

2019년 해외시장 맞춤형조사



- No. 2002-17
- 품목 : 과일음료(Fruit Juice)
- 국가 : 대만(TAIWAN)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 대만 과일음료 시장규모	5
2. 대만 과일음료 수출입 시장규모	6
3. 대만 과일음료 소비 시장규모	7

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	11
1. 대만 소비자에게 친숙한 '과립 주스와 씹어먹는 음료'	16
2. 대만음료산업협회 '대만 음료 트렌드는 저당, 무설탕, 과일'	17
3. 대만 과립 음료 인기 맛은 '복숭아, 코코넛, 딸기, 오렌지'	18
4. 대만 음료 시장 특징 '가소제 기피와 투명 음료 수요 성장'	19

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	21
1. 대만 과일음료 유통구조	22
2. 대만 과일음료 주요 유통업체	23
3. 대만 과일음료 B2C 소매채널	25

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	46
1. 대만 과일음료 인증 취득	47
2. 대만 과일음료 사전 심사	49
3. 대만 과일음료 업체·제품 등록	51
4. 대만 과일음료 라벨 심의	52
5. 대만 과일음료 서류 준비	55
6. 대만 과일음료 세금 납부	56
7. 대만 과일음료 검역 심사	57

V. Expert Interview (전문가 인터뷰)

SUMMARY	60
Interview ① 쿤타이마오이(埜泰貿易)	62
Interview ② 한꼬우왕(韩购网)	64
Interview ③ 첸위궈찌뉘궈스핀(千御國際多國食品)	66
Interview ④ 이제트모어(Ezmore)	67
Interview ⑤ 떠우싸오더링스짜훤(豆嫂的零食雜貨店)	68

* 참고문헌	69
--------	----

I. Market Size

SUMMARY

1. 대만 과일음료 시장규모
2. 대만 과일음료 수출입 시장규모
3. 대만 과일음료 소비 시장규모



Market Size

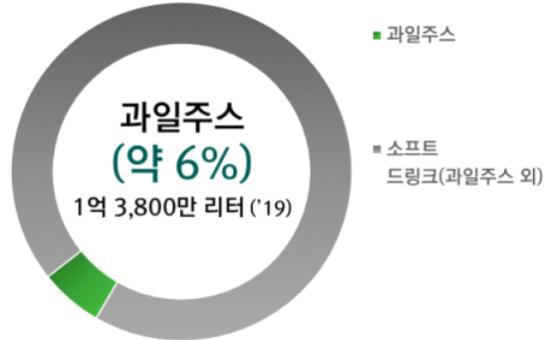
(시장규모)

대만 (TAIWAN)

과일음료 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(과즙음료)

- 대만 소프트 드링크¹⁾ 시장규모 22억 1,300만 리터('19)
- 대만 과일주스²⁾ 시장규모 **1억 3,800만 리터('19)**

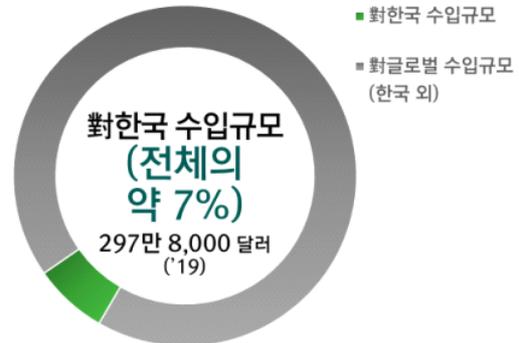


(*) Euromonitor International

과일음료 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 성분(과당, 감미료, 맛 첨가)

- HS 2202.99³⁾ 대만 對글로벌 '설탕, 감미료, 맛, 향 첨가한 물' 수입규모 4,245만 5,000달러('19)
- HS 2202.99 대만 對 한국 '설탕, 감미료, 맛, 향 첨가한 물' 수입규모 **297만 8,000달러('19)**



(*) International Trade Center

과일음료 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '과일주스'는 다양한 종류의 과일 맛과 코코넛 알갱이를 함께 즐길 수 있는 과일주스 제품임. 이에 잠재 소비자를 10-20대로 설정하고 '대만 10-20대 연령별 인구규모를 조사함. 또한, 전반적인 과일주스 시장의 현황을 알아보기 위해 '대만 1인당 과일주스 섭취량'과 '대만 과일주스 맛별 점유율'을 파악함

- | | |
|---|--|
| <p>① 대만 10-20대 인구 규모 ('17)</p> <p>전체 2,357만 명</p> <p>10-19세 242만 5,000명</p> <p>20-29세 322만 4,000명</p> <p>② 대만 1인당 과일주스 섭취량('16-'18)</p> <p>2016년 6,351 리터</p> <p>2017년 6,209 리터</p> <p>2018년 5,985 리터</p> | <p>③ 대만 과일주스 맛별 점유율('19)</p> <p>기타 29.5%</p> <p>오렌지 22.9%</p> <p>혼합 과일 18.5%</p> <p>자두 9.4%</p> <p>포도 5.3%</p> |
|---|--|

※최신 3개년 수치를 제시함

※상위 5개의 수치를 제시함

(*) Euromonitor, National Development Council

1) 소프트 드링크(Soft Drinks): 탄산음료, 과일/야채주스, 생수, 기능 음료, 농축 음료, 즉석 차 음료, 즉석 커피 음료, 아시아 음료 등을 모두 포괄하는 품목임

2) 과일주스(Juice Drinks, up to 24% juice): 신선한 주스나 농축액으로 구성된 모든 비탄산 주스 음료를 포함하며, 이 때 과즙은 24%를 초과하지 않음

3) HS CODE 2203.00: 해당 코드는 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함)임. 조사제품의 성분 구성(액상과당, 감미료, 맛 첨가)이 이에 해당하여 지표로 선정함

1. 대만 과일음료 시장규모

조사 시장: 조사제품은 10% 이하의 과즙을 포함한 과즙음료임. 이에 제품의 품목과 성분 구성을 고려하여, 상위 품목인 '소프트 드링크'와 하위 품목 '과일주스' 시장규모를 조사함

대만 국가 일반 정보⁶⁾

면적	36,000 km ²
인구	2,357만 명
GDP	5,894억 달러
GDP (1인당)	25,004 달러

▶ 2019년 대만 '소프트 드링크' 시장규모 22억 1,300만 리터(ℓ)

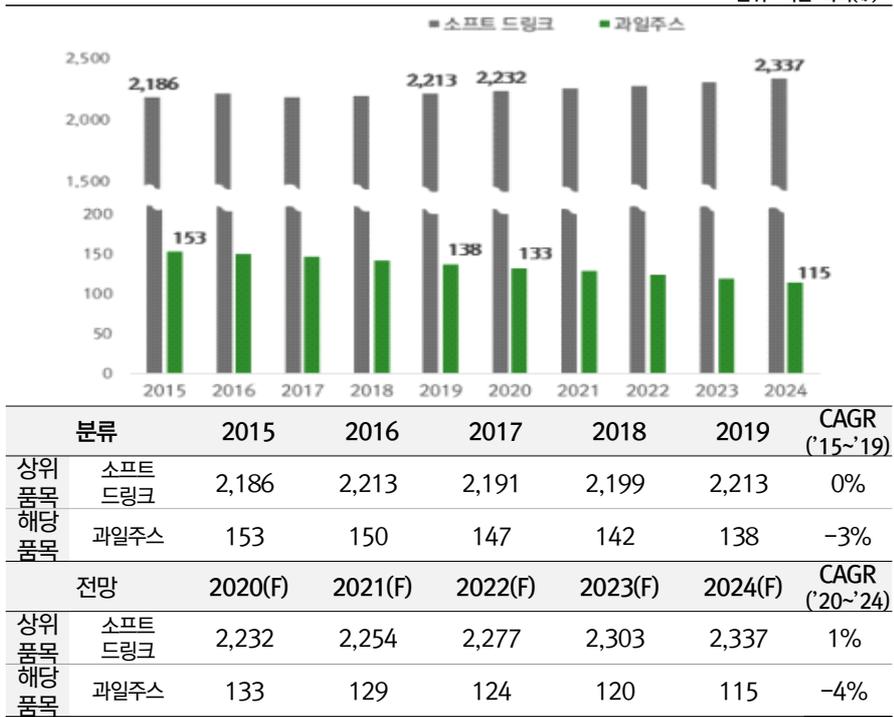
2019년 기준, 대만의 '소프트 드링크' 시장규모는 22억 1,300만 리터, '과일주스' 시장규모는 1억 3,800만 리터로 추산됨. 유로모니터에 따르면, 현지 소비자들 건강에 대한 관심이 높아지면서 탄산 및 설탕 함유가 높은 제품의 수요는 감소함. 반면 허브를 포함한 혼합차 및 과일 맛 음료의 인기는 증가함⁴⁾

▶ 2020-2024년 대만 '과일주스' 시장 연평균성장률(CAGR) -1%

향후 5년(2020-2024년)간 대만 '과일주스' 시장은 연평균 4%의 감소세를 보여 2024년 1억 1,500만 리터의 시장규모를 기록할 것으로 예상됨. 동기간 '소프트 드링크' 시장은 연평균 1%의 성장세를 이어가 2024년 23억 3,700만 리터의 시장규모를 보일 것으로 전망됨

[표 1.1] '소프트 드링크', '과일주스' 시장 규모⁵⁾

단위: 백만 리터(ℓ)



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR ('15~'19)	
상위 품목	소프트 드링크	2,186	2,213	2,191	2,199	2,213	0%
해당 품목	과일주스	153	150	147	142	138	-3%
전망	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	CAGR ('20~'24)	
상위 품목	소프트 드링크	2,232	2,254	2,277	2,303	2,337	1%
해당 품목	과일주스	133	129	124	120	115	-4%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

4) 유로모니터(Euromonitor), 「Soft Drinks in Taiwan」, 2019.12.

5) 원 데이터는 모두 반올림함

6) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 대만 과일음료 수출입 시장규모

HS CODE 2202.99: 조사제품은 10%이하의 과즙을 포함한 과즙음료임. 이에 '설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물'에 해당하는 지표인 HS CODE 2202.99를 지표로 선정함

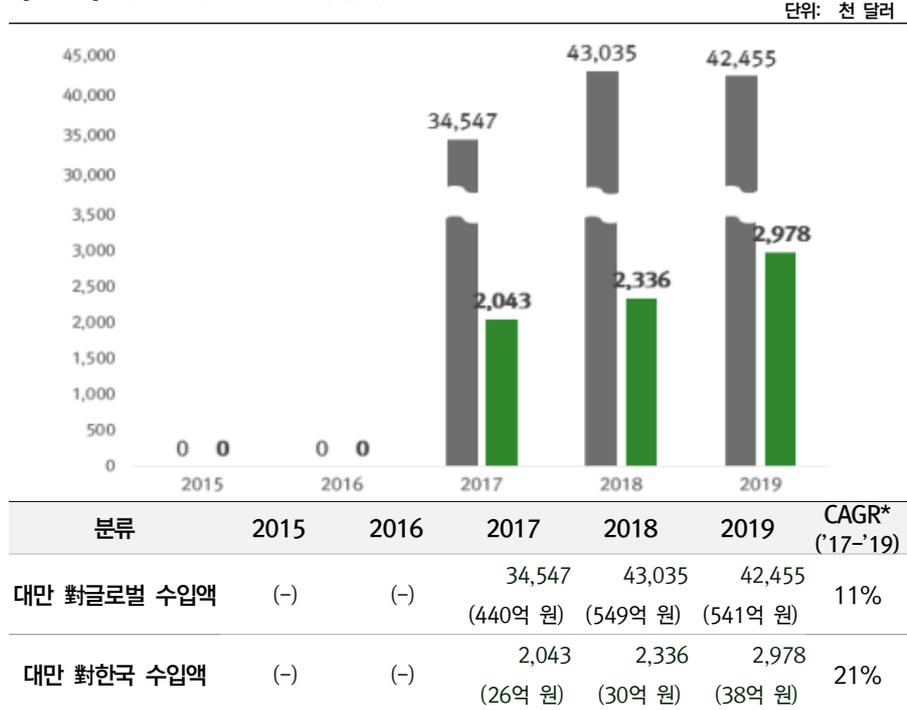
▶ 2017-2019년, 대만 對글로벌 수입액 연평균성장률 11%

3년(2017-2019년)간 대만의 HS CODE 2202.99 품목 對글로벌 수입액은 연평균성장률 11%를 보이며 2019년 기준 4,245만 5,000달러를 기록함. 2019년 기준 수입액 1위 국가는 일본으로 1,538만 4,000달러(약 196억 원)임

▶ 2017-2019년, 대만 對한국 수입액 연평균성장률 21%

2019년 기준 대만 HS CODE 2202.99 품목 對한국 수입액은 297만 8,000달러로, 수입액 기준 4위를 차지함. 對한국 수입액은 2017년 204만 3,000달러를 기록한 후 지난 3년(2017-2019년)간 연평균 21%씩 성장함

[표 1.2] HS CODE 2202.99 수입 규모⁸⁾



자료 : ITC(International Trade Centre) HS CODE 2202.99 기준

7) 1달러=1,274.60원 (2019.03.24., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 대만 과일주스 소비 시장규모

1) 대만 10-20대 인구규모

조사제품 '과일주스'는 다양한 종류의 과일 맛과 코코넛 알갱이를 함께 즐길 수 있는 과일주스 제품임. 이에 잠재 소비자를 10-20대로 설정하고 '대만 10-20대 연령별 인구 규모'를 조사함. 또한, 전반적인 과일주스 시장 현황을 알아보기 위해 '대만 1인당 과일 주스 섭취량'과 '대만 과일주스 맛별 점유율'을 파악함

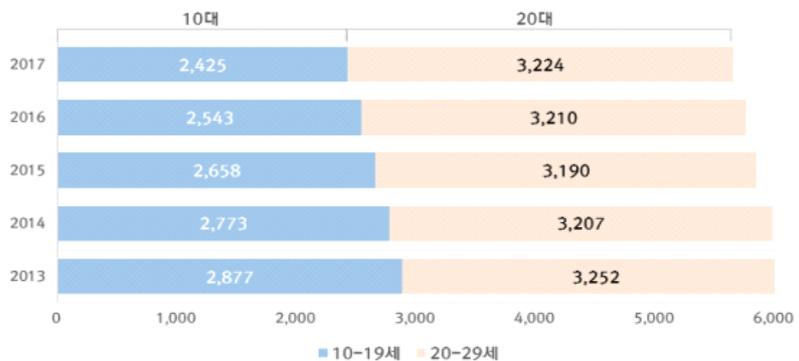
▶ 2017년, 대만 10-20대 전체 인구의 24% 차지

2017년, 대만 국가발전위원회에서 집계된 대만 인구는 총 2,357만 명임. 그 중 10대 인구가 242만 5,000명, 20대 인구가 322만 4,000명으로 대만의 10-20대 인구는 총 564만 9,000명이며, 이는 전체 인구의 24%를 차지하는 규모임. 2017년 대만에서 가장 인구가 많은 연령대는 30대로 전체 인구의 16%를 차지하며, 9세 이하 인구가 202만 4,000명으로 가장 적으며 전체 인구의 8% 비중임

2013년부터 2017년까지 대만의 전체 인구수는 연평균 0.2%의 증가율을 보이며 증가함. 해당 기간 동안 10대 인구수는 감소하였으며, 20대 인구수는 2015년까지 감소하다 2016년부터 증가함. 전체 인구에서 10대와 20대 비율은 감소함. 20대 인구 비중은 전체 인구의 14%로 동일하게 유지되었으나, 10대 인구수가 점차 감소함에 따라 10-20대 인구 비중은 2013년 26%에서 2017년 24%까지 감소함

[표 1.3] 2017년 대만 연령대별 인구 분포

단위 : 천 명



구분	0-9세	10-19세	20-29세	30-39세	40-49세	50-59세	60-69세	70세 이상
2013	2,027	2,877	3,252	3,938	3,672	3,540	2,166	1,902
2014	2,022	2,773	3,207	3,949	3,640	3,586	2,313	1,943
2015	2,030	2,658	3,190	3,927	3,620	3,608	2,497	1,962
2016	2,034	2,543	3,210	3,811	3,654	3,629	2,672	1,988
2017	2,024	2,425	3,224	3,733	3,680	3,635	2,804	2,046

자료: National Development Council

2) 대만 1인당 과일주스 섭취량

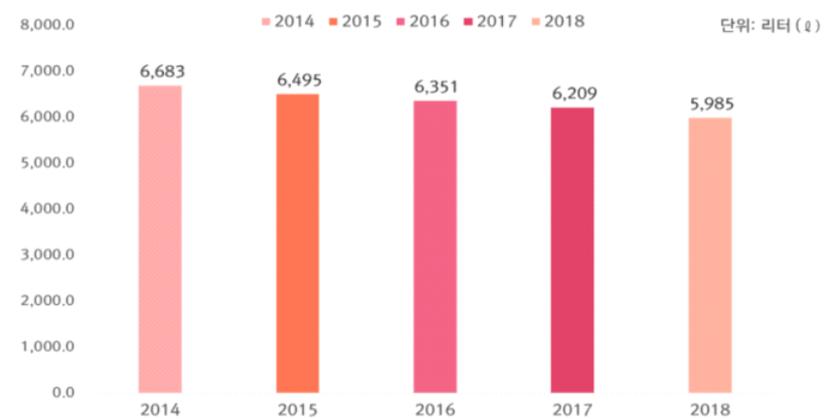
▶ 2018년 대만 1인당 ‘과일주스’ 섭취량 약 5,985 리터(ℓ)

유로모니터(Euromonitor)에 따르면, 대만의 1인당 ‘과일주스’ 섭취량은 2014년 약 6,683리터에서 5년(2014-2018년)간 연평균 1%씩 감소함. 2018년 기준, 1인당 ‘과일주스’ 섭취량은 약 5,985리터로 추산됨. 해당 감소는 소비자들이 건강을 고려한 소비로 변화하면서 설탕 함유량이 상대적으로 높은 제품으로 인식되는 ‘과일주스’의 소비 감소에 따른 것으로 추측됨¹⁰⁾

건강 지향적 소비에 따라 소비자들이 선호하는 음료도 기존 ‘과일주스(과즙 24% 이하)’¹¹⁾에서 ‘과즙 100% 주스’¹²⁾로 변화함. 또한, ‘코코넛 워터 및 플랜트 워터(Coconut and Other Plant Waters)’에 대한 소비자들의 선호도 급증하고 있어 향후 해당 제품에 대한 수요도 증가할 것으로 예상됨¹³⁾

[표 1.4] 2014-2018 대만 1인당 과일주스 섭취량¹⁴⁾

단위 : 리터 (ℓ)



구분	2014	2015	2016	2017	2018
1인당 과일주스 섭취량	6,683	6,495	6,351	6,209	5,985

자료: FAOSTAT, 유로모니터(Euromonitor)

9) 자료: 국가발전위원회(National Development Council), 「Taiwan Statistical Data Book」, 2018

10) 유로모니터(Euromonitor), 「Juice in Taiwan」, 2019.12.

11) 과일주스(과즙 24% 이하): 신선한 과즙 또는 농축액 함량이 24%를 넘지 않는 주스

12) 과즙 100% 주스: 정제 여부에 상관없이 과일 농축액 100%로 이루어진 주스

13) 유로모니터(Euromonitor), 「Juice in Taiwan」, 2019.12.

3) 대만 과일주스 맛별 점유율

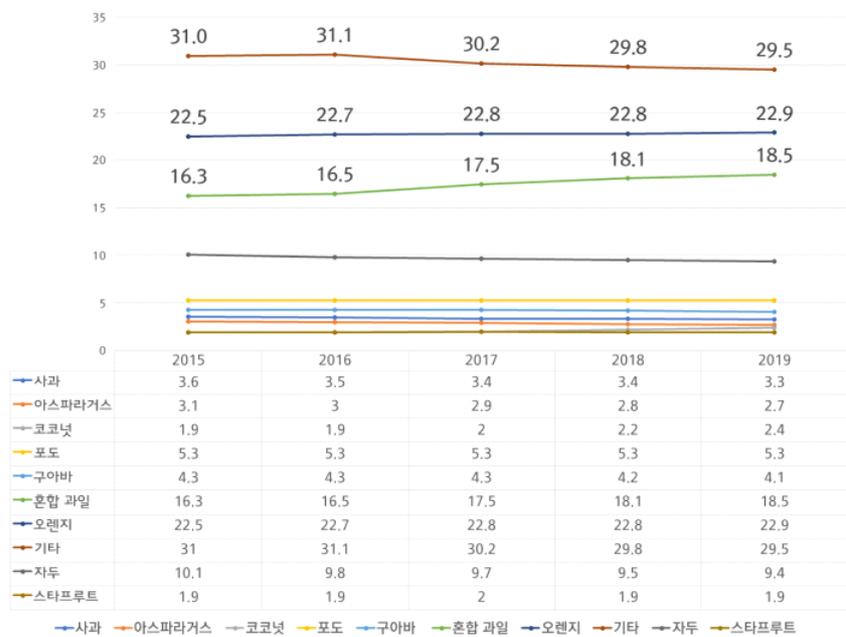
▶ 2019년 기준 대만 과일주스 시장 점유율, ‘혼합 과일 맛’ 18.5%

유로모니터에 따르면, 2019년 기준 대만 과일주스 맛별 시장 점유율은 ‘오렌지 맛 주스’가 22.9%로 소비자들이 과일주스 중 오렌지 맛을 가장 선호하는 것으로 확인됨. 이 외에 ‘혼합 과일맛’ 18.5%, ‘자두 맛’ 9.4%, ‘포도 맛’ 5.3%, ‘구아바 맛’ 4.1%, ‘사과 맛’ 3.3%, ‘아스파라거스 맛’ 2.7%, ‘코코넛 맛’ 2.4%, ‘스타프루트’ 1.9% 등의 순으로 나타남¹⁵⁾

‘코코넛 맛’ 주스는 2019년 기준 낮은 시장 점유율을 보이나, 2015년 기준 시장 점유율 1.9%에서 2019년 2.4%까지 꾸준히 상승함

[표 1.5] 2015-2019년 대만 과일주스 맛별 점유율

단위: %



자료: 유로모니터(Euromonitor)

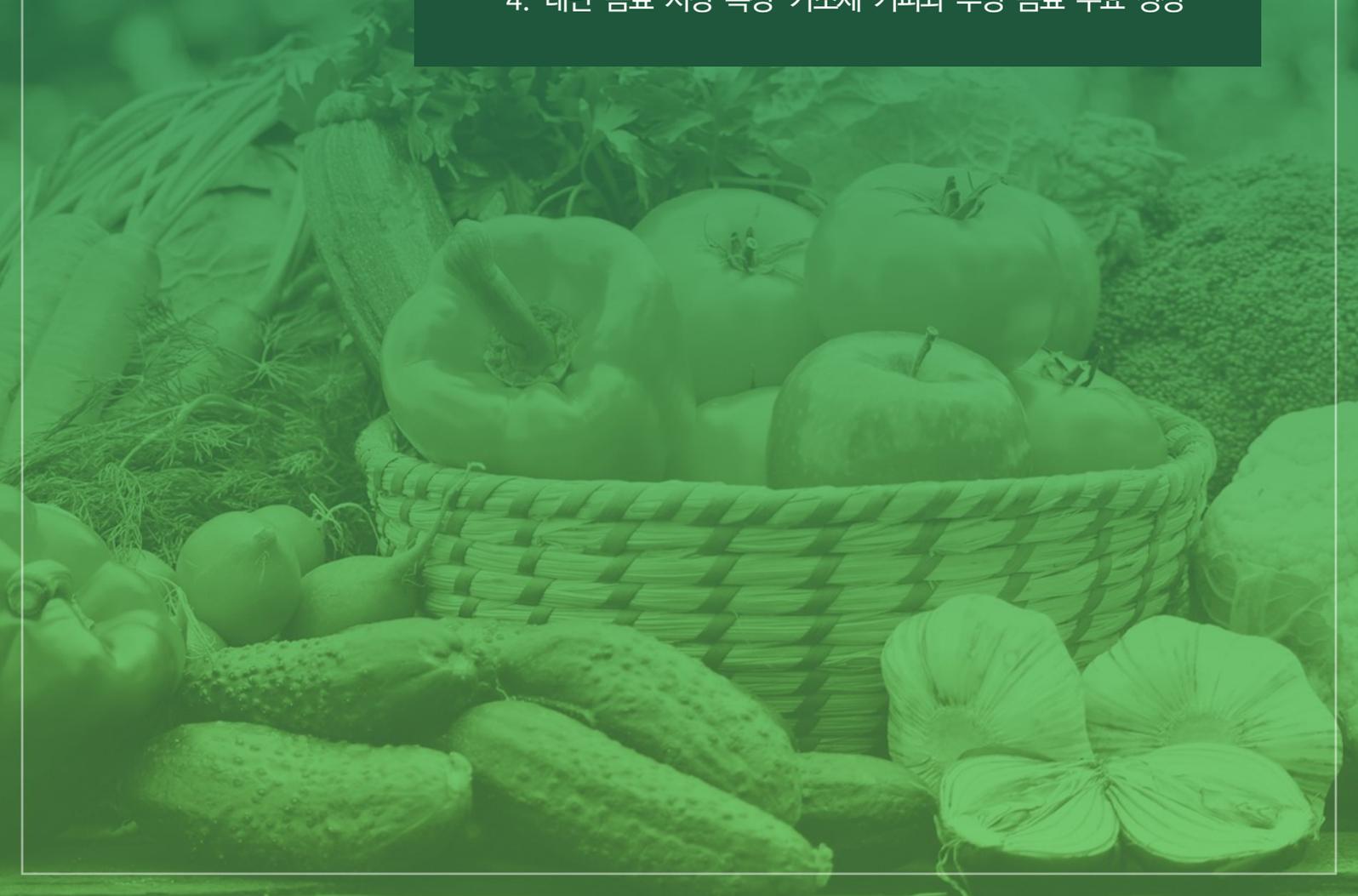
14) 통계 자료 수집방법에 따라 지표1과 인구수의 차이가 발생할 수 있음

15) 유로모니터(Euromonitor), 『Juice Drinks (up to 24% Juice) in Taiwan』, 2019.12.

II. Market Trend

SUMMARY

1. 대만 소비자에게 친숙한 '과립 주스와 씹어먹는 음료'
2. 대만음료산업협회 '대만 음료 트렌드는 저당, 무설탕, 과일'
3. 대만 과립 음료 인기 맛은 '복숭아, 코코넛, 딸기, 오렌지'
4. 대만 음료 시장 특징 '가소제 기피와 투명 음료 수요 성장'



Market Trend

(시장트렌드)

대만 (TAIWAN) 과일음료 시장트렌드



씹어먹는 음료에 친숙한 대만 소비자
밀크티, 과일, 곡물 등 다양한 음료에 알갱이(Granule) 첨가



대만 언론, 과당 음료 섭취에 대한 위험성 경고
생과일·저당·무당 음료에 대한 소비 선호 증가 전망

■ TAIWAN Issue ①

대만 소비자에게 친숙한
'과립 주스와 씹어먹는 음료'

펄(Pearl)·코코넛(Coconut) 등 알갱이 첨가 음료 다수

■ TAIWAN Issue ②

2019 대만 음료 트렌드
'저당, 무설탕, 과일'

대만 과일 및 야채 음료 판매량, 전체 음료 시장에서 2위



대만 소비자에게 친숙한 사키(SAKI) 브랜드 한국생산
복숭아 및 멜론 맛 제품은 과립 형태 알갱이 첨가



대만 소비자를 사로잡은 투명 음료
유산균, 콜라, 복숭아차, 유아용 음료, 탄산 음료 등에 적용되어 출시

■ TAIWAN Issue ③

대만 과립 음료의 인기 맛
'복숭아, 코코넛, 딸기, 오렌지'

대만 온라인 쇼핑물 내 등록된 인기 과립 음료의 주요 첨가물

■ TAIWAN ④

대만 음료 시장 특징
'가소제 기피와 투명 음료의 수요 성장'

2011년 대만을 강타한 가소제 오염 이슈, 음료 소비 요인에도 영향

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

●
데이터 수집
 소스원

 (대만 온라인 쇼핑몰 4개,
 대만 뉴스매체 1개)

●
데이터 분류
 키워드집
 (과일음료)

●
데이터 분석
 - 연관어 분석



1) 데이터 수집

● 데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.02
수집 데이터	1,131건

데이터 정제

정제 유형	과일음료
정제 데이터	1,061건

○ 빅데이터 수집

- 대만 과일음료 관련 데이터 소스원 리스트

[표 2.1] 대만 과일음료 소스원 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Shopee	shopee.tw	온라인쇼핑몰
02	Rakuten	www.rakuten.com.tw	온라인쇼핑몰
03	Yahoo	tw.buy.yahoo.com	온라인쇼핑몰
04	Momoshop	www.momoshop.com.tw	온라인쇼핑몰
05	Tvbs news	news.tvbs.com.tw	뉴스

[표 2.2] 대만 과일음료 데이터 수집 온라인 쇼핑몰

			
슈피	라쿠텐	야후	모모샵

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 대만 과일음료 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 대만 과일음료 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		키워드			수립 근거(*)		
참여기업	한국 개발사 사용 키워드	의미	번체	영어	참여기업	상위 도출	
상위도출	상위 빈도 도출 키워드	제품 (과일음료)	과즙	果汁	Fruit Juice		○
			과립	果粒	Fruit granule	○	○
식초	醋		Vinegar		○		
사과	蘋果		Apple		○		
포도	葡萄		Grape		○		
복숭아(수밀도)	水蜜桃		Peach	○	○		
레몬	檸檬		Lemon		○		
석류	石榴		Pomegranate		○		
복숭아(송도)	蜜桃		Peach		○		
딸기	草莓		Strawberry		○		
오렌지	柳橙		Orange		○		
배	梨汁		Pear juice		○		
망고	芒果		Mango	○	○		
코코넛	椰子汁		Coconut juice	○	○		
멜론(하미과)	哈密瓜		Cantaloupe	○	○		
바나나	香蕉		Banana	○	○		
특징 (과일음료)	순수		純	Pure		○	
	내추럴		天然	Natural		○	
	유기농	有機	Organic		○		
	분말	粉	Powder		○		
	신선즙(압착)	鮮榨	Freshly squeezed		○		
	무설탕	無糖	Sugar free	○	○		
	냉동	冷凍	freezing		○		
	영유아	幼兒	Toddler		○		
	건강	健康	health		○		
	아기	寶寶	baby		○		
제품 (과립음료)	밀크티	奶茶	Milk tea		○		
	요거트	酸奶	Yogurt		○		
	복숭아(수밀도)	水蜜桃	Peach		○		
	코코넛	椰果	Coconut		○		
	딸기	草莓	Strawberry		○		
	차	茶	Tea		○		
	오렌지	橘子	Orange		○		
	망고	芒果	Mango		○		
	알로에	蘆薈果	Aloe fruit		○		
	블루베리	藍莓	Blueberry		○		
트렌드	포장	包裝	Package		○		
	건강	健康	Health		○		
	싼	便宜	Cheap		○		
	성분	成分	Ingredient		○		
	생주스	原汁	Fresh juice		○		
	가소제	塑化	Plasticize		○		
	레몬	檸檬	Lemon		○		
	압착	榨	Squeeze		○		
	버블	泡	Bubble		○		
	투명	透明	Transparent		○		
과립	顆粒	Granules	○	○			

3) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 대만 온라인 쇼핑몰 내 과일음료(Fruit Drink, Juice) 관련 상품 인기순 나열
2. 인기순으로 나열된 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10페이지까지의 인기 상품 정보를 크롤링 함
(쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출
(상품명의 경우 문장이 짧고 중복 키워드가 적어 DF 값과 유사함)

※ TF, Term Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3		
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국제청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국제청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국제청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 방지 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...		
키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)

[대만 과일음료 관련 데이터 분석 결과]

구분	키워드	도출	구분	키워드	도출
제품 (과일 음료)	식초 (醋)	169	제품 (과립 음료)	밀크티 (奶茶)	38
	사과 (蘋果)	110		요거트 (酸奶)	32
	포도 (葡萄)	88		복숭아 (水蜜桃)	31
	복숭아 (水蜜桃)	59		코코넛 (椰果)	30
	레몬 (檸檬)	41		딸기 (草莓)	23
특징 (과일 음료)	순수 (純)	38	트렌드	포장 (包裝)	10
	내추럴 (天然)	34		건강 (健康)	10
	유기농 (有機)	22		싼 (便宜)	9
	분말 (粉)	17		가소제 (塑化)	7
	압착 (鮮榨)	14		투명 (透明)	4

1. 대만 소비자에게 친숙한 '과립 주스와 씹어먹는 음료'

▶ 대만 시장에서 대중적인 '씹어먹는 음료'

버블 밀크티로 유명한 대만은 알갱이가 들어있는 '씹어먹는 음료'에 대한 소비 인지도가 높은 시장임. 2019년 이후에는 밀크티와 코코넛 등에만 집중되던 '씹어먹는' 트렌드가 '과일음료, 곡물 음료, 젤리 첨가 음료' 등으로도 점차 확대되고 있는 것으로 나타남¹⁷⁾

● 레몬 맛 음료



브랜드 상아리아(Sangaria)

용량 350g

단가 약 1,643원¹⁶⁾
(39.0 대만달러)

자료 : 24h(24h.pchome.com.tw)

▶ 대만 대표 과일음료인 매실 식초 음료

▶ 레몬 맛 과일음료의 매출 신장

일반 과일음료 부분에 있어서는 대만에서 높은 인지도를 보유한 '매실식초 음료 추이(秋雅)'와 대만음료산업협회(TBIA)에서 선정한 '2019 대만 소비자에게 가장 사랑받은 음료인 레몬'이 주요 특징으로 파악됨

▶ 대만 과일음료 연관 주요 발생 제품 키워드

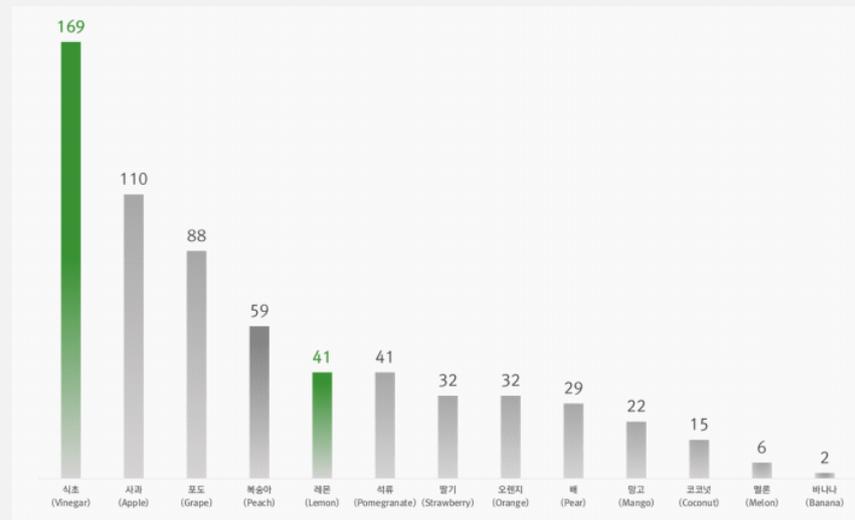
① 식초(Vinegar) ⑤ 레몬(Lemon)

[표 2.4] 대만 온라인 쇼핑몰 '과일음료' 연관 발생 제품 키워드 수

◦ 제품 가공 유형별 빈출 키워드



◦ 제품 원료별 빈출 키워드



자료 : 대만 온라인 쇼핑몰 내 '과일음료' 관련 게시물 819건 분석

값 설명 : 해당 키워드 발생 건 수

2. 대만음료산업협회 '2019년 대만 음료 트렌드는 저당, 무설탕, 과일'

▶ 대만 음료 소비 특징 주요 빈출 키워드 '저당 & 무설탕'

대만음료산업협회에서 발표한 2019년 대만 음료 트렌드 키워드는 ‘저당, 무설탕, 과일’임. 과일과 야채 음료는 전년도 음료 총 판매량 중 2위를 차지한 것으로 나타났으며 과일음료 선도기업인 보미(波蜜企業)와 웨이추안(味全)은 무설탕, 저당, 과일 입자 등이 첨가된 상품 등을 주요 신제품으로 출시하였음¹⁸⁾

▶ 설탕 함량이 높은 과일 주스에 대한 대만 언론의 경고

대만 대표 일간지 자유시보(LTN)에서는 미국 연구결과를 인용하여 당 함유가 높은 과일음료 섭취가 조기 사망률을 9%에서 42%까지 증가시킬 수 있다고 경고하였으며 설탕 함량이 낮은 ‘생과일, 저당, 무당’ 음료에 대한 섭취를 권고함¹⁹⁾

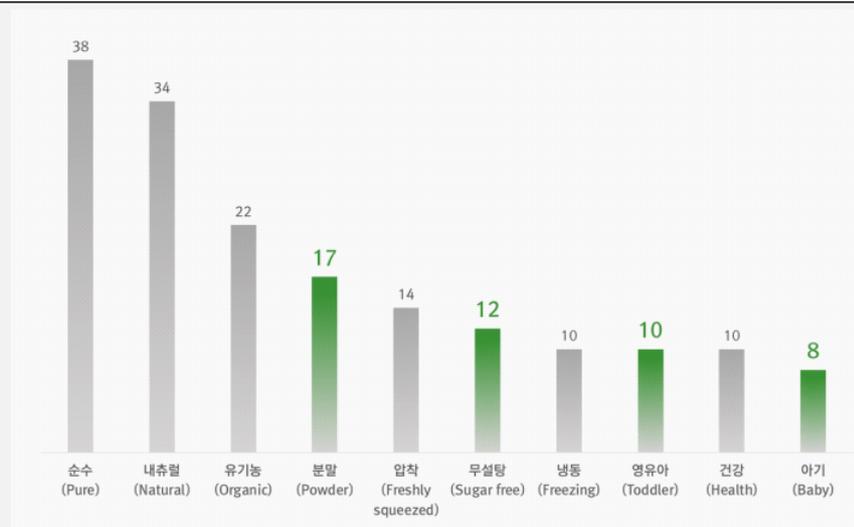
▶ 영유아를 위한 분유용 '음료 파우더' 인기

이외에도 영유아를 타겟으로 한 ‘과일 영양소 기반 분유용 분말(Powder)’이 시장에 출시되기도 함²⁰⁾

▶ 대만 과일음료 연관 주요 발생 제품 특징 키워드

④ 분말(Powder) ⑥ 무설탕(Sugar Free) ⑧ 영유아(Toddler) ⑩ 아기(Baby)

[표 2.5] 대만 온라인 쇼핑몰 '과일음료' 연관 발생 제품 키워드 수



자료 : 대만 온라인 쇼핑몰 내 '과일음료' 관련 게시물 819건 분석
 값 설명 : 해당 키워드 발생 건 수

16) 1대만달러=42.14원(2020.03.24. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

17) 자유시보(Liberty Times Net), 「紅豆粉標、摩摩啞啞變手搖! 超狂「咀嚼系飲品」竟連整顆巨峰葡萄也喝得到!」, 2019.10.24

18) 대만음료산업협회(TBIA), 「2019年臺灣果蔬汁新品動態」, 2019.09.30

3. 대만 과립(입자) 음료 인기 맛은 '복숭아, 코코넛, 딸기, 오렌지'

사키(SAKI)
복숭아 과립 음료



브랜드	사키(SAKI)
용량	180ml * 6캔
단가	약 4,846원 (115.0달러)

자료 : 슈피(Shopee)

- ▶ 과립 음료 맛 관련 빈출 키워드 '복숭아, 코코넛, 딸기, 오렌지'
- ▶ 한국산 복숭아 과립 음료 사키(SAKI), 대만 내 높은 인지도 보유

대만 온라인 식품 쇼핑물에서는 다양한 '과립 형태'의 음료를 판매하고 있으며 인기 제품의 주요 맛은 '복숭아·딸기·오렌지' 등으로 나타남. 특히 한국 네이처셀(Nature Cell)에서 생산된 사키(SAKI) 브랜드는 대만 과립형 음료 시장에서 가장 인지도가 높은 제품 중 하나로 파악됨

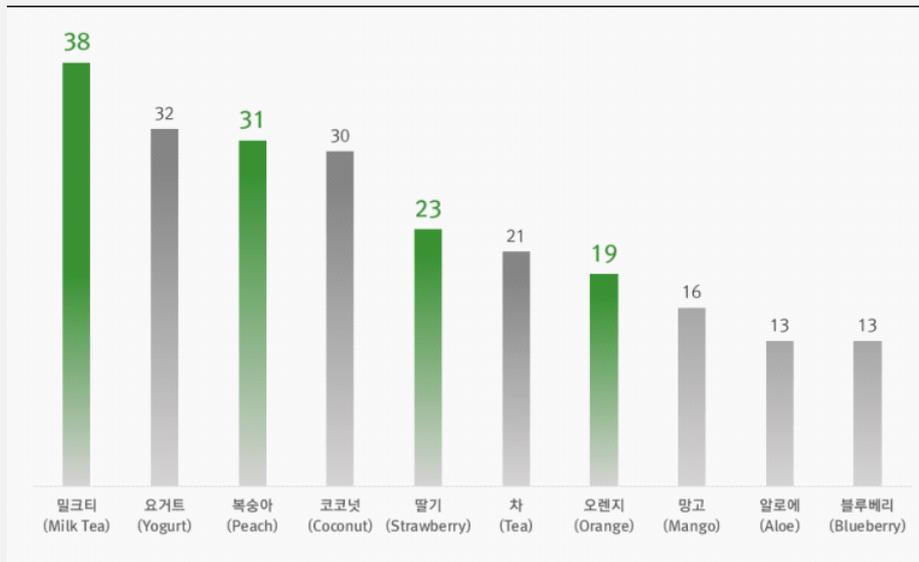
- ▶ 대만을 대표하는 씹어먹는 음료 '펄(Pearl)이 함유된 밀크티'
- ▶ 딸기 및 복숭아 과립이 첨가된 다양한 '요거트' 제품 시장 출시

펄(Pearl)이 함유된 밀크티는 전세계 40개국 300개 이상 도시에 진출한 상태이며 '한국의 김치·일본의 초밥' 등과 비유될 수 있는 대만의 대표적인 음료 제품임²¹⁾. 밀크티는 과립음료와 관련된 제품 키워드 분석 결과에 있어서도 가장 높은 키워드 빈출도를 기록함. 이외에도 딸기와 복숭아 등이 첨가된 '요거트(Yogurt)'가 과립음료 키워드 중 두 번째로 높은 빈출도를 나타냄

▶ 대만 과립음료 연관 주요 발생 제품 키워드

- ① 밀크티(Milk Tea) ③ 복숭아(Peach) ⑤ 딸기(Strawberry) ⑦ 오렌지(Orange)

[표 2.6] 대만 온라인 쇼핑물 '과립음료' 연관 발생 제품 키워드 수



자료 : 대만 온라인 쇼핑물 내 '과립음료' 관련 게시물 195건 분석
값 설명 : 해당 키워드 발생 건 수

19) 자유시보(Liberty Times Net), 「果汁喝太多 早死機率高3成」, 2019.05.20

20) 케이케이뉴스(KKnews), 「果汁奶粉吸眼球 真的适合孩子吗?」, 2018.10.23

4. 대만 음료 시장 특징 '가소제 기피와 투명 음료 수요 성장'

●
가소제 미첨가
홍보 문구, 한국 사키(SAKI)

【消息】
據報進口入類飲品-SAKI已在台灣市場中，系列產品均含塑化劑
請安心享用囉~
●韓國人對於品質較佳
●SAKI是100%純天然，無糖、無防腐劑、無人工色素、無化學添加劑
●SAKI的產地：原產於台灣，是台灣最純淨、最健康、最天然、最健康的飲品
●臺灣是SAKI的產地，所以，打開就可以直接喝到純淨、天然、健康的飲品
共有三種，水蜜桃、檸檬、葡萄口味

자료 : 슈피(Shopee)

●
투명 음료



자료 : 자유시보(LTN)

▶ 2011년 대만을 강타한 가소제 오염 식품 '음료 소비에 직접적인 영향'

2011년 대만 음료업계에서는 제품 생산 비용 절감을 위해 악의적으로 '산업용 가소제'를 첨가한 사건이 발생하였으며 그 대상은 유명 상품 16종에 달하였음. 해당 사건 이후, 대만 소비자들의 가소제에 대한 '의구심과 불안'은 크게 증가하였으며 일반 식음료용 가소제가 첨가된 상품에 대해서도 구매 기피 현상이 나타나고 있음²²⁾

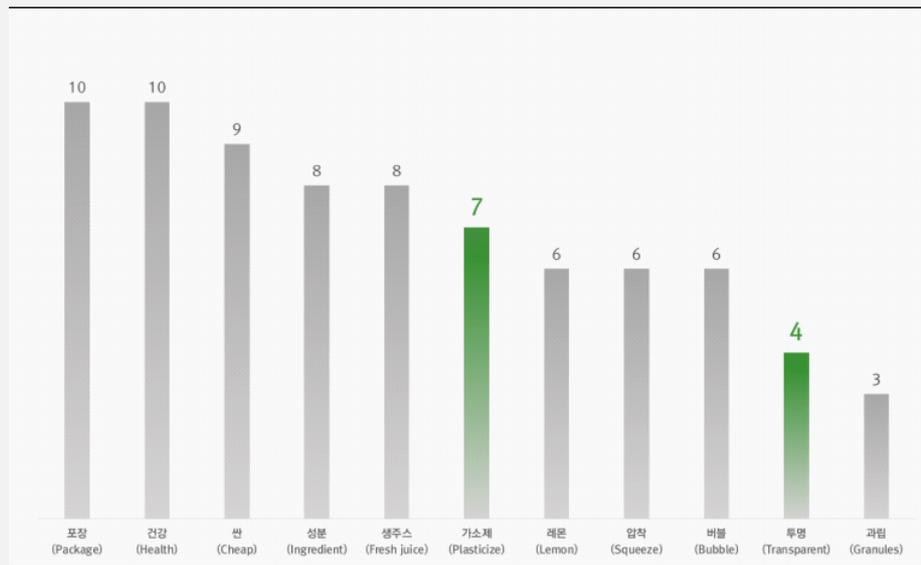
▶ 대만 소비자를 사로잡은 '투명 음료'

2019년 대만 음료업계의 주요 트렌드 중 하나는 일본에서 전파된 '투명 음료' 시장의 발달임. 일본을 통해 처음 소개된 투명 음료는 현재는 '유산균, 콜라, 차 음료, 과일음료' 등 다양한 제품군으로 확대되었으며 대표 제품으로는 '일본 기린(Kirin)의 유산균 음료, 코카콜라, 일본 선토리(Suntory)의 복숭아 차, 대만 비타나(Vitana)의 유아용 음료, 대만 헤이송(Hei Song)의 탄산음료' 등이 있음²³⁾

▶ 대만 과일음료 연관 주요 트렌드 키워드

⑥ 가소제(Plasticize) ⑩ 투명(Transparent)

[표 2.7] 대만 농식품 매체 '과일음료' 연관 발생 트렌드 키워드 수



자료 : 대만 온라인 쇼핑몰 내 '과일음료' 관련 게시물 47건 분석
값 설명 : 해당 키워드 발생 건 수

21) 그레이트비전(Great Vision), 「一杯平凡再不過的珍珠奶茶，竟能締造台灣新的經濟奇蹟」, 2018.11

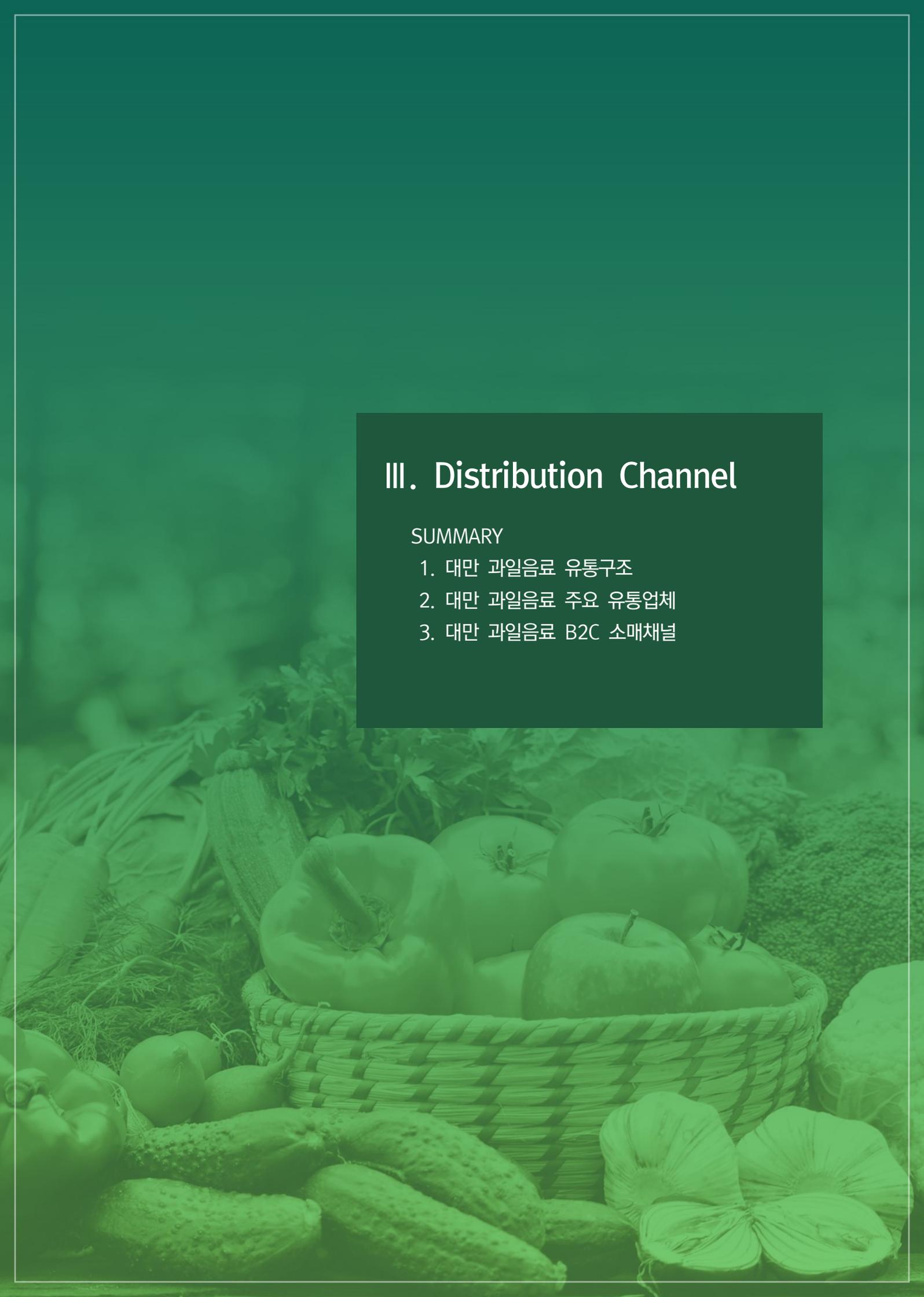
22) 산리뉴스채널(Sanlih E-Television), 「每天都可能喝到 瓶裝飲料有塑化劑?」, 2018.08.13

23) 자유시보(Liberty Times Net), 「優格乳酸飲料也變「透明」啦! 這些新口味在超商就買得到」, 2018.09.11

III. Distribution Channel

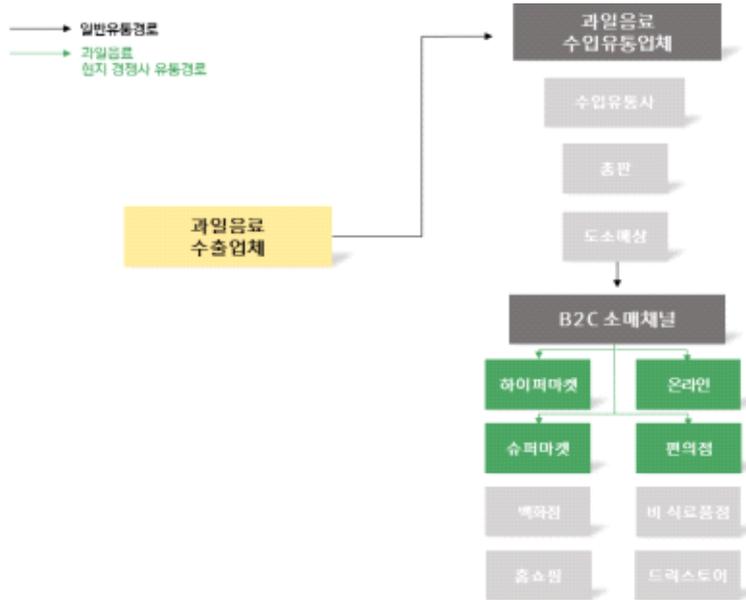
SUMMARY

1. 대만 과일음료 유통구조
2. 대만 과일음료 주요 유통업체
3. 대만 과일음료 B2C 소매채널



Distribution Channel

(유통채널)



대만 (TAIWAN)

과일음료²⁴⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²⁵⁾	주요 채널 ²⁶⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	46.3%	까르푸(Carrefour), 알티마트(RT Mart), 에이마트(A-mart), 피엑스마트(PX mart), 웰컴(Wellcome), 심플마트(Simple Mart)
	편의점	41.0%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 하이라이프(Hi-Life)
	개인 및 기타 식료품점 ²⁷⁾	8.0%	코리아샵(韓購網), 한제(韓濟)
	온라인	3.2%	쇼피몰(Shopee Mall), 모모샵(Momo Shop)
	지동판매기	1.5%	헤이송(Hey Song)

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

24) '과일음료'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '소프트 드링크(Soft Drinks)'의 정보를 확인함

25) 2019년 기준, 대만 내 '소프트 드링크(Soft Drinks)'의 유통채널 점유율임

26) 채널 분류에 따른 대만 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨

27) 개인 및 기타 식료품점은 개별적으로 운영되는 채널들의 집합으로, 자체 체인점을 보유하지 않은 키오스크 및 음식/음료/담배 전문점을 포함함

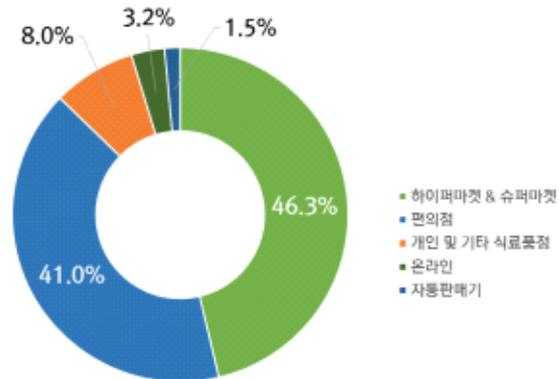
1. 대만 과일음료 유통구조

품목 구분 및 분류	
품목	과일음료
구분	과일음료
범주	소프트 드링크 (Soft Drinks)

▶ 대만 과일음료 주요 채널

‘하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(46.3%), 편의점(41.0%), 개인 및 기타 식료품점(8.0%), 온라인(3.2%)’

[표 3.1] 대만 과일음료 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 대만 과일음료 유통채널 현황

채널 유형	과일음료 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	46.3%	까르푸(Carrefour), 알티마트(RT Mart), 에이마트(A-mart), 피엑스마트(PX Mart), 웰컴(Wellcome), 심플마트(Simple Mart)
	편의점	41.0%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 하이라이프(Hi-Life)
	개인 및 기타 식료품점	8.0%	코리아샵(韓購網), 한제(韓濟)
	온라인	3.2%	쇼피몰(Shopee Mall), 모모샵(Momo Shop)
	자동판매기	1.5%	헤이송(Hey Song)

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

2. 대만 과일음료 주요 유통업체

▶ 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓, 편의점이 대표적

추가로, 온라인에서 유사 품목 판매가 확인되어 조사 채널에 포함

[표 3.3] 대만 과일음료 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁸⁾)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 20억 9,504만 달러 (약 2조 6,703억 원)	삭히(Saki) 허파송(禾法頌) 홍파이(紅牌)	0
2	알티마트 (RT Mart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 143억 9,984만 달러 (약 18조 3,540억 원)	메이리꾸어(美粒果) 꾸어즈스커(果汁時刻) 요우시안페이(優鮮沛) 슈땡(樹頂)	0
3	에이마트 (A-mart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 234억 달러 (약 29조 8,256억 원)	텡팁(Teptip) 웨이슈띠(微舒打) 슈땡(樹頂)	0
4	피엑스마트 (PX Mart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 38억 4,395만 달러 (약 4조 8,995억 원)	슈땡(樹頂) 쿠에위(酷椰嶼)	0
5	웰컴 (Wellcome)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 58억 8,810만 달러 (약 7조 5,050억 원)	칭썬(青森) 메이리꾸어(美粒果) 상지스(香吉士)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

28) 1달러=1,274.60원 (2020.03.24., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	심플마트 (Simple Mart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 3억 9,400만 달러 (약 5,022억 원)	웨이취안(味全) 왕왕(旺旺) 빌미(波蜜)	0
7	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 48억 1,600만 달러 (약 6조 1,385억 원)	신가리아(Sangaria) 요우시앤페이(優鮮沛) 썬키스트(SUNKIST) 메이리꾸어(美粒果) 비발로(Vivaloe)	0
8	패밀리마트 (Family Mart)	편의점	약 21억 3,018만 달러 (약 2조 7,151억 원)	홍파이(紅牌) 상닝명(享檸檬) 차오지메이(超級美)	0
9	하이라이프 (Hi-Life)	편의점	약 7억 2,076만 달러 (약 9,187억 원)	비발로(Vivaloe) 빌미(波蜜) 메이리꾸어(美粒果)	0
10	쇼피몰 (Shopee Mall)	온라인	약 2억 1,825만 달러 (약 2,782억 원)	해태 삭히(Saki) 뿌얼지아(不二家) 싼지아리(三佳利)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 대만 과일음료 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 까르푸(Carrefour)

	기업명	까르푸(Carrefour)	
	홈페이지	www.carrefour.com.tw	
	위치	타이베이(Taipei)	
	규모	매출액('18)	약 20억 9,504만 달러 (약 2조 6,703억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	매장 수('18): 약 128개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1959년에 프랑스에서 설립되어 1989년에 대만 시장에 진출함 - 약 30여 개국에서 매장을 운영하고 있으며, 아시아에서는 중국, 대만, 인도네시아에 매장을 운영함 - 다양한 제품을 판매하며 가격이 비교적 저렴한 편임 - 한국, 일본, 유럽 등의 여러 수입 제품 판매함 - 까르푸24 편의점을 통해 24시간 매장을 운영중임 - 온라인스토어를 통해 배송서비스를 제공함 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2018년 액트폴푸즈(Act For Food)²⁹⁾를 진행하여 현지 농가에서 생산하는 작물 유기농 재배로의 전환 지원함 - 2018년 기준 유기농 제품 생산하는 현지 농가 약 100개와 계약 체결함 - 2018년 14개의 매장 새로 오피함 		
	유사제품 정보		제품명
		종류	오렌지주스
		용량	490ml
		원산지	대만

자료: 유로모니터(Euromonitor), 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 까르푸 2018 연간보고서(Carrefour Annual Report 2018)

사진 자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 리테일360아시아(Retail360asia)

29) 첨가제, 화학살충제 사용 금지를 통해 환경친화적인 식품 판매를 추진하기 위한 캠페인

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 음료류, 스낵류, 생선류, 소스류 등 - 일반: 유아용품, 뷰티용품, 화장품, 주방용품, 생활용품, 의류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 제품을 확장할 계획 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p> <p style="text-align: right;"><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 등록 (www.carrefour.com.tw/contactus.html) <ul style="list-style-type: none"> - 訊息類別 항목에 'Inquiry' 클릭 - 詢問類型 항목에 'Supplier Inquiry' 클릭 - 商品類別 항목에 해당 제품 부류 선택 - 詢問對象 항목에 원하는 지역 및 채널 선택 - 파일 업로드 및 메시지 입력 2. 유선 연락을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 입점 시 까르푸 그룹 공급업체 웹사이트 가입 (carrefour.net) - 문의사항 연락처: +886-(0)2-2898-1999

자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 까르푸온라인(Online.carrefour) 홈페이지



② 알티마트(RT Mart)

기업 기본 정보	기업명	알티마트(RT Mart)		
	홈페이지	www.rt-mart.com.tw		
	위치	타이베이(Taipei)		
	규모	매출액('18)	약 143억 9,984만 달러 ³⁰⁾ (약 18조 3,540억 원)	
기업 기본 정보	기타 규모	매장 수('18): 약 22개		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1996년 설립됨 - 오상리테일(Auchan Retail)의 자회사임 - 현재 중국, 베트남, 대만에서 매장을 운영함 - 다양한 자체 제작 브랜드를 보유함 - 온라인 배송 서비스와 픽업서비스를 제공중임 - 자사 홈페이지 내 다양한 프로모션과 이벤트 정보를 제공함 		
				
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 RT마트 타오위안점에서 함양농산물 판촉행사 진행 - 2018년 12월 타이베이 산민역에 무인 매장 오픈 - 2018년 자사 홈페이지 통해 취급하는 신선식품 현지 농가 및 공급업체 정보를 제공 - 2017년 9월 첫 편의점 형태의 매장 오픈 			
유사제품 정보		제품명	메이리꾸어리우청꾸어즈 (美粒果柳橙果汁)	
		종류	오렌지주스	
		용량	450ml	
		원산지	대만	

자료: 알티마트(RT Mart) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 오상 2018 연간보고서(Auchan Annual Report 2018)

사진 자료: 알티마트(RT Mart) 홈페이지, 라이프스타일링로그(lifestylinglog)

30) 대만 포함 중국과 베트남 매출액을 모두 포함한 수치임

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 생선류, 냉동식품, 가공식품, 음료류, 주류, 스낵류, 소스류, 면류 등 - 식품: 뷰티용품, 화장품, 유아용품, 애완용품, 청소용품, 주방용품, 가구류, 서적류, 가전제품, 의류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 - 유기농제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인몰에서 수입식품 카테고리가 따로 제공되며, 다양한 한국 식품을 판매 - 다양한 유기농 식품 취급 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p> <p style="text-align: center;"> <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록 </p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지(news.rt-mart.com.tw/main) 상단에서 '공급업체되기 (成為供應商)'를 클릭하여 정보 기입 후 제출 - 홈페이지 기입정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일, 연락처, 회사명, 회사 홈페이지 주소) ② 제품 관련 내용 (제품 카테고리, 브랜드명, 제품명, 현재 보유한 유통채널) ③ 상세내용 (제품 사진, 카탈로그 등 자유기재) 2. 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: business_cooperation@rt-mart.com.tw

자료: 알티마트(RT Mart) 홈페이지



③ 에이마트(A-mart)

	기업명	에이마트(A-mart)	
	홈페이지	www.fe-amart.com.tw	
	위치	신 타이베이(New Taipei City)	
	규모	매출액(*18)	약 234억 달러 ³¹⁾ (약 29조 8,256억 원)
기타 규모		매장 수(*19): 약 19개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 파이스턴그룹(Far Eastern Group)³²⁾의 자회사로, 1985년에 설립됨 - 'A better life for every family'를 슬로건으로 내세우며 다양한 형태의 가족을 위한 제품을 판매함 - 온라인스토어를 운영하고 있으며 배송서비스 및 픽업 서비스를 제공함 - 쿠킹클래스, 건강세미나 등 다양한 행사 진행중임 - 자사 결제시스템 '해피고(Happy Go)'를 통해 포인트 적립 등 여러 가지 혜택을 제공함 	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2020년 코로나 바이러스로 배달 서비스의 수요가 증가하면서 배달 가능 품목을 확대 중임 - 2020년 2월 전년 동기 대비 월 매출액 약 40% 증가함 - 2020년 매장 내에서 전문가를 초청해 무료 건강 강의를 진행함 	
유사제품 정보		제품명	타스산주즈 (T.A.S.山竹汁)
		종류	망고스틴음료
		용량	310ml
		원산지	태국

자료: 에이마트(A-Mart) 홈페이지, 파이스턴그룹(Far Eastern Group) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor) 사진 자료: 에이마트(A-Mart) 온라인 홈페이지, 파이스턴그룹(Far Eastern Group) 홈페이지

31) 파이스턴그룹(Far Eastern Group) 총 매출액

32) 화학, 에너지, 소매유통 등 10개의 산업분야에서 사업을 하는 대만 거대기업

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 냉동식품, 해산물류, 신선식품, 건조식품, 소스류, 주류, 음료류, 스낵류 등 - 일반: 의류, 생활용품, 주방용품, 가전제품, 스포츠용품, 서적류, 가구류, 전자제품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품질이 뛰어난 상품 - 신선제품의 경우 현지 공급업체 선호 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 신선식품의 경우 QR 코드 통해 해당 제품 상세정보 확인 가능 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 오른쪽 상단 ‘聯絡我們’ 클릭하여 필요 정보 기입 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> : 담당자명, 연락처, 이메일, 제품 설명 2. 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: sandychiang@fe-amart.com.tw

자료: 에이마트(A-Mart) 홈페이지



④ 피엑스마트(PX Mart)

기업 기본 정보	기업명	피엑스마트(PX Mart)		
	홈페이지	www.pxmart.com.tw		
	위치	타이베이(Taipei)		
	규모	매출액('18)	약 38억 4,395만 달러 (약 4조 8,995억 원)	
기업 기본 정보	기타 규모	매장 수('18): 약 950개		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1998년에 설립되었으며, 대만 최대 규모의 슈퍼마켓 체인점임 - 대만 전역에 매장 위치함 - 편의점 형태의 아이마트(iMart)도 함께 운영중임 - 비교적 저렴한 가격대로 제품을 판매함 - 자사 홈페이지를 통해 매주 제품 할인 카탈로그 제공함 		
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 4월 군산 소형 양배추를 입점함 - 2019년 1월부터 로또 5등 당첨금 수령서비스를 개시함 - 2018년 멤버십 가입 회원 수 900만 명 달성함 - 2018년 식료품 및 생활용품 20개 품목에서 대만 14개의 소매기업 중 매출액 1위를 달성함 		
유사제품 정보		제품명	쿠에위예즈쯔 (酷椰嶼椰子汁)	
		종류	코코아과육음료	
		용량	350ml	
		원산지	미국	

자료: 피엑스마트(PX Mart) 홈페이지, 피엑스마트(PX Mart) 페이스북페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 피엑스마트(PX Mart) 홈페이지, 피엑스마트(PX Mart) 페이스북페이지,
 인사이드리테일아시아(Insideretail.asia)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 냉동식품, 가공식품, 주류, 음료류, 스낵류, 소스류, 주류, 캔디류 등 - 일반: 생활용품, 주방용품, 위생용품, 유아용품, 청소용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 수입제품 취급함 	
	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>홈페이지를 통한 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 메뉴에서 '상품제안(商品提案)' 클릭 - 유형에서 '상품제안(商品提案)' 선택 후, 필요정보 기입 후 입점 문의 간단히 작성 후 제출 (www.pxmart.com.tw/px/customer_contact_us.px) - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 연락처, 이메일, 제품 설명
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: 유선전화: +886-(0)2-2533-7700

자료: 피엑스마트(PX Mart) 홈페이지



⑤ 웰컴(Wellcome)

기업 기본 정보	기업명	웰컴(Wellcome)	
	홈페이지	www.wellcome.com.tw	
	위치	타이베이(Taipei)	
	규모	매출액('18)	약 58억 8,810만 달러 ³³⁾ (약 7조 5,050억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	- 매장 수('18): 약 226개 - 직원 수 ('18): 약 4,100명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 데어리팜(Dairy Farm)의 자회사로 1945년에 처음 홍콩에 설립됨 - 1987년에 대만 진출함 - 매장을 이용하는 주요 고객층은 중산층임 - 다양한 종류의 신선제품을 판매하며, 엄격한 인증절차를 거친 식료품만 판매가 가능함 - 온라인스토어를 통해 배송서비스를 제공중임 	
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 1월부터 로프 5등 당첨금 수령서비스를 개시 - 2018년 전년 대비 매출액과 매장 수가 감소 - 2018년 에덴소셜웰페어(Eden Social Welfare)³⁴⁾ 재단을 통해 매달 기부금 전달 		
유사제품 정보		제품명	메이리꾸어베이푸타오꾸어즈 (美粒果白葡萄果汁)
		종류	청포도과육음료
		용량	450ml
		원산지	대만

자료: 웰컴(Wellcome) 홈페이지, 데어리팜 2018 연간보고서(Dairy Farm Annual Report 2018), 유로모니터(Euromonitor), 데어리팜(Dairy Farm) 홈페이지
 사진 자료: 웰컴(Wellcome) 홈페이지, 데어리팜(Dairy Farm) 홈페이지, 앨라미(Almamy)

33) 그룹사인 데어리팜(Dairy Farm)의 매출액

34) 1982년 대만에 설립된 장애인우들과 사회적 약자를 돕는 자선단체

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 소스류, 유제품, 육류, 생선류, 냉동식품, 스낵류, 면류, 빵류, 가공식품, 즉석식품 등 - 일반: 위생용품, 문구류, 잡화류, 청소용품, 주방용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 신선식품은 RBPR³⁵⁾검사가 필수 - 다양한 주류제품을 판매 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 왼쪽 상단 메뉴에서 'Contact' 클릭 - 필요정보 및 입점 문의 작성 후 제출 (www.welcome.com.tw/#service) - 홈페이지 가입 정보 : 담당자명, 담당자 연락처, 이메일 주소, 문의 내용 2. 전화를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: 유선전화: +886-(0)8-0029-1261 	

자료: 웰컴(Wellcome) 홈페이지

35) RBPR(Rapid Bioassay of Pesticide): 살충제 잔류물 검사, 소비자를 보호하기 위해 과일, 채소류에 살충제 잔여물을 확인하는 검사



⑥ 심플마트(Simple Mart)

	기업명	심플마트(Simple Mart)	
	홈페이지	www.simplemart.com.tw	
	위치	타이베이(Taipei)	
	규모	매출액('17)	약 3억 9,400만 달러 (약 5,022억 원)
기타 규모		매장 수('18): 약 694개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 머큐리스(Mercuries) 기업의 자회사로, 2006년 타이베이시에 첫 매장을 오픈함 - 한정 제품을 온라인스토어를 통해 판매하며 배송서비스와 픽업서비스를 제공함 - 매장 규모는 작은 편이나, 수입식품, 자체제작 상품 포함한 다양한 제품을 판매함 - 주로 접근성이 좋은 곳에 매장이 위치함 - 자사 홈페이지 통해 신제품 출시 홍보 및 제품 프로모션 정보를 제공함 	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 일부 매장 내 '심플카페(Simple Cafe)' 서비스 개시 - 2018년부터 일본의 '수미토모(Sumitomo) 기업'³⁶⁾과 공동 경영 - 2015년 2월 멤버십 회원 수 100만 명 달성 		
유사제품 정보		제품명	왕왕꾸어리꾸어꾸어즈 (旺旺果粒多果汁)
		종류	복숭아과육음료
		용량	300ml
		원산지	대만

자료: 심플마트(Simple Mart) 홈페이지, 대만 체인점 기록 2017(Taiwan Chain Store Almanac 2017), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 심플마트(Simple Mart) 홈페이지

36) 1919년 설립되었으며, Fortune Global 500에 선정될 정도로 규모가 큰 종합무역회사

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 육류, 생선류, 냉동식품, 가공식품, 즉석식품, 소스류, 음료류, 주류, 스낵류 등 - 일반: 생활용품, 인테리어 소품, 가전제품, 청소용품, 주방용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선한 제품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 한국 주류 및 건조식품을 판매함 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 메뉴에서 'Customer Service' 클릭 후 'other problems' 선택 - 필요정보 및 입점 문의 작성 후 제출 (www.simplmart.com.tw/ec99/ushop20097/service.asp) - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 담당자 연락처, 이메일 주소, 문의 내용 2. 전화 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: webservice@simplmart.com.tw 전화: +886-(0)2-2506-1606 	

자료: 심플마트(Simple Mart) 홈페이지

2) 편의점



① 세븐일레븐(7-Eleven)

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	홈페이지	www.7-11.com.tw	
	위치	타이베이(Taipei)	
	규모	매출액('17)	약 48억 1,600만 달러 (약 6조 1,385억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	기타 규모	매장 수('17): 5,222개
	<ul style="list-style-type: none"> - 1978년 대만에 진출했으며, 대만 최대 규모의 편의점 체인점임 - 쇼핑몰, 지하철역, 병원 등 다양한 시설에 매장이 위치함 - 이본 마트(ibon mart) 온라인스토어를 운영하며 배송서비스와 픽업서비스를 제공함 - 매장 내 다양한 편의 시설을 운영함 		
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 3월부터 약 400개의 24시간 매장 운영을 중단함 - 2019년 캐시유나이티드뱅크(Cathay United Bank)³⁷⁾와 제휴하여 'UDN페이' 서비스를 약 1,700개의 매장에 적용함 		
유사제품 정보		제품명	메이리과아빠라과아조인라오 (美粒果芭樂果汁飲料)
		종류	구아바과육음료
		용량	450ml
		원산지	대만

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지, 알라미(Alamy)

37) 대만의 상업은행

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 음료류, 스낵류, 면류, 신선식품, 건강식품, 가공식품, 소스류 등 - 일반: 화장품, 주방용품, 생활용품, 위생용품, 문구류, 의류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품질이 뛰어난 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인스토어에서 다양한 품목을 취급 - 소포장 단위 식품을 주로 판매 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	이메일 또는 팩스를 통한 등록 (www.hilife.com.tw/eos) - 입점 신청 시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (사업자 등록증, 공장 등록 증명서, 수입 승인서, 검역 증명서, 담당자 명함) ② 제품 관련 내용 (판매 가격, 소비자 권장가격, 제품 용량, 제품 설명) ③ 상세내용 (제품 마케팅 및 홍보 계획, 제품 사진 및 샘플)	
	특이사항	- 소요시간: 약 2주 - 제품 샘플 회수 불가 - 문의사항 연락처 이름: Miss Chen 연락처: +886-(0)2-2747-8711 팩스: +886-(0)2-2747-8369	
	벤더 리스트	· Innovative Importers - 홈페이지 : innovative-importers.com - 이메일 : info@innovative-importers.com - 기업소개 : 7-eleven 납품 및 판매 활동 지원	

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 패밀리마트(Family Mart)

기업 기본 정보	기업명	패밀리마트(Family Mart)	
	홈페이지	www.family.com.tw	
	위치	타이베이(Taipei)	
	규모	매출액('17)	약 21억 3,018만 달러 (약 2조 7,151억 원)
기업 요약	기타 규모	- 매장 수('19): 3,623개 - 직원 수('19): 4,818명	
	<ul style="list-style-type: none"> - 1988년 대만에 진출함 - 2013년 자체 브랜드 패밀리마트컬렉션(FamilyMart Collection) 출시함 - 회원 수가 1,000만 명을 돌파하였으며 이는 대만 인구의 절반의 수준임 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 총매출액이 전년 동기 대비 8.38% 증가했고, 세후 순이익은 12.88% 증가함 - 2019년 22개의 신규 매장 오피함 		
유사제품 정보		제품명	홍파이핑미루웨이루 (紅牌蜂蜜蘆薈露)
		종류	꿀알로에과육음료
		용량	300ml
		원산지	대만

자료: 패밀리마트(Family Mart) 홈페이지, 징지르뽀오(經濟日報), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 패밀리마트(Family Mart) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 음료류, 스낵류, 면류, 신선식품, 건강식품, 가공식품 등 - 일반: 화장품, 주방용품, 생활용품, 위생용품, 문구류, 의류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품질이 뛰어난 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인스토어에서 다양한 품목을 취급 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>이메일 또는 전화를 통한 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 구매 담당자에게 관련 제품 정보 발송 (중문 카탈로그, 견적표, 성분표, 관련인증, 견적표 등) - 제품을 종합적으로 평가 후 협력 여부 공지
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 소요시간: 약 1개월 - 입점 등록 결과를 이메일로 공지 - 문의사항 연락처: 담당자: Ms.Huang(黄小姐) 유선전화: +886-(0)2-2523-9588 # 6431 이메일: meichan@family.com.tw

자료: 패밀리마트(Family Mart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 하이라이프(Hi-Life)

기업 기본 정보	기업명	하이라이프(Hi-Life)	
	홈페이지	www.hilife.com.tw	
	위치	타이베이(Taipei)	
	규모	매출액(*18)	약 7억 2,076만 달러 (약 9,187억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수(*19): 1,405개	
	- 1988년 설립됨 - 대만 현지인이 운영하는 첫 편의점 브랜드임 - 라이프이티(Life-ET) 온라인 쇼핑몰 운영함 - 자사브랜드인 하이라이프오리지널(Hi-Life Original) 보유함		
기업 최근 이슈	- 2020년 한국, 일본산 아이스크림을 유통 시작 - 2020년부터 국경 간 온라인 결제 플랫폼인 '지엘엔하나멤버스(GLN HANA MEMBERS)'을 통해 한국에서 구입 및 결제 가능 - 2018년 온라인 결제 시스템인 하이페이(Hi Pay) 출시		
유사제품 정보		제품명	비발로미타오루웨이 (VIVALOE蜜桃蘆薈)
		종류	복숭아알로에과육음료
		용량	500ml
		원산지	대만

자료: 하이라이프(Hi-Life) 홈페이지, 중시띠안즈빠오(中時電子報), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 하이라이프(Hi-Life) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 음료류, 스낵류, 면류, 신선식품, 건강식품, 가공식품, 소스류 등 - 일반: 주방용품, 생활용품, 위생용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품질이 뛰어난 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인스토어에서 다양한 품목을 취급 - 식품의 경우 소포장 단위 제품을 주로 판매 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>이메일 또는 전화를 통한 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 구매 담당자에게 관련 제품 정보 발송 (중문 카탈로그, 견적표, 성분표, 관련인증, 견적표 등) - 제품을 종합적으로 평가 후 협력 여부 공지
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 소요시간: 약 1개월 - 결과를 이메일로 공지함 - 벤더 업체 따로 보유 안함 - 문의사항 연락처: 담당자: Mr.Lin(林先生) 유선전화: +886-(0)2-8978-9898 # 339 이메일: 8752@ms1.hilife.com.tw

자료: 하이라이프(Hi-Life) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 온라인



① 쇼피몰(Shopee Mall)

	기업명	쇼피몰(Shopee Mall)	
	홈페이지	www.shopee.tw	
	위치	타이베이(Taipei)	
	규모	매출액('18)	약 2억 1,825만 달러 (약 2,782억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 싱가포르, 인도네시아, 말레이시아, 대만 등 7개국에서 운영 - 2017년에 대만 시장 진출함 - 현재 동남아시아에서 이커머스 부문 1위임 - 7개국 홈페이지 하루 평균 방문자 수 2억만 명 기록함 - 세븐일레븐, 오케이마트, 패밀리마트 등의 오프라인 매장이 쇼피몰(Shopee Mall) 물류센터와 제휴 체결함 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2018년 11월 블랙핑크가 첫 번째 브랜드 홍보대사로 활동 - 2018년 앱애니(App Annie)³⁸⁾에서 선정한 쇼핑부문 최다 다운로드 어플리케이션 	
유사제품 정보		제품명	코코팜피치핑크복숭아
		종류	코코넛복숭아과육음료
		용량	300ml
		원산지	한국

자료: 쇼피몰(Shopee Mall) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 쇼피몰(Shopee Mall) 홈페이지

38) 모바일 어플리케이션 분석 기업

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 가공식품, 신선식품, 스낵류, 소스류, 제과류, 캔디류, 음료, 주류 등 - 일반: 가전제품, 장난감, 생활용품, 가구, 유아용품, 의류, 운동기구 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p> <ol style="list-style-type: none"> 현지 홈페이지를 통한 등록 (seller.shopee.tw) <ul style="list-style-type: none"> - 사이트 로그인하여 신청서 정보 작성 - 쇼피 직원이 결과를 이메일로 공지함 - 물류 및 지불 방식 설정 - 온라인 상점 개설에 필요한 문서, 사진 및 기타 자료를 준비 쇼피 코리아 셀러 센터를 통한 등록 (shopee.kr) <ul style="list-style-type: none"> * 이 경우 동남아시아 7개국의 마켓에 일괄 판매 등록이 가능 - '지금 셀러 지원하기'를 클릭 후, 양식서 작성 후 제출 - 쇼피 셀러 서포트 서비스를 통해 현지 CS 지원, 마케팅&데이터 정보 활용, 결제 시스템, 샵 운영관리 등의 도움을 받을 수 있음 - 홈페이지 가입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (이름, 카카오톡 ID, 이메일 주소) ② 관련 내용 (기업명, 주요 상품군 카테고리 정보, 상품 가짓수, 운영 플랫폼 정보와 사이트 주소 등) ③ 기타 내용 (검역 자료, 사업자 등록증, 납세증명 등)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 소요시간: 약 1개월 - 결과를 이메일로 공지함 - 문의사항 연락처: 유선전화: +886-(0)2-6636-6559

자료: 쇼피몰(Shopee Mall) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 대만 과일음료 인증 취득
2. 대만 과일음료 사전 심사
3. 대만 과일음료 업체·제품 등록
4. 대만 과일음료 라벨 심의
5. 대만 과일음료 서류 준비
6. 대만 과일음료 세금 납부
7. 대만 과일음료 검역 심사

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> 강제 인증 無 	(-)
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> 사전 심사 無 	(*) 대만 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov.tw (*) 대만 관무서 - 문의처 : web.customs.gov.tw
Step 03. 업체·제품 등록	<ul style="list-style-type: none"> 기업 등록 <ul style="list-style-type: none"> 수출 전 기업 등록 	(*) 대만 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov.tw
Step 04. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> 라벨 표기사항 <ul style="list-style-type: none"> 별도 심의 사항 없음 대만 식품의약국 규정 준수 	(*) 대만 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov.tw
Step 05. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> 일반 서류 원산지 증명서 	(*) 대만 관무서 - 문의처 : web.customs.gov.tw
Step 06. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> 포워딩 업체 섭외 	(-)
Step 07. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> 수입신고 <ul style="list-style-type: none"> 서면 또는 온라인 시스템(EDI·XML)을 이용하여 신청 상업송장, 화물인도지시서, 위임서 등 	(*) 대만 관무서 - 문의처 : web.customs.gov.tw
Step 08. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> 납세 신고 <ul style="list-style-type: none"> 수입 신고 후 세금 납부 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 관세율 20% 영업세 5% 	(*) 대만 관무서 - 문의처 : web.customs.gov.tw
Step 09. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> 현장검사 <ul style="list-style-type: none"> 문서검사, 일반검사, 강화검사 등 3가지 검사 실시 실험실검사 <ul style="list-style-type: none"> 현장검사 외에 별도의 검역이 필요하다고 판단되는 수입제품에 한하여 실시 	(*) 대만 표준검험국 - 문의처 : www.bsmi.gov.tw (*) 대만 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov.tw

1. 대만 과일음료 인증 취득

인증 취득

대만으로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

과일음료

과일음료 품목은
일반가공식품으로
분류하여 과일음료에
해당하는 정보를 제공함

▶ 대만 수입 일반가공식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

대만으로 과일음료 제품 수출 시 꼭 취득해야하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 일반가공식품의 검역을 담당하고 있는 대만 식품의약국은 식품의 안전이나 제조에 관하여 별도의 인증을 부과하고 있지 않음. 다만, HACCP, ISO 22000 등과 같이 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증의 경우 선택적으로 획득하여 활용할 수 있음

2015년 6월부터 GMP(Good Manufacturing Practice)³⁹⁾가 TQF(Total Quality Food Association)협회 관할로 변경되었으며, 명칭도 TQF 상품인증제도로 변경되었음. 대만에서 해당 인증을 받고자 하는 경우 대만 경제 발전부 산하 공업국 소속인 TQF협회로부터 발급받을 수 있음

[표 4.1] 대만 식품 인증 취득

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	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
TQF	식품 생산 안전 인증	선택	Taiwan Quality Food Association	

자료 : 각 인증기관

39) GMP(Good Manufacturing Practice); 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

[표 4.2] 대만 식품 인증 취득

	절차	기간
HACCP	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	서류	비용
	신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만원
ISO 22000	절차	기간
	서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
	서류	비용
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	서류	비용
	신청서 등	약 900~1,000만원
BRCGS Food Safety	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	서류	비용
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만원
FSSC 22000	절차	기간
	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
	서류	비용
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만원
TQF	절차	기간
	신청서제출>서류 평가>현장평가>제품검수>인증발급	75일
	서류	비용
	위생, 품질, 제조, GMP 및 원재료 관리 등의 관련 서류 제출	-

자료 : 각 인증기관

2. 대만 과일음료 사전 심사

사전 심사

대만으로 제품 수출 시, 품목에 대한 사전 규제 심사제도 정보 제공

과일음료

과일음료 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 대만에 과일음료 수출 시 ‘사전 심사 불필요’
- ▶ 품목분류 사전심사제도를 통해 정확한 ‘품목분류 사전 확인 필요’

대만은 식품위생관리법 제35조제2항과 관련하여 수입식품 사전심사 제도를 시행하고 있으나 대상 품목이 해조류를 제외한 어패류·갑각류·연체류 및 그 조제품으로 한정되어 있음. 즉, 과일음료는 별도의 사전 심사를 거치지 않아도 됨

중화민국해관수입세칙에 의거해 수입상품에 대한 세칙과 세율을 적용하여 수입신고서에 기입해야 하며 대만 세관에서는 사전품목분류 심사제도를 운영하여 관세율 산정을 돕고 있음. 사전품목분류 심사 시에는 사전품목분류 신청서, 카탈로그, 매뉴얼, 성분표, 감정보고서, 가공제조설명서, 조작방법 및 원리, 사진이나 도안, 샘플 등을 구비해야 함

[표 4.3] 대만 사전품목분류 심사

적용 규제	중화민국해관수입세칙
발행 기관	대만 관무서 - 온라인 : web.customs.gov.tw - 오프라인 : No.13, Tacheng Street, Taipei City - Tel : +886-2-2550-8184
필요 서류	a. 신청서 b. 제품 카탈로그 c. 메뉴얼 d. 성분표 e. 감정보고서 f. 가공제조설명서 g. 조작방법 및 원리 h. 사진 및 도안 i. 샘플(심사 후 반환 신청이 가능함) j. 기타 관련 자료

자료 : 대만 관무서

● 사전 심사

대만으로 제품 수출 시, 품목에 대한 사전 규제 심사제도 정보 제공

● 과일음료

과일음료 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ 대만에 식품 수출 시 ‘수입검사 필요’

과일음료를 대만에 수출하는 경우 식품위생관리법 및 ‘수입식품 및 관련 상품 검사 방법(輸入食品及相關產品查驗辦法)’에 의거해 식품의약품에 수입검사를 신청해야 함. 수입검사에서는 제품의 성분 및 규격이 해당 위생 기준에 부합하는지를 검사함. 수입검사를 진행할 때 식품 및 식품 첨가물 등이 식품안전위생관리법의 주요 조항에 어긋나는 경우 제조, 가공, 배합, 포장, 운송, 저장, 시판, 수출입 및 공개 진열이 불가함

[표 4.4] 대만 수입검사

적용 규제	식품위생관리법
담당 기관	대만 식약청(TFDA)
필요 서류	a. 검사 신청서 b. 제품 정보표 c. 수입신고증 사본 d. 위생복지부 식품의약품에서 지정한 문서
검사 종류	a. 100% 로트 검사 - 검사를 신청한 모든 로트의 제품에 대해 현장 조사 및 샘플검사 실시 b. 로트 추출 검사 - 일반 로트추출 검사: 추출 검사율은 2~10% - 강화된 로트추출 검사: 추출 검사율은 20~50% c. 100% 로트 조사 - 검사를 신청한 모든 로트의 제품에 대해 현장 조사 실시 d. 검증 검사 - 중앙 주무기관과 수출국 제품의 위생안전 관리 주무기관을 통해 협정 또는 협약을 체결하여 정한 합격 검증업체는 협정 또는 협약에서 규정한 증명 문서를 구비하며, 이를 검사함 e. 감시 검사 - 검사를 신청한 제품에 대해 모든 로트에 대해 현장 조사 및 샘플검사를 실시하며, 검사결과와 그 검사 방식의 완화에 대한 제한이 없음

자료 : 대만 식품의약품(TFDA)

3. 대만 과일음료 업체·제품 등록

●
업체·제품 등록

대만으로 제품 수출 시,
요구되는 업체 또는 제품
등록제도 정보 제공

●
과일음료

과일음료 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 대만 식품 통관을 위해 사전 ‘기업 등록 필요’

대만으로 식품을 수출하기 위해서 수입자는 대만 관세청에 기업정보를 등록해야 함. 수입자가 직접 수입하지 않고 수입 위탁업체(관세사)가 대행하는 경우 해당 관세사는 세관에 등록된 업체여야 함. 따라서 수입업체가 직접 통관 절차를 수행하고자 하는 경우 기업 등록을 수행해야 함

[표 4.5] 대만 사전 기업 등록

적용 규제	식품위생관리법
발행 기관	대만 식품의약국(TFDA) - 온라인 : www.fda.gov.tw - 오프라인 : No.161-2, Kunyang St., Nangang District, Taipei, 115-61, Taiwan (R.O.C.) - Tel : +886-2-2787-8099/ +886-2-2787-8000
필요 정보	a. 등록 신청자 기본 정보 b. 기업 상세 정보 c. 수출 품목 d. 수출 제품 관련 정보 e. 수출 및 유통 과정에 포함되는 기타 활동에 대한 설명
비용	무료

자료 : 대만 식품의약국(TFDA)

4. 대만 과일음료 라벨 심의

▶ 대만 라벨 규정

[표 4.6] 대만 라벨 관리 규정

●
라벨 심의
대만으로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공
●
과일음료
과일음료 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

적용 규제	Act Governing Food Safety and Sanitation (食品安全衛生管理法)	
세부 규정	Chapter V Food Labeling and Advertisement Article 22-25	
세부 내용	라벨 표기사항 (항목)	<ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 용량 · 원산지 · 영양성분 · 제조일자 · 유통기한 · 제조사 및 수입사 정보 · 식품첨가물 · 알레르기
	표기 언어	모든 필수정보는 중문으로 표기해야 함
	제품명	식품 원료성분 · 원료품종 · 식용부위 · 속어 등을 이용해 명기해야 함
	용량	미터법 단위를 기준으로 작성해야 함 제품의 특성에 따라 식품의 중량 · 용량 · 수량을 명기해야 함 액체가 고형물과 함께 들어있는 제품의 경우 내용물과 고형량을 별도로 표기해야 하나, 표기가 어려울 경우 내용물의 중량만 표기해도 무방함. 내용물이 두 종류 이상일 경우 함량이 높은 것부터 낮은 순으로 작성해야 함.
	라벨 표기사항 (가이드)	2개 국가 이상의 제품을 혼합해 포장했을 경우 제품의 함량이 많은 국가명 순으로 명기해야 함
	원산지	수입산 원료이나 대만에서 재가공을 거쳐 완제품을 만들 경우 원산지는 대만으로 명시해야 함 식품 제조사 주소에 원산지를 명시했을 경우에는 원산지 표기를 생략해도 무방함
	유통기한	용기나 포장 상단에 표기해야 하며, 년 · 월 · 일을 포함해 자유롭게 작성하면 됨. 수입 제품의 경우 대만의 민국(民國)표기 표기와 양력(西元)을 구분해 표기해야 함
	제조사 및 수입사 정보	수입 신고 시 세관에 신고한 내용 및 서류를 바탕으로 정확히 명기해야 함 수입식품의 경우 대만 내 수입 위탁기업의 정보를 명기해야 하며, 기업명, 전화번호, 주소를 기입해야 함

자료 : 대만 식품의약국(TFDA), KATI농식품수출정보

세부 내용

	<p>식품의 영양성분표는 반드시 눈에 잘 띄는 포장 외부에 명기해야 하며, 중문(번체자)로 표기해야 함</p>
영양성분	<p>열량, 단백질, 지방, 포화지방, 불포화지방, 탄수화물, 당, 나트륨 순서대로 나타내야 함. 이외에 업자가 표기하기 원하는 기타 영양소 함량 등을 포함해도 무방함</p>
식품첨가물	<p>2가지 이상 원료를 혼합한 식품첨가물은 용도를 제시해야 하며 식품첨가물 명칭과 함께 표기해야 함</p>
알레르기	<p>알레르기 유발 가능 식품 강제 표시 규정에 의해 감귤류(새우, 게 등), 망고, 땅콩, 우, 알류, 견과류, 깨, 글루텐 함유 곡물, 대두류, 어류, 아황산염(이산화유황 잔류량이 10mg/kg 이상)의 알레르기 유발 가능성이 높은 내용물을 전부 제품명에 명기해야 함</p>
	<p>채즙이 10% 이상인 제품은 과일즙 또는 채소즙 함량을 백분율로 표시해 함. 2가지 과·채즙이 혼합된 제품은 종합과(채)즙 또는 혼합과(채)즙으로 표기해도 됨</p>
기타	<p>비건 식품의 경우, 제품에 첨가된 비건식의 종류를 표기해야 함</p> <p>냉동식품은 식품 종류, 보관 상태 및 방법, 조리방법을 표기해야 함</p> <p>건강식품은 허가받은 보건효과, 허가번호, 설명 및 건강식품마크, 위생서가 지정한 기타 원료에 대한 정보 등을 표기해야 함</p> <p>우유 및 유제품은 반드시 제품의 유통기한과 보관방법을 명기해야 함.</p>

자료 : 대만 식품의약국(TFDA), KATI농식품수출정보

▶ 대만 과일음료 라벨 샘플



[스티커 라벨링]

스티커 라벨링(중문)

- ① 유기농 인증 정보 : Jardin BIO
法國有機花園 有機驗證機構 :
ECOCFRT FRANCE SAS
同意文件字號
有機農糧入字第AGGR-108-1129-004號
- ② 제품명(品名) : 有機花園 有機石榴果汁
100%
- ③ 용량(容量) : 500ml
- ④ 영양성분표(營養標識) :

每一份量100 毫升 本包裝含5份		
	每份	每100公克
能量	58.8大卡	58.8大卡
蛋白質	0公克	0公克
脂肪	0公克	0公克
飽和脂肪	0公克	0公克
反式脂肪	0公克	0公克
碳水化合物	14.7公克	14.7公克
糖	12.3公克	12.3公克
鈉	0毫克	0毫克

- ⑤ 유통기한(有效日期) : 如標示
(日/月/西元年)
保存期限 : 547天
- ⑥ 원산지(原產地) : 法國
- ⑦ 수입업체(進口商總代理) :
駿伸企業有限公司
地址 : 台北市成功路四段68號7F
電話 : (02) 2795-5303

스티커 라벨링(국문)

- ① 유기농 인증 정보 : Jardin BIO
프랑스유기농회원
유기농검증기관: ECOCFRT FRANCE SAS
동의문서번호
유기농식량제AGGR-108-1129-004번
- ② 제품명 : 유기농회원 유기농석류과즙
100%
- ③ 용량 : 500ml
- ④ 영양성분표 :

1회 제공량 100ml 5개입		
	1병당	100g당
에너지	58.8 kcal	58.8 kcal
단백질	0 g	0 g
지방	0 g	0 g
포화지방	0 g	0 g
트랜스지방	0 g	0 g
탄수화물	14.7 g	14.7 g
설탕	12.3 g	12.3 g
나트륨	0 mg	0 mg

- ⑤ 유통기한 : 표시와 같이 (일/월/년)
유통기한 - 547일
- ⑥ 원산지 : 프랑스
- ⑦ 수입업체 : 쥘선치에유한회사
주소 : 타이베이시청공로쓰뽀68호7F
전화 : (02) 2795-5303

5. 대만 과일음료 서류 준비

서류 준비

대만으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

과일음료

과일음료 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 대만 수입서류 원산지증명서 준비 필요
- ▶ 대만 관세 업무, 허가받은 통관 브로커를 통해 진행 가능

대만의 수입신고는 납세 의무인, 화물 수출입자 또는 위탁통관업자를 통하여 진행할 수 있음. 수입통관 업무를 수행할 화물수입자·위탁통관업자는 반드시 국제무역국에 수출입업체 등록(Registration as Exporter Importer)을 마쳐야 함

원산지증명서의 경우 대만으로 직접 운송하는 제품의 최종 수출국을 명기해야 함. 제3국 경유 시 화물 운송기간 내 상품의 적재, 가공 및 기타 모든 작업은 불허됨. 화물 포장의 원산지 표기가 선적서류 내용과 일치하지 않을 경우 기타 원산지 증명 자료를 추가적으로 제출해야 함

[표 4.7] 대만 통관 서류

구분	서류명	발급기관	
일반 서류	수입신고서 (CBP Form 7501)	(-)	
	상업송장	(-)	
	선적	포장 명세서	(-)
		위임서	(-)
		제품 카탈로그· 설명서·검역 샘플	(-)
	원산지 증명서	수출업체 / 관세청	

자료 : 대만 재정부 관무서

6. 대만 과일음료 세금 납부

세금 납부

대만으로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

과일음료

과일음료 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 대만 일반가공식품 HS-CODE 2202.99.29001, 관세율 20% 적용
- ▶ 별도의 수입 협정 미체결로 WTO협정 세율 적용

과일음료의 경우 대만에서는 HS-CODE 2202.99(기타)의 2202.99.29001 (발효되지 않은 기타 과일주스 음료, 청량음료를 포함함)⁴⁰⁾ 세번을 사용하여 수입됨.⁴¹⁾ 대만 수출 시 기본 세율은 20%로, 별도의 무역협정이 없으나 WTO 회원국으로서 해당 세율을 적용받음. 관세 외에도 모든 수입물품에 영업세(Value Added Tax)가 5% 부과되며, 수입물품의 가격에 관세 및 제세를 포함한 금액을 과세 표준으로 하여 해당 과세표준에 영업세율을 적용하여 산출됨

- 수입 서류 심사비용에 65달러(약 8만 원)⁴²⁾ 소요
- 수입 서류 심사에 4시간 소요
- 통관 비용에 340달러(약 43만 원) 소요
- 통관에 47시간 소요

[표 4.8] 한국·대만 HS CODE 비교 및 대만 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료 (2009호의 과일 주스와 채소 주스 제외)	
	2202.99	기타	
	2202.99.2000	과실주스 음료	
대만	2202.99.29001	발효되지 않은 기타 과일주스 음료, 청량음료를 포함함	
관세	기본관세율	20%	
영업세		5%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 대만 관무서

40) 대만의 관세율표(CCC Code)는 HS Code와 유사한 개념으로 Tariff Number 8자리, 통계번호 2자리, 체크코드 1자리 총 11자리로 이루어져 있으며, 국제 공통인 HS Code의 6자리 숫자는 동일하게 적용됨

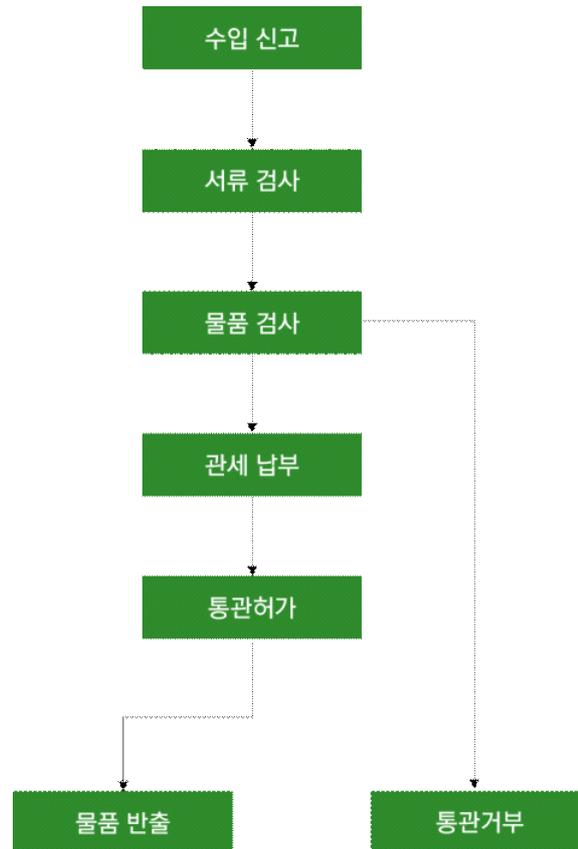
41) 대만 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 2202.99 중 과일음료에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 대만 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있음. 대만의 관세율표에 관하여 확인하기 위해서는 품목분류 사전심사제도를 활용할 수 있으며, 대만 관무서로 문의할 수 있음

42) 1달러=1,274.60원 (2020.03.24., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7. 대만 과일음료 검역 심사

- ▶ 대만 식품, 심사 결과 및 정해진 규정에 따라 서류 및 물품 검사 실시
- ▶ 수입 식품의 검역 심사는 표준검험국에서 진행

[표 4.9] 대만 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품첨가물	Aluminum silicate	5,000
		Thiamine hydrochloride	1.95
	유해물질	Antimon(y) (Sb)	0.15 ppm

자료 : 대만 관무서, 식품첨가물 규정(TR CU 029/2012), KATI농식품수출정보

- ▶ 대만 식품의약품국의 첨가물, 유해물질 규정을 통해 확인 가능
- ▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

● 식품 첨가물 규정

대만으로 제품 수출 시,
요구되는 식품 첨가물,
유해 물질에 관한 규정

[표 4.10] 대만 일반가공식품 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
산도조절제	글루콘산	Gluconic acid	필요에 따라 적당량 ⁴³⁾
증점제, 안정제, 희석제	염화마그네슘	Magnesium chloride	필요에 따라 적당량
습윤제	젖산나트륨	Sodium lactate	필요에 따라 적당량
증점제	알긴산칼슘	Calcium alginate	필요에 따라 적당량
감미료	수크랄로스	Sucralose	필요에 따라 적당량
착색료	칸타크산틴	Canthaxanthin	필요에 따라 적당량
보존료	아스코르브산칼슘	Calcium ascorbate	150
보존료, 고결방지제 등	염화칼슘	Calcium chloride	10,000
칼슘강화제, 산도조절제 등	구연산칼슘	Calcium citrate	1,000

자료 : KATI농식품수출정보

● 과일음료

과일음료 품목의
첨가물 규정은 KATI
식품 유형 분류 중
음료류의
과일·채소류음료로
분류하여 해당하는
정보를 제공함

43) 필요에 따라 적당량 사용 : 우수제조관리기준(Good Manufacturing Practice, GMP)으로 확인되지 않으며, 식품첨가물 사용기준 규정에 '필요에 따라 적당량'(視實際需要適量使用, as practically needed)라고 명시된 경우를 의미

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 쿤타이마오이(堃泰貿易)

Interview ② 한꼬우왕(韩购网)

Interview ③ 첸위귀찌뒤귀스핀
(千御國際多國食品)

Interview ④ 이제트모어(Ezmore)

Interview ⑤ 떠우싸오더링스짜훤띠안
(豆嫂的零食雜貨店)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Preference and Distribution



- 인터뷰 기업 : 쿤타이마오이
(筭泰貿易)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Sandy
(Chairman Assistant)

대만 사람들은 한국산 과일음료를 가장 선호함

대만에서의 과일음료 수요는 많습니다. 그중, 대만 사람들은 한국산 과일음료를 가장 선호합니다.

다양한 온·오프라인 매장에서 과일음료를 판매함

편의점, 마트, 드럭스토어, 식당, 온라인 쇼핑몰 등 다양한 온·오프라인 매장에서 과일음료를 취급하고 있습니다. 대만 소비자들은 날개로 과일음료를 구매할 때 편의점을 이용하고, 대량으로 구매할 때는 온라인 쇼핑몰을 이용합니다.

Market Demand and Promotions



- 인터뷰 기업 : 한교우왕
(韩购网)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Wei
(CEO)

여름, 가을에 과일음료의 수요가 많음

대만 소비자들은 한국산 과일음료는 선호합니다. 과일음료는 겨울보다 여름이나 가을에 수요가 많습니다.

명절, 연말 등의 백화점 행사 때 시음행사를 진행함

과일음료 제품 대부분이 선물용 패키지가 있어, 제조업체는 명절이나 연말 등의 백화점 행사 때 시음행사를 진행합니다.

Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 천위귀찌뒤귀스핀
(千御國際多國食品)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Li
(Manager)

최근 대만에서의 과일음료 수요가 감소하는 추세임

과거 대만에서의 과일음료 수요는 매우 많았습니다. 하지만 최근 대만에 밀크티 가게와 과일음료 전문점이 생겨남에 따라 과일음료의 수요는 감소하고 있습니다.

현지소비자, 한국산과 대만산 음료를 선호함

대만 사람들 사이에서 한국산 과일음료는 높은 인지도를 보유하고 있으며, 대만 브랜드 제품은 저렴한 가격으로 소비자들 사이에서 선호되고 있습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Distribution



- 인터뷰 기업 : 이제트모어 (Ezmore) 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Lu (Manager)

최근 한국산 과일음료의 수요는 감소함

최근 저렴한 가격대의 대만산 과일음료가 출시함에 따라 한국산 과일음료의 수요는 상대적으로 감소하는 추세입니다.

식당과 온라인 쇼핑몰에서 과일음료의 인기는 좋음

식당에서 과일음료의 수요가 많습니다. 또한, 브랜드 인지도가 낮은 수입 과일음료는 주로 온라인 쇼핑몰에서 판매되고 있습니다.

Market Demand and Distribution



- 인터뷰 기업 : 띠우싸오더링스짜훤띠앤 (豆嫂的零食雜貨店) 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Li (Manager)

한국산 과일음료의 수요는 매우 많음

한국산 과일음료는 대만 음료 시장의 약 70%를 차지할 정도로, 수요가 매우 많습니다. 하지만 최근에는 한국산 과일음료의 수요가 감소하고 있습니다.

온라인 쇼핑몰과 식당에 납품할 것을 추천

온라인 쇼핑몰과 식당에 납품할 것을 추천합니다. 최근 온라인 쇼핑몰에서의 과일음료 수요가 증가하고 있고, 식당에서 과일음료를 맛 본 소비자 중, 과일음료를 구매하는 사람이 늘고 있기 때문입니다.

Interview ① 쿤타이마오이(堃泰貿易)

44)

●
쿤타이마오이
 (堃泰貿易)

전문가 소속

쿤타이마오이
 (堃泰貿易)
 수입유통업체

전문가 정보

Ms. Sandy
 (Chairman Assistant)



쿤타이마오이(堃泰貿易)

Chairman Assistant, Ms. Sandy

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1980년에 설립된 수입식품 전문 유통업체로, 한국과 일본에서 수입한 음료와 주류를 취급하고 있습니다. 프랜차이즈 마트, 편의점, 식당과 쇼피(蝦皮購物), 라쿠텐(樂天), 모모(Momo) 등 온라인 쇼핑몰에 납품하고 있습니다.

Q. 대만에서의 과일음료 수요는 어떠한가요?

대만에서의 과일음료 수요는 많은 편으로, 향후에도 증가할 것으로 생각합니다. 대만 사람들은 한국산 과일음료의 품질이 우수하다고 생각하므로, 한국산 과일음료의 수요가 가장 많습니다. 한국산 외에는 일본과 대만에서 생산한 과일음료의 인기가 많습니다.

Q. 대만 사람들이 선호하는 과일음료는 무엇인가요?

대만 사람들은 당사 자페브랜드(PB) 상품이지만 한국에서 생산한 사키(SAKI)의 과일 음료를 선호합니다. 사키 제품에는 젤리가 들어가 있어, 대만 소비자들 사이에서 반응이 매우 좋습니다. 그중, 대만 사람들은 토마토 주스를 가장 선호합니다. 사키의 토마토 주스는 라이코펜 함량이 5.4mg이 들어있어, 항산화와 노화 방지의 효능이 있는 것으로 유명합니다. 이 밖에 달콤하면서도 상큼한 맛의 멜론알로에와 복숭아 맛 주스의 수요가 많습니다.

44) 사진자료: 쿤타이마오이(堃泰貿易) 홈페이지 (www.saki.com.tw)

Q. 대만에서의 과일음료 판매처는 어디인가요?

편의점, 마트, 드럭스토어, 식당, 온라인 쇼핑몰 등 다양한 온·오프라인 매장에서 과일음료를 취급하고 있습니다. 대만 사람들은 날개로 과일음료를 구매할 때 편의점을 이용하고, 대량으로 구매할 때 온라인 쇼핑몰을 이용합니다. 따라서 과일음료의 고객 수는 편의점에서 많으나, 판매량은 온라인 쇼핑몰에서 많습니다.

Q. 대만에서 한국산 과일음료 판매 시, 수요가 있을까요?

대만에서 한국산 과일음료를 판매한다면, 수요가 매우 많을 것으로 생각합니다. 대만 소비자들은 새로운 브랜드 제품을 선호하기 때문입니다. B, C 브랜드 과일음료가 평균 25-30대만달러(약 1,054-1,264원)⁴⁵⁾임을 고려했을 때, A사의 제품은 포장이 고급스럽고 가격이 적당하다고 생각합니다.

45) 1대만달러=42.14원(2020.03.24., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 한꼬우왕(韩购网)

46)

한꼬우왕
(韩购网)

전문가 소속

한꼬우왕
(韩购网)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Wei
(CEO)

韓國專賣店



한꼬우왕(韩购网)

CEO, Ms. Wei

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2008년에 설립된 한국 식품 전문 수입유통업체로, 한국산 음료, 조미료, 반찬, 생활용품, 스낵류 등을 취급하고 있습니다. 대만에 오프라인 매장 2곳을 운영하고 있으며, 쇼피(蝦皮購物), 라쿠텐(樂天), 피씨홈(Pchome) 등 온라인 쇼핑몰에 납품하고 있습니다.

Q. 대만에서의 과일음료 수요는 어떻게 되나요?

대만에서의 과일음료 수요는 많습니다. 당사는 월 평균 약 278개의 과일음료를 판매하고 있고, 겨울보다 여름이나 가을에 제품의 수요가 많습니다. 대만 소비자들은 일본, 대만에서 생산한 과일음료보다 한국산 과일음료를 선호합니다. 한국산 과일음료는 대만에 진출한 지 오래돼, 대만 사람들 사이에서 인지도가 매우 높습니다.

Q. 대만에서 인기가 좋은 과일음료는 무엇인가요?

대만에서는 C사 과일음료 수요가 가장 많습니다. 현지인들은 복숭아 맛의 주스를 가장 선호하고, 이 밖에 알로에, 망고, 포도 맛 주스의 인기가 좋습니다. 해당 제품에는 젤리가 들어가 있어, 대만 소비자들 사이에서 반응이 매우 좋습니다.

Q. 제품의 홍보 방안에는 무엇이 있나요?

당사는 라인, 페이스북 등 소셜미디어 활동을 통해, 과일음료를 홍보하고 있습니다. 또한 과일음료 제품 대부분이 선물용 패키지가 있어, 명절이나 연말 등의 백화점 행사 때 시음행사를 진행합니다.

46) 사진자료: 한꼬우왕(韩购网) 라쿠텐 홈페이지 (www.rakuten.com.tw/shop/koreashop)

Q. 취급 제품의 가격은 어느 정도가 적당한가요?

과일음료는 240mL에 25대만달러(약 1,054원)가 적당하다고 생각합니다. 대만의 수입 음료류 관세율이 6-8%로 다소 높기 때문에, 제품을 25대만달러(약 1,054원)로 판매하려면, 수출 가격을 약 12대만달러(약 506원)로 낮출 필요가 있습니다.

Interview ③ 첸위귀찌뒤귀스핀(千御國際多國食品)

47)

첸위귀찌뒤귀스핀
(千御國際多國食品)

전문가 소속

첸위귀찌뒤귀스핀
(千御國際多國食品)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Li
(Manager)



첸위귀찌뒤귀스핀(千御國際多國食品) Manager, Mr. Li

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 수입유통업체로 한국, 일본, 동남아, 유럽에서 생산한 음료류, 스낵류, 견과류, 조미료 등을 취급합니다. 라쿠텐 온라인 쇼핑몰과 도소매업체에 납품하고 있습니다.

Q. 대만에서의 과일음료는 수요는 어떠한가요?

몇 년 전까지만 해도, 대만에서의 과일음료의 수요는 매우 많았습니다. 하지만 최근 대만에 밀크티 가게와 과일음료 전문점이 생겨남에 따라, 과일음료의 수요가 감소하고 있습니다. 제품의 원산지에 따라 수요를 구분하자면, 한국산 B, C 브랜드는 봄과 여름에 수요가 많습니다. 비교적 저렴한 대만 브랜드의 과일음료는 1년 내내 인기가 좋습니다.

Q. 당사 취급 제품 중, 수요가 많은 제품은 무엇인가요?

당사에서 취급 중인 제품 중, C와 사키 브랜드의 과일음료 수요가 매우 많습니다. 대만 사람들은 C의 포도 맛 음료와 사키의 복숭아 맛 음료를 선호합니다. 대만 소비자들 사이에서 한국산 과일음료는 인지도가 높고, 대만 브랜드인 사키는 180mL에 20대만달러(약 843원)로 가격 경쟁력이 있습니다.

Q. 제품의 유통은 어떻게 이루어지고 있나요?

수요가 많은 과일음료 제품은 해당 국가로부터 직접 수입합니다. 작년까지만 해도 당사는 한국산 음료를 직수입했으나, 최근 수요가 감소함에 따라 대만 유통업체를 통해 납품받고 있습니다. 수출 주의사항을 잘 알지 못하지만, 수입 음료에는 과즙 함유량을 표기해야 한다고 알고 있습니다. 또한 과즙 함량이 10% 이하면, 제품명에 '주스'를 넣을 수 없다고 들은 바 있습니다.

47) 사진자료: 첸위귀찌뒤귀스핀(千御國際多國食品) 라쿠텐 홈페이지 (www.rakuten.com.tw/shop/cian-yu)

Interview ④ 이제트모어(Ezmore)

48)

이제트모어
(Ezmore)

전문가 소속

이제트모어
(Ezmore)
유통업체

전문가 정보

Ms. Lu
(Manager)

EZMORE



이제트모어(Ezmore)

Manager, Ms. Lu

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 한국 제품 전문 유통업체로, 한국산 음료류, 스낵류, 즉석식품 등의 식료품과 화장품, 생활용품 등을 취급하고 있습니다. 야후와 라쿠텐 등 온라인 쇼핑몰에 납품하고 있습니다.

Q. 대만에서의 한국산 과일음료 수요는 어떠한가요?

3년 전까지만 해도 대만에서 한국산 과일음료의 수요는 매우 많았습니다. 하지만 최근 대만에서 생산한 저렴한 가격대의 과일음료가 출시함에 따라, 한국산 제품의 수요는 감소하는 추세입니다. 실제 3년 전과 비교했을 때 C의 배 음료 판매량은 약 10% 줄었습니다.

Q. 대만 소비자들이 선호하는 과일음료는 무엇인가요?

대만 소비자들은 대만에서 생산한 홍파이(紅牌)와 한국 C사 제품을 선호합니다. 특히, C사의 과육, 젤리가 들어간 포도 맛과 배 맛 음료의 인기가 가장 좋습니다. 대만에서 취급 중인 과일음료 제품은 평균 20-35대만달러(약 843-1,475원)입니다.

Q. 대만에서의 과일음료 판매처는 어디인가요?

대만의 다양한 온·오프라인 매장에서 과일음료를 판매하고 있습니다. 그중, 음료 홍보문구에 '바베큐에 꼭 필요한 음료'라고 기재할 정도로, 식당에서의 과일음료 수요가 매우 많습니다. 한국산 과일음료는 한식당에서 반응이 매우 좋습니다. 또한 브랜드 인지도가 낮은 수입 과일음료는 주로 온라인 쇼핑몰에서 판매되고 있습니다.

48) 사진자료: 이제트모어(Ezmore) 라쿠텐 홈페이지 (www.rakuten.com.tw/shop/ezmore99)

Interview ⑤ **떠우싸오더링스짜훤띠앤(豆嫂的零食雜貨店)**

49)

●
떠우싸오더링스짜훤띠앤
(豆嫂的零食雜貨店)

전문가 소속

떠우싸오더링스짜훤띠앤
(豆嫂的零食雜貨店)
유통업체

전문가 정보

Mr. Li
(Manager)

豆嫂雜貨[®]
| 日韓零食 | 美味菓子 |



떠우싸오더링스짜훤띠앤(豆嫂的零食雜貨店)

Manager, Mr. Li

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 유통업체로, 한국, 일본, 대만에서 생산한 음료류, 스낵류, 조미료 등을 취급하고 있습니다. 자체 온라인 쇼핑몰과 리쿠텐, 페이스북 등을 통해 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 대만에서의 한국산 과일음료의 수요는 어떻게 되나요?

대만에서의 한국산 과일음료 수요는 매우 많은 편으로, 한국산 과일음료는 대만 음료 시장의 약 70%를 차지하고 있습니다. 하지만 최근에는 밀크티 전문점과 과일음료 전문점이 생겨남에 따라, 한국산 과일음료의 수요는 감소하고 있습니다.

Q. 대만 소비자들이 선호하는 과일음료는 무엇인가요?

대만 소비자들은 C사 포도, 배 맛 과일음료를 가장 선호합니다. 현지에서 한국산 배와 C사 브랜드의 인지도는 높기 때문입니다. 이 밖에도 최근 한국 D사에서 출시한 복숭아 맛 음료의 인기가 좋습니다.

Q. 대만에서의 과일음료를 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 할까요?

대만에서 과일음료를 효과적으로 판매하기 위해서는, 온라인 쇼핑몰과 식당에 납품할 것을 추천합니다. 최근 온라인 쇼핑몰에서의 과일음료 판매가 증가하고 있고, 식당에서 한국산 과일음료를 맛본 소비자 중, 과일음료를 구매하는 사람이 늘고 있기 때문입니다. 이 밖에도 시음회 등의 오프라인 활동보다 온라인 쇼핑몰에서의 배너광고를 통해, 제품의 인지도를 높이는 것이 필요합니다.

49) 사진자료: 떠우싸오더링스짜훤띠앤(豆嫂的零食雜貨店) 홈페이지 (www.dousao.com.tw)

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 「Carrefour Annual Report 2018」, Carrefour, 2018.
2. 「Auchan Annual Report 2018」, Auchan, 2018.
3. 「Dairy Farm Annual Report 2018」 Dairy Farm, 2018.
4. 「Taiwan Chain Store Almanac 2017」, 대만체인점기록, 2017.
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Soft Drinks in Taiwan」, 2019.12.
6. 유로모니터(Euromonitor), 「Juice in Taiwan」, 2019.12.
7. 국가발전위원회(National Development Council), 「Taiwan Statistical Data Book」, 2018.

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (www.euromonitor.com)
2. International Trade Center (www.trademap.org)
3. 까르푸(Carrefour) 홈페이지 www.carrefour.com.tw
4. 알티마트(RT Mart) 홈페이지, www.rt-mart.com.tw
5. 에이마트(A-Mart) 홈페이지 www.fe-amart.com.tw
6. 파이스턴그룹(Far Eastern Group) 홈페이지 (www.feg.com.tw)
7. 피엑스마트(PX Mart) 홈페이지 (www.pxmart.com.tw)
8. 자유시보(Liberty Times Net), www.ltn.com.tw
9. 대만음료산업협회(TBIA), www.bia.org.tw
10. 케이케이뉴스(KKnews), kknews.cc
11. 그레이트비전(Great Vision), www.gvm.com.tw
12. 산리뉴스채널(Sanlih E-Television), www.setn.com
13. 피엑스마트(PX Mart) 페이스북페이지 (www.facebook.com/pxmartchannel)
14. 웰컴(Wellcome) 홈페이지 www.welcome.com.tw
15. 데어리팜(Dairy Farm) 홈페이지 (www.dairyfarmgroup.com)
16. 심플마트(Simple Mart) 홈페이지 www.simplemart.com.tw
17. 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지 (www.7-11.com.tw)
18. 패밀리마트(Family Mart) 홈페이지 www.family.com.tw
19. 징지르보오(經濟日報) 홈페이지 (money.udn.com/money/index)
20. 하이라이프(Hi-Life) 홈페이지 (www.hilife.com.tw)
21. 중시띠안즈빠오(中時電子報) 홈페이지 (www.chinatimes.com)
22. 쇼피몰(Shopee Mall) 홈페이지 (www.shopee.tw)
23. 대만 관무서 (web.customs.gov.tw)
24. 대만 식품의약국 (www.fda.gov.tw)
25. 대만 표준검험부 (www.bsmi.gov.tw)
26. TQF 협회 (www.tqf.org.tw)
27. 대만 관세율 검색 포털 (portal.sw.nat.gov.tw)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

27. 외교부 (www.mofa.go.kr)
28. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
29. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
30. 쿤타이마오이(堃泰貿易) 홈페이지 (www.saki.com.tw)
31. 한꼬우왕(韩购网) 라쿠텐 홈페이지 (www.rakuten.com.tw/shop/koreashop)
32. 첸위귀찌뒤귀스핀(千御國際多國食品) 라쿠텐 홈페이지 (www.rakuten.com.tw/shop/cian-yu)
33. 이제트모어(Ezmore) 라쿠텐 홈페이지 (www.rakuten.com.tw/shop/ezmore99)
34. 떤우싸오더링스짜휘띠앤(豆嫂的零食雜貨店) 홈페이지 (www.dousao.com.tw)
35. 쿤타이마오이(堃泰貿易) 홈페이지 (www.saki.com.tw)
36. 한꼬우왕(韩购网) 라쿠텐 홈페이지 (www.rakuten.com.tw/shop/koreashop)
37. 첸위귀찌뒤귀스핀(千御國際多國食品) 라쿠텐 홈페이지 (www.rakuten.com.tw/shop/cian-yu)
38. 이제트모어(Ezmore) 라쿠텐 홈페이지 (www.rakuten.com.tw/shop/ezmore99)
39. 떤우싸오더링스짜휘띠앤(豆嫂的零食雜貨店) 홈페이지 (www.dousao.com.tw)
40. 대만 법령정보포털 (law.moj.gov.tw)
41. 스태티스타 (www.statista.com)
42. 대만 노동부 노동통계국 (www.bls.gov)
43. FAO (www.fao.org)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.04.03.

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 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

