

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202408-20
품목 | 홍삼 삼계탕재료
(Red ginseng chicken soup ingredients)
HS CODE | 2103.90-9090
국가 | 베트남(Vietnam)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 베트남 소스 및 향신료 시장규모	06
2. 베트남 향신료 및 요리용 허브 시장규모	07
3. 베트남 홍삼 삼계탕재료 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 베트남 전통 보양식, '라우제', '오골계탕'	10
2. 베트남 내 인삼 수요 급증	11
3. 베트남 온라인 쇼핑몰 홍삼 삼계탕재료 판매 현황	12

IV. 유통채널

1. 베트남 홍삼 삼계탕재료 유통채널 점유율	16
2. 베트남 홍삼 삼계탕재료 주요 유통채널	17



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 베트남 홍삼 삼계탕재료 통관 및 검역 절차	26
2. 베트남 홍삼 삼계탕재료 품질 인증	29
3. 베트남 홍삼 삼계탕재료 라벨링	31
4. 베트남 홍삼 삼계탕재료 성분 및 유해물질	35

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 도부마트(DOVUMART)	39
2. 남안 마켓(NAM AN MARKET)	41
3. 신코리아(XINH KOREA)	43

※ 참고문헌	45
--------	----

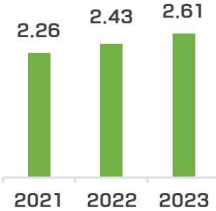


베트남 홍삼 삼계탕재료 시장

시장 현황

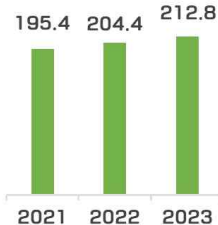
소스 및 향신료 시장규모

단위 : 십억 달러



향신료 및 요리용 허브 시장규모

단위 : 백만 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2103.90 기준)



국가별 수입규모



시장 트렌드

이슈 분석

전통 음식

‘라우제’, 염소와 한약재를 넣고 끓인 요리로 베트남 전통 보양식

시장수요

베트남 내 건강에 대한 관심 높아짐에 따라, 한방 약재 및 홍삼 등 인기

유통

한국의 인삼 및 홍삼 제품, 주로 전문 소매점, 슈퍼마켓, 홈쇼핑 등 통해 유통

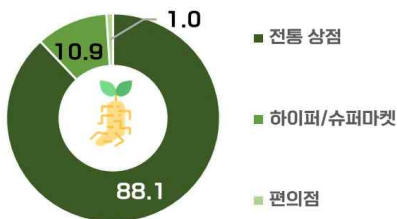
가격

베트남 온라인 쇼핑몰 판매 홍삼 삼계탕재료는 평균 79,000동 가격대 형성

*고객사의 제품은 홍삼 삼계탕재료로 관련 이슈를 분석함

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
협정 세율 0%
사전 준비
VFA 적합성 공표 등록 必
우선기업 등록 시 통관 혜택 多

필수 인증



권장 인증



유의사항

라벨 필수 표기사항
표기언어, 제품명, 제품 중량, 성분 목록, 보관 방법, 원산지, 영양성분표, GMO 식품, 유통기한

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

제품 인식 및 소비 형태 베트남 내 홍삼은 고급 건강식품으로 인식되며, 주로 사탕이나 음료 형태로 섭취하는 것이 인기임
쓴맛에 대한 선호도 베트남 노년층 소비자들은 건강상의 이점을 인식하고 있어 홍삼의 쓴맛에 대한 거부감이 적은 편임
성공적 홍보 전략 매장 내 시식 행사 및 가격 할인 프로모션과 소셜미디어를 통한 온라인 홍보를 추천함

Point 02.

삼계탕에 대한 인지도 삼계탕에 대한 인지도는 낮지만, 한국 문화에 관심 있는 소비자들 사이에서 점차 확산되고 있음
제품 가격 피드백 고객사 제품의 가격은 베트남 시장에서 프리미엄 가격대에 속하며, 현지 전통 약재와 비교했을 때 매우 비쌌음
추천 유통채널 케이마켓이나 롯데마트 같은 아시아 및 한인 마트를 중심으로 입점할 것을 권장함

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 베트남 소스 및 향신료 시장규모
2. 베트남 향신료 및 요리용 허브 시장규모
3. 베트남 홍삼 삼계탕재료 수입규모

1. 베트남 소스 및 향신료 시장규모

베트남 국가 일반 정보¹⁾

면적	33만 341km ²
인구	1억 77만 명
GDP	4,658억 달러
GDP (1인당)	4,623달러

▶ 베트남 소스 및 향신료 시장규모 3.6조 원²⁾³⁾⁴⁾

2023년 기준 베트남 소스 및 향신료 시장규모는 전년 대비 7.4% 성장한 3.6조 원에 달했으며, 최근 5년(2019-23년)간 연평균 성장률은 7.4%로 나타났다. 특히 2020년은 전년 대비 8.2% 성장하며 두드러진 성장세를 보여줌

▶ 베트남 소스 및 향신료 시장규모, 향후 5년간 7.4%씩 성장 예상

베트남 소스 및 향신료 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 7.4%씩 성장하여 2028년에는 약 5.2조 원 규모를 기록할 것으로 전망됨. 특히 조사제품과 같은 홍삼이 포함된 프리미엄 제품은 베트남 소비자들의 전반적인 구매력 개선과 노인 인구의 증가로 인해 지속적인 수요 증가가 예상됨. 현재 베트남 내 중장년층 이상에서 홍삼을 활용한 제품이 큰 인기를 끌고 있는 것으로 나타남⁵⁾

[표 2.1] 베트남 '소스 및 향신료' 시장규모⁶⁾⁷⁾

단위 : 십억 달러



분류	2019	2020	2021	2022	2023	2024(F)	2025(F)	2026(F)	2027(F)	2028(F)	CAGR ⁸⁾
소스 및 향신료	1.96	2.12	2.26	2.43	2.61	2.86	3.09	3.33	3.56	3.80	7.4%
(한화추정액)	(2.7조 원)	(2.9조 원)	(3.1조 원)	(3.4조 원)	(3.6조 원)	(3.9조 원)	(4.3조 원)	(4.6조 원)	(4.9조 원)	(5.2조 원)	

자료: 스탯시타(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지

2) 자료: 스탯시타(Statista), 'Sauces & Spices - Vietnam', 2024.09

3) 스탯시타에 따르면, '소스 및 향신료(Sauces & Spices)' 시장은 음식 준비 과정에서 사용되는 부수적인 재료들을 포함하며, 맛, 질감, 외관을 개선하는 액체 또는 반액체 조제품인 소스와, 음식에 맛, 향, 색을 더하는 말린 씨앗이나 열매 등을 의미하는 향신료를 포함하고 있음

4) 조사제품 '홍삼 삼계탕재료'는 홍삼, 연나무, 오기피 등의 삼계탕재료로 구성된 제품임. 제품의 유형에 따라 '향신료 및 요리용 허브' 시장과 상위 시장인 '소스 및 향신료' 시장의 규모를 조사함

5) 자료: KIEP대외경제정책연구원, '최근 3년간 우리 기업의 문의가 많았던 베트남 건강기능식품 시장 동향', 2023.12

6) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

7) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 베트남 향신료 및 요리용 허브 시장규모

▶ 베트남 향신료 및 요리용 허브 시장규모 2,937억 원⁹⁾¹⁰⁾

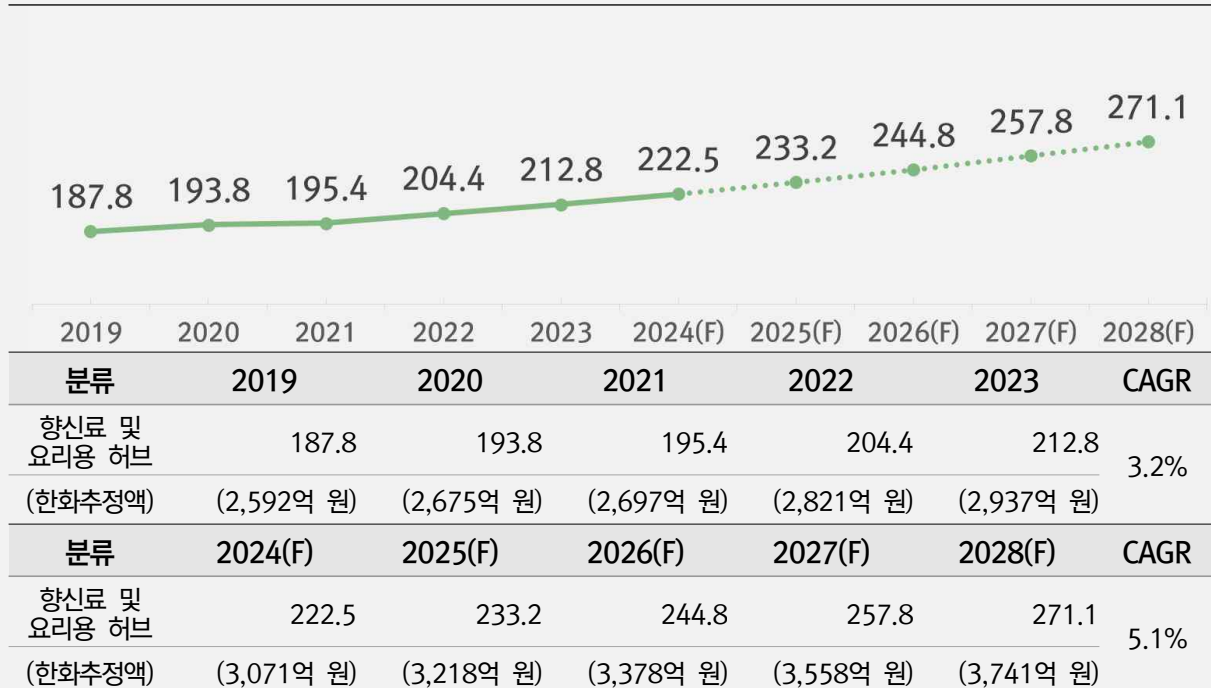
2023년 기준 베트남 향신료 및 요리용 허브 시장규모는 전년 대비 4.1% 성장한 2,937억 원에 달함. 최근 5년(2019-23년)간 시장의 연평균 성장률은 3.2%로 나타났으며, 특히 2022년에는 전년 대비 4.6%의 성장률을 보이며 조사 기간 중 가장 높은 성장세를 기록함

▶ 베트남 향신료 및 요리용 허브 시장규모, 향후 5년간 5.1%씩 성장 예상

베트남 향신료 및 요리용 허브 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 5.1%씩 성장하여 2028년에는 약 3,741억 원 규모에 이를 것으로 예상됨. 향후 베트남의 향신료 및 요리용 허브 시장 성장은 건강과 웰빙에 대한 관심 증가가 주요 요인으로 작용할 것으로 보이며, 특히 한국 제품의 경우 현지 소비자들의 한국 문화에 대한 높은 호감도로 인해 관심도가 점차 높아질 것으로 예상됨¹¹⁾

[표 2.2] 베트남 '향신료 및 요리용 허브' 시장규모

단위 : 백만 달러



자료: 스태티스타(Statista)

9) 자료: 스태티스타(Statista), 'Spices & Culinary Herbs - Vietnam', 2024.09

10) 스태티스타에 따르면, '향신료 및 요리용 허브' 시장은 음식의 맛, 향, 색을 위해 첨가되는 소금, 말린 씨앗, 열매 등을 포함하고 있음

11) 자료: KATI농식품수출정보, 'K-푸드, '맛있는 웰빙'으로 베트남 입맛 사로잡다!', 2024.08

3. 베트남 홍삼 삼계탕재료 수입규모

HS CODE 2103.90

해당 장에서 홍삼 삼계탕재료는 HS CODE 2103.90으로 분류됨. HS CODE 제2103호의 품명은 '소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자'이며, HS CODE 2103.90의 품명은 '기타'로 확인됨

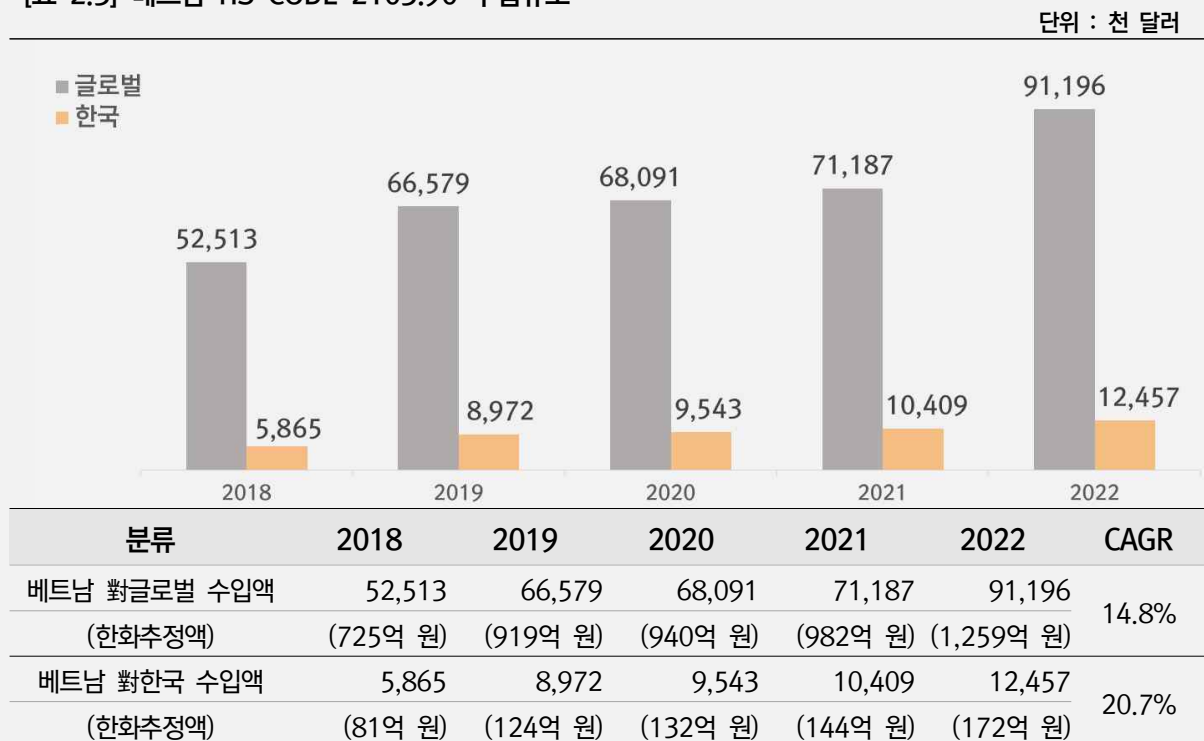
▶ HS CODE 2103.90 베트남의 對글로벌 수입액, 1,259억 원

2022년 기준 HS CODE 2103.90 품목에 대한 베트남의 對글로벌 수입액은 전년 대비 28.1% 증가한 1,259억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 베트남의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)¹²⁾ 동안 매년 꾸준한 증가세를 보이며 전체 기간 동안 14.8%의 연평균 성장률을 기록함

▶ HS CODE 2103.90 베트남의 對한국 수입액, 글로벌 3위

2022년 기준 HS CODE 2103.90 품목에 대한 베트남의 對한국 수입액은 전년 대비 19.7% 증가한 172억 원으로 글로벌 3위를 차지함. 지난 5년(2018-22년) 동안 해당 품목에 대한 베트남의 對한국 수입액은 20.7%의 연평균 성장률을 기록했으며, 같은 기간 베트남의 對글로벌 수입액 중 對한국 수입액이 차지하는 비중은 11.2%에서 13.7%로 소폭 증가했음. 한편, 2022년 기준 HS CODE 2103.90 품목에 대한 베트남의 對글로벌 수입액 기준 1위는 태국(312억 원), 2위는 중국(220억 원), 4위는 말레이시아(163억 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] 베트남 HS CODE 2103.90 수입규모



자료: ITC(International Trade Centre)

12) ITC 내 해당 품목의 최신 데이터는 2022년까지로 조사됨

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 베트남 전통 보양식, '라우제', '오골계탕'
2. 베트남 내 인삼 수요 급증
3. 베트남 온라인 쇼핑몰 홍삼 삼계탕재료 판매 현황

1. 베트남 전통 보양식, ‘라우제’, ‘오골계탕’

▶ 한국의 삼계탕과 유사한 베트남 보양식

베트남의 라우제(Lau De)와 오골계탕은 한국의 삼계탕과 유사한 보양식으로, 각각 독특한 재료와 조리법을 통해 건강을 증진시키는 음식임. 라우제는 염소 고기와 계피, 인삼, 육두구 등 한약재를 넣어 끓인 육수에 두부, 버섯, 부추 등을 더해 먹는 요리로, 영양가가 높고 잡내가 없어 깔끔한 맛을 자랑함. 오골계탕은 영양이 풍부한 오골계를 사용해 만든 보양식으로, 당뇨나 신장 건강에 좋으며, 남성의 활력을 증진시키고 여성의 자궁 건강과 생리 주기 불균형을 개선하는 데 도움을 준다고 알려져있음. 두 요리 모두 베트남에서 계절에 상관없이 기운이 없거나 영양이 부족할 때 즐겨 먹는 음식으로, 한국의 삼계탕과 비슷한 역할을 함¹³⁾¹⁴⁾

▶ 베트남 소비자, 포장 삼계탕 구입 경험 17.8%

베트남 소비자들은 한식을 색이 아름답고, 종류가 다양하며, 건강에 유익한 음식으로 인식하고 있음. 한식에 대한 정보는 주로 한식당(29.8%)과 TV, 영상정보(27.1%)를 통해 수집되고 있음. 한국산 식료품 구입 경험이 있는 소비자는 85.6%로, 이는 베트남에서 한국산 식료품의 접근성이 높음을 시사함. 주로 구입하는 식료품은 양념, 소스류(26.3%), 국수, 라면류(24.8%), 음료(22.9%) 등 가공품이 많음. 특히, 포장 삼계탕의 구입 경험은 17.8%로 나타남. 또한, 삼계탕을 먹어보고 싶다는 소비자들이 많아 향후 포장 삼계탕의 수요가 증가할 것으로 예상됨¹⁵⁾

[표 3.1] 베트남 보양식 라우제, 오골계탕



〈라우제〉



〈오골계탕〉

자료: 덴 매거진(The Den), 중도일보

13) 덴 매거진(The Den), ‘무더위를 이겨라, 전 세계 보양식 열전’, 2024.07

14) 중도일보, ‘[대전다문화 나라별 음식이야기] 베트남 보양식, 약초 넣은 오골계탕’, 2018.11

15) 램프쿡(Lamp Cook), ‘세계속 한식이야기-Chapter 2. 베트남에서의 한식 이야기’

2. 베트남 내 인삼 수요 급증

▶ 건강기능식품으로서의 인삼 수요 증가

최근 베트남에서 건강에 대한 관심이 높아지면서 한방 약재, 인삼 등 ‘건강기능식품’에 대한 수요가 급증하고 있음. 인삼은 베트남 소비자들 사이에서 고급 건강기능식품으로 인식되며, 선물용으로 인기가 많음. 주요 제품은 홍삼정, 홍삼 분말, 홍삼 엑기스 등이 있으며, 생인삼은 약용이나 요리 재료로 사용됨. 과거에는 중·장년층의 건강보조식품으로 인식되었으나, 피로회복, 자양강장, 체력증진 등의 효능이 알려지면서 20~30대 젊은 층에서도 인기를 끌고 있음. 베트남 소비자들이 가장 선호하는 홍삼 제품은 합리적인 가격과 간편한 섭취방식 덕분에 홍삼 농축액이 가장 많음. 홍삼정도 선물용으로 인기가 많고, 특히, 6년근 이상의 제품이 선호됨. 반면, 캡슐이나 타블렛 형태의 제품은 선호되지 않음. 인삼 고유의 쓴맛을 좋아하지 않는 소비자들을 위해 인삼차, 인삼 사탕 등의 제품도 쉽게 찾아볼 수 있음

▶ 한국 인삼의 수입 및 유통 현황

베트남은 한국 인삼류의 주요 수입국 중 하나로, 최근 몇 년간 수입 규모가 급격히 증가하고 있음. 2019년에는 베트남이 한국산 인삼을 4,542톤(t) 수입하며, 수입액이 전년 대비 38.9% 증가해 처음으로 2,000만 달러(276억 200만 원¹⁶⁾)를 돌파함. 이는 중국의 한국 인삼류 수입물량의 약 3배에 해당하는 규모이며, 수입물량 기준으로 한국 최대의 인삼 수입국임. 주요 유통 경로로는 전문 소매점, 슈퍼마켓, 홈쇼핑, 약국 등이 있으며, 한국의 홍삼 브랜드는 주로 전문 소매점을 통해 베트남 시장에 진출해 있는 것으로 알려짐. 베트남 소비자들은 검증된 정식 수입업체를 통해 홍삼 제품을 구매하는 것을 선호함. 최근에는 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee) 등의 전자상거래 플랫폼에서도 판매가 늘고 있지만, 소비자들은 브랜드 몰이 아닌 온라인 구입은 신뢰하지 않는 경향이 있음. 베트남 건강기능식품 시장의 성장에 따라 인삼 제품 수요도 지속해서 증가할 것으로 예상됨¹⁷⁾

16) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

17) 베트남 픽토리알, ‘베트남 인삼 시장동향’, 2021.12

3. 베트남 온라인 쇼핑몰 판매 홍삼 삼계탕재료

▶ 베트남 온라인 쇼핑몰 입점 홍삼 삼계탕재료

- 데이터 수집 카테고리 : 홍삼 삼계탕재료(nguyên liệu làm món gà hầm hồng sâm)
- 데이터 수집원 : 베트남 온라인 쇼핑몰 쇼피(Shopee)

▶ 베트남 온라인 쇼핑몰 입점 홍삼 삼계탕재료 특징 분석

- 제품 분석 내용

구분	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명	한방 전통삼계탕	삼계탕 국물재료
브랜드	성우식품	국물공방 수빈당
가격	65,000동(3,556원 ¹⁸⁾)	90,000동(4,923원)
무게	100g	70g
성분/재료	향기, 오가피, 녹각, 대추	인삼, 대추, 다양한 한약재
원산지	한국	한국
홍보문구	맛있음, 영양가 있음	건강에 좋음, 조리가 편리함

18) 100동=5.47원(2024.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

구분	경쟁제품 ③	경쟁제품 ④
제품 사진		
제품명	국내산 백숙재료	인삼 삼계탕재료
브랜드	국물공방 수빈당	신광(新光)
가격	49,000동(2,680원)	140,000동(7,658원)
무게	100g	60g
성분/재료	뽕나무, 가시오가피, 대추, 황지, 당귀	인삼, 당귀, 대추, 감초, 천궁
원산지	한국	대만
홍보문구	건강에 좋음, 좋은 재료	가족을 위해 만든, 맛있음, 영양가 풍부

구분	경쟁제품 ⑤	경쟁제품 ⑥
제품 사진		
제품명	몸보신 삼계탕	삼계탕엔 건강재료
브랜드	장수	건강의벗
가격	49,500동(2,708원)	110,000동(6,017원)
무게	80g	80g
성분/재료	상지, 엄나무, 황기, 대추, 당귀	황기, 당귀, 인삼, 뽕나무, 대추
원산지	한국	한국
홍보문구	영양충전 100%	신선한, 섭취가 편리한

구분	경쟁제품 ⑦	경쟁제품 ⑧
제품 사진		
제품명	인삼 삼계탕재료	백숙재료 티백형
브랜드	자자량(家家靚)	먹보야
가격	140,000동(7,658원)	48,000동(2,626원)
무게	100g	100g
성분/재료	대추, 용안육, 백합꽃, 구기자, 인삼	뽕나무, 오가피나무, 엄나무, 황기, 대추, 당귀
원산지	중국	한국
홍보문구	피부에 좋음, 건강에 좋음	천연재료만을 사용함, 바로 섭취 가능함

구분	경쟁제품 ⑨	경쟁제품 ⑩
제품 사진		
제품명	전통 삼계탕	백숙재료 반티백형
브랜드	청솔식품	먹보야
가격	51,200동(2,801원)	48,000동(2,626원)
무게	70g	100g
성분/재료	오가피, 대추, 천궁, 당귀, 황기	헛개나무, 당귀, 뽕나무, 오가피, 대추, 황기
원산지	한국	한국
홍보문구	한국산, 조리가 편리함	천연재료만을 사용함, 바로 섭취 가능함

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



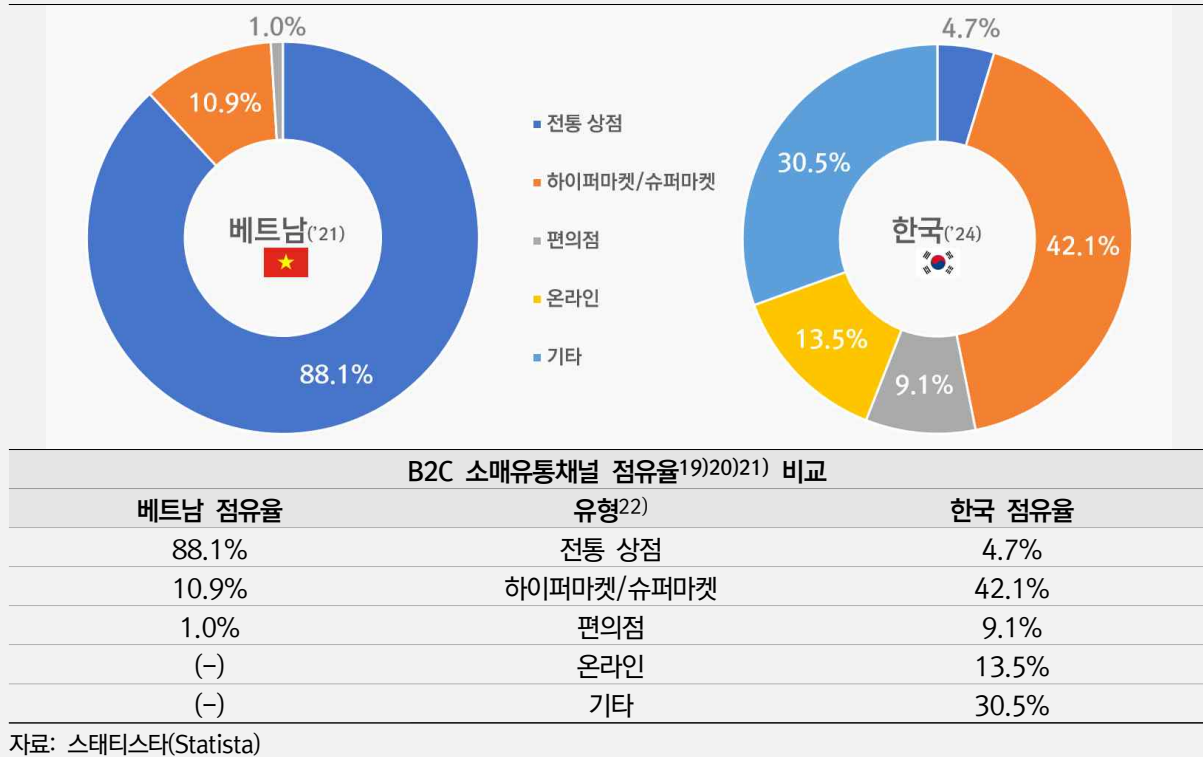
1. 베트남 홍삼 삼계탕재료 유통채널 점유율
2. 베트남 홍삼 삼계탕재료 주요 유통채널

1. 베트남 홍삼 삼계탕재료 유통채널 점유율

▶ 베트남 홍삼 삼계탕재료 유통채널, ‘전통 상점’이 압도적 1위

2021년 기준, 베트남 내 홍삼 삼계탕재료를 포함한 식료품 소매유통채널 중 독립 소규모 상점과 시장을 포함한 ‘전통 상점’이 점유율 88.1%로 압도적인 점유율을 기록하며 1위 유통채널로 나타났다. ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 10.9%의 비중으로 2위, ‘편의점’이 1.0%로 3위를 기록함. 또한, 해당 자료에는 집계되지 않았으나 스태티스타의 베트남 식품 시장 보고서에 따르면 2023년 기준 베트남 식품 시장 소매 부문의 전체 매출액 중 온라인은 1.2%의 비중을 차지함. 한편, 2024년 기준 한국은 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 42.1%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, ‘기타’가 30.5%로 2위, ‘온라인’이 13.5%로 3위를 차지함

[표 4.1] 베트남 및 한국 홍삼 삼계탕재료 B2C 소매유통채널 점유율 비교



19) 해당 장에서 ‘홍삼 삼계탕재료’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘식료품’ 유통채널 정보를 확인함

20) 자료: 스태티스타(Statista), ‘Distribution of grocery retail sales in Vietnam in 2021, by channel’, 2024.07

21) 자료: 스태티스타(Statista), ‘Grocery shopping by store type in South Korea as of June 2024’, 2024.09

22) 본 보고서에서 ‘전통 상점’은 독립 소규모 상점과 시장을 포함하고 있으며, ‘기타’는 할인점, 전문점, 드럭스토어 등을 포함하고 있음

2. 베트남 홍삼 삼계탕재료 주요 유통채널 ① 메디케어

기업 기본 정보	기업명	메디케어(Medicare)	
	기업구분	H&B(드럭스토어)	
	홈페이지	www.medicare.vn	
	위치	베트남 전역	
	규모	매출액('23) • 2,400억 동(131억 원 ²³⁾ 기타 규모 • 매장 수('24): 약 150개	
	기업 요약	• 2001년 호치민에서 런칭한 베트남 최초의 드럭스토어 브랜드 • 의약품, 건강보조식품, 화장품 등 다양한 제품을 판매하며, 일부 매장에는 약국 코너가 있음 • 상당수의 매장이 호치민에 위치해 있음 • 메디케어 자체 독점 브랜드 보유	
매장정보	입점 가능 품목	• 화장품, 위생용품, 유아용품, 남성용품, 의약품, 건강기능식품, 보충제	
	선호 제품	• 기능 및 신뢰도가 인증된 수입 건강식품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 및 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 이메일 주소, 연락 담당자, 전화번호 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) - 담당 부서와 연결 후 입점 진행 • 문의사항 연락처 - 이메일: storehelpdesk@medicare.com.vn - 전화번호: +84-28-7308-7318	

자료: 메디케어(Medicare), 비엠테이터(Vietdata)

사진 자료: 메디케어(Medicare), 링크드인(LinkedIn)

23) 100동=5.47원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 베트남 홍삼 삼계탕재료 주요 유통채널 ② 안강

기업 기본 정보	기업명	안강(An Khang)	
	기업구분	H&B(드럭스토어)	
	홈페이지	www.nhathuocankhang.com	
	위치	베트남 전역	
	규모	매출액('23) • 1조 5,000억 동(821억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 481개	
	기업 요약	• 2011년 호치민에서 시작한 약국 및 드럭스토어 소매점으로 베트남 최대 소매 기업 중 하나인 모바일 월드 그룹(Mobile World Group)의 자회사 • 온라인과 오프라인 매장을 통해 다양한 의약품과 건강 관련 제품을 판매함 • 비타민, 영양제 등의 건강기능식품 제품 종류를 늘리며 판매에 주력하고 있음	
매장정보	입점 가능 품목	• 다양한 의약품, 기능성 식품, 의료기기, 화장품, 생활용품, 아기용품	
	선호 제품	• 비타민 및 영양제, 건강기능식품, 화장품, 아기용품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품정보(주요 사장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고자료(회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 이메일: cskh@nhathuocankhang.com - 전화번호: +84-1900-1572	

자료: 안강(An Khang), 비엠테이터(Vietdata)

사진 자료: 안강(An Khang), 비르(Vir)

2. 베트남 홍삼 삼계탕재료 주요 유통채널 ③ 케이마켓

기업 기본 정보	기업명	케이마켓(K-Market)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	kmarketvina.com	
	위치	베트남 전역	
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 140개	
	기업 요약	• 2002년 베트남에서 시작한 베트남 내 대표적인 한인마트 체인점 • 베트남 100대 브랜드에 5년 연속 선정되는 등 현지에서 인정받고 있음 • 한인 교민과 함께 현지인을 타깃 소비자로 제품을 판매하고 있음 • 쇼핑 및 배달 서비스를 제공하는 앱을 보유함	

매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 김치류, 냉동식품, 즉석식품, 소스류, 건강식품, 스낵, 음료 등	
	선호제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품, 아시안 식품, 프리미엄 제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 및 이메일을 통한 등록 - 수출입 절차에 필요한 문서, 회사에 관련된 모든 종류의 문서 제출 필요 - 제품 검토 후 공급업체로 선정된 후에 상세 안내 진행 • 등록 시 필요한 정보 - 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) - 공급자 제품정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가 등) - 참고자료(카탈로그, 회사소개서 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: kmarketmall@k-market.vn - 전화: +84-0382-64-6759
-------------	---------------------	---

자료: 케이마켓(K-Market)

사진 자료: 케이마켓(K-Market), 케이마켓 페이스북(Facebook/K-Market)

2. 베트남 홍삼 삼계탕재료 주요 유통채널 ④ 고

기업 기본 정보	기업명	고(Go!)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	go-vietnam.vn		
	위치	베트남 전역		
	규모	매출액('23) ²⁴⁾	• 2,486억 8,800만 바트(9조 6,615억 ²⁵⁾)	
기타 규모		• 매장 수('24): 4개		
기업 요약		• 태국 방콕에서 설립된 유통업체로, 베트남에서는 1998년부터 사업을 전개함 • 2016년 센트럴리테일(Central Retail)그룹이 빅씨를 인수함 • 2021년 기존의 빅씨(Big C)가 고(Go!)라는 이름으로 재브랜딩 됨 • 인스타그램, 페이스북 등 SNS를 통해 매달 프로모션 및 할인 정보를 제공함		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 음료, 주류, 건강보조식품, 화장품, 유아용품 등		
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품, 베트남 지역 상품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 및 이메일을 통한 직접 등록 – 등록 시 필요한 일반적인 정보 ① 공급자 정보(공급 업체명, 주소, 연락처, 우편번호, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일 등) ② 공급 제품 정보(제품 유형, 브랜드 이름, 상세 설명, 크기 및 용량, 소매가, 견적서) ③ 참고 자료(제품 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 – 전화번호: +84-08-3995-8368 – 이메일: crv.dvkh@vn.centralretail.com		

자료: 고(Go!), 피치북(Pitchbook), 센트럴리테일(Centralretail)

사진 자료: 고(Go!), 비나한인(VinaHanin)

24) 고의 모기업 센트럴리테일(Central Retail)의 전체 매출액에 해당함

25) 1바트=38.85원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 베트남 홍삼 삼계탕재료 주요 유통채널 ⑤ 박화싸잉

기업 기본 정보	기업명	박화싸잉(Bach Hoa Xanh)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.bachhoaxanh.com	
	위치	베트남 전역	
	규모	매출액('23) • 31조 6,000억 동(1조 7,285억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 약 1,697개	
기업 요약		• 2015년에 운영을 시작하여 신선식품과 생필품 소매를 전문으로 하는 베트남 대표 슈퍼마켓 체인점 • 베트남 내 전통적인 재래시장과 소규모 동네 가게를 대체하며 빠르게 성장하고 있음 • 베트남 내 10여 개의 지역 매장에서 온라인 판매 모델을 시행하고 있음	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 음료류, 가공식품, 주류, 건강보조식품, 의류, 화장품, 가전제품 등	
	선호 제품	• 신뢰도가 입증된 수입식품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일을 통한 문의 • 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 및 기타 정보 - 이메일: lienhe@bachhoaxanh.com	

자료: 박화싸잉(Bach Hoa Xanh)

사진 자료: 박화싸잉(Bach Hoa Xanh)

2. 베트남 홍삼 삼계탕재료 주요 유통채널 ⑥ 쇼피 베트남

기업 기본 정보	기업명	쇼피 베트남(Shopee Vietnam)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.shopee.vn	
	규모	매출액('23)	• 1억 4,580만 달러(2,012억 원 ²⁶⁾)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월 ²⁷⁾): 1억 7,770만 명
	기업 요약	• 동남아시아와 대만의 대표적인 온라인 쇼핑 플랫폼 • 낮은 판매 수수료와 무료배송 조건을 제공하는 등 판매자와 소비자를 모두 공략하여 동남아시아의 강력한 온라인 쇼핑몰로 등극함 • 지역에 따라 노출되는 품목 및 브랜드가 다름	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	아인즈영약재(Dược Liệu Ảnh Dương), 수빈, 채움 등
		해외 판매	해외 판매 가능
		검색 방식	카테고리, 원산지, 배송단위 검색 등
주요 프로모션 정보			
	품목별 할인, 배송비 무료, 쿠폰 등 다양한 프로모션 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 신청 - ‘쇼피코리아’ 홈페이지를 통한 등록으로 베트남 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 - 첫 입점 마켓은 싱가포르로 설정되며, 브랜드 상품 1개 이상 등록 시 베트남을 포함한 7개국 마켓이 자동으로 열림 - 한국 판매자는 기본 통화 및 환율, 마켓별 마진, 수수료 등의 초기 설정이 필요함	

자료: 쇼피 베트남(Shopee Vietnam), 이씨디비(ECDB), 시밀러웹(Similarweb), 쇼피 한국(Shopee Korea)

사진 자료: 쇼피 베트남(Shopee Vietnam)

26) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

27) 2024년 7월 한 달간 집계된 홈페이지 방문자 수에 해당함

입점 등록 절차 UI ①



쇼피와 함께 동남아, 대만, 중남미에 판매하세요!

1분 만에 가능한 입점 신청 시작!
아래 4가지 항목을 제출해주세요. 기재해주신 이메일로 최종 입점 절차까지 안내해 드릴 예정입니다.
(PC 접속 시, 마우스를 가운데 주황색 박스에 두면 스크롤하실 수 있습니다.)

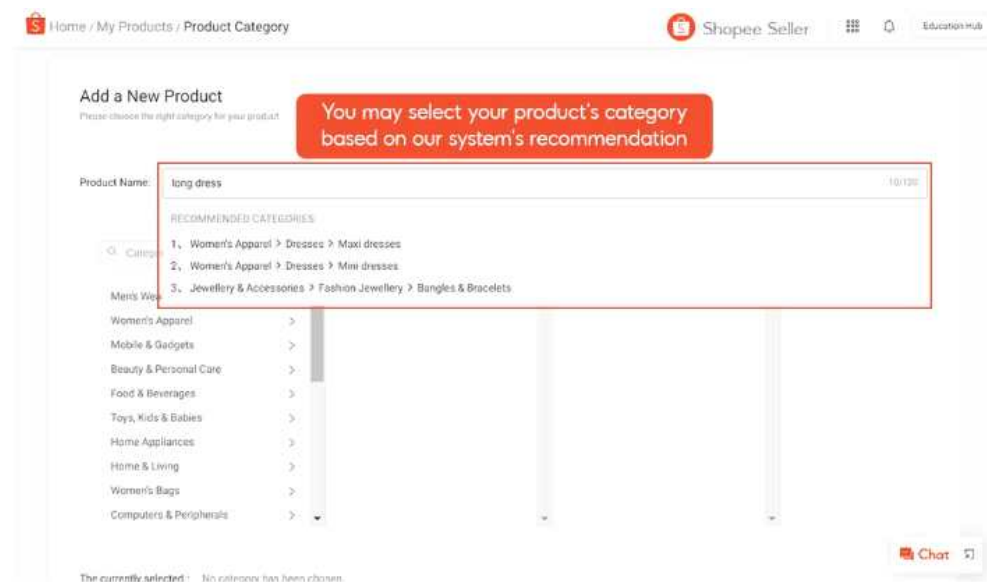
쇼피에 대한 더 많은 정보가 궁금하다면? 아래 홈페이지를 방문해 보세요!
쇼피코리아 홈페이지: shopee.kr

- 1. 담당자 성함 ***
를 입력하세요. 0/100
- 2. 담당자 전화번호 ***
+82 담당자 전화번호를 입력하세요.
인증번호 입력 인증번호 발송
- 3. 담당자 이메일 ***
를 입력하세요. 0/128
- 4. 사업자등록번호 ***
를 입력하세요.

① 입점 신청서 작성

- 공급 담당자 정보(담당자 이름, 연락처, 이메일, 사업자등록번호) 입력

입점 등록 절차 UI ②



Home / My Products / Product Category

Add a New Product
Please choose the right category for your product.

You may select your product's category based on our system's recommendation

Product Name: long dress 10/120

RECOMMENDED CATEGORIES

1. Women's Apparel > Dresses > Maxi dresses
2. Women's Apparel > Dresses > Mini dresses
3. Jewellery & Accessories > Fashion Jewellery > Bangles & Bracelets

Category selection list:

- Women's Apparel >
- Mobile & Gadgets >
- Beauty & Personal Care >
- Food & Beverages >
- Toys, Kids & Babies >
- Home Appliances >
- Home & Living >
- Women's Bags >
- Computers & Peripherals >

The currently selected: No category has been chosen

Chat

② 상품 등록(리스팅)

- 상품명 기준 준수, 정확한 카테고리 선택, 상품 정보 기입, 이미지 등록

자료: 쇼피 한국(Shopee Korea)

사진 자료: 쇼피 한국(Shopee Korea)

▶ 쇼피 베트남 홍삼 삼계탕재료 베스트셀러

- 검색 키워드 : 삼계탕재료(Nguyên Liệu Làm Món Gà Hầm Sâm)

- 등록 제품 수 : 200건 이상

쇼피 베트남 홍삼 삼계탕재료 베스트셀러 ²⁸⁾								
순번	브랜드	제품명	원산지	중량	판매 가격	판매 건수(월)	리뷰 건수	이미지
1	아인즈영약재 (Được Liệu Ảnh Dương)	다양한 맛의 삼계탕재료 세트 (Gói Hầm Gà Nhiều Vị Nhân Sâm)	베트남	100g	26,000동 (1,422원)	300건	34건	
2	수빈	삼계탕재료, 한국 삼계탕 양념 원물 (Nguyên Liệu Hầm Gà, Gia Vị Gà Hầm Sâm Hàn Quốc)	한국	70g	65,000동 (3,556원)	128건	37건	
3	수빈	한국 삼계탕 조미료 타백 (Gia Vị Nấu Gà Hầm Sâm Hàn Quốc)	한국	70g	55,000동 (3,009원)	20건	141건	
4	(-)	정품 한국 삼계탕 인삼 조미료 세트 (Gói Gia Vị Sâm Hầm Gà Hàn Quốc Hàng Chuẩn)	한국	(-)	75,000동 (4,103원)	35건	33건	
5	(-)	13가지 인삼이 포함된 전통 한약재 닭 고기 조미료 세트 (Gói Gia Vị Thuốc Bắc Tiềm Gà(Hầm Gà) 13 Vị Có Nhân Sâm)	베트남	(-)	75,000동 (4,103원)	29건	22건	
6	하인응우엔약재 (Thảo Dược Hạnh Nguyên)	한국 인삼 삼계탕 (Sâm Hầm Gà Hàn Quốc)	베트남	(-)	70,000동 (3,829원)	17건	51건	
7	채움	한국 삼계탕 조미료 재료 (Nguyên Liệu Gia Vị Gà Hầm Sâm Hàn Quốc)	한국	100g	70,000동 (3,829원)	16건	49건	
8	란웅한약 (Thuốc Bắc Lân Ông)	한국 인삼 삼계탕 세트 (Gói Sâm Hầm Gà Hàn Quốc)	한국	(-)	65,000동 (3,556원)	13건	29건	
9	탐트라 (Tam Tra)	닭고기 스투 세트 - 동충하초, 당삼 포함 5가지 재료 (Gói Canh Hầm Gà - Đông Trùng Hạ Thảo-Đang Sâm-5 Vị)	베트남	(-)	55,000동 (3,009원)	10건	54건	
10	장수 (Jangsoo)	장수 삼계탕 조미료 (Gia Vị GÀ HẦM SÂM Jangsoo)	한국	70g	99,000동 (5,415원)	6건	11건	

자료: 쇼피 베트남(Shopee Vietnam)

사진 자료: 쇼피 베트남(Shopee Vietnam)

28) 상품 상세 페이지 내에 명시되어 있지 않은 브랜드 이름 및 중량은 ‘(-)’로 표시함

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



1. 베트남 홍삼 삼계탕재료 통관 및 검역 절차
2. 베트남 홍삼 삼계탕재료 품질 인증
3. 베트남 홍삼 삼계탕재료 라벨링
4. 베트남 홍삼 삼계탕재료 성분 및 유해물질

1. 베트남 홍삼 삼계탕재료 통관 및 검역 절차²⁹⁾

▶ 베트남 홍삼 삼계탕재료 수출 통관 단계별 주요사항

베트남은 자국 내 저품질 식품과 식품 정보 위조 등을 방지하기 위해 보건부(MOH: Ministry of Health) 산하 식품안전국(VFA: Vietnam Food Administration)에서 베트남 내에 유통되는 식품 안전 관리를 하고 있음. 베트남은 식품을 수출하는 수출업체에게 자유판매증명서(CFS: Certificate of Free Sale)를 요구하므로, 사전에 해당 사항을 준비하여 대비할 것을 권장함

[표 5.1] 베트남 홍삼 삼계탕재료 통관 검역 절차



자료: 관세청, 베트남 관세청

29) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

▶ 베트남 우선기업 제도 활용 시 통관 혜택

베트남은 2014년부터 관세법상 ‘우선기업(DNUT: Doanh Nghiep Uu Tien)’이라는 제도를 도입하여 75개 기업에 통관 절차 및 관세 행정상의 혜택을 제공하고 있음. 2024년 현재 베트남 우선기업(DNUT)에는 총 15개의 한국 기업이 공인을 받아 등록되어 있으며, 해당 제도에 등록된 기업은 베트남으로 수출 시, 각종 관세 조사의 원칙적 면제, 수입 신고 시 담보 생략으로 인한 자금 부담 완화 등 다양한 혜택을 받을 수 있음

[표 5.2] 베트남 우선기업(DNUT) 제도 혜택

정의	수출입 기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중 관세 당국이 법규 준수, 안전관리 수준 등에 대해 심사를 통해 공인한 기업	
적용 대상	납세자, 수출업자, 제조업자, 통관업자, 화물운송업자, 해운대리점, 창고업자, 해상운송업자, 항공운송업자	
AEO 혜택	서류 검사 및 실물 검사 면제	- 법률 위반의 징후가 있는 경우 및 일부 무작위 검사를 제외하고는 우대기업에 대한 검사 면제 혜택 제공 - 수출가공기업의 경우 법률 위반의 징후가 있을 시에만 검사를 이행하며, 무작위 검사는 적용 제외 - 그 외 기업의 경우 전년도 업체 관리 현황 등을 종합하여 다음 해 무작위 검사 비율 결정, 검사 비율은 신고서 숫자의 0.5%를 넘지 않아야 하며, 전체 수출입량의 5%를 넘지 않을 것
	세관 서류 사후 제출 혜택	- 세관 전산 신고 시스템 상 이상 발생 시 간소화된 서류 제출 후 사전 통관 이행 가능 - 세관 시스템 이상으로 전산 신고 불가 시, 간소화된 종이 서류 양식 제출로 통관 이행 가능 - 제출 후 30일 이내 완성된 통관 서류를 세관에 제출 필요
	통관 절차 우선권 혜택	- 통관 절차 이행 및 통관 이슈 사항 발생 시 우선권 부여 - 무작위 검사에 따른 스캐너 검사 이행 우선권 부여 - 통관 이행 중 기업 질의 발생 시 8시간 이내 답변 제공 - 세관 당국, 항구, 창고에서 물품 인수 과정에서의 우선권 부여 - 물품 사전 확인 및 샘플 채취 과정 우선권 부여
	세무 절차 우선권 부여	- 세금 환급 및 납부 기한 혜택 제공 - 기업의 환급 서류 제출 시 서류 충분성 확인 후 1일 이내에 환급 결정 및 환급 심사 사후 이행 - 세금 납부 기한 다음 달 10일까지로 유예 혜택 제공

자료: 관세청, 외교부

[표 5.2] 베트남 우선기업(DNUT) 제도 혜택

AEO 혜택	품질 전문검사 제도 관련 우대 혜택	• 베트남 통관 과정에서 품질 전문검사(Kiem Tra Chuyen Nganh) 대상 품목에 대한 혜택 부여 • 품질 전문검사 대상 품목 중 국경에서 검사를 받아야 하는 품목 제외, 검사 기간 동안 기업 창고에 우선 반입 및 보관 혜택 부여 • 품질 전문검사를 위한 샘플 채취 필요 시 우선권 부여
	내국 수출입 제도 관련 우대	• 베트남 내에서 물품 이동 시에도 수출입 절차 이행이 가능하도록 한 관세법 상의 내국 수출입 신고 이행 시, 물품 인도 먼저 이행 후 사후 신고하도록 혜택 부여 • 내국 수출입 시 인도 서류만을 검사하며 실물 검사 이행 면제 • 물품 인도 후 인도 일자 30일 내에 세관 신고 가능
	사후 통관 검사 면제 혜택	• 사후 통관 검사 면제 혜택 부여 • 기업의 법령 위반 징후가 있는 경우를 제외하고, 우선기업 공인 후에 사후 통관 검사는 연속 3년 동안 1회로 제한

자료: 관세청, 외교부

2. 베트남 홍삼 삼계탕재료 품질 인증

▶ 베트남 홍삼 삼계탕재료, VFA 적합성 공표 등록

베트남으로 식품 수출 시, 해당 식품은 베트남 식품안전국(VFA)에 사전 등록되어야 함. 베트남의 VFA 적합성 공표 등록 제도는 식품안전법 ‘No. 55/2010/QH12’에 의해서 식품 위생 및 관련 거래자의 사업장 안전 기준 등을 규제하기 위하여 도입되었음. VFA 적합성 등록은 베트남 소재 현지 수입업체 또는 제조업체가 신청하여, 식품의 적합성을 공표한 후 등록 가능함

[표 5.3] 베트남 VFA 적합성 공표 등록

베트남 VFA 적합성 공표 사전 등록	등록 기관	베트남 보건부 산하 식품안전국(VFA)	
	적용 품목	- 병 생수, 천연 미네랄 워터, 식용 얼음(식품 가공용 얼음 포함) - 기능성 식품 - 식품 보충 미량영양소 - 첨가제, 향신료, 식품 가공 보조제 - 식품 용기, 식품 접촉 포장재 - 기타 베트남 산업무역부(MOIT: Ministry of Industry and Trade)와 농업 및 농촌개발부 관할 품목으로 규정되지 않은 품목	
	유효기간	발급일로부터 3년	
	등록 대상	베트남에 식품 등 수출(예정) 업체	
	취득 방법	베트남 소재 수입업체 또는 제조업체가 신청하여, 식품의 적합성을 공표한 후 등록	
	통용 국가	베트남 한정	
	등록 소요 시기	21일	
	도입 취지	베트남은 자국 내 저품질 식품과 식품 정보 위조 등을 방지하기 위하여 보건부 산하 식품안전국(VFA)을 설립하여 베트남 내에 유통되는 식품의 안전을 관리함	

출처: 베트남 보건부(MOH), KATI농식품수출정보

▶ 베트남 홍삼 삼계탕재료, 취득 인증 사항

베트남으로 식품 수출 시, 취득할 수 있는 인증으로는 HACCP, FSSC 22000, ISO 22000, HVNCLC(Hang Việt Nam Chất Lượng Cao) 인증 등이 있음. 또한, 건강기능식품에 한해 GMP 인증을 필수로 제출해야 하므로 건강기능식품에 해당하는 식품을 수출하는 기업은 GMP 인증을 사전에 취득하여 활용할 것을 권장함

[표 5.4] 베트남 홍삼 삼계탕재료 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	한국식품안전관리인증원	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
HVNCLC	품질 및 기술력 우수 인증	베트남 인증	HCMC FFA (Food and Foodstuff Association), Saigon Times 그룹	
GMP	식품 · 의약품 품질 인증	베트남 인증	베트남 보건부(MOH) 지정 검사기관	

자료: 각 인증기관

3. 베트남 홍삼 삼계탕재료 라벨링

[표 5.5] 베트남 홍삼 삼계탕재료 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	1. 표기언어	• 베트남어로 표기해야 함 • 베트남어로 표기되어 있고, 규정이 정하고 있는 필수 라벨 내용을 담고 있는 부착물도 인정함 • 베트남 명칭이 없거나 번역이 불가능한 화학물질, 약품, 성분 등 법률이 정하는 명칭은 제외함 • 글자의 크기는 1.2mm 이상, 제품이 80cm 이하인 경우에는 0.9mm 이상으로 육안으로 확인이 가능해야 함
	2. 제품명	• 눈에 띄는 위치에 표기해야 함 • 필수 기재사항 중 가장 큰 크기로 표기해야 함
	3. 제품 용량	• 숫자 혹은 개수로 표기해야 함 • 제품명에 포함된 색상, 향에 관한 첨가물 또는 추출물과 농축물은 해당 원료의 함유량을 표기해야 함
	4. 원산지	• 상품이 생산되거나 상품의 최종 마무리 단계가 수행되는 국가의 이름 또는 지역명은 약어로 표시되면 안됨 • 라벨에 기재된 상품의 원산지는 상품을 생산하는 국가 또는 지역의 이름을 다음 중 하나로 표기해야 함 - made in, manufactured in, country of origin, country, manufactured by, product of • 상품의 원산지를 알 수 없는 경우, 상품이 최종 단계를 거쳐 완성되는 국가 또는 지역명을 표기해야 함 - assembled in/at, bottled in/at, mixed in/at, finished in/at, packaged in/at, labeled in/at
	5. 유통기한	• ‘일, 월, 년’ 순으로 작성할 것 • ‘.’, ‘/’, ‘-’을 이용하여 구분할 것 • 제조일은 ‘NSX’, 만료일은 ‘HSD’ 또는 ‘HD’의 약어로 표시할 수 있음 • 알코올 함량이 10% 이상인 음료 제품의 경우 제조일 및 유통기한을 표기하지 않음

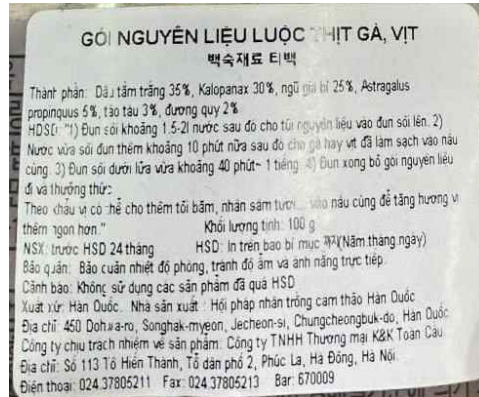
자료: 베트남 법률도서관

[표 5.5] 베트남 홍삼 삼계탕재료 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	6. 성분 및 성분 함량 또는 영양 정보	• 성분, 식품첨가물을 표시할 때 중량 대비 성분의 비율 또는 중량 등 법률이 정하는 바에 따라 표기해야 함 • 영양성분표에 표기해야 하는 영양성분: 에너지, 단백질, 탄수화물, 설탕, 포화지방, 나트륨 • 1회 섭취량 또는 100g(mL)을 기준으로 영양성분의 함량과 권장량 대비 함량 비율(NRV)을 작성해야 함 • 홍보를 위해 특정 성분이 라벨에 표기되어 있는 경우 해당 성분에 대한 용량은 필수적으로 표기해야 함 • 식품첨가물의 명칭은 국제 코드 또는 성분명으로 작성해야 함 • 2개 이상의 식품첨가물을 표기하는 경우 중량 대비 비중 순으로 나열함 • 식품첨가물 이름 아래에 ‘Dùng cho thực phẩm(식품을 위해 사용됨)’의 문장을 최소 2mm 이상의 굵은 글씨체로 표기해야 함 • 아래 항목을 포함하고 있는 경우 추가적인 표기가 필요함 - 글루텐을 함유하고 있는 곡물 또는 식품(밀, 호밀, 귀리 등과 이를 활용한 전분 등), 감각류, 달걀과 달걀 제품, 어류와 어류 제품, 땅콩, 대두와 관련 제품, 우유와 유제품(락토스, 설탕 포함), 견과류와 견과류 제품, 10mg 이상 농도의 아황산염 • 보충용 식품 및 건강보조식품의 표시 요건은 RNI 수준에 따라 다르기 때문에 규정 ‘No.43/2014/TT-BYT’를 사전에 확인할 것을 권장함
	7. 보관 방법	• 보관 조건이 있는 경우, 해당 조건과 함께 보관 가능 기간을 표기해야 함
	8. 사용 방법	• 제품 라벨이 10cm 미만인 제품의 경우, 사용 방법을 보충 라벨 또는 설명서 형태로 제품에 첨부해야 함
	9. GMO 식품	• 제품에 ‘Thực phẩm biến đổi gen(genetically engineered food)’를 표기해야 함 • 건강기능식품, 음료, 주류, GMO 식품의 필수 표기 정보는 별도 규정 ‘Lawnet, Decree 111/2021/ND-CP’에 명시되어 있음

자료: 베트남 법률도서관

▶ 베트남 홍삼 삼계탕재료 라벨 샘플30)



[뒷면 라벨링]

[뒷면 - 베트남어]	[뒷면 - 국문]
① GÓI NGUYÊN LIỆU LUỘC THỊT GÀ, VỊT	① 백숙재료 티백
② Thành phần: Dầu dấm trắng 35%, Kalopanax 30%, Ngũ gia bì 25%, Astragalus propinquus 5%, táo tàu 3%, đường quy 2%.	② 원재료명: 백식초유 35%, 칼로파낙스 30%, 응우자비 25%, 황기 5%, 대추 3%, 당귀 2%
③ HSD: 1) Đun sôi khoảng 1.5-2l nước sau đó cho túi nguyên liệu vào đun sôi lên. 2) Nước vừa đun sôi thêm khoảng 10 phút nữa sau đó cho gà hay vịt đã làm sạch vào nấu cùng. 3) Đun sôi dưới lửa vừa khoảng 40 phút - 1 tiếng. 4) Đun xong bỏ gói nguyên liệu đi và thưởng thức	③ 사용방법: 1) 물 1.5~2리터 정도를 끓인 후 재료 봉지를 넣고 끓입니다. 2) 물을 10분정도 더 끓인 후 손질한 닭고기를 넣고 익혀주세요. 3) 중불로 40분 - 1시간 정도 끓여주세요. 4) 끓인 후 재료 포장을 꺼내어 맛있게 드세요
④ Theo khẩu vị có thể cho thêm tỏi băm, nhân sâm tươi...vào cùng nấu để tăng cường gia vị thêm ngon hơn	④ 취향에 따라 다진마늘, 수삼 등을 추가하여 함께 조리하면 양념이 더해져 더욱 맛있게 드실 수 있습니다
⑤ Khối lượng tịnh: 100g	⑤ 순중량: 100g
⑥ NSX: Trước HSD 24 tháng	⑥ 제조일자: 유통기한 전 24개월
⑦ HSD: in trên bao bì	⑦ 유통기한: 포장에 인쇄되어 있음

30) 제품 앞면은 라벨이 국문으로만 작성되어 있어, 라벨 작성을 생략하였음

- | | |
|--|--|
| ⑧ 보관: 보관 nhiệt độ phòng, tránh độ ẩm và ánh nắng trực tiếp | ⑧ 보관 방법: 실온에서 보관하며, 습기와 직사광선을 피하십시오 |
| ⑨ Cảnh báo: Không sử dụng các sản phẩm đã quá HSD | ⑨ 경고: 유통기한이 지난 제품은 사용하지 마십시오. |
| ⑩ Xuất xứ: Hàn Quốc | ⑩ 원산지: 대한민국 |
| ⑪ Nhà sản xuất: Hội pháp nhân trồng cam thảo Hàn Quốc | ⑪ 제조사: 한국 감초 재배 법인 협회 |
| ⑫ Địa chỉ: 450 Dohw-ro, Songhak-myeon, Jecheon-si, Chungcheongbuk-do, Hàn Quốc | ⑫ 주소: 대한민국 충청북도 제천시 송학면 도화로 450 |
| ⑬ Công ty chịu trách nhiệm về sản phẩm: Công ty TNHH thương mại K&K toàn cầu | ⑬ 제품 담당 회사: K&K Global Trading Company Limited |
| ⑭ Địa chỉ: Số 113 Tô Hiến Thành, tổ dân phố 2, phúc la, Hà Đông, Hà Nội | ⑭ 주소: 베트남 하노이 하동 푸클라, 토히엔탄 113번지 2번 단지 |
| ⑮ Điện thoại: 024.37805211 | ⑮ 전화 : 024.37805211 |
| ⑯ Fax: 024.378.05213 | ⑯ 팩스: 024.378.05213 |
| ⑰ Bar: 670009 | ⑰ 바코드: 670009 |

4. 베트남 홍삼 삼계탕재료 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

베트남 식품첨가물 규정은 베트남 보건부(MOH)의 식품안전국(VFA)에서 규정 및 관리되고 있음. 베트남에서 유통되는 식품에 대한 식품첨가물은 라벨링 규정에 따라 구체적인 명칭과 기능 등을 명확하게 기재해야 함. 베트남 내 ‘허브 및 향신료’에 적용될 수 있는 식품첨가물 검색 시 총 42건을 발견했으며, 하기 표는 그 중 일부를 다룸. 더욱 자세한 베트남 식품첨가물 규정 및 사용기준은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 베트남 보건부(MOH) 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.6] 베트남 홍삼 삼계탕재료 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
1	폴리소르베이트	Polysorbates (INS no. 432, 433, 434, 435, 436)	2,000mg/kg	허브 및 향신료
2	지방산 소르베이트	Sucrose esters of fatty acids		
3	수크랄로스	Sucroglycerides		
4	수크로스 올리고에스터 타입 I, 타입 II	Sucrose oligoesters Type I, Type II		
5	아황산나트륨	Sodium bisulfite (sodium bisulphite)	150mg/kg	
6	수크랄로스	Sucralose (trichlorogalactosucrose)	400mg/kg	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 유해물질

베트남으로 식품 수출 및 유통 시, 베트남 보건부(MOH)의 식품 유해물질 잔류허용기준 규정을 반드시 준수해야 함. 하기 표는 베트남 홍삼 삼계탕재료에 적용될 수 있는 유해물질 목록과 그 잔류허용기준임. 더 자세한 베트남 유해물질 성분 및 해당 규정이 적용되는 잔류허용기준은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 베트남 보건부(MOH) 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 베트남 홍삼 삼계탕재료 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	Aflatoxin (aflatoxin B1, B2, G1, G2 (total))	아플라톡신 (아플라톡신 B1, B2, G1, G2 (총량))	10 μ g/kg	향신료: 고추: 모든 종류 포함 (칠리소스, 파프리카, 매운 고추) - 건후추는 백후추와 흑후추 포함 - 육두구 - 생강 및 강황
2	Aflatoxin B1	아플라톡신 B1	5 μ g/kg	
3	Aflatoxin M1	아플라톡신 M1	불검출	
4	Ochratoxin A	오크라톡신 A	30 μ g/kg	
5	Arsenic (As)	비소	5.0mg/kg	향신료 (카레가루 제외)
6	Cadmium (Cd)	카드뮴	1.0mg/kg	
7	Lead (Pb)	납	2.0mg/kg	
8	Mercury (Hg)	수은	0.05mg/kg	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

베트남 보건부(MOH)는 베트남에서 유통 및 수출입 식품에서 알레르기를 일으킬 수 있는 성분에 대하여 규제하고 있음. 베트남 보건부(MOH)가 발표한 ‘식품, 식품첨가물, 포장 식품 가공보조제 등 표시안내에 대한 합동시행규칙’ 7조 4항에서 하기 표의 8종 성분 중 한 가지 또는 그 이상의 성분이 함유된 식품에 대해서는 해당 성분의 존재를 상품 라벨에 표시해야 함

[표 5.8] 베트남 알레르겐 성분 규정

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	글루텐을 함유하고 있는 곡물 또는 식품 (e.g. 밀, 호밀, 귀리 등과 이를 활용한 전분 등)
2	의무	갑각류
3	의무	달걀과 달걀 제품
4	의무	어류와 어류 제품
5	의무	땅콩, 대두와 관련 제품
6	의무	우유와 유제품(락토스, 설탕, 우유 포함)
7	의무	견과류와 관련 제품
8	의무	10mg 또는 그 이상의 농도인 아황산염

자료: 베트남 보건부(MOH)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 도부마트(DOVUMART)
2. 남안 마켓(NAM AN MARKET)
3. 신코리아(XINH KOREA)

Interview ①

31)


**도부마트
(DOVUMART)**

- 유형: 수입업체 및 마트
- 업체 특징:
 - 2011년에 설립된 수입업체로 다양한 식재료 및 상품을 취급하고 있음
 - 한국과 일본 등에서 수입한 조미료, 냉동식품, 베이커리, 식료품, 음료, 맥주, 꽃, 신선 인삼 등을 판매하고 있음

담당자 정보

Manager

**도부마트(DOVUMART)
Manager**

Q. 베트남 시장에서 소비자들은 홍삼 제품, 특히 쓴맛이 나는 제품에 대해 어떤 선호를 보이나요? 쓴맛에 대한 강한 거부감이 있나요?

베트남 시장에서 홍삼 제품에 대한 소비자 선호도는 항상 높으며, 특히 건강을 중시하는 노년층 사이에서 인기가 많습니다. 이들은 인삼 및 홍삼을 섭취하면 건강이 증진되고 장수할 수 있다고 믿습니다. 그러나 홍삼의 쓴맛에 대해서는 약간의 의견 차이가 있습니다. 주 고객층인 노년층은 쓴맛이 제품의 효능과 건강상의 이점을 나타낸다고 이해하기 때문에 이를 더 수용하는 경향이 있습니다. 따라서 쓴맛에 대한 거부감을 극복하기 위해 제품을 건강상의 이점과 연관지어 소비자에게 교육하는 것이 중요합니다.

Q. 베트남 소비자들은 인삼 또는 홍삼 제품에 대해 일반적으로 어떻게 인식하고 있나요? 주로 어떤 형태로 홍삼 제품을 소비하나요?

홍삼은 고급스럽고 희귀한 건강식품으로 알려져 있어서, 베트남 사람들은 전통적인 방법으로 전체 뿌리를 사용해 술에 담가 마시거나, 끓여서 우려내는 방식을 선호합니다. 최근에는 홍삼 사탕과 같은 간편한 형태로 소비되기도 하며, 이는 어린이나 노인 모두 쉽게 사용할 수 있습니다. 많은 베트남 소비자들은 신선한 홍삼을 선호하며, 신선한 홍삼을 사서 홍삼주를 만들기도 하고, 홍삼 사탕이나 음료와 함께 구입합니다. 홍삼 추출물이 포함된 정제나 액상 제품도 고급 소비자들 사이에서 인기가 있습니다.

Q. 베트남에서 삼계탕에 대한 인지도는 어느 정도인가요? 베트남에서 인기 있는 다른 건강식품도 알려주세요.

베트남에서 삼계탕은 김치나 바비큐처럼 유명하지는 않지만, 한국 영화나 여행사를 통해 소개되고 있습니다. 베트남 소비자들은 삼계탕이 한국에서 유래된 것임을 알고 있지만, '인삼 닭고기 수프'라는 이름으로 더 유명합니다. 삼계탕은 베트남에서 틈새 시장으로 자리 잡고 있으며, 한국 문화에 관심 있는 소비자들만 알고 있는 경우가 많습니다. 삼계탕은 중장년층이나 건강식품을 찾는 소비자들 사이에서 잠재력은 있지만, 더 많은 홍보가 필요하고 현지 입맛에 맞게 조정할 필요가 있습니다.

**Q. 베트남 소비자들은 삼계탕을 직접 요리하는 것에 대해 어떻게 생각하나요?
삼계탕재료 키트 구매 및 사용에 대한 수요는 어떤가요?**

솔직히 말해서, 베트남 소비자들은 삼계탕을 직접 요리하는 것을 시간 소모적이고 복잡하다고 생각합니다. 대부분의 사람들은 빠르고 간단한 식사에 익숙하며, 삼계탕은 모든 재료를 한 번에 모으는 데 더 많은 시간과 노력이 필요합니다. 재료 키트에 대한 관심은 특히 다양한 요리를 집에서 시도해보고 싶어하는 젊은 가족들 사이에서 약간 있지만, 수요는 아직 높지 않습니다. 우리 매장에서는 여전히 삼계탕을 특별한 요리로 간주하며, 사람들이 가끔 시도해볼 만한 요리로 여깁니다. 따라서 일본 카레나 태국 퐁암 같은 더 친숙한 다른 아시아 요리 키트만큼 인기가 많지 않습니다.

Q. 고객사의 제품 가격 및 재료가 베트남 시장에 적합한가요? 구체적인 피드백을 주세요.

고객사 제품의 가격은 베트남에서 단일 사용 재료 팩의 평균 가격에 비해 너무 높습니다. 홍삼의 포함은 독특한 판매 포인트이지만, 베트남 소비자들은 특히 식품 제품에 대해 가격에 민감합니다. 여기서 경쟁 제품은 전통적인 약재로, 한 마리 닭 요리에 15,000동(820원)에서 20,000동(1,094원) 정도로 매우 저렴합니다. 베트남 취향과 선호에 더 적합한 재료로는 연꽃 씨앗, 구기자, 용안, 당귀, 동충하초, 대추 등이 있습니다.

Q. 고객사 제품을 수출할 경우, 오프라인 진출을 위한 최적의 유통 채널은 무엇인가요? 그 이유는 무엇인가요?

신제품이 시장에 진입하려면 신뢰할 수 있는 대형 유통업체와 협력하고 프로모션 프로그램을 결합하여 시장에 빠르게 자리 잡아야 합니다. 이러한 채널이 효과적인 이유는 이미 수입 및 고급 제품을 위한 섹션을 보유하고 있어 홍삼 삼계탕재료가 잘 어울리기 때문입니다. 또한, 현지 전통 재료와 경쟁하기 때문에 베트남의 고급 고객을 대상으로 하는 전통 약재 공급업체와 협력하는 것도 고려해볼 만합니다.

Q. 베트남에서 고객사의 제품을 홍보할 때 효과적인 경로와 홍보 방법은 무엇인가요? 성공적인 키워드, 슬로건, 광고 채널을 공유해 주세요.

베트남에서 제품을 효과적으로 홍보하려면 매장 내 프로모션과 디지털 마케팅의 조합이 효과적일 것입니다. 고(GO!)나 이온몰(AEON MALL)과 같은 슈퍼마켓은 건강 제품을 위한 공간을 자주 마련하며, 여기서 시식 행사를 진행할 수 있습니다. 베트남 소비자들은 시각적이고 촉각적인 경험을 좋아하며, 구매 전에 제품을 보고 시도해보기를 원합니다. 또한, 건강과 웰니스에 중점을 둔 인플루언서와의 협업도 매우 효과적일 수 있습니다. 이들은 신뢰받는 추천을 하는 충성도 높은 팔로워를 보유하고 있습니다. ‘nâng cao sức khỏe(건강 증진)’ 및 ‘Sức mạnh từ thiên nhiên(자연의 힘)’과 같은 슬로건은 타겟 고객에게 깊은 인상을 줄 것입니다. 저의 경험상, 삼계탕재료와 같은 틈새 제품을 홍보하는 가장 빠른 방법은 케이마켓(K-Market)이나 롯데마트와 같은 전문 매장과의 협업입니다. ‘하나 사면 하나 무료’로 주는 이벤트도 추천합니다.

Interview ②

32)

남안 마켓(NAM AN MARKET)
Category ManagerNAMAN
market남안 마켓
(NAM AN MARKET)

- 유형: 슈퍼마켓
- 업체 특징:
 - 2012년에 설립된 슈퍼마켓으로 식료품, 냉동식품, 수입 맥주, 채소, 치즈 등을 취급하고 있음
 - 유럽, 한국, 일본 등 다양한 국가에서 수입한 제품을 제공하고 있음

담당자 정보

Category Manager

Q. 베트남 시장에서 소비자들은 홍삼 제품, 특히 쓴맛이 나는 제품에 대해 어떤 선호를 보이나요? 쓴맛에 대한 강한 거부감이 있나요?

최근 베트남 시장에서 홍삼 제품의 인기가 높아지고 있지만, 쓴맛이 도전 과제가 될 수 있습니다. 저희와 같은 전문 매장에서는 홍삼을 꿀이나 다른 감미료와 혼합한 제품이 순수한 쓴맛의 제품보다 더 잘 팔리는 경향이 있습니다. 전통 약재에 익숙한 소비자들은 쓴맛을 개의치 않으며 오히려 이를 선호하지만, 일반 소비자들은 좀 더 맛있는 것을 선호합니다.

Q. 베트남 소비자들은 인삼 또는 홍삼 제품에 대해 일반적으로 어떻게 인식하고 있나요? 주로 어떤 형태로 홍삼 제품을 소비하나요?

홍삼 사탕은 특히 편리하고 언제든지 소비할 수 있어, 어린이와 노인 모두에게 인기가 많습니다. 베트남 소비자들은 신선한 홍삼의 사용에 큰 영향을 받고 있으며, 신선한 홍삼을 사서 홍삼주로 만드는 경우가 많습니다. 이와 함께 홍삼 사탕이나 홍삼 음료도 많이 구매합니다.

Q. 베트남에서 삼계탕에 대한 인지도는 어느 정도인가요? 베트남에서 인기 있는 다른 건강식품도 알려주세요.

삼계탕은 베트남에서 틈새 제품으로 여겨집니다. 일반 소비자들이 잘 알지 못하며, 한국 문화에 관심 있는 사람들만 알고 있는 경우가 많습니다. 중장년층이나 건강을 중시하는 소비자들 사이에서 잠재력은 있지만, 더 많은 홍보와 현지 입맛에 맞춘 조정이 필요합니다. 다른 건강식품에 관해서는, 일반적으로 캡슐이나 차 형태의 홍삼 제품에 많은 관심이 있습니다. 인기 있는 건강식품은 허브나 유기농 원료 제품으로 다양합니다. 채식 제품이나 견과류도 인기가 있습니다.

32) 사진자료: 남안 마켓(NAM AN MARKET)

**Q. 베트남 소비자들은 삼계탕을 직접 요리하는 것에 대해 어떻게 생각하나요?
삼계탕재료 키트 구매 및 사용에 대한 수요는 어떤가요?**

베트남 소비자들은 삼계탕을 ‘한국 인삼 닭고기 수프’라는 이름으로 알고 있습니다. 삼계탕을 시도해보고 싶어 하지만, 요리하는 것은 복잡하거나 맛이 입에 맞지 않을까 하는 우려 때문에 꺼립니다. 베트남에서 삼계탕에 대한 피드백은 그다지 긍정적이지 않으며, 강한 맛이 없거나 다소 싱겁다는 평이 있습니다. 따라서 삼계탕 키트를 구매하는 사람들은 주로 한국 음식을 시도해보고 싶거나 베트남에 거주하는 한국인이 한국 음식을 요리하고 싶어하는 경우가 많습니다.

Q. 고객사의 제품 가격 및 재료가 베트남 시장에 적합한가요? 구체적인 피드백을 주세요.

가격은 베트남 시장에서 확실히 프리미엄에 속합니다. 비교하자면, 이곳의 유사한 한방 수프 재료 키트는 보통 5만~10만 동(2,735~5,470원) 사이입니다. 그럼에도 불구하고 홍삼은 건강상의 이점으로 인해 인식되고 있어, 중장년 여성 등 건강에 관심이 많은 특정 소비자층에서 구매 가능성이 있습니다. 재료는 일부 현지인 입맛에는 다소 이국적일 수 있습니다. 홍삼은 알려져 있지만, 오가피나 엄나무 같은 다른 재료는 베트남에서 잘 알려져 있지 않습니다. 베트남 내 포장 제품은 품질과 안전에 대해 보증하는 베트남 농업 우수 관리(VietGAP) 인증이 필요합니다.

Q. 고객사 제품을 수출할 경우, 오프라인 진출을 위한 최적의 유통 채널은 무엇인가요? 그 이유는 무엇인가요?

제품의 특성을 고려할 때, K-Market이나 롯데마트와 같은 아시아 전문 매장이 유통에 이상적일 것입니다. 이러한 매장은 한국 및 기타 아시아 제품에 관심이 있는 외국인과 현지 고객 기반이 탄탄합니다. 이러한 매장에서 한국 문화와 음식에 대한 친숙함은 삼계탕재료와 같은 제품에 큰 이점이 됩니다. 또한, 이러한 매장은 종종 수입품에 중점을 두고 있어, 이곳의 고객들은 이미 독특한 것을 찾고 있으며 품질 좋은 제품에 프리미엄 가격을 지불할 의향이 있습니다. 이러한 채널에 제품을 배치함으로써, 이미 한국 요리를 시도하고 감상할 준비가 된 소비자들을 타겟으로 할 수 있습니다.

Q. 베트남에서 고객사의 제품을 홍보할 때 효과적인 경로와 홍보 방법은 무엇인가요? 성공적인 키워드, 슬로건, 광고 채널을 공유해 주세요.

K-Market이나 롯데마트와 같은 전문 매장과 협력하여 ‘1+1’ 행사나 한국 문화 행사 기간 동안 할인 제공과 같은 프로모션을 진행하면 초기 관심을 끌 수 있습니다. 또한, 온라인 채널도 중요합니다. 베트남 소비자들은 페이스북, 잘로, 유튜브와 같은 소셜 미디어 플랫폼에서 매우 활발합니다. ‘Bổ dưỡng từ gốc(뿌리부터 영양)’, ‘hồng sâm(홍삼)’과 같은 키워드를 사용하는 것이 효과적일 것입니다. 삼계탕 요리 튜토리얼 비디오를 만들어 온라인 플랫폼에서 광고하는 것을 권장합니다.

Interview ③

33)

신코리아(XINH KOREA)
Manager

●

신코리아
(XINH KOREA)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2019년에 설립된 업체로 가정용품, 의약품, 화장품, 의류 및 수입 식품을 취급하고 있음
 - 한국의 삼계탕재료 및 인삼/홍삼 제품을 주로 수입하고 있음

담당자 정보

Manager

Q. 베트남 시장에서 소비자들은 홍삼 제품, 특히 쓴맛이 나는 제품에 대해 어떤 선호를 보이나요? 쓴맛에 대한 강한 거부감이 있나요?

홍삼 제품은 특히 중년 여성과 자연 건강 보조제를 찾는 소비자들 사이에서 큰 인기를 끌고 있습니다. 쓴맛은 문제가 되지 않는다고 생각합니다. 건강을 중시하는 사람들은 일반적으로 고급의 품질을 추구하기 때문입니다. 따라서 제품의 품질과 효능이 가장 중요한 요소입니다.

Q. 베트남 소비자들은 인삼 또는 홍삼 제품에 대해 일반적으로 어떻게 인식하고 있나요? 주로 어떤 형태로 홍삼 제품을 소비하나요?

홍삼 제품이 건강에 매우 유익하다는 것을 알게 되면 소비자들은 쓴맛을 감수할 것입니다. 정제나 액상 형태로 추출된 홍삼은 베트남의 고급 소비자들 사이에서도 매우 인기가 있습니다.

Q. 베트남에서 삼계탕에 대한 인지도는 어느 정도인가요? 베트남에서 인기 있는 다른 건강식품도 알려주세요.

삼계탕에 대한 인식이 점차 높아지고 있지만, 여전히 시장의 특정 세그먼트에 국한되어 있습니다. 일반적인 베트남 소비자는 삼계탕에 익숙하지 않을 수 있습니다. 베트남 전통 약초도 매우 인기가 있으며, 소비자들은 이를 닭고기와 함께 요리하는 것을 선호합니다. 이는 삼계탕과 상당히 유사합니다. 베트남에서 인기 있는 다른 건강식품으로는 최근 유행하고 있는 모링가와 오랜 인기를 끌고 있는 연자육 수프, 흑임자 제품 등이 있습니다. 이러한 제품들은 더 접근하기 쉽고 친숙하게 여겨집니다.

**Q. 베트남 소비자들은 삼계탕을 직접 요리하는 것에 대해 어떻게 생각하나요?
삼계탕재료 키트 구매 및 사용에 대한 수요는 어떤가요?**

베트남 소비자 중 일부는 삼계탕 요리에 관심을 보이고 있지만, 이는 널리 퍼지지 않았습니다. 대부분의 사람들은 준비가 더 빠르고 쉬운 요리를 선호하거나, 삼계탕을 집에서 직접 요리하기보다는 외식하는 것을 선호합니다. 특히 삼계탕은 조리 시간이 길기 때문입니다. 한약 재료 키트는 새롭진 않지만 매우 편리할 것으로 생각됩니다. 허브 수프나 쌀국수 키트와 같은 더 친숙한 제품을 판매하는 데 성공을 거두었습니다.

Q. 고객사의 제품 가격, 재료, 인증이 베트남 시장에 적합한가요? 구체적인 피드백을 주세요.

고객사 제품의 가격은 현지에서 구할 수 있는 제품에 비해 상당히 비쌉니다. 하지만, 홍삼 같은 프리미엄 성분을 포함한 건강 관련 제품에 더 많은 비용을 지불할 의향이 있는 소비자들이 있습니다. 홍삼이 포함된 제품은 일반적으로 잘 팔리지만, 다른 약초들은 그 효능을 설명하기 위한 교육이나 마케팅이 필요할 수 있습니다. 또한, 현지 인증이 없으면 소비자의 신뢰를 얻기가 어려울 수 있으며, 제품이나 품질과 안전성에 대한 인증을 받은 제품을 선호합니다.

Q. 고객사 제품을 수출할 경우, 오프라인 진출을 위한 최적의 유통 채널은 무엇인가요? 그 이유는 무엇인가요?

제품의 건강 중심적인 특성을 고려할 때, 외국인이 거주하는 지역 근처의 외국 마트 내 식품 체인을 타겟으로 삼는 것이 좋습니다. 이러한 채널은 건강 증진 제품을 찾는 고객층을 끌어들이기 때문에 적합합니다. 40대 여성, 즉 주요 타겟 그룹은 건강 보조제와 허브 제품을 구매하기 위해 이러한 장소를 자주 방문합니다. 또한, 이러한 매장의 직원들은 대개 제품의 이점에 대해 소비자를 교육할 수 있는 지식을 갖추고 있어 신뢰를 구축하고 새로운 시장에서 판매를 촉진하는 데 필수적입니다.

Q. 베트남에서 고객사의 제품을 홍보할 때 효과적인 경로와 홍보 방법은 무엇인가요? 성공적인 키워드, 슬로건, 광고 채널을 공유해 주세요.

건강 식품 체인과 약국을 통한 직접 마케팅이 매우 효과적일 수 있습니다. 배너, 포스터, 소규모 교육 워크숍을 통해 제품을 소개할 수 있습니다. 또 다른 접근 방식은 현재 인터넷에서 가장 효과적인 플랫폼 중 하나인 틱톡(TikTok)에서 라이브 스트리밍을 하는 것입니다. 슬로건으로는 제품의 본질을 나타내는 ‘전통의 맛, 현대의 건강’을 추천합니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Sauces & Spices - Vietnam', 2024.09
2. KIEP대외경제정책연구원, '최근 3년간 우리 기업의 문의가 많았던 베트남 건강기능식품 시장 동향', 2023.12
3. 스태티스타(Statista), 'Spices & Culinary Herbs - Vietnam', 2024.09
4. KATI농식품수출정보, 'K-푸드, '맛있는 웰빙'으로 베트남 입맛 사로잡다!', 2024.08
5. 덴 매거진(The Den), '무더위를 이겨라, 전 세계 보양식 열전', 2024.07
6. 중도일보, '[대전다문화 나라별 음식이야기] 베트남 보양식, 약초 넣은 오골계탕', 2018.11
7. 램프쿡(Lamp Cook), '세계속 한식이야기-Chapter 2. 베트남에서의 한식 이야기'
8. 베트남 픽토리알, '베트남 인삼 시장동향', 2021.12
9. 스태티스타(Statista), 'Distribution of grocery retail sales in Vietnam in 2021, by channel', 2024.07
10. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea as of June 2024', 2024.09
11. aT한국농수산물유통공사, '2023 농식품 수출국가 정보조사 베트남', 2023
12. aT한국농수산물유통공사, '2023 국가별 농식품 수출 교역조건 베트남', 2023
13. aT한국농수산물유통공사, '베트남 식품첨가물 및 유해물질 규정 원문 및 번역본', 2023
14. aT한국농수산물유통공사, '2023 농식품 해외인증·등록정보', 2023
15. 관세청, '글로벌 AEO 총서', 2019

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KIEP대외경제정책연구원 (www.kiep.go.kr)
4. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
5. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
6. ITC(International Trade Center) (www.trademap.org)
7. 덴 매거진(The Den) (www.theden.co.kr)
8. 중도일보 (m.joongdo.co.kr)
9. 쇼피(Shopee) (shopee.vn)
10. 메디케어(Medicare) (www.medicare.vn)
11. 비엠테이터(Vietdata) (www.vietdata.vn)
12. 링크드인(LinkedIn) (www.linkedin.com)
13. 안강(An Khang) (www.nhathuocankhang.com)
14. 비엠테이터(Vietdata) (www.vietdata.vn)
15. 비르(Vir) (vir.com.vn)
16. 케이마켓(K-Market) (kmarketvina.com)
17. 페이스북(Facebook) (www.facebook.com)
18. 고(Go!) (go-vietnam.vn)
19. 피치북(Pitchbook) (pitchbook.com)
20. 센트럴리테일(Centralretail) (www.centralretail.com)
21. 비나한인(VinaHanin) (www.vinahanin.com)
22. 박화씨잉(Bach Hoa Xanh) (www.bachhoaxanh.com)
23. 쇼피 베트남(Shopee Vietnam) (www.shopee.vn)
24. 이씨디비(ECDB) (ecommercedb.com)
25. 시밀러웹(Similarweb) (similarweb.com)
26. 쇼피 한국(Shopee Korea) (shopee.kr)
27. 베트남 관세청 (www.customs.gov.vn)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

28. 베트남 산업무역부(MOIT) (moit.gov.vn)
29. 베트남 보건부(MOH) (moh.gov.vn)
30. 베트남 식품안전국(VFA) (vfa.gov.vn)
31. 외교부 (www.mofa.go.kr/www/main.do)
32. 관세청 (www.customs.go.kr)
33. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
34. 관세법령정보포털 (unipass.customs.go.kr)
35. aT한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)
36. KOTRA 대한무역투자진흥공사 (www.kotra.or.kr)
37. FTA포털(Yes FTA) (www.customs.go.kr/ftaportalkor/main.do)
38. 도부마트(DOVUMART) (dovumart.vn)
39. 남안 마켓(NAM AN MARKET) (www.namanmarket.com)
40. 신크리아(XINH KOREA) (www.xinhkorea.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.09.13

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