



2020

해외시장 맞춤조사

No. | 202009-05

품목 | 단감(Sweet Persimmon)

국가 | 대만(Taiwan)

구분 | 시장분석형

Contents

| | |
|----------------|---|
| I. 요약(Summary) | 4 |
|----------------|---|

II. 시장규모(Market Size)

| | |
|-------------------|----|
| 1. 대만 단감 시장규모 | 13 |
| 2. 대만 단감 수출입 시장규모 | 14 |
| 3. 대만 단감 소비 시장규모 | 15 |

III. 시장트렌드(Market Trend)

| | |
|---|----|
| 1. 대만 현지산 단감 다수 판매, 수입산으로는 일본산 多 | 22 |
| 2. 대만 단감, '원추', '원미', '부유' 품종 중 부유만 다수 판매 | 23 |
| 3. 대만 단감 포장 및 판매 특징, 한국과 유사 | 24 |
| 4. 대만 단감 이슈, '감 페스티벌 개최', '한국 관광상품 곱감 소개' | 25 |

IV. 유통채널(Distribution Channel)

| | |
|-------------------------|----|
| 1. 대만 단감 진출 가능 유통구조 | 27 |
| 2. 대만 단감 진출 가능 주요 유통업체 | 28 |
| 3. 대만 단감 진출 가능 B2C 소매채널 | 30 |

Contents

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

| | |
|-------------------------|----|
| 1. 대만 단감 인증 취득 | 51 |
| 2. 대만 단감 사전 절차 | 54 |
| 3. 대만 단감 라벨 심의 | 57 |
| 4. 대만 단감 서류 준비 | 59 |
| 5. 대만 단감 세금 납부 | 60 |
| 6. 대만 단감 검역 심사 절차 | 61 |
| 7. 수출 대상국가(대만) 관련 규제 정보 | 62 |

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

| | |
|--|----|
| Interview ① 쉐웨이진코우쉐이구어요우시엔공사(全威進口水果有限公司) | 64 |
| Interview ② 허그온라인스토어(HUG網路超市) | 66 |
| Interview ③ 하우스하우스(好食好食) | 68 |
| Interview ④ 쯡징농찬짜이페이(仲菁農產宅配) | 69 |
| Interview ⑤ 대만행정원농업위원회(Council of Agriculture) | 71 |

VII. 시장진출제언(Export Insights)

| | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 75 |
|--------|----|

I . 요약(Summary)

Summary

▶ 주요 분석

| | | 수치 | 전문가 인터뷰 | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|---------|---|------------------------------|
| <p>기타 과일/과일 (과일 시장의 약 52.1%)</p> | <p>대한국 수입규모 (對글로벌 수입규모의 약 0%)</p> | 시장규모 | 과일: 280만 4,000톤 기타 과일: 162만 3,000톤 | 한국산 단감에 대해서 알고 있지만 수입 경험은 없음 |
| | | 수입규모 | 글로벌: 1억 9,950만 원 한국: (-) | |
| | | 소비 시장규모 | 대만 40대 인구: 373만 9,000명 대만 감 생산량: 3만 9,522톤 | |

▶ 소비트렌드 (빅데이터 분석)

| | | 연관 키워드 순위 | 전문가 인터뷰 |
|--|------------|---------------------------------|---|
| <p>단감 원산지: 와카야마, 리산, 타이중, 모티안링, 대만, 일본</p> <p>단감 품종: 지로, 흑설당</p> <p>단감 포장 및 판매: 박스, 온도차, 저장, 직접배송, 그룹량</p> | 단감 원산지 | 대만: 2nd / 56건 일본: 3rd / 52건 | 단감 마니아층은 당도가 높은 일본산 와카야마 흑설당 단감을 선호함 - 일본산 단감은 품질이 좋고 3-5일 내 항공 운송이 가능함 |
| | 단감 품종 | 부유: 1st / 25건 지로: 2nd / 24건 | |
| | 단감 포장 및 판매 | 박스: 1st / 42건 직접배송: 7th / 8건 | |

▶ 유통채널

| | | 시장 점유율 | 전문가 인터뷰 |
|---|--------------|--------|---------|
| <p>16.2% 11.2% 11.1%</p> <p>개인 및 기타 식료품점, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 온라인</p> | 개인 및 기타 식료품점 | 16.2% | (-) |
| | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | 11.2% | |
| | 온라인 | 11.1% | |

▶ 통관 및 검역

| | | 핵심 키워드 | 전문가 인터뷰 | |
|---|---------|---|--|---------|
| <p>Step 01 인증 취득 → Step 02 사전 절차 (대만 재정부 관세청 사전 기업등록) → Step 03 기업 등록 → Step 04 라벨 심의 (대만 보건복지부 식품안전 및 위생에 관한 법률 준수) → Step 05 서류 준비 → Step 06 선적/운송 → Step 07 통관 신고 → Step 08 세금 납부 (협정 관세율: 35% 적용) → Step 09 검역 심사</p> | 인증취득 | 필수: (-) 선택: GMP, HACCP, ISO 22000, IFS 등 | 단감을 수출하려면 한국 검역기관에서 발행한 수출식품위생증명서를 제출해야 함 - 수출국에서 검역을 거쳐 꽃노랑총채벌레에 감염되지 않았음을 증명해야 함 - 대만은 단감에 대한 수입쿼터제를 적용하지 않음 | |
| | 사전절차 | 필수: 사전 기업 등록 담당 기관: 대만 재정부 관세청 (CA, MOF) 대만 보건복지부 식품안전 및 위생에 관한 법률 준수 | | |
| | 라벨 표기사항 | 수입신고서 등 8건 | | |
| | 서류 준비사항 | 수입신고서 등 8건 | | |
| | 세금납부 | 기본 관세율 | | 50% |
| | | 협정 관세율 | | 35% |
| | | 판매세 | | 0-9.55% |

- ▶Point 01. 대만 소비자들은 대만 현지산 단감 및 일본산 단감 제품을 주로 소비함
- ▶Point 02. 대만 소비자들은 단감 구매 시 당도를 가장 중요한 구매요인으로 여기며, 수입산 단감의 경우 항공운송을 선호함
- ▶Point 03. 대만 식품 통관을 위해 기업 등록이 필요하며, 신선농산물은 식품검역증명서 발급 및 농약잔류허용량 규제 준수가 필수임

Market Size

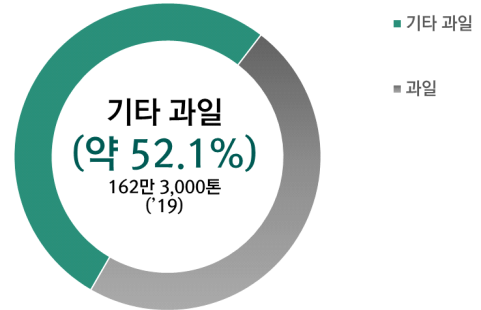
(시장규모)

대만(Taiwan)

단감 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(감)

- 대만 과일(Fruits)¹⁾ 시장규모 280만 4,000톤('19)
- 대만 기타 과일(Other Fruits)²⁾ 시장규모 **162만 3,000톤('19)**

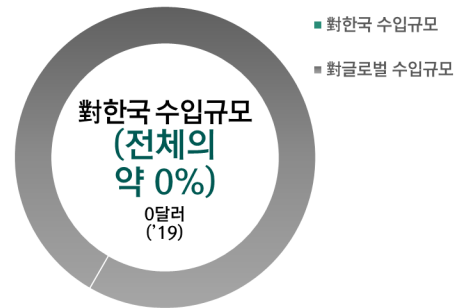


(*) Euromonitor International

단감 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(감)

- HS 0810.70³⁾ '신선 제품 과실류 중 감과 단감' 대만 對 글로벌 수입규모 17만 달러('19)
- HS 0810.70 '신선 제품 과실류 중 감과 단감' 대만 對 한국 수입규모 **0달러('19)**



(*) International Trade Centre

단감 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '단감'은 성별 및 연령별 제한 없이 남녀노소 섭취할 수 있는 신선 과일임. 이에 대만 단감 소비 가능 대상을 대만 인구 전체로 두고, 소비자 규모 파악을 위해 '대만 성별 및 연령대별 인구'를 조사함. 또한 단감은 대만 내에서 활발한 생산이 이루어지고 있는 과일임. 이에 대만 시장 진출 시 경쟁 제품이 될 수 있는 대만 현지 감의 생산량을 확인하기 위해 '대만 연도별 감 생산량'을 조사함

① 대만 성별 및 연령대별 인구분포('19)

| | |
|--------|-------------|
| 0-9세 | 203만 8,000명 |
| 10대 | 227만 6,000명 |
| 20대 | 315만 9,000명 |
| 30대 | 363만 8,000명 |
| 40대 | 373만 9,000명 |
| 50대 | 367만 7,000명 |
| 60대 | 299만 6,000명 |
| 70대 이상 | 225만 2,000명 |

② 대만 연도별 감 생산량('20)

| | |
|-------|-----------|
| 2015년 | 6만 929톤 |
| 2016년 | 6만 266톤 |
| 2017년 | 6만 3,115톤 |
| 2018년 | 8만 4,301톤 |
| 2019년 | 3만 9,522톤 |

(*) UN 유엔 경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 대만농업위원회(The Council of Agriculture)

1) 과일(Fruits): 바나나, 사과, 체리, 레몬 및 라임, 기타 과일 등 과일류를 포괄함

2) 기타 과일(Other Fruits): 망고, 감, 대추, 살구 등을 포괄함

3) HS CODE 0810.70: 조사제품 '단감'은 과일 중 감류에 속하는 제품임. 이에 제품의 종류(감)를 바탕으로 '신선 제품 과실류 중 감과 단감'을 포괄하는 HS CODE 0810.70을 지표로 설정함

Market Trend

(시장 트렌드)

대만(Taiwan)

단감 소비 실태 분석 결과

대만 '단감' 주요 연관어 분석



대만 '단감' 온라인 쇼핑물 리스트

| 연관어 | 발생량 |
|------|-----|
| 고산 | 82 |
| 모티안링 | 71 |
| 대만 | 54 |
| 일본 | 52 |
| 박스 | 42 |
| 부유 | 25 |
| 지로 | 24 |
| 타이중 | 17 |
| 리산 | 17 |
| ... | |
| 온도차 | 14 |

대만 온라인쇼핑물 단감 115건 분석



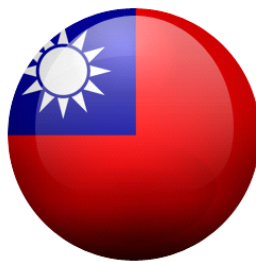
대만 '단감' 언론 매체

| 연관어 | 발생량 |
|------|-----|
| 가을 | 46 |
| 신푸현 | 32 |
| 대만 | 31 |
| 자이현 | 28 |
| 지역 | 25 |
| 꽃감 | 22 |
| 신주현 | 20 |
| 축제 | 19 |
| 한국 | 13 |
| ... | |
| 관광여행 | 11 |

대만 뉴스매체 단감 315건 분석

단감 원산지

대만 56건
일본 52건



대만 고산지대
단감 많이 판매

단감 품종

부유 25건
지로 24건



부유 품종의
단감 많이 판매

단감 포장

박스 42건
그물망 11건



박스 형태의
감 포장 대부분

단감 이슈

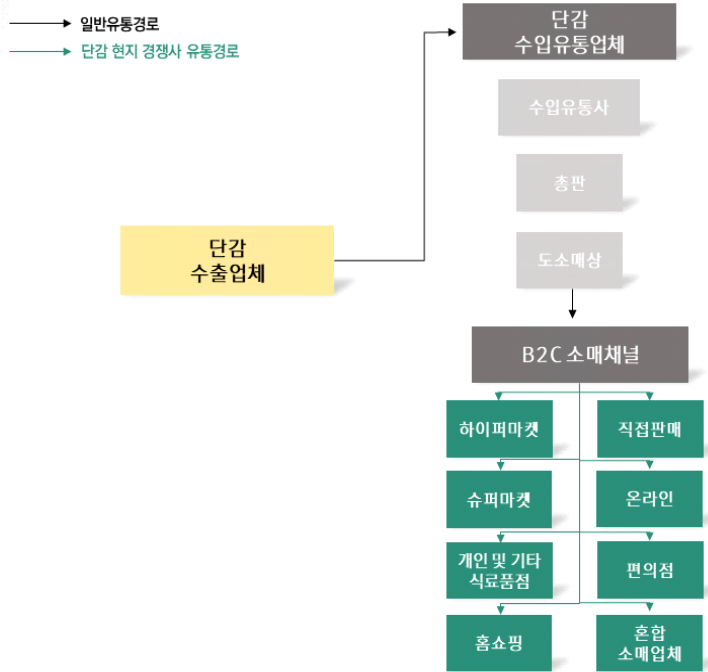
축제 19
한국 13



지자체 감 축제
한국 꽃감 많이 판매

Distribution Channel

(유통채널)



대만(Taiwan)

단감 진출 가능 유통채널 현황⁴⁾⁵⁾⁶⁾

| 채널 유형 | 채널 분류 | 점유율 | 주요 채널 ⁷⁾ |
|-----------|----------------------------|-------|---|
| B2C 소매 채널 | 개인 및 기타 식료품점 ⁸⁾ | 16.2% | 타이핑양시엔후오(太平洋鮮活), 그린앤세이프(Green&Safe), 이청웨이구어디엔(一成蔬果店), 푸칭칭구어싱(傅青青果行) |
| | 혼합 소매업체 | 13.3% | 웬둥바이화(遠東百貨) |
| | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | 11.2% | 까르푸(Carrefour), 알티마트(RT Mart), 피엑스마트(PX mart), |
| | 온라인 | 11.1% | 쇼피(Shopee), 모모샵(Momo Shop) |
| | 편의점 ⁹⁾ | 8.1% | 세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart) |
| | 직접판매 | 3.4% | 암웨이(Amway) |
| | 홈쇼핑 및 기타 | 1.3% | 동선(東森), 선선(森森) |

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

4) 2019년 기준, 대만 내 '소매판매(Retailing)' 점유율임

5) '단감'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여 '소매판매(Retailing)'의 정보를 확인함

6) 대만 유통채널의 35.4%를 차지하는 비(非) 식료품점은 식료품을 취급하지 않아 단감 진출 가능 유통채널에서 제외함

7) 채널 분류에 따른 대만 유통채널로 현지 외국계 기업도 포함됨

8) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 청과점을 포괄함

9) 편의점은 주유소 매점을 포함함

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

| 구분 | 내용 | 참조처 |
|------------------|--|--|
| Step 01. 인증 취득 | <ul style="list-style-type: none"> • 신선농산물 강제 인증 無 - 식품 수출을 위한 인증 획득 불필요 | (*) 대만 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov.tw |
| Step 02. 사전 심사 | <ul style="list-style-type: none"> • 수출 전 사전 심사 불필요 - 품목 분류 사전 확인 필요 - 기업 등록필요 - 수입 검역 조건 확인 필요 - 식물위생증명서 발급 필요 | (*) 대만 보건복지부 - 문의처 : www.mohw.gov.tw (*) 대만 관무서 - 문의처 : web.customs.gov.tw |
| Step 03. 라벨 심의 | <ul style="list-style-type: none"> • 라벨 표기사항 - 대만 라벨 규정 준수 의무 | (*) 대만 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov.tw |
| Step 04. 서류 준비 | <ul style="list-style-type: none"> - 일반 서류 - 원산지증명서 | (*) 대만 관무서 - 문의처 : web.customs.gov.tw |
| Step 05. 선적 및 운송 | <ul style="list-style-type: none"> • 포워딩 업체 섭외 | |
| Step 06. 통관 신고 | <ul style="list-style-type: none"> • 수입 신고 - 서면 또는 온라인 시스템(EDI · XML)을 이용하여 신청 - 상업송장, 화물인도지시서, 위임서 등 | (*) 대만 관무서 - 문의처 : web.customs.gov.tw |
| Step 07. 세금 납부 | <ul style="list-style-type: none"> • HS-CODE 0810.70-00005 사용 • 관세율 35% • 부가가치세 5% | (*) 대만 관세청 - 문의처 : etaipei.customs.gov.tw |
| Step 08. 검역 심사 | <ul style="list-style-type: none"> • 현장검사 <ul style="list-style-type: none"> - 문서검사, 일반검사, 강화검사 등 3가지 검사 실시 • 실험실검사 <ul style="list-style-type: none"> - 현장검사 외에 별도의 검역이 필요하다고 판단되는 수입제품에 한하여 실시 | (*) 대만 표준검험국 - 문의처 : www.bsmi.gov.tw (*) 대만 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov.tw (*) 대만 행정원 농업위원회 - 문의처 : www.eng.coa.gov.tw |

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 첼웨이진코우웨이구어오우시엔공스
(全威進口水果有限公司)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Zheng
(General Manager)

대만 내 일본산 단감의 수요가 가장 높음

현재 대만 시장에서는 일본산 단감의 수요가 가장 높습니다. 대만 소비자들은 과일 구매 시 품질에 대한 기준이 높아 품질이 우수한 일본산 과일을 선호하고 있습니다.

단감 구매 시 생산 시기보다는 원산지를 중시

단감은 성숙기에 따라 생산 시기가 달라지는데, 생산 시기는 출시 시기와 직결되어 있어 판매에 영향을 미치지만, 소비자들은 생산 시기보다는 원산지를 더 중요시합니다.

Market Trend and Preference



- 인터뷰 기업 : 허그온라인스토어
(HUG網路超市)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Lin
(Manager)

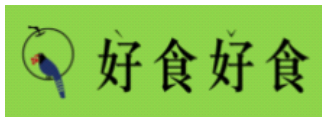
80%는 현지산 단감 구매, 일본산 흑설탕 단감도 인기

대만 내 단감 구매량의 약 80% 정도는 현지산이며 단감을 좋아하는 마니아층은 더 당도가 높은 일본산 와카야마 흑설탕 단감을 구매하기도 합니다. 단감 구매 시 당도를 가장 중요시하며 고당도의 단감일수록 선호도가 높습니다.

일본산 흑설탕 단감, 당도가 매우 높고 품질이 좋음

일본산 와카야마 흑설탕 단감은 1개당 260g인 단감 10~13개입 1박스에 3,600대만달러(한화 약 14만 5,120원)에 판매되고 있습니다. 해당 품종의 생산 시기는 10월 중순에서 11월 초까지이며 당도가 매우 높고 품질이 좋아 선호도가 높은 편입니다.

Market Awareness and Preference



- 인터뷰 기업 : 하오스하오스
(好食好食)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Wu
(Sales Manager)

한국산 단감보다 사과, 배에 대한 인지도가 높은 편

대만에서는 수입산 단감 중 일본산 단감에 대한 인지도가 가장 높습니다. 그러나 이에 비해 한국산 단감은 아직 잘 알려지지 않았습니다. 단감보다는 오히려 한국산 사과나 배에 대한 인지도가 높은 편입니다.

1개당 250g인 7A 등급의 단감 선호도가 가장 높음

감은 무게에 따라 200g은 6A, 250g은 7A, 300g은 8A, 350g은 9A, 그 이상은 10A로 분류됩니다. 저희 업체의 경우 7A, 8A, 9A 제품을 판매하고 있으며 7A 등급의 단감이 가장 인기가 좋습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Trend and Promotion

Rakuten 樂天市場

- 인터뷰 기업 : 종정농찬짜이페이
(仲菁農產宅配)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Chen
(Manager)

일본산 단감 주문 후 2-3일 내로 직배송 가능

현재 대만으로 가장 많이 수입되고 있는 단감은 일본산이며 일반적으로 항공 운송을 많이 이용하기 때문에 주문 후 2-3일 내로 배송됩니다.

과일은 할인 프로모션에 적합하지 않음

신선 과일의 경우 신선도 유지 기한이 있기 때문에 할인 프로모션 행사에는 적합한 품목이 아닙니다. 홍보와 판매 사이에 시간 차가 있다 보니 과일의 신선도도 떨어지고 냉장 비용이 크게 상승합니다.

Market Barrier and Regulation



行政院農業委員會
動植物防疫檢疫局

- 인터뷰 기업 : 대만행정원농업위원회
(Council of Agriculture)
- 인터뷰 담당자 : Mr. Chen
(Consultant)

수출식물위생증명서와 병충해 무감염 증명은 필수

대만으로 단감 수출을 위해서는 한국 검역기관에서 발행한 수출식물위생증명서 (PC, Phytosanitary Certificate)를 제출해야 하며 꽃노랑총채벌레(Frankliniella occidentalis)에 감염되지 않았음을 증명해야 합니다.

필수 인증 無, 수입쿼터 無

현재 대만에서는 수입산 단감에 대한 수입쿼터제를 적용하고 있지 않으며 수입 단감에 대하여 필수적으로 요구하는 인증은 없습니다.

II. 시장규모(Market Size)

1. 대만 단감 시장규모
2. 대만 단감 수출입 시장규모
3. 대만 단감 소비 시장규모

1. 대만 단감 시장규모

조사 시장: 조사제품 '단감'은 과일 중 감류에 속하는 제품임. 이에 제품의 종류(감)를 바탕으로 망고, 감, 대추, 살구 등을 포괄하는 '기타과일'과 그 상위품목인 '과일'의 시장규모를 조사함

대만 국가 일반 정보¹⁰⁾

| | |
|-----------|-----------------------|
| 면적 | 36,000km ² |
| 인구 | 2,360만 명 |
| GDP | 6,112억 달러 |
| GDP (1인당) | 2만 5,909달러 |

▶ 2015-2019년, 대만 '과일' 시장규모 연평균성장률 3%

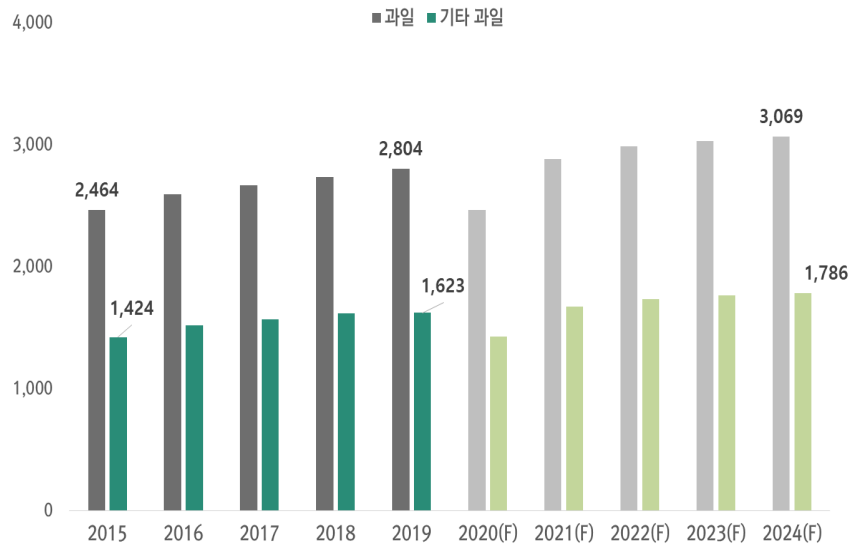
지난 5년(2015-2019년)간 대만의 '과일' 시장규모는 연평균 3% 증가하여 2019년 280만 4,000톤을 기록함. 동기간 '기타 과일' 시장규모는 연평균 3%의 성장률을 보이며 2019년 162만 3,000톤을 기록함

▶ 2020-2024년, 대만 '기타 과일' 시장 연평균성장률 6% 예측

향후 5년(2020-2024년)간 대만 '과일' 시장규모는 연평균 6% 증가해 2024년 306만 9,000톤을 기록할 것으로 예상됨. 동기간 '기타 과일' 시장규모는 연평균 6%의 성장률을 보이며 2024년 178만 6,000톤을 기록할 것으로 예측됨

[표 2.1] '과일', '기타 과일' 시장규모

단위 : 천 톤



| 분류 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | CAGR (15-'19) |
|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------------|
| 상위 품목 과일 | 2,464 | 2,593 | 2,670 | 2,736 | 2,804 | 3% |
| 해당 품목 기타 과일 | 1,424 | 1,517 | 1,570 | 1,617 | 1,623 | 3% |
| 전망 | 2020(F) | 2021(F) | 2022(F) | 2023(F) | 2024(F) | CAGR (20-'24) |
| 상위 품목 과일 | 2,464 | 2,881 | 2,985 | 3,033 | 3,069 | 6% |
| 해당 품목 기타 과일 | 1,430 | 1,675 | 1,737 | 1,766 | 1,786 | 6% |

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

10) 외교부(www.mofa.go.kr), 2020

2. 대만 단감 수출입 시장규모

HS CODE 0810.70 : 조사제품 '단감'은 과일 중 감류에 속하는 제품임. 이에 제품의 종류(감)를 바탕으로 '신선 제품 과실류 중 감과 단감을 포괄하는 HS CODE 0810.70을 지표로 설정함

▶ 2015-2019년, 대만 對글로벌 수입액 연평균성장률 8%

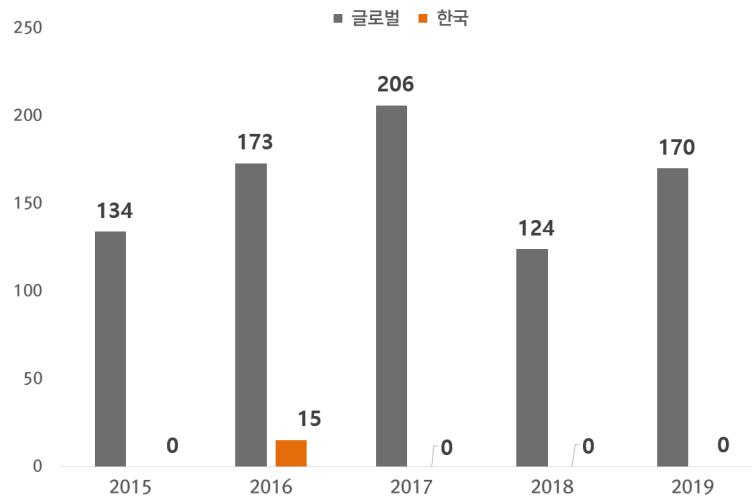
대만 HS CODE 0810.70 對글로벌 수입액은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 8%의 성장률을 보이며, 2019년 17만 달러를 기록함. 2015년 약 13만 4,000달러였던 對글로벌 수입액은 2017년까지 꾸준히 증가하였으나, 2018년 전년 대비 12% 감소한 12만 4,000달러를 기록하였음. 2019년 대만 HS CODE 0810.70 품목의 수입상대국 1위 국가는 일본으로 16만 달러(1억 8,933만 원)의 수입 규모를 기록함. 이는 전체 수입액의 95%에 해당하는 수치임

▶ 2016년, 대만 對한국 수입액 1만 5,000달러

2019년 대만 HS CODE 0810.70 품목의 對한국 수입액은 없는 것으로 확인됨. 대만 HS CODE 0810.70 품목의 對한국 수입액은 2016년 1만 5,000달러의 수입이 이루어진 후 3년(2017-2019년)간 확인되지 않음

[표 2.2] HS CODE 0810.70 수입 규모¹¹⁾¹²⁾

단위 : 천 달러



| 분류 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | CAGR* ('15-'19) |
|-------------|----------------------|--------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------|
| 대만 對글로벌 수입액 | 134 (1억 5,725만 원) | 173 (2억 302만 원) | 206 (2억 4,174만 원) | 124 (1억 4,551만 원) | 170 (1억 9,950만 원) | 8% |
| 대만 對한국 수입액 | - | 15 (1,775만 원) | - | - | - | - |

자료 : ITC(International Trade Centre) HS CODE 0810.70 기준

11) 1달러=1,173.50원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

12) 환산된 데이터(단위: 원)는 천 단위에서 모두 반올림됨

3. 대만 단감 소비 시장규모

1) 대만 성별 및 연령대별 인구규모

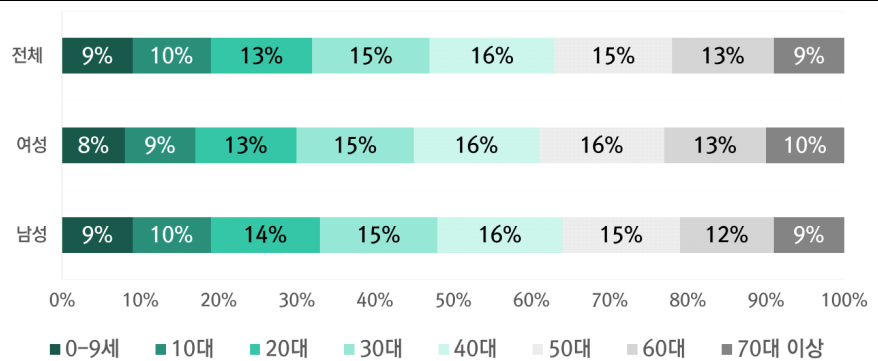
조사제품 '단감'은 성별 및 연령별 제한 없이 남녀노소 섭취할 수 있는 신선 과일임. 이에 대만 단감 소비 가능 대상을 대만 인구 전체로 두고 소비자 규모 파악을 위해 '대만 성별 및 연령대별 인구'를 조사함

▶ 2019년 대만 연령대별 인구, 40대가 16%로 가장 많아

유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)에 따르면, 2019년 대만 총 인구는 약 2,377만 5,000명이며 남녀성비는 약 50대 50임. 남성 인구는 약 1,182만 4,000명이며 여성 인구는 약 1,195만 명임. 이 중 40대 인구가 373만 9,000명으로 가장 많았으며, 전체 인구의 16%를 차지함

[표 2.3] 2019년 대만 성별 및 연령대별 인구규모¹³⁾¹⁴⁾

단위 : %, 천 명



| 연령대 | 전체(천 명) | 비율(%) | 여성(천 명) | 비율(%) | 남성(천 명) | 비율(%) |
|--------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|
| 0-9세 | 2,038 | 9 | 981 | 8 | 1,057 | 9 |
| 10대 | 2,276 | 10 | 1,091 | 9 | 1,185 | 10 |
| 20대 | 3,159 | 13 | 1,525 | 13 | 1,634 | 14 |
| 30대 | 3,638 | 15 | 1,807 | 15 | 1,831 | 15 |
| 40대 | 3,739 | 16 | 1,887 | 16 | 1,853 | 16 |
| 50대 | 3,677 | 15 | 1,875 | 16 | 1,802 | 15 |
| 60대 | 2,996 | 13 | 1,557 | 13 | 1,439 | 12 |
| 70대 이상 | 2,252 | 9 | 1,228 | 10 | 1,024 | 9 |

자료 : UN 유엔 경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision」, 2019

13) 자료 : 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision」, 2019

14) 비율(단위: %)은 소수점 단위에서 모두 반올림됨

조사제품 '단감'은 대만 내에서 활발한 생산이 이루어지고 있는 과일임. 이에 대만 시장 진출 시 경쟁 제품이 될 수 있는 대만 현지 감의 생산량을 확인하기 위해 '대만 연도별 감 생산량'을 조사함

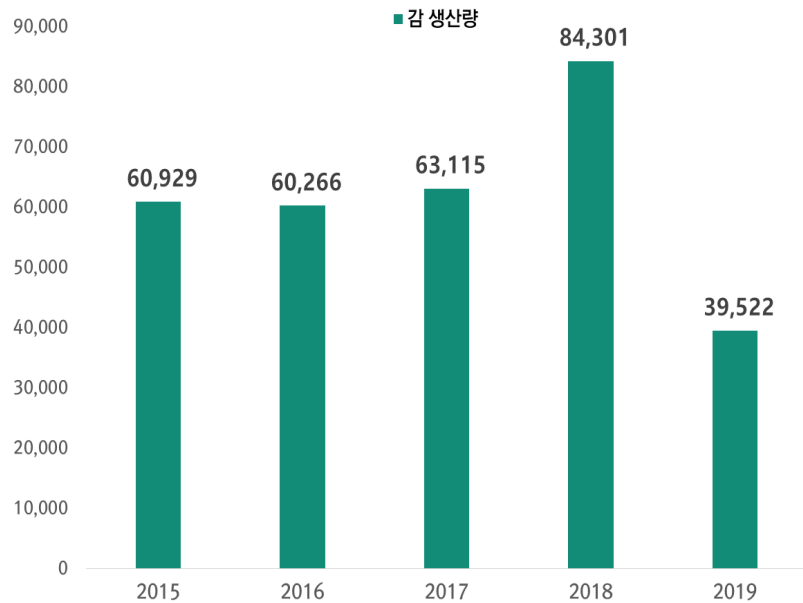
2) 대만 감 생산량

▶ 2019년 대만 감 생산량, 3만 9,522톤

대만농업위원회(The Council of Agriculture)¹⁵⁾에 따르면, 지난 5년(2015-2019년) 간 감 생산량은 2018년까지 지속적으로 성장해 8만 4,301톤을 기록했으나, 2019년 전년대비 약 53% 감소한 3만 9,522톤의 생산량을 기록함. 한편 대만 내에서 가장 감 생산량이 많은 지역은 타이중시(臺中市)로 2019년 기준 2만 7,837톤을 생산하며 대만 전체 생산량의 70%를 차지함

[표 2.4] 대만 감 생산량

단위 : 톤



| 분류 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | CAGR* (15~19) |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|---------------|
| 감 생산량 | 60,929 | 60,266 | 63,115 | 84,301 | 39,522 | -10% |

자료: 대만농업위원회(The Council of Agriculture)

15) 자료 : 대만농업위원회(The Council of Agriculture), 「AG. STATISTICS YEARBOOK 2019」, 2020

Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 대만 현지산 단감 다수 판매, 수입산으로는 일본산 多
2. 대만 단감, '원추', '원미', '부유' 품종 중 부유만 다수 판매
3. 대만 단감 포장 및 판매 특징, 한국과 유사
4. 대만 단감 이슈, '감 페스티벌 개최', '한국 관광상품 꺾감 소개'

데이터 분석 프로세스

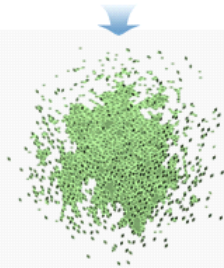
○ 데이터 분석 요약

● 데이터 수집 소스원



(대만 매체 12개)

농식품
(기사, 포스팅, 댓글)



데이터 수집
5,593건

① 대만 단감 관련 기사 데이터 수집(*)

◦ 수집원 : 대만 온라인 쇼핑몰, 언론매체, 커뮤니티

② 대만 단감 관련 소비자 데이터 수집(*)

◦ 수집원 : Shopee(shopee.tw)

Momo Shop(www.momoshop.com.tw)

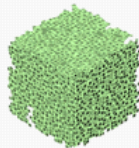
HiNet(times.hinet.net)

● 데이터 분류 키워드집



(단감 연관 키워드집)

단감
(검색어)



데이터 정제
430건

① 수집 데이터 정의

◦ 수집 키워드 : 단감(甜柿子)

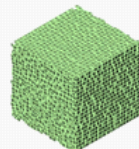
② 수집 데이터 정제

◦ 정제 데이터 추출 : 단감 관련 데이터 430건 추출

● 데이터 분석

- 연관어 분석

연관어 분석
(시장 트렌드 분석)



데이터 분석
대만 단감
소비 실태 분석

① 데이터 분석 배경 및 목적

◦ 대만 단감 소비 실태 분석

② 데이터 분석 기법 선정

◦ 키워드 분석

◦ 단감 관련 키워드집 구축(**)

◦ 키워드별 발생 빈도 및 연관 문서 군집 분석(***)

③ 데이터 분석 값 도출 및 검증

◦ 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

| | |
|--------|---------------|
| 수집 기간 | 18.01 - 20.09 |
| 수집 데이터 | 5,593건 |

데이터 정제

| | |
|--------|---------|
| 정제 키워드 | 단감(甜柿子) |
| 정제 데이터 | 430건 |

○ 데이터 수집

- 대만 단감 관련 매체, 온라인쇼핑몰

[표 3.1] 대만 언론 매체 리스트

| 번호 | 매체명 | 홈페이지 | 비고 |
|----|-------------|---------------------|--------|
| 01 | Shopee | shopee.tw | 온라인쇼핑몰 |
| 02 | Momo Shop | www.momoshop.com.tw | 온라인쇼핑몰 |
| 03 | PC Home | 24h.pchome.com.tw | 온라인쇼핑몰 |
| 04 | 365 Fruit | www.365fruit.com | 온라인쇼핑몰 |
| 05 | Fruit House | www.fruithouse.tw | 온라인쇼핑몰 |
| 06 | Green Box | greenbox.tw | 온라인쇼핑몰 |
| 07 | Feebee | feebee.com.tw | 온라인쇼핑몰 |
| 08 | HiNet | times.hinet.net | 언론매체 |
| 09 | Yahoo奇摩新聞 | tw.news.yahoo.com | 언론매체 |
| 10 | Apple Daily | tw.appledaily.com | 언론매체 |
| 11 | Pixnet | pixnet.net | 언론매체 |
| 12 | Google News | www.google.co.kr | 뉴스포털 |

○ 데이터 분석 키워드집

- 대만 단감 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 대만 단감 관련 매체 리스트



현지 온라인 쇼핑몰
단감 특징

현지 온라인 쇼핑몰
단감 특징

현지 뉴스매체
단감 이슈

| | | | | | |
|-------|------------|-------|-----------|-------|------------|
| 키워드 ① | 품종-부유 | 키워드 ① | 신선도 중시 | 키워드 ① | 단감 과잉섭취 경고 |
| 키워드 ② | 품종-지로 | 키워드 ② | 박스 포장 다수 | 키워드 ② | 지자체 단감 축제 |
| 키워드 ③ | 대만 고산지대 단감 | 키워드 ③ | 일본 흑설탕 단감 | 키워드 ③ | 한국산 꺾임 판매 |

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 대만 단감 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 대만 단감 관련 분석 키워드

| 키워드 수립 근거 | | 분류 | 키워드 | | 수립 근거 ^(*) | |
|-----------|------------------|------------------|----------------------|-----|----------------------|----|
| | | | 의미 | 중국어 | 참여기업 | 기타 |
| 참여 기업 | 한국 개발사 사용 키워드 | 단감 품종/ 원산지 | 단감 | 甜柿子 | ○ | ○ |
| | 기타 | | 시장 사전 조사 결과 기반 수립 | 원추 | 錐體 | ○ |
| 원미 | | | 元美 | ○ | | |
| 부유 | 富有 | | ○ | ○ | | |
| 지로 | 次郎 | | | ○ | | |
| 흑설탕 | 黑糖 | | | ○ | | |
| 대만 | 台灣 | | | ○ | | |
| 일본 | 日本 | | | ○ | | |
| 한국 | 韓國 | | | ○ | | |
| 중국 | 中國 | | | ○ | | |
| 미국 | 美國 | | | ○ | | |
| 호주 | 澳大利亞 | | | ○ | | |
| 단감 특징 | 박스 | | 盒裝 | | ○ | |
| | 그물망 | | 淨 | | ○ | |
| | 선물 | 送禮 | | ○ | | |
| | 과육 | 果肉 | | ○ | | |
| | 성숙한 | 成熟 | | ○ | | |
| | 고품질 | 優質 | | ○ | | |
| | 영양 | 營養 | | ○ | | |
| | 달콤한 | 香甜 | | ○ | | |
| | 카로틴 | 胡蘿蔔素 | | ○ | | |
| | 비타민 | 維生素 | | ○ | | |
| | 프리미엄 | 特級 | | ○ | | |
| 직접배송 | 直送 | | ○ | | | |

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

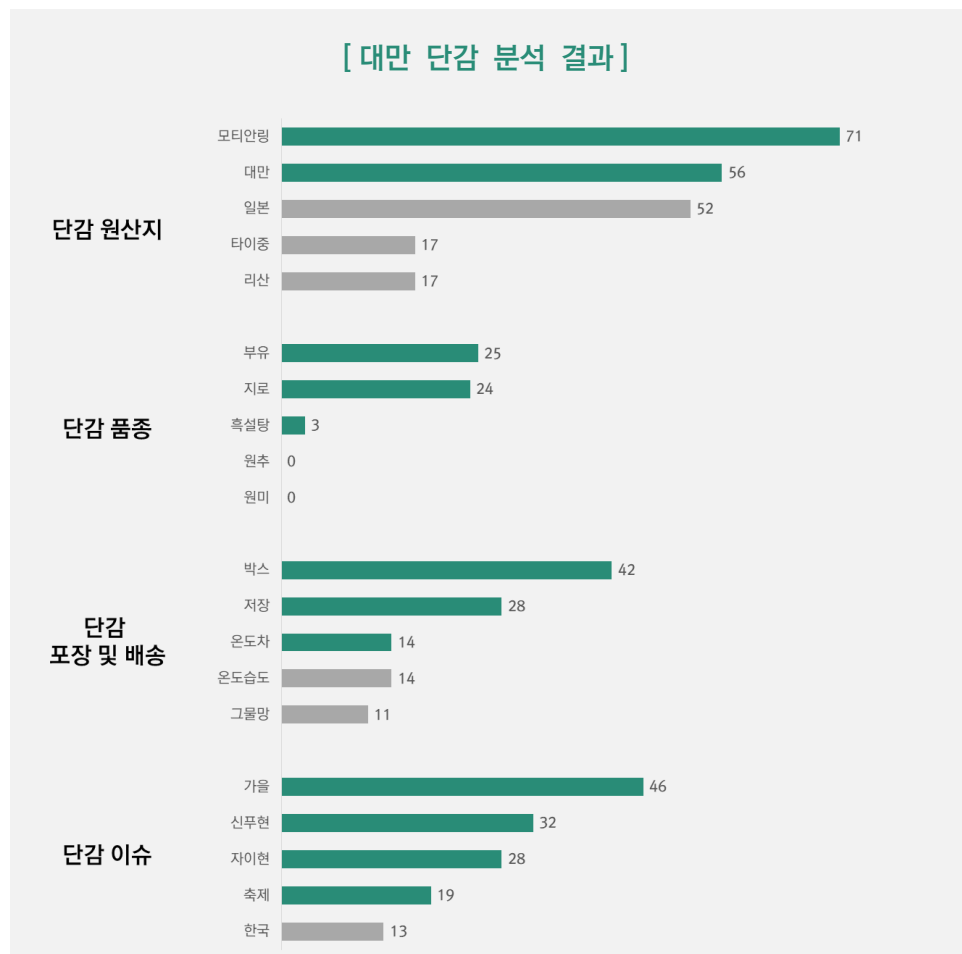
- 대만 소비자의 단감 소비 실태 분석

- ① 현지 인기 단감 원산지
- ② 현지 인기 단감 품종 특징(원추, 원미, 부유 등)
- ③ 현지 단감 포장 형태 특징
- ④ 현지 단감 시장 최근 동향

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

- ① 온라인 쇼핑몰 '단감' 원산지 키워드 분석
- ② 온라인 쇼핑몰 '단감' 품종 키워드 분석
- ③ 온라인 쇼핑몰 '단감' 포장 키워드 분석
- ④ 뉴스매체 '단감' 연관어 분석



1. 대만 현지산 단감 다수 판매, 수입산으로는 일본산 多

▶ 대만 현지산 단감 다수 판매

대만 현지 시장에서 판매되는 단감 제품을 분석한 결과 현지에서 재배된 제품이 다수 판매되고 있으며 모티안링, 리샹, 타이중 등 고산지대에서 재배하는 단감의 인지도가 가장 높은 것으로 파악됨. 이러한 지역의 단감은 다홍빛이 진하며 단맛이 강해 품질이 높으나 고산지대 특성상 생산량에 한계가 있음. 대만 현지 단감은 한국의 단감보다 크기가 크며 대만 온라인쇼핑몰에서 개당 한화 3,000~3,500원 정도에 판매되고 있음

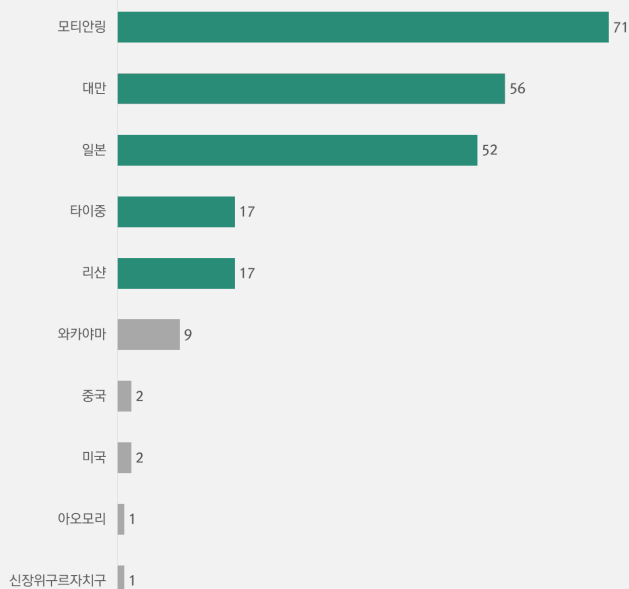
▶ 수입산 제품으로는 일본산 제품 다수, 한국산 단감 대만 진출사례 확인 불가

현지산 이외에 대만 현지에서 판매되고 있는 수입산 단감을 분석했을 때 ‘일본’ 키워드가 빈출하였으며 뉴질랜드산 단감 역시 일부 판매되고 있음을 확인함. 또한 일본의 외카야마현에서 재배되는 흑설탕 단감이 대만 현지에서 호평을 얻고 있음. 흑설탕 단감은 대만 현지에는 재배되지 않는 품종이며 과실은 어두운 흑설탕의 색을 띠고 당도가 일반 단감보다 높아 인기를 끌고 있음. 반면 대만 온라인 쇼핑몰을 통해 유통되는 한국산 신선 단감은 확인된 바가 없으며 인지도 역시 높지 않은 것으로 보임

▶ 대만 단감 원산지 분석 결과

① 대만 고산지대 단감 다수 판매 ② 수입산 단감, 일본산 다수

[표 3.4] 대만 온라인쇼핑몰, ‘단감’ 분석 - 원산지



자료 : 대만 온라인쇼핑몰 ‘단감’ 115건 분석

2. 대만 단감, ‘원추’, ‘원미’, ‘부유’ 품종 중 부유만 다수 판매

▶ ‘원추’, ‘원미’, ‘부유’ 품종 중 부유 언급 多

대만 현지 온라인 쇼핑몰을 통해 유통되는 단감의 품종을 분석한 결과 ‘원추’, ‘원미’ 그리고 ‘부유’ 품종이 존재하며 이들 가운데 보존이 가장 용이하고 당도가 높은 품종인 부유가 가장 많이 판매되고 있는 것으로 확인됨. 원추나 원미의 인지도는 거의 없으며 부유 역시 일본에서 수입된 단감(Japanese variety sweet persimmon) 혹은 대만 고산지대 단감(Taiwan high mountain sweet persimmon)으로 판매되고 있음

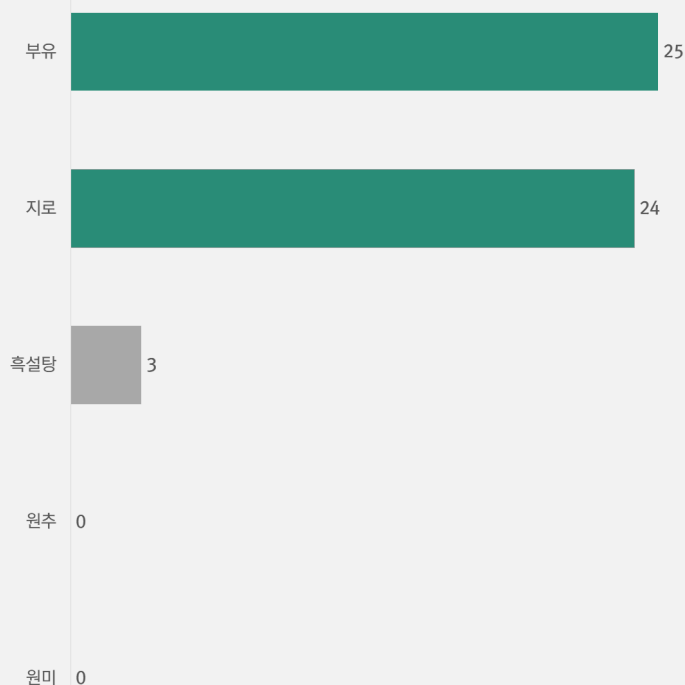
▶ ‘지로(次郎)’ 품종 많이 판매

대만 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 단감으로 부유 단감 이외에도 ‘지로’ 품종이 다수 판매되고 있음. 일본 지로 단감 혹은 다이쨤쓰 산 단감(Daisetsuzan sweet persimmon)으로 불림. 지로 단감은 부유 혹은 지로 단감을 구매한 소비자들은 부유 단감과 지로 단감 두 품종 간의 차이에 대한 인지도는 높지 않으나 일본 품종의 딱딱하고 단 맛이 나는 종류의 감을 선호하며 전반적으로 제품 만족도가 높음

▶ 대만 단감 품종 분석 결과

① ‘부유’ 품종 판매 多 ② ‘지로’ 품종 판매 多

[표 3.5] 대만 온라인쇼핑몰, ‘단감’ 분석 - 품종



자료 : 대만 온라인쇼핑몰 ‘단감’ 115건 분석

3. 대만 단감 포장 및 판매 특징, 한국과 유사

▶ 외포장 - 박스, 내포장 - 그물 형태 다수 판매

대만에서 판매되는 단감의 특징을 분석해보았을 때 한국에서 판매되는 단감과 큰 차이가 없는 것으로 확인됨. 내포장의 경우 한국의 단감과 같이 그물망에 포장되어 있으며 외포장시 박스에 담아 판매되는 것으로 드러났음, 선물용 컨셉으로 판매되고 있는 단감 제품들이 있기는 하지만 외포장 박스, 내포장 그물 형태에서 크게 벗어난 형태는 확인되지 않음

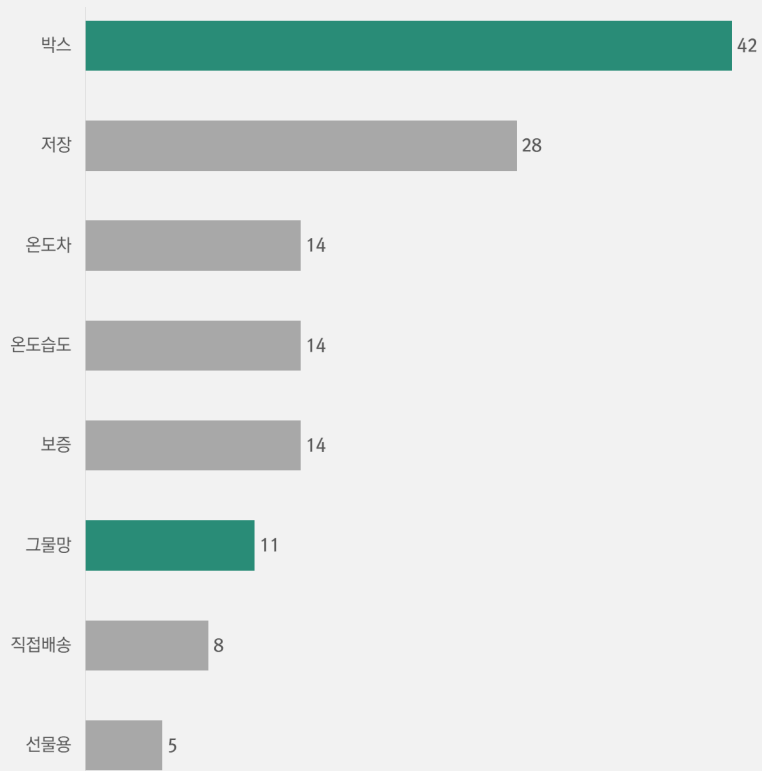
▶ 대만 공급업체, 신선 배송 강조

특이사항으로 무더운 대만의 기후 특성상 감 판매 또는 유통업체들은 공통적으로 신선 배송을 강조하고 있음. 맞춤형 온도 및 습도조절 기능이 있는 냉동고를 보유하거나, 화물보험에 가입하는 등 신선도 유지에 최선을 다하고 있음

▶ 대만 단감 포장 및 배송 특징

① 박스·그물 포장 ② 신선 배송에 대한 노력

[표 3.6] 대만 온라인쇼핑몰, '단감' 분석 - 포장·배송



자료 : 대만 온라인쇼핑몰 '단감' 115건 분석

4. 대만 단감 이슈, ‘감 페스티벌 개최’, ‘한국 관광상품 꾀감 소개’

▶ 대만 지자체, 단감 페스티벌 개최

대만의 단감 관련 이슈를 분석했을 때 단감 수확철인 가을을 맞이하는 10월-11월 신주현, 마오리현, 자이현 지역에서 감 축제를 개최하는 것이 확인됨. 단감이 주로 재배되는 지역의 특색을 알리기 위해 매년 개최되는 축제임. 올해 악천후와 적은 강수량으로 재배가 어려웠으나 그만큼 당도가 높으며 축제 기간 동안 오프라인과 온라인 판매를 병행한다고 함¹⁶⁾

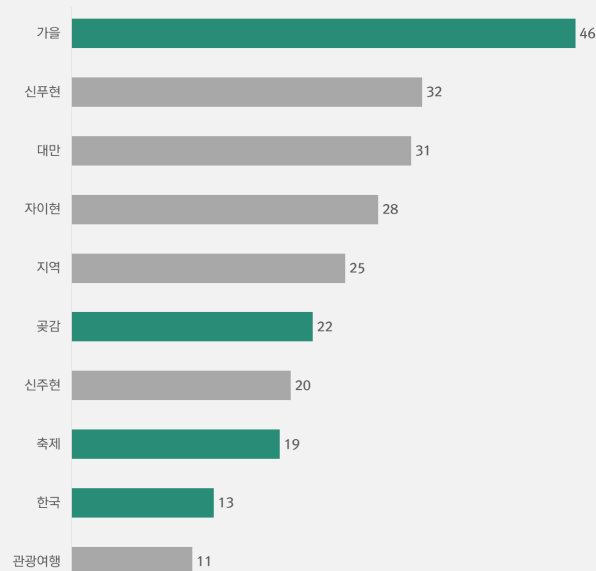
▶ 한국산 꾀감 및 감말랭이, 온라인 시장에서 인기 판매

대만 내 또 다른 단감 관련 이슈는 한국산 꾀감 및 감말랭이로 주로 온라인 쇼핑몰에서 인기를 끌고 있음. 또한 한국에 방문한 대만 관광객들이 관광상품으로 구입하는 경우가 다수 확인됨. 대만 꾀감과 다르게 한국 꾀감은 감을 완전히 말리지 않아 겉은 쫄깃하지만 속은 촉촉해 한국산 꾀감의 맛과 식감을 선호하는 소비자들이 많음. 제품 구매자들은 ‘부모님께 신년 선물로 드리려고 구매했는데 정말 만족하셨다’, ‘대만에서 맛본 꾀감과 다르게 촉촉해서 먹기 편하다’ 등 전반적으로 높은 만족도를 보임

▶ 대만 단감 이슈

① 가을철 맞이 단감 축제 ② 한국산 꾀감 온라인 판매

[표 3.7] 대만 뉴스매체 ‘단감’ 연관어 분석



자료 : 대만 뉴스매체 ‘단감’ 315건 분석 (18.01 - 20.10)

16) 하이넷(Hinet), 「新竹縣五峰鄉甜柿節美味登場 新瓦屋場次滿額抽頂級家電!」, 2020.10.31

IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 대만 단감 진출 가능 유통구조
2. 대만 단감 진출 가능 주요 유통업체
3. 대만 단감 진출 가능 B2C 소매채널

1. 대만 단감 진출 가능 유통구조

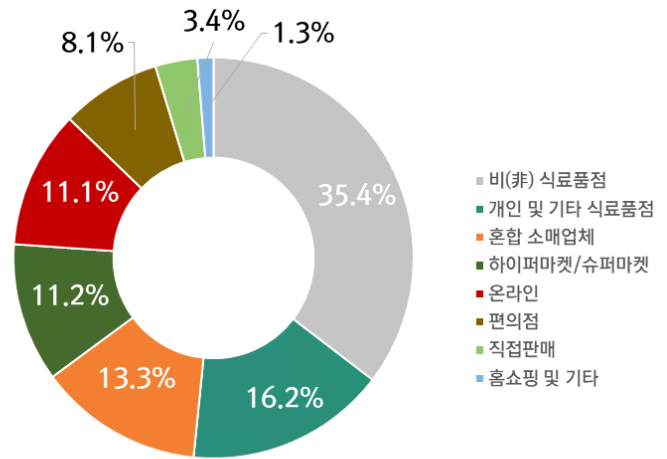
품목 구분 및 분류

| | |
|----|------------------|
| 품목 | 단감 |
| 구분 | 신선식품 |
| 범주 | 소매판매 (Retailing) |

▶ 대만 단감 진출 가능 주요 유통채널

‘개인 및 기타 식료품점(16.2%), 혼합소매업체(13.3%), 하이퍼마켓/슈퍼마켓(11.2%), 온라인(11.1%)’

[표 4.1] 대만 소매판매 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 대만 단감 진출 가능 유통채널 현황¹⁷⁾

| 채널 유형 | 유통채널 분류 | | |
|-----------|--------------|-------|---|
| | 채널 유형 | 점유율 | 채널명 |
| B2C 소매 채널 | 개인 및 기타 식료품점 | 16.2% | 타이핑양시엔후오(太平洋鮮活), 그린앤세이프(Green&Safe), 이청쇄이구어디엔(一成蔬果店), 푸칭칭구어싱(傳青青果行) |
| | 혼합 소매업체 | 13.3% | 웬둥바이화(遠東百貨) |
| | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | 11.2% | 까르푸(Carrefour), 알티마트(RT Mart), 피엑스마트(PX mart) |
| | 온라인 | 11.1% | 쇼피(Shopee), 모모샵(Momo Shop) |
| | 편의점 | 8.1% | 세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart) |
| | 직접판매 | 3.4% | 암웨이(Amway) |
| | 홈쇼핑 및 기타 | 1.3% | 동선(東森), 선선(森森) |

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

17) 대만 유통채널의 35.4%를 차지하는 비(非) 식료품점은 식료품을 취급하지 않아 단감 진출 가능 유통채널에서 제외함

2. 대만 단감 진출 가능 주요 유통업체

- ▶ 개인 및 기타 식료품점, 혼합소매업체. 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 온라인이 대표적
- ▶ 추가로 재래시장, 유기농매장에서 유사제품 판매가 확인되어 조사채널에 포함함

[표 4.3] 대만 단감 진출 가능 주요 유통업체

| 순번 | 기업명 | 기업구분 | 규모 (매출액 ¹⁸ 19)20, 매장 수) | 취급 과일 | 유사제품 취급경험 |
|----|---------------------|--------------------------|---------------------------------------|--|--------------|
| 1 | 이청쇄이구어디엔 (一成蔬果店) | 개인 및 기타 식료품점 (청과점) | 매장 수('20): 1개 | 감, 용과, 수박, 망고, 애플망고, 키위, 귤 등 | 0 |
| 2 | 푸청청구어싱 (博青青果行) | 개인 및 기타 식료품점 (청과점) | 매장 수('20): 1개 | 감, 포도, 사과, 딸기, 키위, 체리 등 | 0 |
| 3 | 까르푸 (Carrefour) | 하이퍼마켓 / 슈퍼마켓 | 807억 유로 (약 110조 5,122억 원) | 감, 석류, 라임, 키위, 사과, 배, 오렌지, 바나나 등 | 0 |
| 4 | 피엑스마트 (PX Mart) | 하이퍼마켓 / 슈퍼마켓 | 약 39억 달러 (약 4조 5,293억 원) | 사과, 배, 감, 오렌지, 포도, 용과, 파인애플 등 | 0 |
| 5 | 모모샵 (Momo Shop) | 온라인 | 약 600억 6,325만 대만달러 (약 2조 4,211억 원) | 키위, 포도, 사과, 감 등 | 0 |

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

18) 1달러=1,173.50원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

19) 1대만달러=40.31원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

20) 1유로=1,369.42원(2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

| 순번 | 기업명 | 기업구분 | 규모 (매출액, 매장 수) | 취급 과일 | 유사제품 취급경험 |
|----|------------------------|-------|--------------------------------|--|--------------|
| 6 | 쇼피 (Shopee) | 온라인 | 약 2억 1,825만 달러 (약 2,560억 원) | 바나나, 감, 오렌지, 포도, 키위 등 | 0 |
| 7 | 빈장과시장 (濱江果菜市場) | 재래시장 | 매장 수('20): 1개 | 망고, 석가, 감, 멜론, 수박, 사과, 포도 등 | 0 |
| 8 | 난먼스창 (南門市場) | 재래시장 | 매장 수('20): 1개 | 감, 용과, 배, 포도 등 | 0 |
| 9 | 타이핑양시엔후오 (太平洋鮮活) | 유기농매장 | 매장 수('20): 1개 | 사과, 배, 감, 토마토, 오렌지, 파인애플, 석류, 망고 등 | 0 |
| 10 | 그린앤세이프 (Green&Safe) | 유기농매장 | 매장 수('20) 약 11개 | 감, 키위, 레몬, 바나나, 사과 등 | 0 |

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 대만 단감 진출 가능 B2C 소매채널

1) 개인 및 기타 식료품점 (청과점)

一成蔬果店

① 이청쉐이구어디엔(一成蔬果店)

| | | | |
|-------------|---|---|---------------|
| | 기업명 | 이청쉐이구어디엔(一成蔬果店) | |
| | 홈페이지 | www.zh-tw.facebook.com/pages/一成蔬果店/188419264555484 | |
| | 위치 | 타이베이(臺北) | |
| | 규모 | 기타 규모 | 매장 수('20): 1개 |
| 기업 기본 정보 | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 타이베이 동먼역(東門站)에 위치하여 통상적으로 동먼 청과점으로 불림 • 큰 규모의 청과점이며 관광객들 사이에서 명소 • 매우 다양한 종류의 과일 판매 • 고품질의 과일을 상대적으로 저렴한 가격에 판매 • 매장 내 영어를 구사하는 직원들이 있음 | |
| |  | | |
| 기업 최근 이슈 | <ul style="list-style-type: none"> • 2019년 7월 대만 잡지 어데이메거진(A Day Magazine)에 동먼시장에서 유명한 청과점으로 소개됨 | | |
| 유사제품 정보 | 제품명 | 스즈(柿子) | |
| | 종류 | 감 | |
| | 용량 | (-) | |
| | 원산지 | 대만 | |

자료: 현지 매장 조사, 이청쉐이구어디엔(一成蔬果店) 페이스북

사진 자료: 현지 매장 조사, 이청쉐이구어디엔(一成蔬果店) 페이스북

입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|--|---|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 과일류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 과일류 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 매우 다양한 과일 제품 판매 - 다양한 열대 과일 제품 판매 | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) |
| | 특이사항 | <ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +886-2-2393-7575 - 영업시간: 7:30-22:00 |

자료: 현지 매장 조사, 이청쉐이구어디엔(一成蔬果店) 페이스북



② 푸칭칭구어싱(傅青青果行)

| | | | |
|----------|-------|--|---------------|
| | 기업명 | 푸칭칭구어싱(傅青青果行) | |
| | 홈페이지 | www.facebook.com/fcc168168 | |
| | 위치 | 타이중(臺中) | |
| | 규모 | 기타 규모 | 매장 수('20): 1개 |
| 기업 기본 정보 | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 뉴질랜드, 일본 등 다양한 수입 과일을 전문으로 판매하는 청과점 • 수입과일을 재가공하지 않고 상자 형태로 판매 • 일본산 과자, 비스킷 판매 • 선물용으로 포장된 과일제품을 찾는 고객이 많음 | |
| | | | |
| 기업 최근 이슈 | | <ul style="list-style-type: none"> • 2019년 일본산 프리미엄 딸기 판매 • 2020년 일본산 사인머스켓 및 곱감 판매 | |
| 유사제품 정보 | | 제품명 | 스즈(柿子) |
| | | 종류 | 감 |
| | | 용량 | (-) |
| | | 원산지 | 일본 |

자료: 푸칭칭구어싱(傅青青果行), 푸칭칭구어싱(傅青青果行) 페이스북
 사진 자료: 푸칭칭구어싱(傅青青果行), 푸칭칭구어싱(傅青青果行) 페이스북, 쇼피(Shopee)

입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|---|---|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 과일류, 말린 과일류, 스낵류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 수입산 과일 제품 - 일본산 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 프리미엄 과일 제품 판매 - 선물용 과일 제품 판매 | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) |
| | 특이사항 | <ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: fcc0932633279@gmail.com - 전화번호: +886-4-2258-7171 |

자료: 푸청청구어싱(傅靑靑果行), 푸청청구어싱(傅靑靑果行) 페이스북 페이지

2) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



① 까르푸(Carrefour)

| | | | |
|-------------|---|--|---|
| | 기업명 | 까르푸(Carrefour) | |
| | 홈페이지 | www.carrefour.com.tw | |
| | 위치 | 타이베이(臺北) | |
| | 규모 | 매출액('19) | 약 807억 유로 ²¹⁾ (약 110조 5,122억 원) |
| 기타 규모 | | 매장 수('20): 137개 | |
| 기업 기본 정보 | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 1959년에 프랑스에서 설립 • 약 30여 개국에서 매장을 운영함 • 대만에는 1989년도에 설립되었으며, 총 120여개의 매장을 운영하고 있음 • 다양한 제품을 판매하며, 가격이 비교적 저렴한 편임 • 한국, 일본, 유럽 등의 여러 수입 제품 판매함 • 카르프24(Carrefour24) 편의점을 통해 24시간 매장을 운영함 • 온라인 스토어를 통해 배송서비스 제공함 | |
| | |  | |
| 기업 최근 이슈 | | <ul style="list-style-type: none"> • 2020년 6월 대만 현지 기업 웰컴 타이완 (Wellcome Taiwan) 인수 계획 발표 • 2020년 9월 무인 판매 형태 매장 아이까르푸(iCarrefour) 검토중 | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 스즈(柿子) |
| | | 종류 | 감 |
| | | 용량 | 1kg |
| | | 원산지 | 대만 |

자료: 유로모니터(Euromonitor), 까르푸(Carrefour), 마켓워치(Marketwatch), 엘에스아(LSA)
사진 자료: 까르푸(Carrefour), 리테일360아시아(retail360asia)

21) 까르푸(Carrefour) 그룹 통합 매출액

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, 음료류, 스낵류, 생선류, 소스류, 과일류, 채소류, 가공식품, 간편식품 등 - 일반: 유아용품, 스킨케어류, 화장품, 주방용품, 생활용품, 의류, 가구, 서적, 가전제품, 스포츠용품, 애견용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 제품군 확장 계획에 있음 - 다양한 종류의 치킨소스 판매함 | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - www.carrefour.com.tw/contactus.html에 접속 - ‘商品類別*必填資料’란에서 ‘Grocery’ 항목 선택 후 ‘回饋訊息*為必填資料’란에 입점 문의 내용 입력 ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일, 전화번호) ② 제품 관련 내용 (제품명, 바코드번호, 소비자가격, 공급 업체) ③ 상세내용 (제품 사진, 카탈로그 등 상세설명 자유기재) |
| | 특이사항 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 시 까르푸 그룹 공급업체 포탈 가입(carrefour.net) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +886-8-0900-1365 |

자료: 까르푸(Carrefour), 까르푸온라인(Carrefour.online)



② 피엑스마트(PX Mart)

| | | | | |
|-------------|---|-------------------|-----------------------------|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 피엑스마트(PX Mart) | | |
| | 홈페이지 | www.pxmart.com.tw | | |
| | 위치 | 타이베이(臺北) | | |
| | 규모 | 매출액('19) | 약 39억 달러 (약 4조 5,759억 원) | |
| | | 기타 규모 | 매장 수('18): 약 950개 | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 1998년에 설립되었으며, 대만 최대 규모의 슈퍼마켓 체인점임 • 대만 전역에 매장 위치해 있으며, 편의점 형태의 아이마트(I Mart)도 함께 운영됨 • 비교적 저렴한 가격대로 제품을 판매함 • ‘올인원(All-in-one)’ 컨셉으로 다양한 제품을 취급함 • 자사 홈페이지를 통해 매주 제품 할인 카탈로그를 제공함 | | | |
| 기업 최근 이슈 | <ul style="list-style-type: none"> • 2020년 2월 만 18세 이상 성인 고객에게 75% 소독용 에탄올 판매 • 2020년 2월 대만 정부 주관 마스크 할당제 시스템 참여 | | | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 스즈(柿子) | |
| | | 종류 | 감 | |
| | | 용량 | 450g | |
| | | 원산지 | 대만 | |



자료: 피엑스마트(PX Mart), 유로모니터(Euromonitor), 아울러(Owler), 타이완뉴스(Taiwan News)
사진 자료: 인사이드리테일아시아(insideretail.asia), 피엑스마트(PX Mart), 시직트래블(Sygc Travel)

입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|--|--|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 냉동식품, 가공식품, 간편식품, 주류, 음료류, 스낵류, 소스류, 주류, 캔디류, 건강보조식품 등 - 일반: 생활용품, 주방용품, 위생용품, 유아용품, 청소용품, 의약품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 수입제품 취급함 | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 메뉴에서 상품제안(商品提案) 클릭 - 유형에서 상품제안(商品提案) 선택 후, 필요정보 기입 후 문의사항 작성 후 제출 |
| | 특이사항 | <ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +886-2-2533-7700 |

자료: 피엑스마트(PX Mart)

3) 온라인



① 모모샵(Momo Shop)

| | | | |
|-------------|-------|--|---------------------------------------|
| | 기업명 | 모모샵(Momo Shop) | |
| | 홈페이지 | www.momoshop.com.tw | |
| | 위치 | 타이베이(臺北) | |
| | 규모 | 매출액('19) | 약 600억 6,325만 대만달러 (약 2조 4,211억 원) |
| 기타 규모 | | 직원 수('18) 약 2,200명 | |
| 기업 기본 정보 | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 2005년부터 홈페이지를 운영하였으며, 대만 2위 규모의 온라인 스토어임 • 약 800,000개의 품목을 판매하며, 2018년 기준 약 820만 명의 회원을 보유함 • 2014년 B2B, B2C 온라인 플랫폼 ‘모모몰(Momo Mall)’을 론칭 • 2014년 모모샵 어플리케이션을 출시함 • 뷰티제품과 건강식품이 다양하며, 일본, 미국 등의 다양한 수입품을 판매함 | |
| | | | |
| 기업 최근 이슈 | | <ul style="list-style-type: none"> • 2020년 4월 르크루제(Le Cruset) 헬로키티 한정판 식기류 판매 • 2020년 6월 코로나19로 인한 수술용 마스크 판매 개시 후 10분 만에 전량 매진 | |
| 유사제품 정보 | | 제품명 | 모티엔링티엔스 (摩天嶺甜柿) |
| | | 종류 | 감 |
| | | 용량 | (-) |
| | | 원산지 | 대만 |

자료: 모모샵(Momo Shop), 유로모니터(Euromonitor), 후본그룹(Fubon Group), 엘르(Elle) 포커스타이완(Focus Taiwan)

사진 자료: 모모샵(Momo Shop)

입점 및 협력 정보

| | | | |
|-------------|--|--|--|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 육류, 스낵류, 소스류, 캔디류, 건강보조식품, 차(茶)류, 음료류, 가공식품, 냉동식품 등 - 일반: 유아용품, 운동기기, 의류, 생활용품, 주방용품, 식기류 가전제품, 전자기기, 스포츠용품, 서적류, 문구류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 - 장기적인 협력 및 안정적인 공급 중시 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 소스류 취급함 | | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록 | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 關於我們에서 招商專區 클릭하여 입점 문의 양식서 필요정보 기입 후 제출 (www.momoshop.com.tw/intro/contactMD.jsp?cid=footer&oid=2&mdiv=1000200000-bt_0_192_01-bt_0_192_01_e4&ctype=B) - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 등록번호, 자본금, 설립일, 회사 종류, 회사 주소, 연락처, 팩스번호, 회사 홈페이지, 담당자 정보) ② 제품 관련 내용 (제품명, 제품명, 현재 유통채널, 제품 설명) | |
| | 특이사항 | <ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +886-8-0077-7959 | |

자료: 모모샵(Momo Shop)



② 쇼피(Shopee)

| | | | | |
|-------------|--|---------------|--------------------------------|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 쇼피(Shopee) | | |
| | 홈페이지 | www.shopee.tw | | |
| | 위치 | 타이베이(臺北) | | |
| | 규모 | 매출액('19) | 약 2억 1,825만 달러 (약 2,560억 원) | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 싱가포르, 인도네시아, 말레이시아, 대만 등 7개국에서 운영 • 2017년에 대만 시장 진출 • 현재 동남아시아에서 이커머스 부문 1위 • 7개국 홈페이지 하루 평균 방문자 수 2억 명 기록 • 세븐일레븐, 오케이마트, 패밀리마트 등의 오프라인 매장 물류센터와 제휴 | | | |
| 기업 최근 이슈 | <ul style="list-style-type: none"> • 2020년 5월 홈페이지 메인 화면에 한국 그룹 가수 블랙핑크 앨범 홍보 • 2020년 10월 비자(Visa)와 5년 파트너십 계약 체결 • 2020년 11월 11일부터 12월 12일까지 크리스마스 세일 행사 진행 발표 | | | |
| 유사제품 정보 | | 제품명 | 가오산수(高山柿) | |
| | | 종류 | 감 | |
| | | 용량 | 400g | |
| | | 원산지 | 대만 | |

자료: 쇼피(Shopee), 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 쇼피(Shopee)

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: 가공식품, 신선식품, 스낵류, 소스류, 제과류, 캔디류, 음료, 주류 등 - 일반: 가전제품, 장난감류, 생활용품, 가구류, 유아용품, 의류, 운동기구 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 | |
| | <p>등록 유형</p> | <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p> |
| <p>입점 등록 절차</p> | <p>등록 방법 및 등록 정보</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 현지 웹 사이트를 통한 등록(seller.shopee.tw) 사이트 로그인하여 신청서 정보 작성 <ul style="list-style-type: none"> - 쇼피 직원이 결과를 이메일로 공지함 - 물류 및 지불 방식 설정 - 온라인 상점 개설에 필요한 문서, 사진 및 기타 자료를 준비 • 쇼피 코리아 셀러 센터를 통한 등록(shopee.kr) <ul style="list-style-type: none"> - 지금 셀러 지원하기를 클릭 후, 양식서 작성 후 제출 - 쇼피 셀러 서포트 서비스를 통해 현지 CS 지원, 샵 운영관리, 마케팅&데이터 정보 활용, 결제 시스템 등의 도움을 받을 수 있음 - 홈페이지 가입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (이름, 카카오톡 ID, 이메일 주소) ② 관련 내용 (기업명, 주요 상품군 카테고리 정보, 상품 가짓수, 운영플랫폼 정보와 사이트 주소 등) ③ 기타 내용 (검역 자료, 사업자 등록증, 납세증명 등) |
| | <p>특이사항</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 소요시간: 약 1개월 • 결과를 이메일로 공지함 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +886-2-6636-6559 |

자료: 쇼피(Shopee)

4) 재래시장

① 빈장구어차이스창(濱江果菜市場)

| | | | |
|-----------------|--|--|--------|
| | 기업명 | 빈장구어차이스창(濱江果菜市場) | |
| | 홈페이지 | (-) | |
| | 위치 | 타이베이(臺北) | |
| | 규모 | 기타 규모 | (-) |
| 기업 기본 정보 | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 1985년 설립 • 타이베이시에서 두 번째로 규모가 큰 재래시장 • 청과 경매 시스템을 통해 도매상 경매 진행 • 대형 상가 내 100개 이상의 소매업자가 입점하여 다양한 야채, 과일, 해산물 품목을 판매 • 야채판매 지역과 과일 판매 지역이 구분됨 • 다양한 열대과일 판매 | |
| | |   | |
| 기업 최근 이슈 | | <ul style="list-style-type: none"> • 2020년 10월 농약 및 첨가제 처리 기준 개정 • 2020년 10월 농산물 운송 공급 업체 등록 및 관리기준 개정 | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 스즈(柿子) |
| | | 종류 | 감 |
| | | 용량 | (-) |
| | | 원산지 | 대만 |

자료: 현지 매장 조사, 타이베이농찬윤시아오구편유오시엔공스(臺北農產運銷股份有限公司)
사진 자료: 현지 매장 조사, 쇼피(Shopee)

입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|---|---|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 과일류, 야채류, 해산물류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 과일류, 야채류 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 열대과일 판매 - 공항 부근에 위치하여 근거리에서 비행기 촬영 가능 | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <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, 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) |
| | 특이사항 | <ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +886-2-2516-2519 |

자료: 현지 매장 조사, 빈장스창(濱江市場) 페이스북

南門市場

② 난먼스창(南門市場)

| | | | |
|-------------|--|--|--------|
| 기업 기본 정보 | 시장명 | 난먼스창(南門市場) | |
| | 홈페이지 | (-) | |
| | 위치 | 타이베이(臺北) | |
| | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 1909년 설립 • 초창기에는 가정용품, 약제 및 의약품, 문구류, 가족 제품 등을 팔았으나 현재는 신선식품 등 식품류 제품 다수 판매 • 1979년 난먼스창 빌딩 건설 • 2019년 건물 신축 공사로 임시 건물로 이전 • 현재 타이베이에서 가장 큰 규모의 재래시장 • 지상 3층, 지하 1층 규모로 약 250개의 상점 입점 | |
| 기업 최근 이슈 | <ul style="list-style-type: none"> • 2020년 '현금 없는 모바일 결제' 시스템 사용 가능 • 2021년 1월 지상 12층 규모 신축 건물 완공 예정 | | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 스즈(柿子) |
| | | 종류 | 감 |
| | | 용량 | (-) |
| | | 원산지 | 대만 |

자료: 현지 매장 조사, 타이페이인아비(Taipei In Avi), 미러미디어(Mirror Media), 리엔흐어신(聯合新)
 사진 자료: 타이페이인아비(Taipei In Avi)

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, 해산물, 건조식품, 소스류, 스낵류, 캔디류, 견과류, 차(茶)류 등 - 일반: 의류, 잡화류 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 현지 생산 제품 |
| <p>특이사항</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 주소: No. 55號, Section 2, Hangzhou South Road, Da'an District, Taipei City, Taiwan 106 |

자료: 현지 매장 조사, 타이페이인아비(Taipei In Avi), 푸드판다(Foodpanda)

5) 유기농매장



① 타이핑양시엔후오(太平洋鮮活)

| | | | |
|-------------|---|---|--------------|
| | 기업명 | 타이핑양시엔후오(太平洋鮮活) | |
| | 홈페이지 | sofr3sh248.weebly.com | |
| | 위치 | 타이베이(臺北) | |
| | 규모 | 기타 규모 | 매장 수('20) 1개 |
| 기업 기본 정보 | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • Pacific Group²²⁾의 유기농 매장 브랜드 • 2012년 설립 • 대만 전역의 소규모 농가의 유기농 제품을 공급받아 판매 • 최고급 품질의 유기농 제품만을 엄격하게 선별하여 판매 • 모바일 어플리케이션을 통해 온라인 주문 서비스 진행 • 매장 내에서 요리 수업 진행 | |
| | |   | |
| 기업 최근 이슈 | | <ul style="list-style-type: none"> • 2020년 1월 한국산 들깨기름 판매 • 2020년 3월 28일부터 4일간 모든 제품을 대상으로 25% 할인 행사 진행 | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 스즈(柿子) |
| | | 종류 | 감 |
| | | 용량 | 1kg |
| | | 원산지 | 대만 |

자료: 타이핑양시엔후오(太平洋鮮活), 타이핑양시엔후오(太平洋鮮活) 페이스북 페이지
 사진 자료: 타이핑양시엔후오(太平洋鮮活), 타이핑양시엔후오(太平洋鮮活) 페이스북 페이지

22) 대만에서 건설, 부동산, 친환경 사업을 하는 기업

입점 및 협력 정보

| | | |
|-------------|--|---|
| 입점 제품 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 소스류, 곡물류, 해산물류, 육류 - 일반: 유기농 화장품, 생활용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 과일 제품 판매 - 천연자재로 만든 생활용품 판매 | |
| | 등록 유형 | <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록 |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) |
| | 특이사항 | <ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: sofr3sh.green@gmail.com - 전화번호: +886-2-8772-2901 |

자료: 타이핑양시엔후오(太平洋鮮活), 타이핑양시엔후오(太平洋鮮活) 페이스북 페이지

GREEN & SAFE

② 그린앤세이프(Green&Safe)

| | | | |
|----------|--|--|--------------------|
| | 기업명 | 그린앤세이프(Green&Safe) | |
| | 홈페이지 | www.green-n-safe.com | |
| | 위치 | 타이베이(臺北) | |
| | 규모 | 기타 규모 | 매장 수('20) 약 11개 |
| 기업 기본 정보 | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 1998년 설립 • 깨끗하고 무첨가 유기농 제품을 판매하는 매장 • 판매하는 제품에 대해서 제 3자 기관에게 품질 및 위생 검사를 받음 • 신선식품 외에도 다양한 간편식 제품을 판매 • 매장 내 식당이 있으며, 천연 재료로 만든 음식을 판매 | |
| | |   | |
| 기업 최근 이슈 | | <ul style="list-style-type: none"> • 2020년 판매제품의 원산지 및 생산과정을 알 수 있게 하는 'Anti Additive' 제도 실시 • 2020년 8월 타이페이 지역에 신매장을 오픈하면서 2주 동안 전체 상품에 대해 15% 할인 행사 진행 | |
| 유사제품 정보 |  | 제품명 | 가오산푸요우티엔스 (高山富有甜柿) |
| | | 종류 | 감 |
| | | 용량 | (-) |
| | | 원산지 | 대만 |

자료: 그린앤세이프(Green&Safe), 그린앤세이프(Green&Safe) 페이스북 페이지
사진 자료: 그린앤세이프(Green&Safe), 그린앤세이프(Green&Safe) 페이스북 페이지

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, 유제품, 육류, 해산물류, 건조식품, 차(茶)류, 간편식품 등 - 일반: 화장품, 세안 용품, 조리 도구 제품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 요리사가 만든 간편식 제품 판매 | |
| | <p>등록 유형</p> | <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p> |
| <p>입점 등록 절차</p> | <p>등록 방법 및 등록 정보</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단의 '交易安全' 클릭 - 홈페이지 기입 정보: 이름, 연락처, 이메일, 문의 내용 등 • 유선 연락을 통한 문의 <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, 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 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +866-8-0058-1345 |

자료: 그린앤세이프(Green&Safe), 그린앤세이프(Green&Safe) 페이스북 페이지

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 대만 단감 인증 취득
2. 대만 단감 사전 절차
3. 대만 단감 라벨 심의
4. 대만 단감 서류 준비
5. 대만 단감 세금 납부
6. 대만 단감 검역 심사 절차
7. 수출 대상국가(대만) 관련 규제 정보

1. 대만 단감 인증 취득

인증 취득

대만으로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

단감

단감은
신선농산물로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 대만 수입 식품 ‘적용받는 강제 인증 無’

대만으로 수출하고자 하는 단감 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 신선농산물의 식품 검역을 담당하고 있는 대만 식품의약품국(TFDA, Taiwan Food and Drug Administration)은 식품의 안전이나 제조에 관하여 별도의 인증을 부과하고 있지 않음

하지만 유전자 변형 식품, 보건의약품 등 특정 식품의 경우 보건의약품 관련 인증을 발급받아야 함. 이 외에는 HACCP, ISO 22000 등과 같이 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증을 선택적으로 획득하여 활용할 수 있음

2015년 6월부터 GMP(Good Manufacturing Practice) 인증이 TQF(Total Quality food Association)협회 관할로 변경되었으며, 명칭도 TQF 상품인증제도로 변경되었음. 대만에서 해당 인증을 받고자 하는 경우 대만 경제발전부(DOED, Department of Economic Development) 산하 공업국 소속인 TQF 협회로부터 발급받을 수 있음

[표 5.1] 대만 식품 인증 취득

| 인증명 | 인증 성격 | 강제 유무 | 발급 기관 | 인증 Mark |
|-----------------|-------------|-------|--------------------------------------|---|
| HACCP | 식품 생산 안전 인증 | 선택 | 식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원) |  |
| ISO 22000 | 식품 생산 안전 인증 | 선택 | 정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관 |  |
| IFS | 식품 생산 안전 인증 | 선택 | IFS 지정 인증기관 |  |
| BRC Food Safety | 식품 생산 안전 인증 | 선택 | BRCGS 지정 인증기관 |  |
| FSSC 22000 | 식품 생산 안전 인증 | 선택 | FSSC 지정 인증기관 |  |
| TQF | 식품 생산 안전 인증 | 선택 | Taiwan Quality Food Association |  |

자료 : 각 인증기관

[표 5.2] 대만 식품 인증 취득

| | | |
|--------------------|--|----------------|
| HACCP | 절차 | 기간 |
| | 서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증 | 40일 |
| | 서류 | 비용 |
| | 신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업/사업자 등록증 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 | 120-130만 원 |
| 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 |
| TQF | 절차 | 기간 |
| | 인증 신청>서류 심사>현장 조사>제품 검수>결과 발표>계약 체결>인증발급 | 75일 |
| | 서류 | 비용 |
| | 사업자등록증, 생산허가서 등 수출 시 외부기관에서 발급된 증명서 | - |



자료 : 각 인증기관

▶ 유기농 식품, 대만 CAS 유기농 인증 획득 필요

현재 한국은 대만과 상호동등성협정(Equivalence Arrangement) 미체결 상태이므로 대만으로 유기농 식품을 수출하기 위해서는 대만 행정원 농업위원회(COA, Council of Agriculture)와 유기농 검증기관의 심사를 거쳐야 함

대만은 CAS 유기농 인증 제도를 사용하며 대만 행정원 농업위원회(COA)의 심사를 통과한 유기농 제품은 해당 인증마크를 부착할 수 있음. 또한, 대만은 13개의 유기농 검증기관을 지정하였는데, 해당 기관에서 화학물질 및 농약 검증을 받은 후 FOA 인증마크를 발급받아야 함. 유기농 인증 제품을 판매할 시, 판매업체는 제품 포장에 발급받은 두 개의 인증마크를 모두 표시해야 함

[표 5.3] 대만 유기농 인증 정보

| 인증명 | 발급 기관 | 비고 | 인증 Mark |
|-------------|--|------------------------------|---|
| CAS Organic | 대만 행정원 농업위원회 (COA) | 대만 행정원 농업위원회(COA)의 심사를 거쳐야 함 |  |
| FOA Organic | Taiwan Formosa Organic Association (FOA) | 13개 검증기관 중 선택하여 인증 |  |

대만 수입 요건

- 대만과의 상호동등성협정 국가의 유기농 제품
- 대만 행정원 농업위원회(COA) 검증을 거친 유기농 제품
- CAS 인증 외 13개 중 1개 검증기관의 검증을 거친 유기농 제품

라벨 사용

- CAS 인증마크와 1개 검증기관의 인증마크를 모두 라벨에 표기해야 함
- 제품명, 원료명, 업체명, 주소, 전화번호, 원산지, 검증기구명, 유기 검증 허가번호를 표기해야 함

자료 : 대만 행정원 농업위원회(COA), KATI 농식품수출정보

2. 대만 단감 사전 절차

사전 절차

대만으로 제품 수출 시, 품목에 대한 사전 규제 및 심사제도 정보 제공

단감

단감 품목은 신선농산물로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 대만 단감 수출 시 ‘사전 심사 불필요’
- ▶ 품목 분류 사전심사제도를 통해 정확한 ‘품목 분류 사전 확인 필요’

대만은 2019년 식품위생관리법(食品衛生管理法) 제35조 제2항의 수입계통성 심사 실시방법을 기반으로 수입식품 사전 심사 제도를 시행하고 있으며 대상 품목으로는 육류, 수산물, 유제품임. 즉, 단감은 별도의 사전 심사가 필요하지 않음

통관을 위한 수입신고서 준비 시, 「중화민국해관수입세칙(中華民國海關進口稅則)」²³⁾에 의거하여 수입상품에 대한 세칙과 세율을 적용하여 수입신고서에 기입해야 함. 만약, 수출 식품의 품목 분류가 애매하거나 어려울 경우 대만 세관의 사전품목분류 심사제도를 이용할 수 있음. 사전품목분류 심사는 지룽항, 타이베이항, 타이중, 가오슝항의 접수창구를 이용하여 신청이 가능하며 신청서는 대만 재정부 관세청(CA, MOF)의 항구 무역 세관(CPT, Customs Port Trade) 웹사이트를 통하여 발급 가능함

[표 5.4] 대만 품목분류 사전심사

| 적용 규제 | 대만 재정부 관세청(CA, MOF), 「중화민국해관수입세칙(中華民國海關進口稅則)」, 2017 |
|-------|---|
| 발행 기관 | 대만 재정부 관세청(CA, MOF) - 온라인 : eweb.customs.gov.tw - 오프라인 : No.13, Tacheng Street, Taipei City - Tel : +886-2-2550-5500 |
| 필요 서류 | <ul style="list-style-type: none"> • 신청서 • 제품 카탈로그 • 메뉴얼 • 성분표 • 감정보고서 • 가공제조설명서 • 조작방법 및 원리 • 사진 및 도안 • 샘플(심사 후 반환 신청이 가능함) • 기타 관련 자료 |
| 절차 | 사전 자료 준비>심사 신청>임시 결정>분류의견 혹은 심사 결과발표 |
| 신청 방법 | 대만 재정부 관세청(CA, MOF)(etaipei.customs.gov.tw) >Import Goods Advance Tariff Ruling One-Stop Service |

자료 : 대만 재정부 관세청(CA, MOF)

23) 대만 재정부 관세청(CA, MOF, Taiwan Customs Administration) 「중화민국해관수입세칙 (中華民國海關進口稅則)」, 2017

▶ **대만 식품 통관을 위해 사전 ‘기업 등록 필요’**

대만으로 식품을 수출하기 위해서는 수출업체가 대만 재정부 관세청(CA, MOF)에 기업 정보를 등록해야 함. 수출업체가 직접 수출하지 않고 수입 위탁업체(관세사)가 대행하는 경우 해당 관세사는 세관에 등록된 업체여야 함

[표 5.5] 대만 사전 기업 등록

| | |
|-------|---|
| 적용 규제 | 대만 보건복지부(MOH, Ministry of Health and Welfare), 「식품위생관리법(食品衛生管理法)」, 2008 |
| 필요 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 등록 신청자 기본 정보 • 기업 상세 정보 • 수출 품목 • 수출 제품 관련 정보 • 수출 및 유통 과정에 포함되는 기타 활동에 대한 설명 |
| 비용 | 무료 |
| 등록 절차 | 대만 재정부 관세청(CA, MOF) 홈페이지에서 신청 (etaipei.customs.gov.tw) > 심사 후 결과 발표 |

자료 : 대만 재정부 관세청(CA, MOF)

- ▶ 대만, 신선농산물 수입검역조건 확인 필요
- ▶ 대만, 신선농산물 식물검역증명서 ‘발급 필수’

대만은 대만 행정원 농업위원회(COA)의 「식물방역검역법(植物防疫檢疫法)」 제14조에 따라 신선농산물 수입 시 수출국 검역기관, 농림축산검역본부에서 병충해 검역을 받도록 하였음. 대만은 금지 병충해 56종을 지정하여 해당 병해충의 기주식물 수입을 전면 금지하고 있으며 수입이 허용된 식물의 경우에도 해당 병충해의 무감염을 증명해야 함

단감의 경우 수출 가능 품목의 과실류에 포함되지만 대만 지정 금지 병해충 중 꽃노랑총채벌레의 기주식물 중 하나인 감나무(Diospyros Kaki)의 품목이기 때문에 무감염을 증명해야 함. 또한, 대만 단감 수출 시 흙이 묻어 있으면 수출이 불가함

농림축산검역본부에서 식물위생증명서(PC, Phytosanitary Certificate)를 발급받기 위해서는 검역 당국에 검사신청서를 제출해야 함. 이후 재배지검사가 이루어지며 추후 수출검사에서 병충해 검역을 실시하여 수입국의 요구조건에 적합할 시 증명서가 발급됨. 그러나 대만으로 물품 도착 후, 현지에서 다시 한번 병충해 검역을 진행하는데, 이때 금지 병충해의 검출 시에는 소독 처리되거나 폐기 또는 반송될 수 있음

[표 5.6] 수출국 식물위생증명서 발급

| | |
|-------|--|
| 발급기관 | 농림축산검역본부 식물검역부 수출지원과 |
| 적용 규제 | 농림축산검역본부 「제2019-71호」, 2019 일부 개정 |
| 신청 방법 | 인터넷, 우편, FAX, 방문접수 |
| 발급 절차 | 신청서 작성 → 서류심사 → 현장검역 → 실험실 정밀검역 → 합격 시 증명서 발급 |

자료 : 농림축산검역본부

3. 대만 단감 라벨 심의

▶ 대만 라벨 규정

[표 5.7] 대만 라벨 관리 규정

| | | | |
|---|---|--|---------------------------------------|
| ● 라벨 심의 | ● 단감 | ● 라벨 심의 | ● 단감 |
| 대만으로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공 | 단감 품목은 신선농산물로 분류하여 해당하는 정보를 제공함 | 대만으로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공 | 단감 품목은 신선농산물로 분류하여 해당하는 정보를 제공함 |
| 적용 규제 | 대만 보건복지부(MOHW), 「식품안전 및 위생에 관한 법률(食品安全衛生管理法)」, 2019 | | |
| 세부 규정 | Chapter V Food Labeling and Advertisement Article 22-25 | | |
| 라벨 표기사항 (항목) | <ul style="list-style-type: none"> • 제품명 • 용량 • 원산지 • 영양성분 • 제조일자 • 유통기한 • 제조사 및 수입사 정보 • 식품첨가물 • 알레르기 | | |
| 세부 내용 | 표기 언어 | 모든 필수정보는 중문으로 표기해야 함 | |
| | 제품명 | 식품 원료성분·원료품종·식용부위·속어 등을 이용해 명기해야 함 | |
| | 용량 | 미터법 단위를 기준으로 작성해야 함 제품의 특성에 따라 식품의 중량·용량·수량을 명기해야 함 | |
| | 원산지 | 액체가 고형물과 함께 든 제품의 경우 내용물과 고형량을 별도로 표기해야 하나, 표기가 어려울 경우 내용물의 중량만 표기해도 무방함 내용물이 두 종류 이상일 경우 함량이 높은 것부터 낮은 순으로 작성해야 함 | |
| | 유통기한 | 2개 국가 이상의 제품을 혼합해 포장했을 경우 제품의 함량이 많은 국가명 순으로 명기해야 함 | |
| | 제조사 및 수입사 정보 | 수입산 원료이나 대만에서 재가공을 거쳐 완제품을 만들 경우 원산지는 대만으로 명시해야 함 식품 제조사 주소에 원산지를 명시했을 경우에는 원산지 표기를 생략해도 무방함 유통기한 표기 시 포장 상단에 표기해야 하며, 년·월·일을 포함해 자유롭게 작성 가능 수입 제품의 경우 대만의 민국(民國)표기 표기와 양력(西元)을 구분해 표기해야 함 수입 신고 시 세관에 신고한 내용 및 서류를 바탕으로 정확히 명기해야 함 수입식품의 경우 대만 내 수입 위탁기업의 정보를 명기해야 하며, 기업명, 전화번호, 주소를 기입해야 함 | |

자료 : 대만 식품의약국(TFDA), KATI 농식품수출정보

| | | | |
|--------------|------------------------------|--|--|
| 세부 내용 | 라벨 표기사항 (가이드) | 영양성분 | 식품의 영양성분표는 반드시 눈에 잘 띄는 포장 외부에 명기해야 하며, 중문(번체자)로 표기해야 함 열량, 단백질, 지방, 포화지방, 불포화지방, 탄수화물, 당, 나트륨 순서대로 나타내야 함 이외에 업자가 표기하기 원하는 기타 영양소 함량 등을 포함해도 무방함 |
| | | 식품첨가물 | 2가지 이상 원료를 혼합한 식품첨가물은 용도를 제시해야 하며 식품첨가물 명칭과 함께 표기해야 함 |
| | | 알레르기 | 알레르기 유발 가능 식품 강제 표시 규정에 의해 갑각류(새우, 게 등), 망고, 땅콩, 우유, 알류, 견과류, 깨, 글루텐 함유 곡물, 대두류, 어류, 아황산염(이산화황 함유량 10mg/kg 이상)의 알레르기 유발 가능성이 높은 내용물을 전부 제품명에 명기해야 함 |
| | | 기타 | 채즙이 10% 이상인 제품은 과실즙 또는 채소즙 함량을 백분율로 표시해야 함 2가지 과·채즙이 혼합된 제품은 종합과(채)즙 또는 혼합과(채)즙 으로 표기해도 됨 비건 식품의 경우, 제품에 첨가된 비건식의 종류를 표기해야 함 냉동식품은 식품 종류, 보관 상태 및 방법, 조리방법을 표기해야 함 건강식품은 허가받은 보건효과, 허가번호, 설명 및 건강식품마크, 위생서가 지정한 기타 원료에 대한 정보 등을 표기해야 함 우유 및 유제품은 반드시 제품의 유통기한과 보관방법을 명기해야 함 |
| | | 통관 시 대형포장 형태의 신선농산물 | 별크형태의 신선농산물은 화물 검사 시 원문 표기의 통과가 가능함 제품명, 제조업체, 제조일자는 필수적으로 표기해야 함 중문 표기 및 유효일 표기 생략 가능함 신선 야채류의 투명 플라스틱 통, 밀 부분에 구멍이 나 있는 통, 뒷면에 랩을 씌우는 방식 등은 보존기간을 연장하는 완전 밀폐 포장인 아니기 때문에 포장 식품 규정에 해당하지 않음 |

자료 : 대만 식품의약국(TFDA), KATI 농식품수출정보

4. 대만 단감 서류 준비

서류 준비

대만으로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
서류 정보 제공

단감

단감 품목은 신선농산물로
분류하여 해당하는 정보를
제공함

- ▶ 대만 수입서류 원산지증명서 준비 필요
- ▶ 대만 관세 업무, 허가받은 통관 브로커를 통해 진행 가능

대만의 수입 신고는 납세 의무인, 화물 수출입자 또는 위탁통관업자를 통하여 수입통관 업무를 진행할 수 있음. 화물수입자·위탁통관업자는 반드시 대만 경제부 국제무역국(Bureau of Foreign Trade)에 수출입업체 등록을 마쳐야 함

대만의 수입자는 관련 증빙서류 및 수입신고서를 담당세관에 제출해야 하며 EDI(Electronic Data Interchange) 또는 직접 제출방법이 있음. EDI는 대만 재정부 관세청(CA, MOF)과 링크되는 소프트웨어를 설치하여 해당 수입 신고를 진행하는 방식임

원산지증명서 제출 시, 대만으로 직접 운송하는 제품의 최종 수출국을 명기해야 함. 제3국 경우 시 화물 운송 기간 내 상품의 적재, 가공 및 기타 모든 작업은 불허됨. 화물 포장의 원산지 표기가 선적서류 내용과 일치하지 않으면 기타 원산지증명 자료를 추가로 제출해야 함

신선농산물의 경우 대만 행정원 농업위원회(COA)에서 관할하고 있으며 수입 신고 시 일반적인 통관 서류를 포함하여 포장명세서, 가격신고서 2부, 카탈로그 또는 매뉴얼 등의 서류가 필요함

[표 5.8] 대만 통관 서류

| 구분 | 서류명 | 발급 기관 |
|-------|--------------------------|---------------------|
| 일반 서류 | 수입신고서 (CBP Form 7501) | 대만 재정부 관세청(CA, MOF) |
| | 상업 송장 | (-) |
| | 위임서 | (-) |
| | 선적 포장 명세서 | (-) |
| | 가격신고서 | (-) |
| | 제품 카탈로그· 설명서·검역 샘플 | (-) |
| | 식물검역증명서 | 농림축산검역본부 |
| | 원산지 증명서 | 수출업체 / 관세청 |

자료 : 대만 재정부 관세청(CA, MOF)

5. 대만 단감 세금 납부

세금 납부

대만으로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

단감

단감 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 대만 단감 HS-CODE 0810.70-00005, 협정 관세율 35% 적용
- ▶ 한국, WTO 국가로서 Column I 관세율 '적용'

단감의 경우 대만에서는 HS-CODE 0810.70의 0810.70-00005 세번을 사용하여 수입됨.²⁴⁾ 대만 수입 시 협정 관세율은 총 3가지로 Column I, II, III로 나누어짐. 기본 세율은 Column III로 50%이며, 별도의 무역협정이 없으나 WTO 회원국인 한국은 Column I로 35%의 관세율을 적용받음. 그 외 자유무역협정(FTA, Free Trade Agreement) 체결국가를 위한 Column II는 국가별로 상이하며 관세율 4.4-35%를 적용함

관세 외에도 모든 수입 물품에 영업세(Value Added Tax)가 5%가 부과되며, 수입 물품의 가격에 관세 및 제세를 포함한 금액을 과세 표준으로 하여 해당 과세 표준에 영업세율을 적용하여 산출됨

- 수입서류 심사비용에 65달러(한화 약 8만 원)²⁵⁾ 소요
- 수입서류 심사 기간은 4시간 소요
- 통관 비용은 340달러(한화 약 40만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 47시간 소요

[표 5.9] 한국·대만 HS CODE 비교 및 대만 수입 세율

| 구분 | HS CODE | 품목분류 | 비고 |
|-----|--------------------|-----------------------|----|
| 한국 | 0810 | 그 밖의 과실(신선한 것으로 한정한다) | |
| | 0810.70 | 감 | |
| | 0810.70-1000 | 단감 | |
| 대만 | 0810.70-00005 | 신선한 감 | |
| 관세 | 기본 관세율 | 50% | |
| | Column I 협정 관세율 | 35% | |
| VAT | | 5% | |

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 대만 재정부 관세청(CA, MOF)

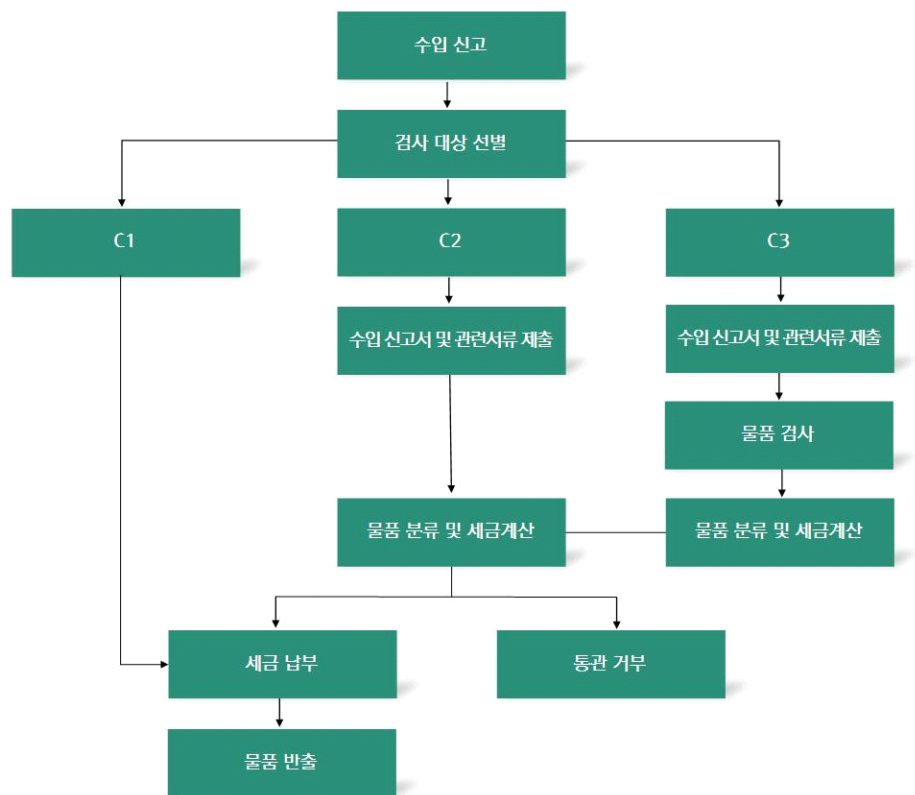
24) 대만 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 0810.70 중 단감에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단은 대만 세관 당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 대만 재정부 관세청(CA, MOF)을 통한 확인이 필요함

25) 1달러=1,173.50원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 대만 단감 검역 심사 절차

- ▶ 대만 신선농산물, 심사 결과 및 정해진 규정에 따라 서류 및 물품 검사 실시
- 대만으로 신선농산물 수출 시, 수출국에서 발행한 검역증명서를 첨부하여 검역신청을 해야 함. 해당 검역증명서를 바탕으로 서류 심사를 거쳐 ①특별검역 조건이 없는 제품, ②검역 조건이 있는 제품, ③격리 검역 필요제품, ④수입금지제품 등 총 4가지로 분류되어 검역이 진행됨

[표 5.10] 대만 통관 프로세스



7. 대만 관련 규제 정보

대만 수입할당 품목

- 녹용
- 배
- 바나나
- 팔
- 우유
- 땅콩
- 마늘
- 건표고버섯
- 황화채
- 야자
- 빈랑
- 파인애플
- 망고
- 유자
- 용안과육
- 쌀

▶ 대만 보건복지부(MOHW), 신선농산물 농약잔류허용량 규제

대만 보건복지부(MOHW)는 「식품안전 및 위생에 관한 법률(食品安全衛生管理法)」, 제15조 2항의 의거하여 농약잔류허용량기준(農藥殘留容許量標準)을 규제함. 해축·수산물을 제외한 식품은 해당 기준치에 부합해야 함

[표 5.11] 대만 단감 농약잔류허용기준 정보

| 농약명 (영문) | 농약명 (국문) | 최대 잔류허용기준 (mg/kg) | 농약 종류 |
|----------------|------------------|-------------------|---------|
| Azoxystrobin | 아족시스트로빈 액상수화제 | 1.0 | 살균제 |
| Boscalid | 보스칼리드 입상수화제 | 1.0 | 살균제 |
| Buprofezin | 뷰프로페진 수화제 | 1.0 | 살충제 |
| Captan | 캡탄 수화제 | 3.0 | 살균제 |
| Chlorfenapyr | 클로르페나피르 액상수화제 | 0.5 | 살충제 |
| Clothianidin | 클로티아니딘 액상수화제 | 1.0 | 살충제 |
| Cyflumetofen | 사이플루메토펜 액상수화제 | 1.0 | 진드기 구충제 |
| Cyhalothrin | 사이할로트린 | 0.4 | 살충제 |
| Cyprodinil | 사이프로다이닐 | 1.0 | 살균제 |
| Dichlofluanid | 다이클로플루아니드 | 5.0 | 살균제 |
| Difenoconazole | 디페노코나졸 액상수화제 | 1.0 | 살균제 |
| Dinotefuran | 디노테퓨란 수화제 | 1.0 | 살충제 |
| Fluazinam | 플루아지남 액상수화제 | 0.5 | 살균제 |

자료 : 대만 식품의약국(TFDA)

▶ 대만 일정 품목 수입할당제 실시

대만은 자국 산업 보호 목적의 수입 제한 정책의 일종으로 정부가 일정 물량 이상의 수입을 금지하는 제도인 수입할당제를 실시하고 있음. 수입할당실시방법(關稅配額實施辦法)에 규정된 수입할당 품목은 총 16가지로, 한국은 수입할당제의 대상 국가가 아니며 단감 또한 수입할당 품목이 아님

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

- Interview ① 쉐웨이진코우쉐이구어요우시엔공사(全威進口水果有限公司)
- Interview ② 허그온라인스토어(HUG網路超市)
- Interview ③ 하우스하우스(好食好食)
- Interview ④ 쫘징농찬짜이페이(仲菁農產宅配)
- Interview ⑤ 대만행정원농업위원회(Council of Agriculture)

Interview ① 첼웨이진코우쉐이구어요우시엔공사 (全威進口水果有限公司)

26)

첼웨이진코우쉐이구어
요우시엔공사
(全威進口水果有限公司)

전문가 소속

첼웨이진코우쉐이구어
요우시엔공사
(全威進口水果有限公司)
수입유통업체

연락처

+886-3-324-5088

전문가 정보

Mr. Zheng
(General Manager)



첼웨이진코우쉐이구어요우시엔공사(全威進口水果有限公司)

General Manager, Mr. Zheng

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

첼웨이진코우쉐이구어요우시엔공사는 2003년에 설립된 과일 전문 수입유통업체로, 주로 일본산 과일을 수입하고 있습니다. 단감, 사과, 샤인머스켓, 배, 키위, 복숭아, 블루베리 등을 주로 취급하며 자사 온라인 홈페이지를 통해 판매를 진행하고 있습니다.

Q. 대만 내 단감의 수요와 한국산 단감에 대한 인식은 어떤가요?

현재 대만 시장에서는 일본산 단감의 수요가 가장 높습니다. 일본산 과일의 품질은 매우 좋은 편이며, 대만 소비자들도 과일 구매 시 품질에 대한 기준이 높아 일본산 과일을 선호하고 있습니다. 저희 업체에서는 한국산 단감에 대해 알고는 있지만, 수입 경험은 없습니다.

Q. 현재 취급 중인 단감의 원산지 및 품종은 무엇인가요?

저희 업체는 일본 와카야마의 흑설탕 단감(日本和歌山黒糖柿子) 및 부유 단감과 구도야마의 거대 단감(日本九度山巨无霸甜柿子)을 수입하고 있습니다. 저희는 일본산 과일을 전문적으로 유통하는 업체이기 때문에 일본 농장 및 물류업체와 장기적으로 협력 관계를 맺고 있습니다. 품질과 가격 측면 모두 이전부터 거래해온 업체에 대한 신뢰도가 높고 대만 소비자들 또한 일본산 과일에 대한 선호도가 높기 때문에 타 국가의 과일 수입은 현재로서는 고려하고 있지 않습니다.

26) 사진 자료 : 첼웨이진코우쉐이구어요우시엔공사(全威進口水果有限公司)

Q. 현재 취급 중인 단감의 가격은 어떤가요?

일본 와카야마 흑설탕 단감과 구도야마 거대 단감의 경우, 8개와 12개입으로 판매하고 있으며 소매가는 약 1,600-2,400대만달러(한화 약 6만 4,500-9만 6,740원²⁷⁾)입니다. 현재 대만에서 유통 중인 단감도 일반적으로 1상자에 8개나 12개입이며 당도는 원산지 및 품종별로 다르지만 보통 16브릭스 내외입니다.

Q. 대만 내 단감의 생산 및 출시 시기는 언제인가요?

단감은 생산 시기에 따라 출시 시기도 달라집니다. 2020년의 경우, 입동이 늦어져 단감의 성숙기도 상대적으로 늦춰졌습니다. 단감의 성숙기는 생산지의 기후에 따라 달라지는데, 예를 들어 대만은 일본보다 덥기 때문에 단감의 성숙기가 일본보다 보름 정도 늦습니다. 이렇듯 단감의 생산 시기는 출시 시기와 직결되어 있어 판매에 영향을 미치지만, 소비자들은 생산 시기보다는 원산지를 더 중요시합니다.

Q. 현재 업체에서 사용하고 있는 단감 구매 및 운송방식은 무엇인가요?

저희 업체에서는 일반적으로 항공 운송을 이용하고 있어 운송지연으로 인한 출시지연의 경우는 거의 없습니다. 한 번에 수입하여 재고를 쌓아두고 판매하는 것이 아니고 고객 주문 시 바로 일본에서 바로 항공편으로 배송되기 때문에 신선도 유지 면에서 뛰어납니다.

27) 1대만달러=40.31원(2020.10.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 허그온라인스토어(HUG網路超市)

28)

허그온라인스토어
(HUG網路超市)

전문가 소속

허그온라인스토어
(HUG網路超市)
수입유통업체

연락처

+886-2-8861-5161

전문가 정보

Ms. Lin
(Manager)



허그온라인스토어(HUG網路超市) Manager, Ms. Lin

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

허그온라인스토어는 2005년에 설립된 수입유통업체로, 과일, 육류, 수산물, 스낵류, 음료류 등 다양한 식품을 취급하고 있습니다. 대만 현지 과일, 뉴질랜드산 빅블루베리, 일본산 단감, 복숭아, 사과 등을 판매하고 있으며 주로 자사 온라인 홈페이지를 통해 판매를 진행합니다.

Q. 대만 내 인기 있는 단감의 원산지 및 특징은 무엇인가요?

대만 내 단감 구매량의 약 80% 정도는 현지산이며 단감을 좋아하는 마니아층은 더 당도가 높은 일본산 흑설탕 단감을 구매하기도 합니다. 소비자들은 단감 구매 시 당도를 가장 중요시하며 고당도의 단감일수록 선호도가 높습니다. 특히 일본산 단감에 대한 수요가 가장 높는데, 품질이 좋고 3-5일 이내로 항공 운송이 가능하기 때문입니다.

Q. 대만 내 한국산 단감에 대한 인식은 어떤가요?

대만 소비자들은 한국산 단감에 대해 알고는 있지만 잘 구매하지는 않습니다. 저희 업체에서도 현재 대만 현지산 단감과 일본산 단감을 취급하고 있습니다. 한국산 단감 중에서는 부유 품종이 가장 유명하며 원추와 원미 품종은 들어본 적이 없습니다.

Q. 단감의 판매 시기는 언제이며 판매 방식은 무엇인가요?

단감은 원산지의 해발고도 및 기후에 따라 성숙기와 출시 시기가 달라집니다. 예를 들어, 10월 29일 현재 일본산 흑설탕 단감이 보름 가까이 판매되고 있는데 일본 내 수확이 끝 무렵이기 때문에 조만간 판매를 마감할 예정입니다. 그러나 대만의 경우, 올해 기후적인 요소로 수확이 지연되고 있기 때문에 사전예약을 받아 수확 후 즉시 배송하는 방법으로 준비 중입니다.

28) 사진 자료 : 허그온라인스토어(HUG網路超市)

Q. 현재 취급하고 있는 수입산 단감은 무엇인가요?

저희 업체에서는 일본산 와카야마 흑설탕 단감을 판매하고 있으며 1개당 260g인 단감 10-13개입 1박스에 3,600대만달러(한화 약 14만 5,120원) 입니다. 해당 품종의 생산 시기는 10월 중순에서 11월 초까지이며 보통 11월 중순 이전에 주문이 마감됩니다. 일본 흑설탕 단감의 당도는 매우 높고 품질이 우수하여 소비자 선호도가 높은 편입니다.

Q. 현재 취급하고 있는 대만 현지산 단감은 무엇인가요?

저희 업체에서는 주로 11월에 생산되는 대만 타이중 구관(谷關) 품종 10A 제품을 취급하고 있으며 단감 1개당 무게는 약 356-390g로 6개입 1박스로 판매하고 있습니다. 단감은 크기별로 분류할 때 숫자+A를 사용하는데 숫자가 높을수록 단감의 크기가 큼니다. 해당 품종은 해발 약 1,000m에서 재배되며 큰 일교차로 인해 17-19브릭스 정도로 당도가 높습니다. 또한, 과육의 밀도가 높아 아삭아삭한 식감을 가지고 있으며 떫은맛이 완전히 제거된 상태로 유통되고 있습니다.

Interview ③ 하우스하우스(好食好食)

29)

하우스하우스
(好食好食)

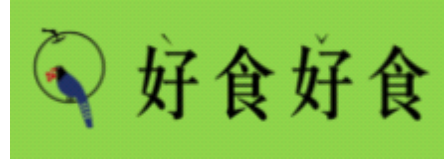
전문가 소속

하우스하우스
(好食好食)
수입유통업체

연락처
+886-9-1023-3849

전문가 정보

Ms. Wu
(Sales Manager)



하우스하우스(好食好食)

Sales Manager, Ms. Wu

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

하우스하우스는 과일 전문 수입 유통업체로 주로 자사 온라인 홈페이지를 통해서 판매를 진행하고 있습니다. 주로 대만 현지산 과일을 취급하고 있으며 한국, 일본, 태국, 미국, 캐나다, 칠레, 이탈리아, 프랑스, 뉴질랜드, 호주, 이집트 등에서도 수입하고 있습니다. 주요 취급 품목은 단감, 키위, 사과, 포도, 체리, 복숭아, 오렌지, 배, 열대과일, 석류 등입니다.

Q. 대만 내 한국산 과일에 대한 인지도는 어떤가요?

대만에서는 수입산 단감 중 일본산 단감에 대한 인지도가 가장 높습니다. 그러나 이에 비해 한국산 단감은 아직 잘 알려지지 않았으며 단감보다는 오히려 한국산 사과나 배에 대한 인지도가 높은 편입니다.

Q. 현재 취급 중인 단감과 판매 방식은 어떤가요?

저희 업체에서는 주로 대만의 리산(梨山)에서 생산되는 일명 고산 단감을 취급하고 있습니다. 해당 품종은 리산의 해발 1,700미터의 고산에서 재배되며, 기온이 낮아 보통 10월 중순부터 11월 초까지 판매하고 있습니다.

Q. 대만에서 판매되고 있는 단감의 가격, 무게, 당도는 어떤가요?

감은 무게에 따라 200g은 6A, 250g은 7A, 300g은 8A, 350g은 9A, 그 이상은 10A로 분류됩니다. 저희 업체의 경우 7A, 8A, 9A 제품을 판매하고 있으며 7A 등급의 단감이 가장 인기가 높습니다. 1박스 당 8개입이며 7A는 770대만달러(한화 약 3만 1,040원), 8A는 850대만달러(한화 약 3만 4,260원), 9A는 980대만달러(한화 약 3만 9,500원)이며 당도의 경우, 18브릭스 정도가 가장 인기 있습니다.

29) 사진 자료 : 하우스하우스(好食好食)

Interview ④ 쫐징농찬짜이페이(仲菁農產宅配)

30)

●
쫐징농찬짜이페이
(仲菁農產宅配)

전문가 소속

쫐징농찬짜이페이
(仲菁農產宅配)
유통업체

연락처
+886-2-2251-8785

전문가 정보

Mr. Chen
(Manager)

Rakuten 樂天市場



쫐징농찬짜이페이(仲菁農產宅配)

Manager, Mr. Chen

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

쫐징농찬짜이페이는 2010년에 설립된 과일 전문 유통업체로 주로 자사 온라인 홈페이지를 통하여 판매를 진행하고 있습니다. 과일, 요거트, 젤리 등을 취급하고 있으며 과일 중에는 단감, 포도, 사과, 배, 멜론, 키위, 참외 등을 판매하고 있습니다. 주로 대만 현지산 과일과 일본산 과일을 취급하고 있습니다.

Q. 현재 취급 중인 단감의 원산지 및 품종은 무엇인가요?

저희 업체에서는 주로 일본산 와카야마 흑설탕 단감을 판매하고 있습니다. 해당 품종의 당도는 약 18브릭스로 일본산 단감 품종 중 가장 당도가 높아 소비자 인지도 및 선호도가 높습니다. 흑설탕 단감의 생산 시기는 10월 중순부터 11월 초로, 단감 품종 중 상대적으로 빠른 편이며 대만 현지산 단감과 비교할 때 한 달 정도 차이가 납니다.

Q. 대만에서 판매되고 있는 단감의 품종 및 소비자 인식과 한국산 단감에 대한 인식은 어떤가요?

저희 업체는 오랜 기간 일본산 디저트 및 과일을 취급하고 있으며 일본산 제품의 품질에 대한 신뢰도가 높습니다. 현재 대만으로 가장 많이 수입되고 있는 단감도 일본산이며 일반적으로 항공 운송을 많이 이용하기 때문에 주문 후 2-3일 내로 배송됩니다. 현재로서는 한국산 단감의 수입 및 판매 경험이 없기 때문에 소비자 반응을 예측하기 어렵습니다.

30) 사진 자료 : 쫐징농찬짜이페이(仲菁農產宅配)

Q. 현재 판매하고 있는 단감의 가격, 무게, 당도는 어떤가요?

일본 와카야마 흑설탕 단감의 경우 1개당 300g인 단감 10-13개입 1박스에 2,900대만달러 (한화 약 11만 6,900원), 2박스에 5,700대만달러(한화 약 22만 9,770원)에 판매하고 있습니다. 대만 내 가장 판매량이 높은 단감의 무게도 약 300g입니다.

Q. 현재 업체에서 과일 판매 할인 프로모션이 진행되고 있나요?

신선 과일의 경우 신선도 유지 기한이 있기 때문에 할인 프로모션 행사에는 적합한 품목이 아닙니다. 중국 및 대만에서는 11월 11일, 세계에서 가장 큰 쇼핑의 날인 광군절 이벤트가 있는데, 사전 홍보는 10월 말부터 진행합니다. 홍보와 판매 사이에 시간 차가 있다 보니 그동안 냉장보관을 했다가 한 번에 물량을 공급하는데, 과일의 신선도도 떨어지고 냉장 비용이 크게 상승합니다.

그러므로 저희 업체에서는 별도의 할인 프로모션을 진행하고 있지 않으며 창고 보관보다는 주문 즉시 일본에서 직배송되는 시스템으로 운영하고 있습니다.

Interview ⑤ 대만행정원농업위원회 (Council of Agriculture)

31)

●
대만행정원농업위원회
(Council of Agriculture)

전문가 소속

대만행정원농업위원회
(Council of Agriculture)

연락처
+886-2-2343-1401

전문가 정보

Mr. Chen
(Consultant)



대만행정원농업위원회(Council of Agriculture) Consultant, Mr. Chen

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

대만 행정원농업위원회(行政院農業委員會) 산하 동식물방역검역국(動植物防疫檢疫局)은 수입 식물 검역을 담당하며 특히 격리 검역이 필요한 품목에 대한 격리 검역을 수행하고 있습니다. 이 외에도 해외 검역 및 검증 시스템 구축하고 수입 식물 관련 병해충을 모니터링하며 조기 경보 체계 강화 및 위험 분석 업무도 담당하고 있습니다.

Q. 대만으로 단감 수출 시 통관 절차는 무엇인가요?

대만으로 단감 수출을 위해서는 한국 검역기관에서 발행한 수출식물위생증명서(PC, Phytosanitary Certificate)를 제출해야 하며 제품의 학명(속명 및 종자명), 생산지, 수량 등이 명시된 서류를 제출해야 합니다. 또한, 수출국에서 검역을 거쳐 꽃노랑총채벌레(*Frankliniella occidentalis*)에 감염되지 않았음을 증명해야 합니다.

모든 서류를 갖추어 물품 선적 후 대만에 도착하면, 대만 현지의 관할 검역소에 검역을 신청하고, 현장검역 후 해충의 무감염이 증명된다면 수입 절차가 완료됩니다.

Q. 대만으로 단감 수출 시 받을 수 있는 인 증은 무엇인가요?

대만 현지 과일을 대상으로 하는 권장 인 증은 있지만 수입 단감에 대하여 필수적으로 요구하는 인 증은 없습니다. 대만 현지산 제품의 경우 삼장일큐(三章一Q) 인 증을 취득할 것을 권장하는데, 삼장일큐란 ‘유기농 농산물 마크’, ‘CAS 대만 우수 농산물 마크’, ‘생산판매 이력 인 증 마크’, ‘대만농산물생산추적 QR Code’를 의미합니다.

Q. 대만으로 단감 수출 시 수입쿼터제가 적용되나요?

현재 대만에서는 수입산 단감에 대한 수입쿼터제를 적용하고 있지 않습니다. 또한, 참고로 신선 과일의 경우 영양성분표 등의 라벨 표시는 필요하지 않기 때문에 수출 서류만 꼼꼼하게 준비한다면 통관 시 문제없을 것입니다.

31) 사진 자료 : 대만 행정원농업위원회 동식물방역검역국

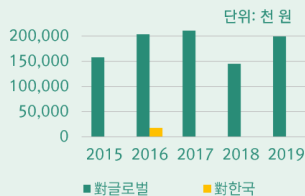
Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

Export Insights



대만 단감 수입규모('19) '1억 9,950만 원'

대만 감 수입액, 지난
2015-2019년 5년간
연평균 8% 성장

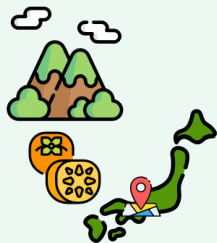


현재 대만 단감이 포함된 감 수입규모는 1억 9,950만 원으로, 지난 2015년 1억 5,725만 원이었던 수입규모에서 약 4,000만 원 가까이 성장한 모습을 보임. 2015-2019년 5년간 연평균 성장률은 8%에 달함. 그러나 한국산 단감 및 감에 대한 수입은 지난 2016년 1,775만 원의 수입량을 보인 후 지금까지 수입을 하지 않고 있는 상태임. 전문가 인터뷰 결과, 이는 대만 단감 시장에서 대만 현지산 및 일본산 단감의 인지도 및 선호도가 높아 두 원산지 단감에 대한 소비가 지배적이기 때문인 것으로 판단됨

단감 소비특징

대만 현지산 단감 다수 판매 수입산 단감은 일본산이 다수

대만 고산지대 단감 및
일본 와카야마 흑설탕 단감 판매 多



대만 온라인쇼핑몰의 단감 연관어 분석 결과, 대만 현지산 제품이 다수 판매되고 있으며, 그 중에서도 대만 모티안링, 리상, 타이중 등 고산지대에서 재배되는 단감의 인지도가 높은 것으로 나타남. 이 지역의 단감은 단맛이 강해 품질이 높지만 고산지대 특성상 생산량에 한계가 있는 것으로 나타남

한편, 수입산 단감의 경우 일본산 제품 및 뉴질랜드산 제품이 많은 것으로 나타남. 특히 일본산의 경우 일본 와카야마 흑설탕 단감이 대만 현지에서 호평을 얻고 있음. 이에 대해 전문가인터뷰에서도 일본 와카야마 흑설탕 단감이 언급되었으며, 부유 단감 및 구도야마 거대 단감도 함께 언급됨

단감 구매요인

대만 소비자, 단감 구매 시 당도가 주요 구매요인

수입산의 경우 항공 운송으로 배달되는
신선한 단감 선호



전문가 인터뷰 결과, 대만 소비자들은 단감을 구매할 때 당도를 가장 중요한 구매요인으로 여기고 있는 것으로 나타남. 이로 인해 일본산 와카야마 흑설탕 단감에 대한 선호도가 높으며, 해당 단감은 17-19브릭스 정도의 당도를 가지고 있다고 설명함. 또한 대만 현지에서 생산되는 리상 고산단감 역시 18브릭스의 높은 당도를 가지고 있어 소비자들에게 인기있다고 언급함

한편, 대만 소비자들이 일본산 단감을 선호하는 다른 이유로 소비자 주문 즉시 일본 현지에서 항공 운송으로 직배송되는 시스템이 언급됨. 주문한 단감은 항공 운송으로 2-5일 내 유통이 가능하므로, 더욱 신선한 단감을 구매하고 싶은 소비자들에게 환영받고 있음



Export Insights

단감 유통채널

단감 주요 유통채널
'개인 및 기타 식료품점',
'하이퍼마켓/슈퍼마켓', '온라인'

개인 및 기타 식료품점 16.2% 점유
하이퍼마켓/슈퍼마켓 11.2% 점유
온라인 11.1% 점유



대만 단감 진출 가능 주요 유통채널은 개인 및 기타 식료품점, 하이퍼마켓 /슈퍼마켓, 온라인 등이 있음. 이 중에서 개인 및 기타 식료품점이 16.2% 점유율을 차지하고 있으며, 뒤이어 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 11.2%, 온라인이 11.1%의 점유율을 차지하고 있음

한편, 단감 유통시기와 관련해, 전문가들은 일본산 수입산 및 대만 현지산 단감의 유통시기가 차이난다고 언급함. 일본산 와카야마 흑설당의 경우 10월 중순부터 11월 초까지 재배 및 유통된다고 설명했으며, 대만 현지산 단감의 경우 이보다 보름에서 1달 늦게 유통된다고 설명함

비관세장벽

대만 식품 통관 위해
'기업 등록' 필요

대만 신선농산물 '식품검역증명서' 발급 필수
대만 보건복지부 신선농산물 '농약잔류허용량' 규제



대만으로 식품을 수출하기 위해서는 수출업체가 대만 재정부 관세청(CA, MOF)에 기업 정보를 등록해야 함. 수입 위탁업체가 대행해서 수출 절차를 거치는 경우, 해당 위탁업체의 관세사 역시 대만 세관에 등록된 관세사를 고용한 업체여야 함

또한 대만 신선농산물 수출을 위해서는 '식품검역증명서' 발급이 필수임. 대만 행정원 농업위원회(COA)의 식물방역검역법 제14조에 따라 신선농산물 수입 시 수출국 검역기관 및 농림축산검역본부에서 병충해 검역을 받아야 함. 특히 단감은 대만 지정 금지 병충해 중 꽃노랑총채벌레의 무감염 여부를 입증해야 함. 그 밖에 대만 보건복지부(MOH)의 식품안전 및 위생에 관한 법률 제15조 2항에 의거해 농약잔류허용량기준 규제를 준수해야 함

전문가피드백

대만 인기 단감 품종
'와카야마 흑설당 단감'

8~13개입 1박스 포장에
1,600~3,600대만달러 가격으로 판매



전문가 5명 중 4명이 대만 소비자들에게 인기있는 수입산 단감으로 일본산 단감을 언급했으며, 그중 3명이 와카야마 흑설당 단감이 인기 단감 품종이라고 답함. 전문가들이 취급하고 있는 와카야마 흑설당 단감은 최소 8개입에서 최대 13개입이 1박스 포장으로 판매되고 있으며, 1,600~3,600대만달러(약 6만 4,500~14만 5,120원) 가격에 판매되는 것으로 나타남

한편 18브릭스의 높은 당도를 보이는 대만 현지산 리산 고산단감의 경우, 1박스 8개입 포장으로 판매되고 있으며, 단감의 크기에 따라 770~980대만달러 (약 3만 1,040~3만 9,500원) 가격에 판매되는 것으로 나타남

진출제언



Point 01. 대만 소비자들은 대만 현지산 단감 제품 및 일본산 단감 제품을 주로 소비하며, 그중에서도 대만 고산지대 단감 및 일본산 와카야마 흑설당 단감을 선호함

Point 02. 대만 소비자들은 단감 구매 시 당도를 가장 중요한 구매요인으로 여기며, 수입산 단감의 경우 항공 운송으로 배달되는 신선한 단감을 선호함

Point 03. 대만 식품 통관을 위해 기업 등록이 필요하며, 신선농산물은 식품검역증명서 발급 및 농약잔류허용량 규제 준수가 필수임



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. UN 유엔 경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision」, 2019
2. 대만농업위원회(The Council of Agriculture), 「AG. STATISTICS YEARBOOK 2019」, 2019
3. 대만 보건복지부(Ministry of Health and Welfare), 「식품위생관리법(食品衛生管理法)」, 2008
4. 대만 정부(Government of Taiwan), 「수입계통성 심사 실시방법(食品衛生管理法)」, 2017
5. 대만 재정부 관세청(Taiwan Customs Administration, Ministry of Finance), 「중화민국해관수입세칙(中華民國海關進口稅則)」, 2017
6. 대만 행정원 농업위원회(Council Of Agriculture), 「식물방역검역법(植物防疫檢疫法)」, 1987
7. 농림축산검역본부 「제2019-71호」, 2019 일부 개정
8. 대만 보건복지부(Ministry of Health and Welfare), 「식품안전 및 위생에 관한 법률(食品安全衛生管理法)」, 2019

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. 외교부(www.mofa.go.kr)
4. 쇼피(Shopee) (shopee.tw)
5. 365프룻(365fruit) (www.365fruit.com)
6. 하이넷(Hinet) (times.hinet.net)
7. 픽스넷(Pixnet) (www.pixnet.net)
8. 이청웨이구어디엔(一成蔬果店) 페이스북 (www.facebook.com/pages/一成蔬果店/188419264555484)
9. 푸칭칭구어싱(傅青青果行) (line.me/ti/p/%40amv1399u)
10. 푸칭칭구어싱(傅青青果行) 페이스북 페이지 (www.facebook.com/fcc168168)
- 11.마켓워치(Marketwatch) (www.marketwatch.com)
12. 엘에스아(LSA) (www.lsa-conso.fr)
13. 리테일360아시아(etail360asia) (www.retail360asia.com)
14. 피엑스마트(PX mart) (www.pxmart.com.tw)
15. 아울러(Owler) (www.owler.com)
16. 타이완뉴스(Taiwan News) (www.taiwannews.com)
17. 모모샵(Momo Shop) (www.momoshop.com.tw)
18. 후본그룹(Fubon Group) (www.fubon.com)
19. 포커스타이완(Focus Taiwan) (www.focustaiwan.tw)
20. 엘르(Elle) (www.elle.com/tw)
21. 타이베이농찬운시아오구판유오시엔공스(臺北農產運銷股份有限公司) (www.tapmc.com.taipei)
22. 반장스창(濱江市場) 페이스북 (www.facebook.com/pg/BJmarketplace/posts)
23. 미러미디어(Mirror Media) (www.mirrormedia.mg)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

24. 리엔호어신(聯合新) (www.udn.com)
25. 타이평양시인후오(太平洋鮮活) (sofr3sh248.weebly.com)
26. 타이평양시인후오(太平洋鮮活) 페이스북 페이지 (www.facebook.com/PacificSoFr3sh)
27. 그린앤세이프(Green&Safe) (www.green-n-safe.com)
28. 그린앤세이프(Green&Safe) 페이스북 페이지 (www.facebook.com/green.n.safe)
29. 타이페이인어비(Taipei In Avi) (www.taipeinavi.com)
30. 대만 보건복지부(Taiwan Ministry of Health and Welfare) (mohw.gov.tw)
31. 대만 식품의약품(Taiwan Food and Drug Administration) (consumer.fda.gov.tw)
32. 미국 농무부 해외농업서비스(United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Service) (www.fas.usda.gov)
33. 농식품수출정보(Kati) (www.kati.net)
34. 관세정보법령포털 (unipass.customs.go.kr)
35. 두잉비즈니스(Doing Business) (doingbusiness.org)
36. 세계법제정보센터(World Laws Information Center) (world.moleg.go.kr)
37. 한국무역협회(KITA) (www.kita.net)
38. 국립수산물품질관리원 (nfqs.go.kr)
39. 한국농수산식품유통공사 (www.at.or.kr)
40. 한국식품의약품안전처 (mfds.go.kr)
41. 한국보건산업진흥원(KHIDI) (www.khidi.or.kr)
42. 대만 재정부 관세청(Taiwan Customs Administration, Ministry of Finance) (eweb.customs.gov.tw)
43. 대만 행정원 농업위원회(Council of Agriculture) (eng.coa.gov.tw)
44. 첼웨이진코우슈이귀요우시엔공사(全威進口水果有限公司) (fruithouse.tw)
45. 허그온라인스토어(HUC網路超市) (hug.com.tw)
46. 하우스하우스(好食好食) (house-food.com.tw)
47. 종징농찬짜이페이(仲菁農產宅配) (rakuten.com.tw)
48. 대만행정원농업위원회 동식물방역검역국(Council of Agriculture Bureau of Animal and Plant Health Inspection and Quarantine) (baphiq.gov.tw)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.11.13

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea