

# 2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202410-36  
품목 | 알가공품(Processed Egg Products)  
HS CODE | 0408.99-9000  
국가 | 베트남(Vietnam)



# CONTENTS

## 2024 수출기업 맞춤형 조사

### I. 요약

1. 요약	04
-------	----

### II. 시장규모

1. 베트남 유제품 및 계란 시장규모	06
2. 베트남 기타 유제품 및 계란 시장규모	07
3. 베트남 알가공품 수입규모	08

### III. 시장트렌드

1. 베트남 소비 트렌드 변화	10
2. 베트남 계란 시장 현황	11
3. 베트남 온라인 쇼핑물 알가공품 판매 현황	12

### IV. 유통채널

1. 베트남 알가공품 유통채널 점유율	15
2. 베트남 알가공품 주요 유통채널	16



# CONTENTS

## 2024 수출기업 맞춤형 조사

### V. 진입장벽

1. 베트남 알가공품 통관 및 검역 절차	23
2. 베트남 알가공품 품질 인증	26
3. 베트남 알가공품 라벨링	28
4. 베트남 알가공품 성분 및 유해물질	35

### VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 씨클케이(Circle K)	39
2. 롯데마트베트남(Lotte Mart)	41
3. 메가마켓(MegaMarket)	43
※ 참고문헌	45

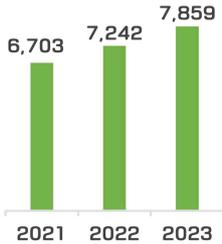


# 베트남 알가공품 시장

## 시장 현황

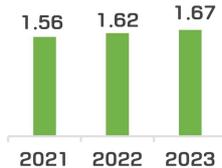
### 유제품 및 계란 시장규모

단위 : 백만 달러



### 기타 유제품 및 계란 시장규모

단위 : 십억 달러

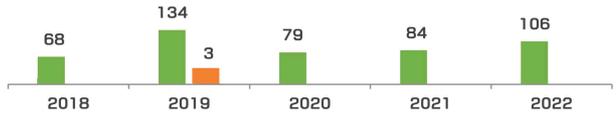


## 수출입 현황

### 수출입 현황 (HS CODE 0408.99 기준)

■ 베트남 對 세계 ■ 베트남 對 한국

단위 : 천 달러



### 국가별 수입규모

2022년 **일본** 1.4억 원으로 해당 품목의 수입액 전체를 차지함

2019년 **한국** 392만 원을 기록한 이후 수입 실적 전무

## 시장 트렌드

### 이슈 분석

#### 소비 트렌드

디지털화와 SNS 마케팅 성장으로 온라인 구매가 증가하고, 국산 브랜드와 프리미엄 제품 선호가 커지고 있음

#### 계란 시장 현황

베트남은 계란 생산량이 증가했으나, 경제난으로 계란값 폭락 현상이 발생하고 있으며, 농가들은 큰 손실을 보고 있음

### 온라인 제품 분석

#### 패키징

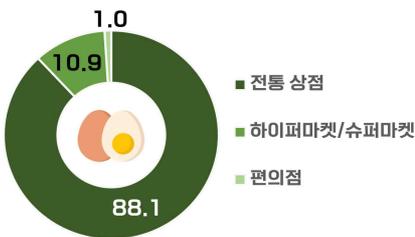
온라인 입점 제품 중 다수는 진공 포장 형태로 제공되며, 종이 박스에 포장됨

### 맛

주로 계란을 간장에 절인 제품이 많으며 일부는 매운 맛이나 소금 맛 등의 옵션을 제공함

## 주요 유통채널

### 유통채널 점유율



## 통관 및 제도

### 수출 통관 유의사항

#### 세금

FTA 협정세율 0%

#### 사전 준비

특혜세율 혜택 수혜 시 원산지증명서 발급 **必**  
VFA 적합성 인증 평가 **必**

### 권장 인증



GMP



ISO 22000



HACCP

### 유의사항

#### 라벨 필수 표기사항

제품명, 원산지, 성분 및 성분 함량, 상품 책임 기관 정보, 중량, 위생 안전 경고, 제조일자 및 유통기한 등

## 수입유통업체 인터뷰

### 인터뷰 대상 :



### Point 01.

**가격 피드백** 고객사 제품은 프리미엄 제품으로 포지셔닝할 경우 적절할 수 있음. 현재 베트남 시장에서 메추리알과 같은 제품은 2만-3만 동의 가격대를 형성하고 있으며, 소비자의 접근성을 높이기 위해 약간의 가격 조정이 필요할 수 있음

**인증 및 규제** HACCP 또는 ISO 22000과 같은 국제 인증 보유를 권장하며, 병원균 검증 인증 및 수입 면허 취득이 필요함

### Point 02.

**시장수요** 베트남 내 알가공품 시장은 아직 초기 단계에 있으나, 현대 소비자들의 라이프스타일 변화와 건강한 식사 대안에 대한 관심 증가로 인해 성장 가능성이 높음. 특히, 빠르고 간편하게 영양가 높은 간식을 섭취하려는 젊은 층을 중심으로 소비자층이 구성되어 있음

**홍보전략** 소셜 미디어를 활용하여 제품의 편리성과 맛을 강조하는 광고를 진행하고, 시식과 결제 할인 행사를 통해 구매를 유도할 수 있음

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# II 시장규모



1. 베트남 유제품 및 계란 시장규모
2. 베트남 기타 유제품 및 계란 시장규모
3. 베트남 알가공품 수입규모

## 1. 베트남 유제품 및 계란 시장규모

베트남 국가 일반 정보<sup>1)</sup>

면적	33만 341km <sup>2</sup>
인구	1억 77만 명
GDP	4,658.1억 달러
GDP (1인당)	4,622.5달러

### ▶ 베트남 유제품 및 계란 시장규모 10.3조 원<sup>2)3)4)</sup>

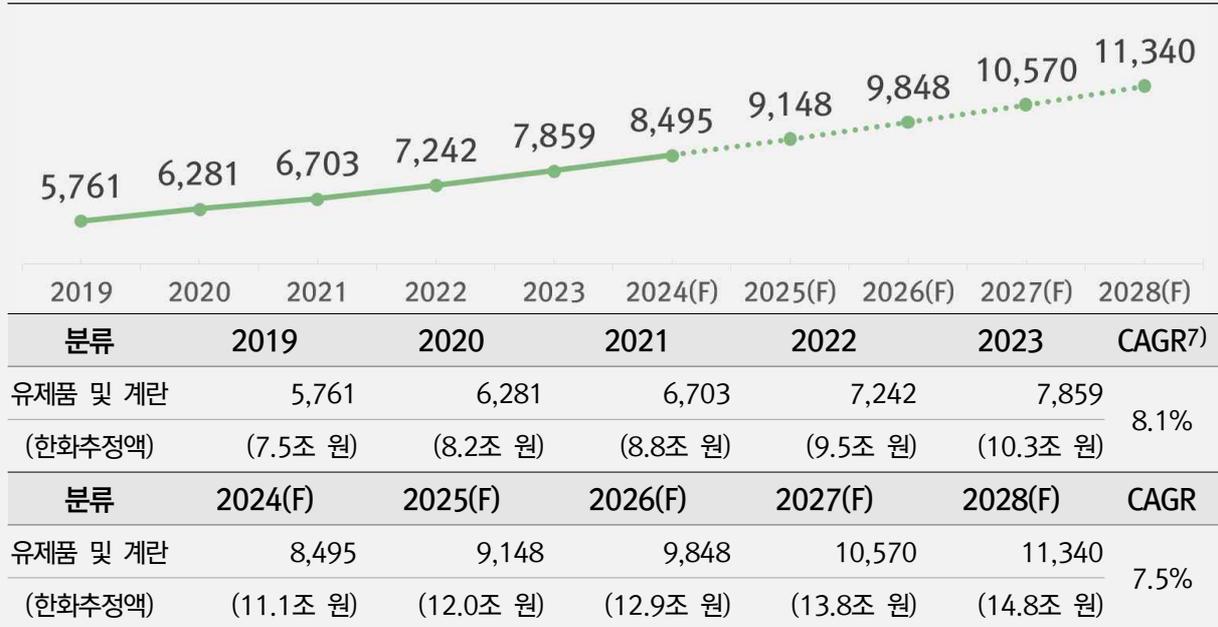
2023년 기준 베트남 유제품 및 계란 시장규모는 10.3조 원에 달했으며, 이는 한국 시장의 약 0.8배 규모임. 최근 5년(2019-23년)간 시장규모는 꾸준히 증가하여 연평균 성장률은 8.1%로 나타남. 특히 2020년은 전년 대비 9.0%의 높은 성장률을 기록함

### ▶ 베트남 유제품 및 계란 시장규모, 향후 5년간 7.5%씩 성장 예상

베트남 유제품 및 계란 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 7.5%씩 성장하여 2028년에는 14.8조 원 규모에 이를 것으로 예상됨. 이와 같은 성장세의 주요 요인으로는 베트남 인구 증가와 더불어, 근육 강화와 체중 관리를 목표로 하는 고단백 식단에 대한 관심 증대로 인한 유제품 및 계란 소비의 확대가 지목되고 있음

[표 2.1] 베트남 ‘유제품 및 계란’ 시장규모<sup>5)6)</sup>

단위 : 백만 달러



자료: 스태티스타(Statista)

- 1) 자료: 외교부 홈페이지
- 2) 자료: 스태티스타(Statista), 'Dairy Products & Eggs - Vietnam', 2024.10
- 3) 스태티스타에 따르면, '유제품 및 계란(Dairy Products & Eggs)'은 우유 및 우유 대체품과 닭, 오리, 메추리 등 가축에서 생산된 계란을 포함함
- 4) 조사제품 '알가공품'은 간식이나 식사 대용으로 간편하게 섭취할 수 있는 훈제 메추리알 제품임. 이에 '기타 유제품 및 계란' 시장과 상위 시장인 '유제품 및 계란' 시장의 규모를 조사함
- 5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 6) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)
- 7) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

## 2. 베트남 기타 유제품 및 계란 시장규모

### ▶ 베트남 기타 유제품 및 계란 시장규모 2.18조 원<sup>8)9)</sup>

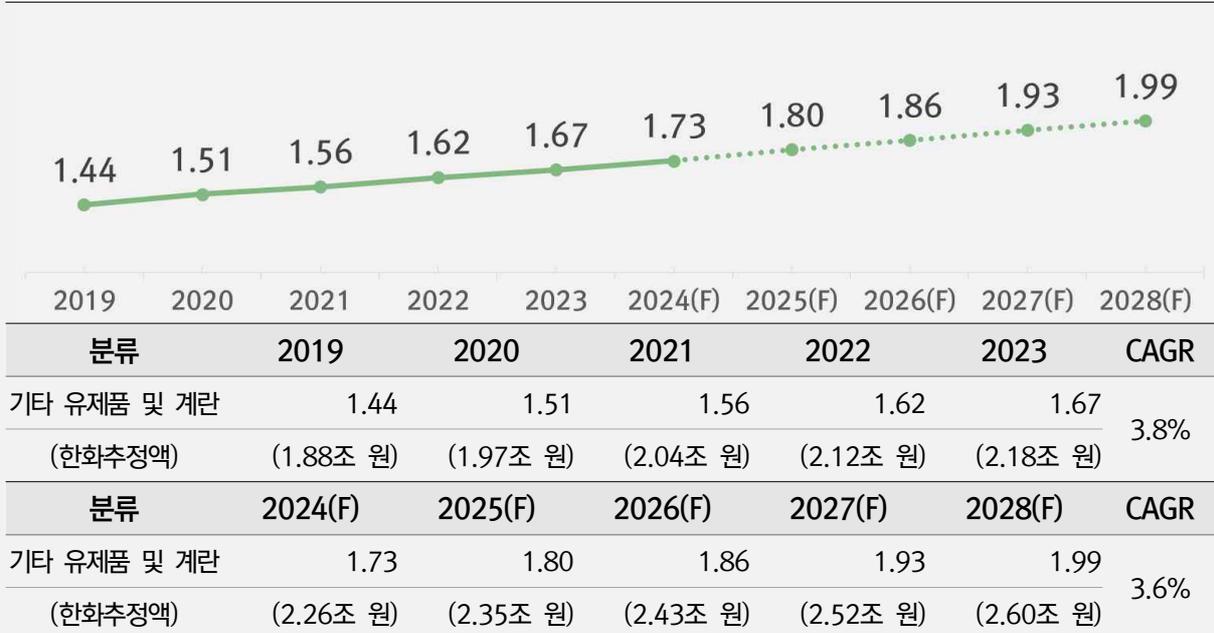
2023년 기준 베트남 기타 유제품 및 계란 시장규모는 2.18조 원에 달함. 이는 한국 시장의 1.8배 규모에 해당함. 최근 5년(2019-23년)간 시장의 연평균 성장률은 3.8%로 나타났으며, 특히 2020년은 전년 대비 4.9%로 비교적 높은 성장률을 기록함

### ▶ 베트남 기타 유제품 및 계란 시장규모, 향후 5년간 성장 예상

베트남 기타 유제품 및 계란 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 3.6%씩 성장하여 2028년에는 약 2.60조 원 규모에 이를 것으로 예상됨. 비록 유제품 및 계란 시장 전체에 비해 상대적으로 낮은 성장률을 보이지만, 가처분 소득 증가로 소비자들의 고급 유제품 및 다양한 종류의 계란에 대한 구매 여력이 확대되고 있음<sup>10)</sup>

[표 2.2] 베트남 ‘기타 유제품 및 계란’ 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

8) 자료: 스태티스타(Statista), ‘Other Dairy Products & Eggs - Vietnam’, 2024.10

9) 스태티스타에 따르면, ‘기타 유제품 및 계란(Other Dairy Products & Eggs)’은 가축의 우유로 만든 기타 제품과 달걀 이외의 가축의 알을 포함함

10) 타이완뉴스(Taiwan News), ‘Vietnam Egg Protein Market Maximizing The Value Of Secondary Data Strategies For Effective Research’, 2024.02

### 3. 베트남 알가공품 수입규모

● HS CODE 0408.99

해당 장에서 조사제품 알가공품은 HS CODE 0408.99로 분류됨. HS CODE 제0408호의 품명은 '새의 알과 알의 노른자위'이며, HS CODE 0408.99의 품명은 '기타'로 확인됨

▶ HS CODE 0408.99 베트남의 對글로벌 수입액, 1.4억 원

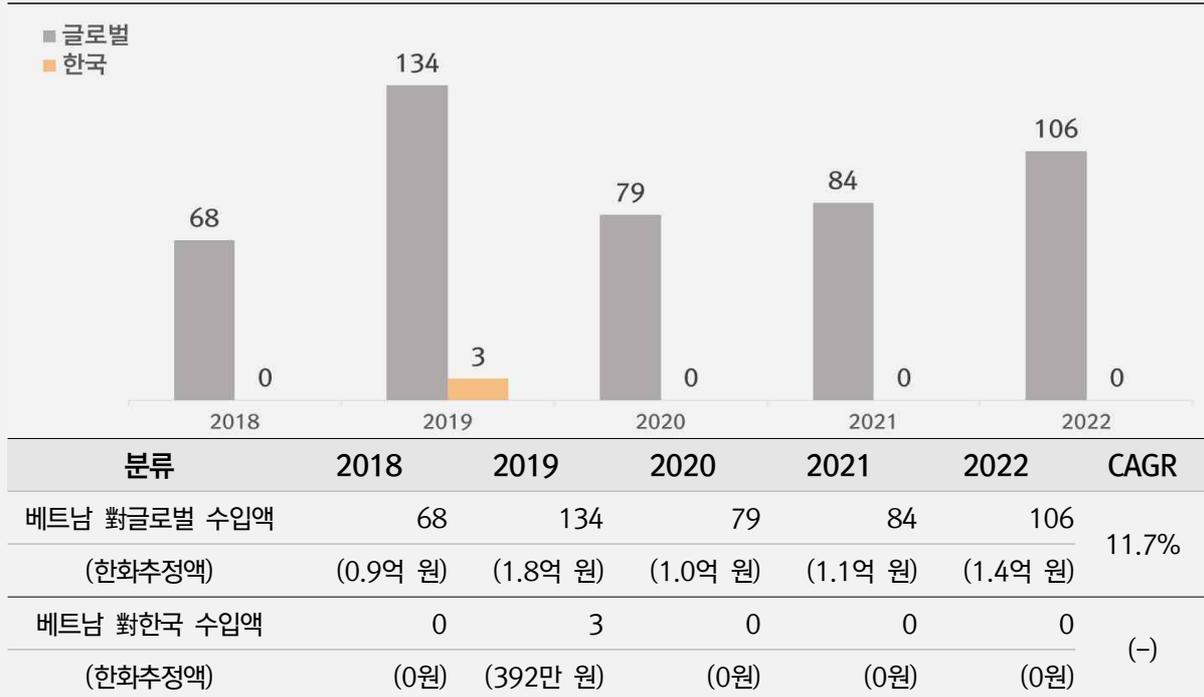
2022년 기준 HS CODE 0408.99 품목에 대한 베트남의 對글로벌 수입액은 전년 대비 26.2% 증가한 1.4억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 베트남의 對글로벌 수입액은 조사 기간(2018-22년) 동안 한 차례 하락을 제외하고는 꾸준히 증가했으며, 연평균 11.7%의 성장률을 기록함

▶ HS CODE 0408.99 베트남의 對한국 수입액, 2019년 이후 전무

2022년 기준 HS CODE 0408.99 품목에 대한 베트남의 對한국 수입액은 0원으로 집계됨. 조사 기간(2018-22년) 동안 해당 품목에 대한 베트남의 對한국 수입액은 2019년에 392만 원을 기록한 이후 수입이 이루어지지 않은 것으로 나타남. 한편, 2022년 기준 일본이 해당 품목에 대한 베트남의 對글로벌 수입액 1.4억 원 전체를 차지하며, 이 품목의 수입에서 압도적인 비중을 보임

[표 2.3] 베트남 HS CODE 0408.99 수입규모<sup>11)</sup>

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

11) ITC 자료에 따르면, 베트남의 해당 품목 수입규모는 2022년까지의 정보까지 제공됨

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# III 시장트렌드



1. 베트남 소비 트렌드 변화
2. 베트남 계란 시장 현황
3. 베트남 온라인 쇼핑물 알가공품 판매 현황

## 1. 베트남 소비 트렌드 변화

### ▶ 디지털 시장 확대로 변화하는 소비자 유통망

베트남은 디지털 네이티브 세대가 전체 소비의 40%를 차지하며, 온라인과 모바일을 통한 구매가 활발히 이루어지고 있음. 2020년 기준, 베트남 전체 인구의 70%가 인터넷을 사용하고 있으며, 이러한 급격한 디지털화는 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 티키(Tiki) 등의 전자상거래 플랫폼 성장을 촉진하여 2025년에는 전자상거래 시장 규모가 490억 달러(64억 381만 원<sup>12)</sup>)에 이를 것으로 전망됨. SNS를 통한 구매도 증가하고 있으며, 5,200만 명의 사용자를 보유한 현지 SNS인 잘로(Zalo)는 중요한 마케팅 채널로 자리잡았고, 틱톡(TikTok), 유튜브 쇼츠(YouTube Shorts), 인스타그램 릴스(Instagram Reels) 등의 숏폼 플랫폼도 빠르게 성장하고 있음. 이로 인해 SNS 인플루언서가 진행하는 라이브 스트리밍을 보고 구매 결정을 내리는 소비자가 증가하고 있음. 뿐만 아니라, 틱톡 인플루언서들이 본인이 사용하는 제품 관련 콘텐츠를 만들고 직접 판매하기도 하는 ‘쇼퍼 엔터테인먼트’가 유행하고 있음. 이처럼 온라인을 통한 제품 마케팅 구매가 증가하면서 남북 간 지리적 차이도 감소하기 시작했음. 베트남 국토는 남북으로 긴 형태로 기후와 역사의 차이로 소비자 행동 패턴이 다른 경향을 보이며 지역에 따른 서로 다른 마케팅 수단이 필요했는데, 최근에는 온라인을 통한 구매가 증가하면서 이런 차이가 현저히 줄어들었음. 옴니채널을 구축하는 유통 기업들이 증가하고 있으며, 전자결제의 규모도 커지고 있음

### ▶ 소비자 기호에 따른 트렌드 변화

최근 베트남 소비 트렌드에서 주목할 만한 점은 국산 브랜드에 대한 선호도가 증가한 것임. 베트남은 소비재 분야에서 마산(Masan), 뉴티푸드(Nutifood), 비나밀크(Vinamilk) 등 현지 소비재 업체들이 성공적인 브랜드를 구축하고 있으며, 유통분야에서도 현지 업체들이 두각을 나타내고 있음. 또한, 국가 차원의 ‘한 마을 한 상품(OCOP)’ 프로그램을 진행하여 지역 농업 특산품과 농촌 관광 개발을 촉진하려는 계획임. 최근 베트남 소비자들 사이에서 환경, 이웃, 세계, 지역, 건강 등 사회적 가치를 고려한 ‘착한 소비’가 증가하고 있음. 특히 베트남 소비자의 84%가 착한 소비를 위해 추가 비용을 지불할 의향이 있다고 응답해, 시장의 프리미엄화가 진행될 가능성이 높아 보임<sup>13)</sup>

12) 1달러=1,306.90원 (2024.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

13) KOTRA해외시장뉴스, ‘베트남 인구구조 변화와 함께 변화하는 소비 트렌드’, 2023.03

## 2. 베트남 계란 시장 현황

### ▶ 베트남 계란 생산량 증가

베트남의 가금류 수가 증가함에 따라 계란 생산량도 증가하고 있음. 2023년 조사에 따르면, 총 가금류 개체 수는 5억 3,300만 마리를 넘었으며, 계란 생산량은 192억 개에 이르러 전년 대비 5.2%의 성장률을 기록했음. 베트남은 대표적인 계란 수출국이지만, 대부분의 계란은 국내에서 소비되고 있음. 베트남 농업농촌개발부 조사에 따르면, 2023년 상반기 계란 총 소비량이 140억 개를 넘어섰음. 대표적인 브랜드인 바후안(Ba Huan)은 현재 3,000개의 슈퍼마켓과 매장에서 판매되고 있으며, 제과 브랜드인 킨도(Kinh Do)에 원자재를 공급하고 있음. 타파비엣(Tafa Viet)은 독일, 네덜란드, 일본의 통합 농장 시스템을 구현한 베트남의 유명 계란 생산업체 중 하나임. 롯데마트(Lotte Mart)와 쿵마트(Coop Mart) 등에 제품을 납품하고 있으며, 최근에는 훈제 계란을 출시하여 베트남 소비자의 관심을 받고 있음. 연간 5억 3,400만 개의 계란을 생산하는 빈탄닷(Vinh Thanh Dat)은 훈제 계란과 허브를 넣어 삶은 계란 등의 제품을 판매하고 있음<sup>14)</sup>

### ▶ 베트남, 계란값 폭락 현상 발생

2024년 초 베트남 계란값 폭락 현상이 발생함. 호치민에서 개당 1,700-2,400동(90.27-127.44원<sup>15)</sup>)이었던 계란 가격은 1,500동(79원)까지 떨어졌으며, 북부 지역에서도 계란값은 1,500-1,800동(79-95원)으로 하락했음. 계란 가격 하락의 주요 원인으로서는 경제난으로 인해 대형 주방 수가 줄어들면서 소비 시장이 크게 위축된 점이 지적됨. 계란 소비가 많았던 제과업체들도 생산량을 줄이고, 식당들 역시 필요한 만큼만 계란을 구매하여 전체적인 구매력이 감소함. 이로 인해 가금류 농가는 큰 손실을 입고 있는 상황임. 특히 베트남 내 계란 공급량은 약 150억 개로 매우 많은 수준이며, 생산량은 꾸준히 증가할 것으로 예상되지만 수요는 여전히 제한적이어서 농가의 피해가 더욱 커질 것으로 예상됨. 이에 따라 베트남은 수출 등을 통해 새로운 계란 공급 활로를 모색하고 있음<sup>16)</sup>

14) 비엠티데이터(Vietdata), 'The domestic demand in the Vietnamese poultry egg market is thriving.', 2024.03

15) 100동=5.31원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

16) 브이엔비즈니스(Vnbusiness), 'Mở 'lối ra' vững chắc cho ngành hàng trứng gia cầm giữa lúc giá giảm', 2024.03

### 3. 베트남 온라인 쇼핑몰 알가공품 판매 현황

▶ 베트남 온라인 쇼핑몰 입점 알가공품

- 데이터 수집 카테고리 : trứng gà nướng(구운 계란), trứng cút(메추리알)
- 데이터 수집원 : 쇼피(Shopee)

▶ 베트남 온라인 쇼핑몰 입점 알가공품 특징 분석

- 제품 분석 내용

구분	제품 ①	제품 ②
제품 사진		
제품명	인스턴트 계란 (TRỨNG GÀ TA TIỀM H10 QUẢ)	계란소금구이 (Trứng Gà Nướng Muối)
브랜드	브이푸드(V.FOOD)	(-)
가격	30,000동(1,593원)	6,970동(370원)
용량	10개	30g
패키징	종이 박스 포장	진공포장
원산지	베트남	중국
원료	계란, 설탕, 소금, 향미증진제	계란, 소금
홍보문구	신선한, HACCP, 무방부제, 무색소	향신료, 향긋, 부드러운

구분	제품 ③	제품 ④
제품 사진		
제품명	인스턴트 계란 (quả trứng gà ăn liền)	인스턴트 허브계란 (Trứng gà Thảo Mộc Ăn Liên)
브랜드	데비(Devi)	브이푸드(V.FOOD)
가격	85,000동(4,514원)	36,000동(1,912원)
용량	15개	5개
패키징	진공 포장, 비닐 포장	진공 포장
원산지	베트남	중국
원료	계란, 설탕, 소금, 향미증진제, 식용색소, 허브(계피, 아니스, 카다몬, 오렌지)	계란, 간장
홍보문구	다이어트, 영양소 함유, 콜레스테롤 조절	풍미, 간장 계란

구분	제품 ⑤	제품 ⑥
제품 사진		
제품명	메추리알 한방간장 MIX 3가지 맛 (Trứng Cút Ngâm Xi Dầu Bách Thảo MIX 3 VỊ)	팔라우 메추라기(30개입) (Cút phá lấu (hộp 30 quả))
브랜드	(-)	브이푸드(V.FOOD)
가격	31,500동(1,672원) / 95,500동(5,071원)	34,000동(1,805원)
용량	150g / 455g	30개입
패키징	진공 포장, 비닐 포장	종이 박스, 진공 포장
원산지	대만	베트남
원료	메추리알, 고추, 소금, 간장	계란, 설탕, 소금, 향미 강화제, 향신료(카다몬, 타마린드, 계피)
홍보문구	다양한 맛, 담백한, 저렴한, 바로 섭취 가능	ISO 22000, HACCP, 방부제와 색소 무첨가

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# IV 유통채널



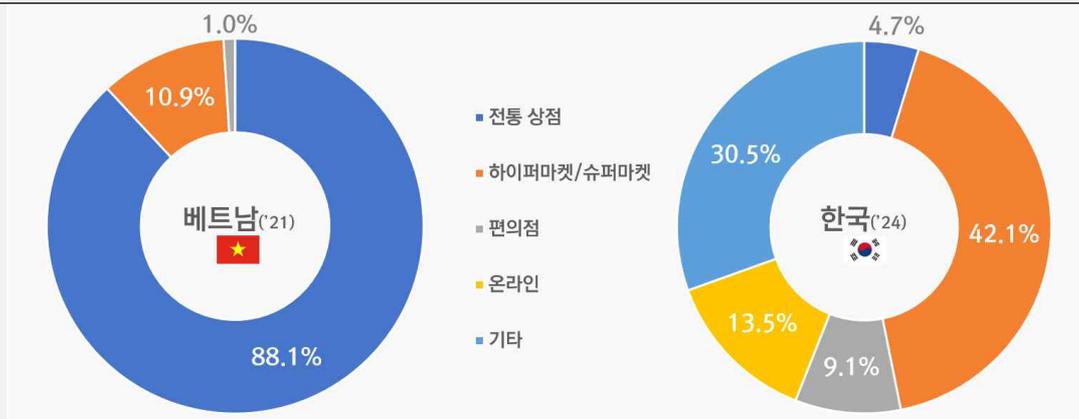
1. 베트남 알가공품 유통채널 점유율
2. 베트남 알가공품 주요 유통채널

## 1. 베트남 알가공품 유통채널 점유율

### ▶ 베트남 알가공품 비롯한 식료품 유통채널, ‘전통 상점’이 1위

2021년 기준, 베트남 내 알가공품을 포함한 식료품 소매유통채널 중 독립 소규모 상점과 시장을 포함한 ‘전통 상점’이 88.1%의 점유율로 압도적인 1위 유통채널로 나타났다. 이어서 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 10.9%의 점유율로 2위, ‘편의점’이 1.0%로 3위를 기록함. 또한, 해당 자료에는 집계되지 않았으나 스탯이스타의 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. 이에 베트남으로 알가공품 유통 시, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’을 중심으로 공략하고, ‘전통 상점’은 물류와 품질 관리 문제를 고려해 신중한 접근이 필요할 것으로 보임. 또한, ‘온라인’ 채널의 성장 가능성을 염두에 두고 오프라인과 온라인 통합 전략을 추진하는 것을 추천함

[표 4.1] 베트남 및 한국 알가공품 B2C 소매유통채널 점유율 비교



B2C 소매유통채널 점유율<sup>17)</sup>18)19) 비교

베트남 점유율	유형 <sup>20)</sup>	한국 점유율
88.1%	전통 상점	4.7%
10.9%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	42.1%
1.0%	편의점	9.1%
(-)	온라인	13.5%
(-)	기타	30.5%

자료: 스탯이스타(Statista)

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

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

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

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

## 2. 베트남 알가공품 주요 유통채널 ① 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 6,780억 원 <sup>21)</sup> 기타 규모 • 매장 수('23): 약 1,697개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2015년에 운영을 시작하여 신선식품과 생필품 소매를 전문으로 하는 베트남 대표 슈퍼마켓 체인점</li> <li>• 베트남 내 전통적인 재래시장과 소규모 동네 가게를 대체하며 빠르게 성장하고 있음</li> <li>• 베트남 내 10여 개의 지역 매장에서 온라인 판매 모델을 시행하고 있음</li> </ul>		
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이메일을 통한 문의</li> <li>• 등록 시 필요한 일반적 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등)</li> <li>③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처 및 기타 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: lienhe@bachhoaxanh.com</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 박화싸잉(Bach Hoa Xanh)

사진 자료: 박화싸잉(Bach Hoa Xanh)

21) 100동=5.31원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준을 적용)

## 2. 베트남 알가공품 주요 유통채널 ② 고

기업 기본 정보	기업명	고(Go!)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	go-vietnam.vn	
	위치	베트남 전역	
	규모	매출액(*23) <sup>22)</sup> • 2,486억 8,800만 바트(9조 9,928억 원 <sup>23)</sup> 기타 규모 • 매장 수(*24): 4개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>태국 방콕에서 설립된 유통업체로, 베트남에서는 1998년부터 사업을 전개함</li> <li>2021년 기존의 '빅씨(Big C)'가 '고'로 재브랜딩 됨</li> <li>2016년 센트럴리테일(Central Retail) 그룹이 빅씨를 인수함</li> <li>인스타그램, 페이스북 등 SNS를 통해 매달 프로모션 및 할인 정보를 제공함</li> </ul>		
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>유선 연락 및 이메일을 통한 직접 등록</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적인 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등)</li> <li>③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>문의사항 연락처</li> <li>- 전화번호: +84-08-3995-8368</li> <li>- 이메일: crv.dvkh@vn.centralretail.com</li> </ul>	

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

사진 자료: 고(Go!), 비나한인(VinaHanin)

22) 고의 모기업 센트럴리테일(Cental Retail)의 전체 매출액에 해당함

23) 1바트=40.18원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 베트남 알가공품 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2002년 베트남에서 시작된 대표적인 한인마트 체인점</li> <li>• 베트남 100대 브랜드에 5년 연속 선정되는 등 현지에서 인정받고 있음</li> <li>• 한인 교민이 아닌 현지인을 타깃 소비자로 제품을 판매하고 있음</li> <li>• 쇼핑 및 배달 서비스를 제공하는 앱을 보유함</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품, 김치류, 냉동식품, 즉석식품, 소스류, 건강식품, 스낵, 음료 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기존 플랫폼에 없는 신제품, 아시안 식품, 프리미엄 제품</li> </ul>	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락 및 이메일을 통한 등록                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수출입 절차에 필요한 문서, 회사에 관련된 모든 종류의 문서 제출 필요</li> <li>- 제품 검토 후 공급업체로 선정된 후에 상세 안내 진행</li> </ul> </li> <li>• 등록 시 필요한 정보                         <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등)</li> <li>③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: kmarketmall@k-market.vn</li> <li>- 전화: +84-0382-64-6759</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 케이마켓(K-Market)

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

## 2. 베트남 알가공품 주요 유통채널 ④ 오케이마트

기업 기본 정보	기업명	오케이마트(OK Mart)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	okmart.vn	
	위치	호치민(Ho Chi Minh), 다낭(Da Nang) 등	
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 7개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 베트남에서 한국의 식품과 생활용품을 판매하는 체인점</li> <li>• 호치민, 다낭, 붕따우(Vũng Tàu), 빈둥(Bình Dương) 지역 등 주요 도시에 매장을 보유하고 있음</li> <li>• 쿠팡의 자체 브랜드 곰곰(Gomgom) 및 타 한국 브랜드 간편 조리 냉동 제품을 판매하며 한국의 인기 제품들을 판매함</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품 등	
	선호 제품	• 아시안 식품, 한국 브랜드 식품, 간편조리식품 등	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등)</li> <li>③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처</li> <li>- 이메일: hoangvyhieu.co@gmail.com</li> <li>- 전화: +84-0386-41-8888, +84-07732-49-999</li> </ul>	

자료: 오케이마트(OK Mart)

사진 자료: 오케이마트(OK Mart)

## 2. 베트남 알가공품 주요 유통채널 ⑤ 원마트 플러스

기업 기본 정보	기업명	원마트 플러스(WinMart Plus)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	winmart.vn		
	위치	베트남 전역		
	규모	순 매출액('23) <sup>24)</sup>		• 32억 달러(4조 1,821억 원 <sup>25)</sup> )
		기타 규모		• 매장 수('23): 3,268개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 베트남 대형 유통기업 마산 그룹(Masan Group)의 자회사 빈 상거래 무역 서비스(VCM)가 운영하는 베트남 편의점 체인 브랜드</li> <li>• 베트남 최대 규모의 편의점 체인으로 자리매김함</li> <li>• 편의점 외에도 약국, 카페 등 다양한 업종이 복합된 멀티플렉스 형태의 매장인 '원라이프(Winlife)', 대형마트인 '원마트(Winmart)'도 운영하고 있음</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 수입식품, 즉석식품, 주류 등		
	선호 제품	• 신선식품, 수입식품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이메일을 통한 입점 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등)</li> <li>③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처</li> <li>- 이메일: cskh@winmart.masangroup.com</li> </ul>		

자료: 원마트(WinMart), 마산그룹(Masan Group)

사진 자료: 원마트(WinMart)

24) 원마트 플러스가 속한 윈커머스(WinCommerce)의 전체 매출액에 해당함

25) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 베트남 알가공품 주요 유통채널 ⑥ 지에스25 베트남

기업 기본 정보	기업명	지에스25 베트남(GS25 Vietnam)			
	기업구분	편의점			
	홈페이지	www.gs25.com.vn			
	위치	베트남 전역			
	규모	매출액('23)	• 1조 5,000억 동(797억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('24): 245개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국의 편의점 체인 브랜드로 지에스25 베트남(GS25 Vietnam Co., Ltd.)이 소유하고 있음</li> <li>• 2018년부터 베트남 내 가맹점 전개를 시작했으며, 2023년 기준 베트남 내 편의점 점포수 2위를 차지함</li> <li>• 한국식 조리식품 매출 성장률이 높음</li> <li>• 떡볶이 등 K-푸드를 현지에 융합한 신문화 전략과 카페 같은 휴식 공간을 제공하며 입지를 다지고 있음</li> </ul>				
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 식사대용식품, 건조식품, 음료류, 스낵류 등			
	선호 제품	• 신뢰도가 높은 브랜드 제품, 한국 브랜드 식품			
	매장 전경	 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 및 유선 연락을 통한 입점 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단의 'Contact' 선택(gs25.com.vn/en/contact-us)</li> <li>- 홈페이지 기입 정보                                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 담당자 정보(담당자 이름, 이메일 주소, 전화번호, 주소)</li> <li>② 문의 내용</li> </ol> </li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등)</li> <li>③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: hello@gs25.com.vn</li> <li>- 전화번호: +84-28-7302-2525</li> </ul> </li> </ul>			

자료: 지에스25 베트남(GS25 Vietnam), 비엠펙데이터(Vietdata)

사진 자료: 지에스25 베트남(GS25 Vietnam), 구글맵(Google Maps)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# V 진입장벽



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

## 1. 베트남 알가공품 통관 및 검역 절차<sup>26)</sup>

### ▶ 베트남 알가공품 수출 통관 단계별 주요사항

베트남으로 식품을 수출 및 유통하려는 국내 수출업자는 식품의약품안전처 홈페이지를 통해 자유판매증명서(CFS: Certificate of Free Sale)를 사전에 취득해야 함. 베트남은 모든 수입식품에 대해 영문으로 작성된 자유판매증명서를 요구하며, 발급까지는 약 3일 정도 소요됨. 화물검사의 경우 Green Channel(저위험), Yellow Channel(중위험), Red Channel(고위험)로 위험도에 따라 분류하여 화물검사가 진행됨

[표 5.1] 베트남 알가공품 통관 검역 절차



자료: 관세청, 베트남 관세청(GDVC), KATI농식품수출정보

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

▶ **베트남 통관 시 유의사항**

베트남으로 제품을 수출 및 유통하고자 하는 국내 제조업체가 특혜세율 혜택을 얻기 위해서는 원산지증명서 원본을 필수적으로 제출해야 하며, 수입통관 시 특혜세율 적용을 위해 원산지증명서 원본을 필수적으로 제출해야 함. 최초 수입신고 시 협정관세 적용 대상임을 신고하지 않으면 FTA 원산지증명서 사후적용 및 환급이 불가함. 수입되는 가공식품 중 하기 표에 기재된 13개의 품목은 검역 및 검사 대상에 포함되며, 상품 도착 5일 전까지 검역 등록을 진행해야 함

[표 5.2] 베트남 검역 및 검사 대상 품목

<b>검역 및 검사 대상 품목</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고기 및 어류의 조제품</li> <li>• 동물성 및 식물성 유지</li> <li>• 우유 및 각종 유제품</li> <li>• 설탕 및 각종 설탕과자</li> <li>• 카카오, 카카오 성분을 포함한 각종 조제품</li> <li>• 곡물/곡분/전분/우유 조제품, 베이커리 제품</li> <li>• 커피, 차, 후추</li> <li>• 채소 및 과일로 만든 조제품</li> <li>• 조미료</li> <li>• 음료, 알코올 음료, 식초</li> <li>• 식품포장재</li> <li>• 기능성식품, 건강보호식품</li> <li>• 식품첨가물</li> </ul>
<b>필요 서류</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 검역검사등록서</li> <li>• 검사제품이 해당하는 품질기준 사본</li> <li>• 품질기준이 공표되어 있지 않은 식품에 대해서는 지정된 검사기관 또는 제조자에 의한 검사보고서</li> <li>• 기타 검사의 간략화를 요구하는 것이 가능할 경우에는 그 증빙서류를 제출해야 함</li> </ul>
<b>검역 및 검사 절차</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 베트남 보건부(MOH) 및 관할 수입지역 공중보건연구소에 필요 서류 제출</li> <li>• 검사기관이 서류심사 후 검사예정방법 확인 및 검사 일정 통지</li> <li>• 수입 제품의 종류, 규격, 라벨, 포장, 수량, 상태 등의 검사 실시</li> <li>• 샘플 분석 후 기초 기준과 베트남 기준(TCVN: Tieu Chaun Viet Nam)을 비교 후 결과 통지</li> </ul>

자료: KATI농식품수출정보

[표 5.3] 베트남 수입 식품별 담당 기관

<p><b>보건부</b> (MOH: Ministry of Health)</p> 	<p><b>농업농촌개발부</b> (MARD: Ministry of Agriculture and Rural Development)</p> 	<p><b>산업무역부</b> (MOIT: Ministry of Industry and Trade of Vietnam)</p> 
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가공식품</li> <li>• 음료</li> <li>• 식품첨가제</li> <li>• 식품 보관 용기</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 과일, 야채, 구근류</li> <li>• 어류 및 육류</li> <li>• 육가공품(햄, 베이컨 등)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 알콜류(맥주, 와인 등)</li> <li>• 음료</li> <li>• 우유</li> <li>• 식물성 오일</li> <li>• 식품 포장지</li> </ul>

자료: aT한국농수산물유통공사

## 2. 베트남 알가공품 품질 인증

### ▶ 베트남 알가공품, VFA 적합성 인증 평가 必

베트남 보건부(MOH)의 식품안전시행법 세부 규정에 따라 수입식품을 포함한 베트남에 유통되는 가공식품에는 베트남 보건부 산하 식품안전국(VFA: Vietnam Food Administration) 적합성 평가를 필수로 받아야 함. 수입업체는 반드시 식품안전규정 적합성을 판정받아 식품안전국(VFA)에 결과를 신고해야 함. 식품 유형 및 성분에 따라 법령이 세분되어 있으며, 각 제품에 적용되는 개별 법령을 반드시 확인하고 관련 법령을 모두 준수해야 함

[표 5.4] 베트남 알가공품 VFA 적합성 인증

인증명	취득 정보	
VFA 적합성 인증 	목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입식품에 대한 식품위생과 식품안전 관리를 위해 도입함</li> </ul>
	기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>인증기관: 베트남 보건부(MOH) 산하 식품안전국(VFA)</li> <li>시험 및 인증 대행 기관: Vietnam Food Administration FSI, Vinacert-Control Sac Ky Hai Dang JSC QUACERT</li> </ul>
	절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>적합성 평가 인증 신청 서류 제출 (베트남 수입업체)</li> <li>적합성 평가 (인증기관)</li> <li>식품안전규정 적합성 선언문 발표 (인증기관)</li> <li>식품안전규정 적합성 판정 신고</li> <li>신고 접수 확인 및 공개통보 (베트남 식품안전국)</li> </ul>
	일반 식품 필요 서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>판정 신청서</li> <li>제품 상세정보(식별 가능한 기준(색, 맛, 상태), 필수 품질 기준, 미생물 기준, 중금속 기준, 성분 및 첨가물 기준, 유효기일, 사용 및 유지 지침, 포장 정보, 라벨 내용, 원산지(해외 생산업체 이름, 국가명, 현지 수입업체 또는 유통업체 이름 및 주소)</li> <li>공인인증기관에서 발행한 적합인증서</li> <li>자체 평가를 시행한 경우에는 지정된 시험기관 또는 원산지 국가의 민간 시험기관에서 발행한 12개월 이내의 제품시험 결과서</li> <li>정기적인 모니터링 계획 및 품질관리계획</li> <li>원산지 국가의 원본 라벨 샘플과 베트남어 라벨 샘플</li> <li>(베트남 최초 수입 시) 제품 샘플</li> <li>해외 생산업체의 HACCP 혹은 ISO 22000 혹은 GMP 혹은 기타 동등한 인증서(선택사항)</li> <li>식품안전요건을 충족시키는 시설에 대한 인증서 또는 증명서</li> </ul>

자료: 베트남 보건부(MOH)

▶ **베트남 알가공품, 권장 인증 사항**

베트남으로 알가공품 제품 수출 시, 베트남 보건부 산하 식품안전국에 따르면 식품의 안전이나 제조에 관하여 별도의 인증을 부과하고 있지 않음. 다만, GMP, HACCP, ISO 22000, HVNCLC 등 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증의 경우, 수출 기업의 선택에 따라 해당 인증을 획득하여 활용할 수 있음

[표 5.5] 베트남 알가공품 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 마크
GMP	식품 · 의약품 품질 인증	선택	베트남 보건부(MOH/VFA) 지정 검사기관	
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
HVNCLC	식품 · 제품 등 우수 품질 인증	선택	HCMC FFA (Food and Foodstuff Association), Saigon Times 그룹	

자료: 각 인증기관

### 3. 베트남 알가공품 라벨링

[표 5.6] 베트남 알가공품 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> <li>필수 표기 사항은 반드시 베트남어로 기재되어야 하며 외국어를 함께 적는 경우 외국어는 베트남어 문자 크기보다 작아야 함</li> <li>베트남어로 된 내용은 원문 라벨과 내용이 상응해야 함</li> <li>필수 표기 사항을 제외하고 선택 표기 사항이 있는 경우 베트남어로의 번역은 필요하지 않으나 해당 내용은 상품의 성질, 용도 및 라벨 상의 기타 내용을 왜곡하지 않아야 함</li> </ul>
	2. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> <li>제품명은 라벨에서 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 곳에 넣어야 하며, 다른 필수 정보와 비교하여 가장 큰 크기로 표기해야 함</li> <li>성분의 전체 또는 일부를 취하여 제품명을 작성한 경우 성분의 중량을 명시해야 함</li> </ul>
	3. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>원산지의 표기 주체는 제조업체, 수출 및 수입업체임</li> <li>상품을 제조, 수입하는 단체 또는 개인은 자체적으로 상품의 원산지를 확인하여 기재해야 하며 상품 원산지에 관한 법률, 베트남이 참여 또는 서명한 협정에 따라 성실하고 정확하게 기재해야 함</li> <li>라벨에 기재된 상품의 원산지는 상품을 생산하는 국가 또는 지역의 이름을 다음 중 하나로 표기해야 함                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- made in</li> <li>- manufactured in</li> <li>- country of origin</li> <li>- country</li> <li>- manufactured by</li> <li>- product of</li> </ul> </li> <li>상품의 원산지를 알 수 없는 경우, 상품이 최종 단계를 거쳐 완성되는 국가 또는 지역명을 표시해야 하며 다음 문구 중 하나 또는 이 구절을 혼합한 형태로 표현해야 함                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- assembled in/at</li> <li>- bottled in/at</li> <li>- mixed in/at</li> <li>- finished in/at</li> <li>- packaged in/at</li> <li>- labeled in/at</li> </ul> </li> <li>물품의 생산국가 또는 지역명은 약칭으로 표시해선 안 됨</li> </ul>

자료: 베트남 보건부(MOH)

[표 5.6] 베트남 알가공품 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	4. 성분 및 성분 함량 또는 영양 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 성분, 식품첨가물을 표시할 때 중량 대비 성분의 비율 또는 중량 등 법률이 정하는 바에 따라 표기해야 함</li> <li>• 홍보를 위해 특정 성분을 라벨에 표기하는 경우 해당 성분에 대한 용량은 필수적으로 표기해야 함</li> <li>• 식품첨가물의 명칭은 국제 코드 또는 성분명으로 작성해야 함</li> <li>• 2개 이상의 식품첨가물을 표기하는 경우 중량 대비 비중 순으로 나열해야 함</li> <li>• 식품첨가물 이름 아래에 ‘Dùng cho thực phẩm(식품을 위해 사용됨)’의 문장을 최소 2mm 이상의 굵은 글씨체로 표기해야 함</li> <li>• 영양성분표는 1회 섭취량 또는 100g(ml)를 기준으로 각 영양 성분의 함량과 권장량 대비 함량 비율(NRV)을 작성해야 함</li> </ul>
	5. 상품을 책임지는 단체 및 개인의 명칭과 주소	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상품 책임기관의 명칭과 주소는 축약해서 표기할 수 없음</li> <li>• 베트남 내 유통 목적으로 수입된 상품에는 제조자와 수입자의 이름 및 주소를 표기해야 함</li> <li>• 외국인 무역업자의 직접 판매 대리인으로 활동하는 단체 또는 개인이 베트남으로 수입한 상품의 라벨에는 제조자 및 판매 대리인의 이름 및 주소를 표기해야 함</li> <li>• 상표가 프랜차이즈화되어 있는 상품의 경우에는 프랜차이즈의 이름 및 주소를 표기해야 함</li> <li>• 상품의 포장, 조립 및 병입(bottling)과 관련된 기관의 이름과 주소는 해당 기관의 동의를 얻은 후에 상품을 생산하는 기관의 이름 및 주소와 함께 기재되어야 함</li> </ul>
	6. 중량	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 측정단위로 중량을 표시하는 상품은 베트남 법에 따라 측정단위를 표기함</li> <li>• 수량으로 중량을 표시하는 상품은 숫자(자연수)로 표기함</li> <li>• 포장에 담긴 상품의 단위가 다를 경우 상품별 중량과 총량을 반드시 표기함</li> <li>• 색상, 향기, 맛을 내는데 사용되는 첨가물의 명칭이 상품명에 포함되어 있다면 라벨에는 해당 첨가물의 중량 표기가 불필요함</li> <li>• 천연 추출물/에센스의 이름이 상품명에 포함된 경우 추출물/에센스의 중량 또는 추출물/에센스의 양을 얻기 위해 사용한 물질의 중량을 표기함</li> <li>• 상품의 중량 표기 방법은 신규 라벨링 규정(Decree 43)의 [부록2]를 참고함</li> </ul>

자료: 베트남 보건부(MOH)

[표 5.6] 베트남 알가공품 라벨링

	<p>7. 위생 안전에 대한 경고 및 안내</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 특정한 방부제가 인간, 동물, 환경에 유독하며 알레르기를 일으키는 리스트에 있는 사용량을 지정하게 된 상품이라면 상품의 성분이나 혼합 성분에 있는 물질에 대한 성분분석 증명서에 방부제의 이름을 추가해야 함</li> <li>• 상품이나 상품의 성분이 방사선에 노출되었거나 유전자 변형기술을 적용한 것은 베트남이 회원으로 가입한 국제조약의 규칙에 따라 적용함</li> </ul>
<p>라벨 필수 표시 사항 및 기준</p>	<p>8. 제조 일자 및 유통기한</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 제조일자 및 유통기한은 일-월-년(양력) 순서로 표기하되 다른 순서로 표기할 경우 베트남어로 주석을 달아야 함</li> <li>• 일, 월, 년을 의미하는 숫자는 두 자릿수로 표기하며 연도를 의미하는 숫자는 네 자릿수로 표기할 수 있으며 같은 행에 표시함</li> <li>• 제조일자를 제조 월로 표기하는 경우 월-년(양력)으로 표기함</li> <li>• 제조일자를 제조 연도로 표기하는 경우, 네 자릿수로 표기함</li> <li>• 제조일자, 유통기한은 ‘제조일자(Ngày Sản Xuất)’, ‘유통기한(Hạn sử dụng)’, ‘유통기한(Hạn dùng)’의 형태인 풀어쓴 형태로 표기하거나 ‘NSX’, ‘HSD’, ‘HD’와 같은 약어 형태로 표기 가능함</li> <li>• 상품의 분류에 따라 ‘유통기한(Hạn sử dụng)’, ‘기한까지 유효(Sử dụng đến ngày)’ 또는 ‘기한 전까지 사용(Sử dụng tốt nhất trước ngày)’과 같은 문구를 기재해야 함</li> <li>• 신규 라벨링 규정(Decree 43) [부록1]에 명시한 바와 같이 제조일자와 유통기한을 반드시 표기해야 하는 상품의 경우 제조일자가 일-월-년의 형태로 기재되어 있다면 유통기한은 기간의 형태로 표기될 수 있음. 또한, 라벨에 유통기한이 기재되어 있지 않을 때는 제조일로부터 만료일까지의 기간으로 제조일자 표기가 가능함</li> <li>• 상품의 제조일자 및 유통기한의 표기 방식이 규정에서 지정한 방법과 다른 경우 신규 라벨링 규정(Decree 43) [부록3]의 ‘항목2’에서 명시한 방식을 따라야 함</li> </ul>

자료: 베트남 보건부(MOH)

**[표 5.6] 베트남 알가공품 라벨링**

<p><b>라벨 필수 표시 사항 및 기준</b></p>	<p><b>9. 기타 표기 사항</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 상품 책임기관은 일련번호, 바코드, 규격 표기, 기타 정보를 표기할 수 있음. 그러나 추가 내용은 법과 규정을 위반하지 않으며 상품의 본질을 반영해야 함. 또한, 라벨에 기재된 내용은 정확해야 하며 그 내용을 위조해서는 안 됨</li> <li>• 상품의 라벨은 주권 분쟁에 관련된 사진, 내용과 베트남의 안보, 정치, 경제, 사회, 외교 관계, 미풍양속에 영향을 미치는 기타 내용을 포함할 수 없음</li> </ul>
--	--

자료: 베트남 보건부(MOH)

▶ **베트남 라벨링 시행령 개정**

2021년 12월 베트남 라벨링 시행령이 개정되어 베트남 관세총국(GDVC: General Department of Vietnam Customs)의 결정에 따라 수입 및 유통되는 건강보조식품, 식료품, 주류 품목에 대해 2022년 2월 15일부로 신 라벨링 규정 ‘111/2021/ND-CP’이 시행됨

[표 5.7] 주요 개정 내용

항목	기존 시행령	개정 내용
표시 언어	<ul style="list-style-type: none"> <li>베트남어</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>베트남어 또는 외국어</li> </ul>
대상 범위	<ul style="list-style-type: none"> <li>베트남 유통물품</li> <li>수입물품</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>베트남 유통물품</li> <li>수입물품</li> <li>수출물품</li> </ul>
제외 물품	<ul style="list-style-type: none"> <li>부동산, 임시수출입, 환적 물품, 수화물, 압수품, 신선식품, 연료, 농수산/광물, 건설자재 등</li> <li>석유류/시멘트</li> <li>중고품</li> <li>내수판매가 아닌 수출물품</li> <li>국가안보물품</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>부동산, 임시수출입, 환적 물품, 수화물, 압수품, 신선식품, 연료, 농수산/광물, 건설자재 등</li> <li>석유류/시멘트</li> <li>중고품</li> <li>국가안보물품</li> </ul>
적용 대상	<ul style="list-style-type: none"> <li>베트남 유통 및 생산자</li> <li>수입업자</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>베트남 유통 및 생산자</li> <li>수입업자</li> <li>수출업자</li> </ul>
수입 물품 라벨링 부착 시점	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입자는 유통시점에 추가 라벨 유지 책임</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입자는 수입 물품에 라벨 부착</li> </ul>

자료: KATI농식품수출정보, 베트남 관세청

▶ 베트남 알가공품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 베트남어]

[앞면 - 국문]

- ① Trứng gà ăn liền
- ② DEVI
- ③ Dùng thay thế cho bữa ăn phụ hoặc bổ sung cho chế độ ăn hàng ngày
- ④ A product of DABACO Vietnam Group
- ⑤ Túi 5 quả

- ① 인스턴트 계란
- ② 데비
- ③ 식사 대용으로 먹거나 일일 식단의 보충제로 사용하세요.
- ④ DABACO 베트남 그룹 제품
- ⑤ 5개입

[뒷면 - 베트남어]

[뒷면 - 국문]

- ① Thành phần: Trứng gà bóc vỏ (98%), đường, muối, chất điều vị (621, 631, 627), quế, hồi, thảo quả, màu tự nhiên 160b (ii)

- ① 원재료명: 껍질을 벗긴 계란(98%), 설탕, 소금, 향미증진제(621, 631, 627), 계피, 아니스, 카다몬, 천연 색소 160b(ii)

- ② Cách sử dụng: Ăn liền không cần chế biến lại
- ③ Bảo quản: Ở nơi khô ráo, thoáng mát
- ④ Khối lượng tịnh: 200g(40g x 5quả)
- ⑤ NSX: 25/09/2024  
HSD: 25/03/2025TOO  
HSD: 6 tháng kể từ ngày sản xuất
- ⑥ Lưu ý: không sử dụng sản phẩm nếu phát hiện bao bì bị rách, hở hoặc hết hạn sử dụng.

⑦

HÀM LƯỢNG DINH DƯỠNG	
Protein	16g/100g
Năng lượng	178kcal/100g
Lipid	10g/100g
Vitamin A	200mcg/100g
Vitamin B2	300mcg/100g
Vitamin E	4mg/100g

- ② 사용 방법: 별도의 가공 없이 바로 섭취
- ③ 보관: 서늘하고 건조한 곳에 보관
- ④ 순중량: 200g(40g x 5개)
- ⑤ 제조일자: 2024년 9월 25일  
유통기한: 2025년 3월 25일  
유통기한: 제조일로부터 6개월
- ⑥ 참고: 포장이 찢어졌거나 개봉되었거나 만료된 것으로 확인된 경우 제품을 사용하지 마십시오.

⑦

영양성분	
단백질	16g/100g
에너지	178kcal/100g
지질	10g/100g
비타민 A	200mcg/100g
비타민 B2	300mcg/100g
비타민 E	4mg/100g

## 4. 베트남 알가공품 성분 및 유해물질

### ▶ 식품첨가물

베트남 보건부(MOH)는 식품첨가물의 적절하고 올바른 사용으로 소비자 안전을 보장하기 위해 관리 및 사용 규칙 및 식품첨가물 기준치를 규정함. 베트남 식품첨가물 사용원칙에 따르면 식품첨가물의 사용량은 최소화하고, 최대허용량을 지켜야만 함. 식품첨가물의 포장은 식품안전 요건을 충족하는 장소에서 수행되어야 하며 라벨이 해당 규정에 맞게 제작되어야 함. 하기 표는 알가공품에 적용될 수 있는 식품첨가물 목록과 사용 기준의 일부임. 더욱 자세한 규정은 베트남 보건부 홈페이지 내 법률 및 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.8] 알가공품에 적용되는 베트남 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용 기준	식품 유형
1	캐러멜 III -암모니아 캐러멜	Caramel III -Ammonia caramel	20,000mg/kg	보존처리한 계란, 알칼리, 염장, 통조림 계란 포함
2	캐러멜 IV -아황산염 암모니아 캐러멜	Caramel IV -Sulfite Ammonia Caramel	20,000mg/kg	
3	라우린산 알긴산 에틸 에스테르	Lauric Arginate Ethyl Ester	200mg/kg	계란가공품
4	지방산의 폴리글리세롤 에스테르	Polyglycerol Esters of Fatty Acids	1,000mg/kg	

출처: 베트남 보건부(MOH), KATI농식품수출정보

▶ **유해물질**

베트남 보건부가 규정한 곰팡이독소, 포장재, 중금속, 미생물 등 유해물질에 대한 기준치가 존재함. 곰팡이 독소 오염, 중금속 오염, 그리고 미생물 오염은 각각 국가 표준 기술규정에 의거한 베트남 규정 8-1(2011), 8-2(2011), 그리고 8-3(2011)에 의해 제한됨. 하기 표는 ‘알가공품’에 적용되는 유해물질 목록과 잔류허용기준임. 더욱 자세한 규정은 베트남 보건부(MOH) 홈페이지 내 법률 및 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.9] 알가공품에 적용되는 베트남 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	장내세균(과)	Enterobacteriaceae	n <sup>27</sup> ):5 c <sup>28</sup> ):2 m <sup>29</sup> ):10 <sup>^1</sup> M <sup>30</sup> ):10 <sup>^2</sup> (생산자가 생산과정에서 (HACCP 또는 GMP <sup>31</sup> )에 따라 위험원에 대한 검사를 시행할 경우, 규정에 부합하는지에 대한 평가 시에 시험해야 하는 강제 지표가 아님. 생산자가 생산과정에서 위험원의 검사를 적용하지 않을 경우, 반드시 이 지표에 따라 검사를 해야 함)	계란가공품
2	살모넬라 균	Salmonella Spp.	n:5, 불검출/25g 또는 ml	

출처: 베트남 보건부(MOH), KATI농식품수출정보

27) n: 검사 시료 수

28) c: 최대 허용 시료 수

29) m: 미생물 최소 허용 기준

30) M: 미생물 한계 허용 기준

31) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당 식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

▶ 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 표시하도록 함

[표 5.10] 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. 씨클케이(Circle K)
2. 롯데마트베트남(Lotte Mart)
3. 메가마켓(MegaMarket)

## Interview ①

32)


**써클케이  
(Circle K)**

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
  - 2008년에 설립된 식료품점으로 다양한 식료품, 수입 맥주, 스낵, 패스트푸드를 취급하고 있음
  - 한국, 일본, 유럽에서 수입한 제품을 제공하고 있음

**담당자 정보**

Store Manager

**써클케이(Circle K)  
Store Manager**
**Q. 베트남 내 알가공품의 수요 및 동향은 어떠한가요?**

현대 소비자들은 바쁜 생활로 인해 빠르고 편리한 요리를 선호하기 때문에 즉석 계란 식품에 대한 수요가 급증하고 있습니다. 특히, 찐 메추리알과 냉동 메추리알은 쉽게 가공할 수 있고 다양한 요리에 사용할 수 있어 인기를 끌고 있습니다. 이러한 제품의 월간 판매량이 증가하고 있으며, 빠르고 편리한 음식을 선호하는 젊은 소비자층에서 두드러집니다.

**Q. 베트남 내 고객사 제품과 유사한 알가공품 브랜드와 제품은 무엇이 있으며, 해당 제품의 주요 소비자층은 누구인가요?**

베트남에서 알가공품의 주요 브랜드는 데비다바코(Devi Dabaco)와 브이푸드 인스턴트 계란(Vfood Instant Eggs)이 있습니다. 이러한 제품은 영양가가 있으며 빠르고 간편한 음식을 우선시하는 학생과 직장인들 사이에서 인기가 많습니다. 또한, 알가공품 제품은 식사 섭취 전 간식을 먹는 소비자들에게 인기있습니다.

**Q. 베트남에 알가공품 수출 시 주의해야 할 규제는 무엇인가요? 또한, 필수 및 권장 인증은 무엇인가요?**

수입 제품은 베트남 보건부(MOH)와 농업농촌개발부(MARD)의 기준에 따라 품질과 안전성을 테스트해야 합니다. 또한, 가장 중요한 인증 중 하나는 수입 면허로 이를 얻기 위해서는 베트남 내 자격을 갖춘 수입업체와 파트너십을 맺거나 서비스 수입업체를 고용하는 것이 좋습니다. 수출업체는 제품 신뢰성을 높이기 위해 HACCP 또는 ISO 22000과 같은 국제 인증을 보유하는 것을 권장합니다.

**Q. 고객사 제품의 가격이 적절한가요? 베트남 내 인기 있는 알가공품과 비교하여 적절한 가격대를 말해주세요.**

고객사 제품의 가격대는 프리미엄 제품으로 포지셔닝한다면 적합할 수 있습니다. 가공되지 않은 일반 메추리알은 100-300g당 2만 동(1,062원<sup>33)</sup>)에서 3만 동(1,593원)의 가격이며 고객사 제품을 적절히 홍보한다면 경쟁력을 가질 수 있을 것 입니다. 또한, 품질 인증이나 매력적인 맛이 있다면 가격 차이를 감수하고도 구매하는 소비자층을 끌어들이 수 있습니다.

32) 사진 자료: 써클케이(Circle K)

33) 100동=5.31원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준을 적용)

**Q. 고객사 제품의 상세 정보를 참고하여 홍보문구를 추천해주세요. 또한, 홍보문구에 사용하면 안되는 키워드나 내용은 무엇인가요?**

광고 슬로건은 ‘즉석 계란 - 풍부한 맛, 모든 식사에 편리하게!(Instant Eggs - Rich in flavor, convenient for every meal!)’를 추천합니다. 이 문구는 제품의 편리함과 매력적인 맛을 강조합니다. ‘빠르다(Fast)’나 ‘저품질(Poor quality)’과 같은 단어는 제품이 신뢰할 수 없다는 인식을 줄 수 있으므로 피하는 것이 좋습니다.

**Q. 고객사 제품을 베트남의 어느 유통채널에 판매하는 것이 효과적일까요?**

일가공품을 판매하기 위해서는 전통적인 슈퍼마켓 유통채널이 매우 효과적입니다. 쿵마트(Co.opmart), 빅씨(Big C), 빈마트(VinMart)와 같은 대형 슈퍼마켓은 대규모의 정기 소비자층을 보유하고 있습니다. 또한, 온라인 채널도 빠르게 성장하고 있으며, 티키(Tiki), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)와 같은 플랫폼은 젊고 바쁜 소비자층에게 도달하는 데 도움을 줄 수 있습니다. 따라서, 슈퍼마켓과 전자상거래를 통한 판매를 결합하면 접근성과 판매량을 증가시킬 수 있을 것입니다.

**Q. 고객사 제품을 베트남에서 홍보 시 어떤 방법으로 진행하면 효과적일까요?**

최근 가장 효과적인 광고 방법은 페이스북(Facebook)과 인스타그램(Instagram)과 같은 소셜 미디어 채널을 활용하는 것입니다. 이러한 플랫폼은 소비자에게 빠르고 직접적으로 접근할 수 있습니다. ‘편리함(Convenient)’, ‘영양가(Nutritious)’, ‘빠른 준비 시간(Quick Prep Time)’과 같은 키워드를 사용하는 것을 권장합니다. 또한, 음식 인플루언서와 협력하여 매력적인 콘텐츠를 만드는 것도 좋습니다. 대표적인 성공 사례로는 베이커리 브랜드가 음식 블로거와 협력하여 요리 영상을 통해 제품을 선보인 바 있습니다.

Interview ②

34)



롯데마트베트남  
(Lotte Mart)

- 유형: 하이퍼마켓
- 업체 특징:
  - 2008년에 설립된 수입 유통업체로 다양한 식료품, 가정용품, 과일, 냉동식품, 비스킷, 커피 등을 취급하고 있음
  - 한국, 일본, 유럽, 뉴질랜드에서 수입된 제품을 제공하고 있음

담당자 정보

Sales Manager

롯데마트베트남(Lotte Mart)  
Store Manager

Q. 베트남 내 알가공품의 수요 및 동향은 어떠한가요?

즉석 알가공품은 일정한 소비자층을 가지고 있지만 다른 가공식품만큼 인기를 끌지는 못하고 있습니다. 베트남 소비자들은 여전히 삶은 계란이나 계란 프라이 같은 전통적인 요리를 선호하는 경향이 있습니다. 하지만 패스트푸드 레스토랑의 증가와 패스트푸드에 대한 수요 증가로 인해 알가공품도 성장 가능성을 가지고 있습니다. 이를 위해 제품의 영양가와 편의성을 더욱 많이 홍보할 필요가 있습니다.

Q. 베트남 내 고객사 제품과 유사한 알가공품 브랜드와 제품은 무엇이 있으며, 해당 제품의 주요 소비자층은 누구인가요?

알가공품은 편의점과 슈퍼마켓에서 인기가 있으며, 메추리알 제품은 거의 찾아보기 어렵습니다. 저희 매장에서는 작은 패키지에 담긴 소금에 절인 계란과 같은 제품들이 있으며, 보통 많은 양을 한 봉지에 담겨 있기보다 데비다바코 브랜드처럼 소분되어 하나씩 포장되어 있습니다. 이러한 제품들은 편리하고 건강한 제품을 찾는 어린 자녀를 둔 젊은 가정에서 주로 소비합니다.

Q. 베트남에 알가공품 수출 시 주의해야 할 규제는 무엇인가요? 또한, 필수 및 권장 인증은 무엇인가요?

베트남으로 알가공품을 수출하기 위해서는 동물 검역 규정을 주의 깊게 살펴봐야 합니다. 제품이 병원균이 없다는 인증을 받아야 하며, 우수 제조 관리 기준(GMP) 인증을 받는 것도 필수적입니다. 또한, 수의학 기관에서 발급하는 검역 증명서도 필요합니다. 이는 안전하고 품질 높은 생산 과정을 보장하기 위한 것이며, 이러한 인증을 받으면 규정을 준수할 뿐만 아니라 소비자에게 신뢰를 줄 수 있습니다.

Q. 고객사 제품의 가격이 적절한가요? 베트남 내 인기 있는 알가공품과 비교하여 적절한 가격대를 말해주세요.

고객사 제품은 시장의 다른 제품과 비교했을 때 다소 높은 편입니다. 보통 조리되지 않은 메추리알은 약 2만-3만 동(1,062-1,593원)에 20-30알 정도입니다. 따라서 고객사의 제품을 한 팩에 약 2만 5,000동(1,327원)으로 가격을 책정한다면 소비자들이 더 접근하기 쉬울 것입니다.

34) 사진 자료: 롯데마트베트남(Lotte Mart)

**Q. 고객사 제품의 상세 정보를 참고하여 홍보문구를 추천해주세요. 또한, 홍보문구에 사용하면 안되는 키워드나 내용은 무엇인가요?**

홍보문구로 ‘자연의 맛을 발견하세요-바쁜 삶을 위한 즉석 계란(Discover the natural taste - Instant eggs for busy lives!)’을 추천합니다. 이 문구는 현대인의 라이프스타일에 적합하고 본연의 맛을 강조합니다. ‘가공식품(Processed Food)’이나 ‘방부제(Preservatives)’라는 단어는 소비자에게 제품의 품질에 대한 의구심을 줄 수 있으므로 피하는 것이 좋습니다.

**Q. 고객사 제품을 베트남의 어느 유통채널에 판매하는 것이 효과적일까요?**

즉석 알가공품의 유통채널로는 편의점이 매우 효과적일 것입니다. 씨클케이, 미니스톱(Ministop), 패밀리마트(FamilyMart)와 같은 체인점들은 빠르게 성장하고 있으며, 특히 편리한 제품을 찾는 젊은 소비자들을 끌어들이고 있습니다. 또한, 푸드 코트와 협력하는 것도 제품을 소비자에게 빠르게 전달할 수 있는 좋은 방법입니다. 현지 유통 회사를 설립하지 않고 테무(Temu), 쇼피, 라자다와 같은 전자상거래 플랫폼을 통해 제품을 유통하는 것도 최근의 트렌드입니다.

**Q. 고객사 제품을 베트남에서 홍보 시 어떤 방법으로 진행하면 효과적일까요?**

즉석 알가공품을 홍보하기 위해서는 옥외 광고와 TV 광고에 집중하는 것이 중요하다고 생각합니다. 교통량이 많은 지역의 광고판과 짧은 TV 광고는 강한 인상을 줄 수 있습니다. ‘맛있는’, ‘깨끗한’이라는 키워드를 사용하면 소비자의 관심을 끌 수 있습니다. 대표적인 홍보 성공 사례로 한 우유 브랜드는 매력적인 TV 광고와 야외 포스터를 결합하여 브랜드 정체성을 구축한 바 있습니다.

## Interview ③

메가마켓  
(MegaMarket)

- 유형: 하이퍼마켓
- 업체 특징:
  - 2016년에 설립된 하이퍼마켓으로 다양한 수입품목을 취급하고 있음
  - 일본, 한국, 유럽 등에서 수입한 맥주, 식료품, 가정용품, 과일, 냉동식품, 비스킷, 커피 등을 판매하고 있음

## 담당자 정보

Import Sale Executive

35)

메가마켓(MegaMarket)  
Import Sale Executive

## Q. 베트남 내 알가공품의 수요 및 동향은 어떠한가요?

알가공품은 현재 시장에서 트렌드로 점차 자리 잡고 있습니다. 현대 생활 방식의 발전과 건강에 대한 관심이 높아지면서 많은 사람들이 영양을 보장하면서도 편리한 제품을 찾고 있습니다. 그 중 가공 계란을 아침 식사와 간식으로 자주 섭취하는 편입니다. 소비자들이 가공 계란의 장점을 점점 더 인식하게 되면 향후 수요는 계속 증가할 것입니다.

## Q. 베트남 내 고객사 제품과 유사한 알가공품 브랜드와 제품은 무엇이 있으며, 해당 제품의 주요 소비자층은 누구인가요?

메가마켓은 현재 데비다바코 제품만 유통하고 있으며, 이 제품이 시장 점유율의 90%를 차지하고 있습니다. 그 외 다른 제품은 주로 중국산 가공 계란입니다. 이러한 제품의 주요 소비자는 건강과 영양에 대한 관심이 많은 중장년층과 노년층입니다. 이들은 명확한 원산지과 높은 품질의 제품을 찾으며 가정에서 조리하여 섭취하기 위해 구매합니다. 이러한 트렌드는 점차 젊은 세대로 확산되고 있지만 다른 즉석 식품만큼의 인기를 얻지는 못하고 있습니다.

## Q. 베트남에 알가공품 수출 시 주의해야 할 규제는 무엇인가요? 또한, 필수 및 권장 인증은 무엇인가요?

베트남 시장에 진입하기 전에 제품 라벨링 규정과 식품 안전 라이선스 준수는 필수 조건입니다. 특히 제품 라벨링 규정은 베트남어로 정보를 제공하고, 재료 및 사용 설명서를 명확히 기재해야 합니다. 제품이 기준을 충족한다면 유기농 인증을 받는 것도 추천합니다. 이는 깨끗하고 안전한 제품에 관심이 많은 소비자들을 끌어들이 수 있습니다.

## Q. 고객사 제품의 가격이 적절한가요? 베트남 내 인기 있는 알가공품과 비교하여 적절한 가격대를 말해주세요.

베트남에서 메추리알은 계란과 비교하여 한 팩당 수량이 적어도 동일한 가격에 판매될 수 있습니다. 이는 메추리알이 계란보다 희귀하다는 것을 소비자들이 인식하고 있기 때문입니다. 따라서, 가공된 메추리알 제품의 경우 약 5-10알에 3만 동(1,593원)의 가격이 적절하다고 생각합니다.

**Q. 고객사 제품의 상세 정보를 참고하여 홍보문구를 추천해주세요. 또한, 홍보문구에 사용하면 안되는 키워드나 내용은 무엇인가요?**

적절한 홍보문구로 ‘즉석 계란 - 매일의 에너지!(Instant Eggs-Your Energy Every Day!)’를 권장합니다. 이 문구는 편리함을 나타낼 뿐만 아니라 영양적 이점을 강조합니다. 반면 ‘저렴한(Cheap)’, ‘조잡한(Rudimentary)’이라는 단어는 브랜드 가치를 떨어뜨릴 수 있으므로 피해야 합니다.

**Q. 고객사 제품을 베트남의 어느 유통채널에 판매하는 것이 효과적일까요?**

효과적인 유통채널 중 하나는 마트와 편의점에 배포하는 것입니다. 또한, 온라인 유통채널과 소셜 미디어는 매우 중요합니다. 페이스북과 인스타그램과 같은 소셜 미디어 플랫폼을 마케팅과 판매에 활용하면 젊고 역동적인 소비자에게 다가갈 수 있습니다. 동시에 그랩푸드(GrabFood)나 나우(Now)와 같은 배달 애플리케이션도 판매 증가에 도움이 될 수 있습니다.

**Q. 고객사 제품을 베트남에서 홍보 시 어떤 방법으로 진행하면 효과적일까요?**

틱톡(TikTok)은 트렌드로 자리잡고 있으며, 틱톡커(TikToker)들이 라이브 방송을 진행하거나 채널에서 제품을 소개하고 있습니다. 또한, 체험 마케팅과 구매 프로모션을 포함한 통합 마케팅 접근 방식을 추천합니다. 슈퍼마켓에서 제품 체험 행사를 진행하면 소비자들이 제품을 직접 경험할 수 있습니다. 동시에 할인 혜택을 제공하면 구매를 유도할 수 있을 것입니다. 성공적인 사례로는 슈퍼마켓에서 시연회를 진행한 냉동 식품 브랜드가 있으며, 이를 통해 몇 달 만에 매출이 급격히 증가한 바 있습니다.

## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Dairy Products & Eggs - Vietnam', 2024.10
2. 스태티스타(Statista), 'Other Dairy Products & Eggs - Vietnam', 2024.10
3. 타이완뉴스(Taiwan News), 'Vietnam Egg Protein Market Maximizing The Value Of Secondary Data Strategies For Effective Research', 2024.02
4. KOTRA해외시장뉴스, '베트남 인구구조 변화와 함께 변화하는 소비 트렌드', 2023.03
5. 비엠테이터(Vietdata), 'The domestic demand in the Vietnamese poultry egg market is thriving.', 2024.03
6. 브이엔비즈니스(Vnbusiness), 'Mở 'lối ra' vững chắc cho ngành hàng trứng gia cầm giữa lúc giá giảm', 2024.03
7. 스태티스타(Statista), 'Distribution of grocery retail sales in Vietnam in 2021, by channel', 2024.07
8. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea as of June 2024', 2024.09
9. 베트남 관세청, 「408/TCHQ-GSQL」, 2022
10. 베트남 보건부(MOH), 「111/2021/ND-CP」, 2022
11. 베트남 보건부(MOH), 「Circular No.24/2019/TT-BYT」, 2019
12. aT한국농수산물유통공사, 「2023 농식품 수출국가정보(신남방)」, 2023
13. 농림축산식품부, 「2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드」, 2023
14. aT한국농수산물유통공사, 「베트남 식품첨가물/유해물질규정 번역본」, 2020
15. 베트남 보건부(MOH), 「식품, 식품첨가물, 포장 식품 가공보조제 등 표시안내에 대한 합동시행규칙」, 2017
16. 베트남 관세총국(GDVC), 「111/2021/ND-CP」, 2021
17. 베트남 산업부(MOIT), 「No. 28/2013/TT-BCT」, 2013
18. 식품의약품안전처, 「베트남 식품안전관련 법령」, 2019

### ■ 참고 사이트

1. 외교부 ([www.mofa.go.kr](http://www.mofa.go.kr))
2. 스태티스타(Statista) ([www.statista.com](http://www.statista.com))
3. KATI농식품수출정보 ([www.kati.net](http://www.kati.net))
4. KEB하나은행 ([www.kebhana.com](http://www.kebhana.com))
5. 식품음료신문(The Food & Beverage News) ([www.thinkfood.co.kr](http://www.thinkfood.co.kr))
6. ITC(International Trade Center) ([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
7. 쇼피(Shopee) ([shopee.vn](http://shopee.vn))
8. 타이완뉴스(Taiwan News) ([www.taiwannews.com.tw](http://www.taiwannews.com.tw))
9. 비엠테이터(Vietdata) ([www.vietdata.vn](http://www.vietdata.vn))
10. 브이엔비즈니스(Vnbusiness) ([vnbusiness.vn](http://vnbusiness.vn))
11. 박화싸잉(Bach Hoa Xanh) ([www.bachhoaxanh.com](http://www.bachhoaxanh.com))
12. 고(Go!) ([go-vietnam.vn](http://go-vietnam.vn))
13. 피치북(Pitchbook) ([pitchbook.com](http://pitchbook.com))
14. 센트럴리테일(Centralretail) ([www.centralretail.com](http://www.centralretail.com))
15. 비나한인(VinaHanin) ([www.vinahanin.com](http://www.vinahanin.com))
16. 케이마켓(K-Market) ([kmarketvina.com](http://kmarketvina.com))
17. 페이스북(Facebook) ([www.facebook.com](http://www.facebook.com))
18. 오케이마트(OK Mart) ([okmart.vn](http://okmart.vn))
19. 윈마트(Winmart) ([winmart.vn](http://winmart.vn))
20. 마산그룹(Masangroup) ([www.masangroup.com](http://www.masangroup.com))
21. 지에스25 베트남(GS25 Vietnam) ([www.gs25.com.vn](http://www.gs25.com.vn))
22. 비엠테이터(Vietdata) ([www.vietdata.vn](http://www.vietdata.vn))
23. 구글맵(Google Maps) ([www.google.com/maps](http://www.google.com/maps))
24. 관세청 ([www.customs.go.kr](http://www.customs.go.kr))
25. 농림축산식품부 ([www.mafra.go.kr](http://www.mafra.go.kr))

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

26. 베트남 관세청(General Department of Vietnam Customs) ([www.customs.gov.vn](http://www.customs.gov.vn))
27. 베트남 보건부(MOH) ([www.moh.gov.vn](http://www.moh.gov.vn))
28. 농림축산검역본부 ([www.qia.go.kr](http://www.qia.go.kr))
29. 국가관세종합정보망 ([unipass.customs.go.kr](http://unipass.customs.go.kr))
30. 베트남 식품안전국(VFA) ([www.nghidinh15.vfa.gov.vn](http://www.nghidinh15.vfa.gov.vn))
31. 베트남 산업무역부(MOIT) ([www.moit.gov.vn/en](http://www.moit.gov.vn/en))
32. aT한국농수산물유통공사([www.at.or.kr](http://www.at.or.kr))
33. 플랫폼콘(Flaticon) ([www.flaticon.com](http://www.flaticon.com))
34. 씨클케이(Circle K) ([www.circlek.com.vn](http://www.circlek.com.vn))
35. 롯데마트베트남(Lotte Mart) ([lottemart.com.vn](http://lottemart.com.vn))
36. 메가마켓(Mega Market) ([mmvietnam.com](http://mmvietnam.com))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2024.11.22

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