

## ... 머리말 ...

우리나라의 농림축수산물 수출규모는 2009년도 기준 48억 달러로 농림수산 식품부의 수출 드라이브 정책과 공사의 해외시장개척 사업 추진 등에 힘입어 매년 수출이 증가추세에 있습니다. 그러나 일본, 중국, 미국, 러시아, 홍콩 등 상위 5개 기존 주력 수출시장이 전체 농림축수산물 수출에서 차지하는 비중이 약 54%로 수출시장이 매우 편중되어 있는 실정입니다.

이에 공사는 시장확대 여지가 큰 이머징마켓 개척을 통한 새로운 수출활로 모색이 긴요하다는 판단 하에 기존 주력 수출시장 이외의 이머징 마켓 시장조사를 실시하게 되었습니다.

현재 식품시장 정보 인프라가 미흡한 이들 이머징 마켓에 대한 정보조사·제공을 통해 수출선 다변화와 신규시장 진출 기회를 제공하여 수출업체의 수출을 지원하기 위해 금년에 베트남, 말레이시아, 호주, 뉴질랜드 4개국에 대한 조사를 추진하였습니다.

이 자료집은 베트남 식품시장에 대한 조사결과로 금번 조사에서는 해외 전문 조사기관(Business Monitor International 등)의 전문성 있고 신뢰도 높은 식품 시장 정보를 최대한 활용하는 한편, 한국식품 유통실태 및 수출확대 방안 등은 KOTRA 하오니무역관 등을 활용하여 현장감 있는 정보를 조사하기 위해 노력 하였습니다.

모쪼록 이 자료집이 새로운 시장의 개척과 마케팅 전략 수립에 조금이나마 도움이 되고 더 나아가 한국 농식품의 수출증대에 기여할 수 있기를 기대합니다.

2010. 11

aT 농수산물유통공사  
수출이사 **윤인택**



# 조사 개요

## ☐ 조사목적

- 베트남(이머징 마켓) 정보 조사 제공을 통해 수출선 다변화와 신규시장 진출 기회 제공, 마케팅 전략 수립으로 국내 수출업체 수출전략 도출

## ☐ 조사 기간 및 방법

- 조사기간 : '10. 10월~11월
- 조사방법 : 해외전문조사기관(Business Monitor International)의 시장 조사 보고서 및 KOTRA 하노이무역관

## ☐ 조사내용

- 일반개황
- 농업현황
  - 농업생산동향, 주요품목 산업전망
- 식품산업 현황
  - 식품음료산업 SWOT 분석, 산업전망, 시장특성, 유통구조, 소매시장
- 농식품 수출입현황
  - 대외 교역동향, 농산물 교역동향, 한국과의 수출입현황
- 수출입 통관제도
  - 개요, 수입식품 관련 제도, 수출입관련 제도, 관세제도, 분쟁해결제도, 외환제도, FTA 체결 및 추진현황
- 한국식품 수출확대 및 진출방안
  - SWOT분석, 한국 농산물 경쟁력 및 여건, 시장 진입을 위한 제안
- 기타
  - 주요기관 연락처, 잠재적 구매자 목록



## 특새시장 조사결과(요약)

### 베트남

#### ■ 식품산업 규모

- 식품소비 : ('09) 144억 달러 → ('14) 224억 달러 전망
  - 인구당 식품소비 : ('09) 164.5달러 → ('14) 244달러 전망
  - GDP에서 식품소비 비중 : ('09) 15.5% → ('14) 14.4% 전망

#### ■ 시장 특성

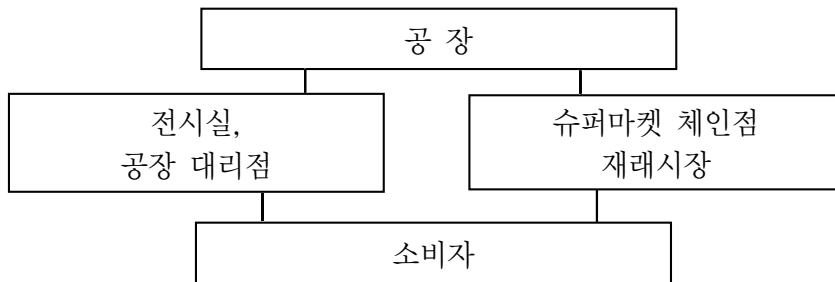
- 식품산업은 베트남의 주요 산업 중 하나로 산업 생산량과 GDP의 상당 부분을 차지하며 교역증대와 외교 관계 개선에도 도움이 되었음. 최근 식품가공산업이 상당한 발전을 이루고 있으며 매년 질적, 양적으로 성장추세에 있음
- 베트남의 커피와 쌀, 고무, 해산물을 비롯한 다수의 1차 농산물이 해외에 수출되고 있으며 앞으로 식품산업의 수출 능력과 잠재력이 커질 것으로 전망됨

#### ■ 식품 수출입 현황

- 식품 및 음료 수출규모는 9,706백만 달러, 수입규모는 3,206백만 달러임('09)
  - '10~'14 기간중 수출은 64.2%, 수입은 56.2% 증가 전망
  - 주요 수출품목은 쌀, 커피, 캐슈넛, 천연고무, 후추, 차 등이며
  - 주요 수입품목은 대두박, 면화, 밀, 팜유, 옥수수, 담배 등임
- 자국내 식품생산과 농업을 개선하여 생산 증가를 통한 수출확대 및 품질 경쟁력 제고를 위한 정부 차원의 노력으로 수출증가가 전망
- 도시화와 서양 영향에 대한 지속적인 노출로 수입도 증가할 것으로 전망

## ■ 가공식품 유통구조

- 국내 식품 생산자들은 2개의 주요 경로로 제품을 유통함. 즉, 전시실과 공장 대리점 그리고 슈퍼마켓 체인과 재래시장으로, 대부분 국내 농산품은 재래시장, 수입식품은 슈퍼마켓 체인을 통해 유통됨



## ■ 한국식품 수출확대 및 진출방안

### ■ SWOT

강점	고급상품으로 자리잡고 신뢰도 보유 - 특히, 인삼은 선호도 가장 높음 일부 상품은 차별화된 경쟁력을 보유 - 예, 인스턴트 면	약점	중국, 대만, 기타 인접국 대비 가격경쟁력 뒤짐 품질 중심적, 가격 중심적 시장이며 브랜드 중심적 시장으로 새로운 브랜드는 후발주자로서 상당한 어려움에 직면
기회	2007년 WTO 가입으로 시장진입장벽과 무역규제가 제거되어 수출이 용이해짐 도시지역 소득향상과 생활방식 변화로 건강식품에 대한 수요 증가	위협	수입농산물에 대한 기술장벽 설정 가능성 유통경로가 현대적이고 효율적이지 않음 현지기업들과의 경쟁(제과, 음료, 인스턴트면) 현지 기진출한 외국기업과의 경쟁(인삼)

### ■ 4P 전략

〈Product〉

- 표준화, 위생 및 검역 조치, 음식 안전성 인증서 등을 통한 품질을 보장할 것
- 상품의 종류, 형태, 크기, 부가가치 정도를 다양화 할 것. 예컨대 신선 인삼과 건조

인삼에서 인삼 사탕, 인삼차, 인삼꿀 혼합물 등 부가가치가 더 높은 상품으로 다양화  
진행

〈Price〉

- 다양한 수요와 틈새에 맞추어 다양한 수준의 가격을 제공할 것
- 신뢰를 쌓기 위해 일관성 있고 투명하며 합리적인 가격 책정 정책을 개발할 것

〈Promotion〉

- 전시회, 소비자 회의, 한국 문화 주간 등을 통해 상품을 소개 및 홍보할 것
- VCCI(베트남 상업 및 산업 회의소 : Vietnam Chamber of Commerce and Industry),  
MARD(농업 및 지역개발부 : Ministry of Agriculture and Rural Development),  
기타 유관 기관과 홍보 및 정보 지원을 위한 관계를 맺을 것
- 상품에 대한 모든 정보가 제공될 수 있고 소비자와의 관계의 관리가 더 잘 이루어질  
수 있는 웹사이트를 설계하고 온라인 판매 체계를 개발할 것

〈 Place 〉

- 일관성 있고 합리적인 제품 및 가격 책정 정책을 가진 공급 경로를 개발할 것
- 공급 경로를 잘 관리하고 모방 제품과 공급자의 등장을 예방하기 위한 조치를 취할 것







# 목 차

1. 일반현황 .....	1
2. 농업현황 .....	7
3. 식품산업 현황 .....	37
4. 농식품 수출입현황 .....	93
5. 수출입 통관제도 .....	105
6. 한국식품 수출확대 및 진출방안 .....	133
7. 기타 .....	145



# 1. 일반현황

가. 국가개요 ..... 3

나. 경제현황 ..... 4



# 1\_ 일반현황

## 가. 국가개요

### ■ 일반 사항

- 위 치 : 인도차이나 반도
- 면 적 : 330천 km<sup>2</sup> (한반도의 1.5배)
- 기 후 : 아열대성 (북부), 열대성 (남부)
- 인 구 : 89.6백만 명 ('10)
- 수 도 : 하노이 (3.2백만명)
- 민 족 : 베트남인 (90%), 기타 소수민족
- 언 어 : 베트남어
- 종 교 : 불교, 가톨릭

### ■ 정치 사항

- 독 립 일 : 1945. 9. 2. (프랑스)
- 정 치 체 제 : 사회주의공화제
- 국 가 원 수 : Nguyen Minh Triet 주석
- 의 회 : 단원제 (493석)
- 주 요 정 당 : 베트남공산당 (실질적 일당체제)
- 국제기구가입 : UN, IMF, WTO, APEC, IBRD, IDA, IFC, ADB, ASEAN 등

## 나. 경제현황

### ■ 경제 사항

- 화 폐 단 위 : Dong (D)
- 회 계 연 도 : 1. 1.~12. 31.
- 산 업 구 조 : ('09) 제조업 40.3%, 서비스업 39.0%, 농업 20.7%
- G D P : ('08) 903억달러 → ('09) 932(추정) → ('10) 1,011(전망)
- 1인당 GDP: ('08) 1,008달러 → ('09) 1,040(추정) / ('10) 1,128(전망)
- 경제성장률 : ('08) 6.2% → ('09) 5.3%(추정) → ('10) 6.2%(전망)
- 주요 수출품 : ('09) 원유, 수산물, 쌀, 커피, 고무, 차, 의류
- 주요 수입품 : ('09) 기계류 및 장비, 석유제품, 비료, 철강제품
- 주요 부존자원 : 석탄, 석유, 철광석
- 경제적 강점 : 정치·사회적 안정, 양질의 풍부한 노동력
- 경제적 약점 : 열악한 사회 인프라, 불균형적인 발전

### ■ 최근 동향

- 6.28 베트남정부와 필리핀 정부, 양국 어업협력협정 체결 (Thoi Bao Kinh Te 경제 시보, 1면)
- 6.28 호치민시에서 Gemalink사와 대림-삼화 합작법인, Gemalink-Cai Mep 항만 인프라건설 관련 협의서 체결 (Thoi Bao Kinh Te 경제시보, 1면)
- 재무부는 유럽위원회(EC)가 유럽연합(EU)에 수출하는 베트남 자전거에 대한 반덤핑 관세가 오는 7.15에 만료되므로 동 품목에 대한 반덤핑관세를 계속 유지할 것인지의 여부를 결정할 예정이라고 밝힘 (Tuoi tre 젊은이, 14면)

- 무역촉진국의 정보에 따라 지금까지 베트남 기업 중 44%가 자사제품을 홍보하기 위해 웹사이트를 이용하며 그 중에서 85%가 외국어로 번역하고 있는 것으로 집계됨. 브랜드 등록률은 낮은 편으로 대기업과 중견기업의 29~32%에 불과한 것으로 나타남 (Tuoi tre 젊은이, 14면)
- 정부총리, 베트남 정부가 운영하고 있는 15개의 그룹, 공사를 국가소유의 유한책임 회사로 변경하기를 결정함 (Dau Tu 투자, 1면)
- 주미국 베트남 상무기관의 예측에 따르면, 올해 베트남의 대미 총 수출액이 140억불로 예상되어 전년대비 약 15% 증가할 것으로 보이며, 최근 미국 무역부의 발표에 의하면 2010년 상반기 4개월 동안 베트남과 미국의 상호 무역액이 2009년 동기대비 17% 증가한 50억불을 기록했다고 함 (Lao Dong 노동, 1면)
- 태국 쌀수출협회에 따르면, 태국의 쌀가격이 높아 2015년 전까지 베트남이 태국을 넘어 세계 최대의 쌀수출국으로 성장할 것으로 전망함 (Nhan Dan 인민, 8면)
- 자원환경부와 JICA가 베트남내 온실가스 검사강화 사업에 대한 합의서를 체결하였음. 동 기술 협력사업은 2010.9월을 시작으로 3년간 실시되며 JICA에서 3백십만불을 지원할 것으로 전해졌음 (Thoi bao Kinh te Viet Nam 베트남 경제시보, 3면)
- 산업무역부 무역촉진국과 정책연구개발센터가 공동으로 한 2015년 베트남 수출액 예견에 따라 2015년 베트남의 수출액은 1천200억불을 넘으며 경제 성장률은 연평균 18%를 기록할 것으로 전망함 (Thoi bao Kinh te Viet Nam 베트남 경제시보, 3면)
- Hoang Trung Hai 부총리는 최근에 2030년까지의 Dong Thap성 소재 국경지역 경제단지 건설계획 임무 승인 결정서에 서명하였음. 경제단지의 자연면적은 31.936ha 이며 이 곳에 5개의 국경세관과 2개의 국제국경세관이 있음 (Thoi bao Kinh te Viet Nam 베트남 경제시보, 3면)





## 2. 농업현황

가. 농업 생산동향 ..... 9

나. 주요품목 산업전망 ..... 11



## 2\_ 농업현황

### 가. 농업 생산동향

#### ■ 농업 SWOT분석

강점	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 북쪽의 홍강 삼각주와 남쪽의 메콩강 삼각주 주변의 천연적으로 비옥한 토양이 강력한 농업 기반을 제공함</li> <li>● 베트남은 세계 2위의 쌀과 커피 수출국임</li> <li>● 농업 생산성은 1986년 경제개방 이후 상당히 향상되었음</li> </ul>
약점	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 베트남 농업의 많은 부분이 타 선진농업국들에 비해 소출이 적은 영세농가들에 기반을 두고 있음</li> <li>● 운송 및 생산 인프라가 열악한 경우가 많아서 곡물 출시를 어렵게 하고 품질에도 부정적인 영향을 줌</li> </ul>
기회	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 1986년 경제개방 이후 보다 많은 민간 농업 참여를 허용함으로써 소출이 극적으로 향상되고 있으며, 향후 그러한 기조가 계속될 것으로 전망됨</li> <li>● 8,000만 명이 넘는 베트남의 빠른 인구 증가는 농산식품을 위한 대규모 시장을 제공함</li> <li>● 급속하게 성장하는 1인당 GDP로 인해 소비자들은 식품에 더 많은 돈을 지출할 것이며 이에 따라 농업생산의 성장도 박차가 가해질 것임</li> </ul>
위협	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 농업 모범사례와 위생기준에 대한 지식이 열악하여 최근에 있는 축산업분야 질병발생과 같은 위협에 노출되어 있음</li> <li>● 부진한 세계경제는 커피와 같은 핵심 수출품에 위협이 되고 있으며 국내 식품 소비도 부진해질 우려가 있음</li> <li>● 인구 증가와 산업화로 인해 토지이용 경쟁이 심화되어 농업 확대에 가용한 면적이 감소할 것임</li> </ul>

## ■ 농업 개황

- 농업은 베트남 도이모이(Doi Moi) 정책의 기반이었으나 경제구조 변화로 농업 부문은 축소되고 제조업과 서비스 부문은 성장 추세
  - '86년부터 '07년 기간중 제조 부문의 국내 총생산은 연평균 8.6%, 서비스 부문은 7%의 성장률을 보임
  - 동 기간중 농림수산업의 전체 연평균 생산량은 5.8% 증가하였으며, '00년과 '07년 기간 중 수산업은 9.4%, 임업은 1.2%의 증가율을 보임
- 농업부문의 급속한 성장으로 베트남은 자급자족 중심의 경제에서 견고한 식량 안보 체계를 갖춘 농업 생산품의 수출국이 되었으며 이로 인해 중앙계획 체제의 베트남 경제가 사회주의 성향의 시장경제 체제로 전환되는 데 기여하였음
- 광의의 농업부문에서는 '00년과 '07년 기간에 수산업과 축산업은 국내 총생산에서 차지하는 비율이 각기 16.2%에서 26.4%로, 17.3%에서 20%로 빠른 성장을 보여 온 반면, 농작물 생산은 61.8%에서 51%로 감소하였음
- 특히 농작물 생산은 구조적인 변화를 겪어 전체 쌀 재배면적은 '00년 7.67백만 ha에서 '07년 7.2백만 ha로 465천 ha가 감소하였으며 동 기간중 옥수수 생산은 경작면적과 생산액이 두 배의 성장을 보였고, 콩과작물은 39.98백만톤으로 5.6백만톤이 증가하였음
- 축산 생산에서도 급속한 성장세를 보이고 있는데 농장에 기반을 둔, 기업농장형태의 축산은 점점 전국에 산재해 있는 단위 가구 수준의 축산업을 대체하고 있으며, 실례로 '01년 1,761개의 가구수가 '06년 16,594개의 가구로 증가하여 동기간 연평균 150%의 성장세를 보였음
- 증가 추세인 소비자 수요에 대응하여 축산물 생산은 연간 7.8%의 성장세를 보이고 있으며 돼지 생산은 축산업 생산이 '00년 17.3%에서 '07년 26.5%로 증가하는 데 기여하였음. 또한 사료 생산도 더불어 증가하였음

- 농업생산에서 나타나는 현저한 트렌드는 가치사슬의 중심이 가공, 무역, 서비스 부문으로 옮겨가고 있다는 점이며, 비교우위 분석을 통한 작물생산 특화지역 형성이 가능해졌으며 메콩강 델타지역의 쌀 재배, 중부 고원지대와 동남부 지역의 커피, 북부 산간지역의 차, 동남지역의 고무, 동남지역 메콩 델타 지역과 북부 일부 지역의 과일, 중부 해안지대와 과거 Zone IV 지역, 남부지역의 사탕수수 등임
- 이로 인해 가공능력의 개발과 수출작물 생산에 대한 기술적용이 더욱 효율적이고 과학적인 적용이 가능해졌음
- 농업부문의 생산은 비약적으로 성장하였고 수출지향적으로 발전하여 국내와 해외 시장 점유율을 높여가고 있으며 상당 부문의 농업 생산품이 수출되고 있음
  - 쌀은 85%, 캐슈넛 49%, 커피, 고무, 후추는 거의 100% 수출되고 있음
  - 현재 베트남은 5개의 핵심품목인 양식업 생산품, 커피, 쌀, 고무, 가구목재에서 연간 10억 달러의 수입을 올리고 있음
- 지난 20년간 도이모이 정책 기간 중 비료와 같은 농업 생산요소와 노동력은 GDP 성장에 중요한 역할을 해왔는데 각각의 기여도는 26.1%, 22.4%에 달했음. 1년생 작물의 재배면적 증가는 약 16.5%의 기여율을 보여 왔으나 재배면적 증가를 위해서는 관개시설이 중요한 역할을 차지하고 있음

## 나. 주요품목 산업전망

### 1) 제당산업 전망

#### ■ 공급 전망

- 값싼 수입품과 더 높은 효율성과 품질을 자랑하는 경쟁자들로 인해 베트남의 제당 산업은 투자와 기술 발전이 부족한 상태임. 설탕 재배 지역의 넓이는 2001/02년도에 40년간 가장 넓은 320,000 ha에 달하였으나 그 이후에는 줄어들었음

- 경작 면적의 감소를 최소화하기 위해 사탕수수 수확량은 1997/98년에서 2007/08년 사이에 21% 증가하였음. 2008/09년에는 생산량이 낮았으나 2009/2010년에는 기후가 더 좋아 생산량이 110만 톤으로 다시 증가할 전망이다
- 2014년 수확량의 증가와 국내 수요의 증가로 인해 설탕 생산량은 25% 증가한 126만 톤에 달할 것으로 예상함. 그러나 수요가 공급보다 월등히 높을 것이기 때문에 여전히 설탕 수입국가로 남을 것임

■ 수요 전망

- 베트남의 설탕 소비량은 2014년까지 계속 증가하여 수입 의존성이 높아질 것으로 보임. 설탕과 설탕이 들어가는 식품 및 음료의 소비량이 현재의 높은 식품 가격 인플레이션으로 인해 줄어들 것으로 보이기 때문에 소비량의 증가율은 낮을 것임
- 그러나 경기 부양책의 해소와 식품 가격 인플레이션의 영향으로 인한 소비자 지출의 감소 효과는 일시적일 것으로 판단됨. 따라서 중기적으로는 여전히 베트남의 경제 성장이 활발할 것으로 예상함. 이러한 긍정적인 경제 성장 전망이 2014년까지 설탕 소비량이 26% 증가할 것이라고 보는 주된 이유임

〈베트남-설탕 생산량, 소비량, 무역량〉

	2005	2006	2007	2008	2009e
설탕 생산량, (천 톤) <sup>1,2</sup>	980.0	930.0	1,100.0	1,220.0	1,000.0
설탕 소비량, (천 톤) <sup>2</sup>	1,225.0	1,300.0	1,300.0	1,400.0	1,450.0
설탕 총 무역 수지 (천 톤) <sup>2</sup>	-290.0	-405.0	-215.0	-295.0	-490.0

	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
설탕 생산량, (천 톤) <sup>1,2</sup>	1,102.0	1,133.0	1,169.0	1,213.0	1,260.0
설탕 소비량, (천 톤) <sup>2</sup>	1,481.0	1,551.0	1,630.0	1,715.0	1,825.0
설탕 총 무역 수지 (천 톤) <sup>2</sup>	-379.0	-417.6	-460.9	-502.6	-565.6

주 : e/f=BMI 측정치/전망. <sup>1</sup> 모든 경우에 연도는 해당 달력년도에 종료하는 추수년도에 대한 자료를 지칭함. 즉, 2009=2008-2009; 출처 : <sup>2</sup> USDA, BMI

### 〈잠재력이 아직 전부 실현되지 않았음〉

- 1995년에 제당산업 분야의 잠재력과 설탕에 대한 국내 수요의 증가를 인지하여 베트남 정부는 2000년까지 생산량을 1백만 톤까지 2배 이상 늘리기 위한 정책을 도입하였음. 정부는 이 분야에 대한 외국의 참여를 장려하면서 저리 금융을 제공하고 인프라의 발달을 약속하였음. 설탕 생산량은 급격히 증가하여 2000년에는 95만 톤, 그 다음 해에는 121만 톤에 달하였음. 그러나 그 이후 해당 분야의 성장이 둔화되었고 베트남은 다시 설탕 수입국이 되었음
- 이는 새로이 확장된 제당산업의 비효율적인 생산 방법에서 원인을 찾을 수 있음. 베트남에서는 설탕이 태국이나 호주와 같은 다른 생산국에서보다 상당히 비쌌음. 베트남의 설탕 생산자들은 높은 관세와 엄격한 수입 규제의 보호를 받아왔음. 이러한 경쟁의 결핍으로 인해 설탕 수출 산업이 저해되었음. 보호를 받으면서도 많은 제당 사업자가 지난 몇 년간 적자를 기록했음. 캄보디아를 통해 더 값싼 태국 설탕이 밀수되고 있어 국내 설탕의 가격 경쟁력은 더 약화되고 있음
- 국제 협약에 의해 베트남이 보호 조치를 줄일 수밖에 없게 되면서 이제 제당산업은 전환기를 맞고 있음. ASEAN 자유무역협정(AFTA) 따라 베트남은 2011년까지 ASEAN 회원국들에 대한 설탕 수입 관세를 5% 이하로 낮춰야 함. 이에 따라 설탕 수출국인 태국에서 설탕이 수입될 것임. WTO에 대한 의무의 이행으로 다른 국가에 대한 수입품에 대한 관세도 2011년까지 낮춰야 함

- 베트남 정부는 농민들에게 수확량이 더 많은 수수 종을 심도록 장려하고 수수 생산의 기계화를 촉진시킴으로써 제당 산업의 효율성을 증진시켜 세계 경제에 통합시키기 위해 노력하고 있음. 2007년에는 베트남 정부가 2010년, 그리고 더 나아가 2020년까지의 제당 산업 발전 계획을 발표하였음
- 해당 계획의 목표는 2010년까지 연간 사탕수수 1,930만 톤에서 설탕 150만 톤을 생산하려는 것인데 목표 달성은 요원한 실정임. 원래 계획에는 사탕수수 면적이 300,000 ha에 달하고 수확량은 65톤/ha에 달할 것으로 예상하였음. 평균 수확량은 아직 이에 못 미치며 2008년에는 수수 생산량이 1,210만 톤에 달하였으니 2009년에는 이 수치가 1,000만 톤으로 감소할 것으로 보임. 계획상으로는 수수 수확량과 수수의 설탕 함유량을 늘려 2020년까지 210만 톤을 생산하는 것이 목표임
- 이러한 야심찬 목표를 달성하기 위해 정부는 기존의 설탕 제분소의 기술을 향상시키기 위해 신규 제분소의 건설 정지령을 내렸음. 주별로 당국에서 제분소를 지원해 수수를 어느 구역에서 공수해올 것인가를 정리하는 일을 돕고 경작 방식을 개선하는 일도 도울 것임. 금융적으로는 정부는 새로운 수수 종을 수입 및 번식시키고 저수지나 용수로와 같은 인프라를 개선하는 데 투자하기로 약속하였음
- 제당 산업에 대한 정부의 지원은 반가운 일이나 해당 업계가 국내 수요를 충족시킬 만큼의 설탕을 생산하는 데 어려움이 따를 것으로 보고 있음. 관세가 낮아지는 2011년이 될 때까지 베트남 산 설탕이 수입 제품하고 경쟁을 하기는 무리일 것이기 때문에 그 이후에는 정부는 생산량을 유지하기 위해 다른 방식의 지원을 하여야 할 것임

## 2) 축산업 전망

### ■ 공급 전망

- 베트남의 축산업은 오래 전부터 투자 부족과 값싼 수입품 때문에 어려움을 겪었음. 베트남의 축산업계에서는 양돈업이 가장 주된 분야이며 돈육 생산량은 2009/10년도에 190만 톤에 달해 전체 축육 생산량의 4분의 3을 차지하였음. 전년도 대비



2%의 낮은 성장을 보였음. 양계업은 2008/09년도에 수요와 가격 감소로 인해 타격을 받은 뒤 2009/10년에는 약간 증가하여 365,000톤을 기록하였음

- 최근 몇 년간 질병의 발생, 투입 비용의 급증, 그리고 저렴한 수입품과의 경쟁으로 인해 어려움을 겪었음에도 불구하고 베트남의 축산업 생산이 중기적으로는 증가할 것으로 전망됨. 이는 임금의 상승이 국내 육류 소비를 촉진시킬 것이고(식단 다양화로 인해) 그에 맞춰 생산이 증가할 것이기 때문임. 더 나아가 축산업계는 식품 가공 현대화를 위한 정부의 노력이 집중되고 있는 주요 분야임
- 이에 따라 전망 기간인 2013/14년까지 가금육 생산은 지속되고 있는 조류 독감 문제에도 불구하고 33.5% 증가한 453,700톤에 달할 것으로 예상함. 돈육 생산량은 2009년 대비 30.6% 증가하여 242만 톤에 달해 다른 육류의 생산 증가율보다 빠르게 증가해 업계에서의 우월한 지위를 더욱 더 보강할 것으로 보임. 이러한 성장에도 불구하고 베트남은 수요를 충족시키기 위해 돈육 수입에 계속 의존해야 할 것임. 우육 생산은 베트남 축산업에서 가장 약한 부분으로 남을 것이지만 해당 분야도 전망 기간 동안 양호한 증가세를 보여 생산량이 20.8% 증가한 314,100톤에 달할 것으로 보임

## ■ 수요 전망

- 베트남의 육류 소비량은 지난 십 년간 상당히 증가하였으며 인구 당 소비량은 1999년 대비 86%가 증가하여 2009년에는 연간 28kg를 기록하였음. 안정적인 소득 및 인구 상승세에 힘입어 2014년까지 축산물에 대한 소비가 계속 증가할 것으로 예상됨
- 가금육 소비량이 가장 높은 성장률을 보여 41% 증가한 453,000톤에 달할 것이고 돈육(현 소비량이 높음)과 우육 소비량도 각각 32%와 35% 증가할 것임. 2014년에는 돈육 소비는 250만 톤, 우육 소비는 688,000톤에 달할 것임. 모든 경우에 생산량의 증가율보다 소비량의 증가율이 더 높을 것이어서 베트남의 육류에 대한 수입 의존성은 높아질 것임

〈베트남- 가금육 생산량, 소비량, 무역량〉

	2005	2006	2007	2008	2009e
가금육 생산량, (천 톤) <sup>1</sup>	322.00	344.00	344.00	350.00	340.00
가금육 소비량, (천 톤) <sup>1</sup>	327.00	370.00	460.00	545.00	530.00
가금육 총 무역 수지, (천 톤) <sup>1</sup>	-5.00	-26.00	-116.00	-195.00	-190.00
	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
가금육 생산량, (천 톤) <sup>1</sup>	365.10	381.70	401.20	428.00	453.70
가금육 소비량, (천 톤) <sup>1</sup>	552.30	579.80	630.90	688.30	746.50
가금육 총 무역 수지, (천 톤) <sup>1</sup>	-187.30	.198.20	-229.70	-260.20	-292.80

주 : e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : <sup>1</sup> USDA, BMI

〈베트남- 돈육 생산량, 소비량, 무역량〉

	2005	2006	2007	2008	2009e
돈육 생산량, (천 톤) <sup>1</sup>	1,602.00	1,713.00	1,832.00	1,850.00	1,850.00
돈육 소비량, (천 톤) <sup>1</sup>	1,583.00	1,731.00	1,855.00	1,880.00	1,894.00
돈육 총 무역 수지, (천 톤) <sup>1</sup>	17.00	-19.00	-6.00	-30.00	-44.00
	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
돈육 생산량, (천 톤) <sup>1</sup>	1,902.00	1,941.00	2,054.00	2,231.00	2,415.00
돈육 소비량, (천 톤) <sup>1</sup>	1,960.00	2,061.00	2,182.00	2,341.00	2,507.00
돈육 총 무역 수지, (천 톤) <sup>1</sup>	-57.70	-119.10	-127.50	-110.80	-91.10

주 : e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : <sup>1</sup> USDA, BMI

## 〈베트남- 소와 송아지 고기 생산량, 소비량, 무역량〉

	2005	2006	2007	2008	2009e
소와 송아지 고기 생산량, (천 톤) <sup>1</sup>	220.00	230.00	240.00	250.00	260.00
소와 송아지 고기 소비량, (천 톤) <sup>1</sup>	239.00	258.00	329.00	448.00	509.00
소와 송아지 고기 총 무역 수지, (천 톤) <sup>1</sup>	-19.00	-28.00	-89.00	-198.00	-249.00
	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
소와 송아지 고기 생산량, (천 톤) <sup>1</sup>	261.80	274.10	285.40	299.20	314.10
소와 송아지 고기 소비량, (천 톤) <sup>1</sup>	535.50	560.70	583.20	634.20	688.10
소와 송아지 고기 총 무역 수지, (천 톤) <sup>1</sup>	-273.65	-286.64	-297.76	-335.01	-373.92

주 : e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : <sup>1</sup> USDA, BMI

## 〈정부 개입〉

- 2008년 10월 초에 업계로부터 수개월 동안 로비가 있는 후 재정부는 국내 생산자들을 돕기 위해 육류에 대한 수입세를 늘리기로 했다고 발표하였음. Viet Nam News는 통 가금육에 대한 관세는 15%에서 40%로, 그리고 닭다리와 날개에 대한 관세는 5%에서 20%로 인상되었다고 보도하였음. 생돈육과 우육 수입품에 대한 관세는 각각 2% 인상되어 27%와 17%로 책정되었음. 관세의 목적은 수입의 급격한 증가세를 낮추려는 것임; 2008년 1~8월까지 베트남은 2007년 전체 수입한 가금육의 두 배가 넘는 100,000톤의 가금육을 수입하였음. 농림부에 의하면 관세 도입 이후 육류와 가금육의 월별 수입량이 20-25% 감소하였다고 하나 경제적 전망의 악화도 수입 감소에 기여하였을 수 있음

- 재정부는 2009년 3월에 다시 관세를 인상하였음. 3월 20일부터 적용되는 인상된 세율은 생돈육에 대해서는 28%, 냉동 돈육에 대해서는 24%임. 생우육에 대한 관세는 부위에 따라 17%에서 33% 사이이며 냉동 우육에 대한 관세는 20%로 설정되었음. 2009년 4월 초에 농림부는 재정부에게 축산업자들을 돕기 위해 옥수수에 대한 수입관세를 8%에서 4%로 낮춰달라고 요청하였음. 2009년 5월에 재정부는 냉동육 수입이 3월 관세 인상 이후 전월 대비 20% 정도 감소하고 있다고 보고하였음
- 2009년 중반에는 육류 수입량이 적었으나 수요가 감소하고 공급이 넘쳐 2009년 2/4분기에 육류 가격이 급감하였기 때문에 이는 국내 생산자들에게 별 도움이 되지 못 하였음. 2009년 7월과 8월에는 양계업자들이 생산 비용이 다시 닭 값을 넘는 수준으로 올랐다고 불평하고 있었음. 베트남의 경제가 계속 회복됨에 따라 이러한 상황은 2010년에는 개선될 것으로 보고 있음
- 정부의 지원에도 불구하고 Viet Nam News는 농림지방개발부(Ministry of Agriculture and Rural Development) 관계자의 말을 인용하여 국내 생산자들은 정부의 도움 없이 수입품과 경쟁할 수 있도록 생산 효율성을 계속 개선하고 비용을 줄이기 위해 노력하여야 한다고 하였음. 2012년 이후에는 WTO에 대한 의무 때문에 베트남 정부의 관세 설정에 대한 재량이 감소할 것임. 2008년 11월에 농림부는 집약적 생산을 장려함으로써 해당 분야의 효율성을 증대시킬 계획을 발표하였음. 현재로서는 베트남의 육류 생산량의 많은 부분이 소규모의 영세 생산자들로부터 나오고 있음
- 해당 부서의 관계자는 베트남이 2020년까지 550만 톤의 육류를 생산하는 것이 목표라고 하였음. 그는 농업 부산물을 더 잘 활용하여 베트남의 동물 사료 자급자족 상태를 개선할 필요가 있다고 하였음
- 지난 몇 년간, 특히 남부지역에서 새롭고 더 효율적인 농장들이 나타나고 있음. 2009년 6월 말에는 빈 푸옥 주에 새로운 양계 단지가 생겼음. 단지 내 5개 양계장은 연간 180만 마리의 닭을 수용할 것임. 남부의 상업 수도인 호치민 시 주변 지역에서는 현대적이며 공기조절 장치가 도입된 양계장이 점점 많이 생기고 있음. 새로운 농장의 증가는 태국의 식품업체 대기업인 CP와 같은 국제적인 기업의 관심을 끌고 있음

- 8월에는 당사의 베트남 자회사인 CP Vietnam과 연계된 Hung Farm이 빈 두옹 주에 영계 단지를 열었음. 18개의 양계 농장으로 구성된 이 단지는 베트남에서 가장 큰 현대적 양계장이 될 것임. 현대적 축산 농장이 주요 도심지를 중심으로 빠르게 증가할 것으로 보이지만 대부분의 생산은 여전히 시골 지역에서 소규모의 전통적인 방식으로 이루어질 것임

### 〈정부가 저품질 육류의 단속을 선언〉

- 2009년에 관세를 인상시키는 외에도 베트남 정부는 시장에 저품질 축산물 덤핑을 막기 위해 수입 규제를 강화할 것이라 발표하였음. 소비자들은 지금까지 수입육이 품질이 높다는 인식 때문에 국내산보다 수입육을 선호하였음. 그러나 2009년 중반에 수입육으로 인해 몇 차례의 건강 위기를 경험한 후 이러한 인식은 바뀌었음. 정부와 호치민 시의 관계자들 모두 수입육에 대한 검사 절차가 강화될 것이라고 하였음
- 2009년 8월에 베트남 식품청의 부청장이 식품청의 안전 검사 팀들은 장비가 턱없이 부족하며 수입육에 질환이나 금지된 화학 물질이 있는지 여부를 검출할 능력이 없음을 인정하는 발언이 국내 신문에 인용되어 보도되었음
- 호치민 시의 수입육 규제 강화로 인해 수입사들이 판매 허가를 받을 확률이 낮은 탁송물을 수령해가지 않음에 따라 시 항구에 수천 톤의 육류가 남아 썩게 되었음. 시의 조치는 수입업체들로부터 큰 반발을 샀으나 이 조치가 식품 안전성을 개선하는데 필요하며 베트남 내에서 판매 중인 육류에 대한 소비자의 신뢰를 증진시킬 것이기 때문에 장기적으로는 유익할 것으로 봄
- 그러나 엄격히 분석하지 않으면 해당 규제들은 편법적인 보호무역주의의 형태를 띠 수 있음. 이 문제와 관련한 마스크의 관심이 베트남의 축산물 생산자들에게 도움을 주고, 자국산 육류의 이미지를 개선하는 데 도움이 될 것임. 물론 자국내 도살장과 운송 시설의 위생을 개선 필요성도 매우 큼

〈축산부문에 질환이 침투하고 있음〉

- 같은 지역 내 다른 많은 국가와 마찬가지로 베트남도 2009년 초에 고병원성 조류 인플루엔자(HPAI)가 수차례 발병하여 어려움을 겪었음. 발병 사례가 전국적으로 보고되었으며 3월말까지 해당 질환으로 3명이 사망하였음. 5월의 더운 계절에 발병 사례가 줄었어야 하나 지리적으로 질환이 널리 퍼졌음. 6월말에는 전국 대부분의 지역이 질환이 없다고 판단하는 기준인 21일을 감염 사례 없이 보냈으나 아직 베트남은 완전히 질병으로부터 벗어나지 못한 상태였음. 북부 지방의 팡닌 주에서 한 차례 발병이 일어나 500 마리의 조류가 사망하였고 1,300 마리가 도살되었음. 7월 중순에는 팡닌 주가 베트남에서 유일하게 조류독감에서 벗어나지 못한 지역이었음
- 11월에 추운 계절이 시작되면서 6월 이후 베트남에서 나타나지 않았던 HPAI가 북부의 라이 차우 주에서 발병하여 2,000 마리의 조류가 도살되었음. 12월까지 전국적으로 발병 사례가 나타났음. 추운 계절마다 이 질환이 돌아오지 않게끔 할 수 있는 효과적인 방안이 마련되지 않는 한 조류인플루엔자는 계속하여 베트남의 양계업자들에게 큰 위협이 될 것임. FAO가 베트남에 대비책을 세울 수 있도록 US\$7백만을 지원하면서 국제적인 지원이 제공되었음. 그러나 수의사들이 백신 요금을 청구하기 위해 백신을 맞은 동물의 수를 과장하는 등 관료 집단 내 불투명성으로 인해 노력이 저해되고 있음
- 또한 소규모의 ‘뒷마당’ 양계업자들이 대부분이라는 점도 효과적인 체계를 도입하는 일을 어렵게 만들고 있음. 2010년 8월에는 6 차례의 발병 사례로 인해 6,000 마리의 조류가 사망하는 등 실제로 조류 인플루엔자는 농민들에게 큰 타격을 주고 있음
- 베트남의 양돈업계 또한 질환의 영향을 받고 있음. 2010년 7월에 베트남 남부의 띠엔 장 주에서 380 마리의 돼지가 청이병에(돼지 생식기 호흡기 증후군; PRRS) 감염되었음. 정부는 감염된 돼지를 전부 도살하고 해당 돼지들이 살던 곳을 살균하여 질병이 퍼지는 것을 막음으로써 문제를 최소화하려 하였음. 농민들을 돕기 위해 정부는 한 마리 당 약 US\$1.30을 지원하였음

- 그럼에도 불구하고 이 질환은 한 달 사이에 동 나이, 빈 푸옥, 응에안, 카오 방, 속 트랑, 콕트리, 띠엔 장, 라오카이, 롱안, 빈두옹, 박리우, 쩡남, 동나이, 빈푸옥, 그리고 다낭을 포함한 21개 주로 퍼졌음(대체로 베트남 남부). 질환의 전염성 때문에 당국은 해당 질환을 전국적 유행병으로 규정하였음. 질환의 전염을 막기 위해 당국은 농민들에게 병든 돼지를 즉시 도살하도록 장려하였음. 또한 당국에서는 질환을 통제하기 위해 더 엄격한 운송 규제를 요구하였음. 최근에는 질환이 발병하지 않았으나 축산업계의 전반적인 질환 발병에 대한 민감성을 감안했을 때 이 분야에서도 유사한 사태가 발생할 위험은 있음

### 3) 커피산업 전망

#### ■ 공급 전망

- 베트남의 커피 산업은 지난 20년간 상당히 성장하여 수확량은 2배, 경작 면적은 42,000 헥타르에서 509,000 헥타르로 증가하였음. 베트남은 세계에서 가장 큰 로부스타 커피 생산국이며 총 생산량의 95% 이상이 이 품종에 집중되어 있고 2-3%만이 고급 아라비카 종임. 2009/10년에는 태 아닌 비로 인해 많은 지역에서 커피나무가 일찍 꽃을 맺었기 때문에 생산량이 연속으로 2년째 감소하였음. 비가 온 이후에는 건기가 있었기 때문에 생산된 커피가 손상되었음. 2010/11년도에는 정상적인 기후와 정부 지원의 증가에 힘입어 1910만 봉지로 생산량이 반등할 것으로 예상함
- 2009년에는 로부스타의 가격이 낮아 농민의 수익이 감소하였고 가격을 인상하기 위해 커피 비축 계획이 도입되었음
- 2013/14년까지는 베트남 정부가 커피나무의 수종 변경을 늘리기 위해 노력함에 따라 생산량이 23% 증가하여 2280만 봉에 달할 것으로 예상됨. 그러나 2009년 중반에는 농민들이 기존의 나무를 수종 변경하는 대신 경작 면적을 확장하는 데 투자하고 있었음. 대부분 나이가 20년 이상인 나무를 대체하는 작업은 질병에 대한 저항력을 개선시키고 이에 따라 장기적으로 수확량을 증가시킬 것임. 베트남이 세계에서 가장 큰 로부스타 커피 수출국이라는 점을 감안했을 때 수출 기회는 또 하나의 성장 요인임

■ 수요 전망

- 2009-2014년 사이에 인구는 7% 증가할 전망이며 GDP는 연 평균 5.9% 증가할 전망이다. GDP와 인구가 증가함에 따라 커피와 같은 사치품에 소비할 사람들이 많아질 것임. 도시화의 증가와 서양식 커피 전문점의 유행도 이러한 경향에 기여할 것임. 베트남의 커피 소비량은 2009년에 전년대비 18% 증가하였으며 2010년에는 3% 증가할 것으로 보고 있음. 이러한 증가가 세계적인 불황 직후에 나타나는 것임을 감안할 필요가 있으며 2014년까지는 커피 소비량이 46% 증가할 것으로 예상됨
- 농림지방개발부(MARD) 국내 소비량을 국내에서 생산되는 커피의 10-15%로 증가시키고 싶다고 밝힌 바 있음. 이 같은 높은 목표의 설정은 국내 소비 시장의 잠재력을 보여줌

〈베트남- 커피 생산량 및 소비량〉

	2005	2006	2007	2008	2009e
커피 생산량, 60kg 들이 (포대) <sup>1,2</sup>	14,500	13,666	19,500	18,333	18,500
커피 소비량, 60kg 들이 (포대) <sup>3</sup>	618	687	858	900	1,064
	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
커피 생산량, 60kg 들이 (포대) <sup>1,2</sup>	18,161	19,199	20,204	21,443	22,767
커피 소비량, 60kg 들이 (포대) <sup>3</sup>	1,101	1,189	1,292	1,420	1,556

주 : e/f=BMI 측정치/전망. <sup>1</sup> 모든 경우에 연도는 해당 달력년도에 종료하는 추수년도에 대한 자료를 지칭함. 즉, 2009=2008-2009; 출처 : <sup>2</sup> USDA, 베트남 커피 및 카카오 협회, BMI, <sup>3</sup> USDA, BMI



## 〈생산량 상승, 가치 저하〉

- 베트남 커피 및 카카오 협회(Vietnam Association of Cacao and Coffe-Vicofa)에 의하면 2010년 3월에 베트남 정부는 수출 가격을 안정시키기 위해 일시적으로 200,000톤의 커피를 비축할 것이라 발표하였음. 이는 또 다른 안정화 조치로 국내 커피 경작 면적을 제한하겠다는 MARD의 발표 직후에 나왔음
- MARD에 의하면 2009커피년도(10월-9월)에 베트남의 커피 수출은 전년대비 15.8% 상승한 1850만 봉이었다고 함. 그러나 수출액은 20% 가량 감소하였음. 세계적으로 하락 추세인 가격 외에도 베트남 커피는 낮은 품질로 인해 타격을 입었음. Vicofa에 의하면 보통은 버려지는 검은 콩이 커피 수확량의 최대 15%에 달하였다고 함
- MARD는 이제 베트남의 커피의 품질을 향상시키는 데 초점을 맞추고 있으며 무역 증진, 새로운 재배 기술의 도입, 그리고 생산 라인에 대한 투자에 더해 국제 기준에 맞추어 커피 경작 지역의 인프라를 개선할 계획을 세웠음
- 2009년 9월에 베트남 국립 커피 공사(Vietnam National Coffee Corporation)는 노화하는 나무를 수종 변경하는 데 VND2.5조를(US\$140백만) 투자하겠다고 발표하였음
- MARD에서는 2010년까지 커피 경작 지역의 확충을 중지하고 대신 수확량을 증가시키고 새로운 나무에 투자를 하고 싶다고 하였음. 그럼에도 불구하고 높은 로부스타 가격에 고무된 농민들은 커피 경작 지역을 확장하고 있는 것으로 보이며 많은 경우 삼림 지역까지 진출하고 있음
- 2009년 12월에 발표된 로이터스 보고서에 의하면 MARD는 또한 수출용 커피를 위한 새로운 품질 기준을 확립할 계획이라고 함. MARD는 농민들의 가공 기기류와 창고 건설을 도울 것임. 새로운 기준은 기존에 사용되었던 수분함량 대신 커피 내의 결함의 수에 초점을 맞출 것임. 이 계획이 실현되면 품질이 낮다는 인식 때문에 타격을 받고 있는 베트남 커피업계에 도움이 될 것임

- Vicofa는 또한 베트남 내 커피 가공 시설을 확충하려 하고 있음. 이는 베트남이 커피 가치 계단에서 더 높이 올라가고 수출에서 더 큰 이익을 얻을 수 있게끔 도울 것임. 2009년 6월에 Trung Nguyen Corporation이 커피 경작 지역인 닥락 주의 Central Highlands에 US\$4천만짜리 즉석 커피 생산 공장을 건설하기 시작하였음
- 2011년 초순에 가동 예정인 이 공장은 연간 60,000톤의 가공 능력을 보유할 것임. 당사는 지역 내 커피 생산 활동을 개선시키는 데 연간 VND150억을(US\$84만) 투자하기로 약속하였음

### <국내 수요는 여전히 낮지만 증가할 것>

- 앞으로도 한 동안 베트남 커피의 대부분은 수출 시장으로 갈 것이지만 향후에는 국내 소비도 급격히 증가할 것으로 보고 있음. Viet Nam News에 의하면 농업과 지방 개발에 대한 정책 및 전략 연구원(Policy and Strategy Institute on Agriculture and Rural Development)이 '09년 2/4분기에 하노이와 호치민 시의 커피 음용 습관에 대한 설문은 실시하였다고 함. 예상대로 설문 결과 커피 소비는 양적으로나 금액상으로도 증가세에 있다고 나타났음. 커피 소비 금액의 증가 요소는 서양식 커피 전문점의 보급과 고급 커피에 대한 관심일 것임
- 이 설문에서는 커피 소비량은 젊은 층과 교육 수준이 높은 층에서 가장 크다는 결과가 나타났음. 커피 소비는 시골 지역과 고령자 사이에서 가장 낮았음. 북부 지역보다 남부 지역의 소비량이 월등히 높았음. 도시화가 급격한 속도로 진행되고 교육에 대한 접근성이 향상되면서 커피 소비량도 증가할 것임
- 유행을 선도하는 호치민 시에서 소비량이 높다는 것은 베트남의 다른 인구 밀집 지역에서도 소비자가 곧 많아질 것임을 보여줌. 젊은 층에서 커피의 인기가 높다는 점도 커피 소비가 미래에 급격히 증가할 것이라는 증거임
- 인스턴트 커피를 마시는 사무직 근로자들은 아직 한 동안은 국내 제품에 만족하겠지만 품질 개선에 대한 투자만 이루어진다면 베트남의 커피 재배자들은 고품질의 커피에 대한 수요 증가로 이득을 볼 것임

#### 4) 낙농업 전망

##### ■ 공급 전망

- 상대적으로 큰 국내 소비량의 증가와 우유 소비의 증가로 이어진 소득의 증가에 힘입어 베트남의 커피 산업은 지난 15년간 상당히 성장해왔음. 실제로 2000년에서 2010년 사이에 베트남의 인구 당 우유 소비량은 거의 2배 증가하여 현재 연간 2kg에 달함. 이러한 증가세에도 불구하고 우유 소비가 여전히 지역 평균보다 낮음. 우유 생산량은 증가하였으나 치즈나 버터는 생산하지 않고 있음
- 2013/14년까지는 베트남의 음용유 생산량이 40.9% 증가하여 400,000톤에 달할 것으로 예상됨. 수입 의존도를 낮추기 위해 소 사육량 증가와 민간 및 공적 투자의 증가로 강한 성장세가 예상됨. 전체 우유 생산에 있어 더 크고 효율적인 농장들이 더욱 중요해짐에 따라 상업화도 중요한 역할을 할 것임. 세계적인 수요 증가와 공급 둔화로 한동안 우유 가격이 높게 유지될 것이라는 점도 생산 촉진에 도움이 될 것임

##### ■ 수요 전망

- 베트남의 유제품 수요 성장세는 2014년까지 계속 높을 것임. 높은 경제 성장세가 가처분 소득의 증가로 이어져 비필수 식품에 대한 수요가 증가할 것임. 2014년까지 음용유의 소비량이 39% 증가하여 229,000톤에 달할 것으로 보이며 버터와 치즈, 그리고 분말 전용유에 대한 수요도 대폭 증가할 것으로 예상됨
- 세계적으로 높은 유제품 가격이 성장 전망을 어느 정도 제한할지 모르나 도시화의 증가, 백색 가전제품 소유의 증가와 현대적, 조직적 소매업의 보급은 모두 유제품 소비량의 강한 증가세에 기여할 것임

〈베트남- 우유 생산량 및 소비량〉

	2005	2006	2007	2008	2009e
우유 생산량, (천 톤) <sup>1,2</sup>	197.7	216.0	234.4	262.2	283.4
우유 소비량, (천 톤) <sup>3</sup>	152.0	158.8	127.6	156.3	165.1
	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
우유 생산량, (천 톤) <sup>1,2</sup>	295.7	314.5	337.6	367.9	399.3
우유 소비량, (천 톤) <sup>3</sup>	172.7	182.2	195.3	212.1	229.6

주 : e/f=BMI 측정치/전망. <sup>1</sup> 모든 경우에 연도는 해당 달력년도에 종료하는 추수년도에 대한 자료를 지칭함. 즉, 2009=2008-2009; 출처 : <sup>2</sup> 베트남 통계청, BMI, <sup>3</sup> FAPRI, BMI

〈베트남- 버터 생산량, 소비량, 무역량〉

	2005	2006	2007	2008	2009e
버터 생산량, (천 톤) <sup>1</sup>	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
버터 소비량, (천 톤) <sup>1</sup>	6.1	6.6	5.3	6.2	6.7
버터 총 무역 수지, (천 톤) <sup>1</sup>	-6.1	-6.6	-5.3	-6.2	-6.7
	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
버터 생산량, (천 톤) <sup>1</sup>	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
버터 소비량, (천 톤) <sup>1</sup>	7.2	7.8	8.4	9.2	10.0
버터 총 무역 수지, (천 톤) <sup>1</sup>	-7.2	-7.8	-8.4	-9.2	-10.0

주 : e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : <sup>1</sup> FAPRI, BMI

## 〈베트남- 치즈 생산량, 소비량, 무역량〉

	2005	2006	2007	2008	2009e
치즈 생산량, (천 톤) <sup>1</sup>	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
치즈 소비량, (천 톤) <sup>1</sup>	1.1	1.1	0.7	0.7	0.7
치즈 총 무역 수지, (천 톤) <sup>1</sup>	-1.1	-1.1	-0.7	-0.7	-0.7
	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
치즈 생산량, (천 톤) <sup>1</sup>	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
치즈 소비량, (천 톤) <sup>1</sup>	0.8	1.0	1.2	1.5	1.9
치즈 총 무역 수지, (천 톤) <sup>1</sup>	-0.8	-1.0	-1.2	-1.5	-1.9

주 : e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : <sup>1</sup> FAPRI, BMI

## 〈소비자는 높은 우유 가격 때문에 어려움〉

- 2008년 중반부터 국제적으로 우유 가격이 떨어졌음에도 불구하고 베트남 소비자들은 아직도 지역 내에서 가장 높은 가격을 지불하고 있음. 소비자 단체와 베트남 경쟁 위원회(Vietnam Competition Authority)는 베트남에 수입되는 분말 우유의 가격이 태국, 말레이시아, 그리고 인도네시아와 같은 ASEAN 이웃 국가들에 비해 비싸다고 이익을 제기했음
- 베트남에서 판매되는 특정 브랜드 제품들은 다른 시장보다 2~3배 높은 가격에 팔리고 있음. 유제품 수입업체들은 가격 차이의 원인이 수입 관세와 동 베트남 화폐의 약세 때문이라고 주장함. 경쟁위원회의 소비자 보호부서의 장은 현지 신문에 인용된 발언을 통해 그러한 주장은 근거가 없으며 국가 간의 격심한 가격 차이를 설명해주지 못한다고 하였음. 2009년 9월에 정부는 높은 가격 때문에 어려움을 겪는 소비자를 돕기 위해 수입 유제품에 대한 관세를 인하하였음

- 논쟁은 2010년까지 이어졌으며 재정부는 수입 유제품 가격이 높게 유지되는 이유는 대형 유제품 제조사들이 광고와 마케팅에 엄청난 비용을 투입하고 있기 때문이라고 주장하였음. 당 부서에서 2009년 12월에 발표한 보고서를 통해 많은 대형 수입업체가 광고비를 전체 비용의 10% 이내로 제한하는 규정을 위반하여 전체 비용의 최대 30%까지를 광고와 마케팅에 투입하고 있다고 주장하였음. 대형 수입업체들은 이를 강력히 부인하였음. 당국은 가격 조절을 위해 새로운 법률을 마련하겠다고 경고하고 있음. 그러나 우리는 새로운 규제가 도입될 필요 없이 이러한 논의가 결국은 종결될 것이라고 보고 있음
- 회사들이 수입 브랜드 제품을 비싸게 팔 수 있는 요인 중 하나는 베트남 소비자들이 계속하여 외국 제품을 선호하고 있기 때문임. 소비자들은 특히 추가적인 비타민 함유와 같이 영양상의 우세를 보인다고 주장하는 유명 국제브랜드의 분말 우유를 구매하기 위해서는 많은 추가 비용을 지불하는 것도 감수함. 국내 생산자들은 국산 제품의 품질을 증진시키고 소비자들에게 국산 제품이 수입 제품만큼 좋다고 설득시키기 위한 마케팅 노력을 증대시켜야 함. 시간은 걸리겠지만 국내 유제품 생산 및 가공 분야의 경쟁력을 강화시키고 유제품의 가격을 낮추기 위해서는 필요한 과정임. 소비자들이 상대적으로 저렴한 국내 브랜드의 분말 우유의 품질을 신뢰한다면 수입 제품의 높은 가격을 유지하기 어려워질 것임. 정부는 현재 유제품을 중심으로 ‘베트남 산 구매’ 운동을 벌이고 있음. 호치민 시의 가게들은 국산 제품 판매량이 증가하고 있다고 보고하기도 함. 수익성을 유지하기 위해서는 국내 유제품의 브랜드 구축에 대한 지속적인 투자가 이루어져야 할 것임

### 〈어려움에도 불구하고 미래는 밝음〉

- 현재 농민들이 직면하고 있는 낮은 판매가격과 높은 투입 비용에도 불구하고 인구 당 소득의 증가와 낙농업에 대한 정부의 지원 덕분에 전망 기간에 걸쳐 유제품 생산량은 강한 증가세를 보일 것임. 실제로 정부는 베트남 내 전체 우유 소비량에서 국내 생산 제품이 차지하는 비중을 2010년까지 40%로 늘리려는 야심찬 계획을 가지고 있음. 정부는 3개의 지배적인 유제품 가공 회사와 함께 소규모 농민들에게 교육을

제공함으로써 생산을 증대시키려 하고 있음. 각 주 정부는 새로운 유업용 가축 구매 시에 무이자 대출이나 보조금을 제공하는 등의 지원을 하고 있음. 농장의 합병이 촉진되고 5마리 이상의 소를 키우는 농장의 비율이 점점 증가하는 것도 생산량 증대로 이어질 것임. 2010년까지 40%라는 정부의 목표는 조금 과할지 모르지만 낙농업 분야에 대한 지원은 업계의 미래에 매우 긍정적인 영향을 미칠 것임

### 〈민간 투자가 생산에 도움이 될 것〉

- 낙농업 분야는 베트남의 응에안 주의 목축업과 우유 가공업을 개선시키기 위해 TH Milk Joint Stock Company(Vinamil)가 투자한 US\$350백만의 덕을 보았음. 해당 프로젝트의 내용에는 2년 이내에 45,000 두의 소를 수용할 수 있는 10,000 헥타르의 목축 농장 건설과 연간 530백만 리터의 우유를 생산할 수 있는 베트남에서 가장 큰 가공 공장에 US\$100백만을 투자하는 것이 포함됨
- 1986년에 경제 개방이 이루어진 후 베트남의 낙농업은 구조적으로 상당한 변화를 겪었음. 기존에는 우유 생산의 거의 전부를 담당했던 국영 농장의 기여도는 5% 정도로 감소하였으며 나머지 95%가 중소 규모의 민간 농장으로부터 나오고 있음. 경제의 구조 조정을 의미하는 도이 머이는 통합도가 매우 높은 민간 우유 수집 및 가공 분야의 등장으로 이어졌으며 이 분야 내에서 TH Milk는 지배적인 역할을 함
- 베트남의 유업 분야에서 수익을 얻기 위해 Vinamilk는 또한 빈즈영 주에 US\$120백만 규모의 우유 공장의 건설을 개시하였다고 함. 우리는 베트남의 유업이 국가의 강력한 경제적 회복과 유리한 인구 구성 덕에 큰 성장을 보일 것이라고 평가하고 있음. 베트남의 경제 회복은 많은 베트남인을 빈곤에서 구해냈으며 소비자 지출은 앞으로도 수년 동안 높게 지속될 것으로 믿고 있음. BMI는 베트남의 인구 당 GDP가 2014년에는 2009년 대비 50% 이상 증가하여 US\$1,591에 달할 것으로 예상함. 또한 베트남의 크고 상대적으로 젊은 인구 구성은 유제품에 대한 수요의 증가로 이어질 것임
- 우리는 Vinamilk의 생산 능력 확장 덕분에 장기적으로는 베트남의 수입 의존성이 줄어들 것으로 보고 있음. 2012년에 개통되면 새로운 공장은 연간 400백만 리터의

우유를 생산할 수 있을 것이며 2017년까지는 생산 능력이 2배로 늘어날 예정이다. 당사는 또한 보유하고 있는 젖소의 수를 80,000두로 늘릴 예정이며 이에 따라 우유 공급량은 하루 130만 리터 증가할 것임

- Vinamilk의 생산 능력 증가는 베트남의 유제품 수입에서 오는 가격 압박을 완화하는데 크게 도움이 됨. 우유 생산량이 1999/00년도와 2007/08년도 사이에 54,000톤에서 262,000톤으로 400% 증가하였음에도 불구하고 베트남은 여전히 유제품 수요의 3/4 정도를 수입에 의존하고 있음. 유제품의 수입 의존성이 크기 때문에 베트남은 세계적으로 높은 우유 가격에 특히 민감함(우유 가격은 2006년과 2009년에 떨어졌음에도 불구하고 지난 10년간 100파운드 당 평균 US\$16.45라는 높은 수준을 유지해왔음). 이러한 수입의 필요성은 이미 인플레이션이 만연한 환경에서 베트남의 식품 가격 인플레이션에 대한 민감성도 증가시키고 있음. 이러한 압박도 국내 및 다국적 낙농업 회사들의 확장 계획이 유제품의 가격 적정성을 개선하는 데 필수적이라는 우리의 견해를 뒷받침함

## 5) 곡물 전망

### ■ 공급 전망

- 옥수수 생산량은 2009/10년에 경작 면적과 수확량이 소폭 증가하여 전년대비 14% 상승한 5백만 톤을 기록할 것이라 예상됨. 단위 면적당 생산량은 2000/01년도 대비 66% 증가하여 2009/10년에는 4.58톤/ha에 달할 것으로 보임. 옥수수 경작 면적도 2000/01년도에는 70만ha였던 것이 2009/10년에는 120만 ha로 증가하였음
- 이러한 증가는 소득이 증가하여 식단이 베트남의 주식인 쌀을 벗어나 다양해지면서 소비량이 증가하였기 때문에 2013/14년도까지는 옥수수 생산량이 49% 증가하여 619만 톤에 달할 것으로 예상함. 경작 면적은 다시 감소할 가능성이 높지만 특히 탄탄한 국내 옥수수 가격이 농민들에게 인센티브를 제공하고 있고 면적당 수확량이 성숙되지 않은 현 상황에서는 이 방법으로도 상당한 성장이 가능함
- 주요 성장 요인은 국내 소비, 특히 축산업 분야의 소비가 될 것임. 2004년에서 2009년 사이에는 옥수수 소비량이 2배로 증가하였으며 증가 속도는 감소하겠지만 이 상승세는



2014년까지 이어질 것으로 보임. 소, 송아지, 그리고 가금육 생산의 증가에 힘입은 축산업의 성장도 수요 증가 요인

## ■ 수요 전망

- 2014년까지는 옥수수 소비량 증가율이 계속 옥수수 생산 증가율을 넘어서서 51.3% 증가할 것으로 보임. 이는 베트남의 수입 의존성을 높일 것임. 그러나 해당 기간 동안의 높은 경제 성장률 덕분에 수입 비용의 증가가 소비량에 미치는 영향을 감당할 수 있을 것으로 예상됨. 2014년과 그 이후까지도 동물 사료가 옥수수의 가장 주된 용도일 것이며(식품과 농업 정책 연구소 자료에 의하면 2009년에는 동물 사료가 전체 수요의 73%를 차지하였음) 옥수수 수요 전망은 베트남의 축산업에 대한 전망과 긴밀하게 연계되어 있음. 소득의 증가와 축산업이 정부의 현대화 정책의 수혜자로 확인되었다는 점을 고려하여 2014년까지의 축산업에 대한 전망은 긍정적임

### 〈베트남- 옥수수 생산량, 소비량, 무역량〉

	2005	2006	2007	2008	2009e
옥수수 생산량, (천 톤) <sup>1,2</sup>	3,757	3,818	4,251	4,600	4,432
옥수수 소비량, (천 톤) <sup>2</sup>	3,900	4,250	4,900	5,200	5,400
옥수수 총 무역 수지, (천 톤) <sup>2</sup>	-165	-474	-649	-499	-890
	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
옥수수 생산량, (천 톤) <sup>1,2</sup>	5,020	5,266	5,511	5,849	6,191
옥수수 소비량, (천 톤) <sup>2</sup>	5,860	6,294	6,826	7,472	8,172
옥수수 총 무역 수지, (천 톤) <sup>2</sup>	-773	-908	-1,147	-1,395	-1,682

주 : e/f=BMI 측정치/전망. <sup>1</sup> 모든 경우에 연도는 해당 달력년도에 종료하는 추수년도에 대한 자료를 지칭함. 즉, 2009=2008-2009; 출처 : <sup>2</sup> USDA, BMI

## 6) 쌀 전망

### ■ 공급 전망

- 최근 수년간 생산량 증가가 거의 없었고 2009/10년에는 오히려 약간 감소를 했으나 인프라 개선, 수확량 증가, 그리고 국내 수요의 증가에 힘입어 베트남의 쌀농사 분야가 상당히 성장할 것으로 전망됨. 국내 쌀 생산량의 절반을 책임지고 있는 메콩 삼각주 내 급수난으로 인해 2009/10년의 예상 쌀 생산량을 2,416만 톤으로 낮추었음
- 가뭄은 또한 상대적으로 작은 생산 지역인 중부 지방에도 영향을 주어 쌀 농지 100,000 헥타르가 손상되었음. 전반적으로 이러한 문제로 인해 쌀 수출량이 '10년 전반기에는 전년대비 8% 감소하였음
- 그럼에도 불구하고 2014년까지 쌀 생산량은 18% 증가하여 2,850톤을 기록할 것으로 보고 있음. 쌀은 세계적 불황 중의 소비 축소가 주요 식품에 대한 수요를 증가시켰다는 점 그리고 2008년에 있었던 급격한 가격 상승과 그에 따른 보호주의적 무역 규제에 따른 정부의 지속적인 비축 정책으로 혜택을 입고 있음
- 다른 많은 분야와 비교하여 베트남의 쌀은 지역 내 다른 생산국에 비해 높은 경쟁력을 지니고 있으며 국내외의 수요 증가의 덕을 볼 수 있는 지위에 있음. 수확량의 증가 또한 전망 기간에 걸친 생산 증가로 이어질 것임

### ■ 수요 전망

- 수요는 2014년까지 11% 증가하여 2,120만 톤에 달할 것으로 예상함. 쌀은 베트남의 주식이며 전망 기간 동안 이 사실은 바뀌지 않을 것임. 그러나 부의 증가로 인한 밀 식품과 같은 다른 식품에 대한 관심의 증가가 쌀에 대한 수요를 제한할 것이며 전망 기간에 걸쳐 생산량의 증가율이 수요의 증가율을 크게 앞설 것으로 예상함
- 베트남 인구가 증가하는 소득을 이용하여 식단을 계속적으로 다양화할 것이기 때문에 인구 당 소비량은 크게 달라지지 않을 것이며 이 때문에 수요의 증가는 인구 증가율의 영향을 받을 것임

## 〈베트남- 쌀 생산량, 소비량, 무역량〉

	2005	2006	2007	2008	2009e
쌀 생산량, (천 톤) <sup>1,2</sup>	22,716.0	22,772.0	22,922.0	24,375.0	24,312.0
쌀 소비량, (천 톤) <sup>2</sup>	17,595.0	18,392.9	18,775.0	19,400.0	19,150.0
쌀 총 무역 수지, (천 톤) <sup>2</sup>	4,854.0	4,355.0	4,072.0	4,349.0	5,450.0
	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
쌀 생산량, (천 톤) <sup>1,2</sup>	24,180.0	25,699.0	26,613.0	27,589.0	28,580.0
쌀 소비량, (천 톤) <sup>2</sup>	19,122.0	19,677.0	20,195.0	20,714.0	21,257.0
쌀 총 무역 수지, (천 톤) <sup>2</sup>	6,102.0	7,422.0	8,253.0	9,135.0	10,015.0

주 : e/f=BMI 측정치/전망. <sup>1</sup> 모든 경우에 연도는 해당 달력년도에 종료하는 추수년도에 대한 자료를 지칭함. 즉, 2009=2008-2009; 출처 : <sup>2</sup> USDA, BMI

## 〈인프라의 개선〉

- 베트남의 수출용 쌀의 대부분은 메콩 삼각주에서 재배되고 있는데 해당 지역은 베트남 쌀 생산량의 약 절반이 생산되나 인구의 5분의 1 정도만이 거주하고 있음. 또 다른 주요 쌀 경작 지역인 Red River Delta는 전국 쌀 생산량의 5분의 1에 조금 못 미치는 생산량을 자랑하지만 높은 인구 밀도 때문에 지역 내 쌀 수요를 충족시키지 못하고 있음
- 쌀이 국가의 식량 안정성과 수출입에 있어 매우 중요하다는 점을 감안했을 때 쌀 관련 인프라는 매우 열악함. 창고의 수용 능력은 전국 논의 연간 생산량인 2,000만 톤에 비해 매우 미미한 120만 톤에 불과함. 이 수용 능력 중 정기적으로 사용되는 것은 3분의 1 이하이며 창고는 노쇠하고 불편한 장소에 위치해 있는 경우가 많음

- MARD는 이 상황을 타개하기 위해 노력하고 있음. 2009년에 MARD는 기존의 창고의 수용 능력을 향상시키고 추가로 280만 톤의 쌀을 저장할 수 있는 시설을 확보하기 위해 US\$400백만을 투자하겠다고 발표하였음. 새로운 창고들은 메콩 삼각주의 항구와 남부의 수도 호치민 시 주변에 건설될 예정임
- 2011년까지 확보될 것으로 계획된 추가 수용 능력과 창고 시설 개선으로 수출물류 향상과 수출업체들이 유연하게 대처할 수 있게 될 것임. 2009년 11월에는 언론이 MARD가 US\$400백만 이상을 들여 삼각주 내에 4백만 톤 용량의 쌀 저장고를 지을 것이라고 보도하였음
- 베트남 정부는 삼각주 도시인 칸토 시에 US\$34백만 규모의 쌀 거래 센터를 건설하려는 국영기업 Southern Food Corporation의 계획을 승인하였음. 이 센터의 목적은 중간상 없이 농민들이 직접 쌀을 판매할 수 있도록 돕는 것임. 23헥타르 규모로 지어질 이 시설에는 경매와 유선 및 온라인 판매에 필요한 시설이 갖추어질 것임. 계획대로 진행된다면 200,000톤의 저장 센터는 메콩 삼각주 내 쌀 거래의 효율성을 높이고 농민들이 자신의 상품을 시장에 내놓는 일에 큰 도움일 줄 것임

### 〈하이브리드 계획〉

- 베트남 쌀 농장의 수확량은 2000년대 초부터 상당히 증가하였음. 2000년에는 평균 수확량이 2.73톤/ha였는데 2009년에는 이 수치가 3.31톤/ha로 증가하였음. 이는 일본(2009년에 4.73)이나 미국(5.6)과 같은 몇몇 생산국에는 뒤지지만 세계에서 가장 큰 수출국인 태국(1.88), 필리핀(2.39), 그리고 미얀마(1.53) 같은 동 지역 내 국가들보다는 높은 수치임
- MARD는 하이브리드 쌀 품종의 사용을 장려함으로써 수확량을 더욱 늘리기를 희망하고 있다고 함. MARD는 하이브리드 종을 사용하면 전통적인 품종에 비해 15-20% 생산량을 늘릴 수 있다고 하며, 2010년까지 쌀 전체 재배면적의 70%에 하이브리드 씨앗을 심는 것이 목표라고 함

- 이는 이미 하이브리드 씨앗을 심은 면적보다 50% 증가한 수치이지만 아직까지 그러한 노력이 얼마나 성공적이었는가에 대해서는 자료가 없음. 하이브리드 품종의 씨앗의 높은 가격이 MARD가 목표를 달성하는 데 장애가 될 수 있을 것이라고 봄

### 〈지역 내 대형 거래국(중국)〉

- 베트남 정부는 최근에 낮은 쌀 가격으로 인해 대규모의 주문이 들어올 경우 국내 시장의 수요를 적절히 충족시킬 수 있을 정도의 재고를 남겨야 한다고 수출 업체들에게 경고하였음. 정부는 주문이 어디서든 올 수 있다고는 말하였지만 특히 중국으로부터의 대규모 주문을 강조하였음. 어떤 상인들은 중국 구매자들이 특히 베트남 국경에 가까운 남부 지역과 같은 몇 개 지역의 수확량의 감소를 가져온 가뭄의 효과를 상쇄시키기 위해 최대 600,000톤의 쌀을 구매하였다고 보고하였음. 처음에는 이러한 중국의 쌀 구매는 베트남 쌀 가격에 큰 영향을 미치지 못 하였음. 그러나 중국의 쌀 구매는 보통의 구매 시기를 넘어서 7월까지 계속되었으며 베트남은 전통적으로 생산량이 수요보다 높음에도 불구하고 베트남 규제 기관이 국내 쌀 부족을 걱정하는 사태까지 발전하였음
- '10년 후반기에는 베트남의 주요 쌀 생산 지역(메콩 삼각주) 내 쌀의 1차 가격은 8월 13일이 포함된 주에 kg당 4,000-4,600동으로(US\$21-24) 상승하였는데 이는 전주 대비 약 10% 인상된 가격이었음. 이러한 인상의 일부는 정부 비축 정책으로 인한 것이지만(국제 가격이 낮을 때 자주 사용되는 정책임) 인상분의 일부는 중국과 방글라데시와 같은 대규모 구매자들의 수요 증가에 기인함. 중국의 쌀 수입량이 계속 증가할 것으로 보지는 않지만 중국의 농사 실패 가능성만으로도 베트남 쌀 배급자들은 크게 압박을 받을 것임



### 3. 식품산업 현황

가. 식품음료산업 SWOT 분석 .....	39
나. 산업전망 .....	41
다. 시장특성 .....	52
라. 가공식품 유통구조 .....	79
마. 소매시장 .....	80





## 3\_ 식품산업 현황

### 가. 식품음료산업 SWOT 분석

#### ■ 식품산업 SWOT

강점	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 식품 가공 분야는 GDP와 산업 생산량의 상당 부분을 차지하며 최근 몇 년 동안 Unilever, Nestle, 그리고 San Miguel 같은 회사들에 의해 상당한 외자 유치가 이루어지고 있음</li> <li>● 베트남 소비자들, 특히 젊고 부유한 소비자들은 브랜드에 대한 관심이 높으며 따라서 마케팅과 홍보에 투자를 하는 유명한 서양 제품들이 매우 성공적으로 도입되는 경향이 있음</li> <li>● 하노이와 호치민 시의 부유한 도심지 소비 집단이 매우 수용적임</li> <li>● 규모가 크고 다양한 농업 생산이 국내 생산자들에게 재료 공급 및 가격측면의 안정성을 제공함 - 이는 지금처럼 국제적으로 변동이 심한 시기에 필수적인 강점임</li> </ul>
약점	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 도시와 시골 지역 간의 소득 격차가 크고 국내 소비 패턴은 소득 수준에 따라 크게 다름</li> <li>● 낙농업과 제과업 등 몇몇 주요 분야를 제외하고는 식품 가공업체가 많이 분화되어 있음</li> <li>● 정부가 문제를 해결하기 위해 노력하고 있기는 하지만 베트남의 농업 분야에 대해서는 신기술에 적응하는 속도가 너무 느려 장기적으로는 국제 경쟁력을 갖추기 어렵다는 비판이 있음</li> <li>● 베트남의 인프라는 여전히 약함. 도로, 철도, 그리고 항구 시설은 베트남의 경제적 성장과 외부 세계와의 연계에 대응하기에는 부족함</li> <li>● 많은 소비자들이 백색 가전 제품을 소유하고 있지 않다는 점이 잠재력이 큰 낙농업 분야의 발달을 저해함</li> </ul>
기회	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2007년 1월 WTO 가입은 점진적인 시장 진입 장벽과 무역 규제의 제거로 베트남 수출업체들에게 도움이 될 것임</li> <li>● 특히 도시 지역의 소득 수준 향상과 생활 방식 변화로 스낵류와 편의 식품 및 고급 식품의 소비자 수요가 늘어나고 있음</li> <li>● 베트남의 농업 분야는 상당한 투자를 필요로 하고 있기 때문에 투자 의사가 있는 투자자들은 진입 시에 보조를 기대할 수 있음</li> <li>● 성장 중인 관광 분야가 편의 물품 분야에 대한 관심을 고조시키고 있음</li> </ul>

위험	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 베트남의 WTO 가입으로 인해 심화되는 경쟁을 감당하지 못해 소규모 회사들이 폐업하는 결과가 나타날 수 있음</li> <li>● 인플레이션과 부채에 대한 우려로 인해 투자자들이 지금까지 긍정적이었던 베트남에 대한 인식을 재평가하는 경우가 발생함. 정부가 성장을 촉진시키는 일에만 지나친 관심을 기울이고 인플레이션의 압박을 제거하는 일에는 실패한다면 거시 경제적 불안정성이 지속될 위험이 있고 이는 잠재적 위기로 이어질 가능성이 있음</li> <li>● 농산물 가격 상승은 앞으로도 가공 식품 제조업자의 수익성을 위협하는 요소로 남을 것임; 일차 생산자들도 이러한 높은 가격으로 인해 수익성이 낮아지면서 농민들 스스로도 이를 위협으로 여기고 있음</li> </ul>
----	--

■ 음료산업 SWOT

강점	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 베트남 소비자들, 특히 젊고 부유한 소비자들은 브랜드에 대한 관심이 높으며 따라서 마케팅과 홍보에 투자를 하는 유명한 서양 제품들이 매우 성공적으로 도입되는 경향이 있음</li> <li>● 하노이와 호치민 시의 부유한 도심지들이 매우 수용적인 소비 집단을 제공함</li> <li>● 알코올음료는 널리 소비되며 최근에 특히 인기를 얻고 있음</li> <li>● 베트남은 최근 몇 년간 아시아에서 경제 성장률이 가장 높은 국가 중 하나였으며 2000년에서 2009년 사이의 평균 GDP 성장률이 7.9%에 달하였음</li> </ul>
약점	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 도시와 시골 지역 간의 소득 격차가 크고 국내 소비 패턴은 소득 수준에 따라 크게 다름</li> <li>● 알코올음료와 청량 음료와 같은 몇몇 주요 분야를 제외하고는 음료업계가 많이 분화되어 있음</li> <li>● 베트남의 인프라는 여전히 약함. 도로, 철도, 그리고 항구 시설은 베트남의 경제적 성장과 외부 세계와의 연계에 대응하기에는 부족함</li> </ul>
기회	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2007년 1월에 이루어진 WTO 가입이 계속하여 베트남 수출사들에게 도움이 될 것이며 점진적인 시장 진입 장벽과 무역 규제의 제거가 경쟁을 증진시킬 것임</li> <li>● 베트남의 커다란 내수 시장, 수출 기회 증가, 낮은 인건비, 그리고 새로 민간화된 음료 회사의 인수 가능성이 추가적인 투자 기회를 제공함</li> <li>● 관광 분야 성장으로 청량음료와 알코올음료, 그리고 편의 물품 분야에 대한 관심이 고조되고 있음</li> <li>● 소비자의 가처분 소득이 증가함에 따라 청량음료 및 알코올음료 분야에서 고급 브랜드 제품이 성공할 기회가 커짐</li> <li>● 건강에 대한 인식이 증가하는 세계적 추세에 비추어 음료 제조업자들은 더 건강한 제품 분야로 사업을 다각화할 기회를 가질 수 있음</li> </ul>
위험	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 베트남의 WTO 가입으로 인해 심화되는 경쟁을 감당하지 못해 소규모 회사들이 폐업하는 결과가 나타날 수 있음</li> <li>● 원자재의 가격 상승으로 인한 가격 상승분을 소비자에게 쉽게 전가할 수 없어 수익성에 위협</li> <li>● 장기적인 거시 경제적 불안정성으로 인해 당국이 경제를 안정시키기 위해 노력하는 과정에서 개혁 조치의 시행을 연기시킬 수 있고 이는 해외 투자자들이 해당 시장에 투자할 가능성을 낮출 수 있음</li> </ul>

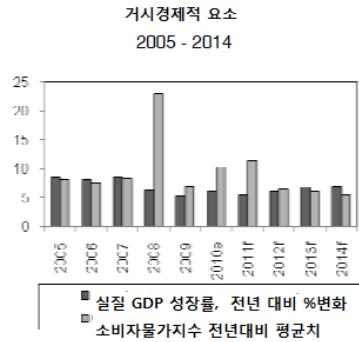
## 나. 산업전망

### 1) 소비자 전망

- 경제의 회복에 힘입어 신뢰가 회복됨에 따라 향후 5년의 전망 대상 기간 동안 베트남의 소비자 전망은 비교적 긍정적임. 베트남의 '10년 2/4분기 실질 GDP 성장률은 연간 6.4%로 집계되었으며 소비 항목에 따른 성장률은 알려지지 않았으나 BMI는 민간 소비가 높은 것으로 보고 이에 따라 신뢰가 지속되고 금리가 적정한 수준으로 유지되면서 '10년 하반기에 국내 수요가 증가할 것이라고 봄. BMI는 '10년 전반기에 예상보다 빨랐던 성장을 고려하여 6.0%의 실질 GDP 성장률을 예상하고 있음. 그러나 과열의 위험에 대해서 주의가 필요. 식품 가격의 하락이 현재로는 가격 인플레이션을 조절하고 있지만 향후 수개월 사이에 발생할 수 있는 식품 가격의 상승이 식품과 음료 소비를 저해할 가능성에 대한 우려가 증가하고 있음
- 베트남은 최근 몇 년간 아시아에서 경제 성장률이 가장 높은 국가 중 하나였으며 2000년에서 2009년 사이의 평균 GDP 성장률이 7.9%에 달하였음. 이러한 급격한 경제적 성장은 많은 베트남인을 빈곤으로부터 구제하였고 공식적인 빈곤율은 1993년의 58%에서 2004년에는 20%로 하락하였음. 이는 또한 소매 분야의 성장으로 이어져 현재는 소비자에게 훨씬 다양한 종류의 제품이 제공되고 있음. 최근 몇 년 동안은 가공 식품 및 음료 제품과 현대 소매 매장이 빠르게 인기를 얻고 있음. 베트남 소비자, 특히 젊은 도시의 부유층은 브랜드에 대한 관심이 높으며 이에 따라 마케팅과 홍보에 대한 투자에 힘입은 서양의 제품들은 크게 성공할 가능성이 있음
- 경제 성장과 소비자 신뢰는 모두 경제 불황 동안에 타격을 받았으며 낮은 소비자 신뢰와 인플레이션이 소매판매고에 영향을 미쳤음. 이러한 신뢰의 저하와 수요의 둔화는 식품과 음료 업계에서도 나타나 회사들은 적자와 성장 둔화를 겪고 인플레이션의 압박이 어려움을 더하였음. 그러나 앞으로의 전망은 상당히 나은 편임
- 베트남 통계청에서 7월에 발표한 자료에 의하면 앞으로 수개월 동안에 민간 소비가 상당히 증가할 것으로 보임. 소매판매고는 6월에 작년 대비 26.7% 증가하였으며 이는

경제 상황에 대한 소비자 신뢰가 높다는 것과 국내 수요가 강력하다는 것을 보여줌. 식품 가격이 계속해서 하락하며 6월에 베트남의 소비자 가격 인플레이션은 작년 대비 8.7%로 집계되었음

- 베트남의 소매업에 대한 장기적인 전망은 낙관적임. UN이 도시 인구가 전체 인구의 29%에서 2040년 초에는 40%까지 상승할 것으로 보고 있는 상황에서 도시화는 계속하여 장기적인 성장 촉진 요인이 될 것임. BMI의 긍정적인 장기 전망의 커다란 요인 중 하나는 앞으로 수년간 베트남의 소매 분야에 유입될 것으로 예상되는 해외 투자 금액의 증가임. 저개발된 인프라와 전체적으로 제한적인 해외 투자 정책에도 불구하고 베트남은 매우 성공적으로 다국적 투자를 유치하여 왔음. 이러한 투자는 고용 창출로 이어졌고 이는 적어도 주요 도심지에서는 현대적 소비 방식에 관심을 가지고 있으며 이에 참여할 경제적 능력이 있는 새로운 소비층의 부상으로 이어졌음



e/f=BMI 측정치/전망. 출처: IMF 일반통계청.

## 2) 식품 소비

- 베트남의 식품 소비는 현지 화폐로 2009년과 2014년 사이에 64.9% 증가하여 총 소비액이 VND4,207,670억에 달할 것으로 보임. 인구당 소비액도 동 기간에 56.5% 증가하여 2014년에 상대적으로 적절한 수준인 연간 VND4,575,946에 달할 것으로 보임. GDP 비율에 대한 식품 소비는 2009년의 15.5%에서 약간 감소하여 2014년에는 14.4%에 달할 것으로 보이는데 이는 소득이 증가하고는 있지만 베트남의 성장은 같은 지역의 국가들에 비해서는 상대적으로 더디기 때문임. 시간이 지남에 따라 베트남의 식품, 음료, 그리고 소매 업계에 대한 지속적 투자로 식품 소비가 증가할 것임. 그러나 단기적으로는 식품 가격은 낮게 유지될 것이고 지방에 거주하며 필수적인 식음료를 구매할 능력 밖에 없는 일반 베트남 소비자는 현대 소매 시장에 참여할 수 없을 것임

- 베트남의 2000년에서 2009년 사이의 평균 연간 성장률은 7.6%로 아시아에서 가장 경제 성장이 빠른 국가 중 하나였음. 이러한 경제 호황은 많은 베트남 국민들을 빈곤으로부터 구제하여 국가의 공식 빈곤율은 1993년의 53%에서 2004년에 20%로 감소하였고 중산층의 성장과 소비자중심주의 도입의 원동력이 되었음. 그러나 국내 경제 상황은 역시 세계적 불황을 피하지 못 하였고 소비자 신뢰가 타격을 받았음. 바람직한 인구 분포로 인해(베트남은 젊고 성장이 빠른 인구를 가지고 있음) 이전과 비슷한 속도의 성장률이 2011년 이후에 예상되며 따라서 중기적으로는 브랜드 식품과 음료 제품에 대한 수용적인 소비자층이 증가할 것으로 보임
- 2014년 이후에는 농업 분야에 대한 투자가 주요 도시 밖에서의 생활수준을 개선 시켜줄 것임. 농업에 대한 투자는 베트남 정부가 잘 해내고 있는 부분이며 최근에 나타난 농업 생산의 개선이 아시아 지역에서 중국에 이어 두 번째로 큰 전년 대비 GDP 성장률을 달성한 주된 이유임. 그러나 농업 분야가 잠재력을 충분히 실현하기 위해서는 국내 가공 분야를 상당히 개선할 필요가 있음. 이는 초콜릿과 같은 고급 상품을 수입할 필요성을 반감시키고 현재의 베트남 경제의 부채 상황을 호전시킬 기회를 제공할 것으로 보임
- 대형 식품 소매업의 지속적 확장도 그러한 업체를 통해 제공되는 물품들의 가격 경쟁력이 유지되는 한 인구당 식품 소비량을 증진시켜줄 것임. 궁극적으로 시골 지역의 구매력을 향상시킬 수 있는 정부능력 그리고 가격이 주요 구매 결정 요인임을 명심하면서 소비자의 관심을 불러일으킬 모델을 찾아내는 현대적인 소매업체의 능력이 식품 소비 성장을 주도할 것임

### 〈식품 소비 지표- 과거 실적 및 전망〉

	2006	2007	2008	2009e	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
식품 소비 (10억 US\$)	11,23073	12,74571	14,64056	14,35484	14,77652	16,61623	18,08096	20,16961	22,44092
식품 소비 (10억 VND)	184534,3	209427,4	239970,5	255243,5	284709,2	328170,6	357098,9	388265	420767,2

	2006	2007	2008	2009e	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
인구당 식품 소비(VND)	2,186,400	2,446,582	2,764,637	2,924,207	3,210,760	3,676,101	3,960,161	4,263,536	4,575,936
인구당 식품 소비(US\$)	133.1	148.9	168.3	164.5	167.2	186.1	200.5	221.5	244.0
전체 식품 소비 증가 (전년대비)	13,1151	13,48965	14,58411	6,364515	11,15238	15,67145	8,815046	8,72758	8,371118
인구당 식품 소비 증가 (전년대비)	11,50551	1.9	13	5,771815	9,799353	14,49317	7,727196	7,660678	7,327244
GDP 대비 식품 소비비중	18,94085	18,30636	16,22853	15,51178	15,17565	15,60229	15,23112	14,7861	14,37785

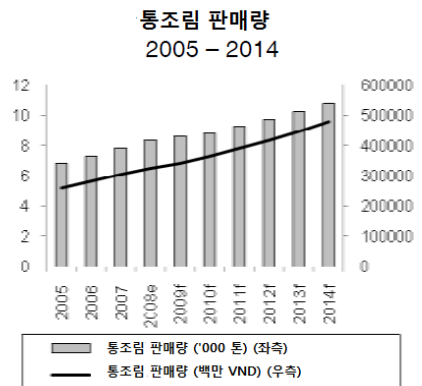
출처 : 베트남 통계청, BMI

주 : 음료 소비 제외. e/f=BMI 측정치/전망. VND : 베트남 동(Vietnamese Dong)

### 3) 가공식품

#### 통조림

- 2005-2014 기간중 베트남의 통조림 판매량은 25.4%, 그리고 판매금액은 40.4% 증가할 것으로 예상하고 있음. 통조림 수요의 증가는 주로 현대적 생활 양상으로 인해 편의 식품에 대한 수요가 높아지고 있는 도심지에서 발생하고 있음



e/f=BMI 측정치/전망. 출처:통계청, 기업 정보, 업계 신문, BMI

- 생활수준이 개선되고 수차레의 건강 위협으로 인해 더 많은 주의가 요구되면서 베트남의 소비자들의 위생 관련 문제와 식품 원산지에 대한 인식이 높아지고 있음. 이로 인해 소비자들은 청과물보다 가공 식품을 선호하게 될 것이며 해당 분야에 대한 방대한 투자도 (국내외) 판매 증진에 도움이 될 것임

- 또한 도시 근로자들은 돈을 아끼기 위해 식당 음식 소비를 줄이고 통조림과 가공 식품을 점점 선호하고 있음. 이러한 측면에서 통조림과 가공 식품은 청과물보다 20-30% 가량 저렴함. 소매업자인 Saigon Co-op에 의하면 가공 식품은업 2008년 전반기에 60%의 성장률을 보였다고 함

#### 4) 제과 등 주요부문 전망

##### ■ 제과류

- 베트남의 제과업계는 엄청난 잠재력을 가지고 있으며 2014년까지 상당히 성장할 것으로 예상됨. 올해에는 판매량은 16.7%, 판매액은 현지 화폐 기준으로 40.2% 증가할 것으로 봄. 2009년에는 제과류의 연간 판매액 성장률이 4.9%까지 내려갔지만 이는 경제적 불확실성으로 인해 선택적 소비 물품에 대한 수요가 감소하고 원래 해당 업계의 판촉에 도움이 되는 관광업계가 불황을 겪었기 때문으로 보이며, 2014년까지는 소득의 증가와 지속적인 도시화, 그리고 젊은 인구 비중이 커져 수요 증가세가 다시 왕성해질 것으로 보임
- 가처분소득의 증가로 제과류 소비가 촉진될 것이며 서양의 브랜드 및 소비 성향에 대한 지속적 노출 또한 이 분야의 성장을 촉진시킬 것임. 특히 후자는 판매가가 더 높은 새로운 고급 및 부가가치 브랜드의 출현으로 이어질 것이기 때문에 판매량의 증가로 이어질 것임. 해당 업계에 투자할 계획을 가지고 있는 한국의 오리온제과와 롯데제과와 같은 회사들이 상품 혁신과 지속적인 마케팅 및 홍보 정책을 통해 이 업계가 계속하여 신속히 성장할 것을 보장해줌
- 한편 베트남은 코코아산업에 투자를 많이 하고 있으며 이는 제과업계에 도움이 될 것임. 이 지역의 많은 국가들이 중간 수준이나 높은 수준의 GDP 성장률을 달성하면서 고급 제품에 대한 수요가 급격히 증가하였음. 그러나 지역 내의 코코아 생산량은 그러한 수요를 충족시키기에는 턱없이 부족하며 이에 따라 코코아를 더 먼 곳에서 수입할 필요성이 생겼음. 지역 내 강력한 코코아 산업의 존재로 베트남 코코아 농민들이 이익을 볼 뿐 아니라 코코아 가공과 부가가치 활동에 투자를 할 기회가

발생할 것임. 더 나아가 주변 국가들도 상대적으로 저렴한 가격에 부가가치 코코아 제품을 접할 수 있게 될 것임. 이는 높은 경제적 실적에 따라 발생하게 된 고급 제품에 대한 수요 증가를 충족시켜줄 뿐 아니라 지역 내 무역 관계를 개선하여 추가적인 투자로 이어질 수 있음

〈특정 식품업계 하위 분야의 판매량/판매액- 과거 실적 및 전망〉

	2006	2007	2008	2009e	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
통조림 판매량 (천 톤)	7.32	7.83	8.37	8.59	8.78	9.23	9.72	10.23	10.77
통조림 판매액 (백만 VND)	281,592	303,833	326,608	341,895	364,132	390,604	416,610	447,510	479,880
통조림 판매액 (백만 US\$)	17.14	18.49	19.88	19.23	18.97	19.78	21.09	23.25	25.59
제과류 판매량 (천 톤)	89.9	94.0	97.0	99.1	101.2	104.1	107.8	111.6	115.7
제과류 판매량 성장률, 톤, (전년대비)	4.41	4.5	3.23	2.16	2.10	2.88	3.49	3.58	3.66
초콜릿 판매량 (백만 VND)	1,868,188	2,051,094	2,339,833	2,492,883	2,711,985	2,965,174	3,221,934	3,514,227	3,820,326
설탕 제과류 판매량 (백만 VND)	1,882,027	1,997,694	2,169,213	2,253,956	2,366,529	2,491,701	2,640,093	2,801,697	2,970,989
껌 판매량 (백만 VND)	417,024	422,042	429,336	433,373	438,404	449,795	456,281	462,945	469,879
제과류 판매량 (백만 VND)	4,170,239	4,470,930	4,938,382	5,180,212	5,516,918	5,906,671	6,318,307	6,778,869	7,261,194
제과류 판매량 성장률, VND, (전년대비)	8.32	7.21	10.46	4.90	6.50	7.06	6.97	7.29	7.12
초콜릿 판매량 (백만 US\$)	113.7	124.8	142.4	140.2	141.2	150.1	163.1	182.6	203.8
설탕 제과류 판매량 (백만 US\$)	114.7	121.6	132.0	126.8	123.3	126.2	133.7	145.5	158.5
껌 판매량 (백만 US\$)	25.38	25.69	26.13	24.37	22.83	22.77	23.10	24.05	25.06
제과류 판매량 (백만 US\$)	253.8	272.1	300.5	291.3	287.3	299.1	319.9	352.1	387.3

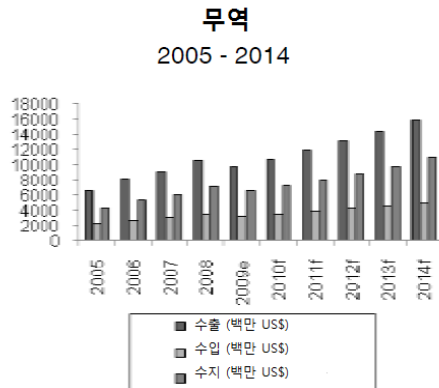
주 : e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : 통계청, 기업정보, 업계신문, BMI



## ■ 무역

- BMI는 2014년까지 베트남이 식품, 음료, 그리고 담배 분야에서 건전하고 성장 추세를 보이는 무역 수지를 유지할 것이라 예상함. 수출은 2014년까지 64.2% 증가하여 US\$15,932 백만에 달할 것이라 예상됨. 국내 식품 생산과 농업을 개선하여 생산량을 늘려 수출 가능한 물량을 증가시키고 수출품의 품질 경쟁력을 높여줄 지속적인 정부 차원의 노력을 고려하여 원래는 더 높은 성장이 예상되었음. 그러나 전세계적 금융 위기로 인해 G3 시장의 저조한 성장률이 수출을 저하시키고 동 베트남 화폐의 평가절하에도 불구하고 총 수출량의 증가를 저해하여 베트남 수출품에 대한 수요를 단기적으로 감소시킬 것으로 예상됨

- 한편 수입은 2014년까지 56.2% 증가하여 US\$5,008백만에 달할 것으로 예상됨. 이러한 수출과 수입의 증가가 무역 수지의 개선으로 이어질 것이며 무역 수지는 2009년에서 2014년 사이에 68.1% 증가할 것으로 보임. 장기적으로는 도시화의 증가와 서양 영향에 대한 지속적인 노출이 수입 수요의 증가로 이어지고 바쁜 생활 양상과 브랜드 식품에 대한 관심에 증가가 가공식품 업계의 성장으로 이어질 것으로 보임.



이러한 수요를 충족시키기 위해 국내 제조업자들은 필요한 원재료를 수입할 수밖에 없게 될 것임. 2014년 이후에는 정부의 투자와 외국 투자자 유치 노력이 효과를 나타내 앞서 언급한 새롭고 특정적인 수요가 국내 생산 활동만으로 충족될 수 있을 것이라 예상함

- 2008년 9월에는 우간다의 요웨리 무세비니 대통령이 베트남과 콜롬비아를 넘어서 로부스타 커피의 가장 큰 공급자가 되기 위해 로부스타 커피 생산량을 증가할 계획임을 공포하였음. 그러나 우간다와 거의 동일한 수출 시장에 대한 베트남의 접근성이 더 높다는 점과 커피 생산 분야에서 베트남이 상대적인 우위를 점하고 있다는 점을 감안할 때 수출량으로만 경쟁하려는 우간다의 노력은 실패할 것으로 예상함

- 내년에는 태국에 이어 두 번째로 큰 쌀 수출국의 지위를 놓고 최근 수년간 베트남과 일치락뒤치락한 인도가 몬순의 영향으로 21년만에 처음으로 쌀을 수입해야 할 가능성이 있기에 쌀 가격이 상승할 것이라 예상됨. 쌀의 가장 큰 수입국인 필리핀의 국내 생산도 곳은 날씨 때문에 타격을 받고 있으며 이러한 상황은 베트남의 무역 수지에 영향을 미치게 될 것임. 인도의 2010년 쌀 생산 전망이 부정적이고 인도네시아가 가뭄 위기에 놓인 상황에서는 수출 시장에서 베트남의 쌀에 대한 수요가 클 것이기에 쌀 가격이 급격히 상승할 수 있으며 이는 2010년에 수출 소득이 증가할 것임을 의미함

〈베트남 식품과 음료 무역 지표- 과거 실적 및 전망〉

	2005	2006	2007	2008	2009e
수출 (백만 US\$)	6,566	8,097	9,074	10,585	9,706
수입 (백만 US\$)	2,314	2,693	3,065	3,479	3,206
수지 (백만 US\$)	4,353	5,404	6,010	7,106	6,500
	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
수출 (백만 US\$)	10,713	11,851	13,060	14,415	15,932
수입 (백만 US\$)	3,544	3,881	4,232	4,601	5,008
수지 (백만 US\$)	7,187	7,970	8,828	9,813	10,924

주 : e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : UNCTAD, BMI

■ 음료

〈알코올음료〉

- 베트남의 알코올음료 업계는 계속 외국 투자자를 유치하고 있으며 가장 최근에 시장에 진입한 양조업자는 일본의 Sapporo임. 이는 경제 성장에 뒤따르는 국내 소비량의 증가와 빠르게 성장하는 관광업으로 인해 밝아진 업계 전망 덕분이라고

할 수 있음. 2009년과 2014년 사이에 판매량은 32.6% 증가할 것으로 보고 가처분 소득이 증가하면서 소비자들이 더 고가의 음료로 전환하면서 판매금액은 36.6% 정도 크게 증가할 것으로 보임. 맥주가 알코올음료 판매량의 대부분을 차지하며 계속하여 업계를 선도할 것이며 판매금액 증가에 가장 크게 기여할 것임

- 맥주 업계가 국내외의 양조업자로부터 받고 있는 커다란 관심 덕분에 전망 기간인 2014년까지 31.7%라는 가장 큰 성장률을 보일 것으로 예상됨. 베트남은 높은 경제 성장률과 증가하는 개인의 가처분 소득 덕에 맥주 생산자에게는 매우 매력적인 시장임. 한편 관광업의 성장과 많은 외국인 인구도 큰 영향을 미치고 있음
- 베트남의 알코올, 맥주, 그리고 음료 협회에 의하면 투입 비용의 상승과 인플레이션을 제어하기 위한 정부의 강력한 경제 정책의 시행에도 불구하고 맥주 생산은 '08년 1/4분기에 14% 증가하였음. 동 기간에 가격은 10-20% 상승하였음에도 불구하고 식당과 술집의 손님 수는 계속 증가하였음. 당 협회는 인구당 소비량이 현재의 18리터에서 2010년에는 28리터까지 증가할 것으로 보고 있음
- 그러나 현재 소비 수준이 낮은 와인과 증류주 업계의 판매량도 전망 기간에 걸쳐 증가할 것으로 보임. 두 업계 모두 상대적으로 성숙되지 못한 업계이며 다국적 투자와 상대적으로 높은 가격으로 인해 그 발달이 저해되어왔음. 그러나 베트남의 생산자들이 맥주에서 덜 성숙하고 성장률이 높은 분야로 진입하며 사업을 다각화하고 소비자의 소득 수준이 증가하여 소비자의 가격 민감도가 낮아짐에 따라 이 두 가지 요소의 중요성은 전망 기간에 걸쳐 지속적으로 감소할 것으로 보임

### 〈음료 지표〉

	2007	2008e	2009f	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
알코올음료 판매량 (백만 VND)	24,843,977	26,831,495	28,055,193	29,651,876	31,568,865	33,543,809	35,874,410	38,316,385
알코올 판매량 성장률, VND, (전년대비)	8.00	8.00	4.56	5.69	6.46	6.26	6.95	6.81

	2007	2008e	2009f	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
알코올음료 판매량 (백만 US\$)	1,512	1,633	1,578	1,544	1,598	1,98	1,864	2,044
알코올음료 판매량 (백만 리터)	1,795	1,885	1,946	2,002	2,124	2,260	2,405	2,560
알코올음료 판매량 성장률, 리터, (전년대비)	7.15	5.07	3.20	2.89	6.08	6.39	6.43	6.46
맥주 판매량 (백만 리터)	1,780	1,871	1,931	1,987	2,108	2,244	2,389	2,544
증류주 판매량 (백만 리터)	14.50	14.72	14.90	14.96	15.30	15.68	16.15	16.65
인구당 맥주 소비량 (리터)	19.44	20.60	22.12	22.49	23.62	24.88	26.23	27.66

주 : e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : 통계청, 기업정보, 업계신문, BMI

### <커피>

- 베트남은 브라질에 이어 세계에서 두 번째로 큰 커피 생산국으로 유명함. 그러나 지금까지 해당 업계의 성장은 대체로 수출 분야에서 이루어졌으며 국내 소비는 부유한 도시 소비자들에 의해서만 이루어졌음. 그러나 업계의 노력 덕에 커피의 국내 소비량이 증가하고 있으며 2009년 총 수확량의 10%에 달할 것으로 예상됨. 국제 커피 가격은 베트남 커피 재배자와 수출사들에게는 큰 기회가 되었으며 2004년과 2008년 사이에 생산이 42% 증가하는 데도 기여하였음. 동기간에 국내 소비량은 3배 가까이 증가하였음. 그럼에도 불구하고 국내의 커피 소비량은 전체 생산량의 7%에 불과하여 여전히 커피 재배자들은 수출의존적이며 변화하는 세계의 커피 업계와 국내의 기회의 수익성에 대한 인식은 이러한 불균형을 해소할 필요성이 큼을 보여줌
- 베트남이 국내 생산자들에게 강력한 성장 기회를 제공해 준다는 점은 확실함. 높은 GDP 성장률이 신규 식품과 음료 제품에 대한 수요를 증진시키고 있으며 국내에서 커피가 공급된다는 점은 이러한 수요를 더욱 더 증가시키고 있음. 더 나아가 베트남은 젊은 인구의 비중이 크며 이들 사이에서는 카페를 가고 커피를 마시는 것이 인기를

얻고 있음. 2014년까지 온음료(커피와 차) 홍보와 마케팅 전략에 힘입어 더욱 인기를 얻어 판매액에 65.6% 증가할 것으로 예상됨

- 그러나 이 엄청난 기회를 잡는 것만이 문제가 아님 수출업체들은 세계적으로 부가 증대하면서 주요 수입업체의 질 높은 아라비카 커피 원두에 대한 수요 증가에 대처 (경쟁)해야만 했음. 물론 이머징마켓의 가처분소득은 여전히 제한적이어서 로부스타 커피를 아라비카로 대체하는 일이 시급한 것은 아니지만 높은 품질에 대한 수요의 증가로 인해 일부 블렌드에서는 로부스타 원두가 배제되었음

### 〈음료 지표〉

	2006	2007	2008	2009e	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
온음료 판매량 (백만 VND)	4,051,248	4,622,400	5,296,536	5,659,305	6,300,715	7,277,891	7,932,358	8,635,856	9,369,688
온음료 판매량 (백만 US\$)	246.6	281.3	322.3	318.3	328.2	368.5	401.6	448.6	499.7

주 : 차와 커피 판매량을 합한 수치만 제공됨. e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : 통계청, 기업정보, 업계신문, BMI

### 〈청량음료〉

- 베트남은 여전히 동 지역에서 가장 유망한 청량음료 시장 중 하나임. 베트남 내 청량 음료 판매에 관한 정확한 수치는 제공되고 있지 않지만 청량음료 업계도 알코올음료 업계와 마찬가지로 높은 성장률을 보일 것으로 예상함. 같은 성장 요소가 이 경우에도 적용됨. 경제 성장, 도시화, 외부 투자, 그리고 관광객의 증가. 서양 사회의 영향이 소비 습관에 침투를 하는 상황에서도 베트남 소비자들은 건강한 삶을 계속 중시할 것이지만 탄산음료는 젊은 베트남 소비자들에게 인기가 많고 에너지 음료나 고급 과일 주스에 비해 저렴하기 때문에 2014년까지는 탄산음료 분야가 청량음료 업계에서 가장 높은 성장률을 보일 것이라고 예상됨. 또한 병에 담은 녹차도 병에 담은 물과 펄시 같은 브랜드와 경쟁을 하면서도 큰 인기를 얻었는데 이는 녹차가 다른 음료에 비해 상대적으로 건강한 음료라는 인식 때문에 소비자들이 추가 비용을(VND1,000

-2,000[US\$0.06-0.12]) 지불할 의사를 가지게 되었기 때문으로 보임. 소매업자 Maximark는 병에 담은 녹차 판매량이 지난 해에 30-40% 증가하였다고 주장하고 있음. Tan Hiep Phat Group이 생산 장비에 US\$2천만을 투자하고 O Degree 브랜드를 출시하면서 2006년에 처음 병에 담은 녹차를 팔기 시작하였음. 한편 URC Vietnam은 현재 시장을 선도하고 있는 C2 브랜드를 출시하는 데 US\$14.5 백만을 투자하였음

## 다. 시장특성<sup>주)</sup>

### 1) 식품산업 개관

- 식품 산업은 베트남의 주요 산업 중 하나로 산업 생산량과 GDP의 상당 부분을 차지하고 있으며 교역 증대와 외교 관계 개선에도 도움이 되었음. 최근에는 식품 가공 산업이 상당한 발전을 이룩하였고 매년 질적, 양적으로 성장하고 있음. 많은 제품이 국내 시장은 물론 해외 시장에서도 받아들여지고 있음. 2009년 베트남의 농업 부문 성장률은 2008년도 대비 1.8% 증가하였고, 농산품은 베트남의 수출에 있어 중요한 부분을 차지할 뿐만 아니라 수출 흑자를 기록하는 유일한 부문임. 쌀, 커피, 고무, 해산물 등 주요 농산품의 수출도 급증하고 있으며, 다수의 국내외 전문가들은 국내 농산품 시장, 특히 소고기, 가금육 역시 잠재력이 큰 것으로 보고 있음. 현재 베트남은 세계에서 가장 큰 3대 시장(EU, 미국, 일본)에 진출하였음. 베트남의 식품산업의 수출 능력과 잠재력은 상당함
- BMI (Business Monitor International)는 베트남의 전체 식품 소비액이 2013년까지 미국 달러로 18.79% 증가하여 US\$127.6억에 달할 것으로 전망하고 있음. 인구 당 식품 소비액은 2013년에 US\$135.45에 달할 것임. 베트남의 경제적 발전과 식품 및 음료 산업에 대한 지속적 투자가 식품 소비 증가를 촉진할 것임

주) KOTRA 하노이무역관

## 식품 소비 지표, 2005-2013

년도	식품 소비액 (십억 US\$)	인구 당 식품 소비액(US\$)	GDP대비 식품 소비 비중(%)
2005	9.9	117.1	18.6
2006	10.1	117.8	16.5
2007	10.3	118.5	14.4
2008e	10.7	121.8	13.8
2009f	11.4	127.6	13.6
2010f	11.5	127.0	11.1
2011f	11.9	129.4	9.2
2012f	12.3	132.2	7.7
2013f	12.8	135.5	6.9

주 : e/f = BMI 측정치/전망. 출처 : 일반 통계청, BMI

- 베트남의 식품 가공 산업은 약 260개의 수산물 가공 공장, 24개의 도살장과 육류 가공 공장, 160개의 음료 공장, 65개의 과일 및 채소 가공 공장, 27개의 인스턴트 국수 생산 공장, 그리고 23개의 제과류 제조사로 구성되어 있음(2009년 BMI 보고서의 의거). 베트남의 다음 품목을 포함한 가공 제품들은 국내외 시장에서 인기가 높음

### ■ 수산물

- 베트남은 주요 수산물 수출국임. 약 260개의 가공 공장을 가지고 있어 연간 생산 능력은 250,000톤임. 베트남에는 약 500개의 수산물 가공 생산업체가 있는데 이 중 248개 기업이 EU 기준을 충족함(EU는 세계에서 가장 엄격한 시장임). 또한 300개 이상의 기업이 한국의 기준을 충족한다고 확인을 받았음. 수산물의 수출액은 2009년 7월에는 US\$433백만, 2009년 8월에는 US\$450백만이었음. (2009년 9월자 베트남 경제신문/Vietnam Economic Times)

〈수산물 생산량〉

(단위 : 1,000 톤)

	2007년 9월	2008년 9월	(% 변화)
<b>수산물 (전체)</b>	<b>1,512</b>	<b>1,828</b>	<b>20.89</b>
생선	1,098	1,374	25.14
새우	282	297	5.32
기타 수산물	132	159	20.45
<b>수확량 (전체)</b>	<b>1,579</b>	<b>1,580</b>	<b>0.06</b>
생선	1,191	1,201	0.84
새우	83	80	- 3.61
기타 수산물	305	299	- 1.97

출처 : 베트남 통계청

■ 통조림

- 대도시의 바쁘고 현대적인 생활 방식으로 인해 더 많은 사람들이 신선 농산물 대신 가공 식품을 구매하고 있음. 한편 도시 근로자들은 돈을 아끼기 위해 점점 레스토랑에서의 식사를 줄이고 통조림을 선택하고 있음. 통조림 식품과 가공 식품은 신선 식품에 비해 20-30% 저렴함
- BMI는 베트남의 통조림 산업이 37.9%의 판매량 증가율과 42.5%의 판매액 증가율을 보일 것으로 예상하고 있음



## 〈통조림 판매액 / 판매량, 2005-2013〉

e/f = BMI 측정치/전망

	통조림 식품 판매액 (백만 US\$)	통조림 식품 판매량 (1,000 톤)
2005	15.7	6.9
2006	17.1	7.3
2007	18.5	7.8
2008e	19.9	8.4
2009f	21.4	8.9
2010f	23.0	9.5
2011f	24.8	10.2
2012f	26.7	10.9
2013f	28.3	11.5

출처 : 통계청, 기업 정보, 업계 신문, BMI

### ■ 육류 및 육류 제품

- 육류 제품군의 가공 식품이 베트남에서 가장 경쟁력 있는 제품군임. 베트남의 육류 생산량은 연간 160만 톤에 이르며 77%가 돈육, 16%가 가금육, 그리고 7%가 우육임. 대부분의 육류 제품은 신선 식품으로 제공되며 소량의 고기 통조림, 소시지 등으로 가공됨. 2009년 3월 베트남 재정부는 국내 생산을 보호하기 위해 대부분의 육류 및 가금류 제품에 대한 수입 관세를 높일 것이라고 발표하였음. 수입 관세는 돼지고기의 경우 24%에서 28%로 올랐음. 버팔로 고기와 소고기의 경우에는 17%에서 33%로 인상되었음. 목표는 2020년까지 6백만 톤의 생 돼지고기와 5백만 톤의 가공육을 생산하고 155만 톤을 수출하려는 것임
- 베트남의 지리적인 조건과 기후는 목축업과 양계업의 발달에 적합하다는 이점을 가지고 있어 이 분야의 농장은 전국적으로 116,000개 이상 분포되어 있음. 농장들은 주로 3개 지역에 위치함 : 홍강 삼각주(14,000개); 동남 지역(16,000개 이상); 메콩 삼각주 (55,000개)

## ■ 과일과 채소

- 베트남의 채소 생산 능력은 연간 313,000톤에 달함. 홍강 삼각주와 메콩 삼각주가 주요 생산 지역으로서 각각 국내 채소 생산량의 29%와 23%를 생산하고 있음. 최근에 채소 수요가 급격히 증가하였는데 이는 통합을 장려한 덕분이며, 해외 주문도 상당히 늘었음. 이 중 중국, 러시아, 그리고 일본이 가장 큰 수출 시장으로 수출량의 45%를 차지함
- 2020년까지 과일 재배 면적은 1백만 헥타르, 생산량은 1천만 톤에 달할 것이라 예상됨. 농업 및 지역 개발부(Ministry of Agriculture and Rural Development)는 2010-2020년 사이에 국내 수요를 완전히 충족하고 과일과 채소의 수출량을 12억 USD로 늘리겠다는 목표를 가지고 있음. 모든 종류의 과일과 채소의 수출로 인한 수입은 2010년까지 760백만 달러에 달할 것임 (베트남 무역 진흥공사/Vietnam Trade Promotion Agency - VIETRADE 의거)
- 베트남 산 가공 채소의 주요 수입국은 중국, 대만, 일본, 그리고 한국임. 주요 수출품은 망고, 바나나, 리치, 용과, 그리고 다양한 종류의 과일 주스 등임. 최근에 베트남은 수출 대상국을 독일, 네덜란드, 미국, 그리고 러시아 등지까지 넓혔음. 미국으로의 채소 수출은 2001년 12월 10일 상업 협정 체결후 대폭 증가하기 시작하였음. 미국에 대한 채소 수출로 인한 수입이 전체의 10%에 달함

## ■ 제과류

- 베트남의 제과류 시장은 질적, 양적으로 성장할 것으로 보임. Datamonitor는 2011년까지 제과류 시장 규모가 7억7백만 달러에 달할 것으로 전망함. 설탕 제과류는(hard boiled sweets, 민트류, 카라멜 및 토피 사탕류, 껌과 젤리류, 그리고 약제가 든 제과류) 전체 제과류 시장에서 가장 앞선 부문으로 남을 것으로 보이며 초콜릿 부문은 두 번째로 큰 제품군의 지위를 유지할 것임
- 현재 베트남은 중국, 말레이시아, 일본, 필리핀, 브라질 등 많은 나라로 제과류를 수출하고 있음. 필리핀, 태국, 인도네시아, 그리고 말레이시아와 같은 아시아 국가로부터

수입되는 제과류 제품은 높은 품질, 다양한 포장, 그리고 합리적인 가격의 특징을 가지고 있음

## ■ 음료

- 베트남 음료 산업은 국내 소비량의 증가와 급속도로 성장하고 있는 관광 산업 덕분에 전망이 밝음. 맥주, 와인, 그리고 청량음료가 연간 30% 정도의 빠른 속도로 성장하고 있음. 모든 음료 제조 기업들은 생산을 늘리고 국내에서 브랜드 입지를 유지하려는 전략을 가지고 있음. 이들은 품질, 식품 안전성, 그리고 평판을 높이는 데 중점을 두고 있기 때문에 어느 정도의 성공을 거두었음
- 전반적으로 현대적 슈퍼마켓과 소매 매장과 같은 유통 경로의 급격한 도입과 확산이 식품 및 음료 가공 산업의 발달에 영향을 준다고 볼 수 있음

## ■ 인스턴트 면

- Dien dan doanh nghiep의 (기업 포럼) 웹사이트의 (<http://dddn.com.vn>) 통계치에 의하면 2009년에는 인스턴트 국수 제조사가 50개 이상 있었으며 총 연간 생산량은 5백만 봉, 연간 성장률은 15-20%였음. 제품군과 가격 측면에서는 Vina Acecook (100% 일본 소유 기업)이 약 65%의 시장 점유율을 가진 시장 선두주자임. Asia Food는 (100% 베트남 소유 기업) 약 20%의 점유율을 가지고 있으며 Gau Do, Hello, Vifood, Osami, Trung Vang 등의 브랜드를 보유하고 있음. 나머지 15%의 점유율은 기타 국내외 인스턴트 국수 브랜드들이 나누어 가지고 있음. 거의 모든 슈퍼마켓, 상업 센터, 가게, 벵룩시장에서 Vina Acecook, Asia Food, Vifon, Uni-President, Massan, Miliket 등 브랜드의 인스턴트 국수가 다양한 상표의 제품을 가지고 시장점유율을 90% 이상 점유하고 있음
- 인스턴트 국수 분야에서 성공하기 위해서는 ISO, IFS, HACCAP 등 특정 기준을 충족하는 외에도 미디어를 통한 홍보 등 강력한 마케팅 전략을 사용해야 할 것임

## ■ 인삼

- 베트남의 인삼 소비는 대체로 수입 제품 위주로 이루어짐. 이는 베트남 소비자가 국내산이 아닌 수입 인삼을 소비하는 습관 때문임. 주요 수입대상국은 일본, 중국, 그리고 한국임. 그러나 주요 수입 경로 외에도 품질과 물량 관리가 어려운 보따리 장사나 국경 거래 활동으로 인해 들어오는 인삼의 양이 상당해서 인삼 시장은 관리가 매우 어려운 상황임

## ☑ 인삼 공급원

- 국내 공급원 : 베트남 공급자들은 주로 수출 용도의 많은 베트남 산 인삼(Ngoc Linh 인삼, Kontum 인삼)을 생산하기는 하지만 그들의 주요 사업 영역 중 하나는 인삼 제품을 수입하여 국내 시장에서 공급 경로를 통해 판매하는 것임
- 수입원 : 일본, 중국, 한국, 대만, 미국. 이러한 수입 인삼 제품은 국내 시장에서 독점적 공급사(LIBIS Ltd., 를 통한 한국의 Pugin과 미국의 Ginica의 판매)나 전국의 소매상을 통해 거래됨

## ☑ 소비 목적에 따른 구분

- 치료용도 : 질병을 치유하기 위한 목적으로 인삼을 구매하는 소비자(암, 심장마비 등)
- 미용과 식품용도 : 인삼으로 만든 헤어 컨디셔너나 스킨 컨디셔너, 인삼을 넣고 조리한 식품(닭) 등을 소비하는 이들
- 건강관리용도 : 아무런 질환이 없음에도 불구하고 인삼이 강장 효과가 있고 건강에 좋다고 믿어서 인삼을 소비하는 이들. 베트남에서는 여기 속하는 소비자들이 가장 많은 인삼 수요를 보임

## ☑ 인삼 구매 주요 경로

- 전통적 가게 : 슈퍼마켓, 소매상 등
- E-store & e-marketplace : 웹사이트를 통한 전자 구매(paginvn.com, ginica.com, alibaba.com 등) 또는 인터넷 포럼을 통한 보따리 상품의 구매(raovat.com, muaban.com 등)
- 입소문 : 약물, 특히 인삼의 경우에는 이 방법이 가장 인기가 많으며 많은 사람들이 선호함. 이들은 이미 사용을 해보고 해당 공급자의 제품 품질을 보장하는 다른 사람들의 소개를 통해 알게 된 특정 공급자로부터 인삼을 구매함. 그러한 공급원에게서 구매하는 인삼은 시장 내 인삼 공급자, 인삼 공급원, 인삼 종류가 워낙 다양한 상황에서 많은 소비자들이 스스로 천연 인삼과 인공 인삼을 구분할 능력이 없기 때문에 많은 신뢰를 받게 되었음

## 2) 시장 경향

### 가) 소비 경향

- 소비 경향의 측면에서는 특히 도시 내에서의 현대적 생활 방식의 확산과 가처분 소득의 증가로 인해 식품 및 농산물에 대한 소비 수요가 증가하였음. 시간과 정보의 한계와 제품의 시장성으로 인해 소비 경향은 제과류, 청량음료와 알코올음료, 그리고 닭고기에 초점을 맞추고 있음

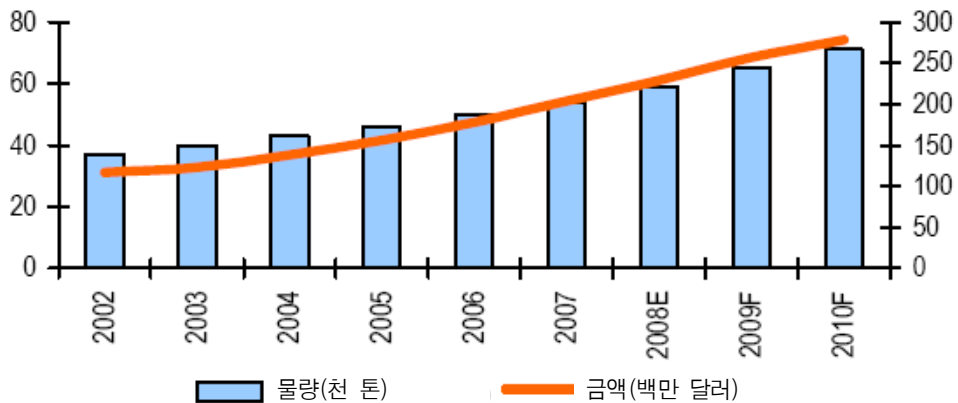
### ■ 제과류 제품

- 인구당 소득 증가 덕분에 베트남 사람들의 제과류 제품에 대한 수요는 큰 편이라고 할 수 있음. 2008년에는 2007년 대비 23% 증가한 US\$1,024를 기록하였음. 따라서 베트남 사람들이 식품 전반과 특히 제과류에 지출하는 금액이 증가할 것임
- 소비 경향과 관련하여서는 지난 2년 동안 베트남 사람들은 국내 제품들의 외국 제품, 특히 중국 제품에 대한 상당한 이점으로 인해 더 많은 국산품을 소비하는 경향을

보였음. 우선 베트남의 제과류는 종류가 많고 눈에 띄는 포장이 사용되며 유럽에서 수입되는 상당히 높은 가격의 제품에 비해 베트남 사람들 대부분이 구매할 수 있는 저렴한 가격으로 제공됨. 특히 최근 같이 미국달러 환율이 높은 상황에서는 수입 제과는 점점 더 비싸질 것임. 또한 특정 수입 제품, 특히 중국 제품이 대량으로 섭취되었을 때 인체의 건강을 해할 수 있는 멜라민을 함유하고 있다는 것이 밝혀지자 국산품에 대한 수요는 더욱 증가하였음

- Euromonitor International이 발표한 통계치에 의하면 베트남의 제과류 시장의 연평균 성장률이(CAGR) 물량기준 8.2%를 기록하였다고 함(CAGR는 특정 기간 중의 전년대비 성장률을 의미함). 판매액은 2010년까지 US\$ 278백만까지 증가할 것으로 예상됨

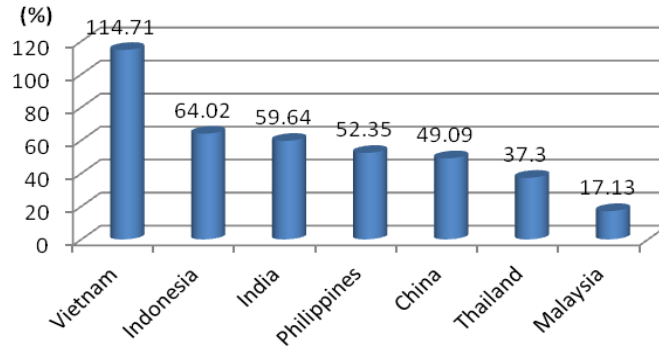
〈베트남 제과류 시장 (2002-2010)〉



출처 : Euromonitor International

- 또한 VN Economy가 발표한 자료에 의하면 베트남의 2008년에서 2012년 사이의 제과류 판매의 증가율은 중국, 필리핀, 인도, 태국, 그리고 말레이시아에 비해 높은 114.71%로 예상된다고 함

### 〈제과류의 연간 성장률 예상 수치(2008-2012)〉

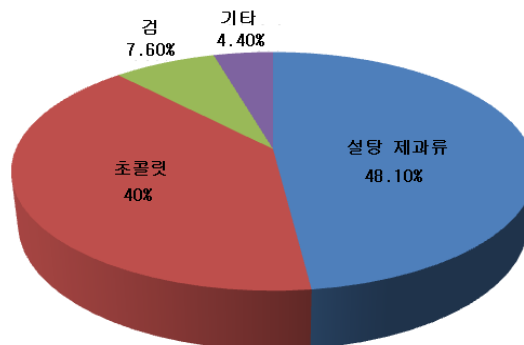


출처 : VN Economy

- 향후의 제과류 제품군별 소비와 관련하여서는 2011년 말까지 설탕 제과류 제품군이 가장 많이 소비될 것으로 보임. Datamonitor가 발표한 자료에 의하면 2011년 말까지 각 제과류 제품군 중 설탕 제과류가 시장점유율 48.1%를 기록하며 가장 높은 점유율을 달성하고 초콜릿과 껌이 그 뒤를 이어 각각 시장점유율 40%와 7.6%를 확보할 것이라 함

### 〈베트남 제과류 시장 점유율 예상치〉

2011년 말 현재 품목 별



출처 : Datamonitor

음료

〈알코올음료〉

- 최근 5년간 베트남의 알코올음료 산업은 식품 산업에서 중요한 역할을 해 왔으며 빠르게 성장하고 있음. 베트남은 높은 경제 성장률과 가처분 소득 증가로 인해 맥주 제조사들에게 있어 매력적인 시장임. 또한 관광업의 성장과 인구가 많다는 점도 베트남의 음료 업계 전반과 특히 알코올음료 소비에 큰 영향을 미치고 있음
- 양조업에서는 맥주에 대한 높은 수입 관세를 피하기 위해 몇몇 다국적 기업이 합작을 통해 현지에 진출해 있음(공통세율: 70.5%; MFN 세율: 47%; VAT: 10%). 베트남 국내에서 생산되는 국제적 브랜드로는 Heineken, Fosters, Tiger, Carlsberg 그리고 San Miguel 등이 있음. 그러나 다국적 기업의 증가에도 불구하고 국내 기업들이 여전히 시장을 지배하고 있음. Sabeco (Saigon Beer Alcohol - Beverage Corporation)와 Habeco (Hanoi Beer Alcohol - Beverage Corporation)가 맥주 시장에서 각각 34%와 19%의 높은 시장 점유율을 기록하고 있음

〈베트남 음료 지표, 2005~2013〉

연도	알코올음료 생산량 (백만 리터)	알코올음료 판매액 (백만 US\$)	알코올음료 판매량 (백만 리터)	맥주 판매량 (백만 리터)	증류주 판매량 (백만 리터)	인구 당 맥주 소비량 (리터)
2005	1,177.9	1,310.0	1,541.5	1,511.1	13.9	16.5
2006	1,251.3	1,400.0	1,692.6	1,660.5	14.2	17.9
2007	1,338.9	1,512.0	1,813.9	1,780.0	14.5	19.4
2008e	1,432.6	1,858.4	1,814.4	1,780.0	14.2	20.2
2009f	1,532.9	1,965.4	2,309.0	2,269.1	14.5	25.4
2010f	1,640.2	2,023.1	2,298.6	2,258.6	15.1	24.9
2011f	1,755.0	2,147.9	2,473.6	2,432.5	14.7	26.4
2012f	1,877.9	2,309.7	2,635.1	2,592.2	15.2	27.8
2013f	2,009.3	2,497.9	2,823.9	2,778.0	16.5	29.5

주 : e/f = BMI 측정치/전망. 출처 : 통계청, 기업 정보, 업계 신문



- 알코올음료의 판매량은 2013년까지 55.6% 증가할 것으로 예상되며 판매액은 그보다 낮은 34.4%의 증가율을 보일 것으로 예상됨. 2008년에 전체 알코올음료 판매량의 약 97.9%를 차지했던 맥주 판매량이 알코올음료 판매 증가를 주도할 것임. 또한 BMI에 의하면 맥주의 판매량이 전망 기간인 2013년까지 가장 높은 56.1%의 성장률을 보일 것이라고 함. 베트남의 알코올 맥주 및 음료 협회(Vietnam Alcohol Beer and Beverage Association)는 인구 당 맥주 소비량이 2013년까지 29.5리터까지 증가할 것으로 보고 있음. 예상 증류주 판매량은 2012년에 1,520 만 리터, 2013년에 1,650 리터임

### 〈청량음료〉

- 베트남의 인구 당 청량음료 소비량은 증가하고 있음. 청량음료 업계는 다국적 기업 The Coca-Cola Company와 PepsiCo 2개 업체가 시장점유율 88%로 시장을 지배하고 있음. 다국적 기업의 중점 분야는 탄산음료임. 국내 생산업체들은 다른 종류의 음료를 생산하며 나머지 시장점유율을 가지고 경쟁하고 있음. 최근에는 국내 기업의 전문 분야인 차와 주스 등 건강음료에 대한 관심 증가로 베트남 중소 음료업체들이 다국적 기업이 차지한 시장 점유율을 일부 회수해올 수 있었음
- 베트남에 대한 정확한 청량음료 판매 수치는 없지만 청량음료의 소비량도 알코올음료와 마찬가지로 증가하고 있을 것으로 추정됨. 두 분야 모두 경제 성장, 도시화, 외부 투자, 그리고 관광객의 증가가 성장 요인임. 전통적인 음료인 녹차가 건강에 좋다는 인식 때문에 병에 담은 녹차의 판매가 급증하였다는 점은 인상적임. 건강에 대한 인식 때문에 소비자들은 청량음료에 비해 약 VND 1,000 - 2,000 (US\$0.06- US\$0.12) 높은 금액을 지불할 의향을 가지고 있음. 소매업자 Maximark에 의하면 병 녹차의 판매량은 지난 해 30-40% 증가하였다고 함. Tan Hiep Phat Group이 2006년에 생산 설비에 US\$2천만을 투자하고 Zero-degree 브랜드를 출시하면서 처음으로 병 녹차 판매를 시작하였음
- 브라질에 이어 세계 두 번째로 큰 커피 생산국인 베트남은 커피 생산량과 수출량이 큰 것으로 유명함. 국내 수요도 증가하고 있으며 베트남의 인구는 젊어서 커피 소비가

점점 인기를 얻고 있음. 유제품 수요도 최근 가치분 소득과 인구가 증가하면서 덩달아 늘고 있음

- 베트남에는 약 50개의 우유 가공 회사가 있는데 주로 중소기업들임; 생산 속도는 연간 약 57%씩 증가하고 있음. 아이스크림과 요거트 같은 가공 우유 제품에 대한 수요도 크게 증가하고 있음; 이 제품들에 대한 연간 수요의 증가율은 15-20%에 달함. 농업 및 지역개발부(MARD)는 2020년까지의 개발 전략 중에 2010년까지 젖소의 수를 200,000 두로 늘리고 우유 생산량을 377,000톤으로 늘리려는 목표를 포함시켰음

#### ■ 닭

- 평균 육류 소비량은 996,000톤임. 2001-2005년 사이에 국내 기업의 가공 능력은 전체 수요의 32% 밖에 충족시키지 못했음. 시장에 공급되는 닭고기의 60% 이상이 시골 지역의 소규모 번식 축사에서 나옴. MARD의 전략에 의하면 2010년까지 가공 산업의 능력으로 국내 닭고기 수요의 60%를 충족시킬 수 있게 될 것이며 닭의 수는 345백만 마리로 늘려 연간 563,000톤의 고기를 생산할 수 있게 되는 것이 목표라고 함
- 1999년에 베트남 사람들은 연간 1인당 23,43kg의 육류를 소비하는데 그쳤으며 이 중 닭고기는 3,43kg였고 계란은 45개가 소비되었음. 지역 내 다른 많은 국가들과 마찬가지로 베트남에서 소비되는 닭고기는 주로 생고기이며 슈퍼마켓에서 가공육 상태로 소비되는 것은 10%에 그침

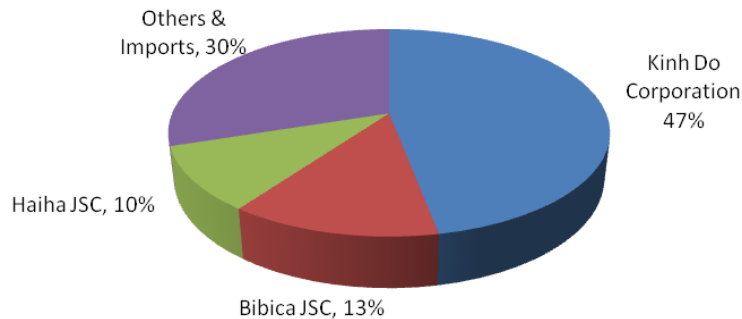
### 나) 공급 경향

#### ■ 제과류 제품

- 산업무역부(Ministry of Industry and Trade) 발표 자료에 따르면 2008년 현재 약 30 개의 대형 국내 제과류 제조업체가 있다고 하며 가장 큰 회사들로는 Kinh Do Corporation, Bibica Joint Stock Company 그리고 Haiha Joint Stock Company 등이 있음. 이 기업들은 국내 수요의 약 70%를 충족시킬 수 있음. 업계 선두주자들은 시장 점유율이 47%인 King Do Corporation과 각각 13%와 10%의

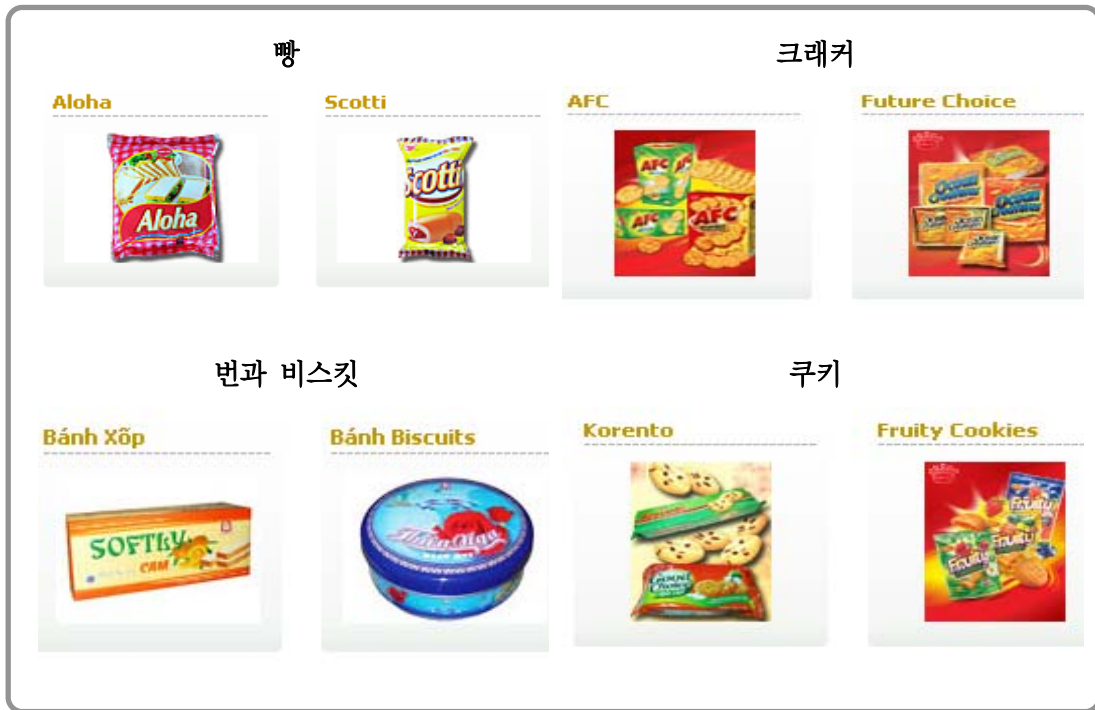
점유율을 기록하며 그 뒤를 따르는 Bibica JSC와 Haiha JSC임. 나머지 시장점유율은 다른 제과류 회사와 수입 제과가 차지하고 있음

〈2008년 현재 제과류 시장 점유율〉



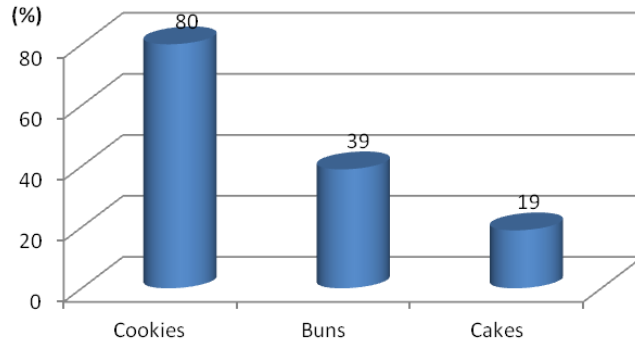
출처 : 산업무역부

- 관련 기업들이 선진적이고 현대적인 생산 라인에 투자를 한 덕분에 국산품의 품질은 좋음. 예컨대 Haiha JSC는 생산 능력이 하루에 10 톤인 독일제 내용물 함유 하드캔디 생산 라인과 생산 능력이 하루에 3톤인 말레이시아의 아이스크림 웨이퍼 생산 라인을 구매하였고 Bibica는 전통적인 스폰지케익뿐 아니라 고품질의 스폰지케익 생산도 가능케 하는 이탈리아의 스폰지케익 생산 라인을 구매하였음. 이 밖에도 유사한 사례는 많음
- Kinh Do Corporation - KDC (<http://www.kinhdo.vn/>)  
1993년에 설립된 Kinh Do Corporation(KDC)은 현재 국내 제과류 업계에서 지배적인 회사이며 US\$2,850만의 정관 상 자본과 가장 높은 47%의 제과류 시장 점유율을 자랑함. KDC는 중급에서 고급 제과류 제품 200종 이상을 생산하고 있음. 주요 제품으로는 번과 빵 종류, 크래커, 문케익과 커스터드 케익 종류가 있음. 몇 가지 인기 높은 Kinh Do 제품이 아래에 나열되어 있음



- Kinh Do 제품의 판매량과 판매액은 지속적으로 증가하였음. 당사가 발표한 통계치에 의하면 2008년의 첫 8개월 동안 자사의 사탕류를 제외한 전 제품군이 높은 성장률을 기록하였다고 함. 첫 8 개월 동안 가장 높은 80%의 성장률을 보인 쿠키류의 성공에 힘입어 전체 판매고가 27% 증가하였다고 함. 쿠키류에 이어 번 종류가 39%, 그리고 케익류가 19%의 성장률을 기록하였음. Kinh Do 사의 스낵류와 크래커류의 판매량도 각각 9%와 5% 증가하였음. 한편 사탕류의 판매량은 2007년 같은 기간 대비 18% 감소하였음

### 〈KINH DO 사의 2008년 첫 8 개월 동안의 전년도 동기간 대비 판매고 증가율〉



출처 : Kinh Do Corporation

#### ● Bibica Joint Stock Company (<http://www.bibica.com.vn/>)

당사는 1999년에 설립되어 정관 상 자본이 VND 250억이었으며(약 US\$ 140만) 2008년 현재 정관 상 자본은 VND 1,542억(약 US\$ 860만)으로 상승하였음. 생산량과 판매량과 관련하여서는 당사의 2007년 생산량은 17,000 톤이 넘어 2008년보다 높은 수치였으나 판매량은 2007년보다 2008년에 더 높았음. 이는 베트남 사람들의 제과류 소비량이 늘고 있음을 보여줌

### 〈BIBICA의 생산량 및 판매량 (2007~2008)〉

(단위 : Kg)

품목	2007년 목표	2007년 실적	2008년 목표	2008년 실적
생산량	19,037,811	17,426,583	19,632,862	15,489,159
- 제과류	6,094,900	7,736,931	10,223,060	7,935,054
- 사탕류	6,805,700	5,022,125	5,237,712	4,650,815
- 엿당	4,927,832	3,890,201	3,214,092	2,196,144
- 분말	450,000	315,946	30,038	
- 영양제품	564,500	368,924	828,426	625,610
- 초콜릿	194,879	92,455	99,535	81,535
판매량	14,287,258	14,259,831	15,858,455	12,968,445
- 제과류	5,951,890	7,417,680	9,921,664	7,474,778
- 사탕류	6,527,995	4,972,583	4,988,297	4,751,579
- 엿당	800,000	1,105,915	85,086	55,875
- 분말	427,500	328,430	28,607	
- 영양제품	540,295	395,252	788,977	659,311
- 초콜릿	39,578	39,970	45,823	44,902

출처 : Bibica JSC의 연간 보고서 (2008)

- Bibica 사의 제품은 비스킷과 쿠키류(초코파이, 샌드위치 비스킷, 크림 비스킷, 그리고 코팅된 비스킷), 사탕류(하드 및 소프트 캔디, 내용물 있는 캔디, 주스 캔디 등), 그리고 초콜릿 등 3개의 주요 제품군으로 분류됨



- HaiHa Joint Stock Company (<http://www.haihaco.com.vn/>)  
 Haiha JSC의 시장점유율은 10%로 베트남 제과류 제조사 중 3위임. 당사는 1960년 12월에 설립되었음. 현재 Haiha JSC의 생산 규모는 연간 20,000톤에 달함. 당사의 평균 연간 생산량은 15,000톤임. 주요 제품으로는 CHEW Haiha가 든 사탕, 스폰지 캔디, Jelly Chip Haiha, 하드 캔디, Haihapop, 비스킷 케익, 크래커, 문 케익, snack-mini, MiniWaf, 그리고 스폰지 케익이 있음

### BÁNH QUÊ AERO

CÔNG TY CỔ PHẦN BÁNH KEO HẢI HÀ - Hai Ha Confectionery Joint-Stock Company

### KẼO CÂY HẢI HÀ

CÔNG TY CỔ PHẦN BÁNH KEO HẢI HÀ - Hai Ha Confectionery Joint-Stock Company

### KẼO CHEW

*Chew! Chew! Cảm giác nhai nhai hợp vào sưa*

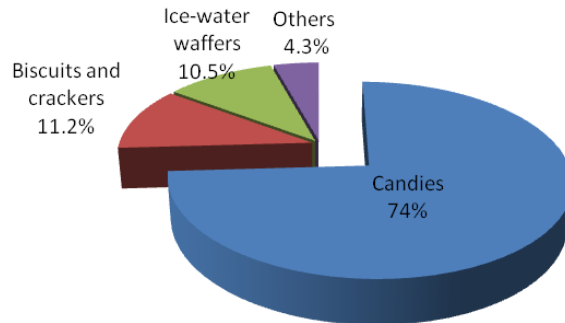
CÔNG TY CỔ PHẦN BÁNH KEO HẢI HÀ - Hai Ha Confectionery Joint-Stock Company

### BISCUITS

CÔNG TY CỔ PHẦN BÁNH KEO HẢI HÀ - Hai Ha Confectionery Joint-Stock Company

- 2008년 현재 Haiha JSC의 주요 소득원은 사탕류로 사탕류의 판매가 전체 수익의 74.10%를 차지하였음. Haiha의 비스킷과 크래커류, 그리고 얼음물 웨이퍼류는 각각 전체 수익의 11.2%와 10.5%에 그쳤음

〈HAIHA JSC의 2008년 수익구조〉



출처 : Haiha JSC의 2008년 수익 구조

## 음료

알코올과 청량음료는 급속도로 성장하고 있음. 각 제품군 별로 주된 베트남 기업을 아래에서 소개하기로 함

- Saigon Beer - Alcohol - Beverage Corporation (Sabeco)

<http://www.sabeco.com.vn/>

- Sabeco는 베트남에서 가장 큰 양조 업자로 전체 맥주 판매량의 약 34%를 차지하고 있으며 베트남 남부에서는 이보다도 훨씬 큰 점유율을 가지고 있음. 이 국영 기업은 2007년 12월 28일자 총리령 제1862/QD-TTg에 따라 2008년 4월 17일에 합자회사가 되었음. 현재 Sabeco는 총 28 개의 자회사를 가지고 있음. 투입 비용의 상승에도 불구하고 Sabeco는 2008년에 생산이 38% 증가하고 수입이 US\$600백만 이상일 것이라고 예상하고 있었음. 한 편 당사는 2008년에 2007년 대비 11% 증가한 933백만 톤의 맥주를 생산한 것으로 추정됨



- Sabeco의 제품 Saigon Lager, 333, Saigon Export, 그리고 Saigon Special 같은 맥주가 남부에서 가장 유명함

SAIGON LAGER



333



SAIGON EXPORT



SAIGON SPECIAL



Vina Vodka



Napoleon X.O



Nang Huong



- Hanoi Beer - Alcohol - Beverage Corporation (Habeco)  
<http://www.habeco.com.vn/>

- Habeco는 2003년에 설립된 국영기업임. 당사의 주요 사업 영역은 맥주와 와인 제품의 생산 및 판매임. Habeco는 2008년에 US\$169.9 백만의 매출과 US\$20.5

백만의 수익을 기록하였음. Habeco는 현재 약 19%의 시장점유율을 가지고 있다고 추정됨. 다국적 기업이 베트남에 점점 더 많이 진출하고 있음에도 불구하고 현재 Sabeco와 Habeco가 국내 시장을 지배하고 있음

- 2009년에는 수입이 26.4% 성장하여 US\$ 300.9 백만을 기록하고 판매량은 17% 증가한 433.9 백만 리터로 추정됨. Habeco는 국내 수요의 증가를 충족함과 동시에 대만, 일본, 한국, 영국, 태국 등의 해외 시장으로도 확장을 하고 싶어함. 2008년에는 2007년 대비 30% 증가한 US\$ 100,000의 수출액을 기록하였음
- 다음은 Habeco의 주요 제품들임:

Wine

체리 리큐르



커피 리큐르



하노이 리큐르



새로운 쌀 보드카



Bluebird Vodka



Zuz 20 Liquor



Vodka Hanoi (Blue Label)



Vodka Hanoi (Red Label)





많은 노력을 통해 Habeco는 몇 가지 2008년 목표를 달성하였음

구분	2007년 실적	2008년 목표	2008년 실적
생산액 (백만 US\$)	55.7	57.5	60.8
전체 매출과 수입 (백만 US\$)	120.2	162.4	188.2
맥주 판매량 (천 리터)	199,030	246,000	241,285
전체 수익 (백만 US\$)	20.4	14.8	19.1

출처 : Habeco

● Vietnam Milk Joint Stock Company (VINAMILK)

<http://www.vinamilk.com.vn/>

- 도시화와 경제 성장으로 인해 낙농업의 성장이 촉진되고 있음. Vinamilk는 베트남 낙농업 시장의 선두 주자임. 당사는 내수용과 수출용 유제품을 200개 이상 생산하고 있음. 당사는 이제 성장률이 높은 베트남 낙농업 시장의 약 75%를 점유하고 있음
- Vinamilk는 중동 지역으로 US\$8,600만 상당의 우유 분말과 영양 분말을 수출하는 내용의 계약을 체결하는 과정 중에 있음. 추가로 Vinamilk는 미국, 동유럽, 그리고 캐나다로 설탕을 넣은 연유 기타 우유 제품을 수출하고 있음

<기업 자료>

2008 매출	US\$479.3 백만; 성장률 12.7%
2008 순익	US\$70.5 백만; 성장률 27.7%
2009 목표 판매고	US\$517.4백만
2009 목표 수익	US\$84백만

출처 : BMI

- Vinamilk는 정부의 2010년 우유 생산량 목표치(전국적으로 1,321백만 리터)를 달성하고 시장 점유율을 유지하기 위해 계속하여 생산 능력을 키울 것임. 최근에 당사는 국제적 유제품 브랜드와 경쟁을 하고 있으며 다국적 기업의 브랜드 파워로 인해 국내 회사들이 불리한 입장에 있다고 주장하고 있음. Vinamilk는 다양한 소비자의 취향을 만족시키기 위해 자주 신제품을 출시하고 새로운 제품 라인을 개발할 계획임

### Vinamilk 제품 목록

#### Vinamilk

신선 우유



요거트



음용 요거트



발효 요거트



#### Dielac

산모용



아동용



고령자용



#### Ridielac

아동용



고령자용





● Tan Hiep Phat Beverage Group - <http://www.thp.com.vn/>

- Tan Hiep Phat Group은 알코올, 맥주, 그리고 음료 전문 기업으로 1994년에 설립 되었음. 당사는 베트남 양조업 및 음료업 협회(Vietnam Brewery and Beverage Association) 회원임. 당사는 음료, 인스턴트 음식, 그리고 플라스틱 포장의 세 가지 영역에서 아시아 최대의 회사가 되려는 목표를 가지고 있음

- 현재 당사는 각종 상표를 이용해 판매되는 여러 고급 제품을 가지고 있음: Number One, Laser Beer, Ben Thanh Beer, Zero-degree Green tea, Number One Active, 등. 이 덕분에 당사의 맥주 및 음료 시장 내 지위는 확립되었고 소비자들의 신뢰 및 선호를 받게 되었음

허브 차



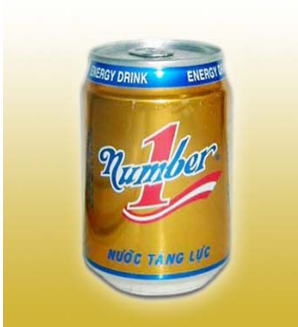
녹차



보리차



Number One



맥주



Soya Milk



Juicie

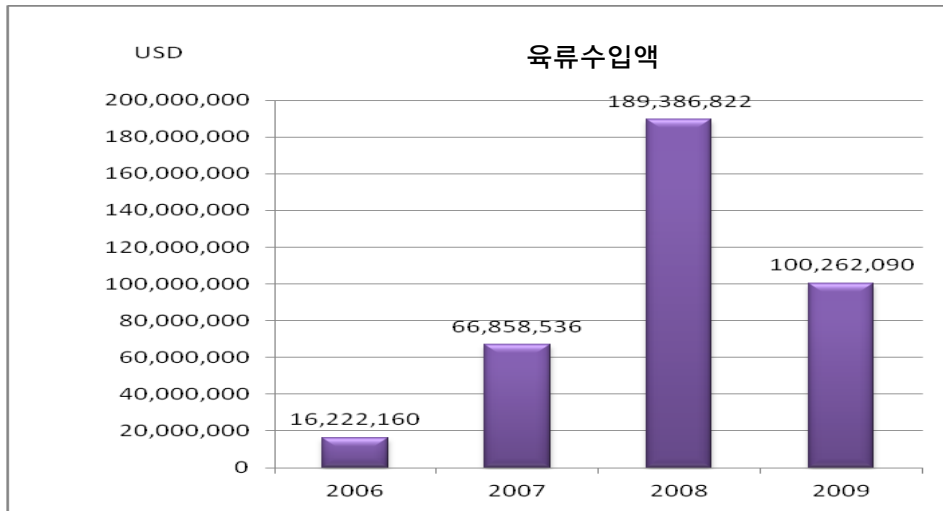


- Tan Hiep Phat Group은 제조 시설에 US\$2천만을 투입하고 Zero-degree 브랜드를 출시하면서 2006년에 병 녹차를 판매하는 첫 기업이 되었음. 현재 당사의 가장 유명한 제품들은 Dr. Thanh이라는 상표로 판매되는 녹차와 허브 차임. 소비자들이 해당 제품을 건강에 좋은 것으로 인식하기 때문에 이 제품들은 베트남에서 매우 인기가 높음

## ■ 닭고기

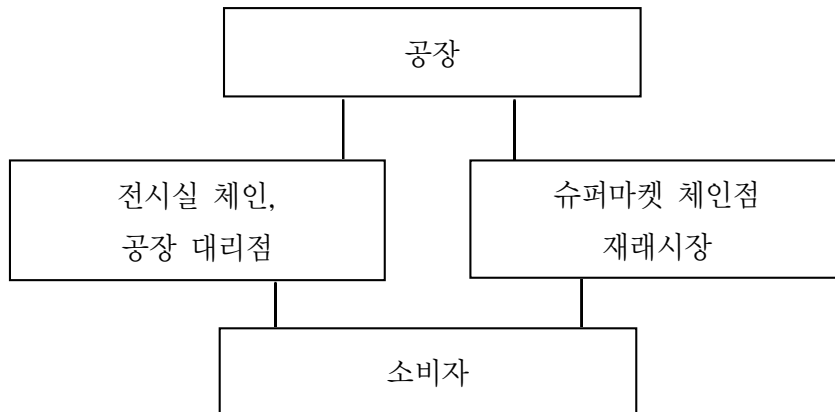
- 베트남은 농업 국가이며 축산업, 특히 집중화된 대규모 축산업이 크게 성장하고 있음. 통계청이 발표한 바에 따르면 2009년 7월 현재 농장수는 143,000개로 2008년 같은 시기에 비해 18.5% 증가하였음. 축산업과 양계업, 특히 돼지고기와 닭고기 생산량은 항상 높으며 축산업은 연 평균 3.5%-4.5%, 양계 업은 12%의 성장을 보임. 베트남은 닭고기와 계란 생산 부문에서 ASEAN에서 5번째, 세계에서 47번째임. 그러나 현재의 닭고기 생산량은 전체 생산되는 육류의 15-16%에 불과한 반면 돼지고기는 약 74-77%를 차지함. 닭고기와 계란 소비량은 여전히 아주 낮은 수준임. 베트남 양계업의 닭 마리수는 많지만 닭고기와 계란 생산량은 여전히 낮음. 2003년에 전체 닭의 마리수는 250백만 이상을 기록하였으나 베트남의 닭고기 생산량과 계란 생산량은 각각 세계에서 35번째, 그리고 31번째였음. 주된 원인은 베트남이 국내 또는 이웃하는 시장에서만 소비가 이루어지는 적은 규모의 생산을 하고 있기 때문임. 수입되는 고기의 양의 증가세(연간 약 400%의 수입량 증가)를 감안하면 국내 공급 능력이 시장 내에서 점점 증가하고 있는 육류의 소비량과 소비액의 증가를 충족시키기에는 부족함을 알 수 있음





출처 : GSO - 통계청

라. 가공식품 유통 구조<sup>주)</sup>



● 국내 제조업체들은 2개의 주요 경로로 제품을 유통함

- ① 전시실 체인 및 공장 소속 대리점 : 대다수 국내 제조업체는 전시실 체인과 대리점에 투자하여 유통을 담당하도록 하고 있음. 이 유통경로는 농산물 시장에서 차지하는

주) KOTRA 하노이무역관

비중은 매우 적으며, 거의 대부분의 국내 생산 농산품은 재래시장을 통해 유통되며, 수입품은 슈퍼마켓 체인을 통해 유통됨

- ② 슈퍼마켓 체인점 / 재래시장 : AGROINFO Vietnam(농업정보센터) 통계에 의하면 약 170개의 슈퍼마켓과 커머셜 센터가 있고 600개가 넘는 셀프 서비스 점포(self-service store) 있음. 슈퍼마켓은 대개 하노이, 호치민, 하이퐁, 다낭 등 대도시에 위치하며, 재래시장은 9,000여 개가 있는데 이중 76%가 시골지역에 위치해 있음. 재래시장의 소매 매출액은 전국 소매 매출액의 약 40%를 차지함

## 마. 소매시장

### 1) 시장 개관

- 지난 5년 동안 슈퍼마켓과 쇼핑센터의 수가 점점 증가하여 도시의 개방형 전통 시장의 지위를 위협하고 있음. 이제는 현대적 대형 식품소매업 매장이 베트남의 주요 도심지 주변에 집중되어 있음. 2008년 말 현재 베트남에는 165개의 슈퍼마켓, 14개의 하이퍼마켓, 그리고 255개의 편의점이 있었음. 작은 도시와 주요 마을에도 점차 현대 소매 매장이 진출하고 있기는 하지만 이 매장의 대부분은 하노이와 호치민 시의 주요 도심지역 내외에 위치하고 있음
- 베트남의 편의점은 대형 슈퍼마켓이 들어서기에는 규모가 작은 지역의 수요를 충족 시켜주기 위해 보통 서유럽과 미국 내 편의점보다 규모가 크며 더 다양한 제품을 판매함. 지방에는 여전히 개방형 재래시장이 지배적이거나 현대적 소매점이 더 흔해지고 지방에서도 이를 수용해감에 따라 이 상황은 바뀔 것이라 예상됨. 그러나 아직까지는 식품 소매업의 94%를 전통적 소매 시장이 차지하고 있음
- 해당 지역 내 다른 많은 시장과는 달리 베트남 당국은 현대적 소매업의 침투를 전통적인 업자에 대한 위협으로 보지 않고 오히려 도입을 장려하였음. 하노이에서는 시 당국이 생활양식을 현대화하고 사회주의적 요소는 남아 있지만 완전한 기능을 갖춘 시장 경제로 발전해나가기 위한 한 방법으로 슈퍼마켓의 확장을 장려하였음. 그러나 도시의

과밀화가 진행되고 이에 따라 전통적 소매업자의 시장 점유율이 낮아지면서 정부가 개방 정책을 조금씩 철회하고 있는 듯 보임. 베트남의 WTO 가입에 맞춰 베트남 정부는 이제 현대화와 고용 촉진을 위해 해외 투자를 허용하는 것과 전통적 소매 분야를 보호하기 위해 규제를 적용하는 일 사이의 균형을 맞추어야 할 것으로 봄

- 베트남 소비자의 수요 증가로 인해 슈퍼마켓들은 점점 더 다양한 상품을 제공하고 있음. 경제 상황의 개선으로 인해 가처분소득이 증가하였고 이에 따라 특정한 수준의 상품과 다양한 종류의 농산물에 대한 수요도 증가하였음. 신선한 육류와 야채, 인스턴트 식품과 스낵류와 같은 식품이 장난감, 선물, 그리고 전기제품과 같은 식품이 아닌 제품과 나란히 진열되고 팔리고 있음. 실제로 베트남 내 대형유통 매장들은 서양의 유사한 매장과 비교해 식품 외적인 상품에 더 중점을 두고 있음. 일상적인 식품은 대체로 여전히 시장에서 구매되고 있음. 이에 따라서는 현재로는 수익성이 있는 식품 외적 상품에 매장 면적을 할애하는 것이 매장에 유리한 상황임. 그러나 전통적 소매상의 시장 점유율을 효과적으로 빼앗아오기 위해서는 이러한 상황을 타개하고 낮은 가격으로 시장에서 구할 수 있는 신선한 농수산물을 판매하는 등의 직접 경쟁을 할 필요가 있음
- 개방형 시장과 현대적 대형 식품소매업 매장 외에도 다수의 규모가 작고 독립적으로 운영되는 식품 매장 체인점들이 있음. 주된 것으로는 Western Canned Food, Kim Thanh, Food Stuff Shop, 그리고 Hanoi Star가 있음. 해당 분야 내 국제적 회사들로는 독일의 Metro, 프랑스의 Vindemia(현재는 Casino의 단독 소유), 일본의 Seiyu, 그리고 가장 최근에는 홍콩의 Dairy Farm이 있음. 여기에 더해 세계에서 가장 큰 다국적 소매업자들이 시장에 진출할 것이라는 추측도 제기되고 있음. 영국의 Tesco, 프랑스의 Carrefour, 그리고 미국 기반의 Wal-Mart 모두 진입 가능성이 있다고 보고 있으며 이에 대비해 현지의 소매업자들이 조합을 형성하여 구매력과 유통력, 그리고 이를 통해 경쟁력을 제고하려 노력하고 있음
- 프랑스의 Casino사는 이미 Big C 체인점을 통해 베트남에 진출해 있으며 1998년 동나이 주에 첫 하이퍼마켓을 열었으며 이미 베트남 시장에 진출한지 10년이 지났음. 현재는 하노이, 하이퐁, 다낭, 비엔호아, 그리고 호치민 시에 매장을 확보하였음.

당사는 최근 2010년 1월에 하노이에 두 번째 슈퍼마켓을 개점하여 전국에 10개의 매장을 갖게 되었음. 일본의 Family Mart도 최근에 호치민 시에 첫 매장을 오픈하여 시장에 진입하였음. 당사는 5년 내에 베트남에 300개 매장으로 구성된 네트워크를 운영하겠다는 야심찬 확장 계획을 가지고 있음

〈추정 매장 수에 따른 베트남의 대형식품소매업 시장의 구조〉

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
슈퍼마켓	67	74	88	199	115	130	165
하이퍼마켓	2	3	4	7	8	10	14
편의점	48	52	62	75	120	180	255
전체 대형식품 소매업 매장	117	129	154	182	243	320	434

출처 : 통계청, 기업 정보, BMI

〈베트남의 대형식품소매업 시장의 구조- 형태 별 판매액 (백만 US\$)〉

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
슈퍼마켓	42	55	64	70	85	101	123
하이퍼마켓	16	20	20	25	32	40	50
편의점	19	22	25	29	33	37	42
전체 대형식품 소매업 매장	77	97	109	124	150	178	215

주 : e= BMI 측정치. 출처 : 통계청, BMI

### 〈베트남의 대형식품소매업 시장의 구조- 형태별 판매액 (백만 VND)〉

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
슈퍼마켓	690	904	1,052	1,150	1,397	1,660	2,021
하이퍼마켓	263	329	329	411	526	657	822
편의점	312	361	411	477	542	608	690
전체 대형식품 소매업 매장	1,265	1,594	1,791	2,037	2,465	2,925	3,533

주 : e= BMI 측정치. 출처 : 통계청, BMI

### 〈형태별 매장당 평균 매출- 2008〉

	백만 US\$	10억 VND
슈퍼마켓	0.75	12.25
하이퍼마켓	3.57	58.68
편의점	0.16	2.71
전체 대형식품소매업계	0.50	8.14

출처 : BMI

## ■ 경쟁 환경

### 〈베트남의 주요 식품 및 음료업체 - 2009〉

회사	하위 분야	판매량 (조 VND)	판매량 (백만 US\$)	직원 수	설립연도
Sabeco	음료-알코올	15.4	815.5	na	na
Vinamil	음료-일상	10.6	561.3	3,000	1976
Unilever Vietnam	식품 및 음료	na	350.0e*	5,500	1995
Nestle Vietnam	식품 및 음료	na	210.0e*	na	1995

회사	하위 분야	판매량 (조 VND)	판매량 (백만 US\$)	직원 수	설립연도
Habeco	음료-알코올	4.15***	237.9	na	na
Vietnam Brewery Ltd	음료-알코올	na	125.0e*	500	1991
Coca-Cola Vietnam	음료-청량음료	na	125.0e*	1,182	1994
Vissan Import Export Corporation	식품-육류	na	121.1e*	2,500	1974
Trung Nguyen Corp	음료-커피	na	120.0e*	na	1996
Pepsi-IBC Vietnam	음료-청량음료	na	110.0e*	na	1991
Masan Food	식품-인스턴트 국수, 소스	3.96	209.6	5079	1996
San Miguel Purefoods Vietnam	식품과 음료 - 기타	na	70.0e*	na	na
Saigon Beverages Joint Stock Company (Tribeco)	음료-청량음료	0.47***	27.6	1,074	1992
Hanoi Milk Joint Stock Company	식품과 음료- 유제품	0.275	14.6	na	2001
Vinacafe Bienhoa Joint Stock Company	음료- 온음료	na	na	na	1969
Nam Viet Corporation	식품- 해산물	1.86	98.5	na	1993
Tan Hiep Phat Group	음료-알코올 및 청량음료	na	na	2000	1994

주 : e= 측정치. na= 제공되지 않음, \*\*\* 2008 판매량, \*\*2006 판매량, \*2007 판매량,  
출처 : BMI, 업계신문, 기업 자료

## 〈베트남의 대형유통업체-2009〉

모회사	국적	판매량 조 VND	판매량 백만 US\$	명칭	형태	매장 수	설립연도
Saigon Co-op	베트남	8,57	453,8				1989
				Co-op Mart	슈퍼마켓	43	
				Co-op	편의점	70	
				Co-op Food	편의점	8	
Metro Cash & Carry Vietnam	독일/베트남	na	140e*	Metro	Cash & Carry	11	2002
CP Group	태국/베트남	na	60e*				na
				Fresh Mart	편의점	120	
Saigon Co-op	베트남	8,57	453,8				1989
				Co-op Mart	슈퍼마켓	43	
				Co-op	편의점	70	
				Co-op Food	편의점	8	
Metro Cash & Carry Vietnam	독일/베트남	na	140e*	Metro	Cash & Carry	11	2002
CP Group	태국/베트남	na	60e*				na
				Fresh Mart	편의점	120	
Groupe Bourbon	프랑스/ 베트남	na	35e*	Big C	하이퍼마켓	9	1998
Hanoi Commerce General Company	베트남	na	25e*				na
				Hapro	슈퍼마켓	15	
				Hapro	편의점	10	
Vietnam National Textile and Garment Group	베트남	na	20e*	Vinatexmart	슈퍼마켓	17	na
Sagion Trading Corporation	베트남	na	13e*	Saigon	슈퍼마켓	12	1995
Dairy Farm **	베트남	37.1**	1957.8**	Wellcome/ Citimart	슈퍼마켓	***	na
Intimex Hanoi	베트남	na	9e*	Intimex	슈퍼마켓	5	1979
An Phong Company	베트남	na	3e*	Maximark	슈퍼마켓	5	na
Seiyu	일본/베트남	na	2e*	Seiyu	슈퍼마켓	1	na

주 : na= 제공되지 않음, e= 추정치, \*\*동남아 지역 판매량, \*\*\*Dairy Farm은 2006년에 Citimart의 매장을 리스할 권한을 취득하였음; Dairy Farm이 Wellcome으로 전환한 Citimart 매장의 갯수는 알려지지 않았음, \*2007 판매량, 출처 : 공식 통계, 업계신문, 기업 자료

## 2) 대형유통업체

### ■ 대형 식품소매업 SWOT

<p>강점</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 대형 식품 소매업 시장의 잠재적 규모로 인해 일단 개선된 시장 조건이 허용되면 이 시장은 해외 투자자에게 매력적인 목표가 됨. 특히 슈퍼마켓 부분이 더욱 성장할 것으로 예상됨</li> <li>● 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 그리고 편의점은 각기 다른 종류의 소비자와 소비 활동에 부응하여 베트남에서 인기가 있다는 것이 증명되었음</li> <li>● 소매 분야의 다국적 기업이 많아지며 베트남에서도 특히 매장 내 부가가치 서비스와 같은 현대적 모범 소매 경영이 쉽게 받아들여지고 있음</li> <li>● 금세기 들어 베트남의 경제 성장률은 연 평균 7.6%에 달해 꾸준한 중산층의 증가와 소비자 중심주의의 증진을 원활히 하였음</li> <li>● 구매 그룹의 형성이 중소기업체들에게는 신속히 확장할 수 있는 효과적인 방법인 것으로 나타났음</li> </ul>
<p>약점</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 베트남의 소매 유통 네트워크는 아직 개발이 덜 되어 있으며 확장 중심적인 기업들은 신규 매장의 오픈과 더불어 인프라에 대한 투자도 병행해야 함</li> <li>● 베트남의 현대 소매업에 대한 국제적인 참여를 규율하는 규제들로 인해 확장 속도가 더디며 WTO 가입에도 불구하고 정부 정책의 특정 측면들이 외국 기업의 활동을 여전히 어렵게 하고 있음</li> <li>● 베트남의 방대한 시골 지역 인구의 빈곤으로 인해 베트남 내 현대적 소매 시장의 잠재적 소비자층의 규모가 매우 제한됨</li> <li>● 시장의 선두 주자인 Saigon Co-op의 강력한 가격 경쟁력이 낮은 가격을 제공하기에는 규모가 너무 작은 기업들의 활동을 어렵게 함</li> </ul>
<p>기회</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 하이퍼마켓 개념은 아직 초기 단계에 있으며 현대적 소매에 대한 친근감이 커질수록 이러한 형식의 소매업이 큰 성장 가능성을 제공하게 될 것임</li> <li>● 현대 소매업은 신규 사업자가 진입할 가능성이 충분한 북부와 남부 지역의 주요 도심지에 집중되어 있으며 베트남 중부와 지방은 추가적인 진입 기회를 제공함</li> <li>● 할인과 자체 라벨과 같은 현대적 소매 개념은 베트남이 현대적 소매에 익숙해져감에 따라 가격에 민감한 베트남 소비자에게 인기가 높을 것으로 예상됨</li> <li>● 급격한 도시화와 새로운 주택 단지의 개발은 (대규모의 수용적인 소비자층을 대상으로) 새로운 현대 소매 매장을 도입하기에 이상적임</li> </ul>
<p>위협</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 해당 업계의 선두 주자인 Tesco, Carrefour, 그리고 Wal-Mart가 전부 베트남에 진입하게 되면 다른 회사의 진입 기회는 급격히 줄어들 것임</li> <li>● 베트남의 WTO 가맹국 지위가 결국에는 소규모 회사와 전통 가게들의 몰락으로 이어질 수 있음</li> <li>● 영업비용의 상승이 소매 수익률을 저해할 수 있음: 가격 상승은 지금까지는 소비자에게 전가되었으나 가격에 민감한 시장에서 이 상황이 지속될 수는 없을 것임</li> <li>● 인플레이션과 부채에 대한 우려로 인해 투자자들이 지금까지 긍정적이었던 베트남에 대한 인식을 재평가하는 경우가 발생할. 정부가 성장을 촉진시키는 일에만 지나친 관심을 기울이고 인플레이션의 압박을 제거하는 일에는 실패한다면 거시 경제적 불안정성이 지속될 위험이 있고 이는 잠재적 위기로 이어질 가능성이 있음</li> </ul>



## ■ 시장현황

- BMI는 소매업계의 가장 유망한 새로운 업종 중 하나인 대형유통업체가 베트남에서 큰 성장률을 보일 것이라고 예상하고 있으며 베트남은 아시아태평양 지역에서 여전히 가장 유망한 대형식품소매업 시장임. BMI는 2009년과 2014년 사이에 베트남 내 현대적 소매 매장을 통해 이루어지는 판매규모가 71% 이상 증가할 것으로 보며 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 그리고 편의점 등 베트남에 도입된 모든 형태의 현대적 소매점이 판매 증가에 기여할 것이라고 봄
- 이러한 높은 성장률을 예측하는 데에는 2가지 주 원인이 있음. 하나는 베트남의 경제적 발전임. 베트남은 저개발된 인프라와 규제적인 외국인 투자 정책에도 불구하고 다국적 자본을 유치하는 데 성공하였음. 베트남이 점차 동남아시아의 주요 명소가 되어감에 따라 성장한 관광업도 특히 편의 분야의 현대적 소매업의 도입에 기여할 것임. 인프라에 투자하는 일의 중요성을 인지하고 있는 정부는 2009년부터 다수의 항구, 발전소, 그리고 도로 건설에 투자를 하며 낙후된 인프라를 개선시키고 있음
- 그러나 베트남의 대형식품소매업 분야에서는 작은 업체들이 다국적 기업의 등장으로 압박을 받고 있기는 하지만 독립 매장들이 여전히 우위에 있음. 전통적으로는 외국 투자자들이 국내 소매업체의 주식을 보유하는 것을 금지하는 법규가 있어 다국적 기업의 진입이 제한되어왔음. 그러나 현 정부는 외국인 직접투자 유치와 WTO 회원 간 무역 기회를 전통적인 소매업체의 생존보다 우선시하고 있음
- 다국적 기업이 하노이와 호치민의 도심지에서 영업을 하고 있는 국내 기업에는 위협이 되고 있지만 중소도시와 외곽 지역은 다국적인 투자의 혜택을 상당히 많이 볼 수 있을 것임. 타이빈 지역이 이의 적절한 예시임. 부가 증가함에 따라 지방의 소비자들도 점점 더 전통적, 독립적 형태의 소매업장을 등지고 현대적인 소매 매장을 선호하고 있음. 급속한 산업화와 도시화는 이러한 과정을 더욱 가속시키고 있음. 이 분야에 다국적 기업이 개입하게 되면 베트남의 주요 도심 지역은 금세 과밀화 될 것이며 이에 따라 소매업자들은 확장을 위해 미개척 지역으로 향할 수밖에 없음

것임. 소비자 수요를 증가시키고 업계의 모범 경영을 확립시키는 데 기여할 소매업에 대한 공적 투자 덕에 타이빈 같은 지역은 과밀화의 수혜자가 될 수도 있음

- 편의점을 통한 판매가 가장 더디게 성장할 것으로 예상되며 예상 성장률은 2014년까지 57.5%임. 성장률이 상대적으로 낮은 주된 원인은 편의점 개념이 아직 걸음마 단계에 있어 출발점이 낮다는 데 있음. 이에 따라 상대적으로 높은 가격을 지불해야 하는 편의점 상품에 대한 수요는 아직 크지 않음. 소비자들은 아직도 이 현대적인 소매 형태에 전체적으로 익숙해지는 과정에 있음. 그럼에도 불구하고 이 분야는 소매업자의 관심을 유도할 것으로 예상하며 일본 편의점인 Family Mart가 호치민 시의 젊고 점점 더 바쁜 생활을 영위하는 인구로부터 수익성을 창출하기 위해 해당 도시에 첫 매장을 열고 앞으로 5년 동안 300개 매장을 오픈할 예정임
- 베트남의 소비자들에게는 슈퍼마켓 형식과 식품과 식품이 아닌 상품을 같이 취급하여 인기를 얻은 하이퍼마켓 형식의 소매점에 가장 친숙함. 따라서 이 두 형태의 소매점이 각각 73.6%와 약 76%의 가장 큰 성장률을 기록할 것임. 또한 슈퍼마켓과 하이퍼마켓은 매장 개점에 대한 해외 투자가 아직 제한된 시장에서는 매우 중요한 요소인 높은 매장당 수익률을 자랑하기 때문에 새로운 소매업 투자자들로부터 가장 큰 관심을 받을 것임. WTO 가입 요건을 충족시키기 위해 정부는 많은 주요 산업 분야를 자율화하기 시작하였으며 소매업도 그러한 분야 중 하나임. 베트남은 소매업을 개선시키기 위해서는 해외 투자 유치가 필요하다는 점을 인지하였으며 이에 따라 해외 기업들에게 국내에서 매장 네트워크를 형성할 수 있도록 허가하고 있음. 홍콩의 Dairy Farm과 한국의 롯데쇼핑이 그러한 사례에 해당함. 이러한 종류의 투자와 강력한 구매력을 바탕으로 낮은 가격에 상품을 제공할 수 있는 그러한 해외 기업의 능력은 현대적 소매업에 대한 관심을 더욱 증진시킬 것임. 이는 특히 아직은 현대 소매업을 경계하는 가격에 민감한 소비자들에게 큰 영향을 미칠 것임
- 이렇듯 매우 긍정적인 소매업 성장 전망에 대해 부정적인 측면이 있다면 베트남 인구의 대부분이 시골에 거주하고 있어 시장 내 식품 소비량을 굉장히 좋지 않은 수준으로 끌어내린다는데 있음. 소매업자들이 안는 위험은 베트남의 주요 도시 내 소매업이 포화 상태에 이르게 될 경우 현재로서는 현대적 소매업이 뺏어나갈 수 있는

다른 지역이 존재하지 않는다는 점임. 할인전문점에서 제공하는 낮은 가격도 자급 자족과 재래시장이 유일한 소비 형태인 시골 지역의 소비자들을 유치하기는 어려울 것임. 그러나 이는 지금 걱정해야 할 문제는 아니며 소매업자들은 베트남의 경제 발전과 증가하는 소비층을 믿고 사업을 확장하기 위해 투자를 계속할 것임

### 〈베트남 대형 식품소매업 지표- 형태 별 판매액- 과거실적 및 전망〉

	2005	2006	2007	2008	2009e	2010f	2011f	2012f	2013f	2014f
슈퍼마켓 (10억 VND)	1,150	1,397	1,660	2,021	2,187	2,473	2,822	3,115	3,447	3,795
하이퍼마켓 (10억 VND)	411	526	657	822	899	1,012	1,147	1,282	1,429	1,582
편의점 (10억 VND)	477	542	608	690	738	808	891	971	1,064	1,163
대형 식품소매업 전체 (10억 VND)	2,037	2,465	2,925	3,533	3,824	4,293	4,861	5,368	5,941	6,540
전체 대형식품소매업 성장률, VND, (전년대비)	13.76	20.97	18.67	20.79	8.24	12.27	13.22	10.44	10.66	10.08
슈퍼마켓 (10억 US\$)	0.0700	0.0850	0.1010	0.1230	0.1230	0.1288	0.1429	0.1577	0.1791	0.2024
하이퍼마켓 (10억 US\$)	0.0250	0.0320	0.0400	0.0500	0.0506	0.0527	0.0581	0.0649	0.0742	0.0844
편의점 (10억 US\$)	0.0290	0.0330	0.0370	0.0420	0.0415	0.0421	0.0451	0.0491	0.0553	0.0620
식품소매업 전체 (10억 US\$)	0.1240	0.1500	0.1780	0.2150	0.2151	0.2236	0.2461	0.2718	0.3086	0.3488

주 : e/f=BMI 측정치/전망. 출처 : 업계신문, BMI

〈형태별 식품소매 판매량- 과거실적 및 전망(%)〉

	2008	2018f
조직적/대형식품소매업	6	22
비조직적/독립적	94	78

주 : f=BMI 전망. 출처 : BMI

〈업계 소식〉

- 2010년 7월 말에 프랑스의 소매업자 Casino는 Just-foods.com이 발표한 당사의 전반기 영업 이익이 전년대비 12% 증가하였다고 발표하였음. 전년에 483백만 유로를 기록했던 영업 이익이 '10년 전반기에 541백만 유로(714.3백만 US\$)로 상승하는데 해외 영업이 크게 일조하였으며 해외 영업 분야에서는 베트남, 태국, 그리고 콜롬비아 지역의 마진이 개선되면서 이익이 34.5% 증가한 194백만 유로를 기록하였음(256.1백만 US\$)
- 2010년 3월 말에 독일의 Metro Cash & Carry사가 메콩 삼각주에 셀프 서비스 매장을 건설하기 시작하였음. 이 새로운 매장에는 U\$17백만이 투자되었으며 올해부터 개점하여 메콩 삼각주의 손님을 맞기 시작할 것임. 매장에는 25,000 종 이상의 식품 및 식품 외의 제품이 구비될 것이며 지역 주민에게 400개의 일자리를 제공할 것임. 다른 지난 분기의 당사 관련 소식으로는 당사가 1월에 2010년에 12번째 도매 센터를 짓기로 했다는 소식을 발표했다는 것이 있음. 새로운 도매 센터는 빈딘 지역의 마을인 Quy Nhon의 중부에 지어질 것이며 15백만 US\$를 투자하여 넓이 6,000m<sup>2</sup>로 지어질 것임
- 2010년 3월에 베트남의 최대 슈퍼마켓 운영사인 Saigon Co-op이 자사의 첫 해외 목표 시장인 캄보디아에 해당 국가 최초의 슈퍼마켓을 짓기로 했다고 보고하였음. Saigon Co-op의 회장인 Nguyen Ngoc Hoa는 자사의 소매 시장을 확장시킬 뿐 아니라 캄보디아에서 국내 상품을 홍보하는 데 도움이 될 것이라고 함. 당사는 또한

연말까지 슈퍼마켓 네트워크를 최소 52개 매장으로 확대하고 현재 8개인 식품 매장도 20개로 늘려 계속적으로 국내에서도 확장을 할 것임을 확인하였음. 이 회사는 2015년까지 슈퍼마켓 수를 100개까지 늘리고 호치민 시 내 편의점을 12개 더 개점할 생각임. 또한 Saigon Co-op은 싱가포르의 Maple Tree and Saigon Transportation Mechanical Corp(Samco)와 함께 대형 쇼핑몰 프로젝트에 투자를 함으로써 사업을 슈퍼마켓 밖의 영역까지 확장할 계획임

- 2010년 2월 초에 Just-food는 일본의 편의점 회사인 FamilyMart가 일본 밖의 아시아 지역 사업에 중점을 두기로 했다고 보고하였음. Junji Ueda 사장은 당사가 국내에서는 더딘 성장을 보이고 있기에 중국과 베트남 지역에서 사업을 영위하기로 하였다고 발표하였음. 현재 베트남에서 하나의 매장을 운영 중인데 2010년에 호치민 시에 5개의 매장을 더 개장하고 5년에 걸쳐 총 300개 매장을 열어 베트남 내 네트워크를 확장할 계획을 가지고 있음
- 2010년 1월 중반에 U\$3백만이 투자된 하노이의 두 번째 Big C 매장이자 베트남의 10번째 Big C 매장이 하노이의 Tu Liem 구역에 문을 열었음. 새로운 매장의 넓이는 3,700제곱미터이며 Manor Me Tri 대형 아파트 단지 내 Garden Trade Center 내에 위치해 있어 Big C Garden이라 불림. 새 매장은 프랑스의 Casio 그룹과 하노이 기반의 관광, 서비스, 수출입 회사인 GTC One-member 주식회사의 합작임
- 2010년 1월 초에 Saigon Co-op은 베트남 남부 동나이 지방에 43번째 Co-op Mart를 개점하였다고 발표하였음. 새 매장은 Tan Bien에 위치해 있으며 350억 VND를 (US\$180만) 투자하여 4,000㎡의 넓이로 지어졌음. 이후 2010년 1월 말에는 Saigon Co-op와 Quang Tri Commercial One Member Company가 Dong Ha Co-op Mart 슈퍼마켓 건축을 시작하였다고 발표하였음. 이는 중부 지역의 2번째 Co-op Mart가 될 것이며 총 500억 VND가(US\$270만) 투자되었음; 새 매장은 연말에 영업을 개시할 것으로 예정되어있음
- 2009년 12월에는 Family Mart가 현지 배급사인 Phu Thai와 함께 호치민 시에 자사의 베트남 내 첫 매장을 열었음. Phu Thai가 과반수의 지분을 가지게 될 이

합작을 통해 베트남의 젊은이들의 증가하고 있는 소비력으로부터 이익을 얻고자 하는 의도임. 그러나 Family Mart에게 있어 더 중요한 것은 이 프로젝트가 당사가 성장을 위해 점차 해외 시장으로 눈을 돌리는 상황에서 이미 성숙된 일본의 시장에 대한 의존도를 경감시킬 수 있는 기회라는 점임. Family Mart는 호치민, 다낭, 하노이와 같은 부유하고 규모가 큰 도심지에 중점적으로 투자를 하여 베트남의 편의점에 대한 수요가 본격적으로 발생할 시기에 대비하여 강한 인상을 남기고자 하고 있음

## 4. 농식품 수출입현황

가. 대외 교역 동향 .....	95
나. 농산물 교역동향 .....	97
다. 한국과의 수출입현황 .....	100





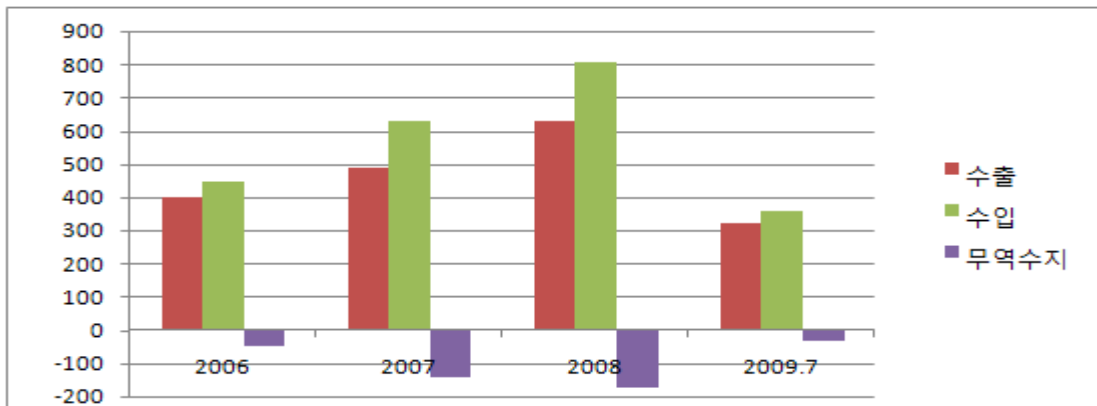
## 4\_ 농식품 수출입현황

### 가. 대외 교역 동향

- 베트남은 높은 경제성장률을 보이고 있는 가운데 수출입도 매년 큰 폭으로 증가하여 2009년도 총 교역규모는 1,400억 달러를 웃돌았음. 무역수지는 175억불의 적자를 시현하여 적자폭이 매년 확대되고 있는 추세이나 베트남 경제를 견인하고 있는 외국인 투자가 계속되고 있어 수출입 규모는 지속적으로 확대 추세를 보일 전망임

#### 〈베트남 교역현황〉

(단위 : 억 달러)



자료 : Business Monitor International, General Statistics Office

#### 1) 품목별 수출현황

- 베트남의 대외수출은 원유 및 섬유/직물제품이 전체 수출의 30% 이상을 차지하며, 기타 신발류 및 수산물이 주종을 이루고 있음. 2009년 상반기 역시 저임금을 바탕으로 하는 노동집약적 산업인 섬유/직물제품 수출이 강세를 보이고 있음. 쌀의 경우 '06년도 수해 및 병충해로 인한 작황부진으로 베트남 내 가격이 상승하여 수출을

줄임으로써 일시 감소하였으나 이후 '08년의 경우 전년대비 95%의 높은 수출을 달성하였으며, 수산물과 커피 등 기타 농수산물은 수출이 지속 확대되고 있는 추세임

〈품목별 수출현황〉

(단위 : 백만 달러, 증감률%)

품목명	2006	증감	2007	증감	2008	증감	2009.7
금속, 보석제품	169	26.1	201	18.9	767	281.5	2,671
섬유/직물제품	5,802	19.9	7,750	33.6	9,108	17.5	5,020
원유	8,323	12.8	8,488	1.9	7,880	-7.2	3,703
신발류	3,555	16.9	3,994	12.3	4,697	17.6	2,459
쌀	1,276	-9.3	1,490	16.8	2,902	94.7	1,976
수산물	3,364	22.8	3,763	11.9	4,562	21.2	2,172
커피	1,217	49.8	1,911	73.6	2,022	5.8	1,189
목제품	1,904	21.8	2,404	26.3	2,779	15.5	1,320
전기제품	1,770	24.0	2,154	21.7	2,703	25.4	1,369
석탄	927	38.6	1,000	7.9	1,444	44.4	716

자료 : General Statistics Office

2) 주요 품목별 수입현황

- 베트남의 주요 수입품은 베트남의 산업화 단계에서 각종 기계 및 플랜트류, 석유화학 제품, 철강제품, 섬유봉제 원부자재 등으로 꾸준한 수입 증가세를 보이고 있음
- 이 같은 수입 증가세는 베트남의 급속한 산업화 진전 및 AFTA 공동 관세 시행 본격화, WTO 가입 이후의 수입 장벽 완화 추세와 함께 앞으로도 지속될 것으로 전망되고 있음. 베트남 경제성장의 중요한 동력인 외국인투자가 정유공장, 제철소, 조선소 등으로 대형화 되고 있어 베트남은 현재의 농업국가에서 첨단산업국가로 산업구조의 전환기를 '10년 이후 점진적으로 맞이할 것으로 전망되고 있음

## 〈품목별 수입현황〉

(단위 : 백만 달러, 증감률%)

품목명	2006	증감	2007	증감	2008	증감	2009.7
기계/프렌트 및 부품	6,555	24.1	11,123	69.7	13,712	23.2	6,232
유류제품	5,848	16.4	7,710	31.8	10,888	41.2	3,410
철강제품	2,905	-0.8	5,112	76.0	6,566	28.4	2,148
의류(원단)	2,954	23.1	3,957	34.0	4,434	12.0	2,368
전자제품 및 컴퓨터	2,055	20.4	2,958	43.9	3,722	25.8	1,908
플라스틱 원료	1,846	26.8	2,507	35.8	2,924	16.6	1,427
자동차, 부품 파트	759	166.9	1,302	171.5	2,442	87.5	1,270
식물 및 의류 원부자재	1,959	-14.2	2,152	9.9	2,376	10.4	1,092
화학원료	1,026	18.6	1,466	42.9	1,768	20.6	878
동물사료	731	24.1	1,302	78.1	1,738	47.2	1,033

자료 : General Statistics Office

## 나. 농산물 교역동향

- 1930년대부터 1960년대까지 베트남은 전통적인 농산물 순수출국이었으나 베트남 전쟁과 사회주의 경제체제의 비효율성 등으로 인해 1970년도부터 1980년대 초반까지 농산물 수입국으로 전환되었음. 이후 80년대 후반 베트남의 사회주의 정책기조 변경, 농업에 대한 관심과 투자 증대로 농산물 교역은 계속 확대 추세이며, 농산물 수출은 베트남 농업생산물의 생산과 판로 유지에 큰 역할을 담당하고 있어 베트남 정부는 농업 생산성 향상을 통한 자국 농업 발전에 많은 관심을 기울이고 있는 상황임
- 베트남의 주요 수출 농산물은 커피를 비롯하여 쌀, 캐슈넛과 땅콩 등 너트류와 후추, 카사바, 차 등이며, 열악한 가공시설로 인해 원물을 수출하고 가공품을 재수입해야 하는 취약한 농업구조를 이루고 있음

〈주요 품목별 수출 현황 : 상위 11개〉

(단위 : 천불)

구 분	2006	2007	2008
쌀	1,275,900	1,489,970	2,895,940
커피	1,217,170	1,911,460	2,113,760
캐슈넛	503,878	645,100	915,813
천연고무	413,509	444,300	448,785
후추	186,515	271,500	311,475
차	110,431	130,833	147,300
카사바	120,410	166,341	133,920
기타 신선과일	73,956	74,178	127,275
기타 식품조제품	64,031	90,773	108,254
페이스트리	28,323	33,738	39,991
돼지고기	24,871	30,147	36,446

자료 : FAO

- 주요 수입농산물은 대두박, 면화, 밀 등 생산이 만성적으로 부족한 품목과 베트남에서 생산되지 않는 과일류 등을 수입하고 있음. 특히 대두박은 전체 농산물 수입금액의 약 20%를 차지하는 주수입품목으로 인도와 아르헨티나로부터의 수입이 각기 66.5%, 20.4%를 차지함
- 이와 함께 팜유, 캐슈넛, 옥수수, 담배 등도 주요 수입대상 품목임

〈주요 품목별 수입 현황〉

순위	품 목	수입액	주수입대상국별 비중(%)	수입비중	비 고
	농산물 전체	4,980 백만불	인도(20.4), 미국(9.5), 중국(9.2), 인니(8.5)	100%	한국29위 (0.37%)
1	대두박	1,045	인도(66.5), 아르헨티나(20.4), 미국(4.2)	20.97	
2	면화	459	미국(42.9), 인도(17.3), 싱가포르(5.9)	9.16	
3	밀과 메슬린	293	호주(64.9), 캐나다(12.5), 미국(10.1)	5.88	

순위	품 목	수입액	주수입대상국별 비중(%)	수입비중	비 고
4	팜유(정제한 것)	288	말레이시아(63.8), 인니(34.8), 일본(1.2)	5.77	
5	캐슈넛	219	코트디부아르(32.9), 캄보디아(15.6), 나이지리아(14.5)	4.40	
6	동물사료	185	중국(23.3), 태국(21.6), 미국(12.7)	3.72	
7	팜유 (정제안한 것)	163	인니(61.2), 태국(25.3), 말레이시아(10.9)	3.27	
8	대두유	140	아르헨티나(35.0), 말레이시아(32.3), 중국(25.9)	2.82	
9	옥수수	127	인도(61.5), 태국(16.6), 브라질(14.3)	2.56	
10	담배	116	브라질(32.9), 인도(28.8), 인니(7.0)	2.32	

자료 : Global Trade Atlas

- 국가별로는 최대 수입품목인 대두박, 면화의 주 수입원인 인도가 제1위의 수입대상국으로 전체 농산물 수입액의 20.4%를 차지하며 그 뒤를 미국, 중국, 인도네시아 등이 잇고 있고 한국은 제22위의 수입대상국으로 전체 농산물 수입에서 차지하는 비중은 0.68%로 미미한 수준임

### 〈국별 농산물 수입규모 및 주요 수입품목〉

순위	국가	수입규모	주수입품목 및 수입액(백만불)	수입비중
	농산물 전체	4,980		100%
1	인도	1,014	대두박(695), 면화(79), 옥수수(78), 오일케 (47)	20.4
2	미국	472	면화(196), 대두(54), 대두박(44), 밀(29), 동물사료(24)	9.5
3	중국	458	동물사료(43), 쌀(38), 대두유(36), 맥아(32), 대두박(22), 감귤(22)	9.2
4	인도네시아	424	정제 팜유(100), 비정제 팜유(100), 당밀(35), 캐슈넛(23)	8.5
5	말레이시아	357	정제 팜유(183), 대두유(45), 비정제 팜유(18), 유지(10)	7.2

순위	국가	수입규모	주수입품목 및 수입액(백만불)	수입비중
6	태국	356	비정제 팜유(41), 동물사료(40), 천연고무(36)	7.2
7	호주	281	밀(190), 맥아(54), 보리(8), 포도(3)	5.7
8	아르헨티나	272	대두박(213), 대두유(49), 대두(4), 밀(1.9)	5.5
9	캄보디아	135	천연고무(67), 캐슈넛(34), 카사바(19), 담배(9.5)	2.7
10	네덜란드	127	맥아추출물(66), 조제식료품(29), 맥주(8.8), 동물사료(5)	2.6
22	한국	34	유아용 조제식료품(3.8), 동물사료(3.8), 조제식료품(3.5), 천연고무(3.2), 면화(2.2)	0.68

자료 : Global Trade Atlas

#### 다. 한국과의 수출입현황

- 한국의 대 베트남 농림수산물 수출규모는 매년 증가 추세로 '09년에는 약 110백만 달러를 수출하였음
  - 부류별로는 농산물 56백만 달러, 수산물 22백만 달러, 축산물 23백만 달러, 임산물 8백만 달러로 '08년 대비 증감을 보면 농산물의 수출이 금액 기준 85.2% 증가하여 수출 증가를 주도하고 있음
- 주요 품목별로는 닭고기, 대두박, 조제분유의 수출 규모가 가장 크며 이들 3개 품목이 전체 농림수산물 수출액의 24.4%를 차지하고 있음

## 〈대 베트남 농림수산물 수출현황〉

(단위 : 톤, 천불)

구 분	2008년		2009년		대비	
	물량	금액	물량	금액	물량(%)	금액(%)
합계	46,906	75,036	96,997	109,796	106.8	46.3
농산물	13,282	30,294	56,373	56,097	324.4	85.2
수산물	21,172	19,318	25,663	22,407	21.2	16.0
축산물	10,243	21,308	12,029	22,893	17.4	7.4
임산물	2,209	4,117	2,933	8,399	32.8	104.0
닭고기	7,790	7,569	9,612	10,690	23.4	41.2
대두박	0	0	20,800	8,622	0	0
조제분유	783	9,235	618	7,493	-21.1	-18.9
기타사료용조제품	2,141	1,928	7,855	6,749	267.0	250.1
기타어류	2,403	2,431	5,371	5,179	123.5	113.0
비스킷	482	1,649	1,533	4,879	217.9	195.9
과당	0	0	11,522	4,413	0	0
기타 수산물분	7,977	4,919	6,591	3,805	-17.4	-22.7
고등어	3,525	1,540	7,766	3,404	120.3	121.0
혼합조제식료품	838	1,500	1,117	3,274	33.3	118.3
기타임산물	190	2,237	373	2,951	96.6	31.9
참치	1,918	4,282	1,364	2,856	-28.9	-33.3
인스탄트면	116	1,871	217	2,007	86.6	7.3
젤라틴	213	974	353	2,000	65.7	105.4
쇠고기	23	167	482	1,735	2,036.2	939.6
커피조제품	1,584	2,503	1,194	1,687	-24.6	-32.6
백삼분	75	916	113	1,505	50.3	64.2
자당	0	0	2,650	1,400	6,623,900	6,998,965
기타연체동물	14	14	140	1,385	931.6	9,899.2
홍삼조제품	118	700	199	1,329	67.9	89.9
쇼트닝	1,034	1,586	1,001	1,264	-3.2	-20.3
아이스크림	148	635	314	1,196	112.5	88.3
오징어	2,344	2,371	1,278	1,170	-45.5	-50.7
배합사료	1,004	665	1,810	1,156	80.3	73.9
백삼정	24	1,303	13	1,138	-45.5	-12.7
라면	266	1,407	275	1,127	3.3	-19.8
어류유지	1,956	1,694	1,316	1,086	-32.7	-35.9

자료 : KATI

- 한국의 대 베트남 농림수산물 수입규모는 약간 감소 추세로 '09년에는 약 513백만 달러를 수입하였음
  - 부류별로는 농산물 151백만 달러, 수산물 305백만 달러, 축산물 53만 달러, 임산물 56백만 달러로 '08년 대비 농산물의 수입이 금액 기준 7.3% 감소한 수치임
- 주요 품목별로는 문어, 커피, 새우살의 수입 규모가 가장 크며 이들 3개 품목이 전체 농림수산물 수입액의 31.9%를 차지하고 있음

〈대 베트남 농림수산물 수입현황〉

(단위 : 톤, 천불)

구 분	2008년		2009년		대비	
	물량	금액	물량	금액	물량(%)	금액(%)
합계	653,562	553,048	650,692	512,789	-0.4	-7.3
농산물	256,297	182,455	283,683	150,983	10.7	-17.3
수산물	93,224	305,841	106,804	305,151	14.6	-0.2
축산물	788	1,170	123	526	-84.4	-55.0
임산물	303,253	63,582	260,082	56,128	-14.2	-11.7
문어	21,314	55,839	21,132	56,822	-0.9	1.8
커피	47,134	100,703	33,364	55,974	-29.2	-44.4
새우살	5,802	39,295	7,713	50,862	32.9	29.4
기타어류	36,903	65,838	38,930	48,379	5.5	-26.5
새우	7,279	47,954	7,933	48,003	9.0	0.
취치포	6,111	28,101	7,172	33,899	17.4	20.6
타피오카	141,594	32,502	190,058	31,075	34.2	-4.4
오징어	2,690	32,262	2,322	26,795	-13.7	-17.0
갑오징어	4,102	13,166	4,623	15,188	12.7	15.4
캔디	668	3,734	2,691	15,071	302.9	303.6
견사	0	0	181	5,828	0	0
혼합조제식료품	5,008	6,056	4,089	5,525	-18.4	-8.8
후추	1,686	6,010	2,028	5,293	20.3	-11.9



구 분	2008년		2009년		대비	
	물량	금액	물량	금액	물량(%)	금액(%)
어류유지	1,456	1,354	7,995	4,549	449.0	235.9
기타베이커리제품	1,837	3,429	2,077	3,757	13.1	9.6
에틸알코올	1,909	1,511	5,024	3,489	163.1	130.9
고추	7,393	4,498	6,066	3,252	-18.0	-27.7
기타계	666	3,194	682	2,933	2.5	-8.2
가오리	1,026	2,232	1,256	2,855	22.4	27.9
기타연체동물	2,049	3,560	1,963	2,855	-4.2	-19.8
기타임산물	13,872	2,971	14,559	2,616	5.0	-12.0
멸치	835	2,536	798	2,469	-4.4	-2.6
갈치	394	921	1,053	2,300	167.2	149.6
어류제품	540	2,678	506	1,905	-6.4	-28.9
배합사료	26,214	3,143	17,652	1,904	-32.7	-39.4
기타과실	1,168	1,273	1,717	1,850	47.0	45.4
계피	1,415	1,475	1,540	1,653	8.8	12.1
계	441	1,981	329	1,450	-25.4	-26.8
기타설탕과자	69	1,076	84	1,429	21.1	32.8
기타파스타	506	1,735	443	1,378	-12.4	-20.6
코코넛	1,682	1,392	1,632	1,275	-3.0	-8.4
타피오카전분	1,933	763	4,044	1,094	109.2	43.4
피조개	473	1,961	257	958	-45.5	-51.2
기타 수산물분	140	119	1,139	890	713.3	645.3
커피조제품	234	945	217	834	-7.4	-11.8
파인애플	722	761	701	755	-2.8	-0.7

자료원 : KATI



## 5. 수출입 통관제도

가. 개요 .....	107
나. 수입식품 관련 제도 .....	110
다. 수출입 관련 제도 .....	118
라. 관세제도 .....	120
마. 분쟁해결제도 .....	126
바. 외환제도 .....	127
사. FTA 체결 및 추진현황 .....	129



## 5\_ 수출입 통관제도

### 가. 개요

- MOIT(산업무역부- Ministry of Industry and Trade)에 따르면 많은 수입품들은 필수적이지 않아 베트남이 수입을 장려하지 않는 상품이라고 함. 여기에는 육류와 육류 관련 상품, 음료, 채소, 과일, 제과류, 기타 식품이 포함됨
- 2010년 9월 이전에는 수입 농산품에 대한 기술적인 장벽을 설치하지 않았음. 그러면서 베트남의 농산품은 기술적인 장벽으로 인해 다른 시장에 진입하는 데 어려움을 겪고 있었음
- 필수적이지 않은 제품의 수입을 제한하기 위해 MOIT는 수입 식품 및 농산품에 대한 규제를 강화할 것을 제안하였음
- 2009년에 베트남이 양자 및 다자 협정에서 약속한 것보다 낮은 수준으로 세금을 낮추자 수입 식품, 특히 수입 육류가 베트남으로 대량 유입되기 시작하였음. 이는 국내 축산업을 크게 압박하여 많은 축산업 농장들이 파산하였고 소비자들로 하여금 품질이 낮은 냉동 수입품을 이용하게 만들었음
- 농업 및 지역개발부(MARD) 2008년에 시작하여 지금도 진행 중인 베트남의 ‘더러운 고기’ 사태를 종식시키기 위해 수입 육류 검역 절차를 더 엄격하게 하는 새로운 규제를 도입하였음. (2008년 이후 베트남 내로 안전하지 않은 고기가 수십 톤이 유입되어 언론으로부터 “더러운 고기 사태”라는 명칭을 얻었음)
- 2010년 9월 1일에 발효되는 식품 위생 요건에 관한 새로운 MARD의 법령은 수출국들이 베트남 기관의 위생 요건을 충족시키는 자국 내 기업체를 등록시킬 것을 요함.
- 당해 법령에 따라 이렇게 등록된 기업들만이 베트남에 육류를 수출할 수 있게 될 것임. 또한 안전에 관한 인증서가 수입 탁송물 내에 비치되어 있어야 함

- 그러나 많은 업체들이 해당 법령이 발효되기 전에 대량의 물품을 수입함으로써 더 엄격한 규제를 피하고자 하였음
- 그러나 MARD는 새로이 수입되는 모든 물건을 검사하여 수입사들이 위생 요건을 충족하지 않는 물건은 모두 재수출하게 만들 것이라 공표하였음. 해당 수출국들도 경고를 받을 것임. 의도적으로 규제를 위반한 사실이 밝혀진 회사들은 영업이 정지될 것임
- 동시에 가정식 농장과 식품 가공 회사들은 다량의 육류 수입이 국내 축산업에 압박을 가할 것을 우려하고 있다고 하였음. 더 나아가 베트남 수출업체들은 생선이나 새우와 같은 자국의 농산물을 수출할 때 기술적인 요건과 관련한 수입 장벽에 부딪히는 경우가 많음. 따라서 베트남이 자국 내로 수입되는 식품과 농산품에 대해서만 아무런 기술적인 요건을 적용시키지 않을 이유가 없다고 함
- 동물성 수입 식품의 위생 및 안전 관리에 관한 규정을 규정하고 있는 2010년 4월 8일자 부처 회보 제 25/2010/TT-BNNPTNT

● 요약

7개 장, 27개 조항, 그리고 3개 부칙을 포함하고 있는 이 회보는 베트남으로 수입되는 동물성 식품의 식품안전관리를 위한 규정, 원칙, 그리고 절차를 제공하고 있음. 본 회보에 따라 외국 정부와 수출업체들은 MARD 내 국가 농림수산업 품질 보장 부서(National Agro-Forestry Fisheries Quality Assurance Department-NAFIQAD)의 허가를 취득해야 함

본 회보에 대해 통보를 받은 후 미국과 다른 몇몇 국가들은 해당 회보와 관련한 기술적, 절차적 문제를 명확히 할 수 있는 시간이 필요하다며 MARD/NAFIQAD에게 시행 일자를 원래의 2010년 7월보다 늦춰줄 것을 요청하였음. 또한 다른 WTO 회원국들이 해당 회보를 검토하고 그에 대해 견해를 제시할 수 있도록 MARD/NAFIQAD에게 WTO에게도 회보를 통보해 줄 것을 요청하였음

6월 24일에 MARD는 회보의 시행 일자를 2010년 9월 1일로 연기하고 2010년 6월

30일에 WTO에게 통보를 하였음. 부칙 1-3에 대한 기술적인 설명은 여전히 진행중임. MARD의 관리 하에 있는 동물성 식품은 다음을 포함하고 있음

- 육지 동물로부터 나온 식품 : 다진, 기계적으로 분리 또는 가공된 축육, 닭고기, 그리고 식용 생, 냉장, 또는 냉동 내장; 계란과 계란 관련 제품 및 꿀
- 해양 동물로부터 나온 식품: 모든 종류의 제품  
건강 또는 격리에 관한 인증서 양식은 각 수출국의 관련 당국이 결정해야 할 것이고 격리 관련 문제는 여기 포함될 수 있음. 인증서에는 다음의 내용이 포함되어야 함:  
(1) 제조 시설의 명칭(베트남 당국이 허가하고 부칙 1에 열거된), (2) 언급된 상품들이 사람이 소비하기에 적합하다는 증명  
베트남 관련 당국은 다음의 경우에 필요할 시에만 수출국을 대상으로 현지 검사를 시행할 것:
- 제9조에 따라 수출국의 당국이 제공한 등록 문서가 식품위생안전관리(FHS) 체계와 수출국의 당국 또는 해당 국가의 식품 취급업자의 식품위생안전관리 기준이 베트남의 요건을 충족시킨다는 것을 증명하기에 부족하거나 부적절한 경우
- 특정 국가로부터 수입된 물건에서 기준에 위반되는 상품이 여럿 발견될 경우 (상습적인 위반)

베트남에 대한 수출 허가를 받은 식품 취급업자의 목록은 NAFIQAD 웹사이트에 게재되고 베트남 내 대사관과 관련 거래 상대방에게 제공될 것임

중국으로부터 수입한 초콜릿 쿠키와 사탕과 같은 상품에서 다량의 멜라민이 검출된 이후 2008년 12월 12일에 베트남 보건부는 식품 내 최대 멜라민 함량을 제한하는 법령 제 38/2008/QĐ-BYT를 발표하였음. 베트남 보건부는 식품 일반과 특히 제과류 내의 멜라민 함량이 상품 1kg 당 2.5mg을 넘어서는 안 된다고 규정하고 있음. 이 법령은 국내에서 생산되는 모든 제품과 외국으로부터 수입한 모든 상품에 적용됨

## 나. 수입식품 관련 제도

### ■ 수입식품 기본정책

- 베트남은 농업국가로서 자국 내 식품가공 산업이 성장하고 있는 추세로서 가공식품 수입에 적극적이지 않으며, 1990년대 후반 아시아 금융위기의 여파에 따른 외환 보유고 유지를 위하여 수입품의 수요를 줄이고 관세를 인상하는 등 수입식품에 대한 일시적인 제약 및 금지가 얼마동안 이루어지기도 함
- 식품관련법규 중 수입식품에만 별도로 해당되는 규정은 적으며 일반적으로 수입 식품에 대한 규정은 자국내 생산식품보다 특별하게 차별대우를 적용하는 경우는 별로 없음
- 베트남으로 수입되고 있는 수입식품은 자국내 생산식품에 적용되는 일반적인 표준과 규정을 적용하고 있으며, 국제적인 표준이나 수출국의 식품안전법에 부합되는 식품은 일반적으로 수입이 허용되고, 베트남 보건부에서 규정을 구체적으로 명시하지 않은 식품에 있어서는 CODEX 기준이 일반적으로 적용되고 있음

### ■ 수입식품검사기관

#### 〈보건부(Ministry of Health of Vietnam)〉

- 소속 : 베트남 사회주의공화국 정부
- 감독범위 및 주요업무
  - 식품위생·안전 및 품질에 대한 정책, 전략, 기획 수립 및 추진감독
  - 식품위생·안전 및 품질과 관련된 법규의 공표, 제정 및 적용
  - 식품위생·안전 및 품질 기준 관련 규정의 공표 및 적용
  - 식중독예방 및 구제를 위한 계획의 수립 및 적용
  - 식품위생·안전 및 품질에 대한 각급 정부관리기관 활동총괄 및 관리
  - 식품 생산/유통 조직 및 개인에 대한 식품위생, 안전 및 품질기준고시



- 식품위생, 안전, 품질 및 품질관리체계의 인증
- 식품 생산자·유통자의 위생, 안전 및 품질과 관련한 식품위생, 안전, 품질점검 및 보증
- 식품가공에 대한 과학적 연구 활동, 기술 개발 적용
- 식품 관련 전문적 및 기술적 교육훈련 조직 및 관리
- 정보관리, 지식보급 활동, 법령 반포 및 식품관련 국제 협력 추진
- 식품관련 규정준수심사 및 통제, 식품규정관련 항의·제소 및 위반사례 처리

#### ● 조직구성

- Food Administration-Ministry of Health
- Drug Administration-Ministry of Health
- Cosmetic Administration-Ministry of Health

#### ● 주소 및 연락처

- 주소 : 138 Giang Vo St., Dong Da Dist Hanoi, Vietnam.
- 연락처 : (+84-4) 846-0157, 0347 (<http://www.moh.gov.vn>)

### 〈식품관리청(Department of Food Administration)〉

#### ● 소속 : 베트남 보건부 (Ministry of Health of Vietnam)

#### ● 감독범위 및 주요업무

- 식품위생, 안전, 품질과 관련된 법규 및 기준의 집행 및 관리 감독
- 식중독예방 및 구제를 위한 위생감시 및 지도
- 식품생산 및 유통을 하는 기업 및 개인에 대한 식품위생관리업무
- 식품 관련 기술교육 및 훈련 실시
- 식품 관련 규정 준수 심사 및 관리감독

#### ● 조직구성

- Department of Foodstuffs Safety, Hygiene and Quality Control
- Registration and Certification Division

● 주소 및 연락처

- 주소 : 135 Nui Truc St., Ba Dinh Dist., Hanoi, Vietnam
- 연락처 : (+84-4) 846 3754

■ 관련법규 및 식품수입 절차

〈관련법규〉

- 2000년 보건부 지침에 따라 식품안전법 개정
  - 이법에 따라 2001년5월30일 “식품안전·위생 및 품질표준선언에 대한 규정”(제 2027-2001-QD-BYT호) 공포
  - 2001년 3월 30일 “식품안전·위생 및 품질기준선언에 대한 규정”(제996 -2001-QD-BYT호)을 공포

〈수입 및 검사절차〉

- 베트남으로 식품을 수출하는 경우, 베트남 보건부의 식품관리청에서 수행하고 있는 세부적인 수입식품검사절차는 아래의 ①~⑥의 순서에 따라 진행
  - ① 수입식품 신고
    - 베트남 국내 판매를 위해 수입되는 식품에 대해서는 신고의무가 있으며, 신고 내용이 규정에 적합하다는 확인이 있어야 함
  - ② 신고서류
    - 식품안전·위생 및 품질 기준 신고서 1부
    - 기업의 기초 기준서 2부 : 식품수출기업의 직인, 인정기준, 생리화학기준, 미생물 기준, 중금속기준, 식품첨가물기준, 사용기한, 사용방법, 보관방법, 제조공정 등을 포함
    - 원산지 국가의 검사당국으로부터 취득한 해당식품의 주요성분 및 안전위생 기준에 대한 품질검사결과서 또는 베트남에서 지정하는 기술기관의 검사결과인증서

- 식품수출기업 직인이 포함된 식품표시내용서 또는 상품표시제안서
- 원산지 국가의 관계당국으로부터 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 임상 실험 결과 기타 관련자료가 첨부되어야 하며 보건부가 지정한 당국의 식품안전, 위생 및 품질분석 결과가 첨부되어야 함(베트남에서 분석이 불가능 할 경우 원산지 국가나 제 3국 검사당국의 검사결과도 인정)

### ③ 신고서류 심사

- 식품안전·위생 및 품질관리국에서 서류접수 후 법규 준수여부 심사
- 서류 접수일로부터 15일 이내 해당기관은 서류 검토
- 규정을 준수하여 정확한 품질기준신고를 한 경우는 서류심사 종료 후 식품안전·위생 및 품질 관리국의 직인이 첨부된 기업의 기초기준서 사본 1부 반환
- 신고기준이 식품안전·위생 및 품질규정에 적합하지 않은 경우는 기업에 통보하고 지침을 제공하여 품질기준신고를 재작성토록 함

### ④ 식품안전·위생 및 품질검사

- 수입식품이 반입된 지역의 검사당국은 “식품안전·위생 및 품질 등록을 위한 검사지침에서 제시하는 기준에 따라 검사
- 식품안전·위생 및 품질요건 관리규정에 기초하여, 안전·위생 및 품질에 대한 강제 검사를 받아야 하는 특정 기간동안 적용되는 수입식품목록 공표
- 베트남 정부와 외국 간의 상호인정협정(MRA) 또는 국제기구 감독하에서 허가 받은 조직·기관의 인증을 취득한 수입식품은 식품안전·위생 및 품질 관련법에 대한 위반사실이 적발될 경우가 아니면 검사대상에서 제외
  - ※ 베트남 식품안전·위생 및 품질관리국은 식품안전·위생 및 품질에 관한 검사를 실시하며 식품안전·위생 및 품질 검사 책임이 있음

### ⑤ 검사인증서 발급

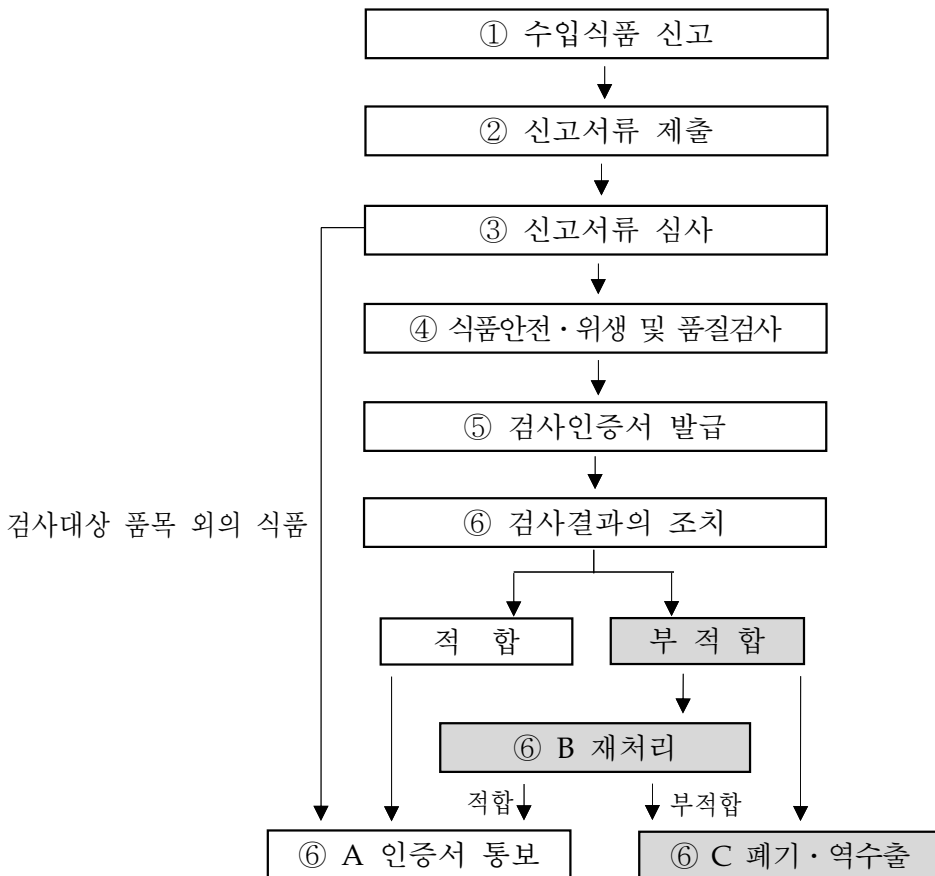
- 국가 품질관리대상 수입식품 일 경우 해당기관에서 제시하는 식품안전·위생 및 품질검사서 적합판정인증을 받아야 함

- 위에서 언급한 목록에서 정하지 않는 수입식품은 식품위생·안전 및 품질관련법에 대한 위반사실이 적발된 경우에만 검사를 받음

⑥ 검사결과에의 조치

- 위생·안전 및 품질 요건을 만족한 경우, 인증서가 세관에 통보되고 만족하지 못한 수입식품은 베트남 식품관리청이 정하는 바에 따라 재처리, 폐기 또는 반송되어야 함
- 베트남 식품관리청에서 재처리승인을 받아 재처리한 식품은 재검사하여 검사인증서를 발급 받을 수 있음

〈베트남 식품관리청의 수입식품검사 과정〉



## ■ 식품관련 제도

### 〈식품첨가물관리제도〉

- 베트남 보건부에서는 식품첨가물을 식품 또는 식품의 주성분으로 볼 수는 없으며, 영양소적 가치는 거의 없으나, 식품에 제한적으로 포함되는 무해한 성분이라고 정의하고 있음
- 식품첨가물은 식품의 품질, 형태, 향, 염기성이나 산성을 유지 또는 식품의 생산, 가공, 포장, 운송 및 보관에 대한 기술적 요건을 만족하기 위해 사용되는 것을 의미하며, 독성이 있는 미세균류, 중금속, 식물방부제, 동물약품 등의 오염물질은 식품첨가물로 보지 않음  
베트남 정부는 식품첨가물 및 식품첨가물군의 명칭을 영어로도 제공하고 있으나, 기타 세부 분류, 기술적 기능 등 모든 정보는 베트남어로만 표기
- 식품첨가물은 베트남 보건부의 식품첨가물순도기준을 준수해야 하며 JECFA(식품첨가물에 대한 FAO/WHO 합동전문위원회)가 정한 식품첨가물 목록에 등재되어 있으나 베트남 보건부가 승인하지 않은 식품첨가물의 경우 제조자가 등록 절차를 거쳐야하며, 베트남에서의 식품첨가물제조자는 등록신청서류에서 해당식품첨가물의 명칭 및 제한 사용량을 명시하고 해당내용은 관련 보건당국의 승인을 받아야 함
- 베트남 보건부의 식품첨가물목록에는 기술적 기능 및 세부분류에 따라 23개 식품첨가물 군을 정하고 있으며, 식품첨가물의 원산지나 식품표시가 불명확, 용기파손 또는 보건부가 승인한 목록에 포함되지 않은 식품첨가물은 사용할 수 없음

### 〈베트남 식품첨가물목록의 식품첨가물군 분류〉

1 산도 조절제	6 안정제	11 방부제	16 흡습제	21 분말처리제
2 산화방지제	7 산	12 감미료	17 산화제	22 수지화제
3 식품유화제	8 고형제	13 향고착제	18 농축제	23 발효제
4 향미료	9 유화염류	14 착색료	19 소포제	
5 피막제	10 기포제	15 경화제	20 보색제	

### 〈농약 및 오염물질관리제도〉

- 수입식품에 대한 잔류농약 및 오염물질 함유량에 대한 별도의 규정 없이 자국내 생산식품과 같은 규정을 적용하며, 이규정은 소비자들을 중독이나 기타 악영향으로부터 보호하기 위해 제정되었음
- 농약 및 오염물질 관련법은 “식품위생기준목록”으로 보건부의 Decision 제867 ('98.4.4)에 부속되어 반포된 것으로 특정식품에 대한 농약 잔류물과 최대허용치가 분명하게 규정되어 있음
- 식품에 함유된 농약 및 오염물질은 해당기관으로부터 상당한 주목을 받고 있으며 여기에는 마이코톡신, 미생물, 중금속, 수의학용의약품, 식물보호화학물질 등이 포함되며 식품 내 미생물 함량 기준은 식품 1g 또는 1ml당 허용되는 식품군 및 그 재료의 종류에 따라 달라지고 (생육류, 냉동육류 및 열화학적 처리한 육류의 경우 E.coli (Escherichia coli) 잔류함량 제한은 1g/ml 당 10<sup>2</sup>개체), 식품군은 육류·생선류 및 기타 해산물, 계란, 우유, 곡물, 감자와 콩, 과일과 야채, 생수 및 기타 포장 식수, 양념류, 소스류, 특별용도 식품, 아이스크림, 얼음물, 통조림 및 유류처리 식품 크게 13개로 구분되고 있음
- 마이코톡신의 식품 내 허용 기준치는 Aflatoxin B1의 경우 10ppb<sup>1)</sup>(g/kg)이며 우유에서의 Aflatoxin M1 의 허용기준치는 0.5ppb(g/kg), 또한 식품에서의 기타 미코톡신의 허용기준치는 35ppb(g/kg)임
- 식품 내 식물보호 화학약품<sup>2)</sup> 허용 기준치는 모든 시장에서 판매하는 단계에서 해당 규정이 정하는 보호약품(mg/kg) 기준치 이상을 함유하고 있지 말아야 함
- 식품 내 중금속 잔류물은 베트남 내에서 생산된 식품이나 수입식품의 농약허용 기준치는 동일하나 CODEX 표준에서 특정식품에 대한 규정을 제시하지 않을 경우는 예외로 하고 있으며, 베트남의 수입식품관리법은 아직 완전한 단계가 아니며,

1) ppb = 10억분의1

2) 식물보호 화학약품이란 화학물, 식물, 동물, 미생물 등에서 채취하여 식물자원을 보호하는데 사용하는 완제품을 말한다.

평균적인 세계수준에 한참 미치지 못하고 있어 베트남 식품시장진출을 시도하고 있는 해외업체에게는 유리하게 작용할 수 있음. 잔류농약함량 관련규정은 국제기준에 부합하나 수출국 품질 기준을 만족한 식품 대부분은 베트남시장에 진입할 수 있는 상황임

### 〈식품별 중금속 허용치〉

(단위 : mg/kg(pmm))

구분	비소	납	구리	주석	아연	수은	카드뮴	안티몬
우유 낙농제품	0.5	2.0	30	40		0.05	1	1
육류 및 제품	1.0	2.0	20	40	40	0.05	1	1
어류 및 제품	1.0	2.0	0.1	40	100	0.5	1	1
조리용기름	0.1	0.1	30	40	40	0.05	1	1
채소	1.0	2.0	10	40	40	0.05	1	1
채소주스	0.1	0.5	150	40	5	0.05	1	15
차와 제품	1.0	2.0	30	40	40	0.05	1	1
커피	1.0	2.0	70	40	40	0.05	1	1
카카오	1.0	2.0	30	40	40	0.05	1	1
향신료	5.0	2.0	30	40	40	0.05	1	1
소오스	1.0	2.0	5	40	40	0.05	1	1
음료	0.2	0.5	10	40	40	0.05	1	0.15
물 : 생수	0.5	1.0	2	40	25	0.05	1	0.15
포장식수	0.1	0.2	5	40	5	0.05	1	0.15
유아용음식	0.1	0.5		40	40	0.05	1	1
통조림제품				250				

※ 1일 허용기준치 : 몸무게의 g/kg, 주(비소 15, 납 25, 카드뮴 7, 수은 3.3)

### 〈베트남의 포장 및 용기관리제도〉

- 베트남 정부의 수입식품 용기의 크기나 증량에 대한 규정과 재활용과 관련된 규정은 아직까지 존재하지 않으며, 포장재료의 사용에 대해서는 제한을 두는 규정은 있는데 베트남 식품안전법 Part B(식품 포장 재료 안전성 및 위생표준)의 Stage II(오염물질 제한) 내의 제1장(식품 첨가물 및 오염물질 제한)에 등재된 식품위생기준목록과

보건부 법령 867호에 포함되어 있음. 베트남 보건부에서 적용하고 있는 포장재료 사용에 대한 제한사항은 세라믹 및 유리, 합성수지, 합금 등의 포장재료에 적용되고 있고 각각의 포장재료 분류에 대해서는 “불순물 허용치에 대한 규정” 및 “각 포장재료 분류의 하위분류”에 대한 검사방법 등이 규정되어 있음

### ■ 라벨링 제도

- 베트남내에서 유통되는 모든 수입물품은 수상이 정한 라벨링규정(DECREE No. 89/2006/ND-CP)을 준수하여야 하며, 기본요건은 라벨에 인쇄된 글자, 숫자, 그림, 기호, 상징이 명확하고 정확해야 하며 혼동을 일으키지 않아야 하고, 베트남내 유통을 목적으로 수입한 물품의 라벨은 베트남 법에서 규정한 필수정보에 대해 베트남어로 표기하여 제조자 라벨내용에 추가하여야 한다. 그리고 베트남 법에서 규정한 필수정보에 대해 베트남어로 표기하여 제조자 라벨 옆 수입업체 라벨을 별도 부착하여야 함
- 베트남 법에서 규정한 필수정보는 상품명, 제품에 대해 책임을 지는 사업자<sup>3)</sup>(개인 또는 회사)의 상호 및 주소, 국제 단위에 부합하는 수량정보(생산일련번호, 순중량, 부피 등), 제품의 구성(주요성분), 주요 품질 표시(사용량의 제한, 인간과 환경에 대한 안전성), 제조년월일, 사용기간, 보존기간, 사용법, 보존방법, 제품의 원산지 등을 표시하여야 함

## 다. 수출입관련 제도

### ■ 수출입허가 및 제한

- 무역부(Ministry of Trade)에서 발급하는 수출입업허가증(Import-Export Business Licence)을 받은 업체만이 수출입을 할 수 있었으나 1998년 9월 1일부터는 수출입업 허가조항을 폐지하여 100% 베트남자본에 의해 설립된 업체는 소유구조나 업종

3) 수입제품의 경우 수입업체, 대리인, 유통업체가 사업자에 해당



관계없이 수출입을 할 수 있으며, 베트남 기업은 회사설립 시 사업범위를 관련 당국에 등록해야 하며 필요할 경우 사업범위를 보완하거나 변경할 수 있음

- 수출입대상품목은 수출입금지품목, 쿼터대상품목, 자유화 품목으로 구분 관리되며, 금지품목과 쿼터대상품목을 제외한 상품들은 수출입이 자유롭게 허용되고 있으며, 정부 또는 국영기업이 독점 수출입하는 품목은 별도 공고를 하고 있음

## ■ 통관제도

- 통관의 일반적인 형태로는 업체별로 직접 통관하는 경우와 대행업체를 이용하는 경우가 있으며, 직접 통관할 경우 업체별 전문 물류직원 및 통관직원을 양성함은 물론 인건비 등 비용을 절감할 수 있으나 초기 전문성 부족에 따른 혼선 예방을 위해 일정부분 전문가의 도움을 받아야 함
- 베트남 현지 통관 시 주의 사항으로는 선적서류와 L/C 조건상에 사소한 불일치가 있는 경우에 세관에서 문제 삼을 소지가 크므로 선적서류가 L/C 조건과 일치하도록 확인하고, 가격등락이 심한 품목의 경우 가격이 하락할 때에는 단순하자를 구실로 통관을 지연시켜 결과적으로 수입대금 지불을 지연시키고 가격 협상을 시도하는 경우도 있으며, B/L과 화물의 세부품목이 일치하지 않을 경우 컨테이너 당 일정 규모의 벌금을 지불해야 하는 경우도 발생되고 있음. 그리고 국내에서 현지법인에 원부자재를 송부할 경우 수입규제 품목(주류 및 비디오 테이프 등)에 대해서는 원부자재와는 별도로 무환화물로 정상 처리하는 것이 좋음
- 세관에 제출해야 하는 서류중 수입승인서(I/L)가 매우 중요하므로 I/L 취득시 베트남어와 영문번역을 정확히 해 두어야 하고, 통관시 세관원이 선적서류 및 화물에 대한 검사가 많아 이에 따른 추가비용이 발생할 수 있음을 감안하여야 함
- 물품 통관시 세관은 공장 인근의 세관을 선정할 경우 같은 제품의 꾸준한 통관 및 검사로 기간단축 및 검사면제의 혜택이 있고, 관할 세관과의 유대강화가 용이하며, PORT에서 직통관시 통관과 제품검사를 병행함으로써 통관기간 단축의 용이함이 있으나 세관과의 관계개선 및 유대형성에는 다소 어려움이 있음

- 수입통관에 필요한 서류는 COMPANY LICENCE(BUSINESS), QUATA, IMPORT LICENCE, TAX CODE, IMPORT-EXPORT CODE, 계약서(임가공), COMMERCIAL INVOICE, PACKINGLIST, B/L, 원산지증명이 필요
- 세관검사는 수입업자의 세관신고서와 수입서류의 일치여부에 대한 확인과 수입 물품에 대한 실제적인 검사를 포함하고 있으며 아래와 같은 기준을 설정하고 있음
  - 세관서류검사 면제 및 수입된 물품에 대한 실제검사 면제(녹색선 구역)
  - 세관서류검사 면제 및 수입된 물품에 대한 실제검사(황색선 구역)
  - 세관서류검사 및 수입된 물품에 대한 실제검사<sup>4)</sup>(적색선 구역)
- 수입물품이 고정자산 성격의 기계장치류 이거나 관세법을 엄격하게 준수하는 수입업자의 수입품에 한해 실제검사 면제를 하고 있으며, 통관이 끝나도 부정한 방법으로 세금을 회피하려는 흔적이 있을 때, 제품의 불법적인 위조·복제가 있을 때, 수입관리 정책을 위반한 때, 관련자료·세관원의 수색 또는 외국기관 등으로부터 확보된 자료가 있을 때의 경우에는 5년 이내에 세관검사를 다시 받음

## 라. 관세제도

### ■ 관세코드

- 1998년 후반에 베트남 국회는 수출입 관세에 관한 법률을 개정하였음. 이 개정법에서는 세계 경제에 편입되기 위해 관세율을 세계 표준인 HS 코드 체계(Harmonized Tariff System, 1996 Version)에 맞추었음. 이 관세율에는 6,400여 개 품목에 이르는 상품별 관세율이 HS 코드에 따라 정해져 있는데, 재정부에 의해 결정된 상세 내용에는 상품 수량, 과세 금액, 적용 세율 등이 포함되어 있음

4) 적색선 구역에서 검사는 검사방식에 따라 3가지로 구분

- ① 전수 검사대상
- ② 무작위 10% 검사대상
  - 위법사실이 발견되지 않을 경우 종료
  - 위법사실이 발견될 경우 위법의 정도를 파악 할 때까지 계속 검사
- ③ 무작위 5% 검사대상
  - 위법사실이 발견되지 않을 경우 종료
  - 위법사실이 발견될 경우 위법의 정도를 파악 할 때까지 계속 검사

- 베트남은 국제 사회 진출 강화를 위해 국제 수준에 준하는 관세율 체제를 확립하고자 하여 기존 일반 관세율, 특별 관세율 2가지로 분류되어 있던 관세율 체제에서 1999년 1월 1일 부로 일반 관세율, 특혜 관세율(MFN관세율), 특별 특혜 관세율 3가지로 분류되는 새로운 관세 제도를 적용하고 있으며, 한국은 2007년 6월 1일 발효한 한-아세안 자유무역 (AKFTA : Asean Korea Free Trade Area) 협정에 따라 품목별 특별 특혜 관세율을 적용받기 시작했음

### ■ 관세율 종류

- 관세율 종류로는 Ordinary Import Tax Rate<sup>5)</sup>(일반 관세율), Preferential Import Tax Rate<sup>6)</sup>(특혜 관세율), Specially Preferential Import Tax Rate<sup>7)</sup>(특별 특혜 관세율)이 있음
- 수입관세

H.S Code	설명	단위	MFN/ WTO	일반	CEPT	AKFTA	VAT (%)
1704	카카오를 함유한 설탕 제과류 (화이트 초콜릿 포함)						
1704.10.0000.00	- 설탕을 입혔는지 여부와 상관 없이 모든 껌	Kg	25	37.5	5	25	10
1704.90	- 기타						
1704.90.10.00.00	-- 약제가 든 사탕류	Kg	20	30	5	15	10
1704.90.20.00.00	-- 화이트 초콜릿	Kg	20	30	5	25	10
1704.90.90.00	-- 기타	Kg	20	30	5	25	10

- 5) 특혜 관세율 및 특별 특혜 관세율을 적용하는 163개국을 제외한 여타 국가에 대해 적용하는 관세율
- 6) 베트남과 MFN 협정을 체결한 미국, 일본, EU 등 총 163개국에 대해 적용하는 특혜 관세(개념상 특별 특혜 관세율 적용 국가 포함)
- 7) 베트남과 특별 관세 협정을 맺은 국가들에 적용하는 관세로 현재 아세안 회원국 간 실시하고 있는 공동 실효 특혜 관세(CEPT), 한-아세안 자유무역(AKFTA : Asean Korea Free Trade Area) 협정 관세 및 중-아세안 자유무역(ACFTA : Asean China Free Trade Area) 협정 관세가 이에 해당.

H,S Code	설명	단위	MFN/ WTO	일반	CEPT	AKFTA	VAT (%)
1806	초콜릿과 카카오가 함유된 다른 식품류						
1806.10.00.00.00	- 가당 또는 기타 감미료 함유 카카오 분말	Kg	20	30	5	15	10
1806.20	- 블록, 판, 또는 막대의 형태로 무게가 2kg이 넘는 제품 또는 액체, 반죽, 분말, 과립 기타 벌크 형태로 통이나 직접 포장되어 있으며 내용물이 2kg 이상인 제품:						
1806.20.10.00.00	-- 블록, 판, 또는 막대 형태의 초콜릿 제과류	Kg	20	30	5	15	10
1806.20.90.00.00	-- 기타	Kg	17	25.5	5	15	10
	- 기타 블록, 판, 막대 형태 제품:						
1806.31	--속에 내용 물 있는 제품						
1806.31.10.00.00	---블록, 판, 또는 막대 형태의 초콜릿 제과류	Kg	20	30	5	25	10
1806.31.90.00.0	---기타	Kg	20	30	5	25	10
1806.32	-- 속에 내용 물 없는 제품						
1806.32.10.00.00	--- 블록, 판, 또는 막대 형태의 초콜릿 제과류	Kg	20	30	5	25	10
1806.32.90.00.00	---- 기타	Kg	20	30	5	25	10
1806.90	- 기타						
1806.90.10.00.00	-- 정제 또는 사탕 형태의 초콜릿 제과류	Kg	20	30	5	25	
1806.90.20.00.00	-- 무게의 40% 이상 50% 미만의 카카오를 함유한 밀, 보리, 녹말, 또는 맥아 식품; 04.01에서 04.04 사이 범주의 식품으로 무게 대비 카카오 함량이 5% 이상 10% 미만인 특별 제조 상품	Kg	20	30	5	25	
1806.90.90.00.00	-- 기타	Kg	25	37.5	5	25	
1905	카카오 함유 여부와 상관없이 모든 빵, 페이스트리, 케익, 비스킷, 기타 제과 품목; 성찬식 웨이퍼, 제약 용도에 적합한 속이 빈 제품(cachet), 씰링 웨이퍼, 라이스 페이퍼 기타 유사 상품						

H.S Code	설명	단위	MFN/ WTO	일반	CEPT	AKFTA	VAT (%)
1905.10.00.00.00	- 바삭한 빵류	Kg	40	60	5	25	10
1905.20.00.00.00	- 생강 쿠키 및 유사품	Kg	40	60	5	25	10
	- 달콤한 비스킷, 와플, 웨이퍼:						
1905.31	-- 달콤한 비스킷						
1905.31.10.00.00	---- 카카오를 함유하지 않은	Kg	25	37.5	5	25	10
1905.31.20.00.00	---- 카카오 함유	Kg	25	37.5	5	25	10
1905.32.00.00.00	---- 와플과 웨이퍼	Kg	34	51	5	25	10
1905.40.00.00.00	- 러스크, 구운 빵 기타 구운 제품	Kg	40	60	5	25	10
1905.90	- 기타						
1905.90.10.00.00	--무가당 유아용 비스킷(teething biscuits)	Kg	25	37.5	5	25	10
1905.90.20.00.00	-- 기타 무가당 비스킷	Kg	25	37.5	5	25	10
1905.90.30.00.00	-- 케익	Kg	30	45	5	25	10
1905.90.40.00.00	-- 페이스트리	Kg	30	45	5	25	10
1905.90.50.00.00	-- 밀가루 없는 제과류	Kg	30	45	5	25	10
1905.90.60.00	-- 속이 빈 cachet 기타 유사한 제약 용도에 적합한 제품	Kg	10	15	0	5	10
1905.90.70.00.00	-- 성찬식 웨이퍼, 썰링 웨이퍼, 라이스 페이퍼 기타 유사 상품	Kg	30	45	5	25	10
1905.90.80.00.00	-- 기타 바삭하고 풍미 있는 종류의 식품	Kg	30	45	5	25	10
1905.90.90.00.00	-- 기타	Kg	30	45	5	25	10
3302	향기로운 성분의 혼합물 및 하나 이상의 성분이 업계 내에서 원자재로 사용되는 성분의 혼합물(알코올 용액 포함); 음료의 생산에 이용되는 기타 향기 성분 기반의 물질						
3302.10	- 음료산업에 사용되는 종류:						
3302.10.1000	-- 액체 형태의 알코올음료의 제조에 사용되는 종류의 향기 있는 알코올 물질	Kg	10	15	5	8	10
3302.10.2000	-- 기타 형태의 알코올음료의 제조에 사용되는 종류의 향기 있는 알코올 물질	Kg	10	15	5	8	10

H.S Code	설명	단위	MFN/ WTO	일반	CEPT	AKFTA	VAT (%)
3302.10.9000	-- 기타	Kg	5	7.5	5	8	10
3302.90.0000	- 기타	Kg	5	7.5	5	5	10
1211	살충, 향진균, 기타 유사 목적으로 제약 또는 향수 제조 용도로 사용되는 식물 및 식물의 일부(씨앗과 과일 포함), 신선 또는 구운, 절단, 파쇄, 분말 여부와 무관.						
1211 20	-인삼 뿌리						
1211 2010	--절단, 파쇄, 또는 분말 형태	Kg	5	7.5	0	8	5
1211 2090n	--기타	Kg	5	7.5	0	0	5

주 : MFN : 최혜국 (한국은 이 범주에 속함)  
 CEPT : 공동유효특혜관세 (ASEAN 10개 회원국)  
 AKFTA : ASEAN - 한국 자유무역협정  
 출처 : 수입품에 대한 수출·수입 관세 및 VAT 책자 2009 (재정부)

### ■ 베트남과 AFTA

- 베트남은 1975년 통일 이후 줄곧 고수해왔던 중앙 집권적인 계획 경제 체제의 한계를 인식하고 국제적인 협력 관계 속에서의 경제 개발의 필요성을 절감하여 1987년 시장 경제 체제를 도입하는 경제 개방 정책을 단행하였음. 경제 개방 정책 이후 베트남은 지속적이고 괄목한 만한 경제 성장을 이루어내고 있음
- 베트남은 1995년 ASEAN(The Association of Sout-east Asian Nations) 회원국이 되었으며 자동적으로 AFTA(Asean Free Trade Area)에 가입되었음. 이에 CEPT(The Common Effective Preferential Tariff Scheme)에 따라 ASEAN 회원국들로부터 수입되는 품목에 대해 10년 이내에 수입 관세를 0~5%까지 인하하여야 하는 의무를 지게 되었음
- 베트남은 1996년부터 2000년까지 초기 5년간 관세를 인하한 실적은 미미하였으나, 2003년도에 그 동안 고율(30~100%)의 관세를 부과하였던 1,000개 이상의 품목을 관세 인하 대상 품목으로 전환하는 등 실질적인 관세 인하 프로그램을 시행하였음

## ■ 관세 부과대상 및 세율

- 세금부과 대상은 정부허가로 국경을 통과하는 모든 물품이며 세율은 품질, 성격, 원산지에 따라 결정되는데 수출품은 FOB가격, 수입품은 CIF가격 기준으로 과세되고 과세가격은 베트남화폐를 기준으로 하며 종가세로 부과되고 있음. 인보인스가 없는 경우와 정부 또는 관세총국이 정한 최저가격표 금액의 7할을 밑도는 경우, 수입관세는 최저가격표 금액에 기인하여 과세과 되고 있으며, 상품판매 결제가 현금이거나 바터형태이거나 관계없이 관세가 부과되며, 농산물 수입관세는 30~50%정도이고 주류, 담배 등은 100~120%로 높음. 수입관세인하를 목적으로 제품의 UNDER VALUE를 한 경우가 적발 시 세관에 비치된 자체 TARIFF기준으로 과세되는데 자체 TARIFF에 기재되지 않은 제품의 경우 시장가격을 적용하고 있는데 시장가격조사 및 가격산정까지 소요기간을 예측할 수 없어 많은 피해가 발생됨

## ■ 관세 면제

- 관세가 면제되는 경우는 재수출을 위한 일시적 상품의 수입, 박람회와 전시회를 위한 상품반입의 경우 면제가 되고 있으며, 세부적으로는 가공수출을 위한 천연자원 및 기타 원자재의 수입. EPZ(수출가공구)에서 수출입되는 물자, 단 EPZ가 국내에서 반입한 물품과 반출하는 물품 제외. 인도적 원조, 교육, 연구기관의 연구 및 과학탐구 목적으로 수입된 상품 등임

## ■ 관세 환급

- 외국투자기업의 수출입 상품 및 외국인의 상호 사업협력계약하의 상품 수출입 기타 투자장려가 필요한 경우에 관세가 환급되고 있으며, 세부적으로는 재수출을 위해 항구에 보관된 기관세금과 수입상품 중 수출이 이행된 경우. 수출관세를 납품한 상품 중 수출허가가 연기되거나 취소된 상품. 관세율표보다 수출관세가 많이 부과된 수출상품에 대하여 관세가 환급되고 있음

## 마. 분쟁해결제도

### ■ 분쟁해결 절차

- 베트남은 모든 분쟁의 해결에 있어서 조정우선주의를 채택하고 있는데 외자기업의 기업활동과 관련하여 베트남측 경제주체와 발생한 분쟁은 일차적으로 타협이나 조정을 통해 해결을 모색하여야 하고, 협상과 화해에 의해 양당사자들이 합의에 이르지 못한 경우 베트남 경제중재기구나 다른 중재기구에 회부할 수 있음. 외자법상으로는 분쟁해결을 위한 조정과 합의에 이르지 못할 경우 베트남 중재기관, 제3국 중재기관, 혹은 국제중재기관 및 당사자간에 의해 선정된 중재기구를 이용할 수 있으며, 최근 외국인투자가 급증하면서 국제중재제도의 중요성이 높아져 국제중재제도를 많이 이용하고 있음. 외자기업과 베트남기업과의 국제경제 분쟁은 중재에 의한 베트남 법에 근거하는 피고주의를 채택하고 있으며, 외국출자자가 원재료와 기자재를 본국에서 조달, 베트남 현지 자회사에 수출한 후 분쟁이 발생할 경우 자회사가 있는 베트남의 제도와 법률이 적용됨

### ■ 국제중재센터

- 베트남에서 분쟁이 발생할 경우 우선적으로 이용 가능한 중재기관으로는 1993년 4월에 설립된 베트남 국제중재센터가 있음. 베트남 국제중재센터의 중재규칙은 93년 8월 발효되었으며 중재영역은 무역, 투자, 관광, 수송, 국제보험, 기술이전, 국제금융, 국제간의 대금결제 등이며 중재심리는 3인의 중재원으로 구성된 중재위원회에 의해 진행되고 당사자간 합의가 있으면 1인 중재도 가능함. 일반적으로 중재심리는 하노이에서 열리고 특별한 사정이 있으면 베트남내 다른 곳에서도 개최가능하고 비공개를 원칙으로 하고 중재심리가 개시되면 당사자가 결석하여도 서증에 의해 심리는 계속 진행되고 있음. 중재심리 취하는 원고의 중재취소, 그 외 원고가 필요한 행동을 6개월 이상 취하지 않을 경우 가능하고 중재판정이 나면 30일 이내에 결석자에게도 중재판정서가 송부됨. 사용언어는 베트남어나 자기부담으로 통역과 번역을 구하는 것 가능하고 중재판정은 중재위원회의 다수결에 의해 결정되고 소수의견도 중재판단서에 명기되고 있음



### ■ 중재제도의 문제점

- 베트남 국제중재센터의 중재인 명단에는 베트남인만이 등록되어 있어 중재심의회와 중재 판정의 공정성 보장이 미흡하다고 볼 수 있으며, 중재인 명단에 등록된 중재인도 9명에 불과하고 베트남 현지 변호사로부터 법률상담을 받기가 쉽지 않은 상황임. 한국과 베트남 사이에는 상호 각 나라의 중재판정 승인, 집행을 인정하는 상사중재 협정이 '93년 12월 체결되어 양국에서 결정된 중재판정이 상호 구속력을 가지고 있으며, 외자법 규정의 제·개정으로 외자기업에 지장이 생길 경우 정부가 투자자의 이익을 보호하기 위해 적절한 조치를 취해야 한다는 조항 신설

### ■ 국제무역분쟁 사례

- 가격으로 인한 문제는 전체 무역분쟁 사례의 약 15% 정도로 수출계약 체결 후 베트남 수출업체가 국제가격 상승에 따른 일방적 계약해지 등에 따라 발생하고 있으며, 베트남 수출업체가 수출품을 확실히 수배 또는 확보하지 못한 상태에서 수출 계약부터 먼저 체결하여 문제가 발생하는 경우도 다수 발생되고 있음

## 바. 외환제도

### ■ 외환관리 및 통제

- 외환은 국가가 독점하고 있으며 베트남중앙은행(the State Bank of Vietnam)이 관리하고 있고 외화, 금 및 귀금속의 취급업무와 외국과의 결제업무는 무역은행(VIETCOM BANK)이 취급하고 있음

### ■ 결제통화 및 결제수단

- 결제통화는 독일마르크, 일본엔, 스위스프랑, 프랑스프랑, 미국달러 등이 사용되며 결제수단은 일람불(At Sight) 신용장 방식이 기본임

## ■ 영수 및 송금

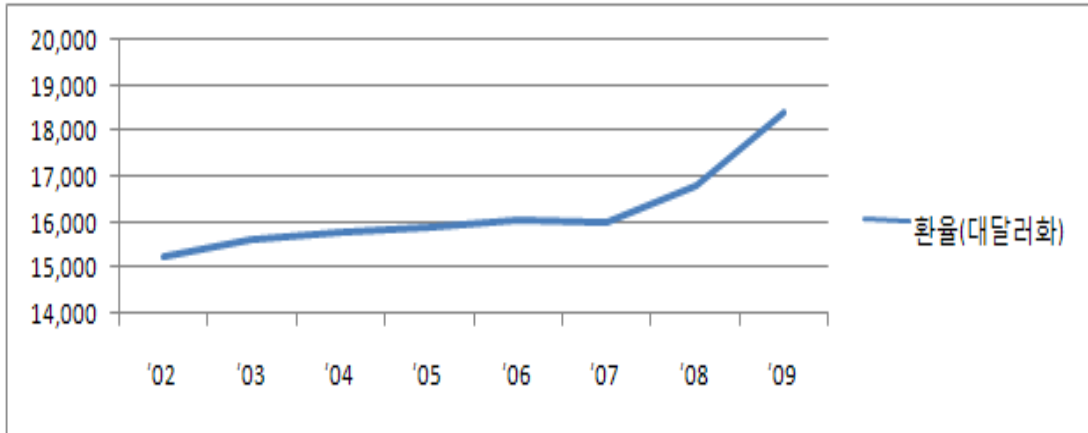
- 베트남에 입국하는 모든 외국인은 휴대반입하는 외화(미화 7천불 이상), 금, 귀금속 등을 신고해야 하며 신고한 금액, 물건에 한해 재반출 가능. 기업자본금으로 들어온 외화는 베트남 무역은행, 베트남내 외국합작은행 지점이나 외국은행지점에 구좌를 개설, 예치하여야 하고 투자외국기업은 경영활동에서 얻은 이윤, 서비스제공과 기술 이전에 의한 수입, 기업에 대한 대출원금 및 이자 등 합법적으로 자신의 소유권에 속하는 화폐 및 재산인 경우 해외송금 가능

## ■ 환율제도

- 베트남중앙은행이 은행간 외환거래 시장을 관리·운영하고 있으며 중앙은행이 매일 환율을 고시하고 있음. 베트남 환율제도는 99년 2월 25일 고정환율제에서 크롤링 페그제 (Crawling Peg)로 변경되었음. 기존의 고정환율제도 하에서는 중앙은행이 환율을 결정 (가끔 변경) 고시하고 거래는 고시환율의 7% 이내에서 허용하였으나 새로운 환율제도 하에서는 중앙은행이 고시환율을 그 전날의 은행간 거래 환율에 근거하여 결정하고 있음. 베트남은 정부의 외환시장 관리가 매우 폐쇄적인 상황이며 지난 2000년 이후 2007년까지 연평균 1.8%의 평가절하 추세를 이어가고 있음. 2008년 5월 베트남 금융위기설로 1U\$당 16,200VND 수준에서 1주 만에 암시장을 중심으로 1U\$당 19,500VND까지 20% 이상 치솟은 것은 물론 선물환시장에서 22,500VND까지 폭등하며 기업 달러 결제수요에 대혼란이 일어나기도 했으며 2009년 또한 베트남 동화의 지속적인 평가절하가 유지되었으며 정부의 동화 평가 절하 용인정책으로 암시장거래 환율이 U\$당 18,300VND 수준을 유지하고 있어 일부 전문가의 경우 정부의 구체적 환율안정정책이 없을 경우 연말 19,000VND 수준까지 상승할 가능성을 제기하고 있음

### 〈연도별 환율변화 추이〉

(단위 : VND)



자료 : Vietnam Investment Review

## 사. FTA 체결 및 추진현황

- 베트남의 대외개방 경제외교 정책기조는 실리적이고 능동적인 경제외교를 통해 자국의 세계경제로의 통합과 개방·개혁 정책을 적극 지원한다는 외교정책의 기본 기조를 유지 하고 있으며 정치적 안정과 7%대의 경제성장을 배경으로 교역 확대 외국인투자 유치를 위한 실용적 경제외교를 추구하고 있음
- 또한 독립, 주권존중, 평화와 다양화, 다변화라는 베트남 외교의 기본이념 하에 모든 국가와의 협력을 강화해 나간다는 방침이며, 미국, 일본, EU 등과의 관계강화를 통해 교역증진, 투자 및 원조 유치를 통한 빈곤퇴치 등을 도모하는 경제발전에 기여하는 외교를 적극 수행하고 있음
- 물론 중국, 북한, 쿠바 등 현 사회주의 국가 및 러시아를 비롯한 CIS 국가와의 전통적 우호 관계를 유지하는 한편, 개도국과 선진국간 발전격차 심화 등 세계화의 부정적 영향에 대한 공동대응 차원에서 개도국과의 연대를 강화하고 있으며 ASEAN과의 관계 중시 및 AFTA 발효에 따른 아-태 경제권 편입 촉진이 전망됨

- 베트남은 2006년 11월 7일 제네바에서 열린 WTO 총회에서 150번째 회원국으로 WTO 가입 승인을 받았음. 이는 WTO 가입을 추진한 지 11년 만의 성과이며 목표대로 11월 17일 APEC 정상회의 이전에 가입 승인을 획득하였음. 12월 베트남 국회의 비준에 따라 2007년 1월에 정식 회원국 지위를 확보하였음. 또한 2007년 10월에는 UN 안보리 비상임이사국에 선출되기도 했음
- 베트남은 WTO에 가입함으로써 총 10,600개 품목에 대해 평균 수입관세율을 향후 5년간에 걸쳐 현행 17.4%에서 14%로 인하할 계획인 것으로 알려지고 있음. 특히 농산품의 수입관세는 31.6%에서 21%로 공산품의 수입관세는 36.5%에서 12.6%로 대폭 인하될 것으로 예상됨

〈WTO 가입 후 수입관세 변화예상〉

구 분	가입 전	가입 후(5년 내)
평균 수입관세	17.4%	14.0%
농산물 평균 수입관세	31.6%	21.0%
공산품 평균 수입관세	36.5%	12.6%

자료 : Vietnam Investment Review

- 베트남은 2009년 10월 기준 3개<sup>8)</sup> 지역통합 FTA를 체결하고 양자간은 1개국(일본, '09.10.1 발효)과 체결하였으며, 3개 지역통합 모두 ASEAN의 회원국으로 ASEAN 회원국 간 FTA, 그리고 중국과 ASEAN간의 FTA 그리고 한국과 ASEAN FTA 추진 3개로 한정되고 있음

8) 1996. 7월 : 베트남(ASEAN) CEPT 가입  
 2005. 7월 : 베트남(ASEAN)-중국 FTA 상품교역분야 FTA  
 2007. 7월 : 베트남(ASEAN)-한국 FTA 상품교역분야 FTA

### 〈베트남 FTA 체결현황〉

지역통합 FTA		양자간 FTA	
체결완료	협상진행	체결완료	협상진행
AFTA(ASEAN 회원국간 FTA)	AJCEP(ASEAN-일본)	베트남-일본	베트남-칠레
ACFTA(ASEAN-중국)	ASEAN-인도		
AKFTA(ASEAN-한국)	ASEAN-호주, 뉴질랜드		

- 한국-베트남(아세안) 상품분야 FTA가 2007년 6월 1일부로 한국과 베트남에서 발효되었음. 이로 인한 한국의 대 베트남(아세안) 수입 관세인하에 따라 베트남 시장을 겨냥한 우리기업의 대 베트남 투자진출이 더욱 증가할 전망이다. 한편, 서비스 분야 협상은 2007년 12월 타결되었으며 2009년 5월 1일 발효되었음. 한국-베트남(ASEAN) FTA 투자협정은 2009년 6월 2일 제주에서 열린 한-아세안 정상회의 직후 서명이 이루어졌음
- 베트남의 국제 경제체제로의 편입을 위한 마무리는 미국으로부터 항구적정상무역 관계 (PNTR : Permanent Normal Trad Relations) 지위를 획득하는 것임. 항구적정상 무역 관계 지위는 국제경제체제 편입의 완료라는 정치적인 목적의 달성뿐만 아니라 관세 인하, 관세의 일관적 적용 등 수출품에 대한 안정적 거래관계를 통해 미국으로의 수출을 확대할 수 있는 유리한 여건을 마련할 수 있게 됨. 최근 WTO 가입에 이어 2006년 12월 중순 미국 의회로부터 승인을 얻어 완전히 국제 경제체제로 편입하였음
- 1994년 7월 22일~23일 방콕에서 개최된 제27차 ASEAN 외상회담에서 1995년 아세안 정상회담 시 베트남, 라오스의 ASEAN 가입을 추진키로 합의하여 1994년 10월 17일 베트남 CAM 외무장관은 ASEAN 상임위원회의장인 MOHAMED BOLKIAH 브르나이 외무장관에게 ASEAN 가입신청서를 정식 제출하였고, 약 9개월 후인 1995년 7월 28일 브루나이에서 개최된 제28차 아세안 외상회의에서 7번째 회원국으로 ASEAN에 공식 가입하였음

- 베트남을 포함한 ASEAN 회원국간은 1996년부터 실시된 아세안 공동관세율(CEPT)을 적용하고 있으며, 베트남은 2006년부터 전체 상품 중 96%에 해당하는 품목의 역내관세를 0~5%로 적용하고 있음. 이 중 50% 이상이 0% 적용을 받고 있음
- ASEAN과 중국은 2002년 11월 4일 포괄적 경제협력에 관한 기본협정(The Framework Agreement on Comprehensive Economic cooperation between ASEAN and China)을 체결한 뒤 2004년 11월 29일 상품무역협정(The Agreement on ASEAN-China Trade in Goods)에 서명함으로써 관세인하 및 철폐를 향후 10년 내에 수행하기로 합의하였음. 2006년 전체 상품의 26.6%가 한국이 적용 받는 최혜국 관세(MFN)보다 낮은 ACFTA 관세율을 적용받고 있음
- 베트남은 주요국과의 교류 다양화, 다변화 정책하에 안정되고 장기적인 양자, 다자관계 메커니즘 구축을 활발하게 추진하고 있음

## 6. 한국식품 수출확대 및 진출방안

- 가. SWOT 분석 ..... 135
- 나. 한국 농산물 경쟁력 및 여건 ... 137
- 다. 시장 진입을 위한 제안 ..... 142





## 6\_ 한국식품 수출확대 및 진출방안

### 가. SWOT 분석<sup>주)</sup>

#### ■ 강점

- 한국 상품들은 고급 상품으로 자리 잡고 있으며 대부분 베트남인의 신뢰를 받고 있음. 예컨대 인삼의 경우 한국 제품이 항상 선호도가 가장 높음
- 특정 한국 상품들은 차별화된 경쟁력을 가지고 있음. 인스턴트 국수가 한 예임. 같은 분야 내 강력한 브랜드 인지도를 가지고 큰 시장 점유율을 보유한 많은 국내 제조업체들과 외국 공급자들이 있음에도 불구하고 한국 수출업체들이 점령할 수 있는 특정 김치 맛 제품과 같은 한국산 제품을 선호하는 시장이 존재하고 있음

#### ■ 약점

- 한국 제품들은 중국, 대만, 기타 인접 국가에 비해 가격 경쟁력이 떨어짐
- 베트남 시장은 품질 중심적, 가격 중심적 시장일 뿐 아니라 크게 브랜드 중심적인 시장이며 특히 기능성 식품의 경우 이 경향은 더욱 심함(인삼, 인스턴트 국수 등). 따라서 베트남에 출시되는 새로운 브랜드는, 이미 다수의 탄탄하고 신뢰 받는 브랜드들이 오랫동안 있었기 때문에 ‘후발 주자’로서 상당한 어려움에 직면할 것임

#### ■ 기회

- 2007년에 WTO 가맹국이 되었으므로 경쟁을 촉진시키기 위해 시장 진입 장벽과 무역 규제 같은 제한 사항이 제거되어 베트남에 물건을 수출하는 것이 수월해짐
- 특히 도시 지역의 소득 상승과 생활 양상의 변화가 고급 식품과 인삼과 같은 건강 식품에 대한 수요를 증진시키고 있음

주) KOTRA 하노이 무역관

- 베트남의 인구는 상당히 많은 편이며 증가율은 2000년도에 1.65%, 2005년까지 1.4%, 2010년까지 1.28%임; 인구는 2000년의 7,760만에서 2005년에는 8,350만으로, 그리고 2011년에는 8,900만으로 증가할 것으로 예상됨. 인구가 늘면서 베트남은 수출국들에게 큰 기회의 땅이 됨
- 소비자들의 가처분소득이 증가함에 따라 고급 브랜드의 농산물 성공 가능성이 있음
- 건강에 대한 인식이 높아지고 있어 한국 수출업체들은 제조 과정에서 더욱 건강한 옵션을 선택하여 베트남 시장 진입 시의 경쟁력을 향상할 수 있음
- 대부분의 농산품이 슈퍼마켓이나 소매상 체계를 통해 최종 소비자에게 전달되기 때문에 베트남 내 소매 체계의 급격한 성장은 수출업체들에게 유통상의 큰 이점을 안겨줌. 또한 현대적 소매업은 북부와 남부의 도심지에 집중되어 있어 베트남 중부와 다른 지역에는 여전히 추가 진입 가능성이 있음
- 빠른 도시화와 새로운 주거 단지의 개발로 인해 대규모의 민감한 소비자를 대상으로 현대적 소매상을 도입할 이상적인 지역이 많아지고 있음

#### ■ 위험

- 베트남의 WTO 가입은 관세 장벽이 점차 제거될 것임을 의미하나 베트남 정부가 수입 농산품에 대해 기술적인 장벽을 설정할 가능성은 남아있음. 베트남과 같은 농업 기반의 국가에서는 농산품이 강점으로 남아야 하기 때문에 이 분야의 베트남 국가 정책의 목적은 필수적이지 않은 상품의 수입을 막으려는 것임
- 소매상과 슈퍼마켓을 이용한 현재의 유통 경로는 발달된 국가에서만 현대적이고 효과적이지 못 함
- 시골 지역의 빈곤률이 높아 잠재적 소비량이 낮아짐
- 현지 기업들과의 경쟁 (제과류, 음료, 인스턴트 국수)
- 현지에 진출한지 오래된 외국 기업과의 경쟁 (인삼)

## 나. 한국 농산물 경쟁력 및 여건

### ■ 신선과일

- 신선과일은 베트남인의 일상음식 중에서 중요한 부분 중 하나이고 신선과일 소비가 매우 높은 식품으로 최근 베트남 내 사과, 배, 포도와 같은 과일이 급격히 대중화 되고 있는 상황임. 그럼에도 불구하고 부주의한 취급, 미비한 콜드체인시스템 같은 부족한 유통시설로 인해 수입 신선과일들이 제대로 평가를 받지 못하고 있음
- 수입 신선과일 시장은 중국산이 시장을 지배하고 있는 가운데 호주, 미국, 뉴질랜드, 남아프리카 및 칠레산들이 치열하게 경쟁하고 있음. 호치민은 수입 신선과일의 기본시장이며 하노이에서의 판매도 증가하고 있으나 값싼 중국산의 유통으로 한계가 있는 것이 현실임. 하노이의 경우 남부지방 신선과일이 운송되어 오기까지 시간이 많이 소요되고 중국과 인접해 있어 중국산 신선과일이 대량으로 수입되고 있고 기후적으로 열대과일이 풍부하고 온대과일인 감귤류 과일 및 포도가 현지에서도 생산이 되며 수확기에는 아주 낮은 가격에 판매되고 있음
- 한국산 신선과일이 베트남에서 성공하기 위해서는 값싼 중국산에 비해 비싸지만 품질이 뛰어나다는 것을 소비자들에게 확신시킬 필요가 있음. 또한 한국산 과일로 만든 주스를 호텔이나, 고급레스토랑에 공급하는 것도 시장진입을 위한 하나의 방법임

### ■ 인삼

- 인삼은 베트남에서 효능과 인지도 측면에서 국내수준을 능가할 정도로 높은 평가를 받고 있는데 베트남의 인삼에 대한 인식은 기력 보강 및 보양, 강장 및 만병 통치약으로 여길 만큼 신비로운 명약으로 취급되어 강한 신뢰를 가지고 있음. 또한 베트남에서 유통되는 인삼류는 주로 동양삼으로 한국산, 중국산, 현지산이 유통되고 있으며 그중 한국산 효능이 가장 좋은 것으로 인식되어 있음
- 베트남 인삼시장은 10여 년 전부터 한국 인삼수출업체에 의해 개발되었으며 최근에는

한류 열풍으로 상승효과를 보고 있으며, 최근 한국기업들의 베트남 투자진출 확대 등이 긍정적인 효과를 더하고 있는 상황임

- 현지인들이 좋아하는 제품은 뿌리삼류이나 고가인관계로 저가의 차종류가 주요판매 상품이 되고 있는데 이는 베트남 또한 중국문화권에 속해 차를 즐겨 마시고 차 문화가 발달하였기 때문임
- 인삼 용도는 주로 선물용과 건강보조용으로 나누어지며 베트남 국민들은 건강에 대한 관심이 높으나 소득수준에 비해 고가제품으로 인식됨에 따라 홍삼근, 홍삼정, 고가의 인삼주는 주로 베트남 구정선물용으로 선호하고 있으며, 건강보조용으로는 인삼차, 홍삼차 등의 합리적 가격대 제품을 선호하고 있음
- 구매 시기는 대체로 꾸준히 구매가 이루어지고 있으며, 특히 구정은 모든 베트남 국민들이 선물을 주고받는 시기라 가장 활발한 판매가 이루어지는데 평소판매의 3배 가량 판매가 증가하고 그 외 노동절, 해방기념일도 판매량이 2배 정도 증가됨
- 현대식 대형슈퍼마켓 점포에는 한국산 인삼제품이 거의 모든 매장에서 판매되고 있음
- 베트남에 인삼제품을 수출하고 있는 수출업체는 대부분 현지 에이전트에 의존하고 있으며 수출품은 대부분이 소비자판매용으로 유통되고 있고 일부는 현지 제약업체의 의약품원료로 유통되고 일부 수출업체의 경우 독점 수입자가 있으나 대부분의 경우 1명의 수입자가 여러 수출업체 제품을 취급하고 있음. 베트남 시장은 중국산 저가제품 및 위조삼 과 한국산 고가 인삼제품간의 경쟁이 심화되고 있으며, 한국고려인삼의 뛰어난 품질을 알리고 위조 중국삼과 구분할 수 있는 차별화가 시급한 과제로 대두되고 있음

### ■ 영지버섯

- 영지버섯은 한국인삼과 더불어 현지에서 인기 있는 한국식품류로 영지버섯제품은 고가임에 따라 차류 형태로 주로 판매되고 있고 중국산, 일본산, 현지산, 한국산이 있으나 그중 한국산이 가장 효능이 탁월한 것으로 현지인들에게 인식되고 있음

- 영지버섯 또한 인삼제품과 마찬가지로 주로 선물용으로 많이 구입하고 있고 인삼을 취급하고 있는 곳이라면 대부분이 영지버섯을 같이 취급하고 있는데 이는 대부분의 인삼 수입바이어가 영지버섯제품도 같이 취급하고 있음에 기인함
- 한국산 영지버섯제품의 효능을 이용한 중국산 제품이 범람하고 있으며 일부는 한국산으로 유통되고 있는데 중국산 영지버섯 제품의 한국산 위조 유통을 막을 수 있는 방법을 연구하면서 중국산과의 차별성을 높일 수 있는 방안모색이 필요

### ■ 축산물

- 축산물은 베트남 식생활 변화에 따라 고기 소비량이 증가하고 있는 상황으로 오랜 세월동안 베트남의 식생활에 있어서 돼지고기가 기본이었으며 생산량이 적은 소고기를 가장 많이 수입하고 있으며 과거에는 대부분 고급호텔이나 식당에서 소비되었으나 최근 슈퍼마켓 판매도 급증하고 있음. 수입 소고기시장에서는 미국, 호주, 브라질 뉴질랜드 및 아르헨티나 등 육류 주 수출국과 중국이 경쟁 중에 있는데 소고기 수입 물량의 50%이상이 미국에서 수입되고 있음. 닭고기의 경우 국내수요 증가와 조류독감에 따른 생산량 감소로 인해 수입이 증가하고 있는데 수입은 미국과 아르헨티나, 브라질 등에서 대부분 이루어지고 있음. '07년 한국산 수입도 많이 증가하고 있는 상황임

### ■ 김치

- 김치는 최근 한류 영향과 김치의 우수성에 대한 인식으로 베트남 소비자들의 김치 소비는 증가하고 있는데 일부 소비자들은 집에서 직접 김치를 만들어서 먹고 있으며, 베트남에도 한국김치와 유사한 채소 절임식품이 있으나 고춧가루 등을 사용하지 않는 점이 다른 점임
- 김치는 베트남 현지에서 한국 사람에 의해 자가 제조되어 유통되고 있으며 대부분의 한인 슈퍼마켓에서는 마켓별로 자체 제조하여 판매하고 있고 일부 현지 대형마트는 현지에서 제조된 김치를 납품 받아 판매하고 있는데 현지생산 김치는 달고 짠맛을

선호하는 베트남 식문화를 반영하여 한국산 김치보다는 덜 맵고 단맛이 나는 것이 특징임

- 한국산 김치의 경우 높은 수출가격과 냉장유통시스템 불충분 등으로 현지 생산품과의 경쟁이 어려운 상황으로 일부 김치 수출업체에서 수출가능성을 검토하였으나 원가 차이(현지생산 원가의 경우 수출품에 비해 10분의 1정도)와 냉장유통시스템 문제로 수출을 포기하였음

### ■ 양념류

- 양념류는 현지마켓에서 흔히 찾아 볼 수 있는 제품으로 현지산 미원 조미료는 거의 모든 마켓에서 취급하고 있음. 현지 슈퍼마켓에서 판매되는 상품은 고추장, 된장, 간장 등 여러 종류가 있으며 대상의 베트남 현지에서 생산되는 미원은 베트남 음식에 있어서 없어서는 안 될 재료가 되었음
- 수입제품은 대만, 일본, 한국산이 대부분 이나 베트남 현지 업체 제품이 대부분의 시장을 점유하고 있는 가운데 수입제품 중에서는 대만제품이 가장 인기가 있음
- 최근에는 현지인들 사이에 생선회를 즐기는 인구가 늘어남에 따라 한국산 초고추장에 대한 구매수요가 형성되고 있고 양념류 시장 대부분이 저가시장으로 대만, 일본 등의 수출업체는 가격에 맞춘 제품 수출로 경쟁력을 갖추고 있고 기타 국가는 저가시장에 맞는 스펙을 별도 운영하여 베트남 시장에 맞는 제품을 수출하고 있음
- 한국 수출업체의 경우 베트남 수출품에 대한 별도스펙을 운영하고 있지 않음에 가격 경쟁력이 약한 상황임

### ■ 면류

- 면류 중 가장 인기 있는 것은 라면으로 베트남에서도 자체생산하고 있는 품목으로 아세안국가, 대만, 한국 등에서 수입되고 있고 한국산의 경우 한류 영향을 받아 소비가 조금씩 증가하고 있으며 한국에서 직수입한 것이 대부분이나 일부 현지 마켓에서는 중국에서 생산된 한국산 제품이 유통되고 있음

- 한국에서 직수입되는 것도 내수용과 수출용이 있으며 좀더 많은 한국 내수용에 대한 현지인들의 수요가 증가하고 있음
- 라면은 대부분의 한국 수입상들이 취급하고 있는 품목으로 경쟁이 심하여 마진율이 낮을 뿐만 아니라 최근 국내 대기업의 경우 현지 독점 에이전트 형태로 국가별 수입자를 제한하려는 경향이 있으며 현지 대형슈퍼마켓 대부분 한국산 라면을 취급하고 있으며 현지 라면에 비해 가격이 2~3배 정도 높음

### ■ 유제품

- 유제품은 베트남의 생활수준이 향상되고 건강에 대한 관심이 높아지면서 제품 소비가 빠르게 증가하고 있는 품목으로 베트남의 유제품 생산량은 '09년 기준 37만3천톤, 우유 311.4만리터, 요구르트 35.8백만리터, 두유 9.2백만리터)에 달하고 있음. 유제품의 경우 정부에서 비교적 낮은 수입관세를 적용하고 있어 수입제품의 비중이 높은 편으로 조제분유는 미국, 네덜란드 등에서 수입된 수입제품이 시장을 잠식하고 있으며 일반우유 생산원유 또한 80%가 수입되고 있음
- 유제품 시장의 매년 10% 이상 성장하면서 한국제품의 현재 또는 미래에 좋은 기회를 제공할 것으로 전망됨. 현재 베트남 업체 Vinamilk가 시장의 70%를 점유하고 Duth Lady가 15%를 점유하고 있으나 품질은 낮은 상황이며 현지 생산유통 되는 제품 중 액상요구르트 제품은 미국, 네덜란드 등 수입제품이 시장에 유통되고 경쟁이 심화되고는 있으나 성장률을 볼 때 성공 가능성이 높다고 판단됨

### ■ 주류

- 주류는 주로 현지마켓보다는 한국슈퍼마켓과 한국식당을 통해서 유통되고 있으며 수요자 대부분이 교민임에 따라 판매장소가 한정되고 있는데 최근 한류 영향과 한국식당을 찾는 베트남 현지인들의 수가 증가하면서 소주에 대한 수요가 점차 증가하고 있음
- 맥주의 경우 성장세가 빠르나 현지 생산제품의 경쟁력이 높아 한국산 맥주가

시장진입하기에는 어려운 상황으로 베트남 현지에서 생산되는 제품의 인지도 및 맛이 좋고 가격도 저렴하여 한국산 맥주의 경쟁력이 떨어지고 있는 상황임

- 매우 고급 제품으로 취급되는 와인의 경우도 성장률이 낮지만 점진적으로 성장하고 있음에 따라 향후 한국산 과실주 수출 가능성을 염두에 뒴야 할 것이나 고율의 관세가 와인의 판매성장을 저해하고 있으나 경제력과 생활수준의 향상으로 집에서 손님을 접대하거나, 단순 가정에서 소비하는 용도의 와인을 슈퍼마켓에서 구입하는 비율이 증가할 것으로 예상되며 지금은 주로 프랑스 와인이 가장 선호되고 유럽, 호주, 칠레, 남아프리카 및 아르헨티나산들이 시장에서 경쟁하고 있음

#### 다. 시장 진입을 위한 제안<sup>주)</sup>

##### ■ 제품

- 표준화 위생 및 검역 조치, 음식 안전성 인증서 등을 통한 품질을 보장할 것
- 상품의 종류, 형태, 크기, 부가가치 정도를 다양화 할 것. 예컨대 신선 인삼과 건조 인삼에서 인삼 사탕, 인삼차, 인삼꿀 혼합물 등 부가가치가 더 높은 상품으로 다양화 진행

##### ■ 가격

- 다양한 수요와 특새에 맞추어 다양한 수준의 가격을 제공할 것
- 신뢰를 쌓기 위해 일관성 있고 투명하며 합리적인 가격 책정 정책을 개발할 것

##### ■ 홍보

- 전시회, 소비자 회의, 한국 문화 주간 등을 통해 상품을 소개 및 홍보할 것

주) KOTRA 하노이 무역관



- VCCI(베트남 상업 및 산업 회의소-Vietnam Chamber of Commerce and Industry),  
MARD(농업 및 지역개발부-Ministry of Agriculture and Rural Development),  
기타 유관 기관과 홍보 및 정보 지원을 위한 관계를 맺을 것
- 상품에 대한 모든 정보가 제공될 수 있고 소비자와의 관계의 관리가 더 잘 이루어질  
수 있는 웹사이트를 설계하고 온라인 판매 체계를 개발할 것

#### ■ 장소

- 일관성 있고 합리적인 제품 및 가격 책정 정책을 가진 공급 경로를 개발할 것
- 공급 경로를 잘 관리하고 모방 제품과 공급자의 등장을 예방하기 위한 조치를 취할 것



## 7. 기 타

가. 주요기관 연락처 ..... 147

나. 잠재력 구매자 목록 ..... 148



## 7\_ 기 타<sup>주)</sup>

### 가. 주요기관 연락처

1. 베트남 무역진흥국(Vietnam Trade Promotion Agency-VIETRADE)	
연락처	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 주소 : No 20 Ly Thuong Kiet, Hanoi, Vietnam</li> <li>● Tel : 84-4-39347628</li> <li>● Fax : 84-4-39348142</li> <li>● Website : <a href="http://www.vietrade.gov.vn">http://www.vietrade.gov.vn</a></li> <li>● Email : <a href="mailto:vietrade@vietrade.gov.vn">vietrade@vietrade.gov.vn</a></li> </ul>
2. 농업 및 지역개발부(Ministry of Agriculture & Rural Development-MARD)	
연락처	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Add : No 2, Ngoc Ha, Hanoi, Vietnam</li> <li>● Tel : 84-4-38468161</li> <li>● Fax : 84-4-38454319</li> <li>● Website : <a href="http://www.agroviet.gov.vn">http://www.agroviet.gov.vn</a></li> <li>● Email : <a href="mailto:webmaster@agroviet.gov.vn">webmaster@agroviet.gov.vn</a></li> </ul>
3. 농업 및 지역개발 정보 센터(Center for Agriculture & Rural Development Info)	
연락처	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Add : No 6 Nguyen Cong Tru, Hai Ba Trung, Hanoi, Vietnam</li> <li>● Tel : 84-4-39725153</li> <li>● Fax : 84-4-39725153</li> <li>● Website : <a href="http://www.agro.gov.vn">http://www.agro.gov.vn</a></li> <li>● Email : <a href="mailto:info@agro.gov.vn">info@agro.gov.vn</a></li> </ul>
4. 수산업 정보 센터(Fisheries Informatics Center)	
연락처	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Add : No 10 Nguyen Cong Hoan, Hanoi, Vietnam</li> <li>● Tel : 84-4-37716396</li> <li>● Fax : 84-4-37716702</li> <li>● Website : <a href="http://www.fistenet.gov.vn">http://www.fistenet.gov.vn</a></li> </ul>

주) KOTRA 하노이 무역관

5. 베트남 채소-꽃-과일(Vietnam Vegetables-Flowers-Fruits)	
연락처	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Add : No 76 Nguyen Truong To, Hanoi, Vietnam</li> <li>● Tel : 84-4-62192892</li> <li>● Fax : 84-4-37150520</li> <li>● Website : <a href="http://www.rauhoaquavietnam.vn">http://www.rauhoaquavietnam.vn</a></li> <li>● Email : rauhoaqu@gmail.com</li> </ul>
6. 베트남 낙농업(Vietnam Dairy (c/o MARD))	
연락처	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Add : No 2 Ngoc Ha, Ba Dinh, Hanoi, Vietnam</li> <li>● Tel : 84-4-37346426</li> <li>● Fax : 84-4-37344279</li> <li>● Website : <a href="http://www.dairyvietnam.org.vn">www.dairyvietnam.org.vn</a>; <a href="http://www.nganhsvavietnam.org.vn">www.nganhsvavietnam.org.vn</a></li> <li>● Email : <a href="mailto:sinfo@dairyvietnam.org.vn">sinfo@dairyvietnam.org.vn</a></li> </ul>

## 나. 잠재적 구매자 목록

- 거의 모든 농산품이 슈퍼마켓, 소매상, 또는 무역 회사를 통해 최종 사용자에게 유통되기 때문에 아래에 제과류, 음료, 닭고기, 인삼, 인스턴트 면, 그리고 일반 무역업을 취급하는 베트남 슈퍼마켓과 무역업체를 열거하였음

1.	<b>회사명</b>	<b>Melinh Hypermarket JSC</b>		
	담당자	Mr. Do Xuan Son		
		직책	Vice-General Director Assistant	
		휴대전화	+84-983-208-968	
	Email	<a href="mailto:quynh-mai.nguyen@melinhhypermarket.com.vn">quynh-mai.nguyen@melinhhypermarket.com.vn</a>		
	사업체 종류	합자회사		
	사업영역	일반 무역		
	주소	Km 8, Thang Long Highway, Noi Bai, Hanoi		
	Tel	+84-4-38869996		
	Fax	+84-4-38869998		
	E mail	<a href="mailto:info@melinhhypermarket.com.vn">info@melinhhypermarket.com.vn</a>		
	Website	<a href="http://www.melinhhypermarket.com.vn">http://www.melinhhypermarket.com.vn</a>		
	수입국	독일, 태국, 중국		

2.	<b>회사명</b>	<b>Hapro Mart Corporation</b>	
	담당자	Ms Bui Minh Phuong - 해외 사업 관리자	
		사무실 전화	+84 4 7478360
		Email	doingoai.sieuthi@haprogroup.vn
	사업체 종류	유한회사	
	사업영역	소비자 물품, 가전제품, 식품 수입. 자사 소유의 슈퍼마켓을 통한 다양한 상품의 판매.	
	주소	5 Le Duan Str, Ba Dinh Dist, Hanoi	
	Tel	+84 4 7333941/ 7478099	
	Fax	+84 4 7478099	
	E mail	doingoai.sieuthi@haprogroup.vn	
	Website	haprogroup.vn	
	설립연도	2004	
	등기 자본	500 백만 USD	
	직원 수	1000	
수입국	한국, 일본, 미국		

3.	<b>회사명</b>	<b>Bai Tho Rosa Limited Company</b>	
	담당자	Mr Vu Duc Tri - Marketing Executive	
		휴대전화	+84 979821110
		Email	ductri.ttmrosa@gmail.com
	사업체 종류	합자회사	
	사업영역	일반 무역.	
	주소	1 <sup>st</sup> floor, CT4A, Bac Linh Dam New Town, Hoang Mai Dist, Hanoi.	
	Tel	+84 4 6414061	
	Fax	+84 4 6414074	
	E mail	ductri.ttmrosa@gmail.com	
	Website	N/A	
	설립연도	2004	
	등기 자본	3 백만 USD	
	직원 수	500	

4.	<b>회사명</b>	<b>Branch of Intimex Import Export 합자회사 (Intimex Thang Long)</b>	
	담당자	Mr Nguyen Minh Hai - 경영 담당자	
		휴대전화	+84 904136633
		Email	minhhai@intimextl.vn
	사업체 종류	합자회사	
	사업영역	후추, 커피, 캐슈 열매 등 수출. 중국으로부터 물품 수입. 국내 시장에서 농산물 판매.	
	주소	36 Tay Son Str, Dong Da Dist, Ha Noi	
	Tel	+84 4 5334398	
	Fax	+84 4 5334399	
	E mail	intimextl@intimexhcm.com	
	Website	www.intimexhcm.com	
	설립연도	2007	
	직원 수	200	
	수입국	미국, 브라질, 파라과이	

5.	<b>회사명</b>	<b>First Vietnam Joint Stock Company</b>	
	담당자	Ms. Nguyen Do Dieu Hong	
		직책	Import Executive
		휴대전화	+84-904-228-228
		Email	Hong.nguyen@fivimart.com.vn
	사업체 종류	합자회사	
	사업영역	소매업, 도매업, 케이터링	
	주소	15A, Hang Cot Str., Hoan Kiem, Hanoi	
	Tel	+84-4-39273738	
	Fax	+84-4-39273777	
	E mail	N/A	
	Website	www.fivimart.com.vn	
	직원 수	13000	
	수입국	미국, 캐나다, 독일, 프랑스	



6.	<b>회사명</b>	<b>Minh Anh Trading and Production Company Ltd.</b>	
	담당자	Ms. Cao Thi Ngoan	
		직책	이사
		휴대전화	+84-912-609-653
		Email	ngoanct2007@gmail.com
	사업체 종류	유한회사	
	사업영역	농산품과 기능성 식품 수입 및 판매	
	주소	Km 10, Highway 1A, Thanh Tri, Hanoi	
	Tel	+84-4-36892976	
	Fax	+84-4-36892976	
	E mail	Ngoanct2007@gmail.com	
	Website	N/A	
	직원 수	15	
	설립연도	2009	
등기 자본	US\$ 10,000.00		
수입국	한국		
7.	<b>회사명</b>	<b>Van Tue Joint Stock Company</b>	
	담당자	Ms. Nguyen Thi Thuy	
		직책	Business Director
		휴대전화	+84-4-984-107-090
		Email	nguyenthuy@vantue.com
	사업체 종류	합자회사	
	사업영역	인삼 제품 판매	
	주소	73 Nguyen Khuyen, Dong Da, Hanoi	
	Tel	+84-4- 37475176	
	Fax	+84-4-37478893	
	E mail	contact@vantue.com	
	Website	www.vantue.com.vn, <a href="http://sambactrieutien.com/">http://sambactrieutien.com/</a>	
	직원 수	50	
	설립연도	2000	
Registered Capital	US\$ 250,000.00		
수입국	한국, 일본, 중국		

8.	<b>회사명</b>	<b>GREEN STAR CO., LTD</b>	
	담당자	Mr. Dao Van Quang	
		직책	세일wm 매니저
		휴대전화	84-4-982-016-899
		Email	hongsamhoanggia@gmail.com
	사업체 종류	사기업	
	사업영역	모든 종류의 인삼 수입 및 판매	
	주소	192A, Quan Thanh, Ba Dinh, Hanoi	
	Tel	+84-4-62833388	
	Fax	N/A	
	E mail	hongsamhoanggia@gmail.com	
	Website	<a href="http://www.hongsamhoanggia.com">http://www.hongsamhoanggia.com</a>	
	직원 수	10	
	설립연도	2008	
	등기 자본	US\$ 350,000.00	
	수입국	N/A	

## 틈새시장 개척을 위한 이머징마켓 진출여건

### || 베트남편 ||

발행처 : 농수산물유통공사

발행일 : 2010년 11월

주 소 : 서울시 서초구 양재동 232 aT센터

조사참여 : Business Monitor International

- Vietnam Agribusiness Report Q4 2010

- Vietnam & Drink Report Q4 2010

KOTRA 하노이무역관

총괄 - 식품수출정보팀(오세원 차장)

문의처 : 농수산물유통공사 식품수출정보팀

02) 6300-1393

본 자료는 KATI([www.kati.net](http://www.kati.net)) > 무역정보 > 발간책자를 통해서도 보실 수 있습니다.

---

※ 우리 공사는 임직원에 대한 부정비리 신고 편의를 도모하고자 수신자부담 「24시간 부정비리 신고 모바일 핫라인(080-112-2580)」을 개설 하였습니다. 신고내용은 비밀이 절대 보장되오니 안심하시고 신고하여 주시기 바랍니다.