



2020

해외시장 맞춤형조사

No. | 202011-33

품목 | 우유(Milk)

국가 | 베트남(Vietnam)

구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약(Summary)	04
II. 시장규모(Market Size)	
1. 베트남 우유 시장규모	13
2. 베트남 우유 수출입 시장규모	14
3. 베트남 우유 소비 시장규모	15
III. 시장트렌드(Market Trend)	
1. 베트남, ‘저당’ 및 ‘저지방’ 우유 인기	24
2. 베트남 프리미엄 우유의 특징은 ‘유기농’	25
3. 베트남, 일반 우유 외 전유, 연유 등의 상품 라인업 발달	26
4. 베트남 우유 시장, 유럽 등지의 수입 브랜드 다수 진출	27
IV. 유통채널(Distribution Channel)	
1. 베트남 우유 유통구조	29
2. 베트남 우유 주요 유통업체	30
3. 베트남 우유 B2C 소매채널	32

Contents

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 베트남 우유 인증 취득	52
2. 베트남 우유 사전 절차	54
3. 베트남 우유 라벨 심의	56
4. 베트남 우유 서류 준비	61
5. 베트남 우유 세금 납부	62
6. 베트남 우유 검역 심사 절차	63
7. 베트남 관련 규제 정보	64

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 바흐호아산(Bach Hoa Xanh)	66
Interview ② 따오응엔플라자(Thao Nguyen Plaza)	68
Interview ③ 푸영응옥푸드(Phuong Ngoc Food)	70
Interview ④ 히엔호아트레이딩서비스(Hien Hoa Trading Service)	72
Interview ⑤ 라하(Laha)	74

VII. 시장진출제언(Export Insights)

※ 참고문헌	79
--------	----

I . 요약(Summary)

Summary

▶ 수요 분석

		수치	전문가 인터뷰	
 <p>멸균우유 (우유 시장의 약 93%)</p>	 <p>우유 對한국 수입규모 (對글로벌 수입규모의 약 0.1%)</p>	시장규모	우유 1.6조 원 멸균우유 1.5조 원	유제품 산업 발달한 국가의 우유 선호 - 주요 소비자, 가족 위해 소비하는 주부 - 인기 브랜드 비나밀크, 더치레이디, 티에이치트루밀크
		수입규모	글로벌 215억 2,235만 원 한국 2,541만 원	
소비 시장규모	우유 시장 점유율	비나밀크 47.7% 더치레이디 21.3%		
	유제품 시장 비중	우유 제품 67%		

▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)

		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰	
 <p>우유 특징</p>	 <p>우유 소비</p>	우유 특징	저당 2nd / 63건 저지방 3rd / 29건	최근 '저지방', '탈지 우유' 문구 확인 후 구매 - 베트남 소비자, 국산 우유 브랜드 선호
		우유 소비	신선 우유 1st / 143건 분유 8th / 10건	
 <p>주요 브랜드</p>	우유	더치레이디 1st / 25건 티에이치트루밀크 2nd / 16건		

▶ 유통채널

		시장 점유율	전문가 인터뷰
	개인 및 기타 식료품점	77.6%	베트남 내 유제품 전문 가게 존재 - 오프라인뿐만 아니라 온라인 채널 진출도 추천
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	9.7%	
	음식/음료/담배전문점	8.6%	
	온라인	3.9%	

▶ 통관 및 검역

		핵심 키워드	전문가 인터뷰
	인증취득	필수: 필수인증 없음 선택: GMP, HACCP	인증은 주요 구매요인에 해당하지 않음
	사전절차	필수: 사전 수입 허가	
라벨 표기사항	라벨 표기사항	베트남 정부(Decree 43)	
	서류 준비사항	원산지증명서 외 6건	
세금납부	기본관세율	15%	
	FTA 협정세율	0%	
	부가세	10%	

- ▶Point 01. 유제품 산업 발달한 베트남, 소비자는 국내 브랜드 제품 선호
- ▶Point 02. 수입 제품 중 유제품 산업 발달한 국가 브랜드 제품 선호
- ▶Point 03. 온라인 채널 통한 우유 판매량 간과할 수 없음

Market Size

(시장규모)

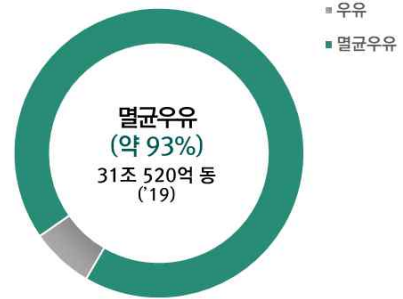
베트남(Vietnam)

우유 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(우유)

- 우유(Milk)¹⁾ 시장규모
..... 33조 5,430억 동('19)
- 멸균우유(Shelf Stable Milk)²⁾ 시장규모
..... **31조 520억 동('19)**

(*) Euromonitor International



우유 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(우유)

- HS 0401.20 '우유와 크림(농축하지 않은 것으로서 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가하지 않은 것으로 한정한다)'
베트남 對 글로벌 수입규모
..... 1,947만 9,000달러('19)
- HS 0401.20³⁾ '우유와 크림(농축하지 않은 것으로서 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가하지 않은 것으로 한정한다)'
베트남 對 한국 수입규모
..... **2만 3,000달러('19)**

(*) International Trade Centre, KATI



우유 소비 시장규모

지표 설정 기준 조사제품 '우유는 남냐노스 누구나 섭취 가능한 제품이며, 소비자가 많은 지역일수록 수요가 높을 확률이 높음. 이에 제품의 지역별 소비 시장규모를 파악하기 위해 '베트남 지역별 인구 수'를 조사함. 또한 유제품별 구매 현황을 파악하기 위해 '베트남 유제품 종류별 시장규모'를 조사함. 마지막으로 베트남 시장 내 경쟁 브랜드 및 전반적인 수요를 확인하기 위해 '베트남 우유 브랜드 매출 및 시장 점유율', '베트남 1인당 우유 소비량'을 조사함

① 베트남 지역별 인구('19)	② 베트남 유제품 종류별 시장규모('20)	③ 베트남 우유 브랜드 매출 및 시장 점유율('20)	④ 베트남 1인당 우유 소비량('15-'21)
호치민 903만 9,000명	버터 및 스프레드 96조 1,880억 동	비나밀크 47.7%	2015 6.1리터
하노이 809만 4,000명	치즈 9,520억 동	더치레이디/벨라홀란데사 21.3%	2016 6.5리터
중부고원지방 586만 1,000명	우유제품 2조 3,130억 동	티에이치트루밀크 17.5%	2017 7.0리터
탄호아 364만 6,000명	요거트 64조 4,400억 동	누비타 1.5%	2018 7.6리터
응에안 333만 7,000명	기타 유제품 19조 6,520억 동	로사밀크 1.2%	2019 8.2리터
동나이 311만 4,000명		목짜우 0.9%	2020 8.8리터
빈중 245만 6,000명		누티 0.7%	2021 9.5리터
하이퐁 203만 3,000명		데본다일 0.6%	
안장 190만 7,000명		엘아이에프 0.4%	
하이즈엉 189만 7,000명		이지 0.3%	
		기타 7.8%	

(*) 베트남통계청(General Statistics Office of Vietnam), 유로모니터(Euromonitor)

1) 우유(Milk): 암컷 포유류의 유선에서 나오는 흰색 액체로, 신선 우유, 멸균우유 등을 포함함
 2) 멸균우유(Shelf Stable Milk): 장기간 보관 가능한 초고온 살균 과정을 거친 전유, 일부 탈지유, 무지방 우유를 포함함
 3) HS CODE 0401.20: 조사제품 '우유는 지방분이 전 중량의 100분의 1 초과 100분의 6 이하인 제품임. 이에 제품 유형(우유)을 기준으로 '우유와 크림(농축하지 않은 것으로서 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가하지 않은 것으로 한정한다)'인 HS CODE 0401.20을 지표로 설정함

Market Trend

(시장트렌드)

베트남(Vietnam)

우유 소비실태 분석 결과

베트남 '우유' 주요 연관어 분석



베트남 '우유' 온라인쇼핑몰 리스트

연관어	발생량
신선 우유	143
저당	63
저지방	29
저온살균	19
유기농	18
딸기	12
우유	12
분유	10
무유당	9
...	
전유	2

베트남 온라인쇼핑몰 우유 650건 분석



베트남 '우유 브랜드' 온라인쇼핑몰 리스트

연관어	발생량
더치레이디	25
티에이치트루밀크	16
비나밀크	14
비나소이	12
네슬레	7
(네슬레) 마일로	6
F사	4
요모스트	4
에버밀크	2
메도우프레시	2

베트남 온라인쇼핑몰 우유 650건 분석

우유 제품 특징

저당 63건
저지방 29건

달콤한 우유 多판매
최근 건강 우유 판매 ↑



프리미엄 우유 제품 특징

유기농 165건
저당 75건

유기농 우유 대세
젊은 부모 선호



우유 제품 소비 특징

신선 우유 143건
연유 6건

신선 우유 소비 多
연유, 전유 수요 확인



우유 제품 브랜드 분석

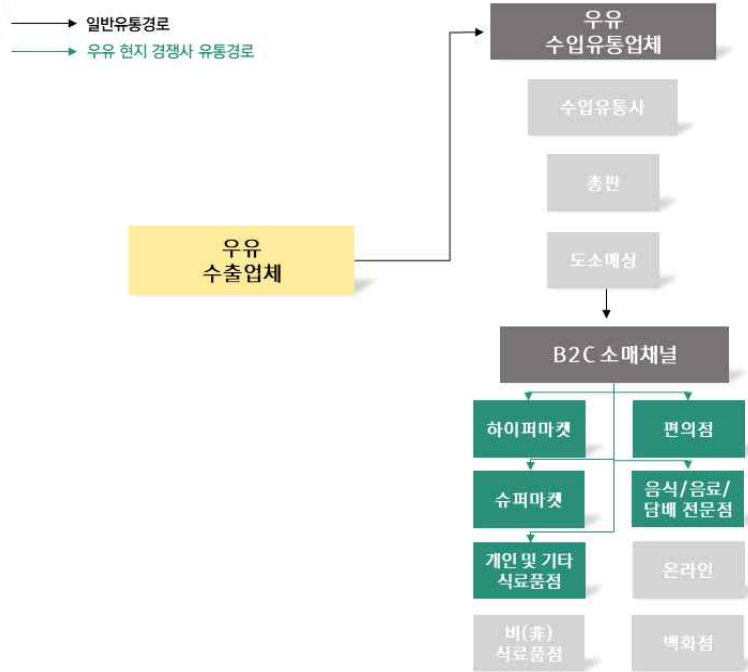
더치레이디 25건
티에이치트루밀크 16건

유럽 브랜드 다수
한국 두유 제품 인기



Distribution Channel

(유통채널)



베트남(Vietnam)

우유 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ⁴⁾⁵⁾	주요 채널 ⁶⁾
B2C 소매 채널	개인 및 기타 식료품점 ⁷⁾	77.6%	호치민 벤틀 시장(Ben Thanh), 하노이 기양보 시장(Giang Vo), 케이마켓(K Market), 오케이마트(OK Mart)
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	9.7%	빅씨(Big C), 롯데마트(Lotte Mart), 이온(Aeon), 쿵엑스트라(Coop Xtra), 이마트(Emart)
	음식/음료/담배전문점	8.6%	파리카토(Paris Gateaux), 프레시가든(Fresh Garden), 바인응웃안호아(Bánh ngọt Anh Hòa)
	편의점	3.9%	패밀리마트(Family mart), 씨클케이(Circle K), 비스마트(B's mart)

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

4) 2020년 기준, 베트남 내 '음용유(Drinking Milk Products)'의 유통채널 점유율임

5) '우유'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '음용유(Drinking Milk Products)'의 정보를 확인함

6) 채널 분류에 따른 베트남 유통채널로 현지 외국계 기업도 포함됨

7) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 재래시장, 아시안마트, 한인마트를 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"> • 유제품 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"> • 유제품 사전 심사 불필요 - 식품안전성 공표와 서류 제출로 진행 • 유제품 사전 수입 허가 필요 - 유제품에 대한 수입 허가 신청 진행 	(*) 베트남 보건부 - No. 15/2018/ND-CP (식품안전법 시행규정) - 문의처 : moh.gov.vn (*) 베트남 수의국 - 문의처 : www.cucthuy.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 0401.20.10 사용 • 협정 관세율 0% • 부가가치세 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 Strategy and Feedback



- 인터뷰 기업 : 바흐호아산
(Bach Hoa Xanh)
대형 유통 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Hoa
(Purchasing Manager)

A사 제품 장점은 다양한 맛, 단점은 짧은 유통기한

다양한 맛을 보유하고 있다는 것이 a제품 장점입니다. 하지만 a제품은 유통기한이 짧다는 문제가 있습니다. 베트남 유사 제품은 유통기한이 최대 6개월이며 상온에서 오래 보관할 수 있습니다.

A사 타겟 소비자로 주부 소비자 추천

우유는 가정에서 필수적인 제품이며, 소비자들은 대개 주부입니다. 주부들은 그들의 부모님이나 자녀 등 가족 구성원을 위해 우유를 구입합니다. 따라서 주부에게 a제품을 홍보한다면 효과적인 것입니다.

Market Demand and Price



- 인터뷰 기업 : 따오응엔플라자
(THAO NGUYEN PLAZA)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Thao
(Sales Manager)

베트남 소비자, 국산 우유 선호하여 수입 우유 시장 작아

베트남 소비자들은 국산 우유를 선호하며, 비나밀크(Vinamilk), 누티푸드(Nuti Food), 티에이치트루밀크(TH True Milk) 등 유명한 유제품 회사가 많습니다. 따라서 베트남 내 수입 우유 시장규모는 매우 작은 편입니다.

수입 우유 적정가격은 30,000~50,000VND

베트남에서 수입 우유는 30,000~50,000VND(1,431~2,385원)에 판매됩니다. 따라서 A사 a제품도 해당 가격대로 판매하는 것을 추천합니다.

Market Demand and Distribution



- 인터뷰 기업 : 푸엥응옥푸드
(Phuong Ngoc Food)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Ngoc
(Sales Manger)

베트남 유제품 회사의 TV 광고, 소비자 구매로 이어져

소비자는 광고가 많이 된 제품을 구매합니다. 그래서 베트남 유제품 회사들은 광고를 많이 하는데, 특히 TV 광고에 많이 투자합니다. a제품 홍보에도 TV 광고가 가장 효과적일 것입니다.

오프라인 채널뿐만 아니라 온라인 채널 진출 추천

현재뿐만 아니라 향후 쇼피(Shopee), 티키(Tiki), 라자다(Lazada)와 같은 전자상거래가 효과적인 유통채널로 자리매김할 것입니다. 따라서 대형마트나 편의점뿐만 아니라 해당 전자상거래 사이트에서 유통하는 것도 추천합니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Preference and Distribution



- 인터뷰 기업 : 히엔호아트레이딩서비스 (HIEN HOA TRADING SERVICE) 수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Thanh (Owner)

베트남 유제품 산업 발달하여 현지 브랜드 선호

베트남 소비자들은 현지 브랜드를 선호하며, 다른 요인보다 브랜드 평판을 많이 고려합니다. 베트남 소비자에게 평판이 좋은 브랜드는 비나밀크(Vinamilk), 티에이치트루밀크(TH True Milk), 더치레이디(Dutch Lady)입니다.

유제품 산업 발달한 국가의 우유 제품 선호

수입 제품의 경우, 호주나 네덜란드, 독일 등 EU 국가 제품을 선호합니다. 이는 해당 국가의 유제품 산업이 발달하였기에 품질이 좋고 가격이 매우 비싸지 않기 때문입니다.

Market Preference and Strategy



- 인터뷰 기업 : 라하 (Laha) 도·소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Ha (Store Manager)

포장 용기에 홍보 문구 기입 추천

베트남 소비자들은 '칼슘, 비타민 A, 비타민 D3 첨가', '저지방', '무설탕', '칼슘과 단백질 제공'과 같은 홍보 문구가 적힌 제품을 선호합니다.

추천 타겟 소비자는 중·고소득 베트남인과 한인 유학생

대부분 베트남 소비자에게 한국산 우유는 매우 비싼 편입니다. 중소득층이나 고소득층 베트남인이나 한국 유학생에게만 적합한 가격입니다. 따라서 해당 소비자들을 공략하여 홍보해야 합니다.

II. 시장규모(Market Size)

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

1. 베트남 우유 시장규모

조사 시장: 조사제품 '우유'는 암컷 포유류의 유선에서 나오는 흰색 액체를 의미하며, 살균 과정을 거친 멸균우유임. 이에 제품 종류(멸균우유)를 기준으로 멸균우유 시장규모와 상위품목인 우유의 시장규모를 조사함

베트남 국가 일반 정보¹⁰⁾

면적	33.1만km ²
인구	9,646만 명
GDP	3,295억 달러
GDP (1인당)	3,416달러

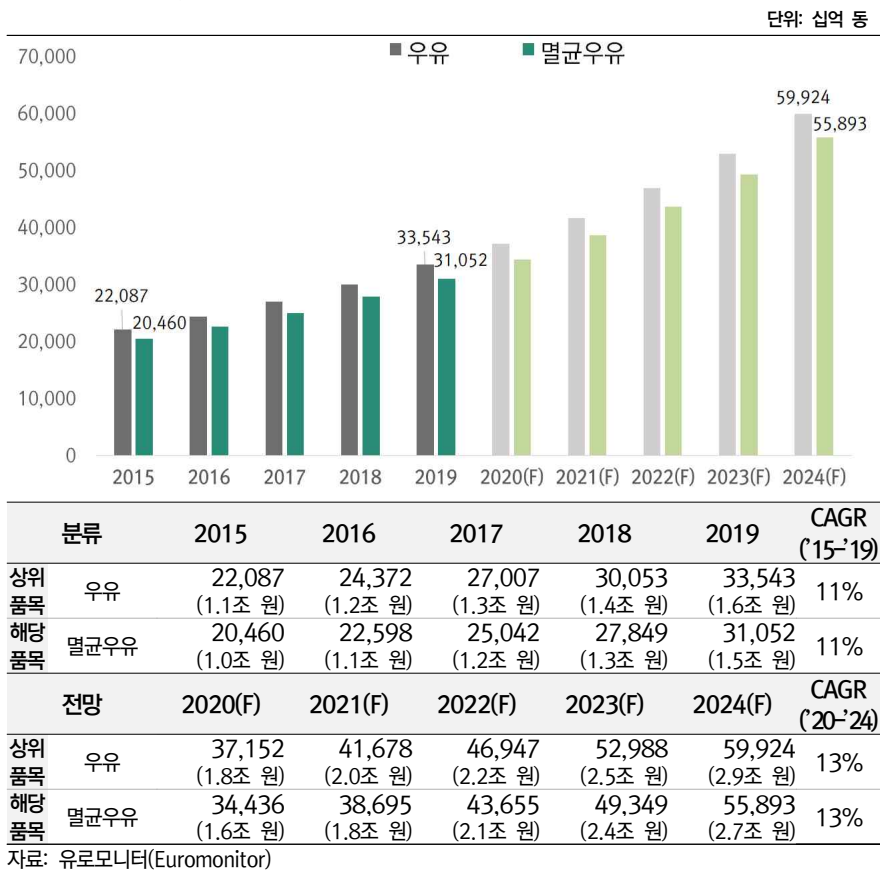
▶ 2015-2019년, 베트남 '우유' 시장규모, 연평균성장률 11%

지난 5년(2015-2019년)간 베트남의 '우유' 시장규모는 연평균 11% 증가하여 2019년 33조 5,430억 동을 기록함. 동기간 '멸균우유' 시장규모는 연평균 11% 증가하여 2019년 31조 520억 동을 기록함

▶ 2020-2024년, 베트남 '멸균우유' 시장규모, 연평균성장률 13% 예상

향후 5년(2020-2024년)간 베트남의 '우유' 시장규모는 연평균 13% 증가하여 2024년에는 59조 9,240억 동을 기록할 것으로 예상됨. 동기간 '멸균우유' 시장규모는 연평균 13% 증가하여 2024년 55조 8,930억 동을 기록할 것으로 예측됨

[표 2.1] '우유', '멸균우유' 시장규모⁸⁾⁹⁾



8) 환산된 데이터(단위: 원, 동)는 모두 반올림됨

9) 100동=4.77원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

10) 외교부, 「국가개황」, 2020

2. 베트남 우유 수출입 시장규모

2019년 HS CODE 0401.20
베트남 수입액 상위 5개국
단위: 천 달러

순위	국가명	수입액
1	호주	8,526
2	뉴질랜드	2,980
3	프랑스	2,679
4	독일	1,497
5	폴란드	717

자료: ITC

HS CODE 0401.20 : 조사제품 ‘우유’는 지방분이 전 중량의 100분의 1 초과 100분의 6 이하인 제품임. 이에 제품 유형(우유)을 기준으로 ‘우유와 크림(농축하지 않은 것으로서 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가하지 않은 것으로 한정한다)’인 HS CODE 0401.20을 지표로 설정함

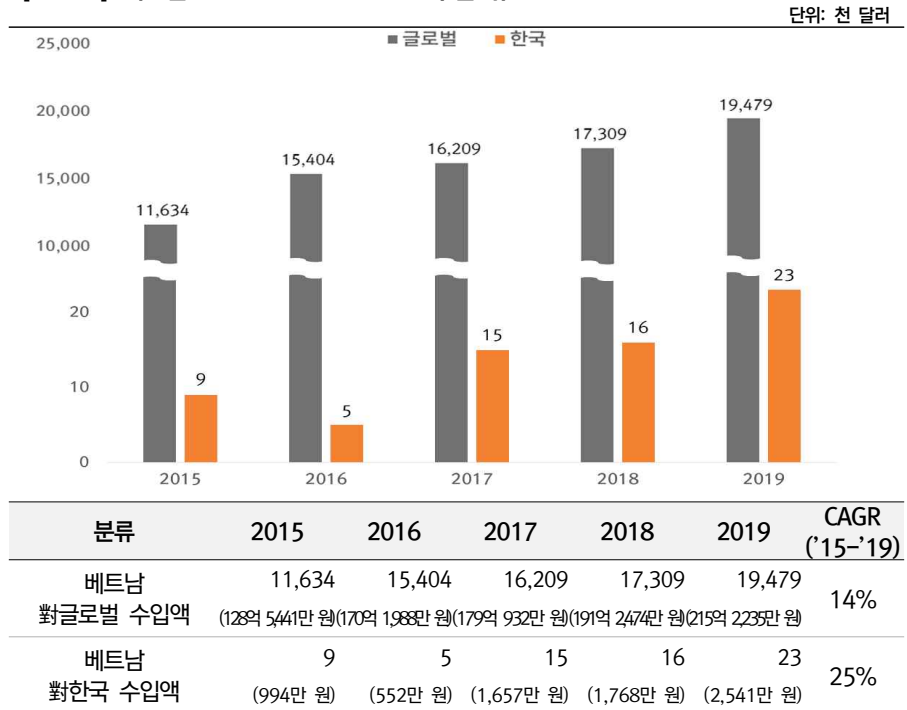
▶ 2015-2019년, 베트남 對글로벌 수입액 연평균성장률 14%

베트남 HS CODE 0401.20 품목의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 14%의 성장세를 유지하며 2019년 1,947만 9,000달러를 기록함. 특히 2016년에는 전년보다 32% 증가하여 가장 가파른 성장세를 보였음. 베트남 HS CODE 0401.20 품목의 수입상대국 1위는 호주이며, 2019년 기준 전체 수입액의 약 44%를 차지하는 852만 6,000달러(약 94억 2,000만 원)의 수입액을 기록함

▶ 2015-2019년, 베트남 對한국 수입액 연평균성장률 25%

베트남 HS CODE 0401.20 품목의 對한국 수입액은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 25%의 성장세를 보이며 2015년 9,000달러에서 2019년 2만 3,000달러로 증가함. 베트남 HS CODE 0401.20 품목의 對한국 수입액은 2019년 기준 베트남 전체 수입액의 약 0.1%를 차지하며 해당 품목 수입상대국 중 21위를 기록함

[표 2.2] 베트남 HS CODE 0401.20 수입 규모¹¹⁾¹²⁾



자료: ITC(International Trade Center), 농식품수출정보(KATI), HS CODE 0401.20 기준

11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

12) 1달러=1,104.90원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

3. 베트남 우유 소비 시장규모

1) 베트남 지역별 인구 수

조사제품 '우유'는 남녀노소 누구나 섭취 가능한 제품이며, 소비자가 많은 지역일수록 높은 수요가 예상된다. 이에 제품의 지역별 소비 시장규모를 파악하기 위해 '베트남 지역별 인구 수'를 조사함

▶ 호치민, 903만 9,000명으로 인구 가장 많아

베트남통계청(General Statistics Office of Vietnam)에 따르면, 베트남 내 인구가 가장 많은 도시는 수도인 호치민으로 전체 인구의 약 9%에 해당하는 903만 9,000명이 거주 중임. 두 번째로 인구가 많은 도시는 하노이로 809만 4,000명이 거주 중임. 호치민과 하노이는 인구 수 만큼 소비 규모도 커서 실제로 베트남 유제품의 70% 이상이 호치민과 하노이에서 소비되고 있음¹³⁾

[표 2.3] 2019년 베트남 지역별 인구 수¹⁴⁾

단위: 천 명

지역		인구 수	지역		인구 수
홍강 삼각주	하노이	8,094	북부 미들랜드와 산악 지역	하장	858
	빈푹	1,155		까오방	531
	박닌	1,379		박간	314
	꽝닌	1,325		뚜옌꽝	786
	하이즈엉	1,897		라오까이	733
	하이퐁	2,033		옌바이	823
	흥옌	1,256		타이응우옌	1,291
	타이빈	1,862		량선	783
	하남	855		바짱	1,810
	남딘	1,781		푸토	1,466
북부 중앙 지역 및 중앙 해안 지역	넌빈	985	남동부 지역	디엔비엔푸	602
	탄 호아	3,646		라이치우	463
	응에안	3,337		소나	1,253
	하띤	1,290		호아빈	856
	꽝빈	897		빈 푸우크	998
	꽝트리	633		떠이닌	1,172
	투안타엔후에	1,130		빈둥	2,456
	다낭	1,141		동나이	3,114
	꽝남	1,498		바리아 붕타우	1,152
	꽝응아이	1,232		호치민	9,039
	빈딘	1,488	룽안	1,695	
	푸옌	873	티엔장	1,766	
	칸호아	1,233	벤째	1,289	
	닌 투언	591	트라빈	1,009	
	빈 투언	1,232	빈롱	1,023	
	중부 고원 지방	5,861	동탑	1,599	
	꽌똌	543	안장	1,907	
	기아 라이	1,520	끼엔장	1,724	
	덕락	1,873	컨터	1,236	
덕농	626	하우장	732		
람동	1,299	속짱	1,200		
		박리에우	908		
		까마우	1,194		

자료: 베트남통계청(General Statistics Office of Vietnam)

13) 자료: 램인터내셔널(Lamb Internatioanl), 「빠르게 성장하는 베트남 우유 시장, '프리미엄'이 핵심 키워드」, 2019

14) 자료: 베트남통계청, 「Area, population and population density by province by Cities, provinces, Year and Items」, 2019

2) 베트남 유제품 종류별 시장규모

조사제품 '우유'는 우유로 만들어진 것을 포괄하는 유제품에 속함. 이에 유제품 종류별 구매 현황을 파악하기 위해 '베트남 유제품 종류별 시장규모'를 조사함

▶ 2018-2020년, 베트남 유제품 시장규모 연평균성장률 11%

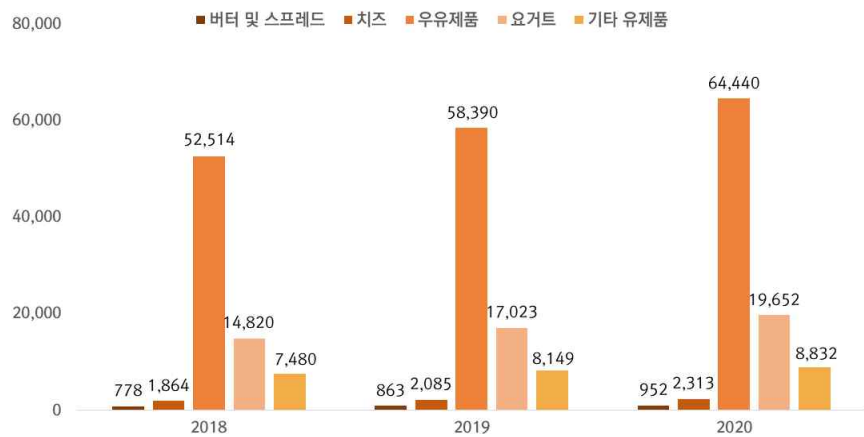
베트남 유제품 시장규모는 지난 3년(2018-2020년)간 연평균 11%의 성장세를 유지하며 2020년 96조 1,890억 동(약 9조 3,728억 원)을 기록함. 2020년 기준 베트남 유제품 종류 중 우유제품이 64조 4,400억 동으로 가장 큰 시장규모로 확인되며 이는 전체 유제품 시장의 67%를 차지함. 이어서 요거트가 19조 6,520억 동으로 전체의 20%를 차지함

▶ 베트남 유제품 시장 코로나19에도 불구하고 성장세 지속

유로모니터(Euromonitor)에 따르면, 코로나19로 외식 서비스가 제재되며 외식을 통한 유제품 소비 시장은 눈에 띄게 감소하였지만, 소매 시장규모는 지속적으로 증가하고 있음. 이러한 판매량 증가는 베트남 내 포장 및 배달 서비스의 활성화로 유제품을 대량으로 구매하는 소비자가 많아지면서 지속될 것으로 예측됨¹⁵⁾

[표 2.4] 베트남 유제품 종류별 시장규모¹⁶⁾

단위: 십억 동



유제품 종류	2018	2019	2020	CAGR ('18-'20)
버터 및 스프레드	778 (361억 원)	863 (412억 원)	952 (454억 원)	11%
치즈	1,864 (8,891억 원)	2,085 (9,945억 원)	2,313 (1조 1,033억 원)	11%
우유제품	52,514 (2조 5,049억 원)	58,390 (2조 7,852억 원)	64,440 (3조 738억 원)	11%
요거트	14,820 (7,069억 원)	17,023 (8,120억 원)	19,652 (9,374억 원)	15%
기타 유제품	7,480 (3조 5,680억 원)	8,149 (3조 8,871억 원)	8,832 (4조 2,129억 원)	9%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

15) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Drinking Milk Products in Vietnam」, 2020

16) 환산된 데이터(단위: 동)는 모두 반올림됨

3) 베트남 우유 브랜드
매출 및 시장 점유율

조사제품 ‘우유’는 2019년 기준 베트남 내 약 1.6조 원의 시장이 형성되어 있으며 다수의 우유 브랜드가 존재함. 이에 향후 진출 시 경쟁 브랜드를 파악하기 위해 ‘베트남 우유 브랜드 매출 및 시장 점유율’을 조사함

2018-2019년
베트남 우유 브랜드 시장 점유율
단위: %

브랜드명	2018	2019
비나밀크	47.0	47.4
더치레이디/벨라홀란데사	21.9	21.5
티에이치트루밀크	17.9	17.7
누비타	1.5	1.5
로사밀크	1.0	1.1
목쩌우	0.8	0.8
누티	0.8	0.8
데본다일	0.6	0.6
엘아이에프	0.4	0.4
이지	0.5	0.4
기타	7.6	7.7

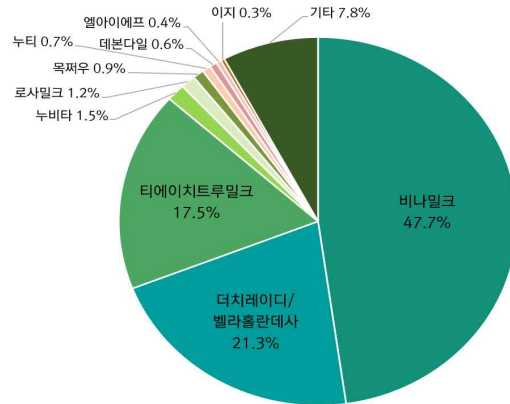
자료: 유로모니터

▶ 비나밀크, 17조 7,400억 동으로 베트남 우유 브랜드 중 매출 1위

유로모니터(Euromonitor)에 따르면, 2020년 기준 베트남 우유 브랜드 시장 매출 1위 브랜드는 비나밀크로 17조 7,400억 동의 매출을 기록하여 47.7%의 시장 점유율을 차지함. 비나밀크는 다채로운 제품라인을 통해 소비자의 기호에 맞는 유제품을 제공하고 있으며, 타 제품에 비해 가격이 저렴하여 베트남 소비자들에게 인기가 높음.17) 비나밀크는 이미 글로벌 시장에 진출하여 수익을 내고 있으며, 2021년에는 중국 첫 수출을 앞두고 있음18)

[표 2.5] 2020년 베트남 우유 브랜드 시장 점유율19)

단위: 십억 동



기업명	소속 브랜드	주요제품	2020 매출20)	점유율
베트남데어리 (Vietnam Dairy)	비나밀크 (Vinamilk)	100%수아투오이 (100% Sua Tuoi)	17,740 (8,462억 원)	47.7%
로얄프리스랜드 (Royal Friesland)	더치레이디/벨라홀란데사 (Dutch Lady/Bella Hollandesa)	크리미 (Creamy)	7,924 (3,780억 원)	21.3%
티에이치푸드체인 (TH Food Chain)	티에이치트루밀크 (TH True Milk)	티에이치트루밀크잇두옹 (TH True Milk It Duong)	6,496 (3,099억 원)	17.5%
누티푸드뉴트리션푸드 (Nutifood Nutrition Food)	누비타 (Nuvita)	탕치우까오낭트리투에 (Tang Chieu Cao Nang Tri Tue)	550 (262억 원)	1.5%
롱탄데어리 (Long Thanh Dairy)	로사밀크 (Lothamilk)	빙언수아보투오이 (Vi Ngon Sua Bo Tuoi)	457 (218억 원)	1.2%
목쩌우데어리 (Moc Chau Dairy)	목쩌우 (Moc Chau)	목쩌우잇두옹 (Moc Chau It Duong)	325 (155억 원)	0.9%
누티푸드뉴트리션 (Nutifood Nutrition)	누티 (Nuti)	누티수아투오이100% (Nuti Sua Tuoi 100%)	272 (130억 원)	0.7%
사푸토 (Saputo)	데본다일 (Devondale)	풀크림퓨어밀크 (Full Cream Pure Milk)	232 (111억 원)	0.6%
인터네셔널데어리 (International Dairy)	엘아이에프 (AIF)	수아밥논 (Sua Bap Non)	155 (74억 원)	0.4%
하노이밀크 (Hanoi Milk)	이지 (IZZI)	하이피 (Hi P)	114 (54억 원)	0.3%
	기타		2,889 (1,378억 원)	7.8%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

17) 비나밀크(Vinamilk)

18) 자료: 데어리리포터(Dairy Reporter), 「Vinamilk exports first large batch of milk to China in 2021」, 2021

19) 환산된 데이터(단위: 동, 원)는 모두 반올림됨

20) 본 보고서의 매출은 RSP(Retail Selling Price, 소매 채널에서 판매된 제품의 총 수량과 판매 당시 소매 금액을 곱한 값)을 의미함

4) 베트남 1인당 우유 소비량

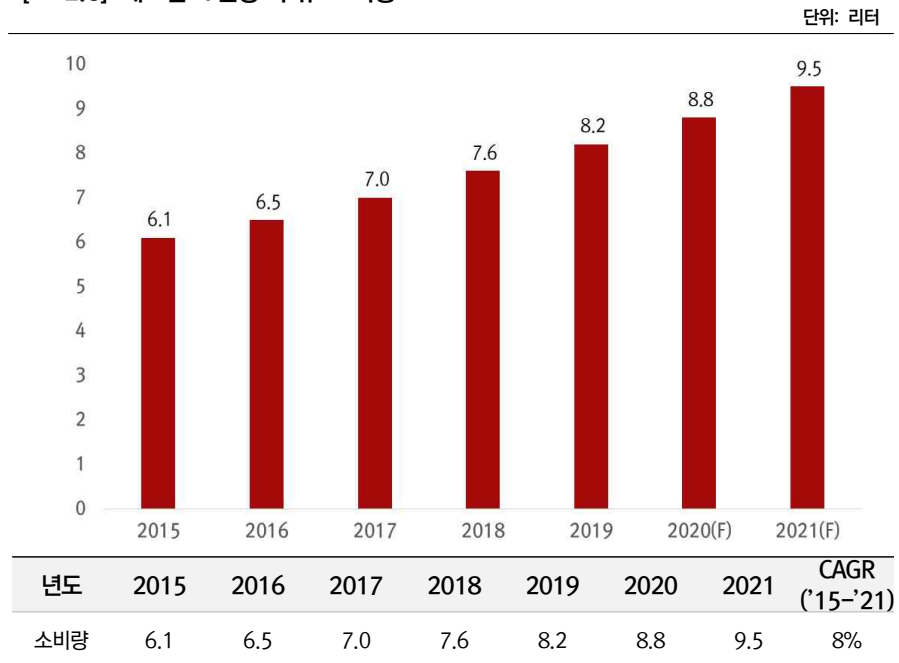
조사제품 '우유'는 2019년 기준 베트남 내 약 1.6조 원의 시장이 형성되어 있으며 베트남 소비자들의 구매가 많은 제품임. 이에 베트남 소비자들의 우유 소비 현황을 파악하기 위해 '베트남 1인당 우유 소비량'을 조사함

▶ 2015-2021년, 베트남 1인당 우유 소비량 연평균성장률 8% 예상

베트남 1인당 우유 소비량은 7년(2015-2021년)간 연평균 8%의 성장세를 보이며 2021년 9.5리터를 기록할 것으로 예측됨. 특히 2021년 우유 소비량은 전년 대비 8% 성장하여 7년(2015-2021년)간 가장 큰 폭으로 증가할 것으로 예측됨

브이엔익스프레스인터네셔널(VN Express International)에 따르면 코로나19로 인해 베트남 저소득층의 매출이 급격하게 줄어들었으며 이로 인해 저소득층의 우유 및 유제품 소비량이 현저히 줄어들었음. 이에 맞춰 비나밀크 같은 베트남 우유 브랜드들이 저가형 제품에 대한 마케팅을 강화함. 반면에 저소득층에 비해 코로나19 영향을 적게 받은 중·상위 소득층의 우유 소비량은 변함없이 증가함. 사이공 증권(SSI Securities)은 코로나19가 극복되어 저소득층의 소득이 증가하면 2022년에는 전체 우유 소비량이 7% 증가할 것으로 예측함²¹⁾

[표 2.6] 베트남 1인당 우유 소비량



자료: 유로모니터(Euromonitor)

21) 자료: 브이엔익스프레스인터네셔널(VN Express International), 「How will the dairy industry fare in 2021?」, 2021

Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 베트남, '저당' 및 '저지방' 우유 인기
2. 베트남 프리미엄 우유의 특징은 '유기농'
3. 베트남, 일반 우유 외 전유, 연유 등의 상품 라인업 발달
4. 베트남 우유 시장, 유럽 등지의 수입 브랜드 다수 진출

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

●

데이터 수집
소스원



(베트남 온라인쇼핑몰 TIKI)

농식품
(기사, 포스팅, 댓글)



데이터 수집
900건

- ① 베트남 우유 관련 데이터 수집(*)
- 수집원 : 베트남 온라인쇼핑몰
- ② 베트남 우유 관련 소비자 데이터 수집(*)
- 수집원 : Tiki(tiki.vn)

●

데이터 분류
키워드집



(우유 연관 키워드집)

우유
(검색어)



데이터 정제
219건

- ① 수집 데이터 정의
- 수집 키워드 : 우유(Sữa nước), 고품질 우유(sự cao cấp)
- ② 수집 데이터 정제
- 정제 데이터 추출 : 우유 관련 데이터 219건 추출

●

데이터 분석
- 연관어 분석

연관어 분석
(시장 트렌드 분석)



데이터 분석
베트남 우유
소비 실태 분석

- ① 데이터 분석 배경 및 목적
- 베트남 우유 소비 실태 분석
- ② 데이터 분석 기법 선정
- 우유 관련 키워드집 구축(**)
- 키워드별 발생 빈도 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	21.01 - 21.02
수집 데이터	900건

데이터 정제

정제 키워드	우유 (Sữa tươi), 고품질 우유 (Sữa cao cấp)
정제 데이터	219건

○ 데이터 수집

- 베트남 온라인쇼핑몰

[표 3.1] 베트남 데이터 소스원

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Tiki	tiki.vn	온라인쇼핑몰

○ 데이터 분석 키워드집

- 베트남 우유 판매 온라인쇼핑몰 사전조사

[표 3.2] 관련 키워드 추출

							
인기 우유 특징 분석		프리미엄 우유 특징 분석		섭취 우유 유형 분석		우유 브랜드 및 국적 분석	
키워드	우유 기능	키워드	우유 기능	키워드	우유 유형	키워드	우유 브랜드

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 베트남 우유 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 베트남 우유 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)	
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드		의미	베트남어	참여기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	제품 특징	저지방	ít béo	0	0
			저당	Ít Đường	0	0
무유당	Không Lactose			0		
유기농	hữu cơ		0	0		
저온살균	Tiệt Trùng			0		
딸기	dâu			0		
초콜릿	socola			0		
소비 특징		전유	nguyên		0	
		우유	sữa bò	0	0	
		연유	sữa Đặc		0	
		신선유	sữa Tươi		0	
		분유	sữa Bột		0	
국가 및 브랜드		호주	Châu Úc		0	
		뉴질랜드	New Zealand		0	
		한국	Hàn Quốc	0	0	
		더치레이디	Dutch Lady		0	
		티에이치트루밀크	TH True Milk		0	
		비나밀크	Vinamilk		0	
		비나소이	Vinasoy		0	
		네슬레	Nestle		0	
		마일로	MILO		0	
		삼육식품	Sahmyook Foods		0	
		요모스트	Yomost		0	
		에버밀크	EverMilk		0	
메도우프레시	Meadow Fresh		0			

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 베트남 우유 소비실태 분석

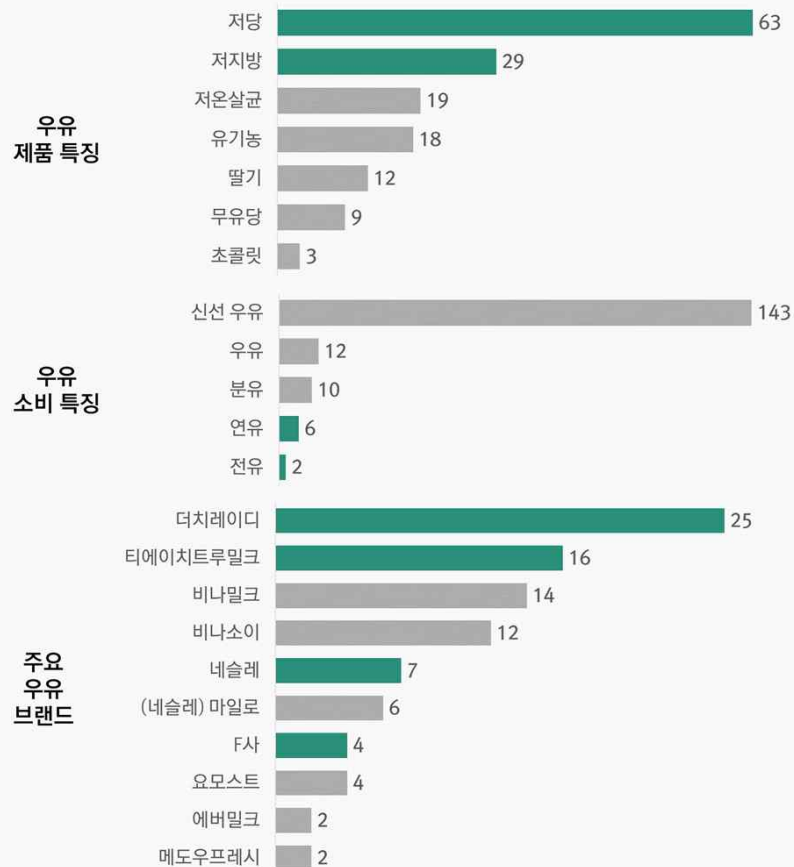
- ① 베트남 내 인기 우유 특징
- ② 베트남 내 프리미엄 우유 수요
- ③ 베트남 내 우유 소비 특징
- ④ 베트남 내 한국산 우유 인지도

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

- ① 온라인쇼핑몰 ‘우유’ 연관 기능 키워드 분석
- ② 온라인쇼핑몰 ‘프리미엄 우유’ 연관 기능 키워드 분석
- ③ 온라인쇼핑몰 ‘우유’ 연관 제품 키워드 분석
- ④ 온라인쇼핑몰 ‘우유’ 연관 브랜드 및 국가 키워드 분석

[베트남 우유 연관어 분석 결과]



1. 베트남, ‘저당’ 및 ‘저지방’ 우유 인기

베트남 인기 우유 정보



제품명	티에이치트루밀크 저당 저온살균 우유
판매가	13,118원 (275,000 동22)
규격	1박스 당 110mlX48개
특징	· 저당, 무색소, 무향 · ISO 22000, 베트남 위생 인증 (15806/2010/ YT-CNTC) 획득

자료: Tiki(tiki.vn)

▶ ‘저당’, ‘저지방’ 등 균형 잡힌 영양을 제공하는 제품에 관심 고조

베트남 온라인쇼핑몰을 통해 판매되고 있는 우유 제품 정보를 분석한 결과, ‘저당’, ‘저지방’을 특징으로 내세운 제품들이 다수 확인되었음. 일반적으로 베트남의 우유 시장에는 설탕, 연유 등이 첨가된 맛 등 달콤한 우유가 많이 판매되고 있음. 최근에는 건강한 식품에 대한 소비자 관심이 점차 증대되면서 ‘저당’, ‘저지방’ 제품도 다양하게 판매되는 추세임

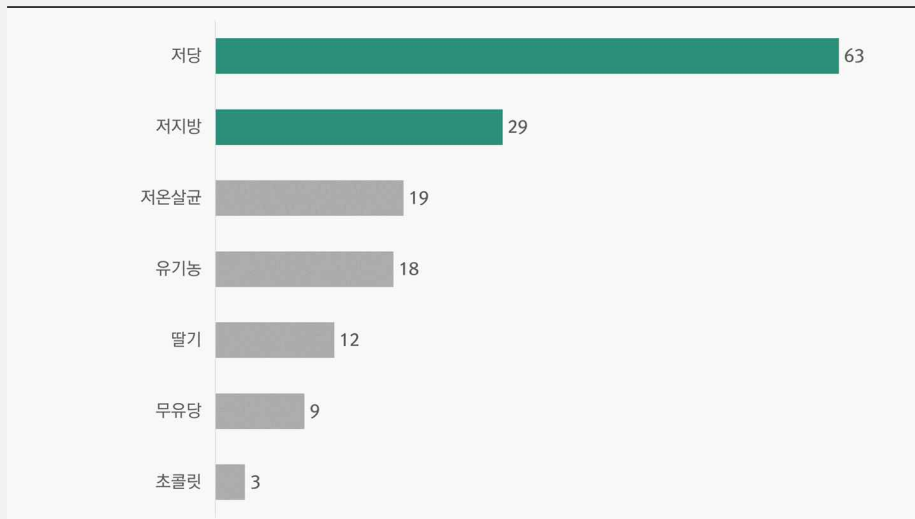
▶ 티에이치트루밀크(TH True Milk), 더치레이디(Dutch Lady)의 ‘저당’ 우유 인기

베트남에서 인기인 ‘저당’ 우유의 브랜드는 티에이치트루밀크, 더치레이디 등임. 티에이치트루밀크는 ‘안전’, ‘건강’이라는 이미지를 구축하여 건강한 우유를 원하는 소비자들이 선호하는 대표 브랜드로 자리매김함. 더치레이디는 소비자 성향을 꾸준히 모니터링하면서 최근 8년 동안 우유 제품 내 설탕과 포화지방 함량을 낮추기 위해 노력해옴. 그 결과 설탕 함량을 건강한 수준으로 낮춘 우유 제품의 비율이 8년 전 1%에서 현재 약 45%로 확대되었음. 이는 ‘균형 잡힌 영양’ 보유한 우유를 요구하는 베트남 소비자들의 기대와 선호도를 충족하기 위한 행보임²³⁾

▶ 베트남 우유 제품 특징 분석

- ① ‘저당’, ‘저지방’ 등 건강한 영양섭취를 위한 제품에 관심 ↑
- ② 우유 제조업체는 ‘저당’ 우유 제품군 확대 중

[표 3.4] 베트남 우유 제품 특징 분석



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 우유 관련 키워드 650개 분석

22) 100동=4.77원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

23) 베트남뉴스(Vietnam News), ‘Tracking Dutch Lady’s rise to top of global nutrition brands list’, 2020.09.01

2. 베트남 프리미엄 우유의 특징은 ‘유기농’

베트남 프리미엄 우유 정보



제품명	다이오니오가닉 유기농 저지방 우유
판매가	46,364원 (972,000 동24)
규격	1박스 당 1,000mlX12개
특징	· 100% 유기농 · 저지방(Fat 1.6%) · 영국토양협회(Soil Association) 유기농 인증 획득

자료: Tiki(tiki.vn)

베트남 소비자 유기농 우유 구매 사유 및 온라인쇼핑몰 후기 분석

- 유기농 우유 구매자들은 젖소 사육 및 우유 제조과정에서의 안전과 위생을 신뢰할 수 있다는 점을 높이 평가함
- 수입 브랜드의 유기농 우유를 구매한 사람들은 대체로 제품 자체에 만족하였으나 유통기한이 임박한 제품이 배송되어 온다는 점에 불만을 토로하는 후기가 다수 확인됨

자료: Eva.vn(eva.vn) & Tiki(tiki.vn)

▶ 프리미엄 우유 시장의 대세는 유기농 우유

베트남 내 프리미엄 우유 제품의 정보를 분석한 결과, ‘유기농(Organic)’이 압도적으로 빈출되었음(프리미엄 우유 키워드 250개 중 66%). 특정 성분, 효능, 맛보다 ‘유기농 우유’가 베트남 프리미엄 우유 시장의 주축을 이루고 있는 것으로 분석됨. 유기농 우유는 ‘저당’ 또는 ‘저지방’ 등 건강한 영양섭취와 관련된 특징을 보유한 제품들이 많음

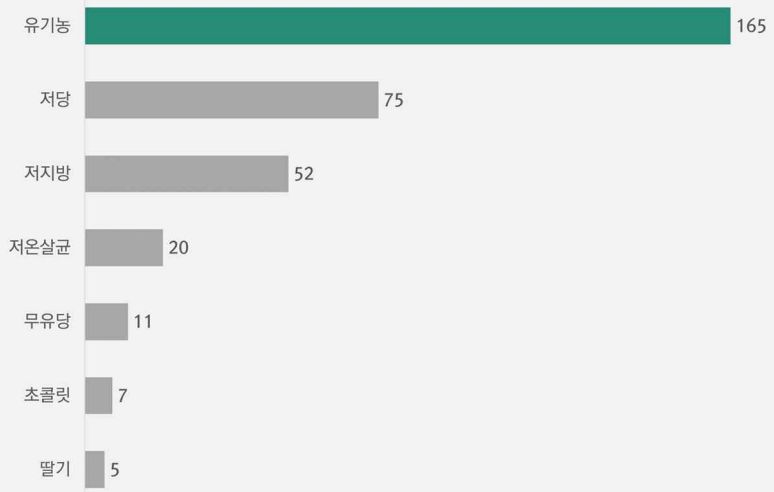
▶ 유기농 우유를 선호하는 부모 소비자 급증

2020년 글로벌 마케팅 리서치 회사 칸타월드패널(Kantar Worldpanel)의 조사에 따르면, 젊은 부모를 중심으로 점차 더 많은 베트남 부모들이 자녀를 위해 유기농 우유를 구매하는 것으로 나타남.²⁴⁾ 또한, 현재 베트남의 프리미엄 우유 시장에는 영국 프리미엄 유기농 우유 브랜드 다이오니오가닉(Dioni Organic), 스위스의 네슬레(Nestlé) 등 다수의 수입 브랜드가 진출해있는 것으로 확인되었음

▶ 베트남 프리미엄 우유 시장 특징 분석

- ① ‘유기농’ 제품이 대세, 유기농 우유는 대개 ‘저당’, ‘저지방’ 특징도 보유
- ② 젊은 부모를 중심으로 유기농 우유 선호 증가

[표 3.5] 베트남 프리미엄 우유 제품 특징 분석



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 프리미엄 우유 관련 키워드 250개 분석

24) 100동=4.77원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

25) 에바베트남(Eva.vn), ‘Sữa hữu cơ - xu hướng mới được nhiều mẹ Việt hiện đại tin tưởng lựa chọn cho con’, 2020.06.18

3. 베트남, 일반 우유 외 전유, 연유 등의 상품 라인업 발달

●
2020년
베트남 온라인쇼핑몰
우유 판매 인기 순위

순위	제품명
1	네슬레 마일로 우유 (48개 묶음)
2	네슬레 마일로 우유(보리) (48개 묶음)
3	네슬레 마일로 우유 (4개 묶음)
4	티에이치트루밀크 저당 저온살균 우유 (48개 묶음)
5	F사 검은콩호두이몬드 두유 (20개 묶음)
6	데본다일 풀크림 전유 (24개 묶음)

자료: Tiki(tiki.vn)

▶ 베트남의 로컬 유제품 회사 비나밀크(Vinamilk), 연유 생산에 집중

베트남 온라인쇼핑몰에서 판매되는 우유 제품 유형을 분석한 결과, ‘신선 우유’가 가장 많았으나, 그 외에도 우유를 농축시킨 ‘연유’와 지방을 전혀 제거하지 않은 우유인 ‘전유(whole milk)’ 제품이 확인되었음. 베트남 우유 시장에는 일반 우유 외에도 전유, 연유와 같은 상품 라인업이 발달했으며, 이러한 제품에 대한 소비도 활발한 것으로 분석됨. 이에 베트남 최대 유제품 회사 중 하나인 비나밀크는 연유 제품 생산에 주력하면서 베트남은 물론 해외시장에서도 연유 제품을 많이 판매하고 있음²⁶⁾

▶ 베트남 유제품 베스트셀러 6위는 데본다일(Devondale)의 전유

베트남 온라인쇼핑몰의 2020년 인기 유제품 판매순위를 분석한 결과²⁷⁾, 호주 데본다일의 전유 제품이 판매순위 6위를 기록함. 전유는 지방을 제거하지 않아 지방 함유량(3~4% 수준)과 열량이 높은 우유로, 주로 높은 에너지가 필요한 영유아를 위해 구매하는 경우가 많음. 전유는 첨가물을 추가하거나 특정 성분을 제거하지 않으므로 건강과 영양에 관심을 가진 베트남 소비자들을 중심으로 인기를 끌고 있음. 데본다일 외에 뉴질랜드의 유제품 회사 메도우프레시(Meadow Fresh) 등의 전유 제품도 다수 판매되고 있음²⁸⁾

▶ 베트남 우유 제품 소비 특징 분석

- ① 우유 제품 유형 중 신선 우유 소비가 가장 많음
- ② 일반 우유 외 비나밀크(연유), 데본다일(전유)의 제품 등이 인기

[표 3.6] 베트남 우유 제품 소비 특징



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 우유 관련 키워드 650개 분석

26) 타이돈크엣(Dai Doan Ket), ‘Condensed milk products helped Vinamilk win the Asian export enterprise award in 2019’, 2019.12.03

27) 2020년 인기 유제품 제품 판매순위는 온라인쇼핑몰 Tiki(tiki.vn)에서 제공하는 자료를 참고함 (검색일: 2021.02.04)

28) 타이친(TÀI CHÍNH), ‘Sữa tươi tiệt trùng nguyên kem, ít béo, tách béo: Loại nào tốt cho con?’, 2020.12.19

4. 베트남 우유 시장, 유럽 등지의 수입 브랜드 다수 진출

▶ 최다 입점 수입 우유 브랜드는 더치레이디, 네슬레(Nestle) 등

베트남 온라인쇼핑몰에서 판매 중인 우유 및 유사 제품의 브랜드를 분석한 결과 더치레이디를 비롯한 다수의 수입 브랜드가 확인됨. 더치레이디는 네덜란드 기업인 프리즈랜드컴피나(Friesland Campina)의 우유 브랜드로, 1924년 베트남에 진출함. 오랫동안 베트남 소비자 사이에서 큰 인기를 끌며 베트남의 국민 유제품 브랜드로 거듭남. 그 밖에 스위스 기반 브랜드인 네슬레의 제품도 인기임

▶ 한국산 우유 제품 중 두유 제품 인기

베트남 온라인쇼핑몰에서 한국산 신선 우유 제품은 거의 확인되지 않아 한국 우유 브랜드의 베트남 진출 수준은 아직 낮은 것으로 파악됨. 그러나 한국 우유 제품 중 검은콩, 호두, 아몬드 등이 첨가된 두유, 베지밀 등 여러 두유 제품이 인기리에 판매되고 있으며, ‘좋은 맛’, ‘비슷한 맛을 가진 다른 제품이 없는 점’ 등에서 호응을 얻고 있음

베트남 소비자 두유 구매 리뷰

〈만족 리뷰〉

- “맛이 좋고 포장이 간편하다.”
- “새로운 맛의 우유이고 매우 맛있다.”

〈불만족 리뷰〉

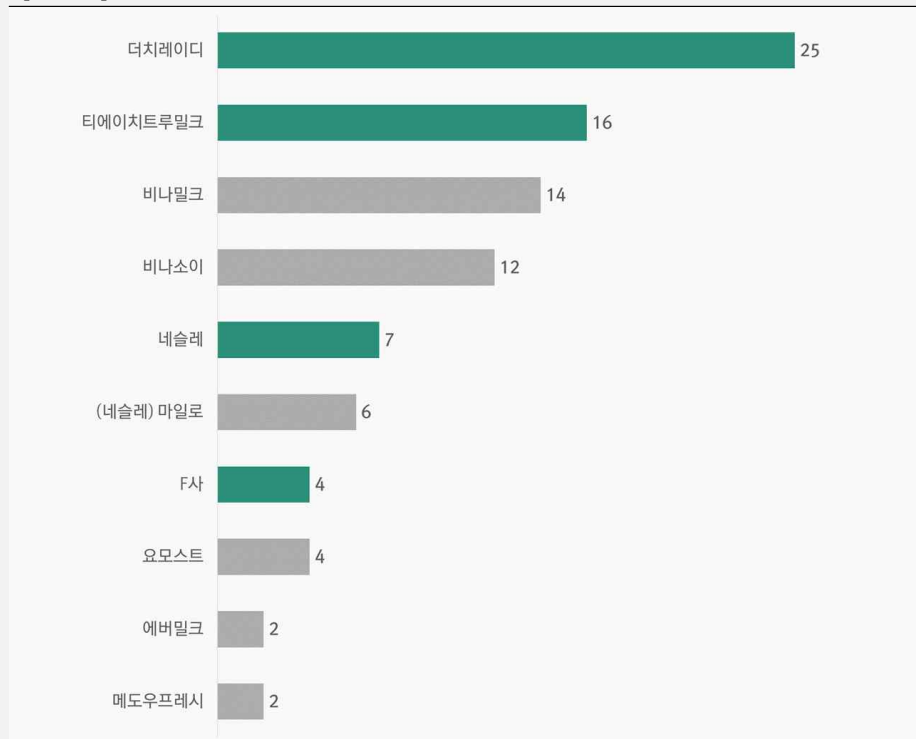
- “유통기한이 얼마 남지 않은 제품이 배송되었다.”
- “제품에 함유된 곡물이 원물이 아니라 추출물인 것 같아 다소 실망스럽다.”

자료 : Tiki(tiki.vn)

▶ 베트남 우유 제품 브랜드 분석

- ① 더치레이디, 네슬레 등 유럽 기반 브랜드 다수 진출
- ② 한국 우유 유사 제품인 두유 제품도 인기

〔표 3.7〕 베트남 우유 제품 브랜드 분석



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 우유 관련 키워드 650개 분석

IV. 유통채널(Distribution Channel)

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

1. 베트남 우유 유통구조

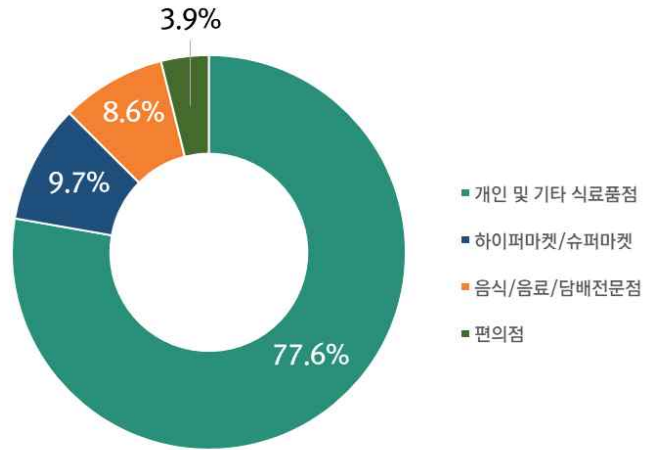
품목 구분 및 분류

품목	우유
구분	우유
범주	음용유 (Drinking Milk Products)

▶ 베트남 우유 주요 유통채널

‘개인 및 기타 식료품점(77.6%), 하이퍼마켓/슈퍼마켓(9.7%)’

[표 4.1] 베트남 우유 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 베트남 우유 유통채널 현황

채널 유형	우유 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매채널	개인 및 기타 식료품점	77.6%	호치민 벤탄 시장(Ben Thanh), 하노이 기양보 시장(Giang Vo), 케이마켓(K Market), 오케이마트(OK Mart)
	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	9.7%	빅씨(Big C), 롯데마트(Lotte Mart), 이온(Aeon), 콕엑스트라(Coop Xtra), 이마트(Emart)
	음식/음료/담배 전문점	8.6%	파리카토(Paris Gateaux), 프레시가든(Fresh Garden), 바인응웃안호아(Bánh ngọt Anh Hòa)
	편의점	3.9%	패밀리마트(Family mart), 씨클케이(Circle K), 비쓰마트(B's mart)

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

2. 베트남 우유 주요 유통업체

▶ 재래시장, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 대표적

추가로 영유아용품점에서 유사제품 판매가 확인되어 조사채널에 포함

[표 4.3] 베트남 우유 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁹⁾ 30, 매장수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	호치민 벵탄 시장 (Ben Thanh)	개인 및 기타 식료품점 (재래시장)	점포 수('20): 약 1,500개		0
2	사쿠코스토어 (Sakuko Store)	개인 및 기타 식료품점 (아시아마트)	매장 수('20): 34개	메이지(Meiji), 모리나가(Morinaga), 글리코(Glico)	0
3	오케이마트 (OK Mart)	개인 및 기타 식료품점 (한인마트)	매장 수('20): 15개	B사, C사, D사	0
4	스카이마트 (Sky Mart)	개인 및 기타 식료품점 (한인마트)	매장 수('19): 11개	비나밀크(Vinamilk), 티에이치(TH), B사	0
5	케이마켓 (K Market)	개인 및 기타 식료품점 (한인마트)	약 1억 1,054만 달러 (약 1,221억 원)	달랏(Da Lat), 비나밀크(Vinamilk), 아본모어(Avonmore)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

29) 1달러=1,104.90원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

30) 100동=4.77원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	롯데마트 (Lotte Mart)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	186억 1,200만 원 ³¹⁾	비나밀크(Vinamilk), 티에이치(TH), 목차우(Môc Châu)	0
7	빅씨 (Big C)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 14억 4,600만 달러 (약 1조 5,977억 원)	비나밀크(Vinamilk), 티에이치(TH), 더치레이디 (Dutch Lady)	0
8	패밀리마트 (Family Mart)	편의점	약 6,751만 달러 ³²⁾ (약 745억 9,179만 원)	달랏(Đà Lat), 비나밀크(Vinamilk), 티에이치(TH)	0
9	씨클케이 (Circle K)	편의점	약 29조 7,022억 동 (약 1조 4,168억 원)	밀로(Milo), 티에이치(TH), 더치레이디 (Dutch Lady)	0
10	비보마트 (Bibo Mart)	비(非) 식품점 (영유아 용품점)	매장 수(*20): 136개	코이타(Koita), 애보트(Abbott), 네슬레(Nestle)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

31) 롯데쇼핑 Supermarket 부문 매출액임

32) 패밀리마트(Family Mart)의 경우, 기업 CVS 사업부문 해외시장 통합 매출액

3. 베트남 우유 B2C 소매채널

1) 재래시장

① 호치민 벵탄 시장(Ben Thanh)³³⁾

	채널명	벵탄 시장								
	홈페이지	www.ben-thanh-market.com								
	위치	호치민(Ho Choi Minh) Ben Thanh Ward, District 1								
	규모 ³⁴⁾	점포 수: 약 1,500개 시장 면적: 13,056m ²								
시장 기본 정보	시장 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 호치민시 중심에 위치한 벵탄 시장은 베트남 사이공에서 가장 오래된 건축물 중 하나이며 도시의 중요한 상징 • 전 세계의 많은 외국 관광객과 현지인들이 방문하는 문화관광형 시장 • 각 사이드는 전문 품목을 판매하도록 지정됨 <ul style="list-style-type: none"> - 이스트 사이드: 말린 해산물, 가금류, 절인 과일, 커피콩, 생선 소스, 향신료 등 - 웨스트 사이드: 예술 관련 상품 - 사우스 사이드: 의류, 신발, 보석류 및 화장품 - 노스 사이드: 과일, 생선 등 • 저녁 6시부터 나이트 마켓 오픈 								
시장 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 6월 외국인 관광객에 주로 의존했던 시장 상인들이 코로나19로 큰 피해를 입음(폐점포 수가 늘고 있음) • 2020년 4월 벵탄 시장과 수에이 티엔을 연결하는 사이공 첫 번째 지하철 1호선 라인 작업장이 82% 완성됨 								
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>스으어밥넵타이순차이 (Sữa bắp nếp Thái Sơn chai)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>우유</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>330ml</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>베트남</td> </tr> </table>	제품명	스으어밥넵타이순차이 (Sữa bắp nếp Thái Sơn chai)	종류	우유	용량	330ml	원산지	베트남
제품명	스으어밥넵타이순차이 (Sữa bắp nếp Thái Sơn chai)									
종류	우유									
용량	330ml									
원산지	베트남									

자료: 벵탄 시장(Ben Thanh market) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 브이엑스프레스(Vnexpress)
 사진 자료: 베트남디스커버리(Vietnamdiscovery), 아펠(Afar)

2) 개인 및 기타 식료품점



① 사쿠코스토어(Sakuko Store)

	기업명	사쿠코스토어(Sakuko Store)	
	홈페이지	sakukostore.com.vn	
	위치	하노이(Hà Nội)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 34개 ³⁵⁾
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 베트남 경제 타임지 소비자가 선정한 제품 및 서비스 기업 Top 100에 선정 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 6월 일본 다이어트 제품 회사 나캣타코토니(Nakatta Kotoni)와 무료 체중 감량 프로그램 진행 • 2020년 5월 일본 상품 최대 43% 할인 프로모션 진행 • 2020년 3월 코로나19로 인해 모든 주문에 대해 무료 배송 지원 	
유사제품 정보		제품명	스워드이탄중 (Sữa tươi thanh trùng)
		종류	우유
		용량	946ml
		원산지	일본

자료: 사쿠코스토어(Sakuko Store), 브이엔이코노미(VnEconomy), 베트남넷(Vietnamnet), 사진 자료: 사쿠코스토어(Sakuko Store), 클링미(Clingme), 사쿠코스토어(Sakuko Store) 페이스북

33) 베트남 내 무수히 많은 전통시장이 존재하므로, 호치민의 대표적 시장인 벤탄 시장을 예시로 들

34) 벤탄시장(Ben Thanh Market), 「Historical Symbol of Saigon, Saigon Local Tour」 2019.04.08

35) 사쿠코스토어 매장 수 기준: 직영점 21개, 가맹점 13개

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 유제품, 장류, 캔디류, 음료류, 즉석식품, 건조식품 등 - 일반: 유아용품, 청소용품, 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 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일) - 공급 제품 정보 (브랜드명, 제품명, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) - 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: cskh@sakukovietnam.com.vn - 전화번호: +84-1800-0010

자료: 사쿠코스토어(Sakuko Store), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 오케이마트(OK Mart)

기업 기본 정보	기업명	오케이마트(OK Mart)	
	홈페이지	www.sieuthikorea.com.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 약 15개
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 한국식품과 생활용품을 수입, 판매하는 매장 • 호치민, 다낭, 봉따우, 빈동 지역에 매장 위치 • 베트남 남부지역 한국제품의 약 70% 유통판매 담당 • 한국식품을 더 확대하여 판매하고자 함 • 기업명은 시우티코리아(Sieu thi 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 코로나19로 인해 배달 서비스 시작 		
유사제품 정보		제품명	빙그레바나나맛우유
종류		우유	
용량		200ml	
원산지		한국	

자료: 시우티코리아(Sieu thi Korea), 오케이마트(OK Mart) 페이스북, 오프라인 매장 조사
사진 자료: 시우티코리아(Sieu thi Korea)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 등 - 일반: 생활용품, 화장품, 헤어용품, 주방용품, 세제류, 욕실용품, 장난감류, 전자담배류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 한국제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 입점 제품 대부분이 한국제품임 	
	<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"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일) - 공급 제품 정보 (브랜드명, 제품명, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) - 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	<p>특이사항</p>	<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), 오케이마트(OK Mart) 페이스북, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 스카이다트(Sky Mart)

	기업명	스카이다트(Sky Mart)	
	홈페이지	(-)	
	위치	호치민(Hồ Chí Minh)	
	규모	기타 규모	매장 수('19): 11개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2005년 첫 매장 오픈 • 호치민 내 한인타운 푸미흥을 중심으로 매장이 운영되며, 모든 매장은 직영점으로 운영 • 한국 인천에 자체 물류창고 보유 • 편의점, 신선식품 전문매장 등 다양한 형태로 매장 운영 • 강원도 임계농협과 수출협약 체결하여 정선 사과를 베트남 최초로 수입 • 각 매장에 한국인 직원이 근무하며, 다양한 한국 조미료 및 한국 식료품을 판매 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2019년 강원도 임계농협과의 수출협약으로 정선 사과를 베트남 최초로 수입 • 2019년 4월 한국식품 박람회를 통해 한국산 딸기 10만 달러 (1억 1,911만 원) 구매 계약 체결 • 2019년 초 빈홈 센트럴파크(Vinhomes Central Park)점 매장 오픈 		
유사제품 정보		제품명	비나밀크스우어데이 (Vinamilk Sữa tươi)
종류		우유	
용량		1,000ml	
원산지		베트남	

자료: 베한타임즈(Viethantimes), 유로모니터(Euromonitor),
사진 자료: 베한타임즈(Viethantimes), 스카이다트(Sky Mart) 페이스북

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선과일, 곡류, 육류, 면류, 한식, 즉석식품, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류, 캔디류, 디저트류 등 - 일반: 유아용품, 생활용품, 세제류, 사위용품, 문구류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 가격 경쟁력 있는 제품 - HACCP 인증 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 지점별로 판매하고 있는 상품이 다를 수 있음 - 스카이프레쉬마트는 과일, 채소 등 신선식품 전문매장으로 운영 	
	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, 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드명, 제품명, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +84-28-5410-5222 - 카카오톡 ID: skymartvh - General Manager: +84-28-5410-7333

자료: 베한타임즈(Viethantimes), 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 케이마켓(K Market)

	기업명	케이마켓(K Market)								
	홈페이지	www.facebook.com/kmarketvietnam								
	위치	하노이(Hà Nội)								
	규모	<table border="1"> <tr> <td>총매출('18)</td> <td>약 1억 1,054만 달러 (약 1,300억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>매장 수('20): 약 100개 직원 수('19): 약 750명</td> </tr> </table>	총매출('18)	약 1억 1,054만 달러 (약 1,300억 원)	기타 규모	매장 수('20): 약 100개 직원 수('19): 약 750명				
총매출('18)	약 1억 1,054만 달러 (약 1,300억 원)									
기타 규모	매장 수('20): 약 100개 직원 수('19): 약 750명									
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2006년 설립되었으며 한인회장이 운영하는 소매점으로 한인 교민이 아닌 현지인을 목표로 시작된 업체 • B2C보다 B2B를 통한 매출이 더 많은 비중 차지 • 타 유통채널을 경쟁사가 아닌 파트너사로 인식 • 점차 한국제품의 비중을 낮추고 수입제품의 수를 늘리는 등 한국 마트 이미지를 지우려 노력 • 2017년 베트남 100대 브랜드로 선정 • 2019년 베트남 100대 고객 신뢰 브랜드로 선정 • 판매 제품의 종류는 약 13,000개이며, 약 60~70%가 한국제품 								
		 								
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 7월 22일부터 8월 4일까지 한국 우수상품 특전 개최 • 2020년 롯데마트에서 경상북도산 냉동해산물, 건어물 팝업 개최 • 2020년 리베라파크 지점에서 전라남도 농수산물 특전 개최 								
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>스워드리아본모어우유엔캠 (Sữa Tươi Avonmore Nguyên Kem)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>우유</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>200ml</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>아일랜드</td> </tr> </table>	제품명	스워드리아본모어우유엔캠 (Sữa Tươi Avonmore Nguyên Kem)	종류	우유	용량	200ml	원산지	아일랜드
제품명	스워드리아본모어우유엔캠 (Sữa Tươi Avonmore Nguyên Kem)									
종류	우유									
용량	200ml									
원산지	아일랜드									

자료: 케이마켓(K Market) 페이스북, 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 케이마켓(K Market) 페이스북, 보해양조(Bohae)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 곡물류, 신선식품, 김치류, 즉석식품, 면류, 소스류, 건강식품, 스낵류, 음료류, 유제품, 주류 등 - 일반: 생활용품, 주방용품, 위생용품, 청소용품, 화장품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 프리미엄 제품 - 고급 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 분식을 판매하는 K-food 계열사 보유 - 같은 제품이라도 제조국가에 따라 가격이 상이 - 한국제품을 직수입하여 가격 경쟁력이 뛰어난 편 	
	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 수출입 절차에 필요한 문서, 회사와 관련된 모든 종류의 문서 제출 필요 - 제품 검토 후 공급업체로 선정된 후에 상세 안내 진행 • 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) - 공급 제품 정보 (브랜드명, 제품명, 제품 사진, 판매 가격, 소비자 가격, 할인가 등) - 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +84-24-3780-5210 - 구매 담당자 이메일: hi.kim@K Market.vn

자료: 케이마켓(K Market) 페이스북, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



① 롯데마트(Lotte Mart)

	기업명	롯데마트(Lotte Mart)	
	홈페이지	lottemart.com.vn	
	위치	호치민(Hồ Chí Minh)	
	규모	매출액('19) ³⁶⁾	약 186억 1,200만 원
기타 규모		매장 수('20): 15개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2008년 베트남 진출 • 한국과 일본을 기반으로 한 다국적 기업 '롯데그룹 (Lotte Group)'의 대형 슈퍼마켓 체인 • 롯데그룹의 경우 일본 롯데그룹과 한국 롯데그룹 두 지점으로 나뉘며 한국 롯데그룹은 전 세계 22개국 대상으로 사업 운영 • 온라인 및 어플리케이션(App) 쇼핑 서비스 '스피드롯데(Speed Lotte)' 제공 	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2023년까지 매장 수를 40개로 확대할 계획 • 2021년 세계적으로 유명한 랜드마크 베트남 하롱파크에 신규매장 오픈 예정 	
유사제품 정보		제품명	스워드이탄쫄거드영목차우 (Sữa tươi thanh trùng có đường Mộc Châu)
		종류	우유
		용량	900ml
		원산지	베트남

자료: 롯데마트(Lotte Mart), 스피드롯데(Speed Lotte), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 롯데마트(Lotte Mart), 스피드롯데(Speed Lotte)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 면류, 즉석식품, 소스류, 유제품, 음료류, 주류, 스낵류 등 - 일반: 유아용품, 생활용품, 미용용품, 문구류 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 지점별로 판매하고 있는 상품이 다를 수 있음 - 한인 교민 위한 'Korea Best Item' 섹션을 따로 구비하여 한국 식재료 판매 		
	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 - 입점 후 약 3개월간의 매출을 확인하여 추가 입점 여부 체크 • 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) - 공급 제품 정보 (브랜드명, 제품명, 제품 사진, 판매 가격, 소비자 가격, 할인가 등) - 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 연말에는 공급 제품 제안서 받지 않으며, 주로 3월 즈음에 공급업체 신청받음 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이름: Mrs. Nguyen Ngoc Vy Phuong - 이메일: phuongnnv@lotte.vn / lanpt@lotte.vn - 전화번호: +84-9-0950-3384 	

자료: 롯데마트(Lotte Mart), 유통채널 담당자와의 인터뷰

② 빅씨(Big C)



기업 기본 정보	기업명	빅씨(Big C)		
	홈페이지	www.bigc.vn		
	위치	호치민(Ho Choi Minh)		
	규모	매출액(*18)	약 14억 4,600만 달러 (약 1조 5,977억 원)	
기타 규모		매장 수(*19): 약 35개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1998년 코라(Cora)라는 이름으로 동나이(DongNai)에 최초 설립 • 2003년 '빅씨(Big C)'로 개명 이후, 2016년 초 태국 유통기업 센트럴그룹(Central Group)에 인수 • 대형마트, 슈퍼마켓 외 편의점도 운영 • 현재 베트남 온라인 서비스 구축 중 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 12월 3일간 베이비페어(Baby Fair)를 개최해 유아용 기저귀, 우유 품목에 대해 최대 30% 행사 진행 • 2020년, 구입 청구서 10만 동(4,700원)마다 1스탬프를 제공하며, 스탬프를 모을 시 미국 고품질 컨테이너 용기 브랜드인 파이렉스(Pyrex)를 20% 할인하여 판매하는 이벤트 진행 			
유사제품 정보		제품명	스워드티티엣쫙응우엔짚 (Sữa Tươi Tiệt Trùng Nguyên Chất)	
		종류	우유	
		용량	500ml	
		원산지	베트남	

자료: 빅씨(Big C), 빅씨(Big C) 페이스북, 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 빅씨(Big C)

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, 스낵류, 차(茶)류, 건강기능식품, 주류 등 - 일반: 의류, 자동차용품, 레저용품, 사무용품, 생활용품 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 프로모션 제품의 경우 눈에 잘 띄는 장소에 비치 	
	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 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 공개 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드명, 제품명, 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: dvkh@bigc-vietnam.com

자료: 빅씨(Big C), 빅씨(Big C) 페이스북, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 편의점



① 패밀리마트(Family Mart)

기업 기본 정보	기업명	패밀리마트(Family Mart)	
	홈페이지	www.famima.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	매출액('18)	약 6,751만 달러 (약 809억 1,073만 원)
기타 규모		매장 수('18): 149개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1973년 일본에 설립된 편의점 체인으로 현재 대만, 베트남, 중국 등 8개국에서 2만 3,814개의 매장 운영 • 2009년 베트남 진출 • 2016년 100개 매장 달성 • 홈페이지 통해 제품 프로모션 정보 및 카탈로그 제공 		
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2019년 11월 매장별 운영시간을 조정할 수 있도록 허용 • 2019년 4월 JB's City Squaqr Mall에 매장 입점 	
유사제품 정보		제품명	스워드이탄쫄콩드영 (Sữa Tươi Thanh Trùng Không Đường)
		종류	우유
		용량	450ml
		원산지	베트남

자료: 패밀리마트(Family Mart), 투데이온라인(Todayonline), 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 패밀리마트(Family Mart)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 즉석식품, 병과류, 유제품, 스낵류, 캔디류, 음료류, 주류, 차(茶)류 등 - 일반: 세제류, 애완용품, 육실용품, 구강용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 반조리식품 판매 	
	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 Contact 클릭 - Message에 정보 기입 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 이메일 주소 등
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: info@famima.vn - 전화: +84-8-3930-5180

자료: 패밀리마트(Family Mart), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 써클케이(Circle K)

	기업명	써클케이(Circle K)	
	홈페이지	www.circlek.com.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	기타 규모	매장 수('18): 344개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1951년 설립 • 2003년 캐나다 기업 앨리멘테이션 카우치타드 (Alimentation Couche-Tard)에 인수 • 2008년 베트남 진출 • 베트남, 중국, 필리핀 등 14개국에서 라이선스 매장 운영 • 베트남 최초 외국계 편의점 체인점 • 2015년 매장 수 100개를 돌파했으며, 2018년 매장 수 300개 달성 	
			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2019년 11월 하노이 하동(Hà Đông) 지역에 매장 개점 • 베트남 현지 편의점 업체 빈마트플러스(Vinmart+), 박화썬(Bach Hoa Xanh)이 급성장하면서 외국계 편의점 성장 속도가 더디어짐 	
유사제품 정보			제품명 더치레이디유에이치티밀크 (Dutch Lady UHT Milk)
			종류 우유
			용량 180ml
			원산지 베트남

자료: 써클케이(Circle K), 앨리멘테이션카우치타드(Alimentation Couche-Tard), 유로모니터(Euromonitor), 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia), 쏘이시크릿츠닷컴(Soysecretz)
사진 자료: 써클케이(Circle K)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 캔디류, 차(茶)류, 음료류, 주류 등 - 일반: 세제류, 청소용품, 위생용품, 문구류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 한국식품 입점해 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"> • 홈페이지 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 Contact Us 클릭 - Write to Us! 란에 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> : 담당자명, 이메일 주소, 첨부 파일 등 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: info@circlek.com.vn - 전화: +84-28-3620-9017 	

자료: 써클케이(Circle K), 알리멘테이션카우치타드(Alimentation Couche-Tard), 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 비(非) 식료품점
(영유아용품점)



① 비보마트(Bibo Mart)

	기업명	비보마트(Bibo Mart)		
	홈페이지	bibomart.com.vn		
	위치	하노이(Hanoi)		
	규모	기타 규모	매장 수('20): 약 136개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2006년 설립된 임산부와 유아용품 전문 판매 매장 • 전국 22개 성에 매장 위치 • 태국, 홍콩, 프랑스, 스페인 각국의 고급 유아용품 수입 및 유통 • 매장 내 자문단 보유한 신생아 카운터 운영 • 소아과, 산부인과 전문 대학을 졸업한 간호사들이 온라인 상담 서비스 진행 		
		 		
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 11년 연속 산모 교육 진행 • 2020년 중고 유아 의류를 수집하여 어려운 사람들에게 기부하는 행사 진행 		
유사제품 정보		제품명	스어보호우거코이타 응우엔깜 (Sữa bò hữu cơ Koita nguyên kem)	
		종류	우유	
		용량	1,000ml	
		원산지	이탈리아	

자료: 비보마트(Bibo Mart)

사진 자료: 비보마트(Bibo Mart)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 유제품, 이유식류, 스낵류 등 - 일반: 세척용품, 유아용품, 장난감류, 임산부 용품, 유아의류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유아용품 - 임산부 용품 - 고급 유아용품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 0-6세 유아용품 위주로 판매 - 다양한 외국산 제품 판매 		
	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 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드명, 제품명, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +84-1800-6886 - 이메일: cskh@bibomart.com.vn 	

자료: 비보마트(Bibo Mart)

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

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

1. 베트남 우유 인증 취득

인증 취득

베트남으로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

우유

우유 품목은
유제품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 베트남 수입 식품 ‘적용받는 강제 인증 無’

베트남으로 수출하고자 하는 우유 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 다만, 축산 관련 제품의 경우 통관 검역 과정에서 HACCP 인증 또는 이에 준하는 생산 시설의 안전 관리에 대한 증명을 요구하고 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

[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 우유 사전 절차

사전 절차

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

우유

우유 품목은 유제품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

▶ 베트남 식품 수출을 위해 사전 심사 '불필요'

▶ 식품 등록 절차, 식품 안전성 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 식품 안전성 공표 절차로 간소화되었음. 건강보조식품, 영유아식품, 병원용 식품 등의 경우 담당기관에 내용을 제출하여 등록을 거쳐야 하나, 일반가공식품류의 경우 자체적인 공표 절차와 서류 제출로 진행됨

[표 5.3] 베트남 수입 전 사전 절차

적용 규제	베트남 정부, 「No. 15/2018/ND-CP (Appendix 3)」, 2018
담당 기관	베트남 산업무역부(MOIT, 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 웹사이트상에 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)

▶ 베트남 유제품 수출을 위해 사전 수입 허가 ‘필요’

▶ 수입 검역 신청을 위해 사전 수입허가서 제출 ‘필요’

베트남 농업부는 2017년 7월부터 육류, 유제품, 수산물 수출업자에 대하여 제품 수입 허가를 받도록 하고 있음. 이에 따라 유제품의 수입자는 베트남 농업부 산하 수의국으로 제반 서류를 구비하여 대면, 우편, FAX의 방법을 활용하여 제출 및 허가를 신청해야함

해당 허가 절차는 5일 가량 소요되며, 허가를 획득하게 되면 해당 허가서를 수입 통관 시 수입 검역 신청을 위한 제반 서류로 활용하게 됨

[표 5.4] 베트남 유제품 수입 전 사전 허가 절차

적용 규제	베트남 농업부(MARD), 「26/2016/TT-BNNPTNT」, 2016
담당 기관	베트남 농업부(MARD, Ministry of Agriculture and Rural Development) 수의국(DAH, Department of Animal Health)
필요 정보 및 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 등록 신청서 • 기타 추가로 요청하는 서류 (필요한 경우)
절차	<ul style="list-style-type: none"> • 베트남 수의국(DAH)로 신청서 제출 <ul style="list-style-type: none"> - 서류에 문제가 없는 경우 서류 검토 진행 • 5일간의 검토 후 수입 허가 내용 수입자에게 통지 <ul style="list-style-type: none"> - 허가를 해주지 않는 경우 신청자에게 거부 사유에 대한 내용 통지
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 우유 라벨 심의

▶ 베트남 우유 라벨 규정

●
라벨 심의
베트남으로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공
●
우유
우유 품목은 유제품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

[표 5.5] 베트남 라벨 표기사항

적용 규제	베트남 정부, 「No. 15/2018/ND-CP」, 2018	
세부 규정	No. 43/2017/ND-CP ‘Decree on goods labeling’ (Decree 43)	
라벨 표기사항 (항목)	<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 	
세부 내용	표기 언어	베트남어로 표기할 것 베트남어로 표기되어 있고, 규정이 정하고 있는 필수 라벨 내용을 담고 있는 부착물도 인정함
라벨 표기사항 (가이드)	제품명	베트남 명칭이 없거나 번역이 불가능한 화학물질, 약물, 성분 등 법률이 정하는 명칭은 제외함 글자의 크기는 육안으로 확인 가능해야 함 (1.2mm 이상(80cm ² 이하인 경우 0.9mm 이상))
라벨 표기사항 (가이드)	제품 용량	눈에 띄는 위치에 표시할 것 필수 기재사항 중 가장 큰 크기로 표기할 것 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
라벨 표기사항 (가이드)	원산지	원산지 국가명 또는 지역명으로 표기할 것 약어로 표기하지 말 것
라벨 표기사항 (가이드)	유통기한	‘일, 월, 년’ 순으로 작성할 것 ‘:’, ‘/’, ‘-’를 이용하여 구분할 것

자료: 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	유통기한	<p>‘제조일’은 ‘NSX’, ‘만료일’은 ‘HSD’ 또는 ‘HD’의 약어로 표시할 수 있음</p> <p>알코올 함량이 10% 이상인 음료 제품의 경우 제조일 및 유통기한을 표기하지 않음</p> <p>성분, 식품첨가물을 표시할 때 중량 대비 성분의 비율 또는 중량 등 법률이 정하는 바에 따라 표기해야 함</p> <p>홍보를 위해 특정 성분이 라벨에 표기되어 있는 경우 해당 성분에 대한 용량은 필수적으로 표기해야 함</p> <p>식품첨가물의 명칭은 국제 코드 또는 성분명으로 작성해야 함</p> <p>2개 이상의 식품첨가물을 표기하는 경우 중량 대비 비중 순으로 나열해야 함</p>
		성분 및 성분 함량 또는 영양 정보	<p>식품첨가물 이름 아래에 ‘Dùng cho thực phẩm(식품을 위해 사용됨)’의 문장을 최소 2mm 이상의 굵은 글씨체로 표기해야 함</p>
		아래 항목을 포함하는 경우 추가적인 표기 필요함	<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
		보관방법	보관 조건이 있는 경우, 해당 조건과 함께 보관 가능 기간을 표기해야 함
		사용방법	제품 라벨이 10cm 미만인 제품의 경우, 사용방법을 보충 라벨 또는 설명서의 형태로 제품에 첨부해야 함
		GMO 식품	제품에 ‘Thực phẩm biến đổi gen (genetically engineered food)’ 표기해야 함
		기타	<p>다른 제품을 직간접적으로 언급하는 단어, 기호, 모티브를 사용해서는 안 됨</p> <p>제품에 따라 필요한 경우, 경고 문구 등 정보를 표기해야 함</p>

자료: 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

▶ 베트남 우유 가공식품 라벨 샘플



①브랜드

②제품명

③제품 설명

④용량



①보관방법

②원산지

③제조업체

④수입유통업체

[앞면 라벨링]

[옆면 라벨링]

[앞면 - 베트남어]

[앞면 - 한국어]

- ① 브랜드 : Meadow Fresh
- ② 제품명 : CALCI MAX
- ③ 제품 설명
: HIGH-CALCIUM LOW FAT MILK BEVERAGE
36%* of your daily recommended calcium intake
No added preservatives or additives
FROM AUSTRALIA/ NEW ZEALAND
MADE WITH FRESH MILK
- ④ THỂ TÍCH THỰC 1 LÍT

- ① 브랜드 : Meadow Fresh
- ② 제품명 : CALCI MAX
- ③ 제품 설명
: 고칼슘 저지방 우유
하루 권장 칼슘 섭취량의 36% 섭취
보존료 및 첨가물 무첨가
호주/뉴질랜드산
신선우유로 제조
- ④ 순중량 1리터

[옆면1 - 베트남어]

[옆면1 - 한국어]

- ① BẢO QUẢN
: Khi sữa không mở nắp thì hạn sử dụng được kéo dài cho đến ngày hết hạn in trên bao bì. Bảo quản nơi khô ráo thoáng mát. Bảo quản lạnh nơi nhiệt độ từ 2 độ C đến 4 độ C sau khi mở bao bì và sử dụng hết trong 7 ngày.

- ① 보관방법
: 개봉하지 않은 우유는 표기된 유통기한까지 보관하십시오. 한 번 개봉된 상품은 2~4°C로 냉장보관하시고 7일 이내에 섭취하십시오.



[옆면2 리벨링]

- | | |
|--|--|
| <p>② Xuất xứ : Úc</p> <p>③ Sản xuất bởi
: Nature's Dairy Australia
25 Distribution Drive, Trugania, VIC,
3029, Australia
Phone : +61-3-8323-1000
For queries or comments contact
: Goodman Feilder Customer Advisory
Centre on
cac@goodmanfielder.com.au</p> <p>④ Nhập khẩu và phân phối bởi
: Công ty TNHH Wilmar Marketing CLV
Tầng 10, tòa nhà CornerStone, số 16
phố Phan Chu Trinh, Phường Phan Chu
Trình, Quận Hoàn Kiếm, thành phố Hà
Nội
Điện thoại : + 84-24-37669726</p> | <p>② 원산지 : 호주</p> <p>③ 제조업체
: Nature's Dairy Australia
25 Distribution Drive, Trugania, VIC,
3029, Australia
전화번호 : +61-3-8323-1000
For queries or comments contact
: Goodman Feilder 소비자 센터
cac@goodmanfielder.com.au</p> <p>④ 수입유통업체
: Công ty TNHH Wilmar Marketing CLV
Floor 10, CornerStone Building, No. 16
Phan Chu Trinh Street, Phan Chu Trinh
Ward, Hoan Kiem District, Hanoi City
전화번호 : + 84-24-37669726</p> |
|--|--|

[옆면2 - 베트남어]

- ① Thông tin dinh dưỡng trung bình
: Servings per pack / nombre de
portions par brique : 5

[옆면2 - 한국어]

- ① 영양정보
팩 당 제공량 : 5

Serving size: 200ml	Amount per serving***	% NRV* (per serving)	Amount per 100mL ***
Energy	504kj 120kcal		252kJ 60kcal
Protein**	10.0g	17%	5.0g
Fat, total	2.8g		1.4g
Saturated	1.8g		0.9g
Trans	0.2		0.1g
Cholesterol	16mg		8mg
Carbohydrate	13.6 g		6.8g
Sugars	13.6g		6.8g
Dietary fibre	0.0g		0.0g
Sodium	116mg		58mg
Calcium	362mg	36%	181mg

* %NRV VALUES ARE BASED ON 2000CAL DIET, 60G PROTEIN, 1000MG CALCIUM

** RECOMMENDATION DAILY INTAKE : 1 SERVINGS

*** DECLARATION IS BASED ON THE AVERAGE NATURAL COMPOSITION OF MILK. VALUES MAY FLUCTUATE DEPENDING ON SEASONAL VARIATION.

- ② THÀNH PHẦN : SỮA TƯƠI (95%), SỮA BỘT TÁCH BÉO
CHỈ TIÊU CHẤT LƯỢNG CHÍNH : HÀM LƯỢNG PROTEIN SỮA 2.7%
- ③ SẢN PHẨM KHÔNG DÙNG CHO NGƯỜI DỊ ỨNG VỚI CÁC THÀNH PHẦN CỦA SỮA
- ④ SỮA ÍT BÉO KHÔNG SỬ DỤNG CHO TRẺ DƯỚI 1 TUỔI NẾU KHÔNG CÓ CHỈ ĐỊNH CỦA BÁC SĨ

제공량: 200ml	1회 제공량 당***	% NRV* (1회 제공)	100mL 당 ***
열량	504kj 120kcal		252kJ 60kcal
단백질**	10.0g	17%	5.0g
지방, 총	2.8g		1.4g
포화지방	1.8g		0.9g
트랜스지방	0.2		0.1g
콜레스테롤	16mg		8mg
탄수화물	13.6 g		6.8g
당	13.6g		6.8g
식이섬유	0.0g		0.0g
나트륨	116mg		58mg
칼슘	362mg	36%	181mg

* %NRV 수치는 2000칼로리, 단백질 60g, 칼슘 1000mg을 기준으로 함

** 하루 권장 섭취량 : 1회분

*** 영양정보는 우유의 자연적인 평균 구성에 기반하고 있습니다. 수치는 시기에 따라 달라질 수 있습니다.

- ② 원료 : 신선 우유(95%), 탈지유 분말
주요 품질 기준 : 유단백질 2.7%

③ 본 제품은 우유 알러지가 있는 사람에게 적합하지 않습니다.

④ 저지방 우유
1세 이하의 어린이는 의학적인 지시 없이 섭취할 수 없습니다.

4. 베트남 우유 서류 준비

서류 준비

베트남으로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
서류 정보 제공

우유

우유 품목은
유제품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 베트남 FTA 원산지증명서 준비 필요

▶ 베트남 수입신고, 서면 또는 전자통관시스템을 통해 진행

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

원산지증명서의 경우 기관증명방식으로 세관 또는 상공회의소를 통하여 발급받은 공통의 원산지확인서를 근거로 하여 원산지증명을 할 수 있음. 발급된 원산지증명서의 유효기간은 1년이나 1회만 사용 가능함. 다만 인증수출자 제도를 통하여 인증을 받게 되면 관련 서류 간소화 혜택을 부여받을 수 있음

[표 5.6] 베트남 통관 서류³⁷⁾

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

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

37) 각 신고 서류의 양식은 No. 39/2015/TT-BTC의 규정에 따름

5. 베트남 우유 세금 납부

세금 납부

베트남으로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

우유

우유 품목은
유제품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 베트남 우유 HS-CODE 0401.20.10 기본 관세율 15%

▶ 한국-베트남 FTA 발효로 협정 관세율 '0% 적용'

우유의 경우 베트남에서는 HS-CODE 0401.20.10의 세번을 사용하여 수입됨.³⁸⁾ 해당 품목의 베트남 수입 시 기본 세율은 15%를 적용받으나 한국산 제품의 경우 2015년 12월 20일부로 발효된 한-베트남 FTA 협정으로 협정 관세율을 적용받아 품목에 따라 0% 관세율이 적용됨. 관세 외에도 10% 부가가치세가 적용됨

- 수입 서류 심사비용에 183달러(한화 약 20만 원)³⁹⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 76시간 소요
- 통관 비용은 373달러(한화 약 41만 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	0401	밀크와 크림(농축하지 않은 것으로서 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가하지 않은 것으로 한정한다)	
	0401.20.0000	지방분이 전 중량의 100분의 1 초과 100분의 6 이하인 것	
베트남	0401.20.10	액체성 형태로	
관세	기본 관세율	15%	
	협정 관세율	0%	
VAT		10%	

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

38) A사 대표 제품에 대한 베트남 HS CODE 0401.20 세번 항목의 정보기반으로 작성함. 다만, 해당 항목 판단은 베트남 세관 당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 베트남 관세청을 통한 확인이 필요함

39) 1달러=1,104.90원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

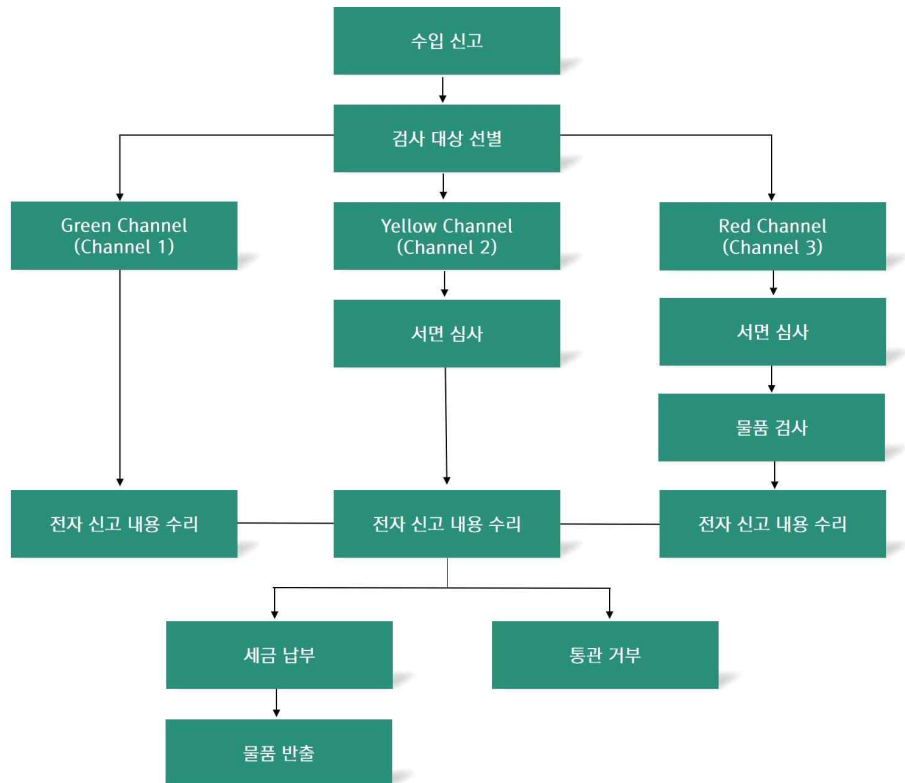
6. 베트남 우유 검역 심사 절차

▶ 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 우유 식품첨가물 규정 확인 필요

[표 5.9] 베트남 식품첨가물 규정 확인 방법

사이트	농식품수출정보(KATI) (www.kati.net)
국가	베트남
식품유형	유기공품류 > 우유류

7. 베트남 관련 규제 정보

▶ 베트남 유제품 수출 시 별도 검역 절차 수행

베트남으로 수입되는 가공식품 중 13개 품목의 경우 통관 시 별도의 검역 절차를 거쳐야 하며, 우유 및 각종 유제품도 이러한 검역 절차를 받아야 하는 품목 중 하나임. 베트남으로 유제품이 도착하면 수입업체는 해당 지역 관할의 동물검역소에 수취한 수입허가서와 검역 신청서를 제출하여야 함

[표 5.10] 베트남 유제품 검역 절차 정보

적용 규제	베트남 농업부(MARD), 「26/2016/TT-BNNPTNT」, 2016
담당 기관	수의국(DAH, Department of Animal Health) 지역 검역사무소(RAHO, Regional Animal Health Office)
대상 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 우유 및 각종 유제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선 우유, 요거트, 버터, 치즈, 캔 우유, 분유(전지분유, 탈지분유 등), 기타 유제품 • 육류 및 어류의 조제품 • 동물성 및 식물성 유지 • 채소 및 과일로 만든 조제품 외 8개 품목
필요 정보 및 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 수입허가서 • 검역 신청서 • 축산제품을 생산한 시설의 HACCP 인증서(혹은 그와 동등한 것)
절차	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 검역사무소로 수입 상품에 대하여 검역 신청 • 검역/검사 진행 • 검역 결과에 따라 물품 반출 또는 폐기 등의 절차 이행

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

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 바흐호아산(Bach Hoa Xanh)

Interview ② 따오응엔플라자(Thao Nguyen Plaza)

Interview ③ 푸엥응옥푸드(Phuong Ngoc Food)

Interview ④ 히엔호아트레이딩서비스(Hien Hoa Trading Service)

Interview ⑤ 라하(Laha)

Interview ① 바흐호아산(Bach Hoa Xanh)

40)

바흐호아산 (Bach Hoa Xanh)

전문가 소속

바흐호아산
(Bach Hoa Xanh)
대형 유통 소매업체

연락처
+84-28-3622-9900

전문가 정보

Ms. Hoa
(Purchasing Manager)



바흐호아산(Bach Hoa Xanh) Purchasing Manager, Ms. Hoa

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

바흐호아산은 통신판매기업인 모바일월드(Mobile World)가 2010년에 설립한 대형 유통 소매업체로, 베트남 호치민에 본사를 두고 있습니다. 현재 온라인과 오프라인 채널 모두 운영하고 있으며, 베트남에서 1,000개 이상의 매장을 운영하고 있습니다. 주로 고기, 과일 등 신선 식품과 가공식품 등을 취급하고 있습니다.

Q. A사 a제품의 장점과 단점은 무엇인가요?

다양한 맛을 보유하고 있다는 것이 a제품 장점입니다. 하지만 베트남 우유 브랜드 중 커피맛을 생산하는 곳은 없어서, 베트남 소비자에게 커피맛 우유는 익숙하지 않을 수 있습니다. a제품은 유통기한이 짧다는 문제가 있습니다. 베트남 유사 제품은 유통기한이 최대 6개월이며 상온에서 오래 보관할 수 있습니다.

Q. A사 a제품 포장 용기에 대한 피드백을 부탁드립니다.

a제품 포장 용기를 보았을 때 특별한 느낌은 없었습니다. 한국어를 모르기 때문에 우유라고 생각하지 못했습니다. a제품 포장 용기에는 단어만 적혀있는데, 소 이미지나 우유 한 잔의 이미지가 있다면 좋을 것입니다.

Q. 베트남에서 A사와 비슷한 우유 브랜드의 평균 가격은 어느 정도인가요?

당사는 현재 국내 브랜드와 수입 브랜드를 포함하여 많은 우유를 취급하고 있습니다. 브랜드에 따라 가격이 다르지만, 보통 1L에 30,000-40,000VND(1,431-1,908원)⁴¹⁾입니다.

비나밀크(Vinamilk), 네피안리버데어리(Nepean River Dairy, 호주산) 제품은 1L에 30,000VND이며, 이넥스(Inex, 벨기에산) 제품은 1L에 37,000VND(1,765원)입니다.

Q. A사 a제품의 적정 소비자 가격은 어느 정도인가요?

앞서 언급하였듯이 베트남에서 우유는 보통 30,000-40,000VND입니다. 따라서 A사 a제품도 이와 비슷한 가격으로 판매하는 것이 적절하다고 봅니다.

Q. 베트남에서 유제품을 홍보하는 가장 효과적인 방법은 무엇인가요?

베트남에서 유명 우유 브랜드들은 주로 TV 광고를 통해 제품을 홍보합니다. 또한, 페이스북이나 유튜브와 같은 소셜네트워크 광고도 많이 하고 있습니다.

Q. A사 a제품을 어떤 소비층에게 홍보하면 효과적일까요?

우유는 가정에서 필수적인 제품이며, 소비자들은 대개 주부입니다. 주부들은 그들의 부모님이나 자녀 등 가족 구성원을 위해 우유를 구입합니다. 따라서 주부에게 a제품을 홍보한다면 효과적일 것입니다.

Q. 대형마트 및 편의점으로 유통할 경우 입점 절차가 어떻게 되나요?

특별한 절차는 없으며, 이메일로 제안서를 보내면 됩니다. 제안서를 받고 A사 a제품의 가격이나 품질 등을 살펴볼 것입니다. 만약 판매가 적합하다고 판단되면 계약을 맺을 것입니다.

Q. 상기 유통채널 외 권장하는 유통채널은 무엇인가요?

베트남에는 우유와 기타 유제품만을 전문적으로 판매하는 가게가 있습니다. 해당 가게는 테저이스어(Thế Giới Sữa), 테흐형(Thu Hương), 락엔팻(Tiên Phát), 스어봇뿏(Sữa Bọt Tốt)입니다.

Q. 온라인 채널을 통한 우유 판매를 추천하시나요?

온라인으로 우유를 판매하여도 좋습니다. 인터넷이 발달하면서 온라인 채널을 통해 일상용품들이 효과적으로 유통되고 있으며, 우유 역시 온라인 유통이 가능합니다.

41) 100동=4.77원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 따오응엔플라자(Thao Nguyen Plaza)

42)

●
따오응엔플라자
 (Thao Nguyen Plaza)

전문가 소속

따오응엔플라자
 (Thao Nguyen Plaza)
 수입유통업체

연락처
 +84-28-3622-9900

전문가 정보

Ms. Thao
 (Sales Manager)

Thao Nguyen
 True Origin and Best price **Plaza**



따오응엔플라자(Thao Nguyen Plaza) Sales Manager, Ms. Thao

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

따오응엔플라자는 2015년에 설립된 수입유통업체입니다. 베트남 하노이에 본사를 두고 있으며, 온라인과 오프라인을 통해 판매 중입니다. 미국, 한국, 일본, 프랑스 등 세계 각국의 유명 브랜드 제품을 판매합니다. 주로 와인, 주스, 우유, 과자 등을 취급하고 있습니다.

Q. A사 a제품의 특징이 베트남 소비자에게 장점으로 작용할까요?

2개월 보관 가능, 우수한 품질 및 높은 영양, 다양한 맛, 한국산 우유라는 특징 중 특별한 점은 없으며, 비교적 '우수한 품질과 높은 영양'이 장점이라 판단됩니다. 사실 베트남 소비자들은 이러한 특징에 신경 쓰지 않습니다.

베트남 소비자들은 국산 우유를 선호하며, 베트남에는 비나밀크(Vinamilk), 누티푸드(Nuti Food), 티에이치트루밀크(TH True Milk) 등 유명한 유제품 회사가 많습니다. 따라서 베트남 내 수입 우유 시장규모는 매우 작은 편입니다. 또한, 베트남 소비자들은 수입 우유 중 호주, EU, 미국산 수입 우유를 선호합니다.

Q. A사 a제품 포장 용기에 대한 피드백을 부탁드립니다.

베트남 시중에 파는 우유와 특별히 다른 점은 없었습니다. 최근 베트남 소비자들은 저지방 우유 종류를 선호하고 있습니다. 그래서 '저지방'이나 '탈지 우유'와 같은 문구가 포장 용기에 있는지 확인합니다.

Q. 베트남에서 A사와 비슷한 우유 브랜드의 평균 가격은 어느 정도인가요?

당사는 많은 수입 브랜드의 우유를 취급하고 있습니다. 수입 우유 가격은 보통 1L에 30,000-50,000VND(1,431-2,385원)⁴³⁾입니다. 브랜드 데본다일(Devondale, 호주산) 제품은 1L에 38,000VND(1,813원)이며, 올덴버거(Oldenburger, 독일산) 제품은 1L에 30,000VND입니다.

Q. A사 a제품의 적정 소비자 가격은 어느 정도인가요?

앞서 언급하였듯이 베트남에서 수입 우유는 보통 30,000-50,000VND에 판매됩니다. 따라서 A사 a제품도 해당 가격대로 판매하는 것을 추천합니다.

Q. 베트남에서 유제품을 홍보하는 가장 효과적인 방법은 무엇인가요?

베트남 대형 유제품 회사들은 TV 광고를 자주 합니다. 하지만 수입 유제품의 광고는 접하지 못했습니다. 현재로서 유제품을 홍보하기에 가장 효과적인 방법은 소셜네트워크 광고라고 판단됩니다.

Q. A사 a제품을 어떤 소비층에게 홍보하면 효과적일까요?

우유는 필수 식품으로 모든 연령대에 적합한 식품입니다. 주로 주부가 우유를 구매하므로, 타겟 소비자를 주부로 설정하는 것이 효과적입니다.

Q. 대형마트 및 편의점으로 유통할 경우 입점 절차가 어떻게 되나요?

당사는 베트남 소형마트 체인점에 우유를 유통하고 있습니다. 이메일 또는 대면으로 해당 구매 부서 담당자에게 제품 소개를 하였고, 가격, 품질, 기타 정책에 대한 제안을 검토한 후 계약을 맺었습니다.

Q. 상기 유통채널 외 권장하는 유통채널은 무엇인가요?

우유는 오프라인과 온라인 상관없이 많은 유통채널에서 판매되고 있습니다. 오프라인 채널의 경우 슈퍼마켓과 편의점 판매를 추천하며, 온라인 채널의 경우 티키(Tiki), 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee)와 같은 전자상거래 판매를 추천합니다.

43) 100동=4.77원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ③ 푸엥응옥푸드(Phuong Ngoc Food)

44)

푸엥응옥푸드
(Phuong Ngoc Food)

전문가 소속

푸엥응옥푸드
(Phuong Ngoc Food)
수입유통업체

연락처

+84-89-8333-639

전문가 정보

Ms. Ngoc
(Sales Manger)



푸엥응옥푸드(Phuong Ngoc Food)
Sales Manger, Ms. Ngoc

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

푸엥응옥푸드는 2019년에 설립된 수입 우유 유통업체입니다. 베트남 호치민에 본사를 두고 있으며, 온라인과 오프라인을 통해 판매 중입니다. 뉴질랜드, 호주, 독일, 프랑스의 유명 우유 브랜드 제품을 취급합니다.

Q. A사 a제품의 장점과 단점은 무엇인가요?

소비자들은 일반적으로 식품을 고를 때 품질이 좋고 영양소가 풍부한 제품을 선호합니다. 따라서 a제품의 특징 중 우수한 품질과 높은 영양가가 베트남 소비자들에게 장점으로 작용할 것입니다. 반면 a제품의 포장이 상당히 불편해 보였는데, 뚜껑이 보이지 않았습니다.

Q. A사 a제품 포장 용기에 대한 피드백을 부탁드립니다.

처음 a제품을 보았을 때 우유 팩처럼 보이지 않았고, 베트남에서 이와 비슷한 포장을 보지 못했습니다. 베트남 시중 제품에는 '비타민 D3 첨가'나 '칼슘 첨가'와 같은 홍보 문구가 많이 쓰여 있습니다. 하지만 소비자는 광고가 많이 된 제품을 주로 선택하기 때문에 홍보 문구 효과가 낮습니다.

Q. 베트남에서 A사와 비슷한 우유 브랜드의 평균 가격은 어느 정도인가요?

베트남에서 우유는 대개 30,000VNĐ(1,431원)⁴⁵⁾ 정도에 판매됩니다. 따라서 A사가 베트남 시장에서 경쟁하기 위해서는 비슷한 가격으로 판매해야 합니다.

Q. 베트남에서 유제품을 홍보하는 가장 효과적인 방법은 무엇인가요?

앞서 언급하였듯이 소비자는 광고가 많이 된 제품을 구매합니다. 그래서 베트남 유제품 회사들은 광고를 많이 하는데, 특히 TV 광고에 많이 투자합니다. a제품 홍보에도 TV 광고가 가장 효과적일 것입니다.

Q. A사 a제품을 어떤 소비층에게 홍보하면 효과적일까요?

수입 우유는 주로 중간소득층이나 고소득층 가정에서 소비됩니다. 따라서 a제품이 베트남 시장에 진출한다면 해당 소비층을 대상으로 홍보하는 것이 효과적입니다.

Q. 대형마트 및 편의점으로 유통할 경우 입점 절차가 어떻게 되나요?

특별한 입점 절차는 없으며, 보통 이메일로 해당 유통업체에 제안서를 보냅니다. 만약 그들이 제안 제품을 긍정적으로 평가한다면 추후 연락을 줄 것입니다.

Q. 상기 유통채널 외 권장하는 유통채널은 무엇인가요?

현재뿐만 아니라 향후 쇼피(Shopee), 티키(Tiki), 라자다(Lazada), 센도(Sendo)와 같은 전자상거래가 효과적인 유통채널로 자리매김할 것입니다. 따라서 상기 유통채널뿐만 아니라 해당 전자상거래 사이트에서 유통하는 것도 추천합니다.

45) 100동=4.77원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ④ 히엔호아트레이딩서비스(Hien Hoa Trading Service)

46)

●
히엔호아트레이딩서비스
(Hien Hoa Trading
Service)

전문가 소속

히엔호아트레이딩서비스
(Hien Hoa Trading
Service)
수입유통업체

연락처

+84-987-03-0606

전문가 정보

Mr. Thanh
(Owner)



히엔호아트레이딩서비스(Hien Hoa Trading Service) Owner, Mr. Thanh

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

히엔호아트레이딩서비스는 2016년에 설립된 수입유통업체입니다. 베트남 호치민에 본사를 두고 있으며, 온라인과 오프라인을 통해 판매 중입니다. 주로 세계 각국의 맥주 및 와인과 유명 수입 브랜드 우유를 취급합니다.

Q. A사 a제품의 특징이 베트남 소비자에게 장점으로 작용할까요?

2개월 보관 가능, 우수한 품질 및 높은 영양, 다양한 맛, 한국산 우유라는 특징이 베트남 소비자에게 장점으로 작용하지 않을 것으로 판단됩니다. 베트남 유제품 산업은 상당히 발달하였고 현재 다른 국가로 수출하고 있습니다.

실제 베트남 소비자들은 현지 브랜드를 선호하며, 다른 요인보다 브랜드 평판을 많이 고려합니다. 베트남 소비자에게 평판이 좋은 브랜드는 비나밀크(Vinamilk), 티에이치트루밀크(TH True Milk), 더치레이디(Dutch Lady) 입니다. 또한, 소비자들은 영양성분이나 인증과 같은 기술적 요인을 별로 고려하지 않습니다.

수입 제품의 경우, 호주나 네덜란드, 독일 등 EU 국가 제품을 선호합니다. 이는 해당 국가의 유제품 산업이 발달하였기에 품질이 좋고 가격이 매우 비싸지 않기 때문입니다.

Q. A사 a제품의 단점은 무엇인가요?

베트남 시장 판매 우유와 비교하였을 때 a제품은 가격 경쟁력이 없습니다. 말씀해주신 가격은 매우 높고 해당 가격에 우유를 구매할 베트남 소비자는 없을 것입니다.

46) 사진자료: 히엔호아트레이딩서비스(Hien Hoa Trading Service) 홈페이지

Q. A사 a제품 포장 용기에 대한 피드백을 부탁드립니다.

a제품 포장 용기는 베트남에서 판매 중인 제품과 비슷했습니다. 다만 포장 용기에 뚜껑이 없는데 그 이유가 궁금합니다. 다 마시지 않았을 때 보관하기 위해서는 뚜껑이 필요합니다.

Q. 베트남에서 A사와 비슷한 우유 브랜드의 평균 가격은 어느 정도인가요?

당사는 라시아떼(Laciate), 올덴버거(Oldenburger) 등 수입 우유를 취급하고 있습니다. 해당 브랜드 제품은 1L에 35,000-40,000VND(1,670-1,908원⁴⁷⁾입니다.

Q. A사 a제품의 적정 소비자 가격은 어느 정도인가요?

적절한 우유(1L) 가격은 30,000-40,000VND(1,431-1,908원)입니다. 따라서 a제품도 이와 비슷한 가격으로 판매되어야 합니다.

Q. 베트남에서 유제품을 홍보하는 가장 효과적인 방법은 무엇인가요?

유제품을 홍보하기에 TV가 가장 효과적인 광고 채널입니다. 베트남에서 TV 또는 페이스북이나 유튜브와 같은 SNS에서 다양한 광고를 할 수 있습니다. 하지만 비나밀크(Vinamilk), 티에이치트루밀크(TH True Milk)와 같은 베트남 대형 유제품 회사들은 주로 TV 광고를 합니다.

Q. A사 a제품을 어떤 소비층에게 홍보하면 효과적일까요?

베트남 사람들은 우유는 노인과 아이들을 위한 음식이라고 생각합니다. 특히 젊은 사람들은 우유를 소비하는 습관이 없습니다. 주로 우유는 가족을 위해 주부들이 구매하고 있습니다. 따라서 A사 제품도 주부를 대상으로 많이 홍보되어야 합니다.

Q. 대형마트 및 편의점으로 유통할 경우 입점 절차가 어떻게 되나요?

당사는 호치민에 있는 편의점 체인에 음료를 납품하고 있습니다. 해당 유통 절차는 일반적인 사기업 간 계약과 마찬가지로이며, 특별한 절차는 요구되지 않습니다. 해당 업체에 제안서를 보내기만 하면 되고, 상품이 좋다고 판단되면 계약을 맺을 것입니다.

Q. 온라인 채널을 통한 우유 판매를 추천하시나요?

추천합니다. 당사 역시 온라인으로 우유를 판매하고 있습니다. 당사 매출 중 온라인 채널 매출이 상당히 좋습니다.

47) 100동=4.77원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ⑤ 라하(Laha)

48)

●
라하
(Laha)

전문가 소속

라하
(Laha)
도·소매업체

연락처
+84-944-020783

전문가 정보

Ms. Ha
(Store Manager)



라하(Laha) Store Manager, Ms. Ha

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

라하는 2015년에 설립된 우유 전문 도·소매 업체입니다. 베트남 호치민에 본사를 두고 있으며, 온라인과 오프라인을 통해 판매 중입니다. 주로 호주, 뉴질랜드, 한국, 프랑스, 독일 등에서 수입한 우유를 취급합니다.

Q. A사 a제품의 특징이 베트남 소비자에게 장점으로 작용할까요?

한국산 우유라는 특징이 장점으로 작용될 것입니다. 현재 당사도 한국산 우유를 취급하고 있습니다. 하지만 한국산 우유 중 동물성 우유가 아닌 식물성 우유를 취급하고 있습니다. 취급 제품은 오리지널 두유나 아몬드·호두·검은깨가 혼합된 두유입니다. 베트남 소비자들은 오리지널 두유보다 혼합 두유를 선호하는 편입니다.

Q. A사 a제품 포장 용기에 대한 피드백을 부탁드립니다.

a제품 포장 용기는 너무 단조로워 보이고 특별한 점이 없었습니다. 베트남 소비자들은 ‘칼슘, 비타민 A, 비타민 D3 첨가’, ‘저지방’, ‘무설탕’, ‘칼슘과 단백질 제공’과 같은 홍보 문구가 적힌 제품을 선호합니다.

Q. 베트남에서 A사와 비슷한 우유 브랜드의 평균 가격은 어느 정도인가요?

당사가 취급하는 한국산 D사 우유는 200ml에 16,000VNĐ(763원⁴⁹⁾이며, EU와 호주산 우유는 1L에 30,000-45,000VNĐ(1,431-2,147원)입니다. A사 제품도 이들과 비슷한 가격이어야 합니다.

48) 사진자료: 라하(Laha) 홈페이지

49) 100동=4.77원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. A사 a제품을 어떤 소비층에게 홍보하면 효과적일까요?

대부분 베트남 소비자에게 한국산 우유는 매우 비싼 편입니다. 중소득층이나 고소득층 베트남인이나 한국 유학생에게만 적합한 가격입니다. 따라서 해당 소비자들을 공략하여 홍보해야 합니다.

Q. 하이퍼마켓/슈퍼마켓 소비자들은 어떠한 종류의 우유를 선호합니까?

현재 베트남 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 두 가지 종류의 우유를 취급하고 있습니다.

첫 번째는 비나밀크(Vinamilk), 티에이치트루밀크(TH True Milk), 다랏밀크(Da Lat Milk)와 같은 현지 생산 우유입니다. 현지 브랜드는 시장에 제품을 출시할 때 광고에 많은 투자를 합니다. 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 브랜드 평판이 좋은 현지제품을 취급합니다.

두 번째는 수입 우유입니다. 일반적으로 수입 브랜드는 광고를 많이 하지 않기 때문에 베트남 소비자에게 익숙하지 않습니다. 따라서 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 수입 제품에 대한 소비자의 선호를 매우 관심 있게 보고 취급할 제품을 선택합니다. 소비자들은 대부분 제품 원산지를 고려하며, 영양성분이나 인증과 같은 기술적 요인은 고려하지 않습니다. 특히 소비자들은 호주와 네덜란드처럼 우유 산업이 발달한 국가의 제품을 선호합니다.

Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

Export Insights



시장규모

우유 시장 1.6조 원
멸균우유 시장 1.5조 원

HS CODE 0401.20
對 글로벌 수입액 CAGR 14%



2015-2019년 베트남 우유 시장과 멸균우유 시장은 연평균성장률 11%를 보이며 성장함. HS CODE 0401.20에 해당하는 우유 품목의 對 한국 수입액은 최근 5년간 연평균성장률 25%를 기록함

제품 수요

유제품 시장 3년 CAGR 11%
유제품 시장 중 우유 67%

코로나19 영향,
저소득층 수요 ↓ 중·고소득층 수요 ↑



최근 3년 베트남 유제품 시장은 연평균 11% 성장세를 보였으며, 우유 제품이 가장 큰 비중을 차지함. 최근 코로나19로 인해 저소득층 수요가 줄어들었으나, 현지 브랜드는 저가형 제품으로 대응함

시장 트렌드

건강한 우유에 높은 관심
국내 브랜드&유럽 브랜드 선호

프리미엄 우유 시장,
젊은 부모 중심의 유기농 우유 소비



베트남 온라인쇼핑몰 분석 결과, '저당' 및 '저지방' 제품이 다수 확인됨. 베트남 시장은 달콤한 우유가 많이 판매되지만 최근 건강에 대한 관심이 증대되어 건강한 우유가 인기임. 특히 한국산 두유 제품도 호응을 얻고 있음



유통채널

**개인 및 기타 식료품점
77.6%**

하이퍼마켓/슈퍼마켓 9.7%
음식/음료/담배전문점 8.6%



베트남에서 우유는 개인 및 기타 식료품점을 중심으로 유통되고 있음이 확인됨. 하지만 인터뷰 결과, '판매가 대부분 오프라인에서 발생하지만 온라인 판매량 역시 높다'는 답변을 얻음

통관 및 검역

**FTA 협정 관세율 0%
부가세 10%**

사전 수입 허가
원산지증명서 발급



베트남 우유 수입 시 적용되는 세율은 FTA 협정 관세율 0%와 부가세 10%로 확인됨. 다만 사전에 수입 허가를 받아야 하며, FTA 협정 관세율 적용을 위해 원산지증명서 발급을 받아야함

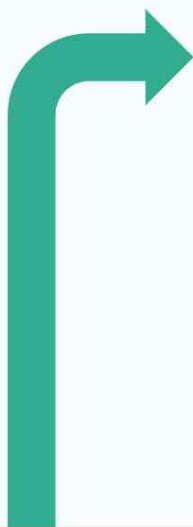
전문가 인터뷰

**포장 용기에 뚜껑 장착 추천
평균 우유 가격보다 높아
TV 통한 광고 추천**



용량이 큰 우유 종이 팩에는 뚜껑을 장착할 것을 추천함. 또한, 베트남 시장 우유의 평균 가격보다 높아서 가격 경쟁력이 낮다고 답변함. 베트남 소비자들은 현지 브랜드 제품이나 유제품 산업이 발달한 유럽 브랜드 제품을 선호하고 있음

진출제언



Point 01. 타겟 소비자: 주부, 중·고소득층

베트남 우유 주요 소비자는 '주부'라는 공통 답변을 얻었으며, 수입 우유는 주로 중·고소득층이 구매한다고 함. 특히 코로나19 영향으로 저소득층의 우유 수요가 감소한 상황임. 따라서 소비자 설정 시 넓게는 주부를, 좁게는 중·고소득층을 타겟으로 할 것을 제언함

Point 02. 우유 소비 특징: 국산 우유 & 유럽 우유 선호

가장 큰 소비 특징은 선호하는 우유가 확고하다는 것임. 특히 베트남 현지 유제품 업체는 TV 광고를 많이 하며, 수입 제품은 비교적 홍보가 적음. 하지만 생소한 한국 우유에 대한 인지도 확보와 구매 욕구 증대를 위해 현지 업체처럼 TV 광고, 더 나아가 SNS 광고가 필수라고 판단됨. 또한, '한국 대표 유제품 업체'임을 홍보하는 것이 도움될 것으로 판단됨

Point 03. 인기 우유: 베트남 현지 브랜드 '비나밀크'

해당 브랜드의 시장 점유율이 50%에 다달음. 점유율 2위는 네덜란드 브랜드 '더치레이디', 3위는 현지 브랜드 '티에이치트루밀크'임. 해당 브랜드들은 우유뿐만 아니라 달콤한 우유, 연유도 판매함. 따라서 ① 해당 브랜드와 비슷한 가격대로 판매할 것을 제언함(인터뷰 참조) ② 우유 외에도 A사의 연유 제품 판매를 추천함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2020
2. 램인터내셔널(Lamb Internatioanl), 「빠르게 성장하는 베트남 우유 시장, '프리미엄'이 핵심 키워드」, 2019
3. 베트남통계청, 「Area, population and population density by province by Cities, provinces, Year and Items」, 2019
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Drinking Milk Products in Vietnam」, 2020
5. 데어리리포터(Dairy Reporter), 「Vinamilk exports first large batch of milk to China in 2021」, 2021
6. 브이엔익스프레스인터내셔널(VN Express International), 「How will the dairy industry fare in 2021?」, 2021
7. 베트남 정부(Government of Vietnam), 「No. 15/2018/ND-CP」, 2018
8. 베트남 관세청(Vietnam General Customs Office), 「No. 38/2015/TT-BTC」, 2015
9. 베트남 정부(Government of Vietnam), 「8/2015/TT-BYT」, 2015

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. 외교부(www.mofa.go.kr)
4. 비나밀크(Vinamilk) (www.vinamilk.com.vn/en)
5. 벤타시장(Ben Thanh market) 홈페이지 (www.ben-thanh-market.com)
6. 브이엔익스프레스(Vnexpress) (www.vnexpress.net)
7. 베트남디스커버리(Vietnamdiscovery) (www.vietnamdiscovery.com)
8. 어펠(Afar) (www.afar.com)
9. 사쿠코스토어(Sakuko Store) (www.sakukostore.com.vn)
10. 브이엔이코노미(VnEconomy) (www.vneconomy.vn)
11. 베트남넷(Vietnamnet) (www.vietnamnet.vn)
12. 클링미(Clingme) (www.clingme.vn)
13. 사쿠코스토어(Sakuko Store) 페이스북 (www.facebook.com/SakukoStore)
14. 시우티코리아(Siêu thị Korea) (www.sieuthikorea.com.vn)
15. 오케이마트(OK Mart) 페이스북 (www.facebook.com/OKmart.Megastore)
16. 베한타임즈(Viethantimes) (www.viethantimes.com)
17. 스카이마트(Sky Mart) 페이스북
18. 케이마켓(K-market) 페이스북 (www.facebook.com/kmarketvietnam)
19. 보해양조(Bohae) (www.bohae.co.kr)
20. 롯데마트(Lotte Mart) (www.lottemart.com.vn)
21. 스피드롯데(Speed Lotte) (www.speedlotte.vn)
22. 빅씨(Big C) (www.bigc.vn)
23. 패밀리마트(Family Mart) (www.famima.vn)
24. 투데이온라인(Todayonline) (www.todayonline.com)
25. 씨클케이(Circle K) (www.circlek.com.vn)
26. 엘리멘테이션카우치타드(Alimentation Couche-Tard) (www.corpo.couche-tard.com)
27. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (www.insideretail.asia)
28. 쏘이시크릿츠닷컴(Soysecretz) (www.soysecretz.com)
29. 비보마트(Bibo Mart) (www.bibomart.com.vn)
30. 베트남 보건부(Ministry of Health) (moh.gov.vn)
31. 베트남 식품안전청(Vietnam Food Administration) (vfa.gov.vn)
32. 베트남 관세청(Vietnam General Customs Office) (customs.gov.vn)
33. 미국 농무부 해외농업서비스(United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Service) (www.fas.usda.gov)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

34. 농식품수출정보(Kati) (www.kati.net)
35. 관세정보법령포털 (unipass.customs.go.kr)
36. 두잉비즈니스(Doing Business) (doingbusiness.org)
37. 세계법제정보센터(World Laws Information Center) (world.moleg.go.kr)
38. 식품의약품안전처 (mfds.go.kr)
39. 베트남 수의국(Department of Animal Health) (www.cucthuy.gov.vn)
40. 티키(Tiki) (tiki.vn)
41. 베트남뉴스(Vietnam News) (vietnamnews.vn)
42. 에바베트남(eva.vn) (va.vn)
43. 다이돈크엣(Dai Doan Ket) (aidoanket.vn)
44. 타이친(TÀI CHÍNH) (thanhvien.vn)
45. 바흐호아산(Bach Hoa Xanh) 홈페이지 (www.bachhoaxanh.com)
46. 따오응엔플라자(Thao Nguyen Plaza) 홈페이지 (thaonguyenplaza.com)
47. 푸응응옥푸드(Phuong Ngoc Food) 홈페이지 (www.thichsua.com)
48. 히엔호아트레이딩서비스(Hien Hoa Trading Service) 홈페이지 (khohangtot.vn)
49. 라하(Laha) 홈페이지 (www.laha.vn)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.02.19

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