

베트남 가공유 시장조사



Product : Processed Milk

Content

I. 시장통계	2
---------	---

II. 경쟁제품 현황	8
-------------	---

III. 인증 및 허가등록	20
----------------	----

IV. 라벨링 및 식품첨가물	23
-----------------	----

I

시장통계

1. 글로벌 유지방 우유 수입추이
2. 베트남 유지방 우유 수입추이
3. 베트남 가공유 시장규모
4. 베트남 우유 시장 기업별 점유율
5. 베트남 우유 시장 소비연령대

1. STATISTICS ANALYSIS - 글로벌 유지방 우유 수입추이

“2014년 베트남 유지방 우유 수입 세계 6위 규모”

- 가공유는 지방분이 1.5%이상이고 설탕과 감미료를 함유하고 있어 베트남 내 HS CODE는 「0402.29.9000」으로 파악되었음
- 베트남의 HS CODE 분류체계상 우유는 유지방 우유와 무지방 우유가 확인되어, 유지방 우유의 수입통계를 분석하고자 함

< 가공유 HS CODE 정보 >

한국	0402.2	가루나 알갱이 모양이나 그 밖의 고체 상태인 것으로서 지방분이 전 중량의 100분의 1.5를 초과하는 밀크나 크림(설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가하지 않은 것)
	0402.29.0000	기타
베트남	0402.29	분말에서 입자 또는 기타 고체상태가 지방함량의 중량에 의해 1.5를 초과하는 밀크나 크림(설탕 등 기타 감미료를 첨가하지 아니한 제품 제외)
	0402.29.9000	기타

출처 : 한국 국세청(www.nts.go.kr)

- 2014년 글로벌 유지방 우유 총 수입액은 약 5억 4,955만 달러로 전년 대비 18.03% 감소하였으며, 주요 수입국에는 프랑스, 네덜란드, 영국, 말레이시아 등이 있음
- 최대 수입국은 프랑스로, 약 6,161만 1,000달러의 유지방 우유를 수입하였으며 이는 전년 대비 51.05% 증가한 수치임

< HS CODE 0402.29 글로벌 수입 규모 >

(단위 : 천 달러, %)

국가	2012	2013	2014	2014/2013 증감률
글로벌	672,671	670,442	549,550	-18.03
1 프랑스	18,492	40,788	61,611	51.05
2 네덜란드	41,124	54,518	47,979	-11.99
3 영국	8,317	21,810	28,405	30.24
4 말레이시아	22,110	15,116	26,672	76.45
5 피지	7,669	13,103	23,664	80.60
6 베트남	9,958	100	8,824	839.36

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

KEY INFO

글로벌 유지방 우유 수입 시장

- 글로벌 유지방 우유 수입 상위국은 대부분 유럽 국가에 속함
- 베트남의 경우, 2014년 글로벌 유지방 우유 수입 세계 6위 규모

2. STATISTICS ANALYSIS - 베트남 유지방 우유 수입추이

“베트남 유지방 우유 수입시장, 한국 2위”

- 2012년 베트남의 유지방 우유 총 수입액은 약 995만 8,000달러로 전년 대비 57.58% 감소하였으며, 주요 수입국에는 말레이시아, 한국, 태국 등이 있음
- 베트남의 최대 수입국은 말레이시아로, 2012년 약 934만 6,000달러의 유지방 우유를 수입하였으며 이는 전년 대비 778.86% 증가한 수치임
- 한국은 2위로, 2011년 베트남은 한국에서 처음으로 유지방 우유를 수입하였으며 2012년 25만 8,000달러 규모를 수입함

KEY INFO

2013 ~ 2014년 베트남의 통계 수치는 한국 수출 금액이 0으로 나오는 등 신빙성이 떨어져 2010년 ~ 2012년의 통계자료를 분석하였음

KEY INFO

베트남 유지방우유 주요 수입국

말레이시아
: 수입 1위, 저렴한 가격으로 독보적인 점유율을 차지하고 있음

한국
: 수입 2위, 2011년 수출 개시

< 베트남 HS CODE 0402.29 수입 추이 >

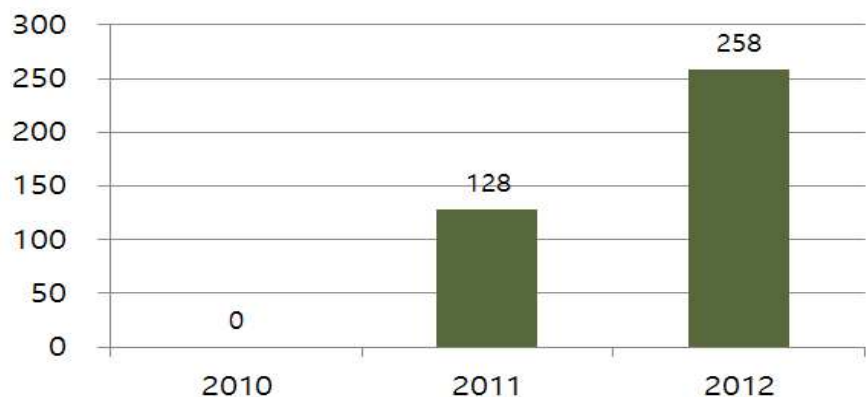
(단위 : 천 달러, %)

국가	2010	2011	2012	2012/2011 증감률
글로벌	55,340	7,863	9,958	-57.58
1 말레이시아	121	0	9,346	778.86
2 한국	0	128	258	1506.24
3 태국	28,700	6,728	184	-83.47
4 네덜란드	2,855	414	78	-91.99
5 독일	145	123	68	-31.52
6 뉴질랜드	12,944	78	25	-95.61

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

< 베트남 HS CODE 0402.29 한국산 수입 추이 >

(단위 : 천 달러)



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

3. STATISTICS ANALYSIS - 베트남 가공유 시장규모

“베트남, 가공유 시장규모 꾸준히 증가”

- 글로벌 리서치기관 데이터모니터에 따르면 2014년 베트남의 가공유 (Long-life liquid milk(flavored)) 시장규모는 약 2,900만 달러로 이는 4년 전에 비해 44.53% 증가한 수치임
- 베트남의 가공유 시장은 지속적인 증가세를 보이고 있으며, 연평균 증감률은 9.65%로 나타남
- 전년 대비 가장 높은 증감률을 보인 해는 2011년이며, 전년 대비 10.81% 증가한 양상을 띠

KEY INFO

베트남 가공유 시장은 2010년 이후 2014년까지 44.53%의 높은 성장률을 나타내고 있음

< 베트남 가공유 시장규모 및 성장률 >

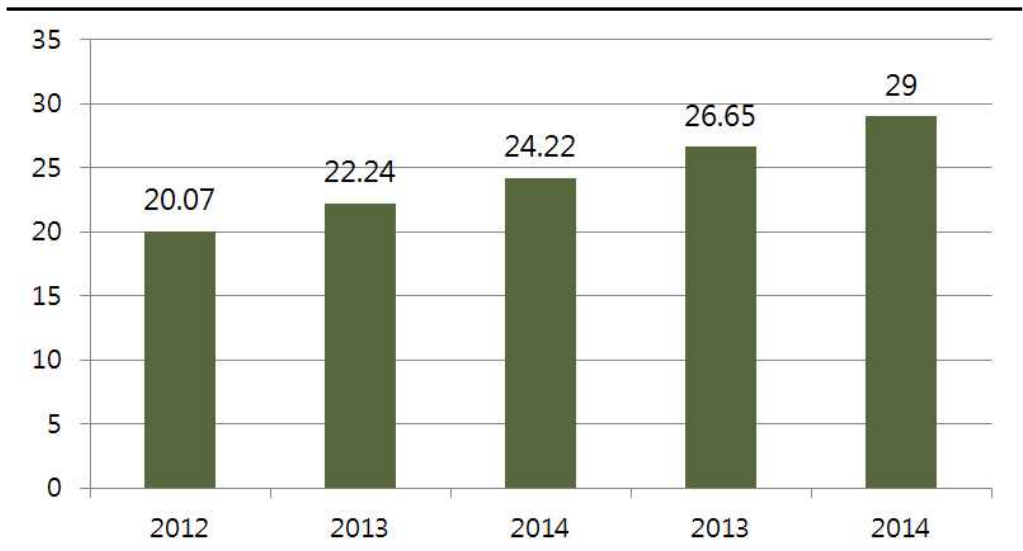
(단위 : 백만 달러, %)

	2010	2011	2012	2013	2014	전체 증감률	연평균 증감률
시장 규모	20.07	22.24	24.22	26.65	29.0	44.53	9.65

출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

< 베트남 가공유 시장규모 및 성장률 추이 >

(단위 : 백만 달러)



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

4. STATISTICS ANALYSIS - 베트남 우유 시장 기업별 점유율

“VINAMILK 베트남 우유 시장 점유율 1위”

□ 데이터모니터에 따르면, 2014년 베트남의 우유 시장은 VINAMILK社와 FrieslandCampina社가 각각 42.51%와 40.67%를 차지하고 있어 두 기업 간 경쟁이 치열한 것으로 파악됨

KEY INFO

베트남의 우유 시장은 VINAMILK社와 FrieslandCampina社가 대부분을 차지하고 있으며, 대규모 업체가 경쟁하고 있는 것으로 판단됨

- VINAMILK社는 베트남에서 가장 큰 낙농장 회사로 'UNDP 2007 베트남 상위 200위 기업 보고서'에 따르면 세계 낙농업 회사 중 15위에 선정됨. 주로 우유 파생 제품인 농축유, 분유, 생유, 두유, 가공유 등의 유제품을 생산 및 유통하고 있음
- 세계 낙농 기업 순위 5위에 해당하는 FrieslandCampina社는 네덜란드 최대 낙농 기업으로, 모든 유제품을 취급하며 베트남을 포함한 전 세계 100여개 국가에 제품을 수출하고 있음

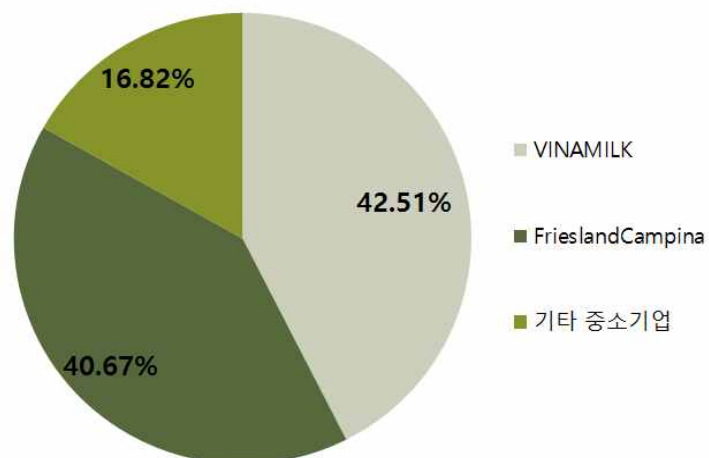
< 베트남 우유 시장 기업별 점유율 >

(단위 : %)

기업명	2011	2012	2013	2014
총계	100	100	100	100
VINAMILK	41.95	42.14	42.32	42.51
FrieslandCampina	39.64	39.99	40.33	40.67
기타 중소기업	18.40	17.88	17.35	16.82

출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

< 2014년 베트남 우유 시장 기업별 점유율 그래프 >



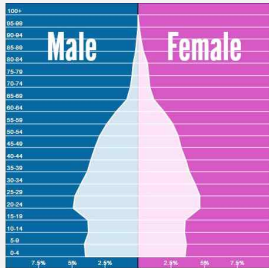
출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

5. STATISTICS ANALYSIS - 베트남 우유 시장 소비연령대

"베트남 우유 시장, 낮은 연령일수록 선호도 높아"

KEY INFO

베트남 인구 피라미드



출처 : Population Pyramid

2015년 기준 베트남 인구는 약 9,300만 명이며 주 소비층인 24세 이하의 연령층이 약 40%를 차지하고 있는 구조를 확인할 수 있음

□ 데이터모니터에 따르면, 2012년 베트남의 우유 소비시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 연령대는 14세 이하의 연령층으로 파악됨

– 베트남 우유 소비시장에서 2위의 점유율을 보이는 연령대는 15세 ~ 24세로 나타났으며, 가장 낮은 점유율을 보이는 연령대는 55세 이상의 연령층으로 나타남

– 45세 이상의 연령층을 제외한 나머지 연령별 점유율은 큰 편차 없이 고르게 분포하고 있지만 연령이 낮을수록 선호되는 것으로 분석됨

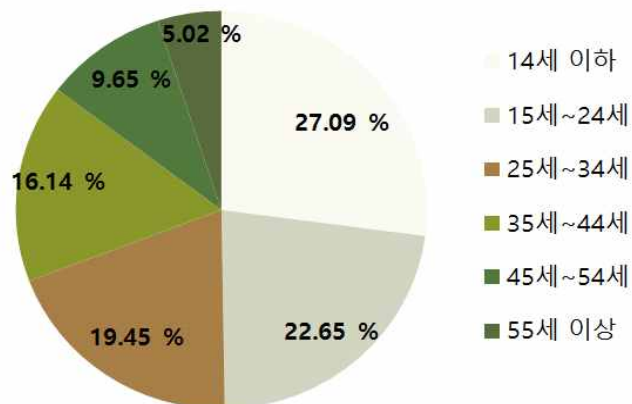
< 베트남 우유 시장 연령별 소비 점유율 >

(단위 : %)

소비 연령대	2010	2011	2012
14세 이하	20.86	26.98	27.09
15세 ~ 24세	22.71	22.68	22.65
25세 ~ 34세	19.28	19.37	19.45
35세 ~ 44세	16.17	16.15	16.14
45세 ~ 54세	9.69	9.67	9.65
55세 이상	5.28	5.14	5.02

출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

< 2012년 베트남 우유 시장 연령별 소비 점유율 그래프 >



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

II

경쟁제품 현황

1. 베트남 방문매장 정보
2. 베트남 가공유 경쟁제품 가격현황
3. 베트남 가공유 담당자 인터뷰
4. 베트남 경쟁제품 현황 조사결과

1. PRODUCT INFORMATION - 베트남 방문매장 정보

SHOP #1. COOPMART

이미지		
	< 매장 전경 >	
		
	< 매장 내 두유 판매대 전경 >	
Contact Point	Tel : +84 08 5412 0084	
	Add : KDC Mỹ Phước, đại lộ Nguyễn Văn Linh, P.Tân Phong, Q.7, TPHCM	
	- 1989년 설립 이래 70개의 편의점 및 50개의 슈퍼마켓을 보유한 베트남 최대의 유통기업	
규모	- 연간 매출액 11억 달러 (2013년 기준) - 베트남 현지 내 100개 이상의 점포 보유 중 (2015년 기준)	
업체 개요	- 2014년 아시아 소매 전문 매거진에서 아시아 베스트 10 소매 업체로 선정되는 등 베트남 소비자들에게 인지도 높은 유통기업임 - 판매량이 많은 상품 위주로 유통, 판매하는 베트남 현지 내 주요 유통업체와는 달리 COOPMART는 다양한 고객의 수요를 위해 판매량이 적은 상품도 취급하는 전략으로 영업하고 있음 - 매장 직원에 따르면, 본 매장 내 두유 제품 원산지 별 점유율은 베트남산이 100%를 차지하고 있음	
인터뷰 내역	"베트남 소비자 대다수는 습관적 구매를 한다. 가장 익숙한 브랜드를 찾는 경향이 있다. 때문에 브랜드가 가장 중요한 성공 요인이라고 생각한다." 후옌 (Ms. Huyen 매니저)	

SHOP #2. Bic C Market (구 Cora)

	
이미지	< 매장 전경 >   < 매장 내 두유 판매대 전경 >
Contact Point	Tel : +84 08 3863 2990 Add : 138A Tô Hiến Thành, P.15, Q.10, TPHCM - 1998년 베트남 시장에 진출한 프랑스 유통기업으로 본사는 호치민시에 위치함
규모	- 연간 매출액 약 5억 3,400달러 (2013년 기준) - 점포 : 베트남 현지에 22개의 슈퍼마켓 및 5개의 편의점 보유 (2014년 기준)
업체 개요	- Big C 슈퍼마켓은 친절한 서비스, 직원 및 공급업체와의 우호적 관계로, 베트남 현지 소비자에게 친근한 브랜드라는 이미지를 얻었음 - 할부, 무료 배송, 무료 버스 등의 서비스를 최초로 운영하며 베트남 현지 소비자들의 선호도 1위 유통기업으로 부상함 - 매장 직원에 따르면, 본 매장 내 두유 제품 원산지별 점유율은 베트남산이 90%, 말레이시아 제품이 10%를 점유하고 있다고 함
인터뷰 내역	"가공유는 주로 부모님이 아이들을 위해서 많이 구매하지만, 아이들 뿐 아니라 어른들도 많이 찾는 제품이다." 엔곡 (Mr. Ngoc Bic C Mart 우유 담당 매니저)

SHOP #3. SATRA Mart

		
이미지	< 매장 전경 >  < 매장 내 두유 판매대 전경 >	
Contact Point	Tel : +84 08 3836 8735 Add : Số 69 đường Đồng Khởi, P.Bến Nghé, Q.1, TPHCM - SATRA社는 Saigon Trading 그룹 계열사이며 베트남 최고의 기업 중 하나로 자리매김하고 있음 - 본사는 호치민시에 있으며, 70여 개 자회사, 계열사 및 합작 투자로 설립됨	
규모	- 연간 매출액 약 6억 달러 (2010년 기준) - 베트남 현지 내 50여 개의 점포 보유 (2012년 기준) - 본 유통업체 매장 총 직원수는 약 1만 6,000여 명 (2013년 기준)	
업체 개요	- 영업시간은 09:00~22:00임 - 고객의 다양한 요구를 충족시키기 위해 5만 여 개의 상품을 구비하여 판매하고 있음 - 담당 직원에 따르면 두유 제품은 100% 베트남산이며 Vinamilk 제품임	
인터뷰 내용	"소비자들은 수입우유를 선호하지만 베트남 제품들에 비해 가격이 비싸기 때문에 대부분의 소비자들이 베트남 우유를 선택하고 있다." Staff (SATRA Mart 매니저)	

SHOP #4. Maxi Mark

	
이미지	< 매장 전경 >   < 매장 내 두유 판매대 전경 >
Contact Point	Tel : +84 08 3835 6617, +84 08 3832 5324 Add : Số 3-3C, Đường 3/2, Q.10, TPHCM - 1992년 소비재, 가전제품 및 스포츠 제품의 판매를 목적으로 베트남 호치민시에 설립된 유통기업
규모	- 호치민, 칸토, 하노이, 나트랑 등 베트남 거점 관광 도시에 4개의 대형 슈퍼마켓 점포 보유하고 있음 (2015년 기준)
업체 개요	- 신선식품 및 가공식품, 가전제품, 의류 등 다양한 상품을 취급하고 판매하며, 홍보 프로모션 및 다양한 광고를 활발히 진행하고 있음 - 평균 영업시간은 10:00~22:00임 - 본 매장 직원에 따르면, 현재 시판되는 두유 제품은 Vinasoy社 Fami와 Vixumilk이며 모두 베트남 현지 제품임
인터뷰 내용	“본 매장에서는 VINAMILK 제품이 인기가 가장 많다. 베트남에서 가장 인지도 있고 유명한 회사이기 때문이다.” Staff (Maxi Mark 매니저)

SHOP #5. Aeon Citi Mart B&B

	
이미지	< 매장 전경 >   < 매장 내 두유 판매대 전경 >
Contact Point	Tel : +84 08 5412 8008 Add : B3-06 Hà Huy Tập - Tân Phong - Q.7 - TP.HCM - 베트남 현지 유통기업인 Citimart가 소매 시장의 매출 신장을 위해 일본의 유통기업 Aeon과 제휴를 맺음 - Citimart에서 "Aeon Citimart"로 상호가 변경됨
규모	- 베트남 현지 내 약 30개의 슈퍼마켓 점포 보유 (2015년 기준)
업체 개요	- 고객의 다양한 요구에 대응하기 위해 편리한 서비스와 저렴한 가격의 제품을 제공하는 대형마트임 - 평균 영업시간은 09:00~21:00임 - 베트남산 Vinamilk, Vinasoy 제품이 전체 두유의 90%를 차지하며 말레이시아산 Homesoy 제품이 10%의 점유율을 보임
인터뷰 내용	"AEON City Mart B&B가 위치해 있는 곳은 베트남 중에서도 부유한 사람들이 많이 거주하는 곳이기 때문에 전체적으로 우유 소비가 많고 수입우유를 구입하는 사람 또한 많다. 수입우유로는 호주, 뉴질랜드, 프랑스, 독일, 스페인 제품이 있는 것으로 알고 있다." Staff (AEON City Mart B&B 매니저)

2. PRODUCT INFORMATION - 베트남 가공유 경쟁제품 가격현황

베트남 COOPMART 가격 현황 (2015년 7월 23일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (ml당 가격)	이미지
Processed Milk					
Dutch Lady Orange Milk	Friesland Campina VietNam	네덜란드	110 ml x 4	VND 17,000 (ml당 38.6동)	
Ovaltine				VND 18,400 (ml당 41.8동)	
Dutch Lady Strawberry Milk			220 ml	VND 6,300 (ml당 28.6동)	
Grow Plus+	Nutrifood	베트남	110 ml x 3	VND 35,000 (ml당 106동)	
VINAMILK Orange Milk	Vietnam Dairy Product J.S.Co		110 ml x 4	VND 17,000 (ml당 34.7동)	
Milo (Choco)	Nestle Vietnam		115 ml x 4	VND 18,000 (ml당 39.1동)	

2015년 7월 23일 기준 100동 = 5.28원

베트남 Bic C Mart 가격 현황 (2015년 7월 23일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (ml당 가격)	이미지
Processed Milk					
Dutch Lady Strawberry Milk	Friesland Campina VietNam	네덜란드	220 ml	VND 6,000 (ml당 34.7동)	
Yomost Strawberry Milk	Friesland Campina VietNam		180 ml x 4	VND 23,500 (ml당 32.6동)	
Vixu Milk Strawberry Milk	-		220 ml	VND 4,800 (ml당 21.8동)	

베트남 SATRA Mart 가격 현황 (2015년 7월 23일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (ml당 가격)	이미지
Processed Milk					
TH True Milk Strawberry Milk	Công Ty Cổ Phần Sữa TH	베트남	180 ml	VND 8,000 (ml당 44.4동)	
Vixu milk Strawberry Milk	Công ty cổ phần sản xuất Tân Việt Xuân		220 ml	VND 5,700 (ml당 25.9동)	
Vinamilk Sữa Tươi Tệt Trùng hương dâu	Công ty cổ phần sữa Việt Nam		200 ml	VND 7,200 (ml당 36동)	

베트남 Maxi Mark 가격 현황 (2015년 7월 23일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (ml당 가격)	이미지
Processed Milk					
Lactel Strawberry Flavor Milk	Lactalis International SNC Pháp	프랑스	200 ml	VND 22,500 (ml당 112.5동)	
Oldenburger Banana milk drink UHT	Deutsches Milchkontor GMBH	독일	200 ml x 4	VND 48,000 (ml당 60동)	
Oldenburger Strawberry Milk drink UHT					

베트남 AEON Citi Mart B&B 가격 현황 (2015년 7월 23일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (ml당 가격)	이미지
Processed Milk					
Dalat milk Fresh Strawberry Milk	DALAT MILK JOINT-STOCK COMPANY	베트남	180 ml	VND 13,700 (ml당 76.1동)	
Binggrae Strawberry Flavored Milk Drink	빙그레	한국	200 ml	VND 19,800 (ml당 99동)	
Oldenburger Strawberry Milk drink UHT	Deutsches Milchkontor GMBH	독일	200 ml	VND 11,800 (ml당 59동)	

3. PRODUCT INFORMATION - 베트남 가공유 매장 담당자 인터뷰

※ 베트남 COOPMART 가공유 판매 담당자 인터뷰

☐ 베트남 우유 시장에서 성공하기 위한 요인은 무엇인지

- 브랜드이다. 베트남 소비자 대다수는 습관적 구매를 하기 때문에 가장 익숙한 브랜드를 찾는 경향이 있다. 우유의 맛은 그 다음이라 생각한다. 소비자들이 좋아하는 프로모션 등의 마케팅도 필수라고 생각한다.

☐ 소비자들이 좋아하는 프로모션은 어떤 유형인지

- 베트남에서 주로 이루어지는 가공유 프로모션으로 컵, 게임 카드(보드), 귀여운 쇼핑백 등을 증정한다.

☐ 가공유 시장 전망은 어떨 것 같은지

- 판매 추이를 보자면 계속 유지될 것으로 보인다.

※ 베트남 Bic C Market 가공유 판매 담당자 인터뷰

☐ 베트남 우유 시장에서 성공하기 위한 요인은 무엇인지

- 저렴한 가격이 가장 중요하며 품질도 중요하다.

☐ 소비자들이 좋아하는 프로모션은 어떤 유형인지

- 사은품 증정을 가장 좋아한다. 본 매장에서는 우유를 구입한 고객들에게 그릇, 텀블러, 컵, 우유 등을 사은품으로 증정하고 있다.

☐ 가공유 시장 전망은 어떨 것 같은지

- 꾸준히 이어질 것이다. 고객들이 꾸준히 과일 맛 우유를 찾고 있다.

※ 베트남 Maxi Mark 가공유 판매 담당자 인터뷰

☐ 베트남 우유 시장에서 성공하기 위한 요인은 무엇인지

- 저렴한 가격이 가장 중요하며 품질도 중요하다.

☐ 소비자들이 좋아하는 프로모션은 어떤 유형인지

- 가격을 할인하는 프로모션을 가장 좋아하며 사은품을 주는 것도 좋아한다.

☐ 가공유 시장 전망은 어떨 것 같은지

- 꾸준히 이어질 것으로 보인다.

※ 베트남 AEON Citi Mart B&B 가공유 판매 담당자 인터뷰

☐ 베트남 우유 시장에서 성공하기 위한 요인은 무엇인지

- 저렴한 가격이다.

☐ 소비자들이 좋아하는 프로모션은 어떤 유형인지

- 증정품을 묶어서 같이 주는 프로모션을 가장 선호하는 것 같다.

☐ 가공유 시장 전망은 어떨 것 같은지

- 꾸준히 이어질 것으로 보인다.

※ 베트남 SATRA Mart 가공유 판매 담당자 인터뷰

☐ 베트남 우유 시장에서 성공하기 위한 요인은 무엇인지

- 제품에 어떤 효과나 장점이 있는지를 강조하는 것이 관건이다.

☐ 소비자들이 좋아하는 프로모션은 어떤 유형인지

- 증정품을 주는 것을 좋아한다. 우유 4개를 사면 연유 1개를 주는 등, 본 매장에서는 4+1 프로모션을 많이 하고 있다.

☐ 가공유 시장 전망은 어떨 것 같은지

- 현재 증가 추세이다. 꾸준히 증가할 것으로 보인다.

4. PRODUCT INFORMATION - 베트남 경쟁제품 현황 조사결과

※ Summary

- 베트남 주요 대형마트 COOPMART, Bic C Mart, Maxi Mark, AEON Citi Mart B&B, SATRA Mart 등 5곳을 방문 조사한 결과, 가공유 판매 제품은 베트남산이 많으며, 다른 국가 제품과 비교했을 때 친숙한 브랜드와 저렴한 가격 등에서 우위를 보이는 것으로 분석됨
- 또한 베트남 내에서 가공유 시장은 꾸준히 유지되거나 성장할 것으로 내다보았음
- 조사 대상 중 AEON Citi Mart B&B매장이 한국산 가공유를 일부 판매하고 있었으며, 5개 매장 모두 베트남산 제품이 주를 이루고 있었음
- 베트남 현지 내 가공유 제품 형태는 팩 포장 형태로 다수 판매되고 있음. 또한 ml당 20~110동으로 다양한 가격대로 판매되고 있음
- 베트남 소비자들은 프로모션을 선호하며 사은품 증정 또는 4+1 등의 행사 등이 이루어지고 있음

Ⅲ

인증 및 허가등록

1. 베트남 식품 허가등록
2. 베트남 식품 인증 정보

1. LICENSE INFORMATION - 베트남 식품 허가등록

□ 베트남 수입식품 허가등록

KEY INFO

베트남 수입식품 허가등록

베트남 식품 위생 안전국이 수입 가능 여부를 확인하고 최종적으로 베트남 산업 무역부에서 품질 확인서를 발급함

< 베트남 수입식품 허가등록 >



□ 수출하고자 하는 업체는 특수하게 구비해야 하는 서류나 절차가 없음

－ 반면 수입하고자 하는 업체는 아래 절차에 따라 베트남 산업 무역부의 확인서를 취득하여, 제품의 질에 대해 검증받아야 할 의무가 있음

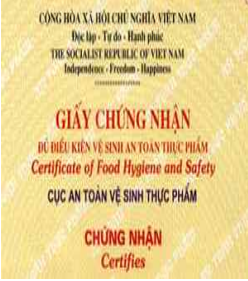
< 베트남 수입식품 등록 절차 >

STEP 01 샘플 발송	· 제품 샘플을 베트남 세관으로 발송함 (1,500달러 이하)
STEP 02 수입가능여부 확인	· 식품 위생 안전국에서 샘플을 확인한 후 수입 가능 여부에 대하여 검증하며, 수입 허가가 결정되면 제품 인증이 이루어짐 · 제품 인증에 대한 유효기간은 3년임
STEP 03 수입	· 제품 인증 후 해당 제품의 수입 프로세스가 진행됨
STEP 04 실제품과 품질 비교	· 수입된 실제 제품과 샘플의 품질이 동일한지의 여부를 조사함
STEP 05 품질 확인서 발급	· 실제 제품과 샘플의 품질이 동일하다고 평가되면, 베트남 산업무역부에서 최종적으로 품질 확인서를 발급함

출처 : 베트남 보건부, 베트남 산업무역부 담당자 인터뷰

2. CERTIFICATION INFORMATION - 베트남 식품 인증 정보

< 베트남 두유 인증 >

	인증명	식품안전인증	내용
	발행기관	베트남 보건부	
식품안전인증	성격	필수	

- 해외에서 베트남 현지로 수입되는 모든 식품은 베트남 보건부가 발행하는 식품안전 증명을 받아야 함
- 식품안전인증 취득이 의무화됨에 따라 필수적인 인증으로 분류됨

□ 베트남 식품안전인증 취득

- 베트남에서는 식품 위생 및 안전 문제가 빈번하게 일어남. 이에 베트남 산업무역부는 2013년 식품안전인증 제도를 발표하였으며, 이는 2013년 12월 20일부터 효력을 가짐
- 한국 식품을 수입하는 베트남 현지 업체에 따르면 인증 취득에 통상 3 ~ 6개월이 소요됨

KEY INFO

식품안전인증

베트남 산업무역부의 수입 식품 안전 관리에 관한 제28호/2013/TT-BCT에 의거하여 모든 수입 식품이 취득해야함

< 베트남 식품안전인증 취득 절차 >



출처 : 베트남 보건부(www.moh.gov.vn/)

- 베트남 산업무역부의 ‘수입식품 안전 관리에 관한 통달 제 28호/2013/TT-BCT’ 를 통해 식품안전인증에 관한 보다 더 자세한 사항을 확인할 수 있음

<http://www.moit.gov.vn/vn/pages/VanBanDieuHanh.aspx?TypeVB=0&vID=13587>

IV

라벨링 및 식품첨가물

1. 베트남 가공유 라벨링 정보
2. 베트남 가공유 식품첨가물 정보

1. LABELING & FOOD ADDITIVE INFORMATION - 베트남 가공유 라벨링 정보

☐ 베트남 라벨링 규정

- 베트남에 유통되는 모든 물품은 라벨에 관한 규정을 준수하여야 하며, 소비자의 권리 보호와 지방 정부의 검사 및 관리를 위해서 제품의 포장 용기에 표기해야 하는 필수 항목을 규정하고 있음
- 기본적으로 라벨에 인쇄된 글자, 숫자, 그림, 기호, 상징이 명확·정확해야 함
- 베트남 법에서 규정한 필수정보에 대해 베트남어로 표기하여 제조자 라벨 내용에 추가하거나, 제조자 라벨 옆에 수입업체의 라벨을 별도 부착해야 함

< 베트남 무알콜 음료 라벨링 표시사항 >

- 해당 식품 일반 명칭, 제품명
- 제품의 원산지
- 용량
- 제조 연월일
- 상미기한 및 소비기한²⁾
- 수입 판매회사의 사명, 회사주소 혹은 유통자, 대리인의 성명, 주소
- 구성 성분 및 성분량
- 위생 및 안전성에 대한 정보
- 음용방법 및 보관방법

출처 : 베트남 보건부 (<http://www.moh.gov.vn>)

- ☐ 기본 표시사항 외 추가 및 금지사항을 사전에 확인하여 제품에 맞는 라벨 표기가 이루어져야함
- 구성 성분을 강조하는 문구가 명칭의 일부로서 사용될 경우 해당 성분의 함유량을 기재하여야 함
- 한국에서 베트남 현지 유통을 목적으로 수출하는 경우, 수입 회사 정보와 함께 제품을 생산한 업체명 및 업체 정보도 표시해야함

2) 상미기한은 제품의 품질을 보증할 수 없는 시점이며 소비기한은 상품이 더 이상 유통될 수 없는 시점을 뜻함

KEY INFO

라벨링 기타 강조사항

모든 정보는 오해의 소지 없이 정확하게 표기해야 함

< 베트남 라벨링 표시사항 상세 >³⁾

	항목	설명
1	표기 언어	베트남어 (특정한 경우에 한해 베트남어와 다른 라틴어로 기재되는 것이 허가됨)
2	글자 크기	제품이름은 식품 첨가물과 같이 작게 표기되는 것보다 적어도 3배 이상 크게 기재해야 함
3	제품명 또는 제품설명	제품의 이름이 제품 성분을 강조하는 이름이라면, 그 성분 함유량을 반드시 표기하여야 함. 예를 들어 제품의 이름이 콜라겐 우유일 경우에 콜라겐이 얼마나 함유되었는지 반드시 표기해야 함
4	제품의 구성	제품의 주요 성분을 기재하여야 함
5	순 중량	국제 척도에 부합하는 수량정보이어야 함
6	제조사, 수입자, 포장자 또는 유통자의 상호 및 주소	상품명, 제품에 대해 책임이 있는 조직 및 개인의 명칭, 주소, 그리고 상품의 원산지를 표시하여야 함
8	포장일자, 유통기한	유통기한(Expiration Date)은 반드시 기재하여야 하며 "Using the best before date"과 같은 문구를 통해 식품 품질 최적의 시기를 표시하여도 됨
8	표시 위치	베트남 식품 라벨 위치는 용기 또는 포장의 보이 기 쉬운 곳에 식별이 용이한 방법으로 표시되어야 함

출처: 시행령 No. 89/2006/ND-CP(2006. 8.30), 베트남 보건부,

< 베트남 가공유 라벨 이미지 >



출처: 베트남 현지 촬영, 2015년 7월 23일

3) “베트남 가공유 라벨 규정에 관한 인터뷰”, <베트남 과학기술부의 식품안전부>, 2015년 7월
 “시행령 No. 89/2006/ND-CP, <베트남 보건부>, 2006년 8월

2. LABELING & FOOD ADDITIVE INFORMATION - 베트남 가공유 식품첨가물 정보

□ 베트남 식품첨가물 규제⁴⁾

- 식품첨가물 정보는 제품의 라벨에 베트남어로 적정사용방법을 명기하고 있어야 함
- 알레르기성 성분 표시제도의 특정 원재료 (또는 이에 준하는 것)로 지정되어 있는 성분을 포함하는 가공 식품에 대해서는 적절한 표시가 의무임
- 원산지나 식품표시가 명확하지 않은 식품첨가물이나 용기가 파손된 식품첨가물은 사용할 수 없으며 보건부가 승인한 목록에 포함되지 않은 식품첨가물도 사용할 수 없음

KEY INFO

베트남 식품첨가물 정의

베트남 보건부에서는 식품첨가물을 식품 또는 식품의 주 성분으로 볼 수는 없으며, 영양소적 가치는 거의 없으나, 식품에 제한적으로 포함되는 무해한 성분이라고 정의하고 있음

출처: 한국보건산업진흥원

< 베트남 내 허가된 식품첨가제 리스트 >

항목	영문명	한글명	허용 수치
가공유	Annatto	아나토	1kg 당 최대 20mg 함유 가능
가공유	Bixin	빅신	1kg 당 최대 20mg 함유 가능
가공유	Sunset yellow FCF	식용 황색 색소	1kg 당 최대 300mg 함유 가능

출처 : 베트남 보건부 (<http://www.moh.gov.vn>)

- 식품첨가물 세부 항목은 하기에서 검색가능하며, 베트남 내에서 사용이 허용되는 식품첨가물 400종류를 확인할 수 있음

<https://laocai.gov.vn/sites/sonnptnt/vanbanqppl/Trang/20130314142727.aspx>

4) “베트남의 식품수입 관련제도 및 절차”, <한국보건산업진흥원>, 2004년 12월

