



2021 해외시장 맞춤형조사

No.	202108-07
품목	샤인머스캣(Shine Muscat)
HS CODE	0806.10.0000
국가	베트남(Vietnam)
구분	시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 베트남 과일 시장규모	06
2. 베트남 포도 시장규모	07
3. 베트남 과일 시장점유율	08
4. 베트남 샤인머스켓 수입규모	09
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 베트남 인기 포도 품종 1위 청포도, 샤인머스켓 4위	12
2. 베트남 포도 맛, ‘신선한’ 빈출 키워드 1위, ‘아삭한’ 4위	13
3. 베트남 판매 포도 원산지, ‘미국산’ 1위, ‘한국산’ 6위	14
4. 베트남 포도 홍보문구, ‘씨’, ‘큰’ 관련 키워드 빈출	15
5. 베트남 샤인머스켓 진출 컨셉	16
IV. 유통채널 특징	
1. 베트남 샤인머스켓 유통채널 비교	18
2. 베트남 샤인머스켓 유통채널 특징	19

Contents

V. 온라인 유통채널

1. 베트남 샤인머스켓 온라인 유통채널 종합분석	25
2. 베트남 샤인머스켓 주요 온라인 유통채널	26

VI. 오프라인 유통채널

1. 베트남 샤인머스켓 오프라인 유통채널 종합분석	31
2. 베트남 현지 하이퍼마켓/슈퍼마켓 매장 방문조사	32
3. 베트남 샤인머스켓 주요 오프라인 유통채널	34

VII. 진입장벽

1. 베트남 샤인머스켓 통관 및 검역 절차	41
2. 베트남 샤인머스켓 품질 인증	42
3. 베트남 샤인머스켓 라벨링	43
4. 베트남 샤인머스켓 성분 및 유해물질	45

VIII. 수입·유통업체 인터뷰

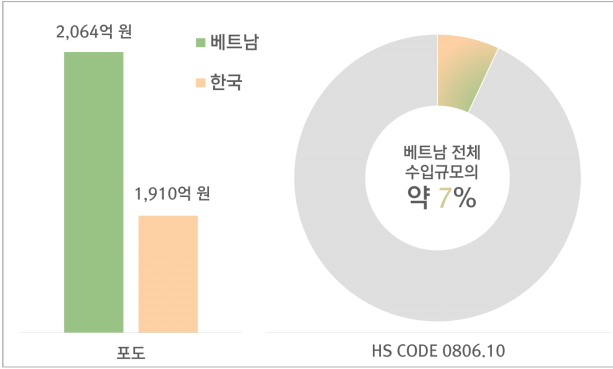
Interview ① 짜이꺼이응옥쩌우(Trái cây Ngọc Châu)	49
Interview ② 콤띠꼬편비오베지비엠티(Công ty cổ phần Biovegi Việt Nam)	51

IX. 시사점

※ 참고문헌	57
--------	----

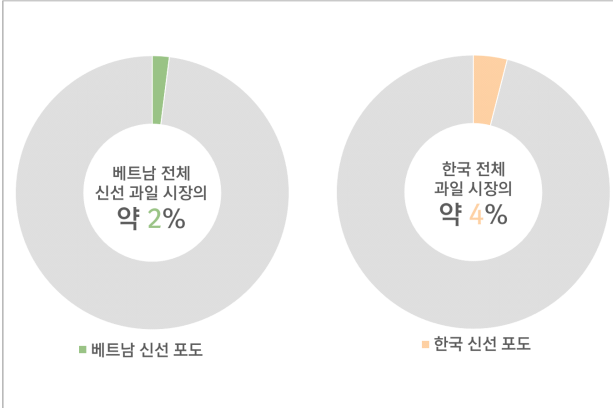
Summary

■ 주요 분석



	베트남	한국
과일 시장규모	9조 원	4조 8,000억 원
포도 시장규모	2,064억 원	1,910억 원
수입액		점유율
베트남 대한민국 포도 수입 현황	71억 원	7%

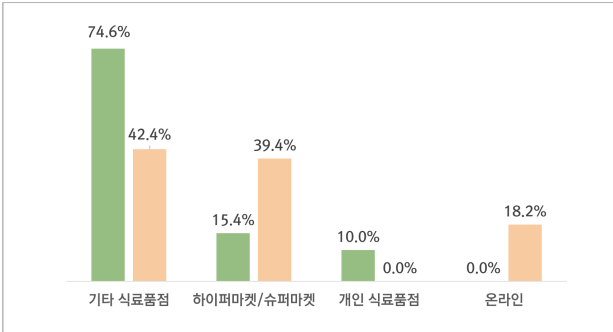
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	- 주요 유통채널 쿠팡, 빈마트 - 슈퍼마켓 내 신선식품, 정부의 거리두기 규제에 품귀 현상
아시안마트	- 주요 유통채널 케이마트 및 오케이마트 - 국내산 지역 특산 과일, 한인마트에서 완판
유기농매장	- 주요 유통채널 에코푸르츠 및 향시우찬 - 베트남 주요 과일 재배지 속짱, 유기농 재배로 전환

■ 진입장벽

인증	강제 인증 없음 HACCP, ISO 22000, GMP 등 선택 활용
라벨링	'신선 과일 포도에 관한 국가표준 TCVN 10743:2015'에 따른 라벨링 규정 준수
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/잔류농약

■ 수입·유통업체 평가

선호 원산지	- 샤인머스켓 주요 원산지는 '한국' 및 '일본' - 해당 원산지는 포도 품질을 의심하지 않으며, 가격이 저렴하지 않아도 구매하는 경우 많음
선호 인증	VietGAP 인증 취득 제품을 유통업자가 선호
적합 소비자가격	0.5kg당 20~30만 동 - 일반 소비자, 40만 동 미만 가격대가 적합함

■ 요약

Point 01.	- 베트남 포도 시장규모는 한국의 약 2배, 베트남 포도 수입액 중 대한민국 수입 비중은 약 7%임 - 국내산 지역 특산 과일이 베트남 소재 한인마트에서 완판된 것으로 나타남
Point 02.	- 베트남 샤인머스켓 주요 원산지는 '한국' 및 '일본'으로 나타남 - 베트남 유통업자가 선호하는 샤인머스켓 취득 인증으로 VietGAP 인증이 언급됨

II. 시장규모

1. 베트남 과일 시장규모
2. 베트남 포도 시장규모
3. 베트남 과일 시장점유율
4. 베트남 샤인머스켓 수입규모

1. 베트남 과일 시장규모

베트남 국가 일반 정보¹⁾

면적	33.1만km ²
인구	9,646만 명
GDP	3,295억 달러
GDP (1인당)	3,416달러

▶ 2020년 베트남 과일 시장규모, 9조 원

베트남 과일 시장규모는 2016년부터 2020년까지 5년간 연평균 17%씩 성장하여 2020년 약 9조 원을 기록함. 이는 베트남 중산층 소득 증대에 따라 신선 과일 수요가 증가했기 때문임. 2020년 베트남 과일 시장규모는, 연평균 1%씩 성장하여 2020년 4조 8,000억 원을 기록한 한국 과일 시장의 약 2배 규모를 보임

▶ 베트남 과일 시장규모, 향후 5년간 13%씩 성장 예상

베트남 과일 시장규모는 2025년까지 연평균 13%의 성장률을 보이며 약 16조 2,000억 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 유로모니터에 따르면²⁾, 베트남 경제 성장과 더불어 코로나19 사태 완화 후 관광 산업 활성화, 건강 및 웰빙에 대한 소비자 관심 증대로 인해 베트남 과일시장 규모가 지속적으로 성장할 것으로 보임

[표 2.1] 베트남 '과일' 시장규모³⁾⁴⁾



1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Fruits in Vietnam」, 2021.01

3) 100동=4.91원(2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

4) 환산된 데이터(단위: 동, 원)는 모두 반올림됨

5) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 베트남 포도 시장규모

▶ 2020년 베트남 포도 시장규모, 2,064억 원

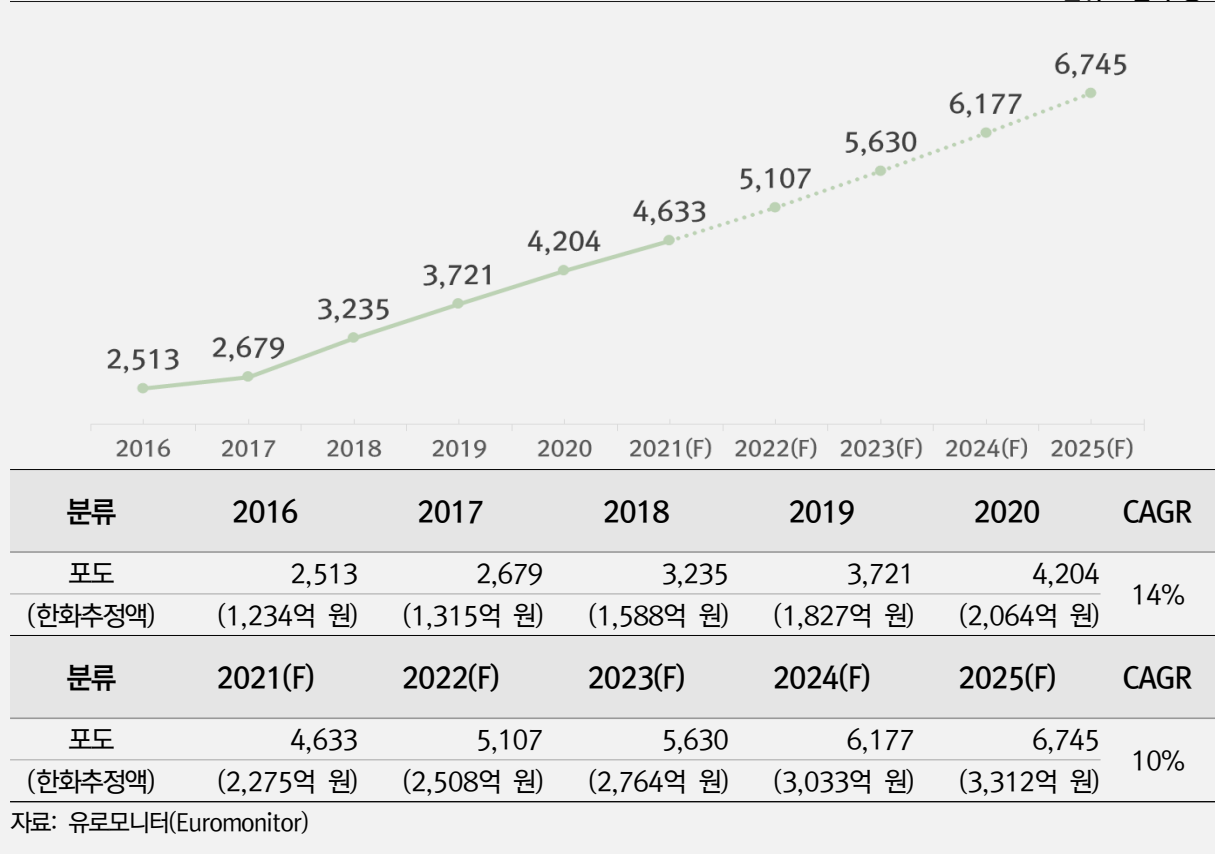
베트남 포도 시장규모는 2016년부터 2020년까지 5년간 연평균 14%의 성장세를 보이며 2016년 약 1,234억 원에서 2020년 2,064억 원까지 증가함. 한국 내 포도 시장규모는 2016년 1,700억 원에서 연평균 3%씩 증가하여 2020년 1,910억 원으로 집계됨. 그 결과, 2020년 처음으로 두 국가의 포도 시장규모가 역전됨

▶ 베트남 포도 시장규모, 향후 5년간 10% 성장 예상

베트남 포도 시장규모는 향후 2025년까지 연평균 10%씩 꾸준히 성장하여 약 3,312억 원까지 증가할 것으로 보임. 이는 2025년 2,500억 원에 이를 것으로 보이는 한국 포도 시장규모를 크게 앞지른 수준임

[표 2.2] 베트남 '포도' 시장규모⁶⁾⁷⁾

단위 : 십억 동



6) 자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 환산된 데이터(단위: 동, 원)는 모두 반올림됨

3. 베트남 과일 시장점유율

▶ 포도, 베트남 과일 시장 점유율 2%로 7위 차지

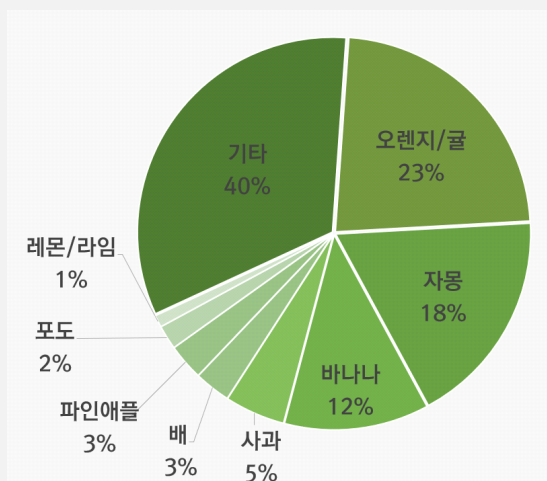
베트남 과일 시장(약 9조 원)과 한국 과일 시장(약 5조 원) 세부 시장을 비교하였을 때, ‘오렌지/귤’ 점유율이 베트남은 전체 과일 시장의 23%, 한국은 전체 과일 시장의 18%로 모두 1위를 기록함. 반면 베트남은 한국과 달리 베트남에서 재배가 어려운 ‘사과’, ‘딸기’의 점유율이 낮으며, ‘포도’의 시장점유율 또한 2%로 7위를 차지해 비교적 낮은 수준으로 확인됨

이에 맞추어 한국에서 베트남으로 수출되는 주요 신선 과일은 ‘배’, ‘딸기’, ‘사과’, ‘포도’로 집계되었으나, 현재까지 베트남 신선 포도 시장은 ‘베트남 현지산’과 ‘미국산 포도’가 주류를 이루고 있음⁸⁾

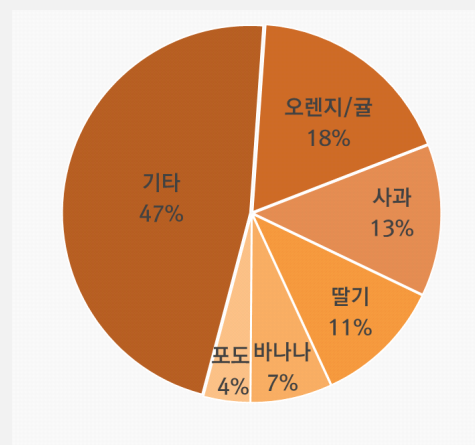
[표 2.3] 2020년 베트남, 한국 ‘과일’ 시장 점유율⁹⁾¹⁰⁾

단위 : 백분율(%)

베트남 과일 세부 시장



한국 과일 세부 시장



분류	과일					
베트남	오렌지/귤	자몽	바나나	사과	포도	기타 ¹¹⁾
	23	18	12	5	2	40
한국	오렌지/귤	사과	딸기	바나나	포도	기타 ¹²⁾
	18	13	11	7	4	47

자료: 유로모니터(Euromonitor)

8) 자료: 코트라 해외시장뉴스, 베트남 신선 과일 시장 동향, 2020.05

9) 자료: 유로모니터(Euromonitor)

10) 시장점유율 순위 상위 4개와 포도로 세부 시장을 간소화한 그래프

11) 체리, 크랜베리/블루베리, 키위, 레몬/라임, 복숭아, 배, 파인애플, 자두, 딸기, 기타를 모두 합한 값

12) 체리, 크랜베리/블루베리, 자몽, 키위, 레몬/라임, 복숭아, 배, 파인애플, 자두, 기타를 모두 합한 값

4. 베트남 샤인머스켓 수입규모

HS CODE 0806.10

조식제품 '샤인머스켓'은 '포도'로
규정된 제0806호에 속하며,
그중에서 산산에 해당하는 HS
CODE 0806.10을 지표로 선정함

▶ 2016-20년 베트남 對글로벌 수입액 연평균성장률 19%

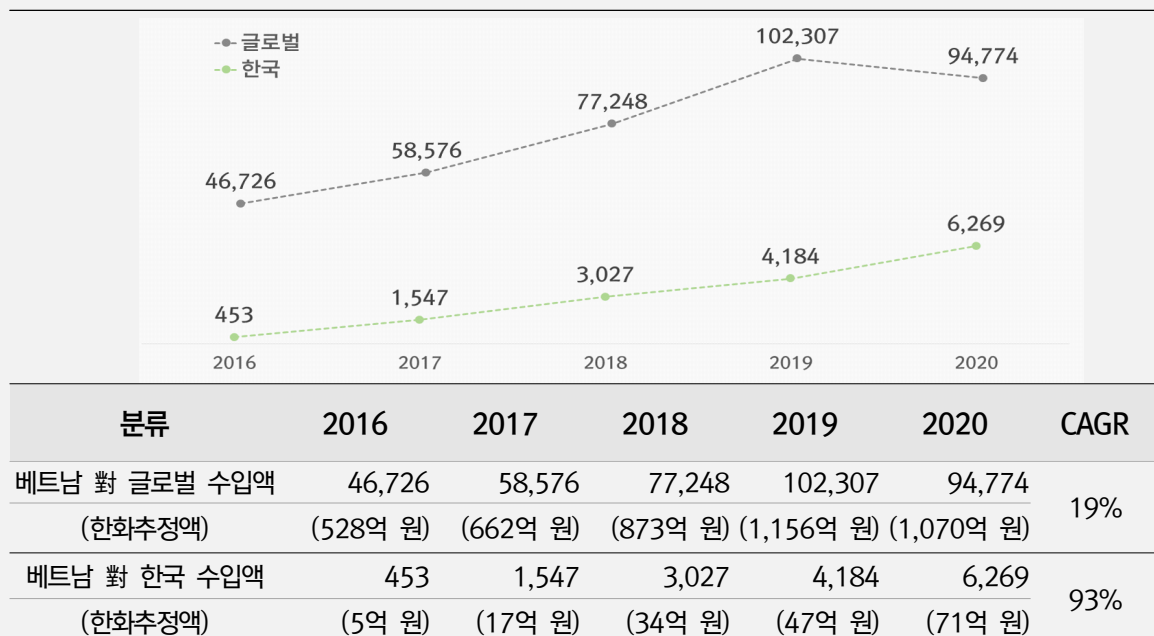
베트남 HS CODE 0806.10 품목의 對글로벌 수입규모는 베트남 소비자들의 새로운 과일에 대한 선호 증가 및 과일 고급화 트렌드로 인해 지난 5년간 연평균 19%씩 증가하였으나, 2020년 전년 대비 7% 감소한 1,070억 원을 기록하며 주춤한 성장세를 보임. 코로나19 사태 이후 베트남 현지 과일의 수출 감소로 인한 단가 하락과 베트남 정부의 국산품 소비 장려 캠페인으로 현지 과일 수요가 증가한 것이 원인으로 보임. 그러나 베트남의 자유 무역 협정 확대 등의 요인으로 향후 성장세를 회복할 것으로 예측됨¹³⁾

▶ 2016-20년 베트남 對한국 수입액 연평균성장률 93%

베트남 HS CODE 0806.10 품목의 對한국 수입규모는 지난 5년간 연평균 93% 성장하여 2020년에 약 71억 원을 기록함. 2020년 베트남 對글로벌 수입액을 기준으로 미국(477억 원, 45%)과 호주(272억 원, 25%)가 각각 1위, 2위를 차지하였으나 전년 대비 수입규모는 모두 감소함. 반면 한국은 꾸준한 성장세를 유지하여 점유율 7%로 5위를 차지함

[표 2.4] 베트남 HS CODE 0806.10 수입규모¹⁴⁾¹⁵⁾¹⁶⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 0806.10 기준

13) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Fruits in Vietnam」, 「Fresh Food in Vietnam」, 2021.01

14) 자료: ITC(International Trade Centre)

15) 1달러=1,129.50원 (2021.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

16) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

III. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 베트남 인기 포도 품종 1위 청포도, 샤인머스켓 4위
2. 베트남 포도 맛, '신선한' 빈출 키워드 1위, '아삭한' 4위
3. 베트남 판매 포도 원산지, '미국산' 1위, '한국산' 6위
4. 베트남 포도 홍보문12구, '씨', '큰' 관련 키워드 빈출
5. 베트남 샤인머스켓 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 베트남 온라인매장 입점 샤인머스켓

- 데이터 수집 키워드 : 포도(Nho) / 샤인머스켓(Nho Mẫu Đơn)
- 데이터 수집량 : 105건
- 데이터 수집원 : 베트남 온라인쇼핑몰

▶ 베트남 온라인매장 입점 샤인머스켓 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 포도 품종 ② 맛 ③ 원산지 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/베트남어)		빈도	키워드 (국문/베트남어)		빈도
포도 품종	청포도	Nho Xanh	27	샤인머스켓	Nho Sĩa / Nho Mẫu Đơn	4
	적포도	Nho Đỏ	24	거봉	Nho Đen	3
	문드랍	Ngón / Giọt Trắng	8	스윗글로브	Địa Cầu	2
원산지	미국	Mỹ	41	한국	Hàn Quốc	5
	베트남	Tiếng Việt	33	남아공	Cộng Hoà Nam Phi	4
	중국	Trung Quốc	13	프랑스	Pháp	3
	호주	Úc /Úc Nam	12	일본	Nhật	2
	뉴질랜드	New Zealand	8	(-)	(-)	(-)
맛	신선한	Tươi	61	아삭한	G giòn	23
	달콤한	Ngọt	46	단단한	Cứng quả / Cứng /Chăm	7
	향긋한	Thơm	24	우유 맛의	Sữa	3
홍보문구	씨	Hạt	32	건강한	Khỏe Ngon	11
	큰	To	19	콜레스테롤	Cholesterol	7
	비타민	Vitamin	18	고가의	Dụng Mắc	3
	수입산	Nhập	12	레스베라트롤	Resveratrol Giàu	2

1. 베트남 인기 포도 품종 1위 ‘청포도’, ‘샤인머스켓’ 4위

▶ 베트남 인기 포도 품종 ‘청포도’, 빈출 키워드 1위

- 청포도 관련 키워드 27건
- 씨없는 청포도 종인 스위트글로브 관련 키워드도 2건

▶ 일명 ‘우유 포도’, ‘샤인머스켓’ 관련 키워드 4건

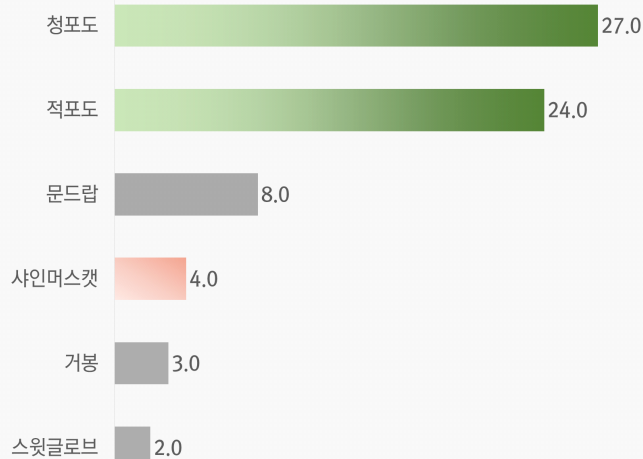
- 샤인머스켓, 베트남에서 선물용 과일로 인기¹⁷⁾
- 한국산 샤인머스켓, 미국산 대비 높은 가격대 형성에도 인기¹⁸⁾

▶ 다양한 수입 품종 판매 중

- 이국적인 문드랍(핑거) 포도, 관련 키워드 8건
- 한국산 거봉, ‘블랙 포도’ 또는 ‘교호 포도’라는 이름으로 판매 중

1위 청포도		3위 문드랍		4위 샤인머스켓	
					
원산지	수입산(국가 정보 없음)	원산지	미국	원산지	한국
가격	4.5kg/ 129만 9,000동(63,781원) ¹⁹⁾	가격	4.5kg/ 105만 동(51,555원)	가격	한 송이/ 65만 동(31,915원)

[표 3.1] 베트남 판매 포도 품종 관련 키워드



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘포도’ 관련 게시물 105건 분석

17) 자료: KATI농식품수출정보

18) 자료: KATI농식품수출정보

19) 100동=4.91원(2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 베트남 포도 맛, ‘신선한’ 빈출 키워드 1위, ‘아삭한’ 4위

▶ ‘신선한’, ‘달콤한’ 각각 빈출 키워드 1, 2위

- ‘신선한’ 관련 키워드 61건
- 수입산도 국제 항공 배송으로 ‘신선한 품질 유지’ 홍보
- ‘달콤한’도 빈출 키워드, 46건

▶ 포도 맛 묘사로 생소한 키워드 ‘아삭한’, 빈출 키워드 4위

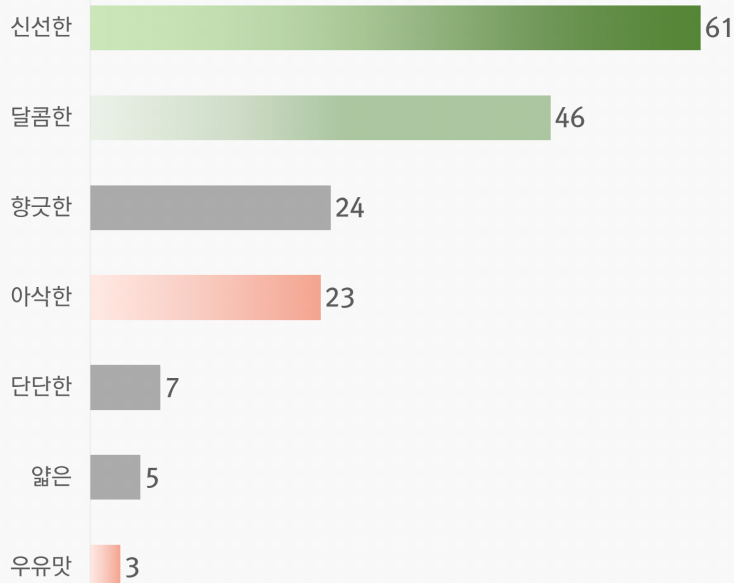
- ‘아삭아삭한’, ‘적당한 아삭함’ 등으로 포도 맛 표현
- 영문 번역은 ‘바삭바삭한(crispy)’임

▶ ‘우유’ 맛 키워드 3건, 샤인머스켓 맛 설명에 주로 사용

- 일명 우유 포도라 불리는 샤인머스켓, ‘우유 맛이 난다’는 주 설명

1위 신선한		4위 아삭한		7위 우유 맛	
					
품종	스윗글로브	원산지	씨 없는 적포도	원산지	샤인머스켓
원산지	남아프리카공화국	원산지	미국	원산지	한국
가격	1박스/ 19만 9,000동(9,771원)	가격	2kg/ 8만 9,000동(4,370원)	가격	1박스/ 115만 동(56,465원)

[표 3.2] 베트남 판매 포도 맛 관련 키워드



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘포도’ 관련 게시물 105건 분석

3. 베트남 판매 포도 원산지, ‘미국산’ 1위, ‘한국산’ 6위

▶ 미국산 포도, 관련 키워드 41건으로 1위

- 적포도, 문드랍, 스위트글로브 등 다양한 미국산 포도 온라인 판매

▶ 베트남 내, 호주산 포도 수요 지속적 증가

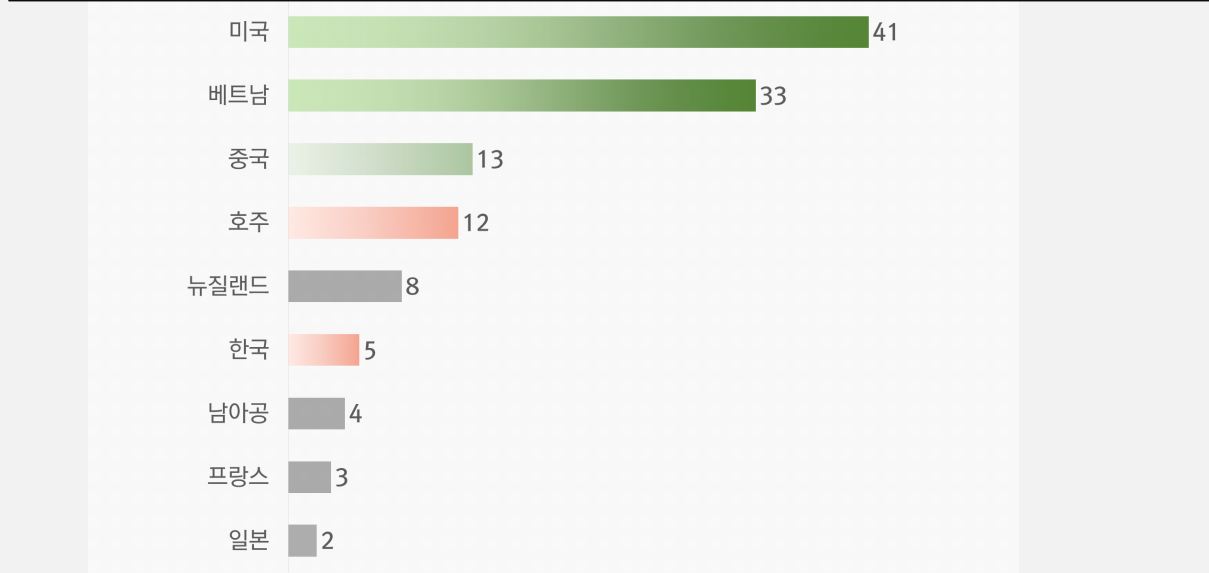
- 2019년 기준 베트남, 호주산 포도 수입 전세계 7위²⁰⁾

▶ ‘한국산’, 관련 키워드 5건

- 한국산 거봉 & 샤인머스켓, 고가로 주로 중산층 소비²¹⁾

1위 미국산		4위 호주산		6위 한국산	
					
품종	씨 없는 거봉	품종	씨 없는 크림슨 포도	품종	거봉
가격	1kg/ 12만 5,000동(6,138원)	가격	9kg/ 99만 9,000동(49,051원)	가격	1송이/ 25만 동(12,275원)

[표 3.3] 베트남 판매 포도 원산지 관련 키워드



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘포도’ 관련 게시물 105건 분석

20) 브이아이알(VIR), 「Vietnam grows as key importer of Australian grapes」, 2019.02

21) 자료: KATI농식품수출정보

4. 베트남 포도 홍보문구, ‘씨’, ‘큰’ 관련 키워드 빈출

▶ ‘씨’의 유무에 관한 키워드 32건으로 1위

- 베트남 소비자, 씨 없는 품종 선호²²⁾
- 한국산 거봉도 온라인매장에 ‘씨가 1,2개 밖에 없다’로 홍보 중

▶ ‘큰’ 포도 관련 키워드도 빈출

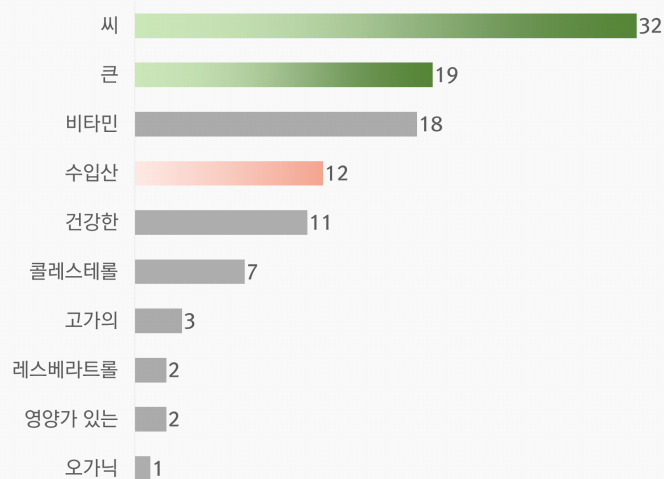
- 사이즈가 큰 포도, ‘초대형 XL’, ‘VIP 상품’ 등으로 홍보 중
- 크기 강조 위해 제품 사진에 포도 잡고 있는 손 촬영

▶ ‘수입산’, 빈출 키워드 4위

- 베트남 소비자, 저렴한 가격에 판매되는 중국산 포도 제외, 수입산 포도에 대한 신뢰도 높음²³⁾

1위 씨		2위 큰		4위 수입산	
					
품종	씨없는 적포도	품종	샤인머스켓	품종	적포도
원산지	미국	원산지	한국	원산지	남아프리카공화국
가격	2kg/ 8만 9,000동(4,370원)	가격	1송이/ 65만 5,000동(32,161원)	가격	4.5kg/ 39만 9,000동(19,591원)

[표 3.4] 베트남 판매 포도 홍보문구 관련 키워드



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘포도’ 관련 게시물 105건 분석

22) 자료: KATI농식품수출정보

23) 자료: KATI농식품수출정보

5. 베트남 샤인머스켓 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 신선하게 특급 배송되는 비타민 가득한 샤인머스켓

- 빠른 국제 항공 배송으로 베트남산 포도만큼 신선함 강조
- 홍보문구 키워드 5위 ‘건강한’ 참조, 충분한 비타민 함유 강조

▶ 컨셉 ② _ 씨없고 달콤한 샤인머스켓

- 베트남 판매 샤인머스켓, 대부분 ‘우유 맛’으로 설명
- ‘달콤한 우유 맛’이 난다는 홍보 문구 활용
- ‘씨 없음’ 강조

▶ 컨셉 ③ _ 껍질이 얇아 아삭한 씨없는 샤인머스켓

- 베트남 포도 온라인매장 판매자, ‘껍질이 얇다’는 점 강조
- 맛 키워드 ‘얇은’ & ‘아삭한’ 결합한 홍보문구 활용

맛	원산지	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
신선한 (tươi)	(베트남)	(비타민)	6건	→ 빠른 국제 항공 배송으로 [베트남산] 포도만큼 [신선하고] 충분한 [비타민]을 공급해주는 한국산 샤인머스켓
달콤한 (ngọt)	(-)	(씨없는)	4건	→ [달콤한] 과즙이 톡톡 터지는 [씨없는] 샤인머스켓
신선한 (tươi)	(-)	(씨없는)	3건	→ [신선하게] 특급 배송되는 [씨없는] 샤인머스켓
신선한 (tươi)	(미국)	(큰)	3건	→ [미국산] 샤인머스켓보다 [큰] [신선한] 특대 사이즈 한국산 샤인머스켓
아삭한 (giòn)	(-)	(씨없는)	3건	→ 껍질이 얇아 [아삭하게] 씹히는 [씨없는] 샤인머스켓

★ 결합 키워드 발생량 : 맛/원산지/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 베트남 샤인머스켓 유통채널 비교
2. 베트남 샤인머스켓 유통채널 특징

1. 베트남 샤인머스켓 유통채널 비교

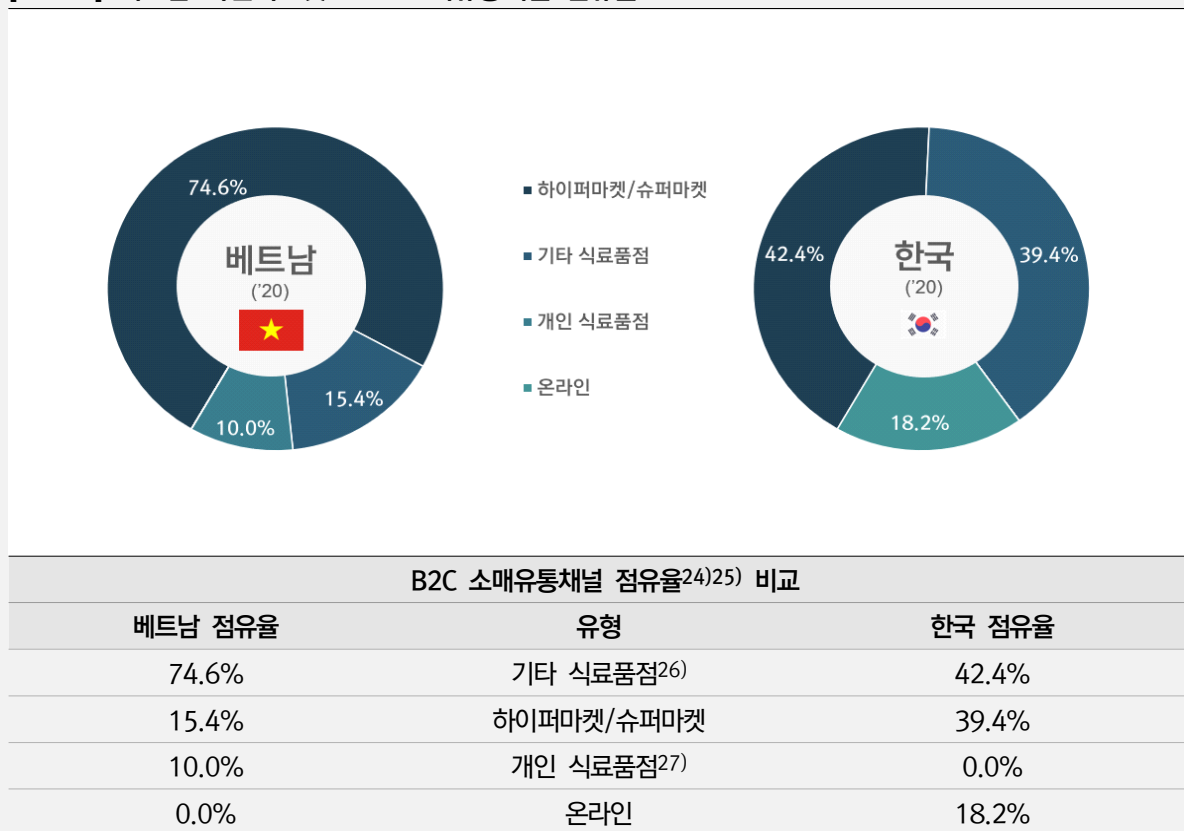
▶ 베트남 샤인머스켓 유통채널, 기타 식료품 채널 점유율 한국보다 월등히 높아

2020년 샤인머스켓 유통채널 중 베트남의 ‘기타 식료품점’ 유통채널 점유율은 74.6%로 한국의 42.4%보다 월등히 높은 것으로 나타났으며, 기타 식료품점은 ‘재래시장’을 포함함. 베트남 샤인머스켓 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 점유율은 15.4%로 39.4%인 한국 대비 낮은 반면, 베트남의 샤인머스켓 유통은 ‘개인 식료품점’ 부문에서 0% 점유율을 지닌 한국과는 달리 10%를 점유하며 차이를 보임

▶ 베트남 샤인머스켓 온라인 유통, 아직 초기 단계 수준

베트남 샤인머스켓 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 0%로, 한국의 온라인 채널 점유율인 18.2% 대비 초기 단계 수준인 것으로 나타남. 결과 원인으로서는 신선도가 중요한 과일 및 신선식품의 특징 때문에 베트남 소비자들이 온라인 채널을 외면하고 있는 것으로 분석됨

[표 4.1] 베트남 샤인머스켓 B2C 소매유통채널 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

24) 2020년 기준, 베트남 및 한국 ‘신선식품(Fresh Food)’의 B2C 소매유통채널 점유율임

25) ‘샤인머스켓의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘신선식품(Fresh Food)’의 정보를 확인함

26) 본 보고서에서 기타 식료품점은 재래시장을 포괄함

27) 본 보고서에서 개인 식료품점은 아시안마트와 유기농매장을 포괄함

2. 베트남 샤인머스켓 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

● 박화산 매장 전경(*21)



사진자료:베트남익스프레스

▶ 베트남 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 콤파트 및 빈마트

베트남 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체는 사이공유니온(Saigon Union), 마산(Masan), 센트럴리테일코퍼레이션(CRC), 모바일월드JSC(Mobile World JSC), 롯데그룹(Lotte Group) 등이 있음. 사이공유니온은 2020년 베트남 새싹보리 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액인 106조 3,350억 동(약 5조 2,210억 원)²⁸⁾의 34.6%를 점유했으며, 산하에 콤파트(Coop Mart)와 콤파드(Coop Food) 등의 브랜드를 보유하고 있음. 마산은 2020년 전체 매출액의 18.7%를 점유했으며, 산하에 빈마트(Vinmart), 빈마트+(Vinmart+) 등의 브랜드를 두고 있음. CRC는 2020년 전체 매출액의 18.2%를 점유했으며, 산하에 빅씨(Big C), 빅씨쇼퍼스(Big C Shoppers) 등의 브랜드를 두고 있음

▶ 베트남 슈퍼마켓 내 신선식품, 정부의 거리두기 규제에 품귀 현상²⁹⁾

코로나19 여파로 베트남 정부가 외출 자제, 5인 이상 집합 금지, 타인과 2미터 이상 거리두기 등 새로운 거리두기 규제를 발표하면서 발표날부터 규제 적용 직전일까지 슈퍼마켓의 판매율이 급격히 증가함. 그중, 특히 축산품과 과일, 야채 등 신선식품에 대한 판매가 급증했음. 콤파트와 빈마트 등 베트남 내 슈퍼마켓들은 신선한 야채와 과일, 축산품이 당일 매진되는 현상이 발생하여 재고부족에 시달리고 있다고 전함

[표 4.2] 베트남 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20)	산하 주요 브랜드
1	사이공유니온(Saigon Union)	34.6%	콤파트(CoopMart), 콤파드(CoopFood)
2	마산(Masan)	18.7%	빈마트+(Vinmart+), 빈마트(Vinmart)
3	센트럴리테일코퍼레이션 (CRC, Central Retail Corporation)	18.2%	빅씨(Big C), 빅씨쇼퍼스(Big C Shoppers)
4	모바일월드JSC (Mobile World JSC)	12.6%	박화산(Bach Hoa Xanh)
5	롯데그룹(Lotte Group)	5.9%	롯데마트(Lottemart)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

28) 100동=4.91원 (2021.07.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

29) 자료: 바이엔익스프레스(Vnexpress)

2) 아시안마트

베트남 케이마켓 매장 전경



사진자료: 아시아통신

▶ 베트남 주요 아시안마트, 케이마켓 및 오케이마트

2020년 베트남 사인머스켓 B2C 소매 유통채널 중 아시안마트가 포함된 개인 식료품점의 점유율은 10%로, 한국 점유율(0%)에 비해 높은 편임. 한인마트를 포함한 베트남 내에서 다양한 동양 식품의 주요 유통채널 중 하나로, 베트남 주요 아시안마트 업체로는 케이마켓(K-market), 오케이마트(OK-mart), 스카이마트(Sky-mart) 등이 있음. 케이마켓은 베트남 전역에 약 100개의 점포를 운영 중인 ‘현지인 타겟형’ 매장임. 오케이마트는 베트남 남부지역에 12개의 점포를 운영하고 있으며, 한국제품 약 70%의 유통판매를 담당하고 있는 것으로 나타남

▶ 국내산 지역 특산 과일, 베트남 한인마트에서 완판³⁰⁾

국내 지자체에서 베트남 한인마트에 수출한 국내 지역특산품인 딸기 195 상자가 현지에서 사흘 만에 완판되었음을 전함. 농업법인회사 곡성멜론은 국내외 소비시장이 코로나19 여파로 위축되자, 베트남 신규 한인마트 거래처를 발굴해 올해 처음으로 수출을 성공적으로 진행한 것으로 나타남. 베트남 내 한국산의 고급 이미지와 지역특산품이 가지는 장점들이 베트남 현지에서 좋은 반응을 이끌어낸 것으로 분석되며 해당 전례는 타 기업들의 국내산 지역특산과일의 수출에 도움이 될 것으로 예상됨

[표 4.3] 베트남 주요 아시안마트 업체

순번	기업명	설립연도	보유 점포 수 ('20)	주요 거점
1	케이마켓(K-market)	2006	약 100개	베트남 전역
2	오케이마트(OKmart)	2016	약 12개	베트남 남부 지역
3	스카이마트(Skymart)	2005	약 11개	호치민

30) 자료: 연합뉴스(Yonhapnews)

3) 유기농매장

유기농 재배중인 속짱시 농부



사진자료: VNS

▶ 베트남 주요 유기농매장, 에코푸르츠와 향시우찬

베트남 내 주요 유기농매장으로는 에코후르츠(Ecofruits)와 향시우찬(Hang Sieu Chuan)이 있음. 에코후르츠는 베트남뿐만 아니라 전세계적으로 매장을 보유한 유기농전문 유통채널로, 베트남 내 3개 점포를 운영 하고 있음. 유기농 과일을 주로 판매하며, 도매단위 수출입과 더불어 고객에게 일정 금액 이상 구매 시 무료배송 서비스를 제공 중임. 향시우찬은 오프라인 매장이 없는 온라인 전문 유기농매장이며, 다양한 유기농 브랜드 제품을 포함해 자체제작 유기농제품 또한 판매 중임

▶ 베트남 속짱시 과일 재배지, 유기농 재배로 전환³¹⁾

베트남 내 과일 재배지역인 속짱(Thành Phố Sóc Trăng)시의 과일 재배가 유기농 재배로 전환될 예정임. 해당 지역은 지역 기관들의 도움에 힘입어 유기농 재배가 가능해진 것으로 알려짐. 해당 지역 기관들은 농부들에게 유기농 비료 사용법 및 화학비료 줄이기에 대한 교육을 시행했으며 이에 따라 많은 농부들이 유기농 비료와 농법을 사용하기 시작함. 유기농 재배를 시작한 과일의 품목은 오렌지, 자몽, 망고, 사과, 두리안, 망고스틴 그리고 용안 등으로 대부분 비교적 값비싼 과일들임

[표 4.4] 베트남 주요 유기농매장 업체

순번	기업명	설립연도	보유 점포 수('20)	주요 거점
1	에코푸르츠(Ecofruits)	2003년	약 3개	하노이
2	향시우찬(Hang Sieu Chuan)	-	온라인 매장	하노이 ³²⁾

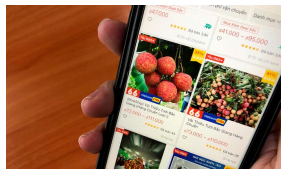
자료: 기업 홈페이지

31) 자료: 베트남뉴스(VNS)

32) 온라인 매장으로 운영되나, 본사 하노이 위치

4) 온라인 쇼핑물

베트남 온라인 쇼핑물



사진자료:
브이엔익스프레스(Vnexpress)

▶ 베트남 주요 온라인 식품유통채널, JSC 및 티키

베트남 주요 온라인 유통채널은 비에텔(Viettel), 티키(Tiki) 등이 있음. 비에텔은 2020년 베트남 온라인 전체 매출액인 75조 6,970억 동(약 3조 7,170억 원)의 20.9%를 점유했으며, 산하에 보소(Voso) 브랜드 1개를 보유하고 있음. 티키(Tiki)는 2020년 베트남 온라인 전체 매출액의 10.1%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 베트남 식품들의 코로나19 구원로는 온라인 마켓, 신선식품은 '해당 없음'³³⁾

코로나19의 여파로 베트남 정부는 감염율이 높아 봉쇄된 박장시(Thành phố Bắc Giang)의 농부들을 돕기 위해 쇼피(Shopee), 티키, 센도(Sendo) 등 온라인 쇼핑몰과의 협력을 통해 배송 서비스 등에서의 지원을 시작함. 베트남의 전자 상거래는 근 몇년 사이 두 자릿수 성장을 이뤘으며, 따라서 베트남 정부는 해당 협력으로 박장시 농부들을 도울 수 있을 것으로 예상했지만 박장시 농부들이 해당 채널을 사용하지 않아 실패로 남게 되었음. 코로나19 이후 일반 식품을 비롯한 제품들의 온라인 판매가 빈번하게 이루어졌던 것을 기반으로 베트남 정부가 신선식품에도 이를 적용하려고 했으나, 베트남 내 인터넷 보급률이 도시에 집중되어 있어 농부들의 '디지털화'가 충분히 이루어지지 않아 온라인으로 과일을 파는 것을 여전히 낯설어하는 것으로 분석됨

[표 4.5] 베트남 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20)	산하 주요 브랜드
1	비에텔(Viettel)	20.9%	보소(Voso)
3	티키(Tiki)	10.1%	티키(Tiki)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

33) 자료: 브이엔익스프레스(Vnexpress)

5) 기타 유통채널

▶ 베트남 재래시장

베트남을 비롯한 동남아 국가들의 특성상, 지역 전통시장 및 재래시장이 식품류 유통에 가장 큰 점유율을 가지고 있는 것으로 나타남. 베트남 또한 신선식품의 B2C 유통판매 중 기타 식료품점이 74.6%를 점유하고 있으며 재래시장과 전통시장은 기타 식료품점에 포함됨. 재래시장 내 판매중인 신선 과일의 경우, 값이 저렴한 베트남 현지 생산품과 중국산 식품들이 대부분의 제품을 차지하고 있으며 한국산을 비롯한 수입산 과일들은 이들 대비 가격경쟁력을 갖추고 있지 않아, 판매가 되지 않는 것으로 나타남

소득수준 ‘중하위국가’로 분류되는 베트남의 1인당 국민소득 수준은 2,715달러(약 306만 6,600원³⁴⁾)로, 많은 소비자들이 식품 구입 시 방문하는 베트남의 재래시장은 가격을 중요시하는 ‘가격시장’임. 따라서 재래시장 내 경쟁력을 갖추기 위해서는 가격을 최대한 고려해야 할 것으로 예상되며, ‘고급화’를 세일즈 포인트로 잡을 경우 재래시장이 아닌 하이퍼마켓/슈퍼마켓 등 현대 유통채널을 이용해야 할 것으로 예상됨

[표 4.6] 베트남 유통채널 현황

채널 유형	베트남 과일 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매채널	기타 식료품점	74.6%	각 지역 재래시장
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	15.4%	쿵마트(Coop Mart), 롯데마트(Lottemart), 빈마트(Vinmart)
	개인 식료품점	10.0%	케이마켓(K-market), 오케이마트(OK-mart), 에코푸르츠(Ecofruits)
	온라인	0.0%	보소 (Voso), 티키 (Tiki)

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

34) 1달러=1129.50원 (2021.07.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

V. 온라인 유통채널

1. 베트남 샤인머스켓 온라인 유통채널 종합분석
2. 베트남 샤인머스켓 주요 온라인 유통채널

1. 베트남 샤인머스켓 온라인 유통채널 종합분석

▶ 베트남 소비자 신선 과일 구매, 온라인 유통채널보다 슈퍼마켓 전용 온라인몰 이용

베트남 내 가장 큰 온라인 쇼핑몰 중 식품을 다루는 보소(Voso)와 티키(Tiki) 조사 결과, 두 곳 모두 신선 과일은 판매하고 있지 않으며, 대신 건조 혹은 씨앗 형태로 판매 중임. 베트남 내 대형 슈퍼마켓들은 자사 온라인몰을 보유하고 있으며 소비자들은 온라인 유통채널보다 슈퍼마켓 전용 온라인몰을 선호함. 하이퍼마켓/슈퍼마켓 자사 온라인 쇼핑몰에서는 신선 과일 구매가 가능하나 실제 매장과 동일한 한 가지 제품만 판매 중임

▶ 베트남 소비자 신선식품 구매는 오프라인 유통채널 선호, ‘옴니채널형’ 매장 고려 가능

베트남 소비자들은 가공식품의 경우 온라인을 통해 구매하는 것을 선호하며, 신선식품은 오프라인에서 직접 품질을 확인한 후 구매하는 것을 선호하는 것으로 나타남. 베트남에서 가장 규모가 큰 온라인 식품 유통채널로는 보소와 티키 등이 있으나 신선 제품은 판매하고 있지 않는 것으로 나타남. 따라서 신선 제품인 샤인머스켓의 경우, 온라인 쇼핑몰을 통한 제품 유통은 진출의 유인이 없는 것으로 분석됨. 온라인 판매 고려 시, 다수의 하이퍼마켓/슈퍼마켓들의 오프라인 매장과 온라인 매장을 동시에 운영하는 ‘옴니채널형’ 매장이 용이할 것으로 예상됨

[표 5.1] 베트남 샤인머스켓 온라인 유통매장 종합분석

매장명	포도 취급 여부 ³⁵⁾	신선 과일 취급 여부 ³⁶⁾
보소(Voso)	X	X
티키(Tiki)	X	X

자료: 온라인 유통매장 조사 결과

35) ‘샤인머스켓’의 검색결과 전무하여, 상위 카테고리인 ‘포도’로 검색

36) ‘포도’의 검색 결과 전무하여, 상위 카테고리인 ‘신선 과일’로 검색

2. 베트남 샤인머스켓 주요 온라인 유통채널 ① 보소

기업 기본 정보	기업명	보소(Voso)			
	홈페이지	www.voso.vn			
	업태	온라인 종합 쇼핑몰			
	개요	방문자수(최근 1개월)	25만 명		
		앱다운로드수('20)	500회		
매출('20)		약 15조 1,390억 동 (약 7,430억 원)			
	운영방식	온라인마켓			
매장 운영 정보	홈페이지 정보	해외 판매	Voso Global을 통해 해외판매 가능		
		검색 방식	카테고리 및 브랜드 검색		
주요 프로모션 정보					
	포인트 적립, '오늘의 제안' 품목 할인 이벤트, 플래시 세일 등 다양한 프로모션 진행				
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통해 셀러 정보 등록 - 아래 웹 주소에 양식대로 정보 기입 후 셀러 계정 생성 (https://tintuc.voso.vn/huong-dan-kiem-tien-cung-voso) - 해당 웹 주소에서 주문 진행 과정까지 확인 가능 • 메일 또는 우편을 통한 제품 등록. - 홈페이지 하단에 공급자를 위한 컨택 양식 다운로드 - 양식에 맞게 서류 작성 후 이메일 또는 우편으로 송부 - 컨택 양식 필수 기입 정보 ① 인적사항(담당자명, 담당 회사, 전화번호, 주소, 은행 계좌번호, 수혜자 등) ② 공급 상품 리스트상품 품목 코드(commodity codes) 작성 필수 ③ 공급 제품 상세 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ④ 참고자료			

자료: 보소(Voso), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 보소(Voso)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 보소(Voso)
사진 자료: 보소(Voso)

② 티키

기업 기본 정보	기업명	티키(Tiki)		
	홈페이지	www.tiki.vn		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문자수(최근 1개월)	180만 명	
		앱다운로드수('20)	10만 회	
매출('20)		약 8조 3,570억 동 (약 4,100억 원)		
운영방식		온라인마켓		

매장 운영정보	홈페이지 정보	해외 판매	해외판매 불가능
		검색 방식	카테고리 및 브랜드 검색

주요 프로모션 정보			
	여름 세일 '오늘의 제안' 품목 할인 이벤트, 플래시 세일 등 다양한 프로모션 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지에서 직접 문의 - 입점 절차는 크게 가입 및 계약서 작성, 필요정보 등록, 홈페이지에 제품 등록, 3가지 단계로 이루어져 있음 - 정책 및 규정 확인 후 안내된 절차 따라 입점 문의 - Register Today 클릭하여 필요정보 기입 (tiki.vn/ban-hang-cung-tiki) - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (담당자명, 연락처, 이메일 주소, 기업명, 사업자등록번호 등) ② 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 판매 가격, 원산지 등) - 입점 후 Sales Center 이용하여 제품 설명 및 판매 가격 자유롭게 조정 가능 • 문의사항 연락처
		이메일: partnersupport@tiki.vn 전화: +84 1900 6034

자료: 티키(Tiki), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

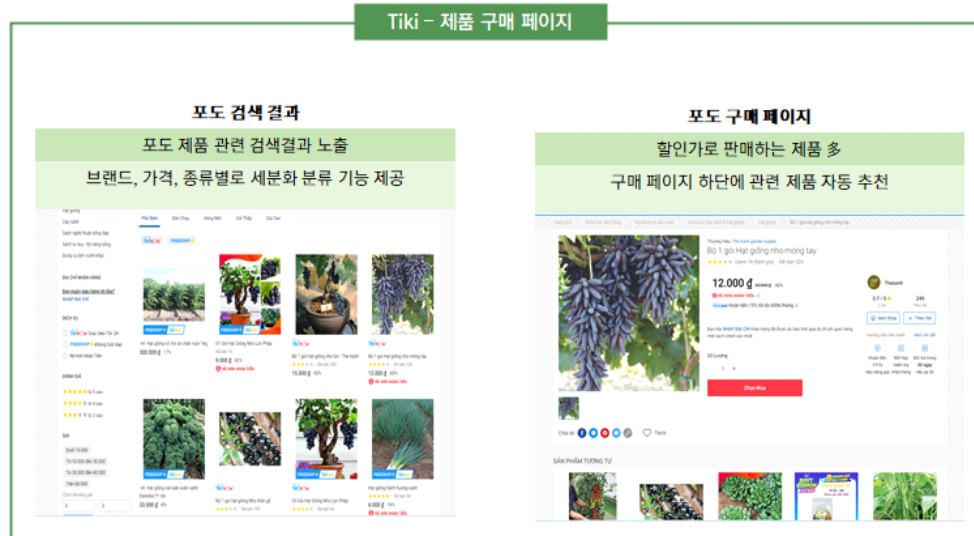
사진 자료: 티키(Tiki)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 티키(Tiki)

사진 자료: 티키(Tiki)

VI. 오프라인 유통채널

1. 베트남 샤인머스켓 오프라인 유통채널 종합분석
2. 베트남 현지 하이퍼마켓/슈퍼마켓 매장 방문조사
3. 베트남 샤인머스켓 주요 오프라인 유통채널

1. 베트남 샤인머스켓 오프라인 유통채널 종합분석

▶ 베트남 샤인머스켓 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’, ‘아시안마트’, ‘유기농매장’ 조사

베트남 샤인머스켓 유통채널 점유율과 참여기업의 조사 희망 유통채널 유형을 고려하여 베트남 샤인머스켓 유통채널 유형으로 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’, ‘아시안마트’, ‘유기농매장’을 조사함

▶ 베트남 오프라인 매장 중 ‘쿠팡마트’, ‘빈마트’ 방문 조사

베트남 오프라인 유통매장 중 호치민시 시내에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 쿠팡마트와 빈마트를 방문 조사함. 근처 거주민이 많아 유동인구가 많으며, 장을 보러 많은 이들이 방문 하는 것으로 나타남. 방문 조사 결과, 샤인머스켓과 유사한 청포도를 판매하고 있으며, 주요 구매자는 30대 여성, 가정주부인 것으로 나타남. 포도의 특성 상 다수의 브랜드가 입점해 있지는 않으며, 현재 입점되어 있는 제품들은 모두 미국산인 것으로 나타남. 베트남 현지산 제품은 입점되어 있지 않으며, 미국산 외 남아프리카 제품도 입점되어 있으나 공급이 원활하지 않아 소비자들의 선택지가 많지 않은 것으로 나타남

[표 6.1] 베트남 샤인머스켓 주요 오프라인 유통채널

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ³⁷⁾ /매장 수)	유사제품 취급경험
1	쿠팡마트(Coop Mart)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	28억 1,200만 달러 (약 3조 1,070억 원)	0
2	롯데마트(Lottemart)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	15조 1,020억 동 (약 7,420억 원)	0
3	케이마켓(K-market)	아시안마트	1억 1,054만 달러 (약 1,221억 원)	0
4	오케이마트(OK-mart)	아시안마트	12개 매장('20)	0
5	에코후르츠(Ecofruits)	유기농매장	3개 매장('20)	0
6	항시우찬(Hang Sieu Chuan)	유기농매장	온라인몰 운영	0

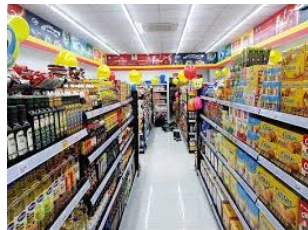
자료: 오프라인 유통매장 현지조사 결과

37) 1달러=1,129.50원 (2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

38) 100동=4.91원(2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 베트남 현지 하이퍼마켓/슈퍼마켓 매장 방문조사

① 방문매장 정보	매장명	쿠팡마트(Co.op Mart)			
	주소	1362 Huynh Tan Phat street, Phu My Ward, District 7, HCMC			
	영업시간	07:00~17:00 ³⁹⁾			
	상권	시내 중심가, 역세권			
	VMD	취급 브랜드	데이카&해켓 (Dayka&Hackett)		
매장 전경		진열 방식	카테고리별 진열		
					
소비자 정보	타겟 소비자	성별	남성, 여성	직업	가정주부, 직장인
		연령대	30대~50대	소득수준	중산층

② 방문매장 정보	매장명	빈마트(Vinmart)			
	주소	Lacasa complex, 89 Hoang Quoc Viet street, Phu Thuan ward, 7 district, HCMC			
	영업시간	07:00~17:00			
	상권	시내 중심가, 역세권			
	VMD	취급 브랜드	컬럼바인 바인야드 (Columbine Vineyards)		
매장 전경	진열 방식	카테고리별 진열			
					
소비자 정보	타겟 소비자	성별	남성, 여성	직업	가정주부, 직장인
		연령대	30대~50대	소득수준	중산층

자료: 쿵마트(Coop Mart), 빈마트(Vinmart) 현지매장 방문조사

사진 자료: 쿵마트(Coop Mart), 빈마트(Vinmart) 현지매장 방문조사

39) 코로나19 여파로 축소운영

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



매대 형식은 과일과 채소 등 신선식품을 한 곳에 모아 제품군별로 구분하여 진열하고 있음. 신선식품의 경우 한 가지 제품만을 취급하는 경우가 많으며, 포도의 경우 청포도와 흑포도 두 가지 종류로만 구분 중임. 미국의 컬럼바인 바인야드(Columbine Vineyards) 제품과 데이카&해켓(Dayka&Hackett) 제품이 매대에 진열되어 있음

	브랜드명	제품명	원산지	가격	이미지
빈마트(Vinmart) 입점 제품 리스트	컬럼바인 바인야드 (Columbine Vineyards)	씨 없는 청포도 Green seedless Table Grapes	미국	309,000동 (약 15,172원)	
쿠팡마트(Coopmart) 입점 제품 리스트	데이카&해켓 (Dayka&Hackett)	씨 없는 흑포도 Black seedless Table Grapes	미국	295,000동 (약 14,485원)	

자료: 쿠팡마트(Coop Mart), 빈마트(Vinmart) 현지매장 방문조사

사진 자료: 쿠팡마트(Coop Mart), 빈마트(Vinmart) 현지매장 방문조사

3. 베트남 샤인머스켓 주요 오프라인 유통채널 ① 쿠팡마트

기업 기본 정보	기업명	쿠팡마트(Coop Mart)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.co-opmart.com.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh City)	
	규모	매출액('20)	약 28억 1,200만 달러 (약 3조 1,070억 원)
		기타 규모	• 매장 수('19): 약 400개 ⁴⁰⁾
매장정보	기업 요약	• 베트남 국영자본으로 운영되는 협동조합 형태의 소매점 • 베트남 내 1위 소매 유통기업 • 오프라인 외 온라인 플랫폼(Coopmart.vn) 보유 • 2013년 하이퍼마켓 '콤포엑스트라플러스(CoopXtraplus)' 설립	
	입점가능품목	• 신선식품, 냉동식품, 주류, 음료류, 유제품, 일반 생활용품, 가전제품 등	
	선호제품	• 공급이 수월한 제품, 품질이 뛰어난 제품	
매장정보	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일을 통한 등록 - 회사소개서 및 카탈로그를 공개 메일로 송부 - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (공급자 신상, 사업자등록증, 주소, 연락처, 이메일 주소 등) ② 공급자 비즈니스 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가 등) ③ 공급자 은행 계좌 정보 (은행 계좌 번호, 계좌 유형 등) ④ 참고자료 (샘플, 카탈로그, 회사소개서) • 직접 방문을 통한 등록 • 문의사항 연락처 이메일: phonggdnc@saigonco-op.com.vn 전화: +84-(0)838-360-143 (내선번호: 1167)	

자료: 쿠팡마트(Coop Mart)

사진 자료: ICA(International Cooperative Alliance), 에이지포토스탁(Agefotostock)

40) 하이퍼마켓 콤포엑스트라플러스(CoopXtraplus) 매장을 포함한 수치

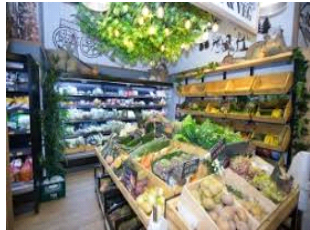
② 롯데마트

기업 기본 정보	기업명	롯데마트(Lotte Mart)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	lottemart.com.vn	
	위치	호치민, 하노이 등 베트남 주요 지역	
	규모	매출액('20)	15조 1,020억 동 (약 7,420억 원)
기타 규모		매장 수('20): 약 15개	
기업 요약	- 한국과 일본을 기반으로 한 대형 슈퍼마켓 체인으로 2008년 베트남 진출 - 온라인 및 어플리케이션(App) 쇼핑서비스 ‘스피드롯데(Speed Lotte)’ 제공 2021년 세계적으로 유명한 랜드마크인 베트남 하롱(Ha Long)지역에 신규매장 오픈 예정		
매장정보	입점가능품목	신선식품, 즉석식품, 소스류, 유제품, 음료류, 주류, 스낵류, 유아용품, 생활용품 등	
	입점제품 특이사항	한인 교민을 위한 ‘Korea Best Item’ 섹션을 따로 구비하여 한국 식재료 판매	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 이메일을 통한 등록 - 회사소개서 및 카탈로그를 담당자 메일로 송부 - 입점 후 약 3개월간의 매출을 확인하여 추가 입점 여부 체크 - 등록 시 필요한 일반적 정보 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, 소비자가격, 할인가 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 이름: Mrs. Pham Hoang Anh - 이메일: anhph@lotte.vn / haibtt@lotte.vn - 전화: +84-(0)28-3775-3232 (내선번호: 324)	

자료: 롯데마트(Lottemart)

사진 자료: 롯데마트(Lottemart), 중앙일보

③ 케이마켓

기업 기본 정보	기업명	케이마켓(K-market)	
	기업구분	아시안마트	
	홈페이지	www.facebook.com/kmarketvietnam	
	위치	하노이(Hanoi)	
	규모	매출액('20)	약 1억 1,054만 달러 (약 1,221억 원)
		기타 규모	• 매장 수('20): 약 100개
	기업 요약	• 2006년 설립 • 한인회장이 운영하는 소매점 • 한인교민이 아닌 현지인을 타겟층으로 선정 • 국내 제품의 비중을 낮추고 수입제품의 수를 증가 중	
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 김치류, 냉동식품, 즉석식품, 소스류, 건강식품, 스낵류, 음료류, 주류 등	
	선호제품	• 프리미엄 제품, 고급 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선연락 또는 이메일을 통한 등록 - 수출입 절차에 필요한 문서, 회사와 관련된 모든 종류의 문서 제출 필요 - 제품 검토 후 공급업체로 선정된 후에 상세 안내 진행 - 등록 시 필요한 일반적 정보 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, 소비자가격, 할인가 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처: +84-(0)24-3352-2601 hi.kim@k-market.vn	

자료: 케이마켓(K-market)

사진 자료: 매일경제, 짜오베트남(Chao Vietnam)

④ 오케이마트

기업 기본 정보	기업명	오케이마트(OK-Mart)	
	기업구분	아시안마트	
	홈페이지	www.sieuthikorea.com.vn	
	위치	다낭(Dà Nẵng)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 약 12개	
	기업 요약	- 한국식품과 생활용품을 수입판매하는 매장 - 호치민, 다낭, 붕따우, 빈동 지역에 매장 위치 - 베트남 남부지역 한국제품의 약 70%를 유통판매 담당	
매장정보	입점가능품목	신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품, 등	
	선호제품	한국제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) - 문의사항 연락처 이메일: hoangvyhieu.co@gmail.com 전화: +84-(0)7-7324-9999	

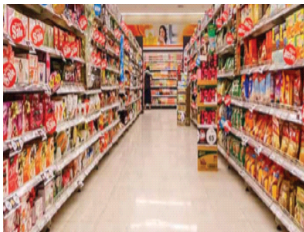
자료: 오케이마트(OK-Mart)

사진 자료: 오케이마트 페이스북(OK-Mart Facebook)

⑤ 에코후르츠

기업 기본 정보	기업명	에코후르츠(Ecofruits)	
	기업구분	유기농매장	
	홈페이지	www.eco-fruits.com	
	위치	하노이(Hanoi)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 3개	
	기업 요약	• 유기농 과일, 또는 유기농 제품을 주로 판매하는 쇼핑몰 • 과일 도매단위 수입 및 수출 • 베트남 현지 고급 생산물, 또는 수입 생산물 전문 • 유기농 화장품 판매	



매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 과일류, 견과류, 건조식품, 건강보조식품, 스낵류, 음료류, 화장품 등	
	선호제품	• 식품 품목, 유기농 제품 • 과일류 비중이 높은 편 • 한국산 유기농제품 및 건강보조식품도 다수 입점	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 상단 Liên hệ 탭 클릭 - 홈페이지 양식대로 정보 기입하여 제출 - 양식 필수 기입 정보 (담당자명, 이메일, 전화번호, 문의제목 및 내용) • 유선 연락 또는 이메일을 통한 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) • 문의사항 연락처 이메일: ecofruits9mdc@gmail.com 전화번호: +84-(0)94-575-4111
-------------	---------------------	---

자료: 에코후르츠(Ecofruits)

사진 자료: 에코후르츠(Ecofruits)

⑥ 향시우찬

기업 기본 정보	기업명	향시우찬(Hang Sieu Chuan)
	기업구분	유기농매장
	홈페이지	www.hangsieuchuan.vn
	위치	하노이(Hanoi) ⁴¹⁾
	규모	기타 규모 • 온라인 매장
	기업 요약	• 뷰티, 건강 전문 웰빙 쇼핑몰 • ‘클린 브랜드’를 추구 • 화장품, 차(茶), 건강기능식품 등 뷰티 및 건강관련 상품 판매 • 자체제작 화장품 및 식품 판매



매장정보	입점가능품목	• 건강보조식품, 건조식품, 스낵류, 차(茶)류, 화장품
	선호제품	• 뷰티 및 웰빙 관련 제품
	매장 전경	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지에서 직접 등록 - 홈페이지 상단의 Liên hệ 탭 클릭 후 문의 제출 가능 - 홈페이지 양식대로 정보 기입 후 문의 제출 (공급자명, 이메일, 문의 내용) - 문의 내용 추천 기입 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 전화번호) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) • 유선 연락 또는 이메일을 통한 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) • 문의사항 연락처 전화: +84-(0)94-306-5454
-------------	---------------------	---

자료: 향시우찬(Hang Sieu Chuan) 홈페이지

사진 자료: 향시우찬(Hang Sieu Chuan) 홈페이지

41) 본사 하노이 위치

Ⅶ. 진입장벽

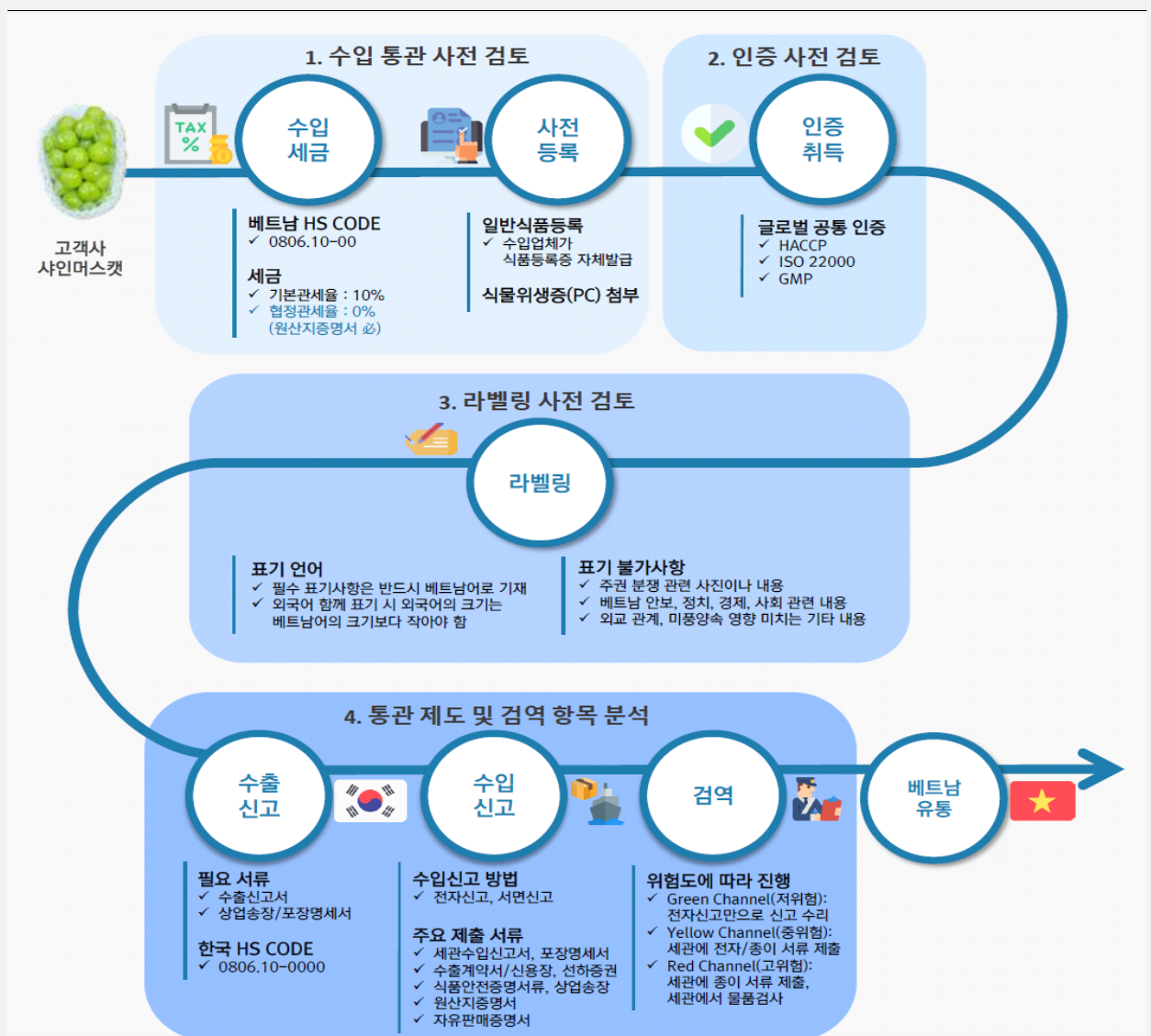
1. 베트남 샤인머스켓 통관 및 검역 절차
2. 베트남 샤인머스켓 품질 인증
3. 베트남 샤인머스켓 라벨링
4. 베트남 샤인머스켓 성분 및 유해물질

1. 베트남 샤인머스켓 통관 및 검역 절차⁴²⁾

▶ 베트남 샤인머스켓 수출 시 통관 단계별 주요사항

베트남 수출 시 신선농산물의 경우 위생검역을 거쳐야 통관 증명서 발급이 가능함. 검역 신청을 위해 한국 농림축산검역본부에서 발행한 수출계약수출 검역증명서 발급이 필수적으로 필요함. 신선농산물은 검역대상에 해당하며, 포도의 경우 수입 전 병충해 위험성 분석을 위한 검역을 받아야 함. 검역 등록을 위해 식물검역신청서, 식물검역 증명서, 수입식물 검역하기증, 검역검사 등록서를 필수적으로 제출해야 함

[표 7.1] 베트남 샤인머스켓 통관 검역 절차



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

42) 본 보고서에서 제공되는 정보가 반드시 일치하는 것은 아니오니 참고자료로만 활용하시기 바랍니다.

2. 베트남 샤인머스켓 품질 인증

▶ 베트남 샤인머스켓 수출 시 ‘적용받는 강제 인증 無’

베트남으로 수출하고자 하는 샤인머스켓 제품이 현지 진출 시 필수로 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 베트남 보건부 식품청(Vietnam Food Administration, VFA)에 따르면 식품의 안전이나 제조에 관하여 별도의 인증을 부과하고 있지 않음. 다만, HACCP, ISO 22000, GMP 등 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증의 경우 선택적으로 획득하여 활용할 수 있음

[표 7.2] 베트남 샤인머스켓 인증 현황

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	
GMP	식품 생산 안전 인증	선택	지방식품의약품안전처	

자료: 각 인증기관

3. 베트남 샤인머스켓 라벨링

베트남에서 유통되는 포도는 베트남 품질 및 표준규격위원회의 ‘신선 과일 포도에 관한 국가표준 TCVN 10743:2015’에 따른 라벨링 규정을 준수해야 함

[표 7.3] 베트남 샤인머스켓 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 상품명	• 상품의 효능 및 특성에 맞게 이해하기 쉽도록 정확하게 지어야 함 • 상품 성분에 있는 물질의 이름을 사용하여 이름을 짓는 경우에는 그 성분의 용량을 반드시 기재해야 함
	2. 제조일자, 유통기간 및 보관기간	• 양력 연도에 따라 일, 월, 년 순으로 표기 • 일, 월, 년을 표시하는 숫자는 같은 줄에 위치해야 함 • 일, 월, 년을 표시하는 숫자는 두 자릿수로, 년을 표시하는 숫자는 네 자릿수로 표시 가능
	3. 성분 및 중량 성분	• 성분이란 완제품에서 존재하는 첨가물을 의미 • 중량 성분이란 성분별로 중량을 표시하는 것을 의미 • 첨가물이라면 첨가물 그룹 이름, 첨가물 이름, 국제 코드 표시, “자연” 물질이나 “합성” 물질인지도 표시
	4. 위생, 안전에 대한 경고 및 안내	• 인간, 동물, 환경에 유독한 특별한 방부제가 있는 경우 성분분석 증명서에 방부제의 이름을 추가해야 함 • 방사선에 노출되었거나 유전자 변형기술을 적용한 것인 경우에는 국제조약의 규칙에 따라 적용
	5. 중량	• 측정단위로 중량을 측정하는 상품은 베트남 법에 따라 표시 • 수량으로 중량을 측정하는 상품은 숫자로 표시 • 상품 단위 별로 중량 및 상품 총 단위의 중량 표시
	6. 표기 언어	• 필수 내용은 반드시 베트남어로 기재 • 외국어도 표기 가능. 외국어 표시내용은 베트남어 표시내용과 동일해야 하며, 외국어로 작성된 글자의 치수는 베트남어로 작성된 글자의 치수보다 커서는 안됨

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

라벨
필수 표시
사항 및 기준

7. 생산자

- 생산하는 단체, 개인의 이름 및 주소 또는 수입 단체나 수입 개인의 이름 및 주소

8. 상품의 중량

- 측정단위로 중량을 측정하는 상품은 베트남 법에 따라 표시
- 동일 포장에 여러 상품단위가 있는 경우에는 상품 단위별로 중량 및 상품 총 단위의 중량을 기재해야 함

9. 원산지

- ‘어디에서 생산’이나 ‘어디에서 제조’나 ‘원산지’에는 상품의 생산 국가 또는 지역의 이름을 기록
- 약어로 표기하지 말 것

10. 글자의 크기

- 글자의 크기는 육안으로 확인 가능해야 함 (1.2mm 이상)
- 80cm² 이하인 경우에는 0.9mm 이상

11. 기타

- 상품의 라벨에 대한 책임을 지는 개인이나 단체는 라벨에 기타 내용을 추가할 수 있음
- 추가 내용은 법을 위반해서는 안 되고 정확하게 상품의 본질을 반영해야 함
- 라벨에서 쓰는 필수 내용과 다르거나 위조하면 안 됨

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

4. 베트남 샤인머스켓 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

베트남 보건부는 2019년 8월 식품에 사용 가능한 400가지의 첨가물 목록과 최대 사용량을 발표함. 베트남의 식품첨가물 사용원칙 ‘Circular No.24/2019/TT-BYT’ 제7조에 따라 식품첨가물의 사용량은 최소화해야 하며, 각 첨가제의 최대허용량을 초과하여서는 안됨

[표 7.4] 고객사 샤인머스켓 식품첨가물 분석⁴³⁾

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량(mg/kg)	식품유형
1	리보플라빈	Riboflavin	300	신선 과일
2	카민	Carmines	500	
3	산화철	Iron Oxides	1000	
4	아황산염	Sulfites	30	
5	오소페닐페놀	Ortho-Phenylphenols	12	
6	이산화탄소	Carbon Dioxide	GMP	
7	에스테르검	Glycerol Ester of Wood Rosin	110	
8	수크로글리세라이드	Sucroglycerides	GMP	
9	밀납	Beeswax	GMP	
10	칸델릴라왁스	Candelilla Wax	GMP	
11	카나우바왁스	Carnauba Wax	400	
12	셀락	Shellac, Bleached	GMP	
13	석유왁스	Microcrystalline Wax	50	
14	폴리비닐피롤리돈	Polyvinylpyrrolidone	GMP	
15	폴리에틸렌글리콜	Polyethylene Glycol	GMP	
16	산화폴리에틸렌왁스	Oxidised Polyethylene Wax	GMP	

출처: 베트남 보건부, KATI농식품수출정보

43) 고객사 제품의 원재료에 적용되는 실제 식품첨가물 규정을 분석한 결과임

▶ 유해물질

베트남 보건부가 규정한 곰팡이독소, 포장재, 중금속, 미생물 등 유해물질에 대한 기준치가 존재함. 곰팡이 독소 오염, 중금속 오염, 그리고 미생물 오염은 각각 국가 표준 기술규정에 의거한 베트남 규정 8-1(2011), 8-2(2011), 그리고 8-3(2011)에 의해 제한됨

[표 7.5] 고객사 샤인머스켓 관련 유해물질⁴⁴⁾

순번	유해물질명	영문명	함량정보	식품유형
1	카드뮴	Cadmium	0.05	과일
2	납	Lead	0.1	
3	대장균	Escherichia Coli	103	
4	살모넬라	Salmonella	KPH	

출처: 베트남 보건부, KATI농식품수출정보

44) 고객사 제품의 원재료에 적용되는 실제 유해물질 규정을 분석한 결과임

▶ 잔류농약

베트남 농업농촌개발부는 식물보건법 및 시행령을 통하여 각국의 해충위험에 대한 평가 정보 제출을 의무화하였으며 개정에 따라 식물위생증명서가 필요함. 또한, 국제식물보호협약 식물위생조치를 위한 국제기준 제32호에 따라 검역 대상 해충 목록의 범주화를 위한 회람 초안을 고시하고 생산, 수입 유통되는 신선 채소 및 신선 과일에 대해 식품안전기준과 농약최대잔류허용기준 및 관련 원칙을 규정함. 샤인머스켓의 경우 보건부가 2016년 12월 30일 시행한 ‘50/2016/TT-BYT’에 따라 총 85개의 잔류농약허용기준이 존재함⁴⁵⁾

[표 7.6] 고객사 샤인머스켓에 대해 별도로 설정된 잔류농약 기준⁴⁶⁾

순번	농약명	영문명	기준(ppm)
1	글루포시네이트	Glufosinate(ammonium)	0.15
2	델타메트린	Deltamethrin)	0.2
3	디노캡	Dinocap	0.5
4	디노테퓨란	Dinotefuran	0.9
5	디클로란	Dicloran	7
6	디클로베닐	Dichlobenil	0.05
7	디클로플루아니드	Dichlofluanid	15
8	디티오카바메이트	Dithiocarbamates	5
9	디페코코나졸	Difenoconazole	3
10	마이클로뷰타닐	Myclobutanil	0.9

출처: 베트남 보건부

45) 베트남 보건부 홈페이지에서 총 85개의 잔류농약 허용기준에 관하여 확인할 수 있음

46) 고객사 제품의 원재료에 적용되는 실제 잔류농약 규정을 분석한 결과임

VIII. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 짜이꺼이응옥쩌우(Trái cây Ngọc Châu)

Interview ② 꼼띠꼬편비오배지비엣남(Công ty cổ phần Biovegi Việt Nam)

Interview ① 짜이꺼이응옥쩌우(Trái cây Ngọc Châu)

47)

●
짜이꺼이응옥쩌우
(Trái cây Ngọc Châu)

한국식품 유통업체

담당자 정보

Sales Manager



짜이꺼이응옥쩌우(Trái cây Ngọc Châu) Sales Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

짜이꺼이응옥쩌우는 신선 과일 유통업체로 베트남 하노이에 본사가 있으며, 현재 온라인 채널을 통해 도소매상/마트/편의점으로 신선 과일을 유통하고 있습니다.

Q. 베트남 유통업자로서 선호하는 신선 과일 인증 마크는 어떤 것이 있나요?

베트남 내 숙달된 과일 유통업자로서, 당사는 과일 인증에 많은 심혈을 기울이고 있습니다. 과일 인증은 (1)과일 안전성 (2)환경 안전성 (3)농산물 재배 노동자 안전성 (4)명확한 과일 원산지를 증명해주기 때문입니다. VietGAP 인증은 유통업자와 소비자들 사이에서 가장 선호하는 인증 중 하나이므로, 당사는 해당 인증 마크의 유무로 유통 전 과일 품질을 확인하고 소비자들에게 쉽게 품질을 입증할 수 있습니다.

Q. 샤인머스켓 가격은 베트남 소비자들에게 합리적인가요?

샤인머스켓은 베트남 소비자들에게 매우 값비싼 고급 과일이기 때문에 오직 고소득층만이 구매할 수 있습니다. 일반 및 저소득층 소비자에게 적합한 가격대는 0.5킬로그램당 40만 동(한화 약 1만 9,640원)⁴⁸⁾ 미만이어야 합니다.

47) 사진자료: 짜이꺼이응옥쩌우(Trái cây Ngọc Châu) 홈페이지

48) 100동=4.91원(2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 베트남 소비자가 가장 선호하는 샤인머스켓 원산지는 어디인가요?

현재 베트남에서는, ‘한국산’과 ‘일본산’ 샤인머스켓이 가장 수요가 많습니다. 베트남 소비자들은 한국과 일본이 우수한 샤인머스켓 재배 환경 및 재배 기술을 보유하고 있다고 여깁니다. 그렇기 때문에, 한국 또는 일본산 샤인머스켓이라는 이유만으로 고객들은 포도의 품질을 의심하지 않으며 가격이 저렴하지 않아도 바로 구매하는 경우가 많습니다.

Q. 베트남 소비자가 샤인머스켓을 구매할 때 가장 선호하는 포장 형식은 무엇인가요?

베트남으로 수입되는 샤인머스켓은 종이 포장지가 둘러진 채로 견고한 사각 상자에 포장됩니다. 이러한 포장은 운반에 용이할 뿐만 아니라, 포장이 매우 세련되고 고급스러워서 소비자들이 매우 좋아합니다.

Q. 한국 샤인머스켓을 판매할 때 어떤 광고 문구가 효과적인가요?

제 경험에 따르면, 본사는 소비자들의 관심을 끌기 위해 한국 샤인머스켓만의 장점을 잘 설명한 ‘베트남어 캐치 프레이즈’를 주로 사용합니다. 제가 알기로는, 한국 샤인머스켓은 일반적으로 큰 다발 형태로 과실의 크기가 크고, 매끄러운 녹색을 띠며, 맛이 매우 달기 때문에 ‘ngũt nhāsaa’(우유처럼 달다)와 같은 광고 문구를 사용할 수 있습니다.

Interview ② 꼼띠꼬편비오베지비엠티

(Công ty cổ phần Biovegi Việt Nam)

49)

●
꼼띠꼬편비오베지비엠티
(Công ty cổ phần
Biovegi Việt Nam)

신선 과일 수입업체

담당자 정보
Sales Manager



꼼띠꼬편비오베지비엠티(Công ty cổ phần Biovegi Việt Nam)

Sales Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

꼼띠꼬편비오베지비엠티는 신선 과일 수입업체로, 베트남 하노이에 본사가 있으며, 현재 온라인 채널을 통해 신선 과일을 수입하고 있습니다.

Q. 베트남 유통업자로서 선호하는 신선 과일 인증 마크는 어떤 것이 있나요?

저희가 주로 유통하는 과일로 볼 때, 베트남 과일 시장에서 흔히 사용되는 Vietgap 인증(베트남 표준) 외에 Global GAP 인증도 최근부터 사용되고 있습니다. Global GAP 인증은 글로벌 표준으로 성장하고 있는 베트남 과일 인증 마크이며, 새롭게 인증받은 과일에 대한 고객의 피드백과 반응을 파악하기 위한 목적입니다.

Q. 샤인머스켓 가격은 베트남 소비자에게 합리적이라고 수용되고 있나요?

베트남인의 평균 소득과 비교해 볼 때, 샤인머스켓은 매우 비싼 가격대입니다. 이에 소비자들은 각기 다른 국가에서 수입된 유사 품질의 샤인머스켓 가격들을 비교하여 합리적인 가격을 결정합니다. 미국, 호주, 칠레와 같은 다양한 국가에서 수입한 샤인머스켓의 시세는 0.5킬로그램당 20만 동에서 30만 동(한화 약 9,820원~1만 4,730원)까지 다양합니다.

Q. 베트남 소비자가 가장 선호하는 샤인머스켓 원산지는 어디인가요?

저희 고객들은 일본산 샤인머스켓을 주로 선호합니다. 시중의 샤인머스켓 가격보다 1/3 저렴하면서도 다른 국가에서 수입된 샤인머스켓만큼 품질이 좋기 때문입니다.

Q. 베트남 소비자가 샤인머스켓을 구매할 때 가장 선호하는 포장 형식은 무엇인가요?

소비자들은 투명한 비닐로 샤인머스켓을 감싼 후 외부에 스티로폼으로 한 번 더 포장된 형태를 선호하는데, 그 이유는 포장 용기 내부를 볼 수 있어 정교함과 고급스러움을 느낄 수 있기 때문입니다.

Q. 한국 샤인머스켓을 판매할 때 어떤 광고 문구가 효과적인가요?

한국산 샤인머스켓은 값비싼 포도, 즉 건강을 위한 프리미엄 선물이기 때문에 그러한 가치를 고객에게 보여주는 방법을 선호합니다.

베트남(Vietnam)	짜이꺼이응옥쩌우 (Trái cây Ngọc Châu)	꼼띠꼬편비오베지비엠타 (Công ty cổ phần Biovegi Việt Nam)
샤인머스켓 인터뷰 대상 선정	업태 ▶ 수입 · 유통업체	수입업체
인터뷰 대상 기업체 선정 · 신선 과일 수입 · 유통업체 ○	신선 과일 취급 ▶ 	
	한국	한국
사진 자료: 짜이꺼이응옥쩌우, 꼼띠꼬편비오베지비엠타, 식품안전부 홈페이지		

베트남(Vietnam)			
샤인머스켓 수입·유통업체 인터뷰 요약			
고객사	샤인머스켓 가격	샤인머스켓 소비 동향	마케팅 전략
짜이꺼이응옥쩌우 수입/유통업체	매우 비싼 가격대로 주로 고소득층에게 판매	- 한국산 및 일본산 선호 (재배 환경 및 기술의 우수성) - 종이 포장지 및 사각 상자 선호	베트남어 캐치프레이즈 활용 (예: 'ngũt nhāsa' (우유처럼 달다))
꼼띠꼬편 비오베지비엠타 수입업체	평균 소득에 비해 매우 비싼 가격대	- 일본산 샤인머스켓 선호 (저렴한 가격, 우수한 품질) - 투명한 비닐 및 스티로폼 포장 선호	프리미엄 가치 강조

IX. 시사점

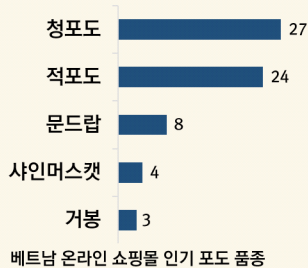
시장수요

베트남 포도 시장, 한국 대비 2배



베트남 포도 시장은 한국 시장의 2배 규모이며 과일 시장 내 포도 시장점유율은 약 2%로, 한국(약 4%) 대비 낮은 수치를 보임

2020년 베트남 포도 시장규모 대비 HS CODE 0806.10 對글로벌 수입액 비중은 약 51%로 현지산 포도와 수입산 포도 비중이 비슷하며, 전체 수입액 중 對한국 수입액 비중이 약 7%로 5위를 기록하고 있음. 또한 한국 포도의 對베트남 수출액 비중은 최근 5년간 연평균 92%의 높은 성장률을 보여, 베트남 포도 시장에서의 한국산 수요는 긍정적으로 전망됨



소비 특징 ① 인기 포도 품종 1위 청포도, 샤인머스켓은 4위



온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석 결과와 현지 매체 기사를 통해 현지 제품, 시장 특징을 도출함. 인기 포도 품종으로 샤인머스켓은 청포도, 적포도, 문드랍에 이어 4번째 순위로 나타났음. 이 외에 샤인머스켓과 유사하게 씨없는 청포도 품종인 스위트글로브 제품 키워드도 도출되었음

베트남 소비자들이 선호하는 포도 맛으로는 '신선한' 키워드가 61건으로 가장 많이 도출되었으며, 뒤이어 '달콤한' 키워드가 46건 도출되었음. 베트남에서는 샤인머스켓을 '우유 포도' 라고도 부르는데, 이와 직접적인 관련이 있는 '우유 맛' 관련 키워드는 3건으로 비교적 적게 도출되었음

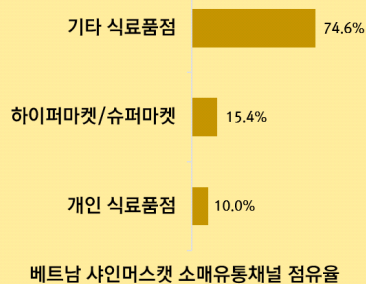


소비 특징 ② 포도 원산지, 미국산 1위 한국산은 6위



온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 포도 원산지로 미국산 제품이 가장 많이 도출되었음. 뒤이어 베트남 현지산, 중국산 포도 제품이 도출되었으며 한국산 제품은 전체 원산지 중 6번째로 많이 도출되었음

한편, 베트남 신선 과일 수입유통업체 2개사의 전문가 인터뷰 결과, 베트남 소비자들이 선호하는 샤인머스켓 원산지로 한국산 및 일본산 제품이라는 답변을 수취함. 그 이유에 대해 한 전문가는, 베트남 소비자들이 한국 및 일본이 우수한 샤인머스켓 재배 환경 및 재배 기술을 보유하고 있다고 여기기 때문이라고 답변함



유통채널 한국산 제품, 재래시장에서는 판매되지 않음



베트남 샤인머스켓 유통채널 점유율 조사 결과 재래시장을 포함하는 기타 식료품점이 74.6%로 가장 높게 나타났으며, 뒤이어 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 15.4%, 아시아마트 및 유기농매장을 포함하는 개인 식료품점이 10.0%로 나타났음

한편, 재래시장에서 판매하는 신선 과일의 경우 대부분 값이 저렴한 베트남 현지산 제품 및 중국산 제품인 것으로 나타났으며, 한국산을 비롯한 수입산 과일 제품들은 가격경쟁력이 낮아 전통시장에서 판매되지 않는 것으로 나타났음

진입장벽

- ▶ Point 01. 신선 과일에 관한 국가 표준에 따른 라벨링 규정 준수
- ▶ Point 02. 샤인머스켓, 베트남 보건부 지정 85개 잔류농약허용 기준을 준수해야 함



샤인머스켓을 비롯한 신선과일을 베트남에 수출 시, 신선 과일에 관한 국가표준 TCVN 10743:2015에 따른 라벨링 규정을 준수해야 함. 또한 샤인머스켓의 경우, 베트남 보건부가 지정한 85개 잔류농약허용 기준을 준수해야 함. 한편 샤인머스켓 제품 베트남 진출 시 필수로 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 나타났으며, 전문가 인터뷰 결과, 베트남 유통업자가 선호하는 샤인머스켓 관련 인증으로 VietGAP가 언급되었음

수출 확대 전략 ①

샤인머스켓 유통채널,
슈퍼마켓 등 현대 오프라인
유통채널 위주로 접근



Point 01 유통채널 베트남 샤인머스켓 판매 유통채널을 분석한 결과, 보소(Voso), 티키(Tiki) 등 주요 온라인 쇼핑몰에는 샤인머스켓을 비롯한 신선식품 제품 판매가 더딘 것으로 나타남. 또한 호아과우담, 농산등하와 같은 신선식품 전문 온라인 쇼핑몰의 경우에도, 샤인머스켓 제품 판매는 드문 것이 확인되었음

한편 베트남 오프라인 유통채널의 경우, 과일 유통의 큰 비중을 차지하는 재래시장에서 한국산과 같은 수입산 제품은 가격경쟁력이 낮아 판매되지 않는 것으로 나타남. 이에 따라, 다른 포도 제품군보다 가격이 높아 베트남 소비자들이 고급 제품으로 인식하는 샤인머스켓은 하이퍼마켓/슈퍼마켓과 같은 현대 오프라인 유통채널 위주로 판매 채널을 선정할 필요가 있음

수출 확대 전략 ②

샤인머스켓 홍보문구,
'신선', '건강', '씨 없음'
및 '한국산' 강조



Point 02 홍보문구 베트남 샤인머스켓 온라인 쇼핑몰 판매 제품을 키워드 분석한 결과, '신선', '건강', '씨 없음' 등의 키워드가 빈출된 것으로 나타남. 이에 따라, 베트남 샤인머스켓 진출 시 빠른 국제 항공 배송으로 베트남산 포도만큼 신선함을 언급하고, 풍부한 비타민 함유로 건강한 과일이라는 점을 부각시키며, '씨 없는 포도'라는 샤인머스켓의 특징을 강조하는 홍보문구를 활용하는 것을 제언함. 또한, 전문가 인터뷰 결과 베트남 소비자들의 한국산 과일 제품에 대한 신뢰도가 높은 것이 확인되어, '한국산 샤인머스켓'과 같이 원산지를 강조하는 홍보문구를 활용하는 것을 제언함

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Fresh Food in Vietnam」, 2021.01
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Fruits in Vietnam」, 2021.01
3. 브이엔익스프레스(Vnexpress), 「Fresh groceries rush in Hanoi after Covid-19 restrictions tightened」, 2021
4. 연합뉴스, 「지역 생산 딸기 195상자, 베트남서 완판」, 2021
5. 비엠티뉴스(Vietnamnews), 「Sóc Trăng's largest fruit-growing district goes organic」, 2019
6. 브이엔익스프레스(Vnexpress), 「E-commerce a distribution avenue for fresh fruits amid pandemic」, 2021
7. 베트남 정부(Government of Vietnam), 「Law No.55/2012/QH12」, 2012
8. 베트남 정부(Government of Vietnam), 「Decree 43/2017/ND-CP」, 2017
9. 베트남 국가표준(TIÊU CHUẨN QUỐC GIA), 「TCVN 10743:2015」, 2015
10. 베트남 보건부(Ministry of Health), 「Circular No.24/2019/TT-BYT」, 2019
11. 베트남 보건부(Ministry of Health), 「Circular 50/2016/TT-BYT」, 2016

■ 참고 사이트

1. 외교부(www.mofa.go.kr)
2. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
3. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
4. KATI농식품수출정보(www.kati.net)
5. 브이아이알(VIR) (vir.com.vn)
6. 호아콰우담(hoaquauudam) (hoaquauudam.com)
7. 티키(Tiki) (www.tiki.vn)
8. 농산등하(Nongsandungha) (nongsandungha.com)
9. 브이엔익스프레스(Vnexpress) (e.vnexpress.net)
10. 연합뉴스 (www.yna.co.kr)
11. 비엠티뉴스(Vietnamnews) (www.vietnamnews.vn)
12. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
13. 보소(Voso) (www.voso.vn)
14. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
15. 콤파트(Coop Mart) (www.co-opmart.com.vn)
16. 빈마트(Vin Mart) (www.vinmart.com)
17. 케이마켓(K-market) (www.facebook.com/kmarketvietnam)
18. 오케이마트(OK-Mart) (www.sieuthikorea.com.vn)
19. 에코푸르츠(Ecofruits) (www.eco-fruits.com)
20. 향시우찬(Hang Sieu Chuan) (www.hangsieuchuan.vn)
21. ICA(International Cooperation Alliance) (www.ica.coop)
22. 에이지포토스탁(Agefotostock) (www.agefotostock.com)
23. 매일경제 (www.mk.co.kr)
24. 찰오베트남(Chao Vietnam) (www.chaovietnam.co.kr)
25. 베트남 관세청(General Department of Vietnam Customs) 홈페이지 (www.customs.gov.vn)
26. 대한무역 투자진흥공사(KOTRA) 홈페이지 (www.kotra.or.kr)
27. 베트남 보건부(Ministry of Health) 홈페이지 (www.moh.gov.vn)
28. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
29. 국가관세종합정보망 서비스 홈페이지 (https://unipass.customs.go.kr/csp/index.do)
30. 짜이꺼이응옥찌우(Trái cây Ngọc Châu) 홈페이지(https://hcm.biovegi.com.vn/)
31. 콤피코펀비오베지비엠티(Công ty cổ phần Biovegi Việt Nam) 홈페이지(https://vfa.gov.vn/)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.08.20

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 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea