



2021 해외시장 맞춤형조사

No.		202202-08
품목		떡볶이(Tteokbokki)
HS CODE		1901.90-9091
국가		대만(Taiwan)
구분		시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 대만 국수 시장규모	06
2. 대만 인스턴트 국수 시장규모	07
3. 대만 국수 시장점유율	08
4. 대만 떡볶이 수입규모	09
5. 한국 떡볶이 수출규모	10
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 떡볶이 경쟁제품, 떡볶이 맛 간식 인기	13
2. 떡볶이 경쟁브랜드, 한국 브랜드 선두	14
3. 떡볶이 패키징 1위, '120g' 1인분 담긴 '컵'	15
4. 떡볶이 주요 홍보문구, '미식' 및 '전자레인지'	16
5. 대만 떡볶이 진출 컨셉	17
IV. 유통채널 특징	
1. 대만 떡볶이 유통채널 비교	19
2. 대만 떡볶이 유통채널 특징	20

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

1. 대만 떡볶이 주요 온라인 유통채널	25
2. 대만 떡볶이 주요 오프라인 유통채널	31

VI. 진입장벽

1. 대만 떡볶이 통관 및 검역 절차	40
2. 대만 떡볶이 품질 인증	43
3. 대만 떡볶이 라벨링	44
4. 대만 떡볶이 성분 및 유해물질	50

VII. 수입·유통업체 인터뷰

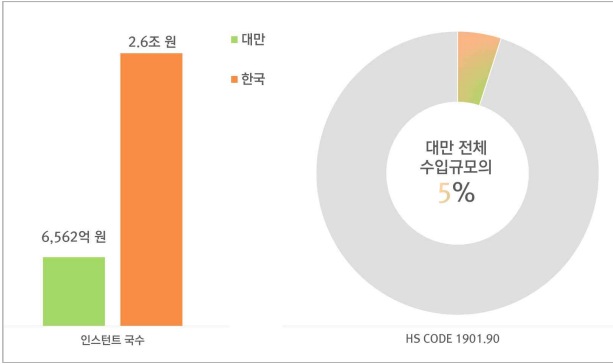
Interview ① 싱허귀지요우시엔공스(星禾國際有限公司)	55
Interview ② 한귀왕(韓購網)	57
Interview ③ 룡신치예셔(榮鑫企業社)	59

VIII. 시사점

※ 참고문헌	63
--------	----

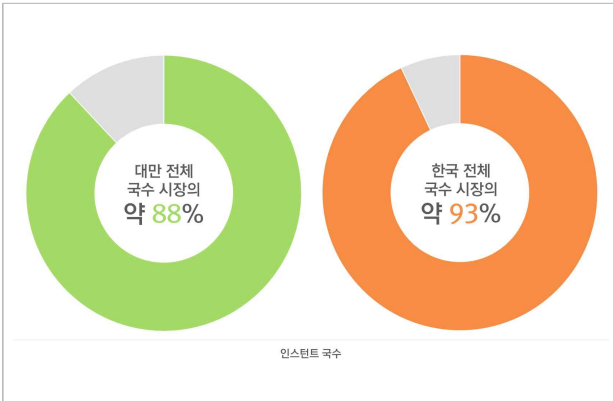
Summary

■ 주요 분석



	대만	한국
국수 시장규모	7,443억 원	2.8조 원
인스턴트 국수 시장규모	6,562억 원	2.6조 원
수입(출)액		점유율
대만 對한국 떡볶이 수입 현황	73억 원	5%
한국 對대만 떡볶이 수출 현황	12억 원	2%

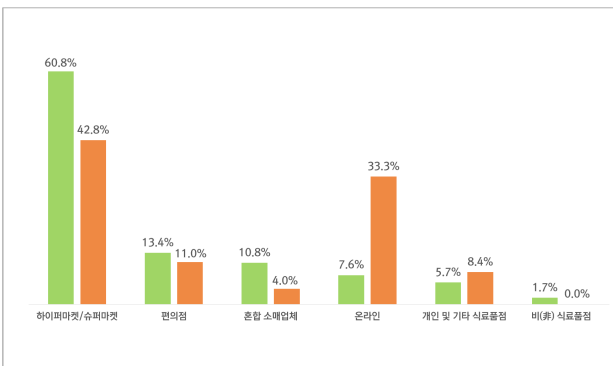
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



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 프레지던트체인스토어 - 코로나19 이후 사람이 붐비는 대형 마켓보다 인근 상점에서 필수품만 구매하는 소비자 소비 패턴의 영향으로 매출이 상승함
온라인	- 주요 유통채널 모모샵 및 쇼피 - 코로나19 이후 드럭스토어, 기타 소매점 등 많은 유통업체가 배달 어플리케이션과 제휴해 온라인 유통채널 시장에 진출함

■ 진입장벽

검역 및 인증	떡볶이는 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	- 가격 및 포장 형태는 적절함 1인분 용량 163g은 조금 큰 편임 - 판매자 입장에서는 상온 보관 제품이 더 선호됨
경쟁사 제품	- 주요 경쟁브랜드는 요뽀끼 7가지 다양한 맛을 보유하고 있음 - 진출 유통업체가 다수, 온라인에서 자주 노출됨
추천 유통채널	- 코로나19의 영향으로 온라인 채널 진출 추천 - 라쿠텐, 야후 및 쇼피가 추천됨

■ 요약

Point 01.	- 대만 인스턴트 국수 시장규모는 한국의 약 25%, 떡볶이가 포함된 HS CODE 1901.90 기준 대만 수입액 중 對한국 수입 비중은 5%인 것으로 나타남 - 떡볶이 제품의 주요 유통채널로 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점이 도출됨
Point 02.	- 대만 떡볶이 진출을 위해 대만 식품약품관리서 기준에 따른 라벨링 규정을 준수해야 함 - 현지 주요 떡볶이 경쟁브랜드로 요뽀끼가 꼽혔으며, 다양한 맛과 짭은 온라인 노출로 인지도가 높음 - 고객사 제품은 가격 및 포장 형태는 적절하나, 1인분 용량이 다소 큰 편으로 나타남

II. 시장규모

1. 대만 국수 시장규모
2. 대만 인스턴트 국수 시장규모
3. 대만 국수 시장점유율
4. 대만 떡볶이 수입규모
5. 한국 떡볶이 수출규모

1. 대만 국수 시장규모

● 대만 국가 일반 정보¹⁾

면적	약 36,000km ²
인구	2,357만 명
GDP	6,690억 달러
1인당 GDP	28,371달러

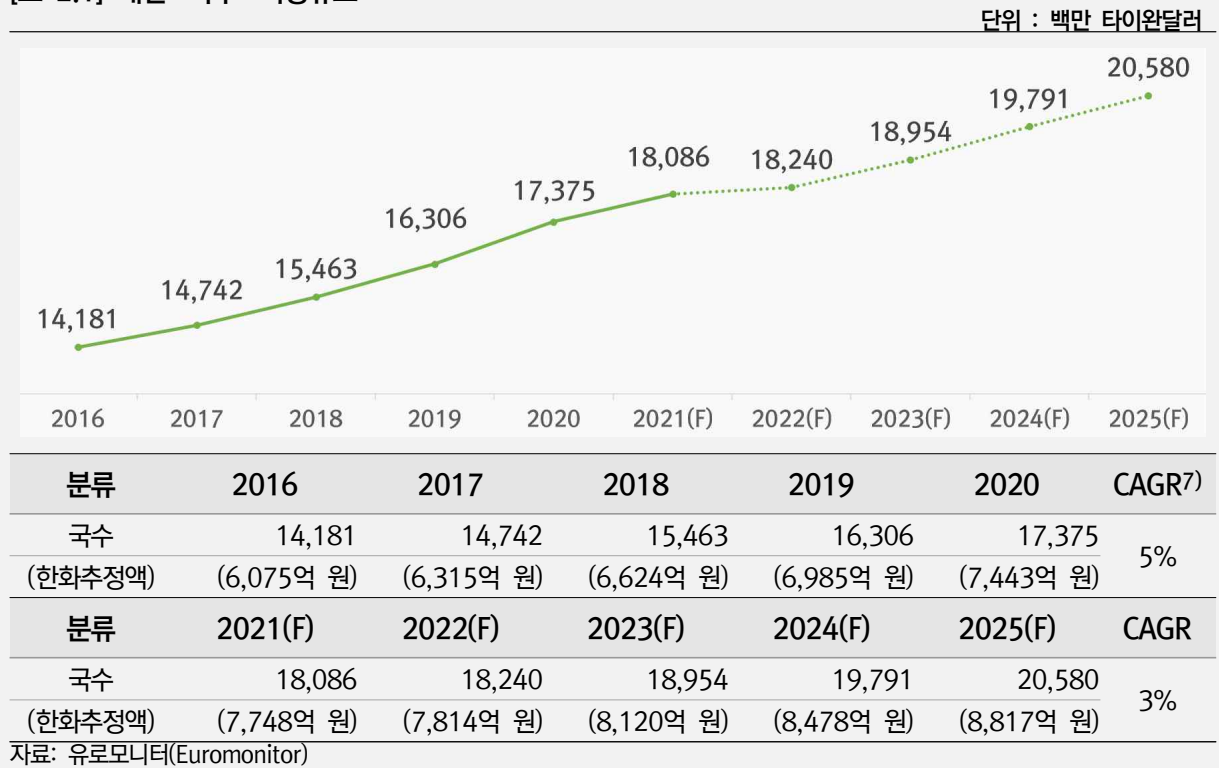
▶ 대만 국수 시장규모 약 7,443억 원, 한국의 27% 수준

2020년 기준 대만 국수 시장규모는 전년 대비 7% 상승한 약 7,443억 원으로, 약 2.8조 원을 기록한 한국 시장의 27% 수준으로 집계됨. 특히 2020년에는 전국적인 코로나19 봉쇄조치에 따라 집에서 요리하는 빈도수가 잦아지며 쌀, 파스타 등 면류의 판매가 증가한 것으로 확인됨. 대만 국수 시장은 지난 5년(2016-20년)간 연평균성장률 5%를 기록함²⁾

▶ 대만 국수 시장, 향후 5년간 연평균성장률 3% 전망

2021년 기준 대만 국수 시장은 전년 대비 4% 상승할 것으로 전망됨. 또한, 이후 5년(2021-25년)간 연평균성장률 3%를 기록하며 장기적인 측면에서 지속적인 성장세를 유지할 것으로 예상되며, 2025년 기준 약 8,817억 원의 시장규모를 달성할 것으로 전망됨³⁾⁴⁾

[표 2.1] 대만 '국수' 시장규모⁵⁾⁶⁾



1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Rice, Pasta and Noodles in Taiwan」, 2021.12

3) 조사제품 '떡볶이'는 쌀떡을 사용하여 만들어진 떡볶이로, 주로 냉동으로 유통되며 통후추 맛, 짜장 맛 등의 선택지가 있는 제품임. 이에 제품의 형태와 유통 방식을 기준으로 '냉동면' 및 '인스턴트 국수'의 시장규모와 상위품목인 '국수'의 시장규모를 조사함

4) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Rice, Pasta and Noodles in Taiwan」, 2021.12

5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 1타이완달러=42.84원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 대만 인스턴트 국수 시장규모

▶ 대만 인스턴트 국수 시장규모 약 6,562억 원, 한국의 25% 수준

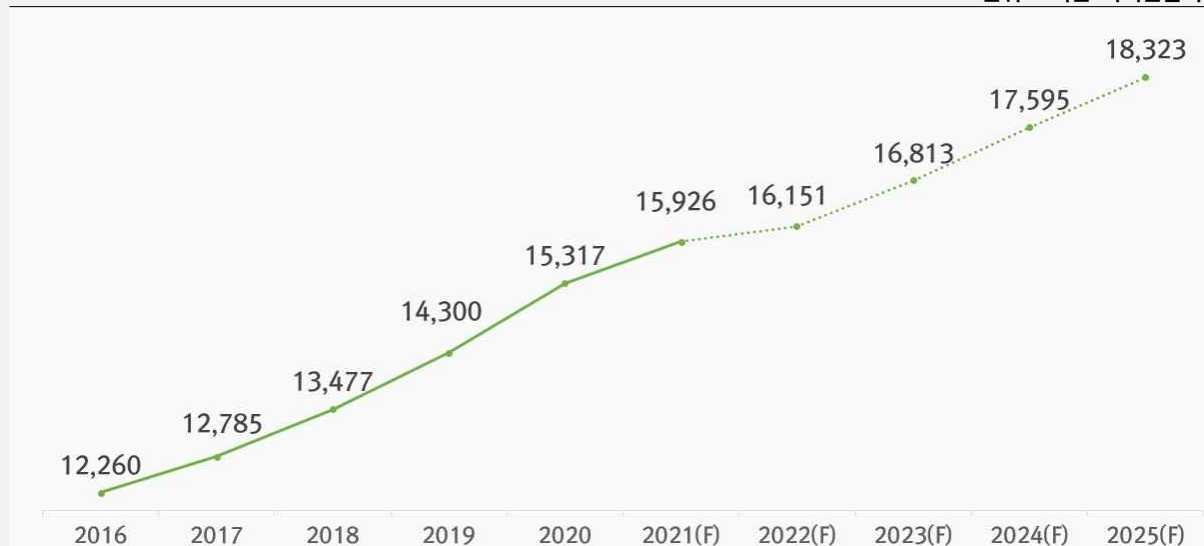
2020년 기준 대만 인스턴트 국수 시장규모는 약 6,562억 원을 기록하며, 동년 약 2.6조 원을 기록한 한국 시장의 25% 수준의 규모에 해당하는 것으로 나타남. 특히 2020년에는 전년 대비 7% 상승하며 인스턴트 국수 시장이 지속해서 성장하고 있는 것으로 나타남

▶ 대만 인스턴트 국수 시장, 향후 5년간 연평균성장률 4% 관측

대만 인스턴트 국수 시장규모는 2021년에 접어들며 전년 대비 4% 상승할 것으로 전망됨. 또한, 이후 5년(2021-25년)간 연평균 4%의 성장률을 달성하여, 2025년 기준 약 7,850억 원의 시장규모를 기록할 것으로 전망됨⁸⁾

[표 2.2] 대만 '인스턴트 국수' 시장규모⁹⁾

단위 : 백만 타이완달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
인스턴트 국수	12,260	12,785	13,477	14,300	15,317	6%
(한화추정액)	(5,252억 원)	(5,477억 원)	(5,774억 원)	(6,126억 원)	(6,562억 원)	
분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
인스턴트 국수	15,926	16,151	16,813	17,595	18,323	4%
(한화추정액)	(6,827억 원)	(6,919억 원)	(7,203억 원)	(7,538억 원)	(7,850억 원)	

자료: 유로모니터(Euromonitor)

8) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Rice, Pasta and Noodles in Taiwan」, 2021.12

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 대만 국수 시장점유율

▶ 대만, ‘인스턴트 국수’ 시장 점유율 88.2%로 압도적

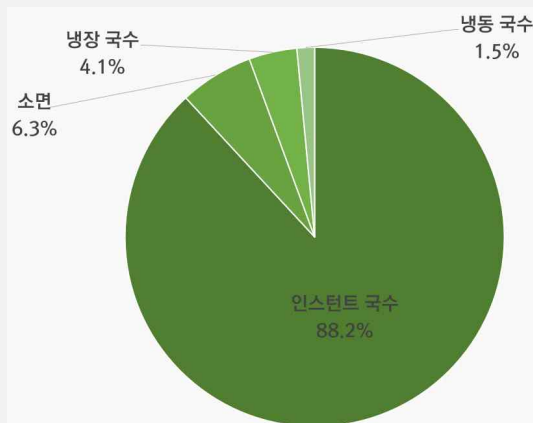
대만 국수(약 7,443억 원) 세부 시장과 한국 국수(약 2조 7,698억 원) 세부 시장을 비교했을 때, ‘인스턴트 국수’의 점유율은 한국(93.4%)과 대만(88.2%)에서 모두 압도적인 비중을 차지하고 있는 것으로 확인됨. ‘소면(6.3%)’, ‘냉장 국수(4.1%)’, ‘냉동 국수(1.5%)’가 뒤를 잇고 있는 것으로 나타남¹⁰⁾

최근 대만 내 인스턴트 국수 제품들의 트렌드는 ‘프리미엄화’가 있는 것으로 나타남. 저렴한 불량식품으로 인식되던 기존의 인스턴트 국수 제품들과는 달리, 건강에 좋은 볶은 건면 제품이 소비자들로부터 주목을 받으며 시장을 선도하고 있음. 해당 제품들은 기존의 인스턴트 국수 제품들 대비 2배 이상 비싼 것으로 조사됐으며, 디지털화 또한 영향을 미친 것으로 알려짐. 집에서 요리를 하는 빈도수가 잦아짐에 따라 자신의 요리를 소셜 미디어에 업로드하는 소비자 및 유명인들이 많아진 것으로 나타남. 이들은 고급스러운 요리를 업로드하는 것을 통해 만족을 느끼기 때문에, 프리미엄 제품들에 대한 수요 증가로 이어진 것으로 분석됨¹¹⁾

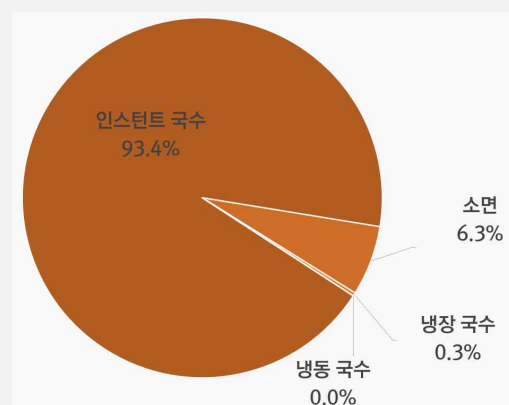
[표 2.3] 2020년 대만, 한국 ‘국수’ 시장점유율¹²⁾

단위 : 백분율(%)

대만 국수 세부 시장



한국 국수 세부 시장



분류	국수			
	냉장 국수	냉동 국수	인스턴트 국수	소면
대만	4.1	1.5	88.2	6.3
한국	0.3	0.0	93.4	6.3

자료: 유로모니터(Euromonitor)

10) 유로모니터상 대만 국수 시장(약 7,443억 원)과 한국 국수 시장(약 2조 7,698억 원)의 시장점유율을 나타냄

11) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Rice, Pasta and Noodles in Taiwan, 2021.12

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

4. 대만 떡볶이 수입규모

HS CODE 1901.90

조사제품 '떡볶이'는 '맥아 추출물(extract)과 고운 가루·부순 알곡·가진 가루·전분이나 맥아 추출물(extract)의 조제 식료품으로 규정된 제 1901호에 속하며, 이에 '기타'에 해당하는 HS CODE 1901.90을 지표로 선정함

▶ 대만 HS CODE 1901.90 對글로벌 수입액, 약 1,563억 원

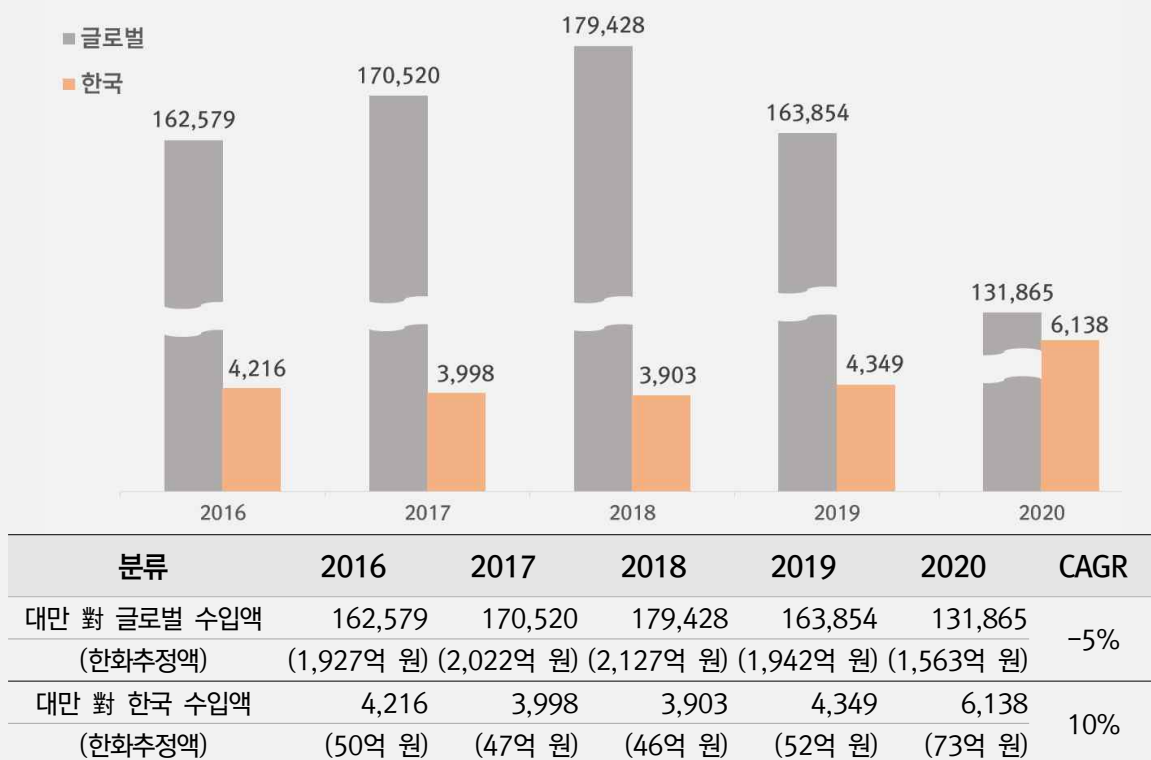
2020년 기준 대만 HS CODE 1901.90 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 19.5% 하락한 1,563억 원을 기록함. 지난 5년(2016-20년)간 對글로벌 수입액 또한 지속해서 감소하는 추세를 보였으며 연평균성장률은 -5%로 집계됨

▶ 대만 HS CODE 1901.90 수입액 중 한국산 점유율 8위

2020년 기준 대만 HS CODE 1901.90 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 41% 급증한 약 73억 원으로, 점유율 약 5%를 기록해 8위로 집계됨. 對한국 수입액은 2018년에 전년 대비 2% 감소한 이후 성장세로 돌아선 것으로 확인됨. 글로벌 수입액 점유율 기준 1위 뉴질랜드(약 235억 원, 약 15%), 2위 일본(약 206억 원, 약 13%), 3위 호주(약 201억 원, 약 13%) 순으로 확인됨

[표 2.4] 대만 HS CODE 1901.90 수입규모¹³⁾¹⁴⁾¹⁵⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 1901.90 기준

13) 자료: ITC(International Trade Centre)

14) 1달러=1,185.50원 (2022.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

15) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5. 한국 떡볶이 수출규모

HS CODE 1901.90-9091

조사제품 '떡볶이'에 해당하는 HS CODE 1901.90-9091(쌀가루의 것)의 한국 對글로벌, 對대만 수출 규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 1901.90-9091 수출액, 지난 5년간 연평균성장률 41%

2020년 기준 한국 HS CODE 1901.90-9091 품목의 對글로벌 수출액은 637억 원으로 집계됨. 지난 5년(2016-20년)간 對글로벌 수출액의 연평균성장률은 41%로 확인됨

▶ 한국 HS CODE 1901.90-9091 수출액, 對대만 점유율 2%

2020년 기준 한국 HS CODE 1901.90-9091 품목의 對대만 수출액은 12억 원으로, 점유율 2%로 14위를 기록함. 對대만 수출액은 지난 5년(2016-20년)간 증가세를 이어오고 있으며, 연평균성장률은 80%로 확인됨. 점유율 기준 순위는 1위 미국(약 174억 원, 27%), 2위 일본(약 125억 원, 20%), 3위 인도네시아(약 42억 원, 7%) 순으로 확인됨

[표 2.5] 한국 HS CODE 1901.90-9091 수출규모¹⁶⁾¹⁷⁾

단위 : 천 달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
한국 對 글로벌 수출액 (한화추정액)	13,638 (162억 원)	16,032 (190억 원)	24,524 (291억 원)	34,313 (407억 원)	53,763 (637억 원)	41%
한국 對 대만 수출액 (한화추정액)	317 (4억 원)	403 (5억 원)	551 (7억 원)	708 (8억 원)	1,028 (12억 원)	80%

자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 1901.90-9091 기준

16) 자료: KATI농식품수출정보

17) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

III. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 떡볶이 경쟁제품, 떡볶이 맛 간식 인기
2. 떡볶이 경쟁브랜드, 한국 브랜드 선두
3. 떡볶이 패키징 1위, '120g' 1인분 담긴 '컵'
4. 떡볶이 주요 홍보문구, '미식' 및 '전자레인지'
5. 대만 떡볶이 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 대만 온라인매장 입점 떡볶이 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 떡볶이(炒年糕)
- 데이터 수집량 : 948건
- 데이터 수집원 : 쇼피(Shopee), 피씨홈(PC Home)

▶ 대만 온라인매장 입점 떡볶이 특징 분석

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

항목	키워드 (국문/한지어)		빈도	키워드 (국문/한지어)		빈도
경쟁제품	짜장	炸醬	195	마늘	大蒜	148
	크림	奶油	175	떡볶이 라면	年糕拉麵	75
	과자	餅乾	175	누들 떡볶이	年糕麵	47
경쟁브랜드	요뽀끼	Yopokki	199	동원	Dongwon	42
	해태	HaiTai	132	진시지	Jinshizi	31
	오테이스트	Otaste	68	오셰프	Oh Chef	19
	오투기	Ottogi	49	삼양	Samyang	19
패키징	떡볶이 컵	年糕杯	103	70g	70g	36
	쿠키 백	料理包	90	240g	240g	27
	120g	120g	68	65g	65g	21
	260g	260g	40	55g	55g	16
홍보문구	미식	美食	678	빠른	快速	80
	전자레인지	微波	156	집에서	在家	76
	식감	口感	140	쉽게	輕鬆	67

1. 떡볶이 경쟁제품, 떡볶이 맛 간식 인기

▶ 떡볶이 경쟁제품 1위, ‘짜장 맛’ 떡볶이

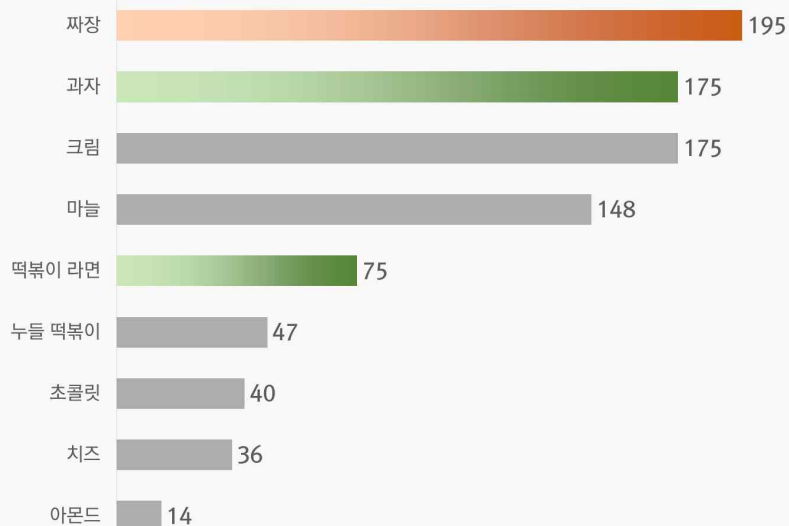
- ‘짜장’ 경쟁제품 키워드 빈출 수 195건으로 1위
- 원문 추적 결과, 현지 소비자 입맛에 맞도록 맵기를 조절한 제품 인기

▶ 떡볶이 맛 ‘과자’, ‘라면’ 인기

- ‘과자’ 키워드 빈출 수 175건, ‘떡볶이 라면’ 빈출 수 75건
- 원문 추적 결과, 현지 소비자에게 친숙한 과자와 면류에 떡볶이 맛을 가미한 제품 인기

1위 짜장		2위 과자		5위 라면	
					
제품명	오셰프가 끓여주는 짜장 라볶이	제품명	신당동 떡볶이	제품명	콕콕콕 라면볶이
브랜드	오셰프(Oh Chef)	브랜드	해태(Haitai)	브랜드	오뚜기(Ottogi)
용량	260g	용량	103g	용량	65g
가격	129.0타이완달러 (약 5,526원 ¹⁸⁾)	가격	35.0타이완달러 (약 1,499원)	가격	45.0타이완달러 (약 1,928원)

[표 3.1] 대만 떡볶이 경쟁제품 관련 키워드



자료: 대만 온라인매장 판매 제품 내 ‘떡볶이’ 관련 게시글 948건 분석

18) 1타이완달러=42.84원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 떡볶이 경쟁브랜드, 한국 브랜드 선두

▶ 떡볶이 경쟁브랜드 ‘요뽀끼’ 최다 빈출

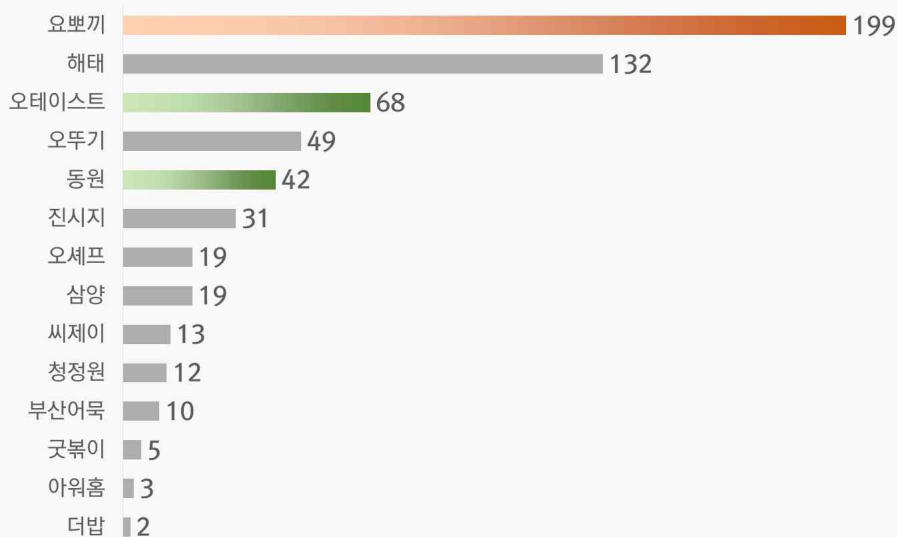
- ‘요뽀끼’ 경쟁브랜드 키워드 빈출 수 199건으로 압도적 1위
- 원문 추적 결과, 짜장·초코·구운 양파 맛 등 현지 입맛에 맞춘 다양한 떡볶이 제품을 출시하고 있음

▶ ‘오테이스트’, ‘진시지’ 제외한 모든 브랜드 한국산

- 한국 음식 전문 홍콩 브랜드 ‘오테이스트’ 키워드 빈출 수 68건
- 중국 떡볶이 브랜드 ‘진시지’ 키워드 빈출 수 31건
- ‘동원’, ‘오셰프(현성F&B)’, ‘삼양’, ‘씨제이’ 등 한국 브랜드 다수 빈출

1위 요뽀끼		3위 오테이스트		5위 동원	
					
제품명	매콤달콤 떡볶이	제품명	매운 떡볶이	제품명	즉석 라볶이
브랜드	요뽀끼(Yopokki)	브랜드	오테이스트(Otaste)	브랜드	동원(Dongwon)
용량	260g	용량	128g	용량	404g
가격	99.0타이완달러 (약 4,241원)	가격	69.0타이완달러 (약 2,956원)	가격	145.0타이완달러 (약 6,212원)

[표 3.2] 대만 떡볶이 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 대만 온라인매장 판매 제품 내 ‘떡볶이’ 관련 게시물 948건 분석

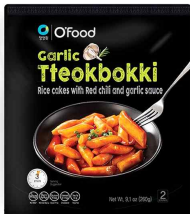
3. 떡볶이 패키징 1위, '120g' 1인분 담긴 '컵'

▶ 떡볶이 패키징 키워드 최다 빈출 조합 '컵'과 '120g'

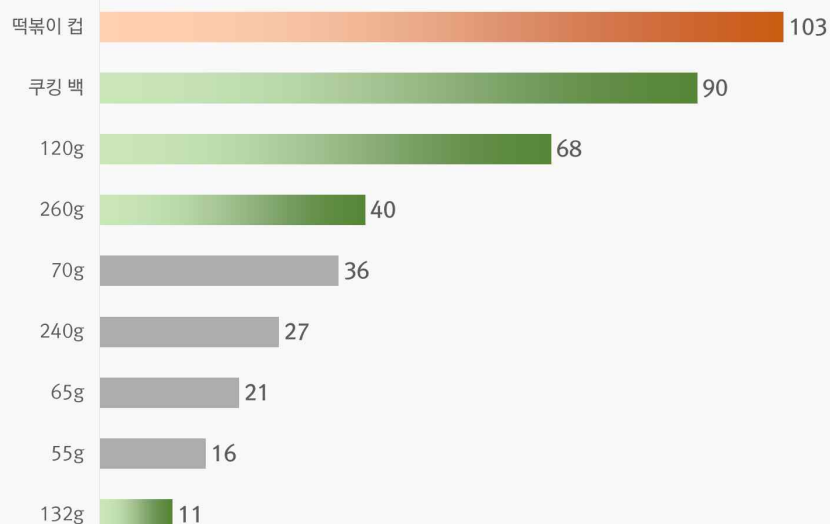
- '컵' 패키징 키워드 빈출 수 103건, '120g' 빈출 수 68건
- 원문 추적 결과, 컵 떡볶이의 제품의 경우 '120g', '132g' 등 100g 이상 제품이 대부분임

▶ '쿠킹 백' 패키징은 '260g' 2인분 분량 다수 빈출

- '쿠킹 백' 키워드 빈출 수 90건, '260g' 빈출 수 40건
- 원문 추적 결과, '동원', '아워홈' 등 한국산 제품의 경우 3-4인분 분량을 판매하기도 함

1위 컵, 4위 120g		2위 팩, 5위 260g		10위 132g	
					
제품명	요뽕끼 컵 매운 맛	제품명	갈릭 떡볶이	제품명	하바네로 떡볶이
브랜드	요뽕끼(Yopokki)	브랜드	오푸드(O' food)	브랜드	오테이스트(Otaste)
용량	120g	용량	260g	용량	132g*2개입
가격	69.0타이완달러 (약 2,956원)	가격	169.0타이완달러 (약 7,240원)	가격	198.0타이완달러 (약 8,482원)

[표 3.3] 대만 떡볶이 패키징 관련 키워드



자료: 대만 온라인매장 판매 제품 내 '떡볶이' 관련 게시물 948건 분석

4. 떡볶이 주요 홍보문구, ‘미식’ 및 ‘전자레인지’

▶ 홍보문구 관련 키워드 빈출 수 1위, ‘미식’

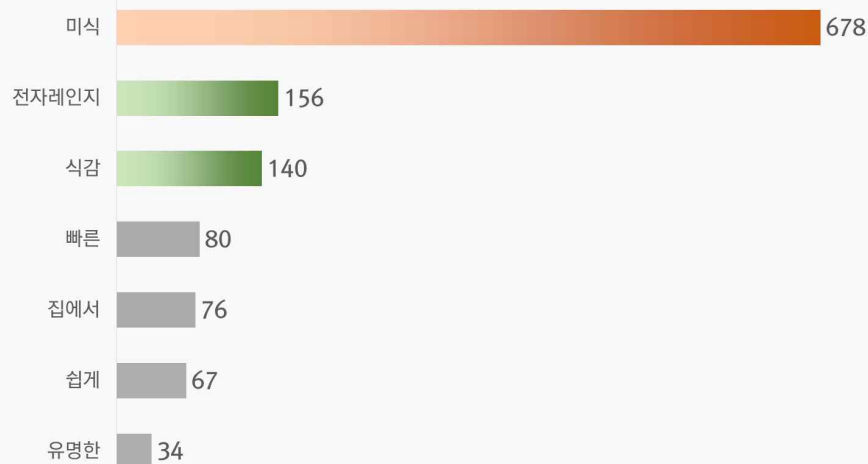
- ‘미식’ 홍보문구 키워드 678건, ‘식감’ 140건 빈출로 1·3위
- 원문 추적 결과, ‘한국의 맛있는 간식’, ‘쫄깃한 식감의 간식’으로 떡볶이를 소개하는 홍보문구 다수 발견

▶ 집에서 쉽게 ‘전자레인지’로 완성하는 떡볶이

- ‘전자레인지’ 키워드 빈출 수 156건 빈출
- 간편성과 연관된 홍보문구 ‘빠른’ 80건, ‘집에서’ 76건, ‘쉽게’ 67건 빈출

1위 미식		2위 전자레인지		3위 식감	
					
제품명	달콤한 떡볶이 소스	제품명	요뽀끼 컵 초코 맛	제품명	소스가 맛있는 굿볶이
브랜드	샘표(Sempio)	브랜드	요뽀끼(Yopokki)	브랜드	굿볶이(Goodpokki)
용량	150ml	용량	120g	용량	363g*3개
가격	99.0타이완달러 (약 4,241원)	가격	84.0타이완달러 (약 3,599원)	가격	590.0타이완달러 (약 25,276원)

[표 3.4] 대만 떡볶이 홍보문구 관련 키워드



자료: 대만 온라인매장 판매 제품 내 ‘떡볶이’ 관련 게시글 948건 분석

5. 대만 떡볶이 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 쫄깃한 식감의 한국 미식, 추억의 국민학교 떡볶이

- 홍보문구 키워드 빈출 678건 '식감', 140건 '식감' 활용
- 쫄깃한 식감의 이색적인 미식을 찾는 현지 소비자 공략

▶ 컨셉 ② _ 전자레인지로 빠르고 간편하게 즐기는 국떡 컵볶이

- 홍보문구 키워드 빈출 156건 '전자레인지', 80건 '빠른' 활용
- 전자레인지를 통해 간편하게 조리할 수 있는 고객사 제품 어필

▶ 컨셉 ③ _ 한국에서 유명한 떡볶이 브랜드 추억의 국민학교 떡볶이

- 홍보문구 키워드 빈출 34건 '유명' 활용
- 한국에서 맛있는 떡볶이 브랜드로 인정받은 고객사 강점 어필

패키징	제품	홍보문구	★결합 키워드 발생량	제품 컨셉
컵	매운	식감	6건	쫄깃한 [식감]의 [매콤한] 간식 국떡 [컵]볶이
컵	짜장	전자레인지	6건	[전자레인지]로 간편하게 완성하는 [짜장맛] 국떡 [컵]볶이
팩	매운	미식	5건	한국의 길거리 [미식] [매콤] 달콤 떡볶이를 집에서 만드는 추억의 국민학교 떡볶이 쿠킹 [팩]
(-)	짜장	빠른	5건	간편 조리로 쉽고, [빠르게]! 추억의 국민학교 떡볶이 [짜장] 맛
(-)	매운	유명	5건	한국에서 인기 폭발! [유명] 브랜드에서 만든 [매콤] 떡볶이 추억의 국민학교 떡볶이

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

IV. 유통채널 특징

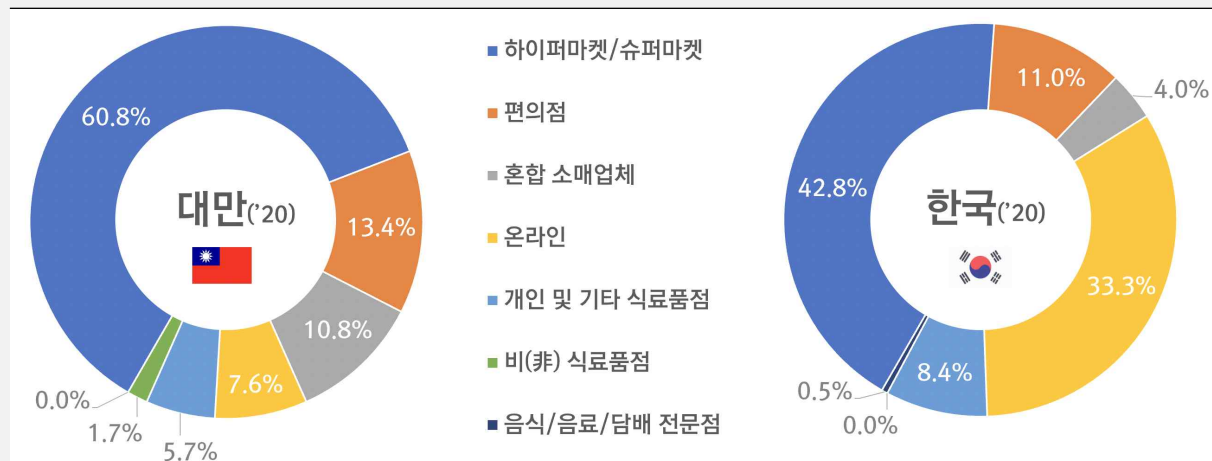
1. 대만 떡볶이 유통채널 비교
2. 대만 떡볶이 유통채널 특징

1. 대만 떡볶이 유통채널 비교

▶ 대만 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’, ‘편의점’, ‘혼합 소매업체’ 점유율, 한국 대비 높아

2020년 대만 ‘쌀, 파스타 및 면’ 소매유통채널 중 점유율 1위를 차지한 채널은 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’으로 60.8%의 유통을 책임짐. 반면 한국에서는 해당 채널을 통해 42.8%만이 유통됨. 대만 기준 유통 점유율 2위 채널인 ‘편의점’은 대만(13.4%)과 한국(11.0%)에서 비슷한 수준의 비중을 차지한 것으로 나타남. 대만 기준 유통 점유율 4위인 ‘온라인’의 경우에도 양국 간 상이한 양상을 보였는데, 대만(7.6%) 대비 한국(33.3%)이 약 26%p 더 높은 점유율을 차지함. ‘혼합 소매업체’를 통한 유통은 대만(10.8%)이 한국(4.0%)의 약 두 배 정도 수준이었던 반면, ‘개인 및 기타 식료품점’을 통한 유통은 한국(8.4%)이 대만(5.7%)보다 다소 더 높은 점유율을 차지함. ‘비(非) 식료품점’을 통한 유통은 대만(1.7%)에서, ‘음식/음료/담배 전문점’을 통한 유통은 한국(0.5%)에서만 이뤄졌던 것으로 조사됨

[표 4.1] 대만 떡볶이 소매유통채널 점유율



대만 및 한국 소매유통채널 점유율(19)20) 비교(21)

대만	유형	한국
60.8%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	42.8%
13.4%	편의점	11.0%
10.8%	혼합 소매업체	4.0%
7.6%	온라인	33.3%
5.7%	개인 및 기타 식료품점(22)	8.4%
1.7%	비(非) 식료품점	0.0%
0.0%	음식/음료/담배 전문점	0.5%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

19) 2020년 기준, 대만 및 한국 ‘쌀, 파스타 및 면(Rice, Pasta and Noodles)’의 소매유통채널 점유율임

20) ‘떡볶이’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘쌀, 파스타 및 면(Rice, Pasta and Noodles)’의 정보를 확인함

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

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

2. 대만 떡볶이 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 4,594억 원²³⁾)의 35.7%를 점유함. 프레시까르(PresiCarre)는 19.3%를 점유한 것으로 나타남

▶ 소비자 구매 패턴에 발맞춘 매장 운영 형태 선보여²⁴⁾

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) ²⁵⁾	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), 씨티슈퍼(City Super)
5	데어리팜인터내셔널홀딩스 (Dairy Farm International Holdings)	3.8%	웰컴(Wellcome), 마켓플레이스바이제이슨스 (Market Place by Jasons)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

23) 1타이완달러=42.84원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

24) 유로모니터(Euromonitor), 『Supermarkets in Taiwan Country Report』, 2021.03

25) 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 849억 원)의 57.9%를 차지함. 타이완패밀리마트(Taiwan Family Mart)는 31.0%의 점유율을 차지함

▶ 대만 편의점 업계, 코로나19 속 매출 증가세 보여²⁶⁾

코로나19로 인해 대만의 전반적인 경제 활동이 위축되기는 했으나, 대만 편의점 업계의 2020년 총 매출액은 2019년 대비 2.2% 상승한 것으로 나타났으며, 2021년 매출 또한 2020년 대비 3% 가량 상승할 것으로 전망되었음. 이는 많은 소비자들이 사람이 붐비는 대형 마켓을 가기보단 인근의 상점에서 필수품만을 구매하는 것으로 소비 패턴을 바꿨기 때문으로 분석됨. 또한 대만 정부가 마스크 판매 채널로 약국과 편의점을 선정한 것도 주요 원인 중 하나로 꼽히고 있음. 편의점 업계는 상승세에 힘입어 매장 수를 늘리고 모바일 사전 구매 후 근처 매장에서 물건을 받아가는 서비스를 제공하며 성장에 박차를 가하고 있음

[표 4.3] 대만 주요 편의점 업체

순번	기업명	편의점 유통채널 매출액 점유('20) ²⁷⁾	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)

26) 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Taiwan Country Report」, 2021.03

27) 대만 편의점 점유율 부문 상위 4개 기업

3) 아시안마트/한인마트

▶ 대만 주요 아시안마트/한인마트 업체, 한귀왕 및 한제

대만 주요 아시안마트/한인마트에는 한귀왕(韓購網)과 한제(韓濟) 등이 있음. 두 업체 모두 신베이시와 타이중시에서 매장을 운영하고 있음. 또한 페이스북 등 SNS 채널을 통해 프로모션이나 매장 운영 시간 등을 안내하며 고객들과 소통하고 있고, 이외에도 쇼피(Shopee)나 피씨홈(PChome)등 대만의 다양한 온라인 쇼핑몰에 입점하여 한국 식품을 대만으로 유통하고 있음

[표 4.4] 대만 주요 아시안마트/한인마트

순번	기업명	매장 수('21)	주요 거점
1	한귀왕 (韓購網)	2개	신베이(新北), 타이중(臺中)
2	한제 (韓濟)	2개	신베이(新北), 타이중(臺中)

자료: 기업 홈페이지

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 3,904억 원)의 12.4%를 점유했으며, 씨(Sea)의 쇼피는 전체 매출액의 11.4%를 점유함

▶ 대만 온라인 시장 식음료 부문 10% 성장률 기록²⁸⁾

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% 성장하여 241억 8,500만 타이완달러(약 1조 361억 원)를 기록함. 한편, 많은 요리 관련 대만 현지 웹사이트에 '대만식 떡볶이 레시피' 포스트가 올라오거나, 한국 현지 간식 중 대만에서 먹을 수 있는 Top5 중 하나로 매운 떡볶이가 언급되는 등 현지화된 맛과 한국 본연의 맛 모두 높은 수요를 보이고 있는 것으로 나타남

[표 4.5] 대만 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ²⁹⁾	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)

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

29) 대만 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 대만 떡볶이 주요 온라인 유통채널
2. 대만 떡볶이 주요 오프라인 유통채널

1. 대만 떡볶이 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 8,788억 원 ³⁰⁾)		
	운영방식	온라인마켓		
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	청정원(Chungjungwon), 오테이스트(Otaste)	
		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)

30) 1타이완달러=42.84원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 멤버십 제도

재휴 신용카드인 모모 카드(momo卡) 사용이 가능하며 환급, 우수 이용 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

홀쇼핑으로 기반으로 발전한 플랫폼으로서 홀쇼핑 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
김치 카테고리가 별도로 운영되고 있으며 몇몇 한국 브랜드는 별도 전용관 보유

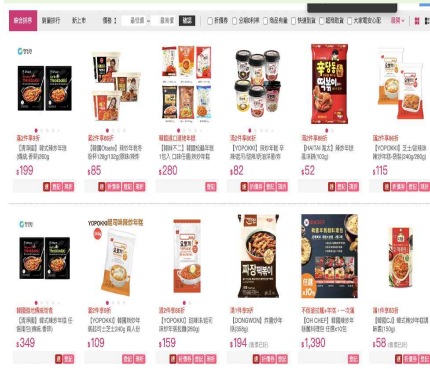
온라인몰 UI ②

Momo Shop - 제품 구매 페이지

'떡볶이' 제품 검색 결과

'떡볶이' 제품 관련 검색결과 노출

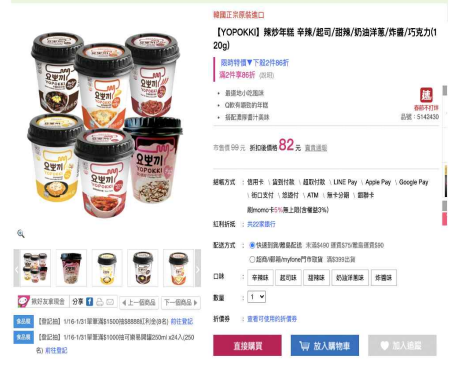
브랜드, 원산지, 무게, 카테고리별로 세분화 분류 기능 제공



'떡볶이' 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) ³¹⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	떡볶이	수협중앙회	위반라차오넨가오 (魚板辣炒年糕) *떡, 어묵, 소스	한국	149타이완달러 (약 6,383원)	300g	
2	떡볶이	청정원 (Chungjungwon)	오리지널떡볶이 (Original Teokbokki) *글루텐프리, MSG 無	한국	170타이완달러 (약 7,283원)	260g	
3	떡볶이	오테이스트 (Otaste)	라차오넨가오동편다이장 (辣炒年糕冬粉袋裝) *떡, 고구마추출물, 양파	한국	85타이완달러 (약 3,641원)	128g	
4	떡볶이	요쁘끼 (Yopokki)	라차오넨가오베이시레 (辣炒年糕杯系列) *HACCP	한국	82타이완달러 (약 3,513원)	120g	
5	떡볶이	달나라 (Dalnara)	모녀라차오넨가오 (魔女辣炒年糕) *비건 인증 스프 *떡, 스프	한국	216타이완달러 (약 9,253원)	250g	
6	떡볶이	지아지하오 (Jiazhihao)	한스라차오위반넨가오 (韓式辣炒魚板年糕) *HACCP, ISO22000	대만	527타이완달러 (약 2만 2,577원)	200g * 3개입	
7	떡볶이	하얀햇살	굿볶이 (Goodpokki) *떡, 소스, 스프	한국	599타이완달러 (약 2만 5,661원)	363g	

자료: 모모샵(Momo Shop)

사진 자료: 모모샵(Momo Shop)

31) 조사일(2022.01.06.) 기준 모모샵(Momo Shop) 떡볶이 카테고리 평점 상위 제품 리스트

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 1,806억 원 ³²⁾) ³³⁾			
운영방식	온라인마켓				

매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	오셰프(Oh Chef), 달나라(Dalnara)
		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, 한국농수산식품유통공사(aT), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 쇼피(Shopee) 대만

32) 1달러=1,185.50원 (2022.01.01., 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
한국스낵 카테고리 별도 운영 중이며
몇몇 한국 브랜드는 브랜드 전용관 및 직구몰 등의 형태로 구매 가능

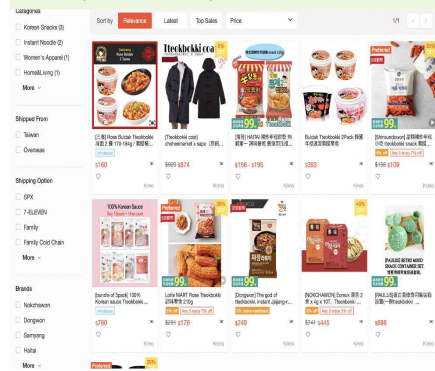
온라인몰 UI ②

Shopee - 제품 구매 페이지

'떡볶이' 제품 검색 결과

'떡볶이' 제품 관련 검색결과 노출

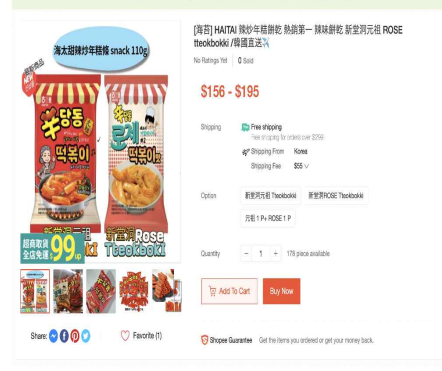
브랜드, 배송, 결제 옵션, 카테고리별로 분류 가능 제공



'떡볶이' 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	떡볶이	오셰프 (Oh Chef)	라차오넵가오 (辣炒年糕) *떡, 소스, 스프, 라면	한국	129타이완달러 (약 5,526원)	253g	
2	떡볶이	달나라 (Dalnara)	모닝라차오넵가오 (魔女辣炒年糕) *비건 인증 스프 *떡, 스프	한국	129타이완달러 (약 5,526원)	250g	
3	떡볶이	요뽕끼 (Yopokki)	라차오넵가오베이시레 (辣炒年糕杯系列) *HACCP 인증	한국	62타이완달러 (약 2,656원)	120g	
4	떡볶이	오테이스트 (Otaste)	라차오넵가오동편다이창 (辣炒年糕冬粉袋装) *떡, 고구마추출물, 양파	한국	45타이완달러 (약 1,927원)	128g	
5	떡볶이	코리안플레이버 (Korean Flavor)	라차오넵가오 (辣炒年糕) *채소시즈닝파우더, 홍고추	한국	110타이완달러 (약 4,712원)	375g	
6	떡볶이	오푸드 (O'food)	오리지널떡볶이 (Original Teokbokki) *글루텐프리, 무MSG	한국	199타이완달러 (약 8,525원)	260g	
7	떡볶이	핑크로켓떡볶이 (Pink Rocket Topokki)	맥앤치즈떡볶이 (Mac&Cheese Topokki)	한국	100타이완달러 (약 4,284원)	120g	

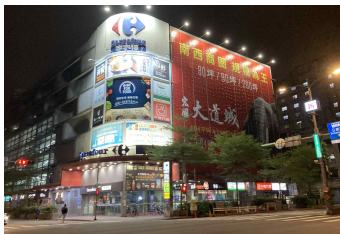
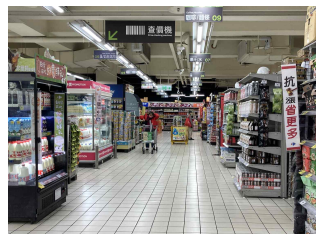
자료: 쇼피(Shopee) 대만

사진 자료: 쇼피(Shopee) 대만

34) 조사일(2022.01.06.) 기준 쇼피(Shopee) 대만 떡볶이 카테고리 평점 상위 제품 리스트

2. 대만 떡볶이 주요 오프라인 유통채널 ① 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 7,897억 원 ³⁵⁾) ³⁶⁾		
		기타 규모	• 매장 수('20): 132개		
기업 요약	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				
소비자 정보	타겟 소비자	성별	남성·여성	직업	학생·직장인·주부
		연령대	전연령대	소득수준	중산층

방문매장 정보	영업시간	해당 매장 주위에 주거 지역이 밀집해있으며 야시장도 위치해있어 유동인구가 많음			
	주소	台北市大同區重慶北路二段171號			
	상권	09:00-24:00			
	VMD	취급 브랜드	아워홈(Ourhome), 청정원(ChungJungWon)		
		진열 방식	카테고리별 진열		
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)

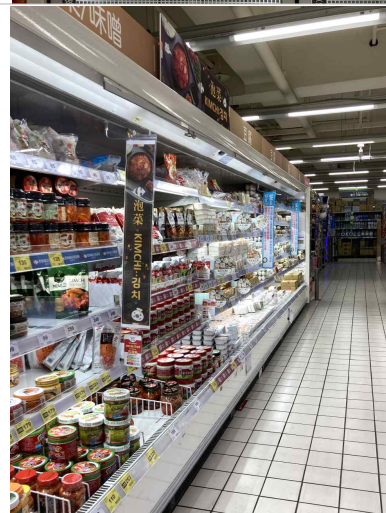
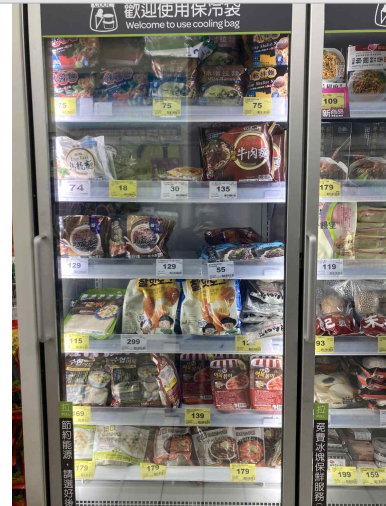
사진 자료: 까르푸(Carrefour) 대만 현지 매장 방문 조사

35) 1유로=1,328.41원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



대만 까르푸 현지 매장에서는 다양한 종류의 즉석 떡볶이 제품을 취급하고 있었음. 먼저 제품의 원산지로는 한국과 대만이 있었고, 제품 포장형태는 대다수 파우치 형태였으나 컵 용기 제품도 있었음. 제품 유형은 냉장/냉동/상온 모두 존재했으며, 각 유형별 제품은 한 곳에 모여있지는 않았음. 예를 들어 냉장 제품이더라도 냉장 간편식품 매대에 비치된 제품이 있었는가 하면, 김치와 함께 비치된 제품도 있었음. 이외에도 한국 식품 전용 상온 매대를 운영 중이었고, 즉석 떡볶이 제품 2개와 고추장, 라면 등을 판매하고 있었음. 이외에도 즉석 떡볶이 외에 떡, 떡볶이 소스와 같은 제품도 판매 중이었음

자료: 까르푸(Carrefour) 대만 현지 매장 방문 조사

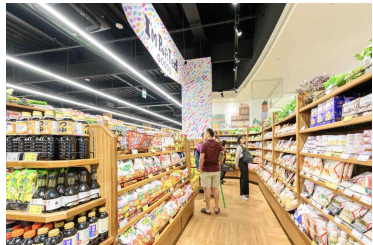
사진 자료: 까르푸(Carrefour) 대만 현지 매장 방문 조사

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	즉석 떡볶이	아워홈 (Ourhome)	추억의맛 국물떡볶이 *2인분, 냉장, 글루텐프리	한국	189타이완달러 (약 8,097원)	420g	
2	즉석 떡볶이	메이이 (美藝)	딩지라넨가오 (頂級辣年糕) *냉장, HACCP	대만	68타이완달러 (약 2,913원)	240g	
3	즉석 떡볶이	주식회사부산어묵	짜장어묵떡볶이 *냉동, HACCP, 한국직수입 강조, 전자레인지	한국	179타이완달러 (약 7,668원)	300g	
4	즉석 떡볶이	주식회사부산어묵	짬뽕어묵떡볶이 *냉동, HACCP, 한국직수입 강조, 전자레인지	한국	179타이완달러 (약 7,668원)	250g	
5	즉석 떡볶이	수협중앙회	수협떡어묵볶이 *2인분, 냉동, 전자레인지	한국	139타이완달러 (약 5,955원)	300g	
6	즉석 떡볶이	주식회사부산어묵	크림어묵떡볶이 *냉동, HACCP, 한국직수입 강조, 전자레인지	한국	179타이완달러 (약 7,668원)	300g	
7	즉석 떡볶이	청정원 (ChungJungWon)	한스상원라차오넨가오 (韓式香蒜辣炒年糕) *갈릭떡볶이, 2인분, 상온	한국	189타이완달러 (약 8,097원)	260g	
8	즉석 떡볶이	청정원 (ChungJungWon)	한스창통라차오넨가오 (韓式傳統辣炒年糕) *오리지널떡볶이, 2인분, 상온	한국	189타이완달러 (약 8,097원)	260g	
9	즉석 떡볶이	오테이스트 (Otaste)	매운떡볶이 *상온	한국	68타이완달러 (약 2,913원)	128g	
10	즉석 떡볶이	메이이 (美藝)	파오차이장차오넨가오 (泡菜醬炒年糕) *냉장, HACCP	대만	68타이완달러 (약 2,913원)	250g	
11	즉석 떡볶이	키스마이푸드 (Kiss My Food)	위산라차오넨가오 (御膳辣炒年糕) *궁중쌀떡볶이, 2인분	대만	94타이완달러 (약 4,027원)	420g	
12	즉석 떡볶이	한잉 (韓英)	한귀라차오넨가오 (韓國辣炒年糕) *한국떡볶이, 2인분	대만	105타이완달러 (약 4,498원)	420g	

자료: 까르푸(Carrefour) 대만 현지 매장 방문 조사

사진 자료: 까르푸(Carrefour) 대만 현지 매장 방문 조사

② 피엑스마트

기업 기본 정보	기업명	피엑스마트(PX Mart)	
	기업 구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.pxmart.com.tw	
	위치	타이베이(臺北)	
	규모	매출액('19)	40억 7,600만 달러(약 4조 8,321억 원) ³⁷⁾
		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)

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

③ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)			
	기업구분	편의점			
	홈페이지	www.7-11.com.tw			
	위치	타이베이(臺北)			
	규모	매출액('20)	약 11조 9,996억 엔(약 123조 6,247억 원 ³⁸⁾) ³⁹⁾		
		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				
매장정보	입점 가능 품목	• 음료류, 스낵류, 유제품, 간편식품, 건강식품, 주류, 위생용품, 사무용품 등			
	선호 제품	• 품질이 뛰어난 제품, 소포장 식품			
	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, 스탯ISTA(Statista)

사진 자료: 타이완뉴스(Taiwan News), 세븐일레븐(7-Eleven) 대만 페이스북

38) 100엔=1,030.24원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

④ 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 6,311억 원) ⁴⁰⁾		
		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

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

⑤ 한귀왕

기업 기본 정보	기업명	한귀왕(韓購網)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.koreashop.url.tw	
	위치	신베이(新北)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 2개	
	기업 요약	• 신베이시와 타이중시에서 매장 운영 중 • 쇼피, 피씨홈, 야후, 라쿠텐 등 총 6개의 온라인 쇼핑몰에 입점하여 한국 식료품 유통 중	

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 스낵류, 주류, 건강보조식품, 생활용품 등	
	선호 제품	• 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 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 이메일: koreashop88@gmail.com - 전화번호: +886-2-2257-9606 - 팩스: +886-2-2257-4987 - 휴대폰: +886-0-931-579-606 - 페이스북: @Koreashop.CO
-------------	---------------------	--

자료: 한귀왕(韓購網)

사진 자료: 한귀왕(韓購網), 구글맵(Google Maps)

⑥ 한제

기업 기본 정보	기업명	한제(韓濟)		
	기업구분	아시안마트/한인마트		
	홈페이지	www.hanji-food.com.tw		
	위치	신베이(新北)		
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 2개		
	기업 요약	• 1999년 설립됨 • 대만 지역 내 한국 식료품 도매 유통으로 사업을 시작하여 현재는 신베이시와 타이중시에 2개의 소매유통 매장 보유 • 페이스북, 라인, 카카오톡 등 다양한 SNS 채널 계정을 보유하고 있으며 이를 통해 소비자와 활발히 소통하고 있음 • 창고형 매장 형식으로 운영되고 있음		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품 등		
	선호 제품	• 한국제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 문의 - 홈페이지 내 ‘聯絡我們’ 클릭 후 문의 내용 기입하여 제출 • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) - 이메일을 통한 문의 시 2일 이내 답변 • 문의사항 연락처 및 기타 사항 - 온라인몰 주소: www.kfood-safe.com - 전화번호: +886-2-2211-3679 - 페이스북: @hanji3839		

자료: 한제(韓濟)

사진 자료: 한제(韓濟), 구글맵(Google Maps)

VI. 진입장벽

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

1. 대만 떡볶이 통관 및 검역 절차⁴¹⁾

▶ 대만 떡볶이 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 떡볶이 통관 검역 절차



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

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

[표 6.2] 대만 떡볶이 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 떡볶이 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 떡볶이 품질 인증

▶ 대만 떡볶이, 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 떡볶이 수출 시, 필수적으로 받아야 하는 인증은 없는 것으로 확인됨. 다만, 식품 생산 안전에 관한 글로벌 인증이나 식품 품질에 관한 대만 자국 인증을 받아 활용할 수 있음

[표 6.3] 대만 떡볶이 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 떡볶이 라벨링

[표 6.4] 대만 떡볶이 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 떡볶이 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)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 미치기 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 떡볶이 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 함⁴²⁾ • 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)

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

▶ 대만 떡볶이 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 국문]

- ① 아워홈
- ② 추억의 맛 국물떡볶이
- ③ 2-3 인분
- ④ 글루텐 FREE 소스&떡 밀가루 0%
- ⑤ 매콤한 국물소스와 쌀떡을 넣어 간편조리!
- ⑥ 글루텐이란(Gluten)?
보리, 밀 등 곡류에 들어있는 불용성 단백질로 일부 사람에게 알러지를 유발시킬 수 있습니다.
- ⑦ 미니떡볶이떡(조합용) 71.4% 중 쌀 4%함유
- ⑧ 냉장보관 (0-10도)
- ⑨ 2022.08.24까지

[앞면 - 국문]

- ① 아워홈
- ② 추억의 맛 국물떡볶이
- ③ 2-3 인분
- ④ 글루텐 FREE 소스&떡 밀가루 0%
- ⑤ 매콤한 국물소스와 쌀떡을 넣어 간편조리!
- ⑥ 글루텐이란(Gluten)?
보리, 밀 등 곡류에 들어있는 불용성 단백질로 일부 사람에게 알러지를 유발시킬 수 있습니다.
- ⑦ 미니떡볶이떡(조합용) 71.4% 중 쌀 4%함유
- ⑧ 냉장보관 (0-10도)
- ⑨ 2022.08.24까지

[뒷면 - 중문]

- ① 品名：辣炒年糕（袋）
- ② 成分：
 *年糕（300公克）：米,酒精,鹽
 *年糕醬(120公克)：水辣椒醬（糖稀，辣椒醬汁，玄米粉，米，鹽）糖漿，白糖，調味粉[牛肉調味粉(調理粉)（大蒜粉，牛骨粉，洋蔥粉，鹽,玉米澱粉），鹽，牛肉香料，牛肉粉，胡椒粉），鹽，麥芽糊精，葡萄糖，牛肉粉]，洋蔥，果糖，辣椒粉，大蒜，濃縮梨汁，D-山梨醇（甜味劑），L-麩酸鈉，昆布抽出液，鹽，番茄醬，味醂，玉米糖膠，洋蔥粉，紅椒色素，5'次黃嘌呤核苷酸二鈉，5'鳥嘌呤核苷酸二鈉
- ③ 淨重：420公克
- ④ 牛肉原產地：澳洲
- ⑤ 食用方法：將年糕條洗一洗，先放人年糕醬加入200毫升水加熱等水煮沸後，再將年糕條放人鍋裡炒了3-4分鐘，即可食用
- ⑥ 保存方法：請冷藏0-7度保存
- ⑦ 有效日期：標示於包裝上
（西元年/月/日）
- ⑧ 保存期限：9個月
- ⑨ 原產地：韓國
- ⑩ 製造商：OURHOME
- ⑪ 進口商：韓華國際股份有限公司
- ⑫ 地址：新北市五股區五權三路15號
- ⑬ 電話：(02)2298-4413
- ⑭ 傳真：(02)2298-4790

[뒷면 - 국문]

- ① 상품명: 떡볶이(봉지)
- ② 성분:
 * 떡(300g) : 쌀, 술, 소금
 * 국물소스(120g) : 칠리국물소스(물엿, 고추장, 현미가루, 쌀, 소금) 물엿, 설탕, 조미료 [쇠고기 조미료 분말(조미료(마늘분말, 소뼈분말, 양파분말, 소금, 옥수수전분), 소금, 쇠고기 향료, 쇠고기분말, 후추), 소금, 말토덱스트린, 포도당, 쇠고기 분말], 양파, 과당, 파프리카, 마늘, 배즙농축액, D-소비톨액(감미료), L-글루타르산나트륨, 다시마추출물, 정제소금, 토마토케첩, 미림, 진탄검, 양파분말, 파프리카추출색료, 5'이노신 인산이나트륨, 5'구아노신인산이나트륨
- ③ 중량 : 420g
- ④ 쇠고기원산지 : 호주
- ⑤ 떡을 물에 헹구어 건져내요. 그다음 후라이팬에 떡과 소스, 200g의 물을 넣고 3-4분간 끓이면 완성됩니다.
- ⑥ 보관방법: 냉장보관(0-7도)
- ⑦ 유통기한: 포장에 표기 (년/월/일)
- ⑧ 유효기한: 9개월
- ⑨ 원산지: 한국
- ⑩ 제조사 : 아워홈
- ⑪ 수입사 : 한화귀지구편우시엔공스
- ⑫ 주소 : 신베이시 오구구 오취안 3로 15호
- ⑬ 전화 : (02)2298-4413
- ⑭ 팩스 : (02)2298-4413

⑮ 營養標示

- 每一份量 210公克
- 本包裝含 2份

	每份	每日參考值百分比
能量	440大卡	22%
蛋白質	8.4公克	14%
脂肪	1.3公克	2%
飽和脂肪	0公克	0%
反之脂肪	0公克	*
碳水化合物	98.7公克	33%
糖	14.7公克	*
鈉	1386毫克	69%

⑯ *參考值未訂定

此營養標示適用於台灣

每日參考值 |

熱量2000大卡、蛋白質60公克、
脂肪60公克、飽和脂肪18公克、
碳水化合物300公克、鈉200毫克

⑮ 영양표시

- 1회 제공량 210g
- 총 2회 제공

	1회당	1일 기준값 백분율
열량	440Kcal	22%
단백질	8.4g	14%
지방	1.3g	2%
포화지방	0g	0%
트랜스지방	0g	*
탄수화합물	98.7g	33%
당류	14.7g	*
나트륨	1386mg	69%

⑯ *기준값이 지정되지 않음

이 영양표시는 대만에 적합함

일일 기준값 |

열량 2000Kcal, 단백질 60g,
지방 60g, 포화지방 18g,
탄수화합물 300g, 나트륨 200mg

4. 대만 떡볶이 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 떡볶이에 적용될 것으로 예상하는 식품첨가물 기준의 일부임. 자세한 식품첨가물 규정 및 기준은 대만 식품약품관리서(TFDA) 홈페이지와 KATI농식품수출정보에서 확인 가능함

[표 6.5] 떡볶이에 적용되는 대만 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	수크랄로스	Sucralose	필요에 따라 적당량	떡류/소스류
2	젤란 검	Gellan Gum		
3	구연산칼륨	Potassium Citrate		
4	아세트산	Acetic acid		
5	벤조인	Benzoin		
6	부티르산 부틸	Butyl butyrate		
7	메틸셀룰로오스	Methyl cellulose	20.0g/kg	
8	염화칼슘	Calcium chloride	10.0g/kg	
9	알긴산나트륨	Sodium alginate	10.0g/kg	
10	폴리아크릴산나트륨	Sodium polyacrylate	2.0g/kg	

출처: 대만 식품약품관리서(TFDA), KATI 농식품수출정보

▶ 유해물질

대만에서 식품을 유통하기 위해서는 식품약품관리서가 규정하고 있는 유해물질 관련 규정(식품 내 진균 독소 제한량, 방사진 혹은 방사능 오염 허용량, 폴리염화 바이페닐 제한량 및 식품 분류별 위생 기준)을 반드시 준수해야 함. 하기 표는 고객사 떡볶이에 해당하는 유해물질 목록과 최대허용 수치임. 더욱 자세한 규정은 식품약품관리서 홈페이지 내 법률 및 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.6] 떡볶이에 적용되는 대만 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용수치	식품 유형
1	방사능 134Cs + 137Cs	Radioactivity 134Cs + 137Cs	100 Bq/kg	떡류/소스류
2	아이오딘 131 I	Radioactivity 131 I	100 Bq/kg	
3	부분 수소화 오일	Partially hydrogenated oils , PHOs	사용금지	

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 떡볶이에 해당하는 알레르기 물질을 분석한 결과로, 알레르기 성분을 함유하고 있지 않은 것으로 파악됨. 다만 원재료인 건파의 황산염 함유 여부를 확인한 후 함유 시 표시할 필요가 있음

[표 6.7] 대만 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상	떡볶이 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	-
9	의무	대두류	-
10	의무	어류	-
11	의무	아황산염	주의 (건파)

출처: 대만 식품약품관리서(TFDA)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 싱허귀지요우시앤공스(星禾國際有限公司)

Interview ② 한귀왕(韓購網)

Interview ③ 룡신치예셔(榮鑫企業社)

대만(Taiwan)

인터뷰 대상 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 유통업체 ○
- 떡볶이 취급 경험 ○

싱허귀지요우시앤공스
(星禾國際有限公司)한귀왕
(韓購網)룽신치에서
(榮鑫企業社)

업체 ▶

수입유통업체

유통업체

유통업체

떡볶이
취급 ▶

떡볶이



떡볶이



떡볶이

사진 자료: 해당 업체 판매 페이지

대만(Taiwan)

수입유통업체 및 유통업체 인터뷰 요약

고객사	제품 피드백	경쟁사 제품	추천 유통채널
싱허귀지 요우시앤공스 (星禾國際有限公司) 수입유통업체	1인분 163g 조금 큰 편 - 경쟁제품 1인분 120g, 140g 2인분 570g, 600g 용량은 너무 큰 편 - 경쟁제품 2인분 260g - 가격 및 포장 적당 - 추가 인증 필요 없음	- 주요 경쟁브랜드, 요뽀끼 7가지 다양한 맛 보유 - 매운맛, 치즈 맛 인기 2-3인 포장 인기 - 가격 비싸지 않은 편	- 온라인 채널 추천 - 코로나19 영향 - 라쿠텐(Rakuten), 야후(Yahoo), 쇼피(Shopee)
한귀왕 (韓購網) 유통업체	- 가격 적당 - 경쟁제품과 비슷 - 용량 조금 많은 편 - 컵 포장 가장 인기 - 판매자 입장, 냉동보관 컵 떡볶이보다 상온 보관 제품 선호	- 주요 경쟁브랜드, 요뽀끼 - 유통업체 다수 - 온라인에서 많이 노출 - 우수한 맛	- 오프라인 및 온라인 병행 - 코로나19 심하지 않은 경우
룽신치에서 (榮鑫企業社) 유통업체	- 가격 및 용량 모두 적절한 편 - 인증보다 검역 주의 요구	- 주요 경쟁브랜드, 요뽀끼 - 높은 인지도 - 우수한 맛 - 높은 시장 점유율	- 온라인 채널 추천 - 코로나19 영향

(*) 현지 경쟁품 취급 업체 인터뷰 3개사

Interview ① 싱허귀지요우시엔공사(星禾國際有限公司)

43)

싱허귀지요우시엔공사
(星禾國際有限公司)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2000년에 설립된 수입유통업체로 한국, 일본 등에서 수입한 물품들을 판매 중임
 - 현재 하이퍼마켓, 슈퍼마켓 등 오프라인 매장에 유통 중임
 - 영유아 식품, 과자, 라면 등의 제품들을 유통 중임

담당자 정보

Overseas sales manager

싱허귀지요우시엔공사(星禾國際有限公司)
Overseas sales manager

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있다면 무엇인가요?

용량 측면에서 1인분 기준 163g은 조금 큰 편입니다. 저희가 판매하는 1인분 제품은 120g, 140g 두 종류이며, 120g이 가장 많이 판매됩니다. 또한, 2인분 기준 570g, 600g은 용량이 너무 큰 편입니다. 저희가 판매하는 2인분 제품은 260g입니다. 대체로 작은 용량 제품의 판매량이 높은 것으로 보아, 소비자들은 용량이 작은 제품을 선호하는 것으로 보입니다. 반면 소비자 가격은 적당하다고 생각합니다. 현재 수입 중인 요뽀끼 제품이 제일 많이 판매되고 있는데, 가격이 1인분 기준 59타이완달러(한화 약 2,528원⁴⁴⁾) 정도이며 2인분 기준 129타이완달러(한화 약 5,526원)입니다. 고객사 제품의 포장 역시 양호하며, 컵 포장이 가장 인기가 높습니다. 인증은 현재 취득한 인증으로 충분하고 다른 인증은 필요 없습니다.

Q. 대만 내 떡볶이 주요 소비층은 누구인가요?

현지 주요 소비층은 30대 고객으로 파악됩니다. 기본적으로 매운맛이 잘 판매되며, 초콜릿 맛도 인기가 많습니다. 젊은 소비자들이 많기 때문에 초콜릿 맛과 더불어 치즈 맛도 인기가 높습니다. 현지 소비자들은 떡 원료에 상관없으며 쫄면 식감을 더 중요하게 고려합니다. 또한, 개인 취향에 따라 다르지만 떡볶이 안에 라면이나 우동 면을 추가하는 고객이 많으며, 현지에는 라볶이 같은 제품이 많이 판매되고 있습니다. 최근 코로나19로 인해 외출하지 못하는 경우가 많아 집에서 즉석 음식 섭취 수요가 늘었으며, 이에 따라 떡볶이 구매 역시 많이 증가하였습니다.

Q. 대만 내 인기 있는 떡볶이는 무엇인가요?

저희가 취급하는 요뽀끼 제품은 대만에서 가장 인기가 많은 떡볶이 브랜드입니다. 해당 브랜드의 떡볶이 제품은 7가지 다양한 맛으로 출시되고 있으며, 그중 2-3인분으로 포장된 매운맛과 치즈맛 제품의 인기가 높습니다. 또한, 가격이 비싸지 않은 편입니다.

43) 사진자료: 싱허귀지요우시엔공사(星禾國際有限公司) 홈페이지

44) 1타이완달러=42.84원 (2022.01.01., KEB 하나은행 최초 매매기준율 적용)

Q. 떡볶이 제품이 진출하기 위한 적합한 유통채널은 무엇인가요?

라쿠텐(Rakuten), 야후(Yahoo), 쇼피(Shopee) 등 온라인 채널을 추천합니다. 현재 코로나19로 인해서 사람들이 외출을 많이 하지 않습니다. 또한, 마트에서 시식이 불가능하므로 이러한 환경에서는 온라인 판매가 유리합니다.

Q. 떡볶이 제품에 추천하는 홍보문구 및 홍보 방법으로는 무엇이 있나요?

입증이 가능한 경우, 홍보문구로 ‘한국에서 수년간 상위권 판매’를 사용하는 것이 좋습니다. 홍보 방법으로는 효과 빠른 왕홍 홍보가 좋습니다. 하지만 예산에 맞추어 왕홍 섭외가 이루어질 것이며, 유명한 정도가 다르기 때문에 홍보 효과는 다를 것입니다.

Interview ② 한귀왕(韓購網)

45)

한귀왕(韓購網)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 유통업체로 한국에서 수입한 물품들을 판매 중임
 - 현재 오프라인 매장 및 타 온라인 매장들을 통해 유통 중임
 - 과자, 음료, 조미료, 건강식품 등의 제품들을 유통 중임

담당자 정보

Employee



한귀왕(韓購網)

Employee

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있다면 무엇인가요?

고객사 제품의 가격은 적당하지만, 대만에서 가장 인기 있는 떡볶이 요쁘끼 제품과 비슷합니다. 따라서 브랜드 인지도가 낮은 상황에서 경쟁력이 있을지 우려됩니다. 용량은 조금 큰 편입니다. 저희가 판매 중인 2인분 제품은 260g으로 용량 차이가 큰 편입니다. 포장은 대만에서 많이 사용하고 있는 포장으로, 좋다고 생각합니다. 특히 컵 포장의 판매량이 많은데, 이는 편리하게 먹을 수 있기 때문입니다. 참고로 저희는 상온 보관이 가능한 컵 떡볶이를 선호합니다. 그 이유는 냉동보관보다 보관 비용이 저렴하기 때문입니다.

Q. 대만 내 떡볶이 주요 소비층은 누구인가요?

주요 소비층은 젊은 층인 30대입니다. 이들은 달콤한 매운맛과 치즈 맛을 좋아하며 대부분 한국의 매운맛을 좋아합니다. 이들은 원재료보다 맛과 식감을 더 중요하게 여기므로, 쌀 떡인지 밀가루 떡인지 별로 신경 쓰지 않습니다. 참고로 대만산 쌀 떡의 경우 식감이 좋아서 식당으로 많이 공급되고 있습니다. 그 외 라면과 우동 면과 같은 평범한 재료보다 한국산 어묵을 넣어서 먹고 싶은 소비자들이 많습니다.

Q. 대만 내 인기 있는 떡볶이는 무엇인가요?

대만에서 요쁘끼 제품의 인지도가 가장 높습니다. 그 이유는 요쁘끼 제품의 유통사가 많기에 온라인에서 많이 노출되고 있고 맛이 있기 때문입니다.

Q. 떡볶이 제품이 진출하기 위한 적합한 유통채널은 무엇인가요?

코로나19가 심한 경우가 아니라면, 라쿠텐(Rakuten), 야후(Yahoo), 쇼피(Shopee) 등 온라인 채널과 외국 식품 가게, 마트 등 오프라인 채널 모두 적합합니다. 코로나19가 심한 경우에는 사람들이 오프라인 쇼핑을 많이 하지 않지만, 그렇지 않은 경우 저희 오프라인 매장은 판매량이 감소하지 않습니다. 따라서 온라인과 오프라인 동시에 판매하는 것이 중요합니다.

Q. 떡볶이 제품에 추천하는 홍보문구 및 홍보 방법으로는 무엇이 있나요?

대만 소비자들이 한국 시장을 잘 모르기 때문에 ‘한국 냉동 즉석조리 떡볶이 시장에서 수년간 상위권 판매’라는 문구는 매력이 없다고 생각합니다. 또한, 대만 소비자와 한국 소비자의 입맛이 다르므로 한국에서 판매량이 좋더라도 대만에서 그렇지 않을 수 있습니다. 홍보 방법은 비용에 따라 다르지만 보통 왕홍과 웨이보를 많이 이용합니다. 하지만 떡볶이 같은 제품은 홍보를 단발성으로는 간혹 진행하나 지속적으로 하지는 않는 편입니다. 떡볶이를 좋아하는 소비자들은 한 번 먹어보고 맛있다고 생각하면 지속적으로 구매하기 때문입니다.

Interview ③ 룡신치에서(榮鑫企業社)

46)

룡신치에서(榮鑫企業社)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 유통업체로 한국, 일본, 태국 등에서 수입한 물품들을 판매 중임
 - 온라인 매장을 통해 판매 중임
 - 과자, 미용화장품, 생활용품 등의 제품들을 판매 중임

담당자 정보

Employee



룡신치에서(榮鑫企業社)

Employee

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있다면 무엇인가요?

가격과 용량 모두 적절한 편이며, 다만 소비자 입맛에 맞고 맛있다면 취급 가능한 제품입니다. 포장은 저희가 판매 중인 요쁘끼 제품과 비슷합니다. 고객사 제품이 취득한 인 증은 괜찮으나, 다만 해관이 검역에 엄격한 편이므로 검역에 신경을 많이 써야 합니다.

Q. 대만 내 떡볶이 주요 소비층은 누구인가요?

주요 소비층은 20-30대 젊은 소비자입니다. 컵 포장 치즈 맛 제품이 가장 많이 판매되는데, 먹기 편리하고 젊은 소비자들 입맛에 맞기 때문인 것으로 파악됩니다. 소비자들은 쌀 떡인지 밀가루 떡인지 신경 쓰지 않으며, 맛이 있고 영양성분이 좋은 제품을 구매합니다. 또한, 떡볶이만 먹기보다 주로 라면을 넣어서 먹는 편입니다.

Q. 대만 내 인기 있는 떡볶이는 무엇인가요?

대만에서 요쁘끼 제품의 인지도가 가장 높고 인기가 많습니다. 요쁘끼 제품은 대만에 일찍 진출하였으며 맛이 있습니다. 또한, 시장 점유율이 높는데, 쇼피(Shopee) 등 온라인 채널 내 매장 대부분에서 요쁘끼 제품을 유통하고 있습니다.

Q. 떡볶이 제품이 진출하기 위한 적합한 유통채널은 무엇인가요?

일반 마트, 한국 식품 전문점 등 오프라인 채널보다 라쿠텐(Rakuten), 야후(Yahoo), 쇼피(Shopee) 등 온라인 채널을 추천합니다. 코로나19로 인해 사람들이 외출과 쇼핑 횟수를 줄이면서 온라인 쇼핑이 늘어나고 있습니다. 또한, 사재기용으로 고객사 제품과 같은 떡볶이의 인기가 많아졌습니다.

Q. 떡볶이 제품에 추천하는 홍보문구 및 홍보 방법으로는 무엇이 있나요?

‘한국 냉동 즉석조리 떡볶이 시장에서 수년간 상위권 판매’라는 문구는 시도해볼 만하다고 생각합니다. 그리고 대만 소비자 중에 한국의 매운맛을 좋아하는 사람들이 많아서, 문구를 통해 맛을 홍보하고 조리 예시 이미지를 보여주면 좋을 것 같습니다. 홍보 방법으로는 왕홍 홍보와 온라인 판촉 이벤트를 추천합니다.

VIII. 시사점



대만 온라인매장 떡볶이 경쟁브랜드 관련 키워드

소비 특징 ① 떡볶이 경쟁브랜드 주요 키워드, 요꼬끼 및 해태



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 떡볶이의 경쟁제품 주요 키워드로 짜장(195건), 크림(175건), 마늘(148건) 등 일반 떡볶이 외 다양한 맛의 떡볶이 제품 관련 키워드가 빈출되는 것으로 나타남. 이 외로 과거(175건) 등 떡볶이 맛 과거 제품 관련 키워드 역시 다수 도출되었음. 판매 중인 떡볶이의 경쟁브랜드 주요 키워드로는 한국의 요꼬끼 브랜드 관련 키워드가 가장 빈출되는 것이 확인되었음. 요꼬끼는 짜장, 초코, 구운 양파 등 현지 입맛에 맞춘 다양한 맛의 제품을 갖춘 것으로 나타남

한편 대만 현지 떡볶이 수입 · 유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과 취급하고 있는 주요 경쟁브랜드로 담당자 3명 모두 한국 브랜드인 요꼬끼를 꼽았음. 요꼬끼의 현지 인기요인으로 7가지 다양한 맛 제품 보유, 비싸지 않은 가격, 진출 유통업체가 다수인 점 및 온라인 유통채널에서의 잦은 노출도 등이 언급되었음



대만 온라인매장 떡볶이 패키징 관련 키워드

소비 특징 ② 떡볶이 패키징 주요 키워드, 떡볶이 컵



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 인기 제품의 주요 패키징 키워드로 떡볶이 컵 패키징 관련 키워드가 압도적으로 빈출한 것으로 나타남. 뒤이어 쿠킹 백 패키징 키워드가 다수 도출되었음. 각 키워드별 용량으로 떡볶이 컵 제품은 120g, 쿠킹 백 제품은 260g 용량 제품이 가장 많이 도출되는 것으로 나타남

한편, 대만 현지 떡볶이 수입 · 유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 고객사 떡볶이 제품 1인분 용량인 163g은 현지에서 다소 큰 용량인 것으로 나타남. 이와 관련해 담당자 1명은, 현지에서 소용량 제품 판매량이 높은 것으로 미루어볼 때 현지 소비자들 용량이 작은 제품을 선호하는 것으로 보인다고 답함. 한편 패키징과 관련해 다른 담당자 1명은 컵 포장이 현지에서 가장 인기가 많으며, 판매자 입장에서는 냉동 제품보다 상온 보관 제품을 더 선호한다고 답함



대만 온라인매장 떡볶이 홍보문구 관련 키워드

소비 특징 ③ 떡볶이 홍보문구 주요 키워드, 맛, 편리함 관련 多



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 인기 제품의 주요 홍보문구 키워드로 미식, 식감 등 제품의 맛을 강조하는 키워드가 빈출되는 것이 확인됨. 또한 제품 사용의 편리함 관련 홍보문구로 전자레인지, 빠른, 집에서, 쉽게 등의 키워드가 다수 도출되었음. 한편, 한국산 등 제품의 원산지나 HALAL 등 제품 취득 인증을 강조하는 홍보문구는 도출되지 않았음

한편, 대만 현지 떡볶이 수입 · 유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 현지 떡볶이 제품 판매 시 적절한 홍보문구로 한국에서 수년간 상위권 판매를 해온 것을 강조하는 홍보문구가 추천되었음. 또한 현지 소비자들 중 한국의 매운맛을 좋아하는 사람들이 많기 때문에 홍보문구를 통해 제품 맛을 홍보하고 조리 예시 이미지를 보여주는 것 역시 추천되었음



대만 '쌀, 파스타 및 면' 유통채널 점유율

주요 유통채널 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점



떡볶이를 포함하는 '쌀, 파스타 및 면' 카테고리의 대만 현지 유통채널 점유율을 조사한 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 60.8%로 가장 많은 점유율을 차지했으며, 편의점이 13.4%, 혼합 소매업체가 10.8%, 온라인이 7.6%, 개인 및 기타 식료품점이 5.7%의 점유율로 뒤를 이었음. 비(非) 식료품점의 점유율은 1.7%로, 다른 유통채널보다 상대적으로 낮은 점유율을 차지했음

한편 대만 현지 떡볶이 수입 · 유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 현지 온라인 플랫폼으로 유통하는 것이 추천되었으며 특히 라쿠텐으로 유통하는 것이 추천되었음. 이 외 대만 내 대형 유통업체와 파트너십을 체결하는 것이 언급되었음. 제품 홍보 방법의 경우 인플루언서를 통한 SNS 마케팅이 효과적이라는 의견이 지배적이었음

▶ 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 떡볶이 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), 「Rice, Pasta and Noodles in Taiwan」, 2021.12
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Taiwan Country Report」, 2021.03
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-Commerce in Taiwan Country Report」, 2021.03
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Taiwan Country Report」, 2021.03
5. 농림축산식품부, 「2020 농식품 해외인증등록정보 종합가이드」, 2020
6. KATI농식품수출정보, 「2020 농식품 수출국가정보 아시아오세아니아」, 2020
7. 한국농수산물유통공사, 「대만 농식품 통관 가이드북」, 2018
8. 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. 피씨홈(PC Home) (pchome.com.tw)
6. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
7. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
8. 차이나타임즈(China Times) (www.chinatimes.com)
9. 모모샵(Momo Shop) (www.momoshop.com.tw)
10. 한국농수산물유통공사(aT) (www.at.org)
11. 피노이포르모사(Pinoy Formosa) (pinoyformosa.com)
12. 안치얼(安琪兒) (www.angelbaby.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. 스탯ISTA(Statista) (www.statista.com)
18. 미농무성(USDA) (fas.usda.gov)
19. 세븐일레븐(7-Eleven) 대만 (www.7-11.com.tw)
20. 타이완뉴스(Taiwan News) (www.taiwannews.com.tw)
21. 패밀리마트(FamilyMart) 대만 (www.family.com.tw)
22. 구글맵(Google Maps) (maps.google.com)
23. 한제(韓濟) (www.hanji-food.com.tw)
24. 한귀왕(韓購網) (www.koreashop.url.tw)
25. 관세청 (www.customs.go.kr)
26. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
27. 대만 식품약품관리서(TFDA, Taiwan Food and Drug Administration) (www.fda.gov.tw)
28. 대만 관세청 (Taipei Customs) (etapei.customs.gov.tw)
29. 대만 대외무역국(MOEA, Bureau of Foreign Trade) (www.trade.gov.tw)
30. 대만 경제부 v 표준검험국(標準檢驗局) (www.bsmi.gov.tw)
31. 싱허귀지오우시엔공스(星禾國際有限公司) (shingher.com.tw/en)
32. 룡신치예서(榮鑫企業社) (www.rakuten.com.tw/shop/cookietw/?l-id=tw_shopinfo_shop)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2022.02.04

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