aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2020

해외시장 맞춤조사

No. | 202007-17

품목 | 매운 소스(Spicy Sauce)

국가 | 대만(Taiwan)

구분 | 시장분석형

Kati
농식품수출정보

Contents

Ⅰ. 요약(Summary) 4

Ⅱ. 시장규모(Market Size)

1. 대만 매운 소스 시장규모 13
2. 대만 매운 소스 수출입 시장규모 15
3. 대만 매운 소스 소비 시장규모 16

Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 대만 프랜차이즈, 패스트푸드·카페·훠궈 판매점 다수 진출 23
2. 대만 프랜차이즈 업계, 제휴협력 및 방역조치 강화 24
3. 대만 매운 소스, 맵고 얼얼한 맛을 많이 강조 25
4. 대만 매운 소스, 두부 조리용으로 많이 판매 26

Ⅳ. 유통채널(Distribution Channel)

1. 대만 매운 소스 유통구조 28
2. 대만 매운 소스 주요 유통업체 29
3. 대만 매운 소스 B2C 소매채널 31

Contents

Ⅴ. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 대만 매운 소스 인증 취득 52
2. 대만 매운 소스 사전 절차 54
3. 대만 매운 소스 라벨 심의 57
4. 대만 매운 소스 서류 준비 61
5. 대만 매운 소스 세금 납부 62
6. 대만 매운 소스 검역 심사 절차 63
7. 대만 관련 규제 정보 64

Ⅵ. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 신마푸하이어우타이완1하오띠앤(新麻蒲海鷗臺灣1號店) 67
Interview ② 또우푸찬인지투안(豆府餐飲集團) 69
Interview ③ 한리앤치예유한꽁쓰(韓聯企業有限公司) 70
Interview ④ 한꼬우왕(韓購網) 72
Interview ⑤ 대만 식품의약국(Taiwan Food and Drug Administration) 74

Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights) 76

※ 참고문헌 79

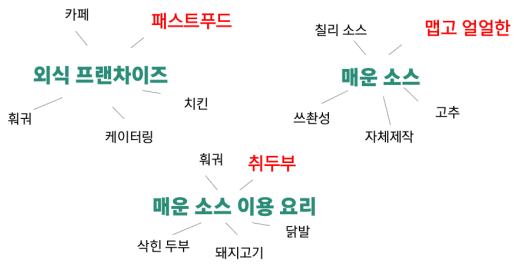
Ⅰ. 요약(Summary)

Summary

▸ 수요 분석

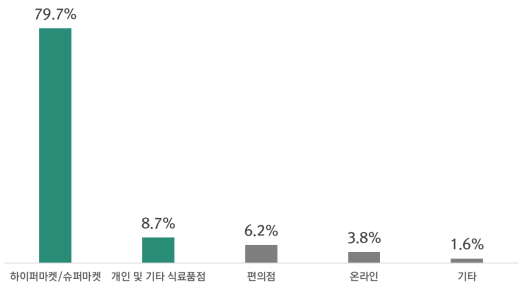
		수치	전문가 인터뷰
시장규모	소스, 드레싱 및 조미료	4,784억 원	한국 소스 중 쌈장, 고추장, 된장 등 인기
	기타 소스, 드레싱 및 조미료	133억 원	–
수입규모	글로벌	1,329억 원	대만 소비자, 매운 소스 선호도 낮아
	한국	66억 원	–
소비 시장규모	인구규모 상위 지역	신베이, 타이중, 가오슝	대만 외식 산업 발달했으며 한국 프랜차이즈 다수 진출
	프랜차이즈 매출액	19조 원	

▸ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)



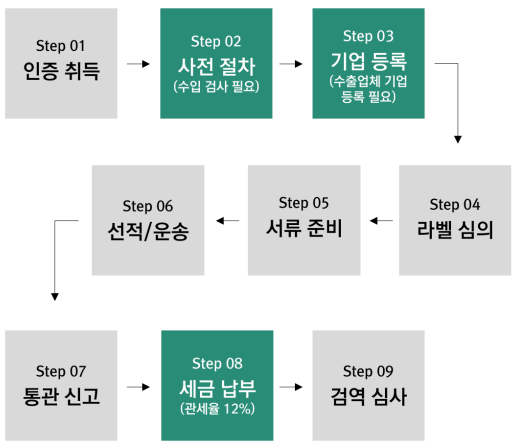
		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰
외식 프랜차이즈	패스트푸드	1st / 49건	남성보다는 여성이 한국산 매운 소스 선호
	카페	2nd / 46건	–
매운 소스	맵고 얼얼한	1st / 1,170건	한국 음식 중 치킨, 삼겹살, 불닭매운소스 인기
	쓰촨성	4nd / 104건	–
매운 소스 이용 요리	취두부	1st / 45건	맵기 단계 조절, 한국 음료 판매, 무제한 셀프바 등의 현지화 추천
	돼지고기	3nd / 39건	

▸ 유통 채널



	시장 점유율	전문가 인터뷰
하이퍼마켓/슈퍼마켓	79.7%	대만 내 한국 프랜차이즈 매장, 핵심 소스는 한국에서 직수입하며 기타 재료는 현지 제조
개인 및 기타 식료품점	8.7%	
편의점	6.2%	
온라인	3.8%	
기타	1.6%	

▸ 통관 및 검역



		핵심 키워드	전문가 인터뷰
인증취득	필수	필수인증 없음	대만 FDA 사이트에서 첨가물 최대 허용치 확인 가능
	선택	HACCP, ISO 22000, IFS	–
사전절차	필수	수입검사, 기업등록	일부 HS CODE 육류만 조미료에 첨가 가능함
	선택	사전심사, 품목분류 사전 확인	–
라벨 표기사항		대만 보건복지부(MOHW)	대만 수출 시 대만 현지 수입업체나 협력업체가 있어야 함
서류 준비사항		원산지증명서 외 6건	
세금납부	기본관세율	25%	
	협정세율	12%	
	부가가치세	5%	

▸Point 01.	대만 외식 산업이 매우 발달하여 이에 따라 소스류도 성장세이나, 대만 소비자는 매운 소스에 익숙하지 않음
▸Point 02.	대만 진출에 성공한 한국 프랜차이즈 다수이며 셀프바, 매운맛 단계 조절, 한국 음료 제공 등 현지화를 추천함
▸Point 03.	육류가 포함된 소스류의 경우 수출 규제 주의 필요함

Market Size
(시장규모)

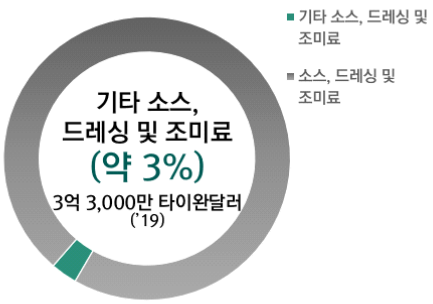
대만(Taiwan)

매운 소스 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(소스)

- 대만 소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)[1] 시장규모
  ····· 118억 5,300만 타이완달러('19)
- 대만 기타 소스, 드레싱 및 조미료(Other Sauces, Dressings and Condiments)[2] 시장규모
  ····· 3억 3,000만 타이완달러('19)

(*) Euromonitor International

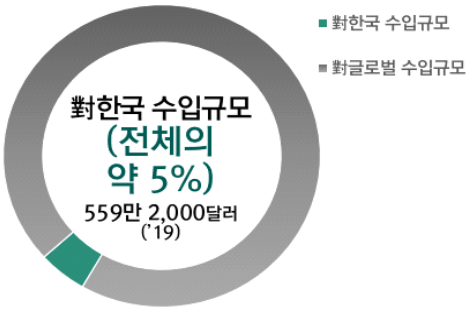


매운 소스 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(소스)

- HS 2103.90[3] '소스와 소스용 조제품, 혼합조미료'
  대만 對 글로벌 수입규모
  ····· 1억 1,234만 6,000달러('19)
- HS 2103.90 '소스와 소스용 조제품, 혼합조미료'
  대만 對 한국 수입규모
  ····· 559만 2,000달러('19)

(*) International Trade Centre



매운 소스 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '매운 소스'는 캡사이신을 포함한 매운 소스이며, 대만 진출 시 한국 음식 프랜차이즈를 통한 유통이 예상됨. 이에 대만 진출 시 소비자가 많은 지역을 파악하기 위해 '대만 지역별 인구분포 및 인구밀도'를 조사함. 또한 프랜차이즈 기업인 참여기업의 특성을 반영하여 '대만 외식산업 매출 규모'를 조사함

① 대만 지역별 인구 분포('20)

신베이	402만 572명
타이중	281만 5,704명
가오슝	277만 4,571명
타이베이	264만 2,877명
타오위안	225만 954명
총계	2,360만 4,265명

※상위 5개 지역의 인구규모임

② 대만 외식산업 매출 규모('18)

프랜차이즈	4,731억 타이완달러
레스토랑	4,004억 타이완달러
음료 전문점	538억 타이완달러
기타	190억 타이완달러

(*) 대만내무부(Ministry of the Interior), 대만경제부(Ministry of Economic Affairs)

1) 소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments): 샐러드 드레싱, 기타 소스, 상온 소스, 겨자, 케첩, 마요네즈 등을 포괄함
2) 기타 소스, 드레싱 및 조미료(Other Sauces, Dressings and Condiments): 와사비 가루, 향신료 페이스트, 양념 믹스, 핫포트 소스 믹스 등을 포괄함
3) HS CODE 2103.90: 조사제품 '매운 소스'는 캡사이신을 포함한 매운 갈비찜 소스임. 이에 '소스(Sauces)와 소스용(Sauces) 조제품, 혼합조미료'인 HS CODE 2103.90을 지표로 설정함

Market Trend
(시장트렌드)

대만(Taiwan)
매운 소스 소비 실태 분석 결과

대만 '외식 프랜차이즈' 뉴스매체·유관기관

연관어	발생량
패스트푸드	49
카페	46
훠궈	41
케이터링	26
치킨	17
제빵	14
스테이크	12
디저트	12
신선음식	9
...	
한식	5

대만 뉴스매체·유관기관 외식 프랜차이즈 2,207건 분석

대만 '매운 소스' 온라인 쇼핑몰 키워드

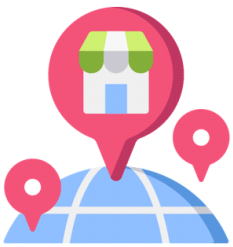
연관어	발생량
맵고 얼얼한	1,170
칠리 소스	183
쓰촨성	104
자체제작	76
고추	74
xo소스	47
취두부	45
훠궈	43
돼지고기	39
...	
한국	7

대만 온라인 쇼핑몰 매운 소스 1,102건 분석

대만 프랜차이즈 인기 유형

패스트푸드 49건
카페 46건
훠궈 41건

패스트푸드, 카페, 훠궈
프랜차이즈점 多



대만 프랜차이즈 업계 주요 이슈

제휴 0.0364
방역 0.0100

프랜차이즈 업계 간 제휴·
코로나19 방역 조치 강화

대만 매운 소스 특징

맵고 얼얼한 1,170건
한국 7건

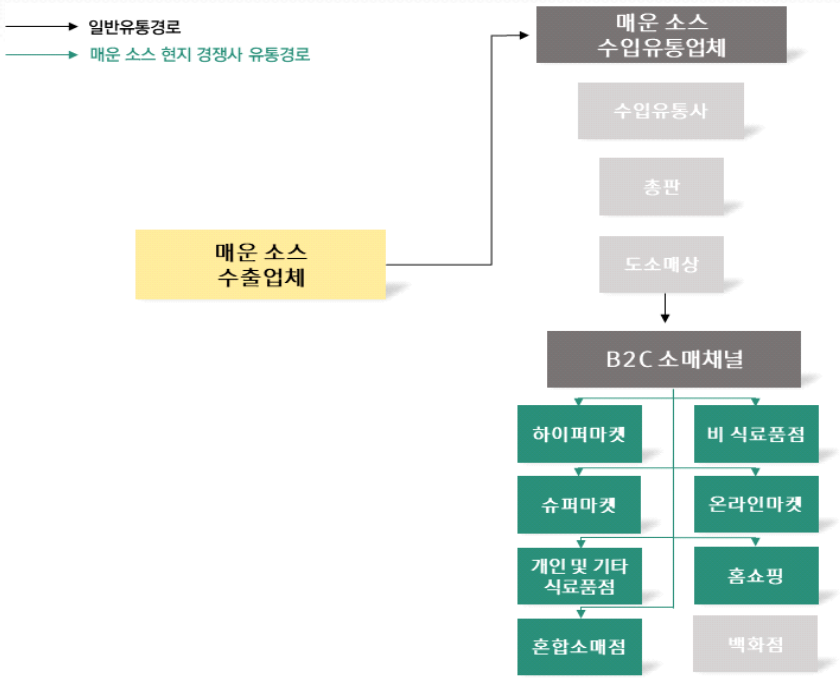
맵고 얼얼한 소스 인기
현지화한 한국 고추장 판매

대만 매운 소스 사용 요리

취두부 45건
돼지고기 39건

매운 소스, 두부 요리와
육류 요리에 사용

Distribution Channel
(유통채널)



대만(Taiwan)
매운 소스 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율[4)5)]	주요 채널[6)]
B2C 소매 채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	79.7%	까르푸(Carrefour), 알티마트(RT Mart), 에이마트(A-mart), 피엑스마트(PX mart), 웰컴(Wellcome), 심플마트(Simple Mart)
	개인 및 기타 식료품점[7)]	8.7%	코리아샵(韓購網), 한제(韓濟)
	편의점	6.2%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 하이라이프(Hi-Life)
	온라인	3.8%	쇼피(Shopee), 모모샵(Momo Shop)
	혼합 소매점[8)]	1.1%	웬동바이화(遠東百貨)
	홈쇼핑	0.5%	동림(東森), 린린(森森)

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

4) 2019년 기준, 대만 내 '소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)'의 유통채널 점유율임
5) '매운 소스'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)'의 정보를 확인함
6) 채널 분류에 따른 대만 유통채널로 현지 외국계 기업도 포함됨
7) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 한인마트를 포괄함
8) 본 조사에서 혼합 소매점은 백화점을 포괄함

Customs · Quarantine
(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	• 일반가공식품 강제 인증 無 – 식품 수출을 위한 인증 획득 불필요	(*) 대만 식품의약국 – 문의처 : www.fda.gov.tw
Step 02. 사전 심사	• 수출 전 사전 심사 필요 – 품목분류 사전 확인 권장 – 수입검사 필요 – 기업 등록필요	(*) 대만 식품의약국 – 문의처 : www.fda.gov.tw (*) 대만 관무서 – 문의처 : web.customs.gov.tw
Step 03. 라벨 심의	• 라벨 표기사항 – 대만 라벨 규정 준수 의무	(*) 대만 식품의약국 – 문의처 : www.fda.gov.tw
Step 04. 서류 준비	– 일반 서류 – 원산지증명서	(*) 대만 관무서 – 문의처 : web.customs.gov.tw
Step 05. 선적 및 운송	• 포워딩 업체 섭외	
Step 06. 통관 신고	• 수입 신고 – 서면 또는 온라인 시스템(EDI · XML)을 이용하여 신청 – 상업송장, 화물인도지시서, 위임서 등	(*) 대만 관무서 – 문의처 : web.customs.gov.tw
Step 07. 세금 납부	• HS-CODE 2103.90-90905 사용 • 협정 관세율 12% • 부가가치세 5%	(*) 대만 관세청 – 문의처 : etaipei.customs.gov.tw
Step 08. 검역 심사	• 현장검사 – 문서검사, 일반검사, 강화검사 등 3가지 검사 실시 • 실험실검사 – 현장검사 외에 별도의 검역이 필요하다고 판단되는 수입제품에 한하여 실시	(*) 대만 표준검험국 – 문의처 : www.bsmi.gov.tw (*) 대만 식품의약국 – 문의처 : www.fda.gov.tw (*) 대만 행정원 농업위원회 – 문의처 : www.eng.coa.gov.tw

Expert Interview
(전문가 인터뷰)

Market Demand and Production

Happiness 加小菲

· 인터뷰 기업 : 신마푸하이어우 타이완1하오띠앤 (新麻蒲海鷗臺灣1號店) 소매업체
· 인터뷰 담당자 : Ms. Lin (Manager)

대만 내 한국 음식의 주 소비층은 대만 거주 한국인

대만 내 한국 음식의 주 소비층은 대만에 거주하는 한국인과 일본 유학 경험이 있는 소비자입니다. 또한, 최근 한국 드라마의 영향으로 젊은 여성들의 수요가 높아지고 있습니다. 그러나 대만 현지에 매운 요리를 즐겨 먹는 소비자들은 많지 않습니다.

핵심 소스는 한국 본사에서 직수입, 부수 재료는 현지에서 제조

대만 프랜차이즈 매장의 경우 핵심 소스는 대부분 한국 본사에서 직수입하고 나머지 부수적인 소스는 현지에서 제조하는 경우가 많습니다. 당사 또한 베이스 분말만 한국 본사에서 직접 수입하고 나머지는 현지에서 직접 제조합니다.

Market Preference and Trend

DUBU HOUSE KOREA

· 인터뷰 기업 : 또우푸찬인지투안 (豆府餐飲集團) 소매업체
· 인터뷰 담당자 : Ms. Chen (Manager)

대만 내 가장 인기 있는 한국 음식은 삼겹살과 치킨

대만사람들이 가장 즐겨 먹는 한국 음식은 삼겹살과 치킨입니다. 개인차가 있지만 대다수의 대만 소비자는 한국의 매운 음식을 선호하지 않습니다. 한편, 고기류를 제외하고 인기 있는 한식 메뉴는 탕 요리입니다.

다양한 메뉴 판매와 음료 및 주류 취급 추천

대만에서 한식당을 운영할 경우, 최대한 다양한 메뉴를 판매하는 것을 추천합니다. 또한, 대만 소비자들은 일반적으로 음료수를 개인당 한 잔씩 시켜먹기 때문에 다양한 음료를 취급하는 것이 좋습니다. 특히 한국의 특색이 잘 드러나는 주류의 선호도가 특히 높은 것으로 알고 있습니다.

Market Preference and Perspective

韓聯企業有限公司

· 인터뷰 기업 : 한리앤치예유한꽁쓰 (韓聯企業有限公司) 수입유통업체
· 인터뷰 담당자 : Mr. Zhang (CEO)

한국 소스 중 플라스틱 용기에 포장된 쌈장과 고추장이 인기

플라스틱 용기에 포장된 쌈장과 고추장의 인기가 가장 많습니다. 대만 소비자들은 한국식으로 구운 고기를 매우 좋아하며 쌈에 싸서 먹는 방식을 선호하기 때문에 특히 쌈장의 판매량이 많습니다. 고추장은 비빔밥이나 다른 한식 메뉴 조리를 위해 구매하는 경우가 많습니다.

대만 내 갈비찜 전문 프랜차이즈 시장성 높을 것이라 예상

현재 대만 내 갈비찜을 전문으로 하는 한식당이 없는 것으로 알고 있습니다. 대만 소비자들의 입맛에 맞도록 매운맛을 선택하여 조절할 수 있다면 시장성이 매우 높을 것이라 생각합니다.

Expert Interview
(전문가 인터뷰)

Market Trend and Awareness

· 인터뷰 기업 : 한꼬우왕 (韓購網) 수입유통업체
· 인터뷰 담당자 : Ms. Wei (CEO)

대만 소비자들 사이에서 가자 인기 있는 한식 메뉴는 치킨

한국 요리 중 대만에서 가장 인기 있는 메뉴는 치킨입니다. 가장 대표적인 한국 치킨 브랜드는 G사로 양념치킨이 특히 유명합니다. 그러나 매운맛이 강한 양념의 선호도는 매우 낮으며 대부분 매운맛이 거의 없는 일반 양념치킨을 선호합니다.

대만 내 매운 음식은 건강에 좋지 않다는 소비자 인식이 있음

대만에서는 매운 음식이 피부를 상하게 하고 건강에 좋지 않다는 소비자 인식이 있습니다. 따라서 대만 시장의 수요를 확보하기 위해서는 현지 소비자들의 입맛에 맞게 매운맛을 조절하는 것이 필수입니다.

Market Distribution and Regulation

· 인터뷰 기업 : 웨이성푸리부스핀 야우우권리서 (卫生福利部食品药物管理署) 통관검역 정부 기관
· 인터뷰 담당자 : Ms. Guang (Imported food Consultant)

대만 수출 시, 포장 용기와 관련된 별도의 규제 無

대만 수출 시, 포장 용기에 관한 별도의 규제는 없습니다. 다만, 제품 패키지에 중문 번체로 표기된 중문 라벨이 반드시 있어야 하며, 성분 표시 방식 및 표시 내용이 가장 중요합니다.

대만 식품의약국의 규정을 준수해야 하며 영양성분표 양식을 따라야 함

식품 첨가물의 경우, 대만 식품의약국의 규정을 준수해야 하며 영양성분표의 경우에도 정해진 양식을 따라야 합니다. 열량, 단백질, 포화지방, 트랜스지방, 탄수화물, 설탕, 나트륨 순으로 영양성분을 나열해야 하며 영양성분 수치는 제품 개당 및 100g 당 수치를 모두 표시해야 합니다.

Ⅱ. 시장규모(Market Size)

1. 대만 매운 소스 시장규모
2. 대만 매운 소스 수출입 시장규모
3. 대만 매운 소스 소비 시장규모

1. 대만 매운 소스 시장규모

조사 시장: 조사 제품 '매운 소스'는 음식 조리에 사용되는 양념 소스임. 이에 제품의 종류(소스)를 바탕으로 양념 믹스를 포괄하는 '기타 소스, 드레싱 및 조미료' 시장규모와 상위 품목인 '소스 드레싱 및 조미료' 시장규모를 조사함

대만 국가 일반 정보[11)]

면적	3.6만㎢
인구	2,360만 명
GDP	6,112억 달러
GDP (1인당)	25,909달러

▸ 2015-2019년, 대만 '소스, 드레싱 및 조미료' 시장규모, 연평균성장률 2%

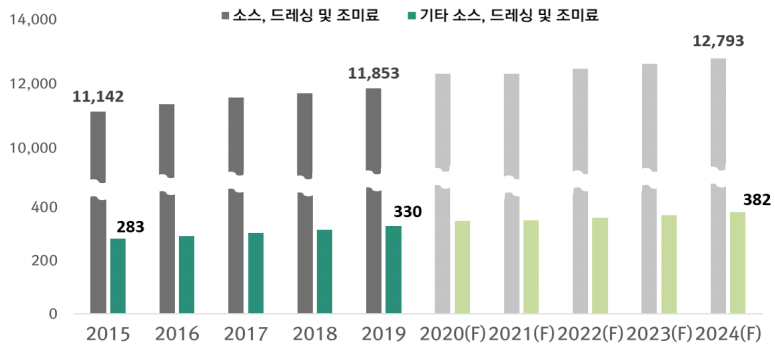
지난 5년(2015-2019년)간 대만의 '소스, 드레싱 및 조미료' 시장규모는 연평균 2% 증가하여 2019년 118억 5,300만 타이완달러를 기록함. '기타 소스, 드레싱 및 조미료' 시장의 2019년 규모는 3억 3,000만 타이완달러로, 동기간 연평균 4%씩 성장함

▸ 2020-2024년, 대만 '기타 소스, 드레싱 및 조미료' 시장규모, 연평균성장률 2%

향후 5년(2020-2024년)간 대만의 '소스, 드레싱 및 조미료' 시장규모는 연평균 1% 증가하여 2024년에는 127억 9,300만 타이완달러를 기록할 것으로 예상됨. 동기간 '기타 소스, 드레싱 및 조미료' 시장규모는 연평균 2%씩 증가하여 2024년 3억 8,200만 타이완달러를 기록할 것으로 예측됨

[표 2.1] '소스, 드레싱 및 조미료', '기타 소스, 드레싱 및 조미료' 시장규모[9)10)]

단위 : 백만 타이완달러

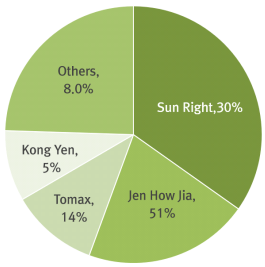


분류		2015	2016	2017	2018	2019	CAGR ('15-'19)
상위 품목	소스, 드레싱 및 조미료	11,142 (4,497억 원)	11,365 (4,587억 원)	11,566 (4,668억 원)	11,714 (4,728억 원)	11,853 (4,784억 원)	2%
해당 품목	기타 소스,드레싱 및 조미료	283 (114억 원)	293 (118억 원)	304 (123억 원)	317 (128억 원)	330 (133억 원)	4%
전망		**2020(F)**	**2021(F)**	**2022(F)**	**2023(F)**	**2024(F)**	**CAGR ('20-'24)**
상위 품목	소스, 드레싱 및 조미료	12,315 (4,970억 원)	12,321 (4,973억 원)	12,467 (5,032억 원)	12,626 (5,096억 원)	12,793 (5,163억 원)	1%
해당 품목	기타 소스,드레싱 및 조미료	348 (140억 원)	352 (142억 원)	360 (145억 원)	371 (150억 원)	382 (154억 원)	2%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

9) 1타이완달러=40.36원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)
10) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
11) 자료: 외교부 홈페이지(www.mofa.go.kr), 2019

2019년 대만
기타 소스, 드레싱 및 조미료
브랜드 점유율



출처: 유로모니터(Euromonitor)

▸ 대만 소스 시장, 식품 안전에 대한 높은 경각심이 프리미엄화의 주요 요인

영국 시장 조사 기관 유로모니터(Euromonitor)에 따르면, 2013-2018년 동안 대만에서 발생한 다수의 식품 안전 이슈로 인해, 대만 소비자들의 요리 재료 및 성분의 안전성에 대한 인식 수준이 높아짐. 대만 소비자들은 첨가물이나 방부제가 들어있지 않은 소스 제품을 선호하는 경향을 보이며, 가격에 대한 민감도가 낮아진 대신 건강 기능이 있는 제품을 선택함. 브랜드 신뢰도, 브랜드의 사회적 책임 준수 여부 및 원재료의 품질이 주요 구매 요인임. 이 외에도 포장 라벨에 기재된 구체적인 제품 정보에 대한 관심이 증가함

▸ 소매 판매 대비 빠른 성장을 경험 중인 대만 외식산업

대만 내 가용 식품의 다양성과 접근성이 증가함에 따라 외식 트렌드가 확산되고 있음. 레스토랑의 경우 이전보다 더 나은 요리 재료를 선택함에 따라 소비자로부터 높은 신뢰를 얻고 있음. 특히 젊은 세대의 레스토랑 지출액이 커지며 대만 외식 산업이 성장 중임. 대만 시장의 소매 판매가 포화됨에 따라 대부분의 소스류 제조 기업은 외식업에 투자하는 것은 물론 수출을 통해 시장을 확대하는 경향을 보임

▸ 김란 푸드(Kim Lan Foods Ltd), 어린이를 위한 새로운 간장 소스 출시

2019년 6월 식품 전시회에서 대만 김란 푸드(Kim Lan Foods Co Ltd)는 어린이를 위해 특별히 고안된 새로운 간장 소스를 출시함. 이는 특별한 건강 기능을 가진 소스류 뿐만 아니라 특정 소비자층을 겨냥한 소스류 제품의 시장 성장 가능성이 있음을 시사함. 이 제품의 주요 컨셉은 아이들에게 방부제가 첨가되지 않은 건강한 제품을 제공하는 것은 물론 아이들이 선호하는 맛의 간장 제품을 통해 영양 균형을 맞출 수 있도록 돕는 것임

▸ 일본 기업 하고로모 푸드(Hagoromo Foods Corp), 1인분용 파스타 소스 출시

1인 식사에 대한 수요와 이국적인 요리의 인기가 증가함에 따라, 일본 식품 기업인 하고로모 푸드(Hagoromo Foods Corp)는 2018년 대만에 파스타 소스 제품을 출시함. 해당 제품은 열기 쉬운 패키지에 소량으로 포장되어 있어, 남는 음식을 걱정할 필요가 없으며 자신만의 파스타를 쉽게 조리할 수 있음. 다양한 맛(Flavour) 덕분에 소비자는 자신만의 입맛에 따라 제품을 선택할 수 있음[12)]

12) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sauces, Dressings and Condiments in Taiwan」, 2019.11

2. 대만 매운 소스 수출입 시장규모

HS CODE 2103.90 : 조사 제품 '매운 소스'는 캡사이신을 포함한 매운 갈비찜 소스임. 이에 제품의 종류를 기준으로 '소스(Sauces)와 소스용(Sauces) 조제품, 혼합조미료'에 해당하는 HS CODE 2103.90을 지표로 설정함

▸ 2015-2019년, 대만 對글로벌 수입액 연평균성장률 9%

대만 HS CODE 2103.90 품목의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 9%의 성장세를 보이며 2019년 1억 1,234만 6,000달러를 기록함. 특히 2018년에 전년 대비 14% 상승하며 가장 높은 성장세를 보였음. 대만 HS CODE 2103.90 품목의 수입상대국 1위는 일본이며, 2019년 기준 5,602만 2,000달러(약 663억 원)를 기록하여 전체 수입액의 약 50%를 차지함

▸ 2015-2019년, 대만 對한국 수입액 연평균성장률 14%

대만 HS CODE 2103.90 품목 對한국 수입은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 14%의 성장세를 보이며 2019년 559만 2,000달러를 기록함. 이는 對글로벌 수입액의 5%에 해당함. 특히, 2018년에 전년 대비 17%의 가장 가파른 성장세를 보였음

2019년 대만 HS CODE 2103.90 수입액 상위 10개국

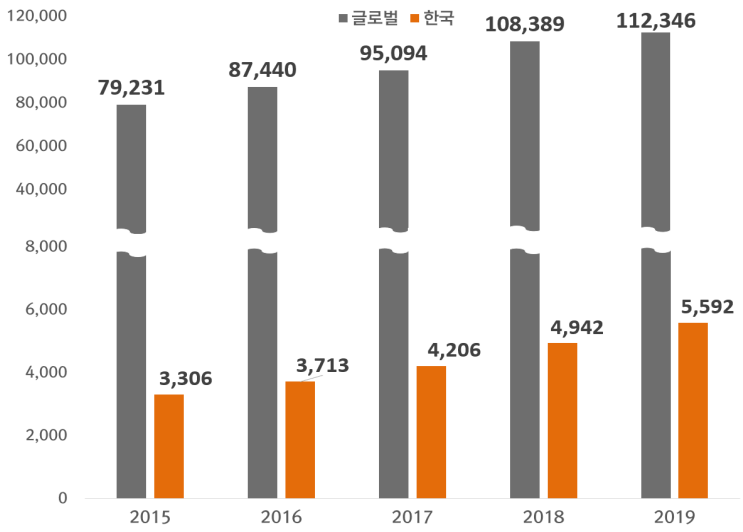
(단위 : 천 달러)

	국가명	수입액
1	일본	56,022
2	미국	13,479
3	중국	9,720
4	태국	6,965
5	한국	5,592
6	홍콩	4,809
7	베트남	2,656
8	이탈리아	2,539
9	말레이시아	2,468
10	싱가포르	1,819

자료 : ITC

[표 2.2] 대만 HS CODE 2103.90 수입규모[13)14)]

단위 : 천 달러



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR ('15-'19)
대만 對글로벌 수입액	79,231 (938억 원)	87,440 (1,035억 원)	95,094 (1,125억 원)	108,389 (1,283억 원)	112,346 (1,329억 원)	9%
대만 對한국 수입액	3,306 (39억 원)	3,713 (44억 원)	4,206 (50억 원)	4,942 (58억 원)	5,592 (66억 원)	14%

자료 : ITC(International Trade Centre) HS CODE 2103.90 기준

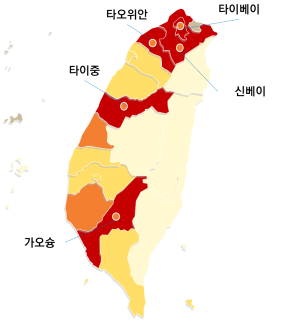
13) 1달러=1,183.30원 (2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)
14) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 대만 매운 소스 소비 시장규모

조사 제품 '매운 소스'는 캡사이신을 포함한 매운 소스이며, 대만 진출 시 한국 음식 프랜차이즈를 통한 유통이 예상됨. 이에 대만 진출 시 소비자가 많은 지역을 파악하기 위해 '대만 지역별 인구분포 및 인구밀도'를 조사함

1) 대만 지역별 인구분포 및 인구밀도

2020년 대만 지역별 인구분포도



자료 : 대만내무부

▶ 2020년, 대만 '신베이' 지역 인구, 전체 인구의 약 17%

대만내무부(Ministry of the Interior)에 따르면, 2020년 200만 명 이상의 인구가 거주하는 지역은 5곳으로 신베이, 타이중, 가오슝, 타이베이와 타오위안이 있음. 이 중 신베이 지역의 인구가 전체 인구 2,360만 4,265명의 약 17%에 해당하는 약 403만 명으로 가장 많음. 신베이 지역 중 반차오(板橋)에는 55만 6,897명의 인구가 거주 중으로 신베이 지역 인구의 약 14%를 차지함[15]

인구밀도가 가장 높은 지역은 타이베이로 1㎢당 1만 359명이 거주함. 대만 지역 전체 평균 인구밀도는 1㎢당 652명으로 확인됨

[표 2.3] 2020년 대만 지역별 인구분포 및 인구밀도[16]

단위 : 명

지역명	인구 수	인구 밀도 (사람/㎢)	지역명	인구 수	인구 밀도 (사람/㎢)
신베이(新北)	4,020,572	1,959	윈린(雲林)	680,963	358
타이중(臺中)	2,815,704	10,359	타이둥(臺東)	216,633	2,080
가오슝(高雄)	2,774,571	1,266	펑후(澎湖)	105,147	23
타이베이(臺北)	2,642,877	1,193	자이시엔(嘉義)	502,718	122
타오위안(桃園)	2,250,954	763	핑둥(屛東)	818,493	382
타이난(臺南)	1,880,216	1,540	화련(花蓮)	326,063	2,456
장화(彰化)	1,272,449	891	진먼(金門)	140,253	1,106
신주시엔(新竹縣)	564,296	203	신주시(新竹市)	449,113	128
먀오리(苗栗)	545,433	423	자이(嘉義)	267,653	1,765
난터우(南投)	493,984	271	리엔장(連江)	13,080	454
이란(宜蘭)	454,161	423	지룽(基隆)	368,932	6,146
			총계	23,604,265	652

자료 : 대만내무부(Ministry of the Interior)

15) 월드오미터(Worldometers), 「Taiwan Population (2020)」, 2020
16) 대만내무부(Ministry of the Interior), 「全國人口資料庫統計地圖」, 2020

2) 대만 외식산업 매출 규모

조사 제품 '매운 소스'는 다양한 음식에 곁들여 먹을 수 있으며, 특히 외식업체의 매운 음식에 첨가됨. 이에 대만 내 외식산업 규모와 주요 외식업체를 파악하기 위해 '대만 외식산업 매출 규모'를 조사함

▸ 2018년, 대만 외식업 매출액 9,463억 타이완달러

대만경제부(Ministry of Economic Affairs)에 따르면, 대만 외식업 매출은 지난 5년(2014-2018년)간 성장세를 유지했음. 특히 프랜차이즈 음식점의 경우 3%의 연평균성장률을 보이며 2018년 4,731억 타이완달러(약 19조 원)를 기록함. 레스토랑 산업도 3%의 연평균 성장률을 보이며 2018년 4,004억 타이완달러(약 16조 원)의 매출규모를 기록함

대만프랜차이즈협회(台灣連鎖暨加盟協會)[17]에 따르면, 2017년 대만 외식업종별 점포 수 중 1위 업종은 패스트푸드점이며 점포 수는 1만 9,480개로 집계됨. 프랜차이즈 업체 중 주요 업체는 왕핀, 안신, 와청, 메이시 등이 있으며 각 업체별로 1-2% 사이의 시장점유율을 보이며 경쟁중임

대만 외식업종별 점포 수

(단위 : 개)

업종	2016	2017
레스토랑	4,211	4,400
패스트푸드	17,595	19,408
커피숍	2,135	2,265
간편식	6,879	6,737

자료 : 대만프랜차이즈협회

2018년 대만 프랜차이즈 업체 매출액

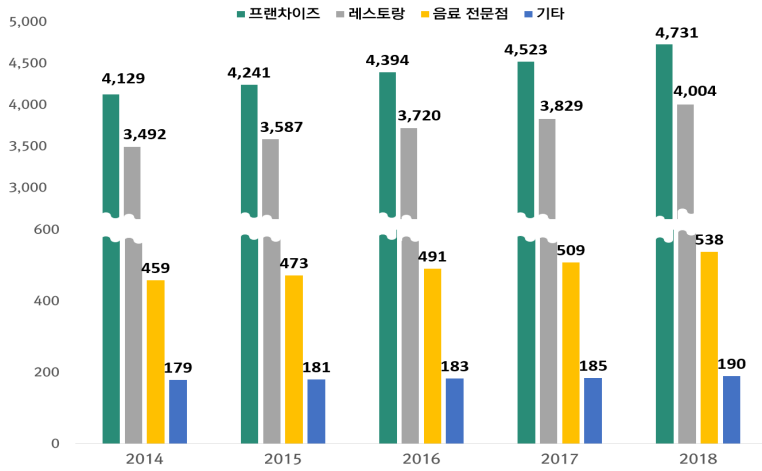
(단위 : 억 타이완달러)

업체명	매출액
왕핀(王品)	94.3
안신(安心)	52.4
와청(瓦城)	41.5
메이시(美食)	37.4
창화(晶華)	37.2
한라이(漢來)	35.1
메이셔(美舍)	25.5
궈부(國富)	19.6

자료 : 대만프랜차이즈협회

[표 2.4] 2014-2018년 대만 외식산업 매출 규모[18][19]

단위 : 억 타이완달러



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR* ('14-'18)
프랜차이즈	4,129	4,241	4,394	4,523	4,731	3%
레스토랑	3,492	3,587	3,720	3,829	4,004	3%
음료 전문점	459	473	491	509	538	4%
기타	179	181	183	185	190	2%

자료 : 대만경제부(Ministry of Economic Affairs)

17) 대만프랜차이즈협회(台灣連鎖暨加盟協會), 「台灣連鎖店年鑑」, 2018
18) 대만경제부(Ministry of Economic Affairs), 2019
19) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 대만 프랜차이즈, 패스트푸드·카페·훠궈 판매점 다수 진출
2. 대만 프랜차이즈 업계, 제휴협력 및 방역조치 강화
3. 대만 매운 소스, 맵고 얼얼한 맛을 많이 강조
4. 대만 매운 소스, 두부 조리용으로 많이 판매

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

데이터 수집 소스원

(대만 매체 13개)

농식품
(기사, 포스팅, 댓글)

데이터 수집
23,557건

① 대만 관련 기사 데이터 수집(*)
◦ 수집원 : 대만 언론 매체 및 온라인쇼핑몰

② 대만 매운 소스 관련 소비자 데이터 수집(*)
◦ 수집원 : Yahoo Buy(tw.buy.yahoo.com)
Shopee(shopee.tw)
Rakuten(www.rakuten.com.tw)

매운 소스, 외식 프랜차이즈
(검색어)

데이터 분류 키워드집

(매운 소스 연관 키워드집)

데이터 정제
3,309건

① 수집 데이터 정의
◦ 수집 키워드 : 매운 소스(麻辣醬), 외식프랜차이즈(餐饮连锁店)

② 수집 데이터 정제
◦ 정제 데이터 추출 : 매운 소스, 외식프랜차이즈 관련 데이터 3,309건 추출

연관어 분석
(시장 트렌드 분석)

데이터 분석
- 연관어 분석

데이터 분석
대만 매운 소스 소비실태 분석

① 데이터 분석 배경 및 목적
◦ 대만 매운 소스 소비실태 분석

② 데이터 분석 기법 선정
◦ 키워드 분석
◦ 대만 관련 키워드집 구축(**)
◦ 키워드별 발생 빈도 및 연관 문서 군집 분석(***)

③ 데이터 분석 값 도출 및 검증
◦ 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 – 20.08
수집 데이터	23,557건

데이터 정제

정제 키워드	매운 소스(麻辣醬), 외식프랜차이즈(餐饮连锁店)
정제 데이터	3,309건

○ 데이터 수집

- 대만 온라인쇼핑몰, 뉴스매체 리스트

[표 3.1] 대만 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Yahoo Buy	tw.buy.yahoo.com	온라인쇼핑몰
02	Shopee TW	shopee.tw	온라인쇼핑몰
03	Rakuten	www.rakuten.com.tw	온라인쇼핑몰
04	Carrefour	online.carrefour.com.tw	온라인쇼핑몰
05	Momoshop	www.momoshop.com.tw	온라인쇼핑몰
06	RT-Mart	www.rt-mart.com.tw	온라인쇼핑몰
07	Friday	shopping.friday.tw	온라인쇼핑몰
08	대만 프랜차이즈협회	www.tcfa.org.tw	유관기관
09	Food LTN	food.ltn.com.tw	뉴스매체
10	the News Lens	www.thenewslens.com	뉴스매체
11	Yam News	www.yam.com	뉴스매체
12	Google News	www.google.co.kr	뉴스포털

○ 데이터 분석 키워드집

- 대만 매운 소스 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 대만 매운 소스 관련 매체 리스트

현지 온라인 쇼핑몰 매운 소스 판매 특징 및 인식		현지 온라인 쇼핑몰 매운 소스 판매 특징 및 인식		현지 유관기관 프랜차이즈 관련 이슈	
키워드 ①	쓰촨성	키워드 ①	두반장	키워드 ①	프랜차이즈 간 제휴
키워드 ②	훠궈	키워드 ②	칠리 소스	키워드 ②	위생방역 조치 강화
키워드 ③	맵고 얼얼한 맛	키워드 ③	맵고 얼얼한 맛	키워드 ③	한국 기업 진출
키워드 ④	한국 고추장 진출	키워드 ④	두부류	키워드 ④	패스트푸드 多

2) 데이터 분류

●

키워드 수립 근거

참여 기업	한국 참여기업 사용 키워드
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립

○ 데이터 분석 키워드집

- 대만 매운 소스 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 대만 매운 소스 관련 분석 키워드

분류	키워드		수립 근거(*)	
	의미	대만어	참여기업	기타
프랜차이즈	프랜차이즈	餐饮连锁店	O	O
	돼지고기	豬排	O	O
	한식	韓式	O	O
	치킨	炸雞		O
	패스트푸드	速食		O
	훠궈	火鍋		O
	케이터링	餐飲業		O
	밀크티	奶茶		O
	제빵	烘焙		O
	서양식	西式		O
	면	拉麵		O
	디저트	甜點		O
	스시	壽司		O
	길거리 음식	立食		O
매운 소스XO	매운 소스	麻辣醬	O	O
	칠리 소스	辣椒醬		O
	쓰촨성	四川		O
	두반장	豆瓣醬		O
	고추	辣椒		O
	맵고 얼얼한	麻辣		O
	후추	花椒		O
	XO	XO		O
	매운 기름	辣油		O
	훠궈	火鍋		O
	취두부	臭豆腐		O
	돼지고기	豬肉	O	O

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 대만 매운 소스 소비 실태 분석

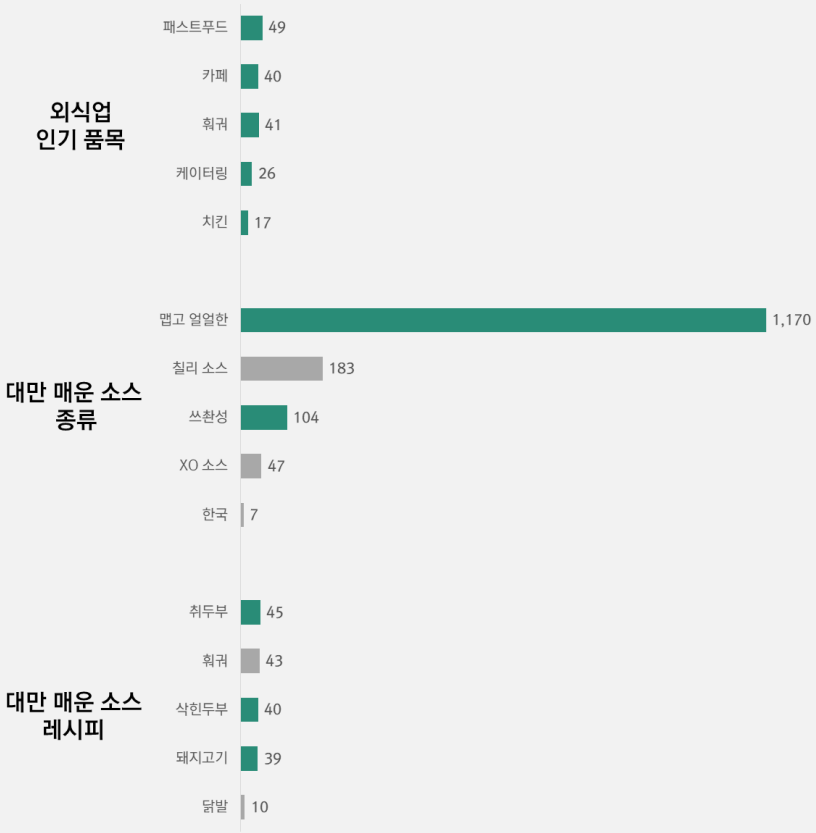
① 대만 프랜차이즈 시장 인기 음식
② 대만 프랜차이즈 시장 트렌드 및 이슈
③ 대만 내 인기 소스 특징(맛, 원료, 원산지)
④ 대만 내 인기 소스 특징(레시피)

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

① 언론매체·유관기관 '프랜차이즈' 연관어 분석
② 언론매체·유관기관 '프랜차이즈' 상관관계 분석
③ 온라인쇼핑몰 '매운 소스' 맛·원료·원산지 키워드 분석
④ 온라인쇼핑몰 '매운 소스' 요리 키워드 분석

[대만 외식 프랜차이즈·매운 소스 연관어 분석 결과]



1. 대만 프랜차이즈, 패스트푸드·카페·훠궈 판매점 다수 진출

대만 진출한
한국 치킨 프랜차이즈 이미지

자료 : 픽스넷
(nikitarh.pixnet.net)

▸ 패스트푸드, 카페, 훠궈 프랜차이즈 많이 진출

대만 현지에 진출한 외식 프랜차이즈 주요 품목을 분석한 결과 패스트푸드, 카페, 훠궈 순으로 빈출함. 스태티스타(Statista) 통계에 따르면 대만 인구의 36% 이상이 평균 1-3회 가량 패스트푸드를 섭취함.[20] 또한 대만에서는 더운 기후로 음료시장이 발달해있으며 전주나이차(珍珠奶茶)[21], 비취레몬차 등의 차 음료가 큰 인기를 끌고 있음. 이러한 대만 사람들의 식품 섭취 경향과 선호도를 반영한 프랜차이즈 진출이 늘어나는 것으로 보임

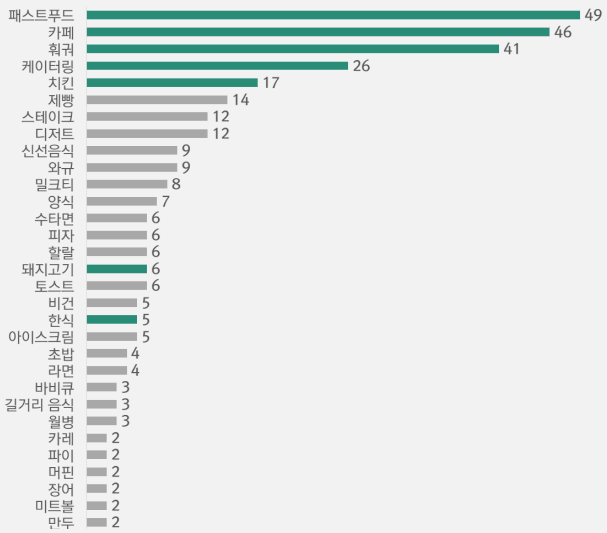
▸ 한국 치킨 및 패스트푸드 브랜드 대만 진출

한국 브랜드 중에서는 치킨 및 패스트푸드 등 다수의 식품 브랜드가 대만 현지에 진출함. 치킨버거 전문점인 B브랜드는 대만 진출에 성공하여 큰 인기를 끌었는데, 젊은 층을 타깃으로 가성비를 앞세운 것을 성공 비결로 꼽았음. 또한 C브랜드, D브랜드 등 다수의 치킨 브랜드가 대만에 진출하였는데, C브랜드 관계자는 대만 육계 산업의 성장도가 한국보다 상대적으로 낮아, 신선한 닭고기를 활용한 한국식 치킨이 인기를 끌 수 있었다고 분석함. 치킨 및 패스트푸드 이외에도 떡볶이, 토스트 등 다양한 한국 식품 브랜드가 성공적으로 진출함[22]

▸ 대만 외식 프랜차이즈 주요 품목

① 패스트푸드·카페·훠궈 빈출 ② 한국, 패스트푸드 프랜차이즈 위주 진출

[표 3.4] 대만 외식 프랜차이즈 분석



자료 : 대만 뉴스매체·유관기관 '외식 프랜차이즈' 2,207건 분석 (18.01 - 20.08)

20) 스태티스타(Statista), 「Taiwan - average fast food consumption per week in 2017-2018」, 2018.10.08
21) 펄을 넣은 밀크티를 대만 등의 중국어권에서 일컫는 단어
22) 매일경제, 「활발한 韓-대만 프랜차이즈 음식교류…한국 치킨 떡볶이 대만에서 상한가. 대만 길거리 브랜드는 속속 韓 상륙」, 2018.07.31

2. 대만 프랜차이즈 업계, 제휴협력 및 방역조치 강화

대만 피자헛
코로나19 예방 스티커

자료 : 공상시보 (ctee.com.tw)

▸ 대만 프랜차이즈 간 제휴 협력 사례 증가

대만 현지 외식 프랜차이즈의 최근 주요 이슈에 대해 분석한 결과 업계 간의 협력 사례가 증가하는 추세임을 확인함. 대표적으로 대만의 유명 스테이크 브랜드인 갓파더와 스타벅스가 협력하여 싱샹 밀(Xingxiang Meal)을 선보였음.[23] 또한 편의점 브랜드인 패밀리마트와 한국 치킨 D브랜드의 협업으로 플래그십 레스토랑(Flagship Restaurant)을 오픈한 사례 등 프랜차이즈 사이의 제휴 사업이 늘어나고 있음[24]

▸ 코로나19 방역 조치 강화

대만 현지 외식 프랜차이즈 이슈에 대해 분석한 결과 프랜차이즈 간 제휴 사업 이외에도 코로나19에 따른 식품 프랜차이즈의 조치가 또 다른 주요 토픽으로 꼽힘. 코로나19로 인해 배달을 통한 식품 소비가 증가하자 피자 브랜드 피자헛(Pizza Hut)은 음식 배달 중 바이러스 감염 방지를 위한 스티커를 붙이고 체온이 37.5도를 넘지 않는 고용인만이 음식을 제조할 수 있도록 조치함. 대만에 진출한 패스트푸드 전문점 맥도날드는 본래의 직업 체험을 온라인으로 전환하여 직업교육을 실시하기도 함

▸ 대만 외식 프랜차이즈 주요 이슈

① 업계 간 협력사례 증가 ② 위생방역 조치 강화

[표 3.5] 대만 외식 프랜차이즈 토픽 분석

TOPIC 01		TOPIC 02	
키워드	중요도	키워드	중요도
상표	0.1183	사업	0.0759
체인점	0.0802	음식	0.0538
통일	0.0599	전국	0.0530
제휴	0.0364	대만	0.0319
혁신	0.0156	공익	0.0195
쇼핑	0.0133	행복	0.0173
업그레이드	0.0121	소매	0.0133
제공하다	0.1008	원거리	0.0118
시장	0.0085	방역	0.0100
일본	0.0053	코로나19	0.0085

'방역 관련 기사'

기사 제목	매칭확률
소매 프랜차이즈, 유행병 예방에 힘써	0.99996
코로나19로 공기청정기 판매 증가	0.99993
피자헛 코로나19 대비 안전한 식사 출시	0.99991
케이터링 업계, 방역 조치 발표	0.99991
코로나19로 배송 서비스 2배 성장	0.99990
대만 패스트푸드 업계, 재택근무 시작	0.99565

자료 : 대만 뉴스매체·유관기관 '외식 프랜차이즈' 2,207건 분석 (18.01 - 20.08)
값 설명: 상관계수는 0~1부터의 값을 가지며, 1에 가까울수록 상관이 높음

23) 리버티 타임즈넷(Liberty Times Net), 「攜手台灣牛排教父 星巴克進軍餐食市場」, 2019.09.19
24) 이티투데이(ETToday), 「全家攜手韓最大炸雞bb.q CHICKEN開餐廳 靠1100萬會員搶攻餐飲業7775億大餅原文網址: 全家攜手韓最大炸雞bb.q CHICKEN開餐廳 靠1100萬會員搶攻餐飲業7775億大餅」, 2019.11.21

3. 대만 매운 소스, 맵고 얼얼한 맛을 많이 강조

대만 내 판매 중인 고추장 제품

제품명	한국식 달콤한 매운 소스
판매가	120타이완달러 (4,843원[25])
용량	3개입
특징	· 한국 고추장보다 묽은 소스임 · 라멘과 같은 음식에 첨가할 수 있는 소스

자료 : 라쿠텐 대만 (www.rakuten.com.tw)

▸ 대만 매운 소스, 맵고 얼얼한 맛 강조

대만의 매운 음식은 전반적으로 소스를 첨가하여 매운 정도를 조절할 수 있는 음식이 많음. 현지에서 즐겨 먹는 매운 소스에는 핫빈 소스(두반장 소스)가 있음. 핫빈 소스는 대두와 누에콩을 섞어 발효시키고 향신료를 섞은 장류로, 본래는 고추를 넣지 않은 것이 일반적이었으나 현재는 쓰촨성 지역의 고추가 주재료로 많이 사용됨. 맵고 얼얼한 맛이 특징이며 훠궈, 마파두부, 탄탄면 등 중식 요리에 자주 사용되는 소스임

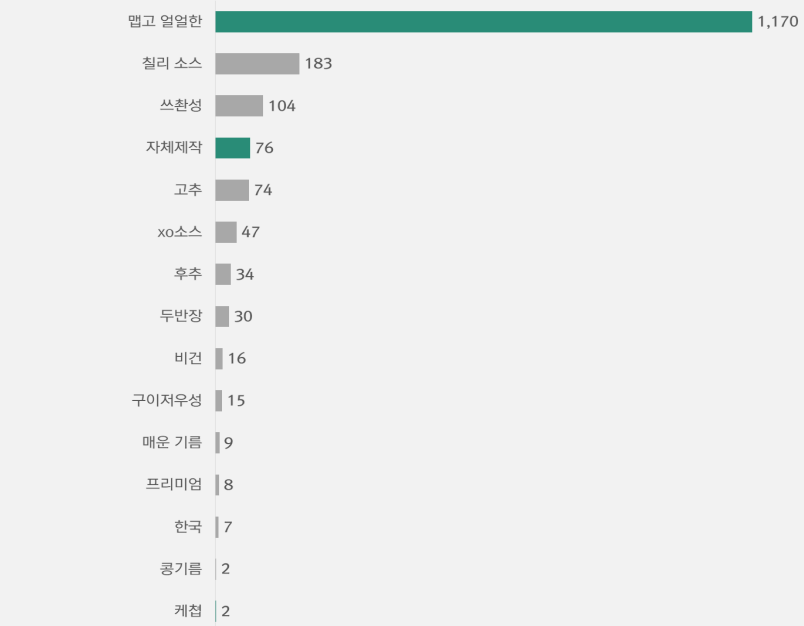
▸ 한국 고추장, 대만에서 현지화 되어 판매 중

대만 온라인 쇼핑몰을 통해 판매되는 한국 매운 소스를 분석한 결과 매운 라면 소스와 고추장 제품이 빈출됨. 일반적인 고추장보다도 음식에 첨가하여 바로 섭취할 수 있거나 음식 조리 시 사용할 수 있는 양념소스 등 대만 식품 성향에 맞게 현지화되어 판매되고 있음. 특히 농도를 줄이고 달콤한 맛이나 새콤한 맛을 높인 제품이 빈출함

▸ 대만 매운 소스 특징 분석

① 맵고 얼얼한 맛 강조 ② 쓰촨성 고추로 만든 매운 소스

[표 3.6] 대만 매운 소스 분석 - 맛, 제품, 원산지



자료 : 대만 온라인쇼핑몰 '매운 소스' 1,102건 분석 (18.01 - 20.08)

25) 1타이완달러=40.36원 (2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

4. 대만 매운 소스, 두부 조리용으로 많이 판매

▶ 대만 내 한국의 매운 음식 인지도 상승세

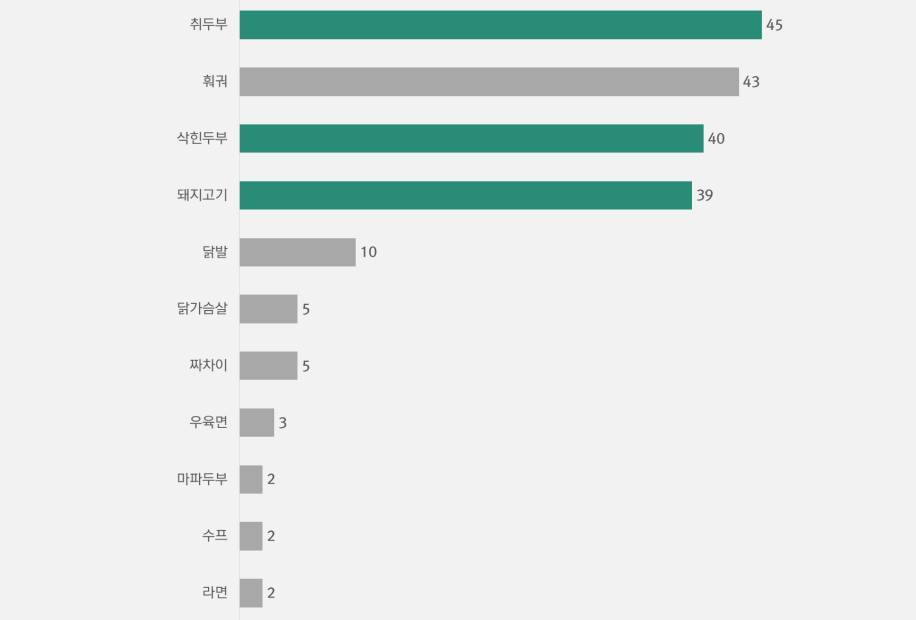
대만 현지에 한류의 영향으로 떡볶이, 라면 등 한국의 매운 음식에 대한 인지도가 높아지는 추세임. 특히 최근에는 청양고추와 맞먹는 매운맛의 B사 불닭 라면이 대만 선호도 1위 수입라면을 차지하기도 함. 대만 네티즌들은 '매운 음식을 좋아하는 사람은 일주일에 한 번 이상 즐긴다', '라면 소스의 매운맛, 단맛, 짠맛을 모두 느낄 수 있다'등의 호평을 내리기도 함[26]

▶ 대만 소비자, 매운 소스를 두부 요리와 육류 요리에 사용

대만 온라인 쇼핑몰에서 유통되는 매운 소스의 사용처에 대해 분석한 결과 '취두부', '삭힌 두부' 등의 두부 요리에 사용되는 경우가 많았으며 이외에도 '돼지고기', '닭발' 등 육류와 관련된 키워드가 빈출됨. 키워드에 나타난 식품 이외에도 국수요리에 첨가하는 경우 역시 다수 확인함. 매운 소스를 구매한 소비자들은 '중독성 있는 맛이라 어느 요리에든 종종 넣어먹는다' 등의 후기를 남겨 매운맛에 대한 만족도를 표현함

▶ 대만 매운 소스를 사용한 요리
① 취두부·삭힌 두부 ② 돼지고기

[표 3.7] 대만 매운 소스 분석 - 레시피



자료 : 대만 온라인쇼핑몰 '매운 소스' 1,102건 분석 (18.01 - 20.08)

26) 더구루(The Guru), 「** 불닭볶음면, 기적 같은 대만 돌풍…신라면 제치고 선호도 1위」, 2020.04.27

Ⅳ. 유통채널(Distribution Channel)

1. 대만 매운 소스 유통구조
2. 대만 매운 소스 주요 유통업체
3. 대만 매운 소스 B2C 소매채널

1. 대만 매운 소스 유통구조

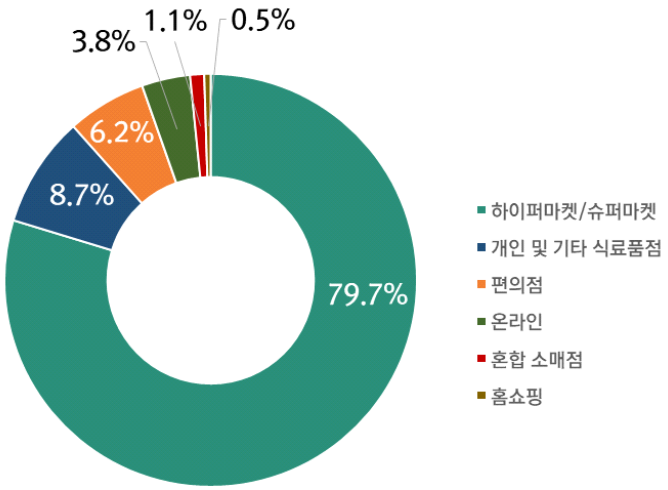
품목 구분 및 분류

품목	매운 소스
구분	기타 소스, 드레싱 및 조미료
범주	소스, 드레싱 및 조미료 (Sauces, Dressings and Condiments)

▶ 대만 매운 소스 주요 채널

'하이퍼마켓/슈퍼마켓(79.7%)', '개인 및 기타 식료품점(8.7%)'

[표 4.1] 대만 매운 소스 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 대만 매운 소스 유통채널 현황

채널 유형	매운 소스 유통 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	79.7%	까르푸(Carrefour), 알티마트(RT Mart), 에이마트(A Mart), 피엑스마트(PX Mart), 웰컴(Wellcome), 심플마트(Simple Mart)
	개인 및 기타 식료품점	8.7%	한궈왕(韓購網), 한제(韓濟)
	편의점	6.2%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 하이라이프(Hi-Life)
	온라인	3.8%	쇼피몰(Shopee), 모모샵(Momo Shop)
	혼합 소매점	1.1%	웬동바이화(遠東百貨)
	홈쇼핑	0.5%	동림(東森), 린린(森森)

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

2. 대만 매운 소스 주요 유통업체

▶ **하이퍼마켓/슈퍼마켓이 대표적**

▶ **추가로 아시안마트, 편의점에서 유사제품 판매가 확인되어 조사채널에 포함함**

[표 4.3] 대만 매운 소스 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액[27][28][29][30], 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	알티마트 (RT Mart)	하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	약 1,018억 6,800만 위안 (약 17조 2,595억 원)	비비(BB), 동관(東泉), 골든마운틴 (Golden Mountain)	O
2	까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	약 807억 유로 (약 108조 6,827억 원)	인도푸드(Indofood), 비비(B.B), 동관(東泉)	O
3	피엑스마트 (PX Mart)	하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	약 39억 달러 (약 4조 6,148억 원)	진칸주팡(健康廚房), 다이통(大同), 진란(金蘭)	O
4	한제 (韓濟)	한인마트	매장 수('20): 약 3개	B사, C사	O
5	한궈왕 (韓購網)	한인마트	매장 수('20): 약 2개	D사, E사, F사	O

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

27) 1달러=1,183.30원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)
28) 1위안=172.74원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)
29) 1타이완달러=40.36원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)
30) 100엔=1,117.32원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 11조 9,996억 엔 (약 134조 739억 원)	완지아샹(萬家香), 아이지웨이 (愛之味), 구이저우(貴州)	O
7	하이라이프 (Hi Life)	편의점	매장 수('19): 약 1,405개	하인즈(Heinz), 아이지웨이 (愛之味)	O
8	모모샵 (Momo Shop)	온라인	약 600억 6,325만 타이완달러 (약 2조 4,241억 원)	후송(福松), 이메이(義美), 다이통(大同)	O
9	웬동바이화 (遠東百貨)	백화점	매장 수('20): 12개	리쑤웨라자오 (李雪辣嬌)	O
10	남먼스창 (南門市場)	재래시장	(-)	후송(福松), 완지아샹(萬家香),	O

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 대만 매운 소스 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

① 알티마트(RT Mart)

기업 기본 정보	기업명	알티마트(RT Mart)	
	홈페이지	www.rt-mart.com.tw	
	위치	타이베이(臺北)	
	규모	매출액('19)	약 1,018억 6,800만 위안[31] (약 17조 2,595억 원)
		기타 규모	매장 수('18): 22개
	기업 요약	• 1996년 설립되었으며, 현재 썬아트리테일그룹(Sun Art Retail Group)의 자회사임 • 현재 중국, 베트남, 대만에서 매장을 운영함 • 다양한 자체 제작 브랜드를 보유함 • 온라인 배송 서비스와 픽업서비스 제공함 • 자사 홈페이지 내 다양한 프로모션과 이벤트 정보를 제공함	
기업 최근 이슈		• 2020년 3월, 모기업 썬아트리테일그룹(Sun Art Retail Group) 시장 점유율 8.3%로 업계 1위 달성 • 2020년 중소형 매장을 집중적으로 키울 것이라고 발표	
유사제품 정보		제품명	비비타이슈라찌앙 (B.B.台式辣醬)
		종류	칠리소스
		용량	165g
		원산지	대만

자료: 알티마트(RT Mart), 유로모니터(Euromonitor), 샤인(Shine), 이컨설턴시(Econsultancy) 수나리테일(Sunaretail), 프로듀스리포트(Produce Report)
사진 자료: 알티마트(RT Mart), 라이프스타일링로그(lifestylinglog)

31) 모기업 썬아트리테일그룹(Sun Art Retail Group) 통합 매출액

입점 및 협력 정보

<table>
<tr><td rowspan="3">입점
제품 특징</td><td colspan="2">• 입점 가능 품목
- 식품: 과채류, 해산물, 냉동식품, 가공식품, 음료류, 주류, 스낵류, 소스류, 면류, 가공식품 등
- 일반: 뷰티용품, 화장품, 유아용품, 애완용품, 청소용품, 주방용품, 가구류, 인테리어 소품, 서적류, 가전제품, 의류 등

• 선호제품
- 기존 플랫폼에 없는 신제품
- 유기농제품

• 특이사항
- 온라인몰에서 수입식품 카테고리가 따로 제공되며, 다양한 한국 식품 판매함
- 다양한 유기농 식품 취급
- 소스류 제품 약 300개 보유</td></tr>
<tr><td rowspan="3">입점
등록 절차</td><td>등록 유형</td><td>☑ 직접 등록 □ 벤더 등록</td></tr>
<tr><td>등록 방법
및
등록 정보</td><td>• 홈페이지를 통한 문의
- 홈페이지(news.rt-mart.com.tw/main) 상단 공급업체되기(成為供應商)를 클릭하여 정보 기입 후 제출
① 공급자 정보
(담당자명, 이메일, 전화번호)
② 제품 관련 내용
(제품 카테고리, 브랜드명, 제품명, 회사 또는 제품 웹사이트, 현재 보유한 유통채널 등)

• 이메일을 통한 문의
- business_cooperation@rt-mart.com.tw로 연락</td></tr>
<tr><td>특이사항</td><td>• 문의사항 연락처
- 이메일: business_cooperation@rt-mart.com.tw</td></tr>
</table>

자료: 알티마트(RT Mart)

② 까르푸(Carrefour)

기업 기본 정보	기업명	까르푸(Carrefour)	
	홈페이지	www.carrefour.com.tw	
	위치	타이베이(臺北)	
	규모	매출액('19)	약 807억 유로[32] (약 108조 6,827억 원)
		기타 규모	매장 수('20): 137개
	기업 요약	• 1959년에 프랑스에서 설립 • 약 30여 개국에서 매장을 운영함 • 대만에는 1989년도에 설립되었으며, 총 120여개의 매장을 운영하고 있음 • 다양한 제품을 판매하며, 가격이 비교적 저렴한 편임 • 한국, 일본, 유럽 등의 여러 수입 제품 판매함 • 카루프24(Carrefour24) 편의점을 통해 24시간 매장을 운영함 • 온라인 스토어를 통해 배송서비스 제공함	
기업 최근 이슈	• 2020년 9월 무인 판매 형태 매장 아이까르푸(iCarrefour) 검토중 • 2020년 6월 대만 현지 기업 웰컴 타이완 (Wellcome Taiwan) 인수 계획 발표		
유사제품 정보		제품명	인도푸드삼발페다스 (Indofood Sambal Pedas)
		종류	칠리소스
		용량	335ml
		원산지	인도네시아

자료: 유로모니터(Euromonitor), 까르푸(Carrefour), 마켓워치(Marketwatch), 엘에스아(LSA)
사진 자료: 까르푸(Carrefour), 리테일360아시아(retail360asia)

32) 까르푸(Carrefour) 그룹 통합 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 냉동식품, 음료류, 스낵류, 생선류, 소스류, 과일류, 채소류, 가공식품, 간편식품 등 - 일반: 유아용품, 스킨케어류, 화장품, 주방용품, 생활용품, 의류, 가구, 가전제품, 서적, 스포츠용품, 애견용품 등 • 선호제품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 - 동물복지인증을 거친 계란만을 판매하며, 2019년부터 자체 생산 동물복지 계란 판매 예정임 - 유기농 제품군 확장 계획에 있음 - 다양한 종류의 소스 판매함
입점 등록 절차	등록 유형	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 문의 - www.carrefour.com.tw/contactus.html에 접속 - '商品類別*必填資料' 란에서 'Grocery' 항목 선택 후 '回饋訊息*為必填資料'란에 입점 문의 내용 입력 ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일, 전화번호) ② 제품 관련 내용 (제품명, 바코드넘버, 소비자가격, 공급 업체) ③ 상세내용 (제품 사진, 카탈로그 등 상세설명 자유기재)
	특이사항	• 입점 시 까르푸 그룹 공급업체 포탈 가입(carrefour.net) • 문의사항 연락처: +886-0809-001-365

자료: 까르푸(Carrefour), 까르푸온라인(carrefour.online)

③ 피엑스마트(PX Mart)

기업 기본 정보	기업명		피엑스마트(PX Mart)
	홈페이지		www.pxmart.com.tw
	위치		타이베이(臺北)
	규모	매출액('19)	약 39억 달러 (약 4조 6,148억 원)
		기타 규모	매장 수('18): 약 950개
	기업 요약		• 1998년에 설립되었으며, 대만 최대 규모의 슈퍼마켓 체인점임 • 대만 전역에 매장 위치해 있으며, 편의점 형태의 아이마트(I Mart)도 함께 운영됨 • 비교적 저렴한 가격대로 제품을 판매함 • '올인원(All-in-one)' 컨셉으로 다양한 제품을 취급함 • 자사 홈페이지를 통해 매주 제품 할인 카탈로그를 제공함
기업 최근 이슈	• 2020년 2월 만 18세 이상 성인 고객에게 75% 소독용 에탄올 판매 • 2020년 2월 대만 정부 주관 마스크 할당제 시스템 참여		
유사제품 정보		제품명	진칸주팡구자오웨이 카오루찌앙 (健康廚房古早味烤肉醬)
		종류	칠리소스
		용량	250g
		원산지	대만

자료: 피엑스마트(PX Mart), 유로모니터(Euromonitor), 아울러(Owler), 타이완뉴스(Taiwan News)
사진 자료: 인사이드리테일아시아(insideretail.asia), 피엑스마트(PX Mart), 시직트래블(Sygic Travel)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• 입점 가능 품목 - 식품: 냉동식품, 가공식품, 간편식품, 주류, 음료류, 스낵류, 소스류, 주류, 스낵류, 캔디류, 건강보조식품 등 - 일반: 생활용품, 주방용품, 위생용품, 유아용품, 청소용품, 의약품 등 • 선호제품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 - 다양한 수입제품 취급함
입점 등록 절차	등록 유형	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 문의 - 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
	특이사항	문의사항 연락처: +886-2-2533-7700

자료: 피엑스마트(PX Mart)

2) 한인마트

① 한제(韓濟)

기업 기본 정보	기업명	한제(韓濟)	
	홈페이지	www.hanji-food.com.tw	
	위치	신베이시(新北)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 약 3개
	기업 요약	• 1999년 설립 • 한국 식료품을 대만 지역에 도매하는 것으로 사업을 시작하였으며 현재는 자사 소매 유통채널을 보유 • 다양한 한국 유명 식품 브랜드 제품들을 판매 • 페이스북을 통하여 소비자들과 소통	
기업 최근 이슈	• 2020년 3월 중앙센터지점 이전 • 2020년 1월 대만 휴일과 관련해 영업시간 변경사항을 자사 사이트에 개시		
유사제품 정보		제품명	삼양불닭소스
		종류	칠리소스
		용량	200g
		원산지	대한민국

자료: 한제(韓濟), 한제 페이스북
사진 자료: 한제, 한제 페이스북

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• 입점 가능 품목 - 식품: 즉석식품, 건조식품, 음료류, 주류, 라면류, 김치류, 스낵류, 소스류 등 - 일반: 조리도구, 식기류 등 • 선호제품 - 한국제품
입점 등록 절차	등록 유형	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 우측의 '聯絡我們' 클릭 - 기입정보 (이름, 연락처, 팩스번호, 이메일, 관련내용) • 유선전화 및 메일을 통한 입점 문의 - 공급자정보 (회사이름, 담당자이름, 담당자 직위, 연락처) - 제품 정보 (제품 카탈로그, 제품영양 성분표, 제품 배합표, 제품 설명서, 제품라벨 번역본, 주의사항, 견적서)
	등록 조건	• 대만 시장에 적합한 공급가 • 대만에 흔하지 않은 상품
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 유선전화: 02-2211-3679 - 담당자명: 이동훈 GM / Miss.Lee - 전화번호: 0905-366-108 - 메일주소: bansu333@naver.com(Miss.Lee) • SNS를 통한 상담문의 가능 - 라인아이디: branden2014 - 카톡아이디: Brandenadidas1

자료: 한제(韓濟), 유통채널 담당자와의 인터뷰

② 코리아샵(韓購網)

기업 기본 정보	기업명	코리아샵(韓購網)	
	홈페이지	www.koreashop.url.tw	
	위치	신베이(新北)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 약 2개
	기업 요약	• 한국수입품목 판매 매장 • 라쿠텐(Rakuten) 대만, 피씨홈온라인(PChome Online)등의 6개의 온라인 플랫폼에 매장 입점 • 페이스북을 통하여 판매 제품 홍보	
기업 최근 이슈	• 2020년 1월 대만 휴일과 관련해서 영업시간 변경사항을 페이스북에 게시 • 2019년 반차오 지역에서 소규모로 한국어 클래스 오픈		
유사제품 정보		제품명	청우캡사이신매운맛소스
		종류	칠리소스
		용량	550g
		원산지	대한민국

자료: 코리아샵(韓購網), 라쿠텐(Rakuten), 코리아샵(韓購網) 페이스북
사진 자료: 코리아샵(韓購網), 코리아샵(韓購網) 페이스북

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• **입점 가능 품목** - 식품: 차(茶)류, 소스류, 건조식품, 김치류, 즉석식품, 스낵류, 조미료류, 커피류 등 - 일반: 식기류, 주방용품 등 • **선호제품** - 한국수입식품
입점 등록 절차	등록 유형	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일 혹은 유선전화를 통한 입점문의 - 이메일 작성 시 기입해야할 정보 ① 공급자정보 (회사이름, 담당자이름, 담당자 직위, 연락처) ② 제품 정보 (제품 카탈로그, 제품영양 성분표, 제품 설명서, 제품라벨 번역본) - 메일 확인 후 입점 가능 여부를 회신해줌
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 유선전화: +886-(02)-22579606 - 팩스: +886-(0)2-22574987 - 모바일: 0931-579-606 - 이메일: koreashop88@gmail.com

자료: 코리아샵(韓購網), 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 편의점

① 세븐일레븐(7-Eleven)

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	홈페이지	www.7-11.com.tw	
	위치	타이베이(臺北)	
	규모	매출액('20)	약 11조 9,996억 엔[33] (약 134조 739억 원)
		기타 규모	매장 수('19): 5,655개
	기업 요약	• 1978년 대만에 진출했으며, 대만 최대 규모의 편의점 체인점임 • 쇼핑센터, 지하철역, 병원 등 다양한 시설에 매장이 위치함 • 이본마트(Ibon Mart) 온라인스토어를 운영하며 배송서비스와 픽업서비스를 제공함 • 매장 내 다양한 편의 시설을 운영함	
기업 최근 이슈	• 2020년 9월 고급 완조리간편식품 판매를 위해 호텔, 레스토랑 등과 파트너쉽 계약 • 2020년 9월 스누피 출시 70주년 기념 콜라보 컨셉스토어 해피니스이즈(Happiness Is) 매장 오픈		
유사제품 정보		제품명	완지아씽 웨이지앙라지앙 (萬家香 味噌辣醬)
		종류	칠리소스
		용량	225g
		원산지	대만

자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 유로모니터(Euromonitor), 타이완뉴스(Taiwan News)
사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 알라미(Alamy)

33) 세븐아이홀딩스(Seven&I Holdings) 통합 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• **입점 가능 품목** – 식품: 음료류, 스낵류, 면류, 신선식품, 건강식품, 가공식품 등 – 일반: 화장품, 주방용품, 생활용품, 위생용품, 문구류, 의류 등 • **선호제품** – 품질이 뛰어난 제품 • **특이사항** – 온라인스토어에서 다양한 품목을 취급
입점 등록 절차	등록 유형	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일 또는 전화를 통한 등록 – 구매 담당자에게 관련 제품 정보 발송 (중문 카탈로그, 견적표, 성분표, 관련인증, 견적표 등) – 제품을 종합적으로 평가 후 협력 여부 공지
	특이사항	• 소요시간: 약 1개월 • 입점 등록 결과를 이메일로 공지 • 문의사항 연락처: – 담당자: Ms.Huang(黃小姐) – 유선전화: +886-(0)2-2523-9588 # 6431 – 이메일: meichan@family.com.tw

자료: 패밀리마트(Family Mart), 유통채널 담당자와의 인터뷰

② 하이라이프(Hi-Life)

기업 기본 정보	기업명		하이라이프(Hi-Life)
	홈페이지		www.hilife.com.tw
	위치		타이베이(臺北)
	규모	매출액('18)	약 7억 2,076만 달러 (약 9,187억 원)
		기타 규모	매장 수('19): 1,405개
	기업 요약		• 1988년 설립됨 • 대만 현지인이 운영하는 첫 편의점 브랜드임 • 라이프이티(Life-ET) 온라인 쇼핑몰 운영함 • 자사브랜드 하이라이프오리지널(Hi-Life Original) 보유함
기업 최근 이슈			• 2020년 한국, 일본산 아이스크림을 유통 시작 • 2020년부터 국경 간 온라인 결제 플랫폼인 '지앨엔하나멤버스(GLN HANA MEMBERS)'을 통해 한국에서 구입 및 결제 가능
유사제품 정보			
		제품명	하인즈칠리소스
		종류	칠리소스
		용량	340g
		원산지	미국

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• **입점 가능 품목** – 식품: 음료류, 스낵류, 면류, 신선식품, 건강식품, 가공식품, 소스류 등 – 일반: 주방용품, 생활용품, 위생용품 등 • **선호제품** – 품질이 뛰어난 제품 • **특이사항** – 온라인 스토어에서 다양한 품목을 취급 – 식품의 경우 소포장 단위 제품을 주로 판매
입점 등록 절차	등록 유형	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일 또는 유선 연락을 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) – 구매 담당자에게 관련 제품 정보 발송 (중문 카탈로그, 견적표, 성분표, 관련인증, 견적표 등) – 제품을 종합적으로 평가 후 협력 여부 공지
	특이사항	• 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), 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 온라인

① 모모샵(Momo Shop)

기업 기본 정보	기업명	모모샵(Momo Shop)	
	홈페이지	www.momoshop.com.tw	
	위치	타이베이(臺北)	
	규모	매출액('19)	약 600억 6,325만 타이완달러 (약 2조 4,241억 원)
		기타 규모	직원 수('18) 약 2,200명
	기업 요약	• 2005년부터 홈페이지를 운영하였으며, 대만 2위 규모의 온라인 스토어임 • 약 800,000개의 품목을 판매하며, 2018년 기준 약 820만 명의 회원을 보유함 • 2014년 B2B, B2C 온라인 플랫폼 '모모몰(Momomall)'을 론칭 • 2014년 모모샵 어플을 출시함 • 미용뷰티제품과 건강식품이 다양하며, 일본, 미국 등의 다양한 수입품을 판매함	
기업 최근 이슈		• 2020년 6월 코로나19사태로 인해 수술용 마스크 판매 개시 후 10분 만에 전량 매진 • 2020년 4월 르크루제(Le Cruset) 헬로키티 한정판 식기류 판매	
유사제품 정보			제품명: 후송티엔라찌앙 (福松甜辣醬) 종류: 칠리소스 용량: 280g 원산지: 대만

자료: 모모샵(Momo Shop), 유로모니터(Euromonitor), 후본그룹(Fubon Group), 엘르(Elle) 포커스타이완(Focus Taiwan),
사진 자료: 모모샵(Momo Shop)

입점 및 협력 정보

<table>
<tr><td>입점
제품 특징</td><td colspan="2">• 입점 가능 품목
- 식품: 육류, 스낵류, 소스류, 캔디류, 건강보조식품, 차(茶)류, 음료류, 가공식품, 냉동식품 등
- 일반: 유아용품, 운동기기, 의류, 생활용품, 주방요움, 식기류 가전제품, 전자기기, 스포츠용품, 서적류, 문구류 등

• 선호제품
- 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품
- 장기적인 협력 및 안정적인 공급 중시

• 특이사항
- 다양한 소스류 취급함</td></tr>
<tr><td rowspan="3">입점
등록 절차</td><td>등록 유형</td><td>☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록</td></tr>
<tr><td>등록 방법
및
등록 정보</td><td>• 홈페이지를 통한 직접 문의
- 홈페이지 하단 메뉴 關於我們에서 招商專區 클릭하여 입점 문의 양식서 필요정보 기입 후 제출 (www.momoshop.com.tw/intro/contactMD.jsp?cid=footer&oid=2&mdiv=1000200000-bt_0_192_01-bt_0_192_01_e4&ctype=B)
- 홈페이지 기입 정보
① 공급자 정보
(회사명, 회사 등록번호, 자본금, 설립일, 회사 종류, 회사 주소, 연락처, 팩스번호, 회사 홈페이지, 담당자명, 담당자 직급, 연락처, 이메일)
② 제품 관련 내용
(제품명, 제품명, 현재 유통채널, 제품 설명)</td></tr>
<tr><td>특이사항</td><td>• 문의사항 연락처: 홈페이지 핫라인 이용</td></tr>
</table>

자료: 모모샵(Momo Shop)

5) 백화점

① 웬동바이화(遠東百貨)

기업 기본 정보	기업명	웬동바이화(遠東百貨)	
	홈페이지	www.feds.com.tw	
	위치	타이베이(臺北)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 12개
	기업 요약	• 1967년 모기업 파이스턴그룹(Far Eastern Group) 설립, 웬동바이화(遠東百貨) 1호 지점 오픈 • 1972년 계열사 시스템 확립 • 현재 중국과 대만에서 점포 운영 • 일부 품목에 한해 온라인 몰 운영	
기업 최근 이슈	• 2020년 9월 명절맞이 대규모 세일 진행 • 2020년 9월 웬동바이화 타이베이 소고(SOGO) 지점 리뉴얼 오픈		
유사제품 정보		제품명	리쑤웨라자오지아탕하오라 또우반지앙 (李雪辣嬌 家庭號 辣豆瓣醬)
		종류	칠리소스
		용량	390g
		원산지	대만

자료: 웬동바이화(遠東百貨), 엔엔에이아시아(NNA Asia), 리엔흐어신(聯合新)
사진 자료: 웬동바이화(遠東百貨)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• **입점 가능 품목** – 식품: 스낵류, 캔디류, 소스류, 건조식품, 차(茶)류, 견과류, 베이커리류, 주류, 건강보조식품 등 – 일반: 화장품, 향수류, 의류, 잡화류, 악세서리류, 전자제품, 유아용품, 완구류, 문구류 등 • **선호제품** – 고급 브랜드 제품 • **특이사항** – 식품의 경우 소포장단위 또는 선물용 제품이 다수
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 – 홈페이지 하단 聯絡我們 클릭 – 홈페이지 제공 양식에 정보 기입 – (www.feds.com.tw/tw/1/ContactUs) – 양식 기입 정보: 문의 카테고리, 문의 매장, 이름, 성별, 이메일, 전화번호, 문의 내용) • 유선 연락을 통한 입점 문의 – 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	특이사항	• 문의사항 연락처 – 다음 웹주소에서 지점별 연락처 확인 가능 (www.feds.com.tw/tw/1/ContactUs)

자료: 웬동바이화(遠東百貨)

6) 재래시장

① 남먼스창(南門市場)

기업 기본 정보	시장명	남먼스창(南門市場)
	위치	타이베이(臺北)
	기업 요약	• 1909년 설립 • 초창기에는 가정용품, 약제 및 의약품, 문구류, 가죽제품 등을 팔았으나 현재는 신선식품 등 식품류 제품 다수 판매 • 1979년 남먼스창 빌딩 건설 • 현재 타이베이에서 가장 큰 규모의 재래시장 • 2019년 건물 신축 공사로 임시 건물로 이전 • 지상 3층, 지하 1층 규모로 약 250개의 상점 입점
기업 최근 이슈		• 2021년 1월 지상 12층 규모 신축 건물 완공 예정 • 2020년 '현금없는 모바일 결제' 시스템 사용 가능
유사제품 정보		제품명: 핫빈소스 (Hot Bean Sauce) 종류: 매운 소스 용량: 460g 원산지: 대만

자료: 타이페이인아비(Taipei In Avi), 미러미디아(Mirror Media), 리엔흐어신(聯合新)
사진 자료: 타이페이인아비(Taipei In Avi)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• **입점 가능 품목** – 식품: 신선식품, 육류, 해산물, 건조식품, 소스류, 스낵류, 캔디류, 견과류, 차(茶)류 등 – 일반: 의류, 잡화류 • **선호제품** – 현지 생산 제품
특이사항	• 문의사항 연락처 – 주소: No. 55號, Section 2, Hangzhou South Road, Da'an District, Taipei City, Taiwan 106

자료: 타이페이인아비(Taipei In Avi), 푸드판다(Foodpanda)

Ⅴ. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 대만 매운 소스 인증 취득
2. 대만 매운 소스 사전 절차
3. 대만 매운 소스 라벨 심의
4. 대만 매운 소스 서류 준비
5. 대만 매운 소스 세금 납부
6. 대만 매운 소스 검역 심사 절차
7. 대만 관련 규제 정보

1. 대만 매운 소스 인증 취득

인증 취득

대만으로 제품 수출 시, 필요하거나 선택 가능한 인증 정보 제공

매운 소스

매운 소스는 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

▶ 대만 수입 식품 '적용받는 강제 인증 無'

대만으로 수출하고자 하는 매운 소스 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 일반가공식품의 식품 검역을 담당하고 있는 대만 식품의약국(TFDA, Taiwan Food and Drug Administration)은 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) 인증이 TQF(Total Quality Food Association) 협회 관할로 변경되었으며, 명칭도 TQF 상품인증제도로 변경되었음. 대만에서 해당 인증을 받고자 하는 경우 대만 경제발전부(DOED, Department of Economic Development) 산하 공업국 소속인 TQF 협회로부터 발급받을 수 있음

[표 5.1] 대만 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
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	
BRC Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRCGS 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

[표 5.2] 대만 식품 인증 취득

HACCP	**절차**	**기간**
	서류제출〉서류심사〉현장 확인 및 심사〉판정〉인증	40일
	서류	**비용**
	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업/사업자 등록증 등	20만 원
ISO 22000	**절차**	**기간**
	서류제출〉인증계약〉계획통보〉서류심사〉현장심사〉 시정 조치〉인증 심의〉인증〉사후관리심사〉갱신 심사	-
	서류	**비용**
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	120-130만 원
IFS	**절차**	**기간**
	인증의뢰〉사전심사〉현장심사〉 부적합 사항 시정 조치〉인증발급	약 24주
	서류	**비용**
	신청서 등	약 900-1,000만 원
BRC Food Safety	**절차**	**기간**
	인증의뢰〉사전심사〉현장심사〉 부적합 사항 시정 조치〉인증발급	-
	서류	**비용**
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만 원
FSSC 22000	**절차**	**기간**
	서류제출〉1차 현장 평가〉2차 현장 평가〉인증〉사후관리 심사	-
	서류	**비용**
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500-600만 원
TQF	**절차**	**기간**
	인증 신청〉서류 심사〉현장 조사〉제품 검수〉 결과 발표〉계약 체결〉인증발급	75일
	서류	**비용**
	사업자등록증, 생산허가서 등 수출 시 외부기관에서 발급된 증명서	-

자료 : 각 인증기관

2. 대만 매운 소스 사전 절차

사전 절차

대만으로 제품 수출 시, 품목에 대한 사전 규제 및 심사제도 정보 제공

매운 소스

매운 소스 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

▸ 대만 매운 소스 수출 시 '사전심사 불필요'

▸ 품목분류 사전심사제도를 통해 정확한 '품목분류 사전 확인 필요'

대만은 2019년 식품위생관리법(食品衛生管理法) 제35조 제2항의 수입계통성 심사 실시방법을 기반으로 수입식품 사전심사 제도를 시행하고 있으며 대상 품목은 육류, 수산물, 유제품임. 소스류의 경우 별도의 사전심사가 필요하지 않으나, 대만은 육류 검역이 엄격하기 때문에 만약 육류가 포함되어 있다면 수입 전 사전 심사를 거치는 것이 권장됨

통관을 위한 수입신고서 준비 시, 대만 재정부 관세청(CA, MOF, Taiwan Customs Administration, Ministry of Finance)의 「중화민국해관수입세칙(中華民國海關進口稅則)」에 의거해 수입상품에 대한 세칙과 세율을 적용하여 수입신고서에 기입해야 함

수출 식품의 품목 분류가 애매하거나 어려울 경우를 대비하여 대만 세관에서는 사전품목분류 심사 제도를 운영하고 있음. 사전품목분류 심사는 지룽항, 타이베이항, 타이중, 가오슝항의 접수창구를 이용하여 신청이 가능하며 신청서는 대만 재정부 관세청(CA, MOF)의 항구 무역 세관(CPT, Customs Port Trade) 웹사이트를 통하여 발급이 가능함

[표 5.3] 대만 품목분류 사전심사

적용 규제	대만 재정부 관세청(CA, MOF), 「중화민국해관수입세칙(中華民國海關進口稅則)」, 2017
발행 기관	대만 재정부 관세청(CA, MOF) - 온라인 : eweb.customs.gov.tw - 오프라인 : No.13, Tacheng Street, Taipei City - Tel : +886-2-2550-5500
필요 서류	• 신청서 • 제품 카탈로그 • 메뉴얼 • 성분표 • 감정보고서 • 가공제조설명서 • 조작방법 및 원리 • 사진 및 도안 • 샘플(심사 후 반환 신청이 가능함) • 기타 관련 자료
절차	사전 자료 준비〉심사 신청〉임시 결정〉분류의견 혹은 심사 결과발표
신청 방법	대만 재정부 관세청(CA, MOF)(etaipei.customs.gov.tw) 〉Import Goods Advance Tariff Ruling One-Stop Service

자료 : 대만 재정부 관세청(CA, MOF)

▶ 대만에 식품 수출 시 '수입검사 필요'

매운 소스를 대만에 수출하는 경우 식품위생관리법(食品衛生管理法) 및 수입식품 및 관련 상품 검사 방법(輸入食品及相關產品查驗辦法)에 의거하여 대만 식품의약국(TFDA)에 수입검사를 신청해야 함. 수입검사에서는 제품의 성분 및 규격이 대만의 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 5.4] 대만 수입검사

적용 규제	대만 보건복지부(MOHW, Ministry of Health and Welfare), 「식품위생관리법(食品衛生管理法)」, 2008
담당 기관	대만 식품의약국(TFDA)
필요 서류	• 검사 신청서 • 제품 정보표 • 수입신고증 사본 • 대만 식품의약국(TFDA)에서 지정한 문서
검사 종류	• 100% 로트 검사 – 검사를 신청한 모든 로트의 제품에 대해 현장 조사 및 샘플검사 실시 • 로트 추출 검사 – 일반 로트추출 검사: 추출 검사율은 2-10% – 강화된 로트추출 검사: 추출 검사율은 20-50% • 100% 로트 조사 – 검사를 신청한 모든 로트의 제품에 대해 현장 조사 실시 • 검증 검사 – 중앙 주무기관과 수출국 제품의 위생안전 관리 주무기관을 통해 협정 또는 협약을 체결하여 정한 합격 검증업체는 협정 또는 협약에서 규정한 증명 문서를 구비해야 하며, 이를 검사함 • 감시 검사 – 검사를 신청한 제품에 대해 모든 로트에 대해 현장 조사 및 샘플검사를 실시하며, 검사결과와 그 검사 방식의 완화에 대한 제한이 없음

자료 : 대만 식품의약국(TFDA)

▶ 대만 식품 통관을 위해 사전 '기업 등록 필요'

대만으로 식품을 수입하기 위해서는 수출업체가 대만 재정부 관세청(CA, MOF)에 기업정보를 등록해야 함. 수출업체가 직접 수출하지 않고 수입 위탁업체(관세사)가 대행하는 경우 해당 관세사는 세관에 등록된 업체여야 함

[표 5.5] 대만 사전 기업 등록

적용 규제	대만 보건복지부(MOHW), 「식품위생관리법(食品衛生管理法)」, 2008
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	• 등록 신청자 기본 정보 • 기업 상세 정보 • 수출 품목 • 수출 제품 관련 정보 • 수출 및 유통 과정에 포함되는 기타 활동에 대한 설명
비용	무료
등록 절차	대만 재정부 관세청(CA, MOF) 홈페이지에서 신청 (etaipei.customs.gov.tw) 〉심사 후 결과발표

자료 : 대만 식품의약국(TFDA)

3. 대만 매운 소스 라벨 심의

라벨 심의

대만으로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공

매운 소스

매운 소스 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

▶ 대만 라벨 규정

[표 5.6] 대만 라벨 관리 규정

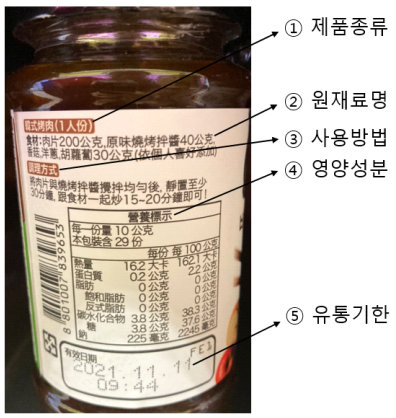
적용 규제	대만 보건복지부(MOHW), 「식품안전 및 위생에 관한 법률(食品安全衛生管理法)」, 2019		
세부 규정	Chapter V Food Labeling and Advertisement Article 22-25		
세부 내용	라벨 표기사항 (항목)	• 제품명 • 용량 • 원산지 • 영양성분 • 제조일자 • 유통기한 • 제조사 및 수입사 정보 • 식품첨가물 • 알레르기	
	라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	모든 필수정보는 중문으로 표기해야 함
		제품명	식품 원료성분 · 원료품종 · 식용부위 · 속어 등을 이용해 명기해야 함
		용량	미터법 단위를 기준으로 작성해야 함
			제품의 특성에 따라 식품의 중량 · 용량 · 수량을 명기해야 함
			액체가 고형물과 함께 든 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
		원산지	2개 국가 이상의 제품을 혼합해 포장했을 경우 제품의 함량이 많은 국가명 순으로 명기해야 함
			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 작성 가능
			수입 제품의 경우 대만의 민국(民國) 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), KATI 농식품수출정보

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

자료 : 대만 식품의약국(TFDA), KATI 농식품수출정보

▶ 대만 매운 소스 라벨 샘플



[뒷면 라벨링1]

[뒷면2 라벨링]

[뒷면1 – 중문]

① 乘积型 : 韓式烤肉 (1人份)

② 食材

: 肉片200攻克 , 原味燒烤拌醬40公克 , 香菇洋蔥 , 胡蘿蔔30公克 (依個人喜好添加

③ 調理方式

: 將肉片與燒烤拌醬攪拌均勻後 , 靜置至少30分鐘 , 跟食材壹起炒15 ~ 20分鐘即可

④ 營養標示

每壹份量10公克		
本包裝含29份		
	每份	每100公克
熱量	16.2大卡	162.1大卡
蛋白質	0.2公克	2.2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	3.8公克	38.3公克
糖	3.8公克	37.6公克
鈉	225毫克	2245毫克

⑤ 有效日期 : 2021.11.11 09:44

[뒷면1 – 국문]

① 제품종류 : 한국식 불고기 (1인분)

② 원재료명

: 고기200g , 불고기 양념 오리지널 맛, 버섯, 양파, 당근 30g (개인 기호에 따라 추가)

③ 사용방법

: 불고기양념에 고기를 최소 30분간 재우고 각종 야채와 15~20분간 같이 볶아주십시오

④ 영양성분

1인분당 10g		
총 29인분		
	1인분 당	100g 당
열량	16.2kcal	162.1kcal
단백질	0.2g	2.2g
지방	0g	0g
포화지방	0g	0g
불포화지방	0g	0g
탄수화물	3.8g	38.3g
당	3.8g	37.6g
나트륨	225mg	2245mg

⑤ 유통기한 : 2021년 11월 11일 09:44

[뒷면2 - 중문]

① 品名

: CJ bibigo 韓式頂級燒烤拌醬 (原味)

② 淨重 : 290公克

③ 成分

:醬油 (水 , 水解大豆蛋白 , 鹽 , 高果糖玉米糖漿 , 脫脂大豆粉 , 小麥 , 發酵酒精 , 麥芽) , 砂糖 , 梨子泥 , 高果糖玉米糖漿 , 水 , 洋蔥泥 , 大蒜 , 鹽 , 蘋果泥 , L-麩酸鈉 , 青蔥萃取物 , 黑胡椒粉 , 檸檬酸 , 玉米糖稀 , 焦糖色素 (第三類 , 銨鹽焦糖) , 5'-次黃嘌呤核苷磷酸二鈉 , 5'-鳥嘌呤核苷酸二鈉

④ 保存期限 : 18個月

⑤ 保存方法 : 開封後請冷藏保存

⑥ 原產地 : 韓國

⑦ 制造商 : CJ CheilJedang Corp.

⑧ 進口商 : 岩利亞貿易有限公司

⑨ 電話 : (02) 2935-0650

⑩ 地址

: 臺北市文山區羅斯福路五段160號5樓

⑪ 註意事項

:本產品含有大豆、小麥制品 , 且生產制程廠房 , 其設備或生產管理有處理牛奶、甲殼類 (蝦、蟹) 及松茸 , 過敏者請謹慎食用。產品含有水果泥 , 罐底沈澱屬自然現象敬請安心食用

[뒷면2 - 국문]

① 제품명

: CJ bibigo 한국식 최고급 불고기양념 (오리지널 맛)

② 용량 : 290g

③ 식품첨가물

: 간장 (물 , 가수분해대두단백, 소금, 고과당옥수수당, 탈지대두, 밀, 발효주정, 맥아) , 설탕 , 배퓨레, 고과당옥수수당, 정제수, 양파퓨레, 마늘, 소금, 사과퓨레 , 글루탐산모노나트륨, 양파추출액, 후추분말, 레몬산, 옥수수물엿, 카라멜색소(INS No. 150c), 이노신트리하이드로겐이인산염((Inosine 5'-trihydrogen diphosphate), 5'-리보뉴클레오티드이나트륨 (Disodium 5'-Ribonucleotide)

④ 보관기간 : 18개월

⑤ 보관방법 : 개봉 후 냉장 보관

⑥ 원산지 : 한국

⑦ 제조사 : CJ 제일제당

⑧ 수입사 : 커리아무역유한회사

⑨ 수입사 번호 : (02) 2935-0650

⑩ 수입사 주소

: 타이베이시 문산구 루어스푸길 5단160호5층

⑪ 주의사항

: 본 제품은 대두, 밀을 함유하고 있으며 우유, 갑각류(새우, 게) 및 송이를 사용한 제품과 같은 제조시설에서 제조하고 있음. 알레르기가 있으신 분들은 주의하십시오. 본 제품은 과일퓨레가 들어 있어 바닥에 생기는 침전물은 자연현상이니 안심하십시오.

4. 대만 매운 소스 서류 준비

서류 준비

대만으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

매운 소스

매운 소스 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

▶ 대만 수입서류 원산지증명서 준비 필요

▶ 대만 관세 업무, 허가받은 통관 브로커를 통해 진행 가능

대만의 수입 신고는 납세 의무인, 화물 수출입자 또는 위탁통관업자를 통하여 수입통관 업무를 진행할 수 있음. 화물수입자·위탁통관업자는 반드시 대만 경제부 국제무역국(Bureau of Foreign Trade)에 수출입업체 등록(Registration as Exporter Importer)을 마쳐야 함.

대만의 수입자는 관련 증빙서류 및 수입신고서를 담당세관에 제출해야 하며 EDI(Electronic Data Interchange) 또는 직접 제출방법이 있음. EDI는 대만 재정부 관세청(CA, MOF)과 링크되는 소프트웨어를 설치하여 해당 수입 신고를 진행하는 방식임

원산지증명서의 경우 대만으로 직접 운송하는 제품의 최종 수출국을 명기해야 함. 제3국 경유 시 화물 운송 기간 내 상품의 적재, 가공 및 기타 모든 작업은 불허됨. 화물 포장의 원산지 표기가 선적서류 내용과 일치하지 않으면 기타 원산지증명 자료를 추가로 제출해야 함

[표 5.7] 대만 통관 서류

구분	서류명		발급 기관
일반 서류	수입신고서 (CBP Form 7501)		대만 재정부 관세청(CA, MOF)
	선적	상업 송장	(-)
		포장 명세서	(-)
		위임서	(-)
		제품 카탈로그·설명서·검역 샘플	(-)
	원산지증명서		수출업체 / 관세청

자료 : 대만 재정부 관세청(CA, MOF)

5. 대만 매운 소스 세금 납부

세금 납부

대만으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

매운 소스

매운 소스 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

▸ 대만 매운 소스 HS-CODE 2103.90-90905, 관세율 12% 적용

▸ 한국 WTO 국가로서 협정세율 Column I '적용'

매운 소스의 경우 대만에서는 HS-CODE 2103.90의 2103.90-90905 세번을 사용하여 수입됨.[34] 대만 수입 시 협정세율은 총 3가지로 Column I, II, III로 나누어짐. 기본 세율은 Column III로 25%이며, 별도의 무역협정이 없으나 WTO 회원국인 한국은 Column I로 12%의 협정세율을 적용받음. 그 외 자유무역협정(FTA, Free Trade Agreement) 체결 국가에 해당하는 Column II는 관세율 0%를 적용함

관세 외에도 모든 수입 물품에 영업세(Value Added Tax)가 5% 부과되며, 수입 물품의 가격에 관세 및 제세를 포함한 금액을 과세 표준으로 하여 해당 과세 표준에 영업세율을 적용하여 산출됨

- 수입서류 심사비용에 65달러(한화 약 8만 원)[35] 소요
- 수입서류 심사 기간은 4시간 소요
- 통관 비용은 340달러(한화 약 40만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 47시간 소요

[표 5.8] 한국·대만 HS CODE 비교 및 대만 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합 조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자	
	2103.90	기타	
	2103.90-9090	기타	
대만	2103.90-90905	제2103호의 기타제품	
관세	기본관세율	25%	
	협정세율	12%	
VAT		5%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 대만 재정부 관세청(CA, MOF)

34) 대만 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2103.90중 매운 소스에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단은 대만 세관 당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 대만 재정부 관세청(CA, MOF)을 통한 확인이 필요함

35) 1달러=1,183.30원 (2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

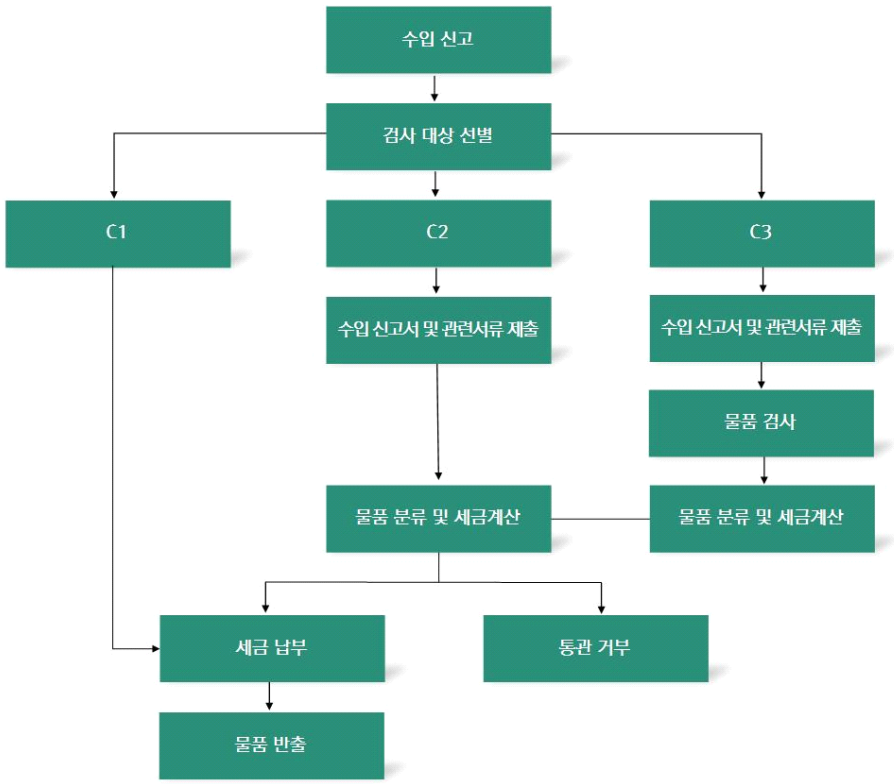
6. 대만 매운 소스 검역 심사 절차

▶ **대만 식품, 심사 결과 및 정해진 규정에 따라 서류 및 물품 검사 실시**

▶ **가공식품 수입 시 식품 수입허가증 발급 필수**

대만으로 일반가공식품 수출 시, 대만 보건복지부(MOHW)의 식품 및 관련 제품 수입 검사규정에 따라 수입검사를 신청해야 함. 해당 검역을 담당하는 대만 보건복지부(MOHW)의 식품 의약품관리서는 검역이 통과되면 식품 수입허가증을 발급하고 현장 검역 결과에 따라서 수입품을 처리함

[표 5.9] 대만 통관 프로세스



▶ **대만 매운 소스 식품 첨가물 규정 확인 필요**

[표 5.10] 대만 식품 첨가물 규정 확인 방법

사이트	KATI농식품수출정보(www.kati.net)
국가	대만
식품유형	조미식품 〉 소스류

7. 대만 관련 규제 정보

▶ 대만 수입 금지 품목 및 추가 규제

▶ 대만 육류 제품 수출 시 식품의약국(TFDA) 검사 필수

대만 정부는 대만으로 수입되는 품목 중 수입 금지 품목을 규제하고 있으며 대체로 원산지가 중국인 제품에 별도의 수입 제한/금지 코드를 편성하여 관리함

대만 행정원농업위원회(COA, Council of Agriculture, Executive Yuan)의 「함육가공제품의 수입검역조건(含肉加工產品之輸入檢疫條件)」에 따르면, 육류와 함육가공제품은 다른 품목으로 나누어짐. 함육가공제품은 반드시 가열처리가 되어야 하며 건조 육류는 건조 전 가열처리를 해야 함. 함육가공제품 품목의 예로는 HS-CODE 1902.20.10.10-9 (기타 소를 넣은 쌀국수, 조리 또는 조제 모두 포함, 육류 포함), 2104.10.11.00-6 (액체 형태 국류 및 그 조제품, 육류) 등의 항목이 포함되며 소스류는 이에 해당되지 않아 수입검역품목에서 제외됨

대만의 식품유형별 기준 및 규격은 식품위생기준과 식품기준규격(CNS, Chinese National Standards)이 존재함. 대만 경제부 중앙표준국(NBS, National Bureau of Standards)에서 제공하는 식품기준규격(CNS) 조회 사이트를 통해 식품유형별 기준 및 규격을 확인할 수 있음

해당 규격의 일반식품 품목 중 동식물 가공품(동·식물 포함 식품)[36]을 대상으로 대만 행정원농업위원회(COA)에서 검역 및 방역을 실시함. 또한, 수입식품을 대상으로 현장검사인 문서검사, 일반검사, 강화검사 등 3가지 방식을 실시하며 별도 검역이 필요할 경우 실험실검사를 시행함

[표 5.11] 대만 동식물 가공식품 검역

검사 분류	해당 내용
문서검사	검사 불필요 제품을 대상으로 진행, 식품기본 자료표 등 제출 문서를 중심으로 위생증명·검역증·성분·라벨링 등 사항 종합 검토
일반검사	수입제품 가운데 수입량의 2-10%를 대상으로 샘플을 채취해 검역
강화검사	수입제품의 20-50%를 샘플로 채취해 현장서 검역

자료 : 대만 행정원농업위원회(COA)

36) 육류 성분이 포함된 소스류의 경우, 함량에 따라 검역 당국의 판단이 달라질 수 있어 수입 전 대만 행정원농업위원회(COA)의 확인이 필요함

[표 5.12] 대만 육류 수출 시 농약 잔류물 허용수치

허용된 농약 잔류물	최대허용함량 (mg/kg)	허용된 농약 잔류물	최대허용함량 (mg/kg)
Aldicarb	0.01	DDT	5
Aldrin & Dieldrin	0.2	Deltamethrin	0.5
Azocyclotin	0.2	Diflubenzuron	0.05
Chinomethionat	0.05	Dimethipin	0.02
Chlordane	0.05	Diquat	0.05
Chlorfenvinphos	0.2	Endrin	0.1
Clothianidin	0.2	Fenitrothion	0.05
Cyfluthrin	0.02	Fenthion	2
Cyhexatin	0.2	Fenvalerate	1
Cypermethrin	0.2	Fluopyram	0.1

자료 : 대만 보건복지부(MOHW)

Ⅵ. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 신마푸하이어우타이완1하오띠앤(新麻蒲海鷗臺灣1號店)
Interview ② 또우푸찬인지투안(豆府餐飮集團)
Interview ③ 한리앤치예유한꽁쓰(韓聯企業有限公司)
Interview ④ 한꼬우왕(韓購網)
Interview ⑤ 대만 식품의약국(Taiwan Food and Drug Administration)

Interview ① 신마푸하이어우타이완1하오띠앤 (新麻蒲海鷗臺灣1號店)

37)

신마푸하이어우 타이완1하오띠앤 (新麻蒲海鷗臺灣1號店)

전문가 소속

신마푸하이어우 타이완1하오띠앤 (新麻蒲海鷗臺灣1號店) 소매업체

연락처

+886 2-2775-5110

전문가 정보

Ms. Lin (Manager)

Happiness 加小菲

신마푸하이어우타이완1하오띠앤(新麻蒲海鷗臺灣1號店)

Manager, Ms. Lin

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

신마푸하이어우타이완1하오띠앤은 한국의 돼지고기 특수부위 전문 대형 음식점으로 2015년 대만에 진출하여 현재 총 2개의 지점을 운영 중입니다. 한국 매장과 인테리어가 동일하며 홍보 모델 또한 한국인입니다. 갈매기살, 삼겹살 등의 메인 메뉴는 한국 본사와 동일하지만 반찬은 현지인의 입맛에 맞는 메뉴로 변경하였습니다.

Q. 대만 내 인기 있는 프랜차이즈의 유형과 메뉴는 무엇인가요?

대만 내 인기 있는 프랜차이즈 메뉴는 고기구이 종류입니다. 그중에서도 무한리필 형태의 매장을 가장 선호합니다. 합리적인 가격으로 여러 가지 고기 부위를 먹을 수 있을 뿐만 아니라 다양한 반찬도 함께 즐길 수 있기 때문입니다. 한국 음식 중에서는 감자탕과 뼈해장국이 인기가 많습니다. 매운 음식을 즐겨 먹는 소비자들도 적지 않게 있지만 대부분의 소비자들은 매운 음식을 잘 못 먹습니다. 따라서 매운맛이 베이스인 한식 메뉴도 대만 소비자의 입맛에 맞춰 맵지 않게 제공되는 경우가 많습니다.

Q. 한국산 매운 음식의 주 소비자층은 누구일 것으로 예상하나요?

대만 내 한국 음식의 주 소비층은 대만에 거주하는 한국인과 일본 유학 경험이 있는 소비자입니다. 또한, 최근 한국 드라마의 영향으로 젊은 여성들의 수요가 높아지고 있습니다. 그러나 대만에서는 매운 요리를 즐겨 먹는 소비자들이 많지 않기 때문에, 매운맛의 정도를 현지인의 입맛에 맞게 조절하는 것이 소비자층 확보에 유리할 것이라고 생각합니다.

37) 사진 자료 : 신마푸하이어우타이완1하오띠앤(新麻蒲海鷗臺灣1號店)

Q. 대만에 진출한 한국 프랜차이즈 기업의 형태는 어떠한가요?

대만에 한국 프랜차이즈 가맹점을 개설하는 경우 약 3개월 정도가 소요됩니다. 먼저 가맹점을 개설할 지역을 선정한 후 인테리어 설계를 하게 됩니다. 세부적인 가게의 물품은 최대한 현지에서 구매하는 경우가 많습니다. 보통 현지 점주가 교육비와 자문비를 포함한 가맹비를 전액 부담합니다. 설계가 끝나면 메뉴를 결정하고 요리법 교육을 받습니다. 메인메뉴는 대부분 본사와 동일하게 판매하지만 반찬의 경우에는 현지에서 쉽게 구할 수 있는 제철 채소를 활용한 메뉴로 결정합니다.

Q. 대만 프랜차이즈 매장의 소스 조달 방법은 무엇인가요?

대만 프랜차이즈 매장의 경우 핵심 소스는 대부분 한국 본사에서 직수입하고 나머지 부수적인 소스는 현지에서 제조하는 경우가 많습니다. 당사 또한 베이스 분말만 한국 본사에서 직접 수입하고 나머지는 현지에서 직접 제조합니다. 그러나 일반 식당의 경우 한국 소스를 구매할 경로가 많아 한국에서 직수입하는 방식을 선호하지 않습니다.

Interview ② 또우푸찬인지투안(豆府餐飮集團)

38)

또우푸찬인지투안
(豆府餐飮集團)

전문가 소속

또우푸찬인지투안
(豆府餐飮集團)
소매업체

연락처
+886 2-2581-3818

전문가 정보

Ms. Chen
(Manager)

原味韓式炸雞
Korean-style Fried Chicken
(original)

辣味韓式炸雞
Korean-style Fried Chicken
(spicy)

또우푸찬인지투안(豆府餐飮集團)

Manager, Ms. Chen

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

또우푸찬인지투안은 2008년에 설립된 대만에서 가장 큰 한국 음식점이며 가맹점 없이 직영점으로만 운영하고 있습니다. 대표 메뉴는 순두부이며 갈비탕, 떡볶이, 닭갈비 등의 다양한 메뉴를 판매하고 있습니다. 조미료를 포함한 기타 재료의 경우, 한국에서 직수입하여 사용하고 있습니다.

Q. 대만 내 인기 있는 한국 프랜차이즈 메뉴는 무엇이고 주 소비층은 누구인가요?

대만사람들이 가장 즐겨 먹는 한국 음식은 삼겹살과 치킨입니다. 개인차가 있지만, 대다수의 대만 소비자는 한국의 매운 음식을 선호하지 않습니다. 한편, 고기류를 제외하고 인기 있는 한식 메뉴는 탕요리입니다. 순두부찌개의 경우 꾸준한 판매량을 기록하고 있으며 남성보다는 여성 소비자들의 수요가 높습니다.

Q. 한국 요리 프랜차이즈의 대만 진출 시 조언해주실 점이 있나요?

대만에서 한식당을 운영할 경우, 최대한 다양한 메뉴들을 판매하는 것을 추천합니다. 또한, 대만 소비자들은 일반적으로 음료수를 개인당 한 잔씩 시켜먹기 때문에 다양한 음료를 취급하는 것이 좋습니다. 특히 한국의 특색이 잘 드러나는 음료나 주류의 선호도가 높은 것으로 알고 있습니다.

한국과는 달리, 대만 식당에서는 반찬이 무제한으로 제공되지 않으며 따로 주문해야 합니다. 현재 대만 내 대부분의 한식당에서도 반찬을 리필 해주지 않는 것으로 알고 있습니다. 그렇기 때문에 반찬이나 쌈 채소 등을 무제한으로 제공한다면 시장 내 충분히 경쟁력이 있을 것이라고 생각합니다.

38) 사진 자료 : 또우푸찬인지투안(豆府餐飮集團)

Interview ③ 한리앤치예유한꽁쓰(韓聯企業有限公司)

39)

한리앤치예유한꽁쓰
(韓聯企業有限公司)

전문가 소속

한리앤치예유한꽁쓰
(韓聯企業有限公司)
수입유통업체

연락처
+886 2-8521-7235

전문가 정보

Mr. Zhang
(CEO)

한리앤치예유한꽁쓰(韓聯企業有限公司)
CEO, Mr. Zhang

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

한리앤치예유한꽁쓰는 한국식품 전문 유통업체로 직수입권을 보유하고 있습니다. 간장, 떡볶이 소스, 들깨가루 등의 조미료와 즉석식품, 주류, 주방용품 등 다양한 품목을 취급하고 있습니다. 오프라인 매장뿐만 아니라 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다.

Q. 대만 내 한국 음식의 이미지는 어떠한가요?

대만 음식들은 대체로 자극적이지 않으며 대만 소비자들 또한 맵거나 자극적인 맛의 음식을 선호하지 않습니다. 그렇기 때문에 대만 소비자들은 한국 음식이 매우 맵고 자극적인 요리라고 인식하고 있습니다. 그러나 최근 한류의 열풍으로 불닭볶음면과 같은 매운 라면의 인기가 높아지고 있어 매운맛을 즐기지 않는 대만 소비자들도 호기심에 불닭볶음면을 비롯한 한국의 매운 음식을 시도해보는 경우가 많아지고 있습니다.

Q. 대만 소비자들의 외식문화와 한식 소비 트렌드는 어떠한가요?

대만은 집 안에 주방이 따로 있는 경우가 많지 않습니다. 따라서 집에서 직접 요리를 해 먹지 않고 밖에서 사 먹는 빈도가 높아 외식문화가 매우 발달해 있습니다. 한식의 경우 떡과 소스만 넣으면 간편하게 조리할 수 있는 즉석 떡볶이 제품의 수요가 높은 편입니다. 그러나 조리시간이 길고 조리방법이 복잡한 메뉴는 대부분 한식당에서 사 먹는 경우가 많습니다.

한편, 한국의 대형 프랜차이즈 음식점은 대만에서 인기가 높습니다. 특히 한식을 좋아하는 소비자들 사이에서는 입소문을 통해 한국 음식점을 찾는 소비자들이 많습니다.

39) 사진 자료 : 한리앤치예유한꽁쓰(韓聯企業有限公司)

Q. 대만 내 인기 있는 소스의 유형은 무엇인가요?

플라스틱 용기에 포장된 쌈장과 고추장의 인기가 가장 많습니다. 대만에서는 한국식으로 구운 고기가 매우 인기 있으며 쌈에 싸서 먹는 방식을 선호하기 때문에 특히 쌈장의 판매량이 많습니다. 고추장은 비빔밥이나 다른 한식 메뉴 조리를 위해 구매하는 경우가 많습니다.

Q. 한국산 매운 갈비찜 소스의 대만 진출 시 예상 수요는 어떠한가요?

한국의 매운 소스 중 대만에서 가장 인기 있는 제품은 매운 불닭소스입니다. 그러나 브랜드 인지도가 높은 불닭소스를 제외한 기타 매운 소스의 수요는 미미한 편입니다. 갈비찜의 경우, 갈비와 기타 부수적인 재료를 따로 구매해야 하며 요리시간도 매우 길기 때문에 직접 만들어 먹기보다는 식당에서 사 먹는 경우가 많습니다. 따라서 매운 갈비찜 소스를 소비자를 대상으로 소매 형태로 판매할 경우 수요는 높지 않을 것으로 예상합니다.

Q. 한국산 매운 갈비찜 프랜차이즈의 대만 진출 시 예상 수요는 어떠한가요?

현재 대만 내 갈비찜을 전문으로 하는 한식당이 없는 것으로 알고 있습니다. 대만 소비자들의 입맛에 맞도록 매운맛을 선택하여 조절할 수 있다면 매우 시장성이 있을 것으로 예상됩니다. A사의 갈비 프랜차이즈 매장이 한국 내에서의 브랜드 인지도가 높다는 점을 활용하면 대만에서의 마케팅 효과도 매우 좋을 것입니다.

Interview ④ 한꼬우왕(韓購網)

40)

한꼬우왕
(韓購網)

전문가 소속

한꼬우왕
(韓購網)
수입유통업체

연락처
+886 2-8521-7235

전문가 정보

Ms. Wei
(CEO)

한꼬우왕(韓購網)

CEO, Ms. Wei

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

한꼬우왕은 2008년에 설립된 타이베이 최초의 한국식품 수입유통업체입니다. 다수의 한국브랜드를 취급하고 있으며 조미료, 과자, 음료, 생활용품 등을 주로 판매합니다. 쇼피(Shopee), 모모(Momo)등 대만 유명 쇼핑몰과 자사 오프라인 매장 2곳을 통해 유통하고 있습니다.

Q. 대만 내 인기 있는 한국 요리는 무엇인가요?

한국 요리 중 대만에서 가장 인기 있는 메뉴는 치킨이입니다. 가장 대표적인 한국 치킨 브랜드는 G사로 양념치킨이 특히 유명합니다. 그러나 매운맛이 강한 양념의 선호도는 매우 낮으며 대부분 매운맛이 거의 없는 일반 양념치킨을 선호합니다. 메인 메뉴 이외에도 떡볶이, 주먹밥 등의 사이드 메뉴와 다양한 한국 음료 및 주류 또한 꾸준한 판매량을 유지하고 있습니다.

Q. 대만 소비자들의 한국 음식 소비 트렌드는 어떠한가요?

대만 내 한국 음식의 주요 소비층은 중·고등학생입니다. 한류의 영향으로 한국 음식 브랜드에 대한 관심도 및 매운 음식의 선호도가 상승했습니다. 대만에서는 한국 음식 판매 시, 한국에서 판매되는 메뉴를 그대로 판매하거나 현지 소비자들의 입맛에 맞게 메뉴를 변형합니다. 한국 떡볶이 브랜드인 H사의 경우, 떡볶이 메뉴를 대만식 훠궈의 형태로 현지화하여 인기가 매우 좋습니다.

40) 사진 자료 : 한꼬우왕(韓購網)

Q. 대만 내 인기 있는 소스의 유형은 어떠한가요?

대만에서 인기 있는 한국 소스 브랜드로는 C사와 I사가 있습니다. 대만 소비자들 사이에서 인지도가 높을수록 제품의 판매량이 높은 경향이 있습니다. 한국 소스 중에서는 고추장과 된장이 가장 보편적이며 수요도 가장 높습니다. 가정용 제품의 경우, 500g 포장 규격이 가장 일반적이며 식당용은 보통 14kg에서 17kg이 많습니다.

Q. 한국산 매운 소스의 대만 진출 시 예상 수요는 어떠한가요?

한국 기준의 매운 정도는 대만 소비자들이 느끼기엔 매우 매울 것이라고 생각합니다. 또한, 대만에서는 매운 음식이 피부를 상하게 하고 건강에 좋지 않다는 소비자 인식이 있습니다. 따라서 매운맛으로 얻을 수 있는 건강기능을 강조한 제품 홍보는 효과적이지 않을 것으로 예상합니다. 따라서 대만 시장의 수요를 확보하기 위해서는 현지 소비자들의 입맛에 맞게 매운맛을 조절하는 것이 필수적입니다.

Interview ⑤ 대만 식품의약국 (Taiwan Food and Drug Administration)

41)

대만 식품의약국 (Taiwan Food and Drug Administration)

전문가 소속

대만 식품의약국 (Taiwan Food and Drug Administration)

연락처

+886 2-2787-8000

전문가 정보

Ms. Guang (Imported food Consultant)

대만 식품의약국(Taiwan Food and Drug Administration)
Imported food Consultant, Ms. Guang

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

대만 식품의약국(TFDA)은 식품 수출입 시 각종 규제와 검사 및 검역 등의 업무를 담당하는 정부 기관입니다. 또한, 외국 식품 안전 이슈를 모니터링하며 수입 식품 수입 표준 자문, 주의사항 안내 등의 서비스를 제공하고 있습니다.

Q. 한국산 소스의 대만 수출 시, 소스류에 첨가 불가능한 성분은 무엇인가요?

식품첨가물의 경우, 대만 식품의약국(TFDA) 홈페이지에서 첨가물의 영문 학명[42]을 검색하면 첨가 가능 여부 및 최대 허용치를 확인할 수 있습니다. 단, 학명을 입력해도 최대 허용치가 나오지 않는다면 첨가할 수 없는 성분입니다. 다시다 분말의 경우, 구체적인 학명이 있어야만 첨가 가능 여부를 확인할 수 있습니다. 한편, 조미료에 돼지고기가 첨가된 경우, 첨가된 돼지고기의 HS CODE를 확인하는 경우도 있으며 1602.41.00.20.7 또는 1602.32.20.90.9인 경우에만 수출이 가능합니다. 육류의 경우 대만 식품의약국(TFDA)이 지정한 도살장에서 도살된 고기류만 수입할 수 있습니다.

Q. 한국산 소스의 대만 수출 시, 주의해야 할 제조 및 유통법은 무엇인가요?

대만은 통관 검역 시 식품의 성분에 대하여 가장 엄격하게 심사를 진행합니다. 식품 첨가물의 경우, 대만 식품의약국(TFDA)의 규정을 준수해야 하며 영양성분표의 경우에도 정해진 양식을 따라야 합니다. 열량, 단백질, 포화지방, 트랜스지방, 탄수화물, 설탕, 나트륨 순으로 영양성분을 나열해야 하며 영양성분 수치는 제품 개당 및 100g당 수치를 모두 표시해야 합니다.

41) 사진 자료 : 대만 식품의약국(TFDA, Taiwan Food and Drug Administration)
42) 학명: 학술적 편의를 위하여, 동식물 따위에 붙이는 이름

Q. 한국산 소스의 대만 수출 시, 포장 용기와 관련된 규제는 무엇인가요?

포장 용기와 관련된 별도의 규제사항은 없습니다. 다만, 제품 패키지에 중문 번체로 표기된 중문 라벨이 반드시 있어야 하며, 성분 표시 방식 및 표시 내용이 가장 중요합니다.

Q. 한국산 소스의 대만 수출 시 주의해야 할 진입장벽은 무엇인가요?

대만 현지 수입업체나 협력업체와 함께 수출 절차를 진행하는 방법을 추천합니다. 이때 수출 협력업체는 반드시 대만 식품의약국(TFDA)에 등록되어 있어야 합니다. 보통 본격적인 수출 전, 대만 현지 협력업체가 제품에 관한 서류를 중문 간체로 번역하여 대만 식품의약국(TFDA)의 심사를 받습니다.

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

Kati
농식품수출정보

Export Insights

01 시장규모

기타 소스 드레싱 및 조미료 시장규모 133억 원,
2015-2019년 연평균성장률 4%
대만 對한국 소스류 수입액 66억 원

02 소비특징

프랜차이즈, 패스트푸드·카페 ·훠궈 판매점 다수
대만 매운 소스,
중식요리에 사용되는 맵고 얼얼한 맛이 특징

03 유통채널

하이퍼마켓/슈퍼마켓 79.7%
개인 및 기타 식료품점 8.7%
편의점 6.2%

04 통관/검역

육류 검역 엄격하여 수입 전 사전 심사 권장
수입검사, 기업 등록 필수

05 관세 및 추가 규제

WTO 상대국 협정세율 12%
동식물 가공식품 검역 절차 확인 필요

06 전문가인터뷰

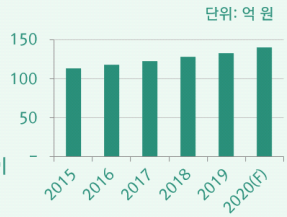
한국 프랜차이즈 진출 성공 사례 다수
매운 소스에 대한 수요 적어 맵기 단계 조절 필요
프랜차이즈 진출 시 셀프바,
한국 음류 제공 등의 현지화 필요

A사
매운 소스

대만 매운 소스 시장규모

기타 소스, 드레싱 및 조미료 시장규모 133억 원

대만 對한국 소스류 수입액 66억 원
인구 밀집 지역 신베이, 타이중, 타이베이
대만 프랜차이즈 시장규모 약 19조 원



2019년 대만 기타 소스, 드레싱 및 조미료 시장규모는 133억 원이며 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 4% 성장함. 대만 소비자들은 전반적으로 식품 안전에 대한 관심이 높으며 소스류의 경우 프리미엄화가 특징임. 또한 대만 외식산업 매출은 약 19조 원으로 매우 큰 편이며, 특히 프랜차이즈 시장이 발달하였음

대만 매운 소스 소비특징

대만 프랜차이즈, 패스트푸드/카페/훠궈점 인기

대만 진출 프랜차이즈 주요 품목
패스트푸드, 카페, 훠궈점
매운 소스, 중식 요리에 어울리는
맵고 얼얼한 맛이 특징

대만 매운 소스 소비 트렌드와 프랜차이즈 업계 트렌드를 알아보기 위해 대만 온라인 쇼핑몰과 언론매체 키워드를 분석함. 대만 진출 외식 프랜차이즈 주요 품목은 패스트푸드, 카페, 훠궈 등이며 더운 기후로 인해 음료 시장도 발달함. 한국 브랜드 중 치킨 및 패스트푸드 프랜차이즈점이 진출하였으며 이 외에도 토스트, 떡볶이 등 다수 한국 식품 브랜드가 성공적으로 진출함. 매운 소스의 경우 매운 정도를 조절할 수 있게 현지화된 한국산 매운 소스가 기 진출 하였으며, 주로 중식 요리에 어울리는 맵고 얼얼한 맛의 매운 소스가 보편적인 것으로 확인됨

대만 매운 소스 유통채널

하이퍼마켓/슈퍼마켓 79.7%

개인 및 기타 식료품점 8.7%
편의점 6.2%
온라인 3.8%

대만 소스, 드레싱 및 조미료 유통채널 점유율 분석 결과 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 점유율이 79.7%로 매우 높았으며, 다음으로 개인 및 기타 식료품점 점유율이 8.7%, 편의점 점유율이 6.2%인 것으로 확인됨. 전문가 인터뷰 결과 한국 프랜차이즈 업체가 대만에 진출하는 경우, 핵심 소스는 한국 본사에서 직접 수출하며 나머지 재료는 현지에서 제조한다는 답변을 확인함

Export Insights

통관 및 검역

대만 육류 검역 엄격, 육류 포함 소스 사전 심사 권장

사전품목분류 심사 권장
수입검사, 기업 등록 필수
WTO 상대국 협정세율 12%

중국 육류, 수산물, 유제품 수출 시 수입식품 사전심사 제도가 필수임. 소스류는 별도 사전심사가 필요하지 않으나 대만은 육류 검역이 엄격하기 때문에 육류 포함 제품은 수입 전 사전 심사를 거치는 것이 권장됨. 수출 식품 품목 분류가 애매할 경우 사전품목분류 심사 제도를 활용할 수 있으며, 수출 시 수입검사와 기업 등록 절차가 필수임. 라벨은 중문으로 기재해야 하며 한국은 WTO 회원국이기 때문에 12%의 협정세율을 적용받음

전문가 인터뷰

01. 한국 프랜차이즈 진출 성공 사례 多
02. 매운 소스 수요 적어 매운맛 조절 필요
03. 반찬 무한 제공, 셀프바, 한국 음료 제공 등 현지화 필요

전문가 인터뷰 결과 대만 프랜차이즈 시장이 매우 발달되어 있으며 대만 진출에 성공한 한국 프랜차이즈 업체가 다수인 것으로 확인됨. 한편 대만 소비자들의 매운 소스에 대한 선호도가 적어 매운맛을 조절할 수 있도록 현지화가 필요하며, 이 외에 무한리필 매장이나 셀프바를 선호하는 대만 소비자들의 특징을 반영할 필요가 있음. 또한 대만 소비자들은 보통 1인당 음료 한 잔씩을 주문하기 때문에 한국 특색의 다양한 음료 혹은 주류를 판매하는 것을 추천함

진출제언

Point 01. 대만 외식 산업 매우 발달하였으며 특히 프랜차이즈 시장이 큰 편임. 이미 한국 패스트푸드, 떡볶이, 토스트 등 다양한 품목의 프랜차이즈 매장이 대만에 진출하여 성공한 사례가 있음. 반면, 대만 소비자들은 매운 소스를 선호하지 않아 매운맛을 조절할 수 있도록 현지화가 필요함

Point 02. 이 외에 전문가 인터뷰 결과 셀프바, 반찬 무한 제공, 한국 특색을 담은 음료 제공, 훠궈맛 첨가 등의 다양한 대만 현지화 포인트가 확인되어 참고할 것을 추천함

Point 03. 한국 프랜차이즈가 대만에 진출하는 경우 핵심 소스는 한국 본사에서 직접 수출하며 부수적인 재료는 현지에서 제조 및 조달하는 경우가 많은 것으로 확인됨. 육류가 첨가된 소스류의 경우 통관·검역 절차가 엄격하여 주의가 필요함

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 월드오미터(Worldometers), 「Taiwan Population (2020)」, 2020
2. 대만내무부(Ministry of the Interior), 「전국인구자료처통계지도(全國人口資料庫統計地圖)」, 2020
3. 대만 프랜차이즈 협회, 「台灣連鎖店年鑑」, 2018
4. 대만 경제부(Ministry of Economic Affairs), 「105年度連鎖加盟業能量厚植暨發展計畫」, 2019
5. 글로벌데이터(GlobalData), 「Market overview Taiwan」, 2019
6. 유로모니터(Euromonitor), 「Sauces, Dressings and Condiments in Taiwan」, 2018
7. 대만 보건복지부(MOHW, Ministry of Health and Welfare), 「식품위생관리법(食品衛生管理法)」, 2008
8. 대만 보건복지부(MOHW), 「식품안전 및 위생에 관한 법률(食品安全衛生管理法)」, 2019
9. 대만 정부(Government of Taiwan), 「수입계통성 심사 실시방법(食品衛生管理法)」, 2017
10. 대만 재정부 관세청(CA, MOF), 「중화민국해관수입세칙(中華民國海關進口稅則)」, 2017
11. 한국무역협회(KITA, Korea International Trade Association), 「2020년 대만 건강보조제산업 현황 및 전망」, 2020
12. 대만 행정원농업위원회(COA, Council of Agriculture, Executive Yuan), 「함육가공제품의 수입검역조건 (含肉加工產品之輸入檢疫條件)」, 2014

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 외교부 (www.mofa.go.kr)
3. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
4. 스태티스타(Statista), www.statista.com
5 매일경제, www.mk.co.kr
6. 픽스넷(Pixnet), nikitarh.pixnet.net
7. 공상시보 (ctee.com.tw)
8. 리버티 타임즈넷 (Liberty Times Net), www.ltn.com.tw
9. 이티투데이(ETToday), www.ettoday.net
10. 라쿠텐 대만 (Rakuten), www.rakuten.com.tw
11. 더구루(The Guru), www.theguru.co.kr
12. 알티마트(RT Mart) (www.rt-mart.com.tw)
13. 이컨설턴시(Econsultancy) (www.econsultancy.com)
14. 수나리테일(Sunaretail) (www.sunaretail.com)
15. 샤인(Shine) (www.shine.cn)
16. 프로듀스리포트(Produce Report) (www.producereport.com)
17. 라이프스타일링로그(lifestylinglog) (www.lifestylinglog.com)
18. 까르푸(Carrefour) (www.carrefour.com.tw)
19. 마켓워치(Marketwatch) (www.marketwatch.com)
20. 엘에스아(LSA) (www.lsa-conso.fr)
21. 리테일360아시아(retail360asia) (www.retail360asia.com)
22. 피엑스마트(PX mart) (www.pxmart.com.tw)
23. 아울러(Owler) (www.owler.com)
24. 타이완뉴스(Taiwan News) (www.taiwannews.com)
25. 인사이드리테일아시아(insideretail.asia) (www.insideretail.asia)
26. 시직트래블(Sygic Travel) (www.travel.sygic.com)
27. 한제(韓濟) (www.hanji-food.tw)
28. 코리아샵(韓購網) (www.koreashop.url.tw)
29. 라쿠텐(Rakuten) (www.rakuten.com.tw)
30. 코리아샵(韓購網) 페이스북(www.facebook.com)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

31. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.7-11.com.tw)
32. 알라미(Alamy) (www.alamy.com)
33. 하이라이프(Hi-Life) (www.hilife.com.tw)
34. 중시띠안즈빠오(中時電子報) (www.chinatimes.com)
35. 유투브(Youtube) (www.youtube.com)
36. 모모샵(Momo Shop) (www.momoshop.com.tw)
37. 후본그룹(Fubon Group) (www.fubon.com)
38. 포커스타이완(Focus Taiwan) (www.focustaiwan.tw)
39. 엘르(Elle) (www.elle.com/tw)
40. 웬동바이화(遠東百貨) (www.feds.com.tw)
41. 엔엔에이아시아(NNA Asia) (www.nna.jp)
42. 리엔허신(聯合新) (www.udn.com)
43. 타이페이인아비(Taipei In Avi) (www.taipeinavi.com)
44. 미러미디아(Mirror Media) (www.mirrormedia.mg)
45. 푸드판다(Foodpanda) (www.foodpanda.com.tw)
46. 트레이드내비(TradeNavi) (www.tradenavi.or.kr)
47. 대만 보건복지부(Taiwan Ministry of Health and Welfare) (mohw.gov.tw)
48. 대만 식품의약국(Taiwan Food and Drug Administration) (consumer.fda.gov.tw)
49. 미국 농무부 해외농업서비스(United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Service)
50. (www.fas.usda.gov)
51. 카티(Kati) (www.kati.net)
52. 관세정보법령포털 (unipass.customs.go.kr)
53. 두잉비즈니스(Doing Business) (doingbusiness.org)
54. 세계법제정보센터(World Laws Information Center) (world.moleg.go.kr)
55. 한국무역협회(KITA) 홈페이지(www.kita.net)
56. 국립수산물품질관리원(nfqs.go.kr)
57. 한국농수산식품유통공사 (www.at.or.kr)
58. 한국식품의약품안전처 (mfds.go.kr)
59. 한국보건산업진흥원(KHIDI) 홈페이지 (www.khidi.or.kr)
60. 대만 재정부 관세청(Taiwan Customs Administration, Ministry of Finance)(eweb.customs.gov.tw)
61. 대만 행정원 농업위원회(Council of Agriculture, Executive Yuan) (eng.coa.gov.tw)
62. 신마푸하이어우타이완1하오띠앤(新麻蒲海鷗臺灣1號店) (masaharuwu.pixnet.net)
63. 또우푸찬인지투안(豆府餐飮集團) (www.mapoking.com.tw)
64. 한리앤치예유한꽁쓰(韓聯企業有限公司) (www.hanlien.url.tw)
65. 한꼬우왕(韓購網) (www.pcstore.com.tw)
66. 대만 식품의약국(TFDA, Taiwan Food and Drug Administration) (www.fda.gov.tw)

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산식품유통공사
· 발 행 일 자 | 2020.10.30

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

Copyright 2020 aT 한국농수산식품유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea