



2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 시리얼(Cereal)

Country : 베트남(Vietnam)

Contents

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 무역통계 종합분석	7
II. 시장 트렌드	9
1. 간편식 제품 현지 내 인기	11
2. 전통 식료품점 판매 비중 高	12
3. 현지 인기 즉석식품	13
4. 글로벌 유통업체 현지 공략	14
III. 경쟁제품 현지조사	15
1. 경쟁제품 선정	17
2. 정량 분석	18
3. 정성 분석	19
4. 현지 방문 조사자료	21
IV. 경쟁사 분석	28
1. 경쟁사 선정	30
2. 경쟁사별 현황 파악	31
V. 유통구조 현황	34
1. 추천 진출 경로	36
2. 전문가 인터뷰	39
VI. 유통업체 현황	40
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보	42

Contents

Ⅶ. 통관 및 검역 정보	47
1. 통관 및 검역 절차	50
2. 관세율 정보	52
3. FTA 정보	53
4. 통관 및 검역 주의사항	54
Ⅷ. 인증 정보	55
1. 인증 취득정보	58
2. 제출서류	60
3. 전문가 인터뷰	61
Ⅸ. 라벨링 정보	62
1. 라벨 표기사항	64
2. 라벨링 예시	65
X. 위생요건 정보	66
1. 식품첨가물 규정	68
※ 참고문헌	73



I. 시장 통계

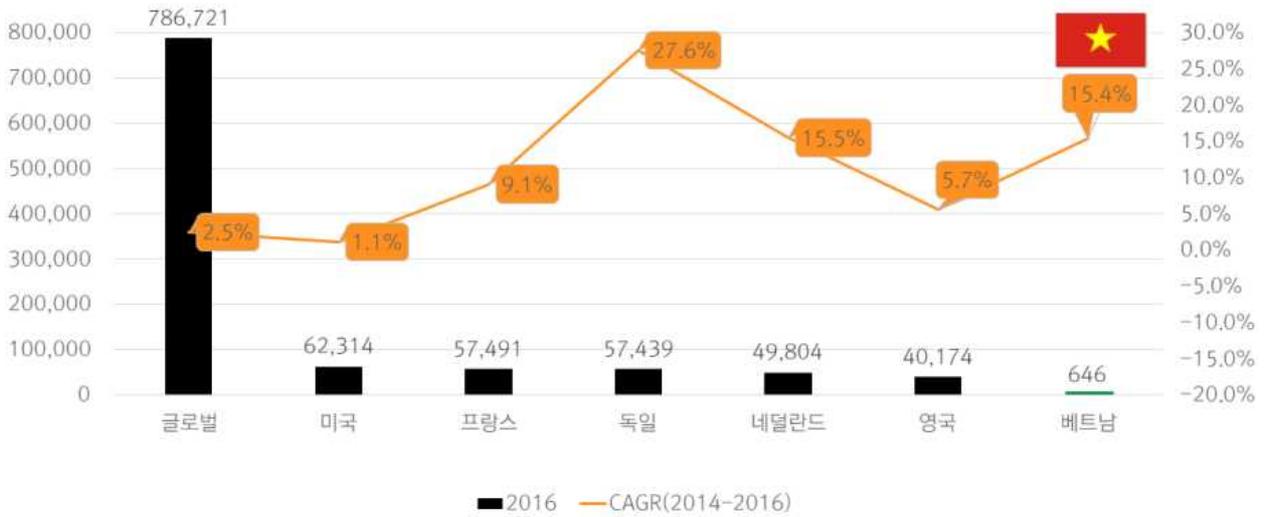
※ 시장 통계 OVERVIEW

1. 통계분석 기준 설정
2. 무역통계 종합분석
3. 품목통계 종합분석

시장 통계 OVERVIEW

글로벌 HS CODE 1904.20 수입액 규모 및 증감률(2014 ~ 2016)

단위 : 천 달러, %



베트남 HS CODE 1904.20 수입 점유율 및 성장률 비교^{1,2,3}

단위 : %



1. 거품형 그래프 내 원의 크기는 글로벌 시장 내 점유율(비중)을 나타냄
2. 거품형 그래프 내 원이 우측에 가까울수록 최근 3년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임
3. 거품형 그래프 내 원이 상측에 가까울수록 최근 1년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임

1. 통계분석 기준 설정

HS CODE 확인 사이트

1	한국 관세법령정보포털 3.0 unipass.customs.go.kr
2	TradeNAVI www.tradenavi.or.kr
3	베트남 관세청 www.customs.gov.vn

시리얼 통계 기준 설정

시리얼 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 베트남의 수입통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함.

수입 통계 기준, HS CODE 1904.20으로 설정⁵.

글로벌 및 베트남 내 시리얼의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 1904.20을 수입통계 분석 기준으로 설정함. HS CODE 1904.20 해당 품목은 ‘볶지 않은 곡물 플레이크의 조제 식료품·볶지 않은 곡물 플레이크와 볶은 곡물 플레이크나 팽창된 곡물의 혼합물로 만든 조제 식료품’ 으로 한정함

표 1.1 : 시리얼 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	1904.20
	베트남 수입규모 및 성장률		1904.20

표 1.2 : 베트남 내 시리얼 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품[예: 콘 플레이크(corn flake)]과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물(옥수수는 제외한다)과 그 밖의 가공한 곡물(고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)
	1904.20	볶지 않은 곡물 플레이크(flake)의 조제 식료품·볶지 않은 곡물 플레이크(flake)와 볶은 곡물 플레이크(flake)나 팽창된 곡물의 혼합물로 만든 조제 식료품
	1904.20.9000	-기타
베트남	1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품[예: 콘 플레이크(corn flake)]과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물(옥수수는 제외한다)과 그 밖의 가공한 곡물(고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)
	1904.20	볶지 않은 곡물 플레이크(flake)의 조제 식료품·볶지 않은 곡물 플레이크(flake)와 볶은 곡물 플레이크(flake)나 팽창된 곡물의 혼합물로 만든 조제 식료품
	1904.20.90	-기타

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)

- 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’를 검색하거나 관세청 ‘관세법령정보포털 3.0’을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음
- 베트남 최종단위 HS코드인 1904.20.90으로 수입액 데이터가 조회되지 않아 6단위인 1904.20으로 통계 조사함

2. 무역통계 종합분석

글로벌 수입액 3개년 연평균 성장률⁶. 2.5%

2016년 기준 HS CODE 1904.20의 글로벌 수입규모는 7억 8,672만 1,000달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 2.5%의 상승세를 기록함. 수입 1위국 미국의 수입규모는 6,231만 4,000달러로 연평균 1.1%의 낮은 증가세를 나타냄. 2위인 프랑스는 5,749만 1,000달러로 연평균 9.1%의 높은 상승세를 나타냄. 베트남은 전 세계 수입액 86위 규모로 64만 6,000달러, 15.4%의 높은 증가세를 기록함

베트남 내 한국산 수입 미미

베트남의 HS CODE 1904.20 수입액 규모는 64만 6,000달러로 2014년 이후 3년간 연평균 0.9%의 상승세를 보임. 2016년⁷ 기준 베트남 내 HS CODE 1904.20 품목 최대 수입국은 일본으로 22만 1,000달러의 수입액을 기록함

2016년 베트남 내 한국산의 수입은 1,000달러로 매우 미미한 것으로 나타남. 다만 2014, 2015년에는 전혀 수입이 없었다가 2016년에 수입이 생긴 것으로 나타남

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 1904.20 수입액 규모(2014 ~ 2016)

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	749,170	753,287	786,721	100.0%	2.5%
1 미국	60,987	70,855	62,314	7.9%	1.1%
2 프랑스	48,329	50,386	57,491	7.3%	9.1%
3 독일	35,301	47,149	57,439	7.3%	27.6%
4 네덜란드	37,344	45,239	49,804	6.3%	15.5%
5 영국	35,989	39,180	40,174	5.1%	5.7%
86 베트남	485	496	646	0.1%	15.4%
기타	531	500	519	66.0%	-1.1%

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.4 : 베트남 HS CODE 1904.20 수입액 규모(2014 ~ 2016)

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	635	444	646	100%	0.9%
1 일본	0	83	221	34.2%	-
2 독일	123	168	176	27.2%	19.6%
3 영국	160	30	106	16.4%	-18.6%
4 호주	28	37	38	5.9%	16.5%
5 스위스	29	26	31	4.8%	3.4%
14 대한민국	0	0	1	0.15%	-
기타	295	100	73	11.3%	-50.3%

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

6. 연평균 성장률 = $\sqrt[n]{\frac{\text{최신/최초연도}}{\text{최초연도}}}$

7. 베트남 내 HS코드 1904.20의 데이터가 2015년까지밖에 존재하지 않아 Mirror Data의 데이터를 활용함

2. 무역통계 종합분석

독일, 베트남 시장에서 수입액 점유율 높아

2012년 이후 최근 5년간 HS CODE 1904.20 관련 베트남 수입국 중 독일이 29.5%의 가장 높은 점유율을 확보한 국가였던 것으로 집계됨. 한편, 상위 5개국 중 5년간 연평균 성장률이 가장 높았던 국가로는 57.8%의 높은 성장률을 기록한 점유율 5위국인 스위스가 차지함. 2015년 대비 2016년 성장률이 급상승한 국가는 싱가포르로 1년간 500.0%의 큰 증가세를 보임. 최근 1년간 체코를 제외한 대부분의 국가에서 대체로 수입이 상승한 것으로 나타남

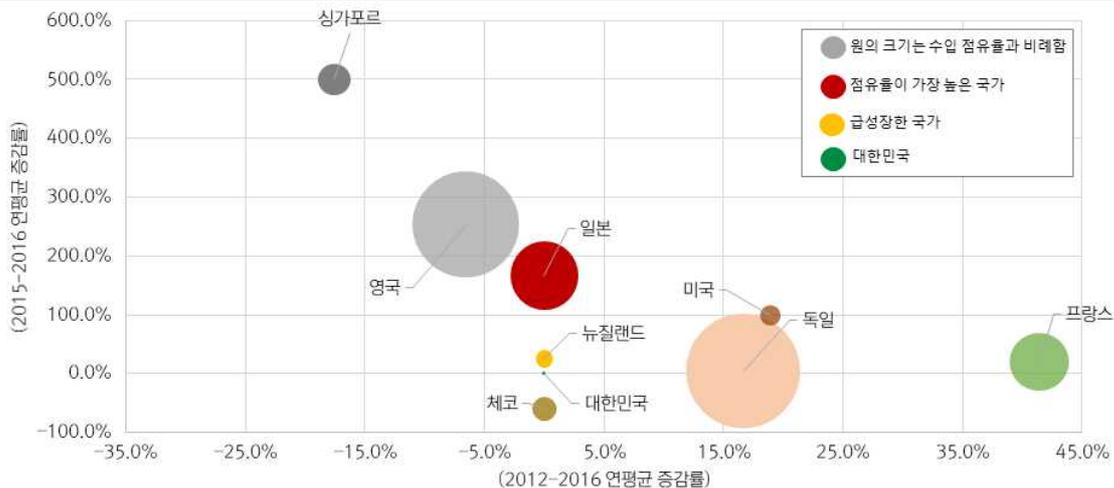
한국, 베트남에 수입 거의 없어

한국의 경우 베트남에 HS CODE 1904.20에 대한 수입이 거의 없었던 것으로 나타남. 2012년부터 4년간 수입이 전혀 없다가 최근 2016년에 1,000달러를 기록한 것으로 나타남

표 1.5 : 베트남 HS CODE 1904.20 수입 점유율 및 증감률 비교^{8,9,10}.

(단위 : %)

수입국가	2012-2016 점유율	CAGR(2012-2016)	CAGR(2015-2016)
1 일본	10.6%	-	166.3%
2 ★독일	★29.5%	16.7%	4.8%
3 영국	25.5%	-6.6%	253.3%
4 호주	5.1%	52.6%	2.7%
5 스위스	4.0%	★57.8%	19.2%
6 프랑스	7.7%	41.4%	20.0%
7 싱가포르	2.4%	-17.6%	★500.0%
8 미국	1.0%	18.9%	100.0%
9 뉴질랜드	0.7%	-	25.0%
10 체코	1.3%	-	-59.1%
16 대한민국	0.03%	-	-



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

- 거품형 그래프 내 원의 크기는 글로벌 시장 내 점유율(비중)을 나타냄
- 거품형 그래프 내 원이 우측에 가까울수록 최근 3년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임
- 거품형 그래프 내 원이 상측에 가까울수록 최근 1년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임

Ⅱ. 시장 트렌드

※ 시장 트렌드 OVERVIEW

Market Trend 01. 간편식 제품 현지 내 인기

Market Trend 02. 전통 식료품점 판매 비중 高

Market Trend 03. 현지 인기 즉석식품

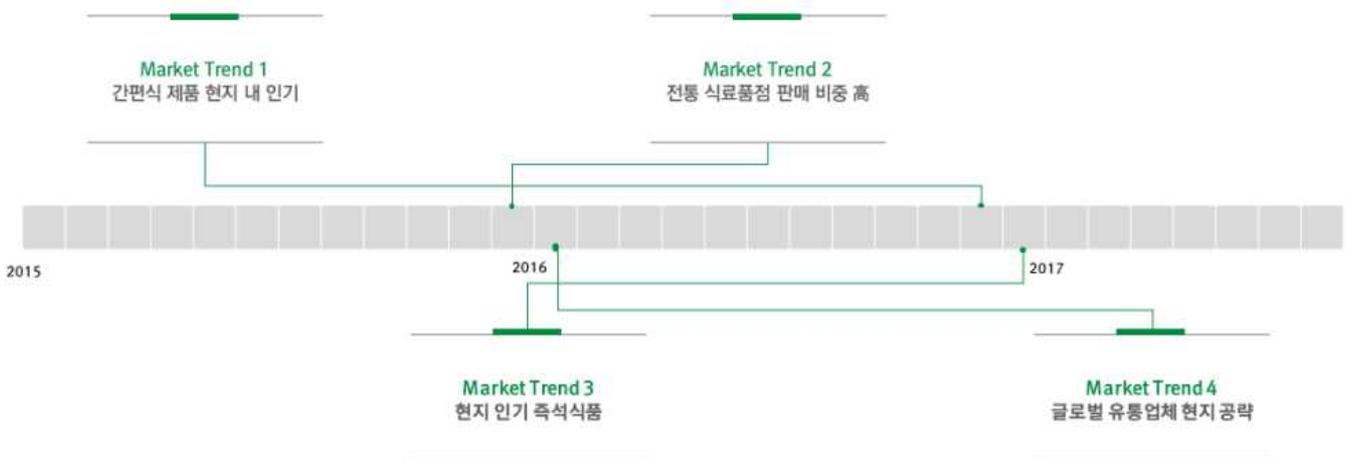
Market Trend 04. 글로벌 유통업체 현지 공략

시장 트렌드 OVERVIEW

빅데이터 분석 개요

조사목적	베트남 시리얼 시장 최신 트렌드 분석
수집 기간	2015.01.01. ~ 2017.09.01
수집 방법	토픽 모델링을 통한 이슈 선정. 이슈 시계열 분석
수집 채널	베트남 식품정보원
입력 키워드	Cereal, ngũ cốc
도출 기사	총 126건

트렌드 타임라인



Market Trend 01. 간편식 제품 현지 내 인기

- 베트남은 외식문화가 발달하여 길거리에서 판매되는 음식으로 통해 쉽고 저렴하게 끼니를 해결할 수 있음. 특히 베트남 현지 내 도시화 비율이 증가함에 따라 사무실이나 공장 근로자가 늘면서 시간 제약이 커진 베트남 소비자들은 간편식의 단가가 높더라도 구매를 하는 경향이 높음
- 캐나다 농림부에 따르면 베트남 간편식 시장규모는 지속적으로 증가할 것으로 예측됨

Market Trend 02. 전통 식료품점 판매 비중 高

- 글로벌 시장조사 기관인 Nielsen에 의하면 베트남 현지 유통채널 내 슈퍼마켓, 편의점과 같은 현대 식료품 전문점이 계속해서 증가하는 추세이나 기존 유통채널을 선점해온 전통 식료품 전문점이 현지 소매시장의 점유율을 당분간은 계속해서 유지할 것으로 전망됨

Market Trend 03. 현지 인기 즉석식품

- 베트남 현지에서 인기를 끌고 있는 즉석식품은 더운 기후에도 상온 보관이 가능한 토마토소스 미트볼, 생선통조림 등의 가공식품임. 또한 즉석 밥, 인스턴트라면, 시리얼 등의 건조 즉석 가공식품 또한 성장세를 보이고 있음
- 베트남 내 인기 한국산 즉석 가공식품은 김, 인스턴트라면 등이 있으며 특히 김은 가격이 비교적 저렴하고 베트남 소비자들의 입맛에도 잘 맞아 현지 마트에서도 판매되고 있음

Market Trend 04. 글로벌 유통업체 현지 공략

- 베트남은 활발한 외국인 투자와 경제성장이 기대되는 국가로, 식품 유통시장도 급변하고 있음. 이러한 변화에 맞추어 글로벌 유통업체들은 점포 확대에 주력하고 있음
- 또한 베트남에서 재래시장을 대체할 현대적 유통채널로 편의점과 미니마트가 주목받고 있음

베트남, 지속적으로 성장하는 간편식 시장

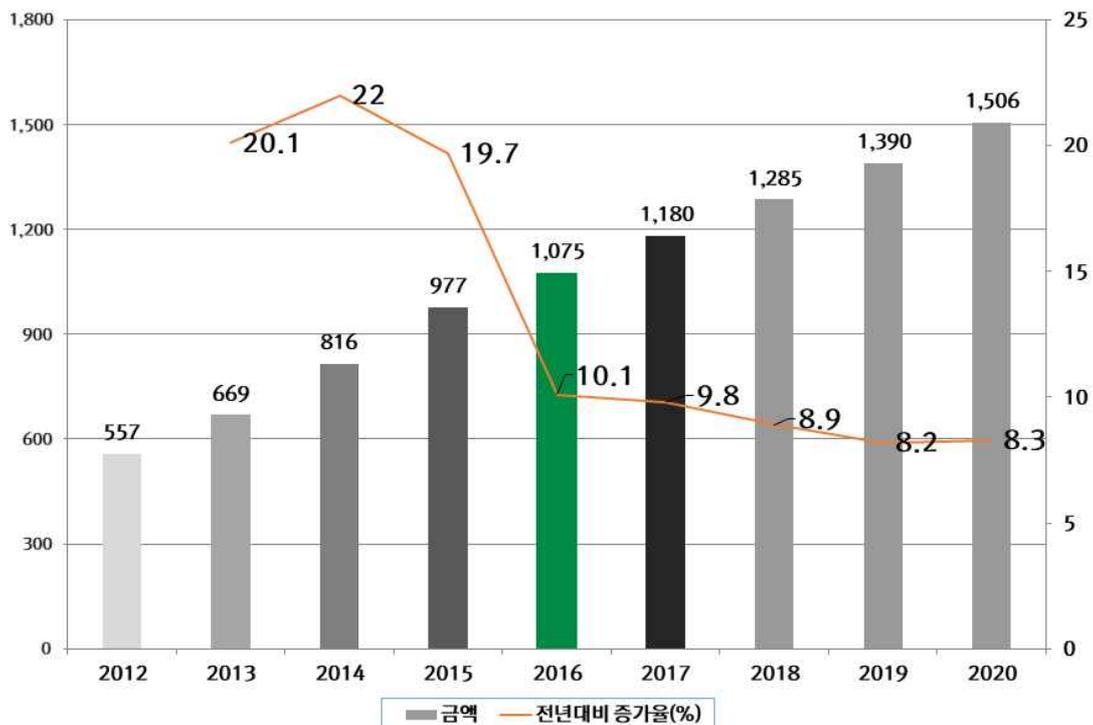
베트남 리서치 회사에 따르면 베트남은 외식문화가 발달하여 길거리에서 판매되는 음식을 통해 쉽고 저렴하게 음식을 구매할 수 있음. 특히 베트남 현지 내 도시화 비율이 증가함에 따라 사무실이나 공장 근로자가 늘면서 시간 제약이 커진 베트남 소비자들은 간편식의 단가가 높더라도 구매를 하는 경향이 있음¹¹.

캐나다 농림부가 발간한 베트남 간편식 시장규모는 2012년 557만 달러에서 2016년 1,075만 달러로 연평균 17.9%의 높은 성장세를 보였으며, 2020년까지 1,505만 7,000달러로 시장규모가 확대될 것으로 예측됨

베트남 현지 내 국내외 500개 이상의 제조사들이 약 1만 개의 즉석식품을 유통하고 있으며 현지 내 간편식은 베트남식 춘권, 인스턴트 죽, 베트남식 찌개, 소시지, 만두, 꽃빵, 라면, 캔류 등임

표 2.1 : 2012 ~ 2020년 베트남 간편식 시장 규모 및 전망¹².

(단위 : 만 달러, %)



출처 : Agriculture and Agri-Food Canada (www.agr.gc.ca)

11. Forbes, 'How Vietnam's Dining Habits Are Changing With International Brands', 2016.10.27

12. Agriculture and Agri-Food Canada, 2016.08

간편식, 주로 전통 식료품 전문점을 통해 판매

글로벌 시장조사 기관인 Nielsen에 의하면 베트남 현지 유통채널 내 슈퍼마켓, 편의점과 같은 현대 식료품 전문점이 계속해서 증가하는 추세이나 기존 유통채널을 선점해온 전통 식료품 전문점을 넘어서기는 어려울 것이라고 밝힘. 칸타월드패널은 2013년부터 2014년까지 편의점의 수가 2배, 슈퍼마켓이 70% 증가하면서 꾸준히 성장하고는 있지만 1,300만 개의 기존 전통 식료품 전문점을 넘어서기에는 여전히 어려울 것이라고 전함¹³.

글로벌 시장조사 칸타의 연구결과에 따르면 전통 식료품 전문점은 여전히 FMCG¹⁴ 시장에서 가장 인기 있는 채널이라고 함. 또한, 지출보다 저축을 선호하는 베트남 소비자들의 성향과 농촌 지역에 거주하는 수요가 많다는 점 때문에 현대적 유통채널이 전통 식료품 전문점의 비중을 넘어서기에는 다소 시간이 걸릴 것으로 전망함¹⁵.

표 2.2 : 베트남 전통 식료품 전문점



출처 : Vietnamnet(vietnamnet.vn)

13. Myhanoi, 'Traditional groceries still financially powerful retail channel' 2017.04.06

14. FMCG : Fast-Moving Consumer Goods의 약자로 식음료, 공산품, 소비용품 등(비내구재)의 일용소비재를 뜻함

15. ANT Consulting Co., 'Fast-moving Consumer Goods Market in Vietnam', 2016.06.09

한국산 김, 인스턴트 라면 현지 내 인기

베트남 현지에서 인기를 끌고 있는 즉석식품은 더운 기후에도 상온 보관이 가능한 토마토소스 미트볼, 생선통조림 등의 가공식품임. 또한 즉석 밥, 인스턴트라면, 시리얼 등의 건조 즉석 가공식품 또한 성장세를 보이고 있음

베트남 내 인기 한국산 즉석 가공식품은 김, 인스턴트라면 등이 있으며 특히 김은 가격이 비교적 저렴하고 베트남 소비자들의 입맛에도 잘 맞아 현지 마트에서도 판매되고 있음

현지인의 입맛에 맞는 식품을 길거리에서 저렴한 가격에 쉽게 구입할 수 있음에도 즉석식품의 판매 수요가 매년 증가하는 이유는 보관의 편리성, 위생의식 제고, 다양한 식품을 시도해보고자 하는 밀레니엄 세대 소비자들의 열린 의식이 있기 때문임¹⁶.

표 2.4 : 베트남 현지 인기 즉석식품



토마토소스 미트볼

생선 통조림

출처 : 각 업체 홈페이지

표 2.5 : 베트남 현지 한국산 인기 즉석 식품



인스턴트 라면

김

출처 : 각 업체 홈페이지

16. Dantri 'Vietnamese products increasingly advance in the Asian market', 2017.07.11

글로벌 유통업체, 현지 식품 시장 공략 中

베트남은 활발한 외국인 투자와 경제성장이 기대되는 국가로, 식품 유통 시장도 급변하고 있음. 이러한 변화에 맞추어 글로벌 유통업체들은 점포 확대에 주력하고 있음

태국계 슈퍼마켓 유통업체인 BIC는 2018년까지 체인점을 67개에서 205개로 늘릴 예정이며 일본계인 이온(AEON)은 현지 유통업체인 파이브마트(Five-Mart)와 시티마트(City Mart)를 인수하여 신규 소매 체인점 47개를 확대함. 한국계 유통업체인 롯데마트(Lotte Mart)도 하노이, 호치민을 넘어서 중·소도시로 매장을 확대할 예정임. 베트남 현지 유통업체들도 외국 유통기업의 확장에 맞서고 있으며 빈그룹(Vin Group)은 편의점 1,000개를 개점할 예정이라고 밝힘

또한 베트남에서 재래시장을 대체할 현대적 유통채널로 편의점과 미니마트가 주목받고 있음. 편의점과 미니마트의 주요 고객층은 10~20대이고, 다양하고 저렴한 상품을 판매한다는 좋은 평가를 받고 있음

호치민과 하노이의 편의점·미니마트 상황은 차이가 있음. 이미 10여 년 전에 편의점이 등장한 호치민 시는 유명 체인점이 많고 고객도 많음. 이에 비해 하노이는 관광객이 몰리는 구시가지와 일부 외국인 거주 지역, 주요 상권에만 편의점과 미니마트가 입점해 있음¹⁷.

표 2.6 : 2017 ~ 2021년 아시아 지역 편의점 성장률 전망

(단위 : %)



출처 : IGD Research, 'Asian convenience market growth forecast by country 2017-2021', (www.igd.com)

17. VietnamNet, 'Thai investors sweep Vietnam retail market', 2016.01.19

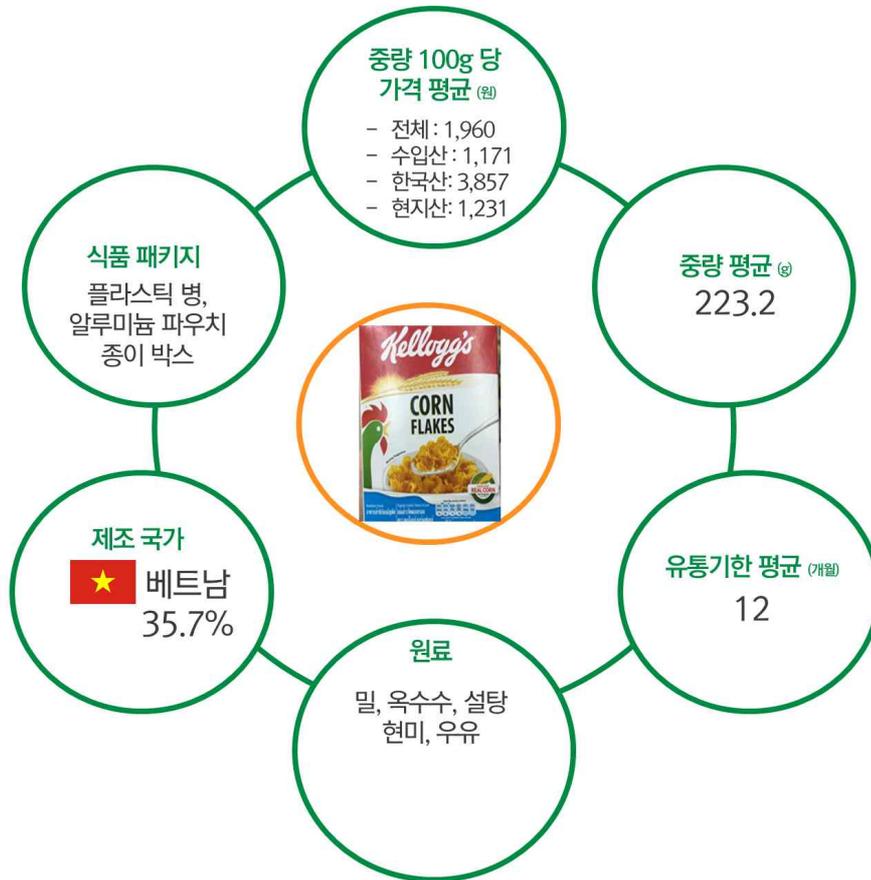


Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

1. 경쟁제품 선정
2. 정량 분석
3. 정성 분석
4. 현지 방문 조사자료

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



※ 중량과 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

	제품명	제조사	제조국가
1	Corn Flakes	Kellogg Company	태국
2	Coco Pop	Kellogg Company	
3	Oho Three Friends	UAB, „Naujasis Nevezis“	리투아니아
4	Milo	Cereal Partners Sdn. Bhn., Malaysia	말레이시아
5	Quick Cook Oatmeal	Federal Oats Mills Sdn.Bhd	
6	Cranberry Cecreal	Agricultural Corporation Neulgreen Co., Ltd	
7	Strawberry Cereal	Agricultural Corporation Neulgreen Co., Ltd	한국
8	Cocoa Cereal	Agricultural Corporation Neulgreen Co., Ltd	
9	Almond Cereal	Agricultural Corporation Neulgreen Co., Ltd	
10	Nesvita Less Sugar	Nestle Vietnam Co., Ltd	베트남
11	Cereal Bird's Nest PiPi	Kim Thien Thuy Co.,Ltd	
12	Cochinchin Nutifood Nutrition Cereal	Nutifood nutrition Food Joint Stock Company	
13	Milk and Oats	Vietngucoc (Xuan AN Nutrition Food Co.,Ltd)	
14	Whole grains	Saigon Co-op and Dai Hung Thinh Co.,Ltd	

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

대형유통매장 Lotte Mart	프리미엄마트 Circle K	대형유통매장 Coop Mart
		
Lotte Mart, Nguyễn Thị Thập, Tân Hưng, Quận 7, Hồ Chí Minh	37 Tạ Quang Bửu, Bách Khoa, Hai Bà Trưng, Hà Nội	Nguyễn Văn Linh, Tân Phong, Quận 7, Hồ Chí Minh

출처 : 현지방문조사(Lotte Mart, Circle K, Coop Mart 2017,08)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 14개 선정¹⁸.

	제품명	제조사	제조국가
1	Corn Flakes	Kellogg Company	태국
2	Coco Pop	Kellogg Company	
3	Oho Three Friends	UAB, "Naujasis Nevezis"	리투아니아
4	Milo	Cereal Partners Sdn. Bhn., Malaysia	말레이시아
5	Quick Cook Oatmeal	Federal Oats Mills Sdn.Bhd	
6	Cranberry Cecreal	Agricultural Corporation Neulgreen Co., Ltd	한국
7	Strawberry Cereal	Agricultural Corporation Neulgreen Co., Ltd	
8	Cocoa Cereal	Agricultural Corporation Neulgreen Co., Ltd	
9	Almond Cereal	Agricultural Corporation Neulgreen Co., Ltd	
10	Nesvita Less Sugar	Nestle Vietnam Co., Ltd	베트남
11	Cereal Bird's Nest PiPi	Kim Thien Thuy Co.,Ltd	
12	Cochinchin Nutifood Nutrition Cereal	Nutifood nutrition Food Joint Stock Company	
13	Milk and Oats	Vietngucoc (Xuan AN Nutrition Food Co.,Ltd)	
14	Whole grains	Saigon Co-op and Dai Hung Thinh Co.,Ltd	

출처 : 현지방문조사(Lotte Mart, Circle K, Coop Mart 2017,08)

분석 지표 설정 - 6개 항목

정량지표		정성지표	
1	중량 (g)	4	포장형태
2	가격 (원)	5	주원료
3	유통기한 (개월)	6	제조국가

18. 시리얼 제품의 HS CODE 1904.20로 '볶지 않은 곡물 플레이크(flake)의 조제 식료품, 볶지 않은 곡물 플레이크(flake)와 볶은 곡물 플레이크(flake)나 팽창된 곡물의 혼합물로 만든 조제 식료품'에 해당되는 모든 품목들이 포함되어 집계된 수치임. 본 현지조사에서는 Lotte Mart, Circle K, Coop Mart 등 현지 대표적인 오프라인 매장을 방문하여 의뢰 제품인 시리얼 유사경쟁제품을 대상으로 조사 진행되었기 때문에 수출입 통계에서 수입액1위를 차지한 국가의 제품은 조사되지 않을 수 있음

2. 정량 분석

베트남 내 유통 중인 시리얼 제품, 100g당 가격 평균 1,960원¹⁹.

베트남 현지 프리미엄마트, 대형마트 방문 결과 베트남 내 판매 중인 시리얼 제품의 100g당 평균 가격은 1,960원으로 확인됨. 한국산 시리얼 제품과 현지산의 가격 차이는 약 3배로 매우 큰 격차를 보임. 한국산 제품의 100g당 평균 가격은 3,857원, 현지산은 1,231원을 기록함

100g당 평균 가격이 가장 비싼 제품은 한국산 Agricultural Corporation neulgreen Co., Ltd의 제품들로 100g당 가격이 3,857원임. 반면 가장 저렴한 제품은 Nutifood nutrition Food Joint Stock Company의 Cochinchin Nutifood Nutrition Cereal제품으로 가장 비싼 제품보다 약 7.4배 저렴한 524원으로 조사됨

현지 마트에서 조사된 14개 경쟁 제품의 중량 평균은 223.2g이며, 유통기한은 평균 12개월임

표 3.1 : 제조 국가별 중량(100g) 당 가격

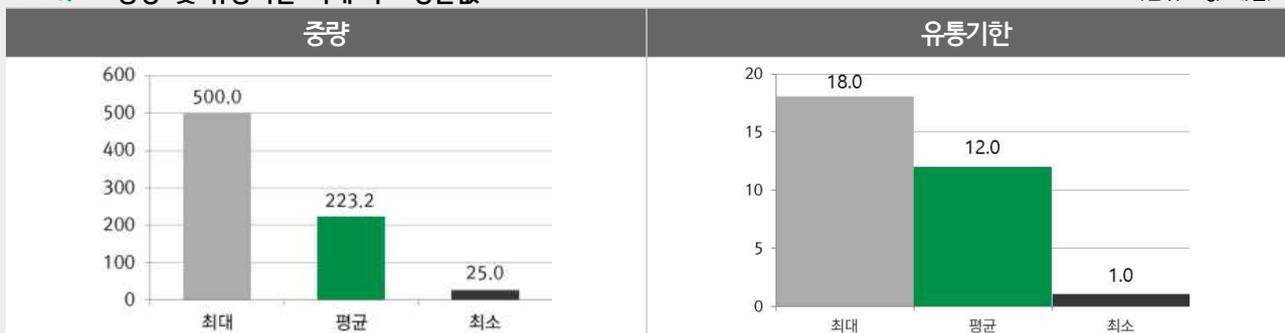
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(Lotte Mart, Circle K, Coop Mart 2017,08), 14개 제품 기준

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값²⁰.

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지방문조사(Lotte Mart, Circle K, Coop Mart 2017,08), 14개 제품 기준

19. 1(VND) = 0.05원(KRW) (KEB하나은행 고시 기준, 2017.09.01.), 경쟁제품 가격 분석을 위해 현지 화폐단위인 'VND'을 한화로 전환하여 제시함

20. 중량과 유통기한의 평균은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

3. 정성 분석

시리얼 제품, 알루미늄 파우치, 종이상자, 플라스틱 병 외장재 사용 중 베트남 내 14개 경쟁제품 중 8개 제품은 알루미늄 파우치를 외장재로 사용하고 있음. 1개 제품은 플라스틱 병, 5개의 제품은 종이박스를 외장재로 사용하고 있음

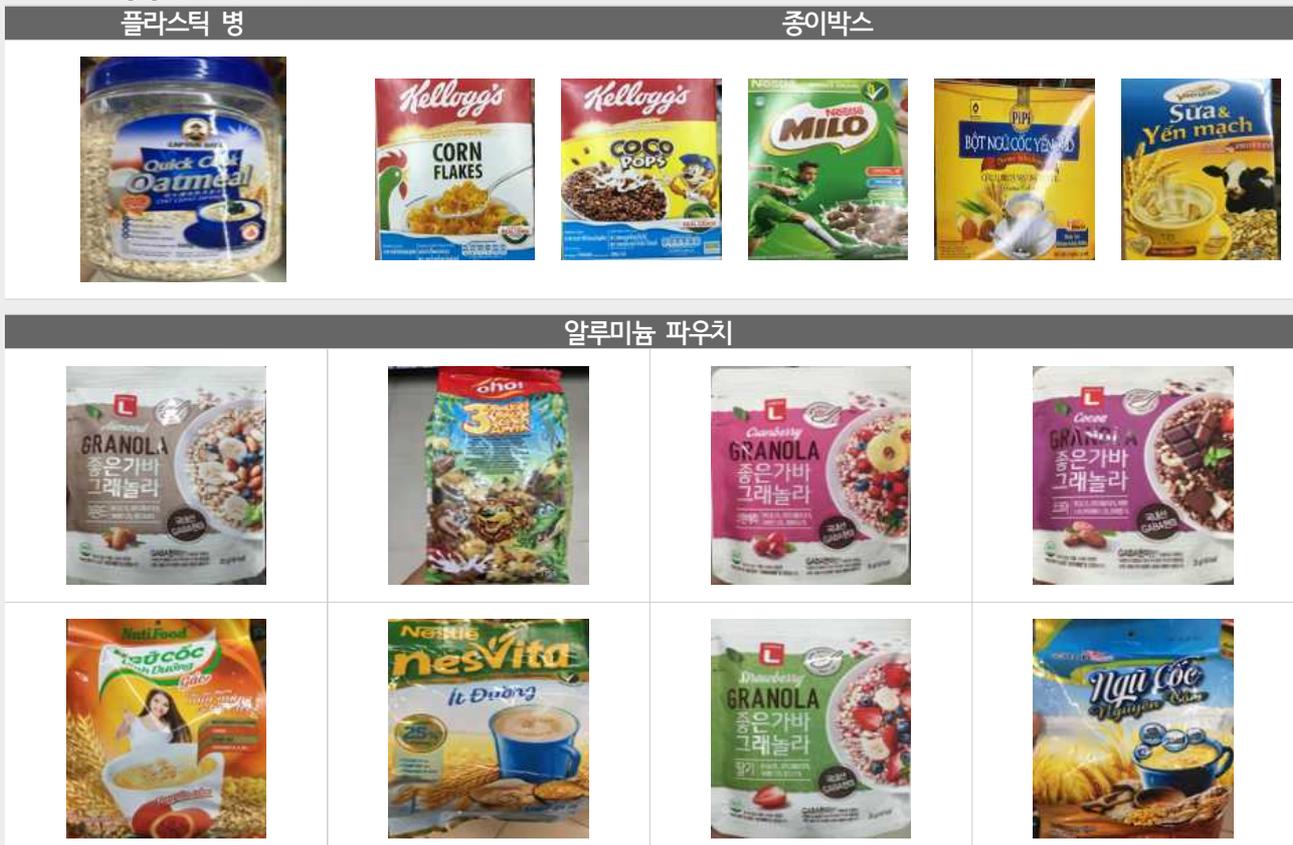
제품 주요 성분

베트남에서 판매되고 있는 4개의 한국산 제품의 주요 성분은 현미임. 나머지 5개 수입산 제품은 주요 성분으로 밀을 포함하고 있음

제조국가

베트남 현지조사결과 한국산 4개, 현지산 5개, 수입산 5개로 확인됨

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류



출처 : 현지방문조사(Lotte Mart, Circle K, Coop Mart 2017,08)

3. 정성 분석

표 3.4 : 경쟁제품 원료 목록

제품명	원료
Corn Flakes	옥수수, 설탕
Coco Pop	쌀, 코코아, 설탕
Oho Three Friends	밀, 옥수수, 보리, 설탕, 코코아, 카라멜
Milo	밀, 보리, 옥수수, 코코아, 초콜릿, 바닐라
Quick Cook Oatmeal	밀
Cranberry Cecreal	크런치 그래놀라, 현미, 크렌베리, 밀, 소금
Strawberry Cereal	현미, 크런치 그래놀라, 현미, 건조딸기, 소금
Cocoa Cereal	현미, 그래놀라, 초콜릿, 소금, 밀, 우유
Almond Cereal	현미, 그래놀라, 치즈파우더, 밀, 우유, 콩
Nesvita Less Sugar	크런치 그래놀라, 밀, 쌀, 보리, 설탕, 소금, 우유
Cereal Bird's Nest PiPi	시리얼, 새둥지, 우유, 소금, 설탕, 바닐라
Cochinchin Nutifood Nutrition Cereal	시리얼
Milk and Oats	귀리, 분유, 설탕
Whole grains	시리얼, 설탕, 우유

출처 : 현지방문조사(Lotte Mart, Circle K, Coop Mart 2017.08), 14개 제품 기준

표 3.5 : 경쟁제품 제조국가

제품명	원산지	제조국가 비중
Corn Flakes	태국	<p> ■ 베트남 ■ 한국 ■ 말레이시아 ■ 태국 ■ 리투아니아 </p>
Coco Pop		
Oho Three Friends	리투아니아	
Milo	말레이시아	
Quick Cook Oatmeal		
Cranberry Cecreal	한국	
Strawberry Cereal		
Cocoa Cereal		
Almond Cereal		
Nesvita Less Sugar	베트남	
Cereal Bird's Nest PiPi		
Cochinchin Nutifood Nutrition Cereal		
Milk and Oats		
Whole grains		

출처 : 현지방문조사(Lotte Mart, Circle K, Coop Mart 2017.08), 14개 제품 기준

4. 현지 방문 조사자료

현지 조사 정보

베트남 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업체 정보를 다음과 같이 제공함. 시리얼의 함유량은 확인이 가능한 제품에 한하여 표기함

분류		제품 01	제품 02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Kellogg Company	Kellogg Company
	제품명	Corn Flakes	Coco Pop
	중량(g)	25	30
	가격(VND)	7,000	9,000
	외장재	종이 박스	종이 박스
	원료	옥수수, 설탕	쌀, 코코아, 설탕
	유통기한(개월)	12	12
	제조국가	태국	태국
취급처	수입사 정보	Huong Thuy Manufacture Service Trading Corporation	Huong Thuy Manufacture Service Trading Corporation
	판매확인 매장	Circle K	Circle K

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 03	제품 04
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	제조사명	UAB,,Naujasis Nevezis"	Cereal Partners Sdn. Bhn.,Malaysia
	제품명	Oho Three Friends	Milo
	중량(g)	175	500
	가격(VND)	33,000	80,000
	외장재	플라스틱 파우치	종이박스
	원료	밀, 옥수수, 보리, 설탕, 코코아, 카라멜	밀, 보리, 옥수수, 코코아, 초콜릿, 바닐라
	유통기한(개월)	1	12
	제조국가	리투아니아	말레이시아
취급처	수입사 정보	Eastimpex Vietnam Co.,Ltd	Nesle Vietnam Co.,Ltd
	판매확인 매장	Circle K	Lotte Mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 05	제품 06
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	제조사명	Federal Oats Mills Sdn.Bhd	Agricultural Corporation neulgreen Co., Ltd
	제품명	Quick Cook Oatmeal	Cranberry Cecreal
	중량(g)	500	35
	가격(VND)	80,000	27,000
	외장재	플라스틱 병	알루미늄 파우치
	원료	밀	크런치 그레놀라, 현미, 크렌베리, 밀, 소금
	유통기한(개월)	18	12
	제조국가	말레이시아	한국
취급처	수입사 정보	Nhat Thang Co., Ltd	Lotte Logistic Vietnam Co.,Ltd
	판매확인 매장	Coop Mart	Lotte Mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 07	제품 08
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	제조사명	Agricultural Corporation neulgreen Co., Ltd	Agricultural Corporation neulgreen Co., Ltd
	제품명	Strawberry Cereal	Cocoa Cereal
	중량(g)	35	35
	가격(VND)	27,000	27,000
	외장재	알루미늄 파우치	알루미늄 파우치
	원료	현미, 클런치 크래놀라, 현미, 건조딸기, 소금	현미, 그레놀라, 초콜릿, 소금, 밀, 우유
	유통기한(개월)	12	12
	제조국가	한국	한국
취급처	수입사 정보	Lotte Logistic Vietnam Co.,Ltd	Lotte Logistic Vietnam Co.,Ltd
	판매확인 매장	Lotte Mart	Lotte Mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 09	제품 10
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Agricultural Corporation neulgreen Co., Ltd	Nestle Vietnam Co., Ltd
	제품명	Almond Cereal	Nesvita less sugar
	중량(g)	35	400
	가격(VND)	27,000	65,000
	외장재	알루미늄 파우치	알루미늄 파우치
	원료	현미, 그래놀라, 치즈파우더, 밀, 우유, 콩	크런치 그래놀라, 밀, 쌀, 보리, 설탕, 소금, 우유
	유통기한(개월)	12	11
	제조국가	한국	베트남
취급처	수입사 정보	Lotte Logistic Vietnam Co.,Ltd	-21.
	판매확인 매장	Lotte Mart	Lotte Mart

21. 현지방문조사결과 수입사 정보 확인 불가함

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 11	제품 12
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Kim Thien Thuy Co.,Ltd	Nutifood nutrition Food Joint Stock Company
	제품명	Cereal Bird's Nest PiPi	Cochinchin Nutifood Nutrition Cereal
	중량(g)	250	500
	가격(VND)	160,000	52,400
	외장재	종이 박스	알루미늄 파우치
	원료	시리얼, 새둥지, 우유, 소금, 설탕, 바닐라	시리얼
	유통기한(개월)	18	12
	제조국가	베트남	베트남
취급처	수입사 정보	-	-
	판매확인 매장	Coop mart	Coop mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 13	제품 14
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	제조사명	Vietngucoc (Xuan AN Nutrition Food Co.,Ltd)	Saigon Co-op and Dai Hung Thinh Co.,Ltd
	제품명	Milk and Oats	Whole grains
	중량(g)	375	400
	가격(VND)	70,900	53,800
	외장재	알루미늄 파우치	종이 박스
	원료	귀리, 분유, 설탕	시리얼, 설탕, 우유
	유통기한(개월)	12	12
	제조국가	베트남	베트남
취급처	수입사 정보	-	-
	판매확인 매장	Coop Mart	Coop Mart



IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW



		Kellogg	Nestle Vietnam Co., Ltd	Agricultural Corporation Neulgreen Co., Ltd
		미국	베트남	한국
기업 개요	설립년도	1906년	1992년	2000년
	본사 소재지	미국 배틀크리크(Battle Creek)	베트남 호치민(Ho Chi Minh)	한국 고령(Goryeong)
	직원 수	3만 7,369명(2017년) ²² .	2,000명(2016년)	9명(2016년)
	매출액	약 130억 달러(2016년) (약 14조 7,030억 원)	약 895억 스위스프랑(2016년) ²³ . (약 100조 9,515억 원)	약 32억 원(2016년)
	취급품목	시리얼, 크래커, 스낵 등	시리얼, 초콜릿, 커피 등	시리얼, 인스턴트 죽 등
제품 정보				
		시리얼	시리얼	그레놀라
판매 전략	홍보전략	<ul style="list-style-type: none"> · SNS를 이용한 홍보 - 일반인을 모델로 한 홍보 영상 업로드 - 식습관 개선 캠페인 실시 	<ul style="list-style-type: none"> · SNS를 통한 브랜드 홍보 - 브랜드 이미지 제고를 위한 동영상 및 글 게시 - 자사 제품 전문 홍보페이지 운영 	<ul style="list-style-type: none"> · 식품 안전 관련 인증 획득²⁴. - VFS 인증 등 식품 안전 인증 획득
	캐치 프레이즈	<ul style="list-style-type: none"> · To enrich and delight the world through foods and brands that matter 	<ul style="list-style-type: none"> · Good Food, Good Life 	<ul style="list-style-type: none"> · Beuty in Rice

22. Forbes의 2017년 World's Biggest Public Companies 게재된 내용 참조

23. Nestle Vietnam 홈페이지 및 Annual Report를 확인 하였으나 베트남 매출액에 대한 정보만 따로 표기하고 있지 않아 전체 그룹사 정보로 대체함

24. 현지 홍보 전략 도출이 어려워 진출 전략으로 대체함

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 온라인 쇼핑물 조사 온라인 쇼핑물 조사

- 키워드 : Cereal(시리얼), bánh cốm(시리얼), Con Flake(플레이크), Granola(그레놀라)
- 온라인 쇼핑물 분석
 - 회사 개인 홈페이지, 혹은 온라인 쇼핑물 분석

방법론 02. 오프라인 매장 조사 오프라인 매장 방문

- 베트남 현지 하이퍼마켓·슈퍼마켓 방문(2017.08)
 - Lotte mart
 - Circle K

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

방법론 01(온라인 쇼핑물 조사)
방법론 02(오프라인 매장 방문 조사)

미국, 한국, 베트남 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

미국	베트남	한국
		
· 온라인 쇼핑물 조사 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 조사 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 조사 <input checked="" type="checkbox"/>
· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>

2. 경쟁사별 현황파악

Kellogg Company 정보

- 대표 전화 : +1-800-962-1413
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 배틀크리크(Battle Creek)

출처 : Kellogg Company
(www.kelloggcompany.com)

미국 기업 분석 : Kellogg Company

당사는 1906년 시리얼 생산 업체로서 설립되었으며, 최초로 영양성분 표시를 하고, 공장을 확대하는 등 공격적인 확장 정책을 펼쳐옴. 전 세계 180여 개국에 판매하고 있으며, 17개국의 공장에서 제품을 생산하고 있음. 1930년부터 아동복지재단을 설립하여 수익의 30%를 투자하여 운영하는 등 사회 공헌 활동에 많은 노력을 기울이고 있음

[기업 개요]

- ① 설립년도 1906년
- ② 직원수 3만 7,396명(2017년)
- ③ 매출액 약 130억 달러(2016년)
- ④ 취급품목 시리얼, 크래커, 스낵 등



출처 : Kellogg Company(www.kelloggcompany.com)

[제품 정보]

은(오프)라인
확인 제품



시리얼



초코 시리얼



시리얼

출처 : Kellogg Company(www.kelloggcompany.com)

[홍보 전략]

온라인 홍보

SNS를 활용한



- Facebook, Instagram, Youtube 등 다양 매체를 통하여 온라인 홍보 활동을 진행하며, 일반인을 모델로 한 홍보물을 업로드 함
- 동남아시아 사람들이 시리얼만 먹지 않는다는 점을 생각하여, 시리얼과 같이 먹을 수 있는 제품들과 같이 홍보하고 있음

캐치프레이즈

"Great Day With Pouring a Bowl of Kellogg's"



- 다양한 맛과 컨셉의 제품군을 보유함으로써, 소비자의 다양한 수요에 대응하고자 함

출처 : Kellogg Company(www.kelloggcompany.com)

2. 경쟁사별 현황 파악

Nestle Vietnam 정보

- 대표 전화 : +84-8-3911-3737
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 호치민(Ho Chi Minh)

출처 : Nestle Vietnam Co., Ltd
(www.nestle.com.vn)

베트남 기업 분석 : Nestle Vietnam Co., Ltd

Nestlé는 식품 및 음료를 주력 상품으로 판매하는 글로벌 식품 회사로서, 2,000여개의 다른 브랜드 제품을 생산하여 191개 국가에 판매하고 있음. 1992년 베트남 진출 이후 공장 증설 및 신규 건설 등 규모를 키워가고 있으며, 2017년까지 현대화된 유통 센터 건립을 목표로 하고 있음. 현재까지 5,000만 명의 어린이가 당사의 후원을 받는 등 사회 공헌 사업에도 투자를 이어감

[기업 개요]

- ① 설립년도 1992년
- ② 직원수 2,000명(2016년)
- ③ 매출액 약 890억 스위스프랑(2016년)
- ④ 취급품목 시리얼, 초콜릿, 커피 등



출처 : Nestle Vietnam Co., Ltd(www.nestle.com.vn)

[제품 정보]

온(오프)라인
확인 제품



초코 시리얼



시리얼



시리얼

출처 : Nestle Vietnam Co., Ltd(www.nestle.com.vn)

[홍보 전략]

온라인 홍보

온라인 플랫폼을 활용한 제품 홍보



- 제품의 소개와 홍보만을 위한 페이지를 개설하여 자사 제품을 이용한 다양한 레시피를 게시하여 소비자의 구매를 유도하고 있음
- Facebook, Youtube를 이용하여 브랜드 인지도 제고를 위한 동영상 게시하고 있음

캐치프레이즈

"Good Food, Good Life"



- 현지 공장 설립을 통해 베트남 내 제품 생산을 강화하고, 영양 관리 부서를 신설하여 소비자 건강에 대한 노력을 기울임
- 투자와 일자리 창출을 통하여 지역 사회에 기여하고 있음

출처 : Nestle Vietnam Co., Ltd(www.nestle.com.vn)

2. 경쟁사별 현황파악

Agricultural Corporation Neulgreen Co., Ltd 정보

- 대표 전화 : +82-54-956-7272
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 고령(Goryeong)

출처 : Neulgreen Co., Ltd
(www.n-green.co.kr)

한국 기업 분석 : Agricultural Corporation Neulgreen Co., Ltd

당사는 현미가공식품의 전문 제조사로서 Ograe라는 브랜드로 제품을 생산·판매하고 있음. 시리얼, 쿠키 등 17여 가지 종류의 제품을 생산하고 있으며, 용기 및 포장의 다양화를 통하여 소비자가 기호에 맞추어 섭취할 수 있도록 제공하고 있음. 일본, 대만, 중국 등 다양한 국가에 수출을 진행하고 있음

[기업 개요]

- ① 설립년도 2000년
- ② 직원수 9명(2016년)
- ③ 매출액 약 32억 원(2016년)
- ④ 취급품목 시리얼, 인스턴트 죽 등



출처 : Agricultural Corporation Neulgreen Co., Ltd(www.n-green.co.kr)

[제품 정보]

온(오프)라인
확인 제품



코코아 그레놀라



딸기 그레놀라



그레놀라

출처 : Agricultural Corporation Neulgreen Co., Ltd(www.n-green.co.kr)

[홍보 전략]

현지 진출 노력

식품 안전 관련 인증 획득



- 베트남 식품안전처인 VFS로부터 제품의 안전성에 대한 인증획득
- 식품안전과 생산에 관한 인증인 HACCP, ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000을 획득하여 품질과 위생에 신경쓰고 있음

캐치프레이즈

"Beuty in Rice"



- 현미뿐만 아니라 흑미 등 다양한 곡물을 사용한 제품을 생산함
- 현미에 대한 지속적인 연구를 통하여 시리얼 등 제품의 제조와 관련된 여러 특허를 보유하고 있음

출처 : Agricultural Corporation Neulgreen Co., Ltd(www.n-green.co.kr)

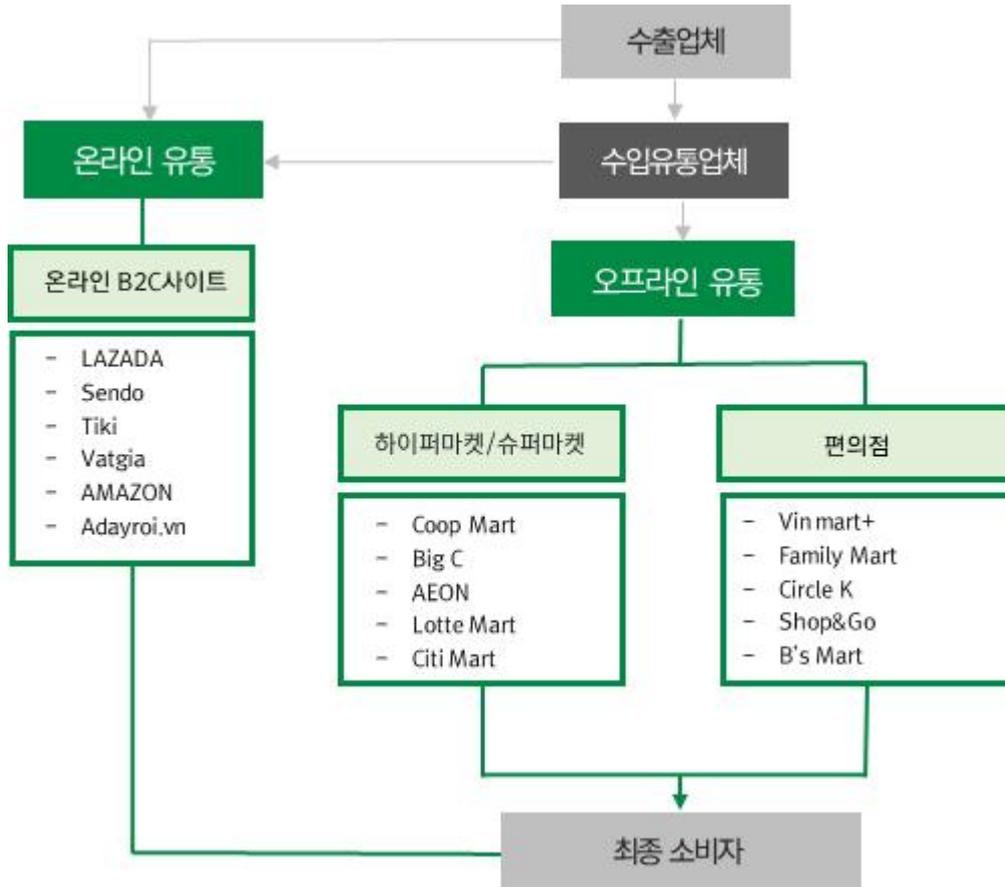
V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

1. 현지 진출 주요 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 현황 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



현지 유통채널별 특징

유통구조	특징
하이퍼마켓&슈퍼마켓	중국의 성장세가 둔화되면서 베트남이 주목을 받고 있어, 글로벌 슈퍼마켓 체인점들이 진출을 도모함. 인근 국가의 슈퍼마켓 체인뿐만 아니라, Lotte Mart와 Aeon 등 우리나라와 일본의 대형 유통매장도 진출을 도모하고 있음
온라인쇼핑몰	2015년, 베트남 1위 인터넷 쇼핑몰인 Lazada에 한국제품 전용코너가 마련된 것을 기점으로, 온라인 쇼핑몰에 한국 제품이 유통되기 시작함
편의점	베트남에서 편의점 시장이 빠르게 증가하고 있음. 성장 요인으로는, 에어컨이 설치되어 있는 쾌적한 시설과 높은 상품의 질, 직원들의 우수한 서비스, 무료 Wi-Fi제공 등이 있음. 하이퍼마켓&슈퍼마켓과 마찬가지로 글로벌 체인업체가 진출중임
한인마트	K market, Hi mart, Sky mart와 같은 한인이 운영하는 소매점. 주로 현지에 거주하는 한인들을 대상으로 한국 식품을 유통함

1. 현지 진출 주요 경로

베트남 식품 유통시장 분석

베트남 산업무역부는 현대식 유통망의 비율이 2015년 25%에서 2020년에는 40 ~ 45%에 이를 것으로 전망함. 아직까지는 현대식 유통망인 대형유통업체들은 호치민과 같은 대도시에만 편중되어 있지만 전국에 중형 슈퍼마켓을 포함한 대형마트는 약 750여개로 파악됨²⁵.

ROUTE #1. 하이퍼마켓·슈퍼마켓

: 늘어나는 외국계 하이퍼마켓·슈퍼마켓의 베트남 진출

2009년 베트남 유통시장이 개방되면서 많은 외국 하이퍼마켓·슈퍼마켓 체인점이 진출함. 한국의 대형 하이퍼마켓·슈퍼마켓인 이마트도 2015년 12월 호치민에 진출함. 한국 식품에 관한 신뢰도가 상승하면서 한국 유통업체인 롯데마트와 이마트를 이용하는 소비자가 증가하고 있음. 따라서 한국 기업들은 유통시장 점유율 확대를 위해 다양한 전략을 세우고 있음. 대표적으로 롯데마트는 2016년 4월, 수도 호치민에 고밥 12호점을 개점함. 셀프 쇼핑 매장 내에는 한국 인기 상품을 별도 구역에 배치하여 한국의 간편 먹거리를 선보이고 있음²⁶.

베트남은 중국이나 다른 국가들보다 FDI(외국인 직접 투자)에 의한 수출 실적이 높음. 따라서 향후 현지 하이퍼마켓·슈퍼마켓뿐만 아니라, 외국 대형 유통채널이 적극적으로 진출할 것으로 사료됨²⁷.

표 5.1 : 하이퍼마켓·슈퍼마켓으로 유통하는 수입사 정보

 <p>하이퍼마켓/슈퍼마켓</p>	1. Lotte Mart	
	홈페이지	lottemart.com.vn
	기업 개요	2007년 롯데쇼핑으로 설립된 후, 2010년 6월, 4,600만 달러를 투자하였으며 Lotte Mart를 Phu Tho 지점에 개장함. 이 후 성공적인 시장 확대 전략을 지속해 나가고 있음
	2. Big C Supercenter	
	홈페이지	www.bigc.vn
	기업 개요	1998년 Đồng Nai지역에 설립된 식료품 전문 수입, 유통, 생산업체임. 베트남 내 35개의 매장을 보유하고 있고 9만 7,346개의 제품을 유통 중임
	3. Hanoi Foodstuff J.S. Co.	
	홈페이지	thucphamhanoi.com.vn
	기업 개요	1957년 설립된 오랜 전통을 지닌 회사임. 무역, 제조, 부동산 3가지가 주요 분야이며, 식료품 관련 전문 제조, 도매, 소매, 수입, 유통업체로 다양한 식료품을 취급함

25. Theseus, 'Analysis of retail market in Vietnam', 2017.05.05

26. 롯데마트 베트남점(lottemart.com.vn)

27. Cimigo, 'Vietnam consumer market trends 2016', 2016.04.14

1. 현지 진출 주요 경로

ROUTE #2. 편의점

: 변화하는 베트남 소비자의 소비 습관과 편의점의 성장

미국 농무부가 발간한 보고서 ‘Vietnam Retail Foods’ 에 따르면 2012년 기준 베트남 내 약 150개였던 편의점의 수는 2015년 1,000개가 넘는 수치를 기록함²⁸. 이는 베트남 소비자들은 소량으로 제품을 빈번하게 구매하는 성향과 대중화된 이동수단인 오토바이를 활용한 주택 근처의 소규모 식료품점의 이용이 반영된 결과로 사료됨. 또한 태국 리서치기업인 IGD의 보고서에 따르면, 최근 베트남 젊은 층 사이에서 편의점을 일종의 문화공간으로 인식되면서 2017년부터 2021년까지 베트남 편의점업계의 연평균 성장률이 37.4%에 이를 것으로 예측함²⁹.

표 5.2 : 편의점으로 유통하는 수입사 정보

 <p>편의점</p>	1. VinCommerce	
	홈페이지	www.adayroi.com/vinmart
	기업 개요	2014년 11월 20일 설립된 식료품 전문 수입유통업체로 설탕, 소금, 통조림, 과자, 사료 등 다양한 가공식품 및 식료품을 전문적으로 유통함. 현지 소매유통업체 MaxiMark, Vinatexmart, Apphanam를 차례로 인수하는 등 유통망 확대를 명실상부한 베트남 최대 미니마트 사업체로 자리매김
	2. ngu coc phuong uyen	
	홈페이지	ngucocphuonguyen.vn
	기업 개요	2015년 설립된 식료품 전문 유통 제조업체로 다양한 종류의 곡물, 시리얼, 스프 분말 등을 전문적으로 유통함. 시리얼 종류를 임산부를 위한 품목, 식욕 부족의 어린이를 위한 품목, 노인을 위한 품목, 다이어트 및 보디빌딩을 위한 품목으로 구분하여 취급하고 있음
	3. Mevabe	
	홈페이지	mevabe1080.com.vn
	기업 개요	2016년 설립된 식료품 및 아기용품 전문 수입유통업체로 다양한 아기용품 및 가공식품을 전문적으로 유통함. 당사는 직접 물품을 온라인을 통하여 판매하기도 하고 편의점에 시리얼을 포함한 다양한 제품들을 유통 중임

28. 미국 농무부, ‘Vietnam Retail Foods’, 2017.03.07

29. IGD research, ‘Vietnam tipped to be Asia’s fastest-growing convenience market’, 2017.04.06

1. 현지 진출 주요 경로

ROUTE #3. 온라인 유통채널

: 베트남 내 온라인 쇼핑몰 이용률 증가, 그리고 전망³⁰.

베트남에서 인터넷 보급이 확산됨에 따라 B2C³¹. 전자상거래 시장 규모가 2015년 기준 40억 달러를 넘어선 것으로 추산되었으며, 5년 후인 2020년에는 그 규모가 100억 달러에 이를 것으로 전망됨. 동남아의 아마존이라고 불리는 LAZADA³²는 베트남 전자상거래 부문에서 36% 시장 점유율을 확보하고 있는데 매월 1억 2,000만 명의 접속자 수와 5,000만 건의 페이지뷰를 기록함. 이러한 추세에 맞추어 베트남의 유명 하이퍼마켓 Vinmart는 최근 온라인 쇼핑몰 Adayroi.vn을 개설하는 등 대형마트를 중심으로 온라인 쇼핑몰 확대가 이어지고 있음

표 5.3 : 온라인 쇼핑몰로 유통하는 수입사 정보

 <p>온라인</p>	1. Sofa Foods	
	홈페이지	sodafoods.com
	기업 개요	한국, 일본, 호주, 미국 등으로부터 제품을 직접 수입하는 로컬업체임. 유통하는 채널로는 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 도매상, 온라인 마켓, 편의점, 레스토랑임
	2. Asia and Europe imported products	
	홈페이지	hangnhapkhauaau.vn
	기업 개요	한 달에 1~2개 박스를 구입하는 로컬 유통업체임. 주로 미니슈퍼, 도매업자, 온라인 마켓, 레스토랑, 편의점에 유통하지만 일반 소비자에게 직접 유통하기도 함
	3. Tony Teo Fruit	
	홈페이지	ctfruits.com/trang-chu.html
	기업 개요	주로 한국에서 직수입하여 도매업자, 슈퍼마켓, 온라인마켓, 소매상에게 유통하는 수입유통업체임

30. Nikkei Asian Review, 'Vietnam e-commerce likely to gross \$10b by 2020', 2016.04.22

31. B2C(Business to Customer) 의 약자임. 전자 상거래의 일종으로 기업과 개인 간의 거래를 뜻함. 일반적으로 소비자들이 구매하는 온라인 쇼핑몰 등이 이에 속함

32. LAZADA(www.lazada.vn)

2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

시리얼 수입·유통업체 대상 인터뷰
진행

(2017년 9월)

Q1. 시리얼의 수요는 어떠한가요?

“베트남 현지에서 시리얼 수요는 높습니다. 시장 트렌드에 따른 마케팅 전략이 뛰어난 좋은 브랜드 제품을 구매하기 때문입니다. 하지만 베트남산 브랜드의 부재와 다른 해외 브랜드 제품이 베트남 시장에 이미 많이 진출하였기에 베트남 시리얼 브랜드의 인지도는 낮은 편입니다. 베트남 사람들은 트렌드에 민감하게 반응하는 경향이 있으며, 시장에 진출할 때 좋은 마케팅 전략을 활용한다면 더 많은 수요가 생길 것으로 판단됩니다.”

시리얼 수입·유통업체
Tony Teo Fruit 점장 Ms. Tu와의 인터뷰 중, 2017.09

“우리는 한국, 호주, 미국, 대만에서 제품을 주로 수입하는 기업으로 베트남에서는 시리얼 제품에 대한 인지도가 매우 높습니다. 베트남 유명 시리얼 브랜드는 전무하며, 대신 한국 제품들이 인기가 있습니다. 이는 한국 시리얼 제품들의 맛과 품질이 우수하다는 인식이 강하기 때문으로 사료됩니다.”

시리얼 수입·유통업체
Shop Phong Lan 점장 Ms. Lan과의 인터뷰 중, 2017.09

“베트남에서 시리얼의 수요는 높지 않습니다. 그 이유는 베트남 시장에서 유통되고 있는 제품이 많아 시장이 포화상태이며, 그 중 유명한 수입산 제품도 많이 있기 때문입니다. 한편, 한국 제품은 가격이 높게 책정되어 있고, 말레이시아 시리얼은 시장에서 흔히 찾아볼 수 있는 등 시리얼의 전반적인 수요가 낮은 편입니다.”

시리얼 유통업체
Asia and Europe imported products 비서 Mr. Minh과의 인터뷰 중, 2017.09

“당사에서는 시리얼의 수요가 높은 편이 아닙니다. 한국, 일본, 호주, 미국 등의 국가에서 유명 브랜드의 시리얼을 수입하여 유통 중이지만 한국 시리얼 제품의 경우, 제품 프로모션 때의 품질과 실제 품질이 상이하기 때문에 해당 제품의 선호도나 수요도가 낮습니다.”

시리얼 수입·유통업체
Sofa Foods 담당자 Mr. Hung과의 인터뷰 중, 2017.09

Q2. 시리얼의 구매요인은 무엇인가요?

“현지 시장에서 시리얼을 구매하는 소비자들은 식품이므로 품질에 관심이 많습니다. 이에 브랜드 인지도 및 품질을 동시에 고려하여 좋은 제품을 구매하려는 성향이 강합니다.”

시리얼 수입·유통업체
Hoang Vu Co.,Ltd 구매부 사원 Mr. Dat과의 인터뷰 중, 2017.09



VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW



		CO.OP MART	Circle K	Lazada
		하이퍼마켓(베트남)	편의점(미국)	인터넷 몰(독일)
유통업체 개요	설립년도	1989년	2008년(진출년도)	2016년(진출년도)
	매장 소재지	베트남 전역	베트남 전역	베트남 전역
	직원 수	1만 5,000명(2015년)	8,147명(2016년)	-33.
	점포 수	80개(2016년)	200개(2017년)	-34.
	취급품목	식품, 의류, 생활용품 등	한국식품, 신선식품 등	서적, 생활용품 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈		<ul style="list-style-type: none"> · 환경 친화 프로모션 시행 - 소비자의 환경 보존과 관련된 수요에 대응하기 위해 환경 친화 브랜드 프로모션 진행 	<ul style="list-style-type: none"> · 매장확대 전략 시행 - 2014년 현지 유통업체 인수 및 2016년 200호점 오픈 	<ul style="list-style-type: none"> · CX기술에 대규모 투자 - 고객과의 접점 강화 배송기간 감축으로 소비 만족도 증가
프로모션 정보		<ul style="list-style-type: none"> · 스탬프 적립 및 상품 제공 이벤트 - 매장 이용 고객에 대해 도장 적립 후, 고급 사은품 제공 	<ul style="list-style-type: none"> · 다양한 할인 이벤트 - 주차 별 행사, 특정 제품 프로모션 - Big xu, Baby club 멤버십 클럽 운영 	<ul style="list-style-type: none"> · 브랜드 강화 활동 - 한국 연예인을 활용한 프로모션 - KOTRA와 협업해 '한국관' 개설

33. Lazada 홈페이지를 통해 확인하였으나 직원수 정보를 확인 할 수 없어 미 기재(검색일:2017-10-27)

34. 인터넷 몰을 운영하는 기업으로 오프라인 점포를 보유하고 있지 않음

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



CO.OP MART

CO.OP MART는 1989년 설립되어 호치민시의 유통을 담당하였던 Saigon Co-op에 의해 1996년 시작되었음. Saigon Co-op는 1992년부터 1997년 사이 외국자본의 유입과 베트남 경제 성장 상황에서 합자회사를 설립하여 국·내외의 경영 능력을 증대하였음. 이를 바탕으로 CO.OP MART를 설립하고 주력 사업으로 집중함. 현재 80여 매장을 베트남 전역에서 운영하고 있음

표 6.1 : CO.OP MART 매장 정보

기업 정보	컨셉	고객이 이익 증대와 슈퍼마켓 브랜드의 성공을 위해 노력함	
	대표 주소	HCMC Union of Trade Unions. Saigon Co.op, Headquarter at 199-205 Nguyen Thai Hoc, Pham Ngu Lao Ward, District 1, Ho Chi Minh City	
	대표 전화	+84-8-38-360-143	
주요 판매품목		식품, 의류, 생활용품 등	
매장전경			
매장 이슈		<p>환경 친화 프로모션 시행</p> <p>CO.OP MART는 소비자들이 환경 보존에 대한 욕구를 가지고 있으며, 이와 관련된 상품을 소비하고 싶어 한다고 판단함. 이에 따라 친환경 제품에 대한 프로모션을 진행함. 해당 프로그램은 200여개의 관련 제품을 구매한 고객에게 할인 쿠폰을 제공하거나 많은 금액의 할인을 제공하는 내용임. 당사는 이 프로모션이 친환경 관련 제품 산업에 도움을 줄 것으로 전망함</p>	
프로모션 전략		<p>스탬프 적립 및 상품 제공 이벤트</p> <p>매장 이용 고객에게 도장을 적립토록 하여, 추후 도장이 적립된 개수를 바탕으로 고가의 사은품을 제공하는 이벤트를 진행함. CO.OP MART 멤버십 카드 소지자는 20만 동을 소비할 때 마다 스탬프를 적립 받게 되고 이를 바탕으로 사은품을 제공함. 동 행사는 CO.OP MART 뿐만 아니라, 자사 유통브랜드인 CO.OP Xtra, Co.op Food에서도 적용됨</p>	
제품 판매현황			

출처 : CO.OP MART(www.co-opmart.com), 현지방문조사(CO.OP MART, 2017.08)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Circle K

Circle K는 1951년 미국 텍사스에서 설립된 국제적인 편의점 스토어로, 2008년 베트남에 진출해 1호점을 개점하였음. 당시 베트남 시장에 참여한 최초의 외국계 편의점으로서 “4F(Fresh/Friendly/Fast/Full)” 를 모토로 삼아 성공을 거둠. 2016년 11월 호치민에 200호점을 오픈했고, 2017년 말 500개의 점포 개설을 목표로 삼음. 일반적인 식품만이 아닌 요금 납부, ATM, 푸드 픽업 서비스 등 다양한 편의 제공을 통해 소비자들에게 인기를 끌고 있음

표 6.2 : Zion Market 매장 정보

기업 정보	컨셉	신선하고 안전하며 저렴한 가격의 식품 및 생활용품 제공	
	대표 주소	62 Nguyễn Khoái, phường 2, Quận 4, Hồ Chí Minh, Vietnam	
	대표 전화	+84-8-3940-8345	
주요 판매품목		식음료, 기타 생활용품 등	
매장전경			
매장 이슈		<p>매장 확대 전략 시행</p> <p>베트남 내 유통 시장은 매장 수 확대, 외국 업체들의 진출 등으로 점차 경쟁적인 상황으로 나아가고 있음. Circle K는 2014년 말 유통체인 인수, 2016년 말 200호점 오픈 등 시장 상황에 맞춘 지속적인 매장 확대 전략을 펼쳐옴. 이런 전략적 기조에 따라 2019년까지 유통 체인 매장을 300여개 추가 출점할 예정임</p>	
프로모션 전략		<p>멤버십 카드 및 클럽 혜택으로 고객 확보</p> <p>주차별 할인 행사 및 특정 제품의 프로모션에 대한 내용을 오프라인 및 온라인을 통하여 홍보 하고 있음. 해당 제품은 주로 식료품을 위주로 구성되어 있음. 또한, Big Xu Card 멤버십 카드 및 Baby Club 멤버십 클럽을 운영함. 이를 통해 소비자들은 매장 사용 시 할인쿠폰, 특별 할인가 등의 혜택을 제공 받게 됨</p>	
제품 판매현황			

출처 : Circle-k (www.circle-k.vn), 현지방문조사(Circle-k, 2017.08)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Lazada

Lazada는 동남아 최대 온라인 유통 플랫폼으로 싱가포르, 인도네시아, 태국, 필리핀, 베트남 등 동남아 6개국에 진출해있음. 2016년 기준으로 베트남의 현지 온라인 매장 매출의 50%를 차지하고 있으며, 점유율은 점점 증가하는 추세임. 베트남의 국민 메신저인 “Zalo” 와의 협업을 통한 고객과의 소통개선, Razada Express의 설립 및 현지 유통사와의 협업을 통한 빠르고 안전한 배달 서비스를 제공해 다양한 소비자들의 요구를 충족시키고 있음

표 6.3 : Hannam chain 매장 정보

기업 정보	컨셉	Effortless shopping to everyone
	대표 주소	Hẻm 7 Đặng Đức Thuật, Tam Hòa, Tp. Biên Hòa, Đồng Nai, Vietnam
	대표 전화	+84-1900-1007
주요 판매품목		식품, 가전제품, 서적, 생활용품 등
매장전경		 
매장 이슈		<p>CX(Customer Experience) 기술에 대규모 투자</p> <p>라자다 베트남은 “Lajada’s Goal in 2017”에 CX 기술에 대한 대규모 투자를 목표로 선정함. CX 기술이란, 고객과 서비스 제공자간의 상호작용을 통해 발생하는 경험을 지칭함. 라자다 베트남은 고객과 판매자의 커뮤니케이션 채널 개선, 고객들로 하여금 구매 제품에 대한 피드백 독려 및 유통업체 제휴를 통한 배송 시간 단축 서비스를 제공해 고객들의 쇼핑 경험 만족도를 최대로 이끌기 위해 대규모 투자를 계획함</p>
프로모션 전략		<p>한류 이미지를 통한 브랜드 인지도 강화</p> <p>KOTRA와 협업으로 유망 한국 제품을 별도의 섹션으로 모아 홍보하는 ‘한국상품관’을 운영하며 브랜드 인지도를 높이는 전략을 선보임. 또한 한류스타를 이용한 홍보 전략과 함께 할인 쿠폰 발행 등으로 가격에 민감하고 ‘코리안 메이드’제품에 관심이 많은 소비자들을 빠르게 끌어들이고 있음</p>
제품 판매현황		 

출처 : Lazada(lazada.vn)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 베트남 주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓 현황

Big C		
취급품목	식료품, 생활용품, 주류 등	
홈페이지	www.bigc.vn	
매장 정보	프랑스 카지노그룹 소유이던 대형 유통업체 Big C가 태국 센트럴기업으로 합병 되면서 2017년 1분기 약 8,000억 원의 매출을 기록. 베트남과 태국은 가깝기 때문에 물류비, 생산비에서 다른 경쟁자들을 압도함	
Target		
취급품목	식품 및 음주류, 생활용품	
홈페이지	www.vinmart.com	
매장 정보	VinMart는 VinGroup의 유통 자회사로 설립되었으며, 인구 밀집 지역을 중심으로 편의점 및 슈퍼마켓을 운영함. 제품의 원산지, 품질 등의 관리를 위하여 국내·외의 파트너사와 협력을 하고 있으며, 매장 내에서 금융 서비스 등 다양한 소비자의 요구를 맞추기 위해 노력하고 있음	

출처 : Big C(www.bigc.vn), VinMart (www.vinmart.com)

표 6.5 : 미국 주요 백화점 현황

Vissan		
취급품목	신선육, 채소, 기타 생활용품 등	
홈페이지	www.vissan.com.vn	
매장개요	Vissan은 1970년에 설립되었으며, 주로 대도시를 중심으로 신선육, 채소, 기타 생활 용품들을 판매하는 편의점을 운영함. 현지인들의 고기 섭취가 늘어나면서, 현지 편의점 업계로는 최초로 호주 소고기를 수입 하였음	
Seven Eleven		
취급품목	식료품, 음료, 기타 생활용품 등	
홈페이지	www.7-eleven.com	
매장개요	일본계 유통 대기업인 세븐일레븐은 금년 6월 베트남에 진출했음. 2016년 말 기준, 전 세계 국가 내 6만 1,500개의 매점을 보유하고 있으며 베트남 현지 기업 세븐 시스템과의 합작 경영을 통해 운영됨. 막강한 자금력과 운영 경험으로 전국 1,000개의 매장을 가진 빈마트의 가장 강력한 경쟁사가 될 것으로 예상됨	

출처 : Vissan(www.vissan.com.vn), Seven Eleven(www.7-eleven.com)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.6 : 베트남 주요 온라인 몰 현황

Hotdeal		
취급품목	식품, 의류, 전자제품 등	
홈페이지	www.hotdeal.vn	
매장개요	Hotdeal은 베트남 현지 온라인 쇼핑몰이며 이커머스 대형 업체 MeKongcom가 소유하고 있음. Hotdeal은 의류, 식 음료, 여행, 전자제품, 교육에 이르기 까지 다양한 상품을 저렴한 가격으로 제공하고 있으며, 2015년 9월 90만 명의 PC방문자를 기록함	
Tiki		
취급품목	서적, 가전제품, 기념품, 가구 등	
홈페이지	www.tiki.vn	
매장개요	2010년 호치민에 설립된 Tiki는 주로 서적, 가전제품, 기념품, 의류 등을 제공하는 온라인 쇼핑몰임. 2016년 5월 이커머스 대형업체 VNG 그룹이 사들이면서 CX(Customer Experience)기술에 대규모 투자를 하고 있으며, 이를 통해 소비자와의 빠른 피드백, 배송시간 감소 등의 긍정적인 효과가 기대됨	

출처 : Hotdeal(www.hotdeal.vn), Tiki(www.tiki.vn)

Ⅶ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역절차 OVERVIEW

※ 관세율 정보 OVERVIEW

1. 통관 및 검역 절차
2. 관세율 정보
3. FTA 정보
4. 통관 및 검역 유의사항

※ 베트남은 시리얼 품목에 관해 통관거부사례가 확인되지 않아 해당 정보는 제외함

통관 및 검역절차 OVERVIEW

베트남 통관 검역 절차도



출처 : 한국조세재정연구원 '신흥교역국의 통관환경 연구, 베트남', 2015.12

통관절차별 유의사항

통관절차	유의사항
수입신고 (전자, 서면신고 공통)	<ul style="list-style-type: none"> - 수출입 물품의 정확한 품목 분류를 직접 확인, 편법적인 품목분류를 금함 - 수입신고서는 신고일로부터 15일만 효력이 유지되며 국경 관문에 도착한 날로부터 30일 이내로 신고해야 함 - 베트남의 전자 통관시스템은 아직 미미하다는 것을 참고해야 함
세관 서류 심사 및 통관 검사	<ul style="list-style-type: none"> - 수입업자의 세관신고서와 수입품 서류, 수입품에 대한 실질검사 시행 - 물품의 위험도를 기준으로 Green, Yellow, Red stream 3가지 채널로 분류하여 진행 - 그린채널 제품군은 세관 서류 심사 및 물품 검사 면제하고 있음
관세납부	<ul style="list-style-type: none"> - 납부 품목에 따라 특별소비세를 납부하기도 하며, 납부 시기는 관세 당국이 지정한 반출 전·후 납부대상에 따라 다름
물품반출 및 환급	<ul style="list-style-type: none"> - 환급대상 세금은 수출관세, 수입관세, 부가가치세로 관세는 관세청에 부가가치세는 세무국에 신청해야함

출처 : 한국조세재정연구원 '신흥교역국의 통관환경 연구, 베트남', 2015.12

관세율 정보 OVERVIEW

베트남 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율	
		기본세율	한-베트남FTA
1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품 [예: 콘 플레이크(corn flake)]과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물(옥수수는 제외한다)과 그 밖의 가공한 곡물(고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)	-	-
1904.20	볶지 않은 곡물 플레이크(flake)의 조제 식료품·볶지 않은 곡물 플레이크(flake)와 볶은 곡물 플레이크(flake)나 팽창된 곡물의 혼합물로 만든 조제 식료품	-	-
1904.20.90	-기타	35%	0%

한-베트남 FTA 협정세율 정보

베트남에서 HS CODE 1904.20.90의 경우
한-베트남 FTA 협정세율 **0%**가 부과됨

TIP_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '한국 관세법령정보포털 3.0'을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국무역협회 '통합무역정보 서비스 TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 베트남의 경우 베트남 관세청 사이트의 관세율 조회 서비스를 통해 조회가 가능함

분류	사이트명	URL
관세율	한국 관세법령정보포털3.0	unipass.customs.go.kr
	TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
	베트남 관세청	www.customs.gov.vn

보다 더 정확한 품목별 HS CODE 및 관세율 정보 취득을 위해서는 한국무역협회 '트레이드 콜센터' 혹은 'FTA콜센터'의 관세사 상담 서비스를 이용하거나, 전문 관세 사무소를 통해 상담을 받으실 수 있음

분류	사이트명	전화번호
관세율	트레이드 콜센터	☎ 1566-5114
	FTA 콜센터	☎ 1380

1. 통관 및 검역 절차

해외통관 애로사항 문의처

관세청 해외통관지원센터
: 042-472-2197

주베트남한국대사관(관세관)
: +84-4-3831-5110~6

베트남 통관
: +84-4-3944-0833

베트남 산업무역부
: +84-4-2220-2222

베트남 식품위생안전국(VFA)
: +84-4-3846-4489

Step 01. 신고 전 통관정보 확인

통관 절차 내 수입 신고는 서면신고, 전자신고 등으로 구성됨. 신고 자격을 갖춘 회사는 해관에 등록된 통관 전문회사, 통관 대행회사로 자체적으로 통관 업무를 수행하는 회사임

Step 02. 수입신고

전자신고(E-customs)를 통한 신고 수리의 경우 일련번호를 부여하고 세 가지 단위로 분류하여 전자서류 심사, 또는 물품 검사를 진행함

입항지에 수입 물품이 도착하는 시점을 기준으로, 상업적 계약에 의한 수입 여부, 재수출 용도의 수입인지 여부, 수출 물품 제조용 원재료의 수입 여부 등에 대해 수입 관련 증빙서류를 세관에 제출하여 신고해야 함

신고 시 첨부해야 하는 필요서류로는 수입신고서, 수입계약서, 상업송장, 포장명세서, 수입허가서, 원산지증명서 등이 있음³⁵.

Step 03. 세관 서류심사 및 물품 검사

물품의 위험도를 기준으로 Green 채널, Yellow 채널, Red 채널 세 가지로 분류하여 진행함. Green 채널은 서류 심사 및 물품 검사를 면제하며, Yellow 채널은 전산, 또는 서면 서류 심사가 진행됨. 마지막으로 Red 채널은 서면 서류 심사 및 물품 검사가 진행됨³⁶. 일반 통관의 경우 10% 샘플 검사를 실시하고 있으나, 통관 절차 위반, 혹은 관세법 위반 전력이 있는 수입자의 경우 전수조사를 시행함³⁷.

35. 제87/2012/ND-CP, 제196/2012/TT-BTC, 제5559/TCHQ-CNTT 법령을 근거로 하였음

36. 한국조세재정연구원, '신흥교역국의 통관환경 연구 베트남', 2015.12

37. 한국환경산업기술원, 「환경기업을 위한 베트남 세무 및 수출입실무 가이드북」, 2013

1. 통관 및 검역 절차

Step 04. 관세 납부

관세 및 부가가치세를 납부하며 품목에 따라 특별소비세를 부과함. 관세 납부 시기는 관세 당국에서 제시한 기준에 따라 반출 전과 반출 후로 납부 대상을 기준으로 나뉨

반출 전 납부 대상은 물품이 정부 지정 소비재인 경우, 설립연도가 1년이 되지 않은 기업, 1회 이상 범법 처벌 이력이 있거나 납부 유예기간 중 범법 처벌 이력이 있는 업체로 지정함

Step 06. 물품 반출

수입신고 시 필수 서류가 모두 제출되고, 관세 및 내국세가 적절하게 지불되어 수입물품의 통관이 완료된 경우에 최종적으로 화물 반출이 가능함

표 7.1 : 베트남 검역 검사대상 13개 품목

베트남 검역 검사대상 품목		
고기/어류의 조제품	곡물/곡분/전분/우유조제품, 베이커리 제품	식품포장재
동물성/식물성 유지	커피, 차, 후추	기능성식품, 건강보호상품
우유 및 각종 유제품	야채, 과일로 만든 조제품	식품 첨가물
설탕 및 각종 설탕과자	조미료	
카카오, 카카오 성분을 포함한 각종 조제품	음료, 알코올음료, 식초	

표 7.2 : 해외통관 애로사항 문의처

기관	연락처
관세청 해외통관지원센터	042-472-2197
주베트남한국대사관(관세관)	+84-4-3831-5110~6
코트라 하노이 무역관	+84-4-3946-0511~8
코트라 호찌민 무역관	+84-8-3822-3944/3950
한국무역협회 호찌민지부	+84-8-3822-4976~8
aT한국농수산식품유통공사 하노이지사	+84-4-6282-2987
베트남 관세청	+84-4-3944-0833

2. 관세율 정보

HS CODE 1904.20.90, 한·베트남 FTA 협정세율이 0% 적용

HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’ 을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’ 를 검색하거나 관세청 ‘한국 관세법령정보포털 3.0’ 을 활용하는 법 등이 있음

참여기업의 ‘시리얼(뮤즐리)’ 제품은 베트남에서 HS CODE 1904(곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품)로 분류되며, 하위코드인 HS CODE 1904.20.90에 속하는 것으로 분석됨

베트남에서 하위코드인 HS CODE 1904.20.90에 부과하는 기본 세율은 35% 이지만 한국 제품에 대해서는 한·베트남 FTA 협정 관세율이 적용되어 최종적으로 무관세가 적용됨

표 7.3 : 베트남 HS CODE 분류 및 관세율 정보

국가	HS CODE	품명	관세율	
			기본세율	한·베트남FTA
한국	1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품[예: 콘 플레이크(corn flake)]과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물(옥수수는 제외한다)과 그 밖의 가공한 곡물(고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)		
	1904.20	볶지 않은 곡물 플레이크(flake)의 조제 식료품·볶지 않은 곡물 플레이크(flake)와 볶은 곡물 플레이크(flake)나 팽창된 곡물의 혼합물로 만든 조제 식료품		
	1904.20.9000	-기타		-
베트남	1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품[예: 콘 플레이크(corn flake)]과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물(옥수수는 제외한다)과 그 밖의 가공한 곡물(고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)		
	1904.20	볶지 않은 곡물 플레이크(flake)의 조제 식료품·볶지 않은 곡물 플레이크(flake)와 볶은 곡물 플레이크(flake)나 팽창된 곡물의 혼합물로 만든 조제 식료품		
	1904.20.90	-기타	35%	0%

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)

3. FTA 정보

한·베트남 FTA 2015년 12월 20일 발효

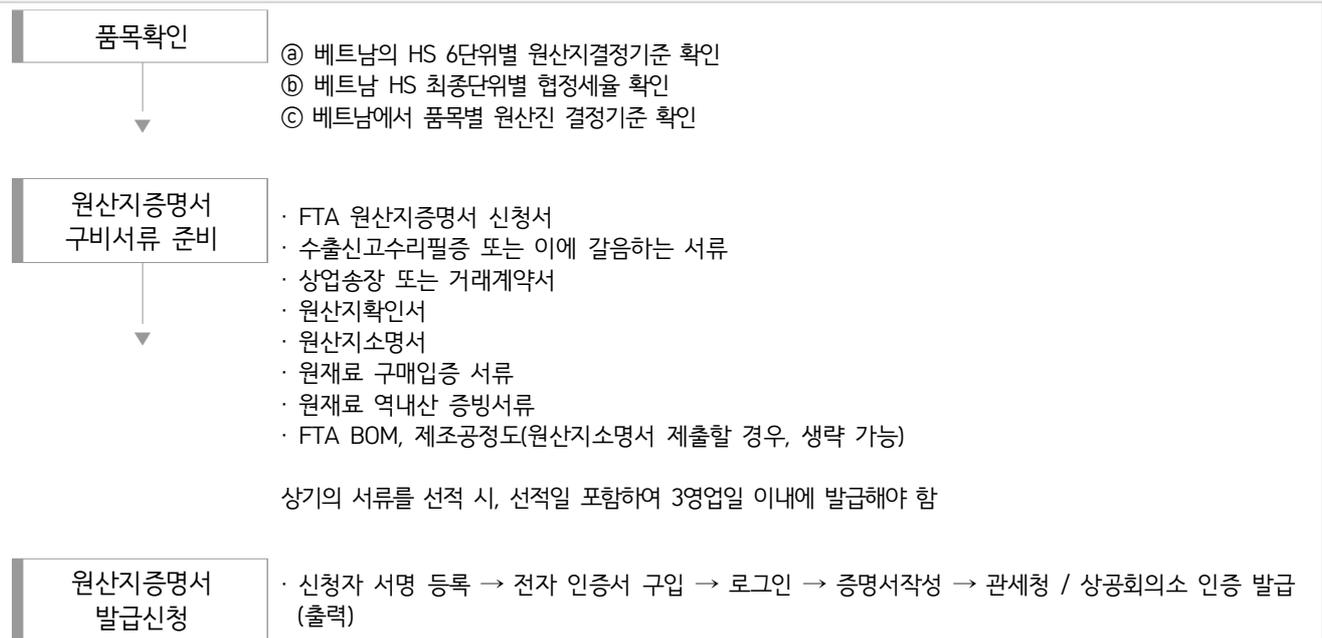
한국과 베트남은 2012년 9월 양자 간 FTA 협상을 개시한 후 9차례 공식 협상을 벌인 끝에 2014년 12월 타결에 성공하였으며 한·베트남 FTA는 2015년 12월 20일 발효됨. 관세 양허 유형은 세부 분류에 따라 상이하하며 협정 발효일을 시작으로 짧게는 10단계, 길게는 20단계에 걸쳐 매년 균등 철폐가 이루어짐.

FTA 세율 적용을 위해서는 원산지 증명서 발급 필요

베트남에서 FTA세율을 적용받기 위해서는 한·아세안 FTA와 한·베트남 FTA 원산지제도를 통해 받을 수 있음. 수입 관세당국이 요청하는 혹은 베트남 수입업체의 요청에 따른 원산지증명서를 준비가 필요함

수출국 세관이 간접적으로 원산지증명서 검증을 진행하며, 6개월 내에 검증 결과를 받아볼 수 있음. 사후 검증에 소요되는 기간은 10개월 이지만 해당 증명서 발급 시, 보관이 5년 이상으로 장기적으로 통용이 가능함. 한·베트남 FTA의 경우, 한국에서는 원산지증명서를 관세청과 대한상공회의소에서 발급함³⁸.

표 7.4 : 한·베트남 FTA 원산지 증명서 발급 절차 및 서류



출처 : 대한상공회의소(cert.korcham.net)

38. 대한상공회의소에서 일반 원산지증명서를 발급받고자 할 시 회원 등록 유무에 따라 발생하는 수수료가 상이함. 회원일 경우 무료로 진행되는 반면 비회원일 경우 7,000원이라는 증명발급 수수료가 부가됨. 이외 관세양허 및 FTA 원산지증명서를 발급받고자 할 시에도 최대 7,000원의 수수료가 발생됨. 대한상공회의소에서 발급하는 증명서의 종류로는 서명등록, 원산지증명, 상업송장 등 기타 무역증서, 까르네가 있음. 까르네의 경우 원산지 증명과 달리 지급해야하는 수수료가 고가를 형성하고 있음

4. 통관 및 검역 유의사항

FTA 관세혜택, 상공회의소 증명서 발급 시 적용 가능

한·아세안 FTA 내용에 따르면 우리나라의 세관과 상공회의소에서 모두 원산지증명서 발급이 가능함. FTA 체결 국가들로 하여금 이를 인정하도록 권고하고 있지만 베트남 국가는 본국 상공회의소에서만 원산지 증명서를 발급하고 있다는 이유로 우리나라 관세청의 원산지 증명서를 인정하지 않는 경향이 있음. 만일의 경우를 대비하여 관세청이 아닌 상공회의소를 통하여 원산지 증명서를 발급하길 추천하는 바임

세관별로 상이한 베트남 통관 기준

베트남은 세관별로 통관기준이 상이함. 따라서 시비의 소지를 차단하고 불이익을 미연에 방지하기 위해 사전에 통관 업무 절차를 숙지하거나 베트남 통관대행 업체를 통해 문제 발생 가능성을 차단하는 것이 중요함

목적에 따라 관세 납부 유예 가능

통상적으로는 수입 물품을 보세구역에서 반출하기 전에 세금을 납부하지만, 수입 목적 등에 따라 면세 또는 환급 제도 이용이 가능함. 수출 재화 생산을 위해 수입하는 원자재에 대해서는 세금 납부를 일정 기간 유예 또는 환급을 적용받을 수 있음

VIII. 인증 정보

※ 인증 정보 OVERVIEW

1. 인증 취득정보
2. 제출서류
3. 전문가 인터뷰

인증 정보 OVERVIEW

필수서류 : 자유판매증명서

서류 설명	해당 식품이 제조국에서 자유롭게 판매되는 데 이상이 없음을 증명하는 인증으로, 베트남 보건부 식품관리청에 수입 식품 등록 시 필요한 서류임
발행 기관	식품의약품안전처 각 지방청(수출업체가 속한 지역의 지방청)
신청 방법	식약처 온라인 신청(www.mfds.go.kr), 혹은 관할 지방청 방문 신청
성격	필수 서류
제출 서류	<ul style="list-style-type: none">- 수출필증(수출면장)- 식품 등의 제조·가공업 영업허가(신고서) 사본 1부- 수출제품품목제조보고서 사본 1부(다만, 기구, 용기, 포장에 대해서는 검사성적서)- 검사성적서(분석증명서를 발급 받는 경우에 한함) 원본(영문) 1부
비용	무료
소요 기간	약 3일
증명서 언어	영문
문의처	식품의약품안전처(1577-1255, www.mfds.go.kr)

출처 : 식품의약품안전처(www.mfds.go.kr)

인증 정보 OVERVIEW

권장인증 : HACCP

인증 설명	식품안전관리인증기준으로 식품을 만드는 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요인들이 발생할 수 있는 여건을 차단하여 소비자들이 안전하고 깨끗한 제품을 공급하기 위한 시스템적 규정임	
발행기관	한국식품안전관리인증원	
성격	선택 인증	
비용	20만 원	
유효기간	발급일로부터 3년	
갱신기간	3년 유효기간 내에 재심사 신청	
특징	HACCP 인증 취득 시 이점 1. 식품 안전성 향상 2. 식품 안전성 지속 3. 제품 경쟁력 확보 4. 국제 인증 규격	

출처 : 한국식품안전관리인증원(www.haccpkorea.or.kr)

권장인증 : ISO 22000

인증 설명	식품공급사슬 내의 모든 이해관계자가 적용할 수 있는 국제규격 ISO 22000은 ISO 9001 품질경영시스템을 바탕으로 HACCP의 7원칙과 12절차를 모두 포함하고 있음	
발행기관	한국표준협회(KSA, Korean Standard Association)	
성격	선택 인증	
제출서류	인증심사 신청서(홈페이지를 통해 다운로드 가능)	
비용	기본 심사 수수료 약 106만 원	
갱신기간	3년 (이후 3년 단위로 갱신해야함)	
발급절차	문의신청 → 예비심사 → 문서 심사 → 현장 심사 인증심의 → 인증서 발행 등록 → 사후관리 심사	
유의사항	ISO 22000은 국제 표준의 식품 안전 경영 시스템 요구사항으로서 유통의 중간 식품 공급망을 관리하여 규정하고 있음. 식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 식품 첨가제, 원료 등의 상호 관계가 있는 기업들을 비롯해 모든 기업에 적용되는 국제 표준으로 식품과 관련된 모든 기업에 적용이 가능함	

출처 : 한국표준협회(www.ksa.or.kr)

1. 인증 취득정보

필수서류 : 자유판매증명서 발급

베트남에 시리얼 제품을 수출하기 위해서는 자유판매증명서를 필수로 준비해야 함. 자유판매증명서는 베트남 보건부(www.moh.gov.vn)의 식품관리청에 수입 식품등록 시 필요한 서류임. 수입 식품 품목 각각에 대한 자유판매증명서가 필요하며 수출업자가 속한 수출국의 공인 기관에서 발급받은 후, 수입국의 대사관 인증을 받아야 함

한국의 경우 식품의약품안전처에서 영문 자유판매증명서를 발급하고 있음. 발급 비용은 발생하지 않으며 온라인 신청 혹은 방문 신청 후 발급까지 3일 정도가 소요됨. 구비 서류로는 수출필증(수출면장), 식품 등의 제조가공업 영업허가(신고서 사본, 수출제품 품목제조보고서 사본, 검사성적서 원본(영문) 등이 있음. 자유판매증명서의 모든 발급 절차는 수출업체가 속한 식약처 지방청에서 이루어짐

한국에서 발급받은 자유판매증명서는 베트남 대사관 인증을 거쳐 베트남 수입식품 등록 시 제출할 수 있음. 베트남 대사관 인증이란, 한국에서 발급된 서류를 외교통상부 및 베트남 대사관에서 공식적으로 확인해주는 절차임. 베트남 대사관 인증 시 국가에서 지정한 변호사 번역 공증이 필요함

대사관 인증 비용은 평균 10만 원 ~ 15만 원이며, 소요 기간은 3일 ~ 10일임. 구비 서류로는 수출필증, 영업허가서, 수출제품품목제조보고서, 검사성적서 등이 있음. 대사관 인증은 외교통상부 발급대행기관 아포스티유(www.apostiu.com)를 통해 진행할 수 있음

1. 인증 취득정보

HACCP 인증 발급기관

기관명 : 한국식품관리인증원
 주소 : 대전광역시 중구 보문로246
 대림빌딩 15,16층 한국식품관리인증원
 대표 전화번호 : +82-1599-1102
 관련부서 : 식품 인증부서 관할

권장인증 : HACCP 인증

베트남 인증센터(QUACERT)에 따르면, 베트남 HACCP은 국제 HACCP 기준안을 마련한 국제식품규격위원회(CODEX)의 지침을 기반으로 만들어져 반드시 베트남 HACCP을 취득할 필요는 없으며, 각국에서 취득 가능한 HACCP을 인정한다고 밝힘. 베트남 인증센터(QUACERT)는 한국농촌경제연구원에서 2012년 발간한 ‘중소식품업체를 위한 해외 HACCP 제도 운영실태’ 를 참고할 것을 추천함

표 8.1 : 베트남 HACCP인증 발급절차 및 모니터링 활동

STEP 01. HACCP 인증 신청서 제출
- 인증 원칙, 조건, 인증 절차를 신청업체에게 제공함
STEP 02. HACCP 인증서 등록
- 상기 정보를 검토한 신청업체는 ‘인증등록’을 베트남 인증센터(QUACERT)에 제출함
STEP 03. 평가 준비 및 평가
- 베트남 인증센터(QUACERT)에서 평가단을 구성하여 신청업체에 방문
- HACCP 관리계획에 대한 유효성 평가를 진행 / HACCP 관리계획의 실행성을 검증
STEP 04. HACCP 인증 발급
- 베트남 인증센터(QUACERT) 현장조사 결과를 바탕으로 적합, 부적합 통보 및 인증서 발급
- 모니터링 활동은 1년에 1회 수행되며, 지속적인 HACCP규율 준수여부에 대해 재평가 진행함

출처 : 베트남 인증센터(www.quacert.gov.vn)

권장인증 : ISO 22000

ISO 22000은 식품안전경영시스템에 대한 국제적인 인증 제도임. 전 세계 14개 국가가 ISO 산하 기술분과위원회에 참여하여 국제적으로 인지도된 식품 안전에 대한 경영시스템을 작업 중에 있으며, 기술분과위원회에는 국제식품규격위원회, 국제식품안전협회 유럽식품산업협회 등의 조직이 참여하고 있음

ISO 22000은 국제 표준의 식품 안전 경영 시스템 요구사항으로서 유통의 중간 식품 공급망을 관리하여 규정하고 있음. 식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 식품 첨가제, 원료 등의 상호 관계가 있는 기업들을 비롯해 모든 기업에 적용되는 국제 표준으로 식품과 관련된 모든 기업에 적용이 가능함

표 8.2 : ISO 22000 인증 획득 절차

STEP 01.	STEP 04.
- 문의 및 신청 진행	- 인증 심의 등록
STEP 02.	STEP 05.
- 인증 계약	- 사후관리심사 진행
STEP 03.	STEP 06.
- 문서 및 현장 심사 진행	갱신 심사(3년 주기로 진행)

출처 : 한국표준협회(www.ksa.or.kr)

2. 제출 서류

자유판매증명서 (CFS : Certificate of Free Sales)

해당 제품이 제조국내에서 자유롭게 판매되는 제품임을 증명하는 증명서임. 수입국에서 해당 제품의 수입허가 또는 등록 시 요구함. 식품, 건강식품 및 의약품 관련 제품은 식약청에서 발급받을 수 있음



#11 JayuPyeohwa-Ro, Busanjin-Gu, Busan, 614-720, Republic Of Korea, Tel : 82-51-602-6112,
Fax : 82-51-602-6245

Serial No. : KFDA FID-

CERTIFICATE OF FREE SALES

TO WHOM IT MAY CONCERN:

DD, MM, YYYY.

KFDA certifies that the following products are freely sold without any restriction under the Food Sanitation Act of the Republic of Korea.

Name and address of production establishment :

Country of destination :

Remarks :

Sincerely Yours,

Director of Customer Support Division
Busan Regional Food & Drug Administration
Republic of Korea

Q1.베트남의 통관절차는 어떠한가요?

“베트남으로 시리얼 제품을 통관하려면 일반적인 통관절차를 거쳐야합니다. 보통 순차적으로 제품이 베트남에 도착하면 현지 수입업체에게 통관을 진행하기 위한 양식(Report form)이 도착합니다. 이때 만약 수입업체가 물류회사와 함께 일하는 경우 물류회사가 수입업체 대신 모든 책임이 이전되어 통관절차를 리드합니다. 즉, 수입 또는 물류업체에서 공식적·합법적으로 제품을 수취하기 위해 필요한 모든 서류를 준비하여 제출하고 제품 유형에 따라 세금을 납부해야합니다. 항공 운송으로 오는 경우 약 4 ~ 5일, 해상 운송인 경우 약 10 ~ 20일이 소요됩니다.”

베트남 통관대행업체
Công ty Tiến Khoa Logistics 사원과의 인터뷰 中, 2017.09

Q2. 베트남에 시리얼을 수출할 때 필요한 인 증은 무엇인가요?

“베트남으로 시리얼 수출 시 필수 구비서류에는 수입업체의 사업자등록증(Business license), 베트남 제품 승인서, 제품 관련 서류가 있습니다. 제품 관련 서류는 한국의 식품관련 정부 부서에서 샘플을 실험한 결과를 가리키며 이는 베트남 제품 승인서를 받는데 토대가 됩니다. 또한 베트남 수입업체의 사업자등록증을 제출해야 정식으로 베트남에서 제품을 수입·유통할 수 있습니다.”

베트남 통관대행업체
Công ty Tiến Khoa Logistics 사원과의 인터뷰 中, 2017.09

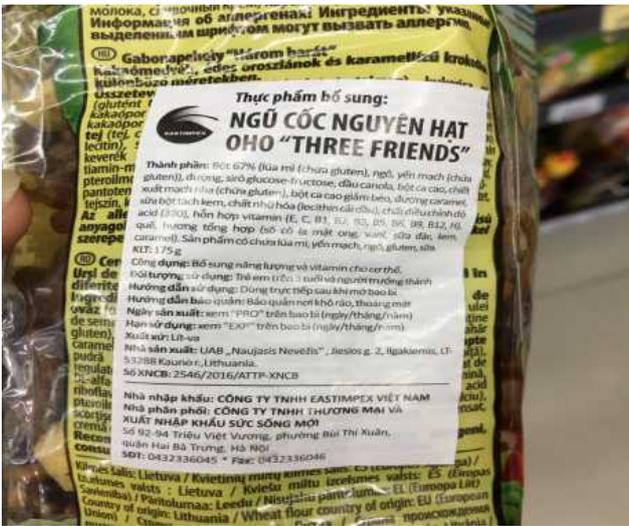
IX. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

베트남 시리얼 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 구성성분 및 성분량
- 순중량
- 원산지
- 제조자, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소
- 생산일, 유통기한
- 식품안전경고
- 식용방법
- 보관방법

출처 : 현지조사(Circle K, 2017.08)

출처 : 베트남 과학기술부(www.most.gov.vn)

베트남 시리얼 라벨링 상세 표기사항

항목	설명
표기 언어	베트남어
글자 크기	외국어를 병기할 경우 베트남어로 기재되는 문자 크기보다 작아야 함
제품명 또는 설명	- 식품의 일반 명칭으로 실제 제품이 무엇인지 알 수 있어야 함 - 제품명은 대문자로 표기하며 다른 문자보다 3배 이상 크게 표시하여야 함
구성 성분 및 성분량	- 구성 성분을 강조하는 문구가 제품 명칭의 일부로서 사용될 경우 해당 성분의 함유량을 기재할 필요가 있음 - 가급적이면 각 재료의 함유량을 표시하고 함유량이 많은 성분부터 순차적으로 기록하여야 함
순중량	고체 성분은 순 중량, 액체 제품은 순 중량이 아닌 체적을 기재함
원산지	모든 제품 라벨의 기본 항목이며 필수적으로 기재하여야 함
제조자, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	각각 성명, 또는 명칭 및 주소를 기재하여야 함
생산일, 유통기한	건강식품, 건강기능식품, 미생물 오염이 우려되는 식품 등은 반드시 생산일 및 유통기한을 기재하여야 함
식품안전경고	식품 섭취 시 유의사항을 기재하여야 함
식용방법	식품의 섭취 방법을 기재하여야 함
보관방법	식품의 보관 방법을 기재하여야 함
표시 위치	잘 보이는 위치에 붙여야 하며, 포장지가 없을 경우 충분한 내용을 기재하여 표면에 부착함

출처 : 베트남 과학기술부(www.most.gov.vn)

1. 라벨 표기사항

베트남어로 제작된 라벨 필수

라벨 용어는 반드시 베트남어로 기재해야 하고, 필수 표시사항인 아래의 항목 모두를 의무적으로 표기해야 함. 필요에 따라 외국어 병기가 가능하지만, 베트남어보다 글자 크기가 작아야 됨

스티커 부착 가능

스티커 라벨 부착이 허용되며, 이 경우 반드시 베트남어로 된 정보를 필수적으로 포함해야 함. 스티커는 기존 포장에 인쇄된 라벨 위, 또는 상품 위에 부착되어야 함. 또한 라벨에 기재된 내용은 오해의 소지 없이 명확해야 함

표 9.1 : 시리얼 제품 라벨 표기사항

<ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 제품의 원산지 · 순중량 · 생산일 및 유통기한 	<ul style="list-style-type: none"> · 수입 판매회사의 사명, 회사 주소 혹은 유통자, 대리인의 성명, 주소 · 구성 성분 및 성분량 · 식품안전경고 · 식용 방법 · 보관 방법
---	---

출처 : 베트남 과학기술부(www.most.gov.vn)

표 9.2 : 베트남 시리얼 제품 라벨 표기사항 상세

항목	설명	
1	표기 언어	베트남어
2	글자 크기	외국어를 병기할 경우 베트남어로 기재되는 문자 크기보다 작아야 함
3	제품명 또는 설명	-식품의 일반 명칭으로 실제 제품이 무엇인지 알 수 있어야 함 -제품명은 대문자로 표기하며 다른 문자보다 3배 이상 크게 표시하여야 함
4	구성 성분 및 성분량	구성 성분을 강조하는 문구가 제품 명칭의 일부로서 사용될 경우 해당 성분의 함유량을 기재할 필요가 있으며, 가급적이면 각 재료의 함유량을 표시하고 함유량이 많은 성분부터 순차적으로 기록하여야 함
5	순중량	고체 제품은 순 중량, 액체 제품은 순 중량이 아닌 체적을 기재함
6	제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	각각 성명, 또는 명칭 및 주소를 기재하여야 함
7	원산지	모든 제품 라벨의 기본 항목이며 필수적으로 기재하여야 함
8	생산일, 유통기한	건강식품, 건강기능식품, 미생물 오염이 우려되는 식품 등은 반드시 생산일 및 유통기한을 기재하여야 함. 상품의 분류에 따라 유통기한(hạn sử dụng), 기한까지 유효(sử dụng đến ngày), 또는 기한 전까지 사용(sử dụng tốt nhất trước ngày)과 같은 문구와 함께 기록되어야 함
9	식품안전경고	식품 섭취 시 유의사항을 기재하여야 함
10	식용 방법	식품의 섭취 방법을 기재하여야 함
11	보관 방법	식품의 보관 방법을 기재하여야 함
12	표시 위치	잘 보이는 위치에 붙여야 하며, 포장지가 존재하지 않을 경우 충분한 내용을 기재하여 표면에 부착함

출처 : 베트남 과학기술부(www.most.gov.vn)

2. 라벨링 예시

라벨링 예시(옆면)

The image shows a side view of a MILO product label. The label is white with green and black text. It includes the MILO logo at the top, followed by the product name in Vietnamese and English. Below this, there are several sections of text, each highlighted by a green box with an arrow pointing to it. The sections are: 1) Product Name (1) 제품명, 2) Ingredients (2) 구성성분, 3) Net Weight (3) 중량, 4) Production Date and Shelf Life (4) 생산일 및 유통기한, 5) Storage Method (5) 보관방법, 6) Usage Instructions (6) 사용지침, 7) Food Safety Warning (7) 식품안전경고, 8) Origin (8) 원산지, and 9) Importer Information (9) 수입자 정보. The text on the label is in Vietnamese and English, providing detailed information about the product.

라벨링 예시(뒷면)

The image shows the back of a Nestlé product label. The label is green and white. It features the Nestlé logo at the top. Below the logo, there is a section for the manufacturing date and expiration date, highlighted by a green box and arrow. The text in this section is: MFG DATE/ TARIKH DIKLANGKAN (DD-MM-YYYY): MFG : 30 05 2017, BB : 30 05 2018, and 71506641AC. The text is in English and Vietnamese.

출처 : 현지방문조사(Circle K, 2017.08)

X. 위생 요건 정보

※ 위생 요건 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정

위생 요건 OVERVIEW

● 품목별 위생요건 조사 항목



식품 품목	
농·임산물	<input type="checkbox"/>
수산물	<input type="checkbox"/>
축산물	<input type="checkbox"/>
가공식품	<input checked="" type="checkbox"/>
유아식품	<input type="checkbox"/>
건강기능식품	<input type="checkbox"/>
음주류	<input type="checkbox"/>
식자재	<input type="checkbox"/>

조사가능항목	
농약잔류물	<input type="checkbox"/>
식품첨가물	<input checked="" type="checkbox"/>
중금속	<input type="checkbox"/>
전염병	<input type="checkbox"/>
병해충	<input type="checkbox"/>
병원성균	<input type="checkbox"/>
영양성분	<input type="checkbox"/>
치료제 및 항생제	<input type="checkbox"/>

● 시리얼 수출 시 주의해야할 첨가물

물질명	최대한도(mg/kg)
Riboflavin	300
Sunset yellow FCF	300
Carmines	200
Allura red AC	300
Brilliant blue FCF	200
Caramel group III	50,000
Caramel group IV	2,500
Carotenoid	200
Natural carotene	400
Parika oleoresin	GMP
iron oxides	75
Tocopherol	GMP
Propyl galat	200
Butyl hydroxy anisole	200
Butyl hydroxy toluene	100
Phosphate	2,200
Glycin	GMP
Acesulfame potassium	1,200
Aspartame	1,000
Saccharin	100
Sucralose	1,000
Glycyrrhizin	GMP
Steviol glycosid	350

출처 : 베트남 식품첨가물 규정_부록(09-2015-TT-BYT)

1. 식품첨가물 규정

베트남 식품 첨가물표시 및 식용향료 등 관련규정 제정

베트남 보건부에서는 식품 첨가물을 식품 또는 식품의 주성분으로 볼 수는 없으며 영양소적 가치는 거의 없지만 식품에 제한적으로 포함되는 인체에 무해한 성분이라고 정의하고 있음

식품 첨가물은 식품의 품질, 형태, 향취, 염기성이나 산성을 유지하기 위해 사용되며 식품의 생산, 가공, 포장, 운송 및 보관에 대한 기술적 요건을 만족하기 위해 사용되는 것을 의미함. 독성 미세균류, 중금속, 식물방부제, 동물약품 등의 오염물질은 식품첨가물로 보지 않음. 식품첨가물은 베트남 보건부의 식품첨가물순도기준을 준수해야 하며 식품첨가물에 대한 FAO/WHO 합동 전문 위원회 (JECFA : The Joint FAO/WHO Expert Committee on Food Additives)가 정한 식품첨가물 목록에 등재되었으나 베트남 보건부가 승인하지 않은 식품첨가물의 경우에는 제조자가 등록 절차를 거쳐야 함. 베트남에서의 식품 첨가물 제조자는 등록 신청서류에서 해당 식품 첨가물의 명칭 및 제한 사용량을 명시해야 하며 해당 내용은 관련된 보건당국의 승인을 받아야 함

베트남 보건부의 식품 첨가물목록에서는 기술적 기능 및 세부 분류에 따라 23개 식품첨가물 군을 정하고 있음. 원산지나 식품 표시가 명확하지 않은 식품첨가물이나 용기가 파손된 식품첨가물은 사용할 수 없으며 보건부가 승인한 목록에 포함되지 않은 식품첨가물도 사용할 수 없음. 식품첨가물과 식품가공 보조제는 하기 표의 조건을 충족시켜야 함

표 10.1 : 식품 첨가물 사용규제 (식품안전법 제 17조)

베트남 식품 첨가물 사용 규제
1. 기술적 기준(QCVN 4-18, 4-19, 4-20, 4-21, 4-22, 4-23:2011/BYT 등)을 충족하고 법률 규정에 따를 것
2. 식품 라벨 또는 첨부 자료에 베트남어 또는 제조지역의 언어로 적정사용방법을 명기하고 있을 것
3. 식품의 제조 · 운영에 관한 보건부 장관의 사용인가를 받은 식품 첨가물, 식품가공보조제 리스트에 기재되어 있을 것
4. 유통에 앞서 당국에 규제에 따르고 있다는 취지의 등록을 할 것 (등록절차는 식품 안전법의 세칙을 정하고 있는 시행령 36/2012/ND-CP호 제 2장에 정해져 있음)

출처 : 베트남보건부 (www.moh.gov.vn)

1. 식품첨가물 규정

베트남 식품첨가물 표시 규정

베트남 보건복지부(MOH, Ministry of Health)에 따르면 식품첨가물이란 식품에 제한적으로 포함되는 부수적인 성분이며, 인체에 무해한 성분이라 정의됨

보건부의 승인을 받지 않은 식품첨가물, 원산지나 식품표기가 명확하지 않은 식품첨가물, 용기 외형이 파손된 식품 첨가물은 사용이 금지되며 이를 어길 시 위법 처분을 받게 됨

시리얼 식품첨가물 규정 정보

시리얼에 적용되는 식품첨가물로는 리보플라민, 카르민, 카로테노이드 등이 있으며 주요 정보는 표 10.2에서 확인이 가능함

표 10.2 : 베트남 시리얼 식품 첨가물 기준치

물질명	최대한도(mg/kg)
Riboflavin	300
Sunset yellow FCF	300
Carmin	200
Allua red AC	300
Brilliant blue FCF	200
Caramel group III	50,000
Caramel group IV	2,500
Carotenoid	200
Natural carotene	400
Parika oleoresin	GMP
iron oxides	75
Tocopherol	GMP
Propyl galat	200
Butyl hydroxy anisole	200
Butyl hydroxy toluene	100
Phosphate	2,200
Glycin	GMP
Acesulfame potassium	1,200
Aspartame	1,000
Saccharin	100
Sucralose	1,000
Glycyrrhizin	GMP
Steviol glycosid	350

출처 : 베트남 식품첨가물 규정_부록(09-2015-TT-BYT)

1. 식품첨가물 규정

현지조사 통해 시리얼 식품첨가물 확인

현지 방문조사 결과 조사된 경쟁제품 9개 중 3개의 제품에 식품첨가물이 함유되어 있었음. 식품첨가물은 리보플라민, 티아민, 니아신, 바닐린, 토코페롤 등이며 태국과 말레이시아 제품에서 확인됨. 모든 제품에 밀, 보리와 같은 곡물류가 포함되어 있으며 포도당, 무기질, 비타민 성분 등이 다수 함유되어 있음

표 10.3 : 시리얼 경쟁제품 첨가물 정보(예시)

유형	제품명	업체명	국가	첨가물
	Corn flakes	Kellogg Company	태국	옥수수, 설탕, 비타민, 엽산, 철분, 아연, 리보플라민, 티아민, 니아신
	Coco pop	Kellogg Company	태국	쌀, 코코아, 설탕, 비타민, 칼슘, 엽산, 철분, 아연, 리보플라민, 티아민, 니아신
	Oho Three Friends	UAB,,Naujasis Nevezis"	리투아니아	밀, 옥수수, 보리, 설탕, 포도당-과당 시럽, 카놀라유, 코코아, 카라멜, 비타민

출처 : 현지방문조사(Circle K, Lotte Mart, 2017.08)

1. 식품첨가물 규정

표 10.4 : 시리얼 경쟁제품 첨가물 정보(예시)

유형	제품명	업체명	국가	첨가물
	Milo	Cereal Partners Sdn. Bhn., Malaysia	말레이시아	밀, 보리, 옥수수, 코코아, 초콜렛, 바닐라, 무기질, 비타민, 유화제, 천연 향료, 인조 향료(바닐린), 토크페롤, 리보플라민, 니아신, 판토텐산
	Cranberry Cereal	Agricultural Corporation neulgreen Co., Ltd	한국	현미, Crunch granola , 정제되지 않은 설탕, 크랜베리, 프락토올리고당, 밀, 글루텐, 소금
	Strawberry Cereal	Agricultural Corporation neulgreen Co., Ltd	한국	현미, Crunch granola, 정제되지 않은 설탕, 말린 딸기, 소금, 프락토올리고당, 밀
	Cocoa Cereal	Agricultural Corporation neulgreen Co., Ltd	한국	현미, crunch granola, 정제되지 않은 설탕, 초코칩, 코코아, 소금, 밀, 대두

출처 : 현지방문조사(Circle K, Lotte Mart, 2017.08)

1. 식품첨가물 규정

표 10.5 : 시리얼 경쟁제품 첨가물 정보(예시)

유형	제품명	업체명	국가	첨가물
	Almond Cereal	Agricultural Corporation neulgreen Co., Ltd	한국	현미, crunch granola, 정제되지 않은 설탕, 아몬드 가루, 치즈 가루, 바나나 분말, 밀, 대두
	Nesvita	Nestle Vietnam Co., Ltd	베트남	Crunch granola, 통 밀가루, 쌀, 보리, 설탕, 소금, 무기질, 칼슘, 비타민

출처 : 현지방문조사(Circle K, Lotte Mart, 2017.08)

※ 참고 문헌

※ 참고 자료

1. 신흥교역국의 통관환경 연구 베트남	한국조세재정연구원	2015.12
2. 환경기업을 위한 베트남 세무 및 수출입실무 가이드북	한국환경산업기술원	2013

※ 참고 사이트

1. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr
2. 베트남 관세청	www.customs.gov.vn
3. TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
4. 대한상공회의소	cert.korcham.net
5. 베트남 보건부	www.moh.gov.vn
6. 베트남 인증센터	www.quacert.gov.vn
7. 베트남 과학기술부	www.most.gov.vn
8. 한국표준협회	www.ksa.or.kr
9. 한국식품안전관리인증원	www.haccpkorea.or.kr
10. 캐나다 농림부	www.agr.gc.ca
11. IGD Research	www.igd.com
12. 식품의약품안전처	www.mfds.go.kr