

2019 년

해외시장 맞춤형조사



- No. 2003-01
- 품목 : 식초환(Vinegar Pill)
- 국가 : 베트남(VIETNAM)
- 구분 : 경쟁력분석형

Contents

I. Competitive Product (경쟁제품)

SUMMARY	4
1. 베트남 식초환 경쟁제품 선정	6
2. 베트남 식초환 경쟁제품 조사지표 선정	7
3. 베트남 식초환 경쟁제품 포지셔닝	10
4. 베트남 식초환 입점 매장 및 경쟁제품 정보	11

II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	28
1. 베트남 식초환 경쟁기업 포지셔닝	29
2. 베트남 식초환 경쟁기업 현황	30
3. 베트남 식초환 경쟁기업 분석	32

III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	39
Interview ① 올가니카(Organica)	40
Interview ② 비시코스메틱(Bici Cosmetic)	42
Interview ③ 판응웬(Phan Nguyen)	44
Interview ④ 나만마켓(Naman Market)	46
Interview ⑤ 헬스마트(Health Mart)	48

IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	51
1. 제품 경쟁력 검증	52
2. 기업 마케팅 벤치마킹	56

*참고문헌	58
-------	----

I. Competitive Product

SUMMARY

1. 베트남 식초환 경쟁제품 선정
2. 베트남 식초환 경쟁제품 조사지표 선정
3. 베트남 식초환 경쟁제품 포지셔닝
4. 베트남 식초환 입점 매장 및 경쟁제품 정보



Competitive Product

(경쟁제품)

베트남(VIETNAM) 식초환 경쟁제품 분석

방문 매장 선정

- 후보: 품목별 방문 매장
- 선택: 조사 희망 매장

구분	음료/주류	신선식품	기능성	전통식품	가공식품	유아식품	식자재
공통	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓
	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓
	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점
	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점
선택 (품목)	편의점	유기농 매장	드럭스토어	한인마트	한인마트	유기농 매장	창고형 매장
	달러스토어	재래시장	유기농식품매장	아시안마트	유기농식품매장	영유아 매장	
	리퀴드샵		온라인 매장		아시안마트		

베트남(VIETNAM) 식초환 매장 조사

엔에이치케이마트(nhkmart.com) (온라인 매장)	콩하항세타이(cunghahangxachtay.com) (온라인 매장)
-----------------------------------	---

<p>전경</p> 	<p style="text-align: center;">Cung Hà hàng xách tay <small>Cam kết hàng chính hãng, chất lượng</small></p>
---	---

<p>조사 제품</p> <p style="text-align: center;">2개</p>	<p style="text-align: center;">1개</p>	
<p>매장 특징</p> <ul style="list-style-type: none"> · 호치민에 본사를 둔 건강식품 마트임 · 건강식품을 주력으로 생활용품, 일반 식자재 등 다양한 상품을 판매하고 있음 · 오프라인 마트 외에 온라인 매장을 통해서도 상품을 판매함 	<ul style="list-style-type: none"> · 다낭에 본사를 둔 베트남의 온라인 매장임 · 식품, 화장품, 가정용품, 건강식품, 미용 용품 등 다양한 상품을 취급하고 있음 	
<p>쇼피(shopee.vn) (온라인 매장)</p>	<p>라자다(lazada.vn) (온라인 매장)</p>	<p>샵유씨(shopuc.vn) (온라인 몰)</p>

<p>전경</p> 		 <p style="text-align: center;">shopuc.vn Be healthy & beautiful with us</p>
---	---	---

<p>조사 제품</p> <p style="text-align: center;">6개</p>	<p style="text-align: center;">5개</p>	<p style="text-align: center;">1개</p>
<p>매장 특징</p> <ul style="list-style-type: none"> · 싱가포르에 본사를 둔 온라인 쇼핑 플랫폼으로 2015년에 설립되었음 · 말레이시아, 대만, 인도네시아, 베트남, 필리핀, 브라질 등에서 온라인 채널을 운영하고 있는 대형 온라인 종합 쇼핑몰임 	<ul style="list-style-type: none"> · 알리바바 그룹(Alibaba Group) 소유의 국제적인 이 커머스 회사로 2012년 설립되었음 · 필리핀, 베트남, 싱가포르, 태국 등지에서 종합 온라인 쇼핑 채널을 운영하고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> · 하노이에 본사를 둔 온라인 매장임 · 식품과 고급 화장품 등을 주로 취급하고 있음

Competitive Product

(경쟁제품)

베트남(VIETNAM)

식초환 경쟁제품

선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준

- 오프라인 매장 입점 제품

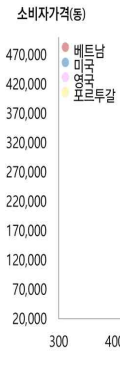
경쟁제품 분류 기준

- 경쟁제품 소비자가격
- 경쟁제품 종류

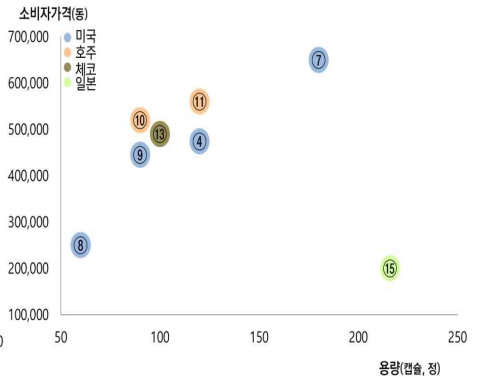
경쟁제품 포지셔닝 기준

- X축 : 제품 용량 (ml, 캡슐·정)
- Y축 : 1회 섭취당 가격(동)

〈액체 형태 제품〉



〈캡슐, 태블릿 형태 제품〉



베트남(VIETNAM)

식초환 경쟁제품 분석

브랜드 국적	경쟁제품(경쟁기업)	가격2)	용량	섭취 횟수	제품 형태	원산지	홍보 효능	보유 인증
베트남	① 김난 애플 사이다 비니거 (김난)	50,000동 (2,580원)	450ml	30회	액체	베트남	신진 대사, 체중, 심혈관 질환, 혈압, 소화	(-)
	② 후 카우 (푹 안 니엔)	290,000동 (14,964원)	505ml	25회	액체	베트남	체중	(-)
미국	③ 에덴 오가닉 애플 사이다 비니거 (에덴 푸드)	292,000동 (15,067원)	473ml	32회	액체	미국	대장 염증	(-)
	④ 애플 사이다 비니거 컴플리트 포뮬러 (자연씨)	474,000동 (24,458원)	120정	60회	태블릿	미국	체중, 비만, 신진 대사, 혈당, 콜레스테롤	(-)
	⑤ 애플 사이다 비니거 워드 마더 (럭키 비타민)	188,000동 (9,701원)	473ml	47회	액체	미국	체중, 혈당, 소화, 콜레스테롤, 피부	Non-GMO, 유기농 인증, 코셔 인증
	⑥ 브래그 애플 사이다 비니거 (브래그)	350,000동 (18,060원)	946ml	63회	액체	미국	당뇨병, 체중, 콜레스테롤, 하트, 소화, 피부	Non-GMO, 유기농 인증
	⑦ 엑스트라 스트렝스 애플 사이다 비니거 (네이처스 트루스)	650,000동 (33,540원)	180캡슐	90회	캡슐	미국	체지방, 신진 대사, 혈당, 콜레스테롤	Non-GMO, 유기농 인증
	⑧ 애플 사이다 비니거 콤플렉스 (네이처스 크래프트)	250,000동 (12,900원)	60캡슐	30회	캡슐	미국	체중, 식욕, 체지방, 신진 대사	GMP 인증
	⑨ 네이처스 웨이 애플 사이다 비니거 (네이처스 웨이)	445,000동 (22,962원)	90정	90회	태블릿	미국	박테리아, 혈당, 체중, 콜레스테롤, 혈압, 피부, 감기	(-)
호주	⑩ 애플 사이다 비니거 가르시니아 (헬시 케어)	520,000동 (26,832원)	90정	90회	태블릿	호주	체중, 소화, 면역, 식욕	(-)
	⑪ 애플 사이다 비니거 하이 스트렝스 (바이오글렌)	560,000동 (28,896원)	120캡슐	120회	캡슐	호주	소화	Non-GMO
영국	⑫ 클리어스프링 오가닉 애플 사이다 비니거 (클리어스프링)	458,000동 (23,633원)	500ml	17회	액체	이탈리아	혈당, 체중, 콜레스테롤	
체코	⑬ 자블레크니 오세 (메드파마)	490,000동 (25,284원)	100정	50회	태블릿	체코	변비, 혈당, 체중, 심장, 심혈관, 고혈압, 혈압, 콜레스테롤	(-)
포르투갈	⑭ 사이다 비니거 (필라딘)	60,000동 (3,096원)	500ml	11회	액체	포르투갈	혈당, 체중, 신장, 지방, 심혈관, 콜레스테롤	(-)
일본	⑮ 블랙 비니거 화이트 로스 태블릿 (오리하로)	200,000동 (10,320원)	216캡슐	54회	캡슐	일본	체중, 지방 흡수, 콜레스테롤, 혈압, 변비, 하트	(-)

(*) 현지 판매 식초환 경쟁제품 15개 분석

2) 100동=5.16원 (2020.04.09.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 베트남 식초환 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ①: 건강보조식품으로 사용되는 식초제품

- 액체 제형: 액체 형태 식초 제품 중 건강보조식품으로 홍보하는 제품 선정
- 캡슐 태블릿 제형: 캡슐 태블릿 형태 식초 제품 중 건강보조식품으로 홍보하는 제품 선정

▶ 선정 기준 ②: 온라인 매장 입점 확인 제품

- 온라인 매장 중 5개 매장에서 판매하는 경쟁제품을 선정

(*) 5개 채널: 쇼피(shopee.vn), 라자다(lazada.vn), 샵유씨(shopuc.vn),
엔에이치케이마트(nhkmart.com), 쿡하항세타이(cunghahangxachtay.com)

[표 1.1] 베트남 식초환 경쟁제품 선정

경쟁제품(경쟁기업)	제품 원산지		입점 온라인 매장
	현지산	수입산	
① 김난 애플 사이다 비니거 (김난)	○ (베트남)		○ (쇼피)
② 후 카우 (푹 안 니엔)	○ (베트남)		○ (쇼피)
③ 에덴 오가닉 애플 사이다 비니거 (에덴 푸드)		○ (미국)	○ (엔에이치케이마트)
④ 애플 사이다 비니거 컴플리트 포물러 (자연씨)		○ (미국)	○ (쇼피)
⑤ 애플 사이다 비니거 위드 마더 (력키 비타민)		○ (미국)	○ (쇼피)
⑥ 브래그 애플 사이다 비니거 (브래그)		○ (미국)	○ (라자다)
⑦ 엑스트라 스트렝스 애플 사이다 비니거 (네이처스 트루스)		○ (미국)	○ (라자다)
⑧ 애플 사이다 비니거 콤플렉스 (네이처스 크래프트)		○ (미국)	○ (라자다)
⑨ 네이처스 웨이 애플 사이다 비니거 (네이처스 웨이)		○ (미국)	○ (라자다)
⑩ 애플 사이다 비니거 가르시니아 (헬시 케어)		○ (호주)	○ (쇼피)
⑪ 애플 사이다 비니거 하이 스트렝스 (바이오글랜)		○ (호주)	○ (샵유씨)
⑫ 클리어프링 오가닉 애플 사이다 비니거 (클리어프링)		○ (영국)	○ (엔에이치케이마트)
⑬ 자블레크니 오세 (메드파마)		○ (체코)	○ (쿡하항세타이)
⑭ 사이다 비니거 (팔라딘)		○ (포르투갈)	○ (쇼피)
⑮ 블랙 비니거 웨이트 로스 태블릿 (오리히로)		○ (일본)	○ (라자다)

(*) 현지 판매 식초환 경쟁제품 15개 분석

2. 베트남 식초환 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 조사 지표 ① 가격

- 온라인 채널에서 판매되는 제품의 소비자 판매 가격

▶ 조사 지표 ② 용량

- 제품의 형태에 따른 용량(ml, 캡슐, 정)
- ※ 제품의 형태가 액체인 경우 ml, 캡슐인 경우 캡슐, 태블릿의 경우 정으로 표기함

▶ 조사 지표 ③ 제품 형태

- 액체: 제품을 액체 형태로 가공한 제품
- 캡슐: 제품을 캡슐 형태로 가공한 제품으로 당의정 및 츄어블(Chewable)을 포함함
- 태블릿: 주요 원료를 제립화하여 소정의 형으로 타정(打錠)한 제품

▶ 조사 지표 ④ 포장 형태

- 제품을 포장하고 있는 용기의 소재와 형태
 - 유리병: 유리 소재의 병 용기
 - 플라스틱 병: 플라스틱 소재의 병 용기

▶ 조사 지표 ⑤ 원산지

- 제품의 원산지

▶ 조사 지표 ⑥ 복용 방법

▶ 조사 지표 ⑦ 효능

- 제품의 홍보 문구에 있는 효능

▶ 조사 지표 ⑧ 홍보 문구

- 제품의 홍보 문구

▶ 조사 지표 ⑨ 원료 및 첨가물

- 제품 제조에 사용된 원료 및 첨가물

▶ 조사 지표 ⑩ 보유 인증

- 유기농 인증: 화학비료 등을 사용하지 않고 재배되었음을 보증하는 인증
- 품질 인증: 제품과 제품 원료가 안전하게 제조되었음을 보증하는 인증

유기농 인증 마크



쏘일 어쏘시에이션 인증



USDA 오가닉 인증



베이스테이트 오가닉 서티파이어스 인증

품질 인증 마크



논 지엠오 인증



GMP 인증

[표 1.2] 주요 인증 정보

인증 분류	인증 종류	인증 내용
유기농 인증	쏘일 어쏘시에이션 인증	영국 인증 기관인 쏘일 어쏘시에이션(Soil Association)에서 부여하는 인증으로 해당 제품이 유기농 원료로 만들어졌음을 증명하는 인증
	USDA 오가닉 인증	생산 과정에서 유해물질이 사용되지 않는 등 미국 농무부(United States Department of Agriculture)에서 제시한 유기농 제품 인증 기준(NOP Standard) ³⁾ 에 적합함을 증명하는 인증
	베이스테이트 오가닉 서티파이어스 인증	베이스테이트 오가닉 서티파이어스(Baystate Organic Certifiers)는 USDA 내셔널 오가닉 프로그램이 인증하는 인증 기관임. 베이스테이트 오가닉 서티파이어스 인증은 해당 기관이 제시하는 유기농 식품 기준에 부합함을 증명하는 인증
품질 인증	논 지엠오 인증 (Non-GMO)	미국 논 지엠오(Non-GMO) 프로젝트를 통하여 해당 제품에 유전자변형 원료(Genetically Modified Organisms)가 포함되지 않았음을 증명하는 인증 ⁴⁾
	GMP 인증	세계 보건 기구(WHO)에서 정하는 식품 및 의약품 제조 품질 관리 기준을 준수한 제품에 부여되는 GMP(Good Manufacturing Practice)인증

3) 유기농제품 인증 프로그램(National Organic Program) 기준으로, 미국 내 유기농 제품 기준을 제시하고 있음

4) Non-GMO 프로젝트(Non-GOM project) 홈페이지 (www.nongmoproject.org), 미국 농무부는 2018년 12월 발표한 국가 생명공학적 식품 표시 기준(National Bioengineered Food Disclosure Standard, NBFDS)을 통하여, 2020년부터 GMO 성분이 포함된 제품에 대하여 BE(Bioengineered) 마크를 부착하도록 의무화함. Non-GMO 제품의 경우 제품에 관련 마크를 부착하지 않거나 미국 Non-GMO 프로젝트를 통하여 제품에 Non-GMO 인증 마크를 부착함. 해당 법은 2년의 유예기간을 둠

[표 1.3] 베트남 식초환 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	온라인 채널에서 판매되는 제품의 소비자 판매 가격
용량	ml, 캡슐, 정	제품의 형태에 따라 용량을 액제는 ml, 캡슐형태는 캡슐, 태블릿은 정으로 표기함
제품 형태	액체	식초 건강보조식품 액제 상태 제품
	캡슐	식초 건강보조식품 중 캡슐 형태로 가공한 제품으로 당의정 및 츄어블(Chewable) 제품 포함
	태블릿	식초 건강보조식품 중 주요 원료를 제립화하여 소정의 형으로 타정(打錠)한 제품
포장 형태	유리병	유리 소재의 병 용기
	플라스틱 병	플라스틱 소재의 병 용기
보유 인증	유기농 인증	화학비료 등을 사용하지 않고 재배되었음을 보증하는 인증
	품질 인증	제품과 제품 원료가 안전하게 제조되었음을 보증하는 인증
원산지		제품의 생산지
복용 방법		제품의 섭취 방법
효능		제품의 홍보 문구에 있는 효능
홍보 문구		제품의 홍보 문구
원료 및 첨가물		제품 제조에 사용된 원료 및 첨가물

3. 베트남 식초환 경쟁제품 포지셔닝

경쟁제품(경쟁기업)

- ① 김난 애플 사이다 비니거 (김난)
- ② 후 카우 (폭 안 니엔)
- ③ 에덴 오가닉 애플 사이다 비니거 (에덴 푸드)
- ④ 애플 사이다 비니거 컴플리트 포물러 (지앤씨)
- ⑤ 애플 사이다 비니거 워드 마더 (력키 비타민)
- ⑥ 브래그 애플 사이다 비니거 (브래그)
- ⑦ 엑스트라 스트렝스 애플 사이다 비니거 (네이처스 트루스)
- ⑧ 애플 사이다 비니거 콤플렉스 (네이처스 크래프트)
- ⑨ 네이처스 웨이 애플 사이다 비니거 (네이처스 웨이)
- ⑩ 애플 사이다 비니거 가르시니아 (헬시 케어)
- ⑪ 애플 사이다 비니거 하이 스트렝스 (바이오글랜)
- ⑫ 클리어스프링 오가닉 애플 사이다 비니거 (클리어스프링)
- ⑬ 자블레크니 오세 (메드파마)
- ⑭ 사이다 비니거 (팔라딘)
- ⑮ 블랙 비니거 웨이트 로스 태블릿 (오리히로)

▶ 포지셔닝 ①: 베트남 시장 다양한 국가의 경쟁제품 진출

베트남에서 건강보조식품으로 사용되는 식초제품을 경쟁제품으로 선정하여 조사함. 경쟁제품은 총 15개를 조사하였으며, 형태에 따라 액체, 캡슐 및 태블릿 제품으로 구분함. 경쟁 제품의 브랜드 국적은 베트남 현지지를 포함하여 미국, 호주, 영국, 체코, 포르투갈, 일본의 총 7곳이 확인되었으며, 영국을 제외한 각 국가별 제품은 브랜드 국적지에서 생산됨. 영국 브랜드 제품의 경우 이탈리아에서 생산한 것을 확인함

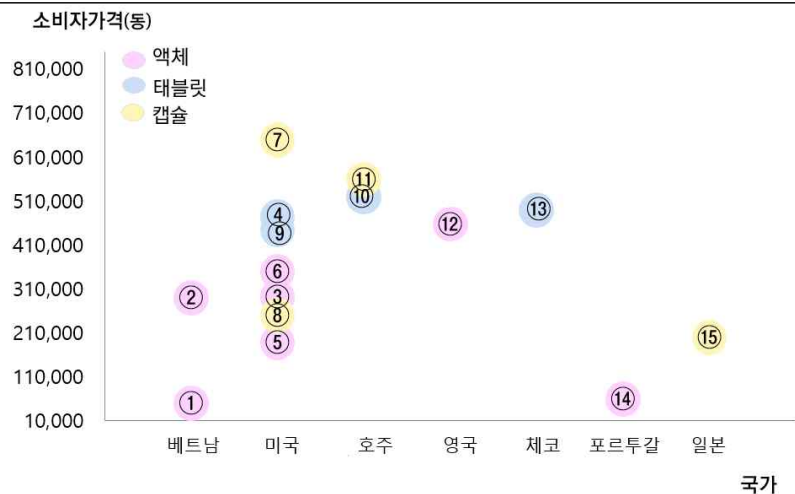
▶ 포지셔닝 ②: 액체 제품은 영국 브랜드, 캡슐 제품은 호주 브랜드가 가장 비싸

조사 제품의 판매 가격은 ⑦ 캡슐 제형의 호주 브랜드 제품이 560,000동(28,896원)으로 가장 높으며, 액상 제형의 경우 ⑫ 영국 브랜드 제품이 458,000동(23,633원) 가장 높은 것으로 나타남. 베트남 수입제품으로는 액상 제품 중 ⑭ 포르투갈 제품이 60,000동(3,096원)으로 상대적으로 저가(低價)로 확인되었으며, 캡슐의 경우 ⑮ 일본 브랜드 제품이 200,000동(10,320원)으로 낮은 가격을 보임

▶ 포지셔닝 ③: 태블릿 제형의 평균 소비자가격은 액체 제품 대비 2배 높은 가격

경쟁제품의 형태에 따른 평균 소비자가격을 확인함. 액체 형태의 7개 제품의 평균 소비자가격은 241,143동(12,443원)이며, 캡슐 제품 4개의 소비자가격의 평균은 415,000동(21,414원), 태블릿 제형 4개의 평균 소비자가격은 482,250동(24,884원)임. 태블릿 제형이 가장 높은 가격으로 판매 되며, 액체 제품의 경우 가장 저렴한 것으로 확인됨

[표 1.3] 베트남 식초환 브랜드 국적별 경쟁제품 포지셔닝



자료 : 베트남 식초환 경쟁제품 15개 분석

4. 베트남 식초환 입점 매장 및 경쟁제품 정보

▶ 베트남 건강식품 시장

‘비타민 및 식이보조제품’와 ‘체중조절 및 웰빙’ 시장이 주도

유로모니터에 따르면 2019년 베트남 건강식품 시장규모는 전년대비 14.7% 성장을 기록하며 34조 7,290억 동(약 1조 7,920억 원)을 기록함. 그중 비타민 및 식이보조제품이 43%로 15조 836억 동(약 7,783억 원)이며, 체중조절 및 웰빙 시장이 그 뒤를 이어 35%를 차지하며 약 12조 208억 동(약 6,203억 원)을 규모로 나타남

▶ 베트남 H&B 채널에서 비타민 및 식이보조제품 유통 많아

건강보조식품으로 이용되는 식초제품의 유통 채널을 확인하기 위해 해당 제품이 포함된 비타민 및 식이보조제품⁵⁾(Vitamin and Dietary Supplement)의 유통 현황을 확인함. 유로모니터에 따르면 2019년 비타민 및 식이보조제품은 H&B(Health & Beauty) 매장에서 55.1%가 판매되며 온라인 매장에서 11%, 방문판매를 통해 27.2%가 판매됨. 또한 H&B 매장 중에서도 프랜차이즈 혹은 대형 유통 채널이 아닌 개인 소매 업체에서 판매되는 비율이 약 99%에 달함

유로모니터 자료에 따르면 베트남 건강식품 유통 채널에서 방문판매가 차지하는 비율이 지속적으로 증가함. 2017년 전년 대비 18.6%의 성장을 보이며 3조 9,548억 동(약 2,041억 원)을 기록한 방문판매 유통채널의 판매액은 2019년 8조 391억 동(약 4,148억 원)에 이른 것으로 확인됨. 다만, 이러한 소매업체 주도적인 판매양상은 건강식품의 무분별한 홍보와 위조 제품 혹은 낮은 품질의 제품이 판매되는 문제를 야기하였고 베트남 보건부(Ministry of Health)는 2018년 비타민 및 식이보조제품에 관련 규정(Circular 15/2018/TT-BYT)을 적용하기로 함

[표 1.4] 베트남 비타민 및 식이보조제품 유통채널 점유율

구분	2019년	유명 매장
하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	6.7%	빅씨(60%), 롯데마트(20.4%), 이온(7.9%), 폼마트(6.2%), 이마트(4%), 자이언트
H&B	55.1%	파머시티, 가디언, 메디케어, 파노파머시, 개인소매(99%)
온라인 매장	11%	라자다, 쇼피, 센도, 로지
방문판매	27.2	허벌라이프

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

5) 비타민 및 식이보조제(Vitamin & Dietary Supplement): 건강보조식품과 비타민, 유아용 비타민과 건강보조식품, 그리고 강장제를 포함함

베트남

인구수(18) ⁶⁾	9,554만 5,900명
면적(km2) ⁷⁾	331,212
1인당 GDP(달러) ⁸⁾	8,066

- ▶ 베트남 대형 온라인 매장 2곳, 건강식품 온라인 매장 3곳 조사
- ▶ 베트남 유통채널의 특징과 같이 온라인 소매채널을 선정

베트남의 대표 온라인 매장인 쇼피(shopee.vn), 라자다(lazada.vn)와 건강보조식품을 취급하는 온라인 매장 3곳을 방문하여 경쟁제품 15개를 조사함. 건강보조식품을 취급하는 온라인 매장으로는 엔에이치케이마트 (nhkmart.com), 쿡하항세타이(cunghahangxachtay.com), 샵유씨(shopuc.vn)가 있음

쇼피는 2015년 설립된 싱가포르의 온라인 쇼핑 플랫폼으로 베트남 외 말레이시아, 대만, 인도네시아, 필리핀, 브라질, 한국에도 온라인 채널이 있음. 라자다는 2012년 설립된 알리바바그룹(Alibaba Group) 소유의 국제적인 온라인 상거래(E-Commerce) 회사로 필리핀, 베트남, 싱가포르, 태국 등지에서 종합 온라인 쇼핑 채널을 운영함. 엔에이치케이마트는 호치민에 본사를 둔 건강식품을 전문으로 취급하는 건강식품마트임. 건강식품 외에도 생활용품, 일반 식자재 등 다양한 상품도 판매하고 있음. 오프라인 마트 외에 온라인 매장도 운영함. 쿡하항세타이는 다낭에 본사를 둔 베트남의 온라인 매장으로 식품, 화장품, 가정용품, 건강 용품, 미용 용품 등 다양한 상품을 판매하는 종합 온라인 쇼핑몰임. 샵유씨는 하노이에 본사를 둔 온라인 매장으로 건강식품과 고급 화장품 등을 주력으로 취급함

6) 자료: 유엔 경제사회국(United Nations Department of Economic and Social Affairs) 홈페이지 (www.un.org)

7) 자료: 베트남 통계청(General Statistics Office of Vietnam) 홈페이지 (www.gso.gov.vn)

8) 자료: 국제통화기금(International Monetary Fund) 홈페이지 (www.imf.org)

Shop ① 엔에이치케이마트(nhkmart.com)

- 매장 정보**
- 유형: 온라인 매장
 - 판매 제품 특징: 건강식품을 위주로 식료품, 가정용품 등 다양한 종류의 제품을 판매함
 - 주요 고객층: 현지인, 외국인

<p>브랜드 기본 정보</p>	 <p>엔에이치케이마트는 호치민에 본사를 둔 건강식품 마트로 건강식품을 주력으로 생활용품, 일반 식자재 등 다양한 상품을 판매하고 있음. 오프라인 마트 외에 온라인 매장을 통해서도 상품을 판매함</p>
<p>매장 정보</p>	<p>조사 제품 수 : 2개</p>  <p>위치</p> <p>도시(지역) 호치민시(본사) 상세주소 1098 TL43, Binh Chiếu, Thủ Đức, Hồ Chí Minh, Vietnam</p>
<p>매장 내부 전경</p>	<p>매장 내부 전경</p> 
<p>식초환 판매 정보</p>	<p>판매 식초환 정보</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="801 1384 912 1684">  <p>클리어스프링 오가닉 애플 사이다 비니거 (클리어스프링)</p> </div> <div data-bbox="1161 1384 1295 1684">  <p>에덴 오가닉 애플 사이다 비니거 (에덴 푸드)</p> </div> </div>

사진 자료: 엔에이치케이마트 온라인 매장

9) 자료: 엔에이치케이마트(Nhkmart) 홈페이지 (nhkmart.com)



Ingredients
100% Organic Apple Cider Vinegar
Produced in Italy.
5% acidity. No added sulphites. Shake bottle gently before use.

Typical nutritional values	
	Per 100ml
Energy kJ	75
Energy kCal	17
Protein (g)	0.01
Carbohydrates (g)	0.5
-of which sugars (g)	0.5
Fat (g)	0
-of which saturates (g)	0
Salt (g)	0

제품명 (영어)	클리어스프링 오가닉 애플 사이다 비니거 (Clearspring Organic Apple cider Vinegar)	제조사 (영어)	클리어스프링 (Clearspring)
가격	458,000동 (23,633원)	용량/섭취 횟수	500ml/17회
제품 형태	액체	포장 형태	유리병
인증	유기농 인증 (쏘일 어쏘시에이션 인증)	원산지	이탈리아
복용 방법	물과 함께 하루 2테이블스푼씩 섭취	효능	혈당 조절, 체중 감량, 콜레스테롤 수치 조절
원료 및 첨가물	100% 유기농 애플 사이다 식초		
홍보 문구	모배양액이 함유된 유기농 사과 식초, 혈당 조절, 체중 감량, 콜레스테롤 수치 조절, 건강에 유익한 단백질과 효소 함유, 특쓰지 않는 부드러운 맛, 저온 압착된 유기농 사과 주스로 만든, 자연 발효, 저온 살균, 여과하지 않은 식초		



제품명 (영어)	에덴 오가닉 애플 사이다 비니거 (Eden Organic Apple cider Vinegar)	제조사 (영어)	에덴 푸드 (Eden Foods)
가격	292,000동 (15,067원)	용량/섭취 횟수	473ml/32회
제품 형태	액체	포장 형태	유리병
원산지	미국	효능	대장 건강에 도움, 염증 완화
복용 방법	하루 1테이블스푼씩 섭취		
원료 및 첨가물	유기농 애플 사이다 식초, 물		
홍보 문구	유기농 사과로 만들어진 식초, 살균 처리 하지 않아 영양소가 살아있는 식초, 화학 물질과 열을 가하지 않고 느끼게 여과된 식초		



Krátký text
 Jablečný ocet vzhledem ke svému složení má velmi příznivé účinky na lidský organismus. Obsahuje přírodní barvíva, pektin, vitaminy a minerály.
Užití
 Účinky chcem přispívá k normálnímu metabolismu makroživin a k udržení normální hladiny glukózy v krvi, vitamín C přispívá k normálnímu energetickému metabolismu.
Dávkování
 1-2 tablety 1x denně.
Fakta
 Jablečný ocet vzhledem ke svému složení má velmi příznivé účinky na lidský organismus. Obsahuje přírodní barvíva, pektin, vitaminy a minerály.
Poznámka
 Společnost MedPharma, spol. s r.o., se sídlem v Tetčicích, byla založena v roce 2000 panem Ing. Janem Kejdou. Společnost se zabývá výrobou, balením, prodejem a distribucí vitamínů, minerálů, bylinných přípravků a potravinových doplňků vlašské.
 Hlavním cílem společnosti je dlouhodobý výhled v součinnosti s individuálním řešením požadavků každého zákazníka, v neustálé se medicínou přizpůsobuje a pokračuje dopředu výzkvy, držet krok s vývojem a hledat cesty, jak lépe sloužit potřebám výživy.
Údaje o firmě
 www.medpharma.info
Všichni výrobci a prodejci poskytují veškeré informace o produktu, účinky, účinnosti, výrobě a distribuci a je považována za spolehlivou, nezávislou a objektivní. Společnost MedPharma, spol. s r.o. je považována za spolehlivou, nezávislou a objektivní. Každý, jenž se účastní jakéhokoli obchodu s výrobky, výrobky, výrobky se považuje za zodpovědného za poskytnutí správných informací a za poskytnutí správných informací. Každý, jenž se účastní jakéhokoli obchodu s výrobky, výrobky, výrobky se považuje za zodpovědného za poskytnutí správných informací a za poskytnutí správných informací.

제품명 (영어)	자블레크니 오세 (Jablecny Ocet)	제조사 (영어)	메드파마 (MedPharma)
가격	490,000동 (25,284원)	용량/ 섭취 횟수	100정/50회 ¹¹⁾
제품 형태	태블릿	포장 형태	플라스틱 병
원산지	체코	효능	변비 완화, 혈당 조절, 체중 감소에 도움, 심장 건강 향상, 심혈관 질환의 위험을 줄여줌, 고혈압 예방, 혈압 조절, 콜레스테롤 조절
원료 및 첨가물	천연 식물성 섬유-감귤류, 사과 식초, L-아스코르브산, 인산칼슘, 카르복시메틸 셀룰로오스, 스테아르산, 셀룰로오스, 실리카, 크롬 피 콜리 네이트		
홍보 문구	액체로 된 사과 식초에 비해 보관이 용이, 펙틴 · 비타민 · 미네랄 함유		

11) 제품 사용 설명서 상 하루 1~2 정을 복용하라고 나와 있으며 본보고서에서는 하루 최대 용량(2정)을 기준으로 계산함



제품명 (영어)	김난 애플 사이다 비니거 (Kim Ngan Apple Cider Vinegar)	제조사 (영어)	김난 (Kim Ngan)
가격	50,000동 (2,580원)	용량/섭취 횟수	450ml/ 30회
제품 형태	액체	포장 형태	유리병
원산지	베트남	효능	신진 대사 촉진, 심혈관 질환에 도움, 혈압 안정화, 소화 촉진, 체중 감소
복용 방법	130ml의 물과 꿀 20ml를 섞은 식초 15ml를 얼음과 함께 사용할 수 있습니다		
원료 및 첨가물	사과 사과, 꿀, 식초 효모, 설탕		
홍보 문구	순수한 사과로 만든 식초		



제품명 (영어)	애플 사이다 비니거 컴플리트 포뮬러 (Apple Cider Vinegar Complete Formula)	제조사 (영어)	지앤씨 (GNC)
가격	474,000동 (24,458원)	용량/섭취 횟수	120정/ 60회
제품 형태	태블릿	포장 형태	플라스틱 병
원산지	미국	복용 방법	매일 2정 씩
복용 방법	매일 2정 씩	효능	체중 감량, 비만 예방, 신진 대사 증진, 혈당 조절, 콜레스테롤 조절
원료 및 첨가물	사과 사이다 식초, 고추 가루, 생강 가루, 가르시니아 캄보지아 추출물, 셀룰로오스, 인산이칼슘		
홍보 문구	펙틴 · 비타민 · 미네랄 공급원		



제품명 (영어)	애플 사이다 비니거 가르시니아 (Apple Cider Vinegar Garcinia)	제조사 (영어)	헬시 케어 (Healthy Care)
가격	520,000동 (26,832원)	용량/ 섭취 횟수	90정/ 90회
제품 형태	태블릿	포장 형태	플라스틱 병
원산지	호주	효능	체중 감량, 소화 향상, 면역 체계 지원, 식욕 억제
복용 방법	식전 1정씩 하루 3번 섭취		
원료 및 첨가물	애플 사이다 식초 분말, 젤라틴, 인산이칼슘이수화물, 미결정 셀룰로오스, 무수콜로이드 실리카, 스테아르산마그네슘, 이산화티탄		
홍보 문구	인공 색소 · 글루텐 · 소금 · 전분 · 이스트 무(無)첨가, 자연 발효된 애플 사이다 식초와 가르시니아 추출물의 조화		



제품명 (현지어)	후 카우 (HUU CO)	제조사 (영어)	PHÚC AN NHIÊN (푹 안 니엔)
가격	290,000동 (14,964원)	용량/ 섭취 횟수	505ml/ 25회
제품 형태	액체	포장 형태	유리 병
원산지	베트남	복용 방법	사과 식초 20ml와 꿀 200ml, 작은 얼음이 든 물 200ml
효능	체중 조절		
홍보 문구	방부제 및 화학 물질을 사용하지 않고 만들어진 식초, 자연 발효 식초		



제품명 (영어)	애플 사이다 비니거 위드 마더 (Apple Cider Vinegar with Mother)	제조사 (영어)	럭키 비타민 (Lucky Vitamin)
가격	188,000동 (9,701원)	용량/ 섭취 횟수	473ml/ 47회
제품 형태	액체	포장 형태	유리 병
인증	유기농(USDA 오가닉), 품질 인증(논 지엠오 인증)	원산지	미국
복용 방법	따뜻한 물 한 컵에 식초 1-2 스푼(5-10ml)을 섞어서 음용	효능	체중 감량, 혈당 조절, 콜레스테롤 조절, 소화 촉진, 피부 미용
홍보 문구	GMO를 함유하지 않은 제품, 비여과 식초, 유기농 사과로 만들어진 식초		



제품명 (영어)	사이다 비니거 (Cider Vinegar)	제조사 (영어)	팔라딘 (Paladin)
가격	60,000동 (3,096원)	용량/ 섭취 횟수	500ml/11회
제품 형태	액체	포장 형태	유리병
원산지	포르투갈	효능	혈당 조절, 체중 감량, 신장 및 방광 질환 치료에 도움, 심혈관 건강에 도움, 콜레스테롤 조절
복용 방법	2~3 테이블 스푼을 물과 섞어 음용		
홍보 문구	신선한 포르투갈 사과로 만들어진 식초		



제품명 (영어)	브래그 애플 사이다 비니거 (Bragg Apple Cider Vinegar)	제조사 (영어)	브래그 (Bragg)
가격	350,000동 (18,060원)	용량/ 섭취 횟수	946ml/ 63회
제품 형태	액체	포장 형태	유리병
인증	유기농(USDA 오가닉), 품질 인증(논 지엠오 인증)	원산지	미국
복용 방법	한 번에 1 테이블스푼 씩 하루 3번 섭취	효능	당뇨병 예방, 체중 감량, 콜레스테롤 감소, 해독, 소화 촉진, 피부 미백, 여드름 완화, 모공 축소
원료 및 첨가물	유기농 사과 식초, 정제수		
홍보 문구	유기농, 비정제, 초모 · 효소 · 칼륨 함유, 글루텐 무 함유		



제품명 (영어)	엑스트라 스트렝스 애플 사이다 비니거 (Extra Strength Apple Cider Vinegar)	제조사 (영어)	네이처스 트루스 (Nature's Truth)
가격	650,000동 (33,540원)	용량/ 섭취 횟수	180캡슐/ 90회
제품 형태	캡슐	포장 형태	플라스틱 병
인증	유기농(베이스테이트 오가닉 서티파이어스 인증, 품질 인증(논 지엠오 인증)	원산지	미국
복용 방법	식사 후 1일 2정 섭취	효능	체지방 연소 활성화, 신진 대사 촉진, 혈당 조절, 콜레스테롤 감소
원료 및 첨가물	애플 사이다 식초, 채식주의자 용 캡슐		
홍보 문구	유기농 사과 식초로 만든 제품, 글루텐 · 유제품 · 보존제를 함유하지 않은 제품		



제품명 (영어)	애플 사이더 비니거 콤플렉스 (Apple Cider Vinegar Complex)	제조사 (영어)	네이처스 크래프트 (Natures Craft)
가격	250,000동 (12,900원)	용량/섭취 횟수	60캡슐/ 30회
제품 형태	캡슐	포장 형태	플라스틱 병
인증	품질 인증(GMP 인증)	원산지	미국
복용 방법	2캡슐씩 하루 1-3회 섭취	효능	체중 감량 촉진, 식욕 감퇴, 체지방 분해 촉진, 신진 대사 촉진
홍보 문구	가장 순수한 Non-GMO 성분만 사용해 만든 제품, 한 개의 캡슐 안에 몸에 필요한 모든 제품이 함유된 제품		




제품명 (영어)	블랙 비니거 웨이트 로스 태블릿 (Black Vinegar Weight Loss Tablet)	제조사 (영어)	오리히로 (Orihiro)
가격	200,000동 (10,320원)	용량/섭취 횟수	216캡슐/ 54회
제품 형태	캡슐	포장 형태	플라스틱 파우치
원산지	일본	효능	체중 감량에 도움, 체내 지방 흡수 과정 지원, 콜레스테롤 감소, 해독
복용 방법	식사 전후에 매일 2회, 총 4캡슐 복용		
원료 및 첨가물	쌀겨, 보리 겨, 신선한 살구, 들깨 잎, 참기름 에센스와 함께 적 현미		
홍보 문구	일본 내 최고의 체중 감소 보조제		



제품명 (영어)	네이처스 웨이 애플 사이다 비니거 (Nature's Way Apple Cider Vinegar)	제조사 (영어)	네이처스 웨이 (Nature's Way)
가격	445,000동 (22,962원)	용량/ 섭취 횟수	90정/ 90회
제품 형태	태블릿	포장 형태	플라스틱 병
원산지	미국	효능	박테리아 제거에 도움, 혈당 조절, 체중 조절, 콜레스테롤 조절, 혈압 조절, 피부 미용, 감기 증상 완화
복용 방법	식사 전 매일 1정씩 섭취		
원료 및 첨가물	사과 식초, 미결정 셀룰로오스, 스테아르 산 마그네슘, 이산화 규소		
홍보 문구	자연 발효된 애플 사이다 식초로 만든 제품		

Shop ⑤ 샵유씨(shopuc.vn)

<p>매장 정보</p>	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="flex: 1;"> <p>브랜드 기본 정보¹⁴⁾</p> </div> <div style="flex: 2; text-align: center;">  <p>샵유씨는 하노이에 본사를 둔 온라인 매장으로 건강식품과 고급 화장품 등을 주로 취급하고 있음</p> </div> </div>
<ul style="list-style-type: none"> · 유형: 온라인 매장 · 판매 제품 특징: 식품, 화장품, 가정용품, 건강 용품, 미용 용품 	<p style="text-align: center;">조사 제품 수 : 1개</p>
<ul style="list-style-type: none"> · 주요 고객층: 현지인, 외국인 	<div style="text-align: center;">  </div>
<p>매장 정보</p>	<p style="text-align: center;">도시(지역) 하노이시(본사)</p> <hr/> <p style="text-align: center;">위치</p> <p style="text-align: center;">상세주소 Group 18, Nghia Do, Cau Giay, Hanoi, VIETNAM</p>
<p>매장 내부 전경</p>	<p style="text-align: center;">매장 내부 전경</p> <div style="text-align: center;">  </div>
<p>식초환 판매 정보</p>	<p style="text-align: center;">판매 식초환 정보</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;">애플 사이다 비니거 하이 스트렝스 (바이오글랜)</p> <p>사진 자료: 샵유씨(shopuc) 온라인 매장</p>

14) 사진 자료: 샵유씨(shopuc) 홈페이지 (www.shopuc.vn)



제품명 (영어)	애플 사이다 비니거 하이 스트렝스 (Apple Cider Vinegar High Strength)	제조사 (영어)	바이오글랜 (Bioglan)
가격	560,000등 (28,896원)	용량/ 섭취 횟수	120캡슐/ 120회
제품 형태	캡슐	포장 형태	플라스틱 병
원산지	호주	효능	소화 촉진
복용 방법	1회 1 캡슐 씩 하루 세 번 식전에 복용		
원료 및 첨가물	사과 식초(80%), 증량제, 스테아르산 마그네슘, 이산화규소		
홍보 문구	자연 발효된 애플 사이다 식초로 만들어진 제품, 호주 최초의 사과 식초 캡슐, 섭취가 쉽도록 캡슐 형으로 만든 식초 제품		

II. Competitor

SUMMARY

1. 베트남 식초환 경쟁기업 포지셔닝
2. 베트남 식초환 경쟁기업 현황
3. 베트남 식초환 경쟁기업 분석



Competitor

(경쟁기업)

베트남(VIETNAM)

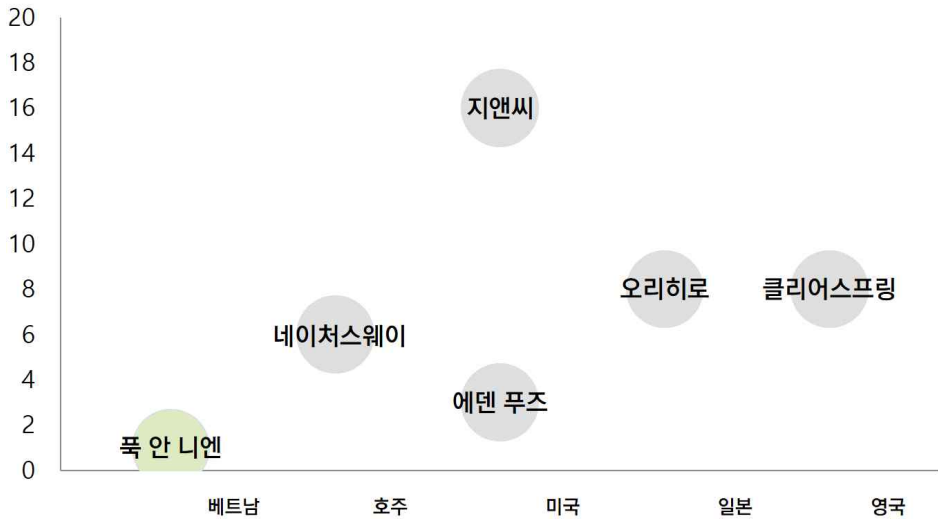
식초환 경쟁기업 선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정
· 경쟁제품 선정 기업체

경쟁사 분류
· 식초환 제품 제조 여부

경쟁사 포지셔닝
· X축 : 국적
· Y축 : 동일품목 수

동일품목 수



베트남(VIETNAM) 식초환 경쟁기업 분석

기업국적	제조사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일 품목 수
베트남	푸안니엔 (PHUC AN NHIEN)	· 온라인 매장	· 자사 홈페이지(현지) · SNS 플랫폼(현지)	· 방부제 및 화학 물질을 사용하지 않고 만들어진 식초 · 자연 발효 식초	1개
호주	네이처스웨이 (Nature's Way)	· 온라인 매장	· 자사 홈페이지(글로벌, 현지) · SNS 플랫폼(글로벌, 현지)	· 자연 발효된 애플 사이다 식초로 만든 제품	6개
미국	에덴 푸즈 (Eden Foods)	· 온라인 매장	· 자사 홈페이지(글로벌) · SNS 플랫폼(글로벌, 현지)	· 유기농 사과로 만들어진 식초 · 살균 처리 하지 않아 영양소가 살아있는 식초 · 화학 물질과 열을 가하지 않고 느리게 여과된 식초	3개
	지앤씨 (GNC)	· 온라인 매장	· 자사 홈페이지(글로벌) · SNS 플랫폼(글로벌, 현지)	· 펙틴 · 비타민 · 미네랄 공급원	16개
일본	오리히로 (Orihiro)	· 온라인 매장	· 자사 홈페이지(글로벌, 현지) · SNS 플랫폼(글로벌, 현지)	· 일본 내 최고의 체중 감소 보조제	8개
영국	클리어스프링 (Clearspring)	· 온라인 매장	· 자사 홈페이지(글로벌) · SNS 플랫폼(글로벌, 현지)	· 모배양액이 함유된 유기농 사과 식초 · 건강에 유익한 단백질과 효소 함유 · 저온 압착된 유기농 사과 주스로 만든 식초	8개

(*) 현지 판매 식초환 제조기업 6개사 분석

1. 베트남 식초환 경쟁기업 포지셔닝

▶ 대표 경쟁기업으로 현지기업 1개, 글로벌 기업 6개사 선정

온라인 매장에서 확인된 경쟁제품 15개의 제조기업 중 조사된 경쟁제품의 수와 기업 국적, 기업 규모를 기준으로 경쟁기업 6개를 선정함. 베트남 기업인 푸크 안 니엔, 호주 기업인 네이처스웨이, 미국 기업인 에덴 푸즈와 지앤씨, 일본 기업인 오리히로, 영국 기업인 클리어스프링을 경쟁기업으로 선정함. 그 결과 현지 기업 1개, 호주 기업 1개, 미국 기업 2개, 일본 기업 1개, 영국 기업 1개를 대표 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 6개사, 식초환 동일품목 수 조사

베트남 온라인 몰에 진출한 경쟁 기업 6개사가 판매하고 있는 제품 중 식초 관련 제품을 동일품목으로 간주해 그 수를 조사함. 미국 기업인 지앤씨의 동일품목 수가 16개로 가장 많은 것으로 확인됨. 다음으로 8개 제품이 확인된 일본 기업인 오리히로와 영국 기업인 클리어스프링에 동일품목 수가 많았음. 호주 그룹인 네이처스웨이의 동일품목 수가 6개, 미국 기업인 에덴 푸즈의 동일품목 수가 3개, 베트남 기업인 푸크 안 니엔의 동일품목 수가 1개로 조사됨

[표 2.1] 베트남 식초환 경쟁기업 현황

경쟁사	기업 국적	동일품목 수
푸크 안 니엔 (PHÚC AN NHIÊN)	베트남	1개
네이처스웨이 (Nature's Way)	호주	6개
에덴 푸즈 (Eden Foods)	미국	3개
지앤씨 (GNC)	미국	16개
오리히로 (Orihiro)	일본	8개
클리어스프링 (Clearspring)	영국	8개

자료 : 베트남 진출 식초환 제조기업 6개사 분석 결과

2. 베트남 식초환 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 6개사 중 3개사, 온라인 매장과 자사몰을 통해 제품 판매

경쟁기업 6개사 중 3개사는 온라인 매장과 자사몰을 통해 제품을 판매하고 있는 것으로 확인됨. 경쟁기업이 진출한 온라인 매장은 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 엔에이치케이마트(Nhkmart) 등으로 확인됨. 경쟁기업 중 에텐 푸즈, 지앤씨, 클리어스프링은 온라인 몰을 운영하며 나머지 기업들은 자사 온라인 몰이 아닌 일반 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매함

▶ 경쟁기업 6개사 모두 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용

베트남 시장에 진출한 경쟁기업 6개사 모두 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하는 것으로 확인됨. 베트남 기업인 폭 안 니엔과 호주 기업인 네이처스웨이, 일본 기업인 오리히로, 영국 기업인 클리어스프링은 페이스북(Facebook)을, 미국 기업인 에텐 푸즈는 페이스북과 트위터(Twitter), 인스타그램(Instagram)을 지앤씨는 페이스북과 트위터, 인스타그램을 활용해 자사 제품을 홍보하고 있는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업 홍보문구로 '자연 발효'와 '유기농'을 강조하여 홍보

경쟁기업들은 주로 제품의 '자연 발효'를 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. '방부제 및 화학 물질을 사용하지 않고 만들어진 식초', '유기농 사과 식초', '글루텐 · 유제품 · 보존제를 함유하지 않은 제품' 등의 홍보 문구를 통해 제품의 효능을 강조함. '펙틴 · 비타민 · 미네랄 공급원', '최고의 체중 감소 보조제' 등 구체적인 효과를 강조하는 홍보 문구 또한 자주 사용함

[표 2.2] 베트남 식초환 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
푹 안 니엔 (PHÚC AN NHIÊN)	온라인 매장 - 쇼피	자사 홈페이지 (현지)	<ul style="list-style-type: none"> 방부제 및 화학 물질을 사용하지 않고 만들어진 식초 자연 발효 식초
		SNS 플랫폼 (현지) - 페이스북	
네이처스웨이 (Nature's Way)	온라인 매장 - 라자다	자사 홈페이지 (글로벌, 현지)	<ul style="list-style-type: none"> 자연 발효된 애플 사이다 식초로 만든 제품
		SNS 플랫폼 - 페이스북 (글로벌, 현지)	
에덴 푸즈 (Eden Foods)	온라인 매장 - 엔에이치케이마트 - 자사 온라인 몰	자사 홈페이지 (글로벌)	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 사과로 만들어진 식초 살균 처리 하지 않아 영양소가 살아있는 식초 화학 물질과 열을 가하지 않고 느리게 여과된 식초
		SNS 플랫폼 - 페이스북(글로벌, 현지) - 트위터(글로벌) - 인스타그램(글로벌)	
지앤씨 (GNC)	온라인 매장 - 쇼피 - 자사 온라인 몰	자사 홈페이지 (글로벌)	<ul style="list-style-type: none"> 펙틴 · 비타민 · 미네랄 공급원
		SNS 플랫폼 - 페이스북(글로벌, 현지) - 트위터(글로벌) - 인스타그램(글로벌, 현지) 유튜브(현지)	
오리히로 (Orihiro)	온라인 매장 - 라자다	자사 홈페이지 (글로벌, 현지)	<ul style="list-style-type: none"> 일본 내 최고의 체중 감소 보조제
		SNS 플랫폼 - 페이스북(글로벌, 현지)	
클리어스프링 (Clearspring)	온라인 매장 - 엔에이치케이마트 - 자사 온라인 몰	자사 홈페이지(글로벌)	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 사과로 만들어진 식초 살균 처리 하지 않아 영양소가 살아있는 식초 화학 물질과 열을 가하지 않고 느리게 여과된 식초
		SNS 플랫폼 - 페이스북(글로벌, 현지)	

자료 : 베트남 진출 식초환 제조기업 6개사 분석 결과

3. 베트남 식초환 경쟁기업 분석

동일품목 종류

① 후 카우



자료: 푸 안 니엔 홈페이지

① 푸 안 니엔(PHÚC AN NHIÊN)

기업 기본 정보	기업명	푸 안 니엔 (PHÚC AN NHIÊN)
	홈페이지	www.phucannhien.com
	위치	Group 3, Php Phước Hưng, Mỹ Xuân, Tân Thành, Bà Rịa Vũng Tàu, Vietnam
	동일품목 수	1개
규모	설립년도	2013년

기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 쇼피		제품명	후 카우 (HỮU CŨ)
			제품 용량/ 섭취 횟수	505ml/ 25회
			가격	290,000동 ¹⁵⁾ (14,964원)
			제품 종류	액체

기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 <ul style="list-style-type: none"> - 기업소개 - 제품목록, 효능, 성분 등의 정보 SNS 플랫폼(페이스북) <ul style="list-style-type: none"> - 제품 광고 영상 및 사진 게시
-------------	--	--

홍보 문구	<p>Giảm táo Phúc An Nhiên được chế biến từ nguyên liệu thơm ngon nhập ngoại từ New Zealand. Quá trình sản xuất đảm bảo vệ sinh và tinh khiết với một trường độ là tạo giảm táo không qua nhiệt trung và không lọc nên vẫn giữ lại các thành phần tự nhiên quý giá có lợi cho sức khỏe.</p> <p>Thể tích thực: 505ml</p> <p>Thành phần: Nước ép từ táo Newzealand tuyển chọn miền tự nhiên, nước trái cây chiết lọc qua hệ thống lọc độ tinh 0%</p> <p>Bảo quản: Nơi khô ráo thoáng mát</p> <p>Giảm táo đã được làm ra và sử dụng để chăm sóc sức khỏe từ hàng ngàn năm trước. Vào năm 400 Trước Công Nguyên, Hippocrates - cha đẻ của ngành Tây y, đã sử dụng giảm táo như một loại thuốc cho các bệnh nhân của mình. Năm 1956, tiến sĩ Deborah Cavanah đã viết một quyển sách về những lợi ích của giảm táo làm giảm táo mang lại. Theo ông, mọi người nên dùng một muỗng giảm táo và một ounce mỗi ngày. Sau khi đọc sách của ông những người tin theo đã liên kế hoạch giảm táo với nguyên liệu chính là giảm táo. Các nghiên cứu hiện đại cũng chứng minh rất nhiều tác dụng của giảm táo đối với sức khỏe và vẻ đẹp của con người.</p> <p>Để làm hiểu kỹ hơn về công dụng và cách dùng của giảm táo, bạn có thể tham khảo thêm tại mục viên giảm.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 방부제 및 화학 물질을 사용하지 않고 만들어진 식초, 자연 발효 식초
-------	---	--

사진자료: 푸 안 니엔(PHÚC AN NHIÊN) 홈페이지, 쇼피(Shopee) 홈페이지

15) 100동=5.16원 (2020.04.09.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

● 동일품목 종류

① 애플 사이다 비니거 다이어트



② 오가닉 애플 사이다 비니거 드링크



③ 오가닉 애플 사이다 비니거 드링크 애플



④ 애플 사이다 비니거 맥스



⑤ 액티베이트드 차콜



⑥ 키토 다이어트



자료: 네이처스웨이 홈페이지

② 네이처스웨이(Nature's Way)

기업 기본 정보	기업명	네이처스웨이 (Nature's Way)	
	홈페이지	www.naturesway.com.au	
기업 진출 채널	위치	18 Jubilee Avenue Warriewood NSW 2102, Australia	
	규모	동일품목 수	6개
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 라자다	설립년도	1968년
		제품명	내처스 웨이 애플 사이다 비니거 (Nature's Way Apple Cider Vinegar)
기업 홍보 문구		제품 용량/ 섭취 횟수	90정/ 90회
		가격	445,000등 (22,962원)
		제품 종류	태블릿
		기업 홍보 채널	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 <ul style="list-style-type: none"> - 기업소개 - 제품목록, 효능, 성분 등의 정보 SNS 플랫폼(페이스북) <ul style="list-style-type: none"> - 제품 광고 및 사진 게시
		기업 홍보 문구	<ul style="list-style-type: none"> 자연 발효된 애플 사이다 식초로 만든 제품

사진자료: 네이처스웨이(Nature's Way) 홈페이지, 라자다(Lazada) 홈페이지

동일품목 종류

① 브라운 라이스 비니거



② 레드 와인 비니거



③ 플럼 비니거



자료: 에덴 푸즈 홈페이지

③ 에덴 푸즈(Eden Foods)

기업 기본 정보	기업명	에덴 푸즈(Eden Foods)	
	홈페이지	www.edenfoods.com	
	위치	701 Tecumseh Road, Clinton, Michigan 49236, the U.S.	
	설립년도	1968년	
기업 진출 채널	규모	동일품목 수	3개
	제품명	에덴 오가닉 애플 사이다 비니거 (Eden Organic Apple Cider Vinegar)	
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 엔에이치케이마트	제품 용량/ 섭취 횟수	473ml/32회
		가격	292,000동 (15,067원)
		제품 종류	액체
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(글로벌) <ul style="list-style-type: none"> - 기업소개 - 제품목록 및 성분, 섭취방법 등의 정보 SNS 플랫폼 <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북(글로벌, 현지) - 트위터(글로벌) - 인스타그램(글로벌) 	
홍보 문구	<p>Quick Overview</p> <p>Fine U.S.A. organic apple juice naturally fermented with 'mother' of vinegar, a quality indicator that may appear as cloudiness in the vinegar. Raw, unpasteurized and patiently aged. A traditional health food used for centuries in hundreds of ways. One like this is rare. Amber glass protected. 5% acidity.</p> <p>©</p> <p>Details ≡</p> <p>Additional Information ≡</p>	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 사과로 만들어진 식초 살균 처리 하지 않아 영양소가 살아있는 식초 화학 물질과 열을 가하지 않고 느끼게 여과된 식초 	

사진자료: 에덴 푸즈(Eden Foods)홈페이지, 엔에이치케이마트(Nhkmart) 홈페이지

● 동일품목 종류

① 슈퍼푸드 애플 사이다 비니거



② 어스 지니어스 애플 사이다 컴플리트



③ 골리 뉴트라션 애플 사이다 비니거 거미즈



④ 키트 크런치



⑤ 로우&루트 애플 사이다 비니거



⑥ 나우 애플 사이다 비니거



⑦ 소스 내추럴스 애플 사이다 비니거



⑧ 나우 사이다 비니거



자료: 지앤씨 홈페이지

④ 지앤씨(GNC)

기업 기본 정보	기업명	지앤씨(GNC)	
	홈페이지	www.gnc.com	
	위치	300 Sixth Ave. Pittsburgh, PA 15222, the U.S.A	
	규모	설립년도 1935년 동일품목 수 16개	
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 쇼피	제품명	애플 사이다 비니거 컴플리트 포뮬러 (Apple Cider Vinegar Complete Formula)
		제품 용량/ 섭취 횟수	120(정)/ 60회
	가격	474,000동 (24,458원)	
	제품 종류	태블릿	
기업 홍보 채널	 <ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 <ul style="list-style-type: none"> - 기업소개 - 제품목록 및 성분, 섭취방법 등의 정보 SNS 플랫폼(페이스북, 트위터, 인스타그램) <ul style="list-style-type: none"> - 제품 소개 및 리뷰 글 게시 		
		 <ul style="list-style-type: none"> 펙틴 · 비타민 · 미네랄 공급원 	
홍보 문구		사진자료: 지앤씨(GNC) 홈페이지, 쇼피(Shopee) 홈페이지	

●
동일품목 종류

① 블랙 비니거&갈릭



② 브라운 라이스 블랙 비니거 캡슐



③ 블랙 비니거 갈릭 시지미 클램 진생 세세민



④ 골드 투 진저 비니거 캡슐



⑤ 퍼멘티드 갈릭 코즈 비니거



⑥ 세서미 비니거&엔자임 캡슐



⑦ 블랙 비니거&갈릭



자료: 오리히로 홈페이지

⑤ 오리히로(Orihiro)

기업 기본 정보	기업명	오리히로 (Orihiro)
	홈페이지	www.orihiro.com
	위치	Takasaki, Gunma 370-0886
	자본금('18)	1억엔 ¹⁶⁾ (11억 2,076만원)
	규모	설립년도 1993년
기업 진출 채널	동일품목 수	8개
	제품명	블랙 비니거 웨이트 로스 태블릿 (Black Vinegar Weight Loss Tablet)
	제품 용량(캡슐)/ 섭취 횟수	216캡슐/ 54회
	가격	200,000동 (10,320원)
	제품 종류	캡슐



기업
진출 채널
〈온라인 매장〉
라자다

기업
홍보 채널



- 자사 홈페이지
- SNS 플랫폼(페이스북)
- 제품 정보 제공

홍보 문구

Product introduction
The power of three types of fermented soybeans (Triple power of adzuki beans, mung beans, and soybeans) is
100% fermented soybean protein (Triple power of adzuki beans, mung beans, and soybeans) is combined 250mg in total in 14 tablets.
It is a low-sodium product containing three kinds of fermented soybeans with each characteristic.
Quickly absorbed and easily digested, it is a healthy food for all ages.
In the natural soil of Okinawa, we use fermented soybeans organically and carefully.
It is a low-sodium fermented soybean product treated with HST sterilization method (high temperature short time sterilization method) which does not require the quality. The
HST method is a special technology that sterilizes with high temperature and high pressure steam, which causes loss of quality due to excessive
heating in a batch to be minimized and to save sterilization method.
This product is a product that contains three types of fermented soybeans that have their own characteristic. Commitment to use materials that are produced from
Okinawa, we use fermented soybeans organically in organic farming and use quality raw materials that adopt the HST process (high temperature short time
sterilization process) that minimizes the loss of quality. We will continue to improve the quality of our products by the support of local government. It is a product for your
important health maintenance by all means.
Product Details
Size and capacity

- 일본 내 최고의 체중 감소 보조제

사진자료: 오리히로(Orihiro) 홈페이지, 라자다(Lazada) 홈페이지

16) 1엔= 1,120.76원 (2020.04.09.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

●
동일품목 종류

① 클리어스프링 오가닉 애플 사이다 비니거 진저, 튜머릭, 블랙 페퍼



② 클리어스프링 오가닉 애플 사이다 비니거 라즈베리



③ 클리어스프링 오가닉 애플 사이다 비니거 피치



④ 클리어스프링 오가닉 애플 사이다 비니거 마차, 레몬



⑤ 오가닉 레드 와인 비니거



⑥ 오가닉 화이트 와인 비니거



⑦ 오가닉 재패니스 브라운 라이스 비니거



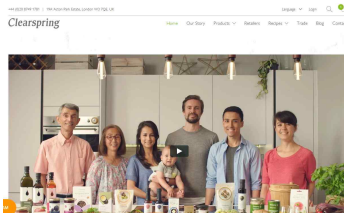
자료: 클리어스프링 홈페이지

⑥ 클리어스프링(Clearspring)

기업 기본 정보	기업명	클리어스프링(Clearspring)
	홈페이지	www.clearspring.co.uk
	위치	19A Acton Park Estate, London W3 7QE, UK
	규모	설립년도 1993년
기업 진출 채널	동일품목 수	8개
	제품명	클리어스프링 오가닉 애플 사이다 비니거 (Clearspring Organic Apple Cider Vinegar)
	제품 용량/섭취 횟수	500ml/17회
	가격	458,000동 (23,633원)
	제품 종류	액체

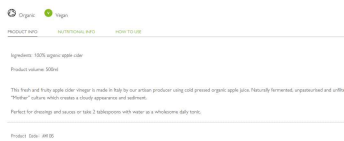


기업
홍보 채널



- 자사 홈페이지(글로벌)
- SNS 플랫폼
- 페이스북(글로벌, 현지)

홍보 문구



- 유기농 사과로 만들어진 식초
- 살균 처리 하지 않아 영양소가 살아있는 식초
- 화학 물질과 열을 가하지 않고 느리게 여과된 식초

사진자료: 클리어스프링(Clearspring) 홈페이지, 엔에이치케이마트(Nhkmart) 홈페이지

III. Buyer Interview

SUMMARY

- Interview ① 올가니카(Organica)
- Interview ② 비시코스메틱(Bici Cosmetic)
- Interview ③ 판응웬(Phan Nguyen)
- Interview ④ 나만마켓(Naman Market)
- Interview ⑤ 헬스마트(Health Mart)

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

베트남 (VIETNAM)

식초 인터뷰
대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 식품 수입유통업체 ○
- 건강보조식품 식초제품
취급 경험 ○

	올가니카 (Organica)	비시코스메틱 (Bici Cosmetic)	판응웬 (Phan Nguyen)	나만마켓 (Naman Market)	헬스마트 (Health Mart)
업체 ▶	소매업체	소매업체	수입유통업체	소매업체	수입유통업체
식초 취급 ▶					
	식초 건강보조식품식초 건강보조식품식초 건강보조식품식초 건강보조식품식초 건강보조식품				

사진자료: 올가니카(Organica), 비시코스메틱(Bici Cosmetic), 판응웬(Phan Nguyen), 나만마켓(Naman Market), 헬스마트(Health Mart) 홈페이지

베트남(VIETNAM)

식초 바이어 인터뷰

A사	올가니카 (Organica) 소매업체	비시코스메틱 (Bici Cosmetic) 소매업체	판응웬 (Phan Nguyen) 수입유통업체	나만마켓 (Naman Market) 소매업체	헬스마트 (Health Mart) 수입유통업체
29,800원 제품 가격	다이어트 차 제품과 비교했을 때 적당한 가격	유사 제품과 비교했을 때 비싼 가격	유사 제품과 비교했을 때 다소 비싼 가격	액상으로 된 제품은 148,600동 (약 7,683원) ¹⁷⁾	용량 대비 비싼 가격
3g x 30포 제품 용량	473mL 용량의 제품을 취급함	216정, 500mL 제품을 취급함	473mL, 1-2개월 용량 제품을 취급함	취급 중인 제품은 250mL	216정 용량의 제품을 취급함
환 제품 제형	액상 으로 된 제품을 취급함	캡슐, 액상 으로 된 제품을 취급함	제품 대부분이 액상 형태	제품 대부분이 액상 형태	캡슐, 액상, 알약 등 제형이 다양함

(*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 5개사

17) 100동=5.17원(2020.04.10.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ① 올가니카(Organica)

18)



올가니카
(Organica)

전문가 소속

올가니카
(Organica)
소매업체

전문가 정보

Ms. Thuy
(Sales Department)



<p>MOC HEO KARST 180.000đ / 500g Trang trại chăn nuôi của</p>	<p>BA RƠI HEO ÚC 195.000đ / 250g Dòng thịt heo cao cấp</p>	<p>BÒ ÚC LÚC LẮC HỮU CƠ KARST 188.790đ / 210g Dòng thịt bò hữu cơ</p>	<p>HEO ÚC THÁI LÁT 116.550đ / 210g Dòng thịt heo cao cấp</p>	<p>THÂN NỘI BÒ ÚC HỮU CƠ 259.800đ / 200g Dòng thịt bò hữu cơ</p>	<p>TINH BỘT NGHỆ HỮU CƠ MÙA 120G 210.000đ Với các thành phần hoạt</p>
<p>TỎI HỮU CƠ 81.000đ / 300g</p>	<p>CAM SẢNH 75.000đ / 1kg</p>	<p>TÁO POSY HỮU CƠ NEWZEALAND 228.000đ / 800g</p>	<p>CÁI BÈ XANH HỮU CƠ 21.000đ / 300g</p>	<p>CÁI NGỒNG HỮU CƠ 21.000đ / 300g</p>	<p>CÁI NGỌT HỮU CƠ 21.000đ / 300g</p>

올가니카(Organica)

Sales Department, Ms. Thuy

올가니카는 2013년에 설립된 유기농 제품 전문 소매업체임. 2015년부터 쿵트리에 유기농 채소 농장을 보유하고 있고, 온라인 쇼핑몰과 호치민, 다낭, 하노이 등에 약 8곳의 오프라인 매장을 운영하고 있음. 취급 품목으로는 건강보조식품, 소스류, 음료류, 신선 식품 등이 있으며, 유기농(Organic) 인증을 받은 약 1,000개의 제품을 판매함

18) 사진자료: 올가니카(Organica) 홈페이지 (www.organica.vn)



가격 29,800원

용량 3g x 30포

제형 환

Q1. 베트남에서 식초 건강보조식품의 인지도는 어떠한가요?

베트남에는 쌀, 사과, 레몬, 코코넛 등으로 만들어진 식초 제품이 있으며, 소비자들은 사과로 만든 식초를 건강보조식품으로 생각합니다. 베트남 소비자 대부분이 식초를 요리에만 활용해, 식초 건강보조식품의 인지도는 높지 않습니다. 최근에는 식초에 체중 감량의 효능이 있다고 생각하는 여성이 늘어남에 따라, 여성들 사이에서 제품의 수요가 조금 있습니다.

Q2. 취급 제품에는 무엇이 있나요?

당사는 브래그(Bragg)에서 출시한 식초 건강보조식품을 취급하고 있습니다. 해당 제품은 473mL에 228,000동(약 1만 1,788원)으로, 미국농무부(USDA)에서 발급한 유기농(Organic) 인증을 받았습니다. 베트남 소비자들은 브래그 제품을 화장에 이용하거나, 체중 감량을 위해 물에 희석해 먹습니다. 브래그는 베트남 시장이 진출한 지 오래되지 않아, 아직 제품의 수요가 많지 않습니다.

Q3. 베트남에서 인기가 높은 다이어트 제품은 무엇인가요?

베트남에는 체중 감량의 효능이 있는 차, 다이어트 보조제 등 다양한 종류의 다이어트 제품이 있습니다. 그중 녹차로 만든 차 제품의 인기가 매우 높습니다. 베트남에서 체중 감량의 효능이 있는 차 제품은 1달간 섭취할 수 있는 용량에 평균 500,000-600,000동(2만 5,850-3만 1,020원)입니다. 이와 비교했을 때 A사 제품의 가격은 적당하다고 생각합니다.

Q4. 제품 판매 시, 수요가 있을까요?

현미로 된 식초 건강보조식품 판매 시, 수요가 있을 것으로 생각합니다. 베트남에는 다양한 종류의 쌀로 만들어진 식초가 있어, 베트남 소비자들은 현미로 만든 식초 건강보조식품을 생소하게 느끼지 않을 것 같습니다. 또한 최근 체중 감량을 희망하는 베트남 사람들이 많아, 제품의 효능을 적극적으로 홍보하면 시장 반응이 좋을 것으로 생각합니다. 하지만 베트남 소비자들은 식초에 변비 완화의 효능이 있다고 생각하지 않아, 변비 완화의 효능을 홍보하는 것은 수요를 높이는 데 큰 도움이 되지 않을 것 같습니다.

Interview ② 비시코스메틱(Bici Cosmetic)

19)



비시코스메틱
(Bici Cosmetic)

전문가 소속

비시코스메틱
(Bici Cosmetic)
소매업체

전문가 정보

Mr. Chinh
(Director)



Viên Uống Rebirth Platinum... 750,000đ ☆☆☆☆☆ (0 đánh giá)	Viên Uống Sụn Vĩ Cá Mập Hổ... 950,000đ ☆☆☆☆☆ (0 đánh giá)	Nước Uống Giảm Cân Coconut... 480,000đ ☆☆☆☆☆ (0 đánh giá)	Viên Uống Collagen Youtheor... 440,000đ ☆☆☆☆☆ (0 đánh giá)
--	--	--	---



Viên Uống Collagen Swisse Hai...	Tảo xoắn Spirulina Nhật Bản...	Viên Uống Trăn Da Relumins...	Giấm Đen Giảm Cân Orihiro...
----------------------------------	--------------------------------	-------------------------------	------------------------------

비시코스메틱(Bici Cosmetic) Director, Mr. Chinh

비시코스메틱은 2014년에 설립된 소매업체로, 화장품과 건강보조식품을 취급하고 있음. 베트남에서 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있고, 호치민에 약 4곳의 오프라인 매장을 보유하고 있음. 해외에서 제품을 직접 수입하고 있지 않고, 현지 유통업체를 통해 납품받음. 당사 홈페이지 외에도 페이스북 등 소셜미디어를 통해 제품을 홍보함

19) 사진자료: 비시코스메틱(Bici Cosmetic) 홈페이지 (bicosmetics.vn)



가격	29,800원
용량	3g x 30포
제형	환

Q1. 베트남에서 식초 및 식초 건강보조식품의 트렌드는 무엇인가요?

베트남에는 쌀, 사과, 레몬, 코코넛, 망고 등 다양한 재료로 만든 식초 제품이 있습니다. 소비자들은 쌀로 만든 액체 제형의 식초는 요리할 때만 사용하고, 과일로 만든 제품은 건강보조식품으로 인식하는 경향이 있습니다. 실제 베트남에서 취급 중인 식초 건강보조식품 대부분이 유기농 사과로 만들어졌습니다.

Q2. 베트남에서 식초 건강보조식품의 수요는 어떻게 되나요?

과거 건강을 목적으로 식초 제품을 구매하는 사람은 매우 적었습니다. 최근에는 잡지에 식초 활용법과 건강 효능이 소개됨에 따라, 25세 이상의 여성들 사이에서 제품의 수요가 조금 있습니다. 이들은 식초를 화장에 이용하거나 체중 감량을 위해 먹습니다. 식초 건강보조식품 대부분이 액체 제형으로, 베트남 소비자들은 이를 물에 희석해 마십니다.

Q3. 취급 제품에는 무엇이 있나요?

당사는 일본에서 생산한 오리히로(Orihiro)와 프랑스에서 생산한 샤텔비네그르드시드르(Chatel Vinaigre De Cidre) 제품을 취급하고 있습니다. 그중, 일본에서 생산한 식초 건강보조식품의 인지도가 매우 높습니다. 오리히로 제품은 현미로 만들어져 체중 감량과 혈액 순환의 효능이 있습니다. 해당 제품은 캡슐 형태로 216정에 220,000동(1만 1,374원)이고, 소비자들은 이를 약 2개월간 섭취할 수 있습니다. 샤텔비네그르드시드르는 유기농 사과로 만들어졌으며, 500mL에 85,000동(약 4,395원)입니다. 베트남 소비자들은 해당 제품을 화장에 이용하거나 물에 희석해 마십니다.

Q4. 현미로 만든 식초 건강보조식품 판매 시, 수요가 있을까요?

베트남에서 현미로 만든 식초 건강보조식품을 판매한다면, 수요가 많지 않으리라고 생각합니다. 제품이 환으로 된 점과 스틱형의 날개별 포장 방식은 소비자에게 반응이 좋을 수 있습니다. 하지만 제품 효능과 가격에서 A사 제품은 경쟁력이 없다고 생각합니다. A사 제품의 효능은 기존 제품과 비교했을 때 색다른 것이 없기 때문입니다. 또한 유사 제품과 비교했을 때, A사 제품의 가격이 너무 비싸다고 생각합니다.

Interview ③ 판응웬(Phan Nguyen)



20)

판응웬
(Phan Nguyen)

전문가 소속

판응웬
(Phan Nguyen)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Hoa
(Sales Director)



판응웬(Phan Nguyen) Sales Director, Mr. Hoa

판응웬은 2017년에 설립된 수입유통업체로, 미국 등에서 생산한 제품을 베트남의 슈퍼마켓, 편의점에 유통하고 있음. 하노이에 본사를 두고 있으며, 베트남에서 오프라인 매장을 운영함. 주로 무첨가와 유기농 제품을 판매하고 있으며, 취급 품목으로는 건강보조식품, 식료품, 유아용품 등이 있음. 미국산 식초 건강보조식품 브래그의 공식적인 수입업체임



가격	29,800원
용량	3g x 30포
제형	환

Q1. 베트남에서 식초 건강보조식품의 인지도는 어떻게 되나요?

베트남 소비자들은 사과로 만든 식초를 건강보조식품으로 인식하고, 베트남에서 취급 중인 식초 건강보조식품 대부분이 액상입니다. 식초 건강보조식품의 인지도는 높지 않고, 그나마 30대 이상의 주부에게 제품의 수요가 조금 있습니다. 이들은 식초에 체중 감량과 피부 개선 효능이 있다고 생각합니다. 체중 감량을 원하는 소비자는 식초를 물에 희석해 마시고, 피부 개선 효능을 원하는 소비자는 식초에 감자, 녹차, 꿀 등을 섞어 마스크 팩으로 활용합니다.

Q2. 취급 제품에는 무엇이 있나요?

당사는 브래그의 공식 수입유통업체로, 해당 브랜드에서 출시한 제품을 취급하고 있습니다. 브래그의 사과로 만든 건강보조식품은 액상으로 되어 있으며, 473mL에 194,000동(약 1만 30원)입니다. 소비자들은 이를 1-2달간 먹을 수 있습니다. A사 제품과 제형이 달라 가격을 직접 비교하기 어렵지만, 용량 및 섭취 기간을 고려했을 때 A사 제품은 다소 비싸다고 생각합니다.

Q3. 베트남 소비자의 변비 해결 방안에는 무엇이 있나요?

베트남 소비자들은 변비 문제를 해결하기 위해, 허브 등의 약초를 먹거나 유산균 제품을 먹습니다. 특히 유산균이 들어간 발효 우유와 분말로 된 유산균 제품의 인기가 매우 높습니다. 식초 건강보조식품에 변비 완화의 효능이 있다고 생각하는 베트남 사람들은 많지 않습니다.

Q4. 현미로 만든 식초 건강보조식품 판매 시, 수요가 있을까요?

현미로 만든 식초 건강보조식품을 베트남에 판매한다면, 수요가 많지 않을 것으로 생각합니다. 베트남에는 건강보조식품 시장이 잘 발달해 있어, 경쟁이 매우 치열하기 때문입니다. 특히 식초 건강보조식품의 인지도는 낮은 편으로, 일반 건강보조식품과 비교했을 때 식초 건강보조식품의 수요는 매우 적습니다. 또한 베트남 소비자들은 쌀로 만든 식초 제품을 요리에만 활용하기 때문에, 현미로 만든 식초 제품에 건강상 효능이 있다고 생각하지 않을 것 같습니다.

20) 사진자료: 판응웬(Phan Nguyen) 홈페이지 (pncom.vn)

Interview ④ 나만마켓(Naman Market)



21)

나만마켓
(Naman Market)

전문가 소속

나만마켓
(Naman Market)
소매업체

전문가 정보

Mr. Dong
(Store Manager)



GIAM TAO HUU CO BRAGG 473ML

259.000đ



GIAM TAO HUU CO BRAGG 946ML

445.000đ



THIT GIAM BONG CO MÖ CUORE 80G

70.000đ



GIAM TRANG HEINZ

46.000đ



THIT GIAM BONG PARMA

168.000đ



SÖT SALAD HUU CO VỊ GIAM RAI CAMIR 276GM X 250ML



GIAM CASA RINALDI BALSAMICO



GIAM BALSIMIC CASTELLO



GIAM BALSAMIC MAILLE



GIAM BONG SERRANO (G)

나만마켓(Naman Market)

Store Manager, Mr. Dong

나만마켓은 2012년에 설립된 슈퍼마켓 형태의 식료품 전문 소매업체로, 취급 품목으로는 건강보조식품, 소스류, 과일류, 야채류, 음료류, 육류, 해산물 등의 식료품과 화장품, 유아용품이 있음. 쌀, 과일, 와인 등으로 만든 다양한 종류의 식초 제품과 식초 건강보조식품을 판매하고 있음. 베트남에서 온라인 쇼핑몰과 오프라인 매장 3곳을 운영함

21) 사진자료: 나만마켓(Naman Market) 홈페이지 (namanmarket.com)



가격 29,800원

용량 3g x 30포

제형 환

Q1. 식초 건강보조식품의 인지도는 어떠한가요?

베트남 소비자는 주로 음식의 풍미를 더하기 위해 식초를 활용하고, 식초의 건강상 효능을 아는 베트남 사람은 많지 않습니다. 베트남에서 취급 중인 식초 건강보조식품 대부분이 액상으로 되어 있으며, 캡슐과 알약 제형의 식초 건강보조식품을 취급하는 소매업체는 흔치 않습니다.

Q2. 취급 중인 식초 건강보조식품에는 무엇이 있나요?

당사는 쌀, 사과, 와인, 포도 등으로 만든 다양한 브랜드의 식초와 식초 건강보조식품을 취급하고 있습니다. 식초 건강보조식품으로는 미국산 브래그 제품과 호주에서 생산한 발사믹글로벌오가닉스(Balsamic Global Organics) 제품을 취급하고 있습니다. 발사믹글로벌오가닉스는 250mL에 148,600동(약 7,683원)으로, 소비자들은 이를 물에 희석해 마십니다. 해당 제품은 무(無)유전자변형조합원료(GMO FREE), 유기농(Organic) 인증을 받았고, 제조업체는 발사믹글로벌오가닉스에 체중 감량, 당뇨병 예방, 콜레스테롤 조절, 독소 제거 등 다양한 효능이 있다고 홍보하고 있습니다.

Q3. 베트남 소비자들이 선호하는 건강보조식품은 무엇인가요?

베트남에는 다양한 브랜드에서 출시한 건강보조식품이 있어, 건강보조식품 시장의 경쟁은 매우 치열합니다. 그중 베트남 소비자들은 피부 개선과 체중 감량의 효능이 있는 건강보조식품을 선호합니다. 당사에서 취급 중인 건강보조식품으로는 유씨어리(Youtheory)에서 출시한 콜라겐 제품의 인지도가 높습니다. 해당 제품은 미국에서 생산했으며, 390정에 749,900동(약 3만 8,770원)입니다.

Q4. 베트남 소비자들은 변비 문제를 어떻게 해결하나요?

베트남 소비자들은 변비 해결의 효능이 있는 완화제 등의 의약품과 건강보조식품을 통해 변비 문제를 해결합니다. 간혹 의약품을 먹을 수 없는 사람들은 감자, 파파야 등 변비에 좋다고 유명한 음식을 섭취합니다.

Interview ⑤ 헬스마트(Health Mart)



22)

헬스마트
(Health Mart)

전문가 소속

헬스마트
(Health Mart)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Long
(Owner)

MỸ PHẨM SKII THẦN THÁNH

Kem skii cellumination deep surge ex 15g ★★★★☆ 500,000 đ	Nước thần skii 30ml/ 75ml của Nhật mẫu mới 2020 hot ★★★★★ 470,000 đ	Dầu tẩy trang SK2 Facial Treatment Cleansing Oil 250ml NOT RATED 1,300,000 đ	Sữa rửa mặt SK-II Facial Treatment Gentle Cleanser 120g ★★★★★ 249,000 đ

VIÊN UỐNG DHC 2020 HOT

Viên uống dhc vitamin e 60 ngày ★★★★★ 299,000 đ - 269,000 đ	Viên uống dhc việt quất của Nhật ★★★★★ 189,000 đ	DHC vitamin c của Nhật mẫu mới NOT RATED 279,000 đ	Viên uống coenzyme q10 dhc 60 ★★★★★ 299,000 đ - 181,000 đ
Trà giảm cân Orihiro night diet tea beauty 16 gói ★★★★★ 299,000 đ - 269,000 đ	Trà detox cá Orihiro của Nhật mẫu mới 2020 hot ★★★★★ 189,000 đ	Trà đậu đen Orihiro túi 30 gói NOT RATED 279,000 đ	Trà giảm cân Orihiro night diet tea 20 gói x 2g ★★★★★ 299,000 đ - 181,000 đ
Viên uống thái mỡ svelty quat diet 120 viên 30 ngày ★★★★★ 579,000 đ	Giảm cân Lovet Pillbox hộp 60 viên NOT RATED 799,000 đ	Viên hỗ trợ giảm cân DHC Topawa của Nhật mẫu mới 2020 hot ★★★★★ 350,000 đ	Viên giảm mỡ bụng Onaka 60 viên ★★★★★ 599,000 đ - 429,000 đ

헬스마트(Health Mart) Owner, Mr. Long

헬스마트는 건강보조식품과 화장품을 전문으로 취급하는 수입유통업체로, 자사 홈페이지를 통해 소비자에게 제품을 판매하고 있음. 취급 품목으로는 다이어트 보조제, 콜라겐 등의 건강보조식품과 화장품 등이 있음. 한국, 일본, 미국, 유럽 등 다양한 국가에서 생산한 제품을 판매하고 있으며, 제품을 직접 수입하거나 현지 유통업체를 통해 납품받음

22) 사진자료: 헬스마트(Health Mart) 홈페이지 (healthmart.vn)



가격 29,800원

용량 3g x 30포

제형 환

Q1. 베트남에서 식초 건강보조식품의 인지도는 어떠한가요?

베트남에는 캡슐, 알약, 액상 등 다양한 제형의 식초 건강보조식품이 있습니다. 하지만 식초 건강보조식품을 취급하는 업체가 많지 않아, 베트남 소비자들 사이에서 해당 제품의 인지도는 높지 않습니다. 베트남 소비자들은 현미, 코코넛, 사과, 레몬으로 만든 식초 제품에 체중 감량 등의 효능이 있다고 생각합니다.

Q2. 취급 중인 제품에는 무엇이 있나요?

당사는 일본에서 생산한 오리히로의 식초 건강보조식품을 취급하고 있습니다. 해당 제품은 캡슐 제형으로, 현미로 만들어져 체중 감량과 변비 완화의 효능이 있습니다. 오리히로 제품은 216정에 249,000동(약 1만 2,873원)으로, 이와 비교했을 때 A사의 제품은 용량 대비 비싸다고 생각합니다.

Q3. 베트남에서 다이어트보조제 트렌드는 어떻게 되나요?

베트남 소비자들은 체중 감량의 효능이 있는 건강보조식품 구매 시, 브랜드, 성분보다 제품의 원산지를 중시합니다. 특히 베트남 소비자들은 미국과 유럽에서 생산한 제품의 품질이 우수하다고 생각해, 해당 국가에서 생산한 제품의 수요가 매우 많습니다. 체중 감량이 있는 식초 건강보조식품의 경우, 베트남 소비자들은 캡슐과 알약 제형의 제품을 선호합니다. 캡슐과 알약 제형은 액상보다 신맛이 약하고, 먹기 편리하기 때문입니다.

Q4. 베트남 소비자들은 변비 문제를 해결하기 위해 어떻게 하나요?

베트남 소비자들은 변비 문제를 해결하기 위해, 해당 효능이 있는 건강보조식품을 먹습니다. 실제 베트남에는 베트남과 해외에서 생산한 다양한 브랜드의 변비 관련 제품이 있습니다. 변비 완화의 효능이 있는 제품 대부분이 여성초로 만들어졌으며, 베트남 소비자들은 천연 성분으로 만든 제품을 선호합니다. 수요가 많은 제품으로는 해피헬스파머시(Happy Health Pharmacy)에서 출시한 비엔디에프카(Vien Diep Ca)가 있습니다.

IV. Competitiveness

SUMMARY

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

Competitiveness

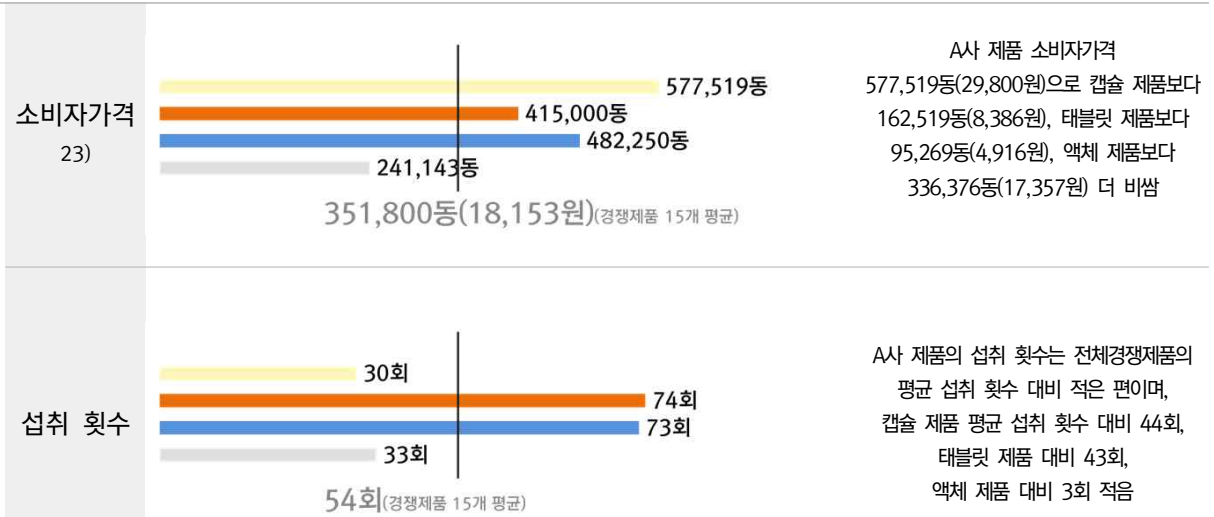
(경쟁력 파악)

베트남(VIETNAM) - 제품 경쟁력 검증

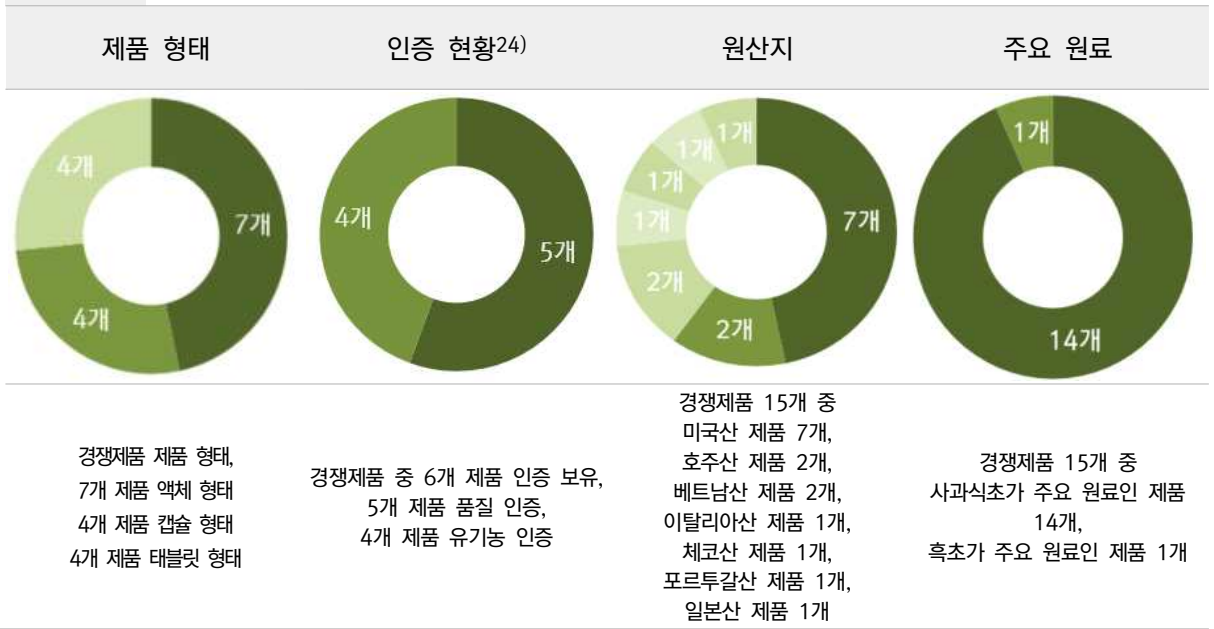
■ A사 제품
 ■ 캡슐
 ■ 태블릿
 ■ 액체

| 15개 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



제품 경쟁력



마케팅 벤치마킹	경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
		경쟁기업 5개사 베트남 온라인 매장 진출	경쟁기업 5개사 중 5개사 모두 자사 홈페이지 및 SNS 플랫폼 홍보 채널로 활용	경쟁기업 5개사는 주로 '자연 발효', '유기농' 등을 강조한 홍보문구 활용

23) 100동=5.16원 (2020.04.09.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

24) 경쟁제품 중 7개 제품이 인증을 보유함. 경쟁제품 중 4개의 제품은 2개 이상의 인증을 보유하고 있음

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격

경쟁제품 (경쟁기업)

- ① 김난 애플 사다바거 (김난)
- ② 후카유 (폭 안 니엔)
- ③ 에덴오너 애플 사다바거 (에덴 푸드)
- ④ 애플 사다바거 캡슐라트 포뮬러 (지앤씨)
- ⑤ 애플 사다바거 워드 마터 (럭키 비타민)
- ⑥ 브래그 애플 사다바거 (브래그)
- ⑦ 엑스트라 스트렝스 애플 사다바거 (네이처스 트루스)
- ⑧ 애플 사이다 비니거 콤플렉스 (네이처스 크래프트)
- ⑨ 네이처스 웨이 애플 사이다 비니거 (네이처스 웨이)
- ⑩ 애플 사이다 비니거 가르시니아 (헬시 케어)
- ⑪ 애플 사이다 비니거 하이 스트렝스 (바이오글렌)
- ⑫ 클리어스프링 오너 애플 사다바거 (클리어스프링)
- ⑬ 자블레크니 오세 (메드파마)
- ⑭ 사이다 비니거 (팔라단)
- ⑮ 블랙 비니거 화이트 로스 태블릿 (오리히로)

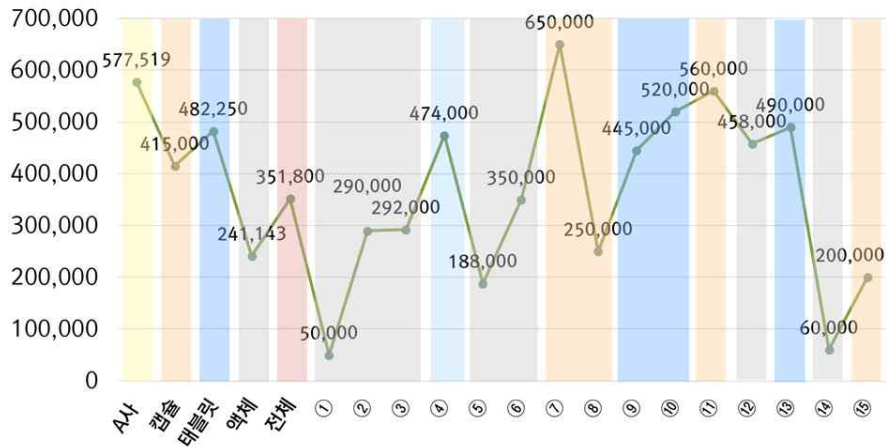
▶ A사 제품 소비자가격, 경쟁제품 평균 소비자가격 대비 비싼 편

A사 제품의 소비자가격은 577,519동(29,800원)으로 경쟁제품 15개의 평균 소비자가격 351,800동(18,153원)보다 225,719동(11,647원) 높음. 제품 종류별 평균 소비자가격은 태블릿 제품이 482,250동(24,884원)으로 가장 비싸며 A사 제품 대비 95,269동(4,916원) 저렴함. 액체 제품의 평균 소비자가격은 241,143동(12,443원)으로 제품 종류 대비 가장 저렴하며 A사 제품과 대비해서는 336,376동(17,357원) 저렴함. 캡슐 제품의 평균 소비자가격은 415,000동(21,414원)으로 A사 제품 대비 162,519동(8,386원) 저렴한 것으로 확인됨

A사 제품 비슷한 가격대의 제품으로는 ⑩ 애플 사이다 비니거 가르시니아 (520,000동)와 ⑪ 애플 사이다 비니거 하이 스트렝스(560,000동)가 있음. ⑩ 애플 사이다 비니거 가르시니아는 호주산 제품으로 90회 분량의 제품 체중감량, 소화, 면역력 효능에 대해 홍보하는 제품임. ⑪ 애플 사이다 비니거 하이 스트렝스 역시 호주산 제품으로 120회 섭취 분량이며 소화 촉진 효능에 대해 강조하는 제품임

[표 3.1] 베트남 식초환 가격 경쟁력 분석

(단위: 동)



2) 섭취 횟수

경쟁제품
(경쟁기업)

- ① 김난 애플 사이다바거 (김난)
- ② 후카유 (폭 안 니엔)
- ③ 에덴오닉 애플 사이다바거 (에덴 푸드)
- ④ 애플 사이다바거 컴플렉스 포뮬러 (지앤씨)
- ⑤ 애플 사이다바거 워드 마터 (럭키 비타민)
- ⑥ 브래그 애플 사이다바거 (브래그)
- ⑦ 엑스트라 스트렝스 애플 사이다바거 (네이처스 트루스)
- ⑧ 애플 사이다 비니거 콤플렉스 (네이처스 크래프트)
- ⑨ 네이처스 웨이 애플 사이다 비니거 (네이처스 웨이)
- ⑩ 애플 사이다 비니거 가르시니아 (헬시 케어)
- ⑪ 애플 사이다 비니거 하이 스트렝스 (바이오글렌)
- ⑫ 클리어스프링 오닉 애플 사이다바거 (클리어스프링)
- ⑬ 자블레크니 오세 (메드파마)
- ⑭ 사이다 비니거 (팔라단)
- ⑮ 블랙 비니거 웨이트 로스 태블릿 (오리히로)

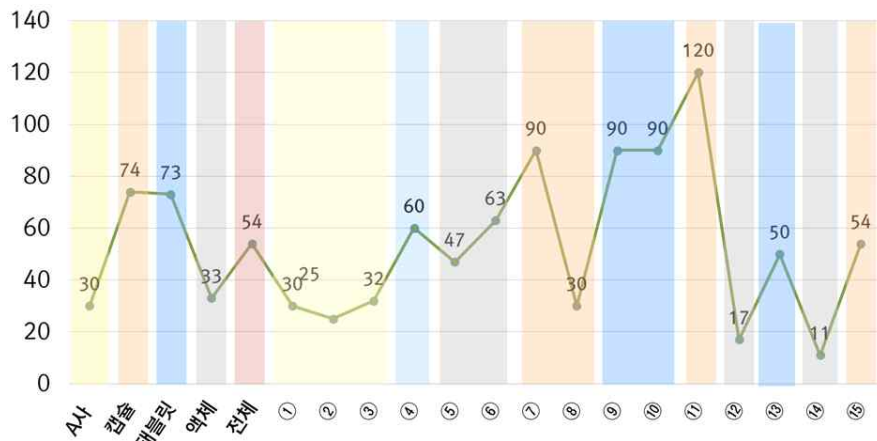
▶ A사 제품 섭취 횟수, 각 종류별 경쟁제품의 평균 섭취 횟수보다 적은 편

A사 제품의 섭취 횟수는 30회로 경쟁제품 15개의 평균 섭취 횟수인 54회 대비 24회 적음. 조사된 경쟁제품의 종류별 평균 섭취 횟수는 캡슐 제품이 74회로 가장 많으며 A사 제품과 대비해서는 44회 많음. 액체 제품의 평균 섭취 횟수는 33회로 가장 적으며 A사 제품 대비 3회 많음. 태블릿 제품의 평균 섭취 횟수는 73회로 A사 제품 대비 43회 많은 것으로 확인됨

A사의 제품과 동일한 섭취 횟수인 30회 분량의 판매 제품은 ① 김난 애플 사이다 비니거와 ⑧ 애플 사이다 비니거 콤플렉스가 있음. ① 김난 애플 사이다 비니거는 50,000동(2,580원)으로 베트남산 제품이며, 신진대사, 체중 조절, 심혈관 질환 등에 대해 홍보함. ⑧ 애플 사이다 비니거 콤플렉스는 250,000동(12,900원)으로 체중 조절, 체지방 감소, 신진 대사에 대한 효능을 강조한 제품임

[표 3.2] 베트남 식초환 제품 섭취 횟수 경쟁력 분석

(단위: 회)

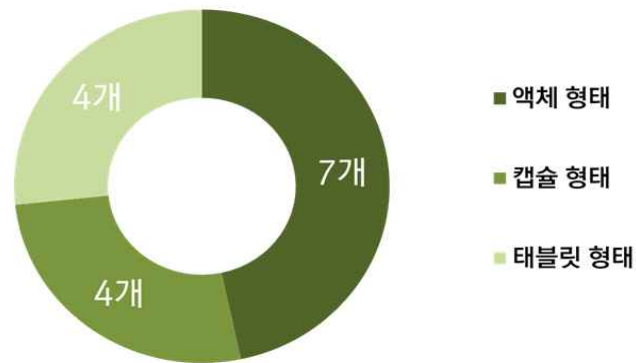


3) 제품 형태

▶ 경쟁제품 15개 제품 형태, 액체 형태 7개, 캡슐 4개, 태블릿 4개

경쟁제품의 제품 형태는 액체, 캡슐, 태블릿으로 확인됨. 경쟁제품 15개 중 7개 제품은 액체, 4개 제품은 캡슐, 4개 제품은 태블릿 형태로 조사됨

[표 3.3] 베트남 식초환 제품 제품 형태 경쟁력 분석

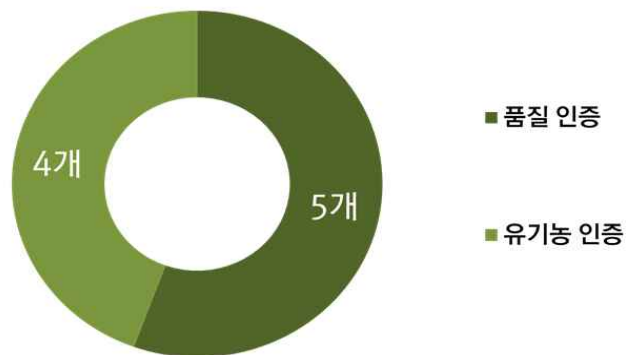


4) 인증 현황

▶ 경쟁제품 보유 인증, 품질 인증 5개, 유기농 인증 4개

경쟁제품이 보유하고 있는 인증은 품질 인증, 유기농 인증으로 확인됨. 해당 인증을 보유한 제품은 6개임. 3개 제품은 2개 이상의 인증을 보유하고 있음. 품질 인증을 보유하고 있는 제품은 5개, 유기농 인증을 보유하고 있는 제품은 4개로 조사됨

[표 3.4] 베트남 식초환 제품 주요 인증 경쟁력 분석

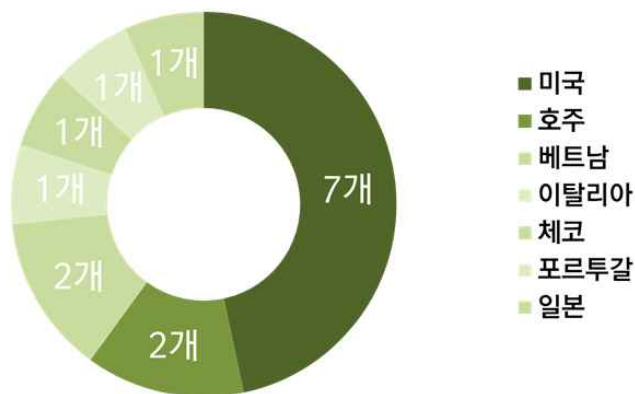


5) 원산지

▶ 경쟁제품 15개 원산지, 미국산 7개, 베트남산 2개, 호주산 2개

경쟁제품의 원산지는 미국, 호주, 베트남, 이탈리아, 체코, 포르투갈, 일본으로 확인됨. 미국산 7개, 호주산 2개, 베트남산 2개, 이탈리아산 1개, 체코산 1개, 포르투갈산 1개, 일본산 1개로 확인됨

[표 3.5] 베트남 식초환 제품 원산지 경쟁력 분석

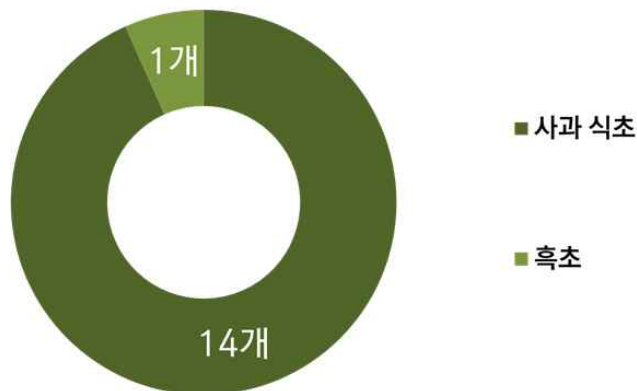


6) 주요 원료

▶ 경쟁제품 15개 중 14개 주요 원료 사과 식초, 1개 흑초

경쟁제품 15개 중 14개 제품의 주요 원료가 사과 식초로 확인됨. 일본산 제품 1개 제품만 흑초를 주요 원료로 사용한 제품으로 확인됨. 사과 식초를 주요 원료로 사용한 14개 제품 중 1개 제품의 경우 사과 식초외에도 가르시니아를 주요 원료를 사용한 것으로 조사됨

[표 3.6] 베트남 식초환 제품 주요 원료 경쟁력 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 5 개사 베트남 온라인 채널 진출

경쟁기업 6개사 모두 온라인 매장에 진출한 것으로 확인됨. 경쟁기업이 진출한 온라인 매장은 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 엔에이치케이마트(Nhkmart)임. 경쟁기업 중 에덴 푸즈(Eden Foods)와 지앤씨(GNC), 클리어스프링(Clearspring)은 자사 온라인 몰을 운영하고 있는 것으로 확인됨

[표 3.7] 베트남 식초환 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	온라인			자사 온라인 몰
	쇼피	라자다	엔에이치케이마트	
푹 안 니엔	○			
네이처스웨이		○		
에덴 푸즈			○	○
지앤씨	○			○
오리히로		○		
클리어스프링			○	○

2) 홍보 채널

▶ 경쟁기업 6개사 모두 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용

베트남 시장에 진출한 경쟁기업은 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 통해 자사 제품 및 기업을 홍보하고 있는 것으로 확인됨. 경쟁기업들이 활용하는 SNS 플랫폼은 페이스북(Facebook), 트위터(Twitter), 인스타그램 (Instagram), 유튜브(Youtube) 등으로 확인됨

[표 3.8] 베트남 식초환 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼			
		페이스북	트위터	인스타그램	유튜브
푹 안 니엔	○	○			
네이처스웨이	○	○			
에덴 푸즈	○	○	○	○	
지앤씨	○	○	○	○	○
오리히로	○	○			
클리어스프링	○	○			

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. Non-GMO 프로젝트(Non-GOM project) 홈페이지 (www.nongmoproject.org)
2. 유엔 경제사회국(United Nations Department of Economic and Social Affairs) 홈페이지 (www.un.org/development/desa/en)
3. 베트남 통계청(General Statistics Office of Vietnam) 홈페이지 (www.gso.gov.vn)
4. 국제통화기금(International Monetary Fund) 홈페이지 (www.imf.org)
5. 엔에이치케이마트(Nhkmart) 홈페이지 (nhkmart.com)
6. 쿡하항세타이(cunghahangxachtay) 홈페이지 (cunghahangxachtay.com)
7. 쇼피(Shopee) 홈페이지 (www.shopee.vn)
8. 라자다(lazada) 홈페이지 (www.lazada.vn)
9. 샵유씨(shopuc) 홈페이지 (www.shopuc.vn)
10. 라자다(Lazada) 홈페이지 (www.lazada.co.th)
11. 푸크 안 니엔(PHÚC AN NHIÊN) 홈페이지 (www.phucannhien.com)
12. 네이처스웨이(Nature's Way) 홈페이지 (www.naturesway.com.au)
13. 네이처스웨이(Nature's Way) 홈페이지 (www.naturesway.com.au)
14. 지앤씨(GNC) 홈페이지 (www.gnc.com)
15. 오리히로(Orihiro) 홈페이지 (www.orihiro.com)
16. 올가니카(Organica) 홈페이지 (www.organica.vn)
17. 비시코스메틱(Bici Cosmetic) 홈페이지 (bicosmetics.vn)
18. 판응웬(Phan Nguyen) 홈페이지 (pncom.vn)
19. 나만마켓(Naman Market) 홈페이지 (namanmarket.com)
20. 헬스마트Health Mart) 홈페이지 (healthmart.vn)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.04.17.

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

