

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사


No. 1901-02

품목: 두유(Soy Milk)

국가: 대만(Taiwan)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 두유산업 현황	09
3. 수출입통계	17
II. 시장 트렌드	18
1. 정책 이슈	20
2. 제품 트렌드	22
3. 소비 트렌드	24
III. 통관 및 제도	27
1. 통관 및 검역	29
2. 인증정보	35
3. 라벨링	39
4. 위생요건	43
IV. 경쟁제품	46
1. 경쟁제품 선정	48
2. 오프라인	50
3. 온라인	60



V. 경쟁사.....	66
1. 경쟁사 선정.....	67
2. 경쟁사 분석.....	67
VI. 유통채널 현황.....	69
1. 유통채널 개황.....	70
2. 주요 유통채널 분석.....	73



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 두유산업 현황
3. 수출입통계

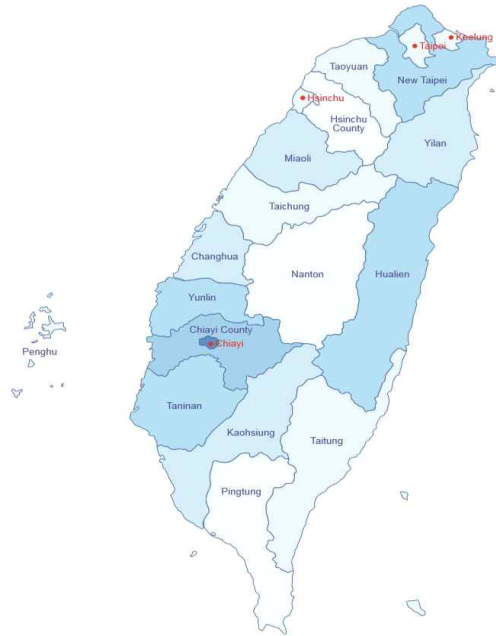
국가 개요

중국 대륙의 동남쪽, 일본 열도의 남서쪽에 위치한 민주 공화국. 1949년 장제스는 공산주의 세력에 패배하여 대만으로 망명함. 이후 UN으로부터 독립 정부의 지위를 인정받고자 노력하였으나 중국이 국제적인 경제 대국으로 성장함에 따라 이러한 노력이 모두 무산됨. 현재까지도 대만 내에 독립 선언을 지지하는 목소리가 존재하지만, 중국은 대만의 독립 움직임을 전쟁행위로 간주할 것이라는 입장을 견지. 중국과 대만 간 정치적 긴장은 2008년 중국국민당¹⁾이 집권하며 해소되는 듯했으나, 2016년부터 대만 독립을 지지하는 민주진보당²⁾이 집권하게 되면서 더욱 악화됨

대만의 수출주도형 경제는 중국의 경제 발전과 연관이 깊은 것으로, 중국국민당은 대만의 가장 큰 무역 파트너인 중국과의 협약을 연속 체결함. 이는 양안 관계에 있는 양국 간 관광, 무역, 투자를 활성화하고자 체결한 2010년 경제협력기본협정³⁾을 포함하는 것임. 그러나 후속 무역 협약인 은행, 의료, 관광, 영화, 통신, 출판 서비스에 대한 사항은 많은 논란을 불러일으켰고 급기야 2014년엔 대규모 시위가 발생함. 결국 이 협약은 대만 입법부에 계류 중이며, 2016년 민주진보당의 차이잉원이 여성 최초로 총통에 당선된 이후 중국과 대만 간 경제 관계와 정치 담론은 교착상태에 빠짐

주요 정보

- ▶ 국명: 대만(臺灣, Taiwan)
- ▶ 수도: 타이베이(Taipei·台北, 서울의 약 1/3 크기)
- ▶ 국가원수: 차이잉원(蔡英文·Tsai Ing-wen)
- ▶ 인구: 23.6백만명(2017)
- ▶ 면적: 35,980km²(한반도의 1/6배, 남한의 1/3배)
- ▶ 공식어: (공용어)중국어(통용어)민남어, 객가어
- ▶ 주요 도시: 타이베이, 뉴타이베이, 가오슝, 타이중, 타이난
- ▶ GDP: 5,726억 US달러(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 24,291 US달러(2017)
- ▶ 경제성장률: 2.9%(2017)
- ▶ 화폐단위: 신 타이완 달러(NT\$)
- ▶ 인터넷 보급률: 79.7%(2017)



자료: 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15., 한국수출입은행 해외경제연구소 자료 종합

1) 친중 성향의 대만 정당
 2) 대만 독립을 지향하는 대만 정당
 3) ECFA: 2010년 6월 중국과 대만이 중국 총칭에서 체결. 상품무역의 관세 및 비관세 장벽을 철폐하고, 서비스무역개방, 투자보장, 분쟁해결, 지식재산권 보호 등까지 포괄하는 광범위한 무역협정

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망⁴⁾

	등급	등급전망
	DB2	안정적

자료: 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15

□ 주요 전망

구 분	세 부 내 용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> - 양호한 국가신용상태가 유지되고 있으며, IT부문의 역동성과 통화 관리의 건전성 등의 경제적 강점 보유 - 견고한 대외 금융 여건과 세계 최고 수준의 외환보유고
부정적	<ul style="list-style-type: none"> - 수직적·통합적 공급체인을 구축하려는 중국 제조기업의 전략적 행보가 대만 제조업에 지속적인 타격을 가하는 중 - 양안관계 긴장상태에 따른 국제사회에 대한 중국의 영향력 행사로 대만의 국제적·정치적·경제적 입지 제약

자료: 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15

□ 주요 거시경제 지표

- 대만 국가발전위원회(행정원 산하 정책수립기관)는 2017년 대만 경제를 ‘결(교역)은 뜨겁고 속(내수)은 차가운 상태’라고 진단함
 - 2018년에 정부 주도 인프라 투자 확대, 투자유치 확대, 산업육성정책 등으로 내수를 확대해 경제성장을 견인한다는 방침임
 - 2018년 경제성장률 목표치는 2.4~2.6%
- 대만 경제가 ‘속(내수)이 차갑다’ 는 진단을 받는 것은 경제 발전의 지속 가능성

4) 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 측정된 지표임. 대/내외 안보상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 ‘정치적 환경’, GDP 성장률, 인플레이션율, 무역규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 ‘경제 및 상업환경’, 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 ‘사회적/ 제도적 환경’ 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨

- 과 관련된 것으로 산업체질 개선 노력이 중요 해결과제로 남아 있음을 의미
- 저임금, 가계부채 등 경제 역동성을 저해하는 문제가 해결되지 않고 있음
- 대만 정부는 내수 확대를 위해 총 8,825억 대만 달러(약 32조 1,800억원⁵⁾)의 특별 예산을 편성했고, 2024년까지 사회간접시설 투자 확대 정책을 시행키로 함
- 철도, 수도, 디지털 인프라, 신재생에너지, 지역균형발전·농촌개발 관련 각종 프로젝트가 2018년부터 본격 추진
- 이와 함께 국내외 기업의 투자를 촉진하기 위해 투자 인센티브 제도(‘산업혁 신조례’)를 개정⁶⁾한 데 이어, ‘외국인투자조례’ 개정안⁷⁾을 준비 중

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	14.2	13.7	14.5	18.0	13.0	10.8	9.7	14.9
재정수지/GDP	0.1	-0.3	0.0	-0.7	-1.0	-1.1	-1.5	-1.3
물가상승률	-0.3	1.4	0.6	1.5	2.2	2.0	2.5	2.0
경제성장률	0.8	1.4	2.9	2.5	2.1	2.8	2.0	1.8
실업률	3.8	3.9	3.8	3.8	3.9	4.2	4.0	4.0

자료: 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15

□ 무역통상 환경

- 2018년 4월 제조업 구매자관리지수(PMI)⁸⁾가 소폭 증가하여 58.1 포인트를 기록
 - 비제조업 부문은 확장되고 있지만, 아직 제조업 부문에 비해 약세를 보이고 있으며 전월 대비 55.6 포인트에서 53.7 포인트로 하락
- 고정투자는 2017년 하반기 전년 대비 하락세를 보였으며, 2018년 1분기에는 전년 대비 성장세를 나타냈으나 성장폭은 1% 이하
- 애플 관련 기업들이 소비자 수요를 반영하여 생산계획을 재조정함에 따라, 사업변

5) 1TWD = 36.35KRW (KEB 하나은행 매매기준율 기준, 2019.01.15.)

6) 스톡옵션 소득세 납부시기 탄력 운용, 엔젤투자자 소득세 감면, 합자기업(有限合夥, Limited Partnership) 법인세 혜택 등을 부여

7) 100만 달러 이하 외국인투자 건은 사후신고제로 전환, 행정절차 간소화, 투자심사 기준과 판단근거 공개 등이 골자임

8) 구매자관리지수(PMI·Purchasing Managers' Index)는 기업의 구매 담당자를 대상으로 신규 주문, 생산, 재고 등을 조사한 후 가중치를 부여해 0~100 사이의 수치로 나타낸 값을 말함. 통상 PMI가 50 이상이면 경기의 확장을, 50 미만 일 경우에는 경기의 위축을 의미

동성의 불확실성이 확대됨

- 글로벌 경쟁 심화와 불확실한 제품의 수명 주기로 인해 개별 기업의 사업전망은 불투명하지만, 스마트폰에 이은 사물 인터넷이 새로운 성장동력으로 부각되고 있음

□ 위험 및 기회요소

구 분	세 부 내 용
기 회	<ul style="list-style-type: none"> - 안정적 경제 성장 <ul style="list-style-type: none"> • 2018년 GDP 성장률은 2.5%을 기록하여 전년 대비 0.4%p 하락이 예상되는 이는 기저효과의 영향으로 분석됨 • 전자/부품산업의 수출 성장 지속 - 미 달러화 대비 통화 약세에 따른 수출경쟁력 개선(다만, 한국 수출기업에는 위험 요인이 될 수 있음) - 최근 착수된 약 140억 달러 규모의 인프라 개발 프로그램
위 험	<ul style="list-style-type: none"> - 중미 간 무역전쟁(보복관세 부과 등)에 따른 중국 연관 제조기업의 실적 악화 (다만, 중국산 제품과 경쟁관계에 있는 기업에는 기회 요인) - 전자부품(반도체) 제조기업 및 애플 등 거대 다국적 기업에 대한 높은 의존도 - 글로벌 기술산업의 경쟁 심화, 가계부채·빈곤율·지속적 임금 상승 - 인구 고령화와 출산율 감소에 따른 성장 동력 약화 - 2018년 법인세율을 20%로 인상(경쟁국과 유사한 수준) - 양안관계의 긴장고조 가능성

자료: 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15

2. 두유산업 현황

1) 유제품 음료(Drinking Milk) 시장 동향

□ 유제품 음료 시장 규모

- 대만의 유제품 음료 시장 규모는 최근 5년간 지속적으로 확대되는 추세를 나타냄. 2017년 기준 전년 대비 약 3.7% 성장한 284억 대만 달러를 기록하였음
- 향후 5년간 대만 유제품 음료 시장 규모 또한 안정적으로 성장할 것으로 기대됨
 - 다만 유로모니터 자료에 따르면 성장 속도는 2017, 2018년보다는 다소 둔화될 것으로 전망됨

* 성장률 전망치(%) : 3.5('18f) -> 2.2('20f) -> 2.0('22f)

표 1.2 대만 유제품 음료 시장 규모(2013-2017년)



자료: Euromonitor International

표 1.3 대만 유제품 음료 시장 전망(2018-2022년(f))

(단위: 백만 대만 달러, %)

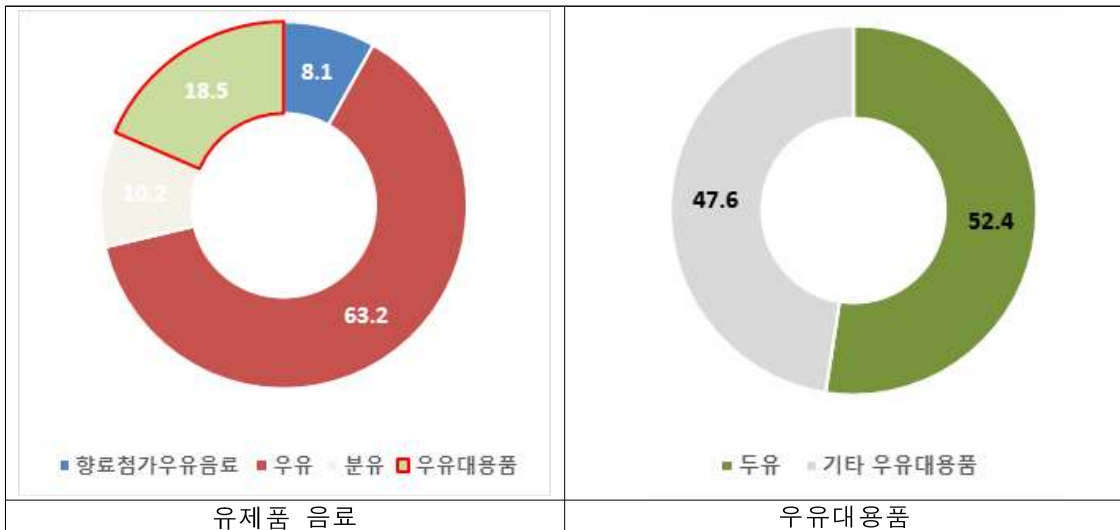


자료: Euromonitor International

□ 유제품 음료 시장 카테고리별 점유율

- 대만 유제품 음료 시장을 세부 카테고리별로 살펴보면 2017년 기준 두유가 포함된 우유 대용품의 비중은 약 18.5%의 비중을 점유
 - 2017년 기준 유제품 음료 시장에서 가장 높은 비중을 차지하는 것은 우유(63.2%)이며, 그 다음으로는 우유 대용품(18.5%)이 두 번째로 높은 비중을 차지함
 - 대만의 우유 대용품 중에서 두유가 차지하는 비중은 약 52.4%로 대만인들은 두유를 보편적인 우유 대용품으로 인식하고 있다는 사실을 알 수 있음
 - 유로모니터의 보고서⁹⁾에 따르면 유제품 음료 제품의 평균 단가는 2018년에 다소 증가할 전망

표 1.4 대만 유제품 음료 및 우유대용품 세부 카테고리별 비중(2017년)



자료: Euromonitor International

□ 유제품 음료 시장 경쟁 동향

- 대만의 유제품 음료 시장의 대표적인 선도 기업은 Uni-President Enterprises Corp 로 2017년 기준 약 30.4%의 점유율을 기록
 - 대표적인 산하 브랜드로는 Rareseed, Uni-President 등을 들 수 있음
 - Uni-President Enterprises Corp는 비교적 폭넓은 제품 라인을 갖추고 있음
 - 향료첨가 우유음료 및 향료 미첨가 우유음료, 생우유, 전지분유, 두유, 기타 우유

9) Drinking Milk Products in Taiwan, 2018.08.

- 대용품 등 패키지 푸드를 넘나드는 다양한 제품 포트폴리오를 갖추
- 때문에 소비자들은 해당 기업에 대한 강한 브랜드 인지도를 갖는 경향을 보임
 - * 하지만 유로모니터에 따르면 2018년에는 기존 경쟁사들의 추격 및 새로운 경쟁사들의 등장으로 Uni-President Enterprises Corp의 시장 점유율이 다소 하락할 전망
 - 다음으로 대만의 유제품 음료 시장의 2위 기업은 Kuang Chuan Dairy Co Ltd로 약 23.3%의 시장을 점유함
 - 기업별 시장점유율 기준으로는 2위를 기록하였으나, 대만 유제품 음료 시장의 브랜드별 점유율로 집계한다면 Kuang Chuan 브랜드가 시장 점유율 1위임(23.2%)
 - 제조업체들은 소비자들의 니즈에 부합하기 위해 다양한 신제품을 출시 중인 것으로 보임
 - Standard Foods Corp는 2017년 중반에 Quaker Natural No Sugar Almond Walnut Oats drinks를 출시함
 - 해당 제품은 설탕의 단 맛을 풍부한 아몬드 맛과 곡물의 천연적인 맛으로 대체
 - 또한 곡물 전체를 사용함으로써 곡물의 영양을 유지함
 - Wei Chuan Foods Corp는 2017년 3월에 Good Morning Grain Bits Milk를 출시
 - 해당 제품은 영양가가 풍부한 아침 대용 우유 음료로 포지셔닝
 - 귀리, 보라색 쌀, 흑미, 팥으로 만들어서 걸죽함과 씹는 식감이 특징적임

표 1.5 대만 Standard Foods Corp의 오프 드링크 제품 라인

		
Quaker 100% Oats Drink	Quaker Nuts Drink	Quaker Oats Drink with Kernels

자료: Standard Foods Corp 홈페이지

표 1.6 대만 유제품 음료 시장 기업 TOP 10 점유율(2017년)

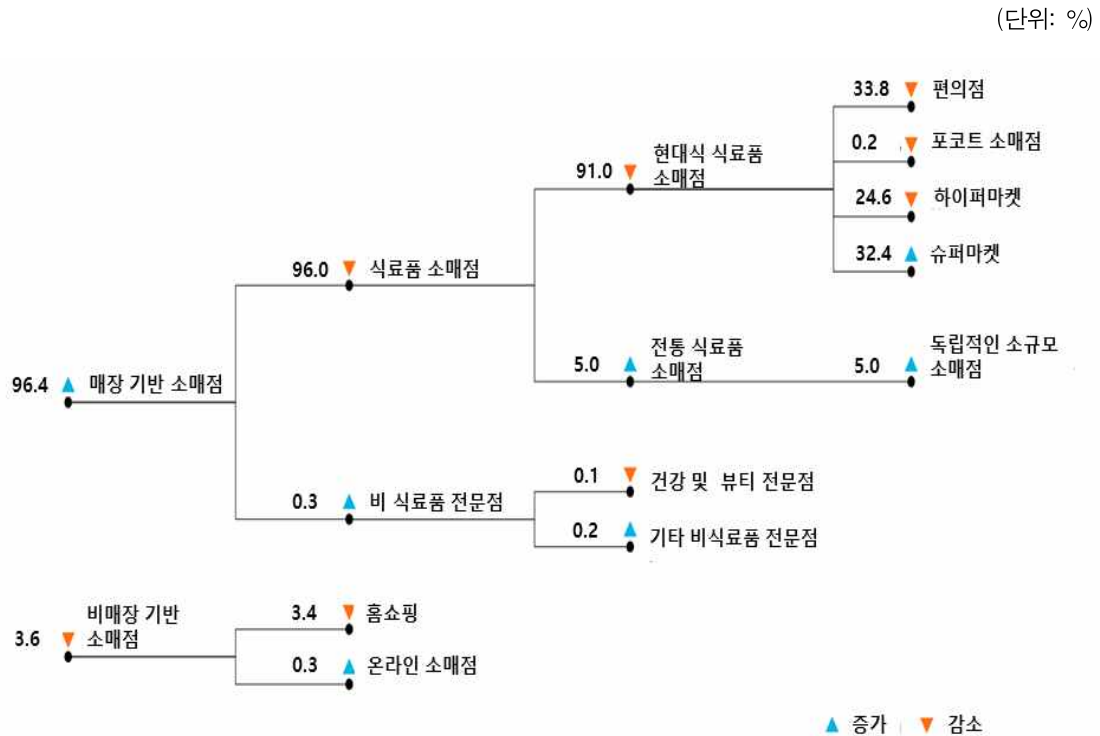
순위	기업명	주요 브랜드	시장점유율(%)
1	Uni-President Enterprises Corp	Rareseed, Uni-President	30.4
2	Kuang Chuan Dairy Co Ltd	Kuang Chuan	23.3
3	Standard Foods Corp	Fresh Delight, Quaker(PepsiCo Inc)	11.8
4	Wei Chuan Foods Corp	Lin Feng Yin (Ting Hsin International Group), Wei Chuan(Ting Hsin International Group)	9.7
5	I-Mei Foods Co Ltd	I-Mei	6.3
6	Fonterra Brands(New Young) Pte Ltd	Anlene, Fernleaf, Anchor	3.2
7	Nestlé Taiwan Ltd	Klim, Nespray	2.8
8	AGV Products Corp	AGV, AGV Oatmeal Drinks	2.3
9	Chia Nan Goat Milk Co-operative Ltd	Chia Nan Goat Milk	2.4
10	Ying Chuan Food Co Ltd	Ying Chuan	0.4

자료: Euromonitor International

□ 유제품 음료 시장 유통 채널

- 2017년 기준 대만의 유제품 음료 제품은 주로 편의점(33.8%), 슈퍼마켓(32.4%), 하이퍼마켓(24.6%) 등 현대식 식료품 소매점 위주로 유통되는 구조
- 온라인 소매점을 통해 유제품 음료를 구매하는 비중이 최근 5년간 증가하는 추세이나 여전히 매장을 기반으로 한 소매점을 통해 구매하는 비중(96.4%)이 절대적으로 높음
- 2017년 기준 홈쇼핑 채널을 통해 유제품 음료 제품을 구매하는 비중은 약 3.4%임

표 1.7 유제품 음료 유통채널별 비중(2017년) 및 최근 5년간(2013-2017년) 증감추이



자료: Euromonitor International

*포코트 소매점(Forecourt retailers)은 주유소와 함께 운영되는 편의점 혹은 이와 유사한 형태의 소매점을 의미함

2) 두유 시장 동향

□ 두유 시장 규모

- 2017년 기준 대만의 두유 시장 규모는 전년 대비 약 6.1% 성장한 27.6억 대만 달러를 기록함
 - 대만의 두유 시장은 최근 5년간(2013-2017년) 약 4.0%의 연평균 성장률을 기록하며 지속적으로 성장함
 - 향후 5년간(2018-2022년) 약 3.1%의 연평균 성장률을 기록하며 꾸준히 시장 규모가 확대될 것으로 전망됨

표 1.8 대만 두유 제품 시장 규모(2013-2017년)

(단위: 백만 대만 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
두유시장	2,359.9	2,449.6	2,525.5	2,604.2	2,763.4
증감률	3.9	3.8	3.1	3.1	6.1

자료: Euromonitor International

표 1.9 대만 두유 제품 시장 전망(2018-2022년(f))

(단위: 백만 대만 달러, %)

구분	2018(f)	2019(f)	2020(f)	2021(f)	2022(f)
두유시장	2,882.5	2,972.9	3,064.3	3,156.9	3,251.5
증감률	4.3	3.1	3.1	3.0	3.0

자료: Euromonitor International

□ **두유 시장 경쟁 동향**

- 2017년 대만의 주요 두유 기업은 Uni-President Enterprises Corp, I-Mei Foods Co Ltd, Kuang Chuan Dairy Co Ltd, Ting Hsin International Group이며, 각 기업의 시장 점유율은 각각 40.5%, 34.0%, 19.5%, 1.0%임
- 상위 1, 2위 기업의 시장 점유율은 약 74.5%에 이름

표 1.10 대만 두유 기업 시장 점유율(2017년)

순위	기업명	주요 브랜드	시장점유율(%)
1	Uni-President Enterprises Corp	Uni-President	40.5
2	I-Mei Foods Co Ltd	I-Mei	34.0
3	Kuang Chuan Dairy Co Ltd	Kuang Chuan	19.5
4	Ting Hsin International Group	Wei Chuan	1.0
5	기타	기타	5.0
6	합계	합계	100.0

자료: Euromonitor International

3. 수출입통계

□ 두유 제품 통계 기준 설정

- 두유는 대두를 마쇄하여 추출, 여과, 살균한 유액을 소매포장한 것을 말함. 두유 제품의 글로벌 및 대만 수입 통계, 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS Code를 통계 기준으로 설정하고자 했으나, 두유 제품에 특게된 HS Code가 부재하여 HS Code에 따른 수출입 통계분석이 불가능한 것으로 판단됨
- 제2202호에는 “설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제 2009호의 과일주스와 채소주스는 제외한다)”가 분류되며, 동 호 해설서 (B)에 “기타 알코올을 함유하지 않은 음료(제 2009호의 과일주스와 채소주스를 제외한다)”라고 설명하고 있으며, 식품공전상 음료류에 ‘두유액(대두고형분 7% 이상)’라는 기준을 정하고 있음
- 한국의 관세율표상 두유에 특게된 세번은 없으며 기타 음료로 분류하여 제 2202.99.9000호에 분류함
- 대만의 경우에도 두유에 대해 특게된 세번은 존재하지 않고 기타 낙농품을 함유하지 않은 음료로 분류하여 제2202.99.90997호에 분류함
- 따라서 대만 및 한국의 해당 코드로 수출입 통계를 확인할 경우, 제품에 해당하는 정확한 시장 규모를 파악할 수 없을 것이라 판단하여 수출입 통계 분석은 본 조사에서 제외함

표 1.11 두유 제품의 HS Code 분류

국가	HS Code/ CCC Code	품명
한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)
	2202.99	기타
	2202.99.9000	기타
대만	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)
	2202.99	기타
	2202.99.90997	(낙농업의 제품을 포함하지 못한)설탕 또는 기타 감미료를 첨가하거나 맛을 가미한 기타 무알코올 음료 물

자료: 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr), 대만관세청(www.customs.gov.tw)



II. 시장 트렌드

1. 정책 이슈
2. 제품 트렌드
3. 소비 트렌드

시장 트렌드 개요

1. 정책 이슈

- ❖ 대만 식품약품관리서, 알레르기 유발물질 표시 품목 6개에서 →11개로 확대
- ❖ 대만 유전자변형 식품 관련 리벨링 강화

2. 제품 트렌드

- ❖ 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 한국산 두유 제품
- ❖ 건강을 중요시하는 소비자들의 요구에 부합하는 두유 제품을 출시 중

3. 소비 트렌드

- ❖ 대만의 1인당 두유 소비규모 및 국가별 비교
- ❖ 두유 제품 대만 유통채널 담당자 인터뷰

1. 정책 이슈

□ 대만 식품약품관리서, 알레르기 유발물질 표시 품목 6개에서 →11개로 확대

- 2018년 8월 대만의 식품약품관리서는 시민들의 식품 알레르기를 감소하기 위해 알레르기 유발물질 의무 표시 품목을 확대하는 규정을 발표
 - 현행 내용: ① 대상품목: 기존의 5가지(갑각류(새우, 게 등), 망고, 땅콩, 우유, 계란류(蛋))
 - ② 표시용 문구: “본 제품은 OO을 함유하고 있습니다.” 또는 “본 제품은 OO을 함유하고 있으니 해당 식품에 알레르기가 있으신 분에게는 적합하지 않습니다.” (“本产品含有OO” 或 “本产品含有OO, 不适合对其过敏体质者食用”)
 - 개정 내용: ① 대상품목: 기존의 5가지 + 추가 품목 6가지(견과류, 깨, 글루텐 함유 곡물, 대두류, 어류, 아황산염(이산화유황(SO₂) 잔류량이 10mg/kg 이상))
 - ② 표시용 문구: 기존 문구 이외에 + 소비자들이 쉽게 알아볼 수 있도록 알레르기 유발물질명을 전부 명기해야 함
 - 시행일: 개정된 규정은 2020년 7월부터 시행될 예정
 - 처벌 규정: ① 제조업체에서 규정에 따라 문구를 표시하지 않은 경우 <식품안전위생관리법(食品安全衛生管理法)>에 근거하여 기한 내에 제품을 회수하여 수정하도록 처리 & 3만~300만 대만 달러(약 108만~1억 848만 원)의 벌금에 처함
 - ② 표시 내용이 실제와 다른 경우에는 4만~400만 대만 달러(약 144만~1억 4,464만 원)의 벌금에 처함

□ 대만 유전자변형 식품 관련 라벨링 강화

- 유전자 변형원료 포함 포장식품표기 준수사항(包裝食品含基因改造食品原料標示應遵行事項)
 - 2018년 6월 14일 공고했으며 상품제조일 기준 2020년 7월 1일부터 전면 시행
 - 유전자변형 식품원료는 대만정부가 허가한 경우만 비유전자변형(NON GMO)문구를 표기토록 제한
 - 대만정부가 허용한 유전자 변형 농산물은 대두, 옥수수, 목화, 카놀라, 비트 뿌리 등 5종
 - 한편 포장식품 외 식품첨가물, 비포장식품·요식업직송식품 역시 동일 내용으로 개정
 - 유전자변형 식품 원료 첨가 제품의 對대만 수출 시 사전에 미리 숙지가 필요할 것으로 사료됨
- 대만 현지 조사를 통해 조사된 현지에서 유통 중인 경쟁제품에는 대부분 비유전자 변형(NON GMO) 관련 표기를 명기한 것을 발견할 수 있었음

그림 2.1 두유류 제품 비유전자변형(NON GMO) 관련 문구 표기



자료: 대만 현지조사원

2. 제품 트렌드

□ 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 한국산 두유 제품

- 대만 주요 온라인 쇼핑몰 중 하나인 야후 치모 쇼핑몰에서는 한국 J사에서 만든 다양한 대용량 두유 제품을 판매하고 있는 것으로 조사됨
- 설탕을 함유하고 있는 두유 제품 및 설탕을 함유하지 않은 제품을 판매하고 있으며, 아몬드, 호두를 함유한 견과류 두유 제품과 검은콩을 함유한 두유 제품도 판매하고 있음
 - 함유 성분에 따른 제품별 가격을 비교해 보면 곡물이나 검은콩을 함유한 제품이 일반적인 두유 보다 조금 더 비싼 가격으로 판매 중
 - 판매 중인 두유 제품은 모두 대용량 제품으로 제품용량은 전부 950ml임
 - 온라인에서 유통 중인 제품의 특성상 유통기한이 일주일 이내인 제품보다는 주로 유통기한이 비교적 긴 제품이 판매되고 있는 것으로 보임. 판매 중인 제품 모두 온라인 쇼핑몰에서 유통기한은 12개월로 소개하고 있음

표 2.1 대만 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 한국산 두유 제품

순위	1위	2위	3위	4위	5위
제품 사진					
원산지	한국	한국	한국	한국	한국
제조사	J사	J사	J사	J사	J사
가격	149 대만 달러	125 대만 달러	149 대만 달러	125 대만 달러	149 대만 달러
용량	950ml	950ml	950ml	950ml	950ml
유통기한	12개월	12개월	12개월	12개월	12개월

자료: 야후 치모(2019.02.28. 검색)

□ 건강을 중요시하는 소비자들의 요구에 부합하는 두유 제품을 출시 중

- o Kuang Chuan Dairy Co Ltd는 2017년 12월 건강을 중요시하는 많은 소비자의 요구에 부합하기 위해 no-sugar black soy milk 제품을 출시
 - 비유전자변형 제품(non-GMO soybeans)으로 영양소를 유지하기 위해 콩 전체를 통으로 갈아서 만들었으며, 첨가물이나 설탕을 추가하지 않음
 - 고칼슘 우유, 검은깨 우유, 자주색 쌀을 함유한 오트 밀크 제품 등을 신제품으로 출시
- o 대만 오프라인 현지조사 중 조사된 제품을 살펴보면 저지방 혹은 무지방, 그리고 설탕을 함유하고 있지 않은 두유 및 또우지앙(콩국) 제품을 발견할 수 있었음
 - 또한 검은깨, 검은콩 성분을 함유한 두유 제품을 출시하고 있음

그림 2.2 오프라인에서 유통 중인 저지방 혹은 무지방, 무가당 두유 및 콩국 제품



자료: 대만 현지조사원(2019.02)

3. 소비 트렌드

□ 대만의 1인당 두유 소비규모 및 국가별 비교

- 2018년 중국의 중상산업연구원의 보고서¹⁰⁾에 따르면 대만의 두유 시장은 홍콩 시장에 비해 향후 발전할 가능성이 높은 것으로 보임
 - 2016년 기준 대만의 1인당 두유 소비량은 2.68kg이고, 1인당 두유 소비액은 24.00 위안임
 - 다른 주요국의 두유 소비량을 비교해보면 중국과 미국의 소비량은 비슷한 수준으로 대만 시장보다 규모가 작은 것으로 보임. 중국의 1인당 두유 소비량은 0.75kg이고, 미국의 1인당 두유 소비량은 0.76kg임
 - 일본의 1인당 두유 소비량은 대만과 비슷한 규모인 2.47kg을 기록하였으며, 1인당 두유 소비액은 대만보다 많은 35.00위안임
 - 한편 홍콩의 두유 시장은 미국 및 기타 아시아 국가보다 월등히 규모가 큰 것을 알 수 있음
 - 홍콩의 1인당 두유 소비량은 10.78kg이고, 1인당 두유 소비액은 169.60위안임
- ① 두유 비타소이(Vitasoy, 维他奶)제품은 홍콩 지역에서 기원하여 오래된 브랜드에 속하고, 다년간 판매되어 소비자들의 마음속에 뿌리 깊은 브랜드 정체성을 형성하고 있음
- ② 홍콩의 슈퍼마켓, 편의점에서 판매하는 두유 제품의 종류가 다양하여 선택 가능한 브랜드의 폭이 넓음
- ③ 홍콩에는 고유의 오후의 차 문화가 발달되어 있어 음료 소비를 촉진하였고, 전통적인 밀크티 외에 일부 소비자들은 두유를 음용하고 있음. 그리고 두유 라떼와 같은 혼합음료의 등장도 두유의 소비 증가를 가져옴
- ④ 저탄소 친환경, 종교 신앙 등의 원인으로 비롯하여 채식주의가 성행하여 녹색 영양 건강 식품으로 인식되는 두유 제품이 채식주의자들에게 높은 인기를 얻고 있음

10) 2018年中国豆奶市场前景研究报告

- 대만 내에서는 지속적으로 영양가 높은 중고급 두유 제품 신제품이 출시되고 있는데, 홍콩의 소비량과 비교해보면 대만 두유 시장은 향후 최소 약 4배의 발전공간이 있는 것으로 보임

표 2.2 두유 1인당 소비량 및 소비액 국가별 비교(2016년)

국가	중국	미국	일본	대만	홍콩
1인당 소비량	0.75kg	0.76kg	2.47kg	2.68kg	10.78kg
1인당 소비액	5.97위안 (1,007.9원) ¹¹⁾	-	35.00위안 (5,909.1원)	24.00위안 (4,051.9원)	169.60위안 (28,633.6원)

자료: 중국 중상산업연구원(中国 中商产业研究院)

❖ 두유 제품 대만 유통채널 담당자 인터뷰

유통담당자 3명 ¹²⁾ 의 인터뷰를 종합하여 작성
<p>■ 소비 트렌드</p> <p>Q: 두유제품을 구매하는 주 소비층은?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 유통담당자 1: 주로 중, 장년층이 구매함 - 유통담당자 2: 중년층, 젊은층 다양하게 구매함 - 유통담당자 3: 대학생, 직장인들이 많이 구매함 <p>Q: 가장 판매량이 높은 두유제품은?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 유통담당자 1: I-MEI(義美)기업의 제품을 소비자들이 많이 구매하는 편임. 이전에 대만 내 ‘폐식용유 사건’으로 식품안전문제가 발생했었는데, 당시 I-MEI 제품에는 문제가 없었음. 그 이후로 두유 제품의 인기가 더욱 상승함 - 유통담당자 2: 매장 내 검은깨 및 견과류 두유 제품이 인기가 많음 - 유통담당자 3: 특히 소비자들 사이에 인기가 많은 제품은 없음. 1+1 행사 제품이 주로 많이 판매가 되는 편임 <p>Q: 소비자가 선호하는 두유 제품의 맛, 패키지, 가격대는?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 유통담당자 1: 최근에는 건강을 의식하는 소비자들 사이에서 당도가 낮은 저당 두유 제품이 인기가 많은 편이고, 검은깨 두유 제품도 많이 구매됨 - 유통담당자 2: 소비자가 선호하는 두유 제품의 맛은 검은깨, 견과류이며, 제품의 용량은 360ml를 선호함 - 유통담당자 3: 여성 고객들은 주로 소용량 제품을 선호하기도 하는데, 보통은 450ml 용량의 제품이 인기가 많음 <p>Q: 만약 한국산 두유 제품이 입점되어 있다면 인기있는 한국산 두유 제품은?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 유통담당자 1: 한국 두유 제품은 현재까지 입점이 되어 있지 않음 - 유통담당자 2: 해당 매장에서는 다른 두유 제품과의 건강함을 차별화하기 위해 직접 만든 수제 두유 제품만 판매함

11) 1 RMB = 168.83 KRW(KEB하나은행 매매기준율, 검색일: 2019.03.25.)

- 유통담당자 3: 한국산 두유는 입점이 되어 있지 않음

Q: 한국산 두유에 대한 소비자의 인식은?

- 유통담당자 1: 한국산 두유를 찾는 소비자를 많이 접하지 못함

- 유통담당자 3: 한국산 두유 제품은 입점이 되어 있지 않아 소비자 인식을 가늠하기 어려움

관련 질문-1: 대만 두유는 맛이나 농도가 한국 제품보다 묽다고 알고 있는데 대만 소비자들은 한국 두유에 대해 어떻게 생각하는지

관련 질문-2: 한국산 두유 제품의 경우 190ml 1개당 850~1,000원에 판매하고 있는데 이러한 가격대가 합리적이라고 생각하는지

- 유통담당자 1: 오프라인 매장에서 쉽게 한국산 두유 제품을 접할 수 없기에 한국산 두유 제품에 대해 궁금해하는 소비자는 없었으나 대만 두유 제품보다 맛이 걸쭉하다고 하니 얼마나 진한 농도인지 맛을 보고 싶음


190ml 용량은 대만에서는 흔하지 않은 용량. 어떤 성분을 포함하고 있는지는 모르겠으나, 가격이 조금 많이 비싼 듯함

- 유통담당자 2: 대만에서 한국산 두유 제품이 출시가 된다면 마셔보고 싶음. 가격은 상당히 비싼 편

- 유통담당자 3: 현재 매장에서 판매하고 있는 두유 제품은 450ml 용량에 20 대만 달러로 판매 중인데, 상대적으로 많이 비싸다고 느껴짐

자료: 대만 현지조사원 인터뷰, 2019.02.

12) 유통채널 담당자 1: RT-MART, 유통채널 담당자 2: 微風 Breeze의 初豆製漿坊, 유통채널 담당자 3: 세븐 일레븐



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

관세 및 세금 개요

❖ 대만 CCC CODE 2202.90.90997 품목의 관세율¹³⁾

CCC CODE	품명	관세율	
		기본세율	영업세
2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)	-	
2202.99	기타		
2202.99.90997	(낙농업의 제품을 포함하지 못한)설탕 또는 기타 감미료를 첨가하거나 맛을 가미한 기타 무알코올 음료 물	10%	5%

❖ 대만의 기타 제세 정보

대만에서 CCC CODE 2202.90.90997 품목의 경우, 영업세 5%가 부과됨

❖ 대만 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 국가를 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS Code를 입력하면, 해당 품목의 관세율 확인이 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA 기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율, 원산지 기준 확인이 가능
- 3) 대만의 경우 해당 품목의 관세율은 '대만 관세청 사이트'를 통해 조회가 가능함.

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

¹³⁾ 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)

1. 통관 및 검역

1) 통관 및 검역 절차

- 두유 제품 통관에는 INVOICE(혹은 Commercial invoice), P/L(Packing List), 화물 인도 지시서(D/O, Delivery Order) 혹은 항공화물 운송장(AWB, Air waybill), 위임서, 카탈로그·설명서·사진, 원산지 증명서(C/O, Certificate of Origin), 수입허가증(Import Permit: I/P)¹⁴⁾, 기타 세관에서 요청하는 서류가 필요함
 - (INVOICE) 수취인 명칭, 주소, 화물 명칭, 브랜드, 수량, 품질, 규격, 형태, 시리얼넘버, 단가, 운송비, 보험비, 기타 각 추가요금 항목, 수출입 감세 항목 등을 명시
 - (P/L) 벌크 및 단일 box 포장일 경우 제출 불필요
 - (D/O 및 AWB) 통관 인터넷 시스템 미실시자는 수입 신고 시 D/O 또는 AWB 1부를 세관에 제출해야 하나, 통관 인터넷 시스템 실시자는 운송업체에서 자동적으로 별도 제공함으로 제출 불요
 - (위임서) 서면 상 통관 대리인과 납세의무인의 공동 서명
 - 통관 인터넷 시스템 이용자에 한해 서면자료 보완 시 통관 대리인 또는 관세사의 인장 날인의 면제를 허가함
 - (수입허가증) 수입통관 완료 후 받는 허가증으로 원본 제출
 - 수입제한화물목록(貨品輸入管理辦法)에 따른 수입허가증 제출 면제 대상
 - 경제부 국제무역국에 등록된 수출입 업체, 정부기관 또는 공영사업, 사립 초등학교 이상 학교 기 입안 건(수출입 업체 수속), 입국여행 및 선박 항공기 서비스 요원 휴대 수하물(세관규정 범위 내 수량 및 금액), 해운, 항공, 국제택배 등 수입제한 품목 외 FOB조건 US 20,000불 이하인 물품, 인도적 구제 물자, 각국 대사관 및 국제기구 등 주 대만 재외기관 서명이 된 자료를 통해 공공·자가 사용 물품에 대한 면세 협조 요청, 증여용으로 소량 수입되는 경우, 기타 경제 무역국 허가품
 - 국제무역국이 편성한 세관협조검사수입품표(海關協助查核輸入貨品表)의 면제품 품목
 - ‘便捷貿e網’을 통해 제출한 수입신고서 내용과 부합한 업체

14) 수입허가대상 물품의 경우

- 수입신고서 제출 대상

- ‘수입제한화물목록’ 내 화물
- 중국산 물품: 수입규정 ‘MP1’ 표기 화물, ‘중국산조건적수입허가항목’, ‘수입관리법규총획표’ 내 MXX코드 항목, ‘중화인민수출입화물분류표’ 수입규정 번호 ‘121’ 표기 항목

표 3.1 통관 절차 개요

통관절차	유의사항
①수입신고 전 준비	<ul style="list-style-type: none"> • 대만 현지의 수입자가 물품을 수입하기 위해서는 대만 관세청에 기업정보를 등록하여야 함 • 수입자가 직접 수입하지 않고 수입 위탁업체(관세사)가 대행하는 경우 해당 관세사는 세관으로부터 등록된 업체이어야 함 • 해당 수입 물품이 허가/규제/금지품목 해당 여부 및 규제 내용을 재정부 관세국을 통해 사전에 확인하여야 함 • 대만 검역국(BAPHIQ)으로부터 수출국에서 발행된 위생증명서를 요구받을 수 있음
②수입신고서 제출	<ul style="list-style-type: none"> • 수입자는 정해진 방법으로 관련 증빙서류와 함께 수입신고서를 관할세관에 제출하여야 함 • EDI를 통한 신고 <ul style="list-style-type: none"> - 수입화물의 수하인이나 위탁받은 통관기업이 전산 시스템을 통하여 세관에 수입신고서 및 관련 서류를 전자적 방법으로 전송하고 관련 증빙서류를 구비하여 제출 - EDI신고는 관세청과 링크되어 있는 SW를 설치하여 해당 SW를 통한 수입신고 진행 • EDI를 통하지 아니한 신고 <ul style="list-style-type: none"> - 수입화물 수하인이나 위탁 통관기업이 수입신고서를 작성하고 관련 증빙서류를 구비하여 세관에 직접 제출 • 수입자는 수입물품을 적재한 운송수단의 입항한 다음날로부터 15일 이내 수입신고 해야 함 • 신고의무기간을 경과하여 신고 시 경과한 날로부터 1일당 200대만 달러의 과태료가 부과됨 • 입항일로부터 36일 이내에 수입신고 불이행 시 해당 수입화물을 세관에서 처분 후 수입제세에 총당함
③수입신고서 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 수입신고서가 세관에 접수되면 관할세관의 심사처에서 수입신고서 등 제출서류를 통해 다음 사항을 심사함 <ul style="list-style-type: none"> - 서류제출 구비요건 충족 여부 및 제출서류의 무결성 여부 - 수입신고된 물품이 수입금지품 또는 제한품목에 해당하는지 여부 - 신고된 가격이 적절한 방법으로 결정되었는지 여부 등
④수입신고서 처리	<ul style="list-style-type: none"> • 수입신고서를 심사한 후 이상 여부가 발견되지 않은 경우 대만관세청의 자동 선별 시스템에 따라 수입화물이 다음의 3가지 형태로 분류되어 수입자에게 통보됨. C2대상인 경우, 전자적 방법으로 신고된 수입신고서 및 관련서류 원본을 관할세관

	<p>에 제출해야 함. C3 대상인 경우, 서류 원본 접수와 함께 관할세관 담당자가 화물 검사를 실시</p> <ul style="list-style-type: none"> - C1: 서류원본검사 및 화물검사 면제 대상 - C2: 서류원본검사 대상 - C3: 서류원본검사 및 화물검사 대상
⑤물품 검사	<ul style="list-style-type: none"> • 대만으로 수입되는 화물은 일부 검사가 생략된 경우를 제외하고는 모든 수입화물이 검사대상이며, 검사는 세관이 정한 시간에 세관관리 및 감독구역 내에서 실시¹⁵⁾ • 다음의 품목은 검사가 면제(Exemption of Inspection) <ul style="list-style-type: none"> - 총통, 부총통의 필요에 의해 수입하는 물품 - 외국 영사관 및 외교기관에서 수입하는 물품 - 기타 법률기관에서 검역면제 승인을 받은 물품 • 표본추출 검사(Sampling Inspection) <ul style="list-style-type: none"> - 대만에서 수입 시 대부분의 수입화물은 표본검사 대상임. 화물의 성질, 종류, 포장종류 등에 따라 추출비율이 달라지지만, 일반적으로 전체화물의 5~10% 정도가 추출검사 대상임 - 또한, 세관에서는 수입자를 저위험, 고위험, 일반으로 분류. 고위험 수입자에 대해서는 검사를 강화하고, 저위험 수입자가 수입하는 화물의 경우 검사 비율을 줄여줌으로써 통관상 혜택을 제공 • 전량검사(Thorough Inspection) <ul style="list-style-type: none"> - 관련 정부기관에서 규정한 전량검사대상 화물 및 고위험 수입자가 수입하는 화물 중 일부 세관에서 정한 화물의 경우 수입한 화물 전부를 검사
⑥관세납부	<ul style="list-style-type: none"> • 수입신고된 화물의 품목분류 및 과세가격 산정이 완료된 이후 세관에서 관세 및 제세를 산출하여 납부고지서를 발송. 일반적으로 해당 관세를 납부한 이후에 수입화물을 반출할 수 있음 • 관세는 세관이 서류 심사 후 납부고지서를 수입 신고인에게 발급한 다음날로부터 14일 이내(일요일과 법정공휴일 제외)에 납부하여야 함 • 수입 시 부과되는 세금은 현금 납부, 은행 송금, EDI 온라인 자동이체 등의 방법으로 납부 가능. 납부 시기에 따라 다음 세 가지 방법으로 나눌 수 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 즉시납부: 일반적인 납부형태로서 수입화물이 반출되기 전에 해당 관세 등을 납부하는 방법 - 사후납부: 수입화물의 과세가격 산정이 즉시 이루어지지 않는 경우 예상되는 관세에 상응하는 담보를 제공함으로써 화물을 반출하고 이후 관세액이 확정되면 그에 따른 관세를 납부하는 방법 - 담보제공: 수입화물 반출 전에 확정된 관세를 납부하지 않고 관세액에 상응하는 담보를 설정하여 정해진 기한 안에 수입화물 개별 혹은 월단위의 포괄 관세액을 납부하는 방법
⑦통관완료	<ul style="list-style-type: none"> • 수입신고가 적절히 이루어지고, 관세가 올바른 방법으로 결정되어 납부되면 수입물품에 대한 통관이 완료

자료: 대만관세청(www.customs.gov.tw), 트레이드내비(www.tradenavi.or.kr)

15) 세관의 검사 요원과 함께 화물이 적재된 장소에서 현장 검사를 실시. 제출된 서류상 기재된 화물과 실제 수입된 화물의 일치 여부, 서류상의 수량과 실제 화물의 수량 일치 여부, 원산지 표시 위반 여부 및 포장의 파손 및 훼손 여부 등을 검사

2) 관세율

□ 대만 관세율표의 CCC Code는 11자리

- o CCC Code란, HS Code와 유사한 개념으로 Tariff Number 8자리, 통계번호 2자리, 체크코드 1자리 총 11자리로 이루어짐
- CCC Code 또한, 국제 공통인 HS Code의 6자리 숫자를 동일하게 사용

□ 대만 두유 제품은 CCC Code 2202.90.90997에 해당

- o CCC Code 2202.90.90997에 부과하는 세율은 기본세율(MFN rate) 10%임. 또한, 대만은 모든 수입 물품에 대해 영업세(VAT rate) 5%를 부과함
- 대만 영업세는 우리나라의 부가가치세에 해당하는 세율로써 모든 수입물품에 5%의 세율이 부과. 영업세는 수입물품의 가격에 관세 및 제세를 포함한 금액을 과세표준으로 하여 해당 과세표준에 영업세율을 적용하여 산출

표 3.2 대만 두유 제품 수입 관세율

국가	HS Code/ CCC Code	품명	관세율	
			기본 세율	영업세
한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)	-	
	2202.99	기타		
	2202.99.9000	기타		
대만	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)		
	2202.99	기타		
	2202.99.90997	(낙농업의 제품을 포함하지 못한)설탕 또는 기타 감미료를 첨가하거나 맛을 가미한 기타 무알코올 음료 물	10%	5%

자료: 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr), 대만관세청(www.customs.gov.tw)

3) FTA 정보

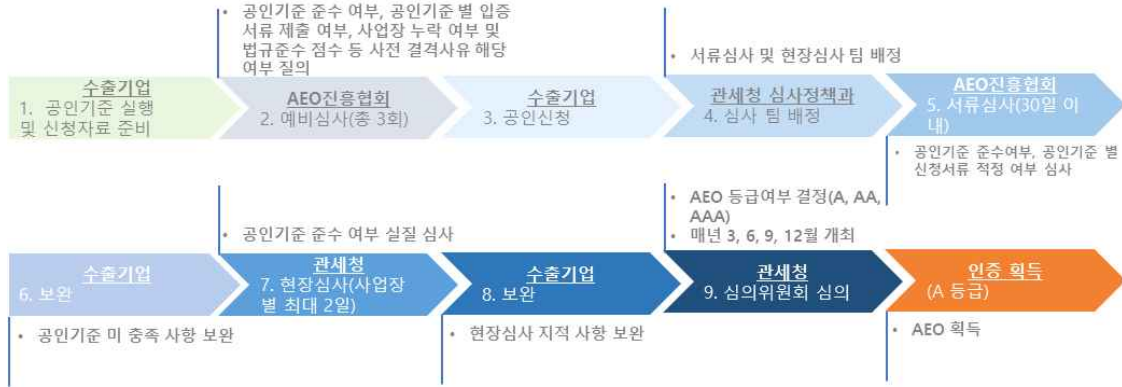
□ 한-대만 FTA 추진 사항

- 2018년 7월 기준 한-대만 FTA는 체결되지 않은 상태임
 - 대만으로 두유 제품을 수출하는 경우, 대만 현지 수입업자는 MFN 세율 10%를 적용받을 수 있음

□ 한-대만 AEO MRA 체결

- 현재 한-대만 FTA는 체결되지 않았으나, 2015년 12월 22일 관세·통관절차 간소화를 위한 '성실무역업체 상호인정약정, (AEO MRA)'이 체결
- AEO(Authorized Economic Operator, 수출입안전관리우수공인업체)란 수출입업체, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 업체 중 관세청이 법규준수, 재무건전성, 내부통제, 안전관리 수준에 대한 심사를 실시하고 공인한 업체를 의미
- AEO MRA에 따라 우리나라 AEO 인증을 받은 수출업자가 대만으로 물품을 수출 시, 대만 세관 통관과정에서 화물 검사 축소, 검사, 우선처리, 통관 애로사항 해소 등의 신속통관 혜택을 부여받을 수 있음
 - 대만 관세청은 한국 관세청이 한국 AEO 업체의 공인번호를 통보하면, 대만 수입업자가 신고한 수입신고서의 AEO 공인번호와 한국의 통보자료를 대조 및 확인하여 자동으로 혜택을 부여
- AEO MRA 특혜를 부여받기 위해서는 한국 관세청으로부터 AEO 인증을 부여받아야 하며, AEO 업체로 지정받기 위해서는 AEO 공인신청서 및 관련 서류를 관세청에 제출해야 함

표 3.3 AEO 공인 절차



자료: 한국 관세청

2. 인증정보

□ TQF(Taiwan Quality Food Association) 상품인증제도(권장)

- 대만 우량식품 인증의 표준이었던 GMP(Good Manufacturing Practice)가 2015년 6월부터 공식적으로 TQF(Taiwan Quality Food)협회 관할로 변경
 - 명칭도 TQF상품인증제도(TQF product certification scheme)로 변경
 - 현재 TQF는 식품 안전성 및 품질 인증 시스템이며, 국제적으로 인정받는 인증기관인 TAF(Taiwan Accreditation Foundation) 산하에 있음
- TQF 인증을 추진하는 주된 목적은 가공식품의 품질과 안전 위생을 높이고, 식품 제조업자의 자주 관리 체제를 강화하며, 소비자와 제조업자의 합법적인 권익을 보장해 식품공업의 건전한 발전을 촉진하기 위함임

□ TQF(Taiwan Quality Food Association) 상품인증제도(권장) 상세내용

TQF 상품인증제도	
인증명	TQF(Taiwan Quality Food Association) 상품인증제도
인증 설명	<ul style="list-style-type: none"> - 대만 우량식품 인증의 표준이었던 GMP(Good Manufacturing Practice)가 2015년 6월부터 TQF 상품인증제도로 대체 - 식품 안전성 및 품질 인증 시스템이며 국제적으로 인정받고 있는 TAF(Taiwan Accreditation Foundation) 산하에 있음
발행기관	TQF 협회(대만 경제 발전부 산하 공업국 소속)
성격	권장
등록방법	인증신청→자료심사→현장검사→제품검수→결과발표→계약체결→발급
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> - 사업자등록증 - 생산허가서 등 수출 시 외부기관에서 발급된 증명서 등
소요기간	약 75일(영업일 기준)
유의사항	2015년 6월 공식적으로 GMP에서 TQF로 변경

□ 대만 식품 TQF 인증 발급절차

표 3.4 대만 식품 TQF 인증 발급절차


순서	신청절차	내용
1	인증 신청	위생, 품질, 제조, GMP 및 원재료 관리 등의 관련 서류 제출
2	서류 심사	평균 2개월 소요
3	현장 조사	공업부, 검역부, 위생부, 농업부 및 학자 등 참석
4	제품 검수	샘플 검사
5	결과 발표	제품 인증 번호 부여
6	계약 체결	경제부와 농업위원회 및 위생복지부 담당
7	발급	식품 GMP 인증서 발급

자료: TQF(Taiwan Quality Food Association)(www.tqf.org.tw/en)

□ ISO 22000 인증(권장)

- ISO 22000은 식품 안전을 보장하기 위해 식품 위해요소를 사전에 예방관리하는 자율적인 식품안전관리 시스템임
 - HACCP은 정부주도 방식으로 강제성을 띠고 있는 반면, ISO 22000은 민간주도형으로 식품안전경영 시스템의 수립 및 운영 여부를 판단할 수 있는 국제적인 인증
- ISO 22000은 국제 표준의 식품안전경영시스템에 의거하여 유통의 중간식품 공급망을 관리하여 규정. 식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 식품 첨가제, 원료 등 상호 관계가 있는 기업들을 비롯한 모든 기업에 적용되는 국제 표준으로 식품 관련 모든 기업에 적용 가능함

□ ISO 22000 인증¹⁶⁾(권장) 상세내용


ISO 22000 인증		
인증명	ISO 22000 인증	
인증 설명	- 식품 안전을 보장하기 위해 식품 위해요소를 사전에 예방하고 관리하는 자율적인 식품안전관리 시스템	
인증 기관	한국표준협회, 한국품질보증원	
성격	권장	
제출서류	심사신청서 사업자등록증 등	
비용	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 혹은 종업원 수에 따라 인증 심사일수 및 갱신 심사일수는 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 가공식품 안전 경영 시스템 요구사항으로서 유통의 중간 가공식품 공급망을 관리하여 규정하고 있음. 가공식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 가공식품 첨가제, 원료 등의 상호 관계가 있는 기업들을 비롯해 모든 기업에 적용되는 국제 표준으로 가공식품과 관련된 모든 기업에 적용이 가능함	

16) 한국품질보증원(www.kqa.co.kr), NQA(www.nqa.com), Biz Care(biz-care.kr)

□ HACCP(품질안전인증)(권장)

- HACCP 인증(Hazard Analysis and Critical Control Point)은 위해요소 중점관리 기준을 통과하면 발행되는 인증으로, 식품이 안전하게 제조되었음을 입증하는 수단 중 하나임
- HACCP 인증은 세계적으로 가장 효과적이고 효율적인 식품 안전 관리 체계로 인정 받고 있음
 - 미국, 일본, EU 및 Codex, WHO, FAO 등의 국제기구에서도 모든 식품에 HACCP 인증을 적용할 것을 적극 권장

□ HACCP(품질안전인증)(권장) 상세내용

HACCP(품질안전인증)		
인증명	HACCP(품질안전인증)	
인증 설명	- 식품의 제조, 가공 등 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등의 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전확보를 목적으로 함	
발행 기관	식품의약품안전처	
성격	권장	
관련법령	식품 위생법 및 식품위생법 시행규칙	
제출서류	- 영업허가(신고)증 사본 - 영업자 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부	
비용	수수료 20만원(인증변경의 경우 10만원)	
소요기간	1년 전후	
유효기간	3년(유효기간 이내 재심사 신청해야 함)	
발급절차	신청서 제출 → 심사 → 승인 후 인증서 발급 → 지속적인 심사	
이점	- 가공식품 안전성 향상 - 가공식품 안전성 지속 - 제품 경쟁력 확보 - 국제 인증 규격	

자료: 한국식품안전관리인증원(www.haccpkorea.or.kr)

3. 라벨링

□ 대만으로 수입되는 모든 식품은 ‘식품안전위생관리법(食品安全衛生管理法)’의 라벨링 표기 및 품질안전관리에 관한 규정을 준수

- 1975년 식품·약물의 관리를 위해 ‘식품위생관리법(食品衛生管理法)’ 제정
 - 2014년 12월 안전한 식품의 관리 강화를 위해 법규명칭을 ‘식품안전위생관리법(食品安全衛生管理法)’으로 수정하고 식품첨가물 등 관리 법규를 추가
 - 2017년 11월 최종 수정
- 라벨링 표기 및 품질안전관리 범위
 - ‘용기·포장식품’ 이란 고정 밀봉되어 원 상태로 장기간 보존 가능한 식품
 - ‘고정 밀봉 포장’ 은 미개봉 포장식품으로, 이미 개봉한 식품은 변질 우려가 있어 별도로 표기·관리

□ 식품 라벨링 상세 표기사항

- 식품안전위생관리법 제22조에 따라, 식품·식품원료의 용기·외포장 상 중문·통용부호로 아래 사항을 명확하게 표기해야 함
 - 품명
 - ‘식품첨가물’ 또는 ‘식품첨가물원료’ 글자 기입
 - 식품첨가물 명칭: 2종 이상의 혼합첨가물일 경우 구분해서 표기. 표기는 제 18조 1항 규정에 의거, 품명·중앙주관기관의 공고에 따른 통용명칭을 사용
 - 중량·용량·수량
 - 제조기업 또는 대만 담당기업 명칭, 전화번호 및 주소: 대만기업 명칭만 표기할 경우, 제조기업·위탁제조기업·수입기업 명칭·전화번호·주소를 관할 기관에 신고
 - 유효기간
 - 사용범위, 용량기준 및 사용제한 사항
 - 원산지(국)
 - 유전자 개조식품의 첨가물 원료

- 기타 위생서가 공고한 사항: 식품첨가물 외포장에 반드시 '제품등록번호'를 표기 (예: TFA000000000000), 규정위반 시 3만 대만 달러~300만 대만 달러 이하의 벌금 형에 처하며 제품 전면 회수, 수입 이후 추가 라벨링은 인정치 않음
- 식품첨가물원료는 식품첨가물의 향료성분, 표기 준수사항 예외
- 라벨링 표기 예외사항 별도 규정(식품안전위생관리법 제23조)
 - 용기나 외포장의 면적·재질·기타 특수 사항으로 인해 전항 규정대로 표기할 수 없는 식품은 주관 담당기관이 일부 표기에 대하여 면제를 공고하거나, 기타방식으로 표기

□ 수입식품의 라벨링 검사

- 중문표기 미완성 또는 중문원본 표기내용이 식품안전위생관리법에 위반될 시 표기 불합격 처리
- 중문표기 면제품은 벌크 형태 수입(최소단위 포장 중량이 3KG 이상, 직접 소비자에게 판매되지 않고 수입 후 재포장, 포장 변경 및 가공이 이루어지는 경우), 기타 위생서 및 표준검역국의 표기 면제 동의 물품(위생서 및 표준검역국의 동의서 복사본 제출)
- 수입식품의 유효기간 검사 주의사항 및 처리 방식
 - 포장 상에 직접 인쇄 방식: 인쇄된 유효기간 글자의 탈색 및 불명확함이 없어야 하고, 스티커로 단독 부착해서는 안 됨
 - 전체 중문 라벨이 스티커 방식으로 부착된 물품: 그 모든 표기 항목이 원포장 인쇄 내용과 일치해야 하며, 유통일자는 단독 라벨로 부착해서는 안 됨
 - 유통기한 표기: 연/월/일로 표기해야 하며, 3개월 이상인 경우 년/월만 표기 하여도 되나, 그 일자는 반드시 당월 말일까지를 나타내야 함
 - 검험검역 이후 이미 유통기한을 넘긴 상품은 검역허가증이 발행되지 않음
 - 유통기한이 3개월 이내 남은 물품은 그 검사 증명의 유효기한도 상품의 유통기한 내로 제한. 유통기한이 1개월 이내인 물품은 검사증명 발행 이후 즉시 행정원 위생서로 통지하여 그 물품의 유통과정을 지속적으로 관리
 - 중문표기 부착 시 원문 표기내용이 가려져서는 안 되며, 고의적으로 은닉한 경우 식품안전위생관리법 제22조 위반으로 간주

- 수입물품인 경우 수입업체는 제품 포장 상에 <대만 제조> 등과 같은 내용 및 글자를 표기해서는 안 되며, 반드시 대만 국내업체의 명칭, 주소, 전화 등이 표기되어야 함
- 포장 상 표기 시 표기글자의 길이와 폭은 2mm 이상으로 제한, 단 최대면적이 10cm² 이내인 소포장인 경우, 품명, 업체명, 유효기한 이외 기타 항목은 2mm 이하도 무방

□ 알레르기 유발성분 포함 식품

- 2015년 7월 1일부터 ‘식품 내 알레르기원 표기규정(食品過敏原標示規定)’ 실시
 - 판매 중인 포장 용기·제품의 성분 가운데 식약처가 지정한 6가지 알레르기 유발가능성성분(새우·계·망고·땅콩·우유·알류)을 포함할 경우, 용기·외포장상 경고 문구의 표기를 의무화
- 경고 표기는 “이 제품은 OO을 포함(本產品含有OO)”, “이 제품은 OO을 포함하며, 알레르기 체질자의 식용에 부적합하다.(本產品含有OO, 不適合其過敏體質者食用)” 등 문구나 동일 의미의 문구를 표기해야 함
- 이밖에도 ‘식품 알레르기 유발성분의 건의사항’을 발표
 - 양유(羊奶), 어류, 두족류(頭足類), 권패류, 견과류, 글루텐 포함 곡류, 콩, 키위 및 관련 제품, 아황산염·이산화유황의 잔류량 10mg/kg 이상 식품 등과 같은 제조시설에서 제조했을 경우 “이 제품의 생산제조시설·생산라인에서 OO을 처리함(本產品生產製程廠房, 其設備或生產管線有處理OO)” 등 문구를 표기해야 함

그림 3.1 대만의 알레르기 유발성분 관련 제품 및 문구를 표기한 두유 제품



자료: 한국농수산물유통공사, 대만 현지조사원

□ 유전자 변형식품

- 2014년 12월 22일 ①유전자 변형 식품원료 함유 포장식품의 표기 준수사항(包裝食品含基因改造食品原料標示應遵行事項), ②유전자 변형 식품원료 함유 식품첨가물의 표기 준수사항(食品添加物含基因改造食品原料標示應遵行事項), ③유전자 변형 식품원료 함유 벌크식품의 표기 준수사항(散裝食品含基因改造食品原料標示應遵行事項) 등 각 전문 4조, 5조를 제정 및 발표

- 2016년 1월 1일부터 세 규정 모두 전면 실시

- 유전자 변형 식품원료를 함유한 포장식품의 표기 준수사항(包裝食品含基因改造食品原料標示應遵行事項) 규정 내 지칭하는 유전자 변형 식품원료는 허용 가능 유전자 변형 식품원료이며, GMO함유 식품은 ‘유전자 변형’, ‘유전자 변형 포함’ 등의 문구를 표기해야 함

- GMO원료를 직접 사용한 포장식품은 최종 단계에서 이미 유전자 복제를 포함하지 않거나 단백질 복제의 경우 ‘유전자 변형’, ‘유전자 변형 포함’, ‘유전자 변형OO사용’, ‘본 상품은 유전자 변형OO을 가공하여 제조, 단 유전자 변형성분 불포함’, ‘본 상품은 가공원료 중 유전자 변형OO 포함, 단 유전자 변형성분 불포함’, ‘본 상품은 유전자 변형성분을 불포함하나, 유전자 변형OO을 가공해 제조’, ‘본 상품은 유전자 변형성분을 불포함하나, 가공원료 중 유전자 변형OO 포함’ 의 문구를 삽입해야 함

- 비유전자 변형 식품원료의 수확·저장·기타 요소로 인해 비고의적으로 소량 유전자 변형 식품원료 첨가시, 첨가 함량이 원료의 0.03%이하의 경우 비유전자 변형 식품원료로 간주함

- 비GMO원료 함유 포장식품이 국제적으로 이미 복제 통용, 유전자 변형 사용식품 원료로 변형되었을 경우 ‘비유전자 변형’, ‘유전자 변형이 아님’ 등 표기 사용 불가. 한편, 비고의적투입량을 ‘국가OO기준에 부합’으로 표기하거나, 실제 비고의적 투입량을 표기

- 품명, 원료명칭 원칙, 기타용기 및 외포장상 표기 위치, 글씨체의 길이와 넓이는 ‘유전자 변형’, ‘유전자 변형 포함’, ‘유전자 변형OO사용’ 등 문구표기 시 기타 문자와 구별돼야 하며, 길이와 폭은 2mm 이하여서는 안 됨. 한편, ‘비유전자 변형’, ‘비유전자 변형함유’의 글자의 크기는 상기 규정 제한을 받지 않음

- 유전자 변형 식품원료를 함유한 식품첨가물의 표기 준수사항(食品添加物含基因改造食品原料標示應遵行事項) 역시 상기규정의 내용과 동일함

□ 판매 중인 대만 두유 제품 라벨링 예시

표시사항	라벨링 예시																																				
<ul style="list-style-type: none"> - 품명 - 원료 - 중량 - 보관방법 - 유통기한 - 원산지 - 영양표시 - 제조사 	 <p>① 품명: 大醇豆無加糖豆漿 ② 원료: 水、非基因改造黃豆 ③ 중량: 936毫升 ④ 보관방법: 需冷藏於0°C~7°C ⑤ 유통기한: 13天(冷藏未開封) ⑥ 원산지: 標示於封口處(西元年/月/日) ⑦ 영양표시: 超高温瞬間殺菌, 符合CNS11140品質標準 ⑧ 제조사 정보: 本產品為黃豆磨製而成, 如有沉澱屬自然現象, 請安心飲用 ⑨ 소비자가 연락가능한 정보: 本產品含有大豆及其製品, 本產品生產管線有處理牛奶及其製品 ⑩ 기타 표시내용: 原產地: 台灣</p> <table border="1" data-bbox="686 795 933 974"> <thead> <tr> <th colspan="3">營養標示</th> </tr> <tr> <th>每份(每罐)200毫升</th> <th>每份</th> <th>每100毫升</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>熱量</td> <td>136大卡</td> <td>44大卡</td> </tr> <tr> <td>蛋白質</td> <td>13.1公克</td> <td>4.2公克</td> </tr> <tr> <td>脂肪</td> <td>2.3公克</td> <td>2.3公克</td> </tr> <tr> <td>飽和脂肪</td> <td>0.2公克</td> <td>0.4公克</td> </tr> <tr> <td>碳水化合物</td> <td>0公克</td> <td>0公克</td> </tr> <tr> <td>纖維</td> <td>0公克</td> <td>0公克</td> </tr> <tr> <td>總水化食物</td> <td>5.6公克</td> <td>1.8公克</td> </tr> <tr> <td>糖</td> <td>1.5公克</td> <td>0.5公克</td> </tr> <tr> <td>糖類總量</td> <td>1.9公克</td> <td>0.6公克</td> </tr> <tr> <td>鈉</td> <td>47毫克</td> <td>15毫克</td> </tr> </tbody> </table> <p>⑪ 기타 표시내용 1. 초고온 멸균 처리를 하였으며, 본 제품은 CNS11140 두유기준에 적합함 2. 본 제품은 대두를 같은 것으로 침전현상이 있으며 안심하고 식용 가능함</p> <p>⑫ 味全食品工業股份有限公司 斗六廠製 地址: 雲林縣斗六市長林路11號 工廠登記編號: 59553179 ⑬ 消費者服務專線: 0800-021007 網址: www.weichuan.com.tw</p> <p>4 710063 337062</p>	營養標示			每份(每罐)200毫升	每份	每100毫升	熱量	136大卡	44大卡	蛋白質	13.1公克	4.2公克	脂肪	2.3公克	2.3公克	飽和脂肪	0.2公克	0.4公克	碳水化合物	0公克	0公克	纖維	0公克	0公克	總水化食物	5.6公克	1.8公克	糖	1.5公克	0.5公克	糖類總量	1.9公克	0.6公克	鈉	47毫克	15毫克
營養標示																																					
每份(每罐)200毫升	每份	每100毫升																																			
熱量	136大卡	44大卡																																			
蛋白質	13.1公克	4.2公克																																			
脂肪	2.3公克	2.3公克																																			
飽和脂肪	0.2公克	0.4公克																																			
碳水化合物	0公克	0公克																																			
纖維	0公克	0公克																																			
總水化食物	5.6公克	1.8公克																																			
糖	1.5公克	0.5公克																																			
糖類總量	1.9公克	0.6公克																																			
鈉	47毫克	15毫克																																			

자료: 대만 현지조사원

4. 위생요건

□ 식품첨가물 및 유해물질 개요

- o 식품의 가공기술이 발달하면서 식품유형이 점점 세분화되고 있기 때문에 대만정부에서도 전문가와 협력하여 효율적인 식품자료고(食品資料庫) 시스템 관리를 위해 가공식품을 유형별로 분류함
- o 대만에서는 식품유형별 기준 및 규격 분류는 크게 두 가지로 a.식품약품관리서에서 발행하는 식품위생기준과 b. 경제부 표준검역국의 Chinese National Standards(CNS) 식품기준규격이 있음
- 식품약품관리서의 식품위생기준은 식품위생관리법 제17조에 의거하여 대만 내 유통되는 식품들이 갖추어야 하는 기준이며, 식품 위생기준에 따라 수입식품의 검역

검사가 적용됨

- 경제부 표준검역국에서는 식품유형별 기준 및 규격을 제공. Chinese National Standards(CNS) 식품기준규격은 대만 농림축산물 등에 대한 정의와 검사방법을 제정한 기준이며, 자국의 식품업체는 CNS 식품기준규격에 따라 식품을 생산·제조해야 함. 수입식품의 경우, CNS 기준을 참고할 필요가 있음

□ 대만 두유 제품의 식품첨가물 및 유해물질

- 두유 제품을 대만으로 수출 시 다음의 표를 참고하되 해석상의 오류가 있을 수 있으므로 대만의 현행규정을 반드시 확인해야 함

표 3.5 한국의 식품유형에 따른 대만의 두유제품 식품분류

한국	대만		
	식품위생기준	CNS 식품기준규격	식품첨가물 식품분류
음료 (과채음료, 두유류 , 인삼음료, 기타음료)	<ul style="list-style-type: none"> 음료류 위생기준 	과채음료류, 두유류, 기타음료, (인삼음료 없음)	주스, 탄산음료류, 무탄산 음료

자료: 한국농수산물유통공사

- 대만으로 수입되는 두유 가공식품의 경우, 식품약품관리서에서 규정하는 식품위생기준을 준수해야 함

표 3.6 대만의 두유 제품 식품위생기준

분류	식품위생기준 내용	
음료류 위생기준	<ul style="list-style-type: none"> 본 기준은 식품위생관리법 제17조에 의거함 음료제조에 사용되는 물의 품질은 식수 품질 기준에 적합해야 함 중금속 최대 허용치(신선/농축 과일주스와 채소주스는 제외) 	
	항목	기준(ppm)
	비소	0.2
	납	0.3
	구리	5.0
	주석	150(캔 제품류)
	안티몬	0.15

<ul style="list-style-type: none"> 미생물 허용치 <ul style="list-style-type: none"> 즉석 포장은 제외 				
품목	세균수 (cfu/mL)	대장균군 (MPN/mL)	대장균 (MPN/mL)	살모넬라
3. 식품원재료로 추출한 음료(커피, 코코아, 차, 곡류 추출물 가공 음료)	10 ⁴ 이하; (용기에 담겨있거나 포장된 경우 200 이하)	10 이하; (용기에 담겨있거나 포장된 경우 음성)	음성	음성
<ul style="list-style-type: none"> 비고: <ul style="list-style-type: none"> 즉시 제조 가능하거나 일회용 포장은 제품의 유통기한을 연장한다고 볼 수 없기 때문에, 「용기에 담겨있거나 포장된 경우」에 해당하지 않음 본 기준은 서기 2008년 1월 1일에 효력을 갖게 됨. 본 기준의 수정본은 공표일을 기준으로 효력을 갖음 				

자료 한국농수산식품유통공사

o 대만 식품약품관리서는 식품첨가물별 사용기준을 소비자 정보 제공 사이트에 공시하고 있음. 대만은 식품 첨가물에 대해 엄격한 기준을 적용하고 있음

- 품목에 해당하는 식품첨가물 검색 가능한 사이트:

<https://consumer.fda.gov.tw/Law/Detail.aspx?nodeID=518&lang=1&lawid=241>

- Standards for Specification, Scope, Application and Limitation of Food Additives, 2018.06.19. 문건이 가장 최신 버전임



IV. 경쟁제품

- 1. 경쟁제품 선정**
- 2. 오프라인**
- 3. 온라인**

경쟁제품 현지조사 개요

1. 오프라인 경쟁제품 현황



- ❖ **가격 : 100ml당 평균 260.7원**
100ml당 최고 가격: 611.9원
100ml당 최저 가격: 117.3원

- ❖ **포장 패키지:**
플라스틱 병 및 종이팩 사용

2. 온라인 경쟁제품 현황



- ❖ **가격 : 100ml당 평균 158.0원**
100ml당 최고 가격: 172.2원
100ml당 최저 가격: 135.6원

- ❖ **포장 패키지:**
온라인 경쟁제품 모두 테트라 팩 패키지 사용

3. 분석 지표 및 제품







- ❖ 분석 지표: 가격, 중량, 패키지
- ❖ 분석 제품: 현지 유통매장 방문 및 온라인 쇼핑몰에서 조사한 경쟁제품
- ❖ 시사점: 지표별 평균 값 및 최소, 최대값 확인을 통해 대만 시장 진출 시 현지에 맞는 제품 개발이 가능

1. 경쟁제품 선정

□ 두유 경쟁제품 조사를 위해 대만 현지의 백화점, 글로벌 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 및 수입마트를 현지조사함

- 백화점의 경우 微風 Breeze, 新光三越 SHINKONG MITSUKOSHI을 방문하였고, 글로벌 하이퍼마켓은 까르푸, 아이마이(愛買, A-mart), RT Mart(大潤發)를 방문함
- 슈퍼마켓 채널의 경우 PX Mart(全聯)를 방문하였으며, 편의점 채널은 7-11을 방문하여 조사함
 - 수입마트의 경우 Jason's Market Place(Wellcome)를 방문하였음
 - 상술한 유통채널별 매장을 방문하여 두유제품 인기제품 7개를 경쟁제품으로 선정

표 4.1 대만 현지 오프라인 방문 매장

매장로고	매장사진	방문일시
		2019.02
		2019.02
		2019.02

			<p>2019.02</p>
			<p>2019.02</p>
<p>Jason's Market Place</p>			<p>2019.02</p>
<p>微風 Breeze</p>			<p>2019.02</p>
<p>新光三越 SHIN KONG MITSUKOSHI</p>			<p>2019.02</p>

자료: 대만 현지 방문조사(2019.02)

□ 대만의 두유 제품 관련 주요 온라인 쇼핑몰

- 온라인 채널의 경우 대만의 주요 온라인 쇼핑몰 중 하나인 Yahoo奇摩购物中心 웹사이트에서 판매량이 많은 순으로 경쟁제품을 선정하여 조사를 진행

표 4.2 대만의 5대 온라인 쇼핑몰¹⁷⁾ 및 웹사이트

순위	온라인 쇼핑몰	웹사이트
1	Yahoo奇摩超級商城	tw.mall.yahoo.com
2	Yahoo奇摩購物中心	tw.buy.yahoo.com
3	淘宝网台湾	www.tw.taobao.com
4	露天拍賣	www.ruten.com.tw
5	PChome商店街	www.pcstore.com.tw

자료: www.chinaz.com

2. 오프라인

□ 대만 내 유통되는 두유 제품 100ml당 가격 평균은 약 260.7원

- 경쟁 제품들의 평균 가격은 약 260.7원이며, 평균 용량은 약 800g으로 도출됨
- 선정한 경쟁 제품 7개 모두 대만산
 - 오프라인에서 판매 중인 한국산 두유 제품 없음¹⁸⁾
- 경쟁 제품 중 100ml당 단위 가격이 가장 비싼 제품은 견과류(아몬드) 두유, 흑임자 두유
- 경쟁 제품의 용량은 360ml, 946ml, 1,000ml 등 다양하게 판매 중임

표 4.3 오프라인 두유 제품 가격 비교

제품	No	원산지	제품명	중량	가격	100ml당 가격
두유	1	대만	I MEI SOYBEAN MILK	1,000ml	32 TWD	약 117.3원
	2		I MEI LOW-SUGAR SOYBEAN MILK	1,000ml	32 TWD	약 117.3원

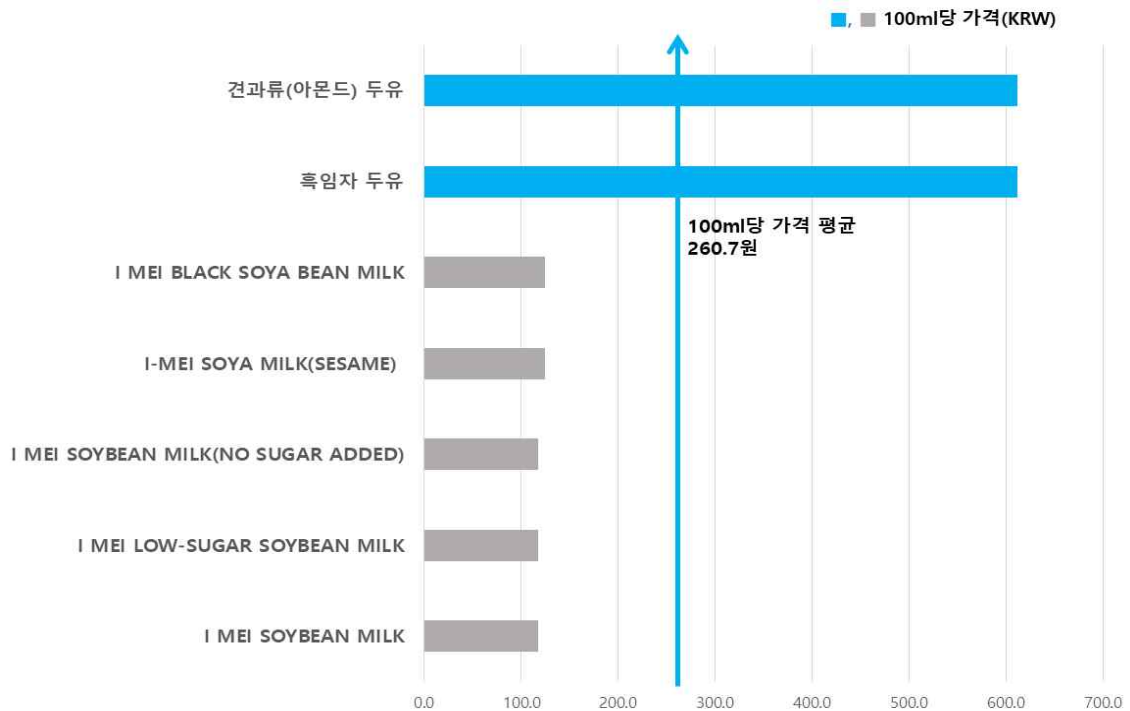
17) 아마존 Alexa 기준 순위 집계

18) 하지만 이는 이번 오프라인 조사에 한정되는 내용으로 대만 내 다른 오프라인 매장에서는 한국산 두유 제품을 판매할 가능성도 완전히 배제할 수는 없음

3	I MEI SOYBEAN MILK(NO SUGAR ADDED)	1,000ml	32 TWD	약 117.3원
4	I-MEI SOYA MILK(SESAME)	946ml	32 TWD	약 124.6원
5	I MEI BLACK SOYA BEAN MILK	946ml	32 TWD	약 124.6원
6	흑임자 두유	360ml	60 TWD	약 611.9원
7	견과류(아몬드) 두유	360ml	60 TWD	약 611.9원

자료: 오프라인 매장조사(2019.02)

표 4.4 오프라인 두유 제품 100g당 가격 비교 및 평균가격 도출



자료: 오프라인 매장조사(2019.02)

□ 오프라인 유통 중인 제품은 플라스틱 병 패키지 비중이 높음

- 판매 중인 경쟁제품 7개 중 5개가 플라스틱 병 포장이며, 2개가 종이팩 포장으로 오프라인에서 판매 중인 두유 제품은 플라스틱 재질의 패키지 형태가 비교적 많은 것으로 보임
- 두유 제품의 경우 소비자들이 제품의 내용물을 볼 수 있도록 색깔이 입혀져 있지 않은 플라스틱 병을 사용하여 두유 제품의 색깔이나 포함하고 있는 내용물을 확인하고 구매할 수 있도록 함

표 4.5 패키지 형태 비교

플라스틱 병	종이팩	
		

자료: 대만 현지조사원(2019.02)

표 4.6 대만의 두유 오프라인 제품 현황

구분	제품 #1	제품 #2	
제품 이미지	<p>제품 이미지 (앞면)</p> 	<p>제품 이미지 (앞면)</p> 	
	<p>제품 이미지 (뒷면)</p> 	<p>제품 이미지 (뒷면)</p> 	
제품 스펙	원산지	대만	대만
	제품명	I MEI SOYBEAN MILK (義美古早傳統豆奶)	I MEI LOW-SUGAR SOYBEAN MILK (義美低糖豆奶)
	제조사	I MEI 식품 주식 유한공사 (義美食品股份有限公司)	I MEI 식품 주식 유한공사 (義美食品股份有限公司)
	포장 용기	플라스틱 병	플라스틱 병
	조사매장	까르푸	까르푸
	제품가격	32 대만 달러(약 1,177.3원) ¹⁹⁾	32 대만 달러(약 1,177.3원)
	중량	1,000ml	1,000ml
	유통기한	개봉하지 않은 제품에 한해 7 °C 이하 냉장보관 시 13일(개봉한 이후에는 최대한 빨리 음용을 권장)	개봉하지 않은 제품에 한해 7 °C 이하 냉장보관 시 13일(개봉한 이후에는 최대한 빨리 음용을 권장)
	성분	물, 황두(비유전자조작), 자당(본 제품에는 알레르기 유발물질이 포함되어있음: 대두류성분)	물, 황두(비유전자조작), 자당(본 제품에는 알레르기 유발물질이 포함되어있음: 대두류성분)
특징	- 조단백질 2.6%이상, 조지방0.5% 이상이기 때문에 제품의 품질이 국가표준 CNS11140에 부합함	- 조단백질 2.6%이상, 조지방0.5% 이상이기 때문에 제품의 품질이 국가표준 CNS11140에 부합함	

19) 1 TWD = 36.79 KRW(KEB하나은행 매매기준율, 검색일: 2019.03.25.)




구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	원산지	대만	대만
	제품명	I-MEI SOYBEAN MILK(NO SUGAR ADDED)(義美古早傳統豆奶(無糖))	I-MEI SOYA MILK(SESAME) (義美黑芝麻豆奶)
	제조사	I-MEI 식품 주식 유한공사 (義美食品股份有限公司)	I-MEI 식품 주식 유한공사 (義美食品股份有限公司)
	포장 용기	플라스틱 병	종이팩
	조사매장	까르푸	아이마이(愛賣)
	제품가격	32 대만 달러(약 1,177.3원)	32 대만 달러(약 1,177.3원)
	중량	1,000ml	946ml
	유통기한	개봉하지 않은 제품에 한해 7 °C 이하 냉장보관 시 13일(개봉한 이후에는 최대한 빨리 음용을 권장)	개봉하지 않은 제품에 한해 7 °C 이하 냉장보관 시 13일(개봉한 이후에는 최대한 빨리 음용을 권장)
성분	물, 황두(비유전자조작)(본 제품에는 알레르기 유발물질이 포함되어 있음: 대두류성분)	물, 황두(비유전자조작), 자당, 검은깨	
특징	- 조단백질 2.6%이상, 조지방0.5% 이상이기 때문에 제품의 품질이 국가표준 CNS11140에 부합함	- 콜레스테롤, 방부제, GMO제품 불포함	

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	원산지	대만	대만
	제품명	I MEI BLACK SOYA BEAN MILK(義美黑豆奶)	흑임자 두유(黑芝麻豆乳)
	제조사	I MEI 식품 주식 유한공사 (義美食品股份有限公司)	첫 번째 두유 작업장(初豆製漿坊)
	포장 용기	종이팩	플라스틱 병
	조사매장	아이마이(愛賣)	微風 Breeze의 初豆製漿坊
	제품가격	32 대만 달러(약 1,177.3원)	60 대만 달러(약 2,207.4원)
	중량	946ml	360ml
	유통기한	개봉하지 않은 제품에 한해 7 °C 이하 냉장보관 시 13일(개봉한 이후에는 최대한 빨리 음용을 권장)	2019.02.01(7°C 이하 냉장보관 시 6일)
성분	물, 검은콩, 황두(비유전자조작), 자당, 식염	물, 비유전자조작 황두(캐나다), 검은깨, 사탕수수가루	
특징	- 조단백질 2.6%이상, 조지방 0.5%이상이기 때문에 제품의 품질이 국가표준 CNS11140에 부합함 - 콜레스테롤, 방부제, GMC제품 불포함	- 흑임자 맛 두유	

구분		제품 #7
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)	
	제품 이미지 (뒷면)	
제품 스펙	원산지	대만
	제품명	견과류(아몬드) 두유(堅果豆乳)
	제조사	첫 번째 두유 작업장(初豆製漿坊)
	포장 용기	플라스틱 병
	조사매장	微風 Breeze의 初豆製漿坊
	제품가격	60 대만 달러(약 2,207.4원)
	중량	360ml
	유통기한	2019.02.01.(반드시 7 °C 이하 냉장보관해야 하며, 미개봉 시 6일)
	성분	물, 비유전자조작 황두(캐나다), 견과류, 자당
특징	- 아몬드 맛 두유	

자료: 대만 현지조사원의 조사내용(2019.02)에 의거하여 작성

[참고] 대만의 오프라인 매장에서 판매중인 도우지앙(豆漿)20) 제품

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	원산지	대만	대만
	제품명	Original Soymilk(統一陽光黃金豆漿)	Kuang Chuan Original Fresh Soymilk(光泉原味鮮豆漿)
	제조사	Uni-president Enterprises Corp.(統一企業(股)公司)	Kuang Chuan Dairy Co., LTD.(光泉牧場股份有限公司)
	포장 용기	종이팩	종이팩
	조사매장	全聯, PX Mart	大潤發, RT Mart
	제품가격	28 대만 달러(약1,030.1원)	32 대만 달러(약 1,177.3원)
	중량	900ml	936ml
	유통기한	용기 위 표시(미개봉 시 13일 이내, 7 °C이하 냉장보관)	-
	성분	물, 비유전자조작 황두, 자당, 맥아당올리고당(IMO), 식염.	물, 비유전자조작 황두, 자당
특징	제품의 품질이 국가표준 CNS11140에 부합	제품의 품질이 국가표준 CNS11140에 부합 개봉 후에는 실온에 30분 이상 노출시키지 마시고, 빠른 시일 내에 음용을 권장	

20) 콩국

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	원산지	대만	대만
	제품명	따춘도우 무가당 Soymilk(大醇豆 無加糖 豆漿)	No sugar added & Hi-fiber Soymilk(統一 陽光無加糖高纖豆漿)
	제조사	Wei Chuan Foods Corp(味全食品工業股份有限公司)	Uni-president Enterprises Corp.(統一 企業(股)公司)
	포장 용기	종이팩	종이팩
	조사매장	大潤發, RT Mart	7-Eleven
	제품가격	29 대만 달러(약 1,066.9원)	17 대만 달러(약 625.4원)
	중량	936ml	450ml
	유통기한	미개봉 냉장보관 시 13일	미개봉 냉장보관 시 13일
	성분	물, 비유전자조작 황두	물, 비유전자조작 황두, 치커리 식이섬유, 식염
특징	제품의 품질이 국가표준 CNS11140에 부합함	제품의 품질이 국가표준 CNS11140에 부합함	

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	원산지	대만	대만
	제품명	까오딩 수제 일식 바닐라향 또우지앙(高町手作日式奶香豆漿)	까오딩 수제 일식 흑 또우지앙(高町手作日式黑豆漿)
	제조사	까오딩 유한공사(高町有限公司)	까오딩 유한공사(高町有限公司)
	포장 용기	플라스틱 병	플라스틱 병
	조사매장	新光三越의 THE BEAUTIFUL MARKET	新光三越의 THE BEAUTIFUL MARKET
	제품가격	80 대만 달러(약 2,943.2원)	90 대만 달러(약 3,311.1원)
	중량	960ml	960ml
	유통기한	용기 위 표기(2-5°C이하 냉장보관, 개봉 후에는 3일 이내)	용기 위 표기(2-5°C이하 냉장보관, 개봉 후에는 3일 이내)
	성분	물, 비유전자조작 황두, 글리세린지방산에스테르.	물, 검은콩, 글리세린지방산에스테르.
특징	본 제품에는 방부제가 들어있지 않으니 개봉 후 가급적 빨리 음용 권장	유기농인증 제품	

자료: 대만 현지조사원, 2019.02.

3. 온라인

□ 온라인 쇼핑몰 내 유통되는 두유 제품 100ml당 가격 평균은 약 158.0원

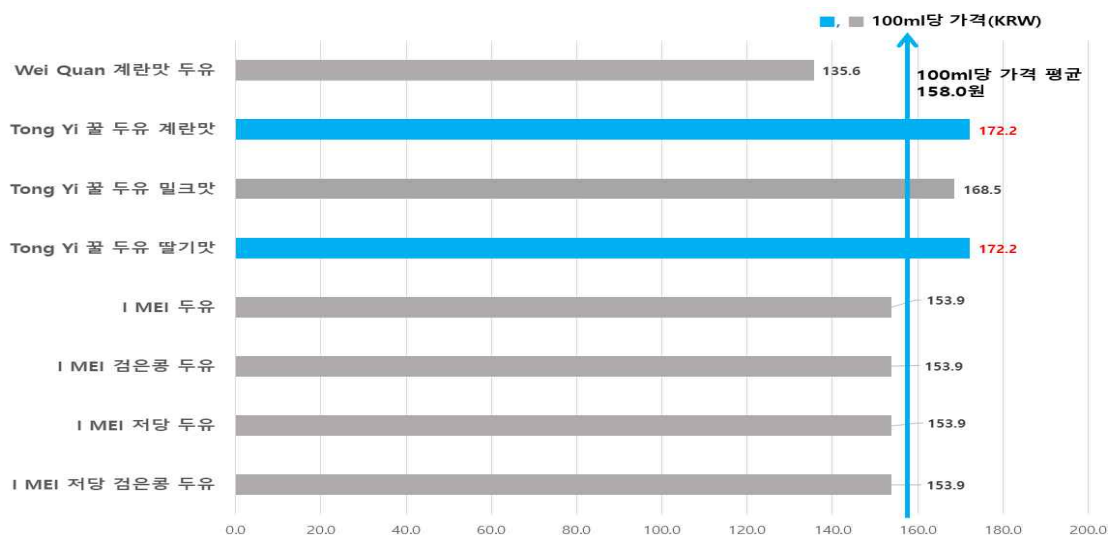
- 경쟁 제품들의 평균 가격은 약 158.0원이며, 평균 용량은 약 250ml으로 도출됨
- 판매량 기준 8위 안에 든 제품은 모두 대만산
 - 한국의 정식품 베지밀 아몬드와 호두 두유팩 950ml 대용량 종이 팩 제품이 판매량 기준 16위를 기록
- 경쟁 제품 중 100ml당 단위 가격이 가장 비싼 제품은 Tong Yi 꿀 두유 딸기맛 제품과 Tong Yi 꿀 두유 계란맛 제품임

표 4.7 온라인 두유 제품 가격 비교

제품	No	원산지	제품명	중량	가격	100ml당 가격
두유	1	대만	I MEI 저당 검은콩 두유	250ml*24개	250 TWD	약 153.9원
	2		I MEI 저당 두유	250ml*24개	250 TWD	약 153.9원
	3		I MEI 검은콩 두유	250ml*24개	250 TWD	약 153.9원
	4		I MEI 두유	250ml*24개	250 TWD	약 153.9원
	5		Tong Yi 꿀 두유 딸기맛	250ml*6개	70 TWD	약 172.2원
	6		Tong Yi 꿀 두유 밀크맛	250ml*6개	69 TWD	약 168.5원
	7		Tong Yi 꿀 두유 계란맛	250ml*24개	279 TWD	약 172.2원
	8		Wei Quan 계란맛 두유	250ml*24개	219 TWD	약 135.6원

자료: 온라인 쇼핑몰 자체 조사(2019.02)

표 4.8 온라인 두유 제품 100g당 가격 비교 및 평균가격 도출



자료: 온라인 쇼핑몰 자체 조사(2019.02)

□ 온라인 경쟁제품은 전부 테트라 팩 패키지를 사용

- 판매 중인 경쟁제품 8개 모두 테트라 팩 패키지를 사용하고 있으며, 전부 대량으로 판매하고 있음
- 보통 250ml 소용량 제품을 적게는 6팩에서 많게는 24팩까지 묶음으로 판매하고 있음

표 4.9 온라인 제품 패키지 형태 비교



자료: 온라인 쇼핑몰 자체 조사(2019.02)

표 4.10 대만의 두유 온라인 제품 현황

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	앞면		
	판매이미지		
제품 스펙	원산지	대만	대만
	제품명	I MEI 저당 검은콩 두유 250ml(24개입)(義美低糖黑豆奶 250ml(24入))	I MEI 저당 두유 250ml(24개입)(義美低糖豆奶(250mlx24入))
	브랜드	I MEI(義美)	I MEI(義美)
	제조사	I MEI 식품(義美食品)	I MEI 식품(義美食品)
	유통기한	270일	270일
	제품가격	250 대만 달러(약 9,197.5원)	250 대만 달러(약 9,197.5원)
	중량	(250ml*24개)	(250ml*24개)
	패키지	테트라 팩	테트라 팩
	성분	물, 검은 콩, 비 유전자 조작 (Non-GMO) 콩(Soybean), 자당	물, 비 유전자 조작 콩, 자당
제품특성	- 식품첨가물 미첨가 제품 - 상온, 실내의 그늘진 곳에 보관	- 식품첨가물 미첨가 제품 - 실내의 그늘진 곳에 보관	

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	앞면		
	판매이미지		
제품 스펙	원산지	대만	대만
	제품명	I MEI 검은 콩 두유(250mlx24개입)(義美黑豆奶/箱(250mlx24入))	I MEI 두유(250mlx24개입)(義美豆奶/箱(250mlx24入))
	브랜드	I MEI(義美)	I MEI(義美)
	제조사	I MEI 식품(義美食品)	I MEI 식품(義美食品)
	유통기한	270일	365일
	제품가격	250 대만 달러(약 9,197.5원)	250 대만 달러(약 9,197.5원)
	중량	(250ml*24개)	(250ml*24개)
	패키지	테트라 팩	테트라 팩
	성분	물, 검은 콩, 비 유전자 조작 콩, 자당	물, 비 유전자 조작 콩, 자당
제품특성	- 식품첨가물 미첨가 제품 - 실내의 그늘진 곳에 보관	- 식품첨가물 미첨가 제품 - 실내의 그늘진 곳에 보관	

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	앞면		
	판매이미지		
제품 스펙	원산지	대만	대만
	제품명	통이 꿀 두유 딸기 맛(250mlx6개입)(統一蜜豆奶草莓口味)(250mlx6入))	통이 꿀 두유 밀크 맛(統一蜜豆奶-牛奶口味(250mlx6入))
	브랜드	통이(統一)	통이(統一)
	제조사	Liansheng식품(주식)회사(連盛食品(股)公司)	Liansheng식품(주식)회사(連盛食品(股)公司)
	유통기한	180일	180일
	제품가격	70 대만 달러(약 2,575.3원)	69 대만 달러(약 2,538.5원)
	중량	(250ml*6개)	(250ml*6개)
	패키지	테트라 팩	테트라 팩
	성분	물, 비 유전자 조작 콩, 자당, 유당, 나트륨 카르복시 메틸 셀룰로오스(sodium carboxymethyl cellulose), 식용소금, 향료, 지방산 글리세리드	물, 비 유전자 조작 콩, 자당, 유당, 나트륨 카르복시 메틸 셀룰로오스(sodium carboxymethyl cellulose), 식용소금, 향료, 지방산 글리세리드
제품특성 (월 판매량)	<ul style="list-style-type: none"> - 식품첨가물 미첨가 제품 - 상온 보관 - 식물성 단백질 영양성분이 풍부한 두유 음료 - 비 유전자 조작 노란 콩으로 만든 제품 	<ul style="list-style-type: none"> - 식품첨가물 미첨가 제품 - 직사광선을 피해 건냉한 곳에 보관 - 식물성 단백질 영양성분이 풍부한 두유 음료 - 비 유전자 조작 노란 콩으로 만든 제품 	

구분		제품 #7	제품 #8
제품 이미지	앞면		
	판매이미지		
제품 스펙	원산지	대만	대만
	제품명	통이 꿀 두유 계란 맛(統一蜜豆奶雞蛋口味(250mlx24入))	계란맛 두유(雞蛋香豆奶 250ml(24入/組))
	브랜드	통이(統一)	웨이추엔(味全)
	제조사	Liansheng식품(주식)회사(連盛食品(股)公司)	웨이추엔식품공업주식유한공사(味全食品工業股份有限公司)
	유통기한	상온에서 6개월	6개월
	제품가격	279 대만 달러(약 10,264.4원)	219 대만 달러(약 8,057.0원)
	중량	(250ml*24개)	(250ml*24개)
	패키지	테트라 팩	테트라 팩
	성분	물, 비 유전자 조작 콩, 자당, 유당, 나트륨 카르복시 메틸 셀룰로오스(sodium carboxymethyl cellulose), 식용소금, 향료, 지방산 글리세리드	물, 비 유전자 조작 콩, 설탕, 복합 향신(물, 달걀 추출물, 향료), 식용황색4호, 식용황색5호 성분, 대두 단백질 2.0% 이상, 지방 1.0% 이상
제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 식품첨가물 미첨가 제품 - 상온 보관 제품 - 식물성 단백질 영양성분이 풍부한 두유 음료 - 비 유전자 조작 황두 콩으로 만든 제품 	<ul style="list-style-type: none"> - 직사광선을 피해 건냉한 곳에 보관 - 익숙한 맛있는 맛 - 무균 포장 식품 - 방부제 무첨가 제품 	

자료: 야후 치모 판매량 기준(1-8위) 정리(2019.02.28. 검색)



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정

□ 선정기준

- 현지조사 및 온라인 조사를 바탕으로 대만 현지 유통채널에서 판매 중인 제품 및 온라인 채널 판매량 상위 제품의 제조사를 중심으로 조사

2. 경쟁사 분석

□ Uni-President Enterprises Corp(统一企业, 통이기업)

	<ul style="list-style-type: none"> - Uni-President Enterprises Corp는 자회사를 통해 식품 분야를 총망라한 다양한 제품을 생산 및 판매하는 기업 - 대만의 롯데로 불리는 통이기업의 자회사로는 Ton Yi Industrial Corp, Uni-President China 등이 있으며, 2018년 12월 한국의 웅진식품을 인수하기로 결정함 - 제품 범주에는 간장, 식용유, 밀가루, 육제품, 라면, 빵, 냉동식품, 건강식품 등이 있으며, 음료류와 유제품류도 제조 및 판매함 - 대만 현지에서 제품을 유통할 뿐만 아니라, 미국, 캐나다, 중국 등의 국가로도 수출하고 있음 - 대만의 유제품 음료 기업 기준 시장 점유율 1위(유로모니터, 2017자료 기준)으로 주요 브랜드로는 Pareseed, Uni-President 등이 있음 			
기업개요	기업형태	식품산업 제조 및 유통 기업	설립연도	1967년
	취급품목	밀가루, 식용유, 간장, 육제품, 라면, 빵, 음료수, 유제품, 냉동식품 및 건강식품 등	국가	대만
	전화번호	886 6-253-2121(본사)	홈페이지	https://www.uni-president.com/
	이메일	customer@mail.pec.com.tw	주소	No.301, Zhongzheng Rd, Yongkang Dist., Tainan City 71001, Taiwan (R.O.C.)(본사)
제품				

자료: Uni-President Enterprises Corp 홈페이지

□ I-Mei Foods Co Ltd(義美食品)

	<p>- I-Mei Group 내의 I-Mei Foods Co., Ltd.는 식료품 제조, 유통, 수출입에 특화된 대만의 주요 기업임</p> <p>- 설립된 지 70년 이상되어 대만 내에서는 큰 식품 기업 중 하나로 인식되고 있음</p> <p>- 대만 내 내수뿐만 아니라 다른 국가로의 수출에도 주력하고 있음</p>					
<p>기업개요</p>	<p>기업형태</p>	<p>식품 제조 및 유통, 수출입 기업</p>	<p>설립연도</p>	<p>1934년</p>		
	<p>취급품목</p>	<p>보건식품</p>	<p>국가</p>	<p>대만</p>		
	<p>전화번호</p>	<p>0800-255-999</p>	<p>홈페이지</p>	<p>http://www.imeifoods.com.tw/</p>		
	<p>이메일</p>	<p>service@imeifoods.com.tw</p>	<p>주소</p>	<p>台北市信義路二段88號 10樓</p>		
<p>제품</p>						
						

자료:I-Mei Foods Co., Ltd. 홈페이지



VI. 유통채널 현황

1. 유통채널 개황
2. 주요 유통채널 분석

1. 유통채널 개황

□ 대만 소비자들은 편의점 유통채널을 가장 즐겨 이용하며 슈퍼마켓과 하이퍼마켓 순으로 이용하는 비중이 큰 것으로 나타남

○ 미국 농무부(이하 USDA) 2017년 Taiwan Retail Foods 보고서에 따르면 2016년 기준 전체 유통채널 매출액에서 식품이 차지하는 비중은 23.5%임

○ 대만의 주요 편의점 유통매장으로는 7-11, Family Mart, Hi-Life, OK 등 4개 업체를 들 수 있음. 매장 수가 가장 많은 편의점은 7-11으로 전체 편의점 수의 약 50%의 비중을 차지함

- 2016년을 기준으로 대만에는 10,454개의 편의점이 있는데 이는 대만의 인구 약 2,300명당 편의점이 1개 있는 수준임

표 6.1 유통채널별 매출액 현황(2014-2016년)

(단위: 십억 US 달러)

채널	2014	2015	2016
편의점	9.6	9.8	10.3
슈퍼마켓	5.6	6.0	6.5
하이퍼마켓	5.9	6.1	6.4
기타	5.6	5.8	5.9
합계	36.9	38.3	40.2

자료: 「Taiwan: Retail Foods」, USDA, 2017.12.15.

표 6.2 2016년 주요 편의점 순위

(단위: 백만 US 달러, 개)

순위	편의점 이름	매출액	매장 수
1	7-Eleven	4671	5,107
2	Family Mart	1961	3,057
3	Hi-Life	720	1,290
4	OK Mart	265	867

자료: 「Taiwan: Retail Foods」, USDA, 2017.12.15.

- 하이퍼마켓 유통 부문에서는 COSTCO, Carrefour, RT Mart, A-mart 등이 대표적인 매장인데, 이 중 COSTCO와 Carrefour가 대형할인점 매출의 약 70%를 차지함
 - 2016년 대형할인점의 총 매출 규모는 약 1,900억 대만 달러(약 6조 9,600억 원)임
 - 대형할인점은 중간 도소매업을 통하지 않고 직접 농가 및 수입상에게서 공급을 받아 가격과 품질 경쟁력을 유지함
 - 2016년 기준으로 대만의 대형할인점 매장 수는 166개임
 - COSTCO 13개, Carrefour 95개, RT Mart 23개, A-mart 17개 포함
 - 최근에는 슈퍼마켓의 매장 수가 크게 늘어나면서 대형할인점의 매장 수 증가 추세가 둔화되고 있음

표 6.3 2016년 주요 하이퍼마켓 순위

(단위: 십억 US 달러, 개)

순위	하이퍼마켓 이름	매출액	매장 수
1	Costco	2.3	13
2	Carrefour	1.5	95
3	RT Mart	0.96	23

자료: 「Taiwan: Retail Foods」, USDA, 2017.12.15.

- 대표적인 슈퍼마켓은 PX Mart(全聯), Simple Mart, Wellcome(Jason's Market Place) 등이 있음
 - 2016년 기준 대만 전역에 2,089개의 슈퍼마켓이 운영 중인데, 이 중 PX Mart의 매장 수가 가장 많음

표 6.4 2016년 주요 슈퍼마켓 순위

(단위: 백만 US 달러, 개)

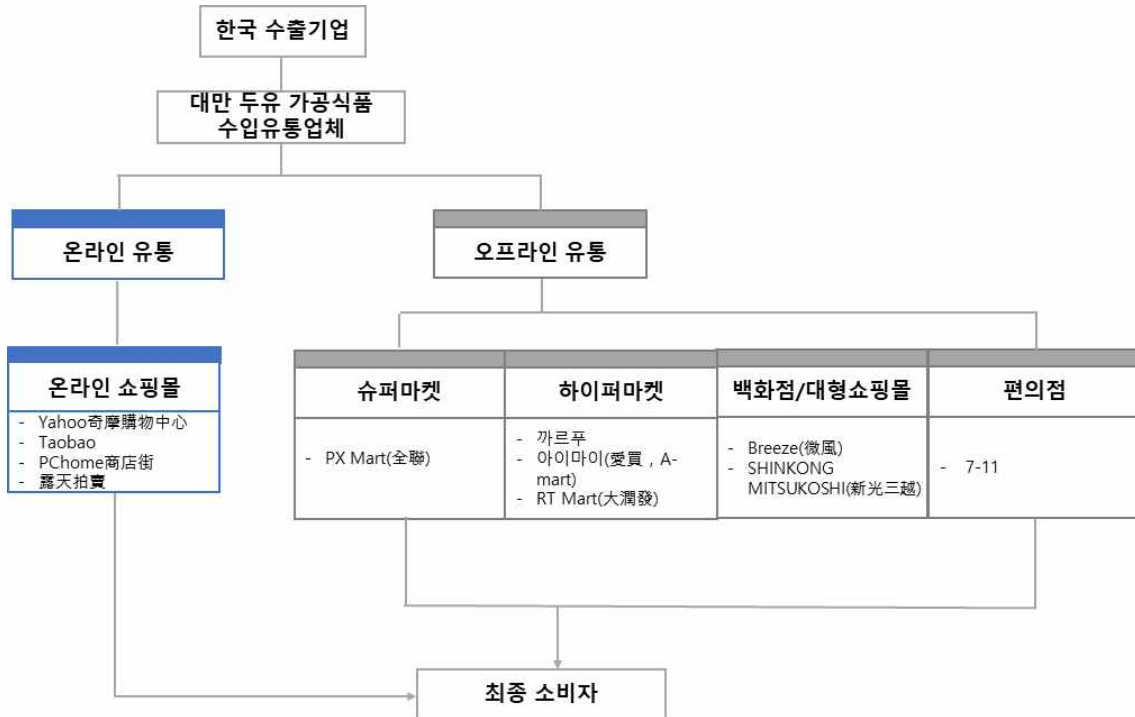
순위	슈퍼마켓 이름	매출액	매장 수
1	PX Mart(全聯)	3,386	890
2	Simple Mart	300	459

3	Wellcome/Jasons Market Place	NA	226
4	Taiwan Fresh Supermarket	150	49
5	CitySuper	52	8

자료: 「Taiwan: Retail Foods」, USDA, 2017.12.15.

- 대만 현지에서 두유 제품은 백화점 마트, 글로벌 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점에서 판매되고 있음



표 6.5 대만의 두유 제품 유통구조



자료: 연구자 작성

2. 주요 유통채널 분석

□ 微風 Breeze

기업개요	
	<ul style="list-style-type: none"> - 微風 Breeze는 1975년에 설립된 대만의 대표적인 백화점 - 방문한 지점은 2019년 최근에 매장을 오픈하였으며, 현재 타이페이에서 가장 핫한 플레이스임
<p>컨택 포인트</p>	<p>Tel: +886 2 6638 9999 Website: https://www.breezecenter.com/ e-mail: customer@breeze.com.tw Add: 110台北市信義區松智路17號</p>
<p>매장전경</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="text-align: center;"><매장 및 매대></p>

자료: 대만 현지조사원(2019.02.)

□ Carrefour Taiwan

기업개요	
	<ul style="list-style-type: none"> - 1959년 설립된 프랑스 까르푸 그룹 - 대만의 대표적인 글로벌 하이퍼마켓 체인이며, 100여 개의 지점을 보유 - 주로 일용품, 식품 등 각종 상품을 판매 - 대형 할인매장, 편의점, 온라인쇼핑몰 등 점포의 형태가 다양하며, 국제적인 관점, 창업 정신을 겸비
<p>컨택포인트</p>	<p>Tel: +886 2 8792 6741 Website: www.carrefour.com.tw Add: 南港路二段20巷5号B1</p>
<p>매장전경</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="text-align: center;"><매장 및 매대></p>

자료: 대만 현지조사원(2019.02.)

□ RT-MART(大潤發)

기업개요	
	<ul style="list-style-type: none"> - 따룬파(RT-MART, 大潤發)는 프랑스 Auchan 그룹 소속으로 대만의 대표적인 하이퍼마켓 체인 중 하나임 - 대만계 룬타이(潤泰)그룹은 1996년에 따룬파유통사업주식유한공사(大潤發流通事業股份有限公司)를 설립함 - 대만 따룬파 홈페이지에 의하면 현재 대만 내 22개 지점을 보유(검색일: 2019.03.22.)
<p>컨택 포인트</p>	<p>Tel: +886 2 2795 2888 Website: http://www.rt-mart.com.tw Add: 104台北市中山區八德路二段306號</p>
<p>매장전경</p>	 <p style="text-align: center;"><매장 및 매대></p>

자료: 대만 현지조사원(2019.02.)

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot Taiwan June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.06.15.,
2. 「Taiwan: Retail Foods」, USDA, 2017.12.15.
3. 「Drinking milk products in Taiwan」, Euromonitor International, 2018.08.
4. 「2018년 주요국 수입제도 모니터링 I 동아시아」, 한국농수산물유통공사, 2019.02.
5. 「2017년 주요국 수입제도 모니터링 I 홍콩·대만·베트남」, 한국농수산물유통공사, 2018.03.
6. 「2014 주요 수출대상국의 식품첨가물 및 유해물질 조사-대만」, 한국농수산물유통공사, 2014.12.
7. 「주요 수출대상국의 식품첨가물 및 유해물질 조사-대만 편」, 한국농수산물유통공사, 2016.12.

■ 참고 사이트

1. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)
2. 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)
3. 트레이드내비(www.tradenavi.or.kr)
4. International Trade Centre(www.trademap.org)
5. KATI농식품수출정보(www.kati.net)
6. 트레이드내비(www.tradenavi.or.kr)
7. 한국수출입은행 해외경제연구소(keri.koreaexim.go.kr)
8. 관세청(www.customs.go.kr)
9. 한국품질보증원(www.kqa.co.kr)
10. NQA(www.nqa.com)
11. Biz Care(biz-care.kr)
12. 한국식품안전관리인증원(www.haccpkorea.or.kr)
13. 대만 식품약품관리서(https://consumer.fda.gov.tw)
14. 대만관세청(www.customs.gov.tw)
15. TQF(Taiwan Quality Food Association)(www.tqf.org.tw/en)
16. 중국 중상산업연구원(http://www.chnci.com/)
17. www.chinaz.com
18. Yahoo奇摩購物中心(tw.buy.yahoo.com)
19. Standard Foods Corp(http://en.sfworldwide.com/en/)
20. https://www.uni-president.com/
21. http://www.imeifoods.com.tw/
22. 微風 Breeze 백화점(https://www.breezecenter.com)
23. 까르푸 대만(www.carrefour.com.tw)
24. RT마트 대만(http://www.rt-mart.com.tw)

2018 농식품 해외시장 맞춤조사

No. 1901-02

품목: 두유(Soy Milk)

국가: 대만(Taiwan)

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

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