



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202110-04
품목 | 사과주스(Apple Juice)
HS CODE | 2009.71-0000
국가 | 베트남(Vietnam)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 베트남 주스 시장규모	06
2. 베트남 100% 주스 시장규모	07
3. 베트남 100% 주스 시장점유율	08
4. 베트남 사과주스 수입규모	09
5. 한국 사과주스 수출규모	10
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 사과주스 주요 첨가물 ‘석류 및 비트’	13
2. 사과주스 한국 브랜드 ‘건강식품과 영유아 음료’ 컨셉으로	14
3. 사과주스 글로벌 브랜드 ‘프리미엄 제품 다수 입점	15
4. 사과주스 패키징 ‘일반적인 박스 형태와 선물용의 병/팩 형태’	16
5. 베트남 사과주스 진출 컨셉	17
IV. 유통채널 특징	
1. 베트남 사과주스 유통채널 비교	19
2. 베트남 사과주스 유통채널 특징	20

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

- | | |
|--------------------------|----|
| 1. 베트남 사과주스 주요 온라인 유통채널 | 26 |
| 2. 베트남 사과주스 주요 오프라인 유통채널 | 32 |

VI. 진입장벽

- | | |
|------------------------|----|
| 1. 베트남 사과주스 통관 및 검역 절차 | 42 |
| 2. 베트남 사과주스 품질 인증 | 43 |
| 3. 베트남 사과주스 라벨링 | 45 |
| 4. 베트남 사과주스 성분 및 유해물질 | 51 |

VII. 수입·유통업체 인터뷰

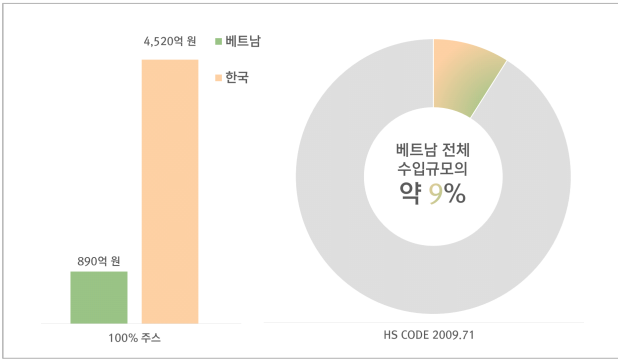
- | | |
|------------------------------|----|
| Interview ① 우이 부(Uy Vu) | 58 |
| Interview ② 동 타인(Dong Thanh) | 60 |
| Interview ③ 박 호아(Bach Hoa) | 62 |

VIII. 시사점

- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 67 |
|--------|----|

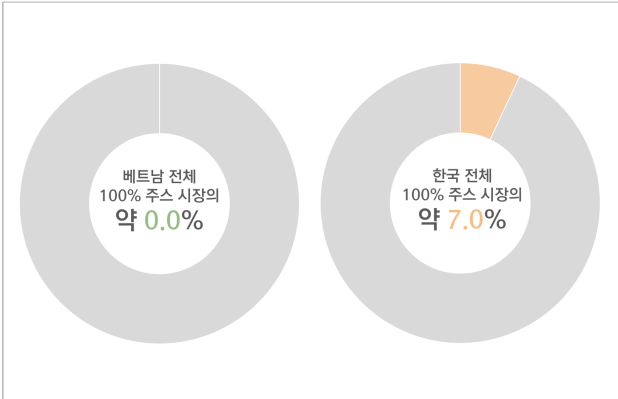
Summary

■ 수요 분석



	베트남	한국
주스 시장규모	6,854억 원	8,802억 원
100% 주스 시장규모	890억 원	4,520억 원
	수입(출)액	점유율
베트남 對한국 사과주스 수입 현황	7억 7,000만 원	9%
한국 對베트남 사과주스 수출 현황	8,900만 원	43%

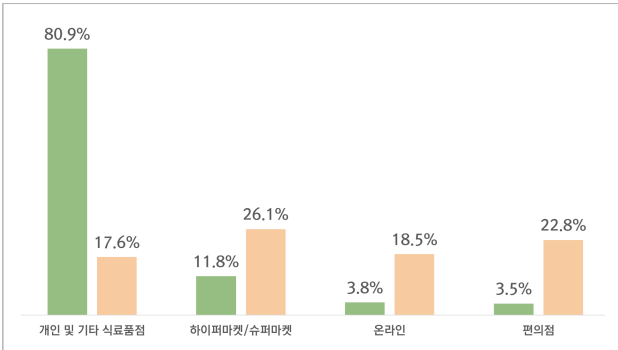
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



아시아마트	<ul style="list-style-type: none"> 주요 유통채널 케이마켓 및 오케이마트 케이마켓, 베트남 내에서 한국 교민이 줄었음에도 불구하고 매장 점포 수 확장 중
영유아용품점	<ul style="list-style-type: none"> 주요 유통채널 비보마트 및 콘콩 베트남 유아용품 소비시장 증가 추세
온라인 쇼핑몰	<ul style="list-style-type: none"> 주요 유통채널 비엠텔 및 티키 코로나19 영향으로 온라인 시장의 식료품 분야 성장률이 다른 카테고리를 제치고 1위를 기록함

■ 진입장벽

인증	VFA 적합성 인증 필수 HACCP, ISO 22000, GMP 등 선택 활용
라벨링	베트남 보건부 'Decree 43/2017/ND-CP'에 따른 라벨링 규정 준수
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/잔류농약/알레르겐

■ 전문가 평가

사과주스 수요	<ul style="list-style-type: none"> 신선 과일 및 야채로 만든 천연 주스 수요 높음 다이어트를 하는 사람들의 수요가 높음
한국 과일·야채 음료 인지도	<ul style="list-style-type: none"> 한국 제품 선호 특정 소비층에게만 인기 있음 높은 시장 점유율을 확보하지 못함
필수 증명서	<ul style="list-style-type: none"> 식품 안전 및 위생 증명서 품질 관리 증명서 원산지 증명서

■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 베트남 100% 주스 시장규모는 한국의 약 20%, 베트남 사과주스 수입액 중 對한국 수입 비중은 약 9%인 것으로 나타남 사과주스 제품의 베트남 적정 유통채널로 아시아마트, 영유아용품점, 온라인 쇼핑몰이 꼽힘
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 베트남 사과주스 진출을 위해 VFA 적합성 인증이 필수인 것으로 나타남 베트남 한국산 사과주스 주요 소비층으로 다이어트 인구 및 한국 제품 선호 소비자가 예상됨

II. 시장규모

1. 베트남 주스 시장규모
2. 베트남 100% 주스 시장규모
3. 베트남 100% 주스 시장점유율
4. 베트남 사과주스 수입규모
5. 한국 사과주스 수출규모

1. 베트남 주스 시장규모

베트남 국가 일반 정보¹⁾

면적	33.1만 km ²
인구	9,646만 명
GDP	3,295억 달러
GDP (1인당)	3,416달러

▶ 베트남 주스 시장규모 약 6,854억 원 ‘한국 시장 약 4분의 3 규모’

2020년 기준 베트남 주스 시장규모는 약 6,854억 원으로, 약 8,802억 원을 기록한 한국 주스 시장의 약 3/4배 크기임. 베트남 주스 시장규모는 2020년 기준 전년 대비 5% 가량 성장함. 베트남 정부의 코로나 19 확산 방지를 위한 봉쇄령에 따라 베트남 내 주스 시장의 오프라인 유통채널을 통한 소비는 큰 타격을 입었으나 온라인 유통채널 내 소비 비중이 높아 전체 시장규모에는 큰 변동이 없는 것으로 파악됨

▶ 베트남 주스 시장규모, 향후 5년간 연평균 9% 성장 예상

베트남 주스 시장규모는 2025년 약 1조 452억 원을 기록할 것으로 예상됨. 코로나19 종식 이후 베트남 내 식품·서비스 산업이 재개되었을 때 오프라인 유통채널 내 식품 판매의 큰 비중을 차지하는 주스 시장이 빠르게 회복될 것으로 전망됨²⁾³⁾

[표 2.1] 베트남 ‘주스’ 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 십억 동



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사시장: 조사제품 '사과주스'는 100% NFC 착즙한 사과즙 속 새싹 인삼 한 뿌리가 통으로 들어간 사과주스로 간편하게 먹을 수 있는 주스 제품임. 유로모니터상 베트남 '비차츰 100% 주스' 데이터 마비로 상위품목인 '주스' 시장규모만을 조사함

3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Juice in Vietnam」, 2020.12

4) 환산된 데이터(단위: 동, 원)는 모두 반올림됨

5) 100동=5,00원(2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 베트남 100% 주스 시장규모

▶ 베트남 100% 주스 시장규모 890억 원, 한국의 ‘5분의 1’ 규모

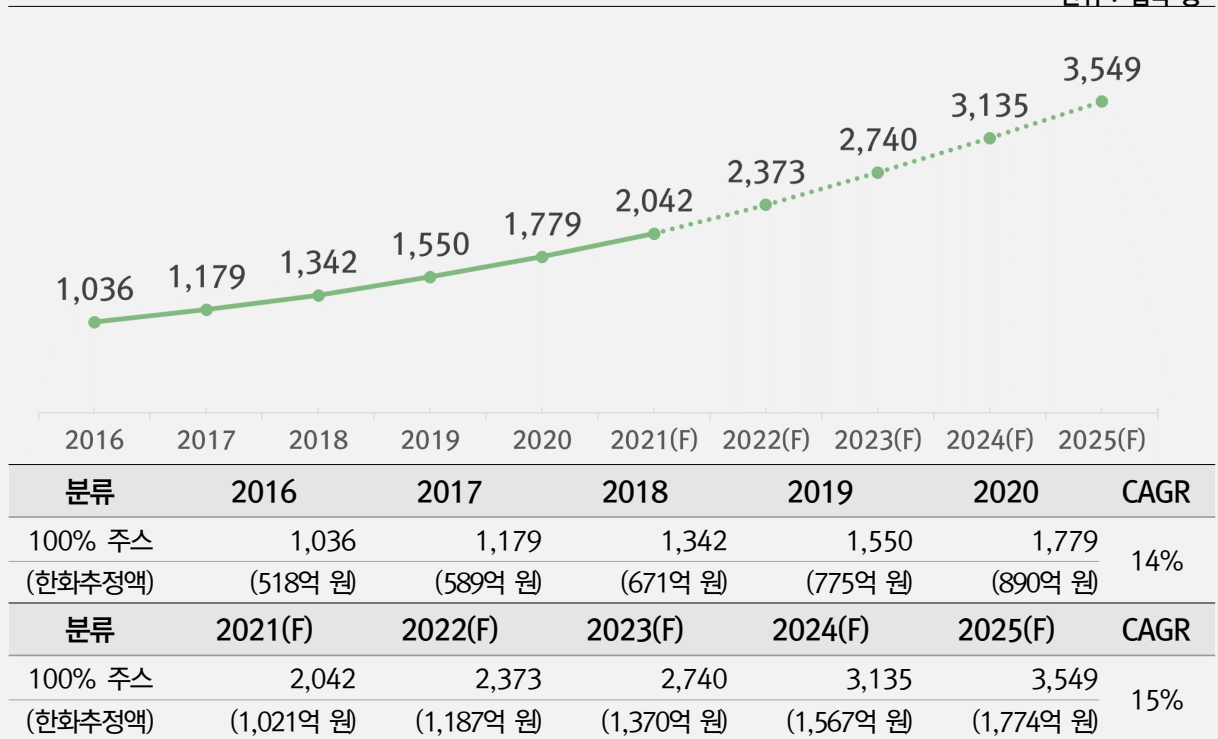
2020년 기준 베트남 100% 주스 시장규모는 약 890억 원으로, 4,520억 원을 기록한 한국 100% 주스 시장규모의 5분의 1에 해당하는 수치임. 베트남 100% 주스 시장은 최근 5년(2016-20년)간 연평균 14%의 성장률을 기록하는 등 가파른 상승세를 이어나가고 있음

▶ 베트남 100% 주스 시장규모, 향후 5년간 연평균 15% 성장 예상

베트남 100% 주스 시장은 향후 5년(2021-25년)간 연평균성장률 15%를 기록할 것으로 예상되며, 이는 최근 5년간 연평균성장률 14%를 상회하는 수치임. 베트남 100% 주스 시장은 2025년 기준 약 1,774억 원을 달성할 것으로 전망되며, 이는 2016년의 시장규모 약 518억 원의 3.4배에 달하는 수치임⁷⁾

[표 2.2] 베트남 ‘100% 주스’ 시장규모

단위 : 십억 동



자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Juice in Vietnam」, 2020.12

3. 베트남 100% 주스 시장점유율

▶ 베트남 100% 주스 시장, ‘환원주스’가 모두 차지

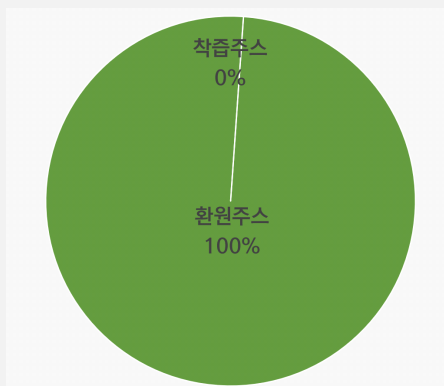
베트남 100% 주스(약 890억 원) 세부 시장과 한국 100% 주스(약 4,520억 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 두 국가 모두 ‘환원주스⁸⁾’가 시장의 대부분을 차지함⁹⁾. 베트남 내 주스 세부 시장은 ‘환원주스’ 이외엔 집계된 바가 없으며 한국 역시 ‘환원주스’가 93%를 점유하며 양국 모두 100% 주스 시장에서 환원주스가 대다수를 차지함

한편 코로나 19로 인해 베트남 내 건강에 대한 관심이 높아졌으며, 이는 코로나19 종식 이후 건강한 음료 소비에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상됨. 특히 베트남 내 주스 시장의 건강 및 면역력 증진 효과에 초점을 맞춘 제품 판매가 효과적일 것으로 파악됨. 실제로 베트남 내 화학 첨가제나 보조제, 정제 설탕 등을 함유하지 않은 ‘무첨가 주스’가 인기를 끌고 있음¹⁰⁾

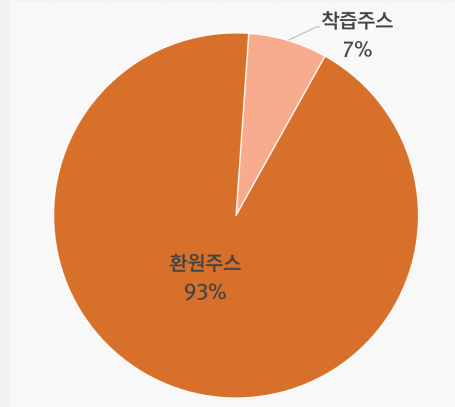
[표 2.3] 2020년 베트남, 한국 100% 주스 시장점유율¹¹⁾

단위 : 백분율(%)

베트남 100% 주스 세부 시장



한국 100% 주스 세부 시장



분류	100% 주스	
	환원주스	착즙주스
베트남	100	0
한국	93	7

자료: 유로모니터(Euromonitor)

8) 과즙을 고온에 끓여 졸인 ‘과즙 농축액’을 정제수에 희석한 뒤 식품첨가물을 더해 만든 주스로, 일반적인 종류의 주스를 말함

9) 유로모니터상 베트남 100% 주스 시장(약 890억 원)과 한국 100% 주스 시장(약 4,520억 원)의 시장점유율을 나타냄

10) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 『Juice in Vietnam』, 2020.12

11) 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음

4. 베트남 사과주스 수입규모

● HS CODE 2009.71

조사제품 '사과주스'는 '과실 주스와 채소주스에 속하는 제 2009호에 속하며, 이에 '사과주스에 해당하는 HS CODE 2009.71을 자료로 선정함

▶ 베트남 HS CODE 2009.71 對글로벌 수입액 약 7억 7,000만 원

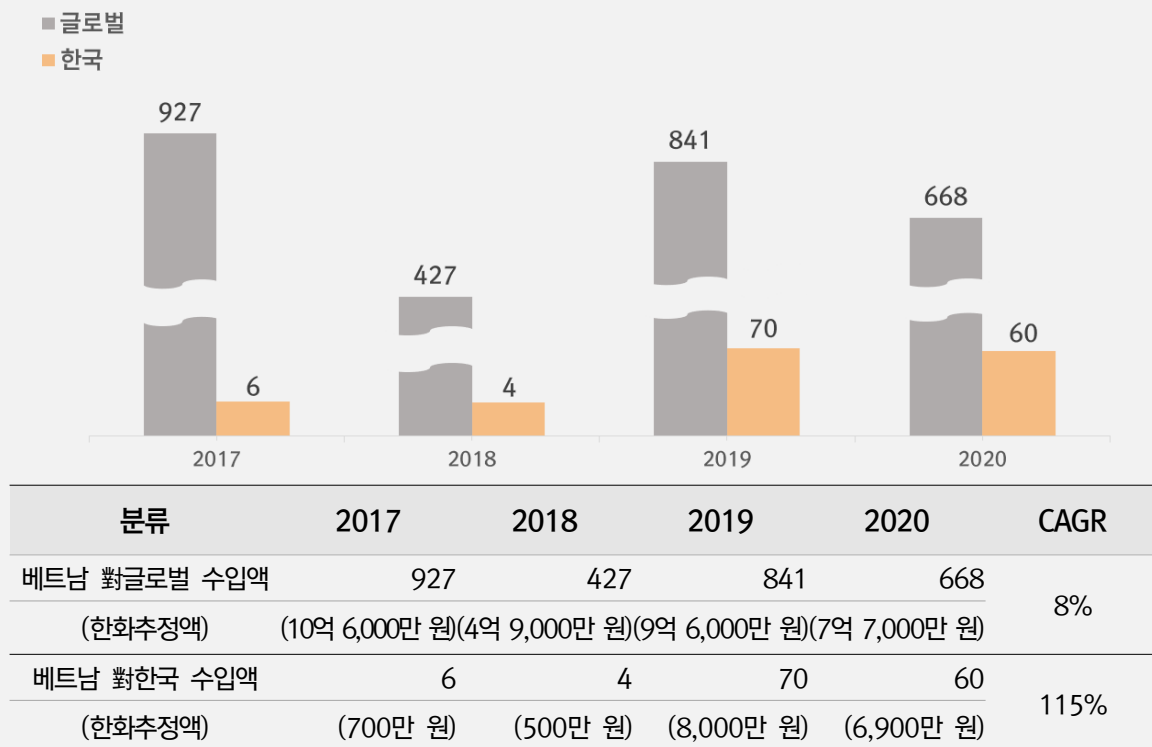
베트남 HS CODE 2009.71 품목의 對글로벌 수입규모는 2020년 기준 약 7.7억 원을 기록하였으며 이는 전년 대비 약 1억 9,000만 원 감소한 수치임. 지난 4년(2017-20년)간 베트남 수입규모는 꾸준히 증감을 반복해왔으며 전체 對글로벌 연평균성장률이 8%로 집계됨

▶ 베트남 HS CODE 2009.71 수입액 중 한국산 점유율 약 9%로 4위

2020년 베트남 HS CODE 2009.71 품목의 對한국 수입액 약 6,900만 원을 기록하여 글로벌 수입액 중 4위를 차지함. 이는 전체 베트남 수입규모의 약 9%에 해당하는 점유율임. 글로벌 수입액 1위 국가는 키프로스 약 2억 7,000억 원의 시장규모 및 35% 점유율을 보였으며, 뒤이어 호주 및 남아프리카공화국이 각각 15%, 10%의 점유율을 보임

[표 2.4] 베트남 HS CODE 2009.71 수입규모¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2009.71 기준

12) 자료: ITC(International Trade Centre)

13) 1달러=1147.40원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

14) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5. 한국 사과주스 수출규모

HS CODE 2009.71-0000

조사제품 '사과주스'에 해당하는 HS CODE 2009.71-0000 (브릭스(Brix)값이 20을 초과하지 않은 것)의 한국 對글로벌 對베트남 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 2009.71-0000 수출액 약 2억 600만 원

한국 HS CODE 2009.71-0000 품목의 對글로벌 수출규모는 2020년 기준 약 2억 600만 원을 기록하였으며, 최근 5년(2016-20년)간 對글로벌 연평균성장률 61%를 기록함. 특히 2019년에는 전년 대비 9배 증가하여 1억 8,400만 원의 수출액을 달성하며 큰 폭의 상승세를 견인함

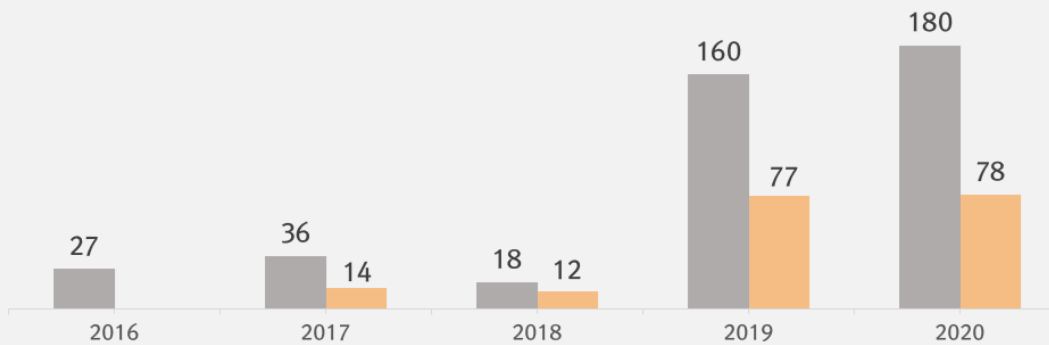
▶ 한국 HS CODE 2009.71-0000, 수출액 기준 1위국은 베트남

한국 HS CODE 2009.71-0000 품목의 對베트남 수출규모는 2020년 약 8,900만 원을 기록하며, 점유율 43%로 1위를 차지함. 이어서 미국(약 4,000만 원, 20%), 말레이시아(약 2,700만 원, 13%), 중국(약 2,200만 원, 11%), 싱가포르(약 900만 원, 4%) 순으로 점유율이 집계됨

[표 2.5] 한국 HS CODE 2009.71-0000 수출규모¹⁵⁾¹⁶⁾

단위 : 천 달러

■ 글로벌
■ 베트남



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
한국 對글로벌 수출액 (한화추정액)	27 (3,100만 원)	36 (4,100만 원)	18 (2,000만 원)	160 (1억 8,400만 원)	180 (2억 600만 원)	61%
한국 對베트남 수출액 (한화추정액)	0 (0원)	14 (1,600만 원)	12 (1,300만 원)	77 (8,900만 원)	78 (8,900만 원)	79%

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2009.71-0000 기준

15) 자료: ITC(International Trade Centre)

16) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

III. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 사과주스 주요 첨가물 ‘석류 및 비트’
2. 사과주스 한국 브랜드 ‘건강식품과 영유아 음료’ 컨셉으로
3. 사과주스 글로벌 브랜드 ‘프리미엄 제품 다수 입점’
4. 사과주스 패키징 ‘일반적인 박스 형태와 선물용의 병/팩 형태’
5. 베트남 사과주스 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 베트남 온라인매장 입점 사과주스

- 데이터 수집 키워드 : 사과주스(nước ép táo)
- 데이터 수집량 : 221건
- 데이터 수집원 : 베트남 쇼피(shopee.vn)
베트남 티키(tiki.vn)

▶ 베트남 온라인매장 입점 사과주스 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 첨가물(사과 외) ② 한국 주스 브랜드
 - ③ 사과주스 브랜드 ④ 패키징

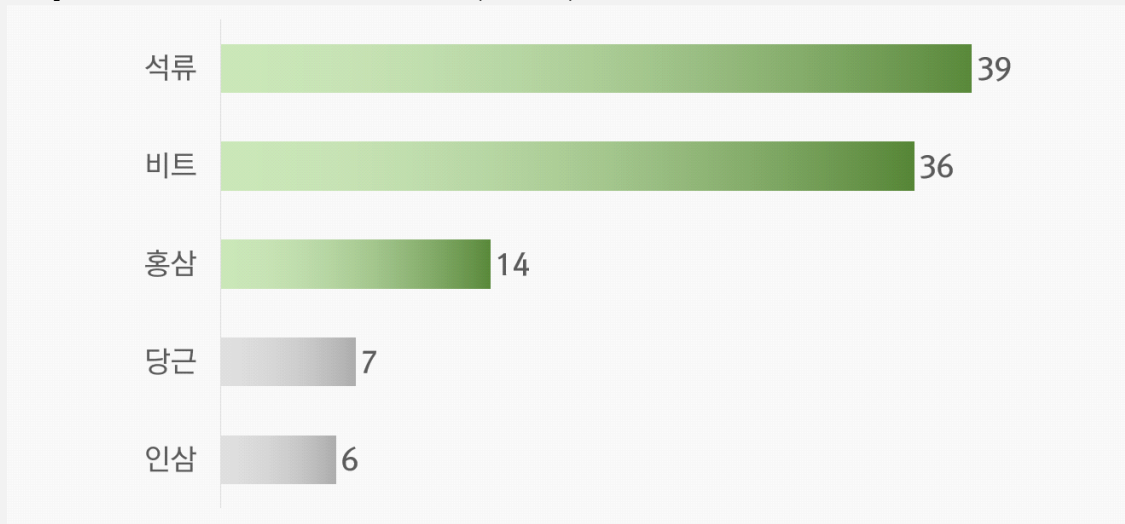
항목	키워드(국문/베트남어)		빈도	키워드(국문/베트남어)		빈도
첨가물 (사과 외)	석류	Lựu	39	당근	Rốt	7
	비트	Củ dền	36	인삼	Nhân sâm	6
	홍삼	Hồng Sâm	14	(-)	(-)	(-)
한국 주스 브랜드	자람	Zaram	29	피크닉	Picnic	10
	웅진	Woongjin	16	ABC	ABC	0
사과 주스 브랜드	브이프레쉬	VFresh	52	마리골드	Marigold	26
	기린	Kirin	37	사스코	Sasco	24
	보엘켈	Voelkel	32	조지아	Georgia	22
	레이크우드	Lakewood	27	차바	Chabaa	22
	말리	Malee	26	(-)	(-)	(-)
패키징	박스	Hộp	129	캔	lon	46
	병	chai	125	포	túi	9
	팩	gói	121	(-)	(-)	(-)

1. 사과주스 주요 첨가물 ‘석류 및 비트’

- ▶ 사과주스, 사과 외 주요 첨가물은 ‘석류, 비트, 홍삼’으로 확인
 - 석류 39건, 비트 36건, 홍삼 14건, 당근 7건, 인삼 6건 빈출
- ▶ 사과혼합주스, 건강 성분 혼합으로 주로 출시
 - 석류, ‘자연의 단 맛’을 강조한 프리미엄 음료 컨셉
 - 비트, ‘체중감량, 노화방지, 영양보충’을 강조한 건강음료 컨셉
 - 홍삼, ‘아미노산 등의 영양성분’을 강조한 건강보조식품 컨셉

석류		비트		홍삼	
					
제품명	비나밀크 석류 사과주스	제품명	자람 비트뿌리 사과주스	제품명	뽀로로 사과 맛 홍삼 음료
브랜드	비나밀크(Vina Milk)	브랜드	자람 (Zaram)	브랜드	팔도 (Paldo)
특징	설탕 무첨가, Non-GMO	특징	비트뿌리 93%, 사과액 7%	특징	60% 홍삼, 40% 천연과즙
규격	1L * 12개입	규격	80ml * 30개입	규격	100ml * 10개입
가격	577,000동(28,850원) ¹⁷⁾	가격	690,000동(34,500원)	가격	185,000동(9,250원)

[표 3.1] 베트남 판매 사과주스 주요 첨가물(사과 외) 키워드




자료: 베트남 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘사과주스’ 관련 게시물 221건 분석

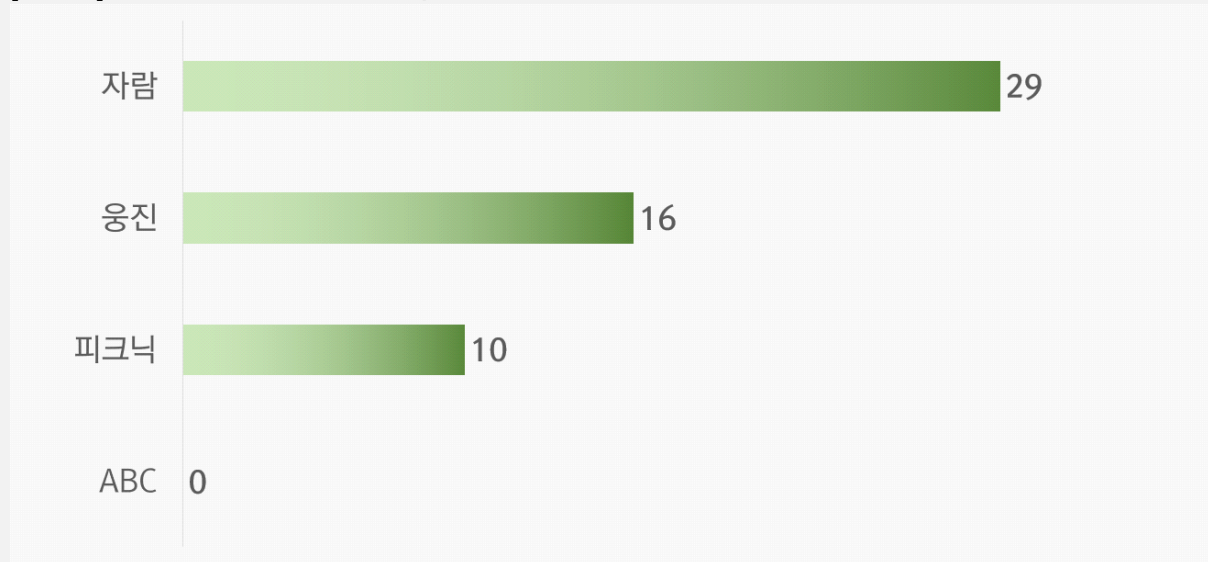
17) 100동=5.00원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 사과주스 한국 브랜드 ‘건강식품과 영유아 음료’ 컨셉으로

- ▶ 사과주스 주요 한국 브랜드 ‘자람, 웅진, 피크닉’ 확인
 - 자람 29건, 웅진 16건, 피크닉 10건 빈출
 - 2020년 인기였던 ABC 브랜드, 온라인 쇼핑몰 입점은 미확인
- ▶ 한국 사과주스 ‘건강식품 혹은 영유아 타겟’으로 제품 출시
 - 자람 ‘비트뿌리 사과, 석류’ 등 건강주스 형태 제품 출시
 - 피크닉 ‘어린이 간식’ 형태 제품 출시

자람		웅진		피크닉	
					
제품명	자람 비트뿌리 사과주스	제품명	웅진 사과주스	제품명	피크닉 사과주스
브랜드	자람 (Zaram)	브랜드	웅진 (Woongjin)	브랜드	피크닉 (Picnic)
특징	비트뿌리 93%, 사과액 7%	특징	무색소, 무방부제	특징	영유아 간식으로 홍보
규격	80ml * 30개입	규격	1.5L	규격	200ml
가격	690,000동(34,500원)	가격	75,000동(3,750원)	가격	14,850동(743원)

[표 3.2] 베트남 판매 사과주스 한국 브랜드 키워드



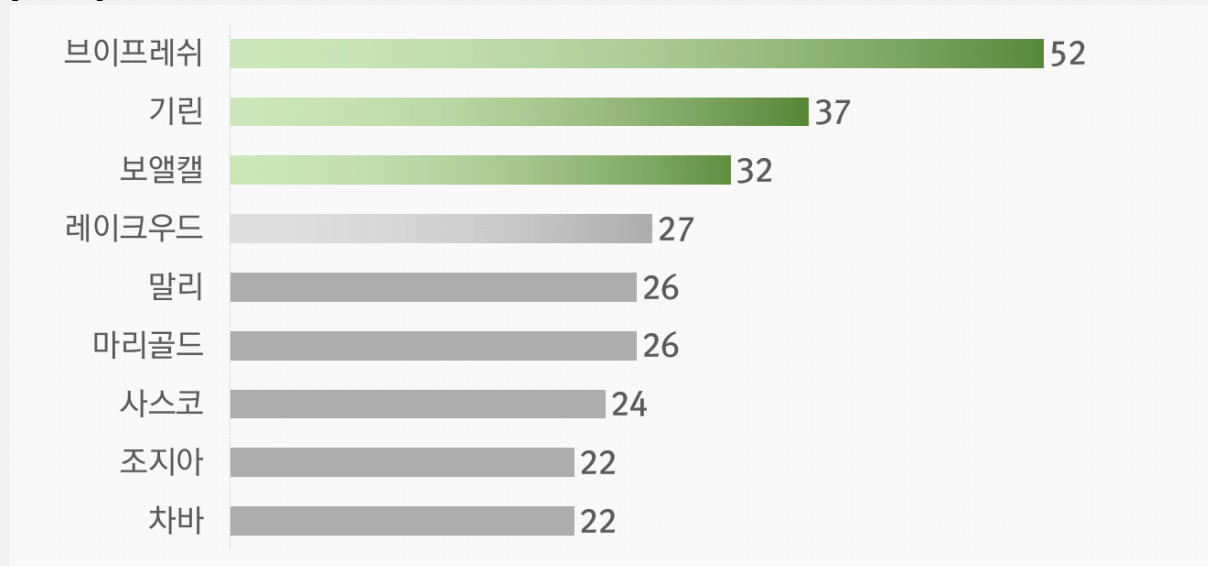
자료: 베트남 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘사과주스’ 관련 게시물 221건 분석

3. 사과주스 글로벌 브랜드 ‘프리미엄 제품 다수 입점’

- ▶ 한국 외 주요 입점 브랜드 ‘브이프레쉬, 기린, 보엘켈’ 확인
 - 브이프레쉬 52건, 기린 37건, 보엘켈 32건 빈출
- ▶ 베트남 사과주스 온라인 마켓 ‘프리미엄 브랜드 다수 입점’
 - 리터당 2,000 - 7,000원 기준 프리미엄 브랜드 키워드 빈출
 - 브이프레쉬, 베트남을 대표하는 비나밀크사의 프리미엄 브랜드
 - 기린 & 보엘켈, 일본 및 독일산 유기농 사과주스 브랜드

브이프레쉬		기린		보엘켈	
					
제품명	브이프레쉬 100% 사과주스	제품명	기린 유기농 사과주스	제품명	보엘켈 유기농 사과주스
브랜드	브이프레쉬 (Vfresh)	브랜드	기린 (Kirin)	브랜드	보엘켈 (Voelkel)
특징	설탕 무첨가, Non-GMO	특징	착색제, 방부제 무첨가	특징	천연, 유기농
규격	1리터 * 12개입	규격	1.5L	규격	750ml
가격	509,000동(25,450원)	가격	93,000동(4,650원)	가격	136,000동(6,800원)

[표 3.3] 베트남 판매 사과주스 글로벌 브랜드 키워드



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘사과주스’ 관련 게시물 221건 분석

4. 사과주스 패키징 ‘일반적인 박스 형태와 선물용의 병/팩 형태’

▶ 사과주스 주요 패키징 키워드 ‘박스, 병, 팩’ 빈출

- 박스 129건, 병 125건, 팩 121건 빈출

▶ 사과주스 패키징 ‘일반적인 박스 형태와 선물용도의 병&팩 형태’

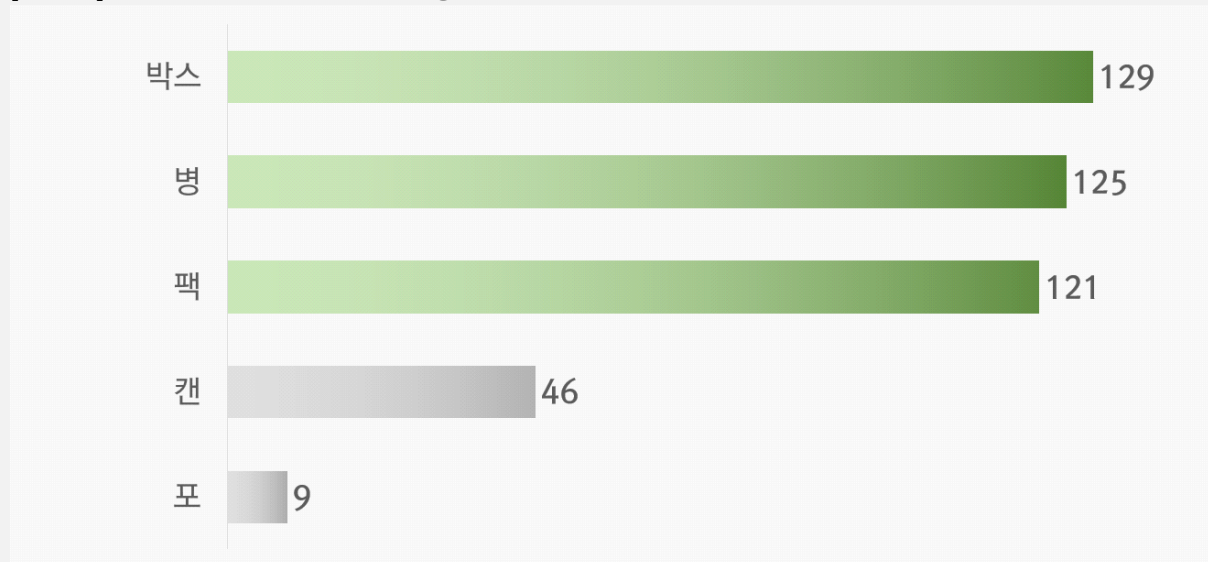
- 박스, 가장 일반적인 사과주스 패키징 형태

- 병 & 팩, ‘선물용’ 패키지 형태로 주로 구성

- 과즙 형태의 제품은 주로 ‘팩’ 형태로 패키지 구성

박스		병		팩	
					
제품명	태국 사과주스	제품명	TH트루 천연 사과주스	제품명	자람 비트뿌리 사과주스
브랜드	팁코(Tipco)	브랜드	TH트루 (TH True)	브랜드	자람 (Zaram)
패키징	박스	패키징	병	패키징	팩
규격	1L * 3개입	규격	350ml * 24개입	규격	80ml * 30개입
가격	149,000동(7,450원)	가격	435,000동(21,750원)	가격	690,000동(34,500원)

[표 3.4] 베트남 판매 사과주스 패키징 키워드



자료: 베트남 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘사과주스’ 관련 게시물 221건 분석

5. 베트남 사과주스 진출 컨셉

- ▶ **컨셉 ① _ 수입산 프리미엄 유기농 사과주스**
 - 주로 단가가 높은 수입산 프리미엄 브랜드의 진출 컨셉
 - 사과와 연관되어 ‘유기농’ 키워드 다빈출
- ▶ **컨셉 ② _ 영양소가 풍부하며 변비에 좋은 사과주스**
 - 사과와 연관되어 변비 효능을 강조한 제품 다수 입점
- ▶ **컨셉 ③ _ 신선한 사과를 사용한 100% 착즙 주스**
 - NFC¹⁸⁾에 대한 베트남 소비자 인지도를 고려하여, 유사 키워드인 ‘100% 과즙’ 등의 키워드 활용 추천
- ▶ **컨셉 ④ _ 성장기 어린이를 위한 인삼 첨가 사과주스**
 - 베트남 입점, 홍삼을 첨가한 사과 맛 주스 제품의 타겟은 ‘어린이’

제품 키워드	특징 키워드(1)	특징 키워드(2)	★결합 키워드 발생량	제품 컨셉
사과 (táo)	유기농 (táo hữu)	(-)	31건	[유기농] 수입산 프리미엄 유기농 사과주스
사과 (táo)	변비 (táo bón)	(-)	18건	[변비] 영양소가 풍부하며 변비에 좋은 사과주스
사과 (táo)	100%	신선한 (tươi)	4건	[100% & 신선한] 신선한 사과를 사용한 100% 착즙 주스
사과 (táo)	홍삼 (Hồng Sâm)	어린이 (trẻ em)	2건	[홍삼 & 어린이] 성장기 어린이를 위한 인삼 첨가 사과주스

★ 결합 키워드 발생량 : 첨가물/패키징/경쟁제품 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

18) NFC(Not Form Concentrate) 주스

IV. 유통채널 특징

1. 베트남 사과주스 유통채널 비교
2. 베트남 사과주스 유통채널 특징

1. 베트남 사과주스 유통채널 비교

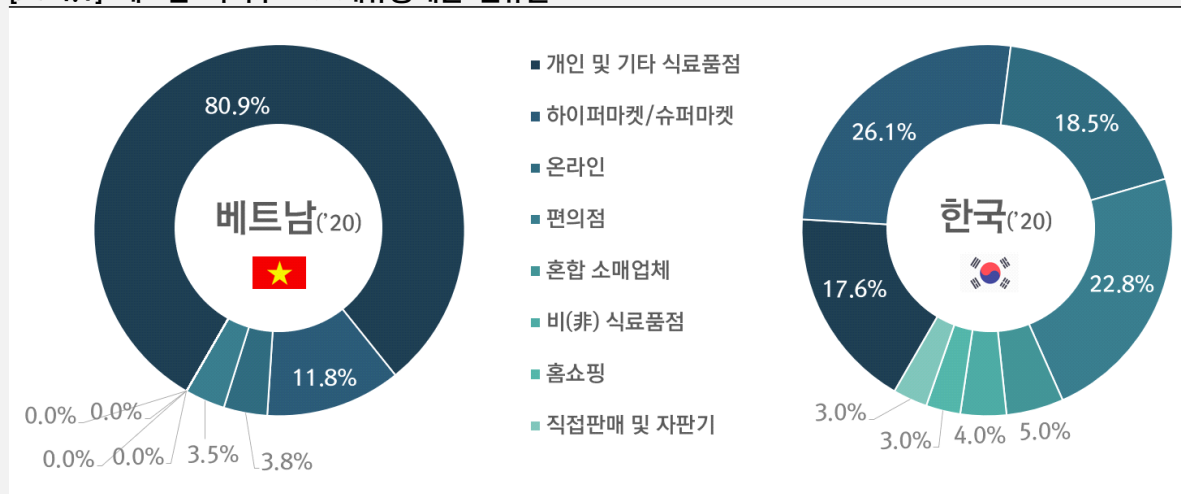
▶ 베트남 ‘개인 및 기타 식료품점’ 점유율 한국보다 높아

2020년 베트남 ‘주스’류 유통채널 중 ‘아시안마트’와 ‘영유아용품점’을 포함한 ‘개인 및 기타 식료품점’의 점유율은 80.9%로 한국의 17.6%보다 높은 것으로 나타남. 베트남의 전통식 유통채널 또한 개인 및 기타 식료품점에 속하며, 베트남 소비자들의 전통시장을 통한 구매가 해당 결과의 배경으로 분석됨. 반면, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’과 ‘편의점’ 점유율은 각각 베트남이 11.8%, 3.5%로 한국의 26.1%, 22.8% 대비 낮으며, 베트남 내 ‘드럭스토어’를 통한 주스의 유통은 전무한 것으로 나타남

▶ 베트남 주스 온라인 시장, 아직 발전 단계

베트남 주스류의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 3.8%로 한국 온라인 채널 점유율인 18.5% 대비 낮아 아직 온라인 소비시장이 발전단계인 것으로 나타남. 또한, 베트남의 ‘홈쇼핑’, ‘직접판매’, ‘자판기’를 통한 유통은 이루어지지 않고 있는 것으로 나타남

[표 4.1] 베트남 사과주스 소매유통채널 점유율



베트남 및 한국 소매유통채널 점유율(19)20) 비교(21)

베트남	유형	한국
80.9%	개인 및 기타 식료품점(22)	17.6%
11.8%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	26.1%
3.8%	온라인	18.5%
3.5%	편의점	22.8%
0.0%	혼합 소매업체(23)	5.0%
0.0%	비(非) 식료품점(24)	4.0%
0.0%	홈쇼핑	3.0%
0.0%	직접판매 및 자판기	3.0%(25)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

19) 2020년 기준, 베트남 및 한국 ‘주스(Juice)’의 소매유통채널 점유율임

20) ‘사과주스’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘주스(Juice)’의 정보를 확인함

21) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음

22) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트와 영유아용품점, 전통시장을 포괄함

23) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

24) 본 보고서에서 비(非) 식료품점은 드럭스토어를 포괄함

2. 베트남 사과주스 유통채널 특징

1) 아시안마트

베트남 케이마켓 매장 전경



사진자료: 연합뉴스

▶ 베트남 주요 아시안마트, 케이마켓 및 오케이마트

베트남 주요 아시안마트 업체로는 케이마켓(K-Market), 오케이마트(OK-Mart), 스카이마트(Sky Mart) 등이 있음. 케이마켓은 베트남 전역에 100여 개의 점포를 운영 중인 ‘현지인 타겟형’ 매장임. 오케이마트는 베트남 남부지역에 12개의 점포를 운영하고 있으며, 한국제품 약 70%의 유통판매를 담당하고 있는 것으로 나타남

▶ 베트남 한국식품 매장 ‘케이마켓’ 급성장, 매장 확산 중²⁶⁾

2020년 코로나19 여파와 더불어 베트남의 관광객과 한국 교민이 줄었음에도 불구하고 베트남 주요 아시안마트인 케이마켓은 30개 이상의 매장 개설을 확정하는 등 빠른 속도로 성장하며 매장을 확산하고 있음에 전함. 이러한 성장의 배경에는 매장의 현지화가 있는 것으로 나타났으며, 케이마켓은 수입산 제품과 베트남 현지산 제품의 비율을 1:1로 유지하며 베트남 현지인들을 끌어들이고 있는 것으로 나타남

[표 4.2] 베트남 주요 아시안마트

순번	기업명	설립연도	보유 점포 수('20)
1	케이마켓(K-Market)	2006년	100여 개
2	오케이마트(OK-Mart)	2016년	12개
3	스카이마트(Sky Mart)	2005년	11개

자료: 기업 홈페이지

25) 직접판매는 1.8%를 점유하고 있으며 자판기는 1.2%를 점유하고 있음

26) 연합뉴스, 「베트남 한국식품 매장 'K마켓' 급성장...매주 1개 이상 늘어」, 2020.06

2) 영유아용품점

베트남 주요 영유아용품점



사진자료: 글로벌이코노믹

▶ 베트남 주요 영유아용품점, 비보마트와 콘쿱

베트남의 주요 영유아용품점으로는 비보마트(Bibo Mart)와 콘쿱(Concung)이 있음. 비보마트와 콘쿱 모두 영유아와 산모를 위한 전문제품을 판매하는 매장이며 수입산 영유아용품 및 식품 또한 주요 판매 제품임. 비보마트와 콘쿱 모두 베트남 전역에서 활동하고 있어 소비자들에게 대중적인 매장으로 인지되고 있음

▶ 베트남 육아용품 소비시장 증가, 배경에는 베트남의 인구 구조 형태 존재²⁷⁾

베트남의 영유아용품 시장은 현재 70억 달러(약 8조 318억 원²⁸⁾) 규모로, 연간 30-40% 성장세를 보임. 성장의 배경에는 젊은 인구와 높은 출산율에 따른 베트남 인구 구조 형태와 경제성장이라는 요인이 존재하는 것으로 나타남. 2019년 말 기준 베트남의 만 12세 미만 어린이는 2,470만 명으로 전체 인구의 25.75%를 차지하며, 만 15-49세인 가임 여성은 2,420만 명으로 나타남. 이와 같은 베트남의 인구 구조 형태로 인해 베트남의 영유아용품 시장의 성장세는 지속될 것으로 것으로 예상되며 최근에는 영유아용품 기업에 외국 기업의 투자가 늘어나면서 경쟁이 심화되고 있음

[표 4.3] 베트남 주요 영유아용품점

순번	기업명	설립연도	보유 점포 수('20)	주요 거점
1	비보마트(Bibo Mart)	2006년	136	베트남 전역
2	콘쿱(Concung)	2011년	400	베트남 전역
3	키즈플라자(Kids Plaza)	2009년	120	베트남 전역

자료: 기업 홈페이지

27) 글로벌이코노믹(GEnews), 「[베트남 리포트] 70억 달러 베이비케어 시장을 잡아라」, 2020.11

28) 1달러=1,147.40원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3) 드럭스토어

베트남 주요 드럭스토어
체인점, 파마시티



사진자료: 리테일뉴스아시아

▶ 베트남 주요 드럭스토어, 롱차우와 파마시티

베트남 주요 드럭스토어 업체로는 베트남 전역에 100개의 점포를 보유한 롱차우(Long Chau)와 베트남 전역에 249개 점포를 보유한 베트남 최대 드럭스토어 체인점 파마시티(Pharmacy)가 있으며, 파마시티는 자사 어플리케이션인 엑스트라케어(ExtraCare)를 보유하고 있음

▶ 베트남 내 증가하는 건강 관련 의식과 함께 드럭스토어 확장 중²⁹⁾

건강과 웰빙에 대한 베트남 소비자들의 관심이 증가함에 따라 헬스앤뷰티(H&B) 전문점이 베트남 유통시장에서 부상하고 있음. 특히 메디케어(Medicare)와 가디언(Guardian)을 비롯한 베트남 주요 드럭스토어 업체들이 큰 성장세를 보이고 있으며, 이에 대한 반응으로 파노(Phano), 파마시티(Pharmacy), 푸안캉(Phuc An Khang)과 같은 약국 체인점 또한 매장을 늘리고 있는 것으로 나타남. 베트남 소비자들의 건강에 대한 관심 증대와 함께 드럭스토어 업체들 또한 소비자 니즈에 따른 추가 제품들을 활발하게 입점할 것으로 예상됨

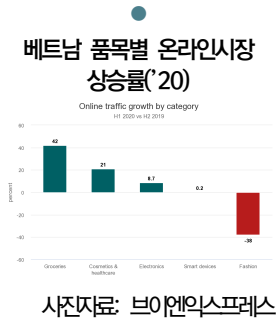
[표 4.4] 베트남 주요 드럭스토어 업체

순번	기업명	설립연도	보유 점포 수('20)
1	파마시티(Pharmacy)	2011년	249개
2	롱차우(Long Chau)	2007년	100개

자료: 기업 홈페이지

29) 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Vietnam Country Report」, 2021.02

4) 온라인



▶ 베트남 주요 온라인 유통채널, 비에텔 및 티키

2020 베트남 주요 온라인 유통채널은 비에텔(Viettel), 티키(Tiki) 등이 있음. 비에텔은 2020년 베트남 온라인 전체 매출액인 75조 6,970억 동(약 3조 7,849억 원³⁰⁾)의 20.9%를 점유했으며, 산하에 보소(Voso) 브랜드 1개를 보유하고 있음. 티키(Tiki)는 2020년 베트남 온라인 전체 매출액의 10.1%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 코로나19에 혜택받는 베트남 온라인 시장, 식료품 분야 성장률은 1위로 나타나³¹⁾

2020년 베트남 온라인 시장의 주문 당 평균 주문 금액은 34만 동(약 1만 7,000원)으로 전년 대비 42.0% 성장한 식료품 분야에 이어 건강 관련 제품이 21.0%의 성장률을 보이며 상승세를 보임. 코로나19 여파로 인한 베트남의 사회적 거리두기와 이에 형성된 새로운 소비 습관이 장기적인 성장세로 이어진 것이 주요 원인으로 분석됨

[표 4.5] 베트남 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ³²⁾	산하 주요 브랜드
1	비에텔(Viettel)	20.9%	보소(Voso)
2	티키(Tiki)	10.1%	티키(Tiki)
3	씨(Sea)	7.9%	쇼피(Shopee)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

30) 100동=5.00원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

31) 브이엔익스프레스(VNExpress), 「Covid-19 gives vietnam e-commerce sector a boost」, 2020.09

32) 베트남 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

5) 기타

▶ 베트남 식료품 현대 유통채널 성장세, 전통 유통채널 앞서

2020년 베트남 현대 식료품 유통채널 시장 규모는 114조 5,100억 동(약 5조 7,260억 원)으로, 1,076조 8,080억 동(약 53조 8,400억 원)인 전통 유통채널의 약 1/10 규모임. 그러나 2020년 현대 식료품 유통채널 시장규모의 연평균성장률은 11.0% 수준으로 전통 유통채널의 4.9% 대비 두 배 이상의 성장률을 보여주고 있음.

향후 5년 예상치의 연평균성장률 또한 현대 식료품 유통채널은 10.0%가 예상되는 반면, 전통 유통채널은 6.0%에 머무를 것으로 나타남. 젊은 연령층을 중심으로 전자지갑의 사용률이 증가하는 등 베트남 내 디지털화가 지속되면서 현대 유통채널의 중요성이 더욱 높아질 것으로 예상됨

[표 4.6] 베트남 식료품 현대&전통 유통채널 규모 및 증가세 비교

베트남 현대 유통채널						
분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR ³³⁾
식료품	74,952	85,378	89,173	106,633	114,510	
시장규모	(3.7조 원)	(4.2조 원)	(4.4조 원)	(5.3조 원)	(5.7조 원)	11.0%
YoY ³⁴⁾	10.7%	12.2%	4.3%	16.4%	6.9%	
분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
식료품	124,056	137,586	151,624	165,948	180,283	
시장규모	(6.2조 원)	(6.8조 원)	(7.5조 원)	(8.2조 원)	(9.0조 원)	10.0%
YoY	7.7%	9.8%	9.3%	8.6%	8.0%	

베트남 전통 유통채널						
분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
식료품	887,875	934,803	986,218	1,043,418	1,076,808	
시장규모	(44.4조 원)	(46.7조 원)	(49.3조 원)	(52.1조 원)	(53.8조 원)	4.9%
YoY	5.4%	5.3%	5.5%	5.8%	3.2%	
분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
식료품	1,138,186	1,203,938	1,273,229	1,344,083	1,416,048	
시장규모	(56.9조 원)	(60.2조 원)	(63.7조 원)	(67.2조 원)	(70.8조 원)	6.0%
YoY	5.7%	5.8%	5.7%	5.6%	5.4%	

자료: 유로모니터(Euromonitor)

33) 연평균성장률

34) 전년 동기대비 증감률

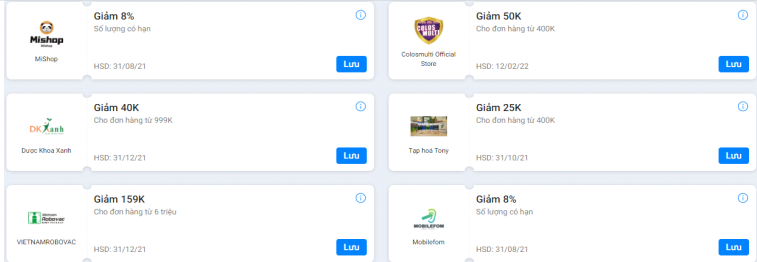
V. 온·오프라인 유통채널

1. 베트남 사과주스 주요 온라인 유통채널
2. 베트남 사과주스 주요 오프라인 유통채널

1. 베트남 사과주스 주요 온라인 유통채널 ① 티키

기업 기본 정보	기업명	티키(Tiki)			
	홈페이지	www.tiki.vn			
	업태	온라인 종합 쇼핑몰			
	개요	방문자수(최근 1개월)	180만 명		
		앱다운로드수(*20)	10만 회		
매출(*20)		약 8조 3,570억 동(약 4,179억 원) ³⁵⁾			
운영방식	온라인마켓				

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	웅진, 매일유업, 기린(Kirin)
		해외 판매	해외 판매 불가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보	
	브랜드별 할인쿠폰 제공, 일정 금액 이상 구매 시 할인 등 다양한 프로모션 상시 진행

입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 입점 절차는 크게 가입 및 계약서 작성, 필요정보 등록, 홈페이지에 제품 등록, 3가지 단계로 이루어져 있음 - 정책 및 규정 확인 후 안내된 절차 따라 입점 문의 - Register Today 클릭하여 필요정보 기입 (tiki.vn/ban-hang-cung-tiki) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 연락처, 이메일 주소, 기업명, 사업자등록번호 등) ② 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 판매 가격, 원산지 등) - 입점 후 Sales Center 이용하여 제품 설명 및 판매 가격 자유롭게 조정 가능 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: partnersupport@tiki.vn - 전화: +84-1900-6034
-------------	---

자료: 티키(Tiki), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 티키(Tiki)

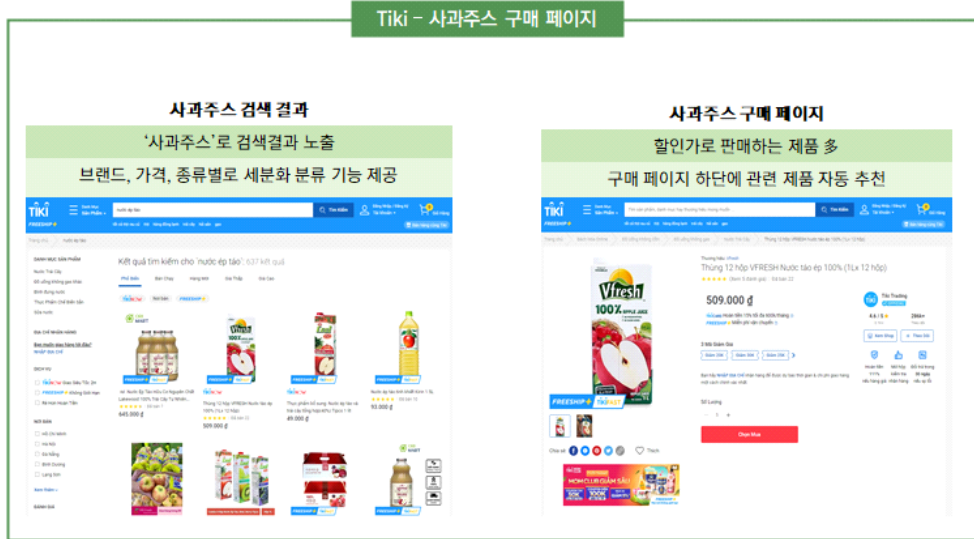
35) 100동=5.00원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 티키(Tiki)
사진 자료: 티키(Tiki)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁶⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	사과 주스	웅진	느억앵따오 (Nuoc Ep Tao)	한국	5만 3,000동 (약 2,650원)	1.5L	
2	사과 주스	매일유업	느억앵자응오아이노따오 (Nuoc Ep Da Ngoai Nho Tao)	한국	1만 4,850동 (약 742원)	200ml	
3	사과 주스	기린 (Kirin)	느억앵따오띤키엣 기린 (Nuoc Ep Tao Tinh Khiet Kirin)	일본	9만 3,000동 (약 4,650원)	1.5L	
4	사과 주스	브이프레시 (VFresh)	느억따오앵100% (Nuoc Tao Ep 100%)	베트남	50만 9,000동 (약 2만 5,450원)	1L * 12개입	
5	사과 주스	상가리아 (Sangaria)	느억앵짜이꺼이상가리아 (Nuoc Ep Trai Cay Sangaria)	일본	3만 2,000동 (약 1,600원)	340g	
6	사과 주스	TH트루주스 (TH True Juice)	느억짜이꺼이따오뜨니엔 (Nuoc Trai Cay Tao Tu Nhien)	베트남	40만 9,000동 (약 2만 450원)	350ml * 24병	
7	사과 주스	팁코 (Tipco)	콤보3홉느억앵 (Combo 3 Hop Nuoc Ep)	태국	14만 9,000동 (약 7,450원)	1L	

자료: 티키(Tiki)

사진 자료: 티키(Tiki)

36) 조사일(2021.09.14.) 기준 티키 사과주스 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

② 라자다 베트남

기업 기본 정보	기업명	라자다 베트남(Lazada Vietnam)		
	홈페이지	www.lazada.vn		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문자수(최근 1개월)	1,400만 회	
		앱다운로드수('20)	930만 회	
매출('20)		약 338억 달러(약 38조 7,821억 원 ³⁷⁾)		
운영방식		온라인마켓		



매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	웅진, 매일유업
		해외 판매	일부 국가로의 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보

인기상품 최대 50% 할인, 베트남 전국 무료 배송, 골든아워 플래시 세일 등 프로모션 상시 진행

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 통해 직접 등록 - 영어로 언어 변경 - 홈페이지 상단 'Sell On Lazada' 클릭 후 'LAZGLOBAL' 선택하여 계정 생성 후 입점 문의 진행 - 입점 절차는 계정 생성, 제품 등록, 제품관리 포탈 가입으로 진행됨 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일, 은행 계좌번호 등) ② 공급 제품 정보 (물류창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
-------------	---------------------	---

자료: 라자다 베트남(Lazada Vietnam), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 라자다 베트남(Lazada Vietnam)

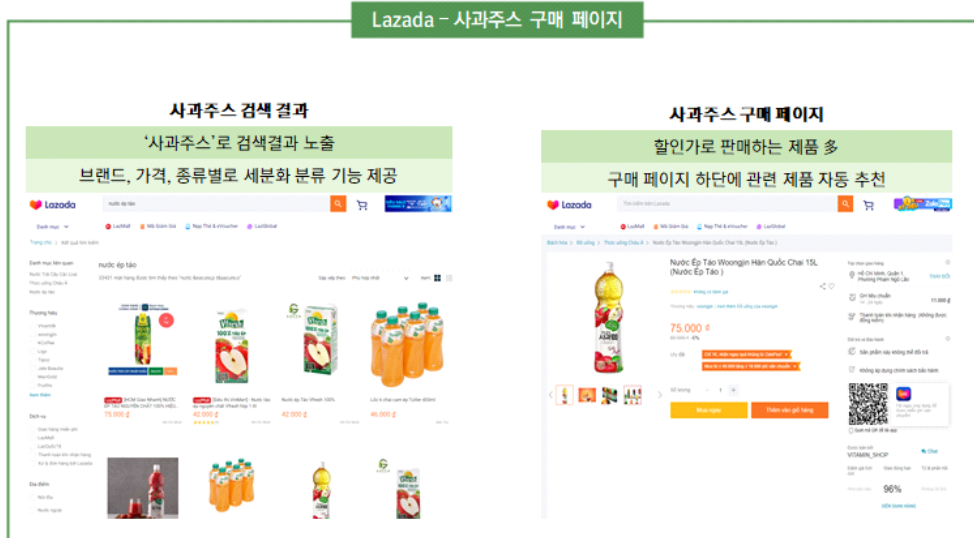
37) 1달러=1,147.40원 (2021.08.01.. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 라자다 베트남(Lazada Vietnam)
사진 자료: 라자다 베트남(Lazada Vietnam)



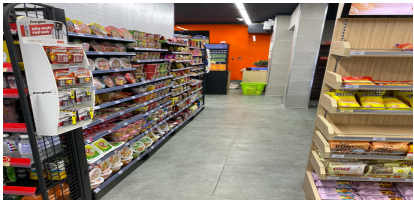
입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁸⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	사과 주스	웅진	느억애플따오 (Nuoc Ep Tao)	한국	7만 5,000동 (약 3,750원)	1.5L	
2	사과 주스	매일유업	느억애플자응오아이노 따오 (Nuoc Ep Da Ngoai Nho Tao)	한국	150만 동 (약 7만 5,000원)	200ml * 24개입	
3	사과 주스	웅진	느억애플따오 (Nuoc Ep Tao)	한국	7만 2,200동 (약 3,610원)	1.5L	
4	사과 주스	노브랜드	느억애플따오 (Nuoc Ep Tao)	한국	8만 2,300동 (약 4,115원)	1.5L	
5	사과 주스	서울우유	느억우옹홍삼쭈쭈비 따오레 (Nuoc Uong Hong Sam CHUCHU Vi Tao Le)	한국	3만 동 (약 1,500원)	100ml	
6	사과 주스	건국유업	애플러스 (Applus)	한국	15만 동 (약 7,500원)	190ml * 24개입	
7	사과 주스	권도영알로에	오가닉알로에사포나리아 애플리얼겔 (Organic Aloe Saponaria Apple Real Gel)	한국	3만 9,000동 (약 1,950원)	100ml	

자료: 라자다 베트남(Lazada Vietnam)

사진 자료: 라자다 베트남(Lazada Vietnam)

38) 조사일(2021.09.14.) 기준 라자다 베트남 사과주스 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

2. 베트남 사과주스 주요 오프라인 유통채널 ① 빈마트+

기업 기본 정보	기업명	빈마트+(Vinmart+)			
	기업구분	편의점			
	홈페이지	www.vinmartplus.vn			
	위치	호치민(Ho Chi Minh City)			
	규모	매출액('20)	29조 7,022억 동 ³⁹⁾ (약 1조 4,851억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('20): 약 1,000개 이상		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 베트남에서 가장 큰 규모를 가진 편의점 • 주로 교통이 편리한 인구 밀집 지역에 위치 • 자체 과일 및 채소 브랜드인 빈에코(VineEco) 보유 				
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성	직업	학생·직장인·주부
		연령대	20-40대	소득수준	중산층
방문매장 정보	영업시간	00:00-00:00(24시간)			
	주소	414 Khương Đình, Thanh Xuân, Hà Nội			
	상권	역 근처에 위치하여 유동인구가 매우 많음			
	VMD	취급 브랜드	팔도, 스리나쁘르마케팅(Srinanaporn Marketing)		
		진열 방식	카테고리별 진열		
매장 전경	 				
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일을 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 회사소개서 및 카탈로그를 담당자 메일로 송부 (cshk@vinmart.com) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 소비자가격, 할인가 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : cshk@vinmart.com - 전화번호 : +84-7108-1368 			

자료: 빈마트+(Vinmart+)

사진 자료: 빈마트+(Vinmart+) 현지매장 방문조사

39) 마산(Masan)그룹의 유통판매 매출액

매대 제품 배치 현황



주력 입점 제품








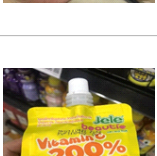


모든 주스 카테고리를 한 곳에 모아 배치하고 있음. 이후, 맛에 따라 매대를 재분배하여 진열하고 있으며, 사과주스는 한국산, 베트남산, 태국산 제품이 존재하나 태국산이 가장 많은 것으로 나타남

빈마트+ 판매 직원 인터뷰

Q1. 가장 잘 팔리는 제품은?	TH트루주스가 가장 잘 팔린다
Q2. 주요 소비 고객은?	주요 고객은 여성들과 운동을 하는 남성들이다
Q3. 할인 행사나 프로모션은 있나?	현재 할인 행사나 프로모션은 진행하고 있지 않다

자료: 빈마트+(Vinmart+) 현지매장 방문조사

사진 자료: 빈마트+(Vinmart+) 현지매장 방문조사

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	사과 주스	팔도	느억우옹뽀로로 흐영비따오 (Nuoc Uong PORORO Huon)	한국	2,150동 (약 1,075원)	235ml	
2	사과 주스	꽁띠뜨느억띤키엣 누이띠엔 (Cong Ty TNHH nuoc tinh khiet nui tien)	TH트루주스-느억따오엵 (TH True Juice-Nuoc Tao)	베트남	2,000동 (약 100원)	350ml	
3	사과 주스	스리나나쁘르 마케팅 (Srinanaporn Marketing)	특펄보송:느억엵짜이 꺼이탁비타민B,A (Thuc Pham Bo Sung : Nuoc Ep Trai Cay Thach Vitamin B,A)	태국	1,600동 (약 80원)	150g	
4	사과 주스	스리나나쁘르 마케팅 (Srinanaporn Marketing)	특펄보송:느억엵짜이 꺼이탁비타민A,C,E (Thuc Pham Bo Sung : Nuoc Ep Trai Cay Thach Vitamin A, C, E)	태국	1,700동 (약 85원)	150g	
5	사과 주스	스리나나쁘르 마케팅 (Srinanaporn Marketing)	특펄보송:느억엵짜이꺼이탁 L-카르니틴+비타민 C (Thuc Pham Bo Sung : Nuoc Ep Trai Cay Thach L-Carnitine +Vitamin C)	태국	1,700동 (약 85원)	150g	
6	사과 주스	스리나나쁘르 마케팅 (Srinanaporn Marketing)	특펄보송:느억엵짜이꺼이탁 비타민C흐영짜인 (Thuc Pham Bo Sung : Nuoc Ep Trai Cay Thach Vitamin C Huong Chanh)	태국	1,700동 (약 85원)	150g	
7	사과 주스	사빠퍼블릭컴퍼니 (SAPPE PUBLIC COMPANY)	느억탁젤리구미구미비타민 끄비바이 (Nuoc Thach Jelly Gumi Gumi Vitamin C Vi Vai)	태국	1,700동 (약 85원)	125g	
8	사과 주스	스리나나쁘르 마케팅 (Srinanaporn Marketing)	특펄보송:느억엵짜이꺼이탁 콜라겐 (Thuc Pham Bo Sung : Nuoc Ep Trai Cay Thach Collagen)	태국	1,700동 (약 85원)	150g	

자료: 빈마트+(Vinmart+) 현지매장 방문조사

사진 자료: 빈마트+(Vinmart+) 현지매장 방문조사

② 파마시티

기업 기본 정보	기업명	파마시티(Pharmacy)		
	기업구분	드럭스토어		
	홈페이지	www.pharmacy.vn		
	위치	호치민(Ho Chi Minh)		
	규모	매출액('20)	5조 5,440억 동(약 2,722억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('19): 249개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 매장에서 근무하는 직원은 전문적인 교육 이수 • 동양, 서양 의약품 등 다양한 제품 취급 • 온라인스토어를 운영하며 배송서비스 제공 • 자사 어플리케이션 ExtraCare 회원 약 110만 명 보유 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 건강보조식품, 음료류, 스낵류, 캔디류, 화장품, 의약품, 생활용품, 의료기기 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 건강보조식품, 의약품, 생활용품, 의료기기 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 우측 상단 Liên hệ 클릭 - 필요 정보 기입 후 제출 (pharmacy.vn/liên-he) - 홈페이지 기입 정보 담당자명, 이메일 주소, 문의 내용 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: cskh@pharmacy.vn - 전화: +84-1800-6821 		

자료: 파마시티(Pharmacy)

사진 자료: 비나한인(Vinahanin), 사이공피닉스(Saigonpheonix)

③ 롱차우

기업 기본 정보	기업명	롱차우(Long Chau)			
	기업구분	드럭스토어			
	홈페이지	www.nhathuoclongchau.com			
	위치	호치민(Ho Chi Minh)			
	규모	매출액('20)	16조 6,330억 동(약 8,167억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('20): 100개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2007년 설립 • 2018년 FPT Retail 기업이 지분 75%를 인수 • 베트남 내 최대 규모 드럭스토어 				
방문매장 정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 건강보조식품, 음료류, 화장품, 의약품, 위생용품 등 			
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 원산지가 명확히 표기되어 있는 제품 			
	매장 전경	 			
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 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: sale@nhathuoclongchau.com - 전화: +84-7302-3456 - 핫라인: +84-1800-6928 			

자료: 롱차우(Long Chau)

사진 자료: 롱차우(Long Chau)


④ 케이마켓

기업 기본 정보	기업명	케이마켓(K-market)		
	기업구분	아시아마트		
	홈페이지	www.facebook.com/kmarketvietnam		
	위치	하노이(Hanoi)		
	규모	매출액('20)	약 1억 1,054만 달러(약 1,268억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('20): 약 100개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2006년 설립 • 한인회장이 운영하는 소매점 • 한인교민이 아닌 현지인을 타겟층으로 선정 • 국내 제품의 비중을 낮추고 수입제품의 수를 증가 중 			
방문매장 정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 김치류, 냉동식품, 즉석식품, 소스류, 건강식품, 스낵류, 음료류, 주류 등 		
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 프리미엄 제품, 고급 제품 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선연락 또는 이메일을 통한 등록 - 수출입 절차에 필요한 문서, 회사와 관련된 모든 종류의 문서 제출 필요 - 제품 검토 후 공급업체로 선정된 후에 상세 안내 진행 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 소비자가격, 할인가 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처: <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +84-3352-2601 - 이메일: hi.kim@k-market.vn 		

자료: 케이마켓(K-market)

사진 자료: 매일경제, 짜오베트남(Chao Vietnam)

⑤ 오케이마트

기업 기본 정보	기업명	오케이마트(OK-Mart)	
	기업구분	아시아마트	
	홈페이지	www.sieuthikorea.com.vn	
	위치	다낭(Da Nang)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 약 12개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 한국식품과 생활용품을 수입판매하는 매장 • 호치민, 다낭, 붕따우, 빈동 지역에 매장 위치 • 베트남 남부지역 한국제품의 약 70%를 유통판매 담당 	


방문매장 정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품 등
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 한국제품
	매장 전경	 

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 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +84-7324-9999 - 이메일: hoangvyhieu.co@gmail.com
-------------	---------------------	--

자료: 오케이마트(OK-Mart)

사진 자료: 오케이마트(OK-Mart)

⑥ **콘쿱**

기업 기본 정보	기업명	콘쿱(Concung)	
	기업구분	영유아용품 전문매장	
	홈페이지	www.concung.com	
	위치	베트남 40개 이상의 도시 위치	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 약 400개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2011년 설립된 유아용품 전문점 • 임산부, 어린이를 위한 제품 판매 	

방문매장 정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 유제품, 이유식류, 스낵류, 유아용품, 임산부용품 등
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 외국산 제품, 임산부용품
	매장 전경	 

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적인 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +84-7300-6609 - 이메일 : info@concung.com
-------------	---------------------	---

자료: 콘쿱(Concung) 홈페이지

사진 자료: 콘쿱(Concung) 홈페이지

⑦ 비보마트

기업 기본 정보	기업명	비보마트(Bibo Mart)	
	기업구분	영유아용품점	
	홈페이지	www.bibomart.com.vn	
	위치	전국 22개 성에 매장 위치	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 약 136개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2006년 설립된 임산부와 유아용품을 전문적으로 판매하는 매장 • 태국, 홍콩, 프랑스, 스페인 등 고급 유아 용품을 수입, 직접 유통 • 소아과, 산부인과 전문 대학을 졸업 한 간호사들이 온라인 상담 서비스 진행 	
방문매장 정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 유제품, 이유식류, 스낵류, 유아용품, 장난감류, 임산부용품 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 유아용품, 임산부용품, 고급 육아용품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적인 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 내 실시간 채팅으로 구매담당 연락처 문의 가능 (www.bibomart.com.vn) - 전화번호: +84-1800-6886 	

자료: 비보마트(Bibo Mart) 홈페이지

사진 자료: 비보마트(Bibo Mart) 홈페이지

VI. 진입장벽

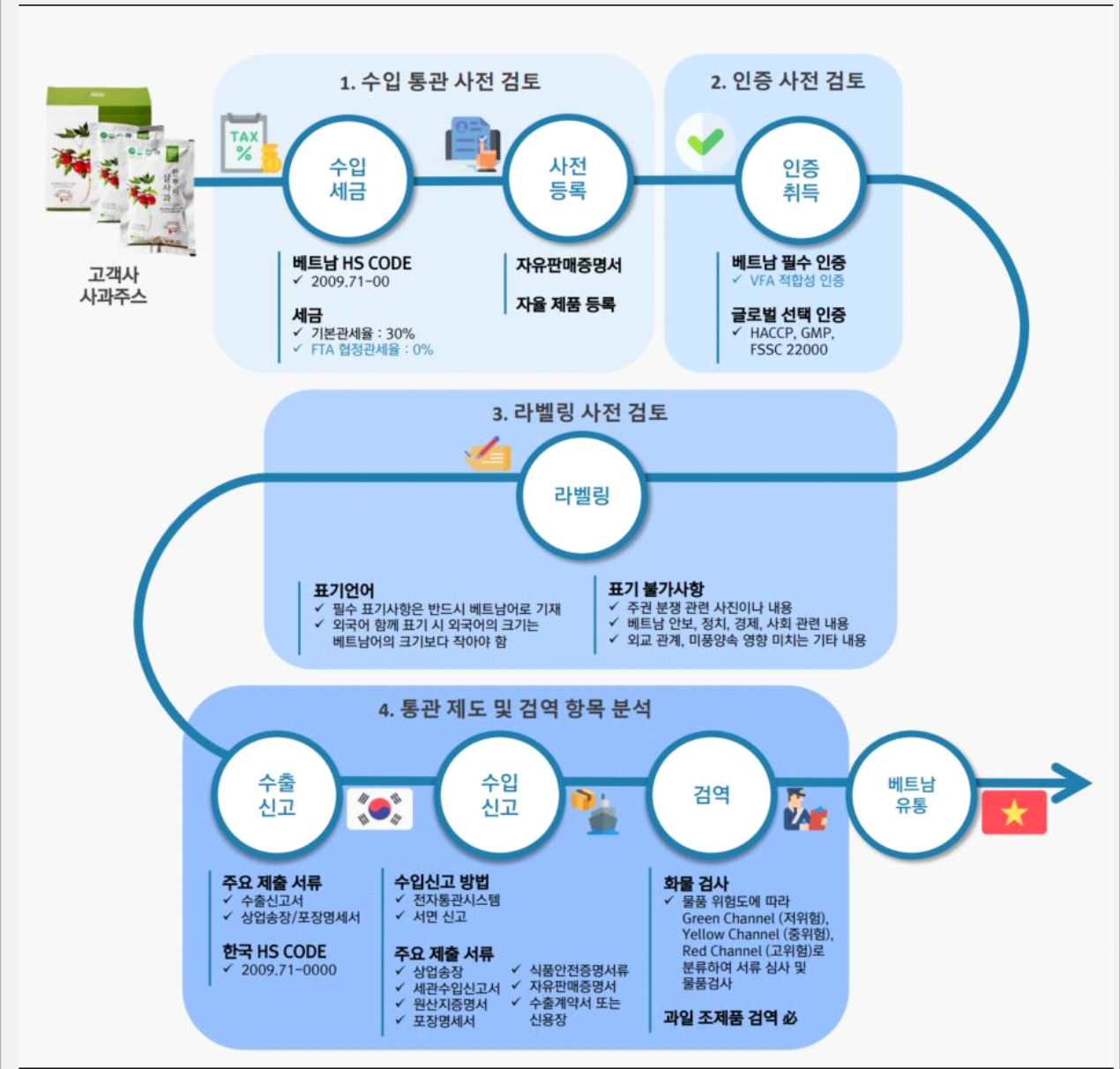
1. 베트남 사과주스 통관 및 검역 절차
2. 베트남 사과주스 품질 인증
3. 베트남 사과주스 라벨링
4. 베트남 사과주스 성분 및 유해물질

1. 베트남 사과주스 통관 및 검역 절차⁴⁰⁾

▶ 베트남 사과주스 통관 검역 절차

베트남에 사과주스를 수출하기 위한 통관 검역 절차는 하기 표와 같음. 베트남에서 가공식품을 유통하기 위해서는 VFA 적합성 인증을 반드시 받아야 하며, 사과주스의 경우 수입업자가 베트남 보건부에 자율적으로 제품을 등록할 수 있음. 또한, 과일로 만든 조제품은 통관 시 검역이 필요하며, 상품 도착 5일 전까지 검역 등록을 마쳐야 함

[표 6.1] 베트남 사과주스 통관 검역 절차



자료: 관세청, 베트남 관세청


40) 본 보고서에서 제공되는 정보가 반드시 일치하는 것은 아니오니 참고자료로만 활용하시기 바랍니다.

2. 베트남 사과주스 품질 인증

▶ 베트남 사과주스 인증 취득

베트남에 가공식품을 수출하기 위해서는 VFA 적합성 평가를 필수로 받아야 함. 베트남 수입업체는 반드시 식품 안전규정 적합성을 판정받아 베트남 보건부 산하 식품청(Cục An Toàn Thực Phẩm)에 결과를 신고해야 함. 또한, 품질관리시스템을 포함한 제품은 HACCP이나 ISO 22000, GMP, 또는 이와 동등한 인증서를 취득해야 적합성 인증을 받을 수 있음

[표 6.2] 베트남 사과주스 인증 취득 정보

인증명	취득 정보	
VFA 적합성 인증 	목적	<ul style="list-style-type: none"> 수입식품에 대한 식품위생과 식품안전 관리를 위해 도입함⁴¹⁾
	기관	<ul style="list-style-type: none"> 인증기관: 베트남 보건부 산하 식품청(VFA) 시험 및 인증 대행 기관: Vietnam Food Administration FSI, Vinacert-Control Sac Ky Hai Dang JSC QUACERT
	절차	<ul style="list-style-type: none"> 적합성 평가 인증 신청 서류 제출 (베트남 수입업체) 적합성 평가 (인증기관) 식품안전규정 적합성 선언문 발표 (인증기관) 식품안전규정 적합성 판정 신고 신고 접수 확인 및 공개통보 (베트남 식품청)
	일반 식품 필요서류	<ul style="list-style-type: none"> 판정 신청서 제품 상세정보(식별 가능한 기준(색, 맛, 상태), 필수 품질 기준, 미생물 기준, 중금속 기준, 성분 및 첨가물 기준, 유효기일, 사용 및 유지 지침, 포장 정보, 라벨 내용, 원산지(해외 생산업체 이름, 국가명, 현지 수입업체와 유통업체 이름 및 주소) 공인인증기관에서 발행한 적합인증서 자체 평가를 시행한 경우에는 지정된 시험기관 또는 원산지 국가의 민간 시험기관에서 발행한 12개월 이내의 제품시험 결과서 정기적인 모니터링 계획 및 품질관리계획 원산지 국가의 원본 라벨 표본과 베트남어 라벨 표본 (베트남 최초 수입 시) 제품 표본 생산업체의 HACCP 또는 ISO 22000 또는 GMP 또는 이와 동등한 인증 식품 안전요건을 충족시키는 시설에 대한 인증서 또는 증명서

자료: 베트남 식품청

41) 근거 규정: 식품안전시험법 세부규정에 관한 베트남 정부 법령(38/2012/ND-CP), 식품첨가물에 대한 국가기술규정(QCVN: 2011/BYT)

▶ 베트남 사과주스, ‘HACCP’ 인증 추천

베트남에서 유통되고 있는 사과주스를 조사한 결과, HACCP 인증 마크가 많이 부착된 것을 확인할 수 있음. 추가로 베트남 자체 식품 안전시설 인증을 취득할 수 있으며, 베트남 보건부에서 인증서를 발급받을 수 있음

[표 6.3] 베트남 사과주스 인증 현황

순번	인증명	취득 강제 여부 (인증 성격)	인증 상품명
1	HACCP 및 ISO 9001	 선택 (글로벌 공통 인증)	 웅진식품, ‘자연은 사과 100’
2	HACCP	 선택 (글로벌 공통 인증)	 착한특독, ‘사과비트즙’
3	HACCP 및 ISO 22000	 선택 (글로벌 공통 인증)	 매일유업, ‘피크닉’

자료: 베트남 쇼피(Shopee)

3. 베트남 사과주스 라벨링

[표 6.4] 베트남 사과주스 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> 필수 표기 사항은 반드시 베트남어로 기재해야 하며 외국어를 함께 적는 경우 외국어 문자 크기는 베트남어 문자 크기보다 작아야 함 베트남어로 된 내용은 원문 라벨과 내용이 상응해야 함 필수 표기 사항을 제외하고 선택 표기 사항이 있는 경우에는 베트남어로의 번역은 필요하지 않으나 해당 내용은 상품의 성질, 용도 및 라벨 상의 기타 내용을 왜곡하지 않아야 함
	2. 상품명	<ul style="list-style-type: none"> 상품명은 라벨에서 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 곳에 놓아야 하며, 다른 필수 정보와 비교하여 가장 큰 크기로 작성해야 함 성분의 전체 또는 일부를 취하여 상품명을 작성한 경우 성분의 중량을 명시해야 함
	3. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> 상품을 제조, 수입하는 단체 또는 개인은 자체적으로 상품의 원산지를 확인하고 기재해야 하며 상품 원산지에 관한 법률, 베트남이 참여 또는 서명한 협정에 따라 성실하고 정확하게 기재해야 함 원산지를 기재하는 방법은 ‘-에서 생산(sản xuất tại)’, ‘-에서 제조(chế tạo tại)’, ‘생산국(nước sản xuất)’, ‘원산지(xuất xứ)’의 형태로 기재함 물품의 생산국가 또는 지역명은 약어의 형태로 기재하지 않음
	4. 성분 및 성분 함량 또는 영양 정보	<ul style="list-style-type: none"> 성분, 식품첨가물을 표시할 때 중량 대비 성분의 비율 또는 중량 등 법률이 정하는 바에 따라 표기해야 함 홍보를 위해 특정 성분을 라벨에 표기하는 경우 해당 성분에 대한 용량은 필수적으로 표기해야 함 식품첨가물의 명칭은 국제 코드 또는 성분명으로 작성해야 함 2개 이상의 식품첨가물을 표기하는 경우 중량 대비 비중 순으로 나열해야 함 식품첨가물 이름 아래에 ‘Dùng cho thực phẩm(식품을 위해 사용됨)’의 문장을 최소 2mm 이상의 굵은 글씨체로 표기해야 함

자료: 베트남 보건부

라벨
필수 표시
사항 및 기준

5. 상품을
책임지는 단체
및 개인의
명칭과 주소

- 상품 책임기관의 명칭과 주소는 축약해서 표기할 수 없음
- 베트남 내 유통 목적으로 수입된 상품에는 제조자와 수입자의 이름 및 주소를 표기해야 함
- 외국인 무역업자의 직접 판매 대리인으로 활동하는 단체 또는 개인이 베트남으로 수입한 상품의 라벨에는 제조자 및 판매 대리인의 이름 및 주소를 표기해야 함
- 상표가 프랜차이즈화되어 있는 상품의 경우에는 프랜차이즈의 이름 및 주소를 표기해야 함
- 상품의 포장, 조립 및 병입(bottling)과 관련된 기관의 이름과 주소는 해당 기관의 동의를 얻은 후에 상품을 생산하는 기관의 이름 및 주소와 함께 기재해야 함

6. 중량

- 측정단위로 중량을 표시하는 상품은 베트남 법에 따라 측정단위를 표기함
- 수량으로 중량을 표시하는 상품은 숫자(자연수)로 표기함
- 포장에 담긴 상품의 단위가 다를 경우 상품별 중량과 총량을 반드시 표기함
- 색상, 향기, 맛을 내는데 사용되는 첨가물의 명칭이 상품명에 포함되어 있다면 라벨에는 해당 첨가물의 중량 표기가 불필요함
- 천연 추출물/에센스의 이름이 상품명에 포함된 경우에는 추출물이나 에센스의 중량 또는 추출물/에센스의 양을 얻기 위해 사용한 물질의 중량을 표기함
- 상품의 중량 표기 방법은 신규 라벨링 규정(Decree 43)의 [부록2]를 따라야 함

7. 위생 안전에
대한 경고
및 안내

- 특정한 방부제가 인간, 동물, 환경에 유독하며 알레르기를 일으키는 리스트에 있는 사용량을 지정하게 된 상품이라면 상품의 성분이나 혼합 성분에 있는 물질에 대한 성분분석 증명서에 방부제의 이름을 추가해야 함
- 상품이나 상품의 성분이 방사선에 노출되었거나 유전자 변형기술을 적용한 것은 베트남이 회원으로 가입한 국제조약의 규칙에 따라 적용함

자료: 베트남 보건부

**라벨
필수 표시
사항 및 기준**

8. 제조 일자 및 유통기한

- 제조 일자 및 유통기한은 일-월-년(양력) 순서로 표기하되 다른 순서로 표기할 경우 베트남어로 주석을 달아야 함
- 일, 월, 년을 의미하는 숫자는 두 자릿수로 표기하며 연도를 의미하는 숫자는 네 자릿수로 표기할 수 있으며 같은 행에 표시함
- 제조 일자를 제조 월로 표기하는 경우 월-년(양력)으로 표기함
- 제조 일자를 제조연도로 표기하는 경우, 네 자릿수로 표기함
- 제조 일자, 유통기한은 ‘제조 일자(Ngày Sản Xuất)’, ‘유통기한(Hạn sử dụng)’, ‘유통기한(Hạn dùng)’의 형태인 풀어쓰 형태로 표기하거나 ‘NSX’, ‘HSD’, ‘HD’와 같은 약어 형태로 표기 가능함
- 상품의 분류에 따라 ‘유통기한(Hạn sử dụng)’, ‘기한까지 유효(Sử dụng đến ngày)’ 또는 ‘기한 전까지 사용(Sử dụng tốt nhất trước ngày)’과 같은 문구를 기재해야 함
- 신규 라벨링 규정(Decree 43) [부록1]에 명시한 바와 같이 제조 일자와 유통기한을 반드시 표기해야 하는 상품의 경우 제조 일자가 일-월-년의 형태로 기재되어 있다면 유통기한은 기간의 형태로 표기될 수 있음. 또한, 라벨에 유통기한이 기재되어 있지 않으면 제조일로부터 만료일까지의 기간으로 제조 일자 표기가 가능함
- 상품의 제조 일자 및 유통기한의 표기 방식이 규정에서 지정한 방법과 다른 경우 신규 라벨링 규정(Decree 43) [부록3]의 ‘항목 2’에서 명시한 방식을 따라야 함

9. 기타 표기 사항

- 상품 책임기관은 일련번호, 바코드, 규격 표기, 기타 정보를 표기할 수 있음. 그러나 추가 내용은 법과 규정을 위반하지 않으며 상품의 본질을 반영해야 함
- 라벨에 기재된 내용은 정확해야 하며, 내용을 위조해서는 안 됨
- 상품의 라벨은 주권 분쟁에 관련된 사진, 내용과 베트남의 안보, 정치, 경제, 사회, 외교 관계, 미풍양속에 영향을 미치는 기타 내용을 포함할 수 없음
- 사용법 및 보관사항에 대한 안내를 표기해야 함

자료: 베트남 보건부

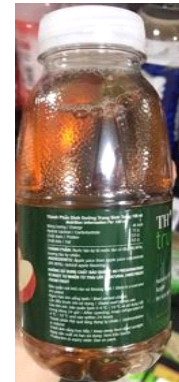
▶ 베트남 사과주스 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[옆면 라벨링 1]



[옆면 라벨링 2]

[앞면 - 베트남어 및 영어]

- ① TH True Juice
- ② Nước táo tự nhiên
- ③ 99.99% nước táo ép
- ④ Thể tích thực: 350ml
- ⑤ Táo

[앞면 - 한국어]

- ① TH 진정한 주스
- ② 자연 사과 주스
- ③ 99.99% 사과 주스
- ④ 용량: 350ml
- ⑤ 사과

[옆면 1 - 베트남어]

- ① Câu chuyện thật của TH
- ② Khát khao khai mở một con đường, một sứ mệnh.
- ③ Trân quý Mẹ thiên nhiên - Người đã trao cho ta những cánh đồng vàng ươm, những hệ sinh thái trái cây cùng ong bướm xây nên mật ngọt cho đời.
- ④ Với sự nỗ lực không ngừng nghỉ, chúng tôi đã chốt lọc một cách tự nhiên các vị ngon, ngọt, bổ dưỡng đó bằng những sản phẩm mang tên: TH true Juice - Hoàn toàn từ thiên nhiên.

[옆면 1 - 한국어]

- ① TH의 진정한 이야기
- ② 길을 개척하고자 하는 열망, 사명
- ③ 황금빛 들판과 과일 생태계, 벌과 나비를 주어 평생 꿀을 만들 수 있도록 해준 대자연을 소중히 여겨라.
- ④ 우리는 끊임없는 노력으로 맛있고 달콤하며 영양가 있고 완전히 자연에서 얻은 제품인 'TH true Juice'를 자연적으로 증류하였습니다.

- ⑤ Sản phẩm của: CÔNG TY TNHH MƯỚC TINH KHIẾT NÚI TIÊN
- ⑥ Xóm Sơn Nam, Xã Nghĩa Sơn, Huyện Nghĩa Đàn, Tỉnh Nghệ An.
- ⑦ Product of: NUI TIEN PURE WATER COMPANY LIMITED
- ⑧ Sản xuất tại Việt Nam / Made in Viet Nam.
- ⑨ Số TCCS 02:2019/NUITIEN
- ⑩ DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG
 - Hotline: 1800 54 54 40
 - Email: chamsockhachhang@thmilk.vn
 - Website: www.thtruejuice.vn
 - Barcode: 8936127791113

- ⑤ 느억띤끼엣누이띠엔 유한회사의 제품
- ⑥ 썸 슌 남, 사 응이아 슌, 휴엔 응이아 단, 띤 응에 안
- ⑦ 느억띤끼엣누이띠엔 유한회사의 제품
- ⑧ 베트남에서 제조됨
- ⑨ TCCS 번호 02:2019/누이띠엔
- ⑩ 고객 서비스
 - 핫라인: 1800 54 54 40
 - 이메일: chamsockhachhang@thmilk.vn
 - 웹사이트: www.thtruejuice.vn
 - 바코드: 8936127791113

[옆면 1 - 베트남어]

- ① Thành phần dinh dưỡng trung bình trong 100ml

Năng lượng	48kcal
Hydrat cacbon	12g
Chất đạm	0.5g
Chất béo	0.5g
- ② THÀNH PHẦN: Nước táo ép từ nước táo cô đặc (99.96%), hương táo tự nhiên
- ③ KHÔNG SỬ DỤNG CHẤT BẢO QUẢN
- ④ VỊ NGỌT TỰ NHIÊN TỪ TRÁI CÂY
- ⑤ Bảo quản nơi khô ráo và thoáng mát
- ⑥ Ngon hơn khi uống lạnh

[옆면 1 - 한국어]

- ① 100ml 당 평균 영양 성분

열량	48kcal
탄수화물	12g
단백질	0.5g
지방	0.5g
- ② 성분: 농축 사과 주스(99.96%)로 만든 사과주스, 천연 사과 맛
- ③ 방부제 없음
- ④ 천연 과일의 신선한 맛
- ⑤ 서늘하고 건조한 곳에 보관하세요.
- ⑥ 시원하게 마시면 더 맛있습니다.

- | | |
|---|---|
| ⑦ Lắc đều trước khi sử dụng. | ⑦ 잘 흔들어서 드세요. |
| ⑧ Sau khi mở, bảo quản lạnh ở 4°C-10°C và sử dụng hết trong vòng 24 giờ | ⑧ 개봉 후에는 4°C-10°C에서 냉장보관하고, 24시간 이내에 섭취하세요. |
| ⑨ Thành phần thịt quả lắng đọng tự nhiên | ⑨ 천연 과일 펄프 침전물 |
| ⑩ Tránh ánh nắng trực tiếp | ⑩ 직사광선을 피해서 보관하세요. |
| ⑪ Ngày sản xuất và hạn sử dụng: xem trên bao bì. | ⑪ 제조일자 및 유통기한: 포장을 참고하세요. |

4. 베트남 사과주스 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

베트남 보건부(MOH)는 식품첨가물의 올바른 사용으로 소비자 안전을 보장하기 위해 관리 및 사용 규칙 및 식품첨가물의 기준치를 규정함. 베트남 식품첨가물 사용원칙에 따르면 식품첨가물의 사용량은 최소화하고, 최대허용량을 지켜야만 함. 또한, 라벨은 라벨 작성에 관한 시행령을 지켜서 제작되어야 함

[표 6.5] 고객사 사과주스에 적용되는 식품첨가물 기준 분석⁴²⁾

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량(mg/kg)	식품 유형
1	소브산염	Sorbates	1,000	과일주스
2	안식향산염	Benzoates	1,000	
3	아황산염	Sulfites	50	
4	인산염	Phosphates	2,200	
5	알긴산프로필렌글리콜	Propylene glycol alginate	500	
6	심황색소	Curcumin	150	
7	아조루빈	Azorubine (Carmoisine)	50	
8	구연산	Citric acid	3,000	
9	주석산염	Tartrates	4,000	
10	치자황색소	Gardenia yellow	300	

자료: 베트남 보건부, aT한국농수산물유통공사

42) 과일주스에 적용되는 베트남 식품첨가물 규정을 분석한 결과임. 더욱 자세한 규정 및 기준은 aT한국농수산물유통공사 또는 베트남 보건부 홈페이지에서 확인 가능함

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량(mg/kg)	식품 유형
11	브라운 HT	Brown HT	50	과일주스
12	비타민 C	Ascorbic acid, L-	GMP ⁴³⁾	
13	펙틴	Pectins		
14	L-아스코브산나트륨	Sodium ascorbate		
15	식용색소 황색 제4호	Tartrazine		
16	아스코브산칼슘	Calcium ascorbate		
17	식용색소 적색 제3호	Erythrosine		
18	이산화탄소	Carbon dioxide		
19	DL-사과산	Malic acid, DL-		
20	소브산칼륨	Potassium sorbate		
21	초산전분 (초산비닐에 의한 에스테르화 반응)	Starch acetate esterified with vinyl acetate		
22	프로필렌글리콜	Propylene glycol		

자료: 베트남 보건부, aT한국농수산물유통공사

43) 식품첨가물이 특정 식품 유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당 식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

▶ **유해물질**

베트남 보건부는 곰팡이독소, 포장재, 중금속, 미생물 등 유해물질에 대해 최대 잔류한계를 정하여 규정하고 있음. 곰팡이독소 오염, 중금속 오염, 그리고 미생물 오염은 각각 국가 표준 기술규정에 따른 베트남 규정 8-1(2011), 8-2(2011), 그리고 8-3(2011)에 의해 제한됨. 하기 표는 고객사 사과주스에 적용되는 베트남 유해물질 규정을 분석한 결과임. 더욱 자세한 베트남 유해물질 규정 및 기준은 aT 한국농수산물유통공사 홈페이지 또는 베트남 보건부 시행규칙에서 확인할 수 있음

[표 6.6] 고객사 사과주스에 적용되는 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	함량정보	식품 유형
1	파툴린	Patulin	10.00 μ g/kg	사과주스 및 사과제품
			50.00 μ g/kg	과일주스
2	납	Lead	0.05mg/kg	과일주스

자료: 베트남 보건부, aT 한국농수산물유통공사

▶ 잔류농약

베트남에는 수입식품에 대한 별도의 잔류농약 규정이 없으며, 국내 생산 식품과 같은 규정이 적용됨. 베트남은 농약에 대해 식품 품목별로 최대허용량을 규정하고 있음. 하기 표는 고객사 사과주스의 주요 원재료인 사과에 적용되는 잔류농약 기준을 분석한 결과임. 자세한 규정 및 기준은 미국 농무부 해외식품서비스(USDA FAS) 또는 베트남의 식품 내 살충제 사용에 관한 시행규칙에서 확인 가능함

[표 6.7] 고객사 사과주스의 원재료인 사과에 적용되는 잔류농약 기준

순번	농약명	기준(mg/kg)	식품 유형
1	Abamectin	0.02	사과
2	Azinphos - methyl	2.00	
3	Captan	25.00	
4	Carbaryl	5.00	
5	Chinomethionat	0.20	
6	Chlorpyrifos	1.00	
7	Chlorpyrifos - methyl	0.50	
8	Cyfluthrin	0.50	
9	Cyhexatin	2.00	
10	Cyprodinil	0.05	
11	Dichlolanid	5.00	
12	Diffubenzuron	5.00	
13	Dimethoate	1.00	
14	Dinocap	0.20	
15	Diphenylamine	10.00	
16	Dodine	5.00	
17	Ethephon	5.00	

자료: 미국 농무부 해외식품서비스 (USDA FAS)

순번	농약명	기준(mg/kg)	식품 유형
18	Fenclorphos	0.70	사과
19	Hexaconazole	0.10	
20	Hexythiazos	0.50	
21	Imidacloprid	0.50	
22	Lindane	0.50	
23	Malathion	2.00	
24	Methidathion	0.50	
25	Oxamyl	2.00	
26	Paclobutrazol	0.50	
27	Parathion	0.05	
28	Phosalone	5.00	
29	Phosmet	10.00	
30	Phosphamidon	0.50	
31	Pirimiphos - methyl	2.00	
32	Propargite	3.00	
33	Spinosad	0.20	
34	Propoxur	3.00	
35	Pyrazophos	1.00	
36	Thiabendazole	10.00	
37	Thiophanate - methyl	5.00	
38	Triforine	2.00	

자료: 미국 농무부 해외식품서비스 (USDA FAS)

▶ 알레르겐

베트남 보건부는 베트남에서 유통되는 식품에 대하여 알레르기를 일으킬 수 있는 성분을 규제하고 있음. 라벨링 법령은 베트남에서 상품을 생산하는 개인 또는 단체, 상품을 수출입하는 개인과 단체에 적용됨. 고객사 사과주스에는 라벨에 필수로 표기해야 하는 알레르기 유발 성분이 없는 것으로 확인됨. 하기 표는 베트남에서 식품 유통 시에 라벨에 반드시 포함되어야 하는 알레르겐 표기 성분들임

[표 6.8] 베트남 알레르겐 필수 표시 성분

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	글루텐을 함유한 곡물 또는 식품 (e.g. 밀, 호밀, 귀리 등과 이를 활용한 전분 등)
2	의무	갑각류
3	의무	달걀과 달걀 제품
4	의무	어류와 어류 제품
5	의무	땅콩, 대두와 관련 제품
6	의무	우유와 유제품(락토스, 설탕, 우유 포함)
7	의무	견과류와 관련 제품
8	의무	10mg 또는 그 이상의 농도인 아황산염

자료: 미국 농무부 해외식품서비스 (USDA FAS)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 우이 부(Uy Vu)

Interview ② 동 타인(Dong Thanh)

Interview ③ 박 호아(Bach Hoa)

Interview ① 우이 부(Uy Vu)

44)

우이 부
(Uy Vu)

유통업체

담당자 정보

Sales Manager

우이 부(Uy Vu)
Sales Manager**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

우이 부는 2019년 호치민에서 설립되었으며, 주요 취급 품목으로는 식품 보조제, 건조 식품, 가공 식품, 신선 식품 등이 있습니다. 주로 한국, 태국, 일본으로부터 수입하고 있으며, 자사 온라인 홈페이지와 비타민 하우스 마트(Vitamin House Mart) 및 소매점을 통해 판매하고 있습니다. 저희 업체에서 한국산 주스 중에서는 웅진, 팔도, 가야농장 제품을 취급하고 있습니다.

Q. 베트남에서 한국산 건강 과일·야채 주스에 대한 수요는 어떤가요?

한국 제품을 좋아하는 특정 소비자층에게 인기가 많습니다. 천연 과일 및 채소 주스 시장은 지속적인 성장세를 보이고 있으며 이에 따라 재료 혼합 방식은 계속 다양해지고 있습니다.

Q. ABC주스⁴⁵⁾ 열풍이 아직까지도 이어지고 있나요?

아직까지 베트남 주스 시장 전반에서 ABC주스 열풍이 이어지고 있습니다. ABC주스의 열풍으로 다른 주스 제품에 대한 수요가 감소한 것으로 알고 있습니다.

Q. 고객사 제품과 같은 NFC 주스⁴⁶⁾ 제품이 베트남 소비자의 관심을 끌 수 있을까요?

저희가 판매하는 제품들도 NFC 제품과 마찬가지로 100% 한국산 과일 원료 주스입니다. 따라서 NFC 제품이 시중에 있는 다른 제품들과 차별화할 수 있는 점이 많지 않다고 생각합니다.

Q. 사과와 인삼을 혼합한 제품이 베트남 소비자들의 관심을 끌 수 있을까요?

현재까지 인삼과 사과를 조합한 제품을 취급해본 적이 없어 정확한 답변을 드리기가 어렵습니다. 그러나 인삼은 영양가가 풍부한 식품이기 때문에 인삼 함유 제품이 출시된다면 제품의 가치를 높일 수 있는 요인으로 작용할 것 같습니다.

44) 사진자료: 우이 부(Uy Vu)

45) 'Apple Beetroot Carrot' 주스의 약자로, 비타민이 풍부하고 감기예방 효능이 있는 주스의 한 종류임

46) 'Not From Concentrate'의 약자로, 농축하지 않은 신선한 주스를 의미함

Q. 고객사 제품의 가격은 합리적인가요?

고객사 제품(20팩/75만 동(한화 약 37,500원⁴⁷⁾)과, 30팩/110만 동(한화 약 55,000원)은 내용량은 적당하나 타 제품들에 비해 가격이 매우 비싼 편입니다. 저희가 취급하고 있는 인삼과 꿀이 조합된 제품은 한 팩(180ml)에 2만 동(한화 약 1,000원)으로, 고객사의 제품과 비교하였을 때 가격 차이가 꽤 나는 편입니다.

Q. 베트남에서 가장 잘 팔리는 사과 혼합 주스는 무엇인가요?

저희는 따로 사과와 혼합된 주스를 취급하지 않기 때문에, 인기가 많은 사과 혼합 주스가 무엇인지에 대해 말씀드리기가 어렵습니다. 사과주스에만 한정한다면, 저희 업체에서 가장 판매량이 높은 제품은 웅진의 사과주스로 1.5L 1병에 9만 동(한화 약 45,000원)입니다.

Q. 사과주스와 어떤 재료와의 조합이 베트남 소비자들에게 가장 인기가 있을까요?

사과는 다른 재료들과 조합하기 쉬운 과일입니다. 당근, 파인애플, 구아바, 배 등 다양한 과일과 채소를 조합한다면 베트남 소비자들에게 인기가 좋을 것 같습니다.

Q. 인삼 사과 혼합 주스를 수출하려면 어떤 증명서가 필요한가요?

주스 제품은 일반적으로 식품 안전 및 위생 증명서와 원산지 증명서가 필요합니다.

Q. 건강 주스 광고에 사용되는 주된 키워드는 무엇인가요?

‘보충제’, ‘천연 면역 증강제’, ‘무설탕’ 등이 건강 주스 제품의 인기 키워드입니다.

Q. 추천해주실 유통채널과 홍보 방법에는 무엇이 있나요?

고객사 제품과 같은 음료류는 고객들이 쉽게 접근할 수 있는 슈퍼마켓이나 식료품점에서 판매하는 것이 좋다고 생각합니다. 다만, 해당 제품의 가격이 높은 편이기 때문에 별도의 할인 행사를 하는 것을 추천하는 바입니다.

47) 100동=5.00원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 동 타인(Dong Thanh)

48)

● 동 타인
(Dong Thanh)

유통업체

담당자 정보

Sales Manager

동 타인(Dong Thanh)
Sales Manager**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

동 타인은 2020년에 설립되었으며 호치민에 본사를 두고 있습니다. 자사 온라인 홈페이지와 비큐비(BQB) 가게 및 소매점을 통해 제품을 판매하고 있습니다. 주 수입국은 한국, 호주, 일본이며 주로 식품 보조제, 건조 식품, 가공 식품, 신선 식품 등을 취급하고 있습니다.

Q. 베트남에서 한국산 건강 과일·야채 주스에 대한 수요는 어떤가요?

한국산 과일·야채 주스에 대한 수요는 높지 않습니다. 한편, 베트남에서 신선한 과일과 채소로 만든 천연 주스의 인기가 굉장히 많고 꾸준히 증가하는 추세입니다.

Q. 고객사 제품과 같은 NFC 주스 제품이 베트남 소비자의 관심을 끌 수 있을까요?

이미 베트남 시장에서 100% 착즙 과일 주스가 판매되고 있기 때문에 고객사의 제품이 큰 차별성을 갖는다고 보이지 않습니다. 그러나 베트남에서는 한국 제품에 대한 인식이 좋기 때문에 '한국산'이라고 하면 일단은 베트남 소비자들의 눈길을 끌 수 있을 것 같습니다.

Q. 사과와 인삼을 혼합한 제품이 베트남 소비자들의 관심을 끌 수 있을까요?

베트남 소비자들은 보통 인삼의 쓴 맛을 좋아하지 않지만, 영양분과 비타민이 다량 함유되어 있는 인삼과 사과를 혼합시켜 어떨한다면 베트남 소비자들의 관심을 끌 수 있을 것 같습니다.

Q. 고객사 제품의 가격은 합리적인가요?

인삼의 효능을 감안한다고 해도 고객사 제품의 가격은 100% 인삼 추출액 제품보다도 비쌉니다. 일반적으로 사과주스의 가격은 1L당 20만 동(한화 10,000원) 미만으로 고객사의 제품 가격(20팩/75만 동(한화 약 37,500원)과, 30팩/110만 동(한화 약 55,000원)이 너무 높아 베트남 시장에서 경쟁력이 약할 것이라고 생각합니다.

Q. 베트남에서 가장 잘 팔리는 사과 혼합 주스는 무엇인가요?

베트남 내에서 가장 인기 있는 사과 혼합주스 제품은 라비푸드(Lavifood)의 열대 과일 혼합 사과주스입니다. 이 제품은 영양가가 높아 다이어트를 하는 소비자들에게 인기가 많고 사과, 파인애플, 오렌지가 함유되어 자연스러운 단맛이 나는 것이 특징입니다.

Q. 사과주스와 어떤 재료와의 조합이 베트남 소비자들에게 가장 인기가 있을까요?

구아바, 셀러리, 레몬, 당근, 딸기, 망고와의 조합이 인기가 좋을 것 같습니다. 다만 개인적으로는 아직까지 시중에서 사과주스에 허브 종류가 섞인 제품을 본 적이 없습니다.

Q. 인삼 사과 혼합 주스를 수출하려면 어떤 증명서가 필요한가요?

식품 안전 및 위생 증명서와 품질 관리 증명서가 필요합니다.

Q. 건강 주스 광고에 사용되는 주된 키워드는 무엇인가요?

주된 키워드는 ‘순수’, ‘무방부제’, ‘천연 비타민 보충제’ 등이 있습니다.

Q. 추천해주실 유통채널과 홍보 방법에는 무엇이 있나요?

한국 제품 전문 판매점이나 슈퍼마켓, 무역 센터같이 저희 업체와 유사한 유통채널을 잘 활용한다면 좋을 것 같습니다. 더불어 정기 할인 행사나 분기별 할인 행사를 진행한다면 제품 판매는 물론 홍보에도 도움이 될 것이라고 생각합니다.

Interview ③ 박 호아(Bach Hoa)

49)

●
박 호아
 (Bach Hoa)
 유통업체

담당자 정보
 Sales Manager



박 호아(Bach Hoa) Sales Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

박 호아는 2010년 호치민에 설립되었으며, 주로 냉동 식품, 건조 식품, 가공 식품, 신선 식품 등을 취급하고 있습니다. 자사 온라인 홈페이지와 비에이치엑스 스토어(BHX Store), 비에이치엑스 마트(BHX Mart), 소매점을 통해 판매하고 있으며 주 수입국은 한국, 일본, 태국입니다.

Q. 베트남에서 한국산 건강 과일·야채 주스에 대한 수요는 어떤가요?

한국산 과일·야채 주스는 수요가 높지 않고 베트남에서 시장 점유율을 확보하지 못했습니다. 최근 ABC주스의 높은 인기로 한국산 제품과 같은 제품들의 수요에 영향을 준 것으로 생각합니다.

Q. NFC 주스와 같은 제품이 베트남 소비자의 관심을 끌 수 있을까요?

100% 한국산 사과주스라는 포인트만으로는 더 이상 베트남 소비자들의 관심을 끌 수 없다고 생각합니다. 이미 베트남 시장에서는 전통적인 사과 재배 시스템을 보유하고 있는 뉴질랜드나 미국같은 국가의 사과로 만든 주스 제품들이 많이 있기 때문입니다.

Q. 사과와 인삼을 혼합한 제품이 베트남 소비자들의 관심을 끌 수 있을까요?

개인적으로 소비자들을 유치하기 굉장히 좋은 요소라고 생각합니다. 쓴 맛 때문에 인삼을 먹기 어려웠던 소비자들에게 긍정적으로 작용할 것이라고 생각하고 제조사에서도 인삼에 대한 관심이 굉장히 높습니다. 뿐만 아니라 베트남 시장에 인삼을 이용한 유사 제품이 없기 때문에 소비자들의 관심을 끌 것 같습니다.

Q. 고객사 제품의 가격은 합리적인가요?

고객사 제품은 버즈네스트(Bird's Nest)의 고급 인삼 함유 제품의 가격과 거의 비슷합니다. 고객사 제품이 인삼추출물이 첨가된 과일 주스라는 점을 감안하여도 가격이 매우 높은 편이라고 생각합니다.

Q. 베트남에서 가장 잘 팔리는 사과 혼합 주스는 무엇인가요?

베트남에서 판매되는 사과주스는 일반적으로 다른 것들과 혼합되지 않은 100% 사과주스이고, 이러한 제품이 가장 잘 팔립니다. 이에 따라 베트남 소비자들은 다른 재료와 혼합된 주스보다는 천연 사과주스를 더 선호한다는 것을 알 수 있습니다.

Q. 사과주스와 어떤 재료와의 조합이 베트남 소비자들에게 가장 인기가 있을까요?

오렌지, 파인애플, 당근, 포도, 꿀, 딸기, 키위, 셀러리, 구아바 등의 과일 및 채소의 조합이 베트남 소비자들에게 인기가 좋을 것 같습니다.

Q. 인삼 사과 혼합 주스를 수출하려면 어떤 증명서가 필요한가요?

건강 증명서, 식품 안전 증명서, 식품 안전 및 위생 증명서, 원산지 증명서가 필요합니다.

Q. 건강 주스 광고에 사용되는 주된 키워드는 무엇인가요?

‘100% 순수’, ‘100% 천연’, ‘무방부제’, ‘영양 제공’, ‘비타민’, ‘무설탕’ 등과 같은 건강한 과일 주스에 대한 키워드가 있습니다.

Q. 추천해주실 유통채널과 홍보 방법에는 무엇이 있나요?

영양 제품 판매점, 뷰티샵, 슈퍼마켓, 주스가게, 상업센터와 같은 곳을 유통채널로 활용하면 좋을 것 같습니다. 홍보 방법으로는 할인행사, 상품 증정행사와 같은 이벤트를 진행하시는 것을 추천드리는데, 예를 들어 10팩 구매 시 1팩 추가 증정, 구매 시 브랜드 로고가 박힌 유리컵, 가방 증정 이벤트를 진행하는 방법이 있습니다.

베트남(Vietnam) 사과주스 인터뷰 대상 선정 인터뷰 대상 기업체 선정 · 사과주스 수입·유통업체 ○	우이 부 (Uy Vu)	동 타인 (Dong Thanh)	박 호아 (Bach Hoa)
	업체 ▶ 유통업체	유통업체	유통업체
	주스 제품 ▶ 취급	 사과주스	 사과주스
사진 자료: 우이 부, 동 타인, 박 호아			

베트남(Vietnam) 사과주스 유통업체 인터뷰 요약			
고객사	사과주스 수요	한국산 과일·야채 음료의 인지도	필수 증명서
우이 부 ----- 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 신선한 과일과 채소로 만든 천연 주스에 대한 수요가 높음 	<ul style="list-style-type: none"> 한국 제품을 좋아하는 특정 소비자층에게만 인기가 있음 인지도가 높지 않음 	<ul style="list-style-type: none"> 식품 안전 및 위생 증명서 원산지 증명서
동 타인 ----- 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 다이어트하는 사람들의 수요가 높음 신선한 과일 주스에 대한 수요가 높음 	<ul style="list-style-type: none"> 인지도가 높지 않음 	<ul style="list-style-type: none"> 식품 안전 및 위생 증명서 품질 관리 증명서
박 호아 ----- 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 신선한 과일과 채소로 만든 천연 주스에 대한 수요가 높음 	<ul style="list-style-type: none"> 인지도가 낮음 높은 시장 점유율을 확보하지 못함 	<ul style="list-style-type: none"> 식품 안전 및 위생 증명서 건강 증명서 원산지 증명서
(*) 현지 사과주스 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사			

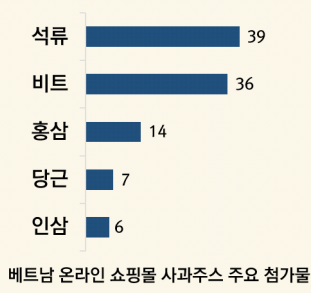
VIII. 시사점

시장수요 베트남 100% 주스 시장, 한국 시장 규모의 20%



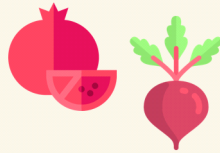
베트남 100% 주스 시장은 한국 시장의 20% 규모이며 100% 주스 시장 내 착즙주스 시장점유율은 0.0%로, 아직 현지에서 착즙주스 시장이 형성되지 않을 것이 확인됨. 한편 한국의 100% 주스 시장 내 착즙주스 시장점유율은 7.0%로, 한국 역시 착즙주스 시장 규모가 전체 100% 주스 시장 대비 작은 것으로 나타남

2020년 베트남 100% 주스 시장규모 대비 HS CODE 2009.71 對글로벌 수입액 비중은 약 0.9%로 현지산 주스의 비중이 수입산 비중보다 큰 것으로 나타남, 사과주스 전체 수입액 중 對한국 수입액 비중은 약 9%로 4위를 기록하고 있음. 한편 한국 사과주스의 對베트남 수출액 비중은 최근 4년간 연평균 79%의 높은 성장률을 보여, 사과주스 시장에서의 한국산 수요는 긍정적으로 전망됨



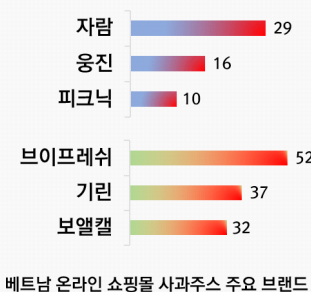
베트남 온라인 쇼핑물 사과주스 주요 첨가물

소비 특징 ① 사과주스 주요 첨가물, 석류 및 비트



온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석 결과와 현지 매체 기사를 통해 현지 제품, 시장 특징을 도출함. 사과주스 판매 제품의 주요 첨가물로 석류 키워드가 가장 많이 도출되었음. 해당 제품들은 자연의 단 맛을 강조한 프리미엄 음료 컨셉의 제품인 것으로 나타남. 뒤이어 비트, 홍삼, 당근, 인삼 키워드가 주요 첨가물 키워드로 도출되었으며, 이 중 비트는 체중감량, 노화방지, 영양보충 등의 건강음료 컨셉이었음

한편, 베트남 현지 사과주스 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 담당자 1명이 현지 소비자 중 사과 혼합 주스의 주요 수요층으로 다이어트 인구를 언급하였음. 다이어트 인구에 인기가 많은 라바푸드의 열대과일 혼합 사과주스에는 사과 외에 파인애플, 오렌지를 섞은 제품인 것으로 나타남. 이 외 담당자들이 공통으로 언급한 사과주스 추천 첨가물로는 당근, 구아바, 셀러리, 딸기 등이 있었으며, 인삼과의 혼합과 관련해서는 담당자 3명 모두 긍정적인 피드백을 줌



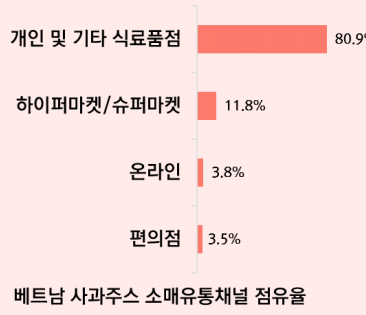
베트남 온라인 쇼핑물 사과주스 주요 브랜드

소비 특징 ② 사과주스 주요 한국 브랜드, 자람, 웅진, 피크닉

사과주스 주요 글로벌 브랜드, 브이프레쉬, 기린, 보엘켈

온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석 결과와 현지 매체 기사를 통해 현지 제품, 시장 특징을 도출함. 사과주스 판매 제품의 주요 한국 브랜드로 자람 제품이 가장 많이 도출되었음. 자람 제품은 건강주스 형태의 제품을 유통하고 있는 것으로 나타남. 뒤이어 웅진, 피크닉 제품이 많이 도출되었으며, 특히 피크닉 제품은 어린이 간식 형태로서의 시장 접근을 보이고 있는 것이 확인됨

사과주스 판매 제품의 주요 글로벌 브랜드로 베트남 현지 브랜드인 브이프레쉬 제품이 가장 많이 도출되었음. 브이프레쉬는 베트남 유명 음료 업체인 비나밀크사가 보유한 프리미엄 브랜드인 것이 확인됨. 뒤이어 일본 브랜드 기린 및 독일 브랜드 보엘켈이 많이 도출되었으며, 두 브랜드 모두 유기농 사과주스 브랜드로 프리미엄 시장 접근을 보이고 있음



베트남 사과주스 소매유통채널 점유율

유통채널 아시안마트 포함 개인 및 기타 식료품점이 주류



베트남 사과주스 유통채널 점유율 조사 결과 아시안마트 및 영유아용품점을 포함하는 개인 및 기타 식료품점이 80.8%로 가장 높게 나타났으며, 뒤이어 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 11.8%, 온라인이 3.8%, 편의점이 3.5% 점유율을 보이는 것으로 조사됨

개인 및 기타 식료품점에 포함되는 아시안마트 매장은 대표적으로 케이마켓 및 오케이마트가 있으며, 두 채널 모두 한국산 식품이 주요 판매 제품임. 특히 케이마켓의 경우 현재 베트남 내에서 한국 교민이 줄었음에도 불구하고 매장 점포 수를 확장하고 있는데, 이는 한국산 제품과 베트남 현지산 제품을 적절히 섞어 유통하는 전략으로 채널 현지화를 성공했기 때문으로 보임

- ▶ Point 01. 사과주스, VFA 적합성 인증을 필수로 취득
- ▶ Point 02. 사과주스, 베트남 보건부 표준에 따른 라벨링 규정 준수

진입장벽



사과주스를 베트남에 수출 시, 베트남 자체 적합성 평가를 필수로 받아야 하는 것으로 나타남. 해당 평가는 VFA 적합성 인증이며, 베트남 보건부 산하 식품안전국이 시행하고 있음. 한편, 사과주스를 베트남에 수출 시 따라야 하는 라벨링 규정으로 베트남 보건부의 'Decree 43/2017/ND-CP' 규정이 있음

한편, 베트남 현지 사과주스 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 베트남 사과주스 수출 시 필수 증명서로 식품 안전 및 위생 증명서, 품질 관리 증명서, 원산지 증명서 등이 언급됨

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Juice in Vietnam」, 2020.12
2. 브이엔익스프레스(VNExpress), 「Covid-19 gives vietnam e-commerce sector a boost」, 2020.09
3. 연합뉴스 (www.yna.co.kr), 「베트남 한국식품 매장 'K마켓' 급성장...매주 1개 이상 늘어」, 2020.06
4. 글로벌이코노믹(GEnews), 「[베트남 리포트] 70억 달러 베이비케어 시장을 잡아라」, 2020.11
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Vietnam Country Report」, 2021.02
6. 베트남 농업부(MARD), 「26/2016/TT-BNNPTNT」, 2016
7. 베트남 보건부 Regulations on maximum residue levels of pesticide in food 「Circular 50/2016/TT-MOH」, 2016
8. 베트남 정부 On food safety 「Law No. 55/2012/QH12」, 2012
9. 베트남 정부 Decree on Goods Labels 「Decree No. 43/2017/ND-CP」, 2017
10. 베트남 정부 Detailing the Commercial Law regarding goods purchase and sale activities or goods purchase and sale related activities of foreign-invested enterprises 「Decree No. 23/2007/ND-CP」, 2007
11. 베트남 정부 Guiding the regulation conformity announcement and announcement of conformity with regulation on food safety 「Circular No. 19/2012/TT-BYT」, 2012

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. 농식품수출정보(KATI) (www.kati.net)
4. 쇼피(Shopee) (shopee.vn)
5. 티키(Tiki) (tiki.vn)
6. ICA(International Cooperative Alliance) (www.ica.coop)
7. 브이엔익스프레스(VNExpress) (www.vnexpress.net)
8. 연합뉴스 (www.yna.co.kr)
9. 베트남뉴스(Vietnamnews) (www.vietnamnews.vn)
10. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
11. 라자다베트남(Lazada Vietnam) (www.lazada.vn)
12. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
13. 빈마트+(Vinmart+) (www.vinmartplus.vn)
14. 에이지포토스탁(Agefotostock) (www.agefotostock.com)
15. 비나한인(Vinahanin) (www.vinahanin.com)
16. 오케이마트(OK-Mart) (www.sieuthikorea.com.vn)
17. 짜오베트남(Chao Vietnam) (www.chaovietnam.co.kr)
18. 매일경제 (www.mk.co.kr)
19. 사이공피닉스(Saigon Phoenix) (www.saigonphoenix.com)
20. 파마시티(Pharmacy) (www.pharmacy.vn)
21. 롱차우(Long Chau) (www.nhathuoclongchau.com)
22. 콘쿱(Concung) (www.concung.com)
23. 비보마트(Bibo Mart) (www.bibomart.com.vn)
24. 국가 관세종합정보망 서비스 (unipass.customs.go.kr/csp/index.do)
25. 베트남 관세청 (www.customs.gov.vn)
26. 베트남 보건부 (www.moh.gov.vn)
27. 베트남 식품청 (vfa.gov.vn)
28. 미국 농무부 해외식품서비스(USDA FAS) (www.fas.usda.gov)
29. aT한국농수산식품유통공사 (www.at.or.kr)
30. 우이 부(Uy Vu) (www.vitaminhouse.vn)
31. 동 타인(Dong Thanh) (bqbnaturalfooddrink.com)
32. 박 호아(Bach Hoa) (www.bachhoaxanh.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.10.01

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

Copyright 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea