

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1902-04


품 목 : 숙취해소음료(Anti-Hangover Drink)

국 가 : 베트남(Vietnam)

- 본 보고서는 숙취해소음료를 제조하는 동해바이오의 의뢰에 따라 베트남으로의 숙취해소음료 수출을 위한 개괄적인 시장현황을 파악하기 위하여 작성되었음
- 해당업체의 요청사항을 고려하여 베트남의 수출 환경, 강장제 시장 현황, 시장 트렌드, 통관 및 제도 등 베트남으로 수출 시 고려해야 하는 전반적 사항에 대한 조사를 진행함

Contents

I. 국가 정보 및 시장 통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 강장제 산업 현황	10
3. 수출입통계	14
II. 시장 트렌드	15
1. 소비 트렌드	17
2. 제품 트렌드	18
3. 유통 트렌드	19
III. 통관 및 제도	23
1. 통관 및 검역	26
2. 인증정보	36
3. 라벨링	38
4. 위생규정	41
IV. 경쟁제품	44
1. 경쟁제품 선정	45
2. 경쟁제품 분석	47



V. 경쟁사	54
1. 경쟁사 선정	55
2. 경쟁사 분석	56
VI. 유통채널	60
1. 유통채널 개황	61
2. 주요 유통채널 분석	63



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 강장제 산업 현황
3. 수출입통계

국가 개요

인도차이나반도 중부에 위치하며 북쪽으로 중국, 서쪽으로 리오스 및 캄보디아와 국경을 접하고 있으며 동쪽으로는 바다를 면하고 있는 사회주의 공화국임

베트남 전쟁 후인 1975년부터 베트남 공산당이 정권을 주도하고 있으며, 1990년대의 경제 자유화와 2007년 세계무역기구(WTO) 가입 이후 급격한 경제성장을 경험하고 있음

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

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

주요 정보

- ▶ 국명: 베트남 사회주의 공화국
(The Socialist Republic of Vietnam)
- ▶ 수도: 하노이
- ▶ 인구: 95.5백만 명
- ▶ 면적: 33.1만 km² (한반도의 1.5배)
- ▶ 공식어: 베트남어
- ▶ 주요 도시: 하노이, 호치민, 하이퐁, 다낭, 켄터
- ▶ GDP: 2.152억 달러 (2017년도)
- ▶ 1인당 GDP: 2.253억 달러 (2017년도)
- ▶ 경제성장률: 6.8% (2017년도)
- ▶ 화폐단위: 베트남 동(VND)
- ▶ 인터넷 사용률: 53%



자료: 「Country Insight Snapshot Vietnam April 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.4.13.

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

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망²⁾

	등급	등급전망
	DB5	긍정적

자료: 「Country Insight Snapshot Vietnam April 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.4.13.

□ 주요 전망

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

자료: 「Country Insight Snapshot Vietnam April 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.4.13.

2) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 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 (자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet)

□ 주요 거시경제 지표

- 재정수지, 인프라 및 복지비용 등 정부지출 확대로 적자 기조 유지
 - 2018년에는 간접세·소득세·법인세 등 세수 확대에도 인프라 개발, 복지비용 증가, 정부 부채 이자 지급 등으로 전년과 같은 -6.0%를 유지할 것으로 전망
 - 부채상환비율³⁾은 수출 호조로 4% 미만의 비교적 건전한 수준을 유지하고 있으며, 수출 확대, 외국인투자 및 경상수지 흑자 유입 증가 등에 따라 당분간 대외지급능력은 양호한 수준을 유지할 것으로 예상
 - 다만, 공공부채 비율이 60.7%로 베트남 정부가 설정한 상한선인 65%에 육박하고 있어 인프라 확충 등을 위한 정부지출 증가가 제한되고 있음
- 물가상승률은 2017년 3.5%에 이어 2018년 4.0%로 지속적 상승 추세
 - 2017년에는 유가 상승에 따른 교통비 상승, 공공서비스 요금 인상 등으로 소비자 물가상승률이 전년 대비 0.8%p 상승한 3.5%. 2018년에는 전년 말 전기요금 인상 효과 지속 등에 따라 4.0% 수준을 기록할 전망
- 경제성장률 6% 이상을 기록하며 당분간 높은 성장세 유지 전망
 - 제조업 부문의 수출 호조와 견고한 내수 소비 및 외국인투자 유입 증가로 6%대 경제성장률이 지속될 것으로 예상되며, 특히 2018년에는 전년도 기저 효과에 힘입어 7.2%의 높은 경제성장률을 기록할 것으로 전망됨

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지비율 ⁴⁾	0.5	4.1	3.1	2.3	2.2	2.4	2.6	2.6
부채상환비율	3.8	3.9	3.9	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8
물가상승률	0.6	2.7	3.5	4.0	4.0	4.5	4.5	4.0
경제성장률	6.7	6.2	6.8	6.5	6.5	6.0	6.0	6.0

자료: 「Country Insight Snapshot Vietnam April 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.4.13.

3) 부채상환비율(Debt Service Ratio, DSR): 해당연도의 수출 대비 원금과 이자를 합친 부채를 백분율로 표시한 수치. 부채상환비율은 국가 한 국가의 부채 정도를 나타내는 지표로 쓰이며 부채상환비율 전망을 도출하기 위해 수출액에 대한 전망이 필요함
 4) 경상수지비율: GDP 대비 경상수지 비율을 의미함

□ 무역통상 환경

- 2018년 1분기 이례적으로 높았던 경제성장률은 전년 동기 악천후와 베트남 최대 투자기업인 삼성의 문제로 인해 약화되었던 성장세가 반등 전환한 것으로 분석됨. 2019년 성장률은 기저효과 약화로 인해 전년에 대비하여 낮아질 것으로 예상하나, 강한 성장세는 지속될 것으로 전망
- 베트남 경제성장의 핵심동력인 수출은 세계적인 경제호황과 외국인 직접투자(FDI)의 활성화에 따라 크게 증가할 것으로 전망
- 2018년 국내 총생산량 (GDP) 대비 재정적자는 6%에 지나지 않으나, GDP 대비 국가 채무 비중이 60%에 달하는 점을 고려할 때 위험한 수준
 - 경제성장과 원유생산 등 세수 증가에도 불구하고 법인세 인하, 각종 인프라 및 사회복지 부문 대한 재정지출 확대로 재정수지 적자
- 인프라와 부정부패, 관료주의에 따른 행정처리 비효율성
 - 국제투명성기구의 2016년 부패인식지수에서 베트남은 조사대상국 176개국 중 인도(79위), 중국(79위), 필리핀(101위)보다 낮은 113위
 - 세계은행 Doing Business 2018년 보고서에 따르면, 기업경영여건은 190개국 중 68위를 기록, 전년(82위) 대비 상승하였으나, 여전히 복잡한 행정 절차로 인해 행정처리에 상당한 시간 소요
- 중국과 대외 관계 악화 가능성
 - 중국은 베트남의 제1위 교역국이나 1979년 중국-베트남 전쟁 등 역사적으로 중국과 잦은 분쟁을 겪었고 남중국해를 둘러싼 분쟁이 지속되고 있음
 - 특히 2009년 해상 국경선 문제로 일부 해역에 대한 영유권 분쟁 심화, 2014년 분쟁 지역 석유탐사 개시에 따른 관계 악화 등 반중 정서 팽배⁵⁾

5) 「국가신용도 평가리포트」, 한국수출입은행, 2018.02

□ 위험 및 기회요소

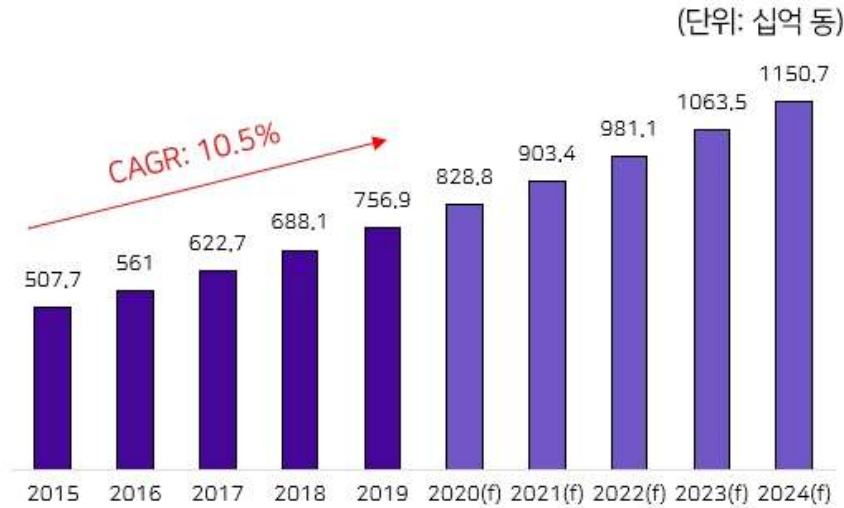
구 분	세 부 내 용
위험	<ul style="list-style-type: none"> - GDP 대비 65%에 달하는 재정부채로 투자 불확실성 잔존 - 대도시에 구매력이 집중된 경제 구조 - 외국인 투자자에게 99년간 토지 임대를 허용하는 것을 골자로 한 신규 특별경제구역 3곳 건설 계획 발표에 따라 6월 초 수도 하노이에서 반중국 시위 확산 - 남중국해 영유권 분쟁으로 대중 관계 악화 가능성 잠재 - 낮은 국영기업 운영 효율성 및 은행 시스템 비선진화
기회 요소	<ul style="list-style-type: none"> -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

2. 강장제 산업 현황

□ 시장 규모

- 최근 5년간(2015-2019년), 강장제⁶⁾의 매출액이 연평균 10.5% 증가하여 2019년 7,569억 동(약 384억 5,000만 원)⁷⁾을 기록함
- 향후 5년간(2020-2024년), 강장제 매출액의 연평균 증가율은 8.5%를 기록하여 2024년 1조 1,507억 동(약 584억 5,556만 원)의 매출액 규모에 달할 것으로 전망됨

표 1.1 강장제 매출 동향과 전망(2015-2024(f)년)



자료: Euromonitor International

※ 참고: 베트남 강장제 시장 규모 및 전망(달러 환산액)

(단위: 백만 달러)

연도	2015	2016	2017	2018	2019	2020(f)	2021(f)	2022(f)	2023(f)	2024(f)
시장 규모 (백만 달러)	23.4	25.5	27.8	30.4	32.8	35	37.3	39.5	41.9	44.3

자료: Euromonitor International

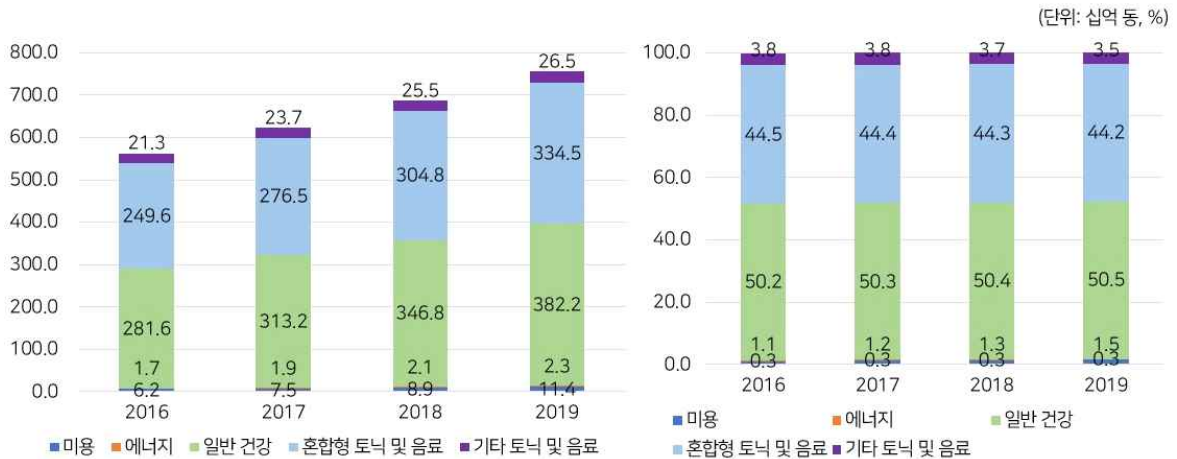
6) 베트남의 숙취해소음료 시장 여건상 숙취해소음료에 해당하는 시장 데이터 집계가 불가한 것으로 확인함. CJ HealthCare의 컨디션(Condition)이 Tonics 품목으로 분류되는 바, 강장제 시장 분석을 통해 숙취해소음료 시장 규모를 파악함

7) KEB하나은행 매매기준율, 2020.1.28.

□ 유형별 시장 현황

- 숙취해소 기능에 따른 강장제 시장은 아직까지 미미한 편으로 파악됨
 - 기능별 강장제의 매출액을 분석한 결과, 숙취해소 기능의 강장제 매출 점유율이 미미한 규모로 시장을 형성하는 초기 단계로 파악됨
 - 숙취해소의 경우 뷰티, 원기, 일반 건강, 혼합 기능에 해당하지 않는 기타 기능으로 분류됨
 - 기타 기능의 강장제 매출액은 2019년 기준 3.5%의 매출 점유율(약 265억 동)을 차지함

표 1.2 유형별 강장제 매출 규모(2016-2019년)



자료: Euromonitor International

□ 건강보조제 유통구조

- 강장제 시장 유통구조를 파악하기 위해 강장제가 분류되는 상위 시장인 건강보조제 시장을 중심으로 추정⁸⁾
- 건강보조제가 가장 많이 유통되는 채널은 비식품특판점으로 약국과 드럭스토어를 통한 매출액 비중이 2017년 기준 약 63.8%에 달할 전망
- 현대적 식품소매점을 통한 건강보조제 매출액의 최근 5년(2013~2017년) 연평균 증가율은 24.0%를 기록하였으며, 하이퍼마켓과 슈퍼마켓이 주 채널로 분석됨
 - 2016년 기준 대형마트 약 800개, 쇼핑센터 약 150개, 편의점 및 미니마트 약 2,000개의 현대적 소매유통 채널이 존재하며, 미니마트와 편의점의 급성장이 베트남 소비패턴의 변화를 주도

8) 강장제 시장의 유통 데이터를 파악하기 어렵기 때문에 상위시장을 중심으로 유통규모를 파악하고자 함

- 무점포소매점의 매출액 비중은 최근 5년간(2013~2017년) 연평균 10.5% 감소
 - 건강보조제의 주요 유통채널 중 하나인 직접 판매는 2013년 기준 47%의 비중을 차지했으나 이후 지속적으로 감소하여 2017년에는 24.9%를 기록함

표 1.3 유통채널별 건강보조제 매출액 비중 추이(2013-2017년)

(단위: %)

구 분	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 증가율
1. 점포소매점	43.7	44.2	45.8	56.5	63.8	9.9%
1) 식품소매점	3	3.2	3	5.6	7.1	24.0%
① 현대적 식품소매점	3	3.2	3	5.6	7.1	24.0%
- 편의점		-	-	-	-	-
- 할인마트		-	-	-	-	-
- 하이퍼마켓	2.7	2.8	2.7	5	6.3	23.6%
- 슈퍼마켓	0.4	0.4	0.3	0.6	0.9	22.5%
② 전통적 식품소매점	-	-	-	-	-	-
2) 비식품특판점	40.7	41	42.8	50.9	56.6	8.6%
① 건강 관련 제품 특판점	40.7	41	42.8	50.9	56.6	8.6%
- 뷰티특판점	-	-	-	-	-	-
- 전문의약품소매점(약국)	30.9	31.4	33.2	36.8	41	7.3%
- 드럭스토어	9.3	9.1	9.2	13.5	15.2	13.1%
- 기타 헬스케어 특판점	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.0%
② 기타 비식품 특판점	-	-	-	-	-	-
2. 무점포소매점	56.3	55.8	54.2	43.5	36.2	-10.5%
- 자판기		-	-	-	-	-
- 홈쇼핑	3.7	3.5	3.2	3	2.9	-5.9%
- 온라인판매	5.5	6.8	7.5	8.3	8.5	11.5%
- 직접판매	47	45.5	43.5	32.3	24.9	-14.7%
총합	100	100	100	100	100	0.0%

자료: Euromonitor International

□ 경쟁 동향

- 최근 시장이 형성되고 있는 숙취해소음료 시장은 몇 개의 수입산 제품들이 시장에 유입되었으며 각 기업별로 시장규모를 파악하기 어려운 단계임
 - 숙취해소음료 시장이 발달한 일본과 한국산 제품 중심으로 수입되고 있는 것으로 확인됨

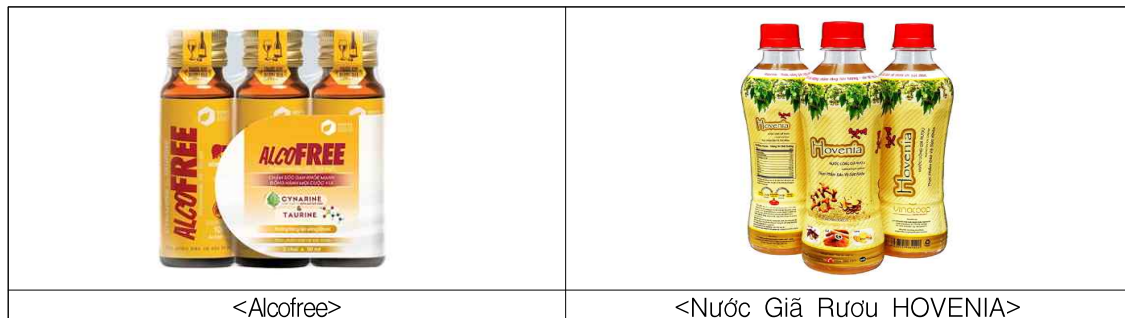
표 1.4 수입산 숙취해소음료

기업명	브랜드명	이미지	특징
CJ HealthCare	Condition		<ul style="list-style-type: none"> - 현지 수입업체는 MetFoods - 약국, 편의점, 마트 등 다양한 유통 채널을 통해 판매 중 - 헛개나무 추출물이 주요 성분
ZERIA	Hepalyse W		<ul style="list-style-type: none"> - 동일 브랜드의 환 또한 유통 중 - 현지 수입업체는 dược phẩm 3/2 - 강황 추출물이 주요 성분
House Wellness Foods	Ukon No Chikara		<ul style="list-style-type: none"> - 현지 수입업체는 Gió Mậu Dịch Rờng Xanh - 강황 추출물이 주요 성분

자료: 현지조사원

- o 최근 베트남 시장에서도 숙취해소음료의 매력도가 상승하면서 “숙취해소” 기능을 주요 광고 컨텐츠로 사용하는 베트남산 제품이 등장함
- Alcofree는 일본계 기업인 Rohto-Mentholatum Co., Ltd에서 2017년에 첫 출시했으며⁹⁾, Vinaco-op은 2016년 2월 한국산 헛개나무를 원료로 숙취해소음료 ‘Nước Giã Rượu HOVENIA’를 출시¹⁰⁾, 두 음료 모두 숙취해소용으로 제품을 포지셔닝한 것이 특징

그림 1.2 베트남산 숙취해소음료



자료: 각 사 홈페이지

9) tuoitre(2017.04.27.)

10) DoanhNha Saigon(2016.02.24.)

3. 수출입통계

□ 숙취해소음료의 수출입 통계 기준 설정

- 숙취해소음료의 수출입 통계 분석을 위해 HS 코드를 분석 지표로 설정하고자 했으나, 숙취해소음료에 특화된 HS 코드가 부재하여 수출입 통계분석이 불가능한 것으로 파악됨¹¹⁾
 - 수출입 통관을 목적으로 숙취해소음료를 분류하는 한국과 베트남의 HS 코드는 표 1.5와 같음
 - 한국과 베트남의 HS 코드는 '설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료 중'에서도 분류가 어려운 기타 품목을 포괄하기 때문에 숙취해소음료의 수출입 통계 분석을 위한 지표로 선정하기 어려움

표 1.5 숙취해소음료의 국가별 HS 코드 분류

국가	HS CODE	품명
글로벌	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
한국	2202.99.9000	기타
베트남	2202.99.90	기타

자료: 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 대한민국 관세청(www.customs.go.kr)

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



II. 시장 트렌드

1. 소비 트렌드
2. 제품 트렌드
3. 유통 트렌드

시장 트렌드 개요

1. 소비 트렌드

- ❖ 맥주 소비량 증가는 숙취해소제 시장 확대의 기회로 작용할 것
- ❖ 숙취해소보다 간기능 개선 및 해독이라는 개념과 친밀

2. 제품 트렌드

- ❖ 스포츠 음료는 실질적인 숙취해소 기능을 하지 못하고 부작용을 유발한다는 인식이 지배적
- ❖ 한국의 컨디션은 현지 물가 대비 고가임에도 인기

3. 유통 트렌드

- ❖ 약국을 통한 판매 활성화, 최근 편의점을 통한 판로 확대
- ❖ 보완재인 주류제품과 인접한 곳에 진열

1. 소비 트렌드

□ 맥주 소비량 증가는 숙취해소제 시장 확대의 기회로 작용할 것

- 1인당 맥주 소비량 증가는 숙취해소음료의 인기를 견인하는 요인으로 작용함
 - 베트남 산업통상부(Ministry of Industry and Commerce)에 따르면 2016년 베트남의 맥주 소비량은 3,788백만 리터를 기록했으며 국민 1인당 42리터를 소비하여 전년 대비 4리터 증가¹²⁾, 세계 10위 규모의 맥주 소비시장으로 성장함¹³⁾
 - 2008~2016년, 베트남은 아시아국가 중 국민 1인당 맥주 소비량 8위에서 3위로 상승하였으며 향후 4년 이내에 4십억 리터를 상회할 것으로 전망되고 있음
- 맥주 소비량 증가는 최근 2~3년간 숙취해소음료의 판매량이 급증한 일부 요인으로 추정됨

□ 숙취해소보다 간기능 개선 및 해독이라는 개념과 친밀

- '숙취해소'라는 용어를 시장에서 홍보 문구로 채택하여 사용된지 3년¹⁴⁾ 남짓으로 아직 시장 분화가 이루어지지 않은 것으로 파악됨
 - 간기능 개선제 및 해독제와 같은 개념과 혼용되어 시장이 형성되어 있으며 소비자의 인지도가 낮은 '숙취해소제'라는 개념의 채택은 시장 장벽으로 작용할 가능성이 있음
- 시중에 음주 후 해독기능을 광고하는 제품들이 활발하게 출시되고 있으나, 실상 B1, B6, B12, 글루타민산을 주요 성분으로 제조된 기능성 식품일 뿐 알코올 해독제에 대한 근거는 밝혀진 바 없어 과대광고의 문제점이 지적됨¹⁵⁾
- 효과적인 숙취해소제에 대한 시장의 수요가 성장하는 만큼 제품을 검증하고 소비자 학습이 필요한 정착화 과정을 겪을 것으로 전망됨

12) VNEXPRESS(2017.03.06.)

13) 농식품수출정보(2018.06.27.)

14) 식품외식경제(2018.05.29.)

15) tuoitre(2018.10.26.)

2. 제품 트렌드

□ 스포츠 음료는 실질적인 숙취해소 기능을 하지 못하고 부작용을 유발한다는 인식이 지배적

- 숙취해소음료가 발달하지 않은 시장을 중심으로 숙취해소 대응으로 자리잡은 스포츠음료와 에너지음료는 건강상 부작용을 초래한다는 인식이 보편적
 - 과거 숙취해소를 목적으로 스포츠음료와 에너지음료 등을 섭취했으나 부작용에 대한 잇따른 매체 보도로 인해 소비자들은 숙취해소 목적의 스포츠음료 소비를 지양하기 시작함
 - 현지 보도는 대응 음료에 함유된 카페인과 사포닌 성분이 신경계를 촉진시켜 인지 기능을 자극한 결과 취하지 않았다는 느낌을 받도록 하고 더욱 과음하도록 유도하여 건강상 부작용을 유발한다는 내용을 골자로 함¹⁶⁾
 - “제품 구매시, 숙취해소 느낌만 주고 간해독이나 보호기능이 없는 제품인가 의심하게 됨”(현지 소비자 인터뷰 中)

□ 한국의 컨디션은 현지 물가 대비 고가임에도 인기

- CJ HealthCare의 숙취해소음료 컨디션은 베트남 수출 초기 과정에서 고가의 가격 설정이 논란이 됨¹⁷⁾
 - 2013년 말 베트남 수입업체 Metfood는 CJ HealthCare와의 수입 협상을 진행하면서 전통술 한병가 기준 약 15,000~20,000동(약 734~978원)이 형성된 베트남 시장 여건상 컨디션 한병의 판매가를 50,000동(약 2,445원)으로 설정하는 것에 대한 의견을 제기함
 - * 2019년 2월 현지조사 결과, 슈퍼마켓 49,900동, 한인마트 84,000동, 약국 50,000동에 판매현황 확인
- 시장 성장 가능성을 낙관적으로 판단하여 고가로 수입을 추진한 결과, 수입 초기인 2014년 월평균 판매량 2,000개로 지지부진했던 성적이 2018년 50,000~60,000개의 판매량을 기록하면서 성공적인 시장 진입 성과를 거둠

16) Thanhnien(2017.03.23.), Dan Tri(2013.12.24.)

17) Vietnam Biz(2018.04.16.)

3. 유통 트렌드

□ 약국을 통한 판매 활성화, 최근 편의점과 슈퍼마켓을 통한 판로 확대

- 베트남 소비자는 숙취해소음료를 강장제의 일종으로 인식하면서¹⁸⁾ 식품 소매점보다 약국을 통한 판매가 활성화되었으나 최근 제품군의 경계가 무너지면서 일반 대형마트로 판로가 확대됨
 - 일반 음료로 포지셔닝하는 숙취해소음료가 활발하게 출시되면서 강장제로 인식되던 숙취해소음료도 슈퍼마켓으로 입점되기 시작함

□ 숙취해소음료는 보완재인 주류제품과 인접한 곳에 진열

- 숙취해소음료는 주류 소비 시 자연스러운 추가 소비가 예상되는 보완재 품목으로서의 제품 진열 전략을 취한 것으로 파악됨
 - 한국과 일본계 슈퍼마켓(AEON, Lotte Mart)과 한인마트로 입점이 활발하여 해당국의 진열방식에서 착안했을 가능성이 있음




그림 2.1 숙취해소음료 진열 현황




자료: 현지 조사원

18) Thanhnien(2017.03.23.)


❖ [현지 소비자 인터뷰]

구분	소비자		
질문	 <40대 중반>	 <50대 중반>	 <30대 중반>
Q1: 제품 구입 시, 고려 요소는 무엇입니까?	효능, 맛, 제형	가격, 브랜드, 맛	원산지 - 베트남산을 선호하지 않음
Q2: 언제 제품을 구매하십니까?	손님과 회사의 파트너를 접대할 때	구매해 본 적 없음	구매해 본 적 없음
Q3: 주로 어디에서 제품을 구매하십니까?	한인마트	구매 경험 없음	구매 경험 없음
Q4: 얼마나 자주 제품을 구매하십니까?	가끔 - 한 번에 박스째로 구매하기 때문에 자주 구매하지 않음	구매 경험 없음	구매 경험 없음
Q5: 선호하는 제품?	레디큐	구매 경험 없음	구매 경험 없음
Q6: 한국산 제품을 구매할 의사가 있습니까?	네 - 베트남에도 전통 숙취해소음료가 있지만 제조과정이 복잡한 편이라 간편하게 섭취할 수 있는 한 국산을 선호함	네 - 술을 많이 마셔야 할 일이 있다면 구매해보고 싶음	원산지와 별개로 숙취해소음료를 구매할 의사가 없음
Q7: 기타 코멘트?	휴대성도 좋고 포만감도 없는 젤리형 제품 (레디큐) ¹⁹⁾ 을 선호함	-	-

19) 젤리형의 숙취해소제 레디큐는 현재 베트남 정식수입되지 않으나, SNS를 통한 판매 등 비공식 경로를 통한 유통 정황이 확인됨

구분	소비자		
질문	 <30대 초반>	 <30대 후반>	 <40대 초반>
Q1: 제품 구입 시, 고려 요소는 무엇입니까?	효능, 가격, 원산지	원산지, 평판	브랜드
Q2: 언제 제품을 구매하십니까?	술을 마셨을 때	음주 전	구매 경험 없음
Q3: 주로 어디에서 제품을 구매하십니까?	마트, 편의점	마트	구매 경험 없음
Q4: 얼마나 자주 제품을 구매하십니까?	가끔	가끔	구매 경험 없음
Q5: 선호하는 제품?	없음	Liver detox - 알코올 분해 혹은 숙취해소보다는 간해독 목적으로 복용 중	구매 경험 없음
Q6: 한국산 제품을 구매할 의사가 있습니까?	효능이 좋고 가격이 합리적이라면 구매하고 싶음	아니요	네 - 술을 많이 마셨을 때 구매해보고 싶음
Q7: 기타 코멘트?	-	제품 구매 시 숙취해소 느낌만 주고 간해독이나 보호기능이 없는 제품인가 의심하게 됨	-

❖ [현지 유통채널 직원 인터뷰]

구분	담당자
질문	Q: 숙취해소음료의 시장 트렌드
 <Pharmacy 약사>	- 숙취해소음료를 구매하는 소비자는 남성이 대부분임 - 약국에서 판매하는 숙취해소제는 Condition과 Hepalyse W 두 가지인데 Hepalyse W는 알코올 분해 혹은 숙취해소 뿐만 아니라 간세포 보호나 간세포 손상을 예방하기 때문에 손님한테 더 많이 권유하는 편임 - 그 외에 많은 소비자들이 가격이 저렴하고 베트남 전통 약초성분이 함유된 Cà gai leo Tuệ Linh를 숙취해소 목적으로 찾음

❖ [현지 조사원 의견]

시장 수준과 소비자 인식 간의 불균형

베트남 현지조사 결과, 한국의 CJ(주) 제품인 컨디션(Condition)이 대형마트, 편의점, 약국 등 대부분의 마트에 입점되어 있는 것으로 확인되었으며 Hepalyse와 Alcofree 역시 다양한 판로를 통해 활발하게 판매 중임을 확인함. 이미 시장 성장 저변이 형성되어 있는데 반해 소비자의 인식은 과거에 머물러 있는 수준임. 숙취해소음료 제품에 대한 인지도가 낮을 뿐만 아니라 숙취해소음료의 장점에 대한 이해 수준도 낮은 편임.(취하려고 마시는 술이기 때문에 숙취해소음료가 필요없다는 응답이 있었음)

전통적 숙취해소 요법은 완제품에 대한 장벽으로 작용할 가능성

베트남에는 숙취해소의 민간요법으로 라임주스, 칩즙, 코코넛 주스, 생강, 꿀을 혼합하여 마시는 문화가 있음. 보편적으로는 집에서 직접 제조해 마시거나, 이동식 주스가게에서 구매하는 것으로 인식하고 있기 때문에 완제품인 숙취해소제를 얼마나 친숙하게 수용할지에 대한 고민이 필요함

한국의 숙취해소 약초성분에 대한 이해 부족

베트남 소비자들은 라임, 칩, 생강, 코코넛, 아티초크를 숙취해소에 효과적인 식품으로 생각하는 경향이 있음. 그러나, 수입산 숙취해소음료의 경우 헛개나무와 강황이 대표적으로 사용되고 있고 베트남 소비자들에게는 생소하거나 다른 효능으로 인식되고 있는 식품이라는 점을 반드시 알 필요가 있음. 헛개나무는 베트남에는 없는 원료이기 때문에 소비자의 학습이 필요할 것으로 파악되고, 이를 위한 비용이 투입되어야 할 것으로 보임. 또한, 강황의 경우는 위장병과 미백에 효과적인 원료로 인식되고 있는 만큼 숙취해소와 연관성을 확대시키기 위한 노력이 필요할 것으로 보임



Ⅲ. 통관 및 제도

- 1. 통관 및 검역**
- 2. 인증정보**
- 3. 라벨링**
- 4. 위생규정**

통관 및 제도 개요

❖ 베트남 가공식품 수입통관 절차

베트남으로 가공식품을 수입하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐

번호	절차	주요 내용	관할 기관
1	수입신고 준비	<ul style="list-style-type: none"> - 식품안전규정에 관한 적합성 선언(AC) 등록 - 식품안전규정 및 식품첨가물 규제 확인 	베트남 보건부 소속 식품관리청
2	수입신고	<ul style="list-style-type: none"> - 수입 신고 - 필요서류 제출 	베트남 산업무역부 관할 세관
3	물품 검역 검사	<ul style="list-style-type: none"> - 검역 혹은 검사 절차 	보건부 혹은 공공의료위생원
4	관세 납부	<ul style="list-style-type: none"> - 관세 등 납부 - 품목에 따라 특별소비세 부과 	관할 세관
5	물품 반출	<ul style="list-style-type: none"> - 수출관세, 수입관세, 부가가치세 환급 대상 - 관세는 관세청, 부가가치세는 세무국에 신청 	관세청 세무국

자료: 베트남 관세청

❖ 베트남 HS CODE 2202.99.90

HS CODE	구 분	관세율	원산지 기준(PSR)
2202.99.90 숙취해소음료	최혜국 (Most favored nation, MFN)	20%	-
	한-ASEAN 무역협정 (AKFTA)	0%	역내가치포함비율이 상품의 FOB가격의 40% 이상인 것. 다만, 제1211.20호 및 제1302.19호에 해당하는 물품의 재료는 어느 당사국의 영역에서든 완전 획득되거나 생산된 것에 한정한다.
	한-베트남 무역협정 (VKFTA)	0%	체약당사국 내에서 발생한 부가가치가 40% 이상일 것(소호 제 1211.20호에 해당하는 재료는 체약당사국의 영역에서 완전 생산된 경우에 한정한다)

❖ 베트남 부가가치세 정보

부가세(Value Added Tax) 10% 부과

❖ 베트남 관세율 확인 방법

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

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

❖ 인증정보

인증명	발행기관	성격	제출서류
식품안전관리인증 (HACCP)	한국식품과학연구원	권장인증	<ul style="list-style-type: none"> - 영업허가(신고)증 사본 - 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위생요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부
식품안전경영 시스템(ISO22000)	한국품질보증원, AFAQ, EAQA	권장인증	<ul style="list-style-type: none"> - 심사 신청서 - 사업자등록증

❖ 라벨링

베트남 보건부(MOH, Ministry of Health)의 신 라벨링 규정(Decree 43/2017/ND-CP의 제10조에 따라 건강보조식품의 라벨링 표기 필수사항을 다음과 같이 명시함

- 제품명, 제조사 및 유통업체, 원산지, 중량, 유통기한, 성분&영양함유량, 섭취 및 보관 방법, 영양 및 기능 정보, 주의사항

❖ 위생규정

베트남 보건부(MOH, Ministry of Health)의 식품첨가물의 2018년 12월 15일부터 발효되는 신 사용기준규정과 중금속 오염에 대한 국가기술기준(QCVN 8-2: 2011/BYT)에 따라 식품첨가물 기준과 중금속 기준을 준수해야 함

1. 통관 및 검역

1) 수출입 통관 절차

- o 베트남의 숙취해소음료 수입절차는 다음의 절차로 진행됨

그림 3.1 숙취해소음료의 수입 절차



□ 사전절차

(1) 수입자 등록

- o 모든 가공식품은 베트남 보건부(MOH)와 같은 관할 기관에 식품 안전 규정에 대한 적합성 선언(Announcement of Conformity, 이하 AC)에 등록해야 함
 - 적합성 선언(AC) 등록 시 1) HACCP, ISO 22000 또는 이와 동등한 위생시설 인증서, 2) 분석 증명서(Certificate of Analysis), 3) 자유판매증명서가 필요함

(2) 자유판매증명서 발급

- o 수출 식품이 제조국에서 자유롭게 판매되는 데 이상이 없음을 증명하는 목적으로 베트남 보건부 식품관리청에 수입 식품 등록 시 필요한 서류임
 - 「수출품 및 수입품에 적용되는 에 관한 결정(Certificate of Free Sale No.10/2010/QD-TTg)」에 따라 베트남 보건부가 관할하는 기능성식품, 미량(微量)

영양소, 보조식품, 식품첨가물, 음용수, 광천수의 수입에 있어서 수출국이 발행한 자유판매증명서(Certificate of Free Sale: CFS)의 제출이 필요

- 한국에서는 식품의약품안전처가 영문으로 발행하며 ‘자유판매증명’ 이라 함은 식품위생법령의 규정에 따라 관리되는 제품으로 수출국에서 제한 없이 판매되고 있는 제품임을 증명하는 것을 의미
- 국가기관 발급서류로 변호사 공증절차는 필요 없으나 외교부 영사확인과 주한 베트남 대사관의 인증을 받아야 함

표 3.1 자유판매증명서 관련 사항

구분	내용
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> - 수출신고필증 - 식품 등의 제조·가공업 영업허가(신고서) 사본 1부 - 수출제품품목제조보고서 사본 1부(다만, 기구, 용기, 포장에 대해서는 분석 증명서) - 분석증명서 원본(영문) 1부
비용	무료
소요기간	약 3일
유효기간	3년
증명서 언어	영문
문의처	식품의약품안전처(1577-1255, www.mfds.go.kr)

(3) 식품안전위생규정

- o 회사, 가정 및 개인이 식품을 수입하려면 관할 국가기관의 식품위생과 안전 요구사항을 충족하는 위생 증명서가 있어야 함
 - 수입 및 수출 식품은 베트남의 품질인증제도 운영과 상호 인정에 관한 조약을 체결한 관할 국가의 기관에 의해 식품위생 및 안전 요구사항을 충족하는 인증서를 구비하여야 함
 - 만약 베트남의 식품위생과 안전법의 조항에 위배되는 징후를 발견하는 경우 품질 관리 시스템은 검사할 수 있음
 - 기본적으로 베트남에 수입되는 식품은 베트남에서 생산되는 식품에 적용되는 일반적인 표준과 규정을 준수해야 함

- 식품은 조직적·개인적으로 생산하여 무역거래 시, 베트남의 표준, 국제적인 표준이나 수출국의 식품 안전법에 부합되면 일반적으로 수입이 허용됨
- o 식품에 관련된 제품이 베트남 시장에 유통되기 전 해당 식품들은 식품 안전에 대한 규정을 준수해야 함

표 3.2 식품안전규정 충족 조건

구분	내용
① 식품 안전에 관한 일반 조건	<p>병원성 미생물, 식물 살충제 잔류물, 수의학 약물 잔류물, 중금속, 오염 물질 및 인간의 삶에 해로움을 미칠 수 있는 다른 물질의 제한 규정과 기술 규정을 충족해야 함</p> <p>식품의 종류에 따라 다음 조항 중 하나 이상을 충족해야 함</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품첨가물 사용 규칙 - 식품 포장 및 라벨에 대한 규정 - 식품 보존에 대한 규정
② 신선식품에 관한 안전 조건	<p>수의학 법률에 따라 동물성 신선한 식품에 대하여 권한 있는 수의학 기관의 수의 증명서</p>
③ 가공식품에 관한 안전 조건	<p>식품 안전을 보장하고 고유의 특성을 유지할 의도로 만든 식품 재료는 인간의 건강에 유해한 제품을 만들어서는 안 됨</p> <p>시장에 유통되기 전에 식품 안전성을 공표해야 함. 생산 기업 및 개인은 직접 각 지방 성, 도시의 인문위원회에 관한 기관 측에 서류를 제출하거나 등기를 송부하여 해당 사실을 공표해야 함</p>
④ 식품첨가제 및 식품 가공 첨가제의 안전성 확보를 위한 조건	<p>식품첨가제 및 식품 가공 첨가제의 해당 기술 규정을 충족해야 함</p> <p>제품 라벨에 사용되는 경고문이나 첨부되는 문서는 제품의 원산지에 따라 영어나 다른 언어를 허용함</p> <p>목록에 있는 식품첨가제 및 식품 가공 첨가제는 보건부에 의해 식품 제조 사용의 허가를 획득해야 함</p> <p>유통 전 관할 기관에 등록해야 함</p>

(4) 식품첨가물 규제

- o 베트남 식품안전법²⁰⁾ 제 17조에 따라 식품첨가물은 1) 기술적 기준을 충족하고 법률 규정에 따를 것, 2) 식품 라벨 또는 첨부 자료에 베트남어 또는 제조지역의 언어로 적정사용 방법을 명기하고 있을 것, 3) 식품 제조, 운영에 관한 보건부 장관의 사용인가를 받은 식품첨가물 리스트에 기재되어 있을 것, 4) 유통에 앞서 규제에 따르고 있다는 취지의 등록을 당국에 할 것의 조건을 충족해야 함

20) 식품위생과 안전에 관한 법령 No.55/2010/QH12, 식품첨가물 관리에 관한 보건부 통지 No.27/2012/TT-BYT

- 상기 조건 중 세 번째에 해당하는 보건부 장관의 사용인가를 받은 식품첨가물 리스트는 “식품첨가물의 관리에 관한 보건부 통지(No. 27/2012/TT-BYT)” 부록 I 에 서 정하고 있음
- 부록 II에는 첨가물에 대한 최대 사용허용량(ML)이 기재되어 있음
- 동 통지에 기재되지 않은 식품첨가물의 사용, 판매, 수출입은 인정되지 않으며, 기 재되어 있지 않은 새로운 성분의 취급에 대해서는 보건부의 허가가 필요함

□ 수입신고

- 수입신고는 전자신고 또는 서면신고로 진행되며 물품을 하역하는 항만의 세관에서 통관 진행
 - 베트남에는 통관을 대행해 주는 관세사가 존재하나 거의 활성화되어 있지 않고, 주로 물류 업체를 통해 통관하거나 업체 전담 직원을 통해 진행되며 구비서류는 표 3.3과 같음

표 3.3 수입신고 시 제출서류 목록

구분	내용
1	수입허가증
2	원산지 증명서(FTA 세율 적용 위한 필수 서류)
3	수출계약서
4	세관신고서
5	선하증권(Bill of Lading)
6	화물보관 해제주문서(Cargo release Order)
7	상업송장(Commercial Invoice)
8	포장명세서(Packing List)
9	원산지 증명서(Certificate of Origin)

- 베트남 산업통상부(MOIT)의 시행세칙에서 정하는 물품에 대해서는 수입신고 전, 물 품의 하역 전에 자동수입허가(Automatic Import Licensing, 이하AIL)²¹⁾를 받아야 함
- 자동수입허가(AIL) 신청은 품목별로 하여야 하고, 발급 비용은 무료임
 - 숙취해소음료를 분류하는 HS 코드 2202.99.90호도 자동수입허가(AIL) 대상 품목에

21) 베트남 산업무역부(MOIT, Ministry of Industry and Trade)의 시행세칙(8)에서 정하는 화장품, 특정 플라스틱 제품, 도 자 · 유리 제품, 철강 제품, 기계 및 전자 제품, 차량, 가구류, 수산물, 각종 조제 식료품 등에 대해서는 수입신고 전, 물품의 하역 전에 자동수입허가(AIL)를 받아야 함

해당함

- 자동수입허가 신청을 위한 서류목록은 표 3.4와 같음

표 3.4 자동수입허가(AIL) 신청서류 목록

구분	내용
1	자동수입허가 신청서 2부
2	사업 등록 증명서(the business registration certificate), 투자허가서 또는 사업자 등록증 1부
3	수입 계약서 및 이에 상응하는 서류 1부
4	상업 송장(Commercial Invoice) 1부
5	신용장(L/C) 또는 대금 결제 관련 서류 또는 은행을 통한 송금 증명서 원본 1부
6	선하 증권(Bill of Lading) 1부

- 우편은 하노이 소재 산업무역부의 본부 또는 호치민에 위치한 산업무역부의 사무소로 송부해야 함. 산업무역부에 신청서가 접수된 날로부터 7 근무일 이내에 자동수입허가(AIL)가 발급되며, 발급된 자동수입허가(AIL)는 발급일로부터 30일간 효력을 가짐
 - 불충분하거나 유효하지 아니한 서류 제출 시, 산업무역부는 신청서상의 신청인 주소로 그 내용을 우편 통지함
 - 발급된 자동수입허가(AIL) 분실 또는 훼손 시, 신청인의 필요 서류 및 사유서 제출을 통해 재발급 받을 수 있음
- 수입신고서(전자, 서면신고 공통)는 신고일로부터 15일까지만 효력이 유지되며, 국경 관문에 도착한 날로부터 30일 이내에 신고해야 함

□ 검사 및 검역

- 베트남 보건부의 시행령 No.38/2012/ND-CP 제14조22)에 따라 공포한 「위생 및 안전성 감사가 의무화된 HS 코드별 수입식품에 관한 결정 No.818/QĐ-BYR」은 13개 품목을 수입검역이나 검사가 필요한 품목으로 정함
- 숙취해소음료는 기능성음료로서 베트남 수입 시 검역 대상에 해당되기 때문에 수출자는 사전에 한국 식품의약품안전처에서 발급하는 위생증명서를 준비해야 함

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

표 3.5 시행령 No.818/QD-BYT가 지정한 검역·검사대상 13개 품목

구분	내용
1	고기/어류의 조제품
2	동물성/식물성 유지(油脂)
3	우유 및 각종 유제품
4	설탕 및 각종 설탕과자
5	카카오, 카카오 성분을 포함한 각종 조제품
6	곡물/곡분/전분/우유조제품, 베이커리 제품
7	커피, 차, 후추
8	야채/과일로 만든 조제품
9	조미료
10	음료, 알콜음료, 식초
11	식품포장재
12	기능성 식품, 건강보호상품
13	식품첨가물

o 검역 및 검사를 위한 구비서류는 아래와 같음

- 검역검사등록서
- 검사제품이 해당하는 품질기준 사본
- 통관절차에 필요한 서류
- 품질기준이 공표되어 있지 않은 식품에 대해서는 지정된 검사기관 또는 제조자에 의한 검사보고서
- 기타 검사의 간략화를 요구하는 것이 가능할 경우에는 그 증빙서류

표 3.6 검역 및 검사 절차

구분	내용
1. 신고서류 제출	검사기관(보건부 또는 공공의료위생원)에 상품 도착 5일 전까지 서류 제출
2. 신고서류 심사	검사기관은 서류 심사 후 검사예정방법을 확인하고 검사일정을 통지
3. 식품 안전·위생 및 품질 검사	검사 실시(종류, 규격, 포장, 라벨, 수량, 상태 등)
4. 검사인증서 발급	샘플 분석 기초기준과 베트남 기준(TCVN)을 비교 후 결과 통지

o 세관에서는 화물 송장 등의 항목별 내용에 대한 정확성 여부 심사. 물품 검사는 보통 세관 통제 구역인 부두, 창고 등 지정된 장소에서 실시하며 특송업체(FedEx,

UPS, DHL 등)를 이용하여 문전배송되는 품목의 경우 세관원이 현장에 파견되어 검사

- 필수 검사/규격/인증을 받아 수입·판매되는 경우는 베트남 정부에서 지정하는 검사소에서 샘플을 검사한 후 적격 여부 판정

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

표 3.7 위험도에 따른 세관 분류와 심사 절차

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

o 관세법 30조에 따르면 농산물, 수산물 등 특정 품목 또는 장기간 통관 기록이 우수한 수출가공지역의 경우 검사 면제를 규정하고 있음. 일반 통관의 경우 10% 샘플 검사를 함. 통관/관세법 절차 위반 전력이 있는 수입자의 경우 전수 조사를 실시함

□ 관세 납부

o HS 코드 2202.99.90에 분류되는 간기능 보조제에 부과되는 기본세율은 20%이나, 원산지결정기준에 따라 한국산으로 판정된 물품에 대해서 한·베트남²³⁾, 한·ASEAN²⁴⁾ 관세율이 동일하게 0%로 적용됨

- 해당물품이 베트남 수입 통관 시 기본관세율 10%를 적용받는 것보다 FTA협정세율(0%)을 적용하는 것이 유리함. 다만, 원산지 결정기준을 충족해야 하며 직접운송 원칙을 준수해야 함

23) 한·베트남 FTA: 2012년 협상개시 이후 9차례 공식협상을 거쳐 2015년 12월 20일 발효. 한·베트남 FTA는 기존의 한·ASEAN FTA보다 상품자유화와 무역 촉진을 업그레이드한 FTA형태

24) 한·ASEAN FTA는 2007년 6월 1일에 발효. 한국산 수입물품에 대해 ASEAN 각 회원국이 부과하는 관세는 양허 유형에 따라 협정 발효와 동시에 철폐되거나 또는 인하 일정에 따라 순차적으로 철폐

표 3.8 숙취해소음료의 HS 코드 및 관세율

국가	HS 코드	제품 설명	관세율
베트남	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)	기본 관세율(MFN ²⁵⁾ : 20% 한-베트남 FTA협정세율: 0% 한-아세안 FTA협정세율: 0%
	2202.99	기타	
	2202.99.90	기타	

□ 물품반출 및 사후심사

- 물품은 수입자 등에 의해 작성된 납세신고가 적합하다고 판단되는 경우 검사 생략 (Paperless)으로 처리되고 반출됨
 - 납세신고서가 처리되고 예정 관세액을 납부한 후 물품 반출
 - 신고된 품목분류, 과세가격, 납부세액, FTA 원산지증명 등에 대한 사후 심사가 진행될 수 있음

25) 최혜국 대우(MFN, Most Favored Nation)

2) FTA 원산지 증명서

□ 베트남의 FTA 특이사항

- 베트남은 한-아세안 FTA(AKFTA)와 한-베트남 FTA(VKFTA) 두 가지 협정이 체결되어 있어 물품에 따라 선택적으로 적용이 가능함
- 이때, 특정 품목은 한가지 FTA만 적용되는 경우도 있고, 품목에 따라 두 가지 FTA가 양허하는 내용이 상이하므로, 양허대상품목 및 세율을 확인한 후 유리한 협정을 적용해야 할 것
 - 한-베트남 FTA를 적용하는 경우 특혜관세를 사후적용 기간이 1년이며, 한-아세안 FTA를 적용하는 경우 30일이므로 한-베트남 FTA를 적용하는 것이 유리함

□ FTA 협정세율 적용 요건 및 방법

- FTA의 특혜관세 혜택을 받기 위해서는 1) 원산지 결정기준과 2) 직접운송기준 조건을 충족해야 함
 - 표 3.9는 HS 코드 2202.99을 포함한 하위 HS 코드의 원산지 결정 기준임
 - 직접운송기준에 따라 체약 상대국이 아닌 제3국을 경유하거나, 제3국에서 선적된 경우에는 체약 상대국을 그 물품의 원산지로 인정하지 않음

표 3.9 원산지 결정 기준

FTA 협정	HS 코드	원산지 기준
한- 아세안 FTA	2202.99	역내가치포함비율이 상품의 FOB가격의 40% 이상인 것. 다만, 제1211.20호 및 제1302.19호에 해당하는 물품의 재료는 어느 당사국의 영역에서든 완전 획득되거나 생산된 것에 한정한다.
한- 베트남 FTA	2202.99	체약당사국 내에서 발생한 부가가치가 40퍼센트 이상일 것 (소호 제 1211.20호에 해당하는 재료는 체약당사국의 영역에서 완전 생산된 경우에 한정한다)

표 3.10 직접 운송 기준

구분	내용
개념	원산지 기준을 충족한 물품인 경우에도 체약 상대국이 아닌 제3국을 경유하거나, 제3국에서 선적된 경우에는 체약 상대국을 그 물품의 원산지로 인정하지 않음
주의사항	제3국을 경유하여 수입 당사국으로 운송된 경우: <ul style="list-style-type: none"> - 직접운송의 예외를 인정받기 위한 입증 책임은 특혜세율을 적용 받고자 하는 수입자에게 있으며, 제3국 경유가 지리적 또는 운송상의 이유이며, 제3국에서 추가 가공이 없었음 등을 입증해야 함 - 입증 서류로는 수출당사국에서 발행한 통과선하증권, 원산지 증명서 원본, 그 밖에 경유국 세관 당국에서 발행한 입증 서류 등이 있음 - 다만 이러한 서류들은 사후 입수가 어려울 수 있으므로 제3국 경유 시 입증 서류 준비에 차질이 없도록 각별히 주의해야 함


- o FTA 원산지증명서란 수출물품이 FTA 협정에서 정한 원산지기준을 충족하였음을 확인하는 서류로서 수입국에서 FTA 특혜관세를 적용받기 위해 통관 시 제출

표 3.11 원산지 증명서 발급 방법

구분	내용
발급기관	대한민국 세관, 대한상공회의소
필요서류	<ul style="list-style-type: none"> - 수출신고필증 사본(전산으로 확인할 수 있는 경우에는 제출을 생략 가능) 또는 이에 갈음하는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 서류 - 송품장 또는 거래계약서 - 원산지확인서(최종물품에 대한 원산지확인서로서 생산자와 수출자가 다른 경우로 한정) - 원산지소명서
처리기간	<ol style="list-style-type: none"> 1) 현지확인이 필요한 경우: 10일(공휴일·토요일 및 근로자의 날을 제외한다) 이내 2) 위 제1호 외의 경우: 3일(공휴일·토요일 및 근로자의 날을 제외한다) 이내
신청방법	<p>전자적인 방법으로 신청이 가능함. 위의 필요서류를 구비한 후, 아래의 주소에 접속하여 신청 가능</p> <ul style="list-style-type: none"> - 세관 유니패스(unipass.customs.go.kr) - 대한상공회의소 무역인증서비스센터(cert.korcham.net)
유효기간	1년
사용횟수	1회 사용원칙


2. 인증정보

□ 식품안전경영시스템(ISO 22000)²⁶⁾

ISO 22000	
인증/검사명	ISO 22000
인증 설명	식품 안전을 보장하기 위해 식품위해요소를 사전 예방 관리하는 자율적인 식품안전관리 시스템. 고객 만족을 위해 식품안전경영시스템 수립 및 운영할 수 있는 국제적인 인증
발행/검사기관	한국품질보증원, AFAQ EAQA Korea
성격	권장
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> - 심사 신청서 - 사업자등록증
비용	신청비 60만 원(심사비는 산정 기준에 따라 상이)
소요기간	심사 단계별 소요시간에 따라 인증 심사일수 상이하나 2주정도 소요
유효기간	3년
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> 1) 등록 신청서 작성 2) 인증 심사 1단계 <ul style="list-style-type: none"> - 경영시스템 매뉴얼이 ISO 22000를 준수하는지 확인 - 수행상태 및 인증범위 확인 - 시정조치 계획에 동의하는 보고서 발행 3) 인증 심사 2단계 <ul style="list-style-type: none"> - 생산방법, 관리, PRP 등 인증범위 내 프로세스 활동에 대한 샘플 심사 - 시스템 규격의 준수 정도 문서화 - HACCP 계획 및 절차서, 직원 능력 및 지식 테스트 4) 한글 및 영문 인증서 발행 5) 사후 심사관리 정기적으로 실시

26) 한국품질보증원, NQA, Biz Care

□ 식품안전관리인증기준(HACCP)27)

HACCP	
인증/검사명	HACCP
인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함
발행/검사기관	한국식품과학연구원
성격	권장
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> - 영업허가(신고)증 사본 - 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부
비용	수수료 20만 원
소요기간	1년 전후
유효기간	3년
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> 1) HACCP 시스템수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도를 작성 3) 생산공정의 각 단계와 도출된 유해요소를 파악하여 유해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가 4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points)을 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)을 파악 5) 모든 유해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선 조치

27) Hazard Analysis and Critical Control Point

3. 라벨링

□ 라벨링 관련 규정

- 베트남 정부의 수입·유통 제품에 대한 라벨링 규정 강화
 - 2017년 4월 베트남 정부는 베트남 내 수입·유통되는 제품들에 대한 신 라벨링 규정(Decree 43/2017/ND-CP²⁸⁾, 이하 Decree 43)을 공포한 바 있음
 - 베트남 정부는 제조 일자, 원산지 등 주요 제품 정보가 빠진 허술한 라벨지를 모조품 성행의 주요 원인 중 하나로 꼽았음. 이와 관련한 규정을 강화하는 차원에서 이번 신 라벨링 규정(Decree 43)을 발표함
- 신 라벨링 규정(Decree 43)은 제품별 라벨링 조건 및 요구사항에 관해 규정하고 관련 설명 및 지침을 제공하고 있으므로 우리 기업들은 이를 충분히 숙지하고 이로 인한 피해를 보지 않도록 사전에 준비해야 함
 - 해당 규정은 2017년 6월 1일부터 시행됐지만 2년(2019년 6월 1일 이전까지)의 유예기간이 적용됨

□ 베트남 가공식품 라벨링 필수 표기사항

- 라벨링은 베트남어로 표기해야 하며, 외국어 표기를 붙일 수 있으나 베트남어 라벨보다 작아야 함
 - 단, 1) 국제적으로 사용되는 이름이 베트남어로는 존재하지 않을 경우, 2) 화학 공식과 화학적 구조공식이 수반된 경우, 3) 제조사 및 생산업체의 이름과 주소에는 베트남어가 아닌 라틴계열의 언어 사용 허용
- 신 라벨링 규정(Decree 43)의 제 10조는 라벨링의 필수표기사항을 표 3.12와 같이 명시함

28) Vietnam Trade Information Portal



표 3.12 숙취해소음료의 라벨링 표기사항

항목	설명
제품명	<ul style="list-style-type: none"> - 라벨에 있는 내용 중 가장 큰 글자 크기로 기재되어야 함 - 상품의 성분 및 효능에 대한 오해 소지가 없어야 함 - 주성분을 제품명 또는 제품명의 일부로 기재할 경우 반드시 그 성분의 함량을 표기해야 함
제조사 및 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> - 제조사 및 유통업체명은 정식 명칭을 모두 기재해야 하며 약식으로 표기할 수 없음 - 수입 제품일 경우 유통업체명과 주소도 표기해야 함
원산지	<ul style="list-style-type: none"> - 모든 제품 라벨의 기본 항목이며 필수적으로 기재하여야 함 - 국가나 지역의 경우 약식명으로 기재할 수 없음
중량	<ul style="list-style-type: none"> - 상품 포장 내의 패킹 단위가 다른 경우, 각 패킹에 포함된 용량과 합계 용량을 모두 표기해야 함 - 천연 재료의 추출물이나 진액(essence)이 상품명으로 기재된 경우, 해당 추출물/진액의 성분량을 기재하거나 혹은 이와 같은 성분량을 추출하기 위해 사용된 천연 재료 물질량을 기재해야 함
제조일 및 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> - '일, 월, 년' 순으로 하며 'dd, mm, yy' 또는 'dd, mm, yyyy' 표기 가능 - 제조일 표기일 경우 'mm, yy' 또는 'yyyy'식으로 표기 가능
성분 및 성분 함량 (영양 성분)	<ul style="list-style-type: none"> - 원재료명, 식품첨가물까지 포함하여 함유량 기준으로 내림차순으로 표기 - 주성분을 상품명으로 할 경우 반드시 그 성분의 함량을 표기해야 함
섭취방법 및 보관법	<ul style="list-style-type: none"> - 섭취 방법과 보관방법에 대해 상세한 설명을 표기해야 함

자료: Ministry of Health

o 표 3.13과 같이 베트남 시장에서 유통되는 숙취해소음료의 라벨링을 확인

표 3.13 숙취해소음료의 라벨링 예시

항목	설명	
이미지	 <p data-bbox="577 1124 655 1146"><전면></p>	 <p data-bbox="1036 1124 1114 1146"><후면></p>
제품명	Thực phẩm bảo vệ sức khỏe HEPALYSE W	
제조사	ZERIA Pharmaceutical Co.,Ltd	
유통업체	Công ty cổ phần dược phẩm 3/2	
원산지	일본	
중량	100ml	
유통기한	생산일로부터 2년(생산 일자:2018.12.12.)	
성분/영양과 함유량	<ul style="list-style-type: none"> - Liver extract 100mg, tumeric extract 54mg, black pepper extract 1mg, vitamin B2(Riboflavin 5 - Phosphat natri) 3mg, vitamin B6 5mg, vitamin PP(Niacin) 12mg, ultra xanthan V-7, soybean polysaccharide, SM-1200 pectinHR -63, trehalose, granulated sugar, sucralose, citric acid, trisodium citrate, cyclic oligosaccharide, microcrystalline, cellulose, silicone resin KM -72F 	
섭취 및 보관 방법	<ul style="list-style-type: none"> - 섭취 대상: 음주가 잦고 숙취를 빠르게 회복하고자 하는 분 - 섭취 방법: 흔들어서 섭취하십시오. 맥주, 술 음용 전후 섭취 가능. 하루 1회, 1회에 한 병(원료성분에 알레르기가 있는 경우에 섭취 금지) - 보관 방법: 고온다습, 직사광선을 피하여 서늘한 곳에서 보관 	
반드시 표기해야 할 경고문	<ul style="list-style-type: none"> - Sản phẩm này không phải là thuốc, không có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh(본 제품은 의약품이 아니며 의약품을 대체할 수 없습니다.) 	

4. 위생규정

□ 식품첨가물 규정

- 베트남 보건부는 신규 식품첨가물의 사용기준 초안²⁹⁾을 공개함
 - 신규 식품첨가물 사용기준은 세계무역기구(WTO)의 비관세 장벽 철폐에 대한 권고 사항³⁰⁾에 의한 후속 조치이며, 2015년에 개정된 규정(No.8/2015/TT-BYT)을 지침으로 삼아 추진됨³¹⁾
 - 현재 베트남 보건부는 개정판에 대한 세계무역기구(WTO)의 답변을 수취 중이며 통과 시 기존 규정³²⁾을 대체함
- 식품첨가물 기준안은 식품목 코드를 부여하여 품목별 식품첨가물 허용량을 제공하지만 숙취해소음료를 분류하는 품목 코드가 별도로 부여되지 않기 때문에 음료류 코드 중 14.1.5(커피, 커피유사품, 홍차, 허브음료 및 모든 종류의 것)를 기준으로 식품첨가물 규정을 파악함
 - 코드 14.1.5는 혼합차를 포함하기 때문에 헛개와 홍삼농축액과 같은 성분이 함유된 음료가 부여받을 가능성이 높은 코드로 파악되나, 기타 성분이 함유된 숙취해소음료의 경우 상이한 물질의 허용 기준을 따를 가능성이 있기 때문에 주의가 요구됨
 - 코드 14.1.5를 규제하는 식품첨가물 종류는 100여 개로 확인되며 그 중 일부 10개를 표 3.14에 반영함

표 3.14 혼합차 음료류 식품첨가물 허용기준

구분	식품첨가물	최대 허용량 ML(mg/kg)	참고 ³³⁾
1	ACESULFAME POTASSIUM	600	160, 161, 188
2	ACETIC ACID, GLACIAL	600	160, 161, 188
3	ACETIC AND FATTY ACID ESTERS OF GLYCEROL	GMP ³⁴⁾	160
4	ACETYLATED DISTARCH ADIPATE	GMP	160
5	ACID-TREATED STARCH	GMP	160
6	AGAR	GMP	160
7	ALGINIC ACID	GMP	160
8	ALKALINE TREATED STARCH	GMP	160

29) Ministry of Health(2018.04.03.)

30) WTO 권고사항 안내(G/TBT/N/VNM/129)

31) 2015년 식품첨가물 사용에 관한 규정에 따르면, 건강보조제 품목에 해당하는 식품첨가물 규정은 부재한 상황이었으나 보건부는 건강보조제에 대한 규제가 필요성을 인식

32) Circular Nos. 27/2012/TT-BYT 및 08/2015/TT-BYT

9	ASCORBIC ACID	GMP	160
10	ASPARTAME	600	160, 161

자료: Ministry of Health

□ 유해물질 규정

- 중금속 오염에 대한 국가기술기준³⁵⁾에 따르면 음료류는 캔 음료의 경우에만 주석 (Sn)을 150mg/kg(mg/l)까지 허용함

33) 참고: 신 식품첨가물 규정 p.415~p.430에 상세 조건이 있는 경우를 의미하며 해당 규정을 확인할 필요가 있음(예: 표 3.14의 1번 물질 Acesulfame Potassium가 해당되는 188번 참고 의미는 다음과 같음. Acesulfame Potassium이 aspartame acesulfame과 함께 쓰였을 경우, 두 물질의 총합이 ACESULFAME POTASSIUM의 최대허용량을 초과해서는 안 됨)

34) GMP: 식품첨가물 목록에 등재되어 해당 품목에 사용할 수 있으나 사용기준이 정해져 있지 않은 경우로 Good Manufacturing Practice (GMP)에 따라 사용 가능

35) 02/2011; QCVN 8-2:2011



IV. 경쟁제품

- 1. 경쟁제품 선정**
- 2. 경쟁제품 분석**

경쟁제품 개요

- 경쟁제품으로 조사된 총 8개 제품 중 숙취해소음료로 포지셔닝하는 6개 제품의 보편적인 중량인 100ml을 기준으로 제품 가격을 환산하여 가격 비교를 실시함
- 총 8개 제품의 평균 가격은 49,214동(약 2,402원)이며 숙취해소음료 6개의 평균가격은 64,181동(약 3,132원)
- 최고가 제품은 ‘Nước uống giải rượu bia, lợi gan chai(제품번호 2, p.51)’로 100ml당 약 89,800동(약 4,382원)이며 최저가는 ‘헛개차(제품번호 6, p55)’로 100ml당 4,200동(약 204원)
- 제조국별 가격차는 미미한 편

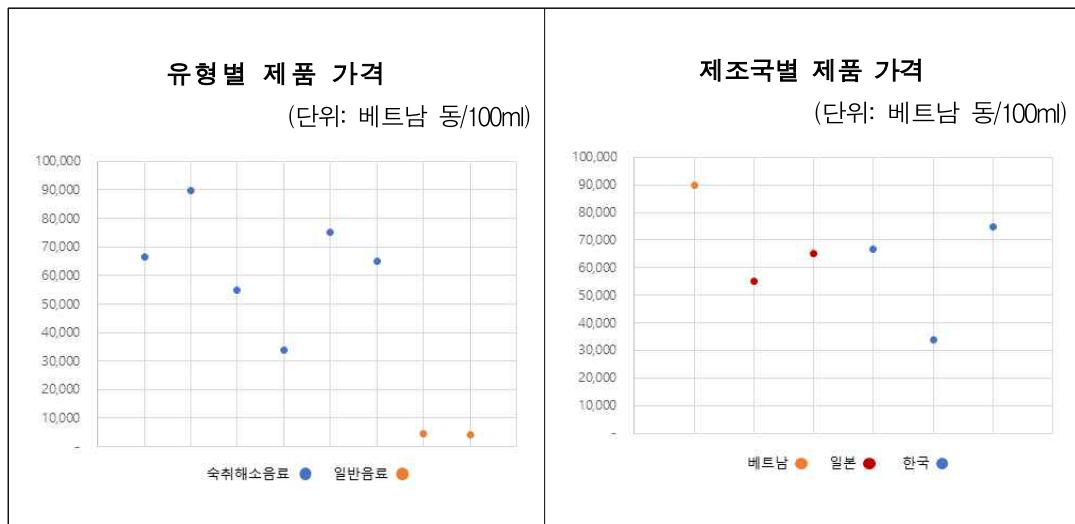
❖ 유형별 가격 비교

- 경쟁제품으로 조사된 8개 제품 중 숙취해소음료와 일반음료로 포지셔닝된 제품을 구별하여 각각 6개와 2개³⁶⁾로 분류
- 일반음료와 같은 판매대에 나란히 진열된 제품을 일반음료로 분류하고 일반음료와 분리되어 진열되는 제품과 약국을 통해 판매하는 제품을 숙취해소음료로 분류함
- 숙취해소음료와 일반음료의 100ml당 평균 가격은 각각 64,181동(약 3,132원)과 4,316동(약 211원)으로 파악됨

❖ 제조국별 가격 비교

- 일반음료를 제외한 숙취해소음료 6개의 제조국은 3개 국으로 파악됨(베트남 1개³⁷⁾, 일본 2개, 한국 3개)
- 각 제품의 평균가격은 89,800동(약 4,382원)과 60,000동(약 2,928원), 58,428동(약 2,851원)으로 파악됨

가격 분포도








36) 베트남과 한국에서 제조한 헛개차를 경쟁제품에 포함함

37) 조사된 제품이 1개이기 때문에 대표성을 갖기 어려움

1. 경쟁제품 선정

□ 유통채널별 제품 판매 현황 파악

- 건강 매출액을 기준으로 유통이 활성화된 점포소매점을 1차 선정하고, 현지조사원이 직접 매장을 방문하여 조사를 실시함
 - 슈퍼마켓, 편의점, 약국을 1차 선정하여 방문 조사 실시
 - 한국산 경쟁제품이 유통될 수 있는 한인마트 1개를 추가하여 조사 실시

슈퍼마켓		
		-
AEON	Lotte Mart	-
편의점	한인마트	약국
		
Circle K	Sky Mart	Pharmacy

- 베트남의 건강보조제 유통 현황 분석 결과, 온라인 판매를 통한 유통 비중이 8.5%(2017년 기준)로 파악되어 온라인 쇼핑몰 Tiki³⁸⁾의 경쟁제품 조사를 포함함

38) 베트남의 5대 온라인 쇼핑몰 중 하나로 월평균 방문수가 19.7백만명으로 집계됨(EU-VIETNAM Business Network, 2018)



□ 분석지표 설정

o 제품 상세정보에서 공통적으로 확인되는 정량지표와 정성지표를 활용하여 분석

정량지표	정성지표
중량	원료·성분
가격	제조국가
유통기한	보유인증

2. 경쟁제품 분석

□ 오프라인 경쟁제품

구분		제 품 1
이 미 지	제 품 이 미 지	
		
제 품 속 성	제 품 명	Nước giải rượu Condition
	제 조 사	CJ (주)
	제 품 특 성	- 한국에서 최근 핫개를 주요 성분으로 출시한 신제품과는 차이가 있는 과거 제품
	성 분	- Hovenia Dulcis 0.95%, cili 0.19%, 연씨가루 0.09%, 효소 0.31%, glutamate 9.47%, taurine 1.89%, Alanine 0.09%, vitamin B3 0.05% 등
	유통 기 한	2020.11.05.
	제 조 국	한국
	용 량	75ml
	인 증	HACCP, Halal and ISO22000
조 사 채 널	Lotte Mart	
가 격	49,900동(약 2,435원)	


자료: 현지방문조사(Lotte Mart, 2019.02.23.)

구분		제 품 2	
이 미 지	제 품 이 미 지		
			
제 품 속 성	제 품 명	Nước uống giải rượu bia, lợi gan chai	
	제 조 사	Công ty cổ phần dược Lâm Đồng (Ladophar)	
	제 품 특 성	- 일본 브랜드(ROHTO)이지만 베트남의 전통약재이자 베트남 사람들에게 간해독으로 유명한 아티초크를 사용하여 베트남에서 생산하는 제품	
	성 분	- 만삼(당삼) 500mg, taurine 400mg, 아티초크 농축액 150mg, 비타민C(36mg), 영지농축액 25mg, 비타민B1 1mg, 비타민B6 1mg, acid citric, natri benzoat, 백설탕, 정제수	
	유통기 한	2021.01.15.	
	제 조 국	베트남	
	용 량	50ml	
	조 사 채 널	AEON Mall	
가 격	44,900동(약 2,191원)		

자료: 현지방문조사(AEON Mall, 2019.02.24.)

구분		제 품 3	
이 미 지	제 품 이 미 지		
			
제 품 속 성	제 품 명	Nước giải rượu Hovenia	
	제 조 사	Công ty TNHH nước giải khát KIRIN Việt Nam	
	제 품 특 성	- 한국산 헛개열매 음료	
	성 분	- 정제수 61%, 헛개 추출물 12% 등	
	유통기한	2019.11.09.	
	제 조 국	베트남	
	용 량	440ml	
	조 사 채 널	AEON Mall	
가 격	19,500동(약 952원)		

자료: 현지방문조사(AEON Mall, 2019.02.24.)

구분		제 품 4	
이 미 지	제 품 이 미 지		
	제 품 명	Nước giải rượu HEPALYSE W	
제 품 속 성	제 조 사	Zeria Pharmaceutical Co.,Ltd	
	제 품 특 성	<ul style="list-style-type: none"> - 일본산 숙취해소제로 인기있는 제품 - 돼지의 간 추출물을 원료로 제조한 제품 	
	성 분	<ul style="list-style-type: none"> - Liver extract 100mg, tumeric extract 54mg, black pepper extract 1mg, vitamin B2(Riboflavin 5 - Phosphat natri) 3mg, vitamin B6 5mg, vitamin PP(Niacin) 12mg, ultra xanthan V-7, soybean polysaccharide, SM-1200 pectinHR -63, trehalose, granulated sugar, sucralose, citric acid, trisodium citrate, cyclic oligosaccharide, microcrystalline, cellulose, silicone resin KM -72F 등 	
	유통기 한	2018.12.12.	
	제 조 국	일본	
	용 량	100ml	
	조 사 채 널	Circle K	
	가 격	55,000동(약 2,684원)	

자료: 현지방문조사(Circle K, 2019.02.25.)

구분		제 품 5
이 미 지	제 품 이미지	
	제 품 명	Nước ép Hovenia 100%
제 품 속 성	제 조 사	(주)천호식품
	제 품 특성	- 한국제 품 - '숙취해소'라는 문구를 베트남어 라벨에 표기하지 않음
	성 분	- 헛개열매 추출액 100%(고형분 6.0% 이상), 헛개나무열매 중국산 등
	유통기한	2019.12.11.
	제 조 국	한국
	용 량	80ml
	조사채널	Sky Mart(한인마트)
	가 격	27,000동(약 1,318원)

자료: 현지방문조사(Sky Mart 2019.02.25.)

구분		제 품 6	
이 미 지	제 품 이 미 지		
제 품 속 성	제 품 명	헛개 차	
	제 조 사	(주)웅진식품	
	제 품 특 성	- 한국 제 품	
	성 분	- Solanum hainanense 250mg, gynostemma pentaphyllum 250mg 등	
	유통 기 한	2020.01.02.	
	제 조 국	한국	
	용 량	500ml	
	조 사 채 널	Sky Mart(한인마트)	
	가 격	21,000동(약 1,025원)	

자료: 현지방문조사(Sky Mart 2019.02.25.)

□ 오프라인 경쟁제품

구분		제 품 1	제 품 2
이 미 지	제품 이미지 (전면)		
	제품 이미지 (후면)	-	
제 품 속 성	제품명	Thực phẩm chức năng hộp nước giải độc rượu, giải độc gan	Nước nghệ giải rượu House
	제조사	(재)대구 테크노파크부설 바이오 산업지원센터	House Foods Corporation
	제품특성	- 커큐민과 헛개수 성분 - 젤리형 제품도 판매함	- 베트남에서 위장질환 치료에 효과적으로 알려진 강황을 함유한 제품
	성분	- 정제수, 결정과당, 열대과일농축액 3.0%, 벌꿀, 헛개나무과병추출분말-F, 씨클로덱스트린시럽, 구연산, 합성착향료(망고피치향), 심황색소(테라커큐민 166mg), 비타민C 등	- 강황추출물, 소금, 비타민 C, 비타민 E, 비타민 PP, Acesulfame K, aspartame L phenylalanin, thaumatin, inositol, niacin, oligosaccharides 등
	유통기한	제조일로부터 2개월	-
	제조국	한국	일본
	용량	100ml x 10병=1,000ml	100ml
	조사채널	tiki	tiki
가격	750,000동(약 36,600원)	65,000동(약 3,172원)	

자료: tiki 홈페이지



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정





□ 유통채널 조사

- 점포소매점(오프라인)에서 경쟁제품 판매현황을 파악함
 - 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓: AEON, Lotte Mart
 - 편의점: Circle K
 - 한인마트: Sky Mart
 - 약국: Pharmacy

□ 경쟁사 4개 업체 선정

- 경쟁제품 현황과 소비자 및 유통담당자의 인터뷰 결과를 기초로 1) 시장에서 가장 빈번하게 발견된 브랜드 기업, 2) 판매량이 높은 제품 기업을 선정하고, 3) 베트남 기업을 추가하여 총 4개 사를 선정함

표 5.1 주요 경쟁사

한국	한국	베트남	일본
CJ(주)	천호엔케어(주)	Rohto-Mentholatum Co., Ltd	Zeria Pharmaceutical Co., Ltd.
			

2. 경쟁사 분석

□ CJ HealthCare

기업 개요				
기업정보		<ul style="list-style-type: none"> - CJ헬스케어는 1984년 제일제당이 유풍제약을 인수하여 제일제당 제약사업부로 시작되었으며, 2018년 4월 18일 한국콜마에 매각됨 - 전문 의약품, 일반의약품, 음료, 건강기능식품 제조가 주요 사업내용임 		
	기업명	CJ 헬스케어	설립연도	2014년
	기업형태	의약품 및 음료 제조업	직원 수	1,122명
	대표번호	(82)2-6477-0000	매출액	4억 6천만 달러 (약 5,223억 원) (2017년 기준)
	국가	한국	위치	서울특별시 중구 을지로 100 파인애비뉴
취급품목	전문의약품, 일반의약품, 건강음료	홈페이지	www.cjp.co.kr	
제품				
	<컨디션 핫개>		<컨디션 레이디>	
				<컨디션 CEO>
마케팅 전략	<ul style="list-style-type: none"> - 한국 숙취해소음료 시장점유율 1위를 선점한 컨디션을 보유 - 숙취해소음료 시장이 발달함에 따라 여성과 프리미엄 제품을 추가적으로 출시하면서 시장 세분화에 성공 			

자료: CJ 헬스케어 홈페이지, 현지조사원

□ (주)천호엔케어

기업 개요				
	- 1992년 일본을 시작으로 미국, 프랑스, 멕시코 등 전 세계 16개국에 제품을 수출하는 한국의 건강식품 제조기업			
기업정보	기업명	주)천호엔케어	설립연도	1984년
	기업형태	건강보조식품 제조 및 판매업	직원 수	약 350명
	대표번호	(82)2-565-1005	매출액	약 342억 원 (2017년 기준)
	국가	한국	위치	부산광역시 부산진구 범일로 177
	취급품목	건강보조식품	홈페이지	www.chunhomall.com
제품				
				
	<핫개 프리미엄>		<핫개>	
마케팅 전략	- 간편하게 보관하고 섭취할 수 있는 팩음료로 제조 - 성분 함유량에 차이를 둔 프리미엄 제품을 출시하여 세분화 전략 추진			

자료: (주)천호엔케어 홈페이지, 현지조사원

□ Rohto-Mentholatum Co., Ltd

기업 개요				
기업정보	 <ul style="list-style-type: none"> - 일본 Rohto Pharmaceutical Co., Ltd.가 1997년 18백만 달러를 투자하여 설립한 베트남 법인 - 1999년 GMP 기준을 준수한 공장을 베트남에 설립하면서 기틀을 마련 - 일본 Rohto사의 뷰티 및 의약품 등 다양한 브랜드를 유통함 			
	기업명	Rohto-Mentholatum Co., Ltd	설립연도	1999년
	기업형태	화학의약품 제조업	직원 수	약 1,300명
	대표번호	-	매출액	약 56백만 달러 (약 636억 원) (2016년 기준)
	국가	베트남	위치	18th floor of Saigon Trade Center, 37 Ton Duc Thang, Ben Nghe Ward, District 1, Ho Chi Minh City
취급품목	의약품	홈페이지	https://rohto.com.vn/	
제품				
	<Alcofree>			
마케팅 전략	<ul style="list-style-type: none"> - Alcofree는 베트남 Rohto사에서 자체적으로 개발하여 출시한 베트남 브랜드임 - 수입산 숙취해소음료가 진입하는 초기 시장인 베트남에서 자국브랜드로서 시장 선점이 가능함 			

자료: Rohto-Mentholatum Co., Ltd 홈페이지, D&B Hoover's

□ Zeria Pharmaceutical Co., Ltd.

기업 개요				
 ゼリア新薬 ZERIA	- 조미료 및 인공감미료를 주로 생산하는 회사이지만 가공식품 및 음료로 제조 범위를 확대 - 냉동식품사업의 경우 만두, 비빔밥 등 일본 식품뿐만 아니라 아시아 식문화 반영한 다양한 제품을 만들어 미국에 진출			
	기업명	Zeria Pharmaceutical Co., Ltd.	설립연도	1955년
기업정보	기업형태	식품 및 의약품 제조업	직원 수	약 1,800명
	대표번호	+81-3-3663-2351	매출액	64,568백만 엔 (약 6,573억 원) (2018년 기준)
	국가	일본	위치	10-11, Nihonbashi Kobuna-cho, Chuo-ku, Tokyo 103-8351, Japan
	취급품목	의약품 및 건강보조제	홈페이지	www.zeria.co.jp
	제품			
<New Hepalyse Drink>		<Hepalyse Hi>		
				
<Hepalyse King>		<Hepalyse Plus II>		
마케팅 전략	- 전문 의약품과 건강기능보조제를 구분하여 마케팅 - 간기능보조제 포지셔닝에 성공한 Hepalyse는 음료를 출시하면서 숙취해소음료로서 시장을 확대함			

자료: Zeria Pharmaceutical Co., Ltd. 홈페이지, 현지조사원



VI. 유통채널

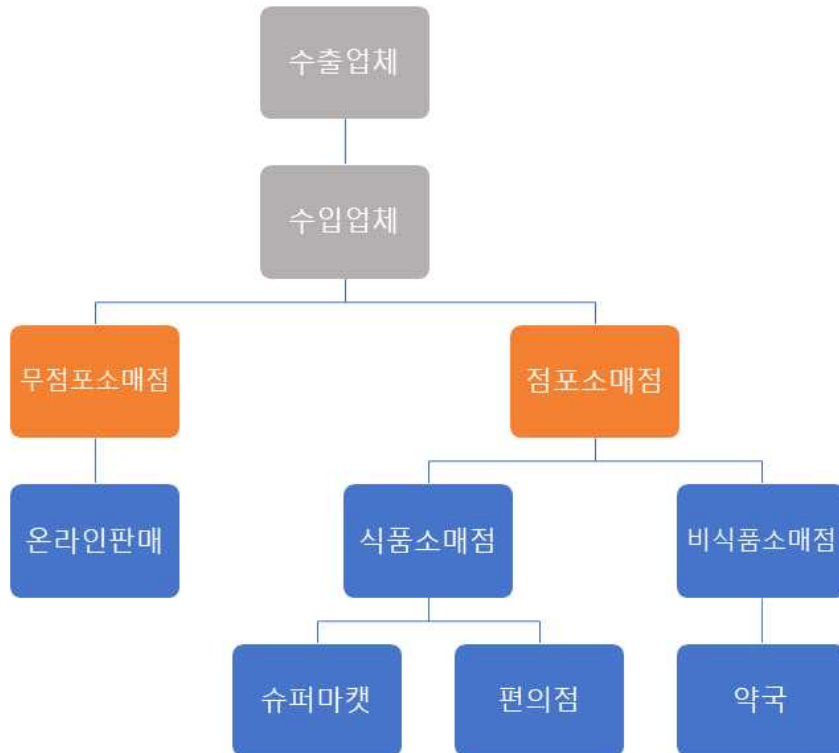
1. 유통채널 개황
2. 주요 유통채널 분석

1. 유통채널 개황

□ 숙취해소음료 시장의 유통채널

- 개괄적인 베트남의 숙취해소음료 유통구조는 그림 6.1과 같음
 - 유로모니터의 건강보조제 유통 구조를 기초로 현지 방문 조사 결과를 반영하여 작성함(표 1.3참조)
 - 무점포소매점인 온라인판매 비중이 증가하는 추세이나 절대적 비중은 크지 않을 것으로 추정됨
- 점포소매점 중 숙취해소음료가 가장 많이 유통되는 채널은 약국과 슈퍼마켓, 편의점으로 파악되며 약국 중심에서 슈퍼마켓과 편의점으로 판로가 확대되는 경향이 있음









그림 6.1 숙취해소음료 시장의 유통구조



□ 주요 점포소매점 채널은 약국과 편의점, 슈퍼마켓

- 점포소매점 가운데 매출 비중의 약 83%를 차지하는 채널은 하이퍼마켓과 슈퍼마켓으로 파악됨
- 강장제로 인식되던 숙취해소제가 일반 음료(예: 헛개차 음료)로도 출시되면서 약국을 통한 압도적인 유통구조에서 슈퍼마켓과 편의점으로 비중 균형을 이루는 추세로 파악됨

표 6.1 주요 오프라인 유통업체

점포소매점			
슈퍼마켓			
Co-op Xtra		Lotte Mart	
Auchan		AEON	
편의점		약국	
Circle K		Pharmacy	
Speed L		Long Chau Pharmacy	

자료: 현지조사원

2. 주요 유통채널 분석

1) 슈퍼마켓

□ AEON

기업 개요			
	- 일본계 유통채널인 AEON은 2011년 10월 7일에 베트남 법인인 AEON Vietnam 설립		
D-U-N-S Number	55-642-7852	설립연도	2011년
본사 위치	Số 30 Bờ Bao Tân Thắng, Phường Sơn Kỳ, Quận Tân Phú, TP. HCM.	점포 수	4개
대표전화	+84- 28- 6288 7711	홈페이지	www.aeon.com.vn
입점 방법	- 공급자 관리부서의 담당자에게 회사 및 제품 소개서, 견적서, 품질 인증을 송부하여 입점 절차 논의 * 이메일: uyen.nung@aeon.com.vn 또는 trang.hoang@aeon.com.vn		
세부 사항	- Alcofree와 Nước giải rượu Hovenia(베트남산 헛개차음료)를 각각 44,900동과 19,500동에 판매		
매장전경	 		

자료: 현지조사원(AEON³⁹⁾, 2019.02.24.), AEON 홈페이지, D&B Hoover's

39) 주소: Số 1, Đường số 17A, Bình Trị Đông B, Q. Bình Tân, TP. HCM

□ Lotte Mart



기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 2008년 12월 베트남 내 첫 매장 오픈 - 롯데마트 본 주소지인, 7군 점은 매장진열과 설계가 고급스럽고 수산물, 공산품 등도 프리미엄 제품이 입점해있으나, 기타 지역에 소재한 롯데마트는 Coopmart와 비슷하게 현지화되어 있음 - 1층 야채, 육류, 가공류, 유제품, 해산물, 꽃 신선 상품류, 2층 공산품 및 한국상품 전문매장으로 나누어져 있음 		
D-U-N-S Number	55-539-2807	설립연도	2008년
본사 위치	469 Nguyen Huu Tho, P. Tan Hung, District 7, Tp. Ho Chi Minh City	점포 수	13개
대표전화	+84-28-3775-3232	홈페이지	http://lottemart.com.vn/
입점 방법	<ul style="list-style-type: none"> - 담당자(Mrs. Pham Hoang Anh)의 이메일로 상품 관련서류를 보내고 입점 절차를 논의함 * 이메일: anhp@lotte.vn * 연락처: +84-28-3775-3232(내선: 324) 		
세부사항	- Condition을 49,900동에 판매함		
매장전경			

자료: 현지조사원(Lotte Mart⁴⁰, 2019.02.23.), Lotte Mart 홈페이지, D&B Hoover's

40) 주소: 469 Nguyễn Hữu Thọ, P. Tân Hưng, Q7, TP. HCM

2) 편의점

□ Circle K

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 미국 Texas에서 처음으로 설립된 편의점 기업으로 전 세계 총 15,000 매장을 보유함 - 베트남에는 2008년 12월 첫 진출 		
D-U-N-S Number	-	설립연도	2008년
본사 위치	Lot I, II - No. 1.01 Hong Linh Plaza, Road No. 9A, Trung Son Residential Area, Binh Hung Commune, Binh Chanh District, Tp. Ho Chi Minh	점포 수	308개
대표전화	+84-28-3620-9017	홈페이지	www.circlek.com.vn/vi/
입점방법	<ul style="list-style-type: none"> - 담당자(Ms. Luc Tuyet Giao)에게 제품 소개, 견적서를 보내면 Circle K에서 심사후 입점 결정 * 이메일: giao.luctuyet@circlek.com.vn 		
세부사항	- Hepalyse W를 55,000동에 판매함		
매장전경			

자료: 현지조사원(Circle K⁴¹), 2019.02.25.), Circle K 홈페이지, D&B Hoover's

41) 주소: 45 Lâm Văn Bền, P. Tân Thuận Tây, Q7, TP. HCM

3) 한인마트

□ Sky Mart

기업 개요			
-	- 호치민에서 한국인 유동인구가 가장 많은 푸미흥 지역에 가장 먼저 매장을 오픈함 - 2번째 지점인 미퓌은 젊은층 고객과 베트남 현지소비자의 방문이 많은 편으로 신제품이 주로 출시되는 지점 - 3번째 지점 해피벨리는 외국인 소비자 비중이 높은 편임		
D-U-N-S Number	-	설립연도	-
본사 위치	S23-1, Sky Garden, Quarter1, Tan Phong Ward, Dist 7	점포 수	3개
대표전화	+84-28-5410-1219	홈페이지	-
입점 방법	- 중간 유통사를 통해서 매장 입점이 가능함		
세부사항	- 천호식품의 진한햇개나무 27,000동, 햇개차 21,000동, 컨디션 84,000동에 판매		
매장전경			

자료: 현지조사원(Sky Mart⁴²⁾, 2019.02.25.)

42) 주소: 2 Centerton Rd, Mt Laurel, NJ 08054

4) 약국

□ Pharmacy

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 베트남의 대표적인 현대식 약국 체인매장으로 남부지역을 중심으로 발달함 - 2019년 기준 약 165개의 매장을 운영하며 2020년까지 200개의 매장을 운영할 예정 - 헬스케어, 뷰티, 기타 생활용품 분야 모두 자사 브랜드 제품을 활발하게 출시함 		
D-U-N-S Number	55-548-5332	설립연도	2011년
본사 위치	248A Nơ Trang Long, Phường 12, Quận Bình Thạnh, TP. HCM	점포 수	165개
대표전화	+84-28-7300 3350	홈페이지	www.pharmacy.vn
입점방법	<ul style="list-style-type: none"> - 구매팀(Merchandising Department)에 회사 및 제품 소개서, 견적서를 보내면 심사후 입점 결정 * 이메일: cskh@pharmacy.vn * 전화번호: +84-28-7300-6821 		
세부사항	- Hepalyse와 Condition을 보유하고 각각 55,000동과 50,000동에 판매함		
매장전경	 		

자료: 현지조사원(Pharmacy⁴³⁾, 2019.02.25.), Pharmacy 홈페이지, D&B Hoover's

43) 주소: 45 Lâm Văn Bền, P. Tân Thuận Tây, Q7, TP. HCM

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Alcohol + energy drinks: Dangerous Alliance」, Dan Tri, 2013.12.24.
2. 「Country Insight Snapshot Vietnam April 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.4.13.
3. 「Does 'antidote' protect the liver?」, tuoitre, 2018.10.26.
4. 「E-COMMERCE INDUSTRY IN VIETNAM」, EVBN, 2018.
5. 「Liver tonic became the spearhead of domestic pharmaceutical firms」, VNEXPRESS, 2017.03.06.
6. 「Quy định về quản lý và sử dụng phụ gia thực phẩm」, Ministry of Health, 2018.04.03.
7. 「Successful start-up because of 'immortality」, Vietnam Biz, 2018.04.16.
8. 「Uống rượu bia chung với nước ngọt, nước tăng lực: Tác hại khôn lường!」, Thanhnien, 2017.03.23.
9. 「Wings for Dalat Artichoke」, tuoitre, 2017.04.27.
10. 「Vinaco-op launches Hovenia wine drink」, DoanhNhan, 2016.02.24.
11. 「베트남, 동남아 맥주 소비 1위…숙취해소음료 성장 가능성」, 식품외식경제, 2018.05.29.

■ 참고 사이트

1. AEON(www.aeon.com.vn)
2. Biz Care(biz-care.kr)
3. Circle K(www.circlek.com.vn/vi/)
4. CJ HealthCare(www.cjp.co.kr)
5. D&B Hoover's(app.avenion.com/)
6. Dun & Bradstreet(www.dnbcountryrisk.com/)
7. Euromonitor International(<http://www.portal.euromonitor.com/>)
8. General Department of Vietnam Customs(www.customs.gov.vn)
9. Lotte Mart(<http://lottemart.com.vn/>)
10. Ministry of Health(moh.gov.vn/sites/en-us/pages/home.aspx)
11. NQA(www.nqa.com)
12. Pharmacy(www.pharmacy.vn)
13. Rohto-Mentholatum Co., Ltd(<https://rohto.com.vn/>)
14. Tiki(<https://tiki.vn/>)
15. Vietnam Trade Portal(<https://www.vietnamtradeportal.gov.vn/>)

16. ZERIA PHARMACEUTICAL CO., LTD.(www.zeria.co.jp)
17. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)
18. 금융감독원 전자공시시스템(dart.fss.or.kr)
19. 대한민국 관세청(<http://www.customs.go.kr>)
20. 식품의약품안전처(<https://www.mfds.go.kr>)
21. (주)천호엔케어(www.chunhomall.com)
22. 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)
23. 한국품질보증원(www.kqa.co.kr)

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1902-04

품 목 : 숙취해소음료(Anti- Hangover Drink)

국 가 : 베트남(Vietnam)

보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사
- (주)나이스디앤비

발 행 일 2018

발 행 처 한국농수산물유통공사 수출정보부
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227
02-6300-1119 <http://www.kati.net>

자료문의 aT수출정보부
02-6300-1119

- o 본 자료는 원본으로 본문 전체는 한국농식품유통공사 농수산물수출정보 사이트 www.kati.net에서 보실 수 있습니다.
- o 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

o 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.