

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202308-10
품목 | 곤약젤리(Konjac jelly)
HS CODE | 1704.90-2090
국가 | 베트남(Vietnam)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 베트남 간식 및 스낵 시장규모	06
2. 베트남 과자 시장규모	07
3. 베트남 곤약젤리 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 젤리 형태의 경쟁제품 다수 확인	11
2. 일본산 젤리 브랜드 우세	12
3. '비타민'과 '콜라겐' 등 영양성분 함유	13
4. 과일 맛 젤리 제품 다수 확인	14

IV. 유통채널

1. 베트남 곤약젤리 유통채널 점유율	16
2. 베트남 곤약젤리 주요 유통채널	17

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 베트남 곤약젤리 통관 및 검역 절차	24
2. 베트남 곤약젤리 품질 인증	25
3. 베트남 곤약젤리 라벨링	27
4. 베트남 곤약젤리 성분 및 유해물질	33

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 짜스어다이론(Trà sữa Đai Loan)	38
2. 황옌푸드(Hoàng Yến Food)	41
3. 굿프로덕트솔루션(Good Product Solutions)	44

VII. 시사점

1. 시사점	47
--------	----

※ 참고문헌	50
--------	----



HS CODE : 1704.90-2090

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

SUMMARY

베트남 곤약젤리 젤리 시장

시장 현황

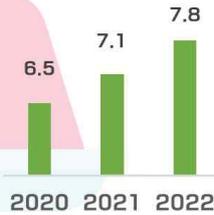
간식 및 스낵 시장규모

단위 : 십억 달러



과자 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 1704.90 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입 규모



시장 트렌드

빅데이터 분석



* 베트남 온라인쇼핑몰 곤약젤리 제품 431건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

- 세금**: 협정관세율 0%
- 사전 준비**: 자유판매증명서 등록, 제품신고서 등록

품질 인증

- VFA 적합성 인증
- HACCP
- ISO 22000

라벨링 유의사항

- 필수 표기사항**: 상품명, 원산지, 성분, 영양정보, 상품 책임기관, 중량, 위생 안전 안내, 제조일자, 베트남어 표기 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

곤약젤리에 대한 수요 증가 베트남 내 소비자들의 체중감량 및 건강에 대한 관심 증가로 곤약젤리를 비롯한 저칼로리 제품 수요 증가
주요 트렌드 저칼로리나 저당, 고섬유질의 함량 등을 강조하거나 이국적인 과일 맛을 첨가한 제품에 대한 수요 증가
한국 곤약젤리에 대한 인식 현지 제품보다 더 건강하고 맛있다는 인식이 많으며 인지도가 상당히 높아 베트남 전역에서 유통 중

Point 02.

고객사 제품 피드백 제품의 품질, 맛, 패키징 측면에서는 감점이 있으나, 상대적으로 높은 제품의 가격이나 낮은 브랜드 인지도 개선이 필요함
추천 홍보방법 '체중 감량', '건강 간식' 등 건강 관련 키워드 강조한 온라인 광고 진행, 인플루언서 등 소셜미디어 활용한 마케팅 진행
현지 공장 설립 시 제반사항 베트남 법인 설립 관련 법률 준수, 공장 입지 선정 및 설립 가능성 고려, 환경 영향 평가 등 관련 법률 준수 등

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 베트남 간식 및 스낵 시장규모
2. 베트남 과자 시장규모
3. 베트남 곤약젤리 수입규모

1. 베트남 간식 및 스낵 시장규모¹⁾

베트남 국가 일반 정보²⁾

면적	33만 341km ²
인구	9,946만 명
GDP	4,064억 달러
GDP (1인당)	4,087달러

▶ 베트남 간식 및 스낵 시장규모 17.3조 원, 연평균 9.7% 성장

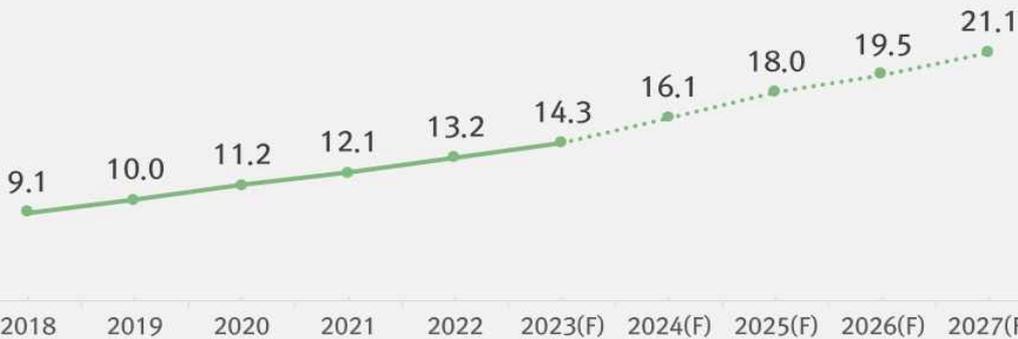
2022년 기준 베트남 간식 및 스낵 시장규모는 17.3조 원이며 연평균 9.7% 성장함. 최근 5년(2018-22년)간 평균 14.6조 원으로 꾸준한 소비량을 보임. 고온 다습한 기후의 특성상 베트남인은 손에 묻어나지 않는 단단한 식감의 간식 및 스낵을 선호하는 경향이 있음³⁾

▶ 베트남 간식 및 스낵 시장규모, 향후 5년간 10.2%씩 성장 전망

베트남 간식 및 스낵시장은 2027년까지 연평균 10.2%씩 성장하여 2027년 27.7조 원을 기록할 것으로 예상됨. 베트남에서는 식품 안전에 대한 관심 증가와 가계소득 증가에 따라 가격대가 높더라도 명확하게 원재료 성분이 공개된 글로벌 브랜드 제품을 선호하는 추세임⁴⁾

[표 2.1] 베트남 간식 및 스낵 시장규모⁵⁾⁶⁾⁷⁾

단위 : 십억 달러



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR ⁸⁾
간식 및 스낵	9.1	10.0	11.2	12.1	13.2	9.7%
(한화추정액)	(11.9조 원)	(13.1조 원)	(14.7조 원)	(15.9조 원)	(17.3조 원)	
분류	2023(F)	2024(F)	2025(F)	2026(F)	2027(F)	CAGR
간식 및 스낵	14.3	16.1	18.0	19.5	21.1	10.2%
(한화추정액)	(18.8조 원)	(21.1조 원)	(23.6조 원)	(25.6조 원)	(27.7조 원)	

자료: 스태티스타(Statista)

- 1) 조사제품 '곤약젤리'는 곤약가루가 포함된 과일향의 젤리 형태로 간식으로 섭취하는 제품임. 이에 제품의 기능을 기준으로 '간식 및 스낵'과 하위 품목인 '과자'시장규모를 조사함
- 2) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022
- 3) 자료: 쿠팡미디어, 「베트남 과자시장을 사로잡은 오리온」, 2022.10
- 4) 자료: 식품외식경영, 「담백한 평화스낵, 인기 베트남 스낵 시장 동향」, 2021.09
- 5) 자료: 스태티스타(Statista), 「Confectionery & Snacks_Vietnam」, 2023.05
- 6) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 7) 1달러=1,312.80원 (2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 8) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 베트남 과자 시장규모

▶ 베트남 과자 시장규모 10.2조 원, 연평균 10.7% 성장

2022년 기준 베트남 과자⁹⁾ 시장규모는 10.2조 원으로 연평균성장률 10.7%를 기록함. 최근 5년(2018-22년)간 평균 8.5조 원의 꾸준한 과자 소비량을 보이고 있으며, 2020년에는 전년 대비 12% 성장하며 비교적 높은 시장 성장세를 보임

▶ 베트남 과자 시장규모, 향후 5년간 10.8%씩 성장 예상

베트남 과자 시장은 2027년까지 연평균 10.8%씩 성장하여 16.8조 원을 기록할 것으로 예상됨. 특히 2024년에는 전년 대비 14%로 성장하다가 이후 성장세가 약간 둔화될 것으로 보임. 베트남 스낵시장의 23%는 프리미엄 부문이 차지할 정도로 베트남 소비자들의 프리미엄 마켓에 대한 관심은 높은 편임¹⁰⁾

[표 2.2] 베트남 과자 시장규모¹¹⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯시타(Statista)

9) 단 과자류(confectionery)를 한정함

10) 자료: Kati농식품수출정보, 「성장하는 베트남 스낵시장의 현황」, 2019.11

11) 자료: 스탯시타(Statista), 「Confectionery_Vietnam」, 2023.05

3. 베트남 곤약젤리 수입규모

곤약젤리 HS CODE

해당 장에서 곤약젤리는 HS CODE 1704.90으로 분류. HS CODE 제1704호의 품명은 설탕과자, HS CODE 1704.90~2090의 품명은 기타로 확인

▶ 베트남 HS CODE 1704.90 수입액 연평균성장률 8.9%

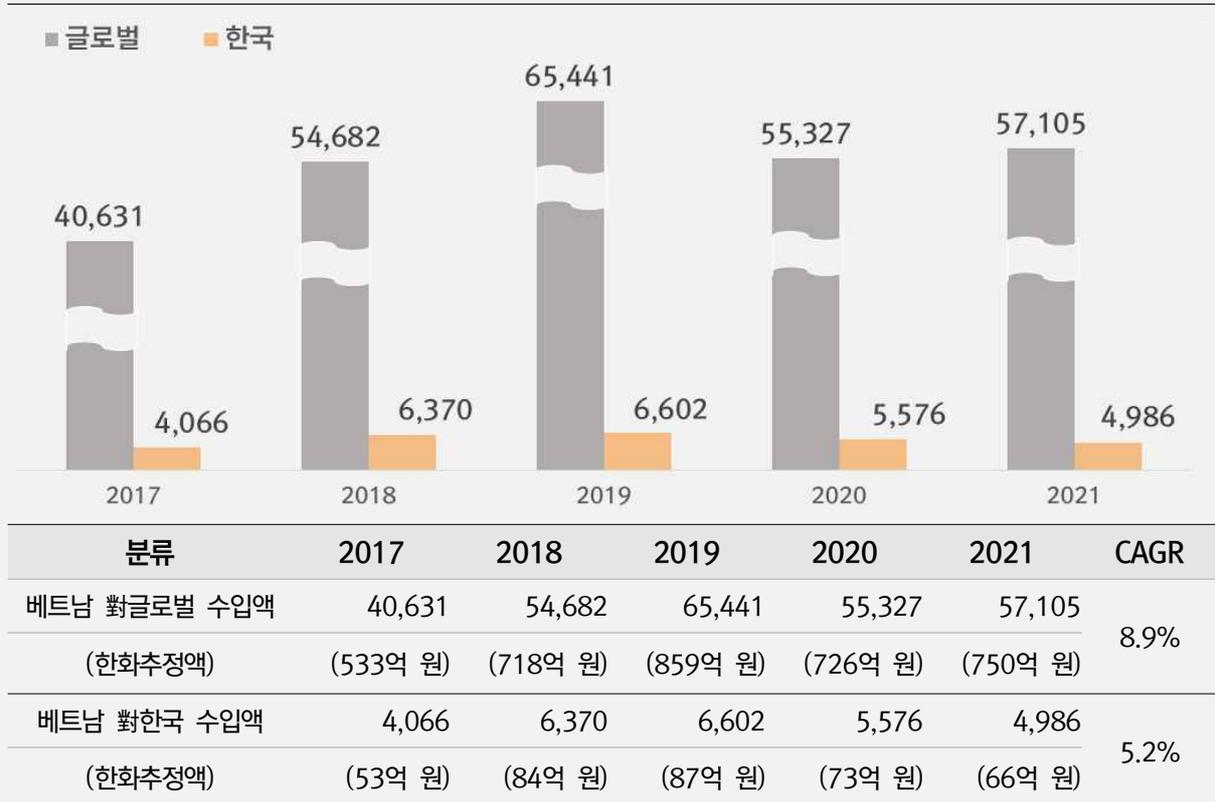
베트남 HS CODE 1704.90의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2017-21년)간 연평균 8.9% 성장하면서 2021년도에는 750억 원의 수입액을 기록함. 2018년에는 전년 대비 35% 성장하였고, 2019년에는 전년 대비 20% 성장하면서 시장규모 증가를 주도함

▶ 베트남 HS CODE 1704.90 수입 중 한국산 점유율 미미한 수준

지난 5년(2017-21년)간 베트남의 곤약젤리 對한국 수입액 평균은 약 72.5억 원이며 연평균 5.2% 성장함. 2021년 기준 수입규모 1위 국가는 중국(224.4억 원, 30%)은 지난 5년간 연평균성장률 81.7%를 기록하면서 비약적인 성장세를 보임. 2위 국가는 인도네시아(156.2억 원, 20%)이며, 3위 국가는 태국(69억 원, 9.2%)임을 확인함. 한국은 점유율 8.5%로 4위를 차지하였고, 5년간 연평균 5.2% 성장했음을 확인함

[표 2.3] 베트남 곤약젤리 수입규모¹²⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

12) 자료 : ITC(International Trade Centre)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 젤리 형태의 경쟁제품 다수 확인
2. 일본산 젤리 브랜드 우세
3. '비타민'과 '콜라겐' 등 영양성분 함유
4. 과일 맛 젤리 제품 다수 확인

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 베트남 온라인매장 입점 곤약젤리

- 데이터 수집 키워드 : 곤약젤리(Konjac jelly)
- 데이터 수집량 : 431건
- 데이터 수집원 : 베트남 온라인쇼핑몰 라자다 베트남(Lazada Vietnam)

▶ 베트남 온라인매장 입점 곤약젤리 특징 분석

- 데이터 분석 항목
① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 성분 ④ 맛

항목	키워드 (국문/베트남어)		빈도	키워드 (국문/베트남어)		빈도
경쟁제품	젤리	Thạch	623	구슬 젤리	Hạt Thủy Tinh	8
	마시는 제품	Uống	100	수정 젤리	Thủy Tinh	8
	푸딩	Pudding	28	코코넛 젤리	Thạch Dừa	8
	곤약 토핑	Topping	23	사탕	Kẹo	2
경쟁브랜드	오리히로	Orihiro	42	오리트러스트	Oritrust	11
	굿포유	G4you	33	자이자이	Zai Zai	11
	이너셋	Innerset	33	수소	Suso	10
	요기	Yogee	32	아이민트	I'mint	9
성분	분말	Bột	78	방부제	Chất Bảo Quản	12
	물	Nước	62	젤리 가루	Bột Rau Câu	11
	비타민	Vitamin	57	물엿	Siro	7
	콜라겐	Collagen	44	사과농축과즙	Nước Táo Cô Đặc	7
	설탕	Đường	43	식품첨가물	Phụ Gia Thực Phẩm	7
	섬유질	Chất Xơ	28	미네랄	Khoáng Chất	2
맛	포도	Nho	83	메론	Dưa	22
	복숭아	Đào	75	리치	Vải Thiều	22
	망고	Xoài	45	블루베리	Việt Quất	10
	청포도	Nho Xanh	40	패션후르츠	Đam Mê Trái Cây	9
	레몬	Chanh	39	코코넛	Dừa	8
	사과	Táo	38	매실	Mận	7
	딸기	Dâu	36	귤	Quýt	7

1. 젤리 형태의 경쟁제품 다수 확인

▶ 베트남 곤약젤리 경쟁제품으로 ‘젤리’ 빈출…마시는 제품도 인기

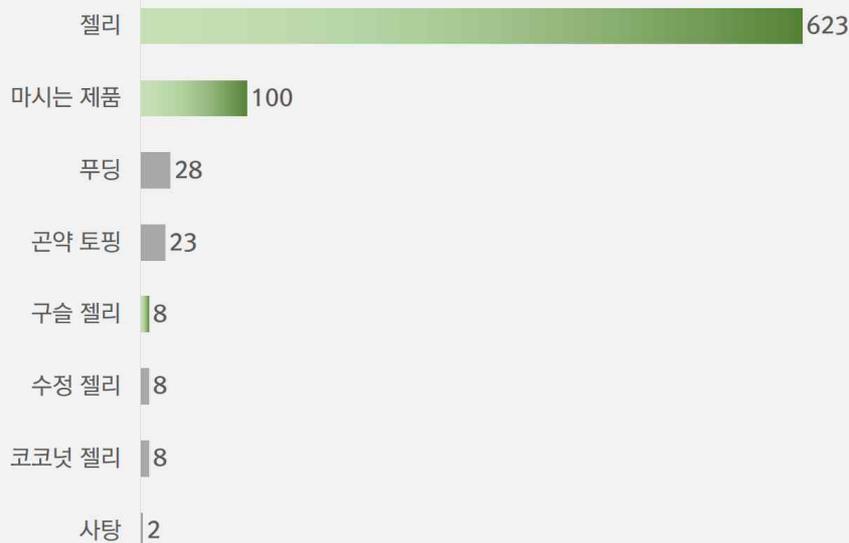
- 베트남 곤약젤리 경쟁제품으로 ‘젤리’ 623건 도출
- 실제 데이터 확인 결과, 경쟁브랜드의 곤약젤리 제품 다수 확인
- 짜먹는 파우치에 들어있는 ‘마시는 제품’도 100건 도출

▶ 음료에 넣어 먹는 구슬 형태의 젤리 제품도 확인

- 베트남에서는 음료에 넣어 먹는 형태의 젤리도 인기가 있음
- 이와 관련하여 ‘구슬 젤리’와 ‘수정 젤리’, ‘코코넛 젤리’ 키워드 각각 8건 확인

젤리		마시는 제품		구슬 젤리	
					
제품명	돌핀 곤약젤리 (Dolphin KONJAC Jelly)	제품명	굿포유 마시는 곤약젤리 (G4YOU Konjac Jelly)	제품명	대만유리구슬(Hạt Thủy Tinh)
브랜드	돌핀(Dolphin)	브랜드	굿포유(G4YOU)	브랜드	지아스토어(Gia store)
중량	300g	중량	120g	중량	500g
가격	45,000동(약 2,507원) ¹³⁾	가격	20,000동(약 1,114원)	가격	30,000동(약 1,671원)

[표 3.1] 베트남 판매 곤약젤리 경쟁제품 관련 키워드



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘곤약젤리’ 관련 게시물 431건 분석

13) 100동=5.57원 (2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 일본산 젤리 브랜드 우세

▶ 일본 브랜드 ‘오리히로’와 ‘요기’, 경쟁브랜드로 진출

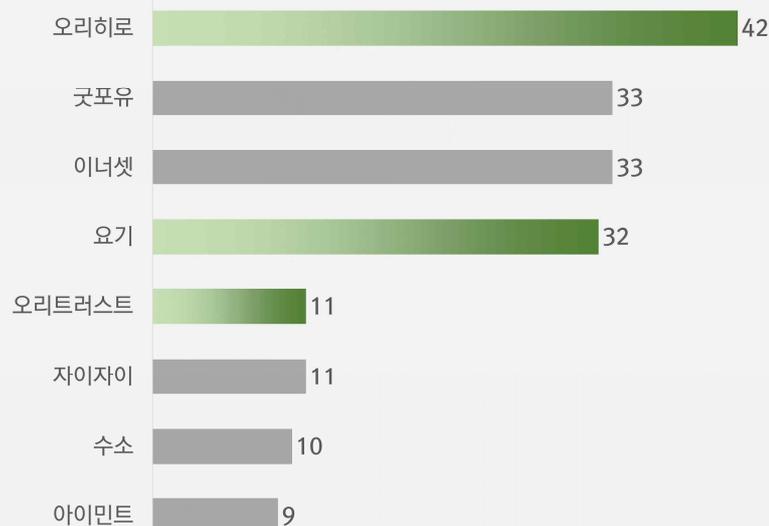
- 베트남에서는 일본 젤리 브랜드가 인기
- 일본 브랜드 ‘오리히로’는 42건 도출되었으며, ‘요기’는 32건 확인
- 데이터 확인 결과, 20g 이하의 파우치 제품 6~10봉으로 구성된 제품이 대부분

▶ 현지 브랜드인 ‘오리트러스트’도 확인...한국브랜드 ‘이너셋’ 도출

- 베트남 현지 브랜드인 ‘오리트러스트’와 ‘자이자이’ 각각 11건 도출
- 현지 브랜드 중 ‘수소’는 음료에 넣어 먹는 곤약젤리로 확인
- 한국 브랜드 중에서는 마시는 곤약젤리 ‘이너셋’ 33건 확인됨

경쟁브랜드 ①		경쟁브랜드 ②		경쟁브랜드 ③	
					
제품명	오리히로 곤약젤리 (Orihiro Thạch Konjac nhiều vị)	제품명	곤약과일젤리 (Thạch trái cây Konjac THANH BÌNH)	제품명	요기 흑당곤약젤리 (Thạch YOGEE Konjac Jelly vị Lý Chua Đen)
브랜드	오리히로(Orihiro)	브랜드	오리트러스트(Oritrust)	브랜드	요기(YOGEE)
중량	20g x 6봉	중량	20g x 10봉	중량	14g x 10봉
가격	120,000동(약 6,684원)	가격	30,000동(약 1,671원)	가격	26,000동(약 1,448원)

[표 3.2] 베트남 판매 곤약젤리 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘곤약젤리’ 관련 게시물 431건 분석

3. ‘비타민’과 ‘콜라겐’ 등 영양성분 함유

▶ ‘물’과 ‘분말’, 주요 젤리 성분

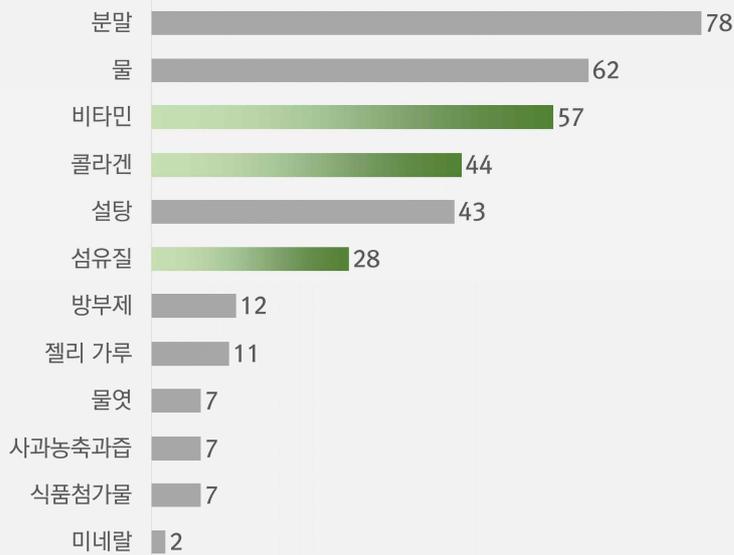
- 베트남에서 판매 중인 곤약젤리의 주요 성분으로 ‘분말’ 키워드 78건 도출되었으며, ‘물’ 키워드 62건 도출
- 다양한 과일 맛을 내는 ‘사과농축과즙’과 ‘식품첨가물’도 확인

▶ ‘비타민’과 ‘콜라겐’, ‘섬유질’ 등의 영양성분도 확인

- 영양성분을 함유한 곤약젤리 다수 판매
- 주요 영양성분으로 ‘비타민’과 ‘콜라겐’이 함유되어 있으며, 관련 키워드 각각 57, 44건 도출
- ‘섬유질’ 성분이 함유된 제품도 확인되었으며, 관련 키워드 28건 도출

콜라겐		비타민		섬유질	
					
제품명	콜라겐 곤약젤리	제품명	곤약젤리 비타민C 콜라겐 젤리 (Collagen Konjac Jelly Vitamin C)	제품명	콤보 곤약젤리 (Combo 300g Thạch Konjac)
브랜드	이너셋(Innerset)	브랜드	에브리데이즈Everydaze)	브랜드	(정보없음)
중량	150g	중량	150ml x 10팩	중량	300g
가격	36,000동(약 2,005원)	가격	650,000동(약 36,205원)	가격	40,000동(약 2,228원)

[표 3.3] 베트남 판매 곤약젤리 성분 관련 키워드



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘곤약젤리’ 관련 게시물 431건 분석

4. 과일 맛 젤리 제품 다수 확인

▶ 과일 맛 젤리 제품이 인기

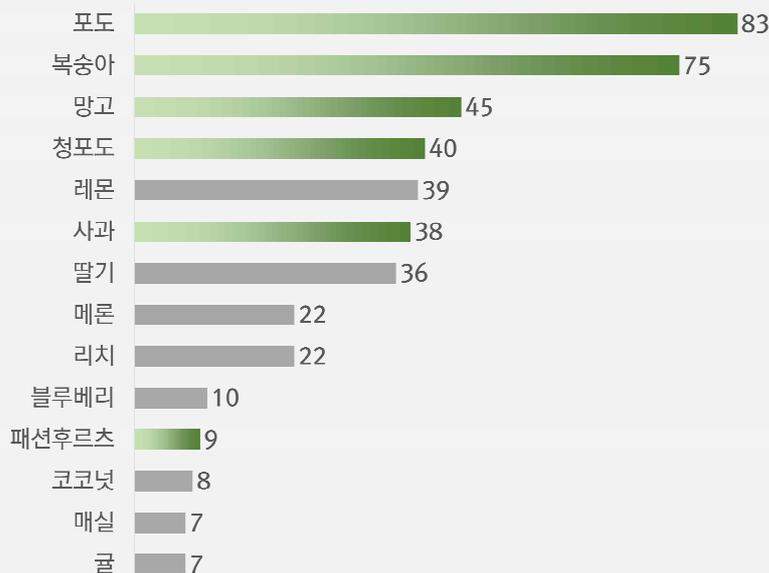
- 현지에서 판매 중인 젤리 제품 대부분의 맛은 과일 맛으로 확인
- 거의 모든 브랜드 제품에서 3개 이상의 과일 맛의 제품 판매 중
- ‘포도’와 ‘청포도’가 각각 83, 40건으로 가장 많았으며, ‘복숭아’도 75건 도출됨

▶ ‘망고’와 ‘리치’, ‘패션후르츠’ 등 열대과일 맛 제품도 확인

- 과일 맛 제품 중 열대과일 맛 제품도 다수 확인된 것이 특징
- ‘망고’와 ‘리치’, ‘패션후르츠’ 키워드 각각 45, 22, 9건 확인

포도		복숭아, 청포도, 망고, 패션후르츠		사과	
					
제품명	오리히로 곤약젤리 (Orihiro Thạch Konjac nhiều vị)	제품명	아이민트 곤약젤리 (IMINT Konjac Jelly)	제품명	굿포유 마시는 곤약젤리 (G4YOU Konjac Jelly)
브랜드	오리히로(Orihiro)	브랜드	아이민트(IMINT)	브랜드	굿포유(G4YOU)
중량	20g x 6봉	중량	120g	중량	120g
가격	120,000동(약 6,684원)	가격	285,000동(약 15,875원)	가격	20,000동(약 1,114원)

[표 3.4] 베트남 판매 곤약젤리 맛 관련 키워드



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘곤약젤리’ 관련 게시물 431건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 유통채널



1. 베트남 곤약젤리 유통채널 점유율
2. 베트남 곤약젤리 주요 유통채널

1. 베트남 곤약젤리 유통채널 점유율

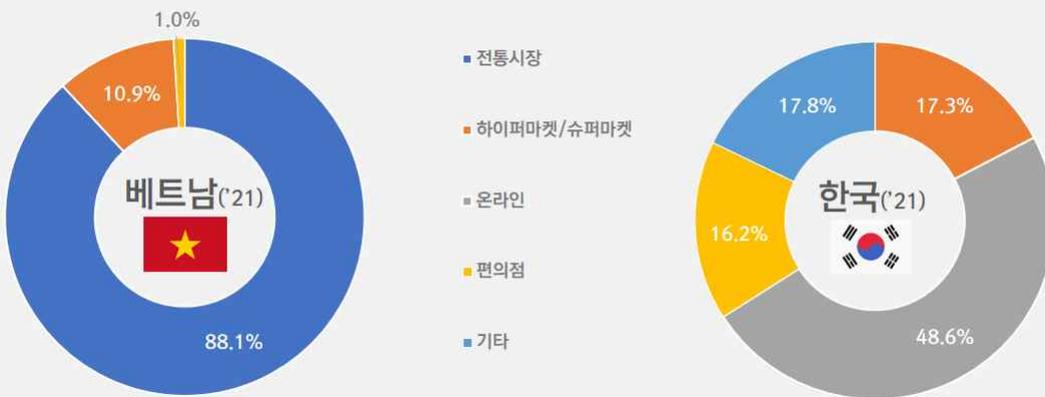
▶ 베트남 곤약젤리 유통채널, ‘전통시장’이 우세

2021년 기준으로 베트남 내 곤약젤리를 비롯한 식료품의 유통채널 비중을 살펴보면, ‘전통시장’이 88.1%로 가장 높은 비중을 차지함. 반면, 한국은 ‘온라인’ 채널이 전체 유통채널 점유율 1위를 차지함. 베트남에서 두 번째로 높은 비중을 보이는 유통채널은 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’으로 10.9%의 점유율을 차지하였으며 한국에서도 17.3%의 비중을 차지하며 3위를 기록함. 한편, 베트남 내 ‘편의점’ 채널은 1.0%의 점유율을 기록하였지만, 한국은 16.2%로 상대적으로 높은 점유율을 보이며 세 번째로 높은 비중을 차지함

▶ 베트남의 곤약젤리 소비 시장, 오프라인 위주로 조성

오프라인 채널 중 ‘전통시장’의 비중이 약 89.0%에 달하여 베트남 내 대부분의 식료품이 해당 채널을 통해 유통되고 있으므로 베트남에 제품 수출 시 오프라인 매장을 위주로 공략해야 함

[표 4.1] 베트남 및 한국 곤약젤리 소매유통채널 점유율 비교¹⁴⁾¹⁵⁾¹⁶⁾



베트남 및 한국 곤약젤리 소매유통채널 점유율 비교¹⁷⁾

베트남	유형	한국
88.1%	전통시장	(-)
10.9%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	17.3%
(-)	온라인	48.6%
1.0%	편의점	16.2%
(-)	기타	17.8%

자료: 스탯시타(Statista)

14) ‘곤약젤리’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘식품(Foods)’의 정보를 확인함

15) 자료: 스탯시타(Statista), 「Food retail industry in Vietnam」, 2023.06

16) 자료: 스탯시타(Statista), 「Food retail in South Korea」, 2023.05

17) 점유율은 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

2. 베트남 곤약젤리 주요 유통채널 ① 윈마트

기업 기본 정보	기업명	윈마트(WinMart)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	winmart.vn	
	위치	베트남 전역	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 123개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 베트남에서 매장 수 2위를 기록하고 있는 로컬 슈퍼마켓 브랜드 • 2017년 베트남 소비자가 신뢰하는 상위 2개 소매업체 브랜드로 선정됨 • 마산그룹(Masan Group)이 빈그룹(Vingroup)으로부터 빈마트(Vinmart) 체인을 인수하여 윈마트(WinMart)로 브랜드 이름을 변경함 	
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 냉동식품, 가공식품, 의류, 화장품, 문구류, 장난감, 가전제품 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 품질 및 신뢰도가 입증된 수입식품 	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일을 통한 문의 • 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) - 공급제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) - 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: cskh@winmart.masangroup.com 	

자료: 윈마트(Winmart)

사진 자료: 베트남국립관광청(Vietnam National Administration of Tourism), 베트남프랜차이즈(Vietnam Franchise)

2. 베트남 곤약젤리 주요 유통채널 ② 박화싸잉

기업 기본 정보	기업명	박화싸잉(Bach Hoa Xanh)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.bachhoaxanh.com	
	위치	베트남 전역	
	규모	기타 정보 • 매장 수('22): 약 1,700개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2015년에 운영을 시작하여 신선식품과 생필품 소매를 전문으로 하는 베트남 대표 슈퍼마켓 체인으로 자리매김함 • 베트남 내 10여 개의 지역 매장에서 온라인 판매 모델을 시행하고 있음 	
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 냉동식품, 주류, 건강보조식품, 의류, 화장품, 가전제품 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 신뢰도가 입증된 수입식품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 또는 이메일을 통한 문의 • 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) - 공급제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) - 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 및 기타 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: lienhe@bachhoaxanh.com - 우편 주소: MWG Building, Lot T2-1.2, Road D1, Road D1, Hi-Tech Park, Tan Phu Ward, District 9, City.HCM 	

자료: 박화싸잉(Bach Hoa Xanh)

사진 자료: 박화싸잉(Bach Hoa Xanh)

2. 베트남 곤약젤리 주요 유통채널 ③ 가디언

기업 기본 정보	기업명	가디언(Guardian)	
	기업구분	드럭스토어	
	홈페이지	www.guardian.com.vn	
	위치	호치민, 하노이 등	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 118개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 홍콩 기반의 대형 소매 기업 Dairy Farm Group에 소속된 H&B 드럭스토어 브랜드로, 2011년에 베트남으로 진출함 • 약 500개 이상의 브랜드가 입점되어 있음 • 오프라인 매장은 호치민, 하노이, 비엔호아 등의 대도시 위주로 위치해 있으며 온라인 스토어를 통해 베트남 전역으로 배송 가능 • 가디언 자체 독점 브랜드 보유 	
매장정보	입점 가능 품목	• 화장품, 건강기능식품, 위생용품, 스낵류, 음료류, 유아용품 등	
	선호 제품	브랜드 가치가 높은 상품, 건강식품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 및 이메일을 통한 입점 문의 • 홈페이지 상단 'HỢP TÁC CÙNG GUARDIAN' 클릭 <ul style="list-style-type: none"> - 해당 페이지의 표 항목 '3. Liên Hệ Chào Hàng'의 우측에 'Guardian Merchandise Team' 클릭 - 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: merchandise@guardian.com.vn 	

자료: 가디언(Guardian)

사진 자료: 가디언(Guardian), 네비게이터(Navigator)

2. 베트남 곤약젤리 주요 유통채널 ④ 메디케어

기업 기본 정보	기업명	메디케어(Medicare)	
	기업구분	드럭스토어	
	홈페이지	medicare.vn	
	위치	호치민 등	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 약 150개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2001년도에 호치민 시에서 런칭 • 베트남에서 가장 오래된 H&B 드럭스토어 브랜드 • 매장 수의 절반이 호치민 시에 위치해 있음 • 메디케어 자체 독점 브랜드 보유 	
매장정보	입점 가능 품목	• 화장품, 위생용품, 유아용품, 남성용품, 의약품, 건강기능식품, 보충제 등	
	선호 제품	기능 및 신뢰도가 인증된 수입 건강식품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 'Contact Us' 클릭 - 'GET IN TOUCH WITH US' 문의 양식 작성 • 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 이메일 주소, 연락 담당자, 전화번호 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) - 담당 부서와 연결 후 입점 진행 • 유선 연락이나 이메일을 통한 문의 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: info@medicare.com.vn - 전화번호 : +84-28-7308-7318 	

자료: 메디케어(Medicare)

사진 자료: 메디케어(Medicare), 이온몰 빈편(AEON Mall Bình Tân)

2. 베트남 곤약젤리 주요 유통채널 ⑤ 윈마트플러스

기업 기본 정보	기업명	윈마트플러스(WinMart Plus)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	winmart.vn	
	위치	베트남 전역	
	규모	기타 규모 <ul style="list-style-type: none"> 매장 수('22): 2,601개 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 마산 그룹(Masan Group)의 자회사 빈 상거래 무역 서비스(VCM)가 운영하는 베트남 편의점 체인 브랜드 베트남 전역에 2,600개 이상의 매장이 운영되고 있어 베트남 최대 규모의 편의점 체인으로 자리매김함 	
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 수입식품, 즉석식품, 주류 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 수입식품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 이메일을 통한 문의 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 매출액, 주요 고객 등) 공급 제품정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 이메일: cskh@winmart.masangroup.com 	

자료: 윈마트플러스(WinMart Plus)

사진 자료: 끼름(ký lục), 팀비엣(tim việc)

2. 베트남 곤약젤리 주요 유통채널 ⑥ 비스마트

기업 기본 정보	기업명	비스마트(B's Mart)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.bsmartvina.com	
	위치	베트남 전역	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 108개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2013년 6월 20일에 첫 매장을 개설한 로컬 편의점 브랜드 • 자체 앱인 BCARD를 통한 금액 지불이 가능하도록 시스템화되어 있음 • 적정 소비자 예산에 맞는 제품 라인을 확장하고, 높은 품질의 제품을 안정적인 가격에 공급하는 것을 강조 	
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 건조식품, 음료류, 스낵류 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 품질이 보장된 합리적인 공급가의 식품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 • 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 매출액, 주요 고객 등) - 공급 제품정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) - 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: info@bsmartvina.com - 전화: +84-28-35-266-266 (내선: 8206, 8208) 	

자료: 비스마트(B's Mart)

사진 자료: DIFA

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



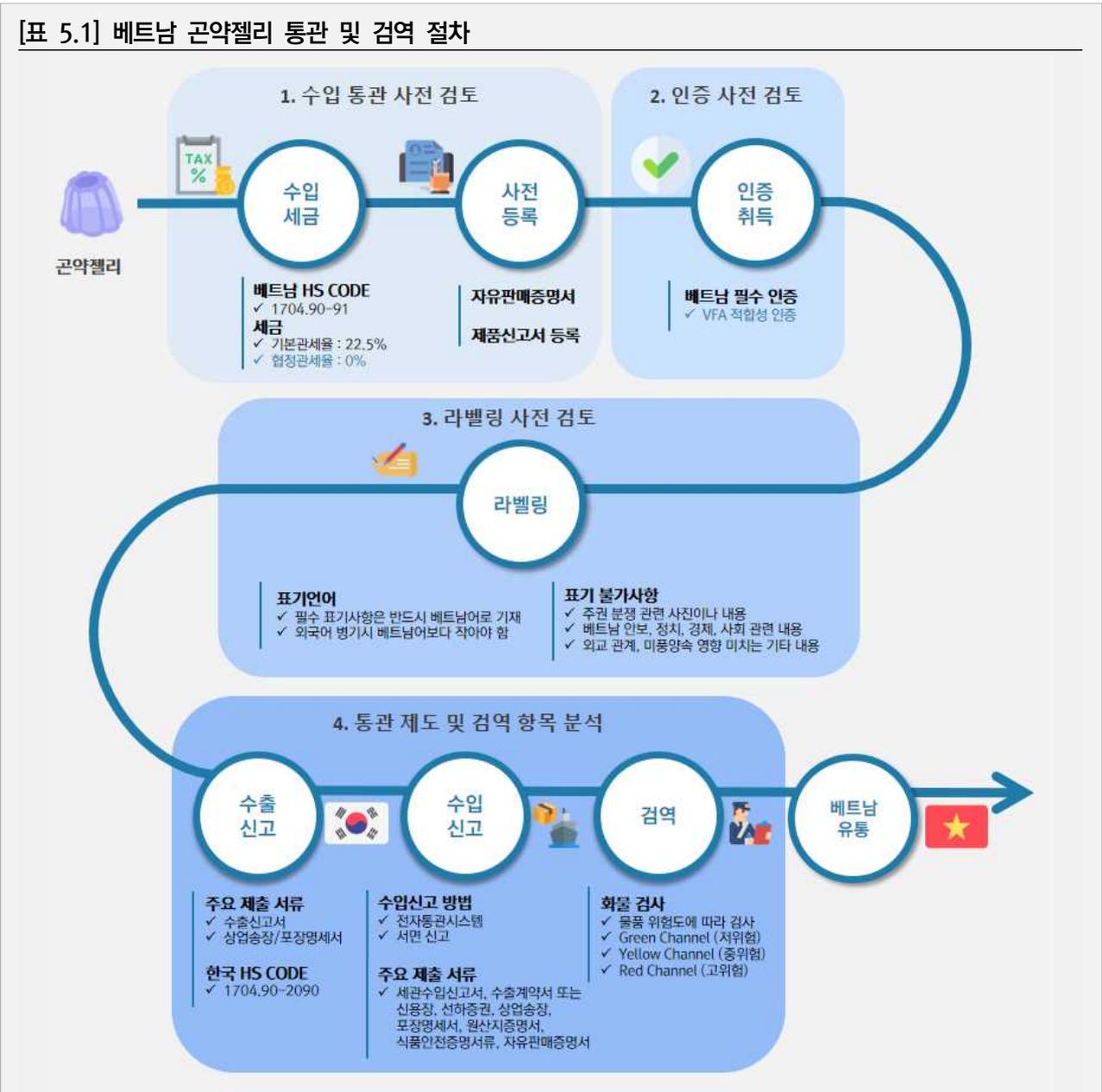
1. 베트남 곤약젤리 통관 및 검역 절차
2. 베트남 곤약젤리 품질 인증
3. 베트남 곤약젤리 라벨링
4. 베트남 곤약젤리 성분 및 유해물질

1. 베트남 곤약젤리 통관 및 검역 절차¹⁸⁾

▶ 베트남 곤약젤리, 수출 통관 및 검역 절차

베트남에 곤약젤리를 수출하기 위한 통관 검역 절차는 하기 표와 같음. 사전에 자유판매증명서와 제품신고서를 등록해야 함. 화물검사의 경우 Green Channel(저위험), Yellow Channel(중위험), Red Channel(고위험)로 위험도에 따라 분류하여 화물검사가 진행됨

[표 5.1] 베트남 곤약젤리 통관 및 검역 절차



자료: 관세청, 베트남 관세청, KOTRA, 베트남 법령 Law No.55/2012/QH12

18) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

2. 베트남 곤약젤리 품질 인증

▶ 베트남 곤약젤리, VFA 적합성 평가 必

베트남에 가공식품을 수출하기 위해서는 베트남 보건부 산하 식품안전국(VFA: Vietnam Food Administration) 적합성 평가를 필수로 받아야 함. 수입업체는 반드시 식품안전규정 적합성을 판정받아 식품안전국에 결과를 신고해야 함. 식품 유형 및 성분에 따라 법령이 세분되어 있으며, 각 제품에 적용되는 개별 법령을 반드시 확인하고 관련 법령을 모두 준수해야 함

[표 5.2] 베트남 곤약젤리 VFA 적합성 인증

인증명	취득 정보	
VFA 적합성 인증  CỤC AN TOÀN THỰC PHẨM	목적	<ul style="list-style-type: none"> 수입식품에 대한 식품위생과 식품안전 관리를 위해 도입함¹⁹⁾
	기관	<ul style="list-style-type: none"> 인증기관: 베트남 보건부 산하 식품청(VFA) 시험 및 인증 대행 기관: Vietnam Food Administration FSI, Vinacert-Control Sac Ky Hai Dang JSC QUACERT
	절차	<ul style="list-style-type: none"> 적합성 평가 인증 신청 서류 제출 (베트남 수입업체) 적합성 평가 (인증기관) 식품안전규정 적합성 선언문 발표 (인증기관) 식품안전규정 적합성 판정 신고 신고 접수 확인 및 공개통보 (베트남 식품청)
	일반 식품 필요 서류	<ul style="list-style-type: none"> 판정 신청서 제품 상세정보: 식별 가능한 기준(색, 맛, 상태), 필수 품질 기준, 미생물 기준, 중금속 기준, 성분 및 첨가물 기준, 유효기일, 사용 및 유지 지침, 포장 정보, 라벨 내용, 원산지(해외 생산업체 이름, 국가명, 현지 수입업체 또는 유통업체 이름 및 주소) 공인인증기관에서 발행한 적합인증서 자체 평가를 시행한 경우에는 지정된 시험기관 또는 원산지 국가의 민간 시험기관에서 발행한 12개월 이내의 제품시험 결과서 정기적인 모니터링 계획 및 품질관리계획 원산지 국가의 원본 라벨 샘플과 베트남어 라벨 샘플 (베트남 최초 수입 시) 제품 샘플 해외 생산업체의 HACCP 혹은 ISO 22000 혹은 GMP 혹은 기타 동등한 인증서(선택사항) 식품안전요건을 충족시키는 시설에 대한 인증서 또는 증명서

자료: 베트남 보건부 Circular No. 19/2012/TT-BYT, KOTRA

19) 근거 규정: 식품안전시행법 세부규정에 관한 베트남 정부 법령(38/2012/ND-CP), 식품첨가물에 대한 국가기술규정(QCVN: 2011/BYT)

▶ 베트남 곤약젤리, 품질 인증 취득 권장

베트남으로 곤약젤리 제품 수출 시, 필수로 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 베트남 보건부 산하 식품안전국에 따르면 식품의 안전이나 제조에 관하여 별도의 인증을 부과하고 있지 않음. 다만, HACCP, ISO 22000, GMP 등 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증의 경우, 선택적으로 획득하여 활용할 수 있음

[표 5.3] 베트남 곤약젤리 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
GMP	식품 생산 안전 인증	선택	지방식품의약품안전처	

자료: 각 인증기관

3. 베트남 곤약젤리 라벨링

[표 5.4] 베트남 곤약젤리 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> 필수 표기 사항은 반드시 베트남어로 기재되어야 하며 외국어를 함께 적는 경우 외국어는 베트남어 문자 크기보다 작아야 함 베트남어로 된 내용은 원문 라벨과 내용이 상응해야 함 필수 표기 사항을 제외하고 선택 표기 사항이 있는 경우, 베트남어로의 번역은 필요하지 않으나 해당 내용은 상품의 성질, 용도 및 라벨 상의 기타 내용을 왜곡하지 않아야 함
	2. 상품명	<ul style="list-style-type: none"> 상품명은 라벨에서 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 곳에 넣어야 하며, 다른 필수 정보와 비교하여 가장 큰 크기로 표기해야 함 성분의 전체 또는 일부를 취하여 상품명을 작성한 경우 성분의 중량을 명시해야 함
	3. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> 상품을 제조, 수입하는 단체 또는 개인은 자체적으로 상품의 원산지를 확인하고 기재해야 하며 상품 원산지에 관한 법률, 베트남이 참여 또는 서명한 협정에 따라 성실하고 정확하게 기재해야 함 원산지를 기재하는 방법은 ‘~에서 생산(sản xuất tại)’, ‘~에서 제조(chế tạo tại)’, ‘생산국(nước sản xuất)’, ‘원산지(xuất xứ)’의 형태로 기재함 물품의 생산 국가 또는 지역명은 약어의 형태로 기재하지 않음
	4. 성분 및 성분 함량 또는 영양 정보	<ul style="list-style-type: none"> 성분, 식품첨가물을 표시할 때 중량 대비 성분의 비율 또는 중량 등 법률이 정하는 바에 따라 표기해야 함 홍보를 위해 특정 성분을 라벨에 표기하는 경우 해당 성분에 대한 용량은 필수적으로 표기해야 함 식품첨가물의 명칭은 국제 코드 또는 성분명으로 작성해야 함 2개 이상의 식품첨가물을 표기하는 경우 중량 대비 비중 순으로 나열해야 함 식품첨가물 이름 아래에 ‘Dùng cho thực phẩm(식품을 위해 사용됨)’의 문장을 최소 2mm 이상의 굵은 글씨체로 표기해야 함

자료: 베트남 보건부, 베트남 보건부 Decree 43/2017/ND-CP

[표 5.4] 베트남 곤약젤리 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	5. 상품을 책임지는 단체 및 개인의 명칭과 주소	<ul style="list-style-type: none"> • 상품 책임기관의 명칭과 주소는 축약해서 표기할 수 없음 • 베트남 내 유통 목적으로 수입된 상품에는 제조자와 수입자의 이름 및 주소를 표기해야 함 • 외국인 무역업자의 직접 판매 대리인으로 활동하는 단체 또는 개인이 베트남으로 수입한 상품의 라벨에는 제조자 및 판매 대리인의 이름 및 주소를 표기해야 함 • 상표가 프랜차이즈화되어 있는 상품의 경우에는 프랜차이즈의 이름 및 주소를 표기해야 함 • 상품의 포장, 조립 및 병입(bottling)과 관련된 기관의 이름과 주소는 해당 기관의 동의를 얻은 후에 상품을 생산하는 기관의 이름 및 주소와 함께 기재되어야 함
	6. 중량	<ul style="list-style-type: none"> • 측정단위로 중량을 표시하는 상품은 베트남 법에 따라 측정단위를 표기함 • 수량으로 중량을 표시하는 상품은 숫자(자연수)로 표기함 • 포장에 담긴 상품의 단위가 다를 경우 상품별 중량과 총량을 반드시 표기함 • 색상, 향기, 맛을 내는데 사용되는 첨가물의 명칭이 상품명에 포함되어 있다면 라벨에는 해당 첨가물의 중량 표기가 불필요함 • 천연 추출물/에센스의 이름이 상품명에 포함된 경우 추출물/에센스의 중량 또는 추출물/에센스의 양을 얻기 위해 사용한 물질의 중량을 표기함 • 상품의 중량 표기 방법은 신규 라벨링 규정(Decree 43)의 [부록2]를 참고함
	7. 위생 안전에 대한 경고 및 안내	<ul style="list-style-type: none"> • 특정한 방부제가 인간, 동물, 환경에 유독하며 알레르기를 일으키는 리스트에 있는 사용량을 지정하게 된 상품이라면 상품의 성분이나 혼합 성분에 있는 물질에 대한 성분분석 증명서에 방부제의 이름을 추가해야 함 • 상품이나 상품의 성분이 방사선에 노출되었거나 유전자 변형기술을 적용한 것은 베트남이 회원으로 가입한 국제조약의 규칙에 따라 적용함

자료: 베트남 보건부, 베트남 보건부 Decree 43/2017/ND-CP

[표 5.4] 베트남 곤약젤리 라벨링

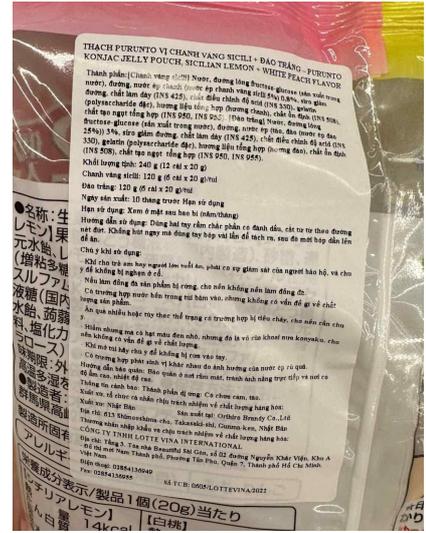
<p>라벨 필수 표시 사항 및 기준</p>	<p>8. 제조 일자 및 유통기한</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 제조일자 및 유통기한은 일-월-년(양력) 순서로 표기하되 다른 순서로 표기할 경우 베트남어로 주석을 달아야 함 • 일, 월, 년을 의미하는 숫자는 두 자릿수로 표기하며 연도를 의미하는 숫자는 네 자릿수로 표기할 수 있으며 같은 행에 표시함 • 제조 일자를 제조 월로 표기하는 경우 월-년(양력)으로 표기함 • 제조 일자를 제조 연도로 표기하는 경우, 네 자릿수로 표기함 • 제조 일자, 유통기한은 ‘제조 일자(Ngày Sản Xuất)’, ‘유통기한(Hạn sử dụng)’, ‘유통기한(Hạn dùng)’의 형태인 풀어쓴 형태로 표기하거나 ‘NSX’, ‘HSD’, ‘HD’와 같은 약어 형태로 표기 가능함 • 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 문구를 기재해야 함 • 신규 라벨링 규정(Decree 43) [부록1]에 명시한 바와 같이 제조 일자와 유통기한을 반드시 표기해야 하는 상품의 경우 제조 일자가 일-월-년의 형태로 기재되어 있다면 유통기한은 기간의 형태로 표기될 수 있음. 또한, 라벨에 유통기한이 기재되어 있지 않을 때는 제조일로부터 만료일까지의 기간으로 제조 일자 표기가 가능함 • 상품의 제조 일자 및 유통기한의 표기 방식이 규정에서 지정한 방법과 다른 경우 신규 라벨링 규정(Decree 43) [부록3]의 ‘항목2’에서 명시한 방식을 따라야 함
	<p>9. 기타 표기 사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 상품 책임기관은 일련번호, 바코드, 규격 표기, 기타 정보를 표기할 수 있음. 그러나 추가 내용은 법과 규정을 위반하지 않으며 상품의 본질을 반영해야 함. 또한, 라벨에 기재된 내용은 정확해야 하며 그 내용을 위조해서는 안 됨 • 상품의 라벨은 주권 분쟁에 관련된 사진, 내용과 베트남의 안보, 정치, 경제, 사회, 외교 관계, 미풍양속에 영향을 미치는 기타 내용을 포함할 수 없음

자료: 베트남 보건부, 베트남 보건부 Decree 43/2017/ND-CP

▶ 베트남 곤약젤리 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[뒷면 - 베트남어]

[뒷면 - 국문]

- ① THẠCH PURUNTO VỊ CHANH VÀNG SICILI - ĐÀO TRẮNG PURUNIO KONJAC JELLY POUCH, SICILIAN LEMON WHITE PEACH FLAVOR
- ② Thành phần:
Chanh vàng, Nước, đường lỏng fructose -glucose (sản xuất trong nước), đường nước ép chanh vàng Scicili 5%) 0.8%, siro giảm đường, chất làm dày (INS 425), chất điều chỉnh độ acid (INS 330), gelatin (palysaccharide đặc) đặc, hương liệu tổng hợp (hương chanh), chất ổn định (INS 508, chất tạo ngọt tổng hợp (INS 950, INS 955).
[Đào trắng] Nước, đường lỏng fructose-glucose (sản xuất trong nước), đường nước ép (nước ép táo, đào (nước ép đào 25%) 3%, siro giảm đường, chất làm dày (INS 425), chất điều chỉnh độ acid (INS 330), gelatin (palysaccharide đặc), hương liệu tổng hợp (hương đào), chất ổn định (INS 508), chất tạo ngọt tổng hợp (INS 950, INS 955).

- ① 시칠리아산 레몬과 화이트피치 맛 곤약젤리 파우치
- ② 성분:
황금 레몬, 물, 물엿과 과당 (국내 생산), 시칠리아 레몬 주스 5% 0.8%, 감소 설탕 시럽, 두껍게 하는 제재 (INS 425), 산도 조절제 (INS 330), 젤라틴 (폴리사카라이드 물질), 합성 향료 (레몬 향), 안정제 (INS 508), 합성 감미료 (INS 950, INS 955).
[화이트피치] 물, 물엿과 과당 (국내 생산), 주스 (사과 주스, 화이트피치 주스 (화이트피치 주스 25%) 3%), 감소 설탕 시럽, 두껍게 하는 제재 (INS 425), 산도 조절제 (INS 330), 젤라틴 (폴리사카라이드 물질), 합성 향료 (화이트피치 향), 안정제 (INS 508), 합성 감미료 (INS 950, INS 955).

- | | |
|--|---|
| <p>③ Khối lượng tịnh:
240g (12cái x 20g)</p> <p>④ Chanh vàng sicill:
120g (6 cái x 20g)</p> <p>⑤ Đào trắng:
120g (6 cái x 20g)</p> <p>⑥ Ngày sản xuất:
10 tháng trước Hạn sử dụng</p> <p>⑦ Hạn sử dụng:
Xem ở mặt sau bao bì (năm/tháng)</p> <p>⑧ Hướng dẫn sử dụng:
Dùng hai tay cầm chắc phần có đánh dấu, cắt từ từ theo đường nét đứt. Không hút ngay mà dùng tay bóp vài lần để tách ra, sau đó mới bóp dần lên để ăn.</p> <p>⑨ Chú ý khi sử dụng:
+ Khi cho trẻ em hay người lớn tuổi ăn, phải có sự giám sát của người bảo hộ, và chú ý để không bị nghẹn ở cổ.
+ Nếu làm đông đá sản phẩm sẽ bị cứng, cho nên không nên làm đông đá.
+ Có trường hợp nước bên trong túi bám vào, nhưng không có vấn đề gì về chất lượng sản phẩm.
+ Ăn quá nhiều hoặc tùy theo thể trạng có trường hợp bị tiêu chảy, cho nên cần chú ý.
+ Hiếm nhưng mà có hạt màu đen nhỏ, nhưng đó là vỏ của khoai nưa konyaku, cho nên không có vấn đề gì về chất lượng.
+ Khi mở túi hãy chú ý để không bị cửa vào tay.
+ Có trường hợp phát sinh vị khác nhau do ảnh hưởng của nước ép củ quả.</p> | <p>③ 순중량:
240g (12개 x 20g)</p> <p>④ 시칠리아 황금 레몬:
120g (6개 x 20g)</p> <p>⑤ 화이트피치:
120g (6개 x 20g)</p> <p>⑥ 생산일자:
유통기한 10개월 전</p> <p>⑦ 유통기한:
포장 뒷면에 기재되어 있음 (년/월)</p> <p>⑧ 사용 방법:
표시가 있는 부분을 확실히 잡고, 절단선을 따라서 천천히 자릅니다. 바로 빨지 않고 손으로 여러 번 눌러 분산시킨 후에 조금씩 눌러서 섭취합니다.</p> <p>⑨ 사용 시 주의사항:
+ 어린이나 노인이 섭취할 경우 보호자의 감독하에 섭취해야 하며, 목에 막히지 않도록 주의해야 합니다.
+ 동결시키면 제품이 단단해질 수 있으므로 동결하지 않는 것이 좋습니다.
+ 가끔 내부에 물기가 있을 수 있지만, 제품의 품질과 관련이 없습니다.
+ 과도한 섭취 또는 개인 체질에 따라서 설사가 발생할 수 있으므로 주의가 필요합니다.
+ 드물지만 작은 검은색 알갱이가 들어있을 수 있으나, 이는 콘작(콘야끼)의 껍질로 품질과 관련이 없습니다.
+ 봉투를 개봉할 때 주의하여 손에 베이지 않도록 주의해야 합니다.
+ 채소와 과일 주스의 영향으로 맛이 약간 달라질 수 있습니다.</p> |
|--|---|

- ⑩ **Hướng dẫn bảo quản:**
Bảo quản ở nơi râm mát, tránh ánh nắng trực tiếp và nơi có độ ẩm cao, nhiệt độ cao.

- ⑪ **Thông tin cảnh báo:**
Thành phần dị ứng: có chứa cam, táo.

- ⑫ **Xuất xứ, tổ chức cá nhân chịu trách nhiệm về chất lượng hàng hóa:**

 Xuất xứ: Nhật Bản

 Sản xuất tại: Orihira Brandy Co.,Ltd.

 Địa chỉ: 613 Shimashiinh the, Takazaki-shi, Gunma ken, Nhật Bản.

- ⑬ **Thương nhân nhập khẩu và chịu trách nhiệm về chất lượng hàng hóa:**

 CÔNG TY TNHH LOTTE VINA INTERNATIONAL

- ⑩ **보관방법:**
그늘진 곳에 보관하며 직사광선과 습기가 많은 곳, 고온의 장소는 피해야 합니다.

- ⑪ **주의사항:**
알레르기성 성분으로서 오렌지와 사과를 함유합니다.

- ⑫ **원산지, 품질관리 담당자:**

 원산지: 일본

 제조사: Orihira Brandy Co, Ltd.

 주소: 613 Shimashiinh the, Takazaki-shi, Gunma ken, 일본.

- ⑬ **수입자 및 품질 관리 담당자:**

 LOTTE VINA INTERNATIONAL
 주식회사

4. 베트남 곤약젤리 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

베트남 보건부(MoH: Vietnamese Ministry of Health)는 식품첨가물의 적절하고 올바른 사용으로 소비자 안전을 보장하기 위해 관리 및 사용 규칙 및 식품첨가물 기준치를 규정함. 베트남 식품첨가물 사용원칙에 따르면 식품첨가물의 사용량은 최소화하고, 최대허용량을 지켜야만 함. 식품첨가물의 포장은 식품안전 요건을 충족하는 장소에서 수행되어야 하며 라벨이 해당 규정에 맞게 제작되어야 함. 하기 표는 곤약젤리에 적용되는 식품첨가물 목록과 사용기준임. 더욱 자세한 규정은 베트남 보건부 홈페이지 내 법률 및 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.5] 곤약젤리에 적용되는 베트남 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
1	아세설팜칼륨	Acesulfame potassium	1000 mg/kg	잼, 젤리, 마멀레이드
2	알리테임	Alitame	100 mg/kg	
3	아스파탐	Aspartame	1000 mg/kg	
4	아스파탐-아세설팜 칼륨	Aspartame-acesulfame salt		
5	식용 색소 적색 제40호	Allura red AC	100 mg/kg	
6	안식향산염	Benzoates	1000 mg/kg	
7	칸타크산틴	Canthaxanthin	200 mg/kg	
8	싸클람산	Cyclamates	1000 mg/kg	
9	구리 복합체를 포함한 엽록소와 엽록소	Chlorophylls and Chlorophyllins including Copper complexes	200 mg/kg	
10	카로티노이드	CAROTENOIDS		

출처: 베트남 보건부, KATI농식품수출정보

[표 5.5] 곤약젤리에 적용되는 베트남 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
11	캐러멜 색소 III	Caramel III - ammonia caramel	200 mg/kg	잼, 젤리, 마멀레이드
12	캐러멜 색소 IV	Caramel IV - sulfite ammonia caramel	1500 mg/kg	
13	베타 카로틴	Carotenes, beta-, vegetable	1000 mg/kg	
14	양홍색의 착색료	Carmines	200 mg/kg	
15	인산계 킬레이트제	ETHYLENE DIAMINE TETRA ACETATES	130 mg/kg	
16	식용 색소 녹색 제3호	Fast Green FCF	400 mg/kg	
17	식용 색소 황색 제5호	Sunset Yellow FCF	300 mg/kg	
18	식용 색소 청색 제1호	Brilliant blue FCF	100 mg/kg	
19	포도껍질추출색소	Grape skin extract	500 mg/kg	
20	하이드록시벤조에이트	HYDROXYBENZOATES	250 mg/kg	
21	인디고틴	Indigotine	300 mg/kg	
22	산화철(검정, 빨강, 노랑)	Iron Oxides (black, red, yellow)	200 mg/kg	
23	Neotame	70 mg/kg		
24	식용 색소 적색 제102호	Ponceau 4r	100 mg/kg	
25	알긴산프로필렌글리콜	Propylene Gcol Alginate	5,000 mg/kg	

출처: 베트남 보건부, KATI농식품수출정보

[표 5.5] 곤약젤리에 적용되는 베트남 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
26	폴리디메틸실록산	Polydimethylsiloxane	30 mg/kg	잼, 젤리, 마멀레이드
27	리보플라빈	Riboflavin	200 mg/kg	
28	리보플라빈 5'-인산에스테르나트륨	Riboflavin 5'-phosphate sodium		
29	바실러스 섭틸리스의 리보플라빈	Riboflavin from Bacillus subtilis		
30	수크랄로스	Sucralose (trichlorogalactosucrose)	400 mg/kg	
31	아황산염	Sulfites	100 mg/kg	
32	소르베이트	SORBATES	1,000 mg/kg	
33	사카린	Saccharins	200 mg/kg	
34	스테비올 배당체	Steviol Glycoside	360 mg/kg	
35	탈트레이트	Tartrates	3,000 mg/kg	
36	안토시아닌류	Anthocyanins	GMP ²⁰⁾	
37	식용 색소 적색 제3호	Erythrosine		
38	인산	Phosphoric acid		
39	폴리옥시에틸렌 (20) 소비탄 모노스테아르산	Polyoxyethylene (20) Sorbitan Monostearate		
40	인산염	Phosphates		
41	적양배추색소	Red cabbage color		

출처: 베트남 보건부, KATI농식품수출정보

20) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품 유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당 식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

▶ 알레르겐

베트남 보건부는 베트남에서 유통 및 수출입 식품에서 알레르기를 일으킬 수 있는 성분에 대하여 규제하고 있음. 또한, 라벨링 법령은 베트남에서 상품을 생산하는 개인과 단체, 상품을 수출입하는 개인과 단체에 적용됨. 고객사 곤약젤리 제품 라벨에 표기되어야 하는 베트남 알레르기 유발물질 관련 정보는 하기 표와 같음

[표 5.6] 베트남 알레르겐 성분 규정

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	글루텐을 함유하고 있는 곡물 또는 식품 (e.g. 밀, 호밀, 귀리 등과 이를 활용한 전분 등)
2	의무	갑각류
3	의무	달걀과 달걀 제품
4	의무	어류와 어류 제품
5	의무	땅콩, 대두와 관련 제품
6	의무	우유와 유제품(락토스, 설탕, 우유 포함)
7	의무	견과류와 관련 제품
8	의무	10mg 또는 그 이상의 농도인 아황산염

자료: 베트남 보건부

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 짜스어다이론(Trà sữa Đài Loan)
2. 황연푸드(Hoàng Yến Food)
3. 굿프로덕트솔루션(Good Product Solutions)

Interview ①


**짜스어다이론
(Trà sữa Đài Loan)**

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 베트남 호치민에 위치한 무역서비스투자주식회사
 - 2017년 설립
 - 주요 수입국은 대만
 - 웹사이트, Facebook, Shopee, Tiki 통해 온라인 유통, 소매업체 통해 오프라인 유통

담당자 정보

Staff

21)

짜스어다이론(Trà sữa Đài Loan)
Staff
Q. 베트남에서 곤약젤리 제품에 대한 수요는 어떤가요?

곤약젤리로 만든 제품은 베트남에서 수요가 매우 많아 매달 빠른 속도로 제품이 매진되고 있습니다. 해당 시장은 향후 5년간 연평균 20%씩 성장할 것으로 예상됩니다. 곤약젤리는 체중 감량, 탄수화물 관리를 통한 다이어트로 잘 알려져 있습니다.

Q. 베트남에서 제형, 함량, 맛, 포장, 가격 등의 카테고리화 관련된 곤약젤리 제품의 트렌드는 무엇인가요?

현재 곤약과 관련된 많은 제품에 과일, 채소, 허브와 같은 영양성분이 함유되어 있습니다. 딸기, 망고, 풋사과와 같은 전통적인 맛 외에도 두리안, 잭푸르트, 용과와 같은 이국적인 맛의 제품도 많이 출시되고 있습니다. 맛도 과거처럼 무미건조하고 맛있는 맛이 아닌 풍미가 더 풍부해졌습니다. 유리병이나 플라스틱 통 등 보기 좋은 용기에 포장된 제품도 많아져 더욱 매력적으로 느껴집니다. 가격 면에서도 과거에는 곤약젤리를 사치품으로 여기는 경우가 많았지만, 이제는 누구나 부담 없이 즐길 수 있게 되었습니다.

Q. 현지에서 인기 있는 곤약젤리 관련 제품은 무엇인가요?

관련 제품에는 곤약젤리 스낵이 있습니다. 한입에 쏙 들어가는 작은 크기의 곤약젤리입니다. 곤약젤리 파우더도 존재하는데, 이는 곤약 가루로 만든 분말로 집에서 곤약젤리를 만드는 데 사용할 수 있습니다.

Q. 현지에서 곤약젤리 제품의 주요 소비자는 누구인가요?

곤약젤리의 주요 소비자는 당뇨병과 소화 장애가 있는 분들입니다. 곤약젤리는 저칼로리, 저탄수화물 식품이자 섬유질의 좋은 공급원이므로, 체중 감량이 필요하거나 다이어트를 하는 사람들도 주요 소비자가 됩니다.

Q. 베트남에서 한국산 곤약젤리 혹은 젤리에 대한 인지도는 어떤가요?

한국산 곤약젤리에 대한 인지도는 증가하고 있지만, 증가 폭이 크진 않습니다. 베트남에서 한국 음식과 문화에 대한 인기가 높아지고 있습니다. 한국산 곤약젤리를 포함한 젤리는 현지의 곤약젤리 제품보다 더 건강하고 맛있다고 인식되는 경우를 볼 수 있습니다. 현재, 베트남 전역의 많은 슈퍼마켓과 편의점에서 곤약젤리를 구입할 수 있습니다.

21) 사진자료: 짜 스어 다이 론(Trà sữa Đài Loan)

Q. 베트남에서 저칼로리 제품의 시장 트렌드는 무엇인가요?

현재 베트남에서는 저칼로리 식품의 건강상의 이점에 대한 인식이 높아지고 있으며, 체중 감량이나 건강한 체중을 유지하려는 사람들이 증가하고 있습니다. 곤약젤리 제품은 칼로리와 지방 함량이 낮기에 이러한 트렌드를 활용할 수 있는 좋은 위치에 있습니다.

Q. 현재 베트남에서 고객사 제품과 유사한 제품 중 인기 있는 제품이 있나요?

네, 현재 베트남에는 고객사와 유사한 제품이 다수 있습니다. 가장 인기 있는 제품은 한국산 곤약 분말로 만든 베트남 브랜드 A사의 제품입니다.

Q. 경쟁제품과 비교하여 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

고객사의 제품을 경쟁사 제품과 비교해보면 많은 장점이 있습니다. 첫째, 한국에서 시판되는 프리미엄 곤약을 사용하며 경쟁사 제품에 사용되는 일부 곤약보다 등급이 높습니다. 둘째, 다양한 과일 맛이 있어 고객들의 입맛을 사로잡을 수 있습니다. 마지막으로, 개봉이 편리한 용기에 담겨 있습니다. 하지만 고객사의 제품은 다른 브랜드에 비해 가격 경쟁력이 떨어집니다. 실제로 A사 제품은 240g 패키지에 1.5달러²²⁾(한화 약 1,969원)에 불과합니다.

Q. 경쟁제품은 어떤 홍보와 마케팅 전략을 사용하나요?

경쟁제품은 신규 고객을 유치하기 위해 할인, 프로모션, 무료 시식 기회를 제공합니다. 잡지 및 신문광고 외에도 소셜미디어를 사용하여 소비자들에게 다가가고자 합니다.

Q. 경쟁제품은 어떤 유통채널을 통해 판매되나요?

주요 유통채널은 슈퍼마켓입니다. 그 외에 편의점과 온라인 소매업체를 통해 유통되고 있습니다.

Q. 고객사 제품을 수출할 때 어떤 유통채널을 추천하나요?

고객의 제품은 오프라인과 온라인 채널을 함께 이용하여 유통하는 것을 추천합니다. 오프라인 채널로는 슈퍼마켓, 편의점, 건강식품점 등이 있습니다. 이동 중에 곤약젤리를 찾는 소비자에게 아주 편한 옵션이 될 것입니다. 또한, 이커머스 사이트와 소셜미디어와 같은 온라인 채널을 통해서도 틈새시장과 건강에 관심이 많은 소비자에게 다가갈 수 있습니다.

22) 1달러=1,312.80원 (2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 현지 소비자들에게 제품을 홍보할 방법을 알려주세요.

온라인 광고를 진행할 시 베트남 소비자와 관련된 키워드를 사용하는 것이 중요합니다. 예를 들어 ‘곤약젤리’, ‘체중 감량’, ‘건강 간식’과 같은 키워드를 사용할 수 있습니다. 추가로, 소비자들이 제품에 대한 경험을 친구 혹은 가족과 공유하도록 장려할 수 있습니다. 할인이나 쿠폰과 같은 인센티브를 제공하여 소비자가 경험을 공유하도록 유도하는 것도 좋은 홍보방법입니다.

Q. 한국 기업이 곤약젤리를 베트남에 수출할 때 주의해야 할 사항이 있나요?

베트남 소비자는 한국 소비자와 선호하는 맛이 다를 수 있습니다. 예를 들어 두리안, 잭푸르트, 용과는 베트남에서 인기가 있기 때문에 고객사는 해당 맛을 가진 제품을 개발할 수 있습니다. 또한, 가격의 측면에서는 고객사 제품은 시중에 판매되는 다른 현지 곤약젤리 제품과 비교했을 때 경쟁력이 있어야 합니다.

Q. 고객사는 현재 베트남에 공장 설립을 계획하고 있습니다. 현지에 공장을 설립할 때 참고해야 할 전반적인 사항에 대해 알려주실 수 있나요?

베트남에 공장을 설립하실 경우 몇 가지 어려움이 있습니다. 먼저 베트남에 법인을 설립하는 데 있어 법적인 장벽이 있고, 공장을 설립할 제조 및 공장 부지를 찾는 것이 어렵습니다. 다음으로는 어떻게 유통망을 구성할 것인가에 대한 비즈니스 모델이 필요합니다. 공장 설립 시 해당 사항들을 참고하시면 좋을 것 같습니다.

Interview ②

23)



황연푸드 (Hoàng Yến Food)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 베트남 호치민에 위치한 유한회사
 - 2013년 설립
 - 웹사이트를 통한 온라인 유통, 웨어하우스를 통한 오프라인 유통

담당자 정보

Salesperson

황연푸드(Hoàng Yến Food) Salesperson

Q. 베트남에서 곤약젤리 제품에 대한 수요는 어떤가요?

곤약젤리는 섬유질이 풍부하고 칼로리가 낮은 곤약 가루로 만들어져 사탕이나 칩과 같은 전통적인 간식의 건강한 대안으로 여겨지고 있습니다. 이에 따라 베트남에서 곤약젤리 제품에 대한 수요가 증가하고 있습니다.

Q. 베트남에서 제형, 함량, 맛, 포장, 가격 등의 카테고리과 관련된 곤약젤리 제품의 트렌드는 무엇인가요?

곤약젤리 관련 일부 업체들은 제품에 비타민과 미네랄을 첨가하고 있습니다. 또 다수의 업체에서는 저칼로리, 저당, 고섬유질 함량을 강조하고 있습니다. 맛의 측면에서는 망고, 복숭아, 포도 맛이 가장 인기 있는 제품입니다. 제품 대부분이 일회용 플라스틱 컵이나 봉지에 담겨 있습니다.

Q. 현지에서 인기 있는 곤약젤리 관련 제품은 무엇인가요?

곤약 국수와 곤약 밥은 베트남에서 조리하기 쉽고 다양한 요리에 사용할 수 있어서 인기를 얻고 있습니다. 건강하고 조리하기 쉬운 식사를 찾는 바쁜 사람들에게 해당 제품들은 좋은 옵션이 됩니다.

Q. 현지에서 곤약젤리 제품의 주요 소비자는 누구인가요?

저칼로리, 저당 스낵을 찾는 건강에 관심이 많은 개개인과 새롭고 독특한 식품을 시도해보고자 하는 소비자가 현지에서의 주요 소비자가 됩니다.

Q. 베트남에서 한국산 곤약젤리 혹은 젤리에 대한 인지도는 어떤가요?

한국 문화와 음식에 관심이 많은 베트남 소비자들은 한국산 곤약젤리에 대한 인지도가 상당히 높습니다. 건강에 관심이 많은 소비자는 건강에 좋은 저칼로리 간식이라고 광고하는 해당 제품에 매력을 느낍니다. 최근 몇 년 동안 온라인 시장과 건강식품 전문점을 통해 곤약젤리에 대한 접근성이 높아지면서 여러 한국산 곤약젤리가 베트남에서 더 잘 알려지게 되었습니다.

Q. 베트남에서 저칼로리 제품의 시장 트렌드는 무엇인가요?

베트남 내 점점 많은 사람이 건강에 관심을 가지고 있고, 다이어트 중인 사람들이 저칼로리 제품을 찾고 있습니다. 저칼로리 제품과 더불어 건강한 식품 옵션을 찾고 있습니다.

23) 사진자료: 황 연 푸드(Hoàng Yến Food)

Q. 현재 베트남에서 고객사 제품과 유사한 제품 중 인기 있는 제품이 있나요?

유사 제품으로는 B사의 젤리가 있습니다. 이는 오리히로 곤약젤리와 유사하며, 다양한 과일 맛으로 제공되는 곤약젤리 제품입니다. 저칼로리 제품으로 건강 간식 옵션으로 판매되고 있습니다. 또한, 사과, 포도, 복숭아 등 다양한 맛이 있는 C사의 곤약젤리도 있습니다.

Q. 경쟁제품과 비교하여 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

한국에서 수입한 프리미엄 곤약 분말을 사용하는 것은 제품의 독특함과 품질에 대한 포인트로 인식될 수 있습니다. 일본 문화와 상품에 베트남 고객들은 관심이 많기에 해당 제품이 일본의 유명 브랜드와 닮았다는 점을 판매 포인트로 삼을 수도 있습니다. 하지만 고객사의 제품이 이미 두터운 소비자층을 확보하고 있는 베트남의 유명 기업들과 경쟁해야 하므로 어려움이 있을 수 있습니다. 인지도 측면에서 다른 브랜드보다 부족한 상황입니다.

Q. 경쟁제품은 어떤 홍보와 마케팅 전략을 사용하나요?

경쟁제품은 인플루언서 마케팅, 소셜미디어 활용 마케팅, 건강에 관심이 많은 소비자를 겨냥한 광고 캠페인 등을 활용하고 있습니다. 바쁜 사람들에게 빠르고 건강에 좋은 간식 대안으로 홍보하며 판매하고 있습니다.

Q. 경쟁제품은 어떤 유통채널을 통해 판매되나요?

편의점과 건강식품 전문점을 통해 유통을 진행하고 있습니다.

Q. 경쟁제품의 가격대는 어떻게 형성되어 있나요?

경쟁제품의 가격은 일반적으로 팩당 20,000~50,000만 동(약 1,114~2,785원)²⁴⁾ 범위에 있습니다.

Q. 고객사 제품을 수출할 때 어떤 유통채널을 추천하나요?

베트남 상인 및 슈퍼마켓과 네트워크 및 인맥이 있는 지역 유통업체와 협업하는 것이 좋습니다. 또다른 옵션은 베트남에서 전자상거래가 점점 인기를 얻고 있으므로 온라인 시장을 통해 판매하는 것입니다.

Q. 현지 소비자들에게 제품을 홍보할 방법을 알려주세요.

제품 홍보를 위해서는 매장 내 프로모션, 제품 샘플링, 스폰서십이 포함될 수 있습니다. 또한, 고객사는 현지의 건강 및 피트니스 인플루언서와 파트너십을 맺어 제품을 홍보하고 출시에 대한 입소문을 현지에 내는 것도 고려할 수 있습니다.

24) 100동=5.57원 (2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 한국 기업이 곤약젤리를 베트남에 수출할 때 주의해야 할 사항이 있나요?

수출 시 소비자들이 해당 제품이 무엇이고, 어떻게 사용하는지 쉽게 이해할 수 있도록 명확하고 유익한 정보를 패키지에 제공해야 합니다. 마케팅의 경우, 제품의 건강상의 이점 및 편의성과 같은 해당 제품만의 이점에 초점을 맞추어 진행하면 좋습니다.

Q. 고객사는 현재 베트남에 공장 설립을 계획하고 있습니다. 현지에 공장을 설립할 때 참고해야 할 전반적인 사항에 대해 알려주실 수 있나요?

공장과 공업 지역이 서로 다른 곳에 있으므로 공장입지 선정에 한계가 있습니다. 또한, 공장을 건설하려면 환경 영향 평가 등 관련 법률을 준수해야 합니다. 베트남에서는 새로운 투자 프로젝트 혹은 회사를 설립하기 위해서는 당국의 승인을 받아야 합니다.

Interview ③



굿프로덕트솔루션
(Good Product Solutions)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 베트남 호치민에 위치한 무역회사
 - 2018년 설립
 - 웹사이트를 통한 온라인 유통

담당자 정보

Representative

25)

굿프로덕트솔루션(Good Product Solutions) Representative

Q. 베트남에서 곤약젤리 제품에 대한 수요는 어떤가요?

베트남 시장에는 D사, E사와 같은 한국 기업이 진출해 있으며 베트남 고객들은 곤약젤리 제품에 익숙합니다. 곤약젤리는 식이섬유가 풍부하여 포만감을 오래 지속시키고 전체 칼로리 섭취량을 줄이는 데 도움이 됩니다.

Q. 베트남에서 제형, 함량, 맛, 포장, 가격 등의 카테고리화 관련된 곤약젤리 제품의 트렌드는 무엇인가요?

망고, 리치, 녹차 맛 등 기존의 과일 맛과는 다른 독특하고 이국적인 맛에 대한 수요가 증가하고 있습니다.

Q. 현지에서 인기 있는 곤약젤리 관련 제품은 무엇인가요?

곤약 국수, 곤약 쌀, 곤약 가루는 현지에서 인기 있는 곤약젤리 관련 제품입니다. 일반적인 국수, 쌀, 밀가루 대신 저탄수화물, 저칼로리 대안을 찾는 소비자들에게 인기가 있습니다. 예를 들어, 곤약 국수는 베트남 휘귀 요리에서 흔히 사용되는 재료이며, 곤약 쌀은 볶음 및 기타 아시아 요리의 기본 재료로 자주 사용됩니다.

Q. 현지에서 곤약젤리 제품의 주요 소비자는 누구인가요?

여성은 건강 및 웰빙 제품에 더 관심이 많은 경향이 있으므로 주요 소비자층이 될 수 있습니다. 학생과 젊은 직장인 등 젊은 소비자도 중요한 타겟으로, 이들은 이동 중에도 먹을 수 있는 간편하고 휴대하기 좋은 간식을 찾는 경우가 많습니다.

Q. 베트남에서 한국산 곤약젤리 혹은 젤리에 대한 인지도는 어떤가요?

한국산 곤약젤리 제품은 베트남에서 잘 알려졌지만, 베트남의 여러 기업에서도 저칼로리, 저당분 스낵으로 광고하는 곤약젤리 제품을 생산하고 있습니다. 최근 베트남에서 전자상거래 플랫폼의 인기가 높아지면서 다양한 브랜드와 출처의 곤약젤리를 더 쉽게 접하고 구매할 수 있게 되었습니다.

Q. 베트남에서 저칼로리 제품의 시장 트렌드는 무엇인가요?

건강에 관심을 갖고 건강한 체중을 유지하는 데 도움이 되는 제품을 찾는 소비자가 늘어나면서 베트남의 저칼로리 제품 시장이 성장하고 있습니다. 이러한 경향은 스낵, 음료, 포장 식품 등 다양한 제품 카테고리에서 볼 수 있습니다. 스테비아, 나한과(Monk Fruit) 추출물, 곤약 가루, 에리스리톨(erythritol)과 같은 전통적인 성분을 대체할 수 있는 저칼로리 감미료에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 많은 식음료 회사들이 칼로리와 당 함량이 낮은 신제품을 출시하거나 기존 제품을 더 건강하게 재구성하여 이러한 추세에 대응하고 있습니다.

Q. 현재 베트남에서 고객사 제품과 유사한 제품 중 인기 있는 제품이 있나요?

베트남 시장에서 강력한 입지를 가진 한국 회사 E사에서 생산하는 한국의 곤약젤리는 베트남에서 가장 인기 있는 곤약젤리 제품 중 하나입니다. 포도, 사과 등 다양한 맛으로 출시되는 B사의 닥터큐는 베트남 브랜드의 인기 있는 곤약젤리입니다.

Q. 경쟁제품과 비교하여 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

강점으로는 독특한 맛과 프리미엄 재료 또는 베트남 소비자에게 어필할 수 있는 특정 마케팅 방법 등이 있습니다. 한 가지 잠재적 약점은 고객의 제품이 베트남 곤약젤리 시장에서 경쟁제품만큼 널리 판매되지 않을 수 있다는 것입니다. 이로 인해 소비자가 제품을 찾고 구매하기가 더 어려워져 잠재적인 판매가 제한될 수 있습니다. 또한, 베트남 소비자는 가격에 민감한 경우가 많기에 가격대가 높으면 고객사의 제품이 경쟁에서 이기고 시장 점유율을 확보하기가 더 어려워질 수 있습니다.

Q. 경쟁제품은 어떤 홍보와 마케팅 전략을 사용하나요?

일부 기업은 마케팅 및 소통을 위해 페이스북, 인스타그램과 같은 소셜미디어 사이트를 활용합니다. 다른 기업들은 인플루언서 마케팅을 활용하거나 유명 음식 블로거와 협력하여 브랜드의 인지도를 높일 수 있습니다. 또한, 할인 또는 프로모션을 제공하여 고객이 제품을 사용해 보도록 유도하는 방법도 있습니다.

Q. 경쟁제품은 어떤 유통채널을 통해 판매되나요?

슈퍼마켓, 편의점, 코스트코, 빅씨, 롯데마트 등에서 다양한 브랜드의 곤약젤리 제품을 판매하고 있습니다. 세븐일레븐, 써클케이, 훼미리마트 등의 편의점에서도 다양한 브랜드의 제품을 판매하고 있습니다. 편의점은 변화가, 오피스 빌딩, 주택가 등 교통량이 많은 지역에 있는 경우가 많아 이동이 잦은 소비자들이 편리하게 이용할 수 있습니다. 곤약젤리 제품은 오프라인 매장 외에도 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee)와 같은 온라인 채널을 통해서도 판매되고 있습니다.

Q. 경쟁제품의 가격대는 어떻게 형성되어 있나요?

곤약젤리 제품의 가격은 일반적으로 개당 5,000~35,000동(한화 약 285~1,995원)입니다. 재료의 품질, 용기의 크기 및 브랜드의 평판은 모두 가격에 영향을 미칠 수 있는 요소입니다.

Q. 고객사 제품을 수출할 때 어떤 유통채널을 추천하나요?

마트나 편의점에 유통하는 것이 일반적인 유통채널입니다. 해당 제품은 체중 감량 기능이 있기에 헬스장이나 건강보조식품 전문점과 협업하여 제품을 판매할 수 있습니다.

Q. 현지 소비자들에게 제품을 홍보할 방법을 알려주세요.

베트남에서는 페이스북 및 인스타그램과 같은 소셜미디어 플랫폼이 광범위하게 활용되고 있습니다. 제품의 품질, 맛 및 건강상의 이점을 강조하는 데 사용할 수 있습니다. 많은 팔로워를 보유한 유명한 음식 블로거나 인플루언서와 협업하는 것도 브랜드 인지도를 높이고 더 많은 잠재 고객에게 다가가는 데 도움이 될 수 있습니다. 처음 구매하는 소비자에게 할인이나 프로모션을 제공하고 재구매를 촉진하는 로열티(loyalty) 프로그램을 구축하는 것도 매출 증대에 도움이 될 수 있습니다. 또한, 눈길을 사로잡고 유익한 정보를 제공하는 패키징을 디자인하는 것도 고려할 수 있습니다. 고객의 시선을 사로잡을 수 있는 전면 로비에 제품을 배치하는 것도 홍보방법의 하나입니다.

Q. 한국 기업이 곤약젤리를 베트남에 수출할 때 주의해야 할 사항이 있나요?

해당 제품이 현지 식품 안전 및 라벨링 규정을 준수하는지 확인해야 합니다. 제품에 현지 맛이나 성분을 추가하고, 포장 및 마케팅 자료에 베트남어를 사용하는 것이 좋습니다.

Q. 고객사는 현재 베트남에 공장 설립을 계획하고 있습니다. 현지에 공장을 설립할 때 참고해야 할 전반적인 사항에 대해 알려주실 수 있나요?

공장의 생산량과 투자 능력, 제품 유형에 따라 공장 설립 가능성을 고려해야 합니다. 이를 통해 공장의 입지를 분류할 수 있으며, 이는 공단 밀집 지역이 될 수 있습니다. 제품 생산을 위한 원재료 수입에 제한이 있는지와 관련된 여부도 고려해야 합니다. 마지막으로, 베트남 투자 프로젝트와 관련된 인센티브 및 세금 문제를 함께 고려합니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

Ⅶ 시사점



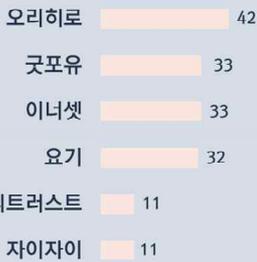
시장수요

베트남 對한국 곤약 젤리 수요, 꾸준한 수요 존재



베트남 간식 및 스낵 시장규모는 향후 5년간 10.2%씩 증가, 과자 시장규모 또한 향후 5년간 10.8%씩 성장할 것으로 전망됨. HS CODE 1704.90(곤약젤리)의 베트남 對글로벌 수입액은 지난 5년간 연평균 8.9%씩 증가한 반면 對한국 수입액은 연평균 5.2%씩 성장하며 글로벌 대비 다소 미미한 성장률을 보였음. 한편, 2021년 기준 베트남의 곤약젤리 수입 국가들 중 한국은 8.5%의 점유율로 전체 4위를 기록하며 한국산 곤약젤리에 수요를 확인하였음

수입유통업체 인터뷰 결과, 세 수입유통업체 모두 베트남 내 곤약젤리에 대한 수요가 증가하고 있으며, 특히 건강과 미용에 대한 관심 증가로 곤약젤리를 포함한 곤약 제품이 베트남 내 체중감량을 희망하는 소비자들에게 인기가 있다고 답변함. 한국산 곤약젤리를 포함하여 이국적인 맛으로 풍미를 제공하고 저당, 저칼로리 등 영양성분을 고려한 곤약젤리에 대한 관심이 커지고 있음



베트남 온라인 쇼핑물 곤약젤리 경쟁제품

소비 특징 ①

일본산 곤약젤리 브랜드 무세 현지 및 한국 브랜드도 인기



온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석 결과를 통해 현지 제품 및 시장 특징을 도출함

베트남 곤약젤리 시장 내 일본산 젤리 브랜드가 가장 인기 있는 브랜드로 보이며, '오리히로'와 '요기'가 주요 브랜드인 것으로 보임. 이들 브랜드는 주로 20g 이내 파우치 제품이 한 팩에 6~10개 들어있는 형태로 제품을 판매하고 있는 것으로 확인됨. 이외에도 베트남 인기 있는 현지 브랜드는 '오리트러스트', '자이자이', '수소' 등이 있었고 한국 브랜드로는 마시는 곤약젤리 제품을 판매하는 '이너셋'이 확인됨



베트남 온라인 쇼핑물 곤약젤리 맛

소비 특징 ②

열대과일을 포함한 과일 맛을 제품 다수



베트남 곤약젤리 시장 내 '과일 맛'을 가진 제품이 대부분인 것으로 확인됨. 거의 모든 브랜드 제품에서 3개 이상의 과일 맛의 제품을 판매 중이며 '포도', '청포도', '복숭아' 등 과일 맛 곤약젤리에 대한 선호도가 높음. 특히, 전통적인 과일 뿐만 아니라 열대과일인 '망고', '리치', '패션후르츠' 등 이국적인 풍미를 제공하는 제품에 대한 트렌드가 확산되는 것을 확인할 수 있음

베트남 소비자들 사이에서는 다양한 과일 맛을 내는 '사과농축과즙', '식품첨가물' 등의 성분이 포함된 제품도 다수 판매되고 있는 것으로 확인함



베트남 곤약젤리 유통 비중



유통채널



베트남 곤약젤리 유통채널 점유율 조사 결과 전통시장(88.1%)이 압도적으로 높은 점유율을 차지하였음. 뒤를 이어 하이퍼마켓/슈퍼마켓(10.9%)과 편의점(1.0%)이 베트남 내 곤약젤리의 주요 유통채널로 확인됨

한편, 전문가 인터뷰 결과 소셜미디어, 인플루언서 마케팅 등 온라인을 활용한 홍보 및 유통이 최근 부상하는 것으로 확인됨. 실제 온라인 판매 제품 확인 결과 베트남 내 식품품 배달 서비스를 운영하는 플랫폼인 라자다와 쇼피에서 다수의 곤약젤리 제품이 판매되는 것을 확인함

- ▶ Point 1) 자유판매증명서 등록 **必**
- ▶ Point 2) 제품신고서 등록 **必**
- ▶ Point 3) VFA 적합성 인증 **必**
- ▶ Point 4) 라벨 베트남어 표기 **必**

진입장벽



베트남으로 곤약젤리 수출 시, 자유판매증명서와 제품신고서 등록이 반드시 필요함. 베트남으로 가공식품 수출 시 VFA적합성 인증이 필수이며, 수입업체는 반드시 식품안전규정 적합성을 판정 받아 식품안전국에 결과를 신고 해야함. 해당 인증 외 HACCP, ISO 22000, GMP 등의 품질 인증이 권장됨. 라벨의 경우, 반드시 베트남어로 표기해야 하며, 외국어와 함께 적는 경우 외국어는 베트남어 문자 크기보다 작아야 함

수출 확대 전략

셀링 포인트
&
제품 경쟁력 피드백



Point 01 주요 구매 요인 수입유통업체 인터뷰 결과, 곤약젤리 제품의 주요 구매 요인은 저렴한 가격, 높은 품질, 제품 형태, 편리한 포장, 독특한 풍미 등으로 확인됨. 따라서, 고객사 제품의 셀링포인트인 '한국에서 판매중인 프리미엄 곤약 함유'는 베트남 시장에 적합한 것으로 확인됨

Point 02 신제품 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 베트남 소비자들은 곤약젤리를 건강한 간식으로 섭취하고자 하는 경향이 있음. 따라서, 제품 출시 시 '체중 감량', '건강 간식'과 같은 건강과 관련한 메시지를 홍보문구로 활용하는 것이 효과적임. 또한, 이동 중에 섭취하는 경우가 많기 때문에 제품의 간편하고 휴대하기 좋은 패키징 형태를 강조하는 것을 추천



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. 스태티스타(Statista), 「Confectionery & Snacks_Vietnam」, 2023.05
3. 쿤미디어, 「베트남 과자시장을 사로잡은 오리온」, 2022.10
4. 식품외식경영, 「담백한 팥화스낵 인기」 베트남 스낵 시장 동향, 2021.09
5. 스태티스타(Statista), 「Confectionery_Vietnam」, 2023.05
6. Kati농식품수출정보, 「성장하는 베트남 스낵시장의 현황」, 2019.11
7. 스태티스타(Statista), 「Food retail industry in Vietnam」, 2023.06
8. 스태티스타(Statista), 「Food retail in South Korea」, 2023.05
9. 농림축산식품부, 「2021 농식품 해외인증등록정보 종합가이드」, 2021
10. 베트남 정부(Government of Vietnam), 「Law No.55/2012/QH12」, 2012
11. 베트남 정부(Government of Vietnam), 「Decree 43/2017/ND-CP」, 2017
12. 베트남 국가표준(TIÊU CHUẨN QUỐC GIA), 「TCVN 10743:2015」, 2015
13. 베트남 보건부(Ministry of Health), 「Circular No.24/2019/TT-BYT」, 2019
14. 베트남 보건부(Ministry of Health), 「Circular 50/2016/TT-BYT」, 2016
15. 베트남 농업부(MARD), 「26/2016/TT-BNNPTNT」, 2016
16. 베트남 보건부 Maximum Permitted Level of Biological and Chemical Residue Allowed in Food 「Decision No. 46/2007/QĐ-BYT」, 2007
17. 베트남 보건부 On food safety 「Law No. 55/2012/QH12」, 2012
18. 베트남 보건부 Decree on Goods Labels 「Decree No. 43/2017/ND-CP」, 2017
19. 베트남 보건부 Guiding the regulation conformity announcement and announcement of conformity with regulation on food safety 「Circular No. 19/2012/TT-BYT」, 2012

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. International Trade Centre (www.intracen.org)
3. 라자다(Lazada) (www.lazada.vn)
4. 윈마트(Winmart) (winmart.vn)
5. 베트남국립관광청(Vietnam National Administration of Tourism) (www.vietnam-tourism.com)
6. 베트남프랜차이즈(Vietnam Franchise) (vietnamfranchise.net)
7. 박화씨잉(Bach Hoa Xanh) (www.bachhoaxanh.com)
8. 가디언(Guardian) (www.guardian.com.vn)
9. 네비게이터(Navigator) (www.navigator.com.vn)
10. 메디케어(Medicare) (medicare.vn)
11. 이온몰 빈탄(AEON Mall Binh Tân) (aeonmall-binhthan.com.vn)
12. 끼룩(ký lục) (kyluc.vn)
13. 팀비엑(tim viêc) (news.timviec.com.vn)
14. 비스마트(B's Mart) (www.bsmartvina.com)
15. DIFA (www.difa.vn)
16. 관세청 (www.customs.go.kr)
17. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
18. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
19. 베트남 관세청(General Department of Vietnam Customs) (www.customs.gov.vn)
20. 대한무역 투자진흥공사(KOTRA) (www.kotra.or.kr)
21. 베트남 보건부(Ministry of Health) (www.moh.gov.vn)
22. 국가관세종합정보망 서비스 (unipass.customs.go.kr)
23. 농림축산검역본부 (www.qia.go.kr)
24. 짜스어다이론(Trà sữa Đà Loan) (www.trasuadailoan.com)

26. 황옌푸드(Hoàng Yến Food) (www.hoangyenfood.com)
27. 굿프로덕트솔루션(GoodProductSolutions) (www.gpsolutions.vn)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.08.11

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea