

GLOBAL FOOD INFO

VIETNAM

EXPERT COLUMN

베트남 식품 전문 칼럼니스트가 전하는
현지 식품소비 트렌드와
한국식품에 대한 인식과 전망

SPECIAL ISSUES

베트남이 음료 제품들의 각축장이 된 사연 등
식품시장의 최신 이슈를 살펴보자

FOOD POLICY

한 눈에 보는 개정된 베트남 식품 법규
지정 품목에 특별소비세 부과 추진

FOCUS INTERVIEW

건강한 맛으로 베트남 시장에 도전장을 내밀다,
(주)영풍

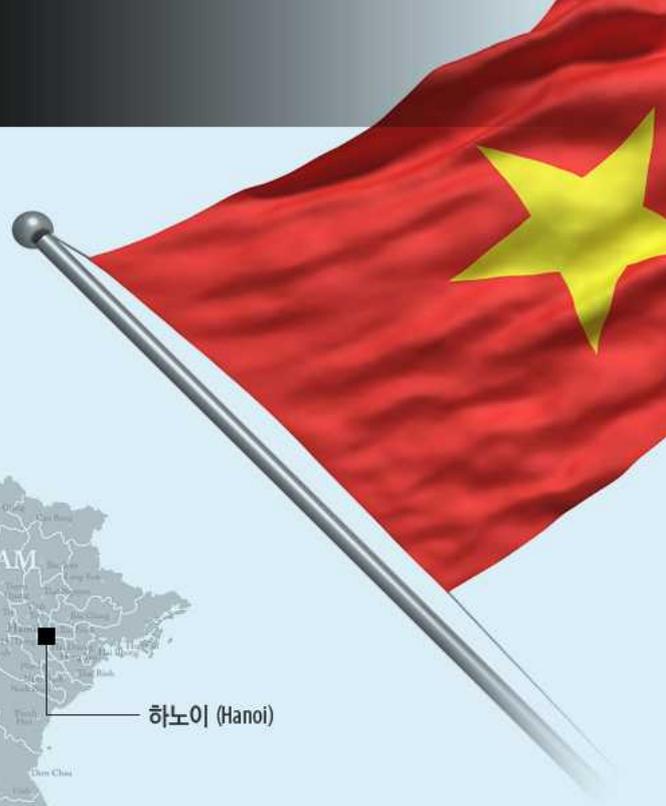
HOT PRODUCT

주요 유통매장별 인기상품 TOP 10

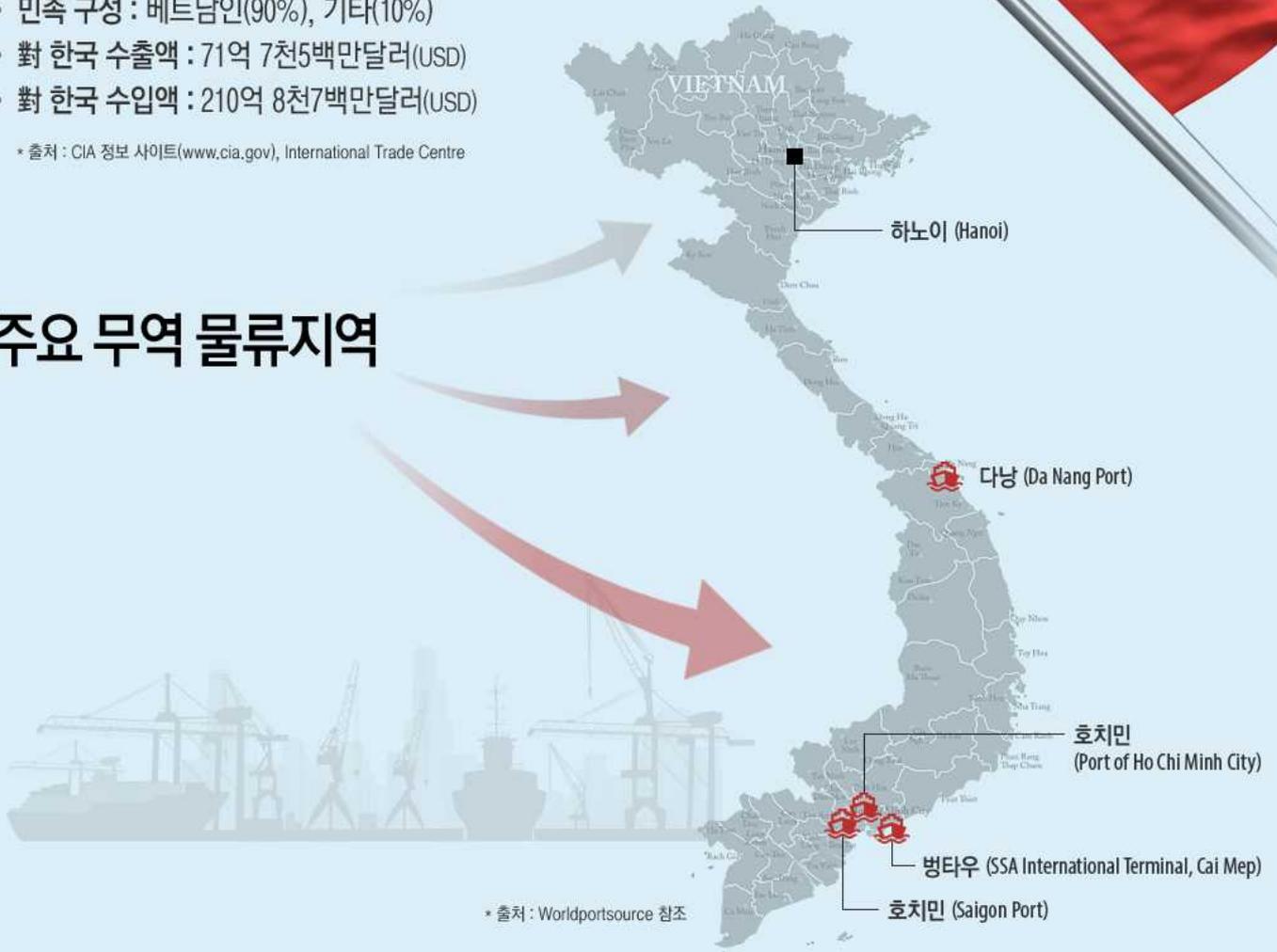
VIETNAM INFO.

- 수도 : 하노이
- 주요도시 : 하노이(Hanoi), 다낭(Da Nang), 호치민(Ho Chi Minh)
- 면적 : 331,210km²
- 총 인구수 : 9천만명 (2014년)
- 언어 : 베트남어
- 민족 구성 : 베트남인(90%), 기타(10%)
- 對 한국 수출액 : 71억 7천5백만달러(USD)
- 對 한국 수입액 : 210억 8천7백만달러(USD)

* 출처 : CIA 정보 사이트(www.cia.gov), International Trade Centre



주요 무역 물류지역



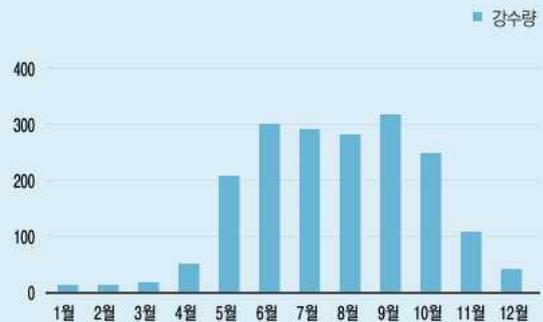
월 평균 최고/최저 기온

기준 시점 : 2013년, 지역 : 호치민, 단위 : 섭씨온도(* C)



월 평균 강수량

기준 시점 : 2013년, 지역 : 호치민, 단위 : mm



* 출처 : World Weather Information Service 참조

베트남 식품시장 3대 키워드

건강, 안전성, 수입식품

베트남 식품시장에 각각의 키워드를 넣어보자, 어떠한 이슈들이 있을까? (p11 ~ 35 참조)



홍삼 >

- 건강기능 식품시장
연평균 증가율 : 25%
- 한국 홍삼 구매량 급증
- 주 소비자층 : 경제력 있는 중산층
- 구매처 : 약국, 대리점, 홈쇼핑
- 판매형태 : 액기스, 차, 사탕, 절편

음료 >

- 음료시장 성장률 : 19.35% ('09~'13)
- 건강상의 이유로 탄산음료에
특별세 부과 : 10%
- 인기 건강음료 : 차가운 녹차 음료

버섯 >

- 버섯에 대한 인식 : 식품 < 약재
- 인기 버섯 종류 : 만가닥 버섯
- 한국 버섯에 대한 관심 증가
(2013년 수입량 : 470만 달러(USD))
- 한국산 인기 버섯 종류 : 팽이버섯

건강

길거리 음식 >

- 식중독 증가율 : 15.4% (12년 대비 13년)
- 길거리 음식에서 곰팡이균과 발암물질 발견
- 대표적인 길거리 음식 : 쌀국수, 반미, 월남쌈, 짜조, 분짜
- 정부 대책 : 수시 검역 및 검사, 위생 교육

유기농 >

- 가격대 : 일반채소 보다 2~4배 높음
- 주 소비자층 : 경제력 있는 중산층
- 유기농 식품구매 이유 : 안전보장
- 인기 유기농 식품 : 과일, 채소, 해산물

안전

제과제빵 >

- 인기 한국산 제과 제품 :
오리온社 초코파이
- 인기 요인 : 정(精) 마케팅
- 인기 한국산 제빵 브랜드 :
뚜레쥬르, 파리바게트
- 인기 요인 : 카페문화 접목

유제품 >

- 유제품 수입액 : 2억 4천만 달러(USD)
(2014년 ¾분기)
- 유제품 수입국 1위 : 한국
- 수입 품목 : 분유
- 인기 요인 : 품질과 안전성

수입식품 >

- 수입식품 매출 성장률 : 연간 30%
- 성장 요인 : 생활수준과 구매기준 향상
- 주요 식품 수입국 : 유럽, 미국
- 한국산 인기 식품 : 음료, 조제분유,
홍삼, 제과류, 커피조제품

외국

* 출처 : 각 이슈의 마지막 페이지에 별도 표기함



베트남 농수산물식품 수출입 프로세스

베트남 시장으로 수출하기 위해서는 여섯 단계의 수출입 프로세스를 거쳐야 하며, 관리기관인 베트남 보건부 식품관리청이 요구하는 절차에 따라 이행해야 한다. (p72 참조)



라벨링 필수 기재사항

: 상품명, 제조사 또는 개인의 이름과 주소, 중량, 제조일자, 유통기한, 상품 원산지

주요항만

: Da Nang Port, Saigon Port, Port of Ho Chi Minh City

베트남 보건부 식품관리청 (MOH)

(www.moh.gov.vn)
: 식품위생과 안전을 관리감독함

세관

(www.customs.gov.vn)
: 세관규정, 세율조회, 감독, 국제협력, 항만정보 등 안내

1 수출계약

· 거래선(바이어) 발굴 · 계약진행

2 서류준비

· 선하증권 · 상업송장
· 세관수입 신고서 · 검사증명서
· 포장명세서 · 기술표준 및 위생증명서
· 터미널 처리비용

3 선적/출항

· 수출통관 · 포워딩 업체 지정 · 운송

4 수입신고/검사

유지류, 음료, 제과, 원료, 가공식품, 건강기능식품으로 구분되어 검사가 진행됨

5 세금납부

· 제품가격 + 수입관세 + 부가세

6 통관/국내유통

· 세관 서류 제출
· 세금납부
· 현지 바이어 화물인수



품목별 통관 절차



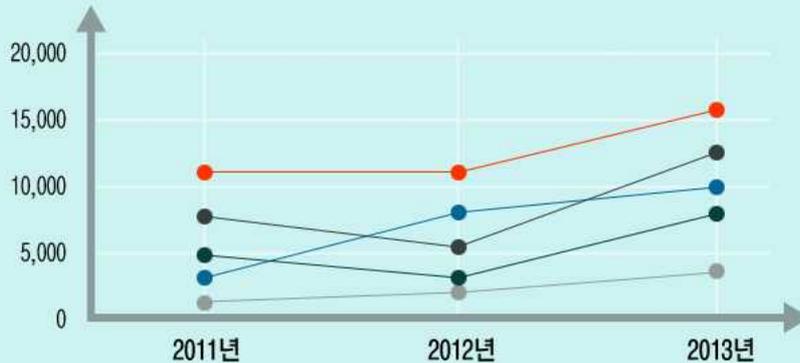


한국으로부터 수입하는 품목 중 급상승한 품목 분석

베트남이 수입하는 한국산 제품 중, 수입량이 가장 많은 품목은 HS 2106(기타 조제 식료품)이고 수입량 증가 폭이 가장 큰 품목은 HS 1905(빵, 파이, 케이크, 비스킷과 기타 베이커리 제품)이다. HS 1905 품목은 2012년에 감소하다가 2013년에 약 6백만 달러(USD)가 증가하여 베트남이 한국으로부터 수입하는 품목 상위 2위를 기록하였다. HS 0709(신선 또는 냉장한 기타 채소) 또한, 2012년에 감소하다가 2013년에 반등하였고 그 외 2개 품목은 2011년부터 꾸준한 증가세를 보이고 있다. 향후 베트남 진출 시, 이 다섯 가지 품목을 주목해보자. (p100 참조)

수입규모 추이

(단위: 천 달러)



- 2106** (기타 조제 식료품)
- 1905** (빵,파이,케이크,비스킷과 기타 베이커리 제품)
- 1702** (순수한 유당과 과당을 포함하는 기타 당류, 설탕시럽,꿀,카라멜당)
- 0709** (신선 또는 냉장한 기타 채소)
- 2202** (과일 및 채소주스를 제외한 무알코올 음료)

출처 : Trade Map, Global Trade Atlas

세부품목별 수입비율

기타 조제 식료품 (HS CODE : 2106)



빵, 파이, 케이크, 비스킷과 기타 베이커리 제품 (HS CODE : 1905)



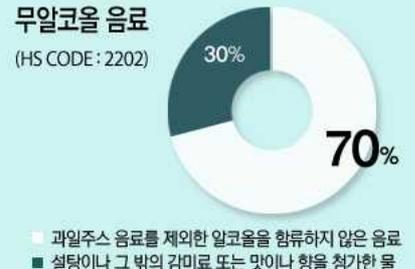
순수한 유당과 과당을 포함하는 기타 당류, 설탕시럽, 꿀, 카라멜당 (HS CODE : 1702)



신선 또는 냉장한 기타 채소 (HS CODE : 0709)



과일 및 채소주스를 제외한 무알코올 음료 (HS CODE : 2202)



GLOBAL FOOD INFO VIETNAM

CONTENTS

07 EXPERT COLUMN

베트남 식품 전문 칼럼니스트가 전하는
현지 식품소비 트렌드와 한국식품에 대한 인식과 전망

11 SPECIAL ISSUES

베트남 제과제빵 시장을 점령 중인 한국기업들
베트남 사람들의 건강지킴이가 된 '홍삼'
베트남 유제품 시장을 장악하고 있는 수입제품
최대의 음료시장으로 거듭나고 있는 베트남
세계 최고 길거리 음식문화의 불명예
유기농 식품의 폭발적인 인기
식재료가 아닌 약재로 인식되는 버섯
수입식품에 매료된 베트남 소비자들

36 FOOD POLICY - 베트남의 식품정책 모니터링

43 TOP COMPANY - 베트남의 주요 식품 기업

58 HOT PRODUCT - 베트남의 주요 유통업체 별로 알아보는 인기식품 정보

72 TRADE PROCESS - 베트남 식품 수출입 프로세스

79 ANNUAL EXHIBITION - 한 눈에 보는 베트남 식품 전시회, 제19회 베트남 식품·포장 기술 박람회

85 FOCUS INTERVIEW - 건강한 맛으로 베트남 시장에 도전장을 내밀다, ㈜영풍

89 BUYER INFO - 베트남 농식품, 가공식품, 주·음료 바이어 정보

100 EXPORT & IMPORT - 한국-베트남 주요 식품무역 통계

EXPERT COLUMN VIETNAM



베트남 식품 전문 칼럼니스트가 전하는 현지 식품소비 트렌드와 한국식품에 대한 인식과 전망

2014년을 기준으로 베트남 통계청이 발표한 베트남의 인구는 9,342만 명으로 베트남족인 비엣(Viet)족이 89%, 그 외 타이·므엥·크메르 등 53개 산악 소수 민족이 있으며 화교도 약 100만 명 거주하고 있다. 베트남의 인구 절반이 24세 미만으로 젊은 연령층이 많아 잠재력이 매우 큰 유망 시장 중 하나이다. 2014년 기준 국내총생산(GDP)은 1,878억 달러(USD)이고 1인당 국내 총생산은 2,073달러이다. 한편, 수입액은 1,439억 달러이고 수출액은 1,381억 달러이며 경제성장률은 5.8%로 베트남은 세계불황 속에서도 매년 안정적인 성장률을 기록하고 있다. 특히 베트남의 식품 시장 규모가 놀라운 성장 속도를 보이고 있는데 2011년 외식산업 규모는 133억 달러로 향후 지속적으로 증가할 전망이다.



르 하 유엔 (Le Ha Uyen)

現 식품전문 칼럼니스트

Tien Phong, Vietnam News에 칼럼 기고

계속해서 변화하는 베트남 식문화

베트남 사람들의 정식 식사에는 3가지 주된 음식이 꼭 있어야 한다. 이는 국, 고기 또는 생선을 양념한 찐 요리, 베트남 김치로 이루어져 있다. 주 요리에는 보통 ‘느억맘(Nuoc Mam) 소스’를 사용하는데 한국에서 찾아볼 수 있는 비슷한 소스로는 간장이 있다. 옛날 베트남 사람들은 밥과 느억맘 소스만 먹기도 했다. 이러한 느억맘 소스는 주로 멸치로 만들며 베트남 사람들은 다른 나라보다 동물성 단백질이나 지방질이 함유되어 있는 음식을 적게 섭취하고 야채 위주로 섭취하는 경향이 있다.



< 다양한 베트남 'Nuoc Mam' 소스 종류 >

베트남은 천년 동안 중국의 지배를 받다가 1858년 프랑스의 식민지 생활을 시작했다. 이렇게 오랜 시간 외부의 침략을 받았기 때문에 베트남의 식문화도 독특하고 다양하게 발전할 수 있었는데 중국 식문화인 ‘두옹 차우(Duong Chau) 볶음밥’이나 돼지고기를 고추 기름에 튀겨서 말린 ‘랩 쑤옹(lap xuong)’, 찐 만두인 ‘하 차오(Ha Cao) 등의 음식을 자연스럽게 받아들여지게 되었다. 뿐만 아니라 프랑스의 영향을 받아 차 대신 우유와 커피, 밥 대신 빵, 햄, 치즈, 소시지, 오므라이스 등을 섭취하기 시작했다. 베트남은 1960년대 이후부터 유럽과 미국 문화의 영향을 받아 샌드위치, 스파게티, 가공식품에 대한 수요가 급격히 증가했으며 최근에는 세계화로 인해 일본의 스시, 라멘, 사시미, 태국의 샐러드, 한국의 냉면, 비빔밥, 김치 등을 베트남의 새로운 식문화로 받아들이고 있다.

베트남 사람들의 잔치 음식도 예전과는 많이 달라졌다. ‘땃’이라고 불리는 베트남의 설날은 음력 1월 1일부터 3일까지로, 베트남인들에게 1년 중 제일 중요한 행사다. 옛날에는 조림, 훈제, 국 등 다시 끓여도 되는 수십 가지의 음식들을 한꺼번에 미리 차려놓고 다 같이 모여 먹었으나 이제는 조금씩 해서 따뜻하게 먹는 식문화로 점차 바뀌고 있다. ‘땃’의 국가 공휴일은 기본적으로 3일이지만 실제로 이 기간 중 기업들은 회사원들에게 거의 15일에서 한 달 정도의 휴가기간을 주고 있을 정도로 중요한 명절이자 축제 기간이다. 가족들이 미리 모여서 수십 가지의 음식을 차리는 관례는 사라지고 있어도 다 같이 어묵이나 베트남 전통 떡인 ‘반 청(Banh Chung)’을 만들어 먹는 풍습은 계속 이어나가고 있는 추세다.



< 베트남 전통 떡 'Banh Chung' 요리 풍습 >

한편, 베트남 중부 최대의 상업도시인 다낭(Da Nang) 사람들의 식습관을 자세히 살펴보면 매우 짠 음식들을 많이 섭취하는 편이다. 다낭 지역 사람들은 ‘chem to kho man’라는 식문화가 있는데 이는 크게 잘라 찌게 조리는 요리 방식을 의미한다. 중부 지역 사람들의 찌게 먹는 식습관은 이 지역의 날씨가 홍수 등의 재앙이 많아 한꺼번에 많이 만들어 먹는 식문화가 발달했기 때문이다. 다낭의 대표 음식으로는 쿠앙(Quang) 국수, 라이스 페이퍼에 큼직한 돼지고기를 싸서 먹는 음식 등이 있다.



< 베트남 최대 상업도시 다낭의 대표 음식 >

베트남 식품 유통은 아직 재래시장이 강세

아시아 국가들의 재래시장은 독특한 문화로 볼 수 있다. 베트남 전통 시장은 ‘Phien’이라고 하는데 각 지역마다 조금씩은 달랐지만 한 달에 한번 또는 한 주에 한번 장이 열렸다. 이러한 문화 덕분에 베트남의 재래시장이 발달하게 되었다. 베트남 사람들은 시장에 갓 재배된 농산품을 재래시장에서 싱싱하게 구매하는 것을 선호한다. 베트남의 재래시장에서는 식품에서 필수품까지 모든 것을 구입할 수 있다. 상품의 가격대 또한 다양한 것이 특징이다. 그러나 최근 베트남의 경제가 성장하면서 도시에 거주하는 사람들은 재래시장보다 슈퍼마켓에서 식품을 구매하는 것이 더욱 익숙해지고 있다. 슈퍼마켓에서 식품을 구매할 경우 위생문제를 보장해 주는 것은 물론, 가격대가 일정하며 바쁜 현대인들이 간편하게 섭취할 수 있는 다양한 가공식품을 판매하고 있기 때문이다. 이러한 이유 때문에 도시에 거주하고 있는 젊은 층은 슈퍼마켓을 이용하는 경우가 늘어나고 있지만 베트남 주부들이 선호하는 식품 구매처는 여전히 갓 수확한 신선한 농수산물물 가격 흥정을 통해 저렴하게 구매할 수 있는 전통 재래시장이다.



< 베트남 재래시장과 슈퍼마켓 >

베트남에서의 한국식품에 대한 인식과 전망

베트남 사람들에게 한국 음식에 어떤 것이 있냐고 물어보면 김치부터 떠올린다. 김치가 베트남 식품 시장에 진출한지 꽤 오래되었기 때문이다. 특히 베트남 사람들은 한류 열풍에 의해 한국 드라마를 굉장히 즐겨보고 있는데 드라마 속에 등장하는 한국 음식에 대한 관심이 매우 높은 편이다. 드라마 속 주인공들이 즐겨가는 냉면 집이나 고기 집 등 한국 전통 음식점들에 대한 호기심이 매우 많다. 한국 드라마를 통해 한국 식문화에 자연스럽게 노출 되면서 베트남 사람들의 한국 음식에 대한 수요는 빠르게 증가하고 있으며 베트남에서 한국 음식이 점차적으로 보편화 되고 있는 추세다. 베트남의 대도시에서 한국 식당들도 빠른 속도로 자리 잡고 있다. 베트남의 몇몇 사람들은 집에서 해 먹을 수 있는 한국 음식을 본인들의 입맛에 맞게 색다르게 만들려고 한다. 하지만 한국 음식은 대부분 젊은 사람들만 좋아하고 어른들이나 나이가 있는 사람들은 베트남 음식을 선호하는 편이다.

한국과 베트남이 같은 아시아권이다 보니 식문화에서도 공통점을 많이 발견할 수 있다. 두 국가 모두 양념된 음식을 매우 좋아한다. 염장을 통해 음식의 맛을 더 진하고 풍미 있게 만드는 전통 요리법이 존재하는 것이 두 국가의 가장 큰 공통점이라고 할 수 있다. 때문에 한국의 양념된 가공식품들이 베트남 시장에서 인기를 끌 수 있을 것으로 전망하고 있다. 특히 베트남 중부지역 사람들의 경우 맵고 짜게 먹는 입맛 덕분에 한국 음식을 좋아하는 사람들을 주변에서 쉽게 찾아볼 수 있다. 이렇듯 두 아시아 국가의 비슷한 식문화를 잘 활용한다면 베트남 시장에 성공적으로 진출할 수 있을 것으로 사료된다.

< 베트남 대표 양념음식 >



· 분(Bun)

국수처럼 생겼지만 국수보다 가는 면발로 ‘분 로이(Bun Loi)’, ‘분 맘(Bun Mam)’, ‘분 라(Bun La)’ 등으로 불리며 분과 함께 닭고기, 돼지고기 등을 양념에 찍어 먹거나 양념을 기호에 맞게 넣어 먹음

· 까코(Ka Cho)

매콤한 간장 양념에 각종 채소와 생선을 조려 만든 생선조림임. 밥과 함께 먹는 베트남의 대표적인 가정식 요리임

SPECIAL ISSUES VIETNAM

- 12 베트남 제과제빵 시장을 점령 중인 한국기업들
- 15 베트남 사람들의 건강지킴이가 된 '홍삼'
- 18 베트남 분유시장을 장악하고 있는 수입제품
- 21 최대의 음료시장으로 거듭나고 있는 베트남
- 24 세계 최고 길거리 음식문화의 불명예
- 27 유기농 식품의 폭발적인 인기
- 30 식재료가 아닌 약재로 인식되는 버섯
- 33 수입식품에 매료된 베트남 소비자들



베트남 제과제빵 시장을 점령 중인 한국기업들

베트남은 지금, 초코파이 열풍

베트남에서 한국 과자가 선풍적인 인기를 끌고 있다. 특히 오리온사의 초코파이 인기가 거세다. 오리온사 베트남 법인에 따르면 초코파이의 누적판매량이 지난 5월을 기점으로 20억 개를 돌파하였다고 전했다. 이는 베트남 인구 약 9천만 명이 1인당 22개씩 먹은 양이다. 2006년 베트남에 첫 진출한 이후 현재까지 누적 매출이 3천억 원에 이른다.



< 베트남에서 판매중인 초코파이 >



< 베트남에서 판매중인 모조 초코파이 >

초코파이의 유래 없는 인기로 베트남에는 현재 수십 종의 모조과자가 넘쳐나고 있다. 하지만 모조 제품의 현저히 떨어지는 품질과 맛은 고객으로 하여금 초코파이를 더욱 찾게 하였고 이로써 초코파이는 베트남 파이 시장의 80%를 점유할 만큼 독보적인 제품으로 거듭났다.

초코파이의 성공이유: 정(情) 마케팅

현지 과자보다 훨씬 비싼 가격에도 베트남 과자 시장을 석권할 수 있었던 이유는 무엇이 있을까. 소비자들은 오리온 초코파이 하면 떠오르는 '정(情) 마케팅'이 베트남에서도 통한 것 같다고 전한다. 베트남에서는 정 마케팅이 'Tinh(띤) 캠페인'으로 불리고 있다. 이러한 마케팅 방법을 통해 오리온사는 초코파이가 베트남에서 사람과 사람 사이에 과자를 주고받으며 정을 나누는 도구로 인식되게 장려하였고, 실제로도 초코파이가 친구나 가족에게 명절 선물로 주고받는 의미 있는 과자로 탄생하였다. 덩달아 오리온사의 다른 과자 제품인 후레쉬 파이, 카스타드, 포카칩도 인기리에 판매되고 있다.

< 베트남에서 판매중인 오리온사의 인기 제품들 >

			
제품명 : 카스타드 가격:47,000 VND ¹⁾	제품명 : 후레쉬 파이 가격 : 43,000 VND	제품명 : O'stars 가격 : 6,000 VND	제품명 : 고소미 가격 : 45,000 VND

베트남 사람들의 낮은 제과 소비량

베트남 사람들은 초콜릿과 사탕 같은 제과류 소비가 낮다. 닐슨 보고서에 따르면 베트남 소비자들의 1인당 제과 소비량은 1.8kg으로 전 세계 1인당 평균 제과 소비량인 2.8kg에 비해 현저히 낮은 것으로 조사되었다. 베트남에서 과자를 구매하는 주소비자는 현지인보다 관광객이고 베트남의 더운 날씨 때문에 초콜릿과 사탕류가 쉽게 녹아버리기 때문에 공급과 유통자체가 힘들어 공급과 수요가 낮은 편이다.

1) 2014년 11월 27일 기준 환율 : 1동(VND) = 0.05원



〈 설날 연휴를 맞이하여 선물용 과자를 생산중인 Hai Ha-Kotobuki社 공장모습 〉

또한 베트남 사람들의 주머니 사정을 고려하였을 때, 주식 외에 간식을 구매하기가 부담스럽기 때문에 과자류 소비가 낮은 것도 있다. 특히 수입 과자는 베트남 사람들에게 프리미엄 과자로 여겨지기 때문에 비교적 비싼 먹거리다. 수입과자를 명절 때 선물로 구매하는 것도 이 때문이다. 2010년 유로 모니터에 따르면 실제로 베트남 소비자들의 과자 소비는 설 연휴에 20% 이상 급증하며 설 연휴 이후에는 매출이 급감한다고 한다.

과자가 비싼 먹거리라 시장이 성장하지 못했지만 과자를 소비할 수 있는 경제적 여력을 갖춘 중산층과 과자의 주 소비층인 청소년층의 인구수 증가로 베트남의 과자 시장은 전망이 밝은 편이다.

베트남 제과 브랜드의 시장 점유율

베트남 제과시장은 2010년부터 연간 10~12%씩 안정적으로 성장하고 있고 향후 2016년까지 지속적으로 연간 5~9%씩 성장할 것이라고 데이터 모니터가 밝혔다. 과자류의 주 소비계층은 중산층 가정의 10대 청소년층이며 대도시 중심으로, 특히 호치민시를 중심으로 소비가 높은 것으로 나타났다. 베트남 제과 시장은 현지 브랜드가 75~80% 가량 점유하고 있으며 기타 수입 브랜드가 나머지를 점유하고 있다.

〈 현재 제과 업체 브랜드의 대표 제품들 〉

<p>Kinh Do Corp社의 대표과자 : AFC 가격 : VND 49,500</p>	<p>Bibica社의 대표과자 : HT WARMLY XANH 가격 : VND 88,000</p>	<p>HaiHa社의 대표과자 : Sozoll 가격 : VND 24,000</p>

현재 베트남 제과 시장에서 Kinh Do Corp社, Bibica社, Mars社, Lotte社, Hai Ha社, Orion社 총 5개 회사가 경쟁하고 있다. 과자 부문에서 Bibica社와 Hai Ha Co社가 2010년을 기준으로 각각 20%와 25%의 시장점유율을 차지했고, 케이크 부문에서는 Kinh Do Corp社가 35%로 시장점유율 1위를 차지하고 있었지만 2014년 Orion社에게 시장 선두권을 빼앗겼다. 상기 업체들이 생산하고 있는 제품은 크게 5가지로 분류되며 쿠키, 케이크, 초콜릿, 사탕과 기타 간식류가 해당된다. 그 중 케이크, 크래커, 와플, 베이커리, 아이스크림 제품이 성장 가능성이 높은 제품으로 평가받고 있다.

Kinh Do Corp社는 베트남 제과시장에서 선두를 달리고 있는 현지 기업으로 2013년을 기준으로 약 200개의 유통매장을 보유하고 20만개의 베이커리 소매점을 설립하여 베트남 전역에 과자를 공급하고 있다. 이와 같은 탄탄한 유통망을 바탕으로 베트남 과자시장을 석권한 것으로 보인다. 그 뒤를 바짝 쫓고 있는 Bibica社의 제품 홍보 전략은 건강함이다. 최근 성인병 환자가 늘어난 것에 착안하여 식이요법에 관심이 높은 베트남 소비자들을 대상으로 영양적 요소와 건강을 최대한 고려한 제품으로 타 과자브랜드와 차별화된 전략을 펼치고 있다. 그 밖의 Mars Confectionery社는 베트남 내에서 민트 껌 판매의 선두주자이며 롯데社는 한국의 다양한 과자를 선보이고 있다.

한국 제과회사 진출 현황

한편, 제과 제품 뿐 아니라 한국의 베이커리 전문점도 베트남 현지에서 인기를 끌고 있다. CJ사의 뚜레쥬르는 베트남의 베이커리 시장에서 제과제빵 부문 매출 1위를 차지했다. 뚜레쥬르는 호치민시, 하노이시 등 주요 거점 도시를 중심으로 약 30개 매장을 운영 중이다. 주말 하루 동안 평균 1,600여개의 빵이 팔리고 있을 정도로 인기가 높다. 30초당 빵 1개가 팔리고 있는 진기록이다. 뚜레쥬르 뿐만 아니라 SPC 그룹사의 파리바게트 또한 고급스러운 인테리어와 편안한 서비스로 한류 베이커리 시장을 이끌고 있다.



< 뚜레쥬르 호치민점 전경 >



< 뚜레쥬르 베트남 매장수 증가 >

베트남은 과거 프랑스 점령지로 빵 먹는 문화가 발달되어 있어 현지에 소규모 베이커리 상점이 많다. 그렇기에 현지 베이커리와의 차별화 전략이 필요했다. 뚜레쥬르는 베이커리 매장에 카페문화를 도입하여 매장 안에서도 커피와 빵을 먹을 수 있는 공간을 마련하였다. 기존 베이커리 매장에서는 테이크아웃만 가능했던 반면 뚜레쥬르의 이러한 시도는 베트남 베이커리 시장 최초의 카페형 베이커리로 소개되었다. 또한 뚜레쥬르는 제품에 있어서도 빵 종류를 다양화하여 현지 베이커리의 40여종 이하인 빵 개수와 차별화 되도록 85종 이상으로 확대시켰다. 이 같은 한국만의 차별화된 전략들은 베트남의 제과 및 베이커리 시장에 신선한 바람을 불러 일으켰다.

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT] 한국 과자는 고급스럽고 건강한 과자임을 각인시키자

유로모니터에 따르면 베트남에서 제과류는 대부분 대형마트와 슈퍼마켓으로 납품된다고 한다. 그러므로 베트남 제과 시장에 진출 시 상기 유통마케팅을 통해 진출하는 것을 추천한다. 최근 베트남의 슈퍼와 대형마트의 개체수가 점점 늘고 있어 베이커리 시장은 더욱 확대될 전망이다. 외국계 기업들도 이러한 시장전망을 바탕으로 너도나도 베트남 제과시장에 진출하고 있다. 현지 브랜드의 점유율이 높은 상태지만 현지 제과와 차별화된 맛과 품질로 베트남 소비자들의 소비가 과거에 비해 수입시장 쪽으로 많이 움직였다. 2014년에 제과부문 판매율 1위를 차지한 오리온사의 사례를 봐도 그렇다. 그러므로 오리온사의 전략에 따라 국내 중소 제과제조 회사들도 프리미엄 이미지와 차별화된 맛과 품질로 베트남 소비자를 사로잡을 수 있도록 해야 한다. 그 방안으로서 건강을 주제로 접근해 볼 것을 추천한다. 요즘 성인병의 증가로 베트남 사람들 사이에서 건강에 대한 관심이 고조되고 있는 추세이다. 그러므로 베트남 사람들의 구매요인을 고려하여 인공 착색제와 첨가제를 넣지 않은 제과나 무설탕 제과를 컨셉으로 하여 진출해 볼 것을 권한다.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

> 참고자료

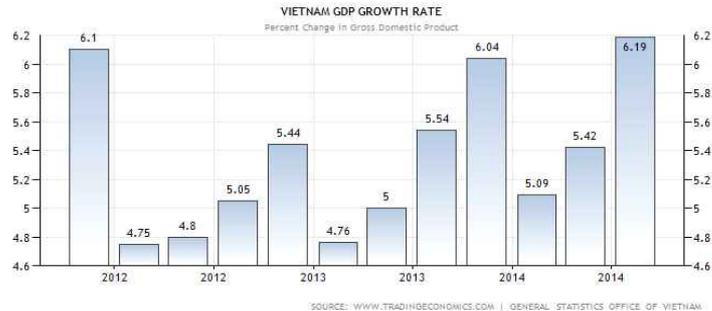
- Overview Vietnamese Confectionary Market 2014. 8.14
(<http://nguyenhoangb2b.com/overview-vietnamese-confectionery-market>)
- 베트남 제사상'에 오르는 초코파이, 노컷뉴스, 2014.06.08
(<http://www.nocutnews.co.kr/news/4037989>)
- 오리온 베트남 법인, 초코파이 누적 판매 20억개 돌파, 조세일보, 2014.06.08
(<http://www.joseilbo.com/news/htmls/2014/06/20140608222841.html>)
- Weekly BIZ
(http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2012/02/24/2012022401483.html)
(http://www.exportcenter.go.kr/common_board/weeklytrade/notice_read.jsp?curPage=14&num=6320&board_type=6)
(<http://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2012091716190068954&type=1>)

베트남 사람들의 건강지킴이가 된 '홍삼'

베트남 건강식품 시장 성장

Trading Economics²⁾에 따르면, 베트남의 GDP는 최근 4개년 간 평균 6.13%의 성장률을 기록하였다. 베트남 경제의 지속적인 성장과 더불어 건강기능 식품을 구매할 수 있는 경제력을 갖춘 중산층이 늘어나기 시작했다.

< 2000년 ~ 2014년 베트남의 GDP 성장률 >



호주 무역위원회는 2020년까지 베트남의 중산층이 3,300만 명으로 증가하면서 베트남의 건강식품 시장이 더욱 확대될 것으로 전망하고 있다. 실제로 실질소득이 증가한 베트남 국민들은 교육과 생활수준이 높아지면서 건강에 대한 관심이 높아졌다. 이러한 분위기를 반영하여 베트남의 건강기능식품 시장은 연평균 25%씩 성장하고 있다고 베트남 건강기능식품 협회가 전했다. 베트남의 진료비와 건강 보험료의 증가 또한 베트남 소비자들의 건강식품 구매율을 높이는데 기인하고 있다.

수입 건강식품 시장현황

인기가 날로 높아져 가는 베트남의 건강기능식품 시장을 살펴보자. 베트남에서 건강기능식품으로 등록된 제품은 2000년도에 33개에 불과하였지만 2013년에 1,700개로 급증하였다. 이는 폭발적인 수요에 맞추어 다양한 건강기능성 제품이 출시되었음을 나타낸다. 베트남 소비자들이 선호하는 건강기능 식품은 비타민과 미네랄이다. 이들 제품의 주요 제조업체는 다국적 기업이다. 다국적 기업들은 막대한 마케팅 투자로 시장을 독식하고 있으며 프리미엄 제품으로 이미지를 고수하고 있다. 자국의 의료 서비스와 약물관리의 허술함을 인지하고 있는 베트남 소비자들은 프리미엄 수입제품에 매료될 수밖에 없었고 이에 따라 다국적 기업 제품의 선호도가 높다. 그래서 중산층의 구매력을 갖춘 하이엔드 소비자들은 주로 수입산 건강식품만을 찾는다. 이에 현지 건강기능 식품 시장의 수입 브랜드 점유율은 40%에 달한다.

< 베트남에서 판매중인 한국의 홍삼제품들 >

제형 : 액기스 제품명 : Cao hồng sâm Hansam 가격 : VND 1,490,000	제형 : 캡슐 제품명 : Koligin-D 가격 : VND 738,000	제형 : 음료 제품명 : Korea red ginseng gold 가격 : VND 590,000	제형 : 캔디류 제품명 : Kẹo hồng sâm Hansam 가격 : VND 500,000

2) Trading Economic : 2008년 미국 뉴욕에 설립되어 196개국의 무역경제지표 정보를 제공한다.

베트남 건강식품 시장 특징

반면, 구매력이 높지 않은 일반 소비자들은 비교적 저렴한 현지 브랜드의 건강기능 식품을 구매하며 현지 건강기능 식품 업체들은 주로 전통 한방약품 제조에 주력하고 있다. 베트남의 건강기능 식품 시장의 60%는 현지 브랜드가 점유하고 있다. 현지 브랜드의 70%는 전통 한방약품을 팔고 있으며 그 중에서 인삼제품의 인기가 특히 높다. 이는 한국 드라마를 통해 한국에 대한 관심이 높아진 베트남 소비자들 사이에서 홍삼의 효능이 알려지면서 홍삼을 찾는 소비자들이 늘어난 것으로 보인다.



베트남 소비자들은 건강식품을 눈 건강, 소화기능 촉진, 심장질환 예방, 어린이의 건강을 위해 구매한다고 한다. 그래서 자녀를 가진 여성들의 구매비율이 눈에 띄게 높다고 한다. 또한 외모에 관심이 많은 베트남 여성들을 중심으로 다이어트 식품도 덩달아 인기를 끌고 있다.

베트남에서 건강기능 식품을 주로 판매하는 곳은 약국과 병원이며 슈퍼마켓에서도 일부 판매한다. 슈퍼마켓에서 건강기능 식품을 판매하는 비중은 지속적으로 증가하고 있으며 온라인 판매는 인터넷 보급률이 낮아 아직 저조한 편이다. 건강기능 식품을 약국과 병원에서 주로 판매하기 때문에 베트남 소비자들은 약사나 의사의 권고에 따라 건강기능 식품을 구매하곤 한다. 베트남의 약국과 병원은 주로 대도시에 밀집되어 있기 때문에 건강기능 식품의 구매 비율 또한 대도시에 집중되어 있다. 베트남 보건부 산하의 식품 안전 위생청에 따르면 대도시 중에서도 특히 하노이시와 호치민시의 건강기능 식품 판매비중이 높으며 상기 두 도시의 인구 중 약 50%가 건강기능 식품을 섭취하고 있다고 한다.

한국 홍삼의 높은 인기

드라마로 베트남에 전파된 한류는 홍삼한류로 탈바꿈하였다. 앞서 현지 브랜드의 전통한방약품 판매 중 인삼의 인기가 높은 것처럼 현재 베트남 건강기능 식품 시장에서 홍삼의 인기가 사라질 줄 모른다. 한국 CJ사의 베트남 법인인 SCJ홍소핑 관계자는 작년에 6.4%의 매출을 기록한 한국 홍삼제품의 올해 매출비중이 23.7%로 급증하였다고 전했다. 두 달간 판매된 홍삼 엑기스는 1억 3,000만원어치로 전 제품 중 매출 2위를 달성할 만큼 인기가 높다. 이에 SCJ홍소핑은 한국산 홍삼제품과 오메가3, 비타민, 다이어트 식품을 대거 본방송에 편성하였다. 한국산 홍삼제품은 엑기스뿐 아니라 차, 캔디, 절편 등 다양한 상품으로 준비하였다.



해외 진출 TV홍소핑 국가별 한류상품 매출

중국	- 휴를 원액기 (44억원) - 도깨비방망이 믹서 (3억원)
인도	- 흠파워 빨래건조대 (3억원) - 릴렉스 프라이팬 (2억원)
베트남	- 매직 에어프라이어 (2억원) - 한미 홍삼액 (1억3000만원)
태국	- 에어블 드라이어 (8억2000만원) - 입큰 진동 파운데이션 (2억원)
필리핀	- 아벤토 운동기 (2억1000만원) - 쿼캔 프라이팬 (1억3000만원)

* 올해 8~9월 기준. 자료=CJ오쇼핑

< 베트남 홍소핑에 진출한 한국 홍삼의 판매 현황 >

하지만 한국 인삼의 인기가 늘 좋은 것만은 아니다. 인기가 너무 높은 나머지 한국 홍삼을 위조하여 판매하는 사례가 늘고 있기 때문이다. 가장 많이 위조되는 제품 형태는 뿌리삼이며 대부분 중국산이 한국산으로 둔갑하고 있다. 뿌리삼 뿐만 아니라 한국 홍삼의 유명 브랜드의 위조도 활개를 치고 있다. 이러한 모조품들은 대부분 저품질의 출처를 알 수 없는 제품으로 위험하다. 그렇기에 모조품은 진품에 대한 신뢰도를 하락시켜 판매에 악영향을 미칠 수 있다. 이에 베트남에 홍삼을 수출하고 있는 한국 업체들은 모조품으로 인해 골머리를 앓고 있다.

중금속 검출로
건강하지 못한
건강식품



〈 중금속이 검출로 문제가 된 북한산 건강보조 식품 〉

건강식품에 대한 베트남 소비자들의 관심 증가로 건강기능 식품의 안전성에 대한 이슈 또한 화두로 떠오르고 있다. 최근 베트남에 시판 중이던 북한산 건강보조 식품에서 중금속이 검출되면서 소비자들의 불안을 증폭시켰기 때문이다. 베트남 보건부 산하의 식약품관리국은 문제의 제품에서 납이 주간 복용허용 기준치의 1만 배, 비소는 기준치의 778배, 수은은 3만 3천배 이상이 검출되어 해당 제품에 대해 판매중지 처분을 내렸고 시판된 물량을 전량 폐기하였다고 한다.³⁾

이번 사건으로 베트남의 건강기능 식품 제조회사들은 높은 인기만큼 식품 안전에 만전을 기할 것으로 보이며 베트남 당국의 의약품 검사 또한 강화될 것으로 보인다. 건강기능 식품에 대한 관심만큼 안전성에 대한 소비자의 요구수준도 높아질 것으로 비추어 보아 진출 시 각별히 주의해야 할 것이다.

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT] 가짜 홍삼 물러가라! _ 수출 후 제품 관리, 따라할 수 없는 제품력으로 승부하자

베트남에서는 한국 홍삼은 없어서 못 팔 정도로 유래 없는 인기를 누리고 있다. 하지만 이러한 인기를 시샘하듯 너도나도 모조품을 만들어 내는 바람에 한국 홍삼 업체들이 골머리를 앓고 있다. 중국산 저 품질의 인삼이 한국산으로 위조되어 쌓은 브랜드 이미지에도 타격을 입게 되며 한국산 인삼에 대한 신뢰가 떨어질 것이 자명하다. 베트남의 건강기능 식품 시장은 높아지고 있는 국민소득으로 인해 앞으로도 꾸준히 확대될 것으로 보이기 때문에 위조품에 대응할 적절한 방안을 강구해야 할 것이다.

따라서 베트남에 홍삼제품을 수출하거나 수출할 계획이 있는 중소기업들은 수출 후 제품의 사후관리(A/S) 또한 주의 깊게 살펴야 할 것이다. 제품을 수출하고 난 뒤 지속적으로 모니터링하여 위조제품을 단속하고, 브랜드 이미지를 관리해야 안전을 중시하는 베트남 소비자들을 만족 시킬 수 있을 것이다. 또한 위조품이 따라할 수 없는 특별한 라벨을 부착해 보는 것도 하나의 방법이다. 우리 제품만의 특징과 원료, 성분을 한눈에 볼 수 있는 라벨을 부착한다면 라벨만 보고 한눈에 제품을 믿고 구매할 수 있을 것이다. 베트남 당국의 검역에만 기대는 것보다 우리 제품은 우리가 직접 관리하여 가짜 식품에 대응하는 것이 앞으로 베트남으로의 홍삼 수출 활로를 열어놓는 밑거름이 될 수 있을 것이다.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

▶ 참고자료

- Trading Economic, 2014.11.17
(<http://www.tradingeconomics.com/vietnam/gdp-growth>)
- Vietnam Health Supplements Market Overview, Australian Government Austrade, 2014.6.19
(<http://www.cmaustralia.org.au/Resources/Newsletter/Vietnam%20Health%20SUPPLEMENTARY%20market%20-%20June2014.pdf>)
- Supplement food market grows up faster than ever, 2013.11.10.
(<http://english.vietnamnet.vn/fms/business/86529/supplement-food-market-grows-up-faster-than-ever.html>)
- 한국 홍소핑채널 해외서 잘팔리는 품목 보니, 2014.10.30
(<http://news.mk.co.kr/newsRead.php?year=2014&no=1372298>)
- 해외 홍소핑서 한국 건강-미용상품 잘나가, 2014.09.18
(<http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=101&oid=001&aid=0007125293>)
- "건강식품, 베트남으로 가자!", 2013.10.07
(<http://www.ajunews.com/kor/view.jsp?newsId=20131007000660>)
- 제품 가격 참조 사이트 (<http://www.scj.vn/>)

3) 자세한 정보는 42 페이지 리콜사례 참조

베트남 유제품 시장을 장악하고 있는 수입제품

수입 유제품 시장현황

베트남 세관 자료에 따르면 2014년 3/4분기까지 유제품의 총 수입액은 2억 4,680만 달러(USD)로 전년대비 동기간의 총 수입액보다 4.8% 상승한 것으로 나타난다. 2014년 하반기까지 유제품 수입액은 전월대비 4.2%씩 상승한 것으로 보아 베트남의 유제품에 대한 수입비중은 앞으로도 확대될 전망이다.

베트남 유제품 시장에서 가장 많이 수입되고 있는 제품은 한국산이며 수입 유제품 시장의 23.6%를 점유하고 있다. 2014년 한국으로부터 수입한 유제품의 규모는 전년대비 2.6% 증가한 값인 1억 9,840만 달러이다. 말레이시아로부터 수입한 유제품 규모가 1억 9,270만 달러로 한국 다음으로 높았으며 필리핀, 스페인, 태국이 그 뒤를 잇고 있다.

수입제품의 유제품 시장 확대 추세는 분유 부문에서 두드러지게 나타난다. 현재 베트남 분유시장에는 약 80여개의 해외 브랜드가 진입해있으며 그 중 수입 분유가 75% 이상 점유하고 있다. 이는 베트남 소비자들이 안전성과 품질이 인정된 해외 브랜드를 선호하기 때문이다. 분유는 아이들이 먹는 음식이라 안전과 품질에 민감할 수밖에 없다. 수입 분유에 비해 품질과 안전성에 대한 신뢰도가 낮은 베트남 현지 분유는 자연히 경쟁에서 밀릴 수밖에 없다. 또한 가격 경쟁력에서도 중국 분유에 밀려 베트남 현지 분유제품의 입지는 더욱 협소해지고 있는 추세이다.

성장하고 있는 베트남 우유시장

반면 베트남 유제품 시장에서 우유 부문은 현지 브랜드 제품의 점유율이 높은 편이다. 유로모니터에 따르면 베트남 우유시장은 지난 10년간 평균 17%씩 성장하였고 2013년에는 1인당 18리터씩 소비하고 있는 것으로 조사되었다. 베트남이 타 동남아 국가에 비해 우유 소비가 높은 편은 아니지만 젊은 세대 사이에서 우유 소비가 점차 높아지고 있어 베트남의 우유시장은 잠재적으로 성장 가능성이 높은 것으로 평가되고 있다.

< 베트남에서 판매중인 현지 유제품 >

		
제품명 : Vina Milk 용량 : 110ml 가격 : VND 4,100 ⁴⁾	제품명 : Friesland Campina 용량 : 180ml 가격 : VND 6,700	제품명 : TH Milk 용량 : 110ml 가격 : VND 4,875

유제품의 주요 소비지 대도시 vs 농촌

베트남에서 유제품은 주로 대도시에서 소비되고 있으며 소도시와 농촌지역의 유제품 구매율은 미미하다. 특히 하노이시와 호치민시의 어린이들이 유제품을 가장 많이 소비하며 그 양은 베트남 전체 유제품 소비량의 78%이다. 향후 베트남 농촌 주민들의 평균 소득 증가와 동시에 농촌 지역의 우유 소비도 늘어날 것으로 예상하고 있다. 유로모니터 또한 이러한 근거를 바탕으로 베트남 우유시장이 향후 연평균 6%이상 성장할 것으로 기대하고 있다.

4) 2014년 11월 27일 기준 환율 : 1동(VND) = 0.05원

또한 유제품 시장에서 최근 몇 년 간 가장 소비가 급증하고 있는 품목은 일반 우유, 멸균 우유, 요구르트 제품이며 일반 우유 제품보다 상대적으로 가격이 낮은 제품들의 구매율이 높아지고 있다.

베트남 우유 시장 점유율 1위: VINA MILK社

비나밀크(Vina Milk)社は 베트남을 대표하는 우유 브랜드인 '비나밀크'를 생산하는 회사로 2013년 기준, 시장 점유율 48%로 베트남 우유 시장의 선두를 달리고 있다. 비나밀크社は 합리적인 가격과 높은 품질로 품평이나 인기가 높으며 마케팅도 적극적으로 하고 있다. 또한 저온 살균우유에 대한 수요 증가에 맞춰 저온 살균공법을 사용하여 다양한 제품라인을 출시하고 있다.



< 비나밀크(Vina Milk)社の 우유 제품 >

그 밖에 프라이즈랜드캠피나(Friesland Campina)社は 동년도 시장 점유율 20.4%로 2위를 차지하였으며 티에이치 우유(TH Milk)社は 설립 된지 3년 만에 현대적인 생산 설비를 마련함으로써 두 회사의 시장 점유율을 빠르게 따라잡고 있다.

치솟는 유제품 가격을 진정시키고자 가격상한제 실시

한편, 베트남 정부는 과도한 경쟁으로 치솟고 있는 유제품 가격에 대해 가격상한제를 실시하였다.⁵⁾ 베트남 재정부는 본 제도는 6세 미만 어린이용으로 제조된 538가지의 우유 제품을 대상으로 하는 것이고 현재 가격상한제가 적용된 제품은 25개이며 30개 제품에 확대 적용할 계획이라고 전했다. 덕분에 베트남 우유 소매가격은 가격 규제 전보다 0.3~0.34% 가량 하락하였으나 그 이상의 효과는 거두지 못하고 있다.



정부의 가격상한제를 피하기 위해 우유 제조업체들이 제품명을 바꾼다던지 영양식품, 보조식품으로 용도를 변경하여 판매하고 있기 때문이다. 또한 원래 제품보다 재료 함량을 높여 가격을 올린 후 신제품을 출시하고 있어 실질적으로 소비자들은 정책과 별개로 우유가격의 감소를 느끼지 못하고 있다.

이에 가격이 떨어졌음에도 불구하고 베트남 사람들의 우유 소비량에 큰 변화는 보이지 않으며 정부 정책에 협조하지 않는 기업들에 대한 불신으로 소비자들의 마음이 돌아서고 있다.

베트남 정부는 가격상한제를 지키지 않는 기업들에게 62만동(VND)의 벌금을 부과하였으며, 가격상한제를 적용시킬 품목을 더욱 확대할 예정이라고 밝혔다. 또한 시장 점유율이 높은 기업에 대해 감사를 실시하여 우유 가격 통제를 지키도록 압박을 가하고 있다. 그러나 해당 조치로 우유 가격이 소비자들 체감할 수 있을 만큼 하락할지는 미지수이다.

한국 분유의 인기

특히 베트남 분유시장에서 한국 분유가 인기가 좋은데, 인기 있는 대표제품은 남양유업社の 'XO' 브랜드와 '아이엠마더' 브랜드이다. 남양유업은 현재 베트남 분유시장에서 시장 점유율 20%로 1위를 차지하고 있을 정도로 인기가 높다. 이러한 인기의 비결은 베트남 현지 제품보다 안전성 면에서 소비자들의 신뢰를 받고 있기 때문이다. 이는 소비자들 수입 브랜드 분유를 구매하는 요인과도 일맥상통하다.

5) 자세한 정보는 관련 정책 부분인 p40 참조

< 베트남에 판매중인 남양유업 분유 >

	
XO 브랜드 용량 : 400g 가격 : VND 263,000	아이엠마더브랜드 용량 : 400g 가격 : VND 328,000

그렇다면 한국분유 만의 특별함은 무엇일까. 베트남 시장에서 성공한 남양유업사는 현지화 전략이 통했다고 평가받고 있다. 한국 분유를 알리기 위해 남양유업은 ‘남양 분유 임신육아 교실’을 베트남 시장에 도입하였다. 이를 통해 남양 분유를 자연스럽게 홍보하였으며 베트남 엄마들의 입소문을 타면서 남양 분유가 베트남 분유시장을 석권할 수 있었던 것이다.

베트남 분유시장 진단

유제품 산업에 종사하고 있는 현지 마케팅 전문가에 따르면 현재 베트남 분유 시장은 다양한 브랜드와 저가상품의 진입으로 경쟁이 심한 상태라고 한다. 하지만 유명 브랜드나 가격보다도 분유 구매 결정에 영향을 미치는 요인은 아이의 건강, 성장, 면역력 향상 등에 도움이 되는지의 여부이다. 이로 미루어 보아 결국 자녀를 가진 어머니들은 가격에 좌우되기보다 기능이 강화된 고급제품으로 구매가 늘어날 것으로 보인다. 그러므로 포화상태인 저가 분유시장 보다 고급 분유시장으로 새롭게 눈을 돌려볼 때이다.

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT] 다양한 제품라인으로 무궁무진한 베트남 유제품 시장 공략

베트남의 유제품 시장은 잠재적 성장 가능성이 매우 높은 시장이다. 베트남 정부에서 수입 유제품에 대한 의존도를 낮추기 위해 유제품 생산시설에 투자를 늘리고 있지만 단기간에 의존도를 낮추긴 어려울 것으로 보인다. 특히 분유 시장은 이미 여러 수입제품의 각축전으로 포화상태이다. 하지만 베트남 유제품 시장이 워낙 크고 분유이외의 유제품(우유, 요구르트, 유음료, 아이스크림 등)에서는 괄목할 만큼 수입제품의 독식력이 보이지 않아 진입할 시장은 무궁무진할 것으로 판단된다. 진출 시 이러한 시장동향을 참고하여 분유뿐만 아니라 다양한 범위의 제품라인으로 진출해 보는 것은 어떨까. 특히 베트남 사람들이 과일을 좋아하는 만큼 다양한 과일 맛을 바탕으로 한 요구르트와 아직까지 시중에는 적은 무지방, 저지방, 칼슘우유 등 기능을 특화한 우유제품으로 베트남 시장을 공략해 볼 것을 추천한다.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

> 참고자료

- Viet Nam's dairy imports up in first nine months, 2014.10.25
(<http://vietnamnews.vn/economy/261916/viet-nams-dairy-imports-up-in-first-nine-months.html>)
- Lucrative baby-product market dominated by foreign brands, 2014.10.15
(<http://vietnamnews.vn/economy/261419/lucrative-baby-product-market-dominated-by-foreign-brands.html>)
- Government enforces price cap on milk products for young children, 2014.10.01
(<http://vietnamnews.vn/economy/260795/government-enforces-price-cap-on-milk-products-for-young-children.html>)
- Milk prices stable after price limit takes effect, 2014.08.21
(<http://vietnamnews.vn/economy/259085/milk-prices-stable-after-price-limit-takes-effect.html>)
- Drinking Milk Products in Vietnam, 유로모니터 보고서, 2014.04
(<http://www.euromonitor.com/drinking-milk-products-in-vietnam/report>)
- 한류 바람, '건강-미용' 제품 판매에 불붙이다, 2014.09.18
(<http://fashion.mk.co.kr/view.php?no=1209758&year=2014>)
- 베트남 유제품 시장, 두 자릿수 신장
(<http://www.thinkfood.co.kr/news/articleView.html?idxno=52234>)
- 현지 제품 가격 참조
(<http://bluemart.com.vn/sua-tuoi-c415.html>)
- TH Milk lơ một nước cờ?
(<http://vneconomy.vn/doanh-nhan/th-milk-lo-mot-nuoc-co-20130530035958323.html>)

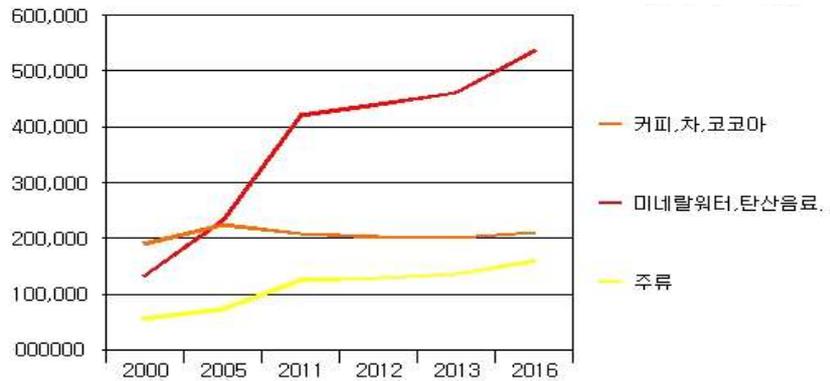
최대의 음료시장으로 거듭나고 있는 베트남

베트남 사람들의 청량음료 소비량

베트남의 청량음료 시장은 세계 음료시장에서 잠재적 성장 가능성이 가장 높은 시장으로 평가된다. 베트남 증권 회사인 Vietinbank Securities Company는 2013년 베트남에서 소비된 청량음료의 규모가 5억 6,190만 달러이며 양으로 따지면 약 20억 리터가 소비되었다고 한다. 베트남 인구 1인당 연평균 3리터의 청량음료를 소비한 셈이다. 필리핀 사람들이 1인당 연평균 50리터의 청량음료를 소비하는 것에 비하면 베트남 국민들의 청량음료 소비량은 비교적 낮은 편이다.

< 2000년~2016년 음료 종류별 1인당 소비자 지출금액 변화 추이 >

단위 : 동(VND)



무섭게 성장하고 있는 베트남 청량음료 시장

그러나 베트남의 청량음료 소비는 점점 증가하고 있는 추세다. 향후 10년 내에 청량음료를 구매할 여력이 있는 중산층 증가와 청량음료를 가장 많이 소비하는 청소년층이 증가하고 있기 때문이다. 최근 개체수가 급증하고 있는 프랜차이즈 형태의 패스트푸드점 역시 청량음료의 판매를 올리기에 가세하였다. Vietinbank Securities Company의 시장보고서에 따르면 2009년부터 2013년도까지 베트남의 음료시장이 19.35% 정도 성장하였으며 향후 2014년부터 2018년도까지 14.2% 더 성장할 것이라 예측하였다.

현재 베트남의 청량음료 시장은 다국적 기업의 양분체제라고 해도 과언이 아니다. 코카콜라사와 펩시사의 콜라제품이 청량음료 시장을 독점하다시피 차지하고 있기 때문이다. 두 기업의 시장 점유율을 합친 값이 60%에 달하며 Tan Hiep Phat社, Tribeco社, Bidrico社 등이 나머지 시장을 점유하고 있다.



< 베트남에서 광고 중인 코카콜라 >



< 펩시 콜라가 진열된 모습 >

다국적 기업에 맞서는 현지 업체들의 노력

베트남의 음료시장 성장을 대비하여 다국적 기업은 시장 점유율을 더욱 확대하기 위해 현지 음료업체들을 공격적으로 인수합병하고 있다. 이에 현지 음료업체들은 생산량을 늘리고, 가격을 낮추어 다국적 기업에 밀리지 않도록 대비하고 있다. 베트남은 극심한 소득 불균형으로 인해 하층민들에게는 저가 제품이 상당한 인기를 끌고 있다. 그래서 현지 업체는 이들을 상대로 저가 정책을 펼치고 있다. 그러나 시장점유율 확대를 노리는 다국적기업이 가격을 하락시켜가며, 현지 업체와 출혈경쟁을 벌이고 있는 실정이다.

< 베트남에서 시판중인 현지 저가 음료 제품 소개 >

		
<p>제조사: Red Dragon Energy Drink 제품명: URC Vietnam Co., Ltd 가격: VND 1,900⁶⁾</p>	<p>제조사: Suntory Pepsico Vietnam 제품명: Diet 7 Up 가격: VND 2,400</p>	<p>제조사: Viet Dai 제품명: Dinh Duong Instant Cereal Drink 가격: VND 4,500</p>

탄산음료에 부과되는 특별소비세: 10%

그러나 최근 들어 탄산음료가 건강에 좋지 않다는 연구결과가 속속들이 등장하면서 전 세계가 탄산음료에 특별 세금을 부과하고 나섰다.

베트남 정부도 이에 동참하면서 2015년 7월 1일부터 탄산음료에 10%의 특별소비세를 부과하기로 하였다. 국제 건강전문가들은 탄산음료의 과다 섭취가 각종 성인병을 유발하고 있음을 밝히며 탄산음료 소비를 줄일 것을 권고하였다. 이에 다국적 기업은 물론 탄산음료 제조업체들은 탄산음료 제품보다는 건강에 초점을 맞춘 건강음료에 초점을 맞추어 출시하기 시작했다.



탄산음료의 대안으로 떠오른 녹차음료

이 같은 규제로 탄산음료의 매출이 하락할 것을 예상하여 다국적 기업들 역시 탄산음료 대신 건강에 초점을 맞춘 기능성 음료를 출시하고 나섰다. 그 중 녹차 음료가 괄목할만한 성장세를 보이고 있다. 닐슨 보고서에 따르면 녹차음료는 2010년 부터 두 자리 이상의 높은 성장세를 보이며 판매량이 꾸준히 증가하고 있다고 한다. 베트남 사람들에게 녹차음료는 건강함과 자연 친화적인 이미지가 강하다. 또한 베트남은 원래 차 문화를 갖고 있어 노천카페나 식당 어디에서든지 녹차를 제공하고 있어 녹차음료는 그들에게 친숙하다. 더불어 베트남의 무더운 날씨에서 차가운 녹차 한잔은 그들의 갈증을 해결해 주기에 충분한 음료이다. 결론적으로 녹차는 베트남의 전통성과 건강함을 모두 갖춘 음료이기에 대중적으로 인기가 높은 것으로 보인다.

6) 2014년 11월 27일 기준 환율 : 1동(VND) = 0.05원

< 베트남에서 판매중인 녹차음료 >

			
제조사: Tan Hiep Phat 제품명: Lemon Green Tea 가격: VND 7,000	제조사 : Tan Hiep Phat 제품명 : C2 Green Tea Lemon 가격: VND 5,000	제조사 : Tan Hiep Phat 제품명 : Herbal Tea 가격: VND 9,500	제조사 ; Push Max 제품명 : Trà bí đao Push max 가격: VND 4,700

현재 베트남에서 가장 인기 있는 녹차음료는 Tan Hiep Phat社의 Tra Xanh Khong Do 제품이며 음료시장 점유율 41%를 차지하고 있다. 기타 녹차 음료로는 Real leaf(Coca-Cola社), Vfresh(Vinamilk社), Lipton Pure Green(Pepsi社), C2(URC社), Anatu(Bidrico社)가 있다.

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT] 맛도 좋고 몸에도 좋은 건강음료로 베트남 소비자들 사로잡기

베트남의 청량음료 소비 추세를 보아 2015년에 23억 2천 리터가 생산될 예정이며 2014년부터 2016년까지 누적 판매액이 5억 6백만 달러에 도달할 것으로 보고 있다. 앞으로의 시장성장으로 미래가 기대되는 베트남 청량음료 수요에 맞추어 우리나라도 다양한 종류의 음료로 베트남에 진출해 볼 것을 권한다. 베트남에 진출한 한국 음료기업 중 웅진식품의 음료가 2010년 기준 점유율 40%를 차지하고 있다. 그 중 웅진식품의 아침햇살과 매실차의 인기가 특히 높다. 두 제품 모두 자연 재료를 사용한 건강음료로, 베트남 소비자들이 건강한 음료를 찾는 수요에 맞추어 시장진입에 성공한 좋은 사례이다. 웅진식품의 베트남 진출 제품라인을 참고하여 한국의 중소 음료기업들도 매실, 유자, 대추 등 한국의 천연 재료를 바탕으로 한 건강 과실음료로 진출해 보는 것을 제안한다.

베트남에서 나오는 물에는 석회질 성분이 많아 그냥 먹기에 부적합 하여 항상 차(茶)를 마시는 습관이 있기 때문에 차 문화가 발달하여 다양한 녹차음료가 출시되어 있다. 베트남은 더운 날씨이기 때문에 사람들이 차를 차갑게 식혀 마시는 것을 즐긴다. 차 문화에 익숙한 베트남인들을 위해 한국의 전통차인 대추차, 생강차, 인삼차, 오미자차 등 건강에 좋은 다양한 차를 제품화하여 진출해 볼 것도 권유한다. 특히 베트남 사람들은 명절 때 음료를 가장 많이 소비한다고 하니 명절 선물세트를 만들어 차를 선물하도록 마케팅을 하여도 좋을 것이다.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

> 참고자료

- Draft law proposes new fat tax on carbonated soft drinks, 2014.02.28
(<http://vietnamnews.vn/economy/251690/draft-law-proposes-new-fat-tax-on-carbonated-soft-drinks.html>)
- Soft drink dodges consumption tax, 2014.08.05
(<http://vietnamnews.vn/economy/258386/soft-drink-dodges-consumption-tax.html>)
- Competition in beverage market to heat up, 2014.07.24
(<http://vietnamnews.vn/economy/257887/competition-in-beverage-market-to-heat-up.html>)
- Vietnam beats China on soft drink growth rates
(<http://www.foodnavigator-asia.com/Markets/Vietnam-beats-China-on-soft-drink-growth-rates>)
- Markets and beverage beverages VN: The war is not ending
(<http://creditcounselingvn.blogspot.kr/2013/06/markets-and-beverage-beverages-vn-war.html>)
- 베트남 음료문화
(<http://www.vietinfo.co.kr/culture/drinking.html>)

세계 최고 길거리 음식문화의 불명예

세계적으로 유명한 베트남 길거리 음식

베트남의 길거리 음식문화는 세계적으로 유명하다. 골목골목마다 다양한 노점식당이 자리 잡고 있으며 그 종류도 다양하다. 가격도 매우 저렴하고 종류도 다양하여 여행객들에게 골라먹는 재미를 선사하고 있으며 전 세계 방송국에서 자주 베트남의 대표적인 길거리 음식을 방송을 통해 소개하기도 한다.

베트남에서 가장 유명한 길거리 음식은 쌀국수이다. 소고기를 넣은 '퍼보(Pho bo)'와 닭고기를 넣은 '퍼가(Pho ga)'가 인기가 많다. 베트남 여성들의 사회진출이 비교적 높기 때문에 가족원들 대부분이 아침식사를 노점에서 해결한다. 그래서 베트남 아침 시간이면 인산인해를 이룬 쌀국수 가게를 흔하게 볼 수 있다.

바게트 빵으로 만든 샌드위치인 '반미(Ban Mee)'도 베트남 사람들이 즐겨먹는 대표적인 아침 메뉴이다. 동남아시아에서 바게트 빵은 다소 생소한 조합일 수 있으나 과거 프랑스로부터 지배를 받을 당시 탄생한 먹거리로 시대의 산물이다. 이외에도 다양한 꼬치구이와 찹쌀떡, 구운 옥수수와 고구마가 인기 있는 길거리 음식이다.

< 베트남의 유명 길거리 음식들 >

			
쌀국수	반미	월남쌈	찹쌀밥
			
분짜	짜조	사탕수수 음료	커피

비위생적인 조리환경에 따른 식중독 환자 증가



그러나 길거리 음식의 위생 관리가 철저히 이루어지지 않아 매년 식중독에 걸리는 환자 수가 늘고 있다. 베트남 뉴스에서도 매달 식중독에 관련된 기사를 보도하고 있으며 베트남 보건부 홈페이지 또한 식중독에 대한 경고와 식중독 현황에 대해 월간 보고를 게재한다.

베트남 식품 안전청 장관은 2013년에 전국적으로 식중독 사례가 약 15.4% 증가하였으며 올해에만 24명이 식중독으로 사망하였다고 밝혔다. 지난해 같은 기간보다 41%가 증가한 수치이다.



이에 베트남 보건 당국은 원인을 찾아 해결하고자 베트남 길거리 음식을 대상으로 대대적인 샘플검사를 실시하였다. 12,295개의 길거리 음식 샘플 중 40% 이상에서 곰팡이 균이 발견되었고 베트남의 대표 먹거리인 쌀국수의 샘플을 분석한 결과 75%가 발암성 화학물질을 포함하고 있는 것으로 밝혀졌다. 이는 대부분의 길거리 음식이 안전하지 못함을 입증하는 결과다. 세계 최고의 길거리 음식의 장인 곳에서 이러한 검사 결과는 놀라울 따름이다.

길거리 음식의 안전이 보장되지 않는 것은 더운 날씨 때문에 음식이 쉽게 부패하는 것도 있지만 길거리 음식을 판매하는 대부분의 상인들이 교육을 받지 못한 가난한 사람들이기 때문이라고 한다. 또한 식품첨가물을 밀수품으로 충당하는 양이 해마다 증가하면서 저품질의, 출처를 알 수 없는 식품의 유통이 성행하고 있는 것도 길거리 음식의 안전성을 위협하는 요소다.



식품 안전성 개선을 위한 베트남 보건당국의 노력

이에 베트남 보건당국은 길거리 음식의 안전성을 개선하기 위해 캠페인을 벌여 위생수준을 제고시키기 위해 노력하고 있다. 구체적으로는 노점을 열기 위해서 반드시 위생교육에 참여해야 하며 위생규정을 위반할 경우 벌금을 부과하는 등의 제도를 만들어 안전한 먹거리 문화를 정착시키기 위해 노력하고 있다. 그러나 이러한 노력에도 불구하고 눈에 띄는 효과를 아직은 거두지 못하고 있다.



< 호치민시 인민 위원회 응웬 티 흥 부시장의 농산물 위생검사 진행 장면 >

호치민시 당국에 따르면 호치민 시 내 호아이 도시만 해도 16,000개 이상의 노점상이 존재하며 일일 검사할 인력도 부족할 뿐만 아니라 식품 안전과 위생을 지속적으로 모니터링 해줄 시설도 갖춰지지 않아 제도적으로 관리에 한계가 있다고 한다. 적발된 불량식품에 대한 소식이 빈번하자 베트남 소비자들 사이에 식품 위생에 대한 불안감이 고조되고 있는 추세다.

식중독 발생으로 생긴 新식품 구매 트렌드

주로 식사를 밖에서 해결하는 베트남인들에게 길거리 음식의 안전이 보장되지 않자 가정에서 음식을 해먹는 사람들이 늘기 시작했다. 그래서 베트남 식품시장에는 맛과 가격보다도 위생과 안전을 고려하여 식재료를 구매하는 트렌드가 형성되었다. 이러한 트렌드에 따라 베트남 소비자들은 가정에서 필요한 식재료의 대부분을 유기농 식품으로 대체하였다. 유기농 채소와 육류를 판매하는 상점을 찾는 사람들이 갈수록 늘어나고 있는 것은 이러한 이유에서이다. 유기농식품의 비싼 가격에 부담을 느낀 일부 소비자들은 직접 채소를 재배하고 나섰다.

유기농 채소에 대한 인기가 높아지자 일부 슈퍼에서는 가짜 유기농 야채를 팔기도 하였다. 하노이의 한 슈퍼마켓은 출처가 확실하지 않은 야채에 ‘안전야채(VIET GAP)’ 마크(기)를 부착하여 판매하다 적발되었다. 식품의 안전성을 불안해하는 소비자들의 심리를 이용하여 수익창출을 노린 것이다.



식품위생안전국으로 부터 ‘안전 야채’ 증명을 취득하였다고 말하고 있지만 안전 야채 라벨 관리가 느슨한 틈을 타 라벨을 마음대로 인쇄하여 부착하고 있는 실정이다. 베트남에서 식품 안전에 대한 불안은 여전히 속제로 남아있다.

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT] 내 식품은 내가 관리한다! _ 투명한 유통경로 공개, 안전한 공급망 확보가 필수

베트남은 식품 위생에 대한 관리 체계가 확립되지 않아 정부의 규제만으로는 한계가 있다. 정부의 규제보다는 자사 식품의 안전성을 식품 업체가 직접 증명하는 편이 소비자들의 불안감을 잠재우기에 효과적이다. 이는 마케팅 수단으로 활용도 가능하다. 베트남에는 자체 식품 인증을 보유한 것이 없어 국제적인 식품인증에 의존도가 높은 편이다. 그러므로 국제 기준에 적합한 인증을 취득했다면 이를 적극적으로 홍보하는 것이 제품 판매에 도움이 될 것이다. 또한 베트남 소비자들은 믿수된 식품이 많아 올바르게 알지 못하는 유통경로에 대해 불신이 깊다. 그러므로 베트남 진출 시 안전한 유통망을 확보하고, 유통경로를 투명하게 공개한다면 베트남 소비자의 불안감을 잠재워 판매를 촉진할 수 있을 것이다. 특히 베트남 정부조차 식품 안전을 위해 규제할 여력이 없으므로 수출 후에도 지속적으로 자사제품에 대한 모니터링을 통해 직접 관리할 것을 권유한다.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

> 참고자료

- Vietnam street food still unsafe: studies
(<http://www.thanhniennews.com/society/vietnam-street-food-still-unsafe-studies-1694.html>)
- Ensuring food safety proves difficult for City officials, 2014.10.01
(<http://vietnamnews.vn/society/260799/ensuring-food-safety-proves-difficult-for-city-officials.html>)
- 슈퍼에서 파는 "안전 야채" 허위 표시 횡행, 출처 불명의 수입 야채까지,
(<http://www.vinahanin.com/hotnewsissue/245739>)
- Food poisoning fatalities on the increase, 2014.06.18
(<http://vietnamnews.vn/society/256321/food-poisoning-fatalities-on-the-increase.html>)
- Deputy PM orders stricter management of food safety, 2014.06.23
(<http://vietnamnews.vn/society/256519/deputy-pm-orders-stricter-management-of-food-safety.html>)
- Vietnam Focuses on Food Safety, Hygiene
(<http://www.foodsafetynews.com/2010/02/vietnam-focuses-on-food-safety-hygiene/#.VFigwPmsXKk>)
- Agro-produce safety emphasised, 2014.07.15.
(<http://vietnamnews.vn/society/257469/agro-produce-safety-emphasised.html>)
- 베트남 길거리문화
(<http://www.vinahanin.com/freeboard/79500>)

7) 관련내용은 본서 p29에 언급되어 있음

유기농 식품의 폭발적인 인기

중산층 중심의 베트남 유기농 식품시장

현재 베트남에서 중산층을 중심으로 유기농 제품에 대한 수요가 증가하고 있다. 값비싼 유기농 식품을 구매할 여력이 있는 중산층 소비자들이 건강에 대해 관심을 가지기 시작했기 때문이다. 최근 들어 베트남 대도시를 중심으로 유기농 식품 매장이 속속들이 등장하고 있는 것도 이러한 이유에서이다.

호치민 시내에 위치한 유기농 식품 전문점 '올가니카(Organica)'의 매니저 말에 따르면 매달 두 자릿수로 매출이 오르고 있어 유기농 식품의 인기를 실감한다고 전했다. 이러한 인기에 힘입어 또 다른 유기농 전문점인 '시즌 서비스(Season Service)'도 점포수를 확대하고자 호치민에 2호점, 북부에 3호점 개장을 준비하고 있다.



< 베트남 유기농 매장으로 좌측부터 '올가니카', '오가닉 마켓', '빈안' >

유기농 식품에 대한 베트남 소비자들의 인식

독일계 유통업체인 METRO社가 매장을 방문한 고객들을 대상으로 유기농 식품의 관심도에 대해 설문조사를 진행한 결과, 유기농 식품에 대해 관심을 가지는 정도가 30% 이상으로 나타났다. 일반 식품에 대한 관심도가 26%인 것에 비해 조금 더 높은 수치이다. 특히 유기농 식품에 대한 구매 의향이 적극적인 소비자가 39%, 가격을 고려하여 구매 하겠다는 소비자가 55%로 유기농 식품에 대한 베트남 소비자들의 관심이 비교적 높음이 입증되었다.



< METRO마트에서 판매중인 유기농 야채 >

베트남에서 판매되는 유기농 식품은 일반 채소보다 2~2.5배, 매장에서는 3~4배가량 높은 가격으로 판매되고 있다. 유기농 식품의 재배가 까다로워 비싼 이유도 있지만 대부분 유기농 식품이 수입 제품이기 때문에 가격이 높다. 현지 식품보다 가격이 월등하게 높음에도 불구하고 인기 있는 이유는 무엇일까.

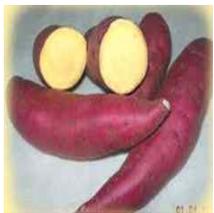
유기농 식품을
선호하는 이유: 안전



베트남 소비자들이 유기농 식품을 찾는 가장 큰 이유는 식품 안전이 보장됐기 때문이다. 식품 안전에 대한 불안감이 높은 소비자들에게 유기농 식품은 불안감을 잠재워 줄 대안으로 적절하기 때문이다. 일반 식품에 비해 섬유질이나 비타민 함유량이 높아 영양 면에서 우수한 점 또한 베트남 소비자들을 사로잡기에 충분했다.

베트남의 유기농 식품 전문점은 주로 호치민시에 집중되어 있다. 이들 전문점에서는 약 300여 가지의 다양한 농수산물을 취급하고 있는데 주요 품목은 야채와 채소, 돼지고기와 닭고기, 해산물이다. 말레이시아, 호주, 독일, 인도, 미국, 이탈리아 등지에서도 다양하게 수입하고 있으며 국제 유기농 인증을 받은 제품들로 구성되어 있다.

< 베트남에 시판중인 수입 유기농 식품들 >

			
<p>품목: 신선과일 가격: VND92,000⁸⁾ 수입국: 미국</p>	<p>품목: 주류 가격: VND145,000 수입국: 한국</p>	<p>품목: 유기농차 가격: VND78,000 수입국: 한국</p>	<p>품목: 신선 야채 가격: VND49,000 수입국: 일본</p>

호치민시의 또 다른 유명 유기농 식품 전문점인 '오가닉(Organik)'은 500여 가지의 유기농 식품을 취급하고 있으며 호텔, 식당 등지에도 유기농 식품을 대량으로 공급하고 있다. 유기농 전문점들은 유기농 식품으로 어린이용 영양분말과 온대성 채소, 과일이 인기라고 전한다.

베트남 유기식품 시장의 한계

하지만 이러한 인기에도 불구하고 베트남 유기농 시장은 마냥 웃을 수가 없다. 자국에서 유기농 식품을 대량으로 생산할 시설이 부족하여 소비자가 원하는 만큼의 생산량을 맞추고 있지 못하기 때문이다. 그래서 유기식품은 수입에 의존할 수밖에 없었고 그 수입량은 날이 갈수록 증가하고 있다. 이러한 상황에서 유기농 식품 전문점의 야채는 매일 전량 매진되고 있어 유기농 식품을 먹으려면 예약을 해야 할 정도로 인기가 높다.



유기농 식품 판매처인 '터비엣(Thỏ Việt)'의 응웬티안 응옥(Nguyễn Thị Ánh Ngọc)대표는 대부분의 유기농 야채들을 주문 양에 따라 판매하고 있으며 야채뿐 아니라 매년 600톤 이상의 유기농 쌀도 공급하고 있는데, 시중 가격보다 훨씬 높은 가격으로 판매하고 있음에도 불구하고 공급량이 턱없이 부족한 상태라고 전했다.

8) 2014년 11월 27일 기준 환율 : 1동(VND) = 0.05원

유기농 인증 취득 부담

한정된 재배지역과 공급량의 부족이라는 베트남 유기농 시장의 한계 이외에 유기농 식품 인증 취득의 어려움과 고가의 물류비용은 베트남 유기식품 시장이 성장하는데 작용하는 또 다른 방해요소이다.



< Viet Gap 로고 >

베트남의 유기농 라벨인 'Viet GAP'은 필수인증은 아니지만 소비자들이 본 마크를 통해 유기식품의 여부를 구분하기 때문에 유기식품 시장 진출 시 상기 인증을 취득하는 것을 권장하고 있다. 특히 과일과 야채품목에서 스티커 부착이 점점 일반화 되고 있다. 그러나 현지 베트남 유기식품 생산자들은 본 인증을 취득하는데 드는 비용이 비싸고, 유기식품 인증 기준을 충족하기가 매우 까다로워 인증을 받기가 생각보다 어렵다고 입을 모은다.

또한 유기농 채소는 보관이 까다로워 비행기로 운송해야 하는 경우가 많아 물류비용에 부담을 느낀다고 한다. 이러한 어려움들로 인해 베트남 유기농 식품 시장은 한계에 부딪혀 있는 상황이다.

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT] 인기 있는 유기농 시장에서 인기품목으로 도전하자 _ 유기농 유아식품으로 베트남 엄마들 공략

2014년 7월자로 한국의 유기 가공식품에 부여하는 인증이 미국의 유기식품 인증과 동등성을 인정받았다. 까다롭기로 유명한 미국의 유기식품 규격을 충족한 한국인증의 우수성은 베트남 소비자들을 만족시키기에 충분할 것으로 보인다.

그렇다면 베트남 유기시장에서 성공할 수 있는 품목은 무엇일까. 바로 유아식품이다. 한국농수산물유통공사(aT)의 2014년 국가별 식품 전시회 트렌드 조사에 따르면, 베트남은 유아용 식품에 가장 관심이 높다고 한다. 또한 베트남 일간지인 디플로맷(The Plomat) 뉴스도 베트남의 유기식품 주 소비층은 자녀를 가진 젊은 여성층이라고 전한 바 있다. 이러한 조사결과를 취합하여 아이들이 먹을 만한 유기농 과일주스, 과일로 만든 스낵과 모든 재료를 자연의 것으로 만든 스낵을 주력 제품으로 내세워 진출해보자. 또한 현재 베트남 유기농 전문 매장에 진열된 유기식품의 종류가 매우 한정적이므로 다양한 제품 라인으로 도전 해 보는 것도 추천한다.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

> 참고자료

- 사이공에서 인기 고는 높은 가격대의 유기농 식품, 2014.09.30
(<http://cvnpost.com/post/8286.cvn>)
- Vietnam: Back to Organic?, 2014. 01.02
(<http://thediplomat.com/2014/01/vietnam-back-to-organic/>)
- Markets to stock organic goods, 2014.05.20
(<http://vn.lawmec.com/vninfo/vninfo2.html?mode=view&bld=16&bsld=1&bgld>)
- 태동기의 베트남 유기농 식품시장, 2014.07.01
(http://www.globalwindow.org/gw/overmarket/GWOMAL020M.html?BBS_ID=10&MENU_CD=M10103&UPPER_MENU_CD=M10102&MENU_STEP=3&ARTICLE_ID=5017149)
- ORGANIC PRODUCE IN VIETNAM
(<http://www.asialifemagazine.com/vietnam/organic-produce-in-vietnam/>)
- 베트남 소비자, 친환경 제품 관심도 증가
(<http://vietnamnews.vn/economy/255088/markets-to-stock-organic-goods.html>)
- State takes the lead in organic food farming
(<http://vietnamnews.vn/agriculture/233591/state-takes-the-lead-in-organic-food-farming.html>)
- (<http://www.thucphamhuuco.vn/thuy-hai-san/392868.html>)

식재료가 아닌 약재로 인식되는 버섯

베트남의 버섯 시장현황

베트남은 연간 25~30만 톤의 버섯을 생산하고 있는 국가다. 하지만 상기 생산량은 내수의 공급량을 채우기에는 턱없이 부족하다. 증가하는 수요를 맞추기 위해 버섯을 재배하는 농가가 증가하면서 버섯 재배지도 확대되고 있다.

베트남에서 가장 많이 소비하는 버섯은 만가닥 버섯⁹⁾이다. 만가닥 버섯 중에서도 큰삿갓 버섯¹⁰⁾은 고급약재로 통용될 정도로 귀하다. 약재 이외에 요리하여 먹는 것도 물론 가능하다. 이 버섯은 고혈압과 불면증, 소화불량, 모유수유를 촉진시키는 효능을 가지고 있어 베트남 사람들이 더욱 즐겨먹는다. 그 효능만큼 찾는 사람도 많아 가격 또한 매년 오르고 있다. 현재 1kg 당 큰삿갓 버섯의 판매가격은 농장 현지에서 20만~30만 동(VND), 일반 시장에서 약 45만~50만 동(VND)으로 작년보다 2배나 된 값이다. 대도시인 호치민시에 위치한 슈퍼마켓이나 지역 시장에서는 1kg 당 60만~100만 동(VND)까지 치솟았다.



< 만가닥 버섯 >



< 큰삿갓 버섯 >

베트남에서 버섯은 주로 재래시장과 대형 유통망을 통해서 판매되고 있다. 재래 시장에서는 브랜드가 없는 버섯이 주로 판매되고 있으며 수입 버섯과 브랜드 버섯은 대형 유통망을 통해 판매되고 있다. 그러나 현지 소비자들은 제품의 안전성을 보장받기 위해 주로 슈퍼마켓을 통해 버섯을 구매하고 있다. 그만큼 재래시장에서는 원산지 위조가 빈번하며 식품 안전성을 보장 받을 수 없기 때문이다.

버섯에 대한 베트남 사람들의 인식

베트남 사람들은 버섯을 일반 식품이 아닌 건강기능 식품으로 인식한다. 큰삿갓 버섯을 많이 먹는 이유도 건강에 이로운 작용을 하기 때문이다. 이러한 인식에 따라 베트남 사람들은 영지버섯도 매우 선호한다. 가격이 비싸 찾는 소비자층은 고소득층으로 한정되어 있지만 없어서 못 판다고 할 정도로 인기 있는 상품이다.



< 림싼(Lim Xanh)社 의 영지버섯 제품 >



< 림싼(Lim Xanh)社의 제품 인증 >

9) 만가닥 버섯(Beech Mushroom) : 노화방지에 좋은 버섯으로 무리지어 자생하는 특징이 있어 만가닥 버섯이라 칭함

10) 큰삿갓 버섯(Panaeolus papilionaceus) : 말뚝버섯이라고도 불리며 지름 1~4cm 크기 둥근 산 모양의 균모 때문에 이름이 붙여짐

영지버섯을 전문으로 판매하는 베트남의 림산(Lim Xanh)사는 2013년에 품질을 인정받아 '브랜드 상'을 수상한 바 있다. 본 회사에서 판매되는 영지버섯을 먹고 암이 치료되었다는 소문이 빠르게 확산되면서 브랜드 파워가 막강해진 것이다. 이처럼 버섯은 베트남에서 식재료보다 약재로 찾는 사람들이 더 많다.

對베트남, 한국 버섯의 수출현황

최근 한국 버섯의 우수함이 세계로 뻗어나가고 있다. 푸드 뉴스의 통계자료에 따르면 신선식품 중 특히 팽이버섯의 수출실적이 눈에 띈다. 팽이버섯의 수출액은 전년대비 약 12% 이상 증가하였으며, 새송이버섯 또한 약 8%이상 증가하였다. 이러한 성장세에는 베트남의 한국 버섯 사랑이 큰 몫을 하고 있다.

< HS code : 0759.5911)의 한국 수출 통계 >

출처 : Global Trade Atlas, US달러

South Korea Export Statistics						
Commodity: 070959, Mushroom, Fresh Or Chilled, Nesoi						
Calendar Year: 2011 - 2013						
No	Partner Country	United States Dollars				% Change 2013/2012
		2011	2012	2013	2013	
1	World	39,977,032	35,390,949	40,174,780	100.00	13.52
2	United States	5,993,962	6,532,602	7,253,882	18.06	11.04
3	Netherlands	5,158,278	5,523,966	5,685,951	14.15	2.93
4	Vietnam	4,892,569	2,938,620	4,746,666	11.82	61.53
5	Japan	4,807,896	4,791,841	4,254,899	10.59	- 11.21

Global Trade Atlas에 따르면 한국의 2013년도 버섯 수출국 중 상위 5개국 안에 베트남이 해당된다. 한국의 대(對) 베트남 버섯 수출액은 2012년 대비 2013년 약 61%나 증가하였으며 이는 베트남에서 한국 버섯의 인기가 높음을 입증한다.

한국 팽이버섯의 베트남 진출



버섯을 약재로 인식하고 있는 베트남 사람들에게 한국의 팽이버섯은 베트남 소비자의 니즈를 충족시키기에 적합했다. 한국의 팽이버섯은 항암 효과는 물론 피부 미용에 효과가 있다고 잘 알려져 있기 때문이다. 이에 팽이버섯은 베트남으로 인기리에 수출되고 있다. 한국의 건강기능식품을 특히나 좋아하는 베트남 사람들에게 한국산 팽이버섯은 몸에도 좋고 맛있는 최고의 건강식품일 수밖에 없는 것이다.

< 한국의 농림축산식품 수출실적 변화 추이 >

출처 : 푸드뉴스(www.foodnews.co.kr)

농림축산식품 주요 품목별 수출실적(누계금액순)							
구분	'13년	당월실적(4월)					
		'13년		'14년		증감률	
		물량	금액	물량	금액	물량	금액
□ 전체	5,724.6	319.5	489.1	318.3	556.6	Δ0.4	13.8
○ 신선	1,180.5	27.0	98.7	38.3	104.7	41.9	6.3
△ 가공	4,544.1	292.5	390.4	280.0	451.9	Δ4.3	15.7
팽이버섯	19.5	0.6	1.1	0.7	1.2	17.0	12.3
막걸리	18.9	1.6	1.6	1.4	1.4	Δ9.9	Δ12.4
새송이버섯	14.2	0.3	1.0	0.3	1.1	6.7	8.8

11) HS code : 0759.59 : 기타버섯이 해당되는 코드로, 송이, 표고, 영지, 느타리, 팽이버섯이 해당됨

한국 팽이버섯의 베트남 진출 성공요인

베트남은 한국 버섯을 연간 400만 달러 이상씩 수입하고 있으며 팽이버섯의 인기가 가장 좋다. 특히 대도시를 중심으로 팽이버섯에 대한 수요가 점점 증가하고 있다고 한다. 팽이버섯의 인기에 힘입어 새송이버섯, 느타리버섯등 기타 식용버섯의 수요도 증가하고 있다. 고소득층을 중심으로서는 영지버섯, 상황버섯, 동충하초 같은 고급버섯도 인기가 있다.

베트남으로 한국의 버섯 수출이 성공 할 수 있었던 가장 큰 이유는 유통경로와 품목을 단일화했기 때문이다. 현재 한국에서 수출되는 버섯의 95% 이상이 베트남 현지 농산물 취급업체인 바이오베지(biovegi)사로 납품되고 있다. 때문에 한 곳에서 대부분의 버섯을 취급할 수 있어 품질관리가 쉬웠고 베트남 바이어들도 안심하고 제품을 구매할 수 있었다. 또한 팽이버섯으로 품목을 통일한 것도 수출성공의 요인이 되었다. 팽이버섯은 한국버섯이라는 이미지가 확산되면서 믿고 구매하는 소비자가 늘어난 것이다. 한국 버섯은 특히 베트남 고소득층에게 인기가 좋은데 그 이유는 고품질과 이에 비해 상대적으로 낮은 가격 경쟁력이다. 하지만 아직까지 베트남 일반 소비자들이 구매하기에는 중국과 현지 농산물에 비해 비싼 편이다.

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT#1] 베트남으로 버섯 수출, 이렇게 하세요 _ 신선도 유지가 생명, 냉동보관 시설 여부 확인!

베트남은 열대기후로 날씨가 무덥고 습기가 많아 버섯을 보관하는데 어려움이 많다. 이에 버섯 수출 시 반드시 냉동보관 창고를 보유한 수입업자 및 유통 업자를 선택하기를 권고한다. 한국 버섯은 대부분 한국버섯수출사업단(KMC)으로 납품되기 때문에 냉동보관에 문제가 없을 것으로 보이나 다른 유통업자와 거래할 시 참고하길 바란다.

또한 베트남에서는 버섯이 건강식품으로 인지되는 만큼 고가의 영지버섯이나 상황버섯의 경우 원산지를 한국산으로 둔갑하는 위조사례가 늘고 있으므로 원산지증명서를 반드시 발급받고 수출 후에도 위조사례 여부를 파악하여 지속적인 모니터링으로 제품을 관리하길 바란다.

[POINT#2] 버섯으로 건강 챙기는 베트남 _ 영지버섯 인기리에 판매 중

베트남 사람들은 버섯을 홍삼과 같이 건강식품의 개념으로 인지하고 있다. 버섯의 종류 중 영지버섯은 한국에서도 귀한 약재로 인식되고 있는 만큼 베트남인들에게도 홍삼만큼이나 인기 있는 건강식품이라고 한다.

그러나 그 인기만큼 모조품의 성행으로 소비자는 물론이거니와 판매자 또한 우려의 목소리를 높이고 있다. 특히 중국산 영지버섯이 한국산으로 둔갑하는 사례가 빈번하다고 한다. 이에 팽이버섯의 성공사례를 참고하여 영지버섯의 수출 창구 단일화를 권고한다. 한 가지 유통처만 존재할 경우, 이 유통처에서 생산되지 않는 영지버섯은 위조품일 가능성이 높아지기 때문이다. 그러므로 위조품이 우려스러운 기타 식품들도 유통처를 최대한 한 곳으로 통일하여 베트남으로 수출하기를 추천한다.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

> 참고자료

- “몸에 좋고 맛도 좋아”...베트남, 한국 버섯에 푹~
(<http://www.agrinet.co.kr/news/articleView.html?idxno=114768>)
- 농림축산식품부, 베트남 호치민 식품박람회 참가. 2014.09.10
(<http://www.aseantoday.kr/news/articleView.html?idxno=9915>)
- 한국 농식품, 베트남 젊은층 입맛 공략한다, 2014.09.09
(<http://www.fnnews.com/news/201409052257418390>)
- 2013년 유명 브랜드 - 림싼(Lim Xanh) ‘푸른 영지 버섯’ 브랜드 수상
(<http://cvnpost.com/post/4997.cvn>)
- 베트남 최고 특산물 ‘큰삿갓 버섯’ 본격 수확, 2014.7.20. (<http://cvnpost.com/post/6405.cvn>)
- 림싼(Lim Xanh) 홈페이지 제품 정보 참조
(<http://congtynamlimxanh.com/tac-dung-cua-nam-lim-xanh-chua-benh-gan-nhiem-mo/>)
- 버섯 생산 기술 연구가, 응웬티썬 박사, 2014.11.02
(<http://cvnpost.com/post/8782.cvn>)
- Choose a needle mushroom healthy
(<http://phamtanchilli.com/en/tin-tuc/42/chon-nam-kim-cham-tot-cho-suc-khoe.html>)
- 사과·배·딸기·버섯류 등 신선농산물 수출 성장세 지속, 2014.05.12
(<http://www.foodnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=50568>)

수입식품에 매료된 베트남 소비자들

식품 수입이 꾸준히 증가하고 있는 베트남 식품시장

베트남 식품 시장에서 수입식품의 매출은 연간 30% 내외의 고 성장세를 기록하며 그 인기를 입증하고 있다. 인기는 쉽게 사라질 것 같지 않아 앞으로도 이와 같은 추세를 이어나갈 것으로 전망된다. 하단에 나와 있는 Trading Economics¹²⁾의 그래프를 보면 2000년부터 2012년까지 베트남 식품 시장에서의 수입식품 비중이 꾸준히 증가하고 있음을 알 수 있다.



< 베트남의 2000년부터 2012년까지의 연간 수입식품 비중 변화 추이 >

*각각의 수치는 각 년도 1월의 수입식품 비중을 뜻함

*2010년은 자료원으로 부터 자료가 수취되지 않아 통계분석 불가함

수입식품 선호 이유

식품을 수입하는 비중이 지속적으로 증가하는 이유로 여러 가지가 있는데 먼저 베트남의 생활수준이 향상되면서 베트남 소비자들의 구매기준이 자연스럽게 향상된 점을 가장 우선으로 꼽는다. 두 번째, 다양한 제품을 구매하고 싶은 소비자의 니즈가 반영되면서 관련 식품에 대한 수입으로 이어졌다. 세 번째, 인터넷과 소셜 네트워크의 발달로 인해 해외 문물에 대해 접근성이 높아지자 소비자들의 수입식품을 접해보고 싶은 갈망이 더욱 극대화된 것도 이유가 된다. 실제로 수입식품 구매 시 구매자들은 소셜 네트워크를 통해 제품의 후기를 확인 후 구매하기도 한다.

베트남 대형 유통업체 매출 TOP을 차지한 제품 역시 수입식품

베트남의 유명 대형 유통매장인 'Bic C'는 매장 내 진열한 가공식품의 80~90%가 베트남 현지 상품임에도 불구하고 매출이 가장 높은 제품은 수입산이라고 밝혔다. 그만큼 현지 대형 유통업체들 사이에서도 수입식품의 판매율이 매섭게 증가하고 있다.



< 한국 상품 특별전을 개최중인 베트남 현지 마트 모습 >

호치민 시의 가장 큰 유통매장인 Metro, Lotte, Co-op Mart와 Maximarket의 관계자들은 수입한 육류, 생선, 과일 가격에 현지 제품에 비해 상당히 높음에도 불구하고 판매가 좋지 않는다고 전했다. 수입식품 중 베트남 현지에서 구할 수 없는 재료로 만들어졌거나 베트남에서 구할 수 있는 식재료일 지라도 고품질이 보증되기 때문이다.

12) Trading Economic : 2008년 미국 뉴욕에서 설립되어 196개국의 무역경제지표 정보를 제공하는 회사

수입식품의 주요 소비층

대형 유통업체 관계자들에 따르면 수입식품 중 이탈리아산 튀김 요리용 허브와 양배추, 한국산 인삼과 버섯의 인기가 특히 높다고 한다. 한국 버섯과 인삼은 베트남의 유사제품들 보다 가격이 10배 이상 비쌌에도 불구하고 찾는 사람이 많다. 그러나 값비싼 제품을 찾는 소비자는 베트남의 고소득층으로 한정되어 있어 수요량은 높지 않다.

고급 레스토랑과 호텔은 수입식품을 가장 많이 소비하는 주체이다. 호치민 시에서 하루 평균 200명의 관광객이 방문하고 있는 5성급 호텔 관계자는 비용적인 면은 부담이 되지만 다양하고 질 좋은 요리를 고객들에게 제공하기 위해 베트남 현지 식재료 70%와 수입 식재료 30%를 사용한다고 전했다.



Good food(Tot Lanh Food Company)는 호치민시에서 가장 수입 식품을 많이 취급하고 있는 매장으로 유럽, 미국, 호주 등지의 20여개 브랜드로부터 신선식품, 가공식품, 해산물, 식물성 기름, 케이크까지 약 200여 종의 식품을 수입하여 판매하고 있다. 수입한 식품은 직접 판매하기도 하고 베트남 전역에 위치한 대형 호텔과 레스토랑에 납품한다. Hoa Nha Food Company도 연간 500톤 이상의 식품을 수입하고 있으며 90%를 아시아 국가인 한국, 말레이시아, 일본, 태국, 대만 등지에서 수입하고 있다고 밝혔다.

베트남의 주요 식품 수입국은 유럽과 미국이다. 유럽과 미국산 식품들의 대체재를 베트남 현지에서 구할 수 없기 때문이다. 그러나 최근 들어 다양한 수입식품을 원하는 소비자가 많아 수입국이 점차 다양해지고 있다.

베트남에서 인기 있는 한국식품

이러한 수입식품 선호 현상에 힘입어 한국 역시 베트남으로 많은 양의 농·식품을 수출하고 있다. 한류 붐이 일어나 한국식품에 관심이 높아졌기 때문이다. 또한 한국식품이 고품질과 안전성을 갖춘 프리미엄 식품 이미지로 인식되고 있는 것도 한국식품을 선호하는 이유이다.

< 베트남에 수출 중인 한국의 인기 제품 >

		
조제분유	음료	홍삼
		
소주	커피 조제품	사탕

*출처 : 에프엔뉴스(<http://www.fnnews.com/>)

베트남에 진출한 외식 프랜차이즈 소개

2013년 기준 우리나라의 대(對) 베트남 농·식품 수출액은 3억 5천만 달러로 전년대비 24.6% 증가한 규모이다. 품목별로 인기 있는 식품은 조제분유, 음료, 홍삼, 소주, 제과류, 커피 조제품으로 꼽혔다. 각각 전년대비 최소 7%에서 최대 56%의 높은 성장세를 기록하고 있다. 농식품 뿐만 아니라 한국의 외식 프랜차이즈도 인기를 끌고 있다. 롯데리아는 현재 베트남 내에 78개의 매장을 운영하고 있으며 롯데리아사는 현지 고학력자 엘리트들이 선호하는 직장일 정도로 브랜드에 대한 인기가 높다.

< 베트남에 진출한 한국 외식 프랜차이즈들 >



롯데리아

BBQ 치킨

파리바게뜨

한국 외식업체뿐 아니라 맥도날드, 스타벅스, 피자헛 등 다국적 기업의 프랜차이즈도 인기를 끌고 있다. 중산층의 젊은 소비자를 중심으로 해외 브랜드의 체인점을 선호하는 양상이 뚜렷하게 나타나며 이는 그들이 수입식품을 선호하는 현상과 일맥상통한다.

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT] 경제력 있는 젊은 고객층을 확보하자

베트남의 꾸준한 GDP 성장과 함께 중산층 소비자 수도 급격하게 증가하고 있다. 이에 따라 구매력 역시 자연스럽게 성장하여 베트남 식품시장의 가치는 앞으로도 현재보다 커질 것으로 예상된다. 특히 베트남 중산층 및 속도감 있게 최신 트렌드를 따르는 젊은 소비자 수의 증가가 수입식품 시장 성장을 가속화 시키고 있다. 따라서 베트남 현지 시장과 중산층 소비 트렌드를 잘 이해하고 간파하는 것이 한국 수출업자들이 베트남 진출 전에 우선적으로 고려해야 할 요소이다. 또한 베트남 중산층 소비자들은 믿을 수 있는 브랜드가 있고 비교적 안전한 식품이 있는 유명 유통 체인점에서 식품을 구매하는 것을 선호한다고 한다. 때문에 이들을 공략하기 위해서는 체인점 형태의 유통매장에 우선적으로 마켓 테스트를 진행해보고 진출하는 것이 유리할 것이라 사료된다.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

▶ 참고자료

- 수입 식음료 찾는 베트남인들, 2014.11.01
(<http://www.weeklytrade.co.kr/news/view.html?section=1&category=136&page=10&no=2074>)
- 중산층 증가로 지출 늘어...한국 기업에 새로운 기회, 2014.10.30
(http://www.kita.net/newsBoard/foreignNews/view_kita.jsp?pageNum=1&nGubun=3&s_con=&s_text=&sStartDt=&sEndDt=&sOrder=&sClassification=2&search_word=&rowCnt=20&s_date1=&s_date2=&actionName=&sNo=15454)
- 한국 농식품, 베트남 젊은층 입맛 공략한다, 2014.09.09
(<http://www.fnnews.com/news/201409052257418390>)
- 베트남 식음료 소비패턴 변화, 한국 기업의 새로운 기회, 2014.10.10
(http://www.globalwindow.org/gw/overmarket/GWOMAL020M.html?BBS_ID=10&MENU_CD=M10103&UPPER_MENU_CD=M10102&MENU_STEP=3&ARTICLE_ID=5021018&ARTICLE_SE=20302)
- Higher living standards make Vietnam a vast market for foreign food suppliers
(<http://english.vietnamnet.vn/fms/business/50627/higher-living-standards-make-vietnam-a-vast-market-for-foreign-food-suppliers.html>)
- 베트남의 통 큰 먹거리 소비...한국엔 기회의 땅, 2014.10.15
(<http://realfoods.heraldcorp.com/realfoods/view.php?ud=20141015000270&sec=01-75-08&jeh=0&pos>)
- 베트남에 식품한류!..식품·외식업체 쾌속질주
(<http://cn.moneta.co.kr/service/stock/ShellView.asp?LinkID=169&NewsSetID=1640&ModuleID=226&ArticleID=2011011410095801592&Title=%C0%CC%B5%A5%C0%CF%B8%AE&stockcode=&codeName>)

FOOD POLICY VIETNAM



글로벌 식품 정책 모니터링

보는 정책 변화 한눈에 Vietnam



베트남 식품 안전성 법규 개정 전

베트남 식품 안전성 법규 개정 후

● 공문 38/2012/ND-CP0

베트남 시장에 제품을 유통하기 위해서는 베트남 당국에서 품질 인증서와 유통 허가서를 발급 받아야 함

● 공문 38/2012/ND-CP0 부록 2

수입시 농림부 주관 하에 식품 안전성 검사를 필수로 해야 할 제품 리스트

● 공문 23/2007/QĐ-BYT 2007.03.29

수입식품 안전성 검사 방법으로 4가지의 검사 방법을 사용함

- 엄격하게 검사(Kiem tra chat)
의심이 되는 제품의 모든 샘플을 a단계에서 d단계까지 엄격히 검사함
- 일반 검사(Kiem tra thong thuong)
임의로 몇 가지 샘플의 품질, 위생, 식품 안전성 검사를 실시함
- 간편 검사(Kiem tra giam)
보건부가 완화된 기준에 따라 일련번호가 같은 두 개의 샘플을 검사함
- 서류만으로 검사
베트남과 상호 국제조약이 체결된 경우 품질 관리 활동, 유통기한, 식품안전증명서나 정부에서 인증한 안전증명서만으로 제품을 검사함

● 공문 38/2012/ND-CP0 2014.07.11

식품 가공업체들은 베트남 당국에서 품질 인증서와 제품 유통 허가서를 발급받아도 시장에 제품을 유통할 수 없음

- 가공식품 생산과정이 당국이 정한 기준 (38/2012/ND-CP 2014.07.11)에 적합해야 시장에서 자유 유통할 수 있음
- 생산과정에 대한 평가는 베트남 보건부가 직접 수행함
- 제품이 수출입이 아닌 단순한 국경 통과 (transit)인 경우, 안전성 검사를 할 필요가 없음

● 공문 38/2012/ND-CP0 부록 2

수입시 농림부 주관 하에 식품 안전성 검사를 필수로 해야 할 제품 리스트가 추가됨
야채, 뿌리 식물(가루형태, 덩어리형태를 불문함), 꿀로 만든 식품, 계란으로 만든 식품, 고기 향을 첨가한 조미료 등

● 공문 13/2011/TT-BNNPTNT 2014.07.11

수입식품 안전성 검사 방법 중 '서류만으로 검사'하는 방법을 삭제하고 3가지로 간소화 시킴

- 엄격하게 검사(Kiem tra chat)
- 일반 검사(Kiem tra thong thuong)
- 간편 검사(Kiem tra giam)

*출처 : 베트남 식품위생안전국 법률문서



정책 살펴보기

Vietnam

지정 시설대상으로 식품 위생검사 실시 (게시일: 2014년 10월 3일)

호치민시 식품위생안전 부서는 식품안전법인 '구현계획 148/S(Implementation Plan 148/S - food safety)'에 따라 시설 위생검사 팀을 만들었다. 이들은 식중독 감염을 최소화하기 위해 식품안전법에 따라 식당, 사설매점, 공공매점 등을 검사하고 적기에 처벌하는 권리를 당국으로부터 위임받았다. 식품 원재료와 조리시설의 위생 상태를 꼼꼼히 검사하여 위생적인 식품처리 환경을 구현하겠다는 취지이다.

검사 대상 시설은 다음과 같다.

- 취사시설이 가능한 곳
- 수출 가공지역, 산업단지 이외의 회사나 기업의 요리단체
- 수출 가공지역의 식당
- 전문 중등학교·학원·대학의 매점과 주방 식당
- 개인병원의 매점과 주방 식당
- 산업 단지의 매점과 주방 식당
- 공공 유치원, 사설 유치원, 초등학교, 중학교, 고등학교의 매점과 주방 식당

출처 : 베트남 식품위생안전국¹³⁾

담배, 주류, 탄산음료 특별소비세 전격 인상 추진 (2014년 3월 11일)

베트남 정부는 술과 담배 소비를 줄이기 위한 목적으로 2015년 하반기부터 15~30% 인상된 특별소비세를 부과하기로 결정하였다. 현재 65%의 세금이 부과되는 담배는 2015년까지 75%로 인상될 것이며 2018년 초에는 10% 추가 인상될 예정이다.

또한 지금까지 세금이 부과되지 않았던 탄산음료도 건강에 해롭다는 연구 결과를 바탕으로 베트남 국민들의 소비를 줄이기 위해 10%의 특별 소비세를 부과하기로 하였다.

단, 언급한 개정 법안은 올해 채택 여부에 따라 2015년 7월부터 효력을 가진다.

출처 : 베트남 재정기획부

13) <http://atvstp.org.vn/vi-vn/index.aspx>

정책 살펴보기

Vietnam



식품첨가제 생산·사용·수입 검사강화 (게시일 : 2014년 10월 4일)

현재 베트남 시장에 유통되고 있는 식품 첨가제에는 라벨이 부착되어 있지 않거나 원산지 표시도 안 되어있고 심지어 유통기한이 표기돼 있지 않은 제품이 대다수이다. 이에 베트남 국민들의 안전과 건강에 위험을 느낀 베트남 당국은 식품첨가제를 생산하고 사용하고 무역거래를 함에 있어 아래와 같은 항목을 실행한다고 밝혔다.

- 1) 농림부(the Ministry of Agricultural and Rural Development)에서 허용한 것 외의 식품 첨가물이나 화학성분을 사용하지 못하게 기준(criteria)을 제시하고 허용 가능한 리스트를 명확히 하여 다시 제공할 것임
- 2) 식품 가공, 과일 및 채소의 보존처리, 수입, 수출, 포장, 맛 첨가하는 부분에 있어 지방과 도시의 감사팀이 협력하여 새로운 검역 팀을 조성할 것임
- 3) 수입된 과일과 채소에 화학 방부제가 사용되었는지 아닌지를 특별 감시하기 위해 샘플검사와 모니터링 검사를 농림부(the Ministry of Agricultural and Rural Development)가 직접 수시로 진행할 것임

출처 : 베트남 식품위생안전국

2015 식품 품질·위생·안전(FHS)의 달 발표 (게시일 : 2014년 9월 18일)

베트남 건강부(the Ministry of Health)는 매년 식품 안전과 관련한 대대적인 검사를 한 달 동안 진행한다. '식품 품질·위생·안전 실행의 달(Month of Action for quality, hygiene and safety food)'이라고 칭한다. 매년 주제를 달리하여 진행하는데 2013년 주제는 '불법으로 수입 및 유통되는 가금류'였고 2014년에는 '길거리 음식의 안전성'에 대한 것이었다.

2015년 검사를 진행할 기간과 주제를 건강부 주관 하에 농림부(the Ministry of Agricultural and Rural Development)와 산업무역부(Ministry of Industry and Trade)가 논의하여 발표하였다.

- 기간 : 2015년 4월 15일부터 5월 15일 까지
- 주제 : 식품 생산지역과 식품을 취급하는 사업을 하는 곳에서 발병할 수 있는 식중독이나 질병 검사

검사는 지방, 도시 상관없이 전역으로 대대적으로 진행될 것이며 정해진 기간 동안 각별한 주의를 기울여 달라고 당부했다.

출처 : 베트남 건강부(MOH)



정책 살펴보기

Vietnam

심야시간 주류 판매 금지 방침추진 예정 (게시일: 2014년 7월 24일)

교통사고와 가족폭력 등 각종 사건사고 이슈의 약 70%가 술로 인해 발생했다는 통계가 나와 베트남 정부(베트남 안전부; the Ministry of Health)가 근본적인 원인을 해결하고자 하단과 같은 해결방안을 제시하였다.

- 심야시간인 저녁 10시부터 오전 6시까지의 주류 판매를 금지함
- 지방과 도시별로 고유의 주류 규율을 제정하여 지키도록 함
- 위의 두 방안으로 해결될 수 없다면 모두가 지킬 수 있는 다른 방안을 고안할 것임

하지만 각 계에서 이러한 방침을 효과적으로 어떻게 적용할 수 있을지에 대해 우려하고 있다. 베트남은 열대기후에 속해 사람들이 늦은 시간 밤잠을 이루지 못하여 밤늦게 맥주를 많이 마시고 관광객들이 많기 때문에 맥주 소비가 인근 국가에 비해 비교적 높다. 때문에 가게마다 규율을 위반하는 곳을 일일이 찾아내는 것은 불가능할 것으로 보여 도시 위주로 시험 실행을 해보고 법안을 발표할 예정이라고 한다.

출처 : 베트남 뉴스(Vietnam News)¹⁴⁾

분유 가격 상한제 실시 (게시일: 2014년 5월 23일)

베트남 재정부(the Ministry of Finance)는 6세 이하의 영유아들이 먹는 분유 25개 제품의 가격에 상한선을 두어 가격을 규제하는 법안을 5월 20일에 발효하였다. 구체적으로는 발효 10일 뒤인 6월 1일부터 도매용 제품부터 적용이 되며 발효 20일 뒤인 6월 10일부터 소매용 제품으로 순차적으로 확대 적용될 전망이다. 소매용 분유의 상한 가격은 도매용 분유가격 중 가장 비싼 가격에 일정 금액을 더한 값으로 책정하였으며 그 상한 가격은 도매용 분유가격의 15%를 더한 값보다는 적다.

- 소매용 분유의 상한가 : 72,000동(VND)~692,000동(VND)¹⁵⁾

이에 정부는 분유를 거래할 때 상한가를 준수하여 값을 책정할 것을 당부하였다.

출처 : 사이공 타임즈(Saigon Times)¹⁶⁾

14) 자세한 출처 : <http://vietnamnews.vn/society/257883/ministry-unveils-proposals-on-late-night-liquor-sales.html>

15) 2014년 11월 14일 기준 환율로 계산하면 한화 3,708원~35,638원의 값임

16) 자세한 출처 : <http://english.thesaigontimes.vn/34627/Vietnam-sets-milk-price-ceilings.html>

통관 거부사례

Vietnam



2014년 수입식품의 식품 위생법 위반 최신 사례

발표일	2014.11.04	
상품명	Seasoned Laver (조미 김)	
수출국	한국	
내용	조미 김을 제조 및 수출하는 한국의 식품 제조회사가 베트남 하노이 항구로 수출하는 과정에서 베트남 식품안전국의 검역절차에서 기준치 이상의 비소가 검출되어 전량 수입 거부조치를 당함	
거부 이유	기준치 1.0mg/kg를 넘는 1.32mg/kg, 2.15mg/kg의 비소(As) ¹⁷⁾ 가 검출됨	

출처 : 베트남 식품안전국(<http://vfa.gov.vn/>)

발표일	2014.09.16	
상품명	canned minced meat with chilli (매운 고추 다진 고기 통조림) canned pickled cucumber with pork (고기가 들어간 피클)	
수출국	대만	
내용	베트남에 소재한 식품무역회사 'Cuu Huong Co., Ltd'가 대만의 'Wei Chuan Foods Corp'로부터 두 가지 통조림 제품을 240 박스 씩, 총 480 박스를 수입하던 과정에서 하노이 검역국에 의해 수입 거부조치를 당함. 통조림 안에 들어있는 기름이 오염된 기름인 '거터오일(Gutter Oil)'이었기 때문임. Wei Chuan社は 이전 대만의 오염된 기름 파동 때에도 782톤의 오염된 식용유를 제조하여 스캔들의 중심에 있던 식용유 제조회사임	
거부 이유	통조림 제품에 함유된 돼지기름이 일명 거터오일(레스토랑 튀김, 하수도 배수 및 도축장 폐기물 등에서 수집된 폐유에서 재활용된 불법 식용유)로 판명남	

출처 : 베트남 신문 'tuoitrenews.vn'¹⁸⁾

17) 비소 : 비금속 원소의 하나. 회백색으로서 금속과 같은 광택이 있는 깨지기 쉬운 고체이다. 예로부터 알려져 있는 독물로서 5~50mg의 섭취로도 급성 중독을 일으킨다고 하지만 보통은 축적에 의한 만성 중독이 문제가 된다.

18) 자세한 출처 : <http://tuoitrenews.vn/business/22476/vietnam-orders-recall-of-canned-foods-made-from-taiwanese-gutter-oil>

회수 판매중지 사례 및 Vietnam



2014년 수입식품의 회수 및 판매중지 사례

베트남에서 이미 유통된 수입식품 중 기준 및 규격에 부적합해 회수·판매중지된 제품 알아보기

발표일	2014.08.22	
상품명	델몬트(Delmonte) 옥수수 통조림	
수출국	중국	
내용	제품이 수상하다는 소비자들의 신고로 출동한 베트남 경찰 조사 결과, 미국 델몬트(Delmonte)사의 라벨이 붙은 옥수수 통조림 1,412개 중 837개의 캔은 라벨이 전혀 부착되어 있지 않았고 360개는 중국 라벨이 부착되어 있었던 것으로 드러남. 더불어 제품이 담겨 있던 상자 안에는 떼었다 붙였다 할 수 있는 2,500장의 델몬트 라벨이 함께 들어있었음	
회수 및 판매중지 이유	식품에 함유된 성분과 원료 등을 나타내는 적절한 라벨을 부착하여야 하는데 원산지와 브랜드를 속인 위조된 라벨을 제품에 부착함	

출처 : 그린경제 신문(Egreennews) 글로벌 뉴스

TOP COMPANY VIETNAM



베트남 식품기업 정보

한국으로부터 수입하는 주요 품목별, 베트남 기업 소개

들어가기에 앞서, 베트남의 한국식품 수입 상위 품목을 알아보자 !

순위	HS 코드 (6단위)	품목 분류	수입금액 (2013년 기준, USD)	연 평균 성장률 (2009~2013년, %)
1	0207.12	절단하지 않은 가금류의 육(냉동한 것에 한함)	16,590,000	33
2	2106.90	기타 조제식품	15,272,000	21
3	1905.90	빵 · 파이 · 케이크 · 비스킷과 기타 베이커리제품 (코코아를 함유한 것인지의 여부를 불문함) ;비스킷, 케이크, 페스트리, 스낵	11,126,000	7
4	1702.60	전화당을 제외한 건조 상태에 과당 무게의 50% 이상을 수용한 기타의 과당과 과당시럽	8,836,000	23
5	1901.10	유아용의 조제식품(소매용으로 한 것에 한함)	6,095,000	-1
6	1902.30	면류	5,619,000	19
7	0207.14	절단한 가금류의 육 및 설육(냉동한 것에 한함)	5,497,000	0
8	0709.59	송로 버섯	4,747,000	135
9	2103.90	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료 (단 간장, 토마토 소스, 겨자 소스는 제외함)	3,755,000	27
10	1701.99	사탕수수당 또는 사탕무당 및 화학적으로 순수한 자당의 기타류	3,707,000	18
11	2202.90	알코올을 함유하지 않은 음료 (단 과일주스와 채소주스는 제외함)	3,581,000	62
12	1517.90	마가린 외의 동식물성 유지 또는 유지분획물로 만든 식용의 혼합물 또는 조제품	2,830,000	37
13	1902.19	조리하지 않은 면	2,596,000	104
14	2105.00	아이스크림과 기타 빙과류(코코아를 함유한 것 인지의 여부를 불문함)	2,557,000	21
15	1211.20	인삼근	2,451,000	-1
16	1704.90	사탕과자 · 과자류 또는 캔디 (단 추잉검은 제외함)	2,330,000	17
17	2101.12	엑스 에센스 또는 농축물을 기제로 하거나 또 는 커피를 기제로 한 조제품	1,836,000	100
18	1302.19	식물성의 수액과 엑스, 펙틴질, 펙티닝산염과 펙틴산염, 식물성 원료에서 얻은 한천 · 기타의 점질물 및 시크너의 기타류	1,693,000	-4
19	1108.12	옥수수 전분	1,409,000	54
20	2208.90	증류주·리큐르 기타 주정음료	1,344,000	21

※ 표시 한 부분은 베트남 식품 기업 선별 시 활용한 HS CODE로 부가 설명은 뒷장에 계속됨
출처 : International Trade Centre

기타류와 같이 품목을 명확하게 알 수 없는 것은 제외하고 베트남이 한국으로부터 가장 많이 수입하거나 수입량의 연 평균 성장률이 높은 품목을 기준으로 말레이시아의 주요 식품기업을 소개한다. 그 품목으로는 **제과류**(HS CODE: 1905.90, HS CODE: 2105.00, HS CODE: 1704.90), **면류**(HS CODE: 1902.30, HS CODE: 1902.19), **소스류**(HS CODE: 1702.60, HS CODE: 2103.90), **음료**(HS CODE: 2202.90), **유아식품**(HS CODE: 1901.10)이다.

베트남 시장 진출 시, 해당 품목을 취급하고 있는 주요 기업들의 제품과 브랜드를 보고 참고하여 보자. 또한 2014년 신제품 및 인기제품을 정리한 부분을 활용하여 베트남의 식품시장 트렌드와 베트남 식품 소비자들이 선호하는 맛과 패키지, 브랜드를 파악하고 성공한 현지 기업들을 벤치마킹 해 보는 것은 어떨까?

OVERVIEW

품목 구분	기업 소개	
제과류	Bibica Corporation	1999년에 설립되어 비스킷, 쿠키, 사탕, 젤리 등 다양한 제과제품을 제조 및 유통, 수출 중에 있음
	Kinh Do Corporation	1993년도에 설립된 베트남에서 가장 큰 제과류 제조 회사로 2013년 판매수익이 6,230억 동(VND)에 달함
면류	Vina Acecook Viet Nam	1993년에 설립된 베트남의 대표적인 인스턴트 면 제조 업체로 베트남 10개 지방에 생산 공장을 보유함
	MICOEM	1993년에 설립되었고 총 5가지의 인스턴트 면 브랜드를 취급하고 있음
소스류	Hung Thanh Fish Sauce Company	1895년에 설립되어 100년이 넘는 역사를 자랑하는 베트남 전통 소스 제조 회사임. 주력 제품은 피쉬소스임
	Masan Consumer Corporation	1996년에 설립되어 친수(CHIN-SU)라는 브랜드로 유명한 소스 제조 회사임. 피쉬소스, 간장소스, 칠리소스를 취급함
음료	Tan Hirp Phat Beverage Group	1994년에 설립된 베트남에서 가장 큰 음료제조 회사임. 과일음료부터 차(茶)음료, 유음료까지 다양한 음료제품을 취급함
	Suntory Pepsico Vietnam	2013년에 일본의 세계적인 음료기업인 「Suntory Holdings Ltd」와 미국의 대표 콜라 제조기업인 「PepsiCo」가 협력하여 100% 외국자본으로 설립한 베트남 소재의 음료회사임
유아식품	VINA MILK	1976년에 설립된 베트남에서 가장 큰 우유제조 회사임. 연간 4억 리터의 우유를 생산하며 다양한 영유아 식품을 취급하고 있음
	Vietnam FrieslandCampina	네덜란드 유제품 제조 기업인 「FrieslandCampina」의 베트남 지사로 'Dutch Lady', 'Friso', 'YoMost', 'Fristi' 등의 분유가 주력제품임
기타 인기 식품 취급기업	Trung Nguyen Coffee Company	1996년에 설립된 베트남에서 가장 유명한 인스턴트 커피 제조회사임. 'G7' 브랜드는 전 세계적으로도 유명함
	Kem Trang Tien	1958년에 설립된 아이스크림 제조 회사로 베트남 내 7개의 지사를 보유하고 있고 막대 아이스크림, 모찌 아이스크림, 콘 아이스크림 등 다양한 빙과류를 취급함

품명 : 제과류



1

Bibica Corporation



호치민시에 본사를 두고 있는 제과 제조업체인 「Bibica Corporation」은 1999년에 설립된 「Bien Hoa Confectionery Corporation」가 2007년 1월에 개명한 회사이다. 베트남 칸토(Can Tho)와 다낭(Da Nang)에 지사를 두고 있고 하노이(Ha Noi)에 생산 공장을 두고 있다. 약 1,700명의 임직원이 종사하며 5천만 달러(USD)의 수익을 거두고 있다. 현재 일본, 싱가포르, 필리핀을 포함하여 남아프리카 공화국과 캄보디아, 미국에도 수출 중이다.

제품 소개

비스킷, 쿠키, 사탕, 젤리, 베이커리, 시럽 등 다양한 제과 제품을 취급한다. 2001년 말에 비비카사는 레이어드 케이크를 제조하는 생산라인을 공장에 설치하여 'HURA'라는 브랜드의 베이커리 제품을 생산하여 베트남 제과 시장 내에서 인기를 끈 바 있다. 비교적 긴 12개월이라는 제품의 유통기한과 달콤한 맛이 인기의 요인이라고 한다. 베트남 제과 업계에서는 최초로 BVQI¹⁹⁾로부터 ISO 9001:2000 인증을 승인받은 회사로 2005년에 베트남 국립 영양연구소와 손을 잡고 당뇨병 환자들을 소비층으로 한 무가당 초콜릿·과자와 어린이 소비자들을 위한 영양쿠키를 만들어 소비자들의 뜨거운 반응을 얻고 있다.



주요 제과 브랜드
(후라 델리, 초코칩스, 웰리, 초코벨라)



[좌측부터] 후라델리 버터 맛(Bánh Hura Deli Bơ), 초코칩스(Chocochips) 코코넛 맛, KC 웰리젤리(KC WELLY TÚI) 딸기 맛, 자연 쌀 과자 그로우슈어(BÁNH GROWSURE TỰ NHIÊN)

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드

■ 부드러운 식감이 일품인 'Jamy'

부드러운 과자 속에 과일 잼이 들어 있어 달콤하다. 포도, 딸기, 오렌지 잼 맛에 따라 과자의 종류는 세 가지다. 가격은 19,500동(VND)²⁰⁾으로 한국에 유학 중인 베트남 학생들은 이 과자가 한국 롯데사의 마가렛과 비슷한 식감을 지녔다고 함

■ 설날 대표간식 'Palomino Hoa Xuan'

베트남은 설날 때 제사상에 과자를 올리는데 그 대표적인 과자가 바로 '팔로미노'이다. 비비카사의 프리미엄 제품으로, 기본 과자를 바탕으로 포장과 패키지 디자인을 바꿔 고급 제품으로 탈바꿈 하였다. 가격은 105,000동(VND)로 한화 약 5,200원이다.

■ 건강한 과자 'Quasure'

당뇨병 환자를 위해 베트남 정부와 합동연구·개발한 무가당 과자로 소비자 가격이 21,700동(VND)이다. 비비카사는 '큐아슈어' 외에도 6개월 이상의 아이를 위한 '그로우슈어(Growsure)', 임산부를 위한 '멈슈어(Mumsure)'도 개발하였다.



제이미 쿠키
(Jamy)



팔로미노 화 산
(Palomino Hoa Xuan)



큐아슈어
(Quasure)

19) BVQI : Bureau Veritas Quality International, 국제적 권위의 품질인증기관

20) 2014년 11월 기준 환율 : 1동(VND) = 0.05원

2

Kinh Do Corporation



1993년 호치민시에 설립된 'Kinh Do Corporation'은 베트남에서 가장 큰 제과 제조 업체이다. 설립 1년 후 스낵제품을 시장에 출시하고 1996년에 6헥타르²¹⁾에 달하는 과자 공장을 설립하였다. 이후 베이커리 제품, 스낵, 사탕 등을 생산하고 2003년 아이스크림 제조공장을 설립하면서 아이스크림 생산까지 사업 범위를 확장하였다. 킨도사는 현재 베트남 내에 200개의 유통망과 20만 개의 소매점을 보유하고 전 세계 30여 개국에 수출 중에 있으며 2013년 판매수익이 6,230억 동(VND)²²⁾에 달한다.

제품 소개



주요 제과 브랜드
(사치, 코지, 슬라이드, 에이에프씨, 슬라이트)

비스킷, 번(buns), 케이크, 문 케이크, 아이스크림, 초콜릿, 스낵류를 취급한다. 베트남에서 제과부분에 있어 가장 큰 회사이고 'AFC', 'Cosy', 'Solite', 'Scotti', 'Merino'와 같은 브랜드가 유명하다. 베트남에서 제과 소비가 가장 많은 시기는 'the Mid Autumn Festival'인데 9월 초부터 시작되는 이 축제기간에 문 케이크(Moon Cake)를 사먹는 것이 풍습이라고 한다. 킨도사의 제품 중 문 케이크는 맛과 고급스러운 포장 때문에 베트남 사람들이 가장 많이 찾는 문 케이크 중 하나이다. 2014년 축제기간 동안 팔린 킨도사의 문 케이크의 양은 약 2,800톤으로 이는 2013년에 비해 15% 증가한 양이다. 킨도사는 2014년 하반기에 제과 사업을 넘어 감미료 제조 사업까지 사업범위를 확장할 것이라고 밝힌 바 있다. 또한 미국의 유명 제과 제조회사인 몬델레즈사가 2014년 11월 킨도사의 주식 지분 80%를 사들여 최대 주주로 자리 잡으면서 베트남 제과 산업에 큰 변화를 가져올 것이라고 전문가들을 전망하고 있다.



[좌측부터] 코렌토(Korento) 쿠키, 문 케이크, 사치(Sachi) 스낵, 코지(Cosy) 비스킷

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드



에이에프씨 스낵 (AFC Snack)

■ 자연재료를 그대로 만든 스낵 '에이에프씨(AFC)'

주재료가 곡물과 야채이기 때문에 열량이 높지 않고 영양분이 풍부해 다이어트하는 사람에게 인기가 많은 과자이다. 총 5가지 맛으로 메밀 맛, 해조 맛, 야채 맛, 옥수수 맛, 소고기 맛이 있다. 가격은 200g 기준으로 한화 1,000원 정도이다.



슬라이트 브래드 (Solite)

■ 부드러운 베이커리 '슬라이트(Solite)'

부드럽고, 달콤하고, 향기로운 스펀지 케이크이다. 부드러운 케이크 안에 크림이 듬뿍 들어가 있어 촉촉한 식감을 느낄 수 있다. 크림 맛에 따라 버터밀크 맛, 초콜릿 맛, 티라미스 맛이 있다.



메리노 (Merino)

■ 건강한 '메리노(Merino) 아이스크림'

먹고 난 뒤 입안이 텁텁하지 않아 갈증해소에도 뛰어난 효과를 지닌 아이스크림이다. 떠 먹는 타입, 콘 타입, 막대 타입의 패키지로 취향에 따라 골라 먹을 수 있다.

21) 1 헥타르(ha) = 10,000 제곱미터(m²)

22) 2014년 11월 12일 기준 환율 : 1동(VND) = 0.05원

품명 : 면류

1

Vina Acecook Viet Nam



1993년에 창립하여 1995년 생산 공장을 설립한 이후부터 정식으로 사업을 시작한 'Vina Acecook Viet Nam'은 인스턴트 면제품을 제조 및 개발한다. 일찍이 미국시장 진출을 시작으로 아시아, 유럽, 아프리카의 40개국에 인스턴트 면 제품을 수출 중이다. 호치민에 본사를 두고 베트남 전역에 10개의 생산 공장을 보유하고 있다.

제품 소개

1995년 7월 7일 'PHO' 라면을 처음으로 출시한 뒤 에이스쿱사의 대표 면 브랜드인 '하오하오(Hao Hao)'를 2000년에 출시하며 본격적으로 소비자들의 인기를 끌었다. 에이스쿱사의 인스턴트 면에는 트랜스 지방과 방부제, MSG가 전혀 포함되어 있지 않아 베트남 소비자들 사이에서 건강한 인스턴트 제품으로 인식되고 있다. 회사 홈페이지에는 제품의 상세한 원료 정보와 영양정보, 조리법, 라벨 언어 등의 설명을 게시하여 소비자 들이 제품의 정보를 한 번에 찾을 수 있게 하였고 파우치 타입, 컵 타입, 그릇 타입 등 다양한 패키지의 면 제품을 취급하여 소비자들의 선택권을 넓혔다. 제품 중 'Mi Kim Chi'라는 제품이 특히 눈에 띄는데 한국의 건강식품 중 하나인 김치를 넣어 만든 라면으로 특 쏘는 매콤한 맛이 특징이다. 에이스쿱사는 인스턴트 면 제품 뿐 아니라 죽, 쿠키오일, 수프, 소스 등 할랄인증을 취득한 여러 종류의 가공식품을 취급하고 있다.



주요 면 브랜드
(킹쿱, 미김치, 오라이시, 모던)



[좌측부터] 포(PHO), 킹쿱(King Cook) 치킨맛·새우맛·소고기맛, 미김치(Mi Kim Chi) 새우맛, 원톤 누들(Wonton Noodle) 해물맛

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드

Ⅰ 베스트셀러 '하오하오(Hao Hao)'

에이스쿱사의 성장역사를 만들어 준 제품으로 14년 전인 2000년에 출시되었지만 여전히 베트남 사람들의 사랑을 받고 있다. 볶은면으로 조리시 물을 많이 넣지 않는 것이 특징이다. 닭고기 맛, 레몬 고추장 맛, 새우 맛이 있다.

Ⅰ 담백한 '미엔 푸 후엥(Mien Phu Huong)'

지방(fat)과 기름(oil)이 많이 함유되어 있지 않고 비교적 담백한 맛으로 식이조절을 하는 사람들이나 여성고객들에게 인기가 높은 제품이다. 죽순과 돼지고기맛, 돼지갈비맛, 다진 돼지고기맛, 샤프샤프맛이 있다.

Ⅰ 매운맛을 좋아한다면 '햇 하(Hat Ha)'

제품은 한국 말로 '엄청 맵다'라는 뜻인데 이름과 같이 많이 매운 맛이 특징이기 때문에 매운 음식을 좋아하는 사람들에게 인기가 많다. 새우·고추장맛, 닭고기·고추장맛이 있다.

	하오하오 (Hao Hao)
	미엔 푸 후엥 (mien phu huong)
	햇 하 (Hat Ha)

2

MICOEM



「MICOEM」은 1991년에 「C&E Food Technology Ltd Co」로 설립되어 'Micoem 인스턴트 누들'을 처음으로 출시하였다. 10년 후인 2000년에 생산설비를 확장하여 사업 범위를 넓히면서 현재의 미코엠사인 「Asia Food Technology Ltd Co」로 이름을 바꾸었다. 꾸준히 일본과 대만으로부터 면을 튀기는 가공 기술을 배워 제품에 접목시키고자 노력하고 있으며 현재 천 명이 넘는 임직원들과 함께 인스턴트 면 제품과 피쉬 소스 제품을 제조 및 연구하고 있다.

제품 소개

MÌ CUNG ĐÌNH

DimDim

MumMum

Mi gà nầm

Mi càn

주요 면 브랜드
(미충딘, 딴뎀, 뎀뎀, 미가남, 미칸)

에이스쿱사와 함께 베트남에서 가장 유명한 인스턴트 면 제조회사로 알려져 있다. 브랜드는 5가지이지만 하나의 브랜드에 기본 3개에서 5가지까지 여러 가지 맛이 있다. 가장 대표적인 브랜드인 충딘(Cung Dinh)에는 게살 맛, 돼지고기 맛, 버섯 맛, 치킨 맛, 닭섬 맛과 같이 5가지 맛이 있어 소비자들에게 골라먹는 재미를 선사한다. 에이스쿱사는 인스턴트 면 제조뿐 아니라 피쉬 소스 브랜드인 'Ong Tay' 또한 제조한다. 이전에는 면 제품으로 유명했던 미코엠사는 현재 소스 제품으로도 인기가 많다. 인기에 힘입어 2007년 베트남 소비자들이 뽑은 고품질 브랜드에 선정되었고 최근 베트남 방송국과 투자자, 공공기관이 뽑은 가장 빠르게 성장하고 있는 기업 500개 안에 선정된 바 있다.



[좌측부터] 충딘(Cung Dinh) 게살맛, 딴뎀(Dim Dim) 새우맛, 미가남(Mi Ga Nam) 버섯맛, 뎀뎀(MumMum) 소고기맛

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드

■ '충딘 (Cung Dinh)'

버섯 맛, 게살·야채 맛, 닭고기 맛, 새우 맛, 죽순·돼지고기 맛이 있다. 맛은 다양하지만 제품의 공통점은 국물 소스가 특별하다는 것이다. 고기육수와 과일로 만든 국물 소스가 라면의 맛을 한 층 돋운다. 가장 인기제품으로 가격은 6,000VND²³⁾이다.

■ '뎀뎀 (MumMum)'

소고기 조림 맛, 돼지고기 맛, 새우 맛이 있다. 베트남 사람들은 라면 맛 중에 새우 맛과 매운 맛을 특히 좋아하는데 '뎀뎀'의 새우 맛은 살짝 매우면서도 새우 맛이 풍부하게 나서 인기가 많다. 가격은 3,500VND로 저렴한 편이다.

■ '미가남(Mi Ga Nam)'

맛이 하나라는 점이 특징이다. 주재료는 닭고기와 버섯으로 베트남 사람들에게는 익숙한 맛이다. 가격은 3,000VND로 저렴한 편이다.



충딘
(Cung Dinh)



뎀뎀
(MumMum)



미가남
(Mi Ga Nam)

23) 2014년 11월 6일 기준 환율 : 1VND = 0.05원

품명 : 소스류



1

Hung Thanh Fishsauce Company



1895년에 설립되어 100년이 넘는 역사를 자랑하는 베트남 전통 소스 제조 회사이다. 멸치 소스가 주력 제품이며 멸치를 잡는데 용이한 위치인 푸콕(Phu Quoc)섬에 생산 공장이 있다. 일 년에 100만 리터의 소스를 생산하여 아시아를 넘어 미국, 호주, 유럽 전역에 수출 중이다. 본사는 호치민 시에 위치 해 있다.

제품 소개

형탄피쉬소스사는 멸치를 주재료로 한 간장소스를 취급한다. 신선한 멸치를 잡아 올리자마자 감칠맛을 더하기 위해 일 년 동안 소금에 숙성시킨다. 기타 재료들을 첨가하지 않고 순수하게 멸치만으로 만든 소스로 다른 회사의 생선소스에 비해 멸치 함유량이 35%로 월등히 높은 편이다. 브랜드는 '푸 쿡(Phu Quoc)'로 하나이지만 맛과 패키지가 다양하다. 형탄피쉬소스사는 제품의 위생상태를 특히나 중시하여 지속적인 위생검사를 실시하여 국제적인 위생 규격과 품질 규격인 GMP²⁴⁾, SSOP²⁵⁾, HACCP를 모두 획득하였다. 일찍이 내수 보다는 수출 사업에 관심을 두어 유럽연합 규격에 맞는 제품을 생산하여 'EU Code' 획득하여 베트남 소스제조 기업으로는 이례적으로 유럽 전역(프랑스, 독일, 네덜란드 등)에 활발히 수출하고 있다. 짜면서도 담백한 맛에 음식의 감칠맛을 더하는데 최적의 소스라는 반응이 있어 베트남에서 가장 흔하게 볼 수 있는 소스이다.



소스 브랜드
(푸 쿡)



[좌측부터] 푸 쿡 피쉬소스 200ml 병 타입, 650ml 병 타입, 4L(PET 타입), 20L(드럼통 타입)

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드

Ⅰ 일반적인 '푸 쿡 피쉬소스 (Phu Quoc)'

짜면서도 담백한 맛에 베트남 사람들이 가장 많이 먹는 소스이다. 농도에 따라 레드라벨(40%), 옐로우라벨(35%), 그린라벨(30%), 오렌지라벨(25%)로 나뉘어 있다. 농도가 짙은 것은 음식에 넣어 먹기 보다는 음식을 찍어 먹는 디핑(dipping)소스용으로 사용한다.

Ⅰ 프리미엄 라벨 '푸 쿡 피쉬소스(Phu Quoc) 골드라벨'

소스의 농도 중에서 가장 인기가 많은 것은 옐로우 라인(35%)이다. 음식에 넣어 먹거나 찍어 먹어도 간이 적당하다고 하여 골드라벨이라고도 칭한다.



일반
푸 쿡 피쉬소스
(Nuoc Mam
Phu Quoc)



골드라벨
푸 쿡 피쉬소스
(Nuoc Mam
Phu Quoc)

24) Good Manufacturing Practices : 우수 식품제조 및 품질관리 기준

25) Sanitation Standard Operating Procedures : 제조과정의 위생 규격

2

Masan Consumer Corporation



1996년에 설립된 「Masan Food Group」은 베트남에서 가장 큰 식품 제조회사 중 하나이다. 간장소스, 피쉬소스, 칠리소스, 인스턴트 면, 인스턴트 커피, 인스턴트 시리얼, 음료 제품을 취급한다. 2007년에서 2011년까지 80%의 연평균 성장률을 기록하며 2011년 기준 7조 570억VND²⁶⁾의 순수익을 기록하였다. 2011년 소스와 인스턴트 면 제품 외에도 다른 소비재를 시장에 내 놓겠다는 목표로 회사의 이름을 「Masan Consumer Corporation」으로 변경하였다.

제품 소개



주요 소스 브랜드
(친수)

소스류는 크게 피쉬소스, 간장소스, 칠리소스를 취급한다. 시장조사 전문기관인 닐슨(Nielson)의 2011년 자료에 따르면 마산社 피쉬소스 제품의 베트남 소스 시장 점유율은 76%, 간장소스는 78%로 압도적으로 높은 편이라고 한다. 앞서 언급한 흥탄피쉬소스社의 피쉬소스는 값이 저렴하여 대중들을 위한 소스였다면 마산社의 소스들은 가격대가 조금 높아 비교적 고소득층 사람들을 겨냥한 상품이라고 할 수 있다. 회사 마케팅 직원들은 홈페이지에서 베트남 사람들의 경제상황이 호전됨에 따라 생활수준이 높아져 마산社의 소스류를 구매하는 비중이 더 늘어날 것이라고 전망했다. 마산社의 소스류 중에서는 간장소스가 가장 유명하고 인기가 높다. ‘친수 간장소스’는 마산社의 첫 번째 소스제품으로 회사를 대표하는 트레이드 마크이기도 하다. ‘롱 비엣 칠리소스’는 마산社 최초의 핫 소스 제품이다.



[좌측부터] 친수 피쉬 소스(Chin-Su Fish Sauce), 친수 소야 소스(Chin-Su Soya Sauce), 탐 타이 투 소야 소스(Tam Thai Tu Soya Sauce), 롱 비엣 칠리소스(Rong Viet Chili Sauce)

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드



친수 소야소스
(Chin-Su
Soya Sauce)

■ 베트남 주부들의 필수소스 ‘친수 소야소스(Chin-Su Soya Sauce)’

맛이 강하지 않고 조금 연한 간장소스로 주로 국을 만들 때 첨가한다. 베트남의 대형 유통마켓이나 편의점, 슈퍼 등 어느 곳에 가도 찾아 볼 수 있다. 용량은 500ml이고 가격은 한화 1,100원이다.



남누 피쉬소스
(Nam Ngu
Fish Sauce)

■ ‘남누 피쉬소스(Nam Ngu Fish Sauce)’

2007년 출시된 피쉬소스로 ‘친수(Chin-Su) 피쉬소스’보다 저렴하여 대중들을 타겟으로 하였다. 500ml 용량의 소스가 한화 약 900원이다. 2009년에는 맛과 품질을 업그레이드 한 ‘남누 피쉬소스 2’를 출시하였다.



친수 칠리소스
(Chin-Su
Chili Sauce)

■ 매콤달콤한 ‘친수 칠리소스(Chin-Su Chili Sauce)’

매운 고추와 마늘이 함께 들어가 있는 칠리소스이다. 2005년에 출시되었으며 250g 용량의 제품이 한화 약 500원이다.

26) 2014년 11월 7일 기준환율 : 1VND = 0.05원

품명 : 음료

1

Tan Hirp Phat Beverage Group



1994년에 설립된 「THP Group」는 베트남에서 가장 규모 있는 음료 제조회사이다. 과일 음료부터 차(茶)음료, 유음료까지 다양한 음료제품을 취급하고 있으며 이 외에도 인스턴트 음식과 플라스틱 패키지 사업을 주요 사업으로 전개하고 있다. 베트남 내에서 가장 현대화된 생산라인을 보유하고 있으며 100명의 식품 전문가들을 포함한 4,000여명의 직원들이 더 나은 제품을 위해 연구 중이다. 이와 같은 노력 덕분에 「THP Group」의 수익은 매 년 1조 VND²⁷⁾씩 성장하고 있다.

제품 소개



주요 음료 브랜드
(닥터 탄, 넘버 원, 소야, 액티브)

베트남 음료시장을 이끌고 있는 대표 제품으로는 ‘닥터 탄(Dr. Thanh)’ 허브 차(茶)음료와 에너지 드링크인 ‘넘버 원(Number 1)’, 두유인 ‘Soya’가 있다. THP社は 특히 ISO 시설을 기반으로 영양이 풍부한 음료를 만드는 데 노력하여 현재 에너지 드링크, 비타민 드링크, 두유 등 다양한 건강 기능성 음료를 제조하고 있다. 제품에 들어가는 향료와 성분은 대부분 천연 재료이다. 이에 1999년부터 10년 연속 ‘베트남 고품질 제품 상’을 수상하였고 글로벌 브랜드에게 수여하는 ‘2010 국제 브랜드 상(National Brand Award 2010)’을 수상한 바 있다. THP社가 일 년에 생산하는 음료는 40여 가지 종류로 양으로 따지면 10억 리터(L)에 해당한다. 점점 늘어나는 수요를 맞추기 위해 회사는 허난(Henan), 추라이(Chu Lai), 허 강(Hau Giang) 지역 3곳에 새로운 생산 공장을 설립하였다.



[좌측부터] 넘버 원 비타민 워터(Number 1 Vitamin Water), 넘버 원 에너지 드링크(Number 1), 넘버 원 소야 밀크(Number 1 Soya Milk), 넘버 원 주시(Number 1 Jucie)

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드

	닥터 탄 (Dr. Thanh)
	0도 녹차 (0° Green Tea)
	넘버 원 찬 (Number 1 Chanh)

■ 몸 안의 독소를 제거해 주는 ‘닥터 탄(Dr. Thanh)’

몸 안의 독소를 제거해 주고 체온을 유지시켜 주는 기능이 있는 음료수이다. 설탕이 첨가된 것과 첨가되지 않은 것으로 구분되어 있고 500ml 용량의 가격은 9,000VND이다.

■ 입 안을 상쾌하게 ‘0도 녹차(0° Green Tea)’

비타민 C가 풍부한 레몬 맛 녹차이다. 레몬 맛이 강하지 않고 은은하게 느껴지기 때문에 상큼한 맛을 느낄 수 있다. 비타민 C가 풍부하여 피부의 탄력을 유지하는데 도움을 준다고 한다.

■ 레몬 맛 에너지 드링크 ‘넘버 원 찬(Number 1 Chanh)’

에너지 드링크 시리즈인 ‘Number 1’ 중 천연 레몬향이 첨가된 레몬 맛 탄산수이다.

27) 2014년 11월 7일 기준환율 : 1VND = 0.05원

2

Suntory PepsiCo Vietnam



「Suntory PepsiCo Vietnam Beverage Company」, 줄여서 SPVB社는 2013년에 일본의 세계적인 음료기업인 「Suntory Holdings Ltd」와 미국의 대표 콜라 제조기업인 「PepsiCo」가 협력하여 100% 외국자본으로 세운 베트남 소재의 음료회사이다. 베트남 전역에 제품을 공급하고 있으며 10개의 유명 브랜드를 보유하고 있다. 호크만(Hocmon) 지역을 포함한 총 5곳에 생산 공장이 위치해 있으며 다낭(Da Nang)과 하노이(Hanoi) 지역을 포함한 5곳에 판매점이 있다.

제품 소개



주요 음료 브랜드
(펩시, 마운틴 듀, 트로피카나 트위스터, 티 플러스, 씨씨 레몬)

청량음료, 에너지 드링크, 물, 과일주스, 차(茶) 음료를 취급한다. 베트남 물에는 석회성분이 다량 함유되어 있어 베트남 사람들은 물을 잘 마시지 않고 음료를 물 대신 마신다고 한다. 그만큼 베트남 사람들은 마시는 것에 대해 예민하고 영양성분과 함유성분을 꼼꼼히 따진다. SPVB社는 이를 반영하여 공장의 위생 상태에 중점을 두어 깨끗하고 안전한 음료를 소비자들에게 제공하고 있다. 이와 같은 노력으로 인해 우수 위생상태의 공장에게 수여하는 상인 「FSA(Food Safety AMEA Awards) 2012」를 SPVB社의 모든 공장이 수여 받았다. 또한 2013년에 「베트남 고품질 제품 상」을 수상한 바 있고 동 년도 베트남 소비자들이 선정한 가장 좋아하는 100개 브랜드 안에 속하기도 하였다. 베트남 소비자들로부터 신뢰와 사랑을 받고 있는 SPVB社는 설립 5년 후인 2018년까지 10억 달러(USD)의 매출을 올리기 위해 끊임없이 노력 중에 있다.



[좌측부터] 마운틴 듀(Mountain Dew) 청량음료, 씨씨 레몬(CC Lemon) 청량음료, 트로피카나 트위스터(Tropicana Twister) 과일주스, 티 플러스(Tea Plus) 차(茶)

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드

「립톤 트라 산(Lipton Tra Xanh)」

립톤의 녹차 제품이다. 처음에는 녹차 맛만 나는 제품을 출시하였으나 리뉴얼(renewal)한 「허니 녹차」를 출시하였다. 달콤한 꿀 향과 상큼한 레몬 향이 잘 조화를 이룬 녹차이다. 베트남 사람들은 이 음료를 물처럼 마신다고 할 정도로 인기가 좋다. 패키지와 용량은 PET타입의 455ml와 캔 타입의 330ml로 구분된다.

「활력을 더해 줄 에너지 드링크 「스팅(Sting)」

타우린²⁸⁾ 성분과 비타민 B, 인삼 추출물이 함유된 에너지 드링크이다. 단기간 몸속에 많은 에너지를 충전해 주는 효과가 있어 운동 후나 피로가 쌓였을 때 마시는 것이 좋다. 패키지와 용량은 PET타입의 330ml, 330ml와 캔 타입의 250ml로 구분된다.

「상큼한 탄산음료 「세븐 업(7 Up)」

천연 레몬 향이 첨가된 레몬 맛 탄산음료이다. 특 쏘는 탄산이 레몬의 상큼함을 더한다. 다른 음료제품과는 다르게 대용량(1200ml, 1500ml)으로 된 PET 타입의 패키지가 있다.

	립톤 트라 산 (Lipton Tra Xanh)
	스팅 (Sting)
	세븐 업 (Seven Up)

28) 동물의 심장, 뇌, 간 등에 있는 영양소 중 아미노산의 일종으로 간 해독에 탁월한 효과가 있음

품명 : 영유아 식품

1

VINA MILK



1976년에 설립된 「Vinamilk」는 Vietnam Dairy Products Joint Stock Company라는 뜻으로 베트남에서 가장 큰 유제품 제조 회사이다. 1994년 첫 번째 우유 생산 공장을 하노이에 설립하였으며 현재 15개의 우유 생산 공장을 보유 중이다. 공장에서 연간 4억 리터의 우유를 생산하고 있고 2015년까지 두 배인 8억 리터의 우유를 생산할 계획이다. 200개가 넘는 종류의 제품을 중동, 캄보디아, 필리핀, 호주, 유럽 등지에 수출 중에 있다.

제품 소개



주요 영유아 식품 브랜드
(에이디엠 플러스, 디락, 주키)

베트남에서 가장 큰 유제품 제조 회사이고 베트남에서는 최초로 2010년에 ‘포브스 선정 중소기업 중 10억 달러의 매출을 올리고 있는 주목할 만한 200대 기업’에 선정된 바 있는 유명 회사이다. 농축 우유, 분유, 신선한 우유, 두유, 요구르트, 치즈, 주스 등 우유가 함유된 음료를 주로 취급하며 이중 수출 및 내수 주력제품은 농축 우유와 분유이다. 비나밀크사는 특히 베트남 영유아 식품 시장에서 소비자들에게 신뢰를 받고 인기가 좋다. 분유 생산 공장에 한화 약 1,000억 원을 투자하여 공장을 설비하여 베트남 어린이들과 임산부들에게 최고 품질의 분유를 제공하고자 노력하고 있다. 분유 뿐 아니라 어린이들을 위한 과일 주스 요구르트, 아이스크림 등 다양한 영유아식품을 취급한다.



[좌측부터] 디락 알파 골드(Dielac Alpha Gold) 분유, 주키(Juki) 어린이 주스, 슈슈(SuSu) 어린이 요구르트, 골드소이(Gold Soy) 두유

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드



에이디엠 플러스
(ADM+)

디락 피디아
(Dielac Pedia)

슈슈
(Su Su)

■ 어린이를 위한 영양만점 우유 ‘에이디엠 플러스(ADM+)’

미세 단위의 영양성분(비타민 A, 비타민 D, 칼슘)이 함유된 우유로 어린이들의 시력강화, 성장 및 발육, 신진대사 증가에 이로운 영향을 미치는 우유이다. 어린이들의 입맛에 맞게 초콜릿, 딸기, 오렌지 맛과 같은 종류가 있으며 패키지는 테트라(Tetra) 팩이다.

■ 베트남 대표 분유 ‘디락 피디아(Dielac Pedia)’

베트남의 비나밀크사, 덴마크의 크리스 한센(Chris Hansen)사, 스위스의 론자(Lonza)사가 협력해서 연구 개발한 베트남 대표 분유이다. 식욕을 증가시키고 발육을 도와 성장속도를 빠르게 하는 효과가 있다. 용량은 400g과 900g 두 가지가 있다.

■ 어린이 요구르트 ‘슈슈(Su Su)’

어린이들을 위한 요구르트로 천연 용해질의 식이섬유가 아이들의 소화를 돕고 매일매일 활기찬 생활을 할 수 있게 필수 영양소를 제공해 준다.

2

Vietnam FrieslandCampina



세계에서 다섯 번째로 큰 네덜란드 유제품 제조 기업인 'FrieslandCampina'는 전 세계 28개 나라에 지사를 두고 21,186여 명의 직원을 보유하고 있다. 'Vietnam FrieslandCampina'는 1995년 빈 두옹(Binh Duong) 지방에 설립되었으며 150억 달러(USD)이상의 유제품을 매년 생산한다. 분유가 주력 제품이며 'Dutch Lady', 'Friso', 'YoMost', 'Fristi' 등의 브랜드를 취급한다.

< 와인팩社의 생산설비 >

제품 소개

연간 약 170톤의 우유를 생산하며 이는 베트남 우유 시장의 23~25%를 차지하는 양이다. 다양한 브랜드의 분유를 취급하고 있는데 그 중 Friso 브랜드의 제품이 가장 인기가 좋다. 0세에서부터 성장기의 어린이가 될 때 까지 단계별로 먹을 수 있게 분유의 종류를 세분화 하였으며 구체적으로 어떻게 섭취해야 분유 안에 들어있는 영양성분을 잘 섭취할 수 있는지, 맛있게 먹을 수 있는지에 대한 방법을 구체적으로 제품 홈페이지(<http://www.friso.com.vn/>)에서 설명해 주었기 때문이다. 또한 어떤 영양성분이 제품에 함유되어 있는지 꼼꼼히 홈페이지에 게시하여 부모들이 안심하고 아이에게 먹일 수 있게 하였고 매년 '스마트 베이비 콘테스트'를 열어 상품을 수여하는 이벤트를 열어 소비자들에게 친근하게 다가가는 프로모션 전략을 사용하고 있다.



주요 영유아 식품 브랜드
(더치 레이디, 프리소)



[좌측부터] 더치 레이디 골드(Dutch Lady Gold) 3세 이상용, 더치 레이디 레귤러(Dutch Lady Regular), 더치 레이디 컴플릿(Dutch Lady Complete), 프리소락 골드(Frisolac Gold)

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드

1 '프리소 골드 피디아(Friso Gold Pedia)'

하루에 두 잔만으로도 매일 섭취해야 할 영양분(비타민, 미네랄)의 80%를 채워주는 영양만점 분유이다. 특히 식욕부진을 개선하며 면역력 강화에 효과가 좋다. 2세에서 6세까지의 아이들이 대상이며 2~4살 아이들에게는 6숟가락(33g) + 180ml 따뜻한 물로 제공하며 4~6살 아이들에게는 7숟가락(38.5g) + 210ml 따뜻한 물로 제공하는 것이 가장 좋다.

2 '엄마를 위한 프리소섬(Frisomum)'

임산부와 태아에게 동시에 충분한 영양소를 제공해 주며 특히 엽산, 칼슘, 철분이 풍부하여 수유를 원활하게 하는 데에 큰 도움을 준다. 하루에 두 번씩 7숟가락(38.5g) + 따뜻한 물로 마셔주는 것이 좋고 다른 음료에 타 먹어도 된다.

	<p>프리소 골드 피디아 (Friso Gold Pedia)</p>
	<p>프리소섬 (Frisomum)</p>

기타 인기 식품 취급 기업

1

Trung Nguyen Coffee Company



1996년에 설립된 「Trung Nguyen Coffee Company」는 1998년에 호치민시에 첫 카페를 만들고 베트남 전역에 커피를 공급하고자 2001년부터 엄선된 원두와 재료로 인스턴트 커피를 제조하기 시작하였다. 호치민시에 본사를 두고 하노이(Hanoi)와 다낭(Danang) 등 베트남 주요 4개 도시에 지사를 두고 있다. 7개 도시에 19개의 카페를 보유하고 있고 현재 베트남을 넘어 미국, 캐나다, 러시아, 유럽, 아시아에 있는 60여 개국에 제품을 수출한다.

제품 소개

원두, 인스턴트 커피, 커피 음료, 커피 기계 등 광범위한 커피관련 제품을 취급한다. 트링뉴엔사의 가장 유명한 제품인 G7은 베트남 사람들의 89%가 커피 조제식품을 살 때 G7을 선택한다고 할 정도로 베트남을 대표하는 커피 브랜드이다.²⁹⁾ 2003년에 출시된 G7은 현재 전 세계 수입식품 매장에서 흔하게 찾아볼 수 있을 만큼 세계적으로 유명하다. 2012년 통계에 따르면 베트남 1천 1백만 가정이 트링뉴엔사의 커피를 구매하였으며 2013년 까지 130억 잔이 베트남 내에서 소비되었다고 한다. 베트남 커피시장에 있어서 트링뉴엔사는 독보적인 존재임을 나타내 주는 통계량이다. 2014년, 하루 100톤 이상의 G7을 생산하기 위한 15번째 공장을 박 기양(Bac Giang)지역에 설립하였고 이로 인해 300명의 직원을 고용하면서 베트남 정부에 고용창출 효과도 제공하고 있다.



주요 커피 브랜드
(트링 뉴엔, G7, 카페 투오이, 레전디)



[좌측부터] G7 화이트 커피(G7 White Coffee), G7 블랙커피(G7 Black Coffee), 드립커피 아라 비카 로부스타(Drip Coffee Arabica Robusta) 원두, 커피 레전디(Coffee Legendee)

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드

■ 넘버 원 아이스토닉 브랜드 '100 플러스(100 PLUS)'

커피 추출물과 우유, 설탕으로 만든 트링뉴엔사의 대표적인 인스턴트 커피이다. 베트남을 대표하는 커피인 만큼 APEC, ASEM과 같은 정상회담에서 외국의 국가원수들에게 제공된 바 있다.

■ 편리하게 마시는 커피 '카페 투오이(Ca Phe Tuoi)'

신선한 커피라는 뜻의 제품이름 만큼 커피의 신선한 향이 그대로 살아있는 커피 음료이다. 취향에 따라 물과 연유에 타서 마실 수 있다. 유통기한은 6개월이며 패키지는 500ml PET병이다.

■ 커피를 더욱 부드럽게 해주는 '브라더스 크림(Brothers Cream)'

비타민 B1과 비타민 B6이 풍부하게 함유된 커피 크림 파우더이다. 따뜻한 커피를 마실 때는 따뜻한 물에 브라더스 크림을 넣어 마시고 차게 마실 때는 찬 우유에 넣어 마신다



G7 3 in 1



카페 투오이
(Ca Phe Tuoi)



브라더스 크림
(Brothers Cream)

29) 소비자들을 대상으로 마켓테스트를 진행한 결과

2

Kem Trang Tien



1958년 하노이에서 설립된 「Kem Trang Tien」은 번역하면 말 그대로 Trang Tien Icecream이다. 키엠 호안(Kiem Hoan)에 있는 Trang Tien 거리에서 처음으로 아이스크림을 만들어 판매하였기 때문에 회사의 이름이 이렇다. 베트남 내 7개의 지사를 보유하고 있고 막대 아이스크림, 모찌 아이스크림, 콘 아이스크림 등 다양한 빙과류를 취급한다.

제품 소개



주요 아이스크림 브랜드
(켄콤, 모찌)

베트남에서 가장 유명한 아이스크림을 만드는 빙과류 제조 회사이다. 다른 첨가물 대신에 크림만으로 아이스크림을 만들어 부드럽고 깊은 크림 맛을 느낄 수 있다. 크림 종류에 따라 바닐라, 곡물(씨리얼), 우유, 코코넛 맛이 있다. 아이스크림 매장이 각 도시에 분포되어 제품을 판매하고 있는 것이 특징이며 하루 평균 2만 5천개에서 3만 개의 아이스크림을 판매한다. 아이스크림 매장에는 의자가 없고 주문대만 있어서 모두 서서 아이스크림을 먹는 진풍경을 볼 수 있다. 하절기에는 넘쳐나는 수요량을 감당하기 힘들어 일찍 문을 닫는 매장도 있다.

트랑티엔社의 아이스크림으로 다양한 아이스크림 디저트를 만들어 먹을 수 있도록 회사 사이트³⁰⁾에 디저트 레시피를 게시해 놓아 자연스럽게 제품 홍보도 하고 있다.



< 하노이에 위치한 매장 모습 >



[좌측부터] 켄콤(Kem Com) 우유크림 맛 스틱 아이스크림, 모찌(Mochi) 녹차 맛 아이스크림, 트랑티엔 아이스크림 박스

2014 인기제품으로 살펴보는 식품 트렌드

Ⅰ 'Sua Dua 아이스크림'

우유와 코코넛으로 만든 아이스크림으로 고소한 맛이다. 아이스크림에 코코넛 알갱이가 들어있어 부드러우면서도 씹는 맛이 있다. 베트남 소비자를 대상으로 한 설문조사에서 빙과류 부분 인기제품상을 수상한 바 있다.

Ⅰ 본사 매장에서만 맛 볼 수 있는 'Oc Que 아이스크림'

포장하지 않은 채로 본사 매장(35 Trang tien street, Hanoi)에서만 판매되는 제품이다. 왼쪽에 있는 제품사진과 같이 판에 아이스크림을 놓아두면 손님들이 바로 구매하여 매장에서 서서 먹는다. 직접 본사 매장까지 가야하는 번거로움이 있지만 너무 맛있기 때문에 매번 줄지어 구매한다고 한다.

Ⅰ 건강한 'Dau Xanh 아이스크림'

녹두와 우유로 만든 건강한 아이스크림이다. 콩 맛이 진하게 나면서도 너무 달지 않아 제일 늦게 출시된 제품임에도 인기가 많다.



수아두아
(Sua Dua)



오쿠에
(Oc Que)



다우 산
(Dau Xanh)

30) <http://kemtrangtienso1.vn/index.php?f=news&do=categories&id=81>

HOT PRODUCT VIETNAM



베트남 인기상품
BEST 10

OVERVIEW

유통매장 소개	점포현황	인기제품												
<p>1. BIC C SUPERCENTER</p>  <p>1998년 태국 카지노 그룹사에 의해 베트남에 출점하면서 2004년에 오늘 날 베트남에서 가장 큰 유통매장인 'Bic C'로 개명함</p>	<p>베트남 전역에 하이퍼마켓과 슈퍼센터 형태의 26개 매장을 운영하고 있음</p> <table border="1" data-bbox="598 533 1019 678"> <tr> <td>An Lac</td> <td>Go Vap</td> <td>Dong Nai</td> </tr> <tr> <td>The Garden</td> <td>Hai Phong</td> <td>Phu Thanh</td> </tr> <tr> <td>Vinh</td> <td>Da Nang</td> <td>Vinh Phuc</td> </tr> <tr> <td>Long Bien</td> <td>Can Tho</td> <td>Hue</td> </tr> </table> <p>*주요 매장 위치 및 현황</p>	An Lac	Go Vap	Dong Nai	The Garden	Hai Phong	Phu Thanh	Vinh	Da Nang	Vinh Phuc	Long Bien	Can Tho	Hue	 <ul style="list-style-type: none"> · 제품명 : Vinatural · 현지 소비자 가격 : VND 52,000³¹⁾  <ul style="list-style-type: none"> · 제품명 : Pho De Nhat · 현지 소비자 가격 : VND 4,200
An Lac	Go Vap	Dong Nai												
The Garden	Hai Phong	Phu Thanh												
Vinh	Da Nang	Vinh Phuc												
Long Bien	Can Tho	Hue												
<p>2. FIVI MART</p>  <p>TCT 그룹의 Nhat Nam社가 경영하는 유통매장임. 아시아 유통매장 TOP 500, 베트남 유통매장 TOP 10에 등재됨</p>	<p>현재 하노이시에만 18개 매장을 보유하고 2020년까지 베트남 전역에 30개 매장을 세우는 것을 비전으로 삼고 있음</p> <table border="1" data-bbox="598 943 1019 1048"> <tr> <td>Xuan Dieu</td> <td>93 Lo Duc</td> <td>Trung Yen</td> </tr> <tr> <td>Vo Thi Sau</td> <td>La Thanh</td> <td>Thai Thinh</td> </tr> <tr> <td>Linh Nam</td> <td>Truong Chinh</td> <td>Thien Son Plaza</td> </tr> </table> <p>*주요 매장 위치 및 현황</p>	Xuan Dieu	93 Lo Duc	Trung Yen	Vo Thi Sau	La Thanh	Thai Thinh	Linh Nam	Truong Chinh	Thien Son Plaza	 <ul style="list-style-type: none"> · 제품명 : Xi Dau Chin-Su · 현지 소비자 가격 : VND 13,000  <ul style="list-style-type: none"> · 제품명 : Danisa · 현지 소비자 가격 : VND 100,000 			
Xuan Dieu	93 Lo Duc	Trung Yen												
Vo Thi Sau	La Thanh	Thai Thinh												
Linh Nam	Truong Chinh	Thien Son Plaza												
<p>3. CO.OP MART</p>  <p>Saigon Co-op社가 경영하는 대형유통매장임. 수입 및 수출 자격을 획득하여 다양한 외국 물품을 취급하고 있음</p>	<p>1996년에 첫 번째 매장을 오픈한 이후 베트남 전역에 28개의 슈퍼마켓과 42개의 하이퍼마켓을 보유하고 있음</p> <table border="1" data-bbox="598 1272 1019 1451"> <tr> <td>호치민시(Thành phố Hồ Chí Minh)</td> <td>26개 점</td> </tr> <tr> <td>동남(Đông Nam Bộ)</td> <td>6개 점</td> </tr> <tr> <td>북(Miền Bắc)</td> <td>4개 점</td> </tr> <tr> <td>중심(Miền Trung)</td> <td>12개 점</td> </tr> <tr> <td>서남·고원(Tây Nam Bộ·Tây Nguyên)</td> <td>15개 점</td> </tr> </table>	호치민시(Thành phố Hồ Chí Minh)	26개 점	동남(Đông Nam Bộ)	6개 점	북(Miền Bắc)	4개 점	중심(Miền Trung)	12개 점	서남·고원(Tây Nam Bộ·Tây Nguyên)	15개 점	 <ul style="list-style-type: none"> · 제품명 : Nam Ngu · 현지 소비자 가격 : VND 28,000  <ul style="list-style-type: none"> · 제품명 : Choco Pie · 현지 소비자 가격 : VND 40,000 		
호치민시(Thành phố Hồ Chí Minh)	26개 점													
동남(Đông Nam Bộ)	6개 점													
북(Miền Bắc)	4개 점													
중심(Miền Trung)	12개 점													
서남·고원(Tây Nam Bộ·Tây Nguyên)	15개 점													
<p>4. HAPRO MART</p>  <p>하노이 트레이드 그룹사 산하에 있는 대형유통매장으로 신선식품, 가공식품, 해산물 등 다양한 식품 및 각종 생활 용품을 취급함</p>	<p>하노이 슈퍼마켓 컴퍼니사와 합작투자 관계에 있는 롱비엔社, 트랑티社가 34개의 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓을 보유 중임</p> <table border="1" data-bbox="598 1664 1019 1776"> <tr> <td>Ha Noi</td> <td>Viet Hung</td> <td>Gia Lam</td> </tr> <tr> <td>Vinh Phuc</td> <td>Bac Kan</td> <td>Ninh Binh</td> </tr> <tr> <td>Nam bo</td> <td>Thanh Hoa</td> <td>Cho Bui</td> </tr> </table> <p>*주요 매장 위치 및 현황</p>	Ha Noi	Viet Hung	Gia Lam	Vinh Phuc	Bac Kan	Ninh Binh	Nam bo	Thanh Hoa	Cho Bui	 <ul style="list-style-type: none"> · 제품명 : Sua Chua Nha Dam · 현지 소비자 가격 : VND 23,500  <ul style="list-style-type: none"> · 제품명 : Vi Huang Noodles · 현지 소비자 가격 : VND 2,347 			
Ha Noi	Viet Hung	Gia Lam												
Vinh Phuc	Bac Kan	Ninh Binh												
Nam bo	Thanh Hoa	Cho Bui												

31) 2014년 11월 18일 기준 환율 : VND 1 = 0.05원

빅 씨· BIC C SUPERCENTER

기업 개요

- 기업명 : 빅 씨 슈퍼센터(BIC C Supercenter)
- 본사 주소 : SAVICO MegaMall, 7 - 9 Nguyen Van Linh, Long Bien, Gia Lam, Hanoi, Vietnam
- 홈페이지 : <http://www.bigc.vn/>

1993년 태국 「센트럴 그룹」의 자회사 Central Superstore Co., Ltd.가 창업하여 1994년 1월 방콕 Chaengwattana거리에 1호점을 오픈함. 1998년 「카지노 그룹」에 의해 베트남에 출점하면서 2004년에 오늘 날 베트남에서 가장 큰 유통매장인 'Big C'로 개명함

매장 지점 현황

하이퍼마켓과 슈퍼센터 형태의 26개 매장을 운영하고 있음. 8천명 이상의 직원들을 보유하고 있으며 신선식품, 건조식품, 옷·액세서리, 전자제품, 가전용품 등 4만개가 넘는 제품을 취급함

Dong Nai	Mien Dong	An Lac	Go Vap
Phu Thanh	Thang Long	The Garden	Hai Phong
Vinh Phuc	Nam Dinh	Vinh	Da Nang
Hue	Hai Duong	Long Bien	Can Tho

*주요 매장 위치



현지 유통매장 담당자 인터뷰

하노이점 식품 구매 담당자 | Mr Tran Duc Hoa

Q&A

Q1. 매장에서 인기 있는 음료 제품은 무엇입니까?

한국산 음료도 취급하고 있습니까? 만약 그렇다면 베트남 소비자들의 반응은 어떠한가요?

Suntory Pepsico사의 에너지 드링크인 'Sting'과 이온음료인 '0도', 우유, 와인, 소주가 인기 있습니다. 더운 날씨로 인해 베트남 사람들의 음료소비는 매우 높습니다. 따라서 여러 수입산 음료들을 취급하고 있고 물론 한국산 음료도 과일주스와 쌀음료 종류를 취급하고 있습니다. 하지만 잘 팔리지는 않습니다. 빅씨 마트가 도심에 위치하고 있어 사람들의 입맛이 보수적이어서 아직까지는 국내 음료 브랜드를 많이 선호하는 편입니다.



*현지 매장 음료코너 전경

Q2. 현지에서 인기 있는 가공식품은 무엇입니까?

그리고 그 인기 요인은 무엇이라고 보십니까?

인스턴트 라면과 우유, 아이스크림, 과자가 가장 인기 있습니다. 네 가지 가공식품은 베트남 사람들에게 생필품으로서 장을 보러 올 때면 꼭 사가곤 합니다.

Q3. 판매되고 있는 한국산 가공 식품은 어떤 것이 있습니까?

베트남 소비자들의 반응은 어떠한가요?

저희 매장에는 한국산 인스턴트 면이 많습니다. 소비자들의 반응이 좋기 때문입니다. 베트남에서는 흔하게 찾아볼 수 없는 독특한 맛(짜장 맛, 매운 치즈 맛)이 나고 대부분이 매운 맛이기 때문에 인기가 좋은 것 같습니다. 주 구매층은 젊은 층입니다. 베트남 중장년층은 보수적인 입맛이기 때문에 새로운 맛을 접하는데 약간의 시간이 걸립니다.

Q4. 물건을 취급 또는 수입할 때 우선으로 고려하는 것이 있습니까? 그것이 무엇이며 해당 매장에 입점하기를 희망한다면 어떻게 해야 합니까?

시장에 맞는 가격을 가장 우선적으로 봅니다. 수입 식품은 대체적으로 가격이 비싸서 품질이 아무리 좋아도 베트남 사람들이 구매를 잘 하지 않기 때문입니다. 저희 매장은 직접 수입을 하지 않고 여러 무역 회사로부터 제품을 간접수입 하고 있습니다.

▶ Marketer's Guide

제품의 주 고객층이 베트남 시장에서 어느 위치에 속해 있는지 보고 진입해야 할 것으로 보인다. 젊은 층은 새로운 제품과 맛에 대해 거리낌이 없지만 중장년 층은 반응을 보이는데 다소 시간이 걸리기 때문이다.

인기상품 TOP 10 | 빅 씨 하노이(Hanoi)점

1. Socola m&m (소콜라 엠엔엠)

- 회사명 : M&M
- 현지 소비자 가격: VND 30,000³²⁾
- 용량 : 100g
- 상품 소개 : 땅콩버터가 함유되어 단 맛을 더한 초콜릿임. 베트남 어린이들에게 인기가 많음

1



2. Vinatural (비나츄럴)

- 회사명 : Vinamit Company
- 현지 소비자 가격 : VND 52,000
- 용량 : 250g
- 상품 소개 : 베트남 사람들이 좋아하는 과일인 잭프루트(Jack Fruit)³³⁾를 말려 만든 스낵임

2



3. Banh Gao One One (반가오 원원)

- 회사명 : One One Company
- 현지 소비자 가격 : VND 18,000
- 용량 : 150g
- 상품 소개: 바삭바삭하고 고소한 식감을 자랑하는 베트남 대표 과자임. 짭짤한 맛(사진의 왼쪽)과 달콤한 맛(사진의 오른쪽) 두 가지 맛이 있음.

3



4. TH True Milk (티에이치 트루 밀크)

- 회사명 : TH True Milk Company
- 현지 소비자 가격: VND 32,000 / 4팩입 패키지
- 용량 : 180L
- 상품 소개 : 비나밀크사의 우유와 함께 베트남을 대표하는 우유로 다양한 맛이 있어 아이들에게 인기가 좋음. 특히 설탕이 많은 것, 적은 것, 딸기 맛, 초콜릿 맛 이렇게 4가지 종류의 우유를 하나의 패키지로 구성해서 판매하는 것이 인기가 좋음

4



5. NAN (난)

- 회사명 : Nestle
- 현지 소비자 가격 : VND 340,000
- 용량 : 900g
- 상품소개 : 아이들의 성장과정에 따라 단계별로 구분되어 있는 분유임. 아이들의 식욕을 돌아주고 소화를 잘 시켜주는 기능이 있는 것이 인기 요인임

5



한국에 비슷한 제품은?



- 상품명 : 새알
- 회사명 : (주) 오리온
- 상품 소개 : m&m처럼 볼 타입의 초콜릿으로 코팅 처리가 되어있어 손에 초콜릿이 묻지 않아 어린이들이 먹기에 편리함



- 상품명 : 참쌀선과
- 회사명 : (주) 크라운제과
- 상품 소개 : 바삭하고 짭짤한 맛의 쌀 과자로 웰빙 식품임. 쌀로 만들어 식사대용으로도 가능하며 다이어트 식품으로도 좋음

32) 11월 14일 기준 환율 : VND 1 = 0.05 원

33) 쌍떡잎식물 썩기풀목 뽕나무과의 상록교목으로 바라밀이라고도 하며 베트남에서는 밋(mit)이라고 불리는 과일임

인기상품 TOP 10 | 빅 씨 하노이(Hanoi)점

6. Milo (밀로)

- 회사명 : Nestle
- 현지 소비자 가격: VND 3,200
- 용량 : 22g
- 상품 소개 : 젊은 층이 많이 마시는 초콜릿 우유임. 밀로의 패키지 형태는 나라마다 다양하지만 베트남에서는 사진과 같이 pack으로 된 패키지를 선호함



7. Pho de nhat (포 드낫 쌀국수)

- 회사명 : Acecook Company
- 현지 소비자 가격 : VND 4,200
- 용량 : 65g
- 상품 소개 : 면 제조 기업으로 가장 유명한 에이스쿱사의 쌀국수임. 닭고기 맛, 고추장 맛, 새우 맛이 있음



8. Dau An Neptune (다우 안 넵툰)

- 회사명 : Cai Lan Oil & Fats Industries Company
- 현지 소비자 가격 : VND 200,000
- 용량 : 5L
- 상품 소개 : Cai Lan Oil은 베트남에서 유명한 식용유 제조회사임. 그 중 넵툰 식용유는 영양분이 풍부하고 건강한 식용유로 유명함. 5L가 가장 큰 용량의 제품임



9. Xuc Xich Vissan (Vissan 소시지)

- 회사명 : Vissan Company
- 현지 소비자 가격: VND 40,000(34g 5개입 1팩), VND 320,000(200g짜리)
- 용량 : 34g(사진의 왼쪽), 200g(사진의 오른쪽)
- 상품 소개 : 닭, 소, 돼지고기로 만든 소시지가 있음. 베트남 어린이들은 간식 중에 소시지를 좋아하는데 'vissan 소시지'가 가장 유명하다고 함



10. Bia Ha Noi (비아 하 노이)

- 회사명 : Habeco Company
- 현지 소비자 가격 : VND 320,000(24캔입 1박스)
- 용량 : 330ml(1캔)
- 상품 소개 : 수입 맥주에 비해 가격이 저렴하고 대중적인 맛으로 대부분의 베트남 사람들에게 인기가 좋음. 부드럽고 독하지 않아 식사와 함께 즐길 수 있음



한국에 비슷한 제품은?



- 상품명 : 제티 초콜릿 맛
- 회사명 : 동서식품
- 상품 소개 : 우유에 타먹는 코코아 분말로 1회용 스틱타입, 캔타입, 팩타입이 있음. 코코아 분말에 비타민, 철분, 칼슘이 함유되어 있어 성장기 어린이게도 영양가 있는 제품임



- 상품명 : 천하장사 소세지
- 회사명 : 진주햄
- 상품 소개 : 대한민국 대표 영양 간식으로 돼지고기로 만든 소시지임. 칼슘과 자일리톨을 함유하여 어린이들 영양까지 고려한 제품임

피비 마트 · FIVI MART

기업 개요

·기업명 : 피비 마트(Fivi Mart)
 ·본사 주소 : 2 Chuong Duong Do, Hoan Kiem, Hanoi, Vietnam
 ·홈페이지 : <http://www.fivimart.com.vn/>

베트남 리테일 사업 분야의 최고기업인 TCT 그룹의 Nhat Nam社가 경영하는 유통매장임. 2006~2010년까지 유명한 브랜드 상과 2008~2009년 인기 브랜드 상 수상한 바 있음. 베트남에서 제일 빨리 발전하는 기업에 선정되었고 아시아 유통매장 TOP 500, 베트남 유통매장 TOP 10에 등재됨

매장 현황

현재 하노이시에만 18개 매장을 보유하고 2020년까지 베트남 전역에 30개 매장을 세우는 것을 비전으로 삼고 있음

163A Dai La	Xuan Dieu	93 Lo Duc	Trung Yen
27A Ly Thai To	Vo Thi Sau	La Thanh	Thai Thinh
Doi Can	Linh Nam	Truong Chinh	Thien Son Plaza

*주요 매장 위치



현지 유통매장 담당자 인터뷰

하노이점 식품 구매 담당자 | Mr. Nguyen Thi Tuyet

Q1. 매장에서 인기 있는 음료 제품은 무엇입니까?

한국산 음료도 취급하고 있습니까? 만약 그렇다면 베트남 소비자들의 반응은 어떠합니까?

과일주스와 우유가 인기 있습니다. 과일 주스 중에서는 오렌지 맛이 인기가 좋고 우유는 네슬레사의 초코우유인 MILO가 인기가 많습니다. 취급하고 있는 한국산 음료는 제가 아는 바로 주스 제품인데 맛은 괜찮지만 가격이 베트남 음료수 보다 월등히 비싸 판매량이 높은 편은 아닙니다.



*현지 매장 음료코너 전경

Q2. 현지에서 인기 있는 가공식품은 무엇입니까?

그리고 그 인기 요인은 무엇이라고 보십니까?

가장 유명한 가공식품은 단연 인스턴트 면입니다. 베트남 사람들은 아침에 라면이나 쌀국수처럼 면 요리를 먹는 식문화가 있습니다. 따라서 다양한 맛과 종류의 면 제품이 많습니다. 그 다음으로 인기 있는 가공식품은 조미료와 소스입니다. 젊은 사람들은 자극적이고 양념이 진한 맛을 선호하는 반면에 어른들은 양념이 안 되어 있는 담백한 맛을 좋아하기 때문에 한 집에 여러 가지의 소스와 양념을 구비해 놓는 편입니다. 또한 베트남 사람들이 뭘 먹어도 소스에 찍어 먹는 것을 좋아하는 식습관이 있다는 것도 소스 소비량이 높은 이유인 것 같습니다.

Q&A

Q3. 판매되고 있는 한국산 가공 식품은 어떤 것이 있습니까? 베트남 소비자들의 반응은 어떠합니까?

몇몇 한국산 가공 식품을 취급하고 있습니다. 그 중 과자와 라면, 홍삼 가공 식품 등이 인기가 있습니다. 한국산 과자는 베트남 사람들 남녀노소 구분 없이 모두에게 인기가 좋지만 라면은 다소 매운 맛으로 인해 호불호가 갈리는 편입니다. 최근 건강식품 붐으로 인해 한국산 홍삼으로 만든 홍삼캔디나 홍삼과자 또한 매장에서 취급하고 있습니다.



*현지 매장 스낵코너 전경

Q4. 물건을 취급 또는 수입할 때 우선으로 고려하는 것이 있습니까? 그것이 무엇이며 해당 매장에 입점하기를 희망한다면 어떻게 해야 합니까?

당연히 품질과 가격 모두를 고려하지만 저희는 포장상태로 고려합니다. 베트남 소비자들, 특히 여성 소비자들은 포장이 예쁘면 구매를 쉽게 하는 편입니다. 따라서 이왕이면 포장 상태도 예쁘고 고급스러운 제품을 취급하려고 합니다. 저희 매장은 직접 수입을 하지 않고 여러 무역 회사로부터 제품을 간접수입 하고 있습니다.

▶ Marketer's Guide

베트남 사람들은 홍삼의 맛과 향에 거부감이 없어 홍삼 가공 식품을 유통매장 내에서 흔하게 볼 수 있다. 가격 경쟁력을 갖추었다면 홍삼 가공업체들의 베트남 시장 진출을 권해본다.

인기상품 TOP 10 | 피비 마트 하노이(Hanoi)점

1. Thach Rau Cau Long Hai (따 라우 카우 롱 하이)

- 회사명 : Cong ty trach nhiem huu han long hai
- 현지 소비자 가격: VND 16,000(450g), VND 36,000(1kg)
- 용량 : 450g, 1kg
- 상품 소개 : 베트남 어린이들에게 인기 있는 젤리임. 고구마, 딸기, 오렌지, 포도, 사과 같은 과일 맛과 요구르트 맛 등 다양한 맛이 있음. 다양한 맛만큼 패키지도 다양하여 골라먹는 재미가 있음

1



2. Corn Flakes (콘 플레이크)

- 회사명 : Nestle
- 현지 소비자 가격 : VND 30,000
- 용량 : 150g
- 상품 소개 : 아침 식사 대응으로 가볍게 먹을 수 있는 시리얼임. 지방이 너무 많지도 않고 짠 맛과 단 맛이 적당히 섞여 있어 우유에 넣어 먹기만 해도 맛이 있음. 하루에 필요로 하는 칼로리의 25%를 공급해주는 기능도 함

2



3. Duong tinh luyen xuat khai (동틴 루엔 샷 카우)

- 회사명 : Mia Duong Viet Nam Company
- 현지 소비자 가격 : VND 26,000
- 용량 : 1kg
- 상품 소개: 베트남 설탕 협회에 속한 회사의 제품으로 베트남을 대표하는 설탕임. 단 맛을 많이 좋아하지 않는 베트남 사람들의 입맛에 맞게 생산됨

3



4. Banh Dau Xanh Hoa An (반 다우 산 호아안)

- 회사명 : Hoa An
- 현지 소비자 가격: VND 40,000(1박스)
- 용량 : 450g
- 상품 소개 : 베트남 하이두옹(Hai Duong) 지방의 유명한 특산 과자임. 호아안사는 베트남에서 전통과자를 생산하는 기업으로 유명하며 베트남 현지인들이 외국인 관광객들에게 관광 상품으로 추천해 주고 싶은 제품 1위에 선정된 바 있음. 콩을 갈아서 만든 제품으로 달콤한 설탕 맛과 고소한 콩 맛이 조화를 이루어 맛이 좋음

4



5. Choco Pie (초코파이)

- 회사명 : Orion
- 현지 소비자 가격 : VND 40,000(12개入 1박스)
- 용량 : 380g
- 상품소개 : 초코 과자 속에 부드러운 크림이 들어 있어 달콤한 맛이 나는 한국 과자임, 베트남에서 정(情)이라는 이미지로 광고하여 뜨거운 호응을 얻고 있음

5



한국에 비슷한 제품은?



- 상품명 : 콘푸라이트
- 회사명 : 동서식품
- 상품 소개 : 옥수수를 주원료로 만들어 아침식사 대응으로 알맞음. 비타민과 철분이 골고루 함유되어 있어 영양면에서도 우수함



- 상품명 : 국희 땅콩샌드
- 회사명 : 크라운 제과
- 상품 소개 : 땅콩 비스킷 사이에 땅콩크림이 발라져있어 더욱 고소하고 땅콩 맛이 풍부한 과자임

인기상품 TOP 10 | 피비 마트 하노이(Hanoi)점

6. Agi-Ngon (아지 응)

- 회사명 : Ajinomoto Viet Nam Company
- 현지 소비자 가격: VND 56,000
- 용량 : 900g
- 상품 소개 : 돼지고기 육수로 만든 소스임. 베트남에서는 보통 국수요리의 국물을 낼 때 첨가함. 소스를 넣으면 국수가 더 담백하고 달콤한 맛이 남

6



7. Dau Hau Maggi (다우하우 매기)

- 회사명 : Nestle
- 현지 소비자 가격: VND 1,000(150g), VND 15,000(350g), VND 22,000(820g)
- 용량 : 150g, 350g, 820g
- 상품 소개 : 음식을 볶아 먹을 때 첨가하는 소스로 감칠 맛을 더해줌. 완성된 음식에 넣어도 색깔을 더욱 맛있어 보이게 해 주고 기호에 따라 적어 먹기도 함

7



350g 150g 820g

8. Xi Dau Chin-Su (시다우 친수)

- 회사명 : Masan Food Company
- 현지 소비자 가격 : VND 13,000
- 용량 : 250ml
- 상품 소개 : 베트남 사람들이 가장 좋아하는 소스임. 일반 간장과는 달리 짠 맛만 나는 것이 아니라 깊고 진한 독특한 맛이 남. 마늘 맛과 고추 맛 두 가지의 맛이 있음. 베트남 사람들은 이 소스를 찍어먹는 디핑(dipping)소스로 사용함

8



9. Danisa (다니사)

- 회사명 : Danisa Company
- 현지 소비자 가격: VND 100,000(454g), VND 146,000(681g), VND 164,000(908g)
- 용량 : 454g, 681g, 908g
- 상품 소개 : 패키지가 고급스러워 인기가 많은 버터 과자임. 명절 제사상에 과자를 올리는 풍습으로 인해 설날에 많이 팔리는 과자임

9



10. Xuc Xich bo (숙쉬 보)

- 회사명 : Ha Long Canfoco
- 현지 소비자 가격 : VND 30,000
- 용량 : 25g
- 상품 소개 : 얇고 기다란 소고기 소시지 제품으로 10개가 1팩에 들어 있음. 부드러운 육질을 느낄 수 있어 인기가 좋음

10



한국에 비슷한 제품은?



- 상품명 : 맛선생 한우
- 회사명 : 청정원
- 상품 소개 : 쇠고기를 주재료로 양파, 마늘 등 자연재료로 만든 조미료임. 국수요리나 국물요리에 주로 첨가하는데 사용함



- 상품명 : 버터링
- 회사명 : 해태제과
- 상품 소개 : 부드러운 버터과자의 대표 제품으로 진한 버터향이 특징임. 초코 맛도 있어 취향대로 고를 수 있음

쿵마트 · CO.OP MART

기업 개요

- 기업명 : 쿵마트(Co.op Mart)
- 본사 주소 : 199-205 Nguyen Thai Hoc, Pham Ngu Lao Ward, District 1, HCMC, Vietnam
- 홈페이지 : <http://www.co-opmart.com.vn/>

베트남의 경제개발로 외래 물건이 들어오면서 리테일 사업이 발달함에 따라 'Saigon Co-op'이 런칭한 대형유통 마트임. 수입 및 수출 자격을 획득하여 다양한 외국 물품을 취급하고 있고 2014년에는 베트남인이 가장 좋아하는 브랜드에게 주는 상인 '골든 브랜드 상'을 수상한 바 있다.

매장 현황

1996년에 첫 번째 매장을 오픈한 이후 베트남 전역에 28개의 슈퍼마켓과 42개의 하이퍼마켓을 보유하고 있음

호치민시(Thành phố Hồ Chí Minh)	26개 점
동남(Đông Nam Bộ)	6개 점
북(Miền Bắc)	4개 점
중심(Miền Trung)	12개 점
서남·고원(Tây Nam Bộ·Tây Nguyên)	15개 점



현지 유통매장 담당자 인터뷰

하노이점 식품 마케팅 담당자 | Mr. Dinh Van Hieu

Q&A

Q1. 매장에서 인기 있는 음료 제품은 무엇입니까?

한국산 음료도 취급하고 있습니까? 만약 그렇다면 베트남 소비자들의 반응은 어떠합니까?

차(茶), 과일 주스, 우유, 에너지 드링크인 '레드불(redbull)'이 인기가 많습니다. 과일 주스 중에서는 오렌지 맛, 포도 맛, 사과 맛이 인기가 좋습니다. 쿵마트 주변에 대학교가 많고 한국 사람도 다수 거주하고 있기 때문에 외국 브랜드(한국 브랜드)의 음료도 다수 취급하고 있습니다. 하지만 베트남 음료수가 워낙 저렴하기 때문에 판매량은 높지 않습니다.

Q2. 현지에서 인기 있는 가공식품은 무엇입니까?

그리고 그 인기 요인은 무엇이라고 보십니까?

인기 있는 가공식품은 사탕과 과자, 라면, 곡물가루(미숫가루)입니다. 베트남 사람들은 곡물가루를 물이나 우유에 타먹기 보다는 고기를 구울 때 뿌리거나 고기를 찌어먹는 용도로 사용하여 고기를 먹을 때 더욱 고소하게 먹습니다. 곡물을 좋아하여 과자도 곡물로 만들어진(현미, 보리 등) 과자를 선호합니다.



*현지 매장 가공식품 코너 전경

Q3. 판매되고 있는 한국산 가공 식품은 어떤 것이 있습니까?

베트남 소비자들의 반응은 어떠합니까?

매장 내 많이 있습니다. 통조림 식품, 김치, 라면, 소스 등을 취급하고 있습니다. 다양한 한국산 식품을 취급하고 있는 이유는 소비자들의 반응이 전반적으로 좋기 때문입니다.



*현지 매장 가공식품 코너 전경

Q4. 물건을 취급 또는 수입할 때 우선으로 고려하는 것이 있습니까? 그것이 무엇이며 해당 매장에 입점하기를 희망한다면 어떻게 해야 합니까?

당연한 얘기이지만 가격과 품질을 가장 우선적으로 고려합니다. 가격과 품질이 동시에 만족되지 않으면 대형 유통매장 입점 경쟁에서 살아남을 수 없기 때문입니다. 수입식품 같은 경우 빈번한 불량 식품 문제로 인해 품질에 대한 A/S 청구를 할 수 있는 베트남에 생산 공장이 있는 외국 식품 회사에 입점 우선권을 부여합니다. 아니면 베트남에 판매 대리점이 있어도 무방합니다.

▶ Marketer's Guide

베트남 사람들은 맛에 대한 충성도가 강하기 때문에 처음 진출할 시 너무 한국적인 맛으로 진출하는 것보다 담백하게, 덜 맵게 등 현지인들의 입맛에 익숙하게 진출하는 것을 추천한다.

인기상품 TOP 10 | 쿵 마트 하노이(Hanoi)점

1. Milo (밀로)

- 회사명 : Nestle
- 현지 소비자 가격: VND 3,200
- 용량 : 22g
- 상품 소개 : 젊은 층이 많이 마시는 초콜릿 우유임. 부드러운 우유에 달콤한 초콜릿 맛까지 느낄 수 있음. 테트라 팩(Tetra Pack)형태로 되어 있어 휴대가 용이함

1



2. Nam Ngu (남누)

- 회사명 : Masan Food Company
- 현지 소비자 가격 : VND 28,000
- 용량 : 750ml
- 상품 소개 : 멸치를 주재료로 만든 멸치 소스임. 연한 맛이라 국수요리의 국물을 만들 때 주로 사용함. 맛이 강하지 않아 부담 없이 아무 요리에 넣어 먹어도 됨. 큰 용량에 비해 가격이 저렴한 것이 가장 큰 인기의 요인임

2



3. Mi Chinh Aji-no-moto (미 친 아지노 모토)

- 회사명 : Ajinomoto Viet Nam Company
- 현지 소비자 가격: VND 60,000
- 용량 : 1kg
- 상품 소개 : 국물이 있는 음식이나 볶음 음식을 조리할 때 음식의 간을 내기 위해 첨가하는 조미료임

3



4. Coca Cola / Pepsi Cola (코카콜라 / 펩시콜라)

- 회사명 : Coca Cola Company / Suntory Pepsico Vietnam Beverage Company
- 현지 소비자 가격 : VND 8,600(코카콜라) / VND 6,000(펩시콜라)
- 용량 : 330ml(코카콜라) / 400ml(펩시콜라)
- 상품소개 : 기름진 음식과 덥고 습한 기후로 인해 탄산음료의 소비가 높는데 그 중 콜라의 소비가 단연 일등임. 베트남 사람들은 콜라를 일반 식당에서 물처럼 음식과 함께 섭취함. 코카콜라와 펩시콜라는 우열을 가릴 수 없을 정도로 모두 인기가 좋음

4



5. Banh Gao One One (반 가오 원원)

- 회사명 : One One Company
- 현지 소비자 가격: VND 22,000
- 용량 : 150g
- 상품 소개 : 바삭바삭하고 고소한 식감을 자랑하는 베트남 대표 과자임. 짹짹한 맛(사진의 왼쪽)과 달콤한 맛(사진의 오른쪽) 두 가지 맛이 있음

5



한국에 비슷한 제품은?



- 상품명 : 매일우유 초콜릿
- 회사명 : 매일유업
- 상품 소개 : 초콜릿 맛과 딸기 맛 두 가지 종류가 있으며, 멸균우유로 상온에서도 장기간 보관이 가능함. 테트라 팩(Tetra Pack)에 담겨있어 휴대도 편리함



- 상품명 : 멸치한스푼
- 회사명 : (주) 대왕
- 상품 소개 : 100% 한국산 멸치를 사용하여 만든 맑은 액상타입의 멸치 소스임. 멸치를 사용하였지만 비린내 없이 깔끔하고 요리에 감칠맛을 더해줌

인기상품 TOP 10 | 쿵 마트 하노이(Hanoi)점

6. Hat Nem Knorr (햇 냄 노르)

- 회사명 : Unilever
- 현지 소비자 가격: VND 64,000(900g), VND 40,000(450g), VND 18,000(200g), VND 5,000(55g)
- 용량 : 900g, 450g, 200g, 55g
- 상품 소개 : 고기의 뼈 육수로 만든 조미료로 요리를 달콤하고 담백하게 해줌. 최근에는 버섯과 김으로 만든 조미료를 새로 출시함

6



7. Choco Pie (초코파이)

- 회사명 : Orion
- 현지 소비자 가격 : VND 40,000(12개入 1박스)
- 용량 : 380g
- 상품소개 : 초코 과자 속에 부드러운 크림이 들어 있어 달콤한 맛이 나는 한국 과자임, 베트남에서 정(情)이라는 이미지로 광고하여 뜨거운 호응을 얻고 있음

7



8. Nescafe café viet (네스카페 비엣)

- 회사명 : Nestle
- 현지 소비자 가격 : VND 52,000(16g 15개入)
- 용량 : 16g
- 상품 소개 : 포장지를 찢어서 우유나 물에 바로 타서 먹을 수 있는 인스턴트 커피임. 원두만 들어있는 블랙 커피 맛과 크림이 들어있는 커피 맛 두 가지 맛이 있음

8



9. Fino Vinamilk (피노 비나밀크)

- 회사명 : Vinamilk
- 현지 소비자 가격: VND 6,000
- 용량 : 220ml
- 상품 소개 : 패키지가 팩으로 되어 있어 간편하게 휴대하며 마실 수 있는 우유임. 무가당, 가당, 딸기 맛, 초코 맛과 같이 4가지 맛이 있음

9



10. Mien Phu Huong (미엔 푸 흥)

- 회사명 : Acecook Vietnam Company
- 현지 소비자 가격 : VND 210,000(55g 24개入 1박스)
- 용량 : 55g
- 상품 소개 : 라면과 같이 튀긴 면이 아니라 쌀국수와 비슷한 식감의 인스턴트 면임. 칼로리가 높지 않아 다이어트 중인 사람과 여성들에게 인기가 좋음

10



한국에 비슷한 제품은?



- 상품명 : 프렌치카페 카페믹스
- 회사명 : 남양유업
- 상품 소개 : 인스턴트 커피믹스로 크림이 들어있는 커피임. 크림에 첨가물인 카제인 대신 무지방 우유를 첨가하여 건강함을 강조하고 있음



- 상품명 : 컵누들
- 회사명 : 오뚜기
- 상품 소개 : 5가지 맛이 있으며, 튀기지 않은 당면을 사용하여 일반면보다 칼로리가 낮아 다이어트 식사용으로 안성맞춤임. 콜라겐을 100mg함유하여 여성들의 피부미용까지 고려한 제품임

하프로 마트 · HAPRO MART

기업 개요

기업명 : 하프로 마트(Hapro Mart)
 본사주소 : Ha noi Supermarket company, No 45 Hang Bo, Ha Noi, Vietnam
 홈페이지 : <http://www.haprogroun.vn/>, <http://www.hapromart.vn>

「하노이 트레이드 그룹」의 산하에 있는 「하노이 슈퍼마켓 컴퍼니」는 편의점, 슈퍼마켓, 식품 무역 및 하프로 하이퍼마켓 사업을 전개 중임. 신선식품, 가공식품, 해산물 등 다양한 식품과 더불어 전자제품, 의류, 기계류를 취급함

매장 현황

「하노이 슈퍼마켓 컴퍼니」와 합작투자 관계에 있는 「롱비엔 주식회사», 「트랑티 주식회사」가 34개의 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓을 보유함

Ha Noi	Thanh Luong	Thanh Tri	Viet Hung
Vinh Phuc	Quan Ba Dinh	Xuan Quang	Bac Kan
Nam bo	Thanh Cong	Gia Lam	Thanh Hoa
Cho Bui	Long Bien	Ninh Binh	Hai Duong

*주요 매장 위치



현지 유통매장 담당자 인터뷰

하노이점 식품 구매 담당자 | Mr. Le Hong Han

Q&A

Q1. 매장에서 인기 있는 음료 제품은 무엇입니까?

한국산 음료도 취급하고 있습니까? 만약 그렇다면 베트남 소비자들의 반응은 어떠합니까?

오렌지 주스와 우유, 코카콜라, 펩시콜라가 가장 인기가 좋습니다. 베트남 사람들은 물 대신 음료수를 많이 마시기 때문에 시중에 다양한 맛과 패키지의 음료수가 다수 존재합니다. 하지만 한국산 음료수는 취급하고 있지 않습니다. 베트남 사람들은 익숙한 맛을 먹어봤으면 그 제품을 계속 구매하기 때문에 선뜻 생소한 맛이 나는 수입산 제품을 구매하지 않는 경향이 있기 때문입니다.



*현지 매장 음료코너 전경

Q2. 현지에서 인기 있는 가공식품은 무엇입니까?

그리고 그 인기 요인은 무엇이라고 보십니까?

소스와 각종 양념, 인스턴트 면, 과자가 인기가 많습니다. 과자 중에서도 초콜릿이 함유된 과자가 인기가 많습니다. 오리온사의 초코파이의 매장에서 행사를 할 때 마다 없어서 못 팔 정도로 최고의 인기를 자랑합니다.

Q3. 판매되고 있는 한국산 가공 식품은 어떤 것이 있습니까?

베트남 소비자들의 반응은 어떠합니까?

캔디와 과자, 라면 제품이 있습니다. 오리온사의 과자가 가장 유명합니다. 포장의 디자인이 예쁘고 색감이 예뻐 소비하는 구매층이 있으나 가격이 비싸기 때문에 수요량이 많지는 않고 일부 고객층만 구매합니다.



*현지 매장 스낵코너 전경

Q4. 물건을 취급 또는 수입할 때 우선으로 고려하는 것이 있습니까? 그것이 무엇이며 해당 매장에 입점하기를 희망한다면 어떻게 해야 합니까?

당연히 품질과 가격을 동시에 고려합니다. 두 개의 요소를 만족시켜야 고객들의 수요가 생기기 때문입니다. 저희 매장은 직접 수입을 하지 않고 지정 무역회사로부터 간접 수입을 하고 있습니다.

▶ Marketer's Guide

대형 유통마켓에서는 한국 식품이 가격 경쟁력을 갖기 힘들다. 따라서 가격 협상이 가능하다면 대형 유통마켓으로의 진입을 추천하지만 그렇지 않다면 초기에는 베트남 현지인들이 한국 식품을 구매하기 위해 방문하는 한인 유통마트로의 진입을 추천한다.

인기상품 TOP 10 | 하프로 마트 하노이(Hanoi)점

1. Sua Chua Nha Dam (수아 찬 엔하 담)

- 회사명 : Vinamilk
- 현지 소비자 가격: VND 23,500
- 용량 : 100g
- 상품 소개 : 비나밀크의 2014년 신제품인 알로에 요구르트임. 베트남 사람들은 알로에를 워낙 좋아하기 때문에 늦게 출시되었음에도 인기가 많음. 무가당과 가당 두 종류로 나뉘어져 있음

1



2. Nuoc Tuong Maggi (누악 투앙 매기)

- 회사명 : Nestle
- 현지 소비자 가격 : VND 13,900
- 용량 : 300ml
- 상품 소개 : 베트남 사람들이 음식을 찍어먹는 디핑(dipping) 소스용으로 애용하는 간장 소스임. 싱싱한 콩을 주원료로 가공하여 담백하면서도 고소한 맛이 남. 2014년 하반기에 매운 맛 간장 소스도 출시함

2



3. Pate Gan (페이트 간)

- 회사명 : Halong Food Company
- 현지 소비자 가격: VND 19,500
- 용량 : 170g
- 상품 소개 : 돼지의 간과 지방질로 만들어진 가공식품임. 베트남 사람들은 아침에 주로 찹쌀 밥과 빵을 많이 먹는 편인데 이 때 이 제품을 곁들여서 먹음

3



4. Vi Huong Noodles (비 황 누들)

- 회사명 : Thien Huong Food Company
- 현지 소비자 가격 : VND 8,600
- 용량 : 65g
- 상품소개 : 베트남을 대표하는 인스턴트 면 제품임. 닭고기 샤브샤브 맛과 매운 새우 맛이 있음

4



5. Similak (시미락)

- 회사명 : Nutrition Viet Nam Company
- 현지 소비자 가격: VND 200,000
- 용량 : 400g
- 상품 소개 : 한국과는 달리 베트남에서는 취학 연령대에 달한 아이들까지 영양식 개념으로 분유를 먹기 때문에 분유 소비량이 아시아 국가 중에서 높은 편임. 'Similak'은 베트남 분유 시장에서 영양소가 많은 분유로 인기가 높은 분유임. 특히 소화기능을 강화시켜 발육을 돕는 기능을 함

5



한국에 비슷한 제품은?



- 상품명 : 요플레 오리지널
- 회사명 : 빙그레
- 상품 소개 : 30년 전통의 대한민국 1등 요플레로 프랑스 정통 요구르트 제조기술로 만들었음. 오리지널 맛과 딸기, 복숭아, 포도, 키위, 슈퍼베리, 블루베리 등 7가지 맛이 있으며 신선한 원유와 상큼한 과일의 만남으로 새콤달콤한 요플레임



- 상품명 : 아이엠마더
- 회사명 : 남양유업
- 상품 소개 : 100일, 6개월 전후, 24개월 후 단계로 분유가 나뉘어져 있음. 물에 잘 녹고 초유성분이 다량 함유되어 엄마들에게 인기가 높은 분유임

인기상품 TOP 10 | 하프로 마트 하노이(Hanoi)점

6. Choco Pie (초코파이)

- 회사명 : Orion
- 현지 소비자 가격 : VND 40,000(12개입 1박스)
- 용량 : 380g
- 상품소개 : 초코 과자 속에 부드러운 크림이 들어 있어 달콤한 맛이 나는 한국 과자임, 베트남에서 정(情)이라는 이미지로 광고하여 뜨거운 호응을 얻고 있음

6



7. Slide (슬라이드)

- 회사명 : Kinh Do Company
- 현지 소비자 가격 : VND 34,900
- 용량 : 160g
- 상품 소개 : 바삭바삭하고 짭조름한 감자 슬라이스 스낵임. 오리지널 맛, 매운 맛, 바비큐 맛, 싸워(sour) 크림과 양파 맛, 치즈 맛과 같이 5가지 맛이 있음

7



8. Nescafe 3 in 1 (네스카페 3 in 1)

- 회사명 : Nestle
- 현지 소비자 가격 : VND 92,400 (17g짜리 스틱 40개입)
- 용량 : 17g
- 상품 소개 : 진하고 풍부한 커피의 맛이 느껴지는 스틱형 인스턴트 커피임. 원두 커피 맛과 크림이 들어간 커피 맛, 두 가지 종류가 있음

8



9. Cha Gio (차 지오)

- 회사명 : Cautre Export Food Manufacture Company
- 현지 소비자 가격: VND 60,300
- 용량 : 500g
- 상품 소개 : 다진 돼지고기와 양파, 쌀 전병(rice paper), 마늘, 후추로 만든 돼지고기 월남쌈 튀김임. 냉동 가공식품으로 먹고 싶을 때 마다 소량 튀겨 먹음. 제품 안에 찍어 먹는 디핑(dipping) 소스도 함께 들어 있음

9



10. Xuc Xich Duc (숙 쉬크 독)

- 회사명 : Le Gourmet Company
- 현지 소비자 가격 : VND 94,500 (50g짜리 10개입)
- 용량 : 50g
- 상품 소개 : 베트남 사람들은 소시지를 좋아하는데 그 중에서도 독일산 소시지를 좋아함. 특히 'Le Gourmet' 브랜드의 소시지는 인지도도 높고 맛도 있어 인기가 좋음

10



한국에 비슷한 제품은?



- 상품명 : 오예스
- 회사명 : 해태제과
- 상품 소개 : 1984년 출시되어 지금까지 꾸준히 사랑받고 있는 초코 베이커리 제품임. 100% 생수로 만들어 촉촉하고 부드러운 것이 특징이며, 파티용 음식으로도 즐겨먹음



- 상품명 : 프라이م 리얼프랑크
- 회사명 : 목우촌
- 상품 소개 : 프라이팬에 살짝 구워먹는 소시지로 도시락 반찬으로 많이 먹음. 통통한 소시지로 식감을 살렸으며, 술안주로도 인기가 높음

TRADE PROCESS VIETNAM



베트남 식품 수출입 프로세스

OVERVIEW

베트남 수입 절차 6단계		
1	수출 계약	<ul style="list-style-type: none"> 거래선 발굴 계약진행
2	서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> 수입신고 서류 준비 식품위생안전 품질검사위한 서류 준비 통관 서류 준비
3	선적 / 운송	<ul style="list-style-type: none"> 관세사 통해 수출통관 진행 포워딩 업체 통해 목적지까지 운송
4	수입신고 / 검역	<ul style="list-style-type: none"> 보건청에 식품 수입을 신고 수입신고서와 관련 서류 검토 검역 검사 실시 식품위생안전 품질 검사 진행 검사 인증서 발급
5	세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> 세금 납부 = 제품가격+ 수입관세 + 부가세 * 수입 관세는 한·ASEAN FTA 관세율을 적용함 특히 주류, 농산물, 인삼의 관세율이 높음
6	통관 / 국내유통	<ul style="list-style-type: none"> 식품 안전 증명서(Safety Food License)를 제품 별로 받으면 통관이 가능 수입쿼터제도 시행으로 해당품목 확인

베트남 수입 부대조건

	서류 준비	항만, 터미널 처리	통관수속	내륙운송	필요서류
소요 기간	12 일	4 일	4 일	1일	<ul style="list-style-type: none"> 선하증권(B/L) 화물보관해제 주문서(CRO) 상업송장(Invoice) 세관 수입 신고서(CID) 검사증명서(Inspection Report) 포장명세서(Packing List) 필요 인증서 (기술표준, 위생 증명서) (Technical standard/health certificate) 터미널 처리 비용(THC)
소요 비용	130 달러	175 달러	95 달러	200 달러	

베트남의 식품 통관절차는 계약에서부터 현지 유통까지 아래의 6단계로 이루어짐



01

✓ 거래선(바이어) 발굴

B2B 거래사이트, 트레이드 디렉토리(Trade Directory)³⁴, 각 국의 무역 관련기관 또는 전시회를 통해서 바이어를 발굴한다. 필요한 경우 신용조사를 통해 믿을 수 있는 기업인지 확인한다.

수출계약

✓ 계약 진행

충분히 수출 가격을 검토한 후 구매자에게 희망조건을 명기한 제안서(비즈니스 오퍼)를 제출한다.

구매자가 제안서의 내용을 검토하고 승낙 여부를 결정하게 되는데, 이러한 과정에서 몇 차례 카운터오퍼(Counter offer)를 거친 후 계약이 성립 된다. 당사자들은 최종적으로 양측 간에 합의된 사항에 따라 가격, 선적, 결제, 포장 등의 조건을 명시한 수출 계약을 체결한다.

* 카운터 오퍼란?

판매자가 제안한 오퍼 내용에 대해 구매자가 가격, 수량, 선적일 등 기타 조건을 수정하여 다시 제시하는 오퍼를 말한다.

02

서류준비

✓ 수입신고 서류 준비

수입신고는 서면 제출과 전자통관이 가능하며, 수입 신고 시 필요한 서류는 다음과 같다.

- 식품 안전 위생 품질 기준 신고서 1부
- 기업의 기초 기준서 2부 : 식품수출기업의 직인, 인정기준, 생리화학기준, 미생물기준, 중금속기준, 식품첨가물기준, 사용기한, 사용방법, 보관방법, 제조공정
- 해당식품의 주요성분 및 안전위생기준에 대한 품질검사결과서 또는 베트남에서 지정한 기술기관의 검사결과인증서
- 식품수출기업 직인이 포함된 식품표시내용서 또는 상품표시제안서
- 원산지 국가의 관례당국으로부터 취득한 자유판매인증 및 보건인증
- 특수식품(의학적 치료에 사용되는 영양식품, 중환자 영양 공급을 위한 식품, 필수 영양소 보조 식품 및 기능성 식품)의 경우, 신고서류에는 연구 및 임상실험 결과, 기타 관련 자료가 첨부되어야 하며 보건부가 지정한 당국의 식품안전, 위생 및 품질분석 결과가 첨부되어야 함

✓ 식품위생안전 품질검사 서류준비

- 검역검사등록서
- 검사제품이 해당하는 품질기준 사본
- 통관절차에 필요한 서류
- 품질기준이 공표되어 있지 않은 식품에 대해서는 지정된 검사기관 또는 제조자에 의한 검사보고서
- 기타 검사의 간략화를 요구하는 것이 가능할 경우에는 그 증빙서류

✓ 8가지 통관 기본서류 준비

선하증권(Bill of Lading), 화물보관해제 주문서(Cargo release order), 상업송장(Commercial invoice), 세관수입 신고서(Customs import declaration), 검사증명서(Inspection report), 포장명세서(Packing List), 기술표준 및 위생 증명서(Technical standard/health certificate), 터미널 처리비용(Terminal Handling Charge)

34) 바이코리아(www.buykorea.org), 고비즈코리아(www.gobizkorea.com), EC21(www.ec21.com) 등

03

선적/운송

✓ 수출통관

수출통관은 기업이 직접 하거나 관세사를 통해 진행할 수 있다. 관세사는 세관에 수출신고 후 받은 수출신고필증을 기업이나 포워딩 업체에 교부한다. 기업이 수출통관을 직접 하는 경우에는 관세청 전자통관시스템 유니패스(Unipass)를 이용하면 물품신고, 세관검사, 세금납부 등의 절차를 세관을 방문하지 않고 온라인(www.unipass.or.kr)으로 처리 할 수 있다.

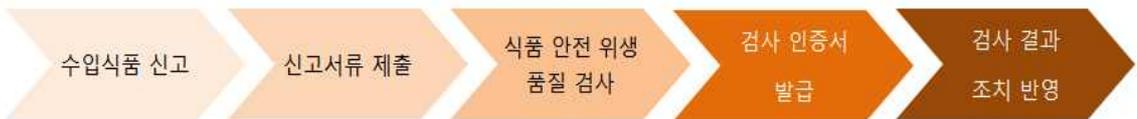
✓ 운송

인코텀즈(Incoterms) 조건에 따라 수출업자나 수입업자가 포워딩 업체를 지정하고, 운송을 의뢰받은 포워딩 업체는 내륙운송 및 해상운송을 통해 목적지까지의 운송 전 과정 혹은 일부과정을 책임진다.

04

수입신고 / 검역

✓ 베트남의 식품 수입절차 5단계와 절차별 상세사항



수입 식품이 베트남의 국경 관문에 도착하면, 30일 이내로 보건부의 식품관리청에 수입신고를 한다. 제출된 수입신고서와 기타서류 검토에 15일이 소요된다. 품질 기준 신고대로 작성된 서류로 확인되면 검역이 실시된다. 검역을 통과한 식품은 수입신고 등록일로부터 30일 이내 식품 안전위생 품질검사가 시행된다. 식품 안전위생 품질검사에서 적합성 판정을 받은 수입식품은 검사인증서가 발급되고 보세구역에서 반출된다. 품질검사를 통과하지 못한 식품은 재처리, 폐기, 반송된다.

✓ 가공식품 검역절차 상세사항

가공식품에 해당되는 하단의 품목들은 베트남에 도착하기 5일 전에 검역 검사를 반드시 신청한다. 물품이 도착하면 보건부에 관련 서류를 제출한다. 서류를 받은 검사기관은 검사일정을 통지한다. 검사기관은 상품 종류, 규격, 포장, 라벨, 수량과 샘플을 분석한 뒤, 베트남의 식품관련 국가기준(TCVN)과 비교하여 검역의 통과여부를 판단한다. 검역을 통과한 수입식품은 식품안전검사를 신청한다. 특히 음료, 유제품, 유지, 전분, 제과류는 상공부의 관할로 분류되어 식품안전 검사가 별도로 진행된다.

- 유지류 : 동물성, 식물성 유지
- 음료 : 우유, 각종 유제품, 우유 조제품 / 커피, 차 / 알콜 음료
- 제과 : 설탕과자, 베이커리 제품, 카카오 성분 함유된 각종 조제품
- 원료 : 설탕, 카카오, 전분, 후추, 조미료, 식초, 식품 첨가물
- 가공식품 : 야채, 과일로 만든 조제품, 육(肉) 가공식품, 어육가공식품
- 건강기능식품
- * 상기 제품들의 내용물뿐 아니라 포장재도 검역이 실시됨

✓ 품목별 수입절차 상세사항 - 동물성 식품

동물성 식품의 경우, 수입업체는 반드시 수출국의 식품위생 및 안전기준을 준수했다는 증명서를 보유하고 있어야하며 통관 시 베트남 당국이 검사한 물품만이 유통 가능하다.

✓ 품목별 검역절차 상세사항 - 식물성 식품

식물성 제품의 경우, 베트남이 수출국으로 인정한 국가만이 수출이 가능하며 한국은 2011년 11월 1월부터 수출국으로 인정받아 식물성 제품의 수출이 가능하다.

✓ 품목별 검역절차 상세사항 - 건강보조식품

건강식품의 경우, 수출국에서 발행한 자유판매증명서(Certificate of Free Sale: CFS)가 필요하다.

- 건강식품으로 분류되는 제품 : 기능성식품, 미량 영양소, 보조식품, 식품첨가물, 음용수, 광천수

05

✓ 세금 납부

수입 제품의 납부 금액은 제품가격과 수입관세, 부가세를 합친 금액이다. 품목에 따라 특별 소비세율이 추가되며, 주류가 해당된다.

세금납부

✓ 수입 관세 납부

베트남의 평균 수입 관세율은 17.4%이지만 베트남과 한국은 한·ASEAN FTA 관세율이 적용되어 평균 4.7%를 적용받고 있다. 한·ASEAN FTA를 적용받는 국가들 중 베트남으로 수출되는 상품의 63%가 무관세를 적용받고 있으며, 한국에서 베트남으로 수출되는 제품의 45%가 0~5%의 관세율을 적용받고 있다. 비교적으로 농산물과 주류에 적용되는 수입 관세율이 높은 편이다. 특히 주류 관세율은 현행 관세율 보다 인상될 예정이며 2015년 7월 1일부터 적용된다.

구분	현행 관세율	인상 예정 세율
20도 이상 주류	50%	65%
20도 미만 주류	25%	35%
맥주	50%	65%
탄산음료	0%	10%

- 농산물의 현행 관세율 : 21%
- 인삼 관세율 : 한국 인삼제품은 보통 건강보조식품으로 분류되어 품목에 따라 10~20%의 관세가 적용됨. 추가로 30%의 수입관세와 10%의 부가세가 적용됨

06

✓ 통관 상세사항

베트남 식품 관리청에서 발행하는 식품 안전 증명서(SAFETY FOOD LICENSE)를 제품 별로 받아야 통관이 가능하며, 품목 당 30달러(USD)의 수수료가 발생한다. 모든 통관절차를 마친 화물은 보세구역에서 반출되어 베트남 현지에서 유통이 가능하다.

통관 / 국내유통

✓ 베트남의 수입쿼터제도

베트남은 수입쿼터 제도를 시행하고 있다. 이 제도는 베트남 경제에 영향을 주는 제품의 수입량을 제한하거나 수입을 금지하는 것이다. 수입쿼터 관리 대상 품목은 수시로 변경될 수 있으며 무역부가 통제하고 있다. 현재 수입쿼터가 적용되고 있는 물품은 아래와 같다.

- 계란, 오리알, 기타알 : 3,800 Dozon 제한
- 설탕 250,000 Ton 제한
- 소금 102,000 Ton제한

07

라벨링

✓ 라벨링

베트남에 수입·유통되는 상품은 라벨링 법령에 따라 반드시 라벨을 부착해야 한다. 라벨지의 내용은 베트남어로 작성되어야 하며 본 라벨을 부착하고 식품위생안전 품질검사를 받아야한다. 포장지 없이 소비자에게 직접 판매되는 신선식품은 따로 라벨을 부착할 필요가 없다. 베트남의 식품 라벨지는 품목 별로 필수 기재사항이 다르다.

<라벨링 필수 기재사항>

- 상품명, 상품을 책임지는 개인 또는 단체 이름 및 주소, 중량, 제조일자, 유통기한, 상품 원산지

<품목 별 라벨링 필수 기재사항>

- 곡물 : 중량, 제조일자, 유통기한
- 식품 : 중량, 제조 일자, 유통기한, 구성성분 및 중량성분, 위생과 안전에 대한 경고, 사용법, 보관 안내
- 음료(술 제외) : 중량, 제조 일자, 유통기한, 구성성분 및 중량성분, 위생과 안전에 대한 경고, 사용법, 보관 안내
- 술 : 중량, 에탄올 함량, 보관 안내(와인만 해당)
- 식품의 첨가물 : 중량, 제조 일자, 유통기한, 중량 성분, 사용법, 보관 안내



상품명

구성성분 및 중량성분

상품을 책임지는 개인 또는 단체이름 및 주소, 원산지

*제조일자 및 유통기한은 앞면에 별도 표기함

< 라벨링 표기법 샘플 >

08

식품 규제

✓ 포장용기 관련하여 별도의 규제사항이 마련되어 있다. 베트남 보건부는 용기에서 식품으로 녹아드는 중금속의 최대 허용량 수치를 용기의 크기와 형태, 소재 별로 상세히 규정하고 있다.

포장재는 보건부 장관이 규정한 기술적 기준을 충족시킨 소재만을 사용해야하며, 유통 전 당국의 규제에 따르고 있음을 통보해야한다. 식품안전법 제18조에 따라 플라스틱 용기는 QCVN 12-1:2011/BYT, 고무 용기는 QCVN 12-1:2011/BYT, 금속제 용기는 QCVN 12-3:2011/BYT 규격을 따르고 있다

✓ 식품첨가물도 별도의 규제사항이 존재하며, 보건부 장관의 인가를 받은 첨가물 리스트 내에서만 사용이 가능하며, 유통 전에 본 규정을 준수하고 있음을 당국에 통보해야한다.

09

수입 식품
검사기관

✓ 보건부(Ministry of Health of Vietnam, MOH)

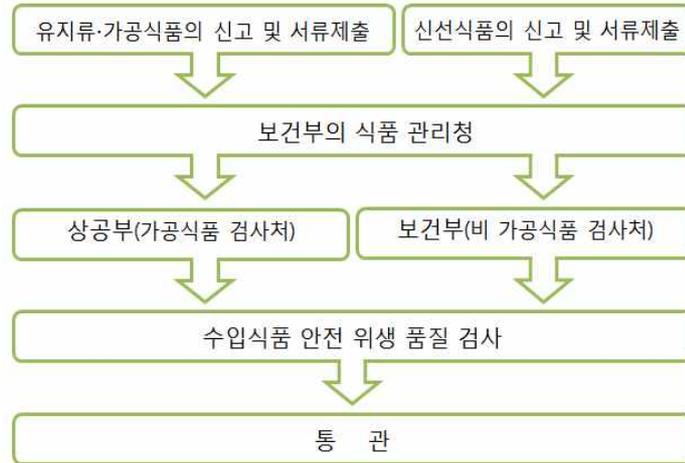
- 주요 업무 : 식품, 화장품, 의약품의 위생과 안전을 총괄적으로 관리, 감독하며, 식품관리청을 하위 조직으로 관리하고 있음

✓ 식품관리청(Department of Food Administration)

- 소속 : 보건부
- 주요 업무 : 식품 위생과 안전을 관리, 감독함

10

품목별
수입절차



<품목 별 수입절차 요약>

수입식품은 보건부의 식품 관리청에 수입식품을 신고하고, 관련 서류를 제출한다. 베트남 도착 5일전 보건부에 검역 신고도 함께 신청한다. 보건부에서 진행되는 검역을 통과하면, 수입식품 안전위생 품질검사를 시행한다. 이 때, 품질검사는 품목에 따라 각기 다른 부서에서 진행된다. 음료, 제과, 식품첨가물(설탕, 식초, 조미료 등), 육가공식품, 야채·과일 가공식품은 상공부에서 검사를 진행하며 가공식품 외에 기타식품은 보건부에서 품질검사를 진행한다. 검사를 통과하면 검사인증서가 발급되며 통관이 완료된다.

✓ 가공식품 수입시 검역제도

- 필수 준비 서류
 - 검역검사등록서
 - 검사제품이 해당하는 품질기준 사본
 - 통관절차에 필요한 서류
 - 품질기준이 공표되어 있지 않은 식품에 대해서는 지정된 검사기관 또는 제조자에 의한 검사보고서
 - 기타 검사의 간략화를 요구하는 것이 가능할 경우에는 그 증빙서류

✓ 신선 농산물 수입시 검역제도

농업농촌개발부가 발행한 39/2012/TT-BNNPTNT 시행령에 따르면 2012년 9월부터 아래와 같은 수입신선식품은 수입하기 전에 병충해 위험성 검역 검사(Pest Risk Analysis: PRA)를 받아야 한다.

나무 및 재배에 사용된 나무 종자, 신선 과일, 잔디 및 잔디 종자 종류, 유용한 생물 및 식물 자원에 해로운 기타 생물, 목재 및 검역 받지 않은 자른 목재

- 필수 준비 서류
 - 수입식품 검역 신청서(부록1에 양식 첨부)
 - PRA 분석을 실행하기 위하여 관련한 서류를 제출(부록2)

✓ 건강 기능식품 수입시 검역제도

특수식품(의학적 치료에 사용되는 영양식품, 중환자 영양공급을 위한 식품, 필수 영양소 보조 식품 및 기능성 식품)의 경우, 준비서류에는 필수 서류 외에 연구 및 임상 실험결과 기타 자료가 별도로 첨부되어야 함

EXHIBITION INFORMATION VIETNAM



전시회
정보

19th 베트남 식품·포장 기술 박람회

VIETFOOD & PROPACK VIETNAM 2015

오는 2015년에 9월에 개최될 「VIETFOOD & PROPACK」는 전년도 보다 약 7,000m² 넓어진 규모로 개최될 예정이다. 베트남의 식품 시장의 발전 속도에 발맞춰 본 전시회의 규모도 함께 성장하고 있다. 베트남의 식품소비는 최근 3년 동안 평균 25% 이상 성장하고 있으며, 식품 지출비중이 큰 저소득 국가로서 이러한 상승세는 지속될 것으로 보인다. 잠재적 성장 가능성이 높은 베트남 식품시장을 진출하기 위한 첫 걸음으로서 「VIETFOOD & PROPACK」 참여를 준비해보자.



〈한국관에 물려있는 베트남 현지인〉



〈2014년 전시회 전경〉



■ 전시개요

「VIETFOOD & PROPACK」은 1996년부터 매년 개최되어 올해로 19회를 맞이하는 베트남 최대 식품·식품포장 전문 박람회이다. 오는 2015년 9월 9일부터 12일까지 4일간 호치민시 '탄빈 국제 전시·컨벤션 센터(Tan Binh International Exhibition & Convention Center)'에서 열릴 예정이다.

「VIETFOOD & PROPACK」의 관계자는 2012년에 참가했던 참가자의 75%가 2013년에 다시 신청을 할 정도로 전시회 만족도가 높다고 전한다. 그만큼 본 전시회에 참가함으로써 인해 효과적인 제품 마케팅이 가능했고 베트남 식품시장에서 선도적인 비즈니스 파트너와의 만남이 가능했기 때문이다.

본 박람회는 베트남 무역산업부와 베트남 국가무역박람회 및 광고회사가 주최하고, 호치민시 식품협회와 베트남 맥주·음료·알콜 협회, 수산물 생산·수출 협회가 공동주최 한다. 또한 호치민 인민위원회, 베트남 농림부, 베트남 보건부가 후원하여 베트남 내 공식적인 식품 무역박람회로 자리 잡았다.

「VIETFOOD & PROPACK」에는 식품 음료 관련 도매, 소매업자, 유통업자, 레스토랑, 호텔, 케이터링 서비스, 식품 포장제조업자, 식품을 마케팅 해주는 에이전트까지 다양한 식품 음료 관련 전문 종사자가 방문할 예정이다. 이번 전시회 참여 품목은 크게 가공식품, 신선식품, 건강기능식품, 식품 제조·포장·위생 관련 기계 품목으로 나누어진다.

■ 전년도 분석

「VIETFOOD & PROPACK」의 2014년 전시회 참가 부스는 총 378부스이며 305개사에서 참가하였다. 일본, 한국, 대만, 중국, 베트남, 인도네시아, 필리핀 등 18개국으로부터 일반 참가자는 4,018명, 무역 전문 업자는 9,615명이 방문하였다.

「VIETFOOD & PROPACK」 내방객을 대상으로 전시회 참여 목적에 관해 설문한 결과, 방문자의 70%가 새로운 제품을 소싱하기 위해서 혹은 새로운 사업 파트너를 구하기 위해 전시회를 방문했다고 대답했다. 또한 방문자의 84%가 제품을 바로 구매할 의향을 가지고 전시회에 참여했다고 대답했다. 본 전시회가 베트남 식품시장에 진출하고 싶은 해외 바이어들에게 전문성을 갖춘 현지 수입·유통 업자를 만날 수 있는 기회의 장이 될 것이다.

「VIETFOOD & PROPACK」은 상담회 이외에도 다양한 행사를 마련하였다. 전시회 기간 동안 식품 관련 전문 세미나와 회의를 개최하여 베트남의 식품 시장 관련 소식뿐 아니라 전 세계 다양한 식품 시장 정보를 공유할 수 있도록 하였다. 또한 해외 바이어들과 일대일 미팅도 주선하여 실질적인 수출 계약을 이끌어 낼 수 있도록 장려하였다. 요리대회와 베트남 음료 페스티벌도 개최하여 전문 내방객 이외의 방문자들도 전시회를 즐길 수 있도록 구성하였다.

전시회 장소



전시회 주최 장소인 ‘탄빈 국제 전시·컨벤션 센터(Tan Binh International Exhibition & Convention Center, TBICC)’는 베트남의 대표 경제도시인 호치민시에 위치한다. 교통과 숙박이 편리하며 탄 손 낫(Tan Son Nhat) 국제공항에서 10분 거리에 위치하여 접근성이 용이하다. 본 전시회장은 규모에 따라 장소의 조절이 가능하며 케이블 트렌치, 중앙집중식 에어컨 시스템 등 다양한 현대적 설비를 갖추고 있다.

전시회 신청

온라인으로 사전 등록 신청을 받고 있으며 참가신청서와 카탈로그 양식을 함께 기입하여 제출한다. 카탈로그 양식은 전시회 공식 카탈로그에 홍보를 하고 싶은 업체들만 기입하며 공식 카탈로그의 홍보 서비스는 별도의 비용이 요구된다. 전시회 참가 신청을 제출하면, 부스신청 비용의 50%를 미리 선납하며 총 비용을 미리 납부해도 된다. 비용은 하단 URL에 명시된 계좌로 송금한다. 본 전시회 참가비용은 2015년 9월 9일(전시회 개최일) 전까지 납부해야 한다.

VIETFOOD & BEVERAGE - PROPACK VIETNAM

- We are interested in exhibiting in Vietfood & Beverage - ProPack 2015
- Please send us a space proposal forsqm for our consideration
- We are interested to visit. Please send us visitor information closer to the event.

Name (Mr/Ms):

Title:

Company:

Address:

Website:

Email:

Tel:

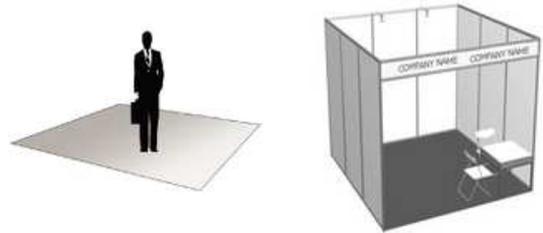
Fax:

전시회 사전등록 URL :
http://www.foodexvietnam.com/eng/index.php/146_regshop/Registration-Booth.html

한편, 본 전시회는 공식 카탈로그에 들어갈 홍보지 제작에 별도의 비용을 요구한다. 카탈로그 홍보에 참여하고 싶은 업체만 본 서비스를 신청한다. 전시회 참가 신청 시 함께 신청한다.

- 내부 앞표지에 광고할 경우 : 800달러(USD)
- 외부 뒷표지에 광고할 경우 : 800달러(USD)
- 내부 뒷표지에 광고할 경우 : 800달러(USD)
- 내부 광고할 경우 : 600달러(USD)

부스 배경



전시회 독립부스는 최소 30스퀘어미터(sqm)이며, 1스퀘어미터(sqm)당 250달러(USD)이다. 대신 독립부스의 경우, 전력과 카펫이 제공되지 않는다. 표준부스는 최소 9스퀘어미터(sqm)이며 1부스 당 2,400달러(USD)이다. 프리미엄 부스도 있지만 아직 가격은 미정이다. 표준 부스에는 3m×3m 사이즈의 카펫, 파티션 3개, 의자 2개, 접수 카운터, 형광등2개, 220V 전력이 제공된다.

Marketer's Guide

- 전시회 규모 ★★★★★☆
- 전시회 지명도 ★★★★★☆
- 부스배정 난이도 ★★★★★☆
- 부대행사 개수 ★★★★★☆

✓ Vietnam National Trade Fair & Advertising Company - VINEXAD

주소 : No.9 Dinh Le, Hoan Kiem, Ha Noi
 Tel : + 84-4 3 8255546 (ext: 436)
 Fax : + 84-4 3825 5556
 Email : vietfood@vinexad.com.vn
 Web : www.vinexad.com.vn

★ 베트남 기타 유명 전시회

Food & Hotel Vietnam 2015

전시회 개요

개최 일자	2015/04/21 ~ 2015/04/23 (매년 개최)	
개최 도시 및 전시 장소	하노이, Saigon Exhibition & Convention Center (SECC)	
전시 품목	식품, 음료, 제과·제빵, 호텔 관련 장비	
전시회 간략소개	베트남의 식품 및 호텔 서비스 전문 박람회로 베트남뿐 아니라 인도차이나 반도로의 진출을 계획하는 해외바이어를 대상으로 함	

전년도 분석

참가국 정보	35개국, 317개사, 546명	
개최국 정보	117개사, 9,102명	
방문자 정보	총 9,648명 방문	
주최자 정보	Singapore Exhibition Services(SES) 주최 & VCCI Exhibition Service Co.,Ltd 공동 주최	

전시회 신청 및 부스배정

신청 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 사전 참가 등록 일정 : 2015년 4월 15일에 2차 마감예정 • 사전 참가등록을 신청한 후 주최 측 승인이 나면 사전 등록번호가 포함된 사전등록 확인서가 이메일로 전송됨. 사전 등록 절차는 3일이 소요되며 전시회 개최 1달 전 입장 배지가 발송됨
참가 비용	참가비용은 없으며, 선택 부스에 따라 총비용이 달라짐
부스 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 독립식 부스 : 480달러(USD) / sqm - 표준 부스 쉘 타입 : 540달러(USD) / sqm - 표준 부스 패키지 타입 : 558달러(USD) / sqm - 프리미엄 부스 : 568달러(USD) / sqm
신청서 URL	foodnhotelvietnam.com/pre-reg

Marketer's Guide

전시회 규모	★★★★☆	✓Vietnam Representative Office <ul style="list-style-type: none"> • 주소 : 126 Nguyen Thi Minh Khai St Itaxa Building, Unit No. 701,7th Floor, Ward 6, District 3. Chi Minh City, Vietnam • Tel : + 84 8 3930 7618 • Fax : + 84 8 3930 7616 • Email : exhibit@vietallworld.com • Webpage : foodnhotelvietnam.com
전시회 지명도	★★★★☆	
부스배정 난이도	★★★★☆	
부대행사 개수	★★★★☆	

Food Ingredients Vietnam 2015

전시회 개요

개최 일자	2015/05/20 ~ 2015/05/22 (매년 개최)	
개최 도시 및 전시 장소	호치민시 Saigon Exhibition & convention Center - HCMC	
전시 품목	식품 첨가물	
전시회 간략소개	1986년부터 개최된 식품 첨가물 전문 전시회	

전년도 분석

참가자 정보	37개국 / 1,135명	
개최국 정보	150개 부스 / 2,500명	
방문자 정보	총 3,635명 방문함	
전년도 전시 정보 특징	방문자의 60%가 구매 결정권자이며 69%가 구매 의향이 있음	
주최자 정보	The Fi Global Portfolio 주최	

전시회 신청 및 부스배정

신청방법	온라인으로 사전 등록 신청을 받고 있음
참가비용	참가비용은 없으며, 선택 부스에 따라 총비용이 달라짐
부스정보	<ul style="list-style-type: none"> • 독립 부스 <ul style="list-style-type: none"> - 공간 임대 : 최소 12s.qm - 독립 부스 비용 : 332유로(EUR) / s.qm • 표준 부스 <ul style="list-style-type: none"> - 공간 임대 : 최소 12s.qm - 부스 비용 : 383유로(EUR) / s.qm
신청서 URL	http://www.figlobal.com/vietnam/exhibit/book-your-stand

Marketer's Guide

전시회 규모	★★★★☆	✓VIETNAM-Representative Office of UBM Asia in Ho Chi Minh City • Tel : + 84 8 5401 2718 • Fax : + 84 8 5401 2717 • Email : Thao.Nguyen@ubm.com • Webpage : www.figlobal.com
전시회 지명도	★★★★☆	
부스배정 난이도	★★★☆☆	
부대행사 개수	★★★☆☆	

2015년 주요 전시일정

02~04

품목 별 전시회	개최 전시회수
종합식품	

 15/02/05~16

2015 Vietnam Hanoi Spring Fair

장소 Central Vietnam Exhibition Fair (VEFAC)
 품목 식품·음료, 패션·잡화, 전기전자
 홈페이지 www.hoichoxuan.com.vn

 15/04/15~18

VIETNAM EXPO 2015
 International Trade Fair 25th Vietnam

장소 Central Vietnam Exhibition Fair (VEFAC)
 품목 식품·음료, 패션·잡화, 전기전자,
 가구, 건설, 기계 등
 홈페이지 vietnamexpo.com.vn

 14/04/21~23

Food & Hotel Vietnam 2015

장소 Saigon Exhibition & Convention Center (SECC)
 품목 식품·음료, 제과·제빵
 홈페이지 foodnhotelvietnam.com

05~09

품목 별 전시회	개최 전시회수
종합식품	
특이식품	

 15/05/13~16

Vietnam Food Expo

장소 Saigon Exhibition & Convention Center (SECC)
 품목 식품·음료
 홈페이지 www.vietnamfoodexpo.com

 15/05/20~22

Food Ingredients Vietnam 2015

장소 Saigon Exhibition & Convention Center (SECC)
 품목 식품 첨가물
 홈페이지 www.figlobal.com

 15/09/09~12

Food & Hotel Vietnam 2015

장소 Saigon Exhibition & Convention Center (SECC)
 품목 식품·음료, 제과·제빵
 홈페이지 foodnhotelvietnam.com

FOCUS INTERVIEW

VIETNAM



수출 성공기업
인터뷰



조호준 대리 인터뷰

정성이 곧 맛의 깊이입니다, (주)영풍 건강한 맛으로 베트남 시장에 도전장을 내밀다



(주)영풍 해외무역담당 조호준 대리

*“고객의 소리에 먼저 귀 기울일 줄 아는
정직한 자세로 우리음식 고유의 맛과 정성을
세계에 전하는 기업이 되겠습니다”*

1993년 설립한 이래 부침개, 잡채, 호떡, 떡볶이 등 한국 고유의 음식을 생산하여 일본 수출을 시작으로 현재 인도네시아, 베트남, 홍콩, 중국을 포함한 아시아 국가와 미국, 유럽 등에 제품을 판매하고 있으며 향후 인도와 뉴질랜드, 미 진출 유럽 국가로 수출을 확대해 나갈 계획이다.

경제성장으로 인해 증가한 국민소득의 영향으로 먹거리에 관심이 높아지고, 한류열풍의 중심에서 한국문화를 사랑하는 베트남인들의 입맛을 사로잡아 그들의 식탁 한 칸에 떡볶이를 도입시킨 (주)영풍의 노하우와 수출을 위한 유의사항은 무엇인지 해외영업 담당 조호준 대리님을 통해 직접 살펴보았다.



< 요뽕끼 제품 >

Q1. 베트남 시장에 진출하여 성장하고 있는 ㈜영풍의 소개를 부탁드립니다.

㈜영풍은 1993년 설립 이래 농·축산가공식품을 생산 및 판매하는 기업으로 떡볶이, 돈까스, 부침개, 호떡 등의 제품을 취급하고 있습니다. 맛다운은 "맛을 충족시킨다" 라는 의미로 이것은 영풍이 현대인들의 입맛에 맞게 개발시킨 독창적인 브랜드입니다. 영풍은 안전하고도 영양이 풍부한 우리 고유의 음식을 편리하고 간편하게 즐길 수 있는 가공식품을 제공하고자 합니다. 또한 신선한 국내산 재료만을 사용하고, 착색제나 방부제를 사용하는 대신 자연재료를 사용하여 노력합니다. 저희 영풍은 내수시장 판매는 물론이고, 지속적인 해외 홍보활동을 통해 10여년 간 일본, 미국, 홍콩등지로 수출을 하면서 우리 고유의 전통 품의 세계화 및 우수성을 알리는데 앞장서고 있습니다. 이로 인해 현재 수출비중이 전체 매출의 80%를 차지하게 되었고 2012년에 백 만불 수출 탑 상을 수상한 바 있습니다.

식품을 통하여 건강을 추구할수 있다는 일념으로 사람들에게 건강한 식품을 제공하기 위해 영풍은 끊임없이 연구 개발 중입니다.

Q2. ㈜영풍이 베트남에 진출하게 된 계기(동기)는 무엇입니까?

또한 베트남 진출 루트는 어떻게 발굴하였고, 어떻게 확장하였습니까?

*"구매력과
한류에 대한
인지도가 있는
젊은 층을 공략"*

베트남은 인구 9천만 명의 큰 내수시장, 풍부한 인적 및 천연자원 그리고 아세안의 지정학적 요충지로서 매력적인 국가입니다. 또한 베트남은 아시아 10개국 중 싱가포르에 이어 한국의 2위 교역 대국이며 2,700여 한국 기업이 진출해 있는 중요한 경제적 파트너이기도 합니다. 산업화와 빠른 경제성장으로 인해 막강한 구매력을 가진 젊은 층이 두터워졌으며 이들의 식품 소비형태가 과거와는 달리 인스턴트 식품, Ready to eat 제품을 많이 선호하는 것으로 나타나고 있습니다. 이와 같은 정황으로 보아 베트남에 저희 제품의 잠재고객이 다수 존재할 것으로 판단되어 진출을 결심하였습니다. 저희 제품은 인스턴트 식품이고 한류에 대한 인지도가 있는 젊은 층을 대상으로 제조하였기 때문입니다.

베트남 진출 루트는 해외 전시회를 통해 발굴하였습니다. 영풍은 연간 15~20회 가량의 해외 전시회에 참가하고 있습니다. 저희 제품의 최대 강점인 맛을 직접 홍보할 수 있는 수단으로 전시회만큼 가장 좋은 수단은 없다고 생각하기 때문입니다. 다수의 전시회에 참가하면서 많은 바이어들과 비즈니스 미팅을 갖고 그들과 지속적으로 컨택을 하고 있습니다. 루트 확장은 주로 컨택이 된 바이어들에게 마트에서 시식행사를 진행할 수 있도록 또는 마켓 테스트를 위한 물량을 지원해 주어 홍보를 통해 시도하고 있습니다.

Q3. 베트남 수출의 주력 제품인 ㈜영풍의 '요뽕끼'가 갖고 있는 제품 경쟁력은 무엇입니까?

*"맛의 현지화,
끊임없는 연구개발"*

첫 번째 경쟁력은 바로 유통기한입니다. 특수공법으로 제조하여 방부제 없이도 상온에서 8개월 동안 보관이 가능합니다. 이와 같이 냉동 및 냉장에 구매받지 않아도 물류비용이 크게 절감되고, 무엇보다 냉동 컨테이너나 물류창고가 구비되어있지 않은 개발도상국에도 수출이 가능하기 때문에 상온에서의 유통기한에 바이어들이 가장 큰 매력을 느끼는 것 같습니다. 장점을 극대화하고자 더 나아가 상온에서 1년 동안 보관할 수 있도록 지금도 꾸준히 연구하고 있습니다.

두 번째 경쟁력은 맛의 현지화라고 생각합니다. 주요 수출국이 매운맛에 익숙하지 않고 단 맛을 좋아하는 동남아시아이기 때문에 소스맛을 달리하여 수출하고 있습니다. 매운 맛을 없애기 보다는 매운 맛을 조금 줄여 매콤달콤한 맛으로 진출하니 반응도 좋았고 재구매율이 높았습니다. 최근에는 치즈 맛을 좋아하는 일본, 호주, 홍콩 등의 국가를 타깃으로 한 치즈맛을 출시한 바 있습니다.

Q4. 베트남 진출에 많은 어려움이 따랐을 것으로 예상됩니다. 수출을 함에 있어 가장 어려웠던 점이 무엇이었는지 어떻게 극복하였는지 여쭙고 싶습니다.

베트남 시장의 어려움이라고 하면 마트에 입점할 때 수출업자가 입점비용을 부담해야 한다는 것입니다. 영풍의 제품은 간편조리 식품으로서 주로 대형유통마트 쪽으로 납품이 되는데 이 때 시식행사를 위한 대량 물량지원을 무료로 요구하기도 하고 입점비용을 지불해야 한다는 어려움이 있었습니다. 어차피 맛으로 소비자들에게 어필을 하고자 하였으므로 시식행사를 위한 물량지원은 아끼지 않아 오히려 재구매율을 높여 판매증가로 이어지게 하였습니다. 또한 첫 컨택에서 거래까지 시간이 너무 오래 걸린다는 점이 힘들었습니다. 다른 국가의 바이어들과 첫 컨택에서 거래까지 이어지는 기간의 평균은 6~8개월인 반면에 베트남의 경우는 1년에서 그 이상이 걸렸습니다. 원래 국가 특성상 피드백이 느린 것이기에 조금씩 하지 않고 인내심을 갖고 꾸준히 연락을 취해 거래를 성사시키게 되었습니다.

*“전 세계에 한국
고유의 맛을
소개하고자”*

Q5. 현재 진출한 시장과 향후 개척할 新시장은 어디 입니까? 그 이유는 무엇입니까?

2011년 일본과 홍콩으로 처음 진출한 뒤로 인도네시아 베트남, 미국, 호주 등에 진출하였습니다. B2C용으로는 부침개와 떡볶이 간편조리 식품을, B2B용으로는 떡볶이 떡, 호떡 제품을 주력 제품으로 수출하고 있습니다.

향후에는 인도시장과 유럽시장으로 진출하고 싶습니다. 인도시장을 선택한 이유는 지리적으로 멀지 않고 인구수가 워낙 많아 잠재 고객이 다수 존재한다는 매력 때문입니다. 또한 서양 사람들이 ‘떡’을 씹는 질감에 거부반응이 있어 진출이 힘들었던 반면에 인도는 사전 시장조사 결과 떡에 대한 거부감이 없다고 하여 영풍의 제품을 받아들이기 쉬운 것 같아 향후 진출을 계획하고 있습니다.

유럽으로는 현재 이탈리아, 네덜란드, 뉴질랜드, 스위스에 수출중이나 화교권 시장 위주로 진출하고 있기 때문에 가능하다면 현지 시장으로 진출해 볼 생각입니다.

*“적극적인 전시회
참가와 장기적인
안목으로 진출해야”*

Q6. 마지막으로, 베트남 진출을 일구어 낸 담당자로서 베트남 시장에 진출하고자 하는 국내 기업들에게 한 말씀 부탁드립니다.

첫 번째, 시장에 처음으로 제품을 홍보할 때는 특정한 소수를 타겟으로 홍보하기 보다는 불특정 다수에게 홍보하는 것을 추천합니다. 불특정 다수에게 홍보하는 데 가장 좋은 방법은 시식이라고 생각합니다. 이를 위해 전시회에 참가할 때 B2B 전시회도 좋지만 제품의 시장성을 평가받을 수 있고 소비자들의 반응을 그 자리에서 들을 수 있는 B2C 전시회에 자주 참가하는 것을 추천합니다.

두 번째, 베트남 진출 시 특히 인내심을 갖고 기다려야 합니다. 베트남은 특히 여유를 갖고 꾸준히 바이어와 상호 컨택하면 열리는 시장인 것 같습니다. 식품을 수출할 때 내야 하는 분석증명서(COA)에 대한 명확한 지침이 없어 수입에 난항을 겪기도 하고 예상치 못하게 수출 통관 및 검역 단계에서 많은 시간이 소요되기도 하므로 현지 바이어들과 함께 지속적으로 꾸준히 연락하며 철저히 준비해야만 합니다. 따라서 단기에 성과가 나지 않거나 바이어로 부터 긍정적인 답변을 못 듣는다 하여도 낙심하지 않고 기다린다면 베트남 수출길이 활짝 열릴 것입니다

BUYER INFO. VIETNAM



베트남 식품 바이어

I 신선 식품

1. Dung Thanh Dat Import Export Services Trading



기본 정보	
기업명	Dung Thanh Dat Import Export Services Trading Co.,Ltd
홈페이지	cungcaphucphamsach.blogspot.com
대표전화	84-8 0932 752 246
주소	57 / 6i BA SCORE - hormones - HO CHI MINH CITY

해외구매/영업 담당자	Mr Viet	이메일	vohoangvietmk@gmail.com
-------------	---------	-----	-------------------------

기업 분석			
취급 품목	돼지, 닭고기, 버섯		
한국산 제품 취급 유무	유/ 닭고기와 버섯을 수입하고 있음		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	버섯의 취급 종류를 다양화 해보고 싶음
수입 시 고려사항	포장, 가격		

2. VEGETEXCO HOCHIMINH CITY



기본 정보	
기업명	VEGETEXCO HOCHIMINH CITY
홈페이지	www.vegetexcohcm.com
대표전화	84-8 3933 0483
팩스	84-8 9399 0565
주소	24TruongDinhStreet,Ward6,District3,HoChiMinhcity,Vietnam

해외구매/영업 담당자	Mr Pham Van Thanh	이메일	vegetexcohcm@hcm.fpt.vn
-------------	-------------------	-----	-------------------------

기업 분석			
취급 품목	야채, 과일, 통조림		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	아직 수입계획은 없지만 과일과 농산물을 수입할 의향은 있음
수입 시 고려사항	품질, 베트남에 판매되지 않는 종류일 것		

3. MINH VAN FRUIT JSC



기본 정보	
기업명	MINH VAN FRUIT JSC.
홈페이지	www.minhvanfruit.com.vn
대표전화	84-8 3526 8326
팩스	84-8 3526 8725
주소	111, Ly Chinh Thang Street, Ward 7, Dist. 3, Ho Chi Minh City, Vietnam

해외구매/영업 담당자	Ms Minh	이메일	minhvanfruit@gmail.com
-------------	---------	-----	------------------------

기업 분석			
취급 품목	신선과일, 통조림, 말린 과일		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	무/ 야채와 과일은 수입 시 가격이 비싸지기 때문에 판매에 부담이 있음		
수입 시 고려사항	가격, 포장		

4. ASUZAC FOODS



기본 정보	
기업명	ASUZAC FOODS CO., LTD
홈페이지	www.asuzacfoods.com.vn
대표전화	84-8 3770 1457
팩스	84-8 3770 1020
주소	Tan Thuan EPZ Road 10, District 7, Ho Chi Minh City

해외구매/영업 담당자	Quach Trong Nghia	이메일	office@asuzacfoods.com.vn
-------------	-------------------	-----	---------------------------

기업 분석	
취급 품목	건조과일, 건조 야채, 건조 해산물
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무/ 한국에 어떤 제품이 있는지 모르기 때문에 선뜻 수입의사를 밝히기 어려움
수입 시 고려사항	가격, 품질

I 가공식품

5. QUANG TRI TRADING ONE MEMBER



기본 정보	
기업명	QUANG TRI TRADING ONE MEMBER Limited Company
홈페이지	sepon.com.vn
대표전화	84-8 905 008 678
팩스	84-8 533 852 695
주소	01 Phan Boi Chau, Dong Ha City, Quang Tri Province, Vietnam

해외구매/영업 담당자	Mr. Nhat / 한국태국식품 전문	이메일	ngangphan@gmail.com
-------------	----------------------	-----	---------------------

기업 분석	
취급 품목	홍삼, 차, 소스
한국산 제품 취급 유무	유/ 홍삼, 화장품, 사탕, 과자 수입함
한국산 제품 취급 의향	유 취급 의향 품목 한국 식품 전부 취급할 의향 있음
수입 시 고려사항	품질

6. TMTM



기본 정보	
기업명	TMTM COMPANY LIMITED
홈페이지	www.tmtmcompany.com
대표전화	84-8 384 137 17
팩스	84-8 384 137 67
주소	780A Nguyen Khiem str, ward 3, Go Vap dist., Hochiminh city

해외구매/영업 담당자	Ms Truc	이메일	info@TMTMcompany.com
-------------	---------	-----	----------------------

기업 분석	
취급 품목	차, 스낵
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	유 취급 의향 품목 어떤 한국 제품이 있는지 알 수 없어 품목을 결정할 수 없지만 베트남에 없는 제품이길 원함. 구체적인 제품을 보게 되면 수입할 의향 있음
수입 시 고려사항	품질, 포장 (포장에는 한국에서 인정한 안전식품허가 표기를 요구함)

7. Van Thinh Phu



기본 정보	
기업명	Van Thinh Phu Co.,Ltd
홈페이지	www.vanthinhphu.com
대표전화	84-8 54 178 188
팩스	84-8 54 112 199
주소	5th Floor Thien Son Plaza - 800 Nguyen Van Linh street, Tan Phu Ward , District 7

해외구매/영업 담당자	Ms Hanh	이메일	helene@vanthinhphu.com
-------------	---------	-----	------------------------

기업 분석			
취급 품목	한국 식품		
한국산 제품 취급 유무	유/ 맥주, 음료, 라면 등 다양하게 취급함		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	한국식품에 전반적으로 관심 있어 수입할 의향 있음
수입 시 고려사항	품질, 적당한 가격		

8. HUONG THUY MANUFACTURE SERVICE TRADING CORPORATION



기본 정보	
기업명	HUONG THUY MANUFACTURE SERVICE TRADING CORORATION
홈페이지	huongthuy.com
대표전화	84-8 3855 4256
팩스	84-8 3857 7809
주소	606 Tran Hung Dao street, Ward 2, District 5, HCMC, Viet Nam

해외구매/영업 담당자	Ms Lan	이메일	lan.tran@huongthuy.com.vn
-------------	--------	-----	---------------------------

기업 분석			
취급 품목	소스, 음료, 유제품, 과자류		
한국산 제품 취급 유무	유/ 한국의 장류 (고추장, 간장, 된장), 과자류 취급 경험 있음		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	한국의 장류, 과자류에 관심이 많아 더 많은 품목의 수입 계획 있음
수입 시 고려사항	품질, 가격		

9. KIM TRADING COMPANY LIMITED APPEAL



기본 정보	
기업명	KIM TRADING COMPANY LIMITED APPEAL
홈페이지	www.kimphuc.net
대표전화	84-8 3872 8434
팩스	84-8 3872 8436
주소	7/3 Tran Xuan Soan, Tan Thuan Tay Ward, District 7, HCMC. Ho Chi Minh City

해외구매/영업 담당자	Ms Nhu	이메일	kimphuctrading@gmail.com
-------------	--------	-----	--------------------------

기업 분석			
취급 품목	제과류, 음료, 유제품		
한국산 제품 취급 유무	유/ 아이스크림 수입경험 있음		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	소스, 양념장에 관심이 있어 수입할 제품을 찾고 있음
수입 시 고려사항	품질, 가격, 수출국에서 발급한 식품 안전이 입증된 증명서를 요함		

10. Phuc Anh Trading Construction



기본 정보	
기업명	Phuc Anh Trading Construction Company Limited
홈페이지	www.phucanhco.com.vn
대표전화	84-8 3933 0700
주소	85 Truong Dinh St., Ward 6, Dist. 3, Tp. Ho Chi Minh

해외구매/영업 담당자	Ms Hien	이메일	phucanhginseng@yahoo.com
-------------	---------	-----	--------------------------

기업 분석	
취급 품목	인삼 가공식품
한국산 제품 취급 유무	유/ 한국 인삼만을 전문적으로 수입하고 있음
한국산 제품 취급 의향	유 취급 의향 품목 인삼 제품이라면 전부 취급의향 있음
수입 시 고려사항	가격, 제품의 크기

11. CITY MART



기본 정보	
기업명	City Mart
홈페이지	citimart.com.vn
대표전화	84-8 3837 0799
팩스	84-8 3925 6788
주소	Citi Plaza Trade Center 230 Nguyen Trai, P.Nguyen Cu Trinh, District 1, HCMC. HCM

해외구매/영업 담당자	Ms duyen	이메일	donghung@citimart.vn
-------------	----------	-----	----------------------

기업 분석	
취급 품목	모든 식품
한국산 제품 취급 유무	유/ 한국 음료수, 가공식품, 초콜릿을 수입함
한국산 제품 취급 의향	유 취급 의향 품목 한국 식품을 찾는 소비자가 많아 모든 식품을 수입할 의향 있음
수입 시 고려사항	가격, 브랜드

12. TMT Distribution



기본 정보	
기업명	TMT Distribution Co., Ltd
홈페이지	www.tmtdistribution.com
대표전화	84-8 3995 5666
팩스	84-8 3995 5888
주소	47 Phan Xich Long, ward. 3, Phu Nhuan dist, Hochiminh city, Vietnam

해외구매/영업 담당자	Ms Nghi	이메일	trade7@tmtdistribution.com
-------------	---------	-----	----------------------------

기업 분석	
취급 품목	차, 치즈, 초콜릿
한국산 제품 취급 유무	유/ 초콜릿을 수입한 경험이 있음
한국산 제품 취급 의향	유 취급 의향 품목 한국 차, 초콜릿을 취급할 계획이 있음
수입 시 고려사항	가격

13. Nhat Nam JSC cg



기본 정보	
기업명	Nhat Nam JSC cg
홈페이지	www.fivimart.com.vn
대표전화	84-4.3927 3738
팩스	84-4.3927 3777
주소	2 Chuong Duong Do, Ho Kiem, Hanoi H

해외구매/영업 담당자	Ms Huong	이메일	dathang.fivimart@tctgroup.com.vn
-------------	----------	-----	----------------------------------

기업 분석			
취급 품목	모든 식료품		
한국산 제품 취급 유무	유/ 라면, 과자, 음료, 주류 등 대부분 한국식품 수입함		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	한국의 전반적인 식료품은 항상 수입할 계획이 있음
수입 시 고려사항	품질, 가격		

14. Shop & Go



기본 정보	
기업명	Shop & Go
홈페이지	shopngo.com.vn
대표전화	84-8 3943 1334(196)
주소	254 Nguyen Cong Tru, Dist. 1, Ho Chi Minh City

해외구매/영업 담당자	Ms Nhien	이메일	htn.tram@shopngo.com.vn
-------------	----------	-----	-------------------------

기업 분석			
취급 품목	모든 식료품		
한국산 제품 취급 유무	유/ 사탕류 취급경험 있음		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	한국의 간식류 취급할 의향 있음
수입 시 고려사항	모양, 포장형태		

15. CHYANG Mart



기본 정보	
기업명	CHYANG Mart
홈페이지	thucphamhanquoc.net
대표전화	84-9 7438 5458
주소	17 / H8 Phan Huy Ich, Ward 14, Go Vap District, Ho Chi Minh City

해외구매/영업 담당자	Ms Trang	이메일	thutrang100790@gmail.com
-------------	----------	-----	--------------------------

기업 분석			
취급 품목	한국식품		
한국산 제품 취급 유무	유/ 사탕, 과자류, 통조림, 라면, 조미김을 전문적으로 수입, 유통하고 있음		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	현재 취급하는 품목은 물론 기타 한국 식료품에 관심 많아 수입 의향 있음
수입 시 고려사항	품질, 불량품 처리 방법		

16. SATRA



기본 정보	
기업명	SATRA
홈페이지	satra.com.vn
대표전화	84-8 3920 8181
팩스	84-8 3836 9327
주소	275B Pham Ngu Lao Street, District 1, Ho Chi Minh City, Vietnam

해외구매/영업 담당자	Ms Phuong	이메일	thuphuongtt08@gmail.com
-------------	-----------	-----	-------------------------

기업 분석			
취급 품목	가공식품, 음료		
한국산 제품 취급 유무	유/ 통조림, 소시지 같은 가공품과 음료수를 수입하고 있음		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	가공식품과 음료수의 제품을 확장할 계획이 있음
수입 시 고려사항	품질, 적당한 가격		

17. HOANG DANG IMPORT EXPORT SERVICE TRADING



기본 정보	
기업명	HOANG DANG IMPORT EXPORT SERVICE TRADING COMPANY LIMITED
홈페이지	www.hoangdangfood.com
대표전화	84-8 3 8420 481
팩스	84-8 3 8420 493
주소	No 71 Tran Huy Lieu Str, 12th Ward, Phu Nhuan Dist, HCM City

해외구매/영업 담당자	Ms Hien	이메일	support@hoangdangfood.com
-------------	---------	-----	---------------------------

기업 분석			
취급 품목	모든 가공식품		
한국산 제품 취급 유무	유/ 한국의 통조림과 음료를 취급하고 있음		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	한국 식품 전반적으로 취급하고 있으며, 한국식품 찾는 소비자 많아서 제품을 확대할 계획이 있음
수입 시 고려사항	품질, 가격		

18. HOANG VU



기본 정보	
기업명	HOANG VU CO., LTD
홈페이지	www.nhansam.com
대표전화	84-8 6278 0889
주소	27/2F Hau Giang Str., Ward 4, Tan Binh District, HCM

해외구매/영업 담당자	Mr Hoang	이메일	hoangvucoop@gmail.com
-------------	----------	-----	-----------------------

기업 분석			
취급 품목	건강식품		
한국산 제품 취급 유무	유/ 인삼, 인삼음료, 동충하초, 영지버섯 등의 건강식품을 전문적으로 수입함		
한국산 제품 취급 의향	유	취급 의향 품목	한국의 건강식품이 인기가 좋아 인삼제품을 수입할 계획이 있음
수입 시 고려사항	품질, 가격		

19. BICH CHI FOOD COMPANY



기본 정보	
기업명	BICH CHI FOOD COMPANY
홈페이지	www.bichchi.com.vn
대표전화	84-67 377 0873
팩스	84-67 386 4674
주소	45X1 Nguyen Sinh Sac st., SaDec town, Dong Thap Province, VietNam

해외구매/영업 담당자	Mr Duc	이메일	bchi-bfc@hcm.vnn.vn
-------------	--------	-----	---------------------

기업 분석	
취급 품목	밀가루, 쌀국수
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무/ 취급품목과 일치하는 품목이 한국에도 있는지 알 수 없어 수입계획 밝힐 수 없음
수입 시 고려사항	품질

20. SA GIANG IMPORT EXPORT CORPORATION



기본 정보	
기업명	SA GIANG IMPORT EXPORT CORPORATION
홈페이지	www.sagiang.com.vn
대표전화	84-67 376 3155
팩스	84-67 376 3152
주소	CI-3 Block, industrial zone C, Sa Dec town, Dong Thap province, Vietnam

해외구매/영업 담당자	Ms Thanh	이메일	sagiang@hcm.vnn.vn
-------------	----------	-----	--------------------

기업 분석	
취급 품목	쌀 가공품
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무/ 아직 취급하는 품목의 확장 계획이 없음
수입 시 고려사항	품질

21. GO SUPERMARKET



기본 정보	
기업명	CORPORATION GO SUPERMARKET
홈페이지	disieuthi.vn
대표전화	84-4 3640 2233
팩스	84-4 9669 92221
주소	Floor 2, Building 1 Trung Yen, Vu Pham Ham, Trung Hoa, Cau Giay, Hanoi

해외구매/영업 담당자	Ms Duyen	이메일	hotro@disieuthi.vn
-------------	----------	-----	--------------------

기업 분석	
취급 품목	모든 식료품
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무/ 구체적으로 어떤 제품이 있는지 알 수 없어 수입의사를 밝힐 수 없음
수입 시 고려사항	가격

22. VISSAN LIMITED COMPANY



기본 정보	
기업명	VISSAN LIMITED COMPANY
홈페이지	www.vissan.com.vn
대표전화	84-8 3553 3999
팩스	84-8 3553 3939
주소	420 Nơ Trang Long St., Ward 13, Binh Thanh Dist., Ho Chi Minh City

해외구매/영업 담당자	Mr Hung	이메일	vissan@hcm.fpt.vn
-------------	---------	-----	-------------------

기업 분석	
취급 품목	냉동육류, 과일, 가공식품
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무/ 아직 제품라인을 확대할 계획이 없음
수입 시 고려사항	품질, 포장상태

23. COMPANY BUSINESS & FOOD SAFETY NATIONAL ASSOCIATION PHUOC



기본 정보	
기업명	COMPANY BUSINESS & FOOD SAFETY NATIONAL ASSOCIATION PHUOC
홈페이지	www.togico.vn
대표전화	84-8 3771 0351
팩스	84-8 3775 1180
주소	144 79th Street, street Tan Quy, District 7, HCMC, Vietnam

해외구매/영업 담당자	Mr Thuy	이메일	togico@togico.vn
-------------	---------	-----	------------------

기업 분석	
취급 품목	과일, 통조림, 각종 가공식품
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무/ 한국에서는 수입 경험이 없어 수입하고 싶은 품목을 고를 수 없음
수입 시 고려사항	품질, 적당한 가격

24. PHUC HUNG FOOD



기본 정보	
기업명	PHUC HUNG FOOD TRADE COMPANY LIMITED
홈페이지	www.phuchungfood.com.vn
대표전화	84-8 5431 6111
팩스	84-8 5431 6222
주소	136 / 17D Hau Giang St., Ward 6, Dist. 6, HCMC

해외구매/영업 담당자	Mr Hung	이메일	info@phuchungfood.com.vn
-------------	---------	-----	--------------------------

기업 분석	
취급 품목	냉동식품, 가공식품
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무/ 주로 미국에서만 수입해보아 다른 나라로부터 수입할 계획이 아직 없음
수입 시 고려사항	품질, 가격

25. SPRING FOOD NUTRITION SECURITY COMPANY



기본 정보	
기업명	SPRING FOOD NUTRITION SECURITY COMPANY
홈페이지	xuanan.com.vn
대표전화	84-8 38448436
팩스	84-8 39951481
주소	312 Phan Dinh Phung, Ward 1, Phu Nhuan District, Ho Chi Minh City

해외구매/영업 담당자	Ms Ngoc	이메일	banhang@xuanan.com.vn
-------------	---------	-----	-----------------------

기업 분석	
취급 품목	유제품, 시리얼, 올리브오일
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무/ 한국으로부터 수입 경험이 없어 취급의향 품목을 선택할 수 없음
수입 시 고려사항	품질

26. Hifood



기본 정보	
기업명	Hifood Co., Ltd
홈페이지	www.hifood.com.vn
대표전화	84-4 3943 3711
팩스	84-4 3822 3704
주소	55B Hang Bai, Hoan Kiem, Hanoi

해외구매/영업 담당자	Mr Minh	이메일	hifoodltd@hifood.com.vn
-------------	---------	-----	-------------------------

기업 분석	
취급 품목	연어, 유제품, 쇠고기
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무/ 제품 소싱 계획이 없어 금년까지는 수입 계획이 없음
수입 시 고려사항	품질, 가격

27. Goodsvn Trading Service Import Export Joint Stock Company



기본 정보	
기업명	Goodsvn Trading Service Import Export Joint Stock Company
홈페이지	goodsvn.com
대표전화	84-8 3840 6667
팩스	84-8 3840 6677
주소	23/13 Nguyen Van Lac Street, 21th Ward

해외구매/영업 담당자	Ms Huyen	이메일	sales@goodsvn.com
-------------	----------	-----	-------------------

기업 분석	
취급 품목	모든 식료품
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무/ 주로 베트남 현지 식품을 많이 취급하기 때문에 한국에 어떤 제품이 있는 알 수 없어 취급계획이 없음. 그러나 구체적인 제품을 알려주면 수입해볼 의사는 있음
수입 시 고려사항	가격

I 음료 · 주류

28. GoodFood



기본 정보	
기업명	GoodFood
홈페이지	www.goodfood.com.vn
대표전화	84-8 3512 5248
팩스	84-8 3512 5247
주소	194 ung van khlem street ward 25, binh thanh district ho chi minh city, vietnam

해외구매/영업 담당자	Ms Duyen	이메일	gareth@goodfood.com.vn
-------------	----------	-----	------------------------

기업 분석			
취급 품목	주류, 음료		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향품목	한국 주류와 음료에 관심이 있어 수입 의향 있음
수입 시 고려사항	품질		

29. GIA HO TRADING & PRODUCTION



기본 정보	
기업명	GIA HO TRADING & PRODUCTION CO., LTD
홈페이지	giaho.com.vn
대표전화	84-8 540 313 80
팩스	84-8 540 313 87
주소	79/10/4B Road 12th, Tam Binh Ward, Thu Duc, ho chi minh city, vietnam

해외구매/영업 담당자	Ms Hong	이메일	info@giaho.com.vn
-------------	---------	-----	-------------------

기업 분석			
취급 품목	커피, 차, 음료		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	무/ 한국 음료는 가격이 비싸 수입에 부담이 있으나, 가격조건만 맞는다면 수입의향은 있음		
수입 시 고려사항	가격		

30. HIEP PHAT JOINT STOCK COMPANY



기본 정보	
기업명	HIEP PHAT JOINT STOCK COMPANY
홈페이지	hpcfruits.com
대표전화	84-8 3847 0407
팩스	84-8 3847 0142
주소	51/13 Tan Ky Tan Quy str., Son Ky Ward, Tan Phu Dist, Hochiminh City

해외구매/영업 담당자	Mr Khang	이메일	contact@hpcfruits.com
-------------	----------	-----	-----------------------

기업 분석			
취급 품목	음료수		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	무/ 아직 제품을 다변화할 계획은 없어 수입 의사가 없음		
수입 시 고려사항	가격		

EXPORT & IMPORT VIETNAM



한국-베트남 주요 식품 무역통계

베트남 주요 식품 수입동향

HS Code	품 목	2013년 수입액	증가율	5대 수입국
0202	냉동 쇠고기	1,791,451,645	75.42	인도, 홍콩, 미국, 호주, 멕시코
0303	냉동어류	1,402,767,349	18.47	인도, 일본, 홍콩, 덴마크, 중국
0306	갑각류	1,169,470,979	90.73	호주, 인도, 홍콩, 말레이시아, 태국
2208	변성하지 아니한 에틸알코올, 증류주, 기타 주정음료	915,796,667	16.28	싱가포르, 홍콩, 말레이시아, 네덜란드, 태국
0802	기타 견과류	841,528,483	8.26	홍콩, 미국, 남아프리카공화국, 터키, 멕시코
1901	맥아엑스 및 맥아 조제식품	784,985,987	19.94	싱가포르, 태국, 말레이시아, 아일랜드, 독일
0402	밀과 크림	726,187,442	-10.22	미국, 뉴질랜드, 네덜란드, 싱가포르, 홍콩
2106	기타 조제식품	700,073,630	17.97	싱가포르, 미국, 말레이시아, 한국 , 홍콩
0307	연체동물의 필레	645,570,835	35.16	홍콩, 인도, 일본, 중국, 인도네시아
0207	가금류의 육과 식용 설육	615,074,310	1.14	홍콩, 미국, 한국 , 브라질, 대만
1107	맥아	523,008,691	15.26	호주, 프랑스, 중국, 벨기에, 독일
0712	건조한 채소	473,655,511	217.51	중국, 홍콩, 인도, 말레이시아, 태국
1511	팜유	458,406,762	-17.34	말레이시아, 인도네시아, 태국, 싱가포르, 한국
0206	소, 돼지, 면양의 식용 설육	376,510,308	72.81	홍콩, 인도, 독일, 호주, 이탈리아
0304	어류의 살	252,562,833	-8.53	폴란드, 캐나다, 노르웨이, 인도네시아, 홍콩
2202	설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가한 물	252,154,247	54.48	태국, 미국, 말레이시아, 한국 , 홍콩
0703	양파, 쪽파, 마늘	217,518,855	24.15	중국, 인도, 인도네시아, 네덜란드, 말레이시아
0302	신선 및 냉장 어류의 살	212,284,644	166.73	노르웨이, 영국, 인도, 미국, 호주
0808	사과, 배, 마르멜로	193,709,765	19.21	중국, 미국, 홍콩, 뉴질랜드, 남아프리카공화국
0810	그 밖의 과실	156,157,685	41.54	중국, 태국, 뉴질랜드, 홍콩, 싱가포르
1202	땅콩	150,844,267	-52.68	미국, 인도, 아르헨티나, 중국, 파라과이
0904	후추	150,691,970	-20.69	인도네시아, 인도, 브라질, 싱가포르, 말레이시아
0805	감귤류의 과실	139,088,672	12.2	중국, 홍콩, 미국, 남아프리카공화국, 호주
1702	그 밖의 당류	135,535,504	1.92	중국, 미국, 한국 , 독일, 말레이시아
1905	빵 · 케이크 · 비스킷과 그 밖의 베이커리 제품	128,932,840	29.46	인도네시아, 말레이시아, 태국, 한국 , 홍콩
0806	포도	114,182,290	11.37	중국, 미국, 호주, 칠레, 홍콩
1211	향료용, 의료용, 살균용 식물(인삼)	112,317,095	16.56	중국, 인도, 홍콩, 한국 , 싱가포르
1005	옥수수	5,545,591	16.67	태국, 말레이시아, 필리핀, 미국, 독일
1201	대두	3,952,080	2533.22	벨기에, 말레이시아, 인도네시아, 캐나다, 대만
1001	밀과 예슬린	3,157,841	-	필리핀, 말레이시아, 네덜란드

단위 : 달러(USD), 증가율(%)은 전년대비(2013/2012) / 자료 : Global Trade Atlas

*하단의 통계량 단위 : 달러(USD), 증가율(%)은 전년대비(2013/2012) / 자료 : Global Trade Atlas

I 냉동 쇠고기(0202)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	945,649,071	1,021,218,333	1,791,451,645	75.42
1	인도	679,693,023	806,099,075	1,609,567,181	99.67
2	홍콩	69,767,612	41,891,014	120,664,272	188.04
3	미국	177,330,963	153,223,358	25,464,086	-83.38
4	호주	5,594,165	8,686,766	8,891,070	2.35
5	멕시코	402,034	94,489	8,123,638	8497.44
6	파라과이	4,825,672	2,667,979	7,589,901	184.48
7	캐나다	1,186,808	3,448,553	1,769,640	-48.68
8	말레이시아	223,965	385,875	1,665,777	331.69
9	브라질	371,982	480,381	1,637,226	240.82
10	뉴질랜드	708,679	688,507	1,185,002	72.11

I 갑각류(0306)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	383,575,509	613,156,264	1,169,470,979	90.73
1	호주	30,968,207	90,659,952	350,279,524	286.37
2	인도	105,266,553	101,272,486	337,638,962	233.4
3	홍콩	13,030,814	141,223,123	176,902,089	25.26
4	말레이시아	15,716,561	42,124,683	61,043,637	44.91
5	태국	44,537,247	69,905,512	35,415,986	-49.34
6	인도네시아	20,897,159	37,288,551	26,456,161	-29.05
7	중국	18,716,695	13,029,146	26,179,858	100.93
8	미국	5,858,049	11,549,380	15,193,191	31.55
9	남아프리카공화국	223,965	1,702,807	14,059,419	725.66
10	캐나다	13,955,522	18,101,952	13,978,175	-22.78

I 기타 견과류(0802)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	447,444,611	777,305,850	841,528,483	8.26
1	홍콩	352,659,193	592,633,113	562,344,183	-5.11
2	미국	86,081,948	160,499,334	235,270,456	46.59
3	남아프리카공화국	2,318,662	4,959,688	11,686,345	135.63
4	터키	0	1,376,454	10,097,456	633.58
5	멕시코	1,377,375	4,591,268	8,731,314	90.17
6	인도	0	442,709	5,457,958	1132.85
7	호주	3,207,055	5,125,504	3,763,307	-26.58
8	중국	776,840	825,570	1,939,987	134.99
9	인도네시아	159,308	1,317,365	1,053,240	-20.05
10	칠레	347,662	0	255,090	-

I 밀과 크림(0402)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	702,259,814	808,880,028	726,187,442	-10.22
1	미국	145,999,845	79,683,368	182,543,615	129.09
2	뉴질랜드	111,974,555	150,069,898	134,755,461	-10.2
3	네덜란드	35,986,645	19,701,439	35,094,509	78.13
4	싱가포르	14,747,833	10,310,693	21,948,728	112.87
5	홍콩	3,308,015	870,718	16,427,872	1786.7
6	호주	17,629,048	14,631,510	9,621,564	-34.24
7	독일	13,140,635	25,729,815	9,311,658	-63.81
8	말레이시아	752,710	6,191,826	6,965,690	12.5
9	아일랜드	6,152,576	6,289,364	6,732,482	7.05
10	프랑스	4,156,487	26,956,025	6,588,724	-75.56

I 연체동물의 필레(0307)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	453,583,422	477,629,338	645,570,835	35.16
1	홍콩	65,698,255	96,320,172	179,321,310	86.17
2	인도	120,402,952	107,887,280	149,995,464	39.03
3	일본	66,902,713	52,829,115	91,799,246	73.77
4	중국	68,331,296	52,754,115	39,177,370	-25.74
5	인도네시아	29,919,567	24,623,901	23,066,208	-6.33
6	말레이시아	21,215,077	22,804,898	21,721,264	-4.75
7	호주	389,595	11,213,683	20,236,952	80.47
8	한국	7,932,122	8,001,661	16,387,622	104.8
9	태국	11,456,537	13,001,427	15,767,223	21.27
10	대만	4,178,046	1,017,771	8,818,068	766.41

I 냉동어류(0303)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	1,071,097,791	1,184,074,522	1,402,767,349	18.47
1	인도	247,714,676	258,334,920	350,381,038	35.63
2	일본	70,584,496	84,953,756	83,892,983	-1.25
3	홍콩	30,026,840	39,360,370	69,428,265	76.39
4	덴마크	21,802,027	31,180,074	42,869,220	37.49
5	중국	51,198,709	57,056,829	42,346,697	-25.78
6	프랑스	35,642,829	32,938,847	41,969,924	27.42
7	인도네시아	49,022,751	48,571,716	39,973,735	-17.7
8	칠레	37,624,229	34,009,557	39,854,240	17.19
9	한국	41,340,220	22,718,027	36,187,663	59.29
10	스페인	20,665,404	27,504,454	33,243,865	20.87

I 변성하지 아니한 에틸알코올, 증류주, 기타 주정음료(2208)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	987,112,866	787,557,648	915,796,667	16.28
1	싱가포르	282,228,075	232,249,309	345,162,330	48.62
2	홍콩	207,536,136	107,358,324	161,269,604	50.22
3	말레이시아	86,139,536	75,356,787	79,566,836	5.59
4	네덜란드	46,971,292	44,052,776	32,309,138	-26.66
5	태국	5,152,227	8,685,963	25,857,655	197.69
6	호주	3,941,935	5,547,034	16,944,507	205.47
7	미국	26,444,452	16,138,178	15,979,879	-0.98
8	인도	2,474,279	8,328,133	9,692,174	16.38
9	프랑스	15,464,180	11,949,776	9,599,680	-19.67
10	중국	4,112,630	5,083,422	6,234,592	22.65

I 맥아엑스 및 맥아 조제식료품(1901)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	426,824,901	654,498,148	784,985,987	19.94
1	싱가포르	87,657,866	164,566,637	127,749,239	-22.37
2	태국	37,445,505	51,518,394	51,544,100	0.05
3	말레이시아	25,256,000	37,265,078	39,656,614	6.42
4	아일랜드	8,556,223	10,369,644	31,922,574	207.85
5	독일	12,675,167	20,704,600	26,530,748	28.14
6	덴마크	11,032,298	14,612,705	14,448,528	-1.12
7	네덜란드	12,069,604	15,492,575	14,379,373	-7.19
8	뉴질랜드	1,751,958	1,048,237	12,568,718	1099.03
9	미국	5,219,513	13,946,009	10,314,038	-26.04
10	스위스	638,329	5,115,917	9,973,369	94.95

I 기타 조제식료품(2106)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	825,273,612	593,422,537	700,073,630	17.97
1	싱가포르	25,328,114	8,600,072	79,817,158	828.1
2	미국	29,664,289	36,611,061	54,120,928	47.83
3	말레이시아	17,858,355	29,679,427	34,607,266	16.6
4	네덜란드	78,359,335	44,362,333	33,004,800	-25.6
5	인도네시아	28,287,002	32,429,014	24,864,313	-23.33
6	중국	31,233,972	17,953,645	19,103,875	6.41
7	태국	17,911,592	18,129,182	18,555,435	2.35
8	호주	15,626,976	15,884,953	15,681,410	-1.28
9	한국	11,248,937	11,031,682	15,336,499	39.02
10	대만	12,693,673	14,840,640	15,308,091	3.15

I 가금류의 육과 식용 설육(0207)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	967,558,857	608,117,407	615,074,310	1.14
1	홍콩	677,732,043	429,769,438	452,317,844	5.25
2	미국	98,975,254	59,925,372	67,551,123	12.73
3	한국	21,608,409	22,548,811	22,746,762	0.88
4	브라질	13,819,104	15,960,843	17,865,626	11.93
5	대만	6,100,731	2,861,537	3,663,831	28.04
6	프랑스	6,146,718	3,579,259	3,613,771	0.96
7	일본	0	430,542	1,394,525	223.9
8	독일	2,248,764	380,121	1,374,286	261.54
9	터키	17,321,878	7,954,777	1,320,719	-83.4
10	리투아니아	0	26,623	1,112,125	4077.27

I 맥아(1107)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	386,963,999	453,776,290	523,008,691	15.26
1	호주	48,964,187	56,470,358	64,364,442	13.98
2	프랑스	22,426,267	27,745,612	43,767,890	57.75
3	중국	20,359,209	39,884,768	37,075,461	-7.04
4	벨기에	19,679,853	19,888,287	22,362,514	12.44
5	독일	12,492,195	13,933,717	12,111,613	-13.08
6	영국	6,502,241	5,006,916	2,875,520	-42.57
7	뉴질랜드	1,109,977	1,452,250	2,540,799	74.96
8	덴마크	0	3,347,546	1,433,316	-57.18
9	네덜란드	1,151,063	259,629	939,581	261.89
10	체코	420,039	350,289	387,123	10.52

I 팜유(1511)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	622,716,301	554,587,393	458,406,762	-17.34
1	말레이시아	460,558,800	423,172,691	379,608,569	-10.29
2	인도네시아	160,808,443	130,423,431	74,034,236	-43.24
3	태국	5,135	13,009	4,372,002	∞
4	싱가포르	1,114,481	959,205	310,955	-67.58
5	한국	25,750	16,094	38,004	136.14
6	스웨덴	22,256	0	7,187	-
7	이탈리아	0	0	1,412	-
8	일본	0	2,963	0	-100
9	대만	25,582	0	0	-
10	홍콩	66,830	0	0	-

I 어류의 살 (0304)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	249,117,159	276,107,770	252,562,833	-8.53
1	폴란드	22,764,291	33,367,191	32,596,783	-2.31
2	캐나다	5,836,231	3,822,302	15,357,600	301.79
3	노르웨이	21,243,612	16,179,814	9,115,871	-43.66
4	인도네시아	7,015,746	9,884,568	9,115,793	-7.78
5	홍콩	24,583,015	11,406,951	7,333,198	-35.71
6	덴마크	7,355,030	9,314,315	5,446,314	-41.53
7	스페인	2,446,241	1,468,474	4,567,089	211.01
8	미국	3,657,165	2,612,540	3,522,499	34.83
9	칠레	902,428	432,194	2,016,959	366.68
10	태국	1,188,470	405,400	1,746,617	330.84

I 양파, 쪽파, 마늘(0703)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	222,331,860	175,211,057	217,518,855	24.15
1	중국	217,943,393	163,970,912	204,269,896	24.58
2	인도	4,064,160	5,462,172	10,729,332	96.43
3	인도네시아	146,078	1,923,198	396,520	-79.38
4	네덜란드	0	746,844	350,255	-53.1
5	말레이시아	75,203	0	152,691	-
6	태국	32,672	117,873	117,822	-0.04
7	싱가포르	1,756	618	101,319	∞
8	한국	26,684	1,633	0	-100
9	대만	11,984	0	0	-
10	미국	29,930	0	0	-

I 사과, 배, 마르멜로(0808)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	114,738,866	162,489,992	193,709,765	19.21
1	중국	88,818,592	135,005,622	142,177,906	5.31
2	미국	18,311,387	16,923,061	33,589,557	98.48
3	홍콩	283,005	423,593	6,871,260	1522.14
4	뉴질랜드	2,801,592	4,308,548	6,707,512	55.68
5	남아프리카공화국	404,190	703,540	922,484	31.12
6	싱가포르	42,029	121,271	756,819	524.07
7	호주	449,729	412,734	631,957	53.11
8	한국	154,185	216,681	544,262	151.18
9	캐나다	966,126	453,540	384,331	-15.26
10	말레이시아	203,073	225,990	328,749	45.47

I 건조한 채소(0712)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	498,308,676	149,178,542	473,655,511	217.51
1	중국	490,540,086	146,534,062	470,640,467	221.18
2	홍콩	6,746,265	2,132,921	1,674,919	-21.47
3	인도	15,640	118,212	648,932	448.96
4	말레이시아	19,363	45,099	196,055	334.73
5	태국	138,802	122,896	134,074	9.1
6	한국	105,976	107,361	88,228	-17.82
7	호주	607	438	80,099	∞
8	일본	78,670	13,700	55,779	307.14
9	인도네시아	5,811	7,113	24,504	244.5
10	러시아	0	0	16,095	-

I 소, 돼지, 면양의 식용 설육 (0206)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	188,824,365	217,881,028	376,510,308	72.81
1	홍콩	135,136,134	147,454,491	241,983,511	64.11
2	인도	5,855,069	26,185,079	73,506,975	180.72
3	독일	343,715	3,642,930	8,799,871	141.56
4	호주	452,443	864,085	1,665,447	92.74
5	이탈리아	249,028	132,231	1,443,758	991.84
6	브라질	2,103,567	5,903,025	1,413,156	-76.06
7	멕시코	25,168	178,272	1,112,377	523.98
8	중국	0	180,400	787,428	336.49
9	아르헨티나	0	48,650	643,120	1221.93
10	미국	1,270,953	1,511,970	563,360	-62.74

I 설량이나 그 밖의 감미료를 첨가한 물(2202)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	146,753,064	163,225,915	252,154,247	54.48
1	태국	108,338,624	126,428,727	208,986,186	65.3
2	미국	4,769,715	8,939,564	11,535,222	29.04
3	말레이시아	439,159	2,034,369	5,220,907	156.64
4	한국	1,470,736	1,919,938	3,849,601	100.51
5	홍콩	2,474,292	1,852,344	3,344,149	80.54
6	싱가포르	344,610	938,598	1,765,089	88.06
7	네덜란드	3,932,609	1,910,319	1,314,991	-31.16
8	독일	445,740	887,133	972,295	9.6
9	호주	9,453	552,731	671,124	21.42
10	인도네시아	3,483,494	2,602,722	617,876	-76.26

I 신선 및 냉장 어류의 살(0302)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	56,168,104	79,586,739	212,284,644	166.73
1	노르웨이	44,455,499	50,845,320	138,094,207	171.6
2	영국	212,138	4,622,552	14,013,693	203.16
3	인도	272,051	529,220	1,141,107	115.62
4	미국	790,304	198,930	1,032,259	418.91
5	호주	6,165,733	2,066,118	366,458	-82.26
6	홍콩	1,148,222	330,213	237,746	-28
7	태국	1,605	130,898	222,121	69.69
8	한국	0	0	214,342	-
9	덴마크	0	0	118,145	-
10	인도네시아	1,755,168	1,451,455	95,261	-93.44

I 그 밖의 과일(0810)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	61,733,545	110,324,933	156,157,685	41.54
1	중국	44,205,899	77,931,546	113,457,334	45.59
2	태국	12,889,641	30,164,186	38,968,770	29.19
3	뉴질랜드	1,081,646	1,392,246	1,498,558	7.64
4	홍콩	7,077	7,022	719,979	∞
5	싱가포르	0	0	609,914	-
6	한국	291,904	320,439	439,423	37.13
7	이스라엘	0	0	210,000	-
8	호주	83,675	149,136	196,366	31.67
9	인도네시아	35,260	62,780	30,075	-52.09
10	인도	2,343,957	118,347	10,444	-91.18

I 땅콩(1202)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	184,203,086	318,760,027	150,844,267	-52.68
1	미국	0	1,176,807	96,255,514	8079.38
2	인도	183,034,447	312,694,585	38,365,230	-87.73
3	아르헨티나	0	107,600	6,114,661	5582.77
4	중국	765,502	1,058,557	2,436,713	130.19
5	파라과이	0	3,076,799	2,079,075	-32.43
6	브라질	0	179,760	1,393,767	675.35
7	네덜란드	0	0	728,101	-
8	멕시코	0	0	242,109	-
9	말레이시아	22,816	158,118	209,451	32.47
10	싱가포르	0	32,427	91,712	182.82

I 감귤류의 과실(0805)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	94,170,159	123,962,563	139,088,672	12.2
1	중국	89,210,500	119,806,496	123,420,433	3.02
2	홍콩	555,394	417,225	5,636,101	1250.85
3	미국	1,422,364	1,315,255	3,940,175	199.57
4	남아프리카공화국	1,729,774	1,288,657	2,729,198	111.79
5	호주	813,293	690,796	1,665,372	141.08
6	싱가포르	56,368	236	797,716	∞
7	말레이시아	39,923	54,218	300,212	453.71
8	태국	120,310	39,496	289,244	632.33
9	이스라엘	0	0	121,000	-
10	아르헨티나	180,400	319,127	120,400	-62.27

I 빵, 케이크, 비스킷과 그 밖의 베이커리 제품 (1905)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	92,487,008	99,590,535	128,932,840	29.46
1	인도네시아	26,345,658	29,922,911	37,811,423	26.36
2	말레이시아	14,467,410	15,207,516	20,308,854	33.54
3	태국	10,776,398	11,755,224	18,777,247	59.74
4	한국	7,621,655	5,334,093	11,302,124	111.88
5	홍콩	1,055,548	739,383	2,577,539	248.61
6	독일	1,101,332	1,630,313	2,048,706	25.66
7	미국	1,481,286	1,737,815	1,735,519	-0.13
8	싱가포르	1,403,186	1,550,985	1,384,777	-10.72
9	덴마크	470,935	1,197,594	1,260,327	5.24
10	프랑스	960,370	1,112,597	1,023,070	-8.05

I 향료용, 의료용, 살균용 식물(인삼, 1211)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	96,310,233	96,356,437	112,317,095	16.56
1	중국	86,210,363	80,645,462	88,133,996	9.29
2	인도	7,345,649	9,473,246	10,429,756	10.1
3	홍콩	446,343	950,131	6,256,525	558.49
4	한국	1,258,354	1,147,943	2,609,721	127.34
5	싱가포르	229,579	1,270,235	1,624,850	27.92
6	인도네시아	189,861	1,076,995	1,568,236	45.61
7	태국	213,727	1,085,665	1,286,076	18.46
8	말레이시아	88,123	106,820	79,739	-25.35
9	대만	12,806	275	73,281	∞
10	멕시코	29,460	28,218	47,148	67.08

I 대두(1201)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	151,971	150,085	3,952,080	2,533.22
1	벨기에	0	0	571,723	-
2	말레이시아	0	0	558,451	-
3	인도네시아	0	0	504,680	-
4	캐나다	30,906	35,363	20,689	-41.5
5	대만	1,415	0	2,531	-
6	프랑스	0	0	1,216	-
7	네덜란드	0	0	118	-
8	한국	0	35	113	222.86
9	스웨덴	899	0	65	-
10	싱가포르	0	0	2	-

I 후추(0904)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	78,010,383	189,996,790	150,691,970	-20.69
1	인도네시아	31,931,218	105,307,455	80,241,202	-23.8
2	인도	15,684,081	67,782,223	46,306,422	-31.68
3	브라질	7,962,500	1,300,840	5,159,654	296.64
4	싱가포르	5,104,393	598,962	3,722,955	521.57
5	말레이시아	5,621,806	3,796,046	3,033,345	-20.09
6	미국	2,113,357	957,694	1,508,201	57.48
7	네덜란드	130,157	331,679	1,110,182	234.72
8	중국	3,805,869	5,253,540	819,695	-84.4
9	멕시코	113,750	562,198	583,746	3.83
10	이탈리아	77,470	0	282,131	-

I 그 밖의 당류(1702)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	142,239,601	132,985,621	135,535,504	1.92
1	중국	75,876,137	41,173,568	45,788,333	11.21
2	미국	22,925,337	34,544,149	22,687,266	-34.32
3	한국	3,381,075	8,324,817	10,079,287	21.08
4	독일	3,045,587	3,917,761	5,695,725	45.38
5	말레이시아	2,409,971	2,979,706	3,627,072	21.73
6	인도	2,381,167	2,366,387	2,423,370	2.41
7	네덜란드	1,664,702	2,885,416	2,171,761	-24.73
8	터키	4,597	3,979	1,678,413	∞
9	대만	630,048	263,066	1,300,949	394.53
10	태국	2,186,586	1,151,610	969,373	-15.82

I 포도(0806)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	82,335,271	102,522,507	114,182,290	11.37
1	중국	42,880,464	53,737,067	49,522,864	-7.84
2	미국	20,275,233	22,929,125	26,828,443	17.01
3	호주	7,495,237	10,815,784	20,696,779	91.36
4	칠레	3,390,751	4,265,969	4,984,062	16.83
5	홍콩	2,852,557	1,856,383	4,559,410	145.61
6	남아프리카공화국	1,105,660	1,499,677	3,298,758	119.96
7	페루	2,908,036	5,024,616	1,973,942	-60.71
8	인도	349,241	1,251,620	1,245,989	-0.45
9	싱가포르	140,969	218,443	402,542	84.28
10	말레이시아	412,683	485,693	383,908	-20.96

I 옥수수(1005)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	1,110,756	4,753,421	5,545,591	16.67
1	태국	1,027,155	4,385,317	5,192,353	18.4
2	말레이시아	28,195	0	145,835	-
3	필리핀	0	20,800	111,005	433.68
4	미국	14,400	22,928	10,971	-52.15
5	독일	0	4,398	10,781	145.12
6	캐나다	1,712	3,785	6,970	84.17
7	호주	11,736	37,179	5,709	-84.64
8	네덜란드	26	6,822	3,322	-51.31
9	노르웨이	2,920	0	1,199	-
10	뉴질랜드	759	0	594	-

I 밀과 예슬린(1001)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	316,913	0	3,157,841	-
1	필리핀	0	0	2,987,774	-
2	말레이시아	316,913	0	164,941	-
3	네덜란드	0	0	1,025	-
4	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-
6	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-
10	-	-	-	-	-

베트남의 급상승 수입품목 동향

HS Code	품 목	증가율	2013년 수입액	5대 수입국
0205	말, 당나귀, 노새의 고기	∞	12,712,236	멕시코, 페루, 불가리아, 우루과이, 루마니아
1205	유채씨	3,238.40	33,656,683	호주, 불가리아, 러시아, 인도, 독일
0708	채두류	1,052.89	4,179,291	중국, 캐나다, 이탈리아, 태국, 싱가포르
0906	계피	308.51	2,699,583	인도네시아, 중국, 인도, 한국 , 싱가포르
0903	마테	271.28	68,070	프랑스, 홍콩
0902	차(茶)류	234.28	31,207,933	중국, 홍콩, 인도네시아, 태국, 인도
0712	건조한 채소	217.51	473,655,511	중국, 홍콩, 인도, 말레이시아, 태국
0302	신선 및 냉장 어류의 살	166.73	212,284,644	노르웨이, 영국, 인도, 미국, 호주
0409	천연 꿀	131.40	1,837,691	미국, 호주, 캐나다, 홍콩, 독일
1106	건조한 채두류	127.93	1,200,268	태국, 홍콩, 말레이시아, 대만, 인도네시아
0803	바나나	103.03	6,256,121	필리핀, 태국, 프랑스
0306	갑각류	90.73	1,169,470,979	호주, 인도, 홍콩, 말레이시아, 태국
0710	냉동채소	88.54	3,932,736	중국, 미국, 말레이시아, 태국, 벨기에
0202	냉동 쇠고기	75.42	1,791,451,645	인도, 홍콩, 미국, 호주, 멕시코
2005	조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소	75.42	45,534,443	중국, 미국, 말레이시아, 필리핀, 폴란드
1108	전분	74.87	119,479,271	독일, 홍콩, 폴란드, 태국, 벨기에
1512	해바라기씨 유(油)와 그 분획물	73.83	3,997,186	미국, 싱가포르, 말레이시아, 스페인, 벨기에
0206	소, 돼지, 면양의 고기	72.81	376,510,308	홍콩, 인도, 독일, 호주, 이탈리아
0403	버터밀크와 요구르트	70.33	29,865,999	독일, 네덜란드, 태국, 뉴질랜드, 인도네시아
1510	기타 올리브유와 분획물	67.64	4,431,639	스페인, 이탈리아, 그리스, 말레이시아, 대만
0804	대추야자, 무화과, 파인애플, 아보카도, 구아바, 망고, 망고스틴	64.36	87,917,569	태국, 중국, 터키, 홍콩, 인도네시아
2207	변성하지 않은 에틸알코올, 변성 에틸알코올, 그 밖의 변성 주정	63.62	7,027,839	싱가포르, 대만, 러시아, 독일, 인도네시아
0801	코코넛, 브라질너트, 캐슈너트	56.68	52,585,020	인도네시아, 인도, 싱가포르, 홍콩, 멕시코
0210	육과 식용 설육	56.22	2,021,952	한국 , 이탈리아, 미국, 대만, 태국
2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물	54.48	252,154,247	태국, 미국, 말레이시아, 한국 , 홍콩
2205	베르무트	48.63	873,424	이탈리아, 미국, 프랑스, 태국, 싱가포르
2003	조제하거나 보존처리한 버섯과 송로	13.66	9,416,013	미국, 일본, 홍콩, 스위스, 호주,
1105	감자가루	-2.06	1,212,636,335	독일, 네덜란드, 미국, 벨기에, 덴마크
0204	면양과 산양고기	-10.12	24,027,100	호주, 홍콩, 뉴질랜드, 인도, 미국
1102	곡물가루	-18.06	1,897,404	태국, 홍콩, 일본, 싱가포르, 한국

단위 : 달러(USD), 증가율(%)은 전년대비(2013/2012) / 자료 : Global Trade Atlas

*하단의 통계량 단위 : 달러(USD), 증가율(%)은 전년대비(2013/2012) / 자료 : Global Trade Atlas

Ⅰ 말, 당나귀, 노새의 고기(0205)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	143,127	85,227	12,712,236	∞
1	멕시코	119,124	85,227	1,659,913	1,847.64
2	페루	0	0	1,584,786	-
3	불가리아	0	0	1,238,677	-
4	우루과이	0	0	962,641	-
5	루마니아	0	0	645,649	-
6	홍콩	0	0	612,563	-
7	벨기에	0	0	377,694	-
8	브라질	0	0	309,800	-
9	캐나다	24,003	0	40,357	-
10	아르헨티나	0	0	729	-

Ⅰ 유채씨(1205)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	369,109	1,008,168	33,656,683	3,238.4
1	호주	0	144,125	31,078,971	∞
2	불가리아	0	0	619,711	-
3	러시아	0	0	270,877	-
4	인도	0	0	75,447	-
5	독일	71,108	66,446	74,451	12.05
6	태국	13,570	1	1	-31.53
7	대만	0	3,879	0	-100
8	일본	0	9,868	0	-100
9	캐나다	0	518,065	0	-100
10	-	-	-	-	-

Ⅰ 채두류(0708)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	6,495,300	362,507	4,179,291	1,052.89
1	중국	6,418,018	259,835	4,050,922	1,459.04
2	캐나다	77,199	0	49,462	-
3	이탈리아	0	11,602	13,659	17.73
4	태국	0	1,172	10,213	771.19
5	싱가포르	0	1,845	398	-78.44
6	미국	0	14,225	0	-100
7	벨기에	0	5,483	0	-100
8	말레이시아	83	0	0	-
9	-	-	-	-	-
10	-	-	-	-	-

Ⅰ 계피(0906)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	1,099,135	660,843	2,699,583	308.51
1	인도네시아	1,011,093	561,022	2,293,874	308.87
2	중국	74,816	48,873	283,911	480.92
3	인도	0	14,710	74,953	409.52
4	한국	0	0	27,131	-
5	싱가포르	0	14	7,261	∞
6	미국	0	18,443	2,789	-84.88
7	네덜란드	2,593	99	1,933	1,847.47
8	덴마크	53	0	0	-
9	말레이시아	0	17,284	0	-100
10	-	-	-	-	-

Ⅰ 마테(0903)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	37,574	18,337	68,079	271.28
1	프랑스	0	3,667	13,616	271.28
2	홍콩	37,574	0	0	-
3	-	-	-	-	-
4	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-
6	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-
10	-	-	-	-	-

Ⅰ 차류(0902)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	10,896,201	9,335,882	31,207,933	234.28
1	중국	4,791,418	3,993,022	22,532,938	464.31
2	홍콩	260,461	97,281	4,072,134	4,085.95
3	인도네시아	3,997,609	2,832,140	2,342,917	-17.27
4	태국	2,601	15,609	811,242	5,097.13
5	인도	179,080	1,555	558,568	∞
6	대만	339,046	50,994	204,145	300.33
7	일본	62,407	390,793	88,462	-77.36
8	싱가포르	54,099	42,259	58,456	38.33
9	독일	191,857	209,299	57,760	-72.4
10	미국	51,575	427,754	53,401	-87.52

Ⅰ 건조한 채소(0712)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	498,308,676	149,178,542	473,655,511	217.51
1	중국	490,540,086	146,534,062	470,640,467	221.18
2	홍콩	6,746,265	2,132,921	1,674,919	-21.47
3	인도	15,640	118,212	648,932	448.96
4	말레이시아	19,363	45,099	196,055	334.73
5	태국	138,802	122,896	134,074	9.1
6	한국	105,976	107,361	88,228	-17.82
7	호주	607	438	80,099	∞
8	일본	78,670	13,700	55,779	307.14
9	인도네시아	5,811	7,113	24,504	244.5
10	러시아	0	0	16,095	-

Ⅰ 신선 및 냉장 어류의 살(0302)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	56168104	79586739	212284644	166.73
1	노르웨이	44,455,499	50,845,320	138,094,207	171.6
2	영국	212,138	4,622,552	14,013,693	203.16
3	인도	272,051	529,220	1,141,107	115.62
4	미국	790,304	198,930	1,032,259	418.91
5	호주	6,165,733	2,066,118	366,458	-82.26
6	홍콩	1,148,222	330,213	237,746	-28
7	태국	1,605	130,898	222,121	69.69
8	한국	0	0	214,342	-
9	덴마크	0	0	118,145	-
10	인도네시아	1,755,168	1,451,455	95,261	-93.44

Ⅰ 천연 꿀(0409)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	2,374,433	794,175	1,837,691	131.4
1	미국	2,057,936	312,980	903,128	188.56
2	호주	37,835	72,189	85,426	18.34
3	캐나다	0	0	81,219	-
4	홍콩	0	0	64,043	-
5	독일	0	6,910	51,940	651.68
6	스페인	28,993	40,537	50,655	24.96
7	프랑스	16,304	22,724	24,523	7.92
8	싱가포르	13,706	11,247	22,486	99.93
9	스위스	6,450	5,979	9,909	65.72
10	한국	0	510	5,170	913.73

Ⅰ 건조한 채두류(1106)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	1,404,325	526,605	1,200,268	127.93
1	태국	438,463	71,402	613,226	758.84
2	홍콩	40,991	4,593	128,994	2708.56
3	말레이시아	120,928	83,362	118,581	42.25
4	대만	468,473	138,809	94,170	-32.16
5	인도네시아	0	0	32,396	-
6	인도	198,948	95,329	32,278	-66.14
7	멕시코	18,300	47,396	25,997	-45.15
8	필리핀	5,400	559	19,973	3472.99
9	일본	29,182	5,721	19,335	237.99
10	프랑스	0	516	17,704	3333.19

▶ 바나나(0803)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	103,319	3,081,314	6,256,121	103.03
1	필리핀	103,319	2,985,808	6,133,418	105.42
2	태국	0	94,594	119,776	26.62
3	프랑스	0	182	586	221.07
4	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-
6	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-
10	-	-	-	-	-

▶ 냉동채소(0710)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	2,100,334	2,085,854	3,932,736	88.54
1	중국	1,552,139	1,312,773	2,455,904	87.08
2	미국	178,146	281,786	634,301	125.1
3	말레이시아	38,595	18,909	224,557	1087.57
4	태국	80,352	85,106	122,315	43.72
5	벨기에	16,467	69,397	80,162	15.51
6	캐나다	0	0	35,811	-
7	싱가포르	2,876	6,013	11,703	94.65
8	프랑스	19,124	3,064	9,149	198.64
9	인도네시아	0	0	1,048	-
10	호주	0	84	541	542.46

▶ 조제하거나 보존 처리한 그 밖의 채소(2005)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	19,675,816	25,803,851	45,534,443	76.46
1	중국	9,151,094	12,868,367	30,915,428	140.24
2	미국	3,460,653	3,874,462	3,383,223	-12.68
3	말레이시아	2,336,257	2,032,152	2,626,085	29.23
4	필리핀	0	209,722	684,886	226.57
5	폴란드	0	536,888	602,280	12.18
6	스페인	272,155	278,757	407,803	46.29
7	한국	70,080	144,319	282,632	95.84
8	태국	572,365	663,688	237,066	-64.28
9	이탈리아	219,250	172,054	230,633	34.05
10	싱가포르	216,461	310,394	186,492	-39.92

▶ 해바라기씨유와 그 분획물(1512)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	1,784,499	2,299,484	3,997,186	73.83
1	미국	283,749	645,074	1,199,566	85.96
2	싱가포르	106,329	510,265	772,902	51.47
3	말레이시아	872,123	533,532	704,785	32.1
4	스페인	0	27,603	155,722	464.15
5	벨기에	99,228	76,994	75,620	-1.79
6	인도	0	0	65,097	-
7	프랑스	4,617	8,644	10,308	19.25
8	독일	0	652	8,579	1216.04
9	일본	0	0	2,484	-
10	태국	0	0	3	942

▶ 버터밀크와 요구르트(0403)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	16,816,333	17,534,333	29,865,999	70.33
1	독일	1,340,820	1,774,246	2,470,238	39.23
2	네덜란드	897,091	563,403	2,065,817	266.67
3	태국	1,474,739	1,308,855	1,381,281	5.53
4	뉴질랜드	844,217	165,114	1,236,587	648.93
5	인도네시아	9,952	384,616	675,990	75.76
6	싱가포르	10,502	0	586,920	-
7	호주	276,160	496,976	428,067	-13.87
8	미국	84,344	336,847	365,270	8.44
9	프랑스	34,232	166,001	280,736	69.12
10	스위스	73,835	128,981	140,933	9.27

▶ 감각류(0306)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	383,575,509	613,156,264	1,169,470,979	90.73
1	호주	30,968,207	90,659,952	350,279,524	286.37
2	인도	105,266,553	101,272,486	337,638,962	233.4
3	홍콩	13,030,814	141,223,123	176,902,089	25.26
4	말레이시아	15,716,561	42,124,683	61,043,637	44.91
5	태국	44,537,247	69,905,512	35,415,986	-49.34
6	인도네시아	20,897,159	37,288,551	26,456,161	-29.05
7	중국	18,716,695	13,029,146	26,179,858	100.93
8	미국	5,858,049	11,549,380	15,193,191	31.55
9	남아프리카공화국	0	1,702,807	14,059,419	725.66
10	캐나다	13,955,522	18,101,952	13,978,175	-22.78

▶ 냉동 쇠고기(0202)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	945,649,071	1,021,218,333	1,791,451,645	75.42
1	인도	679,693,023	806,099,075	1,609,567,181	99.67
2	홍콩	69,767,612	41,891,014	120,664,272	188.04
3	미국	177,330,963	153,223,358	25,464,086	-83.38
4	호주	5,594,165	8,686,766	8,891,070	2.35
5	멕시코	402,034	94,489	8,123,638	8497.44
6	파라과이	4,825,672	2,667,979	7,589,901	184.48
7	캐나다	1,186,808	3,448,553	1,769,640	-48.68
8	말레이시아	223,965	385,875	1,665,777	331.69
9	브라질	371,982	480,381	1,637,226	240.82
10	뉴질랜드	708,679	688,507	1,185,002	72.11

▶ 전분(1108)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	81,203,477	68,325,272	119,479,271	74.87
1	독일	4,894,551	6,149,691	7,277,614	18.34
2	홍콩	10,196,974	2,897,410	5,369,808	85.33
3	폴란드	775,309	1,552,675	4,660,874	200.18
4	태국	580,841	414,600	4,121,414	894.07
5	벨기에	3,287,883	2,628,663	4,041,209	53.74
6	덴마크	1,641	1,026,627	3,767,137	266.94
7	인도네시아	5,366,865	1,559	3,146,750	∞
8	중국	4,812,975	1,701,575	2,637,891	55.03
9	한국	1,317,744	1,455,539	1,409,461	-3.17
10	이탈리아	852,500	222,535	765,653	244.06

▶ 소, 돼지, 면양의 고기(0206)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	188,824,365	217,881,028	376,510,308	72.81
1	홍콩	135,136,134	147,454,491	241,983,511	64.11
2	인도	5,855,069	26,185,079	73,506,975	180.72
3	독일	343,715	3,642,930	8,799,871	141.56
4	호주	452,443	864,085	1,665,447	92.74
5	이탈리아	249,028	132,231	1,443,758	991.84
6	브라질	2,103,567	5,903,025	1,413,156	-76.06
7	멕시코	25,168	178,272	1,112,377	523.98
8	중국	0	180,400	787,428	336.49
9	아르헨티나	0	48,650	643,120	1221.93
10	미국	1,270,953	1,511,970	563,360	-62.74

▶ 기타 올리브유와 분획물(1510)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	1,775,153	2,643,533	4,431,639	67.64
1	스페인	192,148	286,355	477,809	66.86
2	이탈리아	154,717	233,626	366,586	56.91
3	그리스	0	0	34,959	-
4	말레이시아	35,874	0	34,466	-
5	대만	4,955	6,347	236	-96.28
6	싱가포르	0	0	99	-
7	태국	2	0	67	-
8	한국	0	16,781	0	-100
9	독일	0	4,100	0	-100
10	-	-	-	-	-

I 대추야자, 무화과, 파인애플, 아보카도, 구아바, 망고, 망고스틴(0804)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	21932580	53491910	87917569	64.36
1	태국	15,965,922	45,079,528	75,307,673	67.06
2	중국	1,638,989	1,887,241	4,597,369	143.6
3	터키	1,262,437	2,103,591	4,197,087	99.52
4	홍콩	2,409,412	3,333,697	1,552,561	-53.43
5	인도네시아	53,276	7,500	770,129	∞
6	호주	372,321	620,363	640,838	3.3
7	인도	69,336	145,831	390,499	167.78
8	미국	46,000	107,718	118,134	9.67
9	페루	0	0	87,675	-
10	필리핀	0	49,273	53,535	8.65

I 코코넛, 브라질너트, 캐슈너트(0801)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	26355047	33563033	52585020	56.68
1	인도네시아	19,497,423	23,909,791	33,228,239	38.97
2	인도	893,965	3,778,033	6,190,582	63.86
3	싱가포르	212,140	3,726	5,111,587	∞
4	홍콩	3,120,044	3,929,235	1,756,853	-55.29
5	멕시코	0	0	1,494,905	-
6	중국	0	0	974,556	-
7	미국	1,287,932	849,558	892,647	5.07
8	필리핀	193,985	0	668,640	-
9	태국	108,234	42,842	457,871	968.75
10	호주	30,861	154,508	183,767	18.94

I 설량이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(2202)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	146,753,064	163,225,915	252,154,247	54.48
1	태국	108,338,624	126,428,727	208,986,186	65.3
2	미국	4,769,715	8,939,564	11,535,222	29.04
3	말레이시아	439,159	2,034,369	5,220,907	156.64
4	한국	1,470,736	1,919,938	3,849,601	100.51
5	홍콩	2,474,292	1,852,344	3,344,149	80.54
6	싱가포르	344,610	938,598	1,765,089	88.06
7	네덜란드	3,932,609	1,910,319	1,314,991	-31.16
8	독일	445,740	887,133	972,295	9.6
9	호주	9,453	552,731	671,124	21.42
10	인도네시아	3,483,494	2,602,722	617,876	-76.26

I 조제하거나 보존처리한 벼섯과 송로(2003)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	9,034,740	8,284,644	9,416,013	13.66
1	미국	3,959,014	4,408,035	5,965,568	35.33
2	일본	1,444,822	1,749,274	1,725,094	-1.38
3	홍콩	276,126	444,549	807,624	81.67
4	스위스	202,259	199,856	241,076	20.62
5	호주	319,021	263,868	180,619	-31.55
6	한국	69,576	65,636	73,437	11.89
7	중국	6,786	24,500	58,866	140.27
8	영국	488,319	165,562	34,334	-79.26
9	멕시코	24,916	18,549	29,687	60.05
10	네덜란드	0	0	27,114	-

I 연양과 산양고기(0204)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	38,920,521	26,731,445	24,027,100	-10.12
1	호주	5,147,824	7,344,224	21,675,899	195.14
2	홍콩	1,483,935	1,356,762	1,006,951	-25.78
3	뉴질랜드	511,963	700,170	820,783	17.23
4	인도	66,257	0	181,980	-
5	미국	34,116	66,629	86,064	29.17
6	영국	5,081,092	3,145,147	44,646	-98.58
7	싱가포르	11,911	26,668	27,048	1.43
8	독일	0	0	1,029	-
9	아이슬란드	890,992	109,406	0	-100
10	벨기에	19,943	0	0	-

I 변성하지 않은 에틸알코올, 변성 에틸알코올, 그 밖의 변성 주정(2207)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	4,223,133	4,295,227	7,027,839	63.62
1	싱가포르	408	819	5,563,255	∞
2	대만	60,992	147,278	197,556	34.14
3	러시아	0	55,762	181,171	224.9
4	독일	91,354	68,487	103,312	50.85
5	인도네시아	31,168	62,104	76,734	23.56
6	일본	315,052	65,818	61,216	-6.99
7	중국	74,981	37,993	41,420	9.02
8	미국	0	3,577	35,500	892.45
9	스페인	23,060	28,898	35,006	21.13
10	프랑스	48,653	24,500	29,411	20.04

I 육과 식용 설육(0210)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	7,226,293	1,294,259	2,021,952	56.22
1	한국	0	0	486,742	-
2	이탈리아	125,381	118,713	209,106	76.14
3	미국	2,789,594	79,123	123,196	55.7
4	대만	6,024	4,580	66,278	1347.07
5	태국	22,524	87,391	53,182	-39.14
6	스페인	25,926	50,741	28,743	-43.35
7	말레이시아	201,492	0	24,111	-
8	싱가포르	6,993	2,490	16,808	575.13
9	독일	0	10,436	6,807	-34.77
10	프랑스	2,101	0	5,451	-

I 베르무트(2205)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	981,475	587,648	873,424	48.63
1	이탈리아	69,778	80,809	143,258	77.28
2	미국	65,147	5,570	46,778	739.82
3	프랑스	39,397	10,568	16,698	58.01
4	태국	0	0	14,871	-
5	싱가포르	18,113	12,499	8,953	-28.37
6	말레이시아	7,582	0	2,841	-
7	대만	0	0	67	-
8	그리스	83	0	27	-
9	칠레	5,400	1,800	0	-100
10	네덜란드	11,804	17,125	0	-100

I 감자가루(1105)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	1058452759	1238161214	1212636335	-2.06
1	독일	122,069,045	139,691,680	142,247,096	1.83
2	네덜란드	133,553,833	114,579,835	128,338,482	12.01
3	미국	92,750,271	101,279,061	102,834,606	1.54
4	벨기에	71,295,537	72,770,423	63,446,347	-12.81
5	덴마크	21,359,126	24,524,450	23,077,883	-5.9
6	폴란드	15,061,207	22,739,086	22,538,315	-0.88
7	프랑스	15,985,280	12,899,487	11,216,828	-13.04
8	캐나다	19,426,308	15,437,735	10,764,659	-30.27
9	영국	3,490,159	7,037,307	6,069,152	-13.76
10	인도	4,814,466	4,190,142	5,058,785	20.73

I 곡물가루(1102)

순위	수입국	2011	2012	2013	증가율
	글로벌	6,224,925	2,315,532	1,897,404	-18.06
1	태국	401,156	641,214	1,441,537	124.81
2	홍콩	1,299,279	1,183,493	309,833	-73.82
3	일본	23,578	0	43,510	-
4	싱가포르	3,930	26,156	31,462	20.29
5	한국	14,534	3,341	20,460	512.39
6	말레이시아	0	12,532	9,715	-22.48
7	호주	26,574	898	7,932	783.31
8	미국	0	0	6,086	-
9	이탈리아	881,834	80,172	3,243	-95.95
10	대만	46,670	35,763	1,220	-96.59