



2020

해외시장 맞춤조사

No. | 202007-53

품목 | 선식(Sunsik)

국가 | 베트남(Vietnam)

구분 | 시장분석형

사업명 : 2020 해외시장 맞춤조사
주관기관 : 한국농수산물유통공사

Contents

I. 요약(Summary)	4
----------------	---

II. 시장규모(Market Size)

1. 베트남 선식 시장규모	13
2. 베트남 선식 수출입 시장규모	14
3. 베트남 선식 소비 시장규모	15

III. 시장트렌드(Market Trend)

1. 베트남 식사대용식품, 다이어트 식품 다수	22
2. 한국식 선식 유사제품 중 쌀 음료 각광	23
3. 베트남 선식 유사제품, 합리적인 가격과 맛이 중요	24
4. 베트남 식사대용식품, 건강에 대한 관심 증가로 인기 부상 중	25

IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 베트남 선식 유통구조	27
2. 베트남 선식 주요 유통업체	28
3. 베트남 선식 B2C 소매채널	30

Contents

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 베트남 선식 인증 취득	51
2. 베트남 선식 사전 절차	53
3. 베트남 선식 라벨 심의	55
4. 베트남 선식 서류 준비	59
5. 베트남 선식 세금 납부	60
6. 베트남 선식 검역 심사 절차	61
7. 베트남 관련 규제 정보	62

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 테저이호안미(Thế Giới Hoàn Mỹ)	64
Interview ② 트엉마이비비티(Thương Mại BBT)	66
Interview ③ 산수엇트엉마이비엠탄(Sản Xuất Thương Mại Việt Hân)	69
Interview ④ 박호아사인(Bách Hóa Xanh)	71
Interview ⑤ 시우티득타인(Siêu thị Đức Thành)	73

VII. 시장진출제언(Export Insights)

※ 참고문헌	78
--------	----

I . 요약(Summary)

Summary

▶ 주요 분석

		수치	전문가 인터뷰	
<p>식사대용식품 (체중조절 및 웰빙식품 시장의 14%)</p>	<p>대한국 수입규모 (對글로벌 수입규모의 2%)</p>	시장규모	체중조절 및 웰빙식품: 6,202억 원 식사대용식품: 859억 원	베트남 식사대용식품 시장, 현지산 및 수입산 경쟁 치열 - 베트남 내 식사대용식품 수요 높지 않아 - 다이어터, 환자 등이 식사대용식품 구매
		수입규모	글로벌: 1,745억 원 한국: 28억 원	
소비 시장규모	식물성 식단 섭취자	11.3%		
	1인당 건강 제품 지출	1만 9,057원		

▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)

		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰	
<p>식사대용식품 유형</p>	<p>식사대용식품 주요 이슈</p>	식사대용식품 유형	체중: 1st / 50건 감량: 2nd / 42건	맛과 가격이 매우 중요한 구매 요인 - 한국산 선호 인지도 미미 - 아침식사 시장 큰 편이나, 곡물음료 이외에도 다양한 선택지 존재
		곡물 제품 구매 후기	맛있는: 1st / 116건 저렴한: 3rd / 74건	
식사대용식품 주요 이슈	체중감량	1st / 25건		
	귀리	2nd / 15건		

▶ 유통 채널

		시장 점유율	전문가 인터뷰
	비(非) 식료품점	41.8%	다양한 아침식사 제품 길거리 시장에서 판매 - 비패스트, 네슬레 등 경쟁제품 슈퍼마켓, 편의점, 미니마켓 같은 다양한 전국적 유통채널 확보
	직접 판매	32.0%	
	온라인	11.0%	
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	6.2%	

▶ 통관 및 검역

		핵심 키워드	전문가 인터뷰	
	인증취득	필수	건강보조식품 GMP 인증	수입업체 진출방식에 따라 일반가공식품이나 건강보조식품으로 분류 - 최근 USD나 ACO 등 유기농 인증 중시하는 소비자 증가 - 건강보조식품은 라벨링에 의약품과 구별되는 표시와 문구 필수
		선택	HACCP, IFS, ISO 22000	
	사전절차	필수	건강보조식품 신고	
		신청 기관	베트남 식품안전청 또는 지방관할청	
	라벨 표기사항		No. 15/2018/ND-CP	
	서류 준비사항		원산지증명서 등 8건	
	세금납부	기본세율	18%	
		협정세율	15%	
		VAT	0-10%	

- ▶Point 01. 식사대용식품 시장 성장 중이나, 한국산 선호에 대한 인지도는 높지 않으며 현지·수입산 제품 경쟁 치열함
- ▶Point 02. 맛과 가격이 매우 중요한 구매 요인이며 체중 감량을 위해 식사대용식품 구매하는 경우 많음
- ▶Point 03. 건강보조식품으로 수출 시 GMP 인증과 사전 신고가 요구됨

Market Size

(시장규모)

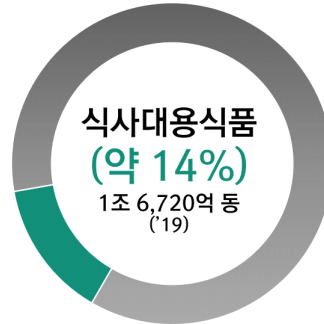
베트남(Vietnam)

선식 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 용도(체중 감량, 건강증진)

- 베트남 체중조절 및 웰빙식품(Weight Management and Wellbeing)¹⁾ 시장규모
..... 12조 660억 동('19)
- 베트남 식사대용식품(Meal Replacement)²⁾ 시장규모
..... **1조 6,720억 동('19)**

(*) Euromonitor International



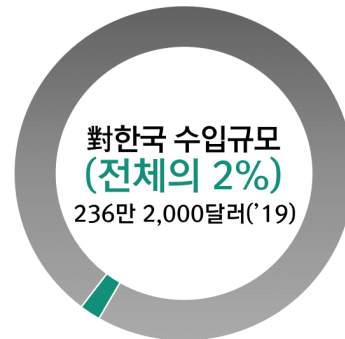
■ 식사대용식품
■ 체중조절 및 웰빙식품

선식 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 형태(가루)

- HS 1901.90³⁾ '가루 및 전분 형태의 조제 식료품' 베트남 對 글로벌 수입규모
..... 1억 4,649만 달러('19)
- HS 1901.90 '가루 및 전분 형태의 조제 식료품' 베트남 對 한국 수입규모
..... **236만 2,000달러('19)**

(*) International Trade Centre



■ 對한국 수입규모
■ 對글로벌 수입규모

선식 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '선식'은 곡물 등 식물성 원료를 이용해 제조한 건강식품임. 이에 베트남 소비자의 채식 선호도와 건강식품 시장규모를 파악하기 위해 '베트남 연령대별 식물성 식단 섭취자 비율' 및 '베트남 연도별 1인당 건강 제품 지출'을 조사함

① 베트남 연령대별 식물성 식단 섭취자 비율('19)

16~24세	10.2%
25~34세	7.7%
35~44세	13.2%
45~54세	12.1%
55세 이상	13.3%

② 베트남 연도별 1인당 건강식품지출 비용('19)

2015년	23만 3,402동
2016년	25만 9,367동
2017년	28만 9,905동
2018년	32만 8,692동
2019년	37만 763동

(*) Statista, General Statistics Office of Vietnam, Euromonitor

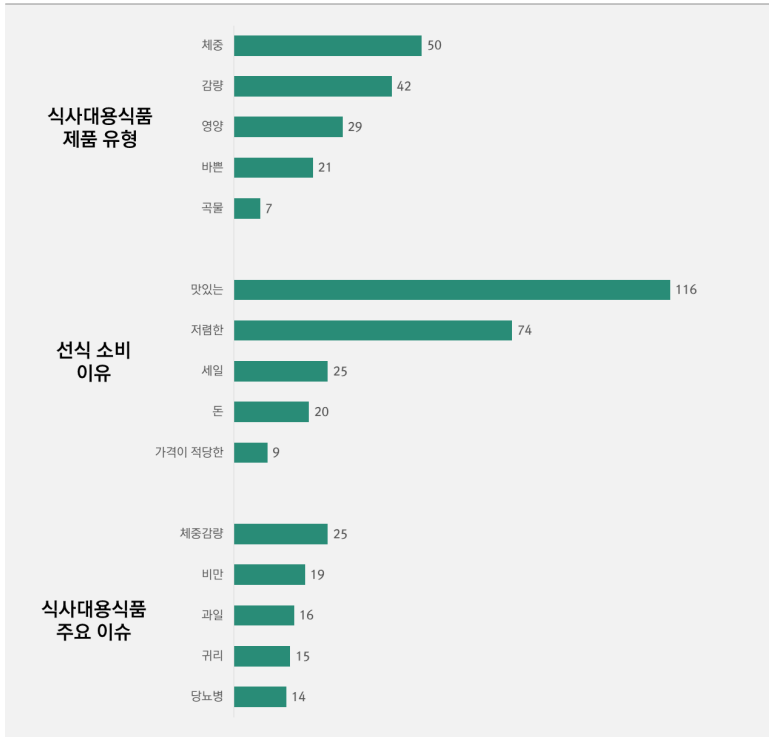
1) 체중조절 및 웰빙식품(Weight Management and Wellbeing): 식사대용식품, 체중 감량 보조제, 다이어트 차 등을 포함함
2) 식사대용식품(Meal Replacement): 체중감량 및 건강을 위해 섭취하는 셰이크, 단백질 파우더, 영양보충제 등을 포함함
3) HS CODE 1901.90: 조사제품 '선식'은 곡물을 가공한 가루 형태의 제품임. 이에 제품의 형태(가루)와 종류(조제 식료품)를 기준으로 '가루 형태의 조제 식료품'인 HS CODE 1901.90을 지표로 설정함

Market Trend

(시장트렌드)

베트남 (Vietnam)

선식 소비실태 분석 결과



■ 베트남 식사대용식품·선식 소비 트렌드

다이어트용 식사대용식품 다수
선식 유사제품 중 쌀 음료 인기
꼭물음료 구매 요인은 맛과 가격



■ 베트남 식사대용식품·선식 소비 트렌드

한국 쌀 음료 진출

‘한국 쌀 음료 베트남 시장 다수 진출’
‘베트남 국민음료로 성장’

꼭물음료 구매 요인

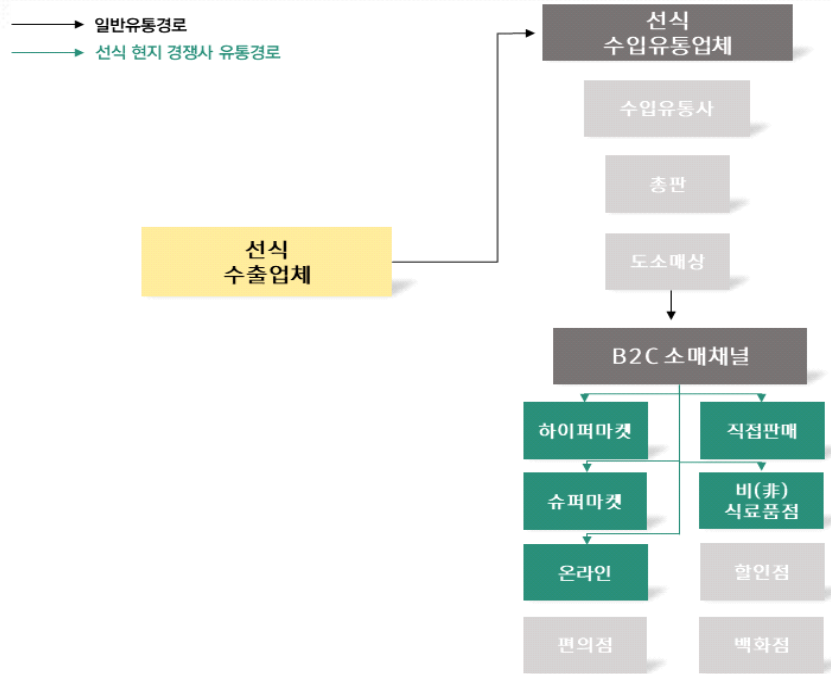
‘주요 구매 요인 가격·맛’
‘아침에 주로 섭취’

건강 관련 수요 증가

‘비만으로 인해 식사대용품 수요 증가’
‘과일채소·곡류가공품 소개’

Distribution Channel

(유통채널)



베트남(Vietnam) 선식 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ⁴⁾⁵⁾	주요 채널 ⁶⁾
B2C 소매 채널	비(非) 식료품점 ⁷⁾	41.8%	메디케어(Medicare), 가디언(Guardian), 파마씨티(Pharmacy), 파노파마씨(Phano Pharmacy), 비스타파마씨(Vistar Pharmacy)
	직접 판매	32.0%	허벌라이프(Herbalife), 오리플레임(Oriflame), 뉴이미지(New Image), 암웨이(Amway)
	온라인	11.0%	티키(Tiki), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	6.2%	콤포마트(Co.op Mart), 롯데마트(Lotte Mart), 이마트(E-Mart), 빈마트(VinMart), 이온몰(イオンモール)

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

- 4) 2020년 기준, 베트남 내 '체중조절 및 웰빙식품(Weight Management and Wellbing)'의 유통채널 점유율임
- 5) '선식'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '체중조절 및 웰빙식품(Weight Management and Wellbing)'의 정보를 확인함
- 6) 채널 분류에 따른 베트남 유통채널로 현지 외국계 기업도 포함됨
- 7) 본 보고서에서 비(非) 식료품점은 드러그스토어, 약국, 기타 비 식료품점을 포괄함

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 - 건강기능식품의 경우, GMP 인증 필수 	(*) 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 불필요 - 식품안전성 공표와 서류 제출로 진행 - 건강기능식품의 경우, 사전 등록 필요 	(*) 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 1901.90-99 사용 • 관세율 15% • 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 Awareness and Preference



- 인터뷰 기업 : 테지이호안미
(Thế Giới Hoàn Mỹ)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Hang
(Owner)

베트남 내 한국 선식의 인지도는 낮음

베트남 시장에 아직 한국 선식은 잘 알려지지 않았습니다. 베트남에서는 미국, 유럽, 호주 등의 수입 식사대용식품의 시장 점유율이 높으며 특히 허벌라이프 (Herbalife) 제품의 선호도가 가장 높습니다.

소비자는 식사대용식품의 가격을 가장 중시

식사대용식품의 주 소비자는 다이어터와 환자로, 수요가 매우 한정적입니다. 베트남 소비자들은 가격을 가장 중요시하기 때문에 다양한 브랜드 및 제품들의 가격을 비교한 후 구매합니다.

Market Preference and Price



- 인터뷰 기업 : 트엠마이비비티
(Thương Mại BBT)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Huong
(Marketing Manager)

음료보다는 분말 및 셰이크 형태가 인기

베트남에서는 분말 한 스푼을 사용하면 음료 제품 하나와 같은 용량을 마실 수 있기 때문에 음료 형태보다 가격이 더 저렴한 분말 및 셰이크 형태가 더욱 인기 있습니다.

500g에 만 원 정도의 가격이 적절

식사대용식품은 원산지, 성분, 타겟 소비자층, 브랜드 평판에 따라 제품의 가격이 결정됩니다. 만약 A사의 제품이 저소득층 및 중소득층을 타겟으로 한다면 500g에 만 원 정도의 가격이 적당할 것으로 생각합니다.

Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 산수엣트엠마이비엠탄
(Sản Xuất Thương Mại Việt Hàn)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Thuy
(Sale staff)

곡물음료의 시장규모가 가장 큼

다이어트용 음료(Diet Drink), 유아/노인 유동식(Children/elders Nutritional Drink), 곡물음료(Cereal Drink) 중 곡물음료(Cereal Drink)가 다양한 소비자들을 대상으로 판매를 진행하고 있어 가장 큰 시장규모를 가지고 있습니다.

베트남에서는 아침 식사를 매우 중요시함

베트남 사람들은 아침 식사를 매우 중요하게 생각하기 때문에 아침 식사 시장의 규모는 매우 큽니다. 베트남에서는 아침에 주로 쌀국수(Pho), 떡, 샌드위치 등을 먹는 편이며, 라면 등의 가공식품을 먹기도 합니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Trend and Strategy



- 인터뷰 기업 : 박호아사인
(Bách Hóa Xanh)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Huong
(Store manager)

베트남 내 곡물음료 시장의 경쟁은 치열

베트남 소비자들의 아침 식사 소비 습관으로 볼 때 곡물음료 시장의 성장 잠재력은 크지 않으나, 꾸준히 성장할 가능성은 있습니다. 한국 제품도 베트남 시장으로의 진출 가능성이 있지만, 현재 곡물음료 시장의 경쟁은 매우 치열합니다.

특별한 성분을 셀링 포인트로 설정하는 것이 효과적

베트남 내 곡물음료는 주로 쌀, 보리, 옥수수, 콩 등의 4가지 성분으로 이루어져 있어 콜라겐이나 멸치, 홍삼 등이 함유된 A사 제품의 성분을 주력 셀링 포인트로 설정하는 것이 마케팅에 가장 효과적일 것입니다.

Market Demand and Strategy



- 인터뷰 기업 : 시우티득타인
(Siêu thị Đức Thành)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Cuong
(Purchasing manager)

식사대용식품의 품목별로 시장 특징이 상이함

다이어트용 음료는 주로 여성들이 체중조절을 위해 섭취하며 유동식은 노인, 아이들, 환자를 타깃 소비층으로 판매됩니다. 곡물음료는 소비자 전체를 대상으로 한 아침 식사 제품이기 때문에 가격이 가장 저렴합니다.

아침 식사 제품으로써 곡물음료의 수요는 높지 않음

베트남 소비자는 아침 식사를 매우 중요하게 생각하기 때문에 고칼로리의 음식으로 매우 푸짐하게 차려 먹고 점심, 저녁 등의 식사는 간단하게 적은 양을 먹습니다. 그러므로, 베트남 내 아침 식사로의 곡물음료의 수요는 높지 않으며 주로 젊은 여성 소비자들끼리 체중조절과 영양섭취를 위해 먹거나 식사 준비에 많은 시간을 쏟을 수 없는 주부들이 구매합니다.

II. 시장규모(Market Size)

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

1. 베트남 선식 시장규모

조사 시장: 조사제품 선식은 칼로리를 낮춘 식사대용식품이며 체중 감량과 건강증진에 도움을 주는 제품임. 이에 제품의 용도를 기준으로 '식사대용식품' 시장과 상위품목인 '체중조절 및 웰빙식품' 시장의 규모를 확인함

베트남 국가 일반 정보¹⁰⁾

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

▶ 2015-2019년, 베트남 '체중조절 및 웰빙식품' 시장규모, 연평균성장률 19%

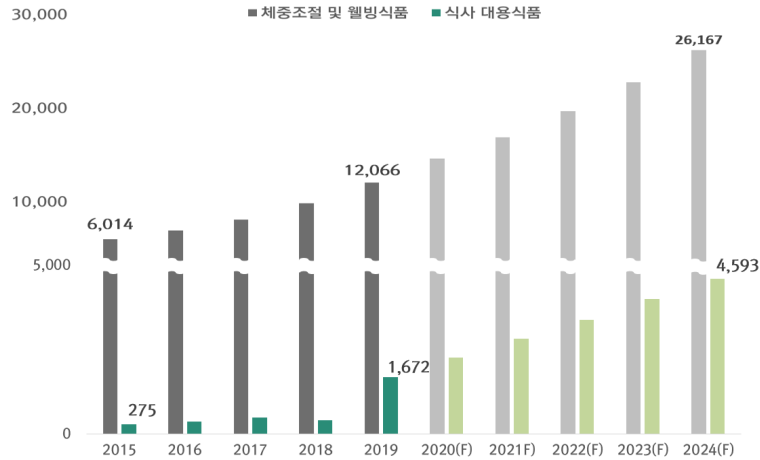
지난 5년(2015-2019년)간 베트남의 '체중조절 및 웰빙식품' 시장규모는 연평균 19%의 성장률을 보이며 2019년 12조 660억 동을 기록함. 동기간 '식사대용식품' 시장규모는 연평균 57% 증가하여 2019년 1조 6,720억 동을 기록함

▶ 2020-2024년, 베트남 '식사대용식품' 시장규모, 연평균성장률 19% 예상

향후 5년(2020-2024년)간 베트남 '식사대용식품' 시장규모는 연평균 19%의 성장률을 보이며 2024년에는 4조 5,930억 동을 기록할 것으로 예상됨. 동기간 '체중조절 및 웰빙식품' 시장규모는 연평균 16%의 성장률을 보이며 2024년 26조 1,670억 동을 기록할 것으로 예측됨

[표 2.1] 베트남 '체중조절 및 웰빙식품', '식사대용식품' 시장규모⁸⁾⁹⁾

단위 : 십억 동



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR ('15-'19)
상위 체중조절 및 품목 웰빙식품	6,014 (3,091억 원)	6,914 (3,554억 원)	8,091 (4,159억 원)	9,845 (5,060억 원)	12,066 (6,202억 원)	19%
해당 식사 품목 대용식품	275 (141억 원)	365 (188억 원)	491 (252억 원)	394 (500억 원)	1,672 (859억 원)	57%
전망	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	CAGR ('20-'24)
상위 체중조절 및 품목 웰빙식품	14,631 (7,382억 원)	16,880 (8,676억 원)	19,643 (1조 96억 원)	22,756 (1조 1,670억 원)	26,167 (1조 3,450억 원)	16%
해당 식사 품목 대용식품	2,257 (1,160억 원)	2,821 (1,450억 원)	3,385 (1,740억 원)	3,994 (2,053억 원)	4,593 (2,361억 원)	19%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

8) 100동=5.14원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

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

2. 베트남 선식 수출입 시장규모

HS CODE 1901.90: 조사제품 '선식'은 곡물 및 채소를 바탕으로 한 가루 형태의 제품임. 이에 제품의 형태(가루)와 종류(조제 식료품)를 기준으로 '가루 및 전분 형태의 조제 식료품'인 HS CODE 1901.90을 지표로 설정함

▶ 2015-2019년, 베트남 對글로벌 수입액 연평균 1% 감소세

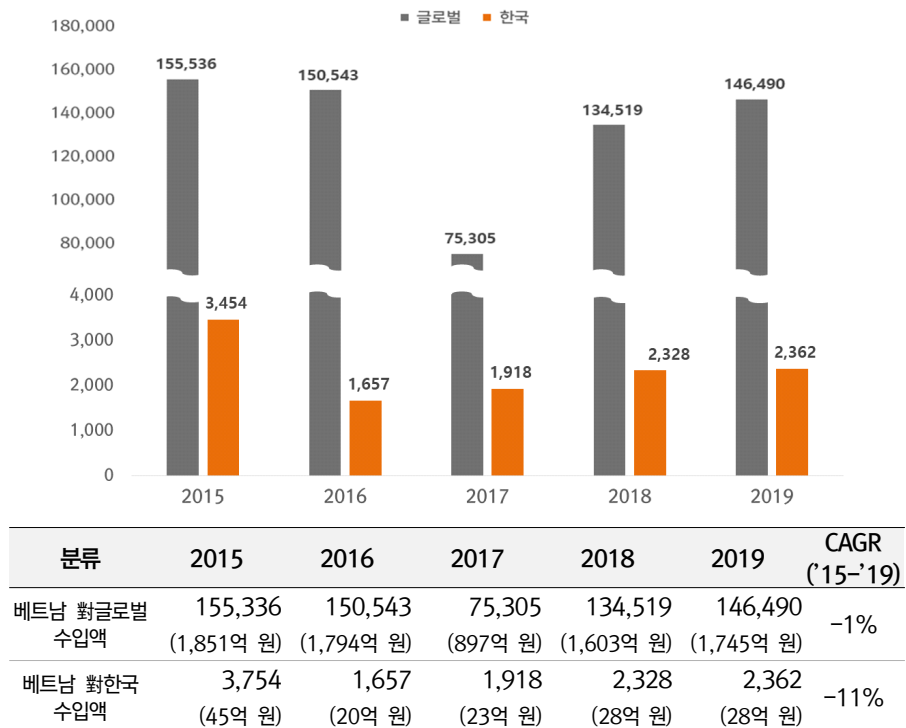
베트남 HS CODE 1901.90 품목의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 1%의 감소세를 보이며 2019년 1억 4,649만 달러를 기록함. 베트남의 HS CODE 1901.10 품목 수입상대국 1위는 싱가포르로 확인되며 2019년 기준 베트남 전체 수입액의 약 35%인 5,051만 3,000달러(약 601억 8,188만 원)를 차지함¹¹⁾

▶ 2015-2019년, 베트남 對한국 수입액 연평균 11% 감소세

베트남 HS CODE 1901.90 품목의 對한국 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 11%의 감소세를 보이며, 2019년 236만 2,000달러를 기록함. 2016년부터 HS CODE 1901.90 품목의 對한국 수입규모는 지속적인 상승세를 보였으며, 2019년 기준 베트남 對글로벌 수입국 중 9위를 기록함

[표 2.2] 베트남 HS CODE 1901.10 수입규모¹²⁾¹³⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 1901.10 기준

11) 자료: ITC 홈페이지(www.trademap.org)

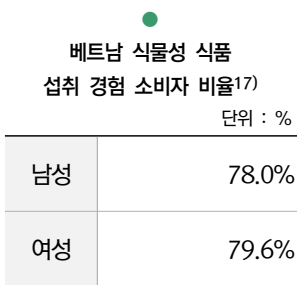
12) 1달러=1,191.40원 (2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 베트남 선식 소비 시장규모

조사제품 '선식'은 곡물 등 식물성 원료를 이용해 제조한 건강식품임. 이에 베트남 소비자의 채식 선호도와 건강식품 시장규모를 파악하기 위해 '베트남 연령대별 식물성 식단 섭취자 비율' 및 '베트남 연도별 1인당 건강 제품 지출'을 조사함

1) 베트남 연령대별 식물성 식단 소비 빈도



자료 : 스태티스타(Statista)



자료 : 스태티스타(Statista)

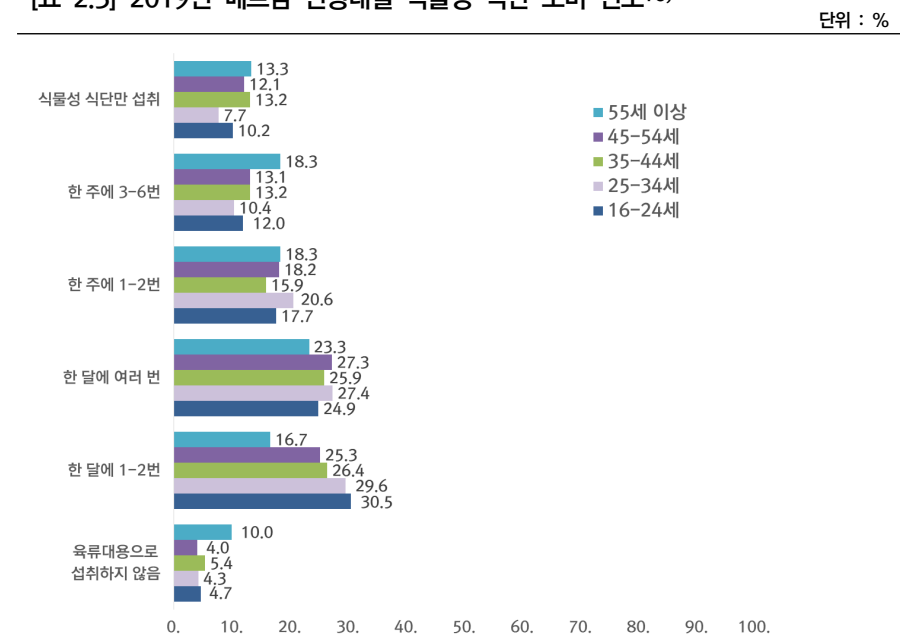
▶ 2019년 베트남 식물성 식단을 섭취하는 인구 11.3%

시장조사기관 스태티스타(Statista)의 설문조사 결과에 따르면, 2019년 16-24세의 10.2%, 25-34세의 7.7%, 35-44세의 13.2%가 오직 식물성 식단을 소비한다고 응답함. 또한 같은 설문조사에서 식물성 식품 섭취 경험의 경우 여성이 79.6%로 남성의 보다 1.6%포인트(p) 높은 것으로 드러났음

▶ 건강을 위해 식물성 식품을 구매한다고 답한 응답률 64%

스태티스타의 설문조사 결과에 따르면, 설문조사 대상 중 건강을 위해 식물성 식품을 구매한다고 답한 비율이 64%로 다른 응답지에 비해 가장 높게 조사됨.¹⁴⁾ 또한 응답자 중 식물성 우유를 구매해본 경험이 있다고 대답한 비율이 86%로 가장 높았으며, 다음으로 유제품이 아닌 치즈나 요거트 구매 경험 응답률이 42%, 식물성 과자 및 디저트 구매 경험 응답률은 36%로 확인됨¹⁵⁾

[표 2.3] 2019년 베트남 연령대별 식물성 식단 소비 빈도¹⁶⁾



자료 : 스태티스타(Statista)

14) 자료 : 스태티스타(Statista), 「Factors for choosing plant-based food in Vietnam 2019」, 2019

15) 자료 : 스태티스타(Statista), 「Types of plant-based foods consumed in Vietnam 2019」, 2019

16) 자료 : 스태티스타(Statista), 「Frequency of consuming plant-based food among Vietnamese in 2019, by age」, 2019

17) 자료 : 스태티스타(Statista), 「Share of plant-based food consumers in Vietnam in 2019, by gender」, 2019

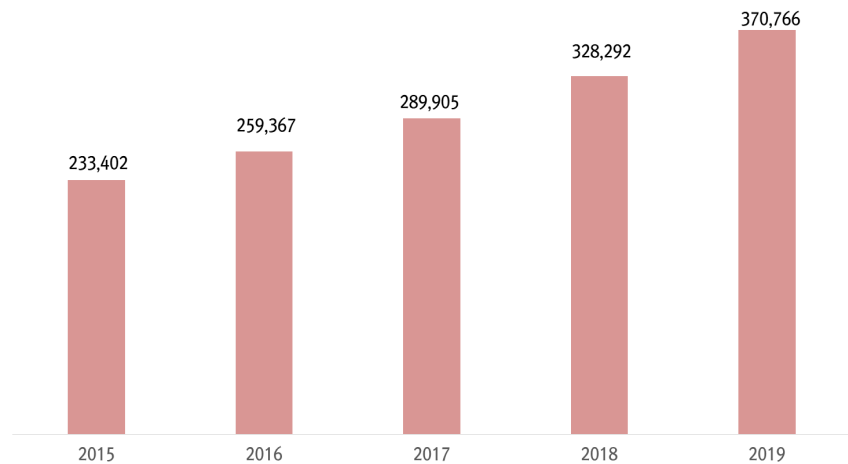
▶ 2019년 베트남 1인당 건강 제품 지출 37만 766동

2) 베트남 연도별 1인당 건강 제품 지출

시장조사기관 유로모니터(Euromonitor)에 따르면, 베트남의 건강 제품¹⁸⁾ 시장은 해마다 꾸준히 증가하여 2019년에는 35조 7,725억 동(약 1조 8,387억 원)을 기록함. 이와 더불어 2019년 베트남 국민 1인당 건강 제품 지출은 37만 766동(약 1만 9,057원)으로 추산됨. 베트남에서의 1인당 건강 제품 지출은 건강 제품 시장규모의 증가에 힘입어 지난 5년(2015-2019년)간 상승세로 확인되었으며, 12%의 연평균성장률을 기록함

[표 2.4] 베트남 연도별 1인당 건강 제품 지출¹⁹⁾²⁰⁾

단위 : 10억 동, 천 명, 동



분류	전체 소비액(10억 동)	인구(천 명)	1인당 구매 지출비용(동)
2015	21,406	91,713	233,402
2016	24,042	92,695	259,367
2017	27,156	93,672	289,905
2018	31,116	94,666	328,692
2019	35,773	96,484	370,766

자료 : 유로모니터(Euromonitor), 베트남통계청(GSO)

18) 건강 제품 : 일반의약품(OTC), 비타민 및 식이 보조제(비타민), 스포츠 영양식품(Sports Nutrition), 체중 조절 식품, 웰빙 관련 식품을 포함함

19) 조사방법 : 해당 연도에 베트남에서 소비된 건강 제품 규모를 해당 연도의 베트남 인구 총수로 나눈 값

20) 자료 : 베트남통계청(General Statistics Office of Vietnam), 「Area, population and population density by province」, 2019

Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 베트남 식사대용식품, 다이어트 식품 다수
2. 한국식 선식 유사제품 중 쌀 음료 각광
3. 베트남 선식 유사제품, 합리적인 가격과 맛이 중요
4. 베트남 식사대용식품, 건강에 대한 관심 증가로 인기 부상 중

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

●
데이터 수집
소스원

(베트남 매체 20개)

농식품
(기사, 포스팅, 댓글)



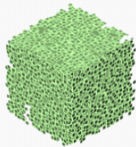
데이터 수집
66,404건

- ① 베트남 선식 관련 기사 데이터 수집(*)
◦ 수집원 : 베트남 온라인 쇼핑몰, 언론매체
- ② 베트남 선식 관련 소비자 데이터 수집(*)
◦ 수집원 : Lazada(www.lazada.vn)
emdep(emdep.vn)
vnexpress(vnexpress.net)

●
데이터 분류
키워드집

(선식 연관 키워드집)

식사대용품, 선식
(검색어)

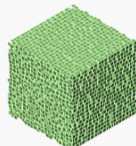


데이터 정제
2,013건

- ① 수집 데이터 정의
◦ 수집 키워드 : 식사대용품(Thay thế bữa ăn), 선식(Ngũ cốc nóng, Thức uống ngũ cốc)
- ② 수집 데이터 정제
◦ 정제 데이터 추출 : 선식 관련 데이터 2,013건 추출

●
데이터 분석
(연관어 분석)

연관어 분석
(시장 트렌드 분석)



데이터 분석
선식
소비 실태 분석

- ① 데이터 분석 배경 및 목적
◦ 베트남 선식 소비 실태 분석
- ② 데이터 분석 기법 선정
◦ 키워드 분석
◦ 선식 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

1) 데이터 수집

● 데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.08
수집 데이터	66,404건

데이터 정제

정제 키워드	식사대용식품 (Thay thế bữa ăn) 선식 (Ngũ cốc nóng, Thức uống ngũ cốc)
정제 데이터	2,013건

○ 데이터 수집

- 베트남 온라인 쇼핑몰, 뉴스매체 리스트

[표 3.1] 베트남 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Lazada	www.lazada.vn	온라인 쇼핑몰
02	Shopee	shopee.vn	온라인 쇼핑몰
03	Tiki	tiki.vn	온라인 쇼핑몰
04	Cafe Style	cafestyle.yes24.vn	언론매체
05	2sao	2sao.vn	언론매체
06	Afamily	afamily.vn	언론매체
07	Amthuc365	www.amthuc365.vn	언론매체
08	Phunuvietnam	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

○ 데이터 분석 키워드집

- 베트남 선식 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 베트남 선식 관련 매체 리스트



현지 온라인 쇼핑몰
인기 선식 특징

현지 언론매체
식사대용품 관련 이슈

현지 언론매체
식사대용품 관련 이슈

키워드 ①	쌀 음료 인기	키워드 ①	체중감량	키워드 ①	비만
키워드 ②	한국 제품 진출	키워드 ②	곡물 기반 제품	키워드 ②	과일 소재
키워드 ③	여성	키워드 ③	견과류	키워드 ③	체중 감량
키워드 ④	아침	키워드 ④	디톡스	키워드 ④	아침

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 베트남 선식 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 베트남 선식 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)	
참여 기업	한국 참여기업 사용 키워드		의미	베트남어	참여기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	식사대용 식품	식사대용식품	Thay thế bữa ăn	0	0
			가정 식사대용식품	HMR		0
			다이어트	Chế độ ăn		0
			견과류	Hạt		0
			체중감량	giảm cân		0
			슬림	mảnh khảnh		0
			디톡스	Cai nghiện		0
			오트	Yến mạch		0
			포로틴	Chất đạm		0
			곡물	ngũ cốc	0	0
		선식	선식	Ngũ cốc nóng	0	0
				Thức uống ngũ cốc	0	0
		유기농	hữu cơ		0	
		파우더	Bột		0	
		음료	Uống		0	
		식이섬유	Chất xơ		0	
		아침	Bữa ăn sáng	0	0	
		체중감량	giảm cân		0	
		슬림	mảnh khảnh		0	
		현미	gạo lứt		0	
		귀리	yến mạch		0	
		그레놀라	Yến mạch cán nhỏ		0	

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 베트남 선식 소비실태 분석

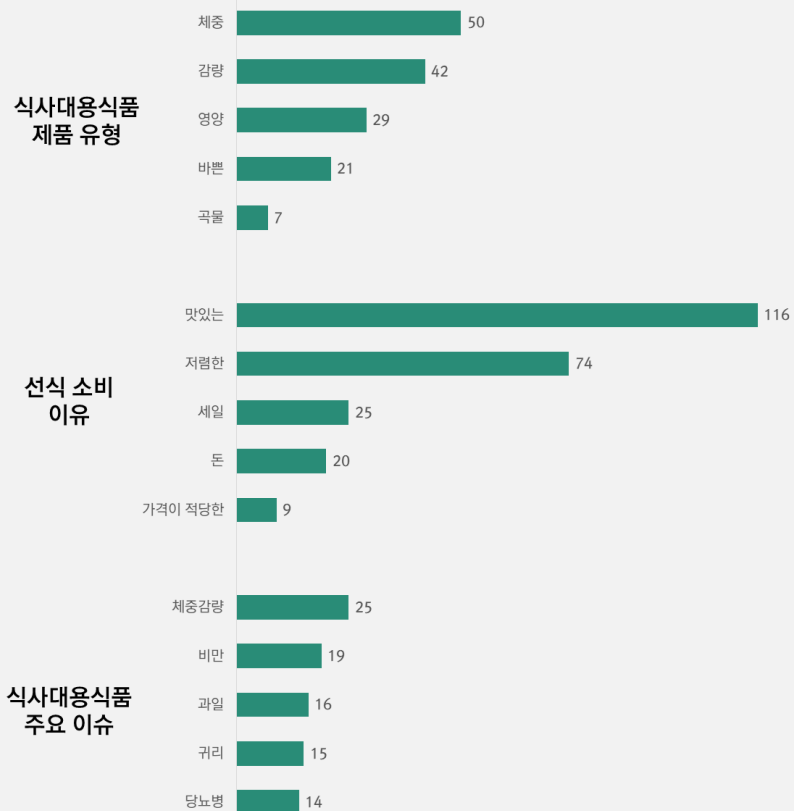
- ① 베트남 내 인기있는 식사대용식품 유형
- ② 베트남 내 한국산 선식(한국산 식사대용식품) 인지도
- ③ 베트남 내 선식 구매 요인
- ④ 베트남 내 식사대용식품 주요 이슈

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

- ① 온라인 쇼핑물, 구매후기, 언론매체 ‘식사대용식품’ 연관어 분석
- ② 온라인 쇼핑물, 구매후기, 언론매체 ‘한국 선식·식사대용식품’ 키워드 분석
- ③ 온라인 쇼핑물, 구매후기, ‘선식’ 구매 요인 키워드 분석
- ④ 온라인 쇼핑물, 구매후기, 언론매체 ‘식사대용식품’ 주요 이슈 분석

[베트남 선식 연관어 분석 결과]



1. 베트남 식사대용식품, 다이어트 식품 다수

베트남 곡물 기반 식사대용식품



제품명	키토 잇 시리얼 식사대용
판매가	12,000 VND (약 617원 ²¹⁾)
용량	25g
특징	· 아미노산 등 필수 영양소가 함유되어있음 · 식사대용제품으로 체중감량의 효과가 있음

자료 : 쇼피 베트남
(shopee.vn)

▶ 베트남 식사대용식품, 다이어트 식품 다수

베트남 온라인 쇼핑몰에서 유통되는 식사대용식품의 유형을 분석한 결과 ‘체중’, ‘영양’, ‘슬림’, ‘다이어트’ 등 건강과 미용에 관련된 키워드가 빈출했으며 다이어트 목적의 제품이 다수 확인됨. 또한 ‘바쁜’, ‘아침’ 등의 키워드를 통해 제품의 편의성이 구매 요인에 포함됨을 알 수 있음. 실제로 판매되는 제품의 대다수는 과일이나 허브를 함유한 차(Tea) 제품이나 단백질 셰이크와 같이 간편하게 섭취할 수 있는 음료, 혹은 음료 분말과 베이스임

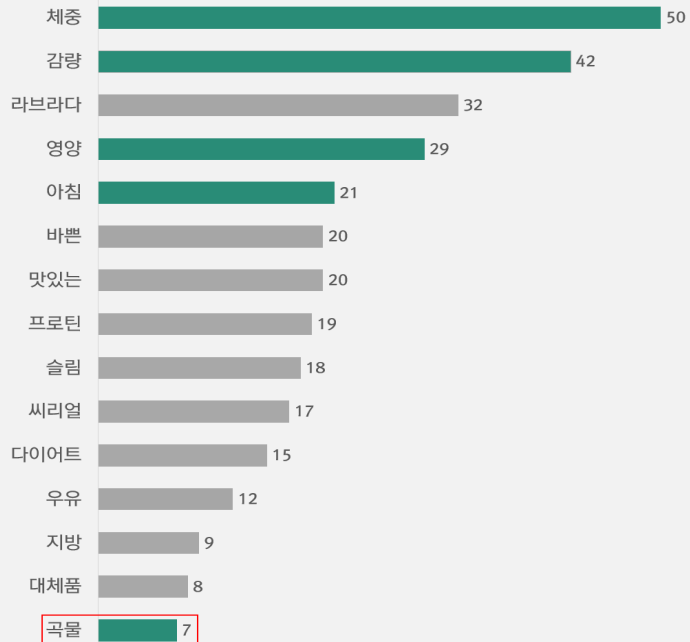
▶ 곡물 기반의 식사대용식품도 일부 확인

베트남 온라인 쇼핑몰을 통해 판매되는 식사대용식품의 종류를 분석했을 때 단백질 식품, 차뿐만 아니라 곡물로 제조한 식사대용식품 역시 일부 확인되었음. 시리얼, 분말 등 다양한 형태의 곡물로 만든 식사대용식품이 유통되고 있음. 고구마, 귀리, 대두 등의 곡물 원료에 비타민, 콜라겐, 칼슘 등 다양한 영양소를 첨가하여 한 제품만으로도 균형 잡힌 영양소 섭취가 가능하도록 함

▶ 베트남 식사대용식품 유형 분석

① 다이어트 식품 ② 곡물 식사대용식품 일부 확인

[표 3.4] 베트남 식사대용식품 유형 분석



자료 : 베트남 온라인 쇼핑몰·구매후기·뉴스매체 ‘식사대용식품’ 1,019건 분석 (18.01 - 20.08)

21) 100동=5.14원 (2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 한국식 선식 유사제품 중 쌀 음료 각광

● 한국 쌀 음료를 구입하는 베트남 소비자



자료 : 조선비즈
(biz.chosun.com)

▶ 한국 쌀 음료, 베트남 시장 다수 진출

베트남 현지 시장에 진출한 한국 곡물 음료를 분석한 결과 B사의 쌀 음료가 다수 진출해있으며 현지 수요가 높음을 확인함. B사의 A제품은 2014년 처음 베트남에 진출한 이후 2017년 기준 연평균 104%의 성장률을 기록하여 큰 성공을 거두었음. 전문가들은 베트남인에게 친숙한 재료인 쌀이 주요 성분인 것과 베트남 사람들이 선호하는 단 맛이 현지에서 인기를 끌 수 있던 요인이라고 분석함²²⁾

▶ 한국 쌀 음료, 베트남 시장의 국민 음료로 자리매김

한국 쌀 음료는 현지에서 ‘모닝라이스’라는 이름으로 판매되고 있으며 베트남 1위 편의점 업체 서클케이, 대형마트 빈마트와 빅시마트 등에 입점하여 유통되고 있음. 1.5L 기준 한화 3,000-4,000원의 높은 가격에 판매되고 있으며 세계적인 브랜드 코카콜라의 약 5배에 달하는 가격임에도 인기가 높음. 특히 고소득층과 젊은층이 ‘고급스럽고 건강한 음료’인 한국 쌀음료의 주요 소비층임²³⁾

▶ 베트남 내 진출해 있는 한국 선식 유사제품

① B사 쌀 음료 인기 ② 쌀 성분과 단 맛이 인기 요인

[표 3.5] 베트남 온라인 쇼핑몰 한국 선식 유사제품 판매자료

이미지	제품명	가격	특징
	아침 햇살	115,000동 (약 5,911원)	- 쌀로 만든 몸에 좋은 음료 - 한국 전통 음료로 자극적이지 않으며 소화에 도움이 됨
	호두, 아몬드 울무차	250,000동 (약 12,850원)	- 견과류를 함유하여 더 맛있고 건강한 제품 - 우유나 물에 섞어 마시는 분말 제품
	체중감량용 식사대용 셰이크	200,000동 (약 10,280원)	- 식욕을 빠르게 저하시켜주는 체중감량용 식사대용식품 - 고구마, 오트밀 등 다양한 곡물 혼합 분말

자료 : 쇼피(www.shopee.vn)

22) 한국경제, 「베트남인에게 익숙한 쌀과 단맛으로 시장 공략한 ‘아침햇살’」, 2019.02.25

23) 비즈조선, 「‘아침햇살’이 베트남에 뚝했습니다」, 2018.04.05

3. 베트남 선식 유사제품, 합리적인 가격과 맛이 중요

베트남 소비자 선식 유사제품 구매후기

- 맛이 좋아 우유 대신 꾸준히 마시고 있는 제품이다
- 곡물의 고소한 맛이 좋고 영양소가 풍부해 아침으로 먹기 좋다

자료 : 쇼피 베트남
(shopee.vn)

▶ 베트남 곡물 제품, 합리적인 가격과 맛이 중요

베트남 온라인 쇼핑몰에서 유통되는 한국의 선식은 확인된 바가 없었으나 매우 유사한 현미, 귀리, 맥아, 대두 등 다양한 곡물로 만들어진 곡물 파우더, 곡물 음료 등이 확인됨. 곡물 제품 소비자들의 구매 요인을 분석한 결과, ‘맛있는’, ‘저렴한’ 등의 키워드가 빈출했으며 전반적으로 가격이 낮을수록 제품 만족도가 높았음. 특히 가격이 훨씬 저렴하면서도 배송 과정에서 품질이 손상되지 않는다는 점에서 온라인으로 구매하는 것을 선호하는 소비자들이 많았음

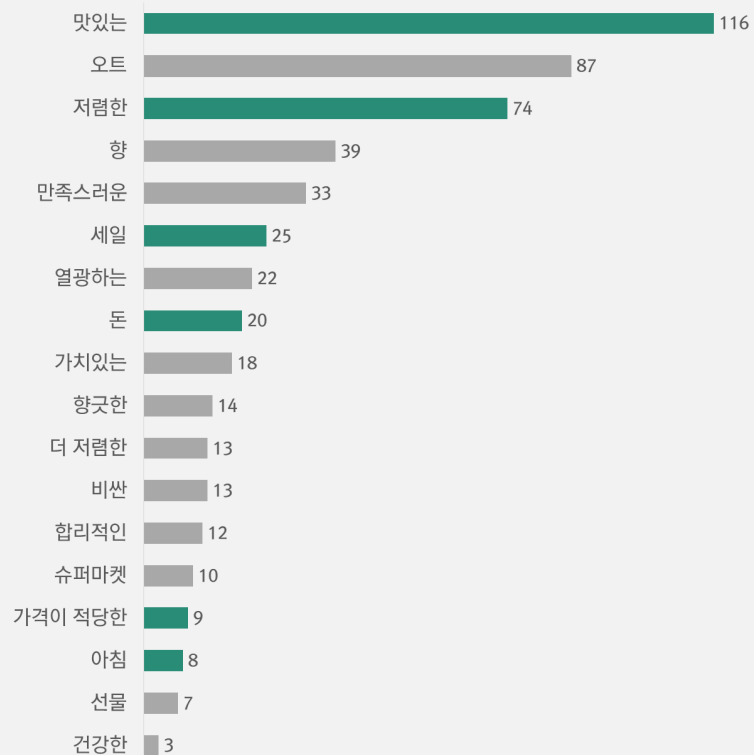
▶ 베트남 곡물 제품, 간식이나 아침식사 대응으로 섭취

‘우유를 싫어하는 아이를 위한 건강하고 달콤한 음료이다’, ‘맛이 아주 좋는데 섬유질도 풍부하다니 더욱 만족스럽다’ 등 곡물음료의 고소하고 단맛과 영양성분에 대한 구매 후기가 다수 확인됨. 곡물 제품은 주로 간식이나 식사대용으로 섭취하며 바쁜 아침에 간편식으로 이용하는 경우가 많음

▶ 베트남 곡물 제품 구매 요인

① 맛·가격 ② 아침 대응식품

[표 3.6] 베트남 곡물 제품 구매후기 키워드



자료 : 베트남 온라인 쇼핑몰 구매후기 ‘곡물 제품’ 955건 분석 (18.01 - 20.08)

4. 베트남 식사대용식품, 건강에 대한 관심 증가로 인기 부상 중

▶ 베트남 성인병, 비만환자 증가로 식사대용식품 부상

베트남은 비만율이 2.1%로 세계에서 가장 낮은 국가지만 최근 비만 인구가 급격히 증가하는 추세임. 비만을 상승으로 만성질환이나 성인병 환자가 증가하고 있으며 이에 따라 체중 감량 및 관리에 대한 경각심이 높아지고 있음. 식사 대신 저지방 고단백 식품이나 섬유질이 풍부한 제품으로 식사를 대체하는 경우가 늘고 있기 때문에 식사대용식품 시장이 추후 성장할 것으로 예상됨

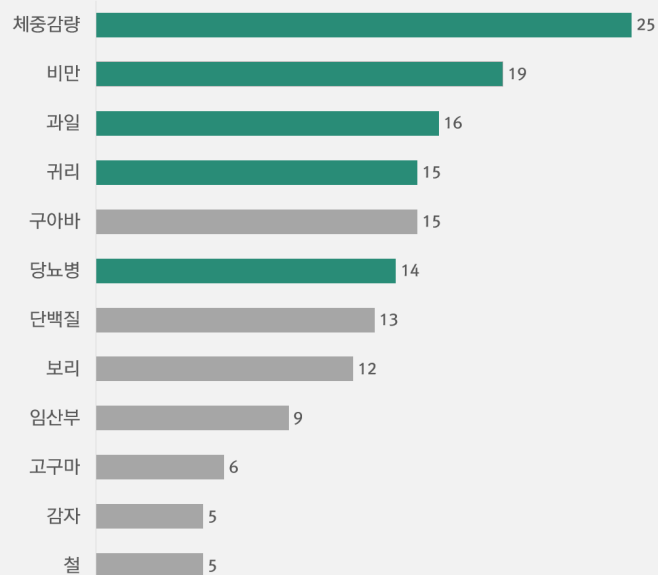
▶ 베트남 언론기사, 식사대용식품으로 곡물가공품 언급

베트남 현지 언론에서는 최근 베트남 내의 다이어트에 대한 인식이 높아지면서 올바른 다이어트 방법에 대해 알리는 경우가 많음. 한 언론기사에서는 굵아서 체중을 감량하는 것이 대표적으로 잘못된 다이어트 상식임을 꼬집으며 다양한 곡물이나 과일 등의 식품으로 식사를 대체하는 것이 효과적이라는 기사를 게재 함.²⁴⁾ 식사대용 곡물은 포만감을 불러와야 하며, 당 지수인 GI수치가 낮고 체중감량에 도움이 되는 성분이 함유되어 있어야한다는 내용이 확인됨

▶ 베트남 식사대용식품 주요 이슈

① 다이어트·성인병 ② 곡물·과일

[표 3.7] 베트남 식사대용식품 주요 이슈



자료 : 베트남 뉴스매체 '식사대용식품' 기사 39건 분석 (18.01 - 20.08)

24) 켄14(Kenh14), 「5 loại thực phẩm có thể thay thế bữa chính, ăn đến no căng mà vẫn giảm được cân», 2020.03.03

IV. 유통채널(Distribution Channel)

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

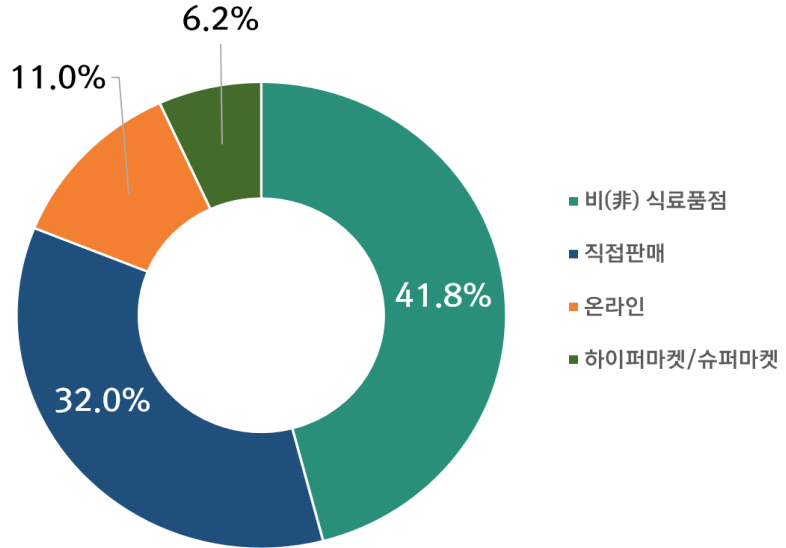
1. 베트남 선식 유통구조

품목 구분 및 분류

품목	선식
구분	식사대용식품
범주	체중조절 및 웰빙식품 (Weight Management and Wellbeing)

- ▶ 베트남 선식 주요 채널
'비(非) 식료품점(41.8%), 직접 판매(32.0%), 온라인(11.0%)'

[표 4.1] 베트남 선식 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 베트남 선식 유통채널 현황

채널 유형	선식 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	비(非) 식료품점	41.8%	메디케어(Medicare), 가디언(Guardian), 파마씨티(Pharmacity), 파노파마씨(Phano Pharmacy), 비스타파마씨(Vistar Pharmacy)
	직접 판매	32.0%	허벌라이프(Herbalife), 오리플레임(Oriflame), 뉴이미지(New Image), 암웨이(Amway)
	온라인	11.0%	티키(Tiki), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)
	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	6.2%	콤포마트(Co.op Mart), 롯데마트(Lotte Mart), 이마트(E-Mart), 빈마트(VinMart), 이온몰(イオンモール)

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

2. 베트남 선식 주요 유통업체

- ▶ 비(非) 식료품점, 직접 판매, 온라인이 대표적
- ▶ 추가로 아시안마트, 편의점에서 유사제품 판매가 확인되어 조사채널에 포함함

[표 4.3] 베트남 선식 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ^{25)26), 매장 수)}	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	메디케어 (Medicare)	드러그스토어	매장 수('19): 84개	옵티멈뉴트리션 (Optimum Nutrition), 탑(Top)	0
2	파마씨티 (Pharmacy)	드러그스토어	약 4,870억 동 (약 2조 5,031억 원)	네이처스웨이 (Nature's Way), 퀘이커스(Quaker's), 지앤씨(Gnc)	0
3	가디언 (Guardian)	드러그스토어	약 38억 8,570만 달러 (약 4조 6,570억 원)	동아(Dông Á)	0
4	쇼피 (Shopee)	온라인	약 8억 2,265만 달러 (약 9,859억 4,602만 원)	비티안(Vitian), 보비타(Vovita), 오르게인(Orgain)	0
5	라자다 (Lazada)	온라인	약 29억 1,400만 달러 (약 3조 4,924억 원)	알에스피(Rsp), 바디맥스(Body Max)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

25) 1달러=1,191.40원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

26) 100동=5.14원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	이온몰 (イオンモール)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 3억 2,200만 달러 (약 3,859억 1,700만 원)	울티메잇뉴트리션 (Ultimate Nutrition), 탑(Top)	0
7	빈마트 (Vin Mart)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	29조 7,022억 동 (약 1조 5,326억 원)	애벗(Abbott), 비나밀크(Vinamilk), 티에이치(Th)	0
8	사쿠코스토어 (Sakuko Store)	아시안마트	매장 수('20): 34개	모리나가 (森永製菓), 메이지 (明治)	0
9	오케이마트 (OK Mart)	아시안마트	매장 수('20): 약 15개	라브(Raab)	0
10	비스마트 (B's Mart)	편의점	매장 수('20): 109개	티에이치(Th), 네이처스웨이 (Nature's Way), 퀘이커스(Quaker's)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 베트남 선식 B2C 소매채널

1) 드럭스토어



① 메디케어(Medicare)

	기업명	메디케어(Medicare)	
	홈페이지	www.medicare.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	기타 규모	매장 수('19): 84개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2001년 설립 • 베트남 최초의 드럭스토어 • 2014년 중앙 물류센터 오픈 • 온라인몰 운영하며 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	디자이너 웨이프로틴파우더 (Designer Whey Protein Powder)
		종류	다이어트셰이크
		용량	340g
		원산지	미국

자료: 메디케어(Medicare), 유로모니터(Euromonitor), 도우투중관(Đầu tư Chứng Khoán), 브이엔익스프레스(Vn Express)

사진 자료: 메디케어(Medicare)

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, 액세서리류, 잡화류, 전자제품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유통기한이 명확히 표기된 제품 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 몰 내 자체제작 상품 카테고리 보유 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 언어를 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 <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: info@medicare.vn - 전화: +84-28-7308-7318 	

자료: 메디케어(medicare), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 파마씨티(Pharmacy)

기업 기본 정보	기업명	파마씨티(Pharmacy)		
	홈페이지	www.pharmacy.vn		
	위치	호치민(Ho Chi Minh)		
	규모	매출액('19)	약 4,870억 동 (약 2조 5,031억 원)	
		기타 규모	매장 수('19): 249개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2011년 11월에 설립된 베트남 최대 규모의 드러그스토어 • 2021년까지 매장 수 1,000개 목표 • 동양, 서양 의약품 등 다양한 제품 취급 • 온라인스토어를 운영하며 배송서비스 제공 • 홈페이지와 SNS 통해 다양한 건강지식을 제공 • 자사 어플리케이션 엑스트라케어(Extracare) 회원 약 110만 명 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 4월 전년 영업실적 부진으로 인한 재정 상황 어려움 • 2020년 2월 코로나19에 대한 대응책으로 마스크 약 1,300만 장 확보 			
유사제품 정보		제품명	네이처스웨이 인스턴트내추럴 플랜트베이스프로틴 (Nature's Way Instant Plant-Based Natural Protein)	
		종류	다이어트셰이크	
		용량	375g	
		원산지	미국	

자료: 파마씨티(Pharmacy), 카페프(Cafef), 유로모니터(Euromonitor), 비엠티엠베스트먼트리뷰(Vietnam Investment Review), 비엠티타임즈(Viet Times), 탄니엔비엣(Thanh niên Việt)
 사진 자료: 파마씨티(Pharmacy), 헬로박시(Hellobacsi), 인사이드리테일아시아(Insideretailasia)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 음료류, 스낵류, 캔디류 등 - 일반: 화장품, 의약품, 생활용품, 육식용품, 위생용품, 스포츠용품, 의료기기, 건강용품 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다수의 자체제작상품(PB)을 보유 		
	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 우측 상단 Liên hệ 클릭 - 홈페이지 양식 필수 정보 기입 후 제출 (pharmacy.vn/lien-he) - 홈페이지 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 담당자 정보 (담당자명, 담당부서, 전화번호, 이메일) ② 회사 정보 (회사명, 회사 주소, 홈페이지, 회사 프로필) ③ 제품정보 (제품사진, 제품정보) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: cskh@pharmacy.vn - 전화: +84-1800-6821 	

자료: 파마씨티(Pharmacy), 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 가디안(Guardian)

기업 기본 정보	기업명	가디안(Guardian)	
	홈페이지	www.guardian.com.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	매출액('19)	약 38억 8,570만 달러 ²⁷⁾ (약 4조 6,570억 원)
기타 규모		매장 수('19): 100개	
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 • 동나이, 다낭, 하노이, 호치민 등 5개의 지역에 매장 위치 • 자사 홈페이지를 통해 제품 프로모션 정보를 제공하며, 다양한 자체제조상품(PB)을 판매 		
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 8월 인기 브랜드 투표인 가디언 어워즈 2020(Guardian Awards 2020) 투표 진행 		
유사제품 정보		제품명	또이덴코돈동아 (Tỏi Đen Cô Đơn Đông Á)
		종류	흑마늘 파우더
		용량	300g
		원산지	베트남

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

27) 데일리팜그룹(Dairy Farm Group) 내 건강 제품과 미용 제품(Health and Beauty) 사업 부문 전체 매출액임

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, 유제품 등 - 일반: 화장품, 생활용품, 위생용품, 유아용품, 헤어용품, 욕실용품, 구강청결용품 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 언어를 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), 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 온라인



① 쇼피(Shopee)

기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee)	
	홈페이지	www.shopee.vn	
	위치	하노이(Hanoi)	
	규모	매출액('19) 약 8억 2,265만 달러 ²⁸⁾ (약 9,859억 4,602만 원)	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 시그룹(Sea Group)의 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 라자다(Lazada)와 경쟁 구도 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 5월 제주 식품·화장품 15개사 62개 상품 입점 • 2020년 4월 ‘쇼피서포트(Shopee Supports)’ 프로그램을 통해 코로나19로 어려움을 겪고 있는 베트남 중소기업 지원 		
유사제품 정보		제품명	비티안홉뎀채보판나우 (Vitain Hiep tinh chat bột quả nhàu)
		종류	노니파우더
		용량	250g
		원산지	베트남

자료: 쇼피(Shopee), 유로모니터(Euromonitor), 뉴시스(Newsis), 브이티비뉴스(Vtv News)
사진 자료: 쇼피(Shopee)

28) 시그룹(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, 소스류, 음료류, 견과류 등 - 일반: 의류, 유아용품, 전자제품, 가전제품, 식기류, 화장품, 주방용품 등 • 선호제품 <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 - 입점 문의 후 진행 - 홈페이지 상단 trợ giúp 클릭하여 페이지 하단 E-mail 클릭 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 가입 정보: 메일 주소, 첨부파일 등 (help.shopee.vn/vn/s/contactus?articletitle=undefined&articleId=undefined) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : support@shopee.vn - 전화 : +84-1900-6034 	

자료: 쇼피(Shopee), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 라자다(Lazada)

	기업명	라자다(Lazada)	
	홈페이지	www.Lazada.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	총매출('18)	약 29억 1,400만 달러 ²⁹⁾ (약 3조 4,924억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2012년 설립되어 2016년 알리바바(Alibaba)에 인수됨 • 동남아시아 최대 규모의 이커머스 기업, 6개국에서 온라인스토어 운영 • 월평균 사이트 방문자 수 1억 명 이상이며, 3억 개 이상의 제품이 등록되어 있음 • 7개의 배달 대행업체와 계약을 체결하여 베트남 전역으로 배송 서비스를 운영 	
			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 8월 유니언뱅크(Union Bank)와 파트너십 계약, 이커머스 신용카드 론칭 • 2020년 8월 5일부터 8월 10일까지 최대 90% 할인율을 제공하는 내셔널데이세일(National Day Sale) 진행 	
유사제품 정보		제품명	포티포다이어트 프로틴 셰이크
		종류	다이어트셰이크
		용량	700g
		원산지	한국

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

29) 알리바바인터내셔널커머서리테일(Alibaba International Commerce Retail) 사업 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: 건조식품, 건강보조식품, 스낵류, 캔디류, 음료류, 주류 등 - 일반: 의류, 가전제품, 액세서리류, 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 상품만 취급 - 15일 이내 환불 가능 - 신속 배송 제품이 보장되는 공급업체 제품은 라자몰(LazMall) 카테고리 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"> • 홈페이지 통해 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 Sell On Lazada 클릭 후 LAZGLOBAL 선택하여 계정 생성 후 입점 문의 진행 - 입점 절차는 크게 계정 생성, 제품 등록, 제품관리 포탈 가입으로 진행됨 - 공급업체지침 확인 (Lazada.com/suppliers-code-of-conduct) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일, 은행계좌번호 등) ② 공급 제품 정보 (물류창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등) 	
	특이사항	<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 (커피 제품, 중고 제품, 정치적 성향을 가진 제품) • 문의사항 연락처: +84-19-0063-6857 	

자료: 라자다(Lazada), 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



① 이온몰(イオンモール)

기업 기본 정보	기업명	이온몰(イオンモール)	
	홈페이지	www.aeonmall-vietnam.com	
	위치	하노이(Ha Noi)	
	규모	매출액('19)	약 3억 2,200만 달러 (약 3,859억 1,700만 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('20): 약 5개	
	<ul style="list-style-type: none"> 2013년 1월 베트남 설립 1758년 설립된 일본계 기업 '이온몰(イオンモール)'을 모기업으로 둔 업체로 현재 베트남 내 5개의 매장 보유 규모가 큰 대형 쇼핑물 형태의 비즈니스가 특징이며, 지역 사회 공헌 위한 소비자 라이프 스타일 향상이 목표 각 층마다 다양한 분야의 브랜드 소매점들이 입점 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> 2020년 이온그룹, 베트남 이온몰에 20억 달러(약 2조 4,028억 원) 투자 계획 발표 2020년 하이퐁(Hai Phong)에 1개 매장을 추가 확장할 예정 		
유사제품 정보		제품명	울티메잇뉴트리션 프로스타100%웨이프로틴 (Ultimate Nutrition Prostar 100% Whey Protein)
		종류	다이어트셰이크
		용량	454g
		원산지	미국

자료 : 이온몰(イオンモール), 이온몰(イオンモール) 페이스북, 유로모니터(Euromonitor), 하노이타임즈(Hanoi Times)

사진 자료 : 이온몰(イオンモール), 이온몰(イオンモール) 페이스북

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 소스류, 스낵류, 건조음식, 즉석식품, 유제품, 면류 등 - 일반: 화장품, 완구류, 가구류, 잡화류, 전자제품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 일본 식품 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 홈페이지 Contact 클릭 - Contact to 란의 Others 선택 - 정보 기입 후 제출 - 홈페이지 기입 정보: 담당자명, 회사명, 이메일 주소 등
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 연말에는 공급 제품 제안을 받지 않음 <ul style="list-style-type: none"> - 주로 3월 즈음에 공급업체 신청을 받고 있음 - 해외로부터 직접 수입하지 않아 벤더를 거쳐야함 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: uyen.nung@aeon.com.vn - 전화번호: +84-(0)24-3944-9815

자료 : 이온몰(イオンモール), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 빈마트(Vin Mart)

기업 기본 정보	기업명	빈마트(Vin Mart)		
	홈페이지	www.vinmart.com		
	위치	하노이(Hanoi)		
	규모	총매출('19)	약 29조 7,022억 동 ³⁰⁾ (약 1조 5,326억 원)	
		기타 규모	매장 수('19): 약 134개 ³¹⁾	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2014년 11월 설립 • 2018년 소매시장에서 10년 이상 운영되어 온 피비마트(Fivi Mart) 슈퍼마켓 23개 매장을 인수 • 슈퍼마켓 외 다수의 편의점 사업도 진행 중 • 2019년 12월 빈마트가 속한 빈커머스(VinCommerce) 마산커스터머코퍼레이션(Masan Consumer Corporation) 합병 			
		 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 4월 비아디브이스마트뱅킹(BIDV Smart Banking) 앱과 제휴하여 온라인 쇼핑이 가능한 빈마트온라인슈퍼마켓(Vinmart Online Supermarket) 서비스 제공 			
유사제품 정보		제품명	애벗인슈어 골드파우더밀크 (Abbott Ensure Gold Powder Milk)	
		종류	유청파우더	
		용량	850g	
		원산지	미국	

자료: 빈마트(Vin Mart), 베트남뉴스(Vietnam News), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 빈마트(Vin Mart)

30) 빈그룹(VinGroup)의 유통 판매 매출임

31) 슈퍼마켓만 포함한 수치이며 이외에 약 2,900개의 빈마트플러스(Vinmart Plus) 편의점 보유

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 해산물, 육류, 즉석식품, 스낵류, 식료품, 주류, 음료류, 건강식품, 소스류 등 - 일반: 패션용품, 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구류, 세제류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 원산지가 명확히 표기된 식품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 간편 결제 서비스 제공 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일을 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 담당자 메일로 송부 (cskh@vinmart.com) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : cskh@vinmart.com - 전화 : +84-28-7108-1368

자료: 빈마트(Vin Mart), 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 아시안마트



① 오케이마트(OK Mart)

	기업명	오케이마트(OK Mart)	
	홈페이지	www.sieuthikorea.com.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 약 15개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 한국식품과 생활용품을 수입, 판매하는 매장 • 호치민, 다낭, 붕따우, 빈동 지역에 매장 위치 • 베트남 남부지역 한국제품의 약 70% 유통판매 담당 • 한국식품을 더 확대하여 판매하고자 하는 것이 목표 • 기업명은 시우티코리아(Siêu thị Korea)로 매장 브랜드명과 다름 	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 4월 한국 홍삼 음료와 비타민 음료 특별 할인 프로모션 진행 • 2020년 3월 배달서비스 시작 	
유사제품 정보		제품명	라브비타푸드바오밥 (Raab Vitafood Baobab)
		종류	바오밥파우더
		용량	90g
		원산지	독일

자료: 시우티코리아(Siêu thị Korea), 오케이마트(OK Mart) 페이스북, 오프라인 매장 조사
 사진 자료: 시우티코리아(Siêu thị Korea)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 등 - 일반: 생활용품, 화장품, 헤어용품, 주방용품, 세제류, 욕실용품, 장난감류, 전자담배류 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 입점 제품 대부분이 한국제품임 	
	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"> • 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) - 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) - 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : hoangvyhieu.co@gmail.com - 전화 : +84-7-7324-9999

자료: 시우티코리아(Sieu thi Korea), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 사쿠코스토어(Sakuko Store)

	기업명	사쿠코스토어(Sakuko Store)	
	홈페이지	www.sakukostore.com.vn	
	위치	하노이(Hanoi)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 34개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2011년 설립 • 일본 기업 사쿠라(Sakura)가 운영 • 산모 및 유아용품으로 초기 판매 시작, 매장 확장과 함께 점차 제품군 다양화 • 2018년 소비자가 선정한 제품 및 서비스 기업 Top 100에 선정 	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 6월 일본 다이어트 제품 회사 나캇타 코토니(Nakatta Kotoni)와 무료 체중 감량 프로그램 진행 • 2020년 5월 일본 상품 최대 43% 할인 프로모션 진행 • 2020년 3월 코로나19로 인해 모든 주문에 대한 무료 배송 지원 	
유사제품 정보		제품명	큐슈산아사시시오오 아오지루 (九州産野菜使用産青汁)
		종류	녹즙
		용량	60g
		원산지	일본

자료: 사쿠코스토어(Sakuko Store), 브이엔이코노미(Vn Economy), 베트남넷(Vietnamnet), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 사쿠코스토어(Sakuko Store), 클링미(Clingme), 사쿠코스토어(Sakuko Store) 페이스북

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, 유제품, 장류, 캔디류, 음료류, 즉석식품, 건조식품, 냉동식품, 건강보조식품 등 - 일반: 유아용품, 청소용품, 위생용품, 헤어용품, 문구류, 화장품, 의류, 식기류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 즉석식품, 스낵류 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 식품보다 비식품 비중이 큰 편 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 • 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: cskh@sakukovietnam.com.vn - 전화번호: +84-1800-0010/+84-(0)24-710-68886

자료 : 사쿠코스토어(Sakuko Store), 유통채널 담당자와의 인터뷰

5) 편의점



① 비스마트(B's Mart)

기업 기본 정보	기업명	비스마트(B's Mart)	
	홈페이지	www.bsmartvina.com	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 109개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 태국의 편의점 브랜드로 2013년 베트남 편의점 시장에 진출하여 현재 약 159개의 매장을 보유하고 있음 베트남산 제품과 함께 다양한 태국산 제품을 취급하고 있으며, 2027년까지 매장 수를 최대 3,000개까지 확대할 계획인 것으로 알려짐 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> 2020년 전자결제서비스 바이엔에스프레페이드(Vns Prepaid)와 파트너십 계약 2020년 반비엣(Bán Việt) 은행과 파트너십 계약으로페이유(Payoo) 적립포인트 사용 가능 		
유사제품 정보		제품명	떼햇트루밀크 (Th True Milk)
		종류	유청파우더
		용량	220g
		원산지	베트남

자료: 비스마트(B's Mart), 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia), 쏘이시크릿츠(Soysecret), 유로모니터(Euromonitor), 동남사이공(Doanh nhân Saigon), 락쑤옹따이친티엔테이(Thị Trường Tài chính Tiền tệ)
사진 자료: 비스마트(B's Mart)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 유제품, 캔디류, 스낵류, 차(茶)류, 건강기능식품, 주류 등 - 일반: 세제류, 위생용품, 화장품, 구강청결용품, 헤어용품, 액세서리류, 문구류 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 태국에 본사를 둔 편의점으로 태국 식품들도 다수 진열되어 있음 	
	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"> • 우편 또는 유선 연락을 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 공개 메일로 송부 • 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화: +84-08-3626-0003

자료: 비스마트(B's Mart), 유통채널 담당자와의 인터뷰

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

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

1. 베트남 선식 인증 취득

인증 취득

베트남으로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

선식

선식은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 베트남 수입 식품 ‘적용받는 강제 인증 無’

베트남으로 수출하고자 하는 선식 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 일반 식품의 경우 수출기업의 선택에 따라 HACCP 인증 또는 그 외의 기타 인증을 취득할 수 있음. 다만, 2019년 7월 1일 이후부터 건강보조식품(Health Supplement)³²⁾ 제조업체는 GMP 인증 혹은 이와 동등한 인증을 필수적으로 취득해야 함. 일반 선식은 일반가공식품으로 분류되지만, 프로바이오틱스 첨가 시 건강보조식품으로 분류될 수 있음

[표 5.1] 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

32) 비타민, 미네랄, 아미노산, 지방산, 효소, 프로바이오틱스 및 기타 생물학적 활성 물질, 자연원에서 유래된 추출물 등이 포함된 과일, 분말, 액체 및 기타 형태의 식품을 의미 (자료 : No. 15/2018/ND-CP)

[표 5.2] 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 선식 사전 절차

사전 절차

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

선식

선식 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

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

베트남 보건부(MOH: Ministry of Health)는 베트남으로 식품을 수입할 때 해당 식품을 필수적으로 등록하도록 하였음. 그러나 2018년 개정된 법률에 따라 등록 절차는 식품안전성 공표 절차로 간소화되었음. 건강보조식품, 영유아식품, 병원용식품 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 선식 제품의 경우 별도의 추가적인 등록 절차가 요구되지 않음

[표 5.3] 베트남 수입 전 사전 절차

적용 규제	No. 15/2018/ND-CP (Appendix 3)
담당 기관	베트남 산업무역부(Ministry of Industry and Trade)
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)

▶ 건강보조식품, 식품 등록 절차 필요

해당 제품에 유산균이 첨가될 시 건강보조식품으로 분류되며 건강보조식품을 수출하기 위해서는 베트남 보건부 산하 식품안전청(VFA: Vietnam Food ministration) 및 각 성, 도시의 보건청에 식품 기준 신고를 해야 함

[표 5.4] 베트남 수입 전 사전 등록

적용 규제	No. 15/2018/ND-CP
담당 기관	베트남 식품안전청(VFA) 또는 지방관할청
필요 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 신청서 • 수출국 발행 자유판매허가서 및 보건인증서 • 상품 안전성 서류(인증기관 및 ISO 17025) <ul style="list-style-type: none"> - 임상연구결과, 특별효능효과 등 • 기본기준서 <ul style="list-style-type: none"> - 관능지표, 품질지표, 품질중점기준, 위생지표, 사용기간 및 방법, 보관 방법, 포장방법, 생산절차 • GMP 인증서
절차	<ul style="list-style-type: none"> • 서류 제출 <ul style="list-style-type: none"> - 지정 기관 직접 방문 제출, 우편, 온라인으로 제출 가능 • 서류 심사를 거쳐 제품등록인증서(Certificate of Registered Product Declaration)발급 <ul style="list-style-type: none"> - 서류제출로부터 1-3주 소요 • 웹사이트 공표 후 등록 절차 완료
비용	<ul style="list-style-type: none"> • 서류 심사비 : 약 50,000동(한화 약 2,500원)³³⁾ • 수입 식품기준인증서 발급 : 약 50,000동(한화 약 2,500원)

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

33) 100동=5.14원 (2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

3. 베트남 선식 라벨 심의

▶ 베트남 선식 라벨 규정

[표 5.5] 베트남 라벨 표기사항

● 라벨 심의	● 선식	● 라벨 심의	● 선식
베트남으로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	선식 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함	베트남으로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	선식 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함
		적용 규제	No. 15/2018/ND-CP
		세부 규정	No. 43/2017/ND-CP ‘Decree on goods labeling’
		라벨 표기사항 (항목)	<ul style="list-style-type: none"> • 제품명 • 제품 용량 • 원산지 • 유통기한 • 성분 및 성분 함량 또는 영양정보 • 제품의 책임을 갖는 업체의 명칭 및 주소 • 제조일 (곡물 수확 시기 또는 포장 날짜) • 허용 사용량 및 주의 정보 • 바코드, 인증 마크, 등록 마크 등 추가해야 하는 정보 • 보관 방법 및 사용 방법
		세부 내용	<p>베트남어로 표기할 것</p> <p>베트남어로 표기되어 있고, 규정이 정하고 있는 필수 라벨 내용을 담고 있는 부착물도 인정함</p> <p>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>라벨 표기사항 (가이드)</p> <p>제품명</p> <p>눈에 띄는 위치에 표시할 것 필수 기재사항 중 가장 큰 사이즈로 표기할 것</p> <p>제품 용량</p> <p>숫자 혹은 개수로 표기할 것 표기 단위 및 표기 방법은 규정을 참조할 것 제품명에 포함된 색상, 향에 관한 첨가물 또는 추출물과 농축물은 해당 원료의 함유량을 표기할 것</p> <p>원산지</p> <p>원산지 국가명 또는 지역명으로 표기할 것 약어로 표기하지 말 것</p> <p>유통기한</p> <p>‘일, 월, 년’ 순으로 작성할 것 ‘:’, ‘/’, ‘-’를 이용하여 구분할 것</p>

자료 : 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	성분, 식품첨가물을 표시할 때 중량 대비 성분의 비율 또는 중량 등 법률이 정하는 비에 따라 표기할 것
		홍보를 위해 특정 성분이 라벨에 표기되어 있는 경우 해당 성분에 대한 용량은 필수적으로 표기할 것
		식품첨가물의 명칭은 국제 코드 또는 성분명으로 작성될 것
		2개 이상의 식품첨가물을 표기하는 경우 중량 대비 비중 순으로 나열할 것
		식품첨가물 이름 아래에 ‘Dùng cho thực phẩm(식품을 위해 사용됨)’의 문장을 최소 2mm 이상 크기의 굵은 글씨체로 표기할 것
		아래 항목을 포함하는 경우 추가적인 표기 필요
		<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
GMO 식품	제품에 ‘thực phẩm biến đổi gen (유전자 변형 식품)’ 표기를 할 것	
기타	제품에 따라 필요한 경우, 경고 문구 등 정보를 표기할 것	
건강보조식품	제품에 ‘Thực phẩm bảo vệ sức khỏe (건강보조식품)’, ‘Thực phẩm này không phải là thuốc, không có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh(본 제 품은 의약품이 아니며 의약품을 대체할 수 없습니다)’ 표기를 할 것	

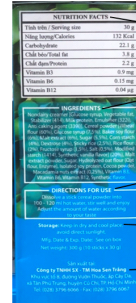
자료 : 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

▶ 베트남 선식 라벨 샘플



① 제품명

② 제품 용량



① 영양정보

② 성분

③ 사용방법

④ 보관방법

⑤ 제조업체 정보

[앞면 라벨링]

[옆면 라벨링]



① 제조일자

② 유통기한

[밑면 라벨링]

[앞면 - 베트남어]

- ① Tên sản phẩm
: MACCACA BỘT NGŨ CỐC VỚI HẠT MẮC CA
- ② Dung lượng sản phẩm
: 10 GÓI x 30g

[앞면 - 국문]

- ① 제품명
: MACCACA 마카다미아 함유 선식
- ② 제품 용량 : 10 스틱 x 30g

[옆면 - 베트남어]

① Thông tin linh tinh

Tính trên/serving size	30 g
Năng lượng/Calories	132 Kcal
Carbohydrate	22.1 g
Chất béo/Total fat	3.8 g
Chất đạm/Protein	2.2 g
Vitamin B3	0.9 mg
Vitamin B6	0.15 mg
Vitamin B12	0.04 µg

[옆면 - 국문]

① 영양정보

용량	30 g
칼로리	132 Kcal
탄수화물	22.1 g
총 지방	3.8 g
단백질	2.2 g
비타민 B3	0.9 mg
비타민 B6	0.15 mg
비타민 B12	0.04 µg

② Thành phần

: Bột kem thực vật [Đường Glucose, Chất béo thực vật, Chất ổn định (414), Đạm sữa, Chất nhũ hóa (322i), Chất chống đông vón (339i)], Bột ngũ cốc [Bột mì (60%), Đường (7,5%), Bột đậu nành (6%), Chiết xuất mầm lúa mạch (6%), đường (5,5%), tinh bột bắp (4%), Dextrose (4%), gạo nếp (2,5%), bột gạo (2%), Fructose (1,5%), Muối (1,5%), Tinh bột biến tính (1414), Hương vani tổng hợp] (20%), Bột chiết xuất mạch nha, đường cát, Bột yến mạch (Bột yến mạch, Enzym), Đạm đậu nành, Bột ca cao, Chiết xuất hạt mắc ca (0,25%), Vitamin B3, Vitamin B6, Vitamin B12, Hương hạt dẻ tổng hợp

③ Hướng dẫn sử dụng

: Hòa tan gói bột ngũ cốc vào 100 - 200 ml nước nóng, khuấy đều và thưởng thức

Gia giảm lượng nước tùy theo khẩu vị

④ Bảo quản

: Để nơi khô ráo, thoáng mát, tránh ánh nắng trực tiếp

⑤ Sản phẩm của

: Công ty Cổ phần Macca Nutrition Việt Nam

Số 04, Nguyễn Thị Minh Khai, p. Đakao, Q. 1, TP. Hồ Chí Minh

Hotline : 1900 561 232

Email : maccaca.vn@gmail.com

website : maccaca.vn

② 성분

: 비유제품 크리머 [포도당 시럽, 식물성 지방, 안정제 (414), 유단백질, 유화제 (322i), 고결 방지제 (339i)], 곡물 가루 [밀가루 (60%), 포도당 시럽 (7.5%), 베이커 콩가루 (6%), 맥아 추출물 (6%), 설탕 (5.5%), 옥수수 전분 (4%), 포도당 (4%), 찹쌀 (2.5%), 쌀가루 (2%), 과당 시럽 (1.5%), 소금 (1.5%), 변성 전분 (1414), 합성 바닐라 향 (20%), 맥아 추출물 분말, 설탕, 가수 분해 귀리 가루 (귀리 가루, 효소), 분리대두 단백질, 코코아 가루, 마카다미아 너트 추출물 (0.25%), 비타민 B3, 비타민 B6, 비타민 B12, 합성 향료

③ 사용방법

: 스틱용 선식을 100-200ml의 뜨거운 물에 녹여 잘 저어 드십시오.

취향에 따라 물의 양을 조절하십시오

④ 보관방법

: 건조하고 서늘한 곳에 보관하고 직사광선을 피하십시오.

⑤ 제조업체 정보

: 베트남 마카 영양 주식회사

호치민 1번 구역 다카오 ward,

응우옌티민카이 거리 4번

번호 : 1900 561 232

이메일 : maccaca.vn@gmail.com

웹사이트 : maccaca.vn

[밀면 - 베트남어]

① NSX : 20/11/2019

② HSD : 20/11/2020

[밀면 - 국문]

① 제조일자 : 2019/11/20

② 유통기한 : 2020/11/20

4. 베트남 선식 서류 준비

서류 준비

베트남으로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
서류 정보 제공

선식

선식 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 베트남 FTA 원산지증명서 준비 필요
- ▶ 베트남 수입신고, 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 원산지증명서의 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 5.6] 베트남 통관 서류

구분	서류명	발급기관
일반 서류	수입신고서	베트남 관세청 (Vietnam General Customs Office)
	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 선식 세금 납부

세금 납부

베트남으로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

선식

선식 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 베트남 선식 HS-CODE 1901.90-99, 관세율 15% 적용
- ▶ 한국-베트남 FTA 발효로 협정세율 '적용'

선식의 경우 베트남에서는 HS-CODE 1901.90의 1901.90-99(기타) 세번을 사용하여 수입됨.³⁴⁾ 베트남 수입 시 기본 세율은 18%를 적용받으나 한국산 제품의 경우 2015년 12월 20일부로 발효된 한-베트남 FTA 협정으로 협정세율을 적용받아 15% 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 5.7] 한국·베트남 HS CODE 비교 및 베트남 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	1901	맥아 추출물(extract)과 고운 가루·부순 알곡·거친 가루·전분이나 맥아 추출물(extract)의 조제 식료품	
	1901.90	기타	
	1901.90.9099	기타	
베트남	1901.90-99	기타	
관세	기본관세율	18%	
	협정세율	15%	
VAT		0 - 10%	

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

34) 베트남 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 1901.90 중 선식에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단은 베트남 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 베트남 관세청을 통한 확인이 필요함

35) 1달러=1,191.40원 (2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

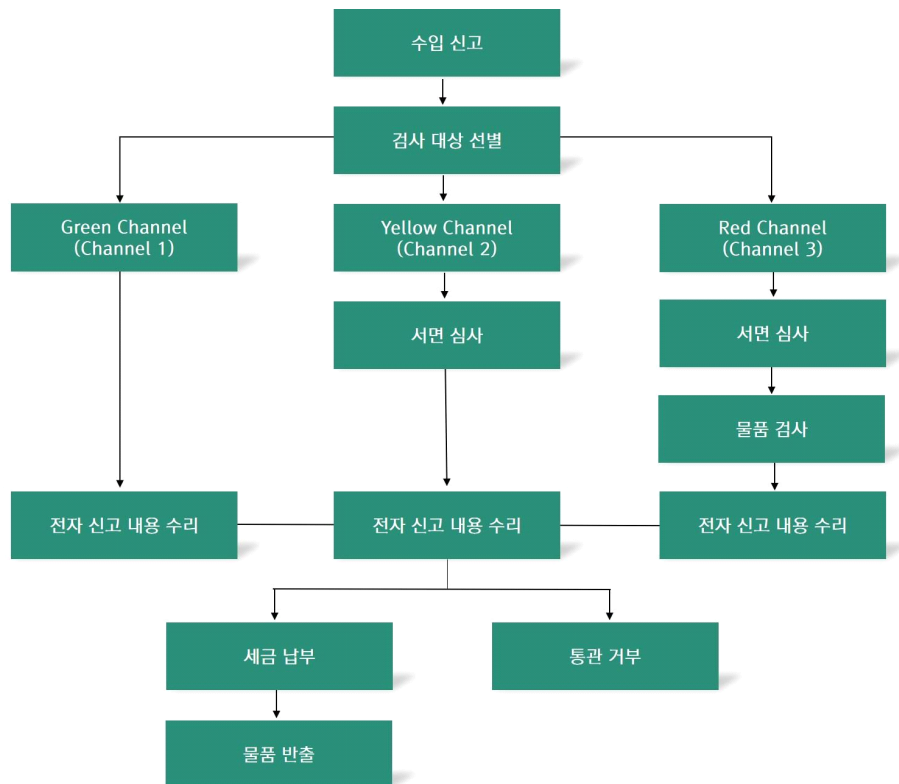
6. 베트남 선식 검역 심사 절차

▶ 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 5.8] 베트남 통관 프로세스



▶ 베트남 선식 식품 첨가물 규정 확인 필요

[표 5.9] 베트남 식품 첨가물 규정 확인 방법

사이트	KATI농식품수출정보(www.kati.net)
국가	베트남
식품유형	농산가공식품류 > 기타 농산가공품류

7. 베트남 관련 규제 정보

- ▶ 베트남 수출 시 식품 포장방법 및 용기 관련 규제 준수 필요
- ▶ 베트남 유리·세라믹·플라스틱 식품 포장 용기 규제 실시

베트남은 식품 접촉 소재 및 용기에서 식품으로 녹아드는 중금속의 최대허용량(ML, Maximum Level)을 용기의 크기와 형태, 소재별로 규제하고 있음. 해당 규제에 따르면 식품 포장재는 독성 물질을 배출하거나 식품에 냄새나 향을 옮기지 않는 안전한 물질로 만들어져야 하며, 식품 접촉 물질 또한 베트남 보건부(MOH)의 식품 포장 및 용기에 관한 규제를 포함한 관련 기술 규제를 준수해야 함

포장 용기에 관한 규정은 크게 유리·세라믹 용기와 플라스틱 용기로 나누어짐. 유리·세라믹 용기는 ‘식품에 포함된 백신과 화학물질의 최대허용량에 관한 결정³⁶⁾’을, 플라스틱 용기는 ‘플라스틱 식품 포장에 관한 결정³⁷⁾’을 참고하여야 함

플라스틱 포장 규제는 카드뮴과 납 사용 규제와 함께 모노머와 그 외 발암물질 제한 기준을 정하여 규제함. 또한, 해당 규제를 통하여 플라스틱 용기 첨가물 기준과 폴리에틸렌, 폴리프로필렌, 폴리에틸렌테레프탈, 폴리비닐클로라이드의 허용 기준치를 확인해야 함

[표 5.10] 베트남 유리·세라믹 용기 규제

용기의 종류	침출 중금속 최대허용량	단위	납 제한치	카드뮴 제한치
얇고 작은 세라믹, 유리 용기	평균치 ≤ 제한치	mg/dm ²	0.8	0.07
깊고 작은 세라믹 용기	모든 종류 ≤ 제한치	mg/l	2	0.5
깊고 큰 세라믹 용기	모든 종류 ≤ 제한치	mg/l	1	0.25
보존용 깊은 세라믹 용기	모든 종류 ≤ 제한치	mg/l	0.5	0.25
유리 용기	모든 종류 ≤ 제한치	mg/l	0.5	0.25

자료 : 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

36) 베트남 보건부(MOH), 「No.46/2007/QD-BYT」, 2007

37) 베트남 보건부(MOH), 「No.3339/2001/QD-BYT」, 2001

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 테저이호안미(Thế Giới Hoàn Mỹ)

Interview ② 트영마이비비티(Thương Mại BBT)

Interview ③ 산수엇트영마이비엠힐(Sản Xuất Thương Mại Việt Hân)

Interview ④ 박호아사인(Bách Hóa Xanh)

Interview ⑤ 시우티득타인(Siêu thị Đức Thành)

Interview ① 테저이호안미(The Giới Hoàn Mỹ)

38)

●
테저이호안미
 (Thế Giới Hoàn Mỹ)

전문가 소속

테저이호안미
 (Thế Giới Hoàn Mỹ)
 수입유통업체

연락처
 +84-(0)24-6238-3388

전문가 정보

Ms. Hang
 (Owner)



테저이호안미(Thế Giới Hoàn Mỹ)
Owner, Ms. Hang

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

테저이호안미는 식이보충제를 전문으로 취급하고 있는 수입유통업체로 자사 온라인 홈페이지를 통해 판매를 진행하고 있으며 건강기능식품, 의약품, 약제, 체중조절 보조제, 남성/여성 식품 등을 취급하고 있습니다.

Q. 베트남 내 인기 있는 식사대용식품의 형태는 무엇인가요?

베트남에서는 분말, 음료(주로 우유), 큐브 형태의 식사대용식품이 있으며 그 중 분말 형태의 제품이 가장 인기 있습니다. 저희 업체에서도 허벌라이프(Herbalife)의 분말 제품만을 판매하고 있습니다.

Q. 베트남 내 한국 선식의 인지도 및 수요는 어떤가요?

베트남 시장에 아직 한국 선식은 잘 알려지지 않았습니다. 한국산 제품의 경우, 화장품, 전자기기, 홍삼이나 영지버섯 등의 건강기능식품의 인지도가 높은 편입니다. 베트남에서는 미국, 유럽, 호주 등의 수입 식사대용식품의 시장 점유율이 높으며 특히 허벌라이프(Herbalife) 제품의 선호도가 가장 높습니다.

Q. 식사대용식품의 주 구매 요인은 무엇인가요?

식사대용식품의 주 소비자는 다이어터와 환자로, 수요가 매우 한정적입니다. 베트남 소비자들은 가격을 가장 중요시하기 때문에 다양한 브랜드 및 제품들의 가격을 비교한 후 구매합니다. 또한, 맛은 매우 중요한 구매 요인 중 하나이며 제품의 플레이버 라인이 다양할수록 판매에 효과적입니다. 특히 환자들은 일정 기간 동안 식사대용식품을 섭취하기 때문에 매일 똑같은 제품을 섭취하기보다는 다양한 맛과 제품을 구매하는 편입니다.

38) 사진 자료 : 테저이호안미(The Giới Hoàn Mỹ) 홈페이지

Q. 베트남으로 한국산 선식 수출 시 시장성은 어떨 것으로 예상하나요?

이미 베트남 시장에는 미국 제품들이 다양한 유통채널에서 판매되고 있기 때문에 한국 및 타 수입 제품이 베트남 시장에 진출하여 자리 잡기는 상당히 어려운 상황입니다. 한국산 식사대용식품의 경우, 베트남 내 수요는 낮은 편이며 기존에 한국산 제품을 선호하던 소비자들이 해당 제품의 주요 구매자가 될 것입니다. 그러나, 만약 A사의 제품이 다양한 플레이버 라인을 갖추었고 가성비가 좋아 미국 제품을 뛰어넘을 수 있는 장점이 있다면 베트남 시장 진출은 긍정적인 것으로 예상됩니다.

Q. 식사대용식품의 적정 용량, 가격, 포장 용기는 무엇인가요?

허벌라이프(Herbalife)는 베트남에서 오랫동안 가장 인기 있는 제품입니다. 분말 형태로는 240g과 550g 용량의 플라스틱 병 제품이 있으며 이는 베트남에서 판매되고 있는 식사대용식품 중 표준적인 용량입니다. 가격의 경우, 유통업체마다 가격이 달라 47-92만 동(약 39)24,160-47,290원) 사이에서 판매되고 있습니다. 베트남에서 판매되기에 가장 합리적인 용량과 가격은 500g에 30-50만 동(약 15,420-25,700원)입니다. 또한, 베트남에서는 플라스틱 병이나 팩 포장이 가장 일반적이며 소비자들은 플라스틱 병 제품을 가장 선호하고 있습니다.

39) 100동 = 5.14원(2020.08.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 트엉마이비비티(Thương Mại BBT)

40)

트엉마이비비티

(Thương Mại BBT)

전문가 소속

트엉마이비비티

(Thương Mại BBT)

수입유통업체

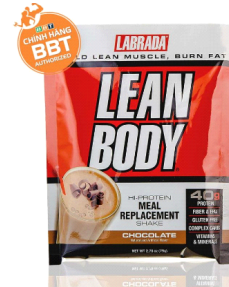
연락처

+84 (0)90 8300-045

전문가 정보

Ms. Huong

(Marketing Manager)

트엉마이비비티(Thương Mại BBT)

Marketing Manager, Ms. Huong

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

트엉마이비비티는 식이보충제를 전문으로 취급하고 있는 수입유통업체로, 미국 식품의약국(FDA: Food and Drug Administration)이나 베트남 보건부(MOH: Ministry of Health) 및 베트남 호치민 공공보건위생기관(Institute of Public Health Hygiene)에서 테스트를 거친 제품만을 판매하고 있습니다. 주요 취급 품목은 단백질 셰이크, 에너지 기능성 식품, 다이어트 보조제 등입니다.

Q. 베트남 내 인기 있는 식사대용식품과 한국 선식의 인식 및 수요는 어떤가요?

베트남에서는 분말 한 스푼을 사용하면 음료 제품 하나와 같은 용량을 마실 수 있기 때문에 음료 형태보다 가격이 더 저렴한 분말 및 셰이크 형태가 더욱 인기 있으며 저희 업체에서도 분말 형태의 미국산 식사대용식품만을 취급하고 있습니다. 미국산 식사대용식품은 허벌라이프(Herbalife), 트루핏(Truefit), 라브라다린바디(Labrada LeanBody) 등의 제품이 유명하며 이에 반해 한국산 제품은 잘 알려져 있지 않습니다. 한국 제품은 홍삼이나 영지버섯 등의 건강기능식품이 더 유명합니다.

Q. 식사대용식품의 주요 구매 요인은 무엇인가요?

베트남 내 식사대용식품은 불과 몇 년 전에 수입되기 시작했습니다. 수입 초기에는 체육관이나 헬스클럽 등에서부터 알려지기 시작했으며 나중에는 외국 업체들이 본격적으로 베트남 현지에 진출하였습니다. 베트남 소비자들은 식사대용식품을 일상적으로 섭취하지는 않으며 만약 다이어트를 한다고 해도 과일 및 채소를 섭취하는 편이기 때문에 수요는 높지 않습니다. 해당 제품은 주로 보디빌더, 체육인, 여성 다이어터가 섭취하여 본인의 코치나 실제로 제품을 전에 구매해보았던 소비자들에게 추천을 받아 구매하기도 하며 가격, 성분도 주요 구매 요인 중 하나입니다.

40) 사진 자료 : 트엉마이비비티(Thương Mại BBT) 홈페이지

Q. 베트남 내 식사대용식품의 소비 트렌드는 어떤가요?

현재 미국산 제품이 시장을 점유하고 있으며 주요 소비층과 소비량의 변화는 없습니다. 다만, 전반적으로 식사대용식품의 품질은 점점 향상되고 있습니다. 기존의 식사대용식품은 별로 맛이 없고 위 통증을 유발한다고 알려져 일회성 소비에 그치는 경우가 많았고, 주로 비만 소비자들이 구매하였습니다. 그러나 최근 출시되고 있는 제품들은 대부분 부작용이 거의 없으며 바빠서 체육관을 가지 못하는 사람들이 많이 구매하고 있습니다.

Q. 식사대용식품의 적정 가격, 용량, 유통기간, 포장 용기는 무엇인가요?

트루핏(Truefit)의 플라스틱 병 제품의 경우, 300g 용량은 45만 동(약 23,130원), 940g은 100만 동(약 51,400원)이며 라브라다린바디(Labrada LeanBody) 플라스틱 팩 제품의 경우 79g에 6만 동(약 3,080원)입니다. 해당 제품의 가격은 고소득층을 주요 소비층으로 설정한 제품이기 때문에 타 제품에 비해 가격이 높은 편입니다. 식사대용식품은 원산지, 성분, 타겟 소비층, 브랜드 평판에 따라 제품의 가격이 결정됩니다. 만약 A사의 제품이 저소득층 및 중소득층을 타겟으로 한다면 500g 용량에 만 원 정도의 가격이 적당할 것으로 생각되며 고소득층을 타겟으로 프리미엄 마케팅을 진행한다면 위 제품의 가격이 적절합니다.

현재 베트남에서 판매되고 있는 식사대용식품의 용량과 포장은 매우 다양하여 적정 기준은 따로 없지만, 선택의 폭이 넓으면 넓을수록 판매에 효과적입니다. 유통기한은 보통 2년에서 최대 3년 정도이며 유통업체에서는 유통기한이 긴 제품을 선호합니다.

Q. 베트남으로 한국산 선식 수출 시, 사전 절차는 무엇인가요?

식사대용식품은 수입업체의 진출방식에 따라 일반가공식품이나 건강보조식품으로 분류될 수 있습니다. 수입 전, 수입업체는 반드시 베트남의 식품안전규제에 따른 인증을 받아야 합니다. 베트남 지정 검사 기관에 샘플을 보내 검사 절차를 거쳐야 하며 베트남의 식품안전 및 위생 기준을 준수했다는 것을 입증하는 서류들을 준비해야 합니다. 식품 분류에 따라 수출국 발행 수출증명서 또는 의료증명서, 자유판매허가서, GMP 인증 등이 필요하며 HACCP 또는 ISO 22000 같은 인증 등을 제출할 수 있습니다. 식품 인증의 경우에는, 많을수록 도움이 됩니다. 특히 최근 USDA(United States Department of Agriculture Foreign Agricultural service)나 ACO(Australian Certified Organic) 등의 유기농 인증을 중요시하는 베트남 소비자들이 늘어났습니다.

Q. 베트남으로 한국산 선식 수출 시, 필수 라벨 기재 항목은 무엇인가요?

베트남에서 보통 식사대용식품은 건강보조식품(Food/Dietary/Health Supplement)으로 분류됩니다. 건강보조식품의 경우 라벨링에 의약품(Medicine)과 구별되도록 건강보조식품 표시를 반드시 해야 하며 제품의 주된 효능을 가진 재료를 첨가할 경우 원재료의 성분을 표기하고 성분이 확인되지 않는 경우, 약물에 관련된 정보들을 기재해서는 안 되며 ‘본 제품은 의약품이 아니며 의약품을 대체할 수 없습니다’ 등의 정보를 표기해야 합니다. 해당 주의사항은 눈에 띄는 대비 색으로 표기해야 하며 최소 1.2mm 이상의 크기로 표기해야 합니다.

Q. 베트남으로 한국산 선식 수출 시, 시장성 및 수요가 있을까요?

현재 베트남 내 한국산 선식 및 식사대용식품의 수요가 높지 않으며, 코로나19로 인해 수요는 더욱더 감소할 전망입니다. 그러므로 지금은 한국 브랜드의 베트남 진출은 어려우며 시장 점유율도 매우 낮을 것으로 예상됩니다.

Interview ③ 산수엣트엉마이비엣한 (Sản Xuất Thương Mại Việt Hân)

41)

●
산수엣트엉마이비엣한
(Sản Xuất Thương Mại
Việt Hân)

전문가 소속

산수엣트엉마이비엣한
(Sản Xuất Thương Mại
Việt Hân)
수입유통업체

연락처

+84 (0)90-2727-235

전문가 정보

Ms. Thuy
(Sale staff)



산수엣트엉마이비엣한(Sản Xuất Thương Mại Việt Hân) Sale staff, Ms. Thuy

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

산수엣트엉마이비엣한은 2004년에 설립된 수입유통업체로 초콜렛 제품, 시럽, 시리얼 등을 취급하고 있습니다. 베트남 대표 마트인 콕마트(Coop Mart), 맥시마크(Maximark), 빅씨(Big C)와 파트너십을 맺어 납품하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다.

Q. 베트남 내 식사대용식품의 시장 규모는 어떤가요?

다이어트용 음료(Diet Drink), 유아/노인 영양음료(Children/elders Nutritional Drink), 곡물음료(Cereal Drink) 중 곡물음료(Cereal Drink)가 다양한 소비자들을 대상으로 판매를 진행하고 있어 가장 큰 시장규모를 가지고 있습니다. 유아/노인 영양음료(Children/elders Nutritional Drink)는 노인이나 환자가 먹는다는 인식이 있기 때문에 타겟 소비자가 매우 한정적이어서 시장규모는 크지 않습니다. 또한, 해당 제품은 가격이 높아 의사의 특별한 지시가 없다면 노인 소비자들은 비타민 같은 저렴한 대체제품을 구매합니다.

Q. 베트남 내 아침 식사의 인식과 아침 식사로써 곡물음료의 수요는 어떤가요?

베트남 사람들은 아침 식사를 매우 중요하게 생각하기 때문에 아침 식사 시장의 규모는 매우 큽니다. 베트남에서는 아침에 주로 쌀국수(Pho), 떡, 샌드위치 등을 먹는 편이며, 인스턴트 누들 등의 가공식품을 먹기도 합니다. 특히 베트남 젊은 층은 간단한 아침 식사를 찾는 경향이 있어 곡물음료 시장의 좋은 기회로 작용할 수 있습니다.

41) 사진 자료 : 산수엣트엉마이비엣한(Sản Xuất Thương Mại Việt Hân) 홈페이지

Q. 아침 식사 제품의 주요 구매 요인은 무엇인가요?

베트남에서는 갓 조리한 맛있는 아침 식사를 길거리 상점에서 500원 정도에 구매할 수 있기 때문에 가격이 가장 중요한 구매 요인입니다. 가공식품의 경우, 식당이나 길거리 상점의 음식보다 가격이 저렴해야만 베트남 시장에서 경쟁력이 있을 것입니다.

Q. 영양음료 보충제로 진출했을 때 시장성 및 수요가 있을까요?

A사의 제품이 영양음료 보충제(Supplement Nutritional Drink)로 베트남 시장에 진출한다면 소비자 및 수요가 매우 제한적일 것으로 예상됩니다. 영양음료 보충제의 주요 소비자는 노인, 환자, 운동인구입니다. 게다가 해당 제품은 이미 인슈얼(Ensure), 허벌라이프(Herbalife) 등의 미국 제품이 시장을 독점했기 때문에 한국을 포함한 타 수입산 제품의 수요는 높지 않을 것입니다. 사실 저희 업체에서도 싱가포르산 제품을 취급하고 있지만, 해당 제품의 주 소비자들은 베트남에 거주하는 중국인이며 베트남 현지 소비자들은 미국 제품을 선호하는 경향이 있습니다.

Interview ④ 박호아사인(Bách Hóa Xanh)

42)

● 박호아사인

(Bách Hóa Xanh)

전문가 소속

 박호아사인
 (Bách Hóa Xanh)
 유통업체

 연락처
 +84 (0)28 3622-9900

전문가 정보

 Ms. Huong
 (Store manager)


박호아사인(Bách Hóa Xanh)

Store manager, Ms. Huong

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

박호아사인은 베트남 호치민에 약 500개, 베트남 전역으로는 1,600개 이상의 매장을 보유한 대형 슈퍼마켓 체인점이며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다. 육류, 신선식품, 스낵류, 음료, 즉석식품 등 다양한 제품을 취급하고 있습니다.

Q. 베트남으로 A사의 제품 수출 시 어떤 품목으로 마케팅하는 것이 효과적일까요?

다이어트용 음료(Diet Drink), 유아/노인 영양음료(Children/elders Nutritional Drink), 곡물음료(Cereal Drink) 중 곡물음료(Cereal Drink)로 출시하는 것이 가장 시장성이 있어 보입니다. 왜냐하면, 베트남에서는 분말 타입의 식사대용식품을 대부분 곡물음료로 지칭하며 해당 제품들이 가장 일반적인 아침 식사이기 때문입니다.

Q. 베트남 사람들의 아침 식사에 대한 인식은 어떠하며 주요 메뉴는 무엇인가요?

베트남에서는 하루의 모든 식사 중 아침 식사를 가장 중요하게 생각하기 때문에 풍성하고 든든하게 차려 먹습니다. 베트남 주부들은 아침 식사를 준비하는데 많은 시간을 들이며 주로 쌀국수(Pho or Rice Noodle), 샌드위치, 계 수프, 죽 등의 전통 아침 식사를 먹고, 가끔 빵과 소고기 등의 서양식 요리를 하기도 합니다. 베트남 식당들은 오전 6시 이전부터 가게를 열어 아침 식사를 판매합니다. 게다가 대도시에서는 죽, 찐 옥수수, 계 수프 등의 간단한 아침 식사를 길거리 상점에서 매우 흔하게 판매하고 있습니다.

42) 사진 자료 : 박호아사인(Bách Hóa Xanh) 홈페이지

Q. 베트남에서 아침 식사로써 곡물음료의 수요는 어떤가요?

베트남에서는 아침 식사를 매우 중요시하기 때문에 가능하다면 가정에서 요리하여 먹거나 주변 식당에서 음식을 주문합니다. 그리고 두 가지 방법 모두 여건이 안된다면 인스턴트 국수나 곡물음료 같은 가공식품을 구매하며 그중에서도 인스턴트 국수의 수요가 높은 편입니다. 또는, 고등학생이나 대학생 등의 젊은 층들은 학교나 직장 근처의 길거리 상점에서 바로 조리된 아침 식사를 구매하여 간단하게 먹기도 합니다. 이렇듯 베트남에서는 곡물음료 외에도 아침 식사의 선택지가 매우 다양하기 때문에 수요는 높지 않습니다.

Q. 베트남으로 A사의 제품 수출 시 시장성 및 수요가 있을까요?

베트남 소비자들의 아침 식사 소비 습관으로 볼 때 곡물음료 시장의 성장 잠재력은 크지 않으나, 100명 중 한 명의 베트남 소비자들은 아침 식사로 곡물음료를 선택하고 있는 것으로 보아 꾸준히 성장할 가능성은 있습니다. 현재 베트남에는 수많은 현지 및 수입 곡물음료 브랜드가 있으며 비페스트(B fast), 네슬레(Nestle), 뉴티푸드(Nutifood) 등의 제품이 가장 인기 있는 제품입니다. 해당 제품들은 베트남으로 시장 초기 진출한 브랜드이며 슈퍼마켓, 편의점, 미니마켓 등 다양한 전국적인 유통채널을 확보하였으며 TV, SNS 광고도 많이 하고 있습니다. 한국 제품도 베트남 시장으로의 진출 가능성이 있지만, 현재 곡물음료 시장의 경쟁은 매우 치열합니다.

Q. 곡물음료의 주요 타겟 소비자층이나 지역이 있나요?

곡물음료는 아침 식사 대용뿐만 아니라 위장과 소화에 좋은 섬유질이 함유된 건강드링크로 많이 판매되고 있습니다. 베트남에서 판매되고 있는 대부분의 곡물음료는 칼로리가 낮고 섬유질 성분으로 인해 건강에 좋으며 초코 플레이버를 가지고 있습니다. 타겟 소비층은 바빠서 건강한 아침 식사를 챙겨 먹기 어려운 직장인이나 50세 이상의 장노년층, 7-12세의 아이들로 설정하는 것이 효과적일 것으로 예상됩니다.

Q. 어떤 점을 셀링 포인트로 설정하면 좋을까요?

베트남 내 곡물음료는 주로 쌀, 보리, 옥수수, 콩 등의 4가지 성분으로 이루어져 있어 콜라겐이나 멸치, 홍삼 등이 함유된 A사 제품의 성분을 주력 셀링 포인트로 설정하는 것이 마케팅에 가장 효과적일 것입니다. 낮은 칼로리 및 섬유질 다량 함유 등의 셀링 포인트는 다수의 타 경쟁 업체가 이미 사용하고 있는 방법입니다.

Interview ⑤ 시우티득타인(Siêu thị Đức Thành)

43)

시우티득타인

(Siêu thị Đức Thành)

전문가 소속

시우티득타인

(Siêu thị Đức Thành)

유통업체

연락처

+84 (0)944 444-268

전문가 정보

Mr. Cuong

(Purchasing manager)



시우티득타인(Siêu thị Đức Thành)

Purchasing manager, Mr. Cuong

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

시우티득타인은 베트남의 슈퍼마켓 체인점으로 베트남 하노이에 5개의 매장을 운영하고 있습니다. 육류, 신선식품, 유제품, 주류, 스낵류, 화장품, 생활용품, 가공식품 등을 주로 취급하고 있으며 VietGap 기준에 부합하는 제품만을 판매하고 있습니다.

Q. 베트남으로 A사의 제품 수출 시 어떤 품목으로 마케팅하는 것이 효과적일까요?

다이어트용 음료(Diet Drink), 유아/노인 영양음료(Children/elders Nutritional Drink), 곡물음료(Cereal Drink)의 타겟 소비자와 가격은 각각 다릅니다. 예를 들어, 허벌라이프(Herbalife) 같은 다이어트용 음료는 주로 여성들이 체중조절을 위해 섭취하며 유동식은 노인, 아이들, 환자를 타겟 소비층으로, 곡물음료는 소비자 전체를 대상으로 한 아침 식사 제품이기 때문에 가격이 가장 저렴합니다. 최근 몇 년간 베트남 내 한국산 영양 유동식인 C사나 D사 제품의 선호도는 상당히 높은 편이므로 영양 음료의 방향으로 마케팅하는 것을 추천합니다.

Q. 아침 식사 제품으로써 곡물음료의 수요는 어떤가요?

베트남에서는 아침 식사를 매우 중요하게 생각하기 때문에 고칼로리의 음식으로 매우 푸짐하게 차려 먹고 점심, 저녁 등의 식사는 간단하게 적은 양을 먹습니다. 그러므로, 베트남 내 아침 식사로의 곡물음료의 수요는 높지 않으며 주로 젊은 여성 소비자들이 체중조절과 영양섭취를 위해 먹거나 식사 준비에 많은 시간을 쏟을 수 없는 주부들이 구매합니다. 해당 제품은 주로 슈퍼마켓이나 식료품점에서 판매되고 있습니다.

43) 사진 자료 : 시우티득타인(Siêu thị Đức Thành) 홈페이지

Q. 아침 식사 제품의 주요 구매 요인은 무엇인가요?

맛이 가장 중요한 구매 요인입니다. 특히, 체중조절을 하는 다이어터에게는 아침 식사가 하루 중 거의 유일하게 먹는 음식이기 때문입니다. 베트남에서 판매되고 있는 대부분의 곡물음료 제품은 일반적으로 초콜릿 맛입니다. 일부 비인기 브랜드의 제품은 분말이 물에 잘 섞이지 않거나, 수프같이 농도가 다소 되거나, 단순히 물에 섞은 곡물 맛이 나는 경우도 있습니다. 또한, 베트남에서는 가격도 매우 중요합니다. A사의 제품이 타 경쟁 제품보다 가격이 저렴하더라도 다른 선택지가 이미 다양한데, 가격까지 높다면 아예 시장 진출 초기부터 경쟁력을 잃을 것입니다.

Q. 베트남으로 A사의 제품 수출 시 시장성 및 수요가 있을까요?

베트남 내 한국산 아침 식사 대용 곡물음료가 진출한다면 수요가 있을 것으로 예상되나, 성공 여부는 무조건 가격에 달려있을 것입니다. 베트남에는 이미 현지 브랜드가 다양하기 때문에 저소득층 및 중소득층을 대상으로 하는 가격이 매우 저렴한 제품들이 많이 출시되었으며 소비자 평판도 좋은 편입니다. 베트남 소비자들은 한국산 제품의 품질을 신뢰하기 때문에 만약 한국산 제품이 현지 제품과 비슷한 정도로 가격이 저렴하다면 시장 점유율을 높일 수 있을 것입니다.

Q. 어떤 점을 셀링 포인트로 설정하면 좋을까요?

현재 베트남에서 판매하고 있는 대부분의 곡물음료는 이미 ‘풍부한 영양 성분’, ‘식품첨가물 무첨가’ 등의 셀링 포인트를 내세워 홍보하고 있기 때문에 이 외에 새로운 점을 홍보하는 것이 효과적입니다. 저희 업체에서 판매하고 있는 C사 제품도 A사와 비슷하게 홍삼 성분에 관해 홍보하고 있지만, 소비자들은 성분보다는 가격을 더욱 중시하고 있습니다. 다수의 한국산 제품들은 베트남 현지 제품보다 가격이 높기 때문에 수요와 판매량이 비교적 낮은 편입니다. 이 때문에 저희 업체에서도 한국산 곡물음료의 판매증단을 고려하고 있습니다.

Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

Export Insights

01 시장규모

식사대용식품 시장규모 859억 원,
2015-2019년 연평균성장률 57%
전체 체중조절 및 웰빙식품 시장의 14%



02 소비특징

다이어트용 식사대용식품 다수
한국 쌀 음료 베트남 시장 다수 진출
곡물 제품, 합리적인 가격과 맛이 중요

06 전문가인터뷰

식사대용식품 현지·수입 브랜드 경쟁 치열
한국산 선식 인지도 미미
가격과 맛, 플레이버 라인 중요



A사
선식



03 유통채널

비(非) 식료품점 41.8%
직접 판매 32.0%
온라인 11.0%
하이퍼마켓/슈퍼마켓 6.2%

05 관세 및 추가 규제

한-베트남 FTA 체결로 협정세율 15%
유리·세라믹·플라스틱 식품 포장 용기 규제 실시



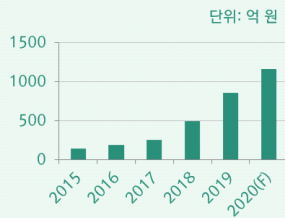
04 통관/검역

건강보조식품 GMP 인증 필수
건강보조식품 사전 등록 필요

베트남 선식 시장규모

식사대용식품 시장규모
859억 원

베트남 체중조절 및 웰빙식품 중
식사대용식품 시장 점유율 14%
지난 5년(2015-2019년) CAGR 57%



2019년 베트남 식사대용식품 시장규모는 859억 원이며 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 57%의 높은 성장률을 보임. 반면 선식(HS CODE 1901.90) 베트남 대한민국 수입액은 2019년 기준 28억 원으로 확인되며 동기간 11%의 감소세를 보임. 베트남 대한민국 수입액은 월별 수입액의 2%에 해당하는 수치임. 베트남 국민의 건강 제품 지출 또한 동기간 연평균 12%씩 성장함

베트남 선식 소비특징

선식 유사 제품인 한국산 곡물
파우더, 곡물 음료 등 판매

선식이나 미숫가루 제품은 확인되지 않았으나
한국산 곡물 파우더·음료 등 확인
특히 한국산 쌀 음료 인기

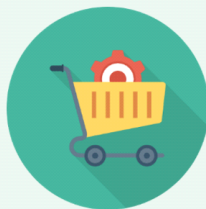


베트남 식사대용식품 소비 트렌드와 한국산 선식의 수요를 알아보기 위해 베트남 온라인 쇼핑몰, 언론매체 키워드를 분석함. 그 결과, 다이어트용 식사대용식품 판매가 많았음. 또한 키워드 빈도수가 높지는 않으나 고구마, 귀리 등으로 만든 곡물 제품도 확인됨. 현지 한국 곡물 음료 분석 결과 쌀 음료가 큰 성공을 거둔 것으로 확인되며 고급스럽고 건강한 이미지로 프리미엄 가격에 판매 중임. 한국산 선식은 확인되지 않았으나, 유사한 곡물 파우더·음료 등 곡물 제품 구매 후기 분석 결과 합리적인 가격과 맛을 중요시하는 것으로 확인됨

베트남 선식 유통채널

비(非) 식료품점 41.8%
직접 판매 32.0%

이 외에 온라인 판매 11.0%
하이퍼마켓/슈퍼마켓 6.2%



베트남 체중조절 및 웰빙식품 유통채널 조사 결과 비(非) 식료품점과 직접 판매 점유율이 각각 41.8%, 32.0%의 높은 점유율을 보임. 이 외에 온라인(11.0%), 하이퍼마켓/슈퍼마켓(6.2%) 순으로 확인됨. 전문가 인터뷰 결과, 베트남 현지 인기 브랜드인 비패스트, 네슬레, 뉴티푸드 등은 베트남 시장 초기 진출 브랜드이며 슈퍼마켓, 편의점, 미니마켓 등 전국적인 유통채널을 확보한 것으로 확인됨



통관 및 검역

건강보조식품으로 수출 시 GMP 인증과 사전 등록 필수

일반 선식은 일반가공식품이나 프로바이오틱스 첨가 시 건강보조식품으로 분류될 수 있음



베트남 선식 수출 시 취득해야 하는 강제 인증은 없음. 그러나 일반 선식은 프로바이오틱스 첨가 시 건강보조식품으로 분류될 수 있으며, 이 경우 GMP 인증이나 이와 동등한 인증을 필수적으로 획득해야 함. 일반가공식품 수출을 위한 사전 심사는 없으나 건강보조식품은 식품안전청 및 각 성, 도시의 보건청에 식품 기준 신고를 해야 함

베트남 선식 관세/추가 규제

유리·세라믹·플라스틱 식품 포장 용기 규제 실시

중금속, 카드뮴, 납 등 최대 허용량 규제 확인
한-베트남 FTA로 선식 협정세율 15%



베트남 선식 수출 시 기본 세율은 18%이나 한-베트남 FTA 협정으로 협정세율을 적용받아 15% 관세율이 적용됨. 이 외에 0-10%의 부가가치세가 부과됨. 베트남 포장 용기 규정은 크게 유리·세라믹 용기와 플라스틱 용기로 나누어짐. 플라스틱 포장 규제는 카드뮴과 납 사용 규제와 함께 모노머 등 그 외 발암물질 제한 기준을 정하여 규제함. 이 외에 폴리에틸렌, 폴리프로필렌 등의 기준치를 확인해야 함

전문가 인터뷰

01. 식사대용식품 현지·수입 브랜드 경쟁 치열
02. 한국산 선식 인지도 미미
03. 가격과 맛, 플레이버 라인 중요

전문가 인터뷰 결과 시장트렌드 결과와는 달리 베트남 내 식사대용식품의 수요가 한정적이며, 현지·수입 브랜드의 경쟁이 이미 치열하여 주의가 필요함. 한국산 선식 베트남 진출 시 곡물음료로의 포지셔닝을 추천하는 답변이 2건, 노인/유아 영양음료로의 포지셔닝을 추천하는 답변이 1건 확인됨. 곡물음료의 경우 아침 식사 대용식품이나 체중 감량용으로 소비되는 경우가 많음. 가장 중요한 구매 요인으로는 '가격'이 확인되었으며 이 외 성분, 다양한 플레이버 라인이 중요함

진출제언



Point 01. 식사대용식품과 한국산 선식의 수요 및 인지도는 높지 않음. 특히 다양한 현지 및 수입 브랜드가 다수 진출하여 시장 경쟁이 치열한 상황으로 주의가 필요함

Point 02. 베트남 진출 시 곡물음료와 노인/유아 영양음료로의 진출을 추천한다는 답변을 확인함. 곡물음료는 체중 감량이나 아침식사 대용으로 소비됨. 베트남 인구는 아침식사를 꼭 챙겨 먹는 편이나, 대체할 수 있는 제품(쌀국수, 길거리 음식, 샌드위치 등)이 너무 많아 아침식사로써 곡물음료의 시장 성장성이 높지는 않을 것으로 예상됨. 그러나 시장 자체가 크기 때문에 소수 소비자만 확보해도 꾸준한 수요를 유지할 수 있을 것임

Point 03. 가격과 맛, 플레이버 라인이 중요함. 가격에 대한 민감도가 매우 높은 편이며, 이미 대부분의 제품들이 영양성분 함유, 저칼로리 등을 내세우므로, 새로운 셀링 포인트(홍삼, 멸치 등의 영양소 함유)가 필요함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 「Types of plant-based foods consumed in Vietnam 2019」, 2019
2. 스태티스타(Statista), 「Factors for choosing plant-based food in Vietnam 2019」, 2019
3. 스태티스타(Statista), 「Frequency of consuming plant-based food among Vietnamese in 2019, by age」, 2019
4. 스태티스타(Statista), 「Share of plant-based food consumers in Vietnam in 2019, by gender」, 2019
5. 베트남통계청(General Statistics Office of Vietnam), 「Area, population and population density by province」, 2019
6. 베트남 정부(Government of Vietnam), 「No. 43/2017/ND-CP」, 2017
8. 베트남 국회(Vietnam National Assembly), 「Law No. 16/2012/QH13」, 2012
9. 베트남 정부(Government of Vietnam), 「No. 181/2013/ND-CP」, 2013
10. 베트남 정부(Government of Vietnam), 「No. 15/2018/ND-CP」, 2018
11. 한국무역협회(KITA, Korea International Trade Association), 「2020년 베트남 건강보조제산업 현황 및 전망」, 2020
12. 베트남 보건부(Ministry of Health), 「No. 46/2007/QĐ-BYT」, 2007
13. 베트남 보건부(Ministry of Health), 「No. 3339/2001/QĐ-BYT」, 2001

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 외교부(www.mofa.go.kr)
3. 유엔컴트레이드(UN Comtrade) (comtrade.un.org)
4. 유로모니터(Euromonitor) (www.euromonitor.com)
5. 메디케어(Medicare) (www.medicare.vn)
6. 도우투중환(Đầu tư Chứng Khoán) (www.govalue.vn)
7. 브이엔익스프레스(VN Express) (www.vnexpress.net)
8. 파마씨티(Pharmacy) (www.pharmacy.vn)
9. 카페프(Cafef) (www.cafef.vn)
10. 비엠티비엠에스(Investment Review) (www.vir.com)
11. 비엠티타임즈(Viet Times) (www.viettimes.vn)
12. 탄니엔비엠티(Thanh niên Việt) (www.thanhvien.vn)
13. 헬로박시(Hellobacsi) (www.hellobacsci.com)
14. 인사이드리테일아시아(Insideretailasia) (www.insideretailasia.com)
15. 가디언(Guardian) (www.guardian.com)
16. 투짜오(2sao) (www.2sao.vn)
17. 데어리팜그룹(Dairy Farm Group) (www.dairyfarmgroup.com)
18. 켄14(Kenh14) (www.kenh14.vn)
19. 캠페인아시아(Campaign Asia) (www.campaignasia.com)
20. 마이가이드베트남(Myguidevietnam) (www.myguidevietnam.com)
21. 쇼피(Shopee) (www.shopee.vn)
22. 뉴시스(Newsis) (www.newsis.com)
31. 브이티브이뉴스(VTV News) (www.vtv.vn)
32. 라자다(Lazada) (www.lazada.vn)
33. 라자다그룹(Lazada Group) (www.lazada.com)
34. 알리바바그룹(Alibaba Group) (www.alibabagroup.com)
35. 이온몰(イオンモール) (www.aeonmall.com)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

36. 이온몰(イオンモール) 페이스북 페이지 (www.facebook.com/AeonVietnamPage)
37. 하노이타임즈(Hanoi Times) (www.hanoitimes.vn)
38. 더블유세븐뉴스(W7 News) (www.w7news.com)
39. 씨엔에이라이프스타일(CNA Lifestyle) (www.cnalifestyle.channelnewsasia.com)
40. 빈마트(VinMart) (www.vinmart.vn)
41. 베트남뉴스(Viet Nam News) (www.vietnamnews.vn)
42. 시루티코리아(Sieuthikorea) (www.sieuthikorea.com.vn)
43. 오케이마트(OK Mart) (www.facebook.com/OKmart.Megastore)
44. 사쿠코스토어(Sakuko Store) (www.sakukostore.com.vn)
45. 사쿠코스토어(Sakuko Store) (www.facebook.com/SakukoStore)
46. 브이엔이코노미(VnEconomy) (www.vneconomy.vn)
47. 베트남넷(Vietnamnet) (www.vietnamnet.vn)
48. 비스마트(B's Mart) (www.bsmartvina.com)
49. 쏘이시크릿츠닷컴(soysecretz.com) (www.soysecretz.com)
50. 동남사이공(Doanh nhân Saigon) (www.doanhnhansaigon.vn)
51. 락쑤옹파이친티엔테이(Thị Trường Tài chính Tiền tệ) (www.thitruongtaichintiente.vn)
52. 베트남 보건부(Ministry of Health) (moh.gov.vn)
53. 베트남 식품안전청(Vietnam Food Administration) (vfa.gov.vn)
54. 베트남 관세청(Vietnam General Customs Office) (customs.gov.vn)
55. 미국 농무부 해외농업서비스(United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Service) (www.fas.usda.gov)
56. 카티(Kati) (www.kati.net)
57. 관세정보법령포털 (unipass.customs.go.kr)
58. 두잉비즈니스(Doing Business) (doingbusiness.org)
59. 세계법제정보센터(World Laws Information Center) (world.moleg.go.kr)
60. 한국무역협회(KITA) (www.kita.net)
61. 테저이호안미(Thế Giới Hoàn Mỹ) 페이스북 (thegioihoanmy.com)
62. 트엉마이비비티(Thương Mại BBT) (thol.com.vn)
63. 산수엇트엉마이비엠힐(Sản Xuất Thương Mại Việt Hân) (viethanfoods.com)
64. 박호아사인(Bách Hóa Xanh) (bachhoaxanh.com)
65. 시우티득타인(Siêu thị Đức Thành) (sieuthiducthanh.com)
66. 쇼피(Shopee), (shopee.vn)
67. 한국경제, (hankyung.com)
68. 조선비즈, (biz.chosun.com)
69. 켄14(Kehn14), (kenh14.vn)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.10.16

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea