

2016 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 어린이 음료 (Kids drinks)

Country : 베트남 (Vietnam)



CONTENTS

I. 시장 통계	5
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 글로벌 수입통계	7
3. 베트남 수입통계	8
4. 베트남 혼합 음료 시장규모	9
II. 시장 트렌드	10
1. 시장 메가 트렌드	12
2. 소비 트렌드	14
3. 제품 트렌드	15
4. 정책 트렌드	16
III. 경쟁사 분석	17
1. 경쟁 국가 선정	19
2. 국가별 현황 파악	20
IV. 경쟁제품 현지조사	23
1. 분석 제품 및 기준	25
2. 가격 정보	26
3. 포장용기 정보	27
4. 기타(성분, 원료, 열량, 규격, 상세 스펙 등)	28
5. 현지 조사 데이터	30
V. 유통구조 현황	33
1. 현지 유통구조 map	34
2. 추천 진출 경로	35
3. 유통업체 담당자 인터뷰	36

CONTENTS

VI. 유통업체 현황	37
1. 주요 유통채널 개관	39
2. 주요 유통채널 핫이슈	40
3. 유통업체별 개요	41
- Co.opMart	41
- Lotte Mart	42
- Vinmart	43
VII. 통관 및 검역 정보	44
1. 통관 및 검역 절차	47
2. HS CODE 및 관세율	49
3. FTA 정보	50
4. 통관 및 검역 주의사항	51
5. 제출서류	52
VIII. 인증 정보	58
1. 권장인증	60
2. 인증예시	61



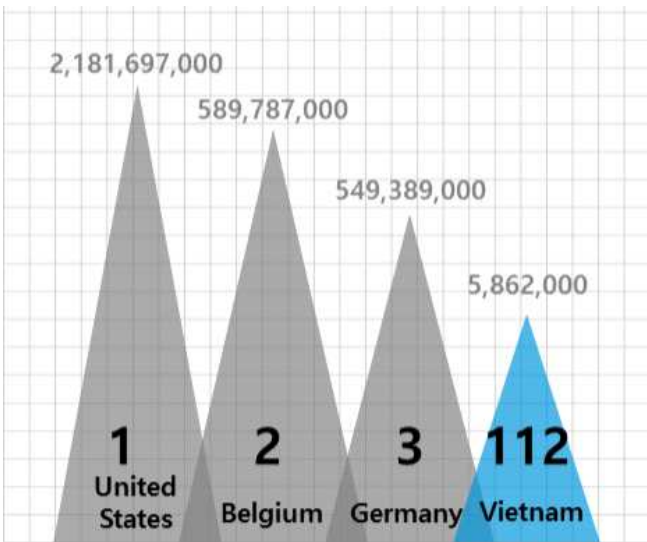
I. 시장 통계

1. 통계분석 기준 설정
2. 글로벌 수입통계
3. 베트남 수입통계
4. 베트남 소프트 음료 시장규모

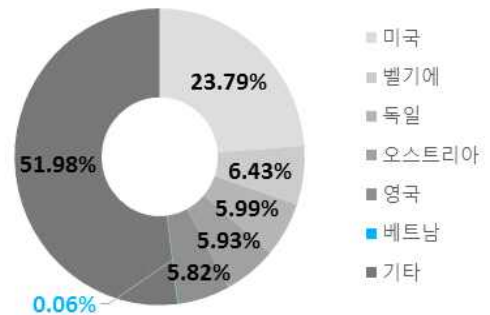
시장통계 OVERVIEW



▶ 2015년 글로벌 수입 규모 순위, US달러 기준

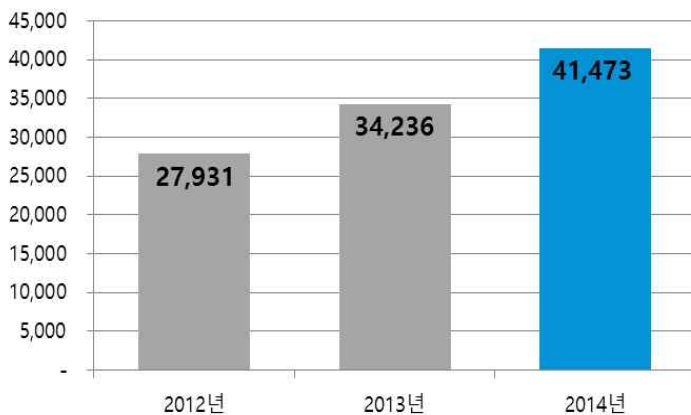


▶ 2015년 글로벌 수입 비중



▶ 베트남 소프트 음료 시장 규모

(단위 : 십억 동)



글로벌 수입규모 1위, 미국
베트남, 글로벌 수입 규모 112위
베트남 수입상대국 한국, 3위
2014년 베트남 소프트 음료
시장규모 41조 4,730억 동

1. 통계분석 기준 설정

혼합 음료, HS CODE 2202.10에 해당

글로벌 수입통계 및 베트남 수입통계를 확인을 위해 어린이 음료의 식품 분류인 ‘혼합 음료’를 대상으로 HS CODE 기준을 설정함

HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’를 검색하거나 관세청 ‘관세법령정보포털 3.0’을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

국내 품목 분류에 의하면, ‘혼합 음료’는 HS CODE 2202.10 (설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수 포함))로 분류됨. 하지만, 베트남 수입 통계 조사 시 2202.10 해당 품목에 대한 통계치가 제공되지 않아 상위 품목 4자리 HS CODE 2202로 분석을 진행함

표 1.1 통계 기준 설정

통계	기준
글로벌 수입 규모 및 성장률	HS CODE 2202.10
베트남 수입 규모 및 성장률	HS CODE 2202
베트남 시장 규모 및 성장률	소프트 음료(Soft drink)

표 1.2 제품 HS CODE 확인가능 사이트

분류	사이트명	URL
HS CODE	한국 관세청	www.customs.go.kr
	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	베트남 관세청	www.customs.gov.vn

표 1.3 베트남 내 혼합 음료 HS CODE / HS CODE 분류

국가	HS CODE/HS CODE	품명
한국	2202.10	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 (광천수와 탄산수를 포함한다)
	2202.10.1000	색깔을 입힌 것
	2202.10.9000	기타
베트남	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 (광천수와 탄산수를 포함한다)
	2202.10	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 (광천수와 탄산수를 포함한다)
	2202.10.10	향미를 첨가한 탄산이 든 광천수 또는 탄산수
	2202.10.90	기타

출처 : 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)

2. 글로벌 수입통계

글로벌 수입 1위국 미국, 베트남 100위권 밖

HS CODE 2202.10 해당 품목의 2015년 글로벌 수입 규모는 91억 6,977만 7,000달러로 2013년부터 2015년까지 3개년 연평균¹⁾ 2.19% 성장세를 보임. 수입 1위 국가는 미국으로, 2015년 기준 21억 8,169만 7,000달러를 기록함. 글로벌 연평균 성장률이 2%대를 기록한 가운데, 미국은 10.08%의 두 자리 수 성장세를 보임

2015년 기준, 베트남의 동일 품목 수입 규모는 586만 2,000달러로 112위를 차지하였으며 같은 기간 연평균 -26.57% 저 성장세를 보임

수입액 규모 상위 5개국에 편중

2015년 기준, 미국의 수입액 규모는 전체 중 23.79%를 차지함. 이 외에 수입 규모 상위 2 ~ 5위 국가인 벨기에, 독일, 오스트리아, 영국은 각 6%대의 비슷한 비중을 차지함. 미국이 나머지 상위 국가들에 비해 4배가량 수입률이 높은 것으로 확인됨

베트남은 0.06%를 점유하고 있어 해당 시장에서의 수입 비중이 미미한 것으로 보임

표 1.4 글로벌 HS CODE 2202.10 해당 품목 수입액 규모

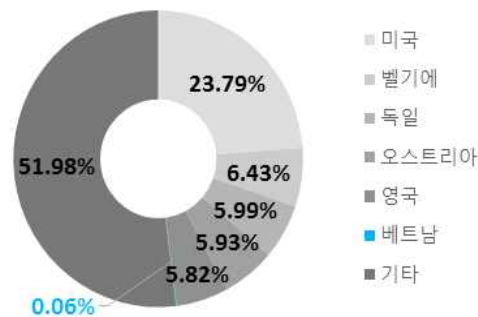
(단위 : US 달러, %)

수입 국가	2013	2014	2015	2013 ~ 2015 연평균성장률
글로벌	8,780,982,000	9,457,810,000	9,169,777,000	2.19%
1 미국	1,800,293,000	1,907,884,000	2,181,697,000	10.08%
2 벨기에	520,784,000	650,359,000	589,787,000	6.42%
3 독일	569,910,000	562,833,000	549,389,000	-1.82%
4 오스트리아	648,397,000	638,724,000	543,726,000	-8.43%
5 영국	426,690,000	509,814,000	534,113,000	11.88%
112 베트남	10,872,000	53,046,000	5,862,000	-26.57%

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.5 국가별 HS CODE 2202.10 해당 품목 수입액 규모 비중(2015년 기준)

(단위 : %)



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

1) 2013 ~ 2015년 연평균성장률 = 최신폭/최초연도^{(1/n-1개년)-1}

3. 베트남 수입통계

베트남 HS CODE 2202시장, 지속적으로 상승 중

2015년 베트남의 HS CODE 2202 품목 총 수입액은 7,669만 3,000달러로 2013년 1,904만 3,000달러에 비해 약 4배 증가하였음. 해당 시장 수입액 규모는 2013년 이후 지속적인 상승세를 보임

태국, 베트남 HS CODE 2202 해당 품목 시장 독점

2013년 기준 수입상대국 2위였던 태국의 2015년 점유율이 78.26%에 달해 독점적인 점유율을 확보하고 있음

베트남 내 한국산 수입액 규모는 2013년 112만 4,000달러에서 2014년 188만 2,000달러, 2015년에 327만 4,000달러를 기록하면서 소폭이지만 지속적으로 성장하는 모습을 보임. 2015년 베트남 내 한국산 시장 점유율이 4.27%를 기록하여 수입상대국 3위를 차지함

표 1.6 베트남 HS CODE 2202 해당 품목 수입액 규모

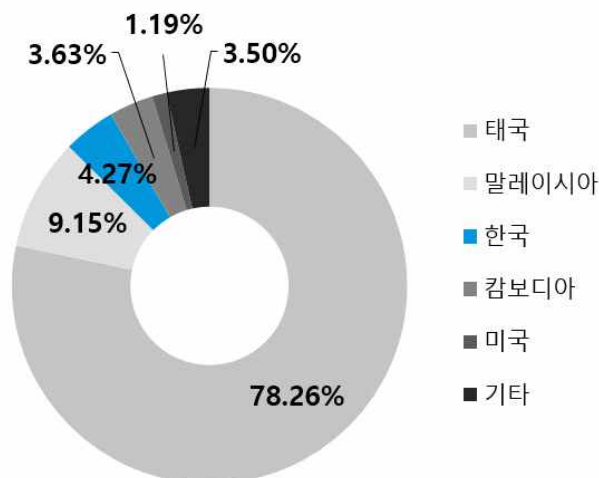
(단위 : US 달러, %)

수입상대국	2013	2014	2015	2015년 시장점유율
글로벌	19,043,000	31,510,000	76,693,000	-
1 태국	5,123,000	9,757,000	60,023,000	78.26
2 말레이시아	9,152,000	9,118,000	7,017,000	9.15
3 한국	1,124,000	1,882,000	3,274,000	4.27
4 캄보디아	1,636,000	8,169,000	2,786,000	3.63
5 미국	626,000	521,000	911,000	1.19

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.7 베트남 HS CODE 2202 해당 품목 수입액 비중 (2015년)

(단위 : %)



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

4. 베트남 소프트 음료 시장규모

베트남 소프트 음료 시장 규모

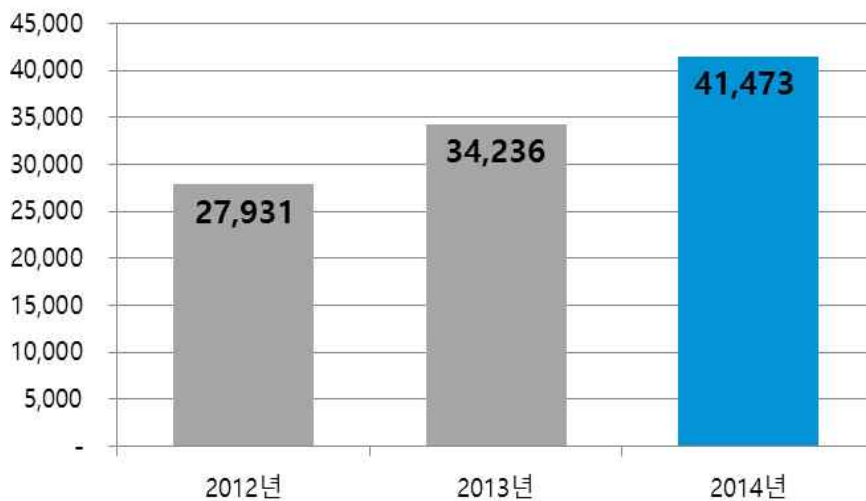
글로벌 통계 사이트 Canadean intelligence는 베트남 자료를 제공하지 않음. 이에 가장 최근 자료로 확인되는 Statista의 ‘Market size of soft drinks in Vietnam from 2010 to 2014’ 보고서를 통해 2014년까지의 소프트 음료 시장 규모에 관한 정보를 제공함

소프트 음료란 무알코올 혹은 저 알코올 음료를 뜻하며, 포괄적으로 탄산음료, 과즙음료, 젓산음료, 커피, 코코아 등 우유나 달걀을 섞은 음료까지 포함함. 보통 과즙에 물, 당, 산, 인공 색소, 향료 등을 가해 만들며 보편적으로 과즙 함량은 10% 전후이고 당분은 12% 정도임

2012년부터 2014년까지 베트남의 소프트 음료 시장은 꾸준한 성장세를 보임. 2012년부터 2014년까지 순차적으로 27조 9,310억 동²⁾, 34조 2,360억 동, 41조 4,730억 동의 시장 규모가 확인되었으며, 3개년 연평균은 21.85% 성장률을 기록함

표 1.8 베트남 소프트 음료 시장 규모

(단위 : 십억 동)



출처 : Statista, 'Market size of soft drinks in Vietnam from 2010 to 2014', 2016

2) 1,000동 = 50.10원 (외환은행 고시기준, 2016.08.08)



Ⅱ. 시장 트렌드

1. 시장 메가 트렌드
2. 소비 트렌드
3. 제품 트렌드
4. 정책 트렌드

시장 트렌드 OVERVIEW



시장 메가 트렌드

“인구구조 분석으로 보는 베트남 식음료 시장”

- 한국과 상이한 인구 분포를 보이는 베트남, 15 ~ 34세의 젊은 층이 전체 인구의 35% 차지
- 어린이 음료의 주요 소비층 0 ~ 9세 인구, 전체 인구의 16%로 한국보다 3.29배 큰 규모로 확인

“외국기업 의존도 높은 베트남 음료시장”

- 해외직접투자의 강한 영향력이 베트남 음료 시장의 국내 비즈니스 성장을 저해함

“베트남 소프트 음료 시장, RTD tea 강세”

- RTD tea, 베트남 소프트 음료 시장의 품목별 비중 41.1%로 1위

소비 트렌드

“베트남의 전통, 차 문화(Tea culture)”

- 베트남의 기후 환경으로 인해 형성된 차 문화, 3000년 동안 계승 중
- 소프트 음료 시장에서 RTD tea 수요 높은 배경으로 추측

“베트남 소비자 지출 동향”

- 소비 지출 중 음식이 차지하는 비중 매우 크며, 소득 계층에 따른 식품 구매 지출 비율 상이해

“설탕에 대한 인식 증가, 소비 추세 변화 중”

- 설탕이 건강에 해롭다는 인식이 증가하면서 저당, 탄산 무첨가 음료 같이 건강한 식품을 소비하려는 추세 증가

제품 트렌드

“베트남 어린이 음료, 바이어 선호 스펙 분석”

- 보편적으로 전 연령층이 음용할 수 있는 음료를 수입하며, 원산지, 브랜드, 테트라 팩에 담긴 포장 용기를 선호하는 것으로 확인

“국내 제약기업, 어린이용 기능성 음료로 시장 진출”

- 베트남 어린이 기호와 수요에 맞춘 어린이용 기능성 음료제품, 개발 끝에 베트남 시장 진출

“소비추세 따른 제품 제언”

- 희소성 있는 사과, 복숭아, 딸기 맛의 무가당 음료가 전망 밝은 것으로 예측
- 비타민 등을 가미한 기능성 음료의 수요가 높을 것으로 추측

정책 트렌드

“베트남 식품안전법규 위반 관련 新형사법 개정”

- 베트남 정부, 오염된 음식 유입 막기 위해 기존 법규보다 훨씬 엄격한 법 적용
- 베트남의 최근 이슈, '식품 안전성 문제'

1. 시장 메가 트렌드

인구구조 분석으로 보는 베트남 식음료 시장

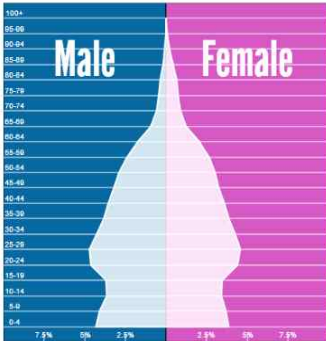
2016년 3월 기준, 베트남의 총 인구수는 9,453만 1,281명으로 세계 14위임. 이는 2016년 7월 기준인 한국의 총 인구수 5,163만 4,618명의 약 2배 규모에 달함

베트남은 한국과는 매우 상이한 인구 분포를 보이는데, 고령화&저출산 인구 구조인 한국과는 다르게 흔히 생산가능인구라 불리는 15 ~ 65세가 총 인구 수 거의 전부를 차지하고 있기 때문임. 그 중 15 ~ 34세의 젊은 층이 전체 인구의 35%를 차지하고 있음

글로벌 리서치 기관인 BMI는 위와 같은 베트남의 인구 분포가 경제 성장에 매우 유리한 구조라고 말함. 뿐만 아니라 베트남의 급속한 도시화가 식음료 시장에 영향력을 미쳐, 향후 5년(2016 ~ 2021년) 내에 하노이와 호치민시에서 해당 시장의 성장세가 치솟을 것으로 전망하였음

어린이 음료의 주요 소비층인 0 ~ 9세 인구 비중의 경우, 베트남 전체 인구의 16%인 약 1,512만 5,004명으로 집계됨. 한국의 0 ~ 9세의 총 인구수가 460만 1,688명임을 감안하면, 베트남의 동 연령층의 규모가 3.29배 더 큰 것으로 나타남³⁾

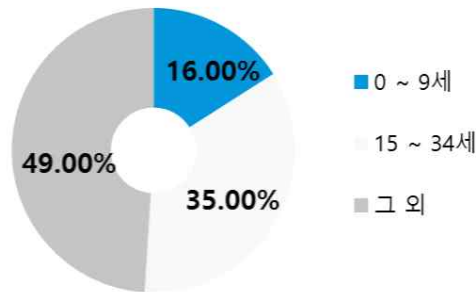
2016년 베트남 인구 구조도



*출처 : populationpyramid.net

표 2.1 베트남 연령층 따른 인구 비중

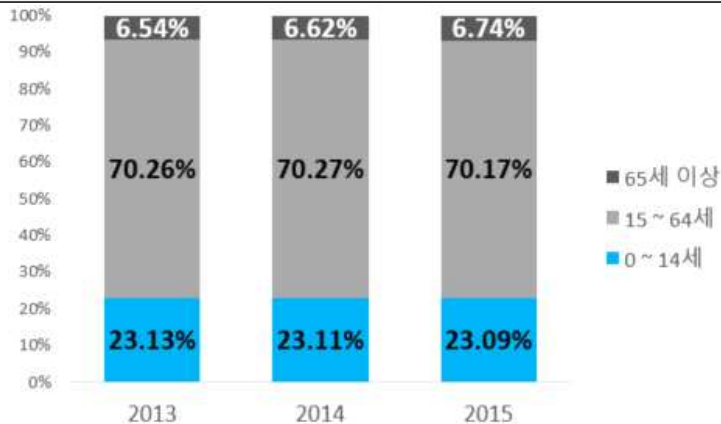
(단위 : %)



출처 : worldmeters(www.worldometers.info), Populationpyramid(populationpyramid.net) 자체 종합

표 2.2 베트남 연령층 따른 인구 비중(2013년 ~ 2015년 기준)

(단위 : %)



출처 : Statista(www.statista.com)

3) 출처 : worldmeters(www.worldometers.info), 한국 행정자치부(rcps.egov.go.kr)

1. 시장 메가 트렌드

베트남 음료 시장, 외국기업 의존도 높아

글로벌 시장조사회사 칸타월드패널의 Asia Brand Power 2015에 따르면, 음료군은 아시아 내 모든 소비재 품목 중 로컬 브랜드가 가장 강세를 보이는 품목이며 전체 음료군 내 로컬 브랜드의 점유율이 85%에 달함

베트남 음료(Beverage) 시장은 지난 10년간 눈부신 발전을 이어왔으나 앞서 언급한 바와는 다르게 로컬 브랜드보다 외국기업에 의존도가 높음. 이러한 배경으로는 해외직접투자(FDI, Foreign Direct Investment)의 강한 영향력이 베트남 국내 비즈니스를 해치고 있기 때문임

호치민시 식품협회위원장 Ly Kim Chi에 의하면, 외국 기업이 베트남 음료시장 점유율의 50%를 차지하고 있다고 함. 베트남 음료회사가 외국으로부터 수입 하는 음료 원재료에 관세가 10 ~ 15%가량 붙는 데에서 어려움을 겪기 때문임

이외에도 베트남산은 기술력 부족, 제품의 단일화, 생산량 저조, 위생 관리의 어려움이라는 문제점을 가지고 있어 해외직접투자 기업과의 경쟁이 사실상 힘들 것으로 판단됨

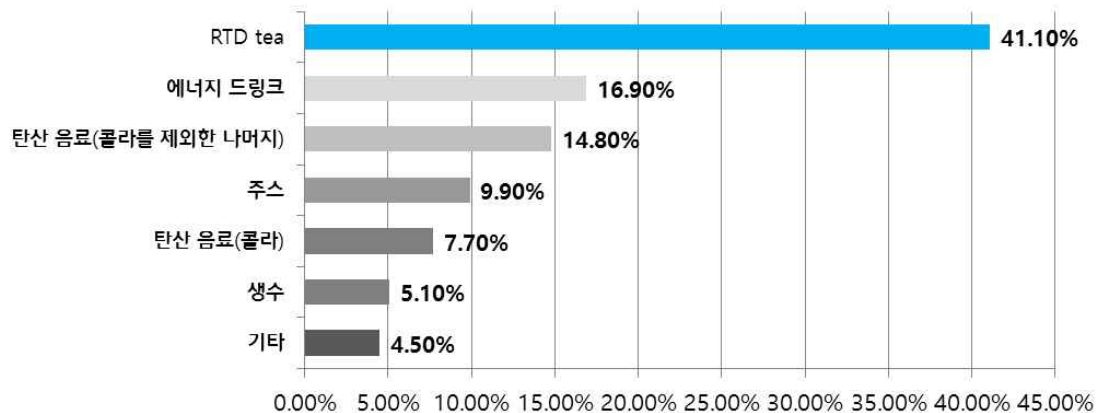
베트남 소프트 음료 시장, RTD tea 강세

소프트 음료 시장은 미네랄워터, 과일음료와 함께 전체 음료 시장에서 매우 높은 비중을 차지하고 있음. 소프트 음료 시장에서는 RTD tea (Ready-to-drink tea, 즉석 차 음료) 품목이 수요의 대다수를 차지함. 콜라를 제외한 나머지와 콜라의 점유율을 더해도 탄산음료의 비중이 RTD tea에 비해 그리 높지 않은 것으로 판단됨

베트남 소프트 음료 시장의 품목별 비율로는 RTD tea가 41.1%로 월등히 높았으며, 이를 뒤따라 에너지 드링크가 16.9% 콜라를 제외한 탄산 음료가 14.8%, 주스 9.9%, 콜라 7.7%, 생수 5.1%, 이외 기타가 4.5%를 차지함

표 2.3 소프트 음료 시장 내 품목별 점유율 (2015년)

(단위 : %)



출처 : Yahoo Finance, '2015 Vietnam beverage report', 2016.04.20

베트남의 전통, 차(tea) 문화

베트남은 연간 10만 톤의 차(茶)를 생산하는 타이웁웬시를 중심으로, 3000년 동안 차 문화를 계승하고 있음. 차 문화는 베트남의 기후 환경으로 인해 형성되었는데 뜨거운 날씨에 차를 음용하면 체온을 낮춰주는 효과가 있기 때문임⁴⁾

앞서 베트남 소프트 음료 시장에서 RTD tea 품목에 편중된 것 또한, 베트남의 전통적인 차 음용 문화가 간편하게 차를 소비할 수 있는 RTD tea 제품의 소비를 주도하였기 때문으로 사료됨

식품 및 음료 소비 지출 동향

VBA(Vietnam Beverage Association)에 따르면, 베트남 식품 및 음료 시장의 연간 성장률이 7 ~ 8%로 집계되어 발전가능성이 높은 시장으로 떠오름. 베트남인들의 지출에 있어 음식이 차지하는 비중이 매우 큼. 저소득 계층의 경우 소득의 50%이상, 중산층의 경우 소득의 1/3 이상을 식품 구매를 위한 지출로 사용한다고 함

베트남 사람들이 좋아하는 한국 상품으로는 건강 및 웰빙을 마케팅 키워드로 한 홍삼, 김, 미역 제품이 있음⁵⁾

설탕에 대한 인식 증가, 소비 추세 변화 중

과거 베트남인들은 설탕을 많이 먹으면 머리가 좋아진다고 생각하여 설탕 섭취에 대한 거부 반응이 적었다고 함. 그러나 최근 당뇨병 등 성인병 환자가 증가하면서 설탕이 건강에 해롭다는 인식이 증가하고 있음

이로 인해 ‘건강’ 이 트렌드로 부상하면서 저당, 탄산을 無첨가한 음료가 각광 받고 있음. 실제로 베트남 1위 우유생산업체인 비나밀크(Vina milk) 상품 중에서 아무 것도 첨가하지 않은 우유의 소비가 증가하고 있다고 함. 이러한 소비 변화는 베트남인들의 인식 변화에서 기인한 것으로 사료됨⁶⁾

4) Vietnam News, 'Drink up on Vietnamese tea culture', 2010.04.05

5) Euromonitor, 'Soft Drinks in Vietnam', 2016.02

6) 주간무역, '김석운의 베트남 통신 변화하는 먹거리', 2016.04.07

3. 제품 트렌드

베트남 어린이 음료, 바이어 선호 스펙 분석

어린이 음료 수입 유통사 인터뷰에 의하면, 유제품 음료가 어린이 음료로써 수요가 높은 것으로 확인됨. 베트남 내에서도 어린이 음료라는 특화된 카테고리가 존재하지 않기 때문에 보편적으로 성인과 어린이 모두가 음용할 수 있는 음료를 수입한다고 함

베트남 바이어들이 테트라 팩에 담긴 제품을 선호 한다고 밝혀 포장 형태가 바이어 구매 요인으로써 중요히 여겨지는 것으로 사료됨. 또한, 베트남 시장에서 장난감이 붙어있는 어린이 음료가 흔하지 않으나 어린이들에게 인기 있을 것으로 전망하였음

이외에도 어린이를 대상으로 하는 제품이기 때문에 바이어의 주요 구매 요인이 신뢰성이 높은 브랜드와 원산지라고 답하였음. 호주산 주스와 ABBOT, Sidelac 브랜드의 유제품이 바이어가 가장 선호하는 어린이 음료 제품 유형인 것으로 확인됨

국내 제약기업, 어린이용 기능성 음료로 시장 진출

2016년 7월 국내 제약기업인 조아제약이 베트남 어린이 음료시장에 진출하였음. 수출 예정 상품은 두뇌발달에 좋은 ‘스마트 디노’와 키 성장에 좋은 ‘롱디노’ 2종으로, 베트남 어린이의 기호와 수요에 알맞도록 어린이용 기능성 음료제품을 1년간의 연구 끝에 개발했다고 함

베트남 소비 추세를 반영한 제품 제언

베트남에서는 망고, 바나나, 알로에가 많이 재배되어 가격이 저렴함. 때문에 수입산 음료의 경우 이보다 희소성이 있는 사과, 복숭아, 딸기 맛(향)에 대한 선호도가 더욱 높을 것으로 추측됨. 또한 無첨가물, 웰빙 등 양질의 식품에 대한 선호도 증가에 따라, 무가당 음료가 전망이 밝을 것으로 사료됨

이 외에 설탕 섭취의 한 가지 이유가 머리가 좋다진다는 기능 때문이었음을 보아, 비타민 등을 가미한 기능성 음료에 대한 전망이 밝을 것으로 사료됨

Interview info

현지 바이어의 어린이 음료 구매 요인, 원산지 · 브랜드 · 포장상태

“당사는 어린이 음료를 수입 유통하는데 보통 종이로 만들어진 파우치에 담긴 제품을 선호한다. 베트남 시장에서 장난감이 붙어있는 어린이 음료는 흔하지 않기 때문에 포장에 장난감이 부착되어 있다면 어린이들에게 상당한 인기를 얻을 수 있을 것으로 생각된다. 어린이 음료로 가장 인기 있는 원산지는 호주이며 ABBOT, Sidelac이라는 브랜드 제품이 유명하다.”

어린이 음료 유통업체 Good solution Mr. Hieu와의 인터뷰 中, 2016년 07월

4. 정책 트렌드

베트남 정부 식품안전 · 위생관리 개선 촉구

베트남 Nguyen Xuan Phuc 신임 총리는 오염된 음식의 유입을 억제하기 위해 정부의 노력을 촉구함. 특히 보건복지부(MOH, Ministry of Health), 농업농촌개발부(MARD, Ministry of Agriculture and Rural Development), 산업무역부(MIT, Ministry of Industry and Trade) 세 정부기관에 안전성 검사를 강화하고 범법자에게 엄중한 벌을 물을 것을 지시함

베트남 식품규정 위반에 관한 新형사법 발효

‘최대 2억 베트남달러 벌금, 재범 시 최대 20년 형’

2016년 7월 1일부터 현행 형사법보다 엄격한 ‘식품안전위생에 관한 규정 위반 죄’가 적용됨. 개정된 2015년 형사법은 보다 무거워진 형량에 대해 규정하고 위반 행위를 상세히 하여 개정안을 확정함

- 현행 형사법 규정 제244조

안전 위생 기준을 충족시키지 않는 식품임을 알고 있음에도 불구하고 가공, 공급 또는 판매하여 소비자의 건강에 중대한 해를 끼친 자는 1년 이상 5년 이하의 금고형에 처함

- 개정 형사법 규정 제317조

식품을 생산, 가공하는 자가 죄를 범하는 경우, 5,000만 이상 2억 미만의 동의 벌금, 1년 이상 5년 이하의 금고형에 처함. 만일 재범을 반복할 경우, 5억 이상 베트남달러 이하의 벌금, 3년 이상 20년 이하의 금고형에 처함

최근 베트남 내에 ‘식품 안전성 문제’가 이슈화됨에 따라 기존의 법보다 형량이 무거워진 것으로 사료됨

표 2.4 2015년 베트남 식품 규정 위반에 관한 형사법 개정안

	현행 형사법 제244조	개정 형사법 제317조
처벌대상	안전 위생 기준을 충족시키지 않는 식품임을 알고 있음에도 불구하고 가공, 공급 또는 판매하여 소비자의 건강에 중대한 해를 끼친 자	
벌금 (동)	-	5,000만 이상 2억 미만
금고형 기간	1년 이상 5년 이하	1년 이상 5년 이하 재범 시, 3년 이상 20년 이하

출처 : 베트남 인터넷 통신Vietnam.net, 'awareness-needed-in-food-safety', 2015.05



Ⅲ. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW

분석 대상 경쟁사 Paldo(팔도), Vina milk, FrieslandCampina


#1. Paldo(팔도)

기업타입	제조업	설립년도	1963년	
취급 품목 유형	라면, 음료	홈페이지	www.paldofood.co.kr	
주요 제품				

#2. Vina milk

기업타입	유제품 및 음료 제조업(합자회사)	설립년도	1976년	
취급 품목 유형	농축 우유, 분유, 신선 우유, 요구르트, 아이스크림, 혼합음료	홈페이지	www.vinamilk.com.vn	
주요 제품				

#3. FrieslandCampina

기업타입	유제품 제조업	설립년도	2008년	
취급 품목 유형	신선 우유, 분유, 요구르트, 음료	홈페이지	FrieslandCampina.com	
주요 제품				

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 방법

어린이 음료 현지 조사 시, 매대에 가장 많이 진열된 제품군과 베트남 현지에서 인기가 높은 제품군의 제조사를 경쟁사로 선정함

현지 매장에 진열되어 있는 어린이 음료 제조사를 확인한 결과, 의뢰 제품과 가장 유사한 팔도社의 Pororo 뽀로로 제품이 방문한 마트들에서 중복 확인되었음. 이외에 Vina milk와 FrieslandCampina가 베트남 내에서 어린이에게 인기가 높은 것으로 확인됨

표 3.1 분석 대상 어린이 음료 제조기업 3개社

		
Paldo(팔도)	Vina milk	FrieslandCampina

출처 : 현지방문조사(Lotte mart, Vinmart, AEON citimart, 2016. 07)

표 3.2 어린이 음료 판매대 이미지



출처 : 현지방문조사(Lotte mart, AEON citimart, 2016. 07)

2. 경쟁사별 현황파악



Paldo(팔도)

Paldo(팔도)는 한국 야쿠르트에 소속된 자회사이었으나 2012년 1월 분사하였음. 2015년 3,713억 원이라는 매출액을 기록하며 분사 이래 처음으로 영업 흑자 전환에 성공함

주력 제품군은 음료류와 면류로, Pororo 뽀로로(밀크, 딸기, 사과, 블루베리, 보리차 맛)가 대표적인 어린이 음료 제품임. 이러한 혼합 음료 외에도 비타민을 함유한 뽀로로 비타쑥쑥 같은 어린이용 기능성 음료도 판매하고 있음

표 3.3 기업 개요

기업 타입	제조업
취급 품목 유형	음료류, 면류
설립년도	1984년(유성냉장에서 태경농산 주식회사로 사명 변경)
2015년 매출액	3,713억 원
대표전화	+82-1577-8593
주소	서울특별시 서초구 강남대로 577 (잠원동, 우덕빌딩)
홈페이지	www.paldofood.co.kr

출처 : 팔도(www.paldofood.co.kr), 시사오늘, '오뚜기, 라면시장 점유율 쑥쑥...2위 굳히기', 2016.06.02

표 3.4 주요제품 소개

음료류	
면류	

출처 : 팔도(www.paldofood.co.kr)

2. 경쟁사별 현황파악



Vina milk

Vina milk는 베트남에서 가장 큰 유제품 회사로 알려져 있으며 베트남 기업 중 상위 10위 내에 랭킹됨. 이러한 성장 배경으로는 해외 기술력 보유와 높은 외국인 투자율 덕분인 것으로 확인됨

Vina milk의 주요 제품은 코코아 우유, 분유, 신선 우유, 요거트, 아이스크림과 같은 유제품이나 과채즙이 함유된 음료 또한 판매하고 있음

31개국에 수출을 진행하고 있으며, 보편적으로 연간 15억 달러의 매출액을 기록한다고 함. 베트남에서 Vina milk의 최대 경쟁 브랜드는 Dutch lady임

표 3.5 기업 개요

기업 타입	유제품 및 음료 제조업(합자회사)
취급 품목 유형	농축 우유, 분유, 신선 우유, 요구르트, 아이스크림, 혼합음료
2015년 매출액	40조 동(약 17억 달러)
설립년도	1976년
대표전화	+84-8-54-155-555
이메일	vinamilk@vinamilk.com.vn
주소	No. 10, Tan Trao Street, Tan Phu Ward, District 7, HCMC
홈페이지	www.vinamilk.com.vn

출처 : Vina milk(www.vinamilk.com.vn)

표 3.6 Vina milk 제조품



출처 : Vina milk(www.nongwoofood.com)

2. 경쟁사별 현황 파악



FrieslandCampina

FrieslandCampina는 Dutch lady 브랜드의 협동조합으로 유아 및 어린이용 유제품을 제조함. 특히 Dutch lady 브랜드를 통해 유아용 분유 시장에서 강세를 보이고 있으며, Fristi같은 다수의 음료 브랜드를 소유하고 있음. 유제품 음료 중 Cao Khoe가 주력 제품임

Dutch lady社は 홈페이지나 제품 포장지 전면에 주로 서양 어린이를 인물로 삼는 경향이 있음. 이는 최근 베트남 소비자가 어려서부터 먹는 것을 바꾸면 외국인처럼 키도 크고 머리도 좋아진다는 인식을 가지면서 영양에 큰 관심을 두고 있기 때문인 것으로 사료됨

표 3.7 기업개요

기업 타입	유제품 제조업
취급 품목 유형	신선 우유, 분유, 요거트, 음료
2013년 매출액	114억 유로
설립년도	2008년
대표전화	+84-650-375-4422
이메일	skh@frieslandcampina.com
홈페이지	FrieslandCampina.com

출처 : FrieslandCampina(FrieslandCampina.com)

표 3.8 제품 소개

주요 제품			
	신선 우유	분유	요거트

출처 : FrieslandCampina(FrieslandCampina.com)



IV. 경쟁제품 현지조사

1. 분석 제품 및 기준
2. 가격 정보
3. 포장용기 정보
4. 기타 (성분, 원료, 열량, 규격, 상세스펙 등)
5. 현지 조사 데이터

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

제품 분석 결과



●10ml당 가격 평균 : 1,265.95 동

●유통기한 : 153일

확인된 혼합 음료 제품 한 개의 유통
기한은 235일, 유제품 음료는 최소 80
에서 최대 180일로 확인됨

●원료 : 영양소 성분 함유 (비타민)

● 패키지 : 테트라 팩(종이팩) 다수 이용

도출된 경쟁제품의 패키지 샘플로는 크게 테트라 팩, 투명
플라스틱 용기, 반투명 플라스틱 용기 3가지로 분류됨

*출처 : 현지방문조사(Lotte mart, Vinmart, AEON citimart, 2016. 07)

분석 제품 상세



PALDO CO.,LTD

Pororo 뽀로로



DUTCH LADY

Frishti



DAIRY PLUS CO.,ltd

Dutch Mill



Vinamilk

Super susu



Love'in farm

KUN cacao lúa mạch

분석 지표 : 용량, 중량 당 가격, 포장형태, 원료

분석 제품 : 현지 매장 방문 조사를 통한 5개 제품

지표별 결과 값 활용 방안 : 지표별 평균 값 및 최소·최대 확인으로,
현지 시장 진출 시 제품 현지화(R&D) 가능

1. 분석 제품 및 기준

경쟁 제품



Pororo 뽀로로
(PALDO CO.,LTD)



Fristi
(DUTCH LADY)



Dutch Mill
(DAIRY PLUS CO.,Ltd)



Super susu
(Vinamilk)



KUN câco lúa mạch
(Love'in farm)

표 4.1 방문 매장

매장명	주소	방문일시
Lotte mart	469 Nguyen Huu Tho, Tan Hung ứad, Dítrect 7, Ho Chi Minh city	2016.07
Vinmart	69 Dong Khoi, Ben Nghe ward, Dítrect 1, Ho Chi Minh city	2016. 07
AEON Citimart	112-114-116 Ha Huy Tap, Tan Phong ward, Dítrect 7, Ho Chi Minh city	2016. 07

출처 : 현지방문조사(Lotte mart, Vinmart, AEON citimart, 2016. 07)

표 4.2 분석 제품 및 기준

제품명	제조사
Pororo 뽀로로	PALDO CO.,LTD
Fristi	DUTCH LADY
Dutch Mill	DAIRY PLUS CO.,Ltd
Super susu	Vinamilk
KUN câco lúa mạch	Love'in farm

▶ 분석기준 : 제품 상세 스펙에서 공통적으로 확인되는 용량, 10ml 당 가격 (동), 포장형태, 원료 총 4가지 항목을 분석함

출처 : 현지방문조사(Lotte mart, Vinmart, AEON citimart, 2016. 07)

2. 가격 정보

10ml당 가격 평균 1,265.95동⁷⁾

경쟁 제품들의 평균 용량은 153ml으로 나타났으며, 10ml당 가격 평균은 1,265.95동인 것으로 집계됨

경쟁 제품 중 가장 많은 용량을 나타낸 것은 Pororo 뽀로로 제품이었으며 Fristi 제품이 가장 적은 용량을 나타냄. 10ml 당 가장 높은 가격을 보인 것은 Fristi 상품으로 도출되었고 Super susu 제품이 가장 낮은 가격을 보임. 용량 대비 가격의 최고·최저 차이가 약 8배에 달함

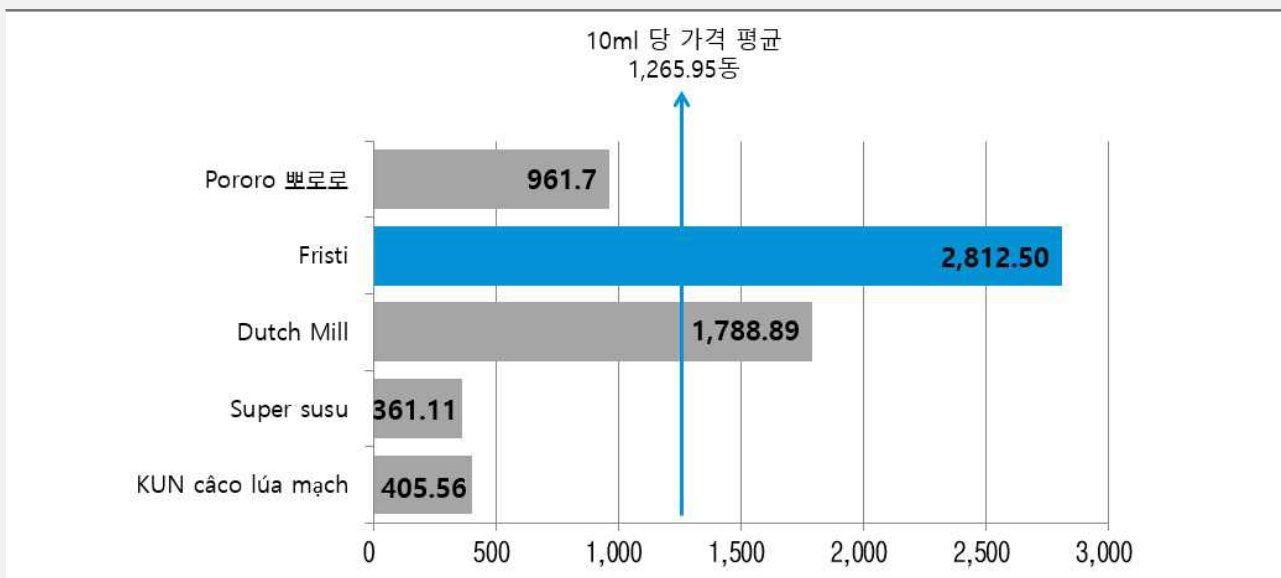
표 4.3 가격 비교

제품명	용량(ml)	가격(동)	10ml 당 가격(동)
Pororo 뽀로로	235	22,600	961.70
Fristi	80	22,500	2,812.50
Dutch Mill	90	16,100	1,788.89
Super susu	180	6,500	361.11
KUN câco lúa mạch	180	7,300	405.56

출처 : 현지방문조사(Lotte mart, Vinmart, AEON citimart, 2016. 07)

표 4.4 10ml당 가격 비교 및 평균가격 도출

(단위 : 동)



출처 : 현지방문조사(Lotte mart, Vinmart, AEON citimart, 2016. 07)

7) 1,000동 = 50.10원 (외환은행 고시기준, 2016.08.08)

3. 포장용기 정보

어린이용 음료 3가지 형태의 포장용기 사용

대형 유통매장에서 판매가 확인된 어린이 음료 포장용기는 크게 3가지로 분류됨

다섯 제품 중 두 제품만이 플라스틱 용기를 이용하였으며, 투명 플라스틱 용기를 사용한 Pororo 뽀로로 제품은 뚜껑을 뽑아서 손쉽게 마실 수 있는 피피캡 뚜껑을 사용함. 이 외 나머지 세 제품은 종이로 만들어진 테트라 팩 용기를 이용함. 또 뽀로로 제품을 제외한 나머지는 모두 3 ~ 4개 날개 제품들이 한 묶음으로 판매됨

포장 겉면 캐릭터 이미지 부착

제품 5개 중 4개(80%)가 캐릭터 이미지가 삽입된 포장용기를 사용한 것으로 조사되었음. 주로 앞면에 뽀로로나 어린이 이미지, 스파이더 맨, 아이언 맨 같이 친근감을 주는 캐릭터를 사용함

또한 캐릭터가 어린이의 이목을 끄는 역할로 작용하기 때문에 도출된 경쟁제품의 80%가 포장재에 이미지를 삽입한 것임. 따라서 제품에 캐릭터 장난감이 부착되어 있을 경우 이는 차별화된 마케팅으로 작용할 것으로 추측됨

표 4.5 패키지 샘플(경쟁제품 분석)

테트라 팩(종이 팩)		투명 플라스틱 용기	반투명 플라스틱 용기
			

출처 : 현지방문조사(Lotte mart, Vinmart, AEON citimart, 2016. 07)

표 4.6 캐릭터 부착 패키지 샘플



출처 : 현지방문조사(Lotte mart, Vinmart, AEON citimart, 2016. 07)

4. 기타(성분, 원료, 열량, 규격, 상세스펙 등)

어린이 음료 유통기한 평균 153일

조사된 어린이 음료는 제품의 식품 분류에 따라 유통기한이 상이함. 의뢰 제품과 가장 유사한 혼합음료 Pororo 뽀로로 제품은 유통기한이 235일로 도출됨

유제품 음료로 분류되는 나머지 4개의 제품은 유통기한이 최소 80일에서 180일 인 것으로 조사되었음

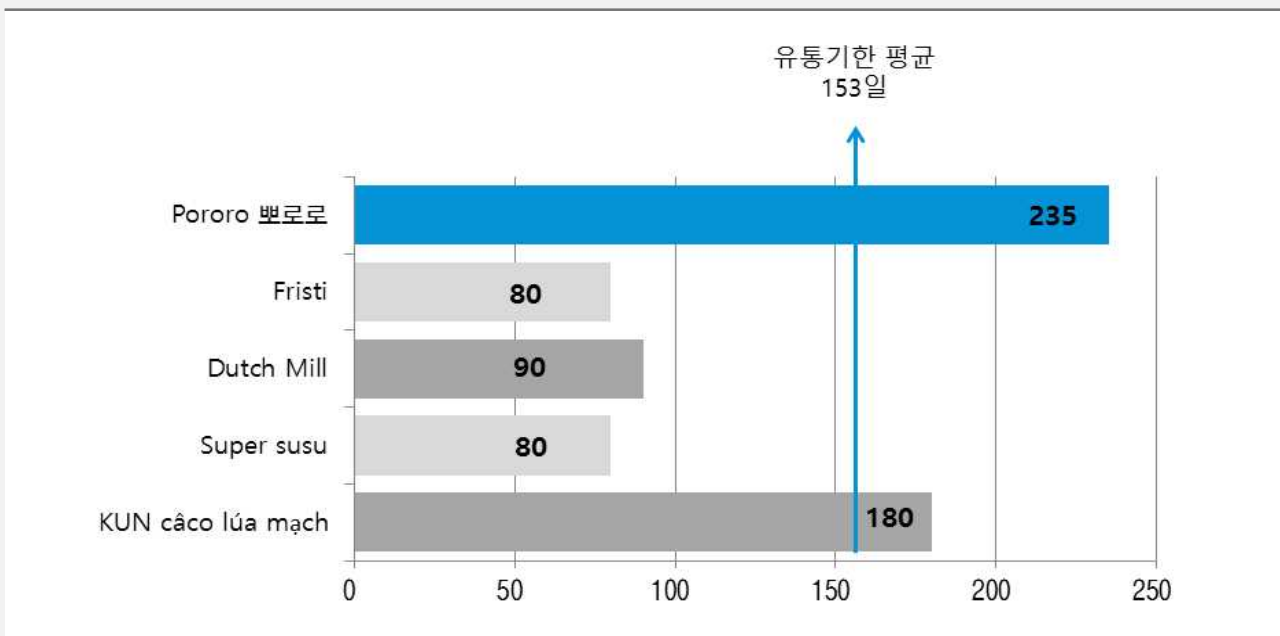
표 4.7 유통기한 비교

제품명	식품 분류	유통기한
Pororo 뽀로로	혼합 음료	235
Fristi	유제품 음료	80
Dutch Mill		90
Super susu		180
KUN câco lúa mạch		180

출처 : 현지방문조사(Lotte mart, Vinmart, AEON citimart, 2016. 07)

표 4.8 유통기한 비교 및 유통기한 평균 도출

(단위 : 일)



출처 : 현지방문조사(Lotte mart, Vinmart, AEON citimart, 2016. 07)






4. 기타(성분, 원료, 열량, 규격, 상세스펙 등)

어린이 음료에 포함된 원료 분석

원료 분석 결과, Duch Mill을 제외한 나머지 제품 모두가 비타민, 칼슘 같은 영양소 성분을 함유하고 있는 것이 확인됨. 조사된 비타민의 종류는 A, B1, B2, B3, B6, D3으로 매우 다양함

기능성 성분을 첨가하였을 경우, 성장기 어린이들을 위한 건강 음료로 평가될 것으로 사료됨

표 4.9 제품별 원료 비교

제품명	원료	라벨 이미지
비타민강아지 Pororo 뽀로로	정제수, 설탕, 우유 분말, 딸기 농축액, 구연산, 칼슘, 젖산, 우유 향, 대두 다당류, 유화제, 비타민 D3	
Fristi	정제수, 우유, 설탕, 펙틴, 젖산, 구연산, 우유 분말, 오렌지 향미첨가제, 비타민 B3, A, B1, B6	
유제품 Dutch Mill	요거트, 저지방 우유, 물, 베리 혼합(딸기, 라즈베리, 크렌베리) 농축액, 설탕, 착색료	
Super susu	정제, 설탕, 우유 분말, 지방산, 코코아 분말, 안정제, 미네랄(마그네슘, 칼슘), 비타민 B3, B6, B2, A, 향미첨가제	
KUN cacao lúa mạch	우유(신선 우유, 우유 분말, 지방산), 물, 설탕, 코코아 분말, 천연 향미료, 안정제, 오메가-3, 오메가-6, 미네랄(칼슘, 마그네슘, 철분), 비타민(B1, B2, B3, B6)	

출처 : 현지방문조사(Lotte mart, Vinmart, AEON citimart, 2016. 07)

5. 현지 조사 데이터

현지 조사 제품 상세 스펙

베트남 유통매장 조사를 통해 확인된 어린이 음료의 기본 스펙 및 판매 정보를 다음과 같이 제공함

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	원산지	한국	베트남
	제품명	Pororo 뽀로로	Fristi
	용량(ml)	235	80
	10ml당 가격(동)	961.70	2812.50
	포장형태	투명 플라스틱 용기	테트라팩
	원료	정제수, 설탕, 우유 분말, 딸기 농축액, 구연산, 칼슘, 젖산, 우유 향, 대두 다당류, 유화제, 비타민 D3	정제수, 우유, 설탕, 펙틴, 젖산, 구연산, 우유 분말, 오렌지 향미첨가제, 비타민 B3, A, B1, B6
취급처	판매확인 매장		
		Lotte mart	Vinmart

5. 현지 조사 데이터

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	원산지	태국	베트남
	제품명	Dutch Mill	Super susu
	용량(ml)	90	180
	10ml당 가격(동)	1788.89	361.11
	포장형태	테트라 팩	테트라 팩
	원료	요거트, 저지방 우유, 물, 베리 혼합(딸기, 라즈베리, 크렌베리) 농축액, 설탕, 착색료	정제 설탕, 우유 분말, 지방산, 코코아 분말, 안정제, 미네랄(마그네슘, 칼슘), 비타민 B3, B6, B2, A, 향미첨가제
취급처	판매확인 매장 Satra	Satra	

5. 현지 조사 데이터

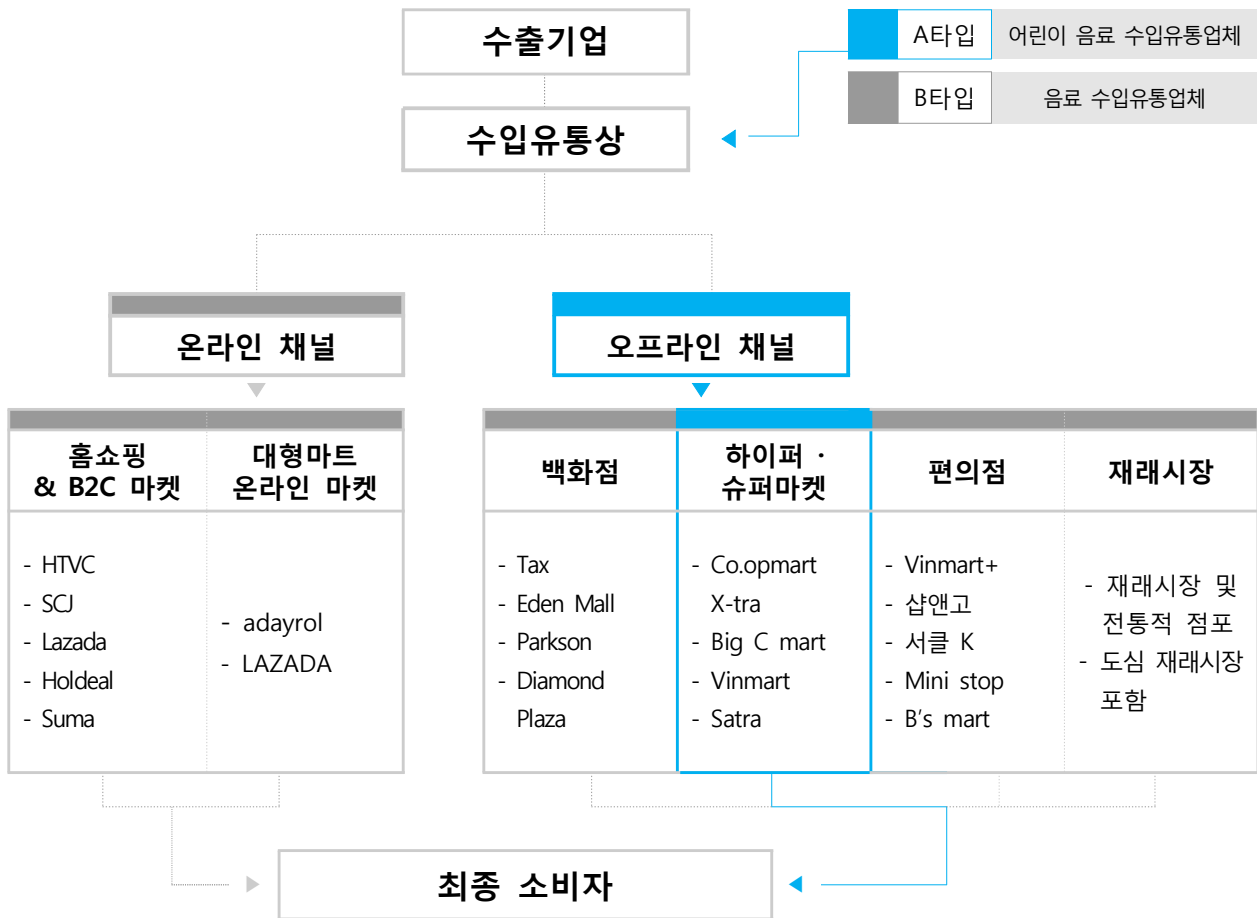
구분		제품 #5
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)	
	제품 이미지 (뒷면)	
제품 스펙	원산지	베트남
	제품명	KUN cacao lúa mạch
	용량(ml)	117
	10ml당 가격(동)	29.74
	포장형태	테트라 팩
	원료	우유(신선 우유, 우유 분말, 지방산), 물, 설탕, 코코아 분말, 천연 향미료, 안정제, 오메가-3, 오메가-6, 미네랄(칼슘, 마그네슘, 철분), 비타민(B1, B2, B3, B6)
취급처	판매확인 매장	Satra



V. 유통구조 현황

1. 현지 유통구조 map
2. 추천 진출 경로
3. 유통업체 담당자 인터뷰

1. 현지 유통구조 map



*출처 : USDA Foreign Agricultural Service, 'Vietnam Retail Foods, 2013.12.11. 참고하여 작성자 재구성

유통구조	특징
온라인 채널	온라인 채널에서는 식품을 비롯한 패션의류, 휴대폰, 조리 기구 등이 가장 많이 거래되고 있음
백화점	백화점과 같은 현대식 유통 채널은 최근 5년간 연평균 18%씩 성장하고 있으며, 롯데백화점과 같은 한국 기업도 다수 진출함
슈퍼마켓 / 하이퍼마켓	베트남의 슈퍼마켓 채널은 제품의 취급 범위가 넓으나 그 중 40 ~ 50%는 식품을 취급하고 있음
편의점	베트남 내 362개의 편의점이 존재하며, 빠른 성장 속도를 보이고 있음
기타	창고형 매장, 드러그스토어, 외식업, 재래시장 등이 포함됨

*출처 : USDA Foreign Agricultural Service, 'Vietnam Exporter Guide', 2015.03.27. 참고하여 작성자 재구성

2. 추천 진출 경로

ROUTE 설정

야후 Financial ‘2015 베트남 음료 시장 보고서’에 의하면, 소프트 음료 시장은 주로 온 트레이드(레스토랑, 바, 호텔 등의 소비 시장)보다 오프트레이드(하이퍼·슈퍼마켓, 면세점 등의 판매 시장)에서 유통이 더욱 효율적이라고 함⁸⁾

더불어 베트남 소비자들의 한국식품 주요 구매처가 하이퍼·슈퍼마켓과 같은 대형마트인 것으로 조사됨. 이에 음료 제품의 진출 시 판매에 유리할 것으로 사료되는 하이퍼·슈퍼마켓을 제 1의 진출 경로로 설정함

ROUTE #1. 하이퍼·슈퍼마켓

유통시장 개방 이후, 폭발적 시장 점유율 차지

대표적인 슈퍼마켓 체인 Big C 브랜드는 매장 외관에 한국 수입품이 입점해 있음을 홍보함. 이러한 ‘하이퍼·슈퍼마켓 체인’의 경우, 접근이 용이한 장소에 신규로 출점하여 소매 유통시장 점유율을 높이고 있음

이러한 배경에는 2009년 베트남 유통시장이 개방되면서 많은 외국 업체들이 다수 진출하였기 때문으로 사료됨. 최근 유명 체인형 하이퍼·슈퍼마켓을 둘러싼 M&A가 많이 발생하고 있음. 한국의 대형 쇼핑몰 롯데마트도 베트남 내 최대 규모를 자랑했던 Big C 마트의 인수 합병에 참여하기도 했음

ROUTE #2. 편의점

경제 호황에 따른 편의점 수 증가

베트남 경제의 호황에 따라 2013년 이래로 편의점의 수가 급속히 늘어나고 있음. 관광객을 위해 호텔 주변에만 위치했던 편의점이 최근에는 사거리, 오피스 밀집 지역에서부터 임대료가 저렴한 주택가 입구까지 넓은 분포로 위치하고 있음

2016년 7월 최근, 국내 기업(조아제약)의 베트남 어린이 음료시장 진출 경로 또한 편의점인 것으로 확인됨. 해당사와 전략적 제휴를 맺은 서클 K는 베트남 호치민시에 110개의 매장이 개점되어있을 만큼 규모가 가장 큰 편의점임

8) Yahoo Finance, ‘Vietnam beverage report’, 2016.04.20

3. 유통업체 담당자 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

음료류 취급 바이어 대상
인터뷰 진행 (2016년 7월)

- 어린이 음료 수입유통업체
- 음료 수입유통업체

Q1. 어린이 음료 제품의 주요 납품처는 어디인가?

“어린이 음료는 주로 하이퍼·슈퍼마켓으로 공급 중이며 식료품 도매업체로도 납품하기도 한다. 도매 소매를 겸하고 있는 곳에 납품하는 것을 선호한다.”

어린이 음료 수입 유통업체 Good solutions
판매 담당자 Mr.Hieu와의 인터뷰 中, 2016. 07

“당사는 주로 유제품 음료를 많이 수입하고 있으며, 베트남 전역의 하이퍼·슈퍼마켓 체인점으로 공급 중이다. 이 중에서도 Orfarm과 Bif supermarket이라는 곳으로 가장 많이 납품하고 있다.”

음료 수입 유통업체 SUA MY JSC
판매 담당자 Ms.Thanh Tuyen와의 인터뷰 中, 2016. 07

Q2. 취급하는 음료 제품 中 수입 시 특이사항이 있다면?

“수출업자에게 제품 샘플을 요청하거나 수입을 준비할 때, 성분분석표와 제품 패키지 디자인, 자유 판매증명서(CFS) 3가지 사항을 준비해달라고 한다. 통관에서 시장까지 판매되는 데 까지 시간을 단축시키기 위해 제출 서류 준비가 잘 되어있는 것이 유리하기 때문이다.”

어린이 음료 수입 유통업체 Good solutions
판매 담당자 Mr.Hieu와의 인터뷰 中, 2016. 07

“유제품 음료는 일반 식품에 비해 검사가 더 까다로워 통관에 어려움이 있을 수 있다. 하지만 일반 식품과 기능성 식품이 통관되는 기간 및 비용이 약 25일 9,000,000동인 것에 비해, 유제품 음료는 10일 동안 4,500,000동 정도로 반에 가까운 기간과 비용이 소요된다.”

음료 수입 유통업체 SUA MY JSC
판매 담당자 Ms.Thanh Tuyen와의 인터뷰 中, 2016. 07



VI. 유통업체 현황

1. 주요 유통채널 개관
2. 주요 유통업체 핫이슈
3. 유통업체별 개요
 - Co.opmart
 - Lotte mart
 - Vinmart

유통업체 현황 OVERVIEW

주요 유통경로



주요 유통업체 리스트(슈퍼마켓/하이퍼마켓)

No.	유형	이름	특징
1	슈퍼마켓/ 하이퍼마켓	Co.opmart	- 자사 PB 브랜드 개발, 제품 프로모션 진행 - 다수 레시피 제공
2		Lotte mart	- 유명 슈퍼마켓 중 유일하게 온라인 주문 가능 - 주요 이용객은 한인과 고소득 소비자층
3		Vinmart	- Vinmart, Vinmart+가 베트남 내 가장 많은 점포 수 보유 - 상시 저가세일 진행
4		Big C	- 프랑스 계열 유통업체 - 2015년 5월 말 기준, 28개 운영 중
5		Hapro	- 베트남 국영 유통기업 - 슈퍼마켓, 식품점, 의류소매체인 운영 중
6		Parkson	- 말레이시아 계열 유통업체 - 백화점, 쇼핑센터 사업에 주력

주요 유통업체 매장 특징

유통업체		운영현황
Co.opmart		자사 PB 브랜드 개발, 제품 프로모션 진행
Lotte mart		자사 PB 브랜드 개발, 상시 저가세일 진행, 온라인 쇼핑몰 운영
Vinmart		편의점 체인 운영 중, 저가세일행사 진행

1. 주요 유통채널 개관

슈퍼마켓/하이퍼마켓 개념

- 슈퍼마켓
: 일용잡화류를 판매하는 소매점으로 보통 면적은 280~2,300㎡임
- 하이퍼마켓
: 일용잡화류외의 가전제품 등의 공산품도 판매하며 가격이 저렴한 것이 특징임. 보통 면적은 2,300㎡ 이상임

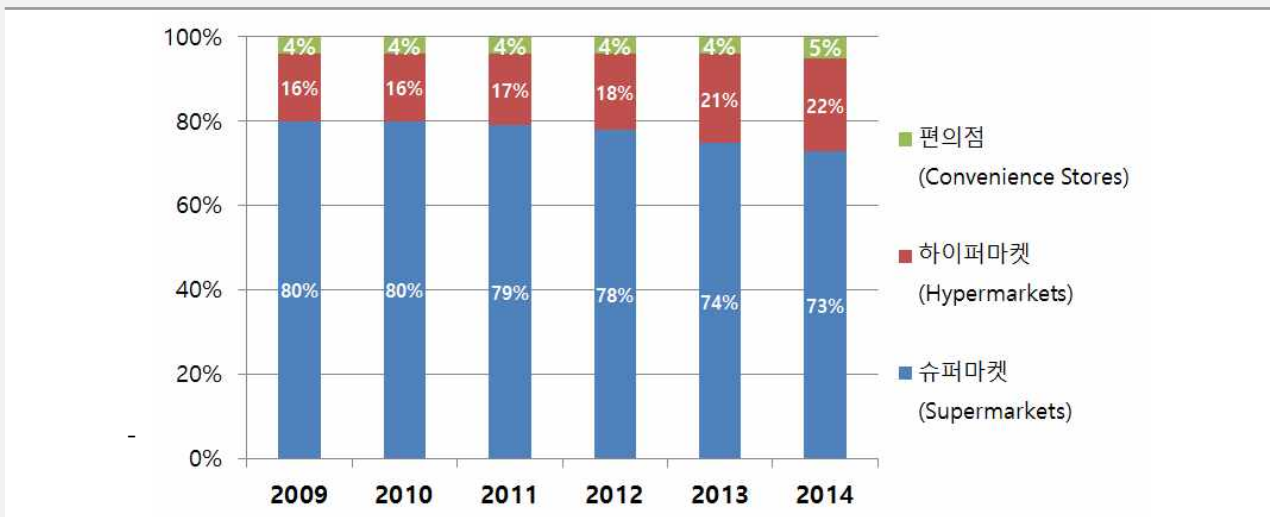
베트남 현대식 유통채널, 점포 수 확장계획 밝혀

베트남 내 재래식 유통채널 외에 현대식 유통채널이 늘어나기 시작하는 추세는 2011년 이후부터 시작됨. 최근 더욱 빠른 속도로 증가하고 있으며 이에 베트남 기반 로컬 유통채널과 인터내셔널 유통채널 모두 유통 네트워크 확장 및 소비자 확보에 총력을 기울임. 이에 ‘2020년까지 N개의 점포 오픈 계획’ 등과 같이 공격적인 점포 확대 계획을 곳곳에서 밝히고 있음

자사 유통네트워크 확대는 물론, 베트남 내 미숙한 유통 인프라를 구축하는 데 많은 투자를 하고 있으며, 소비자 확보를 위해 프로모션 진행, 특가상품 판매, 각종 이벤트 실시, 자사 PB 브랜드 개발 등 다양한 시도를 하고 있음

베트남 내 대표적인 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 브랜드로는 Co.opmart, Lotte mart, Vinmart, Big C 등이 있으며 편의점 브랜드로는 Shop & Go, Familymart, Ministop, Citimart B&B 등이 있는 것으로 조사됨. 해당 항목에서는 베트남 내 큰 규모를 자랑하는 대표적 하이퍼마켓 Co.opmart, Lotte mart, Vinmart 세 곳을 조사하였음

표 6.1 베트남 내 현대적 유통채널별 차지 비중



출처 : DBS Group Research, 'Industry Focus ASEAN Grocery Retail', 2015.07.22.

표 6.2 주요 하이퍼마켓 특이사항

구분	운영현황
Co.opmart	자사 PB 브랜드 개발, 제품 프로모션 진행
Lotte mart	자사 PB 브랜드 개발, 상시 저가세일 진행, 온라인 주문 가능
Vinmart	편의점 체인 운영 중, 저가세일행사 진행

출처: Co.opmart(www.co-opmart.com.vn), Lotte mart Vietnam(lottemart.com.vn), Vinmart(vinmart.com)

2. 주요 유통채널 핫이슈

Co.opmart

Big C 구매에 실패한 Saigon Co.opmart⁹⁾

2016년 4월 말, 프랑스 대기업 Casino社를 모회사로 하는 Big C는 베트남 사업을 매각함. 이에 Saigon Co.op社는 베트남 최대 규모의 소매기업인 Big C의 자산 구매를 원했으나, 호치민에 기반을 둔 관계로 해외 투자 허가가 미비되어 요구 사항을 충족하지 못했고 결국 해당 기업의 자산 구매에 실패함. 함께 입찰에 응한 다른 기업으로는 일본의 AEON社, 한국의 LOTTE社, 태국의 TCC Holding社, 싱가포르의 Dairy Farm社가 있었음

Lotte mart

2020년까지 60개의 아울렛 오픈 예정 계획 밝혀¹⁰⁾

현재 성공적으로 베트남 현지에 진출하여 운영되고 있는 Lotte mart는 베트남 시장에 처음 발을 디딘 이래 8년 동안 12개의 매장을 운영하고 있음. 하지만 행보를 바꿔 공격적인 사업 확대로 지난 4월 28일 새 아울렛을 오픈하면서 2020년까지 60개의 아울렛을 오픈할 예정이라 밝힘. 규모를 확대하게 되면 Lotte mart 내부에 한국 식품관이 따로 개설되어 있기 때문에 한국산 제품 유통에 이점이 있을 것으로 사료됨

VINMART

자국제품 판매에 앞장서다

Vinmart는 소비자 모두의 수요를 충족시키기 위해 다양한 품목의 수입품을 취급하고 있음. 최근, 외국 제품이 범람하는 현지 시장에서 자국 제품의 경쟁력을 높이는 데에 도움이 되겠다고 발표함

베트남 뉴스 발간지 VNN Bridge의 2016년 6월 기사에 따르면, 체인슈퍼마켓인 Vinmart와 체인편의점 Vinmart+, 두 가지 시스템을 운영하는 VINGROUP이 약 250개의 현지제조사와 협력할 것을 서명했다고 함. 특히, 현지 식품군 공급자에게 소매 시 할인율을 낮게 책정하여 기업이 상품 품질을 높이는 데에 집중하도록 도움

9) Deal Street Asia News Portal, 'Vietnam: Saigon Co.op's failure to buy Big C made Thai players stronger in country's retail', 2016.05.02.

10) Vietnam Breaking News.com, 'Lotte mart to open 60 outlets in Vietnam by 2020: executive', 2016.04.22.

3. 유통업체별 개요 – Co.opmart

Co.opmart 입점 시 필요 정보 제공

베트남 대형 유통업체 중 하나인 Co.opmart는 사업자와 개인고객을 대상으로 입점 시 필요한 구비서류와 정보를 제공하고 있음. 필요한 서류는 하기에 기재함

표 6.3 매장 정보

기업 정보	매출액	N/A	
	직원수	최대 10,000명(2015년 Saigon Co.op기준)	
	점포수	82개(2016년 기준)	
	특징	자사 PB 브랜드 개발, 제품 프로모션 진행	
	주소	KDC MY PHUOC, NGUYEN VAN LINH, TAN PHONG ward, District 7, Ho Chi Minh city	
	전화	+84-8-5410-1468	
주요 판매품목		식료품, 반찬, 가전제품, 화장품, 의류 등	
한국제품 취급품목		과일, 소스류, 김, 라면 등	
매장 전경			

출처 : Co.opmart(www.co-opmart.com.vn), 현지방문조사(Co.opmart, 2016.07)

Co.opmart 입점 관련 정보

[필요 서류]

1. 임대료 등록 양식(홈페이지에서 다운로드 가능)
2. 필수 구비 서류
 - 비즈니스(사업자) 등록 또는 ID카드(개인), 가정 등록 사본 증명서
 - 상표 등록 증명서(필요한 경우 구비)
 - 상품 출처 증명 서류
 - 매장 내, 외부, 쇼핑 센터, 슈퍼마켓 내부에서의 활동 사진

출처 : Co.opmart(www.co-opmart.com.vn)

3. 유통업체별 개요 – Lotte mart

Lotte mart 온라인 주문 가능

베트남 현지 진출에 성공한 선도적인 기업으로 현지 유명 슈퍼마켓 중 유일하게 온라인 주문 및 결제, 배송 서비스를 제공하고 있음

표 6.4 매장 정보

기업 정보	매출액	630억원(2016년 1분기 기준)	
	직원수	N/A	
	점포수	12개 ¹¹⁾ (2016년 기준)	
	특징	자사 PB 브랜드 개발, 상시 저가세일 진행, 온라인 주문 가능	
	주소	469 Nguyen Huu Tho, Tan Hung ward, District 7, Ho Chi Minh city	
	전화	+84-8-3775-2828	
주요 판매품목		식재료, 가전제품, 의류 등	
한국제품 취급품목		과일, 채소, 반찬, 라면, 김, 음료, 유제품 등	
매장전경		 	

출처 : Lotte mart Vietnam(lottemart.com.vn), 현지방문조사(Lotte mart, 2016.07)

Lotte mart 입점 관련 정보

롯데마트는 식품, 패션, 엔터테인먼트, 가정용품, 뷰티 및 건강 제품을 전반적으로 취급하는 대형 유통매장으로 국내외 유명 브랜드를 보유한 복합 공간임. 약 350개 이상의 파트너를 보유하여 종합적인 쇼핑 서비스를 제공하고 있음

[관련 부서 연락처 정보]

- 식품 산업, 레저, 엔터테인먼트 : Ms.Nguyễn Lê Hoàng Anh(84 98 616 2586 / anhnlh@lottemart.com.vn)
- 패션 업계, 가전제품 : Ms.Lưu Thị Thu Trang(84 906 318 822 / tranglth@lottemart.com.vn)
- 화장품, 보석 : Mrs.Nhữ Thị Thu(84 90 702 2387 / thu.nt@lottemart.com.vn)

출처 : Lotte mart Vietnam(lottemart.com.vn)

11) 2016년 기준, 12개의 대형마트와 2개의 백화점 보유하고 있으며 1개 점포 추가로 오픈하여 13개의 매장을 운영할 계획이라고 밝힘. 또한, 2020년까지 베트남 내 전국 60개까지의 아울렛 매장오픈 계획 가지고 있다고 전함

3. 유통업체별 개요 – Vinmart¹²⁾

VinGroup 공격적 유통부문 사업 확대

베트남 부동산대기업인 VinGroup社는 현재 유통부문에 진출한지 약 1년 반 만에 엄청난 성장을 기록하고 있음. 슈퍼마켓 이외에 전자제품판매점, 의류판매점과 전자상거래 사이트를 운영하고 있으며, 현재 이들의 소매체인만 약 870여개임. 그 중 가장 많은 점포수를 가진 편의점 및 슈퍼마켓 Vinmart+는 현재 약 650개 점포가 운영되고 있으며 2016년 내 점포수를 1,000개까지 확장할 것이라는 플랜을 밝힘

표 6.5 매장 정보

기업 정보	매출액	약 9,834만 5,925억 달러 (2016년 1분기 기준)	
	직원수	약 2,800명(2015년 기준)	
	점포수	699개 ¹³⁾ (2016년 기준)	
	특징	편의점 체인 운영 중, 저가세일행사 진행	
	주소	69 Dong Khoi, Ben Nghe ward, District 1, Ho Chi Minh city	
	전화	+84-8-3829-1690	
주요 판매품목		식품, 음주류, 신선식품, 화장품, 가전제품, 패션, 장난감 등	
한국제품 취급품목		김, 라면, 육가공류, 스낵류, 유제품, 음료, 건강식품 등	
매장전경		 	

출처 : Vinmart(vinmart.com), 현지방문조사(Vinmart, 2016.07)

12) Vincom Center 내 입점 되어있는 Vinmart 현지 조사함. 상호간판의 부재로 건물 외관 사진으로 대체하였음

13) 슈퍼마켓 Vinmart 19개 점포와 Vinmart+ 650개 점포

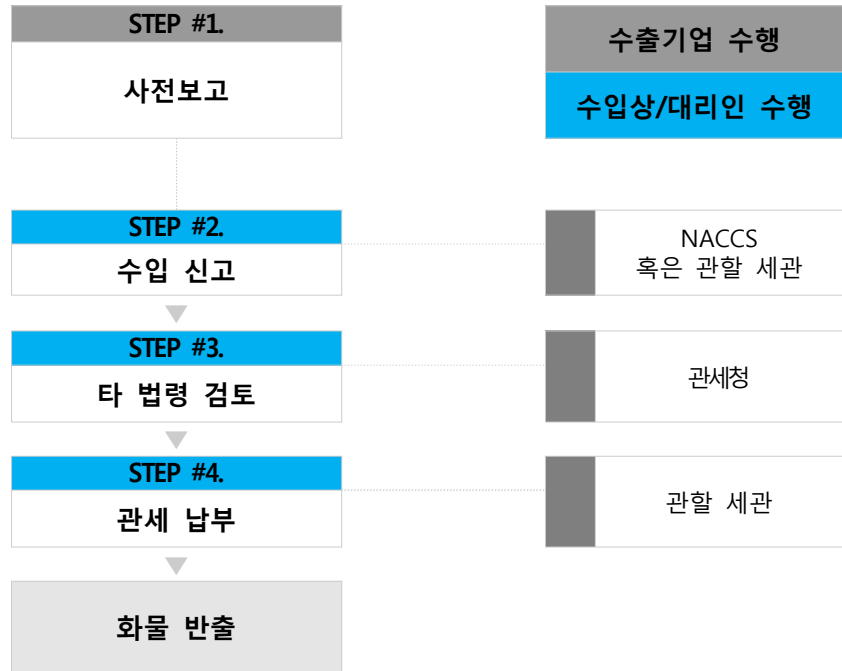


VII. 통관 및 검역 정보

1. 통관 및 검역 절차
2. HS CODE 및 관세율
3. FTA 정보
4. 통관 및 검역 주의사항
5. 제출서류

※ 베트남의 경우는 통관거부사례를 공개하고 있지 않아 해당 정보는 제외하였음

통관 및 검역 정보 OVERVIEW



수출절차별 유의사항

수출절차	유의사항
신고 전 통관정보 확인	<ul style="list-style-type: none"> - 부실신고 방지를 위해 우수, 성실한 통관업자를 통관 대리인으로 선택 - 수출입신고 전 분석 및 사전 품목분류제도를 적극적으로 활용
수입신고 (전자, 서면신고 공통)	<ul style="list-style-type: none"> - 수출입 물품의 정확한 품목 분류를 직접 확인, 편법적인 품목분류를 금함 - 수입신고서는 신고일로부터 15일만 효력이 유지되며 국경 관문에 도착한 날로부터 30일 이내로 신고해야 함
통관심사	<ul style="list-style-type: none"> - 물품의 위험도를 기준으로 Green, Yellow, Red stream 3가지 채널로 분류하여 진행
관세납부	<ul style="list-style-type: none"> - 납부 품목에 따라 특별소비세를 납부하기도 하며, 납부 시기는 관세 당국이 지정한 반출 전·후 납부대상에 따라 다름
물품반출 및 환급	<ul style="list-style-type: none"> - 환급대상 세금은 수출관세, 수입관세, 부가가치세로 관세는 관세청에 부가가치세는 세무국에 신청해야함

출처 : 관세청(www.customs.go.kr), 조세제정연구원(kipf.re.kr)

관세 및 세금 OVERVIEW

2016년 베트남 HS CODE 2202.10 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율
2202.10	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 (광천수와 탄산수를 포함한다)	-
2202.10.10	향미를 첨가한 탄산이 든 광천수 또는 탄산수	FTA 협정 세율 0%
2202.10.90	기타	

한·베 FTA(VKFTA) 협정세율

베트남으로 혼합음료 수출 시 FTA 협정세율로 무관세 적용

TIP_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 관세법령정보포털 3.0을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국무역협회 'TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 베트남 사이트의 경우 베트남 관세청의 관세율 조회 서비스를 통해 조회가 가능함

분류	사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
	베트남 관세청	www.customs.gov.vn

보다 더 정확한 품목별 HS CODE 및 관세율 정보 취득을 위해서는 한국무역협회 '트레이드 콜센터' 혹은 'FTA콜센터'의 관세사 상담 서비스를 이용하거나, 전문 관세 사무소를 통해 상담을 받도록 함

분류	사이트명	전화번호
관세율	트레이드 콜센터	☎ 1566-5114
	FTA 콜센터	☎ 1380

1. 통관 및 검역 절차

베트남 음료 구분

베트남에서 비타민과 미네랄이 첨가된 과일주스 및 사포닌이 포함된 음료 등은 소프트 음료 혹은 혼합 음료가 아닌 기능성 식품 종류인 보조 식품으로 분류되고 있음

STEP #1. 신고 전 통관정보 확인

통관 절차 내 수입 신고는 서면신고, 전자신고 등으로 구성, 신고 자격을 갖춘 회사는 해관에 등록된 통관전문회사, 통관대행회사, 자체적으로 통관 업무를 수행하는 회사임

한·베 FTA 관세 특혜를 받기 위해서는 한국 관세청·대한상공회의소에서 원산지 증명서를 발급받아야 함

STEP #2. 수입 신고

전자신고(E-customs)를 통한 신고 수리의 경우, 일련번호를 부여하고 3가지 Level로 분류하여 전자서류 심사 또는 물품 검사를 진행함

입항지에 수입물품이 도착하는 시점을 기준으로, 상업적 계약에 의한 수입여부, 재수출 용도의 수입인지 여부 수출 물품 제조용 원재료의 수입 여부 등에 대해 수입 관련 증빙 서류를 세관에 제출하여 신고해야 함

신고 시 첨부해야 하는 필요 서류로는 수입신고서, 수입계약서, 상업송장, 포장명세서, 수입 허가, 원산지 증명서 등이 있음¹⁴⁾

베트남 전자신고 IT 에이전시의 대표 Ms. Tran Thi Hong Van에 의하면 수입 전자신고가 'IT 인프라 구축과 인력에 대한 투자 부족, 지식 부족' 과 같은 제한점을 가졌다고 함. 아직까지는 보완할 점이 많아 원활한 이용이 어려울 것으로 사료됨

표 7.1 해외통관 애로사항 문의처

기관	연락처
관세청 해외 통관 지원센터	- 전화 : 042-472-2197
주베트남한국대사관(관세관)	- 전화 : +84-4-3831-5110 ~ 6
베트남 통관	- 전화 : +84-4-3944-0833

표 7.2 베트남 수입 통관 3가지 Level

Level	Stream	처리 방법
Level 1	Green Stream	전자 신고(e-customs)에 신고 된 내용을 그대로 수리
Level 2	Yellow Stream	수리 전 신고 된 내용과 제출된 서류를 서면 심사
Level 3	Red Stream	수리 전 서류 제출 후 서면심사 및 물품검사 실시

출처 : GAIN REPORT, 'Vietnam Fairs country report annual_818/QD-BTY', 2008.09

14) 제87/2012/ND-CP, 제196/2012/TT-BTC, 제5559/TCHQ-CNTT를 근거 기준 법령으로 하였음

1. 통관 및 검역 절차

STEP #3. 통관심사

수입대행사의 실적에 따라 Green, Yellow, Red Stream 중 한 가지 방식으로 서류심사 및 물품검사를 진행함. 통관 이후 식물·동물성 제품에 대한 검역이 이루어짐. 어린이 음료의 경우 베트남 검역·검사 대상 품목에 해당되어 더욱 세밀한 주의가 필요할 것으로 판단됨

STEP #4. 관세납부

관세 및 부가가치세를 납부하며 품목에 따라 특별 소비세를 납부함. 관세 납부 시기는 관세 당국에서 제시한 기준에 따라 반출 전·후 납부 대상으로 나뉨

반출 전 납부 대상은 물품이 정부 지정 소비재인 경우, 설립연도가 1년이 되지 않은 기업, 1회 이상 범법 처벌이력이 있거나 납부 유예 기간 중 범법 처벌이력이 있는 업체로 지정함

위생 검역에 필요한 서류

- | | |
|----------------------|--|
| - 검역검사등록서 | - 지정된 검사기관 또는 제조사에 의한 검사보고서 (품질 기준이 공표되어 있지 않은 식품에 한함) |
| - 검사제품이 해당하는 품질기준 사본 | - 기타 검사의 간략화를 요구할 수 있는 경우 이를 증빙하는 서류 |
| - 통관절차에 필요한 서류 | |

출처 : 베트남 보건부, 'No.23/2007/QD-BYT 제 6조, 10조', 2007.

표 7.3 베트남 검역·검사대상 13개 품목

- | |
|----------------------------|
| 1. 고기/어류의 조제품 |
| 2. 동물성/식물성 유지(有志) |
| 3. 우유 및 각종 유제품 |
| 4. 설탕 및 각종 설탕과자 |
| 5. 카카오, 카카오 성분을 포함한 각종 조제품 |
| 6. 곡물/곡분/전분/우유조제품, 베이커리 제품 |
| 7. 커피, 차, 후추 |
| 8. 야채, 과일로 만든 조제품 |
| 9. 조미료 |
| 10. 음료, 알콜음료, 식초 |
| 11. 식품포장재 |
| 12. 기능성 식품, 건강보호상품 |
| 13. 식품첨가물 |

출처 : 베트남 보건부, '위생 및 안전성 감사가 의무화된 HS코드별 수입식품에 관한 결정 No.818/QD-BYT', 2012.

2. HS CODE 및 관세율

HS CODE 2202.10, FTA 협정 세율로 무관세 혜택

베트남에서 혼합 음료는 품목분류체계에 따라 HS CODE 2202.10으로 분류되며 탄산 유무에 따라 상세 HS CODE가 상이함

HS CODE 2202.10의 세부 분류인 HS CODE 2202.10.10과 HS CODE 2202.10.90 모두 2015년 발효된 한·베트남 FTA로 인해 무관세가 적용되고 있음

표 7.4 베트남 내 혼합 음료 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	관세
한국	2202.10	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 (광천수와 탄산수를 포함한다)	-
	2202.10.1000	색깔을 입힌 것	
	2202.10.9000	기타	
베트남	2202.10	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 (광천수와 탄산수를 포함한다)	0% FTA 협정
	2202.10.10	향미를 첨가한 탄산이 든 광천수 또는 탄산수	
	2202.10.90	기타	

출처 : 한국관세청(www.customs.go.kr), 베트남 관세청(www.customs.gov.vn) 및 TradeNAVI(tradenavi.or.kr) 참고

3. FTA 정보

2015년 12월 20일부터 발효된 VKFTA

베트남은 여러 국가와의 다자 FTA 추진을 확대하고 있으며 이로 인해 관세가 철폐되어 수출 유망 시장으로 부각되고 있음. 2015년 12월 20일자로 발효된 VKFTA는 아세안 자유무역협정(AKFTA)보다 높은 수준으로 타결되었으며, 철폐된 관세는 한국이 94.6%, 베트남이 92.4% 수준임. 특히 이번 FTA로 인해 원산지 기준이 기존보다 완화되어 FTA의 적극적인 활용이 가능해짐

표 7.5 한·베트남 FTA 관련 정보

의의		베트남 내 우리 이익 보호를 위한 제도적 기반 구축
추진현황	협상개시	2012년 8월 6일 선언
	정식서명	2015년 5월 5일
	발효	2015년 12월 20일

출처 : 한국 산업통상자원부-FTA(www.fta.go.kr)

표 7.6 한·베트남(VKFTA) 양허유형

양허유형	설명	양허유형	설명
NT	민감·초민감품목에 해당하지 아니하는 일반품목에 대하여는 각 국의 계획에 따라 최혜국 실행 관세를 점진적으로 인하 또는 철폐함		
SL	일반민감품목에 배치한 관세 품목에 대하여는 각 국의 계획에 따라 최혜국 실행관세를 점진적으로 인하 또는 철폐함		
HSL/A	일정년도까지 50%의 관세율 상한을 적용하는 관세품목		
HSL/B	일정년도까지 20%만큼 관세를 인하하는 관세품목	HSL/B	일정년도까지 50%만큼 관세를 인하하는 관세품목
HSL/C	관세할당세율(Tariff Rate Quota)을 적용하는 관세품목	HSL/E	관세양허에서 제외되는 관세품목

출처 : 한국 산업통상자원부-FTA(www.ftahub.go.kr)

※ 양허유형 10, 15, 20은 각각 FTA 이행 10년차, 15년차, 20년차에 관세율이 0%가 됨을 의미

4. 통관 및 검역 주의사항

FTA 관세혜택,

상공회의소 증명서 발급 시 적용 가능

한·아세안 FTA 내용에 따르면 우리나라의 세관과 상공회의소에서 모두 원산지증명서 발급이 가능함. FTA 체결 국가들로 하여금 이를 인정하도록 하나, 베트남 국가는 본국 상공회의소에서만 원산지 증명서를 발급하고 있다는 이유로 우리나라 관세청의 원산지 증명서를 인정하지 않는 경향이 있음. 만일의 경우를 대비하여 관세청이 아닌 상공회의소를 통하여 원산지증명서를 발급하길 추천함

세관별로 상이한 베트남 통관 기준

또한, 베트남은 세관별로 통관기준이 상이하다는 점을 유의해야 하며, 시비의 소지를 차단하고 불이익을 미연에 방지하기 위해 사전에 통관 업무 절차를 숙지하거나 베트남 통관 전문 업체의 조언을 구하길 권장함

목적에 따라 관세 납부 유예 가능

통상적으로는 수입 물품을 보세구역에서 반출하기 전에 세금을 납부하여야 하나, 수입 목적 등에 따라 면세 또는 환급 제도 이용이 가능함. 수출 재화 생산을 위해 수입하는 원자재에 대해서는 세금 납부를 일정 기간 유예 또는 환급을 적용받을 수 있음

5. 제출서류

선하증권/항공화물 운송장

: 선주가 화주로부터 의뢰받은 운송화물을 적재한 것을 증명하며 이것을 도착항에서 일정 조건 하에 수하인이나 그 지시인에게 인도할 것을 약정한 유가 증권

NO. 001		BILL OF LADING	
VN EXPORT HANOI, VIETNAM		BILL NO. HASL51BCD97AA03	
Consignee SEAGUL KOREA		 HEUNG-A SHIPPING CO., LTD <small>According to the Charter Party the Matee is issued, you who will receive same after the arrival of the Goods at the warehouse or port of call to receive the cargo from the Matee, it is subject to all the terms and conditions specified here on the face and back of this bill of lading to the extent that it is not inconsistent with the Charter Party and in other matters of transport, from the date of receipt at the port of loading to the port of discharge at the place or places named herein, and from the date of receipt at the place or places named herein to the date of delivery at the place or places named herein.</small> ORIGINAL	
*SAME AS CONSIGNEE			
From/origin to HAIPHONG VIETNAM PORT		To/destination HIROSHIMA JAPANESE PORT	
HEUNG-A HONGKONG		TIEN	
HAIPHONG VIETNAM PORT		HIROSHIMA JAPANESE PORT	
CARRIER/PLACES <small>Rate of Freight</small>	PART CARRIER 40' HQ' E-1 (400 CARTONS)	Rate of Freight \$ 400.000 HKS	Weight 38,000 CMB
Description of goods SHIPPED LOAD STORAGE & COUNT SAID TO BE: 03-3361 NAMDO BASKET 03-3362 NAMDO BASKET 03-3363 NAMDO BASKET 03-3364 NAMDO BASKET ORIGIN VIETNAM 03-3361, 03-3362, 03-3363 AND 03-3364: 400 CARTONS=12,000 PCS NW=5,600 HGS, CW=6,400, HEAD=56.00 CMB SHIPMENT HAVE BEEN ISSUED BY VIRTFRACHT TEL:84 4 2 474487 FAX:84 4 2 205599 CLEAN ON BOARD 20/09/2007			
SPECIAL NOTES NETT FRACHT HANOI IN QUANT FOR THE CARRIER HEUNG-A SHIPPING CO., LTD			
** FREIGHT COLLECT **			
Part of the container is available for use RAY : PART OF ONE (1) CONTAINER ONLY, =			
Freight and charges	Amount paid, Date	No. of Freight	Date
			"AS ARRANGED"
Freight prepaid at	Amount paid at HIROSHIMA JAPANESE PORT	Date and time of issue HANOI, VIETNAM 2007/09/30	
Date issued at	No. of original bills of lading THREE / 3	Signature Heung-A Shipping Co., Ltd. Hanoi AS AGENT FOR	
Issued on board (where applicable) HEUNG-A HONGKONG TIEN HAIPHONG VIETNAM PORT		By  AS THE CARRIER THE CARRIER HEUNG-A SHIPPING CO., LTD	
Received 010802002 VIETNAM			

5. 제출서류

원산지 증명서

: 수출 상품의 원산지를 증명하는 서류로 일반용 원산지 증명서와 특혜관세용 증명서가 있음

<p>1. Exporter (Name, address, country) PONG HIL DONG CO. LTD. 25, HADHARH PO BOX, JONGGU, SEOUL 100-742, KOREA</p>	Reference No. 001-10-0197651 Reference Code, 0d80-b1be ORIGINAL CERTIFICATE OF ORIGIN issued by THE KOREA CHAMBER OF COMMERCE & INDUSTRY Seoul, Republic of Korea	
<p>2. Consigner (Name, address, country) SONG JONG UCTONG UIRAHIE LTD. 1000 IT PARK (E-PARK), ADDRESS 47 2 3 EUMJONG-GU, SEUL 0001741, UIRAHIE</p>	<p>3. Country of Origin THE REPUBLIC OF KOREA</p>	
<p>4. Transport details FROM: BUSANPORT (KOREA) TO: EUMJONG-GU UIRAHIE BY: AIRCRAFT (KORAIL COOK) ON OR ABOUT: MAR 23, 2010</p>	<p>5. Invoice I/O NO. 010009410 INVOICE NO. H00001E Invoice number & date H00019903 2 2009 10 28</p>	
<p>6. Marks & numbers, number of lots/packages, description of goods PONG HIL DONG MOTOR FISH FINDERS UIRAHIE LTD. UIRAHIE FISH FINDERS SET 500 G 510 G SET 2 x ELECTRONIC STR 0001 FISH UIRAHIE PCS 500 G 510 G 20PC</p>		<p>7. Quality</p>
<p>8. Declaration by the Exporter The undersigned, in an authorized capacity, hereby declares that the above mentioned goods have produced or manufactured in the country or countries listed.</p> <p>Signature: <i>K. D. Hong</i> (Name): PRODUCTION MGR. KIL DONG</p>	<p>9. Certification The undersigned hereby certifies that the goods described above originate in the country or countries listed in the border of knowledge and belief.</p>  <p>29 MAR 2010</p> <p><i>[Signature]</i> Manager KYUNG-SOOK LEE</p>	

*Remarks: the undersigned(s) not responsible for any discrepancy with the address (http://www.kcci.com) and search.

5. 제출서류

포장명세서

: 포장 속에 들어있는 상품의 목록을 기술한 서류로 수출업자가 수입업자 앞으로 작성함

PACKING LIST

NO.16/VN-KI/2006
DATE.DEC.,26TH 2006

THE SELLER: VN EXPORT CO., LTD
HANOI, VIETNAM

THE BUYER: KOREAN IMPORT

SALE CONTRACT NO: 10/VN-HN/2007 DATED FEB.,14TH 2007
DISPATCH FROM: HAIPHONG VIETNAM PORT
FOR TRANSPORTATION TO: HIROSHIMA JAPANESE PORT
CONTAINER / SEAL NO: HALU123456 / 123456
B/L NO: HASL456ABCD146
L/C NO: MDL1506RS123456
DECIPTION OF GOODS: GENERAL MERCHANDISE
03-3404 BAMBOO TRAY
03-3405 BAMBOO BASKET

ITEM NUMBER	QUANTITY OF CARTONS	QUANTITY PER ITEM (PCS)	NET WEIGHT (KG S)	GROSS WEIGHT (KG S)	MEASUREMENT (CBM)
03-3404 (PN-MA9738)	75	3,000 PCS	1,350 KGS	1,500 KGS	10.50 CBM
03-3405 (PN-MA7935)	50	2,400 PCS	900 KGS	1,000 KGS	7.00 CBM
03-3411 (PN-MA7946)	50	2,400 PCS	900 KGS	1,000 KGS	7.00 CBM
TOTAL	175 CARTONS	7,800 PCS	3,150 KG S	3,500 KG S	24.50 CMB

ABOVE GOODS ARE STUFFED INTO ONE (01) X 40' HC CONTAINER,
S.T.C : PACKED BY CARTONS

FOR AND ON BEHALF OF VN EXPORT CO., LTD

5. 제출서류

상업송장

: 무역거래 시, 계약 이행에 대한 사실을 증명하는 문서, 수출업자에게는 대금 청구서로의 역할을 함

COMMERCIAL INVOICE						
Date			Invoice No			
Exporter Address City/State/ZIP Code Country Phone/Fax Contact Person			Consignee Address City/State/ZIP Code Country Phone/Fax Contact Person			
Tax ID No (EIN)	Total Gross Weight	Transportation	Tax ID No (EIN)	Terms of Sale:		
Other	Total # of Pieces	AWB/BL #	Currency			
Commodity Description	HS	Country of Manufacture	Qty	UOM	Unit Price	Total Amount
These commodities, technologies, or softwares were exported from the United States in accordance with export administration regulations. Diversion contrary to United States law prohibited. We certify that this commercial invoice is true and correct.			Subtotal			
			Freight Cost			
			Insurance Cost			
			Total Invoice Value			
I/we hereby certify that the information on this invoice is true and correct and that the contents of this shipment are as stated above.						
Name		Signature		Date		

<http://freewordtemplates.net/>

5. 제출서류

수출검역증명서

: 식료품 수출과 관련하여 국가별 기준을 충족하였는지 여부에 대한 증명서로 선적서류에 포함될 수 있음

<p>Health Sciences Authority 11 Outram Road, Singapore 168719 Tel: 65 6213 2838 Fax: 65 6213 2748 Website: www.hsa.gov.sg</p> 	
<p>Pharmaceutical Division Applied Sciences Group Tel: 65 6213 0719 Fax: 65 6213 0839</p>	
Lab. No. PH-2008-02884-001	29 October 2008
REPORT (This report is not to be used for submitting purposes.)	
On Capsules	
1 sample received from Riway International (Singapore) Pte Ltd, brought by Lim Wac Beng on 14th October 2008, unmarked and labeled "PLURTER PLACENTA".	
On analysis, the following results were obtained:	
Copper	Not Detected
Lead	Not Detected
Arsenic	Less than 0.36 parts per million
Mercury	Not Detected
Remarks:	
The permissible level for the respective heavy metals is as stated below: Copper (not more than 150 parts per million) Lead (not more than 20 parts per million) Arsenic (not more than 5 parts per million) Mercury (not more than 0.5 parts per million)	
	 Quek Ser Kiang Analyst Pharmaceutical Laboratory
RIWAY INTERNATIONAL (SINGAPORE) PTE LTD BLK 195 PEARL'S HILL TERRACE #03-73A SINGAPORE 168976	
	
Page 1 of 1	
<small>Health Products Regulation Group • Health Services Group • Applied Sciences Group A statutory board of the Ministry of Health, The Singapore Public Service, Integrity • Service • Excellence</small>	




Ⅷ. 인증 정보

1. 권장인증
2. 인증예시

※ 베트남 내 의뢰 품목에 대한 필수 인증이 존재하지 않아 해당 정보는 제외함

인증정보 OVERVIEW

▶ **권장인증 : 고품질 인증마크 (High quality production certificate)**

<p>인증 설명</p>	<p>베트남 내에서 품질이 우수한 제품에 부여됨</p>	
<p>발행기관</p>	<p>HCMC Food and Foodstuff Association(FFA), Saigon Times</p>	
<p>성격</p>	<p>선택 인증</p>	



*출처 : HCMC FFA(www.ffa.com.vn)

해당 인증
획득 음료 제품 및
인증서 예시



*출처 : Suntorypepsico Vietnam(www.suntorypepsico.vn)

1. 권장인증 정보

고품질 인증 마크

베트남에서 혼합 음료 제품에 발급받을 수 있는 대표적인 권장인증으로는 고품질 인증 마크가 있음. 베트남 내에 높은 품질의 식품에게 부여하는 인증인 ‘고품질 인증 마크’는 품질 안전성, 창조적 혁신, 포장 라벨링, 사회경제적인 효율성에 근거함

인증은 호치민 위원회에 의해 창설된 비정부 단체 HCMC Food and Foodstuff Association(FFA)로 부터 발행됨

해당 기관에서는 High-Quality Vietnamese Product Award(고품질 상품 대회)를 매년 개최함. 2015년 기준 7번째 대회가 진행되었으며 매년 약 20,000명의 소비자들을 대상으로 고품질 상품에 대해 홍보함

급격한 도시화와 베트남의 소득 수준이 증가하면서, 현대 베트남 소비자들의 고품질 식품에 대한 수요가 증가하고 있음. 고품질 인증 마크는 선택 사항이지만, 이러한 움직임을 고려할 때, 인증을 취득하는 것이 판매에 유리할 것으로 사료됨

표 8.1 베트남 고품질 인증마크 주요정보

인증명	고품질 인증(Vietnam High Quality Product certificate)	 <p>HÀNG VIỆT NAM CHẤT LƯỢNG CAO DO NGƯỜI TIÊU DÙNG BÌNH CHỌN</p>
성격	선택 인증	

출처 : 한국무역협회호치민지부, '베트남의 가공식품 수입제도', 2014.03

표 8.2 발행처 소개

발행기관	HCMC Food and Foodstuff Association(FFA)	
주소	275B Pham Ngu Lao Street, Pham Ngu Lao Ward, District 1, Ho Chi Minh City, Vietnam	
연락처	+84-8-39-206-352	
이메일	vanphong@ffa.com	

출처 : HCMC FFA(www.ffa.com.vn)

2. 인증 예시

고품질 인증 제품 & 인증서 예시

: HCMC FFA 홈페이지 상에서 고품질 인증마크를 획득한 상품을 확인이 가능함
베트남 내 고품질 인증 획득이 확인된 음료로는 Sanest社의 소프트 드링크와 Suntory Pepsico社의 Pepsi, Tropicana 등이 있음



*출처 : HCMC FFA(www.ffa.com.vn)



*출처 : Suntorypepsico Vietnam(www.suntorypepsico.vn)

※ 참고 사이트

1. 한국 관세청	www.customs.go.kr
2. 관세법령포털	unipass.customs.go.kr
3. worldmeters	www.worldometers.inf
4. Populationpyramid	populationpyramid.net
5. Statista	www.statista.com
6. 한국 행정자치부	rcps.egov.go.kr
7. Paldo	www.paldofood.co.kr
8. Vinamilk	www.vinamilk.com.vn
9. FrieslandCampina	FrieslandCampina.com
10. Co.opmart	www.co-opmart.com.vn
11. Lotte mart Vietnam	lottemart.com.vn
12. TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
13. Vinmart	vinmart.com
14. 한국 산업통상자원부-FTA	www.fta.go.kr
15. HCMC FFA	www.ffa.com.vn
16. Suntorypepsico Vietnam	www.suntorypepsico.vn

※ 참고 문헌

1. Market size of soft drinks in Vietnam from 2010 to 2014	Statista	2016
2. 2015 Vietnam beverage report	Yahoo Finace	2016.04.20
3. Drink up on Vietnamese tea culture	Vietnam News	2010.04.05
4. Soft Drinks in Vietnam	Euromonitor	2016.02
5. 김석운의 베트남 통신 변화하는 먹거리	주간무역	2016.04.07

6. awareness-needed-in-food-safety	베트남 인터넷 통신Vietnam.net	2015.05
7. Vietnam Retail Foods	USDA Foreign Agricultural Service	2013.12.11
8. Vietnam Exporter Guide	USDA Foreign Agricultural Service	2015.03.27
9. Industry Focus ASEAN Grocery Retail	DBS Group Research	2015.07.22
10. Vietnam: Saigon Co.op's failure to buy Big C made Thai players stronger in country's retail	Deal Street Asia News Portal	2016.05.02
11. Lotte mart to open 60 outlets in Vietnam by 2020: executive	Vietnam Breaking News.com	2016.04.22
12. Vietnam Fairs country report annual_818/QD-BTY	GAIN REPORT	2008.09
13. 위생 및 안전성 감사가 의무화된 HS코드별 수입식품에 관한 결정 No.818/QD-BYT	베트남 보건부	2012.
14. 베트남의 가공식품 수입제도	한국무역협회호치민지부	2014.03