

2019년 해외시장 맞춤형조사



- No. 2002-02
- 품목 : 천연꿀(Natural Honey)
- 국가 : 베트남(VIETNAM)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 베트남 천연꿀 시장규모	5
2. 베트남 천연꿀 수출입 시장규모	6
3. 베트남 천연꿀 소비 시장규모	7

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	11
1. 베트남 언론매체, 꿀의 피부 미용 및 건강관리 효능 언급	17
2. 베트남 소비자, 꿀을 이용해 육류 요리, 디저트 등 다양하게 즐겨	18
3. 온라인 쇼핑몰에서 천연꿀 관련해 ‘숲’, ‘들꽃’ 빈출	19
4. 천연꿀 제품 후기 중 포장 용기 및 향에 대한 평가 많아	20

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	22
1. 베트남 천연꿀 유통구조	23
2. 베트남 천연꿀 주요 유통업체	24
3. 베트남 천연꿀 B2C 소매채널	26

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	47
1. 베트남 천연꿀 인증 취득	48
2. 베트남 천연꿀 사전 심사	50
3. 베트남 천연꿀 라벨 심의	51
4. 베트남 천연꿀 서류 준비	55
5. 베트남 천연꿀 세금 납부	56
6. 베트남 천연꿀 검역 심사	57

V. Expert Interview (전문가 인터뷰)

SUMMARY	60
Interview ① 시오티코리아(Sieu thi Korea)	62
Interview ② 케이-마켓(K-market)	64
Interview ③ 도쿄마트(Tokyo Mart)	65
Interview ④ 빈마트(VinMart)	66
Interview ⑤ 호미팜(Homee farm)	67

* 참고문헌	68
--------	----

I. Market Size

SUMMARY

1. 베트남 천연꿀 시장규모
2. 베트남 천연꿀 수출입 시장규모
3. 베트남 천연꿀 소비 시장규모



Market Size

(시장규모)

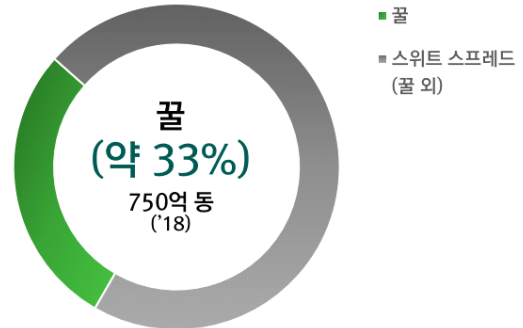
베트남 (VIETNAM)

베트남 천연꿀 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(천연꿀), 형태(액상)

- 베트남 스위트 스프레드¹⁾ 시장규모
..... 2,290억 동 ('18)
- 베트남 꿀²⁾ 시장규모
..... **750억 동 ('18)**

(*) Euromonitor International

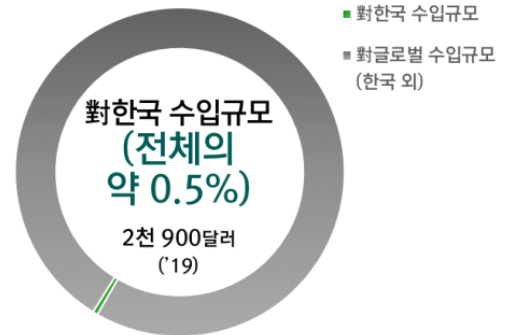


천연꿀 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(천연꿀)

- HS 0409.00³⁾
베트남 **對글로벌** '벌이나 그 밖의 곤충이 만든 꿀' 수입규모
..... 59만 달러 ('19)
- HS 0409.00
베트남 **對한국** '벌이나 그 밖의 곤충이 만든 꿀' 수입규모
..... **2천 900달러 ('19)**

(*) International Trade Centre, KATI



천연꿀 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '천연꿀'의 잠재 소비시장 규모를 파악하기 위해 '베트남 전체 꿀 소비량 및 생산량'을 확인함. 또한, 해당 제품에 대한 잠재 소비자 규모를 추산하기 위해 '평균 소득 및 소득 분포'와 '베트남 비만율'을 조사함

<p>① 베트남 전체 꿀 소비량 ('19)</p> <p>전체 꿀 소비량 1,300톤</p> <p>② 베트남 소득계층별 규모 ('16)</p> <p>중산층 13.3%</p> <p>경제적으로 안정적인 계층 57.0%</p> <p>경제적으로 취약한 계층 21.1%</p> <p>빈곤층 & 최빈곤층 8.6%</p>	<p>③ 베트남 비만율</p> <p>2000년 0.5%</p> <p>2008년 1.7%</p> <p>2014년 3.5%</p> <p>2016년 2.1%</p>
---	--

(*) CIA World Factbook, General Statistics Office of Vietnam, Euromonitor International, World Bank

1) 스위트 스프레드(Sweet Spreads): 발라먹을 수 있는 제품으로 꿀, 잼, 과일절임류, 초콜릿, 건과류 기반 스프레드, 효모 기반 스프레드를 포함
 2) 꿀(Honey): 벌집에서 채취한 반액체 혹은 고체 상태의 스프레드
 3) HS CODE 0409.00: 벌이나 그 밖의 곤충이 만든 꿀로서, 원심 분리한 것이나 벌집에 들어 있거나 벌집 덩어리를 가지고 있는 것이며, 인조꿀과 천연꿀의 혼합물을 제외함. 조사제품 '천연꿀'은 100% 최고등급의 벌꿀로 해당 HS CODE를 지표로 선정함

1. 베트남 천연꿀 시장규모

조사 시장: '천연꿀'은 한국양봉협회로부터 검증받은 최고등급(1+등급)의 액상 벌꿀임. 이에 제품의 형태(액상 벌꿀)와 원료(천연꿀)를 기준으로 '스위트 스프레드' 및 '꿀' 시장의 규모를 조사함

베트남 국가 일반 정보⁷⁾

면적	33만 km ²
인구	9,459만 명
GDP	2,616억 달러
GDP (1인당)	2,739달러

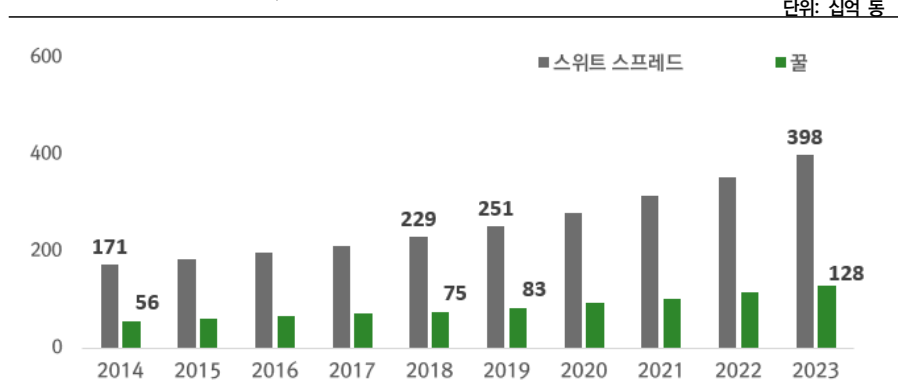
▶ 2014-2018년, 베트남 '스위트 스프레드' 시장 연평균성장률 8%

2018년 베트남 '스위트 스프레드' 시장규모는 2,290억 동이며 지난 5년(2014-2018)간 연평균 8%의 증가세를 보임. 베트남 '꿀' 시장도 동기간 연평균 8%의 성장률을 기록했으며 2018년 시장규모는 750억 동임. 유로모니터에 따르면, 베트남 문화의 서구화와 젊은 소비자층의 새로운 제품에 대한 관심 증가로 인해 '스위트 스프레드' 시장이 높은 성장세를 보임⁴⁾

▶ 2019-2023년, 베트남 '꿀' 시장 연평균성장률 11% 예측

베트남 '꿀' 시장은 향후 5년(2019-2023년)간 연평균 11%의 성장세를 이어가 2023년 시장규모가 1,280억 동에 달할 것으로 예측됨. 베트남 '스위트 스프레드' 시장은 향후 5년간 12%의 성장률로 2023년 3,980억 동까지 확대될 것으로 전망됨

[표 1.1] '스위트 스프레드', '꿀' 시장규모⁵⁾⁶⁾



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
상위 품목 스위트 스프레드	171 (90억 원)	183 (96억 원)	196 (103억 원)	211 (111억 원)	229 (120억 원)	8%
해당 품목 꿀	56 (29억 원)	60 (31억 원)	65 (34억 원)	70 (37억 원)	75 (39억 원)	8%
전망	2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR ('19-'23)
상위 품목 스위트 스프레드	251 (132억 원)	280 (147억 원)	313 (164억 원)	352 (184억 원)	398 (209억 원)	12%
해당 품목 꿀	83 (43억 원)	92 (48억 원)	102 (53억 원)	114 (60억 원)	128 (67억 원)	11%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Spreads in Vietnam」, 2019

5) 100동=5.24원(2020.02.27., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림함

7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 베트남 천연꿀 수출입 시장규모

HS CODE 0409.00: 해당 HS CODE는 '별이나 그 밖의 곤충이 만든 꿀을 지칭하며 인조꿀과의 혼합물은 제외함. 조사제품 '천연꿀'은 최고등급(1+등급)의 꿀로 해당 HS CODE를 지표로 선정함

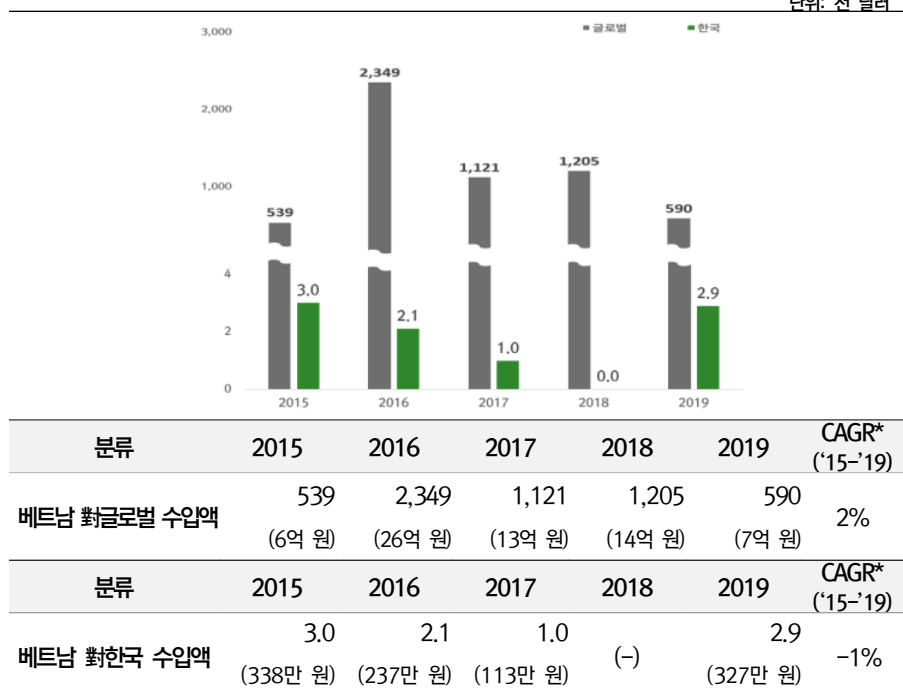
▶ 2015-2019년, 베트남 對글로벌 수입액 연평균성장률 2%

베트남 HS CODE 0409.00 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균성장률이 2%이며 2019년 59만 달러를 기록함. 베트남의 해당 품목 수입액은 2016년 전년대비 336%까지 증가하였으나 이후 감소세가 이어지며 2019년 전년대비 51% 줄어듦

▶ 2015-2019년, 베트남 對한국 수입액 연평균성장률 -1%

2019년 베트남 HS CODE 0409.00 품목의 對한국 수입액은 2,900달러이며, 지난 5년(2015-2019)간 연평균성장률 -1%를 기록함. 2019년 해당 품목의 수입액 기준 국가 순위에서 한국은 11위를 차지했으며, 1위는 미국(2만 7,000달러)임

[표 1.2] HS CODE 0409.00 수입규모⁸⁾⁹⁾¹⁰⁾



자료 : ITC(International Trade Centre), KATI HS CODE 0409.00 기준

8) 1달러=1,126.80원(2020.02.27., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림함

10) ITC에서 집계한 HS CODE 0409.00의 베트남 對한국 수입액 규모가 미미하여, KATI에서 집계한 한국 對베트남 수출액 규모를 제시함

3. 베트남 천연꿀 소비 시장규모

1) 베트남 전체 꿀 소비량

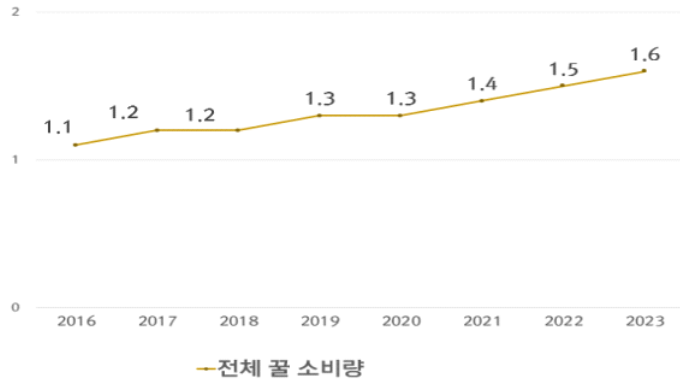
조사제품 '천연꿀'의 잠재 소비시장 규모를 파악하기 위해 '베트남 전체 꿀 소비량'을 확인함. 또한, 해당 제품에 대한 잠재 소비자 규모를 추산하기 위해 '평균 소득 및 소득 분포'와 '베트남 내 비만 질환자 비율'을 조사함

▶ 2016-2019년, 베트남 전체 꿀 소비량 연평균성장률 4%

2019년 베트남의 전체 꿀 소비량은 1,300톤이며 지난 4년(2016-2019)간 연평균 4%의 성장률을 기록함. 베트남 꿀 소비량은 증가세가 이어지며 향후 4년(2020-2023)간 연평균 5%의 성장률을 기록할 것으로 예상됨. 2023년 예상 꿀 소비량은 1,600톤으로 2019년 대비 23% 증가할 것으로 전망됨

[표 1.3] 연도별 베트남 전체 꿀 소비량 및 생산량

단위: 년, 천 톤



전체 꿀 소비량	2016	2017	2018	2019	CAGR ('16-'19)
	1.1	1.2	1.2	1.3	4%
전체 꿀 소비량	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR ('20-'23)
	1.3	1.4	1.5	1.6	5%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

▶ 2016년, 소득그룹 상위 20%의 소득 비율 42.5%

2) 베트남 소득분위별 월평균 소득 및 평균소득

2018년 베트남 1인당 월평균 소득은 387만 6,000동으로 2016년 대비 25.1% 증가함. 2016년 대비 증가폭이 가장 큰 분위는 상위 20-40%에 해당하는 4분위(27.9%)이며 증가폭이 가장 작은 분위는 하위 0-20%에 해당하는 1분위(20.9%)로 나타남. 소득 비율 기준, 5분위가 42.5%, 4분위가 11.9%로 상위 두 그룹이 전체의 약 54.4%를 차지함

[표 1.4] 2016-2018년, 소득분위별 1인당 월평균 소득 및 비율¹¹⁾

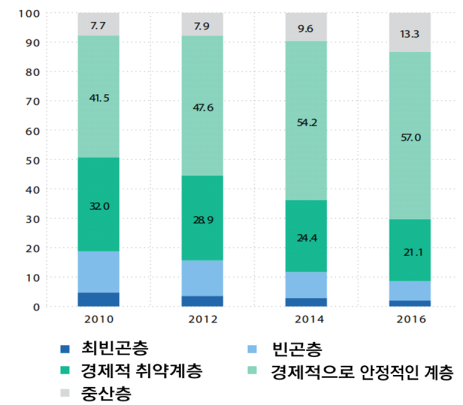
분류	평균	1분위	2분위	3분위	4분위	5분위	단위: 천 동
1인당 월평균 소득	'16/'18	+25.1%	+20.9%	+25.8%	+27.5%	+27.9%	+23.5%
	'18년 금액	3,876	932	1,907	2,934	4,291	9,320
	(20만 원)	(4.8만 원)	(9.8만 원)	(15만 원)	(22만 원)	(48만 원)	
소득비율('16) ¹²⁾¹³⁾	(-)	6.9%	22.4%	16.3%	11.9%	42.5%	

자료: 베트남 통계청(www.gso.gov.vn), 월드뱅크(www.worldbank.org)

▶ 2016년, 경제적으로 안정적인 계층 약 70.3%

2016년, 베트남의 약 70.3%가 경제적으로 비교적 안정적인 계층으로 분류됨¹⁴⁾. 이 중 중산층¹⁵⁾ 기준에 부합하는 13.3%는 2010년 대비 약 20% 증가함. 세계은행에 따르면, 경제적으로 취약하거나 빈곤한 계층을 탈피하는 사람이 증가하면서 사회의 중심이 빈곤퇴치가 아닌 삶의 질 제고로 옮겨갈 것이며, 경제 성장에 있어서 소비가 중요해질 것으로 전망됨¹⁶⁾

[표 1.5] 베트남 소득계층별 인구 분포



자료: 세계은행(World Bank), VHLSS¹⁷⁾ 2016

11) 100동=5.16원(2020.03.11., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

12) 소득분위별 분포: 인구 전체를 최저소득부터 최고소득까지 5분위별로 구분하여 각 분위의 소득을 전체 소득의 백분비로 나타냄. 1분위는 최저소득 비율 20%를 뜻함

13) 해당 자료는 월드뱅크(World Bank)의 2018년 발간 자료이며 현재시점 기준 최신 자료임

14) 해당 자료는 경제적 안정성이 있는 계층을 일일소비량이 2011년 기준 PPP(구매력 평가지수) \$5.5 이상인 집단으로 정의함

15) 해당 자료는 중산층을 일일소비량이 2011년 기준 PPP(구매력 평가지수) \$15 이상인 집단으로 정의함

16) 자료: 세계은행(WorldBank), 「Climbing the Ladder, Poverty Reduction and Shared Prosperity in Vietnam」, 2018

17) 베트남 가구생활표준조사(VHLSS, Vietnam Household Living Standards Survey)는 베트남 통계청이 2년마다 발간하는 자료이며 현재시점 기준 최신 자료임

3) 베트남 비만율

▶ 2016년, 베트남 성인 비만을 2.1%

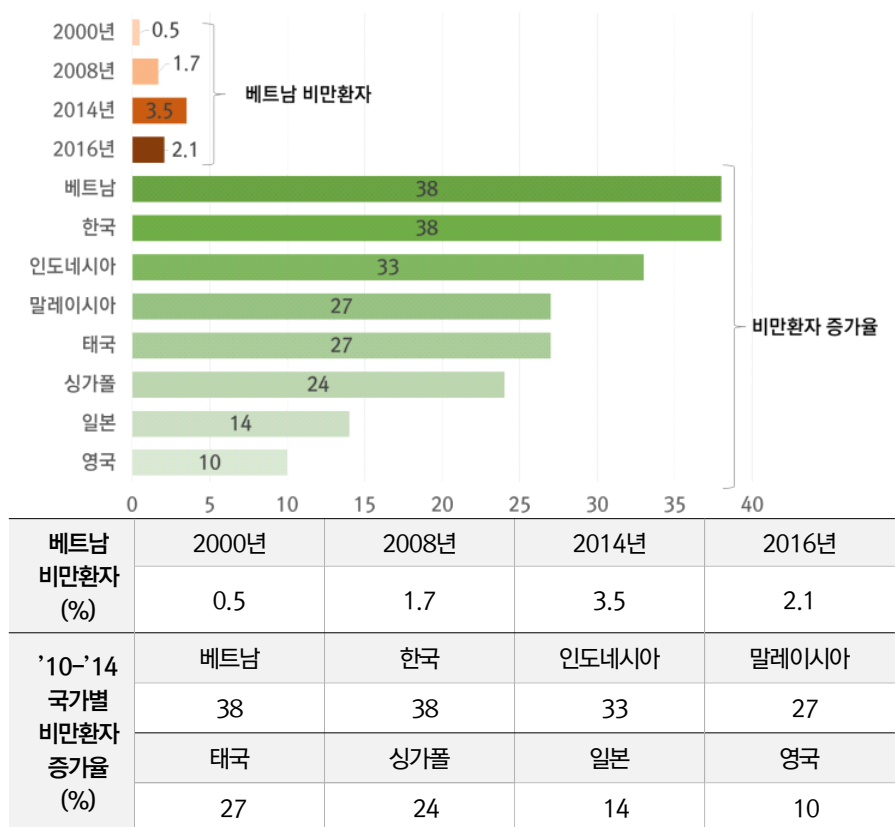
2016년 베트남의 성인 비만율은 2.1%임. 2000년에는 0.5%로 성인 비만 질환자 수가 희박하였으나 2014년 3.5%로 증가하며 그 수가 2008년 대비 2배로 늘어남. 그러나 베트남은 성인 비만 질환자 비중이 세계 191위로 비만 질환자 수가 상대적으로 적은 국가에 속함

▶ 2010-2014년, 베트남 비만 질환자 38% 증가

블룸버그에 따르면, 2010-2014년 베트남 성인 비만 질환자 증가율은 38%로 세계에서 가장 높은 증가율을 보임. 경제규모가 성장함에 따라 바뀐 생활방식이 베트남 내 비만 환자가 증가하게 된 주요 원인 중 하나임. 동기간 비만 환자 증가율은 한국(38%), 인도네시아(33%), 말레이시아(27%) 순으로 나타남¹⁸⁾

[표 1.5] 베트남 비만율¹⁹⁾

단위: 백분율(%)



자료: CIA 세계자료집(CIA World Factbook)

18) 블룸버그(Bloomberg), 「Obesity Is Climbing Faster in Vietnam Than Anywhere in Southeast Asia」, 2019.07.19

19) 해당 수치는 신체질량지수(BMI)가 30.0 이상인 성인을 비만으로 간주한 것을 기준으로 하였으며, 신체질량지수(BMI)는 몸무게(Kg)를 신장으로 나눈 수치임

II. Market Trend

SUMMARY

1. 베트남 언론매체, 꿀의 피부 미용 및 건강관리 효능 언급
2. 베트남 소비자, 꿀을 이용해 육류 요리, 디저트 등 다양하게 즐겨
3. 온라인 쇼핑몰에서 천연꿀 관련해 '숲', '들꽃' 빈출
4. 천연꿀 제품 후기 중 포장 용기 및 향에 대한 평가 많아



Market Trend

(시장트렌드)

베트남 (VIETNAM)

천연꿀 시장트렌드



피부 미용 효과가 있는 꿀
'기침 완화 및 면역력 강화에도 도움'



꿀을 이용한 요리로 치킨 많이 즐겨
'디저트, 숙취해소제 등 다양하게 활용되는 꿀'

■ Vietnam Issue ①

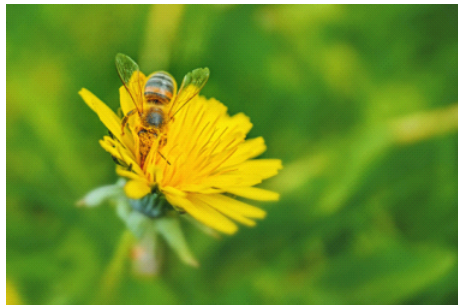
베트남 언론매체, 꿀의 피부 미용 및
건강관리 효능 언급

'피부, 얼굴, 여드름 키워드 빈출'

■ Vietnam Issue ②

베트남 소비자, 꿀을 이용해 육류 요리,
디저트 등 다양하게 즐겨

'치킨 관련 키워드 최다 빈출'



'한국'과 '수입' 키워드 빈도는 낮아
'베트남 국내산 꿀 소비가 많아'



포장 및 용기에 대한 언급이 다수
'향도 주요 고려 요소'

■ Vietnam Issue ③

온라인 쇼핑몰에서 천연꿀 관련해
'숲', '들꽃' 빈출

'추출 환경 및 추출원 정보 제공'

■ Vietnam Issue ④

천연꿀 제품 후기 중
포장 용기 및 향에 대한 평가 많아

'천연꿀 제품 후기 관련해 포장, 배송, 향 키워드 빈출'

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

데이터 수집 소스원



- (베트남 매체 총 14개)
- : 베트남 온라인 쇼핑몰 3개
- : 베트남 언론매체 6개
- : 베트남 레시피 사이트 5개

데이터 분류 키워드집

(천연꿀 연관 키워드집)



데이터 분석 - 연관어 분석



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.02 - 20.02
수집 데이터	3,840

데이터 정제

정제 키워드	천연꿀 (mật ong tự nhiên)
정제 데이터	2,714

○ 데이터 수집

- 베트남 천연꿀 관련 데이터 소스원 리스트

[표 2.1] 베트남 데이터 소스원 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Shopee	shopee.vn	온라인 쇼핑몰
02	Tiki	tiki.vn	온라인 쇼핑몰
03	Lazada	www.lazada.vn	온라인 쇼핑몰
04	Emdep	emdep.vn	언론매체
05	Giadinh	giadinh.net.vn	언론매체
06	Suckhoedoisong	suckhoedoisong.vn	언론매체
07	Vnexpress	vnexpress.net	언론매체
08	ThanhNien	thanhvien.vn	언론매체
09	Vietgaitri	vietgaitri.com	언론매체
10	Cooky	www.cooky.vn	레시피 사이트
11	Daubepgiadinh	daubepgiadinh.vn	레시피 사이트
12	Candycook	candycancook.com	레시피 사이트
13	Savourydays	www.savourydays.com	레시피 사이트
14	Webnauan	webnauan.vn	레시피 사이트

○ 데이터 분석 키워드집

- 베트남 천연꿀 관련 데이터 소스원 사전조사

[표 2.2] 베트남 천연꿀 관련 데이터 소스원 리스트

					
현지 언론매체, 꿀 관련 이슈		현지 레시피 사이트, 꿀 관련 섭취 트렌드		현지 온라인 쇼핑몰, 천연꿀 관련 소비자 후기	
키워드 ①	완화	키워드 ①	치즈	키워드 ①	커피
키워드 ②	몸	키워드 ②	연어	키워드 ②	꽃
키워드 ③	먹다	키워드 ③	치킨	키워드 ③	나무
키워드 ④	피부	키워드 ④	소스	키워드 ④	건강

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 베트남 천연꿀 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 베트남 천연꿀 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
			의미	해당국가 언어(베트남어)	참여기업	경쟁기업	기타
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드	꿀 효능	피부	Da	0		
			얼굴	Mặt	0		
여드름	Mụn trứng cá		0				
아픈	Ốm		0				
건강한	Manh mẽ		0				
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	꿀 활용 요리	바비큐 치킨	Gà nướng			0
			케이크	Bánh			0
			프라이드 치킨	Gà rán			0
			스무디	Sinh tố			0
			잼	Mứt			0
			빵	Bánh mì			0
			양념치킨	Gà rán tẩm gia vị			0
			치즈	Phô mai			0
꿀 추출원 및 꽃 품종			커피	Cà phê		0	
			매화	Hoa mận		0	
			들꽃	Hoa dại		0	
			박하	Bạc hà		0	
			살구	quả mơ		0	
			약초	Thảo dược		0	
천연꿀 후기 고려 요소			포장	Đóng gói			0
			맛	Hương vị	0	0	
			배송	Vận chuyển			0
			향기	Hương thơm	0	0	
			가격	Giá			0

3.1) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 베트남 레시피 사이트 및 온라인 쇼핑몰에서 추출한 문건을 대상으로 분석함
2. 온라인 쇼핑몰의 경우, '천연꿀'을 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열하고 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10페이지까지의 상품명을 수집함 (쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출

※ TF, Term Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미국세청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미국세청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국세청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)

[TF 기준 데이터 분석 결과 요약]



3.2) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 베트남 온라인 쇼핑몰 내 ‘천연꿀’ 제품 구매 후기를 분석함
2. 주요 키워드 추출하기 위해 TF-DF²⁰⁾와 TF-IDF²¹⁾ 값을 기준으로 선별
3. 주요 키워드가 포함된 문건 수(DF) 산출
4. DF 값을 전체 문서 수로 나눠 비율 산출

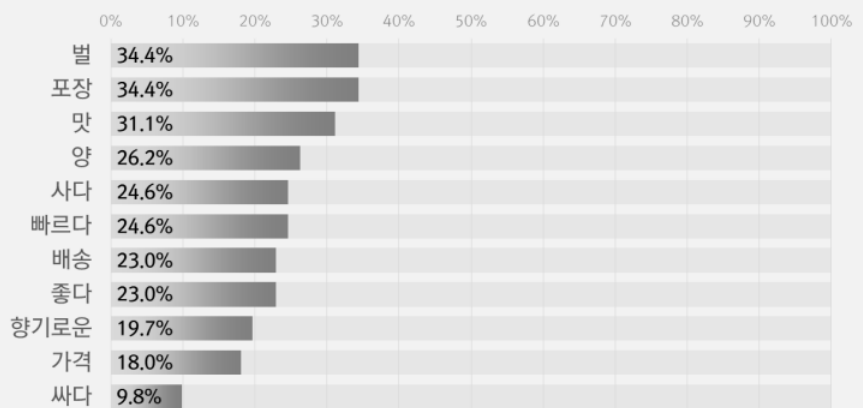
※ DF, Document Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 ‘원유’에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다……	미 국제청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국제청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래? ………	미국 국제청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 ‘통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템’을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의…

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)

[DF 기준 데이터 분석 결과 요약]



20) TF-DF란 ‘문서 내 특정 키워드 출현 비율’과 ‘전체 문서 중 특정 키워드를 포함한 문서 비율’을 곱한 값임. 이는 심도 있게 다뤄진 이슈 키워드를 살펴보기 위해 연구자가 산출한 값임

21) TF-IDF란 어떤 단어가 특정 문서 내에서 얼마나 중요한 것인지를 나타내는 통계적 수치임. 공식은 단어 빈도(TF)와 역문서 빈도(IDF)를 곱한 값임

1. 베트남 언론매체, 꿀의 피부 미용 및 건강관리 효능 언급

TOPIC1 관련 기사글 일부

“꿀로 **피부**를 아름답게 가꾸는 방법- 상처 치유, 노화 방지, 피부 보호, **보습**, 세수, **여드름** 치료에 효과적”
출처: 기아딘(giadinh.net.vn)

TOPIC2 관련 기사글 일부

“꿀, 생강, 양파, 마늘과 같은 음식이 여러 가지 질병 치료에 효과가 있는 것으로 확인되었다.”
∴
꿀은 **기침**의 빈도와 강도를 줄이는데 도움이 될 수 있다. 또 **상처**에 꿀을 바르면 **치유** 속도가 빨라질 수 있다. 고대에는 화상 **치료**에도 사용되어 왔다.”
출처: 비에트기아이트리(vietgiaitri.com)

▶ 피부 미용에 효과가 있는 꿀

LDA 기법²²⁾을 통해 ‘꿀’ 관련 기사를 분석한 결과, 총 2개의 주제가 도출됨. 첫 번째 주제로, ‘피부’, ‘얼굴’, ‘여드름’ 키워드의 중요도가 상대적으로 높게 나타남. 꿀을 피부에 바를 경우 피부 보습, 노화 방지, 상처 치유, 여드름 치료 효과를 볼 수 있다고 설명함. 꿀과 함께 바나나 또는 달걀 흰자위를 사용해 마스크팩을 만들거나 블랙헤드를 제거하는 방법도 소개되고 있음

▶ 꿀, 기침 완화 및 면역력 강화에 도움

두 번째 주제에서는 꿀이 피부 미용 외에도 건강상 이점이 많다는 글이 주를 이루고 있음. 해당 주제의 키워드를 살펴본 결과 ‘아픈’, ‘몸’, ‘건강한’, ‘힘’ 키워드의 중요도가 상대적으로 높게 나타남. 건강과 관련해서도 특히 기침 완화 및 면역력 향상에 관심이 높은 편임. 구체적으로 기침할 때 물이나 차에 꿀을 타서 마시는 것이 좋으며 면역력 강화에 도움을 줄 수 있다는 내용이 확인됨

▶ 베트남 언론매체 내 꿀 관련 이슈

① 피부, 얼굴, 여드름 ② 병든, 몸, 건강한

[표 2.4] 베트남 언론매체 내 ‘꿀’ 주요 키워드

TOPIC1		TOPIC2	
키워드	중요도	키워드	중요도
피부	0.0346	아픈	0.0103
얼굴	0.0141	몸	0.0075
꿀	0.0130	코비드	0.0070
국가	0.0116	날다	0.0068
완화	0.0110	방법	0.0066
방법	0.0106	꿀	0.0062
간호	0.0101	배우다	0.0058
뜯다	0.0098	현재	0.0057
사용하다	0.0097	이용하다	0.0048
문제	0.0088	먹다	0.0048
변화하다	0.0086	건강한	0.0044
여드름	0.0083	물	0.0044
효과	0.0078	힘	0.0043

자료 : 베트남 언론매체 내 ‘꿀’ 관련 기사글 1,718 분석 (18.02 - 20.02)
값 설명 : 해당 주제에서 키워드가 가지는 중요도 점수

22) LDA란 문서 내 어떤 주제들이 존재하는지 파악하기 위한 분석 기법 중 하나임

2. 베트남 소비자, 꿀을 이용해 육류 요리, 디저트 등 다양하게 즐겨

꿀을 활용한 닭요리



레몬 허니 치킨



허니 갈릭 닭 날개



허니 머스타드 닭 날개

출처: 쿠키(cookie.vn)

찜 배 요리



손가락으로 배의 중간 속을 파낸 후 꿀과 함께 생강, 사과, 잣, 대추 등을 넣고 중탕으로 약 1시간 기열한다

출처: 쿠키(cookie.vn)

▶ 꿀을 이용한 요리로 치킨을 많이 즐겨

베트남 소비자들의 꿀 활용 방식을 확인하기 위해 레시피 사이트를 분석함. 데이터 분석 결과 ‘바비큐 치킨’, ‘닭날개’, ‘프라이드 치킨’, ‘양념 치킨’, ‘닭다리’, ‘닭고기’ 등 닭요리 레시피가 다수 확인됨. 닭고기 외에 갈비 등 여타 육류 요리에도 사용되는 것으로 나타남. 해당 레시피들은 대체로 꿀을 넣어 제조한 소스를 이용한 육류 요리로 확인됨. 특히 ‘허니 레몬’, ‘허니 갈릭’, ‘허니 버터’ 소스가 가장 일반적인 것으로 보임

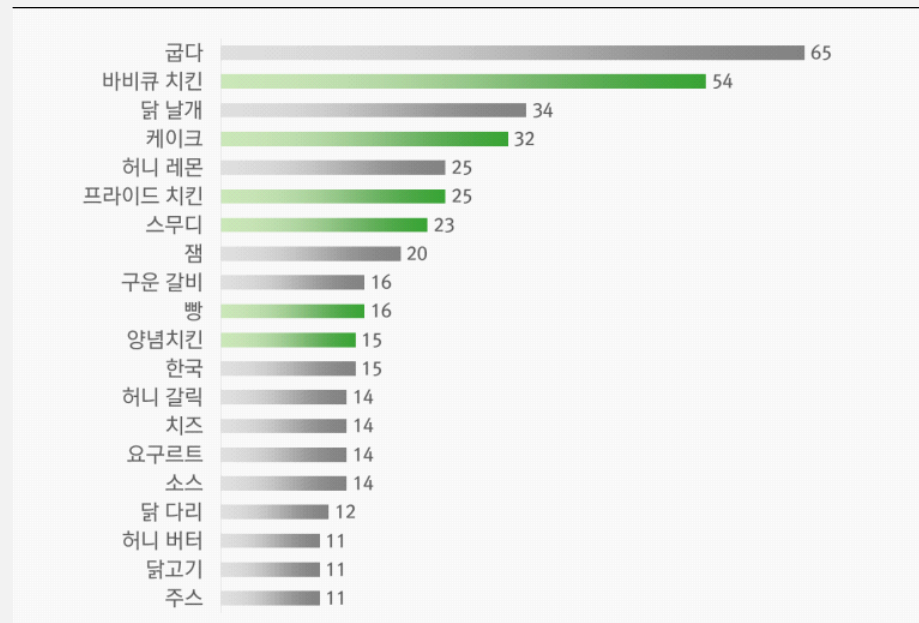
▶ 디저트, 숙취해소제 등 다양한 방법으로 활용되는 꿀

‘케이크’, ‘스무디’, ‘빵’, ‘주스’ 키워드도 빈출해 디저트를 요리할 때에도 꿀이 많이 사용되는 것을 알 수 있음. 한편 ‘한국’ 키워드도 나타났는데, 주로 숙취용으로 꿀을 물이나 차에 타 먹는 방법이 소개됨. 해당 키워드를 통해 한국식 해독 차, 배숙(-熟) 레시피도 확인할 수 있음

▶ 베트남 레시피 사이트 내 꿀 관련 주요 이슈

① 바비큐 치킨, 프라이드 치킨 ② 닭 날개, 닭 다리 ③ 케이크, 스무디

[표 2.6] 베트남 레시피 사이트 내 ‘꿀’ 주요 키워드



자료 : 베트남 레시피 사이트 내 인기 ‘꿀’ 관련 게시물 689개 분석 (18.02 - 20.02)
값 설명 : 해당 키워드 빈도 총합(TF)

3. 온라인 쇼핑몰에서 천연꿀 관련해 ‘숲’, ‘들꽃’ 빈출

한국 꿀유자차



제품명	꿀유자차
브랜드	가*
가격	8만 5,000동 ²³⁾ (약 4,450원)
용량	1Kg

출처: 쇼피(shopee.vn)

한국 꿀생강차



제품명	꿀생강차
브랜드	농*
가격	16만 0,000동 (약 8,380원)
용량	1Kg

출처: 쇼피(shopee.vn)

▶ 천연꿀 관련해 ‘야생 꿀벌’, ‘숲’, ‘나무’, ‘꽃’ 키워드 빈출

온라인 쇼핑몰에서 천연꿀 관련해 ‘야생 꿀벌’, ‘숲’, ‘나무’, ‘원시림’ 키워드가 빈출함. 이를 통해 양봉농가에서 인위적으로 채집한 꿀이 아닌 야생에서 자연적으로 생성된 꿀 제품이 인기가 높음을 알 수 있음. 특히 꿀 추출원으로 ‘커피’, ‘매화’, ‘들꽃’, ‘박하’ 꽃이 인기가 높음

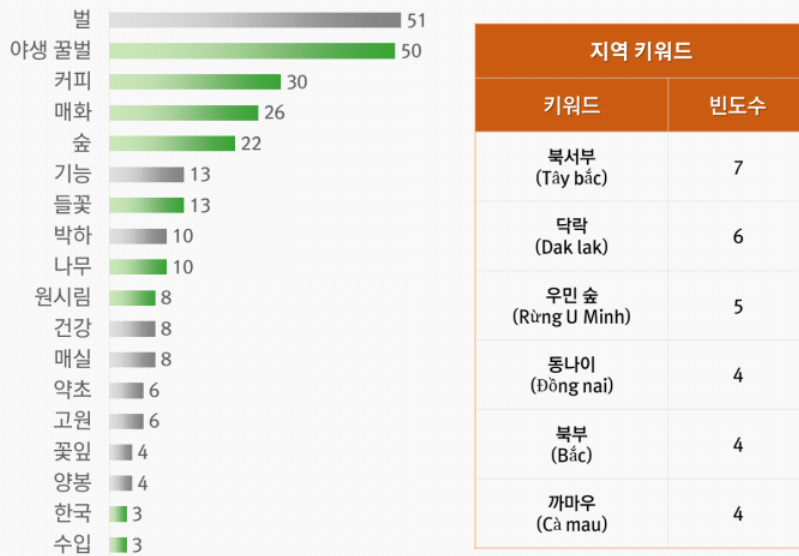
▶ 베트남 소비자, 베트남 현지 생산 꿀을 주로 소비

‘북서부’, ‘닥락’, ‘우민 숲’과 같은 지역키워드가 빈출된 것으로 보아 베트남 국내산 꿀 소비가 많은 것으로 보임. 베트남은 아시아 2위, 세계 6위의 꿀 수출국으로 양봉 산업이 양적, 질적으로 발전되어 있어 현지 시장 규모가 상당히 큼²⁴⁾. 한편 ‘한국’과 ‘수입’ 키워드는 각각 3건씩 출현하여 한국산을 비롯한 수입산 꿀이 상대적으로 적은 것으로 보임. 한국산 꿀과 관련해서는 천연꿀 제품이 아닌 혼합차 제품에서 언급되었으며 꿀 유자차, 꿀 인삼차, 꿀 생강차, 꿀 모과차 등의 제품이 판매되고 있음

▶ 베트남 온라인 쇼핑몰 내 천연꿀 관련 주요 이슈

- ① 숲, 나무, 꽃 ② 커피, 매화 ③ 한국, 수입

[표 2.7] 베트남 온라인 쇼핑몰 내 ‘천연꿀’ 주요 키워드



자료 : 베트남 온라인 쇼핑몰 내 ‘천연꿀’ 제품 246개 분석 (18.02 - 20.02)
값 설명 : 해당 키워드 빈도 총합(TF)

23) 100동=5.24원 (2020.02.27., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

24) 「Việt Nam đứng thứ 6 thế giới về xuất khẩu mật ong.», Nongnghiep, 2019.10.14.

4. 천연꿀 제품 후기 중 포장 용기 및 향에 대한 평가 많아

구매 후기 분석 대상



제품명	천연꿀
브랜드	AKGL
가격	21만 동 (약 1만 1,000원)
용량	1L

설명
- 가공을 거치지 않은 천연꿀
- 베트남 기아 라이(Gia Lai)에서 생산

후기
“품질이 좋아요.”
“맛있어요.”
“매우 맛있고 밀도가 높으며 약간 달아요.”
“음료에 타서 먹고 있어요.”
“가격이 저렴해요.”

출처: 쇼피(shopee.vn)

▶ 제품 후기 관련해 포장 및 용기에 대한 평가 다수

온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 천연꿀 제품의 후기를 분석한 결과, ‘포장’, ‘배송’, ‘잘 포장되다’ 키워드가 상위권에 나타남. 포장과 관련된 후기를 확인해 본 결과 끈적이는 꿀 제품 특성상 내용물이 흐르지 않게 제품 입구 부분의 여닫음이 섬세하고 안정적인 용기를 선호하는 것으로 나타남

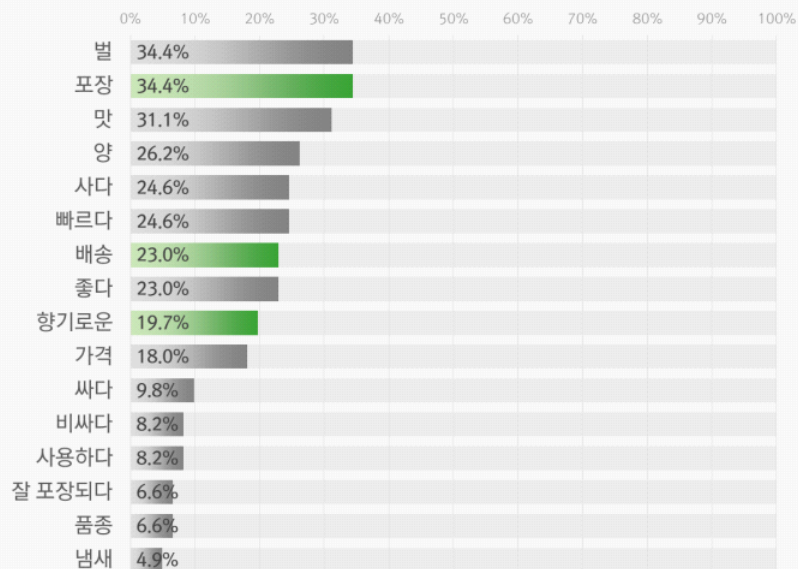
▶ 천연꿀 제품의 향도 주요 고려 요소

한편 천연꿀 제품 후기 중 ‘향기로운’ 키워드가 빈출한 것은 주목할 만함. 실제 후기에서는 꿀에서 꽃향이 나서 향기롭다는 점과 꽃향기 덕분에 꿀의 맛이 더 좋다는 긍정적인 평가를 확인할 수 있음. 이를 통해 맛뿐만 아니라 향기도 제품 만족도에 영향을 미치는 것으로 보임. 이에 따라 꿀 추출원에 대한 정보를 제공하는 것이 소비자 구매 결정에 도움을 줄 수 있을 것으로 보임

▶ 베트남 온라인 쇼핑몰 내 천연꿀 제품 관련 주요 이슈

① 포장, 배송 ② 향기로운

[표 2.7] 베트남 온라인 쇼핑몰 내 ‘천연꿀’ 제품 주요 키워드

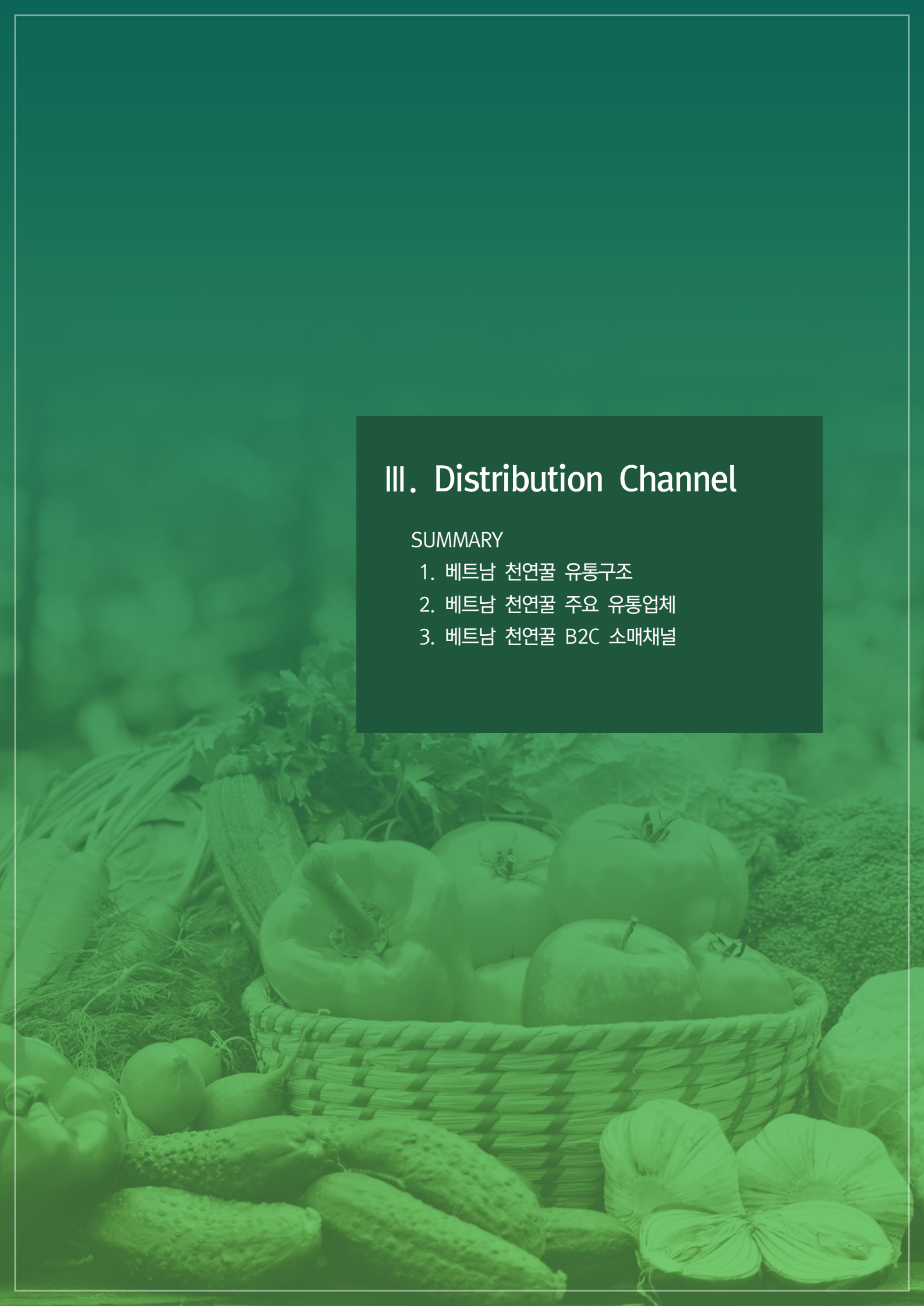


자료 : 베트남 온라인 쇼핑몰 내 ‘천연꿀’ 제품 후기 61건 분석 (18.02 - 20.02)
값 설명 : 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(%)

III. Distribution Channel

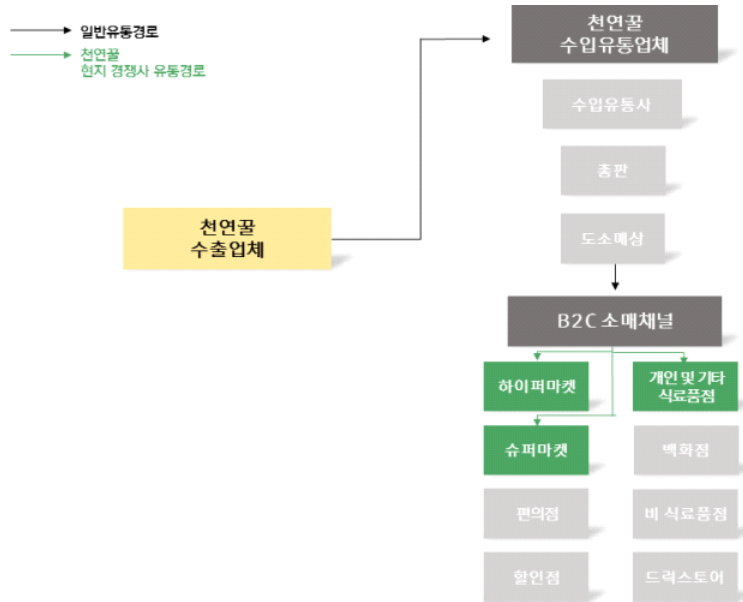
SUMMARY

1. 베트남 천연꿀 유통구조
2. 베트남 천연꿀 주요 유통업체
3. 베트남 천연꿀 B2C 소매채널



Distribution Channel

(유통채널)



베트남 (VIETNAM)

천연꿀²⁵⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²⁶⁾	주요 채널 ²⁷⁾
	개인 및 기타 식료품점 ²⁸⁾²⁹⁾	68.9%	케이마켓(K-market), 세이카마트(Seika Mart), 사쿠코스토어(Sakuko Store), 하치하치(Hachi Hachi), 소다푸즈(Soda Foods), 오케이마트(OK Mart)
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	28.9%	콤포마트(Co.opMart), 빅씨(Big C), 롯데마트(Lotte Mart), 이마트(E-Mart), 빈마트(VinMart), 이온몰(Aeon Mall), 박화산(Bach Hoa Xanh)
	편의점	2.2%	패밀리마트(Family Mart), 써클케이(Circle K), 비즈마트(B's Mart), 미니스톱(Ministop), 샵앤고(Shop&Go)

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

25) '천연꿀의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '스위트 스프레드(Sweet Spreads)'의 정보를 확인함

26) 2019년 기준, 베트남 내 '스위트 스프레드(Sweet Spreads)'의 유통채널 점유율임

27) 채널 분류에 따른 베트남 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계 기업도 포함됨

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

29) 개인 및 기타 식료품점은 본 보고서에서는 아시안마트를 조사함

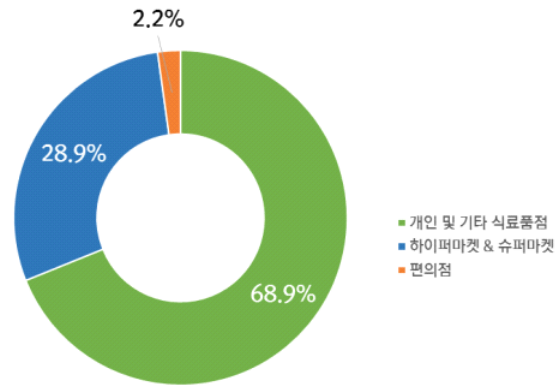
1. 베트남 천연꿀 유통구조

품목 구분 및 분류	
품목	천연꿀
구분	꿀
범주	스위트 스프레드 (Sweet Spreads)

▶ 베트남 천연꿀 주요 채널

‘개인 및 기타 식료품점(68.9%), 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(28.9%), 편의점(2.2%)’

[표 3.1] 베트남 천연꿀 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 베트남 천연꿀 유통채널 현황

채널 유형	천연꿀 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	개인 및 기타 식료품점	68.9%	케이마켓(K-market), 세이카마트(Seika Mart), 사쿠코스토어(Sakuko Store), 하치하치(Hachi Hachi), 소다푸드(Soda Foods), 오케이마트(OK Mart)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	28.9%	콤포마트(Co.opMart), 빅씨(Big C), 롯데마트(Lotte Mart), 이마트(E-Mart), 빈마트(VinMart), 이온몰(Aeon Mall), 박화산(Bach Hoa Xanh)
	편의점	2.2%	패밀리마트(Family Mart), 써클케이(Circle K), 비즈마트(B's Mart), 미니스톱(Ministop), 샵앤고(Shop&Go)

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

2. 베트남 천연꿀 주요 유통업체

▶ 개인 및 기타 식료품점, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓이 대표적

[표 3.3] 베트남 천연꿀 스낵 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ³⁰ , 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	케이마켓 (K-market)	아시안마트	약 1억 924만 달러 (약 1,329억 2,323만 원)	호니모어 (Honimore)	0
2	오케이마트 (OK Mart)	아시안마트	매장 수('20): 약 12개	A사	0
3	하치하치 (Hachi Hachi)	아시안마트	매장 수('19): 약 5개	콘도허니 (Kondo Honey), 유메재팬 (Yume Japan)	0
4	콤포마트 (Co.opMart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 400억 달러 (약 48조 6,720억 원)	호니모어(Honimore), 누옌(Nguyễn), 비엠헤니(Viethoney)	0
5	빅씨 (Big C)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 4억 4,300만 달러 (약 5,390억 4,240만 원)	비엠헤니(Viethoney), 비나옹(Vina Ong), 수안누옌 (Xuan Nguyen)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

30) 1달러=1,216.80원 (2020.02.27., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	롯데마트 (Lotte Mart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 2억 2,287만 달러 (약 2,711억 8,822만 원)	호니모어(Honimore), 초이스엘(Choice L)	0
7	이마트 (E-Mart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 5,281만 달러 (약 642억 5,920만 원)	비엠티니(Viethoney), 허니랜드(Honeyland)	0
8	빈마트 (VinMart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 38억 5,221만 달러 (약 4조 6,874억 원)	비나비(VinaBee), 비엠티니(Viethoney)	0
9	이온몰 (Aeon Mall)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 2억 7,723만 달러 (약 3,373억 3,346만 원)	트레이시비(Tracybee), 허니랜드(Honeyland), 르허니(Le' Honey)	0
10	박화산 (Bach Hoa Xanh)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 2,700만 달러 (약 328억 5,360만 원)	수안누엔 (Xuân Nguyên), 비호닉스(Behonex), 비엠티니(Viethoney)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 베트남 천연꿀 B2C 소매채널

1) 아시안마트



① 케이마켓(K-market)

기업 기본 정보	기업명	케이마켓(K-market)	
	홈페이지	www.facebook.com/kmarketvietnam	
	위치	하노이(Hanoi)	
	규모	매출액('18)	약 1억 924만 달러 (약 1,329억 2,323만 원)
기업 요약	기타 규모	- 매장 수('19): 약 70개 - 직원 수('19): 약 750명	
	<ul style="list-style-type: none"> - 2006년 설립 - 한인회장이 운영하는 소매점 - 한인교민이 아닌 현지인을 타겟으로 시작 - 국내 제품의 비중을 낮추고 수입 제품의 수를 늘리는 추세 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 11월부터 2주간 강원한우 사골곰탕 판촉 행사 진행 - 2019년 8월 한국산 양파 판촉 행사 진행 - 2019년 6월 하노이 물류센터 준공 		
유사제품 정보		제품명	맛옹친차종 (Mật ong chín Cha Rồng)
		종류	천연야생꿀
		중량	110g
		원산지	베트남

자료: 케이마켓(K-market) 페이스북 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 오프라인 매장조사
사진 자료: 케이마켓(K-market) 페이스북 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 곡물류, 신선식품, 김치류, 즉석식품, 면류, 소스류, 건강식품, 스낵류, 음료류, 주류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 프리미엄 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 분식을 판매하는 케이푸드(K-food) 계열사 보유 - 같은 제품이라도 제조국가에 따라 가격이 상이 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>이메일 또는 유선 연락을 통한 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 수출입 절차에 필요한 문서, 회사와 관련된 모든 종류의 문서 제출 필요 - 제품 검토 후 공급업체로 선정된 후에 상세 안내 진행 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 소비자가격, 할인가 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 전화: +84-(0)24-3352-2601 이메일: hi.kim@k-market.vn (구매 담당자) 	

자료: 케이마켓(K-market) 페이스북 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 오케이마트(OK Mart)

	기업명	오케이마트(OK Mart)	
	홈페이지	www.sieuthikorea.com.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 약 12개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 설립된 지 2년 이상 - 시오티코리아(Sieuthikorea)라는 사명을 사용 - 한국식품 및 생활용품을 수입판매하는 매장 - 호치민, 다낭, 붕따우, 빈동 지역에 매장 위치 - 베트남 남부지역에 유통되는 한국 제품의 70%를 담당 - 한국산 식품 판매 확대 목표 	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 11월 한 달 동안 청정원, CJ, 오뚜기와 같은 식품 브랜드를 포함하여 할인 프로모션 진행 - 2019년 주문서비스 어플리케이션 '위드유(WITH U)'로 배달 서비스 진행 		
유사제품 정보		제품명	아카시아동서벌꿀
		종류	천연벌꿀
		용량	23.5g
		원산지	한국

자료: 시오티코리아(Sieuthikorea) 홈페이지, 오케이마트(OK Mart) 페이스북 홈페이지, 오프라인 매장 조사
 사진 자료: 시오티코리아(Sieuthikorea) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 등 - 일반: 생활용품, 화장품, 헤어용품, 주방용품, 세제류, 욕실용품, 장난감류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 한국제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 입점 제품 대부분이 한국제품 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	특이사항	- 문의사항 연락처 이메일: hoangvyhieu.co@gmail.com 전화: +84-(0)773249999 - 0386418888

자료: 시오티코리아(Sieuthikorea) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 하치하치(Hachi Hachi)

	기업명	하치하치(Hachi Hachi)	
	홈페이지	hachihachi.com.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	기타 규모	매장 수('19): 약 5개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2007년 설립 - 일본 기업으로 일본 수입 생활용품·일용잡화 판매 - 제품의 60% 이상이 일본산이며, 그 외 제품은 중국, 한국, 인도, 폴란드산으로 구성 - 누적점수에 따라 10~40% 할인이 적용되는 멤버십 제도 운영 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2018년 10월, 인보이스 할인 적용 중단 - 2018년 2월, 고객 등록에 사용되었던 기존 플라스틱 카드를 SMS 코드로 대체 	
유사제품 정보		제품명	솔트허니 (Salt Honey)
		종류	소금꿀
		용량	140g
		원산지	일본

자료: 하치하치(Hachi Hachi) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 하치하치(Hachi Hachi) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 음료류, 주류, 건강보조식품 등 - 일반: 화장품, 주방용품, 유아용품, 청소용품, 생활용품, 문구류 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 대부분 일본 제품을 판매 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 통해 직접 등록 - 홈페이지 상단 'Liên hệ'을 클릭하고 양식 작성 후 제출 (hachihachi.com.vn/Lien-he) - 홈페이지 기입정보 : 담당자명, 이메일, 주소, 연락처, 문의내용	
	특이사항	- 문의사항 연락처 이메일: info@hachihachi.com.vn 전화: +84-(0)28-35888006 팩스: 84-(0)28-35888662	

자료: 하치하치(Hachi Hachi) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 콤포마트(Co.opMart)

	기업명	콤포마트(Co.opMart)	
	홈페이지	www.co-opmart.com.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	매출액('18)	약 400억 달러 (약 48조 6,720억 원)
		기타 규모	매장 수('19): 약 400개 ³¹⁾
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1996년 설립 - 베트남 국영자본으로 운영되는 협동조합 형태의 소매점 - 사이공콤포(Saigon CO-OP) 그룹의 계열사 - 100% 베트남 자국 기업임을 강조하여 고객 유치 - 온라인 플랫폼 'Coopmart.vn' 보유 - 2013년 하이퍼마켓 '콤포엑스트라플러스(CoopXtraplus)' 설립 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 업체와 연계되는 카드를 발행하고 있으며, 카드 이용객을 위한 다양한 할인 서비스 제공 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 10월 사이공콤포조합(Saigon Union of Trading Co.op) 100번째 매장 오픈 - 2019년 7월 호치민 1군에 가상 슈퍼마켓 개설 - 2019년 6월 프랑스 최대 소매업체 오상(Auchan) 인수 		
유사제품 정보		제품명	맛옹스추아 (Mât Ong Sữa Chua)
		종류	로얄젤리아생꿀
		용량	360g
		원산지	베트남

자료: 콤포마트(Co.opMart) 홈페이지, 콤포마트베트남(Coopmart.vn) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 콤포마트(Co.opMart) 홈페이지

31) 하이퍼마켓 콤포엑스트라플러스(CoopXtraplus) 매장을 포함한 수치

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 건강보조식품, 주류, 음료류, 유제품 등 - 일반: 화장품, 생활용품, 완구류, 세탁용품, 가전제품, 의류 등 <p>• 특이사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 국가의 수입식품을 취급하고 있으나, 베트남산 제품을 주력으로 판매 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 이메일을 통한 문의 - 회사소개서 및 카탈로그를 공개 메일로 송부</p> <p>2. 직접 방문을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보</p> <p>① 공급자 정보 (공급자 신상, 사업자등록증, 주소, 연락처, 이메일 주소 등)</p> <p>② 공급자 비즈니스 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가 등)</p> <p>③ 공급자 은행 계좌 정보 (은행 계좌 번호, 계좌 유형 등)</p> <p>④ 참고자료 (샘플, 카탈로그, 회사소개서)</p>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: phonggdnc@saigonco-op.com.vn 전화: +84-(0)838-360-143 (내선번호: 1167) - 본사 주소: Trụ sở chính tại 199-205 Nguyễn Thái Học, Phường Phạm Ngũ Lão, Quận 1, Tp.HCM - 소요시간: 약 2주

자료: 콕마트(Co.opMart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 빅씨(Big C)

	기업명	빅씨(Big C)	
	홈페이지	www.bigc.vn	
	위치	다낭(Da Nang)	
	규모	매출액(*18)	약 4억 4,300만 달러 (약 5,390억 4,240만 원)
기타 규모		매장 수(*19): 약 35개	
기업 기본 정보	- 프랑스 대규모 소매점 운영사 카지노그룹(Casino Group)의 자회사 - 1998년 '코라(Cora)'라는 이름으로 동나이성(Dong Nai)에 최초 설립 - 2003년 '빅씨(Big C)'로 상호 변경 - 2016년 태국 유통기업 센트럴그룹(Central Group)에 매각		
기업 요약	- 대형마트, 슈퍼마켓 외 편의점도 운영 - 현재 베트남 온라인 서비스 구축 중		
	 		
기업 최근 이슈	- 2019년 센트럴그룹, 약 3,000만 달러(약 357억 원) 규모의 투자 계획 발표 - 2019년 7월 VietGAP ³²⁾ 인증 채소 브랜드 '라란(La Lanh)' 런칭		
유사제품 정보		제품명	수아옹추아맛옹 (Sữa Ong Chúa Mật Ong)
		종류	천연꿀
		용량	300g
		원산지	베트남

자료: 빅씨(Big C) 홈페이지, 인사이드리테일(Insideretail.asia), 유로모니터(Euromonitor), 노이타통팻(Noithathoangphat)
 사진 자료: 빅씨(Big C) 홈페이지

32) 베트남 농산물 우수 관리 제도(Vietnamese Good Agricultural Practices)



입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 곡물류, 즉석식품, 면류, 소스류, 건강식품, 스낵류, 음료류, 유제품, 주류 등 - 일반: 생활용품, 유아용품, 침구류, 화장품, 사무용품, 가전제품 등 <p>• 특이사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1+1, 2+1, 3+1 등의 프로모션 할인 행사 주력 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>유선연락 및 이메일을 통한 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 공개 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 소비자가격, 할인가 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: dvkh@bigc-vietnam.com 전화: +84-(0)28-3519-3224 - 담당자: Mrs. Huyền (본사 구매 담당) 전화: +84-(0)972-077-67 	

자료: 빅씨(Big C) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

③ 롯데마트(Lotte Mart)



	기업명	롯데마트(Lotte Mart)	
	홈페이지	lottemart.com.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	매출액('18)	약 2억 2,287만 달러 (약 2,711억 8,822만 원)
기타 규모		매장 수('19): 약 14개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 2008년 베트남 진출 - 한국과 일본을 기반으로 한 다국적 기업 '롯데그룹(Lotte Group)'의 대형 슈퍼마켓 체인 - 롯데그룹의 경우 일본 롯데그룹과 한국 롯데그룹 두 지점으로 운영 - 한국 롯데그룹은 전 세계 22개국을 대상으로 사업 운영 - 현재 베트남에 있는 롯데마트는 한국 롯데그룹이 운영 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 온라인 및 어플리케이션(App) 쇼핑서비스 '스피드롯데(Speed Lotte)' 제공 		
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2023년까지 베트남 내 매장 수를 40개로 확대할 것을 발표 - 2021년 베트남 하롱 랜드마크에 입점 예정 		
유사제품 정보		제품명	맛옹다호아 (Mat Ong Da Hoa)
		종류	천연야생꿀
		용량	380g
		원산지	한국

자료: 롯데마트(Lotte Mart) 홈페이지, 스피드롯데(Speed Lotte) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor) 사진 자료: 롯데마트(Lotte Mart) 홈페이지, 스피드롯데(Speed Lotte) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 면류, 즉석식품, 소스류, 유제품, 음료류, 주류, 스낵류 등 - 일반: 유아용품, 생활용품, 미용용품, 문구류 등 <p>• 특이사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 지점별로 판매하고 있는 상품이 다를 수 있음 - 한인 교민을 위한 '코리아베스트아이템(Korea Best Item)' 섹션을 따로 구비하여 한국 식재료 판매 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>이메일을 통한 직접 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 담당자 메일로 송부 - 입점 후 약 3개월간 매출을 확인하여 추가 입점 여부 체크 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <p>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</p> <p>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 소비자가격, 할인가 등)</p> <p>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</p>	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 연말에는 공급 제품 제안서를 받지 않음 주로 3월 즈음에 공급업체 신청을 받음 - 문의사항 연락처 이름: Mrs. Pham Hoang Anh 이메일: anhph@lotte.vn / haibtt@lotte.vn 전화: +84-(0)28-3775-3232 (내선번호: 324) 	

자료: 롯데마트(Lotte Mart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 이마트(E-Mart)

기업 기본 정보	기업명	이마트(E-Mart)		
	홈페이지	www.emart.com.vn		
	위치	호치민(Ho Chi Minh)		
	규모	총매출(*18)	약 5,281만 달러 (약 642억 5,920만 원)	
		기타 규모	매장 수(*18): 약 160개 ³³⁾	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1993년 한국에서 사업 시작 - 2015년 베트남 첫 지사 설립 - 향후 10년 내 베트남 1위 유통 사업자를 목표로 호치민 2호점을 2019년 7월 개점할 예정이었으나, 현재 베트남 반부패 운동과 관련하여 일시적으로 공사가 중단된 상태 - 자체브랜드인 노브랜드(No Brand)를 내세우며 식음료(F&B) 및 엔터테인먼트 시설 구비 			
		 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2021년까지 베트남 시장에 약 4,600억 원을 투자하여 동남아시아 시장 공략 본격화를 발표 - 2020년까지 매장 수 31개 목표 			
유사제품 정보		제품명	맛옹비엣허니 (Mat Ong Viethoney)	
		종류	천연꿀	
		용량	700g	
		원산지	베트남	

자료: 이마트(E-Mart) 홈페이지, 뉴스1(News1), 인사이드비나(Insiddevina), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 이마트(E-Mart) 홈페이지

33) 한국과 중국의 매장 수를 합한 값

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 음료류, 즉석식품, 곡류, 견과류, 신선식품, 유제품, 소스류 등 - 일반: 의류, 액세서리류, 가정용품, 생활용품, 화장품, 유아용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 한국 제품 - 자체 브랜드(PB) 상품 '노브랜드(No Brand)' • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 자체 브랜드로 '이마트(E-mart)', '노브랜드(No Brand)', '러빙홈(Loving Home)' 보유 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 'Other' 내 'Contact' 클릭 - 'Contact Department'에 'Purchase' 선택하여 양식에 따라 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 이메일 주소, 전화번호 등 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: info@emart.vn 전화: +84-(0)28-3588-5678 - 신상품의 경우 품질 향상과 대기시간의 최소화를 위해 매달 최대 3회에 걸쳐 대금을 지불 	

자료: 이마트(E-Mart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



⑤ 빈마트(VinMart)

기업 기본 정보	기업명	빈마트(VinMart)		
	홈페이지	www.vinmart.com		
	위치	하노이(Hanoi)		
	규모	총매출('18)	약 38억 5,221만 달러 (약 4조 6,874억 원)	
기업 요약	기타 규모	- 매장 수('19): 약 111개 ³⁴⁾ - 직원 수('18): 약 200명		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2014년 11월 설립 - 2018년 소매시장에서 10년 이상 운영되어 온 슈퍼마켓인 '피비마트(Fivi Mart)' 23개 인수 - 슈퍼마켓 외 다수의 편의점 사업도 진행 중 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 12월 빈마트 모기업 빈그룹(Vingroup), 마산(Masan)³⁵⁾과 합병 발표 - 2019년 5월, 베트남 최초로 가상 시스템을 도입하여 슈퍼마켓 이외의 장소에서 실제 슈퍼마켓에 있는 것처럼 고객이 제품을 스캔하고 주문할 수 있는 서비스 제공 			
유사제품 정보		제품명	맛옹수아추아 (Mát Ong Sữa Chua)	
		종류	로얄젤리천연꿀	
		중량	1.4kg	
		원산지	베트남	

자료: 빈마트(VinMart) 홈페이지, 리테일인사이트네트워크(Retail Insight Network), 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 빈마트(VinMart) 홈페이지

34) 슈퍼마켓만 포함한 수치. 이외에 약 1,800개 이상의 편의점 '빈마트플러스(Vinmart+)' 보유

35) 베트남 식음료 제조 및 유통업체

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 육류, 즉석식품, 스낵류, 식료품, 주류, 음료류, 건강보조식품, 소스류 등 - 일반: 패션용품, 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구류, 세제류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 원산지가 명확히 표기된 식품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 간편 결제 서비스 제공 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>이메일을 통한 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 담당자 메일로 송부 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 소비자가격, 할인가 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: v.hoangl4@vincommerce.com 전화: +84-(0)24-7106-6866 	

자료: 빈마트(VinMart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



⑥ 이온몰(Aeon Mall)

기업 기본 정보	기업명	이온몰(Aeon Mall)		
	홈페이지	www.aeonmall-vietnam.com		
	위치	하노이(Hanoi)		
	규모	매출액('18)	약 2억 7,723만 달러 (약 3,373억 3,346만 원)	
		기타 규모	- 매장 수('19): 약 4개 - 직원 수('18): 약 200명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2013년 1월 베트남 설립 - 1758년 설립된 일본계 기업 '이온몰(Aeon Mall)'을 모기업으로 둔 소매업체 - 현재 베트남 내 4개의 매장을 보유 - 소비자 라이프 스타일 향상이 목표 - 각 층마다 다양한 분야의 브랜드 소매점들이 입점 - 'AEON 1% 클럽' 재단을 운영하며 베트남 학생들에게 장학금 수여 			
		 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 12월 하동(Hà Đông)점 오픈 - 2020년 하이퐁(Hai Phong)에 1개 매장을 추가 확장할 예정 			
유사제품 정보		제품명	100%퓨어내추럴허니 (100% Pure Natural Honey)	
		종류	천연야생꿀	
		용량	600ml	
		원산지	베트남	

자료: 이온몰(Aeon Mall) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 이온몰(Aeon Mall) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 소스류, 스낵류, 건조음식, 즉석식품, 유제품, 면류 등 - 일반: 패션용품, 화장품, 완구류, 가구류, 잡화류, 전자제품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 일본 식품 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지를 통한 문의 - 홈페이지 상단 홈페이지 'Contact' 클릭 - 'Contact to'란의 'Others' 선택 - 정보 기입 후 제출 - 홈페이지 기입 정보: 담당자명, 회사명, 이메일 주소 등	
	특이사항	- 연말에는 공급 제품 제안서를 받지 않음 주로 3월 즈음에 공급업체 신청을 받고 있음 해외로부터 직접 수입하지 않아 벤더를 거쳐야함 - 문의사항 연락처 이메일: uyen.nung@aeon.com.vn 전화: +84-(0)24-3944-9518	

자료: 이온몰(Aeon Mall) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



⑦ 박화산(Bach Hoa Xanh)

기업 기본 정보	기업명	박화산(Bach Hoa Xanh)	
	홈페이지	www.bachhoaxanh.com	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	총매출('18)	약 2,700만 달러 (약 328억 5,360만 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('19): 약 951개	
	- 2010년 설립 - 모바일월드제이에스씨(Mobile World JSC)의 자회사로 약 570가지 이상의 제품을 취급 - 타 대형마트 대비 규모는 다소 작은 편이나 현지인에게 합리적인 가격의 제품을 제공		
기업 최근 이슈	- 2019년 11월 냉동식품 제품군을 3배 확장 - 2019년 11월 기준 매장 평균 매출액 약 5만 6,300달러(약 6,799만 원) 기록		
유사제품 정보		제품명	맛옹루오이 (Mật ong ruồi)
		종류	천연벌꿀
		중량	360ml
		원산지	베트남

자료: 박화산(Bach Hoa Xanh) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 다투투(đầu tư), 베트남파이낸스(VietnamFinance), 프랜차이즈엔라이센싱베트남(FLV)
 사진 자료: 박화산(Bach Hoa Xanh) 홈페이지

입점 및 협력 정보

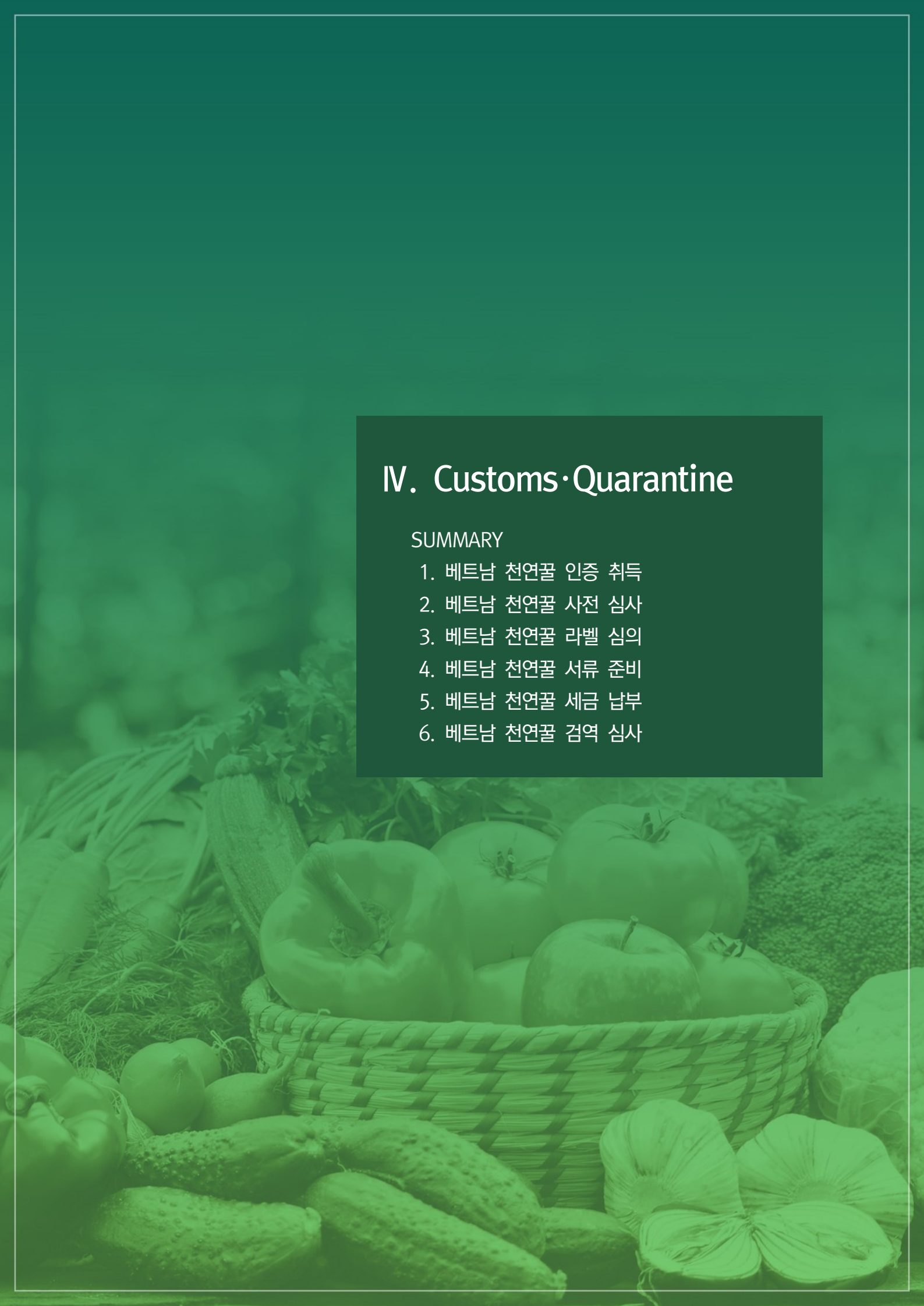
<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 음료류, 면류, 스낵류, 소스류, 유제품, 즉석식품, 곡류 등 - 일반: 유아용품, 주방용품, 위생용품 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 소비자의 폭넓은 선택을 위한 다양한 브랜드의 식품을 취급하고자 함 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 'Liên hệ' 클릭하여 문의 작성 - 홈페이지 가입정보: 담당자명, 이메일 주소, 전화번호 등 2. 유선 연락 혹은 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 소비자 가격, 할인가 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: lienhe@bachhoaxanh.com (입점 관련 담당자) 전화: +84-(0)28-3622-9900 	

자료: 박화썬(Bach Hoa Xanh) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 베트남 천연꿀 인증 취득
2. 베트남 천연꿀 사전 심사
3. 베트남 천연꿀 라벨 심의
4. 베트남 천연꿀 서류 준비
5. 베트남 천연꿀 세금 납부
6. 베트남 천연꿀 검역 심사



Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처						
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> 강제 인증 無 	(-)						
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> 사전 심사 有 자체 상품 공표서 제출 필요 	(*) 베트남 보건부 - 문의처 : www.moh.gov.vn						
Step 03. 업체·제품 등록	<ul style="list-style-type: none"> 필수 등록 절차 無 	(-)						
Step 04. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> 라벨 표기사항 별도 심의 사항 없음 베트남 라벨 규정 준수 	(*) 베트남 식품 안전청 - Decree 43/2017/ND-CP (라벨에 관한 법률) - Decree 15/2018/ND-CP (식품 안전법 세부 규정 시행령) - 문의처 : www.vfa.gov.vn						
Step 05. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> 일반 서류 원산지 증명서 <ul style="list-style-type: none"> 기관증명방식 원산지 증명 서류 필요 검역증명서 	(*) 베트남 식품 안전청 - 문의처 : www.vfa.gov.vn (*) 베트남 세관 - 문의처 : www.customs.gov.vn						
Step 06. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> 포워딩 업체 섭외 	(-)						
Step 07. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> 수입신고 <ul style="list-style-type: none"> 서면 또는 전자 통관시스템을 이용하여 신청 원산지증명서, 상업송장, 가격신고서 등 	(*) 베트남 세관 - 문의처 : www.customs.gov.vn						
Step 08. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> 납세 신고 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 관세율 0% 소비세 0~15% 	(*) 베트남 세관 - 문의처 : www.customs.gov.vn						
Step 09. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> 수입업체에 따라 서류 심사 및 검사 진행 <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">Green Channel</td> <td style="text-align: center;">전산 신고로 통관</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Yellow Channel</td> <td style="text-align: center;">서류 검사</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Red Channel</td> <td style="text-align: center;">서류 및 샘플 검사</td> </tr> </table>	Green Channel	전산 신고로 통관	Yellow Channel	서류 검사	Red Channel	서류 및 샘플 검사	(*) 베트남 세관 - 문의처 : www.customs.gov.vn
Green Channel	전산 신고로 통관							
Yellow Channel	서류 검사							
Red Channel	서류 및 샘플 검사							

1. 베트남 천연꿀 인증 취득

인증 취득

베트남으로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

천연꿀

천연꿀 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 베트남 수입 식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

베트남으로 천연꿀 수출 시 반드시 취득해야 하는 강제 인증이 없는 것으로 확인됨. 식품 생산에 관한 인증이 있으나 필수적으로 획득해야 하는 인증은 아님. 따라서 수출 기업의 선택에 따라 HACCP, ISO 22000 등과 같이 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음

[표 4.1] 베트남 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 베트남 식품 인증 취득

		절차	기간
HACCP		서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
		서류	비용
		신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만 원
ISO 22000		절차	기간
		서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
		서류	비용
		신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
		서류	비용
		신청서 등	약 900~1,000만 원
BRC Food Safety		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
		서류	비용
		신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만 원
FSSC 22000		절차	기간
		서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
		서류	비용
		신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만 원

자료 : 각 인증기관

2. 베트남 천연꿀 사전 심사

사전 심사

베트남으로 제품 수출 시, 품목에 대한 사전 규제 심사제도 정보 제공

천연꿀

천연꿀 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ 베트남 식품 사전 심사 ‘필요’

▶ 식품 사전 심사 절차, 식품안전성 공표 절차로 간소화

베트남 보건부는 베트남으로 식품을 수출할 때 해당 식품을 필수적으로 등록하도록 규정하였으나 2018년 관련 법률을 개정하여 해당 등록 절차를 식품안전성 공표 절차로 간소화시킴. 이에 따라 일반가공식품은 기업이 자체적으로 식품안전성을 공표한 후 관련 서류를 관할기관에 제출할 수 있음. 한편, 건강기능성 식품, 영유아 식품, 의료용 식품 등과 같이 민감한 품목은 여전히 등록 절차를 진행해야 함

[표 4.3] 베트남 수입 전 사전 심사

적용 규제	Decree 15/2018/ND-CP
담당 기관	베트남 보건부(MOH)
필요 정보 및 서류	<ul style="list-style-type: none"> a. 자체 상품 공표서 <ul style="list-style-type: none"> - 모두 베트남어로 작성할 것 - 외국어로 작성한 경우 번역 후 공증 필수 - Decree 15/2018/ND-CP 부록 1의 Form 1 양식 사용 b. 식품안전검사 결과표 <ul style="list-style-type: none"> - 지정된 검사기관 또는 ISO 17025 표준에 부합하는 공인 검사기관을 통할 것 - 상품 공표 서류 제출일 기준 12개월 이내일 것 - 베트남 보건부의 식품안전기준 규정을 준수할 것
절차	<ul style="list-style-type: none"> a. 자체 상품 공표서 작성 및 지정기관 서류 제출 <ul style="list-style-type: none"> - 지정기관 직접 방문 제출 또는 우편 송부 방식으로 제출 가능 b. 공표 정보 공시 <ul style="list-style-type: none"> - 자사 홈페이지 또는 대중 매체를 통하여 정보 공시 c. 지정기관은 제출받은 공표 사실을 웹사이트 상에 공시
주의사항	제품명, 원산지, 성분 정보가 변경된 경우 지정기관으로 해당 내용의 변경 사실을 고지해야 함

자료 : 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

3. 베트남 천연꿀 라벨 심의

▶ 베트남 라벨 규정

[표 4.4] 베트남 라벨 표기사항

●	라벨 심의	
	베트남으로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	
●	천연꿀	
	천연꿀 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함	
	적용 규제	Decree 15/2018/ND-CP
	세부 규정	베트남 라벨 표기법 Decree 43/2017/ND-CP ‘ON GOOD LABELS’
	라벨 표기사항 (항목)	<ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 제품에 대해 책임을 지는 업체의 명칭 및 주소 · 원산지 · 제품 용량 · 제조일 · 유통기한 · 성분 및 성분 함량 또는 영양정보 · 허용 사용량 및 주의 정보 · 바코드, 인증 마크, 등록 마크 등 추가해야 하는 정보 · 보관 방법 및 사용 방법 · 건강기능식품 관련 표시
	세부 내용	<p>필수 표기 사항은 반드시 베트남어로 표기할 것</p> <p>규정이 정하고 있는 필수 라벨 내용을 베트남어로 담고 있는 부착물도 인정됨</p> <p>표기 언어 베트남어 명칭이 없거나 번역이 불가능한 화학물질, 약품, 성분 등 법률이 정하는 명칭은 제외</p> <p>1.2mm 이상(80cm² 이하인 경우 0.9mm 이상) 글자의 크기는 눈으로 인지할 수 있어야 함</p> <p>라벨 표기사항 (가이드)</p> <p>제품명 눈에 띄는 위치에 표시할 것 필수 기재사항 중 가장 큰 사이즈로 표기할 것</p> <p>용량 숫자 혹은 개수로 표기할 것 표기 단위 및 표기 방법은 규정을 참조할 것 제품명에 포함된 색상, 향에 관한 첨가물 또는 추출물과 농축물은 해당 원료의 함유량을 표기할 것</p> <p>원산지 원산지 국가명 또는 지역명으로 표기할 것 축약 형태로 사용하지 말 것</p> <p>유통기한 ‘일, 월, 년’ 순으로 작성할 것 ‘:’, ‘/’, ‘-’를 이용하여 구분할 것</p>

자료 : Decree 43/2017/ND-CP, 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)		<p>원료, 식품첨가물을 표시할 때 중량 대비 원료의 비율 또는 중량 대비 원료의 중량 등 법률이 정하는 바에 따라 표기할 것</p>
			<p>홍보를 위해 특정 원료가 라벨에 표기되어 있는 경우 해당 원료에 대한 용량은 필수적으로 표기할 것</p>
		원료	<p>식품첨가물의 명칭은 국제 코드 또는 성분명으로 작성할 것</p>
			<p>2개 이상의 식품첨가물을 표기하는 경우 중량 대비 비중순으로 나열할 것</p>
			<p>식품첨가물 명칭 아래에 “Dùng cho thực phẩm(식품을 위해 사용됨)”의 문장을 최소 2mm 이상 크기의 굵은 글씨체로 표기할 것</p>
		GMO식품	<p>제품에 “thực phẩm biến đổi gen (genetically engineered food)”를 표기할 것</p>
		기타	<p>제품에 따라 필요한 경우 경고 문구 등 정보를 표기할 것</p>

자료 : Decree 43/2017/ND-CP, 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

▶ 베트남 꿀 제품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[옆면1 라벨링]

앞면(영문)

- ① 브랜드명 : Honeyboy
- ② 제품명 : Mat ong thien nhien
- ③ 종류 : Natural Honey
- ④ 용량(The tích) : 500ml

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : 허니보이
- ② 제품명 : 자연벌꿀
- ③ 종류 : 천연꿀
- ④ 용량 : 500ml

옆면1(베트남어)

- ① 제조사(Van phong) : Cong ty co phan Honeyboy
173/3 Trang Quoc Thao,P9,Q3, TP Ho Chi Minh
Tel: (+84 28) 3931 2132
Fax: (+84 28) 3931 6900
Email: info@honeyboy.vn
Website: www.honeyboy.vn
- ② 생산지(San xuất tại) : Co so san xuất, mua ban mat ong Anh Tien
Duong lac long quan, To 1, khu pho 5, thi tran Ngai Giao, huyen Chau Duc, tinh Ba ria-Vung Tau
- ③ 유통기한 : HSD: 21.10.21

옆면1(국문)

- ① 제조사 : 허니보이 주식회사
173/3 Trang Quoc Thao,P9,Q3, TP Ho Chi Minh
전화: (+84 28) 3931 2132
팩스: (+84 28) 3931 6900
이메일: info@honeyboy.vn
홈페이지: www.honeyboy.vn
- ② 생산지 : Co so san xuất, mua ban mat ong Anh Tien
Duong lac long quan, To 1, khu pho 5, thi tran Ngai Giao, huyen Chau Duc, tinh Ba ria-Vung Tau
- ③ 유통기한 : 2021년 10월 21일



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

옆면2(영문)

옆면2(국문)

- ① 원료(Thanh phan) : Mat ong nguyen chat 100%
- ② 품질기준(Tieu chuan chat luong) :
Do am ≤ 24%
Ham luong duong khu ≥ 70%
Ham luong duong Saccharose ≤5%
- ③ 사용방법(Huong dan su dung) : An truc tiep, che bien thuc an, pha che do uong
- ④ 보관방법(Bao quan) : Day kin, de noi kho rao, tranh anh sang truc tiep, khong can de trong tu lanh
- ⑤ 주의사항(Thong tin canh bao) : khong su dung san pham khi da het han

- ① 원료 : 벌꿀 100%
- ② 품질기준 : 습도 ≤ 24%
감소 당도 ≥ 70%
슈크로스 당도 ≤5%
- ③ 사용방법 : 직접 섭취할 수 있으며, 음식이나 음료 제조 시에 활용할 수 있음
- ④ 보관방법 : 뚜껑을 잘 닫은 후 상온에 보관하십시오. 직사광선을 피해 보관해야 하며, 냉장 보관은 필요없습니다.
- ⑤ 주의사항 : 유통기한이 경과한 제품은 가급적 사용하지 마십시오.

4. 베트남 천연꿀 서류 준비

서류 준비

베트남으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

천연꿀

천연꿀 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 베트남 FTA 원산지증명서 준비 필요
- ▶ 베트남 수입신고 전자통관시스템을 통해 진행

베트남으로 제품 수출 시, 수입 신고는 전자통관시스템(Vietnam National Single Window Portal)을 통해 진행됨. 베트남 수입 규정에 명시된 특정한 사례를 제외한 대부분의 일반 화물은 온라인 통관 시스템을 통하여 수입 신고를 실시함

원산지증명서의 경우 기관증명방식으로 세관 또는 상공회의소를 통하여 발급받은 공통의 원산지확인서를 근거로 하여 원산지증명을 할 수 있음. 발급된 원산지증명서의 유효기간은 1년이나 1회만 사용 가능하므로 다음 수출 시에도 동일하게 원산지 증명서를 발급받아 첨부하여야함. 다만 인증수출자 제도를 통하여 인증을 받게 되면 관련 서류 간소화 혜택을 받을 수 있음

[표 4.5] 베트남 통관 서류

구분	서류명	발급기관
일반 서류	수입신고서	(-)
	가격신고서	(-)
	수입허가증(수입업자)	베트남 재무부 (Ministry of Finance)
	상업송장	(-)
	선적 포장명세서	(-)
	선하증권	(-)
	원산지 증명서	관세청 / 상공회의소
	검역증명서	보건부 / 공공의료위생원

자료 : 베트남 관세청, No. 38/2015/TT-BTC

5. 베트남 천연꿀 세금 납부

세금 납부

베트남으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

천연꿀

천연꿀 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 베트남 천연꿀 HS CODE 0409.00.00, 관세율 0% 적용
- ▶ 한국-베트남 FTA 발효로 협정세율 '적용'

천연꿀 수입 시 베트남에서는 HS CODE 0409.00.00(천연꿀) 세번이 적용됨.³⁶⁾ 베트남으로 수입할 때 기본 세율은 10%가 적용되나 한국산 제품의 경우 2015년 12월 20일 발효된 한-베트남 FTA 협정으로 0% 협정 세율이 적용됨. 관세 외에도 부가가치세가 추가로 부과되며, 제품의 품목에 따라 0%, 5%, 10%, 15%가 각각 적용됨. 일반적인 농식품의 경우 5%가 부과됨

- 수입 서류 심사에 183달러(약 22만 원)³⁷⁾ 소요
- 수입 서류 심사에 76시간 소요
- 통관에 373달러(약 45만 원) 소요
- 통관에 56시간 소요

[표 4.6] 한국·베트남 HS CODE 비교 및 베트남 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	0409	천연꿀	
	0409.00.0000	천연꿀	
베트남	0409.00.00	천연꿀	
관세	기본관세율		10%
	협정 세율		0%
부가가치세			0 - 15%

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 베트남 관세청

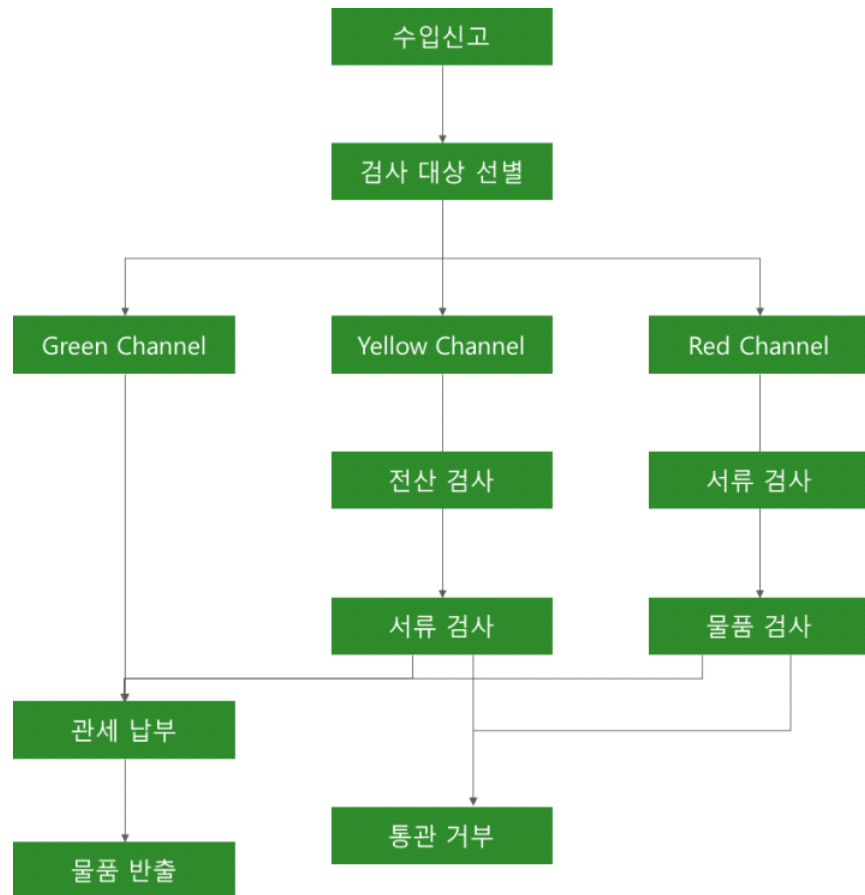
36) 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 0409.00 중 천연꿀에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 베트남 세관당국의 판단과 차이가 있을 수 있음. 베트남의 HS Code를 확인하기 위해 베트남 세관으로 문의할 수 있음

37) 1달러=1,216.80원 (2020.02.27., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 베트남 천연꿀 검역 심사

- ▶ 베트남 식품 위험도별 검역 심사 진행
- ▶ 수입업체를 기준으로 검사 대상 선별 후 물품 검사 진행

[표 4.7] 베트남 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품 첨가물	Acetic acid, glacial	사용가능
		Acetylated distarch adipate	사용가능
	유해물질	Arsenic (As)	1

자료 : 베트남 관세청, KATI농식품수출정보

- ▶ 베트남 식품안전청(VFA) 식품첨가물 기준 규정을 통해 확인 가능
- ▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

식품 첨가물 규정

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

천연꿀

천연꿀 품목의
첨가물 규정은 KATI
식품첨가물 카테고리 분류
중 벌꿀 및 화분가공품의
벌꿀류로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

[표 4.8] 베트남 벌꿀류 품목 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
감미료, 향미증진제	아세설팜칼륨	Acesulfame potassium	사용가능
보존료	아세트산칼슘	Calcium acetate	사용가능
증점제, 안정제 등	한천	Agar	사용가능
산도조절제, 밀가루개량제	락트산암모늄	Ammonium lactate	사용가능
감미료	아스파탐	Aspartame	사용가능
유화제 등	인산골	Bone phosphate	사용가능
산도조절제	오르토탄산	Orthophosphoric acid	사용가능
유화제, 안정제 등	폴리인산나트륨	Sodium polyphosphate	사용가능
착색료	칸타크산틴	Canthaxanthin	사용가능
안정제, 증점제	알긴산칼슘	Calcium alginate	사용가능

자료 : KATI농식품수출정보, 베트남 식품안전청(VFA)

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 시오티코리아(Sieu thi Korea)

Interview ② 케이-마켓(K-market)

Interview ③ 도쿄마트(Tokyo Mart)

Interview ④ 빈마트(VinMart)

Interview ⑤ 호미팜(Homee farm)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Trend and Distribution



- 인터뷰 기업 : 시오티코리아
(Sieu thi Korea)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Hieu
(Manager)

베트남과 뉴질랜드에서 생산한 꿀 제품의 인지도가 높음

현지인들 사이에서 베트남과 뉴질랜드산 꿀 제품의 인지도가 높습니다. 베트남에서 생산한 제품은 일반 소비자들에게 수요가 많으며, 뉴질랜드산 제품은 고소득층에게 수요가 많습니다.

다양한 소매업체에 납품할 것을 추천

소매업체는 브랜드별로 소량의 꿀 제품만 취급하기 때문에 슈퍼마켓, 약국, 온라인 쇼핑몰 등 다양한 업체에 납품할 것을 추천합니다.

Market Preference and Trend



- 인터뷰 기업 : 케이-마켓
(K-market)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Hang
(Imported and Exported
Department)

현지인들은 베트남과 뉴질랜드산 제품을 선호함

현지인들은 베트남과 뉴질랜드산 제품을 선호합니다. 그중 고소득층은 뉴질랜드에서 생산한 프리미엄 꿀 제품을 선호합니다.

거주지에 따라 구매하는 꿀 제품이 다름

도시 사람들은 마트에서 기업체의 제품을 구매하지만, 농가 인근에 거주하는 사람들은 농가에 직접 가서 꿀 제품을 구매하는 것을 선호합니다.

Market Preference and Trend



- 인터뷰 기업 : 도쿄마트
(Tokyo Mart)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Nghia
(Manager)

거주지에 따라 선호하는 꿀 제품이 다름

도시에 사는 현지인들은 기업체의 제품을 선호하지만, 농가 인근에 거주하는 현지인들은 농가에서 생산한 제품을 선호합니다.

베트남 소비자들은 건강상의 목적으로 꿀을 섭취함

베트남 소비자들은 건강상의 목적으로 꿀을 먹습니다. 현지인들은 음식이나 음료에 꿀을 섞어 먹으며, 젊은 연세대 사람들은 튀긴 빵에 꿀을 발라 먹는 것을 선호합니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Preference and Demand



- 인터뷰 기업 : 빈마트
(VinMart)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Vy
(Supply Department)

최근 현지인들은 유럽과 미국산 꿀 제품을 선호함

최근 가격 경쟁력을 갖춘 수입 제품이 판매됨에 따라, 유럽과 미국산 꿀 제품을 선호하는 현지인들이 늘고 있습니다.

액체 제형의 꿀 제품 수요가 많음

베트남에서는 고체 제형보다 액체 제형의 꿀 제품 수요가 많습니다. 현지인들은 액체 제형의 꿀이 음식에 활용하기 편리하다고 생각합니다.

Market Trend and Preference



- 인터뷰 기업 : 호미팜
(Homee farm)
도소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Minh Sang
(Manager)

뉴질랜드에서 생산한 꿀 제품 인지도가 높음

베트남에서는 뉴질랜드산 마누카 꿀의 인지도가 높습니다. 현지인들은 뉴질랜드 꿀 제품의 품질이 우수하고, 해당 제품에 다양한 효능이 있다고 생각합니다.

현지인들은 액체 제형의 꿀 제품을 선호함

현지인들은 다양한 음료와 섞어 마시기 편하고 보관이 용이한 액체 제형의 꿀 제품을 선호합니다.

Interview ① 시오티코리아(Sieu thi Korea)

38)

시오티코리아
(Sieu thi Korea)

전문가 소속

시오티코리아
(Sieu thi Korea)
소매업체

전문가 정보

Mr. Hieu
(Manager)



시오티코리아(Sieu thi Korea) Manager, Mr. Hieu

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 한국 제품을 전문으로 취급하는 소매업체로, 호찌민에 본사를 두고 있으며, 남쪽 지역에 약 16개의 오프라인 매장을 운영하고 있습니다. 취급제품으로는 소스류, 간편 식품, 스낵류, 음료류 등의 식료품과 화장품 등이 있습니다.

Q. 베트남에서의 꿀에 대한 인지도는 어떠한가요?

베트남에서 한국산 꿀 제품의 인지도는 매우 낮습니다. 베트남과 뉴질랜드에서 생산한 제품이 인지도가 높습니다. 베트남에서 생산한 제품은 가격 경쟁력이 높아 일반 소비자들에게 수요가 많습니다. 반면 뉴질랜드산 제품은 품질이 우수한 만큼 비싸기 때문에 고소득층에게 수요가 많습니다. 현지인들은 허브에 꿀을 섞어 먹거나, 아침 식사로 반미³⁹⁾에 꿀을 발라 먹습니다. 이 밖에 베트남 사람들은 꿀을 주스와 섞어 마시기도 합니다.

Q. 현지인들은 제품 구매 시, 무엇을 고려하나요?

베트남에는 약 1,000개 이상의 꿀 제품이 있으며 소비자들은 제품 구매 시 브랜드보다 품질을 중시합니다. 따라서 꿀 외에 다른 성분으로는 무엇이 있는지를 확인합니다. 또한, 현지인들은 꿀 제품 구매 시 생산지를 고려합니다. 설탕 등을 첨가하면서 천연 꿀이라고 소비자를 속이는 업체가 많아, 현지인들은 농가나 산에서 채취한 액체 제형의 천연 꿀 제품을 구매합니다.

38) 사진자료: 시오티코리아(Sieu thi Korea) 홈페이지 (www.sieuthikorea.com.vn)

39) 반미(bánh mì): 베트남식 샌드위치

Q. 제품 판매 시, 추천하는 판매처가 있나요?

베트남에 천연 꿀 제품을 판매한다면, 하노이와 호찌민 등 대도시의 다양한 소매업체에 납품하는 것이 중요합니다. 시중에서 판매되는 꿀 제품 브랜드가 1,000 개 이상이기 때문에, 소매업체는 브랜드별로 꿀 제품을 소량만 취급합니다. 따라서 슈퍼마켓, 건강기능식품을 전문으로 취급하는 약국, 온라인 쇼핑몰 등 다양한 업체에 납품할 것을 추천합니다. 이 밖에 꿀을 활용한 차와 음료가 많기 때문에 차나 건강기능음료의 제조업체로 납품하는 것도 좋습니다.

Interview ② 케이-마켓(K-market)

40)

케이-마켓
(K-market)

전문가 소속

케이-마켓
(K-market)
소매업체

전문가 정보

Ms. Hang
(Imported and Exported
Department)



K-MARKET



케이-마켓(K-market)

Imported and Exported Department, Ms. Hang

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2006년에 설립된 한국 식료품 전문 소매업체로, 하노이, 호찌민, 나트랑 등 지역에 약 60개의 오프라인 매장을 운영하고 있습니다. 꿀, 스낵류, 소스류, 과일류 등 약 3,000개의 제품을 취급하고 있습니다.

Q. 현지인들이 선호하는 꿀 제품의 원산지는 어디인가요?

현지인들은 베트남과 뉴질랜드에서 생산한 꿀 제품을 선호합니다. 그중 고소득층은 뉴질랜드산 프리미엄 마누카(Manuka) 꿀을 선호하는 편입니다. 한국산 꿀 제품의 인지도는 매우 낮으며, 베트남에서 한국산 꿀을 취급하는 업체는 흔치 않습니다.

Q. 현지인들이 선호하는 꿀 제품의 특징은 무엇인가요?

현지인들은 액체 제형의 꿀 제품을 선호합니다. 현지인들은 액체 제형의 제품을 다른 음식과 섞어 먹으며 화장품으로도 사용합니다. 베트남 소비자들이 선호하는 브랜드로는 유민하(U Minh Ha), 하이랜드(Highland) 등이 있습니다. 도시 사람들은 주로 마트에서 기업체의 제품을 구매하지만, 농가 인근에 사는 사람들은 마트보다 농가에 직접 가서 꿀 제품을 구매하는 것을 선호합니다.

Q. 베트남에서의 꿀 제품 판매 시, 추천하는 판매처는 어디인가요?

베트남에서 한국산 천연 꿀 제품을 판매한다면 한인마트나 한인 고객이 많은 상점에 납품할 것을 추천합니다. 베트남에서 생산한 꿀 제품은 매우 저렴하므로, 한국산 꿀 제품은 가격 경쟁력이 없을 것으로 생각합니다. 따라서 한국산 꿀 제품은 한국 브랜드에 익숙한 한국인을 대상으로 제품을 판매하는 것이 좋을 것 같습니다.

40) 사진자료: 케이-마켓(K-market) 페이스북 홈페이지 (www.facebook.com/kmarketvietnam)

Interview ③ 도쿄마트(Tokyo Mart)

41)

● 도쿄마트
(Tokyo Mart)

전문가 소속

도쿄마트
(Tokyo Mart)
소매업체

전문가 정보

Mr. Nghia
(Manager)



도쿄마트(Tokyo Mart)

Manager, Mr. Nghia

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 일본 식료품 전문 소매업체로, 즉석식품, 건강기능식품, 신선식품, 음료수 등을 취급하고 있습니다. 당사는 꿀 제품을 취급하지는 않지만 꿀이 들어간 음료는 판매하고 있습니다. 온라인 쇼핑몰과 호찌민에 1곳의 오프라인 매장을 운영하고 있습니다.

Q. 현지인들 사이에서 한국산 꿀 제품의 인지도는 어떠한가요?

베트남 소비자들 사이에서 한국산 꿀 제품의 인지도는 매우 낮고, 뉴질랜드와 베트남에서 생산한 꿀 제품의 인지도가 높습니다. 제품 구매력이 높은 고소득층은 뉴질랜드산을 선호하고, 이 밖에 일반 소비자들은 저렴한 베트남산을 선호합니다. 베트남산 유명 꿀 브랜드로는 호니모어(Honimore)와 유민비(U Minh Bee)가 있습니다.

Q. 베트남에서 수요가 많은 꿀 제품의 특징은 무엇인가요?

현지인들은 고체보다 액체 제형의 꿀 제품을 선호합니다. 액체 제형은 음료나 다른 음식과 섞어 먹기 편하기 때문입니다. 또한, 도시에 사는 현지인들은 제품 포장과 정확한 성분 표기가 된 기업체의 제품을 선호하지만, 농가 인근에 거주하는 현지인들은 농가에서 생산한 제품을 선호합니다.

Q. 현지인들은 꿀을 어떻게 활용하나요?

베트남 소비자들은 건강상의 목적으로 꿀을 먹습니다. 꿀만 먹는 경우는 흔치 않으며 음식이나 음료에 섞어 먹습니다. 특히 젊은 연령대에서 튀긴 빵에 꿀을 발라 먹는 것이 트렌드로 자리잡고 있습니다.

41) 사진자료: 도쿄마트(Tokyo Mart) 홈페이지 (tokyomart.vn)

Interview ④ 빈마트(VinMart)

42)

빈마트
(VinMart)

전문가 소속

빈마트
(VinMart)
소매업체

전문가 정보

Ms. Vy
(Supply Department)



빈마트(VinMart)

Supply Department, Ms. Vy

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2014년에 설립된 소매업체로, 베트남 전역에 약 132개 이상의 빈마트 슈퍼마켓과 약 3,000개의 편의점 형태 매장인 빈마트플러스(Vinmart+)를 운영하고 있습니다. 취급 품목으로는 꿀, 소스류, 음료류, 스낵류, 곡물류, 육류 등이 있습니다.

Q. 현지인들이 선호하는 제품 원산지는 어디인가요?

과거 현지인들은 베트남에서 생산한 꿀 제품을 가장 선호했습니다. 외국산은 품질이 우수하나 가격이 매우 비쌌기 때문입니다. 하지만 최근 가격 경쟁력을 갖춘 수입 제품이 판매됨에 따라 유럽과 미국산 꿀 제품을 선호하는 현지인들이 늘고 있습니다.

Q. 수요가 많은 꿀 제품은 무엇인가요?

현지에서 생산한 제품으로는 하이랜드비와 호니모어의 꿀 제품 수요가 매우 많습니다. 베트남 소비자들은 고체보다 액체 제형의 꿀 제품을 더 선호합니다. 액체 제형의 꿀은 물이나 다른 음료에 타서 먹을 수 있고 빵에 발라먹기 편하기 때문입니다. 농가 제품과 기업체 제품 중 특별히 수요가 많은 제품은 없으며, 두 제품의 수요는 비슷합니다.

Q. 제품의 유통은 어떻게 이루어지고 있나요?

당사는 수출업자가 화물을 선적하고 운임과 보험료를 부담하는 운임보험료 부담조건(CIF) 방식으로 수입제품을 취급하고 있습니다. 당사는 수입산 중 가격 경쟁력을 갖춘 제품만 취급하고 있으며, 주요 도시의 소매업체로 제품을 유통시키고 있습니다. 일반적으로 꿀 제품은 베트남으로 수출하는 데 어려움이 있으므로, 베트남으로 수출하기 전, 당국에서 규정하는 식품 위생 및 안전 조건과 원산지 규정을 꼼꼼하게 살펴볼 것을 추천합니다.

42) 사진자료: 빈마트(Vinmart) 홈페이지 (vinmart.com)

Interview ⑤ 호미팜(Homee farm)

43)

● 호미팜

(Homee farm)

전문가 소속

호미팜

(Homee farm)

도소매업체

전문가 정보

Mr. Minh Sang

(Manager)

**HOMEE
FARM**



호미팜(Homee farm)

Manager, Mr. Minh Sang

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2016년에 설립된 꿀 전문 도소매업체로, 베트남에서 온·오프라인 매장을 운영하고 있습니다. 산림에서 생산한 꿀, 이탈리아 꿀, 아이들을 위한 프리미엄 꿀 제품을 취급하고 있습니다.

Q. 베트남에서의 꿀 제품 인식은 어떠한가요?

베트남에서는 뉴질랜드산 마누카 꿀의 인지도가 매우 높습니다. 현지인들은 뉴질랜드 꿀 제품의 품질이 우수하고, 해당 제품에 다양한 효능이 있다고 생각합니다. 하지만 가격대가 높아 고소득층에서만 수요가 있는 편입니다. 다른 수입품으로 태국과 중국산 꿀이 있는데 이는 베트남 현지에서 생산한 꿀 제품보다 저렴하다는 장점이 있습니다.

Q. 현지인들 사이에서 인기가 좋은 꿀 제품은 무엇인가요?

베트남 브랜드인 하이랜드비와 유민비의 제품이 인기가 매우 좋습니다. 하이랜드비는 베트남 남부에서 생산한 천연 제품으로 유명하고, 한국, 일본, 미국, 스페인 등 다양한 지역으로 수출된다고 알고 있습니다.

Q. 현지인들이 선호하는 꿀 제품의 특징은 무엇인가요?

현지인들은 꿀을 다양한 음료에 섞어 마시는 것을 선호하므로, 사용하기 편한 액체 제형의 꿀 제품을 선호합니다. 또한, 현지인들은 액체 제형 꿀 제품의 보관 방식이 편리하다고 생각합니다. 실제 고체 제형의 꿀 제품은 베트남에서 수요가 많지 않을 뿐만 아니라, 해당 제품을 취급하는 업체도 많지 않습니다.

43) 사진자료: 호미팜(Homee farm) 홈페이지 (homeefarm.com)

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 「Sweet Spreads in Vietnam」, 유로모니터 (Euromonitor), 2019
2. 「Climbing the Ladder, Poverty Reduction and Shared Prosperity in Vietnam」, 세계은행 (WorldBank), 2018
3. 「Obesity Is Climbing Faster in Vietnam Than Anywhere in Southeast Asia」, 블룸버그(Bloomberg), 2019.07.19
4. 「Việt Nam đứng thứ 6 thế giới về xuất khẩu mật ong」, Nongnghiep, 2019.10.14.

■ 참고 사이트

1. 국제무역센터(International Trade Center) 홈페이지 (www.trademap.org)
2. 세계은행(The World Bank) 홈페이지 (www.worldbank.org)
3. 외교부 홈페이지 (www.mofa.go.kr)
4. 관세법령정보포털(UNIPASS) 홈페이지 (unipass.customs.go.kr)
5. KATI농식품수출정보 홈페이지 (www.kati.net)
6. 베트남 식품의약청(FDA) 홈페이지 (www.fda.moph.go.th)
7. 베트남 관세청 홈페이지 (www.customs.go.th)
8. 베트남 공중보건부 홈페이지 (www.moph.go.th)
9. 베트남 농업협동조합부 홈페이지 (eng.moac.go.th)
10. 베트남 통계청 홈페이지 (www.gso.gov.vn)
11. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (www.euromonitor.com)
12. 블룸버그(Bloomberg) 홈페이지 (www.bloomberg.com)
13. 하치하치(Hachi Hachi) 홈페이지 (hachihachi.com.vn)
14. 콤파트(Co.opMart) 홈페이지 (www.co-opmart.com.vn)
15. 콤파트베트남(Coopmart.vn) 홈페이지 (coopmart.vn)
16. 빅씨(Big C) 홈페이지 (www.bigc.vn)
17. 인사이드리테일(Insideretailasia) 홈페이지 (insideretail.asia)
18. 노이타통팻(Noithathoangphat) 홈페이지 (noithathoangphat.com.vn)
19. 롯데마트(Lotte Mart) 홈페이지 (lottemart.com.vn)
20. 스피드롯데(Speed Lotte) 홈페이지 (speedlotte.vn)
21. 이마트(E-Mart) 홈페이지 (www.emart.com.vn)
22. 다우뚜(đầu tư) 홈페이지 (baodautu.vn)
23. 인사이드비나(Insidevina) 홈페이지 (www.insidevina.com)
24. 리테일인사이트네트워크(Retail Insight Network) 홈페이지 (www.retail-insight-network.com)
25. 이온몰(Aeon Mall) 홈페이지 (www.aeonmall-vietnam.com)
26. 박화산(Bach Hoa Xanh) 홈페이지 (www.bachhoaxanh.com)
27. 오케이마트(OK Mart) 페이스북 홈페이지 (bitly.kr/unW8BuKL)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

28. 쇼피(Shopee) 홈페이지 (shopee.vn)
29. 쿠키(Cooky) 홈페이지 (cooky.vn)
30. 비에트기아이트리(Vietgiaitri) 홈페이지 (vietgiaitri.com)
31. 기아딘(Giadinh) 홈페이지 (giadinh.net.vn)
32. 시오티코리아(Sieu thi Korea) 홈페이지 (www.sieuthikorea.com.vn))
33. 케이-마켓(K-market) 페이스북 홈페이지 (www.facebook.com/kmarketvietnam)
34. 도쿄마트(Tokyo Mart) 홈페이지 (tokyomart.vn)
35. 빈마트(Vinmart) 홈페이지 (vinmart.com)
36. 호미팜(Homee farm) 홈페이지 (homeefarm.com)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.03.27.

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

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

