

2023 농식품 수출국가 정보조사 「대만」

2023.12.

1 국가 및 시장정보

1 국가 개황

- 1-1 국가 개관
- 1-2 경제지표
- 1-3 농업현황
- 1-4 FTA 체결현황

2 식품 시장규모

3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

4 식품 시장전망

5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

7 對대만 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

2 식품 유통현황

1 오프라인 유통현황

- 1-1 오프라인 유통채널 규모
- 1-2 오프라인 유통채널 매장 수
- 1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
- 1-4 주요 오프라인 유통채널

2 온라인 유통현황

- 2-1 온라인 유통채널 규모
- 2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
- 2-3 주요 온라인 유통채널

3 유통채널 전망

3-1 오프라인 유통채널 전망

3-2 온라인 유통채널 전망

4 유통채널 연계정보

- 4-1 국가보고서
- 4-2 품목보고서
- 4-3 해외지사 발간 보고서

3 수출품목 및 소비 트렌드

1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비 트렌드

4 수출절차

1 수출입절차

2 통관 및 검역제도

3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

5 비관세장벽

1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

2 인증제도

3 통관거부사례

4 비관세장벽 이슈

6 요약

1 보고서 소개

1 국가 및 시장정보

1.1 | 국가 개황

1.1.1 국가 개관

인구 (2023년 추정치)	23,588,613명, 전 세계 57위
민족구성	한족 95% 이상, 말레이 폴리네시아 원주민 2.3%
언어	중국어, 민난어, 하카 방언, 대략 16개의 토착어
종교 (2005년 추정치)	불교 35.3%, 도교 33.2%, 기독교 3.9%, 민간 종교 약 10%, 무교 또는 불특정 18.2%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 12.22% (남성 1,482,120/여성 1,399,336) 15~64세: 69.72% (남성 8,211,973/여성 8,233,667) 65세 이상: 18.07% (남성 1,922,365/여성 2,339,152)
중위연령 (2020년 추정치)	전체: 42.3세, 전 세계 36위 남성: 41.5세 여성: 43.1세

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.2 경제지표

실질GDP	\$1.143조 (2019년 추정치), 2010년 달러 기준, 전 세계 24위 \$1.113조 (2018년 추정치), 2010년 달러 기준 \$1.083조 (2017년 추정치)
실질GDP 성장률	2.71% (2019년 추정치), 전 세계 149위 2.75% (2018년 추정치) 3.31% (2017년 추정치)
1인당 실질GDP	\$47,800 (2019년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 34위 \$46,600 (2018년 추정치), 2017년 달러 기준 \$45,400 (2017년 추정치)

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	1.8% (2017년 추정치)	농업 인구 비중	4.9% (2016년 추정치)
주요 생산품	쌀, 야채, 돼지고기, 양배추, 가금류, 사탕수수, 우유, 계란, 파인애플, 열대과일 등		

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.4 FTA 체결현황

<대만의 FTA 체결현황>

기체결	협상중	검토중
파나마, 과테말라, ECFA, 니카라과, 뉴질랜드, 싱가포르, 온드라스·엘살바도르, 파라과이, 마셜제도, 에스와이티, 벨리즈	해당사항 없음	해당사항 없음

*주: 2023.10. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

<우리나라와의 FTA 체결현황>

발효	서명/타결	협상중	재개개시 여건조성
해당사항 없음	해당사항 없음	해당사항 없음	해당사항 없음

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

대만 식품 시장은 2018년 424억 달러에서 연평균 4.9% 성장하여 2022년 515억 달러로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2018년 84억 달러에서 연평균 4.1% 성장하여 2022년 98억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 19.1% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2018년 47억 달러에서 연평균 5.6% 성장하여, 2022년 58억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 11.3% 비중을 차지하고 있다.

채소류

채소류 시장규모는 2018년 49억 달러에서 연평균 4.7% 성장하여, 2022년 58억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 11.3% 비중을 차지하고 있다.

<대만 품목별 식품 시장규모(2018~2022)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	42.4	42.2	45.3	49.4	51.5	100.0	4.1	4.9
베이커리 및 곡물류	8.4	8.3	8.8	9.6	9.8	19.1	2.8	4.1
낙농품	4.7	4.7	5.0	5.5	5.8	11.3	6.4	5.6
채소류	4.9	4.8	5.1	5.6	5.8	11.3	4.1	4.7
스낵류	4.3	4.3	4.8	5.3	5.4	10.5	3.2	5.8
편의식품	4.3	4.4	4.7	5.1	5.4	10.5	5.5	5.6
스프레드 및 당류	4.5	4.4	4.7	5.1	5.2	10.2	2.3	3.9
과일 및 견과류	3.5	3.5	3.7	4.0	4.2	8.1	4.0	4.6
수산물	2.8	2.7	2.9	3.2	3.3	6.4	3.8	4.5
육류	2.0	2.1	2.3	2.6	2.8	5.5	8.8	8.9
소스 및 향신료	1.4	1.4	1.4	1.6	1.6	3.1	4.5	4.5
유지류	0.7	0.7	0.8	0.8	0.8	1.6	-3.6	2.3
펫푸드	0.6	0.6	0.7	0.7	0.7	1.4	4.3	4.2
영유아식품	0.4	0.4	0.5	0.5	0.5	1.0	6.1	4.9

*출처: STATISTA

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

대만의 1인당 식품 소비액은 2018년 약 1,789달러에서 연평균 4.8% 성장하여 2022년 2,155달러로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비액은 2018년 약 352달러에서 연평균 3.9% 성장하여 2022년 411달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 19.1% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 소비액은 2018년 약 197달러에서 연평균 5.5% 성장하여 2022년 약 244달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 11.3% 비중을 차지하고 있다.

채소류

채소류 소비액은 2018년 약 204달러에서 연평균 4.5% 성장하여 2022년 약 244달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 11.3% 비중을 차지하고 있다.

<대만 품목별 1인당 식품 소비액(2018~2022)>

(단위: 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	1,789.0	1,775.0	1,902.0	2,072.0	2,155.0	100.0	4.0	4.8
베이커리 및 곡물류	352.3	348.3	368.5	400.2	411.0	19.1	2.7	3.9
낙농품	197.2	196.4	209.7	229.5	244.2	11.3	6.4	5.5
채소류	204.7	203.0	215.5	234.7	244.2	11.3	4.0	4.5
스낵류	182.0	178.5	203.1	220.0	226.7	10.5	3.0	5.6
편의식품	183.1	182.9	195.6	214.6	226.1	10.5	5.4	5.4
스프레드 및 당류	189.4	185.9	196.6	214.0	218.7	10.1	2.2	3.7
과일 및 견과류	146.3	145.1	153.9	167.6	174.2	8.1	3.9	4.5
수산물	115.9	114.8	121.7	132.3	137.4	6.4	3.9	4.3
육류	85.3	87.7	97.0	109.3	118.8	5.5	8.7	8.6
소스 및 향신료	57.4	56.7	60.0	65.1	68.0	3.2	4.4	4.3
유지류	31.3	30.9	32.6	35.4	33.9	1.6	-4.1	2.0
펫푸드	25.5	26.3	28.3	28.9	30.1	1.4	3.8	4.1
영유아식품	18.3	18.6	19.5	20.7	21.7	1.0	4.6	4.3

*출처: STATISTA

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

대만의 1인당 식품 소비량은 2018년 약 611kg에서 연평균 3.9% 성장하여 2022년 약 711kg으로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비량은 2018년 약 171kg에서 연평균 3.1% 성장하여 2022년 194kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 27.3% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 소비량은 2018년 약 95kg에서 연평균 5.9% 성장하여 2022년 120kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 16.9% 비중을 차지하고 있다.

채소류

채소류 소비량은 2018년 약 92kg에서 연평균 2.7% 성장하여 2022년 약 102kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 14.4% 비중을 차지하고 있다.

<대만 품목별 1인당 식품 소비량(2018~2022)>

(단위: kg, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	611.5	599.1	636.0	687.8	711.9	100.0	3.5	3.9
베이커리 및 곡물류	171.7	166.3	175.7	188.6	194.0	27.3	2.9	3.1
낙농품	95.6	95.2	102.3	112.8	120.0	16.9	6.4	5.9
채소류	92.2	88.8	93.2	99.0	102.7	14.4	3.7	2.7
스프레드 및 당류	83.5	82.4	88.1	96.6	97.4	13.7	0.8	3.9
과일 및 견과류	54.3	53.1	55.9	60.5	62.5	8.8	3.4	3.6
스낵류	33.2	32.7	34.5	37.0	38.1	5.3	3.0	3.5
편의식품	29.3	28.8	30.9	33.7	35.5	5.0	5.2	4.9
소스 및 향신료	15.5	15.1	16.0	17.4	18.1	2.5	4.2	4.0
펫푸드	12.5	12.6	13.5	13.8	14.2	2.0	2.9	3.3
육류	8.9	9.1	10.1	11.4	12.3	1.7	8.2	8.5
수산물	8.0	7.9	8.4	9.2	9.4	1.3	2.7	4.2
유지류	6.1	6.0	6.3	6.8	6.4	0.9	-5.7	1.4
영유아식품	1.1	1.1	1.1	1.2	1.2	0.2	3.4	3.4

*출처: STATISTA

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

대만 식품 시장은 2022년 이후 연평균 4.1% 성장하여 2026년 604억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2022년 이후 연평균 3.7% 성장하여 2026년 114억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2022년 이후 연평균 4.3% 성장하여 2026년 69억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

채소류

채소류 시장규모는 2022년 이후 연평균 3.6% 성장하여 2026년 67억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<대만 품목별 식품 시장규모 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	51.5	53.8	56.4	58.4	60.4	100.0	3.4	4.1
베이커리 및 곡물류	9.8	10.3	10.7	11.0	11.4	18.8	3.3	3.7
낙농품	5.8	6.1	6.4	6.6	6.9	11.4	3.9	4.3
채소류	5.8	6.1	6.3	6.5	6.7	11.1	3.1	3.6
편의식품	5.4	5.7	5.9	6.2	6.4	10.6	3.4	4.3
스프레드 및 당류	5.2	5.5	5.8	6.0	6.2	10.2	3.3	4.3
스낵류	5.4	5.5	5.8	6.0	6.1	10.2	2.8	3.2
과일 및 견과류	4.2	4.3	4.5	4.7	4.8	7.9	3.2	3.6
수산물	3.3	3.5	3.7	3.8	4.0	6.6	3.9	5.0
육류	2.8	3.1	3.3	3.5	3.7	6.1	4.5	6.8
소스 및 향신료	1.6	1.7	1.8	1.8	1.9	3.1	3.9	3.8
유지류	0.8	0.9	0.9	1.0	1.0	1.6	3.1	5.1
펫푸드	0.7	0.8	0.8	0.8	0.8	1.4	3.7	3.6
영유아식품	0.5	0.5	0.6	0.6	0.6	1.0	3.5	3.2

*출처: STATISTA

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2022년 대만의 식품 수출액은 약 38억 1,784만 달러로 2021년 대비 12.7% 감소하였다. 그러나 2018년 약 37억 6,504만 달러에서 연평균 0.3% 증가하였다.

對대한민국 수출

대한민국으로의 식품 수출액은 4.7% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 1억 8,022만 달러로 2021년 대비 11.7% 증가하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 7.1% 감소하는 추세를 보인다.

주요 수출국

미국으로의 식품 수출액은 20.4%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 7억 7,770만 달러로 2021년 대비 0.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 15.1% 증가하는 추세를 보인다.

중국으로의 식품 수출액은 13.5% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 5억 1,531만 달러로 2021년 대비 46.5% 감소하였다. 그리고 2018년 이후 연평균 14.4% 감소하는 추세를 보인다.

이 밖에도 **홍콩(11.0%)**, **일본(10.2%)**, **호주(6.7%)** 등으로 식품을 수출하고 있다.

<대만 식품 수출국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	3,765,044	3,909,922	3,747,019	4,371,328	3,817,848	100.0	-12.7	0.3
1 미국	442,358	496,113	565,810	776,283	777,707	20.4	0.2	15.1
2 중국	959,963	1,084,781	956,287	963,987	515,313	13.5	-46.5	-14.4
3 홍콩	385,883	337,156	359,187	435,816	420,365	11.0	-3.5	2.2
4 일본	366,111	434,219	360,323	413,503	389,536	10.2	-5.8	1.6
5 호주	80,771	86,549	111,246	255,901	254,227	6.7	-0.7	33.2
6 베트남	456,003	336,151	239,826	247,228	182,593	4.8	-26.1	-20.5
7 대한민국	241,972	228,029	221,997	161,288	180,225	4.7	11.7	-7.1
8 싱가포르	92,275	97,907	125,683	119,241	130,610	3.4	9.5	9.1
9 말레이시아	109,815	124,679	108,022	140,178	127,957	3.4	-8.7	3.9
10 필리핀	69,783	84,259	76,767	96,366	122,456	3.2	27.1	15.1

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.5.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준 **조제식료품, 빵 기타, 음료 기타, 타피오카, 파스타 기타** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

주요 수출품목

조제식료품 수출액은 20.2% 비중을 차지하며, 2022년 약 7억 7,239만 달러로 2021년 대비 6.8% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 6.3% 증가하는 추세를 보인다.

빵 기타 수출액은 4.9% 비중을 차지하며, 2022년 약 1억 8,517만 달러로 2021년 대비 3.6% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 4.5% 증가하는 추세를 보인다.

음료 기타 수출액은 4.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 1억 6,921만 달러로 2021년 대비 16.1% 감소하였다. 그리고 2018년 이후 연평균 0.1% 감소하는 추세를 보인다.

타피오카 수출액은 2.6% 비중을 차지하며, 2022년 약 1억 63만 달러로 2021년 대비 0.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 16.8% 증가하는 추세를 보인다.

파스타 기타 수출액은 2.1% 비중을 차지하며, 2022년 약 7,961만 달러로 2021년 대비 8.0% 감소하였다. 그리고 2018년 이후 연평균 1.1% 감소하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **쌀(정미)(2.1%), 냉동 채소 기타(2.0%), 위스키류(1.6%)** 등을 수출하였다.

<대만 식품 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	3,765,044	3,909,922	3,747,019	4,371,328	3,817,848	100.0	-12.7	0.3
1 조제식료품	604,534	700,475	679,984	828,644	772,395	20.2	-6.8	6.3
2 빵 기타	155,442	158,163	161,939	192,043	185,177	4.9	-3.6	4.5
3 음료 기타	169,700	173,134	179,435	201,659	169,210	4.4	-16.1	-0.1
4 타피오카	54,066	127,552	81,188	100,068	100,639	2.6	0.6	16.8
5 파스타 기타	83,205	79,328	98,019	86,572	79,619	2.1	-8.0	-1.1
6 쌀(정미)	29,428	48,489	108,782	100,744	79,261	2.1	-21.3	28.1
7 냉동 채소 기타	79,323	83,172	79,610	77,907	77,095	2.0	-1.0	-0.7
8 위스키류	44,199	37,632	42,558	102,884	61,167	1.6	-40.5	8.5
9 증류주 기타	47,889	75,617	95,302	91,609	59,169	1.5	-35.4	5.4
10 동·식물성 유지	37,269	34,795	45,614	52,011	56,228	1.5	8.1	10.8

*주: HS CODE(2106.90, 1905.90, 2202.99, 1903.00, 1902.30, 1006.30, 0710.29, 2208.30, 2208.90, 1518.00)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2022년 대만의 식품 수입액은 약 171억 9,222만 달러로, 2021년 대비 14.2% 증가하였다. 또한, 2018년 약 129억 6,352만 달러에서 연평균 7.3% 증가하였다.

對대한민국 수입

대한민국에서의 식품 수입액은 2.4% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 4억 1,341만 달러로 2021년 대비 10.3% 증가하였다. 또한, 2018년 약 2억 8,386만 달러에서 연평균 9.9% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수입국

미국에서의 식품 수입액은 26.7%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 45억 8,224만 달러로 2021년 대비 17.7% 증가하였다. 또한, 2018년 약 42억 2,130만 달러에서 연평균 2.1% 증가하는 추세를 보인다.

브라질에서의 식품 수입액은 7.4% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 12억 7,516만 달러로 2021년 대비 5.9% 증가하였다. 또한, 2018년 약 3억 7,014만 달러에서 연평균 36.2% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 뉴질랜드(5.7%), 중국(5.3%), 호주(5.2%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<대만 식품 수입국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	12,963,527	12,946,064	12,690,189	15,048,329	17,192,225	100.0	14.2	7.3
1 미국	4,221,308	3,751,031	3,398,761	3,893,948	4,582,246	26.7	17.7	2.1
2 브라질	370,141	925,619	999,136	1,203,769	1,275,167	7.4	5.9	36.2
3 뉴질랜드	772,690	733,738	769,798	843,686	972,535	5.7	15.3	5.9
4 중국	808,576	798,658	819,770	852,407	906,517	5.3	6.3	2.9
5 호주	685,884	615,871	586,131	755,616	900,595	5.2	19.2	7.0
6 일본	683,947	670,942	720,024	862,811	885,206	5.1	2.6	6.7
7 태국	689,654	591,654	538,775	620,186	730,545	4.2	17.8	1.5
8 아르헨티나	72,213	159,902	225,136	413,133	606,423	3.5	46.8	70.2
9 영국	500,068	585,174	487,627	567,533	579,092	3.4	2.0	3.7
10 말레이시아	308,763	289,391	324,942	411,928	532,478	3.1	29.3	14.6
:								
14 대한민국	283,865	304,880	306,022	374,900	413,418	2.4	10.3	9.9

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6.2 수입품목

개요

2022년 수입액 기준 **대두 기타, 옥수수 기타, 조제식료품, 냉동 쇠고기, 위스키류** 등 순으로 큰 수입 비중을 차지하고 있다.

주요 수입품목

대두 기타 수입액은 10.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 18억 5,930만 달러로 2021년 대비 24.3% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 14.8% 증가하는 추세를 보인다.

옥수수 기타 수입액은 10.1% 비중을 차지하며, 2022년 약 17억 4,181만 달러로 2021년 대비 31.7% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 19.5% 증가하는 추세를 보인다.

조제식료품 수입액은 5.0% 비중을 차지하며, 2022년 약 8억 5,900만 달러로 2021년 대비 8.7% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 6.4% 증가하는 추세를 보인다.

냉동 쇠고기 수입액은 4.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 8억 2,088만 달러로 2021년 대비 32.5% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 9.9% 증가하는 추세를 보인다.

위스키류 수입액은 3.3% 비중을 차지하며, 2022년 약 5억 6,486만 달러로 2021년 대비 1.9% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 4.0% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도 **신선 냉장 쇠고기(3.2%), 밀 기타(3.0%), 팜유 기타(1.8%)** 등을 수입하였다.

<대만 식품 수입품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	12,963,527	12,946,064	12,690,189	15,048,329	17,192,225	100.0	14.2	7.3
1 대두 기타	1,070,302	1,026,947	1,039,160	1,496,382	1,859,305	10.8	24.3	14.8
2 옥수수 기타	854,314	978,340	886,651	1,322,338	1,741,813	10.1	31.7	19.5
3 조제식료품	669,946	688,011	674,757	790,111	859,004	5.0	8.7	6.4
4 냉동 쇠고기	561,916	608,553	608,930	619,319	820,881	4.8	32.5	9.9
5 위스키류	482,538	554,300	463,230	554,092	564,865	3.3	1.9	4.0
6 신선 냉장 쇠고기	386,120	372,248	423,205	533,228	542,253	3.2	1.7	8.9
7 밀 기타	317,376	311,931	349,519	376,125	523,152	3.0	39.1	13.3
8 팜유 기타	155,728	130,777	156,412	240,622	317,277	1.8	31.9	19.5
9 절단한 냉동 닭고기	213,436	197,911	229,158	168,791	271,996	1.6	61.1	6.2
10 냉장 돼지고기	211,447	220,453	174,846	187,601	260,562	1.5	38.9	5.4

*주: HS CODE(1201.90, 1005.90, 2106.90, 0202.30, 2208.30, 0201.30, 1001.19, 1511.90, 0207.14, 0203.29)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.7 | 對대만 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2022년 한국산 식품 수출액은 약 4억 8,671만 달러로 2018년 약 3억 6,950만 달러에서 연평균 7.1% 증가하였다.

농산물

농산물 수출액은 65.9% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 3억 2,089만 달러로 2021년 대비 0.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 7.3%의 증가세를 보이고 있다.

임산물

임산물 수출액은 16.2% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 7,870만 달러로 2021년 대비 12.3% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 5.3%의 증가세를 보이고 있다.

수산물

수산물 수출액은 14.0% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 6,791만 달러로 2021년 대비 16.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 4.3%의 증가세를 보이고 있다.

축산물

축산물 수출액은 3.9% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 1,920만 달러로 2021년 대비 40.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 33.7%의 증가세를 보이고 있다.

<한국산 對대만 부문별 수출현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	369,500	366,862	358,257	460,821	486,713	100	5.6	7.1
농산물	241,986	258,388	259,432	318,942	320,896	65.9	0.6	7.3
임산물	64,072	45,251	34,429	70,058	78,700	16.2	12.3	5.3
수산물	57,433	57,164	56,751	58,164	67,917	14.0	16.8	4.3
축산물	6,009	6,060	7,645	13,657	19,201	3.9	40.6	33.7

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

1.7.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준 **라면, 신선 배, 조제식료품 기타, 건조 김, 조미 김** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

수출 성장률이 높은 품목에는 '소스 조제품 기타'와 '라면' 등이 있으며, 2022년 '소스 조제품 기타'는 최근 5년간 연평균 성장률 36.9%를 기록했다. '라면' 역시 같은 기간 동안 연평균 10.8%의 성장률을 보였다.

주요 수출품목

라면 수출액은 6.3%의 비중을 차지하며, 2022년 약 3,045만 달러로 2021년 대비 4.2% 감소하였다. 그러나, 연평균 성장률 2위를 차지하였다..

신선 배 수출액은 4.4%의 비중을 차지하며, 2022년 약 2,118만 달러로 2021년 대비 23.8% 감소하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 0.1% 감소하는 추세를 보인다.

조제식료품 기타 수출액은 4.3%의 비중을 차지하며, 2022년 약 2,097만 달러로 2021년 대비 11.5% 감소하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 5.8% 감소하는 추세를 보인다.

건조 김 수출액은 3.4%의 비중을 차지하며, 2022년 약 1,640만 달러로 2021년 대비 13.9% 증가하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 7.1% 감소하는 추세를 보인다.

조미 김 수출액은 3.0%의 비중을 차지하며, 2022년 약 1,440만 달러로 2021년 대비 7.4% 증가하였다.

<한국산 對대만 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	369,500	366,862	358,257	460,821	486,713	100.0	5.6	7.1
1 라면	20,192	19,924	23,573	31,801	30,454	6.3	-4.2	10.8
2 신선 배	21,281	26,610	26,676	27,806	21,185	4.4	-23.8	-0.1
3 조제식료품 기타	26,611	25,716	23,307	23,707	20,973	4.3	-11.5	-5.8
4 건조 김	22,056	18,137	16,941	14,402	16,409	3.4	13.9	-7.1
5 조미 김	N/A	3,096	9,521	13,405	14,400	3.0	7.4	N/A
6 커피크리머	13,090	9,760	8,178	10,778	13,501	2.8	25.3	0.8
7 신선 배추	11,293	16,047	14,487	15,427	12,990	2.7	-15.8	3.6
8 소스 조제품 기타	3,312	3,923	6,406	10,916	11,650	2.4	6.7	36.9
9 비스킷류	8,536	7,870	8,154	9,818	10,011	2.1	2.0	4.1
10 홍삼(본삼)	9,463	7,767	7,826	5,785	8,458	1.7	46.2	-2.8

*주: HS CODE(1902.30-1010, 0808.30-0000, 2106.90-9099, 1212.21-1010, 2008.99-5010, 2106.90-9010, 0704.90-2000, 2103.90-9090, 1905.90-1040, 1211.20-1391)

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

2

식품 유통현황

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 오프라인 유통채널 규모

개요

대만의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2018년 1조 2,141억 2,400만 대만 달러에서 연평균 3.5% 성장하여 2022년 1조 3,905억 7,900만 대만 달러로 집계되었다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2018년 3,871억 5,500만 대만 달러에서 소폭 감소하여 2022년 3,865억 8,400만 대만 달러로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 27.8% 비중을 차지하고 있다.

편의점

편의점의 규모는 2018년 2,440억 8,100만 대만 달러에서 연평균 4.5% 성장하여 2022년 2,914억 6,500만 대만 달러로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 21.0% 비중을 차지하고 있다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2018년 1,985억 2,300만 대만 달러에서 연평균 6.3% 성장하여 2022년 2,537억 8,200만 대만 달러로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 18.3% 비중을 차지하고 있다.

<대만 오프라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 대만 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	1,214,124	1,258,942	1,326,442	1,355,835	1,390,579	100.0	2.6	3.5
소규모 식료품점	387,155	395,377	391,700	381,282	386,584	27.8	1.4	0.0
편의점	244,081	253,217	272,512	280,985	291,465	21.0	3.7	4.5
슈퍼마켓	198,523	207,752	229,915	245,434	253,782	18.3	3.4	6.3
하이퍼마켓	189,563	199,628	217,308	231,747	243,603	17.5	5.1	6.5
전문 판매점	119,479	122,017	120,882	116,368	109,906	7.9	-5.6	-2.1
창고형 매장	74,400	80,000	93,280	99,241	104,504	7.5	5.3	8.9
포코트리테일러	922	951	845	779	736	0.1	-5.5	-5.5

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

*출처: 「Retail in Taiwan」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

개요

대만의 오프라인 유통채널 매장 수는 2018년 11만 9,879개에서 연평균 0.6% 감소하여 2022년 11만 6,932개로 집계되었다.

소규모 식료품점

소규모 식료품 매장 수는 2018년 9만 683개에서 연평균 1.4% 감소하여 2022년 8만 5,869개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 73.4%를 차지하고 있다.

전문 판매점

전문 판매점 매장 수는 2018년 1만 5,485개에서 연평균 1.0% 감소하여 2022년 1만 4,854개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 12.7%를 차지하고 있다.

편의점

편의점 매장 수는 2018년 1만 892개에서 연평균 4.8% 증가하여 2022년 1만 3,131개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 11.2%를 차지하고 있다.

<대만 오프라인 유통채널 매장수(2018~2022)>

(단위: 개, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	119,879	117,782	117,431	117,230	116,932	100.0	-0.3	-0.6
소규모 식료품점	90,683	88,372	87,506	86,701	85,869	73.4	-1.0	-1.4
전문 판매점	15,485	15,091	14,943	14,904	14,854	12.7	-0.3	-1.0
편의점	10,892	11,429	12,082	12,620	13,131	11.2	4.0	4.8
슈퍼마켓	2,473	2,545	2,561	2,669	2,758	2.4	3.3	2.8
포코트리테일러	196	198	194	191	176	0.2	-7.9	-2.7
하이퍼마켓	137	134	132	131	130	0.1	-0.8	-1.3
창고형 매장	13	13	13	14	14	0.0	0.0	1.9

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

*출처: 「Retail in Taiwan」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

①7-Eleven

Seven & I Holdings Co Ltd 소속으로, 2022년 12.5%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 1.6% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 1.4% 증가하였다.

②PX mart

Chyuan Lien Enterprise Co Ltd 소속으로, 2022년 11.4%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 1.8% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 5.2% 증가하였다.

③Costco

Costco Wholesale Corp 소속으로, 2022년 7.5%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 2.7% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 5.4% 증가하였다.

④Family Mart

FamilyMart Co Ltd 소속으로, 2022년 6.2%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 1.7% 증가하였다.

⑤Carrefour

Carrefour SA 소속으로, 2022년 3.6%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 2.9% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 0.9% 증가하였다.

<대만 오프라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 7-Eleven	12.0	12.1	12.3	12.5	1.6	1.4
2 PX Mart	9.8	10.4	11.2	11.4	1.8	5.2
3 Costco	6.4	7.0	7.3	7.5	2.7	5.4
4 Family Mart	5.9	6.1	6.2	6.2	0.0	1.7
5 Carrefour	3.5	3.5	3.5	3.6	2.9	0.9
6 Carrefour Market	1.7	1.7	2.5	2.4	-4.0	12.2
7 RT Mart	-	-	-	1.7	N/A	N/A
8 Hi-Life	1.6	1.7	1.7	1.7	0.0	2.0
9 a.mart	1.1	1.1	1.1	1.1	0.0	0.0
10 Simple Mart	1.0	0.9	0.9	1.0	11.1	0.0

*출처: 「Retail in Taiwan」(유로모니터)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	7-Eleven	창립연도	1927년
	점유율	12.5%	브랜드 국적	미국
	웹사이트	www.7-11.com.tw	매장 수	6,694개
	<ul style="list-style-type: none"> - 편의점 브랜드로, Seven & I Holdings Co Ltd 산하 브랜드 - 온수 제공, 테이블 및 의자 구비, Ibon 티켓예약기 및 ATM기 구비, 전기세 및 통신요금 등 각종 청구 비용 지불, 문서 복사, 책등 각종 서비스 제공 - 일본의 차, 애니메이션 등의 문화 요소에 호의적인 대만인들을 겨냥한 마케팅 - 채식 식품 브랜드 '티엔수디슈(天素地蔬)'와 저칼로리 식품 브랜드 '심플 핏(Simple fit)'을 출시하는 등 건강을 강조한 간편식 제품 및 자체 브랜드 확대 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in taiwan」(유로모니터), 대만 7-Eleven 홈페이지(www.7-11.com.tw), 7-Eleven 소셜미디어 계정

	브랜드명	PX Mart	창립연도	1998년
	점유율	11.4%	브랜드 국적	대만
	웹사이트	www.pxmart.com.tw	매장 수	1,171개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, Chyuan Lien Enterprise Co Ltd 산하 브랜드 - 자체 신선 식품 공장 및 유통 센터를 구축하는 등 신선식품 카테고리를 확장해나가고 있음 - 가정 내 식사를 장려하기 위해 주방용품 증정하는 포인트 적립 제도를 시행함 - 자체 모바일 결제 수단인 PX페이(PX pay) 출시 - 대만 전역에 매장 위치해 있으며, 편의점 형태의 아이마트(I Mart)도 함께 운영 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in taiwan」(유로모니터), 대만 PX Mart(www.pxmart.com.tw), PX Mart 소셜미디어 계정

	브랜드명	Costco	창립연도	1976년
	점유율	7.5%	브랜드 국적	미국
	웹사이트	www.costco.com.tw	매장 수	14개
	<ul style="list-style-type: none"> - 창고형 매장 브랜드로, Costco Wholesale Corp 산하 브랜드 - 식료품, 전자기기, 의류, 가구, 서적, 타이어 등 다양한 제품군 판매 - 회원제로 운영 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in taiwan」(유로모니터), 대만 Costco 홈페이지(www.costco.com.tw), Costco 소셜미디어 계정

	브랜드명	Family Mart	창립연도	1978년
	점유율	6.2%	브랜드 국적	일본
	웹사이트	www.family.com.tw	매장 수	4,091개
	<ul style="list-style-type: none"> - 편의점 브랜드로, FamilyMart Co Ltd 산하 브랜드 - 가공식품, 음료류, 스낵류, 주류, 유제품, 신선식품, 생활용품, 문구류 등의 다양한 상품 입점 - 자사 모바일 앱을 통해 다양한 14종의 식재료로 구성된 채소 상자를 판매함 - 매일 다른 구성으로 업데이트되며, 앱을 통해 주문 및 지불하고 매장에서 제품을 수령할 수 있음 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in taiwan」(유로모니터), 대만 Family Mart 홈페이지(www.family.com.tw), Family Mart 소셜미디어 계정

	브랜드명	Carrefour	창립연도	1989년
	점유율	3.6%	브랜드 국적	프랑스
	웹사이트	www.carrefour.com.tw	매장 수	68개
	<ul style="list-style-type: none"> - 대형유통매장(하이퍼마켓) 및 창고형 매장 브랜드로, Carrefour SA 산하 브랜드 - 각종 채소·과일·소스류 11종을 담은 신선 식품 상자 및 유기농 과일과 채소로만 구성된 '유기농 과채 상자 출시 - '대만 데어리팜'을 인수하여 대만 내에서의 영향력 확대 추진 - 셔틀버스, 커피 제공, 전기 스쿠터 충전, 세차, ATM기 등의 서비스 제공(매장별 상이) - 온라인 사이트 또한, 함께 운영 중인 옴니채널 방식 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in taiwan」(유로모니터), 대만 Carrefour 홈페이지(www.carrefour.com.tw), Carrefour 소셜미디어 계정

2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2022년 대만의 식품 온라인 시장 규모는 469억 7,000만 대만 달러 규모로 전년 대비 8.0% 성장했으며 최근 5년간 연평균(CAGR) 14.8% 성장했다.

<대만 온라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 대만 달러, %)

2018	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
27,086	29,364	34,878	43,482	46,970	8.0	14.8

*출처: 「Retail in Taiwan」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 점유율 규모

① Shopee Mall Marketplace

Sea Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 21.4%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 29.7% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 38.8% 증가하였다.

② Momo Shop Marketplace

Fubon Group에서 운영하는 사이트로, 2022년 19.5%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 8.9% 증가 하였고, 2019년 대비 연평균 9.4% 증가하였다.

③ Yahoo! Buy Marketplace

Yahoo! Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 9.5%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 2.2% 증가한 반면, 2019년 대비 연평균 1.0% 감소하였다.

④ PChome

PChome Online Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 5.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 6.5% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 8.6% 감소하였다.

⑤ PChome 24h Shopping

PChome Online Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 3.9%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 7.1% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 7.9% 감소하였다.

<대만 온라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Shopee Mall Marketplace	8.0	13.1	16.5	21.4	29.7	38.8
2 Momo Shop Marketplace	14.9	16.5	17.9	19.5	8.9	9.4
3 Yahoo! Buy Marketplace	9.8	9.8	9.3	9.5	2.2	-1.0
4 PCHome	7.6	7.0	6.2	5.8	-6.5	-8.6
5 PChome 24h Shopping	5.0	4.7	4.2	3.9	-7.1	-7.9
6 7-Eleven	2.5	2.2	1.9	1.9	0.0	-8.7
7 Rakuten Marketplace	-	-	1.4	1.5	7.1	N/A
8 Books	2.1	1.8	1.5	1.4	-6.7	-12.6
9 Viva	3.3	2.5	1.8	1.4	-22.2	-24.9
10 U-Mall	2.0	1.7	1.4	1.2	-14.3	-15.7

*출처: 「Retail in Taiwan」(유로모니터)

2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	Shopee Mall Marketplace	운영업체	Sea Ltd
	점유율	21.4%	웹사이트	shopee.tw
<p>사진</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sea Ltd에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 종합 쇼핑몰로, 가공 및 신선식품 등 각종 식품류뿐만 아니라 가전, 의류, 가구 등의 일반 제품들까지 판매하고 있음 - 세븐일레븐, 오케이마트, 패밀리마트 등의 편의점 오프라인 매장 물류센터와의 제휴를 통해 편의점에서 주문 상품 수령 가능 			
			사이트 화면	사이트 내 식품 카테고리

*출처: 대만 Shopee Mall 홈페이지(shopee.tw), Retail in taiwan(유로모니터)

	사이트명	Momo Shop Marketplace	운영업체	Fubon Group
	점유율	19.5%	웹사이트	www.momoshop.com.tw
<p>사진</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Fubon Group에서 운영하는 B2C 및 B2B2C(오픈마켓) 전자상거래 플랫폼 - 종합쇼핑몰로, 냉동 및 신선식품 등의 식품 전반뿐만 아니라 운동기기, 의류, 주방용품, 서적 등의 일반 제품들까지 판매하고 있음 - 자체 홈쇼핑 호스트 및 인기 인플루언서를 내세운 온라인 실시간 방송 판매 - 제휴 신용카드인 '모모카드' 출시하여 고객에게 각종 혜택 제공 			
			사이트 화면	사이트 내 식품 카테고리

*출처: 대만 Momo Shop 홈페이지(www.momoshop.com.tw), Retail in taiwan(유로모니터)

	사이트명	Yahoo! Buy Marketplace	운영업체	Yahoo! Inc
	점유율	9.5%	웹사이트	tw.buy.yahoo.com
	<ul style="list-style-type: none"> - Yahoo! Inc에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 식품뿐만 아니라 전자기기, 미용 및 의류, 악세사리, 부티크, 가구 등의 수백만 개가 넘는 판매제품 보유 - Daily Good Deals, Flash Deals 등 다양한 특별 채널과 다양한 쿠폰 할인을 통해 인기제품 및 한정 할인 혜택 제공 - 업계 최초로 선보였던 이미지 검색 쇼핑 기능을 강화하고 딥러닝기반 맞춤형 상품 추천 서비스 제공 - App 이용 시, 30분 이내로 고객문의에 답변 제공, 슈퍼마켓 픽업 서비스 적용 			
	사진			
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처: 대만 Yahoo! Buy 홈페이지(tw.buy.yahoo.com), Retail in taiwan(유로모니터)

2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

대만의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2022년 1조 3,905억 7,900만 대만 달러에서 연평균 1.7% 성장하여 2026년 1조 4,856억 6,800만 대만 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2022년 3,865억 8,400만 대만 달러에서 연평균 0.9% 감소하여 2026년 3,721억 1,400만 대만 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

편의점

편의점의 규모는 2022년 2,914억 6,500만 대만 달러에서 연평균 4.2% 성장하여 2026년 3,438억 6,300만 대만 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2022년 2,436억 300만 대만 달러에서 연평균 2.2% 성장하여 2026년 2,657억 4,400만 대만 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<대만 오프라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 대만 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	1,390,579	1,412,458	1,438,067	1,461,769	1,485,668	100.0	1.6	1.7
소규모 식료품점	386,584	380,588	377,542	374,924	372,114	25.0	-0.7	-0.9
편의점	291,465	302,880	315,334	328,949	343,863	23.1	4.5	4.2
하이퍼마켓	243,603	249,833	255,585	260,880	265,744	17.9	1.9	2.2
슈퍼마켓	253,782	256,843	258,449	259,581	260,958	17.6	0.5	0.7
전문 판매점	109,906	113,407	116,659	119,669	122,448	8.2	2.3	2.7
창고형 매장	104,504	108,126	113,673	116,899	119,636	8.1	2.3	3.4
포코트리테일러	736	782	826	867	906	0.1	4.5	5.3

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

*출처: 「Retail in Taiwan」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

대만의 온라인 식품 유통채널 시장규모는 2022년 이후 5년간 연평균 2.9%로 성장하여, 2026년 526억 7,700만 대만 달러에 이를 것으로 전망된다.

<대만 온라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 대만 달러, %)

2022	2023	2024	2025	2026	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
46,970	46,195	48,582	50,752	52,677	3.8	2.9

*주: 온라인 유통채널의 경우 식품 온라인 유통채널(food e-commerce)을 기준으로 작성

*출처: 「Retail in Taiwan」(유로모니터)

■ 2.4 | 유통채널 연계정보

2.4.1 국가보고서

대만 식품 유통구조	<ul style="list-style-type: none"> - 유통 현황 및 특징 <ul style="list-style-type: none"> · 유통시장 규모 · 유통채널 동향 - 기본 유통구조 <ul style="list-style-type: none"> · 도매 유통 · 소매 유통 · 수입산 농식품 유통 특성
대만 주요 유통 채널 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 오프라인 유통채널 유형 <ul style="list-style-type: none"> · 주요 유통채널: ①백화점, 슈퍼마켓 ②대형유통매장 및 창고형 매장 ③편의점 ④백화점 - 온라인 유통채널 유형

· 전자상거래

2.4.2 품목보고서

대만 가공식품 유통정보 (2023.08)	[곡물쉐이크] - 대만 유통채널 점유율 - 대만 가공식품의 주요 유통채널 · 주요 유통채널: ①한신쇼핑플라자 ②한귀왕 ③한제 ④모모샵 ⑤쇼피 타이완 ⑥왓슨스 ⑦포야
대만 건강기능식품 유통정보	
대만 신선식품 유통정보 (2023.03)	[유정란] - 대만 유통구조 및 현황 · 대만 유정란 유통구조 - 주요 유통채널 분석 · 주요 유통채널: ①슈퍼마켓 ②하이퍼마켓 ③드럭스토어 ④온라인, 슈퍼/하이퍼 마켓(PX-Mart, Simple Mart, Costco, Carrefour) ⑤드럭스토어(POYA, Watsons) ⑥한인마트(한꺼우왕, 한제) ⑦온라인(Momo Shop, Shopee)

2.4.3 해외지사 발간 보고서

대만 유통채널 개요 (2023.10)	- 대만 시장규모 · 유통채널 매출 규모 · 농식품 유통규모 내 점유율 현황 및 전망 · 규모 증감 사유 - 코로나 전후 대만 시장 소비 트렌드 · 주요 이용 소비자층의 변화 · 외식 동향 변화 · 한국 제품 및 한식에 대한 인식 변화
대만 유통채널별 대표 업체 현황 (2023.10)	- 대만 유통업체 현황 · 업체 수, 매출 규모 · 주요 업체별 특징 · 코로나 전후 유통업체별 점유율 변화 및 대응 방안 - 대만 유통업체 운영 현황 · 마케팅 / 프로모션 방식
대만 농식품 입점 현황 (2023.10)	- 대만 내 수입산 농식품 입점 현황 · 수입산 농식품 입점 현황 · 수입산 농식품 인기 품목 및 이유 - 대만 내 수입산 농식품 입점 현황 · 한국산 농식품 입점 품목 · 한국산 농식품 인기 품목 및 이유
대만 유통채널 활용 방안 (2023.10)	- 대만 식품 입점 규정 · 오프라인 유통채널 입점 자격 및 절차, 사후관리 · 전자상거래 온라인 플랫폼 입점 자격 및 절차 - 대만 식품 입점 시 유의 사항 · 입점 시 유의 사항 · 입점처별 특이사항 - 대만 유망 품목 및 한국 중소기업의 진출전략 · 대만 유망 품목 · 대만 진출전략

3

수출품목 및 소비 트렌드

3.1 | 수출품목

3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

3.1.2 한국산 수출품목

① 곡물 셰이크(현지시장 이슈품목)

시장현황

아침 식사와 건강에 대한 관심이 증가하면서, 대만 소비자들 사이에서는 나트륨, 지방, 첨가물이 많은 제품 대신에 천연 보존제와 유기농 재료로 만든 제품의 선호도가 증가하였다. 이러한 추세는 곡물 셰이크 시장에서 특히 두드러지며, 해당 제품들은 체중 감량과 다이어트에 효과적이라고 인식되고 있다. 특히 MZ세대 사이에서는 곡물 셰이크가 담백하고 고소한 맛을 제공하며 한 끼 식사로도 충분한 만족감을 준다는 점에서 인기를 얻고 있다.

시사점

곡물 셰이크는 주로 보리, 현미, 백태 등을 우유나 두유와 혼합해 식사 대용이나 다이어트 목적으로 섭취되고 있다. 한국산 제품이 대만 곡물 셰이크 시장에 진출하기 위해서는 제품의 간편성과 건강 증진 효과를 강조하고, 단백질 바나 시리얼 등 다른 제품들과의 콜라보레이션을 통한 차별화된 마케팅 전략이 필요하다. 이는 대만 시장에서의 성공적인 진출과 성장을 위한 중요한 요소로 작용할 것으로 보인다.



*출처: <https://shopee.tw>

▶ 출처

2023 수출기업 맞춤형 조사 곡물 셰이크, 한국농수산물유통공사

② 스낵(수출상위 품목)

시장현황

새로운 맛을 지속적으로 탐색하는 대만 소비자는 최근 한국 스낵류에 주목하고 있다. 한국 콘텐츠가 큰 인기를 끌면서 이를 통해 접한 스낵류 제품에 관심을 보이는 가운데, 매운맛 스낵, 김치맛 스낵 등 독특하고 차별화된 한국산 제품이 소비자의 눈길을 사로잡았다.

최근 대만 스낵 시장에서 주목할 만한 트렌드 중 하나는 브랜드 간 협업이다. 예를 들어, 스낵류 브랜드인 피 크래커(Pea Crackers)는 타이완 비어(Taiwan Beer) 맥주 브랜드와 협력하여 맥주와 잘 어울리는 크래커 3종을 출시했는데, 이 중에는 한국 김치맛 제품이 포함되어 소비자들의 관심을 끌었다.

시사점

코로나로 인해 최근 몇 년간 대만 소비자들의 스낵류 소비 선호도가 변화됨에 따라 이에 많은 간식 브랜드들도 발빠르게 대응하고 있다. 특히 스낵 수요가 높은 젊은 소비자 사이에서 빠르게 변화하는 트렌드를 캐치하는 것이 무엇보다도 중요할 것으로 보인다.



*출처: <https://shopee.tw>

▶ 출처

2022. 11. 29. 해외시장동향, 대만 내 간식시장 소비 트렌드, 한국농수산물유통공사

③ 건강보조식품(수출상위 품목)

시장현황

글로벌 시장조사업체 유로모니터에 따르면, 대만 건강보조식품 시장규모는 2022년 기준 약 924억 대만달러 규모로 추산되며 2017년부터 2022년까지 연평균 4.4%의 성장률을 기록하였다.

대만의 건강보조식품 시장에서 특이할 점은 젊은 소비자 비율이 급부상하고 있다는 점이다. 25세에서 40세 사이 연령대의 소비자가 전체 건강보조식품 소비자의 39% 비중을 차지한다. 해당 연령대의 소비자들은 미백, 디톡스, 근육 증가, 지방 감소 등 기능에 큰 관심을 보이는 큰 것으로 조사되었다. 또한, 최근 눈 건강과 보호 제품에 대한 수요가 증가하고 있으며, 수면 장애와 관련한 제품도 인기를 끌고 있다. 여성 건강기능식품 시장은 연간 9%의 성장률을 보이고 있으며, 노령층을 위한 건강기능식품 시장도 증가 추세에 있다.

시사점

코로나19 이후 영양보충과 건강기능식품에 대한 소비자들의 관심이 증가하고 있으며 이러한 변화는 특히 젊은 소비자 계층에 두드러지게 나타나고 있다. 이에 따라 브랜드 이미지, 품질, 신뢰도가 소비 결정에 큰 영향을 미치게 될 것으로 예상되며 세분화된 건강기능제품의 개발과 다양한 고객 수요에 부응하는 제품 및 서비스의 제공이 중요해지고 있다. 건강기능식품의 소비가 온라인으로 활성화됨에 따라, 젊은 소비자층에 맞춘 창의적인 마케팅 전략과 새로운 제품 이미지 구축이 현지 제품과의 차별화를 모색하는 데에도 중요한 요소가 될 것이다.

		
건강보조식품	건강보조식품	한국 건강보조식품

*출처: <https://shopee.tw>

▶ 출처

2022년 대만 건강기능식품시장 트렌드 및 전망, 한국농수산물유통공사
2021 해외시장 맞춤 조사 대만 조제품 보고서, 한국농수산물유통공사

④ 간편조리식품(수출상위 품목)

시장현황

2021년 대만의 간편조리식품 시장 총매출액은 약 473억 대만달러로, 전년 대비 4.2% 증가하였다. 냉동 간편식은 전체 간편조리식품 시장의 64.7% 비중을 차지하는 주요 제품군이며, 뒤이어 상온 간편식의 점유율이 높은 것으로 나타났다. 코로나19 기간 동안 냉동 및 상온 간편식 매출액이 꾸준히 증가한 반면, 냉장 간편식 매출액은 감소하였는데 이는 보관 편의 및 장기 보존 식품에 대한 수요 증가와 관련이 있다.

대만의 시장조사업체 GO SURVEY가 실시한 설문조사에 따르면, 대만 소비자의 98%가 간편조리식품을 구매한 경험이 있으며, 70% 이상의 소비자는 일주일에 한 번 이상 간편조리식품을 구매한다고 응답하였다. 품목별로는 냉동식품을 가장 많이 구매하였으며, 냉장 간편식, 캔 포장 식품, 레토르트식품, 전자렌지 조리식품 순으로 인기 있는 것으로 나타났다. 소비자들은 조리식품 구매의 주된 이유로 '편리함 및 시간 절약'을 꼽았다.

시사점

대만의 간편 조리식품 시장은 코로나19 이후 눈에 띄게 성장하였다. 특히 보관이 용이하고 유통기한이 긴 냉동 간편식과 상온 간편식의 수요가 증가하였다. 핵가족, 1인 가구, 맞벌이 가정의 증가는 시장의 지속적인 성장을 예고하고 있다.

이런 다양한 소비층을 겨냥한 맛, 편의성, 가격 등 소비자 선호도가 높은 제품군을 구성한 제품개발과 철저한 품질 관리와 식품 안전을 강조한 마케팅 전략이 필요할 것으로 보인다.



*출처: <https://shopee.tw>

▶ 출처

2022 지구촌 리포트 123호, 한국농수산물유통공사

⑤ 라면(수출상위 품목)

시장현황

2020년 기준 대만 라면 시장규모는 전년 대비 7% 성장한 한화 약 6,562억 원 수준으로, 이는 한국 라면시장의 약 25%에 해당한다. 2021년 이후 5년간 연평균 4%씩 성장하여 2025년에는 시장규모가 한화 약 7,850억 원에 이를 것으로 전망된다. 또한, 최근 대만 라면시장에서는 프리미엄 제품을 선호하는 경향을 보이면서 상대적으로 건강한 이미지를 형성한 건면 제품에 주목하고 있다.

한국 라면은 대만에서도 인기를 끌고 있는데, 최근 전 세계적으로 확산된 K-콘텐츠의 인기뿐만 아니라 다양한 제품군과 특유의 맛으로 대만 소비자를 사로잡았다.

시사점

대만 라면시장은 새로운 맛에 대한 소비자들의 높은 수요와 관심으로 인해 변화하고 있다. 인공 첨가물 사용을 줄이고 요리의 편의성을 강화한 건면을 활용한 볶음면 형태의 제품들이 시장을 주도하고 있으며, 이러한 변화의 중심에는 젊은 세대가 주요 타겟 그룹으로 자리 잡고 있다. 이에 따라 온라인 마케팅 전략의 강화가 필요할 것으로 보이며, 기존에 없던 식재료 활용, 풍부한 건더기의 양, 새로운 맛, 면의 고급화 등을 통해 차별화된 프리미엄 제품에 집중할 필요가 있다.



*출처: <https://shopee.tw>

▶ 출처

Pasta Tense-The War Over Instant Noodles, Taiwan Panorama

■ 3.2 | 소비 트렌드

① 비건 아이스크림, 맛과 건강을 잡다.

이슈 배경

전 세계적으로 채식주의 소비자가 증가하는 가운데, 2022년 대만의 채식 인구는 약 330만 명으로 추산되며, 잠재적인 채식 소비자를 포함할 경우 약 700만 명으로 추정된다.

채식주의 소비자를 대상으로 한 채식 및 식물성 식품 연구개발이 활발하며, 2023년 대만의 홍광과학기술대학교에서는 진균단백질을 이용한 혁신적인 비건 아이스크림 및 베이커리 제품 개발에 성공했다. 이러한 개발은 채식주의자들은 물론, 환경 보호에 관심이 높은 소비자들 사이에서 큰 관심을 불러 일으키고 있다.

이슈 내용

새롭게 개발된 비건 아이스크림은 전통적인 바닐라 우유 아이스크림과 유사한 맛을 제공하면서 부드러운 식감이 특징이다. 더불어 개발된 비건 토스트는 기존 토스트보다 더 부드럽고 탱탱한 식감을 제공한다는 점에서 주목받고 있으며, 해당 제품들은 긴 유통기한으로 실용성 또한, 높은 것으로 평가받고 있다.

비건 식품에 대한 수요가 증가함에 따라, 대만의 비건 아이스크림 혁신은 한국산 비건 식품에 새로운 기회를 제공할 수 있다. 한국에서도 비건 식품의 개발과 투자에 주목해야 하며, 특히 건강과 웰빙에 중점을 둔 제품군을 확장하는 방향으로 시장 개척이 필요하다. 예를 들어, 식물성 재료를 활용한 건강 음료나 스낵 제품은 건강을 중시하는 소비자들 사이에서 인기를 끌 수 있다. 또한, 지속 가능한 원료 사용과 환경 보호 메시지를 강조하는 마케팅 전략도 고려해볼 수 있다. 이러한 전략을 통해 한국산 비건 식품은 글로벌 시장에서의 입지를 강화하고, 수출 확대를 도모할 수 있을 것이다.

▶ 출처

2023. 8. 22 해외시장 동향, 달걀과 우유를 대체하는 채식 아이스크림 개발, 한국농수산물유통공사
8 AAPI-Owned Ice Cream Shops Nationwide Serving Vegan Scoops, VegOut

② 현대적 소비성향 반영 미니수박 인기

이슈 배경

최근 대만에서는 유기농업 재배기술에 따라 미니 수박 “미니볼(Miniball)”이 개발 및 출시되어 큰 인기를 끌고 있다. 해당 신품종 수박은 야구공 크기로 무게는 550~650그램에 불과하여, 수박을 간편하게 섭취할 수 있는 장점으로 인해 품절대란을 일으킬 정도로 인기를 얻고 있다.

이슈 내용

대만 내 미니볼 수박의 인기는 과일 소비 트렌드에 중요한 변화를 시사한다. 미니볼은 전통적인 수박의 크기와는 대조적으로 야구공 크기로 개발되었으며, 이는 소비자들이 소형화된 과일을 선호하는 현대적 소비 경향을 반영한다. 당도 9~11 브릭스를 자랑하는 미니볼은 시원하고 과육이 가득하며, 껍질이 얇고 아삭해 과육과 함께 먹을 수 있는 것이 특징이다. 이러한 특성은 소비자들에게 새로운 식감과 맛의 경험을 제공한다. 또한, 보존성이 우수하여 3주간 신선한 상태를 유지할 수 있어 소비자의 큰 관심을 받고 있다.

과거에는 과일 크기가 구매의 주요 고려요인으로 작용한 바 있으나, 최근에는 가구 규모가 줄고 1인가구가 급속하게 증가하는 등 사회적 변화로 인해 식생활 트렌드 역시 변화하며 부담 없이 섭취할 수 있는 작은 크기의 과일이 주목받고 있다.

이에 따라 대만 과일시장 진출 시 현지 트렌드에 적합한 품종 개발 또는 발굴과 마케팅 전략 수립이 필요할 것으로 보인다.

▶ 출처

2023. 8. 11 해외시장동향, 대만 미니 수박 인기, 한국농수산물유통공사

③ 한류 콘텐츠가 견인하는 한식의 부상

이슈 배경

최근 'Social Lab'의 빅데이터 분석 결과에 따르면 대만 소비자들 사이에서 한식의 인기가 높아지고 있으며, 이는 한국 드라마와 K-POP 등 한류 콘텐츠의 영향에 기인한 것으로 조사되었다.

이슈 내용

대만 내 한식 인기의 시작에는 치맥(치킨과 맥주) 문화가 있다. 한국 드라마가 대만에서 큰 인기를 끌면서, 드라마에 등장한 치맥이 대만 소비자 사이에서도 큰 인기를 끈 것이다. 현지 소비자들은 한국식 후라이드 치킨의 매력으로 다양한 소스와 바삭한 튀김을 꼽았다.

글로벌 OTT 등을 통해 한국 콘텐츠 열풍을 일으키면서 한식에 대한 관심 역시 다시 뜨거워지고 있으며, Social Lab에 따르면 태국 음식, 미국 음식 등을 제치고 한국음식이 이국적인 요리 중 1위를 차지하였다. 또한, 식력(食力)의 설문조사에 따르면, 대만 소비자 중 97.5%가 한국 음식을 선호한다고 답했다. 다양한 맛과 종류의 선택지가 개인 취향을 만족시킬 수 있어 한식에 대한 인기가 높은 것으로 나타났다. 대만 소비자들은 한국 음식점을 선택할 때 주방장이 한국인인지, 식재료가 한국산인지를 중요하게 여기는 것으로 조사되었다.

이러한 인기에 부합하여 한식을 이용한 제품 개발과 한국식을 강조한 마케팅 전략을 통해 경쟁력을 강화할 수 있을 것으로 예상된다.

▶ 출처

2022. 12. 30. 해외시장동향, 미식의 천국 대만, 대만 소비자가 가장 좋아하는 음식은 한식, 한국농수산물유통공사
2022. 6. 30 해외시장동향, 대만 소비자 10명 중 7명 매달 1회 이상 한국음식 섭취, 한국농수산물유통공사

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입요건 파악	· 수출 품목에 대한 대만의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악	국내 수출업체
수출신고 및 운송수단 선적	· 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 전자적으로 세관에 제반서류 제출 · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수리된 날로부터 30일 이내에 운송수단에 선적 완료	국내 수출업체
수입자 등록	· 식품 수입 전 대만 관세청에 기업 정보 등록 필요	대만 수입업체
수입신고	· 도착 후 15일 이내 관할 세관에 수입신고서 및 제반서류 제출 제출서류: ①수입신고서 ②상업송장 ③포장명세서 ④운송서류 ⑤원산지증명서 ⑥위생증명서 등	대만 수입업체
수입검사	· 대만 도착 15일 전 'Trade Van 시스템' 을 통해 입국항의 검사기관에 수입검사 신청 필요 · 수입신고 시 제출한 서류 내용에 따라 통관채널 구분 - 통관채널: ①서류원본검사 및 화물검사 면제 ②서류원본검사 ③서류원본검사 및 화물검사 - 화물검사: ①배치별 검사 ②무작위 배치 검사 ③강화 무작위 배치 검사 - 그 외 검사: ①인증서 검사 ②감독 검사 · 검사 합격 시 식품수입허가증 발급	대만 수입업체
관세 납부 및 반출	· 납부고지서 발급 후 14일 이내 관세 납부 · 납부 완료 후 물품 반출 가능	대만 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출 통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

품목별 수입요건 파악	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출 품목에 대한 대만의 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 · 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함
원산지증명서 발급	<ul style="list-style-type: none"> ● 대만은 특정 농산물에 대해 원산지 증명서를 의무 제출하도록 하는 규제 시행 · 대만 경제부 국제무역국은 △파 △마늘 △표고버섯 등의 특정 품목에 한해 원산지 증명서 의무제출 제도를 운영함 · 대한상공회의소를 통해 발급받을 수 있음

▶ 국내 수출통관 절차

수출신고	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수 · 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음 · 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행 <p style="text-align: center;"><수출신고 수리 유형></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>· 서류 심사 후 수리</td> <td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td> </tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td> <td>우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td> </tr> <tr> <td>· 자동 수리</td> <td>세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함 · 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함 	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						
수출검역	<ul style="list-style-type: none"> ● 대만은 대만 당국과의 합의된 요건이 있거나, 수입업체가 요구하는 경우 특정 품목에 대해 수출검역 신청 필요 · 대만으로 △사과 △배 △복숭아 등 수출 시 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함 · 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함 <p style="text-align: center;"><수출검역 신청 시 제출 서류></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">식물검역</td> <td> ①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우) </td> </tr> </table>	식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)				
식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)						

	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 20%;">축산물검역</td> <td> ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) </td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출 상대국의 검역요건에 적합하는지 여부를 검사함 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음 	축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)
축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)		
<p>운송수단 선적</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요 · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함 		

②대만 수입제도 및 통관·검역 절차

▶대만 수입통관 제도

<p>개요</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 통관 업무 담당 기관은 재정부(財政部, Ministry of Finance, R.O.C)이며, 관무서(關務署, Customs of Administration)에서 관세 제도를 담당하고 있음 · 관무서는 수입품 관세 부과, 통관 관리, 밀수 및 부정수출입 단속, 보세구역 관리, 무역통계 등 업무 담당으로 타이베이(台北)·지룽(基隆)·타이중(台中)·가오슝(高雄) 등 4개의 세관을 관리하며, 각 세관 산하 10개 분국(分局)·지국(支局)으로 나뉘어 업무를 담당함 · 법률체계는 관세법(關稅法)을 따르며, 관세법은 1967년 8월 8일 58개 조항을 시작으로 현재 103개 조항을 시행하고 있으며, 최근 2018년 5월 9일 개정. 총 7장으로 구성됨
------------------	--

▶대만 수입통관·검역 절차

<p>수입자 등록</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 식품 수입 전 대만 수입업체는 대만 관세청에 기업 정보 등록 필수 · 수입자는 직접 수입하지 않고 수입 위탁업체(관세사)가 대행하는 경우 관세사는 세관으로부터 등록된 업체여야 함 	
<p>수입신고</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 대만 수입업체는 운송수단 도착일로부터 15일 이내 관할 세관에 수입신고서 및 관련 증빙서류를 제출 필요 · 수입자는 전자문서교환(EDI, Electronic Data Interchange)을 통한 신고 혹은 서면 제출 등의 방식으로 신고해야 함 · EDI를 통해 신고하는 경우 수입 화물의 수하인 혹은 위탁받은 통관기업이 전산 시스템을 통해 세관에 수입신고서 및 관련 서류를 전자적 방법으로 제출해야 하지만, EDI를 통하지 않고 수입신고하는 경우 관련 증빙서류를 세관에 직접 제출함 <p style="text-align: center;"><대만 수입신고 제출서류></p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td> ①수입신고서 ②상업송장 또는 견적송장(상업송장을 제출할 수 없는 경우) ③포장명세서 ④항공화물운송장 등 운송서류 ⑤원산지증명서 ⑥위생증명서(해당하는 경우) </td> </tr> </table>	①수입신고서 ②상업송장 또는 견적송장(상업송장을 제출할 수 없는 경우) ③포장명세서 ④항공화물운송장 등 운송서류 ⑤원산지증명서 ⑥위생증명서(해당하는 경우)
①수입신고서 ②상업송장 또는 견적송장(상업송장을 제출할 수 없는 경우) ③포장명세서 ④항공화물운송장 등 운송서류 ⑤원산지증명서 ⑥위생증명서(해당하는 경우)		

수입검사

● 대만 수입업체는 도착 15일 전에 입국항의 검시 기관에 수입검사 신청 필요

- 대만 수입업체는 수입검사 신청 시 'Trade Van' 사이트를 통해 △검사신청서 △제품 정보 신고서 △수입신고서 사본 △기타 중앙위생당국이 요청한 서류를 제출해야 함
- 신선 농산물을 수입하는 대만 수입업체는 수출국에서 발행한 검역증명서를 첨부하여 검역신청을 해야 하며, 해당 검역증명서를 토대로 수입식품의 유형을 구분해 검역을 시행함

<대만 신선 농산물 검역 유형>

- ① 특별검역 조건이 없는 제품
- ② 검역 조건이 있는 제품
- ③ 격리 검역 필요제품
- ④ 수입금지제품

- 수입신고 진행 후 서류상 이상이 발견되지 않은 경우, 대만 관세청의 자동선별 시스템에 따라 수입화물을 하기 3가지 형태로 분류하고 이를 수입자에게 통보함

<대만 통관채널별 수입검사 유형>

- ① C1: 서류원본검사 및 화물검사 면제 대상
- ② C2: 서류원본검사 대상
- ③ C3: 서류원본검사 및 화물검사 대상

- 대만은 수입식품에 대해 ① 배치별 검사(Batch-by-batch inspection) ② 무작위 배치 검사(Regular Randomly-selected batch inspection) ③ 강화 무작위 배치 검사(Reinforced Randomly-selected batch inspection) ④ 인증서 검사(Certification inspection) ⑤ 감독 검사(Overseas inspection) 등을 진행
- 수입식품에 대해서는 주로 배치별 검사와 무작위 배치 검사가 진행됨

<대만 수입식품 검사 유형>

배치별 검사	<ul style="list-style-type: none"> - 전량 검사 진행 - 제출된 각각의 배치에 대해 현장 검증 및 샘플 분석 진행 - 사람에게 해를 입히는 것으로 증명되었거나, '수입물품에 대한 TFDA 연간 검사 계획'에 따라 검사대상으로 지정된 물품에 대해 진행됨
무작위 배치 검사	<ul style="list-style-type: none"> - 2~10% 비율로 배치 검사가 이루어지며, 선별된 배치에 대해 현장 검증 및 샘플 분석이 이루어짐 - 배치별 검사, 강화 무작위 배치 검사, 인증서 및 감독 검사 대상이 아닌 물품
강화 무작위 배치 검사	<ul style="list-style-type: none"> - 20~50% 비율로 배치 검사가 이루어지며, 선별된 배치에 대해 현장 검증 및 샘플 분석이 이루어짐 - 사람에게 해를 입히는 것으로 증명되었거나, '수입물품에 대한 TFDA 연간 검사 계획'에 따라 검사대상으로 지정된 물품에 대해 진행됨
인증서 검사	<ul style="list-style-type: none"> - 대만과 수출국의 위생·안전 당국 간 협약에 따라 등록된 우수 산업(Excellent Industry)에 대하여는 인증서 검사를 진행함
감독 검사	<ul style="list-style-type: none"> - 검사기관은 위생·안전을 고려하여 특정 물품에 대해 감독 검사를 채택할 수 있음

- 대만 위생복지부 산하 식품 의약품관리서는 검역 합격 시 식품 수입허가증을 발급함

관세 납부 및 물품 반출	<p>● 관세는 수입 신고인에게 납부고지서를 발급한 다음 날로부터 14일 이내(일요일과 법정 공휴일 제외)에 납부</p> <p>· 납부 방식은 시기에 따라 즉시 납부, 사후 납부, 담보 제공 등으로 분류됨</p> <p style="text-align: center;"><대만 관세 납부 방식></p>	
	① 즉시 납부	일반적인 납부 형태로, 수입화물이 반출되기 전에 해당 관세 등을 납부함
	② 사후 납부	수입 화물의 과세가격 산정이 즉시 이루어지지 않는 경우 예상되는 관세에 상응하는 담보를 제공함으로써 화물을 반출하고 이후 관세액이 확정되면 그에 따른 관세를 납부함
	③ 담보 제공	수입 화물 반출 전에 확정된 관세를 납부하지 않고 관세액에 상응하는 담보를 설정하여 정해진 기한 안에 수입 화물 개별 혹은 월 단위의 포괄 관세액을 납부함

4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 곡 류 : 쌀, 보리, 밀, 수수, 대두, 팥, 녹두, 옥수수 등 - 과실류 : 감, 단감, 포도, 감귤, 유자, 밤, 사과, 배, 복숭아, 참다래 등 - 채소류 : 무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 파프리카, 피망, 브로콜리, 오이, 호박(Cucurbita moschata), 수박, 참외, 멜론, 딸기, 토마토, 가지, 마늘, 파슬리, 아스파라거스 등 - 특작류 : 인삼(수삼, 휴대는 6kg까지 허용하며 부기사항 기재된 검역증 첨부 필수), 건인삼(휴대는 6kg까지 허용, 검역증 불필요) - 종자류 : 무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 브로콜리, 오이, 호박, 수박, 참외, 멜론, 토마토, 가지, 파, 양파, 상추 - 버섯류 : 송이, 표고, 느타리(종균포함), 팽이, 영지, 새송이, 양송이, 만가닥, 아위 - 절화류 : 장미, 카네이션, 심비디움, 팔레놉시스, 난초, 국화, 튜립, 글라디올러스, 백합 - 화훼류 기타 : 철쭉속, 선인장(접목선인장), 장미, 카네이션, 심비디움, 난초, 국화, 튜립, 글라디올러스, 백합, 다육식물 일부(에케베리아속, 에오니움속, 아드로미슈스) - 묘목류: 철쭉묘, 소나무묘(해송,적송) - 유리알락하늘소의 기주식물은 꽃·과실·종자, 직경 3cm 이하의 새싹·어린가지 및 가장 큰 줄기의 직경이 3cm 이하인 묘목의 경우에만 수출 가능함(단풍나무속, 느릅나무속, 뽕나무속, 뽕나무속, 배나무속, 사과나무속, 오리나무속, 자작나무속, 장미속, 칠엽수속 등)
-----	---

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 곡 류 : 조 - 과실류 : 대추, 매실, 살구, 아몬드, 자두, 블루베리, 등 - 채소류 : 감자 - 묘목류: 굴속·금굴속·탱자나무속, 직경 3cm를 초과하는 유리알락하늘소의 기주식물 등
-----	--

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5.1 라벨링 제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 성분 · 중량, 용량, 수량 및 내용량 · 제조사 및 수입사 정보	· 원산지 · 유효기간 · 영양성분 · 표시 기준	· 라벨 부착 의무 면제
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> 중국어 및 공통 기호로 명확하게 표시해야 함 	
	제품명	<ul style="list-style-type: none"> 식품 원료 성분, 원료품종, 식용부위, 생산지, 속어 등을 이용하여 표기 속어에 의해 품명이 명명되어 소비자가 이미 해당 식품에 원료가 함유되지 않음을 이해하고 있거나 국제간 통용어가 중문으로 직역된 품명일 경우엔 제품명에 사용 가능함. 초콜릿, 핫도그 등의 국제통용 명칭은 중문으로 번역하여 표기함 품명을 영문으로 표기 시 공급자가 제공한 영문 표기법을 사용 상품의 영문명이 신체 외형을 나타내는 경우 영문명만 사용하고, 중문 직역을 함께 표기해서는 안됨 일반 식품의 품명에 '건강'이란 단어가 포함되어서는 안 됨 	
	성분	<ul style="list-style-type: none"> 식품에 포함된 재료가 2종 이상 혼합되었을 경우 함량이 높은 것부터 내림차순으로 표기하도록 함 주성분과 부성분 등을 구분하여 작성하지 않으며, 고함량 성분부터 내림차순으로 표기하도록 함 표기 가능 내용물의 명칭은 식용 가능 어휘정리 일람(可供食品使用原料彙整一覽表) 규칙을 참고해 작성함 식품첨가물명은 식품첨가물 사용범위 및 제한규격 기준(食品添加物使用範圍及限量暨規格標準)에 따라 사회에서 통용하는 명칭 사용 	
	중량, 용량, 수량 및 내용량	<ul style="list-style-type: none"> 제품의 특성에 따라 식품의 중량, 용량, 수량을 미터법에 따라 표기 액체가 고형물과 함께 든 제품의 경우 내용물과 고형량을 별도로 표기하되, 표기가 어려울 경우 내용물의 중량만 표기해도 무방 	
	제조사 및 수입사 정보	<ul style="list-style-type: none"> 제조·가공·분류·위탁판매를 최종적으로 담당한 기업을 의미하며 수입신고 시에 세관에 신고한 내용(제조업자·수입사 등) 및 서류를 바탕으로 명확하게 표기해야 함 수입식품의 경우 대만 내 수입 위탁기업의 정보를 표기해야 함 기재해야 하는 기본적인 정보는 기업명, 전화번호, 주소지임 	
	원산지	<ul style="list-style-type: none"> 수입제품 원산지 인정 기준((進口貨物原產地認定標準)에 따라 제조·가공·배합 등 방식으로 완제품을 제조한 국가 또는 지역을 표시 2개 국가 이상의 제품을 혼합하여 포장했을 경우 제품의 함량이 많은 국가명 순으로 표시함 수입산 원료나 대만에서 재가공을 거쳐 완제품을 만들 경우, 원산지는 대만으로 표기 	

		<ul style="list-style-type: none"> • 식품 제조사 주소에 제조 국가 표기 시 원산지 표기는 생략 가능
	유효기간	<ul style="list-style-type: none"> • 용기나 포장 상단에 인쇄해야 년·월·일을 포함하여 자유롭게 작성 가능 • 액체 상태인 유제품은 보존 기간과 보존조건을 모두 표기해야 함
	영양성분	<ul style="list-style-type: none"> • 반드시 식품 포장 외부에 눈에 잘 띄는 곳에 열량, 단백질, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 탄수화물, 당, 나트륨 순으로 표기해야 하며 원하는 요소는 추가 표기가 가능 • 영양소 요소는 적당량 섭취 필요 영양소(열량, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 나트륨, 유당 등)와 보충섭취 가능 영양소(식이섬유, 비타민, 칼슘, 철분 등)로 구분함 • 보충 섭취 가능 영양소는 '높음', '많음', '강화' 혹은 '다량 함유'와 같은 의미의 단어 표기 가능 • 영양 라벨링에서 열량 및 영양소를 0으로 표기하는 조건은 식품안전위생관리법에 따름 • 영양 표기는 매 분량 및 매 100g/100ml 당으로 표시하거나, 매 분량 및 일일 섭취량 비율(%)로 표시해야 함 • 한 개의 영양표시에 '1회분' 및 '100g/100ml 당'의 표시를 사용하는 제품의 경우, '1회분'의 단위는 '100g/100ml 당'의 단위로 구성함
	표시 기준	<ul style="list-style-type: none"> • 재수화가능 식품(Rehydratable Food) 또는 희석 후 식용 식품의 영양성분은 '적당량 섭취 필요 영양소'와 '보충 섭취 가능 영양소' 구분에 따라 작성해야 함 • 수입식품의 중문 라벨링 불합격 기준은 다음과 같음 <ul style="list-style-type: none"> - 수입 식품의 포장 상단에 원문 혹은 중문으로 미표기 - 유효기간의 미표기 또는 허위 표기 - 모호한 글자 표기로 내용 분별이 어려운 경우 - 수입업체명, 주소, 전화번호 미표기 혹은 관련 내용이 신고 사실과 다를 경우 - 치료 효능 등 과대 허위 표기 - 특정 식품에 '경고'문구 미표기 • 벌크 제품 판매 시 '벌크 식품 표시 관련 규정(散裝食品標示相關規定)'에 따라 품명, 원산지, 소고기 원료 원산지, 유전자 변형 식품 원료 여부 등의 사항을 표기해야 판매 가능 • 건강기능식품 인증마크 취득 제품 외 일반 식품의 '건강' 단어 표기 제한
	라벨 부착 의무 면제	<ul style="list-style-type: none"> • 분리포장, 포장변경, 기타 가공 절차를 거쳐야 하는 수입식품이거나 수입 식품의 원료인 경우 • 벌크 형태(최소단위 포장 중량 3kg 이상)로 수입하고 소비자에게 직접 판매하지 않고 수입 후 재포장 또는 포장 변경 및 가공이 이루어지는 경우 • 수입업체가 부착 면제품을 수입할 경우 대만 식품의약품청(TFDA) 또는 대만 표준검험국(BSMI; Bureau of Standards, Metrology and Inspection)에 서류를 준비한 후 면제 신청 • 중문 표기 면제 신청 상품은 수입 시 포장 상자에 원료명칭, 제조업체, 내용물, 유효기간 등 제조 관련 사항이 원문으로 표기되어야 하며, 이는 향후 검험이나 검역 시 근거로 삼음 • 단, 수입 식품의 최소단위 포장인 1kg 이하로 포장을 밀폐 처리한 제품은 면제 대상에서 제외됨

*출처: KATI농식품수출정보

5.1.2 라벨링 예시

가공식품류


라벨링 사진						
						
표기항목	표기내용					
제품명	32綜合穀類粉 32종 곡물가루					
원재료명(원료원산지명)/첨가물	-大豆(非基因改造), D-木糖醇(甜味劑), 黑芝麻, 燕麥, 黑豆, 糕米, 黑糯米, 紅豆, 大麥仁, 小麥粉, 蕎麥, 碳酸鈣, 關華豆膠, 綠豆, 薏仁, 小麥胚芽, 紅扁豆, 小米, 黑麥, 青豌豆, 蓮子, 杏仁, 山藥, 米豆, 綠茶, 玉米(非基因改造), 黑棗粉(黑棗濃縮汁, 小麥粉), 菊花, 枸杞粉(枸杞濃縮汁, 小麥粉), 茯苓, 珠貝, 銀杏, 芡實, 人參, 香菇粉	-대두(비유전자개조), D-솔비톨(감미료), 흑임자, 귀리, 검은콩, 효자쌀, 흑찰현미, 홍두, 보리인, 밀가루, 메밀, 탄산칼슘, 관화두포, 녹두, 피칸, 밀초아, 홍설당, 쌀찰쌀, 찹쌀, 청완두, 연자, 아몬드, 마, 녹차, 옥수수(비유전자개조), 홍초가루(홍초농축액, 밀가루), 국화, 구기자가루(구기자농축액, 밀가루, 부투포, 진주, 은행, 연잎, 인삼, 표고버섯 가루)				
순중량	內容量：25公克x12包	중량: 25g 12봉				
보존기한	保存期限：24個月	보존기한：24개월				
유통기한	有效期限：標示於封口處	유통기한:제품 개봉구에 표시				
보관방법	避免日光直接照射並放置於陰涼乾燥處	직접적인 햇빛을 피하고 그늘진 서늘하고 건조한 곳에 보관하세요				
알레르기 원료 정보	此產品含有大豆、芝麻、燕麥、大麥仁、小麥、蕎麥、小麥胚芽、黑麥、杏仁、玉米、銀杏	이 제품에는 대두, 참깨, 귀리알, 보리알, 밀, 밀초아, 검은콩, 아몬드 옥수수, 은행이 포함되어 있습니다				
알레르기 정보	含麩質穀類、芝麻、大豆、堅果、花生、玉米、奶製品	이 식품 제조 공장에서는 밀, 참깨, 대두, 견과류, 땅콩, 옥수수 및 유제품을 취급합니다				
권장섭취량	建議食用量：一天兩分	권장섭취량:1일 2회분				
권장 섭취 방법	1. 倒入粉末 2. 100c沸水 200毫升 or 冰牛奶或冰豆漿 200毫升 3. 攪拌均勻 即可飲用	1. 가루를 부어 넣으세요 2. 100도의 끓는 물 200ml, 차가운 우유 혹은 차가운 두유 200ml를 추가하세요 3. 잘 저어서 섭취하세요				
영양성분	<table border="1" data-bbox="502 1921 933 2027"> <tr> <th>營養標示</th> </tr> <tr> <td>每日份量 25公克</td> </tr> </table>	營養標示	每日份量 25公克	<table border="1" data-bbox="973 1921 1404 2027"> <tr> <th>영양 표시</th> </tr> <tr> <td>1회분은 25g입니다.</td> </tr> </table>	영양 표시	1회분은 25g입니다.
營養標示						
每日份量 25公克						
영양 표시						
1회분은 25g입니다.						

本包裝含12份 每份 每日參考值百分比			이 제품은 총 12회분입니다. 1회분 일일 기준치 백분율		
熱量	106kcal	5%	칼로리	106kcal	5%
蛋白質	5.8g	10%	단백질	5.8g	10%
脂肪	2.7g	5%	지방	2.7g	5%
飽和脂肪	0.4g	2%	포화 지방	0.4g	2%
反式脂肪	0g	-	트랜스 지 방	0g	-
碳 水 化 合 物	14.7g	5%	탄수화물	14.7g	5%
糖	1.6g	-	당	1.6g	-
膳食纖維	1.5g	6%	식이섬유	1.5g	6%
鈉	14mg	1%	나트륨	14mg	1%
鈣	90mg	8%	칼슘	90mg	8%

■ 5.2 | 인증제도

① 식품의약품청인증


대만에 특정 식품(유전자 변형 식품, 건강식품) 수출 시 대만 식품의약품청(TFDA)에서 요구하는 주요 규정을 준수해야 한다.

인증명	식품의약품청(TFDA) 인증	인증로고	
발행·검사기관	대만 식품의약품청	필수 여부	필수(수입업체)
목적	행정관리 업무, 검사, 조사 등 업무의 통합을 통해 과학적 실증을 기반으로 건강식품의 식품위생 및 안전관리를 강화		
취득절차	서류제출 → 예비 심사 → 샘플 제출 → 2차 심사 → 인증발급		
필요서류	신청서, 안전성평가 보고서, 기능성평가 보고서, 원료의 안전성 보고, 제조공정 요약, GMP 증거 서류, 제품위생관련 사항 및 검사 보고서 등		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

② Societe Generale de Surveillance S.A.


대만 현지에서 식품유통 시 필수적으로 취득해야 한다.

인증명	Societe Generale de Surveillance S.A.	인증로고	
발행·검사기관	SGS-CSTC 지사	필수 여부	필수(식품유통)
목적	식품유통 단계의 투명성과 제품의 추적성을 높이기 위한 인증		
취득절차	서류제출 → 서류 검토 → 현장 확인 및 심사 → 판정 → 인증발급		
필요서류	신청서(RFI), 선적 서류(인보이스, 패키리스트신청서, 신용장, 위생증, 검역성적표 등)		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

③ 보건식품인증

해당 식품이 보건기능을 보유하고 있다는 것을 증명해 주는 제도이다.

인증명	보건식품인증	인증로고	
발행·검사기관	대만 위생복지부	필수 여부	권장
목적	해당 식품이 보건기능을 보유하고 있다는 것을 증명		
취득절차	서류제출 → 서류 검토 → 현장실시 및 시설조사 → 판정 → 인증발급		
필요서류	신청서, 제품 원료 성분 규격 함량, 안전 평가 보고서, 보건기능 평가 보고서, 영양성분 분석 보고서 등		

▶자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

④ CAS

농산품 및 가공품의 안전성 및 우수성을 보장해주는 인증이다.

인증명	CAS 인증 (Chinese Agricultural Standard)	인증로고	
발행·검사기관	대만 우량 농산품 발전 협회	필수 여부	권장
목적	농산품 및 가공품의 안전성 및 우수성을 보장해주는 인증		
취득절차	서류제출 → 서류 검토 → 현장 확인 및 심사 → 판정 → 인증발급		
필요서류	사업자등록증 및 생산관리 증명서 등		

▶자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

5.3 | 통관거부사례

월별 통관거부사례

2022년 대만의 한국산 통관거부사례는 총 25건으로 집계되어, 2021년 17건 대비 8건(47%) 증가한 것으로 나타났다. 2020년 대비 연평균 39% 증가하였다.

2022년 전체 수입산 통관거부사례는 총 546건으로 집계되어, 2021년 776건 대비 230건(30%) 감소한 것으로 나타났다. 2020년 대비 연평균 4% 감소하였다.

<월별 통관거부사례 동향(2022)>

(단위: 건, %)

구분	한국산 불합격 건수						전체 수입산 불합격 건수					
	연도			전년비(B/C)		연평균 (A/C)	연도			전년비(B/C)		연평균 (A/C)
	'20(A)	'21(B)	'22(C)	건수	증감률		'20(A)	'21(B)	'22(C)	건수	증감률	
1월	0	1	5	4	400	0	47	52	61	9	17	14
2월	3	0	2	2	0	-18	62	54	42	-12	-22	-18
3월	2	1	1	0	0	-29	54	77	52	-25	-32	-2
4월	0	1	0	-1	-100	0	38	67	40	-27	-40	3
5월	0	0	2	2	0	0	48	101	45	-56	-55	-3
6월	1	0	4	4	0	100	29	80	42	-38	-48	20
7월	1	0	1	1	0	0	37	39	40	1	3	4
8월	1	2	2	0	0	41	29	61	78	17	28	64
9월	0	2	2	0	0	0	82	70	39	-31	-44	-31
10월	1	2	1	-1	-50	0	42	51	36	-15	-29	-7
11월	0	3	2	-1	-33	0	53	63	27	-36	-57	-29
12월	4	5	3	-2	-40	-13	74	61	44	-17	-28	-23
합계	13	17	25	8	47	39	595	776	546	-230	-30	-4

*출처: 2022년 연간 농식품 통관거부 및 리콜사례 동향분석, 한국농수산물유통공사

한국산 통관거부 상위품목

2022년 연간, 대만에서 가장 많은 문제사유가 확인된 한국산 통관거부 품목은 인삼류(32%)로, 주로 티플루자마이드, 메트코나졸 등의 잔류농약 성분이 기준치 이상 검출되어 통관거부되었다.

두 번째로 많은 문제사유가 확인된 품목은 채소류(28%)이며, 채소류 또한, 클로르메콧 클로라이드 등의 잔류농약 성분이 기준치 이상 검출되어 문제가 되었다.

<한국산 통관거부 상위품목 분석(2022)>

(단위: 건)

거부사유	주요 통관거부 품목				
	인삼류	채소류	소스류	과실류	면류
라벨링/포장	0	0	0	0	0
성분부적합	0	1	5	2	0
위생	0	0	0	0	0
서류미비	0	0	0	0	0
잔류농약 검출	8	6	0	1	2
기타	0	0	0	0	0

*출처: 2022년 연간 농식품 통관거부 및 리콜사례 동향분석, 한국농수산물유통공사

한국산 통관거부 문제사유

2022년 연간 한국산 통관거부 문제사유는 총 25건으로 전년 동기 대비 147.1% 수준으로 증가하였다. 2022년 연간에 발생한 한국산 식품의 통관거부 문제사유는 성분 부적합과 잔류농약 검출 문제로, 잔류농약 검출 문제사유의 경우 지난 3년간 한국산 통관거부 문제사유 1위를 차지하고 있다.

2022년 잔류농약 검출로 인한 문제사유는 총 17건으로 전체 문제사유의 68.0%를 차지하며, 이는 전년 동기 문제사유 발생 건수 기준 121.4%에 해당한다.

잔류농약 문제사유는 주로 인삼류, 채소류 등 신선 품목을 중심으로 한국과 대만의 잔류농약 허용치에 차이가 있어 문제가 발생하고 있다. 따라서 한국 식품 기업은 대만 FDA의 '농약 잔류 허용량 표준(農藥殘留容許量標準)'을 확인하고 수출을 준비할 수 있도록 해야 한다.

<한국산 통관거부 문제사유별 건수(2022)>

(단위: 건, %)

거부사유	2020년 연간		2021년 연간		2022년 연간		전년비(21/22)	
	건수	비율	건수	비율	건수	비율	건수	증감률
라벨링/포장	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
성분부적합	2	15.4	3	17.6	8	32.0	5	266.7
위생	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
서류미비	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
잔류농약 검출	11	84.6	14	82.4	17	68.0	3	121.4
기타	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
합계	13	100.0	17	100.0	25	100.0	8	147.1

*출처: 2022년 연간 농식품 통관거부 및 리콜사례 동향분석, 한국농수산물유통공사

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

[라벨링]

「포장식품의 영양표시 준수사항」 개정 초안 발표 및 의견 수렴

2023년 3월, 식품의 영양 정보 관련 규정을 명확히 하기 위해 개정된 《포장식품 영양표시 준수사항》이 2024년 1월 1일부터 시행될 예정이며, 이에 대만 위생복지부는 본 규정의 개정 초안을 공고했다. 이와 관련하여 현재 발표일로부터 60일까지 의견을 수렴하고 있다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98449

[위생·안전]

'잔류농약 허용기준' 및 '축산물 내 잔류농약 허용기준' 개정안 고시

2023년 7월 24일, 대만 위생복지부는 식용 작물 잔류 농약 관리 강화를 위해 아바멕틴, 피리오페논 등의 잔류농약과 아세타미프리트 등의 축산물 내 잔류 농약에 대한 잔류 허용량 기준을 추가 및 수정한 《잔류농약 허용기준》과 《축산물 내 잔류농약 허용기준》 개정안을 고시했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98278

[규정·제도]

유전자변형 맥주효모 균주 발효 생성 물질 '트랜스-레스베라트롤' 사용 및 표시 요건 제정(2023년 6월 29일 즉시 발효)

대만 식품약품관리서는 2023년 6월 29일, 유전자변형 맥주효모(*Saccharomyces cerevisiae*) 균주 EFSC4687을 발효시켜 생성된 물질 '트랜스-레스베라트롤(trans-resveratrol)'의 사용 및 표시 요건을 제정하여 즉시 시행할 것을 발표했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=98152&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=2&srchGubun

[라벨링]

식품 포장에 알레르기 정보 표시 강화 공고

2023년 6월 22일, 대만 식품약품관리서는 식품 알레르기 유발 성분 표기 지침 공고를 발표하며 포장 식품 업계에 식품 알레르기 정보 표시 강화를 요구했다. 이에 따라, 식품 알레르기 정보 표시 대상(11종)이 함유된 제품은 제품 용기 또는 외부 포장에 알레르기 유발 물질의 명칭 및 관련 정보를 반드시 명시해야 한다. 이번 공고에 따라 대만에서는

식품 알레르기 표시에 대한 감독이 강화될 수 있음에 유의해야 한다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98155

[규정·제도]

건강기능식품 원료로 사용되는 달걀 흰자의 리소짐 가수분해물에 대한 공식 사용 기준 공고(즉시 발효)

대만 위생복지부는 달걀 흰자의 리소짐 가수분해물(hen egg white lysozym hydrolysate)을 식품 원료로 인정하고, 식품 원료로 사용 시 준수해야 하는 사용 기준 및 표시 기준을 규정하여 공고했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=98066&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=2&srchGubun

[규정·제도]

수입 규정코드「465」의 수입 차 제품 관련 보충 조항에 주의 촉구

타이베이 세관은 대만으로 수입되는 차 제품은 신선차, 냉장차, 냉동차, 건조차, 발효차, 미발효차에 관계없이 수확 또는 수집되는 국가 또는 지역을 원산지로 지정하고, 수입 시 유효한 원산지 증명서를 첨부하거나, 이를 대체하기 위해 대만과 협의한 문서를 첨부할 것을 수입업자들에게 요청했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97821&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[규정·제도]

쌀 수출입 승인 서류의 검증 및 발급 방법에 대한 개정 및 시행 알림

대만 행정원 농업위원회는 쌀 수출입 시 제출해야 하는 《쌀 수출입 승인 문서 발급》 규정의 3항, 5항, 8항을 개정하고 즉시 시행했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97821&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[라벨링]

애완동물사료의 라벨링 및 광고에 대한 원칙 제정

대만 행정원 농업위원회는 애완동물 사료 라벨링 및 광고 시 허위, 과장 또는 오해의 소지가 있는 사항을 결정하기 위한 원칙을 제정했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97769&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[규정·제도]**4월 중 한국에서 수입된 배, 샤인머스켓 등 6개 제품 반송 또는 폐기 조치**

대만 식품약물관리서 공지에 따르면, 2023년 4월 대만으로 수입된 한국산 식품 중 신선식품과 가공식품 6건이 잔류 농약 및 식품 첨가물 검출 기준을 위반하여 통관 과정에서 반송 또는 폐기 처리된 것으로 확인되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97699

[규정·제도]**일부 달걀 품목의 검역 면제 요건을 수정한 <의무 동물 검역 품목> 개정사항 발표**

2023년 3월 21일, 대만 행정원 농업위원회는 《의무 동물 검역 품목》의 검역 면제 기준을 일부 개정하여 고시하고, 발표일 이후 7일간 공개 의견을 모집한다고 밝혔다. 이번 개정사항은 '껍질이 있는 가금류의 알, 보존 또는 익힌(CCC CODE 0407 90 00 00)'과 '기타 유사품(CCC CODE 0408 99 90 00)'의 검역 면제 기준을 변경했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97446&menu_dept2=35

[위생·안전]**닭, 소, 돼지의 특정 부위 대상 동물의약품 잔류 표준 개정 초안 공고**

2023년 2월 23일, 대만 위생복지부는 《식품안전위생관리법》 제15조 제2항에 근거하여 수정한 《동물의약품 잔류 표준》 제3조의 개정 초안을 발표하고, 60일간 의견을 수렴한다고 밝혔다. 해당 개정안은 소, 닭, 돼지의 특정 부위를 대상으로, 4가지 동물의약품 성분인 부세렐린(Buserelin), 펜벤다졸(Fenbendazole), Gonadotrophin releasing hormone(Gonadorelin), 파로모마이신(Paromomycin)의 잔류 허용량 기준을 추가 또는 수정했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97299

[위생·안전]**<농약 잔류 허용량 표준> 제3조 부표1의 개정안 발표**

대만 식약서는 아피도피로펜(Afidopyropen) 등 19종 농약의 품목별 잔류 허용량 항목 107개를 추가 및 수정하는 《농약 잔류 허용량 표준》 제3조 부표1 개정안을 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97278&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]**<식품원료 브로콜리 씨앗 추출물의 사용 제한 및 표시 규정> 제정 초안 발표**

대만 식약서는 식품 원료로 사용하는 브로콜리 씨앗 추출물의 가공 절차, 적합 사양, 사용범위 및 섭취 한도, 경고 문구를 규정한 《식품원료 브로콜리 씨앗 추출물의 사용 제한 및 표시 규정》 초안을 공고했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97278&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]**식품 성분으로 사용된 암탉 난백 리소자임 가수분해물의 사용 제한 및 표시 요건 초안 발표**

대만은 식품에 사용하기 위한 '암탉 난백 리소자임 가수분해물'에 대한 사용 제한 및 표시 요건을 명시한 규정 초안을 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97190&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]**영아 및 성장기 영아 조제식품의 광고 처리 원칙 제정 및 발효**

대만 위생복지부는 영아 및 성장기 영아 조제식품 관련 광고의 요건을 판정하기 위해 《영아 및 성장기 영아 조제식품 광고 취급 원칙》을 제정하여 발표했다. 해당 규칙은 온라인 및 오프라인 채널에서 영아 및 성장기 영아 조제식품의 '광고' 취급 범위를 규정한 것으로, 발표일로부터 즉시 발효되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97194

[규정·제도]**한국산 배추가 포함된 불합격 수입 식품 명단 발표(2023년 2월 7일 공고)**

한국산 신선 배추가 잔류농약 검출로 불합격 수입 식품 명단에 포함되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97056&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]**2023년 2~4월 중 절인 채소 식품을 대상으로 한 샘플 검사 진행 고지**

대만 식품약품관리서와 지방정부 위생국은 시판 수안차이(酸菜), 말린 죽순, 말린 무 등 절인 채소 식품에 대해 2023년 2~4월 중 샘플 검사를 실시할 예정임을 고지했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97007&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]**잔류농약 성분이 검출된 한국 즉석 라면 제품 전량 리콜 조치**

대만 식약서는 수입식품 잔류농약검사 시행 결과, 한국 즉석 라면 제품에서 발암물질인 '에틸렌옥사이드(EO)' 성분이 검출되어 전량 폐기 또는 반송 처리한다고 밝혔다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96959&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]**식품 용기 및 포장에 대한 위생 표준 개정**

대만 위생복지부는 지난 60일 간의 평가 기간을 거쳐 《식품용 기구·용기·포장의 위생 기준》 개정안을 발표하고, 예고 절차를 진행했다. 이번 개정안은 금속합금 소재의 식품 용기(금속 캔 등)에 대한 관리를 강화하고, 일부 조항을 명확하게 수정했다. 개정안은 공시일(2023년 1월 11일)부터 시행되며, 시중에 유통되는 제품들은 공시일부터 이를 준수해야 한다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96965

[규정·제도]**한국산 배추가 포함된 불합격 수입 식품 명단 발표(2022년 12월 21~27일 수입 식품 기준)**

한국산 신선 배추가 잔류농약 검출로 불합격 수입 식품 명단에 포함되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96859&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]**한국산 소스 제품이 포함된 불합격 수입 식품 명단 발표(2022년 12월~14일 수입 식품 기준)**

한국산 소스가 식품첨가물 규정 위반으로 불합격 수입 식품 명단에 포함되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96792&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]**한국산 배추가 포함된 불합격 수입 식품 명단 발표(2022년 12월 7~13일 수입 식품 기준)**

한국산 신선 배추가 잔류농약 검출로 불합격 수입 식품 명단에 포함되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96766&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[규정·제도]**2023년부터 시판되는 육류가공식품에 강화된 위생 감독/검사 실시 공고**

2022년 12월, 대만 식품약품관리서는 시판 제품의 안전 및 위생 관리를 목적으로 지방정부 위생국과 함께 육류가공식품 제조업 감독·검사를 시행한다고 발표했다. 해당 검사는 GHP(우수위생관리기준)와 HACCP(위해요소 집중관리기준)의 적합성 확인 및 추적 모니터링 시스템을 구축하는 데 중점을 두고 있다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96770&menu_dept2=35

[규정·제도]**한국 신선 인삼 제품이 포함된 '국경검사 불합격 식품 명단' 발표**

2022년 11월 15일, 대만 식약서는 《국경 검사 불합격 식품 명단》을 발표하였으며, 한국에서 수출된 신선 인삼 제품이 불합격 식품 명단에 포함되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96526&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[라벨링]**건강식품의 보건 효능 명시 규정 폐지 및 <건강식품 추가 표시사항> 수정안 발효일 공고**

대만 식품약품관리서는 2022년 5월 예고했던 《건강식품 용기 혹은 외포장의 보건 효능 관련 성분 함유량 명시》 규정을 폐지하고 《건강식품 추가 표시사항》 수정안에 해당 내용을 포함시켰으며, 해당 수정안은 2024년 1월 1일부터 발효된다고 공고했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96465&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[위생·안전]**동물성 제품 및 일부 농식품 품목에 대한 잔류농약 허용 기준 수정안 공고**

대만 식품약품관리서는 《잔류농약 허용기준》의 제3조 표1과 《동물성 제품의 잔류농약 내성 기준》 제3조를 수정하는 위생복지부 고시 제1111302595호를 공고했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96434&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[규정·제도]**수산물, 견과류, 가공식품 등의 수입 상품 검역 분류를 수정한 개정 초안 발표**

대만 위생복지부는 2022년 HS코드 개정에 따라 수정한 《중화민국 수입 규정 F01, F02 상품분류표》의 개정 초안을 발표하였으며, 60일 동안 본 공고에 대한 의견을 수렴했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96358&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[규정·제도]**천연 식용색소의 위생 기준 개정안 발표**

대만 위생복지부는 천연 식용색소 품목을 통합하고 특정 규정의 관리 강화 등을 목적으로, 천연색소의 법적 근거, 용제 출처의 인용 규정, 부형제 및 기타 첨가제 사용에 관한 출처 제한, 요구사항 등을 수정한 《천연 식용색소 위생 기준》 개정 초안을 발표했다. 개정안은 《식품안전위생관리법》 제17조에 의거하여 수정되었으며, 발표일로부터 60일간 의견을 수렴할 예정이다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96361&menu_dept2=35

6 요약

6.1 | 보고서 소개

대만 식품시장은 2022년 약 515억 달러로 집계되었으며, 전년 대비 4.1% 증가했다.

대만의 식품 수입액은 약 172억 달러로, 미국·브라질·뉴질랜드 순으로 수입 비중이 높으며 한국은 14위를 차지했다. 주요 수입품은 ①대두 기타 ②옥수수 기타 ③조제식료품으로 나타났다.

한국산 수출액은 2022년 약 5억 달러로 전년 대비 5.6% 증가했으며, 주요 수출품목은 ①라면 ②신선 배 ③조제식료품 기타이다.

전체 식품시장에서 오프라인 유통채널은 97%, 온라인 유통채널은 3%를 차지했다. 매출액 기준 상위 3개 오프라인 유통채널 브랜드는 ①7-Eleven ②PX mart ③Costco, 온라인 유통채널의 경우 ①Shopee Mall Marketplace ②Momo Shop Marketplace ③Yahoo! Buy Marketplace로 나타났다.

그래프로 보는 대만 식품시장

