

2019년 해외시장 맞춤형조사



- No. 2002-04
- 품목 : 냉동밥(Frozen Rice)
- 국가 : 베트남(VIETNAM)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)

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

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	11
1. 베트남 즉석식품 키워드 분포도 ‘면류 112건, 밥류 58건’	16
2. 베트남 즉석식품 특징 ‘맵고 신 맛, 소고기, 돼지고기, 새우 첨가’	17
3. 베트남 냉동 즉석밥 수요 미미 ‘상온 및 발열 포장 제품 인기’	18
4. 베트남 현미로 만든 즉석밥 인기	19

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	21
1. 베트남 냉동밥 유통구조	22
2. 베트남 냉동밥 주요 유통업체	23
3. 베트남 냉동밥 B2C 소매채널	25

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	46
1. 베트남 냉동밥 인증 취득	47
2. 베트남 냉동밥 사전 심사	49
3. 베트남 냉동밥 라벨 심의	50
4. 베트남 냉동밥 서류 준비	53
5. 베트남 냉동밥 세금 납부	54
6. 베트남 냉동밥 검역 심사	55

V. Expert Interview (전문가 인터뷰)

SUMMARY	58
Interview ① 떡볶이(Teobokki)	60
Interview ② 까오탕(Cao Thang)	62
Interview ③ 파소(Faso)	63
Interview ④ 특판한꾸옥다이홍팻(Thuc Pham Han Quoc Dai Hong Phat)	64
Interview ⑤ 하바몰(Havamall)	65

I. Market Size

SUMMARY

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



Market Size

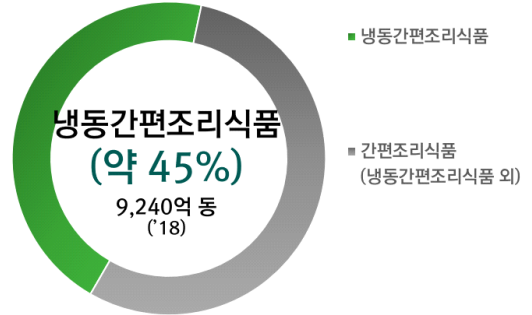
(시장규모)

베트남 (VIETNAM)

베트남 냉동밥 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(간편조리식품), 조리 방법(가열), 원료(쌀)

- 베트남 간편조리식품¹⁾ 시장규모
..... 2조 750억 동 ('18)
- 베트남 냉동간편조리식품²⁾ 시장규모
..... **9,240억 동 ('18)**

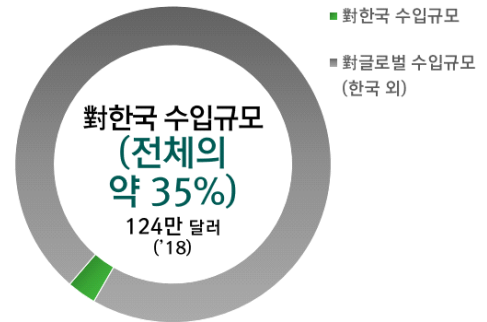


(*) Euromonitor International

냉동밥 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 원료(쌀)와 품목(조제 식료품)

- HS 1904.90³⁾
베트남 對글로벌 '곡물조제식료품' 수입규모
..... 359만 2,000달러 ('18)
- HS 1904.90
베트남 對한국 '곡물조제식료품' 수입규모
..... **124만 달러 ('18)**



(*) International Trade Centre

냉동밥 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '냉동밥'의 잠재 소비자 규모를 파악하기 위해 전반적인 '베트남 연령별 인구규모'와 '베트남 소득계층별 규모'를 확인함. 또한, 잠재 소비시장 규모 확인을 위해 '베트남 냉동간편조리식품 1인당 섭취량'을 조사함

- | | |
|---|--|
| <p>① 베트남 연령대별 인구규모 ('18)</p> <p>0-9세 1,529만 8,000명(16%)</p> <p>10-19세 1,332만 3,000명(14%)</p> <p>20-29세 1,636만 2,000명(17%)</p> <p>30-39세 1,573만 8,000명(16%)</p> <p>40-49세 1,319만 9,000명(14%)</p> <p>50-59세 1,071만 7,000명(11%)</p> <p>60세 이상 1,090만 4,000명(11%)</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 냉동간편조리식품 1인당 소비량 ('18)</p> <p>냉동간편조리식품 1인당 소비량 78g</p> | |

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

1) 간편조리식품(Ready Meals): 상온, 냉동, 건조, 냉장 보관 형태의 모든 간편조리식품을 지칭함. 이 품목에 포함되는 식품은 대부분 재료를 추가할 필요가 없으며, 섭취 전 가열이 필요할 수 있음

2) 냉동간편조리식품(Frozen Ready Meals): 주로 육류, 가금류, 채소로 제조된 음식을 지칭함. 일반적으로 육류, 또는 채소와 함께 제공되는 육류 대체품(쌀, 면, 채소 등)을 말하며, 냉동 상태로 판매됨. 해당 제품을 섭취하기 위해 가열 이외에 다른 요리 과정은 요구되지 않음

3) HS CODE 1904.90: HS CODE 1904.90: 해당 HS CODE는 '곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제식료품'을 지칭함. 조사 제품 '냉동밥'의 원료(쌀)와 품목(조제 식료품)을 고려하여 해당 지표를 선정함

1. 베트남 냉동밥 시장규모

베트남 국가 일반 정보⁷⁾

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

조사 시장: 조사 제품 ‘냉동밥’은 쌀이 주원료이며, 별도의 요리 과정 없이 가열 후 섭취 가능한 간편조리식품임. 이에 제품의 품목(간편조리식품)과 조리 방법(가열, 원료(쌀)를 고려하여 ‘간편조리식품’ 시장과 ‘냉동간편조리식품’ 시장의 규모를 확인함

▶ 2014-2018년, 베트남 ‘간편조리식품’ 시장 연평균성장률 10%

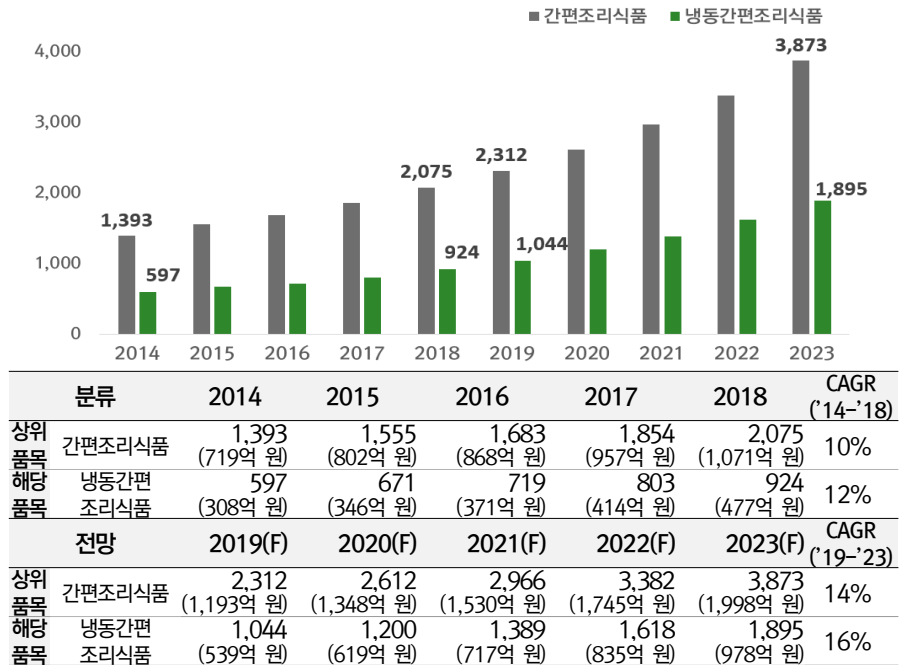
2018년 베트남 ‘간편조리식품’ 시장규모는 2조 750억 동이며 지난 5년(2014-2018)간 연평균 10%의 증가세를 기록함. 동기간 ‘냉동간편조리식품’ 시장의 연평균성장률은 12%이며 2018년 시장규모는 9,240억 동을 기록함. 유로모니터에 따르면, 베트남 소비자들의 생활이 바빠짐에 따라 빠르고 간편하게 조리할 수 있는 ‘간편조리식품’에 대한 수요가 증가함⁴⁾

▶ 2019-2023년, 베트남 ‘냉동간편조리식품’ 시장 연평균성장률 16% 예측

베트남 ‘냉동간편조리식품’ 시장은 향후 5년(2019-2023)간 연평균 16%의 성장세를 이어가 2023년 시장규모가 1조 8,950억 동에 달할 것으로 예측됨. ‘간편조리식품’ 시장은 향후 5년간 14%의 성장률로 2023년 3조 8,730억 동까지 확대될 것으로 전망됨

[표 1.1] ‘간편조리식품’, ‘냉동간편조리식품’ 시장규모⁵⁾⁶⁾

단위: 십억 동



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 유로모니터(Euromonitor), 「Ready Meals in Vietnam」, 2019.10

5) 100동=5.16원(2020.03.11., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림함

7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 베트남 냉동밥 수출입 시장규모

HS CODE 1904.90: 해당 HS CODE는 ‘곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제식료품’을 지칭함. 조사 제품 ‘냉동밥’의 원료(쌀)와 품목(조제 식료품)을 고려하여 해당 지표를 선정함

▶ 2014-2018년, 베트남 對글로벌 수입액 연평균성장률 26%

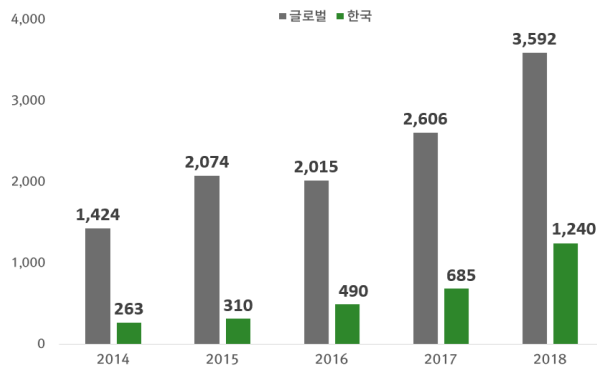
베트남 HS CODE 1904.90 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2014-2018년)간 26%의 높은 연평균성장률을 보여 2018년 359만 2,000달러를 기록함. 지난 5년간 2016년을 제외하고 매년 두 자릿수 이상의 성장률을 기록함

▶ 2014-2018년, 베트남 對한국 수입액 연평균성장률 47%

2018년 베트남 HS CODE 1904.90 품목의 對 한국 수입액은 124만 달러임. 對한국 수입액은 지난 5년(2014-2018)간 매년 전년대비 두 자릿수 이상 성장하여 47%의 연평균성장률을 기록함. 2018년 해당 품목의 對글로벌 수입액 기준 국가 순위에서 한국은 1위를 차지했으며, 2위는 말레이시아(120만 달러, 약 140억 원)임

[표 1.2] HS CODE 1904.90 수입규모⁸⁾⁹⁾

단위: 천 달러



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR* ('14-'18)
베트남 對글로벌 수입액	1,424 (17억 원)	2,074 (25억 원)	2,015 (24억 원)	2,606 (31억 원)	3,592 (43억 원)	26%
베트남 對한국 수입액	263 (3억 원)	310 (4억 원)	490 (6억 원)	685 (8억 원)	1,240 (15억 원)	47%

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 1904.90 기준

8) 1달러=1,201.40원(2020.03.11., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림함

3. 베트남 냉동밥 소비 시장규모

1) 베트남 연령별 인구규모

조사 제품 '냉동밥'의 잠재 소비자 규모를 파악하기 위해 전반적인 '베트남 연령별 인구규모'와 '베트남 소득계층별 규모'를 확인함. 또한, 잠재 소비시장 규모 확인을 위해 '베트남 냉동간편조리식품 1인당 섭취량'을 조사함

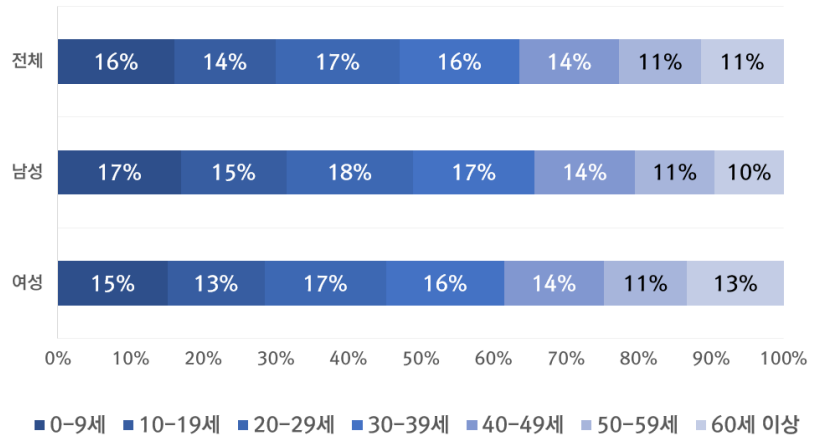
▶ 2018년, 베트남 20대 전체 인구의 17% 차지

월드뱅크에 따르면, 2018년 베트남 인구는 9,554만 명임. 그중 남성 인구는 4,767만 8,000명, 여성 인구는 4,786만 2,000명으로 여성 인구가 18만 4,000명 더 많음. 연령대별로는 20대가 1,636만 2,000명(전체 인구의 17%)으로 가장 높은 비중을 차지함. 남성과 여성 또한 20대가 각각 835만 5,000명(18%), 800만 7,000명(17%)으로 전체 인구에서 차지하는 비중이 가장 높음.

연령대별 인구 규모는 20대, 30대, 10대 미만, 10대, 40대, 60세 이상, 50대순으로 많음. 이는 남성 인구의 경우 20대, 10대 미만, 30대, 10대, 40대, 50대, 60세 이상 순서이며, 여성 인구는 20대, 30대, 10대 미만, 40대, 10대, 60세 이상, 50대 순서임

[표 1.3] 2018년 베트남 연령별, 성별 인구 규모¹⁰⁾

단위: 천 명



	총합	0-9세	10-19세	20-29세	30-39세	40-49세	50-59세	60세 이상
전체	95,540	15,298	13,323	16,362	15,738	13,199	10,717	10,904
남성	47,678	8,076	6,920	8,355	7,951	6,609	5,227	4,540
여성	47,862	7,221	6,403	8,007	7,787	6,590	5,490	6,364

자료: 월드뱅크(World Bank)

10) 인구수와 비율(%)은 반올림되어 작성된 수치로, 합산 시 전체 수 또는 전체 비율(%)이 미달, 초과될 수 있음

▶ 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⁾

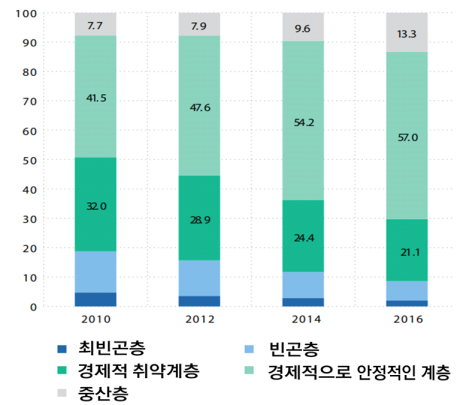
분류	평균	1분위	2분위	3분위	4분위	5분위	단위: 천 동
1인당 월평균 소득	'16/'18 '18년 금액	+25.1%	+20.9%	+25.8%	+27.5%	+27.9%	+23.5%
		3,876 (20만 원)	932 (4.8만 원)	1,907 (9.8만 원)	2,934 (15만 원)	4,291 (22만 원)	9,320 (48만 원)
소득비율('16) ¹²⁾¹³⁾	(-)	6.9%	22.4%	16.3%	11.9%	42.5%	

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 냉동간편조리식품 1인당 소비량

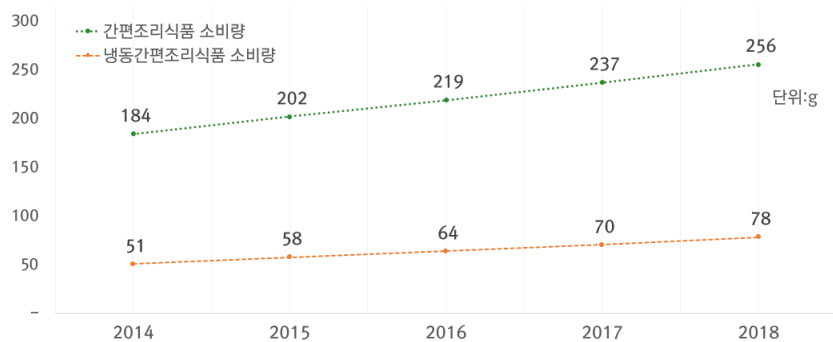
▶ 2014-2018년, 베트남 냉동간편조리식품 1인당 소비량 연평균성장률 11%

베트남 ‘냉동간편조리식품’ 1인당 소비량은 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 11%씩 증가하여 2018년 78g을 기록함. 이는 2014년 51g 대비 54% 증가한 수치임. 베트남 ‘간편조리식품’ 1인당 소비량은 지난 5년간 9%의 연평균성장률을 보였으며 2018년 256g을 기록함

유로모니터에 따르면, 베트남 ‘간편조리식품’ 시장 중 ‘냉동간편조리식품’ 시장은 지난 5년(2014-2018년)간 가장 큰 성장률을 기록함. 이러한 성장에는 베트남 도시를 중심으로 보급된 현대식 유통채널이 주효했던 것으로 분석됨. 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 편의점, 트레이드 센터(Modern Trade Center) 등의 현대식 유통채널은 일반적으로 ‘냉동간편조리식품’을 보관할 수 있는 냉동고를 갖추고 있기 때문임. 베트남 ‘냉동간편조리식품’ 시장의 선도 기업은 씨제이 까우째(CJ Cau Tre)와 비산(Vissan)으로, 스프링롤(Spring Roll)과 같은 베트남 전통음식을 냉동간편조리식품으로 출시하여 큰 인기를 끌고 있음¹⁸⁾

[표 1.6] 베트남 냉동간편조리식품 1인당 소비량¹⁹⁾

단위: 그램(g)



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
간편조리식품 1인당 소비량(g/명)	184	202	219	237	256	9%
냉동간편조리식품 1인당 소비량(g/명)	51	58	64	70	78	11%

자료 : 유로모니터(Euromonitor), 베트남 통계청(General Statistics Office of Vietnam)

18) 유로모니터(Euromonitor), 「Ready Meals in Vietnam」, 2019.10

19) 간편조리식품과 냉동간편조리식품의 1인당 소비량은 유로모니터에서 집계된 각 항목의 소비량을 베트남 통계청에서 집계한 연도별 인구수로 나눈 수치임

II. Market Trend

SUMMARY

1. 베트남 즉석식품 키워드 분포도 '면류 112건, 밥류 58건'
2. 베트남 즉석식품 특징 '맵고 신 맛, 소고기, 돼지고기, 새우 첨가'
3. 베트남 냉동 즉석밥 수요 미미 '상온 및 발열 포장 제품 인기'
4. 베트남 현미로 만든 즉석밥 인기



Market Trend

(시장트렌드)

베트남 (VIETNAM)

냉동밥 시장트렌드



즉석밥 연관 ‘현미, 떡, 라이스페이퍼’ 키워드 빈출
베트남에서 인지도가 높은 한국 C사의 즉석밥 핫반



즉석식품 연관 ‘매운(Spicy) 및 신(Sour)’ 빈출
한국 C사 등, 매운 즉석밥 제품 베트남 판매

■ Vietnam Issue ①

베트남 즉석식품 키워드 분포도

‘면류 112건, 밥류 58건’

1인당 즉석면 소비량 세계 1위의 베트남

■ Vietnam Issue ②

베트남 즉석식품 특징

‘맵고 신 맛, 소고기, 돼지고기, 새우 첨가’

신맛과 매운맛이 뒤섞인 시큼한 맛의 음식 선호



베트남 식품 소비자 중 49%
‘고품질 디자인으로 포장된 식품 선호’



증가한 도시 인구와 건강에 대한 관심
‘베트남 영양가 높은 현미에 대한 수요 증가’

■ Vietnam Issue ③

베트남 냉동 즉석밥 수요 미미

‘상온 및 발열 포장 제품 인기’

중국 통아식품 발열 포장 즉석밥으로 베트남 젊은 세대 공략

■ Vietnam Issue ④

베트남 현미로 만든

즉석밥 인기

현미, 즉석밥 연관 제품 특징 키워드 중 최다 빈출

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

● **데이터 수집 소스원**
 (베트남 온라인 쇼핑몰 2개, 베트남 뉴스매체 4개)



● **데이터 분류 키워드집**
 (냉동즉석식품 및 냉동즉석밥)

● **데이터 분석 - 연관어 분석**



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.02
수집 데이터	831건

데이터 정제

정제 유형	냉동즉석식품, 냉동즉석밥
정제 데이터	654건

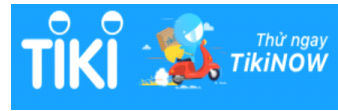
○ 빅데이터 수집

- 베트남 냉동밥 관련 데이터 소스원 리스트

[표 2.1] 베트남 데이터 소스원 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Shopee	shopee.vn	온라인쇼핑몰
02	Tiki	tiki.vn	온라인쇼핑몰
03	Giadinh	giadinh.net.vn	뉴스매체
04	Suckhoedoisong	suckhoedoisong.vn	뉴스매체
05	Doisongphapluat	www.doisongphapluat.com	뉴스매체
06	24h	www.24h.com.vn	뉴스매체
07	Dantri	dantri.com.vn	뉴스매체

[표 2.2] 베트남 냉동밥 데이터 수집 온라인 쇼핑몰



현지 주요 인기 제품 특징

현지 주요 인기 제품 특징

키워드 ①	냉동즉석식품 (Frozen Ready Meals)	키워드 ①	냉동즉석식품 (Frozen Ready Meals)
키워드 ②	냉동즉석밥 (Frozen Ready Rice)	키워드 ②	냉동즉석밥 (Frozen Ready Rice)

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 베트남 냉동밥 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 베트남 냉동밥 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거

참여기업	한국 개발사 사용 키워드
상위도출	상위 빈도 도출 키워드

분류	키워드			수립 근거(*)	
	의미	베트남어	영어	참여기업	상위 도출
즉석 냉동밥 (제품)	현미	Gạo lứt	Brown Rice		○
	김	Rong biển	Seaweed		○
	누룽지	Cơm cháy	Burnt(Dried) rice		○
	말린 닭고기	Khô gà	Dry chicken		○
즉석 냉동밥 (포장)	박스 포장	Thùng gói	Carton package		○
	푸드 박스	Hộp ăn	Food box		○
	발열 포장	Tự sôi	Self boil		○
	큰 유리병	Hũ to	Large jar		○
	런치 박스	Cơm hộp	Lunch box		○
즉석 냉동식품 (제품)	밥	Gạo	Rice	○	○
	현미밥	Gạo lứt	Brown rice		○
	떡	Bánh gạo	Rice cake		○
	라이스 페이퍼	Bánh tráng	Ricepaper		○
	누룽지	Cơm cháy	Burnt rice		○
	면	Mì	Noodles		○
	매운면	Mì cay	Spicy noodles		○
	튀김면	Mì xào	Fried noodles		○
	치킨면	Mì gà	Chicken noodles		○
소고기 쌀국수	Phở bò	Beef noodle soup		○	
즉석 냉동식품 (특징)	매운	Cay	Spicy		○
	소	Bò	Cow		○
	고기	Thịt	Meat		○
	치킨	Gà	Chicken		○
	새우	Tôm	Shrimp		○
	야채	Rau	Vegetable		○
	신	Chua	Sour		○
	콩	đậu	Bean		○
	칠리	ớt	Chili		○
	계란	Trứng	Egg		○
생선소스(느억맘)	Mắm	Fish sauce		○	

3) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 베트남 온라인 쇼핑몰 냉동즉석식품(Frozen Ready Meals) 관련 상품 인기순 나열
2. 인기순으로 나열된 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10페이지까지의 인기 상품 정보를 크롤링 함
(쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출
(상품명의 경우 문장이 짧고 중복 키워드가 적어 DF 값과 유사함)

※ 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.....	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)

[베트남 냉동즉석밥 관련 데이터 분석 결과]

구분	키워드	도출	구분	키워드	도출
즉석 냉동 식품 (제품)	면(Mi)	85	즉석 냉동 식품 (특징)	매운(Cay)	62
	밥(Gao)	27		소(Bò)	28
	현미밥(Gạo lứt)	14		고기(Thịt)	27
	매운면(Mì cay)	12		치킨(Gà)	25
	떡(Bánh gạo)	8		새우(Tôm)	17
즉석 냉동밥 (제품)	현미(Gạo lứt)	30	즉석 냉동밥 (포장)	박스 포장(Thùng gói)	7
	김(Rong biển)	19		런치 박스(Cơm hộp)	7
	누룽지(Cơm cháy)	6		푸드 박스(Hộp ăn)	6
	말린 닭고기(Khô gà)	5		발열 포장(Tự sôi)	5
				큰 유리병(Hũ to)	4

1. 베트남 즉석식품 키워드 분포도 ‘면류 112건, 밥류 58건’

- ▶ 베트남 즉석 면류 '매운면, 튀김면, 치킨면, 소고기 쌀국수' 키워드 빈출
- ▶ 1인당 즉석면 소비량 세계 1위 베트남 '최근 트렌드는 편리함과 프리미엄'

베트남 온라인을 통해 판매중인 즉석식품 제품 키워드 분석 결과, 면류는 '112건', 밥류는 58건이 각각 도출됨. 베트남은 세계 5위의 즉석면 수요국이며 연간 즉석면 1인당 소비량은 2018년 55개에 달해 세계 1위를 기록함²¹⁾

- ▶ 베트남 즉석 밥류 '현미, 떡, 라이스페이퍼, 껌짜이(누룽지)' 키워드 빈출
- ▶ 베트남에서도 인기가 높은 한국 즉석밥 '햇반'

베트남에서 즉석밥은 즉석면보다 수요가 적은 편이나 한국 C사에서 제조한 즉석밥인 '햇반'은 인지도가 높음. 베트남 즉석식품의 주요 소비층인 밀레니얼 세대는 조리 과정이 간단하고 쉬운 제품에 대한 관심이 높으며 햇반은 이러한 트렌드를 잘 반영하여 베트남 시장에 성공적으로 진출함²²⁾

베트남 햇반(Heatban)



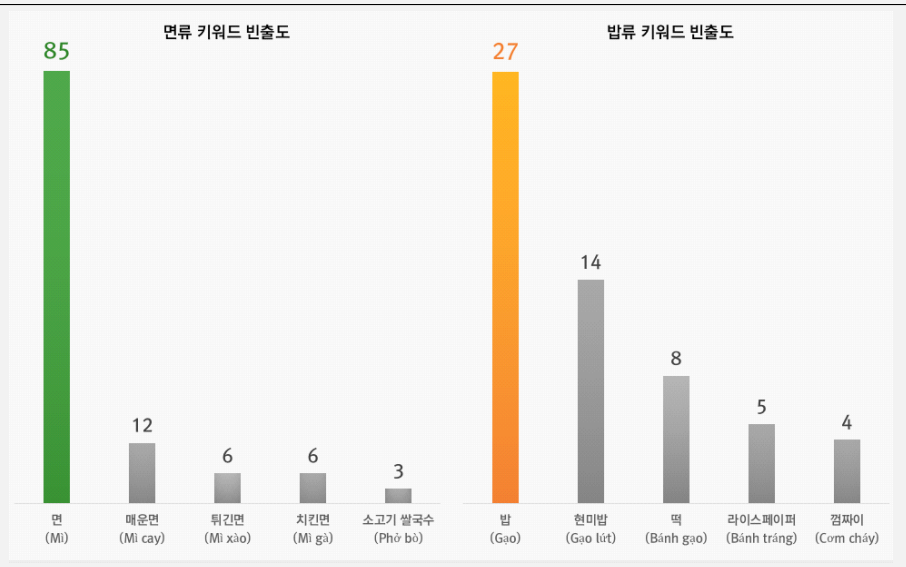
브랜드	CJ
용량	210g
단가	약 1,651원 ²⁰⁾ (3만 2,000동)

자료 : 슈피(Shopee)

▶ 베트남 즉석식품 연관 주요 발생 제품 키워드

- 면류(Mi) : 매운면, 튀김면, 치킨면
- 밥류(Gao) : 현미밥, 떡, 라이스페이퍼

[표 2.4] 베트남 온라인 판매 사이트 '냉동즉석식품' 연관 발생 제품 키워드 수



자료 : 베트남 온라인 쇼핑몰 내 '냉동즉석식품' 관련 게시물 548건 분석
 값 설명 : 해당 키워드 발생 건 수

20) 100동 = 5.16원(2020.03.11. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

21) 개핑월드(Gapping World), 「Việt Nam đứng thứ 5 thế giới về tiêu thụ mì ăn liền」, 2019.10.17

22) 타옹틴한국(Thongtinhanquoc), 「Cơm trắng ăn liền ngon hơn cơm mẹ nấu」, 2019.01.12

2. 베트남 즉석식품 특징 ‘맵고 신 맛, 소고기, 돼지고기, 새우 첨가’

▶ 베트남인이 선호하는 음식 맛 '맵고 신 맛'

열대지방에 위치한 베트남은 ‘신맛과 매운맛이 뒤섞인 시큼한 맛 음식’에 대한 선호도가 높은 국가로 알려져 있음²³⁾. 베트남 온라인 사이트를 통해 판매중인 즉석식품 키워드 분석 결과에도 ‘매운맛(Cay)과 신맛(Chua)’에 대한 키워드 빈출도가 각각 62건과 17건으로 높게 나타남

▶ 베트남 ‘동남아시아에서 가장 큰 돼지고기 소비 국가’

▶ 아프리카돼지열병 강타로 '대체 육류 및 수입 돼지고기 수요 증가 추세'

베트남은 동남아시아에서 가장 큰 돼지고기 소비 국가로 돼지 사육량은 약 2,800만 마리에 달함²⁴⁾. 다만 2019년 발병한 아프리카돼지열병으로 인하여 돼지고기 가격이 폭등하고 있으며 이로 인해 ‘대체 육류와 수입산 돼지고기’ 소비가 증가하고 있음²⁵⁾. 온라인에 등록된 즉석식품 키워드도 돼지고기를 대체하는 ‘소고기(Bò), 치킨(Gà), 새우(Tôm)’ 등의 대체육 키워드가 빈출됨

베트남 매운 즉석밥



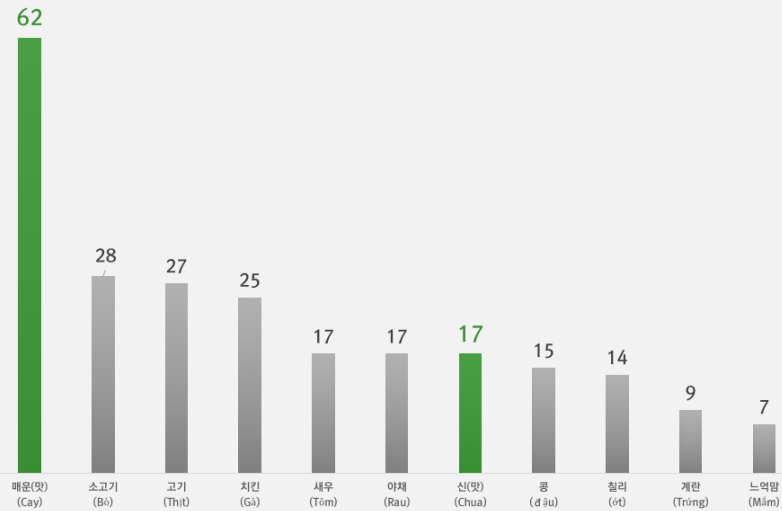
브랜드	CJ
용량	250g
단가	약 3,560원 (6만 9,000동)

자료 : 슈피(Shopee)

▶ 베트남 즉석식품 연관 주요 발생 제품 특징 키워드

① 매운(Cay) ② 소(Bò) ③ 고기(Thịt) ④ 치킨(Gà) ⑤ 새우(Tôm)

[표 2.5] 베트남 온라인 판매 사이트 ‘냉동즉석식품’ 연관 발생 제품 특징 키워드 수



자료 : 베트남 온라인 쇼핑몰 내 ‘냉동즉석식품’ 관련 게시물 548건 분석
값 설명 : 해당 키워드 발생 건 수

23) 토론토포(TorontoPho), 「What are the 5 Elements of Vietnamese Cuisine Used in Every Dish」, 2019.03.03

24) 피그333(Pig333), 「Vietnam is one of the World's top pork consumption countries」, 2018.05.02

25) 베트남넷(Vietnamnet), 「Thịt lợn tăng giá khó hiểu, hàng nhập ò ạt đổ về」, 2020.03.05

3. 베트남 냉동 즉석밥 수요 미미 ‘상온 및 발열 포장 제품 인기’

베트남 발열포장 즉석밥



브랜드	통이식품 (중국)
조리방식	자체발열
단가	약 4,128원 (8만 동)

자료 : 슈피(Shopee)

베트남 즉석밥(박스)



브랜드	통이식품 (중국)
조리방식	뜨거운 물
단가	약 3,870원 (7만 5,000동)

자료 : 슈피(Shopee)

- ▶ 도시락 형태로 포장된 ‘상온 보관 즉석밥’ 빈출
- ▶ 중국 통이식품, 발열 포장 즉석밥으로 ‘베트남 젊은 소비층 공략’

베트남 온라인 사이트에서 판매중인 즉석밥 제품 중 냉동 제품은 수요가 미미함. 베트남 시장에 판매중인 즉석밥 제품에 주로 사용되는 포장 용기는 ‘런치·푸드 박스’, ‘발열 포장’, ‘유리병 포장’ 형태임. 특히, 발열 포장 형태는 중국 통이식품에서 베트남 시장에 처음 선보였으며, 색다르고 간편한 조리 방법으로 새로움을 추구하는 베트남의 젊은 소비층으로부터 각광받고 있음²⁶⁾

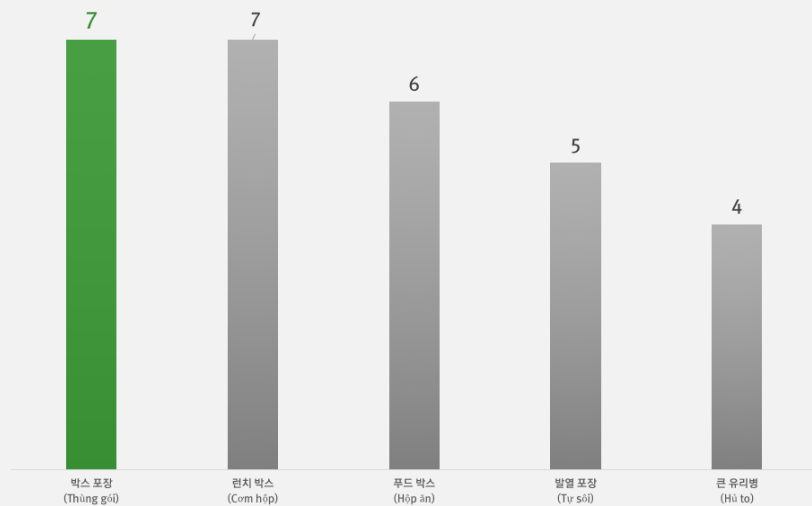
- ▶ 베트남 소비자의 49% ‘고품질 디자인의 포장 식품 선호’

베트남 일간지 단트리(Dantri)에 따르면, 베트남 소비자 중 49%가 프리미엄 디자인의 간편한 포장 식품을 선호하는 것으로 나타남. 베트남 도시의 인구와 소득 수준이 매년 빠르게 증가하면서 소형 날개 포장 제품에 대한 수요도 급증하고 있음. 특히 베트남 쇼핑객 중 88%는 쇼핑 할 때마다 새로운 포장 품목을 구매하고 있으며 ‘자체발열식품과 같은 신개념 방식의 포장’이 베트남 현지에서 주목받고 있음²⁷⁾

- ▶ 베트남 즉석밥 연관 주요 발생 포장 키워드

① 박스(Thùng gói) ② 런치박스(Cơm hộp) ③ 푸드박스(Hộp ăn)

[표 2.6] 베트남 온라인 판매 사이트 ‘냉동즉석밥’ 연관 발생 제품 포장 키워드 수



자료 : 베트남 온라인 쇼핑몰 내 ‘냉동즉석밥’ 관련 게시물 106건 분석
 값 설명 : 해당 키워드 발생 건 수

26) 유튜브(Youtube), 「CƠM HỘP TỰ SÔI 135K CÓ GÌ HOT? | NGÔ LAN HƯỜNG REVIEW」, 2019.05.31

27) 단트리(Dantri), 「Các xu hướng hàng đầu trong ngành đóng gói bao bì và in ấn nhãn mác」, 2018.08.14

4. 베트남 현미로 만든 즉석밥 인기

현미 즉석밥



브랜드	CJ
용량	210g
단가	약 1,651원 (3만 2,000동)

자료 : 푹판미앤박 (Thucphammienbac)

껌짜이(Cơm cháy)



브랜드	-
용량	500g
특징	말린 닭고기 믹스
단가	약 2,012원 (3만 9,000동)

자료 : 슈피(Shopee)

- ▶ 베트남, 건강에 대한 관심 증가로 현미밥 수요 증가
- ▶ 한국 CJ 현미 즉석밥, 베트남 시장 진출

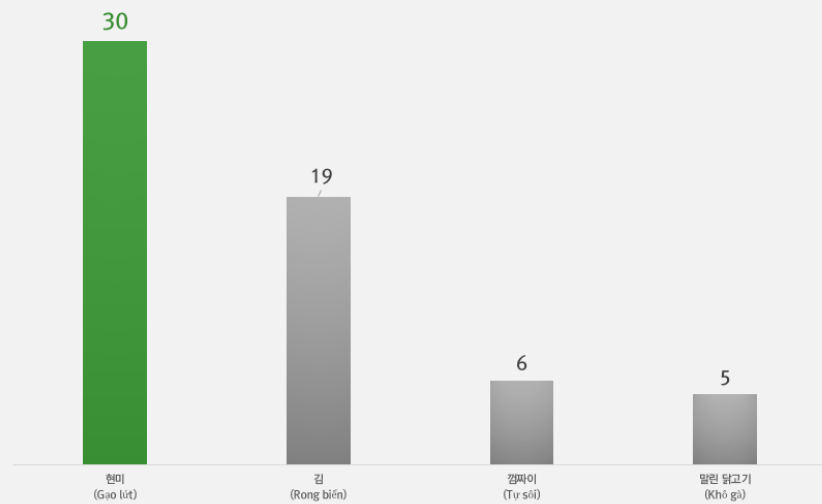
베트남 온라인 쇼핑몰에 등록된 즉석밥 관련 제품 키워드 분석 결과, 가장 많은 빈출도를 기록한 것은 '현미(Gao lút)'로 나타남. 세계 2위의 쌀 수출국인 베트남은 쌀을 이용한 다양한 식품 산업이 발달했으나 농업기술 부재 등으로 인해 현미에 대한 수요는 미미함. 그러나 최근 건강에 대한 관심과 소득 증가로 인하여 현미밥 수요가 증가하고 있는 추세임²⁸⁾

- ▶ 베트남 볶음밥 제품 관련 주요 빈출 키워드
누룽지 형태의 '껌짜이(Cơm cháy)' · 볶음밥 조미료 '김(Rong biển)'

현미 외 주로 빈출된 즉석밥 관련 키워드로는 껌짜이(베트남식 누룽지)와 김(볶음밥 조미료), 말린 닭고기 등이 있음. 베트남의 인기 간식 중 하나인 껌짜이는 말린 육류 등과 믹스되어 현지 시장에 공급되기도 함

- ▶ 베트남 즉석밥 연관 주요 발생 제품 키워드
① 현미(Gao lút) ② 김(Rong biển) ③ 부푼(Xốp)

[표 2.7] 베트남 온라인 판매 사이트 '냉동즉석밥' 연관 발생 제품 키워드 수



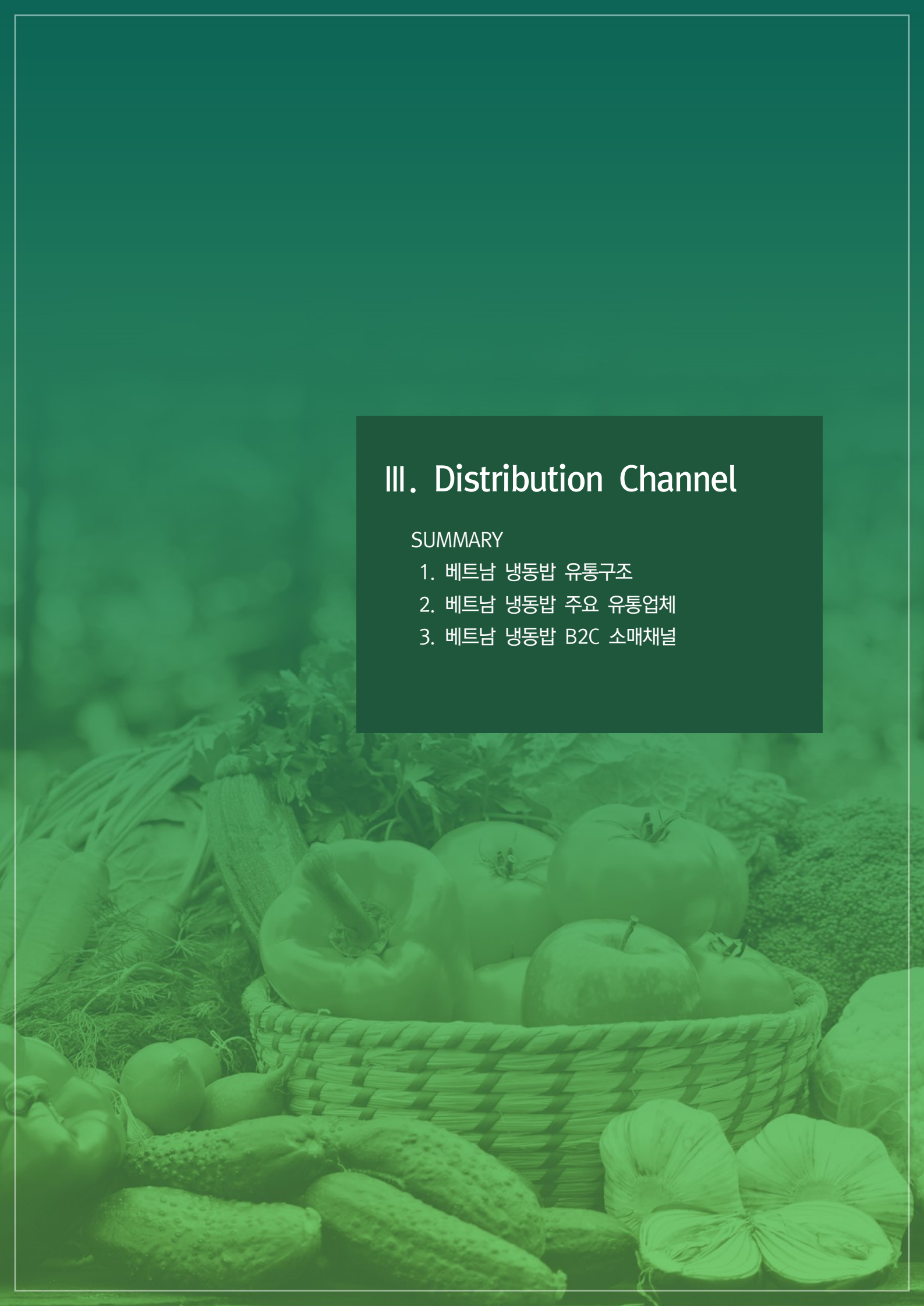
자료 : 베트남 온라인 쇼핑몰 내 '냉동즉석밥' 관련 게시물 106건 분석
값 설명 : 해당 키워드 발생 건 수

28) 티애우앤딩(Tieu&Dung), 「Vi sao ngày càng nhiều người lựa chọn gạo lút?」, 2018.10.23

III. Distribution Channel

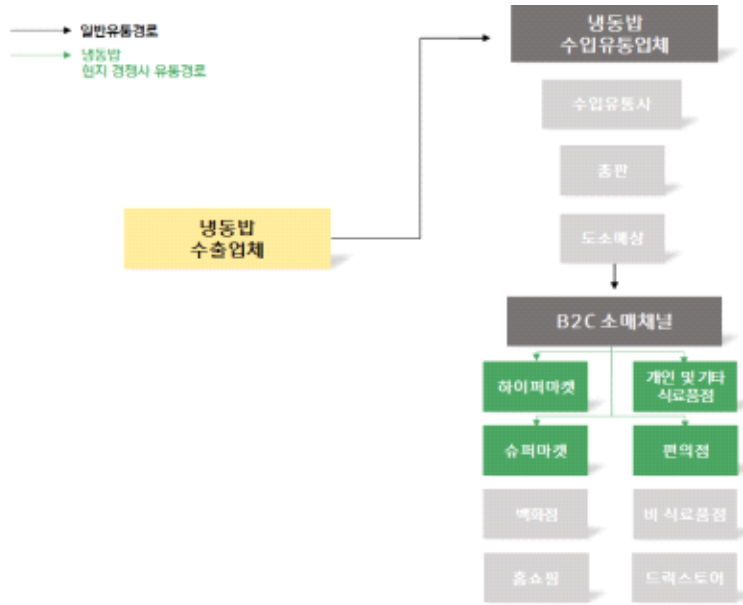
SUMMARY

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



Distribution Channel

(유통채널)



베트남 (VIETNAM)

냉동밥²⁹⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ³⁰⁾	주요 채널 ³¹⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	49.5%	콤포마트(Co.op Mart), 빅씨(Big C), 롯데마트(Lotte Mart), 이마트(E-Mart), 빈마트(VinMart), 이온몰(Aeon Mall)
	개인 및 기타 식료품점 ³²⁾³³⁾	49%	케이마켓(K-market), 오케이마트(OK Mart), 하치하치(Hachi Hachi), 사쿠코스토어(Sakuko Store), 소다푸즈(Soda Foods), 세이카마트(Seika Mart)
	편의점	1.2%	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

29) '냉동밥'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '간편조리식품(Ready Meals)'의 정보를 확인함

30) 2019년 기준, 베트남 내 '간편조리식품(Ready Meals)'의 유통채널 점유율임

31) 채널 분류에 따른 베트남 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨

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

33) 개인 및 기타 식료품점은 본 보고서에는 아시안마트를 조사함

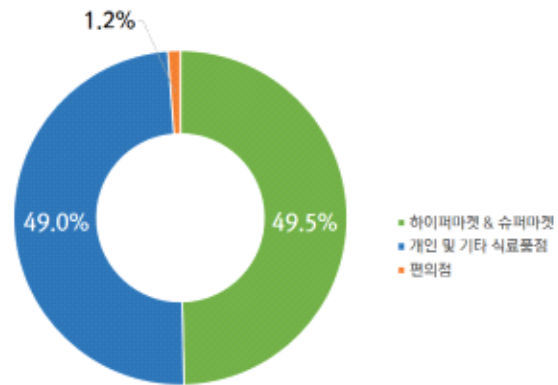
1. 베트남 냉동밥 유통구조

품목 구분 및 분류	
품목	냉동밥
구분	냉동밥
범주	간편조리식품 (Ready Meals)

▶ 베트남 냉동밥 주요 채널

‘하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(49.5%), 개인 및 기타 식료품점(49%), 편의점(1.2%)’

[표 3.1] 베트남 냉동밥 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 베트남 냉동밥 유통채널 현황

채널 유형	냉동밥 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	49.5%	콤포마트(Co.op Mart), 빅씨(Big C), 롯데마트(Lotte Mart), 이마트(E-Mart), 빈마트(VinMart), 이온몰(Aeon Mall)
	개인 및 기타 식료품점	49%	케이마켓(K-market), 오케이마트(OK Mart) 하치하치(Hachi Hachi), 사쿠코스토어(Sakuko Store), 소다푸즈(Soda Foods), 세이카마트(Seika Mart)
	편의점	1.2%	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 냉동밥 주요 유통업체

▶ 개인 및 기타 식료품점, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓이 대표적

[표 3.3] 베트남 냉동밥 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ³⁴ , 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	콤포마트 (Co.op Mart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 400억 달러 (약 48조 560억 원)	탑브이(Top V), 콤포마트(Co.op Mart), 루토사(Lutosa)	○
2	빅씨 (Big C)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 4억 4,300만 달러 (약 5,322억 2,020만 원)	비폰(Vifon), 오마치(Omachi), 크노르(Knorr)	○
3	롯데마트 (Lotte Mart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 2억 2,287만 달러 (약 2,677억 5,602만 원)	비산(Vissan), 엠보그(Emborg), A사	○
4	이마트 (E-Mart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 5,281만 달러 (약 634억 4,593만 원)	토파트(Thophat), 에스지푸드(SG Food), 비폰(Vifon)	○
5	빈마트 (VinMart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 38억 5,221만 달러 (약 4조 6,280억 원)	B사, 오야(Ohya), 까우째(Câu Tre)	○

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

34) 1달러=1,201.40원 (2020.03.11., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	이온몰 (Aeon Mall)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 2억 7,723만 달러 (약 3,330억 6,412만 원)	A사, 엘씨푸드(LC Foods), 나인티나인폴트리 (99 Poultry)	0
7	케이마켓 (K-market)	아시안마트	약 1억 924만 달러 (약 1,312억 4,094만 원)	C사, E사, F사	0
8	오케이마트 (OK Mart)	아시안마트	매장 수('20): 약 12개	C사, D사, G사	0
9	하치하치 (Hachi Hachi)	아시안마트	매장 수('19): 약 5개	아수작푸드 (Asuzac Foods), 마루찬(Maruchan)	0
10	라자다 (Lazada)	온라인	약 22억 6,600만 달러 (약 2조 7,224억 원)	D사, H사, 아수작오카유 (Asuzac Okayu)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 베트남 냉동밥 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 콤포마트(Co.op Mart)

	기업명	콤포마트(Co.op Mart)	
	홈페이지	www.co-opmart.com.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	매출액('18)	약 400억 달러 (약 48조 560억 원)
기타 규모		매장 수('19): 약 400개 ³⁵⁾	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1996년 설립 - 베트남 국영자본으로 운영되는 협동조합 형태의 소매점 - 사이공콤포(Saigon CO-OP) 그룹의 계열사로, 베트남 내 1위 소매 유통기업 - 오프라인 외 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 100번째 매장 오픈 - 2019년 6월 프랑스 소매업체인 오상베트남(Auchan Vietnam)을 인수 		
유사제품 정보		제품명	하까오미니 (Hà Cảo Mini)
		종류	냉동만두
		용량	450g
		원산지	베트남

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

35) 하이퍼마켓 콤포엑스트라플러스(CoopXtraplus) 매장을 포함한 수치

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<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, 베트남 제품을 주력으로 판매 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>1. 이메일을 통한 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 공개 메일로 송부 - 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 신상, 사업자등록증, 주소, 연락처, 이메일 주소 등) ② 공급자 비즈니스 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가 등) ③ 공급자 은행 계좌 정보 (은행 계좌 번호, 계좌 유형 등) ④ 참고자료 (샘플, 카탈로그, 회사소개서) <p>2. 직접 방문을 통한 등록</p>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: phonggdnc@saigonco-op.com.vn 전화: +84-(0)838-360-143 (내선번호: 1167) - 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 5,322억 2,020만 원)
기타 규모		매장 수(*19): 약 35개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1998년 ‘코라(Cora)’라는 이름으로 동나이성(Dong Nai)에 최초 설립 - 프랑스 대규모 소매점 운영사 카지노그룹(Casino Group)의 자회사 - 2003년 ‘Big C’로 개명 이후, 2016년 초 태국의 유통기업 센트럴그룹(Central Group)에 인수 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 대형마트, 슈퍼마켓 외 편의점도 운영 - 현재 베트남 온라인 서비스 구축 중 		
	 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 센트럴그룹, 약 3,000만 달러(약 357억 원) 규모의 투자 계획 발표 - 2019년 7월 VietGAP³⁶⁾ 인증 채소 브랜드 ‘라란(La Lanh)’ 런칭 		
유사제품 정보		제품명	짜오남동꼬 (Cháo Nấm Đông Cô)
		종류	즉석죽
		용량	70g
		원산지	베트남

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

36) VietGAP(Vietnamese Good Agricultural Practices): 베트남 농산물 우수 관리 제도, 농산물 생산, 수확 및 사전가공 농산물과 관련된 기술적 기준

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, 곡물류, 즉석식품, 면류, 소스류, 건강식품, 스낵류, 음료류, 유제품, 주류 등 - 일반: 생활용품, 유아용품, 침구류, 화장품, 사무용품, 가전제품 등 • 특이사항 <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 또는 이메일을 통한 등록</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 본사 구매 담당자: Mrs. Huyền 전화: +84-(0)972-077-67 	

자료: 빅씨(Big C) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 롯데마트(Lotte Mart)

	기업명	롯데마트(Lotte Mart)	
	홈페이지	lottomart.com.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	매출액('18)	약 2억 2,287만 달러 (약 2,677억 5,602만 원)
기타 규모		매장 수('19): 약 14개	
기업 기본 정보	기업 요약	<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 나뉘며 한국 롯데그룹은 전 세계 22개국을 대상으로 사업 운영 - 현재 베트남에 있는 롯데마트는 한국 롯데그룹이 운영 - 온라인 및 어플리케이션(App) 쇼핑서비스 '스피드롯데 (Speed Lotte)' 제공 	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2023년까지 매장 수를 40개로 확대할 계획 - 2021년 세계적으로 유명한 랜드마크인 베트남 하롱지역에 신규매장 오픈 예정 	
유사제품 정보		제품명	차자오(Chả giò)
		종류	냉동스프링롤
		용량	400g
		원산지	베트남

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 '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 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p> <hr/> <p>등록 방법 및 등록 정보</p> <p>이메일을 통한 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 담당자 메일로 송부 - 입점 후 약 3개월간의 매출을 확인하여 추가 입점 여부 체크 - 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) <hr/> <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 www.emartmall.com.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh)	
	규모	총매출('18)	약 5,281만 달러 (약 634억 4,593만 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('19): 약 1개	
	<ul style="list-style-type: none"> - 1993년 한국에서 사업 시작 - 2015년 베트남 첫 지사 설립 - 자체브랜드(PB)인 노브랜드(No Brand)를 내세우며 식음료(F&B) 및 엔터테인먼트 시설 등으로 구성 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2021년까지 베트남 시장에 약 4,600억 원을 투자하여 동남아시아 시장 공략 본격화를 발표 - 2019년 베트남 반부패 운동과 관련하여 호치민 지역 2호점 공사 중단 - 2019년 설립 4년 만에 첫 흑자를 달성 		
유사제품 정보		제품명	바잉바오타오판난닛 (Bánh Bao Thọ Phát Nhân Thịt)
		종류	냉동만두
		용량	500g
		원산지	베트남

자료: 이마트(E-Mart) 홈페이지, 뉴스1(News1), 인사이드비나(Insidevina), 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 이마트(E-Mart) 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: 스낵류, 음료류, 즉석식품, 곡류, 견과류, 신선식품, 유제품, 소스류 등 - 일반: 의류, 액세서리, 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"> - 독점브랜드로 ‘이마트(E-mart)’, ‘노브랜드(No Brand)’, ‘러빙홈(Loving Home)’ 보유 		
<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>홈페이지 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 Other의 Contact 클릭 - Contact Department에 ‘Purchase’ 선택하여 양식에 따라 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 이메일 주소, 전화번호 등 	
	<p>특이사항</p>	<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 6,280억 원)	
기업 기본 정보	기타 규모	- 매장 수('19): 약 111개 ³⁷⁾ - 직원 수('18): 약 200명		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2014년 11월 설립 - 2018년 소매시장에서 10년 이상 운영되어 온 피비마트 (Fivi Mart) 슈퍼마켓 23개 매장을 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)³⁸⁾과 합병 발표 - 2019년 5월, 베트남 최초의 가상 시스템을 도입 - 2019년 10월 일주일간 하노이와 호찌민에 위치한 빈마트 10개 매장에서 '한국 상품 주간'을 열고 한국 상품을 전시 판매하는 기획전 개최 			
유사제품 정보		제품명	왕고자	
		종류	냉동만두	
		중량	175g	
		원산지	한국	

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

37) 슈퍼마켓만 포함한 수치이며 이외에 약 1,800개 이상 빈마트플러스(Vinmart+) 편의점 보유

38) 베트남 식음료 제조 및 유통업체

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, 해산물, 육류, 즉석식품, 스낵류, 식료품, 주류, 음료류, 건강식품, 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 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>이메일을 통한 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 담당자 메일로 송부 (v.hoangl4@vincommerce.com) - 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 이메일: v.hoangl4@vincommerce.com 전화: +84-(0)24-7106-6866 	

자료: 빈마트(VinMart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



⑥ 이온몰(Aeon Mall)

	기업명	이온몰(Aeon Mall)	
	홈페이지	www.aeonmall-vietnam.com	
	위치	하노이(Hanoi)	
	규모	매출액('18)	약 2억 7,723만 달러 (약 3,330억 6,412만 원)
기업 기본 정보	기타 규모	- 매장 수('19): 약 5개 - 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 소매업체로 현재 베트남 내 5개의 매장을 보유 - 규모가 큰 대형 쇼핑몰 형태의 비즈니스가 특징이며, 지역 사회에 공헌하고자 소비자 라이프 스타일 향상이 목표 - 각 층마다 다양한 분야의 브랜드 소매점들이 입점 	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2020년 이온그룹, 베트남 이온몰에 20억 달러(약 2조 4,028억 원) 투자 계획 발표 - 2020년 하이퐁(Hai Phong)에 1개 매장을 추가 확장할 예정 - 2019년 12월 하동(Hà Đông)지역에 신규매장 오픈 		
유사제품 정보		제품명	햄버그 덮밥
		종류	즉석덮밥
		용량	280g
		원산지	한국

자료: 이온몰(Aeon Mall) 홈페이지, 이온몰(Aeon Mall) 페이스북 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor) 사진 자료: 이온몰(Aeon Mall) 홈페이지, 이온몰(Aeon Mall) 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: 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	<p>홈페이지를 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 홈페이지 Contact 클릭 - Contact to란의 Others 선택 - 정보 기입 후 제출 - 홈페이지 기입 정보: 담당자명, 회사명, 이메일 주소 등 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 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

2) 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 1,312억 4,094만 원)
		기타 규모	- 매장 수('19): 약 70개 - 직원 수('19): 약 750명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2006년 설립 - 한인회장이 운영하는 소매점 - 한인교민이 아닌 현지인을 타겟층으로 선정 - 국내 제품의 비중을 낮추고 수입제품의 수를 늘리는 추세 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 11월부터 2주 간 '강원한우 사골곰탕' 판촉 행사 진행 - 2019년 8월 한국산 양파 판촉 행사 진행 - 2019년 6월 하노이 물류센터 준공 		
유사제품 정보		제품명	왕만두
		종류	냉동만두
		중량	1.82kg
		원산지	한국

자료: 케이마켓(K-market) 페이스북 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 오프라인 매장조사
사진 자료: 케이마켓(K-market) 페이스북 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: 곡물류, 신선식품, 김치류, 냉동식품, 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 K-food 계열사 보유 - 같은 제품이라도 제조국가에 따라 가격이 상이 		
<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>유선연락 또는 이메일을 통한 등록</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) 	
<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: +84-(0)24-3352-2601 - 구매 담당자 연락처: hi.kim@k-market.vn 		

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"> - 설립된지 2년 이상 됨 - 한국식품과 생활용품을 수입판매하는 매장 - 호치민, 다낭, 붕따우, 빈동 지역에 매장 위치 - 베트남 남부지역 한국제품의 약 70%를 유통판매 담당 - 한국식품을 더 확대하여 판매하고자 하는 것이 목표 - 기업명은 시루티코리아(Sieuthikorea)로 매장 브랜드명과 다름 								
		 								
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 11월 한 달 동안 청정원, CJ, 오투기 같은 식품 브랜드를 포함하여 할인 프로모션 진행 - 2019년 어플리케이션 주문서비스인 위드유(WITH U)로 배달 서비스 진행 								
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>야채죽</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>즉석죽</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>287.5 g</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>한국</td> </tr> </table>	제품명	야채죽	종류	즉석죽	용량	287.5 g	원산지	한국
제품명	야채죽									
종류	즉석죽									
용량	287.5 g									
원산지	한국									

자료: 시루티코리아(Sieuthikorea) 홈페이지, 오케이마트(OK Mart) 페이스북 홈페이지, 오프라인 매장 조사
 사진 자료: 시루티코리아(Sieuthikorea) 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: 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 등 - 일반: 생활용품, 화장품, 헤어용품, 주방용품, 세제류, 욕실용품, 장난감류, 전자담배류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 한국제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 입점 제품 대부분이 한국제품 		
<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>유선 연락 또는 이메일을 통한 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> 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) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: hoangvyhieu.co@gmail.com 전화: +84-(0)7-7324-9999 	

자료: 시루티코리아(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 제품들은 중국, 한국, 인도, 폴란드산 제품으로 구성됨 - 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	차오남(CHÁO NẤM)
		종류	즉석버섯죽
		용량	39g
		원산지	베트남

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, 기능성식품 등 - 일반: 화장품, 주방용품, 유아용품, 청소용품, 생활용품, 문구류 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 대부분 일본 자국 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' 란을 클릭하고 입점 문의 진행 (hachihachi.com.vn/Lien-he) - 홈페이지 기입정보 : 담당자명, 이메일, 주소, 연락처, 문의내용	
	특이사항	- 문의사항 연락처 이메일: info@hachihachi.com.vn 전화: +84-(0)28-3588-8006 팩스: 84-(0)28-3588-8662	

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

3) 온라인



① 라자다 (Lazada)

	기업명	라자다 (Lazada)	
	홈페이지	www.Lazada.vn	
	위치	호치민 (Ho Chi Minh)	
	규모	매출액('18)	약 22억 6,600만 달러 ³⁹⁾ (약 2조 7,224억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 2012년 설립 - 2016년 알리바바(Alibaba)에 인수됨 - 동남아시아 최대 규모의 이커머스 기업으로 인도네시아, 말레이시아, 베트남 등 동남아시아 6개국에서 운영 - 월평균 사이트 방문자 수 1억 명 이상 기록하며 3억 개 이상의 제품이 등록 - 7개의 배달 대행업체와 계약을 체결, 베트남 전역으로 배송 서비스 운영 	
			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 11월 씨티뱅크(Citi bank)와 협업하여 신용카드 '라자다시티(Lazada Citi)' 출시 - 2019년 9월 '라즈몰(LazMall)' 런칭 1주년 기념 할인 행사 진행 - 2018년 10월 태국 배달서비스 닌자밴(Ninja Van), 편의점 세븐엘레븐(7-Eleven)과 협업하여 픽업매장 350개 추가적으로 운영 	
유사제품 정보		제품명	고추장제육덮밥
		종류	즉석밥
		용량	250g
		원산지	한국

자료: 라자다(Lazada) 홈페이지, 라자다그룹(LazadaGroup) 홈페이지, 알리바바 2018 연간보고서(Alibaba Annual Report 2018)

사진 자료: 라자다(Lazada) 홈페이지

39) 알리바바인터내셔널커머스(Alibaba International Commerce Retail) 사업 부문 통합 매출액

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건조식품, 건강보조식품, 스낵류, 캔디류, 음료류, 주류 등 - 일반: 의류, 가전제품, 악세서리류, 생활용품, 완구류, 스포츠용품, 약기류, 애완용품 등 <p>• 선호제품</p> <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 <p>• 특이사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 브랜드 공식스토어 혹은 100% 정품 인증, 15일 내 환불 가능 제품 및 신속 배송이 보장되는 공급업체 제품은 '라즈몰' 카테고리 따로 제공 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	<p>홈페이지 통해 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 영어로 언어 변경 - 홈페이지 상단 'Sell On Lazada' 클릭 후 'LAZGLOBAL' 선택 하여 계정 생성 후 입점 문의 진행 - 입점 절차는 계정 생성, 제품 등록, 제품관리 포탈 가입으로 진행됨 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일, 은행계좌번호 등) ② 공급 제품 정보 (물류창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 모든 제품 공급업체는 포탈 Seller Center 이용 - 문의사항 연락처: +84-19-0063-6857

자료: 라자다(Lazada) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 베트남 냉동밥 인증 취득
2. 베트남 냉동밥 사전 심사
3. 베트남 냉동밥 라벨 심의
4. 베트남 냉동밥 서류 준비
5. 베트남 냉동밥 세금 납부
6. 베트남 냉동밥 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 5~15% 	(*) 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 냉동밥 인증 취득

인증 취득

베트남으로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

냉동밥

냉동밥 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 베트남 수입 식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

베트남으로 냉동밥 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	20만원
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 900~1,000만원
BRC Food Safety		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
		서류	비용
		신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만원
FSSC 22000		절차	기간
		서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
		서류	비용
		신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만원

자료 : 각 인증기관

2. 베트남 냉동밥 사전 심사

사전 심사

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

냉동밥

냉동밥 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 규정 하였음. 그러나 2018년 관련 법률을 개정해 해당 등록 절차를 식품안전성 공표 절차로 간소화시킴. 이에 따라 일반가공식품은 기업이 자체적으로 식품안정성을 공표한 후 관련 서류를 관할기관에 제출할 수 있음. 한편, 건강기능성식품, 영유아식품, 의료용 식품등과 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	a. 자체 상품 공표서 - 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 - 지정된 검사기관 또는 ISO 17025 표준에 부합하는 공인 검사 기관을 통할 것 - 상품 공표 서류 제출일 기준 12개월 이내일 것 - 베트남 보건부의 식품안전기준 규정을 준수할 것
절차	a. 자체 상품 공표서 작성 및 지정기관 서류 제출 - 지정 기관 직접 방문 제출 또는 우편 송부 방식으로 제출 가능 b. 공표 정보 공시 - 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 냉동밥 라벨 심의

▶ 베트남 라벨 규정

[표 4.4] 베트남 라벨 표기사항

●	라벨 심의	
	베트남으로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	
●	냉동밥	
	냉동밥 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 베트남 명칭이 없거나 번역이 불가능한 화학물질,약품, 성분 등 법률이 정하는 명칭은 제외</p> <p>1.2mm이상(80cm2이하인 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 국가명이나 지역명으로 표기할 것 축약어는 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 비중 순으로 나열할 것</p>
			<p>식품첨가물 명칭 아래에 “Dùng cho thực phẩm(식품을 위해 사용됨)”의 문장을 최소 2mm이상 크기의 굵은 글씨체로 표기할 것</p>
		GMO식품	<p>제품에 “thực phẩm biến đổi gen (genetically engineered food)”를 표기 할 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 냉동밥 제품 라벨 샘플



[스티커 라벨]

스티커라벨(베트남어)

- ① 제품명 : Xoi chien phong
- ② 제조업체(San xuất tại) : DNTN dich vu thuong mai san xuất che bien thuy hai san Thien Khanh
Địa chỉ: Quoc lo 13 (cu) P. Hiep Binh Phuoc, Q.Thu Duc, TP. Ho Chi Minh.
Điện thoại: 372 720 79
Fax: 372 721 39
- ③ 원료(Thành phần) : Nep, dau xanh (20%)
Duong, muoi, nuoc cot dua
- ④ 조리방법(Huong dan su dung) :
Xa dong tu nhien, Xoi cat khoan vua (0.5-0.7)cm, Chien trong chao ngap dau, khi dau da soi tha tung khoan soi vao (khi chien ha nho lua)
Dung xeng tro mot vail an cho kho mat xoi, De hoi manh cho xoi phong deu hai mat, Cu the lat di lat lai den khi chin vang
- ⑤ 품질기준(Tieu chuan chat luong) :
Protein 3%-7%
- ⑥ 중량 : 500gram
- ⑦ 보관방법(Bao quan) : Trong ngan da tu lanh (-5 °C)
- ⑧ 유통기한 : NSX 15-01-20
HSD 15-05-20
- ⑨ 주의사항(Canh bao) : Khong dung san pham khi co mui la

스티커라벨(국문)

- ① 제품명 : 튀김용 찰쌀밥
- ② 제조업체 : 티엔 카잉 해산물 가공 및 무역 개인 사업장
주소: Quoc lo 13 (cu) P. Hiep Binh Phuoc, Q.Thu Duc, TP. Ho Chi Minh.
전화: 372 720 79
팩스: 372 721 39
- ③ 원료 : 찰쌀, 녹두 (20%), 설탕, 소금, 코코넛 주스
- ④ 조리방법 :
제품을 자연 해동 시키세요.
0.5-0.7cm의 크기로 자르세요.
프라이팬에 기름을 듬뿍 두르고 찰쌀밥을 하나씩 넣으세요.(튀길 때는 불을 줄여주세요)
납작한 주걱을 사용하여 찰쌀밥을 뒤집어 가며 튀겨주세요.
양면이 눌리도록 힘을 줘서 누르세요.
양면이 노랗게 변할 때까지 계속 튀기세요.
- ⑤ 품질기준(Tieu chuan chat luong) :
Protein 3%-7%
- ⑥ 중량 : 500그램
- ⑦ 보관방법 : 냉동보관(-5 °C)
- ⑧ 유통기한 : 제조일자 2020년 1월 15일
사용기한 2020년 5월 15일
- ⑨ 주의사항 : 제품에서 이상한 냄새가 날 경우에는 섭취하지 마세요.

4. 베트남 냉동밥 서류 준비

서류 준비

베트남으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

냉동밥

냉동밥 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

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

베트남으로 제품을 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 냉동밥 세금 납부

세금 납부

베트남으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

냉동밥

냉동밥 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 베트남 냉동밥 HS-CODE 1904.90.10, 관세율 0% 적용
- ▶ 한국-베트남 FTA 발효로 협정세율 '적용'

냉동밥 수입 시 베트남에서는 HS-CODE 1904.90.10(사전 조리된 쌀을 포함하는 쌀 조제품) 세율이 적용됨.⁴⁰⁾ 베트남으로 수입할 때 기본 세율은 35%가 적용되나 한국산 제품의 경우 2015년 12월 20일 발효된 한-베트남 FTA 체결로 0% 협정 세율이 적용됨. 관세 외에도 부가가치세가 추가로 부과되며, 제품의 품목에 따라 5%, 10%, 15%가 각각 적용됨

- 수입 서류 심사에 183달러(약 22만 원)⁴¹⁾ 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	1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품, 낱알, 플레이크 모양인 곡물(옥수수는 제외한다), 그 밖의 가공한 곡물(가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)	
	1904.90	기타	
	1904.90.9000	기타	
베트남	1904.90.10	사전 조리된 쌀을 포함하는 쌀 조제품	
관세	기본관세율		35%
	협정 세율		0%
부가가치세			5 ~ 15%

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 베트남 관세청

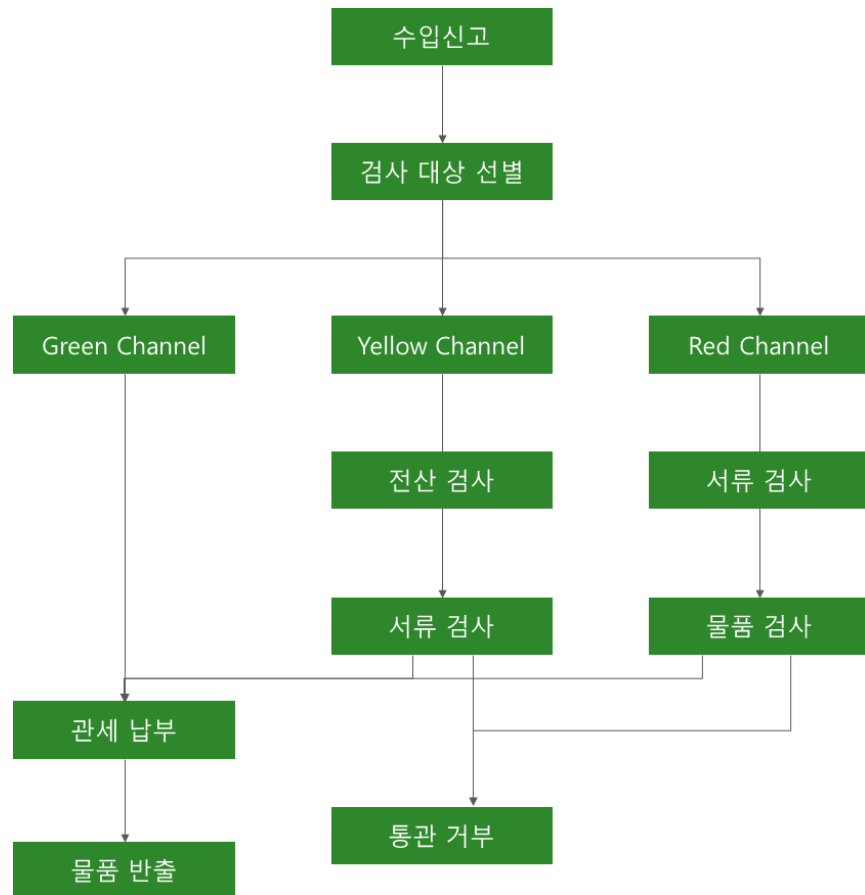
40) 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 1904.90 중 냉동밥에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 베트남 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있음. 베트남의 HS Code에 관하여 확인하기 위해서는 베트남 세관으로 문의할 수 있음

41) 1달러=1,201.40원 (2020.03.11., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 베트남 냉동밥 검역 심사 절차

- ▶ 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	Patulin	10 µg/kg

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

● 냉동밥

냉동밥 품목의
첨가물 규정은 KATI
식품첨가물 카테고리 분류
중 그 외 분류의
냉동식품으로 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	오르토인산	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 떡볶이(Teobokki)

Interview ② 까오탕(Cao Thang)

Interview ③ 파소(Faso)

Interview ④ 특팜한꾸옥다이홍팻

(Thuc Pham Han Quoc Dai Hong Phat)

Interview ⑤ 하바몰(Havamall)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Distribution



- 인터뷰 기업 : 떡볶이 (Teobokki) 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Quan (Director)

베트남에서의 냉동 볶음밥 수요는 낮음

베트남에서 떡볶이, 라면 등 한국산 즉석식품의 수요는 매우 많지만, 냉동 볶음밥의 수요는 낮습니다. 따라서 베트남 소매업체들은 냉동 볶음밥 제품을 취급하고 있지 않습니다.

대학가의 편의점과 대형마트에 납품할 것을 추천

냉동 볶음밥과 같은 즉석식품은 대학생들에게 수요가 많으므로, 대학가의 편의점과 대형마트에 납품할 것을 추천합니다.

Market Demand and Customers



- 인터뷰 기업 : 까오탕 (Cao Thang) 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Thăng (Director)

베트남에서의 한국산 가공식품은 수요가 많음

현지인들 사이에서 한국산 냉동 볶음밥의 인지도는 매우 낮으나, 김밥 등의 한국산 가공식품의 인지도는 매우 높습니다. 편의점, 슈퍼마켓 등 다양한 매장에서 한국산 가공식품을 취급하고 있으며, 수요 또한 매우 많습니다.

베트남에 거주하는 한국인을 주 타깃 고객으로 삼을 것을 추천함

현지인들은 따뜻한 음식을 저렴한 가격에 사 먹을 수 있으므로, 냉동 볶음밥을 선호하지 않습니다. 따라서 베트남에 거주하는 한국인을 타깃 고객으로 삼을 것을 추천합니다.

Market Customers and Distribution



- 인터뷰 기업 : 파소 (Faso) 수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Thu (Manager)

대학생들이 가공식품을 구매

가공식품의 주요 고객은 대학생으로, 밥을 제대로 챙겨 먹지 못하는 학생들은 집밥 대신 볶음밥 형태의 가공식품을 즐겨 먹습니다.

한인마트와 대형 편의점에서 한국산 가공식품의 수요가 많음

베트남의 다양한 소매업체에서 가공식품을 취급하고 있으며, 그중 한인마트와 대형 편의점에서 한국산 가공식품의 수요가 많습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Trend and Distribution



- 인터뷰 기업 : 특판한꾸옥다이홍팻
(Thực Phẩm Hàn Quốc Đại Hồng Phố)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Tam
(Owner)

현지인들은 냉동식품을 먹는 습관이 없음

베트남은 길거리음식과 음식점이 발달해 있어, 현지인들은 냉동식품을 먹는 습관이 없습니다. 하지만 최근 한류의 열풍으로 한국산 가공식품의 수요가 증가하고 있습니다.

한인마트와 편의점에 납품할 것을 추천함

베트남에 거주하는 한국인과 한식을 선호하는 소수의 젊은 현지인들에게서 냉동 볶음밥의 수요가 있을 것 같습니다. 따라서 이들을 주 고객으로 하는 한인마트와 편의점에 납품할 것을 추천합니다.

Market Preference and Distribution



- 인터뷰 기업 : 하바몰
(Havamall)
온라인 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Trinh
(Importing Department)

한국인과 젊은 현지인들이 한국산 가공식품을 선호함

베트남에 거주하는 한국인과 한류의 영향을 받은 18-35세 젊은 현지인들이 한국산 만두, 떡볶이, 라면 등의 가공식품을 선호합니다.

오프라인 매장에 진출할 것을 추천함

온라인 쇼핑몰은 제품 보관과 유통기한 등의 문제로 주로 일반 가공식품을 취급하므로 오프라인 매장에 진출할 것을 추천합니다.

Interview ① 떡볶이(Teobokki)

42)

떡볶이
(Teobokki)

전문가 소속

떡볶이
(Teobokki)
소매업체

전문가 정보

Mr. Quan
(Director)

teobokki
BÁNH GAO CAY
떡볶이



떡볶이(Teobokki)

Director, Mr. Quan

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2014년에 설립된 한국 식료품 전문 소매업체로, 현지 업체를 통해 납품받은 한국산 가공식품, 소스류, 김치, 치즈, 해조류 등을 취급하고 있습니다. 베트남에서 온라인 쇼핑몰과 약 3개의 오프라인 매장을 운영하고 있습니다.

Q. 베트남에서의 냉동 볶음밥 제품 수요는 어떠한가요?

베트남 소비자들 사이에서 떡볶이, 라면 등의 한국산 즉석식품 수요는 매우 많습니다. 하지만 현지인들은 냉동식품을 먹는 습관이 없어, 냉동 볶음밥의 수요는 낮습니다. 만약 냉동 볶음밥을 베트남으로 수출할 생각이라면, 베트남에 거주하는 한국인과 냉동 볶음밥을 먹어본 현지인을 타깃 고객으로 삼는 것이 좋을 것 같습니다.

Q. 현지인들이 선호하는 가공식품은 무엇인가요?

현지인들은 국수, 스프링롤, 죽 등의 가공식품을 선호합니다. 유명 브랜드로는 비폰(Vifon), 사이공푸드(Sai Gon Food), 한국 C사에서 약 70%의 지분을 보유한 씨제이까우찌푸드(CJ Cau Tre Food)⁴³⁾가 있습니다. 또한 최근에는 K-드라마 등 한류 열풍으로, 라면, 김밥, 떡볶이 등의 한국산 가공식품 수요가 증가하고 있습니다.

Q. 베트남에서의 제품 판매 시, 추천하는 판매처는 어디인가요?

베트남에서 냉동 볶음밥을 판매한다면, 대학가 편의점과 대형마트에 납품할 것을 추천합니다. 냉동 볶음밥과 유사한 가공식품은 밥하기 귀찮거나 요리할 시간이 많지 않은 대학생들에게서 수요가 있기 때문입니다.

42) 사진자료: 떡볶이(Tteokbokki) 홈페이지 (www.tteokbokki.vn)

43) 씨제이까우찌푸드는 베트남 식품업체로, 2017년 CJ 그룹이 지분을 70% 이상 확보한 이후 사업명을 까우찌(Cau Tre)에서 씨제이까우찌푸드로 변경함

Q. 제품 수출 시, 주의사항으로는 무엇이 있나요?

베트남으로 냉동 볶음밥 제품 수출 시, 베트남 식품안전법을 준수해야 합니다. 관련 규제로는 2010년 6월 17일에 발표된 55/2010/QH 12 식품안전법을 확인할 것을 추천합니다. 또한 제품 수출 전, 식품 위생과 안전 관련 인증을 취득해야 하고, 통관 시 해당 서류를 제출해야 합니다.

Interview ② 까오탕(Cao Thang)

44)

●
까오탕
(Cao Thang)

전문가 소속

까오탕
(Cao Thang)
소매업체

전문가 정보

Mr. Thăng
(Director)



까오탕(Cao Thang) Director, Mr. Thăng

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2015년에 설립된 한국 식료품 전문 소매업체로, 베트남에서 온라인 쇼핑몰과 오프라인 매장 1곳을 운영하고 있습니다. 한국산 가공식품, 통조림, 스낵류, 소스류 등을 취급하고 있으며, 현지 유통업체를 통해 납품받고 있습니다.

Q. 현지인들 사이에서 한국산 냉동 볶음밥의 인지도는 어떠한가요?

베트남에서 한국산 냉동 볶음밥의 인지도는 낮습니다. 하지만 최근 한국 드라마 열풍으로, 현지인들 사이에서 드라마에 나온 한국산 가공식품의 인지도가 매우 높습니다. 실제 편의점, 슈퍼마켓 등 다양한 업체에서 김밥 등의 한국산 가공식품을 취급하고 있으며, 제품의 수요 역시 매우 많은 것으로 알고 있습니다.

Q. 베트남에서의 냉동 볶음밥 판매 시, 수요가 있을까요?

베트남은 따뜻한 음식을 저렴한 가격에 먹을 수 있는 길거리 음식이 발달해 있어, 현지인들은 냉동 볶음밥을 선호하지 않으리라고 생각합니다. 또한, 만두와 피자를 제외한 냉동식품은 베트남 소비자들에게 매우 생소합니다. 따라서 베트남 시장 진출을 생각한다면, 현지인보다 베트남에 거주하는 한국인을 타겟 고객으로 삼는 것이 좋을 것 같습니다.

Q. 제품 판매 시, 추천하는 판매처는 어디인가요?

베트남에서 냉동 볶음밥을 판매한다면, 한국과 일본산 식료품을 전문으로 취급하는 마트에 납품할 것을 추천합니다. 일반 편의점, 슈퍼마켓은 냉동 볶음밥을 취급하지 않기 때문입니다. 또한 냉동 볶음밥은 동북아 사람들에게 수요가 많으므로, 한국과 일본산 식료품을 전문으로 취급하는 소매업체에 납품하는 것이 좋을 것 같습니다.

44) 사진자료: 까오탕(Cao Thang) 홈페이지 (www.thucphamhanquoc.vn)

Interview ③ 파소(Faso)

45)

파소
(Faso)

전문가 소속

파소
(Faso)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Thu
(Manager)



파소(Faso) Manager, Ms. Thu

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2013년에 설립된 한국 제품 전문 수입유통업체로, 가공식품, 스낵류, 음료류, 소스류, 감지 등의 식품과 가정용품, 화장품 등을 취급하고 있습니다. 한국에서 직접 제품을 수입하고 있으며, 빈마트(Vin Mart), 빅씨(Big C), 씨클케이(Circle K), 등 대형 마트로 납품하고 있습니다.

Q. 베트남에서의 냉동 볶음밥 수요는 어떠한가요?

아직 현지인들 사이에서 냉동 볶음밥의 인지도가 높지 않아, 냉동 볶음밥의 수요는 매우 적습니다. 당사 역시 이러한 이유로 냉동 볶음밥 취급을 망설이고 있습니다. 하지만 일반 가공식품은 대학생들 사이에서 수요가 많습니다. 밥을 제대로 챙겨 먹지 못하는 대학생들은 볶음밥 형태의 즉석식품을 즐겨 먹습니다.

Q. 현지인들 사이에서 인기가 좋은 가공식품은 무엇인가요?

현지인들 사이에서 죽, 만두, 스프링롤 형태의 가공식품 수요가 많습니다. 유명 브랜드로는 씨제이까우짜푸드, 비폰, 사이공푸드 등이 있습니다. 해당 브랜드 제품들은 전통적인 베트남 음식의 맛을 구현해, 현지인들 사이에서 인기가 매우 좋습니다. 이 밖에 한국, 대만, 중국에서 수입한 가공식품 또한 수요가 조금 있는 편입니다. 베트남에는 냉동 볶음밥이 흔하지 않아 가격에 대해 말씀드리기 어려울 것 같습니다만, 현지인들 사이에서 인기가 있는 죽 제품은 240g에 2만동(약 1,032원)⁴⁶⁾입니다.

Q. 제품의 판매처는 어디인가요?

편의점, 식료품점, 일반 슈퍼마켓 등 다양한 매장에서 가공식품을 취급하고 있습니다. 그 중, 한국에서 생산한 가공식품은 케이마켓(K Market), 롯데마트(Lotte Mart)의 한안마트 외에도 씨클케이, 비마트(B Mart) 등의 대형 편의점으로 유통되고 있습니다.

45) 사진자료: 파소(Faso) 홈페이지 (faso.com.vn)

46) 100동=5.16원(2020.03.11., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ④ 특팜한꾸옥다이홍팻 (Thuc Pham Han Quoc Dai Hong Phat)

47)

●
특팜한꾸옥다이홍팻
(Thuc Pham Han Quoc Dai
Hong Phat)

전문가 소속

특팜한꾸옥다이홍팻
(Thuc Pham Han Quoc
Dai Hong Phat)
소매업체

전문가 정보

Ms. Tam
(Owner)



특팜한꾸옥다이홍팻(Thuc Pham Han Quoc Dai Hong Phat) Owner, Ms. Tam

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2019년에 설립된 한국 식품 전문 소매업체로, 베트남에서 온라인 쇼핑몰과 오프라인 매장 1곳을 운영하고 있습니다. 현지 유통업체를 통해 납품받은 냉동식품, 가공식품, 통조림, 소스류, 스낵류, 음료류 등을 취급하고 있습니다.

Q. 베트남에서의 한국산 냉동 볶음밥 수요는 어떠한가요?

베트남에서의 냉동 볶음밥 수요는 매우 적습니다. 베트남은 길거리음식과 음식점이 발달해 있어, 현지인들은 냉동식품을 먹는 습관이 없기 때문입니다. 하지만 최근 한류 열풍으로, 현지인들 사이에서 김밥과 같은 한국산 가공식품의 수요가 증가하는 추세입니다.

Q. 냉동 볶음밥 판매 시, 추천하는 판매처는 어디인가요?

베트남에서 냉동 볶음밥을 판매한다면, 한인마트와 편의점에 납품할 것을 추천합니다. 아직 냉동 볶음밥을 취급하는 현지 업체를 본 적이 없어 주 고객에 대해 잘 알지 못하나, 해당 제품은 베트남에 거주하는 한국인이나 한식을 선호하는 젊은 현지인들에게서 인기가 있을 것으로 생각합니다. 따라서 한국인과 젊은 연령층을 주 고객으로 삼는 한인마트와 편의점에 납품하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q. 현지인들이 선호하는 냉동식품은 무엇인가요?

현지인들 사이에서 냉동식품의 수요는 적으나, 그나마 만두와 피자 형태의 냉동식품 수요가 조금 있는 편입니다. 현지인이 선호하는 냉동식품 브랜드로는 토팟덤플링(Tho Phat Dumpling)과 까우짜푸드가 있습니다.

47) 사진자료: 특팜한꾸옥다이홍팻(Thuc Pham Han Quoc Dai Hong Phat) 홈페이지 (thucphamhan.vn)

Interview ⑤ 하바몰(Havamall)

48)

하바몰
(Havamall)

전문가 소속

하바몰
(Havamall)
온라인 소매업체

전문가 정보

Ms. Trinh
(Importing Department)

havamall
online shopping mall



하바몰(Havamall)

Importing Department, Ms. Trinh

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2016년에 설립된 온라인 소매업체로, 냉동식품, 가공식품, 스낵류, 소스류 등의 식료품과 화장품, 유아용품, 가정용품 등을 취급하고 있습니다. 한국산 제품은 직접 수입하거나 현지 유통업체를 통해 납품받고 있습니다.

Q. 베트남에서의 한국산 가공식품 수요는 어떠한가요?

최근 코로나 19의 영향으로, 베트남에서 가공식품의 수요가 증가하고 있습니다. 그중 만두, 떡볶이, 라면 등의 한국산 가공식품은 베트남에 거주하는 한국인뿐만 아니라, 한류의 영향을 받은 18-35세의 젊은 현지인들 사이에서 수요가 많습니다. A사와 같이 냉동식품의 수요는 많지 않습니다.

Q. 현지인들이 선호하는 냉동식품은 무엇인가요?

앞서 말씀드렸듯이 현지인들 사이에서 냉동식품의 수요는 많지 않으나, 그나마 D브랜드와 토팻덤플링에서 출시한 만두 제품의 수요가 조금 있는 편입니다. 해당 제품의 주 고객은 젊은 부모로, 이들은 아이의 아침 식사로 만두를 구워줍니다. 당사에서 취급 중인 D브랜드 만두는 평균 600g에 7만 8,000-8만 5,000동(약 4,024-4,386원) 입니다.

Q. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 하나요?

냉동식품을 효과적으로 판매하기 위해, 오프라인 매장에 진출할 것을 추천합니다. 온라인 쇼핑몰은 제품 보관과 유통 기한 등의 문제로, 주로 일반 가공식품만을 취급하기 때문입니다. 또한, 가격 경쟁력을 갖출 것을 추천합니다. 베트남의 대표 길거리 음식인 반미는 한 개에 1만 9,500-2만 9,000동(약 1,006-1,497원)임을 고려해, A사 제품 역시 비슷한 가격대로 접근해야 한다고 생각합니다.

48) 사진자료: 하바몰(Havamall) 홈페이지 (www.havamall.com)

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Ready Meals in Vietnam」, 2019.10
2. 세계은행(WorldBank), 「Climbing the Ladder, Poverty Reduction and Shared Prosperity in Vietnam」, 2018
3. 「Alibaba Annual Report 2018」, Alibaba, 2018.

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center(www.trademap.org)
3. 외교부(www.mofa.go.kr)
4. 월드뱅크(www.worldbank.org)
5. 베트남 통계청(www.gso.gov.vn)
6. 슈피(Shopee), www.shopee.com
7. 개핑월드(Gapping World), gappingworld.com
8. 타웅틴한국(Thongtinhanquoc), thongtinhanquoc.com
9. 토론토포(TorontoPho), www.torontopho.com
10. 피그333(Pig333), www.pig333.com
11. 베트남넷(Vietnamnet), vietnamnet.vn
12. 유튜브(Youtube), www.youtube.com
13. 단트리(Dantri), dantri.com.vn
14. 티에우앤딩(Tieu&Dung), tieudung.vn
15. 하치하치(Hachi Hachi) 홈페이지 (hachihachi.com.vn)
16. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (www.euromonitor.com)
17. 콕마트(Co.opMart) 홈페이지 (www.co-opmart.com.vn)
18. 콕마트닷비엔(Coopmart.vn) 홈페이지 (coopmart.vn)
19. 빅씨(Big C) 홈페이지 (www.bigc.vn)
20. 인사이드리테일(Insideretailasia) 홈페이지 (insideretail.asia)
21. 노이타통팻(Noithathoangphat) 홈페이지 (noithathoangphat.com.vn)
22. 롯데마트(Lotte Mart) 홈페이지 (lottemart.com.vn)
23. 스피드롯데(Speed Lotte) 홈페이지 (speedlotte.vn)
24. 이마트(E-Mart) 홈페이지 (www.emart.com.vn)
25. 뉴스1(News1) 홈페이지 (news1.kr)
26. 인사이드비나(Insidevina) 홈페이지 (www.insidevina.com)
27. 빈마트(VinMart) 홈페이지 (www.vinmart.com)
28. 리테일인사이트네트워크(Retail Insight Network) 홈페이지 (bitly.kr/hqjdEY8R)
29. 이온몰(Aeon Mall) 홈페이지 (www.aeonmall-vietnam.com)
30. 케이마켓(K-market) 페이스북 홈페이지 (www.facebook.com/kmarketvietnam)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

31. 시루티코리아(Sieuthikorea) 홈페이지 (www.sieuthikorea.com.vn)
32. 박화산(Bach Hoa Xanh) 홈페이지 (www.bachhoaxanh.com)
33. 다우뚜(đầu tu) 홈페이지 (baodautu.vn)
24. 오케이마트(OK Mart) 페이스북 홈페이지 (bitly.kr/a3sZCIfH)
35. 라자다(Lazada) 홈페이지 (www.Lazada.vn)
36. 베트남 식품의약청 (FDA) (www.fda.moph.go.th)
37. 베트남 관세청 (www.customs.go.th)
38. 베트남 공중보건부 (www.moph.go.th)
39. 베트남 농업협동조합부 (eng.moac.go.th)
40. 관세법령정보포털 (UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
41. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
42. 떡볶이(Tteokbokki) 홈페이지 (www.tteokbokki.vn)
43. 까오탕(Cao Thang) 홈페이지 (www.thucphamhanquoc.vn)
44. 파소(Faso) 홈페이지 (faso.com.vn)
45. 특팜한꾸옥다이홍팻(Thuc Pham Han Quoc Dai Hong Phat) 홈페이지 (thucphamhan.vn)
46. 하바몰(Havamall) 홈페이지 (www.havamall.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

