

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202410-53

품목 | 콩스낵(Bean Snack)

HS CODE | 2008.97-9000

국가 | 베트남(Vietnam)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 베트남 제과 및 스낵 시장규모	06
2. 베트남 스낵 시장규모	07
3. 베트남 콩스낵 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 베트남 콩스낵 맛 키워드 1위: '바삭한'	11
2. 홍보문구 키워드 1위: '향기로운'	12
3. 베트남 콩스낵 패키징 키워드 1위: '500g'	13

IV. 유통채널

1. 베트남 콩스낵 유통채널 점유율	
2. 베트남 콩스낵 주요 유통채널	



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 베트남 콩스넥 통관 및 검역 절차	23
2. 베트남 콩스넥 품질 인증	27
3. 베트남 콩스넥 라벨링	30
4. 베트남 콩스넥 성분 및 유해물질	38

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 엘스플레이스(L's Place)	42
2. 이케어(E-Care)	44
3. 항옥247(Hang Uc 247)	47

※ 참고문헌	49
--------	----

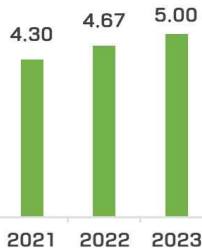


베트남 콩스낵 시장

시장 현황

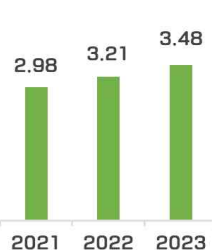
제과 및 스낵 시장규모

단위 : 십억 달러



스낵 시장규모

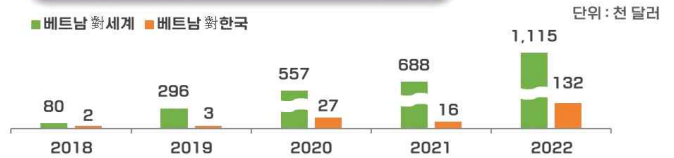
단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2008.97 기준)

■ 베트남 전세계 ■ 베트남 한국



단위 : 천 달러

국가별 수입규모



시장 트렌드

빅데이터 분석



* 베트남 라자다 콩스낵 제품 129건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
한-아세안 FTA 협정 세율 0%

사전 준비
특혜 세율 혜택 시 원산지증명서 必
자유판매증명서(CFS) 및
식품안전국(VFA) 적합성 인증 必

관장 인증



유의사항

광고 규제 준수
2018 개정 광고법 준수

라벨 필수 표기사항
베트남어 표기, 제품명, 원산지,
성분 및 영양 정보, 업체 정보,
중량, 안전 경고, 유통기한 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

소비자 수요 과거부터 콩 기반 음식들은 소비자들에게 매우 친숙하나, 콩을 활용한 스낵 제품이 널리 자리잡지는 않은 상황임
구매 시 고려 요소 대체로 맛이 최우선 요소이나, 최근 모든 연령대에 걸쳐 건강 측면 고려 증가 추세
유통채널 현황 대형 슈퍼마켓, 유기농 매장 등 일부 오프라인 채널과 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada) 등 온라인 채널이 주로 사용됨

Point 02.

주로 쓰이는 콩 무난한 맛과 대중성으로 인해 대부분 제품이 노란콩(대두) 기반이며, 검은콩(서리태)의 인지도는 높지 않음
콩의 건강함 인식 콩 제품의 건강상의 이점에 대한 인식은 충분히 알려졌다나, 맛에 대한 인식이 그리 좋지 못한 상황임
포장형태 보관 및 판매, 소비에 유리한 개별 포장 선호하나, 일부 소비자들은 친환경적이고 비교적 저렴한 묶음 포장 제품을 선호하기도 함

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 베트남 제과 및 스낵 시장규모
2. 베트남 스낵 시장규모
3. 베트남 콩스낵 수입규모

1. 베트남 제과 및 스낵 시장규모

베트남 국가 일반 정보¹⁾

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

▶ 베트남 2023년 제과 및 스낵 시장규모 6.5조 원²⁾³⁾⁴⁾

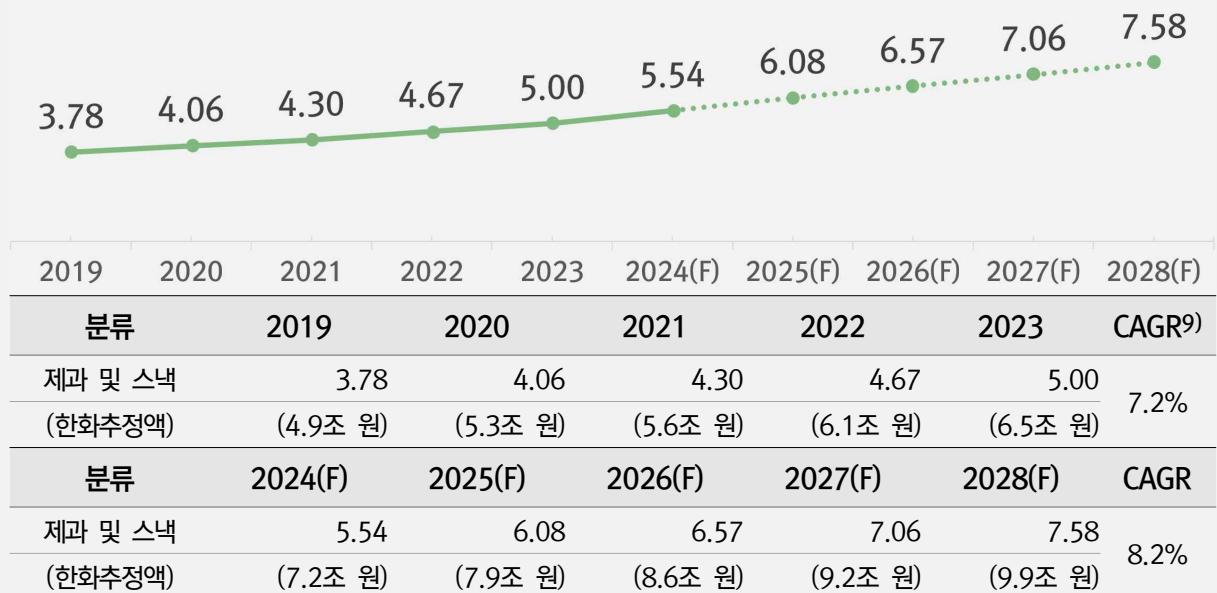
베트남의 제과 및 스낵 시장규모는 2023년 기준 6.5조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 7.2%씩 증가한 수치임. 베트남의 제과 및 스낵 시장은 같은 해 11.6조 원 규모로 집계된 한국 제과 및 스낵 시장의 약 56% 수준의 규모를 가진 것으로 확인됨

▶ 베트남 제과 및 스낵 시장, 향후 연평균 8.2% 성장 전망

베트남의 제과 및 스낵 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 8.2%씩 성장하여 2028년에는 9.9조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 베트남 소비자들은 전통적으로 적은 양의 음식을 자주 먹는 식습관을 가졌으며, 간식을 자주 즐기는 것으로 알려짐.⁵⁾ 그럼에도 제과류의 1인당 소비량은 세계 평균에 비해 낮은 것으로 알려져, 시장의 성장 가능성이 큰 상황임⁶⁾

[표 2.1] 베트남 제과 및 스낵 시장규모⁷⁾⁸⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯시타(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지

2) 자료: 스탯시타(Statista), 'Confectionery & Snacks - Vietnam', 2024.10

3) 스탯시타에 따르면, '제과 및 스낵(Confectionery & Snacks)'은 일반적으로 높은 설탕 함유량의 제과류와 간식 목적으로 섭취하는 스낵류를 포함함

4) 조사제품 '콩스낵'의 제품 유형을 고려해 '스낵(Snack Food)'과 상위 시장인 '제과 및 스낵' 시장의 규모를 조사함

5) 자료: KOTRA해외시장뉴스, '베트남 과자(Snack)시장 트렌드', 2023.10

6) 자료: KOTRA해외시장뉴스, '베트남 제과제빵시장 동향', 2022.06

7) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

8) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 베트남 스낵 시장규모

▶ 베트남 2023년 스낵 시장규모 4.5조 원¹⁰⁾11)

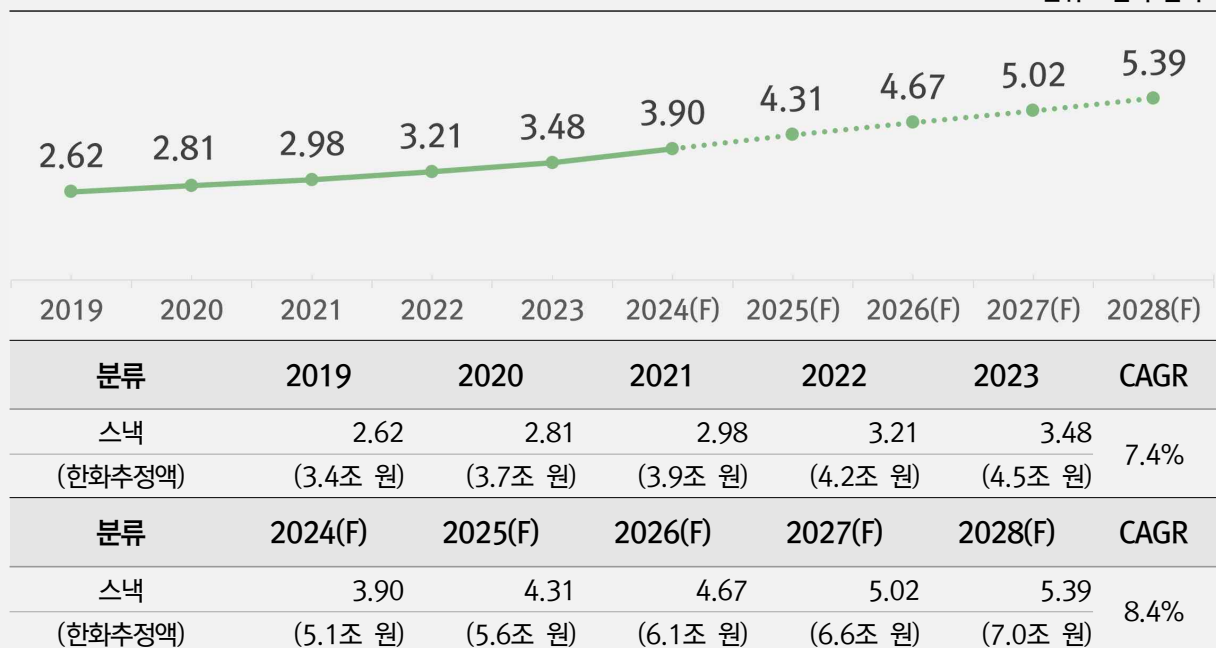
2023년 기준 베트남의 스낵 시장규모는 4.5조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 7.4%씩 증가한 수치임. 베트남의 스낵 시장은 같은 해 5.0조 원 규모로 집계된 한국의 스낵 시장의 약 90% 수준의 규모를 가진 것으로 확인됨

▶ 베트남 스낵 시장, 향후 연평균 8.4% 성장 전망

베트남의 스낵 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 8.4%씩 성장하여 2028년에는 7.0조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 베트남의 가파른 경제 성장과 소득 수준의 꾸준한 향상으로 점차 더 다양한 제품에 대한 수요가 증가하고 있으며, 젊은 세대를 중심으로 새로운 제품을 적극적으로 소비하는 경향이 뚜렷함.¹²⁾ 이러한 조건으로 베트남의 스낵 시장은 향후 각국의 다양한 스낵류의 진출을 중심으로 가파르게 성장할 것으로 전망됨

[표 2.2] 베트남 스낵 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

10) 자료: 스태티스타(Statista), 'Snack Food - Vietnam', 2024.10

11) 스태티스타에 따르면, '스낵(Snack Food)'은 식사 사이의 간식 등으로 간단히 섭취하는 다양한 식품을 포함함

12) 자료: KOTRA해외시장뉴스, '베트남 과자(Snack)시장 트렌드', 2023.10

3. 베트남 콩스넥 수입규모

HS CODE 2008.97

해당 장에서 조사제품 콩스넥은 HS CODE 2008.97로 분류됨. HS CODE 제2008호의 품명은 '그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분'이며, HS CODE 2008.97의 품명은 '혼합물'로 확인됨

▶ HS CODE 2008.97 베트남의 對글로벌 수입액, 14.6억 원

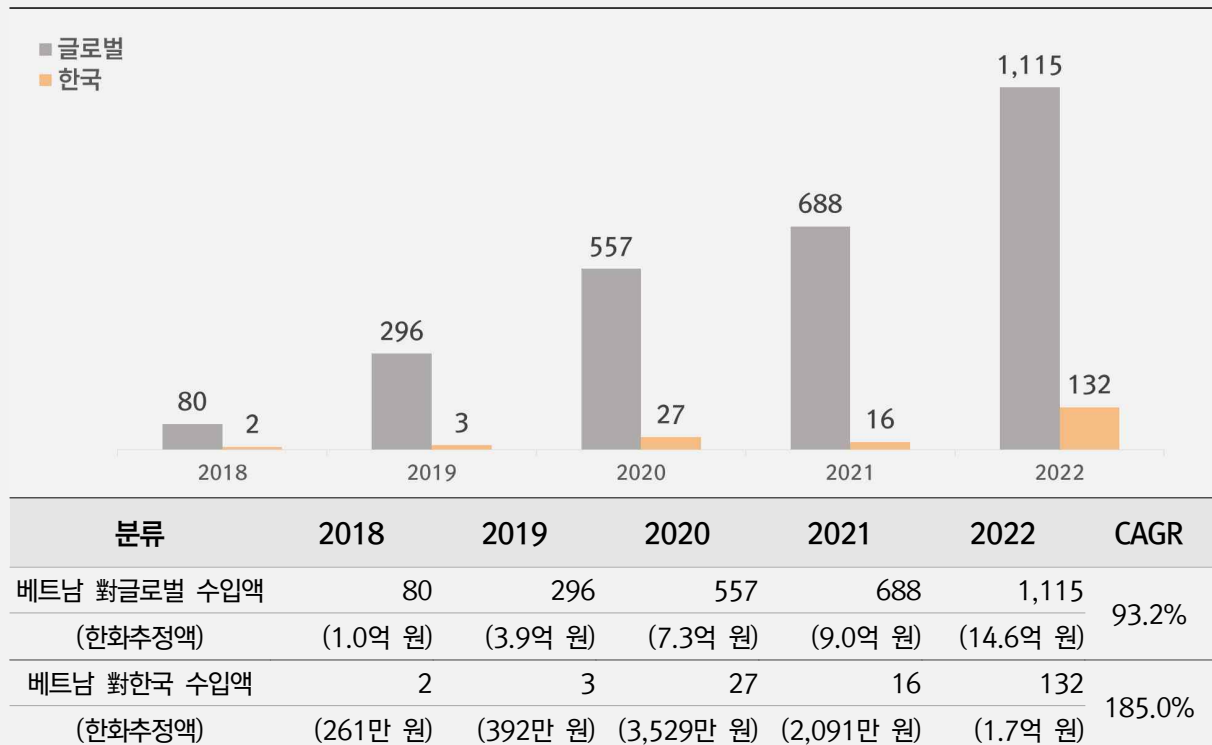
2022년 기준 HS CODE 2008.97 품목에 대한 베트남의 對글로벌 수입액은 14.6억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 베트남의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 꾸준히 증가해 연평균 93.2%씩 증가한 것으로 확인됨

▶ HS CODE 2008.97 베트남의 對한국 수입액, 글로벌 3위

2022년 기준 해당 품목에 대한 베트남의 對한국 수입액은 1.7억 원으로 집계되었으며, 이는 글로벌 3위에 해당하는 수치임. 해당 품목에 대한 베트남의 對한국 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균 185.0%씩 증가한 것으로 집계됨. 한편, 해당 품목에 대한 베트남의 국가별 수입액은 2022년 기준 1위 필리핀(3.7억 원), 2위 호주(2.1억 원), 4위 일본(1.5억 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] 베트남 HS CODE 2008.97 수입규모¹³⁾

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

13) 해당 국가의 2023년 통계가 집계되지 않아 2022년과 이전 5개년 자료를 조사함

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 베트남 콩스낵 맛 키워드 1위: '바삭한'
2. 홍보문구 키워드 1위: '향기로운'
3. 베트남 콩스낵 패키징 키워드 1위: '500g'

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 베트남 온라인 쇼핑몰 입점 콩스낵

- 데이터 수집 키워드 : 콩스낵(Been Snack)
- 데이터 수집량 : 129건
- 데이터 수집원 : 베트남 온라인 쇼핑몰 라자다(Lazada)

▶ 베트남 온라인 쇼핑몰 입점 콩스낵 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 맛 ② 홍보문구 ③ 패키징

항목	키워드 (국문/베트남어)		빈도	키워드 (국문/베트남어)		빈도
맛	바삭한	Giòn	28	맛이 진한	Đậm Đà	4
	마늘맛	Tỏi	20	와사비맛	Wasabi	3
	소금맛	Muối	19	풍미있는	Đằm Vị	2
	칠리맛	Ớt	18	머스타드맛	Mù Tạt	1
	매운	Cay	10	부드러운	Mịn	1
홍보문구	향기로운	Thơm	15	건강	Sức Khỏe	2
	안전한	An Toàn	3	에피타이저	Món Khai Vị	1
	임산부	Phụ Nữ Mang Thai	3	어린 시절 간식	Tuổi Thơ	1
	다이어트	Ăn Kiêng	2	소화	Tiêu Hóa	1
패키징	500g	500g	39	상자	Hộp	7
	1kg	1Kg	33	지퍼백	Túi Zip	6
	팩	Gói	24	300g	300g	4
	봉지	Túi	21	400g	400g	3
	200g	200g	10	(-)	(-)	(-)

1. 베트남 콩스낵 맛 키워드 1위: ‘바삭한’

▶ 베트남 콩스낵 ‘바삭한’ 제품 최다

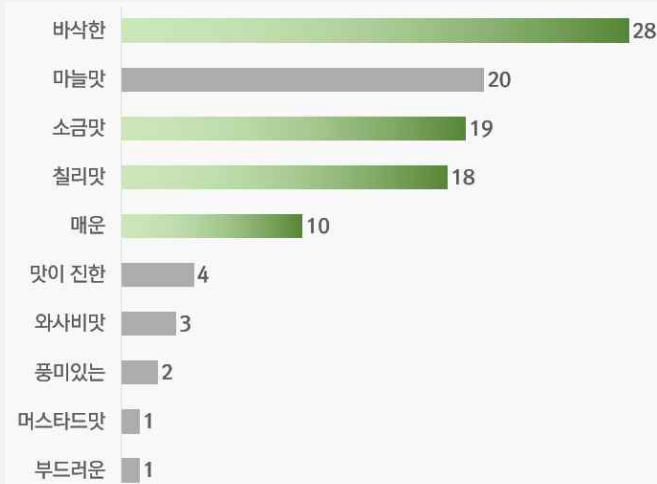
- 베트남 현지 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 콩스낵의 맛 키워드 분석 결과, ‘바삭한’이 28건으로 가장 많이 도출됨
- 이를 통해, 베트남 소비자들이 스낵을 선택할 때, 바삭한 식감을 중요하게 여긴다는 것을 알 수 있음

▶ 베트남 소비자, 매운맛과 강렬한 풍미 선호

- ‘칠리맛’이 18건, ‘매운’이 10건, ‘와사비맛’이 3건 도출됨. 이를 통해 베트남 소비자들이 매운맛과 강렬한 풍미를 선호한다는 것을 알 수 있음
- 또한, ‘소금맛’ 19건, ‘맛이 진한’ 4건, ‘풍미있는’ 2건 등 전통적인 짭맛과 깊은 풍미에 대한 키워드도 빈출됨

바삭한		칠리맛		소금맛	
					
제품명	코코넛 밀크 땅콩 (Đậu Phộng Nước Cốt Dừa)	제품명	칠리를 곁들인 구운 완두콩 (Đậu hà lan cháy tỏi ớt)	제품명	소금 맛 땅콩 (Salted Peanuts)
브랜드	요타푸드(Yotafood)	브랜드	레츠너츠(Let's Nuts)	브랜드	통가든(Tong Garden)
용량	1kg	용량	450g	용량	400g
가격	90,000동(4,779원 ¹⁴⁾)	가격	46,100동(2,448원)	가격	155,000동(8,231원)

[표 3.1] 베트남 판매 콩스낵 맛 관련 키워드



자료: 베트남 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘콩스낵’ 관련 게시물 129건 분석

14) 100동=5.31원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 홍보문구 키워드 1위: ‘향기로운’

▶ 베트남 콩스낵, 견과류의 ‘향기로운’ 향 강조

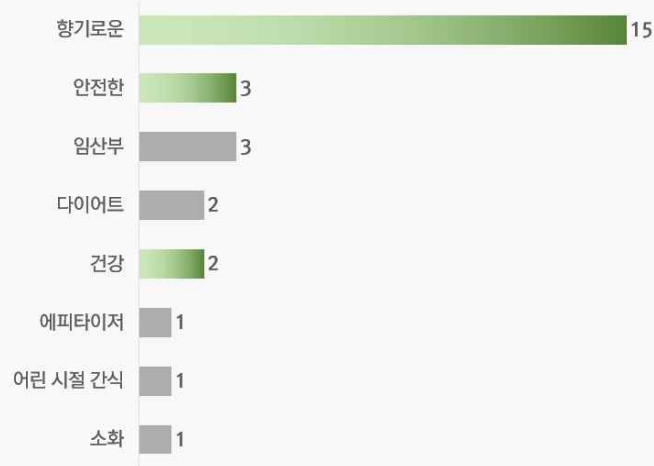
- 베트남 콩스낵 시장의 홍보문구 관련 키워드 중 ‘향기로운’이 15건으로 가장 자주 확인됨
- 콩스낵의 재료인 견과류의 향긋하고 풍부한 향을 강조하는 홍보문구를 주로 사용하고 있는 것으로 파악됨

▶ 베트남 과자시장 트렌드, ‘건강한 과자’

- 현지 유통기업 관계자에 따르면, 코로나19 이후 기존의 단순하고 고열량인 제과 제품보다 건강에 좋은 성분과 기능성을 갖춘 제과 제품에 대한 수요가 증가하고 있음¹⁵⁾
- 데이터 분석 결과, ‘안전한’ 키워드가 3건, ‘건강’ 키워드가 2건 확인됨

향기로운		안전한		건강	
					
제품명	칠리를 곁들인 구운 땅콩 (Đậu Phộng Rang Ôt)	제품명	카메다노 카키노타네 (亀田の柿の種)	제품명	소금구이 땅콩 (Đậu Phộng Rang Muối)
브랜드	타이타이(Tài Tài)	브랜드	카메다(Kameda)	브랜드	롱콘(Rồng Con)
용량	70g	용량	180g	용량	1kg
가격	12,000동(637원)	가격	36,000동(1,912원)	가격	120,000동(6,372원)

[표 3.2] 베트남 판매 콩스낵 홍보문구 관련 키워드



자료: 베트남 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘콩스낵’ 관련 게시물 129건 분석

15) KOTRA해외시장뉴스, ‘베트남 과자(Snack)시장 트렌드’, 2023.10

3. 베트남 콩스낵 패키징 키워드 1위: '500g'

▶ 중량 관련 키워드 '500g' 최다

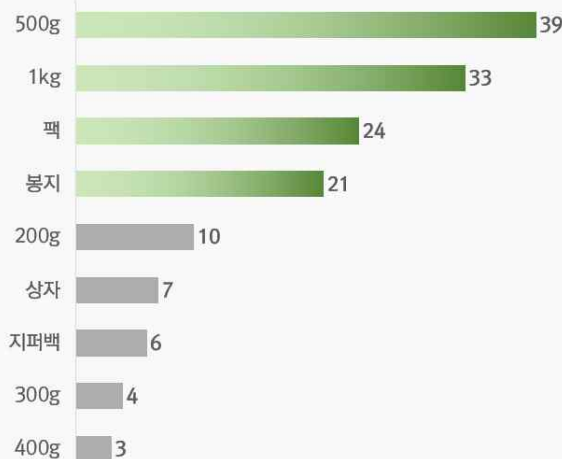
- 베트남 온라인 매장에서 판매 중인 콩스낵의 중량 관련 패키징 키워드 중 '500g'이 39건으로 1위를 차지함
- 이외에도 '1kg'이 33건 '200g'이 10건, '300g'이 4건 등 다양한 중량 키워드가 발견됨

▶ 소포장과 팩 형태 제품 선호도 높아

- 중량을 제외한 패키징 키워드 중 '팩'이 24건으로 최다 빈출되었고, 그 다음으로 '봉지'가 21건 빈출됨
- 실제 데이터 확인 결과, 소량의 음식을 자주 섭취하는 베트남 소비자 특성상 소포장 후 팩 형태로 포장된 제품이 주를 이루는 것으로 확인됨

500g		팩		봉지	
					
제품명	땅콩 마늘 칠리 콤보 (Đậu Phộng Tỏi ớt Combo)	제품명	땅콩을 곁들인 간식 (Snack nhân đậu phộng)	제품명	바삭한 튀김 땅콩 (Đậu phộng da cá)
브랜드	탄록팻(Tan Loc Pat)	브랜드	오이시핀넛츠(Oishi Pinattsu)	브랜드	포카(Poca)
용량	1kg	용량	85g	용량	30g x 20개
가격	145,000동(7,700원)	가격	20,000동(1,062원)	가격	129,999동(6,903원)

[표 3.3] 베트남 판매 콩스낵 패키징 관련 키워드



자료: 베트남 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 '콩스낵' 관련 게시물 129건 분석

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



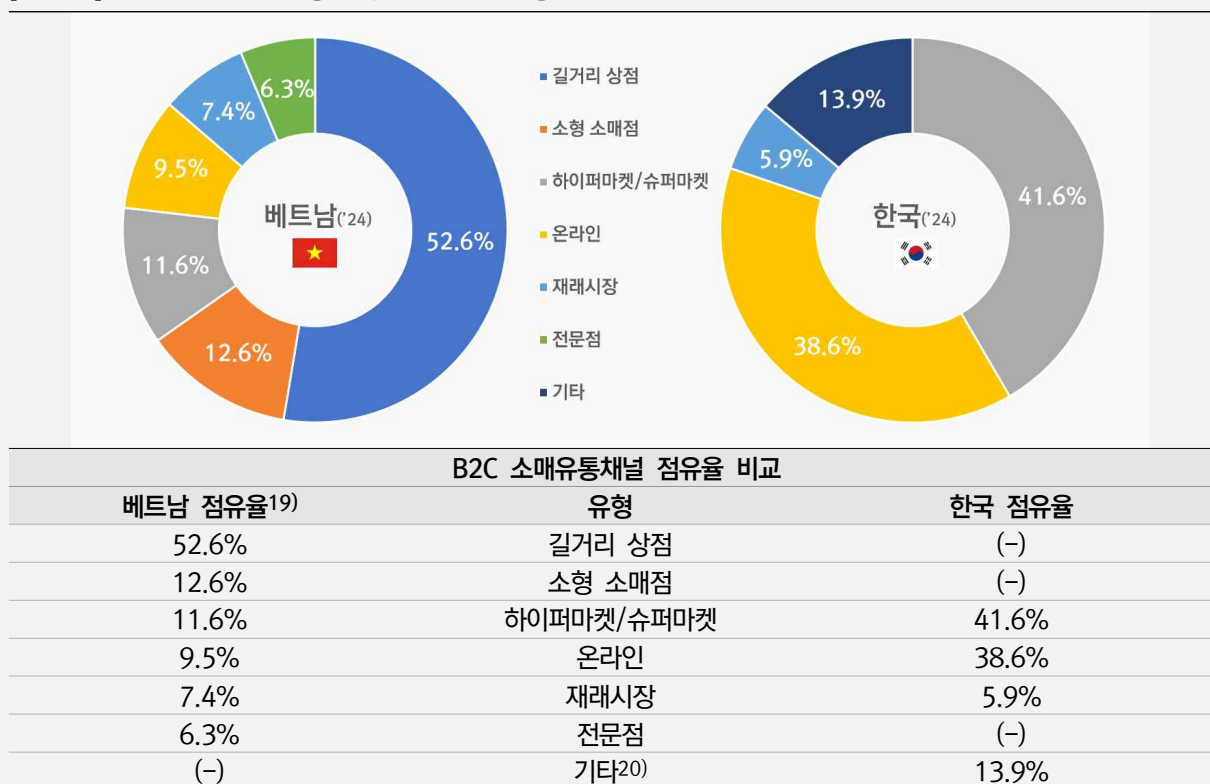
1. 베트남 콩스낵 유통채널 점유율
2. 베트남 콩스낵 주요 유통채널

1. 베트남 콩스넥 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 재래시장 등 재래 유통채널(Traditional Trade)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 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 온라인 등 현대 유통채널(Modern Trade)의 점유율이 점차 늘어나고 있는 것으로 파악됨¹⁶⁾

[표 4.1] 베트남 및 한국 콩스넥 B2C 소매유통채널 점유율 비교¹⁷⁾¹⁸⁾



자료: 스탯시스타(Statista)

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

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

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

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

20) ‘기타’는 편의점 등 기타 현대 유통채널을 포함함

2. 베트남 콩스낵 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 ²¹⁾) 기타 규모 • 매장 수('24): 약 1,700개	
	기업 요약	• 비교적 최근인 2015년 설립되어 신선식품과 생필품을 전문으로 취급하는 베트남 대표적 슈퍼마켓 체인 • 2023년 베트남 슈퍼마켓 체인 중 매출 1위를 기록했으며, 근시일 내 증권 거래소 상장을 타진하고 있음 • 베트남 내 10여 개의 지역 매장에서 온라인 연계 판매 모델을 시행하고 있음	
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	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 문의 시 필요한 일반적 정보 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 - 이메일: lienhe@bachhoaxanh.com - 전화: +84-028-3812-5960	

자료: 박화싸잉(Bach Hoa Xanh), 비엠테이터(Vietdata)

사진 자료: 박화싸잉(Bach Hoa Xanh)

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

2. 베트남 콩스낵 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 6,216억 원)
		기타 규모	• 매장 수('24): 131개
	기업 요약	• 2017년 베트남 소비자가 신뢰하는 상위 2개 소매업체 브랜드로 선정됨 • 마산그룹(Masan Group)이 빈그룹(Vingroup)으로부터 빈마트(Vinmart) 체인을 인수하여 윈마트로 브랜드 이름을 변경함 • 인수 후 빠른 속도로 지점을 확장 중임 • 마트 반경 5km 이내 고객에게 무료 배송을 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	• 이메일을 통한 공급 문의 - 문의 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 연락처 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: cskh@winmart.masangroup.com - 전화번호: +84-0247-1066-866(고객센터)	

자료: 윈마트(WinMart)

사진 자료: 인사이드비나(Insidevina)

2. 베트남 콩스낵 주요 유통채널 ③ 롯데마트

기업 기본 정보	기업명	롯데마트(Lotte Mart)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.lottemart.vn		
	위치	베트남 전역		
	규모	매출액('23) • 3,626억 원 기타 규모 • 매장 수('24): 15개		
기업 요약	• 2008년 호치민을 시작으로 베트남에 진출한 한국의 대형마트 체인 • 2024년 기준 한국에 112개, 인도네시아에 50개, 베트남에 15개 매장을 보유함 • 베트남 진출 이후, 코로나19의 영향을 받은 2020년과 2021년을 제외하면 매년 10% 이상의 매출 성장률을 기록해 성공적으로 안착했다는 평가를 받음 • 현지에서 유명한 한국산 가공식품과 ‘초이스엘(Choice L)’ 등 현지 업체와 협력해 런칭한 자체 브랜드 제품군이 특히 호응을 얻고 있는 것으로 알려짐			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류 등		
	선호 제품	• 현지 수요가 높은 한국 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 및 이메일을 통한 공급 문의 - 문의 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 연락처 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +62-0901-057-057 - 이메일: info@lotte.vn		

자료: 롯데마트(Lotte Mart), 이코노믹리뷰
사진 자료: 롯데마트(Lotte Mart), 뉴스1

2. 베트남 콩스낵 주요 유통채널 ④ 원마트 플러스

기업 기본 정보	기업명	원마트 플러스(WinMart Plus)			
	기업구분	편의점			
	홈페이지	winmart.vn			
	위치	베트남 전역			
	규모	매출액('23) ²²⁾	• 32억 달러(4조 1,821억 원 ²³⁾)		
		기타 규모	• 매장 수('23): 3,268개		
기업 요약	• 베트남 대형 유통기업 마산 그룹(Masan Group)이 운영하는 베트남 최대 슈퍼마켓 브랜드 중 하나인 원마트 산하의 편의점 브랜드 • 현지 편의점 브랜드 중 가장 높은 점유율을 보유함 • 편의점 외에도 약국, 카페 등 다양한 업종이 복합된 멀티플렉스 형태의 매장인 '원라이프(Winlife)' 등을 보유함				

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 가공식품 등	
	선호 제품	• 품질 및 신뢰도가 입증된 수입식품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일을 통한 입점 문의 - 문의 시 필요한 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 연락처 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: cskh@winmart.masangroup.com
-------------	---------------------	--

자료: 원마트(WinMart), 마산그룹(Masan Group)

사진 자료: 원마트(WinMart)

22) 모기업 윈커머스(WinCommerce) 전체 매출액

23) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 베트남 콩스넥 주요 유통채널 ⑤ 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	• 2002년 인삼매장으로 시작된 베트남 내 가장 대표적인 한인마트 체인 • 2014년 화재로 인한 물류센터 전소로 위기를 맞았으나, 극복한 뒤 지점과 물류센터를 꾸준히 늘려 왔음 • 2018년 베트남 100대 브랜드, 이듬해 성장 가능성 우수 50대 브랜드에 선정됨 • 해외 조달이 어려운 신선식품 등을 제외하면 대부분의 제품이 한국산으로 구성됨 • 전용 앱을 운영하며, 이를 통해 주문 및 배달 서비스를 제공함	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 김치류, 냉동식품, 즉석식품, 소스류, 건강식품, 스낵, 음료 등	
	선호 제품	• 한국 식재료 및 식료품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 및 이메일을 통한 문의 - 수출입 절차에 필요한 문서, 회사에 관련된 모든 종류의 문서 제출 필요 - 업체 및 제품 검토 후 추가 절차 진행 • 문의 시 필요한 일반적 정보 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 - 이메일: kmarketmall@k-market.vn - 전화: +84-0382-64-6759	

자료: 케이마켓(K-Market)

사진 자료: 케이마켓(K-Market), 페이스북(Facebook)

2. 베트남 콩스넥 주요 유통채널 ⑥ 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	• 한국 식료품과 생활용품을 수입 판매하는 한인마트 • 베트남 남부의 한국 관광객이나 교민이 많은 지역에 주로 분포해 있음 • 입지 특성에 따라 슈퍼마켓 형태와 편의점 형태로 운영됨 • 현지 배달 앱을 활용해 온라인 주문 및 배송을 지원함	

매장정보	입점 가능 품목	• 한국산 신선식품, 냉동식품, 음료 및 주류, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품 등	
	선호 제품	• 한국산 식재료 및 냉동식품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 문의 시 필요한 일반적 정보 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 - 이메일: hoangvyhieu.co@gmail.com - 전화: +84-0386-41-8888, +84-07732-49-999
-------------	---------------------	--

자료: 오케이마트(OK-Mart)

사진 자료: 오케이마트(OK-Mart)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



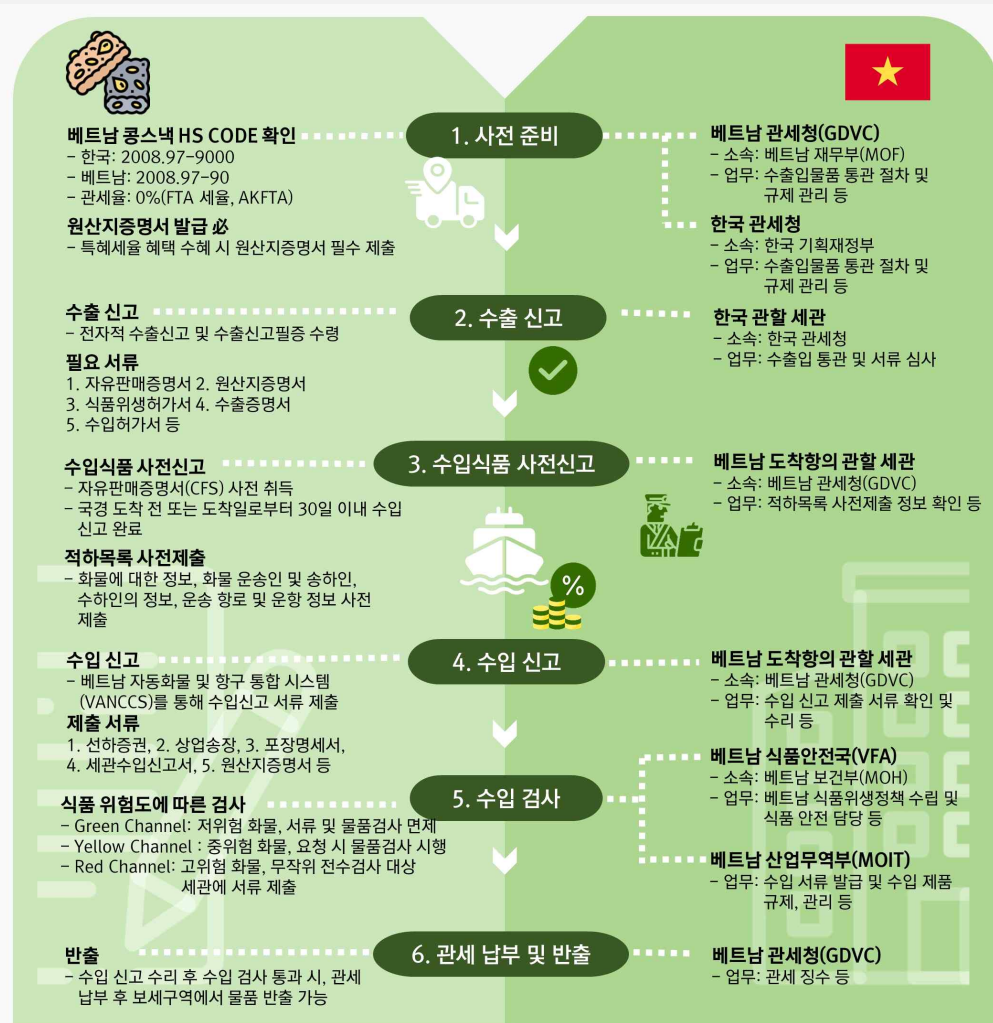
1. 베트남 콩스낵 통관 및 검역 절차
2. 베트남 콩스낵 품질 인증
3. 베트남 콩스낵 라벨링
4. 베트남 콩스낵 성분 및 유해물질

1. 베트남 콩스넥 통관 및 검역 절차²⁴⁾

▶ 베트남 콩스넥 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 콩스넥 통관 검역 절차



자료: 관세청, 베트남 관세청(GDVC), KATI농식품수출정보

24) 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

검역 및 검사 대상 품목	• 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
필요 서류	• 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
검역 및 검사 절차	• 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: Vietnamese national standards)을 비교 후 결과 통지

자료: KATI농식품수출정보

[표 5.3] 베트남 수입 식품별 담당 기관

보건부 (MOH: Ministry of Health) 	농업농촌개발부 (MARD: Ministry of Agriculture and Rural Development) 	산업무역부 (MOIT: Ministry of Industry and Trade of Vietnam) 
• 가공식품 • 음료 • 식품첨가제 • 식품 보관 용기	• 과일, 야채, 구근류 • 어류 및 육류 • 육가공품(햄, 베이컨 등)	• 알콜류(맥주, 와인 등) • 음료 • 우유 • 식물성 오일 • 식품 포장지

자료: 한국농수산물유통공사

▶ 베트남 콩스넥, 광고 규제 준수 필요

베트남은 광고법(Luật Quảng cáo) 제16/2012/QH13호를 통해 상품 광고에 대하여 규제함. 2012년 6월 21일 제정되었으며, 2018년 11월 20일 마지막으로 개정됨. 총 5장 43개조로 구성되어, 광고활동, 광고활동에 참여하는 개인·단체의 권리 및 의무, 광고활동에 대한 국가의 관리 등에 대하여 규정함. 고객사 제품을 베트남으로 수출 시, 해당 베트남 광고법 내용 중 제 3장 ‘광고 활동’ 부분에 주목할 필요가 있음

[표 5.4] 베트남 광고법(Luật Quảng cáo) 제 3장 ‘광고 활동’ 일부 내용

18조 광고 시의 음성, 문자	광고 상품에서 베트남어와 외국어를 모두 사용하는 경우 외국어의 글꼴 크기는 베트남어의 글꼴 크기의 4분의 3을 초과할 수 없고 베트남어 아래에 표기하여야 하며, 라디오·텔레비전 또는 각 시청각 매체에서 방송할 때 외국어보다 베트남어를 먼저 읽어야 함
19조 광고 내용에 대한 요구사항	- 광고 내용은 충실성, 정확성, 명확성을 보장하며 광고 제작자, 사업자와 수신자에게 피해를 유발하여서는 아니 됨 - 정부는 특별한 상품·재화·용역의 광고 내용에 대한 요구사항을 규정함
20조 광고 조건	- 모든 종류의 상품·재화·용역에 대한 광고는 법률 규정에 따라 상품·재화·용역의 표준 충족·규정 준수에 관한 입증자료가 있어야 함 - 특별한 상품·재화·용역에 대한 광고는 다음의 조건을 충족하여야 함 - 식품·식품첨가물 광고 시 식품위생안전품질 등록 의무대상 목록에 해당하는 식품·식품첨가물에 대한 위생안전품질등록증명서가 있거나 표준 공시 의무대상 목록에 해당하는 식품·식품첨가물에 대한 주무관청의 표준 공시 접수 확인증이 있어야 함
23조 인터넷신문 및 웹사이트를 통한 광고	- 인터넷신문을 통한 광고는 다음의 규정을 준수하여야 함 - 기사 내용과 혼동되도록 광고를 설계하거나 배열하여서는 아니 됨 - 고정 영역이 아닌 광고의 경우, 독자가 주동적으로 광고를 끄거나 열 수 있도록 설계하여야 하며, 광고를 끄거나 열 때 대기 시간은 최대 1.5초임
27조 광고판, 현수막을 통한 광고	- 광고판, 현수막에 표시하는 광고 상품에는 시행하는 사람의 성명, 주소를 명기하여야 함 - 현수막을 게시하는 기간은 15일을 초과하지 아니함
32조 교통수단을 통한 광고	- 교통수단을 통한 광고는 이 법 및 교통에 관한 법률 규정을 준수하여야 함 - 교통수단의 전면, 후면 및 상부에 광고 상품을 표시하여서는 아니 됨 - 광고 상품은 교통수단의 광고가 허가된 각 면 면적의 50%를 초과하여서는 아니 됨

자료: 세계법제정보센터

2. 베트남 콩스넥 품질 인증

▶ 베트남 콩스넥, 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 콩스넥 VFA 적합성 인증

인증명	취득 정보	
VFA 적합성 인증  CỤC AN TOÀN THỰC PHẨM	목적	수입식품에 대한 식품위생과 식품안전 관리를 위해 도입함
	기관	- 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	- 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	- 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 콩스넥, 필수 인증 無

콩스넥을 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 콩스넥 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

▶ 베트남 식품 안전 및 검역 기준, 국제 표준에 따라 강화 계획

베트남은 베트남 내 식품 안전과 검역 기준을 강화하고, 관련 정책을 제도화하는 결의안(534/QĐ-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. 자세한 내용은 하기 표와 같음

[표 5.7] 베트남 식품 안전 및 검역 기준 강화

목표	2025년까지 국제 표준과 베트남의 식품 안전 기술 규정 70% 일치 목표 2030년까지 국제 표준과 베트남의 식품 안전 기술 규정 100% 일치 목표
주요 내용	- 법 제도와 및 관련 규정의 지속적 개선 추진 - 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 - 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 - 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	2024년 6월 19일(즉시 발효)

자료: KATI농식품수출정보

3. 베트남 콩스넥 라벨링

[표 5.8] 베트남 콩스넥 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	- 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	- 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	- 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 - 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 - 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 5.8] 베트남 콩스넥 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	4. 성분 및 성분 함량 또는 영양 정보	• 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	• 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	• 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 5.8] 베트남 콩스넥 라벨링

	7. 위생 안전에 대한 경고 및 안내 • 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
라벨 필수 표시 사항 및 기준	8. 제조 일자 및 유통기한 • 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 • 제조 일자를 제조 월로 표기하는 경우 월-년(양력)으로 표기함 • 제조 일자를 제조 연도로 표기하는 경우, 네 자릿수로 표기함 • 제조 일자, 유통기한은 ‘제조 일자(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 제조 일자와 유통기한을 반드시 표기해야 하는 상품의 경우 제조 일자가 일-월-년의 형태로 기재되어 있다면 유통기한은 기간의 형태로 표기될 수 있음. 또한, 라벨에 유통기한이 기재되어 있지 않을 때는 제조일로부터 만료일까지의 기간으로 제조 일자 표기가 가능함 • 상품의 제조 일자 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 5.8] 베트남 콩스낵 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	9. 기타 표기 사항 • 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 5.9] 주요 개정 내용

항목	기존 시행령	개정 내용
표시 언어	베트남어	베트남어 또는 외국어
대상 범위	- 베트남 유통물품 - 수입물품	- 베트남 유통물품 - 수입물품 - 수출물품
제외 물품	- 부동산, 임시수출입, 환적 물품, 수화물, 압수품, 신선식품, 연료, 농수산/광물, 건설자재 등 - 석유류/시멘트 - 중고품 - 내수판매 용도가 아닌 물품 - 국가안보물품	- 부동산, 임시수출입, 환적 물품, 수화물, 압수품, 신선식품, 연료, 농수산/광물, 건설자재 등 - 석유류/시멘트 - 중고품 - 국가안보물품
적용 대상	- 베트남 유통 및 생산자 - 수입업자	- 베트남 유통 및 생산자 - 수입업자 - 수출업자
수입 물품 라벨링 부착 시점	수입자는 유통 시점에 추가 라벨 유지 책임	수입자는 수입 물품에 라벨 부착

자료: KATI농식품수출정보, 베트남 관세청

▶ 베트남 콩스낵²⁵⁾ 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 베트남어, 영어]

- ① HeBekery
- ② CRUNCHY NUT BAR
- ③ 130 Calories | 1.51G Fiber | 4.05G Protein
- ④ DARK CHOCOLATE FLAVOUR
THANH HẠT DINH DƯỠNG VỊ CHOCO
- ⑤ FRUIT FREE | SUPER CRUNCHY | RICH IN PROTEIN
- ⑥ 25G PER BAR
NET WT. 150G
- ⑦ NSX:19/08/2024
HSD:19/08/2025"
- ⑧ 6 Bars

[앞면 - 국문]

- ① 히베이커리
- ② 크런치 너트 바
- ③ 130칼로리 | 1.51G 섬유질 | 4.05G 단백질
- ④ 다크 초콜릿 맛
초코맛 영양바
- ⑤ 과일 없음 | 매우 바삭바삭함 | 단백질 풍부
- ⑥ 바당 25G
순중량 150G
- ⑦ 제조일 : 2024년 8월 19일
만료 날짜: 2025년 8월 19일
- ⑧ 6개의 바

25) 고객사 콩스낵과 유사한 견과류바 제품으로 라벨조사를 진행함

[뒷면 - 베트남어, 영어]

- ① THANH HẠT DINH DƯỠNG VỊ CHOCO
- ② CRUNCHY NUT BAR DARK
CHOCOLATE FLAVOUR
- ③ **Thành phần:** Gạo lứt sấy, yến mạch, hạnh nhân, hạt điều, hạt bí xanh, Sô-cô-la compound đen, sữa bột gầy, mật thốt nốt, mật ong, mạch nha, bơ, bột ca cao nguyên chất 1%, muối, Hương Choco.
- ④ **Hướng dẫn sử dụng:** Dùng ăn trực tiếp.
- ⑤ **Hướng dẫn bảo quản:** Nơi khô ráo, thoáng mát, tránh ánh nắng trực tiếp.
- ⑥ **Thông tin cảnh báo:** Không sử dụng nếu dị ứng với bất kỳ thành phần nào có trong sản phẩm.
- ⑦ **NSX & HSD:** Xem trên bao bì.
- ⑧ **Khối lượng tịnh:** 150g (25g x 6 bánh).
- ⑨ **Tự công bố số:** 001/VINA/2024.

[뒷면 - 국문]

- ① 초코맛 영양바
- ② 크런치 견과류 바 다크 초콜릿 맛
- ③ **원재료명:** 건조현미, 귀리, 아몬드, 캐슈넛, 호박씨, 다크초콜릿 혼합물, 탈지분유, 팜당 밀, 꿀, 맥아, 붕소, 퓨어코코아분말 1%, 소금, 초코향.
- ④ **사용방법:** 그대로 드세요.
- ⑤ **보관방법:** 건조하고 서늘한 곳, 직사광선을 피하세요.
- ⑥ **경고 정보:** 제품에 포함된 성분에 알레르기가 있는 경우에는 사용하지 마십시오.
- ⑦ **생산 및 만료:** 포장을 참조하세요.
- ⑧ **순 중량:** 150g(25g x 6개입).
- ⑨ **자세고시번호:** 001/VINA/2024.

⑩ Sản xuất và chịu trách nhiệm bởi:
CÔNG TY TNHH THỰC PHẨM VÌ
SỰ SỐNG VINA.

⑪ Địa chỉ: Số 59 Đặng Văn Lãnh,
Phường Phú Tài, Thành phố Phan
Thiết, Tỉnh Bình Thuận, Việt Nam

⑫ Điện thoại: 0966 683 252
Website: hebekery.vn
Xuất xứ: Việt Nam.

⑬

Nutrition Fact		
6 servings per container		
Serving Size	25g	
Amount per serving		
Calories	130	
	% Daily Value*	
Total Fat	7.23g	9%
Total Carbohydrate	12.3g	4%
Dietary Fiber	1.51g	5%
Protein	4.05g	
Iron	1.08mg	6%
Potassium	99.4mg	2%
* The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used general nutrition advice.		

⑩ 제조 및 책임:

VINA FOOD FOR LIFE COMPANY
LIMITED.

⑪ 주소: 베트남 빈투언성 판티엣시
푸타이구 당반란 59번지.

⑫ 전화: 0966 683 252
웹사이트: hebekery.vn
원산지: 베트남.

⑬

영양 정보		
용기당 6인분		
제공량	25g	
1회 제공량당 함량		
Calories	130	
	% 일일 기준치*	
총 지방	7.23g	9%
총 탄수화물	12.3g	4%
식이섬유	1.51g	5%
단백질	4.05g	
철분	1.08mg	6%
칼륨	99.4mg	2%
* % 일일 기준치(DV)는 한 끼 음식에 들어있는 영양소가 하루 권장 섭취량에 얼마나 도움을 주는지 알려줍니다. 일반적으로 하루 2,000 칼로리를 기준으로 계산합니다.		

4. 베트남 콩스넥 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 사용량을 최소화하고, 최대허용량을 지켜야 함. 하기 표는 ‘과자’ 및 ‘즉석섭취·편의식품류’에 적용되는 식품첨가물 목록과 사용 기준의 일부임. 더욱 자세한 규정은 베트남 보건부(MOH) 홈페이지 내 법률 영역 및 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.10] 콩스넥에 적용되는 베트남 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용 기준	식품 유형
1	미네랄 오일, 중간 점도	Mineral oil, Medium viscosity	2,000 mg/kg	제과류
2	아스코르빌 에스터 (INS 번호 304, 305)	Ascorbyl esters (INS ²⁶⁾ no. 304, 305)	500 mg/kg	
3	아스파탐	Aspartame	500 mg/kg	즉석섭취 짭짤한(savory) 스낵
4	카르나우바 왁스	Carnauba wax	200 mg/kg	
5	네오탐	Neotame	32 mg/kg	
6	티오디프로피오네이트	Thiodipropionate	200 mg/kg	

출처: 베트남 보건부(MOH), KATI농식품수출정보

26) INS 번호: 국제 식품 첨가물 번호 체계에서 해당 물질을 식별하는 번호

▶ 유해물질

베트남 보건부가 규정한 곰팡이독소, 포장재, 중금속, 미생물 등 유해물질에 대한 기준치가 존재함. 곰팡이독소 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 내용은 베트남 보건부(MOH) 홈페이지 내 법률 및 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.11] 콩스낵에 적용되는 베트남 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	디옥시니발레놀 (디옥시발레놀), (DON)	Deoxynivalenol (Deoxivalenol), (DON)	500 $\mu\text{g/kg}$	빵, 패이스트리, 비스킷, 스낵 및 아침 식사용 시리얼
2	제랄레논	Zearalenone	50 $\mu\text{g/kg}$	

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 4항에서는 하기 표의 8종 성분 중 한 가지 또는 그 이상의 성분이 함유된 식품에 대해서 해당 성분의 존재를 상품 라벨에 표시하도록 함

[표 5.12] 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. 엘스플레이스(L's Place)
2. 이케어(E-Care)
3. 항욱247(Hang Uc 247)

Interview ①

27)

엘스플레이스
(L's Place)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2012년에 설립된 유통업체로 식료품, 냉동식품, 생활용품 등을 취급하고 있음
 - 일본, 미국, 호주, 한국, 유럽 등 다양한 국가에서 수입하여 베트남 내 하이퍼/슈퍼마켓 및 아시안/한인 마트에 공급하고 있음

담당자 정보

Sales

엘스플레이스(L's Place)
Sales

Q. 베트남 현지에서 콩을 기반으로 한 가공식품이나 콩으로 만든 스낵에 대한 인식과 수요는 어느 정도입니까?

베트남에서 두부, 두유, 볶은 콩가루 같은 콩을 기반으로 한 식품은 오랜 역사를 가지고 있는 대중적인 음식입니다. 반면, 콩스낵은 아직 기존에 인기있던 칩이나 짭짤한 스낵처럼 널리 자리잡은 상태는 아닙니다. 그러나 신제품이 시장에 아직 자리 잡지 못한 상황이 검은콩과 같은 제품을 생산하거나 수입해 판매하는 기업들에게는 오히려 기회가 될 수 있을 것입니다.

Q. 현지 소비자들이 스낵 선택에 있어 건강함 측면을 얼마나 고려한다고 생각하십니까?

현지 시장에서 판매되던 기존 스낵들은 많은 양념과 방부제를 사용해 제조되었으나, 최근 건강을 중시하는 소비자들이 늘면서 현지 제조업체들은 저칼로리, 무설탕, 인공 감미료가 없는 건강한 스낵을 생산하는 등 변화의 조짐이 보이고 있습니다. 이에 따라 견과류, 콩, 곡물을 활용한 스낵이 새로운 트렌드로 자리 잡고 있습니다. 검은콩 스낵이 단백질이 풍부하고 당이 적으며, 방부제나 화학물질이 없다는 점을 강조하면 현지 소비자들에게 큰 매력을 줄 수 있을 것입니다. 콩스낵 시장은 아직 초기 단계이며 대중적으로 큰 인기를 얻지 못했지만, 잠재력이 있어 보입니다.

Q. 콩으로 만든 간식의 맛과 건강함이라는 장점이 현지 소비자들에게 충분히 인식되고 있는지 궁금합니다.

두유나 두부 같은 콩 가공식품은 건강상의 이점 덕분에 오랫동안 베트남 소비자들에게 널리 알려지고 선호되어 왔습니다. 그러나 기존의 익숙한 콩 가공식품들과 달리, 검은콩 스낵과 같이 새로운 형태의 스낵에 대해서는 맛에 대한 의구심을 가지고 있을 것입니다. 콩은 독특한 맛을 지니고 있어 맛에 대한 선호에 개인차가 있으며, 특히 스낵으로 가공되었을 때 이러한 경향이 더 두드러집니다. 반면 감자칩이나 단맛을 가진 스낵 같은 친숙한 제품은 먹기 쉽고 대중적으로 선호하는 맛이기 때문에 콩스낵보다 더욱 선호됩니다. 따라서 콩의 건강상 이점이 아무리 뚜렷하더라도, 현지 소비자들의 입맛에 맞지 않다면 많은 소비자를 끌어들이는 것은 어려울 것입니다.

Q. 현지에서 흔히 발견할 수 있는 콩 가공식품에 사용되는 콩의 종류는 주로 무엇입니까? 그 중 서리태콩(검은 콩)을 활용한 제품이 얼마나 될 지 궁금합니다.

현지의 콩 가공식품은 주로 노란콩을 사용하여 만들어진 경우가 많습니다. 노란콩은 널리 알려져 있고 다양한 제품에 사용됩니다. 반면 검은콩으로 가공된 제품은 아직 현지에서 큰 인기를 끌지 못하고 있습니다. 노란콩의 맛이 더 무난하고 대중적인 인기를 끌기 때문에 일반 소비자들 사이에서는 노란콩이 여전히 주를 이루고 있습니다. 그러나 검은콩이 항산화 성분이 풍부하고 심혈관 건강을 지원하며 콜레스테롤을 낮추는 효과가 있다고 알려져 특별한 건강 관리가 필요한 소비자들에게는 검은콩이 최근 주목받기 시작했습니다. 검은콩이 시장에서 자리 잡기 위해서는 검은콩의 특별한 건강 효능에 대해 소비자들에게 알리는 전략이 필요할 것으로 보입니다.

Q. 현지 소비자들은 고소한 맛, 단맛, 짭맛, 매운맛 등 스낵 선택에 있어 어떠한 맛을 주로 선호합니까?

베트남 소비자들은 대체로 짭짤하거나 단맛이 나는 스낵을 선호하는 경향이 있습니다. 감자칩, 케이크, 양념된 견과류 등이 특히 인기가 많으며, 짭짤한 맛과 달콤한 맛이 조화를 이루는 스낵들도 사랑받고 있습니다. 이러한 맛은 부담 없이 즐길 수 있을 뿐만 아니라, 대다수 베트남 사람들의 대중적인 입맛에 잘 맞기 때문입니다.

Q. 콩이 들어간 스낵이나 이와 유사한 건강함을 내세운 스낵 제품들은 주로 어떤 채널을 통해 유통되고 있습니까?

두유나 콩스낵 같은 콩 가공식품은 주로 대형 슈퍼마켓과 같은 오프라인 소매 채널을 통해 유통됩니다. 대형 슈퍼마켓은 일반 대중을 타겟으로 하며, 다른 스낵들과 경쟁하게 됩니다. 특히, 대형 슈퍼마켓의 주요 소비자들은 저소득층과 가족 단위의 쇼핑객이기 때문에, 제품은 합리적인 가격대에 맞춰야 하고 대다수 소비자들의 입맛에 맞아야 합니다.

Q. 현지에서 날개(개별) 비닐 포장 형태가 소비자 선호와 포장 규제 측면에서 각각 유리하게 작용할지, 불리하게 작용할지 궁금합니다. 내용물 8개가 한 번에 포장된 제품과 날개로 포장된 제품 중 어떤 포장 형태의 제품이 수출 및 판매에 유리할 것이라 생각하십니까?

현지에서는 개별 플라스틱 포장은 편리하고 사용하기 쉬워 일반적인 포장 형태로 자리 잡았습니다. 또한 8개 단위로 포장된 세트는 공간을 절약하고 운송 비용을 줄이는 데 유리합니다. 그러나 운송 이외의 수출 측면을 고려할 때는 8개 포장보다 개별 포장이나 소분 포장이 더 유리할 수 있습니다. 많은 시장에서 보관과 소비가 편리한 개별 포장을 선호하기 때문입니다.

Interview ②

28)

이케어
(E-Care)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 다양한 건강보조식품, 유아용품, 스킨케어 제품 등을 취급하고 있음
 - 일본, 미국, 캐나다, 유럽 등에서 수입하여 베트남 내 유통

담당자 정보

Sales

이케어(E-Care)
Sales

Q. 베트남 현지에서 콩을 기반으로 한 가공식품이나 콩으로 만든 스낵에 대한 인식과 수요는 어느 정도입니까?

점차 줄어드는 경작지 면적 때문에 베트남은 매년 평균 100만 톤 이상의 콩을 수입하고 있습니다. 이 수입량은 결코 적지 않으며, 베트남 사람들이 오래전부터 지금까지 콩을 많이 소비해 온 전통과 관련이 있습니다. 또한, 콩 제품은 두부 디저트나 두유와 같은 다양한 형태로 제공되며 대중적으로 큰 인기를 끌고 있습니다. 두부나 두유는 건강에 좋다는 인식이 있고 가격이 저렴해 소비자들이 쉽게 접할 수 있는 제품입니다.

Q. 현지 소비자들이 스낵 선택에 있어 건강함 측면을 얼마나 고려한다고 생각하십니까?

이케어 소비자들은 주로 젊은 층으로, 맛만 좋다면 어떤 스낵이든 쉽게 구매하는 경향이 있습니다. 그러나 최근에는 칼로리와 설탕 함량을 줄이고 방부제가 들어 있지 않은 제품을 찾는 등 건강에 대한 관심이 점차 높아지고 있습니다. 실제로 유기농 인증이나 비유전자변형(Non-GMO) 제품에 대한 문의도 빈번하게 이뤄지고 있어 스낵을 선택할 때 건강 측면을 고려하는 소비자가 늘어나는 추세임을 알 수 있습니다. 고객사의 콩스낵은 단백질이 풍부하고 지방이 적으며 인공 감미료가 없는 건강한 제품으로, 건강을 중시하는 소비자들이 선호할 것으로 예상됩니다.

Q. 콩으로 만든 간식의 맛과 건강함이라는 장점이 현지 소비자들에게 충분히 인식되고 있는지 궁금합니다.

이케어 소비자들은 건강한 생활 방식을 중시하며 주로 중장년층, 사무직 근로자, 규칙적으로 운동하는 이들이 많습니다. 이들은 건강한 식단과 음식의 효능에 관심이 있습니다. 그 외 현지 소비자들에게도 콩 제품, 특히 검은콩 스낵은 이미 잘 알려져 있으며, 콩이 우수한 식물성 단백질 공급원이자 지방 함량이 낮아 건강에 좋다는 인식이 강합니다. 고객사 제품이 건강에 좋은 성분을 포함하고 있다면, 현지 소비자들은 한 번쯤 시도해 보고 싶어할 것입니다. 다만 콩스낵이 약간 쓴맛이 나거나 건조할 수 있는데, 이를 방지하기 위해 천연 향신료나 꿀, 생강 같은 재료를 더하면 제품이 더욱 긍정적인 평가를 받을 수 있을 것입니다.

Q. 현지에서 흔히 발견할 수 있는 콩 가공식품에 사용되는 콩의 종류는 주로 무엇입니까? 그 중 서리태콩(검은 콩)을 활용한 제품이 얼마나 될 지 궁금합니다.

가장 인기 있는 콩 가공식품으로는 두부, 대체육, 간장, 콩가루, 콩기름 등이 있으며, 슈퍼마켓이나 유기농 식품 매장에서 쉽게 찾아볼 수 있습니다. 시장에서 잘 알려지고 인기 있는 콩 제품으로는 퓨어 소이빈 세트(Pure Soybean Set), 파미 소이 밀크(Fami Soy Milk), 비타 프로 소이빈 시리얼 세트(Vita Pro Soybean Cereal Set), 오이시 그린 빈 스낵(Oishi Green Bean Snack) 등이 있으며, 대부분 대두로 만든 제품으로 오랜 시간 동안 많은 사랑을 받고 있습니다. 반면 서리태콩은 가루 형태로 운동하는 사람이나 다이어트를 하는 사람들 사이에서 꽤 인기가 있지만, 가루 외 서리태콩이 스낵으로 현지에서 크게 인기를 끈 적은 거의 없으며, 본 적도 거의 없습니다.

Q. 현지 소비자들은 고소한 맛, 단맛, 짭맛, 매운맛 등 스낵 선택에 있어 어떠한 맛을 주로 선호합니까?

현지 소비자들은 다양한 맛을 선호하며, 고소한 맛, 단맛, 짭맛, 매운맛이 주로 인기를 끄니다. 가장 흔한 스낵으로는 감자칩이 있으며, 소비자들은 진한 체다나 모짜렐라 같은 치즈 맛, 은은한 매운맛 등을 자주 즐기는데, 이들 모두 중독성이 강하다는 공통점이 있습니다. 또한, 북부 소비자들은 짭맛을 선호하는 반면, 남부 소비자들은 단맛을 더 좋아하는 경향이 있다는 지역별 차이가 있습니다. 검정콩 스낵은 자연스러운 고소함에 약간의 소금기나 꿀, 말린 코코넛의 단맛이 더해지면 소비자들에게 좋은 반응을 얻을 수 있을 것입니다.

Q. 콩이 들어간 스낵이나 이와 유사한 건강함을 내세운 스낵 제품들은 주로 어떤 채널을 통해 유통되고 있습니까?

콩스낵 제품은 주로 온라인 웹사이트를 통해 판매되며, 이케아에서도 진열되어 있습니다. 최근 유기농 및 건강식품이 강력한 트렌드로 자리 잡고 있으며, 특히 채식주의자, 운동을 즐기는 사람, 사무직 근로자들이 주요 고객층입니다. 베트남 소비자들은 자주 매장을 방문하여 직접 구매하는 것을 선호하는데, 이케아와 같은 소매 체인의 경우 체육관이나 사무실로 가는 길에 들러 간편하게 구매할 수 있어 편리합니다. 온라인 쇼핑 트렌드는 코로나19 이후에 자리잡기 시작했으며, 현재 꽤 대중화되었습니다.

Q. 현지에서 낱개(개별) 비닐 포장 형태가 소비자 선호와 포장 규제 측면에서 각각 유리하게 작용할지, 불리하게 작용할지 궁금합니다. 내용물 8개가 한 번에 포장된 제품과 낱개로 포장된 제품 중 어떤 포장 형태의 제품이 수출 및 판매에 유리할 것이라 생각하십니까?

소비자들은 재사용 가능하거나 친환경적인 포장을 선호하는 경향이 있습니다. 개별 플라스틱 포장은 이러한 소비자들에게 인기가 없는데, 이는 환경 보호에 대한 의식이 높은 사람들이 많기 때문입니다. 따라서 재활용 가능한 포장이나 종이 포장은 이러한 소비자의 신뢰를 쉽게 얻을 수 있을 것이라 생각합니다. 반면 제품 포장에 있어 수출과 국제 판매를 고려할 때, 낱개 포장이 더 나은 전략일 수 있습니다. 낱개 제품은 국제적으로 유통하기 쉽고, 소량의 소매 포장이 필요한 시장에도 적합하기 때문입니다. 그러나 국내 시장에서는 8개 단위로 묶여 있는 포장이 대량 구매를 원하거나 비용을 절약하려는 소비자들에게 더 선호될 수 있습니다.

Interview ③

29)



항옥247
(Hang Uc 247)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2021년에 설립된 유통업체로 기능성 식품, 유아용품, 화장품, 유기농 제품 등을 취급하고 있음
 - 일본, 미국, 독일, 영국 등에서 수입하여 다양한 제품을 제공하고 있음

담당자 정보

Support

항옥247(Hang Uc 247) Support

Q. 베트남 현지에서 콩을 기반으로 한 가공식품이나 콩으로 만든 스낵에 대한 인식과 수요는 어느 정도입니까?

베트남에서는 건강식에 대한 관심이 높아지면서 콩을 기반으로 한 제품에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 콩스낵, 콩가루 등 다양한 콩 가공식품이 시장에 점점 더 많이 등장하고 있습니다. 그러나 콩스낵은 아직 감자칩이나 쿠키 같은 기존 스낵만큼 많은 인기를 끌고 있지는 않습니다.

Q. 현지 소비자들이 스낵 선택에 있어 건강함 측면을 얼마나 고려한다고 생각하십니까?

베트남 소비자들은 스낵을 선택할 때 어느 정도 건강 측면을 고려합니다. 특히, 영양에 대한 인식이 높아지면서 콩이 단백질이 풍부하고 지방이 적으며 심장 건강에 좋다는 점이 널리 알려져 있습니다. 그럼에도 불구하고, 콩스낵 시장은 감자 스낵이나 단맛을 지닌 스낵만큼 많이 판매되지는 못하고 있습니다. 이는 통풍, 소화 문제, 신장 질환 등으로 인해 콩 섭취를 제한해야 하는 일부 인구나 고령층의 제한된 소비력 등의 이유들 때문입니다.

Q. 콩으로 만든 간식의 맛과 건강함이라는 장점이 현지 소비자들에게 충분히 인식되고 있는지 궁금합니다.

건강한 간식이라는 인식은 있지만, 가장 큰 장벽은 맛입니다. 기존 스낵들은 건강한 성분보다는 맛 때문에 소비자에게 인기가 있습니다. 따라서 콩스낵은 고소한 콩 맛에 마늘, 고추, 천연 조미료 같은 향신료를 잘 조화시켜, 건조하거나 먹기 어려운 느낌을 피해야 합니다. 테스트 결과, 이러한 향신료를 추가한 콩스낵에 대해 소비자들의 만족도가 높게 나타났습니다. 제품은 먹기 쉬우면서도 콩 본연의 맛이 지나치게 강하지 않아야 하며, 이는 베트남 소비자들이 매콤하고 진한 맛의 스낵에 익숙한 성향 때문입니다.

Q. 현지에서 흔히 발견할 수 있는 콩 가공식품에 사용되는 콩의 종류는 주로 무엇입니까?

주로 노란콩이 가공식품에 많이 사용됩니다. 노란콩은 맛이 부드럽고 가격이 저렴해 일상 요리나 다양한 제품에 자주 활용됩니다. 그러나 최근 검정콩에 대한 관심도 점차 증가하고 있으며, 가공이 많이 되지 않은 자연적인 음식을 선호하는 소비자 트렌드와 맞물려 특히 스낵과 건강 보조식품 시장에서 인기를 끌고 있습니다. 검정콩은 아직 대중화되지는 않았지만, 유기농 및 채식 식품 커뮤니티에서 수요가 늘고 있습니다.

Q. 현지 소비자들은 고소한 맛, 단맛, 짭맛, 매운맛 등 스낵 선택에 있어 어떠한 맛을 주로 선호합니까?

현지 소비자들은 일반적으로 스낵 선택 시 짭맛과 매운맛을 주로 선호합니다. 하지만 지나치게 달지 않으면서도 자연스러운 맛을 지닌, 영양이 풍부한 스낵에도 관심을 보이기도 합니다. 그러나 콩을 활용한 스낵의 경우, 은은한 매운맛에 고추나 후추 같은 향신료가 더해져 자극적이고 강한 풍미를 내는 것을 좋아하는 소비자들이 많습니다.

Q. 콩이 들어간 스낵이나 이와 유사한 건강함을 내세운 스낵 제품들은 주로 어떤 채널을 통해 유통되고 있습니까?

콩스낵 같은 제품들은 주로 온라인 채널과 전문 매장을 통해 유통됩니다. 특히 검정콩 스낵, 두유, 견과류 같은 제품은 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada) 같은 전자상거래 플랫폼이나 유기농 매장의 웹사이트 등지에서 자주 유통되며, 소비자들은 편리함과 가격 비교가 쉬운 점 때문에 온라인 쇼핑을 선호하는 경향이 있습니다. 또한, 제품은 전문 매장과 오프라인 유통 채널을 통해서도 판매됩니다. 건강하고 자연적인 제품을 찾는 소비자들은 이러한 매장을 방문해 콩스낵을 포함한 다양한 건강식을 구매합니다. 하지만 온라인 채널을 활용하는 것이 대도시나 건강식 수요가 높은 소비자들에게 더 쉽게 접근할 수 있는 방법입니다.

Q. 현지에서 낱개(개별) 비닐 포장 형태가 소비자 선호와 포장 규제 측면에서 각각 유리하게 작용할지, 불리하게 작용할지 궁금합니다. 내용물 8개가 한 번에 포장된 제품과 낱개로 포장된 제품 중 어떤 포장 형태의 제품이 수출 및 판매에 유리할 것이라 생각하십니까?

검정콩 스낵 같은 건강식품이 낱개 비닐 포장을 사용할 경우, 현지 소비자 선호나 포장 규제에 부정적인 영향을 받을 수 있습니다. 현지 소비자들은 재활용이 쉬운 포장이나 낭비를 줄일 수 있는 적당한 크기의 포장을 선호하며, 환경 보호를 중시하는 경향이 있습니다. 따라서 낱개 비닐 포장은 현지 시장에서는 선호도가 낮습니다. 그러나 수출 및 국제 시장을 고려할 때는 낱개 포장이 유리할 수 있습니다. 많은 수출 시장에서는 간편함을 중시하며, 작은 포장이 운송과 보관에 더 용이하기 때문입니다. 또한, 낱개 포장은 한 번에 쉽게 섭취할 수 있고 휴대가 간편해 선진국 시장 진출에 유리합니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스탓티스타(Statista), 'Confectionery & Snacks - Vietnam', 2024.10
2. 스탓티스타(Statista), 'Snack Food - Vietnam', 2024.10
3. KOTRA해외시장뉴스, '베트남 과자(Snack)시장 트렌드', 2023.10
4. KOTRA해외시장뉴스, '베트남 제과제빵시장 동향', 2022.06
5. KOTRA해외시장뉴스, '젊은 유통채널이 뜬다! 베트남 슈퍼마켓 산업 트렌드 짚어보기', 2024.07
6. 칸타월드패널(Kantar Worldpanel), 'Asia Pulse - Q1 2024', 2024.06
7. 베트남 관세청, '408/TCHQ-GSQL', 2022
8. 베트남 보건부(MOH), '111/2021/ND-CP', 2022
9. 베트남 보건부(MOH), 'Circular No.24/2019/TT-BYT', 2019
10. 한국농수산물유통공사, '2023 농식품 수출국가정보(신남방)', 2023
11. 농림축산식품부, '2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드', 2023
12. 세계법제정보센터, '베트남_광고법_번역본', 2024
13. 한국농수산물유통공사, '베트남 식품첨가물/유해물질규정 번역본', 2020
14. 베트남 보건부(MOH), '식품, 식품첨가물, 포장 식품 가공보조제 등 표시안내에 대한 합동시행규칙', 2017
15. 베트남 관세총국(GDVC), '111/2021/ND-CP', 2021
16. 베트남 산업무역부(MOIT), 'No. 28/2013/TT-BCT', 2013
17. 식품의약품안전처, '베트남 식품안전관련 법령', 2019

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스탓티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. KOTRA해외시장뉴스 (dream.kotra.or.kr)
5. ITC(International Trade Centre) (www.trademap.org)
6. 라자다(Lazada) 베트남 (www.lazada.vn)
7. 칸타월드패널(Kantar Worldpanel) (www.kantarworldpanel.com)
8. 박화씨잉(Bach Hoa Xanh) (www.bachhoaxanh.com)
9. 비엠테이더(Vietdata) (www.vietdata.vn)
10. 윈마트(Winmart) (winmart.vn)
11. 인사이드비나(Insidevina) (www.insidevina.com)
12. 마산그룹(Masan Group) (www.masangroup.com)
13. 롯데마트(Lotte Mart) (www.lottemart.vn)
14. 이코노믹리뷰 (www.econovill.com)
15. 케이마켓(K-Market) (kmarketvina.com)
16. 오케이마트(OK-Mart) (okmart.vn)
17. 페이스북(Facebook) (www.facebook.com)
18. 관세청 (www.customs.go.kr)
19. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
20. 베트남 관세청(General Department of Vietnam Customs) (www.customs.gov.vn)
21. 베트남 보건부(MOH) (www.moh.gov.vn)
22. 농림축산검역본부 (www.qia.go.kr)
23. 국가관세종합정보망 (unipass.customs.go.kr)
24. 베트남 식품안전국(VFA) (www.nghidinh15.vfa.gov.vn)
25. 베트남 산업무역부(MOIT) (www.moit.gov.vn/en)
26. 한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)
27. 엘스플레이스(L's Place) (lsplace.com.vn)
28. 이케어(E-Care) (ecare.vn)
29. 항옥247(Hang Uc 247) (hanguc247.com)

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