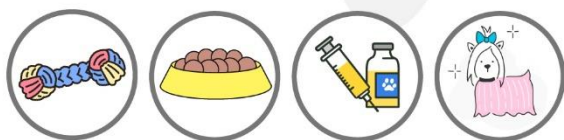




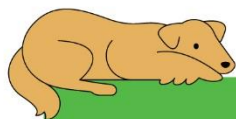
2024 **시장분석형**

반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사



No. : 202409-07
품목 : 펫푸드(반려동물 간식)
HS CODE : 2309.10
국가 : 태국(Thailand)





CONTENTS

I. SUMMARY

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모



1. 태국 반려동물 식품 시장규모	06
2. 태국 반려견 간식 시장규모	07
3. 태국 HS CODE 2309.10 제품 수입규모	08
4. 태국 반려가구 유형	09

III. 시장트렌드

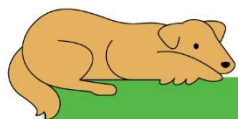
※ 태국 반려동물 간식 소비 제품 특징 분석 프로세스	11
1. 태국 반려동물 간식 인기 브랜드 1위 : ‘펫8’	12
2. 태국 반려동물 간식 맛 키워드 1위 : ‘우유’	13
3. 태국 반려동물 간식 성분 키워드 1위 : ‘단백질’	14



IV. 유통채널

※ 태국 반려동물 식품 유통채널 점유율	16
1. 하이퍼마켓/슈퍼마켓	17
2. 온라인쇼핑몰	19
3. 반려동물 전문 용품점	23





시장분석형



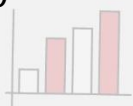
CONTENTS

V. 진입장벽

※ 태국 반려동물 사료 법제도 및 규제현황	26
1. 태국 반려동물 사료 등록 제도	28
2. 태국 반려동물 사료 제품 규격	29
3. 태국 반려동물 사료 제품 라벨링	30
4. 태국 반려동물 사료 품질 인증	31

VI. 전문가 인터뷰

1. 그로우 펫 샵(Grow Pet Shop)	33
2. 디덴 펫마트(Deeden Pet Mart)	36
3. 탑스(Tops)	39



(*) 참고문헌



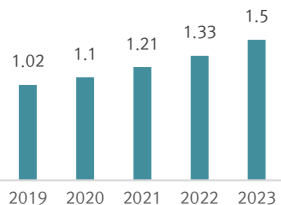


SUMMARY (태국 반려견 간식 시장 분석)

시장 현황

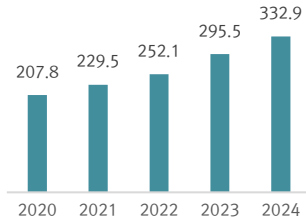
태국 반려동물 식품 시장규모

단위 : 십억 달러



태국 반려동물 간식 시장규모

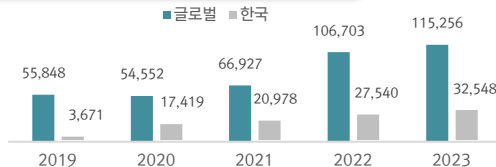
단위 : 백만 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2309.10 제품 기준)

단위 : 천 달러



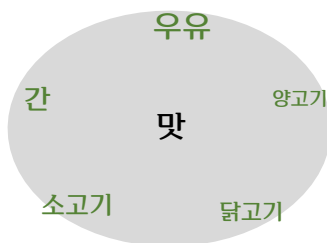
국가별 수입규모

단위 : 천 달러



시장 트렌드

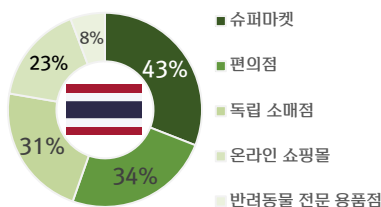
빅데이터 분석



* 태국 라자다 반려동물 간식 제품 100건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
관세율 9%
협정세율: 면제 (원산지증명서 必)
사전 준비
선하증권, 상업송장, 포장명세서, 원산지 증명서

권장 인증



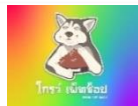
HACCP 인증

유의사항

라벨 표기사항
제품명, 제조업체 및 수입업체, 유통업체, 섭취 동물명, 순 중량, 영양성분, 원료, 제조일자 및 유통기한, 섭취 방법, 의무사항

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상



Tops

Point

- (반려견간식 수요 高) 반려견 사료 및 간식의 시장 가치가 지속적으로 성장
- (한국산 가격 경쟁력 低) 품질 부분에서는 신뢰성이 높지만 가격 측면에서는 부담스러운 가격
- (저알러지 제품 증가 추세) 최근 반려동물의 건강에 대해 신경을 쓰게 되면서 저알러지와 같은 제품에 대한 수요가 증가하는 추세





시장분석형

2024 반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사

II. 시장규모

1. 태국 반려동물 식품 시장규모
2. 태국 반려견 간식 시장규모
3. 태국 HS CODE 2309.10 제품 수입규모
4. 태국 반려가구 유형



시장규모

1. 태국 반려동물 식품 시장규모

반려동물 식품
1인당 소비규모 (2023)

태국	20.9 달러
한국	21.65 달러

출처 : Statista

■ 태국 반려동물 식품 시장규모, 2023년 기준 15억 달러¹⁾²⁾

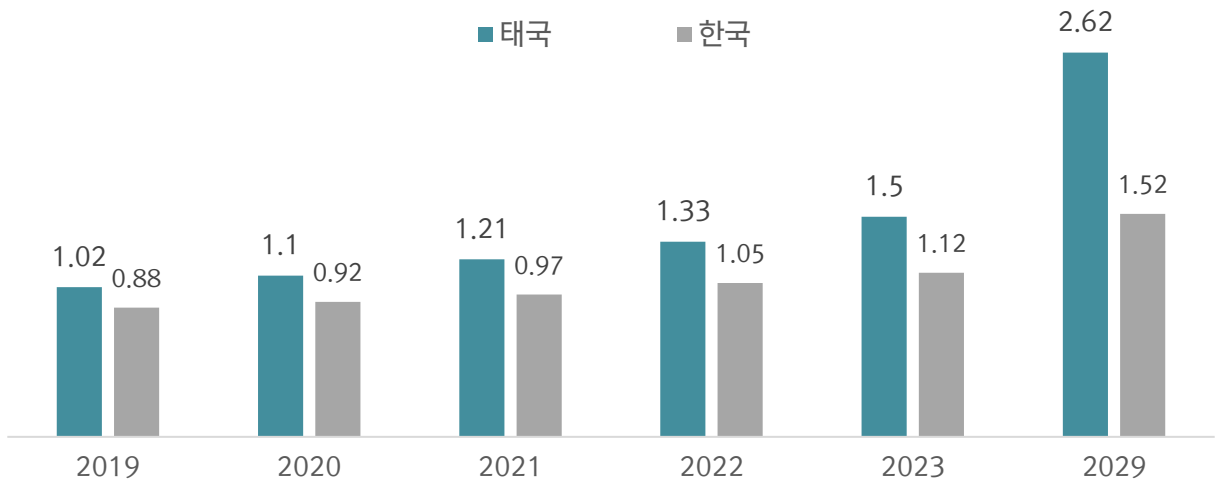
2023년 기준 태국 반려동물 식품 시장규모는 15억 달러를 기록하였으며, 이는 한국 시장규모인 11억 2,000만 달러보다 큰 수치임. 태국 반려동물 식품 시장은 2023년부터 2029년까지 연평균 9.74% 성장할 것으로 전망되며, 2029년에는 시장규모가 26억 2,000만 달러에 이를 것으로 예상됨

■ 태국 반려동물 식품 1인당 소비규모 20.9달러

태국은 반려동물 식품 시장이 빠르게 성장하고 있으며, 1인당 소비 규모가 한국과 비슷한 수준을 보이고 있음. 반려동물 양육 가구의 증가와 함께 프리미엄 제품에 대한 수요 확대가 주요 요인으로, 특히 건강을 중시하는 트렌드가 반려동물 식품 시장에도 반영되어 기능성 사료나 고급 간식 제품에 대한 관심이 높아지고 있음. 이러한 흐름은 향후 태국 반려동물 식품 시장의 성장 가능성을 더욱 높이는 요소로 작용할 것으로 보임

태국 반려동물 식품 시장규모

단위 : 십억 달러



국가	2019	2020	2021	2022	2023	2029	CAGR ³⁾ (23-29)
태국	1.02	1.10	1.21	1.33	1.5	2.62	9.74%
한국	0.88	0.92	0.97	1.05	1.12	1.52	5.22%

출처 : Statista

1) 스탯ISTA에 따르면 반려동물 식품 시장은 반려견, 반려묘를 포함한 가축의 영양 요구 사항을 충족하기 위해 특별히 만들어진 사료와 설치류 및 파충류와 같은 덜 흔한 가정용 반려동물을 위한 사료 제품을 포함함. 또한, 동물의 건강과 웰빙에 필수적인 영양소를 공급하는 다양한 구성 요소가 종종 반려동물 사료에 포함됨

2) 조사제품 '반려견 간식'은 반려견에게 영양소를 공급하는 다양한 구성 요소 중 하나임. 고객사 제품 유형을 기준으로 '반려견 간식'의 상위 항목인 '반려동물 식품'의 시장규모를 조사함

3) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 태국 반려견 간식 시장규모

반려동물 간식
시장규모 (2023)

태국	351.5 백만 달러
한국	256.7 백만 달러

출처 : Euromonitor International

반려묘 간식
시장규모 (2023)

태국	56 백만 달러
한국	112.5 백만 달러

출처 : Euromonitor International

■ 태국 반려견 간식 시장규모, 2023년 기준 2억 9,550만 달러

2023년 태국의 반려견 간식 시장규모는 2억 9,550만 달러로, 한국의 반려견 간식 시장규모인 1억 4,420만 달러보다 약 두 배 이상 큼

■ 태국 반려견 간식 시장, 2020-2024년 동안 꾸준한 성장세

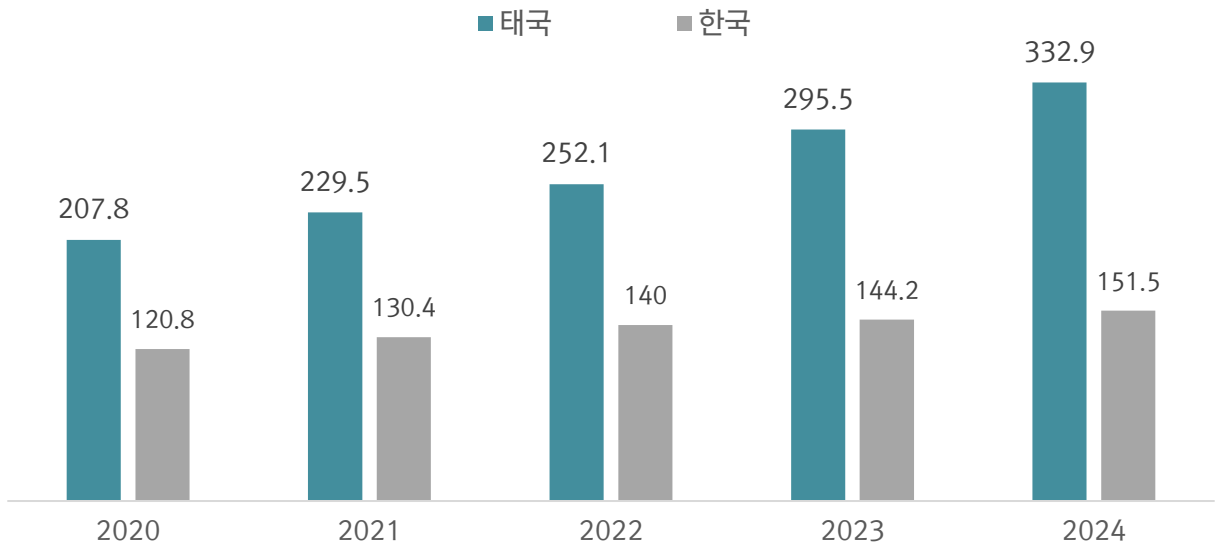
태국 반려견 간식 시장은 2020년 2억 780만 달러에서 2024년 3억 3,290만 달러로 성장할 것으로 예상되며, 이는 연평균 성장률이 높음을 나타냄

■ 태국의 반려동물 식품 시장에서 반려견 간식의 비중 증가

태국의 반려동물 식품 시장에서 반려견 간식의 비중은 2020년부터 2023년까지 꾸준히 증가하고 있으며, 이는 태국 소비자들의 반려견을 위한 간식에 대한 수요가 높아지고 있음을 시사함

태국 반려견 간식 시장규모

단위 : 백만 달러



국가	2020	2021	2022	2023	2024	CAGR ⁴⁾ (20-24)
태국	207.8	229.5	252.1	295.5	332.9	12.5%
한국	120.8	130.4	140	144.2	151.5	5.82%

출처 : Euromonitor International

4) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

3. 태국 HS CODE 2309.10 제품 수입규모

■ 태국의 對글로벌 HS CODE 2309.10 제품 수입규모

반려동물 간식 HS-CODE ⁵⁾
2309.10
반려견이나 반려묘용 식품 (소매용으로 한정한다)

단위 : 천 달러

태국 HS CODE 2309.10 국가별수입규모		
①	중국	46,559
②	한국	32,548
③	호주	7,737
④	프랑스	7,704

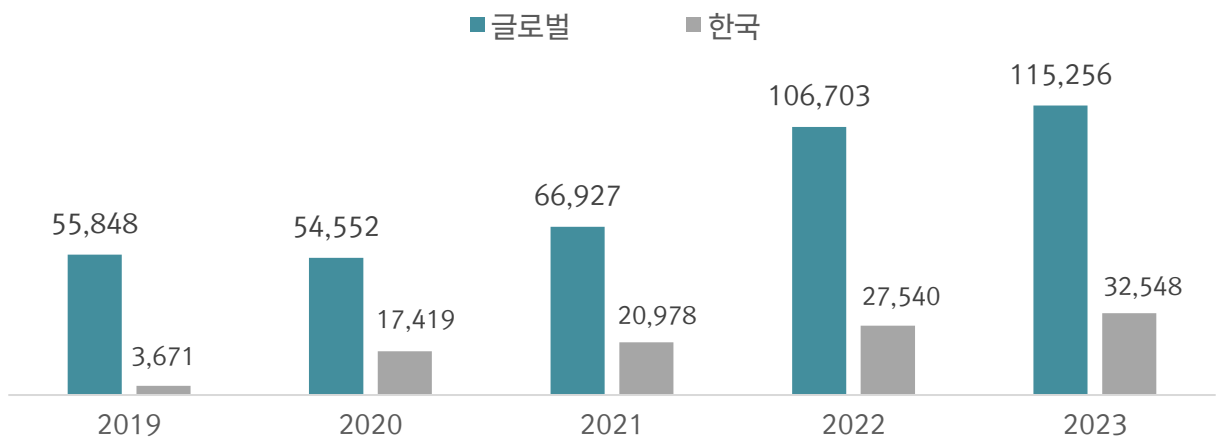
2023년 기준 태국의 글로벌 반려동물 식품 수입규모는 1억 1,525만 6천 달러로, 연평균 성장률 19.86%를 기록하며 글로벌 시장 내에서 안정적인 성장세를 유지하고 있음을 보여줌. 태국은 프리미엄 반려동물 식품과 건강 중심의 제품에 대한 수요가 증가하면서, 수입품의 품질과 다양성이 점차 중요해지고 있음. 특히, 습식사료와 기능성 사료 같은 고급 제품이 시장의 중심으로 자리 잡으며 글로벌 수입 의존도가 높아지고 있음

■ 태국의 對한국 HS CODE 2309.10 제품 수입 시장 점유율은 2023년 기준 28.2%

2023년 기준 태국의 글로벌 반려동물 식품 수입 시장에서, 한국 반려동물 식품의 시장 점유율은 28.2%로 나타났으며, 수입액은 3,254만 8천 달러를 기록함. 전년 대비 꾸준히 성장하며 한국산 제품이 태국 시장에서 프리미엄과 기능성 제품군으로 인기를 얻고 있음. 이는 태국 소비자들이 반려동물의 건강과 영양에 더욱 관심을 기울이며, 고품질 제품을 선호하는 경향이 강해진 결과임

태국 HS CODE 2309.10 제품 수입규모

단위 : 천 달러



국가	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR ⁶⁾ (19-23)
對글로벌 수입액	55,848	54,552	66,927	106,703	115,256	19.86%
對한국 수입액	3,671	17,419	20,978	27,540	32,548	72.56%

출처 : ITC(International Trade Centre)

5) '반려동물 간식'은 사료의 한 종류로 취급되는 물품이며 소매포장되어 있으므로 HS CODE 2309.10으로 분류함

6) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

4. 태국 반려가구 유형

■ 태국 전체 가구 중 반려가구 비율은 73%

2023년 기준 태국 반려가구 비율은 73%로 나타났으며, 이는 전세계 글로벌 반려가구 평균 비율인 58%를 크게 상회하는 수치임. 태국 반려가구 유형별 비율은 반려견(63%), 반려묘(54%), 기타 반려동물(12%) 순으로 나타나고 있으며, 기타 반려동물에는 어류, 조류, 토끼 등이 포함됨

■ 태국 반려동물 가구, 반려견 중심에서 반려묘로 점차 다양화

태국의 반려가구 중 반려견 가구 비율이 반려묘 가구 비율보다 높은 것은, 반려견이 오랜 기간 태국 문화에서 가족의 일원으로 자리 잡아온 전통과 관련이 있음. 반려견은 보호자와의 상호작용이 활발하고, 충직하고 친근한 이미지로 인해 많은 가구에서 선호됨. 특히, 태국의 넓은 주거 공간과 야외 활동이 용이한 환경은 반려견을 키우기에 적합하며, 이러한 요소가 반려견 가구 비율을 높이는 데 기여함. 하지만 도시화가 진행되고 1인 가구가 증가하면서 반려묘를 선호하는 가구도 점차 늘고 있음

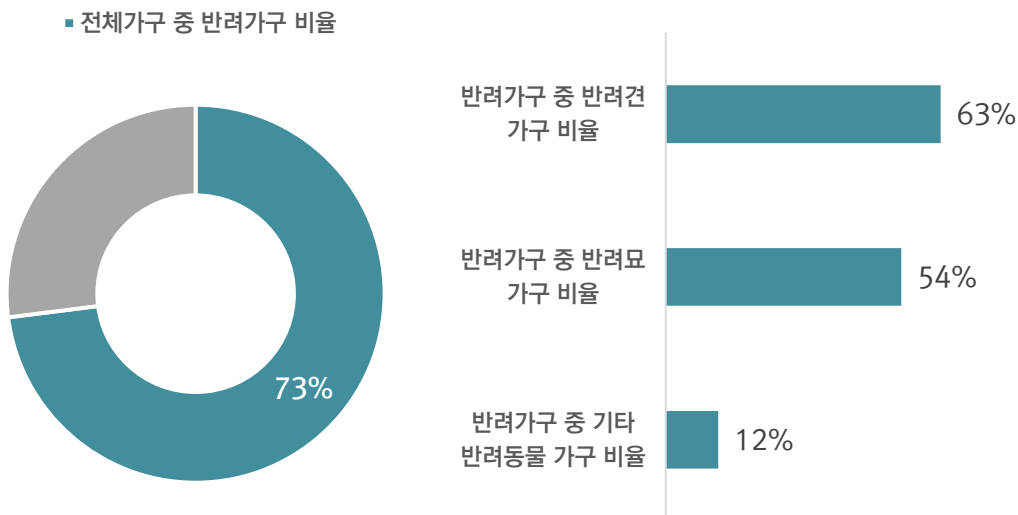
글로벌 평균(2023)

반려가구	58%
반려견	59%
반려묘	53%
기타	21%

출처 : TGM Research

태국 반려가구 유형 (2023년)⁷⁾

단위 : %



국가	전체가구 중 반려가구 비율	반려가구 중 반려견 가구 비율	반려가구 중 반려묘 가구 비율	반려가구 중 기타 반려동물 가구 비율
태국	73%	63%	54%	12%

출처 : TGM Research

7) 해당 설문은 복수 응답 방식으로 진행되어 전체 합계가 100%를 초과하여 집계됨



시장분석형

2024 반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사

Ⅲ. 시장트렌드

※ 태국 반려동물 간식 소비 제품 특징 분석 프로세스

1. 태국 반려동물 간식 인기 브랜드 1위 : ‘펫8’
2. 태국 반려동물 간식 맛 키워드 1위 : ‘우유’
3. 태국 반려동물 간식 성분 키워드 1위 : ‘단백질’



※ 태국 반려동물 간식 소비 제품 특징 분석 프로세스

온라인 쇼핑몰 베스트셀러 등록 제품의 특징 정보 분석 제공

■ 태국 온라인 쇼핑몰 데이터 수집

- 정보 수집원 : 라자다
- 수집 카테고리 : 반려동물 간식
- 수집 기간 : 2024년 10월
- 수집 정보 : 베스트셀러 제품 100개

■ 태국 온라인 쇼핑몰 데이터 분석 결과

키워드	발생 연관어													
브랜드	Pet8 14	<table><tr><th>키워드</th><th>동시 발생건</th></tr><tr><td>Pet8</td><td>14</td></tr><tr><td>Sleeky</td><td>5</td></tr><tr><td>Dongfin</td><td>5</td></tr><tr><td>Lifemate</td><td>2</td></tr><tr><td>Goodboy</td><td>2</td></tr></table>	키워드	동시 발생건	Pet8	14	Sleeky	5	Dongfin	5	Lifemate	2	Goodboy	2
	키워드	동시 발생건												
	Pet8	14												
	Sleeky	5												
	Dongfin	5												
	Lifemate	2												
	Goodboy	2												
Sleeky	5													
Dongfin	5													
Lifemate	2													
Goodboy	2													
맛	우유 15	<table><tr><th>키워드</th><th>동시 발생건</th></tr><tr><td>นม(우유)</td><td>15</td></tr><tr><td>ตับ(간)</td><td>13</td></tr><tr><td>เนื้อวัว(소고기)</td><td>13</td></tr><tr><td>ไก่(닭고기)</td><td>12</td></tr><tr><td>เนื้อแกะ(양고기)</td><td>11</td></tr></table>	키워드	동시 발생건	นม(우유)	15	ตับ(간)	13	เนื้อวัว(소고기)	13	ไก่(닭고기)	12	เนื้อแกะ(양고기)	11
	키워드	동시 발생건												
	นม(우유)	15												
	ตับ(간)	13												
	เนื้อวัว(소고기)	13												
	ไก่(닭고기)	12												
	เนื้อแกะ(양고기)	11												
간	13													
소고기	13													
닭고기	12													
양고기	11													
성분	단백질 18	<table><tr><th>키워드</th><th>동시 발생건</th></tr><tr><td>โปรตีน(단백질)</td><td>18</td></tr><tr><td>เส้นใย(섬유질)</td><td>14</td></tr><tr><td>แคลเซียม(칼슘)</td><td>13</td></tr><tr><td>วิตามิน(비타민)</td><td>13</td></tr><tr><td>เกลือ(소금)</td><td>4</td></tr></table>	키워드	동시 발생건	โปรตีน(단백질)	18	เส้นใย(섬유질)	14	แคลเซียม(칼슘)	13	วิตามิน(비타민)	13	เกลือ(소금)	4
	키워드	동시 발생건												
	โปรตีน(단백질)	18												
	เส้นใย(섬유질)	14												
	แคลเซียม(칼슘)	13												
	วิตามิน(비타민)	13												
	เกลือ(소금)	4												
섬유질	14													
칼슘	13													
비타민	13													
소금	4													

출처 : www.lazada.co.th

시장 트렌드

1. 태국 반려동물 간식 인기 브랜드 1위 : ‘펫8’

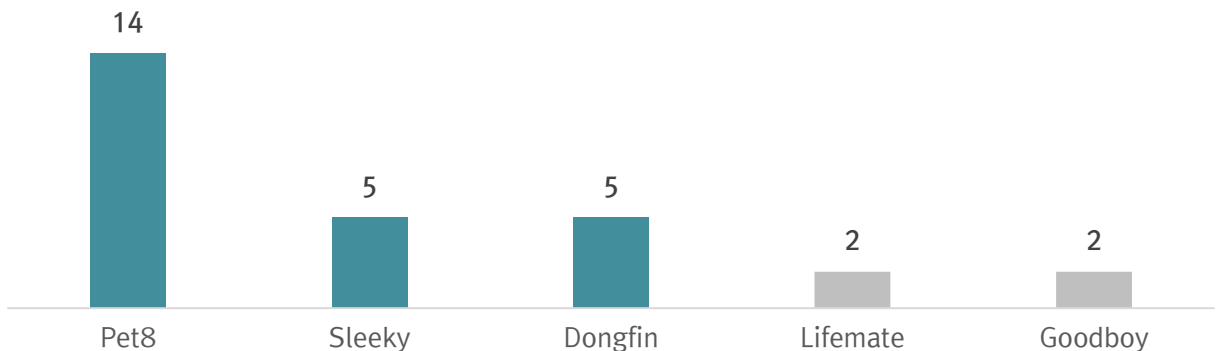
■ 태국 반려동물 간식 시장 현지 브랜드 우세

태국 반려동물 간식 시장은 다양한 현지 브랜드가 치열하게 경쟁하는 활발한 시장으로, 펫8(Pet8), 슬리키(Sleeky), 도그핀(Dogfin)과 같은 태국 현지 브랜드들이 높은 인지도를 자랑함. 이들 브랜드는 품질, 맛, 그리고 영양 밸런스를 강조한 제품 라인업으로 태국 소비자들의 신뢰를 받고 있음. 펫8(Pet8), 도그핀(Dogfin), 슬리키(Sleeky) 모두 저렴한 가격에 대용량 제품을 제공하며 현지에서 큰 인기를 얻고 있으며, 개폐가 가능한 지퍼백이나 플라스틱 통을 사용해 소비자들에게 편리함을 제공하고 높은 만족도를 이끌어내고 있음

이미지	브랜드	제품명	특성	
 (판매 링크)	펫8 (Pet8)	Biscuits, dog snacks, calcium supplement	맛	Milk, Beef, Liver
			제형	Biscuit
			중량	300g
			가격	58.00THB (약 2,363원) ⁸⁾
 (판매 링크)	슬리키 (Sleeky)	Puppies Biscuit	맛	Chicken
			제형	Biscuit
			중량	560g
 (판매 링크)	도그핀 (Dogfin)	Dogfin Two-Tone Biscuits	가격	115.00THB (약 4,686원)
			맛	Milk, Liver
			제형	Biscuit
			중량	500g
			가격	120.00THB (약 4,890원)

태국 반려동물 간식 브랜드 관련 키워드

단위 : 발생건수



8) 1THB=40.75원(2024.10.01 KEB하나은행 매매기준율 적용)

출처 : www.lazada.co.th

2. 태국 반려동물 간식 맛 키워드 1위 : ‘우유’

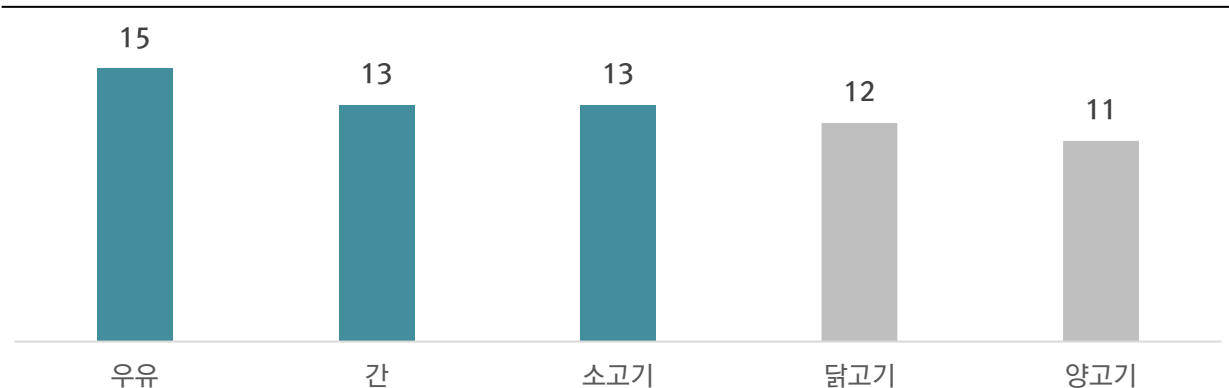
▪ 태국 반려동물 간식 맛 선호도, 우유 맛이 가장 인기

반려동물 간식 맛 선호도에서 우유 맛이 가장 높은 인기를 차지하며 1위를 기록함. 뒤를 이어 간 맛과 소고기 맛이 높은 선호도를 보였고, 닭고기 맛과 양고기 맛도 꾸준한 인기를 유지하고 있음. 다만, 해당 조사는 간식 중에서도 비스킷 유형에 초점을 맞춘 데이터로, 우유 맛 제품이 상대적으로 많이 나타난 것으로 분석됨. 비스킷 유형 간식에서 우유 맛이 빈번하게 등장하는 이유는 우유가 비스킷 제조 과정에서 자주 사용되는 주요 재료라는 점에서 찾을 수 있음. 우유는 비스킷의 부드러운 식감과 고소한 풍미를 만들어내는 데 중요한 역할을 하며, 반려동물의 기호성을 높이는 데 크게 기여함

이미지	브랜드	제품명	특성	
 (판매 링크)	비스코티 (Biscotti)	Biscotti Dog Biscuits	맛	Milk & Cheese
			제형	Biscuit
			중량	160g
			가격	40.00THB (약 1,630원)
 (판매 링크)	푸키 (Pookie)	Pookie Biscuits Bone Shape Biscuits	맛	Carrot, Strawberry, Vegetable, Milk, Liver
			제형	Biscuit
			중량	400g
			가격	55.00THB (약 2,241원)
 (판매 링크)	굿보이 (good boy)	Dog treats, mixed flavor biscuits	맛	Milk
			제형	Biscuit
			중량	500g
			가격	57.08THB (약 2,326원)

태국 반려동물 간식 맛 관련 키워드

단위 : 발생건수



출처 : www.lazada.co.th

3. 태국 반려동물 간식 성분 키워드 1위 : ‘단백질’

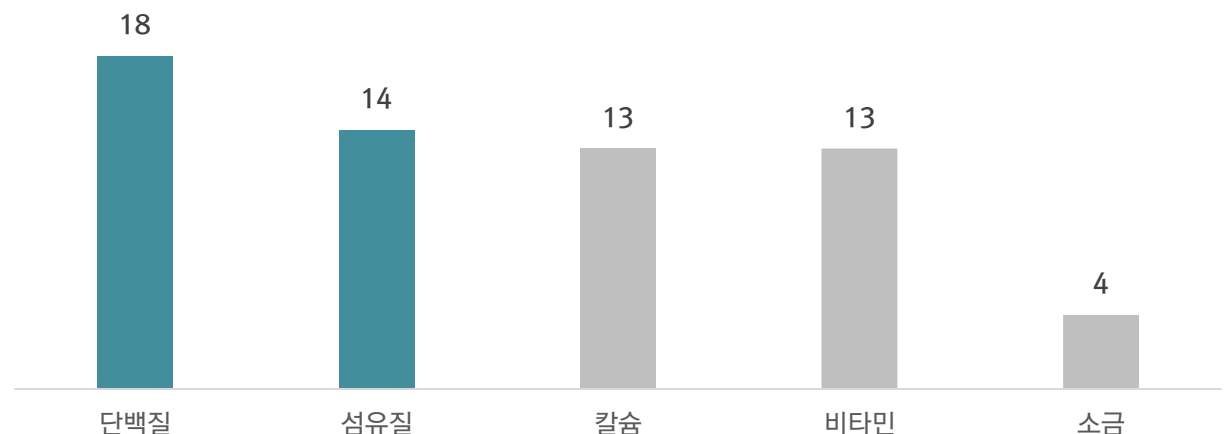
■ 태국 반려동물 간식, 단백질 함량이 가장 높아

반려동물 간식에 포함된 주요 성분 중 단백질이 가장 많이 포함되었으며, 섬유질이 그 뒤를 이음. 칼슘과 비타민은 비슷한 수준으로 나타났고, 소금은 적게 포함됨. 단백질은 근육 발달과 에너지 공급, 섬유질은 소화 건강을 돕는 데 중요한 역할을 함. 칼슘과 비타민은 각각 뼈 건강과 면역력 강화에 기여하며, 소금은 저염식 트렌드를 반영해 제한적으로 포함된 것으로 보임. 이 성분 구성은 반려동물의 건강과 기호성을 모두 고려한 간식 개발의 방향을 보여줌

이미지	브랜드	제품명	특성	
 (판매 링크)	우피앤코 (Woofy & Co)	Training Treat Biscuit	맛	Chicken
			제형	Biscuit
			중량	120g
			가격	190.00THB (약 7,743원)
 (판매 링크)	오카시 (Okashi)	Okashi Bone Shape Biscuit,	맛	Assorted
			제형	Biscuit
			중량	450g
			가격	278.59THB (약 1만 1,352원) ⁸⁾
 (판매 링크)	슬리키 (Sleeky)	SLEEKY Biscuit Dog Biscuit	맛	Beef
			제형	Biscuit
			중량	560g
			가격	130.00THB (약 5,297원)

태국 반려동물 간식 성분 관련 키워드

단위 : 발생건수



출처 : www.lazada.co.th



시장분석형

2024 반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사

Ⅳ. 유통채널

※ 태국 반려동물 식품 유통채널 점유율

1. 하이퍼마켓/슈퍼마켓
2. 온라인쇼핑몰
3. 반려동물 전문 용품점



유통채널

※ 태국 반려동물 식품 유통채널 점유율

■ 태국 반려동물 식품 주요 유통채널은 슈퍼마켓(43%)

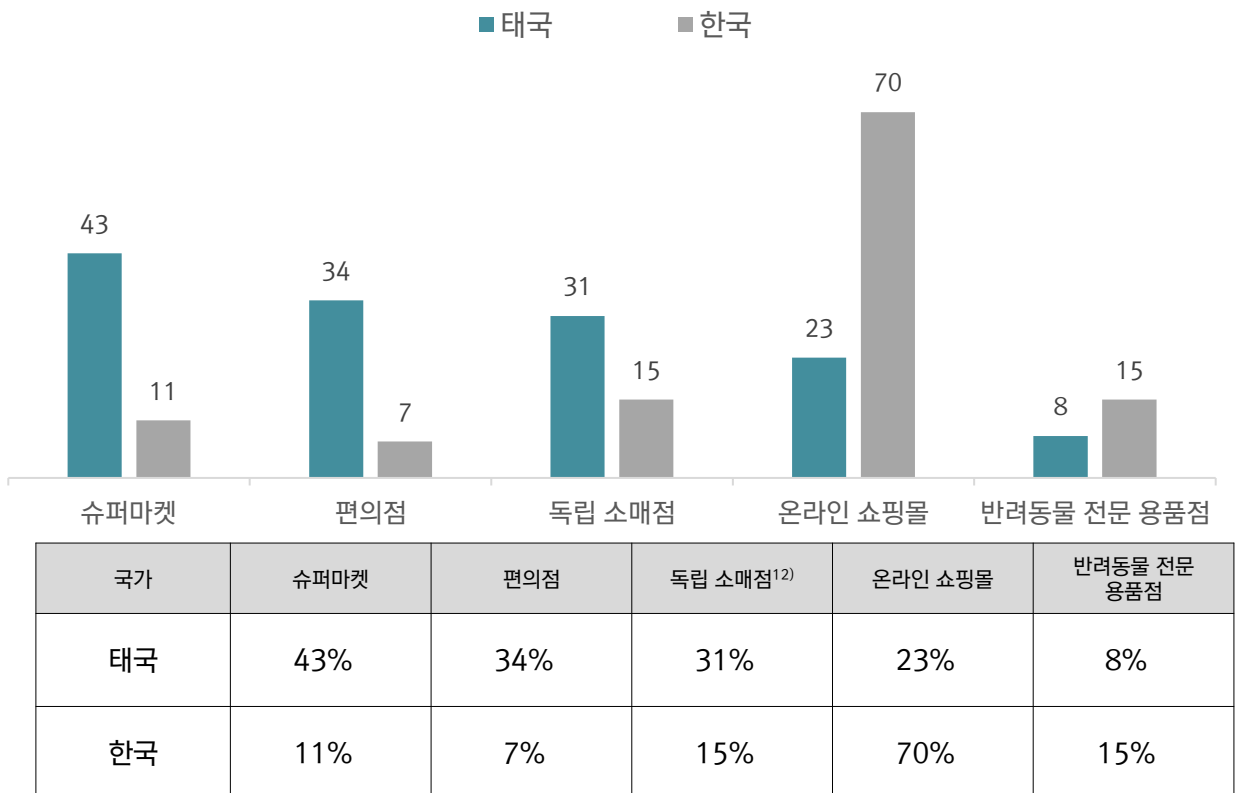
태국 반려동물 식품 주요 유통 채널은 슈퍼마켓으로, 43%의 선호도를 기록함. 슈퍼마켓의 우수한 접근성을 통해 반려동물 식품을 구매하기에 매우 편리함. 일상적인 쇼핑 중에 쉽게 함께 구매할 수 있어 태국 소비자들에게 매력적으로 다가옴

■ 반려동물 전문 용품점(8%), 태국 내 가장 낮은 채널 선호도

반려동물 전문 용품점의 채널 선호도가 8%로 가장 낮은 이유는 온라인 쇼핑의 편리함이 커지고 있기 때문임. 소비자들은 가격 비교와 할인 혜택을 쉽게 이용할 수 있어 전문 용품점 대신 온라인을 선택하는 경향이 있음. 태국에서 온라인 채널은 23%로 비교적 높은 편에 속함

태국 반려동물 식품 유통채널 점유율(2023년)¹⁰⁾¹¹⁾

단위 : %



출처 : TGM Research

9) 신청기업이 희망하는 유통 채널을 1개만 선택하여, 유통 채널의 점유율과 인터뷰 내용을 바탕으로 적합한 유통 채널을 선택해서 조사함

10) 해당 장에서 '반려견 간식' 품목에 대한 유통채널 확인이 불가하여, 제품을 포함하는 카테고리인 '반려동물 식품' 유통채널의 정보를 확인함

11) 해당 설문은 복수 응답 방식으로 진행되어 전체 합계가 100%를 초과하여 집계됨

12) 독립 소매점 : 개인이나 소규모 사업자가 운영하는 상점

1. 하이퍼마켓/슈퍼마켓

① 탑스(Tops)

■ 기본 정보

항목	내용			
매장명	탑스(Tops)	유형	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
홈페이지	www.tops.co.th	진출지역	전역	
규모	(23년 기준) 매출액 1,990만 달러 / (23년 기준) 매장수 235개			
요약정보	- Tops 슈퍼마켓은 고급 식료품과 수입 제품 위주로 판매함 - 중상층 대상, 신선한 식품과 고품질 서비스 제공함 - 태국 전역에서 편리하게 쇼핑할 수 있는 프리미엄 슈퍼마켓임			

■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 식품, 목줄 및 하네스, 미용용품 등
선호 제품	인기 브랜드 제품, 가격 경쟁력 있는 제품
매장 전경	 

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(*) 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 내 문의사항 기입(www.tops.co.th/en/contact) - 문의사항에 대한 답변 회신 후 등록 절차 진행 - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) (*) 문의사항 연락처 - [Tel] +66-2831-7300, +66-2-660-1000(본사) - [Email] topsonlinecs@tops.co.th

출처 : 해당 기업 홈페이지 / 해당 국가 기업 정보 제공 사이트

② 빅씨(Big C)

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	빅씨(Big C)	유형	하이퍼마켓/슈퍼마켓
홈페이지	www.bigc.co.th	진출지역	전역
규모	(23년 기준) 매출액 3억 940만 달러 / (23년 기준) 매장수 155개		
요약정보	- Big C는 소비재, 식품, 생활용품을 제공하는 하이퍼마켓 - BIG C 온라인도 운영함. 소비자는 BIG C 온라인을 통해 24시간 언제든지 쇼핑 가능하며, 다음 날 무료 배송 또는 매장에서 픽업 선택할 수 있음 - 안전한 결제 시스템과 품질 보증, 고객 서비스도 제공하여 만족도를 높임		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 식품, 의류 및 액세서리, 미용용품 등
선호 제품	기존 플랫폼에 없는 신제품
매장 전경	 

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(*) 홈페이지 및 전화를 통한 입점 문의 - 홈페이지 내 문의사항 기입(corporate.bigc.co.th/contact) - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) (*) 문의사항 연락처 - [Tel] +66-2-146-5959(본사) - [Fax] +66-2-650-0666 - [Email] sgm.tiwanon@bigc.co.th

2. 온라인쇼핑몰

③ 라자다(Lazada)

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	라자다(Lazada)	유형	온라인 쇼핑몰
홈페이지	www.lazada.co.th		
규모	(23년 기준) 매출액 214억 7천만 바트		
요약정보	- 2012년 설립되어 인도네시아, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남 6개국에 진출한 동남아시아 최대 전자상거래 플랫폼 - 2016년 Alibaba 그룹과 협력하여 최고의 기술 인프라 보유 - 동남아시아 17개 도시에 자체 물류센터를 보유하여 빠른 공급망을 갖춘		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 식품, 장난감, 의류 및 액세서리 등
선호 제품	가격 경쟁력이 높은 제품, 공급이 원활한 제품
주요 프로모션 정보	 신규고객 할인 이벤트, 바우처 제공 등 다양한 프로모션 진행

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(*) 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 상단 'Sell on Lazada' 클릭 후, 'LAZGLOBAL' 선택하여 계정 생성 - 입점 절차는 크게 계정 생성, 제품 등록, 제품관리 포탈 가입으로 진행됨 - 공급업체 지침 확인(Lazada.com/suppliers-code-of-conduct) - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (공급업체명, 연락처, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 은행 계좌번호 등) ② 공급 제품 정보 (물류창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등) (*) 문의사항 및 연락처 - 다음 웹주소에서 셀러 관련 컨택 세부사항 확인 가능 (sellercenter.lazada.th/seller/helpcenter/contact)

온라인몰 UI

①

온라인몰 UI

1. 다언어 지원

태국어와 영어 두 가지 언어를 지원하여 접근성을 높임

2. 신규 고객 혜택

새로 가입한 고객에게 할인 바우처 등의 혜택 제공

3. 프로모션 정보

구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 검색 시 추천 키워드 제공



4. LazAffiliates

'LazAffiliates' 프로그램을 운영하여 인플루언서와의 마케팅 등을 통해 제품 홍보를 쉽게 만들어줌

5. 깜짝 세일 혜택

단기간에만 이루어지는 세일 혜택 적용 상품을 홈페이지 메인에 소개

카테고리를 통해 상황과 트렌드에 맞는 제품 소개

온라인몰 UI

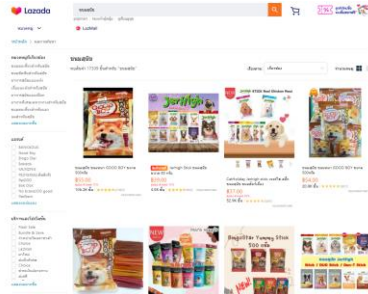
②

라자다(Lazada) - 제품 구매 페이지

'반려견 간식' 제품 검색 결과

'반려견 간식' 검색결과 노출

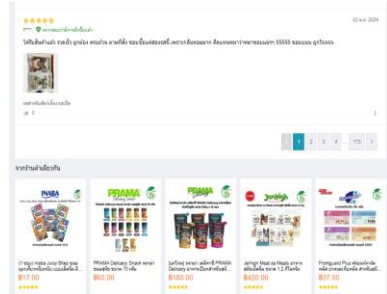
연관 카테고리, 브랜드 분류 기능 제공



'반려견 간식' 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



품목별, 가격별, 브랜드 별로 검색 가능

④ 쇼피(Shopee)

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	쇼피(Shopee)	유형	온라인 쇼핑몰
홈페이지	www.shopee.co.th		
규모	(23년 기준) 매출액 294억 8천만 바트		
요약정보	- 동남아시아와 대만의 대표적인 온라인 쇼핑 플랫폼 - 낮은 판매 수수료와 무료배송 조건을 제공하는 등 판매자와 소비자를 모두 공략하여 동남아의 강력한 온라인 쇼핑몰로 등극함 - 아마존에 비해 다양한 가공식품 브랜드가 입점되어 있음		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 식품, 화장실, 의류 및 액세서리 등
선호 제품	수요가 많은 인기 제품, 유통이 까다롭지 않은 제품
주요 프로모션 정보	 시즌별 할인, 라이브 방송 할인 이벤트, 카테고리별 할인 이벤트 등 다양한 프로모션 진행

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(*) 홈페이지를 통한 입점 신청 - ‘쇼피코리아’ 홈페이지를 통한 등록으로 태국 마켓 입점 가능(shopee.kr) - 상단의 ‘입점 신청하기’ 클릭 - 등록 시 필요한 정보 ① 공급 담당자 정보(담당자 이름, 연락처, 이메일, 사업자등록번호) ② 사업자등록번호 (*) 문의사항 연락처 및 참고 사항 - 쇼피코리아 헬프센터를 통한 문의(help.shopeekorea.co.kr) - ‘쇼피 코리아’ 홈페이지에서 입점 절차에 대한 세부 사항을 확인할 수 있음 - 첫입점마켓은 싱가포르¹³⁾로 설정되며, 브랜드상품 1개 이상 등록 시 태국을 포함한 7개국 마켓이 자동으로 열림 - 한국 판매자는 기본 통화 및 환율, 마켓별 마진, 수수료 등의 초기 설정이 필요함

출처 : 해당 기업 홈페이지 / 해당 국가 기업 정보 제공 사이트

13) 쇼피 본사가 싱가포르에 위치해 있어 첫 번째 입점 시장은 필수적으로 싱가포르가 됨

온라인몰 UI

①

온라인몰 UI

1. 인기 상품 게재

방문자들이 가장 많이 찾고, 구매한 상품과 카테고리 표시

2. 후불제 시스템

신용카드를 이용한 선불제 시스템과 더불어 물품을 받은 후 현금을 지불하는 시스템(COD) 존재

3. 국제배송

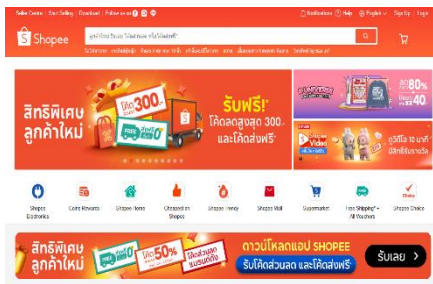
태국 전역과 더불어 아세안 에 속한 일부 국가들에게 배송 가능

4. 모바일 서비스

소피 어플과 SNS를 통한 제품, 프로모션 공유 및 판매자 팔로우 기능 제공

5. 구매 내역

구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품 제공



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
영문 사이트 전환 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI

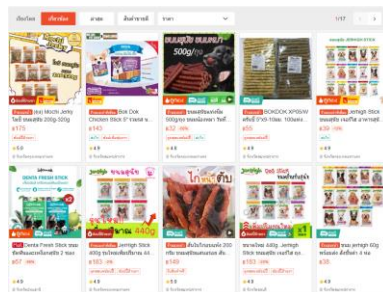
②

소피(Shopee) - 제품 구매 페이지

‘반려견 간식’ 제품 검색 결과

‘반려견 간식’ 검색결과 노출

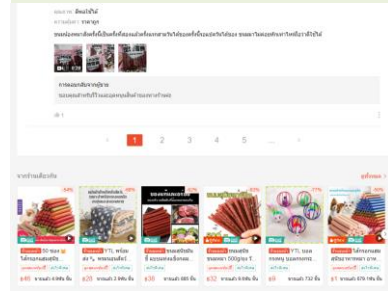
브랜드, 가격, 종류별로 세분화 분류 기능 제공



‘반려견 간식’ 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



품목별, 브랜드별, 배송시간별로 검색 가능
인기제품, 최신제품, 가격대별로 제품 정렬 가능

3. 반려동물 전문 용품점

⑤ 펫 러버스 센터(Pet Lovers Centre)

■ 기본 정보

항목	내용		
매장명	펫 러버스 센터 (Pet Lovers Centre)	유형	반려동물 전문 용품점
홈페이지	www.petloverscentre.co.th	진출지역	전역
규모	(23년 기준) 매장수 22개		
요약정보	- 싱가포르를 본사로 두고 있는 반려동물 식료품 및 제품 소매업체 기업 - 1980년 자체 반려동물 액세서리 브랜드 'Trustie'를 출시했으며, 1996년 반려동물 사료 브랜드 'Burp'를 출시함 - 반려동물 잡지 브랜드 'Petlovers Magazine'을 발행하고 있음		



■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 식품, 목줄 및 하네스, 훈련용품, 미용용품 등
선호 제품	브랜드 신뢰성과 인증으로 대중성있는 제품
매장 전경	 

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(*) 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 하단의 Customer Care 카테고리 하단 메뉴 Contact Us 클릭 - 홈페이지 우측 Submit a request 클릭 - Customer Service & General Enquiry 선택 - 회신 받을 이메일 주소, 제목, 내용 입력 - 등록시 필요한 일반 정보 ① 공급자 정보(회사명, 주소, 연락처, 사업자등록증, 생산증명서 등) ② 제품 정보(제품 이름, 제품 카테고리, 판매 가격, 기획 및 계획, FDA 증명서 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) (*) 문의사항 및 연락처 - [Line] @plcthailand

출처 : 해당 기업 홈페이지 / 해당 국가 기업 정보 제공 사이트

⑥ 펫클럽(Pet Club)

■ 기본 정보

항목	내용			
매장명	펫클럽(Pet Club)	유형	반려동물 전문 용품점	
홈페이지	www.petclub.co.th	진출지역	전역	
규모	(24년 기준) 매장수 20개			
요약정보	- 2009년에 설립된 해피 펫 동물 병원으로 시작, 다양한 반려동물 서비스를 제공함 - 현재 3개 브랜드로 20개 이상 지점 운영 중, 온라인 채널을 통해 24시간 쇼핑 가능함 - 종합 반려동물 서비스 센터로 성장 중이며 파트너와 함께 지점 확장 중임			

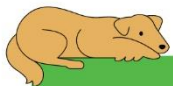
■ 매장 정보

항목	내용
입점 가능 품목	반려동물 식품, 보충제, 하우스, 청소용품, 미용용품 등
선호 제품	수요도 높은 제품, 검증된 브랜드 제품
매장 전경	 

■ 입점 정보

항목	내용
파트너 등록 및 벤더 정보	(*) 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 상단의 Contact us 카테고리 하단 메뉴 All PETClub branches 선택 (https://www.petclub.co.th/contactus) - 기재된 양식 채우기 ① 이름, 이메일, 전화번호, 메세지 - Send a message 클릭 (*) 문의사항 및 연락처 - [E-mail]info@PETClub.co.th - 홈페이지 확인 필요 지점별로 전화번호 상이

출처 : 해당 기업 홈페이지 / 해당 국가 기업 정보 제공 사이트



V. 진입장벽

※ 태국 반려동물 사료 법제도 및 규제 현황

1. 태국 반려동물 사료 등록 제도
2. 태국 반려동물 사료 제품 규격
3. 태국 반려동물 사료 제품 라벨링
4. 태국 반려동물 사료 품질 인증



진입장벽

※ 태국 반려동물 사료 법제도 및 규제 현황

■ 태국, 반려동물 사료를 정의하고 관리하는 별도 법령 수립 無

태국은 반려동물 사료¹⁴⁾와 직접 연관되는 법제도가 정비되지 않은 상태이며, 일반 가축용 사료 규정에 의해 관리 및 운영되고 있음

■ 태국 동물 사료 규제와 업계 지원 체계

DLD(태국 농축산부)는 태국 내 반려동물을 포함한 동물 사료의 제조, 수입, 유통 과정을 규제하고 감독하여 제품이 안전하고 위생적인 상태를 유지하도록 함. TPFA(태국 반려동물 사료협회)는 민간 협회로서 업계가 이러한 규제와 법령을 충실히 따르도록 도와주는 역할을 수행하고 있음

연관 법령 및 제도 현황¹⁵⁾

구분	일반 사료	반려동물 사료
품목 법령	○ (ANIMAL FEED QUALITY CONTROL ACT B.E. 2558)	X
제품 등록	○ (Nor Sor. 4 form 등의 서류 제출)	X
제품 규격	○ (DLD 품질 기준)	X
제품 라벨링	○ (TFDA, DLD 라벨링 규제)	X
공장 등록	X	X
기타사항	X	X

출처 : 각 정부부처 및 관련 기구

14) 일반 사료는 가금류(Poultry), 유우 및 육우(Dairy and beef cattle), 돼지(Swine) 등의 사료이며 반려동물 사료는 반려견, 반려묘의 사료임

15) 반려동물 사료 법제도 및 규제가 있는 경우 해당 규제를 따르며, 없는 경우 일반 사료 법제도 및 규제를 따름

■ 반려동물 사료 수출 단계별 주요 준비사항

반려동물 간식 HS-CODE
2309.10
반려견이나 반려묘용 식품 (소매용으로 한정한다)

- ① 제품등록 : 태국에서는 동물 사료 제품의 등록이 필수이며, DLD(농축산부)의 가이드라인에 따라 제품이 평가 및 승인됨. 수입자는 일반 수입 허가 요건 충족 및 제품 등록 절차를 완료한 후, 동물 사료 제품 수입이 가능함
- ② 시설감사 : 현재 심각한 질병 오염에 취약한 것으로 간주되는 제품에 대해 수출국에 위치한 공장/시설 감사를 요구할 수 있음. 수입업체/수출업체는 감사 기간 동안 발생한 모든 비용을 책임져야 함
- ③ 수입 신고 : 태국 세관국에서 서류와 제품 검사를 실시함. 관세 및 세금 납부 후 최종 통관 승인이 이루어지며, 수출이 완료됨

통관 및 검역 절차



1. 태국 반려동물 사료 등록 제도

■ 수입을 위한 허가 제도

동물 사료나 사료 성분을 수입하려는 수입자는 일반 수입 허가를 신청해야 함. 단일 허가로 광범위한 제품을 포괄할 수 있으며 등록된 회사만이 태국에서 동물 사료와 사료 성분을 수입하고 판매할 수 있음. 신청서 제출부터 시작하여 제품 등록에 필요한 대략적인 시간은 약 1개월이 소요됨

일반 수입 허가증 (General License for Importation)

항목	내용		
제도 목적	태국 사료 수출을 위한 수입 허가증		(-)
대상 품목	동물 사료		
취득 대상	수입업체	제도 성격	필수
비용	· 허가증 당 10,000바트 (약 300달러)의 수수료		
소요 및 유효 기간	· 소요기간 : 약 1개월 / 유효 기간 : 발급일로부터 1년		
준비 서류	① 작성된 동물사료 수입 허가 신청서 ② 기업 소유권 문서 사본(법인설립증명서) ③ 신청인의 신분증 사본 ④ 거주 증명서 사본 ⑤ 신청자가 회사의 법적 대표자인 경우, 6개월 이상 유효한 회사설립증서 사본 ⑥ 신청자가 동물사료의 원료 수입 요청 시, 공중보건법에 규정된 영업허가증 사본 ⑦ VAT 등록 사본 또는 허가 사본 ⑧ 신청자가 외국인 거주자인 경우, 취업 허가증 사본		
담당 기관	· 태국 농축산부(DLD) : 66 2 205 5106		

출처 : 태국 농축산부(www.dld.go.th)

2. 태국 반려동물 사료 제품 규격

■ DLD 동물 사료 품질 요구사항

태국 내 로컬 동물사료 제품과 수입산 동물사료 제품의 성분 활용은 DLD가 정한 제품 품질 기준을 충족해야 함. 사료는 건강에 유해한 물질이 포함되지 않아야 하며, 특정 질병 위험이 있는 성분은 엄격하게 규제됨

동물사료의 표준 또는 품질(중량의 백분율)

단위 : %

동물 사료 성분	단백질 최소 %	지방 최소 %	지방 최대 %	폐기물 최대 %	수분 최대 %	섬유질 최대 %	염분 최대 %	펩신 소화율 최소 %(단백질)
DDGS 밀가루	24	-	-	12	12.5	-	-	-
옥수수 단백질 또는 옥수수 글루텐	55	-	-	4	12	-	-	-
대두 밀가루	42	-	7	8	13	8	-	-
땅콩 밀가루	42	-	10	8	12	13	-	-
어분 밀가루 1등급	60	-	-	2	10	26	3	-
어분 밀가루 2등급	55	-	-	2	10	28	3	-
어분 밀가루 3등급	50	-	-	2	10	30	3	-
미강	12	15	-	8	11	10	-	-
굵은 미강	15	2	-	28	11	18	-	-
미강유	14.5	-	3	15	13	14	-	-
옥수수 가루 1등급	8	2	-	3	13	2	-	-
옥수수 가루 2등급	7.5	2	-	3	13	2	-	-
옥수수 씨 1등급	8	2	-	3	14.5	2	-	-
옥수수 씨 2등급	7.5	2	-	3	14.5	2	-	-
생선 및 생선 뼈 가루	40	-	18	2	10	33	3	-
볶은 콩	36	15	-	7	11	6	-	-
가금류 양모 가루	80	-	5	1.5	11	4	-	70***
육류 가루*	54	-	15	4	10	29	-	82
육류 가루 지방 추출**	60	-	5	4	10	29	-	82
육류 및 뼈 가루(단백질 50%)*, **	50	-	15	4	10	32	-	82
육류 및 뼈 가루(단백질 45%)*, **	45	-	15	4	10	35	-	82
가금류 육분**	55	-	15	4	10	25	-	82
가금류 부산물분**	40	-	18	4	10	30	-	82
유채 또는 카놀라분	32	-	-	13	13	-	-	-
해바라기분	27	-	-	30	12.5	-	-	-

* 칼슘 최소 7%, 인산염 최소 3%

** 항산화제 최대 0.05중량

*** 효소 사용 시, 가공 시 펩신 소화율 비율 최소 60% 단백질

출처 : 태국 농축산부(www.dld.go.th)

3. 태국 반려동물 사료 제품 라벨링

■ 반려동물 사료에 대한 라벨 규정 보유

태국의 반려동물 사료 라벨링 규정은 태국 농축산부(DLD : Department of Livestock Development)와 식품의약품국(TFDA : Thailand Food and Drug Administration)에 의해 관리됨. 태국에서 유통되는 모든 제품은 태국어로 라벨이 부착 되어야 하며, 수입 제품의 경우 태국어 라벨을 부착한 후에만 유통이 가능함

반려동물 사료 제품 라벨링 규정

항목	내용	
명칭	반려동물 사료 라벨 최소 포함 사항	
라벨 표기사항	1) 제품명	• 패키지의 주요 면에 표기
	2) 제조업체 및 수입업체	• 제조업체 및 수입업체의 이름과 주소
	3) 유통업체	• 유통업체의 이름과 주소
	4) 섭식 동물명	• 섭식 대상 동물명을 태국어와 영어로 각각 표기
	5) 순 중량	• Kg 단위로 표기
	6) 영양성분	• 단백질, 지방, 식이섬유, 수분에 대한 비중 표기
	7) 원료	• 제조 시 사용된 원료 비중을 내림차순으로 표기
	8) 제조일자 및 유통기한	• 제조일자는 일(day), 월(month), 년(year) 형식으로 표기 • 유통기한은 일(day), 월(month), 년(year) 형식으로 표기하거나 제조 후 개월 수로 표기
	9) 섭식 방법	• 섭취법에 대한 정보 표기
	10) 의무사항	• 수입품일 경우 '표기사항'을 태국어로 명시

출처 : 태국 식품의약품국(<https://en.fda.moph.go.th>)

4. 태국 반려동물 사료 품질 인증

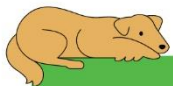
■ HACCP 인증

반려동물 사료 등록 시 추가적으로 품질 관련한 증빙을 위해서는 HACCP을 획득하는 것을 권장함. 해당 인증은 식품의약품안전처의 위임을 받은 한국식품안전관리인증원에서 획득할 수 있음. 보통 일반 HACCP 인증의 경우 6개월~1년 정도 소요가 되며, 소규모 HACCP은 3~5개월 소요됨

HACCP 인증

항목	내용		
명칭	HACCP		
구분	식품안전관리 인증기준		
제도 목적	식품의 원재료부터 제조, 가공, 유통, 조리단계까지의 모든 과정에서 발생할 수 있는 위해요소를 과학적으로 분석하고 관리		
대상 품목	식품 및 축산물		
신청 URL	fresh.haccp.or.kr		
취득 대상	축산물 및 가공식품 제조업체	제도 성격	선택
준비 자료	① 신청서 ② 식품안전관리인증 계획서 ③ 영업등록증 사본 ④ 사업자등록증		
수수료(기간)	(수수료) 식품영업자의 경우 인증·연장 신청수수료 유형(품목)별 : 20만원 축산물영업자는 인증·연장 심사수수료 업종별·규모별 : 34만~90만원 (기간) 일반 HACCP인증 : 6개월~1년 소규모 HACCP인증 : 3개월~5개월		
담당 기관	한국식품안전관리인증원		

출처 : 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)



시장분석형

2024 반려동물 연관산업 맞춤형 정보조사

VI. 전문가 인터뷰

1. 그로우 펫 샵(Grow Pet Shop)
2. 디덴 펫마트(Deeden Pet Mart)
3. 탑스(Tops)



Interview ①



그로우 펫 샵(Grow Pet Shop)

그로우 펫 샵
Grow Pet Shop

유형 : 유통업체

업체 특징 :

반려동물 용품 및 반려동물
식품을 전문적으로 취급하는
유통업체

담당자 정보 :

Store Manager

Q1. 태국 시장에서 반려견 간식 제품의 수요는 어떠한가요?

태국에서는 반려동물을 가족같이 여기는 소비자들이 증가하고 있습니다. 이는 반려동물에게 더 많은 관심과 영양을 제공하는 행동 변화로 이어졌고, 반려견의 건강을 보장하기 위해 프리미엄 반려견 식품에 더 많은 비용을 지불하는 경향이 있습니다. 따라서 반려견 사료의 장점을 인식하고 반려견의 건강을 위해 투자하려는 의지가 늘어나면서, 반려견 사료 및 간식의 시장 가치가 지속적으로 성장하고 있습니다.

Q2. 태국 시장에서 인기 있는 반려견 간식 제품과 그 특징은 무엇인가요?

저희 매장에서 가장 많이 팔리는 브랜드는 저하이(JERHIGH)의 ‘피드 미 워 러브(Feed me with Love)’로, 다양한 종류와 맛이 있으며, 가격과 프로모션이 좋아 매장에서 가장 인기 있는 브랜드입니다. 그리고 다음과 같은 특징이 있습니다. 에너지는 체력증진과 기분 좋음, 단백질은 근육 발달 및 조직 회복, 비타민 B3는 뼈와 치아 강화, 비타민 B1은 신진대사 촉진, 비타민 B1, B2, B6, B12는 뇌 기능에 필요합니다.

고객사 제품 정보

소비자
가격 6,000원
(출시예정,
약 147.24바트)

중량 20g(예정)

포장
형태 비닐 파우치/
폴리에틸렌(예정)

마케팅
슬로건 육류가 안들어간
저알러지 간식

Q3. 태국 시장에서 한국 반려견 간식 제품에 대한 인식은 어떠한가요?

태국 매장에서 수입 반려견 간식을 자주 보지 못했습니다. 특히 빵 형태의 간식은 보관이 어려워 오래 두기 힘들고, 가격도 높을 것으로 예상됩니다. 태국산 반려견 간식은 10바트(약 408원)부터 시작하는데, 수입 제품은 이보다 비쌀 가능성이 큼니다. 또한, 동결건조 방식으로 만든 간식은 유통기한 문제가 있을 수 있습니다. 이러한 이유로 한국을 포함한 수입산 제품에 대해 우려가 많습니다.

Q4. 고객사의 제품 수출 시 어느 유통 채널에 주목해야 하나요?

저하이(JERHIGH) 브랜드는 태국에서 마케팅이 잘 되어 있어, 국내외로 유통됩니다. 현대식 유통망인 방콕 및 다른 지역의 로터스(Lotus 's), 탑스(Top 's), 빅씨(Big C), 세븐일레븐(Seveneleven) 등에서도 유통됩니다. 온라인 쇼핑몰 중에서는 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada) 등에서 쇼핑 가능하며, 방콕 및 다른 지역의 주요 반려동물 식품 매장에서도 판매되고 있습니다. 소셜 커머스로는 페이스북(Facebook), 라인(Line), 틱톡(Tiktok) 등을 통해서도 제품이 유통되고 있습니다.

Q5. 태국에서 인기 있는 반려견 간식 제품의 패키징은 무엇이고 자사 제품을 어필할 수 있는 효과적인 패키징과 홍보문구는 무엇일까요?

저하이(JERHIGH) 브랜드는 50~60g의 가벼운 재활용 플라스틱 포장으로 제공되며, 가격은 약 60바트(약 2,445원)로 경제적입니다. ‘매 끼니를 좋은 것들로 가득 채우자’라는 슬로건 아래, 새로운 제조법과 다양한 제품 선택지를 강조하며 홍보하고 있습니다. 또한, 스틱 베드타임(Stick Bedtime)과 스틱 모닝타임(Stick Morning Time)과 같은 혁신적인 제품을 지속 개발하며 합리적인 가격을 부각시켜 제품 인지도를 높이고 있습니다.

Q6. 태국에서 효과적인 제품 홍보 방법 및 루트는 무엇인가요? 구체적으로 키워드, 슬로건, 광고 채널과 성공 사례를 포함하여 말씀해 주세요.

태국에서 제품을 새롭게 홍보할 때는 온라인 쇼핑몰을 먼저 활용하여 시장을 테스트하고, 점차적으로 다른 영역에서의 판매 촉진을 조정하는 것이 좋습니다. 현재 태국에서는 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)와 같은 온라인 쇼핑몰이 인기 있는 쇼핑처로, 할인 및 무료 배송 프로모션이 고객을 끌어들이습니다. 성공한 브랜드 사례로 저하이(JERHIGH)는 ‘실제 고기를 사용한 간식’이라는 구체적인 슬로건을 적용하고, 쇼피(Shopee) 및 라자다(Lazada)에서의 프로모션 등 끊임없이 온라인 행사를 통해 특별 할인 혜택을 제공합니다.

Q7. 태국으로 반려견 간식 제품을 수출할 때 주의사항이나 필수적인 인증 사항이 있나요?

동물 사료를 수입하려면, 유해 물질, 세균, 오염 물질이 없음을 증명하는 건강 증명서가 필요합니다. 또한, 제품 라벨에는 제품명, 원재료, 사용 방법, 생산 및 유통 기한, 수입자 및 제조사 정보가 명시되어야 하며, 태국에서 판매되는 제품은 태국어로 이러한 정보를 제공해야 합니다. 마지막으로, 필수는 아니지만 제품이 안전하고 기준에 부합함을 인증하는 GMP(우수 제조 기준) 인증이 권장됩니다.

Q8. 태국에서 육류가 들어가지 않은 저알러지 반려동물 간식(고기가 들어있지 않은 간식)에 대한 인지도가 어떤가요?

일반적으로 판매점에서는 반려견 간식보다 사료를 더 많이 취급합니다. 그러나 최근 반려동물 주인들이 반려동물의 건강에 더욱 신경 쓰면서, 알레르기를 유발하는 음식이나 간식에 대한 인식이 높아지고 있습니다. 이에 따라 판매점에서는 야채나 다른 단백질로 만든 간식 등 알레르기 대체 식품을 함께 제공하고 있습니다.

Interview ②



디덴 펫마트(Deeden Pet Mart)

디덴 펫마트 (Deeden Pet Mart)

유형 : 유통업체

업체 특징 :

반려동물 용품 및 반려동물
식품을 전문적으로 취급
하는 유통업체

담당자 정보 :

Sales Representative

Q1. 태국 시장에서 반려견 간식 제품의 수요는 어떠한가요?

태국 시장에서 반려견 간식 제품의 수요는 점차 늘어나고 있습니다. 이는 반려견을 가족처럼 대하며, 활동 보상으로 간식을 주려는 경향 때문입니다. 일반적으로 고객이 반려견 사료나 기타 용품을 사러 오면 간식도 구매하는 경우가 많습니다. 이는 간식 수요가 기본 사료 만큼이나 높다는 것을 의미합니다.

Q2. 태국 시장에서 인기 있는 반려견 간식 제품과 그 특징은 무엇인가요?

태국에서 인기 있는 반려견 간식은 대체로 저하이(JERHIGH), 페디그리 슈마코스(Pedigree SCHMACKOS), 도그스터 플레이 믹스 프리즈 드라이드(Dogster Play Mix Freeze Dried)와 같은 브랜드들입니다. 이런 제품들은 주로 고기 스틱 형태로 다양한 맛을 강조하며, 동결 건조 제품의 경우 여러 가지 영양소를 강조합니다. 고객들은 반려동물의 선호에 따라 제품을 선택하는 경향이 있습니다.

고객사 제품 정보

소비자
가격 6,000원
(출시예정,
약 147.24바트)

중량 20g(예정)

포장
형태 비닐 파우치/
폴리에틸렌(예정)

마케팅
슬로건 육류가 안들어간
저알러지 간식

Q3. 태국 시장에서 한국 반려견 간식 제품에 대한 인식은 어떠한가요?

한국산 반려견 간식 제품은 고품질의 이미지로 평가받지만, 가격 경쟁력에서는 태국산 제품들과 비교했을 때 다소 어려움을 겪을 수 있습니다. 일반적으로 수입 제품은 제품 표준과 성분 면에서 신뢰성이 높다고 인식되지만, 가격 측면에서 일반 매장에서 판매하기엔 부담스럽습니다. 따라서 구매력이 있는 고객층을 위한 상점이나 쇼핑몰에서 판매할 필요가 있습니다.

Q4. 고객사의 제품 수출 시 어느 유통 채널에 주목해야 하나요?

초기에는 백화점이나 대형 반려동물 사료점, 예를 들어 펫 클럽(Pet Club)이나 도그 카페(Dog Cafe)와 같이 고객의 구매력이 높은 곳을 통한 유통이 추천됩니다. 또 다른 채널로 페이스북(Facebook), 틱톡(TikTok)과 같은 온라인 플랫폼을 통한 판매는 많은 반려동물 주인들을 대상으로 한 판매에 적합합니다.

Q5. 태국에서 인기 있는 반려견 간식 제품의 패키징은 무엇이고 자사 제품을 어필할 수 있는 효과적인 패키징과 홍보문구는 무엇일까요?

대부분 제품이 보이는 포장을 사용하여 맛있어 보이도록 하며, 주재료의 이미지를 패키지 전면에 삽입해 성분을 명확히 확인 할 수 있도록 디자인 합니다. 신선하고 보관이 쉬운 포장, 특히 여러 번 개봉할 수 있는 지퍼백 포장을 선호합니다. 고객을 끌어들이는 데 있어 제품의 명확한 영양 정보와 차별화된 판매 포인트는 신뢰감을 주기 때문에 중요한 포인트입니다.

Q6. 태국에서 효과적인 제품 홍보 방법 및 루트는 무엇인가요? 구체적으로 키워드, 슬로건, 광고 채널과 성공 사례를 포함하여 말씀해 주세요.

온라인 프로모션은 제품 판매에 효과적일 것입니다. 반려견을 위한 유익한 간식에 대한 콘텐츠를 만들고, 타겟 그룹을 위한 광고 캠페인을 직접 진행하며, 고객에게 샘플을 제공하거나 초기 단계에서 구매를 자극할 프로모션 실시가 필요합니다. 초기 브랜드 인지를 높이고 신뢰성을 강조하며 고객 참여를 유도하면 판매 기회가 증가할 것입니다.

Q7. 태국으로 반려견 간식 제품을 수출할 때 주의사항이나 필수적인 인증 사항이 있나요?

수출시 필요한 서류는 포장 목록, 원산지 증명서, 건강 증명서, 분석증명서, 제조법증명서, 자유판매증명서 등이 있습니다. 자세한 정보는 온라인에서 확인 가능하며 관련 링크를 공유해 드리도록 하겠습니다. 링크를 참고하세요.
https://afvc.dld.go.th/webnew/images/Manual/9_mu-register-feed.pdf

Q8. 태국에서 육류가 들어가지 않은 저알러지 반려동물 간식(고기가 들어있지 않은 간식)에 대한 인지도가 어떤가요?

현재 태국에서는 저알러지 간식에 대한 인지도가 많지 않지만 종종 반려견에게 건강 문제가 있는 경우 집에서 반려견의 증상을 관찰한 뒤 관련 제품에 대해 묻는 고객이 있습니다. 이런 고객이 증가하는 추세로 보이며 사료를 살 때도 특정 건강 문제가 있는 반려동물 주인의 경우 이에 적합한 사료를 선택하고 있습니다.

Interview ③



탑스(Tops)

탑스 (Tops)

유형 : 유통업체

업체 특징 :

태국의 주요 슈퍼마켓 체인으로 식품, 생활용품 등 다양한 수입 및 현지 브랜드 제품을 취급함

담당자 정보 :

Sales Manager

Q1. 태국 시장에서 반려견 간식 제품의 수요는 어떠한가요?

태국의 반려견 간식 시장은 프리미엄 반려동물 제품 시장의 확장과 함께 빠르게 성장하고 있습니다. 반려동물 주인들은 안전하고 자연적인 고품질 간식에 더 많이 지출할 의향이 있으며, 유기농 재료로 만들어지거나 식이 알레르기가 있는 반려견을 위한 특별한 조제법을 가진 간식을 선호합니다. 반려견 주인들은 반려견의 건강을 더욱 신경 쓰며, 높은 단백질 함량과 무첨가물을 특징으로 하는 질 좋은 간식과 음식을 선택해 반려견의 건강을 증진시키고자 합니다.

Q2. 태국 시장에서 인기 있는 반려견 간식 제품과 그 특징은 무엇인가요?

반려동물 간식의 경우 태국에서 인기 있는 형태는 아마도 시종의 많은 브랜드에서 판매하는 일반적인 스틱일 것입니다. 고객에게 가깝고 현재 많은 지점을 둔 브랜드로 베이크 앤 본(BAKE N BONE)이라는 브랜드가 있습니다. 반려견과 반려묘를 위한 빵이나 케이크를 만드는 데 중점을 둔 새로운 브랜드입니다. 이 브랜드는 마카롱 빵처럼 생긴 도카룬(Dokkaroon) 형태의 간식과 그 외 다른 많은 형태의 제품을 판매하고 있습니다.

고객사 제품 정보

소비자
가격 6,000원
(출시예정,
약 147.24바트)

중량 20g(예정)

포장
형태 비닐 파우치/
폴리에틸렌(예정)

마케팅
슬로건 육류가 안들어간
저알러지 간식

Q3. 태국 시장에서 한국 반려견 간식 제품에 대한 인식은 어떠한가요?

한국산 반려견 간식은 품질, 안전성, 다양성 면에서 태국 시장에서 잘 알려져 있습니다. 스마트한 마케팅과 프리미엄 반려견 주인의 요구에 초점을 맞추면 이러한 제품은 태국 시장에서도 계속 성장할 가능성이 높습니다. 한국식 간식을 좋아하는 고객도 있지만, 여전히 프리미엄 제품 구매자들이나 고급 제품을 구매할 여력이 있는 소비자들에게 주로 인식되는 제품입니다.

Q4. 고객사의 제품 수출 시 어느 유통 채널에 주목해야 하나요?

일반적으로 고객들은 반려동물 사료를 주로 하이퍼마켓에서 구매합니다. 반면, 프리미엄 간식은 펫클럽(Pet Club)과 같은 반려동물 전문 용품점이나 반려동물과 함께 방문할 수 있는 대형 백화점에서 주로 판매됩니다. 또한, 하이퍼마켓과 반려동물 관련 행사에서도 이러한 프리미엄 간식의 판매가 이루어집니다.

Q5. 태국에서 인기 있는 반려견 간식 제품의 패키징은 무엇이고 자사 제품을 어필할 수 있는 효과적인 패키징과 홍보문구는 무엇일까요?

소비자들은 사용의 용이성에 중점을 둔 포장을 주로 고려합니다. 제품의 신선도, 반려동물에 대한 안전성, 그리고 보관의 용이성이 주요 고려 사항입니다. 예를 들어, 지퍼백은 열고 닫기 쉬워 스낵을 신선하게 유지할 수 있어 인기 있는 포장 형식입니다. 또한, 포일 백은 습기와 빛을 차단하여 스낵의 품질을 더 오래 유지할 수 있어 널리 사용됩니다. 효과적인 반려견 간식 홍보 문구는 반려동물과 주인 모두에게 가치와 이점을 명확하게 전달해야 하며, “윤기나는 피부와 건강한 털”이나 “빠와 치아를 강화” 등의 건강상 이점을 강조하는 문구가 소비자에게 매력적으로 다가갈 수 있습니다.

Q6. 태국에서 효과적인 제품 홍보 방법 및 루트는 무엇인가요? 구체적으로 키워드, 슬로건, 광고 채널과 성공 사례를 포함하여 말씀해 주세요.

좋은 마케팅 방법은 제품에 대한 신뢰를 쌓고 고객과의 좋은 관계를 형성하는 것입니다. 흥미로운 브랜드 스토리를 창작하고 반려동물에 대한 사랑과 배려에 중점을 둔 비즈니스 히스토리를 통해 브랜드와 고객 간의 감정적 연결을 형성할 수 있습니다. 가장 중요한 것은 시식 이벤트나 프로모션을 통한 판매 촉진입니다. 신속한 질문 답변, 제품에 대한 조언 제공, 문제의 효율적인 해결 등을 통해 우수한 고객 서비스를 제공하는 브랜드는 신뢰를 쌓고 고객에게 깊은 인상을 남길 수 있습니다. 성공적인 브랜드는 이러한 전략을 함께 사용하여 시장에서 두드러져 고객 충성도를 창출하는 데 성공할 수 있습니다.

Q7. 태국으로 반려견 간식 제품을 수출할 때 주의사항이나 필수적인 인증 사항이 있나요?

제품이 올바른 수입 허가를 받았고 관세 규정을 준수하는지 확인하여 수입 거부나 예상치 못한 관세를 피해야 하며, 반려견 간식 제품의 원활한 수출을 보장해야 합니다. 예를 들어, 제품 등록, 안전 규정 준수, 태국 라벨 규정 등을 주의 깊게 확인해야 합니다. 적절한 운송 및 보관에 대한 추가적인 주의가 필요합니다. 어떤 절차나 요건을 따르지 않을 경우, 수입 지연이 발생할 수 있습니다.

Q8. 태국에서 육류가 들어가지 않은 저알러지 반려동물 간식(고기가 들어있지 않은 간식)에 대한 인지도가 어떤가요?

반려동물 주인이 반려동물의 건강에 대해 신경을 쓰게되면서 저알러지 반려동물 간식에 대한 인지도가 증가하는 추세입니다. 특히 반려동물에게 알레르기나 소화기 문제와 같은 특정 건강 문제가 있는 경우 반려동물에게 적합한 양질의 음식을 선택하기 위해 저알러지 간식을 선택하곤 합니다.

[참고문헌]

■ 참고사이트

1. 스타티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 티지엠 리서치(TGM Research) (tgmresearch.com)
4. 라자다 태국(www.Lazada.co.th)
5. 탑스(www.tops.co.th)
6. 빅씨(www.bigg.co.th)
7. 쇼피 태국(www.shopee.co.th)
8. 펫 리버스 센터(www.petloverscentre.co.th)
9. 펫클럽(www.petclub.co.th)
10. 태국 농축산부(www.dld.go.th)
11. 태국 식품의약품국(<https://en.fda.moph.go.th>)
12. 한국식품안전관리인증원(www.haccp.or.kr)

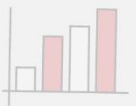


발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행일자 2024.10.11



본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다



Copyright 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea

