

2019년 해외시장 맞춤형조사



- No. 2002-16
- 품목 : 김치(Kimchi)
- 국가 : 대만(TAIWAN)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 대만 김치 시장규모	5
2. 대만 김치 수출입 시장규모	6
3. 대만 김치 소비 시장규모	7

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	10
1. 온라인 쇼핑몰에서 한국 식품으로 면, 김, 과자 제품 인기	15
2. 절임 채소 관련해 오이를 가장 즐기는 대만 소비자, 매운 소스도 활용	16
3. 반찬용 김치로는 현지 음식인 대만식 김치를 즐기는 소비자가 많아	17
4. 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 반찬용 한국 김치는 적어	18

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	20
1. 대만 김치 유통구조	21
2. 대만 김치 주요 유통업체	22
3. 대만 김치 B2C 소매채널	24

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	45
1. 대만 김치 인증 취득	46
2. 대만 김치 사전 심사	48
3. 대만 김치 업체·제품 등록	50
4. 대만 김치 라벨 심의	51
5. 대만 김치 서류 준비	55
6. 대만 김치 세금 납부	56
7. 대만 김치 검역 심사	57

V. Expert Interview (전문가 인터뷰)

SUMMARY	60
Interview ① 한지(韩济)	62
Interview ② 유상스예유오시안공쓰(柚香實業有限公司)	64
Interview ③ 한고우왕(韓購網)	66
Interview ④ 메이스자(美食家)	68
Interview ⑤ 메이린마마(美麟媽媽)	69

I . Market Size

SUMMARY

1. 대만 김치 시장규모
2. 대만 김치 수출입 시장규모
3. 대만 김치 소비 시장규모



Market Size

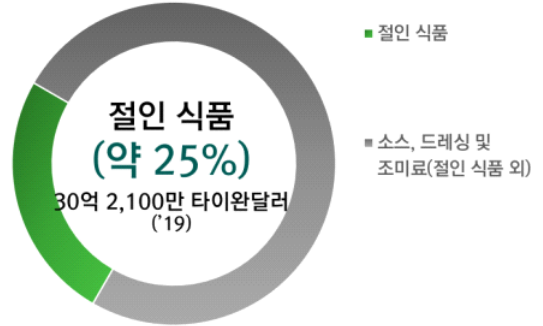
(시장규모)

대만 (TAIWAN)

김치 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(김치)

- 대만 소스, 드레싱 및 조미료¹⁾ 시장규모
..... 118억 5,300만 타이완달러('19)
- 대만 절인 식품²⁾ 시장규모
..... **30억 2,100만 타이완달러('19)**

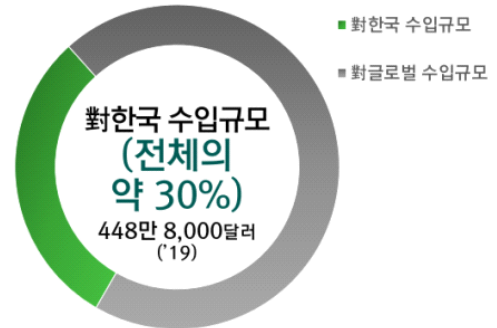


(*) Euromonitor International

김치 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(절인 배추)

- HS 2005.99³⁾
대만 對글로벌 '조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소-기타' 수입규모
..... 1,509만 7,000달러('19)
- HS 2005.99
대만 對한국 '조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소-기타' 수입규모
..... **448만 8,000달러('19)**



(*) International Trade Center

김치 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '김치'는 절인 배추를 양념하여 보존한 한국 전통식품임. 이에 김치 제품에 접근성이 높은 현지 교민을 잠재 소비자로 선정하여 '대만 지역별 현지 교민 인구수'를 조사함. 또한, 지역별 구매력을 보유한 소비자 규모 파악을 위해 '대만 지역별 소득 분포'를 확인함

① 대만 재외동포 규모 ('19)

전체	5,610명(100%)
북부	3,895명(69%)
중부	683명(12%)
남부	540명(10%)
기타	492명(9%)

② 대만 가구당 연평균 가처분 소득 ('17)

전체	101만 8,941타이완달러
타이베이시	134만 4,538타이완달러
신주시	128만 3,253타이완달러
신주현	127만 1,770타이완달러
타오위안시	110만 5,711타이완달러
신베이시	104만 6,576타이완달러
타이중시	103만 3,169타이완달러

(*) 외교부, National Statistics, Republic of Taiwan

1) 소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings, Condiments): 토마토 페이스트/퓨레, 부용/육수 큐브, 허브와 향신료, 글루탐산소다(MSG) 및 절인 식품을 비롯한 각종 소스와 드레싱, 조미료를 포함함

2) 절인 식품(Pickled Products): 식초나 소금물에 절여 보관하는 과일 또는 채소로 정의됨. 어류, 조개류 등 해산물은 절인 식품에 포함되지 않으며 통조림 제품, 발효 제품 또는 냉동 생선 제품으로 분류됨

3) HS CODE 2005.99: 조사제품 '김치'는 절인 배추를 양념하여 바로 먹을 수 있게 저장한 제품임. 이에 조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소-기타(식초나 초산으로 처리한 것 또는 냉동한 것 제외)에 해당하는 HS CODE 2005.99로 분류함

1. 대만 김치 시장규모

조사 시장: 조사 제품 '김치'는 배추를 절여 양념한 제품임. 이에 상위 시장인 '소스, 드레싱 및 조미료'와 세부 시장인 '절인 식품'의 시장규모를 조사함

대만 국가 일반 정보⁶⁾

면적	3만 6,000km ²
인구	2,359만 명
GDP	5,894억 달러
GDP (1인당)	2만 5,004달러

▶ 2015-2019년, 대만 '소스, 드레싱 및 조미료' 시장 연평균성장률 1.6%

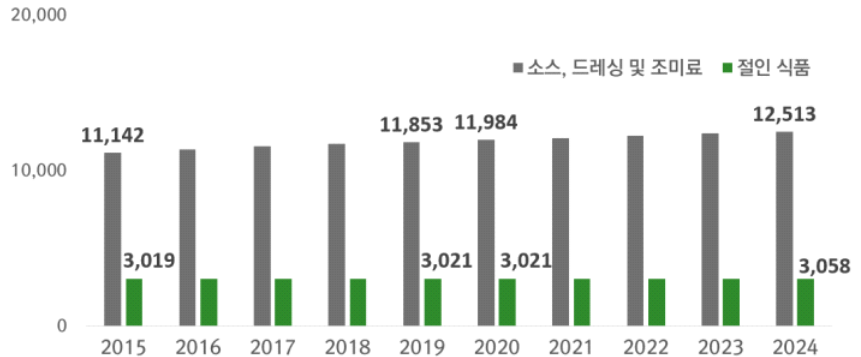
대만 '소스, 드레싱 및 조미료' 시장은 지난 5년(2015-2019)간 연평균성장률이 1.6%에 불과하며 2019년 시장규모는 118억 5,300만 타이완달러를 기록함. '절인 식품' 역시 지난 5년간 성장이 정체되어 2015년과 2019년의 시장규모가 각각 30억 1,900만 타이완달러, 30억 2,100만 타이완달러로 비슷한 수준임

▶ 2020-2024년, 대만 '절인 식품' 시장 연평균성장률 0.3%

향후 5년(2020-2024)간 대만 '소스, 드레싱 및 조미료' 시장은 1.1%, '절인 식품'은 0.3%의 연평균성장률을 보일 것으로 예상됨. 2024년 '소스, 드레싱 및 조미료' 시장규모는 125억 1,300만 타이완달러, '절인 식품' 시장규모는 30억 5,800만 타이완달러를 기록할 것으로 전망됨

[표 1.1] '소스, 드레싱 및 조미료', '절인 식품' 시장 규모⁴⁾⁵⁾

단위: 백만 타이완달러



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR ('15~'19)	
상위 품목	소스, 드레싱 및 조미료	11,142 (4,518억 원)	11,365 (4,609억 원)	11,566 (4,690억 원)	11,714 (4,750억 원)	11,853 (4,806억 원)	1.6%
해당 품목	절인 식품	3,019 (1,224억 원)	3,034 (1,230억 원)	3,026 (1,227억 원)	3,021 (1,225억 원)	3,021 (1,225억 원)	0.0%
전망	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	CAGR ('20~'24)	
상위 품목	소스, 드레싱 및 조미료	11,984 (4,860억 원)	12,112 (4,911억 원)	12,245 (4,965억 원)	12,379 (5,020억 원)	12,513 (5,074억 원)	1.1%
해당 품목	절인 식품	3,021 (1,225억 원)	3,020 (1,225억 원)	3,027 (1,227억 원)	3,040 (1,233억 원)	3,058 (1,240억 원)	0.3%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

4) 1타이완달러=40.55원 (2020.03.16., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

5) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 대만 김치 수출입 시장규모

HS CODE 2005.99: 조사 제품 '김치'는 절인 배추를 양념한 뒤 저장한 제품임. 이에 '조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소·기타(식초나 초산으로 처리한 것 또는 냉동한 것 제외)'에 해당하는 HS CODE 2005.99를 지표로 선정함

▶ 2015-2019년, 대만 對글로벌 수입액 연평균성장률 8%

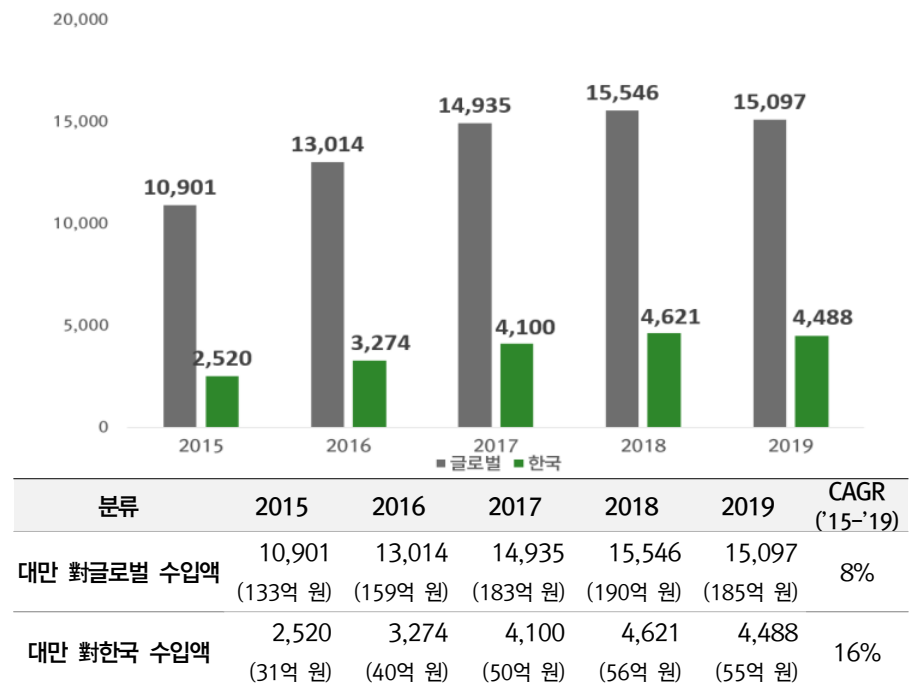
대만 HS CODE 2005.99 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2015-2019)간 연평균성장률 8%를 기록함. 2018년까지 매년 성장세가 이어졌으나 2019년에는 시장규모가 1,509만 7,000달러로 전년대비 약 3% 감소함

▶ 2015-2019년, 대만 對한국 수입액 연평균성장률 16%

대만 HS CODE 2005.99 품목의 對한국 수입액은 지난 5년(2015-2019)간 연평균성장률 16%를 기록함. 對글로벌 수입액과 마찬가지로 2018년까지 매년 성장세가 이어졌으나 2019년에는 시장규모가 448만 8,000달러로 전년대비 약 3% 감소함. 한편 2019년 해당 품목의 대만 수입액 1위 국가는 중국(467만 달러)이며 한국은 3위를 기록함

[표 1.2] HS CODE 2005.99 수입 규모⁷⁾⁸⁾

단위: 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre) HS CODE 2005.99 기준

7) 1달러=1,222.20원 (2019.03.16., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 대만 김치 소비 시장규모

1) 대만 재외동포 규모

● 대만 재외동포 지역별 분포

지역	재외동포 총수
전체	5,610명 (100%)
북부	3,895명 (69%)
중부	683명 (12%)
남부	540명 (10%)
기타	492명 (9%)

조사제품 '김치'는 절인 배추를 양념하여 보존한 한국 전통식품임. 이에 김치 제품에 접근성이 높은 현지 교민을 잠재 소비자로 선정하여 '대만 지역별 현지 교민 인구수'를 조사함. 또한, 지역별 구매력을 보유한 소비자 규모 파악을 위해 '대만 지역별 소득 분포'를 확인함

▶ 2019년, 대만 재외동포 총 5,610명

2019년 대만에 거주하는 재외동포는 5,610명으로, 이 중 재외국민은 전체 재외동포의 91%인 5,118명, 외국국적동포(시민권자)는 재외동포의 9%인 492명으로 확인됨. 대만에 거주하는 재외동포는 2017년 대비 약 11% 감소하였으며, 특히 일반 체류자가 가장 큰 감소폭을 보인 것으로 확인됨

지역별 재외동포 수는 북부 지방이 전체 재외동포 수의 69%(3,895명)로 가장 많이 거주하는 것으로 나타남. 나머지 12%(683명)는 중부 지방, 10%(540명)는 남부 지방, 9%(492명)는 기타 지역에 거주하는 것으로 확인됨⁹⁾

[표 1.4] 2019년 대만 재외동포 규모

단위: 명

지역	재외동포 총수	거주자격별					
		영주권자	재외국민		외국국적동포(시민권자)		
			일반	유학생			
총계	남	2,641	337	1,678	456	2,511	130
	여	2,969	335	1,766	506	2,607	362
	계	5,610	712	3,444	962	5,118	492
	증감률(%) (2017년 대비)	-11	19	-16	-15	-12	7

※ 통계자료의 출처 : 대만 내정부 이민서(移民署) 및 내정부호정사(戶政司)

※ 직전통계 대비 증감률 3% 이상인 경우 그 사유

- 체류자 감소 사유 : 거류증 소지자 중 대만 미거주자 제외

- 영주권자 증가 사유 : 영주권 취득자격 요건 완화

- 외국국적동포 증가 사유 : 배우자 귀화 증가

※ 유학생수(962명) : 거류증 소지 장기 체류자 (거류증 미소지 여학연수, 교환학생, 단기연수생 등 단기체류자 3,191명 미포함 수치)

※ 외국국적동포 수는 1989년부터 2018년 12월 31일까지의 대만국적을 취득한 누적수

자료: 외교부

9) 외교부, 「재외동포현황 2019」, 2019

2) 대만 지역별 소득분포

▶ 2017년, 대만 가구당 연평균 소득 1위 지역 타이베이시

대만 통계청에 따르면 2017년 대만의 가구당 연평균 가처분 소득은 약 101만 8,941타이완달러(약 4,132만 원)로 확인됨. 대만 20개 지역 중 6개 지역의 연평균 가처분 소득이 전체 연평균 가처분 소득 이상인 것으로 나타남. 그 중 수도인 타이베이시의 연평균 가처분 소득은 134만 4,538타이완달러로 가장 높았으며, 다음으로 신주시, 신주현, 타오위안시, 신베이시, 타이중시순으로 연평균 가처분 소득이 높음¹⁰⁾

[표 1.5] 2017년 대만 지역별 가구당 연평균 가처분 소득¹¹⁾

단위: 타이완달러

지역	평균소득	지역	평균소득
타이베이시	1,344,538 (5,452만 원)	이란현	901,167 (3,654만 원)
신주시	1,283,253 (5,204만 원)	마오리현	853,451 (3,461만 원)
신주현	1,271,770 (5,157만 원)	장화현	816,320 (3,310만 원)
타오위안시	1,105,711 (4,484만 원)	핑둥현	801,448 (3,250만 원)
신베이시	1,046,576 (4,244만 원)	자이현	769,976 (3,122만 원)
타이중시	1,033,169 (4,189만 원)	난터우현	758,388 (3,075만 원)
가오슝시	985,517 (3,996만 원)	화롄현	752,426 (3,051만 원)
지룽시	924,561 (3,749만 원)	타이둥현	752,275 (3,050만 원)
자이시	915,716 (3,713만 원)	원린현	745,074 (3,021만 원)
타이난시	902,536 (3,660만 원)	핑후현	724,107 (2,936만 원)

*자료: 대만 통계청(National Statistics, Republic of Taiwan)

10) 대만 통계청(National Statistics, Republic of Taiwan), 「The Survey of Family Income and Expenditure, 2017」, 2017

11) 해당 자료는 대만 통계청에서 발표한 자료로, 조사일 기준(2020.03.23.) 대만 지역별 소득분포를 확인할 수 있는 최신 자료임

II. Market Trend

SUMMARY

1. 온라인 쇼핑몰에서 한국 식품으로 면, 김, 과자 제품 인기
2. 절임 채소 관련해 오이를 가장 즐기는 대만 소비자, 매운 소스도 활용
3. 반찬용 김치로는 현지 음식인 대만식 김치를 즐기는 소비자가 많아
4. 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 반찬용 한국 김치는 적어

Market Trend

(시장트렌드)

대만(TAIWAN)

김치 시장트렌드



한국 식품 관련해 매운맛 제품도 인기
'김치 맛, 불닭 맛, 겨자 맛 제품 많아'



절임 채소 레시피에서 황금김치 많이 활용
'맵지 않고 새콤한 맛의 김치 즐겨'

■ TAIWAN Issue ①

온라인 쇼핑몰에서 한국 식품으로

면, 김, 스낵 제품 인기

'면, 김, 쿠키, 김치, 떡 키워드 빈출'

■ TAIWAN Issue ②

절임 채소로 오이 절임과

맵지 않은 현지식 김치를 즐기는 대만 소비자

'절임 채소로 오이 요리가 다수'



김치 활용 레시피로 볶음, 조림 찌개 요리 다수
'고기 볶음, 김치찌개, 김치전 레시피 나타나'



반찬용 김치보다는 김치맛 가공식품 다수
'반찬용 김치로는 대만식 김치를 소비하는 것으로 보여'

■ TAIWAN Issue ③

반찬용 김치로는 현지 음식인

대만식 김치를 즐기는 소비자가 많아

'백김치와 비슷한 대만식 김치인 황금김치'

■ TAIWAN Issue ④

온라인 쇼핑몰에서 판매되는

반찬용 한국 김치는 적어

'김치맛 라면, 김치맛 김 제품 눈에 띄어'

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

● 데이터 수집 소스원



(대만 매체 총 8개)

- : 대만 온라인 쇼핑몰 6개
- : 대만 레시피 사이트 2개

● 데이터 분류 키워드집

(김치 연관 키워드집)



● 데이터 분석 - 연관어 분석



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.02 - 20.02
수집 데이터	4,105건

데이터 정제

정제 키워드	김치 (Kimchi)
정제 데이터	3,404건

○ 데이터 수집

- 대만 김치 관련 데이터 소스원 리스트

[표 2.1] 대만 데이터 소스원 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	雅虎購物	tw.buy.yahoo.com	온라인 쇼핑몰
02	樂天市場	www.rakuten.com.tw	온라인 쇼핑몰
03	Carrefour	online.carrefour.com.tw	온라인 쇼핑몰
04	爰料理	icook.tw	온라인 쇼핑몰
05	Momoshop	www.momoshop.com.tw	온라인 쇼핑몰
06	Shopee	shopee.tw	온라인 쇼핑몰
07	爰料理	icook.tw	레시피 사이트
08	自由時報	food.ltn.com.tw	레시피 사이트

○ 데이터 분석 키워드집

- 대만 김치 관련 데이터 소스원 사전조사

[표 2.2] 대만 김치 관련 데이터 소스원 리스트

momo 購物網		食譜社群平台 爰料理		蝦皮商城	
현지 온라인 쇼핑몰, 한국 음식 제품		현지 레시피 사이트, 절임 채소 및 김치 관련 레시피		현지 온라인 쇼핑몰, 김치 관련 제품	
키워드 ①	비스킷	키워드 ①	반찬	키워드 ①	한식
키워드 ②	매운맛	키워드 ②	한식	키워드 ②	캔
키워드 ③	아몬드	키워드 ③	밥	키워드 ③	김
키워드 ④	면	키워드 ④	황금김치	키워드 ④	면

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 대만 김치 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 대만 김치 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
			의미	해당국가 언어(대만어)	참여기업	경쟁기업	기타
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드	한국 식품	면	麪條			0
			김	紫菜			0
스낵	小吃				0		
아몬드	杏仁				0		
김치	泡菜		0				
사탕	糖果				0		
젤리	果凍				0		
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	절임 채소 재료	오이	黃瓜	0	0	
			무	蘿蔔	0	0	
			매실	李子		0	
			배추	白菜	0	0	
한국 요리			밥	米飯	0		
			돼지고기	豬肉			0
			소고기	牛肉			0
			닭고기	雞			0
			두부	豆腐			0
			부침개	韓國煎餅			0
			치즈	乾酪			0
			계란	雞蛋			0
김치 관련 식품			황금김치	黃金泡菜		0	
			고추장	辣椒醬	0		
			찌개	湯			0
			만두	餃子			0
			무	蘿蔔	0		

3) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 대만 온라인 쇼핑몰 및 커뮤니티에서 추출한 문건을 대상으로 분석함
2. 온라인 쇼핑몰의 경우, '한국 음식', '김치'를 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열하고 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10페이지까지의 상품명을 수집함 (쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출

※ TF, Term 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 국세청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국세청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국세청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 방지 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)

[TF 기준 데이터 분석 결과 요약]



1. 온라인 쇼핑몰에서 한국 식품으로 면, 김, 스낵 제품 인기

인기 한국 음식 제품



제품명	불닭 맛 아몬드
가격	210타이완달러 ¹²⁾ (약 8,510원)
용량	210g



제품명	허니버터믹스넛
가격	249타이완달러 (약 1만 90원)
용량	220g



제품명	광천 불고기맛김
가격	75타이완달러 (약 3,040원)
용량	4g*3개

출처: 쇼피(shopee.tw)

▶ 한국 식품 관련해 ‘면’, ‘김’, ‘쿠키’, ‘김치’ 키워드 빈출

온라인 쇼핑몰에서 인기 한국 음식 제품을 살펴본 결과, ‘면’이 최다 빈출했으며, 대다수의 면 제품이 라면인 것으로 확인됨. 그 다음으로 ‘김’이 가장 많아 한국 음식으로는 라면과 김 제품이 인기가 높은 것으로 보임. 그 외 ‘쿠키’, ‘비스킷’ 등의 스낵류 키워드가 빈출함. 한편 ‘김치’ 키워드는 주로 김치 맛이 가미된 가공 식품을 가리키는 경우가 대부분임

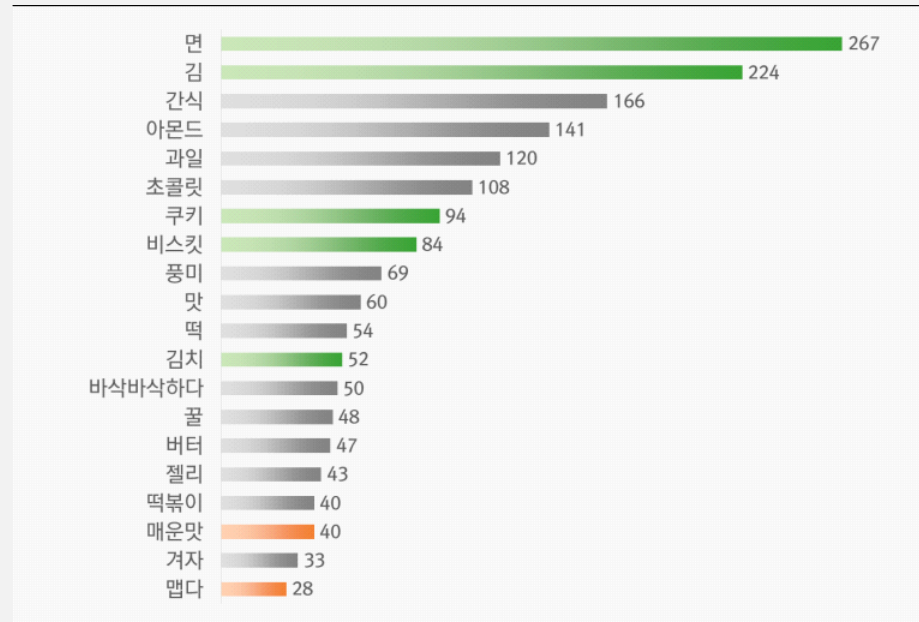
▶ 한국 식품으로 매운맛 제품도 인기

맛 관련 키워드로 ‘매운맛’, ‘맵다’가 나타나 매운맛 제품도 인기인 것을 알 수 있음. 김치라면, 김치맛 김 제품을 포함하여 떡볶이맛 과자나, 불닭맛 아몬드, 겨자맛 아몬드 등 매운맛 제품을 쉽게 찾아볼 수 있음

▶ 대만 온라인 쇼핑몰 내 한국 식품 관련 이슈

① 면, 김, 쿠키, 비스킷 ② 매운맛, 맵다

[표 2.4] 대만 온라인 쇼핑몰 내 ‘한국 식품’ 주요 키워드



자료 : 대만 온라인 쇼핑몰 내 인기 ‘한국 식품’ 제품 954건 분석 (18.02 - 20.02)

값 설명 : 해당 키워드 빈도 총합(TF)

12) 1타이완달러=40.55원 (2020.03.16., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 절임 채소로 오이 절임과 맵지 않은 현지식 김치를 즐기는 대만 소비자

상큼한 한국식 오이 절임



상큼한 한국식 오이 절임
슬라이스 오이, 당근, 향신료, 양파, 한국 파프리카, 설탕, 소금, 간장 등을 이용한 레시피 소개
출처: 아이쿱(icook.tw)

김치 소스를 이용한 오이 김치



오이 조각, 양파, 참기름, 김치 소스, 당근, 파 등을 이용한 레시피 소개
출처: 아이쿱(icook.tw)

간장을 이용한 오이 절임



간장, 마늘, 참깨, 찹쌀 식초, 설탕 등을 이용한 레시피 소개
출처: 아이쿱(icook.tw)

▶ 절임 채소로 오이 요리가 다수

김치가 절임 채소로 인식되는 것에 착안하여 레시피 사이트에서 즐겨 먹는 절임 음식을 살펴봄. ‘오이소박이’, ‘오이장아찌’와 같이 오이 요리가 대부분임. 오이 외에는 ‘무’나 ‘매실’ 절임을 언급함. 주목할 만한 점은 ‘한국’이란 키워드를 통해 한국식 절임 채소에 대한 대만 소비자들의 수요가 있다는 점을 알 수 있음

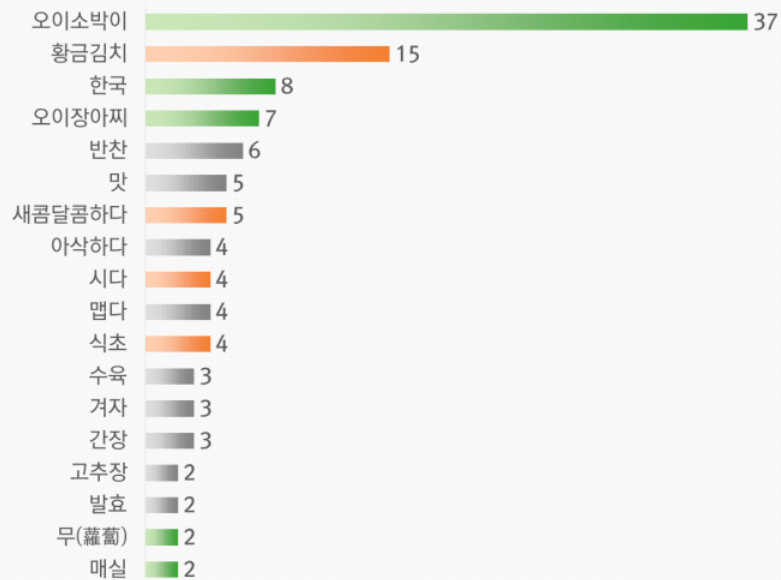
▶ 절임 채소 레시피 관련해 ‘황금김치’와 ‘새콤달콤하다’ 키워드 빈출

한편 오이소박이 다음으로 ‘황금김치’ 키워드가 다수 나타남. 황금김치는 대만 소비자들의 입맛에 맞게 현지화된 음식으로 맵지 않고 발효 과정이 없다는 점이 특징임. 실제 맛과 관련해서도 ‘새콤달콤하다’, ‘시다’, ‘식초’ 등의 키워드가 출현해 맵지 않고 새콤한 맛의 음식을 즐기는 것으로 보임

▶ 대만 레시피 사이트 내 절임 채소 관련 주요 이슈

- ① 오이소박이, 오이장아찌 ② 황금김치 ③ 겨자, 고추장

[표 2.6] 대만 레시피 사이트 내 ‘절임 채소’ 주요 키워드



자료 : 대만 레시피 사이트 내 인기 ‘절임 채소’ 관련 게시물 94건 분석 (18.02 - 20.02)
값 설명 : 해당 키워드 빈도 총합(TF)

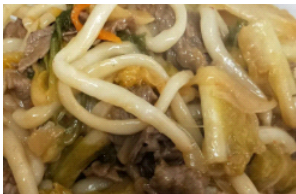
3. 반찬용 김치로는 현지 음식인 대만식 김치를 즐기는 소비자가 많아

황금김치



한국의 백김치와 유사한 대만식 김치로, 맵거나 짜지 않은 것이 특징임. 젓갈이나 액젓을 사용하지 않아 비건 식품이라고 할 수 있음. 발효를 거치지 않고, 보통 5일 이내에 섭취함.
출처: 추추키췌(choochoocachew)

김치를 활용한 요리



김치 쇠고기 볶음



김치전



김치 두부 조림

출처: 아이쿱(icook.tw)

▶ 김치 레시피 관련해 한식 요리 소개 글 다수

레시피 사이트에서 김치 관련 게시글을 분석한 결과, ‘한식’과 ‘한국’ 키워드의 빈도가 높게 나타남. 해당 키워드의 대부분이 김치를 활용한 한식 요리 레시피를 가리킴. 반면 한식과 한국 키워드가 없는 레시피는 대만식 ‘황금김치’를 활용하는 경우가 대부분임. 한편 ‘무’ 키워드가 나타났는데, 재료로 언급된 경우가 많으며 무김치는 확인하기 어려움

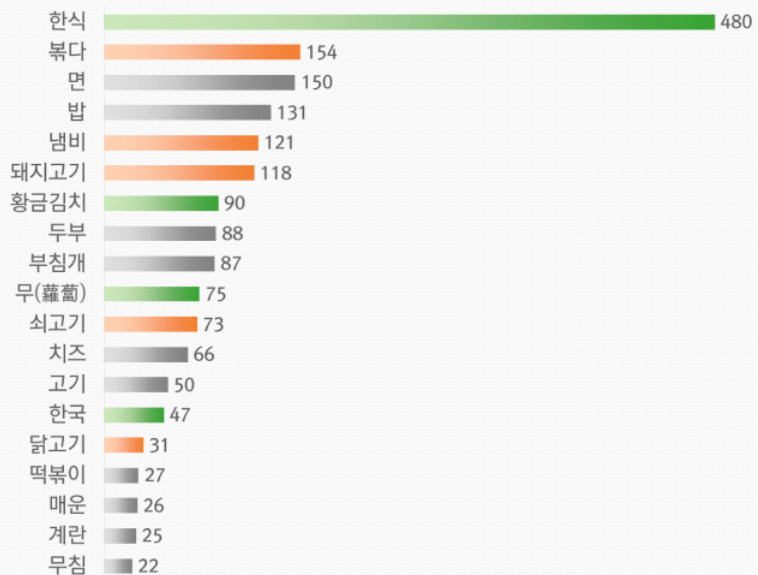
▶ 김치를 활용하는 레시피로 볶음, 조림, 찌개 요리 다수

‘볶다’, ‘냄비’ 키워드를 통해 김치를 활용한 구체적인 요리를 확인할 수 있음. ‘돼지고기’, ‘소고기’, ‘닭고기’와 김치를 함께 볶은 요리와 김치찌개, 김치전 등 한국에서 흔히 볼 수 있는 요리가 나타남. 한편 반찬용 김치를 의미하는 레시피는 많지 않아 대만 소비자들에게 한국식 김치 수요는 많지 않은 것으로 보임

▶ 대만 레시피 사이트 내 김치 관련 주요 이슈

- ① 한식, 한국 ② 황금김치 ③ 볶다, 냄비

[표 2.7] 대만 레시피 사이트 내 ‘김치’ 주요 키워드



자료 : 대만 레시피 사이트 내 ‘김치’ 관련 게시글 1,614건 분석 (18.02 - 20.02)
값 설명 : 해당 키워드 빈도 총합(TF)

4. 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 반찬용 한국 김치는 적어

김치맛 김



제품명	김치맛김
가격	135타이완달러 (약 5,470원)
용량	4g*12

출처: 쇼피(shopee.tw)

▶ 반찬용 김치보다는 김치맛 가공식품이 다수 판매

온라인 쇼핑몰에서 김치 관련해 ‘한식’, ‘한국’ 키워드가 다수 출현했는데, 해당 키워드를 포함하는 제품은 대부분 가공식품임. 이 중 대다수가 김치맛 라면을 가리킴. 이 외에는 김치 맛이 가미된 ‘김’이나 김치 ‘만두’ 또는 김치찌개를 편리하게 조리할 수 있는 HMR(Home Meal Replacement) 제품이 나타남. 이를 통해 한국식 김치에 대한 수요를 긍정적으로 예측할 수 있음

▶ 반찬용 김치로는 대만식 김치를 주로 소비

실제 반찬용 김치가 판매되는 경우는 가공식품 대비 많지 않은 것으로 나타남. 반찬용으로 판매되는 김치는 대만 현지산 ‘황금김치’가 대부분임. 일부 통조림 형태의 김치 및 볶음김치가 판매되고 있으나 많지 않은 편임. 이를 통해 대만 소비자들이 한국식 김치를 크게 선호하지 않는 것을 알 수 있음

김치찌개 전용 통조림



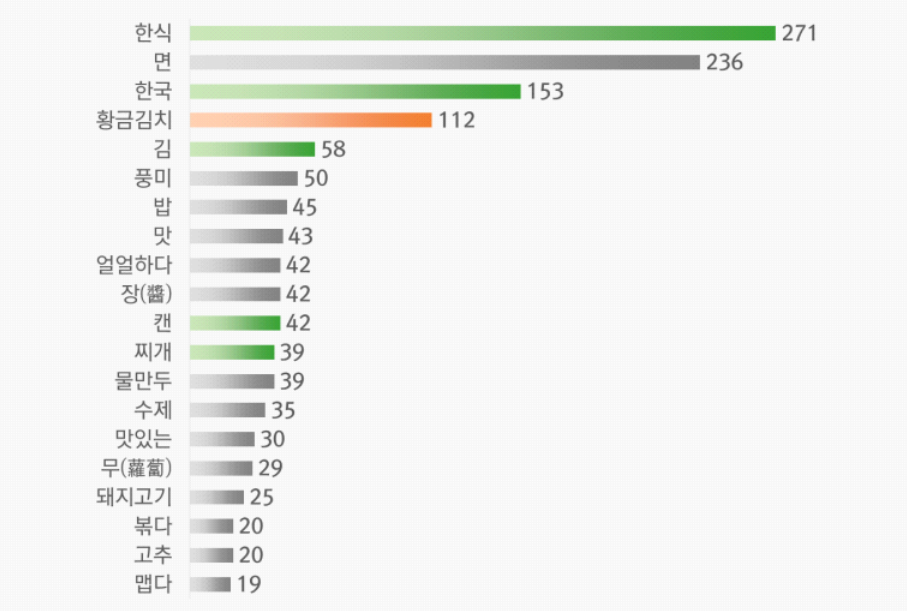
제품명	김치찌개전용 콩치
가격	189달러 (약 7,660원)
용량	400g
특징	김치, 물과 함께 끓이는 김치찌개용 HMR 식품

출처: 쇼피(shopee.tw)

▶ 대만 온라인 쇼핑몰 내 김치 관련 주요 이슈

- ① 한식, 한국 ② 면, 김, 찌개 ③ 황금김치

[표 2.7] 대만 온라인 쇼핑몰 내 ‘김치’ 주요 키워드

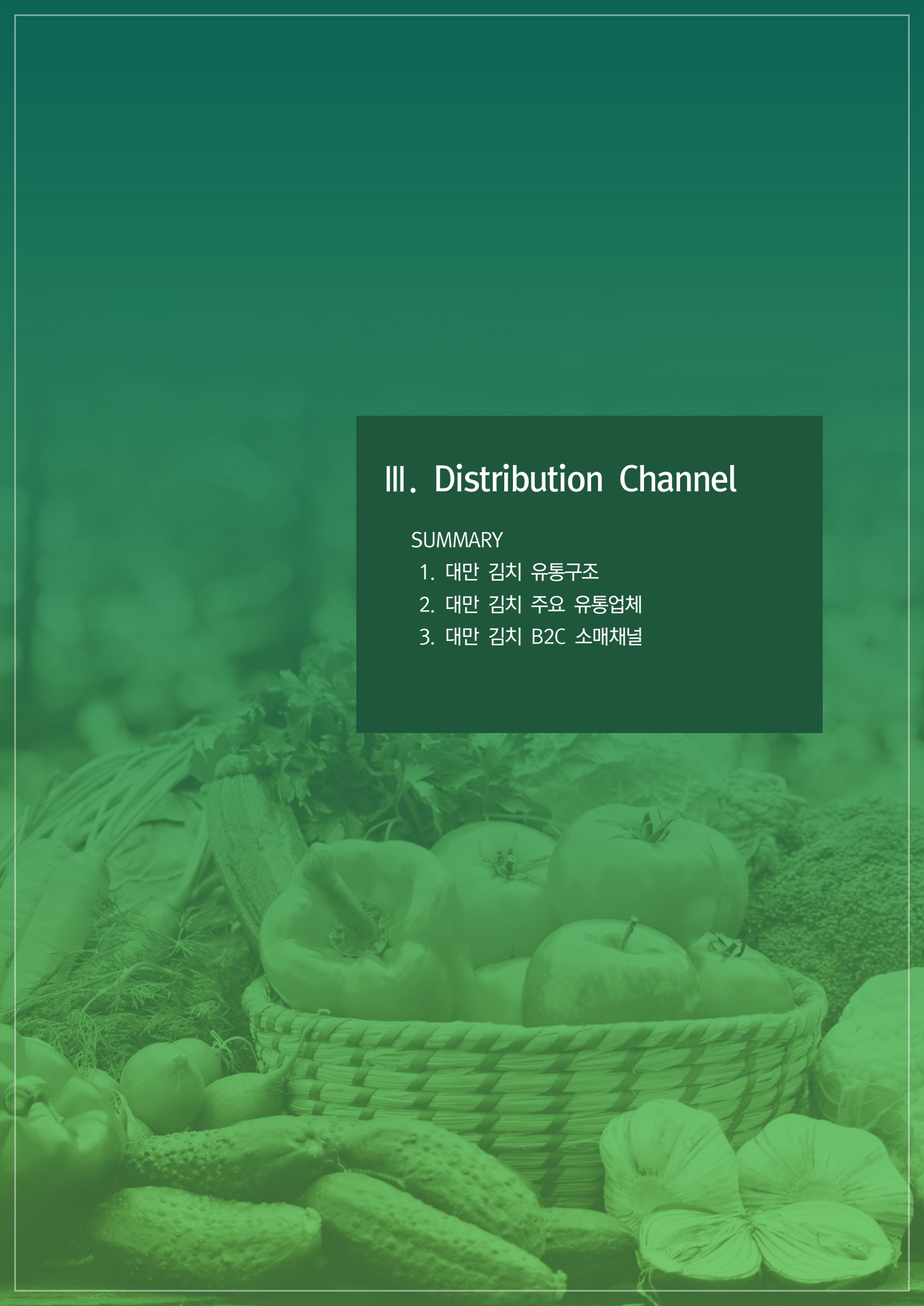


자료 : 대만 온라인 쇼핑몰 내 ‘김치’ 관련 제품 742개 분석 (18.02 - 20.02)
 값 설명 : 해당 키워드 빈도 총합(TF)

III. Distribution Channel

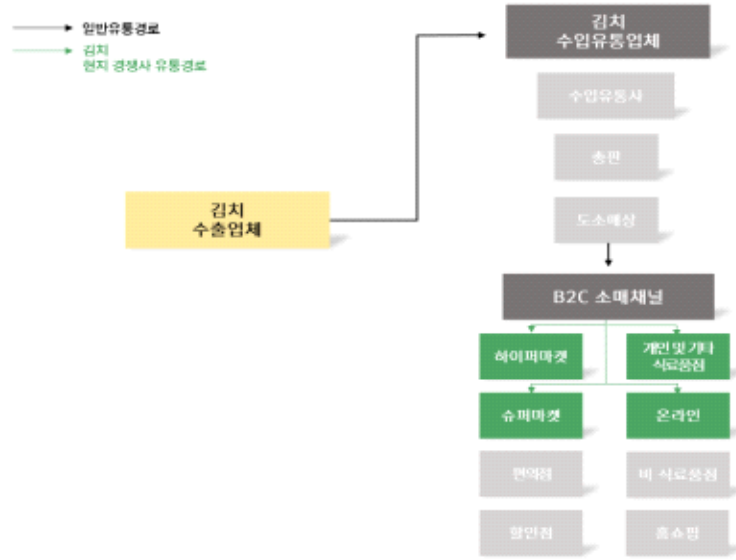
SUMMARY

1. 대만 김치 유통구조
2. 대만 김치 주요 유통업체
3. 대만 김치 B2C 소매채널



Distribution Channel

(유통채널)



대만 (TAIWAN)

김치¹³⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ¹⁴⁾	주요 채널 ¹⁵⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	79.7%	까르푸(Carrefour), 알티마트(RT Mart), 에이마트(A-mart), 피엑스마트(PX mart), 웰컴(Wellcome), 심플마트(Simple Mart) 마켓플레이스바이제이슨(Market Place by Jasons)
	개인 및 기타 식료품점 ¹⁶⁾¹⁷⁾	8.7%	코리아샵(韓購網), 한제(韓濟)
	편의점	6.2%	세븐일레븐(7-Eleven)
	온라인	4.3%	쇼피몰(Shopee Mall), 모모샵(Momo Shop)
	백화점	1.1%	소고(Sogo)

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

13) '김치'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)'의 정보를 확인함

14) 2019년 기준, 대만 내 '소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)'의 유통채널 점유율임

15) 채널 분류에 따른 대만 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계 기업도 포함됨

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

17) 개인 및 기타 식료품점은 본 보고서에서는 한인마트를 조사함

1. 대만 김치 유통구조

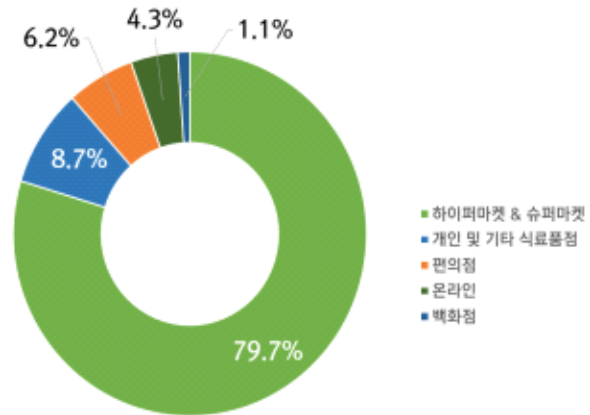
▶ 대만 김치 주요 채널

‘하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(79.7%), 개인 및 기타 식료품점(8.7%), 편의점(6.2%)’

품목 구분 및 분류

품목	김치
구분	김치
범주	소스, 드레싱 및 조미료 (Sauces, Dressings and Condiments)

[표 3.1] 대만 김치 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 대만 김치 유통채널 현황

채널 유형	김치 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	79.7%	까르푸(Carrefour), 알티마트(RT Mart), 에이마트(A-mart), 피엑스마트(PX mart), 웰컴(Wellcome), 심플마트(Simple Mart) 마켓플레이스바이제이슨 (Market Place by Jasons)
	개인 및 기타 식료품점	8.7%	코리아샵(韓購網), 한제(韓濟)
	편의점	6.2%	세븐일레븐(7-Eleven)
	온라인	4.3%	쇼피몰(Shopee Mall), 모모샵(Momo Shop)
	백화점	1.1%	소고(Sogo)

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

2. 대만 김치 주요 유통업체

- ▶ 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓이 대표적임. 추가로, 개인 및 기타 식료품점, 온라인에서 유사 품목 판매가 확인되어 조사 채널에 포함

[표 3.3] 대만 김치 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ¹⁸)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 20억 9,504만 달러 (약 2조 5,606억 원)	A사, B사, 웨이취앤(味全)	0
2	알티마트 (RT Mart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 143억 9,984만 달러 (약 17조 5,995억 원)	웨이취앤(味全), 아이즈웨이(愛之味)	0
3	에이마트 (A-mart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 234억 달러 (약 28조 5,995억 원)	따시응지(大興吉), 청안(正安) 웨이취앤(味全)	0
4	피엑스마트 (PX mart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 38억 4,395만 달러 (약 4조 6,980억 원)	C사	0
5	웰컴 (Wellcome)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 58억 8,810만 달러 (약 7조 1,964억 원)	웰컴(Wellcome), 춘시양춘(春香村), 싼시에청(三協成)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

18) 1달러=1,222.20원 (2020.03.16., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	심플마트 (Simple Mart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 3억 9,400만 달러 (약 4,815억 원)	한유(韓宇), 아이상차이(愛上菜)	0
7	마켓플레이스 바이제이슨 (Market Place by Jasons)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 58억 8,810만 달러 (약 7조 1,964억 원)	B사, 애즈웨이(愛之味)	0
8	코리아샵 (韓購網)	한인마트	매장 수('19): 약 2개	루안마파오차이 (鑾媽泡菜)	0
9	한제 (韓濟)	한인마트	매장 수('19): 약 3개	B사, D사	0
10	쇼피몰 (Shopee Mall)	온라인	약 2억 1,825만 달러 (약 2,667억 원)	B사, 빠빠판(扒扒飯), 한웨이뿌얼(韓味不二)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 대만 김치 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 까르푸(Carrefour)

	기업명	까르푸(Carrefour)	
	홈페이지	www.carrefour.com.tw	
	위치	타이베이(Taipei)	
	규모	매출액('18)	약 20억 9,504만 달러 (약 2조 5,606억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	매장 수('18): 약 128개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1959년에 프랑스에서 처음 설립 - 1989년에 대만 시장 진출 - 약 30개국에서 매장을 운영하고 있으며, 아시아에서는 중국, 대만, 인도네시아에 매장을 운영 - 다양한 제품을 판매하며, 가격이 비교적 저렴한 편 - 한국, 일본, 유럽 등의 여러 수입 제품 판매 - 까르푸24 편의점을 통해 24시간 매장을 운영 - 온라인스토어를 통해 배송서비스 제공 	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2018년 액트폴푸즈(Act For Food)¹⁹⁾를 진행하여 현지 농가에서 생산하는 작물 유기농 재배로의 전환 지원 - 2018년 기준 유기농 제품 생산하는 현지 농가 약 100곳과 계약 체결 - 2018년 14개의 매장 신규 오픈 		
유사제품 정보		제품명	B 파오차이 (B 泡菜)
		종류	김치
		용량	500g
		원산지	한국

자료: 유로모니터(Euromonitor), 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 까르푸 2018 연간보고서(Carrefour Annual Report 2018)

사진 자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 리테일360아시아(retail360asia)

19) 첨가제, 화학살충제 사용 금지를 통해 환경친화적인 식품 판매를 추진하기 위한 캠페인

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, 냉동식품, 음료류, 스낵류, 생선류, 소스류 등 - 일반: 유아용품, 뷰티용품, 화장품, 주방용품, 생활용품, 의류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 제품군 확장 계획에 있음 	
<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>1. 홈페이지를 통한 등록 (www.carrefour.com.tw/contactus.html)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 訊息類別 항목에 'Inquiry' 클릭 - 詢問類型 항목에 'Supplier Inquiry' 클릭 - 商品類別 항목에 해당 제품 부류 선택 - 詢問對象 항목에 원하는 지역 및 채널 선택 - 파일 업로드 및 메시지 입력 <p>2. 유선 연락을 통한 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 입점 시 까르푸 그룹 공급업체 포탈 가입 (carrefour.net) - 문의사항 연락처: +886-(0)2-2898-1999 	

자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 까르푸온라인(online.carrefour) 홈페이지



② 알티마트(RT Mart)

	기업명	알티마트(RT Mart)	
	홈페이지	www.rt-mart.com.tw	
	위치	타이베이(Taipei)	
	규모	매출액(*18)	약 143억 9,984만 달러 ²⁰⁾ (약 17조 5,995억 원)
기타 규모		매장 수(*18): 약 22개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1996년 설립 - 오상리테일(Auchan Retail)의 자회사 - 현재 중국, 베트남, 대만에서 매장을 운영 - 다양한 자체 제작 브랜드를 보유 - 온라인 배송 서비스와 픽업서비스 제공 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 자사 홈페이지 내 다양한 프로모션과 이벤트 정보를 제공 		
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 RT마트 타오위안점에서 함양농산물 판촉행사 진행 - 2018년 12월 타이베이 산민역에 무인 매장을 오픈 - 2018년 자사 홈페이지 통해 취급하는 신선식품 현지 농가 및 공급업체 정보를 제공 - 2017년 9월 첫 편의점 형태의 매장 오픈 		
유사제품 정보		제품명	광조우한시파오차이 (光州韓式泡菜)
		종류	김치
		용량	350g
		원산지	대만

자료: 알티마트(RT Mart) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 오상 2018 연간보고서(Auchan Annual Report 2018)

사진 자료: 알티마트(RT Mart) 홈페이지, 라이프스타일링로그(lifestylinglog)

20) 대만 포함 중국과 베트남 매출액을 모두 포함한 수치임

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 생선류, 냉동식품, 가공식품, 음료류, 주류, 스낵류, 소스류 등 - 일반: 뷰티용품, 화장품, 유아용품, 애완용품, 청소용품, 주방용품, 가구류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 - 유기농제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인몰에 수입식품 카테고리가 따로 제공되며, 다양한 한국 식품을 판매 - 다양한 유기농 식품 취급 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	1. 홈페이지를 통한 입점 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지(news.rt-mart.com.tw/main) 상단에서 '공급업체 되기(成為供應商)'를 클릭하여 정보 기입 후 제출 - 홈페이지 기입정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일, 연락처, 회사명, 회사 홈페이지 주소) ② 제품 관련 내용 (제품 카테고리, 브랜드명, 제품명, 현재 보유한 유통채널) ③ 상세내용 (제품 사진, 카탈로그 등 자유기재) 2. 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 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, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: business_cooperation@rt-mart.com.tw

자료: 알티마트(RT Mart) 홈페이지



③ 에이마트(A-mart)

기업 기본 정보	기업명	에이마트(A-mart)		
	홈페이지	www.fe-amart.com.tw		
	위치	신 타이베이(New Taipei City)		
	규모	매출액(*18)	약 234억 달러 ²¹⁾ (약 28조 5,995억 원)	
		기타 규모	매장 수(*19): 약 19개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 파이스턴그룹(Far Eastern Group)²²⁾의 자회사로, 1985년 설립 - ‘A better life for every family’를 슬로건으로 내세우며 다양한 형태의 가족을 위한 제품을 판매 - 온라인스토어를 운영하고 있으며 배송서비스 및 픽업 서비스를 제공 - 쿠킹클래스, 건강세미나 등 다양한 행사 진행 - 자사 결제시스템 ‘해피고(Happy Go)’를 통해 포인트 적립 등 여러 가지 혜택을 제공 			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2020년 코로나 바이러스로 인해 상품배달로 영역을 확대 중이며 2월 전년 동기 대비 매출액 약 40% 증가 - 2020년 매장 내에서 전문가를 초청해 무료 건강 강의를 진행 		
유사제품 정보		제품명	정안파오차이 (正安泡菜)	
		종류	김치	
		용량	500g	
		원산지	한국	

자료: 에이마트(A-Mart) 홈페이지, 파이스턴그룹(Far Eastern Group) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor) 사진 자료: 에이마트(A-Mart) 온라인 홈페이지, 파이스턴그룹(Far Eastern Group) 홈페이지

21) 파이스턴그룹(Far Eastern Group) 총 매출액

22) 화학, 에너지, 소매유통 등 10개의 산업분야에서 사업을 하는 대만 거대기업

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 냉동식품, 해산물, 신선식품, 건조식품, 소스류, 주류, 음료류 등 - 일반: 의류, 생활용품, 주방용품, 가전제품, 스포츠용품, 서적류, 가구류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품질이 뛰어난 상품 - 신선제품의 경우 현지 공급업체 선호 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 신선식품의 경우 QR 코드 통해 해당 제품 상세정보 확인 가능 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	1. 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 오른쪽 상단 ‘聯絡我們’ 클릭하여 필요 정보 기입 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 연락처, 이메일, 제품 설명 2. 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 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, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: sandychiang@fe-amart.com.tw

자료: 에이마트(A-Mart) 홈페이지



④ 피엑스마트(PX mart)

기업 기본 정보	기업명	피엑스마트(PX mart)		
	홈페이지	www.pxmart.com.tw		
	위치	타이베이(Taipei)		
	규모	매출액('18)	약 38억 4,395만 달러 (약 4조 6,980억 원)	
		기타 규모	매장 수('18): 약 950개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1998년에 설립되었으며, 대만 최대 규모의 슈퍼마켓 체인점 - 대만 전역에 매장 위치 - 편의점 형태의 아이마트(iMart)도 함께 운영 - 비교적 저렴한 가격대로 제품을 판매 - 자사 홈페이지를 통해 매주 제품 할인 카탈로그를 제공 			
				
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 4월 군산 소형 양배추를 입점 - 2019년 1월부터 로또 5등 당첨금 수령서비스를 개시 - 2018년 멤버십 가입 회원 수 900만 명을 달성 - 2018년 식료품 및 생활용품 20개 품목에서 대만 14개의 소매기업 중 매출액 1위를 달성 			
유사제품 정보		제품명	한꾸오지아시아파오차이 (韓國家鄉泡菜)	
		종류	김치	
		용량	1kg	
		원산지	한국	

자료: 피엑스마트(PX mart) 홈페이지, 피엑스마트(PX mart) 페이스북 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor) 사진 자료: 피엑스마트(PX mart) 홈페이지, 피엑스마트(PX mart) 페이스북 홈페이지, 인사이드리테일아시아(insideretail.asia)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 냉동식품, 가공식품, 주류, 음료류, 스낵류, 소스류, 주류 등 - 일반: 생활용품, 주방용품, 위생용품, 유아용품, 청소용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 수입제품 취급함 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지를 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 메뉴에서 '상품제안(商品提案)' 클릭 - 유형에서 상품제안(商品提案) 선택 후, 필요정보 기입 후 입점 문의 간단히 작성 후 제출 (www.pxmart.com.tw/px/customer_contact_us.px) - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 연락처, 이메일, 제품 설명
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: 유선전화: +886-(0)2-2533-7700

자료: 피엑스마트(px mart) 홈페이지



⑤ 웰컴(Wellcome)

기업 기본 정보	기업명	웰컴(Wellcome)		
	홈페이지	www.wellcome.com.tw		
	위치	타이베이(Taipei)		
	규모	매출액('18)	약 58억 8,810만 달러 ²³⁾ (약 7조 1,964억 원)	
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 226개 - 직원 수 ('18): 약 4,100명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 데어리팜(Dairy Farm)의 자회사 - 1945년에 처음 홍콩에 설립된 후 1987년에 대만 진출 - 다양한 종류의 신선제품을 판매하며, 엄격한 인증절차를 거친 식료품만 판매가 가능 - 자사 홈페이지와 SNS를 통해 여러 프로모션 정보를 제공 - 온라인스토어를 통해 배송서비스를 제공 			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 1월부터 로또 5등 당첨금 수령서비스를 개시 - 2018년 에덴소셜웰페어(Eden Social Welfare)²⁴⁾ 재단을 통해 매달 기부금을 전달 		
유사제품 정보		제품명	띠잉하오한스파오차이 (頂好韓式泡菜)	
		종류	김치	
		용량	390g	
		원산지	대만	

자료: 웰컴(Wellcome) 홈페이지, 데어리팜 2018 연간보고서(Dairy Farm Annual Report 2018), 유로모니터(Euromonitor), 데어리팜(Dairy Farm) 홈페이지
 사진 자료: 웰컴(Wellcome) 홈페이지, 데어리팜(Dairy Farm) 홈페이지, 앨라미(Almamy)

23) 그룹사인 데어리팜(Dairy Farm)의 매출

24) 1982년 대만에 설립된 장애인우들과 사회적 약자를 돕는 자선단체

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 소스류, 유제품, 육류, 생선류, 냉동식품, 스낵류, 면류, 빵류, 가공식품, 즉석식품 등 - 일반: 위생용품, 문구류, 잡화류, 청소용품, 주방용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 신선식품은 RBPR²⁵⁾검사를 필수로 거쳐야 함 - 판매하는 주류 제품이 매우 다양함 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지를 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 왼쪽 상단 메뉴에서 'Contact' 클릭 - 필요정보 및 입점 문의 작성 후 제출 (www.welcome.com.tw/#service) - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 담당자 연락처, 이메일 주소, 문의 내용
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: +886-(0)8-0029-1261

자료: 웰컴(Wellcome) 홈페이지

25) RBPR(Rapid Bioassay of Pesticide): 살충제 잔류물 검사, 소비자를 보호하기 위해 과일, 채소류에 살충제 잔여물을 확인하는 검사



⑥ 심플마트(Simple Mart)

	기업명	심플마트(Simple Mart)	
	홈페이지	www.simplemart.com.tw	
	위치	타이베이(Taipei)	
	규모	매출액('17)	약 3억 9,400만 달러 (약 4,815억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	매장 수('18): 약 694개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 머큐리스(Mercuries) 기업의 자회사로, 2006년 타이베이 시에 첫 매장을 오픈 - 한정 제품을 온라인스토어를 통해 판매하며 배송서비스와 픽업서비스를 제공 - 매장 규모는 작은 편이나, 수입식품, 자체제작 상품 포함한 다양한 제품을 판매 - 주로 접근성이 좋은 곳에 매장이 위치 - 자사 홈페이지 통해 신제품 출시 홍보 및 제품 프로모션 정보를 제공 	
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 일부 매장 내 '심플카페(Simple Cafe)' 서비스 개시함 - 2018년부터 일본의 수미토모(Sumitomo) 기업²⁶⁾이 공동 경영 - 2015년 2월 멤버십 회원 수 100만 명을 달성 		
유사제품 정보		제품명	한위파오차이 (韩宇泡菜)
		종류	김치
		용량	600g
		원산지	대만

자료: 심플마트(Simple Mart) 홈페이지, 대만 체인점 기록 2017(Taiwan Chain Store Almanac 2017), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 심플마트(Simple Mart) 홈페이지

26) 1919년 설립된 세계 최대의 종합 무역 회사 중 하나

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 육류, 냉동식품, 가공식품, 즉석식품, 소스류, 음료류, 신선식품 등 - 일반: 생활용품, 인테리어 소품, 가전제품, 청소용품, 주방용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선한 제품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 한국 주류 및 건조식품을 판매 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>홈페이지를 통한 직접 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 메뉴에서 ‘Customer Service’ 클릭 후 ‘other problems’ 선택 - 필요정보 및 입점 문의 작성 후 제출 (www.simplemart.com.tw/ec99/ushop20097/service.asp) - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 담당자 연락처, 이메일 주소, 문의 내용 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: webservice@simplemart.com.tw 전화: +886-(0)2-2506-1606 	

자료: 심플마트(Simple Mart) 홈페이지



⑦ 마켓플레이스바이제이슨(Market Place by Jasons)

	기업명	마켓플레이스바이제이슨(Market Place by Jasons)	
	홈페이지	www.jasons.com.tw	
	위치	타이베이(Taipei)	
	규모	매출액(*18)	약 58억 8,810만 달러 ²⁷⁾ (약 7조 1,964억 원)
기타 규모		매장 수(*18): 약 26개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1975년에 싱가포르에 처음 설립되었으며, 2003년부터 대만에서 매장 운영 - 현재 말레이시아, 싱가포르, 대만, 홍콩에서 매장 운영 - 데어리팜의 자회사로, 신선식품에 주력하며 프리미엄 식품을 전문적으로 판매 - 다양한 한국, 일본 등의 수입산 상품을 판매 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 온라인몰에서는 주로 세트상품, 완제품이 판매 - 주로 도심지역에 매장이 위치 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 9월 한 달 동안 라인페이(LINE PAY)로 결제 시 12% 페이백 프로모션 진행 - 2018년 농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사가 양화비양광장점에 국산 신선농산물 20여종을 판매하는 '케이프레쉬존(K-Fresh Zone)' 개최 - 2017년 삼성페이(Samsung Pay) 도입 		
유사제품 정보		제품명	종지아푸파오차이 (宗家府泡菜)
		종류	김치
		용량	500g
		원산지	한국

자료: 마켓플레이스바이제이슨(Market Place by Jasons) 홈페이지, 마켓플레이스바이제이슨(Market Place by Jasons) 페이스북 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 마켓플레이스바이제이슨(Market Place by Jasons) 페이스북 홈페이지

27) 그룹사인 데어리팜(Dairy Farm)의 매출

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 냉동식품, 가공식품, 신선식품, 육류, 어류, 소스류, 스낵류, 음료류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 - 품질이 뛰어난 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 수입식품 판매 - 과일의 경우 선물 포장되어 판매되는 제품이 많음 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 메뉴에서 'Contact' 클릭 후 필요 정보 기입 후 제출 (www.jasons.com.tw/ENG#consumer_sercive) - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 담당자 연락처, 이메일 주소, 문의 내용 2. 유선 연락을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 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, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: +886-(0)8-0029-1261 	

자료: 마켓플레이스바이제이슨(Market Place by Jasons) 홈페이지

2) 한인마트



① 코리아샵(韓購網)

기업 기본 정보	기업명	코리아샵(韓購網)	
	홈페이지	www.koreashop.url.tw	
	위치	반차오구(Banqiao)	
	규모	기타 규모	매장 수('19): 약 2개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 한국수입품목 판매 매장 - 라쿠텐대만, 피씨홈온라인(PCHome Online)등의 6개의 온라인 플랫폼에 매장 입점 - 페이스북을 통하여 판매 제품 홍보 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2020년 1월 대만 휴일과 관련해서 영업시간 변경사항을 페이스북에 게시 - 2019년 반차오 지역에서 소규모로 한국어 클래스 오픈 		
유사제품 정보		제품명	루안마한스빠이차이파오차이 (鑾媽韓式白菜泡菜)
		종류	김치
		용량	600g
		원산지	한국

자료: 코리아샵(韓購網) 홈페이지, 코리아샵(韓購網) 피씨스토어 홈페이지, 코리아샵(韓購網) 페이스북 홈페이지
 사진 자료: 코리아샵(韓購網) 홈페이지, 코리아샵(韓購網) 페이스북 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 차(茶)류, 소스류, 김치류, 즉석식품, 스낵류, 조미료류, 커피류 등 - 일반: 식기류, 주방용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 한국수입식품 	
	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>이메일 혹은 유선전화를 통한 입점문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 작성 시 기입해야할 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자정보 (회사이름, 담당자이름, 담당자 직위, 연락처) ② 제품 정보 (제품 카탈로그, 제품영양 성분표, 제품 설명서, 제품라벨 번역본) - 메일 확인 후 입점 가능 여부를 회신해줌
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 유선전화: +886-(02)-22579606 팩스: +886-(0)2-22574987 핸드폰: 0931-579-606 이메일: koreashop88@gmail.com

자료: 코리아샵(韓購網) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 한제(韓濟)

	기업명	한제(韓濟)	
	홈페이지	www.hanji-food.com.tw	
	위치	신베이시(New Taipei City)	
	규모	기타 규모	매장 수('19): 약 3개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1999년 설립 - 한국 식료품 및 제품을 대만 지역에 도매하는 것으로 사업을 시작하였고 현재는 자사 소매유통채널을 보유 - 다양한 한국 유명 식품 브랜드 제품들을 판매 - 페이스북을 통하여 소비자들과 소통 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 한국 맥주 브랜드인 '카스'를 대만지역에 독점적으로 수입유통 - 2018년 홈페이지 라인QR코드를 통하여 매장 내 한국 식품에 대한 모바일 상담 서비스 개시 - 2018년 중앙 플래그십 스토어 및 물류센터 개장 	
유사제품 정보		제품명	종지아푸파오차이 (宗家府泡菜)
		종류	김치
		용량	750g
		원산지	한국

자료: 한제(韓濟) 홈페이지
 사진 자료: 한제(韓濟) 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: 즉석식품, 음료류, 주류, 라면류, 김치류, 스낵류 등 - 일반: 조리도구, 식기류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 한국제품 	
<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>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 우측의 '聯絡我們' 클릭 - 기입정보 (이름, 연락처, 팩스번호, 이메일, 관련내용) 2. 유선전화 및 메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자정보 (회사이름, 담당자이름, 담당자 직위, 연락처) ② 제품 정보 (제품 카탈로그, 제품영양 성분표, 제품 배합표, 제품 설명서, 제품라벨 번역본, 주의사항, 견적서)
	<p>등록 조건</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 대만 시장에 적합한 공급가 2. 대만에 흔하지 않은 상품
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 유선전화: 02-2211-3679 담당자명: 이동훈 GM / Miss.Lee 전화번호: 0905-366-108 메일주소: bansu333@naver.com (Miss.Lee) - SNS를 통한 상담문의 가능 라인아이디: branden2014 카톡아이디: Brandenadidas1

자료: 한제(韓濟) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 온라인



① 쇼피몰(Shopee Mall)

	기업명	쇼피몰(Shopee Mall)	
	홈페이지	www.shopee.tw	
	위치	타이베이(Taipei)	
	규모	매출액('18)	약 2억 1,825만 달러 (약 2,667억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 싱가포르, 인도네시아, 말레이시아, 대만 등 7개국에서 운영 - 2017년에 대만 시장 진출 - 현재 동남아시아에서 이커머스 부문 1위 - 7개국 홈페이지 하루 평균 방문자 수 2억만 명 기록 - 세븐일레븐, 오케이마트, 패밀리마트 등의 오프라인 매장이 물류센터와 제휴 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 9월 방콕 항공과 제휴 체결 - 2018년 11월 블랙핑크가 첫 번째 브랜드 홍보대사로 활동 - 2018년 앱애니(App Annie)²⁸⁾에서 선정한 쇼핑부문 최다 다운로드 애플리케이션 	
유사제품 정보		제품명	종지아무찌영통파오차이 (宗家府正統泡菜)
		종류	김치
		용량	1.2kg
		원산지	한국

자료: 쇼피몰(Shopee Mall) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 쇼피몰(Shopee Mall) 홈페이지

28) 모바일 어플리케이션 분석 기업

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 가공식품, 신선식품, 스낵류, 소스류, 제과류, 캔디류, 음료, 주류 등 - 일반: 가전제품, 장난감류, 생활용품, 가구류, 유아용품, 의류, 운동기구 등 <p>• 선호제품</p> <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p> <p style="text-align: right;"><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p> <p>1) 현지 웹 사이트를 통한 등록 (seller.shopee.tw)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 사이트 로그인하여 신청서 정보 작성 - 쇼피 직원이 결과를 이메일로 공지함 - 물류 및 지불 방식 설정 - 온라인 상점 개설에 필요한 문서, 사진 및 기타 자료를 준비 <p>2) 쇼피 코리아 셀러 센터를 통한 등록 (shopee.kr)</p> <p>* 이 경우 동남아시아 7개국의 마켓에 일괄 판매 등록이 가능</p> <ul style="list-style-type: none"> - ‘지금 셀러 지원하기’를 클릭 후, 양식서 작성 후 제출 - 쇼피 셀러 서포트 서비스를 통해 현지 CS 지원, 마케팅&데이터 정보 활용, 결제 시스템, 샵 운영관리 등의 도움을 받을 수 있음 - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (이름, 카카오톡 ID, 이메일 주소) ② 관련 내용 (기업명, 주요 상품군 카테고리 정보, 상품 가짓수, 운영 플랫폼 정보와 사이트 주소 등) ③ 기타 내용 (검역 자료, 사업자 등록증, 납세증명 등)
<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 소요시간: 약 1개월 - 결과를 이메일로 공지함 - 문의사항 연락처: +886-(0)2-6636-6559 	

자료: 쇼피몰(Shopee Mall) 홈페이지

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 대만 김치 인증 취득
2. 대만 김치 사전 심사
3. 대만 김치 업체·제품 등록
4. 대만 김치 라벨 심의
5. 대만 김치 서류 준비
6. 대만 김치 세금 납부
7. 대만 김치 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 無 	(*) 대만 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov.tw (*) 대만 관무서 - 문의처 : web.customs.gov.tw
Step 03. 업체·제품 등록	<ul style="list-style-type: none"> 기업 등록 - 수출 전 기업 등록 	(*) 대만 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov.tw
Step 04. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> 라벨 표기사항 - 별도 심의 사항 없음 - 대만 식품의약국 규정 준수 	(*) 대만 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov.tw
Step 05. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> 일반 서류 원산지 증명서 	(*) 대만 관무서 - 문의처 : web.customs.gov.tw
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 온라인 시스템(EDI·XML)을 이용하여 신청 - 상업송장, 화물인도지시서, 위임서 등 	(*) 대만 관무서 - 문의처 : web.customs.gov.tw
Step 08. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> 납세 신고 - 수입 신고 후 세금 납부 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 관세율 25% 영업세 5% 	(*) 대만 관무서 - 문의처 : web.customs.gov.tw
Step 09. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> 현장검사 - 문서검사, 일반검사, 강화검사 등 3가지 검사 실시 실험실검사 - 현장검사 외에 별도의 검역이 필요하다고 판단되는 수입제품에 한하여 실시 	(*) 대만 표준검험국 - 문의처 : www.bsmi.gov.tw (*) 대만 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov.tw

1. 대만 김치 인증 취득

인증 취득

대만으로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

김치

김치 품목은
일반가공식품으로
분류하여 김치에
해당하는 정보를 제공함

▶ 대만 수입 일반가공식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

대만으로 김치 제품 수출 시 취득해야하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 일반가공식품의 식품 검역을 담당하는 대만 식품의약국은 식품의 안전 또는 제조에 관하여 별도의 인증 의무를 부과하고 있지 않음. 다만, HACCP, ISO 22000 등과 같이 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증의 경우 선택적으로 획득하여 활용할 수 있음

2015년 6월부터 GMP(Good Manufacturing Practice)가 TQF협회(Total Quality Food Association)로 이관되었으며, 명칭도 TQF 상품인증제도로 변경되었음. 대만에서 해당 인증을 받고자 하는 경우 대만 경제발전부 산하 공업국 소속인 TQF협회로부터 발급받을 수 있음

[표 4.1] 대만 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 마크
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	
TQF	식품 생산 안전 인증	선택	Taiwan Quality Food Association	

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 대만 식품 인증 취득

	절차	기간
HACCP	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	서류	비용
	신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만 원
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 900~1,000만 원
BRC Food Safety	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	서류	비용
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만 원
FSSC 22000	절차	기간
	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
	서류	비용
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만 원
TQF	절차	기간
	신청서제출>서류 평가>현장평가>제품검수>인증발급	75일
	서류	비용
	위생, 품질, 제조, GMP 및 원재료 관리 등의 관련 서류 제출	-

자료 : 각 인증기관

2. 대만 김치 사전 심사

사전 심사

대만으로 제품 수출 시, 품목에 대한 사전 규제 심사제도 정보 제공

김치

김치 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 대만에 김치 수출 시 ‘사전 심사 불필요’
- ▶ 품목분류 사전심사제도를 통해 정확한 ‘품목분류 사전 확인 필요’

대만은 식품위생관리법 제35조 제2항과 관련하여 수입식품 사전심사 제도를 시행하고 있으나 대상 품목이 해조류를 제외한 어패류·갑각류·연체류 및 그 조제품으로 한정되어 있음. 즉, 김치는 별도의 사전 심사를 거치지 않아도 됨

중화민국해관수입세칙에 의거해 수입상품에 대한 세칙과 세율을 적용하여 수입신고서에 기입해야 하며 대만 세관에서는 사전품목분류 심사제도를 운영하여 관세율 산정을 돕고 있음. 사전품목분류 심사 시에는 사전품목분류 신청서, 카탈로그, 매뉴얼, 성분표, 감정보고서, 가공제조설명서, 조작방법 및 원리, 사진이나 도안, 샘플 등을 구비해야 함

[표 4.3] 대만 사전품목분류 심사

적용 규제	중화민국해관수입세칙
발행 기관	대만 관무서 - 온라인 : web.customs.gov.tw - 오프라인 : No.13, Tacheng Street, Taipei City - Tel : +886-2-2550-8184
필요 서류	a. 신청서 b. 제품 카탈로그 c. 매뉴얼 d. 성분표 e. 감정보고서 f. 가공제조설명서 g. 조작방법 및 원리 h. 사진 및 도안 i. 샘플(심사 후 반환 신청이 가능함) j. 기타 관련 자료

자료 : 대만 관무서

● 사전 심사

대만으로 제품 수출 시, 품목에 대한 사전 규제 심사제도 정보 제공

● 김치

김치 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ 대만에 식품 수출 시 ‘수입검사 필요’

김치를 대만에 수출하는 경우 식품위생관리법 및 ‘수입식품 및 관련 상품 검사 방법(輸入食品及相關產品查驗辦法)’에 의거해 식품의약품에 수입검사를 신청해야 함. 수입검사에서는 제품의 성분 및 규격이 해당 위생 기준에 부합하는지 검사함. 수입검사를 진행할 때 식품 및 식품 첨가물 등이 식품안전위생관리법의 주요 조항에 어긋나는 경우 제조, 가공, 배합, 포장, 운송, 저장, 시판, 수출입 및 공개 진열이 불가함

[표 4.4] 대만 수입검사

적용 규제	식품위생관리법
담당 기관	대만 식약청(TFDA)
필요 서류	a. 검사 신청서 b. 제품 정보표 c. 수입신고증 사본 d. 위생복지부 식품의약품에서 지정한 문서
검사 종류	a. 100% 로트 검사 - 검사를 신청한 모든 로트의 제품에 대해 현장 조사 및 샘플검사 실시 b. 로트 추출 검사 - 일반 로트추출 검사: 추출 검사율은 2~10% - 강화된 로트추출 검사: 추출 검사율은 20~50% c. 100% 로트 조사 - 검사를 신청한 모든 로트의 제품에 대해 현장 조사 실시 d. 검증 검사 - 중앙 주무기관과 수출국 제품의 위생안전 관리 주무기관을 통해 협정 또는 협약을 체결하여 정한 합격 검증업체는 협정 또는 협약에서 규정한 증명 문서를 구비하며, 이를 검사함 e. 감시 검사 - 검사를 신청한 제품에 대해 모든 로트에 대해 현장 조사 및 샘플검사를 실시하며, 검사결과와 그 검사 방식의 완화에 대한 제한이 없음

자료 : 대만 식품의약품(TFDA)

3. 대만 김치 업체·제품 등록

●
업체·제품 등록

대만으로 제품 수출 시,
요구되는 업체 또는 제품
등록제도 정보 제공

●
김치

김치 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 대만 식품 통관을 위해 사전 ‘기업 등록 필요’

대만으로 식품을 수입하기 위해서는 수입자가 대만 관세청에 기업정보를 등록해야 함. 수입자가 직접 수출하지 않고 수입 위탁업체(관세사)가 대행하는 경우 해당 관세사는 세관에 등록된 업체여야 함. 따라서 수입업체가 직접 통관 절차를 수행하고자 하는 경우 기업 등록을 수행해야 함

[표 4.5] 대만 사전 기업 등록

적용 규제	식품위생관리법
발행 기관	대만 식품의약국(TFDA) - 온라인 : www.fda.gov.tw - 오프라인 : No.161-2, Kunyang St., Nangang District, Taipei, 115-61, Taiwan (R.O.C.) - Tel : +886-2-2787-8099/ +886-2-2787-8000
필요 정보	a. 등록 신청자 기본 정보 b. 기업 상세 정보 c. 수출 품목 d. 수출 제품 관련 정보 e. 수출 및 유통 과정에 포함되는 기타 활동에 대한 설명
비용	무료

자료 : 대만 식품의약국(TFDA)

4. 대만 김치 라벨 심의

▶ 대만 라벨 규정

[표 4.6] 대만 라벨 관리 규정

<p>●</p> <p>라벨 심의</p> <hr/> <p>대만으로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공</p>	<p>●</p> <p>김치</p> <hr/> <p>김치 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함</p>	<p>적용 규제</p> <p>Act Governing Food Safety and Sanitation (食品安全衛生管理法)</p>
		<p>세부 규정</p> <p>Chapter V Food Labeling and Advertisement Article 22-25</p>
		<p>세부 내용</p>
		<p>라벨 표기사항 (항목)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 용량 · 원산지 · 영양성분 · 제조일자 · 유통기한 · 제조사 및 수입사 정보 · 식품첨가물 · 알레르기
		<p>표기 언어 모든 필수정보는 중문으로 표기해야 함</p>
		<p>제품명 식품 원료성분 · 원료품종 · 식용부위 · 관용어 등을 이용해 명기해야 함</p>
		<p>미터법 단위를 기준으로 작성해야 함</p> <p>제품의 특성에 따라 식품의 중량 · 용량 · 수량을 명기해야 함</p>
		<p>용량</p> <p>액체가 고형물과 함께 들어있는 제품의 경우 내용물과 고형량을 별도로 표기해야 하나, 표기가 어려울 경우 내용물의 중량만 표기해도 무방함. 내용물이 두 종류 이상일 경우 함량이 높은 것부터 낮은 순으로 작성해야 함.</p>
		<p>라벨 표기사항 (가이드)</p> <p>원산지</p> <p>2개 국가 이상의 제품을 혼합해 포장했을 경우 제품의 함량이 많은 국가명순으로 명기해야 함</p> <p>수입산 원료이나 대만에서 재가공을 거쳐 완제품을 제조한 경우 원산지는 대만으로 명시해야 함</p> <p>식품 제조사 주소에 원산지를 명시했을 경우에는 원산지 표기를 생략해도 무방함</p>
		<p>유통기한</p> <p>용기나 포장 상단에 표기해야 하며, 년 · 월 · 일을 포함해 자유롭게 작성하면 됨.</p> <p>수입 제품의 경우 대만의 민국(民國) 표기와 양력(西元)을 구분해 표기해야 함</p>
		<p>제조사 및 수입사 정보</p> <p>수입 신고 시 세관에 신고한 내용 및 서류를 바탕으로 정확히 명기해야 함</p> <p>수입식품의 경우 대만 내 수입 위탁기업의 정보를 명기해야 하며, 기업명, 전화번호, 주소를 기입해야 함</p>

자료 : 대만 식품의약국(TFDA), KATI농식품수출정보

세부 내용

	<p>식품의 영양성분표는 반드시 눈에 잘 띄는 포장 외부에 중문(번체자)으로 표기해야 함</p>
영양성분	<p>열량, 단백질, 지방, 포화지방, 불포화지방, 탄수화물, 당, 나트륨 순서대로 표기해야 함. 이외에 업자가 표기를 원하는 기타 영양소 함량 등을 포함해도 무방함</p>
식품첨가물	<p>2가지 이상 원료를 혼합한 식품첨가물은 용도를 제시해야 하며 식품첨가물 명칭과 함께 표기해야 함</p>
알레르기	<p>알레르기 유발 가능 식품 강제 표시 규정에 의해 갑각류(새우, 게 등), 망고, 땅콩, 알류, 견과류, 깨, 글루텐 함유 곡물, 대두류, 어류, 아황산염(이산화유황 잔류량이 10mg/kg 이상) 등의 알레르기 유발 가능성이 높은 내용물을 전부 제품명에 명기해야 함</p>
	<p>채즙이 10% 이상인 제품은 과일즙 또는 채소즙 함량을 백분율로 표시해 함. 2가지 과·채즙이 혼합된 제품은 종합과(채)즙 또는 혼합과(채)즙으로 표기해도 됨</p>
기타	<p>비건 식품의 경우, 제품에 첨가된 비건식의 종류를 표기해야 함</p> <p>냉동식품은 식품 종류, 보관 상태 및 방법, 조리방법을 표기해야 함</p> <p>건강식품은 허가받은 보건효과, 허가번호, 설명 및 건강식품마크, 위생서가 지정한 기타 원료에 대한 정보 등을 표기해야 함</p> <p>우유 및 유제품은 반드시 제품의 유통기한과 보관방법을 명기해야 함.</p>

자료 : 대만 식품의약국(TFDA), KATI농식품수출정보

▶ 대만 김치 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면1 라벨링]

앞면(중문)

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : 韓英 HAN YOUNG
- ② 제품명 : 韓金泡菜

- ① 브랜드명 : 한영
- ② 제품명 : 한진김치

뒷면1(중문)

뒷면1(국문)

- ① 제품설명 : Imported directly from Korea
- ② 원료(成分) : 白菜, 紅蘿蔔, 洋蔥, 蒜頭, 大豆油, 蘋果醋 (水蘋果汁, 食用香精), 糖, 豆腐 (非基因改造黃豆), 鹽, 香油
- ③ 중량(淨重) : 400公克
- ④ 유통기한(保存期間) : 5個月
標示於包裝上 (西元年/月/日)
- ⑤ 원산지(原產地) : 韓國
- ⑥ 보관방법(保存方法) : 請冷藏保存於0~4℃
開封後請儘速食用, 以確保品質
- ⑦ 제조업체(製造商) : DAMO Co., Ltd.
地址 : 135 Ansin-ro, Angye-myeon, Uiseong-gun, Gyeongsangbuk-do, Korea
- ⑧ 수입업체(進口商) : 韓英國際有限公司
電話 : 0800-246-000
地址 : 新北市五股區五權八路39號 (新北產業園區)

- ① 제품설명 : 한국으로부터 직수입된 제품
- ② 원료 : 배추, 당근, 양파, 마늘, 콩기름, 사과초(사과즙, 식용 향료), 설탕, 두부(Non-GMO콩), 소금, 참기름
- ③ 중량 : 400g
- ④ 유통기한 : 5개월
유효일자는 포장지에 표시됨 (년/월/일)
- ⑤ 원산지 : 한국
- ⑥ 보관방법 : 0~4℃에서 냉장보관하며, 개봉 후에는 품질 보장을 위해 최대한 빨리 섭취하는 것이 좋습니다.
- ⑦ 제조업체 : DAMO Co., Ltd.
주소 : 경상북도 의성군 안계면 안신로 135 (안계면)
- ⑧ 수입업체 : 한영국제유한회사
전화 : 0800-246-000
주소 : 신베이시오구구오취안바로 39호(신베이산업원구)



[뒷면2 리벨링]

뒷면2(중문)

① 영양성분표 :

營養標識		
每一份量80公克 本包裝含5份		
	每份	每100公克
能量	100.1kcal	125.1kcal
蛋白質	1.4g	1.7g
脂肪	5.7g	7.1g
飽和脂肪	0.7g	0.9g
反式脂肪	0g	0g
碳水化合物	10.8g	13.6g
糖	2.2g	2.7g
鈉	241mg	301mg

② 홈페이지 :

<http://hanyoung.com.tw>

뒷면2(국문)

① 영양성분표 :

營養標示		
1개당 80g 5개입		
	1개당	100g당
에너지	100.1kcal	125.1kcal
단백질	1.4g	1.7g
지방	5.7g	7.1g
포화지방	0.7g	0.9g
트랜스지방	0g	0g
탄수화물	10.8g	13.6g
설탕	2.2g	2.7g
나트륨	241mg	301mg

② 홈페이지 :

<http://hanyoung.com.tw>

5. 대만 김치 서류 준비

서류 준비

대만으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

김치

김치 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 대만 수입서류 원산지증명서 준비 필요
- ▶ 대만 관세 업무, 허가받은 통관 브로커를 통해 진행 가능

대만의 수입신고는 납세 의무인, 화물 수출입자 또는 위탁통관업자를 통하여 진행할 수 있음. 수입통관 업무를 수행할 화물수입자·위탁통관업자는 반드시 국제무역국에 수출입업체 등록(Registration as Exporter Importer)을 마쳐야 함

원산지증명서의 경우 대만으로 직접 운송하는 제품의 최종 수출국을 명기해야 함. 제3국 경유 시 화물 운송기간 내 상품의 적재, 가공 및 기타 모든 작업이 불가함. 화물 포장의 원산지 표기가 선적서류 내용과 일치하지 않을 경우 기타 원산지 증명 자료를 추가로 제출해야 함

[표 4.7] 대만 통관 서류

구분	서류명	발급기관
일반 서류	수입신고서 (CBP Form 7501)	(-)
	상업송장	(-)
	포장 명세서	(-)
	위임서	(-)
	제품 카탈로그· 설명서·검역 샘플	(-)
	원산지 증명서	수출업체 / 관세청

자료 : 대만 재정부 관무서

6. 대만 김치 세금 납부

세금 납부

대만으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

김치

김치 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 대만 일반가공식품 HS-CODE 2005.99.90996, 관세율 25% 적용
- ▶ 별도의 수입 협정 미체결로 WTO협정 세율 적용

대만으로 김치를 수출하는 경우 HS-CODE 2005.99(기타)의 2005.99.90996(조제 또는 저장 처리한 것으로 식초 또는 초산으로 처리한 것을 제외한 기타 채소(냉동되지 아니한 것)²⁹⁾ 세율이 적용됨.³⁰⁾ 대만 수출 시 기본 세율은 25%로, 별도의 무역협정이 없으나 WTO 회원국으로서 해당 세율을 적용받음. 관세 외에도 모든 수입물품에 영업세(Value Added Tax)가 5% 부과되며, 수입물품의 가격에 관세 및 제세를 포함한 금액을 과세표준으로 하여 해당 과세표준에 영업세율을 적용하여 산출됨

- 수입 서류 심사에 65달러(약 8만 원)³¹⁾ 소요
- 수입 서류 심사에 4시간 소요
- 통관 비용에 340달러(약 42만 원) 소요
- 통관에 47시간 소요

[표 4.8] 한국·대만 HS CODE 비교 및 대만 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2005	조제하거나 보존 처리한 그 밖의 채소(식초나 초산으로 처리한 것은 제외하고, 냉동하지 않은 것으로 한정하며, 제2006호의 물품은 제외한다)	
	2005.99	기타	
	2005.99.1000	김치	
대만	2005.99.90996	조제 또는 저장 처리한 것으로 식초 또는 초산으로 처리한 것을 제외한 기타 채소(냉동되지 아니한 것)	
관세	기본관세율	25%	
영업세		5%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 대만 관무서

29) 대만의 관세율표(CCC Code)는 HS Code와 유사한 개념으로 Tariff Number 8자리, 통계번호 2자리, 체크코드 1자리 총 11자리로 이루어져 있으며, 국제 공통인 HS Code의 6자리 숫자는 동일하게 적용됨

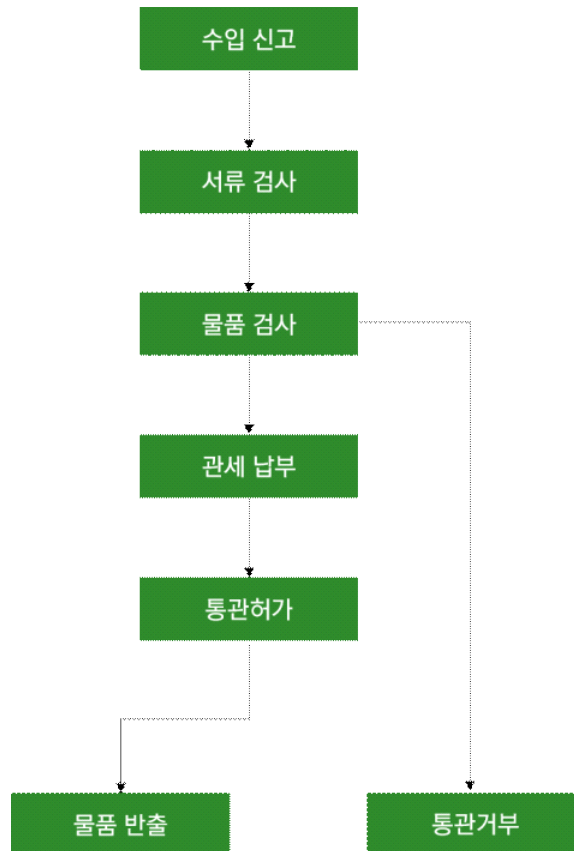
30) 대만 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 2005.99 중 김치에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 대만 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있음. 대만의 관세율표에 관하여 확인하기 위해서는 품목분류 사전심사제도를 활용할 수 있으며, 대만 관무서로 문의할 수 있음

31) 1달러=1,222.20원 (2020.03.16., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7. 대만 김치 검역 심사

- ▶ 대만 식품, 심사 결과 및 정해진 규정에 따라 서류 및 물품 검사 실시
- ▶ 수입 농식품의 검역 심사는 표준검역국에서 진행

[표 4.9] 대만 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	유해물질	Partially hydrogenated oils , PHOs	사용금지
		Radioactivity 134Cs + 137Cs	100Bq/kg
	식품첨가물	Ascorbic acid	150

자료 : 대만 관무서, 식품첨가물 규정(TR CU 029/2012), KATI농식품수출정보

- ▶ 대만 식품의약품국의 첨가물, 유해물질 규정을 통해 확인 가능
- ▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

● 식품 첨가물 규정

대만으로 제품 수출 시,
요구되는 식품 첨가물,
유해 물질에 관한 규정

[표 4.10] 대만 일반가공식품 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
산도조절제	글루콘산	Gluconic acid	필요에 따라 적당량 ³²⁾
증점제, 안정제, 희석제	염화마그네슘	Magnesium chloride	필요에 따라 적당량
습윤제	젖산나트륨	Sodium lactate	필요에 따라 적당량
증점제	알긴산칼슘	Calcium alginate	필요에 따라 적당량
감미료	수크랄로스	Sucralose	필요에 따라 적당량
착색료	칸타크산틴	Canthaxanthin	필요에 따라 적당량
보존료	아스코르브산칼슘	Calcium ascorbate	150
보존료, 고결방지제 등	염화칼슘	Calcium chloride	3,000
칼슘강화제, 산도조절제 등	구연산칼슘	Calcium citrate	1,000

자료 : KATI농식품수출정보

● 김치

김치

김치 품목의
첨가물 규정은 KATI
식품 유형 분류 중 절임류
또는 조림류의 김치류로
분류하여 해당하는
정보를 제공함

32) 필요에 따라 적당량 사용 : 우수제조관리기준(Good Manufacturing Practice, GMP)으로 확인되지 않으며, 식품첨가물 사용기준 규정에 '필요에 따라 적당량'(視實際需要適量使用, as practically needed)라고 명시된 경우를 의미

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 한지(韩济)

Interview ② 유상스예유오시안공쓰
(柚香實業有限公司)

Interview ③ 한고우왕(韓購網)

Interview ④ 메이스자(美食家)

Interview ⑤ 메이린마마(美麟媽媽)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 한지
(韓濟)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Lee
(Purchasing Manager)

대만 현지인, 용량 대비 저렴한 가격의 대만산 김치 선호함

한국인들은 주로 김치를 직접 담가 먹기 때문에 김치 제품 수요가 많지 않지만, 대만 사람들 사이에서 김치의 수요가 많습니다. 대만 현지인들은 가격이 저렴한 제품을 선호합니다.

현지인들, 유통기한이 긴 김치일수록 신선도가 떨어진다고 생각함

A사 김치와 같이 숙성되더라도 제품이 부풀거나 터지지 않는 제품은 소비자들 사이에서 인기가 있을 것으로 생각합니다. 현지인들은 유통기한이 긴 김치를 신선도가 떨어지고 좋지 않은 품질의 제품으로 생각합니다.

Market Preference and Considerations



- 인터뷰 기업 : 유상스예유오시안공쓰
(柚香實業有限公司)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Li
(CEO)

대만 소비자들은 담백한 맛의 김치를 선호함

대만 소비자들은 강한 맛의 한국산 김치보다 담백한 맛의 대만산 김치를 선호합니다. 따라서 대만에서는 대만 사람들 입맛에 맞춘 현지산 김치 제품의 수요가 많습니다.

현지인들, 제품의 품질보다는 김치의 맛과 가격을 중시함

대만 소비자들은 김치의 맛과 가격을 중시합니다. 저염식, 화학조미료 무첨가 등 제품의 품질이 우수해도 맛이 없거나 가격이 비싸다면 제품의 수요는 많지 않습니다.

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 한고우왕
(韓購網)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Wei
(CEO)

가정 및 음식점, 480g의 플라스틱 통에 포장된 김치 제품을 선호함

대만 소비자들은 김치의 신선도를 중시하므로, 금방 먹을 수 있는 소용량의 김치를 선호합니다. 특히, 당사에서 판매되는 480g 용량의 김치는 일반 가정과 음식점에서 모두 선호합니다. 또한, 현지인들은 가벼우면서도 보관의 용이한 플라스틱 통에 담긴 김치 제품을 선호하고 있습니다.

저염식, 무첨가물 김치 등, 과거 홍보 효과 있음

당사에서는 화학조미료 및 합성착색료 무첨가 김치를 홍보문구로 활용하여 소비자들 사이에서 높은 수요를 끌어낸 적이 있습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Customers



- 인터뷰 기업 : 페이스자 (美食家) 수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Wang (Manager)

대만 소비자들 사이에서 김치 제품의 수요가 많음

대만에 거주하는 한국인보다 대만 현지인들 사이에서 김치 제품 수요가 더 많습니다. 한국인들은 한국에서 사오거나 대만에서 직접 담그는 경우가 많아 김치 제품을 구매하는 경우는 대만 현지인들보다 적습니다.

제품 인지도가 높지 않다면 대만 사람을 주 고객으로 삼을 것을 추천함

대만에 거주하는 한국인들은 잘 알려진 브랜드 김치를 선호합니다. 또한 김치 제품을 구매하는 고객은 대부분 대만 사람들이기 때문에 인지도가 B사, C사 대비 높지 않다면 대만 사람들을 주요 고객층으로 삼을 것을 추천합니다.

Market Preference and Packaging



- 인터뷰 기업 : 메이린마마 (美麟媽媽) 제조유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Vicky (Manager)

대만 사람들은 현지에서 생산한 김치를 선호함

대만 사람들은 현지에서 생산한 김치를 선호합니다. 현지 생산 업체들은 모든 재료를 한국에서 수입하거나, 조미료만 한국산을 사용하고 배추 등은 중국산을 사용하기도 합니다.

제품 용량에 따라 포장 방식이 다름

1kg 이하의 소용량 김치는 비닐 팩에 포장하고, 1kg 이상의 대용량 김치는 진공 팩에 포장합니다. 해당 제품들은 포장이 쉽게 부풀어 오른다는 단점이 있습니다.

Interview ① 한지(韩济)

33)

한지
(韩济)

전문가 소속

한지
(韩济)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Lee
(Purchasing Manager)



한지(韩济)

Purchasing Manager, Ms. Lee

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 한국 식료품 전문 수입유통업체로, 한국의 약 33개 브랜드에서 출시한 김치, 조미료, 김, 어묵, 라면, 유유 등을 취급하고 있습니다. 대만의 도매업체로 제품을 유통하고 있고, 페이스북 등의 소셜미디어 플랫폼을 통해 제품을 홍보하고 있습니다.

Q. 대만에서의 김치 제품 수요는 어떠한가요?

대만 사람들 사이에서 김치 제품은 수요가 매우 많습니다. 대만 소비자들은 용량 대비 가격이 저렴한 대만산 김치를 선호합니다. 대만에 거주하는 한국인들은 직접 김치를 담그기 때문에 한국인들 사이에서는 김치 제품 수요가 많지 않습니다. 그나마 인지도가 높은 한국 C사 김치는 수요가 조금 있습니다.

Q. 당사에서 취급 중인 김치 제품은 무엇인가요?

당사는 대만에서 생산한 K사 제품과 한국에서 생산한 C사 김치를 취급하고 있습니다. C사 제품으로는 500g의 포기김치와 750g의 맛김치가 있습니다. 대만에서 취급 중인 김치 제품 대부분이 운송과 보관이 편리한 비닐 팩으로 포장되어 있습니다. C사의 포기김치 역시 비닐 팩으로 포장되어 있고, 맛김치는 플라스틱 통에 포장되어 있습니다. 해당 브랜드의 500g 포기김치는 200타이완달러(8,110원)³⁴⁾로, A사 제품의 가격은 이와 비교했을 때 매우 저렴하다고 생각합니다.

33) 사진자료: 한지(韩济) 홈페이지 (www.hanji-food.com.tw)

34) 1타이완달러=40.55원(2020.03.16., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 제품 포장이 부풀지 않고 유통기한이 긴 김치 판매 시, 수요가 있을까요?

대만 소비자들 사이에서 제품 포장이 부풀지 않은 김치 제품은 수요가 매우 많을 것이라고 생각합니다. 대만 소비자들은 유통기한이 긴 김치 제품은 신선도가 떨어지고 품질이 좋지 않다고 생각합니다. 하지만 특별한 균으로 발효 속도를 늦추고, 유통기한이 6개월이라는 점은 현지인들에게 부정적인 인식을 줄 수 있으므로 유의해야 합니다.

Q. 제품 수출 시, 제출 서류에는 무엇이 있나요?

대만으로 김치 제품 수출 시, 다양한 서류를 제출해야 합니다. 제품규격, 유통기한, 제조업체정보, 원산지 등을 비롯해 중문 혹은 영어로 기재된 라벨 정보가 필요합니다. 또한, 영양성분표, 영양성분 검사보고서, 원료배합표와 한국 소매가 및 공급가 내용이 담긴 견적표를 제출해야 합니다. 이 밖에 해당 제품에 국제표준화기구에서 발급한 ISO 인증, 안전관리인증기준(HACCP), 우수건강기능식품 제조기준(GMP) 등의 마크가 있는 경우 이를 입증할 증명서가 필요합니다.

Interview ② 유상스예유오시안공쓰 (柚香實業有限公司)

35)

유상스예유오시안공쓰
(柚香實業有限公司)

전문가 소속

유상스예유오시안공쓰
(柚香實業有限公司)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Li
(CEO)



유상스예유오시안공쓰(柚香實業有限公司)

CEO, Mr. Li

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2007년에 설립된 한국 식료품 전문 수입유통업체로, 한국, 일본, 독일, 대만에서 수입한 제품을 라쿠텐(樂天), 쇼피(蝦皮購物) 등 온라인 쇼핑몰에 유통하고 있습니다. 또한, 자체 온·오프라인 매장에서 김치, 조미료, 음료류, 라면, 주방용품, 스낵류 등을 판매하고 있습니다.

Q. 대만에서의 김치 제품 수요는 어떠한가요?

대만 소비자들은 강한 맛의 한국산 김치보다 담백한 맛의 대만산 김치를 선호하기 때문에 현지인들의 입맛에 맞춘 김치 수요가 많습니다. 한국산 김치는 대만에 거주하는 한국인들과 젊은 현지인들 사이에서 수요가 조금 있습니다. 당사는 한국산 김치 제품을 유통했으나, 최근 대만에서 김치 생산량이 늘어남에 따라 현재는 한국산 김치를 취급하고 있지 않습니다.

Q. 취급 제품의 포장 형태는 어떻게 되나요?

소용량 김치는 플라스틱 통에 포장하고, 대용량은 비닐 팩에 담아 판매하고 있습니다. 대만 사람들이 선호하는 김치 제품의 포장 방식은 없으나, A사와 같이 포장 용기가 부풀지 않는 제품은 인기가 매우 좋을 것이라고 생각합니다. 대만은 날씨가 습하고 더워, 김치 발효가 빨리 진행되고 포장이 쉽게 부풀기 때문입니다.

35) 사진자료: 유상스예유오시안공쓰(柚香實業有限公司) 홈페이지 (www.mal.com.tw)

Q. 취급 제품의 용량 및 가격은 어떻게 되나요?

대만 소비자들은 500g 이상의 용량을 선호합니다. 일반 마트는 500g 이상의 용량을 취급하므로 80g, 180g의 소용량은 편의점에서 취급하는 것이 더 적합합니다. 하지만 편의점의 주 고객은 구매력이 낮은 젊은 층이기 때문에 제품 수요가 많지 않을 수 있습니다. A사의 제품은 한국 김치 제품과 비교하면 저렴한 편에 속하지만 현지에서 생산한 제품과 비교했을 때 가격 경쟁력이 없다고 생각합니다.

Q. 저염식, 무(無)화학조미료 등의 건강식 김치 판매 시, 수요가 있을까요?

저염식, 무 화학조미료, 무 합성보존료, 무 합성착색료 등의 건강식 김치를 대만에 판매한다면 수요가 있을 것 같습니다. 하지만 현지인들은 제품의 품질보다 맛과 가격을 더 중시합니다. 따라서 품질이 우수해도, 맛이 없거나 가격이 비싸면 대만 사람들에게서 좋은 반응을 얻기 힘들 것 같습니다.

Interview ③ 한고우왕(韓購網)

36)

한고우왕
(韓購網)

전문가 소속

한고우왕
(韓購網)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Wei
(CEO)



한고우왕(韓購網)

CEO, Ms. Wei

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 한국 식료품 전문 수입유통업체로, 한국산 김치, 조미료, 스낵류, 음료류 등을 취급하고 있습니다. 라쿠텐(樂天), 쇼피(蝦皮購物), 모모(Momo), 피씨홈(Pchome) 등 다양한 온라인 쇼핑몰에 납품하고 있으며, 오프라인 매장 2곳을 운영하고 있습니다.

Q. 현지인들 사이에서 김치의 인지도는 어떠한가요?

대만 사람들 사이에서 김치 인지도는 높습니다. 대만 사람들은 김치를 반찬 또는 찌개, 떡볶이, 전, 라면 등에 김치를 활용합니다. 대만에는 현지에서 생산한 김치가 다양하며, 특별히 수요가 많은 제품은 없습니다. 브랜드 인지도가 높은 브랜드로는 현지에서 생산한 아이지웨이(愛之味)와 B사 제품이 있습니다.

Q. 현지인들이 선호하는 제품의 용량 및 포장형태는 어떻게 되나요?

대만에서 김치 제품의 용량은 80g, 180g, 480g, 3kg, 5kg 등 매우 다양합니다. 대만 소비자들은 김치의 신선도를 중시하기 때문에, 금방 먹을 수 있는 소용량의 김치를 선호합니다. 그중, 480g 용량의 김치 제품은 일반 가정뿐만 아니라 음식점에서 인기가 매우 좋습니다. 또한, 현지인들은 가벼우면서도 보관이 편리한 플라스틱 통에 포장된 김치 제품을 선호합니다.

Q. 저염식, 무첨가 김치 제품 판매 시, 수요가 있을까요?

저염식, 무 화학조미료, 무 합성보존료, 무 합성착색료 등의 무첨가 제품은 현지인들 사이에서 인기가 좋을 것이라고 생각합니다. 과거 당사는 이와 유사한 제품을 판매한 적이 있습니다. 당시 자연 발효 식품과 방부제 무첨가의 김치 제품으로 홍보해, 현지인들 사이에서 제품의 수요가 많았던 것으로 기억합니다.

36) 사진자료: 한고우왕(韓購網) 피씨홈 홈페이지 (www.pcstore.com.tw/korea_shop)

Q. 포장 용기가 부풀지 않고 유통기한이 긴 김치 판매 시, 수요가 있을까요?

포장 용기가 부풀지 않는 김치 제품은 수요가 많을 것이라고 생각합니다. 대만은 날씨가 더워 김치 포장이 쉽게 부풀어 오르고 심하게 발효돼 김치의 신맛이 강해지는 문제가 있습니다. 포장 용기가 부풀지 않는 제품은 이러한 문제를 해결해 줄 수 있다고 생각합니다. 하지만 A사의 6개월 유통기한은 단점으로 작용할 수 있습니다. 대만 소비자들은 유통기한이 짧고 신선한 김치를 선호하기 때문입니다. 또한 통관 절차 등을 고려하면, 대만에서 취급 중인 김치 제품의 유통기한과 큰 차이가 없을 것으로 생각합니다.

Interview ④ 메이스자(美食家)

37)

메이스자
(美食家)

전문가 소속

메이스자
(美食家)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Wang
(Manager)



메이스자(美食家)

Manager, Mr. Wang

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2000년에 설립된 식료품 전문 수입유통업체로, 일본, 말레이시아 등에서 수입한 김치, 조미료, 야채류, 육류, 즉석식품 등을 취급합니다. 자체 온라인 쇼핑몰을 활용하며, 식당, 호텔, 영화관, 병원, 학교 등으로 납품하고 있습니다.

Q. 대만에서의 김치 제품 수요는 어떠한가요?

대만 사람들은 김치를 좋아합니다. 대만에 거주하는 한국인들은 직접 김치를 담그거나 한국에서 김치를 사 오기 때문에 한국인들 사이에서 제품의 수요는 많지 않습니다. 하지만, 대만 사람들은 반찬으로 김치를 먹거나, 한국식 돼지고기볶음 외에도 대만의 유명 먹거리인 쇼좌빙(手抓饼)과 만두에 김치를 곁들여 먹기 때문에 오히려 대만 사람들 사이에서 김치 제품 수요가 많습니다.

Q. 당사에서 취급 중인 제품은 무엇인가요?

당사에서 판매하는 제품 중 가장 인기있는 브랜드는 아이신우(爱心屋)로 해당 제품은 고품량 비율에 따라 가격이 다릅니다. 3kg 용량 제품의 경우 고품량 85%는 470타이완달러(약 1만 9,059원), 고품량 50%는 380타이완달러(약 1만 5,409원)에 판매됩니다. 당사에서 취급하는 김치 브랜드 중 3kg 대용량 제품은 대부분 비닐 팩에 포장되며, 일부 소용량 제품은 유리병에 포장됩니다.

Q. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 할까요?

제품을 효과적으로 판매하기 위해 김치 제품에 대한 수요가 많은 대만 사람을 주 고객층으로 삼을 것을 추천합니다. 대만에 거주하는 한국인들은 브랜드 인지도가 높은 B사와 C사 김치를 선호합니다. 따라서 상대적으로 인지도가 높지 않은 A사는 현지인을 주 고객층으로 삼는 것이 좋을 것 같습니다.

37) 사진자료: 메이스자(美食家) 홈페이지 (www.foodsmart.com.tw)

Interview ⑤ 메이린마마(美麟媽媽)

38)

메이린마마
(美麟媽媽)

전문가 소속

메이린마마
(美麟媽媽)
제조유통업체

전문가 정보

Ms. Vicky
(Manager)



메이린마마(美麟媽媽)

Manager, Ms. Vicky

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2000년대에 설립된 제조유통업체로, 한국산 원료를 수입해 대만에서 김치를 제조 및 유통하고 있습니다. 이 밖에도 음료류, 조미료 등을 취급하고 있습니다.

Q. 대만에서의 김치 제품 수요는 어떠한가요?

대만 현지인들의 한국산 김치 수요는 많습니다. 특히, 대만 소비자들은 현지에서 생산된 김치를 선호합니다. 현지 생산업체들은 모든 재료를 한국에서 수입해 사용하거나, 조미료만 한국산을 사용합니다. 대만 사람들은 김치를 반찬으로 먹거나 김밥, 국수, 만두 등에 곁들여 먹습니다. 또한, 휘귀, 바비큐, 라멘 등을 취급하는 음식점은 김치를 반찬으로 제공하기도 하여, 음식점에서의 김치 수요가 많습니다.

Q. 취급 제품의 포장 형태는 어떻게 되나요?

김치 제품의 포장 형태는 1kg 이하 소용량은 비닐 팩, 1kg 이상 대용량은 진공 팩에 포장됩니다. 대만은 날씨가 덥고 습하여 김치가 빨리 발효되고 포장이 쉽게 부풀어 오르는 단점이 있습니다. 포장 용기가 잘 부풀지 않는 제품은 현지인들 사이에서 인기가 좋을 것으로 생각됩니다. 유통기한이 긴 제품은 현지 소비자들에게 좋은 반응을 얻기 힘들 것 같습니다. 현지인들은 최근에 제조된 김치를 선호하며 유통기한이 긴 김치는 품질이 좋지 않다고 생각합니다.

Q. 취급 제품의 적정 용량은 어떻게 되나요?

수요가 가장 많은 김치 용량은 850g에 소매가 150타이완달러(약 6,083원)입니다. A사의 제품 중에는 480g과 3kg의 용량이 대만 시장에 적합해 보이지만, 제품 용량을 조절할 수 있다면 850g으로 바꾸어 수출할 것을 제안합니다.

38) 사진자료: 메이린마마(美麟媽媽) 홈페이지 (www.meilin-mama.com.tw)

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 대만 통계청, 「The Survey of Family Income and Expenditure, 2017」, 2017.
2. 외교부, 「재외동포현황 2019」, 2019
3. 「Carrefour Annual Report 2018」, Carrefour, 2018.
4. 「Auchan Annual Report 2018」, Auchan, 2018.
5. 「Dairy Farm Annual Report 2018」 Dairy Farm, 2018.
6. 「Taiwan Chain Store Almanac 2017」, 대만체인점기록, 2017.

■ 참고 사이트

1. 국제무역센터(International Trade Center) 홈페이지 (www.trademap.org)
2. 외교부 홈페이지 (www.mofa.go.kr)
3. KATI농식품수출정보 홈페이지 (www.kati.net)
4. 관세법령정보포털(UNIPASS) 홈페이지 (unipass.customs.go.kr)
5. 대만 관무서 홈페이지 (web.customs.gov.tw)
6. 대만 식품의약국(TFDA) 홈페이지 (www.fda.gov.tw)
7. 대만 표준검험국(BSMI) 홈페이지 (www.bsmi.gov.tw)
8. 대만 법령정보포털 홈페이지 (law.moj.gov.tw)
9. 대만 관세율 검색 포털 (portal.sw.nat.gov.tw)
10. TQF협회(Taiwan Quality Food) 홈페이지 (www.tqf.org.tw)
11. 대만 통계청 홈페이지 (stat.gov.tw)
12. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (www.euromonitor.com)
13. 까르푸(Carrefour) 홈페이지 (www.carrefour.com.tw)
14. 쇼피(shopee) 홈페이지 (shopee.tw)
15. 아이쿱(icook) 홈페이지 (icook.tw)
16. 추추카추(choochoocachew) 홈페이지 (www.choochoocachew.com)
17. 알티마트(RT Mart) 홈페이지 (www.rt-mart.com.tw)
18. 에이마트(A-Mart) 홈페이지 (www.fe-amart.com.tw)
19. 파이스턴그룹(Far Eastern Group) 홈페이지 (www.feg.com.tw)
20. 피엑스마트(PX mart) 홈페이지 (www.pxmart.com.tw)
21. 피엑스마트(PX mart) 페이스북 홈페이지 (www.facebook.com/pxmartchannel)
22. 웰컴(Wellcome) 홈페이지 (www.wellcome.com.tw)
23. 심플마트(Simple Mart) 홈페이지 (www.simplmart.com.tw)
24. 마켓플레이스바이제이슨(Market Place by Jasons) 홈페이지 (www.jasons.com.tw)
25. 마켓플레이스바이제이슨(Market Place by Jasons) 페이스북 홈페이지 (www.facebook.com/marketplacebyjasons)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

26. 한지(韩济) 홈페이지 (www.hanji-food.com.tw)
27. 유상스예유오시안공쓰(柚香實業有限公司) 홈페이지 (www.mal.com.tw)
28. 한고우왕(韓購網) 피씨홈 홈페이지 (www.pcstore.com.tw/korea_shop)
29. 메이스자(美食家) 홈페이지 (www.foodsmart.com.tw)
30. 메이린마마(美麟媽媽) 홈페이지 (www.meilin-mama.com.tw)
31. 쇼피몰(Shopee Mall) 홈페이지 (www.shopee.tw)
32. 코리아샵(韓購網) 홈페이지 (www.koreashop.url.tw)
33. 코리아샵(韓購網) 피씨스토어 홈페이지 (www.pcstore.com.tw/korea_shop)
34. 코리아샵(韓購網) 페이스북 홈페이지 (www.facebook.com/Koreashop.CO)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.04.03.

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

