식품 수입업체에 보증금 부과

- 베트남 정부가 새로이 발행한 시행령 69/2018/ND-CP에 의거. 재수출 목적으로 베트남에 잠정적으로 수입된 상품은 세관 절차가 완료된 날로부터 60일 이상 베트남에 있을 수 없게 됨
- 냉동식품의 임시 수입 및 재수출 영업 활동에 대하여, 조건부 임시 수입 및 재수출 냉동식품 목록에 속하는 제품으로 영업행위를 하는 기업은 100억 동을 창고/적재지가 있는 성/도시 내 신용기관에 보증금으로 송금해야 함

표 2.1 조건부 임시적 수입 재수출 냉동식품 목록

베트남 HS코드	상품 설명
02류	육과 식용설육
03류	어류, 갑각류, 연체동물, 기타 수생 무척추동물
05류	다른 류에 분류되지 아니한 동물성 생산품
05040000	동물(어류는 제외한다)의 장·방광·위의 전체나 부분(신선한 것, 냉장이나 냉동한 것, 염장이나 염수장한 것, 건조한 것, 훈제한 것으로 한정)

자료: Thu vien Phap Luat 및 통합무역정보서비스

□ 베트남, 식품안전인증서 발급 비대상 무역업체의 식품안전 규정 변경

- 베트남 농업농촌개발부에서 2018년 10월 공포한 시행령 No.17/2018/TT-BNNPTNT(2019년 1월 1일 발효)에 따르면 농업농촌개발부 관리하의 식품안전인증서 발급 비대상 농림수산물 생산 및 무역업체에 대한 식품안전인증서 발급 비대상 업체 목록이 변경됨

표 2.2 식품안전인증서 발급 비대상 업체

2015년 2월 10일부터	2010년 1월 1일부터
소규모 초창기 생산 기업	소규모 초창기 생산
소규모 초창기 생산과 관련된 기관, 조직, 개인	고정되지 않은 장소에서 식품을 제조 및 무역 (단, 15m 이상 어선 제외)
	소규모 1차 가공
	소규모 식품 무역
	포장 식품 무역

자료: 베트남 농림 수산물질관리국

- 업체의 식품 안전규정 위반 시 처벌 규정은 기존 시행령과 동일함

표 2.3 식품안전인증서 발급 비대상 업체 처벌 규정

위반 횟수	처벌
1회 위반	경고
2회 위반	위반사항 공개
3회 위반 이상 또는 위반으로 심각한 결과 초래	현행법으로 처벌

자료: 베트남 농림 수산품질관리국

2. 소비 트렌드

□ 위생과 식품에 관심 증대로 브랜드 선호도도 증가

- 브랜드와 상관없이 제품을 구입하던 베트남 소비자들이 위생과 식품안전에 관해 관심을 가지기 시작하면서 독립 소매점이나 슈퍼마켓에서 찾아볼 수 있는 브랜드 제품 선호도 증가
- 최근 몇 년 동안 베트남 내에서 발생했던 식품위생 문제로 인해, 건강 문제를 고려하여 제품을 선택하고 높은 가격이라도 신뢰할 수 있는 브랜드와 제조사의 제품을 구입하려는 경향이 강화되고 있음

3. 제품 트렌드

□ 현지산보다 저렴한 수입산 닭고기

- 베트남에서 닭고기 수입가격은 태국산이 현지 생산 닭고기 가격과 동일하며, 미국산은 베트남산보다 저렴함
 - 호치민시에서는 미국산 닭고기를 19,000동/kg에 수입하여 23,000동/kg에 팔고 있음(당 가격은 베트남 내 현지산 닭고기의 소매가격의 절반에 해당함)
- 베트남으로 수입되는 닭고기 부위는 다리(윗다리 및 아랫다리), 아랫다리, 발로 미국 내에서는 인기가 없는 부위로, 해외에서 선호하지 않는 부위를 베트남에서 선호함에 따라 해외가격에 준하여 판매가 가능함




□ 간편식품 소비 증가

- 급격한 도시화 등으로 시간을 절약하기 위해 아침식사 대용의 간편식을 찾는 소비자가 증가하고 있음. 특히 하노이는 세계에서 아침식사 지출비용이 가장 높은

도시 중 하나로 꼽히는데, 미국의 블룸버그(Bloomberg) 조사에 따르면 하노이 거주자의 아침식사 비용은 일평균 수입의 12%를 차지하며, 이는 아시아 개발 도상국의 평균치인 4.8%의 약 2.5배에 달함

- 하지만 대부분의 아침식사 대용 간편식으로 즉석 빵, 샌드위치 구매 비율이 높음
- 태국형 편의점에서 컵 형태의 다양한 즉석식품을 찾아볼 수 있는데, 매장에서 바로 조리한 샐러드, 국수, 샌드위치, 볶음밥 등을 종이나 플라스틱에 넣어서 판매하며, 저렴한 가격에 개인의 취향대로 조리된 음식을 즐길 수 있어 특히 베트남 학생들에게 인기

표 2.4 소비자 및 판매 담당자 인터뷰

직위	인터뷰 내용
 소비자 인터뷰	<ul style="list-style-type: none"> • 간편식품을 자주 구매하지는 않는 편. 주로 야외활동을 나가거나 바쁠 때 식사대용으로 찾는 편 • 간편식품에 함유된 첨가물 및 보존제가 건강에 좋지 않을 것이라고 생각하며 특히 비만이 우려됨
 소비자 인터뷰	<ul style="list-style-type: none"> • 간편식품을 자주 구매하는 편으로, 평일에는 일정이 바빠 요리할 시간이 없어 간편식품으로 대체하는 편 • 참치, 소고기, 돼지고기 등의 간편식품을 구매하는 편으로, 샐러드 혹은 밥과 함께 섭취함. 31만 동(약 1,500원) 정도를 소비하지만 최대 100만 동(약 4,900원)까지 소비할 의향이 있음 • 하지만 가격적으로 부담되는 것은 사실이며, 일정한 수입이 없다면 간편식품을 선호해도 구매하지 않는 편
 매니저 인터뷰	<ul style="list-style-type: none"> • (롯데마트) 한국산 제품은 인지도가 낮은 편. 가장 인기 있는 간편식품은 베트남, 태국, 프랑스 제품이며 특히 자국산이 선호되는데, 수입품에 비해 저렴하기 때문. 베트남 소비자들은 가격에 민감한 편 • (VinMart) 다양한 종류의 간편식품이 구비되어 있으며 베트남, 태국, 프랑스뿐만 아니라 독일, 일본, 중국 제품도 있음. 현재 베트남에서 가장 인기있는 간편식품 브랜드는 Vissan으로 수요가 조금씩 하락하고 있지만, 가격 경쟁력이 높아 지속적으로 1위를 차지하고 있음. 한국 제품은 서서히 매장에 진열되는 비율이 높아지는 편. 가격으로 어필할 수 있고, 좋은 마케팅 전략이 있다면 성공적으로 진입할 수 있을 것으로 전망됨 • (BIG-C) 여러 종류의 간편식품들이 구비되어 있음. 베트남과 태국 제품이 가장 인기 있는 제품. 기타 유통채널에 비해 BIG-C에서 제공하는 가격대는 낮은 편으로 소비자들에게 인기.

자료: 현지조사원(2019.1.7)

□ 한류로 인한 한국 식품 인기 증가

- 씨클케이(Circle K)는 2017년 8월 김치 토핑이 새롭게 추가된 볶음국수 출시. 식욕을 돋우고 칼로리가 낮다는 장점을 중심으로 신메뉴인 김치 토핑을 홍보
- 한국형 편의점 지에스25(GS25)에서는 컵 형태의 즉석 떡볶이 제품으로 삶은 계란과 치즈 등을 얹은 Rabokki도 판매되고 있음
- 지에스는 닭고기 튀김, 만두, 컵밥 등 인기 한국 음식과 함께 베트남 현지 음식인 반미를 즉석에서 조리하여 판매



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 식품첨가물

통관 및 제도 개요

❖ 수입통관 절차

번호	절차	주요 내용	관할 기관
1	동물성 식품 사전 검역 검토	- 베트남 검역본부에 사전 검역 절차 검토	- 베트남 국립가축질병진단센터 (NCVD)
2	수출신고 준비	- 수출 검역	- 농림축산물 검역본부 - 동물질병관리부 동물검역과
3	수입신고	- 수입 신고 - 필요서류 제출	- 베트남 산업무역부 - 관할 세관
4	물품 검역 및 검 사	- 검사 절차	- 베트남 국립가축질병진단센터 (NCVD)
5	관세 납부	- 관세 등 납부 - 품목에 따라 특별소비세 부과	- 관할 세관
6	물품 반출	- 수출관세, 수입 관세, 부가가치 세 환급 대상 - 관세는 관세청, 부가가치세는 세무국에 신청	- 관세청 - 세무국

자료: 베트남 관세청(www.customs.gov.vn)

❖ 부가가치세 정보

부가세(Value Added Tax) 10% 부과

❖ 베트남 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표에서 베트남을 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS Code를 입력하면, 해당 품목의 관세율 확인 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA 기준'에서 FTA 협정 정보, 관세율, 원산지 기준 확인 가능
- 3) 해당 HS CODE에 대한 관세율을 베트남 관세청에서 직접 확인하려면 베트남 관세청 웹사이트에서 (www.customs.gov.vn) 조회 가능

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.gov.vn/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	베트남 관세청	www.customs.gov.vn

1. 통관 및 검역

1) 냉동간편식품 통관

[1] 사전 검역 요건 검토

□ 검역 요건 확인

- 한국의 경우 현재(2019년 1월 기준) 구제역 비 청정국으로 지정되어 있음
 - 수출자는 수출 전 베트남의 수입자를 통해 베트남 국립가축질병진단센터(NCVD)에 수출하고자 하는 물품의 성분규격표, 샘플 등을 제공하여 수출 가능 여부 및 검역 요건을 확인하여야 함
 - 현재 베트남으로 수출 전 농림축산 검역본부 동물질병관리부 동물검역과의 검역 절차를 진행 중인 육류는 닭고기에 한함
 - 돼지고기와 소고기 등은 한국-베트남 당국 간 검역 협정의 협의가 선행되어야 할 것으로 보임

[2] 수출 검역

□ 검역 진행 절차

- 한국 농림축산 검역본부 동물질병관리부 동물검역과는 한국-베트남 당국 간 검역협정에 따라 수출 전 닭고기에 대한 수출검역을 진행함
- 동물검역은 상대적이기 때문에 사전에 바이어를 통해 베트남 국립가축 질병진단센터(NCVD)에 문의하는 것이 베트남 수입 시 통관 거부 위험을 방지할 수 있음

2) 수입 신고

□ 사전 절차

○ 수입자 등록

- 가공식품 수출 시 베트남 보건부(Ministry of Health)의 식품관리청에 식품안전규정에 관한 적합성 선언(Announcement of Conformity, AC)에 등록해야 하며 AC 등록 시 식품안전관리인증기준인 HACCP, ISO22000 또는 이와 동등한 인증서와 성적서(Certificate of Analysis) 필요

○ 식품안전위생 기준 증명서 구비

- 수입 및 수출 식품은 베트남의 품질인증제도 운영과 상호인정에 관한 조약을 체결한 관할 국가의 기관에 의해 식품위생 및 안전 요구사항을 충족하는 인증서를 구비해야 함. 만약 베트남의 식품위생과 안전법의 조항에 위배되는 징후를 발견하는 경우 품질관리 시스템에서 검사할 수 있음
- 기본적으로 베트남에 수입되는 식품은 베트남에서 생산되는 식품에 적용되는 일반적인 표준과 규정을 준수해야 함
- 식품은 조직적·개인적으로 생산하여 무역거래 시, 베트남의 표준, 국제적인 표준이나 수출국의 식품 안전법에 부합되면 일반적으로 수입이 허용됨

□ 수입 신고

- 베트남에는 통관을 대행해 주는 관세사 제도가 존재하나 거의 활성화되어 있지 않으며, 주로 물류업체 등을 통해 통관하거나 업체에 자체 통관 전담 직원을 두어 통관을 진행함
- 현재 수입 신고는 전산(e-Customs)과 입항지 세관에 서류 신고 모두 가능하며, 물품을 하역하는 항만의 세관에서 통관을 진행해야 함
- 자동수입허가(Automatic Import Permit) 대상 물품은 수입 전 산업무역부(Ministry of Industry and trade)에 허가 신청하여야 하며, 신청받은 산업무역부는 5일 이내에 허가서를 발행함
 - 유의할 점으로는 수입신고서(전자, 서면신고 공통)는 신고일로부터 15일만 효력이

유지되며, 국경 관문에 도착한 날로부터 30일 이내로 신고해야 함

표 3.1 수입 신고 시 제출서류 목록

구분	내용
1	수입신고서
2	수입화물허가증(I/L)
3	도착 통지서(D/O)
4	항공 운송장(Airway Bill)
5	포장명세서(Packing List)
6	송장
7	필요시 연간 쿼터 증명서(Annual Import License)
8	기타 세관이 필요로 하는 서류 제출(수입허가, 석유류 등 라이선스, 원산지 증명서, 담배류 등 면세허가)

□ 검사 및 검역

- 베트남 보건부의 시행령 No.38/2012/ND-CP 제14조⁵⁾에 따라 공포한 「위생 및 안전성 감사가 의무화된 HS Code별 수입식품에 관한 결정 No.818/QD-BYR」은 13개 품목을 수입검역이나 감사가 필요한 품목으로 정하고 상세한 것은 별표에 HS Code별로 정하고 있음
 - 냉동간편식품의 경우 베트남 수입 시 검역 대상에 해당되기 때문에 수출자는 사전에 한국 농림축산검역본부에서 발급하는 검역 증명서를 준비해야 함.
 - 해당 서류를 베트남 검역당국에 제출하고 해당 화물의 일치 여부를 서류심사한 후 수입허가서를 발급받아야 함
- 세관에서는 화물 송장 등의 항목별 내용에 대한 정확성 여부 심사. 물품 검사는 보통 세관 통제 구역인 부두, 창고 등 지정된 장소에서 실시하며 특송업체(FedEx, UPS, DHL 등)를 이용하여 문전 배송되는 품목의 경우 세관원이 현장에 파견되어 검사
 - 필수 검사/규격/인증을 받아 수입·판매되는 경우는 베트남 정부에서 지정하는 검사소에서 샘플을 검사한 후 적격 여부 판정

5) 원칙적으로 수입되는 모든 식품, 식자재, 식품첨가물, 식품가공보조제, 식품포장용구, 식품포장재, 식품용기는 검사의 대상. 단, 개인이 휴대하는 관세 면제 범위 내의 자가소비용 식품, 외교관·영사관의 수하물에 포함된 식품, 일시적으로 수입되는 식품(전시회 참가 등), 보세창고에 보관되는 식품, 시험용·연구용 식품은 검사 대상에서 제외

- 수입신고 후 세관검사에서는 물품 위험도에 따라 Green Channel(저위험), Yellow Channel(중간위험), Red Channel(고위험) 등 3가지로 분류

표 3.2 위험도에 따른 세관 분류와 심사 절차

분류		심사 절차
Green Channel (저위험 물품)		세관 서류심사 및 물품 검사 면제
Yellow Channel (중위험 물품)	E-Yellow Channel	E-Document를 세관에 제출해야 함
	Paper-Yellow channel	종이 서류를 세관에 제출해야 함
Red Channel (고위험 물품)		종이 서류 제출 및 수입 물품 실제 검사

- 농산물, 수산물 등 특정 품목 또는 장기간 통관 기록이 우수한 수출가공지역의 경우 검사 면제를 규정하고 있음. 일반 통관의 경우 10% 샘플 검사를 함. 통관/관세법 절차 위반 전력이 있는 수입자의 경우 전수 조사를 실시함

□ 제세 납부 및 물품 반출

- 수입 식품이 납부해야 할 제세는 관세와 부가세의 합산 금액
- 관세는 제품가격에 관세율을 곱하여 산출하며 부가세는 제품가격에 관세를 합한 금액에 부가세율을 곱하여 산출한 금액
- 납부기한은 면세 또는 환급제도를 활용하는 경우를 제외하곤, 통상적으로 보세구역에서 반출하기 전 납부 필요
- 마지막으로 수입신고 시 필수 서류가 모두 제출되고, 관세 및 내국세가 적절하게 지불되어 수입물품의 통관이 완료된 경우 최종적으로 화물 반출이 가능

2) FTA 정보

□ 베트남의 FTA 특이사항 및 한-아세안 FTA 개요

- 한-아세안 FTA는 2007년 6월 1일에 발효되었으며, FTA 발효에 따라 한국산 수입물품에 대해 아세안 각 회원국이 부과하는 관세는 양허 유형에 따라 협정 발효와 동시에 철폐되거나 또는 인하 스케줄에 따라 순차적으로 철폐 또는 인하됨
- 한-베트남 FTA는 2012년 9월 협상개시 이후 총 9차례 공식 협상을 거쳐 2014년 12월에 실질 타결되고, 2015년 5월 5일 하노이에서 정식 서명됐으며, 지난 11월 30일 국회에서 비준됨. 그리고 한국과 베트남 양국 정부는 한-베 FTA를 2015년 12월 20일 발효되었음.
- 한-베트남 FTA는 기존의 한-아세안 FTA보다 상품 자유화 수준을 제고하고 무역 촉진적인 규범을 도입한 업그레이드형 FTA임. 기존 한-아세안 FTA의 낮은 개방도와 복잡한 원산지증명절차 문제로 인한 저조했던 FTA 활용률을 높이고자 2015년 12월 20일 발효되어, 양허 유형에 따라 관세가 순차적으로 철폐 또는 인하됨

❖ 베트남 HS CODE 1602.32.90관세율

HS CODE	구 분	관세율	원산지 기준
1602.32.90	최혜국 (Most favored nation, MFN)	22%	-
	한-ASEAN 무역협정 (AKFTA)	0%	60퍼센트 이상의 역내부가가치가 발생한 것. 다만, 제1류, 제2류 및 제5류에 해당하는 재료는 계약당사국의 영역에서 완전생산된 것으로 한정한다.
	한-베트남 무역협정 (VKFTA)	0%	다른 류에 해당하는 재료로부터 생산된 것

□ FTA 원산지 기준⁶⁾을 충족하는 FTA 협정세를 적용 요건

- FTA의 특혜관세 혜택을 받기 위해서는 ①원산지 결정기준과 ②직접운송기준 조건을 충족해야 하며 ③FTA 특혜 원산지증명서를 발급받아야 함

표 3.3 냉동간편식품 원산지 결정기준(PSR)

FTA 협정	HS 코드	원산지 기준(2012기준)
한- ASEAN FTA	1602.32	1. 60퍼센트 이상의 역내부가가치가 발생한 것. 2. 다만, 제1류, 제2류 및 제5류에 해당하는 재료는 체약당사국의 영역에서 완전생산된 것으로 한정한다.
한- 베트남 FTA		다른 류에 해당하는 재료로부터 생산된 것

- 직접운송기준에 따라 체약 상대국이 아닌 제3국을 경유하거나, 제3국에서 선적된 경우에는 체약상대국을 그 물품의 원산지로 인정하지 않음

표 3.4 직접운송 기준

구분	내용
개념	원산지 기준을 충족한 물품인 경우에도 체약 상대국이 아닌 제3국을 경유하거나, 제3국에서 선적된 경우에는 체약상대국을 그 물품의 원산지로 인정하지 않음
유의사항	제3국을 경유하여 수입 당사국으로 운송된 경우는 다음과 같음 <ul style="list-style-type: none"> - 직접운송의 예외를 인정받기 위한 입증 책임은 특혜세율을 적용받고자 하는 수입자에게 있으며, 제3국 경유가 지리적 또는 운송상의 이유이며 제3국에서 추가가공이 없었음 등을 입증해야 함 - 입증서류로는 수출당사국에서 발행한 통과선하증권, 원산지 증명서 원본, 그 밖에 경유국 세관당국에서 발행한 입증서류 등이 있음 - 다만 이러한 서류들은 사후 입수가 어려울 수 있으므로 제3국 경유 시 입증서류 준비에 차질이 없도록 각별히 주의해야 함

- FTA 특혜 원산지증명서는 출물품이 FTA 협정에서 정한 원산지기준을 충족하였음을 확인하는 서류로서, 수입국에서 FTA특혜관세를 적용받기 위해 통관 시 제출

6) 교역제품의 국적을 판단하는 기준으로서, 어떤 물품이 한 나라에서 전적으로 생산되는 경우 당해 생산국을 원산지로 함은 기준인 완전생산기준과 품목별 기준으로 실질적으로 상이한 제품으로 만들어 세번(稅番)이 변경되면 원산지 물품으로 인정하는 세번변경기준(CTH : change of tariff heading), 생산국 내에서 일정 수준 이상의 부가가치가 발생해야 인정하는 부가가치기준(RVC : regional value contents), 특정한 생산공정이 수행돼야 인정하는 가공공정기준 등이 있음

표 3.5 원산지 증명서 발급 방법

구분	내용
발급기관	대한민국 세관, 대한상공회의소, 관세청 온라인 발급
발급시기	수출신고 수리 이후라면 언제든지 신청 가능하나 선적 전, 선적일 포함 영업일 3일 이내 발급받는 것이 원칙이며, 선적일로부터 3일 이후 발급받는 경우 '소급발급 (ISSUED RETROACTIVELY)' 문구를 기재해야 함
필요서류	<ul style="list-style-type: none"> - FTA 원산지 증명서 신청서(전산입력) - 수출신고필증 사본(전산으로 확인할 수 있는 경우에는 제출을 생략 가능) - 송품장 또는 거래계약서, 패킹리스트 - 원산지(포괄)확인서 (최종물품에 대한 원산지확인서로서 생산자와 수출자가 다른 경우로 한정) - 원산지소명서 - 완제품 BOM(Bill Of Materials), 원재료 단가 입증서류(세금계산서, 거래명세서)
처리기간	<p>a) 현지확인이 필요한 경우: 10일(공휴일·토요일 및 근로자의 날을 제외함) 이내</p> <p>b) 위 제1호 외의 경우: 3일(공휴일·토요일 및 근로자의 날을 제외함) 이내</p>
신청방법	<p>위의 필요서류를 구비한 후, 아래의 주소에 접하여 신청가능</p> <ul style="list-style-type: none"> - 세관 유니패스(http://unipass.customs.go.kr) - 대한상공회의소 무역인증서비스센터(cert.korcham.net/)
유효기간	1년
사용회수	1회 사용원칙(분할 사용 가능)
유의사항	심사 승인 이후 원산지 증명서 인쇄 시 양면으로 인쇄해야 하고, 최초 1부만 인쇄 할 수 있으며 컬러로 인쇄해야 함


2. 인증정보

1) 필수 인증

- 베트남의 경우 2016년 [한국산 냉동간편식품 베트남 수입요건]을 충족, 농림축산검역본부의 수출단지에 대한 관리를 받으면 별도의 인증은 필요 없음

2) 권장 인증


□ 식품안전경영시스템(ISO 22000)7)

인증 로고	
인증/검사명	ISO 22000
인증 설명	식품공급사슬 내의 모든 이해관계자가 적용할 수 있는 국제규격 ISO 22000은 ISO 9001 품질경영시스템을 바탕으로 HACCP의 7원칙과 12절차를 모두 포함하고 있음
발행/검사기관	한국표준협회, 한국품질보증원
성격	권장
제출서류	인증심사 신청서(홈페이지를 통해 다운로드 가능)
비용 ⁸⁾	기본 심사 수수료는 기업의 규모 및 투입심사관의 1인 하루 노동량(Man-day)기준에 따라 상이하며 지방일 경우 추가 출장비 발생함(1인 하루 노동량 기준에 의거 소기업 72만원, 중견기업 90만원, 대기업 105만원)
소요기간	직원 수에 따라 인증 심사일수에 따라 상이
유효기간	3년(이후 3년 단위로 갱신)
인증절차	문의신청 → 예비심사 → 문서 심사 → 현장 심사 인증심의 → 인증서 발행 등록 → 사후관리 심사
유의사항	ISO 22000은 국제 표준의 식품 안전 경영 시스템 요구사항으로서 유통의 중간 식품 공급망을 관리하여 규정하고 있음. 식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 식품 첨가제, 원료 등의 상호 관계가 있는 기업들을 비롯해 모든 기업에 적용되는 국제 표준으로 식품과 관련된 모든 기업에 적용이 가능함

7) 한국품질보증원, NQA, Biz Care

□ 식품안전관리인증기준(HACCP)⁹⁾

- 인증 신청은 이메일, 우편 혹은 방문 접수가 가능하며 서울, 부산, 경인, 대구, 광주, 대전의 6개 지역에서 접수

인증 로고	
인증/검사명	HACCP
인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등의 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함
발행/검사기관	식품의약품안전처
성격	권장
제출 서류	<ol style="list-style-type: none"> 1. 영업허가(신고)증 사본 2. 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 3. 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 4. 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 5. 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부
비용	수수료 20만 원
소요 기간	1년 전후
유효 기간	3년
인증 절차	<ol style="list-style-type: none"> 1. HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 2. 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산 공정 흐름도를 작성 3. 생산공정의 각 단계와 도출된 유해요소를 파악하여 유해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가 4. 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)을 파악 5. 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선 조치

9) Hazard Analysis and Critical Control Point

3. 라벨링

라벨링 정보 개요

❖ 판매 중인 제품 라벨링 예시



자료: 현지조사원

❖ 베트남 식품 라벨링 표기사항

종류	항목
공통	상품명 - 생산 및 사업 개인, 단체가 스스로 라벨에서 적는 상품명을 정하고 상품의 효능 및 특성에 맞게 이해하기 쉽게 상품명을 정확하게 지어야 함 - 상품 성분에 있는 물질의 이름을 사용해서 상품 이름이나 상품 이름의 일부분을 짓는 경우에는 그 성분의 용량을 반드시 써야 함
	상품에 대한 책임을 지는 개인, 단체의 성함 및 주소 - 상품에 대한 책임을 지는 개인, 단체의 성함 및 주소를 적는 것은 다음 자세한 경우에 따라 지정함 - 국내에서 생산하는 상품: 그 상품을 생산하는 단체, 개인, 업체의 이름 및 주소 - 베트남에서 유통하기 위해 수입하는 상품
	상품의 원산지 - 원산지를 기록하는 방법은 “어디에서 생산”이나 “어디에서 제조”나 “원산지”와 상품의 생산국가 또는 지역 이름 기록 - 베트남에서 생산하여 유통하는 상품은 그 상품을 생산하는 장소의 주소를 기록한 경우 상품의 원산지를 기록할 필요 없음
식품	중량 - 측정단위로 중량을 측정하는 상품은 베트남 법에 따라 측정 단위 표시 - 수량으로 중량을 측정하는 상품은 숫자 표기 - 동일 포장에 여러 상품단위가 있는 경우에는 상품 단위별로 중량 및 상품 총 단위의 중량 표기 필수. 또한 상품 단위별로 중량 및 상품 단위의 수량 표기
	제조 일자 - 상품의 제조일자, 유통기한, 보관기한은 양력 연도에 따라 일, 월, 년 순서대로 쓴다 - 일, 월, 년을 표시하는 숫자는 두 자릿수로 표시하고 년을 표시하는 숫자는 네 자릿수로 표시 가능. 또한, 일, 월, 년을 표시하는 숫자는 같은 줄로 표시 - 생산 시간을 월(달)로 표시하는 규정인 경우에는 양력 년도의 월 및 년의 순서 표시 - 생산 시간을 연으로 표시하는 규정인 경우에는 양력 년도의 숫자 4개 표시

	<p>유통기한</p>
	<p>성분이나 중량 성분</p> <ul style="list-style-type: none"> - 성분을 표시하는 것이란 원재료 및 상품을 생산하기 위해 완제품에서 존재하는 첨가물을 의미함. 또한 변경된 원재료의 형태인 경우를 포함 - 제품에 관심을 끌기 위해 라벨에 나와 있는 원재료 성분의 이름을 표시할 시 그 원재료 성분의 중량도 표시해야 함 - 중량 성분을 표시하는 것이란 성분 및 성분별로 하나씩 중량을 표시하는 것으로 상품의 특성 및 상태에 따라 표시된 중량 성분은 상품 한 단위에서 그 성분의 용량으로 표시 혹은 다음 비율 중 하나에 의해 표시: 용량 및 체적; 용량의 퍼센트; 체적의 퍼센트 - 성분은 첨가물이라면 첨가물 그룹 이름, 첨가물 이름, 국제 코드(있는 경우)를 써야 함. 또는 첨가물은 감미제, 색소가 포함되며, 위의 내용에 따라 표시하는 것 외에 “자연” 물질이나 “합성” 물질인지도 표시
	<p>위생, 안전에 대한 경고 및 안내</p> <ul style="list-style-type: none"> - 특별한 방부제가 있는 인간, 동물, 환경에 유독하여 알레르기를 일으키는 리스트에 있는 사용량을 지정하게 된 상품이라면 상품의 성분이나 혼합 성분에 있는 물질에 대한 성분 분석 증명서에 방부제의 이름을 추가해야 함

- 국내에서 유통되는 상품 및 수출입 상품은 라벨링 법령에 의해 라벨을 부착해야 함, 반면, 아래와 같은 상품은 라벨을 필요로 하지 않음
 - 소비자에게 직접적으로 판매되는 신선식품으로 포장없이 가공하게 되는 식품
 - 소비자들에게 직접 판매하는 포장 없는 연료, 원재료(농산물, 수산물, 임산물), 건축 재료(벽돌, 타일 석회, 모래, 돌, 자갈, 시멘트, 흙, 유발, 상업 혼합 콘크리트), 스크랩(생산, 판매)
- 상품의 라벨은 상품이나 상품의 포장에 부착하여야 하며, 내용을 쉽게 인식할 수 있도록 만들어야 한다. 다만, 라벨에 모든 필수 내용을 표시하지 못하는 경우
 - 상품의 라벨에 내용, 상품명, 상품에 대해 책임을 지는 개인 및 단체의 이름, 중량, 제조일자, 유통기한 표기 필수
 - 다른 요구 내용은 상품에 첨부된 서류에 기록하고, 상품의 라벨에 그 내용을 적는 장소도 기입해야 함
- 상품의 라벨은 육안으로 쉽게 식별할 수 있는 크기여야 하고, 라벨에 기록된 문자의 색깔, 숫자, 그림, 사진, 손짓, 기호가 뚜렷해야 함. 규정에 따라 필수 내용의 문자, 숫자의 색깔이 상품의 라벨 배경색상과 대조를 이루어야 함
- 필수 기재 내용은 베트남어로 기록해야 하며, 국내에서 생산해서 유통하는 상품의 라벨에 외국어로 표시 가능함
 - 외국어 표시내용은 베트남어 표시내용과 동일해야 함. 외국어로 작성된 글자의 치

수는 베트남어로 작성된 내용의 글자의 치수보다 더 크면 안됨

- 베트남에 수입된 상품으로서 라벨에서 베트남어로 필수내용이 아직 표시되지 않거나 충분한 내용이 표시되지 않는 경우에는 베트남어로 필수 내용이 나타나는 별도 라벨을 추가해야 하며, 오리지널 라벨을 유지해야 함. 베트남어 표시내용은 오리지널 라벨링 내용과 상응해야 함

o 다음 내용에서 오리지널 라틴 알파벳이 있는 외국어로 표기 가능

- 인체용 의약품의 베트남어 이름이 없는 경우에는 국제적인 과학 명칭
- 국제 명칭이나 화학물질의 화학공식, 구성공식 첨부된 과학적 명칭
- 베트남어 번역이 불가능한 경우, 상품의 국제 이름이나 성분, 양적 성분의 과학적 명칭
- 외국 제조업체, 상품 프랜차이즈의 이름 및 주소

4. 위생요건

□ 식품첨가물 규정

- 베트남에서 유통되는 냉동가금류, 냉동간편식품 및 즉석섭취 첨가물 최대 허용치는 다음과 같음

표 3.6 냉동가금류 식품첨가물 규정

성분명	최대허용치(mg/kg)
Carmines	GMP
Carotenes, Beta-, Vegetable	5,000mg/kg
Fast Green FCF	100mg/kg
Lauric Agrinate Ethyl Ester	315mg/kg
Mineral Oil, High Viscosity	950mg/kg
Phosphates	2200mg/kg
Sorbates	200mg/kg
Sunset Yellow FCF	300mg/kg
Tartrates	500mg/kg

표 3.7 베트남 냉동간편식품 식품첨가물 규정

성분명	최대허용치(mg/kg)
benzoic acid	단일물 또는 복합물을 유리 지방산으로 환산하여 1.5mg/kg
calcium benzoate	단일물 또는 복합물을 유리 지방산으로 환산하여 1.5mg/kg
calcium benzoate	단일물 또는 복합물을 유리 지방산으로 환산하여 1.5mg/kg
calcium diglutamate	10g/kg(단독으로 사용하든 또는 혼합으로 사용하든, glutamic acid로서)
calcium guanylate	500mg/kg(단독으로 사용하든 또는 혼합으로 사용하든, guanylic acid로서) /
calcium inosinate	
dipotassium guanylate	
dipotassium inosinate	
disodium 5'-ribonucleotide	

disodium guanylate	
disodium inosinate	
glutamic acid	
guanylic acid	
inosinic acid	
konjac glucomannane	10g/kg(단독으로 사용하든 또는 혼합으로 사용하든) / 미니컵 젤리(jelly mini-cups)에는 사용불가
konjac gum	섭취할 때 물을 부어 환원하는 건조식품을 만들때는 사용 불가 젤리당과(jellyconfectionery)에는 사용불가
magnesium diglutamate	10g/kg(단독으로 사용하든 또는 혼합으로 사용하든, glutamic acid로서)
monoammonium glutamate	
monopotassium glutamate	10g/kg(단독으로 사용하든 또는 혼합으로 사용하든, glutamic acid로서)
monosodium glutamate	
potassium benzoate	
potassium sorbate	
saccharin	단일물 또는 복합물을 유리 지방산으로 환산하여 1.5mg/kg
sodium benzoate	
sorbic acid	

□ 식품 유해물질 분류

○ 베트남에서 유통되는 냉동식품, 즉석섭취·편의식품류 유해물질 분류는 다음과 같음

표 3.8 냉동식품, 즉석섭취·편의식품류 유해물질 분류

성분명	식품유형	유해물질 분류
Patulin	냉동식품	10 μ g/kg(36개월 이하의 영유아를 위한 곡류로부터 제조된 제품은 포함하지 않음)(포도즙액, 완전하게 응축된 포도퓨레, 포도의 과즙 제외)(알코올이 있는 음료(spirit drinks), 사과주(cider), 사과 또는 과즙으로부터 발효된 음료류 제외)(식품 제조 목적의 사과잼, 사과분말 등 사과로부터 제조된 제품(열매부분)-(3.4와 3.5의 목록에 규정된 제품은 포함하지 않음)제외)(36개월 이하의 유아를 위한 식품 제조 목적의 사과잼, 사과분말 등 사과로부터 제조된 제품(열매부분) 제외)



IV. 경쟁제품

- 1. 경쟁제품 선정**
- 2. 경쟁제품 분석**

1. 경쟁제품 선정기준 및 지표

□ 분석기준 및 지표설정

- 온라인 채널에서는 인기 온라인 쇼핑사이트에서 판매 중인 제품 중에서 선별
- 매장에서는 현지조사원이 거주하는 지역의 대형 유통채널, 인근 면세점, 제조업체의 직판 매장을 방문
 - 가금류형 레토르트 냉동제품을 중심으로 조사했으며, 그 외에도 의뢰업체의 제품과 유사한 가금류와 기타 육류를 함유한 스투 형식 레토르트 식품(Retort Food)¹⁰⁾ 식품 및 인기 냉동제품을 추가 조사함
- 제품 상세 스펙에서 공통으로 확인되는 용량, 가격, 포장형태, 성분 등의 항목으로 분석함

□ 대표 방문매장





오프라인		
빈마트(Vinmart)	빅씨 (Big-C)	K 사
		
하노이	하노이	하노이

10) 오래 보관할 수 있도록 살균하여 알루미늄 봉지에 포장한 식품.

2. 경쟁제품 분석

o 오프라인

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지		
	제조사	Vissan	Hi-Q Food products Co.,Ltd
제품 스펙	제품명	Hạt nêm Chuẩn vị thịt (돼지 소세지)	Roza Prompt Steak Tuna
	제품특성	상온보관 레토르트 식품	태국산, 상온보관 레토르트 식품
	포장용기	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	성분	돼지고기(55%), 어유, 옥수수 전분 등	참치(45%) 토마토소스(36%)
	조사 매장	빈마트	빅씨
	용량(g)	200g, 400g, 1kg, 5kg	105g
	제품가격	90,000동(약 4,360원)	24,000동(약 1,162원)
	매장진열	-	

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지		
	제조사	C 사	Vietmac foods Jsc
제품 스펙	제품명	B 제품	Grilled chicken rice burger
	제품특성	한국제품	냉동 가공류 제품
	포장용기	플라스틱 파우치	종이 박스
	주요 성분	밀가루, 김치, 돼지고기, 두부	쌀, 닭고기 20 %
	조사 매장	빈마트	빈마트
	용량(g)	420g	190g
	유통기간	2018년 8월 30일- 2019년 5월 29일	2018년 7월 20일- 2019년 7월 20일
	제품가격	83,000동(약 4,023원)	33,000동(약 1,560원)
	매장 진열		

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지		
	제조사	Vissan	C 사
제품 스펙	제품명	Ha Cao Dumpling	S 제품
	제품특성	인기 냉동 제품	한국제품
	포장용기	플라스틱 파우치	플라스틱 용기
	성분	밀가루, 타피오카 전분, 돼지고기, 새우	무배달밥(74.07%)
	조사 매장	빈마트	빈마트
	용량(g)	250g	95g
	유통기간	2018년 2월 2일- 2019년 1월 2일	
	제품가격	31,760동(약 1,540원)	223,000동(약 1,160원)
	매장 진열		



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정 기준
2. 경쟁사 현황 분석

1. 경쟁사 선정 기준

□ 방법론 01. 온라인 쇼핑물 조사

- 인기 온라인 쇼핑사이트 내 냉동 가금류 및 레토르트 제품 생산업체를 조사

□ 방법론 02. 오프라인 매장 조사

- ‘냉동 가금류’ 및 ‘레토르트 제품’ 에 대한 현지조사원 조사 실행하여 의뢰 제품과 가장 유사한 대체재로서의 제품 모색
- 현지 유통채널 방문
 - Vinmart
 - Big-C
 - K 사

□ 오프라인 매장을 통한 주요 경쟁사 도출



베트남		
Vissan	CP Vietnam JSC	C 사
		
베트남 기업	태국 기업 베트남 법인	한국 합작 법인 기업

2. 경쟁사 현황 분석



□ Vissan

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 1970년 설립된 베트남 냉동식품 초창기 기업으로 상온 보관 육류, 냉동육류 그리고 육류 가공품 생산 - 베트남 냉동식품 시장에서는 점유율이 가장 큰 기업으로, 각종 베트남 전통 냉동 가공 육류 제품을 생산하고 있음 - 동사는 북부 박닌성과 남부 호치민시에 제조공장을 가지고 있으며, 전국적으로 116개 도매상, 87개 대리점 13,000여 매장에서 제품 판매 - Big C, Metro, Lottemart, Aeon, Coopmart와 편의점 등을 통해 유통 		
	기업 유형	식료품 판매업	홈페이지
매출액	1억 6천만 달러(2016년)	직원 수	-
소재지	베트남 호치민	설립연도	1970년
기업 제품			

□ C. P. Group

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 태국의 글로벌 축산업체인 CP그룹의 베트남 계열사로 베트남에서 축산 및 사료 분야에서 가장 큰 규모의 기업으로 신선식품과 냉동식품 취급하며 특히 베트남 양계장의 80%를 CP그룹에서 관리 - C.P 사는 제품 생산 요건 3F(Feed, Farm, Food)를 독자적으로 보유 		
	기업 유형	식료품 판매업	홈페이지
매출액	4억 5천만 달러(2016년)	직원 수	-
소재지	태국	설립연도	1987년
대표 제품			

□ C사

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 해산물, 농산물 등 다양한 가공식품을 판매하며, 전국 대리점, 마켓 체인을 통해 제품 공급 - 또한 일본, 한국, 대만, 홍콩, 독일, 이탈리아, 스위스, 네덜란드, 스페인, 미국, 캐나다 등 다양한 국가로 수출함 		
기업 유형	-	홈페이지	-
매출액	-	직원 수	-
소재지	-	설립연도	-
기업 제품			



VI. 유통채널 현황

1. 유통채널 현황
2. 주요 유통채널별 세부 현황

1. 유통채널 개황

1) 수입 식품 유통 경로

o 수입 식품의 유통은 다음 네 개의 유통경로 중 하나를 통해 이루어짐

- 1) 수출업자 → 수입업자/유통업자 → 대형 현대 소매상
- 2) 수출업자 → 수입업자/유통업자 → 도매상 → 소매상
- 3) 수출업자 → 지역 에이전트 → 수입업자/유통업자 → 도매상 → 소매상
- 4) 수출업자 → 대형 현대 소매상

o 상기 중 첫 번째와 두 번째가 가장 일반적인 베트남의 식품 유통 구조

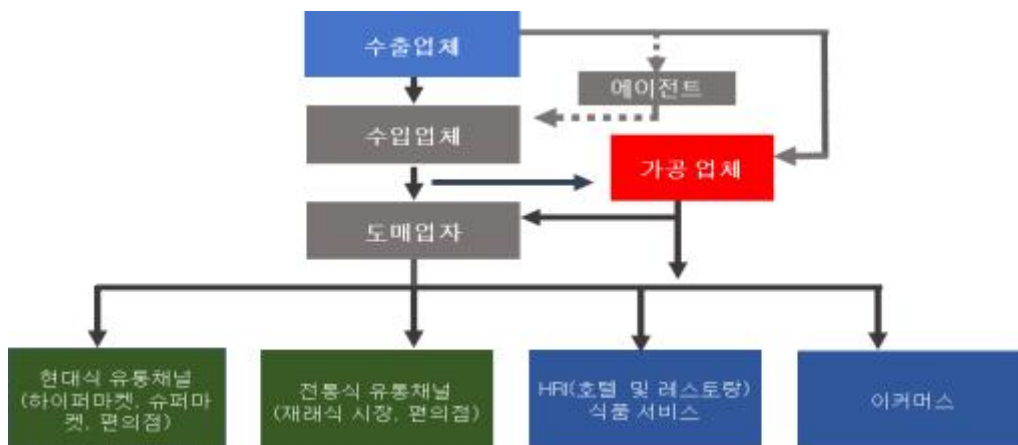
- 베트남에서는 대부분의 식품 수입업자가 곧 유통업자로, 수입 식품을 직접 지역의 대형 소매상에게 유통하거나 도매상에게 유통함
- 도매상은 수천 개의 소규모 소매상에 유통. 대부분의 현대 소매상은 상대적으로 구매력이 낮기 때문에 유통업자나 수입업자를 통해 수입 식품을 조달받음
- Metro, Big C, Saigon Coopmart, Maximart, Citimart와 같은 외국계 유통업체들은 해외 공급업자에게서 직접 구입

2) 가공업체를 통한 식품 가공 유통

□ 식품가공 유통현황

- 원자재를 수입해서 가공하는 경우는 아래와 같은 6가지 모델을 통해 유통되며 현지 식품 가공업체는 현지에서 생산된 원료 및 수입원료 가공. 대형 가공업체는 특정 원료를 선정하여 자체적으로 수입을 하며, 주요 수입 원료는 밀가루, 분유, 맥아 등이 있지만, 통조림으로 된 육류, 과일 및 채소 등도 소량 가공 유통되고 있음
 - 1) 수출업체 → 로컬 식품 가공업체
 - 2) 수출업체 → 로컬 수입 혹은 유통업체 → 도매상 → 로컬 식품 가공업체
 - 3) 수출업체 → 로컬 수입 혹은 유통업체 → 로컬 식품 가공업체
 - 4) 수출업체 → 로컬 수입업체 → 도매 및 유통업체 → 로컬 식품 가공업체
 - 5) 수출업체 → 로컬 수입업체 → 도매 및 유통업체 → 전통·현대식 유통채널 혹은 온라인 유통채널
 - 6) 수출업체 → 에이전트 → 식품 가공업체
- 위의 6가지 유통모델 중에서 1, 3, 6번을 통한 유통이 가장 많은 편이며, 식품 유통업체가 직접 가공을 하는 경우도 많은 편
- 대형 현대식 유통채널에서는 육류의 신선식품을 수입업체로부터 직접 공수하여 자사 외식업 판매용으로 자체 유통하는 추세로 바뀌고 있음

그림 6.1 수입 식품 유통 경로



자료: USDA, Retail Food in Vietnam

□ 즉석간편식품 11) 판매 1위는 독립 소매점

- 즉석간편식품은 독립 소매점을 통한 유통과 슈퍼마켓을 이용한 유통이 각각 약 46.7%, 37.7%로 높은 편(2017년)
 - 베트남은 아직까지 전통식품소매점을 통한 구매가 활발하며, 근거리 독립 소매점 구매율이 높은 편
 - 현대식 식품소매점 비중은 점차 확대되는 추세이며, 특히 베트남과 하노이와 같은 대도시에서 슈퍼마켓 이용이 잦음
- 냉동가공식품을 포함한 즉석간편식품의 온라인 유통은 활발하지 않은 편

표 6.1 즉석간편식품 비중 현황 및 추이(2013-2017년)

(단위: %)

구 분	2013	2014	2015	2016	2017
1. 점포소매점	100	100	100	100	100
1) 식품소매점	100	100	100	100	100
① 현대식 식품소매점	47.7	48.4	48.8	50	50.6
- 편의점	0.9	0.9	0.9	1.0	1.0
- 하이퍼마켓	10.8	11.0	11.2	11.5	11.8
- 슈퍼마켓	36.0	36.5	36.6	37.5	37.7
② 전통식품소매점	52.3	51.6	51.2	49.9	49.4
- 특판점	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7
- 독립 소매점	50.0	49.2	48.7	47.3	46.7
2) 비식품소매점	-	-	-	-	-
2. 무점포소매점	-	-	-	-	-
총 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

11) 즉석간편식품은 냉동간편식품을 포함하며 통계 자료의 부재로 냉동간편식품을 따로 집계하지는 않았음

□ 외국계 마트 현황

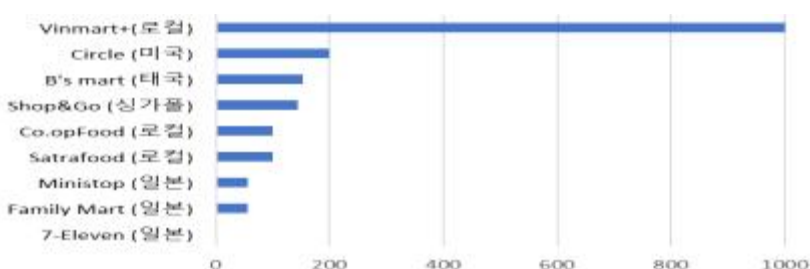
- 롯데마트는 베트남 전역에 6개의 매장을 열었고, 이마트¹²⁾도 2015년 11월 호치민 1호점 개장. 2017년 7월 GS리테일은 베트남의 손킴그룹(SONKIM GROUP)과 합자법인 회사(조인트벤처) 설립 계약을 체결하고 본격적으로 베트남 시장에 진출
- 태국 유통업체 진출이 두드러짐. 태국업체들은 현지 BIG-C 마트, 메트로 등을 인수하면서 베트남에 근거지를 확보하는데 성공. 베트남과 태국은 관세 장벽을 낮추고 지역적으로 가까워 물류비, 생산비 등에서도 강점 지님
- 미국 상품에 대한 수요가 높다는 것도 위협 요소. 현지인들의 소득수준 향상에 따라 해외여행 증가
- 소형점포 확대도 베트남에서 나타나고 있는 유통업계의 변화 중 하나. 토종업체인 VIN그룹에 소속된 Vinmart+와 미국계 편의점 Circle-K도 소형점포 위주로 급속하게 확장 중
- 전문가들은 현대적 유통채널이 2025년까지 20% 수준으로 시장점유율을 확대할 것으로 예상
- 베트남의 대도시(하노이, 호치민, 하이퐁, 다낭, 칸토 등)의 평균 수입은 베트남 전체 수입 평균(약 250만 원/년)의 2~3배를 상회, 이들은 현대적 유통채널의 주요 타깃임

12) 이마트는 진출 반년 여만에 초기 투자비를 모두 회수할 정도로 이익을 내고 있는 것으로 알려짐

□ 소매유통 시장 진입방안

- 베트남의 유통업체들은 재고관리를 위해 현지공급 유통회사로부터의 납품을 선호함에 따라, 직접 공급은 쉽지 않은 실정. 또한, 외국계 유통회사들은 자국 제품 수입에 적극적일 것으로 예상됨
 - 예를 들면, 일본의 소비재 기업들은 자사 제품의 유통을 베트남 골목 상권으로 확장하기 위해 자국의 현대식 유통채널을 적극 활용하는 등, 일본은 베트남에서 슈퍼마켓, 쇼핑센터 및 편의점 등 3가지 유통채널을 보유한 유일한 투자국임
- 베트남 진출 초기에 현지에 법인을 설립하지 않고 제품 공급을 하려면, 믿을 수 있는 현지 유통채널을 확보하는 것이 무엇보다 중요
- 베트남 현지에는 한국계 유통업체 또는 수입업체가 다수 활동하고 있으므로 이들을 활용하여 소매 유통시장 진출을 모색할 수 있음
 - 이 업체들은 법적으로 베트남 법인의 지위를 가지고 있으며, 이를 통해 해외 투자자에게 적용되는 투자제한 정책으로부터 자유롭고 기업설립 및 운영비용 등을 절감할 수 있다는 장점이 있음
- 대부분의 한국 기업에는 호치민이 가장 선호되는 지역이나, 최근 추세는 한류의 영향이 높은 하노이 지역이 인기
- 베트남에 진출한 한국계 대형 유통업체는 한정되어 있으므로, 이를 통한 현지 소매 유통 시장 개척에는 한계가 있음
 - 수출기업은 각사 제품에 부합하는 베트남 유통망에 대한 조사와 맞춤형 마케팅 필요
- 베트남 소비자들의 고품질의 식료품에 대한 관심이 증가하고, 이로 인해 위생 및 품질을 신뢰할 수 있는 유명 브랜드 제품에 대한 선호도가 높아지고 있음
- 가계 소득 증가와 이에 따른 라이프 스타일 변화는 다양한 종류의 식품 구매를 가능하게 할 것으로 보임

□ 현대적 유통채널 현황


종류	진출 현황																				
하이퍼/ 슈퍼마켓	개요	<ul style="list-style-type: none"> - 중국 성장세 둔화에 따라 글로벌 체인점들이 베트남으로 진출 - 외국계 대형 유통기업 진입 규제 완화 - 지역소매점에서 대형마트로 원스톱 소비 문화 구축 중 																			
	현황	<ul style="list-style-type: none"> - 로컬 기업인 Coopmart는 전국 96개, 호치민 35개 매장을 보유 - 태국 기업인 Big C는 베트남 내 35개 매장 운영 - 주변국 슈퍼마켓 체인점뿐만 아니라 한국 롯데마트와 일본 대형 유통매장인 이온(Aeon) 진출 - 롯데마트는 2018년 현재 13개 매장을 2020년까지 87개 수준으로 늘릴 계획이며 대형, 중형, 미니마트 등 다양한 크기로 진출 고려 - 한국 이마트는 호치민시 외곽에 약 3ha(약 3만㎡) 크기의 매장을 오픈, 향후 10개 매장을 더 오픈할 전망 - 베트남 최대 휴대전화 소매업체 모바일월드는 3년 안에 375개 슈퍼마켓 매장을 개설하고 500곳으로 확대 																			
편의점	개요	<ul style="list-style-type: none"> - 2009년부터 베트남은 WTO 가입 2년 만에 소매업에 대한 외국 인지분 100% 소유 허용 - 2016년 500㎡ 이하 상점 개점에 대한 규제 장벽이 낮아지면서 해외 편의점 진출 가속화 - 베트남 편의점 시장은 2021년까지 연평균 15.7% 성장 전망 (필리핀과 인도네시아 등 주변국보다 높은 성장률 예상) 																			
	현황	<ul style="list-style-type: none"> - 베트남 최대 부동산 기업 빈그룹 산하 편의점 브랜드 빈마트(Vinmart+)는 2020년까지 4,000개 매장을 오픈하고 네트워크를 4배까지 확장할 계획 - 한국 GS25는 2018년 1월 호치민시에 1호 매장을 개설하고 연말까지 50개 매장 개설을 계획함, 10년 내 2,500개로 확대할 전망 - 7-eleven을 운영하는 일본 세븐&아이홀딩스는 2027년까지 베트남에 1000개 매장을 개설하겠다는 목표를 세움 <p style="text-align: center;">[편의점별 매장 수¹³⁾]</p>  <table border="1" style="display: none;"> <caption>편의점별 매장 수 (추정)</caption> <thead> <tr> <th>브랜드</th> <th>매장 수</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Vinmart+(로컬)</td> <td>1000+</td> </tr> <tr> <td>Circle (미국)</td> <td>200</td> </tr> <tr> <td>B's mart (태국)</td> <td>150</td> </tr> <tr> <td>Shop&Go (싱가포르)</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>Co.opFood (로컬)</td> <td>80</td> </tr> <tr> <td>Satrafood (로컬)</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td>Ministop (일본)</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>Family Mart (일본)</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>7-Eleven (일본)</td> <td>30</td> </tr> </tbody> </table>	브랜드	매장 수	Vinmart+(로컬)	1000+	Circle (미국)	200	B's mart (태국)	150	Shop&Go (싱가포르)	100	Co.opFood (로컬)	80	Satrafood (로컬)	70	Ministop (일본)	50	Family Mart (일본)	40	7-Eleven (일본)
브랜드	매장 수																				
Vinmart+(로컬)	1000+																				
Circle (미국)	200																				
B's mart (태국)	150																				
Shop&Go (싱가포르)	100																				
Co.opFood (로컬)	80																				
Satrafood (로컬)	70																				
Ministop (일본)	50																				
Family Mart (일본)	40																				
7-Eleven (일본)	30																				

13) 자료: 현지신문 Doanhhon 2018.04.10.

2. 주요 유통채널 분석

1) 오프라인 유통채널

□ 빈커머스(Vincommerce General Commercial Services JSC)

기업개요				
	<ul style="list-style-type: none"> - 빈커머스(Vincommerce)는 빈그룹 자회사로 슈퍼마켓과 편의점 등 통조림, 건조 식품, 커피, 티, 설탕, 밀가루, 청정야채와 과일 등을 판매하는 대형 유통망으로 지역별로 Vinmart 운영 - 빈그룹은 기술, 관리, 품질검사체제, 마케팅, 판매와 관련하여 베트남 중소기업 들을 지원하고 있으며, 현지인들에게 생활용품뿐만 아니라 좋은 품질의 적당한 가격, 원산지가 증명된 싱싱한 제품, 청정야채와 과일을 공급하기 위한 다양한 정책 도입 			
	본사 위치 159 Hanoi Highway, , Vincom Mega Mall Thao Dien, Ho Chi Minh, Vietnam	설립연도 1997	채널유형 편의점	
대표전화	2873081368	홈페이지	http://www.vinmartplus.vn/home	
매출액	11억	편의점 수	650개	
입점절차	1) 입점 적합 제품 관련 기준 및 요구사항 <ul style="list-style-type: none"> - 사업자 등록증, 식품 위생 및 안전시설 인증서, 상표등록증 - 견적서(Quotation) 및 품질 인증서(Product Quality Registration) - ISO 9001 인증서: ISO 인증서가 없는 경우 생산과정(Production Process), 품질관리 계획(Quality Control), 모니터링 시스템 관리 현황 계획 보고 - 제품 적합성 및 유해성 인증(Test card for chemical and physical examination) - 검역증명서(Quarantine Certificate) - 수입제품인 경우 수입 품질 인증서(Certificate of Import Quality), C/O. C/A - 세관 신고서 2) 입점을 희망하는 공급업자는 Mrs. Vi 0963 700 037(직위: Vi-Purchaser) 및 Mr. Long Hoang: 0914 323 283(직위: Purchaser) 이 메일: V.hoang14@vincommerce.com 제품에 대해 상세히 설명			

<http://doanhnhnanplus.vn/kinh-doanh/chuyen-lam-an/cua-hang-tien-loi-dang-phu-khap-tp-hcm.html>

□ 빅 씨(BIG-C)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 프랑스계 업체의 투자로 1998년 Cora라는 이름으로 베트남 남부의 동나이성 (Dong Nai)에 첫 매장을 개설하여 2003년도에 Big C로 개명, 대형마트인 Big C와 편의점인 C-Express 오픈. 후에 태국계 유통기업인 Central Group에 의해 인수됨 - 초기의 Big C는 베트남 고소득자를 대상으로 제품 및 서비스를 제공하려 했으나, 당시 베트남 경제상황 및 소비문화와 맞지 않아 중산층 소득자에게 적합한 가격의 품질 좋은 제품을 제공하는 것으로 사업 전략을 수정하였으며, 모회사 지원을 바탕으로 프로모션을 진행함으로써 매년 매출을 증대시켜 선두 유통업체로 성장 		
채널 형태	슈퍼마켓	설립연도	1998
대표전화	+84 1800 555555	홈페이지	https://bigc.vn
본사 위치	255-257 Hùng Vương, Khu thương Mại, Thanh Khê, Đà Nẵng 550000	점포 수	11,000개
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 취급 품목은 크게 신선 및 건조식품, 의류, 전자제품 등 카테고리 별로 분류되며 5만 여 개 이상의 제품 취급 		
관련 이미지			

자료: 현지조사원(2018.12.27)

□ L 마트

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 2008년도에 설립한 현지법인으로서 호치민에 본사가 있으며, 2016년 말 현재 베트남 전역에 12개 매장을 운영. 2020년까지 60개 매장 운영을 목표로 하고 있음 - 취급하는 식품의 대부분을 현지에서 조달 		
채널 형태	슈퍼마켓	설립연도	-
대표전화	-	홈페이지	-
본사 위치	-	점포 수	-
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 주요 고객은 젊은 소비층으로 소비자들의 만족도를 높이기 위해 취급하는 식품의 많은 부분을 현지에서 조달함 - 문화적 유사성을 통한 수요 및 기호 등에 대한 이해를 바탕으로 현지 트렌드에 접근하고 있음. 한국산 제품 비중을 높여 나가는 추세 		
관련 이미지			

자료: 현지조사원(2018.12.27.)

□ K사

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 한국계 유통업체로서 현지 유통망을 설립하고 직접 한국산 신선 농산물 및 가공식품, 음료 등 다양한 상품을 수입 매장을 통해 도매 및 소매유통을 하고 있음 		
채널 형태	-	설립연도	-
대표 전화	-	홈페이지	-
본사 위치	-	점포 수	-
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 중소기업부터 대기업까지 다양한 한국 식품을 수입하고 있으며, 일부 베트남 제품 등도 취급하고 있음 - 한국식 분식류 등을 판매하는 K-FOOD 매장도 함께 운영하고 있음 		
관련 이미지	 		

자료: 현지조사원(2018.12.27)

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. Country Insight Snapshot Vietnam December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.14.
2. 「Frozen Ready Meals」, Euromonitor International, 2017.11.21
3. 「Food Processing Ingredients 2018」, USDA GAIN Report, 2018.11.7
4. 「STOXPLUS」, Vietnam Cold Storage Market 2017, 2017.10
5. 「베트남 투자뉴스」, 산업통상자원부, 2017.10.06
6. 「Retail Foods」, USDA GAIN Report, 2018.11.13
7. 「베트남 식품 라벨링제도」, 한국농수산물유통공사, 2016
8. 「Vissan' s 2016 revenue at \$162mn」, 2017.7.4
9. 「베트남 3분기 GDP 점검과 투자 전략」, 2018.10.5.
10. 「신흥국 Roundup」, NICE신용평가, 2018.10

■ 참고 사이트

1. 국산 닭고기·오리고기 베트남 수출 재개, 연합뉴스, 2017.11.6
(<https://www.yna.co.kr/view/AKR20171106056600030>)
2. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)
3. 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)
4. International Trade Center(www.trademap.org)
5. EUROSTAT(eu.eurostat.ec.europa.eu)
6. 유엔식량농업기구(www.fao.org)
7. 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)
8. 관세청중합솔루션 YES FTA(www.customs.go.kr)
9. International Organization for Standardization(www.iso.org)
10. 한국국제규격인증원(www.kisoc.co.kr)

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No: 1811-20

품목: 가금류 냉동간편식품
(Frozen Poultry Ready to Meal)

국가: 베트남(Vietnam)

보고서 기획 및 작성
- 한국농수산물유통공사

발행일 2018
발행처 한국농수산물유통공사 수출정보부
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227
02-6300-1119 <http://www.kati.net>
자료문의 aT수출정보부
02-6300-1119

- o 본 자료는 한국농수산물유통공사 농수산물수출정보 사이트 www.kati.net에서 보실 수 있습니다.
- o 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- o 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.