



2020

해외시장 맞춤형조사

No. | 202007-32

품목 | 도라지청(Platycodon Extract)

국가 | 베트남(Vietnam)

구분 | 시장분석형

사업명 : 2020 해외시장 맞춤형조사

주관기관 : 한국농수산물유통공사

Contents

I. 요약(Summary)	4
II. 시장규모(Market Size)	
1. 베트남 도라지청 시장규모	13
2. 베트남 도라지청 수출입 시장규모	14
3. 베트남 도라지청 소비 시장규모	15
III. 시장트렌드(Market Trend)	
1. 베트남, 도라지에 대한 인식 아직 미미해	23
2. 베트남 건강차, 다이어트에 좋은 자몽차 인기	24
3. 베트남 생강차, ‘감기’ 관련하여 밀접하게 섭취하는 건강 차	25
4. 바나나, 베트남 국민이 목 건강을 위해 섭취 多	26
IV. 유통채널(Distribution Channel)	
1. 베트남 도라지청 진출 가능 유통구조	28
2. 베트남 도라지청 진출 가능 주요 유통업체	29
3. 베트남 도라지청 진출 가능 B2C 소매채널	31

Contents

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 베트남 도라지청 인증 취득	52
2. 베트남 도라지청 사전 절차	54
3. 베트남 도라지청 라벨 심의	55
4. 베트남 도라지청 서류 준비	59
5. 베트남 도라지청 세금 납부	60
6. 베트남 도라지청 검역 심사 절차	61
7. 수출 대상국가(베트남) 관련 규제 정보	62

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 코리아메이드(Koreamade)	65
Interview ② 홈섬오케이코리아(Hồng sâm Ok Korea)	66
Interview ③ 돛년드영(Đông Nhân Đường)	67
Interview ④ 프영란샵(Phuong Lan Shop)	69
Interview ⑤ NS9(엔에스나인)	71

VII. 시장진출제언(Expert Insight)

※ 참고 문헌	76
---------	----

I . 요약(Summary)

Market Size

(시장규모)

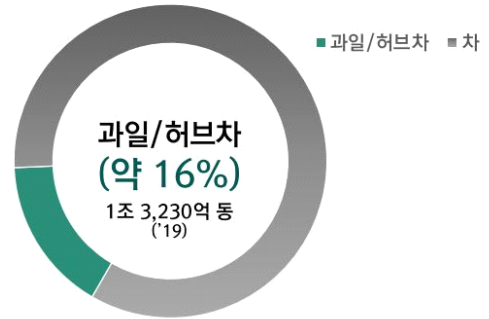
베트남(Vietnam)

도라지청 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(액상차)

- 베트남 차(Tea)¹⁾ 시장규모
..... 7조 8,370억 동('19)
- 베트남 과일/허브차(Fruit/Herbal Tea)²⁾ 시장규모
..... **1조 3,230억 동('19)**

(*) Euromonitor International

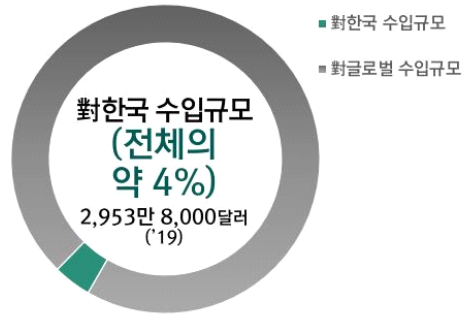


도라지청 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(식물성 추출물)

- HS 2106.90³⁾ '따로 분류되지 않은 조제품'
베트남 對 글로벌 수입규모
..... 7억 9,891만 9,000달러('19)
- HS 2106.90 '따로 분류되지 않은 조제품'
베트남 對 한국 수입규모
..... **2,953만 8,000달러('19)**

(*) UN Comtrade



도라지청 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '도라지청'은 도라지 엑기스를 함유한 제품으로서 대기 오염이 심한 베트남에서 기관지염, 기침, 가래에 효과적임. 이에 건강관리에 추가적인 비용 지출이 가능한 소비자 규모를 파악하기 위해 '베트남 지역별 소득 수준 및 인구 분포'를 파악함. 또한 경쟁 업체 파악 및 제품의 장점 활용을 위한 지표로 '베트남 과일/허브티 생산업체 시장 점유율'과 '베트남 대기 오염 수치'를 조사함

① 베트남 지역별 월평균 소득 및 인구 규모 ('19)	② 베트남 과일/허브티 생산업체 시장 점유율('19)	③ 베트남 지역별 미세먼지량('19)
전체 429만 5천 동	빈띠엔 3,310억 동(25%)	전체 32 μ g/m ³
남동부 지역 628만 동	코트레 1,340억 동(10.1%)	하노이 47 μ g/m ³
홍강 델타 지역 519만 1천 동	허바플루브린 1,080억 동(8.1%)	휴 29 μ g/m ³
메콩 델타 지역 388만 6천 동	홍팟 590억 동(4.4%)	다낭 26 μ g/m ³
		호치민 25 μ g/m ³

(*) 베트남통계청, Euromonitor, IQair

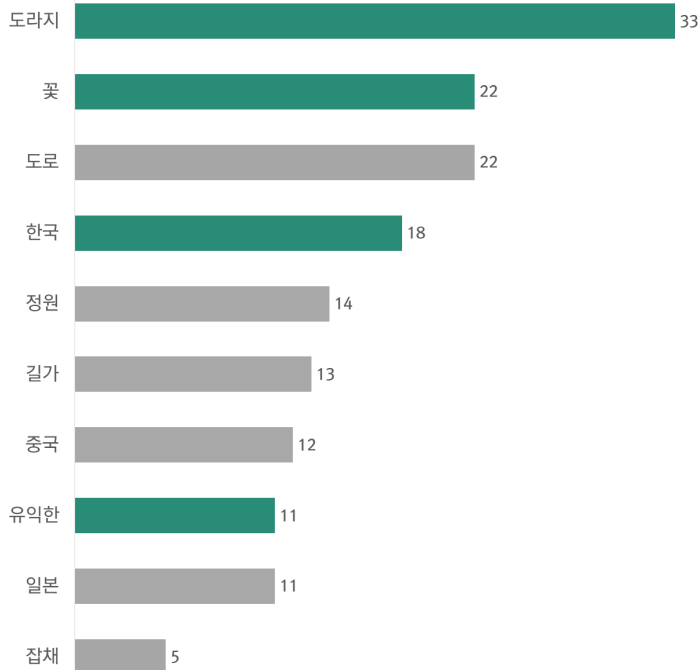
1) 차(Tea): 홍차, 과일차/허브티, 녹차, 인스턴트 차와 그 외 차 종류를 모두 포함함
 2) 과일/허브차 (Fruit/Herbal Tea): 향, 꽃, 허브, 과일, 마살라 및 기타 향신료가 포함된 차
 3) HS CODE 2106.90: 조사제품 '도라지청'은 도라지 엑기스에 꿀, 배, 생강을 섞어 만든 제품임. 이에 '단일이나 서로 다른 종의 식물이나 식물의 부분에 한 가지 종류 이상의 식물성 추출물과 같은 그 밖의 물질을 혼합한 것으로 구성된 식품'인 2109.90을 지표로 설정함.

Market Trend

(시장 트렌드)

베트남 (Vietnam)

도라지청 소비 실태 분석 결과



■ 베트남 도라지 특징

상품화되어 판매되고 있는 도라지 제품 없음
한국 요리의 식재료로 도라지 판매
일부 매체, 도라지 몸에 좋은 재료로 보도



■ 베트남 도라지청 관련 소비 트렌드

①

건강차 - 다이어트 자몽차

‘건강차 효능 - 다이어트 인기’

‘건강차 성분 - 자몽 인기’

②

생강차 - 감기 섭취

‘유자차, 한류 영향’

‘대추차, 원난성 저가 대추차 입점’

③

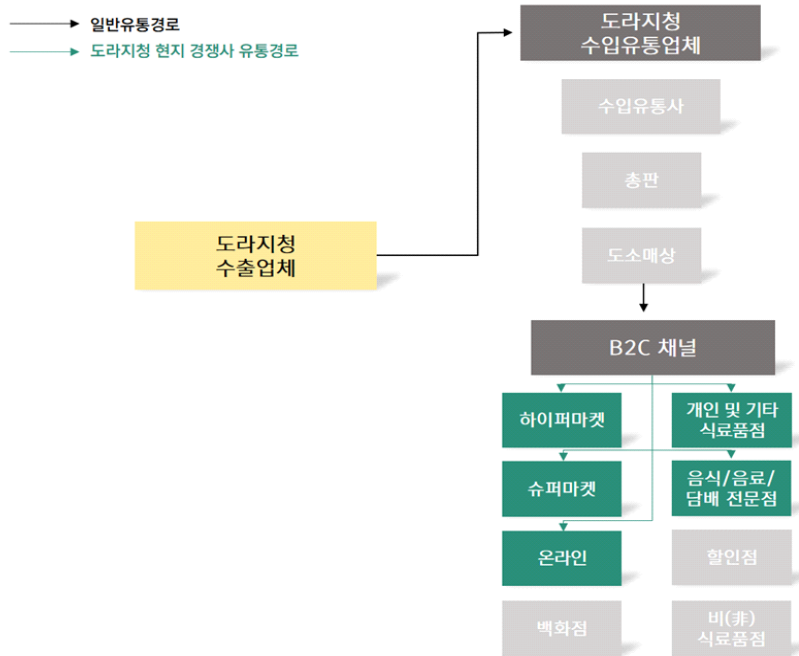
대기오염 고민 多

‘베트남 대기오염 문제 심각’

‘기관지·목 통증 관련해 바나나 섭취’

Distribution Channel

(유통채널)



베트남 (Vietnam)

도라지청 진출 가능 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ⁴⁾⁵⁾	주요 채널 ⁶⁾
B2C 소매 채널	개인 및 기타 식료품점 ⁷⁾	64.8%	케이마켓(K-market), 오케이마트(OK Mart), 사쿠코스토어(Sakuko Store), 하치하치(Hachi Hachi)
	음식/음료/담배 전문점	21.2%	푹롱커피앤티(Phúc Long Coffee & Tea), 햇발라(Hatvala)
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	12.9%	콤포마트(Co.op Mart), 롯데마트(Lotte Mart) 이마트(E-Mart), 빈마트(VinMart), 이온몰(Aeon Mall)
	온라인	1.1%	쇼피(Shopee), 티키(Tiki), 라자다(Lazada), 보소(Voso), 페이스북(Facebook)

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

4) 2019년 기준, 베트남 내 '차(Tea)'의 유통채널 점유율임

5) '도라지청'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '차(Tea)'의 정보를 확인함

6) 채널 분류에 따른 베트남 유통채널로 현지 외 외국계 기업도 포함됨

7) 개인 및 기타 식료품점은 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 식료품점과 키오스크를 포함함

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처						
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> • 일반가공식품 강제 인증 無 - 식품 수출을 위한 인증 획득 불필요 	(*) 베트남 보건부 - No. 15/2018/ND-CP (식품안전법 시행규정) - 문의처 : moh.gov.vn						
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 일반가공식품 사전 심사 필요 - 식품안전성 공표와 서류 제출로 진행 	(*) 베트남 보건부 - No. 15/2018/ND-CP (식품안전법 시행규정) - 문의처 : moh.gov.vn						
Step 03. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> • 라벨 표기사항 - 베트남 라벨 규정 준수 의무 	(*) 베트남 식품안전청 - Decree 43/2017/ND-CP (라벨에 관한 법률) - Decree 15/2018/ND-CP (식품안전법 시행규정) - 문의처 : vfa.gov.vn						
Step 04. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> - 일반 서류 - 원산지증명서 	(*) 베트남 식품안전청 - 문의처 : vfa.gov.vn (*) 베트남 관세청 - 문의처 : customs.gov.vn						
Step 05. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> • 포워딩 업체 섭외 	(-)						
Step 06. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> • 수입 신고 - 전자 또는 서면으로 신고 - 일반 화물은 전자통관시스템으로 진행 	(*) 베트남 관세청 - No. 38/2015/TT-BTC - 문의처 : customs.gov.vn						
Step 07. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> • HS-CODE 2106.90-55 사용 • 관세율 0% • 부가가치세 0 - 10% 	(*) 베트남 관세청 - 문의처 : customs.gov.vn						
Step 08. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 서류 심사 및 검사 진행 <table border="1"> <tr> <td>Green Channel</td> <td>전산 신고로 통관</td> </tr> <tr> <td>Yellow Channel</td> <td>서면 심사</td> </tr> <tr> <td>Red Channel</td> <td>서류 및 물품 검사</td> </tr> </table>	Green Channel	전산 신고로 통관	Yellow Channel	서면 심사	Red Channel	서류 및 물품 검사	(*) 베트남 관세청 - 문의처 : customs.gov.vn
Green Channel	전산 신고로 통관							
Yellow Channel	서면 심사							
Red Channel	서류 및 물품 검사							

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 코리아메이드
(Korea Made)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Duc
(Sales Manager)

화한 맛의 허브 및 뿌리약초가 인기

베트남에서도 도라지와 비슷한 허브 및 뿌리약초 제품이 판매되고 있습니다. 해당 제품들은 대부분 페퍼민트처럼 화한 맛을 가지고 있는데 이에 대한 베트남 소비자들의 선호도는 매우 높은 편입니다.

개인의 질병에 효과적인 건강기능식품을 섭취

베트남 소비자들은 개인의 질병에 적합한 효능을 가진 건강기능식품을 섭취합니다. 도라지는 기관지 질병에 효과적이기 때문에 호흡기 질환이 있는 소비자들의 수요가 높을 것으로 예상됩니다.

Market Awareness and Distribution



- 인터뷰 기업 : 홍삼오케이코리아
(Hong sâm Ok Korea)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Hong
(Sales Staff)

베트남 내 도라지청의 인지도는 낮음

베트남에서는 한국산 건강식품에 대한 소비자 인지도가 높지만, 이에 비해 도라지청은 많이 알려지지 않았으며 심지어 도라지에 대한 지식이 전무한 소비자도 적지 않을 것으로 예상됩니다.

한국산 건강기능식품 전문매장에서의 유통이 효과적

도라지청은 베트남 내 생소한 제품이기 때문에, 베트남으로 처음 진출 시 한국산 건강기능식품 전문매장에서 판매하는 것이 타겟 소비자층의 인지도를 높일 수 있는 방법입니다.

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 동년드양
(Đông Nhân Đương)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Luong
(Sales Manager)

호흡기 질환에 효과적인 도라지청의 소비자 선호도는 높을 것

베트남에는 내 호흡기에 좋은 꿀, 민트, 생강, 샬롯 등으로 만든 건강차 등이 많이 판매되고 있기 때문에 기관지 보호, 해독작용, 심근경색 예방, 면역력 강화 등에 도움이 되는 도라지 제품이 출시된다면 소비자 선호도가 높을 것으로 예상됩니다.

건강차의 맛은 주요 고려 요인이 아님

건강차의 경우, 성인을 대상으로 한 제품이기 때문에 맛보다는 효능에 중점이 맞추어져 있습니다. 베트남 사람들의 쓴맛 자체에 대한 선호도는 낮은 편이지만 약은 건강을 위해 섭취하는 것이기 때문에 약의 맛은 중요한 고려요소가 아닙니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Trend and Distribution



- 인터뷰 기업 : 프엉란샵
(Phuong Lan Shop)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Bui Xuan Van
(Director)

경제 불황으로 베트남 내 건강식품의 소비 감소 추세

세계적인 경제불황과 특히 코로나19 팬데믹으로 인한 경제침체가 지속되면서 소비자들의 생활 수준이 낮아졌고, 이로 인해 가격이 높은 건강식품의 소비는 현저하게 감소한 상태입니다.

오프라인 전문점에 먼저 유통하는 것이 효과적

한인마트, 건강기능식품 전문매장, 약국 등에서 먼저 판매하는 것이 소비자 신뢰도를 높이는 데 도움이 됩니다. 베트남 소비자들은 직접 제품을 확인하고 구매하는 편을 선호하기 때문에 온라인보다는 오프라인 전문매장에서 주로 구매하는 편입니다.

Market Promotion and Customer



- 인터뷰 기업 : 엔에스나인
(NS9)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Phi
(Sales Manager)

호흡기 질환 개선 효과를 주력으로 홍보해야 함

베트남은 대기오염이 심각하기 때문에 기관지염 등의 호흡기 질환을 앓고 있는 사람들이 많습니다. 도라지는 호흡기 질환에 특히 도움이 되기 때문에 이러한 건강기능개선 효과를 홍보하여 판매를 시작한다면 초기 시장 진입에 효과적일 것입니다.

중장년층 이상을 타겟 소비자로 설정하는 것을 추천

도라지청의 경우 물에 타서 차로 마시는 제품으로, 차를 즐겨 마시는 중장년층 이상을 타겟 소비자층으로 설정하는 것이 효과적입니다. 또한, 도라지청은 1병 구매 시 20회 이상 차로 마실 수 있는 제품이기 때문에 250g에 20,000원 정도의 가격은 적절할 것으로 예상합니다.

II. 시장규모(Market Size)

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

1. 베트남 도라지청 시장규모

조사 시장: 조사제품 ‘도라지청’은 도라지가 함유된 액상을 물에 넣어 차 형태로 마시는 제품이며, 이에 ‘차’ 시장규모를 확인함. 또한 제품의 함유물을 기준으로 향꽃, 허브, 과일, 마실라 및 기타 향신료가 포함된 차인 ‘과일/허브차’로 분류하고 시장규모를 조사함

베트남 국가 일반 정보¹⁰⁾

면적	33만km ²
인구	9,549만 명
GDP	2,616억 달러
GDP (1인당)	2,739달러

▶ 2015-2019년, 베트남 ‘과일/허브차’ 시장규모, 연평균성장률 11%

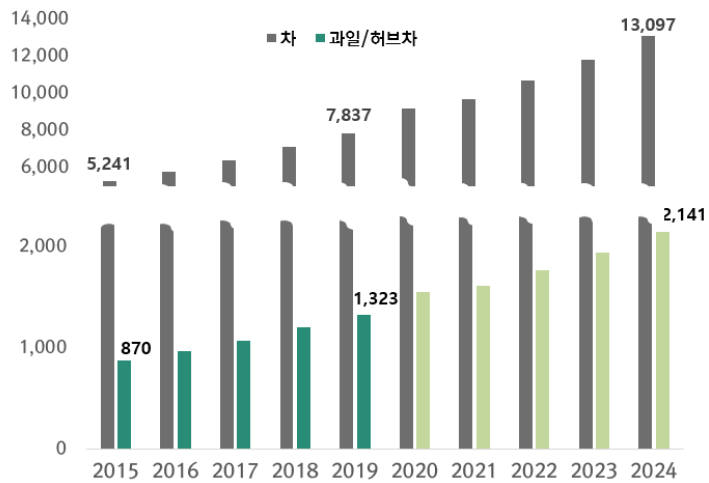
지난 5년(2015-2019년)간 베트남의 ‘과일/허브차’ 시장규모는 연평균 11% 증가하여 2019년 1조 3,230억 동을 기록함. 동기간 ‘차’ 시장규모도 연평균 11%의 성장률을 보이며 2019년 7억 8,370억 동을 기록함

▶ 2020-2024년, 베트남 ‘차’ 시장규모, 연평균성장률 8% 예상

향후 5년(2020-2024년)간 베트남의 ‘과일/허브차’ 시장규모는 연평균 7%규모로 성장하여 2024년에는 2조 1,410억 동을 기록할 것으로 예상됨. 동기간 ‘차’ 시장규모는 8%의 연평균성장률을 보이며 2024년 13조 970억 동을 기록할 것으로 예상됨

[표 1.1] ‘차’, ‘과일/허브차’ 시장규모⁸⁾⁹⁾

단위 : 십억 동



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR ('15-'19)
상위 품목 차	5,241 (2,704억 원)	5,735 (2,959억 원)	6,369 (3,286억 원)	7,086 (3,656억 원)	7,837 (4,044억 원)	11%
해당 품목 과일/허브차	870 (449억 원)	961 (496억 원)	1,073 (553억 원)	1,197 (618억 원)	1,323 (682억 원)	11%
전망	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	CAGR ('20-'24)
상위 품목 차	9,197 (4,745억 원)	9,660 (4,984억 원)	10,674 (5,508억 원)	11,822 (6,100억 원)	13,097 (6,758억 원)	8%
해당 품목 과일/허브차	1,545 (797억 원)	1,611 (831억 원)	1,766 (911억 원)	1,943 (1,003억 원)	2,141 (1,105억 원)	7%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

8) 100동=5.16원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

10) 자료: 외교부 홈페이지(www.mofa.go.kr), 2020

2. 베트남 도라지청 수출입 시장규모

HS CODE 2106.90: 조사 제품 ‘도라지청’은 도라지와 기타 함유물을 혼합하여 만든 제품임. 이에 ‘서로 다른 종의 식물이나 부분의 혼합물로 구성되어 있거나, 단일이나 서로 다른 종의 식물이나 식물의 부분에 한 가지 종류 이상의 식물성 추출물과 같은 그 밖의 물질을 혼합한 것으로 구성된 물품’인 HS CODE 2106.90를 지표로 설정함

▶ 2015-2019년, 베트남 對글로벌 수입액 연평균성장률 14%

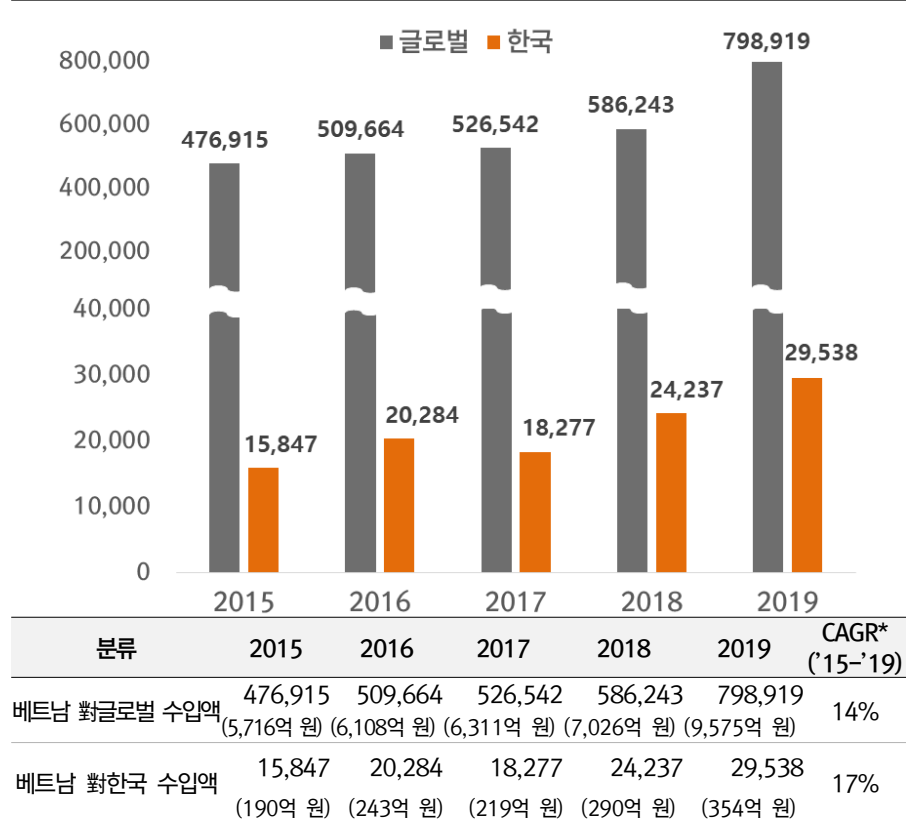
베트남 HS CODE 2106.90 품목의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 14% 증가하며 2019년 7억 9,891만 9,000달러를 기록함. 글로벌 수입액은 꾸준히 증가하는 추세이며 특히 2019년의 경우 수입규모가 큰폭으로 상승함. 베트남 HS CODE 2106.90 품목의 수입상대국 1위는 미국으로 확인되며 2019년 기준 베트남 전체 수입액의 약 30%를 차지함

▶ 2015-2019년, 베트남 對한국 수입액 연평균성장률 17%

베트남 HS CODE 2106.90 품목의 對한국 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 17%의 증가세를 보임. 2019년 2,953만 8,000달러의 수입액을 기록하며 對글로벌 수입액의 4%를 차지함

[표 1.2] 베트남 HS CODE 2106.90 수입 규모¹⁾¹²⁾

단위 : 천 달러



11) 1달러=1,198.50원 (2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 베트남 도라지청 소비 시장규모

1) 베트남 지역별 월평균 소득 및 인구 규모

조사 제품 ‘도라지청’은 도라지 엑기스를 함유한 제품으로서 대기 오염이 심한 베트남에서 기관지염, 기침, 가래에 효과적임. 이에 건강관리에 추가적인 비용 지출이 가능한 소비자 규모를 파악하기 위해 ‘베트남 지역별 월평균 소득 및 인구 규모’를 조사함

▶ 남동부 지역 628만 동으로 지역별 월평균 소득 1위

베트남통계청(General Statistics Office Of Vietnam)에 따르면, 2019년 베트남 가계의 월평균 소득은 429만 5천 동으로 추산됨. 베트남 전체 월평균 소득보다 높은 소득 수준을 보이는 지역은 남동부 지역과 홍강 델타 지역으로, 호치민이 포함된 남동부 지역의 경우 월평균 소득 628만 동을 기록하여 6개 지역 중 가장 높음. 인구가 가장 많은 지역은 수도인 하노이가 있는 홍강 델타 지역으로 전체 인구의 23%인 2,262만 명이 거주하고 있음. 월평균 소득은 519만 1천동으로 6개 지역 중 두 번째로 높은 월평균 소득을 기록함

[표 1.3] 2019년 베트남 지역별 월평균 소득 및 인구 규모¹³⁾

단위 : 천 동, 천 명

지역명	월평균 소득 (천 동)	인구 규모 (천 명)
홍강 델타 지역	5,191 (26만 7,856원)	22,620
북부 미들랜드와 산간 지역	2,640 (13만 6,224원)	12,569
중북부와 중부 해안 지역	3,331 (17만 1,880원)	20,220
하이랜드 지역	3,095 (15만 9,702원)	5,861
남동부 지역	6,280 (32만 4,048원)	17,930
메콩 델타 지역	3,886 (20만 518원)	17,283
전체	4,295 (22만 1,622원)	96,484

자료 : 베트남통계청(General Statistics Office Of Vietnam)

12) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

13) 자료: 베트남통계청(General Statistics Office Of Vietnam), 「Monthly average income per capita at current prices by residence and by region by Residence and region」, 2019

조사 제품 ‘도라지청’은 도라지 엑기스를 함유한 제품으로서 향꽃, 허브, 과일, 마실라 및 기타 향신료가 포함된 차인 ‘과일/허브차’로 카테고리 분류됨. 이에 해당 카테고리의 경쟁사 파악을 위해 ‘베트남 과일/허브티 생산업체 시장 점유율’을 조사함

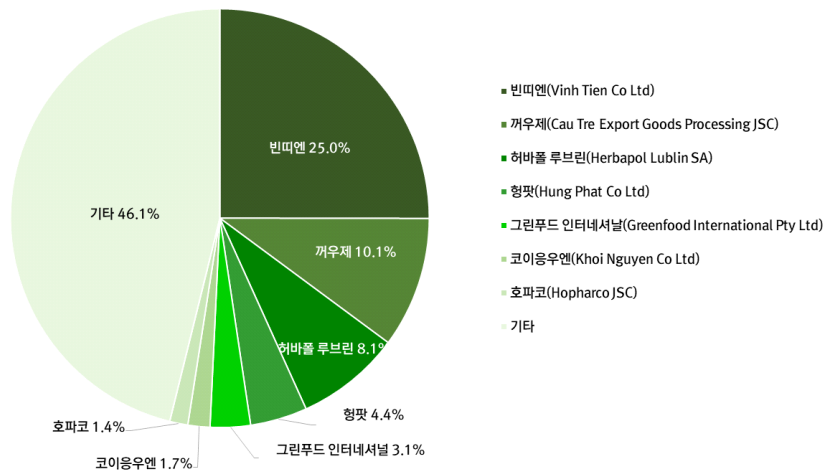
2) 베트남 과일/허브티
생산업체 시장 점유율

▶ 2019년, 베트남 ‘빈띠엔(Vinh Tien)’ 과일/허브티 시장 점유율 25%

유로모니터(Euromonitor)에 따르면, 2019년 베트남 과일/허브티 생산업체 중 시장점유율 1위 업체는 아티초크차(Artichoke Tea)를 생산하는 빈띠엔(Vinh Tien)임. 빈띠엔은 3,310억 동의 판매액을 기록하며 시장 점유율의 25%를 차지함. 그다음으로는 우롱차, 허브차 등을 생산하는 끼우제(Cau Tre)가 1,340억 동의 판매액으로 과일/허브티 생산업체 시장 점유율에서 10.1%를 차지함. 특히 끼우제의 경우 C사가 2016년 인수하였음¹⁴⁾

[표 1.4] 2019년 베트남 과일/허브티 생산업체 시장 점유율¹⁵⁾

단위 : 억 동



분류	빈띠엔	끼우제	허바폴 루브린	흥팻	그린푸드 인터네셔널	코이 응우옌	호파코	기타
시장규모	3,310	1,340	1,080	590	410	230	190	6,100
점유율	25.0%	10.1%	8.1%	4.4%	3.1%	1.7%	1.4%	46.1%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

14) 끼우제(Cautre) (<http://www.cautre.com.vn>)

15) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 동)는 모두 반올림됨

조사 제품 '도라지청'은 도라지 액기스를 함유한 제품으로서 대기 오염이 심한 베트남에서 기관지염, 기침, 가래에 효과적임. 이에 제품의 장점 활용을 위한 지표로 '베트남 대기 오염 수치'를 조사함

3) 베트남 미세먼지량

	(단위 $\mu\text{g}/\text{m}^3$)	
	2018	2019
전체	33	34
하노이	41	47
호치민	27	26

자료 : IQ air

▶ 2019년, 베트남 하노이, 미세먼지가 많은 도시 7위

환경 기술기업 아이큐에어(IQair)¹⁶⁾에 따르면, 2019년 베트남의 평균 미세먼지 수치는 $34\mu\text{g}/\text{m}^3$ 로 98개국 중 15위를 기록함. 이는 2018년 17위에서 2단계 상승한 순위임. 세계 주요 도시의 평균 미세먼지량에서는 하노이가 $47\mu\text{g}/\text{m}^3$ 로 7위에 오름. 이는 베이징 보다 2단계 높은 순위로 확인됨. 베트남 북부인 하노이와 남부인 호치민의 경우 11-1월 사이의 미세먼지량이 가장 높으며 후에와 다낭을 포함한 중부지방은 1-3월까지 미세먼지량이 높은 편임.

[표 1.5] 2019년 베트남 월별 미세먼지량

단위 : $\mu\text{g}/\text{m}^3$

도시	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	평균
하노이	59	36	50	40	46	37	30	33	48	43	66	73	47
후에	-	42	54	45	26	12	11	13	25	27	37	37	29
다낭	41	28	36	-	-	23	30	30	18	12	28	26	26
호치민	34	18	23	18	24	19	19	17	27	30	39	37	25

자료 : 아이큐에어(IQair)

16) 자료: 아이큐에어(IQair), 「World air quality report 2019」, 2019

Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 베트남, 도라지에 대한 인식 아직 미미해
2. 베트남 건강차, 다이어트에 좋은 자몽차 인기
3. 베트남 생강차, '감기' 관련하여 밀접하게 섭취하는 건강 차
4. 바나나, 베트남 국민이 목 건강을 위해 섭취 多

데이터 분석 프로세스

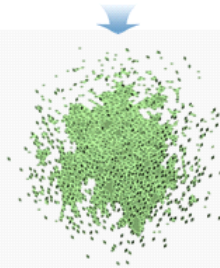
○ 데이터 분석 요약

데이터 수집 소스원



(베트남 매체 21개)

농식품
(기사, 포스팅, 댓글)



데이터 수집
55,951건

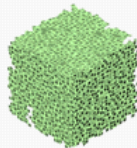
- ① 베트남 도라지청 관련 기사 데이터 수집(*)
 - 수집원 : 베트남 언론 매체 및 라이프스타일 매거진
- ② 베트남 도라지청 관련 소비자 데이터 수집(*)
 - 수집원 : Lazada(www.lazada.vn)
 - emdep(emdep.vn)
 - vnexpress(vnexpress.net)

데이터 분류 키워드집



(도라지청 연관 키워드집)

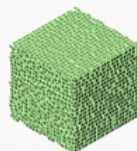
도라지, 건강차,
생강차, 유자차, 대추차
(검색어)



데이터 정제
3,019건

- ① 수집 데이터 정의
 - 수집 키워드 : 도라지(cây Doraji, cây hoa chuông), 건강차(trà sức khỏe), 생강차(trà gừng), 유자차(trà Citron), 대추차(trà táo tàu)
- ② 수집 데이터 정제
 - 정제 데이터 추출 : 도라지청 관련 데이터 4,286건 추출

연관어/상관관계 분석
(시장 트렌드 분석)



데이터 분석
도라지청
소비 실태 분석

- ① 데이터 분석 배경 및 목적
 - 베트남 도라지청 소비 실태 분석
- ② 데이터 분석 기법 선정
 - 키워드 분석
 - 도라지청 관련 키워드집 구축(**)
 - 키워드별 발생 빈도 및 연관 문서 군집 분석(***)
- ③ 데이터 분석 값 도출 및 검증
 - 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

데이터 분석 (연관어 분석) (상관관계 분석)

1) 데이터 수집

● 데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.07
수집 데이터	55,951건

데이터 정제

정제 키워드	도라지(cây Doraji, cây hoa chuông), 건강차(trà sức khỏe), 생강차(trà gừng), 유자차(trà Citron), 대추차(trà táo tàu)
정제 데이터	3,019건

○ 데이터 수집

- 베트남 도라지청 관련 매체, 온라인쇼핑몰

[표 2.1] 베트남 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Lazada	www.lazada.vn	온라인쇼핑몰
02	Shopee	shopee.vn	온라인쇼핑몰
03	Tiki	tiki.vn	온라인쇼핑몰
04	Cafe Style	cafestyle.yes24.vn	언론매체
05	2sao	2sao.vn	언론매체
06	Afamily	afamily.vn	언론매체
07	amthuc365	www.amthuc365.vn	언론매체
08	Bao tin tuc	phunuvietnam.vn	언론매체
09	doisongphapluat	www.doisongphapluat.com	언론매체
10	emdep	emdep.vn	언론매체
11	Kehn14	kenh14.vn	언론매체
12	Phunusuckhoe	phunusuckhoe.vn	언론매체
13	Infonet	infonet.vn	언론매체
14	Tap Chi Douong	tapchidouong.com.vn	언론매체
15	thanhvien	thanhvien.vn	언론매체
16	Toplist	toplist.vn	언론매체
17	vietgiaitri	vietgiaitri.com	언론매체
18	vnexpress	vnexpress.net	언론매체
19	webnauan	webnauan.vn	언론매체
20	Zing News	zingnews.vn	언론매체
21	Google News	www.google.co.kr	뉴스포털

○ 데이터 분석 키워드집

- 베트남 도라지청 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 베트남 도라지청 관련 매체 리스트

 LAZADA 현지 온라인 쇼핑몰 인기 건강차 특징		 Shopee 현지 온라인 쇼핑몰 인기 생강·유자·대추차 특징		 Emdep 현지 언론매체 도라지류 관련 이슈	
키워드 ①	체중감량	키워드 ①	생강차 빈출	키워드 ①	도라지 꽃 정보
키워드 ②	디톡스	키워드 ②	생강차-감기	키워드 ②	한국 음식 식재료
키워드 ③	간기능 개선	키워드 ③	유자차-한류	키워드 ③	목 건강
키워드 ④	숙면	키워드 ④	대추차-중국		

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 베트남 도라지청 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 베트남 도라지청 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)	
참여 기업	고객사 사용 키워드		의미	베트남어	참여기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	도라지 키워드	도라지	cây Doraji, cây hoa chuông	○	○
			꽃	Bông hoa		○
도로	đường			○		
한국	Hàn Quốc			○		
건강차 키워드		건강차 키워드	건강차	trà sức khỏe	○	○
			체중감량	Giảm cân		○
			디톡스	Cai nghiện		○
			자몽	bưởi		○
			간	gan		○
			혈관	mạch máu		○
			녹차	trà xanh		○
			인삼	Nhân sâm		○
			포멜로	bưởi		○
			천연	tự nhiên	○	○
			국화	Hoa cúc		○
			숙면	Giấc ngủ sâu		○
생강차 유자차 대추차 키워드		생강차 유자차 대추차 키워드	생강차	trà gừng		○
			유자차	trà Citron		○
			대추차	trà táo tàu		○
			감기	lạnh	○	○
			목	họng	○	○

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 베트남 소비자의 도라지청 소비 실태 분석

① 베트남 내 도라지청(엑기스) 및 도라지 약재에 대한 인지도

② 베트남 내 건강 차 소비 특징 및 트렌드

(도라지, 오미자, 생강, 레몬그라스, 홍삼, 인삼 등)

③ 베트남 내 '생강차, 유자차, 대추차' 주요 소비 특징

④ 베트남 내 목 효능 관련 키워드 분석

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

① 온라인 쇼핑몰, 뉴스매체 '도라지' 빈도 분석

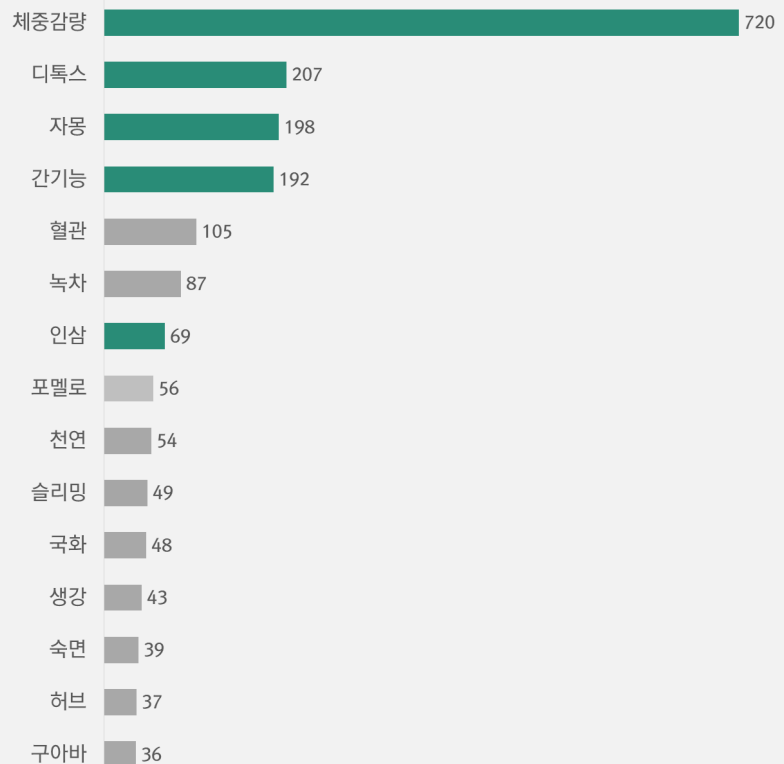
② 온라인 쇼핑몰 '건강차' 빈도 분석

③ 온라인 구매후기 '생강차·유자차·대추차' 분석

- 상관관계 분석

④ 온라인 쇼핑몰, 뉴스매체, 구매후기 '목 건강' 상관관계 분석

[베트남 건강차 종류 분석 결과]



1. 베트남, 도라지에 대한 인식 아직 미미해

▶ 베트남 온라인쇼핑몰, 도라지 관련 식품 미판매

베트남 내 주요 온라인쇼핑몰 내에서 도라지청, 도라지차와 같은 도라지 관련 제품은 판매되고 있지 않는 것으로 확인됨. 베트남에서 도라지꽃들이 자생하고 있긴 하지만 한국, 일본, 중국 등 동북아시아 지역에서 약재로 쓰이고 있어 도라지를 바탕으로 한 식품들은 판매되고 있지 않음

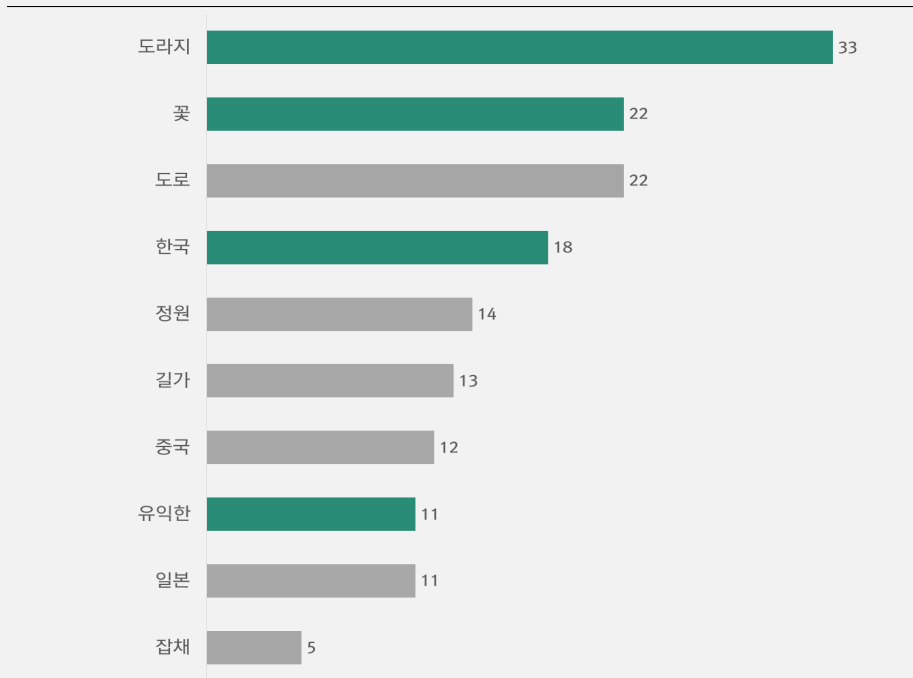
▶ 베트남 언론매체, 도라지 꽃에 대해 주로 언급

베트남 언론매체들은 도심 속에서 핀 도라지 꽃에 대해 언급하는 경우가 상당수였으며 일부 언론들은 한국·일본·중국의 도라지를 활용한 요리들을 소개하고 있음. 탑리스트(Top List)는 한국의 10대 요리 중 하나로 도라지가 들어가는 잡채를 소개했으며¹⁷⁾ 보이소브호치민(Voice Of Ho Chi Minh)은 도라지가 비타민이 풍부하여 빈혈, 현기증, 변비 완화에 특히 좋다고 언급함¹⁸⁾

▶ 베트남 내 도라지 연관어

① 길거리의 꽃 ② 한국·일본·중국 요리 식재료

[표 2.4] 베트남 온라인쇼핑몰, '도라지' 연관어



자료 : 베트남 온라인쇼핑몰 '도라지' 포함 문서 206건 분석 (18.01 - 20.08)

17) 탑리스트(Top List), 'Top 10 món ăn đặc trưng nhất làm nên văn hóa ẩm thực Hàn Quốc', 2019.05.08

18) 보이소브호치민(Voice of Ho Chi Minh), 'Tìm hiểu ý nghĩa và đặc điểm của hoa mao địa hoàng', 2020.08.20

2. 베트남 건강차, 다이어트에 좋은 자몽차 인기

● 베트남 내 판매되고 있는 한국 도라지청



제품명	한국 리얼자몽 비타특독
판매가	650,000 VND (33,735원 ¹⁹⁾)
용량	48개입 이스라엘산 56브릭스 이상의
특징	고품질 자몽 다이어트 효과 극대화

자료 : 쇼피 (Shopee.com.vn)

▶ 베트남 건강차, 다이어트 및 해독효과 강조

베트남 온라인쇼핑몰에서 건강차 컨셉으로 판매되고 있는 제품들은 체중 감량을 강조하는 경우가 가장 많았음. 해당 건강 다이어트 차 제품들은 차의 지방연소 효과를 강조하고 있으며 슬리밍 등의 문구를 내세우고 있음

체중감량 차 이외로는 디톡스, 간 기능, 혈관기능 개선, 숙면 등을 내세운 제품들이 판매되고 있음. 한국에서의 건강차로는 주로 고려 인삼차들이 많이 거래되고 있음

▶ 베트남 건강차, 다이어트에 좋은 자몽차 많이 판매

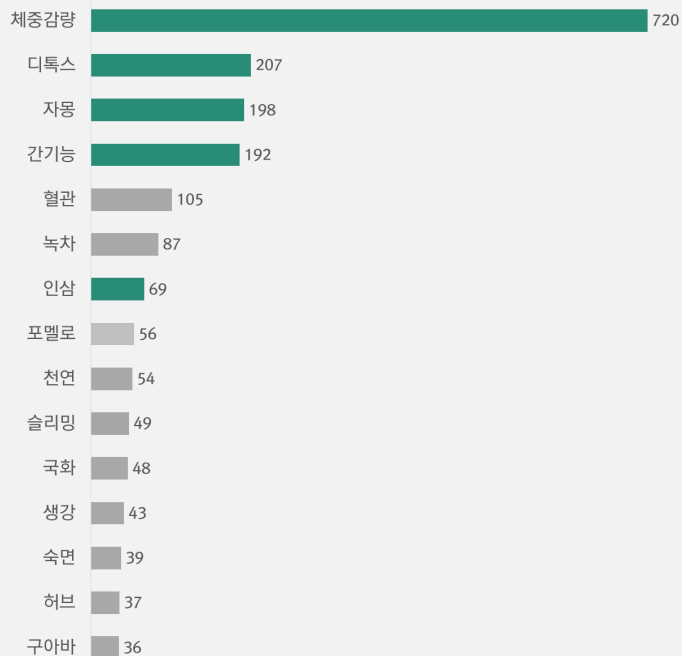
베트남 온라인쇼핑몰에서 가장 많이 거래되는 건강차로는 자몽차가 빈출되었음. 베트남에서 자몽은 수분이 90% 이상에 달하며 불필요한 지방을 태워 다이어트에 특히 좋은 것으로 알려져 있음

이외로는 녹차, 인삼차, 포멜로차, 국화차, 생강차 등이 건강차로 판매되고 있음

▶ 베트남 건강차 인식

① 한국산 도라지청 ② 몸에 좋은 프리미엄 주류

[표 2.5] 베트남 '건강차' 인식 키워드



자료 : 베트남 온라인쇼핑몰 '건강차' 포함 문서 2,596건 분석 (18.01 - 20.08)

19) 100동=5.19원 (2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 베트남 생강차, ‘감기’ 관련하여 밀접하게 섭취하는 건강 차

●
베트남 ‘생강차, 유자차, 대추차’
구매후기

[생강차 구매후기]

- 감기에 걸린 사람이 따뜻하게 끓여 마시는 것을 추천한다.
- 소화불량이 걸려서 생강차를 마셨는데 금방 나아졌다.

[유자차 구매후기]

- 드라마를 보고 한국 유자차를 처음 구매했다. 꽤 맛있었다.
- 뜨거운 물에 섞어마실 경우, 우리 가족들이 모두 좋아한다.

[대추차 구매후기]

- 여행이나 출장 중에 섭취하기 편리한 차 제품이다.
- 구매한 건대추에서 이상한 냄새가 나서 버렸다.

자료 : 쇼피 (Shopee.com.vn)

▶ 생강차 소비 특징 : ‘감기’와 관련하여 가장 많이 섭취

베트남에서 생강차는 유자차·대추차 대비 인지도가 높고, 감기 및 목 통증과 관련하여 많이 언급되고 있음. 베트남에서 생강차는 따뜻하게 달여 먹을 경우 신체의 면역력을 높여줘 감기와 소화기능 등의 개선을 돕는 것으로 알려짐

▶ 유자차 소비 특징 : 한국산 인지도 높아

베트남에 판매되고 있는 유자차는 한국산 제품이 대부분을 차지하고 있으며, 한국 드라마 등을 통해 유자차를 호기심 차원에서 구입한 경우가 많음. 꿀 유자차 및 유자차 맛에 대해 베트남 소비자들은 대체로 긍정적인 반응을 보임

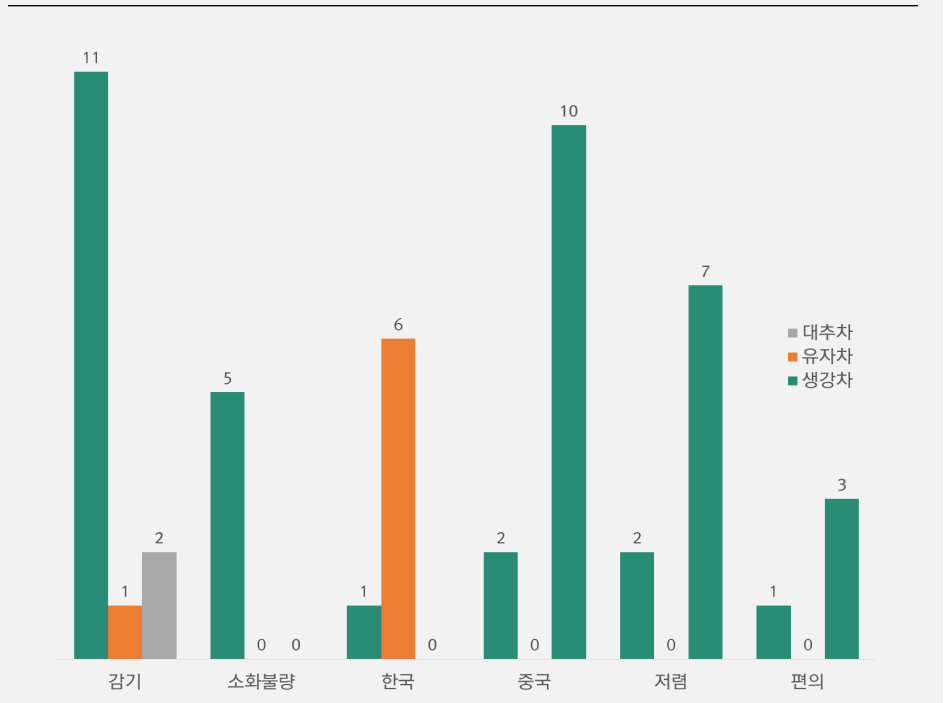
▶ 대추차 소비 특징 : 원산성 대추차 비중 多

중국 원산성에서 재배되는 대추차 비중이 월등히 높으며, 건대추 형식으로 여행이나 휴대하기에는 용이하다는 평가를 받고 있지만 품질 부문에 있어서는 좋은 평가를 받고 있지 못함

▶ 베트남 ‘생강차·유자차·대추차’ 소비 특징

- ① 생강차 - 감기 ② 유자차 - 한류 ③ 대추차 - 편의성·저렴

[표 2.6] 베트남 소비자 ‘생강차·유자차·대추차’ 소비 특징



자료 : 베트남 온라인쇼핑몰 ‘생강차·유자차·대추차’ 구매후기 220건 분석 (18.01 - 20.08)

4. 바나나, 베트남 국민이 목 건강을 위해 섭취 多

▶ 베트남 대기오염 문제 심각... 목 건강 호소 소비자 多

베트남 내 목과 관련하여 상관계수가 높은 키워드들은 기침·기관지염·후두염·대기오염 등이 빈출되어 소비자들의 대기오염과 관련한 고민이 높은 것을 확인할 수 있음. 베트남에는 5,800만 대의 오토바이가 대도시 지역에 밀집되어 있어 이로 인한 대기오염 문제가 심각한 실정임²⁰⁾

▶ 베트남 소비자들이 목 건강을 위해 섭취하는 음식 바나나

▶ 도라지, 목 건강과의 상관관계 있는 것으로 확인

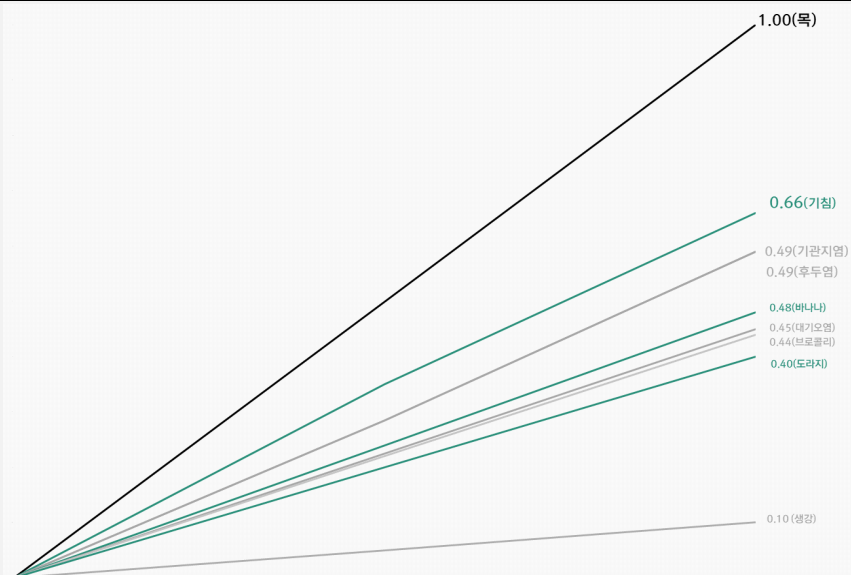
베트남 내 목과 관련하여 상관계수가 가장 높은 음식은 바나나로 확인되었음. 바나나는 식이섬유가 풍부하여 삼키기가 용이하고 비타민 B, 칼륨, 비타민 C 등이 풍부하다는 측면에서 각광받고 있음²¹⁾

반면 도라지의 경우, 베트남 내 인지도는 높지 않지만 도라지와 목과의 상관계수가 0.4로 확인되어 둘 사이의 연관성이 있는 것으로 확인됨

▶ 베트남 목 연관 키워드

- ① 기침, 기관지염, 후두염 등 기관지 질환 빈출
- ② 바나나, 브로콜리, 도라지

[표 2.7] 베트남 '목' 상관계수 분석 결과



자료 : 베트남 쇼핑물·뉴스매체·구매후기 '도라지·건강차·생강차·유자차·대추차' 문서 3,019건 분석 (18.01 - 20.08)
 값 설명: 상관계수는 0~1부턴의 값을 가지며, 1에 가까울수록 상관이 높음

20) 디플로맷(the Diplomat), 'Vietnam's Big Air Pollution Challenge', 2020.03.30

21) 옴론(Omron), '8 thực phẩm bạn nên nhớ khi bị đau họng', 2019.07.23

Ⅲ. 유통채널(Distribution Channel)

1. 베트남 도라지청 진출 가능 유통구조
2. 베트남 도라지청 진출 가능 주요 유통업체
3. 베트남 도라지청 진출 가능 B2C 소매채널

1. 베트남 도라지청 진출 가능 유통구조

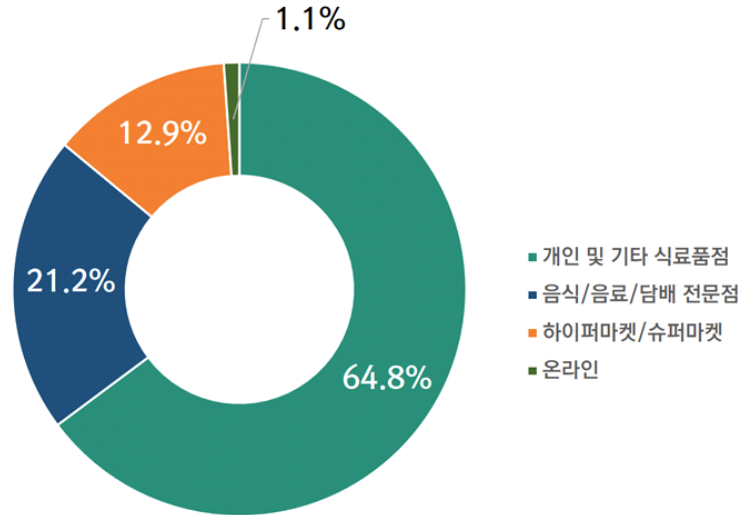
품목 구분 및 분류

품목	도라지청
구분	액상차
범주	차(Tea)

▶ 베트남 도라지청 진출 가능 주요 채널

‘개인 및 기타 식료품점(64.8%), 음식/음료/담배 전문점(21.2%), 하이퍼마켓 /슈퍼마켓(12.9%)’

[표 3.1] 베트남 도라지청 진출 가능 유통채널 별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 베트남 도라지청 진출 가능 유통채널 현황

채널 유형	도라지청 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	개인 및 기타 식료품점	64.8%	케이마켓(K-market), 오케이마트(OK Mart), 사쿠코스토어(Sakuko Store), 하치하치(Hachi Hachi)
	음식/음료/담배 전문점	21.2%	푹롱커피앤티(Phúc Long Coffee & Tea), 햇발라(Hatvala)
	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	12.9%	콤포마트(Co.op Mart), 롯데마트(Lotte Mart) 이마트(E-Mart), 빈마트(VinMart), 이온몰(Aeon Mall)
	온라인	1.1%	쇼피(Shopee), 티키(Tiki), 라자다(Lazada), 보소(Voso), 페이스북(Facebook)

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

2. 베트남 도라지청 진출 가능 주요 유통업체

- ▶ 개인 및 기타 식료품점, 음식/음료/담배 전문점, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 대표적
- ▶ 추가로, H&B 스토어, 특정품목 판매점에서 유사제품이 확인되어 조사채널에 포함함

[표 3.3] 베트남 도라지청 진출 가능 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²²⁾ ²³⁾ ²⁴⁾ , 매장 수	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	라자다 (Lazada)	온라인	약 29억 1,400만 달러 (약 3조 4,924억 원)	C사, D사, N사, G사	0
2	티키 (Tiki)	온라인	약 3,260만 달러 (약 390억 7,110만 원)	H사, N사, 비허넥스(Bhonex), G사	0
3	쇼피 (Shopee)	온라인	약 8억 2,265만 달러 (약 9,859억 4,602만 원)	M사, D사, H사, G사	0
4	보소 (Voso)	온라인	약 253조 488억 동 (약 13조 573억 원)	D사, G사	0
5	페이스북 (Facebook)	온라인 (SNS 판매)	약 707억 달러 (약 84조 7,339억 원)	N사, D사, G사	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

22) 100동=5.16원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

23) 1달러=1,198.50원 (2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

24) 100엔=1,110.08원 (2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	메디케어 (Medicare)	H&B	매장 수('19): 84개	비나호긴 (Vina Hogin)	0
7	가디언 (Guardian)	H&B	약 38억 8,570만 달러 (약 4조 6,570억 원)	N사	0
8	돛년드엉 (Đông Nhân Dươg)	특정품목 전문 판매점	약 14억 3,263만 위안 ²⁵⁾ (2,464억 1,270만 원)	B사	0
9	에코푸르츠 (Ecofruits)	유기농매장	매장 수('20): 3개	N사	0
10	항쓰촨 (Hang Sieu Chuan)	유기농매장	매장 수('20): 2개	항쓰촨 (Hang Sieu Chuan)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

25) 1위안=169.43원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 베트남 도라지청 진출 가능 B2C 소매채널

1) 온라인



① 라자다(Lazada)

	기업명	라자다 (Lazada)	
	홈페이지	www.Lazada.vn	
	위치	호치민(Hồ Chí Minh)	
	규모	매출액('19)	약 29억 1,400만 달러 ²⁶⁾ (약 3조 4,924억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2012년 설립 • 2016년 알리바바(Alibaba)에 인수됨 • 동남아시아 최대 규모의 이커머스 기업으로 인도네시아, 말레이시아, 베트남 등 동남아시아 6개국에서 운영 • 월평균 사이트 방문자 수 1억 명 이상 기록하며 3억 개 이상의 제품이 등록 • 7개의 배달 대행업체와 계약을 체결, 베트남 전역으로 배송 서비스 운영 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 8월 유니언뱅크(Union Bank)와 파트너십 계약, 이커머스 신용카드 런칭 • 2020년 8월 5일부터 8월 10일까지 최대 90% 할인율을 제공하는 내셔널데이세일(National Day Sale) 진행 	
유사제품 정보		제품명	초록원 꿀자몽오미자
		종류	과일청
		용량	1kg
		원산지	한국

자료: 라자다(Lazada) 홈페이지, 라자다그룹(Lazada Group) 홈페이지, 알리바바그룹(Alibaba Group) 홈페이지, 더블유세븐뉴스(W7 News), 씨엔에이라이프스타일(CNA Lifestyle)
사진 자료: 라자다(Lazada) 홈페이지

26) 알리바바인터내셔널커머서리테일(Alibaba International Commerce Retail) 사업 부문 통합 매출액

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: 건조식품, 건강보조식품, 스낵류, 캔디류, 음료류, 유제품, 신선식품, 주류, 소스류 등 - 일반: 의류, 화장품, 향수류, 잡화류, 가전제품, 악세서리류, 생활용품, 완구류, 스포츠용품, 악기류, 애완용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 브랜드 공식스토어 혹은 100% 정품 인증, 15일 내 환불 가능 제품 및 신속 배송이 보장되는 공급업체 제품은 '라즈몰' 카테고리리로 따로 제공 	
	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 통해 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 영어로 언어 변경 - 홈페이지 상단 'Sell With Lazada' 클릭 후 가장 우측 탭인 'LAZGLOBAL' 선택하여 계정 생성 후 입점 문의 진행 - 입점 절차는 계정 생성, 제품 등록, 제품관리 사이트 가입으로 진행됨 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일, 은행 계좌번호 등) ② 공급 제품 정보 (창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 제품 공급업체는 포탈 Seller Center 이용 • 셋업 비용 및 고정 수수료는 없으며, 판매 건당 판매 수수료 2%, 관부가세 수수료 4%(베트남 지역은 8%) 지불 • 판매 불가 항목은 다음과 같음 (카피 제품, 중고 제품, 정치적 성향을 가진 제품, 200ml 초과 액체류, 부피 300cm³초과 제품) • 문의사항 연락처: +84-19-0063-6857 • 다음 웹 주소에서 컨택 세부사항 확인 가능 <ul style="list-style-type: none"> - https://sellercenter.lazada.vn/seller/helpcenter/contact

자료: 라자다(Lazada) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 티키(Tiki)

	기업명	티키(Tiki)								
	홈페이지	www.tiki.vn								
	위치	호치민(Hồ Chí Minh)								
	규모	매출액('19) 약 3,260만 달러 (약 390억 7,110만 원)								
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2010년 3월 설립, 월평균 400만 명이 홈페이지 방문 • 약 6,500개의 브랜드와 50만 개의 제품을 판매함 • 당일배송 서비스인 'TikiNow'를 제공하고 있으며 고객만족도가 약 95%에 달함 • 제품 판매 외 항공권, 호텔 예약 등과 같은 다양한 서비스를 제공 • 제품을 약 10% 할인된 가격으로 판매함 • 하노이, 다낭, 호치민 등의 지역에서 총 32,000㎡ 면적의 32개의 물류센터를 운영 								
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 6월 베트남 전자상거래업체 센도(Sendo)와 합병 신고서 접수 • 2020년 2월 '톱 추천 브랜드 순위(Top Recommend Rankings)' 조사에서 3위를 차지 								
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>해아띠 꿀 생강차</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>생강청</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>1kg</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>한국</td> </tr> </table>	제품명	해아띠 꿀 생강차	종류	생강청	용량	1kg	원산지	한국
제품명	해아띠 꿀 생강차									
종류	생강청									
용량	1kg									
원산지	한국									

자료: 티키(Tiki) 홈페이지, 베트남인사이드(Vietnam Insider), 유고브(Yougov), 아울러(Owler), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 티키(Tiki) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 건강보조식품, 주류, 음료류, 유제품 등 - 일반: 스포츠용품, 화장품, 생활용품, 주방용품, 세탁용품, 가전제품, 의류, 전자제품, 완구류, 서적류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 수입품 카테고리를 따로 제공 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 입점 절차는 크게 가입 및 계약서 작성, 필요정보 등록, 홈페이지에 제품 등록 3가지 단계로 이루어져 있음 - 정책 및 규정 확인 후 안내된 절차 따라 입점 문의 - Register Today 클릭하여 필요정보 기입 (tiki.vn/ban-hang-cung-tiki) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 연락처, 이메일 주소, 기업명, 사업자등록번호 등) ② 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 판매 가격, 원산지 등)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 후 Sales Center 이용하여 제품 설명 및 판매 가격 자유롭게 조정 가능 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: partnersupport@tiki.vn - 전화번호: +84-1900-6034

자료: 티키(Tiki) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 쇼피(Shopee)

	기업명	쇼피(Shopee)	
	홈페이지	www.shopee.vn	
	위치	하노이(Hà Nội)	
	규모	매출액('19)	약 8억 2,265만 달러 ²⁷⁾ (약 9,859억 4,602만 원)
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • Sea Group의 자회사로 2015년 싱가포르에서 처음으로 개시되었으며, 현재 싱가포르, 인도네시아, 말레이시아, 대만 등 7개국에서 홈페이지 운영 • 현재 동남아시아에서 이커머스 부문 1위이며, 7개국 홈페이지 일평균 방문자 수 약 2억 명 • 2018년 11월 블랙핑크를 첫 홍보대사로 위촉 • 베트남 전자상거래 시장에서 라자다와 경쟁 구도 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 5월 제주 식품·화장품 15개사 62개 상품 입점 • 2020년 4월 'Shopee Supports 100 Billion' 프로그램을 통해 코로나19로 어려움을 겪고 있는 베트남 중소기업 지원 	
유사제품 정보		제품명	마실라온 꿀생강차
		종류	생강청
		용량	1kg
		원산지	한국

자료: 쇼피(Shopee) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 브리티브이뉴스(VTV News)
사진 자료: 쇼피(Shopee) 홈페이지

27) 씨그룹(Sea Group) 이커머스 부문 통합 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 스낵류, 캔디류, 건조식품, 신선식품, 소스류, 음료류, 견과류 등 - 일반: 의류, 유아용품, 전자제품, 가전제품, 식기류, 화장품, 주방용품, 스포츠용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 우측 상단 ‘đăng ký’ 클릭하여 가입 후 판매자(Seller) 등록 - 다음 웹 주소에서 판매자(Seller) 등록 이후 절차 확인 가능 - (help.shopee.vn/vn/s/contactus?articletitle=undefined&articleId=undefined) • 입점 문의 후 진행 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 trợ giúp 클릭 후 페이지 하단 E-mail 클릭 - 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 기입 정보: 이메일 주소, 첨부파일 등
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 다음 웹주소에서 판매 금지 품목 및 판매자 유의사항 확인 가능 (https://shopee.vn/docs/3809) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: support@shopee.vn - 전화번호: +84-1900-1221

자료: 쇼피(Shopee) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 보소(Voso)

	기업명	보소(Voso)	
	홈페이지	www.voso.vn	
	위치	하노이(Hà Nội)	
	규모	매출액('19)	약 253조 488억 동28) (약 13조 573억 원)
기타 규모		직원 수('19): 약 2만 2,000명	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 1989년 모회사 설립 • 온라인 쇼핑, 통신, IT 등 다양한 분야에 걸쳐 서비스 제공 • 베트남 국영기업 • 비텔포스트조인트스탁코퍼레이션(Vittel Post Joint Stock Corporation)에서 제공한 플랫폼에서 운영 • 2006년 비텔 캄보디아(Vittel Cambodia) 설립 후 캄보디아 지역에 서비스 제공 		
기업 요약			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 6월 여름맛이 사은품 증정 행사 진행 • 2020년 보소(Voso) 셀러를 위한 어플 비텔(Vittel) 론칭 		
유사제품 정보		제품명	두레원 생강차
		종류	생강청
		용량	1kg
		원산지	한국

자료: 보소(Voso) 홈페이지, 토이바오따이친베트남(Thời Báo Tài Chính Việt Nam), 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 보소(Voso) 홈페이지

28) Vittel(비텔) 그룹 통합 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 건강보조식품, 주류, 음료류, 유제품 등 - 일반: 스포츠용품, 화장품, 생활용품, 주방용품, 세탁용품, 가전제품, 의류, 전자제품, 공예품, 유아용품, 완구류, 서적류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 대중적인 수요가 높은 제품 - 수입상품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 구매 및 판매도 가능하나 물건끼리 교환도 가능 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통해 셀러 정보 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 아래 웹 주소에 양식대로 정보 기입 후 셀러 계정 생성 (https://tintuc.voso.vn/huong-dan-kiem-tien-cung-voso/) - 해당 웹 주소에서 주문 진행 과정까지 확인 가능 • 이메일 또는 우편을 통한 제품 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단에 공급자를 위한 컨택 양식 다운로드 - 양식에 맞게 서류 작성 후 이메일 또는 우편으로 송부 - 컨택 양식 필수 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 인적사항 (담당자명, 담당 회사 및 포지션, 전화번호, 주소, 은행 계좌번호, 수혜자 등) ② 공급 상품 리스트 상품 품목 코드(commodity codes) 작성 필수 - 선택 기입 정보 (컨택 양식에 포함되어 있지 않음) <ol style="list-style-type: none"> ① 공급 제품 상세 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ② 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: hotro@voso.vn

자료: 보소(Voso) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

facebook

⑤ 페이스북(Facebook)

	기업명	페이스북(Facebook)								
	홈페이지	www.facebook.com								
	위치	호찌민(Hồ Chí Minh)								
	규모	<table border="1"> <tr> <td>매출액('19)</td> <td>약 707억 달러²⁹⁾ (약 84조 7,339억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>직원 수('20): 52,534명³⁰⁾</td> </tr> </table>	매출액('19)	약 707억 달러 ²⁹⁾ (약 84조 7,339억 원)	기타 규모	직원 수('20): 52,534명 ³⁰⁾				
매출액('19)	약 707억 달러 ²⁹⁾ (약 84조 7,339억 원)									
기타 규모	직원 수('20): 52,534명 ³⁰⁾									
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 2004년 설립, 서비스 시작 • 2009년 베트남 정부에서 페이스북 접근 차단 • 2012년 IPO(Initial Public Offering) 제출, 외부투자자에게 주식 공개 • 2013년 접근 차단에도 불구하고 베트남 사용자 약 1,500만 명으로 추정 • 2020년 베트남 사용자 약 4,700만 명 집계 									
기업 요약										
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 베트남 정부가 페이스북의 반국가적인 콘텐츠에 대한 검열 규제 강화 • 2020년 5월 베트남 25주년 기념 행사 페이스북포비엠펀(Facebook for Việt Nam) 행사 개최 									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>꽃샘 꿀도라지차</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>도라지청</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>580g</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>한국</td> </tr> </table>	제품명	꽃샘 꿀도라지차	종류	도라지청	용량	580g	원산지	한국
제품명	꽃샘 꿀도라지차									
종류	도라지청									
용량	580g									
원산지	한국									

자료: 스타티스타(Statista), 브리타니카(Britanica), 테크인아시아(Tech In Asia), 브이엔익스프레스(VN Express), 베트남뉴스(Vietnam News)
사진 자료: 페이스북(Facebook) 홈페이지

29) 기업 통합 글로벌 매출액

30) 기업 통합 전체 직원 수

입점 및 협력 정보

<p>판매 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 판매 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 캔디류, 즉석식품, 건조식품, 건강보조식품, 음료류, 등 - 일반: 화장품, 향수류, 의류, 잡화류, 스포츠용품, 전자제품, 유아용품, 완구류, 서적류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 대중적인 수요가 높은 제품 - 소규모 개인 판매가 용이한 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 개인 단위의 벤더가 판매하는 상품의 비중이 높은 편 	
	<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>	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 뉴스피드에서 마켓플레이스(Marketplace) 클릭 - 마켓플레이스 접속 후 새로운 품목 클릭하여 판매할 물품 선택 - 사진 추가 클릭 후 제품 사진 업로드 - 제품 정보 등록 후 제품 카테고리 알맞게 선택 - 제품 정보 추천 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락담당자, 전화번호, 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 다음 클릭 후 등록 내용 확인 - 게시 클릭하여 제품 등록 	
<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 다음 웹주소에서 페이스북 자체 상거래 정책 확인 가능 (www.facebook.com/policies/commerce) • 페이스북 헬프 센터를 통해 문의사항 관련 컨택 가능 (www.facebook.com/help) 	

자료: 페이스북(Facebook) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) H&B



① 가디안(Guardian)

	기업명	가디안(Guardian)	
	홈페이지	www.guardian.com.vn	
	위치	호치민(Hồ Chí Minh)	
	규모	매출액('19)	약 38억 8,570만 달러 ³¹⁾ (약 4조 6,570억 원)
기타 규모		매장 수('19): 100개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> Dairy Farm Group의 자회사로, 캄보디아, 인도네시아, 베트남 등 5개국에서 매장을 운영 2011년 9월 베트남 첫 매장을 설립 다낭, 하노이, 호치민 등 5개의 지역에 매장 위치 자사 홈페이지를 통해 뷰티, 건강 관련 지식을 제공 온라인 스토어서 건강보조식품을 동양, 서양으로 나누어서 제공 자사 홈페이지를 통해 제품 프로모션 정보를 제공하며, 다양한 자체 제작 상품을 판매 	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> 2020년 8월 인기 브랜드 투표인 가디언 어워즈2020(Guardian Awards 2020) 투표 진행 2020년 모기업 Dairy Farm Group 6월 전년 대비 영업이익 약 40% 감소 	
유사제품 정보		제품명	녹차원 향긋한 꿀유자차
		종류	유자청
		용량	1kg
		원산지	한국

자료: 가디안(Guardian) 홈페이지, 투싸오(2sao), 유로모니터(Euromonitor), 데어리팜그룹(Dairy Farm Group), 켄14(Kenh14), 캠페인아시아(Campaign Asia), 인사이드레테일아시아(Inside Retail Asia)
 사진 자료: 가디안(Guardian) 홈페이지, 마이가이드베트남(Myguidevietnam)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 캔디류, 스낵류, 건강보조식품, 스낵류, 음료류, 차(茶)류, 건조식품, 유제품 등 - 일반: 화장품, 향수류, 생활용품, 위생용품, 유아용품, 헤어용품, 구강청결용품, 육실용품 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 스킨케어 및 메이크업 제품 취급 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 언어 영어로 설정 - 페이지 상단 메뉴의 Contact us 클릭 - 필요 정보 기입 후 제출 (guardian.com.vn/en/contact) - 홈페이지 기입 정보 (담당자명, 회사 주소, 이메일 주소, 연락처, 문의 내용) • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: info_guardian@guardian.com.vn - 전화: +84-283-832-8589 - 팩스: +84-283-832-8448 	

자료: 가디안(Guardian) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 메디케어(medicare)

	기업명	메디케어(medicare)	
	홈페이지	www.medicare.vn	
	위치	호치민(Hồ Chí Minh)	
	규모	기타 규모	매장 수('19): 84개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2001년 설립 • 베트남 최초의 드럭스토어로, 2011년까지 약 10여년간 베트남 내 유일한 드럭스토어 체인점 • 2014년 중앙 물류센터 오픈 • 온라인 몰 운영하여 매장 픽업 서비스 제공 • 자사 SNS 통해 제품 프로모션 정보 제공 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 8월 화장품 및 헤어케어 품목 여름 세일 진행 • 2020년 해외 유입 경쟁 업체들과의 격차를 좁히기 위해 판매 품목 확대 예정 	
유사제품 정보		제품명	공세이맛옹 (GỪNG XAY MẬT ONG)
		종류	생강청
		용량	400g
		원산지	베트남

자료: 메디케어(medicare) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 도우뚜중관(Đầu tư Chứng Khoán), 브이엔익스프레스(VN Express)

사진 자료: 메디케어(medicare) 홈페이지, 통틴디아디엠(Thongtindiadiem)

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: 스낵류, 캔디류, 건강보조식품, 음료류 등 - 일반: 의약품, 화장품, 헤어용품, 구강청결용품, 욕실용품, 유아용품, 완구류, 약세서리류, 잡화류, 전자제품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유통기한이 명확히 표기된 제품 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 - 식품 품목보다는 일반 품목 비중이 높음 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 몰 내 자체제작 상품 카테고리 보유 	
	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 언어 영어로 변경하고 진행 - 페이지 상단 Contact 클릭 - 홈페이지 양식대로 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 양식 기입 정보 (담당자명, 이메일 주소, 전화번호, 문의내용 등) • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: info@medicare.vn - 전화번호: +84-(0)28-7308-7318

자료: 메디케어(medicare) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 특정품목 전문 판매점



① 동년드엉(Đông Nhân Đường)

	기업명	동년드엉(Đông Nhân Đường)	
	홈페이지	www.dongnhandungvietnam.com	
	위치	하노이(Hà Nội)	
	규모	매출액('19)³²⁾	약 14억 3,263만 위안 (2,464억 1,270만 원)
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 중국에 본사를 둔 제약회사 • 베트남 내 오프라인 매장 및 온라인 쇼핑몰 운영 중 • 가공되지 않은 약재부터 엑기스, 청, 환 등 다양한 건강기능식품 판매 • 한국산 제품도 다수 입점 • 여성건강, 미용 등에 효과가 좋은 제품 판매 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 약재의 효능 및 섭취방법을 홈페이지에 업로드 • 류마티즘, 갑상선증 등 질병에 대한 증상 설명 및 도움이 되는 약재 소개 	
유사제품 정보		제품명	도라지진액
		종류	도라지뿌리액
		용량	1kg
		원산지	한국

자료: 동년드엉(Đông Nhân Đường) 홈페이지
사진 자료: 동년드엉(Đông Nhân Đường) 홈페이지

32) 동인당(同仁堂) 그룹 2019년도 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 건조식품, 음료류, 주류, 약재류, 차(茶)류 - 일반: 의약품, 의료기기류 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 건강보조식품 및 약재류 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 한국산 제품 및 약재 다수 입점 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 우측 상단 Liên hệ 탭 클릭 - 홈페이지 양식대로 정보 기입하여 제출 - 양식 필수 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 주소, 전화번호, 이메일) ② 문의 내용 (공급 제품 정보, 브랜드명, 제품 사진, 판매가격, 원산지, 회사소개서, 카탈로그 등) • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: donghanduongvietnam@gmail.com - 전화번호: +84-(0)24-6292-9118 	

자료: 동인당(同仁堂) 홈페이지

4) 유기농매장



① 에코푸르츠(Ecofruits)

기업 기본 정보	기업명	에코푸르츠(Ecofruits)	
	홈페이지	www.ecofruits.vn	
	위치	호치민(Hồ Chí Minh)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 3개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 과일, 또는 유기농 제품을 주로 판매하는 쇼핑몰 과일 도매단위 수입 및 수출 베트남 현지 고급 생산품, 또는 수입 생산품 전문 총 3개의 매장 보유 유기농 화장품 판매 300,000동 이상 무료배송 서비스 		
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> 2020년 코로나19 대유행으로 손 세정제 판매 		
유사제품 정보		제품명	꿀생강차
		종류	생강청
		용량	1kg
		원산지	한국

자료: 에코푸르츠(Ecofruits) 홈페이지
 사진 자료: 에코푸르츠(Ecofruits) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 과일류, 견과류, 건조식품, 건강보조식품, 스낵류, 음료류 - 일반: 화장품 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 제품 - 식품 품목 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 과일류 비중이 높은 편 - 한국산 유기농제품 및 건강보조식품도 다수 입점 	
	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 Liên hệ 탭 클릭 - 홈페이지 양식대로 정보 기입하여 제출 - 양식 필수 기입 정보 (담당자명, 이메일, 전화번호, 문의제목 및 내용) • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: ecofruits9mdc@gmail.com - 전화번호: +84-(0)94-575-4111

자료: 에코후르츠(Ecofruits) 홈페이지



② 항쓰촨(Hang Sieu Chuan)

	기업명	항쓰촨(Hang Sieu Chuan)	
	홈페이지	www.hangsieuchuan.vn	
	위치	하노이(Hà Nội)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 2개 ³³⁾
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 뷰티, 건강 전문 웰빙 쇼핑몰 • '클린 브랜드'를 추구 • 화장품, 차(茶), 건강기능식품 등 뷰티 및 건강관련 상품 판매 • 자체제작 화장품 및 식품 판매 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 8월 무료배송 행사 및 사은품 증정 행사 진행중 • 2020년 1월 전품목 신년세일 진행 	
유사제품 정보		제품명	챙다오맛응 (Chanh Đào Mật Ong)
		종류	유자청
		용량	400g
		원산지	베트남

자료: 항쓰촨(Hang Sieu Chuan) 홈페이지
사진 자료: 항쓰촨(Hang Sieu Chuan) 홈페이지

33) 본사를 제외 한 매장 수

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: 건강보조식품, 건조식품, 스낵류, 차(茶)류 - 일반: 화장품 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 뷰티 및 웰빙 관련 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 자체 제작 상품의 비중이 높음 		
	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
	<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단의 Liên hệ 탭 클릭 후 문의 제출 가능 - 홈페이지 양식대로 정보 기입 후 문의 제출 (공급자명, 이메일, 문의 내용) - 문의 내용 추천 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 전화번호) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: hangsieuchuan@gmail.com - 전화번호: +84-(0)94-306-5454 	

자료: 항쓰촨(Hang Sieu Chuan) 홈페이지

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 베트남 도라지청 인증 취득
2. 베트남 도라지청 사전 절차
3. 베트남 도라지청 라벨 심의
4. 베트남 도라지청 서류 준비
5. 베트남 도라지청 세금 납부
6. 베트남 도라지청 검역 심사 절차
7. 수출 대상국가(베트남) 관련 규제 정보

1. 베트남 도라지청 인증 취득

인증 취득

베트남으로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

도라지청

도라지청은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 베트남 수입 식품 ‘적용받는 강제 인증 無’

베트남으로 수출하고자 하는 도라지청 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 일반 식품의 경우 수출기업의 선택에 따라 HACCP, ISO 인증 또는 그 외의 기타 인증을 취득할 수 있음

[표 4.1] 베트남 식품 인증 취득

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

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 베트남 식품 인증 취득

HACCP	절차	기간
	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	서류	비용
	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업/사업자 등록증 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	120-130만 원
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
GMP	절차	기간
	서류제출>서류검토>현지확인 및 시설조사>판정>허가증 발급	14-20일
	서류	비용
	신청서, 품질관리인 선임신고서, 품질 관리실의 기계기구류 목록 등	5-20만 원

자료 : 각 인증기관

2. 베트남 도라지청 사전 절차

사전 절차

베트남으로 제품 수출 시, 품목에 대한 사전 규제 및 심사제도 정보 제공

도라지청

도라지청 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

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

베트남 보건부는 베트남으로 식품을 수입할 때 해당 식품을 필수적으로 등록하도록 하였음. 그러나 2018년 개정된 법률에 따라 등록 절차는 식품안전성 공표 절차로 간소화되었음. 건강보조식품, 영유아식품, 병원용 식품 등의 경우 담당기관에 내용을 제출하여 등록을 거쳐야 하나, 일반가공식품류의 경우 자체적인 공표 절차와 서류 제출로 진행됨

육류, 유제품, 신선농산물 등의 경우 사전 수입허가나 식품 가공장 등록 절차 등이 요구되기도 하지만 일반가공식품으로 포장·제조된 도라지청 제품의 경우 별도의 추가적인 등록 절차가 요구되지 않음

[표 4.3] 베트남 수입 전 사전 절차

적용 규제	No. 15/2018/ND-CP (Appendix 3)
담당 기관	베트남 농업부(MARD)
필요 정보 및 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 자체 상품 공표서 <ul style="list-style-type: none"> - 모두 베트남어로 작성할 것 - 외국어로 작성된 경우 번역 후 공증 필수 - No. 15/2018/ND-CP 부록 1의 Form 1 양식 사용 • 식품안전검사 결과표 <ul style="list-style-type: none"> - 지정된 검사기관 또는 ISO 17025 표준에 부합하는 공인 검사기관을 통할 것 - 상품 공표 서류 제출일 기준 12개월 이내일 것 - 베트남 보건부의 식품안전기준 규정을 지킬 것
절차	<ul style="list-style-type: none"> • 자체 상품 공표서 작성 및 지정기관 서류 제출 <ul style="list-style-type: none"> - 지정 기관 직접 방문 제출 또는 우편 송부 방식으로 제출 가능 • 공표 정보 공시 <ul style="list-style-type: none"> - 자사 홈페이지 또는 대중 매체를 통하여 정보 공시 • 지정기관은 제출받은 공표 사실을 웹사이트 상에 공시
주의사항	제품명, 원산지, 성분 정보가 변경된 경우 지정기관으로 해당 내용의 변경 사실을 고지해야 함

자료 : 미국 농무부 해외농업서비스(United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Service)

3. 베트남 도라지청 라벨 심의

▶ 베트남 도라지청 라벨 규정

[표 4.4] 베트남 라벨 표기사항

● 라벨 심의	● 도라지청	● 라벨 표기사항 (항목)	● 도라지청 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함
베트남으로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공			
		● 라벨 표기사항 (가이드)	

적용 규제	No. 15/2018/ND-CP
세부 규정	No. 43/2017/ND-CP ‘Decree on goods labeling’
세부 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 제품명 • 제품의 책임을 갖는 업체의 명칭 및 주소 • 원산지 • 제품 용량 • 제조일 • 유통기한 • 성분 및 성분 함량 또는 영양정보 • 허용 사용량 및 주의 정보 • 바코드, 인증 마크, 등록 마크 등 추가해야 하는 정보 • 보관 방법 및 사용 방법
	<p style="text-align: center;">베트남어로 표기할 것</p> <p>베트남어로 표기되어 있고, 규정이 정하고 있는 필수 라벨 내용을 담고 있는 부착물도 인정함</p>
	<p style="text-align: center;">표기 언어</p> <p>베트남 명칭이 없거나 번역이 불가능한 화학물질, 약품, 성분 등 법률이 정하는 명칭은 제외함</p> <p>글자의 크기는 육안으로 확인 가능해야 함(1.2mm 이상(80cm² 이하인 경우 0.9mm 이상))</p>
	<p style="text-align: center;">제품명</p> <p>눈에 띄는 위치에 표시할 것</p> <p>필수 기재사항 중 가장 큰 사이즈로 표기할 것</p>
	<p style="text-align: center;">제품 용량</p> <p>숫자 혹은 개수로 표기할 것</p> <p>표기 단위 및 표기 방법은 규정을 참조할 것</p> <p>제품명에 포함된 색상, 향에 관한 첨가물 또는 추출물과 농축물은 해당 원료의 함유량을 표기할 것</p>
	<p style="text-align: center;">원산지</p> <p>원산지 국가명 또는 지역명으로 표기할 것</p> <p>약어로 표기하지 말 것</p>
	<p style="text-align: center;">유통기한</p> <p>‘일, 월, 년’ 순으로 작성할 것</p> <p>‘:’, ‘/’, ‘-’를 이용하여 구분할 것</p>

자료 : 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

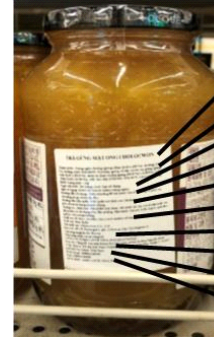
<p>세부 내용</p>	<p>라벨 표기사항 (가이드)</p>	<p>성분 및 성분 함량 또는 영양정보</p>	<p>성분, 식품첨가물을 표시할 때 중량 대비 성분의 비율 또는 중량 등 법률이 정하는 비에 따라 표기할 것</p> <p>홍보를 위해 특정 성분이 라벨에 표기되어 있는 경우 해당 성분에 대한 용량은 필수적으로 표기할 것</p> <p>식품첨가물의 명칭은 국제 코드 또는 성분명으로 작성될 것</p> <p>2개 이상의 식품첨가물을 표기하는 경우 중량 대비 비중 순으로 나열할 것</p> <p>식품첨가물 이름 아래에 ‘Dùng cho thực phẩm(식품을 위해 사용됨)’의 문장을 최소 2mm 이상 크기의 굵은 글씨체로 표기할 것</p> <p>아래 항목을 포함하는 경우 추가적인 표기 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> • 글루텐을 함유하고 있는 곡물 또는 식품(e.g. 밀, 호밀, 귀리 등과 이를 활용한 전분 등) • 갑각류 • 달걀과 달걀 제품 • 어류와 어류 제품 • 땅콩, 대두와 관련 제품 • 우유와 유제품(락토스, 설탕, 우유 포함) • 견과류와 관련 제품 • 10mg 또는 그 이상의 농도인 아황산염
		<p>GMO 식품</p>	<p>제품에 ‘thực phẩm biến đổi gen (genetically engineered food)’ 표기를 할 것</p>
		<p>기타</p>	<p>제품에 따라 필요한 경우, 경고 문구 등 정보를 표기할 것</p>

자료 : 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

▶ 베트남 도라지청 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



- ① 제품명
- ② 성분
- ③ 제품 용량
- ④ 제조일
- ⑤ 유통기한
- ⑥ 사용 방법
- ⑦ 보관 방법
- ⑧ 주의 정보
- ⑨ 원산지
- ⑩ 제조업체 정보
- ⑪ 수입업체 정보

[옆면 라벨링]

[뒷면 - 베트남어]

- ① Tên sản phẩm : TRÀ GỪNG MẬT ONG CHOLOCWON
- ② Thành phần : Gừng ngâm đường [gừng (Hàn quốc) (50%), đường] (26,79%), đường, nước tinh khiết, fructoza, gừng cô đặc (nước ép gừng (gừng: Hàn Quốc) 93,5%), dextrin (hàm lượng gừng (93,5%)) (3,83%), mật ong (Hàn quốc) (2,39%), chất làm dày (INS 466), INS 407), oleoresin gừng
- ③ Khối lượng tịnh : 1kg
- ④ Ngày sản xuất : 24 tháng trước hạn sử dụng
- ⑤ Hạn sử dụng : Xem trên bao bì (năm.tháng.ngày)
- ⑥ Hướng dẫn sử dụng : Thêm khoảng 80ml nước vào 3 muỗng cà phê trà (khoảng 20g) và khuấy đều
- ⑦ Hướng dẫn bảo quản : Bảo quản nơi khô ráo, thoáng mát. Bảo quản lạnh sau khi mở và sử dụng nhanh chóng.

[뒷면 - 국문]

- ① 제품명 : 초록원 꿀생강차
- ② 성분 : 생강절임(생강(한국산)(50%), 설탕(26.79%), 설탕, 정제수, 프락토자, 생강농축액(생강(생강:한국산) 93.5%), 덱스트린(생강 함량(93.5%))(3.83%), 꿀(한국산)(2.39%), 증점제(INS 466, INS407), 생강 함유수지
- ③ 제품 용량 : 1kg
- ④ 제조일 : 유통기한으로부터 24개월 전
- ⑤ 유통기한 : 제품 포장에 표시(년.월.일)
- ⑥ 사용 방법 : 80ml의 물에 3스푼(약 20g)의 꿀생강차를 넣고 섞어 드세요.
- ⑦ 보관 방법 : 시원하고 건조한 곳에 보관하세요. 개봉 후에는 냉장보관하고 가능한 한 빨리 드세요.

- ⑧ Thông tin, cảnh báo : Sản phẩm này được sản xuất tại các cơ sở sản xuất các sản phẩm có sử dụng sữa, đậu phộng, đậu nành, lúa mì, kiều mạch, quả đào, quả óc chó và hạt thông.
- ⑨ Xuất xứ : Hàn Quốc
- ⑩ Sản xuất tại: Cholocwon Co., Ltd
 Địa chỉ: 45-15 Pyeongsa 1-gil, Jillyang-eup, Gyeongsan-si, Gyeongsangbuk-do, Korea.
- ⑪ Nhập khẩu và tự công bố : Công ty TNHH Lotte Vina International
 Địa chỉ: Tầng 03, tòa nhà Beautiful Sài Gòn, Số 02 đường Nguyễn Khắc Viện, khu A-Đô thị mới Nam Thành phố, phường Tân Phú, Quận 7, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
 Điện thoại: 02864136949
 Fax: 02854136955

- ⑧ 주의 정보 : 우유, 땅콩, 대두, 밀, 메밀, 파파야, 호두, 잣 가공 시설에서 제조되었습니다.
- ⑨ 원산지 : 한국
- ⑩ 제조업체 정보 : 초록원 대한민국 경상북도 경산시 질양읍 평사 1길 45-15
- ⑪ 수입업체 정보 : 롯데 비나 국제회사, 베트남 호치민 7번 구역 탄푸 워드 A 신 남부도시 2번 응우옌 키크 비엔 길 뷰티풀 사이공 빌딩 3층
 전화 : 02864136949
 팩스 : 02854136955

4. 베트남 도라지청 서류 준비

서류 준비

베트남으로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
서류 정보 제공

도라지청

도라지청 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 베트남 FTA 원산지증명서 준비 필요
- ▶ 베트남 수신고, 서면 또는 전자통관시스템을 통해 진행

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

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

[표 4.5] 베트남 통관 서류

구분	서류명	발급기관
일반 서류	수입신고서	(-)
	가격신고서	(-)
	수입허가증(수입업자)	베트남 재무부 (Ministry of Finance)
	상업송장	(-)
	선적 포장명세서	(-)
	선하증권	(-)
	원산지증명서	관세청 / 상공회의소
검사결과서	(-)	

자료 : 베트남 관세청(Vietnam General Customs Office), 「No. 38/2015/TT-BTC」, 2015

5. 베트남 도라지청 세금 납부

세금 납부

베트남으로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

도라지청

도라지청 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 베트남 도라지청 HS-CODE 2106.90-55, 관세율 0% 적용
- ▶ 한국-베트남 FTA 발효로 협정세율 '적용'

도라지청의 경우 베트남에서는 HS-CODE 2106.90의 2106.90-55 세번을 사용하여 수입됨.³⁴⁾ 베트남 수입 시 기본 세율은 20%를 적용받으나 한국산 제품의 경우 2015년 12월 20일부로 발효된 한-베트남 FTA 협정으로 협정세율을 적용받아 0% 관세율이 적용됨. 관세 외에도 부가가치세가 제품에 포함되며, 제품의 품목에 따라 0%, 5%, 10%로 달리 적용됨

- 수입 서류 심사비용에 183달러(한화 약 22만 원)³⁵⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 76시간 소요
- 통관 비용은 373달러(한화 약 44만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 56시간 소요

[표 4.6] 한국·베트남 HS CODE 비교 및 베트남 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	
	2106.90	기타	
	2106.90.9099	기타	
베트남	2106.90-55	음료를 만들기 위한 물과 단순 희석을 위한 기타, 혼합의 농축물	
관세	기본관세율	20%	
	협정세율	0%	
VAT		0 - 10%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 베트남 관세청(Vietnam General Customs Office)

34) 베트남 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2106.90 중 도라지청에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함.
다만, 해당 항목 판단은 베트남 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 베트남 관세청을 통한 확인이 필요함

35) 1달러=1,198.50원 (2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

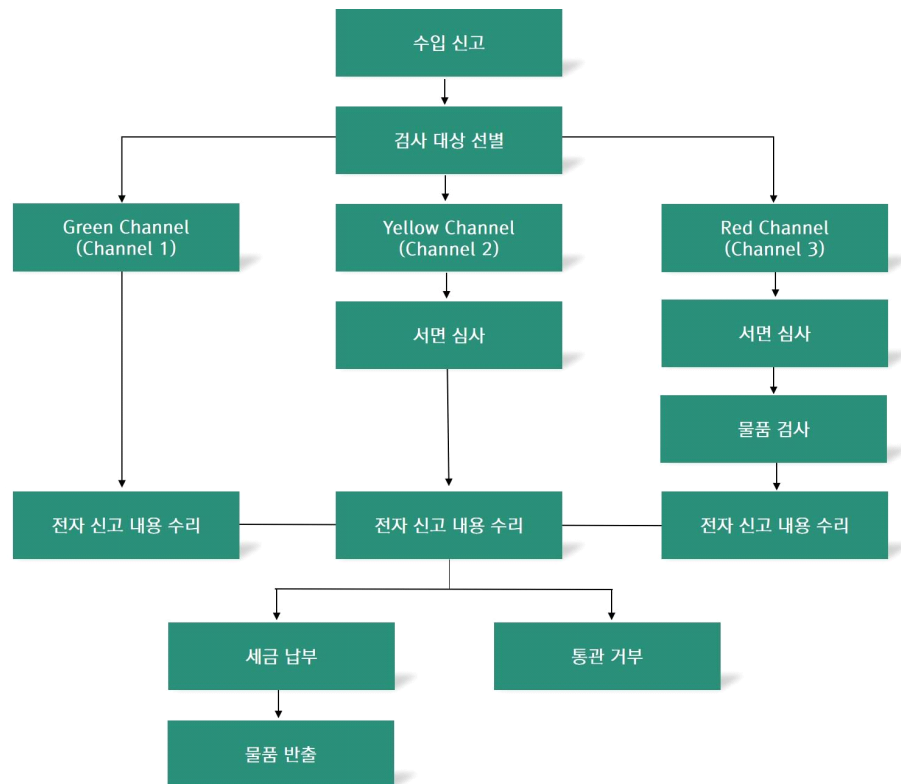
6. 베트남 도라지청 검역 심사 절차

▶ 베트남, 식품 위험도별 검역 심사 진행

다음 중 1가지 조건 만족 시, 물품 검사와 서면 심사를 면제받는 Green Channel 통관 절차를 진행함

- 베트남과 식품안전 검사 관련 국제 협약이 되어 있는 국가 및 기관, 조직에 의해 식품안전 요구 사항을 충족하는 것으로 인증된 경우
- 연간 일반 검사(Yellow Channel)에서 연이어 안전 인증을 받은 경우
- 신뢰할 수 있는 식품 인증(GMP, HACCP, ISO22000, IFS, BRC, FSSC22000 또는 이와 동등한 인증)을 받은 경우

[표 4.7] 베트남 통관 프로세스



▶ 베트남 도라지청 식품 첨가물 규정 확인 필요

[표 4.8] 베트남 식품 첨가물 규정 확인 방법

사이트	KATI농식품수출정보(www.kati.net)
국가	베트남
식품유형	음료류 > 액상차

7. 수출 대상국가(베트남) 관련 규제 정보

▶ 베트남 식품 광고 시, 광고기본법 준수 필요

베트남 내수시장에 진출하는 외국기업들이 증가함에 따라 2012년 베트남 정부는 광고기본법³⁶⁾을 제정하였고 이듬해 세부적인 하위법령³⁷⁾을 추가적으로 제정함. 두 가지 광고법에는 식품, 화장품, 의약품 등에 관한 규정이 세부화되어있어, 베트남에 진출하려는 기업들의 각별한 주의가 필요함

베트남 광고기본법에서는 광고에서 금지하는 문구를 자세히 명시하고 있음. 베트남의 국기, 국장, 국가, 정당의 기, 국가적 영웅 등의 존엄성을 해하여 베트남의 국가 이미지를 훼손 또는 비난하는 행위나 동종 제품을 직접적으로 비교하는 행위 등이 엄격하게 금지됨. 또한, 법적인 근거 없이 ‘최고’, ‘유일한’, ‘제일’ 등의 문구도 제한됨

[표 4.9] 베트남 광고기본법

적용 규제	No. 16/2012/QH13
광고 금지 조항	<ul style="list-style-type: none"> • 국가의 기밀을 누설하거나, 국가의 독립성, 국가 주권, 국방 및 안보를 해하는 광고 • 베트남의 역사, 문화, 윤리와 전통에 반하는 광고 • 도시의 풍경, 교통안전 및 사회질서에 영향을 주는 광고 • 국기, 국장, 국가, 정당의 기, 국가적 영웅, 유명인, 국가 및 정당의 지도자의 존엄성을 해하는 광고 • 인종 차별, 성차별 및 장애인에 대한 편견을 표현하거나 믿음과 종교의 자유를 침해하는 광고 • 다른 조직이나 개인의 위신, 명예 및 존엄을 공격하는 광고 • 법에 의하여 허용된 경우를 제외한 타인의 그림, 글, 문자를 동의 없이 포함하는 광고 • 타 기업 동종 제품의 가격, 품질, 효율성 등을 직접적으로 비교하는 광고 • 베트남 문화체육관광부(Ministry of Culture, Sports and Tourism)가 적법하다고 입증한 별도 서류 없이 ‘최고’, ‘가장 좋은’, ‘유일한’, ‘제일’ 등의 단어를 사용하는 광고 등

자료 : 베트남 국회(National Assembly of Vietnam)

36) 베트남 국회(National Assembly of Vietnam), 「Law No. 16/2012/QH13」, 2012

37) 베트남 정부(Government of Vietnam), 「No. 181/2013/ND-CP」, 2013

▶ 베트남, 건강보조식품 안전 규정 준수 필요

베트남 정부는 2012년 제정한 광고기본법에서 식품에 대한 대략적인 광고조건을 명시한 바 있으며 이후에 제정한 세부법령에서는 식품 및 식품첨가물에 대한 광고 규정을 더 자세히 명시함. 해당 세부법령은 식품 및 식품첨가물을 광고할 때 필수적으로 포함해야 할 사항 및 문구 등을 명시하고 있으며 대중들이 광고 제품과 의약품을 혼동하지 않도록 해야 한다는 점을 명확히 함

또한, 베트남 정부는 2018년 식품안전법에 대한 개정안을 발표함. 개정안에는 건강보조식품에 대한 식품안전 규정 등이 명시되어 있으며 해당 내용은 아래와 같음

[표 4.10] 베트남 건강보조식품 안전규정

적용 규제	No.15/2018/NĐ-CP
건강보조식품 관련 광고 규정	<ul style="list-style-type: none"> • 베트남 내 건강보조제 제조 기업은 의약품 제조 및 품질관리기준(GMP)을 반드시 준수해야 함 • 건강보조식품 광고는 시행 전 반드시 내용 심의를 통과해야 함 • 제품의 섭취방법과 효과에 관한 광고 내용은 신고 서류에 기재된 내용과 동일하게 작성되어야 함 • 의료시설, 의사, 약사를 연상시킬 수 있는 사진, 장비, 복장, 이름 등이나 환자, 의료인의 추천 후기 등은 광고에 삽입할 수 없음 • ‘이 제품은 의약품이 아니며 그에 준하는 효과가 없음’ 이라는 내용의 문구 또한 광고 내에 의무적으로 삽입되어야 함

자료 : 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 코리아메이드(Koreamade)

Interview ② 흠섬오케이코리아(Hòm sòm Ok Korea)

Interview ③ 돔년드엉(Đòm Nhàn Đường)

Interview ④ 프엉란샵(Phường Lan Shop)

Interview ⑤ NS9(엔에스나인)

Interview ① 코리아메이드(Koreamade)

38)

코리아메이드
(Koreamade)

전문가 소속

코리아메이드
(Koreamade)
수입유통업체

연락처
+84-(0)90-619-5212

전문가 정보

Mr. Duc
(Sales Manager)

K O R E A
M A D E



코리아메이드(Koreamade)

Sales Manager, Mr. Duc

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

코리아메이드는 한국산 건강식품을 전문으로 취급하는 수입유통업체로 도라지, 더덕, 인삼·홍삼, 영지버섯, 겨우살이 등의 제품을 판매하고 있습니다. 베트남 하노이에서 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다.

Q. 베트남 내 도라지의 인식은 어떤가요?

도라지는 주로 한국과 일본에서 생산되기 때문에 베트남에는 잘 알려지지 않았습니니다. 현재 베트남 내 유통되고 있는 도라지 제품은 주로 한국산 도라지 추출물로, 베트남에서도 이와 비슷한 허브 및 뿌리약초 제품이 판매되고 있습니다. 해당 제품들은 대부분 페퍼민트처럼 화한 맛을 가지고 있는데 이에 대한 베트남 소비자들의 선호도는 매우 높은 편입니다.

Q. 베트남에서 건강기능식품의 주된 구매 목적은 무엇인가요?

베트남 소비자들은 개인의 질병에 적합한 효능을 가진 건강기능식품을 섭취합니다. 예를 들어 금강송오일은 혈액 속 지방질을 낮춰주는 역할을 하므로 고혈압 및 고지혈증 환자들이 주로 구매하며, 인삼은 면역력 증진의 효과가 있기 때문에 노화로 인한 질병을 앓고 있는 소비자들이 많이 구매합니다. 도라지는 기관지 질병에 효과적이기 때문에 호흡기 질환이 있는 소비자들의 수요가 높을 것으로 예상됩니다.

Q. A사 제품의 가격이 베트남 내에서 판매되기에 적절한가요?

B사의 홍삼 추출물은 1kg 병에 750,000 VND(한화 약 38,700원)³⁹⁾에 판매되고 있습니다. A사의 제품은 250g에 20,000원으로 다소 높은 가격이지만, 약재 추출물의 가격은 원재료함량에 따라 결정되기 때문에 도라지의 함량이 매우 높다면 해당 가격으로 판매하여도 경쟁력이 있을 것입니다.

38) 사진자료 : 코리아메이드(Korea Made) 홈페이지

39) 100동=5.16원 (2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

Interview ② 홍섬오케이코리아(Hồng sâm Ok Korea)

40)

●
홍섬오케이코리아
 (Hong sâm Ok Korea)

전문가 소속

홍섬오케이코리아
 (Hong sâm Ok Korea)
 수입유통업체

연락처
 +84-(0)93-605-8680

전문가 정보

Ms. Hong
 (Sales Staff)



홍섬오케이코리아(Hồng sâm Ok Korea) Sales Staff, Ms. Hong

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

홍섬오케이코리아는 한국산 홍삼 제품을 전문으로 취급하는 수입유통업체로, 베트남 하노이에서 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다. 주요 취급 제품은 인삼 뿌리, 홍삼청, 홍삼차, 인삼주 등이 있습니다.

Q. 베트남 내 도라지청에 대한 인지도는 어떤가요?

베트남에서는 한국산 건강식품에 대한 소비자 인지도가 높으며 특히 인삼, 홍삼 추출물, 영지버섯의 선호도가 높은 편입니다. 그러나 이에 비해 도라지청은 많이 알려지지 않았으며 심지어 도라지에 대한 지식이 전무한 소비자도 적지 않을 것으로 예상됩니다.

Q. 베트남으로 도라지청 수출 시, 향후 수요는 어떤 것으로 전망하나요?

베트남에는 현재 다수의 현지 및 수입산 건강기능식품이 판매되고 있습니다. 도라지청은 베트남 소비자들에게 매우 새로운 제품이기 때문에 과거 한국에서 거주했거나 기존에 도라지와 그 효능에 대해 알고 있는 사람들이 주 소비자층이 될 것입니다. 특히 인삼 제품은 선물용으로 많이 구매하기 때문에 건강에 좋은 도라지청 제품도 선물용으로의 수요가 있을 것 같습니다.

Q. 베트남에서 도라지청 판매에 적합한 유통채널은 어디인가요?

도라지청은 베트남 내 생소한 제품이기 때문에, 베트남으로 처음 진출 시 한국산 건강기능식품 전문매장에서 판매하는 것이 타겟 소비자층의 인지도를 높일 수 있는 방법입니다. 주요 소비자층에게 먼저 신뢰도를 쌓은 후 한인마켓, 슈퍼마켓으로 천천히 유통단계를 높이는 방법이 판매에 효과적입니다.

40) 사진자료 : 홍섬오케이코리아(Hồng sâm Ok Korea) 홈페이지

Interview ③ 돛년드엉(Đồng Nhân Đường)

41)

●
돛년드엉
 (Đồng Nhân Đường)

전문가 소속

돛년드엉
 (Đồng Nhân Đường)
 유통업체

연락처
 +84-(0)24-292-9118

전문가 정보

Mr. Luong
 (Sales Manager)



CÔNG TY CỔ PHẦN ĐÔNG NHÂN ĐƯỜNG VIỆT NAM
 VIET NAM ĐÔNG NHÂN ĐƯỜNG, JSC



돛년드엉(Đồng Nhân Đường) Sales Manager, Mr. Luong

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

돛년드엉은 2016년에 설립된 현지 및 수입산 건강식품 전문 유통업체로, 베트남 하노이에서 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다. 주요 취급 제품은 약초, 홍삼 추출물, 홍삼 스틱, 건강보조제 등입니다.

Q. 베트남 내 도라지청에 대한 인식은 어떤가요?

도라지는 한국, 중국, 일본 등의 동아시아 국가에서는 인지도가 높기 때문에 도라지청, 도라지즙 등 다양한 형태로 섭취하지만, 베트남 같은 동남아시아 국가에는 아직 잘 알려지지 않았습니다. 그러나 베트남에는 내 호흡기에 좋은 꿀, 민트, 생강, 샬롯 등으로 만든 건강차 등이 많이 판매되고 있기 때문에 기관지 보호, 해독작용, 심근경색 예방, 면역력 강화 등에 도움이 되는 도라지 제품이 출시된다면 소비자 선호도가 높을 것으로 예상됩니다.

Q. 베트남 내 건강차의 주요 구매 요인은 무엇인가요?

베트남 소비자들은 건강차 구매 시, 성분을 가장 중시합니다. 베트남에서는 인삼, 홍삼, 영지버섯 등의 제품이 잘 알려져 해당 성분이 함유된 제품을 선호하는 편입니다. 두 번째로는 실제 해당 제품이 건강기능 개선에 효과가 있는지를 고려합니다. 소비자들은 개개인의 특정 증상을 완화하기 위해 건강차를 마시기 때문에 실질적으로 본인이 효과적이라고 느낀 제품을 구매하는 편입니다. 세 번째는 가격으로, 만약 특정 제품이 신뢰할 수 있는 성분과 효능을 모두 갖추었고 가격까지 합리적이라면 시장 내 충분히 경쟁력이 있을 것입니다.

Q. 건강차가 가진 쓴맛에 대한 베트남 사람들의 반응은 어떤가요?

건강차의 경우, 성인을 대상으로 한 제품이기 때문에 맛보다는 효능에 중점이 맞추어져 있습니다. 베트남 사람들의 쓴맛 자체에 대한 선호도는 낮은 편이지만 약은 건강을 위해 섭취하는 것이기 때문에 약의 맛은 중요한 고려요소가 아닙니다. 만약 두 개의 브랜드가 성분과 효능은 동일하나 한 제품은 쓴맛, 다른 제품은 단맛을 가지고 있다고 가정했을 때 베트남 소비자들은 단맛 제품을 구매하기보다는 브랜드 인지도 및 평판을 고려하여 구매합니다.

Q. A사의 제품이 베트남에서 판매되기에 적절한가요?

현재 저희 업체에서 판매하고 있는 도라지 추출물은 1kg 병에 760,000 VND(한화 약 39,216원)로, 용량을 고려하였을 때 A사 제품이 가격이 더욱 높습니다. 그러나 추출물 제품의 도라지 함량은 43%인 데에 반해 A사의 제품은 70%이기 때문에, 적은 용량이지만 합리적인 가격이라고 생각합니다.

Interview ④ 프영란샵(Phuong Lan Shop)

42)

프영란샵

(Phuong Lan Shop)

전문가 소속

프영란샵

(Phuong Lan Shop)

수입유통업체

연락처

+84-(0)90-729-6579

전문가 정보

Mr. Bui Xuan Van

(Director)



프영란샵(Phuong Lan Shop)

Director, Mr. Bui Xuan Van

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

프영란샵은 20년 이상 된 건강식품 전문 수입유통업체로, 베트남 사이공에서 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다. 주요 취급 품목은 인삼·홍삼 제품, 영지버섯, 동충하초, 도라지, 건강차, 화장품 등이 있습니다.

Q. 베트남 내 판매 중인 건강차에 비하여 도라지청에 대한 인지도는 어떤가요?

베트남에서는 도라지보다 인삼·홍삼 추출물이 더욱 인기 있는 제품이며 대부분의 베트남 사람들에게 도라지 제품은 아직 생소합니다. 한국에서의 거주 경험이 있는 소비자들만이 도라지에 대해 알고 있으며, 도라지의 효능에 대해 알고 있는 사람들은 실제로 도라지 제품을 섭취해본 경험이 있는 소비자뿐입니다.

Q. 베트남 내 도라지에 대한 인식 및 수요는 어떤가요?

도라지는 2017년쯤부터 베트남 내 전시회 및 박람회를 통해 알려지기 시작했습니다. 도라지 제품이 처음 소개되었을 때 베트남 소비자들의 선호도는 높은 편이었습니다. 그러나 세계적인 경제불황과 특히 코로나19 팬데믹으로 인한 경제침체가 지속되면서 소비자들의 생활 수준이 낮아졌고, 이로 인해 가격이 높은 건강식품의 소비는 현저하게 감소한 상태입니다.

Q. 베트남 내 판매 중인 도라지 관련 제품의 종류는 무엇인가요?

현재 베트남 내에서 도라지는 추출물, 슬라이스, 차 등의 제품 형태로 판매되고 있습니다. 도라지 자체의 실질적인 시장 수요와 판매량은 낮으나, 그럼에도 추출물보다는 슬라이스 형태의 판매량이 비교적 높은 편입니다. 왜냐하면, 베트남 소비자들은 직접 눈으로 원재료를 확인하여야만 제품이 더 믿을만하다고 생각하는 경향이 있기 때문에 추출물이나 차 형태는 공장 내 제조과정을 확인할 수 없어 도라지가 실제로 제품에 얼마나 함유되어 있는지를 신뢰할 수 없다고 생각합니다.

Q. 베트남 내 도라지청 수출 시 판매 및 유통 관련 조언 사항이 있나요?

건강기능식품의 경우, 오프라인 전문점에 먼저 유통하는 것이 효과적입니다. 특히 한인마트, 건강기능식품 전문매장, 약국 등에서 먼저 판매하는 것이 소비자 신뢰도를 높이는 데 도움이 됩니다. 베트남 소비자들은 직접 제품을 확인하고 구매하는 것을 선호하기 때문에 온라인보다는 오프라인 전문매장에서 주로 구매하는 편입니다.

Interview ⑤ NS9(엔에스나인)

43)

엔에스나인
(NS9)

전문가 소속

엔에스나인
(NS9)
수입유통업체

연락처
+84-(0)90-846-0010

전문가 정보

Mr. Phi
(Sales Manager)



엔에스나인(NS9)

Sales Manager, Mr. Phi

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

엔에스나인은 한국 제품을 전문으로 취급하는 수입유통업체로 한국과 베트남에 모두 지사를 두고 있으며 자사 홈페이지를 통해 판매를 진행하고 있습니다. 주로 유아용 영양 간식, 가전제품, 화장품 등을 취급하고 있습니다.

Q. 베트남에서 도라지의 인지도 및 수요는 어떤가요?

베트남에서는 한국산 홍삼, 영지버섯, 동충하초 등의 제품이 유명하지만, 이에 비해 도라지는 최근에서야 알려지기 시작하여 아직 시장 인지도는 낮은 편입니다. 베트남은 대기오염이 심각하기 때문에 기관지염 등의 호흡기 질환을 앓고 있는 사람들이 많습니다. 도라지는 호흡기 질환에 특히 도움이 되기 때문에 이러한 건강기능개선 효과를 홍보하여 판매를 시작한다면 초기 시장 진입에 효과적인 것입니다. 저희 업체에서 판매하고 있는 배도라지주스의 경우에도 최근 점차 인지도를 쌓아가고 있는 단계입니다.

Q. 베트남 내 호흡기 건강 관련 제품의 시장 동향과 주 구매요인은 무엇인가요?

베트남에는 기관지염, 기침, 천식 등의 호흡기 질환에 좋은 현지 및 수입산 제품들이 다양하게 판매되고 있습니다. 그러나 저렴한 가격과 브랜드 인지도로 인해 사실상 현지 브랜드가 시장을 독과점하고 있는 상태입니다. 베트남 소비자들은 건강기능식품 구매 시 가격과 함께 효능을 매우 중시하는데, 건강기능식품은 전반적으로 가격이 높기 때문에 소비자들은 확실한 효능을 기대하며 구매합니다.

Q. 베트남 내에서 인기 있는 호흡기 건강 관련 제품은 무엇인가요?

베트남 내 가장 유명한 제품은 티엔몬보포이(Thiên Môn Bồ Phôi)로, 280ml에 55,000 VND(한화 약 2,838원)에 판매되고 있습니다. 해당 제품은 민트, 비파, 진피를 원료로 하여 기침, 목 통증, 폐에 효과적인 음료입니다. 베트남 사람들은 쓴맛을 선호하지 않는데, 티엔몬보포이는 맛이 달고 민트 특유의 화한 향이 있기 때문에 매우 인기 있습니다. 또한, 가격도 저렴하여 베트남 내 수요가 높은 제품입니다.

Q. 베트남 내 도라지청 수출 시 조연 사항이 있나요?

현재 베트남에서 판매되고 있는 도라지 제품은 추출물, 슬라이스 및 건조제품, 주스, 정 등입니다. A사의 도라지청의 경우 물에 타서 차로 마시는 제품으로, 차를 즐겨 마시는 중장년층 이상을 타겟 소비자층으로 설정하는 것이 효과적입니다. 또한, 도라지청은 1병 구매 시 20회 이상 차로 마실 수 있는 제품이기 때문에 250g에 20,000원 정도의 가격은 적절할 것으로 예상합니다.

Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

Export Insights

01 시장규모

과일/허브차 시장규모 682억 원
소득 상위 지역 남동부 지역/홍강 델타 지역

02 소비특징

베트남 내 도라지청 인지도 및 수요 낮아
건강차 효능 중 다이어트 및 디톡스 수요 높아
대기오염 문제로 목 건강 호소 소비자 多

06 전문가인터뷰

- 01. 도라지 제품 및 효능에 대한 인지도 낮아
- 02. 주요 구매 요인은 제품 효능과 주성분 함량
- 03. 진입초기 건강기능식품 전문점 판매 추천

03 유통채널

개인 및 기타 식료품점 64.8%
음식/음료/담배 전문점 21.2%
하이퍼마켓/슈퍼마켓 12.9%
온라인 1.1%

05 세금/관세

한-베트남 FTA 협정세율 0%

04 통관/검역

베트남 식품 수출 위해 사전 심사 필요
필수 취득 인증 無

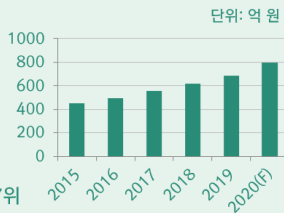


A사 도라지청

베트남 도라지청 시장규모

**과일/허브차
682억 원**

과일/허브차 시장 추후 성장 예상
남동부 지역/홍강 델타 지역 소득액 高
하노이 미세먼지 수치 전 세계 도시 중 7위



베트남 '차(Tea)' 시장과 '과일/허브차' 시장은 지난 5년(2015-2019년)간 11%의 높은 성장률을 기록했으며 추후 꾸준한 성장이 예상됨. 높은 소득 수준을 보이는 지역은 남동부 지역과 홍강 델타 지역이며, 홍강 델타 지역은 인구 규모 또한 1위를 차지함. 또한, 하노이의 평균 미세먼지 수치는 전 세계 도시 중 7위를 차지하여, 호흡기 관련 제품에 대한 수요가 높을 것으로 예상됨

베트남 도라지청 소비특징

**베트남 소비자,
도라지 제품과 효능에 대한
인지도 낮아**

조사 온라인 쇼핑물 내 도라지 식품 미판매
건강차 효능 중 다이어트, 디톡스 효능 수요 高
대기오염으로 인해 목 건강 호소 소비자 多



베트남 소비자의 도라지청 소비 실태 분석을 위해 베트남 온라인쇼핑몰 및 언론매체에 도라지청, 건강차, 생강차/유자차/대추차, 목 관련 키워드를 분석함. 그 결과 베트남 주요 온라인쇼핑몰 내 도라지 관련 제품은 판매되지 않아, 아직 수요가 매우 미미한 편으로 확인됨. 건강차 중 다이어트 및 해독 효과를 강조한 제품이 많았으며, 유자차 대부분이 한국산으로 확인됨. 또한, 상관계수 조사 결과 '목'과 관련하여 기침, 기관지염, 후두염, 대기오염 등이 빈출하여 목 건강에 대한 관심을 확인함

베트남 도라지청 유통채널

**개인 및 기타 식료품점
점유율 64.8%**

베트남 차 유통채널 점유율
개인 및 기타 식료품점, 음식/음료/담배 전문점
하이퍼마켓/슈퍼마켓 순으로 확인



베트남 내 '차(Tea)'의 주요 유통채널은 개인 및 기타 식료품점으로, 64.8%의 압도적인 점유율을 보였으며, 다음으로 음식/음료/담배 전문점 및 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 주요 유통채널로 확인됨. 전문가 인터뷰 결과, 아직 도라지청의 인지도가 미미한 것을 반영하여 (한국산) 건강기능식품 전문매장으로 시장 진입한 후 한민마켓, 슈퍼마켓 등으로 유통채널을 확장할 것을 추천함



Export Insights

베트남 도라지청 유통채널

개인 및 기타 식료품점 점유율 64.8%

베트남 차 유통채널 점유율
개인 및 기타 식료품점, 음식/음료/담배 전문점
하이퍼마켓/슈퍼마켓 순으로 확인



베트남 내 '차(Tea)'의 주요 유통채널은 개인 및 기타 식료품점으로, 64.8%의 압도적인 점유율을 보였으며, 다음으로 음식/음료/담배 전문점 및 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 주요 유통채널로 확인됨. 전문가 인터뷰 결과, 아직 도라지청의 인지도가 미미한 것을 반영하여 (한국산) 건강기능식품 전문매장으로 시장 진입한 후 한인마켓, 슈퍼마켓 등으로 유통채널을 확장할 것을 추천함

전문가 인터뷰

01. 도라지 및 도라지의 효능 인지도 미미
02. 주요 구매 요인, 제품 효능과 성분 함량
03. 진입 초기 (한국산) 건강기능식품 전문점을 통한 유통 추천

전문가 인터뷰 결과 도라지의 낮은 인지도, 건강기능식품 및 건강차 주요 구매 요인, 유통 채널에 대한 답변이 공통적으로 도출됨. 베트남 소비자들의 도라지 인지도와 도라지 효능에 대한 인지도는 매우 미미한 편이나, 인삼 및 홍삼 추출물 등 한국산 건강기능식품에 대한 소비자 선호도는 높은 편으로 확인됨. 건강기능식품 및 건강차의 주요 구매 요인은 맛, 가격 보다는 제품 효능과 주요 성분 함유량임. 도라지의 효능을 알고 있는 소비자와 한국 거주 경험이 있는 소비자가 주 소비층으로 예상되어, 시장 진입 초기 (한국산) 건강기능식품 전문점을 통해 판매한 후 채널 확장하는 것을 추천함

진출제언



Point 01. 베트남 내 도라지와 도라지 효능에 대한 인지도는 매우 미미한 편으로 확인됨. 그러나 대기오염으로 인해 호흡기 질환에 좋은 건강차와 한국산 건강기능식품에 대한 선호도가 높은 편으로, 이는 시장 진입 기회로 작용할 것으로 예상됨

Point 02. 베트남 소비자는 개인의 건강 상태에 따라 건강기능식품을 구매하며, 주요 성분 함량과 실질적인 효과에 대한 관심이 큼. 따라서 도라지 제품 홍보 전 도라지의 효능에 대한 홍보가 병행 및 선행되어야 하며, 높은 도라지 함유량을 주로 홍보할 것을 추천함

Point 03. 현지 경쟁사 제품에 비해 가격이 높은 편이나, 도라지 함유량이 높아 가격은 적절하다는 의견이 다수임

Point 04. 진입 초기 (한국산) 건강기능식품 전문판매점으로 유통한 후, 한인마켓, 슈퍼마켓 등으로 유통채널 넓혀갈 것을 추천함. 직접 제품을 확인하는 경향을 가진 베트남 소비자 특성상 온라인 채널 유통은 추천하지 않음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 「Monthly average income per capita at current prices by residence and by region by Residence and region and Year」, 베트남 통계청(GSO), 2019.
2. 「World air quality report 2019」, IQair, 2019.
3. 베트남 정부(Government of Vietnam), 「No. 43/2017/ND-CP」, 2017
4. 베트남 국회(Vietnam National Assembly), 「Law No. 16/2012/QH13」, 2012
5. 베트남 정부(Government of Vietnam), 「No. 181/2013/ND-CP」, 2013
6. 베트남 정부(Government of Vietnam), 「No. 15/2018/ND-CP」, 2018
7. 한국무역협회(KITA, Korea International Trade Association), 「2020년 베트남 건강보조제산업 현황 및 전망」, 2020

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지(www.portal.euromonitor.com)
2. 외교부 홈페이지(www.mofa.go.kr)
3. 유엔 컴트레이드(UN Comtrade) 홈페이지(www.comtrade.un.org)
4. 스태티스타(Statista) 홈페이지(www.statista.com)
5. 베트남 통계청(GSO) 홈페이지(www.gso.gov.vn)
6. 까우제(Cautre) 홈페이지(www.cautre.com.vn)
7. 탑리스트(Top List) 홈페이지(toplist.vn)
8. 보이스 오브 호치민(Voice of Ho chi Minh) 홈페이지(voh.com.vn)
9. 쇼피(Shopee) 홈페이지(Shopee.com.vn)
10. 디플로맷(the Diplomat) 홈페이지(thediplomat.com)
11. 옴론(Omron) 홈페이지(omron-yte.com.vn)
12. 라자다(Lazada) 홈페이지(www.lazada.vn)
13. 라자다그룹(Lazada Group) 홈페이지(www.lazada.com)
14. 알리바바그룹(Alibaba Group) 홈페이지(www.alibabagroup.com)
15. 더블유세븐뉴스(W7 News) 홈페이지(www.w7news.com)
16. 씨엔에이라이프스타일(CNA Lifestyle) 홈페이지(www.cnalifestyle.channelnewsasia.com)
17. 티키(Tiki) 홈페이지(www.tiki.vn)
18. 베트남인사이드(Vietnam Insider) 홈페이지(www.vietnaminsider.vn)
19. 유고브(Yougov) 홈페이지(www.yougov.com)
20. 아울러(Owler) 홈페이지(www.owler.com)
21. 쇼피(Shopee) 홈페이지(www.shoppee.vn)
22. 브이티브이뉴스(VTV News) 홈페이지(www.vtv.vn)
23. 보소(Voso) 홈페이지(www.voso.vn)
24. 토이바오파이친베트남(Thời Báo Tài Chính Việt Nam) 홈페이지(www.thoibaotaichinhvietnam.vn)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

25. 스타티스타(Statista) 홈페이지(www.statista.com)
26. 브리타니카(Britanica) 홈페이지(www.britannica.com)
27. 테크인아시아(Tech In Asia) 홈페이지(www.techinasia.com)
28. 브이엔익스프레스(VN Express) 홈페이지(www.vnexpress.net)
29. 베트남뉴스(Vietnam News) 홈페이지(www.vietnamnews.vn)
30. 페이스북(Facebook) 홈페이지(www.facebook.com)
31. 가디언(Guardian) 홈페이지(www.guardian.com)
32. 투싸오(2sao) 홈페이지(www.2sao.vn)
33. 데어리팜그룹(Dairy Farm Group) 홈페이지(www.dairyfarmgroup.com)
34. 켄14(Kenh14) 홈페이지(www.kenh14.vn)
35. 캠페인아시아(Campaign Asia) 홈페이지(www.campaignasia.com)
36. 인사이드레테일아시아(Inside Retail Asia) 홈페이지(www.insideretail.asia)
37. 마이가이드베트남(Myguidevietnam) 홈페이지(www.myguidevietnam.com)
38. 메디케어(medicare) 홈페이지(www.medicare.vn)
39. 도우뚜중관(Đầu tư Chứng Khoán) 홈페이지(www.govalue.vn)
40. 통틴디아디엠(Thongtindiadem) 홈페이지(www.dangkykinhdoanh.gov.vn)
41. 에코후르츠(Ecofruits) 홈페이지(www.ecofruits.vn)
42. 동인당(同仁堂) 홈페이지(dongnhandungvietnam.com)
43. 향쓰촨(Hang Sieu Chuan) 홈페이지(www.hangsieuchuan.vn)
44. 베트남 보건부(Ministry of Health) 홈페이지(moh.gov.vn)
45. 베트남 식품안전청(Vietnam Food Administration) 홈페이지(vfa.gov.vn)
46. 베트남 관세청(Vietnam General Customs Office) 홈페이지(customs.gov.vn)
47. 미국 농무부 해외농업서비스(United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Service) 홈페이지(www.fas.usda.gov)
48. 카티(Kati) 홈페이지(www.kati.net)
49. 관세정보법령포털 홈페이지(unipass.customs.go.kr)
50. 두잉비즈니스(Doing Business) 홈페이지(doingbusiness.org)
51. 세계법제정보센터(World Laws Information Center) 홈페이지(world.moleg.go.kr)
52. 한국무역협회(KITA) 홈페이지(www.kita.net)
53. 코리아메이드(Korea Made) 홈페이지(koreamade.vn)
54. 홍섬오케이코리아(Hồng sâm Ok Korea) 홈페이지(hongsam-okkorea.com)
55. 돛년드엉(Đông Nhân Đường) 홈페이지(dongnhandungvietnam.com)
56. 프영란샵(Phuong Lan Shop) 홈페이지(phuonglanshop.com)
57. 엔에스나인(NS9) 홈페이지(ns9buy.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.09.25

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

Copyright 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved.

Printed in Korea