

2024 농식품 국가정보조사 라오스

2024.10.

1 국가 및 시장정보

1 국가 개황

- 1-1 국가 개관
- 1-2 경제지표
- 1-3 농업현황
- 1-4 FTA 체결현황

2 식품 시장규모

3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

4 식품 시장전망

5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

7 對라오스 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

2 식품 유통현황

1 오프라인 유통현황

- 1-1 오프라인 유통채널 규모
- 1-2 오프라인 유통채널 매장 수
- 1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
- 1-4 주요 오프라인 유통채널

2 온라인 유통현황

- 2-1 온라인 유통채널 규모
- 2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
- 2-3 주요 온라인 유통채널

3 유통채널 전망

3-1 오프라인 유통채널 전망

3-2 온라인 유통채널 전망

3 수출품목 및 소비트렌드

1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비트렌드

4 수출절차

1 수출입절차

2 통관 및 검역제도

3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

5 비관세장벽

1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

2 인증제도

3 통관거부사례

4 비관세장벽 이슈

6 요약

1 보고서 소개

1 국가 및 시장정보

1.1 국가 개황

1.1.1 국가 개관

인구 (2024년 추정치)	7,953,556명, 전 세계 103위
민족구성 (2015년 추정치)	라오스인 53.2%, 크무족 11%, 몽족 9.2%, 푸타이족 3.4%, 타이족 3.1%, 마콩족 2.5%, 카탕족 2.2%, 르족 2%, 아카족 1.8%, 기타 11.6%
언어	라오스어(공식), 프랑스어, 영어, 다양한 민족 언어
종교 (2015년 추정치)	불교 64.7%, 기독교 1.7%, 무교 31.4%, 기타 2.1%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 30.1% (남성 1,214,429명/여성 1,181,845명) 15~64세: 65% (남성 2,573,668명/여성 2,599,957명) 65세 이상: 4.8% (2024년 추정) (남성 178,223명/여성 205,434명)
중위연령 (2024년 추정치)	전체: 25.4세, 전 세계 170위 남성: 25.0세 여성: 25.7세

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.2 경제지표

실질GDP (2021년 달러 기준)	\$64.173십억 (2023년 추정치), 전 세계 112위 \$61.856 십억 (2022년 추정치) \$60.225 십억 (2021년 추정치)
실질GDP 성장률	3.75% (2023년 추정치), 전 세계 85위 2.71% (2022년 추정치) 2.53% (2021년 추정치)
1인당 실질GDP (2021년 달러 기준)	\$8,400 (2023년 추정치), 전 세계 153위 \$8,200 (2022년 추정치) \$8,100 (2021년 추정치.)

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중 (2023년 추정치)	16.01%
주요 생산품 (2022년 추정치)	카사바, 뿌리채소, 쌀, 사탕수수, 채소, 바나나, 옥수수, 고무, 커피, 수박

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.4 FTA 체결현황

<FTA 체결현황>

구분		내용
라오스의 체결현황 ¹⁾	기체결(발효)	ASEAN, 중국, 일본, 홍콩, 한국, 인도, 호주, 뉴질랜드, 홍콩, RCEP
우리나라와의 체결현황 ²⁾	발효	한-ASEAN FTA, RCEP
	서명/타결	해당사항 없음
	협상 중	ASEAN 개선
	재개·개시·여건조성	해당사항 없음

1) 2024.01. 기준

2) 2024.09. 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

■ 1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

라오스 식품 시장은 2019년 48억 8,300억 달러에서 연평균 7.0% 성장하여, 2023년 63억 9,500만 달러로 증가했다.

육류

육류 시장규모는 2019년 11억 7,700만 달러에서 연평균 7.8% 성장하여, 2023년 15억 8,900만 달러로 증가했다. 2023년 육류 시장규모는 전체 식품 시장의 24.8%를 차지했다.

수산물

수산물 시장규모는 2019년 10억 2,700만 달러에서 연평균 7.2% 성장하여, 2023년 13억 5,400만 달러로 증가했다. 2023년 수산물 시장규모는 전체 식품 시장의 21.2%를 차지했다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2019년 5억 853만 달러에서 연평균 5.5% 성장하여, 2023년 7억 247만 달러로 증가했다. 2023년 베이커리 및 곡물류 시장규모는 전체 식품 시장의 11.3%를 차지했다.

<라오스 품목별 식품 시장규모(2019~2023)>

(단위: 백만 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	4,883.0	5,162.0	5,376.0	5,856.0	6,395.0	100.0	9.2	7.0
육류	1,177.0	1,247.0	1,302.0	1,441.0	1,589.0	24.8	10.3	7.8
수산물	1,027.0	1,085.0	1,130.0	1,228.0	1,354.0	21.2	10.3	7.2
베이커리 및 곡물류	585.3	617.7	642.0	676.7	724.7	11.3	7.1	5.5
채소류	520.0	549.6	572.2	627.5	686.5	10.7	9.4	7.2
과일 및 견과류	405.3	428.3	445.8	484.9	527.0	8.2	8.7	6.8
낙농품	353.7	373.4	388.3	424.7	457.3	7.2	7.7	6.6
편의식품	302.3	317.4	328.3	355.4	383.9	6.0	8.0	6.2
스낵류	232.5	246.9	257.2	280.2	304.4	4.8	8.6	7.0
소스 및 향신료	137.4	146.1	153.0	168.6	185.3	2.9	9.9	7.8
유지류	84.5	88.9	92.2	99.7	107.8	1.7	8.2	6.3
스프레드 및 당류	34.5	36.2	37.5	40.0	42.9	0.7	7.3	5.6
영유아식품	18.2	19.2	20.2	20.8	21.5	0.3	3.7	4.3
펫푸드	5.2	6.1	7.2	8.8	10.3	0.2	16.9	18.7

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

2023년 라오스의 1인당 식품 소비액은 2019년 약 677달러에서 연평균 5.5% 증가한 838달러로 집계되었다.

육류

2023년 육류 소비액은 2019년 1인당 약 163달러에서 연평균 6.3% 증가한 약 208달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 24.8%를 차지했다.

수산물

2023년 수산물 소비액은 2019년 1인당 약 142달러에서 연평균 5.6% 증가한 약 177달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 21.2%를 차지했다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비액은 2019년 1인당 약 81달러에서 연평균 4.0% 증가한 약 95달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 11.3%를 차지했다.

<라오스 품목별 1인당 식품 소비액(2019~2023)>

(단위: 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	677.1	705.3	724.0	777.8	837.7	100.0	7.7	5.5
육류	163.2	170.4	175.3	191.4	208.1	24.8	8.7	6.3
수산물	142.4	148.3	152.2	163.1	177.4	21.2	8.8	5.6
베이커리 및 곡물류	81.2	84.4	86.5	89.9	94.9	11.3	5.6	4.0
채소류	72.1	75.1	77.1	83.3	89.9	10.7	7.9	5.7
과일 및 견과류	56.2	58.5	60.0	64.4	69.0	8.2	7.2	5.3
낙농품	49.1	51.0	52.3	56.4	59.9	7.2	6.2	5.1
편의식품	41.9	43.4	44.2	47.2	50.3	6.0	6.5	4.7
스낵류	32.2	33.7	34.6	37.2	39.9	4.8	7.2	5.5
소스 및 향신료	19.1	20.0	20.6	22.4	24.3	2.9	8.3	6.2
유지류	11.7	12.2	12.4	13.2	14.1	1.7	6.7	4.8
스프레드 및 당류	4.8	5.0	5.0	5.3	5.6	0.7	5.6	4.1
영유아식품	2.5	2.6	2.7	2.8	2.8	0.3	2.2	2.8
펫푸드	0.7	0.8	1.0	1.2	1.3	0.2	14.5	16.8

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

2023년 라오스의 1인당 식품 소비량은 2019년 약 213kg에서 연평균 1.3% 증가한 약 224kg으로 집계되었다.

채소류

2023년 채소류 소비량은 2019년 1인당 약 53kg에서 연평균 1.5% 증가한 약 57kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 25.2%를 차지했다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비량은 2019년 1인당 약 49kg에서 연평균 0.3% 감소한 약 49kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 21.6%를 차지했다.

육류

2023년 육류 소비량은 2019년 1인당 약 26kg에서 연평균 2.9% 증가한 약 29kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 12.7%를 차지했다.

<라오스 품목별 1인당 식품 소비량(2019~2023)>

(단위: kg, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	213.4	216.6	217.1	219.1	224.4	100.0	2.4	1.3
채소류	53.3	53.8	54.0	55.0	56.5	25.2	2.7	1.5
베이커리 및 곡물류	49.0	49.4	49.0	48.2	48.5	21.6	0.7	-0.3
육류	25.5	26.4	26.9	27.6	28.6	12.7	3.4	2.9
낙농품	25.1	25.7	25.9	26.4	27.4	12.2	3.9	2.2
과일 및 견과류	25.5	25.8	25.8	26.1	26.7	11.9	2.3	1.1
수산물	9.9	10.1	10.1	10.2	10.6	4.7	3.5	1.5
편의식품	9.2	9.3	9.2	9.2	9.3	4.2	1.4	0.2
소스 및 향신료	5.7	5.8	5.8	5.9	6.1	2.7	3.4	2.1
스낵류	5.7	5.8	5.8	5.8	5.9	2.6	1.9	1.0
유지류	2.1	2.1	2.1	2.1	2.2	1.0	1.4	0.6
스프레드 및 당류	1.7	1.7	1.6	1.6	1.6	0.7	0.6	-0.6
펫푸드	0.5	0.5	0.6	0.7	0.7	0.3	9.0	11.1
영유아식품	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.1	0.0	0.9

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

라오스 식품 시장규모는 2023년 이후 연평균 7.5% 성장하여, 2027년 85억 3,800만 달러에 달할 전망이다.

육류

육류 시장규모는 2023년 이후 연평균 8.8% 성장하여, 2027년 22억 2,300만 달러에 달할 전망이다.

수산물

수산물 시장규모는 2023년 이후 연평균 7.1% 성장하여, 2027년 17억 8,300만 달러에 달할 전망이다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2023년 이후 연평균 7.1% 성장하여, 2027년 9억 5,190만 달러에 달할 전망이다.

<라오스 품목별 식품 시장규모 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 달러, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	6,395.0	7,003.0	7,531.0	8,078.0	8,538.0	100.0	5.7	7.5
육류	1,589.0	1,765.0	1,920.0	2,083.0	2,223.0	26.0	6.7	8.8
수산물	1,354.0	1,482.0	1,592.0	1,688.0	1,783.0	20.9	5.6	7.1
베이커리 및 곡물류	724.7	792.3	848.7	911.0	951.9	11.1	4.5	7.1
채소류	686.5	751.7	807.7	868.3	917.7	10.7	5.7	7.5
과일 및 견과류	527.0	573.8	614.0	657.6	692.2	8.1	5.3	7.1
낙농품	457.3	489.7	519.9	556.4	588.3	6.9	5.7	6.5
편의식품	383.9	415.8	442.0	473.0	494.4	5.8	4.5	6.5
스낵류	304.4	331.1	354.1	377.4	396.7	4.6	5.1	6.8
소스 및 향신료	185.3	203.9	220.5	236.0	250.7	2.9	6.2	7.8
유지류	107.8	117.3	125.4	134.7	141.5	1.7	5.0	7.0
스프레드 및 당류	42.9	46.4	49.7	53.4	55.8	0.7	4.6	6.8
영유아식품	21.5	22.5	23.6	24.8	26.1	0.3	5.0	4.9
펫푸드	10.3	11.8	13.2	14.8	16.4	0.2	11.0	12.5

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2021년(최신자료) 라오스의 식품 수출액은 약 15억 2,016만 달러로 전년 대비 4.5% 증가했다. 최근 5년간 수출액은 2017년 약 10억 4,059만 달러에서 연평균 9.9% 증가했다.

對한국 수출

한국으로의 식품 수출 비중은 0.02%로, 수출 상위 24위에 위치한다. 2021년 수출액은 전년 대비 65.7% 감소한 약 32만 달러로 집계되었다. 한국으로의 식품 수출액은 2017년 이후 연평균 46.9% 감소하는 추세를 보인다.

주요 수출국

베트남으로의 식품 수출 비중은 51.0%로, 2021년 수출액은 전년 대비 8.3% 증가한 약 7억 7,554만 달러로 집계되었다. 베트남으로의 식품 수출액은 2017년 이후 연평균 11.2% 증가하는 추세를 보인다.

중국으로의 식품 수출 비중은 22.8%로, 2021년 수출액은 전년 대비 3.1% 감소한 약 3억 4,648만 달러로 집계되었다. 중국으로의 식품 수출액은 2017년 이후 연평균 6.2% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 태국(21.8%), 벨기에(1.1%), 일본(0.8%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<라오스 수출국 현황(2017~2021)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY (20/21)	CAGR (17/21)
전체	1,040,589	1,018,070	1,339,192	1,454,480	1,520,164	100.0	4.5	9.9
1 베트남	507,490	589,161	721,084	716,255	775,536	51.0	8.3	11.2
2 중국	271,985	194,276	345,078	357,620	346,483	22.8	-3.1	6.2
3 태국	182,034	168,380	178,102	290,396	331,238	21.8	14.1	16.1
4 벨기에	8,556	10,732	9,440	20,601	15,979	1.1	-22.4	16.9
5 일본	16,039	15,726	9,573	6,903	11,694	0.8	69.4	-7.6
6 캄보디아	2,302	2,604	5,469	7,511	9,600	0.6	27.8	42.9
7 독일	1,798	2,496	1,588	4,278	4,300	0.3	0.5	24.4
8 네덜란드	692	1,120	1,370	4,159	3,789	0.2	-8.9	53.0
9 홍콩	4,892	3,648	14,125	1,993	3,414	0.2	71.3	-8.6
10 싱가포르	17,336	16,004	13,850	2,028	2,614	0.2	28.9	-37.7
:								
24 한국	4,037	2,057	949	933	320	0.02	-65.7	-46.9

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.5.2 수출품목

개요

2021년(최신자료) 수출액 기준으로 카사바, 음료(기타), 신선·건조 바나나, 볶지않은 커피, 사탕수수(기타) 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수출품목

카사바 수출 비중은 17.7%로, 2021년 수출액은 전년 대비 38.6% 증가한 약 2억 6,961만 달러로 집계되었다. 2017년 이후 수출액은 연평균 32.6% 증가했다.

음료(기타) 수출 비중은 13.5%로, 2021년 수출액은 전년 대비 0.3% 증가한 약 2억 535만 달러로 집계되었다. 2017년 이후 수출액은 연평균 3.6% 증가했다.

신선·건조 바나나 수출 비중은 12.2%로, 2021년 수출액은 전년 대비 3.8% 증가한 약 1억 8,554만 달러로 집계되었다. 2017년 이후 수출액은 연평균 3.6% 증가했다.

볶지않은 커피 수출 비중은 5.8%로, 2021년 수출액은 전년 대비 4.9% 증가한 약 8,787만 달러로 집계되었다. 2017년 이후 수출액은 연평균 0.2% 증가했다.

사탕수수(기타) 수출 비중은 4.1%로, 2021년 수출액은 전년 대비 83.8% 증가한 약 6,273만 달러로 집계되었다. 2017년 이후 수출액은 연평균 4.1% 감소했다.

이 밖에도, 바나나(기타)(3.5%), 카사바전분(2.4%), 사탕수수당(2.2%) 등을 수출했다.

<라오스 식품 수출품목 현황(2017~2021)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY (20/21)	CAGR (17/22)
전체	1,040,589	1,018,070	1,339,192	1,454,480	1,520,164	100.0	4.5	9.9
1 카사바	87,233	75,932	90,333	194,529	269,615	17.7	38.6	32.6
2 음료 기타	178,489	215,403	220,260	204,706	205,352	13.5	0.3	3.6
3 신선·건조 바나나	160,815	104,448	179,844	178,755	185,543	12.2	3.8	3.6
4 볶지않은 커피	87,141	84,326	54,767	83,756	87,876	5.8	4.9	0.2
5 사탕수수 기타	74,054	45,301	100,877	34,135	62,732	4.1	83.8	-4.1
6 바나나 기타	7,050	7,719	14,024	48,684	52,786	3.5	8.4	65.4
7 카사바 전분	12,889	16,062	20,519	21,795	36,439	2.4	67.2	29.7
8 사탕수수당	16,867	18,246	21,032	41,097	33,293	2.2	-19.0	18.5
9 신선 수박	9,221	11,381	21,748	18,227	25,831	1.7	41.7	29.4
10 쌀(정미)	17,929	22,122	17,103	48,565	25,552	1.7	-47.4	9.3

*주: HS CODE(0714.10, 2202.99, 0803.10, 0901.11, 1701.99, 0803.90, 1108.14, 1701.14, 0807.11, 1006.30)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2021년(최신자료) 라오스의 식품 수입액은 약 9억 6,460만 달러로 2020년 대비 0.3% 감소했다. 최근 5년간 수입액은 2019년 약 6억 3,521만 달러에서 연평균 11.0% 증가했다.

對한국 수입

한국에서의 식품 수입 비중은 0.3%로, 수입 상위 10위에 위치한다. 2021년 수입액은 전년 대비 115.5% 증가한 약 309만 달러로 집계되었다. 2017년 이후 수입액은 연평균 56.3% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수입국

태국에서의 식품 수입 비중은 77.7%로, 2021년 수입액은 전년 대비 1.4% 증가한 약 7억 4,934만 달러로 집계되었다. 2017년 이후 수입액은 연평균 10.6% 증가하는 추세를 보인다.

베트남에서의 식품 수입 비중은 7.1%로, 2021년 수입액은 전년 대비 22.8% 감소한 약 6,843만 달러로 집계되었다. 2017년 이후 수입액은 연평균 26.2% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 중국(5.9%), 싱가포르(2.3%), 미국(1.6%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<라오스 수입국 현황(2017~2021)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY (21/20)	CAGR (17/21)
전체	635,207	735,288	922,153	967,062	964,598	100.0	-0.3	11.0
1 태국	499,952	582,381	666,343	738,722	749,336	77.7	1.4	10.6
2 베트남	26,946	56,719	97,813	88,638	68,427	7.1	-22.8	26.2
3 중국	33,610	40,235	47,761	53,354	56,529	5.9	6.0	13.9
4 싱가포르	25,779	12,526	26,553	23,480	21,782	2.3	-7.2	-4.1
5 미국	10,997	7,018	11,602	16,772	15,117	1.6	-9.9	8.3
6 영국	2,310	2,162	16,769	11,025	14,404	1.5	30.6	58.0
7 인도	2,496	2,111	6,072	7,744	5,444	0.6	-29.7	21.5
8 캄보디아	446	202	139	444	5,173	0.5	1,065.1	84.5
9 아랍에미리트	2,025	359	2,492	1,577	3,100	0.3	96.6	11.2
10 한국	518	515	4,148	1,434	3,090	0.3	115.5	56.3

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.6.2 수입품목

개요

2021년(최신자료) 수입액 기준 **음료(기타), 사탕수수(기타), 대두유 추출 유박, 쌀(정미), 식용과실(기타)** 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수입품목

음료(기타) 수입 비중은 23.1%로, 2021년 수입액은 전년 대비 3.1% 증가한 약 2억 2,286만 달러로 집계되었다. 2017년 이후 수입액은 연평균 4.8% 증가하는 추세를 보인다.

사탕수수(기타) 수입 비중은 5.6%로, 2021년 수입액은 전년 대비 53.3% 증가한 약 5,442만 달러로 집계되었다. 2017년 이후 수입액은 연평균 7.7% 감소하는 추세를 보인다.

대두유 추출 유박 수입 비중은 2.5%로, 2021년 수입액은 전년 대비 44.4% 증가한 약 2,402만 달러로 집계되었다. 2017년 이후 수입액은 연평균 24.1% 증가하는 추세를 보인다.

쌀(정미) 수입 비중은 2.0%로, 2021년 수입액은 전년 대비 39.8% 감소한 약 1,960만 달러로 집계되었다. 2017년 이후 수입액은 연평균 17.7% 감소하는 추세를 보인다.

식용과실(기타) 수입 비중은 1.9%로, 2021년 수입액은 전년 대비 30.4% 감소한 약 1,858만 달러로 집계되었다. 2017년 이후 수입액은 연평균 0.6% 감소하는 추세를 보인다.

이 밖에도 **위스키류(1.6%), 볶지않은 맥아(1.3%), 맥아추출물(기타)(1.1%)** 등을 수입했다.

<라오스 식품 수입품목 현황(2017~2021)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	비중 (21)	YoY (20/21)	CAGR (17/21)
전체	635,207	735,288	922,153	967,062	964,598	100.0	-0.3	11.0
1 음료 기타	184,980	221,010	203,390	216,127	222,866	23.1	3.1	4.8
2 사탕수수 기타	74,920	47,616	82,541	35,510	54,429	5.6	53.3	-7.7
3 대두유 추출 유박	10,120	11,892	15,468	16,644	24,027	2.5	44.4	24.1
4 쌀(정미)	42,711	25,021	16,516	32,565	19,603	2.0	-39.8	-17.7
5 식용과실 기타	19,037	15,084	13,220	26,721	18,587	1.9	-30.4	-0.6
6 위스키류	6,371	20,713	20,880	12,323	15,182	1.6	23.2	24.2
7 볶지않은 맥아	13,562	15,179	15,067	16,074	12,140	1.3	-24.5	-2.7
8 맥아 추출물 기타	3,799	11,960	8,942	11,544	10,470	1.1	-9.3	28.8
9 카사바 전분	413	616	663	638	10,258	1.1	1,507.8	123.2
10 빵 기타	3,796	4,701	5,414	8,256	9,018	0.9	9.2	24.1

*주: HS CODE(2202.99, 1701.99, 2304.00, 1006.30, 0810.90, 2208.30, 1107.10, 1901.90, 1108.14, 1905.90)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.7 | 對라오스 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2023년 한국산 식품의 對라오스 수출액은 약 785만 달러로, 2019년 약 278만 달러에서 연평균 29.6% 증가했다.

농산물

농산물 수출 비중은 86.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 54.6% 증가한 약 676만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 33.9%의 증가세를 보인다.

축산물

축산물 수출 비중은 7.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 14.8% 증가한 약 58만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 20.5%의 증가세를 보인다.

수산물

수산물 수출 비중은 6.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 52.8% 증가한 약 48만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 19.1%의 증가세를 보인다.

임산물

임산물 수출 비중은 0.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 19.5% 감소한 약 3만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 32.8%의 감소세를 보인다.

<한국산 對라오스 부문별 수출현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	2,781	3,652	5,708	5,233	7,853	100.0	50.1	29.6
농산물	2,101	2,440	5,160	4,371	6,760	86.1	54.6	33.9
축산물	276	839	215	507	581	7.4	14.8	20.5
수산물	237	281	294	313	478	6.1	52.8	19.1
임산물	168	92	39	43	34	0.4	-19.5	-32.8

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)(2024.07.)

1.7.2 수출품목

개요

2023년 한국의 對라오스 주요 수출 품목은 수출액 기준 **라면, 맵쌀, 기타 리큐르 및 코디얼, 소주, 조제분유** 등으로 나타난다.

2019년부터 2023년까지 연평균 수출성장률이 높은 품목에는 '조제분유(252.7%↑)'와 '조미김(89.1%↑)' 등이 있다.

주요 수출품목

라면 수출 비중은 42.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 36.9% 증가한 약 332만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 58.8% 증가했다.

맵쌀 수출 비중은 10.9%로, 2023년 수출액은 전년 대비 241.6% 증가한 약 86만 달러로 집계되었다. 2021년 이후 수출액은 연평균 28.4% 감소했다.

기타 리큐르 및 코디얼 수출 비중은 7.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 1.9% 감소한 약 55만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 71.4% 증가했다.

소주 수출 비중은 4.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 29.4% 증가한 약 31만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 8.5% 증가했다.

조제분유 수출 비중은 2.8%로, 2023년 수출액은 약 86만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 252.7% 증가했다.

<한국산 對라오스 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	2,781	3,652	5,708	5,233	7,853	100.0	50.1	29.6
1 라면	522	1,377	1,880	2,424	3,319	42.3	36.9	58.8
2 맵쌀	0	0	1,671	251	856	10.9	241.6	-28.4
3 기타 리큐르 및 코디얼	64	164	523	565	554	7.0	-1.9	71.4
4 소주	225	118	127	241	312	4.0	29.4	8.5
5 조제분유	1	1	0	0	217	2.8	N/A	252.7
6 조미김	17	114	160	159	211	2.7	32.6	89.1
7 소스 조제품 기타	209	107	149	134	199	2.5	48.9	-1.2
8 조제식료품 기타	208	36	146	59	197	2.5	233.7	-1.4
9 조제·보존 쇠고기 기타	35	109	59	104	139	1.8	33.9	41.2
10 차마태 등 조제품 기타	5	0	2	0	110	1.4	54,800.0	1.2

*주1: HS CODE(1902.30-1010, 1006.30-1000, 2208.70-9000, 2208.90-4000, 1901.10-1010, 2008.99-5010, 2103.90-9090, 2106.90-9099, 1602.50-9000, 2101.20-9090)

**주2: 'N/A'는 해당사항(또는 해당값) 없음을 의미

***출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)(2024.07.)

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 라오스 오프라인 유통채널 규모

개요

2023년 라오스의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2019년 10조 7,930억 6,260만 라오스 킵에서 연평균 11.1% 성장한 2023년 16조 4,248억 1,030만 라오스 킵으로 집계되었다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점의 규모는 2019년 9조 8,867억 2,840만 라오스 킵에서 연평균 10.9% 성장한 14조 9,299억 8,830만 라오스 킵으로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 규모의 90.9%를 차지했다.

슈퍼마켓

2023년 슈퍼마켓의 규모는 2019년 6,819억 9,110만 라오스 킵에서 연평균 15.6% 성장한 1조 2,181억 4,530만 라오스 킵으로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 규모의 7.4%를 차지했다.

전문판매점

2023년 전문판매점의 규모는 2019년 2,243억 4,300만 라오스 킵에서 연평균 5.4% 성장한 2,766억 7,660만 라오스 킵으로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 규모의 1.7%를 차지했다.

<라오스 오프라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 라오스 킵, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	10,793,062.6	11,457,776.0	12,077,749	13,751,547.5	16,424,810.3	100.0	19.4	11.1
소규모 식료품점	9,886,728.4	10,476,676.0	11,002,936.7	12,523,298.7	14,929,988.3	90.9	19.2	10.9
슈퍼마켓	681,991.1	743,370.3	825,141.1	965,460.1	1,218,145.3	7.4	26.2	15.6
전문판매점	224,343	237,729.7	249,671.3	262,788.7	276,676.6	1.7	5.3	5.4

*주: 전문판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

*출처: 유로모니터

2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

개요

2022년(최신자료) 라오스의 오프라인 유통채널 매장 수는 2018년 5만 1,408개에서 연평균 0.7% 증가한 5만 2,925개로 집계되었다.

소규모 식료품점

2022년 소규모 식료품점 매장 수는 2018년 4만 8,882개에서 연평균 0.7% 증가한 5만 280개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 95.0%를 차지했다.

전문판매점

2022년 전문판매점 매장 수는 2018년 2,434개에서 연평균 0.7% 증가한 2,504개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 4.7%를 차지했다.

슈퍼마켓

2022년 슈퍼마켓 매장 수는 2018년 92개에서 연평균 11.3% 증가한 141개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 0.3%를 차지했다.

<라오스 오프라인 유통채널 매장수(2018~2022)>

(단위: 개, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	51,408	52,095	52,228	52,286	52,925	100.0	1.2	0.7
소규모 식료품점	48,882	49,515	49,634	49,684	50,280	95.0	1.2	0.7
전문 판매점	2,434	2,466	2,472	2,474	2,504	4.7	1.2	0.7
슈퍼마켓	92	114	122	128	141	0.3	10.2	11.3

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

*출처: 유로모니터

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

①Mini Big C

Big C Supercenter PCL의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2022년(최신자료) 1.7%로 집계되었다.

②Rimping

Tantraphan Supermarket(1994) Co Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2022년(최신자료) 0.1%로 집계되었다.

<라오스 오프라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

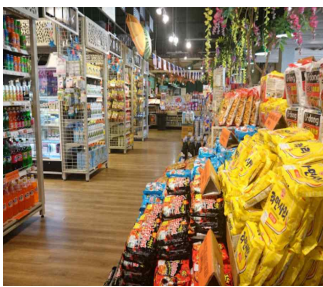
구분		2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1	Mini Big C	1.4	1.5	1.7	1.7	0.0	6.7
2	Rimping	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0

*출처: 유로모니터

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	mini Big C	창립연도	1993년
	점유율	2.0%	브랜드 국적	태국
	웹사이트	bigc.co.th	매장 수	51개
	- Big C Supercenter PCL의 태국 편의점 브랜드 - 라오스 내에는 mini Big C만 영업 중임 - 라오스 내에서 재배·가공된 물건이 전체 품목의 70%를 차지함 - 상업지역인 비엔티안 내에 대부분의 매장이 있음			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 유로모니터, Big C 홈페이지(bigc.co.th)

	브랜드명	Rimping Supermarket	창립연도	2014년
	점유율	0.1%	브랜드 국적	태국
	웹사이트	rimping.com	매장 수	2개
	- Tantraphan Supermarket(1994)Co., Ltd의 태국 슈퍼마켓 브랜드 - 상업지역인 비엔티안에만 매장이 두 곳 있으며 다양한 식료품과 음료, 생활용품 등을 판매하고 있음 - 라오스 내에서 한국 식품의 종류가 가장 많으며 가격이 비쌈			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 유로모니터, 라오스 rimping 홈페이지(rimping.com)

■ 2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2023년 라오스의 온라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 32.8% 증가한 493억 1,830만 라오스 킵으로, 2019년 이후 연평균 47.4%의 증가세를 보인다.

<라오스 온라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 라오스 킵, %)

2019	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
10,456.4	18,219.2	25,855.9	37,134.8	49,318.3	32.8	47.4

*출처: 유로모니터

2.2.2 온라인 유통채널 브랜드 점유율

정보원에서 제공하지 않음

2.2.3 주요 온라인 유통채널

정보원에서 제공하지 않음

■ 2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

라오스의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2023년 16조 4,248억 1,030만 라오스 킵에서 연평균 5.9% 성장하여 2027년 20조 6,461억 8,740만 라오스 킵에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2023년 14조 9,299억 8,830만 라오스 킵에서 연평균 5.4% 성장하여 2027년 18조 4,309억 230만 라오스 킵에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2023년 1조 2,181억 4,530만 라오스 킵에서 연평균 11.3% 성장하여 2027년 1조 8,689억 6,090만 라오스 킵에 이를 것으로 전망된다.

전문판매점

전문판매점의 규모는 2023년 2,766억 7,660만 라오스 킵에서 연평균 5.8% 성장하여 2027년 3,463억 2,420만 라오스 킵에 이를 것으로 전망된다.

<라오스 오프라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 라오스 킵, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	164248103	176243610	185854531	195714430	206461874	100.0	5.5	5.9
소규모 식료품점	149299883	159901068	167808587	175776715	184309023	89.3	4.9	5.4
슈퍼마켓	1,218,145.3	1,336,096.4	1,491,474.9	1,664,743.3	1,868,960.9	9.1	12.3	11.3
전문판매점	276,676.6	298,157.8	313,119.5	329,028.3	346,324.2	1.7	5.3	5.8

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

**출처: 유로모니터

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

라오스의 온라인 식품 유통채널 규모는 2023년 이후 5년간 연평균 10.9% 성장하여, 2027년 745억 780만 라오스 킵에 이를 것으로 전망된다.

<라오스 온라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 라오스 킵, %)

2023	2024	2025	2026	2027	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
49,318.3	56,700.1	60,265.3	67,167.4	74,507.8	10.9	10.9

*출처: 유로모니터

■ 3.1 | 수출품목

3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

3.1.2 한국산 수출품목

① 음료(수출상위 품목)

1년 내내 더운 기후로 인해 수분 보충과 갈증 해소를 위한 음료의 수요가 높은 라오스에서는 음료 소비가 활발히 이루어진다. 글로벌 시장조사기관 스태티스타(Statista)의 자료에 따르면 2023년 라오스 음료 시장규모는 3억 44,82만 달러로 2019년 이후 연평균 10.21% 성장했다.

라오스에서는 한류의 영향으로 한국 음료수의 인지도가 높은 편이다. 한국 음료수의 對라오스 수출액은 2023년 10만 6,500달러로 2019년 이후 연평균 5.68% 성장했다. 한국 브랜드 레모나는 비타민을 첨가한 건강음료를 한국 아이돌을 홍보 모델로 기용해 홍보하고 있다. 또한 한류 스타와 협력해 제조된 에너지음료의 수요가 증가하고 있다.

최근 라오스에서는 건강 및 체중 관리에 도움이 되는 저당 음료의 인기가 높아지고 있으며 탄산음료, 에너지음료 등 다양한 제품의 저당 버전이 출시되고 있다. 천연 재료를 활용한 전통 차 음료의 선호도 또한 증가했다. 태국 브랜드 이치탄(Ichitan)에서는 '속이 시원해지는' 전통차의 특성을 강조한 차 음료를 출시했으며 펩시코(Pepsico)는 라오스에서 무설탕 탄산음료를 출시했다.

		
한국산 무설탕 에너지 음료	무설탕 탄산음료	한국산 에너지 음료

*출처: Shopping-d

▶ 출처

2022.05.25. 해외시장동향, 라오스, 청량음료(Soft drink) 시장 동향, 한국농수산물유통공사
Soft Drinks, Statista

② 라면(수출상위 품목)

도시화, 저렴한 식사 선호도 증가로 라오스에서 인스턴트 라면의 소비가 확대되고 있다. 글로벌 시장조사기관 유로모니터(Euromonitor)에 따르면 라오스의 인스턴트 라면 시장규모는 2023년 4,564억 8,320만 킵으로 2019년 이후 연평균 16.71% 성장했다.

라오스에서는 한류 열풍에 힘입어 현지인, 관광객을 가리지 않고 한국 식품이 높은 인기를 보인다. 이에 따라 한국산 라면의 對라오스 수출액은 2023년 약 332만 달러로 전년 대비 36.9% 증가하였으며 2019년 이후 연평균 58.8% 증가해 큰 성장세를 보인다. 오스 내 슈퍼마켓 및 편의점에서 쉽게 한국 라면을 찾아볼 수 있으며 특히 SNS에서 유행한 매운 볶음 라면의 다양한 버전이 판매되고 있다. 라오스 유명 관광지 블루라군에서도 많은 관광객이 한국 라면을 소비하고 있으며 관광의 필수 요소로 인식되고 있다.

라오스에서는 매운맛, 자극적인 맛이 식품 시장의 주요 트렌드로 지속되고 있으며 현지에서도 매콤한 라면 제품이 출시되고 있다. 태국 라면 브랜드 MAMA에서는 라오스에 스파이시 바질 라면을 출시했으며 일본 식품 기업 아지노모토의 YumYum에서는 매콤한 새우 맛 라면을 출시했다.



*출처: Shopping-d

▶ 출처

[르포] 순하리 소주 마시고, 신라면으로 해장... K푸드 성지 된 라오스, 뉴데일리경제
 Korean food, health products eye market niche in Laos, Vientiane Times
 Laos Instant Noodles Market 2024, Helix Strategy

③ 소스(수출상위 품목)

최근 가정에서 요리하는 라오스 소비자가 늘어나 소스류 제품의 수요가 증가하고 있다. 글로벌 시장조사기관 스탯ISTA(Statista)에 따르면 라오스 소스 시장규모는 2023년 1억 8,523만 달러로 집계되었으며 2028년까지 연평균 9.62% 성장해 2억 6,750만 달러에 달할 것으로 전망된다.

라오스에서는 한류 인기에 힘입어 한국 음식의 인지도가 높아지고 있으며 한국 소스에 대한 관심 또한 확대되고 있다. 한국산 소스 제품의 라오스로의 수출액은 2023년 약 20만 달러로 전년 대비 48.9% 증가해 큰 성장세를 보인다. 현지 온라인 쇼핑몰에서는 고추장, 된장, 쌈장 등 다양한 한식 소스가 판매되고 있으며 간편하게 쓰이는 돼지불고기 양념 또한 판매되고 있다. 다만 한국산 제품의 가격이 현지 제품보다 높은 편으로 비싸다는 인식이 있다.

라오스에서는 이국적인 소스의 인기가 높아지고 있으며 특히 중국의 '마라'를 사용한 구이용 소스, 샐러드용 소스를 온라인 유통채널 및 식당에서 손쉽게 찾아볼 수 있다. Tony Mix Sauce, Ping Zing Seap Kao Riao 등 다양한 브랜드에서 마라 소스를 출시했다.

최근 라오스 소비자의 건강에 대한 관심이 높아지며 현지 소스 브랜드에서도 저염, 저당, 천연 제품을 출시한다. 태국 소스 브랜드 Good Life에서는 라오스에서 저나트륨 피시소스, 굴소스, 칠리소스 등을 출시했으며 일반 제품 대비 나트륨 40% 감소, 무설탕, 포화지방 감소 등 제품의 건강한 성분을 강조한다.

		
Good Life 저나트륨 피시소스	Tony Mix Sauce의 마라소스	한국산 돼지불고기 양념

*출처: Shopping-d, 한국농수산물유통공사

▶ 출처

2023.03.23. 해외시장동향, 라오스, 조미료 시장 지속 성장, 한국농수산물유통공사

2021.06.23. 해외시장동향, 라오스 소스 시장 현황, 한국농수산물유통공사

Korean food, health products eye market niche in Laos, Vientiane Times

■ 3.2 | 소비트렌드

① 물가 상승으로 식품 소비 패턴 변화

국제통화기금(IMF)에 따르면 라오스의 2023년 말 물가 상승률은 24%를 기록해 동남아시아 국가 중 가장 높은 수준으로 나타났다. 2023년 5월 미얀마의 평균 가계 소득은 전년 동월 대비 11.5% 증가했으나, 동기간 연간 인플레이션은 36%에 달했고, 전체 미얀마 가구의 54%는 소득의 변동이 없거나 오히려 감소한 것으로 나타났다. 이렇듯 미얀마인의 소득 수준이 물가 상승률을 따라가지 못하면서 소비자의 구매력은 더욱 감소하고 있다.

라오스는 내수 식품 소비의 대부분을 수입에 의존하고 있는데, 경제 불황에 따른 환율 불안정으로 라오스 소비자의 식품 소비에 부담이 늘어난 것으로 나타났다. 라오스 통계청에 따르면 2023년 7월 소비자 물가 상승률은 전년 대비 37.8% 증가한 것으로 나타났는데, 주로 식품 및 비알코올 음료 부문에서 기인한 것으로 분석되었다.

물가 상승으로 재정적 부담이 가해지자 라오스의 많은 소비자는 외식 빈도를 크게 줄이고 집에서 직접 요리해 먹는 방식을 선택하고 있다. 식당이나 시장에서 판매하는 음식 가격이 식자재 가격 상승으로 급등한 것 역시 외식 감소에 영향을 미쳤다.

더 나아가 라오스 소비자는 가정 내 조리용 식재료 구매시에도 이전보다 더 저렴한 식품을 구매하고 있고, 식품의 구매량 자체를 줄이는 행태를 보인다. 또한 커피와 같이 기호식품에 해당하는 식료품의 소비를 줄이고 있다. 또한 식재료 비용 부담을 줄이기 위해 집에서 직접 채소류를 재배해 먹는 소비자도 늘어나는 추세이다. 특히 라오스에서 주식(主食)으로 소비되는 카사바를 직접 재배해 먹는 소비자가 증가하고 있는데, 저소득층 소비자의 약 42%는 카사바를 직접 재배해 소비하는 것으로 나타났다.

▶ 출처

Food Prices Affect Families in Laos Despite Easing Inflation, The Laotian Times

ເຖິງແມ່ນວ່າ ອັດຕາເງິນເຟີ້ ໄດ້ຫຼຸດລົງຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ ແຕ່ປະຊາຊົນລາວ ຍັງປະເຊີນກັບຄ່າຄອງຊີບ ທີ່ສູງຂຶ້ນນັບມື້, VOA

Lao Government Launches Detailed Plan to Tackle Inflation, Stabilize Currency by Year-End, The Laotian Times

Sustained Inflation in Laos Forces Shift in Employment Patterns, Hits Low-Income Families Hardest: World Bank Reveals, The Laotian Times

Inflation Changes Work Patterns in Laos and Hits Poor Hardest, World Bank Group

Lao households struggle to survive amid high inflation, Bangkok Post

② 플라스틱 폐기물 감축을 위한 식품업계의 노력

경제 성장 및 도시화로 라오스의 폐기물 발생량이 급격하게 증가하고 있다. 2020년 라오스의 수도 비엔티안에서는 35만 톤의 폐기물이 배출되었으며, 2035년에는 라오스의 연간 폐기물 발생량이 140만 톤으로 증가할 것으로 전망되고 있다. 2020년 발생한 폐기물 중 20%가 플라스틱 폐기물로 집계되었는데, 플라스틱 폐기물에서 배출된 미세 플라스틱과 유독가스가 환경오염을 야기하며 플라스틱 폐기물 처리 및 재활용에 대한 필요성이 사회적으로 대두되고 있다.

라오스에서 배출되는 플라스틱 폐기물의 95%는 일회용품으로, 주로 레스토랑, 바, 카페 등 외식 매장에서 발생한 것으로 나타났다. 최근 플라스틱 포장재 사용이 환경에 미치는 영향에 대한 인식이 향상되며 라오스 외식업계에서는 플라스틱 포장용기를 사용하지 않으려는 추세를 보이고 있다. 또한 라오스의 환경보호단체인 플라스틱프리 라오스(Plastic Free Laos)는 일회용품을 사용하지 않는 외식 매장에 인증마크를 부여하는 제도를 시행하며 외식업계의 참여를 촉진하고자 한다. 일회용품 미사용 인증매장 제도는 현재 비엔티안, 방비엥, 루앙프라방을 중심으로 시행되고 있으며, The Greenhouse, Miru Tea, Ratio Coffee와 같은 식당 및 카페에서 해당 인증을 받은 것으로 나타났다. 이 외에도 라오스 음식 배달 애플리케이션인 Go Teddy는 유엔개발계획(UNDP)과 협력해 소비자에게 친환경 포장 옵션을 제공하는 #ECOSAFE 프로젝트를 2021년부터 시행하고 있다. 2021년 2월 출시된 친환경 포장재 옵션 이용률은 출시 후 1달 만에 86.5% 증가하였고, 이후 78개의 레스토랑이 신규 파트너로 협력했다.



*출처: Plastic Free Laos

▶ 출처

Plastic Free Laos Label where hospitality meets sustainability, Plastic Free Laos Label
 How the tourism and hospitality industry are challenging plastic waste in Laos, Swisscontact
 Reducing plastic waste to get "clean and green" in Lao PDR, World Bank Blogs
 Lao PDR's struggle in managing solid and plastic waste, Plastic Free Laos Label
 #GOECO-friendly food packaging. UNDP

③ K-디저트 인지도 증가

라오스의 디저트는 쌀, 찹쌀, 쌀가루를 주재료로 하며 만든 것이 주를 이루며, 라오스에서는 한국과 유사하게 디저트를 후식이나 식사 대용, 행사용 간식, 축하 선물 등의 다양한 용도로 소비한다. 글로벌 시장조사기관 스탯이스타(Statista)에 따르면, 2023년 라오스의 디저트(Preserved Pastry Goods & Cakes) 시장규모는 8,564만 달러로 2019년 이후 연평균 8.3% 증가하였으며, 2024년 이후 연평균 7.4%의 성장률로 2028년에는 1억 2,630만 달러에 달한 전망이다.

라오스 상공부에 따르면 라오스의 수입 디저트 시장은 빠르게 성장하는 추세로, 2022년 디저트 수입액은 2013년 대비 약 3배 증가한 3,145만 달러로 나타났다. 이 중 라오스와 지리적으로 인접한 태국산 디저트 수입 비중이 76.7%에 달하고, 뒤이어 중국 16.4%, 베트남 5.6% 순으로 나타났다. 그러나 최근 SNS를 통해 다양한 해외 디저트에 대한 관심이 높아지고 있어, 태국, 중국, 베트남 등 기존 주력 수입국 외에도 다양한 해외 디저트가 유입되며 디저트 수입시장이 성장하는 추세이다.

또한 한류 인기로 힘입어 라오스 내 K-푸드의 인지도가 증가하고 있으며, 한국 식품에 대한 선호 증가로 K-디저트에 대한 관심도 높아지고 있다. 한국의 디저트는 쌀을 주재료로 만드는 라오스 디저트와 유사성이 높아 현지 소비자가 거부감 없이 시도할 수 있으며, 맛뿐만 아니라 식사 대용으로 먹을 수 있는 건강 간식이라는 점에서 호응도가 높은 것으로 나타났다. 또한 한국 카페, 베이커리 프랜차이즈가 라오스에 적극적으로 진출해 한국의 달콤한 디저트를 적극적으로 알리면서 한국식 디저트에 대한 인지도가 증가하는 추세이다. 현지 소비자는 한국 디저트에 대해 모양이 예쁘고 맛이 달콤하고 고소하며, 팔이나 식용 꽃 같은 독특하고 이색적인 재료를 사용해 경쟁력이 있다고 평가하는 것으로 나타났다. 또한 한국 디저트는 맛이 좋을 뿐만 아니라 유기농과 같은 건강한 재료를 사용해 만들어 고품질로 인식되고 있다.

▶ 출처

[Global Hospitality] K-푸드 인기지역 라오스, K-디저트에도 관심 보여, Hotel&Restaurant
[르포] 순하리 소주 마시고, 신라면으로 해장... K푸드 성지 된 라오스, 뉴데일리경제
파리바게뜨·뚜레쥬르, 동남아 시장 베이커리 사업 확장 박차, 여성소비자신문
한국 디저트 세계와 통하다, metro

④ 라오스 결제 방식의 디지털화

인구의 약 70%는 은행 계좌를 보유하지 않고, 인터넷 보급률이 43%(2020년 기준)에 불과해 결제 인프라가 부족한 라오스에서는 현금 위주의 결제 방식이 이용되었다. 그러나 코로나19 이후 동남아시아의 많은 국가에서 결제 방식의 디지털화를 위한 정책을 시행하면서, 전자상거래와 금융 서비스가 빠르게 성장했다. 이러한 추세에 발맞춰 라오스 중앙은행은 2020년 일본 핀테크 기업 SORAMITSU와 협력하여 캄보디아 최초의 디지털 통화인 바콩(Bakong)을 출시했다. 해당 디지털 통화는 출시 이후 약 850만 명의 사용자를 확보했으며, 약 150억 달러의 거래량을 기록했다. 해당 디지털 통화를 통해 캄보디아 사용자는 캄보디아 외 다른 국가에서도 QR 디지털 결제 방식을 사용할 수 있게 되었다. 최근 비현금 결제수단의 등장과 라오스 내 디지털 결제 방식의 이용률 증가로 디지털 경제 시장은 지속적으로 성장하는 추세이다. 글로벌 시장조사기관 스탯ISTA(Statista)에 따르면 라오스의 디지털 결제 시장은 2023년 20억 978만 달러로 집계되었으며, 2028년까지 연평균 21.5%의 성장률을 보일 것으로 예상된다.

비현금 결제방식의 도입으로 라오스 외식업계에서도 QR코드를 사용한 결제 방식을 채택하며 소비자의 결제 편의를 높이고 있다. 라오스 IT기업 Discover Laos에서 운영하는 음식 배달 서비스 Discover Laos Food에서는 라오스에서 보편적으로 사용되는 BCEL Onepay의 QR 코드를 사용할 수 있는 결제 옵션을 제공하고 있다. 또한 BCEL Onepay는 2020년 비엔티안에서 개최된 라오스 음식 축제에 참여해 참여한 식음료 매장에 Onepay QR코드를 설치해 디지털 결제를 선호하는 현지 소비자 및 관광객에게 좋은 평가를 받았다. 라오스의 The Lao Cafe, PhaKhao Lao 등 식당, 카페에서도 적극적으로 QR 코드 결제를 도입하고 있으며 소비자에게 지갑을 휴대하지 않고도 간편하게 결제가 가능하다고 홍보하고 있다.

	
The Lao Cafe의 QR코드	PhaKhao Lao의 QR코드

▶ 출처

Laos Launches Digital Currency Trial, ASEAN Briefing

Laos Conducts Trial of Digital Kip And Launches QR Payment with Cambodian Bank, The Laotian Times
Digital 2023 Report on Laos Released: Internet, Mobile, and Social Media, The Laotian Times

Currency and payments in Laos: Everything you need to know, Saigon Tourism

Discover Laos Today Launches Discover Laos Food, Discover Laos

BCEL Participated in Lao Food Festival and introduced Cash Less Payment "be Full and Satisfied with OnePay " At Anouvong Park, Vientiane, dated on 28th January 2020, BCEL

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입요건 파악	· 수출 품목에 대한 라오스의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악	국내 수출업체
수출신고 및 운송수단 선적	· 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 전자적으로 세관에 제반서류 제출 · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수리된 날로부터 30일 내에 운송수단에 선적 완료	국내 수출업체
사전수입신고	· 신속한 통관을 위해 라오스 수입업체는 물품 도착 7일 전 사전수입 신고 진행 가능	라오스 수입업체
수입신고	· 수입신고서 및 제반서류를 라오스 세관에 제출 · 제출서류: ①수입신고서(ACDD Form) ②상업송장 및 물품매매계약서 ③선하증권 또는 항공화물운송장 ④포장명세서 ⑤원산지증명서(필요 시) 등	라오스 수입업체
수입검사	· 세관 시스템에 의해 위험도에 따라 통관채널 분류 후 수입검사 실시 - ①녹색 라인: 수입물품에 대한 검사 없이 통관 - ②청색 라인: 물품검사는 생략되지만, 이후 통관 절차에 있어 세관의 통제를 받음 - ③황색 라인: 서류심사 대상으로 분류되며, 심사결과 불일치 내용 등이 없는 경우 통관할 수 있음 - ④적색 라인: 물품검사 대상이며, 검사 결과 불일치 내용이 없는 경우 통관할 수 있음 · 농산물, 축산물, 일반 식품별 유관기관에서 식품 수입허가증 발급 필요 - ①농산물: 농림부 산하 농업국 - ②축산물: 농림부 산하 가축수산물국 - ③일반 식품: 보건부 산하 식품의약국	라오스 수입업체
관세 납부 및 반출	· 관세 납부 후 물품 반출 가능	라오스 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출 통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

품목별 수입요건 파악	● 수출 품목에 대한 라오스 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 · 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함
원산지증명서 발급	● 라오스 수출 시 한-아세안 FTA 협정을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요 · FTA 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수 · 대한상공회의소 및 세관을 통해 수출물품의 선적이 완료되기 전까지 기관발급을 신청해야 하며, 선적일로부터 3영업일 이내에 신청한 경우 선적 완료 전 발급 신청한 것으로 간주함

▶ 국내 수출통관 절차

수출신고	● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수 · 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음 · 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행 <수출신고 수리 유형> <table border="1"> <tr> <td>· 서류 심사 후 수리</td><td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td></tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td><td>우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td></tr> <tr> <td>· 자동 수리</td><td>세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td></tr> </table> · 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함 · 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						
수출검역	● 라오스 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요 · 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함 <수출검역 신청 시 제출 서류> <table border="1"> <tr> <td>식물검역</td><td> ①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우) </td></tr> </table>	식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)				
식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)						

	수출물검역 ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) · 수출검역은 수출 상대국의 검역요건 적합 여부를 검사함 · 수출식물검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출축산물검역의 경우 검역시행장으로 지정된 장소에서 진행됨 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음
운송수단 선적	● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요 · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

② 라오스 수입제도 및 통관·검역 절차

▶ 라오스 수입통관·검역 절차

사전수입신고	● 신속한 수입통관 절차를 위해 라오스 수입업체는 사전수입신고 진행 가능 · 수입 통관 절차를 용이하게 하기 위해서 도착 전 수입 신고 및 물품 도착 전 7일 이내 신고가 가능 · 물품 도착 시 관세를 납부해야 함								
수입신고	● 라오스 수입업체는 물품 도착 통지일로부터 15일 이내 수입신고 진행 필요 · 수입신고서와 제반서류를 라오스 세관에 제출해야 함 <라오스 수입신고 제출서류> ①수입신고서(ACDD Form) ②상업송장 및 물품매매계약서 ③선하증권 또는 항공화물운송장 ④포장명세서 ⑤원산지증명서(필요 시) 등								
수입검사	● 라오스 세관은 수입 신고된 물품의 세관 시스템(Asycuda)에 의해 분류된 물품에 수입검사 진행 · 물품 위험도에 따라 4가지 방식으로 통관채널을 분류하며, 유형별 검사 내용이 상이함 <물품검사 유형> <table> <tr> <td>· 녹색 라인</td><td>수입물품에 대한 검사 없이 통관</td></tr> <tr> <td>· 청색 라인</td><td>물품검사는 생략되지만, 이후 통관 절차에 있어 세관의 통제를 받음</td></tr> <tr> <td>· 황색 라인</td><td>서류심사 대상으로 분류되며, 심사결과 불일치 내용 등이 없는 경우 통관할 수 있음</td></tr> <tr> <td>· 적색 라인</td><td>물품검사 대상이며, 검사 결과 불일치 내용이 없는 경우 통관할 수 있음</td></tr> </table>	· 녹색 라인	수입물품에 대한 검사 없이 통관	· 청색 라인	물품검사는 생략되지만, 이후 통관 절차에 있어 세관의 통제를 받음	· 황색 라인	서류심사 대상으로 분류되며, 심사결과 불일치 내용 등이 없는 경우 통관할 수 있음	· 적색 라인	물품검사 대상이며, 검사 결과 불일치 내용이 없는 경우 통관할 수 있음
· 녹색 라인	수입물품에 대한 검사 없이 통관								
· 청색 라인	물품검사는 생략되지만, 이후 통관 절차에 있어 세관의 통제를 받음								
· 황색 라인	서류심사 대상으로 분류되며, 심사결과 불일치 내용 등이 없는 경우 통관할 수 있음								
· 적색 라인	물품검사 대상이며, 검사 결과 불일치 내용이 없는 경우 통관할 수 있음								

	· 또한, 라오스 농림부는 농산물 및 축산물, 식품에 대한 검역을 실시하고 있으며, 품목별로 관할기관 및 부서가 상이함 · 라오스의 농식품 검역은 수입 전 농림부 산하의 식물검역국, 가축수산물 또는 보건부 산하 식품국 등에서 수입허가증(Import Permit)을 발급받아야 함 <라오스 품목별 수입검역 관할기관> <table> <tr> <td>일반 농산물 (과일, 채소, 식물, 종자 등)</td><td>농림부 산하 농업국 (Department of Agriculture)</td></tr> <tr> <td>축산물</td><td>농림부 산하 가축수산물국 (Department of Livestock and Fisheries)</td></tr> <tr> <td>수산물</td><td>농림부 산하 가축수산물국 (Department of Livestock and Fisheries)</td></tr> <tr> <td>식품</td><td>보건부 산하 식품의약국 (Department of Food and drug)</td></tr> </table>	일반 농산물 (과일, 채소, 식물, 종자 등)	농림부 산하 농업국 (Department of Agriculture)	축산물	농림부 산하 가축수산물국 (Department of Livestock and Fisheries)	수산물	농림부 산하 가축수산물국 (Department of Livestock and Fisheries)	식품	보건부 산하 식품의약국 (Department of Food and drug)
일반 농산물 (과일, 채소, 식물, 종자 등)	농림부 산하 농업국 (Department of Agriculture)								
축산물	농림부 산하 가축수산물국 (Department of Livestock and Fisheries)								
수산물	농림부 산하 가축수산물국 (Department of Livestock and Fisheries)								
식품	보건부 산하 식품의약국 (Department of Food and drug)								
관세납부 및 물품 반출	● 관세 납부 후 물품 반출 가능 · 수입신고 서류에 대한 심사 후 수입신고 수리되면 관세를 납부하여야 하며, 주요 세관의 경우 은행을 통해 관세 등 납부 후 영수증을 세관에 제출하면 되나, 기타 소규모 세관의 경우 세관에 직접 현금을 납부해야 함								

■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

수출 가능 및 불가능한 품목은 유관기관 홈페이지에서 확인 가능

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

<https://laotradeportal.gov.la/lo-la>

4.3.2 수출불가능품목

수출 가능 및 불가능한 품목은 유관기관 홈페이지에서 확인 가능

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

<https://laotradeportal.gov.la/lo-la>

5.1 라벨링 제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 성분목록 · 알레르기 항원	· 순중량 · 식품 사업자 정보 · 영양성분	· 유통기한 · 사용방법
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	- 기본 언어는 라오스로 표기하되, 영어 혹은 수출 국가의 언어와 혼용하여 표기 가능 - 라오스어 라벨을 쉽게 인지할 수 있도록 뚜렷한 색상과 크기를 적용해야 함	
	제품명	식품의 본질적이고 일반적인 성질을 반영하는 명칭으로 표시	
	성분목록	- 식품첨가물을 포함하여 식품에 사용된 모든 원재료의 함량을 중량을 기준으로 내림차순 표시 - 두 가지 이상의 원재료로 구성된 복합원재료가 사용된 경우, 복합 원재료를 구성하는 성분을 중량을 기준으로 함께 내림차순 표시 - 식품첨가물의 경우 구체적인 명칭과 기능을 함께 표시	
	알레르기 항원	- 알레르기 항원으로 지정된 성분을 포함하고 있는 경우, 해당 사실을 반드시 표시 - 알레르기 항원: 글루텐을 포함한 곡물, 갑각류, 계란, 어류, 땅콩 및 대두, 우유, 나무견과류, 10mg/kg 이상의 아황산염	
	순중량	- 국제단위계를 사용하여 식품의 순중량 표시 - 액상식품은 부피, 고형식품은 중량, 반고형식품은 부피 또는 중량으로 표시 가능 - 여러 소포장식품으로 구성된 식품의 경우, 소포장식품의 수량을 함께 표시	
	식품 사업자 정보	- 라오스에서 제조된 식품은 식품 제조업체를, 수입된 식품은 수입업체의 정보를 표시 - 식품업체의 이름 및 주소 표시	
	영양성분	- 열량, 단백질, 지방, 탄수화물의 함량을 표시 100g/ml 또는 식품의 1회 제공량을 기준으로 표시	
	유통기한	식품의 유통기한을 일/월/연도 순으로 표시	
	사용방법	식품을 보관하거나 섭취하는데 특수한 조건이 요구되는 경우, 해당 조건을 라벨에 표시	

*출처: 라오스 식품 라벨링 규정(No. 519/MoH Vientiane Capital, date 18 March 2009: REGULATION ON LABELING OF PREPACKAGED FOOD)

5.1.2 라벨링 예시

정보원에서 제공하지 않음

■ 5.2 | 인증제도

정보원에서 제공하지 않음

■ 5.3 | 통관거부사례

정보원에서 제공하지 않음

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

정보원에서 제공하지 않음