

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202410-46
품목 | 막걸리 키트(Makgeolli Kit)
HS CODE | 1904.90-9000
국가 | 베트남(Vietnam)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 베트남 알코올 음료 시장규모	06
2. 베트남 사이다, 페리 및 쌀 와인 시장규모	07
3. 베트남 막걸리 키트 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 베트남 주류 시장 트렌드	10
2. 베트남 인기 주류 쌀 와인	11
3. 한국 막걸리에 대한 베트남 소비자 인식	12
4. 한국 막걸리 마케팅 방안	13

IV. 유통채널

1. 베트남 막걸리 키트 유통채널 점유율	15
2. 베트남 막걸리 키트 주요 유통채널	16



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 베트남 막걸리 키트 통관 및 검역 절차	26
2. 베트남 막걸리 키트 품질 인증	30
3. 베트남 막걸리 키트 라벨링	32
4. 베트남 막걸리 키트 성분 및 유해물질	41

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 롯데마트(Lotte Mart)	45
2. 후지마트(FujiMart)	47
3. 이온맥스밸류익스프레스(Aeon Maxvalu Express)	49

※ 참고문헌	51
--------	----

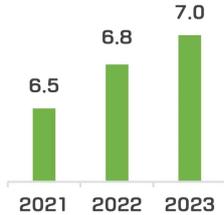


베트남 막걸리 키트 시장

시장 현황

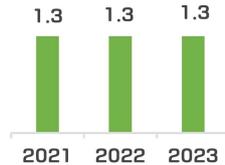
알코올 음료 시장규모

단위 : 십억 달러



사이다, 페리 및 쌀 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 1904.90 기준)

■ 베트남 對 세계 ■ 베트남 對 한국

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

이슈 분석

주류 시장

아시아에서 주류 소비량이 많은 국가로, 더운 기후와 가격 대비 높은 품질로 맥주가 인기있음

인기 쌀 와인

베트남 소비자는 전통 쌀 와인 루오 까오를 즐기며, 약초를 추가하기도 함

막걸리 인식

한류 영향으로 베트남에서 한국 막걸리와 과일 맛 주류의 인기가 높아지고 있음

막걸리 마케팅

주요 막걸리 브랜드들은 스포츠 마케팅과 프리미엄 제품으로 시장 공략 중임

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
RCEP 협정세율 0%

사전 준비
특혜세율 혜택 수혜 시
원산지증명서 발급 必
VFA 적합성 인증 평가 必

권장 인증



유의사항

라벨 필수 표기사항
베트남어 표기, 제품명, 원산지, 성분 및 성분 함량, 상층 책임 기관 정보, 중량, 위생 안전 경고, 제조 일자 및 유통기한 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

권장 인증 및 특허 HACCP 인증을 통해 제품 안전성을 보증하고, 빠른 발효 기술 및 제조 방법에 대한 특허 출원을 진행할 것을 권장함
패키징 조인 현재 패키징은 다소 간결하여 한국적 디자인 요소를 추가해 브랜드 인지도를 높이는 개선이 필요함. 막걸리 제조 과정과 완성된 결과물을 보여주는 일러스트를 포함하여 소비자 이해도를 높일 것을 추천함

Point 02.

가격 전략 고객사 제품의 빠른 발효 기능과 고품질을 강조할 경우 경쟁력을 확보할 수 있음. 또한, 소비자 유입을 위해 초기에는 3-5개 묶음 할인 패키지를 도입하거나 대량 구매 프로모션을 진행할 것을 권장함
홍보 전략 소셜 미디어를 활용해 막걸리 제조 과정을 보여주는 콘텐츠를 제작하고, 인플루언서 협업 및 제품 리뷰를 활용하는 것도 효과적임

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 베트남 알코올 음료 시장규모
2. 베트남 사이다, 페리 및 쌀 와인 시장규모
3. 베트남 막걸리 키트 수입규모

1. 베트남 알코올 음료 시장규모

베트남 국가 일반 정보¹⁾

면적	33만 341km ²
인구	1억 77만 명
GDP	4,684억 달러
GDP (1인당)	4,649달러

▶ 베트남 2023년 알코올 음료 시장규모 9.1조 원²⁾³⁾⁴⁾

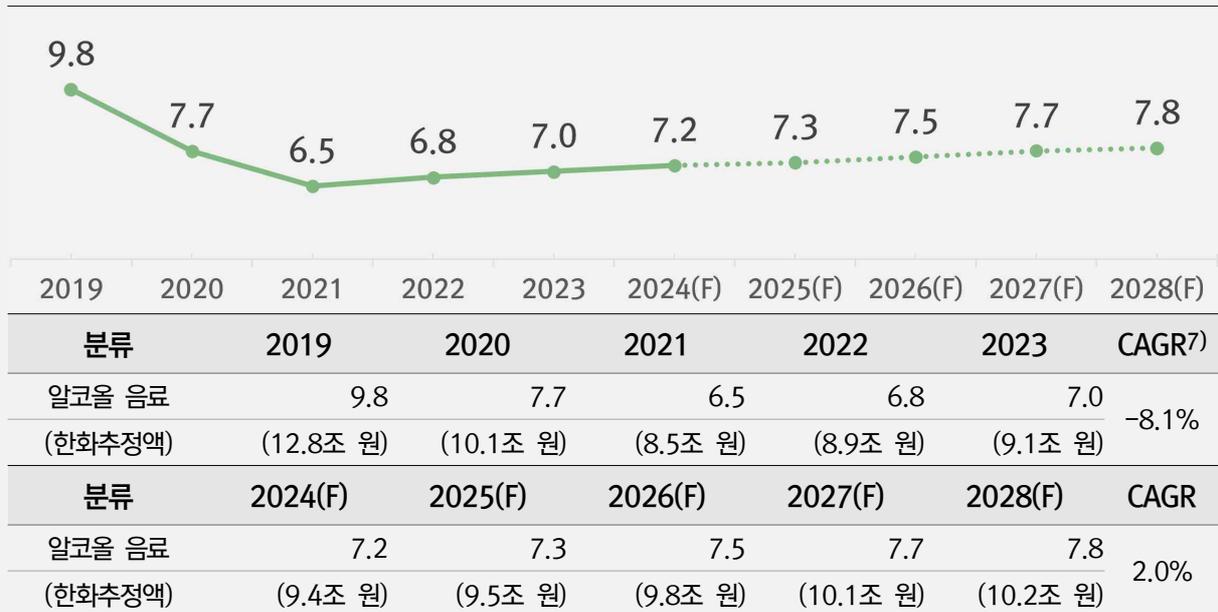
베트남의 알코올 음료 시장규모는 2023년 기준 9.1조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 8.1%씩 감소한 수치임. 베트남의 알코올 음료 시장은 같은 해 23.1조 원 규모로 집계된 한국 알코올 음료 시장의 약 40% 수준의 규모를 가진 것으로 확인됨

▶ 베트남 알코올 음료 시장, 향후 연평균 2.0% 성장 전망

베트남의 알코올 음료 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 2.0%씩 성장하여 2028년에는 10.2조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 최근 팬데믹 봉쇄로 인해 베트남의 주류 시장은 외식(On-Trade) 주류 소비의 급감으로 2년(2019-21년)간 시장 전체 규모의 약 3분의 1가량의 시장 위축이 발생함. 이러한 시장의 위축은 향후 장기간에 걸쳐 점차 회복될 것으로 전망됨

[표 2.1] 베트남 알코올 음료 시장규모⁵⁾⁶⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯시타(Statista)

- 1) 자료: 외교부 홈페이지
- 2) 자료: 스탯시타(Statista), 'Alcoholic Drinks - Vietnam', 2024.10
- 3) 스탯시타에 따르면, '알코올 음료(Alcoholic Drinks)'는 발효나 증류를 거쳐 생산된 모든 주류를 포함함
- 4) 조사제품 '막걸리 키트'의 시장 소분류가 아직 형성되지 않아, 최종 소비 형태인 막걸리를 포함하는 '사이다, 페리 및 쌀 와인(Cider, Perry & Rice Wine)'과 그의 상위 시장인 '알코올 음료' 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 사이다, 페리 및 쌀 와인 시장규모

▶ 베트남 2023년 사이다, 페리 및 쌀 와인 시장규모 1.7조 원⁸⁾

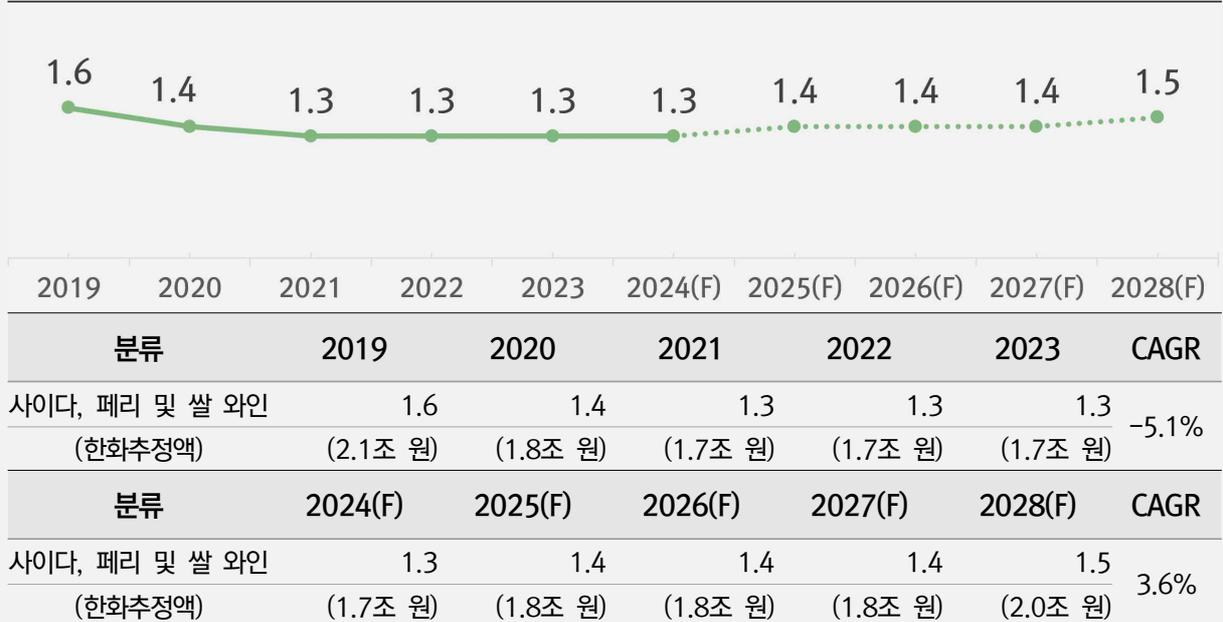
2023년 기준 베트남의 사이다, 페리 및 쌀 와인 시장규모는 1.7조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 5.1%씩 감소한 수치임. 베트남의 사이다, 페리 및 쌀 와인 시장은 같은 해 1.2조 원 규모로 집계된 한국의 사이다, 페리 및 쌀 와인 시장의 약 1.4배 규모인 것으로 확인됨

▶ 베트남 사이다, 페리 및 쌀 와인 시장, 향후 연평균 3.6% 성장 전망

베트남의 사이다, 페리 및 쌀 와인 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 3.6%씩 성장하여 2028년에는 2.0조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 베트남의 사이다, 페리 및 쌀 와인 시장 역시 시장 축소를 경험한 뒤 서서히 회복 중임. 베트남은 그간 맥주가 전체 주류 소비의 70-80%를 담당했으나, 점차 소비 주체의 세대교체로 인해 맥주에서 다양한 주종으로 그 관심과 소비가 옮겨가는 양상이 확인되고 있음¹⁰⁾

[표 2.2] 베트남 사이다, 페리 및 쌀 와인 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

8) 자료: 스태티스타(Statista), 'Cider, Perry & Rice Wine - Vietnam', 2024.10

9) 스태티스타에 따르면, '사이다, 페리 및 쌀 와인(Cider, Perry & Rice Wine)'은 사과나 배를 발효한 과일주와 쌀을 발효한 미주를 포함함

10) 자료: KOTRA해외시장뉴스, '베트남 한국 주류 시장 동향', 2023.11

3. 베트남 막걸리 키트 수입규모

HS CODE 1904.90

해당 장에서 조사제품 막걸리 키트는 HS CODE 1904.90으로 분류됨. HS CODE 제1904호의 품명은 '곡물이나 곡물 가공품을 팥창쓰기거나 볶아서 얻은 조제 식료품과 낱알 모양이나 플레이크 모양이나 그 밖의 가공한 곡물'이며, HS CODE 1904.90의 품명은 '기타'로 확인됨

▶ HS CODE 1904.90 베트남의 對글로벌 수입액, 52억 원

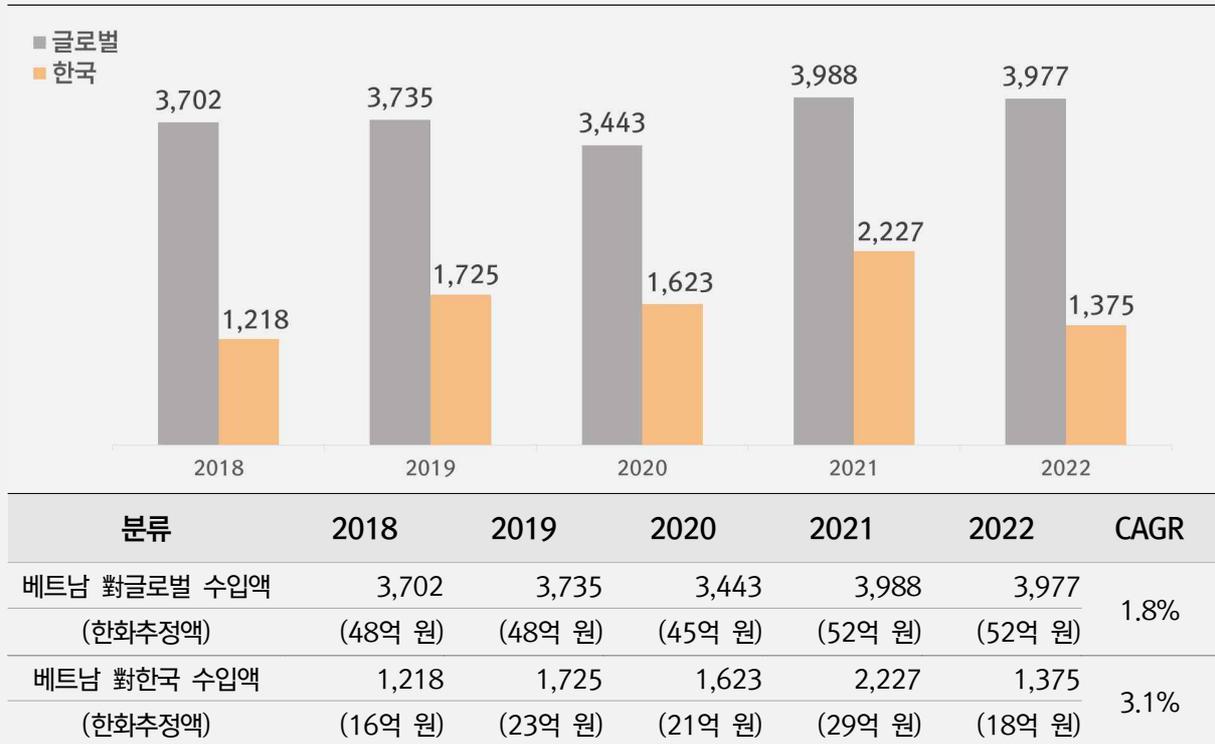
2022년 기준 HS CODE 1904.90 품목에 대한 베트남의 對글로벌 수입액은 52억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 베트남의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년)간 증가와 감소를 반복해 연평균 1.8%씩 증가한 것으로 확인됨

▶ HS CODE 1904.90 베트남의 對한국 수입액, 글로벌 1위

2022년 기준 해당 품목에 대한 베트남의 對한국 수입액은 18억 원으로 집계되었으며, 이는 글로벌 1위에 해당하는 수치임. 해당 품목에 대한 베트남의 對한국 수입액은 지난 5년(2019-23년)간 연평균 3.1%씩 증가함. 한편, 해당 품목에 대한 베트남의 국가별 수입액은 2022년 기준 2위 호주(13억 원), 3위 중국(11억 원), 4위 태국(3억 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] 베트남 HS CODE 1904.90 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 베트남 주류 시장 트렌드
2. 베트남 인기 주류 쌀 와인
3. 한국 막걸리에 대한 베트남 소비자 인식
4. 한국 막걸리 마케팅 방안

1. 베트남 주류 시장 트렌드

▶ 음주를 즐기는 베트남 소비자

베트남은 아시아에서 주류 소비량이 많은 국가 중 하나로, 아시아에서는 3위, 동남아시아에서는 인도네시아에 이어 두 번째로 큰 주류 시장을 보유하고 있음. 연말이면 송년회 술자리가 빠질 수 없는데, 베트남에서는 이웃과 가족, 회사 동료들이 집이나 창문이 없는 노란색 간판의 생맥주 가게인 판 비아하이(Quan Bia Hoi)에 모여 송년회를 즐김. 이처럼 베트남 소비자들은 맥주를 즐겨 마시며, 이는 베트남의 덥고 습한 기후에서 시원하게 마실 수 있기 때문임. 또한, 가격 대비 높은 품질의 맥주를 마실 수 있는 것도 인기에 기여하는 요인으로 꼽히며, 현재 베트남에서는 하이네켄(Heineken), 타이거(Tiger), 삿포로(Sapporo) 등의 글로벌 기업들이 치열한 점유율 경쟁을 벌이고 있으며, 이 기업들은 모두 베트남 내에 양조 시설을 갖추고 있음. 마지막으로 지역별로 다양한 맥주 브랜드가 존재하는 것도 베트남 맥주 인기에 기여하는 부분임

▶ 베트남 주류 시장 맥주 점유율 약 80%

글로벌 시장조사 기관 스타티스타(Statista)에 따르면, 베트남 주류 시장에서 맥주가 약 80%의 점유율을 차지하는 것으로 나타났음. 이는 호치민(Ho Chi Minh) 지역을 비롯한 베트남 남부가 연중 27-30도의 고온을 유지하고 있으며, 북부도 대체로 눈이 잘 내리지 않는 아열대 기후를 보이는 것과 관련이 있음. 이런 기후적 특징은 현지인들의 맥주 소비에 크게 기여한 것으로 추측됨. 또한, 맥주의 알코올 평균 도수와 가격이 와인이나 증류주보다 상대적으로 낮은 것도 인기에 기여했음. 한 현지 언론은 과거 일부 소비자들 사이에서 맥주가 다른 주종보다 알코올 도수가 낮아 건강에 덜 해롭다는 인식이 보편적이어서 맥주 소비량이 많아졌다고 언급한 바 있었음. 한편, 맥주 이외의 주류 중에서는 사과주(Cider)와 곡주가 72.8%로 가장 많은 비율을 차지했음. 반면, 증류주와 와인은 각각 15.5%와 11.7%를 차지하며 맥주와 사과주, 곡주에 비해 소비가 적은 것으로 나타남¹¹⁾¹²⁾

11) KATI농식품수출정보, 『베트남 주류 시장 동향』, 2024.01

12) KOTRA해외시장뉴스, 『베트남 겨냥할 우리 술, 소주 다음 타자는?』, 2021.05

2. 베트남 인기 주류 쌀 와인

▶ 베트남 쌀 와인 ‘루오 까오’

베트남 소비자들은 집에서 만든 쌀 와인 ‘루오 까오(rượu gạo)’를 즐겨 마심. 이 쌀 와인은 발효된 쌀을 증류하여 만든 베트남 전통 술로, 알코올 함량이 40%를 넘으며 10kg의 쌀로 약 5리터의 루오 까오를 만들 수 있음. 쌀을 찐 후 실온에서 식힌 뒤, 효모를 뿌려 발효한 다음 큰 도자기 병에 담음. 그 후 4-7일 정도 발효시킨 후 증류하여 술 제조를 완성함. 베트남 시골 지역에는 여전히 가정 증류소가 많아 쌀 와인이 비교적 저렴하게 판매되고 있음. 다만, 가정 증류소의 안정성과 품질에 대한 우려로 대도시에서의 소비는 줄어드는 추세임¹³⁾

▶ 약초를 넣어 약주로 먹기도

베트남 쌀 와인은 크게 두 종류로 나눌 수 있음. 첫 번째는 앞서 언급한 루오 까오임. 루오 까오는 베트남 북부에서는 ‘루오 귀 리우(rượu quốc lủi)’, 남부에서는 ‘루 더(rượu đê)’로 불림. 이 술은 일반 쌀로 만들어지며, 캐주얼한 모임에서 인기가 많음. 찹쌀을 이용해서도 만들 수 있는데, 일반 쌀로 만든 와인과는 또 다른 매력이 있음. 두 번째는 베트남의 약초를 넣어 만든 ‘루오 투옥(Rượu thuốc)’임. 이 술은 쌀 와인 제조 과정에 다양한 약초를 첨가하여 만들어지며, 베트남에서는 여러 질병에 효과가 있는 약주로 여겨짐. 베트남에는 이 제품들을 전문으로 판매하는 브랜드도 있으며, 롱안(Long An) 지역의 현지 찹쌀로 만든 ‘고덴 와인(Go Den Wine)’과 찹쌀과 허브 재료를 넣은 ‘반 빌리지 와인(Van Village Wine)’이 대표적임. 이러한 제품들은 베트남 현지 전문 주류 매장에서 쉽게 찾아볼 수 있음¹⁴⁾

[그림 3.1] 베트남에서 판매 중인 쌀 와인



자료: 빈원더스(VinWonders)

13) 플레이버오브하노이(Flavor of Hanoi), ‘Learn Everything about Vietnamese Rice Wine’

14) 빈원더스(VinWonders), ‘Vietnamese rice wine: An indispensable part of Vietnamese dining culture’, 2023.07

3. 한국 막걸리에 대한 베트남 소비자 인식

▶ 젊은 세대를 중심으로 한국식 주류의 인기 높아져

베트남은 맥주 소비가 압도적으로 많은 국가이지만, 최근 한류의 영향과 소비 주체의 변화로 인해 MZ세대를 중심으로 한국식 주류의 인기가 높아지고 있음. K-콘텐츠와 더불어 이마트, 롯데마트, 지에스25(GS25) 등 국내 대형 마트와 편의점이 베트남에서 인기를 끌면서 한국산 주류에 대한 마케팅과 판매 인지도도 지속적으로 확대되고 있음. 한국 주류가 인기를 끄는 이유 중 하나는 저렴한 가격과 적당한 도수 때문임. 베트남에서는 대부분 노상에서 술자리를 가지기 때문에, 시원하면서도 도수가 높지 않은 주류를 선호함. 한국 주류는 적절한 가격과 10도 중반대의 도수로 출시되고 있어 접근이 쉬운 편임. 여기에 다양한 과일 맛 제품이 출시되면서 베트남 여성들을 중심으로 큰 인기를 끌고 있음¹⁵⁾

▶ 한류 열풍을 타고 인기가 높아지는 한국 막걸리

한류 인기로 힘입어 막걸리가 차세대 한류상품으로 주목받고 있음. 2021년 코로나19로 홈술 및 혼술 트렌드가 확산되면서 프리미엄 주류로 주목받았고, 여기에 한류 열풍까지 더해져 한국 술의 인기가 상승세를 타면서 기업들은 적극적인 영업을 시작했음. 특히 대표적인 막걸리 브랜드인 서울장수는 같은 쌀 문화권인 베트남 소비자를 대상으로 자사 막걸리 제품 시음 행사를 개최하고, 음식 문화축제에 참여해 막걸리를 알리고 있음. 또한, 지평주조는 과일 소주가 다양한 맛으로 인기를 끄는 점에 착안하여, 사전 조사를 통해 현지 소비자 취향과 트렌드에 맞는 다양한 맛과 향의 막걸리를 출시할 계획임¹⁶⁾

[그림 3.2] 베트남에서 판매되는 다양한 국내 과일 맛 주류



<베트남에서 판매 중인 과일 소주>

<베트남에서 판매 중인 과일 막걸리>

자료: KOTRA해외시장뉴스

15) KOTRA해외시장뉴스, '베트남 한국 주류 시장 동향', 2023.10

16) 에너지경제신문, '막걸리, 한류 열풍 타고 '수출 순항'', 2023.03

4. 한국 막걸리 마케팅 방안

▶ 베트남, 막걸리 수출이 세 번째로 많은 나라

베트남은 한류에 힘입어 미국과 중국에 이어 막걸리를 가장 많이 수출 받는 세 번째 나라가 되었음. 베트남은 쌀 문화권에 속한 국가로, 쌀로 만든 막걸리가 익숙한 음식으로 인식되는 것이 주요 요인으로 분석됨. 이러한 상황에서 주요 막걸리 브랜드들은 베트남과 동남아시아 시장을 별도로 관리하며, 베트남 시장 선점을 위한 다양한 마케팅을 펼치고 있음

▶ 국순당, 축구 마케팅으로 베트남 소비자 공략

2011년 베트남 시장에 처음 진출한 국순당은 빠르게 베트남 막걸리 시장을 선점했음. 그 비결 중 하나는 동남아시아의 월드컵이라 불리는 ‘스즈키컵(Suzuki Cup)’ 시즌을 겨냥한 것임. 2018년부터 이 시즌을 겨냥해 미니 축구 게임 키트를 증정하고, 대형마트에서 대대적인 막걸리 시음 행사를 열었음. 또한, 베트남에서 판매하는 국순당 막걸리의 모든 병뚜껑을 축구공 모양으로 바꾸어 인지도를 높임. 그뿐만 아니라, 바나나 막걸리나 복숭아 막걸리 등 저도수의 과일 맛 막걸리를 개발해 여성층 및 젊은 사람들의 공략에 성공함

▶ 서울장수, 홍삼 막걸리로 베트남 시장 진출

국내 1위 업체 서울장수는 프리미엄 시장을 공략하고 있음. 베트남에서 판매되는 막걸리 한 병의 가격은 한화 약 8,000원으로 비교적 높은 편임. 하지만 서울장수는 여기에 프리미엄을 얹어 6년근 홍삼이 들어간 ‘장홍삼 막걸리’를 개발해 베트남 시장을 공략하고 있음. 코로나19로 건강과 면역력에 대한 관심이 높아진 베트남에서 홍삼을 원료로 한 막걸리로 한국산 제품에 대한 신뢰도와 평판을 높이고 있음¹⁷⁾

[그림 3.3] 베트남에서 판매 중인 국순당과 서울장수



〈국순당의 스즈키컵 마케팅〉



〈서울장수의 ‘장홍삼 막걸리’〉

자료: 비욘드(Veyond)

17) 비욘드(Veyond), ‘막걸리판 왕좌의 전쟁 : 베트남 막걸리 전쟁의 승자는 누구?’, 2022.01

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



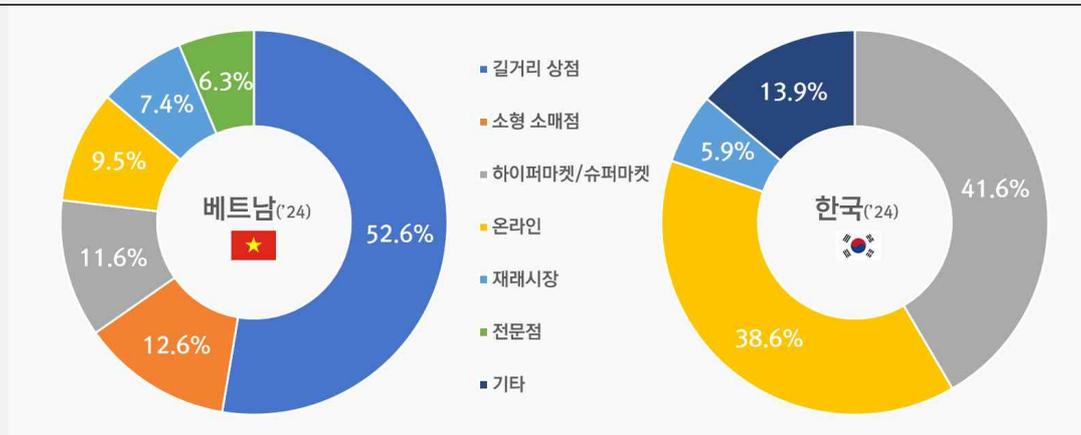
1. 베트남 막걸리 키트 유통채널 점유율
2. 베트남 막걸리 키트 주요 유통채널

1. 베트남 막걸리 키트 유통채널 점유율

▶ 베트남 소비재 유통채널, ‘길거리 상점’이 1위

2024년 1분기 기준 베트남 내 식료품을 비롯한 소비재 유통채널 중 ‘길거리 상점’이 52.6%의 점유율로 1위로 확인됨. 12.6%의 ‘소형 소매점’이 2위, 11.6%의 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 3위로 그 뒤를 이었음. 한편, 한국은 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 41.6%로 1위, ‘온라인’이 38.6%로 2위, ‘기타’가 13.9%로 3위로 확인됨. 한국의 경우 재래 유통채널¹⁸⁾의 비중이 6%가량에 그치는 데 반해, 베트남의 경우 소비재 소매유통에 있어 재래 유통채널의 비중이 70%를 상회하는 것으로 나타남. 그러나 도시화와 식품 유통 현대화의 진행 등으로 슈퍼마켓 등 현대 유통채널의 점유율이 점차 늘어나고 있는 것으로 파악됨¹⁹⁾

[표 4.1] 베트남 및 한국 막걸리 키트 B2C 소매유통채널 점유율 비교²⁰⁾²¹⁾



B2C 소매유통채널 점유율 비교		
베트남 점유율 ²²⁾	유형	한국 점유율
52.6%	길거리 상점	(-)
12.6%	소형 소매점	(-)
11.6%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	41.6%
9.5%	온라인	38.6%
7.4%	재래시장	5.9%
6.3%	전문점	(-)
(-)	기타 ²³⁾	13.9%

자료: 스탯이스타(Statista)

18) 자료: KOTRA해외시장뉴스, ‘젊은 유통채널이 뜬다! 베트남 슈퍼마켓 산업 트렌드 짚어보기’, 2024.07

19) 해당 장에서 재래 유통채널은 ‘길거리 상점’, ‘소형 소매점’, ‘재래시장’ 유형을 통칭함

20) 해당 장에서 ‘막걸리 키트’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘일용소비재(Fast-Moving Consumer Goods, FMCG)’의 유통채널 정보를 확인함

21) 자료: 칸타월드패널(Kantar Worldpanel), ‘Asia Pulse - Q1 2024’, 2024.06

22) 베트남의 경우 도시(Urban)와 농촌(Rural) 지역 통계가 분리되어, 도시(Urban) 지역 통계를 사용함

23) ‘기타’는 전문점, 편의점 등을 포함함

2. 베트남 막걸리 키트 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 6,779억 원 ²⁴⁾ 기타 규모 • 매장 수('24): 1,696개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2015년에 운영을 시작하여 신선식품과 생필품 소매를 전문으로 하는 베트남 대표 슈퍼마켓 체인으로 자리매김함 • 베트남 내 10여 개의 지역 매장에서 온라인 판매 모델을 시행하고 있음 • 23년 베트남 슈퍼마켓 체인 중 매출 1위를 기록함 		

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 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"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 • 문의 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 연락처 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 제품 가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 및 기타 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: lienhe@bachhoaxanh.com - 전화: +84-028-3812-5960
----------	---------------	---

자료: 박화싸잉(Bach Hoa Xanh)

사진 자료: 박화싸잉(Bach Hoa Xanh)

24) 100동=5.31원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준을 적용)

2. 베트남 막걸리 키트 주요 유통채널 ② 윈마트

기업 기본 정보	기업명	윈마트(WinMart)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	winmart.vn		
	위치	베트남 전역		
	규모	매출액('23)		• 30조 540억 동(1조 6216억 원)
		기타 규모		• 매장 수('24): 131개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2017년 베트남 소비자가 신뢰하는 상위 2개 소매업체 브랜드로 선정됨 • 마산그룹(Masan Group)이 빈그룹(Vingroup)으로부터 빈마트(Vinmart) 체인을 인수하여 윈마트로 브랜드 이름을 변경함 • 마산그룹 인수 후 빠른 속도로 지점 확장 중임 • 마트 반경 5km 이내 고객에게 무료배송을 제공하며, 오후 6시 전 주문 상품은 당일 2시간 내에 배송됨 			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 가공식품, 의류, 화장품, 문구류, 장난감, 가전제품 등		
	선호 제품	• 품질 및 신뢰도가 입증된 수입식품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: cskh@winmart.masangroup.com - 전화번호: +84-0247-1066-866(고객센터) 		

자료: 윈마트(WinMart)

사진 자료: 인사이드비나(Insidevina)

2. 베트남 막걸리 키트 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): 약 100개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2002년 베트남에서 시작된 현지에서 가장 대표적인 한인마트 체인 • 베트남 100대 브랜드에 5년 연속 선정됨 • 한인 교민뿐 아니라 현지인 또한 주 소비자층으로 설정함 • 애플리케이션을 운영하며, 이를 통해 쇼핑 및 배달 서비스를 제공함 	
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 김치류, 냉동식품, 즉석식품, 소스류, 건강식품, 스낵, 음료 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 기존 플랫폼에 없는 신제품, 아시안 식품, 프리미엄 제품 	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 및 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 수출입 절차에 필요한 문서, 회사에 관련된 모든 종류의 문서 제출 필요 - 제품 검토 후 공급업체로 선정된 후에 상세 안내 진행 • 문의 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급자 제품정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 가격 등) ③ 참고자료(카탈로그, 회사소개서 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: kmarketmall@k-market.vn - 전화: +84-0382-64-6759 	

자료: 케이마켓(K-Market)

사진 자료: 케이마켓(K-Market), 페이스북(Facebook)

2. 베트남 막걸리 키트 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"> • 한국 식료품과 생활용품을 주로 수입 판매함 • 호치민, 다낭, 붕따우(Vũng Tàu), 빈둥(Bình Dương) 지역에 매장 보유함 • 베트남 남부지역에서 한국 제품 유통의 70%를 담당하고 있음 	
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품 등	
	선호제품	• 아시안 식품, 한국산 식품, 간편조리식품 등	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 연락처 등) ② 공급 제품정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 가격 등) ③ 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: hoangvyhieu.co@gmail.com - 전화: +84-0386-41-8888, +84-07732-49-999 	

자료: 오케이마트(OK-Mart)

사진 자료: 오케이마트(OK-Mart)

2. 베트남 막걸리 키트 주요 유통채널 ⑤ 쇼피 베트남

기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee) 베트남		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.shopee.vn		
	규모	매출액('23)	• 1억 4,580만 달러(1,905억 원 ²⁵⁾)	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월 ²⁶⁾): 1억 7,770만 명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2015년에 설립된 싱가포르 기반의 전자상거래 플랫폼 • 동남아시아 최대의 전자상거래 플랫폼으로 말레이시아, 태국, 대만, 베트남, 필리핀, 베트남에 진출하여 사업 전개 중임 • 세아그룹(SEA Group)의 투자로 2017년 베트남에 진출함 • 입점 관련 초기 비용이 없어 판매자의 입점 부담을 완화함 • 베트남 전자상거래 50% 이상을 차지하는 막강한 시장점유율 보유 			
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	국순당(Kook Soon Dang), 코리스(Korice) 등	
		해외 판매	해외 판매 가능	
		검색 방식	카테고리, 원산지, 배송단위 검색 등	
주요 프로모션 정보	 <p>품목별 할인, 배송비 무료, 쿠폰 등 다양한 프로모션 진행</p>			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 신청 <ul style="list-style-type: none"> - 쇼피코리아 홈페이지를 통한 등록으로 베트남 마켓 입점 가능(shopee.kr) - 상단의 '입점 신청하기' 클릭 - 등록 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급 담당자 정보(담당자 이름, 연락처, 이메일, 사업자등록번호) ② 사업자등록번호 • 문의사항 연락처 및 참고 사항 <ul style="list-style-type: none"> - 쇼피 코리아 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 마켓으로의 등록이 활성화됨 - 한국 판매자는 기본 통화 및 환율, 마켓별 마진, 수수료 등의 초기 설정이 필요함 		

자료: 쇼피 베트남(Shopee Vietnam), 이커머스디비(eCommerceDB), 시밀러웹(Similarweb), 쇼피 한국(Shopee Korea)
 사진 자료: 쇼피 베트남(Shopee Vietnam)

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

26) 2024년 9월 한 달간 집계된 웹사이트 방문자 수에 해당함

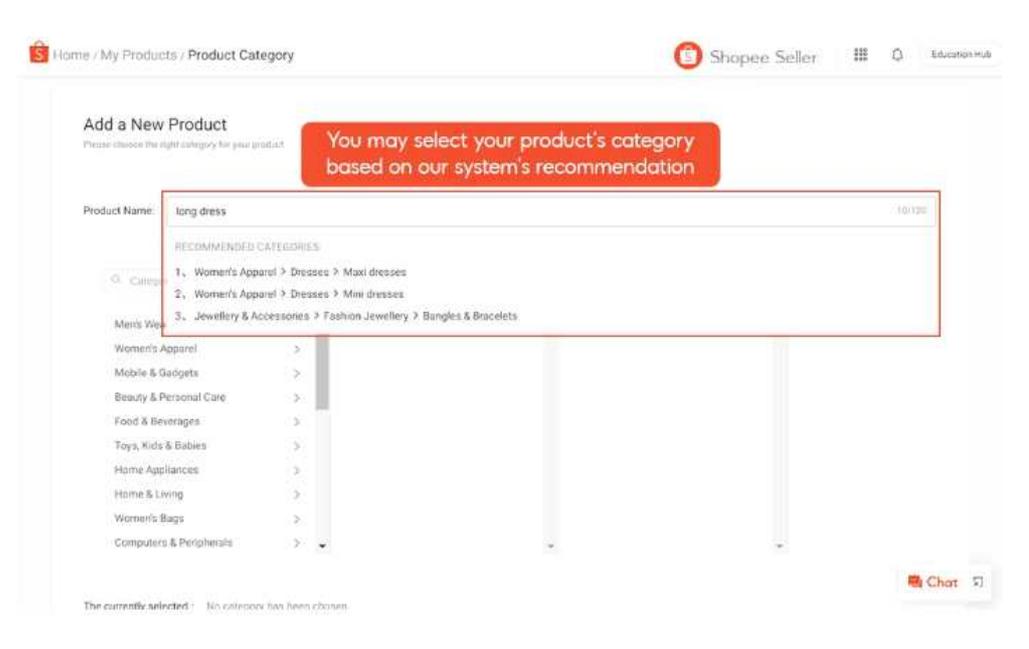
입점 등록 절차
UI ①



① 입점 신청서 작성

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

입점 등록 절차
UI ②



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 막걸리 베스트셀러

- 검색 키워드 : 막걸리(Makgeolli)²⁷⁾

- 등록 제품 수 : 60건 이상

쇼피 베트남 막걸리 베스트셀러								
순번	브랜드	제품명	원산지	중량	판매 가격	판매 건수(월)	리뷰 건수	이미지
1	코리스 (Korice)	밤 막걸리 (Makgeolli Chestnut)	한국	750ml	62,000동 (3,292원)	(-)	6건	
2	주식회사우리술	톡쏘는 알밤 동동 (Chestnut Makgeolli)	한국	750ml	80,000동 (4,248원)	(-)	20건	
3	국순당 (Kook Soon Dang)	국순당 쌀 막걸리 밤 (Korean Makgeolli Chestnut)	한국	750ml	78,000동 (4,142원)	(-)	10건	
4	서울장수 (Seoul Jangsoo)	월매 막걸리 (Walmae Makgeolli)	일본	750ml	98,000동 (5,204원)	(-)	3건	
5	국순당 (Kook Soon Dang)	국순당 쌀 막걸리 (Korean Makgeolli)	한국	750ml	70,000동 (3,717원)	(-)	5건	
6	국순당 (Kook Soon Dang)	국순당 쌀 막걸리 바나나 (Korean Makgeolli Banana)	한국	750ml	72,000동 (3,823원)	(-)	12건	
7	국순당 (Kook Soon Dang))	국순당 쌀 막걸리 복숭아 (Korean Makgeolli Peach)	한국	750ml	69,000동 (3,664원)	(-)	11건	
8	코리스 (Korice)	막걸리 (Makgeolli Korean Tradition)	한국	750ml	82,000동 (4,354원)	(-)	4건	
9	국순당 (Kook Soon Dang)	국순당 쌀 막걸리 청포도 (Korean Makgeolli White Grape)	한국	750ml	73,500동 (3,903원)	(-)	4건	
10	리본바이옴 (Reborn Biome)	식물성유산균 막걸리키트 (Vegetable Origin Probiotic Makgeolli Kit)	한국	500g	527,150동 (27,992원)	(-)	0건	

자료: 쇼피(Shopee) 베트남

사진 자료: 쇼피(Shopee) 베트남

27) 조사 제품 막걸리 키트의 유사품 유통 사례가 적어 완제품인 '막걸리'의 베스트셀러를 조사함

2. 베트남 막걸리 키트 주요 유통채널 ⑥ 티키

기업 기본 정보	기업명	티키(Tiki)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.tiki.vn		
	규모	매출액('23)	• 약 14억 달러(1,829억 원)	
	기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 734만 명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2010년 설립된 베트남의 토종 온라인 종합 쇼핑몰 • 2017년 중국의 징동닷컴(JD.com)으로부터 대규모 투자를 유치해 빠르게 성장하였으며, 2022년 우리나라의 신한금융그룹이 지분 10%를 인수해 3대 주주가 된 것으로 알려짐²⁸⁾ • 'TikiNOW' 서비스 가입 시, 100% 무료배송 및 익일 배송 제공함 			
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	코리스(Korice), 서울장수(Seoul Jangsoo) 등	
		해외 판매	해외 판매 가능	
		검색 방식	카테고리, 원산지, 배송단위 검색 등	
주요 프로모션 정보	 <p>품목별 할인, 배송비 무료, 쿠폰 등 다양한 프로모션 진행</p>			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 입점 절차는 크게 가입 및 계약서 작성, 필요정보 등록, 제품등록 3단계로 구성됨 - 정책 및 규정 확인 후 안내된 절차에 따라 입점 문의 - 'Register Today' 클릭하여 필요정보 기입 - 입점 후 'Sales Center'이용하여 제품 설명 및 판매 가격 자유롭게 조정 가능 - 등록 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급 담당자 정보(담당자명, 연락처, 이메일 주소, 기업명, 사업자 등록번호) ② 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 판매 가격, 원산지 등) • 문의사항 연락처 및 참고 사항 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: partnersupport@tiki.vn, Marketing@tiki.vn - 전화: +84-1900-6034, +84-1900-6035 		

자료: 티키(Tiki), 한국경제
사진 자료: 티키(Tiki)

28) 자료: 한국경제, '신한금융 '베트남의 쿠팡' 티키 3대 주주 된다', 2022.05

입점 등록 절차
UI ①

Start selling today with TIKI

Reach more than 22 million active visitors each month!



Register

Email address ①

Enter email address

Full name

Enter full name as written on your Identity document. ①

Enter full name

Country ①

Vietnam

Mobile phone number

+84 | Enter phone number

Main selling category ①

Select category

Password

Enter password

Confirm password

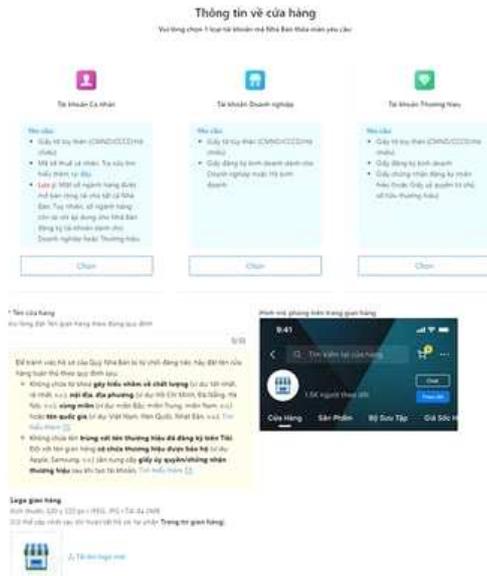
Enter password

Register

Already have an account? [Sign In](#)

- ① 판매자센터(Seller Center) 접속해 판매자 등록
- 이메일 주소, 이름, 국가, 제품 카테고리 등

입점 등록 절차
UI ②



- ② 계정 유형 선택
- 개인, 비즈니스, 브랜드 중 선택 후 상점에 대한 추가 정보 입력

자료: 티키(Tiki)
사진 자료: 티키(Tiki)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



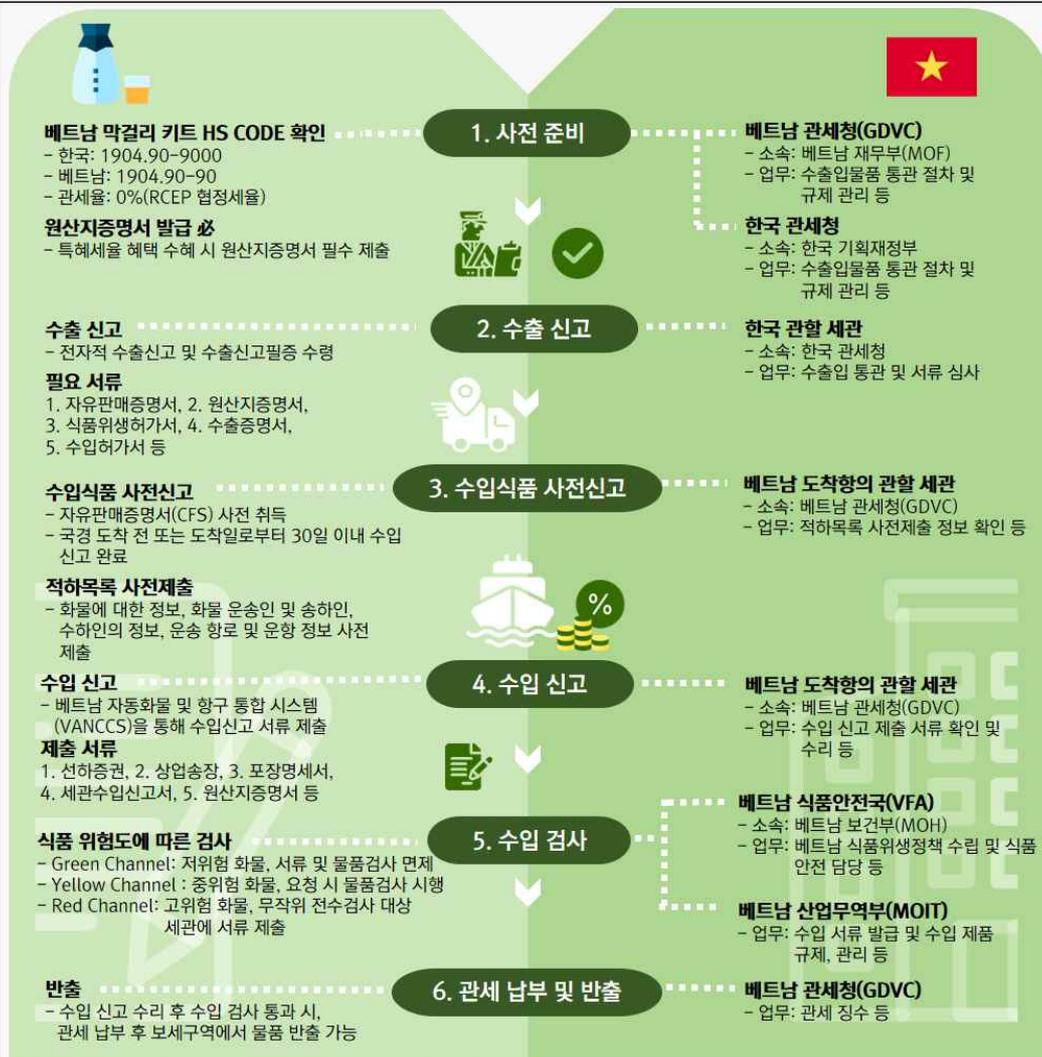
1. 베트남 막걸리 키트 통관 및 검역 절차
2. 베트남 막걸리 키트 품질 인증
3. 베트남 막걸리 키트 라벨링
4. 베트남 막걸리 키트 성분 및 유해물질

1. 베트남 막걸리 키트 통관 및 검역 절차²⁹⁾

▶ 베트남 막걸리 키트 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 자유판매증명서(CFS)를 요구하며, 발급까지는 약 3일 정도 소요됨. 화물검사의 경우, Green Channel(저위험), Yellow Channel(중위험), Red Channel(고위험)로 위험도에 따라 분류하여 진행됨

[표 5.1] 베트남 막걸리 키트 통관 검역 절차



자료: 관세청, 베트남 관세청(GDVC), KATI농식품수출정보

29) 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 수입통관 시, 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

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

자료: KATI농식품수출정보

[표 5.3] 베트남 수입 식품별 담당 기관

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

자료: aT한국농수산물유통공사

▶ **베트남 식품 안전 및 검역 기준, 국제 표준에 따라 강화 계획**

베트남은 베트남 내 식품 안전과 검역 기준을 강화하고, 관련 정책을 제도화하는 결의안(534/QD-TTG)을 2024년 6월 19일 발표함. 국제 시장에서 베트남 농산물을 비롯한 수산물, 임산물 및 식품이 위생 및 식물위생 조치(SPS: Sanitary and Phytosanitary Measures)를 더 강력히 준수하고, 수출 시장을 확대하려는 것이 결의안의 목표임. 따라서 베트남으로 수출하려는 기업은 이러한 검역 강화에 대해 주의를 기울일 필요가 있음. 더욱 자세한 내용은 하기 표와 같음

[표 5.4] 베트남 식품 안전 및 검역 기준 강화

목표	<ul style="list-style-type: none"> • 2025년까지 국제 표준과 베트남의 식품 안전 기술 규정 70% 일치 목표 프로젝트 시행 • 2030년까지 국제 표준과 베트남의 식품 안전 기술 규정 100% 일치 목표
주요 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 법 제도화 및 관련 규정의 지속적 개선 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 베트남 내 관련 규정의 지속적 개선 및 국제식품규격위원회(Codex), 세계동물보건기구(WOAH), 국제식물보호협약(IPPC) 등 국제 표준에 부합하는 베트남의 국가표준(TCVN), 국가기술규정(QCVN) 개발 • SPS 위험 분석 및 평가 능력 강화 <ul style="list-style-type: none"> - 식품 안전 및 검역 관련 인력 전문성 평가, 국제 표준 및 권장 사항에 따른 베트남 규제 시스템의 표준화 수준과 주요 시장의 SPS 규정 충족 수준 평가 - 식물, 미생물, 농업 및 축산과 관련한 생물학적 제품의 수입을 통해 발생하는 감염 및 질병 발생의 영향을 최소화하고 조치를 취하기 위한 해충 및 질병 위험 분석 시행 • 검사 및 인증 시스템 강화 <ul style="list-style-type: none"> - 수출 농산물 및 식품에 대해 추적과 회수가 용이하도록 하기 위해 바코드 시스템 적용 - SPS 관련 기록 및 증명서 발급(각 산업 및 시장에 대한 SPS 조치에 대한 초안 공지 및 경고, 업데이트 관련 데이터베이스) 등을 위한 국가 정보 포털 구축
시행일	<ul style="list-style-type: none"> • 2024년 6월 19일(즉시 발효)

자료: KATI농식품수출정보

2. 베트남 막걸리 키트 품질 인증

▶ 베트남 막걸리 키트, VFA 적합성 인증 평가必

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

[표 5.5] 베트남 막걸리 키트 VFA 적합성 인증

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

자료: 베트남 보건부(MOH)

▶ 베트남 막걸리 키트, 필수 인증 無

막걸리 키트를 베트남에 수출할 경우 필수적으로 받아야 하는 인증은 없음. 그러나 HACCP, ISO 22000, HVNCLC 등 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증을 선택적으로 받아 활용 가능함. 또한 고객사 제품이 유기농 제품이라면, VietGap 인증을 받아 소비자들에게 해당 사실을 알릴 수 있음

[표 5.6] 베트남 막걸리 키트 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 마크
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	
VietGap	유기식품 인증	선택	베트남 농업농촌개발부 (Ministry of Agriculture and Rural Development)	

자료: 각 인증기관

3. 베트남 막걸리 키트 라벨링

[표 5.7] 베트남 막걸리 키트 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> 필수 표기 사항은 반드시 베트남어로 기재되어야 하며 외국어를 함께 적는 경우 외국어는 베트남어 문자 크기보다 작아야 함 베트남어로 된 내용은 원문 라벨과 내용이 상응해야 함 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
	2. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> 제품명은 라벨에서 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 곳에 넣어야 하며, 다른 필수 정보와 비교하여 가장 큰 크기로 표기해야 함 성분의 전체 또는 일부를 취하여 제품명을 작성한 경우 성분의 중량을 명시해야 함
	3. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> 원산지의 표기 주체는 제조업체, 수출 및 수입업체임 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 라벨에 기재된 상품의 원산지는 상품을 생산하는 국가 또는 지역의 이름을 다음 중 하나로 표기해야 함 <ul style="list-style-type: none"> - 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 표시해야 하며 다음 문구 중 하나 또는 이 구절을 혼합한 형태로 표현해야 함 <ul style="list-style-type: none"> - assembled in/at - bottled in/at - mixed in/at - finished in/at - packaged in/at - labeled in/at 물품의 생산국가 또는 지역명은 약칭으로 표시해선 안 됨

자료: 베트남 보건부(MOH)

[표 5.7] 베트남 막걸리 키트 라벨링

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

자료: 베트남 보건부(MOH)

[표 5.7] 베트남 막걸리 키트 라벨링

<p>라벨 필수 표시 사항 및 기준</p>	<p>7. 위생 안전에 대한 경고 및 안내</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • 상품이나 상품의 성분이 방사선에 노출되었거나 유전자 변형기술을 적용한 것은 베트남이 회원으로 가입한 국제조약의 규칙에 따라 적용함
	<p>8. 제조 일자 및 유통기한</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 제조일자 및 유통기한은 일-월-년(양력) 순서로 표기하되 다른 순서로 표기할 경우 베트남어로 주석을 달아야 함 • 일, 월, 년을 의미하는 숫자는 두 자릿수로 표기하며 연도를 의미하는 숫자는 네 자릿수로 표기할 수 있으며 같은 행에 표시함 • 제조일자를 제조 월로 표기하는 경우 월-년(양력)으로 표기함 • 제조일자를 제조 연도로 표기하는 경우, 네 자릿수로 표기함 • 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 • 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 • 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 • 상품의 제조일자 및 유통기한의 표기 방식이 규정에서 지정한 방법과 다른 경우 신규 라벨링 규정(Decree 43) [부록3]의 ‘항목2’에서 명시한 방식을 따라야 함

자료: 베트남 보건부(MOH)

[표 5.7] 베트남 막걸리 키트 라벨링

<p>라벨 필수 표시 사항 및 기준</p>	<p>9. 기타 표기 사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • 상품의 라벨은 주권 분쟁에 관련된 사진, 내용과 베트남의 안보, 정치, 경제, 사회, 외교 관계, 미풍양속에 영향을 미치는 기타 내용을 포함할 수 없음
--	---------------------------	--

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 적용됨

[표 5.8] 주요 개정 내용

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

자료: KATI농식품수출정보, 베트남 관세청

▶ 베트남 막걸리 키트30) 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 베트남어, 영어]

- ① TAIKY FOOD since 1976
- ② Vietnam Value
Thương hiệu Quốc gia
- ③ BỘT NẮNG
Không Cholesterol, Không chất
bảo quản
- ④ Khối lượng tịnh 400 gram
Chúng chỉ Halal

[앞면 - 국문]

- ① 1976년부터 시작된 타이키 푸드
- ② 베트남 가치
국가브랜드
- ③ 타피오카 전분
콜레스테롤 없음, 방부제 없음
- ④ 순중량 400g
할랄 인증서

30) 베트남 현지 마트에서 판매 중인 막걸리 키트 제품을 찾을 수 없어 다른 쌀 가공품 제품으로 라벨 조사를 대체함

[뒷면 - 베트남어, 영어]

- ① TAIKY Food Since 1976
- ② Thành phần: Bột năng - Tinh bột khoai mì (100 %).
- ③ Ingredients: Tapioca starch (100 %).
- ④

IÁ TRỊ DINH DƯỠNG NUTRITION FACTS		
Khẩu phần ăn / Serving Size	100 g	
Năng lượng/ Calories	349 kcal	
% Giá trị hàng ngày - % Daily Value		
Chất béo / Fat	0 g	0 %
Tổng carbohydrate / Total carbohydrate	87.22 g	32%
Đạm / Protein	0 g	0 %
*Phần trăm giá trị dinh dưỡng hàng ngày (Daily Value) dựa trên chế độ ăn 2.000 calo.		

- ⑤ Bảo quản nơi khô ráo & thoáng mát | Storage in cool dry place
- ⑥ WARNING: Check the package carefully before buying. Do not use expired products.
- ⑦ Bột năng TAIKYfood tinh chế từ củ khoai mì, mang đến cho các món xào, món súp có độ sánh sệt trong suốt, các món bánh có độ dai mềm tuyệt hảo.

[뒷면 - 국문]

- ① 1976년부터 시작된 타이키 푸드
- ② 성분: 타피오카 전분 - 타피오카 전분 (100%).
- ③ 원재료명: 타피오카전분(100%).
- ④

영양 가치	
1회 제공량	100 g
칼로리	349 kcal
% 하루 권장 섭취량	
지방	0 g 0 %
총 탄수화물	87.22 g 32%
단백질	0 g 0 %
*% 일일 섭취량은 2,000 칼로리 식단을 기준으로 합니다.	

- ⑤ 서늘하고 건조한 곳에 보관하세요
- ⑥ 경고: 구매 전에 포장을 꼼꼼히 확인하십시오. 만료된 제품은 사용하지 마십시오.
- ⑦ TAIKYfood 타피오카 전분은 카사바 뿌리에서 정제되었으며, 볶음 요리와 수프에 맑고 걸쭉한 질감을 제공하며, 디저트에는 부드럽고 쫄깃한 식감을 선사합니다.

⑧ TAKYfood Tapioca Starch, extracted from cassava roots, is the preferred thickener for sauces and soups and imparts a delightfully chewy texture to a variety of Vietnamese cakes.

⑨ Sản phẩm của CÔNG TY CỔ PHẦN BỘT - THỰC PHẨM TÀI KÝ
Product of TAI KY FOOD – FLOUR JOINT STOCK COMPANY

⑩ Made in Viet Nam

⑪ Văn phòng: 435 Quốc lộ 13, Khu phố 5, P. Hiệp Bình Phước, Tp. Thủ Đức, Tp. HCM, Việt Nam

⑫ Sản xuất tại: 297/A Hồ Văn Tăng, Tổ 1, ấp Cây Đa, Xã Tân Phú Trung, huyện Củ Chi, thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

⑬ Tel: (+84-28) 7300 6108

⑭ email: contact@tayfood.com.vn

⑮ website: www.TAIKYfood.com.vn

⑯ Bar Code and Expiration Information
8 9434777 201167
NSX: 310824
HSD: 280226

⑧ 카사바 뿌리에서 추출한 타이키푸드 타피오카 전분은 소스와 수프의 농도를 높이는 데 선호되는 재료이고, 다양한 베트남 케이크에 쫄깃한 식감을 더해줍니다.

⑨ 식품공동주회사-타이키플라워의 제품
TAI KY FOOD – FLOUR JOINT STOCK COMPANY의 제품

⑩ 베트남에서 제조

⑪ 사무실: 베트남 호치민시 투득시
히엵빈푸억동 5번지, 국도 13번길
435번지

⑫ 제조 주소: 베트남 호치민시 꾸찌현
떤푸쑹음 까이다 마을 1구역, 호반땅
거리 297/A번지

⑬ 전화: (+84-28) 7300 6108

⑭ 이메일: contact@tayfood.com .vn

⑮ 웹사이트: www.TAIKYfood.com.vn

⑯ 바코드 및 유효 기간 정보
8 9434777 201167
NSX: 310824
HSD: 280226

⑰ Bột Năng
Tapioca Starch

⑱ HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG: Bột năng dùng để tạo độ sánh cho các món xào, món súp, món súp đồ sả sệt và là nguyên liệu của món bánh bột lọc, chè xoài, chè đậu xanh, bánh dúc.

⑲ DIRECTIONS: Tapioca starch is used as a thickener for stir-fried dishes and soups. It is the preferred thickener for sauces and soups and imparts a delightfully chewy texture to a variety of Vietnamese cakes.

- ⑳ - Súp (Soup)
 - Bánh Bột Lọc (Clear shrimp and meat dumpling)
 - Chè (Sweet Soup / Pudding)

⑰ 타피오카 전분

⑱ 사용 방법: 타피오카 전분은 볶음 요리와 수프에 농도를 더하는 데 사용되며, 걸쭉한 수프와 베트남 음식인 반반훅록(투명 만두), 망고 디저트, 녹두 디저트, 반득(쌀가루 베이크)의 재료로 사용됩니다.

⑲ 사용 방법: 타피오카 전분은 볶음 요리와 수프의 농도를 높이는 데 사용되며, 특히 소스와 수프의 걸쭉함을 더하는 데 적합합니다. 다양한 베트남 케이크에 쫄깃한 식감을 더해주기도 합니다.

- ⑳ - Súp (수프)
 - Bánh Bột Lọc (맑은 새우와 고기 만두)
 - Chè (달콤한 수프/푸딩)

4. 베트남 막걸리 키트 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

베트남 보건부(MOH)는 식품첨가물의 적절하고 올바른 사용으로 소비자의 안전을 보장하기 위해 관리, 사용 규칙 및 식품첨가물 기준치를 규정함. 베트남 식품첨가물 사용원칙에 따르면 식품첨가물의 사용량은 최소화하고, 최대허용량을 지켜야 함. 식품첨가물의 포장은 식품안전 요건을 충족하는 장소에서 수행되어야 하며 라벨이 해당 규정에 맞게 제작되어야 함. 하기 표는 ‘기타 농산가공품류’ 및 ‘탁주³¹⁾’에 적용되는 식품첨가물 목록과 사용 기준의 일부임. 더욱 자세한 규정은 베트남 보건부(MOH) 홈페이지 내 법률 및 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.9] 막걸리 키트에 적용되는 베트남 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용 기준	식품 유형
1	황산 칼슘	Calcium Sulfate (Calcium Sulphate)	GRAS ³²⁾ : [고결방지제, 착색료, 반죽강화제, 건조제, 응고제, 밀가루개량제, 조성보조제, 팽창제, 영양강화제, 산도조절제, 가공보조제, 안정제, 증점제, 상승제, 텍스처라이저] 0.5% 이하, GMP ³³⁾ 에 따라 사용	곡물제품 및 파스타
2	비타민 D	Vitamin D	GRAS: [영양강화제] 90(IU/100 그램), 이 성분은 식품에 첨가된 비타민 D의 유일한 공급원으로서 사용	
3	아카시아 고무, 아라비아 고무	Acacia Gum, Gum Arabic	[증점제, 유화제, 안정제] 최종음료의 20%를 이하, GMP에 따라	알코올 음료
4	아코니트산	Aconitic Acid	GRAS: [향료 및 보조제] 0.002% 이하, GMP에 따라 사용	
5	알긴산칼슘	Calcium Alginate	GRAS: [안정제, 증점제] 0.4% 이하	
6	탄닌산	Tannic Acid	GRAS: [항미증진제, 향료 및 보조제, 가공보조제] 0.015% 이하	

출처: 베트남 보건부(MOH), KATI농식품수출정보

31) 막걸리 키트가 속하는 쌀 가공품(기타 농산가공품류)에 대한 식품첨가물 기준 정보 외 탁주에 대한 식품첨가물 기준 일부도 포함함

32) 의도한 용도로 사용하였을 경우 일반적으로 안전하다고 여겨지는 성분

33) 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

▶ **유해물질**

베트남 보건부가 규정한 곰팡이독소, 포장재, 중금속, 미생물 등 유해물질에 대한 기준치가 존재함. 곰팡이 독소 오염, 중금속 오염 및 미생물 오염은 각각 국가 표준 기술규정에 의거한 베트남 규정 8-1(2011), 8-2(2011)과 8-3(2011)에 의해 제한됨. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 유해물질 목록 일부와 잔류허용기준임. 더욱 자세한 사항은 베트남 보건부(MOH) 홈페이지 내 법률 및 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.10] 막걸리 키트에 적용되는 베트남 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	아플라톡신 M1	Aflatoxin M1	불검출	옥수수 및 쌀, 식품 및 식품원료용도, 가공 전 상태
2	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	5µg/kg	
3	아플라톡신 (아플라톡신 B1, B2, G1, G2 (총합))	Aflatoxin (Aflatoxin B1, B2, G1, G2 (total))	10µg/kg	

출처: 베트남 보건부(MOH), KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

베트남 보건부(MOH)는 베트남 내 수출입 및 유통 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 5.11] 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. 롯데마트(Lotte Mart)
2. 후지마트(FujiMart)
3. 이온맥스밸류익스프레스(Aeon Maxvalu Express)

Interview ①

34)



롯데마트
(Lotte Mart)

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

담당자 정보

Store Manager

롯데마트(Lotte Mart) Store Manager

Q. 베트남 내 막걸리 시장 트렌드에 대해 말씀해 주세요.

베트남에서 막걸리의 주요 소비자는 한국 요리와 문화를 좋아하는 젊은 층입니다. 이들은 주로 하노이와 호치민 시와 같은 대도시에 거주하며, 해당 지역에는 한국식 바와 레스토랑이 많이 있습니다. 고급 막걸리 제품은 베트남 소비자의 입맛에 맞추어 딸기, 사과, 꿀 등 다양한 맛으로 개발되었으며, 최근 베트남에서 막걸리 소비 빈도는 증가했습니다. 젊은 소비자들은 모임, 외식, 레스토랑 및 바에서 막걸리를 즐기며, 애호가들은 한 달에 2-3회까지 막걸리를 마시기도 합니다. 막걸리가 베트남에서 인기를 끌게 된 것은 K-팝, K-드라마 등 한국 문화의 영향력 때문입니다. 또한, 막걸리는 다양한 한국 요리와 잘 어울려 모임의 분위기를 한층 즐겁게 만들어 줍니다.

Q. 베트남 내 주류 제조 키트 시장이나 홈 브루잉 시장의 트렌드와 선호도는 어떠한가요?

홈 브루잉 키트 시장은 최근 몇 년간 한국 문화에 관심이 많은 집단에서 성장하고 있습니다. 외국 술을 즐기는 소비자들은 막걸리 키트와 같은 홈 브루잉 키트를 찾기 시작했습니다. 이러한 키트는 주로 찹쌀가루, 효모, 발효 용기, 양조 설명서와 같은 기본 재료를 포함하고 있습니다. 홈 브루잉 키트는 한국 음식과 음료를 좋아하는 소비자들 사이에서 점차 트렌드로 자리 잡고 있으며, 한국 제품을 전문으로 하는 매장뿐만 아니라 온라인에서도 판매하고 있습니다. 집에서 막걸리를 만드는 것이 한국 문화를 경험하는 흥미로운 방법으로 여겨지고 있으나 양조 키트는 베트남 시장에 아직 널리 보급되지 않았으며, 매장에서 쉽게 찾기는 어렵습니다.

Q. 고객사 제품의 가격이 K-푸드 소비자에게 어필할 만한가요? 적절한 가격대를 추천해 주세요.

고객사 제품의 가격은 베트남에 거주하는 한국인들에게 합리적일 수 있습니다. 하지만 이 제품은 가격이 저렴한 전통주 제조 키트와 경쟁할 수 있습니다. 또한, 보통 한국산 수제 막걸리 키트는 약 27만 5,000~46만 동(1만 4,602~2만 4,426원³⁵⁾)으로 판매됩니다. 제품의 편리함과 24시간 만에 빠르게 발효할 수 있는 점을 높이 평가받는다면 고객사 제품은 경쟁력을 가질 수 있을 것입니다. 또한, K-푸드 매장이거나 온라인 판매 채널에서 쉽게 접할 수 있다면 고객사 제품의 가격이 합리적일 수 있으며, 대량 구매 프로모션 패키지나 할인을 제공한다면 더욱 매력적일 것입니다. 3-5개를 한 팩으로 판매하는 할인이나 콤보 패키지를 제공한다면 소비자의 관심을 끌 수 있을 것입니다.

34) 사진 자료: 롯데마트(Lotte Mart)

35) 100동=5.31원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

Q. 고객사 제품을 베트남 시장에 진출 시 추천하는 유통채널을 말씀해 주세요.

온라인 채널은 젊은 소비자에게 알리는 데 도움이 될 것입니다. 제품은 소형 패키지로 포장되어 있으며 간편한 제조 방식을 강조하는 설명이 포함되어야 합니다. 플랫폼을 통한 판매는 소셜 미디어 캠페인과 함께 진행하면 소비자에게 효과적으로 접근할 수 있습니다. 또한, 슈퍼마켓과 K-푸드 매장에서 제품 시음 행사나 집에서 막걸리를 만드는 방법에 대한 시연회 등을 통해 소비자의 관심을 유도할 수 있습니다.

Q. 고객사 제품의 패키징에서 보완해야 할 부분이 있다면 피드백 해주세요.

고객사 제품의 패키징은 컴팩트하고 휴대하기 용이하지만, 디자인 면에서 다른 제품들과 차별화되지 않아 소비자들에게 시각적인 매력을 주기 어려울 수 있습니다. 소비자의 눈길을 끌 수 있도록 한국적인 특징을 강조한 디자인 개선이 필요합니다. 또한, 500g의 용량은 가정용으로 적합해 보입니다. 그 외에 여러 개입이 들어 있는 패키지나 다양한 용량 옵션을 제공하여 소비자의 선택 폭을 넓힐 수 있도록 하는 것이 중요합니다.

Q. 고객사 제품을 베트남 시장에 진출 시 홍보 전략과 타겟팅 대상을 구체적으로 추천해 주세요.

타겟 소비자층은 주로 한국 제품을 선호하는 18-35세 사이의 학생과 직장인들로, 이들은 새로운 요리 트렌드에 관심이 많으며 TV 프로그램이나 영화, DIY 제품을 통해 한국 음식을 경험하는 것을 선호합니다. 집에서 막걸리를 만드는 경험은 음료를 자신만의 방식으로 즐길 수 있어 젊은 층에게 매력적일 것입니다. 따라서 수입 식품 매장에서 소용량 체험 패키지를 합리적인 가격에 제공하여 제품을 시도해 볼 수 있도록 해야 합니다. 또한, 대용량 세트 구매 시 미니 키트를 증정하는 프로모션으로 구매를 유도할 수도 있습니다.

Q. 베트남 시장 진출 시 곡류가공품과 관련된 필수 및 권장 인증 제도와 특허 출원 내용을 추천해 주세요.

베트남 시장에 가공식품을 도입하려면 보건부(MOH)나 식품의약청(FDA)과 같은 관련 기관의 식품 안전 인증을 받아야 합니다. 이는 소비자를 보호하기 위한 필수 절차로, 특히 막걸리 분말과 같은 제품의 경우 성분, 제조 과정, 소비 안전성에 대한 테스트를 진행해야 합니다. 제품은 방부제, 인공 감미료, 유해 식품 첨가물이 없음을 인증받아야 하며, 이는 건강을 중시하는 베트남 소비자들에게 중요한 요소입니다. 또한, 빠른 발효 기술, 제조 과정, 제품에 포함된 특별 성분을 기반으로 특허 출원을 진행하는 것도 고려해볼 수 있습니다.

Interview ②

36)

후지마트
(FujiMart)

- 유형: 하이퍼마켓
- 업체 특징:
 - 2018년에 설립된 하이퍼마켓으로 다양한 수입 식품 및 생활용품을 취급하고 있음
 - 일본, 한국, 유럽에서 수입한 맥주, 식료품, 가정용품, 과일, 등을 제공하고 있음

담당자 정보

Import Sale Executive

후지마트(FujiMart)
Import Sale Executive

Q. 베트남 내 막걸리 시장 트렌드에 대해 말씀해 주세요.

베트남에서 쌀 와인은 주로 가족들이 명절, 제사 등 특별한 행사와 선물용으로 소비됩니다. 쌀 와인은 찹쌀, 효모, 판단(Pandan)³⁷⁾ 잎이나 꿀 껍질을 첨가하여 향을 더해 가볍고 순한 맛을 가지고 있습니다. 일부 소비자들은 더 달달한 맛이나 허브에서 나오는 독특한 향을 가진 쌀 와인을 선호하기도 합니다. 소비 빈도는 다른 주류에 비해 높지 않지만, 특별한 행사에서 자주 소비됩니다. 쌀 와인을 즐기는 애호가들은 보통 한 달에 1-2회 정도 섭취하며, 베트남 사람들은 문화적·전통적인 이유로 쌀 와인을 주로 마십니다.

Q. 베트남 내 주류 제조 키트 시장이나 홈 브루잉 시장의 트렌드와 선호도는 어떠한가요?

최근 홈브루잉 키트는 쌀 와인뿐만 아니라 과일 와인, 보드카, 럼 같은 증류주로도 확장되고 있습니다. 소비자들은 상세한 설명서를 참고해 집에서 직접 와인을 만들어 보며 새로운 경험을 할 수 있습니다. 또한, 베트남 소비자들은 주로 가족을 위해 와인을 만들거나 명절 선물용으로 홈브루잉 키트를 구매하는 경향이 있습니다. 홈브루잉 키트는 효모, 찹쌀, 발효 장비, 용기 등 주요 재료를 포함하여 제공되며, 개인 취미로 홈브루잉을 시도하려는 소비자들이 늘고 있습니다.

Q. 고객사 제품의 가격이 K-푸드 소비자에게 어필할 만한가요? 적절한 가격대를 추천해주세요.

고객사 제품의 가격은 전통 수제 제품에 비해 높은 편입니다. 소비자들은 간단한 재료로 쌀 와인을 만드는 데 익숙하기에 주류 제조 키트에 높은 가격을 지불할 필요성을 느끼지 못할 수 있습니다. 베트남의 전통 수제 쌀 와인 제조 키트는 보통 5만-15만 동(2,655-7,965원)사이로, 효모, 찹쌀, 기본 설명서와 같은 간단한 재료로 구성되어 있습니다. 고객사 제품의 가격이 다소 높으므로 이는 동남아시아 시장의 소비자들에게 중요한 고려사항이 될 수 있습니다. 하지만 24시간 이내에 빠르게 발효할 수 있는 점과 막걸리의 안전성, 신선함 같은 우수한 기능이 중요한 장점으로 홍보될 수 있습니다.

36) 사진 자료: 후지마트(FujiMart)

37) 동남아시아 요리에서 널리 쓰이는 잎

Q. 고객사 제품을 베트남 시장에 진출 시 추천하는 유통채널을 말씀해 주세요.

고객사 제품을 오프라인 상점에 다른 와인 제조 키트와 함께 배치하여 소비자들이 쌀 와인, 막걸리, 수제 과일 와인을 만드는 경험을 제공할 수 있습니다. 또한, 상점에서 고객사 제품을 활용한 막걸리 제조 방법과 섭취하는 방법에 대한 클래스나 워크숍을 개최할 수 있습니다. 그 외 한국 제품을 수입하는 상점은 K-푸드 애호가들에게 다가갈 수 있는 중요한 채널이 될 것입니다.

Q. 고객사 제품의 패키징에서 보완해야 할 부분이 있다면 피드백 해주세요.

현재 포장은 다소 단순하므로 더 눈에 띄도록 개선될 필요가 있습니다. 특히 젊은 소비자와 홈브루잉 시장을 겨냥한 제품의 경우 막걸리 제조 과정과 발효 결과, 제품의 신선함을 잘 보여주는 일러스트를 포함해야 합니다. 제품의 용량은 적당하지만 도매 고객을 유치하기 위해 더 큰 팩이나 콤보 세트를 제공하는 것도 좋습니다.

Q. 고객사 제품을 베트남 시장에 진출 시 홍보 전략과 타겟팅 대상을 구체적으로 추천해 주세요.

고객사 제품은 집에서 맥주, 와인, 주스를 만드는 DIY 제품을 좋아하는 소비자들을 겨냥할 수 있습니다. 이들은 자연 재료로 음료를 만들거나 새로운 제품을 실험하는 것을 좋아합니다. 특히 코로나19 동안 집에서 즐길 수 있는 방법을 찾는 소비자들 사이에서 DIY 트렌드가 강세를 보였습니다. 또한, 틱톡(TikTok)과 인스타그램(Instagram)을 활용해 막걸리 제조 영상과 그 즐거움을 담은 영상을 제작하고, #MakgeolliChallenge와 같은 캠페인으로 소비자 참여를 유도할 수 있습니다. 유튜브(YouTube)에서는 고객사 제품을 활용한 막걸리 제조 튜토리얼 영상을 만들어 신선하고 방부제가 없는 막걸리의 건강상의 이점도 강조하는 것을 권장합니다. 이는 유튜버(YouTuber), 음식 블로거와 협력해 제작할 수 있습니다. 페이스북(Facebook)에서는 K-푸드 애호가 커뮤니티, DIY 그룹, 요리 그룹 등을 활용해 제품을 홍보하고, 게시물이나 라이브 스트리밍으로 음식 애호가들의 관심을 끌 수 있습니다.

Q. 베트남 시장 진출 시 곡류가공품과 관련된 필수 및 권장 인증 제도와 특허 출원 내용을 추천해 주세요.

식품 안전 관리 시스템에 관한 국제 표준인 ISO 22000 인증은 제품이 품질 요구 사항을 충족할 뿐만 아니라 공급망 전반에 걸쳐 안전 절차를 준수하고 있음을 보장하는 데 매우 중요합니다. 고객사 제품이 ISO 22000 표준을 충족한다면 베트남 소비자들과의 신뢰를 쌓는 데 도움이 되고 식품 산업의 유통업체나 파트너와 협력할 때 중요한 요소가 될 것입니다. 또한, 고객사 제품의 특수 M방형 포장이나 살아있는 효모와 부패하기 쉬운 재료를 포장 내에서 보존하는 기술에 대한 특허를 신청하는 것을 고려해볼 수 있습니다.

Interview ③

38)



이온맥스밸류익스프레스
(Aeon Maxvalu Express)

- 유형: 슈퍼마켓
- 업체 특징:
 - 2011년에 설립된 슈퍼마켓으로 신선 식료품, 음료, 유제품, 생활용품, 패션 아이템을 취급하고 있음
 - 일본과 한국에서 수입된 다양한 제품을 제공하고 있음

담당자 정보

Manager

이온맥스밸류익스프레스(Aeon Maxvalu Express) Manager

Q. 베트남 내 막걸리 시장 트렌드에 대해 말씀해 주세요.

베트남 쌀 와인은 주로 중장년층과 노년층이 소비합니다. 이들은 쌀 와인을 제사, 기일, 축제 등 특별한 행사에서 필수적인 요소로 여깁니다. 반면, 막걸리는 새로운 음료를 시도하고 한국 요리를 좋아하는 젊은 층이 주로 소비합니다. 베트남 쌀 와인은 다양한 종류가 있지만, 소비자들은 강하고 풍부한 맛을 선호하며 자극적이지 않은 맛을 좋아합니다. 일부 소비자들은 황금 찹쌀로 만든 쌀 와인을 선호하기도 합니다. 막걸리의 경우, 소비자들은 과일 맛이 나는 달콤하고 마시기 쉬운 종류를 선호합니다. 베트남은 알코올과 맥주 소비량이 높은 나라로 잘 알려져 있으며, 쌀 와인도 예외는 아닙니다. 쌀 와인은 주로 전통적이고 종교적인 이유로 특별한 행사에서 자주 소비되며, 베트남 사람들은 쌀 와인을 마시면 행운과 건강을 가져다준다고 믿습니다. 막걸리는 식사 시간이나 모임에서 일주일에 1-2회 정도 소비되며, 한국 문화를 경험하고 싶거나 가볍게 마시는 용으로 구매됩니다.

Q. 베트남 내 주류 제조 키트 시장이나 홈 브루잉 시장의 트렌드와 선호도는 어떠한가요?

베트남의 가정용 주류 제조 키트 시장은 아직 크게 발전하지 않았지만, 수제 주류 제조에 열정이 있고 전통 가치를 보존하고자 하는 소비자들의 관심을 받기 시작했습니다. 하지만 쌀 와인은 긴 발효 시간과 기술이 필요하기 때문에 모든 사람이 집에서 주류를 만들 수 있는 것은 아닙니다. 또한, 베트남 소비자들은 편리함을 위해 완제품 주류를 구입합니다.

Q. 고객사 제품의 가격이 K-푸드 소비자에게 어필할 만한가요? 적절한 가격대를 추천해 주세요.

고객사 제품의 가격은 한국 음식과 제품을 선호하는 소비자들에게 적당한 가격입니다. 복잡한 제조 과정을 거치지 않고도 편리하게 고품질 홈메이드 막걸리를 만들 수 있다는 점을 강조하는 것이 중요합니다. 특히 한국 문화를 좋아하는 젊은 소비자들은 이러한 혁신적이고 차별화된 제품에 더 많은 금액을 지불할 의향이 있습니다. 고객사 제품은 소비자들이 경제적 부담 없이 직접 주류를 만들어 볼 수 있는 적당한 가격대에 속합니다. 가격을 정당화하기 위해서는 집에서 한국 문화나 한국 요리를 경험하고자 하는 사람들을 끌어들이는 전략이 도움이 될 것입니다.

Q. 고객사 제품을 베트남 시장에 진출 시 추천하는 유통채널을 말씀해주세요.

온라인 유통채널과 가공식품 매장을 추천합니다. 특히 쇼피(Shopee), 티키(Tiki), 라자다(Lazada)와 같은 전자상거래 플랫폼은 젊은 소비자층과 막걸리를 집에서 만들어 보고자 하는 소비자들에게 빠르게 다가갈 수 있습니다. 또한, 수입식품 매장이거나 세븐일레븐(7-Eleven), 씨클케이(Circle K)와 같은 편의점을 통한 오프라인 유통도 효과적인 접근 방식입니다. 온라인과 편의점 유통 모델은 편리하고 폭넓은 시장 접근이 가능한 좋은 전략입니다.

Q. 고객사 제품의 패키징에서 보완해야 할 부분이 있다면 피드백해주세요.

고객사 제품의 패키징은 홈 브루잉 키트의 특성에 부합하는 디자인이지만 한국 제품을 선호하는 소비자들에게 브랜드 인지도를 높이려면 일부 변경이 필요합니다. 밝은 색상이나 한국 문화와 관련된 상징을 사용하여 소비자들의 주목을 끌 수 있도록 개선하는 것이 좋습니다. 양조 방법과 완성된 제품의 일러스트를 추가하면 소비자들이 더 쉽게 다가가고 재미를 느낄 수 있습니다. 또한, 베트남과 같은 대형 시장에서는 다양한 중량의 패키지를 제공하여 소비자들이 소량으로 제품을 시도해보고 점차 더 많이 구매할 수 있도록 하는 것이 유리합니다.

Q. 고객사 제품을 베트남 시장에 진출 시 홍보 전략과 타겟팅 대상을 구체적으로 추천해 주세요.

베트남 소비자들은 방부제나 첨가물이 없는 자연에서 유래한 제품을 선호합니다. 건강하고 환경친화적인 제품을 중시하는 이들은 천연 쌀로 만들어지고 감미료나 방부제가 포함되지 않은 고객사 제품에 매력을 느낄 것입니다. 현재 베트남에서 건강 트렌드가 강해지고 있기 때문에, 건강한 라이프스타일을 추구하는 K-푸드 커뮤니티 내 인플루언서와 협력하는 것이 효과적입니다. 이들은 제품 사용 경험을 공유하고, 막걸리를 집에서 만드는 방법을 리뷰하거나 안내하는 콘텐츠를 만들 수 있습니다. 이를 통해 브랜드 인지도를 높이고 소비자들의 신뢰를 쌓을 수 있습니다. 또한, 한식 전문 블로거나 한국 제품 리뷰 전문 유튜버는 좋은 파트너가 될 수 있습니다.

Q. 베트남 시장 진출 시 곡류가공품과 관련된 필수 및 권장 인증 제도와 특허 출원 내용을 추천해 주세요.

HACCP은 식품 안전 위험을 식별하고 통제하는 국제 표준으로, 고객사 제품이 소비자와 유통업체에게 신뢰를 얻는 데 중요한 역할을 합니다. 생산에서 소비에 이르는 모든 과정에서 식품 안전 위험이 없도록 보장해야 하며, 이를 위해 HACCP 인증을 취득하는 것이 필요합니다. 또한, 빠른 발효 과정과 막걸리의 신선도를 보존하고 최적화하는 방법에 대한 특허 출원을 진행하는 것을 권장합니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Alcoholic Drinks market - Vietnam', 2024.10
2. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Cider, Perry & Rice Wine market - Vietnam', 2024.10
3. KOTRA해외시장뉴스, '베트남 한국 주류 시장 동향', 2023.11
4. KATI농식품수출정보, '베트남 주류 시장 동향', 2024.01
5. KOTRA해외시장뉴스, '베트남 겨냥할 우리 술, 소주 다음 타자는?', 2021.05
6. 에너지경제신문, '막걸리, 한류 열풍 타고 '수출 순항'', 2023.03
7. 플레이버오브하노이(Flavor of Hanoi), 'Learn Everything about Vietnamese Rice Wine'
8. 빈원더스(VinWonders), 'Vietnamese rice wine: An indispensable part of Vietnamese dining culture', 2023.07
9. 비욘드(Veyond), '막걸리판 왕좌의 전쟁 : 베트남 막걸리 전쟁의 승자는 누구?', 2022.01
10. KOTRA해외시장뉴스, '젊은 유통채널이 뜬다! 베트남 슈퍼마켓 산업 트렌드 짚어보기', 2024.07
11. 칸타월드패널(Kantar Worldpanel), 'Asia Pulse - Q1 2024', 2024.06
12. 한국경제, '신한금융 '베트남의 쿠팡' 티키 3대 주주 된다', 2022.05
13. 베트남 관세청, 「408/TCHQ-GSQL」, 2022
14. 베트남 보건부(MOH), 「111/2021/ND-CP」, 2022
15. 베트남 보건부(MOH), 「Circular No.24/2019/TT-BYT」, 2019
16. aT한국농수산물유통공사, 「2023 농식품 수출국가정보(신남방)」, 2023
17. 농림축산식품부, 「2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드」, 2023
18. aT한국농수산물유통공사, 「베트남 식품첨가물/유해물질규정 번역본」, 2020
19. 베트남 보건부(MOH), 「식품, 식품첨가물, 포장 식품 가공보조제 등 표시안내에 대한 합동시행규칙」, 2017
20. 베트남 관세총국(GDVC), 「111/2021/ND-CP」, 2021
21. 베트남 산업무역부(MOIT), 「No. 28/2013/TT-BCT」, 2013
22. 식품의약품안전처, 「베트남 식품안전관련 법령」, 2019

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. KOTRA해외시장뉴스 (dream.kotra.or.kr)
5. ITC(International Trade Centre) (www.trademap.org)
6. 빈원더스(VinWonders) (vinwonders.com)
7. 비욘드(Veyond) (veyond.asia)
8. 에너지경제신문 (www.ekn.kr)
9. 플레이버오브하노이(Flavor of Hanoi) (flavorsofhanoi.com)
10. 칸타월드패널(Kantar Worldpanel) (www.kantarworldpanel.com)
11. 박화싸잉(Bach Hoa Xanh) (www.bachhoaxanh.com)
12. 윈마트(Winmart) (winmart.vn)
13. 인사이드비나(Insidevina) (www.insidevina.com)
14. 마산그룹(Masangroup) (www.masangroup.com)
15. 케이마켓(K-Market) (kmarketvina.com)
16. 오케이마트(OK-Mart) (okmart.vn)
17. 페이스북(Facebook) (www.facebook.com)
18. 쇼피(Shopee) 베트남 (www.shopee.vn)
19. 이커머스데이터베이스(eCommerceDB) (www.ecommercedb.com)
20. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)

[참고문헌]

■ 참고 자료

21. 쇼피(Shopee) 한국 (shopee.kr)
22. 티키(Tiki) (tiki.vn)
23. 한국경제 (www.hankyung.com)
24. 관세청 (www.customs.go.kr)
25. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
26. 베트남 관세청(General Department of Vietnam Customs) (www.customs.gov.vn)
27. 베트남 보건부(MOH) (www.moh.gov.vn)
28. 농림축산검역본부 (www.qia.go.kr)
29. 국가관세종합정보망 (unipass.customs.go.kr)
30. 베트남 식품안전국(VFA) (www.nghidinh15.vfa.gov.vn)
31. 베트남 산업무역부(MOIT) (www.moit.gov.vn/en)
32. 롯데마트(Lotte Mart) (www.lottemart.vn)
33. 후지마트(FujiMart) (fujimart.vn)
34. 이온맥스밸류익스프레스(Aeon Maxvalu Express) (aeonshop.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2024.11.29

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