



2021 해외시장 맞춤형조사

No.	202201-18
품목	곡물 바(Cereal Bar)
HS CODE	1904.20-9000
국가	대만(Taiwan)
구분	시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 대만 스낵 바 시장규모	06
2. 대만 시리얼 바 시장규모	07
3. 대만 스낵 바 시장점유율	08
4. 대만 곡물 바 수입규모	09
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 곡물 바 경쟁제품, ‘오트밀 칩’ 1위	12
2. 곡물 바 경쟁브랜드, ‘마더얼스’ 1위	13
3. 곡물 바 성분, ‘귀리’ 1위	14
4. 곡물 바 패키징, ‘50g’ 최다 빈출	15
5. 대만 곡물 바 진출 컨셉	16
IV. 유통채널 특징	
1. 대만 곡물 바 유통채널 비교	18
2. 대만 곡물 바 유통채널 특징	19

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

1. 대만 곡물 바 주요 온라인 유통채널	24
2. 대만 곡물 바 주요 오프라인 유통채널	30

VI. 진입장벽

1. 대만 곡물 바 통관 및 검역 절차	39
2. 대만 곡물 바 품질 인증	42
3. 대만 곡물 바 라벨링	43
4. 대만 곡물 바 성분 및 유해물질	49

VII. 수입·유통업체 인터뷰

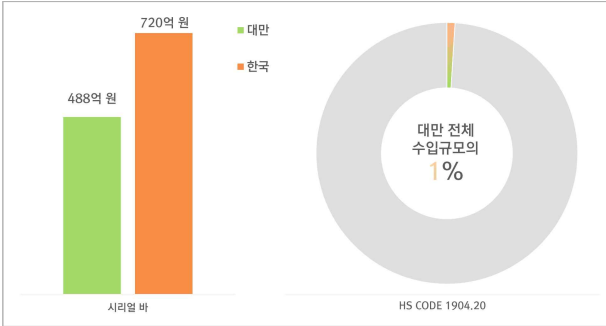
Interview ① 또우싸오더링스짜후어띠앤(豆嫂的零食雜貨店)	54
Interview ② 주안핀야오쥬(專品藥局)	56
Interview ③ 빠웨이양성푸(八味養生鋪)	58

VIII. 시사점

※ 참고문헌	62
--------	----

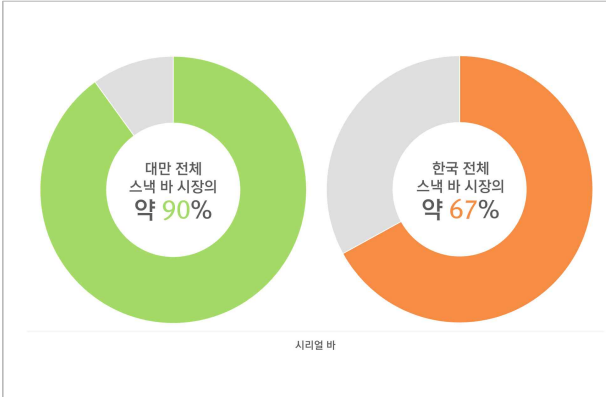
Summary

■ 수요 분석

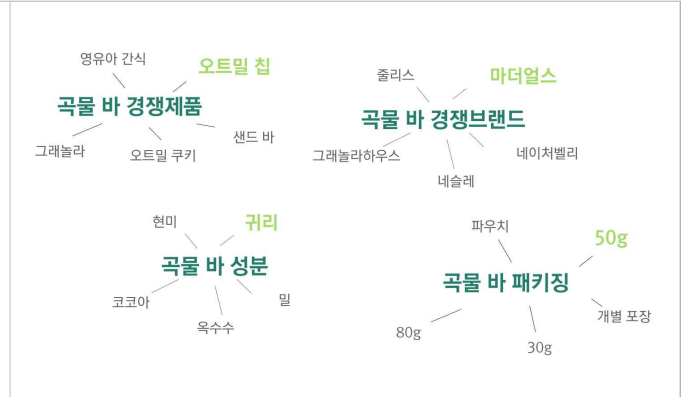


	대만	한국
스낵 바 시장규모	497억 원	1,080억 원
시리얼 바 시장규모	488억 원	720억 원
수입(출)액		점유율
대만 對한국 곡물 바 수입 현황	831만 원	1%

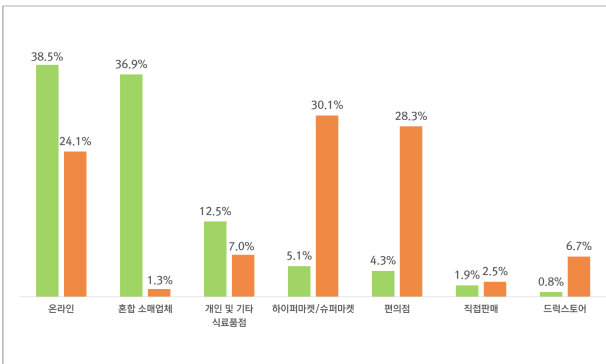
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



온라인	- 주요 유통채널 모모샵 및 쇼피 - 코로나19 이후 드럭스토어, 기타 소매점 등 많은 유통업체가 배달 어플리케이션과 제휴해 온라인 유통채널 시장에 진출함
하이퍼마켓/슈퍼마켓	- 주요 유통채널 취안리엔터프라이즈 및 프레시까르 - 코로나19 이후 주거지로부터 가까운 슈퍼마켓의 식료품 매출이 증가했으며, 식료품 배달 서비스 플랫폼과의 연계로 전체 매출 역시 증가함
편의점	- 주요 유통채널 프레지던트체인스도어 - 비카인드 브랜드의 편의점 진출 성공으로 기존 유기농매장 등지에서만 판매되던 단백질 바 제품의 주요 진출지로 급부상

■ 진입장벽

검역 및 인증	곡물 바는 대만 식품약품관리서 식품 등록 요구 품목이 아님 식품 생산 안전 인증에 관한 글로벌 인증 및 대만 내 식품 품질 위원회 인증 취득 가능
라벨링	대만 식품약품관리서(TFDA) 기준에 따른 라벨링 규정 준수
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

고객사 제품 피드백	- 경쟁제품은 대부분 30g으로 고객사 50g 용량은 많은 편 - 가격은 다소 비싸나, 원산지가 매력적인 요소임
경쟁사 제품	- 일본 소이조이 대두영양바는 대만 내 일본 대두의 높은 인지도로 인기 있음 - 뉴질랜드 마더얼스 제품은 부드러워 인기
추천 유통채널	- 신제품은 오프라인에서 직접 보고 구매하는 경우가 많기 때문에 초기 오프라인 유통 추천 - 인지도 있는 브랜드일 시 온라인 유통 추천

■ 요약

Point 01.	- 대만 시리얼 바 시장규모는 한국의 약 62%, 곡물 바가 포함된 HS CODE 1904.20 기준 대만 수입액 중 對한국 수입 비중은 1%인 것으로 나타남 - 곡물 바 제품의 주요 유통채널로 온라인, 혼합 소매업체가 도출됨
Point 02.	- 대만 곡물 바 진출을 위해 대만 식품약품관리서 기준에 따른 라벨링 규정을 준수해야 함 - 현지 주요 경쟁사 제품은 일본 소이조이 대두영양바 및 뉴질랜드 마더얼스 제품인 것으로 나타남 - 현지 시장에서 고객사 제품 가격은 다소 비싸나 원산지가 매력적인 요소로 작용하는 것으로 나타남

II. 시장규모

1. 대만 스낵 바 시장규모
2. 대만 시리얼 바 시장규모
3. 대만 스낵 바 시장점유율
4. 대만 곡물 바 수입규모

1. 대만 스낵 바 시장규모

대만 국가 일반 정보¹⁾

면적	3만 6,000km ²
인구	2,357만 명
GDP	6,690억 달러
1인당 GDP	28,371달러

▶ 대만 스낵 바 시장규모 약 497억 원, 한국의 약 46% 수준

2020년 기준 대만 스낵 바 시장규모는 전년 대비 20% 증가한 약 497억 원으로, 약 1,080억 원을 기록한 한국 시장의 약 46% 규모임. 지난 5년(2016-2020년)간 연평균성장률은 18%에 달함

▶ 대만 스낵 바 시장, 향후 5년간 연평균성장률 12% 전망

대만 스낵 바 시장규모는 향후 5년(2021-25년)간 연평균 12%씩 성장할 것으로 보임. 앞서 코로나19로 인한 자가 격리 조치로 달콤한 바스킷에 대한 수요가 크게 늘었으나, 2021년 하반기 이후 봉쇄 조치 완화에 따라 소비자들이 실외에서 보내는 시간이 늘면서 보다 건강한 제품인 스낵 바 등의 제품 수요가 증가할 것으로 전망됨²⁾³⁾

[표 2.1] 대만 '스낵 바' 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 백만 타이완달러



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사제품 '곡물 바는 한 입 사이즈로, 간편하게 먹을 수 있고 지퍼 포장에 되어있어 보관에도 용이한 곡물 바 제품임. 이에 제품의 성분과 종류를 기준으로 '시리얼 바' 시장 및 상위품목인 '스낵 바'의 시장규모를 조사함

3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Taiwan」, 2021.07

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1타이완달러=43.04원 (2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 대만 시리얼 바 시장규모

▶ 대만 시리얼 바 시장규모 약 448억 원, 한국의 약 62% 수준

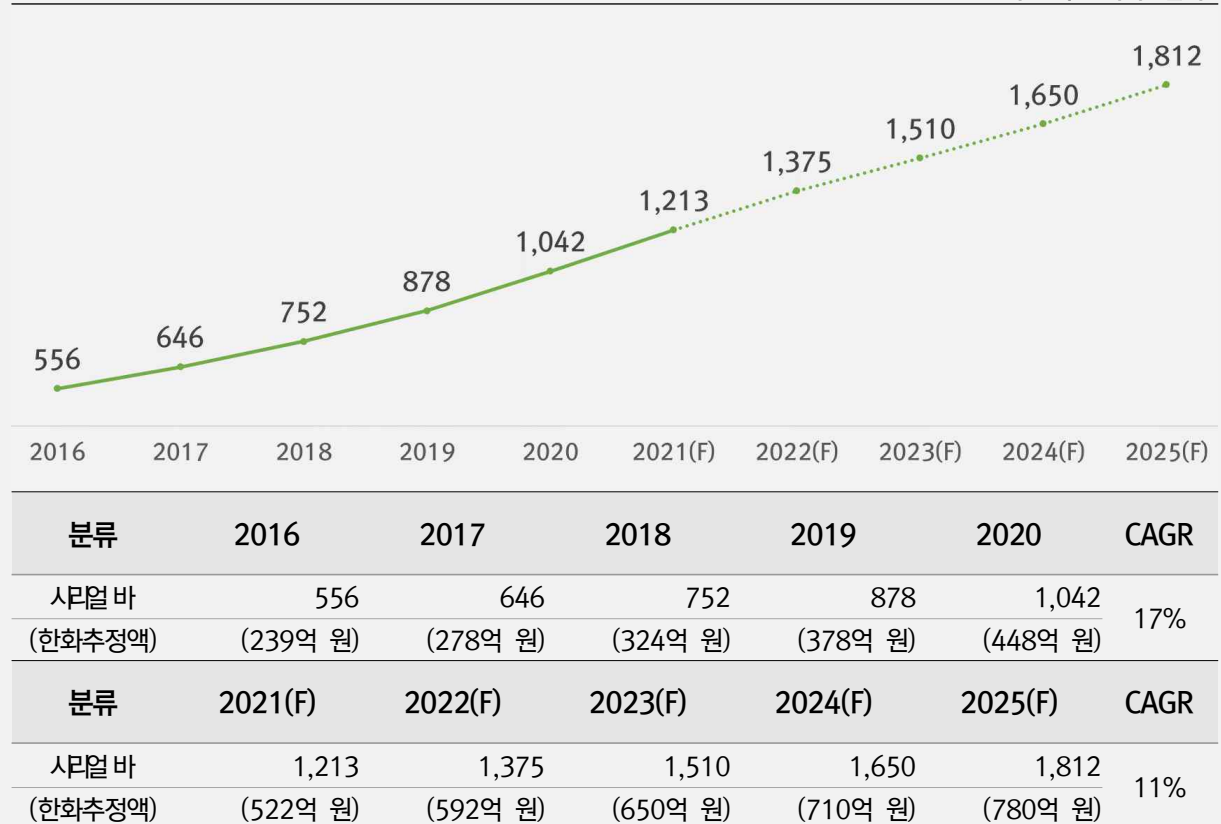
2020년 기준 대만 시리얼 바 시장규모는 약 448억 원으로, 약 720억 원을 기록한 한국의 약 62% 규모인 것으로 확인됨. 지난 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 17%로, 상위 시장인 스낵 바 시장 연평균성장률과 비슷한 것으로 집계됨

▶ 대만 시리얼 바 시장, 향후 5년간 연평균성장률 11% 관측

대만 시리얼 바 시장규모는 향후 5년(2021-25년)간 연평균 11%씩 성장할 것으로 관측됨. 앞서 시리얼 바는 대만 소비자들에게 바쁜 근무 도중 빠르게 식사를 해결할 수 있는 건강한 해결책으로 인식되어 왔음. 그러나 2020년, 네이처발라는 편의점에 진출하면서 건강 보조제 및 에너지 드링크와 나란히 시리얼 바를 진열하는 전략을 채택했으며, 이에 따라 시리얼 바에 대한 소비자들의 인식이 간편한 식사 솔루션에서 건강한 간식으로 전환될 것으로 보임

[표 2.2] 대만 '시리얼 바' 시장규모⁷⁾

단위 : 백만 타이완달러



자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

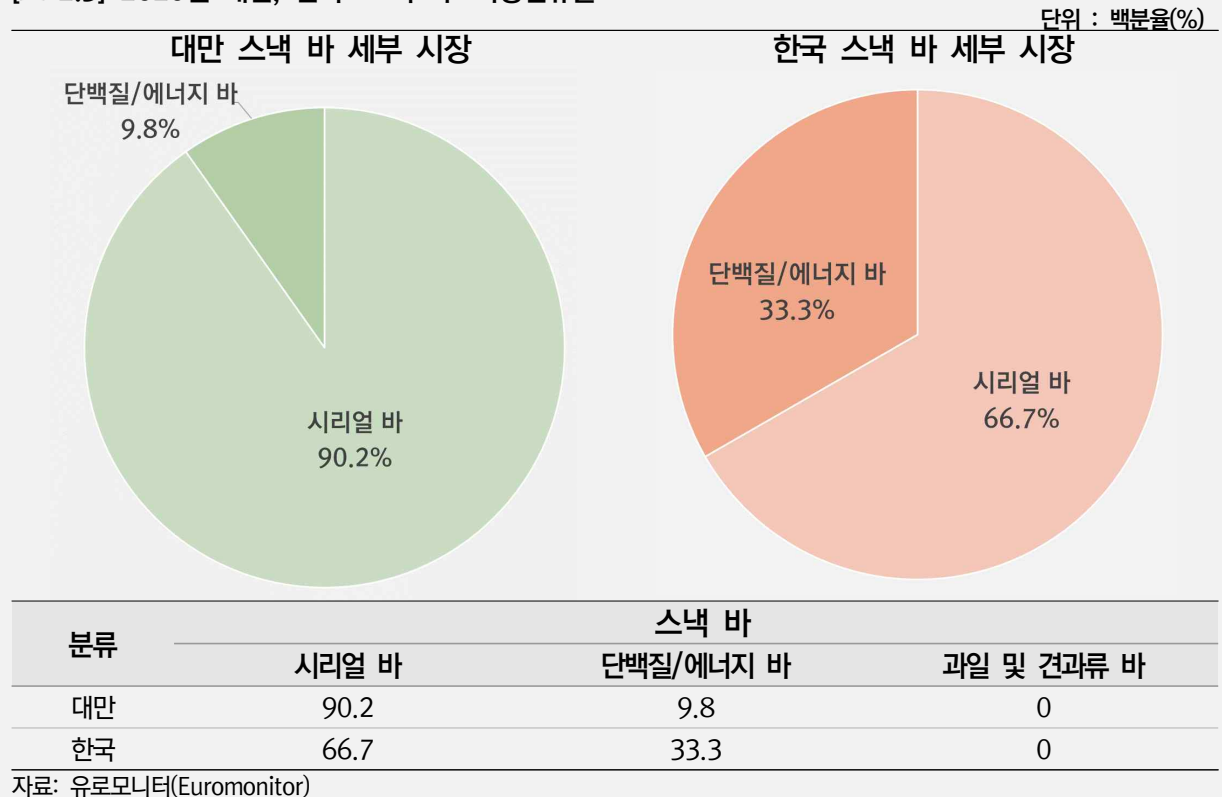
3. 대만 스낵 바 시장점유율

▶ 대만, ‘시리얼 바’ 시장점유율 90.2%로 압도적

대만 스낵 바(약 497억 원) 세부 시장과 한국 스낵 바(약 1,080억 원) 세부 시장을 비교했을 때, ‘시리얼 바’ 제품의 시장 점유율은 한국(66.7%)에서보다 대만(90.2%)에서 더욱 압도적인 것으로 확인됨⁸⁾

대만 소비자들은 오프라인 매장을 통한 과자 구매를 선호하는 편으로, 귀여우면서도 실용성 있는 증정품을 통한 마케팅이 소비자들에게 소구하는 것으로 확인됨. 전체 과자 시장에서 스낵 바는 여전히 틈새 시장이나, 건강 및 웰빙 트렌드에 대한 관심이 높아짐에 따라 향후 높은 성장을 기록할 것으로 기대됨. 특히 세븐일레븐 등 편의점 채널을 통한 유통은 브랜드 인지도를 제고하는 데 도움이 될 것으로 보임. 또한 대만에서 종종 불량식품 이슈가 불거짐에 따라 식품 안전에 대한 현지 소비자들의 관심이 높아지면서 관련 인증마크를 내세운 제품이 더욱 주목받는 경향이 있는 것으로 확인됨⁹⁾

[표 2.3] 2020년 대만, 한국 ‘스낵 바’ 시장점유율¹⁰⁾



8) 유로모니터상 대만 스낵 바 시장(약 497억 원)과 한국 스낵 바 시장(약 1,080억 원)의 시장점유율을 나타냄

9) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Taiwan」, 2021.07

10) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

4. 대만 곡물 바 수입규모

HS CODE 1904.20

조식제품 '곡물 바'는 '곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품'에 콘 플레이크(corn flake)와 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물(옥수수)는 제외한 대과 그 밖의 가공한 곡물(고운 가루 부순 알곡가진 가루는 제외)로 사전 조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다'로 규정된 제 1904호에 속하며 이에 '볶지 않은 곡물 플레이크(flake)의 조제 식료품'볶지 않은 곡물 플레이크(flake)와 볶은 곡물 플레이크(flake)나 팽창된 곡물의 혼합물로 만든 조제 식료품에 해당하는 HS CODE 1904.20을 지표로 선정함

▶ 대만 HS CODE 1904.20 對글로벌 수입액, 약 12억 원

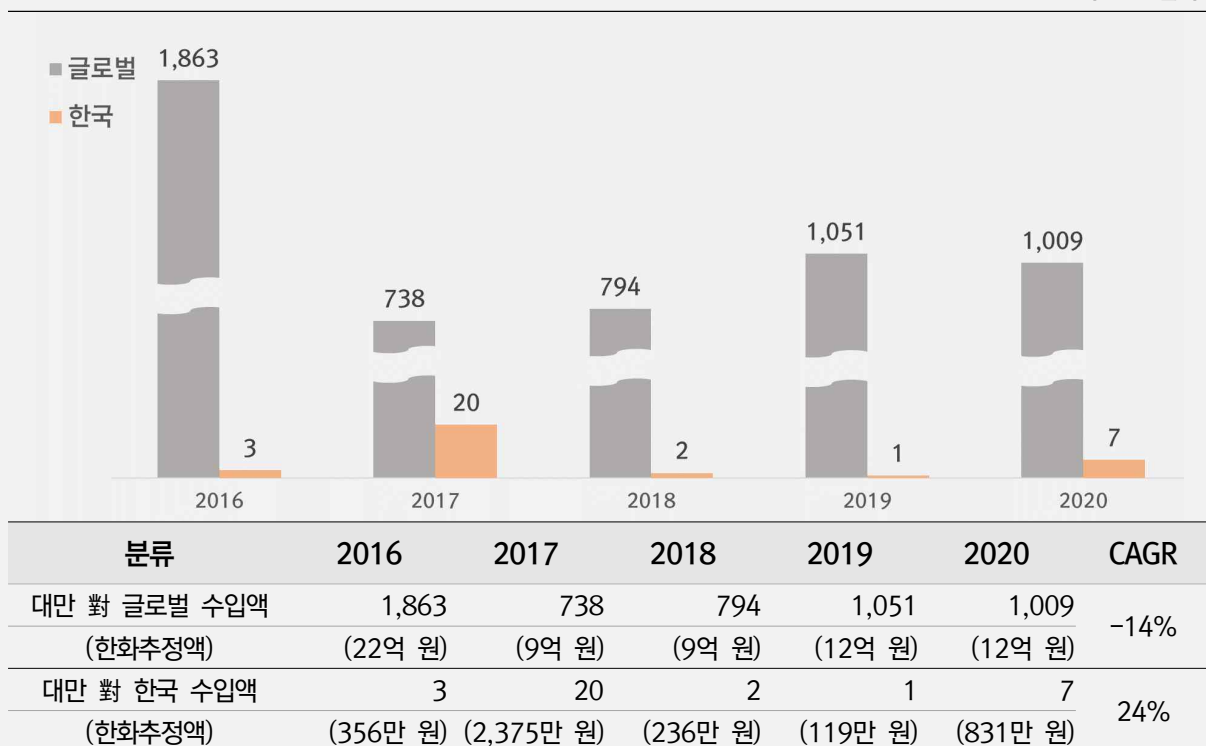
2020년 기준 대만 HS CODE 1904.20 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 4% 감소한 약 12억 원을 기록함. 지난 5년(2016~2020년)간 對글로벌 수입액은 2016년에 약 22억 원으로 고점을 기록한 이후 2017년에 전년 대비 60% 급감한 것으로 확인됨. 이 기간 동안 對글로벌 수입액은 연평균 14%씩 감소세를 보인 것으로 집계됨

▶ 대만 HS CODE 1904.20 수입액 중 한국산 점유율 9위

2020년 기준 대만 HS CODE 1904.20 품목의 對한국 수입액은 약 831만 원으로, 점유율 1%를 차지해 수입액 기준 9위로 집계됨. 글로벌 수입액 점유율 기준 1위 국가인 독일(6.9억 원, 58%)의 비중이 가장 높았으며 2위 호주(2.8억 원, 23%), 3위 일본(0.6억 원, 5%) 순으로 확인됨

[표 2.4] 대만 HS CODE 1904.20 수입규모¹¹⁾¹²⁾¹³⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 1904.20 기준

11) 자료: ITC(International Trade Centre)

12) 1달러=1,187.70원 (2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

III. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 곡물 바 경쟁제품, ‘오트밀 칩’ 1위
2. 곡물 바 경쟁브랜드, ‘마더얼스’ 1위
3. 곡물 바 성분, ‘귀리’ 1위
4. 곡물 바 패키징, ‘50g’ 최다 빈출
5. 대만 곡물 바 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 대만 온라인매장 입점 곡물 바 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 곡물 바(穀物棒)
- 데이터 수집량 : 412건
- 데이터 수집원 : 쇼피(Shopee)

▶ 대만 온라인매장 입점 곡물 바 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 성분 ④ 패키징

항목	키워드 (국문/현지어)		빈도	키워드 (국문/현지어)		빈도
경쟁제품	오트밀 칩	燕麥片	43	그레놀라	granola	10
	샌드 바	夾心	14	영유아 간식	幼兒	8
	오트밀 쿠키	燕麥餅乾	12	두유	豆乳	2
경쟁브랜드	마더얼스	Mother Earth	41	줄리스	Djulis	10
	네이처벨리	Nature Valley	21	베트	Bett'r	9
	네슬레	Nestle	15	아이배넷	Ivenet	5
	그레놀라하우스	Granola House	10	노라	Nora	4
성분	귀리	燕麥	203	현미	糙米	50
	밀	小麥	107	아몬드	杏仁	49
	옥수수	玉米	81	보리	大麥	47
	코코아	可可	80	참깨	芝麻	45
패키징	50g	50g	51	80g	80g	17
	개별포장	獨立包裝	30	파우치	包裹	12
	30g	30g	18	150g	150g	12

1. 곡물 바 경쟁제품, ‘오트밀 칩’ 1위

▶ 다양한 곡물 스낵 소비하는 대만 소비자

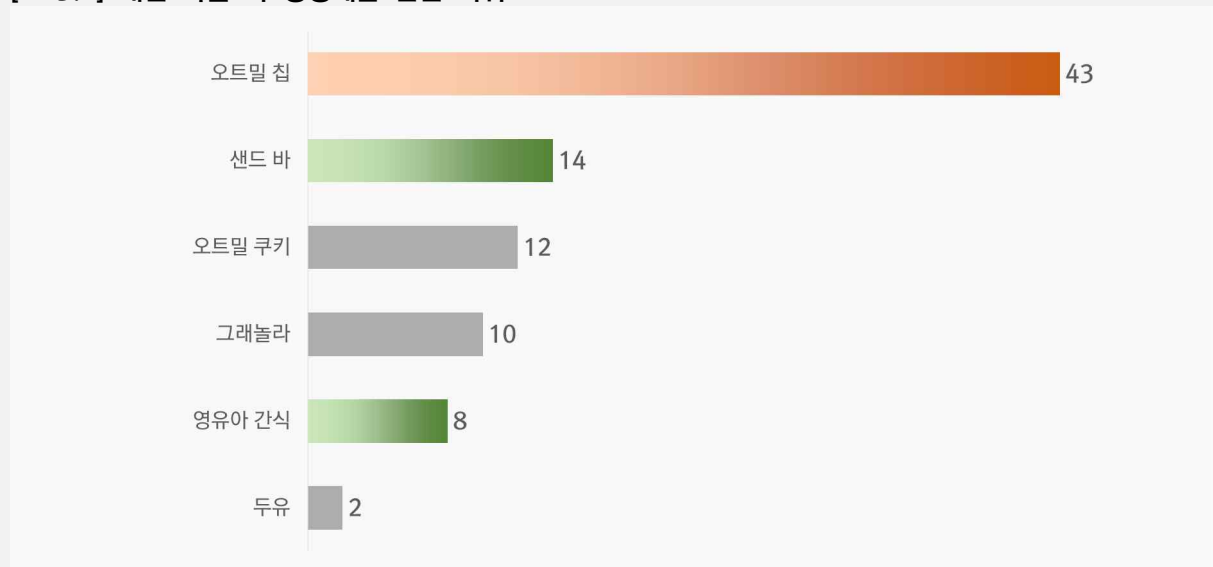
- ‘오트밀 칩’ 빈출 수 43건으로 1위, ‘샌드 바’ 도출 수 14건으로 2위
- 원문 추적 결과, 오트밀을 주재료로 하여 초콜릿, 건조 과일 등을 뭉쳐 만든 오트밀 칩과 튀긴 곡물 과자 안에 필링을 채운 샌드 바 다수 도출

▶ 한국산 경쟁제품 ‘영유아 곡물 간식’

- ‘영유아 간식’ 키워드 도출 수 8건으로 5위
- 원문 추적 결과, 8건 중 6건이 한국산 제품인 것으로 확인

1위 오트밀 칩		2위 샌드 바		5위 영유아 간식	
					
제품명	오트밀 칩	제품명	플그레인 샌드 스틱	제품명	칼슘 한입 하이롤 더블 치즈
브랜드	더 찰라(The Chala)	브랜드	해피니스(Happiness)	브랜드	아이배넷(Ivenet)
용량	230g	용량	300g	용량	50g
가격	149.0타이완달러(약 6,413원 ¹⁴⁾)	가격	149.0타이완달러(약 6,413원)	가격	95.0타이완달러(약 4,089원)

[표 3.1] 대만 곡물 바 경쟁제품 관련 키워드



자료: 대만 온라인매장 판매 제품 내 ‘곡물 바’ 관련 게시물 412건 분석

14) 1타이완달러=43.04원 (2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 곡물 바 경쟁브랜드, ‘마더얼스’ 1위

▶ 곡물 바 경쟁브랜드 ‘마더얼스’ 최다 빈출

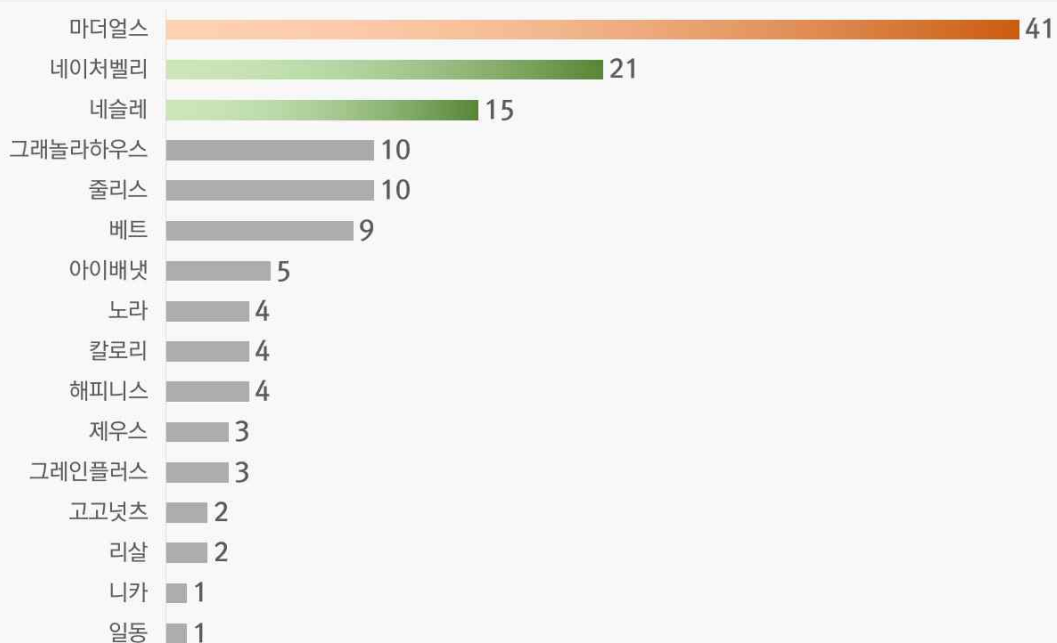
- 뉴질랜드 브랜드 ‘마더얼스(Mother Earth)’ 도출 수 41건으로 1위
- 글로벌 브랜드 ‘네이처밸리(Nature Valley)’, ‘네슬레(Nestle)’ 2·3위

▶ 한국 브랜드 ‘아이배넷’ ‘일동’ 키워드 빈출

- ‘아이배넷’ 키워드 도출 수 3건으로 7위, ‘일동’ 1건으로 15위
- 원문 추적 결과, 영유아가 먹기 좋은 작은 사이즈로 감귤, 치즈, 고구마 등 다양한 맛 출시

1위 마더얼스		2위 네이처밸리		3위 네슬레	
					
제품명	구운 그레놀라 바	제품명	그레놀라바 믹스	제품명	피트니스 딸기 시리얼 바
브랜드	마더얼스(Mother Earth)	브랜드	네이처밸리(Nature Valley)	브랜드	네슬레(Nestle)
용량	240g	용량	42g*40개입	용량	17g
가격	198.0타이완달러(약 8,522원)	가격	675.0타이완달러(약 29,052원)	가격	23.5타이완달러(약 732원)

[표 3.2] 대만 곡물 바 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 대만 온라인매장 판매 제품 내 ‘곡물 바’ 관련 게시물 412건 분석

3. 곡물 바 성분, '귀리' 1위

▶ '귀리', 성분 관련 키워드 도출 1위

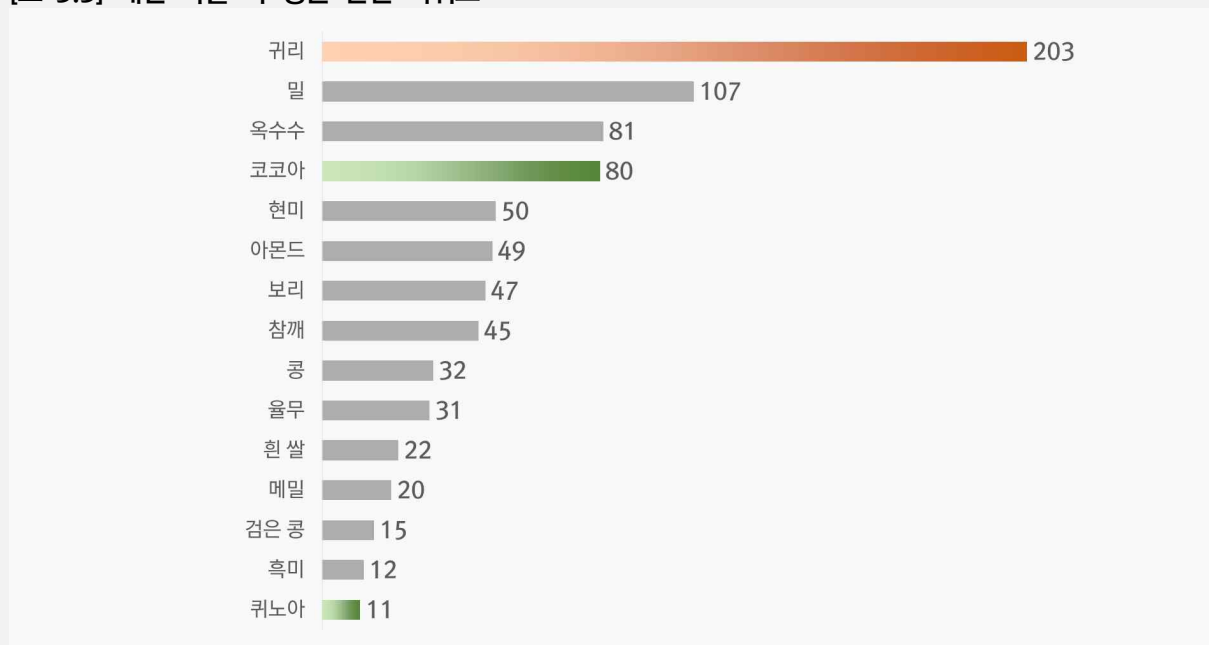
- '귀리', 곡물 바 성분 키워드 도출 수 203건으로 압도적 1위
- '코코아' 성분 키워드 도출 수 80건으로 3위
- 11건 도출된 성분 키워드 '퀴노아', 경쟁브랜드 줄리스의 주요 성분

▶ 고객사 제품에 포함된 5곡 성분 모두 빈출

- '귀리', '밀'(107건), '현미'(50건), '보리'(47건), '흑미'(12건) 모두 빈출
- 원문 추적 결과, '유기농 귀리', '유기농 흑미' 등 유기농 성분 다수 발견

1위 귀리		4위 코코아		15위 퀴노아	
					
제품명	크런치 오트 바	제품명	코코 크런치	제품명	레드 퀴노아 시리얼 바
브랜드	그레놀라 하우스 (Granola House)	브랜드	네슬레(Nestle)	브랜드	줄리스(Djulis)
용량	32g	용량	25g*6개입	용량	14g*12개입
가격	29.0타이완달러(약 1,248원)	가격	115.0타이완달러(약 4,950원)	가격	200.0타이완달러(약 8,608원)

[표 3.3] 대만 곡물 바 성분 관련 키워드



자료: 대만 온라인매장 판매 제품 내 '곡물 바' 관련 게시물 412건 분석

4. 곡물 바 패키징, '50g' 최다 빈출

▶ 패키징 관련 키워드 빈출 수 1위, '50g'

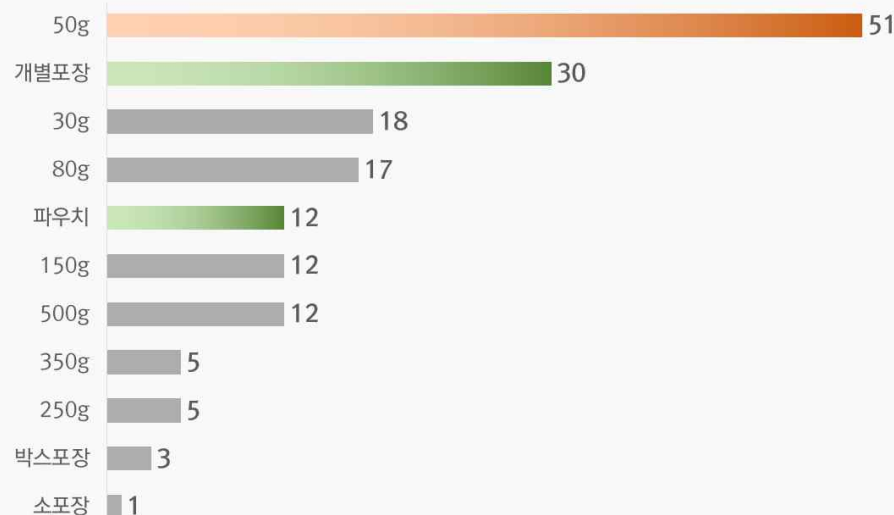
- '50g', 패키징 관련 키워드 도출 수 51건으로 1위
- '500g', '350g' 등 대용량 포장보다 '30g', '80g' 등 소포장 선호

▶ 패키징 키워드 2위, 플라스틱 파우치에 '개별포장'

- '개별포장' 키워드 도출 수 30건, '파우치' 도출 수 12건
- 원문 추적 결과, 플라스틱 파우치 포장이 대부분이나 투명한 플라스틱 병에 담긴 제품도 발견됨

1위 50g		2위 개별포장		5위 파우치	
					
제품명	고구마 꿀 시리얼 바	제품명	견과류 영양바 크랜베리	제품명	코코넛 곡물 비스킷
브랜드	첵 한(Cheng Han)	브랜드	그레인 플러스(Grain Plus)	브랜드	타이코코(Thaicoco)
용량	50g	용량	30g	용량	30g
가격	99.0타이완달러(약 4,261원)	가격	42.0타이완달러(약 1,808원)	가격	49.0타이완달러(약 2,109원)

[표 3.4] 대만 곡물 바 패키징 관련 키워드



자료: 대만 온라인매장 판매 제품 내 '곡물 바' 관련 게시물 412건 분석

5. 대만 곡물 바 진출 컨셉

- ▶ **컨셉 ① _ 튀기지 않고 구워 건강한 곡물 스낵 통 그레놀라 바**
 - 홍보문구 키워드 빈출 120건 ‘건강한’, 23건 ‘구운’ 활용
 - 담백하고 고소한 건강 스낵을 선호하는 소비자 맞춤 어필
- ▶ **컨셉 ② _ 유기농 5곡으로 더욱 맛있는 통 그레놀라 바**
 - 홍보문구 키워드 빈출 102건 ‘맛있는’, 28건 ‘유기농’ 활용
 - 건강한 식재료를 사용한 맛있는 스낵을 찾는 소비자 공략
- ▶ **컨셉 ③ _ 한 입 크기 스낵으로 간편하게 즐기는 통 그레놀라 바**
 - 홍보문구 키워드 빈출 33건 ‘한 입’ 활용
 - 고객사 제품의 주력 장점인 한 입에 쏙 들어가는 곡물 바 사이즈 어필

패키징	성분	홍보문구	★결합 키워드 발생량	제품 컨셉
50g	귀리	구운	8건	→ [구운][귀리] 로 고소한맛 더한 통 그레놀라바 [50g]
50g	밀	건강한	6건	→ 보리, 흑미, 귀리, 현미, [밀] 5곡으로 [건강한] 곡물 스낵 통 그레놀라바 [50g]
50g	밀	맛있는	6건	→ 유기농 발아 5곡 보리, 흑미, 귀리, 현미, [밀] 이 들어가 더욱 고소하고 [맛있는] 통 그레놀라바 [50g]
50g	보리	맛있는	5건	→ [맛있는] [보리] 간식 통 그레놀라바 [50g]
파우치	귀리	한 입	4건	→ [한 입] 크기 [귀리] 스낵을 [파우치] 에 담은 통 그레놀라바

★ 결합 키워드 발생량 : 성분/패키징/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

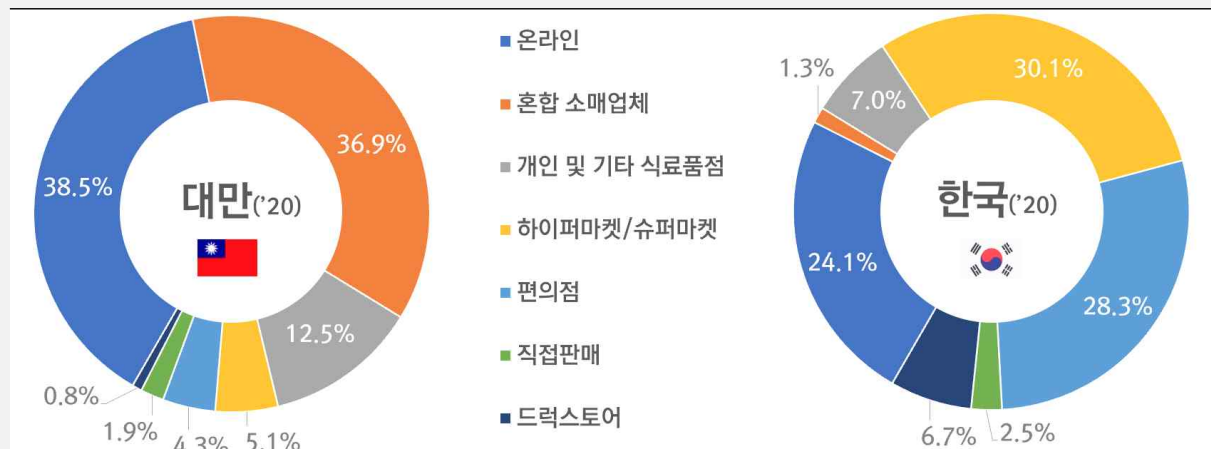
1. 대만 곡물 바 유통채널 비교
2. 대만 곡물 바 유통채널 특징

1. 대만 곡물 바 유통채널 비교

- ▶ 대만 ‘온라인’, ‘혼합 소매업체’ 그리고 ‘개인 및 기타 식료품점’ 점유율 한국 대비 높아
2020년 대만 ‘스낵 바’ 유통의 약 90%는 ‘온라인’, ‘혼합 소매업체’ 그리고 ‘개인 및 기타 식료품점’을 통해 이뤄진 것으로 집계됨. 먼저 대만 ‘온라인’의 유통 점유율은 38.5%로 한국의 24.1% 대비 약 14%p 높았으며, ‘혼합 소매업체’의 경우 대만이 36.9%, 한국이 1.3%로 약 30배 가까이 차이남. ‘개인 및 기타 식료품점’ 또한 대만(12.5%)이 한국(7.0%) 대비 5.5% 높은 점유율을 지님. 반면 한국 ‘스낵 바’ 유통구조를 살펴보면 점유율 상위 3개 채널은 순서대로 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’(30.1%), ‘편의점’(28.3%) 그리고 ‘온라인’(24.1%)이었던 것으로 나타났으며, 이외 ‘직접판매’ 및 ‘드럭스토어’를 통한 유통은 모두 대만(각각 1.9%, 0.8%)보다 한국(각각 2.5%, 6.7%)에서 더 높은 점유율을 차지함
- ▶ 대만 곡물 바 온라인 시장, 채널별 점유율 1위 차지

2020년 대만 ‘스낵 바’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 38.5%로 한국의 24.1% 대비 높았으며 대만 ‘스낵 바’ 유통채널 중 점유율 기준 1위를 차지함

[표 4.1] 대만 곡물 바 소매유통채널 점유율



대만 및 한국 소매유통채널 점유율¹⁵⁾¹⁶⁾ 비교¹⁷⁾

대만	유형	한국
38.5%	온라인	24.1%
36.9%	혼합 소매업체	1.3%
12.5%	개인 및 기타 식료품점 ¹⁸⁾	7.0%
5.1%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	30.1%
4.3%	편의점	28.3%
1.9%	직접판매	2.5%
0.8%	드럭스토어	6.7%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

15) 2020년 기준, 대만 및 한국 ‘스낵 바(Snack Bars)’의 소매유통채널 점유율임

16) ‘곡물 바’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘스낵 바(Snack Bars)’의 정보를 확인함

17) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

18) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트/한인마트를 포괄함

2. 대만 곡물 바 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



사진자료: 피노이포르모사

▶ 대만 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 취안리엔엔터프라이즈 및 프레시까르

대만 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 기업 취안리엔엔터프라이즈(Chyuan Lien Enterprise)는 2020년 대만 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 3,608억 6,400만 타이완달러(약 15조 5,316억 원¹⁹⁾)의 35.7%를 점유함. 프레시까르(PresiCarre)는 19.3%를 점유한 것으로 나타남

▶ 소비자 구매 패턴에 발맞춘 매장 운영 형태 선보여²⁰⁾

2020년 초 코로나19 사태 이후 대만 슈퍼마켓 매출액이 증가한 것으로 나타남. 팬데믹 사태로 집에서 직접 요리하는 소비자들이 늘어나면서 식료품 구매율이 증가하였으며, 이동 거리를 최소화하기 위해 매장 수가 많고 주거지역에서 가까운 슈퍼마켓에서 장을 보는 소비자들이 크게 늘었음. 피엑스마트(PX Mart)는 외진 곳에 거주하는 소비자를 직접 찾아가 냉동식품 등 기타 생필품을 판매하는 이동형 마트 트럭을 운영하기도 함. 이외에도 식료품 배달 서비스 플랫폼과의 연계 등이 슈퍼마켓 매출 증가를 견인했으며, 코로나19 이후에도 매출 증대에 중요하게 작용할 것으로 전망됨

[표 4.2] 대만 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) ²¹⁾	산하 주요 브랜드
1	취안리엔엔터프라이즈 (Chyuan Lien Enterprise)	35.7%	피엑스마트 (PX Mart)
2	프레시까르 (PresiCarre)	19.3%	까르푸(Carrefour), 까르푸마켓(Carrefour Market)
3	알티마트인터내셔널 (RT Mart International)	7.0%	알티마트 (RT Mart)
4	파이스턴디파트먼트스토어즈 (Far Eastern Department Stores)	4.3%	에이.마트(a.mart), 씨티수퍼(City Super)
5	데어리팜인터내셔널홀딩스 (Dairy Farm International Holdings)	3.8%	웰컴(Wellcome), 마켓플레이스바이제이슨스 (Market Place by Jasons)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

19) 1타이완달러=43.04원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

20) 유로모니터(Euromonitor), "Supermarkets in Taiwan Country Report", 2021.03

21) 대만 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 편의점

●

대만 주요 편의점 브랜드
세븐일레븐



사진자료: 차이나타임즈

▶ 대만 주요 편의점 업체, 프레지던트체인스토어 및 타이완패밀리마트

대만 주요 편의점 업체인 프레지던트체인스토어(President Chain Store)는 2020년 편의점 유통채널 대만 전체 매출액 2,587억 5,100만 타이완달러(약 11조 1,366억 원)의 57.9%를 차지함. 타이완패밀리마트(Taiwan Family Mart)는 31.0%의 점유율을 차지함

▶ 대만 편의점, 스낵 바 시장의 각축지 등극²²⁾²³⁾

대만 스낵 바 시장에 2019년 12월 진입한 비카인드(Be-Kind) 제품은 편의점을 통한 유통 및 소셜미디어 홍보를 진행하여 브랜드 인지도를 제고했을 뿐만 아니라 건강한 브랜드 이미지를 형성하여 높은 수요를 이끌어냄. 또한 기존에 형성되어있던 견과류 제품에 대한 긍정적 인식을 바탕으로 견과류를 포함한 단백질/에너지 바 역시 평균보다 높은 가격대를 갖고 있음에도 불구하고 그 인기를 꾸준히 유지하고 있음. 이렇듯 최근 시장에 진입한 ‘신(新) 플레이어’인 비카인드의 인기와 전반적인 스낵 바에 대한 수요 상승으로 향후 유기농매장 등지에서만 판매되던 소규모 유기농 단백질/에너지 바 제품 또한 시장을 확대해나갈 것으로 전망됨. 이와 함께 곡물 바 제품의 경우 시장 선도 기업인 네이처벨리(Nature Valley)가 세븐일레븐 및 피엑스마트로 유통채널을 확장하며 단백질/에너지 바와 유사하게 건강보조제 및 에너지 드링크 매대 옆에 제품을 배치하고, 켈로그(Kellogg)도 새로이 출시한 곡물 바 제품을 건강한 스낵으로 포지셔닝하는 등 기존에는 빠르고 간편한 식사대용식으로만 여겨졌던 곡물 바에 대한 소비자 인식 또한 향후 변화할 것으로 예상됨

[표 4.3] 대만 주요 편의점 업체

순번	기업명	편의점 유통채널 매출액 점유('20) ²⁴⁾	산하 주요 브랜드
1	프레지던트체인스토어 (President Chain Store)	57.9%	세븐일레븐 (7-Eleven)
2	타이완패밀리마트 (Taiwan Family Mart)	31.0%	패밀리마트 (FamilyMart)
3	하이-라이프인터내셔널 (Hi-Life International)	7.9%	하이라이프 (Hi-Life)
4	라이라이컨비니언스스토어즈 (Lai Lai Convenience Stores)	3.2%	오케이마트 (OK Mart)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

22) 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Taiwan Country Report」, 2021.07

23) 대한무역투자진흥공사(KOTRA), 「대만 과자 시장 동향」, 2021.05

24) 대만 편의점 점유율 부문 상위 4개 기업

3) 드럭스토어

▶ 대만 주요 드럭스토어 업체, 에이에스왓슨그룹 및 그레이트트리파마시

대만 주요 드럭스토어 업체 에이에스왓슨그룹(AS Watson Group)은 2020년 대만 드럭스토어 전체 매출액 1,733억 6,400만 타이완달러(약 7조 4,616억 원)의 11.1%를 점유했으며 산하에 왓슨스(Watsons) 한 개 브랜드를 두고 있음. 그레이트트리파마시(Great Tree Pharmacy)는 전체 매출액의 4.9%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 보유함

▶ 대만 드럭스토어 업계, 온라인 구매율 크게 증가²⁵⁾

코로나19 팬데믹의 영향으로 여성, 밀레니얼 세대 소비자를 중심으로 온라인몰 구매율이 증가함. 이에 왓슨스(Watsons)는 매장에서 스캔한 제품을 집으로 바로 받아볼 수 있는 서비스와, 우버이츠(Uber Eats)와 파트너십을 체결하여 제품 픽업 및 배달 서비스를 개시하였음. 신규 기업 및 일본 기반의 드럭스토어 체인이 현지 시장에 진출하면서 시장 경쟁이 심화되었지만 왓슨스는 2020년에도 드럭스토어 시장 점유율 11.1%를 기록하며 1위를 유지하였음

[표 4.4] 대만 주요 드럭스토어 업체

순번	기업명	드럭스토어 매출액 점유('20) ²⁶⁾	산하 주요 브랜드
1	에이에스왓슨그룹 (AS Watson Group)	11.1%	왓슨스 (Watsons)
2	그레이트트리파마시 (Great Tree Pharmacy)	4.9%	그레이트트리파마시 (Great Tree Pharmacy)
3	프레지던트체인스토어 (President Chain Store)	4.4%	코스메드 (Cosmed)
4	틴틴드럭스토어 (Tin Tin Drugstore)	2.1%	틴틴 (Tin Tin)
5	우드페커인터내셔널 (Woodpecker International)	1.6%	우드페커 (Woodpecker)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

25) 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Taiwan Country Report」, 2021.03

26) 대만 드럭스토어 점유율 부문 상위 5개 기업

4) 온라인

▶ 대만 주요 온라인 유통채널, 모모샵 및 쇼피

대만 주요 온라인 유통채널에는 모모샵(Momo Shop), 쇼피(Shopee), 야후!바이(Yahoo! Buy), 피씨홈(PChome) 등이 있음. 푸본그룹(Fubon Group)의 모모샵은 2020년 대만 온라인 유통채널 전체 매출액 4,292억 8,000만 타이완달러(약 18조 4,762억 원)의 12.4%를 점유했으며, 씨(Sea)의 쇼피는 전체 매출액의 11.4%를 점유함

▶ 대만 온라인 시장 식음료 부문 10% 성장률 기록²⁷⁾

코로나19로 음식점의 정상적인 운영이 어려워지면서 온라인을 포함한 식료품 유통 시장이 크게 성장하였음. 슈퍼마켓은 물론 드럭스토어, 소매점 등 많은 유통업체가 배달 애플리케이션과 제휴하면서 여러 기업의 온라인 매출 비중이 커져 온라인 유통 확장이 중요해짐. 또한 코로나19 기간 외출을 최소화하기 위해 온라인으로 스낵류, 간편식품 등 식료품을 주기적으로 구매하는 소비자들이 늘었음. 이에 따라, 대만 온라인 시장의 식음료 부문이 전년 대비 10%p 성장하여 241억 8,500만 타이완달러(약 1조 409억 원)를 기록함

[표 4.5] 대만 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ²⁸⁾	산하 주요 브랜드
1	푸본그룹 (Fubon Group)	12.4%	모모샵 (Momo Shop)
2	씨 (Sea)	11.4%	쇼피 (Shopee)
3	야후! (Yahoo!)	8.5%	야후!바이 (Yahoo! Buy)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

27) 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-Commerce in Taiwan Country Report」, 2021.03

28) 대만 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 대만 곡물 바 주요 온라인 유통채널
2. 대만 곡물 바 주요 오프라인 유통채널

1. 대만 곡물 바 주요 온라인 유통채널 ① 모모샵

기업 기본 정보	기업명	모모샵(Momo Shop)	
	홈페이지	www.momoshop.com.tw	
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	개요	방문 횟수(최근 1개월)	4,200만 회
		앱 다운로드 수('20)	(-)
		매출액('20)	671억 9,810만 타이완달러 (약 2조 8,922억 원 ²⁹⁾)
		운영방식	온라인마켓
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	프루타벨라(Frutabela), 시위안(喜願)
		해외 판매	중국으로의 배송만 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	연휴 및 시즌별 할인, 00데이 할인, 1+1 프로모션, 무료 배송 등 다양한 프로모션 상시 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 직접 등록 - 홈페이지 하단 메뉴에서 '招商專區' 클릭하여 입점 문의 양식서 필요 정보 기입 - 입점 문의 양식서 제출 후 모모샵 관계자가 이메일로 결과 통지 - 판매 수수료 등 기타 세부 사항은 협의 후 결정 - 홈페이지 기입 정보 - 공급자 정보 (회사명, 회사 등록번호, 자본금, 설립일, 회사 종류, 회사 주소, 연락처, 팩스번호, 회사 홈페이지, 담당자명, 담당자 직급, 연락처, 이메일) - 제품 관련 내용 (제품명, 제품명, 현재 유통채널, 제품 설명) - 문의사항 연락처 및 기타 사항 - 종합몰(B2C) 형태 및 오픈마켓(B2B2C) 형태 모두 운영 - 이메일: ccshih@fmt.com.tw - 전화번호: +886-8-0077-7939	

자료: 모모샵(Momo Shop), 한국농수산물유통공사(aT), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 모모샵(Momo Shop)

29) 1타이완달러=43.04원 (2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 멤버십 제도

제휴 신용카드인 모모카드(momo卡) 사용이 가능하며, 현금, 우수 고객 대상 특별 혜택 등 다양한 서비스 제공 중

2. 물류 및 배송

자체 배송 차량 및 대만 전역에 23개의 물류 및 유통센터 활용하여 당일 배송 서비스 제공

3. 라이브 커머스

홈쇼핑으로 기반으로 발전한 플랫폼으로서 홈쇼핑 노하우를 바탕으로 인터넷 라이브 방송 진행



4. 크로스보더 판매

중국으로의 판매는 가능하며, 역작구나 기타 해외 국가로의 배송은 불가능

5. 후불제 시스템

신용카드를 이용한 선불제 시스템과 더불어 물품을 받은 후 현금을 건내는 후불제 시스템(COD) 존재

세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
한국 식품군 중에서는 김치 카테고리가 별도로 운영되고 있으며
몇몇 한국 브랜드가 별도의 전용관을 보유

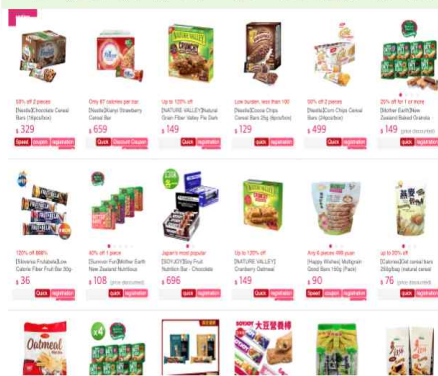
온라인몰 UI ②

Momo Shop - 제품 구매 페이지

'곡물 바' 제품 검색 결과

'곡물 바' 제품 관련 검색결과 노출

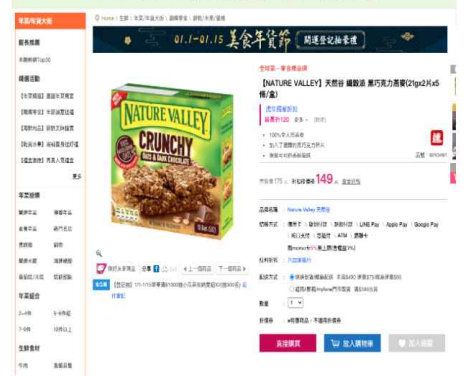
브랜드, 원산지, 무게, 카테고리별로 세분화 분류 기능 제공



'곡물 바' 구매 페이지

할인가로 판매되는 제품 다

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



품목별, 가격별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 모모샵(Momo Shop), 한국농수산식품유통공사(aT)

사진 자료: 모모샵(Momo Shop)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁰⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	스낵 바	프루타벨라 (Frutabela)	디카센귀방 (低卡纖果棒) •딸기요거트, 다크초콜릿오렌지, 살구요거트 등	슬로베니아	36.0타이완달러 (약 1,549원)	30g	
2	곡물 칩	시위안 (喜願)	짜랑하오방방(취안쑤) (雜糧好棒棒(全素)) •통밀가루, 비타민E, 새싹보리분말, 검은콩분말, 깨 •비건	대만	90.0타이완달러 (약 3,873원)	150g	
3	곡물 바	베이텐 (北田)	쥐뤄차오미쥐안 (蒟蒻糙米捲) •곤약 및 현미 •미역, 노른자, 우유, 초콜릿 맛이 있으며 해당 제품은 파티팩 제품	대만	99.0타이완달러 (약 4,260원)	320g	
4	곡물 바	첼차오 (雀巢) ³¹⁾	차오커리구우방 (巧克力穀物棒) •통밀가루, 통귀리, 쌀, 초콜릿	폴란드	329.0타이완달러 (약 1만 4,160원)	23.5g * 16개입	
5	곡물 바	통이성지 (統一生機)	홍리뒤구방 (紅藜多穀棒) •레드퀴노아, 쌀, 현미, 옥수수, 콩, 유청가루 등 •노른자 맛	대만	99.0타이완달러 (약 4,260원)	150g	
6	곡물 바	베이텐 (北田)	쥐뤄차오미쥐안단황커우웨이 (蒟蒻糙米捲蛋黃口味) •곤약 및 현미 •미역, 노른자, 우유, 초콜릿 맛이 있으며 해당 제품은 노른자 맛 제품	대만	49.0타이완달러 (약 2,108원)	160g	
7	곡물 바	마더얼스 (Mother Earth)	잉양하오방방 (營養好棒棒) •통밀, 귀리, 해바라기씨, 다크초콜릿 등	뉴질랜드	108.0타이완달러 (약 4,648원)	180g	

자료: 모모샵(Momo Shop)

사진 자료: 모모샵(Momo Shop)

30) 조사일(2022.01.06.) 기준 모모샵(Momo Shop) 곡물 바 카테고리 평점 상위 제품 리스트

31) 네슬레(Nestle)의 한자식 표기임

② 쇼피

기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee)		
	홈페이지	www.shopee.tw		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문 횟수(최근 1개월)	6,800만 회	
		앱 다운로드 수('20)	9만 회	
	매출액('20)	43억 7,000만 달러(약 5조 1,902억 원 ³²⁾) ³³⁾		
	운영방식	온라인마켓		
매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	황진커우푸(黃金口福), 루화하오우(日華好物)	
		해외 판매	일부 국가로의 배송 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	연휴 및 시즌별 할인, 00데이 할인, 1+1 프로모션, 무료 배송 등 다양한 프로모션 상시 진행			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 쇼피 코리아 셀러 센터를 통한 입점 등록 (shopee.kr) - 홈페이지 기입 정보 ① 사업자등록번호 (10자리) ② 운영 담당자 정보 (이름, 전화번호, 이메일) - 이메일로 발송된 ‘판매자 정보 제출 양식’ 내 정보 기입하여 제출 - 판매자 정보 검토 후 쇼피 코리아 담당자로부터 받은 메일을 통해 셀러샵 생성 • 쇼피 대만 셀러 센터를 통한 입점 등록 (seller.shopee.tw) - 로그인 후 신청서 작성하여 제출 • 문의사항 연락처 및 기타 유의사항 - 쇼피 코리아를 통한 셀러샵 생성 시 처음은 싱가포르에서만 가능함. 대만 셀러샵 생성은 싱가포르 샵 생성 이후 ‘마켓 확장’ 과정을 통해 가능함 - 상품 금액 총합 2,000TWD 이상인 건에 한하여 10~30%의 수입 관세 발생 가능 - 태블릿 형태의 건강기능식품 판매 불가 - 전화번호: +886-2-6636-6559		

자료: 쇼피(Shopee) 대만, 한국농수산물유통공사(aT), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 쇼피(Shopee) 대만

32) 1달러=1,187.70원 (2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

33) 모기업인 씨(Sea)의 2020년 글로벌 통합 매출액임

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 환불제시스템

신용카드를 이용한 선불제 시스템과 더불어 물품을 받은 후 현금을 건 내 는 후 불 제 시스템(COD) 존재

2. 배송 서비스

800위안 이상 주문 시 무료 배송 가능, 24시간 이내 배송 편의점을 통한 주문 상품 수령 가능 등 편리한 배송 서비스 제공으로 빠르게 점유율 확장

3. 간편한 셀러 가입

소파가 진출한 동남아 및 기타 국가에 사업자 등록이 되어있지 않아도 한 국 사 업 자 등록증만으로도 입점 가능함



4. 크로스보더 판매

대만 전역과 아세안 일부 국가로의 판매 가능하며, 한국발 상품에서의 역작구 또한 가능함

5. 상품 등록 및 물류

상품 등록은 반드시 번체자로 이루어져야 하며 쇼피 대만의 경우 쇼피 물류 서비스(SLS) 이용이 불가능하므로 대비 필요

영어, 번체자, 간체자로 홈페이지 운영
한국 스택 카테고리 별도 운영 중이며
몇몇 한국 브랜드는 브랜드 전용관 및 직구몰 등의 형태로 구매 가능

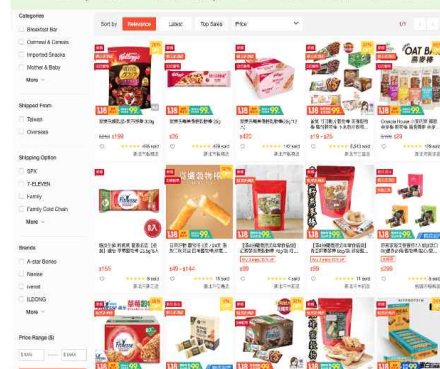
온라인몰 UI ②

Shopee - 제품 구매 페이지

'곡물바' 제품 검색 결과

'곡물바' 제품 관련 검색결과 노출

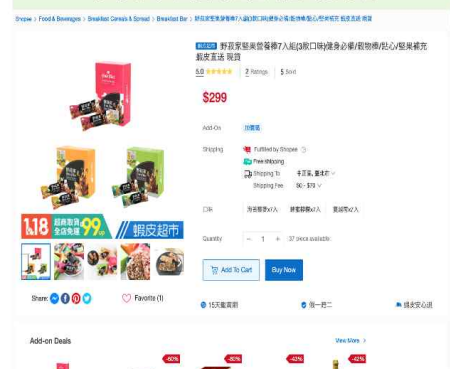
브랜드, 배송, 결제 옵션, 카테고리별로 분류 기능 제공



'곡물바' 구매 페이지

할인가로 판매되는 제품 다

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



품목별, 브랜드별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 쇼피(Shopee) 대만, 한국농수산물유통공사(aT)

사진 자료: 쇼피(Shopee) 대만

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	곡물 바	황진커우푸 (黃金口福)	15+2우구뉴야방 (15+2五穀牛軋棒) •누가크리스피롤 •밀가루, 전지분유, 현미가루, 옥수수가루, 곡물분말 등	대만	139.0타이완달러 (약 5,982원)	450g	
2	곡물 바	루화하오우 (日華好物)	쓰선구우방(양충평웨이)/ 리마이구우방(장황커리) (四神穀物棒(洋蔥風味)/ 藜麥穀物棒(薑黃咖喱)) •양파 맛 / 터메릭 커리 맛 •현미, 퀴노아, 콩, 전지분유, 새싹보리 등	대만	144.0타이완달러 (약 6,197원)	8g * 24개입	
3	곡물 바	취차오 (雀巢)	커커추이펜구우방 (可可脆片穀物棒)	폴란드	19.0타이완달러 (약 817원)	25g	
4	곡물 바	그래놀라하우스 (Granola House)	센추이엔마이방 (纖脆燕麥棒) •크랜베리+자색고구마, 초콜릿, 초콜릿+소금, 아몬드+깨, 아몬드+멸치, 얼그레이 맛 •호주산 귀리, 해바라기씨, 아몬드 가루, 옥수수가루 등	대만	29.0타이완달러 (약 1,248원)	32g	
5	곡물 바	케미키즈 (Kemy Kids)	구우샤오쥐안신 (穀物小捲心) •블루베리, 바나나당근, 치즈, 스트로베리 맛 •현미, 쌀, 옥수수, 새싹보리, 콩 등	한국	158.0타이완달러 (약 6,800원)	40g	
6	곡물 바	취차오 (雀巢)	센이구우방 (纖怡穀物棒) •통밀, 쌀, 통오트밀, 크랜베리, 딸기 •비건	폴란드	19.0타이완달러 (약 817원)	23.5g	
7	곡물 바	카루리 (卡路里)	엔마이구우방 (燕麥穀物棒) •오트밀, 유청가루, 전지분유, 초콜릿	대만	89.0타이완달러 (약 3,830원)	250g	

자료: 쇼피(Shopee) 대만

사진 자료: 쇼피(Shopee) 대만

2. 대만 곡물 바 주요 오프라인 유통채널 ① 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)			
	기업 구분	편의점			
	홈페이지	www.7-11.com.tw			
	위치	타이베이(臺北)			
	규모	매출액('20)	약 11조 9,996억 엔(약 125조 8,950억 원 ³⁵⁾) ³⁶⁾		
		기타 규모	• 매장 수('20): 5,647개		
기업 요약	1978년 대만에 진출했으며, 현재 대만 최대 규모의 편의점으로 성장함 - 쇼핑센터, 지하철역, 병원 등 유동인구가 많은 시설에 입점 - 이본마트(Ibon Mart), 온라인 쇼핑몰을 운영하며 배송 및 픽업서비스 제공				
소비자 정보	타겟 소비자	성별	남성·여성	직업	학생·직장인·주부
		연령대	전연령대	소득수준	중산층

방문매장 정보	영업시간	24시간		
	주소	台北市中山區林森北路587號1樓		
	상권	지하철역과 호텔, 주거지역 근처에 위치하고 있어 유동인구 및 이용객 다수		
	VMD	취급 브랜드	취차오(雀巢), 소이조이(Soyjoy)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
매장 전경				

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 문의 (shop.7-11.com.tw/shop/rui0302.faces) - 홈페이지 양식대로 정보 기입 후 제출 - 입점 신청 시 필요 정보 ① 공급자정보 (회사명, 사업자 등록번호, 웹사이트 주소, 설립일, 자본금, 업태) ② 담당자 정보 (담당자 성명, 전화번호, 이메일) ③ 제품 관련 정보 (제품 유형, 제품 상세 정보, 카탈로그, 현지어 회사 소개, 제품 URL 등) - 문의사항 연락처 - 이메일: public@mail.7-11.com.tw - 전화번호: +886-2-2747-8711 - 팩스: +886-2-2748-8181
-------------	---------------------	---

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 대만, 스탯이스타(Statista)

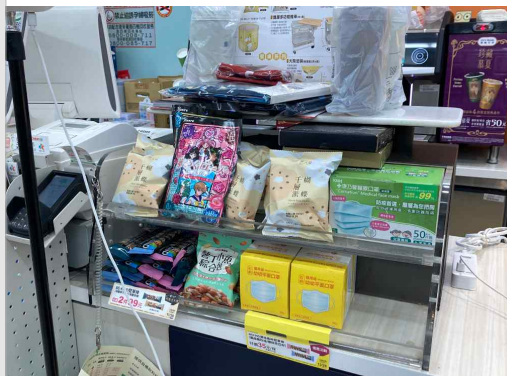
사진 자료: 타이완뉴스(Taiwan News), 세븐일레븐(7-Eleven) 대만 현지 매장 방문 조사

35) 100엔=1,049.16원 (2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

36) 세븐아이홀딩스(Seven&I Holdings) 글로벌 통합 매출액

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



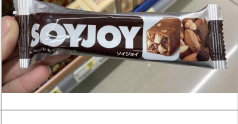
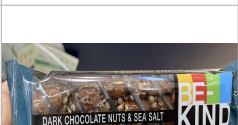
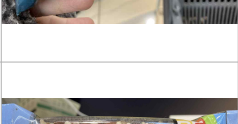
대만 세븐일레븐 현지 매장에서는 곡물(시리얼) 바, 에너지 바, 단백질 바 등 다양한 스낵 바 제품을 취급하고 있었음. 곡물 외에 초콜릿 등이 다량 포함된 대다수의 제품은 기타 초콜릿 제품이나 껌 등 과자 종류와 함께 비치되어 있었고, 일본의 소이조이 제품은 비타민이나 인삼 등 건강보조제품과 함께 비치되어 있었음. 비-카인드 제품은 마스크나 견과류, 캔디 제품과 함께 계산대 바로 옆 매대에 위치함

판매 직원 인터뷰

Q1. 가장 잘 팔리는 제품은?	소이조이(Soyjoy) 영양 바 제품이 가장 인기가 좋음
Q2. 주요 고객층은?	직장인분들이나 학생들이 많이 사감
Q3. 적용되는 프로모션 (ex. 할인, 1+1 증정 등)	비-카인드(Be-Kind) 제품은 '2개 구입 시 99타이완달러' 할인 행사를 진행함

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 대만 현지 매장 방문 조사

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 대만 현지 매장 방문 조사

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	곡물 바	雀巢 (雀巢)	피트니스브렉퍼스트 시리얼바초콜릿 (Finesse Breakfast Cereal Bar Chocolate)	폴란드	29.0타이완달러 (약 1,248원)	23.5g	
2	곡물 바	雀巢 (雀巢)	마일로브렉퍼스트 시리얼바위드프로틴 (MILO Breakfast Cereal Bar With Protein)	폴란드	29.0타이완달러 (약 1,248원)	23.5g	
3	영양 바	소이조이 (Soyjoy)	다더우잉양방 (차오메이커우웨이) (大豆營養棒(草莓口味)) *콩, 딸기	일본	29.0타이완달러 (약 1,248원)	30g	
4	영양 바	소이조이 (Soyjoy)	다더우잉양방 (푸타오커우웨이) (大豆營養棒(葡萄口味)) *콩, 포도	일본	29.0타이완달러 (약 1,248원)	30g	
5	영양 바	소이조이 (Soyjoy)	다더우잉양방 (싱런차오커리커우웨이) (大豆營養棒(杏仁巧克力口味)) *콩, 아몬드 초콜릿	일본	29.0타이완달러 (약 1,248원)	30g	
6	영양 바	소이조이 (Soyjoy)	다더우잉양방 (란메이커우웨이) (大豆營養棒(藍莓口味)) *콩, 블루베리	일본	29.0타이완달러 (약 1,248원)	30g	
7	견과류 바	비-카인드 (Be-Kind)	만웨이메이메이구이유거 평웨이젠귀방 (蔓越莓玫瑰優格風味堅果棒) *Yogurt flavored Cranberry & Rose Nut Bar *아몬드, 땅콩, 섬유질	중국	69.0타이완달러 (약 2,970원)	35g	
8	견과류 바	비-카인드 (Be-Kind)	하이엔헤이차오커리 평웨이젠귀방 (海鹽黑巧克力風味堅果棒) *Dark Chocolate Nuts & Sea Salt Nut Bar *아몬드, 땅콩, 섬유질	중국	69.0타이완달러 (약 2,970원)	40g	
9	견과류 바	비-카인드 (Be-Kind)	잉타오치아쯔유거평웨이젠귀방 (櫻桃奇亞籽優格風味堅果棒) *Yogurt flavored Cherry & Chia Seed Nut Bar *아몬드, 땅콩, 섬유질	중국	69.0타이완달러 (약 2,970원)	35g	

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 대만 현지 매장 방문 조사

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 대만 현지 매장 방문 조사

② 패밀리마트

기업 기본 정보	기업명	패밀리마트(FamilyMart)			
	기업 구분	편의점			
	홈페이지	www.family.com.tw			
	위치	타이베이(臺北)			
	규모	매출액('20)	약 47억 5,000만 달러(약 5조 6,591억 원) ³⁷⁾		
		기타 규모	• 매장 수('20): 3,623개		
기업 요약	• 1973년 설립된 편의점 업체로 1988년 대만에 진출함 • 2013년 자체 브랜드 패밀리마트컬렉션(FamilyMart Collection) 출시				

매장 정보	입점 가능 품목	• 가공식품, 음료류, 스낵류, 주류, 유제품, 신선식품, 생활용품, 문구류 등	
	선호 제품	• 품질이 뛰어난 제품	
	매장 전경	 	

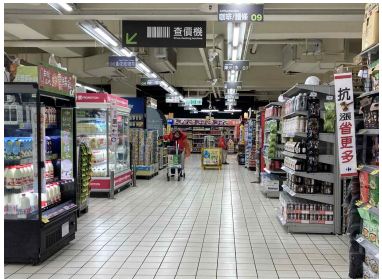
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 이메일 또는 유선 연락을 통한 문의 - 구매 담당자에게 제품 관련 정보 발송 (중문 카탈로그, 견적서, 성분표, 인증 사항 등) - 종합 평가 후 협력 여부 이메일로 통보 - 입점 신청 시 필요 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 담당자 정보, 전화번호, 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) - 문의사항 연락처 - 이메일: meichan@family.com.tw - 전화번호: +886-2-2523-9588 / 6431
-------------	---------------------	---

자료: 패밀리마트(FamilyMart) 대만

사진 자료: 패밀리마트(FamilyMart) 대만

37) 패밀리마트유니홀딩스(FamilyMart Uny Holdings)의 2020년 글로벌 통합 매출액임

③ 까르푸

기업 기본 정보	기업명	까르푸(Carrefour)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.carrefour.com.tw	
	위치	타이베이(臺北)	
	규모	매출액('20)	21억 유로(약 2조 8,283억 원 ³⁸⁾) ³⁹⁾
기업 요약		기타 규모	• 매장 수('20): 132개
		1959년 프랑스에서 설립되었으며 대만에는 1989년 진출함 - 한국, 일본, 유럽 등 다양한 수입 제품 판매 중 - 가격이 타 브랜드 매장에 비해 비교적 저렴한 편임 2020년 12월 31일 데어리팜인터내셔널홀딩스가 소유한 대만의 웰컴, 마켓플레이스바이제이슨스 매장 및 물류창고 인수 완료	
매장 정보	입점 가능 품목	신선식품, 즉석식품, 가공식품, 음료류, 스낵류, 주류, 생활용품, 주방용품 등	
	선호 제품	가격 경쟁력이 있는 제품, 한국 및 일본산 수입 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 등록 (www.carrefour.com.tw/contactus.html) - 訊息類別 항목에 'Inquiry' 클릭 - 詢問類型 항목에 'Supplier Inquiry' 클릭 - 商品類別 항목에 해당 제품 부류 선택 - 詢問對象 항목에 원하는 지역 및 채널 선택 - 파일 업로드 및 메시지 입력 후 제출 - 문의사항 연락처 - 전화번호: +886-2-2898-1999	

자료: 까르푸(Carrefour) 대만, 까르푸(Carrefour)

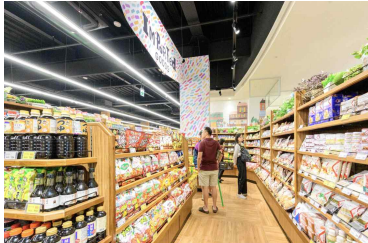
사진 자료: 까르푸(Carrefour) 대만 현지 매장 방문 조사

38) 1유로=1,346.79원 (2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

39) 모기업인 까르푸(Carrefour)의 2020년 아시아(대만) 지역 매출액임

④ 피엑스마트

기업 기본 정보	기업명	피엑스마트(PX Mart)		 全聯福利中心
	기업 구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.pxmart.com.tw		
	위치	타이베이(臺北)		
	규모	매출액('19)	40억 7,600만 달러(약 4조 8,411억 원) ⁴⁰⁾	
기타 규모		• 매장 수('20): 994개		
기업 요약	• 2020년 대만 슈퍼마켓 업계에서 브랜드 점유율 60.9% 차지 • 피엑스!고(PX!Go)나 아이마트(I Mart)와 같은 편의점 형식의 매장도 함께 운영 중 • 2021년 24시간 운영 및 3km 반경 내 24시간 배송 서비스를 제공하는 매장을 운영하기 시작했으며, 연말까지 해당 서비스를 제공하는 매장 추가 4개 확보 및 배송 거리 5km 확대 등을 계획하고 있는 것으로 전해짐			

매장 정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 스낵류, 음료류, 주류, 소스류, 유제품 등	
	선호 제품	• 신선식품, 즉석식품, 냉동식품 등 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 – 홈페이지 상단 메뉴에서 ‘상품제안(商品提案)’ 클릭 – 유형에서 ‘상품제안(商品提案)’ 클릭 후, 필요 정보 및 입점 문의 기입 (www.pxmart.com.tw/px/customer_contact_us.px) – 홈페이지 기입 정보 (담당자명, 연락처, 이메일, 제품 설명 등) • 문의사항 연락처 – 전화번호: +886-2-2533-7700
-------------	---------------------	--

자료: 피엑스마트(PX Mart), 딜로이트(Deloitte), 스탯ISTA(Statista), 미농무성(USDA)

사진 자료: 피엑스마트(PX Mart)

40) 딜로이트(Deloitte)의 2021년 글로벌 소매유통 보고서에서 추산한 예상치임

⑤ 왓슨스

기업 기본 정보	기업명	왓슨스(Watsons)		
	기업 구분	드럭스토어		
	홈페이지	www.watsons.com.tw		
	위치	타이베이(臺北)		
	규모	매출액('20)	약 263억 3,500만 홍콩달러(약 4조 113억 원 ⁴¹⁾) ⁴²⁾	
		기타 규모	- 매장 수('20): 약 580개 - 직원 수('20): 약 1만 7,395명	
기업 요약	1987년에 설립된 홍콩 드럭스토어 브랜드 2020년 기준 대만 드럭스토어 시장 점유율 11.1%로 업계 1위			

매장 정보	입점 가능 품목	즉석식품, 스낵류, 음료류, 유아용품, 건강보조식품, 화장품, 위생용품 등	
	선호 제품	기존 플랫폼에 없는 신제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지 통해 직접 등록 - A.S. WATSON 기업 홈페이지 접속하여 상단 메뉴 Suppliers & Partners 의 Becoming A.S. Watson Suppliers 클릭하여 입점 절차 확인 - 왓슨스 기업 공급업체 포털에서 Apply Here 클릭하여 필요 정보 기재 (aswmarket.com/ngp48/loginprocess) - 등록 정보 ① 공급자 정보 (회사명, 회사 이메일, 담당자 연락처, 기업정보, 사업자등록증, 설립연도, 주거래처, 제조시설 정보 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드명, 브랜드 정보, 제품명, 제품 샘플 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)	
-------------	---------------------	---	--

자료: 왓슨스(Watsons)

사진 자료: 왓슨스(Watsons), 드림스타임(Dreamstime)

41) 1홍콩달러=152.32원 (2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

42) 왓슨스 모기업 CK Hutchison Holdings Limited의 중국을 제외한 아시아 통합 H&B 매출액

⑥ 코스메드

기업 기본 정보	기업명	코스메드(Cosmed)	
	기업 구분	드럭스토어	
	홈페이지	www.cosmed.com.tw	
	위치	타이베이(臺北)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 402개	
	기업 요약	1995년에 설립된 대만 드럭스토어 브랜드 - 매장 내 영양사, 뷰티 컨설턴트, 약사가 상주하여 소비자에게 제품 상담 서비스 제공 - 조리용 소스 제품부터 의류용 및 일상생활용 전자기기, 화장품, 스낵류, 홍삼이나 인삼과 같은 건강보조식품 등 다양한 범주의 제품을 취급함	
매장 정보	입점 가능 품목	• 건강보조식품, 위생용품, 스낵류, 의류용 및 일반 전자기기, 즉석식품, 소스류, 화장품 등	
	선호 제품	• 콜라보레이션 제품, 브랜드 경쟁력이 있는 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락 또는 홈페이지 통한 문의 - 상단 메뉴 客服專區 클릭하여 문의 작성 - 등록 시 필요한 일반적 정보 - 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) - 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) - 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +886-0800-005-665 - 상담 가능 시간: 09:00-17:30	

자료: 코스메드(Cosmed)

사진 자료: 코스메드(Cosmed)

VI. 진입장벽

1. 대만 곡물 바 통관 및 검역 절차
2. 대만 곡물 바 품질 인증
3. 대만 곡물 바 라벨링
4. 대만 곡물 바 성분 및 유해물질

1. 대만 곡물 바 통관 및 검역 절차⁴³⁾

▶ 대만 곡물 바 수출 시, 사전 품목 분류 심사제도 이용 가능

대만으로 식품 수출 시, 수입업체는 사전에 기업정보를 대만 관세청에 등록해야 하며, 수입 식품에 대한 관세는 중화민국 해관 수입세칙에 따라 품목 분류에 맞는 정확한 세칙과 세율을 적용해 신고서에 기재해야 함. 이에 대비해 대만 세관에서 운영하는 사전 품목 분류 심사제도를 신청해 활용할 수 있음. 또한, 대부분의 수출입 업무는 자동화 시스템으로 되어 운영되며, 수입신고의 경우 대만 수입업체, 관세사가 할 수 있으나, 수하인이 수입허가증이 없으면 통관이 불가함

[표 6.1] 대만 곡물 바 통관 검역 절차



자료: 관세청, 대만 식품약품관리서(TFDA), KATI농식품수출정보 홈페이지

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

[표 6.2] 대만 곡물 바 검역

관리기관	• 행정원 위생서 식품약품관리서(行政院衛生署食品藥物管理署) : 수입식품에 관한 모든 권한을 가지고 있으며, 대만 내 식의약품 및 관련 제품의 위생과 안전을 관리 감독함 • 경제부 표준검험국(經濟部標準檢驗局) : 국내 생산, 제조되는 농업, 공업, 광업 상품과 수출 및 수입하는 모든 상품을 관련 법규에 따라 검사함. 검사가 필요한 상품들은 표준 검역국에서 실시하는 규격에 합격해야 수입, 수출 및 시장 판매 가능함 • 행정원농업위원회 동식물 방역 검역국(行政院農業委員會動植物防疫檢疫局) : 동식물 및 동식물 제품의 방역과 검역체계를 구축해 제품의 역병충해를 감지하고 해외로부터 전염병을 예방하고자 함
검역 방식	• 현장검사 - 서류검사 : 검사면제 제품의 기본 자료표 등 관련 문서 조사(위생증명, 검역증, 성분과 라벨링 등) - 일반검사 : 2~5% 비율로 표본을 채취하여 현장검사 및 라벨링 검사 - 강화검사 : 20~50% 비율로 표본을 채취하여 현장검사 및 라벨링 검사 • 현장검사 외에도 별도 검역이 필요하다고 판단된 제품 - 일반검사 : 2~5% 비율로 표본을 채취하여 실험실 검사 - 강화검사 : 20~50% 비율로 표본을 채취하여 실험실 검사 - 전수검사 : 수입업체나 수입대리인이 물품의 항구 도착 전 15일 이내 수입항 소재 담당기관에 검역 신청하거나 물품 도착 후 현장검사 후 표본을 채취해 지정 실험실에서 별도 검사 실시
검역 비용	• 규정 요금법(規費法) 제10조 1항에 따라 조사비, 현장검사비, 연장작업비, 통지서발급비, 온라인 전송 자료 수정비, 검역비로 구성 • 조사비 : 서류검사 비용 및 현장검사 비용. 밀, 보리, 옥수수, 대두의 조사비는 CIF의 0.05%로 책정함. 식품, 식품 첨가물 식품 조리기구, 식품 용기, 식품 포장재, 등의 조사비는 CIF의 0.15%로 책정함, • 현장검사비 : 1인 1 장소를 검사하는 기준으로 회당 500타이완달러 발생함. 근무 시간 외, 공휴일의 경우 추가비용 발생 • 검역비 : 검역 해당 제품의 실험실 검역 항목비, 재검 도는 배치별 검역 비용. 일반검사비는 2,300타이완달러이며, 검사 항목에 따라 비용이 상이함 • 통지서 발급비 : 재발급, 추가 발급은 사본당 100타이완달러이며, 전자 전송은 신청 건당 100타이완달러가 요구됨
제출 서류	• 검역 신청서 : 검사 신청 의무인은 식품약품관리서가 지정한 전자 방식으로 신청 • 식품의 기본 정보 신고 • 수입 신고서 복사본 • 기타 중앙 위생 당국이 요청한 서류

출처: 대만 경제부 표준검험국(經濟部標準檢驗局), 식품약품관리서(TFDA)

[표 6.2] 대만 곡물 바 검역

유의사항	• 수입업체·대리인이 물품의 항구 도착 전 15일 내 수입항 소재 담당기관에 검역 신청 • 발체검사 면제 제품은 외관 및 라벨링을 심사 후 수입허가증 발부함 • 외관 및 라벨링 심사 시 개선이 필요한 부분은 추가 내용보충을 요청할 수 있음 • 식품약품관리서는 신청 내용이 미비하거나 추가 검역이 필요하다고 판단할 경우 재검을 할 수 있음 • 개선 요청 당일부터 15일 이내 재검사 신청이 가능하며 1회로 제한됨 • 재검사는 전 실험실에서 남은 표본으로 정밀 검사를 시행함 • 동식물 제품의 경우 검역 절차와 비용이 다른 제품과 상이함 • 검역 불합격 제품은 시장 방출이 불가능해 반송 또는 폐기 처리함 • 검역 완료 후 시장 방출 후에 역병충해가 발견될 경우 수입 금지 및 처벌함 • 신고 내용이 실제와 불일치 시, 3만~300만 타이완달러 벌금 구형이 가능하고 수입 검사가 잠정 중단됨 • 안정성 위험도가 높은 식품은 수입 전 계통 검사가 실시되며, 안전위생 문제 발생 시에 대만 국경 외 지역으로 파견원을 보내 조사함. 중대한 식품 위생 안전 사건 발생 또는 수입 검사 불합격 수준이 과도한 경우 특정 업체, 생산지, 상품에 대해 수입 검사 신청을 정지함
------	--

출처: 대만 경제부 표준검험국(經濟部標準檢驗局), 식품약품관리서(TFDA)

2. 대만 곡물 바 품질 인증

▶ 대만 곡물 바, 필수적으로 받아야 하는 인증 無

대만 식품약품관리서(TFDA)는 건강식품, 캡슐 형태의 제품, 유전자 변형 식품, 식품첨가물 등 특수한 형태의 식품은 등록을 요구하고 있으나, 그 외의 식품은 인증을 요구하고 있지 않음. 따라서 대만으로 수출 곡물 바 수출 시, 필수적으로 받아야 하는 인증은 없음. 다만, 추가적으로 식품 생산 안전 인증이나 유기농 품질 인증에 관한 글로벌 인증이나 대만 내 식품 품질 위원회를 통해 인증을 받아 활용할 수 있음

[표 6.3] 대만 곡물 바 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
SGS	식품 품질 안전 인증	글로벌 공통 인증	SGS 대한민국 내 사무소 또는 대만 내 사무소	
TQF (Taiwan Quality Food)	식품 생산 안전 인증	대만 내 민간 인증	대만 식품 품질 위원회	

자료: 각 인증기관

3. 대만 곡물 바 라벨링

[표 6.4] 대만 곡물 바 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	중국어 및 공통 기호로 명확하게 표시해야 함
	2. 제품명	- 식품 원료 성분, 원료품종, 식용 부위, 생산지, 속어 등을 이용해 표기해야 함 - 속어에 의해 품명이 명명되어 소비자가 이미 해당 식품에 원료가 함유되지 않음을 이해하고 있는 경우 또는 국제간 통용어가 중문으로 직역된 품명일 경우 제품명에 사용 가능함. 초콜릿(巧克力), 핫도그(熱狗) 등 국제통용 명칭을 중문으로 직역해 표기해야 함 - 품명을 영문으로 표기할 경우 공급자가 제공한 영문 표기를 사용하며, 의료효능이 있는 상품이나 공급자가 영문명을 제공하지 않은 경우, 과거에 사용했던 명칭을 사용함 - 상품의 영문명이 'SLIM TABLET'으로, 신체 외형을 나타내는 경우 영문명만 사용하고, 중문 직역인 '瘦體錠'을 함께 명기해서는 안 됨 - 일반 식품의 품명으로 '건강'이라는 단어가 포함되어서는 안 됨
	3. 성분	- 식품에 포함된 재료가 2종 이상 혼합된 경우, 함량이 높은 것부터 내림차순으로 표시해야 함 - 주성분과 부성분 등 성분을 나눠서 작성하지 않으며 고함량 성분부터 차례대로 내림차순으로 표시해야 함 - 표기 가능한 내용물의 명칭은 식용 가능 원료 어휘 정리 일람(可供食品使用原料彙整一覽表) 규칙을 참고해 작성해야 함 - 식품첨가물명은 식품첨가물 사용범위 및 제한규격 기준(食品添加物使用範圍及限量暨規格標準)에 따라 사회에서 통용하는 명칭을 사용해야 함
	4. 중량, 용량, 수량 및 내용량	- 제품의 특성에 따라 식품의 중량 · 용량 · 수량을 미터법에 따라 표시해야 함 - 액체가 고형물과 함께 든 제품의 경우 내용물과 고형량을 별도로 표기해야 하나, 표기가 어려운 경우 내용물의 중량만 표기해도 무방함

출처: 대만 식품약품관리서(TFDA)

[표 6.4] 대만 곡물 바 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	5. 제조사의 이름, 주소, 연락처 및 수입사 정보	- 제조·가공·분류·위탁판매를 최종으로 담당한 기업을 의미하며 수입신고 시에 세관에 신고한 내용 (제조업자·수입사 등) 및 서류를 바탕으로 명확히 표기해야 함 - 수입식품의 경우, 대만 내 수입 위탁기업의 정보를 표기해야 함 - 기재해야 하는 기본적인 정보는 기업명, 전화번호, 주소임
	6. 원산지	- 수입제품 원산지 인정 기준(進口貨物原產地認定標準)에 따라 제조·가공·배합 등 방식으로 완제품을 제조한 국가 또는 지역을 표시해야 함 2개 국가 이상의 제품을 혼합해 포장했을 경우 제품의 함량이 많은 국가명 순으로 표시함 - 수입산 원료나 대만에서 재가공을 거쳐 완제품을 만들 경우, 원산지는 대만으로 표시함 - 식품 제조사 주소에 원산지 국가를 표시했을 경우 원산지 표기는 생략 가능함
	7. 유효기간	- 용기나 포장 상단에 인쇄해야 함 - 작성방법은 년·월·일을 포함해 자유롭게 작성 가능함 - 액체 상태인 유제품은 보존 기간과 보존조건을 모두 표기해야 함 - 수입제품의 경우, 대만의 민국(民國)표기 표기와 양력(西元)을 구분해 표기할 수 있음
	8. 영양성분	- 반드시 식품 포장 외부에 눈에 잘 띄는 곳에 열량, 단백질, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 탄수화물, 당, 나트륨 순으로 표기해야 하며, 원하는 요소를 추가할 수 있음 - 영양소 요소는 국민 건강에 부정적인 영향을 미치는 ‘적당량 섭취 필요 영양소(열량, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 나트륨, 유당 등)’와 국민 건강에 영향을 미치지 때문에 별도의 공급이나 보충이 필요한 ‘보충 섭취 가능 영양소(식이섬유, 비타민, 칼슘, 철분 등)’로 구분함 - 보충 섭취 가능 영양소는 ‘높음’, ‘많음’, ‘강화’ 혹은 ‘다량 함유’와 같은 의미의 단어 표기 가능 - 영양 라벨링에서 열량 및 영양소를 0으로 표기하는 조건은 식품안전위생관리법에 따름 - 영양 표기는 매 분량 및 매 100g/100ml 당으로 표시하거나, 매 분량 및 일일 섭취량 비율(%)로 표시해야 함

출처: 대만 식품약품관리서(TFDA)

[표 6.4] 대만 곡물 바 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	9. 표시 기준 • 재수화가능 식품(Rehydratable Food) 또는 희석 후 식용 식품의 영양성분은 ‘적당량 섭취 필요 영양소’와 ‘보충 섭취 가능 영양소’ 구분에 따라 작성해야 함⁴⁴⁾ • 수입식품의 중문 라벨링 불합격 기준은 다음과 같음 - 수입 식품의 포장 상단에 원문 또는 중문으로 미표기 - 유효기간의 미표기 또는 허위 표기 - 모호한 글자 표기로 내용 분별이 어려운 경우 - 수입업체명, 주소, 전화번호 미표기 혹은 관련 내용이 신고 사실과 다른 경우 - 치료 효능 등 과대 허위 표기 - 특정 식품에 ‘경고’ 문구 미표기 • 라벨링 규정 위반 시, 정해진 기한 내 제품을 회수해 수정해야 하며, 수정한 사항이 관리기관에 합격하기 전까지 시판이 금지됨 • 벌크 제품을 판매하는 경우 ‘벌크 식품 표시 관련 규정(散裝食品標示相關規定)’에 따라 품명, 원산지, 소고기 원료 원산지, 유전자 변형 식품 원료 여부 등 사항을 표기해야 판매 가능함
	10. 라벨 부착 의무 면제 • 분리포장, 포장 변경, 기타 가공 절차를 거쳐야 하는 수입 식품이거나 수입 식품의 원료인 경우 • 벌크 형태(최소단위 포장 중량 3kg 이상)로 수입하고 소비자에게 직접 판매하지 않고 수입 후 재포장 또는 포장 변경 및 가공이 이루어지는 경우 • 수입업체가 부착 면제품을 수입할 경우 식품약품관리서(TFDA) 또는 대만 표준검험국(BSMI, Bureau of Standards, Metrology and Inspection)에 서류를 준비한 후 면제 신청 • 중문 표기 면제 신청 상품은 수입 시 포장 상자에 원료명칭, 제조업체, 내용물, 유효기간 등 제조 관련 사항이 원문으로 표기되어야 하며, 이는 향후 검험이나 검역 시 근거로 삼음 • 단, 수입 식품의 최소단위 포장인 1kg 이하로 포장을 밀폐 처리한 제품은 면제 대상에서 제외임

출처: 대만 식품약품관리서(TFDA)

44) 위생복지부의 2021년 10월 13일 발표안으로 시행일은 미정

▶ 대만 곡물 바 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 중문 및 영문]

- ① Nestle
- ② Gold Corn flakes
- ③ BREAKFAST CEREAL BAR
- ④ MADE IN EUROPE
- ⑤ Energy 82kcal 4%
% Chinese NRV
- ⑥ Energy 83kcal 4%
Based on 2,000kcal
- ⑦ Halal Certified

[앞면 - 국문]

- ① 네슬레
- ② 골드 콘 플레이크
- ③ 아침 식사 대응 곡물 바
- ④ 유럽에서 제조
- ⑤ 열량 82kcal 4%
% 중국 일일 가치 기준
- ⑥ 열량 83kcal 4%
2,000kcal 기준
- ⑦ 할랄 인증

[뒷면 - 중문]

- ① 雀巢玉米脆片穀物棒
- ② 成分：
- 穀物
 - [玉米、全穀玉米粉(14.1%)]
 - 牛奶底層
 - [脫脂乳粉、非氫化椰子油、麥芽糊精、糖、碳酸鈣、可可脂、乳化劑(葵花卵磷脂)、香料]
 - 葡萄糖漿
 - 煉乳(牛乳、糖)
 - 轉化糖漿(葡萄糖、果糖、蔗糖)
 - 保濕劑(D-山梨醇、甘油)
 - 非氫化葵花油
 - 糖
 - 脫脂乳粉
 - 大麥麥芽精
 - 食鹽
 - 複方礦物質
(碳酸鈣、丁烯二酸亞鐵、還原鐵)
 - 乳化劑(葵花卵磷脂)
 - 複方維生素(菸鹼醯胺、
本多酸鈣、葉酸、B6、B2)
 - 抗氧化劑(混合濃縮生育醇)
- ③ 本產品含有過敏原：
- 含麩質的穀物、牛奶、堅果
- ④ 本產品製造廠房有處理：大豆
- ⑤ 每日食用量：1~2份
- ⑥ 原產地：波蘭
- ⑦ 台灣進口商：台灣雀巢股份有限公司
台北市 內湖區 瑞光路 399號8樓及
8樓之1
(02)2773-9910
- ⑧ 有效日期(日/月/西元年)：
23.09.2022
- ⑨ 製造日期(日/月/西元年)：
30.06.2021

[뒷면 - 국문]

- ① 콘플레이크 곡물 바
- ② 성분：
- 곡물
 - [옥수수, 통곡물 옥수수가루(14.1%)]
 - 유저층
 - [탈지분유, 무첨가 코코넛 오일, 말토
덱스트린, 설탕, 탄산칼슘, 코코아버터,
유화제(해바라기 레시틴), 향료]
 - 포도당 시럽
 - 연유(우유, 설탕)
 - 전화당(포도당, 과당, 자당)
 - 습윤제(D-소르비톨, 글리세린)
 - 해바라기유
 - 설탕
 - 탈지분유
 - 보리맥아 추출물
 - 식염
 - 복합 미네랄
(탄산칼슘, 푸마르제이산철, 환원철)
 - 유화제(해바라기 레시틴)
 - 복합비타민(니코틴아미드,
안식향산칼슘, 엽산, B6, B2)
 - 향산화제(혼합 토코페놀 농축액)
- ③ 제품 내 알레르겐 포함：
- 글루텐 함유 곡물, 우유, 견과류
- ④ 이 제품은 대두를 사용한 제품과 같은
제조 시설에서 제조하고 있습니다
- ⑤ 1일 섭취량：1~2개
- ⑥ 원산지：폴란드
- ⑦ 수입업체：타이완츄에차오구편우시엔공스
타이베이시 네이후구 루이광로 399호
8층, 8층-1호
(02)2773-9910
- ⑧ 유효기간(일/월/년)：
2022년 9월 23일
- ⑨ 제조 일자(일/월/년)：
2021년 6월 30일

⑩ 此日期前最佳 (日/月/年) :
見包裝左下角

⑪ 存放在陰涼乾爽處。

⑫ 營養標示
- 每一份量20公克
- 本包裝含1份

	每份	每100公克
能量	83大卡	415大卡
蛋白質	1.4公克	7.1公克
脂肪	2.4公克	12公克
飽和脂肪	1.1公克	5.4公克
反之脂肪	0公克	0公克
碳水化合物	14.2公克	71.1公克
糖	4.4公克	22公克
膳食纖維	0.6公克	3.1公克
鈉	63毫克	317毫克

⑬ L 11810969 09:22 3 G3

⑭ 重量 : 20g

⑩ 이 날짜 이전에 소비하시기 바랍니다
(일/월/년) : 패키지 왼쪽 하단 참조

⑪ 서늘하고 건조한 곳에 보관하세요.

⑫ 영양성분
- 1회 제공량 20g
- 총 1회 제공

	1회당	100g당
열량	83kcal	415kcal
단백질	1.4g	7.1g
지방	2.4g	12g
포화지방	1.1g	5.4g
트랜스지방	0g	0g
탄수화합물	14.2g	71.1g
당류	4.4g	22g
식이섬유	0.6g	3.1g
나트륨	63mg	317mg

⑬ 로트번호 : L 11810969 09:22 3 G3

⑭ 중량 : 20g

4. 대만 곡물 바 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물 규정

대만 식품약품관리서는 식품에 대하여 ‘식품첨가물 사용범위 및 제한 및 규격 (食品添加物使用範圍及限量暨規格標準)’을 규정하여 유통되는 모든 식품을 관리하고 있음. 현 대만 정부는 식품 안전 분야의 정책을 계속해서 강화하고 있으므로 주기적으로 업데이트되는 규정을 확인할 필요가 있음. 하기 표는 고객사의 곡물 바에 적용될 것으로 예상하는 식품첨가물 기준의 일부임. 자세한 식품첨가물 규정 및 기준은 대만 식품약품관리서(TFDA) 홈페이지와 KATI농식품수출정보에서 확인 가능함

[표 6.5] 곡물 바에 적용되는 대만 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	모그로사이드 추출물	Mogroside Extract	필요에 따라 적당량	기타 식품
2	젤란 검	Gellan Gum		
3	구연산칼륨	Potassium Citrate		
4	아세트산	Acetic acid		
5	벤조인	Benzoin		
6	부티르산 부틸	Butyl butyrate		
7	L-아스코르브산	L-ascorbic acid	1.3g/kg	
8	염화칼슘	Calcium chloride	3.0g/kg	
9	규조토	Diatomaceous earth	5.0g/kg	
10	하이드록시프로필 전분	Hydroxypropyl starch	20.0g/kg	

출처: 대만 식품약품관리서(TFDA), KATI 농식품수출정보

▶ 유해물질

대만에서 식품을 유통하기 위해서는 식품약품관리서가 규정하고 있는 유해물질 관련 규정으로 식품 내 진균 독소 제한량, 방사선 혹은 방사능 오염 허용량, 폴리염화 바이페닐 제한량 및 식품 분류별 위생 기준을 법으로 규정하고 제한하고 있어 이를 반드시 준수해야 함. 하기 표는 고객사 곡물 바에 해당하는 유해물질 목록과 최대허용 수치임. 더욱 자세한 규정은 식품약품관리서 홈페이지 내 법률 및 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.6] 곡물 바에 적용되는 대만 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용수치	식품 유형
1	아플라톡신	Aflatoxin B1, B2, G1, G2	10ppb	견과류
2	납	Lead (Pb)	0.20ppm	곡류 가공품
3	아이오딘 131	I-131	100Bq/kg	기타 식품
4	부분 수소화 오일	Partially hydrogenated oils	사용금지	
5	세슘 134+137	Cs 134 + 137	100Bq/kg	

출처: 대만 식품약품관리서(TFDA), KATI 농식품수출정보

▶ 알레르겐

대만은 2020년 7월 알레르기 유발물질 의무 표시 품목을 11가지로 확대하고 알레르기 유발 가능성 표시용 문구를 사용하여 의무적으로 표시할 것을 법으로 규정하고 있음. 또한, 소비자들이 쉽게 알아볼 수 있도록 알레르기 유발 가능한 내용물 전부를 제품명에 표기하는 방식을 요구하고 있음. 이를 따르지 않을 경우, 식품 안전위생 관리법에 근거하여 제품 회수와 벌금에 부과될 수 있어 각별한 주의가 필요함. 하기 표는 고객사 곡물 바에 해당하는 알레르기 물질을 분석한 결과로, 라벨링 시 ‘글루텐 함유 곡물이 포함됨’을 표시해야 함

[표 6.7] 대만 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상	곡물 바 해당 여부
1	의무	갑각류	-
2	의무	망고	-
3	의무	땅콩	-
4	의무	우유	-
5	의무	알류	-
6	의무	견과류	-
7	의무	깨	-
8	의무	글루텐 함유 곡물	V(보리, 밀)
9	의무	대두류	-
10	의무	어류	-
11	의무	야황산염	-

출처: 대만 식품약물관리서(TFDA)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 또우싸오더링스짜후어띠앤(豆嫂的零食雜貨店)

Interview ② 주안핀야오쥬(專品藥局)

Interview ③ 빠웨이양성푸(八味養生鋪)

대만(Taiwan)		또우싸오더링스짜후어띠앤(豆嫂的零食雜貨店)	주안핀야오쥬(專品藥局)	빠웨이양성푸(八味養生舖)
인터뷰 대상 선정		수입유통업체	수입유통업체	수입유통업체
인터뷰 대상 기업체 선정		영양 바		
· 수입유통업체 ○		취급		
· 영양 바 취급 경험 ○		영양 바		
사진 자료:		해당 업체 판매 페이지		

대만(Taiwan)			
수입유통업체 인터뷰 요약			
고객사	고객사 제품 피드백	경쟁사 제품	추천 유통채널
또우싸오더링스짜후어띠앤(豆嫂的零食雜貨店) ----- 수입유통업체	50g 너무 많음 - 대만 제품 대부분 30g - 가격 적당함 - 원산지 매력적임	- 일본 소이조이 대두영양바 - 대만 내 일본 대두의 높은 인지도 - 단독 포장으로 섭취 편리 - 다양한 맛	- 대형마트와 같은 오프라인 소매점 - 소비자가 직접 제품 보고, 경험 가능 - 인지도 있는 브랜드일 시, 온라인 유통 추천 - 라쿠텐(Rakuten) - 쇼피(Shopee)
주안핀야오쥬(專品藥局) ----- 수입유통업체	50g 많음 - 재밀봉 용이하지 않음 - 가격 다소 비쌌 - 경쟁사 제품 30g에 24.5타이완달러	- 일본 소이조이 대두영양바 - 다양한 과일 맛 - 느끼하지 않음 - 포도 맛과 초콜릿 맛 인기	- 오프라인 및 온라인 유통 병행 - 온라인은 가격 할인 및 구매가 편리함 - 오프라인은 하이퍼마켓/슈퍼마켓 및 드럭스토어 추천
빠웨이양성푸(八味養生舖) ----- 수입유통업체	50g 많음 - 일회용 양인 것을 감안 - 가격 비쌌	- 소이조이 대두영양바 - 제품 맛있음 - 인지도 있는 브랜드 - 운송 빠름 - 뉴질랜드 마더얼스 - 부드러움	- 초기 오프라인 유통 추천 - 신제품은 오프라인에서 직접 보고 구매하는 경우 많음

(*) 현지 경쟁품 취급 업체 인터뷰 3개사

Interview ① 또우싸오더링스짜후어띠앤(豆嫂的零食雜貨店)

45)

● 또우싸오더링스짜후어띠앤
(豆嫂的零食雜貨店)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2015년에 설립된 수입유통업체로 일본에서 수입한 물품들을 판매 중임
 - 현재 오프라인 매장과 타 온라인 쇼핑몰을 통해 유통 중임
 - 영유아 식품, 과자, 라면 등의 제품들을 유통 중임

담당자 정보

Sales Manager

또우싸오더링스짜후어띠앤(豆嫂的零食雜貨店)
Sales Manager

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있다면 무엇인가요?

용량적인 측면에서 50g은 조금 많은 것 같습니다. 현재 대만 내 유통되고 있는 영양 바는 대부분이 30g이며, 일회 섭취용으로 적합한 용량입니다. 50g은 영양 바를 좋아하는 소비자들에게는 괜찮지만, 일반적인 소비자들을 대상으로는 많다고 생각합니다. 고객사 제품의 가격인 48.5타이완달러(한화 약 2,087원⁴⁶⁾)는 적당한 편으로 사료되며, 한국산 원산지 또한 인증이 가능하다면 매력적인 요소라고 생각합니다.

Q. 대만 내 인기 있는 곡물 바 제품은 무엇인가요?

현재 저희가 판매하고 있는 제품 중 가장 인기가 많은 제품은 일본 소이조이(Soyjoy)의 '대두영양바'입니다. 인기 요인으로서는 해당 제품의 원재료인 일본 대두가 대만에서 인지도가 높으며, 단독 포장으로 섭취의 편리성이 있습니다. 또한 포도 맛, 초콜릿 맛, 블루베리 맛, 딸기 맛, 땅콩 맛, 사과 맛 등 다양한 맛이 있으며 이 중 포도 맛과 블루베리 맛이 특히 판매량이 높은 편입니다.

Q. 대만 내 인기 있는 곡물 바의 주요 원료는 무엇인가요? 대만 소비자들이 특별히 선호하는 원료가 있나요?

앞서 말한 가장 인기 있는 제품은 소이조이의 '대두영양바'이며, 해당 제품의 주요 원료는 일본산 비유전자 조작 대두입니다. 또한, 대만 소비자들은 원재료가 수입산이 아닌, 제조국의 원산지가 수입산인 제품을 선호하는 경향이 있습니다. 주로 수입산이 건강하다고 인식하고 있기 때문입니다.

Q. 경쟁사 제품과는 달리 한입에 먹을 수 있는 고객사의 제품 특징이 셀링 포인트가 될 수 있나요?

대만 내 한입에 먹을 수 있는 고객사 제품과 같은 형태는 아직 없기 때문에 셀링포인트로 작용할 수 있다고 생각하며, 차별화가 가능할 것으로 생각합니다.

45) 사진자료: 또우싸오더링스짜후어띠앤(豆嫂的零食雜貨店) 홈페이지

46) 1타이완달러=43.04원 (2021.12.01., KEB 하나은행 최초 매매기준율 적용)

Q. 곡물 바 제품의 초기 진출 시 적합한 유통채널은 무엇인가요?

대만에 첫 진출을 한다면, 브랜드 인지도를 위해 대형마트와 같은 오프라인 소매점들을 통해 유통하는 것을 추천합니다. 소비자들이 직접 제품을 보고, 경험할 수 있기 때문에 브랜드 인지도를 알리는 데 도움이 될 것입니다. 일본의 소이조이처럼 브랜드 인지도가 있다면, 라쿠텐(Rakuten)과 쇼피(Shopee)와 같은 온라인 채널을 통해 유통하는 것이 오프라인 유통보다 판매량이 훨씬 많을 것으로 예상합니다.

Q. 곡물 바의 추천하는 홍보문구 및 홍보 방법에는 무엇이 있나요?

홍보문구로는 ‘건강영양’, ‘천연’, ‘풍부한 식이섬유’ 등 제품의 원료와 영양성분을 강조한 문구들을 추천하며, 홍보 채널로는 온라인을 적극 활용하는 것이 좋습니다. 회사 홈페이지나 페이스북과 같은 소셜미디어를 왕홍 인플루언서를 통해 홍보한다면 효과가 뛰어날 것입니다.

Interview ② 주안핀야오쥬(專品藥局)

47)

● 주안핀야오쥬(專品藥局)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2016년에 설립된 수입유통업체로 한국, 일본, 미국에서 수입한 물품들을 판매 중임
 - 현재 오프라인 매장 및 타 온라인 매장들을 통해 유통 중임
 - 건강영양식품, 간식, 음료, 화장품 등의 제품들을 유통 중임

담당자 정보

Sales Manager



주안핀야오쥬(專品藥局)

Sales Manager

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있다면 무엇인가요?

용량적인 측면에서 50g은 조금 많은 것 같습니다. 해당 종류의 식품은 재밀봉이 용이하지 않기 때문에 한 번 개봉을 했을 때 대개 끝까지 섭취를 하지만 50g은 너무 많기 때문에 모두 못 먹을 수 있을 것 같습니다. 또한, 고객사 제품의 가격인 48.5타이완달러(한화 약 2,087원)는 다소 비싸다고 생각합니다. 저희 매장 인기 제품인 일본 소이조이의 영양 바는 30g에 24.5타이완달러(한화 약 1,054원)에 판매하고 있으며, 해당 제품의 용량과 가격이 가장 적합하다고 생각합니다.

Q. 대만 내 인기 있는 곡물 바 제품은 무엇인가요?

현재 저희가 판매하고 있는 제품 중 가장 인기가 많은 제품은 일본 소이조이의 '대두영양바'입니다. 인기 요인으로서는 다양한 과일 맛이 있기 때문에 소비자들 개인 취향에 따라 제품의 맛을 선택할 수 있으며, 과일 맛이기 때문에 느끼하지 않기 때문입니다. 이 중 포도 맛과 초콜릿 맛이 특히 인기가 높은 편입니다.

Q. 대만 내 인기 있는 곡물 바의 주요 원료는 무엇인가요? 대만 소비자들 특별히 선호하는 원료가 있나요?

앞서 말한 가장 인기 있는 제품은 소이조이의 '대두영양바'이며, 해당 제품의 주요 원료는 일본산 대두 가루, 말린 과일, 땅콩 등입니다. 또한, 대만 소비자들은 선호하는 원료로는 보리, 귀리, 견과류, 과일 등이 있습니다.

Q. 경쟁사 제품과는 달리 한입에 먹을 수 있는 고객사의 제품 특징이 셀링 포인트가 될 수 있나요?

대만 내 한입에 먹을 수 있는 고객사 제품과 같은 형태는 아직 없기 때문에 셀링포인트로 작용할 수 있지만, 한 봉지에 50g은 여전히 많다고 생각합니다.

Q. 곡물 바 제품의 초기 진출 시 적합한 유통채널은 무엇인가요?

곡물 바는 온라인과 오프라인 채널에 병행하여 진출하는 것을 추천합니다. 온라인의 경우 가격 할인이 많고, 구매가 편리하여 판매량이 오프라인 매장보다 높은 경우가 많습니다. 오프라인 채널의 경우, 하이퍼마켓/슈퍼마켓 및 드럭스토어 유통채널을 고려할 수 있습니다.

Q. 곡물 바의 추천하는 홍보문구 및 홍보 방법에는 무엇이 있나요?

홍보문구로는 ‘에너지 보충’, ‘영양 보충’, ‘고식이섬유’, ‘포만감’ 등이 있으며, 홍보 방법으로는 인플루언서를 활용한 왕홍 마케팅과 인터넷 광고가 가장 효과적일 것이라 생각합니다.

Interview ③ 빠웨이양성푸(八味養生鋪)

48)

빠웨이양성푸(八味養生鋪)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2019년에 설립된 수입유통업체로 뉴질랜드, 한국, 태국 등에서 수입한 물품들을 판매 중임
 - 현재 오프라인 매장과 및 타 온라인 매장을 통해 판매 중임
 - 차, 건강보건식품, 과자, 간식 등의 제품들을 판매 중임

담당자 정보

CEO



빠웨이양성푸(八味養生鋪)

CEO

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있다면 무엇인가요?

비닐 포장은 괜찮지만 봉지당 50g은 양이 조금 많다고 생각합니다. 영양 바의 경우 보통 한 번에 다 먹기 때문에 일회용 양으로 50g은 대부분의 사람들에게 많을 것입니다. 또한, 같은 맥락에서 고객사 제품의 가격인 48.5타이완달러(한화 약 2,087원)는 1회 섭취에 다소 비싸다고 생각합니다.

Q. 대만 내 인기 있는 곡물 바 제품은 무엇인가요?

현재 저희가 판매하고 있는 제품 중 가장 인기가 많은 제품은 일본 소이조이의 '대두영양바'와 뉴질랜드의 마더얼스(Mother Earth) 제품입니다. 일본 제품의 경우 제품 자체가 맛있으며, 대만에서 이미 인지도가 있는 브랜드입니다. 또한, 일본과 대만은 가깝기 때문에 운송이 빠르며 수입 또한 편합니다. 뉴질랜드 제품은 다른 영양 바보다 부드럽기 때문에 노인 및 어린이들이 섭취하기에 좋은 제품입니다.

Q. 대만 내 인기 있는 곡물 바의 주요 원료는 무엇인가요? 대만 소비자들이 특별히 선호하는 원료가 있나요?

대만 내 인기 있는 곡물 바의 원료는 원산지 국가의 유명하고 대표적인 농산물이 주를 이룹니다. 일본 대두와 뉴질랜드 귀리가 그 예이며, 소비자들이 특별히 선호하는 원료는 없는 것 같습니다. 원료보다는 주로 가격이 싸고 맛이 있는 제품을 선호합니다.

Q. 경쟁사 제품과는 달리 한입에 먹을 수 있는 고객사의 제품 특징이 셀링 포인트가 될 수 있나요?

대만 내 한입에 먹을 수 있는 고객사 제품과 같은 형태는 아직 없기 때문에 셀링포인트로 작용할 수 있지만, 판매 가격이 48.5타이완달러일 경우, 비싼 느낌이 들어 장점이 퇴색된다고 생각합니다. 한 입에 48.5타이완달러를 먹는 듯한 느낌이 들기 때문입니다.

Q. 곡물 바 제품의 초기 진출 시 적합한 유통채널은 무엇인가요?

곡물 바는 초기 진출 시 오프라인 매장들을 유통채널로 선정하는 것을 추천합니다. 신제품의 경우 소비자들이 인터넷을 통해 구매하는 경우는 많지 않으며, 오프라인 매장에서 직접 보고 구매하는 경우가 많습니다.

Q. 곡물 바의 추천하는 홍보문구 및 홍보 방법에는 무엇이 있나요?

홍보문구로는 ‘천연 식재료’, ‘영양보충’을 추천합니다. 홍보 방법으로는 최근 왕홍 인플루언서 홍보를 많이 이용하는 추세입니다. 일반적인 광고는 비용이 너무 비싸기 때문에 왕홍 라이브 방송, 소셜 미디어 홍보 등의 온라인 마케팅을 추천합니다.

VIII. 시사점



대만 온라인매장 곡물 바 경쟁브랜드 관련 키워드

소비 특징 ① 곡물 바 경쟁브랜드 주요 키워드, 마더얼스 및 네이처벨리



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 곡물 바의 경쟁제품 주요 키워드로 oats밀 칩(43건) 및 샌드 바(14건) 키워드가 빈출되는 것으로 나타남. 원문 추적 결과, oats밀을 주재료로 하여 초콜릿, 건조 과일 등을 섞은 oats밀 칩 및 튀긴 곡물 과자 안에 필링을 채운 샌드 바 제품이 다수 도출되었음. 판매 중인 곡물 바의 경쟁브랜드 주요 키워드로는 뉴질랜드의 마더얼스 브랜드 관련 키워드가 가장 빈출되는 것이 확인되었음. 마더얼스에 이어 글로벌 브랜드인 네이처벨리 및 네슬레 브랜드 관련 키워드가 다수 도출되었음

한편 대만 현지 곡물 바 수입 · 유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과 취급하고 있는 주요 경쟁브랜드로 일본의 소이조이 및 뉴질랜드의 마더얼스 브랜드가 언급되었으며, 특히 소이조이는 대만 내 높은 일본산 대두 인지도를 통해 인기를 얻고 있는 것으로 나타남



대만 온라인매장 곡물 바 성분 관련 키워드

소비 특징 ② 곡물 바 성분 주요 키워드, 귀리 및 밀



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 곡물 바 성분 주요 키워드로 귀리 관련 키워드가 가장 빈출되는 것이 확인되었음. 뒤이어 밀, 옥수수, 코코아, 현미 관련 키워드가 많이 도출되었으며, 원문 추적 결과 유기농 귀리, 유기농 흑미 등 유기농 성분 제품이 다수 발견되었음. 한편 퀴노아 성분은 다른 성분들에 비해 키워드 도출 수가 적었으나, 경쟁브랜드 키워드 도출 5위인 줄리스 브랜드의 주요 성분인 것으로 나타남

한편 대만 현지 곡물 바 수입 · 유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 현지 소비자들에게 인기 있는 제품인 일본 소이조이의 대두영양바가 일본산 비유전자 조작 대두 성분으로 인기를 얻고 있는 것으로 나타남. 일본산 대두 외에 대만 소비자들이 선호하는 곡물 바 성분으로는 뉴질랜드산 귀리가 언급되었음



대만 온라인매장 곡물 바 포장 관련 키워드

소비 특징 ③ 곡물 바 패키징 주요 키워드, 용량은 50g, 포장 방식은 개별포장



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 곡물 바의 패키징 주요 키워드 중 용량 관련 키워드로 50g 키워드가 가장 나타남. 뒤이어 30g, 80g 키워드 역시 많이 도출되었으며, 500g, 350g 등 대용량 키워드는 다른 용량 관련 키워드보다 상대적으로 적게 도출되는 것으로 나타남. 포장 방식 관련 키워드로는 개별포장 키워드가 가장 나타남. 뒤이어 파우치 키워드가 많이 도출되었으며, 박스포장 키워드는 파우치 키워드보다 상대적으로 적게 도출되는 것으로 나타남

한편 대만 현지 곡물 바 수입 · 유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 고객사 곡물 바 제품 용량 50g은 일회용 양인 것을 감안했을 때 현지 경쟁제품 대비 용량이 많은 것으로 나타남. 이와 관련해 현지에서 유통되는 경쟁제품 용량은 대부분 30g 정도의 소포장 제품이라는 담당자 2명의 답변을 수취하였음



대만 '스낵 바' 유통채널 점유율

주요 유통채널 온라인, 혼합 소매업체



곡물 바를 포함하는 '스낵 바' 카테고리의 대만 현지 유통채널 점유율을 조사한 결과, 온라인이 38.5%로 가장 많은 점유율을 차지하는 것으로 나타남. 뒤이어 혼합 소매업체가 36.9%, 아시안마트/한인마트를 포함하는 개인 및 기타 식료품점이 12.5%, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 5.1%의 점유율을 보였음. 편의점 점유율은 4.3%, 드럭스토어의 점유율은 0.8%로, 다른 유통채널보다 상대적으로 낮은 점유율을 차지하는 것으로 나타남

한편 대만 현지 곡물 바 수입 · 유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 현지 소비자들은 신제품을 오프라인 유통채널에서 직접 보고 구매하는 경우가 많아 초기 진출 시 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 드럭스토어 등 오프라인 유통채널 위주로 진출하는 것이 추천되었음. 인지도를 쌓은 후에는 라쿠텐이나 쇼피 등 대만에서 인기 있는 온라인 유통채널 진출이 추천되었음

▶ Point 01. 대만 수출 위해 대만 식품약품관리서
식품 등록이 요구되는 품목이 있음

▶ Point 02. 대만 수출 제품 라벨링,
대만 식품약품관리서 기준 규정 준수

진입장벽



식품을 대만에 수출 시 건강식품, 캡슐 형태 제품, 유전자 변형 식품 식품첨가물 등 특수한 형태의 식품은 대만 식품약품관리서 식품 등록이 요구되나, 고객사 곡물 바 제품은 이에 해당하지 않는 것으로 나타남. 인증의 경우, 식품 생산 안전 인증에 관한 글로벌 인증 및 대만 내 식품 품질 위원회 인증을 취득해 활용할 수 있음. 한편 대만으로 수출하는 제품의 라벨링은 대만 식품약품관리서 기준에 따른 라벨링 규정을 준수해야 하는 것으로 조사되었음

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Taiwan」, 2021.07
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Taiwan Country Report」, 2021.03
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Taiwan Country Report」, 2021.07
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-Commerce in Taiwan Country Report」, 2021.03
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Taiwan Country Report」, 2021.03
6. 농림축산식품부, 「2020 농식품 해외인증등록정보 종합가이드」, 2020
7. KATI농식품수출정보, 「2020 농식품 수출국가정보 아시아오세아니아」, 2020
8. 한국농수산물유통공사, 「대만 농식품 통관 가이드북」, 2018
9. 세계법제정보센터, 「중화인민공화국 식품안전법 번역본」, 2015

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 쇼피(Shopee) (shopee.tw)
5. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
6. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
7. 차이나타임즈(China Times) (www.chinatimes.com)
8. 모모샵(Momo Shop) (www.momoshop.com.tw)
9. 한국농수산물유통공사(aT) (www.at.org)
10. 피노이포르모사(Pinoy Formosa) (pinoyformosa.com)
11. 세븐일레븐(7-Eleven) 대만 (www.7-11.com.tw)
12. 패밀리마트(FamilyMart) 대만 (www.family.com.tw)
13. 까르푸(Carrefour) 대만 (www.carrefour.com.tw)
14. 까르푸(Carrefour) (www.carrefour.com)
15. 피엑스마트(PX Mart) (www.pxmart.com.tw)
16. 딜로이트(Deloitte) (www2.deloitte.com)
17. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
18. 미농무성(USDA) (fas.usda.gov)
19. 타이완뉴스(Taiwan News) (www.taiwannews.com.tw)
20. 구글맵(Google Maps) (maps.google.com)
21. 왓슨스(Watsons) (www.watsons.com.tw)
22. 드림스타임(Dreamstime) (www.dreamstime.com)
23. 코스메드(Cosmed) (www.cosmed.com.tw)
24. 관세청 (www.customs.go.kr)
25. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
26. 대만 식품약품관리서(TFDA, Taiwan Food and Drug Administration) (www.fda.gov.tw)
27. 대만 관세청 (Taipei Customs) (etapei.customs.gov.tw)
28. 대만 대외무역국(MOEA, Bureau of Foreign Trade) (www.trade.gov.tw)
29. 대만 경제부 표준검험국(標準檢驗局) (www.bsmi.gov.tw)
30. 또우싸오더링스짜후어미엔(豆嫂的零食雜貨店) (www.rakuten.com.tw/shop/dousao/?l-id=tw_product_shop)
31. 주안핀야오쥬(專品藥局) (www.rakuten.com.tw/shop/pandq/?l-id=tw_shopinfo_shop)
32. 빠웨이양성푸(八味養生舖) (www.rakuten.com.tw/shop/8way/product/05ivaarx8/?l-id=tw_search_product_thumbnail_39)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2022.01.21

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