



2020

해외시장 맞춤형조사

No. | 202011-41

품목 | 토마토주스(Tomato Juice)

국가 | 대만(Taiwan)

구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약(Summary)	4
II. 시장규모(Market Size)	
1. 대만 토마토주스 시장규모	13
2. 대만 토마토주스 수출입 시장규모	14
3. 대만 토마토주스 소비 시장규모	15
III. 시장트렌드(Market Trend)	
1. 대만 토마토주스, 독점적인 지위 가진 브랜드 없어	22
2. 대만 토마토주스, '건강' 관련 키워드 강조	23
3. 대만 주스 원료, '포도' 최다... 토마토 빈도 적어	24
4. 대만 소비자, 한국산 주스 저렴하다고 생각	25
IV. 유통채널(Distribution Channel)	
1. 대만 토마토주스 유통구조	27
2. 대만 토마토주스 주요 유통업체	28
3. 대만 토마토주스 B2C 소매채널	30

Contents

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 대만 토마토주스 인증 취득	51
2. 대만 토마토주스 사전 절차	53
3. 대만 토마토주스 라벨 심의	56
4. 대만 토마토주스 서류 준비	60
5. 대만 토마토주스 세금 납부	61
6. 대만 토마토주스 검역 심사 절차	62
7. 대만 관련 규제 정보	63

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 쿤타이마오이(堃泰貿易)	66
Interview ② 푸쥬요우시엔공사(馥聚有限公司)	68
Interview ③ 후아페이꾸어지마오이요우시엔공사(華霏國際貿易有限公司)	70
Interview ④ 우두오떠지아(無毒的家)	72
Interview ⑤ 지번성후오(機本生活)	74

VII. 시장진출제언(Export Insights) 76

※ 참고문헌	79
--------	----

I . 요약(Summary)

Summary

▶ 수요 분석

		수치	전문가 인터뷰
<p>100% 주스 (주스 시장의 약 13.5%)</p>	<p>토마토주스 대한국 수입규모 (對글로벌 수입규모의 0%)</p>	시장규모	높은 연령대 소비자가 주로 구매 - 사키(Saki) 인기 토마토주스, 한국 생산 제품
		주스	
		수입규모	
		100% 주스	
		글로벌	5억 272만 원
		한국	0원
		소비 시장규모	남성 55.1% 여성 32.5%
		과체중 및 비만을	

▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)

		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰
<p>비타민, 지방, 향산화, 건강, 소금, 토마토주스</p>	<p>석류, 포도, 사과, 복숭아, 패션프루트, 주스</p>	토마토주스	사과, 크랜베리, 복숭아주스 인기 많아 - 토마토주스, 타 과일주스보다 인기 낮아
		소금	
		주스	
		비타민	
		포도	1st / 331건
		사과	3rd / 111건
		한국산 주스	1st / 26건
		맛있는	3rd / 16건
		가격	

▶ 유통채널

		시장 점유율	전문가 인터뷰
<p>편의점 42.3%, 하이퍼마켓/슈퍼마켓 39.5%, 개인 및 기타 식료품점 13.0%, 온라인 2.5%, 혼합 소매업체 2.3%, 자판기 0.4%</p>	편의점	42.3%	유기농 주스인 A사 제품, 유기농매장 진출 추천 - 온라인쇼핑몰 Momo 진출 추천
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	39.5%	
	개인 및 기타 식료품점	13.0%	
	온라인	2.5%	
	혼합 소매업체	2.3%	
	자판기	0.4%	

▶ 통관 및 검역

		핵심 키워드	전문가 인터뷰	
<p>Step 01 인증 취득 → Step 02 사전 절차 → Step 03 기업 등록 (사전 수입 기업 등록) → Step 04 라벨 심의 (대만 보건복지부) → Step 05 서류 준비 (원산지 증명서) → Step 06 선적/운송 → Step 07 통관 신고 → Step 08 세금 납부 (Column I 세율 30%) → Step 09 검역 심사</p>	인증취득	필수	유기농 인증과 건강식품 인증 추천	
		필수		필수인증 없음
		선택		유기농
	사전절차	필수		사전 수입 기업 등록
		선택		품목분류 사전심사제도
	라벨 표기사항			대만 보건복지부
	서류 준비사항			원산지증명서 외 5건
	세금납부	Column I 세율		30%
		Column III 세율		50%
영업세		5%		

- ▶Point 01. 대만 내 과일주스 중 토마토주스 인기 낮아
- ▶Point 02. 한국산 과일주스 후기, '좋은 품질'과 '합리적 가격' 언급
- ▶Point 03. 과일주스 함량 표시 엄격, '100%' 표기 가능 여부 대만 식품의약품 확인 필요

Market Size

(시장규모)

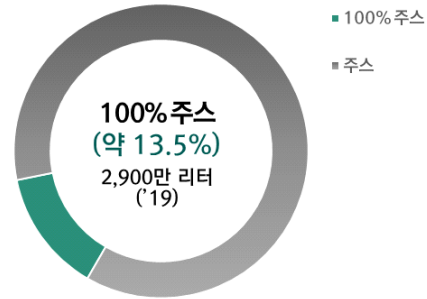
대만(Taiwan)

토마토주스 시장규모

지표 설정 기준: 제품 종류(주스), 제조 유형(100% 착즙)

- 주스(Juice)¹⁾ 시장규모
..... 2억 1,400만 리터('19)
- 100% 주스(100% Juice)²⁾ 시장규모
..... **2,900만 리터('19)**

(*) Euromonitor International

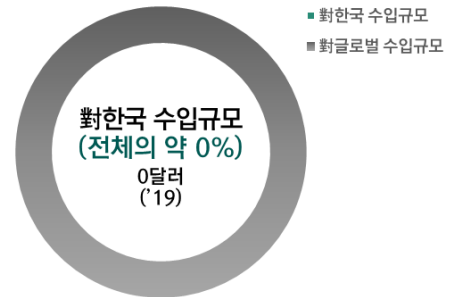


토마토주스 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품 원료(토마토), 제품 유형(주스)

- HS 2009.50 '토마토주스'
대만 對 글로벌 수입규모
..... 45만 5,000달러('19)
- HS 2009.50³⁾ '토마토를 착즙하여 만든 100% 토마토즙'
대만 對 글로벌 수입규모
..... **0달러('19)**

(*) International Trade Centre



토마토주스 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '토마토주스'는 토마토를 착즙하여 만든 제품으로 다이어트 및 건강증진에 도움이 되는 제품임. 이에 대만 내 성별 및 연령대별 과체중·비만 현황을 파악하기 위해 '대만 성별 및 연령대별 과체중·비만율'을 조사함. 또한 대만 내 성별·연령대별 소비자규모를 파악하기 위해 '대만 성별 및 연령대별 인구규모'를 조사함

① 대만 성별 및 연령대별 과체중·비만율('19)

18-24세	24.6%
25-34세	34.3%
35-44세	47.0%
45-54세	49.0%
55-64세	48.0%
65세 이상	51.7%
남성	55.1%
여성	32.5%

② 대만 성별 및 연령대별 인구규모('19)

0-9세 전체	203만 8,000명(9%)
10대 전체	227만 6,000명(10%)
20대 전체	315만 9,000명(13%)
30대 전체	363만 8,000명(15%)
40대 전체	373만 9,000명(16%)
50대 전체	367만 7,000명(15%)
60대 전체	299만 6,000명(13%)
70대 이상 전체	225만 2,000명(9%)

(*) 대만건강증진청(Health Promotion Administration), 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)

1) 주스(Juice): 과일과 야채에서 얻은 주스 중, 100% 주스, 과즙 25-99% 함유 주스, 과즙 최대 24% 함유 주스를 지칭함
 2) 100% 주스(100% Juice): NFC(Not from Concentrated, 농축하지 않은) 100% 주스, 환원 주스, 냉동 주스를 포함함
 3) HS CODE 2009.50: 조사제품인 '토마토주스'는 토마토를 착즙하여 만든 100% 토마토즙 제품임. 이에 제품 원료(토마토), 제품 유형(주스)을 기준으로 '토마토주스'인 HS CODE 2009.50을 지표로 선정함

Market Trend

(시장트렌드)

대만(Taiwan)

토마토주스 소비 실태 분석 결과

대만 '토마토주스' 주요 연관어 분석



대만 '주스' 온라인쇼핑몰 리스트

연관어	발생량
포도	331
석류	170
사과	111
복숭아	104
패션프루트	62
배	55
블루베리	47
오렌지	46
딸기	26
...	
토마토	24

대만 온라인쇼핑몰 주스 1,163건 분석



대만 '토마토주스' 온라인쇼핑몰 리스트

연관어	발생량
대한민국	29
지방	27
소금	17
자연의	13
비타민	12
예방	11
항산화	9
탄수화물	9
건강	9
...	
일본	9

대만 온라인쇼핑몰 토마토주스 3,813건 분석

토마토주스 브랜드 및 특징
일본 및 대만 브랜드
다양한 포장형태 사용



일본 및 대만 브랜드 강세
캔, 종이팩 등 다양한 포장 사용

토마토주스 구매요인
성분 65건
효능 29건

HEALTH CARE



지방, 탄수화물 함유량 고려
핵심 구매요인: 토마토 효능

수입산 토마토주스 원산지
한국 493건
독일 141건
일본 123건



현지산을 제외하고
'한국' 키워드 가장 많아

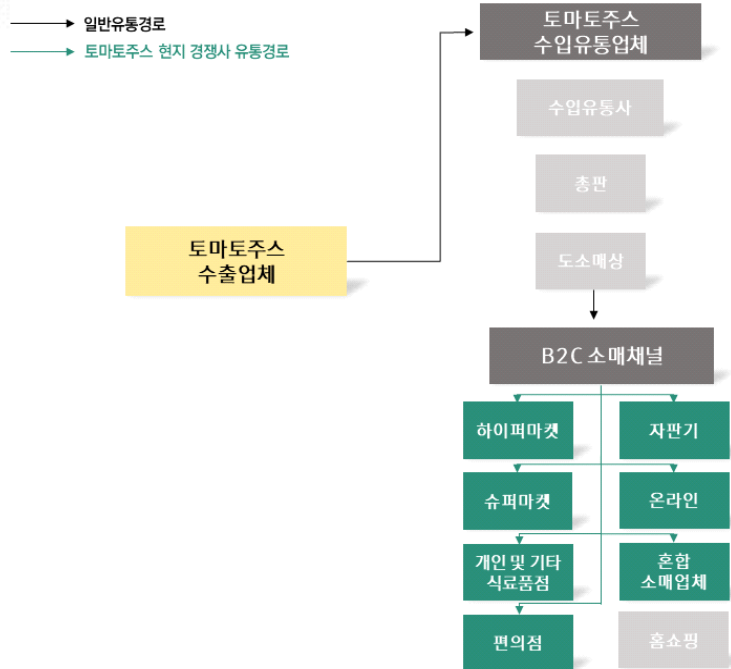
한국산 주스 인식
저렴한 가격 58건
품질 만족 50건



한국산 주스
합리적인 가격

Distribution Channel

(유통채널)



대만(Taiwan)

토마토주스 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ⁴⁾⁵⁾	주요 채널 ⁶⁾
B2C 소매 채널	편의점 ⁷⁾	42.3%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 하이라이프(Hi-Life)
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	39.5%	까르푸(Carrefour), 알티마트(RT Mart), 에이마트(A Mart), 피엑스마트(PX Mart), 웰컴(Wellcome), 심플마트(Simple Mart)
	개인 및 기타 식료품점 ⁸⁾	13.0%	한귀왕(韓購網), 한지(韓濟)
	온라인	2.5%	쇼피(Shopee), 모모샵(Momo Shop)
	혼합 소매업체	2.3%	웬둥바이화(遠東百貨), 한신바이화(漢神百貨)
	자판기	0.4%	(-)

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

4) 2020년 기준, 대만 내 '주스(Juice)'의 유통채널 점유율임

5) '토마토주스'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '주스(Juice)'의 정보를 확인함

6) 채널 분류에 따른 대만 유통채널로 현지 외국계 기업도 포함됨

7) 본 보고서에서 편의점은 주유소 매점을 포함함

8) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 한인마트를 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"> • 일반가공식품 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 • 수출 전 사전 기업등록 필요 	(*) 대만 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov.tw (*) 대만 관세청 - 문의처 : etaipei.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 - 상업송장, 원산지증명서, 위임서 등 	(*) 대만 관무서 - 문의처 : web.customs.gov.tw
Step 07. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> • HS-CODE 2009.50-10004 사용 • Column I 세율 30% • 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 • 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 Strategy and Distribution



- 인터뷰 기업 : 쿤타이마오이
(坤泰貿易)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Sandy
(Purchasing Manager)

대만 현지에서 효과 좋은 왕홍 마케팅

소비자들은 제품을 구매할 때 제품의 인지도와 후기를 가장 먼저 확인합니다. 다음으로 왕홍(왕홍)이 홍보한 제품인지 확인합니다. 현재 대만에서는 왕홍 프로모션의 판매 효과가 좋습니다. 소비자들이 왕홍 인스타그램과 페이스북에 올려진 제품 정보를 확인하고 그들처럼 해당 제품을 소비하기 때문입니다.

유기농 전문매장 진출과 전시회 참석 추천

A사 a제품은 유기농 제품이라서, 대만 현지 온·오프라인 유기농 전문매장을 1순위로 추천합니다. 그리고 A사는 대만 시장 신규 진출이므로 먼저 오프라인 전시회에 참석하는 것이 가장 적합하겠습니다.

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 푸취요우시엔공사
(馥聚有限公司)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Chen
(Manager)

카고메, 대만 유명 과일주스 브랜드

카고메(Kagome)가 과일주스 브랜드 중 가장 유명합니다. 대만 카고메는 일본과 합작하여 설립된 회사이며, 대만에서 오랜 역사를 가진 브랜드입니다. 따라서 인지도가 높고 대만 현지 소비자들이 많이 찾는 대표적인 브랜드입니다.

‘한국 수입’ 표시, 긍정적 요인으로 작용 예상

소비자들은 과일주스를 구매할 때 기본적으로 가격, 성분, 원산지, 100% 과즙 표시 여부를 봅니다. 만약 제품에 ‘한국 수입’ 표시가 있다면 대만 소비자들이 관심 갖고 구매해볼 것으로 예상됩니다.

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 후아페이꾸어지마오이
요우시엔공사
(華霏國際貿易有限公司)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Qiu
(Sales Manger)

타 과일주스보다 인기 낮은 토마토주스

비교적 나이가 많은 분들이 드시는데, 어릴 적 마시던 음료수라고 여깁니다. 젊은 소비자는 대부분 가공 음료에 입맛이 길들여져서, 자연적인 맛과 건강한 맛을 거부하는 편입니다. 특히 토마토주스는 맛과 외관 때문에 좋아하지 않는 편입니다.

신뢰도 제고가 필요한 수입제품

유기농 인증이나 정부 인증이 구매를 유도할 수 있겠습니다. 하지만 수입 유기농 음료에 아예 관심 갖지 않는 소비자도 있습니다. 그 이유는 수입제품이 받은 인증이 사실인지, 만약 문제가 생기면 어떻게 처리되는지에 대해 신뢰하기 어렵기 때문입니다.

9) 왕뤄홍런(网络红人)의 줄임말로, 인터넷(网络)에서 인기 있는 사람(红人)을 뜻함

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Distribution



- 인터뷰 기업 : 우두오띠지아
(無毒的家)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Zhang
(Sales Manager)

토마토주스 선호도 제고 급선무

대만에서 블루베리, 사과, 크랜베리주스가 인기 있습니다. 토마토주스는 소비자들이 잘 알고 있으나 수요는 높지 않습니다. 따라서 당사도 토마토주스를 취급하고 있지 않습니다. 토마토주스를 판매하기 전에 토마토주스 선호도를 높일 필요가 있습니다.

온라인쇼핑몰 모모(Momo) 진출 추천

모모는 대만 내 대형 온라인 플랫폼으로, '한국' 카테고리가 있는 것으로 보아 한국산 제품에 호의적입니다. 특히 모모는 홈쇼핑도 함께 운영하고 있어서, 인터넷과 TV 모드를 통해 광고할 수 있습니다.

Market Demand and Strategy



- 인터뷰 기업 : 지번성후오
(機本生活)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Zheng
(Sales Manager)

대만 현지 브랜드 아이쯔웨이, 인기 높아

아이쯔웨이(愛之味)의 토마토·종합채소주스가 인기 있습니다. 그 이유는 첫째, 대만 현지인 누구나 아는 브랜드입니다. 둘째, 브로콜리 등 기타 채소도 첨가되어 영양이 풍부합니다. 셋째, 꿀이 첨가되어 포만감을 주기 때문에 여성 소비자가 좋아합니다.

대용량보다 소량포장 판매 추천

대부분 토마토주스는 300ml 이상인데, 이는 한 번에 다 마시기에 부담스러운 양입니다. 개봉된 토마토주스는 변질되기 쉬우므로, 사키 제품처럼 180ml 정도로 포장하는 것을 추천합니다.

II. 시장규모(Market Size)

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

1. 대만 토마토주스 시장규모

조사 시장: 조사제품인 ‘토마토주스’는 토마토를 착즙하여 만든 100% 토마토즙 제품임. 이에 제품 종류(주스), 제조 유형(100% 착즙)을 기준으로 ‘100% 주스’와 상위품목인 ‘주스’ 시장규모를 조사함

대만 국가 일반 정보¹²⁾

면적	3.6만km ²
인구	2,360만 명
GDP	6,108억 달러
GDP (1인당)	2만 5,893달러

▶ 2015-2019년, 대만 ‘주스’ 시장규모, 연평균 동일한 규모 유지

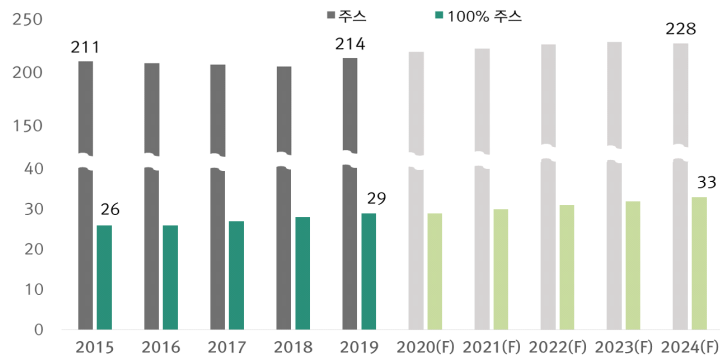
대만 ‘주스’ 시장규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균성장률의 증가세 없이 2019년 2억 1,400만 리터를 기록함. 동기간 ‘100% 주스’ 시장규모는 연평균 2%의 성장률로 2019년 2,900만 리터를 기록함. 유로모니터(Euromonitor)에 따르면, 2019년 기준 대만에서 건강을 생각하는 소비자가 증가함에 따라 코코넛 음료, 아스파라거스 주스 등의 건강 주스 시장이 성장하고 있다고 발표함¹⁰⁾

▶ 2020-2024년, 대만 ‘100% 주스’ 시장규모, 연평균성장률 3% 예상

향후 5년(2020-2024년)간 대만의 ‘100% 주스’ 시장규모는 연평균 3% 증가하여 2024년에는 3,300만 리터를 기록할 것으로 예상됨. 동기간 ‘주스’ 시장규모는 연평균 1%의 성장률을 보이며 2024년 2억 2,800만 리터를 기록할 것으로 예측됨

[표 2.1] ‘주스’, ‘100% 주스’ 시장규모¹¹⁾

단위: 백만 리터



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR (15-19)
상위 품목 주스	211	209	208	206	214	0%
해당 품목 100% 주스	26	26	27	28	29	2%
전망	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	CAGR (20-24)
상위 품목 주스	220	223	227	229	228	1%
해당 품목 100% 주스	29	30	31	32	33	3%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

10) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Coconut and other plant waters benefits from rising interest in healthy drinks」, 2020

11) 환산된 데이터(단위: 리터)는 모두 반올림됨

12) 자료: 외교부, 「국가개발」, 2020

2. 대만 토마토주스 수출입 시장규모

HS CODE 2009.50: 조사제품인 ‘토마토주스’는 토마토를 착즙하여 만든 100% 토마토즙 제품임. 이에 제품 원료(토마토), 제품 유형(주스)을 기준으로 ‘토마토주스’인 HS CODE 2009.50을 지표로 선정함

2019년 대만
HS CODE 2009.50 수입규모
상위 5개국
단위: 천 달러

순위	국가명	수입액
1	태국	231
2	키프로스	201
3	스페인	8
4	일본	7
5	미국	5

자료: 국제무역센터(ITC)

▶ 2015-2019년, 대만 對글로벌 수입액 연평균성장률 31%

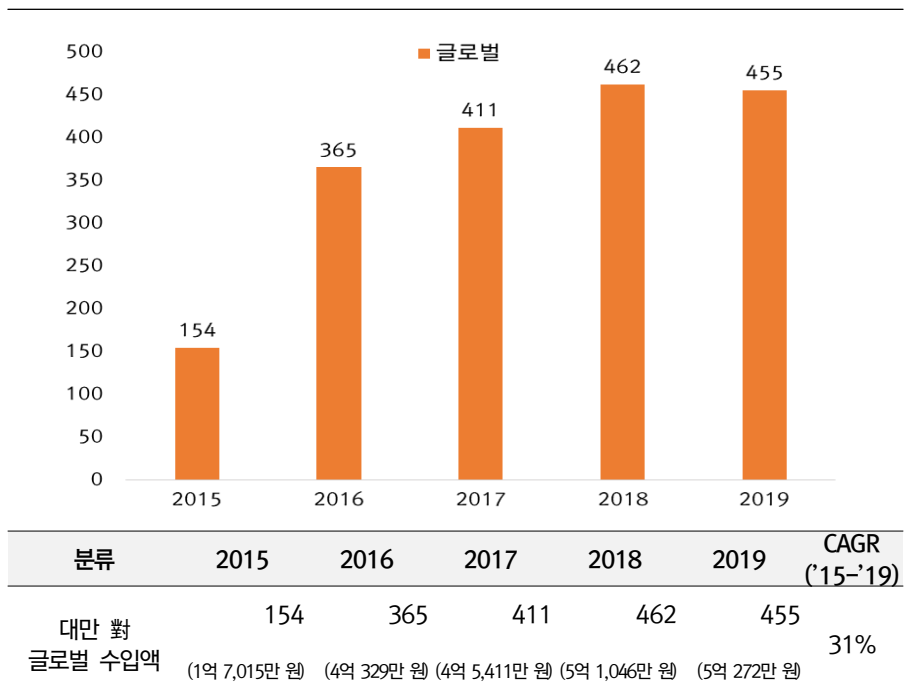
대만 HS CODE 2009.50 품목의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균성장률 31%를 보이며 2019년 45만 5,000달러를 기록함. 특히 2015년에서 2016년 사이에 15만 4,000달러에서 36만 5,000달러로 약 137%의 큰 성장률을 보이며 성장함

▶ 2015-2019년, 대만 對글로벌 수입액 1위 태국

대만 HS CODE 2009.50 품목 수입상대국 1위는 태국으로 확인되며, 2019년 기준 對태국 수입액은 23만 1,000달러(2억 5,523만 원)를 기록하며 對글로벌 수입액의 51%를 차지함. 수입상대국 2위는 44%를 차지한 키프로스이며, 20만 1,000달러(2억 2,208만 원)를 기록함¹³⁾. 대만 HS CODE 2009.50 품목의 對한국 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 없는 것으로 확인됨

[표 2.2] 대만 HS CODE 2009.50 수입규모¹⁴⁾¹⁵⁾

단위: 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre), HS CODE 2009.50 기준

13) 자료: ITC(International Trade Centre)

14) 1달러=1,104.90원 (2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

15) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 대만 토마토주스 소비 시장규모

1) 대만 성별 및 연령대별 과체중·비만율

2009-2018년 대만 과체중 및 비만율

단위 : %

년도	비율
2009	38.0
2010	38.6
2011	39.0
2012	39.3
2013	40.1
2014	39.7
2015	40.2
2016	41.1
2017	42.3
2018	43.9

자료: 대만건강증진청(HPA)

2018년 대만 성별 체질량지수 비율

단위 : %

구분	남성	여성
저체중	2.9	8.2
일반체중	42.0	59.3
과체중 및 비만	55.1	32.5

자료: 대만건강증진청(HPA)

조사제품 ‘토마토주스’는 토마토를 착즙하여 만든 제품으로 다이어트 및 건강증진에 도움이 되는 제품임. 이에 대만 내 연령대 및 성별 과체중·비만 현황을 파악하기 위해 ‘대만 성별 및 연령대별 과체중·비만율’을 조사함

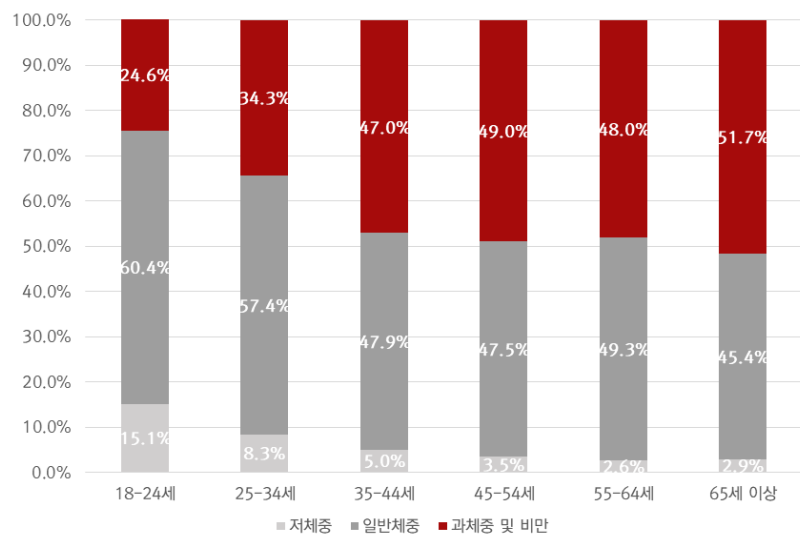
▶ 2018년, 대만 과체중 및 비만율 연평균 2% 증가

대만건강증진청(Health Promotion Administration)에 따르면, 대만의 과체중 및 비만 인구는 지난 10년(2009-2018년)간 연평균 2%의 성장률로 증가했음. 대만 남성의 55.1%가 과체중 및 비만 인구로 확인되며 이는 여성보다 13% 이상 높은 수치임

연령대별 과체중 및 비만율을 살펴보면 35세 이상부터 과체중·비만율이 급격히 증가함을 알 수 있으며, 65세 이상 인구의 51.7%가 과체중 및 비만인 것으로 확인됨. 과체중·비만율이 가장 높은 지역은 52.0%를 기록한 타이둥(臺東)이며 수도인 타이베이(臺北)는 49.5%로 확인됨¹⁶⁾

[표 2.3] 2018년 대만 연령대별 과체중·비만율¹⁷⁾¹⁸⁾

단위 : %



연령대	저체중	일반체중	과체중 및 비만
18-24세	15.1	60.4	24.6
25-34세	8.3	57.4	34.3
35-44세	5.0	47.9	47.0
45-54세	3.5	47.5	49.0
55-64세	2.6	49.3	48.0
65세 이상	2.9	45.4	51.7

자료: 대만건강증진청(HPA)

16) 대만인 1만 7,189명을 대상으로 BMI 지수를 기준으로 추정된 과체중 및 비만율임

17) 자료: 대만 건강증진청(Health Promotion Administration), 「衛生福利部國民健康署, 107年健康促進統計年報, 2020.」, 2020

18) 비율(%)은 소수점 첫째 자리에서 반올림한 값임

2) 대만 성별 및 연령대별 인구규모

조사제품 ‘토마토주스’는 토마토를 착즙하여 만든 제품으로 다이어트 및 영양소 섭취에 도움이 되는 제품임. 이에 다이어트를 선호하는 젊은 여성층과 비만율이 높은 40대 이상의 남성 인구규모를 확인하기 위해 ‘대만 성별 및 연령대별 인구규모’를 조사함

▶ 2019년 대만 인구 2,377만 5,000명

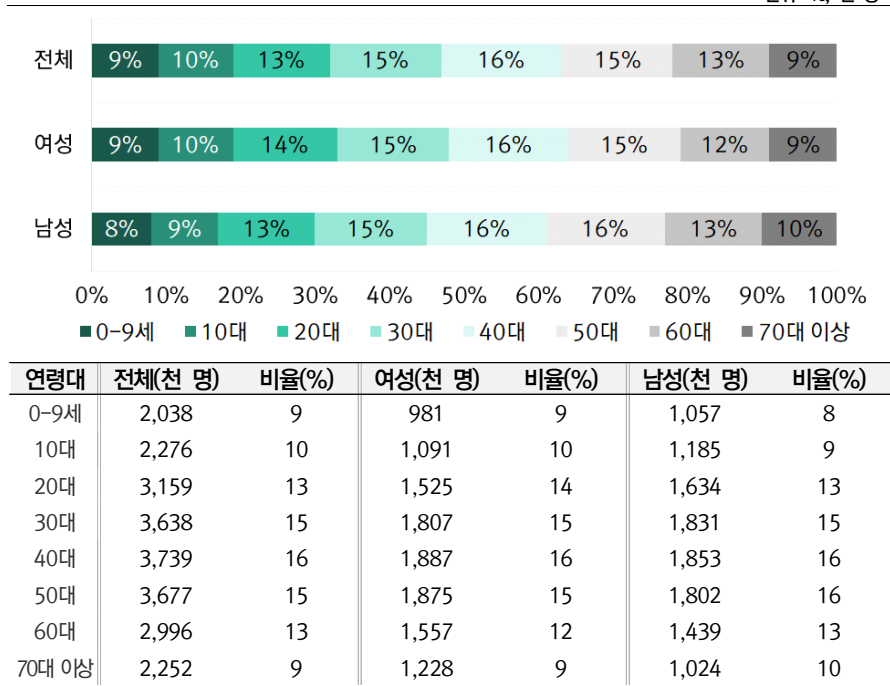
유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)에 따르면, 2019년 대만의 총 인구수는 2,377만 5,000명이며 남녀의 성비는 50대 50임. 특히 청·장년 인구인 30-50대가 1,105만 4,000명을 기록하여 전체 인구의 46%를 차지함

▶ 2019년 대만 20-30대 여성 인구 332만 2,000명

에포치타임스(Epoch Times)에 따르면, 대만의 젊은 여성들은 다이어트를 위해 토마토를 많이 섭취하고 있으며, 그 외 당뇨병 환자들도 혈액 순환을 위해 토마토를 자주 구매한다고 밝힘.¹⁹⁾ 다이어트에 관심이 많은 20-30대 여성은 333만 2,000명으로 전체 인구의 14%를 차지함. 반면 과체중 및 비만율이 높아 토마토 관련 식품 구매 가능성이 상대적으로 높은 40대 이상 남성 인구는 611만 8,000명으로 전체 인구의 26%를 차지함

[표 2.4] 2019년 대만 성별 및 연령대별 인구규모²⁰⁾

단위: %, 천 명



자료: 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)

19) 자료: 에포치타임스(Epoch Times), 「Doctor’s Ultra-Simple ‘Tomato Diet Plan’ Helped Him Lose 11kg in a Month」, 2019

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

Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 대만 토마토주스, 독점적인 지위 가진 브랜드 없어
2. 대만 토마토주스, '건강' 관련 키워드 강조
3. 대만 주스 원료, '포도' 최다... 토마토 빈도 적어
4. 대만 소비자, 한국산 주스 저렴하다고 생각

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약



1) 데이터 수집

● 데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.10
수집 데이터	7,197건

데이터 정제

정제 키워드	주스(Juice), 토마토주스 (Tomato Juice), 한국(Korea)
정제 데이터	2,160건

○ 데이터 수집

- 대만 토마토주스 관련 온라인쇼핑몰
- 시장통계 리서치 보고서

[표 3.1] 대만 온라인쇼핑몰 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Shopee	shopee.tw	온라인쇼핑몰
02	Euromonitor	euromonitor.com	시장통계 리서치 보고서

○ 데이터 분석 키워드집

- 대만 토마토주스 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 대만 토마토주스 관련 매체 리스트



현지 온라인쇼핑몰
주스 유형 및 특징

현지 온라인쇼핑몰
수입산 주스 원산지

현지 온라인쇼핑몰
한국산 주스 인식

키워드 ①	포도	키워드 ①	한국	키워드 ①	품질
키워드 ②	석류	키워드 ②	독일	키워드 ②	가격
키워드 ③	사과	키워드 ③	일본	키워드 ③	값싼
키워드 ④	복숭아	키워드 ④	미국	키워드 ④	대한민국

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 대만 토마토주스 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 대만 토마토주스 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)	
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드		의미	영어	참여기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	구매요인	맛	Taste	0	0
			브랜드	Brand		0
가격	Price			0		
포장	Package			0		
원산지	Origin			0		
유기농	Organic			0		
세일 여부	Sale			0		
글루텐프리	Gluten Free			0		
Non-GMO	Non-GMO			0		
무설탕	Sugar Free			0		
건강	Health			0		
토마토주스 키워드			토마토	Tomato	0	0
			사과	Apple		0
			알로에	Aloe		0
		오렌지	Orange		0	
		망고	Mango		0	
		레몬	Lemon		0	
		파인애플	Pineapple		0	
		체리	Cherry		0	
		포도	Grape		0	
		블루베리	Blueberry		0	
		바나나	Banana		0	
		수박	Watermelon		0	
멜론	Melon		0			

빅데이터 분석 프로세스

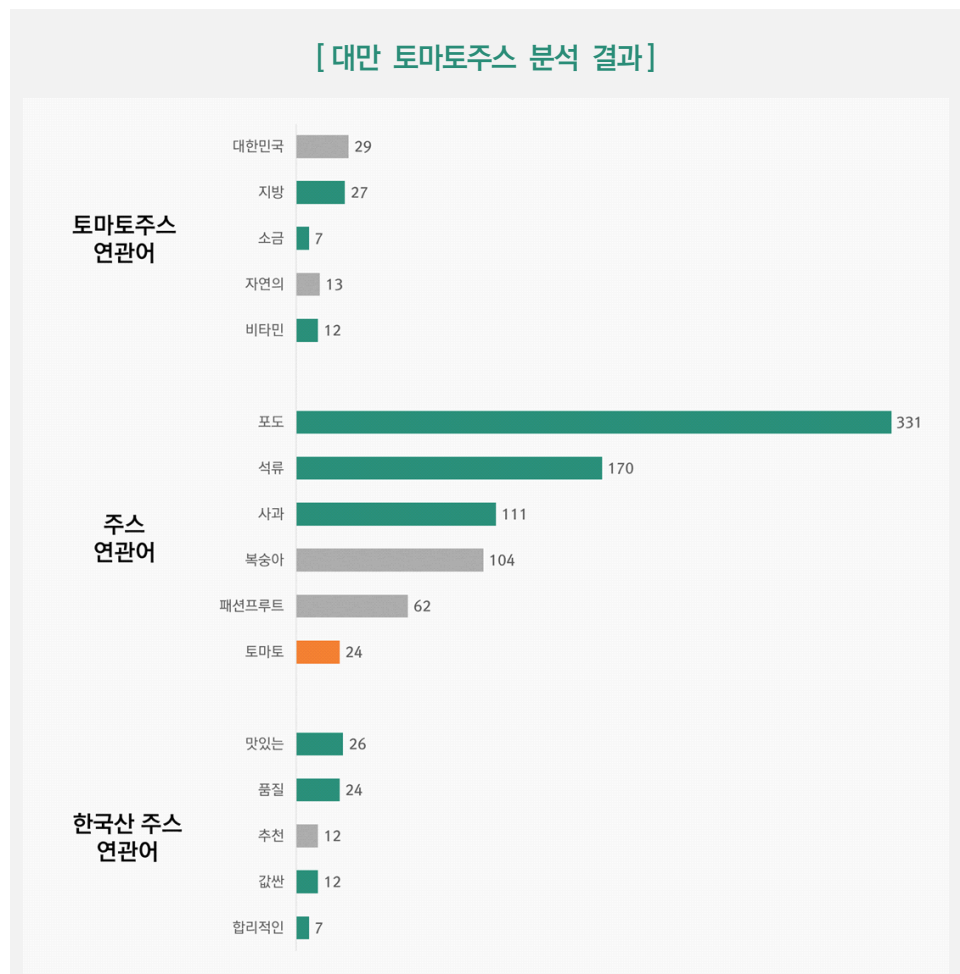
○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 대만 소비자의 토마토주스 소비 실태 분석
- ① 대만 인기 토마토주스 브랜드 현황
- ② 대만 토마토주스 구매요인
- ③ 대만 토마토주스 수요 현황
- ④ 한국 주스 제품 수요 및 평가

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석
- ① 온라인쇼핑몰 ‘토마토주스’ 연관어 분석
- ② 온라인쇼핑몰 주요 ‘구매요인’ 연관어 분석
- ③ 온라인쇼핑몰 ‘주스’ 연관어 분석
- ④ 온라인쇼핑몰 ‘한국’, ‘주스’ 소비자 후기 연관어 분석

[대만 토마토주스 분석 결과]



1. 대만 토마토주스, 독점적인 지위 가진 브랜드 없어

▶ 대만 토마토주스, 일본 및 대만 브랜드 인기

대만 온라인쇼핑몰에서 인기 토마토주스 제품 브랜드를 분석한 결과, 상위 인기 7개의 제품 중 일본과 대만 브랜드 제품이 6개에 달함. 대표적인 일본 브랜드는 카고메(Kagome), 완숙(完熟)이며, 대만 브랜드는 애지미(愛之味), 통이(統一)로 확인됨

▶ 판매 상위 토마토주스, 다양한 포장형태로 판매

대만 온라인쇼핑몰 내 토마토주스 브랜드를 분석한 결과, 상위 인기 7개 제품의 포장형태가 캔/플라스틱/종이팩 등으로 다양했음. 7개 제품 중 캔형 제품은 3개, 플라스틱병 제품과 종이팩 제품은 각각 2개로 확인됨

▶ 대만 인기 토마토주스 제품 특징

① 일본·대만 브랜드 ② 다양한 포장형태

[표 3.4] 대만 인기 '토마토주스' 브랜드 제품

순위	이미지	브랜드명	가격	특징
1		카고메 (Kagome)	25타이완달러	· 캔형(340ml) · 100% 토마토 성분 · 보존제, 색소, 설탕, 나트륨 무첨가
2		애지미 (愛之味)	25타이완달러	· 플라스틱병(540ml) · 농축 주스 · 보건부 건강식품 인증
3		트리탑 (Tree Top)	64타이완달러	· 종이팩(1,000ml) · 100% 토마토 성분 · 인공첨가물, 설탕, 착색료 무첨가
4		통이 (統一)	16타이완달러	· 캔형(340ml) · 100% 토마토 성분 · 저염, 저칼로리
5		애지미 (愛之味)	13타이완달러	· 종이팩(340ml) · 착즙 주스 · 보건부 건강식품 인증

자료: 쇼피(www.shopee.tw)

2. 대만 토마토주스, ‘건강’ 관련 키워드 강조

라이코펜(lycopene)

“토마토에는 체내 지방 물질을
용해시키는 데 도움이되는 암
예방 식물 영양소 인 항산화
라이코펜이 포함되어 있으며

..

당뇨병과 같은 특정 만성 질환을
앓고있는 사람들은 토마토가

...

천연 설탕을 포함하고 있기
때문에 신중히 섭취해야 합니다.”

자료: 타이페이 타임즈
(www.taipeitimes.com)

▶ 대만 토마토주스, ‘지방, 소금’, ‘향료’, ‘인공’ 등 성분 및 원료 미첨가 강조

대만 온라인쇼핑몰에서 판매 중인 토마토주스 관련 연관어를 분석한 결과, ‘지방’, ‘소금’, ‘인공’, ‘향료’와 같은 성분 키워드가 가장 높게 산출됨. 토마토주스는 ‘무설탕’, ‘낮은 나트륨’, ‘인공향료 및 색소 무첨가’ 등의 키워드를 강조해 건강에 해롭지 않다고 제품을 홍보하고 있음

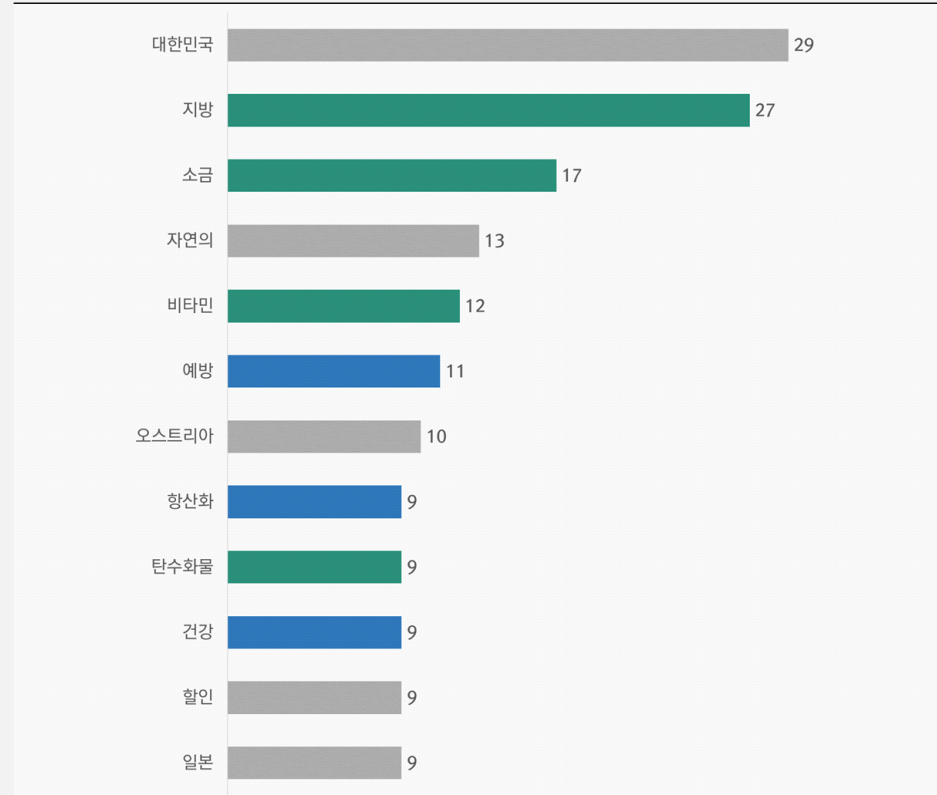
▶ ‘비타민’, ‘항산화’, ‘예방’ 등 토마토 효능 및 영양 강조한 키워드 확인

대만 온라인쇼핑몰에서 판매 중인 토마토주스 관련 연관어를 분석한 결과, 토마토 효능 및 영양 관련 키워드인 ‘영양물 섭취’, ‘비타민’이 확인됨. 특히 토마토의 대표적인 물질인 라이코펜(lycopene)은 암과 심장질환을 예방하는데, 이와 관련된 ‘예방’, ‘항산화’, ‘건강’ 키워드가 산출됨

▶ 대만 ‘토마토주스’ 특징

① 성분 ② 효능/영양

[표 3.5] 대만 ‘토마토주스’ 연관어



자료: 대만 온라인쇼핑몰, ‘토마토주스’ 연관어 3,813건 중 건강 관련 키워드 TOP 15 분석

3. 대만 주스 원료, ‘포도’ 최다… 토마토 빈도 적어

▶ 대만 주스 원료, ‘포도’, ‘석류’, ‘사과’ 최다

대만 온라인쇼핑몰에서 판매 중인 주스 카테고리 내 제품을 분석한 결과, ‘포도’를 원료로 사용하는 주스 제품이 331건으로 가장 높은 빈도를 보임. ‘석류’, ‘사과’, ‘복숭아’와 같은 원료가 함유된 제품의 빈도도 높았으며, ‘토마토’의 경우 주스 원료 중 12번째로 빈출됨

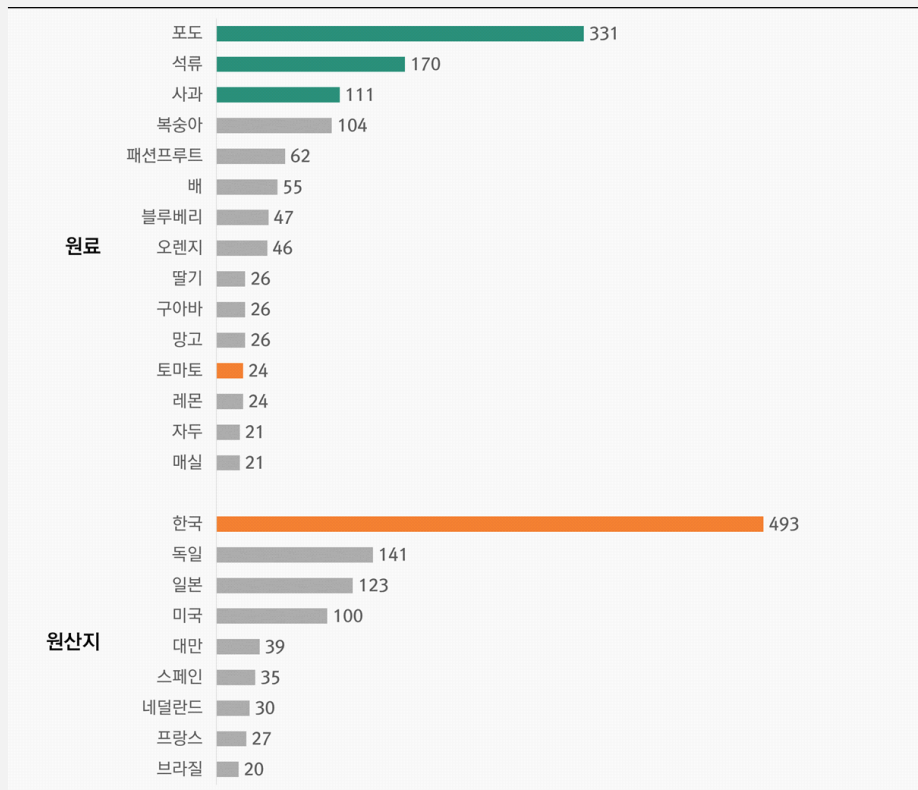
▶ 원산지, ‘중국’·‘대만’ 제외하고 ‘한국’ 키워드가 가장 많아

대만 온라인쇼핑몰에서 판매 중인 주스 제품을 분석한 결과, 토마토주스 빈도가 24건으로 조사 대상 주스 제품 중 약 2%에 해당하는 점유율을 차지함. 한편, 주스 원산지의 경우 ‘중국’과 ‘대만’을 제외하고 ‘한국’ 브랜드 제품이 가장 많이 빈출되었는데, 대표적인 브랜드는 D사와 G사로 확인됨

▶ 대만 내 주스 트렌드

① 포도/석류/사과 ② ‘한국’ 원산지

[표 3.6] 대만 온라인쇼핑몰 ‘주스’ 연관어



자료: 대만 온라인쇼핑몰, ‘주스’ 연관어 1,163건 분석

4. 대만 소비자, 한국산 주스 저렴하다고 생각

▶ 대만 소비자, 한국산 주스 가격 합리적이라고 생각해

대만 온라인쇼핑몰에서 판매 중인 ‘한국산 주스’ 상품 후기를 분석한 결과, ‘합리적인 가격’ 관련 키워드(‘가격’, ‘값싼’, ‘저렴한’ 등)가 58건으로 가장 많이 산출됨. 이를 통해 대만 소비자들이 한국산 주스 가격에 대해 긍정적인 것으로 확인됨

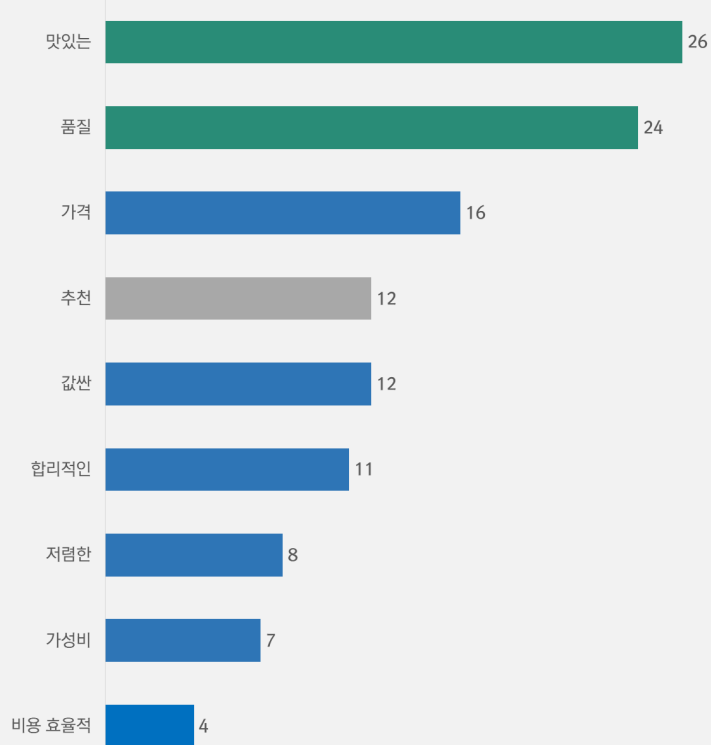
▶ 한국산 주스, 품질에 대해 긍정적인 상품 후기 확인

합리적 가격 이외에 대만 소비자들은 한국산 주스의 ‘맛’과 ‘품질’에 대해 관심이 높았음. 상품 후기 860건을 분석한 결과 26개의 후기에서 한국산 주스의 맛에 대한 긍정적인 평가가 있었으며 24개의 후기에서 ‘뛰어난 품질’, ‘양질의 품질’ 등 품질에 대한 긍정적인 평가가 확인됨

▶ 대만 한국산 주스 특징

① 저렴한 가격 ② 맛있는 ③ 양호한 품질

[표 3.7] 대만 온라인쇼핑몰 ‘한국산 주스’ 연관어



자료: 대만 온라인쇼핑몰, ‘한국산 주스’ 상품 후기 860건 분석

IV. 유통채널(Distribution Channel)

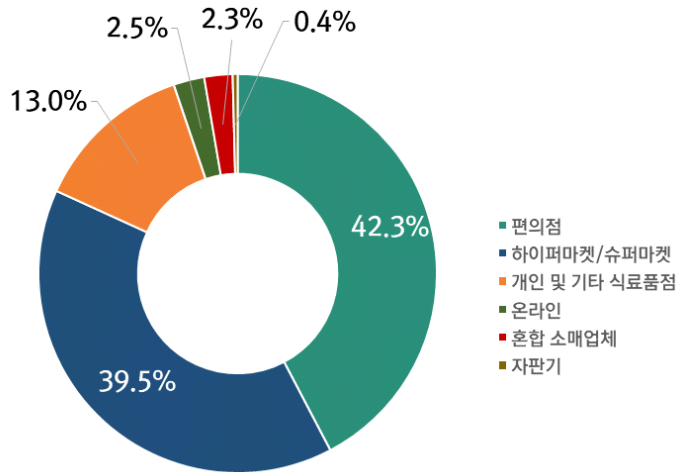
1. 대만 토마토주스 유통구조
2. 대만 토마토주스 주요 유통업체
3. 대만 토마토주스 B2C 소매채널

1. 대만 토마토주스 유통구조

품목 구분 및 분류	
품목	토마토주스
구분	100% 주스
범주	주스 (Juice)

▶ 대만 토마토주스 주요 유통채널
'편의점(42.3%), 하이퍼마켓/슈퍼마켓(39.5%)'

[표 4.1] 대만 토마토주스 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 대만 토마토주스 유통채널 현황

채널 유형	토마토주스 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매채널	편의점	42.3%	세븐일레븐(7-Eleven), 패밀리마트(Family Mart), 하이라이프(Hi-Life)
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	39.5%	까르푸(Carrefour), 알티마트(RT Mart), 에이마트(A Mart), 피엑스마트(PX Mart), 웰컴(Wellcome), 심플마트(Simple Mart)
	개인 및 기타 식료품점	13.0%	한귀왕(韓購網), 한지(韓濟)
	온라인	2.5%	쇼피(Shopee), 모모샵(Momo Shop)
	혼합 소매업체	2.3%	웬둥바이화(遠東百貨), 한신바이화(漢神百貨)
	자판기	0.4%	(-)

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

2. 대만 토마토주스 주요 유통업체

- ▶ 편의점, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 대표적
- ▶ 추가로 유기농매장에서 유사제품 판매가 확인되어 조사채널에 포함함

[표 4.3] 대만 토마토주스 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²¹⁾ 22)23)24)25), 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 11조 9,996억 엔 (약 127조 704억 원)	세븐셀렉트(7-Select), 보미(波蜜), 통이(統一)	0
2	하이라이프 (Hi-Life)	편의점	약 7억 2,076만 달러 (약 7,964억 원)	커귀메이(可果美), 아이즈웨이(愛之味), 보미(波蜜)	0
3	패밀리마트 (Family Mart)	편의점	약 47억 5,000만 달러 (약 5조 6,591억 원)	보미(波蜜), 아이즈웨이(愛之味), 상그리아(Sangria)	0
4	까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	약 807억 유로 (약 106조 3,876억 원)	사키(サキ), 통이(統一), 아이즈웨이(愛之味)	0
5	알티마트 (RT Mart)	하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	약 1,018억 6,800만 위안 (약 17조 1,688억 원)	통이(統一), 보미(波蜜), 크어구오메이(可果美)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

21) 1달러=1,104.90원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)
 22) 1타이완달러=38.73원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)
 23) 100엔=1,058.74원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)
 24) 1유로=1,318.31원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)
 25) 1위안=168.03원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	한지 (韓濟)	개인 및 기타 식품점 (한인마트)	매장 수('20): 약 3개	B사, C사, D사	0
7	한귀왕 (韓購網)	개인 및 기타 식품점 (한인마트)	매장 수('20): 약 2개	D사, E사, C사	0
8	모모샵 (Momo Shop)	온라인	약 600억 6,325만 타이완달러 (약 2조 3,262억 원)	폰타나(Fontana), 통이(統一), 오네이처 (O Nature)	0
9	쇼피 (Shopee)	온라인	약 2억 1,825만 달러 (약 2,411억 4,442만 원)	트리탑(Treetop), 사키(サキ), 보미(波蜜)	0
10	그린앤세이프 (Green&Safe)	유기농매장	매장 수('20) 약 11개	그린앤세이프 (Green&Safe)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 대만 토마토주스 B2C 소매채널

1) 편의점



① 세븐일레븐(7-Eleven)

	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	홈페이지	www.7-11.com.tw	
	위치	타이베이(臺北)	
	규모	매출액('20)	약 11조 9,996억 엔(26) (약 127조 704억 원)
기타 규모		매장 수('19): 5,655개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1978년 대만에 진출했으며, 대만 최대 규모의 편의점 • 쇼핑센터, 지하철역, 병원 등 다양한 시설에 위치 • 이본마트(Ibon Mart), 온라인쇼핑몰을 운영하며 배송 서비스와 픽업 서비스 제공 • 매장 내 다양한 편의 시설 운영 	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 12월 유명 휘귀 체인 쓰이귀(這一鍋)와 컬래버한 간편식 시리즈 출시 • 2020년 12월 연말 시즌을 맞아 세븐카페(7 Cafe) 아침식사 콤보세트 출시 	
유사제품 정보		제품명	세븐셀렉트고스마트 콜드오가닉프레스드주스 (7-Select Go Smart Cold Organic Pressed Juice)
		종류	과일야채주스
		용량	120ml
		원산지	대만

자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 유로모니터(Euromonitor), 타이완뉴스(Taiwan News)
사진자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 알라미(Alamy)

26) 세븐아이홀딩스(Seven&I Holdings) 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: 음료류, 스낵류, 캔디류, 유제품 면류, 신선식품, 간편식품, 건강식품, 가공식품, 소스류 등 - 일반: 화장품, 주방용품, 생활용품, 위생용품, 문구류, 의류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품질이 뛰어난 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인쇼핑몰에서 다양한 품목 취급 - 주로 소포장 단위 식품 판매 	
	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의 • 홈페이지를 통한 입점 문의 (shop.7-11.com.tw/shop/rui0302.faces) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 양식대로 정보 기입 후 제출 - 입점 신청 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급 회사 정보 (회사명, 유니폼 코드, 회사 웹사이트, 설립년도, 자산 규모, 공급자 타입) ② 담당자 정보 (담당자명, 전화번호, 이메일) ③ 제품 관련 정보 (제품 타입, 제품 상세정보, 카탈로그, 현지어 회사 소개, 제품 url 등)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 소요시간: 약 2주 • 제품 샘플 회수 불가 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이름: Miss Chen - 전화번호: +886-2-2747-8711 - 팩스: +886-2-2748-8181 - 이메일: public@mail.7-11.com.tw
	<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Innovative Importers <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: info@innovative-importers.com - 기업소개: 7-eleven 납품 및 판매 활동 지원

자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 하이라이프(Hi-Life)

기업 기본 정보	기업명	하이라이프(Hi-Life)		
	홈페이지	www.hilife.com.tw		
	위치	타이베이(臺北)		
	규모	매출액(*18)	약 7억 2,076만 달러 (약 7,964억 원)	
기업 요약	기타 규모	매장 수(*20): 약 1,405개		
	<ul style="list-style-type: none"> • 1988년 설립 • 대만 현지인이 운영하는 첫 편의점 브랜드 • 라이프이티(Life-ET) 온라인쇼핑몰 운영 • 자사브랜드 하이라이프오리지널(Hi-Life Original) 보유 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 한국 및 일본산 아이스크림 유통 시작 • 2020년부터 국경 간 온라인 결제 플랫폼인 '지엘엔하나멤버스(GLN HANA MEMBERS)'를 통해 한국에서 구입 및 결제 가능 			
유사제품 정보		제품명	커귀메이판퀴에즈 (可果美番茄汁)	
		종류	토마토주스	
		용량	340ml	
		원산지	일본	

자료: 하이라이프(Hi-Life), 중시띠안즈빠오(中時電子報), 유로모니터(Euromonitor), 하이라이프(Hi-Life) 페이스북
 사진자료: 하이라이프(Hi-Life), 하이라이프(Hi-Life) 페이스북


입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 음료류, 스낵류, 디저트류, 제과류, 면류, 신선식품, 건강식품, 차(茶)류, 가공식품, 소스류 등 - 일반: 주방용품, 생활용품, 위생용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품질이 뛰어난 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인쇼핑몰에서 다양한 품목 취급 - 식품의 경우 주로 소포장 단위 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"> • 이메일 또는 유선 연락을 통한 등록 (www.hilife.com.tw/eos) - 입점 신청 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (사업자 등록증, 공장 등록 증명서, 수입 승인서, 검역 증명서, 담당자 명함) ② 제품 관련 내용 (판매 가격, 소비자 권장가격, 제품 용량, 제품 설명) ③ 상세내용 (제품 마케팅 및 홍보 계획, 제품 사진 및 샘플) - 구매 담당자에게 관련 제품 정보 발송 (중문 카탈로그, 견적표, 성분표, 인증, 견적표 등) - 종합적으로 평가 후 협력 여부 공지
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 소요시간: 약 1개월 • 이메일로 결과 공지 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 담당자: Mr. Lin(林先生) - 전화번호: +886-2-8978-9898 - 이메일: 8752@ms1.hilife.com.tw

자료: 하이라이프(Hi-Life), 유통채널 담당자와의 인터뷰

③ 패밀리마트(Family Mart)



기업 기본 정보	기업명	패밀리마트(Family Mart)	
	홈페이지	www.family.com.tw	
	위치	타이베이(臺北)	
	규모	매출액(*20) 기타 규모	약 47억 5,000만 달러 ²⁷⁾ (약 5조 6,591억 원) • 매장 수(*19): 3,623개 • 직원 수(*19): 4,818명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1973년 설립 • 1988년 대만에 진출 • 2013년 자체 브랜드 패밀리마트컬렉션(FamilyMart Collection) 출시 • 회원 수가 1,000만 명을 돌파하였으며 이는 대만 인구의 절반 수준 		
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 5월 코로나19에 대비하기 위해 전 점포에 수술용 마스크 판매 발표 • 2020년 4월 220-300개의 신규 점포 오픈 계획 발표 	
유사제품 정보		제품명	보미홍판귀에 (波蜜紅番茄)
		종류	토마토주스
		용량	200ml
		원산지	대만

자료: 패밀리마트(Family Mart), 유로모니터(Euromonitor), 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia), 타이완뉴스(Taiwan News)
 사진자료: 패밀리마트(Family Mart)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 음료류, 스낵류, 면류, 주류, 캔디류, 유제품, 신선식품, 건강식품, 가공식품 등 - 일반: 화장품, 주방용품, 생활용품, 위생용품, 문구류, 의류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품질이 뛰어난 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인쇼핑몰에서 다양한 품목 취급 	
	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일 또는 전화 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 구매 담당자에게 관련 제품 정보 발송 (중문 카탈로그, 견적표, 성분표, 인증, 견적표 등) - 종합적으로 평가 후 협력 여부 공지 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락 담당자, 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"> • 소요시간: 약 1개월 • 이메일로 결과 공지 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 담당자: Ms. Huang(黄小姐) - 전화번호: +886-2-2523-9588 / 6431 - 이메일: meichan@family.com.tw

자료: 패밀리마트(Family Mart), 유통채널 담당자와의 인터뷰

2)하이퍼마켓/슈퍼마켓

① 까르푸(Carrefour)



	기업명	까르푸(Carrefour)	
	홈페이지	www.carrefour.com.tw	
	위치	타이베이(臺北)	
	규모	매출액(*19)	약 807억 유로 ²⁸⁾ (약 106조 3,876억 원)
기타 규모		매장 수(*20): 137개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1959년 프랑스에 설립 • 약 30여 개국에서 매장 운영 • 1989년 대만에 설립되었으며, 총 120여 개의 매장 운영 • 다양한 제품을 판매하며, 비교적 가격이 저렴한 편 • 한국, 일본, 유럽 등의 여러 수입제품 판매 • 까르푸24(Carrefour24) 편의점을 통해 24시간 매장 운영 • 온라인스토어 통해 배송서비스 제공 	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 12월 31일 대만 데어리팜(Dairy Farm) 그룹이 소유한 224개의 웰컴(Wellcome) 매장 및 물류창고 인수 완료 • 2020년 9월 무인 판매 형태 매장 아이까르푸(iCarrefour) 검토 중 		
유사제품 정보		제품명	사키파니에쯔 (サキ番茄汁)
		종류	토마토주스
		용량	180ml
		원산지	일본

자료: 유로모니터(Euromonitor), 까르푸(Carrefour), 마켓워치(Marketwatch), 엘에스아(LSA)
사진자료: 까르푸(Carrefour), 리테일360아시아(Retail360asia)

28) 까르푸(Carrefour) 그룹 통합 매출액

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, 음료류, 스낵류, 생선류, 소스류, 과일류, 채소류, 가공식품, 간편식품 등 - 일반: 유아용품, 스킨케어류, 화장품, 주방용품, 생활용품, 의류, 가구, 서적, 가전제품, <u>스포츠용품</u>, 애견용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품목별 가격 경쟁력 있는 제품 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 제품군 확장 계획 - 다양한 종류의 소스 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>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 시 까르푸 그룹 공급업체 포탈 가입(carrefour.net) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +886-0809-001-365

자료: 까르푸(Carrefour), 까르푸온라인(Carrefour Online)



② 알티마트(RT Mart)

	기업명	알티마트(RT Mart)	
	홈페이지	www.rt-mart.com.tw	
	위치	타이베이(臺北)	
	규모	매출액(*19)	약 1,018억 6,800만 위안 ²⁹⁾ (약 17조 1,688억 원)
기타 규모		매장 수(*20): 20개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 1996년 설립되었으며, 현재 썬아트리테일그룹(Sun Art Retail Group)의 자회사 • 현재 중국, 베트남, 대만에서 매장 운영 • 다양한 자체 제작 브랜드 보유 • 온라인 배송 서비스와 픽업 서비스 제공 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 자사 홈페이지 내 다양한 프로모션과 이벤트 정보 제공 		
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 3월, 모기업 썬아트리테일그룹(Sun Art Retail Group) 시장 점유율 8.3%로 업계 1위 달성 • 2020년 중소형 매장 육성 계획 발표 		
유사제품 정보		제품명	통이판퀴에쯔 (统一番茄汁)
		종류	토마토주스
		용량	340ml
		원산지	중국

자료: 알티마트(RT Mart), 유로모니터(Euromonitor), 이컨설턴시(Econsultancy), 수나라테일(Sunaretail), 프로듀스리포트(Produce Report), 샤인(Shine)

사진자료: 알티마트(RT Mart), 라이프스타일링로그(Lifestylinglog)

29) 모기업 썬아트리테일그룹(Sun Art Retail Group) 통합 매출액

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: 과일류, 해산물, 냉동식품, 가공식품, 음료류, 주류, 스낵류, 소스류, 면류, 가공식품 등 - 일반: 뷰티용품, 화장품, 유아용품, 애완용품, 청소용품, 주방용품, 가구류, 인테리어 소품, 서적류, 가전제품, 의류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 - 유기농 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인몰에서 수입식품 카테고리가 따로 제공되며, 다양한 한국 식품 판매 - 다양한 유기농 식품 취급 - 소스류 제품 약 300개 보유 	
	<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 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지(news.rt-mart.com.tw/main)상단 成為供應商를 클릭하여 정보 기입 후 제출 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일, 전화번호) ② 제품 관련 내용 (제품 카테고리, 브랜드명, 제품명, 회사 또는 제품 웹사이트, 현재 보유한 유통채널 등) • 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - business_cooperation@rt-mart.com.tw로 연락
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: business_cooperation@rt-mart.com.tw

자료: 알티마트(RT Mart)

3) 개인 및 기타 식료품점
(한인마트)



① 한지(韓濟)

	기업명	한지(韓濟)	
	홈페이지	www.hanji-food.com.tw	
	위치	신베이(新北)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 약 3개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1999년 설립 • 대만에서 한국 식료품 도매 사업 시작 • 자사 소매 유통채널 보유 • 다양한 한국 유명 식품 브랜드의 제품 판매 • 페이스북 통하여 소비자와 소통 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2021년 1월 신년 연휴 맞이하여 영업시간 변경을 페이스북에 공지 • 2020년 12월 어묵탕 전용 6칸 냄비 입고 	
유사제품 정보		제품명	델몬트토마토
		종류	토마토주스
		용량	200ml
		원산지	한국

자료: 한지(韓濟), 한지(韓濟) 페이스북
사진자료: 한지(韓濟), 한지(韓濟) 페이스북

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 즉석식품, 간편식품, 건조식품, 음료류, 주류, 라면류, 김치류, 스낵류, 캔디류, 소스류 등 - 일반: 조리도구, 식기류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 한국제품 	
	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 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 우측의 '聯絡我們' 클릭 - 기입 정보 (이름, 연락처, 팩스번호, 이메일, 관련 내용) • 유선전화 및 메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 공급자 정보 (회사명, 담당자 이름, 담당자 직위, 연락처) - 제품 정보 (제품 카탈로그, 제품 영양성분표, 제품 배합표, 제품 설명서, 라벨 번역본, 주의사항, 견적서)
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 대만 시장 기준 적합한 공급가 • 대만에서 흔하지 않은 상품
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호(유선): +886-2-2211-3679 - 전화번호(모바일): +886-0905-366-108 - 담당자명: 이동훈 GM / Miss. Lee - 메일주소: bansu333@naver.com(Miss. Lee) • SNS를 통한 상담문의 가능 <ul style="list-style-type: none"> - 라인 아이디: branden2014 - 카톡 아이디: Brandenadidas1

자료: 한지(韓濟), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 한귀왕(韓購網)

기업 기본 정보	기업명	한귀왕(韓購網)	
	홈페이지	www.koreashop.url.tw	
	위치	신베이(新北)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 약 2개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 수입품목 판매 • 라쿠텐(Rakuten) 대만, 피씨홈온라인(PChome Online) 등 온라인 플랫폼 6곳에 매장 입점 • 페이스북 통하여 판매 제품 홍보 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2021년 1월 신년 연휴와 관련한 영업시간 변경을 페이스북에 공지 • 2020년 12월 F사 간편식품 시리즈 입고 		
유사제품 정보		제품명	갈아만든배
		종류	배주스
		용량	230ml
		원산지	한국

자료: 한귀왕(韓購網), 라쿠텐(Rakuten), 한귀왕(韓購網) 페이스북
 사진자료: 한귀왕(韓購網), 한귀왕(韓購網) 페이스북

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 차(茶)류, 소스류, 건조식품, 김치류, 즉석식품, 스낵류, 캔디류, 음료류, 주류, 조미료류, 커피류 등 - 일반: 식기류, 주방용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 한국 수입식품 	
	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"> • 이메일 혹은 유선전화 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 작성 시 기입해야 할 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 담당자 이름, 담당자 직위, 연락처) ② 제품 정보 (제품 카탈로그, 제품 영양성분표, 제품 설명서, 라벨 번역본) - 메일 확인 후 입점 가능 여부 회신
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호(유선): +886-2-2257-9606 - 전화번호(모바일): +886-0931-579-606 - 팩스: +886-2-2257-4987 - 이메일: koreashop88@gmail.com

자료: 한귀왕(韓購網), 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 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 타이완달러 (약 2조 3,262억 원)
기타 규모		직원 수('20) 약 2,000명	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 2005년부터 홈페이지 운영하였으며, 대만 온라인 스토어 규모 2위 • 약 800,000개의 품목 판매 • 2018년 기준 약 820만 명의 회원 보유 • 2014년 B2B, B2C 온라인 플랫폼 ‘모모몰(Momomall)’ 론칭 		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2014년 모모샵 어플 출시 • 다양한 미용뷰티제품과 건강식품 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 6월 코로나19로 인해 수술용 마스크 판매 개시 후 10분 만에 전량 매진 • 2020년 4월 르크루제(Le Cruset) 헬로키티 한정판 식기류 판매 		
유사제품 정보		제품명	폰타나토마토주스 (Fontana Tomato Juice)
		종류	토마토주스
		용량	1,000ml
		원산지	이탈리아

자료: 모모샵(Momo Shop), 유로모니터(Euromonitor), 후본그룹(Fubon Group), 포커스타이완(Focus Taiwan), 엘르(Elle)
사진자료: 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, 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, 담당자명, 담당자 직급, 연락처, 이메일) ② 제품 관련 내용 (제품명, 제품명, 현재 유통채널, 제품 설명)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처: 홈페이지 핫라인 이용

자료: 모모샵(Momo Shop)



② 쇼피(Shopee)

	기업명	쇼피(Shopee)								
	홈페이지	www.shopee.tw								
	위치	타이베이(臺北)								
	규모	매출액('19) 약 2억 1,825만 달러 (약 2,411억 4,442만 원)								
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 싱가포르, 인도네시아, 대만 등 7개국에서 운영 • 2017년에 대만 시장 진출 • 현재 동남아시아 이커머스 부문 1위 • 7개국 홈페이지 하루 평균 방문자 수 2억 명 기록 • 세븐일레븐(7-Eleven), 오케이마트(OK Mart), 패밀리마트(Family Mart) 등의 오프라인 매장 물류 센터와 제휴 								
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2021년 1월 디후와(迪化) 시장에서 판매하는 명절상품 다수 등록, 명절 관련 키워드 검색량 급증 • 2020년 12월 쇼피(Shopee) 매출액이 모기업 씨그룹(Sea Group) 매출의 75% 차지 • 2020년 11월 11일부터 12월 12일까지 크리스마스 세일 행사 진행 발표 								
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>트리탑슈딩100% 편판퀴즈 (TREE TOP 樹頂 100%純蕃茄汁)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>토마토주스</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>1,000ml</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>대만</td> </tr> </table>	제품명	트리탑슈딩100% 편판퀴즈 (TREE TOP 樹頂 100%純蕃茄汁)	종류	토마토주스	용량	1,000ml	원산지	대만
제품명	트리탑슈딩100% 편판퀴즈 (TREE TOP 樹頂 100%純蕃茄汁)									
종류	토마토주스									
용량	1,000ml									
원산지	대만									

자료: 쇼피(Shopee), 유로모니터(Euromonitor), 테크인아시아(Tech in Asia), 타이완핫(Taiwan Hot)
사진자료: 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"> • 쇼피 셀러 센터(Seller Center) 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 쇼피 타이완(shopee.tw) 계정 생성 후 셀러 센터 로그인 - 셀러 지원 양식대로 정보 기입 후 제출 - 홈페이지 기입 정보 - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 연락처, 이메일 주소) ② 관련 내용 (기업명, 주요 상품군 카테고리 정보, 상품 가짓수, 기업 웹사이트 주소 등) ③ 기타 내용 (검역 자료, 수출입 등록 관련 정보 등) - 쇼피 직원이 이메일로 결과 공지 - 물류 및 지불 방식 설정 - 온라인 상점 개설에 필요한 문서, 사진 및 기타 자료 준비
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 소요시간: 약 1개월 • 이메일로 결과 공지 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +886-2-6636-6559

자료: 쇼피(Shopee)

5) 유기농매장

GREEN & SAFE

① 그린앤세이프(Green&Safe)

기업 기본 정보	기업명	그린앤세이프(Green&Safe)	
	홈페이지	www.green-n-safe.com	
	위치	타이베이(臺北)	
	규모	기타 규모	매장 수('20) 약 11개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1998년 설립 • 유기농 제품 판매 • 기관에서 품질 및 위생 검사받은 제품 판매 • 신선식품 외에도 다양한 간편식 판매 • 매장 내 식당이 있으며, 천연 재료로 만든 음식 판매 		
	 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2021년 1월 예평(永豐)은행 카드로 결제할 경우 '2021BankSinoPac200' 할인 프로모션 코드 사용 가능 • 2020년 제품의 원산지과 생산과정 보여주는 '안티에디티브(Anti Additive)' 제도 실시 		
유사제품 정보		제품명	티엔쯔유우지란메이쯔 (天廚有機藍莓汁)
		종류	블루베리주스
		용량	200ml
		원산지	대만

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<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, 음료류, 스낵류 등 - 일반: 화장품, 세안 용품, 주방용품, 식기류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 요리사가 만든 간편식 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"> • 홈페이지 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 연락 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, 연락 담당자, 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: +866-8-0058-1345

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

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

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

1. 대만 토마토주스 인증 취득

인증 취득

대만으로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

토마토주스

토마토주스는
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 대만 수입 식품 '적용받는 강제 인증 無'

대만으로 수출하고자 하는 토마토주스 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 그러나 대만 식품의약품국(TFDA, Taiwan Food and Drug Administration)은 유전자변형식품 및 건강식품과 같은 특정 식품의 경우, 필수 인증 의무를 부과함

2015년 6월부터 GMP(Good Manufacturing Practice) 인증이 TQF(Total Quality food Association)협회 관할로 변경되었으며, 명칭도 TQF 상품인증제도로 변경되었음. 해당 인증은 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 > 현장확인 및 심사 > 판정 > 인증	40일
	서류	비용
	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업/사업자 등록증 등	20만 원
ISO 22000	절차	기간
	서류제출 > 인증계약 > 계획통보 > 서류심사 > 현장심사 > 시정조치 > 인증심의 > 인증 > 사후관리심사 > 갱신 심사	-
	서류	비용
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	120-130만 원
IFS	절차	기간
	인증의뢰 > 사전심사 > 현장심사 > 부적합 사항 시정조치 > 인증발급	약 24주
	서류	비용
	신청서 등	약 900-1,000만 원
BRC Food Safety	절차	기간
	인증의뢰 > 사전심사 > 현장심사 > 부적합 사항 시정조치 > 인증발급	-
	서류	비용
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만 원
FSSC 22000	절차	기간
	서류제출 > 1차 현장평가 > 2차 현장평가 > 인증 > 사후관리 심사	-
	서류	비용
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500-600만 원
TQF	절차	기간
	인증 신청 > 서류심사 > 현장조사 > 제품검수 > 결과발표 > 계약체결 > 인증발급	75일
	서류	비용
	사업자등록증, 생산허가서 등 수출 시 외부기관에서 발급된 증명서	-

자료: 각 인증기관

2. 대만 토마토주스 사전 절차

사전 절차

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

토마토주스

토마토주스 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

▶ 대만 토마토주스 수출 시 ‘사전심사 불필요’

▶ 품목분류 사전심사제도 통해 정확한 품목분류 사전 확인 가능

대만은 2019년 식품위생관리법(食品衛生管理法) 제35조 제2항의 수입계통성 심사 실시방법을 기반으로 수입식품 사전심사 제도를 시행하고 있으며 대상 품목은 육류, 수산물, 유제품임. 주스의 경우 별도의 사전심사가 요구되지 않음

통관을 위한 수입신고서 준비 시, 대만 재정부 관세청(CA, MOF, Taiwan Customs Administration, Ministry of Finance)의 「중화민국해관수입세칙(中華民國海關進口稅則)」에 의거해 수입상품에 대한 세칙과 세율을 적용하여 수입신고서에 기입해야 함

수출 식품의 품목분류가 애매하거나 어려울 경우를 대비하여, 대만 세관에서 품목분류 사전심사제도를 운영하고 있음. 품목분류 사전심사는 지룽항, 타이베이항, 타이중, 가오슝항의 접수창구를 통해 신청 가능하며, 신청서는 대만 재정부 관세청(CA, MOF)의 항구 무역 세관(CPT, Customs Port Trade) 웹사이트에서 발급이 가능함

[표 5.3] 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 • 매뉴얼 • 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)

▶ 대만 식품 통관을 위해 사전 ‘수입 기업 등록 필요’

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

[표 5.4] 대만 사전 기업 등록

적용 규제	대만 보건복지부(MOHW), 「식품위생관리법(食品衛生管理法)」, 2019
발행 기관	<ul style="list-style-type: none"> • 대만 식품의약국(TFDA) - 온라인: www.fda.gov.tw - 오프라인: No.161-2, Kunyang St., Nangang District, Taipei, 115-61, Taiwan (R.O.C.) - Tel: +886-2-2787-8099/ +886-2-2787-8000
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 식품의약국(TFDA)

▶ 대만-한국 AEO 상호인정협정 체결로, 대만 수입통관 시 혜택 적용

수출입안전관리우수공인업체(AEO, Authorized Economic Operator) 제도는 수출입기업이 일정 수준 이상의 기준을 충족하면 통관절차를 간소화하는 제도로, 세계관세기구(WCO, World Customs Organization)에서 채택하여 2018년까지 한국, 미국, 대만 포함 80개국이 시행하고 있으며, 방글라데시, 필리핀을 포함한 총 13개국이 제도 도입을 준비하고 있음

대만의 경우 2015년부터 한국과 상호인정협정(MRA)을 체결하여, 한국 AEO 기업에 대해 수입검사율을 낮추어 대만 통관 시 신속통관의 혜택받을 수 있음. 대만에 수출하고자 하는 기업은 아래의 한국 AEO 등록 정보, 대만 AEO 인증 등급별 등록 기준 및 혜택, 대만과 한국의 상호인정협정 대상 및 방법을 검토하여 해당 제도를 적극적으로 활용해야 함

[표 5.5] 한국 공인경제운영자(AEO) 등록 정보

적용 규제	한국 관세청 고시 제2020-2호, 「수출입 안전관리 우수업체 공인 및 운영에 관한 고시-관세법 제255조의2, 관세법시행령 제259조의2, 제259조의3」, 2020
발행 기관	한국AEO진흥협회
기준	<ul style="list-style-type: none"> • 법규준수도 • 내부통제시스템 • 재무건전성 • 안전관리
공인등급	<ul style="list-style-type: none"> • A등급: 법규준수도 80점 이상 • AA등급: 법규준수도 90점 이상 • AAA등급: 법규준수도 95점 이상이면서 다른 업체에 확대 적용할 수 있는 우수사례를 보유한 업체
상호인정협정	미국, 캐나다, 싱가포르, 일본, 대만 외 22국과 체결

자료: 한국 관세청

3. 대만 토마토주스 라벨 심의

▶ 대만 라벨 규정

● 라벨 심의

대만으로 제품 수출 시,
요구되는 제품에 대한
라벨 규정 정보 제공

● 토마토주스

토마토주스 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

[표 5.6] 대만 라벨 관리 규정

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	
세부 내용	라벨 표기사항 (항목)	<ul style="list-style-type: none"> • 제품명 • 용량 • 원산지 • 유통기한 • 제조사 및 수입사 정보 • 식품첨가물 • 알레르기 • 영양성분 • 유전자 변형 성분
		표기 언어
	제품명	식품 원료성분 · 원료품종 · 식용부위 · 속어 등을 이용해 명기해야 함
		미터법 단위를 기준으로 작성해야 함 제품의 특성에 따라 식품의 중량 · 용량 · 수량을 명기해야 함
	용량	액체가 고형물과 함께 든 제품의 경우 내 용물과 고형량을 별도로 표기해야 하나, 표기가 어려울 경우 내용물의 중량만 표기해도 무방함
		내용물이 두 종류 이상일 경우 함량이 높은 것부터 낮은 순으로 작성해야 함
	원산지	2개 국가 이상의 제품을 혼합해 포장했을 경우 제품의 함량이 많은 국가명 순으로 명기해야 함
		수입산 원료이거나 대만에서 재가공을 거쳐 완제품을 만들 경우 원산지는 대만으로 명시해야 함
	유통기한	식품 제조사 주소에 원산지를 명시했을 경우 원산지 표기를 생략해도 무방함
		용기나 포장 상단에 표기해야 하며, 년 · 월 · 일을 포함해 자유롭게 작성 가능 수입제품의 경우 대만의 민국(民國)표기 표기와 양력(西元)을 구분해 표기해야 함
제조사 및 수입사 정보	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 식품의약품국(TFDA), KATI 농식품수출정보

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	영양성분	<p>식품의 영양성분표는 반드시 눈에 잘 띄는 포장 외부에 명기해야 하며, 중문(번체자)로 표기해야 함</p> <p>열량, 단백질, 지방, 포화지방, 불포화지방, 탄수화물, 당, 나트륨 순서대로 나타내야 함</p> <p>이외에 업자가 표기하기 원하는 기타 영양소 함량 등을 포함해도 무방함</p>
		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), 콩, 땅콩, 우유, 알류, 견과류, 깨, 글루텐 함유 곡물, 대두류, 어류, 아황산염(이산화유황 잔류량이 10mg/kg 이상)의 알레르기 유발 가능성이 높은 내용물을 전부 제품명에 명기해야 함
		기타	<p>채즙이 10% 이상인 제품은 과실즙 또는 채소즙 함량을 백분율로 표시해야 함</p> <p>2가지 과-채즙이 혼합된 제품은 종합과(채)즙 또는 혼합과(채)즙 으로 표기해도 됨</p>

자료: 대만 식품의약품(TFDA), KATI 농식품수출정보

[표 5.7] 열량 및 영양소 '0' 표기 조건

구분	열량 및 영양소 '0' 표기 조건
열량	100g 또는 100ml의 식품 당 4kcal를 초과하지 않는 경우
단백질	
지방	100g 또는 100ml의 식품 당 0.5g을 초과하지 않는 경우
탄수화물	
나트륨	100g 또는 100ml의 식품 당 5mg을 초과하지 않는 경우
포화지방	100g 또는 100ml의 식품 당 0.1g을 초과하지 않는 경우
트랜스지방	<ul style="list-style-type: none"> - 총 지방: 100g 또는 100ml의 식품 당 0.1g을 초과하지 않는 경우 - 트랜스지방: 100g 또는 100ml의 식품 당 0.3g을 초과하지 않는 경우
당	100g 또는 100ml의 식품 당 0.5g을 초과하지 않는 경우

자료: 대만 보건복지부(MOHW), 한국농수산물유통공사

▶ 대만 토마토주스 라벨 샘플



[앞면]

[옆면]

[앞면 - 중문]

- ① 品名
: Tomate de Marmande

[옆면 - 중문]

- ① 品名
: 禾法頌瑪爾芒德番茄汁 C-RDF Marmandet Tomato Juice
- ② 容量, 原產地, 保存期限
: 1公升 / 法國 / 18個月
- ③ 成分
: 番茄汁, 鹽
- ④ 食用方法
: 飲用前請先搖均, 開封後, 請至於冰箱內並於5日內飲用完畢, 若有產生沉澱物, 屬自然現象, 請安心飲用
- ⑤ 特點
: 採摘自法國西北瑪爾芒德城鎮番茄, 因氣候特殊環境優良栽種出可口的番茄果, 可在任何時間飲用。

[앞면 - 국문]

- ① 제품명
: Tomate de Marmande

[옆면 - 국문]

- ① 제품명
: 리플렛 마르망드 토마토주스 C-RDF Marmandet Tomato Juice
- ② 용량 및 원산지, 유통기한
: 1리터 / 프랑스 / 18개월
- ③ 성분
: 토마토 엑기스, 소금
- ④ 식용방법
: 마시기 전에 잘 흔들어 주시고, 개봉 후 냉장고에 보관하고 5일 이내에 마셔주세요. 침전물은 자연 현상이므로 안심하세요.
- ⑤ 특징
: 토마토는 프랑스 북서부 마르망드 마을에서 수확되며, 특별한 기후로 인해 언제든 먹을 수 있는 맛있는 토마토를 생산합니다.

⑥ 進口商

: 家福股份有限公司,
台北市南港區南港路2段20巷5號B1,
0809-001-365

⑦ 營養標示

每一份量 100毫升		
本包裝含10份		
	每份	每100毫升
熱量	12大卡	12大卡
蛋白質	0公克	0公克
脂肪	0公克	0公克
飽和脂肪	0公克	0公克
反式脂肪	0公克	0公克
碳水化合物	3公克	3公克
糖	2.9公克	2.9公克
鈉	118毫克	118毫克
此營養標示適用於台灣		

⑧ 原汁 : 99.7%

⑥ 수입원

: 자꾸(주)유한회사,
타이베이시 난강구 난강2로 20레인 5번지
지하 1층 까르푸,
0809-001-365

⑦ 영양표시

1회 제공량 당 100ml		
해당 제품은 10회 포함		
	1회	100ml
에너지	12kcal	12kcal
단백질	0g	0g
지방	0g	0g
포화지방	0g	0g
트랜스지방	0g	0g
탄수화물	3g	3g
당	2.9g	2.9g
나트륨	118mg	118mg
본 영양표시는 대만에서 적용됩니다.		

⑧ 원액 : 99.7%

4. 대만 토마토주스 서류 준비

서류 준비

대만으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

토마토주스

토마토주스 품목은 일반가공식품으로 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 등록(Registration as Exporter Importer)을 마쳐야 함

수입자는 관련 증빙서류 및 수입신고서를 대만 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

원산지증명서의 경우 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

[표 5.8] 대만 통관 서류

구분	서류명	발급 기관
일반 서류	수입신고서 (CBP Form 7501)	대만 재정부 관세청(CA, MOF)
	선적	
	상업송장	(-)
	포장명세서	(-)
	위임서	(-)
	제품 카탈로그· 설명서·검역 샘플	(-)
	원산지증명서	수출업체 / 관세청

자료: 대만 재정부 관세청(CA, MOF)

5. 대만 토마토주스 세금 납부

세금 납부

대만으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

토마토주스

토마토주스 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

▶ 대만 토마토주스 HS-CODE 2009.50-10004, 관세율 30% 적용

▶ 한국, WTO 회원국가로서 세율 Column I 적용

토마토주스의 경우 대만에서는 HS-CODE 2009.50의 2009.50-10004 세번을 사용하여 수입됨.³⁰⁾ 대만 수입 시 세율은 총 3가지로 Column I, II, III로 나누어짐. 기본 세율은 Column III로 50%이며, WTO 회원국인 한국은 30% Column I의 세율을 적용받음

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

- 수입서류 심사비용에 65달러(한화 약 7만 원)³¹⁾ 소요
- 수입서류 심사 기간은 4시간 소요
- 통관 비용은 340달러(한화 약 38만 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	2009	과실 주스(포도즙을 포함한다)와 채소 주스(설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가했는지에 상관없이 발효하지 않은 것으로 주정을 함유하지 않은 것으로 한정한다)	
	2009.50	토마토주스	
	2009.50-0000	토마토주스	
대만	2009.50-10004	발효하지 아니한 것으로서 주정을 함유하지 아니한 자연 토마토주스	
관세	Column I	30%	
	Column III	50%	
영업세		5%	

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

30) 대만 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2009.50중 토마토주스에 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

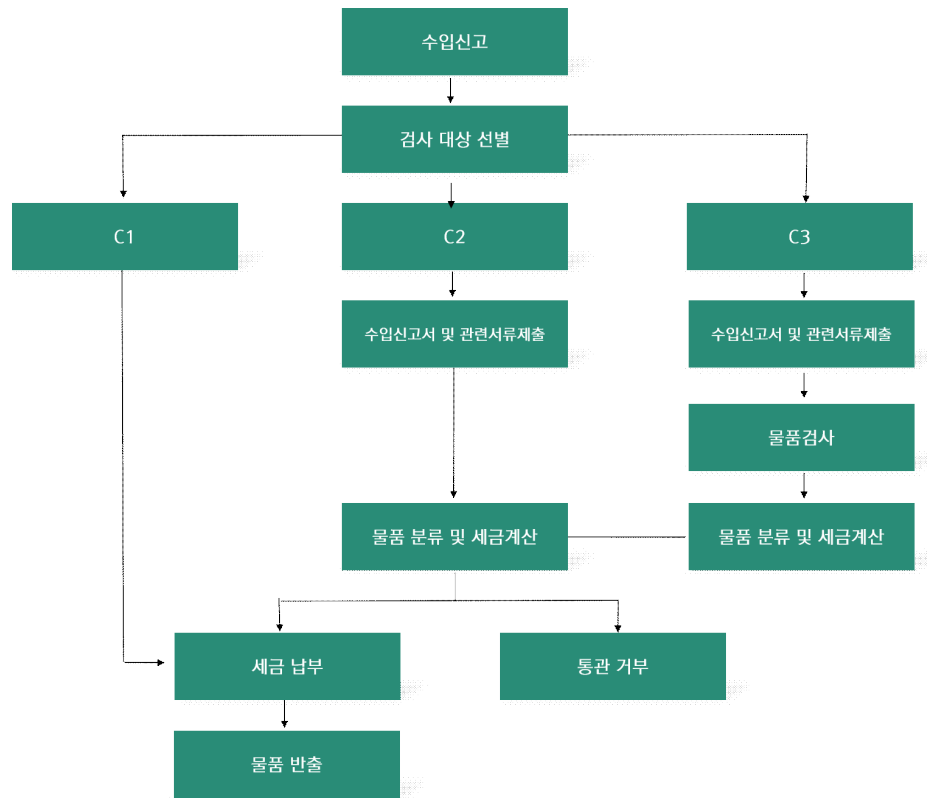
31) 1달러=1,104.90원 (2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 대만 토마토주스 검역 심사 절차

- ▶ 대만 식품, 심사 결과 및 정해진 규정에 따라 서류 및 물품 검사 실시
- ▶ 가공식품 수입 시 식품 수입허가증 발급 필수

대만으로 일반가공식품 수출 시, 대만 보건복지부(MOH)의 식품 및 관련 제품 수입 검사규정에 따라 수입검사를 신청해야 함. 해당 검역을 담당하는 대만 보건복지부(MOH)의 식품 의약품관리서는 검역이 통과되면 식품 수입허가증을 발급하고 현장 검역 결과에 따라서 수입물품을 처리함

[표 5.10] 대만 통관 프로세스



- ▶ 대만 토마토주스 식품 첨가물 규정 확인 필요

[표 5.11] 대만 식품 첨가물 규정 확인 방법

사이트	KATI농식품수출정보(www.kati.net) > 제도 > 식품첨가물
국가	대만
식품유형	음료류 > 과일·채소류음료

7. 대만 관련 규제 정보

▶ 과일·채소 주스에 식품첨가물 성분 제한

대만 식품의약품국(TFDA)는 2018년 12월에 일부 개정된 식품첨가물 사용범위 및 함량 제한 기준에 관한 법령을 2021년부터 본격적으로 시행할 예정임. 특히 과일·채소 주스를 포함한 27종 신선식품에 대해 별도 예외 규정이 없는 한 ‘필요에 따라 사용이 가능한 식품첨가물’의 사용을 금지함

[표 5.12] 과일주스 식품첨가물 성분 제한

허용된 식품첨가물 성분명 (영문)	허용된 식품첨가물 성분명 (국문)	식품 유형	최대허용함량 (mg/kg)
Tartaric Acid	타타르산	과일주스	4000mg/kg
Citric Acid	시트르산	과일주스	3000mg/kg
L-Ascorbic Acid	아스코르브산	과일주스	1300mg/kg

자료: 대만 식품의약품국(TFDA)

▶ 대만, 식품 속 미생물 위생표준 발표

대만 식품의약품국(TFDA)은 2020년 10월 6일 「식품 속 미생물 위생표준 (食品中微生物衛生標準)」을 발표하여 식품 속 미생물 위생표준에 대한 대만 규범을 통합하고 관리를 강화하고자 함. 해당 규제는 신선 즉석식품 및 신선 가공 혼합 식품, 포장된 음료류, 기타 즉석식품 등 총 7개의 품목을 대상으로 함

[표 5.13] 과일주스 미생물 위생 기준

번호	품목	미생물 및 독소, 대사물	허용치
1	5번 외 기타 환원 과채즙, 과채즙 음료	대장균	음성
2	5번 외 기타 식품 원료로 추출한 음료 (커피, 코코아, 차 또는 혼합한 음용 음료 등)	대장균	음성
3	상업 살균을 거치지 않은 신선 착즙 과채즙, 50% 미만의 유제품을 첨가하고 상업 살균을 거치지 않은 유제품 함유 착즙 과채즙	대장균	10MPN /mL
		대장균	음성
		O157:H7 살모넬라균	음성
4	5번 외 기타 발효된 과채즙(음료), 유산균을 첨가한 산성 음료, 발효액(활성유익균)을 첨가한 음료	대장균	음성
5	3번 외 기타 즉석 조제, 살균 처리를 거치지 않은 유통기한 24시간 이내의 음료	대장균	10CFU/ mL
		살모넬라균	음성

자료: 대만 식품의약품국(TFDA), KATI 농식품수출정보

▶ 포장된 과일 및 채소 주스 라벨링 요구사항

대만 식품의약품국(TFDA)은 2014년 7월 1일부터 시판 과채즙 포장 음료 표기 규정(宣稱含果蔬汁之市售包裝飲料標示規定)에 따라 100% 과일주스가 아닌 제품의 경우 원액 함유량을 표시를 의무화함. 과즙 함유량이 10% 이상인 것을 ‘과일주스’라고 표기할 수 있으며, 100% 원액인 것으로 희석·발효·농축되지 않은 제품에만 ‘천연’이라고 표기할 수 있음

[표 5.14] 원액 함량에 따른 표시 규정

함량	내용
10% 이상	<ul style="list-style-type: none"> 포장 앞면에 생즙 함량 표시 2종류 이상의 과일이 혼합되어 있고 제품명이 과일 이름으로 표시되는 경우 <ul style="list-style-type: none"> 제품명에 혼합된 모든 과일 품명을 밝힐 것(함량이 높은 순서대로) 모든 과일을 표시하지 않으면, 제품 앞면에 ‘종합 과일주스’, ‘혼합 과일주스’ 등 이에 상응하는 단어를 표시해야 함
10% 미만	<ul style="list-style-type: none"> 제품명에 과일주스 및 과일즙 등의 명칭은 사용할 수 없음 제품 앞면에 ‘과일 함량 10% 미만’ 등 상응하는 단어를 표시해야 함

자료: 대만 식품의약품국(TFDA)

▶ 일반식품에 ‘건강’ 단어 사용 제한

대만 식품의약품국(TFDA)는 2022년 7월부터 건강기능식품 인증마크를 취득하지 않은 일반식품의 경우 ‘건강’이라는 단어 사용을 전면 금지함. 이를 어길 경우 허위 과대표시 광고를 한 것으로 간주되어 벌금 및 시정명령을 받게 됨

[표 5.15] ‘건강’ 단어 사용 제한

적용 규정	대만 보건복지부(MOHW), 「허위, 과장, 오도 또는 의약품 효능이 있는 식품 및 식품에 대한 라벨, 홍보 및 광고기준에 관한 규정 (食品及相關產品標示宣傳廣告涉及不實誇張易生誤解或醫療效能認定準則)」, 2020
규제 기관	대만 식품의약품국(TFDA)
시행일	2022년 7월 1일
제한 내용	<ul style="list-style-type: none"> 제품 이름·상표·로고 일부에 ‘건강’이라는 단어 표시 금지 제품 설명에 예방, 개선, 완화와 같은 단어도 표기 금지 영어와 한국어를 포함한 다른 외국어 단어 사용도 동일한 기준 적용 벌금: 최저 4만 대만달러 ~ 최고 400만 대만달러

자료: 대만 보건복지부(MOHW)

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 쿤타이마오이(堃泰貿易)

Interview ② 푸쥬요우시엔공사(馥聚有限公司)

Interview ③ 후아페이꾸어지마오이요우시엔공사(華霏國際貿易有限公司)

Interview ④ 우두오떠지아(無毒的家)

Interview ⑤ 지번성후오(機本生活)

Interview ① 쿤타이마오이(堃泰貿易)

32)

●
 쿤타이마오이
 (堃泰貿易)

전문가 소속

쿤타이마오이
 (堃泰貿易)
 수입유통업체

연락처

+886-2-2880-1468

전문가 정보

Ms. Sandy
 (Purchasing Manager)



쿤타이마오이(堃泰貿易)

Purchasing Manager, Ms. Sandy

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

쿤타이마오이는 1980년 설립한 수입식품 전문유통업체로, 주로 한국과 일본에서 수입하고 있습니다. 프랜차이즈 마트와 편의점 등으로 유통하고 있으며, 온라인 플랫폼 쇼피(Shopee), 라쿠텐(Rakuten), 피씨홈(PCHome), 모모(Momo)를 통해서도 판매합니다. 주로 과일주스와 과일소스, 우유음료 등을 취급하고 있습니다.

Q. 최근 유행하는 과일주스는 무엇인가요?

가장 인기 있는 주스는 크랜베리, 사과, 레몬주스입니다. 크랜베리주스의 인기 비결 첫번째는 인기 브랜드 제품이기 때문에 품질이 보장된다는 점입니다. 두번째는 영양성분이 좋고 맛이 새콤해서 여성 소비자에게 인기가 많다는 점입니다. 그 외에 알로에, 복숭아주스도 새콤달콤하여 꾸준히 인기가 있습니다.

반면 토마토주스는 전체 과일주스 중 인지도가 낮은 편입니다. 하지만 당사가 판매 중인 사키(Saki) 토마토주스는 토마토주스 중에서 아주 유명합니다. 그 외 대만에서 한국산 과육 음료와 초콜릿 과자의 인기가 높은 편입니다.

Q. 인기 토마토주스 브랜드는 무엇인가요?

한국에서 생산한 당사 브랜드 사키(Saki)의 토마토주스가 가장 인기가 많습니다. 그 이유는 라이코펜(Lycopene) 함량이 100ml에 5.4mg으로 높아서, 항산화 작용과 노화 방지에 효과가 있기 때문입니다. 저희는 페이스북이나 블로그에 토마토 효능을 홍보하고 있으며 소비자들이 믿고 많이 구매하고 있습니다.

32) 사진자료: 쿤타이마오이(堃泰貿易) 홈페이지

Q. 소비자의 토마토주스 주요 구매요인은 무엇인가요?

소비자들은 제품을 구매할 때 제품의 인지도와 후기를 가장 먼저 확인합니다. 다음으로 왕홍³³⁾이 홍보한 제품인지 확인합니다. 과일주스가 한국산이라는 점과 유기농 인증을 받았다는 점은 특별한 셀링포인트가 아니라고 생각합니다. 따라서 포장을 정교하게 하고 먼저 브랜드 인기를 높이는 것이 가장 중요하겠습니다.

Q. 토마토주스 판매 시 적절한 유통채널은 무엇인가요?

A사 a제품은 유기농 제품이라서, 대만 현지 온·오프라인 유기농 전문매장을 1순위로 추천합니다. 그 외 편의점, 마트, 드러그스토어, 식당, 온라인쇼핑몰도 좋습니다. 당사 토마토주스 판매를 분석해보면 판매빈도는 편의점이 가장 높고, 총판매량은 온라인쇼핑몰이 가장 높습니다. A사는 대만 시장 신규 진출이므로 먼저 오프라인 전시회에 참석하는 것이 가장 적합하겠습니다.

Q. ‘한국산 토마토 100% 함유 주스’ 홍보 시 효과적인 방법은 무엇인가요?

저는 왕홍 마케팅을 추천합니다. 현재 대만에서는 왕홍 프로모션의 판매 효과가 좋습니다. 소비자들이 왕홍 인스타그램과 페이스북에 올려진 제품 정보를 확인하고 그들처럼 해당 제품을 소비하기 때문입니다.

33) 왕뤄홍런(网络红人)의 줄임말로, 인터넷(网络)에서 인기 있는 사람(红人)을 뜻함

Interview ② 푸쥬요우시엔공사(馥聚有限公司)

34)

푸쥬요우시엔공사 (馥聚有限公司)

전문가 소속

푸쥬요우시엔공사
(馥聚有限公司)
수입유통업체

연락처

+886-2-2695-7358

전문가 정보

Ms. Chen
(Manager)



푸쥬요우시엔공사(馥聚有限公司) Manager, Ms. Chen

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

푸쥬요우시엔공사는 2005년 설립된 수입유통업체입니다. 당사 공식 홈페이지를 통해 유통하고 있으며, 온라인 플랫폼 피씨홈(PCHome)을 통해 판매하고 있습니다. 주로 주스, 커피, 곡물, 건조 과일, 조미료 등을 취급하고 있습니다.

Q. 가장 인기 있는 과일주스 브랜드는 무엇인가요?

카고메(Kagome)가 과일주스 브랜드 중 가장 유명합니다. 대만 카고메는 일본과 합작하여 설립된 회사이며, 대만에서 오랜 역사를 가진 브랜드입니다. 따라서 인지도가 높고 대만 현지 소비자들이 많이 찾는 대표적인 브랜드입니다. 대만 소비자에게 혼합채소, 사과, 토마토주스 인기가 많습니다.

Q. 소비자의 토마토주스 주요 구매요인은 무엇인가요?

소비자들은 과일주스를 구매할 때 기본적으로 가격, 성분, 원산지, 100% 과즙 표시 여부를 봅니다. 만약 제품에 '한국 수입' 표시가 있다면 대만 소비자들이 더 관심을 갖고 구매해볼 것으로 예상됩니다.

최근 소비자들은 제품에 어떤 성분이 함유되어 있는지 살펴보고 구매합니다. 중점적으로 살펴보는 것은 방부제·색소·설탕의 함유 여부, 유기농 인증, 과즙 함량이나 원액 함량, 물 함량입니다.

Q. 토마토주스 판매 시 적절한 유통채널은 무엇인가요?

온라인 채널을 추천합니다. 저도 그렇고 대중들은 온라인쇼핑몰 피씨홈(PCHome)을 애용합니다. 따라서 해당 쇼핑몰은 대만 식품 산업에 상당한 영향력을 행사하고 있습니다. 그 밖에 소비자들은 온라인 유기농매장에서 주스를 구매합니다.

Q. 토마토주스 홍보 시 효과적인 방법은 무엇인가요?

가장 중요한 것은 제품 포장이라고 생각합니다. 대만 소비자들은 겉 포장이 예쁜 제품을 선호합니다. 거기에 가격도 저렴하고 맛까지 있다면 모든 소비자가 구매할 것입니다. 그리고 주스 판매 시 증정품이 있을 필요는 없다고 봅니다. 홍보는 SNS 마케팅보다 최근 인기 있는 블로거나 유튜버와 합작하여 광고하는 것을 추천합니다.

Interview ③ 후아페이꾸어지마오이우시엔공사(華霏國際貿易有限公司)

35)

●
 후아페이꾸어지마오이
 요우시엔공사
 (華霏國際貿易有限公司)

전문가 소속

후아페이꾸어지마오이
 요우시엔공사
 (華霏國際貿易有限公司)
 수입유통업체

연락처
 +886-2-2577-2727

전문가 정보

Ms. Qiu
 (Sales Manger)

華霏銀享生活館



후아페이꾸어지마오이우시엔공사(華霏國際貿易有限公司) Sales Manger, Ms. Qiu

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

후아페이꾸어지마오이우시엔공사는 2014년 설립된 수입유통업체입니다. 대부분 스웨덴과 호주에서 수입한 제품을 유통하고 있으며, 대만 현지 제품도 유통하고 있습니다. 주로 유기농 채소주스, 기능성 보건식품, 조미료 등을 취급하고 있습니다.

Q. 최근 유행하는 과일주스는 무엇인가요?

대만에서는 최근 사과, 비트, 크랜베리주스가 유행하고 있고, 일본산 종합채소주스가 인기입니다. 제 주변 사람들은 대부분 토마토주스를 싫어합니다. 비교적 나이가 많은 분들이 드시는데, 어릴 적 마시던 음료수라고 여깁니다. 젊은 소비자는 대부분 가공 음료에 입맛이 길들여져서, 자연적인 맛과 건강한 맛을 거부하는 편입니다. 특히 토마토주스는 맛과 외관 때문에 좋아하지 않는 편입니다.

Q. 인기 토마토주스 브랜드는 무엇인가요?

대만에는 토마토주스를 주력으로 하는 브랜드가 별로 없습니다. 토마토주스 시장에서 인지도가 높은 브랜드는 아이즈웨이(愛之味)입니다. 아이즈웨이의 매실토마토 주스는 매실의 짠맛과 토마토의 달콤한 맛이 어우러져서, 모르는 사람이 없을 정도입니다.

대만에서는 주로 연령대가 높은 소비자가 토마토주스를 구매하며, 자주 먹는 소비자를 제외하고는 구매하지 않습니다. 따라서 젊은 소비자를 타겟으로 하는 것은 적합하지 않습니다. 과거에 토마토주스 다이어트가 유행했을 때 토마토주스 열풍이 분 적은 있습니다.

35) 사진자료: 후아페이꾸어지마오이우시엔공사(華霏國際貿易有限公司) 홈페이지

Q. 소비자의 토마토주스 주요 구매요인은 무엇인가요?

제품 용기에 붙어있는 유기농 인증이나 정부 인증이 구매를 유도할 수 있겠습니다. 하지만 수입 유기농 음료에 아예 관심 갖지 않는 소비자도 있습니다. 그 이유는 수입제품이 받은 인증이 사실인지, 만약 문제가 생기면 어떻게 처리되는지에 대해 신뢰하기 어렵기 때문입니다.

Q. 토마토주스 판매 시 추천하는 인증은 무엇인가요?

유기농 제품을 원하는 소비자는 인증마크를 확인합니다. ECOCERT 유기농 인증의 경우, 소비자 인지도와 신뢰도가 비교적 높습니다. 또한, 현재 코로나19로 인해 소비자들이 건강에 신경 쓰고 있어서, ‘무설탕’ 문구도 홍보 포인트가 되고 있습니다.

Q. 토마토주스 판매 시 적절한 유통채널은 무엇인가요?

유기농 주스의 경우 온·오프라인 유기농매장과 프리미엄 해외 슈퍼마켓인 시티슈퍼(City'super)와 제이슨(Jasons)을 추천합니다. 특히 온라인의 경우 대만 현지 대표 온라인쇼핑몰 모모(Momo), 피씨홈(PCHome)과 라쿠텐(Rakuten)을 추천합니다.

Q. ‘한국산 100% 함유 주스’ 홍보 시 효과적인 방법은 무엇인가요?

첫째 인터넷 키워드 광고를 추천합니다. 둘째 한국에서의 인지도를 보여줄 수 있는 광고를 추천합니다. 셋째 대만 현지 유기농 업체인 미앤후아티앤꺼우우왕(棉花田購物網)³⁶⁾과 제휴 맺는 것을 추천합니다.

36) 미앤후아티앤꺼우우왕 홈페이지 (www.healthyfood.com.tw)

Interview ④ 우두오떠지아(無毒的家)

37)

우두오떠지아(無毒的家)

전문가 소속

우두오떠지아
(無毒的家)
수입유통업체

연락처

+886-2-2695-7358

전문가 정보

Ms. Zhang
(Sales Manager)



우두오떠지아(無毒的家)

Sales Manager, Ms. Zhang

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

우두오떠지아는 친환경 식품을 전문적으로 수입 및 유통하는 업체입니다. 현재 대만 타이베이, 타이중 등지에서 10여 개의 매장을 운영하고 있습니다. 주로 영양제, 음료, 육류 및 수산물, 곡물 등을 취급하고 있습니다.

Q. 최근 유행하는 과일주스는 무엇인가요?

대만 소비자에게 블루베리, 사과, 크랜베리주스가 인기 있습니다. 토마토주스는 소비자들이 잘 알고 있으나 수요는 높지 않습니다. 따라서 당사도 토마토주스를 취급하고 있지 않습니다. 토마토주스를 판매하기 전에 토마토주스 선호도를 높일 필요가 있습니다.

Q. 인기 토마토주스 브랜드는 무엇인가요?

카고메(Kagome) 브랜드의 토마토주스가 캔, 페트병 각각 부문에서 판매 상위권에 있습니다. 카고메는 가공 전용 토마토 품종을 재료로 하여 주스를 만들고 있습니다. 해당 토마토주스는 달콤하면서도 약간 짭짤한 맛이 나서 독특합니다. 그 외에 사키(Saki) 브랜드의 토마토주스도 인지도가 높습니다.

Q. 소비자의 토마토주스 주요 구매요인은 무엇인가요?

과즙 함량과 가격이 주요 구매요인입니다. 시중에 유통되는 제품들은 '과즙 100%'를 강조하고 있습니다. 온라인 판매 제품은 대량 판매와 묶음 판매를 하기 때문에 오프라인 제품보다 가격이 저렴한 편입니다.

Q. 토마토주스 판매 시 적절한 유통채널은 무엇인가요?

온라인과 오프라인 모두 추천합니다. 온라인은 쇼핑몰 모모(Momo)를 추천합니다. 모모는 대만 내 대형 온라인 플랫폼으로, ‘한국’ 카테고리가 있는 것으로 보아 한국산 제품에 호의적입니다. 특히 모모는 홈쇼핑도 함께 운영하고 있어서, 인터넷과 TV 모두를 통해 광고할 수 있습니다. 실제 대만 홈쇼핑에서 다양한 한국제품 판매가 이루어지고 있습니다. 오프라인은 편의점, 프랜차이즈 마트, 한인마트로 유통하는 것을 추천합니다.

온라인쇼핑몰 모모(Momo)에서 한국산 주스 판매업체를 살펴보면 다양한 주스가 유통되고 있습니다. 예를 들면 사과, 아로니아, 배, 포도, 딸기, 배도라지가 있습니다. 해당 업체들이 강조하는 것은 100% 과즙, 1세부터 섭취 가능, HACCP 인증, 생산과정을 보여주는 사진입니다. 특히 사진은 소비자들이 안심하고 구매하는 요인으로 작용합니다.

Q. A사 a제품에 대해 피드백을 부탁드립니다.

대만 온라인쇼핑몰 모모(Momo)에는 한국제품이 많이 소개되고, 별도로 ‘한국’ 카테고리가 있습니다. 따라서 A사 제품이 ‘한국산’이라는 점이 확실히 구매요인으로 작용하리라 판단됩니다. 또한, 유기농 인증은 소비자에게 품질이 좋다는 인식을 주리라 판단됩니다. 하지만 유기농 제품의 경우 소매가격이 높아서 구매가 많이 이루어지지 않을 것입니다.

Interview ⑤ 지번성후오(機本生活)

38)

●
지번성후오
(機本生活)

전문가 소속

지번성후오
(機本生活)
수입유통업체

연락처
+886-8-0026-5899

전문가 정보

Mr. Zheng
(Sales Manager)



지번성후오(機本生活) Sales Manager, Mr. Zheng

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

지번성후오는 유기농 식품을 전문으로 하는 수입유통업체입니다. 현재 독일 브랜드 보엘켈(Voelkel), 나투라타(Naturata), 보도(Byodo) 상품을 전문적으로 유통하고 있습니다. 주로 유기농 주스, 조미료, 초콜릿 등을 취급합니다.

Q. 최근 유행하는 과일주스는 무엇인가요?

당사 매장에서는 사과와 블루베리주스가 가장 잘 판매되고 있습니다. 다만 시장 전체를 살펴보면 일본산 종합채소주스가 유행하고 있습니다. 반면 토마토주스는 소비자에게 인지도가 있지만, 판매량이 그리 높지 않습니다. 당사도 토마토주스는 취급하고 있지 않습니다.

Q. 인기 토마토주스 브랜드는 무엇인가요?

대만 현지 브랜드 아이쯔웨이(愛之味)의 토마토·종합채소주스가 인기 있습니다. 그 이유는 첫째, 대만 현지인이라면 누구나 아는 브랜드입니다. 둘째, 토마토뿐만 아니라 브로콜리 등 기타 채소가 첨가되어 영양이 풍부합니다. 셋째, 꿀이 첨가되어 포만감을 주기 때문에 여성 소비자가 좋아합니다. 넷째, 항산화 기능이 있어 미용 효과도 있습니다. 수입 브랜드로는 한국 생산 제품인 사키(Saki) 토마토주스가 인기 있습니다. 그 이유는 대만 내 판매 매장이 많고 프로모션을 자주 하기 때문입니다.

Q. 소비자의 토마토주스 주요 구매요인은 무엇인가요?

마실 인원에 따라 제품을 선택합니다. 대부분 토마토주스는 300ml 이상인데, 이는 한 번에 다 마시기에 부담스러운 양입니다. 개봉된 토마토주스는 변질되기 쉬우므로 사기 제품처럼 180ml 정도로 포장하는 것을 추천합니다. 또한, 소비자는 포장에 적힌 성분 표시에 특히 주의를 기울이며, 원액 함량을 보고 제품을 구매합니다.

Q. 토마토주스 판매 시 추천하는 인증은 무엇인가요?

식품과 관련된 인증은 많습니다. 예를 들어 전문가가 위생 및 품질을 엄격하게 평가하는 CAS 인증, 건강 효능을 인증하는 건강식품표시 등이 있습니다. 인증마크가 있으면 소비자가 더 안심하고 구매할 수 있습니다. 특히 대만의 농축 제품은 대부분 수입제품입니다. 소비자들은 수입제품의 품질을 파악하는 데 어려움이 있으므로 인증마크가 신뢰를 줄 것입니다.

Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

Export Insights



대만 주스 시장규모('19)

주스 2억 1,400만 리터
100% 주스 2,900만 리터

對글로벌 토마토주스 수입액 CAGR 31%
對한국 토마토주스 수입액 집계 안됨



2015~2019년 대만 주스 시장은 성장세가 없었으나, 100% 주스 시장은 CAGR 2%를 보이며 성장함. 최근 5년간 대만 토마토주스 수입이 증가세이나 對한국 토마토주스 수입액은 0으로 확인됨

제품수요

대만 과체중 및 비만을
남성 55.1% / 여성 32.5%

다이어트하는 젊은 여성과 당뇨병 환자
토마토 자주 섭취



대만 35세 이상 인구의 과체중 및 비만율이 50% 내외로 높은 수준이며, 특히 남성 비만율이 여성보다 높았음. 또한 다이어트에 관심 있는 여성과 당뇨병 환자가 토마토를 자주 섭취하는 것으로 확인됨

시장트렌드

일본 및 대만 브랜드 제품 인기
'건강' 관련 연관성 높아

인기 주스 원료로 포도, 석류 및 사과
한국산 주스, 품질 및 가격에서 좋은 평가



대만 소비자는 포도, 석류 및 사과로 만든 과일주스를 선호하는 것으로 나타남. 토마토주스는 일본 및 대만 브랜드 제품이 인기가 많았으며, 주로 '건강'과 관련된 제품의 판매가 많았음. 한국산 주스는 품질이 좋고 가격이 합리적이라는 후기가 많았음



Export Insights

유통채널

편의점 42.3%
하이퍼마켓/슈퍼마켓 39.5%

개인 및 기타 식료품점 13.0%
온라인 2.5%



대만에서 토마토주스는 주로 편의점과 하이퍼마켓/슈퍼마켓을 통해 유통되고 있음. 온라인 유통 점유율은 2.5%이며, 자판기를 통한 유통 점유율이 0.4% 확인되었음

통관/검역

사전 수입 기업 등록
관세율 30%

식품첨가물/미생물 위생 기준 준수
까다로운 주스 라벨링



토마토주스는 대만 식품첨가물 및 미생물 위생 기준을 준수해야 하며, 원액 함량에 따라 라벨링 표기가 제한됨. 또한 대만에서 토마토주스 수입통관을 담당할 주체는 사전에 기업 등록이 되어있어야함

전문가인터뷰

크랜베리 · 종합채소주스 인기
토마토주스 선호도 제고 필요
유기농 인증과 원액 함량 중요



대만 소비자의 토마토주스 선호도는 아직 낮으므로 성공적인 시장 진출 위해서 선호도 제고가 필요한 상황임. 온라인 유통채널로 대만 유명 쇼핑몰 '모모'를 추천받음

진출제언



Point 01. 토마토주스 타겟층 설정 중요

대만 내 토마토주스 인기는 타 과일 · 채소주스보다 낮게 확인되므로, 타겟층 대상으로 홍보함을 추천함. 다이어트와 건강에 관심 있는 소비자가 적합하며, 이들에게 '토마토 100% 주스'는 큰 구매요인으로 작용할 것임

Point 02. 토마토주스 인지도 제고 필요

대만 내 토마토주스 수요를 높이기 위해서 토마토주스 효능과 맛에 대해 홍보할 필요가 있음. 중화권에서 홍보효과가 있는 왕홍 마케팅과 유튜브 홍보를 통해 다이어트와 건강에 관심있는 젊은 여성 소비자 공략을 제언함

Point 03. 온라인쇼핑몰 '모모(MOMO)' 입점

인터뷰를 통해 쇼핑몰 모모를 추천받았음. 모모는 한국산 제품을 판매 중이며 홈페이지 내 '한국' 카테고리가 별도로 있을 정도로 한국제품에 호의적임



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2020
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Coconut and other plant waters benefits from rising interest in healthy drinks」, 2020
3. 대만 건강증진청(Health Promotion Administration), 「衛生福利部國民健康署 ,107年健康促進統計年報, 2020」, 2020
4. 에포치타임즈(Epoch Times), 「Doctor's Ultra-Simple 'Tomato Diet Plan' Helped Him Lose 11kg in a Month」, 2019
5. 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision」, 2019
6. 대만 보건복지부(MOHWS, Ministry of Health and Welfare), 「식품위생관리법(食品衛生管理法)」, 2019
7. 대만 보건복지부(MOHWS), 「식품안전 및 위생에 관한 법률(食品安全衛生管理法)」, 2019
8. 대만 재정부 관세청(CA, MOF), 「중화민국해관수입세칙(中華民國海關進口稅則)」, 2017
9. 한국 관세청, 「수출입 안전관리 우수업체 공인 및 운영에 관한 고시」, 2020
10. 대만 보건복지부(MOHWS), 「허위, 과장, 오도 또는 의약품 효능이 있는 식품 및 식품에 대한 라벨, 홍보 및 광고기준에 관한 규정(食品及相關產品標示宣傳廣告涉及不實誇張易生誤解或醫療效能認定準則)」, 2020
11. 한국농수산물유통공사, 「2020 농식품 해외인증·등록정보 종합가이드」, 2019
12. 한국농수산물유통공사, 「2019 주요국 라벨링제도 조사 보고서」, 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. 타이페이타임즈(Taipei Times) (www.taipeitimes.com)
5. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.7-11.com.tw)
6. 타이완뉴스(Taiwan News) (www.taiwannews.com)
7. 알라미(Alamy) (www.alamy.com)
8. 하이라이프(Hi-Life) (www.hilife.com.tw)
9. 중시띠안즈빠오(中時電子報) (www.chinatimes.com)
10. 하이라이프(Hi-Life) 페이스북 (www.facebook.com/hihilife)
11. 패밀리마트(Family Mart) (www.family.com.tw)
12. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia)
13. 까르푸(Carrefour) (www.carrefour.com.tw)
- 14.마켓워치(Marketwatch) (www.marketwatch.com)
15. 엘에스아(LSA) (www.lsa-conso.fr)
16. 알티마트(RT Mart) (www.rt-mart.com.tw)
17. 이컨설팅시(Econsultancy) (www.econsultancy.com)
18. 수나리테일(Sunaretail) (www.sunaretail.com)
19. 샤인(Shine) (www.shine.cn)
20. 프로듀스리포트(Produce Report) (www.producereport.com)
21. 라이프스타일링로그(lifestylinglog) (www.lifestylinglog.com)
22. 한지(韓濟) (www.hanji-food.tw)
23. 한지(韓濟) 페이스북 (www.facebook.com/hanji3839)
24. 한귀왕(韓購網) (www.koreashop.url.tw)
25. 라쿠텐(Rakuten) (www.rakuten.com.tw)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

26. 한귀왕(韓購網) 페이스북(www.facebook.com)
27. 모모샵(Momo Shop) (www.momoshop.com.tw)
28. 후본그룹(Fubon Group) (www.fubon.com)
29. 포커스타이완(Focus Taiwan) (www.focustaiwan.tw)
30. 엘르(Elle) (www.elle.com/tw)
31. 쇼피(Shopee) (www.shopee.com.tw)
32. 테크인아시아(Tech In Asia) (www.techinasia.com)
33. 타이완핫(Taiwan Hot) (www.taiwanhot.net)
34. 그린앤세이프(Green&Safe) (www.green-n-safe.com)
35. 그린앤세이프(Green&Safe) 페이스북 (www.facebook.com/green.n.safe)
36. 대만 재정부 관세청(Taiwan Customs Administration, Ministry of Finance)(eweb.customs.gov.tw)
37. 대만 보건복지부(Taiwan Ministry of Health and Welfare) (mohw.gov.tw)
38. 대만 식품의약품(Taiwan Food and Drug Administration) (consumer.fda.gov.tw)
39. 트레이드내비(TradeNavi) (www.tradenavi.or.kr)
40. 관세정보법령포털 (unipass.customs.go.kr)
41. 두잉비즈니스(Doing Business) (doingbusiness.org)
42. 세계법제정보센터(World Laws Information Center) (world.moleg.go.kr)
43. 농식품수출정보(KATI) (kati.net)
44. 쿤타이마오이(堃泰貿易) 홈페이지 (www.saki.com.tw)
45. 푸쥬요우시엔공스(馥聚有限公司) 홈페이지 (www.betterfoody.tw)
46. 후아페이꾸어지마오이요우시엔공스(華霏國際貿易有限公司) 홈페이지 (<http://www.healthonlife.com.tw>)
47. 우두우떠지아(無毒的家) 홈페이지 (www.yogi-house.com)
48. 지번성후오(機本生活) 홈페이지 (<https://olifefood.com>)
49. 미엔후아티엔꺼우우왕 홈페이지 (www.healthyfood.com.tw)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.02.05

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