

2021년 농식품 수출 국가조사보고서 [라오스]

2021. 9



아세안지역본부 하노이지사

목 차

1. 농업 및 농식품 수출입현황	3
가. 농업현황	3
나. 수출입현황	6
2. 농식품 시장현황	12
가. 시장개요	12
나. 포스트 코로나 시대 시장 환경 변화	13
다. 농식품 관련 정책동향	17
3. 농식품 유통현황	18
가. 유통 현황 및 특징	18
나. 주요 유통채널 현황	19
4. 농식품 수출프로세스	26
가. 수출프로세스	26
나. 수입제도	27
다. 비관세장벽관련 이슈 및 현황	30

1. 농업 및 농식품 수출입현황

가. 농업현황

(1) 농업규모

□ 2020년 농업총생산액 (GDP)은 19억 1,400만 달러(한화 약 2조 2,065억 원)으로 최근 5년간 안정적인 성장세를 보이고 있음.

- 농업 부문 국내총생산액은 전년 대비 1.1%, 연평균 1.6%의 안정적인 성장을 보이며 전체 GDP의 10.0%를 차지함.
- 농업 GDP의 전체 GDP 점유율은 매년 감소해 2016년 11.4%에서 2020년 10.0%로 감소한 것으로 나타남.

라오스 농업 부문 국내총생산액(GDP) 및 비중(2016~2020)

(단위 : 십억 달러, %)

구분		2016	2017	2018	2019	2020	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
GDP ¹	전체	15.81	16.85	17.95	18.25	19.14	4.9	4.9
	농업 ²⁾	1.80	1.85	1.88	1.90	1.92	1.1	1.6
	비중	11.4	11.0	10.5	10.4	10.0	△3.8	△3.2

* 주1 : 당해년 가격 기준 GDP

* 주2 : 농축임산업 합계 (Agriculture, Livestock and Forestry)

* 출처 : tradingeconomics.com - Lao Statistical Bureau, World Bank

- 2019년 농경지 면적은 187만ha 로 전년대비 21.9%로 감소되었음.
 - 주요 농산물 가운데, 쌀이 96만 6,614ha로 가장 넓은 경지에서 생산되고 있음. 작년 대비 13.1% 증가하였으며 고지대 천수쌀의 2018년 재배지 면적이 집계 누락 됐을 것으로 추정되어 그 감소폭은 이보다 낮을 것으로 예상됨.

라오스 농지 면적 (2015~2019)

(단위 : 천 ha, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	전년비 ('18/'19)	연평균 ('15/'19)
농지면적	2,494	2,494	2,444	2,394	1,870	△21.9	△7.0

* 출처 : Laos Agricultural Statistic Yearly Book - 2019

라오스 주요 농산물 농지 면적 (2015~2019)

(단위 : ha, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	전년비 ('18/'19)	연평균 ('15/'19)
쌀	984,932	976,235	995,215	854,445	966,614	13.1	△0.5
저지대 천수쌀	769,193	771,772	787,805	780,255	778,000	△0.3	0.3
건기 쌀	99,019	99,315	97,740	74,185	88,982	19.9	△2.6
고지대 천수쌀	116,720	105,148	109,670	5	99,632	1,992,540	△3.9
채소	179,690	180,820	162,880	162,065	180,957	11.6	0.2
옥수수	254,025	258,910	207,190	148,190	151,740	2.4	△12.1
뿌리채소	101,885	102,830	90,440	115,915	119,014	2.7	4.0
커피	93,385	94,210	93,305	94,095	94,400	0.3	0.3
사탕수수	36,130	36,180	29,090	22,195	30,160	35.9	△4.4
대두	20,880	26,680	18,887	13,786	15,270	10.8	△7.5
차	5,140	4,515	4,155	4,585	4,590	0.1	△2.8
땅콩	11,880	12,070	4,260	1,905	2,030	6.6	△35.7

* 출처: Laos Agricultural Statistic Yearly Book - 2019

- 돼지를 제외한 주요 축종 사육 규모 증가하는 추세로, 가금류의 수가 가장 많은 것으로 집계
 - 가금류 사육 규모 4,360만 마리로 집계되며 전년 대비 11.2% 증가율을 보임.
 - 돼지 411만 5,000두, 소가 211만두로, 돼지는 전년 대비 7.6% 증가, 소 사육 규모도 전년 대비 3.4% 증가함
 - 이 외에도 버팔로 122만 2천 두 (1.8%↑), 염소 및 양 64,8만 두 (5.2%↑)으로 집계되며 최근 5년간 사육 규모 안정적인 증가세를 보이고 있음

라오스 가축 사육 규모 (2015~2019)

(단위 : 천 마리, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	전년비 ('18/'19)	연평균 ('15/'19)
가금류	34,422	35,150	36,960	39,217	43,600	11.2	6.1
돼지	3,258	3,700	3,869	3,825	4,115	7.6	6.0
소	1,828	1,923	1,984	2,041	2,110	3.4	3.6
버팔로	1,165	1,177	1,189	1,200	1,222	1.8	1.2
염소, 양	533	560	588	616	648	5.2	5.0

* 출처: Laos Agricultural Statistic Yearly Book - 2019

(2) 주요 생산품목 및 규모

□ 주요 생산 품목으로는 근채류, 쌀 및 사탕수수 등이 있으며, 품목 간 증가와 감소 양상이 상이하게 나타남.

- 근채류 생산량 338만 7,738.7 톤으로 전년 대비 3.5% 하락하였으나 최근 5년간 연평균 5.2%의 높은 증가율을 보임.
- 쌀 생산량은 353만 4,500톤으로 단일 품목 중 가장 많은 생산량을 보임. 지지대 천수쌀과 건기쌀 생산량은 전년 대비 각각 6.5%, 25.5% 증가한 반면 고지대 천수쌀 생산량은 전년 대비 53.5% 감소한 16,9만 톤으로 집계됨.
- 채소류 생산량은 전년 대비 9.7% 증가한 146만 6,850톤으로, 최근 5년간 3.4% 감소세.
- 이 외에도 사탕수수 149만톤(34.3%↑), 옥수수 79만톤(3.3%↑), 커피(9.9%↑), 대두(12%↑)등이 생산됨

라오스 주요 농산물 생산 규모 (2016~2020)

(단위 : 톤, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	전년비 ('18/'19)	연평균 ('15/'19)
근채류	2,767,190	2,797,185	2,541,525	3,511,555	3,387,387	△3.5	5.2
쌀	4,113,395	4,148,800	4,055,409	3,456,380	3,534,500	2.3	△3.7
저지대 천수쌀	3,357,640	3,428,000	3,347,830	2,732,450	2,910,700	6.5	△3.5
건기 쌀	520,000	504,000	489,885	361,965	454,800	25.6	△3.3
고지대 천수쌀	235,755	216,800	217,694	361,965	169,000	△53.3	△8.0
채소류	1,683,405	1,690,900	1,370,040	1,337,375	1,466,850	9.7	△3.4
사탕수수	2,018,655	2,019,000	1,764,390	1,109,360	1,490,470	34.3	△7.3
옥수수	1,516,250	1,552,360	1,192,525	768,025	793,625	3.3	△15.0
커피	135,925	136,600	150,795	155,970	171,380	9.9	6.0
대두	62,010	63,200	49,105	34,405	38,525	12.0	△11.2
차	6,295	7,300	7,660	8,493	15,900	87.2	26.1
땅콩	18,675	19,130	7,960	4,705	5,100	8.4	△27.7

*출처: Laos Agricultural Statistic Yearly Book - 2019

나. 수출입 현황

(1) 농식품 수출입규모

□ 2020년 농식품 수출액 전년 대비 58% 하락한 2억 1,957만 8천불로 집계됨.

- 중국으로의 수출이 전체의 53%를 차지하고 있으며 이외에도 태국(9.8%), 베트남(8%) 등 아시아 국가 위주로 수출
 - 중국으로의 수출액은 전년대비 152% 증가한 1억1,729만불(한화 약 1,364억원) 벨기에로의 수출액은 전년 대비 274% 증가한 1,5721만 8,000불(한화 약 182억원)로 나타남.
 - 싱가포르와 홍콩의 수출액은 각각 전년 대비 99%, 98.1%로 하락한 것으로 집계됨
- 반면, 한국으로의 수출액은 전년 대비 34% 하락한 232천불(한화 약2.69억원)로 집계되며 이는 전체 수출액의 0.1% 비중을 차지함.

* 한국으로의 수출액은 2016년 이후 5년간 연평균 14% 하락되었음.

국가별 농식품 수출현황 (2016~2020)

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
전체	395,111	480,737	474,624	525,872	219,578	100.0	△58.0	△14.0
1 중국	54,781	54,676	31,210	46,575	117,290	53.0	152.0	21.0
2 태국	31,386	44,772	41,914	25,672	21,441	9.8	△16.0	△9.0
3 베트남	269,040	342,147	370,696	387,111	16,798	8.0	△96	△50.0
4 벨기에	1,313	3,738	3,403	4,204	15,728	7.2	274	86.0
5 이탈리아	15	43	433	11,364	4,018	1.8	△65.0	305.0
6 네덜란드	86	390	480	976	1909	9.0	96	117
7 홍콩	5,355	4,300	3,003	13,702	260	1	△98.0	△53.0
8 대한민국	81	180	576	354	232	1	△34	30.0
9 싱가포르	15,358	17,244	15,968	13,788	141	1	△99.0	△69.0
10 캄보디아	3,401	168	150	2,055	62	0	△97	△63.0

*주1: HS CODE 6단위를 기준으로 함

*출처: ITC Trademap

□ 정미, 곡물, 기타 사탕수수 등의 수출 비중이 높은 편임.

- “정미”의 수출액은 6,588만 7,000불(한화 약 759억원)로 전체 수출액의 30.4% 비중을 차지함.
- “곡물”의 수출액은 전년 대비 18.54% 증가하였고, ‘전분 제조’ 수출액 또한 1.21%의 수출증가율을 기록함.

품목별 농식품 수출현황(2016~2020)

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 (’20)	전년비 (’19/’20)	연평균 (’16/’20)
전체	395,111	480,737	474,624	525,872	216,300	100.0	△59	△14
1 정미	27,242	17,929	22,122	17,103	65,887	30.4	285	25
2 곡물	209	548	766	282	52,569	24.3	18,541	298
3 기타 사탕 수수당	22,800	16,867	18,246	21,032	35,085	16.2	66.8	11
4 고체 형태의 설탕	0	0	0	212	9,844	4.6	4,543	-
5 기타 사탕수수나 사탕무당, 화학적으로 순수한 자당	30,717	74,054	45,301	100,877	8,778	4.1	△91.3	△27
6 설탕이나 감미료 등을 첨가한 물 (광천수와 탄산수 포함)	4,290	7,984	8,292	8,820	8,514	3.9	△3.47	19
7 깨진 쌀	0	6,220	3,999	716	7,812	3.6	991	-
8 사탕수수 당밀	4,441	4,255	3,575	4,307	6,873	3.2	59.5	12
9 전분의 제조	14	74	207	447	5,878	2.7	1,214.9	353
10 담배, 담배를 함유한 것	72,279	52,611	59,514	65,791	4,047	1.9	△93	△51

* 주1: 주요 수출 농식품 중 사료, 담배 등은 제외함

* 주2: HS CODE 6단위를 기준으로 함

* 출처: ITC Trademap

□ 2020년 농식품 수입액은 6억 8,679만불(한화 약 7,992억원)로 최근 5년간 연평균 11.63% 증가

- 태국산(76.74%) 수입 비중이 가장 높으며 베트남산(14.98%), 중국산(3.32%), 싱가포르산(1.70%) 등이 점유
 - 태국산 수입액은 5억 2,704만 3,000불(한화 약 6,133억원)로 전년 대비 33.28% 증가 하였으며 2016년 이후 연평균 9.10%의 안정적인 성장을 보임
 - 베트남산 수입액은 1억 291만 3,000불(한화 약 1,197억원)로 연평균 44.08%의 높은 성장률 기록
 - 뒤이어 중국산과 싱가포르 산 수입액 전년 대비 각각 24.05%, 61.19%의 큰 폭으로 감소함에도 불구하고 전체 수입액의 가장 높은 비중을 차지하는 국가들 중 각각 3위, 4위로 나타남
- 동년 한국산 수입액은 279만 7,000불(한화 약 32억원)로 전년 대비 32.04% 감소
 - 전체 수입액의 0.41% 비중을 차지하고 있으며, 최근 5년 동안 연평균 92.43%의 높은 성장률을 보임

국가별 농식품 수입현황 (2016~2020)

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
전체	442,312	515,415	551,109	562,085	686,790	100.0	22.19	11.63
1 태국	372,014	411,133	431,021	395,430	527,043	76.74	33.28	9.10
2 베트남	23,879	15,433	45,926	42,005	102,913	14.98	145.00	44.08
3 중국	11,267	21,645	22,631	30,051	22,824	3.32	△24.05	19.30
4 싱가포르	20,446	23,878	16,522	30,158	11,705	1.70	△61.19	△13.01
5 프랑스	703	4,660	2,397	4,605	4,505	0.65	△2.17	59.10
6 대한민국	204	493	500	4,116	2,797	0.41	△32.04	92.43
7 인도네시아	3,571	1,597	1,622	3,196	71	0.01	△97.78	△62.45
8 네덜란드	0	5,392	226	2,793	2,215	0.32	△20.69	-
9 미국	2,239	10,091	5,667	9,766	2,064	0.30	△78.86	△2.01
10 말레이시아	1,017	1,854	1,233	1,811	968	0.14	△47.00	△1.23

* 출처: ITC Trademap

- ‘기타 설탕이나 감미료 등을 첨가한 물과 음료’ 수입액은 전년 대비 57.0% 감소한 8,842만 9,000불(한화 약 1,020억원)로 집계됨
 - “요거트 (과일이나 기타 감미료 첨가한 것), 과일’ 수입액은 전년 대비 2,620% 증가한 1,349만불(한화 약 157억원)로, 최근 5년간 연평균 55.4%의 성장률로 수입 규모가 확대되고 있음
 - 그 뒤로 ‘파스타’ (1.16%), ‘food preparations’ (8.7%), ‘기타 베이커리 제품’ (2.9%) 등이 그 뒤를 따르고 있음

품목별 농식품 수입현황(2016~2020)

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 (’20)	전년비 (’19/’20)	연평균 (’16/’20)
전체	442,312	515,415	551,109	562,085	686,790	100	22	12
1 기타 설탕이나 감미료 등을 첨가한 물 과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료 (과실 주스와 채소주스 제외)	0	184,980	221,010	203,390	88,429	12.9	△57	-
2 동물사료 제품	28,286	3,2867	30,889	37,403	61,874	9.0	65	21.6
3 정미	75,856	42,711	25,021	16,516	45,521	6.6	176	△12
4 식품 준비 관련	2,965	5,024	5,820	4,580	44,305	6.5	867	96.6
5 파스타	2,409	2,123	2,275	3,289	41,287	6.0	1,155	103.5
6 기타 사탕수수나 사탕무당, 화학적으로 순수한 자당	44,395	74,920	47,616	82,541	38,779	5.6	△53	△3.3
7 소스 및 혼합 조미료	3,131	3,092	2,418	3,908	24,071	3.5	516	66.5
8 기타 베이커리 제품	3,687	3,796	4,701	5,414	20,857	3.0	285	54.2
9 유아용 식품조제품	53	109	7	0	19,380	2.8	-	337.3
10 요거트 (과일이나 기타 감미료 첨가한 것), 과일	2,311	1,140	848	496	13,490	2.0	2,620	55.4

* 주1: 주요 수출 농식품 중 사료, 담배 등은 제외함

* 주2: HS CODE 6단위를 기준으로 함

* 출처: ITC Trademap

(2) 對라오스 한국 농식품 수출현황

□ 2020년 한국산 농식품의 對라오스 수출액은 전년 대비 43.5% 증가한 365만 1,700불(한화 약 43억 원)로 집계됨.

- 농산물 수출액은 243만 9,900불(한화 약 28억 원)로 집계, 전년 대비 16.2% 증가하면서 전체 수출액의 66.8%로 가장 높은 비중을 차지하는 수출 분야로 나타남
 - 축산물 수출액은 83만 9,000불(한화 약 9.8억 원)로 23.0% 비중을 차지함. ‘19년 감소에서 ‘20년 증가로 전환됨(204.1%↑)
 - 임산물 수출액은 비중이 낮으며(2.5%), ‘19년에 이어 지속적으로 수출 감소세

對라오스 수출규모 (2016~2020)

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
전체	1288.2	2,239.7	4,283.1	2,543.9	3,651.7	100.0	43.5	29.7
농산물	968.6	1,853.7	3,565.1	2,100.5	2,439.9	66.8	16.2	26.0
축산물	60.6	161.0	411.2	275.9	839.0	23.0	204.1	92.9
임산물	259.0	225.0	306.8	167.5	92.1	2.5	△45.0	△22.8

* 출처 : KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

- ‘20년 라면은 전체 수출액의 69%로 수출 1위 품목을 유지하였으며 돼지고기(24.2%), 쇠고기(10.5%), 기타 리큐르류 및 코디얼(8.2%), 소주(5.9%)가 뒤를 이음.
 - 라면 수출액은 137만 6,600불로 2016년부터 최대치를 기록했으며 2019년 대비 163.9%의 비교적 높은 증가세를 보인 반면, 소주 수출액은 47.5% 크게 감소한 11만 8,000불(한화 약 1억 원)로 집계
 - 돼지고기 및 쇠고기는 수출액이 각각 48만 3,700불(한화 약 5.5억 원), 20만 9,600불(한화 약 2.5억 원)이며 전년 대비 모두 급증하는 추세임
 - 기타 리큐르류 및 코디얼 수출액은 지난 2년간 급성장하였으며 2020년 16만 3,500불(한화 약 2억 원)에 달했고 증가세는 지속될 전망.

한국의 對라오스 수출 상위 5개 품목 (2016~2020년)

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
전체	1288.2	2,239.7	4,283.1	2,543.9	1,994.7	100.0	△21.6	11.5
1 라면	158.0	201.7	1,216.3	521.5	1,376.6	69.0	163.9	71.8
2 돼지고기	4.5	0.7	14.5	108.7	483.7	24.2	344.9	221.9
3 쇠고기	23.9	83.5	139.9	85.4	209.6	10.5	145.4	72.1
4 기타 리큐르류 및 코디얼	0	0	0.1	64.1	163.5	8.2	155.1	-
5 소주	47.2	126.6	217.4	225.0	118.0	5.9	△47.5	25.7

* 주: 주요 수출 농식품 중 사료, 담배, 종자 등은 제외함

* 출처 : KATI 농식품수출정보(www.kati.net)

2. 농식품 시장 현황

가. 시장 개요

(1) 시장규모 및 특성

□ 라오스 식품시장 규모는 약 30억불(한화 약 3조 4,107억원)로 추정됨

- 라오스는 아세안 국가 중에서도 매우 미미한 규모로, 식품시장 규모가 크지 않음
- 다만, 코로나19로 인하여 라오스 내 건강에 대한 관심이 증대되었고 이에 라오스인의 40%가 유기농 채소 등 건강에 좋은 식품을 섭취하는 것을 선호하며 그 중 68%에 해당하는 인원들은 특히 MSG가 첨가된 음식을 기피하고 있다고 함

(2) 소비인구 및 특성

□ 2020년 7월 기준 인구 수 744만 7,396명, 중위연령은 24세로 젊은 세대의 비중이 매우 높은 편으로 나타남

- 55세 미만의 인구 비중은 90.24%로 평균 인구 연령이 타 국가에 비해 낮은 편에 속
 - 25~54세의 비중이 38.29%로 가장 높고, 뒤이어 14세 이하는 31.25%, 15~24세는 20.6% 비중을 차지하는 것으로 나타남
- 여성과 남성의 성비 비율은 균등한 수준으로, 여성 375만 1,877명(50.38%), 남성 369만 5,519명 (49.62%)으로 집계됨

□ 2018년 기준 월평균 임금은 150만 킵(한화 약 18만 3,399원) 수준

- 직업군 중 농업 부문 종사자의 월평균 임금은 120만 킵(한화 약 14만 6,719원)으로 가장 낮으며, 서비스업 종사자의 임금은 200만 킵(한화 약 24만 4,533원) 수준
- 라오스 근로자의 전공에 따라 임금이 115만 킵(한화 약 14만 607원) 수준에서부터 2,030만킵(한화 약 248만 2,012원)까지 차이가 극심한 편임
- 2019년의 평균 연소득은 전년 대비 2% 상승한 것으로 나타남

□ 2018년 기준 라오스의 월평균 식품 소비액은 99만 6,200킵(한화 약 12만 1,802원)으로 집계됨

- 동년 월평균 가계소비액은 263만 킵(한화 약 32만 1,340원)이며 소비액 중 식품은 전체 소비액의 약 38% 비중을 차지함
- 주요 소비품목으로는 쌀, 육류, 과일 및 채소류 등 신선식품의 소비 비중이 높은 편
 - 2018년 쌀은 전체 식품 소비액 중 30.8% 비중을 차지하는 것으로 나타났으며 뒤 이어 육류(23.1%), 과일 및 채소류(14.8%) 순의 비중을 차지함
 - 가공식품 중에서는 ‘조리된 상태의 음식’ 이 5.8%로 가장 큰 비중을 차지하며 기타 3.3%, 음료 2.9%, 당류 및 과자류 0.8% 비중으로 집계됨

식품 소비 비중 ~2019

(단위 : %)

구분		2002/03	2007/08	2012/13	2018/19
신선식품	쌀	35.4	42	34.2	30.8
	육류	22.3	20.1	23	23.1
	과일 및 채소류	14.2	11.9	12.8	14.8
	생선	13.3	13.1	15	12.7
	낙농품	1.1	1.2	1.7	2.8
	기타 곡물류	2.3	2.4	2.5	2.6
	물과 지방	0.3	0.2	0.3	0.4
가공식품	조리된 음식	4.8	4.8	5.3	5.8
	기타	3.5	2.4	2.2	3.3
	음료(커피, 차 포함)	1.5	1.2	2.4	2.9
	당류 및 과자류	1.3	0.6	0.8	0.8

* 주: 라오스 통계청 자료를 바탕으로 재작성

* 출처 : 라오스 통계청, 『Sixth Household Consumption and Expenditure Survey(2018—2019)』

□ 식품 소비 트렌드

- 외식보다는 가정 내 요리문화가 발달한 라오스인들은 가공식품 보다 야채 및 고기 등 신선식품을 구매하는 비중이 약 90%에 육박함. 또한 고등교육을 이수한 라오스인 또는 대도시 거주자와 같은 주 소비층의 경우 코로나19의 영향으로 인한 건강관리 및 식품 안전에 대한 관심이 증대하여 건강에 좋은 제품 구매 시 과감하게 비용을 지출하는 경향이 두드러짐.

나. 포스트 코로나 시대 시장 환경 변화

(1) 주요 트렌드

□ 코로나19 상황으로 소비자에게 줄 영향

- 세계보건기구의 라오스 코로나 19 상황 보고(WHO Lao PDR COVID-19 Situation Report)에 따르면 2020년 말까지는 라오스 내 코로나19 확진자가 많이 발생하지 않았으나 '21년 수도 비엔티안을 중심으로 확진자가 급격하게 증가하여 사회적 거리두기(식당, 카페, 체육시설, 마사지, 뷰티업종 등 운영 중지) 진행 중에 있음

(2) 이슈품목

□ **잔류농약 문제 인식과 우려가 확산되며 유기농식품에 대한 선호도 증가 추세**

- 수도 비엔티안에 거주하는 소비자들의 경우 소비력을 바탕으로 유기농식품에 대한 높은 선호도를 보임
 - 수도 비엔티안 내 공식 지정된 유기농 시장은 이텍파크(ITECC), 동농삼낭(Dongnasok), 화이홍(Houyhong) 등 총 3개소가 있으며 주 2회 운영되고 있음. 공급 측면에서도 라오스는 과일 및 야채 생산에 용이한 환경을 갖추고 있으며 특히, 라오스 농림부가 일본국제협력기구(JICA: Japan International Cooperation Agency)와 청정농업 개발 프로젝트를 협력, 운영하며 유기농법 및 유기농 시장 마케팅 등 교육을 제공하고 있음.

□ **비타민 음료 제품, 건강 기능성 음료**

- ‘21년 3월부터 매우 무더운 날씨가 지속되는 가운데 라오스 내 전통 행사인 새해맞이 연휴(4.14~16)의 여파로 지난 3, 4월 음료(물, 소다, 에너지 드링크 등)의 수입이 크게 증가하였음. ‘20년 기준 對라오스 음료류 최대 수출국은 태국(8.7백만불)이며 그 뒤로 베트남(4.7백만불/5%), 일본(3.5백만불/0.4%), 중국(3.5백만불/0.4%), 한국(9.6만불/0.1%)를 기록함
 - 이 중 비타민 기능을 강조한 제품이 라오스 시장 내 다수 유통되었는데, 그러한 이유는 소비자들의 가계소득 증대 및 미용, 건강에 대한 관심 증가, 저당 제품에 대한 세계 혜택일 것으로 보고 있음
 - 또한, 물 대신 섭취가 가능하지만 단순 음료가 아닌 건강기능식품으로서의 기능을 함유하고 있어 현지 소비자들에게 선호도가 높으며, 건강과 직결된 코로나19 영향으로 향후 몇 년 동안 판매량이 지속 상승할 것으로 전망하고 있음으로 향후 몇 년 동안 판매량이 지속 상승할 것으로 전망하고 있음

<현지 유통매장에서 판매중인 비타민 음료 제품들>



- **한국 스타일 연어장, 새우장**

- 라오스 내 1인 가구의 증가, 여성 경제인구수 증가, 라이프 스타일 변화 등으로 간편식을 찾는 현대인들의 트렌드의 영향으로 한국스타일의 연어장 및 새우장의 수요가 증가하고 있음
- 태국과 라오스는 ‘KOREA DONG’ 이라는 브랜드로서 연어장, 새우장, 판자장 세 종류의 간장 절임을 판매하고 있으며 특히, 태국의 인기 스타나 페이스북 인플루언서의 ‘떡방’ 콘텐츠에 소개되며 큰 호응을 얻고 있어 태국과 식문화가 비슷한 라오스에서도 반응이 상당히 좋은 것으로 알려짐
- 해당 제품 구매 시 한국산 김을 세트로 판매하고 있는 것이 특징

- **숙취 해소 관련 제품, 건강 기능성 식·약품**

- ‘18년 WHO 조사에 따르면 라오스는 연간 주류 소비량이 아세안 국가 중 가장 높았으며 15세 이상의 남성을 대상으로 한 조사에서는 1인당 연간 주류 소비량이 17.05ℓ로 인근 태국(13.42), 베트남(14.01), 캄보디아(10.9), 미얀마(8.43)에 비해 상당히 높은 수치를 보임
- 음주가 건강에 미치는 부정적 영향이 상당히 큼에도 불구하고 음주의 위험성에 대한 인식이 높지 않은 점과 엄격한 제재가 없다는 점은 라오스 주류시장 발달 및 주류 소비량에 큰 영향을 미쳤음
- 자국 내 생산되는 맥주가 라오스 주류 시장을 독점하고 있어 주류 시장 진입은 어려운 실정이나, 음주 활동 뒤 수반되는 숙취해소 제품 및 간 보호 등의 기능성 식·약품은 시장에 전무한 실정으로 숙취 해소제와 관련한 틈새시장이 존재하고 있음
- 현재는 코로나19의 영향으로 인한 알코올 소비가 하락하여 주류 수출은 중지된 상태지만, 팬데믹 이후 효과가 입증된 한국의 다양한 숙취 해소제 중 라오스인들에게 잘 맞는 제품을 개발, 공격적인 마케팅 활동 및 판촉 행사 등을 통해 틈새시장 공략한다면 숙취해소제가 생소한 라오스 유통시장에서 지속적인 성적을 낼 수 있을 것으로 판단됨

라오스 유기농식품

	 <p>yellow Corn 500g ສາວີເຈືອງ ₭8,000.00</p>	 <p>white dragon fruit 1kg ໝາກມ້າງກອນຂາວ ₭25,000.00</p>
<p>유기농 과일잼</p>	<p>유기농 옥수수</p>	<p>유기농 용과</p>
 <p>carrot 1kg ຫົວກະລິດ ₭35,000.00</p>	 <p>beetroot 1kg ຫົວປີ້ຈຸດ ₭35,000.00</p>	 <p>Red sweet corn Piece ສາວີ ຫວານກິນດີປາມານ ₭12,000.00</p>
<p>유기농 당근</p>	<p>유기농 사탕무</p>	<p>유기농 빨간옥수수</p>
 <p>Japan sweet potatoes Big 1kg ມັນຫວານຂົ້ມຸ່ມຫົວໃຫຍ່ ₭30,000.00</p>	 <p>Red cherry tomatoes 1kg ₭35,000.00</p>	
<p>유기농 고구마(일본종자)</p>	<p>유기농 방울토마토</p>	<p>유기농 콜라비</p>
		
<p>유기농 파파야</p>	<p>유기농 산딸기</p>	<p>유기농 방울토마토</p>

* 출처: www.inthara.com, <https://organichomelao.com/>

다. 농식품 관련정책동향

□ 국가 차원에서의 식품 안전 및 품질관리 수준 향상을 위해 다양한 분야에서 해외 정부 및 기관과 협력 중

- 라오스 보건부 및 농림부, 재무부, 산업통상부 등과 중국 측의 협력으로 국립 식품 안전 및 품질관리 센터 신설
 - 라오스에서는 이질균 등 미생물이나 기생충으로 인한 식중독 사고가 지속 되 왔으며 낙후된 의료서비스로 인해 인명 피해가 상당한 것으로 확인됨
 - 그로 인해 라오스 정부는 경제성장 및 사회 발전의 주요 과제로 식품 안전 사고예방 등을 꼽기도 함
 - 이에 따라 신설된 품질관리 센터는 현대적인 실험실 장비 및 인력을 갖추어 라오스로 수입되는 식품을 포함한 모든 제품의 안전성을 검사할 예정임
 - * 라오스 보건부에 따르면, 식품의 위험도를 3가지로 분류하여 고위험 식품(유아 및 환자, 고령층을 대상으로 한 식품), 저위험 식품(사전 포장되어 일반 소비자에게 판매되는 식품), 중간위험 식품 모두를 해당 시설에서 검사할 예정임
- 라오스 정부는 EU 및 국제무역센터(ITC) 등과 함께 식품 안전성 개선을 위한 프로젝트에 참여 중
 - 2020년 초 라오스 농림부와 EU, 국제무역센터 관계자 등은 SYMST(Systematic Mechanism for Safer Trade) 프로젝트를 시작하였고 이에 과일 및 채소류의 안전 관리와 살충제 잔류물질을 규제함으로써 해외 시장에서의 경쟁력을 강화하고자 하였음

3. 농식품 유통 현황

가. 유통 현황 및 특징

□ 라오스의 유통 일반 현황

- 라오스의 경우 전통시장 등에서 백화점 등 현대적 유통구조로 탈바꿈을 진행하고 있는 국가 중 하나이나 여전히 전통시장 이용비율이 굉장히 높음. 이러한 이유로는 국민의 대다수인 서민층이 이용하기에 대형유통매장 보다는 재래시장 내 농식품 판매 가격이 저렴하기 때문이며,
- 특히, 라오스 1대 도시인 비엔티안 등 대도시가 태국과 국경을 접하고 있어 라오스 고소득층의 경우 농식품 등 물품 구매시 자국 내 유통매장을 이용하기보다 태국 내 위치한 Marko, Lotus, Big C 등 대형유통매장에 가는 것을 선호하고 있기 때문임
- 또한, 라오스 내 콜드체인 구축환경, 식품 생산 공장부재, 수입·공급업체의 부족으로 인해 대형유통매장 체인들이 라오스로의 진출을 하지 못하는 이유가 됨

□ 식품 유통은 주로 오프라인 유통채널을 통해 이루어짐

- 2020년 오프라인 식품시장 규모 11조 860만 킵(한화 약 1조 4,313 억원)으로 집계되며 최근 5년간 연평균 40.1%, 전년 대비 6.1% 수준으로 성장
 - 전통식 유통채널(재래시장 등)이 차지하는 비중이 96.6%로 매우 높게 나타나며 최근 5년간 연평균 39.6%, 전년 대비 6.0% 성장하였음
 - 슈퍼마켓으로 인식되는 현대식 유통채널은 7,433억 킵(한화 약 897억 470만원)으로 전체 6.7% 비중을 차지

라오스 오프라인 식품시장 규모 (2016~2020)

(단위 : 십억 킵, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
합계	8,222.3	8,809.7	9,545.0	10,452.0	11,086.0	100	6.1	40.1
전통식 유통채널	8,008.4	8,574.4	9,258.3	10,111	10,714	96.6	6.0	39.6
현대식 유통채널	427.9	470.5	487.5	681.9	743.3	6.7	9.0	22.7

* 출처 : Euromonitor

- 온라인 식품시장 규모 공식적으로 집계되지 않으나, 라오스 내 인터넷 및 휴대폰보급률 증가로 평균 8.0%, 전년 대비 9.5% 수준으로 증가하고 있어 온라인 식품시장 규모는 점차 성장 할 것으로 보임.

- 라오스 우정통신부에 따르면 휴대폰 통신망이 라오스 전국 면적의 95%에 보급되었으며 인터넷 사용률은 총 국민 중 47% 수준임
- 인터넷 사용 주 연령층은 10~30대로 페이스북, 인스타그램, 왓츠앱 등 SNS를 기반으로 한 전자상거래 플랫폼을 통해 온라인 시장이 활성화 되고 있는 추세임

나. 주요 유통채널 현황

(1) 오프라인 유통채널

□ 전통식 유통채널




- 전통식 유통채널은 여전히 라오스 내 주요 식품 유통채널임
 - 라오스의 인구의 대다수는 대도시가 아닌 농촌 지역에 집중 거주하고 있으며 현대식 유통채널의 경우 라오스 내 주요 대도시인 수도 비엔티안 등에만 집중 포진되어 있어 대도시 거주자 외에는 재래시장 등 전통식 유통채널을 이용하는 비중이 높을 수밖에 없음
- 전통식 유통 채널의 장점
 - 재래시장은 현대식 유통채널 대비 저렴한 가격 및 흥정의 기회 등 라오스 저소득층이 가장 선호하는 유통채널이며, 특히 기존 전통식 유통채널 소비문화에 익숙한 중년층 및 노년층이 주요 이용고객임
- 전통식 유통채널의 향후 동향
 - 다만, 급속한 도시화로 인해 대도시를 중심으로 편의점 체인과 같은 현대적 유통채널들의 영업규모가 지속 확장되고 있으며 전통식 유통채널은 점차 규모가 감소할 것으로 전망됨



* 출처: golaos.tours

□ 라오스 내 현대식 유통채널 점포 수 '19년 대비 57개(5.6%↑), 매출액은 전년 대비 18.9% 증가하여 3,409억 9,560만 킵(한화 약 417억원)으로 집계

- 비엔티안 수도 및 대도시를 중심으로 매장이 확장되는 각종 현대식 유통채널은 작은 2선 도시 및 농촌 지역에 거주하는 라오스 인구의 대다수가 접근하기에 어려움을 겪음
- 대형유통매장 및 백화점은 고소득층 소비자 대상 마케팅을 진행 중에 있으나 비엔티안, 빠세, 싸바나켓 등 대도시가 태국과 국경이 인접하여 태국에 위치한 대형유통장매를 이용하고 있어 라오스 고소득층 소비자들의 현지인 방문객도 여전히 많지 않음

매장명	매장사진	홈페이지
Parkson Laos		https://www.facebook.com/parksonlaos/
ITECC Mall		https://iteccmall.com/
Vientiane Center Lao		http://www.facebook.com/vientianecenter

* 출처 : tripadvisor.co.kr

- 편의점 또한 도심 위주로 매장이 확장되고 있는 추세로 전통신 유통채널과 달리 냉각 시설을 활용하여 신선식품의 신선도를 보장하고 위생적으로 관리하고 있어 소비자들의 이목을 끌고 있으며 일반적으로 초저녁에 문을 닫는 재래시장과는 달리 저녁 10시 이후까지도 영업하는 편의점의 특성으로 인해 방문객이 점차 증가하는 추세

매장명	Jiffy (Jiffy Shops Limited)	Mini Big C (Big C Supercenter PCL)
매장사진		
설립연도	2014년	1993년
홈페이지	www ldc la	www facebook com/MiniBigC

* 출처: www.greatawaygroup.com, jclao.com

- 반면, 슈퍼마켓의 경우 주거지 인근에 매장이 위치하여 지리적 이점을 선점하였으며 카드 결제 및 무료 주차 지원 등 현대적인 시설을 앞세워 경쟁력을 확보하는 중
 - 대부분의 슈퍼마켓은 주거 지역 인근에 위치하여, 직장이나 거주지 인근의 상점에서 식료품을 구입하는 라오스 현지 소비자의 소비패턴에 부합함
 - 중산층, 고소득층이 주요 소비층이라는 점을 고려하여 카드 결제를 지원하고 대형 쇼핑센터 인근에 매장을 운영하는 등 현대화된 서비스를 제공함
- * 슈퍼마켓 브랜드 Rimping은 대형 쇼핑센터인 View Mall 내부에 위치하여, 매장을 방문하는 고소득층 소비자를 대상으로 프리미엄 농산물을 판매함

(단위 : 백만 킵, %)

매장명	Mini Big C (Big C Supercenter PCL)	Rimping (Tantraphan Supermarket)	M-Point Mart (Big C Supercenter PCL)
매장사진			
설립연도	1993년	1948년	2013년
점유율	63.0	3.9	-
매출액 ¹⁾	214,767	13,295	-
매장수	46개	1개	-
홈페이지	www.facebook.com/MiniBigC	www.rimping.com	www.mpointmart.com

* 주1: 매출액은 2019년 라오스 슈퍼마켓 총 매출액과 매장별 점유율에 기반하여 추산한 값임

* 출처: eatdrinklaos.com, jclao.com, 해당 업체 홈페이지

(2) 온라인 유통채널

□ 라오스 인터넷 사용자 및 중산층 증가 등의 요인으로 전자상거래 시장이 빠르게 성장하고 있음.

- ‘19년 세계은행에서 조사한 15세 이상 라오스 인구 대상 인터넷 환경 및 전자상거래 이용에 따르면, 라오스 인구의 39%인 약 270만 명이 인터넷을 사용하고 있다고 밝힘



* 주: 15세 인구 대상 조사

* 출처: 세계은행 World Bank

- 라오스의 경우 주 소비층인 고소득자와 젊은 층을 중심으로 인터넷을 통한 구매형태가 확산되면서 배달서비스, 온라인 결제시스템 등 기반 인프라 확충 힘입어 온라인 시장이 지속 확대될 전망이다
 - 라오스 최대 은행인 BCEL은 24시간 이용이 가능한 온라인 결제시스템을 제공하고, 배달 전문서비스인 Foxpress 등으로 온라인 판매자와 소비자 간의 거래를 더욱 활성화시키고 있음
 - * 온라인 banking(BCEL One)을 통해 24시간 결제할 수 있으며 이외에도 현금 결제, 신용카드 등 다른 결제방식들도 있음
 - * Foxpress는 2016년 설립된 배달대행 업체로, 온라인 판매자들이 제품을 포장해서 Foxpress에 건네주면, 24시간 내에 소비자에게 제품을 배달하는 서비스를 제공하고 있음
 - 최근까지 라오스 현지소비자들의 경우 온라인 유통채널에 관심이 많으나 현지 시스템상 온라인 결제 관련 보안 및 신뢰도가 높지 않았음. 다행히도 라오스 정부의 신용 카드 사용 확산에 따른 온라인 및 카드 결제 보안강화 규정 신설 등으로 관련 이슈는 점차 줄어들고 있음

□ 현재 라오스에서 식품은 웹사이트, Facebook, WhatsApp 그룹을 통해 판매되고 있음

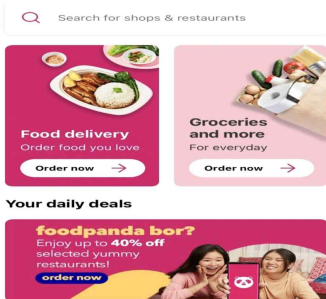
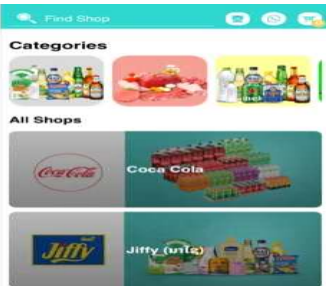
사이트 주소	설립연도	판매 중인 제품 및 웹사이트 모습
www.shopping-d.com	2019년	
www.plaosme.com	2017년	
www.24online.la	2017년	
www.khaisong.com	2016년	

* 출처: KOTRA 비엔티안 무역관, 해당 업체 홈페이지

- 웹사이트 중 라오스 정부가 직접 운영하는 중소기업의 온라인 전자상거래 플랫폼 'Plaosme'
 - 라오스 정부는 중소기업 육성정책의 일환으로 2017년 8월에 아시아개발은행(ADB)의 지원을 받아 라오스 중소기업의 제품을 판매하는 온라인 전자상거래 사이트 플라오스미(www.plaosme.com)를 개설함.
 - 라오스의 중소기업은 '플라오스미'를 통해 국내 소비자 및 ASEAN 국가에 제품 홍보할 수 있음
 - * 영어와 라오스어를 지원하는 이 플랫폼에는 2017년 8월 기준 약 82개의 라오스 중소기업 및 300여 개가 넘는 제품 및 서비스가 등록돼 있음
 - * '플라오스미'는 온라인 주문과 결제서비스 기능을 제공하며, 이외 HS Code 및 ASEAN FTA 등 관세 혜택 정보를 제공함으로써 라오스 중소기업이 아세안 국가에 수출할 수 있도록 지원함.

□ **코로나19 상황으로 이동제한, 락다운 등의 정부 정책이 시행되면서 식품 배달 증가**



- 현재 라오스에서 식품 배달 서비스가 성장한 요인으로는 스마트폰 및 인터넷 보급률 증가에 따른 온라인 플랫폼 접근성 향상이며 특히, '20. 3월부터 코로나19로 인한 전면 락다운 조치가 시행되면서 식품 배달 업체들의 온라인 banking 및 비대면 배달 등 서비스를 추가함으로써 많은 슈퍼마켓, 편의점, 식품대리점 등이 배달 서비스 업체에 가맹점으로 등록했고 라오스 내 많은 소비자에게 서비스를 알리는 계기가 됨
- 유명 배달업체인 Foxpress 외 배달 대행 서비스 업체 증가 추세
 - Food Panda 및 GoTeddy가 2019년 서비스를 개시한 음식 배달 서비스앱들로 빠른 소비자 피드백, GPS 기능을 이용한 실시간 위치 확인 서비스 등의 강점을 바탕으로 최근 소비자들에게 인기를 끌고 있음. 초기에는 요식업체의 음식 배달 서비스만으로 운영되었으나 최근에는 시장, 슈퍼마켓, 식료품 취급점과도 가맹을 맺고 제품 배달 서비스를 실시하고 있음
 - * 라오스 스타트업인 GoTeddy는 런칭 4개월 동안 이용객이 매월 15% 성장하는 등 폭발적인 인기를 누렸으며, 2019년에는 Lao ICT Award를 수상하며, 식품 배달, 우편 서비스까지 제공해 틈새시장 공략에 집중하고 있음

배달앱	Food Panda	GoTeddy
홈페이지	www.foodpanda.la	www.goteddylab.com
설립연도	2019년	2019년
앱내의 모습		

* 출처: 해당 업체 홈페이지

□ 홈쇼핑을 통한 식품 유통 비중은 매우 낮으며, 채널의 낮은 접근성, 전자상거래채널과의 경쟁으로 인해 추후 성장 역시 더딜 전망

- 라오스 일반 가정의 대부분은 TV를 보유하고 있지 않아 홈쇼핑에 대한 인지도가 매우 낮음
 - 가계소득이 낮기에 실생활에 필요한 식료품, 의류 등만 구매하는 편이며 홈쇼핑에서 주력 판매하는 고가 제품에 대한 관심도는 낮음
- 특히, 전자상거래 채널과의 경쟁에서 밀려 홈쇼핑의 경우 향후에도 성장 할 것은 어려울 것으로 보임

채널명	TV direct lao	LAO TV Shopping
매장사진		

* 출처: www.facebook.com/Tvdrlao, www.facebook.com/LaoTVShopping

4. 농식품 수출 프로세스

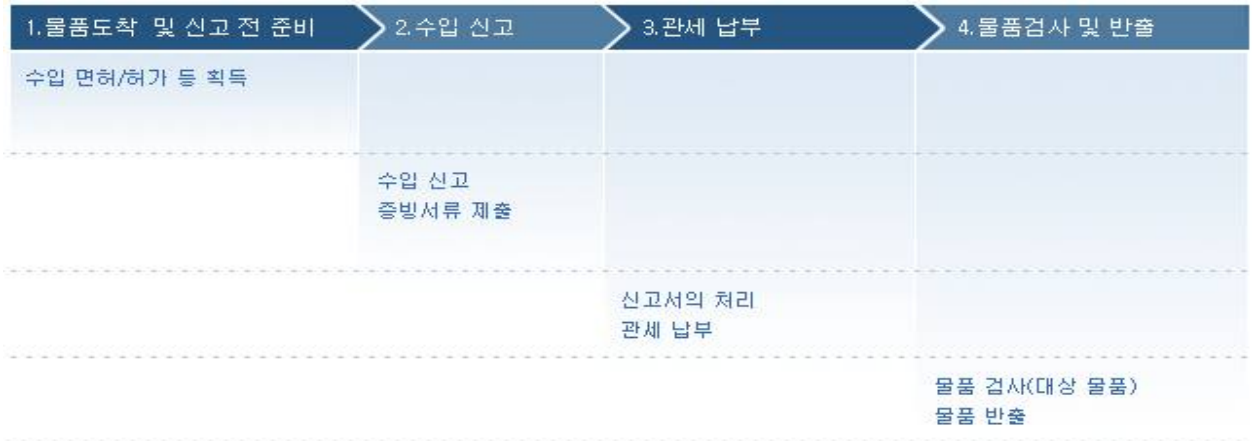
가. 수출 프로세스



나. 수입제도

(1) 통관제도

- 라오스는 관세청에서 전반적인 수출입 및 통관 업무를 관할하고 있으며, 비엔티안을 비롯한 총 14곳의 국제 출입국 사무소와 세관이 함께 통관업무를 담당함
- 라오스의 식품통관제도는 ①물품 도착 및 수입 신고 전 준비 → ②수입신고 및 서류제출 → ③관세납부 → ④물품반출 순으로 진행됨



* 출처: tradenavio

□ 신고 절차

① 물품 도착 및 수입 신고 전 준비

요구사항	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 수입자는 물품을 수입하기 위해서 Ministry of Industry and Commerce에 등록하여야 함. ▷ 물품 수입 전 해당물품이 수입 금지 품목에 해당하는지 여부 확인 ▷ 특정 수입 물품의 경우 수입 라이선스, 위생증명 대상 등 해당 수입 요건 서류를 구비해야 함.
-------------	--

② 수입신고 및서류제출

신고 방법 및 제출서류	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 라오스로 수입되는 모든 물품은 수입신고하여야 하며, 완전하고 진실된 내용을 ACDD Form에 작성하고 해당 구비(입증)서류를 첨부해야 함 <ul style="list-style-type: none"> - 상업송장 또는 물품 매매계약서, 선하증권 또는 항공화물운송장, 포장명세서, 원산지 증명서(필요 시) 등 ▷ 신고서는 수제출 되어야 함 ▷ 수입신고서는 세관의 Asycuda 시스템에 의한 제출이 가능하나, 현재 Thanaleng 세관만 제출 가능 ▷ 입자 관할 세관 제출하며, 물품 도착을 알리는 통지가 있는 날로부터 15일 이내
사전 신고	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 수입 통관 절차를 용이하게 하기 위해서 도착 전 수입 신고 및 물품 도착 전 7일 이내 신고가 가능 ▷ 물품 도착 시 관세를 납부해야 함.

③ 관세납부

3.1. 신고서의 처리

검사내용	▷ 수입 신고된 물품의 세관 시스템(Asycuda)에 의한 검사 물품의 분류 - Green Lane : 수입물품에 대한 검사 없이 통관 - Blue Lane : 물품검사는 생략되지만, 이후 통관 절차에 있어 세관의 통제를 받음 - Yellow Lane : 서류심사 대상으로 분류되며, 심사결과 불일치 내용 등이 없는 경우 통관할 수 있음 - Red Lane : 물품검사 대상이며, 검사 결과 불일치 내용이 없는 경우 통관할 수 있음을 구비해야 함.
-------------	--

3.2. 관세납부

납부 방법 등	▷ 수입신고 서류에 대한 심사 후 수입신고 수리되면 관세를 납부하여야 하며, 주요 세관의 경우 은행을 통해 관세 등 납부 후 영수증을 세관에 제출하면 되나, 기타 소규모 세관의 경우 세관에 직접 현금을 납부해야 함
----------------	---

④ 물품반출 순으로 진행됨

물품반출	▷ 세관에서 물품 검사 후 수입신고 수리되고 관세 납부가 된 물품과 세관 시스템(Asycuda)에 의해 검사를 마친 후 수입 신고 수리되고 관세가 납부된 물품은 반출 가능
-------------	---

(2) 검역제도

라오스의 검역제도는 농림부 산하의 식물검역국, 가축수산물 또는 보건부 산하 식품국등에서 관할하며 농산물 및 축산물, 식품에 대한 검역을 실시하고 있음

- 라오스의 농식품 검역은 수입 전 농림부 산하의 식물검역국, 가축수산물 또는 보건부 산하 식품국 등에서 수입허가증(Import Permit)을 발급받아야 함
 - 각 품목별 검역을 관할하는 부서는 다음과 같음

구분	내용	
일반 농산물 (과일, 채소, 식물, 종자 등)	농림부	식물검역국 (Department of Plant Quarantie)
축산물		가축수산물국 (Department of Livestock and Fisheries)
수산물		가축수산물국 (Department of Livestock and Fisheries)
식품	보건부	식품국 (Department of Food)

* 출처: 라오스 무역포털(Rao PDR Trade portal)

- 한국 농림수산 검역검사 본부는 라오스의 국경 식물검역 능력 향상을 위해 현지 검역관 5명을 초청하여 식물검역기술 교육을 실시한 바 있음
 - 라오스 검역관 초청사업을 통해 관련 분야에 대한 기술 훈련을 실시함으로써 라오스의 국경검역 능력 향상은 물론, 농산물의 생산 및 수출에도 도움을 줄 것으로 기대됨
- 라오스에서도 국민의 안전한 먹거리와 동식물의 건강 및 생명 보호를 위해 검역제도를 실시하고 특정 품목에 수출입 규제제도를 도입하여 관리·감독하고 있음
 - 수입금지 품목을 라오스로 반입하고자 하는 경우 소요 사유를 제출해 관할 부처의 허가를 얻어야 하며, 위반 시 물품은 압류되며 경중에 따라 벌금이 차등 부과됨
 - * 수입 규제 제도 외에 별도의 특별한 제한은 없으나 식품, 동식물을 수입할 경우검역 허가를 받아야 함

(3) 라벨링 규정

□ 라오스 정부는 자국 내에서 유통되는 식품 라벨당에 라오스어 표기를 의무화하도록 《라벨링 규정 NO.2011 / MCDID》을 시행하였으며, 생산 및 제조·유통되는식품에는 본 규정이 적용됨

- 《라벨링 규정》에는 수입제품의 라오스어 라벨은 제품 유형, 수입업체 회사명 및 주소, 연락처 등을 명시하도록 하였으며, 본 규정을 위반하는 제품은 유통이 불가함
 - 라벨링의 기본 언어는 라오스어이나, 라오스·영어, 라오스어·수출 국가 언어로 표기가 가능함
 - * 뚜렷한 색상의 색상과 명확한 글자 크기로 라오스어 라벨을 쉽게 알아볼 수 있어야 함
 - * 보조라벨은 원본 라벨의 정보와 같도록 표기해야 함


라벨링 의무 표기 사항

- | | |
|---------------------|---------------|
| * 제품명 | * 제품 수량 |
| * 제품 유형 | * 순질량 |
| * 제조업체/수입업체가 등록한 상표 | * 제품 성분표 |
| * 제조업체/수입업체 이름과 주소 | * 사용방법 |
| * 원산지 | * 주의사항 |
| * 제품 가격 | * 제조일자 및 유통기한 |

구분	내용
라벨링 규제	<ul style="list-style-type: none"> • 라오스 정부는 소비자를 보호하기 위해 주기적으로 라벨링 규정 준수에 대한 현황조사를 지속적으로 실시할 것이며, 위반 시 벌금 등으로 규제한다고 발표함 <ul style="list-style-type: none"> - 1차 위반 시, 경고 및 위반사항 기록 - 2차 위반 시, 소매업자에게는 50-100만 킵의 벌금, 생산·수입·도매유통업자는 500-700만 킵의 벌금이 부과됨 - 3차 위반 시, 소매업자에게는 100-200만 킵의 벌금이 부과되고 및 라오스어 라벨이미부착된 제품은 입수됨 • 생산·수입·도매업자에게는 700-900만 킵의 벌금 및 기업라이선스 등록 취소 조치가 취해짐 • 라오스어 라벨 부착 여부 관련 라오스 내 주요 생산업체, 조립업체, 제조업자, 수입업자, 도소매 유통업자 등을 대상으로 검사를 실시할 것을 공표함
규제 제외대상	<ul style="list-style-type: none"> • 재수출을 위한 수입 제품, 전시목적의 일시적인 수입제품, 선물 및 기념품, 소비자에게 직접 판매되는 신선농산물 및 조리식품은 라벨링 규제에서 제외됨

* 출처: 라오스 무역포털 (Rao PDR Trade portal)

주요 품목 식품 표기사항 예시

	필수 표기내용	
	1 제품명 2 제품유형 3 상표	코코넛 파인애플 비스킷 과자 V-foods Variety Foods International Co.,LTD
	4 제조업체 이름 및 주소	주소: 44/4 Moo 10 Rama 2Rd, T.Bangforad A.Muang Samutsokom, Thailand 74000
	5 원산지	태국
	6 제품가격	K 39,000
	7 순질량	400gr
	8 제품성분, 향료, 보존제	파인애플 잼 43%, 밀가루 36%, 설탕 %, 타피오카 전분, 쇼트닝, 오일,파인애플 향료, 보존제 밀가루와 아황산염이 함유되었으며
	9 주의사항	계란이 포함된 제품과 제조공정을 함께이용함
	10 제조일자 및 유통기한	별도표기

* 출처: www.shopping-d.com

다. 비관세장벽 관련 이슈 및 현황

(1) 비관세장벽 일반현황

- (주)라오스 미국무역사무소에 따르면, 라오스 비관세 장벽은 주요 그룹 2개로 나뉨.
 - 1.1 수입제한에 관한 규정과 수입허가증에 대한 요청 : 수입물품은 수입허가증 발급 절차에 준수해야 하며 수입허가증 발급 제품은 식품, 사료, 연료, 윤활유, 철강, 인 쇄기, 시청각 장비, 건축 재료, 시멘트, 자동차이며 수입바이어가 허가증을 발급받으 면 라오스에 수입이 가능함.
 - 1.2. 세관 : 컨테이너 하역 후 통관 시 절차가 복잡하며 부피가 큰 제품의 경우 통관이 더욱 까다로움. 최근 Asean 관세목록(The ASEAN Harmonized Tariff Nomenclature)덕분에 세관 절차가 다소 개선되었다고는 하나 여전히 세관 측의 노골적인 요구사항이 많은 것으로 알려짐

(2) 비관세장벽 이슈

- 1번 표는 라오스의 비관세 (NTM : non-tariff measures) 데이터 개요함. NTM에 관한 규정 70개가 있음. NTM 부과된 물품 301개가 있고 라오스 정부가 WTO에 신고된 데이터 12NTM보다 몇배로 많음. 수입세 각항목은 NTM 1개의 영향을 받음.

No.	내용	수량
1	NTM에 관련 규정수	70
2	라오스정부는 WTO에 신고된 규정수	12
3	NTM에 관련 물품그룹	301
4	영향을 받는 제품량 (세금 종류별 HS코드별 조사)	9,558

*출처: Non-tariff Measures in the Lao People's Democratic Republic

TM에 관한 법정서류는 라오스어로 작성되어고 라오스 신문 (Lao Official Gazette)하고 라오스 무역정보청 (Lao Trade Portal)의 홈페이지에 검색가능함.

2016년 4월 Non-tariff Measures in the Lao People's Democratic Republic 보고서에 구체적인 사례를 제시했음. 2012년 6월 4일로 제230/GOL호 동물과 동물로 만든 제품 물류통제 의정서는 동물과 동물로 만든 제품을 수입하려고 하면 사육관리기관에서 수입허가증을 발급되어야 한다고 함. 비관세 장벽 규정이라고 하는데 과세 대상 제품 913항목에 영향을 주고 있음.

이미지 1번: 라오스에 가축 수입 규정

사육을 목적으로 동물을 라오스 PDR로 수입하고자 하는 자연인 또는 법인은 수입동물의 국내 도착예정일 기준으로 최소 15일 전까지 중앙 가축 및 수의 관리당국에 신청서를 제출해야 함.

신청서에는 하기 내용이 포함되어야 함.

1. 도착 예정일
2. 검문소 (designated entry checkpoint)
3. 동물 종류 및 수량
4. 운송 수단
5. 수입동물의 최종 목적지
6. 동물 소유권 증명서
7. 규정에 따라 기타 필요 사항

2번 표: 라오스 정부가 적용된 NTM 301개

코드	NTM 종류	NTM 수량	비율(%)
A	식품안전위생 및 동물검역 방법(SPS)	38	18.6
B	무역에 기술장벽 (TBT)	91	30.2
C	배달 전에 검사 절차 및 기타 절차	14	4.7
D	예방 무역 보호 조치	0	0
E	자동하지 않은 허가증 발급, 쿼터, 금지 및 SPS나 TBT로 인해 수량통제 방법	26	8.6
F	세금과 추가비용 포함 단가 통제 방법	48	15.9
G	재무 방법	2	0.7
H	경쟁력에 영향을 주는 방법	0	0
I	무역에 관한 투자 억제 방법	0	0
J	유통 억제	-	-
K	애프터 서비스 억제	-	-
L	원조 (수출원조 별도)	-	-
M	정부의 소핑 억제	-	-
N	지적 소유권	-	-
O	원산지 추구	-	-
P	수출에 관한 방법	82	27.2
	NTM 총	301	100

* 출처: 2016년 4월 Non-tariff Measures in the Lao People's Democratic Republic

2.2. 인증제도: 라오스에서 물품의 수출입 관련 기준은 2021년 5월 기준 총 397가지가 마련돼 있다. 이 중 144종의 라오스 국가표준은 주로 건설자재, 전기 및 전자제품 등에 적용되며, 국제 인증을 이용한 제품 등록을 인정하기도 한다. 총리실을 비롯한 보건부, 농림부,公安부, 산업부 등 21개 기관이 12가지 범주의 인증 또는 검역 기준을 적용하고 있으며, 라오스의 별도 인증마크 또는 체계는 마련되지 않았지만, 검수품목 20가지, 필수등록품목 21가지, 라이선스 확인 품목 42가지 등 자체 인증 제도를 운영 중에 있음, 이에 라오스 정부는 아세안 경제공동체(AEC) 및 세계시장(WTO)을 통한 교역 활성화를 위해 수입 물품 전체에 대한 국가 표준 및 인증기준 확대를 힘쓰고 있음.