

2019년

해외시장 맞춤형조사



- No. 1910-07
- 품목 : 과일큐브치즈 (Cube Cheese)
- 국가 : 베트남 (VIETNAM)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)	
SUMMARY	4
1. 베트남 과일큐브치즈 시장규모	5
2. 베트남 과일큐브치즈 수출입 시장규모	6
3. 베트남 과일큐브치즈 소비 시장규모	7
II. Market Trend (시장트렌드)	
SUMMARY	11
1. 베트남 치즈 섭취 트렌드, 한류 & 젤리	16
2. 베트남 치즈 소비자, 바나나 및 포도 맛에 친숙	17
3. 베트남 치즈 제형, ‘일반 - 슬라이스 / 영유아 - 큐브&스트링’	18
4. 영유아 치즈 연관 주요 키워드 ‘등급, 수면, 모유, 건강’	19
III. Distribution Channel (유통채널)	
SUMMARY	21
1. 베트남 과일큐브치즈 유통구조	22
2. 베트남 과일큐브치즈 주요 유통업체	23
3. 베트남 과일큐브치즈 B2C 소매채널	25
IV. Customs·Quarantine (통관·검역)	
SUMMARY	46
1. 베트남 과일큐브치즈 인증 취득	47
2. 베트남 과일큐브치즈 업체·제품 등록	49
3. 베트남 과일큐브치즈 라벨 심의	50
4. 베트남 과일큐브치즈 서류 준비	54
5. 베트남 과일큐브치즈 세금 납부	55
6. 베트남 과일큐브치즈 검역 심사	56
V. Expert Interview (전문가 인터뷰)	
SUMMARY	59
Interview ① 비보마트(Bibo Mart)	61
Interview ② 남 안 마켓(Nam An Market)	63
Interview ③ 하노이 골드몰(Hanoi Gold Mall)	64
Interview ④ 씨에스 푸드(CS Food)	66
Interview ⑤ 에스마트(S Mart)	67
* 참고문헌	68

I . Market Size

SUMMARY

1. 베트남 과일큐브치즈 시장규모
2. 베트남 과일큐브치즈 수출입 시장규모
3. 베트남 과일큐브치즈 소비 시장규모



Market Size

(시장규모)

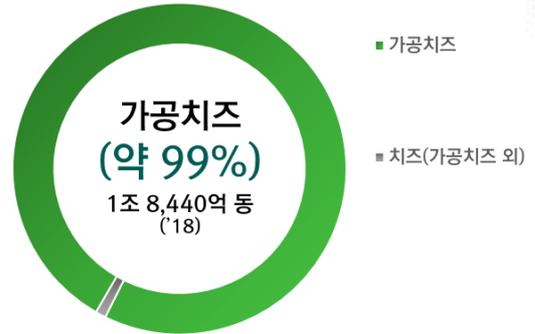
베트남 (VIETNAM)

과일큐브치즈 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(가공치즈)

- 베트남 치즈¹⁾ 시장규모
..... 1조 8,640억 동('18)
- 베트남 가공치즈²⁾ 시장규모
..... **1조 8,440억 동('18)**

(*) Euromonitor International

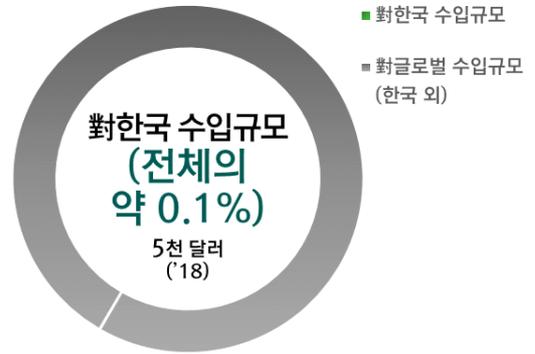


과일큐브치즈 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(가공치즈)

- HS 0406.30³⁾
베트남 對글로벌 '가공치즈(갈았거나 가루형태의 것을 제외함)' 수입규모
..... 463만 8천 달러 ('18)
- HS 0406.30
베트남 對 한국 가공치즈(갈았거나 가루형태의 것을 제외함) 수입규모
..... **5천 달러 ('18)**

(*) International Trade Centre, KATI



과일큐브치즈 소비 시장규모

지표 설정 기준: '과일큐브치즈'는 크림치즈에 과일맛과 야채맛을 첨가하여 큐브형태로 성형한 가공치즈 제품임. 이에 유사 제품 소비시장 규모 파악을 위해 '유제품(간식류) 소비규모'를 조사함. 이외 소비자층으로 예상되는 20-40대 인구 규모, 아동 인구 규모 파악을 위해 '베트남 연령대별 인구 분포'를 조사함. 또한, 구매력을 보유한 소비자층 파악을 위해 '베트남 지역별 소득규모'를 파악함

<p>① 베트남 유제품(간식류) 소비규모 ('18)</p> <p>요구르트 14조 8,200억 동</p> <p>아이스크림 3조 3,390억 동</p> <p>③ 베트남 지역별 평균 소득 ('18)</p> <p>전체 387만 6천 동</p> <p>남동부 지역(최고) 570만 9천 동</p> <p>북부 미들랜드와 산간지역(최저) 245만 5천 동</p>	<p>② 베트남 연령대별 인구규모 ('18)</p> <p>0-9세 1,529만 8천 명(16%)</p> <p>10-19세 1,332만 3천 명(14%)</p> <p>20-29세 1,636만 2천 명(17%)</p> <p>30-39세 1,573만 8천 명(16%)</p> <p>40-49세 1,319만 9천 명(14%)</p> <p>50-59세 1,071만 7천 명(11%)</p> <p>60세 이상 1,090만 4천 명(11%)</p>
--	---

(*)Euromonitor, General Statistics Office of Viet nam

(*)World Bank

1) 치즈(Cheese): 가공된 또는 가공되지 않은 치즈 제품을 포함함
 2) 가공치즈(Processed Cheese): 스프레더블 치즈(Spreadable Cheese, 발라먹을 수 있는 치즈)와 언스프레더블 치즈(Unspreadable Cheese, 발라먹을 수 없는 치즈) 형태의 모든 가공치즈를 포함함. 유제품이 아닌 치즈 대체품의 스프레더블 및 언스프레더블 형태도 포함
 3) HS CODE 0406.30: 조사 제품 '과일큐브치즈'는 치즈 함량을 기준으로 가공치즈로 분류됨. 이에 '가공치즈(갈았거나 가루형태의 것을 제외함)'으로 분류하여 HS CODE 0406.30을 지표로 선정함

1. 베트남 과일큐브치즈 시장규모

조사 시장: '과일큐브치즈'는 크립치즈에 과일맛과 야채맛을 첨가하여 가공한 치즈 제품임. 이에 제품의 제조 과정을 고려하여 '치즈'와 '가공치즈' 시장 규모를 조사함

베트남 국가 일반 정보⁷⁾

면적	33만 km ²
인구	9,458만 명
GDP	2,414억 달러
GDP (1인당)	2,553 달러

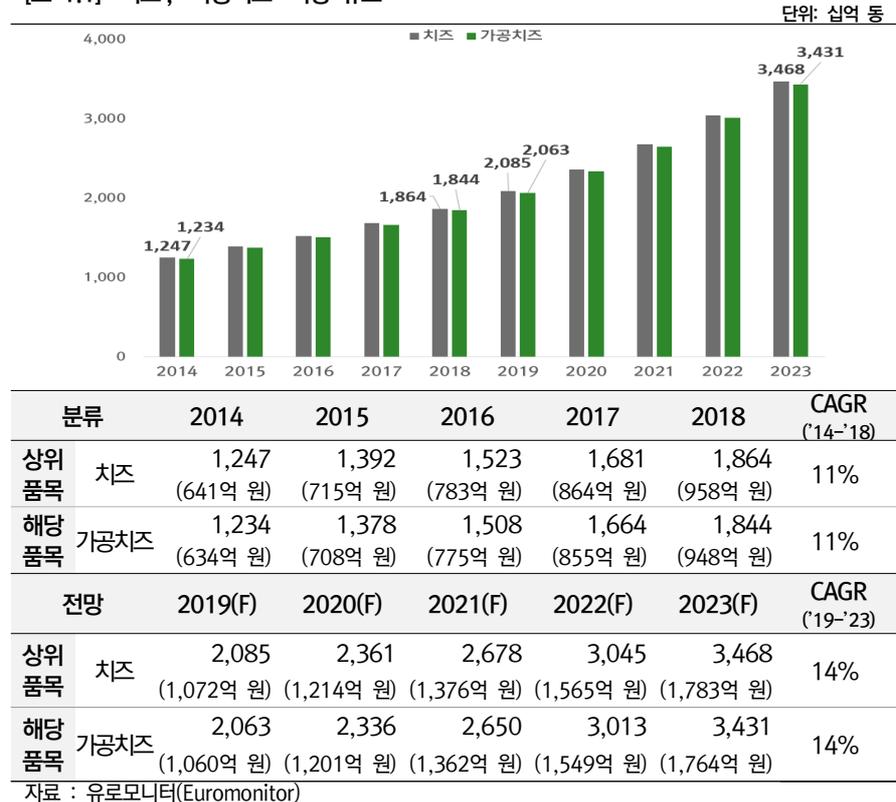
▶ 2014-2018년, 베트남 '가공치즈' 시장 연평균성장률 11%

지난 5년(2014-2018년)간 베트남의 '치즈'와 '가공치즈' 시장은 11%의 높은 성장률로 성장함. 2018년 기준 베트남의 '가공치즈' 시장은 1조 8,440억 동으로, '치즈' 시장의 99%를 차지함. 유로모니터에 따르면⁴⁾, 베트남 내 서구 생활방식의 확산이 '치즈' 시장 성장의 주요 요인이며, 특히 스프레더블 치즈(Spreadable Cheese, 발라먹을 수 있는 치즈)를 크래커와 곁들여먹는 식문화가 인기를 끌고 있음

▶ 2019-2023년, 베트남 '가공치즈' 시장, 연평균성장률 14% 예측

향후 5년간(2019-2023년) 베트남 '치즈' 시장과 '가공치즈' 시장 모두 14%의 높은 연평균성장률로 성장할 것으로 예상됨. '가공치즈' 제품의 주 소비자인 유소년층이 향후 청소년기로 접어들며 '가공치즈'에 대한 습관적 소비가 증가할 것으로 전망됨

[표 1.1] '치즈', '가공치즈' 시장 규모⁵⁾⁶⁾



4) 유로모니터(Euromonitor), 「Cheese in Vietnam」, 2019.08

5) 100동=5.14원(2019.12.03., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

6) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 베트남 과일큐브치즈 수출입 시장규모

HS CODE 0406.30 : ‘과일큐브치즈’는 크림치즈를 함유하여 큐브 형태로 가공한 치즈 제품으로 가공치즈 식품에 해당함. 이에 ‘가공치즈(갈았거나 가루형태의 것을 제외함)’의 HS CODE 0406.30을 지표로 선정함

▶ 2014-2018년, 베트남 對글로벌 수입액 연평균성장률 18%

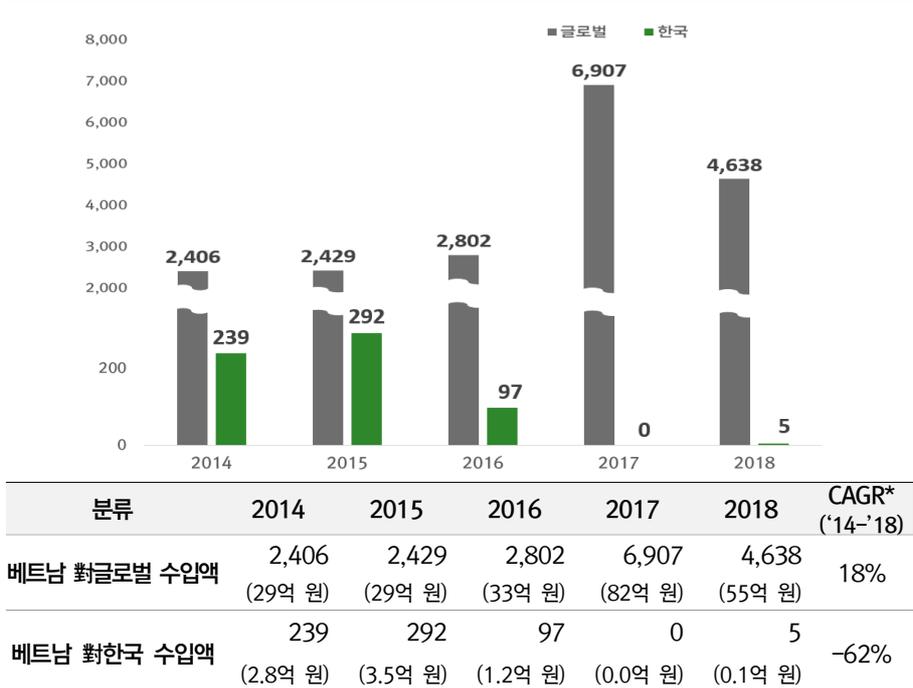
베트남 HS CODE 0406.30 품목의 對글로벌 수입액은 2017년 전년 대비 147% 증가했으나, 2018년 전년대비 33% 감소하여 463만 8천 달러의 수입규모를 기록함. 지난 5년(2014-2018년)간 베트남 HS CODE 0406.30 對글로벌 수입액의 연평균성장률은 18%임

▶ 2016-2018년 베트남 對한국 수입액 연평균성장률 -62%

HS CODE 0406.30의 對한국 수입액은 2015년 29만 2천 달러를 기록하였으나, 2016년 전년대비 67%의 큰 감소세를 보임. 2017년 對한국 수입액은 0원으로 집계되며, 2018년 5천 달러의 수입규모를 기록함. 이는 對글로벌 수입액의 0.1%를 차지하는 규모임. 베트남 HS CODE 0406.30 품목 수입국가 중 1위는 뉴질랜드로, 2018년 기준 수입액은 345만 3천 달러이며 對글로벌 수입액의 74.5%를 차지함

[표 1.2] HS CODE 0406.30 수입 규모⁸⁾⁹⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre) & KATI(한국 농식품 수출정보) HS CODE 0406.30기준

8) 1달러=1,190.00원(2019.12.03, KEB 하나은행 매매기준을 기준)

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 베트남 과일큐브치즈 소비 시장규모

‘과일큐브치즈’는 크림치즈에 과일 맛과 야채 맛을 첨가하여 큐브형태로 성형한 가공 치즈제품임. 이에 유사 제품 소비시장 규모 파악을 위해 ‘유제품(간식류) 소비규모’를 조사함

1) 베트남 유제품(간식류) 소비규모

▶ 2014-2018년, 베트남 ‘요구르트’, ‘아이스크림’ 시장 연평균성장률 13%

베트남 내 유제품(간식류) 소비규모 파악을 위해 ‘요구르트’¹⁰⁾, ‘아이스크림’¹¹⁾, ‘냉장 및 상온 유제품 디저트’¹²⁾, ‘냉장 스낵’¹³⁾ 시장의 소비규모를 파악하였으나, 2014년-2018년 베트남 ‘냉장 및 상온 유제품 디저트’와 ‘냉장 스낵’ 시장의 시장규모는 확인되지 않음

반면, 베트남 ‘요구르트’ 시장과 ‘아이스크림’ 시장은 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 13%의 성장률로 꾸준히 성장하여, 2018년 각각 14조 8,200억 동, 3조 3,390억 동의 소비규모를 기록함

[표 1.3] ‘요구르트’, ‘아이스크림’ 소비 규모¹⁴⁾¹⁵⁾



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
요구르트	8,952 (4,601억 원)	10,260 (5,274억 원)	11,521 (5,922억 원)	13,009 (6,687억 원)	14,820 (7,617억 원)	13%
아이스크림	2,064 (1,061억 원)	2,320 (1,192억 원)	2,644 (1,359억 원)	2,980 (1,532억 원)	3,339 (1,716억 원)	13%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

- 10) 요구르트(Yoghurt): 떠먹는 요구르트와 마시는 요구르트를 포함함
- 11) 아이스크림(Ice Cream): 임펄스 아이스크림(스틱바, 콘, 미니컵 형태의 아이스크림), 테이크홈 아이스크림(여러 명이 나누어 먹을 수 있는 패밀리 아이스크림 형태), 냉동 요구르트, 수제 아이스크림을 포함함
- 12) 냉장 및 상온 유제품 디저트(Chilled and shelf stable desserts): 플랜, 크림 카라멜, 무스, 크림 디저트 등 바로 먹을 수 있도록 산업적으로 제조된 유제품, 유제품 기반 디저트를 말함
- 13) 냉장 스낵(Chilled Snacks): 크림 필링과 초콜릿 막으로 이루어진 부드러운 케이크 샌드위치를 말함
- 14) 100동=5.14원(2019.12.03., KEB 하나은행 매매기준율 기준)
- 15) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

2) 베트남 연령대별 인구분포

‘과일큐브치즈’는 굳것질 대응으로 소비 가능하며 영양분이 풍부함. 이에 다이어트 관심이 많을 것으로 예상되는 베트남 20-40대 인구 규모, 성장기에 해당하는 아동 인구 규모 파악을 위해 ‘베트남 연령대별 인구 분포’를 조사함. 또한, 구매력을 보유한 소비자층 파악을 위해 ‘베트남 지역별 소득규모’를 파악함

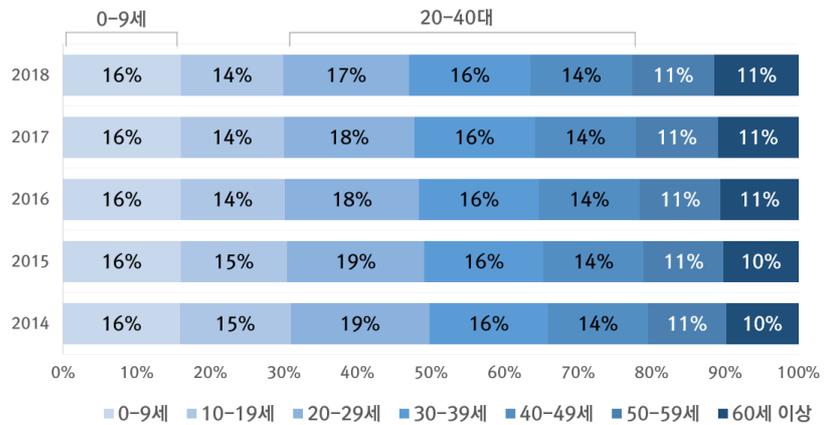
▶ 2018년, 베트남 20-40대 전체 인구의 47% 차지

2018년, 월드뱅크에서 집계된 베트남 인구는 총 9,554만 명임. 그중 20-40대 인구는 총 4,529만 9천 명으로 전체 인구의 47%를 차지함. 그중 20대 인구가 1,636만 2천 명(17%), 30대 인구가 1,573만 8천 명(16%), 40대 인구가 1,319만 9천 명(14%)임. 0-9세 인구는 1,529만 8천 명(16%)임

지난 5년(2014-2018년)간, 베트남의 전체 인구수는 연평균 1%의 증가율을 보이며 꾸준히 성장함. 반면, 동기간 20대 인구수는 연평균 1%의 감소세를 기록함. 30대 인구수는 2%, 40대 인구수와 0-9세 인구는 1% 연평균성장률을 기록하며 꾸준히 증가함

[표 1.4] 2018년 베트남 연령대별 인구 분포

단위: 천 명



	0-9세	10-19세	20-29세	30-39세	40-49세	50-59세	60세 이상
2014	14,585	13,777	17,356	14,764	12,457	9,746	9,030
2015	14,796	13,470	17,281	14,988	12,644	10,047	9,453
2016	14,958	13,298	17,098	15,244	12,833	10,299	9,909
2017	15,134	13,257	16,782	15,495	13,016	10,519	10,394
2018	15,298	13,323	16,362	15,738	13,199	10,717	10,904

자료: 월드뱅크(World Bank)

3) 베트남 지역별 소득 수준 및 인구 분포

▶ 2018년, 베트남 월평균 소득 387만 6천 동

베트남 통계청에 따르면, 2018년 베트남 가계의 월 평균 소득액은 387만 6천 동으로 추산됨. 베트남 전체 월평균 소득보다 높은 평균 소득 수준을 보이는 지역은 홍강 델타 지역과 남동부 지역으로, 남동부 지역의 월평균 소득(570만 9천 동)은 7개 지역 중 가장 높은 소득 수준임. 남동부 지역 인구 규모는 약 1,707만 4천 명이며, 2018년 베트남 총인구의 약 18%를 차지함. 월 평균 소득이 가장 낮은 지역은 북부 미들랜드와 산간 지역으로, 월 평균 소득은 전체 평균 소득보다 142만 1천 동 낮은 245만 5천 동이며 인구 규모는 1,229만 3천 명임

한편, 인구가 가장 많은 지역은 홍강 델타 지역임. 전체 인구의 23%가 홍강 델타에 밀집되어 있으며, 월 평균 소득은 483만 4천 동으로 7개 지역 중 두 번째로 높은 소득 규모임

[표 1.5] 2018년 베트남 지역별 평균 소득 및 인구 규모

지역명	월 평균 소득액 ¹⁶⁾	인구 규모 (천 명)
홍강 델타 지역	483만 4천 동 (24만 8,468원)	21,566
북부 미들랜드와 산간 지역	245만 5천 동 (12만 6,187원)	12,293
중북부와 중부 해안 지역	301만 5천 동 (15만 4,971원)	20,057
하이랜드 지역	289만 6천 동 (14만 8,854원)	5,871
남동부 지역	570만 9천 동 (29만 3,443원)	17,074
메콩 델타 지역	358만 8천 동 (18만 4,423원)	17,808
전체	387만 6천 동 (19만 9,226원)	94,666

자료: 베트남 통계청(GSO)

16) 100동=5.14원(2019.12.03., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

II. Market Trend

SUMMARY

1. 베트남 치즈 섭취 트렌드, 한류 & 젤리
2. 베트남 치즈 소비자, 바나나 및 포도 맛에 친숙
3. 베트남 치즈 제형, '일반 - 슬라이스 / 영유아 - 큐브&스트링'
4. 영유아 치즈 연관 주요 키워드 '등급, 수면, 모유, 건강'



Market Trend

(시장트렌드)

베트남 (VIETNAM) 과일큐브치즈 시장 트렌드



과일젤리와 치즈가 혼합된 베트남의 치즈 젤리
'하노이에서 시작된 베트남 치즈 젤리는 현재 베트남 전역에서 판매되고 있음'



베트남 대표 길거리 음식 치즈 바나나 튀김
'바나나는 베트남의 대표적인 과일로 다양한 간식에 활용되고 있음'

■ Vietnam Issue ① 베트남 치즈 섭취 트렌드, 한류 & 젤리

'한식 치즈 레시피 유행 / 치즈 젤리 소비 급증'

■ Vietnam Issue ② 베트남 치즈 소비자, 바나나 및 포도 맛에 친숙

'베트남 대표 간식 바나나 / 포도맛 일본 치즈 베트남 진출'



벨브랜즈 베트남 큐브 치즈 시장 과점유
'벨브랜즈 큐브 치즈 - 토마토, 그린치즈, 베이컨 등 다양한 맛 출시'



영유아 치즈 관련 다빈출 키워드
'모유 대체, 장 건강, 면역력 개선, 염증 유발 등'

■ Vietnam Issue ③ 베트남 치즈 제형, 일반 - 슬라이스 / 영유아 - 큐브&스트링

'슬라이스(57.6%), 모짜렐라(18.7%), 큐브(16.9%), 스트링(7.3%)'

■ Vietnam Issue ④ 영유아 치즈 연관 주요 키워드, 제품 등급 · 수면 도움 · 모유 대체 · 건강

'매운, 치킨, 구운, 누들 등 치즈 가공 관련 키워드는 도출 低'

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

데이터 수집 소스원



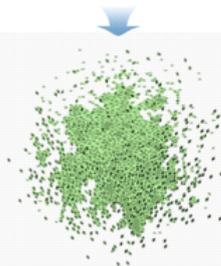
(베트남 언론 매체 27개)
베트남 레시피 사이트 7개
온라인 쇼핑몰 3개
댓글 사이트 2개

데이터 분류 키워드집

(치즈 연관 키워드집)

데이터 분석 - 연관어 분석

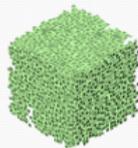
농식품
(기사, 포스팅, 댓글)



빅데이터 수집
21,043건

- ① 베트남 식품 기사 및 포스팅 데이터 수집(*)
 - 수집원 : 현지 식품 매체, 레시피, 온라인 판매 사이트
- ② 베트남 식품 소비자 댓글 수집(*)
 - 치즈 / 큐브 치즈
 - 수집원 : 푸디 (www.foody.vn)
디아디에마농(diadiemanuong.com)

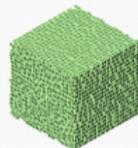
치즈
(phô mai)



빅데이터 정제
13,869건

- ① 수집 데이터 정의
 - 수집 키워드 ㉔ 치즈 (phô mai)
 - 수집 키워드 ㉕ 큐브 치즈 (Cube phô mai)
- ② 수집 데이터 정제
 - 정제 데이터 추출 : 치즈 연관 데이터 추출

연관 관계 분석
(섭취 형태, 맛, 제형, 영유아)



빅데이터 분석
베트남 치즈
소비 구조 분석

- ① 데이터 분석 배경 및 목적
 - 베트남 치즈 소비자의 제품 수요 트렌드
(섭취 형태, 선호 맛, 선호 제형, 영유아 수요)
- ② 데이터 분석 기법 선정
 - 연관관계분석 (Relevant relationship)
 - 치즈 소비 트렌드 키워드집 구축(**)
 - 키워드별 발생 빈도 분석(***)
- ③ 데이터 분석 값 도출 및 검증
 - 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석값 검증

1) 데이터 수집

○ 데이터 수집

- 베트남 치즈(Cheese) 관련 매체, 잡지, 포스트

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 19.11
수집 데이터	21,043건

데이터 정제

정제 키워드	치즈 (phô mai)
정제 데이터	13,869건

[표 2.1] 베트남 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	vietnamnet	vietnamnet.vn	뉴스/신문/잡지
02	eva	eva.vn	뉴스/신문/잡지
03	cafestyle	cafestyle.yes24.vn	뉴스/신문/잡지
04	24h	www.24h.com.vn	뉴스/신문/잡지
05	phunutoday	phunutoday.vn	뉴스/신문/잡지
06	afamily	afamily.vn	뉴스/신문/잡지
07	tailieu	tailieu.vn	뉴스/신문/잡지
08	giadinhmoi	giadinhmoi.vn	뉴스/신문/잡지
09	healthplus	healthplus.vn	뉴스/신문/잡지
10	zing	news.zing.vn	뉴스/신문/잡지
11	saostyle	saostyle.vn	뉴스/신문/잡지
12	kenh14	kenh14.vn	뉴스/신문/잡지
13	tieudung	tieudung.vn	뉴스/신문/잡지
14	infonet	infonet.vn	뉴스/신문/잡지
15	thanhnien	thanhnien.vn	뉴스/신문/잡지
16	mav	mav.vn	뉴스/신문/잡지
17	baothaibinh	baothaibinh.com.vn	뉴스/신문/잡지
18	tourane	tourane.vn	뉴스/신문/잡지
19	Toplist	toplist.vn	뉴스/신문/잡지
20	Soha	soha.vn	뉴스/신문/잡지
21	lunauan	www.iunauan.com	뉴스/신문/잡지
22	DoiVi	doivi.net	뉴스/신문/잡지
23	giupvieccici	giupvieccici.vn	뉴스/신문/잡지
24	amthuc365	www.amthuc365.vn	뉴스/신문/잡지
25	vnexpress	vnexpress.net	뉴스/신문/잡지
26	suckhoedoisong	suckhoedoisong.vn	뉴스/신문/잡지
27	vfa	vfa.gov.vn	뉴스/신문/잡지
28	webnauan	webnauan.vn	레시피 사이트
29	cookpad	cookpad.com	레시피 사이트
30	cooky	www.cooky.vn	레시피 사이트
31	thucphamtuoisach	www.thucphamtuoisach.vn	레시피 사이트
32	nauankhongkho	nauankhongkho.vn	레시피 사이트
33	beptruong	beptruong.edu.vn	레시피 사이트
34	webnauan	webnauan.vn	레시피 사이트
35	Lazada	www.lazada.vn	온라인 쇼핑몰
36	Tiki	tiki.vn	온라인 쇼핑몰
37	Adayroi	www.adayroi.com	온라인 쇼핑몰
38	Foody	www.foody.vn	닷컴사이트
39	Diadiemanuong	diadiemanuong.com	닷컴사이트

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 베트남 치즈(Cheese) 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.2] 베트남 치즈(Cheese) 관련 분석 키워드

●

키워드 수립 근거	
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립

분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
	의미	해당국가 언어((베트남어)	참여기업	경쟁기업	기타
치즈 레시피	치킨	gà			○
	누들/빵	mì			○
	아이스크림	cà rem	○		
	요거트	Sữa chua	○		
	떡볶이	Tteokbokki			○
	샐러드	sa lát	○		
	크래커	bánh quy giòn	○		
	바게트	Baguette	○		
	팬케이크	pancake			○
	밀크티	Trà sữa		○	
	젤리	thạch		○	
	빙수	Bingsu			○
	케이크	Bánh			○
	타르트	Tart			○
치즈 맛	복숭아	Đào			○
	멜론	dưa lưới			○
	딸기	cây dâu tây	○		
	바나나	Chuối	○		
	망고	Xoài	○		
	사과	táo	○		
	블루베리	Quả việt quất	○		
	포도	Nho		○	
	귤	Quýt		○	
치즈 제형	큐브	cube	○		
	모짜렐라	mozzarella			○
	슬라이스	lát			○
	스트링	tóc			○

3.1) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 베트남 언론 내 치즈(Cheese) 관련 기사 추출
2. 주요 키워드 추출하기 위해 TF-DF* 값을 기준으로 선별
3. 주요 키워드가 포함된 문건 수(DF) 산출

* TF-DF란 ‘문서 내 특정 키워드 출현 비율’과 ‘전체 문서 중 특정 키워드를 포함한 문서 비율’을 곱한 값임. 이는 심도 있게 다뤄진 이슈 키워드를 살펴보기 위해 연구자가 산출한 값임

4. DF 값을 전체 문서 수로 나눠 비율 산출

※ DF, Document Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3	
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 ‘원유’에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다……	미 국제청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국제청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래? ………	미국 국제청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 ‘통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템’을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의…	
키워드 빈도 산출 방식			
문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)			
3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)			
포함	포함	비포함	2건

● 연관어 분석 (Keyword Analytics)

[베트남 치즈(Cheese) 관련 데이터 분석 결과]

구분	키워드	도출	구분	키워드	도출
섭취 형태	치킨	1,723	맛	바나나	111
	누들/빵	1,152		포도	63
	젤리	389		사과	37
	타르트	234		복숭아	15
	요거트	209		멜론	14
	케이크	107		블루베리	1
	떡볶이	29		딸기	0
	팬케이크	16		망고	0
	바게트	14	제형	슬라이스	510
	밀크티	2		모짜렐라	166
	아이스크림	0		큐브	150
				스트링	65

1. 베트남 소비자 치즈 섭취 트렌드 ‘한류와 젤리’

▶ 베트남, 치즈 식품에도 한류 열풍 ‘치즈 - 치킨·누들·빙수·케이크’ 등 인기

베트남 치즈 소비자의 섭취 트렌드는 한류 열풍으로 요약될 수 있음. 치즈와 함께 조리된 ‘치킨, 누들(치즈볶음면), 빙수, 케이크, 떡볶이’ 등이 베트남 주요 식품 매체나 레시피 사이트 등을 통하여 다수 게재되고 있음¹⁷⁾. 실제 베트남 매체에 게재된 치즈 관련 게시물 중 K푸드로 대표될 수 있는 ‘치킨(1,723건), 누들(1,152건), 케이크(107건), 떡볶이(29건)’ 등이 상위 노출 키워드로 나타남

베트남 치즈 젤리



베트남 치즈 젤리 밀크티



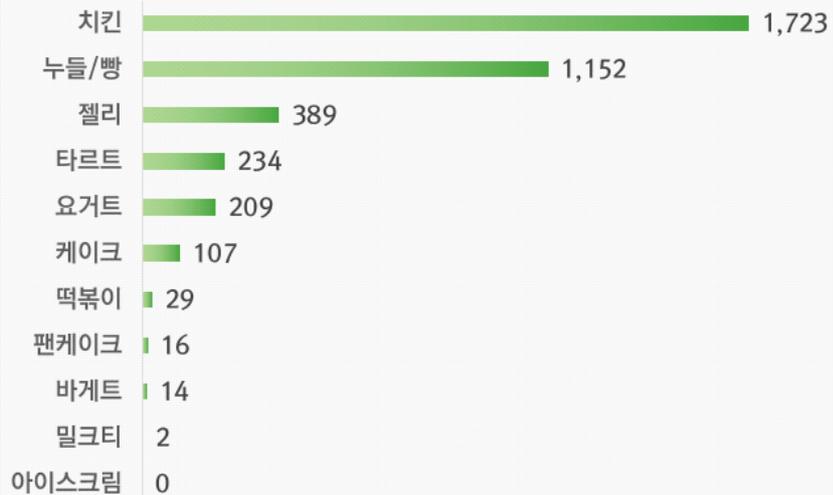
▶ 베트남 젊은 소비층을 중심으로 ‘치즈 젤리 소비 열풍’

베트남에서 치즈 젤리 소비 열풍은 2016년에도 시작됨. 치즈 젤리는 ‘딸기, 코코넛, 구아바’와 같은 과일 젤리 안에 치즈를 넣은 제품으로 주로 베트남의 젊은 소비층을 중심으로 판매되고 있음. 베트남의 치즈 젤리 열풍은 일반 섭취 형태에서 확장되어, 밀크티 함유 등으로 발전되고 있으며 현재는 다양한 온오프라인 채널을 통해 베트남 전역에 공급되고 있음¹⁸⁾

▶ 베트남 치즈(Cheese) 섭취 형태 관련 키워드

- ① 치킨 ② 누들/빵 ③ 젤리 ④ 타르트 ⑤ 요거트

[표 2.3] 베트남 식품 매체·레시피·소비자 리뷰 ‘치즈(Cheese)’ 주요 키워드



자료 : 베트남 식품 매체, 레시피, 소비자 댓글 내 ‘치즈(Cheese)’ 관련 게시물 13,869건 분석
값 설명 : 해당 키워드 포함 문건 수

17) 「Cách làm gà cay phô mai béo ngậy chuẩn vị Hàn Quốc», 기안딘베트남(giadinhvietnam), 2019.08.07

18) 「Cách làm thạch phô mai, món ăn được giới trẻ “săn lùng”」.아십사에이치(24h)

2. 베트남 치즈 소비자 ‘바나나 맛 · 포도 맛’ 제품에 친숙

베트남 치즈 바나나 튀김
‘쭈오이락포마이’



큐비비 치즈 7가지 맛



1. 바닐라 맛 치즈
2. 견과류 맛 (아몬드 및 순 호두 포함)
3. 베리 맛 (딸기, 라즈베리, 블루베리)
5. 키위 아보카도 믹스
6. 건포도 맛
7. 호박 아몬드 믹스
8. 파인애플과 당근 맛

[출처 : 라자다베트남홈페이지 (lazada.vn)]

▶ ‘바나나 맛’에 익숙한 베트남 치즈 소비자

베트남의 대표 인기 간식 ‘쭈오이락포마이(치즈 바나나 튀김)’

바나나는 베트남에서 가장 대중화된 과일이며 바나나를 함유한 다양한 길거리 음식이 현지 시장에서 판매되고 있음. 이 중 쭈오이락포마이(치즈 바나나 튀김)는 바나나를 튀긴 후 치즈 가루를 섞어 조리된 음식으로 치즈 맛을 내는 베트남의 대표적인 바나나 간식임. 이외에도 ‘바나나 크레이프, 바나나 튀김, 바나나 찹쌀밥, 바나나 파’ 등이 베트남의 바나나 간식으로 섭취되고 있음¹⁹⁾

▶ ‘큐비비(QBB)’ - 일본 과일맛 치즈 브랜드의 베트남 진출

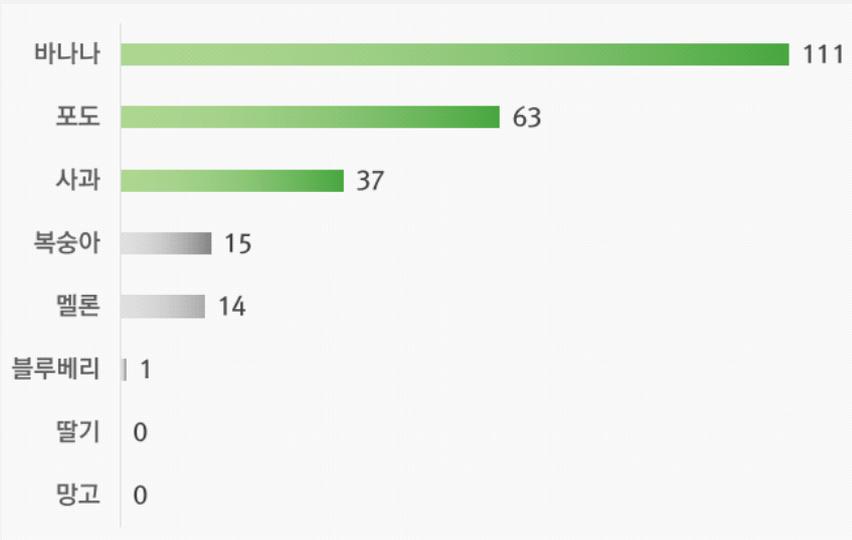
포도 및 사과 맛 치즈 제품 베트남 현지 출시

일본 큐비비의 과일맛 치즈 간식은 베트남 현지에서 다양한 온오프라인 채널을 통해 시장 내 공급되고 있음. 큐비비사의 과일 치즈 중 대표 제품은 건포도맛 제품으로 ‘높은 크림 함량, 건포도 함량 5%, 고영양 성분’ 등을 홍보 포인트로 현지에서도 주로 영유아를 대상으로 제품을 판매하고 있음²⁰⁾

▶ 베트남 치즈(Cheese) 맛 관련 키워드

- ① 바나나 ② 포도 ③ 사과 ④ 복숭아 ⑤ 멜론

[표 2.4] 베트남 식품 매체 · 레시피 · 소비자 리뷰 ‘치즈(Cheese)’ 주요 키워드



자료 : 베트남 식품 매체, 레시피, 소비자 댓글 내 ‘치즈(Cheese)’ 관련 게시글 13,869건 분석
값 설명 : 해당 키워드 포함 문건 수

19) 「Những món ăn vặt từ chuối trên đường phố Sài Gòn Sài Gòn», 앤엠제이비엣(NmjViet), 2018.11.04

20) 「Phô mai nho khô vị rum EMINA 90G», 아십오피플러스(25plus)

3. 베트남 치즈 제형 ‘일반 소비자 슬라이스 & 영유아 소비자 큐브·스트링’

▶ **베트남 치즈 소비 시장, ‘슬라이스 제형의 제품이 보편적’**

베트남 소비자에게 가장 익숙한 치즈 제품 제형은 슬라이스 형태로 나타남. 베트남 내 게재된 치즈 관련 게시글 분석 결과 제형과 관련되어 가장 빈출도가 높은 키워드는 ‘슬라이스 510건(57.6%)’였으며 이외 모짜렐라 166건(18.1%), 큐브 150건 (16.9%), 스트링(7.3%)’ 등이 파악됨. 특히, 스트링 키워드는 영유아 식품 관련 매체에서 일반 매체 대비 높은 도출 빈도를 기록하였음²¹⁾

▶ **베트남 큐브 치즈 시장 과점 ‘벨브랜즈(Bel Brands - Laughing cow)’**

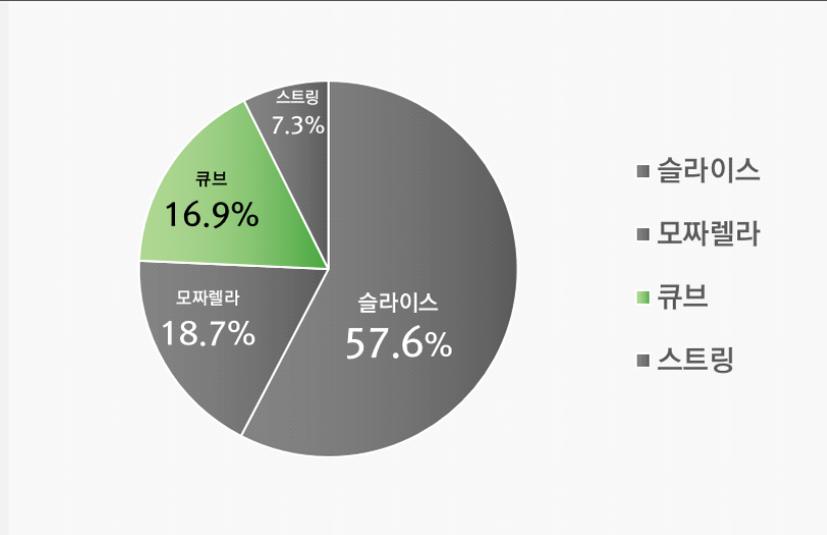
베트남 큐브 치즈 소비량의 대부분은 벨브랜즈의 라우팅카우(Laughting cow)가 점유하고 있음. 벨브랜즈의 베트남 가공치즈 시장 점유율은 85%, 연간 공급량은 5,000톤에 달하고 있음²²⁾

벨브랜즈 제품은 전통 치즈 맛 외 ‘토마토 맛, 그린 치즈 맛, 베이컨·피자 맛’ 등의 제품을 출시하여 영유아 시장을 타겟으로 제품을 공급하고 있음²³⁾

▶ **베트남 치즈(Cheese) 제형 관련 키워드**

- ① 슬라이스 ② 모짜렐라 ③ 큐브 ④ 스트링

[표 2.5] 베트남 식품 매체·레시피·소비자 리뷰 ‘치즈(Cheese)’ 주요 키워드



자료 : 베트남 식품 매체, 레시피, 소비자 댓글 내 ‘치즈(Cheese)’ 관련 게시글 13,869건 분석
 값 설명 : 해당 키워드 포함 문건 수

21) 표 2.7 참고

22) 「Bel Vietnam - Phô mai Con Bò Cười», 벨그룹(Belgroup-vietnam)

23) 「Phô mai Belcube», 엠알베이비(Mrbaby)

4. 베트남 영유아 치즈 소비자 ‘제품 등급, 수면 도움, 모유 대체, 건강’ 관심

▶ 베트남 영유아 치즈 소비자 ‘등급(Rating) 중시’

영유아 돌봄과 관련된 관심 高 ‘수면, 모유, 감염, 스트링’

일반 치즈 관련 매체 대비 영유아 치즈 관련 매체에서 주로 도출된 치즈 관련 소비 키워드로는 ‘제품 등급, 수면 도움, 모유 대체, 건강 및 영양’ 등이 파악됨. 특히, 베트남 현지에서 치즈는 영유아의 장염증이나 면역력 개선을 위한 건강식품으로 다양한 매체에서 다루어지고 있음²⁴⁾

▶ 베트남 영유아 치즈 소비자 ‘치즈 가공식품류는 지양’

구운, 매운, 짠, 튀김, 바삭한 관련 키워드 도출 빈도 낮아

영유아 치즈 관련 매체 대비 일반 치즈 관련 매체에서 주로 도출된 치즈 관련 소비 키워드는 ‘매운, 치킨, 구운, 누들, 짠, 바삭한, 튀김’ 등으로 가공식품류로의 활용은 지양되고 있음

▶ 영국 언론매체 내 차(Tea) 시장 관련 키워드

① 음료 시장으로 확장 ② 인수합병 ③ 신제품 출시

[표 2.6] 베트남 식품 매체·레시피·소비자 리뷰 ‘치즈(Cheese)’ 주요 키워드

키워드		영유아 치즈	일반 치즈	비율 (%)
국문	베트남어	관련 매체	관련 매체	영유아 치즈/일반 치즈
등급	rating	0.06091%	0.018462%	329.94%
모유	bú	0.10292%	0.032439%	317.26%
수면	giấc	0.07665%	0.024471%	313.21%
감염	nhiễm	0.06842%	0.021902%	312.39%
고통	đau	0.17696%	0.057519%	307.66%
스트링	tóc	0.15474%	0.050335%	307.41%
아픈	bệnh	0.30384%	0.099973%	303.92%
혈액	máu	0.11244%	0.037229%	302.03%
염증	viêm	0.06394%	0.021336%	299.70%
.....				
튀김	chiên	0.02973%	0.100626%	29.55%
바삭한	giòn	0.02165%	0.084516%	25.62%
짠	mặn	0.01357%	0.060219%	22.53%
누들	mi	0.05918%	0.264258%	22.39%
구운	nướng	0.02483%	0.151440%	16.39%
치킨	gà	0.05341%	0.330399%	16.16%
매운	Cay	0.01443	0.209656	6.88%

자료 : 베트남 식품 매체, 레시피, 소비자 댓글 내 ‘치즈(Cheese)’ 관련 게시물 13,869건 분석
 값 설명 : 해당 키워드 도출 빈도 / 전체 키워드 도출 빈도

24) 「Trẻ bị viêm ruột nên ăn gì để nhanh khỏi bệnh?», 자오덕바토이바이(BÁO GIÁO DỤC VÀ THỜI ĐẠI), 2018, 10, 8

III. Distribution Channel

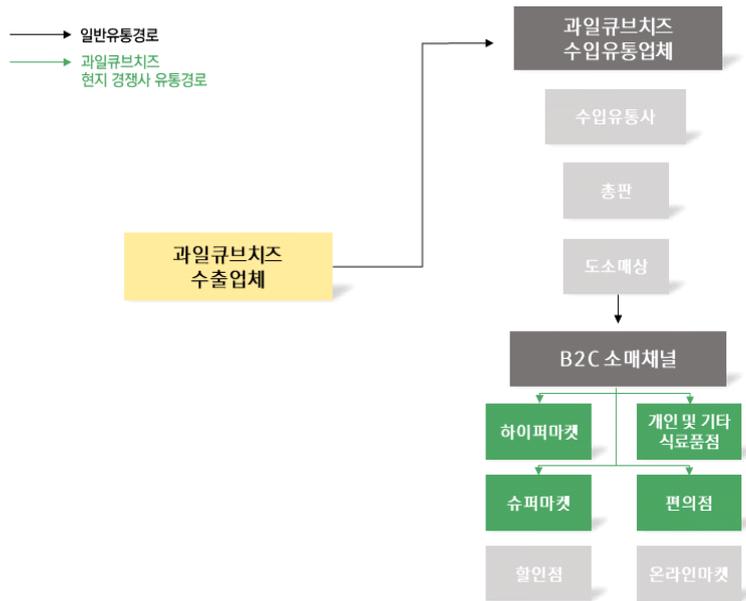
SUMMARY

1. 베트남 과일큐브치즈 유통구조
2. 베트남 과일큐브치즈 주요 유통업체
3. 베트남 과일큐브치즈 B2C 소매채널



Distribution Channel

(유통채널)



베트남 (VIETNAM)

과일큐치즈 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²⁵⁾ 26)	주요 채널 ²⁷⁾
	개인 및 기타 식료품점 ²⁸⁾²⁹⁾	51.5%	케이마켓(K Market), 베트남마켓(Vietnam Market), 사쿠코스토어(Sakuko Store), 하치하치(Hachi Hachi)
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	45.8%	콤포마트(Co.opmart), 빅씨(Big C), 롯데마트(Lotte Mart), 이온몰(Aeon Mall), 이마트(E-Mart), 빈마트(VinMart), 박화산(Bach Hoa Xanh)
	편의점	2.7%	패밀리마트(Family Mart), 써클케이(Circle K), 비즈마트(B's Mart), 미니스톱(Ministop), 샵앤고(Shop&Go)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

25) 2018년 기준, 베트남 내 과일큐치즈의 유통채널 점유율임

26) '과일큐치즈'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '치즈(Cheese)'의 정보를 확인함

27) 채널 분류에 따른 베트남 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨

28) 개인 및 기타 식료품점은 개별적으로 운영되는 채널들의 집합으로, 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크 및 음식/음료/담배 전문점을 포함함

29) 개인 및 기타 식료품점의 경우, 본 보고서에서는 아시안마트를 조사함

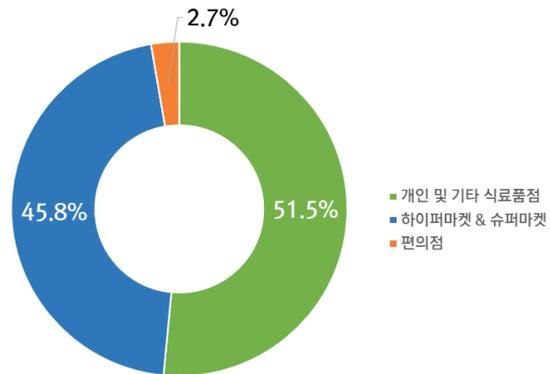
1. 베트남 과일큐브치즈 유통구조

품목 구분 및 분류	
품목	과일큐브치즈
구분	치즈
범주	치즈(Cheese)

▶ 베트남 과일큐브치즈 주요 채널

‘개인 및 기타 식료품점(51.5%), 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(45.8%)’

[표 3.1] 베트남 과일큐브치즈 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 베트남 과일큐브치즈 유통채널 현황

채널 유형	과일큐브치즈 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	개인 및 기타 식료품점	51.5%	케이마켓(K Market), 베트남마켓(Vietnam Market), 사쿠코스토어(Sakuko Store), 하치하치(Hachi Hachi)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	45.8%	콤포마트(Co.opmart), 빅씨(Big C), 롯데마트(Lotte Mart), 이온몰(Aeon Mall), 이마트(E-Mart), 빈마트(VinMart), 박화산(Bach Hoa Xanh)
	편의점	2.7%	패밀리마트(Family Mart), 써클케이(Circle K), 비즈마트(B's Mart), 미니스톱(Ministop), 샵앤고(Shop&Go)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

2. 베트남 과일큐브치즈 주요 유통업체

▶ 개인 및 기타 식료품점, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓이 대표적

[표 3.3] 베트남 과일큐브치즈 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ³⁰⁾)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	콤포마트 (Co.opMart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 400억 달러 (약 47조 6,000억 원)	건버그이 (Con Bò Cười), 비나밀크 (Vina Milk), 베가(Bega)	0
2	빅씨 (Big C)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 4억 4,300만 달러 (약 5,271억 7,000만 원)	프레지딩(President), 앵커(Anchor), 건버그이 (Con Bò Cười), 페이잔브레통 (Paysan Breton)	0
3	롯데마트 (Lotte Mart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 2억 2,287만 달러 (약 2,652억 1,530만 원)	프레스티지(Prestige), 끼리(kiri), 밀카나(Milkana), 건버그이 (Con Bò Cười)	0
4	이온몰 (Aeon Mall)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 2억 7,723만 달러 (약 3,299억 370만 원)	건버그이 (Con Bò Cười),	0
5	이마트 (E-Mart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 5,192만 달러 (약 617억 8,480만 원)	프레지딩(President), 건버그이 (Con Bò Cười), 티아마(Teama), 밀카나(Milkana)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 엘리멘테이션큐체타드 연간보고서 2019(Alimentation Couche-Tard Annual report 2019), 이터(Eater), 유로모니터(Euromonitor)

30) 1달러=1,190.00원 (2019.12.03., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

[표 3.4] 베트남 과일큐브치즈 취급 주요 유통업체

순 번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	빈마트 (VinMart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 38억 5,221만 달러 (약 4조 5,841억 원)	건버그이 (Con Bò Cười), 비나밀크 (Vina Milk), 밀카나(Milkana)	0
7	박화산 (Bach Hoa Xanh)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 2,700만 달러 (약 321억 3,000만 원)	비나밀크(Vina Milk), 건버그이 (Con Bò Cười), 자트(Zatt)	0
8	케이마켓 (K-market)	아시안마트	약 1억 924만 달러 (약 1,299억 9,560만 원)	프레지딩(President), 비나밀크 (Vina Milk)	0
9	세이카마트 (Seika Mart)	아시안마트	매장 수('19): 6개	에미나(Emina), 건버그이 (Con Bò Cười)	0
10	사쿠코스토어 (Sakuko Store)	아시안마트	매장 수('19): 25개	에미나(Emina), 큐비비(QBB)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 베트남 과일큐브치즈 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 콤포마트(Co.opMart)

	기업명	콤포마트(Co.opMart)	
	홈페이지	www.co-opmart.com.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	매출액('18)	약 400억 달러 (약 47조 6,000억 원)
기타 규모		매장 수('19): 400개 ³¹⁾	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1996년 설립되어 베트남 국영자본으로 운영되는 협동조합 형태의 소매점 - Saigon CO-OP 그룹의 계열사로 100% 베트남 기업이라는 부분을 강조하여 고객을 유치 - 오프라인 외 Coopmart.vn 온라인 플랫폼을 보유 - 2013년 'CoopXtraplus' 하이퍼마켓을 설립 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 업체와 연계되는 카드를 발행하고 있으며, 카드 이용객을 위한 다양한 할인 서비스를 제공 		
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 10월 사이공 콤포 조합(Saigon Union of Trading Co.op) 100번째 매장 오픈 - 2019년 6월 프랑스 최대 소매업체인 오상(Auchan)을 인수 - 2019년 7월 19일 가상 슈퍼마켓이 호치민 1군에 개설행으로써 빠르고 편리한 쇼핑이 가능 		
유사제품 정보		제품명	포마이파테 (Phô mai Pate)
종류		포션치즈	
용량		120g	
원산지		베트남	

자료: 콤포마트(Co.opMart) 홈페이지, 콤포마트닷컴(Coopmart.vn) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 콤포마트(Co.opMart) 홈페이지, 사이공온라인(SGGP English edition),
 베트남뉴스(VietNamNews)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 건강보조식품, 주류, 음료류, 유제품 등 - 일반: 화장품, 생활용품, 완구류, 세탁용품, 가전제품, 의류 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 국가의 수입식품을 취급하고 있으나, 대부분 베트남산 제품이 판매되고 있음 	
입점 등록 절차	등록 유형 <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록	
등록 방법 및 등록 정보	이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 공개 메일로 송부 직접 방문을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 신상, 사업자등록증, 주소, 연락처, 이메일 주소 등) ② 공급자 비즈니스 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가 등) ③ 공급자 은행 계좌 정보 (은행 계좌 번호, 계좌 유형 등) ④ 참고자료 (샘플, 카탈로그, 회사소개서) 	
특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: phonggdnc@saigonco-op.com.vn 전화: +84-838-360-143 (내선번호: 1167) - 소요시간: 약 2주 	

자료: 콤팩트(Co.opMart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 빅씨(Big C)

기업 기본 정보	기업명	빅씨(Big C)	
	홈페이지	www.bigc.vn	
	위치	다낭(Da Nang)	
	규모	매출액('18)	약 4억 4,300만 달러 (약 5,271억 7,000만 원)
기업 기본 정보	기업 요약	기타 규모	매장 수('19): 35개
	<ul style="list-style-type: none"> - 대규모 소매점을 운영하는 프랑스의 카지노그룹(Casino Group)의 자회사로 'Cora'라는 이름으로 동나이성(Dong Nai)에서 1998년에 처음으로 설립 - 2003년 'Big C'로 개명하였으며 이후, 2016년 초에 태국의 유통기업 센트럴그룹(Central Group)에 인수 - 대형마트, 슈퍼마켓 외 편의점 사업 또한 진행 중 - 현재 온라인 서비스 구축중이며, 이를 대신하여 전화 주문 서비스를 제공 		
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 7월 센트럴그룹이 약 3,000만 달러(약 357억 원) 투자 계획 발표 - 2019년 7월 VietGAP³²⁾ 인증 채소 브랜드 La Lanh 런칭 	
유사제품 정보		제품명	벨큐브 플레인 (Belcube Plain)
		종류	슬라이스치즈
		용량	78g
		원산지	베트남

자료: 빅씨(Big C) 홈페이지, 인사이드리테일(Insideretail.asia), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 빅씨(Big C) 홈페이지

32) Vietnamese Good Agricultural Practices, 베트남 농산물 우수 관리 제도

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 곡물류, 즉석식품, 면류, 소스류, 건강식품, 스낵류, 음료류, 유제품, 주류 등 - 일반: 생활용품, 육아용품, 침구류, 화장품, 사무용품, 가전제품 등 <p>• 특이사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1+1, 2+1, 3+1 행사 할인 제품들이 있으며, 프로모션 제품의 경우 가격과 함께 눈에 잘 띄는 장소에 비치 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>유선연락 및 이메일을 통한 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 공개 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 소비자가격, 할인가 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: dvkh@bigc-vietnam.com 전화: +84 28 3519 3224 Mrs. Huyèn(본사 구매 담당부서): 0972-077-67 	

자료: 빅씨(Big C) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 롯데마트(Lotte Mart)

기업 기본 정보	기업명	롯데마트(Lotte Mart)		
	홈페이지	lottemart.com.vn		
	위치	호치민(Ho Chi Minh)		
	규모	매출액('18)	약 2억 2,287만 달러 (약 2,652억 1,530만 원)	
		기타 규모	매장 수('19): 14개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2008년 베트남에 첫 설립 - 한국과 일본을 기반으로 한 다국적 기업 '롯데그룹'의 대형 슈퍼마켓 체인 - 롯데그룹의 경우 일본 롯데그룹과 한국 롯데그룹 두 지점으로 나누어지며, 한국 롯데그룹은 전 세계 22개국을 대상으로 사업 운영 - 현재 베트남에 있는 롯데마트는 한국 롯데그룹이 운영 - 'Speed Lotte'라는 이름으로 온라인 및 App을 통한 쇼핑 서비스를 제공 			
		 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2021년 베트남 하롱 랜드마크에 입점 예정 - 아직 적자가 이어지는 상황이지만 투자를 확대하여 2023년까지 매장 수를 40개로 늘릴 것을 발표 			
유사제품 정보		제품명	브리(Brie)	
		종류	포션치즈	
		용량	125g	
		원산지	독일	

자료: 롯데마트(Lotte Mart) 홈페이지, 스피드롯데(Speed Lotte) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 롯데마트(Lotte Mart) 홈페이지, 스피드롯데(Speed Lotte) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 면류, 한식제품, 즉석식품, 소스류, 유제품, 음료류, 주류, 스낵류 등 - 일반: 유아용품, 생활용품, 미용용품, 문구용품 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 지점별로 판매하고 있는 상품이 다를 수 있음 - 한인 교민을 위한 'Korea Best Item' 섹션을 따로 구비하여 한국 식재료를 판매 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>이메일을 통한 직접 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 담당자 메일로 송부 - 입점 후 약 3개월간의 매출을 확인하여 추가 입점여부 체크 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 소비자가격, 할인가 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 연말에는 공급 제품 제안서를 받지 않음 주로 3월 즈음에 공급업체 신청을 받고 있음 - 문의사항 연락처 이름: Mrs. Pham Hoang Anh 이메일: anhph@lotte.vn / haibtt@lotte.vn 전화: +84-28-3775-3232 (내선번호: 324) 	

자료: 롯데마트(Lotte Mart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 이온몰(Aeon Mall)

기업 기본 정보	기업명	이온몰(Aeon Mall)		
	홈페이지	www.aeonmall-vietnam.com		
	위치	하노이(Hanoi)		
	규모	매출액('18)	약 2억 7,723만 달러 (약 3,299억 370만 원)	
		기타 규모	- 매장 수('19): 5개 - 직원 수('18): 약 200명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2013년 1월 베트남 설립 - 1758년 설립된 일본계 기업 '이온몰(Aeon Mall)'을 모기업으로 둔 소매업체로 현재 베트남 내 4개의 매장을 보유 - 규모가 큰 대형 쇼핑몰 형태의 비즈니스가 특징이며, 지역 사회에 공헌하고자 소비자 라이프 스타일 향상이 목표 - 각 층마다 다양한 분야의 브랜드 소매점들이 입점 			
		 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 'AEON 1% 클럽' 재단을 만들어 베트남 젊은 학생들에게 장학금을 전달 - 2019년 12월 하동점 오픈 - 2020년 하이퐁(Hai Phong)에 1개 매장을 추가 확장할 예정 			
유사제품 정보		제품명	벨큐브 체다 스모크 치즈 플레이버 (Belcube Cheddar Smoked Cheese Flavor)	
		종류	큐브치즈	
		용량	78g	
		원산지	베트남	

자료: 이온몰(Aeon Mall) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 이온몰(Aeon Mall) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 소스류, 스낵류, 건조음식, 즉석식품, 유제품, 면류 등 - 일반: 패션용품, 화장품, 완구류, 가구류, 잡화류, 전자제품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 일본 식품 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>홈페이지를 통한 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 홈페이지 Contact 클릭 - Contact to란의 Others 선택 - 정보 기입 후 제출 - 홈페이지 기입 정보: 담당자명, 회사명, 이메일 주소 등 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 연말에는 공급 제품 제안서를 받지 않음 - 주로 3월 즈음에 공급업체 신청을 받고 있음 - 해외로부터 직접 수입하지 않아 벤더를 거쳐야함 - 문의사항 연락처 - 이메일: uyen.nung@aeon.com.vn - 전화: (028) 6288 7711 (Press 1-3-1) 	

자료: 이온몰(Aeon Mall) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 음료류, 즉석식품, 곡류, 견과류, 신선식품, 유제품, 소스류 등 - 일반: 의류, 액세서리, 가정용품, 생활용품, 화장품, 유아용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 한국 제품 - 자체 브랜드(PB) 상품 ‘노브랜드(No Brand)’ • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 독점브랜드로 ‘이마트(E-mart)’, ‘노브랜드(No Brand)’, ‘러빙홈(LOVING HOME)’ 보유 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 Other의 Contact 클릭 - Contact Department에 Purchase 선택하여 양식에 따라 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 이메일 주소, 전화번호 등 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: info@emart.vn 전화: +84-28-3588-5678 - 신상품의 경우 품질 향상과 대기시간의 최소화를 위해 매달 최대 3회에 걸쳐 대금을 지불 	

자료: 이마트(E-Mart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



⑥ 빈마트(VinMart)

기업 기본 정보	기업명	빈마트(VinMart)	
	홈페이지	www.vinmart.com	
	위치	하노이(Hanoi)	
	규모	총매출('18)	약 38억 5,221만 달러 (약 4조 5,841억 원)
기업 요약	기타 규모	- 매장 수('19): 111개 ³⁴⁾ - 직원 수('18): 약 200명	
	<ul style="list-style-type: none"> - 2014년 11월 설립 - 2018년 소매시장에서 10년 이상 운영되어 온 피비마트(Fivi Mart) 슈퍼마켓 23개 인수 - 슈퍼마켓 외 다수의 편의점 사업도 진행 중 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 5월, 베트남 최초의 가상 시스템을 도입한 매장이 됨 - 공공장소에서 마치 실제 슈퍼마켓에 있는 것처럼 고객이 스캔하고 주문할 수 있으며 100개가 넘는 제품을 선택할 수 있도록 서비스 제공 		
유사제품 정보		제품명	라비슈끼리 (La Vache qui rit)
		종류	포션치즈
		중량	120g
		원산지	베트남

자료: 빈마트(VinMart) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 빈마트(VinMart) 홈페이지

34) 슈퍼마켓만 포함한 수치. 이외에 약 1800개 이상 Vinmart+ 편의점 보유

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 해산물, 육류, 즉석식품, 스낵류, 주류, 음료류, 건강식품, 소스류 등 - 일반: 패션용품, 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구류, 세제류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 원산지가 명확히 표기된 식품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 간편 결제 서비스 제공 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>이메일을 통한 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 담당자 메일로 송부 (v.hoang14@vincommerce.com) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 소비자가격, 할인가 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 연말에는 제품 제안서를 받지 않음 주로 3월 즈음에 공급업체 신청을 받고 있음 - 문의사항 연락처 이메일: v.hoang14@vincommerce.com 전화: +84-024-7106-6866 Mrs. Hiên 연락처 (구매 담당 부서): 0368-78-07-66 	

자료: 빈마트(VinMart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



⑦ 박화산(Bach Hoa Xanh)

기업 기본 정보	기업명	박화산(Bach Hoa Xanh)		
	홈페이지	www.bachhoaxanh.com		
	위치	호치민(Ho Chi Minh)		
	규모	총매출('18)	약 2,700만 달러 (약 321억 3,000만 원)	
		기타 규모	매장 수('19): 951개	
기업 요약	- 2010년 설립 - Mobile World JSC사의 자회사로 약 570가지의 제품을 취급 - 타 대형마트 대비 규모는 다소 작은 편이나 현지인에게 합리적인 가격의 제품이 다수			
기업 최근 이슈		- 2019년 11월 냉동식품 제품군을 3배 확장 - 2019년 11월 기준 매장 평균 매출액 13억 동(한화 약 6,682만 원 ³⁵⁾ 달성		
유사제품 정보		제품명	포마이프로세스드치즈 (Phô mai Processed Cheese)	
		종류	포션치즈	
		중량	120g	
		원산지	베트남	

자료: 박화산(Bach Hoa Xanh) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 파플루앗(Phapluat), 다우뚜(đầu tư) 사진 자료: 박화산(Bach Hoa Xanh) 홈페이지, 베트남파이낸스(VietnamFinance), 프랜차이즈엔라이센싱베트남(FLV)

35) 100동=5.14원 (2019.12.03., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 음료류, 면류, 스낵류, 소스류, 유제품, 즉석식품, 곡류 등 - 일반: 유아용품, 주방용품, 위생용품 등 <p>• 특이사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 소비자의 폭넓은 선택을 위한 다양한 브랜드의 식품을 취급하고자 함 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>홈페이지를 통한 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 Liên hệ 클릭하여 문의 작성 - 홈페이지 기입정보: 담당자명, 이메일 주소, 전화번호 등 <p>이메일을 통한 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 입점 관련 담당자: lienhe@bachhoaxanh.com - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 소비자 가격, 할인가 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: lienhe@bachhoaxanh.com 전화: 028-3622-9900 	

자료: 박화산(Bach Hoa Xanh) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 개인 및 기타 식료품점



① 케이마켓(K-market)

	기업명	케이마켓(K-market)	
	홈페이지	www.facebook.com/kmarketvietnam	
	위치	하노이(Hanoi)	
	규모	총매출('18)	약 1억 924만 달러 (약 1,299억 9,560만 원)
		기타 규모	- 매장 수('19): 약 70개 - 직원 수('19): 약 750명
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 2006년 설립되었으며 한인회장이 운영하는 소매점으로 한인교민이 아닌 현지인을 목표로 시작된 업체 - B2C보다 B2B를 통한 수입이 더 많은 비중을 차지하며, 타 유통채널을 경쟁사가 아닌 파트너사로 인식하고 운영 - 점차 한국 제품의 비중을 낮추고 수입제품의 수를 늘리고 한국 마트의 이미지를 지우겠다는 의지를 보임 		
기업 요약			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 11월 마지막 주, 12월 첫째 주 강원한우 사골곰탕 판촉 행사 진행 - 2019년 8월 한국산 양파 판촉 행사를 진행 - 2019년 6월 하노이 물류센터를 준공 - "FESTIVAL FESTIVAL 2019"을 통해 한국 식품전을 개최 		
유사제품 정보		제품명	딜리셔스버거워드체다 (Delicious Burger with Cheddar)
		종류	슬라이스치즈
		중량	200g
		원산지	프랑스

자료: 케이마켓(K-market) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 케이마켓(K-market) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 곡물류, 신선식품, 김치류, 즉석식품, 면류, 소스류, 건강식품, 스낵류, 음료류, 유제품, 주류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 프리미엄 제품 - 고급 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 분식을 판매하는 K-food 계열사 보유 - 같은 제품이라도 제조국가에 따라 가격이 상이 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>유선 연락 또는 이메일을 통한 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 등록 절차 <ul style="list-style-type: none"> - 수출입 절차에 필요한 문서, 회사와 관련된 모든 종류의 문서 제출 필요 - 제품 검토 후 공급업체로 선정된 후에 상세 안내 진행 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 소비자가격, 할인가 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: +84-24-3352-2601 - 구매 담당자 연락처: hi.kim@k-market.vn

자료: 케이마켓(K-market) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 세이카마트(Seika Mart)

	기업명	세이카마트(Seika Mart)	
	홈페이지	www.seikamart.vn	
	위치	하노이(Ha Noi)	
	규모	기타 규모	매장 수('19): 6개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1998년 설립 - 세이유(Seiyu) 슈퍼마켓에서 2005년 유니마트(Unimart)로 상호 변경 - 2015년 세이카마트로 상호 변경 - 모든 매장은 하노이 도심지역에 위치 - 하프로 하노이 푸드 컴퍼니와 베트남슈퍼마켓합작투자회사 합작 투자하여 설립 - 일본 식료품점으로 한국, 일본, 중국 등 다양한 제품 판매 - 약 20,000개의 식품 및 비식품 판매 	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 11월 하프로 기업이 보유 지분의 35% 처분 의사를 밝힘 - 2019년 10월 다이아몬드 웨스트레이크 지점 매장 오픈 - 신선식품 할인 행사 자주 진행 		
유사제품 정보		제품명	벨큐브 플레인 그린페퍼 햄워드허브 플레이버 (Belcube Plain Green Pepper Ham with Herbs Flavour)
		종류	큐브치즈
		용량	78g
		원산지	프랑스

자료: 세이카마트(Seika Mart) 홈페이지, 베트남인베스트먼트리뷰(Vietnam Investment Review) 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 세이카마트(Seika Mart) 홈페이지, 베트남라이프(Vietnamlife), 구글이미지(Google Image)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 육류, 해산물, 면류, 유제품, 즉석식품, 건조식품, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류 등 - 일반: 세제류, 욕실용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 한국 식품이 입고되어 있으나, 가격이 다소 높은 편 - 지점마다 입고 품목 상이할 수 있음 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	특이사항	- 문의사항 연락처 이메일: admin@seikamart.vn 전화: +84-4-3574-2451 팩스: +84-4-3574-2450

자료: 세이카마트(Seika Mart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 사쿠코스토어(Sakuko Store)

	기업명	사쿠코스토어(Sakuko Store)	
	홈페이지	sakukostore.com.vn	
	위치	하노이(Hanoi)	
	규모	기타 규모	매장 수(‘19): 25개 ³⁶⁾
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2011년 설립 - 일본 사쿠라(Sakura) 기업이 운영 - 초기 판매 제품은 산모, 유아용품으로 매장 확장과 함께 점차 제품군 종류를 다양화 - 2018년 베트남 경제 타임지에서 소비자가 선정한 제품 및 서비스 기업 Top 100에 선정 	
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 11월 하노이에서 일본 문화 행사(2019 Culture & Consumer Festival) 진행 - 2019년 9월 8주년 기념 할인 행사 진행 		
유사제품 정보		제품명	스틱치즈 (スティックチーズ)
		종류	스트링치즈
		용량	140g
		원산지	일본

자료: 사쿠코스토어(Sakuko Store) 홈페이지, 브이엔이코노미(VnEconomy), 베트남넷(Vietnamnet), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 사쿠코스토어(Sakuko Store) 홈페이지, 클링미(Clingme), 사쿠코스토어(Sakuko Store) 페이스북 페이지

36) 직영점 14개, 가맹점 11개

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 유제품, 장류, 캔디류, 음료류, 즉석식품, 조미료, 건조식품 등 - 일반: 유아용품, 청소용품, 문구류, 화장품, 의류, 식기류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 즉석식품, 스낵류 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 식품보다 비식품 비중이 큰 편 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	특이사항	- 문의사항 연락처 이메일: cskh@sakukovietnam.com.vn 전화: +84-1800-0010 / +84-024-710-68886 (온라인 입점)

자료: 사쿠코스토어(Sakuko Store) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 베트남 과일큐브치즈 인증 취득
2. 베트남 과일큐브치즈 사전 심사
3. 베트남 과일큐브치즈 라벨 심의
4. 베트남 과일큐브치즈 서류 준비
5. 베트남 과일큐브치즈 세금 납부
6. 베트남 과일큐브치즈 검역 심사

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처						
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> 강제 인증 無 	(-)						
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> 사전 심사 有 자체 상품 공표서 제출 필요 	(*) 베트남 보건부 - 문의처 : www.moh.gov.vn						
Step 03. 업체·제품 등록	<ul style="list-style-type: none"> 필수 등록 절차 無 	(-)						
Step 04. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> 라벨 표기사항 별도 심의 사항 없음 베트남 라벨 규정 준수 	(*) 베트남 식품 안전청 - Decree 43/2017/ND-CP (라벨에 관한 법률) - Decree 15/2018/ND-CP (식품 안전법 세부 규정 시행령) - 문의처 : www.vfa.gov.vn						
Step 05. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> 일반 서류 원산지 증명서 기관증명방식 원산지 증명 서류 필요 검역증명서 	(*) 베트남 식품 안전청 - 문의처 : www.vfa.gov.vn (*) 베트남 세관 - 문의처 : www.customs.gov.vn						
Step 06. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> 포워딩 업체 섭외 	(-)						
Step 07. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> 수입신고 서면 또는 전자 통관시스템을 이용하여 신청 원산지증명서, 상업송장, 가격신고서 등 	(*) 베트남 세관 - 문의처 : www.customs.gov.vn						
Step 08. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> 납세 신고 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 관세율 0% 소비세 5~10% 	(*) 베트남 세관 - 문의처 : www.customs.gov.vn						
Step 09. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> 수입업체에 따라 서류 심사 및 검사 진행 <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">Green Channel</td> <td style="text-align: center;">전산 신고로 통관</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Yellow Channel</td> <td style="text-align: center;">서류 검사</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Red Channel</td> <td style="text-align: center;">서류 및 샘플 검사</td> </tr> </table>	Green Channel	전산 신고로 통관	Yellow Channel	서류 검사	Red Channel	서류 및 샘플 검사	(*) 베트남 세관 - 문의처 : www.customs.gov.vn
Green Channel	전산 신고로 통관							
Yellow Channel	서류 검사							
Red Channel	서류 및 샘플 검사							

1. 베트남 과일큐브치즈 인증 취득

인증 취득

베트남으로 제품 수입 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

과일큐브치즈

과일큐브치즈 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 베트남 수입 식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

베트남으로 수출하고자 하는 과일큐브치즈가 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증이 없는 것으로 확인됨. 식품 생산에 관한 인증이 있으나 필수적으로 획득해야 하는 인증은 아님. 따라서 수출 기업의 선택에 따라 HACCP, ISO 22000 등과 같이 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음

[표 4.1] 베트남 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 베트남 식품 인증 취득

		절차	기간
HACCP		서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
		서류	비용
		신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만원
ISO 22000		절차	기간
		서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
		서류	비용
		신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
		서류	비용
		신청서 등	약 900~1,000만원
BRC Food Safety		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
		서류	비용
		신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만원
FSSC 22000		절차	기간
		서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
		서류	비용
		신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만원

자료 : 각 인증기관

2. 베트남 과일큐브치즈 사전 심사

사전 심사

베트남으로 제품 수입 시, 품목에 대한 사전 규제 심사제도 정보 제공

과일큐브치즈

과일큐브치즈 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 베트남 식품 사전 심사 ‘필요’
- ▶ 식품 사전 심사 절차, 식품안전성 공표 절차로 간소화

베트남 보건부는 베트남으로 식품을 수입할 때, 해당 식품을 필수적으로 등록하도록 하였음. 그러나 2018년 개정된 법률에 따라 해당 등록 절차 대신 식품안전성 공표 절차로 간소화되었음. 건강기능식품, 영유아식품, 병원용 식품의 경우 해당 규정에서도 담당기관에 내용을 제출하여 등록을 거쳐야 하나, 일반가공식품의 경우 자체적인 공표 절차와 서류 제출로 진행 가능함

[표 4.3] 베트남 수입 전 사전 심사

적용 규제	Decree 15/2018/ND-CP
담당 기관	베트남 보건부(MOH)
필요 정보 및 서류	a. 자체 상품 공표서 - 모두 베트남어로 작성할 것 - 외국어로 작성된 경우 번역 후 공증 필수 - Decree 15/2018/ND-CP 부록 1의 Form 1 양식 사용 b. 식품안전검사 결과표 - 지정된 검사기관 또는 ISO 17025 표준에 부합하는 공인 검사 기관을 통할 것 - 상품 공표 서류 제출일 기준 12개월 이내일 것 - 베트남 보건부의 식품안전기준 규정을 지킬 것
절차	a. 자체 상품 공표서 작성 및 지정기관 서류 제출 - 지정 기관 직접 방문 제출 또는 우편 송부 방식으로 제출 가능 b. 공표 정보 공시 - 자사 홈페이지 또는 대중 매체를 통하여 정보 공시 c. 지정기관은 제출받은 공표 사실을 웹사이트 상에 공시
주의사항	제품명, 원산지, 성분 정보가 변경된 경우 지정기관으로 해당 내용의 변경 사실을 고지해야 함

자료 : 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

3. 베트남 과일큐브치즈 라벨 심의

▶ 베트남 라벨 규정

[표 4.4] 베트남 라벨 표기사항

●	라벨 심의	●	과일큐브치즈
베트남으로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공		과일큐브치즈 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함	
적용 규제	Decree 15/2018/ND-CP		
세부 규정	베트남 라벨 표기법 Decree 43/2017/ND-CP ‘ON GOOD LABELS’		
세부 내용	라벨 표기사항 (항목)	<ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 제품의 책임을 갖는 업체의 명칭 및 주소 · 원산지 · 제품 용량 · 제조일 · 유통기한 · 성분 및 성분 함량 또는 영양정보 · 허용 사용량 및 주의 정보 · 바코드, 인증 마크, 등록 마크 등 추가해야 하는 정보 · 보관 방법 및 사용 방법 · 건강기능식품 관련 표시 	
	라벨 표기사항 (가이드)	<p style="text-align: center;">베트남어로 표기할 것</p> <p style="text-align: center;">베트남어로 표기되어 있고, 규정이 정하고 있는 필수 라벨 내용을 담고 있는 부착물도 인정됨</p> <p style="text-align: center;">표기 언어</p> <p style="text-align: center;">베트남 명칭이 없거나 번역이 불가능한 화학물질,약품, 성분 등 법률이 정하는 명칭은 제외</p> <p style="text-align: center;">1.2mm이상(80cm2이하인 경우 0.9mm 이상) 글자의 크기는 눈으로 인지할 수 있어야 함</p> <p style="text-align: center;">라벨 표기사항 (가이드)</p> <p style="text-align: center;">제품명</p> <p style="text-align: center;">눈에 띄는 위치에 표시할 것</p> <p style="text-align: center;">필수 기재사항 중 가장 큰 사이즈로 표기할 것</p> <p style="text-align: center;">용량</p> <p style="text-align: center;">숫자 혹은 개수로 표기할 것</p> <p style="text-align: center;">표기 단위 및 표기 방법은 규정을 참조할 것</p> <p style="text-align: center;">원산지</p> <p style="text-align: center;">제품명에 포함된 색상, 향에 관한 첨가물 또는 추출물과 농축물은 해당 원료의 함유량을 표기할 것</p> <p style="text-align: center;">유통기한</p> <p style="text-align: center;">원산지 국가명 또는 지역명으로 표기할 것</p> <p style="text-align: center;">축양형태로 사용하지 말것</p> <p style="text-align: center;">‘일, 월, 년’ 순으로 작성할 것</p> <p style="text-align: center;">‘:’, ‘/’, ‘-’를 이용하여 구분할 것</p>	

자료 : Decree 43/2017/ND-CP, 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

[표 4.5] 베트남 라벨 관리 규정

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)		원료, 식품첨가물을 표시할 때 중량 대비 원료의 비율 또는 중량 대비 원료의 중량 등 법률이 정하는 바에 따라 표기할 것
			홍보를 위해 특정 원료가 라벨에 표기되어 있는 경우 해당 원료에 대한 용량은 필수적으로 표기할 것
		원료	식품첨가물의 명칭은 국제 코드 또는 성분명으로 작성될 것
			2개 이상의 식품첨가물을 표기하는 경우 중량 대비 비중 순으로 나열할 것
			식품첨가물 이름 아래에 “Dùng cho thực phẩm(식품을 위해 사용됨)”의 문장을 최소 2mm이상 크기의 굵은 글씨체로 표기할 것
		GMO식품	제품에 “thực phẩm biến đổi gen (genetically engineered food)” 표기를 할 것
		기타	제품에 따라 필요한 경우, 경고 문구 등 정보를 표기할 것

자료 : Decree 43/2017/ND-CP, 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

▶ 베트남 일반가공식품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

앞면(영문)

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : The Laughing Cow
- ② 제품명 : Belcube
- ③ 제조일 : P: 25.06.2019
- ④ 유통기한 : B: 24.02.2020
- ⑤ 용량 : 28g net/ 15 cubes

- ① 브랜드명 : The Laughing Cow
- ② 제품명 : 벨큐브
- ③ 제조일 : 2019.06.24
- ④ 유통기한 : 2022.02.24
- ⑤ 용량 : 28g/ 15개입

뒷면(베트남어)

뒷면(국문)

- ① 제품명 : Phô mai vương Belcube cheese (vị truyền thống/hương cheddar/hương khói)
- ② 성분(Thành phần) : Sữa gầy hoàn nguyên, phô mai, bơ, đạm sữa, chất nhũ hoá (E452i, E331iii, E341iii); hương thực phẩm tự nhiên, muối, chất điều chỉnh độ acid (E330); hương khói nhân tạo
- ③ 원산지(Xuất xứ) : Pháp
- ④ 제조사(Nhà sản xuất) : Fromageries Bel - BP 114 - 92151 Suresnes Cedex, Pháp.
- ⑤ 수입사(Nhập khẩu bởi) : Công ty TNHH Bel Việt Nam, Lô CN1, KCN Sóng Thần 3, phường Phú Tân, TP Thủ Dầu Một, tỉnh Bình Dương, Việt Nam. Hotline: 18 001 110

- ① 제품명 : 벨큐브 치즈 (오리지널/체다치즈/스모크)
- ② 성분 : 탈지유, 치즈, 버터, 유담백질, 유화제, 천연식품향료, 소금, 산도조절제, 합성착향료(스모크향)
- ③ 원산지 : 프랑스
- ④ 제조사 : Fromageries Bel - BP 114 - 92151 Suresnes Cedex, 프랑스
- ⑤ 수입사 : 베트남 벨 유한책임회사, 빈중(Binh Duong) 성, 투저우못(Thu Dau Mot)시, 송탄(Song Than) 3 공업단지, CN1 길. Hotline: 18 001 110

⑥ 유통사(Phân Phối kênh siêu thị bởi) :
 Công ty CP TM DV SX Hương Thủy,
 C10, 39 khu nhà ở tại phân khu 18 A,
 đường Nguyễn Hữu Thọ, xã Phước
 Kiến, huyện Nhà Bè, TP.Hồ Chí Minh.
 ĐT: (028) 3620 9955

⑦ 제조일 및 유통기한(Chi tiêu chất lượng
 chủ yếu, NSX(P), HSD(B)) : xem trên
 nhãn chính.

⑧ 섭취방법(HSDS) : dùng trực tiếp hoặc
 chế biến các món ăn

⑨ 보관방법(HDBQ) : bảo quản ở điều
 kiện lạnh

⑩ 제품번호(Số CBSP) : 15/BELVN/2019

⑪ 영양성분표 :

Nutritional Content

Per 100g

Per Servig 3cubes

Energy	244kcal	38kcal
Protein	12.1g	1.9g
Carbohydrate	5g	1.0g
Fat	19.5g	3,0g
Saturated Fat	13.1g	2.0g
Trans Fat	0.74g	0.1g

⑥ 유통사 : 흥영 투이(Huong Thuy) 회사,
 호치민시, 냐베현, 프억 끼엔, 응우옌 호우
 터 길 18A 구역 39번지

전화번호: (028) 3620 9955

⑦ 제조일 및 유통기한 : 제품 상단(라벨)에
 표기

⑧ 섭취방법 : 바로 먹거나 조리하여 섭취

⑨ 보관방법 : 차가운 곳에 보관

⑩ 제품번호 : 15/BELVN/2019

⑪ 영양성분표 :

영양성분	100g당	3조각 당
에너지	244kcal	38kcal
단백질	12.1g	1.9g
탄수화물	5g	1.0g
지방	19.5g	3,0g
포화지방	13.1g	2.0g
트랜스지방	0.74g	0.1g

4. 베트남 과일큐브치즈 서류 준비

서류 준비

베트남으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

과일큐브치즈

과일큐브치즈 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 베트남 FTA 원산지증명서 준비 필요
- ▶ 베트남 수입신고 전자통관시스템을 통해 진행

베트남으로 제품을 수입하고자 할 때, 수입 신고는 전자통관시스템(Vietnam National Single Window Portal)을 통해 진행됨. 베트남 수입 규정이 정하고 있는 특정한 사례를 제외한 대부분의 일반 화물은 온라인 통관 시스템을 통하여 수입 신고를 실시함

원산지증명서의 경우 기관증명방식으로 세관 또는 상공회의소를 통하여 발급받은 공통의 원산지확인서를 근거로 하여 원산지증명을 할 수 있음. 발급된 원산지 증명서의 유효기간은 1년이나 1회만 사용 가능하며, 다음 수출 시에도 동일하게 원산지 증명서를 발급받아 첨부하여야 함. 다만 인증수출자 제도를 통하여 인증을 받게 되면 관련 서류 간소화 혜택을 부여 받을 수 있음

베트남에 수입산 우유 및 각종 유제품이 수입될 때는 검역증명서가 필수이기 때문에 해당 서류 구비가 필요함

[표 4.6] 베트남 통관 서류

구분	서류명	발급기관
일반 서류	수입신고서	(-)
	가격신고서	(-)
	수입허가증(수입업자)	베트남 재무부 (Ministry of Finance)
	상업송장	(-)
	선적 포장명세서	(-)
	선하증권	(-)
	원산지 증명서	관세청 / 상공회의소
검역증명서	보건부 / 공공의료위생원	

자료 : 베트남 관세청, No. 38/2015/TT-BTC

5. 베트남 과일큐브치즈 세금 납부

세금 납부

베트남으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

과일큐브치즈

과일큐브치즈 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 베트남 과일큐브치즈 HS CODE 0406.10.10, 관세율 0% 적용
- ▶ 한국-베트남 FTA 발효로 협정세율 '적용'

과일큐브치즈의 경우 베트남에서는 HS CODE 0406.10 (신선한(숙성되지 않은 것)이나 처리하지 않은 것) 치즈(유장치즈를 포함한다)와 커드(curd)의 0406.10.10 (유장 치즈를 포함하는 Fresh (숙성하지 아니하거나 비경화된) 치즈) 세번을 사용하여 수입됨.³⁷⁾ 베트남 수입 시 기본 세율은 10%의 세율을 적용받으나 한국산 제품의 경우 2015년 12월 20일부로 발효된 한-베트남 FTA 협정으로 0% 협정 세율을 적용받음. 관세 외에도 부가가치세가 제품에 포함되며, 제품의 품목에 따라 0%, 5%, 10%로 각각 적용됨

- 수입 서류 심사비용에 183달러(한화 약 22만 원)³⁸⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 76시간 소요
- 통관 비용은 373달러(한화 약 44만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 56시간 소요

[표 4.7] 한국·베트남 HS CODE 비교 및 베트남 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	0406	치즈와 커드(curd)	
	0406.10	신선한(숙성되지 않은 것)이나 처리하지 않은 것 치즈(유장치즈를 포함한다)와 커드(curd)	
	0406.10.1090	기타	
베트남	0406.10.10	유장 치즈를 포함하는 Fresh (숙성하지 아니하거나 비경화된) 치즈	
관세	기본관세율	10%	
	협정 세율	0%	
부가가치세		5 - 10%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 베트남 관세청

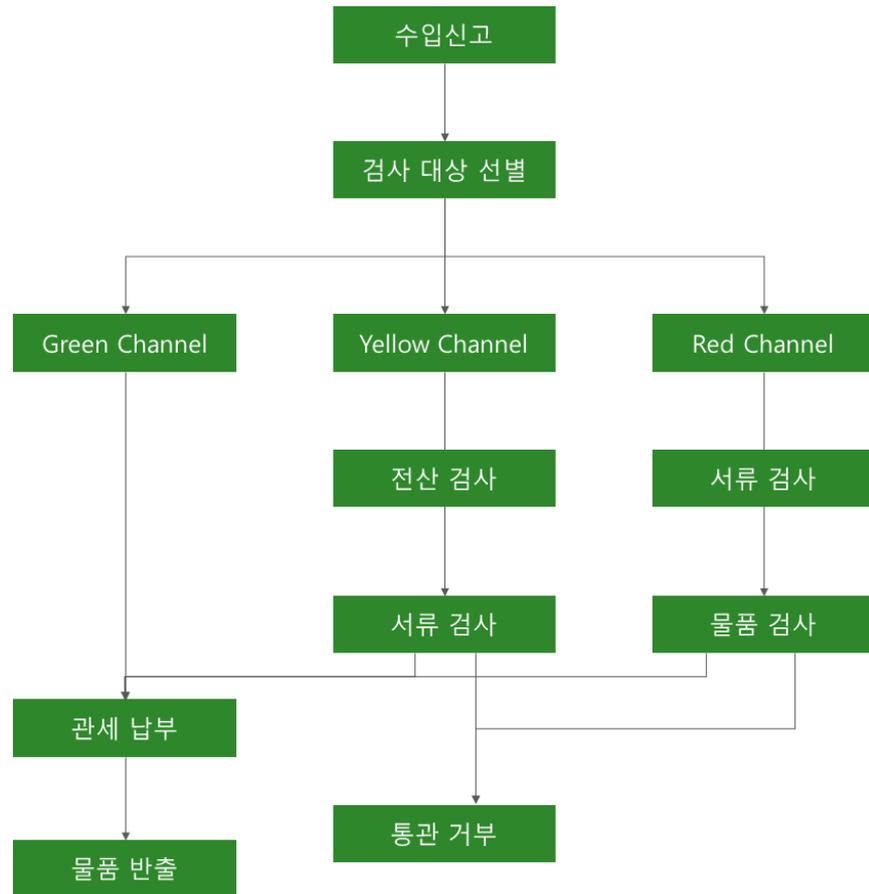
37) 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 0406.10 중 과일큐브치즈에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 베트남 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있음. 베트남의 HS Code에 관하여 확인하기 위해서는 베트남 세관으로 문의할 수 있음

38) 1달러=1,190.00원 (2019.12.03., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 베트남 과일큐브치즈 검역 심사 절차

- ▶ 베트남 식품 위험도별 검역 심사 진행
- ▶ 수입업체를 기준으로 검사 대상 선별 후 물품 검사 진행

[표 4.8] 베트남 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품 첨가물	Acetic acid, glacial	GMP ³⁹⁾
		Acetylated distarch adipate	GMP
	유해물질	Arsenic (As)	0.5

자료 : 베트남 관세청, KATI농식품수출정보

39) GMP (Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

- ▶ 베트남 식품안전청(VFA) 식품첨가물 기준 규정을 통해 확인 가능
- ▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

● 식품 첨가물 규정

베트남으로 제품 수입 시,
요구되는 식품 첨가물,
유해 물질에 관한 규정

● 과일큐브치즈

과일큐브치즈 품목의
첨가물 규정은 KATI
식품첨가물 카테고리 분류
중 유가공품류의 치즈류로
분류하여 해당하는 정보를
제공함

[표 4.9] 베트남 과일큐브치즈 품목 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
감미료, 향미증진제	아세설팜칼륨	Acesulfame potassium	350
안정제, 증점제	산처리전분	Acid treated starch	GMP
증점제, 안정제 등	한천	Agar	GMP
산도조절제, 밀가루개량제	락트산암모늄	Ammonium lactate	GMP
감미료	아스파탐	Aspartame	1,000
유화제 등	인산골	Bone phosphate	9,000
산도조절제	오르토인산	Orthophosphoric acid	9,000
유화제, 안정제 등	폴리인산나트륨	Sodium polyphosphate	9,000
착색료	칸타크산틴	Canthaxanthin	15
안정제, 유화제염류 등	제3인산나트륨	Trisodium orthophosphate	9,000

자료 : KATI농식품수출정보, 베트남 식품안전청(VFA)

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 비보마트(Bibo Mart)

Interview ② 남 안 마켓(Nam An Market)

Interview ③ 하노이 골드몰(Hanoi Gold Mall)

Interview ④ 씨에스 푸드(CS Food)

Interview ⑤ 에스마트(S Mart)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Customers



- 인터뷰 기업 : 비보마트
(Bibo Mart)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Khanh
(Importing Department)

베트남 내 전반적인 치즈의 수요는 낮은 편

베트남은 치즈의 소비량이 높지 않은 국가 중 하나이기 때문에, 큐브치즈를 포함한 전반적인 치즈의 수요는 낮은 편입니다.

베트남 내 치즈의 주 판매 대상은 5-15세

베트남에서 치즈는 5-15세의 성장기 아이들을 상대로 판매하는 식품 중 하나입니다. 따라서 치즈의 주 소비자층은 아이를 둔 부모입니다.

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 남 안 마켓
(Nam An Market)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Nam
(Product Manager)

베트남 내 큐브치즈의 판매량은 낮음

베트남 내 큐브치즈의 수요는 낮은 편입니다. 베트남에서는 일반 치즈조차 소비자들이 선호하지 않기 때문에 큐브치즈는 더 더욱 베트남에서 판매하기 어렵습니다.

베트남인들은 맵거나 짠 음식을 선호

베트남인들은 주로 맵고 짠 맛의 음식을 선호하며 느끼한 음식은 선호하지 않습니다. 많은 현지 소비자들은 치즈 특유의 끝 맛과 느끼한 맛을 좋아하지 않습니다.

Market Trend and Demand



- 인터뷰 기업 : 하노이 골드몰
(Hanoi Gold Mall)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Dat
(Manager)

베트남 내 치즈의 수요는 조금씩 증가하는 추세

베트남 내 큐브치즈의 수요는 보통이나 최근 들어 성장기 아이들의 건강을 위해 치즈를 구매하는 부모들이 늘어나 수요가 조금씩 증가하고 있습니다.

베트남 내 래핑카우의 인기가 가장 높음

매장에서 가장 수요가 많은 치즈는 래핑카우의 큐브치즈입니다. 해당 제품은 어린아이들뿐만 아니라 베트남 내 대부분의 소비자들이 좋아하며, 가장 인기가 높은 맛은 오리지널입니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Customers and Preference

SIÊU THỊ THỰC PHẨM ONLINE



- 인터뷰 기업 : 씨에스 푸드
(CS FOOD)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Ngoc
(Sales Manager)

베트남 내 치즈는 주로 어린 아이들이 섭취

베트남 내 치즈의 수요는 다른 국가들에 비해 적은 편입니다. 주로 어린 아이들이 치즈를 섭취하며, 학생들이나 성인들은 치즈가 고칼로리 식품이라고 생각하여 선호하지 않습니다.

현지 소비자들은 오리지널 맛의 치즈를 선호

베트남에서 가장 인지도가 높은 어린이용 치즈 브랜드는 래핑카우이며, 해당 제품을 구매하는 소비자들은 거의 모두 오리지널 맛을 구매합니다.

Market Customers and Trend



- 인터뷰 기업 : 에스마트
(S Mart)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Nhung
(Sales Staff)

베트남인들은 치즈를 단품으로 섭취하지 않음

베트남인들은 치즈를 단품으로 섭취하는 간식이 아닌 음식에 첨가해 먹는 식재료라고 생각하는 경향이 있습니다. 하지만 치즈는 대부분의 베트남 음식에 사용되지 않아 수요가 낮습니다.

베트남에는 단 맛의 치즈가 없음

베트남에서 과일 맛 큐브치즈는 본적이 없습니다. 베트남에서 판매하는 큐브치즈는 주로 오리지널 맛이거나 바비큐 맛 등 짠 맛이 가미된 제품입니다.

Interview ① 비보마트(Bibo Mart)

40)

비보마트
(Bibo Mart)

전문가 소속

비보마트
(Bibo Mart)
소매업체

전문가 정보

Mr. Khanh
(Importing Department)



Phô mai Belcube 78g (15 viên)

Mã sản phẩm: 100242

Thích 1 Chia sẻ

- Sản phẩm giàu năng lượng
- Giúp bé phát triển toàn diện
- Dễ dàng sử dụng

42.000 đ

Giá thanh toán QR Pay: 37.800 đ (-10%)

Sản phẩm chỉ bán tại cửa hàng

비보마트(Bibo Mart)

Importing Department, Mr. Khanh

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

비보마트는 2017년에 설립되어 우유, 치즈, 의류, 장난감 등 영유아식품을 전문으로 취급하는 소매업체입니다. 베트남 전역에 137개의 매장을 보유하고 있으며, 오프라인과 온라인 판매를 병행하고 있습니다. 취급하는 식품은 주로 한국, 미국, 일본으로부터 수입하고 있습니다.

Q. 베트남 내 과일 맛 큐브치즈의 수요가 어떻게 되나요?

베트남 내 일반 큐브치즈는 흔하게 판매되는 제품 중 하나이나, 과일 맛 큐브치즈는 본 적이 없습니다. 베트남은 치즈의 소비량이 높지 않은 국가 중 하나이기 때문에, 큐브치즈를 포함한 전반적인 치즈의 수요는 낮은 편입니다.

Q. 베트남 내 치즈의 주 소비자층이 누구인가요?

베트남에서 치즈는 5-15세의 성장기 아이들을 상대로 판매하는 식품 중 하나입니다. 따라서 치즈의 주 소비자층은 아이를 둔 부모입니다. 이 외에도 양식을 즐겨 먹는 사람들이나 베트남에 거주하는 외국인들이 치즈를 주로 구매합니다.

Q. 현지 소비자들의 치즈 선호도가 어떻게 되나요?

베트남 사람들의 치즈 선호도는 그다지 높지 않습니다. 치즈가 어울리는 베트남 음식은 거의 없으며, 그나마 피자나 바비큐 등의 양식을 먹을 때 치즈를 섭취합니다. 하지만 이마저도 과일 맛이 첨가된 치즈량은 어울리지 않을 것 같습니다. 베트남인들은 치즈를 단품으로 섭취하는 경우가 드물기 때문에, 과일 맛 큐브치즈를 판매할 경우 수요가 어느 정도일지 잘 모르겠습니다.

40) 사진자료: 비보마트(Bibo Mart) 홈페이지 (bibomart.com.vn)

Q. 큐브치즈의 가격은 어느 정도가 적당한가요?

저희는 어린이용 큐브치즈를 판매하고 있으며 래핑카우(Laughing Cow) 제품입니다. 가격은 78g에 2,500원 정도입니다. 래핑카우 제품은 베트남 시장에서 판매하는 가공치즈 중 가장 비싼 편에 속하기 때문에, A사 제품 판매 시 래핑카우 제품보다 저렴하게 가격을 책정하는 것이 좋습니다.

Q. 큐브치즈 수출 시 주의해야 할 사항이 있나요?

베트남으로 큐브치즈 수출하기 위해서는 식품위생인증과, 적합성이나 식품안전규정을 충족시켰다는 인증서가 필요합니다. 그 외의 사항들은 관세청에서 규정하는 수입 식품 규정 및 관세법을 준수하여 통관을 진행하면 됩니다.

Interview ② 남 안 마켓(Nam An Market)

41)

남 안 마켓
(Nam An Market)

전문가 소속

남 안 마켓
(Nam An Market)
소매업체

전문가 정보

Mr. Nam
(Product Manager)

NAMAN
market



PHO MAI NUONG VERMION
200G
139.700₫



PHO MAI DE TUOI PRESIDENT VI
LAT 100G
137.800₫



PHO MAI DE TUOI PRESIDENT VI
MAT ONG 100G
137.800₫

남 안 마켓(Nam An Market) Product Manager, Mr. Nam

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

남 안 마켓은 2012년에 설립된 소매업체로, 신선식품, 가공식품, 유제품 등 다양한 종류의 식품류를 판매하고 있습니다. 취급하는 치즈 품목으로는 리코타 치즈, 마스카포네 치즈, 모짜렐라 치즈, 파마산 치즈, 어린이용 치즈 등이 있으며, 대부분 프랑스와 네덜란드 등의 유럽산 제품입니다.

Q. 베트남 내 큐브치즈의 수요가 어떻게 되나요?

베트남 내 큐브치즈의 수요는 낮은 편입니다. 베트남에서는 일반 치즈조차 소비자들이 선호하지 않기 때문에 큐브치즈는 더 더욱 베트남에서 판매하기 어렵습니다. 큐브치즈를 판매하려면 양식 전문점이나 베트남에 거주하는 외국인들을 상대로 판매하는 것이 좋습니다.

Q. 현지 소비자들이 치즈를 선호하지 않는 이유는 무엇인가요?

많은 베트남인들은 치즈 특유의 끝 맛과 느끼한 맛을 선호하지 않으며, 피자에 올라간 치즈 정도만 섭취합니다. 베트남인들은 주로 맵고 짠 맛의 음식을 선호하는 경향이 있습니다. A사 제품은 과일 맛이 첨가되어 치즈 특유의 향이 적을 것 같지만 큐브치즈보다는 치즈 맛 간식의 수요가 더 많을 것입니다.

Q. 취급하는 치즈의 가격은 어느 정도인가요?

저희는 큐브치즈와 슬라이스 치즈를 판매하고 있으며, 제품 브랜드는 래핑카우와 비나밀크(Vinamilk)입니다. 가장 용량이 작은 큐브치즈의 가격은 60g에 1,500원 정도입니다.

41) 사진자료: 남 안 마켓(Nam An Market) 홈페이지 (namanmarket.com)

Interview ③ 하노이 골드몰(Hanoi Gold Mall)

42)

하노이 골드몰
(Hanoi Gold Mall)

전문가 소속

하노이 골드몰
(Hanoi Gold Mall)
소매업체

전문가 정보

Mr. Dat
(Manager)



하노이 골드몰(Hanoi Gold Mall) Manager, Mr. Dat

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

하노이 골드몰은 하노이에 위치한 소매업체로, 한 개의 매장만 운영 중에 있습니다. 취급품목으로는 신선 식품, 유제품, 음료, 간식류 등이 있으며 수입식품은 직수입이 아닌 유통업체를 통해 공급받고 있습니다.

Q. 큐브치즈는 어떠한 소비자들이 선호하나요?

베트남 내 큐브치즈의 수요는 보통이며, 치즈를 구매하는 소비자들은 양식을 좋아하는 소비자들로 한정되어 있습니다. 치즈는 개별 소비자들보다도 파스타나 바비큐를 취급하는 음식점에서 수요가 더 많습니다. 하지만 최근 들어 성장기 아이들의 건강을 위해 치즈를 구매하는 부모들이 늘어나 수요가 조금씩 증가하고 있습니다. 따라서 A사 제품을 판매하게 된다면, 부모들이 특히 선호할 것 같습니다.

Q. 매장 내 가장 수요가 많은 치즈는 무엇인가요?

매장에서 가장 수요가 많은 치즈는 래핑카우의 큐브치즈입니다. 해당 제품은 어린아이들뿐만 아니라 베트남 내 대부분의 소비자들이 좋아하는 편입니다. 가장 인기가 높은 맛은 오리지널이며, 큐브치즈 외에 세모 모양의 포션치즈 제품과 슬라이스 치즈도 수요가 꽤 많습니다.

42) 사진자료: 하노이 골드몰(Hanoi Gold Mall) 페이스북 홈페이지 (www.facebook.com/pg/hanoigoldmall)

Q. 과일 맛 큐브치즈를 판매할 의향이 있나요?

베트남인들은 맵거나 짠 맛을 선호하기 때문에, 치즈에 다른 원료를 첨가해 맵거나 짠 맛으로 제품을 출시하는 것이 더 좋을 것 같습니다. 베트남 시장에는 과일 맛 치즈보다는 로스트 치킨 맛이나 해산물 맛의 치즈가 더 어울립니다.

Q. 큐브치즈의 가격은 어느 정도가 적당한가요?

저희는 베트남 현지산과 프랑스산 프리미엄 치즈를 판매하고 있는데, 그 중 어린이용 치즈는 래핑카우밖에 없습니다. 래핑카우의 가격은 120g에 2,000원 정도이며, 어린이용 치즈의 가격은 한 팩당 5,000원을 넘기지 않는 것이 좋습니다.

Interview ④ 씨에스 푸드(CS Food)

43)

씨에스 푸드
(CS FOOD)

전문가 소속

씨에스 푸드
(CS FOOD)
소매업체

전문가 정보

Ms. Ngoc
(Sales Manager)



씨에스 푸드(CS Food)

Sales Manager, Ms. Ngoc

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

씨에스 푸드는 2010년에 설립된 소매업체로, 취급 품목으로는 신선 채소, 과일, 해산물, 쌀, 통조림, 홍삼 등이 있습니다. 호치민에 두 개의 매장을 운영 중에 있으며, 오프라인과 온라인 판매를 병행하고 있습니다.

Q. 베트남 내 치즈의 수요가 어떻게 되나요?

베트남 내 치즈의 수요는 다른 국가들에 비해 적은 편입니다. 양식을 좋아하는 소비자들이 치즈를 주로 구매하는데, 이러한 소비자들이 많지 않습니다. 베트남에서는 주로 어린 아이들이 치즈를 섭취하며, 학생들이나 성인들은 치즈가 고칼로리 식품이라고 생각하여 선호하지 않습니다.

Q. 베트남 내 인지도가 높은 어린이용 치즈는 무엇인가요?

베트남에서 가장 인지도가 높은 어린이용 치즈 브랜드는 래핑카우(Laughing Cow)이며, 이보다 인기가 많은 치즈 제품은 없습니다. 가격은 120g에 2,000원 정도이며, 해당 제품을 구매하는 소비자들은 거의 모두 오리지널 맛을 구매합니다. 래핑 카우 제품 중에서는 큐브치즈의 수요가 가장 많습니다.

Q. 과일 맛 큐브치즈가 출시된다면 수요가 어느 정도일까요?

과일과 치즈의 조합은 베트남에서 선호되지 않습니다. 치즈는 느끼한 맛이 강한 반면 과일은 특유의 향과 단 맛이 강합니다. 치즈에 과일 맛이 결합되면 더 이상 치즈가 아닌 불량식품처럼 보일 수 있습니다. 대부분의 소비자들은 과일 맛이 아닌 일반 치즈를 더 선호할 것 같습니다.

43) 사진자료: 씨에스 푸드(CS Food) 홈페이지 (csfood.vn)

Interview ⑤ 에스마트(S Mart)

44)

●
에스마트
(S Mart)

전문가 소속

에스마트
(S Mart)
소매업체

전문가 정보

Ms. Nhung
(Sales Staff)



55,900đ



에스마트(S Mart)

Sales Staff, Ms. Nhung

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

에스마트는 베트남의 소매업체로, 과일, 생활용품, 버섯, 인삼, 와인, 유아식품 등을 판매하고 있습니다. 취급하는 대부분의 제품은 유럽으로부터 수입한 프리미엄 식품이며, 오프라인과 온라인 판매를 병행하고 있습니다.

Q. 베트남 내 치즈의 수요가 어떻게 되나요?

베트남인들은 느끼한 음식보다 맵거나 짠 맛의 음식을 더 선호하기 때문에, 치즈의 수요는 낮은 편입니다. 베트남인들은 치즈를 단품으로 섭취하는 간식이 아닌 음식에 첨가해 먹는 식재료라고 생각하는 경향이 있습니다. 하지만 치즈는 대부분의 베트남 음식에 사용되지 않기 때문에, 베트남 내 전반적인 치즈의 수요는 낮은 수밖에 없습니다.

Q. 베트남 내 판매되는 치즈의 가격과 선호도가 어떻게 되나요?

베트남에서 판매되는 치즈 중 가장 인지도가 높은 제품은 래핑카우와 베트남산 제품인 비나밀크입니다. 소비자들은 대부분의 양식이나 샌드위치에 어울리는 오리지널 맛 치즈를 선호합니다. 저희가 취급하는 큐브치즈는 240g에 3,000원 정도입니다. 일반 어린이용 치즈의 가격은 5,000원을 넘기지 않는 것이 좋습니다.

Q. 과일 맛 큐브치즈가 출시된다면 소비자들의 선호도가 어느 정도일까요?

베트남에서 과일 맛 큐브치즈는 본적이 없습니다. 베트남에서 판매하는 큐브치즈는 주로 오리지널 맛이거나 바비큐 맛 등 짠 맛이 가미된 제품입니다. 일반 큐브치즈는 주로 어린이들이 많이 섭취하는데, 과일 맛 등의 단 맛이 첨가되면 어린이들이 더 좋아할 것 같습니다.

44) 사진자료: 에스마트(S Mart) 홈페이지 (s-mart.com.vn)

[참고문헌]

■ 참고자료

1. 「Cheese in Vietnam」, 유로모니터(Euromonitor), 2019.08
2. 「Preliminary result of Vietnam population and housing census 2019」, GENERAL STATISTICS OFFICE of VIETNAM, 2019.07.
3. 「Hapro wants to divest 35% of its capital in Seikamart supermarket chain, VN Express」, 2019.12.01.

■ 참고 사이트

1. 유로모니터 (www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center (www.trademap.org)
3. 외교부(www.mofa.go.kr)
4. 베트남 통계청 (www.gso.gov.vn)
5. 월드뱅크(www.worldbank.org)
6. 기업인베트남(Giadinhvietnam), Giadinhvietnam
7. 이십사에이치(24h), www.24h.com.vn
8. 엔엠제이비엣(NmjViet), www.nmjviet.com
9. 이십오픈플러스(25plus), 25plus.vn
10. 벨그룹(Belgroup-vietnam), belgroup-vietnam.anphabe.com
11. 엠알베이비(Mrbaby), mrbaby.com.vn
12. 지아오덕바토이바이(BAO GIAO DUC VA THOI DAI), giaoducthoidai.vn
13. 에스마트(S Mart) 홈페이지 (s-mart.com.vn)
14. 씨에스 푸드(CS Food) 홈페이지 (csfood.vn)
15. 하노이 골드몰(Hanoi Gold Mall) 페이스북 홈페이지 (www.facebook.com/pg/hanoigoldmall)
16. 남 안 마켓(Nam An Market) 홈페이지 (namanmarket.com)
17. 비보마트(Bibo Mart) 홈페이지 (bibomart.com.vn)
18. 베트남 식품의약청 (FDA) (www.fda.moph.go.th)
19. 베트남 관세청 (www.customs.go.th)
20. 베트남 공중보건부 (www.moph.go.th)
21. 베트남 농업협동조합부 (eng.moac.go.th)
22. 관세법령정보포털 (UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
23. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
24. 비보마트(Bibo Mart) 홈페이지 (bibomart.com.vn)
25. 남 안 마켓(Nam An Market) 홈페이지 (namanmarket.com)
26. 하노이 골드몰(Hanoi Gold Mall) 페이스북 홈페이지 (www.facebook.com/pg/hanoigoldmall)
27. 씨에스 푸드(CS Food) 홈페이지 (csfood.vn)
28. 에스마트(S Mart) 홈페이지 (s-mart.com.vn)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

29. 브이엔익스프레스(VN Express) 홈페이지 (vnexpress.net)
30. 콕마트(Co.opMart) 홈페이지 (co-opmart.com.vn)
31. 빅씨(Big C) 홈페이지 (bigc.vn)
32. 케이마켓(K-market) 홈페이지 (facebook.com/kmarketvietnam)
33. 롯데마트(Lotte Mart) 홈페이지 (lottemart.com.vn)
34. 콕마트닷브이엔(Coopmart.vn) 홈페이지 (coopmart.vn)
35. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) 홈페이지 (insideretail.asia)
36. 스피드롯데(Speed Lotte) 홈페이지 (speedlotte.vn)
37. 이온몰(Aeon Mall) 홈페이지 (aeonmall-vietnam.com)
38. 이마트(E-Mart) 홈페이지 (emart.com.vn)
39. 빈마트(VinMart) 홈페이지 (vinmart.com)
40. 박화선(Bach Hoa Xanh) 홈페이지 (bachhoaxanh.com)
41. 파플루앗(Phaplumat) 홈페이지 (plo.vn)
42. 다우뚜(đầu tu) 홈페이지 (baodautu.vn)
43. 세이카마트(Seika Mart) 홈페이지 (seikamart.vn)
44. 베트남인베스트먼트리뷰(Vietnam Investment Review) 홈페이지 (vir.com.vn)
45. 사쿠코스토어(Sakuko Store) 홈페이지 (sakukostore.com.vn)
46. 브이엔이코노미(VnEconomy) 홈페이지 (vneconomy.vn)
47. 베트남넷(Vietnamnet) 홈페이지 (vietnamnet.vn)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2019.12.20.

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는
저작권법에 의하여 금지되어 있습니다. 본문 내용 중 문의사항이나
개선할 사항에 대해서는 aT 한국농수산물유통공사로
연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

