



2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 커피(Coffee)

Country : 베트남(Viet Nam)

Contents

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 무역통계 종합분석	8
3. 품목통계 종합분석	10
II. 시장 트렌드	11
Market Trend 01. 위조 커피 논란	13
Market Trend 02. 커피 시장 성장률 Top 4	14
Market Trend 03. 카페 프랜차이즈 경쟁 치열	15
Market Trend 04. 커피, 특별소비세 대상 선정	16
III. 경쟁제품 현지조사	17
1. 경쟁제품 선정	19
2. 정량 분석	20
3. 정성 분석	21
4. 현지 방문 조사자료	23
IV. 경쟁사 분석	31
1. 경쟁사 선정	33
2. 경쟁사별 현황 파악	34
V. 유통구조 현황	37
1. 추천 진출 경로	39
2. 전문가 인터뷰	43
VI. 유통업체 현황	44
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보	46

Contents

Ⅶ. 통관 및 검역 정보	50
1. 통관 및 검역 절차	53
2. 관세율 정보	56
3. FTA 정보	57
4. 통관 및 검역 주의사항	58
Ⅷ. 인증 정보	59
1. 인증 취득정보	61
2. 제출서류	62
3. 전문가 인터뷰	63
Ⅸ. 라벨링 정보	64
1. 라벨 표기사항	66
2. 라벨링 예시	67
X. 위생요건 정보	68
1. 식품첨가물 규정	70
2. 기타 위생기준 규정	71
※ 참고문헌	72

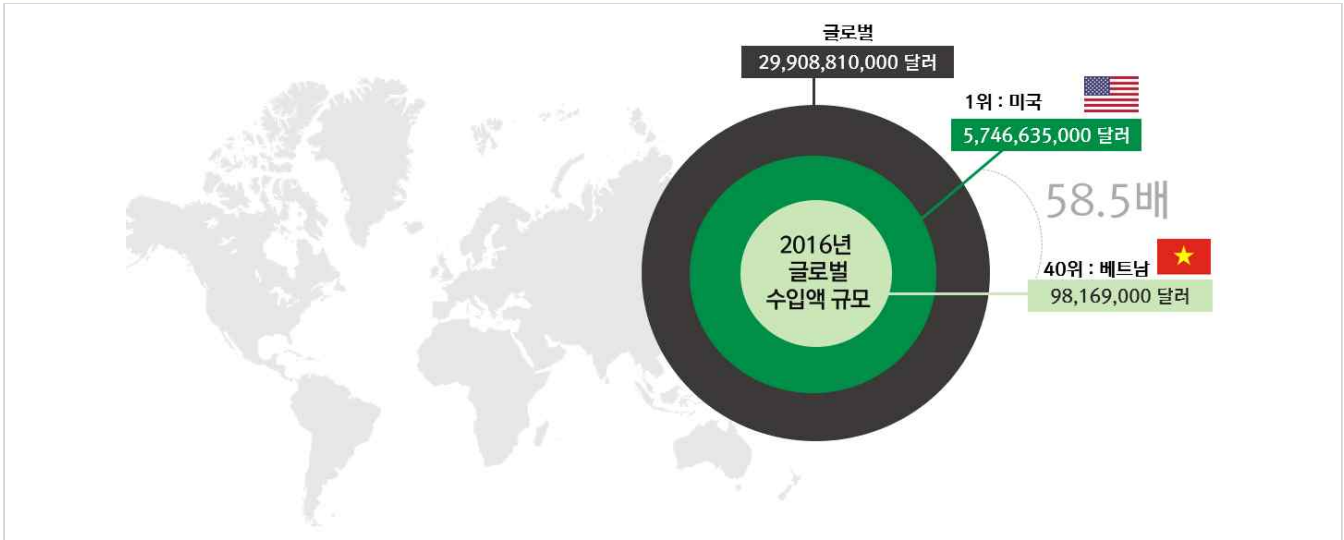


I. 시장 통계

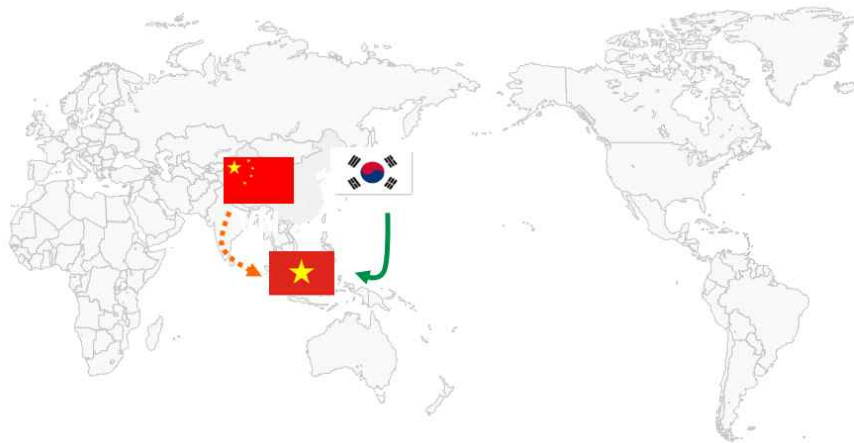
※ 시장 통계 OVERVIEW

1. 통계분석 기준 설정
2. 무역통계 종합분석
3. 품목통계 종합분석

시장 통계 OVERVIEW

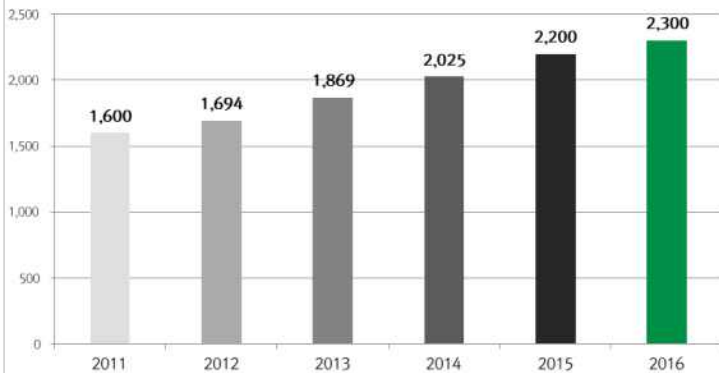


2016년 베트남 내 HS CODE 0901 품목 수입액 규모



▶ 베트남 커피(Coffee) 소비량

(단위 : 천 봉지)



글로벌 수입규모
미국 1위, 베트남 40위
베트남 수입상대국,
중국 1위, 한국 15위
2016년 기준 베트남
커피 소비량,
230만 봉지

1. 통계분석 기준 설정

HS CODE 확인 사이트

1	한국 관세법령정보포털 3.0 unipass.customs.go.kr /clip/index.do
2	TradeNAVI www.tradenavi.or.kr
3	베트남 관세청 www.customs.gov.vn

커피 통계 기준 설정

커피 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 베트남의 수입 통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함.

수입 통계 기준, HS CODE 0901로 설정².

글로벌 및 베트남 내 커피 산업의 전반적인 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 4자리 0901을 수입통계 분석 기준으로 설정함

표 1.1 : 커피 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	0901
	베트남 수입규모 및 성장률		0901
품목 통계	커피 소비량	품목 키워드	Coffee Consumption
	인스턴트 커피 품목별 선호도		Instant Coffee

표 1.2 : 한국 내 커피 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	0901	커피(볶았는지, 카페인을 제거했는지에 상관없다), 커피의 껍데기와 껍질, 커피를 함유한 커피 대용물 (커피의 포함비율은 상관없다)
	0901.1	커피(볶지 않은 것으로 한정한다)
	0901.11	카페인을 제거하지 않은 것
	0901.12	카페인을 제거한 것
	0901.2	커피(볶은 것으로 한정한다)
	0901.21	카페인을 제거하지 않은 것
	0901.22	카페인을 제거한 것
	0901.90	기타
	0901.90.1000	커피의 껍데기와 껍질
	0901.90.2000	커피를 함유한 커피 대용물

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)

1. 의뢰사 제품에 적합한 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
2. 커피산업 전반에 대한 조사 요청에 따라 해당 기업에서 명시한 HS CODE 0901 4자리를 중심으로 조사함

표 1.3 : 베트남 내 커피 HS CODE 분류³⁾

베트남	0901	커피(볶았는지, 카페인을 제거했는지에 상관없다), 커피의 껍데기와 껍질, 커피를 함유한 커피 대용물 (커피의 포함비율은 상관없다)
	0901.11	카페인을 제거하지 않은 것
	0901.11.10	아라비카(Arabica) 종 WIB 또는 로부스타(Robusta) 종 OIB
	0901.11.90	기타
	0901.12	카페인을 제거한 것
	0901.12.10	아라비카(Arabica) 종 WIB 또는 로부스타(Robusta) 종 OIB
	0901.12.90	기타
	0901.21	카페인을 제거하지 않은 것
	0901.21.10	잘게 부수지 않은 것
	0901.21.20	잘게 부순 것
	0901.22	카페인을 제거한 것
	0901.22.10	잘게 부수지 않은 것
	0901.22.20	잘게 부순 것
	0901.90	기타
	0901.90.10	커피의 껍데기와 껍질
	0901.90.20	커피를 함유한 커피 대용물

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 베트남 관세청(www.customs.gov.vn)

3. 커피산업 전반에 대한 조사 요청에 따라 해당 기업에서 명시한 HS CODE 0901 4자리를 중심으로 조사함

2. 무역통계 종합분석

글로벌 수입액 3개년 연평균 성장률⁴ -1.9%

2016년 기준 HS CODE 0901의 글로벌 수입규모는 299억 881만 달러로 2014년부터 2016년 까지 연평균 1.9%의 하락세를 기록함. 수입 1위국 미국의 수입규모는 57억 4,663만 5,000 달러로 연평균 2.2%의 하락세를 나타냄

베트남 내 한국산 HS CODE 0901 수입액 3개년 연평균 성장률, 1.8%

2016년 기준 베트남의 HS CODE 0901 수입액 규모는 9,816만 9,000달러로 2014년 이후 연평균 23.9%의 상승세를 보임. 베트남 HS CODE 0901 품목 최대 수입국은 중국으로 2016년 기준 5,489만 7,000달러로 해당 제품 전체 수입규모의 55.9%를 차지함

2016년 기준 베트남 내 한국산의 수입 규모는 11만 6,000달러로 15위를 차지함. 한국산은 최근 3년간 1.8%의 증가세를 나타내고 있음

표 1.4 : 글로벌 HS CODE 0901 수입액 규모(2014 ~ 2016)

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	31,050,465	30,765,468	29,908,810	100.0%	-1.9%
1 미국	6,013,015	6,034,025	5,746,635	19.2%	-2.2%
2 독일	4,017,856	3,407,083	3,370,562	11.3%	-8.4%
3 프랑스	2,655,147	2,390,500	2,356,562	7.9%	-5.8%
4 이탈리아	1,707,942	1,778,548	1,674,487	5.6%	-1.0%
5 일본	1,442,251	1,581,142	1,415,349	4.7%	-0.9%
40 베트남	63,929	37,938	98,169	0.3%	23.9%
기타	15,150,325	15,536,232	15,247,046	51.0%	0.3%

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

표 1.5 : 베트남 HS CODE 0901 수입액 규모(2014 ~ 2016)

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016 ⁵	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	63,929	37,938	98,169	100.0%	23.9%
1 중국	0	220	54,897	55.9%	-
2 라오스	35,163	25,112	25,470	25.9%	-14.9%
3 인도네시아	13,624	5,057	9,659	9.8%	-15.8%
4 브라질	1,425	1,048	1,519	1.5%	3.2%
5 영국	0	8	1,138	1.2%	-
15 대한민국	112	102	116	0.1%	1.8%
기타	13,605	6,391	5,370	5.5%	-37.2%

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

4. 연평균 성장률 = 최신폭/최초연도^(1/n-17개년)-1

5. 베트남의 경우 2016년도 데이터가 업데이트 되지 않아, 무역상대국의 데이터를 토대로 도출한 미래데이터(Mirror Data)를 활용함

2. 무역통계 종합분석

라오스, 베트남 HS CODE 0901 시장에서 수입액 점유율 높아

2012년 이후 2016년까지 5년간 베트남 HS CODE 0901 주요 수입국 중 라오스가 40.9%로 가장 높은 점유율을 확보한 국가였음. 한편, 5년간 연평균 성장률이 가장 높았던 국가는 5년간 연평균 113.1%가 증가한 중국이었으며, 2015년 대비 2016년 성장률이 급상승한 국가 또한 24,853.2%를 기록한 중국이 차지함

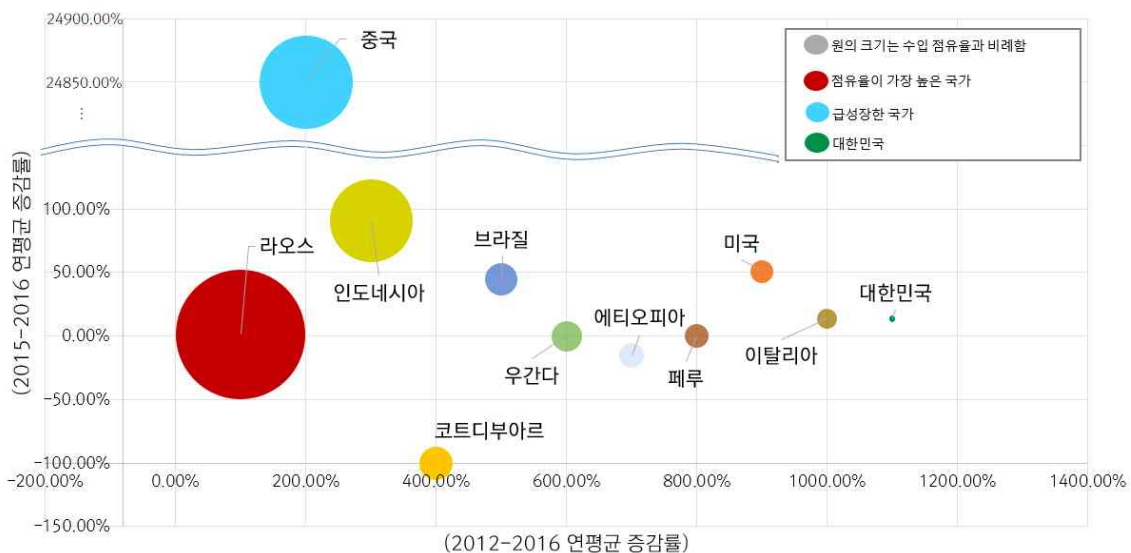
한국산 HS CODE 0901 최근 5개년 점유율 21위

한국의 경우 2012년 이후 5년간 점유율 0.1%로 전체 수입국 중 21위를 차지하고 있음. 최근 5년간 연평균 64.1%의 급격한 상승세를 나타내었으며, 2016년에는 전년 대비 13.7%의 안정적인 성장률을 보이고 있음

표 1.6 : 베트남 HS CODE 0901 수입 점유율 및 증감률 비교⁶⁾

(단위 : %)

수입국가	2012-2016 점유율	CAGR(2012-2016)	CAGR(2015-2016)
1 라오스	★40.9%	24.7%	1.4%
2 중국	21.4%	★113.1%	★24,853.2%
3 인도네시아	16.9%	8.6%	91.0%
4 코트디부아르	2.7%	-100.0%	-100.0%
5 브라질	2.5%	-7.1%	44.9%
6 우간다	2.3%	-19.0%	-
7 에티오피아	1.5%	-	-15.4%
8 페루	1.4%	-51.6%	-
9 미국	1.3%	-4.8%	50.8%
10 이탈리아	1.0%	3.9%	13.8%
21 대한민국	0.1%	64.1%	13.7%



출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com)

6. 이스라엘, 호주, 대한민국, 이탈리아, 페루, 이집트의 경우 2012년 수입액이 0이므로 CAGR(2012-2016)을 표기할 수 없음. 또한, 중국, 이스라엘, 호주, 대한민국, 이탈리아, 인도, 페루, 이집트의 경우 2015년 수입액이 0이므로 CAGR(2015-2016)을 표기할 수 없음

3. 품목통계 종합분석

2016년 베트남 커피 소비량 230만 봉지 기록

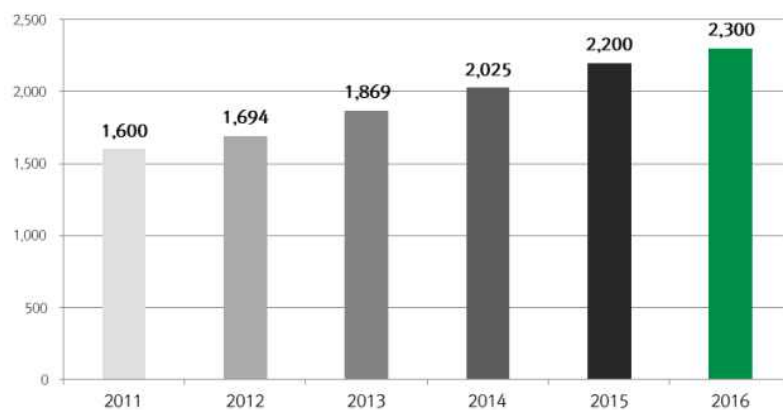
글로벌 리서치기관 Statista에 의하면, 2016년 기준 베트남 커피 소비량은 약 230만 봉지로 집계되었으며 2011년 이후 지속적인 성장세를 보이고 있음

2016년 베트남 인스턴트 커피, 네스카페 가장 높아

글로벌 리서치기관 AGS에 의하면, 2016년 기준 베트남 내 인스턴트 커피 시장에서 호치민시에 거주하는 베트남인 50명에게 선호도 조사(복수 응답 가능) 결과, 네스카페가 25명으로 가장 높은 선호도를 기록했으며, G7이 20명으로 그 뒤를 이어 두 번째로 높은 선호도를 기록함. 반면 버디가 2명으로 가장 낮은 선호도를 보임

표 1.7 : 베트남 커피(Coffee) 소비량(2011 ~ 2016)

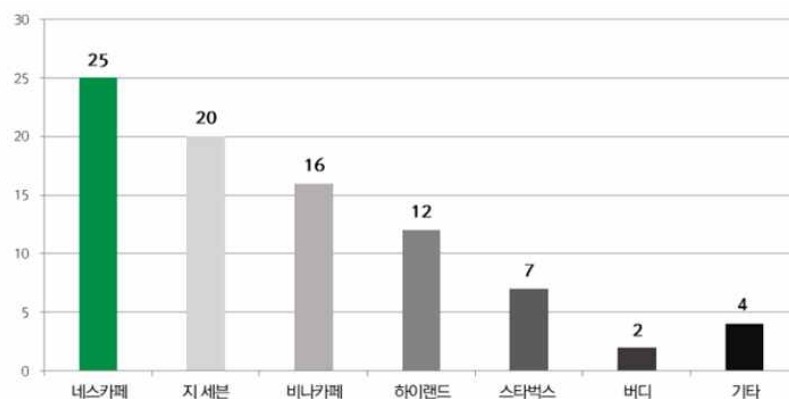
(단위 : 천 봉지)



출처 : Statista(www.statista.com)

표 1.8 : 베트남 인스턴트 커피(Instant Coffee) 품목별 선호도(2016)

(단위 : 명)



출처 : AGS(ags-vn.com)



Ⅱ. 시장 트렌드

※ 시장 트렌드 OVERVIEW

Market Trend 01. 위조 커피 논란

Market Trend 02. 커피 시장 성장률 Top 4

Market Trend 03. 카페 프랜차이즈 경쟁 치열

Market Trend 04. 커피, 특별 소비세 대상 선정

시장 트렌드 OVERVIEW

빅데이터 분석 개요

조사 목적	베트남 커피 최신 트렌드 분석
수집 기간	2016.07.01. ~ 2017.10.15.
수집 방법	토픽 모델링을 통한 이슈 선정. 이슈 시계열 분석
수집 채널	베트남 식품사업정보원 11건
입력 키워드	Coffee, cà phê
도출 기사	총 167건

트렌드 타임라인



Market Trend 1. 위조 커피 논란

- 베트남 표준 및 소비자협회는 베트남에서 판매되고 있는 커피의 1/3이 품질이 극히 낮은 위조 커피로 밝힘. 위조 커피들은 화학 첨가물로 인해 발암성분이 많은 것으로 보이며, 베트남 소비자들의 로컬 커피에 대한 기피현상을 가속화시킴

Market Trend 2. 커피 시장 성장률 Top 4

- 민텔이 발표한 자료에 따르면 베트남의 2012년부터 2016년까지 커피 소매시장 성장률은 14.9%를 기록했으며 이는 전 세계 4위에 해당되는 수치임. 국제커피기구도 베트남 커피 시장의 성장률을 8.0%로 집계함

Market Trend 3. 카페 프랜차이즈 경쟁 치열

- 2014년 스타벅스 진출 이후 글로벌 카페 프랜차이즈들의 베트남 시장 진입이 늘어났으며 경쟁이 치열해지고 있음. 현지 로컬 업체들은 각자 프리미엄 전략, 카페 분위기 개선 등을 통해 시장에서 점유율을 유지하고자 함

Market Trend 4. 커피, 특별 소비세 대상 선정

- 베트남 재무부는 최근 국제 관행 및 흐름을 존중하고 설탕 음료 소비를 축소하도록 유도함으로써 베트남 국민의 건강을 보호하기 위해 오는 2019년부터 인스턴트 커피에도 최소 10%에서 최대 20%까지의 특별소비세(SCT)를 적용할 것이라고 전함

베트남 로컬 커피 중 1/3은 위조 커피로 드러나

2016년 7월 베트남 표준 및 소비자협회(Viet Nam Standards and Consumers Association)가 발표한 연구에 따르면 현재 베트남에서 유통되고 있는 전체 커피의 30%는 극히 낮은 품질의 가짜 커피로 나타남

해당 협회의 조사에 따르면 일부 베트남의 커피 제조업체들은 생산비용을 절감하기 위해 커피 원두 대신 옥수수, 콩 등을 비롯해 다량의 향료 등을 혼합하거나, 구체적인 성분을 알 수 없는 화학물질을 이용해 커피를 불법으로 제조하여 유통함. 이에, 하노이 과학기술대학교 연구소장인 Nguyen Duy Thinh은 해당 위조 커피의 경우 주요 성분 등을 알 수 없는 경우가 많고 다양한 화학성분이 결합하여 있는 만큼 발암 물질 및 성분에 대한 위험성이 높다고 전함

이에 해당 이슈를 접한 소비자들이 너무 낮은 가격대의 커피에 대해 가짜 커피일 가능성이 높다고 평가하면서 비교적 낮은 가격대를 형성하고 있는 현지 로컬 브랜드의 커피 제품들에 대한 기피 현상을 가속화됨⁷.

7. DTI News, 'Fake coffee rife in Vietnam', 2016.07.21

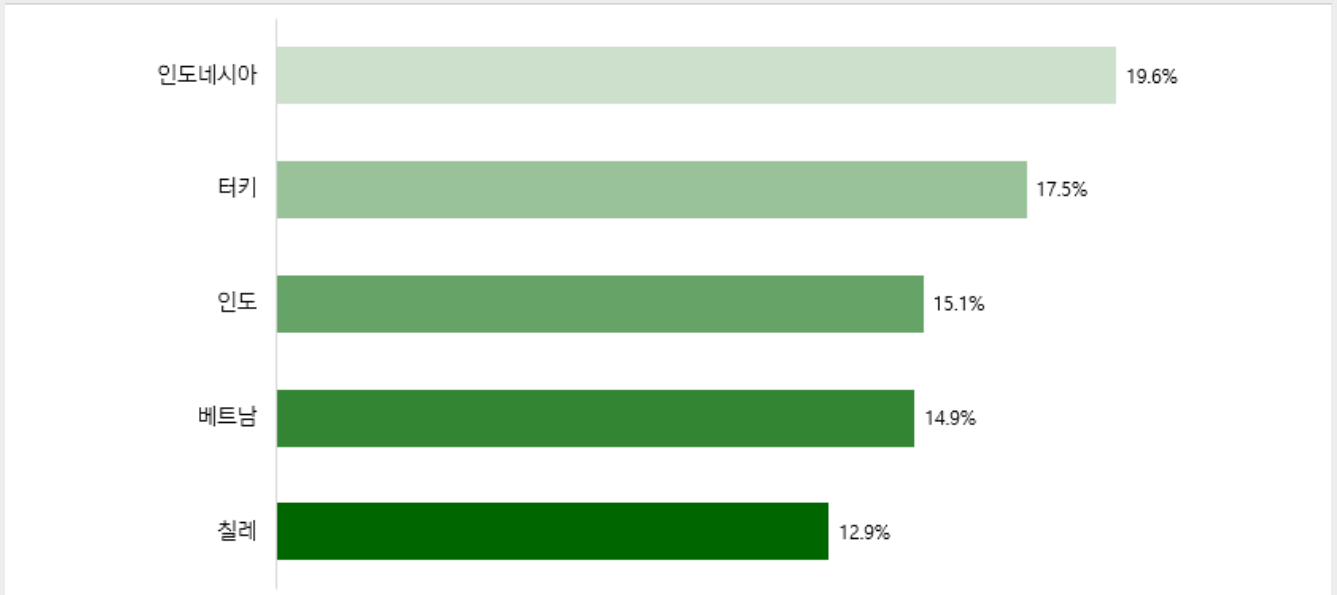
베트남 커피 소매시장 성장률 전 세계 4위로 유망해

시장조사기관 민텔(Mintel)이 발표한 자료에 따르면 2012년부터 2016년까지 베트남의 커피 소매시장 성장률은 14.9%에 이르며 인도네시아(19.6%), 터키(17.5%), 인도(15.1%)에 이어 4위를 기록한 것으로 나타남. 민텔의 Jonny Forsyth 글로벌 음료 애널리스트는 베트남에서 커피를 마시는 소비자들이 지속적으로 늘어남에 따라 향후 성장 잠재력이 높다고 평가함

국제커피기구(International Coffee Organization)도 2015/2016년 시점까지 4년간 베트남 커피의 연평균 성장률을 8%로 집계했으며 이는 필리핀에 이어 2번째로 높은 수치임⁸.

표 2.1 : 글로벌 커피 소매시장 연평균 성장률(2012-2016)

(단위 : %)



출처 : Mintel(www.mintel.com)

8. the Voice of Vietnam, 'Vietnam's caffeine thirst puts it in world's top growing coffee markets', 2017.03.04

글로벌 및 로컬 카페 프랜차이즈 업계 간의 경쟁 치열

예로부터 베트남은 뿌리 깊은 커피 생산지로, 커피 문화로 발달함. 이에, 현지 카페 프랜차이즈나 로컬 카페들이 베트남 시장에 많이 입지해 있음. 그러나 스타벅스(Starbucks)가 2014년에 진출한 이후 글로벌 카페 프랜차이즈들의 베트남 시장 진입이 눈에 띄게 늘어났으며 현재는 글로벌과 현지 카페 프랜차이즈 간의 경쟁이 치열해지고 있음

일례로 호치민시 도심 지역에서는 로컬 프랜차이즈인 Phuc Long과 스타벅스 간의 경쟁이 매우 치열하게 진행 중임. 스타벅스는 중저가 제품을 베트남 소비자들에게 제공하는 반면 Phuc Long 고가 프리미엄 커피를 타깃으로 하고 있음

로컬 카페 프랜차이즈 Saigon Cafe 경영진도 글로벌 카페 프랜차이즈와 경쟁은 치열하지만 아직 월 평균 15억 VND (한화 약 7,500만 원⁹)의 매출을 유지하고 있다고 전함. Saigon Cafe는 커피의 맛보다는 카페 분위기를 유지하는 데에 주력했으며 중산층들은 이에 호의적인 반응을 보인 것으로 드러남¹⁰.

표 2.2 : 베트남 호치민시 스타벅스 매장¹¹.



출처 : Vietnam Bridge(www.vietnamnet.vn)

9. 1(VND) = 0.05원(KRW) (KEB하나은행 고시기준, 2017.08.01 경쟁제품 가격 분석을 위해 현지 화폐단위인 'VND'을 한화로 전환하여 제시함)

10. Vietnam Express, 'Has Starbucks met its match? Vietnamese coffee chains ready to take on global giants', 2017.01.16

11. Giaoduc, 'Starbucks lạc lõng giữa "gu" uống cà phê của người Sài Gòn', 2016.07.07

인스턴트 커피, 특별소비세 적용 대상

2017년 8월 베트남의 주요 언론사인 Cafef.vn는 베트남 재무부가 최근 인스턴트 커피에도 특별소비세(SCT)를 적용할 것이라고 전함. 해당 보도 내용에 따르면 재무부는 오는 2019년부터 인스턴트 커피 이외에도, 탄산음료, 에너지 음료, 스포츠 음료 등 당분이 함유된 음료수 항목에 대해 최소 10%에서 최대 20%까지의 특별소비세를 부가할 예정임

해당 규정에 대해 재무부 세무 정책국장은 “국제 관행 및 흐름을 존중하고자 해당 정책안을 발표하게 되었으며, 나아가 설탕 음료 소비를 축소하도록 유도함으로써 베트남 국민의 건강을 보호하고자 한다” 며 해당 정책 발의에 대한 사유를 밝힘

그러나 해당 사항에 대해 세금을 올리게 되면 소비자의 가격 부담이 커진다면, 저소득층에 대한 경제 부담과 전반적인 소비 축소로 인한 산업 경기 침체가 발생할 수 있다고 우려를 표하는 여론도 있음¹².

12. Cafef.vn, 'Uống ly cà phê 2.500 đồng phải nộp thuế đặc biệt', 2017.08.23



Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

1. 경쟁제품 선정
2. 정량 분석
3. 정성 분석
4. 현지 방문 조사자료

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW






※ 용량과 유통기한 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

	제품명	제조사	제조국가
1	UCC BLACK (Cà phê đen không đường UCC)	UCC	일본
2	NESCAFE ESPRESSO ROAST	Quality coffee Products Ltd	태국
3	NESCAFE LATTE	Quality coffee Products Ltd	
4	Pokka cappuccino	Pokka International Pte.,Ltd	싱가포르
5	칸타타 프리미엄 라떼	롯데 칠성	한국
6	프렌치카페 카푸치노	남양유업주식회사	
7	레쓰비 모카라떼	롯데 칠성	
8	레쓰비 마일드커피	롯데 칠성	
9	프렌치카페 카푸치노	남양유업주식회사	
10	HIGHLAND COFFEE CAFÉ SỮA ĐÁ (VIETNAMESE ICED COFFEE WITH MILK)	Công ty TNHH MTV Thái Kiên	베트남
11	MYCAFÉ (Cà Phê Sữa Với MATCHA)	Suntory Việt Nam	
12	MR.BROWN BLUE MOUNTAIN BLEND (Cà Phê uống liền)	Công Ty TNHH KING CAR	
13	Birdy CANNED COFEE (AUTHENTIC VIETNAM MILK COFFEE)	AJINOMOTO VIETNAM	
14	NESCAFE CAFÉ VIỆT (Cà phê đen)	Công ty TNHH Nestle Việt Nam	
15	MYCAFÉ (Cà Phê Sữa Với MATCHA)	Suntory Việt Nam	

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

편의점 Family mart	하이퍼마켓 Lotte Mart	슈퍼마켓 Co.op Mart Xtra
		
11C Nguyễn Thị Minh Khai, P. Bến Nghé, Quận 1, TP. HCM	469 Nguyễn Hữu Thọ, Tân Hưng, Quận 7, Hồ Chí Minh	1058 Nguyễn Văn Linh, Tân Phong, Quận 7, Hồ Chí Minh

출처 : 현지방문조사(Family mart, Lotte Mart, Coop Mart Xtra, 2017.07)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 15개 선정¹³.

	제품명	제조사	제조국가
1	UCC BLACK (Cà phê đen không đường UCC)	UCC	일본
2	NESCAFE ESPRESSO ROAST	Quality coffee Products Ltd	태국
3	NESCAFE LATTE	Quality coffee Products Ltd	
4	Pokka cappuccino	Pokka International Pte.,Ltd	싱가포르
5	칸타타 프리미엄 라떼	롯데 칠성	한국
6	프렌치카페 카푸치노	남양유업주식회사	
7	레쓰비 모카라떼	롯데 칠성	
8	레쓰비 마일드커피	롯데 칠성	
9	프렌치카페 카푸치노	남양유업주식회사	
10	HIGHLAND COFFEE CAFÉ SỮA ĐÁ (VIETNAMESE ICED COFFEE WITH MILK)	Công ty TNHH MTV Thái Kiên	베트남
11	MYCAFÉ (Cà Phê Sữa Với MATCHA)	Suntory Việt Nam	
12	MR.BROWN BLUE MOUNTAIN BLEND (Cà Phê uống liền)	Công Ty TNHH KING CAR	
13	Birdy CANNED COFFEE (AUTHENTIC VIETNAM MILK COFFEE)	AJINOMOTO VIETNAM	
14	NESCAFE CAFÉ VIỆT (Cà phê đen)	Công ty TNHH Nestle Việt Nam	
15	MYCAFÉ (Cà Phê Sữa Với MATCHA)	Suntory Việt Nam	

분석 지표 설정 - 6개 항목

정량지표		정성지표	
1	용량 (ml)	4	포장형태(외장재)
2	가격 (원)	5	주원료
3	유통기한	6	제조국가

13. 수출입통계의 수입액의 경우 커피산업 전반에 대한 조사 요청에 따라 해당 기업에서 명시한 HS CODE 0901 4자리를 중심으로 집계된 수치임. 본 현지조사는 조사 요청 제품인 RTD 커피를 대상으로 조사를 진행하였기 때문에 수출입 통계에서 수입액 상위권을 차지한 국가의 제품이 조사되지 않을 수 있음

2. 정량 분석

베트남 내 유통 중인 커피, 100ml당 가격 평균 386원¹⁴.

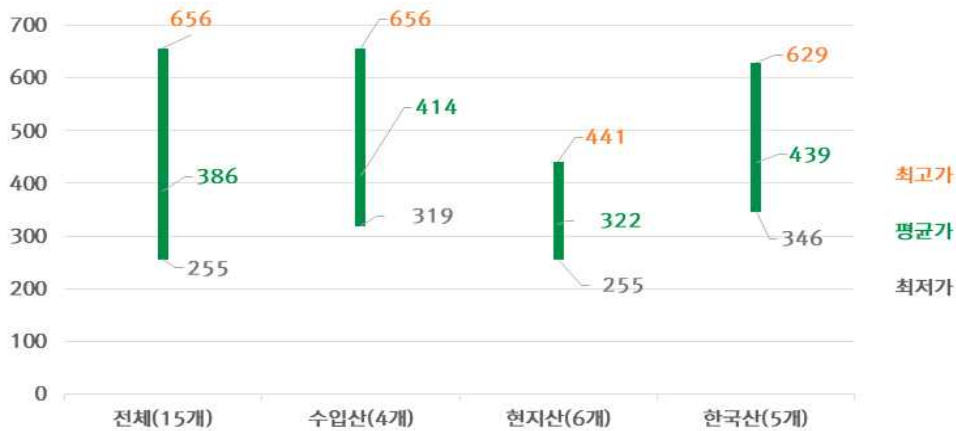
베트남 현지 대표 하이퍼마켓과 슈퍼마켓, 편의점 등 3곳의 유통채널을 방문하여 조사한 결과 베트남 내 판매 중인 커피 상품 100ml당 평균 가격은 386원으로 확인됨. 현지제품 기준으로 수입제품 가격 차이는 약 1.3배로 미비한 격차가 나타남. 높은 평균 가격 순위로 한국산 제품의 100ml당 평균 가격이 439원, 수입산 제품이 414원을 현지산은 322원을 기록함

100ml당 가격이 가장 비싼 제품은 UCC업체의 UCC Black (Cà phê đen không đường UCC)제품으로 100ml당 가격은 656원임. 반면 가장 저렴한 제품은 Suntory Việt Nam의 MY CAFÉ (Cà Phê Sữa Với MATCHA)으로 동량 대비 약 2.5배 저렴한 255원으로 조사됨

현지 주요 유통채널 3곳에서 조사된 15개 경쟁 제품의 용량 평균은 243.3ml이며, 제품 유통기한은 평균 13개월로 조사됨

표 3.1 : 제조 국가별 용량(100ml)당 가격

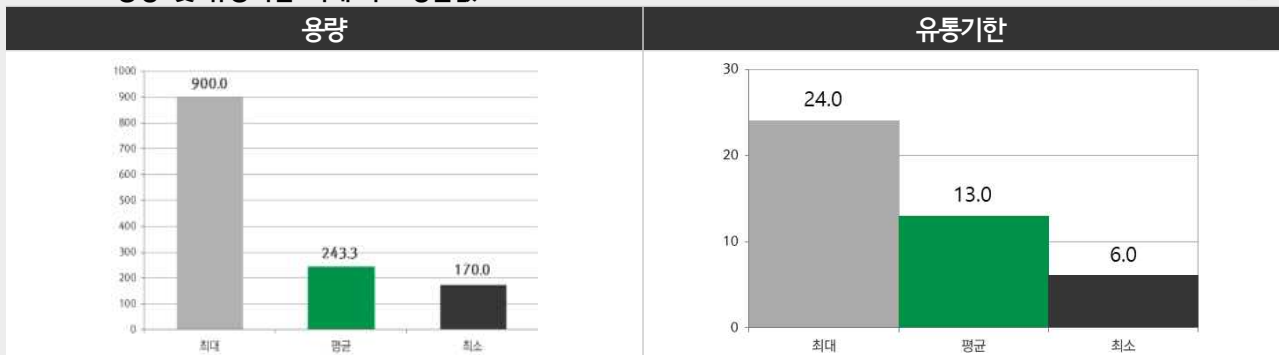
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(Family mart, Lotte Mart, Coop Mart Xtra, 2017.07), 15개 제품 기준

표 3.2 : 용량 및 유통기한 최대·최소·평균값¹⁵.

(단위 : ml, 개월)



출처 : 현지방문조사(Family mart, Lotte Mart, Coop Mart Xtra, 2017.07), 15개 제품 기준

14. 1(VND) = 0.05원(KRW) (KEB하나은행 고시기준, 2017.08.01 경쟁제품 가격 분석을 위해 현지 화폐단위인 'VND'을 한화로 전환하여 제시함

15. 용량과 유통기한의 평균은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

3. 정성 분석

커피 음료, 대다수 알루미늄 캔 사용 중

베트남 내 15개의 현지, 수입 경쟁제품 중 14개 제품이 알루미늄 캔 형태로 확인되었음. 수입산 제품 중 1개는 플라스틱 병 제품으로 확인됨
















경쟁제품의 주원료

현지조사 대상 제품 대부분은 물 또는 설탕, 커피 파우더가 주원료로 확인됨. 세 가지의 원료를 증류하거나 희석하는 단계를 걸쳐 주원료의 풍미를 살림. 한국 제품의 경우 커피추출액의 비율을 많이 첨가하고 있는 것으로 조사됨

제조국가

베트남 현지조사결과 수입산 4개, 한국산 5개, 그리고 현지산 6개로 확인됨

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류

알루미늄 캔				
				
				
				
플라스틱 병				
				

출처 : 현지방문조사(Family mart, Lotte Mart, Coop Mart Xtra, 2017.07), 15개 제품 기준

3. 정성 분석

표 3.4 : 경쟁제품 주원료 목록

제품명	주원료
UCC BLACK (Cà phê đen không đường UCC)	커피
NESCAFE ESPRESSO ROAST	정제수, 설탕, 커피 추출물
NESCAFE LATTE	정제수, 설탕, 커피 추출물
Pokka cappuccino	정제수, 카페추출물, 우유, 설탕, 식품안정제
칸타타 프리미엄 라떼	원두커피추출액, 우유
프렌치카페 카푸치노	정제수, 우유(국산), 백설탕, 커피추출액,
레쓰비 모카라떼	정제수, 백설탕, 혼합분유, 인스턴트커피
레쓰비 마일드커피	정제수, 백설탕, 혼합분유, 인스턴트커피
프렌치카페 카푸치노	정제수, 우유, 백설탕, 커피추출액, 커피원두, 커피분말
HIGHLAND COFFEE CAFÉ SỮA ĐÁ (VIETNAMESE ICED COFFEE WITH MILK)	정제수, 설탕, 탈지분유, 식물성 크림, 커피, 혼합커피향
MYCAFÉ (Cà Phê Sữa Với MATCHA)	정제수, 설탕, 크림, 탈지분유, 커피 파우더, 천연 향료
MR.BROWN BLUE MOUNTAIN BLEND (Cà Phê uống liền)	정제수, 설탕, 탈지분유, 커피, 산도 조절제, 유효제
Birdy CANNED COFFEE (AUTHENTIC VIETNAM MILK COFFEE)	정제수, 설탕, 탈지분유, 커피파우더, 산도조절제
NESCAFE CAFÉ VIỆT (Cà phê đen)	정제수, 커피 혼합 추출물, 설탕, 산도조절제, 합성 착향료,
MYCAFÉ (Cà Phê Sữa Với MATCHA)	정제수, 설탕, 크림, 탈지분유, 커피 파우더

출처 : 현지방문조사(Family mart, Lotte Mart, Coop Mart Xtra, 2017.07), 15개 제품 기준

표 3.5 : 경쟁제품 제조국가

제품명	제조국가	제조국가 비중
UCC BLACK (Cà phê đen không đường UCC)	일본	<ul style="list-style-type: none"> ■ 베트남 ■ 한국 ■ 태국 ■ 일본 ■ 싱가포르
NESCAFE ESPRESSO ROAST	태국	
NESCAFE LATTE		
Pokka cappuccino	싱가포르	
칸타타 프리미엄 라떼	한국	
프렌치카페 카푸치노		
레쓰비 모카라떼		
레쓰비 마일드커피		
프렌치카페 카푸치노		
HIGHLAND COFFEE CAFÉ SỮA ĐÁ (VIETNAMESE ICED COFFEE WITH MILK)	베트남	
MYCAFÉ (Cà Phê Sữa Với MATCHA)		
MR.BROWN BLUE MOUNTAIN BLEND (Cà Phê uống liền)		
Birdy CANNED COFFEE (AUTHENTIC VIETNAM MILK COFFEE)		
NESCAFE CAFÉ VIỆT (Cà phê đen)		
MYCAFÉ (Cà Phê Sữa Với MATCHA)		

출처 : 현지방문조사(Family mart, Lotte Mart, Coop Mart Xtra, 2017.07), 15개 제품 기준

4. 현지 방문 조사자료

현지 조사 정보

베트남 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업체 정보를 다음과 같이 제공함. 커피 제조일자와 수입사 정보는 확인이 가능한 제품에 한하여 표기함

분류		제품 01	제품 02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	UCC	Quality coffee Products Ltd
	제품명	UCC BLACK (Cà phê đen không đường UCC)	NESCAFE ESPRESSO ROAST
	용량(ml)	900	170
	가격 (VND)	118,000	11,500
	외장재	플라스틱 병	알루미늄 캔
	주원료	커피	정제수, 설탕, 커피추출물
	유통기한 (개월)	12	6
	제조국가	일본	태국
취급처	수입사 정보	Cty TNHH TM & DV VI BIEN-AKURUHI	Công ty TNHH Nestle Việt Nam
	판매확인 매장	Family mart	Co.op Mart Xtra

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 03	제품 04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Quality coffee Products Ltd	Pokka International Pte.,Ltd
	제품명	NESCAFE LATTE	Pokka cappuccino
	용량(ml)	180	240
	가격 (VND)	11,500	16,500
	외장재	알루미늄 캔	알루미늄 캔
	주원료	정제수, 설탕, 커피추출물	정제수, 설탕, 커피추출물
	유통기한 (개월)	12	24
	제조국가	태국	싱가포르
취급처	수입사 정보	Công ty TNHH Nestle Việt Nam	Cty CP TM-DV-SX Hương Thủy
	판매확인 매장	Lotte Mart	Lotte Mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 05	제품 06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	롯데 칠성	남양유업주식회사
	제품명	칸타타 프리미엄 라떼	프렌치카페 카푸치노
	용량(ml)	175	175
	가격 (VND)	22,000	15,300
	외장재	알루미늄 캔	알루미늄 캔
	주원료	정제수, 설탕, 커피추출물	정제수, 설탕, 커피추출물
	유통기한 (개월)	12	12
	제조국가	한국	한국
취급처	수입사 정보	Công ty TNHH TM K&K Toàn cầu	Công ty TNHH TM K&K Toàn cầu
	판매확인 매장	Lotte Mart	Lotte Mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 07	제품 08
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	롯데 칠성	롯데 칠성
	제품명	레쓰비 모카라떼	레쓰비 마일드커피
	용량(ml)	175	175
	가격 (VND)	12,100	12,100
	외장재	알루미늄 캔	알루미늄 캔
	주원료	정제수, 설탕, 커피추출물	정제수, 설탕, 커피추출물
	유통기한 (개월)	12	12
제조국가	한국	한국	
취급처	수입사 정보	Công ty TNHH TM K&K Toàn cầu	Công ty TNHH TM K&K Toàn cầu
	판매확인 매장	Lotte Mart	Lotte Mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 09	제품 10
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	남양유업주식회사	Công ty TNHH MTV Thái Kiên
	제품명	프렌치카페 카푸치노	HIGHLAND COFFEE CAFÉ SỮA ĐÁ (VIETNAMESE ICED COFFEE WITH MILK)
	용량(ml)	175	235
	가격 (VND)	15,300	14,000
	외장재	알루미늄 캔	알루미늄 캔
	주원료	정제수, 설탕, 커피추출물	정제수, 설탕, 커피추출물
	유통기한 (개월)	12	18
	제조국가	한국	베트남
취급처	수입사 정보	Công ty TNHH TM K&K Toàn cầu	-
	판매확인 매장	Co.op Mart Xtra	Family Mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 11	제품 12
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Suntory Việt Nam	Công Ty TNHH KING CAR
	제품명	MYCAFÉ (Cà Phê Sữa Với MATCHA)	MR.BROWN BLUE MOUNTAIN BLEND (Cà Phê uống liền)
	용량(ml)	235	240
	가격 (VND)	12,000	16,000
	외장재	알루미늄 캔	알루미늄 캔
	주원료	정제수, 설탕, 커피추출물	정제수, 설탕, 커피추출물
	유통기한 (개월)	12	18
취급처	제조국가	베트남	베트남
	수입사 정보	-	-
	판매확인 매장	Family Mart	Family Mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 13	제품 14
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	AJINOMOTO VIETNAM	Công ty TNHH Nestle Việt Nam
	제품명	Birdy CANNED COFFEE (AUTHENTIC VIETNAM MILK COFFEE)	NESCAFE CAFÉ VIỆT (Cà phê đen)
	용량(ml)	170	170
	가격 (VND)	10,500	15,000
	외장재	알루미늄 캔	알루미늄 캔
	주원료	정제수, 설탕, 커피추출물	정제수, 설탕, 커피추출물
	유통기한 (개월)	18	6
	제조국가	베트남	베트남
취급처	수입사 정보	-	-
	판매확인 매장	Family Mart	Family Mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 15
제품이미지	앞면	
	뒷면	
제품스펙	제조사명	Suntory Việt Nam
	제품명	MYCAFÉ (Cà Phê Sữa Với MATCHA)
	용량(ml)	235
	가격 (VND)	14,000
	외장재	알루미늄 캔
	주원료	정제수, 설탕, 커피추출물
	유통기한 (개월)	12
	제조국가	베트남
취급처	수입사 정보	-
	판매확인 매장	Co.op Mart Xtra

IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW



		AJINOMOTO VIETNAM CO. LTD	King car group ¹⁶ .	Nestlé
		일본 ¹⁷ .	대만 ¹⁸ .	스위스
기업 개요	설립년도	1991년(베트남 진출 년도)	2016년(베트남 내 공장 설립년도)	1992년(베트남 진출 년도)
	본사 소재지	일본 도쿄(Tokyo)	대만 타오유안(Taoyuan)	스위스 브베(Vevey)
	직원 수	3만 2,734명(2017년) ¹⁹ .	-	32만 8,000명(2016년)
	매출액	약 2,677억 엔(2017년 6월) ²⁰ . 약 2조 6,923억 6,500만 원	-	약 890억 스위스 프랑(2016년) 약 102조 7,060억 원
	취급품목	커피, 음료, 조미료 등	차, 커피, 에너지드링크 등	초콜릿, 사탕, 음료 등
제품 정보				
		커피	커피	커피
판매 전략	홍보전략	<ul style="list-style-type: none"> · 다양한 정보 제공 및 홍보 전략 사용 - 타겟 소비자 그룹별 제품 홍보 실시 	<ul style="list-style-type: none"> · 다양한 SNS매체를 통한 지속적인 정보 및 홍보 - 각각의 SNS 매체에 계정을 제품명으로 만들어 고객들과 소통 	<ul style="list-style-type: none"> · SNS를 통한 제품 홍보 - 브랜드 이미지 제고를 위한 동영상 및 글 게시 - 제품별 YouTube 홍보채널 운영 및 영상 업로드
	캐치 프레이즈	<ul style="list-style-type: none"> · Eat Well, Live Well - 잘 먹고, 잘 살자 	<ul style="list-style-type: none"> · Magic in every cup of coffee - 커피 한 잔의 마법 	<ul style="list-style-type: none"> · Good Food, Good Life - 좋은 음식이 행복한 삶을 만든다

16. King car group 홈페이지 상의 정보 및 온라인 조사를 통하여 직원 수, 매출액이 확인되지 않음

17. Ajinomoto Vietnam은 일본 기업이나 베트남 현지 공장을 설립하여 제품을 생산하고 있어 제품의 원산지 표기와는 차이가 있음

18. King car group은 대만 기업이나 베트남 현지 공장을 설립하여 제품을 생산하고 있어 제품의 원산지 표기와는 차이가 있음

19. Ajinomoto Vietnam의 직원 수는 확인되지 않아 모회사인 Ajinomoto의 2017년 자료를 활용함

20. Ajinomoto의 2017년 Annual report에서 발췌하였으며, 2017년 4월부터 6월까지 3개월간의 실적임

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 온라인 쇼핑물 조사 온라인 쇼핑물 조사

- 온라인 쇼핑물 조사
- Adayroi(www.adayroi.com)
- Vatgia(www.vatgia.com)
- AeonEshop(aeoneshop.com)
- Tiki(tiki.vn)

방법론 02. 오프라인 매장 조사 오프라인 매장 방문

- 베트남 현지 매장 방문 조사
- Co.op Mart
- Lotte Mart
- Family mart

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

방법론 01(온라인 쇼핑물 조사)
방법론 02(오프라인 방문 조사)

일본, 대만, 스위스 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

일본	대만	스위스
		
· 온라인 쇼핑물 확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>
· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>

2. 경쟁사별 현황 파악

AJINOMOTO VIETNAM CO. LTD 정보

- 현지 대표 전화 : +84-28-3930-1929
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 호치민(Ho Chi Minh)

출처 : AJINOMOTO VIETNAM CO. LTD
(www.ajinomoto.com.vn)

일본 기업 분석 : AJINOMOTO VIETNAM CO. LTD

당사는 1909년 일본에서 설립된 기업으로 인공 조미료 제조 기업으로 시작하였으며, 기업이 성장함에 따라 식품, 의약품 등으로 분야를 확장 함. 현재 27여 국가에 지사를 두고 130개 국가에서 제품을 판매하는 글로벌 식품 기업임. 1991년 베트남 진출 이후 규모를 계속해서 키워가고 있으며, 2008년 공장을 증설하는 등 투자도 아끼지 않고 있음

[기업 개요]

① 설립년도	1991년
② 직원수	3만 2,734명(2017년 3월)
③ 매출액	약 2,677억 엔(2017년 6월)
④ 취급품목	소주, 맥주, 위스키 등



출처 : AJINOMOTO VIETNAM CO. LTD (www.ajinomoto.com.vn), Ajinomoto(www.ajinomoto.com)

[제품 정보]

온(오프)라인 확인 제품			
	밀크커피	커피	밀크커피

출처 : AJINOMOTO VIETNAM CO. LTD (www.ajinomoto.com.vn)

[홍보 전략]

온라인 홍보	캐치프레이즈
<p>다양한 정보 제공 및 홍보 전략 사용</p> 	<p>"Eat Well, Live Well"</p> 
<ul style="list-style-type: none"> · 연령대 별로 소비자를 구분하고, 각각의 소비자 군에 대해 홍보를 달리하고 있음 · 공장 견학을 쉽게 신청할 수 있게 유도하는 등 회사와 소비자 사이의 심리적 간격을 줄이기 위한 노력을 하고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> · 식품 산업뿐만 아니라 의약품, 의료용 식품, 건강 기능 식품 등 건강관련 사업에도 많은 투자를 하고 있음

출처 : Youtube (www.youtube.com), AJINOMOTO VIETNAM CO. LTD (www.ajinomoto.com.vn)

2. 경쟁사별 현황 파악

King car group 정보

- 현지 대표 전화 : +84-61-356-0028
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 동나이(Dong Nai)

출처 : King car group
(www.kingcar.com.tw)

대만 기업 분석 : King car group

King car group은 대만 주류 및 음료 전문 제조업체. 현지조사 결과에 따르면 베트남 내 대형편의점인 Family Mart 다수의 제품이 확인되었으며 하이퍼마켓 중 하나인 베트남 Lotte Mart에도 제품을 납품하는 것으로 확인됨. 현재 베트남 커피시장에서 당사의 점유율 지표가 나타나진 않았지만 다양한 음료 및 주류 제품군을 가지고 있는 것으로 확인됨

2016년 현지 베트남 동나이에 공장을 설립하여 당사의 브랜드인 Mr. Brown 커피를 제조하여 베트남 내에 여러 유통경로로 제품을 판매하고 있음

[기업 개요]

- ① 설립년도 2016년
- ② 취급품목 차, 커피, 에너지드링크 등
- ③ 보유인증 HACCP, HALAL, GMP, ISO 22000, ISO 9001



출처 : King car group (www.kingcar.com.tw)

[제품 정보]

온(오프)라인 확인 제품				
	커피	커피	커피	커피

출처 : King car group (www.kingcar.com.tw)

[홍보 전략]

온라인 홍보	캐치프레이즈
<p>각 제품의 SNS 계정 운영</p>	<p>"Magic in every cup of coffee"</p>
<p>· 제품 각각의 SNS 계정을 운영함으로써 자사 브랜드 보다는 제품 자체를 강조하는 홍보를 진행함</p>	<p>· 제품을 열정, 낭만, 좋은 경력 등을 강조하여 자사 제품을 사용함으로써 더 나은 사람이 될 수 있다는 것을 강조하고 있음</p>

출처 : Mr. Brown coffee Facebook (www.facebook.com/pg/MrBrownVietnam), King car group (www.kingcar.com.tw)

2. 경쟁사별 현황 파악

Nestlé 정보

- 현지 대표 전화 : +84-8-3911-3737
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 호치민(Ho Chi Minh)

출처 : Nestlé Vietnam
(www.nestle.com.vn)

스위스 기업 분석 : Nestlé

Nestlé는 식품 및 음료를 주력 상품으로 판매하는 글로벌 식품 회사로서, 2,000여개의 다른 브랜드 제품을 생산하여 191개 국가에 판매하고 있음. 1992년 베트남 진출 이후 공장 증설 및 신규 건설 등 규모를 키워가고 있으며, 2017년까지 현대화된 유통 센터 건립을 목표로 하고 있음. 현재까지 5,000만 명의 어린이가 당사의 후원을 받는 등 사회 공헌 사업에도 투자를 이어감

[기업 개요]

- | | | |
|--------|-------|-------------------------|
| ① 설립년도 | | 1992년 |
| ② 직원 수 | | 32만 8,000명(2016년) |
| ③ 매출액 | | 약 890억 스위스 프랑(2017년 6월) |
| ④ 취급품목 | | 초콜릿, 사탕, 음료 등 |



출처 : Nestlé Vietnam (www.nestle.com.vn), Nestlé (www.nestle.com)

[제품 정보]

온(오프)라인 확인 제품			
	커피	커피	커피

출처 : Nestlé Vietnam (www.nestle.com.vn)

[홍보 전략]

온라인 홍보	캐치프레이즈
SNS를 통한 제품 홍보	“Good Food, Good Life”
	
<ul style="list-style-type: none"> · 제품별 각각의 YouTube 홍보 채널을 운영하며, 컨셉에 맞는 동영상상을 업로드 하고 있음 · 브랜드 이미지 제고를 위해 Nestle Family라는 별도의 Facebook 페이지를 운영하는 하고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> · 커피콩의 원산지를 강조하는 등 제품의 원료의 우수성을 강조함 · 질 좋은 상품을 통해 고객에 대한 삶의 질 향상을 위한 노력을 기울임

출처 : Nestlé Facebook (www.facebook.com/giadinhnestle), Nestlé Vietnam (www.nestle.com.vn)

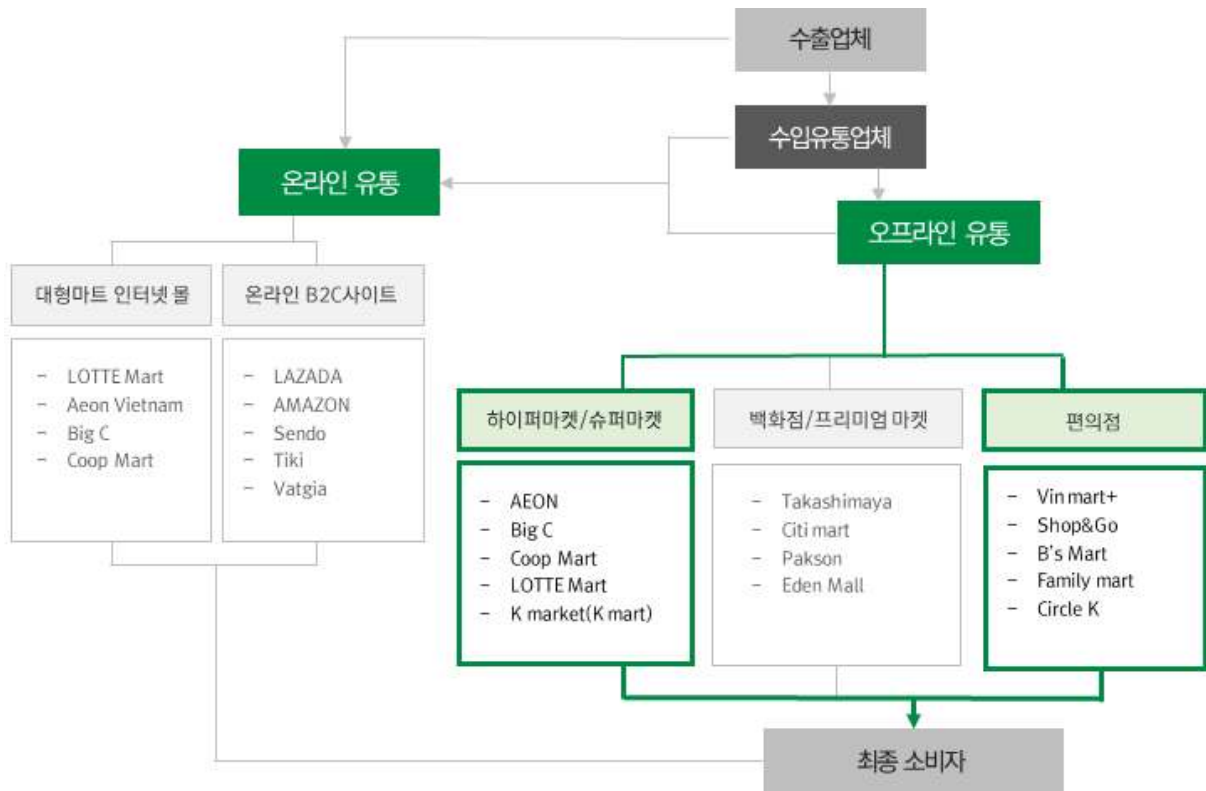
V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

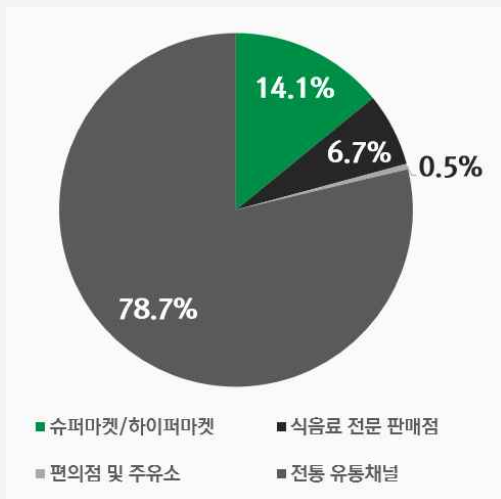
1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 현황 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



현지 유통채널별 유통점유율²¹



유통채널별 정의 및 특징

- 슈퍼마켓 : 일용잡화류를 판매하는 소매점(면적 280~2,300㎡ 이상)
- 하이퍼마켓 : 일용잡화류 외 공산품도 판매(면적 2,300㎡ 이상)
- 식음료 전문 판매점 : 식품 전문 판매 소매점
- 편의점 : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 잡화점
- 전통유통채널 : 재래시장, 소규모 개인 소매업

21. 해당 제품은 RTD(Ready-To-Drink)커피 제품으로, 전통유통채널 경로를 통한 진출이 적합하지 않아 추천 진출 경로에서 배제함

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 하이퍼마켓·슈퍼마켓

: 외국계 유통업체의 투자 증가로 늘어나는 대형 슈퍼마켓

베트남 산업무역부는 현대식 유통망의 비율이 2015년 25%에서 2020년에는 40 ~ 45%에 이를 것으로 전망함. 아직까지는 현대식 유통망인 대형유통업체들은 호치민과 같은 대도시에만 편중되어 있지만 전국에 중형 슈퍼마켓을 포함한 대형마트는 약 750여개로 파악됨²².

지난 2016년 아시아-태평양 지역 시장조사 전문기관 시미고(Cimigo)에서 발표한 자료에 따르면 베트남 내 슈퍼마켓은 2005년 47개에서 2015년 975개로 약 21배 증가한 것으로 나타남. 이는 2009년 베트남 유통시장이 개방됨과 동시에 많은 외국 업체들이 다수 진입했기 때문이라고 전함. 또한, 베트남 소비자들의 소득이 향상되면서 현지 기업보다 해외 글로벌 기업을 선호하는 성향이 높아, 해외 글로벌 기업의 점유율이 높게 나타남. 따라서 수입식품의 진입이 타 유통 채널에 비하여 용이한 편임²³.

ROUTE #2. 편의점

: 베트남 소비자의 소비 습관에 따라 변화하는 편의점 시장

미국 농무부(USDA)가 발간한 보고서 ‘Vietnam Retail Foods’ 에 따르면 2012년 기준 베트남 내 약 150개였던 편의점의 수는 2015년 1,000개가 넘는 수치를 기록함. 이는 베트남 소비자들은 소량으로 제품을 빈번하게 구매하는 성향과 대중화된 이동수단인 오토바이를 활용한 주택 근처의 소규모 식료품점의 이용이 반영된 결과로 사료됨. 나이가 20 ~ 30 대의 소비층이 바쁜 생활 속에서 와이파이를 제공해주는 휴게공간을 갖춘 편의점을 선호하면서 소비자의 니즈에 맞춰 편의점 내 취급품목들이 다양해지고 있음. 영업시간이 영세 점포 대비 길고 주택가 주변에 위치하고 있어 접근성이 높다는 점 또한 현지 소비자 유치에 있어 유리한 점으로 부각되고 있음²⁴.

22. Theseus, ‘Analysis of retail market in Vietnam’, 2017.05.05

23. Cimigo, ‘Vietnam consumer market trends 2016’, 2016.04.14

24. 미국 농무부, ‘Vietnam Retail Foods’, 2017.03.07

1. 추천 진출 경로

ROUTE #3. 온라인 유통채널

: 베트남 내 온라인 쇼핑몰 이용률 증가

베트남에서 인터넷 보급이 확산됨에 따라 B2C²⁵. 전자상거래 시장 규모가 2015년 기준 40억 달러를 넘어선 것으로 추산되었으며, 2020년에는 그 규모가 100억 달러에 이를 것으로 전망됨. 동남아의 아마존이라고 불리는 LAZADA는 베트남 전자상거래 부문에서 36% 시장 점유율을 확보하고 있는데 매월 1억 2,000만 명의 접속자 수와 5,000만 건의 페이지뷰를 기록함. 이러한 추세에 맞추어 베트남의 유명 하이퍼마켓 Vin Mart는 최근 온라인 쇼핑몰 Adayroi.vn을 개설하는 등 대형마트를 중심으로 온라인 쇼핑몰 확대가 이어지고 있음²⁶.

25. B2C(Business to Customer) 의 약자임. 전자 상거래의 일종으로 기업과 개인 간의 거래를 뜻함. 일반적으로 소비자들이 구매하는 온라인 쇼핑몰 등이 이에 속함

26. Nikkei Asian Review, 'Vietnam e-commerce likely to gross \$10b by 2020', 2016.04.22

1. 추천 진출 경로

시장 점유율 및 성장률

지난 2017년 7월 미국 농무부에서 발표한 베트남 식품 유통 관련 보고서에 따르면 베트남 현대 유통채널 판매액은 2011년 대비 약 2배 이상 성장하며, 2015년 약 69조 VND으로 나타남. 그 중 슈퍼마켓 판매량이 약 39조 VND, 하이퍼마켓이 약 27조 VND, 편의점의 판매액이 약 2조 VND으로 나타남²⁷.

제품 컨셉

LIG Research Division에 따르면 2016년 기준, 베트남의 현지 하이퍼마켓인 ‘Co.op Mart’는 판매제품의 약 90%를 베트남 국산 제품으로만 구성함. 반면, 한국기업인 롯데마트의 경우 매장 컨셉을 100% 현지화하기보다는 수입식품 코너를 운영하여 고가 제품을 취급함. 편의점과 온라인의 경우, 외국계 기업들이 투자를 확대하면서 슈퍼마켓과 하이퍼마켓 대비 제품 개수는 적지만 다양한 수입 제품을 판매하고 있음²⁸.

제품 취급여부

현지 매장 방문 조사 결과, 한국산 커피제품이 슈퍼마켓인 Co.op Mart와 편의점인 Familymart, Circle K에서 취급되고 있음. 온라인 쇼핑몰에서는 AMAZON과 각 제품의 기업 홈페이지에서 취급되고 있음. 특이점은 유통되는 한국 제품들은 대부분 현지화 된 언어가 아닌 한국어 그대로 표기되어 판매되고 있음

표 5.1 : 유통경로 분석 결과

유통경로	지표		세부 내용	적합	부적합
	 슈퍼마켓/하이퍼마켓	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 30% 이상 차지	적합
		시장 성장률	2013 ~ 2015년 성장률 두 자릿수 성장	적합	부적합
	2. 제품적합성	제품컨셉 일치도	수입식품 취급 유무	적합	부적합
	3. 진출가능성	제품 취급여부	한국산 커피 취급 유무	적합	부적합
 편의점	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 30% 이상 차지	적합	부적합
		시장 성장률	2013 ~ 2015년 성장률 두 자릿수 성장	적합	부적합
	2. 제품적합성	제품컨셉 일치도	수입식품 취급 유무	적합	부적합
	3. 진출가능성	제품 취급여부	한국산 커피 취급 유무	적합	부적합
 온라인 쇼핑몰	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 30% 이상 차지	적합	부적합
		시장 성장률	2013 ~ 2015년 성장률 두 자릿수 성장	적합	부적합
	2. 제품적합성	제품컨셉 일치도	수입식품 취급 유무	적합	부적합
	3. 진출가능성	제품 취급여부	한국산 커피 취급 유무	적합	부적합

27. 미국 농무부, ‘Vietnam Retail Foods’, 2017.03.07

28. Voice of Vietnam, ‘Saigon Co.op retailer expands market share’, 2017.05.02

1. 추천 진출 경로

슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 진출 추천

유통구조 분석 결과, 참여 기업이 진출하기에 적절한 시장은 슈퍼마켓·하이퍼마켓인 것으로 판단됨. 편의점의 경우 높은 성장 잠재력을 가진 것으로 판단되나 아직까지는 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓 대비 시장 규모가 작고 취급 제품의 다양성도 부족한 편임. 따라서 시장성과 제품적합성 그리고 진출 가능성으로 미루어볼 때, 현재는 슈퍼마켓·하이퍼마켓 진출을 권장함

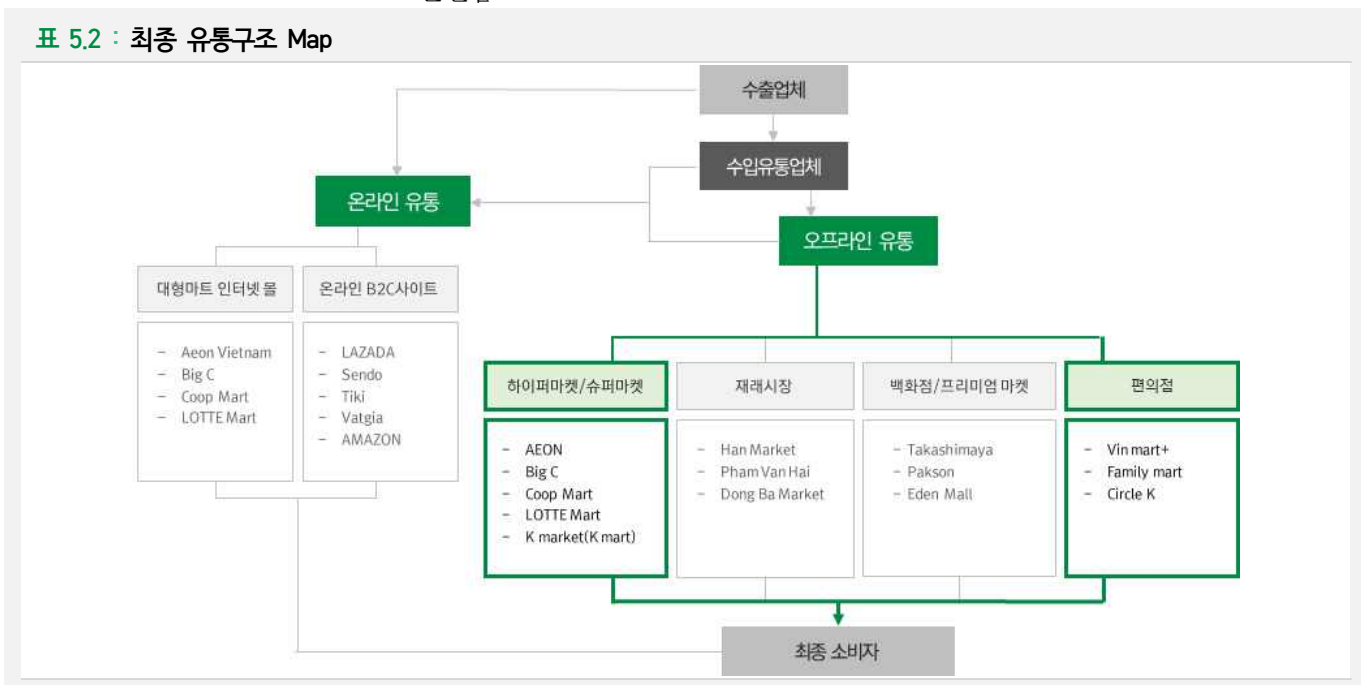
장기적으로 편의점 진출 추천

베트남에 진출한 외국 기업들이 장기적인 관점에서 편의점 시장 입지 확대에 주력하고 있으며, 대형 기업들이 현지 편의점 시장 진출을 연이어 발표함에 따라 현지 시장의 편의점 수는 더욱 폭발적으로 증가할 것으로 전망됨

또한, 2000년 이후 매년 5%가 넘는 베트남의 경제 성장률이 지속된다면 중산층 규모가 오는 2020년까지 현재의 두 배 이상으로 증가할 것으로 예상되며, 이들이 편의점의 주 소비자층으로 부상할 것으로 전망됨

시장 점유율 면에서는 아직 슈퍼마켓·하이퍼마켓 대비 낮은 점유율을 보이고 있으나, 2015년 기준 전년대비 43.8%의 높은 성장률을 기록함. 이에, 베트남에 진출한 외국 기업들의 사업 확장, 대형 기업들의 현지 편의점 시장 진출과 같은 잠재성과 현지 베트남 소비자들의 트렌드를 본다면 향후 편의점 진출을 고려해 볼만함²⁹.

표 5.2 : 최종 유통구조 Map



29. 미국 농무부, 'Vietnam Retail Foods', 2017.03.07

2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

커피 및 커피관련 기계 수입·유통
업체 대상 인터뷰 진행

(2017년 7월)

Q1. 커피의 수요는 어떠한가요?

“베트남의 덥고 습한 날씨로 인해 커피 구매 시 포장상태를 매우 중요하게 생각합니다. 구매를 하는 소비자들과 제품을 소싱하는 기업들 모두 포장에 잘 되어 있는 유럽산 커피 제품을 선호합니다. 베트남 제품 대비 포장기술이 우수하기 때문에 화학 물질을 적게 포함하므로 유럽산 제품의 수요가 높습니다. 특히 이탈리아 브랜드는 커피 중추국에 속하는 이탈리아의 명성으로 더욱 수요가 높은 편입니다.”

이탈리아 커피 수입 유통업체
PAFO 담당자 Mr.Tuan와의 인터뷰 중, 2017.07

Q2. 커피의 유통경로는 어떠한가요?

“당사는 대부분의 취급 중인 제품을 호텔, 리조트, 식당으로 공급해주고 있어 베트남 소비자들이 선호하는 품질이 좋은 유럽 브랜드 커피를 여러 유럽 국가에서 직접 수입해오고 있습니다.”

커피 및 커피 관련 기계 수입·유통업체
Vinbarista 담당자 Mr.Trang와의 인터뷰 중, 2017.07

“당사에서는 해외 커피 브랜드 제품에 대한 수요가 높은 편으로 품질이 좋고 커피로 유명한 국가들과의 거래를 선호합니다. 이에 미국과 유럽 등지에서 품질이 좋은 제품을 수입하여 인터넷 쇼핑몰과 운영 중인 소매점을 통해 판매하고 있습니다.”

커피 및 커피관련 기계 수입 소매업체
Sieuthicafe.vn 담당자 Ms.Suong Nguyen와의 인터뷰 중, 2017.07

Q3. 커피의 구매요인은 무엇인가요?

“당사는 베트남 제품이 아닌 해외 커피의 여부를 가장 중요하게 생각합니다. 커피 제품을 호텔, 리조트, 식당으로 유통하고 있으므로 당사 제품의 주요 소비층은 외국인 방문객이나 상점 시설을 자주 이용하는 현지인입니다. 이에 해외 브랜드 제품을 맛 본 소비자들은 베트남 커피보다 기름기가 적고 덜 쓴맛의 외국 제품을 더 선호하고 있어 해외 브랜드 제품을 고집하여 유통 중입니다.”

커피 및 커피 관련 기계 수입·유통업체
Vinbarista 담당자 Mr.Trang와의 인터뷰 중, 2017.07



VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW



		Lotte Mart	CO.OP MART	Vin Mart
		하이퍼마켓(한국)	슈퍼마켓(베트남)	편의점(베트남)
유통업체 개요	설립년도	2008년(베트남 진출년도)	1989년	1993년
	매장 소재지	베트남 전역	베트남 전역	베트남 전역
	직원 수	3만 9,000명(2017년)	1만 5,000명(2017년)	1만 7,000명(2017년)
	점포 수	300개(2016년)	80개(2016년)	300개(2016년)
	취급품목	식품, 생활용품, 일용품 등	식품, 의류, 생활용품 등	식품, 생활용품, 일용품 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈		<ul style="list-style-type: none"> · VNPT와의 업무 협약 - 업무 협약을 통한 Smart technology의 적용 	<ul style="list-style-type: none"> · 공격적인 매장 확장 전략 - 새로운 형태의 편의점 브랜드인 C-Store 출점 	<ul style="list-style-type: none"> · 매장 확대 전략 시행 - 2019년까지의 매장 확대를 통한 유통 점유율 상승 기대
프로모션 정보		<ul style="list-style-type: none"> · 무료 배송 서비스 및 할인 프로모션 진행 - 일정 금액 이상 사용 시 무료 배송 서비스 제공 - 주차별 할인 프로모션 진행 	<ul style="list-style-type: none"> · 스탬프 적립 및 할인 이벤트 진행 - 매장 이용 고객에 대해 도장 적립 및 사은품 제공 	<ul style="list-style-type: none"> · 다양한 할인 이벤트 실시 - 여름 특별 할인 행사 진행 - 카드 소지 고객 대상 할인 행사

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

LOTTE Mart

Lotte Mart

Lotte Mart는 Lotte 그룹의 계열사로서 1967년 설립되었으며, 70년대를 거치면서 유통·여가 산업에 대한 사업 확장과 발전을 통해 대형 유통 업체로 거듭나게 됨. 베트남에는 2008년 지사를 설립하면서 진출하였고, 현재 베트남 내에 14개 매장을 보유하고 있음. 그 외에 대만, 인도네시아, 중국 등 60여 국가에 진출하여 활발한 해외 사업을 진행하고 있음

표 6.1 : Lotte Mart 매장 정보

기업 정보	컨셉	고객의 의견에 귀를 기울이는 세계적인 유통사
	대표 주소	469 Nguyen Huu Tho St., Tan Hung Ward, Dist. Ho Chi Minh (3rd floor)
	대표 전화	+84-08-3775-3232
주요 판매품목		식품, 생활용품, 일용품 등
매장전경		 
매장 이슈		<p>VNPT와의 업무 협약³⁰.</p> <p>지난 2017년 7월 Lotte Group은 ICT 기술 회사인 VNPT와 업무 협약을 체결함. 해당 계약을 통해 롯데그룹은 병원용 소프트웨어 및 스마트 시티에 대한 기술 솔루션을 제공받게 됨. 이는 호치민시와 기 체결한 바 있는 에코 스마트 시티(Eco Smart City) 건설 사업과 연계하여 동 프로젝트 진행 간에 많은 도움이 될 것으로 예상 됨. VNPT 업무 협약은 Supermarket, 호텔, 백화점 등 롯데그룹의 유통 체인 브랜드 전반에 걸쳐 도움을 줄 것으로 예상됨</p>
프로모션 전략		<p>무료 배송 서비스 및 할인 프로모션 진행</p> <p>Lotte Mart는 모든 매장 이용객에 대해 15만 VND 이상의 제품을 구매한 경우 10Km이내의 거리에 대해 무료 배송 서비스를 제공하고 있음. 추가적인 등록이나 비용은 소모되지 않으며 영수증만을 요구함. 그 외에 매주 주차별 컨셉을 정하여 선정된 제품에 대해 할인을 제공하고 있음. 제품의 범위는 식품류 뿐만 아니라, 생활용품, 전자제품 등 다양한 제품을 포함하고 있음</p>
제품 판매현황		 

출처 : Lotte Mart (www.lottmart.com.vn), 현지방문조사(Lotte Mart, 2017.07)

30. VNPT, 'VNPT cooperates with Lotte to develop IT solutions in the field of Health', 2017.07.26

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



CO.OP MART

CO.OP MART는 1989년 설립되어 호치민시의 유통을 담당하였던 Saigon Co-op에 의해 1996년 시작되었음. Saigon Co-op는 1992년부터 1997년 사이 외국자본의 유입과 베트남 경제 성장 상황에서 합자회사를 설립하여 국·내외의 경영 능력을 증대하였음. 이를 바탕으로 CO.OP MART를 설립하고 주력 사업으로 집중함. 현재 80여 매장을 베트남 전역에서 운영하고 있음

표 6.2 : CO.OP MART 매장 정보

기업 정보	컨셉	고객이 이익 증대와 슈퍼마켓 브랜드의 성공을 위해 노력함
	대표 주소	HCMC Union of Trade Unions. Saigon Co.op, Headquarter at 199-205 Nguyen Thai Hoc, Pham Ngu Lao Ward, District 1, Ho Chi Minh City
	대표 전화	+84-8-38-360-143
주요 판매품목		식품, 의류, 생활용품 등
매장전경		 
매장 이슈		<p>공격적인 매장 확장 전략³¹.</p> <p>CO.OP Mart는 다른 유통 체인들의 매장 확대 정책에 대응하여 Co.op Smile이라는 새로운 형태의 편의점 브랜드를 출점하기로 함. 이는 공격적인 매장 확장 전략의 일환으로 2017년 말까지 200~300개의 매장을 새로 오픈할 예정임. 판매 물품은 식품, 화장품, 의류 위주로 1,500~2,000여 제품을 구비할 예정임</p>
프로모션 전략		<p>스탬프 적립 및 할인 이벤트 진행</p> <p>매장 이용 고객은 회원 등록을 통하여 카드에 도장을 적립 할 수 있음. 20만 동 마다 도장을 받게 되며, 적립된 도장은 고가의 사은품으로 제공받음. 사은품의 종류는 주기적으로 갱신되어 매 번 다른 상품을 받을 수 있음. 동 행사는 Co.op Mart의 자매 유통 브랜드에서 적용 받을 수 있음. 추가적으로 기간별 특정 상품 세일 이벤트를 진행하고 있음</p>
제품 판매현황		 

출처 : CO.OP MART (www.co-opmart.com), 현지방문조사(CO.OP MART, 2017.07)

31. Baomoi, 'Saigon Co.op mở chuỗi cửa hàng Co.op Smile', 2016.12.28

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

Vin Mart



Vin Mart는 Vin Group의 유통 자회사로 설립되었으며, 인구 밀집 지역을 중심으로 편의점을 운영함. 제품의 원산지, 품질 등의 관리를 위하여 국내·외의 파트너사와 협력을 하고 있으며, 매장 내에서 금융 서비스 등 다양한 소비자의 요구를 맞추기 위해 노력하고 있음

표 6.3 : Vin Mart 매장 정보



기업 정보	컨셉	제품 품질 관리를 통한 좋은 제품을 소비자에게 제공
	대표 주소	No. 72 Le Thanh Ton, Ben Nghe Ward, District 1, Ho Chi Minh City, Vietnam.
	대표 전화	+84 028 3975 9568
주요 판매품목		식품, 생활용품, 일용품 등
매장전경	 	
매장 이슈	<p>매장 확대 전략 시행³².</p> <p>베트남 내 유통 시장은 규제의 완화와 함께 외국 업체들의 진출 등으로 점차 경쟁적인 상황으로 나아가고 있음. 모회사인 Vin Group은 2014년 말 유통체인 인수, 2015년 중반 Vin Mart의 편의점 출점 등 시장 상황에 맞춘 지속적인 매장 확대 전략을 펼쳐옴. 이런 전략적 기조에 따라 2019년까지 Vin Mart를 포함한 그룹사 전체 유통 체인 매장을 400여 개 추가 출점 할 예정임. 이를 통해 20% 정도인 현재의 점유율을 몇 년 내 50% 규모까지 확대할 수 있을 것으로 예상함</p>	
프로모션 전략	<p>다양한 할인 이벤트 실시</p> <p>지난 2016년 여름 단기 할인 행사를 진행하였음. 해당 상품은 식품, 의류 등 다양한 상품에 대해 할인을 제공함. 그 외 Vin Group 카드 소지 고객에 대해 할인과 포인트 적립 서비스를 제공함. 소지자는 기 할인된 상품에 대해서도 일정 포인트를 적립 받을 수 있으며, 그 외에 20,000 VND 당 1포인트 적립 혹은 거래가격의 5% 환급 등의 멤버십 기반 프로모션을 진행함</p>	
제품 판매현황	 	

출처 : Vin Mart (www.vinmart.com), 현지방문조사(Vin Mart, 2017.07)

32. Theseus, 'Analysis of retail market in Vietnam', 2017.05.05


1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 베트남 주요 편의점 현황

Tesco Express		
매장 수	40개(2017년 6월 기준)	
매장 개요	아시아와 유럽의 12개국에 매장을 두고 있는 영국의 소매 유통업체임. Extra, Hypermarket, Department Store, Talad, Express의 5가지 형식으로 운영되며, 주로 식료품을 판매하고 있음	
Circle K		
매장 수	250개(2017년 6월 기준), 호치민 : 158개, 하노이 : 81개	
매장 개요	미국 텍사스에서 시작된 편의점 소매 유통업체로, 전 세계 1,500개의 매장을 운영함. 베트남에는 2008년 호치민 1호점을 개점함. 식료품 판매뿐만 아니라, 세금납부서비스, 코인 세탁소, 티켓 구매대행, SIM 카드 판매, 선불 전화카드 등 생활편의 서비스를 제공함	

출처 : Tesco Express(www.tesco.com), Circle K(www.circlek.com.vn)

표 6.5 : 베트남 주요 온라인 쇼핑몰 현황

Hotdeal		
취급품목	식품, 의류, 전자제품 등	
홈페이지	www.hotdeal.vn	
매장개요	Hotdeal은 베트남 현지 온라인 쇼핑몰이며 이커머스 대형 업체 MeKongcom가 소유하고 있음. Hotdeal은 의류, 식 음료, 여행, 전자제품, 교육에 이르기 까지 다양한 상품을 저렴한 가격으로 제공하고 있으며, 2015년 9월 90만 명의 PC방문자를 기록함	

출처 : Hotdeal(www.hotdeal.vn), Tiki(www.tiki.vn)

Ⅶ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역절차 OVERVIEW

※ 관세율 정보 OVERVIEW

1. 통관 및 검역 절차

2. 관세율 정보

3. FTA 정보

4. 통관 및 검역 주의사항

※ 베트남의 경우 통관 거부 사례 관련 정보를 제공하고 있지 않아 통관 거부 사례 항목을 제외함

통관 및 검역절차 OVERVIEW

베트남 통관 검역 절차도



출처 : 한국조세재정연구원(www.kipf.re.kr)

통관절차별 주의사항

통관절차	주의사항
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 - 베트남의 전자 통관시스템은 아직 미미하다는 것을 참고해야 함
세관 서류 심사 및 통관 검사	<ul style="list-style-type: none"> - 수입업자의 세관신고서와 수입품 서류, 수입품에 대한 실질검사 시행 - 물품의 위험도를 기준으로 Green, Yellow, Red stream 3가지 채널로 분류하여 진행 - 그린채널 제품군은 세관 서류 심사 및 물품 검사 면제하고 있음
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 : 한국조세재정연구원(www.kipf.re.kr)

관세율 정보 OVERVIEW

2017년 베트남 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율		
		기본세율	한·베 FTA	한· 아세안 FTA
0901	커피(볶았는지, 카페인을 제거했는지에 상관없다), 커피의 껍데기와 껍질, 커피를 함유한 커피 대용물(커피의 포함비율은 상관없다)		-	
0901.11	카페인을 제거하지 않은 것		-	
0901.11.10	아라비카(Arabica) 종 WIB 또는 로부스타(Robusta) 종 OIB	15%	0%	0%
0901.11.90	기타	15%	0%	0%
0901.12	카페인을 제거한 것		-	
0901.12.10	아라비카(Arabica) 종 WIB 또는 로부스타(Robusta) 종 OIB	20%	0%	0%
0901.12.90	기타	20%	0%	0%
0901.21	카페인을 제거하지 않은 것		-	
0901.21.10	잘게 부수지 않은 것	30%	0%	0%
0901.21.20	잘게 부순 것	30%	0%	0%
0901.22	카페인을 제거한 것		-	
0901.22.10	잘게 부수지 않은 것	30%	0%	0%
0901.22.20	잘게 부순 것	30%	0%	0%
0901.90	기타		-	
0901.90.10	커피의 껍데기와 껍질	30%	0%	0%
0901.90.20	커피를 함유한 커피 대용물	30%	0%	0%

한·베트남/한·아세안 FTA 세율 정보

베트남에서 HS CODE 0901류 품목의 경우
한·베트남/한·아세안 FTA 협정세율 **0%**가 부과됨

TIP_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 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 검역절차

해외통관 애로사항 문의처

관세청 해외통관지원센터
: 042-472-2197

주베트남한국대사관(관세관)
: +84-4-3831-5110~6

베트남 통관
: +84-4-3944-0833

베트남 산업무역부
: +84-4-2220-2222

수입식품 베트남 수출 전 준비사항

한국 수출기업은 수입계약서, 선하증권 혹은 항공운송장, 포장명세서, 상업송장을 반드시 준비해야 함. 일부 서류에 대해 원본 혹은 베트남어로 서류를 요청하고 베트남어로 명시된 서류준비가 필요함

한-베트남 FTA 협정 세율을 적용받기 위해서는 원산지증명서를 필수적으로 구비해야 함. 한-베트남 FTA 적용 시, 원산지증명서 제출 면제 조건이 수입액 기준 200달러에서 600달러로 상향 조정됨. 따라서 변경된 기준액을 확인 후, 한-베트남 FTA 원산지증명서 준비를 권유함

통관 진행 시 화물의 실제 상황과 서류상의 차이점 없이 모든 서류는 정확하게 작성되어야 함. 베트남 세관에서는 물품 가격을 본래보다 낮게 상업송장을 작성하여 과세가격을 낮추려는 경우에 대해 단속이 심하므로 가격 작성에 주의해야 함

곡류와 두류, 신선식품(육류, 수산물) 수입 시에는 주무관청에 사전허가를 신청하여 검역을 반드시 진행해야 함. 가공식품의 경우 일반 수입제품 허가 신고프로세스와 동일하게 산업무역부에 수입허가를 신청함. 신청 후, 5일 이내에 수입허가서가 발급되며, 이를 세관에 제출하여 수입신고를 진행함

표 7.1 : 베트남 수입식품 통관 서류

- | | |
|---------------------------------------|---|
| - 선하증권 (또는 항공화물운송장) (Bill of Landing) | - 포장명세서 (Packing List) |
| - 화물보관해제주문서 (Cargo Release Order) | - 검수보고서 (Inspection Report) |
| - 상업송장 (Invoice) | - 검역증명서(위생증명서) (Health Certificate) |
| - 수입신고서 (Customs Import Declaration) | - 터미널 화물처리 영수증 (Terminal Handling receipts) |

출처 : The World Bank(www.worldbank.org), Doing Business(www.doingbusiness.org)

1. 통관 및 검역절차

Step 01. 수입신고

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

입항지에 수입물품이 도착하는 시점을 기준으로, 상업적 계약에 의한 수입 여부, 재수출 용도의 수입 여부, 수출 물품 제조용 원재료의 수입 여부 등에 대해 수입 관련 증빙 서류를 세관에 제출하여 신고해야 함. 국경에 도착한 날로부터 30일 이내 수입신고를 진행해야 함

신고 시 첨부해야하는 필요 서류로는 수입신고서, 수입계약서, 상업송장, 포장명세서, 수입 허가, 원산지 증명서 등이 있음

베트남 재무부에 따르면, 전국적으로 전자통관시스템 구축이 미비하여 수입업자들의 원활한 사용이 어려울 것으로 판단됨

Step 02. 세관 서류 심사 및 통관검사

수입대행사의 실적에 따라 그린(Green), 옐로우(Yellow), 레드채널(Red Channel) 중 한 가지 방식으로 서류심사 및 물품검사를 진행함. 통관 이후 식물·동물성 제품에 대한 검역이 이루어짐

그린채널(Green Channel)은 관세법을 엄격히 준수하는 수입업자를 대상으로 진행하는 절차로 서류제출과 물품검사가 면제됨. 옐로우채널(Yellow Channel)은 물품검사는 진행하지 않더라도 서류는 반드시 제출을 해야함. 레드채널(Red Channel)은 서류제출과 더불어 물품 검사에서 ① 전수 검사 ② 무작위 10%검사 ③ 무작위 5%검사 3가지 중 하나의 방법으로 진행됨

일반 통관의 경우, 샘플검사는 물량의 10%를 진행하고 있지만 통관절차 위반, 관세법 위반의 전례가 있는 경우 전수 조사를 시행함

표 7.2 : 베트남 수입통관 채널별 주요 심사 절차

채널(Channel)	필요 심사절차
그린 채널 (Green Channel)	전자신고로 수리 가능하며, 세관서류 심사 및 물품 검사 면제
옐로우 채널 (Yellow Channel)	전자서류 혹은 종이서류를 세관에 제출 및 심사 시행
레드 채널 (Red Channel)	종이서류로 제출 및 세관에서 물품 검사 시행

출처 : 베트남 무역정보포털(www.vietnamtradeportal.gov.vn)

1. 통관 및 검역절차

Step 03. 관세 납부

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

Step 04. 물품 반출 및 환급

관세 환급은 환급신청을 받은 후, 15일 이내로 이루어지도록 규정함. 관세 환급 시에도 구비서류를 준비해야하며, 수출신고필증, 수입신고필증, 소요량 정산서, 대금결제 확인서를 마련하여 세무국에 제출함

표 7.3 : 위생 검역에 필요한 서류³³.

- | | |
|----------------------|---|
| - 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(moh.gov.vn)

표 7.4 : 베트남 검역·검사대상 13개 품목³⁴.

- | |
|----------------------------|
| 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(moh.gov.vn)

33. 2007년 이후 변동사항 없음 / 베트남 보건부, 'No.23/2007/QĐ-BYT 제 6조, 10조', 2007.

34. 2012년 이후 변동 사항이 없음 / 베트남 보건부, '위생 및 안전성 감사가 의무화된 HS코드별 수입식품에 관한 결정 No.818/QĐ-BYT', 2012.

2. 관세율 정보

HS CODE 0901 하위 품목, 한베트남/한아세안 FTA 협정세율 적용

HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 보고서 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’ 을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’ 를 검색하거나 관세청 ‘관세법령정보 포털 3.0’ 및 한국무역협회에서 제공하는 TradeNAVI를 활용하는 방법이 있음

베트남에서 HS CODE 0901의 모든 하위 품목(베트남 기준 총 15개 항목)에는 FTA 협정세율이 적용되어 세율이 0%임

표 7.5 : 한국 및 베트남 HS CODE 분류 및 관세³⁵.

국가	HS CODE	품명	관세율		
			기본세율	한베 FTA	한아세안 FTA
한국	0901	커피(볶았는지, 카페인을 제거했는지에 상관없다), 커피의 껍데기와 껍질, 커피를 함유한 커피 대용물 (커피의 포함비율은 상관없다)			
	0901.1	커피(볶지 않은 것으로 한정한다)			
	0901.11	카페인을 제거하지 않은 것			
	0901.12	카페인을 제거한 것			
	0901.2	커피(볶은 것으로 한정한다)			
	0901.21	카페인을 제거하지 않은 것			
	0901.22	카페인을 제거한 것			
	0901.90	기타			
	0901.90.1000	커피의 껍데기와 껍질			
	0901.90.2000	커피를 함유한 커피 대용물			
베트남	0901	커피(볶았는지, 카페인을 제거했는지에 상관없다), 커피의 껍데기와 껍질, 커피를 함유한 커피 대용물 (커피의 포함비율은 상관없다)			
	0901.11	카페인을 제거하지 않은 것			
	0901.11.10	아라비카(Arabica) 종 WIB 또는 로부스타(Robusta) 종 OIB	15%	0%	0%
	0901.11.90	기타	15%	0%	0%
	0901.12	카페인을 제거한 것			
	0901.12.10	아라비카(Arabica) 종 WIB 또는 로부스타(Robusta) 종 OIB	20%	0%	0%
	0901.12.90	기타	20%	0%	0%
	0901.21	카페인을 제거하지 않은 것			
	0901.21.10	잘게 부수지 않은 것	30%	0%	0%
	0901.21.20	잘게 부순 것	30%	0%	0%
	0901.22	카페인을 제거한 것			
	0901.22.10	잘게 부수지 않은 것	30%	0%	0%
	0901.22.20	잘게 부순 것	30%	0%	0%
	0901.90	기타			
	0901.90.10	커피의 껍데기와 껍질	30%	0%	0%
0901.90.20	커피를 함유한 커피 대용물	30%	0%	0%	

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 베트남 관세청(www.customs.gov.vn)

35. HS CODE0901에 해당되는 세부 항목별로 기본관세율이 달라 0901 하위품목(총 15개 항목)별로 관세율을 개별 명시함

3. FTA 정보

한·베트남 FTA 2015년 12월 20일 발효

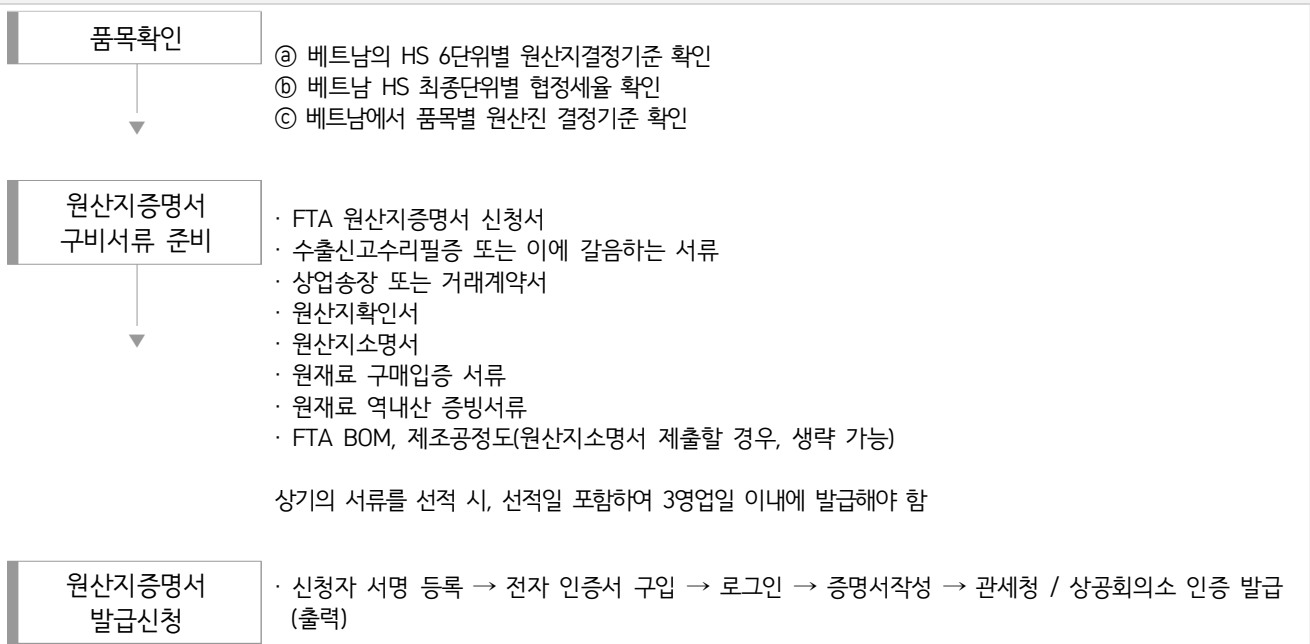
한국과 베트남은 2012년 9월 양자 간 FTA 협상을 개시한 후 9차례 공식 협상을 벌인 끝에 2014년 12월 타결에 성공하였으며 한·베트남 FTA는 2015년 12월 20일 발효됨. 관세 양허 유형은 세부 분류에 따라 상이하며 협정 발효일을 시작으로 짧게는 10단계, 길게는 20단계에 걸쳐 매년 균등 철폐가 이루어짐. 해당 제품의 경우 양허유형 E에 해당되어 상품에 대한 관세는 기존 관세를 48%가 유지됨

FTA 세율 적용을 위해서는 원산지 증명서 발급 필요

베트남에서 FTA세율을 적용받기 위해서는 한·아세안 FTA와 한·베트남 FTA 원산지제도를 통해 받을 수 있음. 수입 관세당국이 요청하는 혹은 베트남 수입 업체의 요청에 따른 원산지증명서를 준비가 필요함

수출국 세관이 간접적으로 원산지증명서 검증을 진행하며, 6개월 내에 검증 결과를 받아볼 수 있음. 사후 검증에 소요되는 기간은 10개월 이지만 해당 증명서 발급 시, 보관이 5년 이상으로 장기적으로 통용이 가능함. 한·베트남 FTA의 경우, 한국에서는 원산지증명서를 관세청과 대한상공회의소에서 발급함³⁶.

표 7.6 : 한·베트남 FTA 원산지 증명서 발급 절차 및 서류



출처 : 대한상공회의소(cert.korcham.net)

36. 대한상공회의소에서 일반 원산지증명서를 발급받고자 할 시 회원 등록 유무에 따라 발생하는 수수료가 상이함. 회원일 경우 무료로 진행되는 반면 비회원일 경우 7,000원이라는 증명발급 수수료가 부가됨. 이외 관세양허 및 FTA 원산지증명서를 발급받고자 할 시에도 최대 7,000원의 수수료가 발생됨. 대한상공회의소에서 발급하는 증명서의 종류로는 서명등록, 원산지증명, 상업송장 등 기타 무역증서, 까르네가 있음. 까르네의 경우 원산지 증명과 달리 지급해야하는 수수료가 고가를 형성하고 있음

4. 통관 및 검역 유의사항

FTA 관세혜택, 상공회의소 증명서 발급 시 적용 가능

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

과거 원산지 증명서의 서명권자의 색상을 문제 삼아 불인정한 사례가 존재하지만 협정문 내에 고시된 바 없는 조항이기 때문에 FTA 특혜가 적용됨

세관별로 상이한 베트남 통관 기준

베트남은 세관별로 통관기준이 상이함. 따라서 시비의 소지를 차단하고 불이익을 미연에 방지하기 위해 사전에 통관 업무 절차를 숙지하거나 베트남 통관대행업체를 통해 문제 발생 가능성을 차단하는 것이 중요함

목적에 따라 관세 납부 유예 가능

통상적으로는 수입 물품을 보세구역에서 반출하기 전에 세금을 납부하지만, 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


VIII. 인증 정보

※ 인증 정보 OVERVIEW

1. 인증 취득정보
2. 제출서류
3. 전문가 인터뷰


인증 정보 OVERVIEW

🌐 권장인증 : HACCP

인증 설명	식품안전관리인증기준으로 식품을 만드는 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요인들이 발생할 수 있는 여건을 차단하여 소비자들이 안전하고 깨끗한 제품을 공급하기 위한 시스템적 규정임	
발행기관	한국식품안전관리인증원	
성격	선택 인증	
비용	20만원	
유효기간	발급일로부터 3년	
갱신기간	3년 유효기간 내에 재심사 신청	

출처 : 베트남인증센터(www.quacert.gov.vn), 한국식품안전관리인증원(www.haccpkorea.or.kr)

🌐 권장인증 : ISO 22000

인증 설명	식품공급사슬 내의 모든 이해관계자가 적용할 수 있는 국제규격 ISO 22000은 ISO 9001 품질경영시스템을 바탕으로 HACCP의 7원칙과 12절차를 모두 포함하고 있음	
발행기관	한국표준협회(KSA, Korean Standard Association)	
성격	선택 인증	
제출서류	인증심사 신청서(홈페이지를 통해 다운로드 가능)	
비용	기본 심사 수수료 약 106만원, 품목, 일수마다 추가 요금 약 20만원, 그 외 출장비	
갱신기간	3년 (이후 3년 단위로 갱신해야함)	

발급절차 : 문의신청 → 예비심사 → 문서 심사 → 현장 심사
인증심의 → 인증서 발행 등록 → 사후관리 심사

유의사항 : ISO 22000은 국제 표준의 식품 안전 경영 시스템 요구사항으로서 유통의 중간 식품 공급망을 관리하여 규정하고 있음. 식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 식품 첨가제, 원료 등의 상호 관계가 있는 기업들을 비롯해 모든 기업에 적용되는 국제 표준으로 식품과 관련된 모든 기업에 적용이 가능함

출처 : 한국표준협회(www.ksa.or.kr)

1. 인증 취득정보

HACCP 인증 발급기관

기관명 : 한국식품관리인증원
 주소 : 대전광역시 중구 보문로246
 대림빌딩 15,16층 한국식품관리인증원
 대표 전화번호 : +82-1599-1102
 관련부서 : 식품 인증부서 관할

권장인증 : HACCP 인증

베트남 인증센터(QUACERT)에 따르면, 베트남 HACCP은 국제 HACCP 기준안을 마련한 국제식품규격위원회(CODEX)의 지침을 기반으로 만들어져 반드시 베트남 HACCP을 취득할 필요는 없으며, 각국에서 취득 가능한 HACCP을 인정한다고 밝힘

표 8.1 : 베트남 HACCP인증 발급절차 및 모니터링 활동

STEP 01. HACCP 인증 신청서 제출

- 인증 원칙, 조건, 인증 절차를 신청업체에게 제공함

STEP 02. HACCP 인증서 등록

- 상기 정보를 검토한 신청업체는 '인증등록'을 베트남 인증센터(QUACERT)에 제출함

STEP 03. 평가 준비 및 평가

- 베트남 인증센터(QUACERT)에서 평가단을 구성하여 신청업체에 방문
- HACCP 관리계획에 대한 유효성 평가를 진행 / HACCP 관리계획의 실행성을 검증

STEP 04. HACCP 인증 발급

- 베트남 인증센터(QUACERT) 현장조사 결과를 바탕으로 적합, 부적합 통보 및 인증서 발급
- 모니터링 활동은 1년에 1회 수행되며, 지속적인 HACCP규율 준수여부에 대해 재평가 진행함

출처 : 베트남 인증센터(www.quacert.gov.vn)

권장인증 : ISO 22000

ISO 22000은 식품안전경영시스템에 대한 국제적인 인증 제도임. 전 세계 14개 국가가 ISO 산하 기술분과위원회에 참여하여 국제적으로 인지도 식품 안전에 대한 경영시스템을 작업 중에 있으며, 기술분과위원회에는 국제식품규격위원회, 국제식품안전협회 유럽식품산업협회 등의 조직이 참여하고 있음

ISO 22000은 국제 표준의 식품 안전 경영 시스템 요구사항으로서 유통의 중간 식품 공급망을 관리하여 규정하고 있음. 식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 식품 첨가제, 원료 등의 상호 관계가 있는 기업들을 비롯해 모든 기업에 적용되는 국제 표준으로 식품과 관련된 모든 기업에 적용이 가능함

표 8.2 : ISO 22000 인증 획득 절차

STEP 01.	STEP 04.
- 문의 및 신청 진행	- 인증 심의 등록
STEP 02.	STEP 05.
- 인증 계약	- 사후관리심사 진행
STEP 03.	STEP 06.
- 문서 및 현장 심사 진행	갱신 심사(3년 주기로 진행)

출처 : 한국표준협회(www.ksa.or.kr)

2. 제출서류

HACCP 신청 제출서류

: HACCP 인증 신청 시 식품의약품안전처에 제출해야하는 서류로, 신청서에서 요구하는 기타 서류도 함께 제출해야 함

■ 축산물 위생관리법 시행규칙 [별지 제1표의3서식] <개정 2014.2.19>

안전관리인증 작업장 인증
 업소 (HACCP) 인증연장 신청서
 농장

접수번호	접수일자	처리기간	인용: 60일 인증연장: 120일
영업허가(신고·등록)번호		영업허가(신고수리·등록)년월일	
작업장(업소·농장)명칭		전화번호	
신청인	소재지	주소	
	주소	소재지	
대표자 성명		생년월일	
관리 책임자		생년월일	
HACCP 적용 업종 또는 가공품의 유형			

「축산물 위생관리법」 제9조제3항 및 같은 법 시행규칙 제7조의3제1항
 제9조제2제2항 제7조의5제3항 에 따라 HACCP
 작업장 업소 농장으로 (인증 인증연장)를 신청합니다.

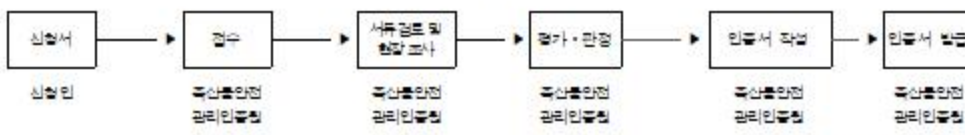
년 월 일

신청인 (서명 또는 인)

축산물안전관리인증원장 귀하

인증신청의 경우	가. 영업 허가증 또는 신고필증 사본(농업인인 경우에는 축산물 허가증 또는 등록증 사본이나 그 밖에 기록을 사용하는 농업인임을 확인할 수 있는 서류) 나. 영업자·등록번호·농업인의 고득표현 수표등 사본 다. 최근 3개월간의 생산 또는 영업 실적, 다만, 3개월간의 실적이 없는 경우에는 최근 1개월간의 생산 또는 영업 실적으로 인정할 수 있다. 라. 「축산물 위생관리법」 제9조제1항에 따른 안전관리인증기준을 적용하기 위한 위생관리프로그램 및 1개월 이상의 운영실적 마. 영업증 또는 등록증 자체안전관리인증기준 및 1개월 이상의 운영실적	우우분
인증연장 신청의 경우	가. 영업 허가증 또는 신고필증 사본(농업인인 경우에는 축산물 허가증 또는 등록증 사본이나 그 밖에 기록을 사용하는 농업인임을 확인할 수 있는 서류) 나. 인증서 사본	우우분

처리절차



210mm × 297mm [확장지 80g/㎡]

Q1. 베트남의 통관절차는 어떠한가요?

“베트남의 통관절차는 수입 신고, 물품검사, 관세 납부, 물품반입 순으로 진행되며, 필요서류를 사전에 구비해야 합니다. 수입신고 전 구비서류는 수입신고서, 수입계약서, 상품송장, 포장명세서, 선하증권입니다. 일반적으로 통관 소요시간은 보통 5~7일 정도 소요됩니다.”

- 베트남 통관대행 업체
SMElogistics 담당자 Mr. Hoàng Văn Đại와의 인터뷰 중, 2017. 07

Q2. 베트남에 커피를 수출할 때 필요한 사항은 무엇인가요?

“베트남에서 식량 안전을 보장할 권리와 의무를 위해 발효된 식품 안전을 위한 법률에 의해 베트남으로 식품을 수출할 때 식품 안전 증명서(Food Safety Certificate)가 필요합니다.”

- 베트남 통관대행 업체
LIEN MINH LIEN MINH EXPORT - IMPORT & TRADING SERVICE CO
담당자 Mr. Tung와의 인터뷰 중, 2017. 07

Q3. 베트남에 커피를 수출할 때 권장하는 인증이 있나요?

“베트남에 커피를 수출 시 필요한 권장인증은 현재 특별하게 없지만 HACCP(위험분석 중점관리기준), GMP(Good Manufacturing Practices, 우수 건강 기능 식품 제도 기준) ISO인증 등이 있으면 수출할 때 도움이 될 것이라고 사료됩니다.”

- 베트남 통관대행 업체
LIEN MINH LIEN MINH EXPORT - IMPORT & TRADING SERVICE CO
담당자 Mr. Tung와의 인터뷰 중, 2017. 07

IX. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

베트남 커피 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 구성성분
- 영양성분표시
- 순 중량
- 원산지
- 제조자, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소
- 유통기한

출처 : 현지방문조사(Lotte Mart, 2017.07)

출처 : 베트남 과학기술부 (www.most.gov.vn)

베트남 커피 라벨링 상세 표기사항

항목	설명
표기 언어	베트남어
글자 크기	외국어를 병기할 경우 베트남어로 기재되는 문자 크기보다 작아야 함
제품명 또는 설명	식품의 일반 명칭으로 실제 제품이 무엇인지 알 수 있어야 함. 제품명은 대문자로 표기하며 다른 문자보다 3배 이상 크게 표시하여야 함
구성 성분	구성 성분을 강조하는 문구가 제품 명칭의 일부로서 사용될 경우 해당 성분의 함량을 기재할 필요가 있음 가급적이면 각 재료의 함유량을 표시하고 함유량이 많은 성분부터 순차적으로 기록하여야 함
순 중량	고체 성분은 순 중량, 액체 제품은 순 중량이 아닌 체적을 기재함
제조자, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	각각 성명 또는 명칭 및 주소를 기재하여야 함
원산지	모든 제품 라벨의 기본 항목이며 필수적으로 기재하여야 함
생산일, 유통기한	건강식품, 건강기능식품, 미생물 오염이 우려되는 식품 등은 반드시 생산일 및 유통기한을 기재하여야 함

출처 : 베트남 과학기술부(www.most.gov.vn)

1. 라벨 표기사항

베트남어로 제작된 라벨 필수

라벨 용어는 반드시 베트남어로 기록되어야 하고, 필수 표시사항인 아래의 항목 모두를 의무적으로 표기해야 함. 필요에 따라 외국어 병기가 가능하지만 베트남어와 반드시 동일한 관계이어야 함

스티커 부착 가능, 인쇄포장은 선택사항

스티커 라벨 부착이 허용되며 이 경우, 반드시 베트남어로 된 정보를 필수적으로 포함해야 함. 스티커는 기존 포장에 인쇄된 라벨 위 또는 상품 위에 부착되어야 함. 또한, 라벨에 기재된 내용은 오해의 소지 없이 명확해야 함

표 9.1 : 포장식품 라벨 표기사항

<ul style="list-style-type: none"> · 제품의 원산지 · 순 용량 · 제조 연월일 · 생산일 및 유통기한 	<ul style="list-style-type: none"> · 수입 판매회사의 사명, 회사주소 혹은 유통자, 대리인의 성명, 주소 · 구성 성분 및 성분량 · 위생 및 안전성에 대한 정보 · 식용방법 및 보관방법
---	--

출처 : 베트남 과학기술부(www.most.gov.vn)

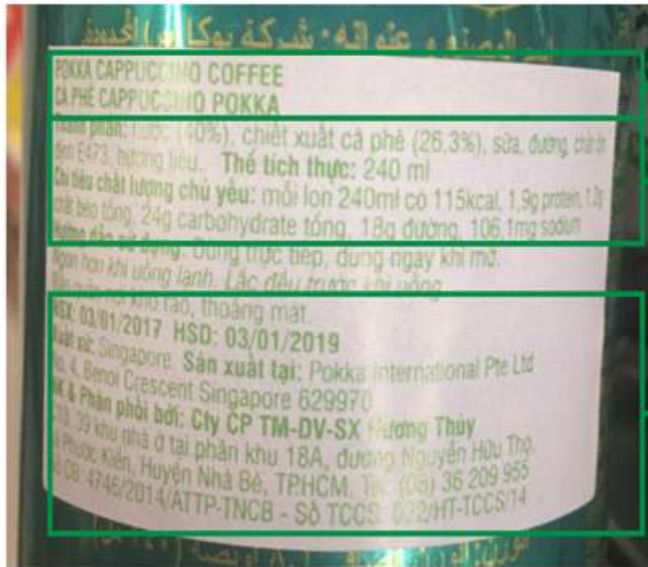
표 9.2 : 베트남 라벨 표기사항 상세

항목	설명	
1	표기 언어	베트남어
2	글자 크기	외국어를 병기할 경우 베트남어로 기재되는 문자 크기보다 작아야 함
3	제품명 또는 설명	식품의 일반 명칭으로 실제 제품이 무엇인지 알 수 있어야 함. 제품명은 대문자로 표기하며 다른 문자보다 3배 이상 크게 표시하여야 함
4	구성 성분 및 성분량	구성 성분을 강조하는 문구가 제품 명칭의 일부로서 사용될 경우 해당 성분의 함유량을 기재할 필요가 있음 가급적이면 각 재료의 함유량을 표시하고 함유량이 많은 성분부터 순차적으로 기록하여야 함
5	순 중량	고체 제품은 순 중량, 액체 제품은 순 중량이 아닌 체적을 기재함
6	제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소	각각 성명 또는 명칭 및 주소를 기재하여야 함
7	원산지	모든 제품 라벨의 기본 항목이며 필수적으로 기재하여야 함
8	생산일, 유통기한	건강식품, 건강기능식품, 미생물 오염이 우려되는 식품 등은 반드시 생산일 및 유통기한을 기재하여야 함 상품의 분류에 따라 ‘hạn sử dụng’ [유통기한], ‘sử dụng đến ngày’ [기한까지 유효] or ‘sử dụng tốt nhất trước ngày’ [기한 전까지 사용]과 같은 문구와 함께 기록되어야 함
9	표시 위치	잘 보이는 위치에 부착해야 하며, 포장지가 존재하지 않을 경우 충분한 내용을 기재하여 표면에 부착함

출처 : 베트남 과학기술부(www.most.gov.vn)

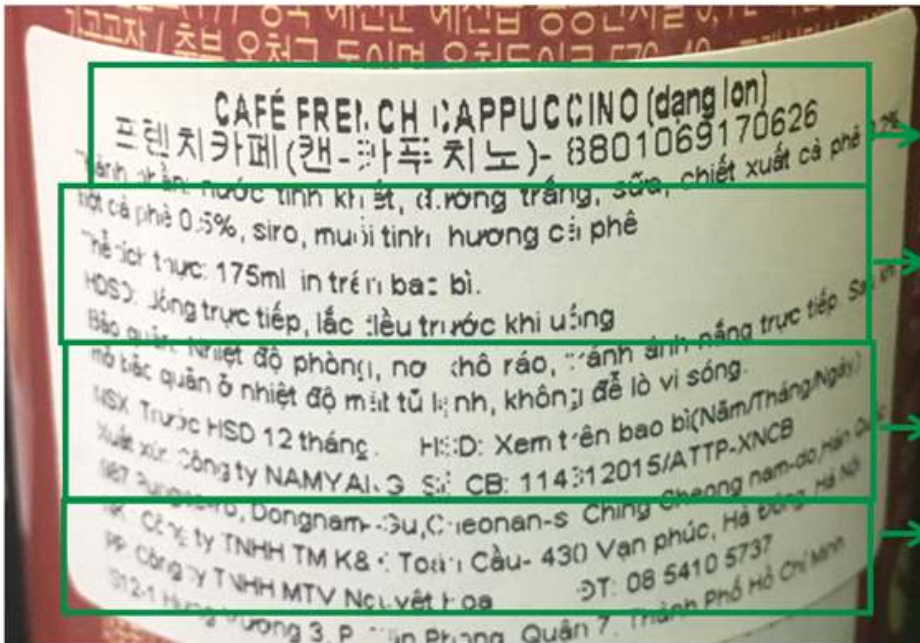
2. 라벨링 예시

라벨링 예시



- 제품명**
베트남어 표기 필수
- 성분표**
열량, 성분 및 순 중량 표기
- 유통기한**
일, 월, 년 순으로 표기
- 회사정보**
제조사, 수입사, 원산지 등 상호 및 주소

라벨링 예시



- 제품명**
베트남어 표기 필수
- 성분표**
열량 및 성분, 순 중량 표기
- 유통기한**
일, 월, 년 순으로 표기
- 회사정보**
제조사, 수입사 등 상호 및 주소

X. 위생 요건 정보

※ 위생 요건 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정
2. 기타 위생기준 규정

위생 요건 OVERVIEW

품목별 위생요건 조사 항목



식품 품목	
농·임산물	<input type="checkbox"/>
수산물	<input type="checkbox"/>
축산물	<input type="checkbox"/>
가공식품	<input type="checkbox"/>
유아식품	<input type="checkbox"/>
건강기능식품	<input type="checkbox"/>
음주류	<input checked="" type="checkbox"/>
식자재	<input type="checkbox"/>

조사가능항목	
농약잔류물	<input type="checkbox"/>
식품첨가물	<input checked="" type="checkbox"/>
중금속	<input checked="" type="checkbox"/>
전염병	<input type="checkbox"/>
방사능 물질	<input checked="" type="checkbox"/>
병원성균	<input checked="" type="checkbox"/>
영양성분	<input type="checkbox"/>
치료제 및 항생제	<input type="checkbox"/>

베트남 커피 위생요건 기준치

유형	성분	기준
식품첨가물	아스파탐(Aspartame)	600.0mg/kg
	벤조산(Benzoic acid)	0.01mg/kg
	인산골(bone phosphate)	300.0mg/kg
	칼슘 벤조에이트(Calcium Benzoate)	1,000.0mg/kg
	디멘틸 디카보네이트(Dimethyl Dicarboxylate)	250.0mg/kg
	네오탐(Neotame)	50.0mg/kg
	오르토인산(Orthophosphoric Acid)	300.0mg/kg
	칼륨 벤조에이트(Potassium Benzoate)	1,000.0mg/kg
	사카린 K(Saccharin k)	200mg/kg
	나트륨 벤조에이트(Sodium Benzoate)	1,000.0mg/kg
	소르빈산(sorbic acid)	500mg/kg
	수크랄로스(Sucralose)	300mg/kg
	수크로 글리세리드(Sucroglycerides)	1,000mg/kg
병원성균	아플라톡신(Aflatoxin)	5.0g/kg
	리스테리아균(Listeria)	2.5mg/kg
	대장균(E.coli)	기준없음
중금속	아연(Zinc, Zn)	40.0mg/kg
	구리(Cu)	30.0mg/kg
방사능 물질	세슘 137(Cesium 137)	1,000.0Bq/kg
	스트론튬 90(90Sr)	100.0Bq/kg
	Co-60 감마선(Cobalt 60)	1,000.0Bq/kg

출처 : 베트남 보건부(moh.gov.vn)

1. 식품첨가물 규정

베트남 식품첨가물 표시 규정

2015년 7월 1일 발효된 ‘식품첨가물 관리안내 종합 보고서(No.8/2015/TT-BYT)’ 에 따르면, 7개 식품 첨가물이 신규로 허가됨. 식품 내 사용이 가능해짐과 동시에 허용 기준치가 규정되기 때문에 주의가 필요함

베트남 보건부(MOH, Ministry of Health)에 따르면 식품첨가물이란 식품에 제한적으로 포함되는 부수적인 성분이며, 인체에 무해한 성분이라 정의됨. 이에 보건부의 승인을 받지 않은 식품첨가물, 원산지나 식품표기가 명확하지 않은 식품첨가물, 용기 외형이 파손된 식품 첨가물은 사용이 금지되며 이를 어길 시 위법 처분을 받게 됨³⁷.

커피 식품첨가물 규정 정보

커피에 적용되는 식품첨가물로는 아스파탐, 벤조산, 인산골 등이 있으며 주요 정보는 표 10.1에서 확인이 가능함

표 10.1 : 커피 식품첨가물 규정³⁸.

유형	성분	기준
식품첨가물	아스파탐(Aspartame)	600.0mg/kg
	벤조산(Benzoic acid)	0.01mg/kg
	.인산골(bone phosphate)	300.0mg/kg
	칼슘 벤조에이트(Calcium Benzoate)	1,000.0mg/kg
	디멘틸 디카보네이트(Dimethyl Dicarboxylate)	250.0mg/kg
	네오탐(Neotame)	50.0mg/kg
	오르토인산(Orthophosphoric Acid)	300.0mg/kg
	칼륨 벤조에이트(Potassium Benzoate)	1,000.0mg/kg
	사카린 K(Saccharin k)	200mg/kg
	나트륨 벤조에이트(Sodium Benzoate)	1,000.0mg/kg
	소르빈산(sorbic acid)	500mg/kg
	수크랄로스(Sucralose)	300mg/kg
	수크로 글리세리드(Sucroglycerides)	1,000.0mg/kg

출처 : 베트남 보건부(moh.gov.vn)

37. 2012년 이후 변동 및 개정사항 없음 / 베트남 보건부, “식품 첨가물의 관리에 관한 보건부 통지(No. 27/2012/TT-BYT)”, 2012

38. 2015년 이후 변동사항 없음 / 베트남 보건부, ‘식품첨가물 관리안내 종합본(02/VBNH/BYT)’, 2015.11.05

2. 기타 위생기준 규정

병원성균, 중금속, 방사능 물질 유의

베트남 위생 및 검역 신고 기관에서 발표한 ‘식품 안전 기준 및 성분 허용치 기준에 대한 공표 자료’에 따르면 베트남에서 커피는 병원성균, 중금속, 방사능 물질에 대한 위생규정이 있는 것으로 확인되었음. 규정이 있는 주성분은 아플라톡신, 리스테리아균, 대장균, 아연, 구리, 세슘 137, 스트론튬 90 등이며 상세한 정보는 표 10.2와 같음³⁹.

표 10.2 : 커피 기타 위생규정⁴⁰.

유형	성분	기준
병원성균	아플라톡신(Aflatoxin)	5.0g/kg
	리스테리아균(Listeria)	2.5mg/kg
	대장균(E.coli)	기준없음
중금속	아연(Zinc, Zn)	40.0mg/kg
	구리(Cu)	30.0mg/kg
방사능 물질	세슘 137(Cesium 137)	1,000.0Bq/kg
	스트론튬 90(90Sr)	100.0Bq/kg
	Co-60 감마선(Cobalt 60)	1,000.0Bq/kg

출처 : 베트남 위생 및 검역 신고 기관 (spsvietnam.gov.vn)

39. 베트남 위생 검역 신고 기관, ‘식품 안전 기준 및 성분 허용치 기준에 관한 공표 자료’, 2010.05.06

40. 베트남 위생 및 검역 신고 기관에 의하면 해당 관련 규정은 2010년 이후로 추가 수정 및 변경사항이 없어 2010년 자료를 기재함

※ 참고 문헌

※ 참고 자료

1. 식품첨가물 관리안내 종합본	베트남보건부	2015.11.05
2. No.23/2007/QĐ-BYT 제 6조, 10조	베트남 보건부	2007.03.29
3. 위생 및 안전성 감사가 의무화된 HS코드별 수입식품에 관한 결정 No.818/QĐ-BYT	베트남 보건부	2007.03.05
4. 식품 안전 기준 및 성분 허용치 기준에 관한 공표 자료	베트남 위생 검역 신고 기관	2010.05.06
5. Fake coffee rife in Vietnam	DTI News	2016.07.21
6. Vietnam's caffeine thirst puts it in world's top growing coffee markets	The Voice of Vietnam	2017.03.04
7. Has Starbucks met its match? Vietnamese coffee chains ready to take on global giants	Vietnam Express	2017.01.16
8. Uống ly cà phê 2.500 đồng phải nộp thuế đặc biệt	Cafef.vn	2017.08.23
9. Analysis of retail market in Vietnam	Theseus	2017.05.05
10. Vietnam consumer market trends 2016	Cimigo	2016.04.14
11. Vietnam Retail Foods	미국 농무부	2017.03.07
12. Vietnam e-commerce likely to gross \$10b by 2020	Nikkei Asian Review	2016.04.22
13. Saigon Co.op retailer expands market share	The Voice of Vietnam	2017.02.05

※ 참고 사이트

1. International Trade Centre	www.trademap.org
2. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
3. 베트남 과학기술부	www.most.gov.vn
4. 한국할랄인증원	www.koreahalal.kr
5. 한국표준협회	www.ksa.or.kr
6. 대한상공회의소	cert.korcham.net
7. 베트남 무역정보포털	www.vietnamtradeportal.gov.vn
8. 베트남 보건부	moh.gov.vn
9. 베트남인증센터	www.quacert.gov.vn
10. 한국식품안전관리인증원	www.haccpkorea.or.kr
11. TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
12. 베트남 관세청	www.customs.gov.vn
13. Statista	www.statista.com
14. AGS	ags-vn.com
15. Mintel	www.mintel.com
16. Vietnam Bridge	www.vietnamnet.vn
17. AJINOMOTO VIETNAM CO. LTD	www.ajinomoto.com.vn
18. Ajinomoto	www.ajinomoto.com
19. Youtube	www.youtube.com
20. King car group	www.kingcar.com.tw
21. Mr. Brown coffee Facebook	www.facebook.com/pg/MrBrownVietnam
22. NESTLE VIETNAM	www.nestle.com.vn
23. Nestle	www.nestle.com
24. Lotte Mart	www.lottemart.com.vn
25. CO.OP MART	www.co-opmart.com
26. Vin Mart	www.vinmart.com
27. Tesco Express	www.tesco.com
28. Vinmart+	www.vinmartplus.vn
29. Circle K	www.circlek.com.vn
30. Hotdeal	www.hotdeal.vn
31. Tiki	www.tiki.vn
32. 한국조세재정연구원	www.kipf.re.kr
33. The World Bank	www.worldbank.org
34. Doing Business	www.doingbusiness.org
35. 해외인증정보시스템	certinfo.or.kr
36. 베트남 위생 및 검역 신고 기관	spsvietnam.gov.vn