

2024 농식품 국가정보조사 베트남

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 베트남 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)	105,758,975명, 전 세계 16위
민족구성 (2019년 추정치)	깡족(비엣족) 85.3%, 타이족 1.9%, 타이족 1.9%, 므엥족 1.5%, 크메르족 1.4%, 므엥족 1.4%, 농족 1.1%, 기타 5.5%
언어	베트남어(표준어), 영어, 프랑스어, 중국어, 크메르어, 산악지역 언어(몬크메르어, 말레이폴리네시아어)
종교 (2019년 추정치)	가톨릭 6.1%, 불교 5.8%, 개신교 1%, 기타 0.8%, 무교 86.3%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 23.2% (남성 12,953,719명/여성 11,579,690명) 15~64세: 68.5% (남성 36,591,845명/여성 35,887,201명) 65세 이상: 8.3% (2024년 추정) (남성 3,563,611명/여성 5,182,909명)
중위연령 (2024년 추정치)	전체: 33.1세, 전 세계 113위 남성: 32.0세 여성: 34.2세

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.2 경제지표

실질GDP (2021년 달러 기준)	\$1.354조 (2023년 추정치), 전 세계 23위 \$1.289조 (2022년 추정치) \$1.192조 (2021년 추정치)
실질GDP 성장률	5.05% (2023년 추정치), 전 세계 54위 8.12% (2022년 추정치) 2.55% (2021년 추정치)
1인당 실질GDP (2017년 달러 기준)	\$13,700(2023년 추정치), 전 세계 130위 \$13,700 (2022년 추정치) \$12,200 (2021년 추정치.)

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	12.00% (2023년 추정치)
주요 생산품	쌀, 채소, 사탕수수, 카사바, 옥수수, 돼지고기, 과일, 바나나, 커피, 코코넛 등

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.4 FTA 체결현황

<FTA 체결현황>

구분		내용
베트남의 체결현황 ¹⁾	기체결(발효)	ASEAN, 중국, 일본, 홍콩, 한국, 인도, 호주, 뉴질랜드, 홍콩, RCEP, AFTA, 칠레, CPTPP, EU, EAEU, 일본, 한국, 영국, RCEP
우리나라와의 체결현황 ²⁾	발효	한-베트남 FTA, 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

베트남 식품 시장은 2019년 640억 달러에서 연평균 7.4% 성장하여, 2023년 851억 달러로 증가했다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2019년 120억 달러에서 연평균 6.4% 성장하여, 2023년 154억 달러로 증가했다. 2023년 베이커리 및 곡물류 시장규모는 전체 식품 시장의 18.1%를 차지했다.

수산물

수산물 시장규모는 2019년 86억 달러에서 연평균 6.8% 성장하여, 2023년 111억 달러로 증가했다. 2023년 수산물 시장규모는 전체 식품 시장의 13.1%를 차지했다.

채소류

채소류 시장규모는 2019년 81억 달러에서 연평균 8.1% 성장하여, 2023년 110억 달러로 증가했다. 2023년 채소류 시장규모는 전체 식품 시장의 12.9%를 차지했다.

<베트남 품목별 식품 시장규모(2019~2023)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	64.0	69.4	73.9	79.2	85.1	100.0	7.4	7.4
베이커리 및 곡물류	12.0	13.1	13.9	14.6	15.4	18.1	5.3	6.4
수산물	8.6	9.2	9.7	10.3	11.1	13.1	7.6	6.8
채소류	8.1	8.8	9.4	10.2	11.0	12.9	8.2	8.1
육류	7.1	7.7	8.3	9.1	10.0	11.7	9.5	8.9
낙농품	5.8	6.3	6.7	7.2	7.9	9.2	8.6	8.1
과일 및 견과류	5.7	6.2	6.7	7.2	7.7	9.1	7.5	7.7
편의식품	4.2	4.6	4.9	5.3	5.7	6.7	7.2	7.6
스낵류	3.8	4.1	4.3	4.7	5.0	5.9	7.1	7.2
스프레드 및 당류	3.9	4.1	4.3	4.5	4.8	5.6	6.4	5.4
소스 및 향신료	2.0	2.1	2.3	2.4	2.6	3.1	7.4	7.4
영유아식품	1.7	1.9	2.0	2.1	2.3	2.7	7.5	7.4
유지류	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.8	5.4	6.4
펫푸드	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	8.8

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

2023년 베트남의 1인당 식품 소비액은 2019년 약 669달러에서 연평균 6.5% 증가한 861달러로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비액은 2019년 1인당 약 126달러에서 연평균 5.5% 증가한 약 156달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 18.1%를 차지했다.

수산물

2023년 수산물 소비액은 2019년 1인당 약 89달러에서 연평균 5.9% 증가한 약 112달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 13.1%를 차지했다.

채소류

2023년 채소류 소비액은 2019년 1인당 약 84달러에서 연평균 7.3% 증가한 약 111달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 12.9%를 차지했다.

<베트남 품목별 1인당 식품 소비액(2019~2023)>

(단위: 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	668.6	718.3	757.8	806.9	860.5	100.0	6.6	6.5
베이커리 및 곡물류	125.6	135.3	142.9	149.1	155.8	18.1	4.5	5.5
수산물	89.2	95.3	99.9	105.2	112.4	13.1	6.8	5.9
채소류	84.0	90.7	96.0	103.4	111.2	12.9	7.5	7.3
육류	73.8	79.9	84.9	92.7	100.7	11.7	8.7	8.1
낙농품	60.2	65.0	68.8	73.8	79.5	9.2	7.8	7.2
과일 및 견과류	59.8	64.6	68.3	73.1	78.1	9.1	6.8	6.9
편의식품	44.3	47.9	50.7	54.0	57.4	6.7	6.4	6.7
스낵류	39.4	42.0	44.2	47.6	50.6	5.9	6.4	6.4
스프레드 및 당류	40.6	42.4	43.8	45.9	48.5	5.6	5.6	4.5
소스 및 향신료	20.4	22.0	23.2	24.8	26.4	3.1	6.7	6.7
영유아식품	18.1	19.2	20.5	21.8	23.3	2.7	6.7	6.6
유지류	12.6	13.5	14.3	14.9	15.7	1.8	5.0	5.6
펫푸드	0.5	0.6	0.6	0.7	0.7	0.1	8.8	8.7

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

2023년 베트남의 1인당 식품 소비량은 2019년 약 286kg에서 연평균 2.6% 증가한 약 317kg으로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비량은 2019년 1인당 약 101kg에서 연평균 1.4% 증가한 약 107kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 33.6%를 차지했다.

채소류

2023년 채소류 소비량은 2019년 1인당 약 69kg에서 연평균 3.7% 증가한 약 80kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 25.2%를 차지했다.

낙농품

2023년 낙농품 소비량은 2019년 1인당 약 28kg에서 연평균 3.9% 증가한 약 33kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 10.2%를 차지했다.

<베트남 품목별 1인당 식품 소비량(2019~2023)>

(단위: kg, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	286.1	291.9	299.5	307.4	317.3	100.0	3.2	2.6
베이커리 및 곡물류	101.0	102.3	104.0	105.0	106.7	33.6	1.6	1.4
채소류	69.2	70.8	73.6	76.6	80.0	25.2	4.5	3.7
낙농품	27.8	28.8	29.8	31.0	32.5	10.2	4.9	3.9
과일 및 견과류	27.0	27.8	28.7	29.7	30.9	9.7	4.0	3.4
스프레드 및 당류	15.2	15.1	15.0	15.1	15.4	4.9	1.7	0.3
육류	12.3	12.9	13.6	14.2	14.9	4.7	4.6	5.0
편의식품	9.1	9.2	9.4	9.7	9.9	3.1	3.0	2.3
수산물	8.1	8.2	8.4	8.5	8.8	2.8	3.6	2.2
스낵류	6.6	6.6	6.7	6.9	7.1	2.2	3.0	2.1
소스 및 향신료	6.3	6.4	6.6	6.7	7.0	2.2	3.4	2.6
유지류	2.3	2.3	2.4	2.4	2.4	0.8	1.7	1.5
영유아식품	1.1	1.1	1.2	1.2	1.3	0.4	5.7	5.0
펫푸드	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4	0.1	5.1	6.4

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

베트남 식품 시장규모는 2023년 이후 연평균 7.9% 성장하여, 2027년 1,152억 달러에 달할 전망이다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2023년 이후 연평균 6.1% 성장하여, 2027년 195억 달러에 달할 전망이다.

수산물

수산물 시장규모는 2023년 이후 연평균 8.8% 성장하여, 2027년 154억 에 달할 전망이다.

채소류

채소류 시장규모는 2023년 이후 연평균 10.4% 성장하여, 2027년 148억 달러에 달할 전망이다.

<베트남 품목별 식품 시장규모 전망(2023~2027)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	85.1	92.8	100.1	107.9	115.2	100.0	6.8	7.9
베이커리 및 곡물류	15.4	16.5	17.5	18.6	19.5	17.0	5.2	6.1
수산물	11.0	12.1	13.2	14.4	15.4	13.4	7.0	8.8
채소류	10.0	11.1	12.3	13.5	14.8	12.9	9.9	10.4
육류	11.1	12.1	13.0	13.8	14.7	12.7	5.9	7.2
낙농품	7.7	8.5	9.2	10.0	10.6	9.2	6.6	8.3
과일 및 견과류	7.9	8.5	9.2	9.9	10.6	9.2	7.3	7.7
편의식품	5.7	6.2	6.7	7.3	7.8	6.7	6.6	8.1
스낵류	5.0	5.5	6.1	6.6	7.1	6.1	7.5	9.0
스프레드 및 당류	4.8	5.1	5.4	5.8	6.0	5.2	4.9	5.9
소스 및 향신료	2.6	2.9	3.1	3.3	3.6	3.1	6.9	8.1
영유아식품	2.3	2.5	2.6	2.8	3.0	2.6	6.5	6.5
유지류	1.6	1.7	1.8	2.0	2.1	1.8	6.1	7.9
펫푸드	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	9.3

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2022년(최신자료) 베트남의 식품 수출액은 약 242억 8,213만 달러로 전년 대비 7.3% 증가했다. 최근 5년간 수출액은 2018년 약 206억 9,630만 달러에서 연평균 4.1% 증가했다.

對한국 수출

한국으로의 식품 수출 비중은 4.3%로, 수출 상위 5위에 위치한다. 2022년 수출액은 전년 대비 27.2% 증가한 약 10억 4,330만 달러로 집계되었다. 한국으로의 식품 수출액은 2018년 이후 연평균 9.8% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수출국

중국으로의 식품 수출 비중은 20.4%로, 2022년 수출액은 전년 대비 7.8% 감소한 약 49억 6,305만 달러로 집계되었다. 중국으로의 식품 수출액은 2018년 이후 연평균 3.4% 감소하는 추세를 보인다.

미국으로의 식품 수출 비중은 12.6%로, 2022년 수출액은 전년 대비 2.7% 감소한 약 30억 6,709만 달러로 집계되었다. 미국으로의 식품 수출액은 2018년 이후 연평균 2.9% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 필리핀(8.4%), 일본(6.0%), 독일(3.7%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<베트남 수출국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	20,696,299	20,101,665	20,300,692	22,638,589	24,282,131	100.0	7.3	4.1
1 중국	5,696,498	5,169,165	4,728,127	5,384,514	4,963,053	20.4	-7.8	-3.4
2 미국	2,730,488	2,464,338	2,852,146	3,151,686	3,067,088	12.6	-2.7	2.9
3 필리핀	886,494	1,327,407	1,540,191	1,775,646	2,027,852	8.4	14.2	23.0
4 일본	1,038,153	1,131,058	1,145,485	1,227,078	1,462,997	6.0	19.2	9.0
5 한국	717,145	672,647	689,618	820,150	1,043,304	4.3	27.2	9.8
6 독일	756,573	688,607	670,825	799,893	887,781	3.7	11.0	4.1
7 네덜란드	693,235	627,519	675,882	692,796	839,160	3.5	21.1	4.9
8 태국	461,744	458,860	550,832	557,497	662,068	2.7	18.8	9.4
9 말레이시아	501,969	473,862	521,073	466,181	646,394	2.7	38.7	6.5
10 캄보디아	319,691	387,368	452,785	566,166	637,846	2.6	12.7	18.8

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

1.5.2 수출품목

개요

2022년(최신자료) 수출액 기준 **쌀(정미)**, **볶지않은커피**, **캐슈너트(탈각)**, **카사바전분**, **식용과실(기타)** 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수출품목

쌀(정미) 수출 비중은 12.0%로, 2022년 수출액은 전년 대비 9.7% 증가한 약 29억 1,766만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수출액은 연평균 4.3% 증가했다.

볶지않은커피 수출 비중은 11.6%로, 2022년 수출액은 전년 대비 37.0% 증가한 약 28억 2,276만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수출액은 연평균 0.1% 증가했다.

캐슈너트(탈각) 수출 비중은 10.3%로, 2022년 수출액은 전년 대비 18.7% 감소한 약 25억 1,262만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수출액은 연평균 26.7% 감소했다.

카사바전분 수출 비중은 4.9%로, 2022년 수출액은 전년 대비 24.7% 증가한 약 11억 7,939만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수출액은 연평균 10.3% 증가했다.

식용과실(기타) 수출 비중은 3.5%로, 2022년 수출액은 전년 대비 34.8% 감소한 약 8억 4,271만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수출액은 연평균 14.3% 감소했다.

이 밖에도, **견과류·씨(기타)(2.9%)**, **후추(기타)(2.9%)**, **커피농축물(1.8%)** 등을 수출했다.

<베트남 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	20,696,299	20,101,665	20,300,692	22,638,589	24,282,131	100.0	7.3	4.1
1 쌀(정미)	2,461,880	2,163,697	2,360,612	2,660,782	2,917,660	12.0	9.7	4.3
2 볶지않은커피	2,811,711	2,135,113	1,886,972	2,060,092	2,822,756	11.6	37.0	0.1
3 캐슈너트(탈각)	3,128,961	2,941,542	2,843,195	3,088,963	2,512,621	10.3	-18.7	-5.3
4 카사바전분	795,504	870,353	865,542	945,609	1,179,389	4.9	24.7	10.3
5 식용과실(기타)	1,563,283	1,549,394	1,341,076	1,292,215	842,705	3.5	-34.8	-14.3
6 견과류·씨(기타)	264,993	424,664	495,077	688,527	712,781	2.9	3.5	28.1
7 후추(기타)	602,448	566,099	510,855	728,187	710,828	2.9	-2.4	4.2
8 커피 농축물	353,773	374,156	388,194	377,409	426,961	1.8	13.1	4.8
9 조제식료품	153,942	201,438	252,598	332,058	416,021	1.7	25.3	28.2
10 바나나(기타)	103,763	175,243	161,716	230,207	307,170	1.3	33.4	31.2

*주: HS CODE(1006.30, 0901.11, 0801.32, 1108.14, 0810.90, 2008.19, 0904.11, 2101.11, 2106.90, 0803.90)

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

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

2022년(최신자료) 베트남의 식품 수입액은 약 330억 6,915만 달러로 2021년 대비 11.1% 증가했다. 최근 5년간 수입액은 2018년 약 210억 7,707만 달러에서 연평균 11.9% 증가했다.

對한국 수입

한국에서의 식품 수입 비중은 1.6%로, 2022년 수입액은 전년 대비 25.6% 증가한 약 5억 2,381만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수입액은 연평균 16.5% 증가했다.

주요 수입국

아르헨티나에서의 식품 수입 비중은 11.8%로, 2022년 수입액은 전년 대비 9.9% 증가한 약 39억 1,406만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수입액은 연평균 13.5% 증가했다.

미국에서의 식품 수입 비중은 11.8%로, 2022년 수입액은 전년 대비 0.7% 증가한 약 39억 58만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수입액은 연평균 0.8% 감소했다.

이 밖에도, 브라질(10.7%), 호주(10.3%), 캄보디아(8.8%) 등에서 식품을 수입한다.

<베트남 수입국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	21,077,065	21,035,821	21,732,592	29,756,054	33,069,154	100.0	11.1	11.9
1 아르헨티나	2,360,809	3,138,039	3,278,199	3,562,387	3,914,058	11.8	9.9	13.5
2 미국	4,035,685	3,684,638	3,591,617	3,872,544	3,900,583	11.8	0.7	-0.8
3 브라질	1,666,928	1,864,274	2,133,559	2,689,784	3,525,579	10.7	31.1	20.6
4 호주	1,305,524	1,234,794	1,203,658	2,652,059	3,403,812	10.3	28.3	27.1
5 캄보디아	617,976	571,932	598,312	2,941,630	2,894,498	8.8	-1.6	47.1
6 중국	1,473,450	1,484,440	1,273,936	1,559,732	2,290,001	6.9	46.8	11.7
7 인도네시아	732,095	728,713	991,905	1,548,037	1,980,810	6.0	28.0	28.3
8 인도	877,552	736,404	850,048	1,800,346	1,972,134	6.0	9.5	22.4
9 태국	1,298,107	1,300,683	1,503,863	1,137,487	1,062,304	3.2	-6.6	-4.9
10 말레이시아	567,394	629,433	611,485	861,617	910,762	2.8	5.7	12.6
:								
13 한국	284,508	352,526	368,810	416,998	523,813	1.6	25.6	16.5

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

1.6.2 수입품목

개요

2022년(최신자료) 수입액 기준 **옥수수(기타)**, **대두유 추출 유박**, **캐슈너트(미탈각)**, **밀(기타)**, **대두(기타)** 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수입품목

옥수수(기타) 수입 비중은 10.0%로, 2022년 수입액은 전년 대비 16.7% 증가한 약 33억 683만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수입액은 연평균 12.2% 증가했다.

대두유 추출 유박 수입 비중은 8.6%로, 2022년 수입액은 전년 대비 12.3% 증가한 약 28억 3,572만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수입액은 연평균 8.4% 증가했다.

캐슈너트(미탈각) 수입 비중은 7.0%로, 2022년 수입액은 전년 대비 36.5% 감소한 약 22억 9,909만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수입액은 연평균 24.4% 증가했다.

밀(기타) 수입 비중은 4.6%로, 2022년 수입액은 전년 대비 8.7% 증가한 약 15억 646만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수입액은 연평균 6.4% 증가했다.

대두(기타) 수입 비중은 3.9%로, 2022년 수입액은 전년 대비 7.9% 증가한 약 12억 7,470만 달러로 집계되었다. 2018년 이후 수입액은 연평균 13.4% 증가했다.

이 밖에도, **팜유(기타)(3.8%)**, **카사바(3.6%)**, **조제식료품(3.4%)** 등을 수입했다.

<베트남 수입품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	21,077,065	21,035,821	21,732,592	29,756,054	33,069,154	100.0	11.1	11.9
1 옥수수(기타)	2,085,299	2,288,632	2,382,111	2,833,050	3,306,832	10.0	16.7	12.2
2 대두유 추출 유박	2,054,226	1,845,242	1,925,724	2,525,448	2,835,717	8.6	12.3	8.4
3 캐슈너트(미탈각)	1,900,260	1,668,415	1,418,765	3,619,816	2,299,091	7.0	-36.5	4.9
4 밀(기타)	1,176,202	720,289	809,188	1,386,154	1,506,463	4.6	8.7	6.4
5 대두(기타)	771,016	686,059	772,103	1,181,837	1,274,699	3.9	7.9	13.4
6 팜유(기타)	541,439	530,770	694,470	1,043,392	1,260,845	3.8	20.8	23.5
7 카사바	236,845	194,175	162,513	543,357	1,175,864	3.6	116.4	49.3
8 조제식료품	586,243	798,919	795,842	942,112	1,137,012	3.4	20.7	18.0
9 냉동 쇠고기	217,970	316,978	418,639	514,460	747,962	2.3	45.4	36.1
10 박(양조,증류)	234,197	303,727	270,206	418,551	520,382	1.6	24.3	22.1

*주: HS CODE(1005.90, 2304.00, 0801.31, 1001.99, 1201.90, 1511.90, 0714.10, 2106.90, 0202.30, 2303.30)

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

1.7 | 對베트남 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2023년 한국산 식품의 對베트남 수출액은 약 8억 6,170만 달러로 2019년 약 6억 7,175만 달러에서 연평균 6.4% 증가했다.

농산물

농산물 수출 비중은 50.6%로, 2023년 수출액은 전년 대비 6.3% 감소한 약 4억 3,590만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 5.0%의 증가세를 보인다.

수산물

수산물 수출 비중은 28.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 12.1% 증가한 약 2억 4,131만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 11.2%의 증가세를 보인다.

축산물

축산물 수출 비중은 14.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 9.5% 감소한 약 1억 2,429만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 2.7%의 증가세를 보인다.

임산물

임산물 수출 비중은 7.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 2.2% 감소한 약 6,020만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 8.3%의 증가세를 보인다.

<한국산 對베트남 부문별 수출현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	671,747	652,523	752,628	879,462	861,697	100.0	-2.0	6.4
농산물	358,318	351,919	403,661	465,340	435,900	50.6	-6.3	5.0
수산물	157,764	151,301	177,115	215,167	241,307	28.0	12.1	11.2
축산물	111,916	110,641	105,258	137,388	124,295	14.4	-9.5	2.7
임산물	43,750	38,662	66,593	61,567	60,195	7.0	-2.2	8.3

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

1.7.2 수출품목

개요

2023년 한국의 베트남 주요 수출 품목은 수출액 기준 **조제식료품(기타), 미절단 냉동 닭고기, 기타 무알코올 음료, 조미김, 라면** 등으로 나타난다.

2019년부터 2023년까지 연평균 수출성장률이 높은 품목에는 '변성 에틸알코올 (168.7%↑)'과 '조미김(81.6%↑)' 등이 있다.

주요 수출품목

조제식료품(기타) 수출 비중은 8.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 26.0% 증가한 약 7,263만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 30.2% 증가했다.

미절단 냉동 닭고기 수출 비중은 6.3%로, 2023년 수출액은 약 5,434만 달러로 전년 대비 7.8% 감소했다.

기타 무알코올 음료 수출 비중은 5.6%로, 2023년 수출액은 전년 대비 6.2% 감소한 약 4,860만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 11.1% 증가했다.

조미김 수출 비중은 3.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 48.9% 증가한 약 2,827만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 81.6% 증가했다.

라면 수출 비중은 2.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 12.3% 증가한 약 1,789만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 1.7% 감소했다.

<한국산 베트남 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	671,747	652,523	752,628	879,462	861,697	100.0	-2.0	6.4
1 조제식료품(기타)	25,311	35,022	46,180	57,651	72,628	8.4	26.0	30.2
2 미절단 냉동 닭고기	0	0	0	58,962	54,338	6.3	-7.8	-7.8
3 기타 무알코올 음료	31,868	31,475	34,427	51,804	48,602	5.6	-6.2	11.1
4 조미김	2,597	10,793	15,716	18,978	28,265	3.3	48.9	81.6
5 라면	19,160	16,854	17,068	15,925	17,892	2.1	12.3	-1.7
6 홍삼조제품	10,102	10,378	15,017	23,461	15,797	1.8	-32.7	11.8
7 조제분유	14,164	18,779	19,541	17,387	12,573	1.5	-27.7	-2.9
8 동물성 유지(기타)	6,227	6,001	6,514	8,412	12,027	1.4	43.0	17.9
9 변성 에틸알코올	222	11,026	16,935	16,860	11,575	1.3	-31.3	168.7
10 인삼음료	5,512	7,689	8,756	15,187	11,345	1.3	-25.3	0.2

*주: HS CODE(2106.90-9099, 0207.12-0000, 2202.99-9000, 2008.99-5010, 1902.30-1010, 2106.90-3029, 1901.10-1010, 1506.00-9000, 2207.20-0000, 2202.99-1000)

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

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 베트남 오프라인 유통채널 규모

개요

2023년 베트남의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2019년 1,149조 4,785억 동에서 연평균 3.3% 성장한 1,308조 5,984억 동으로 집계되었다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점의 규모는 2019년 1,003조 8,421억 동에서 연평균 2.4% 성장한 1,104조 450억 동으로, 전체 오프라인 유통채널 규모의 84.4%를 차지했다.

슈퍼마켓

2023년 슈퍼마켓의 규모는 2019년 69조 8,109억 동에서 연평균 10.0% 성장한 102조 468억 동으로, 전체 오프라인 유통채널 규모의 7.8%를 차지했다.

하이퍼마켓

2023년 하이퍼마켓의 규모는 2019년 29조 7,698억 동에서 연평균 13.0% 성장한 48조 4,763억 동으로, 전체 오프라인 유통채널 규모의 3.7%를 차지했다.

<베트남 오프라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 십억 동, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	1,149,478.5	1,236,474.5	1,138,133.4	1,223,623.5	1,308,598.4	100.0	6.9	3.3
소규모 식료품점	1,003,842.1	1,072,103.4	966,378	1,038,886.4	1,104,045	84.4	6.3	2.4
슈퍼마켓	69,810.9	83,513.3	95,320.5	95,585.4	102,046.8	7.8	6.8	10.0
하이퍼마켓	29,769.8	31,460.3	30,999.5	38,973.1	48,476.3	3.7	24.4	13.0
전문판매점	39,576.6	42,267.8	38,099.6	41,604.8	44,499.3	3.4	7.0	3.0
편의점	6,479.1	7,129.6	7,335.8	8,573.8	9,531	0.7	11.2	10.1

*주: 전문판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

**출처: 「Retail in Vietnam(2024.02.)」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

개요

2023년 베트남의 오프라인 유통채널 매장 수는 2019년 67만 2,979개에서 연평균 0.3% 감소한 66만 5,435개로 집계되었다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점 매장 수는 2019년 65만 9,602개에서 연평균 0.4% 감소한 65만 40개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 97.7%를 차지했다.

전문판매점

2023년 전문판매점 매장 수는 2019년 7,134개에서 연평균 0.2% 감소한 7,069개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 1.1%를 차지했다.

슈퍼마켓

2023년 슈퍼마켓 매장 수는 2019년 5,202개에서 연평균 7.9% 성장한 7,045개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 1.1%를 차지했다.

<베트남 오프라인 식품 유통채널 매장수(2019~2023)>

(단위: 개, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	672,979	677,388	644,038	661,610	665,435	100.0	0.6	-0.3
소규모 식료품점	659,602	663,293	630,230	647,107	650,040	97.7	0.5	-0.4
전문판매점	7,134	7,174	6,817	7,036	7,069	1.1	0.5	-0.2
슈퍼마켓	5,202	5,825	5,943	6,315	7,045	1.1	11.6	7.9
편의점	981	1,028	980	1,076	1,204	0.2	11.9	5.3
하이퍼마켓	60	68	68	76	77	0.0	1.3	6.4

*주: 전문판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

**출처: 「Retail in Vietnam(2024.02.)」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

① Bach Hoa Xanh

Mobile World JSC의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 2.3%로 집계되었다.

② WinMart

Masan Group Corp의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 2.2%로 집계되었다.

③ Co.op Mart

Saigon Union of Trading Cooperatives의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 2.0%로 집계되었다.

④ Go!

Central Retail Corp의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 1.4%로 집계되었다.

⑤ Big C

Central Retail Corp의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 0.9%로 집계되었다.

<베트남 오프라인 식품 유통채널 브랜드 점유율 순위(2020~2023)>

(단위: %)

구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 Bach Hoa Xanh	1.7	2.5	2.2	2.3	4.5	10.6
2 WinMart	-	-	2.3	2.2	-4.3	N/A
3 Co.opMart	2.5	2.2	2.0	2.0	0.0	-7.2
4 Go!	-	0.7	0.9	1.4	55.6	N/A
5 Big C	1.6	0.7	0.9	0.9	0.0	-17.5
6 Lotte Mart	0.5	0.5	0.5	0.5	0.0	0.0
7 AEON	0.2	0.2	0.3	0.3	0.0	14.5
8 Co-op Food	0.3	0.3	0.3	0.3	0.0	0.0
9 Circle K	0.3	0.3	0.2	0.3	50.0	0.0
10 Tops Market	-	0.3	0.3	0.3	0.0	0.0

*출처: 「Retail in Vietnam(2024.02.)」(유로모니터)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	Bach Hoa Xanh	창립연도	2015년
	점유율	2.3%	브랜드 국적	베트남
	웹사이트	www.bachhoaxanh.com	매장 수	1,900개
	- Mobile World JSC 산하 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드 - 미국, 한국, 일본, 호주 등에서 식품, 일반 소비재 등을 수입하여 판매 - 신선 및 냉동식품, 주류, 건강보조제, 미용 및 의류, 가전제품 등의 제품 판매 - 베트남 내 10여 개의 매장에서 온라인 물을 운영하며 옴니채널로의 전환 추구			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Vietnam(2024.02.)」(유로모니터), 베트남 Bach Hoa Xanh 홈페이지(www.bachhoaxanh.com)

	브랜드명	WinMart	창립연도	2014년
	점유율	2.2%	브랜드 국적	베트남
	웹사이트	winmart.vn	매장 수	150개
	- Masan Group Corp 산하 슈퍼마켓 브랜드 - 마산그룹(Masan Group)이 빈그룹(Vingroup)으로부터 빈마트(Vinmart) 체인을 인수하여 윈마트(WinMart)로 브랜드 이름 변경 - 신선 및 냉동, 가공 식품, 의류, 문구류, 가전제품 등 다양한 제품군 보유 - 온라인 플랫폼도 함께 운영 중인 옴니채널 방식 구현			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Vietnam(2024.02.)」(유로모니터), 베트남 WinMart 홈페이지(winmart.vn)

	브랜드명	Co.opMart	창립연도	1996년
	점유율	2.0%	브랜드 국적	베트남
	웹사이트	coopmart.vn	매장 수	128개
	- Saigon Union of Trading Cooperatives 산하 브랜드로, 베트남 국영자본으로 운영되는 협동조합 형태의 소매점 - 신선 및 냉동 식품, 음료 및 주류, 유제품, 일반 생활용품, 가전제품 등을 판매 - 채식에 대한 베트남인들의 관심도가 높아짐에 따라 채식품목 할인 및 철저한 관리 시스템 구축 - 업체와 연계되는 카드를 발행하고 있으며, 카드 이용객을 위한 다양한 할인 서비스 제공			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Vietnam(2024.02.)」(유로모니터), 베트남 Co.opMart 홈페이지(coopmart.vn)

	브랜드명	Go!	창립연도	2018년
	점유율	1.4%	브랜드 국적	베트남
	웹사이트	go-vietnam.vn	매장 수	26개
	- Central Retail Corp 산하 하이퍼마켓 브랜드 - 기존 Big C 매장의 명칭 및 서비스 및 시설이 업그레이드 된 형태 - 가격 기준을 보장하기 위해 국내외 공급업체와 직접 협력하여 안정적인 가격과 다양한 프로모션 제공			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Vietnam(2024.02.)」(유로모니터), 베트남 Go! 홈페이지(go-vietnam.vn)

	브랜드명	Big C	창립연도	1993년
	점유율	0.9%	브랜드 국적	태국
	웹사이트	www.bigg.vn	매장 수	12개
	- Central Retail Corp 산하 하이퍼마켓 브랜드 - 다양한 쿠폰 제공, 무료 배송 및 선물 포장 등의 서비스 제공 - 할로윈 프로모션 등 다양한 할인 행사 진행 - 대형마트, 슈퍼마켓 외 편의점도 운영			
매장 사진				
	외부 전경			
			내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Vietnam(2024.02.)」(유로모니터), 베트남 Big C 홈페이지(www.bigg.vn)

■ 2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2023년 베트남의 온라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 28.0% 증가한 9조 8,738억 동으로, 2019년 이후 연평균 41.7%의 증가세를 보인다.

<베트남 온라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 십억 동, %)

2019	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
2,449.8	3,747.6	4,901.6	7,715.3	9,873.8	28.0	41.7

*출처: 「Retail in Vietnam(2024.02.)」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 브랜드 점유율

① Shopee Marketplace

Sea Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 30.1%로 집계되었다.

② Lazada Marketplace

Alibaba Group Holding Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 20.2%로 집계되었다.

③ Tiki.vn

Tiki JSC의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 12.5%로 집계되었다.

④ TikTok Shop Marketplace

ByteDance Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 6.8%로 집계되었다.

⑤ Shopee

ByteDance Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 0.5%로 집계되었다.

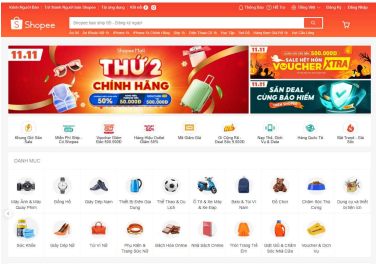
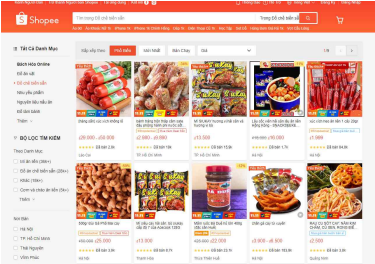
<베트남 온라인 식품 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2023)>

(단위: %)

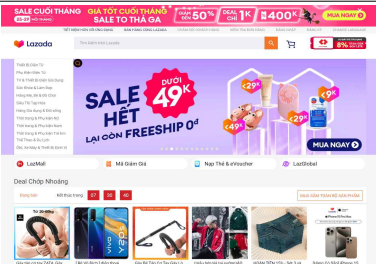
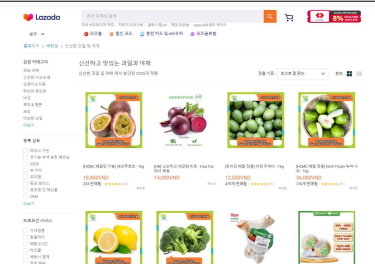
구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 Shopee Marketplace	24.7	30.8	29.6	30.1	1.7	6.8
2 Lazada Marketplace	13.8	15.6	20.6	20.2	-1.9	13.5
3 Tiki.vn	15.6	12.8	13.3	12.5	-6.0	-7.1
4 TikTok Shop Marketplace	-	-	2.2	6.8	209.1	N/A
5 Shopee	0.4	0.5	0.5	0.5	0.0	7.7
6 Lazada	0.2	0.2	0.3	0.3	0.0	14.5

*출처: 「Retail in Vietnam(2024.02.)」(유로모니터)

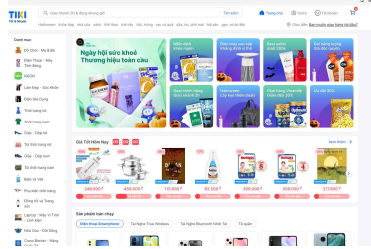
2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	Shopee Marketplace	운영업체	Sea Ltd
	점유율	30.1%	웹사이트	shopee.vn
	- Sea Ltd에서 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 신선식품, 냉동식품, 주류, 건강보조식품, 의류, 화장품, 가전제품 등 다양한 제품 판매 - 음식점 배달 애플리케이션 'shopee food' 서비스 제공			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처: 「Retail in Vietnam(2024.02.)」(유로모니터), 베트남 Shopee 홈페이지(shopee.vn)

	사이트명	Lazada Marketplace	운영업체	Alibaba Group Holding Ltd
	점유율	20.2%	웹사이트	www.lazada.vn
	- Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 B2C 전자상거래 사이트 - 여러 배달업체 및 편의점과의 협업으로 베트남 전역 배달 및 픽업매장 확대 운영 - 여러 종류의 식품뿐만 아니라 의류, 가전제품, 악세서리류, 생활용품, 완구류, 스포츠용품, 악기류, 애완용품 등의 다양한 제품 판매 - 씨티뱅크(Citi bank)와 협업하여 신용카드 '라자다시티(Lazada Citi)' 출시 - 신속 배송이 보장되는 공급업체 제품을 한눈에 볼 수 있는 '라즈몰' 카테고리 제공			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처: 「Retail in Vietnam(2024.02.)」(유로모니터), 베트남 Lazada 홈페이지(www.lazada.vn)

	사이트명	Tiki	운영업체	Tiki JSC
	점유율	12.5%	웹사이트	tiki.vn
- Tiki JSC에서 운영하는 B2C 전자상거래 사이트 - 전자제품, 주방용품, 의류 및 악세사리, 식품, 화장품 등 다양한 제품 판매 - 당일 배송 서비스 'TikiNow', 항공권 호텔 예약 등과 같은 다양한 서비스를 제공하여 젊은 소비자에게 인기가 높음				
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처: 「Retail in Vietnam(2024.02.)」(유로모니터), 베트남 Tiki 홈페이지(tiki.vn)

■ 2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

베트남의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2023년 1,308조 5,984억 동에서 연평균 3.3% 성장하여 2027년 1,491조 2,708억 동에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2023년 1,104조 450억 동에서 연평균 2.4% 성장하여 2027년 1,215조 9,123억 동에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2023년 102조 468억 동에서 연평균 8.8% 성장하여 2027년 143조 2,443억 동에 이를 것으로 전망된다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2023년 48조 4,763억 동에서 연평균 8.3% 성장하여 2027년 66조 6,918억 동에 이를 것으로 전망된다.

<베트남 오프라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 십억 동, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	1,308,598.4	1,347,933.4	1,392,883.7	1,440,720.3	1,491,270.8	100.0	3.5	3.3
소규모 식료품점	1,104,045.0	1,128,886.0	1,156,836.8	1,185,827.5	1,215,912.3	81.5	2.5	2.4
슈퍼마켓	102,046.8	109,639.1	119,592.8	130,915.7	143,244.3	9.6	9.4	8.8
하이퍼마켓	48,476.3	53,140.0	57,460.0	61,925.5	66,691.8	4.5	7.7	8.3
전문판매점	44,499.3	45,767.5	47,225.2	48,762.3	50,364.1	3.4	3.3	3.1
편의점	9,531.0	10,500.8	11,768.8	13,289.2	15,058.2	1.0	13.3	12.1

*주: 전문판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

**출처: 「Retail in Vietnam(2024.02.)」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

베트남의 온라인 식품 유통채널 규모는 2023년 이후 5년간 연평균 15.9% 성장하여, 2027년 17조 8,109억 동에 이를 것으로 전망된다.

<베트남 온라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 십억 동, %)

2023	2024	2025	2026	2027	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
9,873.8	11,630.0	13,524.7	15,611.0	17,810.9	14.1	15.9

*출처: 「Retail in Vietnam(2024.02.)」(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)

2023년 한국산 음료의 對베트남 수출액은 5,378만 2,200달러로, 2019년 이후 연평균 11.8% 증가했다. 현지 인기 한국 음료로는 어린이 캐릭터 음료, 홍삼음료, 쌀 음료, 두유 등이 있으며 대형유통매장, 소매점 등 현지에서 쉽게 찾아볼 수 있을 만큼 현지 인기 음료로 자리 잡고 있다. 특히 웅진식품의 아침햇살은 베트남에서 콜라를 제치고 음료 시장 1위를 차지했다. 해당 제품의 베트남 판매량은 2015년 120만 병에서 2022년 1,021만 병으로 증가하며 판매 첫해 대비 10배 가까이 증가한 것으로 나타났으며, 연간 100억 원가량의 매출을 기록하는 것으로 나타났다.

베트남의 덥고 습한 기후는 음료 소비를 부추기는 주요 요인 중 하나로 지목되며, 최근 베트남 내 과음을 지양하는 음주문화가 형성되며 주류를 대체할 수 있는 음료 소비로 전환되며 음료 시장이 성장하는 추세이다. 유로모니터의 베트남 음료 시장 보고서에 따르면, 2023년 베트남 음료 시장규모는 전년 대비 4.8% 증가한 46억 5,820만℔로 집계되었으며 2028년에는 58억 2,280만℔에 달할 것으로 예상된다.

베트남에서는 가격 부담이 적고 휴대가 간편한 소용량 제품의 선호가 높게 나타난다. 또한 베트남 정부가 청소년·어린이 비만을 증가를 의식해 관련 캠페인을 진행하며 학교 내 청량음료 판매 및 광고를 금지하고, 청량음료와 주스 등에 10%의 특별 소비세를 부과하는 등 정책을 시행함과 동시에 최근 건강에 대한 소비자 인식이 높아지며 저당이나 무당 음료, 천연 과즙을 사용한 건강한 음료의 수요가 증가하고 있다.

		
무설탕, 제로 칼로리 탄산음료	한국산 어린이 캐릭터 음료	한국산 어린이 홍삼음료

*출처: Lotte Mart Vietnam

▶ 출처

2024.07.23. 해외시장동향, [베트남] 과일주스(Juice) 시장 현황, 한국농수산물유통공사

2024.06.13. 해외시장동향, [베트남] 무알코올 음료(Soft Drink)시장 트렌드, 한국농수산물유통공사

2024.04.01. "콜라까지 밀어냈다고?" ...베트남도 폭 빠진 'K-음료' 뭘길래, 한국경제신문

② 인삼류(수출상위 품목)

2023년 한국산 인삼류의 對베트남 수출액은 3,163만 3,500달러로, 2019년 이후 연평균 10.4% 증가했다. 특히 한국산 인삼은 품질이 높고 건강 개선 효능이 있는 것으로 알려져 인삼차 등 가공품 외에도 캡슐이나 정제 등 인삼 건강기능식품의 형태로 판매되고 있다.

베트남이 꾸준한 경제성장으로 대체의학과 인삼 등 건강기능식품에 대한 소비자의 관심이 지속해서 증가하고 있다. 수삼·홍삼 등 다양한 인삼 제품의 베트남 시장규모는 200억 원가량으로 추정되며, 지속적으로 성장세를 보이고 있는 것으로 나타난다.

과거에는 인삼이 노화방지 식품으로서 인식이 강해 중·장년층이 주로 섭취하는 건강보조식품이라는 이미지가 있었으나, 노화 방지 외에 피로회복, 자양강장, 체력증진 등 다양한 효능이 알려지면서 인삼 제품을 찾는 젊은 20-30대 소비자도 점차 늘어나고 있다.

인삼에 대한 소비자 관심이 증가하며 업계에서는 인삼을 활용한 다양한 식품을 선보이는 추세이다. 최근 Lotte Saigon 호텔에서는 건강과 장수를 기원하는 뜻을 담아 인삼을 활용한 월병을 출시해 소비자에게 많은 관심을 받았다. 또한 최근 베트남 하노이에서는 베트남의 대표 음식인 쌀국수에 한국 인삼을 첨가한 쌀국수 매장이 오픈해 관심을 모았다.



인삼 월병



한국 인삼을 올린 쌀국수

▶ 출처

- 2024.08.26. 해외시장동향, [베트남] 2024년 중추절 선물 트렌드, 한국농수산물유통공사
- 2024.01.30. 품목별조사 보고서, 2023 베트남 인삼가공품 (경쟁력분석형), 한국농수산물유통공사
- 2024.07.11. "한국 인삼으로 승부"...베트남서 K쌀국수 브랜드 론칭, 연합뉴스
- 2023.04.18. 베트남 인삼공급 주도하는 조창환 대표, 매일경제
- 2024.08.06. 리응호아롱(Ly Ngu Hoa Long) - 롯데사이공호텔이 선사하는 뜻깊은 월병 선물, 베트남넷

③ 소스(수출상위 품목)

2023년 한국산 소스류의 베트남 수출액은 전년 대비 14.1% 증가한 1,809만 7,800달러로, 2019년 이후 연평균 7.5% 증가했다.

경제발전과 가계소득 증가, 서구식 식습관의 대중화로 소스류의 수요가 증가하며 베트남 소스류 시장은 지속적인 성장세를 보이고 있다. 유로모니터(Euromonitor)에 따르면 2023년 베트남 소스류 시장규모는 전년 대비 8.5% 증가한 약 11억 1,700만 달러로 집계되었고, 2027년에는 18억 1,100만 달러로 성장할 전망이다.

베트남 소비자는 요리의 느끼한 맛을 잡아주는 피시소스, 칠리소스 등을 주로 소비하며, 이에 베트남 소스 시장은 피시소스인 느억맘이 전체적으로 주도하고 있다. 이 가운데 느억맘, 땡엇 등 전통 소스는 익숙한 맛과 더불어 전통 식품 소모 장려, 요리에 관한 관심 증가, 간편 제품 출시 등으로 시장이 확대되고 있다.

베트남 내 해외 프랜차이즈 식당 증가로 인한 소비자들의 입맛 변화, 소셜미디어 콘텐츠로 인한 외국 요리 및 퓨전 요리 트렌드의 확산 등으로 다양한 외국산 소스류에 대한 수요 또한 증가하고 있다. 마라, 스리라차 등 매운맛 소스와 유기농 드레싱은 이국적인 맛과 건강한 식음료에 대한 높은 관심에 따라 20대, 30대를 중심으로 확대되고 있다. 특히 해외 소스류에 대한 소비는 이색적인 맛과 최근 유행에 큰 관심을 보이는 젊은 소비자 위주로 소비되는 양상이다.

한국 식문화에 대한 관심이 증가하며 전통적인 한국식 소스(장류)인 고추장, 간장뿐만 아니라 최근 한국식 음식을 만들 수 있는 소스류에 대한 수요가 증가하고 있다. K드라마에서 자주 등장하는 K푸드에 대한 관심도 커지며 한국식 BBQ 소스, 양념치킨 소스, 떡볶이 소스, 김치 양념, 불고기 양념 등에 대한 소비자 관심이 높아지는 추세이다.

▶ 출처

2024.03.15. 해외지사동향, [베트남] 소스류(Sauces) 유통 및 소비현황, 한국농수산물유통공사

2024.06.20. "베트남인들도 진로 소주 한잔에, 떡볶이 안주로" K소스 이유있는 열풍, 뉴시스

2022.05.13. 성장하는 베트남 소스·조미료 부문 일본 제치고 한국 3위, 식품음료신문

Korean food firms succeed in Vietnam by targeting young people, The Korea Times

④ 영유아식품(현지 소비 이슈 품목)

2023년 한국산 영유아식품의 對베트남 수출액은 전년 대비 64.8% 증가한 112만 2,100달러로, 2019년 이후 연평균 153.4%의 높은 성장률을 보였다. 베트남 소비자는 수입 영유아식품에 대해 높은 신뢰를 보이고 있으며, 특히 한국산 영유아식품은 품질이 높고 신뢰할 수 있으며, 같은 아시아권 소비자를 대상으로 만들어져 베트남의 영유아에게도 적합한 제품이라는 인식이 있어 선호도가 높다.

유로모니터(Euromonitor)에 따르면 2023년 베트남 영유아식품 시장규모는 전년 대비 3.2% 증가한 14억 1,140만에 달하였으며, 2028년에는 19억 4,670만 달러에 이를 것으로 전망된다. 베트남은 출산율이 1.95명으로 높은 국가에 속해 향후 영유아식품 시장의 지속적인 성장이 예측되고 있다.

소득수준 향상으로 중산층 인구가 확대되고 젊은 부모 세대가 주력 소비층으로 부상하며 영유아식품 구매에 있어 고품질, 프리미엄 제품을 선호하는 경향을 보인다. 자녀에게 영양 성분이 풍부하고 위생적이며 안전한 제품을 주고자 하는 젊은 부모 세대는 유기농 영유아식품에 대해서도 관심을 보인다. 자녀의 균형 잡힌 발육을 위해 성장에 도움이 되는 제품에 대한 관심이 높으며, 이에 한국산 키 성장 분유가 한때 베트남 영유아식품 시장에서 큰 인기를 끌었다.

도시화로 맛별이 가정이 증가함에 따라 편의성을 높인 즉석 이유식이나 영유아용 간식에 대한 관심도 높아지고 있으며, 최근 베트남 내 영유아식품의 수요 증가로 영유아식품 전문 유통채널이 전국적으로 확대되며 소비 접근성 또한 개선되는 추세이다.

		
한국산 유기농 영유아 간식	유기농 유아용 간식	한국산 키 성장 분유

*출처: Shopee, Organicfood.vn, Suabottot

▶ 출처

2024.07.15. 해외시장동향, [베트남] 영유아식품(Baby Food) 시장 트렌드, 한국농수산물유통공사

Mẹ Việt chuộng thực phẩm hữu cơ cho con ăn dặm, chuyên gia giải đáp: "Không phải là trào lưu", Eva.vn

3.2 | 소비트렌드

① 즉석식품 시장의 성장

도시화로 인한 핵가족화와 더불어 바쁜 일상을 살아가는 현대 소비자 사이에서 편의성을 갖춘 즉석식품의 수요가 증가하는 추세이다. 유로모니터(Euromonitor)에 따르면 2023년 베트남 즉석식품 시장규모는 전년 대비 10.9% 증가한 약 1억 9,000만 달러로, 2028년에는 3억 9,200만 달러에 달할 것으로 전망된다.

베트남의 즉석식품은 냉동, 건조, 상온 제품으로 구분되며, 이 중 냉동식품이 전체 즉석식품 시장의 34.1%를 차지하고 있다. 또한 냉동 즉석식품 시장규모는 전년 대비 12.7% 성장하며 최근 지속적인 성장세를 이어가고 있다.

베트남 내 인프라 발전으로 콜드체인 시스템을 갖춘 대형 유통매장이나 편의점 등 현대적 유통채널이 전국적으로 확대되며 냉동 즉석식품 시장 성장에 기여했다. 베트남에서는 냉동 스프링롤, 냉동 볶음밥, 냉동 만두 및 완자 등 다양한 제품이 유통되며, 최근에는 건강, 영양, 천연 제품 등에 대한 소비자 의식이 높아지면서, 고품질의 즉석식품에 대한 수요가 증가하고 있다. 이에 유기농 재료를 사용하거나 채식주의자를 위한 옵션을 제공하는 즉석식품이 인기를 얻고 있다.

한류의 영향으로 한국 음식에 대한 수요가 높아지고 있어 한국 즉석식품도 큰 인기이다. 최근 젊은 세대를 위주로 한국식 냉동 호떡이나 치즈볼과 같은 제품이 소비되며, 베트남에 진출한 한국계 편의점에서 판매하는 떡볶이, 라볶이, 호빵 등 즉석조리식품도 인기를 끌고 있다.

	
한국산 냉동만두	한국산 치즈볼

▶ 출처

2024.06.28. 해외시장동향, [베트남] 즉석식품(Ready meals) 시장 현황, 한국농수산물유통공사

2023.07.14. 베트남 간편조리식 고성장...맛 현지화에 편의점 노려야, 식품음료신문

Vietnam Frozen Food Market, Blueweave consulting

② 경제불황으로 식료품 지출 감소

경제불황이 지속되며 식품 가격에 대한 민감성이 증가하고 있다. 2023년 베트남 소비자물가지수에 따르면 식비 물가는 전년 대비 3.44% 증가한 것으로 나타났다.

시장조사업체 닐슨IQ베트남(NielsenIQ Vietnam)의 2024년 1분기 자료에 따르면 지속적인 경제 불황과 물가 상승으로 외식을 줄이고 집에서 조리해 먹는 소비자가 증가하고 있으며, 식품 구매 시 가격을 더욱 중요하게 여기는 추세가 발생했다. 소비자 지출 절감 항목 중 '가정에서 식사한다'는 응답률이 62%로 전 분기 대비 3%p 늘었고, '외식을 줄였다'는 응답률은 32%로 6%p 증가했다. 또한 '식료품 지출을 절약한다'는 응답률은 16%로 전 분기 대비 7%p 증가했다. 2023년 PwC가 발표한 보고서에 따르면 베트남 소비자의 62%가 불필요한 지출을 줄일 계획이라고 하였고, 응답자의 18%는 식료품 지출을 줄일 계획이라고 응답했다.

이러한 추세에서 식품 가성비가 중요한 구매 고려 요소로 인식되고 있다. 베트남에 진출한 국내 유통업체 롯데마트는 베트남 기업과 협력해 만든 자사의 PB(자체브랜드) 상품을 출시해 큰 인기를 끌었다. 해당 제품은 기존 브랜드와 품질은 비슷하면서도 가격은 20% 이상 낮은 가성비로 소비자의 관심을 모았다. 베트남 롯데마트의 한 매장에서 판매되는 168개 품목 중 해당 PB제품 판매량은 70개로 판매량 1위를 기록하였고, 2016년 기준 1.8%에 불과하던 매출 비중 역시 2023년 14%로 증가했다.

비교적 소득수준이 낮은 베트남 소비자의 가격 민감도는 큰 편으로, 최근 경제 불황이 지속되며 이러한 현상은 더욱 심화되는 것으로 나타났다. 이에 베트남 식품 소비시장에서는 합리적인 가격에 대한 제품 수요가 지속적으로 발생할 것으로 전망된다.

▶ 출처

2024.07.22. 허리띠 졸라매는 베트남 소비자들, 소매업계 실적 '직격탄', INIDE VINA

2023.10.30. 롯데마트, 베트남 유통시장 신흥강자로 자리매김, 문화투데이

Người tiêu dùng Việt Nam đang ngày càng khó tính và nhạy cảm về giá, VnEconomy

Doanh nghiệp tiêu dùng đối mặt với "bài toán" khó, VnEconomy

Xu hướng tiêu dùng năm 2024: Mua các mặt hàng thiết yếu, chi tiền cho các dịch vụ thiết thực, PhunuVietnam

③ 지속가능성을 위한 친환경 포장재 선호

베트남 소비자들의 환경에 대한 인식이 높아지며 지속 가능한 제품 포장재의 선호도가 높아지고 있다. 베트남 천연자원환경부의 통계에 따르면 베트남에서는 매년 약 180만 톤의 플라스틱 폐기물이 발생하고 있는 것으로 나타났으며, 베트남 정부는 일회용 플라스틱 제품의 생산 및 수입을 제한하는 규정을 제정하는 등 앞으로도 플라스틱 사용량을 꾸준히 감소해 나갈 것으로 보인다.

글로벌데이터(Global Data)의 조사에 따르면 바쁜 라이프스타일로 베트남 소비자들은 간편하고 휴대하기 편한 식품을 더 많이 소비하고 있지만, 동시에 환경 보호를 위해 지속 가능한 포장재를 사용하도록 식품 브랜드에 요구하고 있는 것으로 나타났다. 베트남 소비자 조사 결과 응답자의 32%는 식품 포장 시 재활용이 가능한 포장재 사용이 필수라고 인식했으며, 85%는 친환경적인 식품 브랜드에 호감을 갖는다고 응답했다.

이에 따라 베트남의 식품 제조업체들도 친환경적인 포장재를 활용한 제품을 출시하고 있다. 코카콜라 베트남에서는 재활용 플라스틱으로 만든 음료병을 사용해 연간 약 2,000톤의 플라스틱 사용량을 감축하였으며, 2023년 베트남 현재 재활용 업체와 협력해 PET 플라스틱 포장의 40% 이상을 수거해 재활용했다. 네슬레 베트남에서도 식물성 성분으로 만든 숟가락과 뚜껑을 사용한 분유 제품이나 기존 주력 음료에 종이 빨대를 적용하는 등 지속가능하고 친환경을 추구하는 포장재를 사용한 제품 개발이 이어지는 추세이다.



코카콜라 베트남의 친환경 포장재

네슬레 베트남의 친환경 포장재

▶ 출처

Vietnamese consumers demand sustainable convenience in packaging, Packaging Gateway

Ngành bao bì hướng đến phát triển xanh, sản xuất và tiêu dùng bền vững

Nestlé brings 16 million eco-friendly paper straws into use for MILO Breakfast Drink, Viet Nam News Biz Hub

Coca-Cola Vietnam introduces beverage bottles made from recycled plastic, The Saigon Times

④ 음주문화 변화로 무알코올 주류 소비 확대 전망

무더운 기후의 베트남에서는 맥주 소비가 높은 것이 특징이었으나, 최근 건강을 고려한 음주문화 형성과 더불어 음주 운전에 대한 당국의 처벌이 강화되며 맥주 소비가 감소하는 추세이다.

베트남에서는 맥주는 알코올 도수가 낮아 취하지 않는다는 인식이 만연하였고, 음주 운전에 대한 경각심도 낮은 실정이었다. 2020년부터 베트남의 음주 운전 처벌이 혈중알코올농도에 따라 최대 4,000만 동(약 200만 원)의 벌금 부과 및 최대 24개월의 면허 정지에 처하도록 강화됨에 따라 특히 주류 소비가 감소한 것으로 나타났다.

베트남맥주주류협회(VBA)는 맥주 업계 총매출이 지난 2022년 7% 역성장을 기록한 데 이어 2023년 총매출 역시 전년 대비 11% 감소한 것으로 추정했다. 베트남 소매유통채널 메가마켓(Mega Market Vietnam)에 따르면 2024년 3월 기준 맥주 및 주류제품의 판매량은 약 8% 감소한 것으로 나타났다. 베트남에 진출한 맥주 브랜드 하이네켄 베트남의 2024년 6월까지의 온라인 매출액은 320억 동으로 전년 동기 대비 60% 감소했고, 하이네켄 베트남은 최근 극심한 사업 부진을 이유로 베트남 중부에 위치한 꽝남성(Quang Nam) 생산공장을 폐쇄했다.

음주운전 처벌 강화, 음주문화 변화 등 영향으로 주류 대신 무알코올 음료 소비가 확대되는 추세로, 베트남 소매유통채널 메가마켓(Mega Market Vietnam)의 2024년 3월 기준 무알코올 맥주의 판매량은 약 25% 증가한 것으로 나타났다. 유로모니터의(Euromonitor)에 따르면, 2023년 베트남 무알코올 음료 시장규모는 전년 대비 4.8% 증가한 46억 5,820만 리터로, 2028년에는 58억 2,280만 리터에 달할 것으로 전망된다.

▶ 출처

2023.07.29. 해외시장동향, [베트남] 맥주 소비 부진에 하이네켄 베트남 공장 가동 일시 중단, 한국농수산물유통공사

2024.06.13. 해외시장동향, [베트남] 무알코올 음료(Soft Drink)시장 트렌드, 한국농수산물유통공사

2024.06.28. 하이네켄베트남, 5월까지 온라인매출 60% '급감'...주류시장 위축세, INSIDE VINA

Dân lo phạt vì 'dính' nồng độ cồn, bia không cồn sôi động mùa Tết, Tuổi Trẻ

Xu hướng sử dụng đồ uống không cồn, Quảng Ngãi

Bia không cồn bất ngờ được tiêu thụ mạnh, có loại 75.000 đồng/lon, Phapluat

⑤ 디지털 결제 대중화

베트남 내 스마트폰 보급률 증가로 디지털 결제가 보다 대중적인 결제 수단으로 자리 잡고 있다. 베트남은 식품 유통채널 및 외식업소 뿐만 아니라 길거리 노점에서도 QR코드가 널리 사용되고 있다. 디지털 기술의 도입으로 기존 현금 결제 위주였던 거래 방식에서 모바일 애플리케이션 결제 및 QR코드를 사용한 결제로 변화하였다.

하노이 타임스(Hanoi Times)에 따르면, 베트남인의 62% 이상이 QR코드 결제를 사용하며, 월평균 사용 횟수는 16.2로 나타나 월 12회 사용되는 카드 결제보다 높은 이용률을 보인다. QR코드 결제 방식은 카드 결제에 비해 더 빠르고 간편하게 사용할 수 있으며 매장 내 카드 단말기를 비치할 필요가 없어 소매 매장에서 선호된다.

QR코드 결제에서 더 나아가 디지털 지갑 이용 역시 증가하는 추세이다. 디지털 지갑이란 신용카드부터 은행 계좌, 포인트 카드 정보까지 전자적으로 통합하여 관리 및 사용하는 서비스이다. 현지 금융정보업체 핀그룹(FiinGroup)에 따르면, 2023년 3,600만 명이었던 디지털 지갑 활성 이용자 수는 2024년까지 40% 증가해 최대 5,000만 명에 이를 것으로 예상되어 인구 1억 명을 기준으로 국민 2명 중 1명이 전자지갑을 보유할 전망이다.

또한 정부 당국의 디지털 결제 수단 사용 장려 정책으로 베트남 소매시장 내 디지털 결제는 더욱 활성화되고 있다. 베트남 정부는 정확한 세수 파악 및 지하 경제를 제도권으로 끌어올리려는 조치의 일환으로 매년 6월 16일을 '현금 없는 날(Cashless Day)'을 지정하여 비현금 결제 사용을 장려하고 있으며, 2025년까지 베트남 전역의 현금 사용률을 8% 미만으로 줄이는 것을 목표로 하고 있다.

▶ 출처

2024.02.28. 베트남, 전자지갑시장 성장세 '경이적'...연평균 거래액 83.5% 증가세, INSIDE VINA

2019.06.19. 그들은 왜 현금없는 날을 정했을까, 비즈니스플러스

Over 60% of Vietnamese use QR codes to pay, Hanoi Times

Giao dịch thanh toán qua điện thoại di động tăng gần 70%, Vtv Online

Thanh toán không dùng tiền mặt tăng trưởng 50% trong năm 2023, Vn Economy

'Sẽ có 50 triệu ví điện tử hoạt động tại Việt Nam năm nay', VnExpress

Cross-border QR code payment launched, Vn Economy

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
자유판매증명서 발급	· 식품의약품안전처에서 자유판매증명서(CFS) 발급 필요 · 제출서류: ①식품등의 제조·가공업 영업허가서 사본 1부 ②수출제품 품목제조보고서 사본 1부 ③영문 검사성적서 원본 1부(필요 시) ④수출신고필증	국내 수출업체
▼		
품목별 수입요건 파악	· 수출 품목에 대한 베트남의 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 이내에 운송수단에 선적 완료	국내 수출업체
▼		
수입허가 취득	· 일부 품목은 베트남 수입 전 수입허가서 취득 필요 · 대상품목: 딸기, 토마토, 감 등 생과실·일부 채소류 냉동 닭고기 등 · 제출서류: ①사업자등록증 ②수입허가신청서 ③위생증명서 ④수출계약서	베트남 수입업체
▼		
식품등록	· '안전성 공표' 후 식품 유형별로 유관기관에 등록 · 대부분의 일반식품은 자체등록 대상으로, 등록 시 제반서류 제출 필요 · 자체등록 제출서류: ①자율등록신청서 ⑤ISO 17025 기준충족 식품안전서류	베트남 수입업체
▼		
수입신고	· 국경 도착 전후 30일 이내에 VANCCS 시스템을 통해 수입신고 완료 · 제출서류: ①세관수입신고서 ②수출계약서 또는 신용장 ③선하증권 ④상업송장 ⑤포장명세서 ⑥원산지증명서 ⑦식품안전증명서 ⑧자유판매증명서	베트남 수입업체
▼		
수입검사	· 물품 위험도에 따라 ①녹색 ②황색 ③적색채널로 통관채널을 구분하며 채널별로 수입검사 내용 상이 · 수입검역 대상 품목을 수입하는 경우 상품 도착 5일 전까지 제반 서류를 제출해 검역 등록(신청) 필요 · 제출서류: ①검역검사등록신청서 ②검사제품이 해당하는 품질기준 사본 ③검사보고서 등	베트남 수입업체
▼		
관세 납부 및 반출	· 관세 납부 후 물품 반출 가능	베트남 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

자유판매증명서 발급	● 베트남으로 식품을 수출하는 국내 수출업체는 식품의약품안전처를 통해 자유판매증명서(Certificate of Free Sale, CFS) 취득 필요 · 자유판매증명서는 해당 업체의 제품이 제조국 내에서 판매되는 제품임을 증명하는 서류로, 베트남은 모든 수입식품에 대해 영문으로 작성된 자유판매증명서를 요구함 · 식품의약품안전처가 운영하는 '식품안전나라'에서 온라인으로 발급할 수 있음 → 식품안전나라 홈페이지 URL : https://www.foodsafetykorea.go.kr <자유판매증명서 발급 시 제출 서류> ① 식품등의 제조·가공업 영업허가서 사본 1부 ② 수출제품 품목제조보고서 사본 1부 ③ 영문 검사성적서 원본 1부(분석증명서를 받는 경우에 한함) ④ 수출신고필증 · 자유판매증명서 발급까지는 약 3일이 소요되며, 별도의 비용은 발생하지 않음
품목별 수입요건 파악	● 수출 품목에 대한 베트남 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 · 또한, 품목별로 국가기준(TCVN)이 마련되어 있어, 사전에 국가기준이 마련되어 있는지 확인 후 관련 요건을 준수해야 함
원산지증명서 발급	● 베트남 수출 시 한-베, 한-아세안 FTA 및 RCEP 협정을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요 · FTA 관세율, RCEP 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>	
	· 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
	· 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	
수출검역	● 베트남과의 합의된 요건이 있거나, 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요	
	· 베트남으로 △딸기 △토마토 △파프리카 △감 △냉동 닭고기 등 수출 시 농림축산검역 본부에 수출검역을 신청해야 함 · 딸기, 토마토, 감, 파프리카 등에 대해서는 과수원 및 선과장 등 재배지검역이 별도로 요구됨 · 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함	
	<수출검역 신청 시 제출 서류>	
	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)
	축산물검역	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	

②베트남 수입통관 및 검역 절차

▶베트남 수입통관 및 검역 절차

수입허가서 취득	● 생과실·일부 채소류 및 냉동 닭고기 수출 시 사전에 수입허가서 취득 필수
	· 생과실, 바나나뿌리썩이선충 감염 우려가 있는 채소류(무, 당근, 인삼), 냉동 닭고기 등을 수출하는 경우 사전에 베트남 식물검역당국 및 동물보건부의 수입허가서를 사전에 취득해야 함 · 수입허가 취득 시 다음의 서류를 유관기관에 제출해야 함

	<수입허가서 취득 시 제출 서류> ①사업자등록증 ②수입허가 신청서 ③수출국 발행 위생증명서 ④수출계약서 등										
식품 등록	● 베트남 수입업체는 식품 품목별 유관기관에 수입식품 등록 필요 · 베트남은 수입식품의 안전성을 증명하기 위해 식품을 관할기관에 등록할 것을 요구하며, 식품의 종류에 따라 식품 등록 절차 및 기관이 상이함 · 식품 안전성에 대해 공표한 후 유관기관에 등록함 <식품 유형별 등록기관> <table> <tr> <td>· 베트남 보건부</td><td>가공식품 및 음료, 건강기능식품, 식품첨가물</td></tr> <tr> <td>· 베트남 농업농촌개발부</td><td>육가공품(햄, 소시지 등), 과일 및 채소, 어류 및 육류</td></tr> <tr> <td>· 베트남 무역산업부</td><td>주류(알코올 음료), 우유류, 식물성오일</td></tr> </table> · 대부분의 일반식품의 경우 기업이 자체적으로 식품안전성 공표 후 보건부에 자체적으로 등록하나, △36개월 미만의 영유아 식품 △미등록 식품첨가제의 경우 보건부 승인 후 등록이 완료됨 · 식품 등록 시 등록 신청서, 자유판매증명서 등을 제반서류를 제출해야 함 <유형별 식품 등록 제출서류> <table> <tr> <td>· 보건부 승인 대상 식품</td><td>제품등록 신청서, 자유판매증명서, ISO 17025 기준 충족 식품안전서류, GMP 증명서</td></tr> <tr> <td>· 자체 등록 대상 식품</td><td>자율 등록 신청서, ISO 17025 기준 충족 식품안전서류</td></tr> </table>	· 베트남 보건부	가공식품 및 음료, 건강기능식품, 식품첨가물	· 베트남 농업농촌개발부	육가공품(햄, 소시지 등), 과일 및 채소, 어류 및 육류	· 베트남 무역산업부	주류(알코올 음료), 우유류, 식물성오일	· 보건부 승인 대상 식품	제품등록 신청서, 자유판매증명서, ISO 17025 기준 충족 식품안전서류, GMP 증명서	· 자체 등록 대상 식품	자율 등록 신청서, ISO 17025 기준 충족 식품안전서류
· 베트남 보건부	가공식품 및 음료, 건강기능식품, 식품첨가물										
· 베트남 농업농촌개발부	육가공품(햄, 소시지 등), 과일 및 채소, 어류 및 육류										
· 베트남 무역산업부	주류(알코올 음료), 우유류, 식물성오일										
· 보건부 승인 대상 식품	제품등록 신청서, 자유판매증명서, ISO 17025 기준 충족 식품안전서류, GMP 증명서										
· 자체 등록 대상 식품	자율 등록 신청서, ISO 17025 기준 충족 식품안전서류										
수입신고	● 베트남 수입업체는 국경 관문 도착 전 또는 도착일로부터 30일 이내 수입신고 완료 필수 · 베트남 수입업체는 전자통관시스템인 '베트남 자동화물 및 항구 통합 시스템(VANCCS)'를 통해 수입신고 서류를 제출해야 함 <베트남 수입신고 제출서류> ①세관수입신고서 ②수출계약서 또는 신용장 ③선하증권 ④상업송장 ⑤포장명세서 ⑥원산지증명서 ⑦식품안전증명서류(Export Certification) ⑧자유판매증명서(Certificate of Free Sale)										
수입검사 및 검역	● 수입 물품의 위험도에 따라 세관에서는 서류심사 및 물품검사 진행 · 물품 위험도에 따라 베트남 세관은 녹색채널, 황색채널, 적색채널로 통관채널을 구분해 서류심사 및 물품검사를 진행함										

	<베트남 통관채널별 세관검사 내용>	
	· 녹색채널	저위험식품 세관 서류 및 물품검사 면제, 전산신고만으로 수리가능
	· 황색채널	중위험식품 세관의 요청시에만 물품검사 시행, 전자 또는 원본서류 제출
	· 적색채널	고위험식품 전수검사 대상, 무작위로 수입 물품 수량의 5% 또는 10% 검사
· 베트남에 수출하는 횟수가 6회 이상인 경우, 처음 5회는 연속으로 검사를 진행한 후 제품에 문제가 없다고 판단되는 경우, 서류 확인 후 1년간 검역 면제 가능 · 물품 검사비는 소매가격의 0.1% 또는 30만 동 중 높은 가격으로 책정		
● 베트남 수입업체는 상품 도착 전에 베트남 보건부 및 공공의료위생원에 검역 신청 필요		
· 검역 및 검사 대상에 포함되는 품목은 다음과 같음		
<베트남 수입검역 및 검사 대상 품목>		
①고기 및 어류의 조제품 ②동물성 및 식물성 유지 ③우유 및 각종 유제품 ④설탕 및 각종 설탕과자 ⑤커피, 차, 후추 ⑥채소 및 과일로 만든 조제품 ⑦카카오, 카카오 성분을 포함한 각종 조제품 ⑧곡물/곡분/전분/우유조제품, 베이커리 제품 ⑨조미료 ⑩음료, 알코올 음료, 식초 ⑪식품포장재 ⑫기능성식품, 건강보호식품 ⑬식품첨가물		
· 베트남 수입업체는 제반 서류를 구비해 검역검사등록신청서와 함께 제출하며, 검사기관은 서류심사 후 검사예정방법을 확인하고 검사일정을 통지함		
<베트남 수입검역검사 신청 시 제출서류>		
①검역검사등록신청서 ②검사제품이 해당하는 품질기준 사본 ③품질기준이 공표되어 있지 않은 식품에 대해서는 지정된 검사기관 또는 제조자에 의한 검사보고서 ④기타 검사의 간략화를 요구하는 것이 가능할 경우에는 그 증빙서류를 제출해야 함		
관세 납부 및 물품 반출	● 베트남 수입업체는 관세 납부 후 보세구역에서 물품을 반출	
	· 수입관세 및 부가가치세가 부과되며, 주류에는 특별소비세가 부과됨	
	<관세 등 산정기준>	
	수입관세	[수입물품 가격(CIF 기준)+하역 비용] X 관세율
	부가가치세	(과세가격+관세) X 부가가치세율(0%~10%)
	특별소비세	담배 CIF 가격X75% / 주류CIF 가격X(25~50%) 담배 특별소비세율을 기존 65%에서 75%로 인상
· 수입신고서류 제출일로부터 물품 반출까지 통상 3~5일이 소요됨		

■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	- 곡 류 : 쌀(백미, 현미, 흑미), 밀, 옥수수, 콩 - 과실류 : 사과, 배, 포도, 감(단감) - 채소류 : 딸기, 토마토, 당근, 배추, 무, 양파, 마늘, 양배추, 파프리카, 들깨잎 - 견과류: 밤(미탈각) - 특작류: 인삼 - 서류: 감자(씨감자) - 종자류: 무, 배추, 양배추, 고추, 브로콜리, 오이, 호박, 수박, 토마토, 대파, 당근, 콜라비, 박, 시금치, 청경채, 양상추 - 버섯류 : 느타리, 송이, 새송이, 양송이, 영지, 팽이 - 버섯종균
-----	---

*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	- 과실류 : 감귤, 복숭아, 대추, 망고 - 채소류 : 멜론(참외), 호박, 오이, 고구마, 애호박 - 종자류 : 인삼, 버, 콩, 잔디 - 묘목류 : 소나무, 주목 - 특작류 : 새싹삼(잎과 줄기가 포함된) - 화훼류 기타 : 심비디움묘, 딸기묘, 팔레놉시스묘, 백합구근, 칼라구근, 장미묘목, 호접란(팔레놉시스)묘 등 *2007. 4월부터 생과실·과채류·재식용 식물에 대한 PRA 규정을 도입, 품목별 PRA 자료를 베트남측에 제공해야 수출가능 *2007. 4월 베트남 측의 PRA 규정 도입 전 베트남으로 수출된 실적이 없는 품목의 경우 수출 불가 품목에 해당함
-----	---

*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5.1 라벨링 제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 원산지 · 성분 및 영양정보 · 상품 책임자 명칭·주소		· 중량 · 제조일자·유통기한 · 보관 및 사용방법 · 기타
라벨 표기사항 (가이드)	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	
	제품명	· 제품명은 라벨에서 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 곳에 넣어야 하며, 다른 필수 정보와 비교하여 가장 큰 크기로 표기해야 함 · 성분의 전체 또는 일부를 이용하여 제품명을 작성한 경우 성분의 중량을 명시해야 함	
	원산지	· 상품을 제조, 수입하는 단체 또는 개인은 자체적으로 상품의 원산지를 확인하고 기재해야 하며 상품 원산지에 관한 법률, 베트남이 참여 또는 서명한 협정에 따라 성실하고 정확하게 기재해야 함 · 원산지를 기재하는 방법은 '~에서 생산(sản xuất tại)', '~에서 제조(chế tạo tại)', '생산국(nước sản xuất)', '원산지(xuất xứ)'의 형태로 기재함 · 물품의 생산국가 또는 지역명은 약어의 형태로 기재하지 않음	
	성분, 성분 함량 및 영양정보	· 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	
	상품 책임자 명칭 및 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
	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
	보관 및 사용방법	• 보관 조건이 있는 경우, 해당 조건과 함께 보관 가능 기간을 표기해야 함 • 제품 라벨이 10cm 미만인 제품의 경우, 사용방법을 보충 라벨 또는 설명서의 형태로 제품에 첨부해야 함
	제조일자 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 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 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 제조 일자 표기가 가능함

*출처: KATI 농식품수출정보

5.1.2 라벨링 예시

무알코올 음료류

라벨링 사진



표기항목	표기내용	
제품명	THỨC UỐNG ĐẠI MẠCH HEINEKEN 0.0 하이네켄 맥주 0.0	
순중량	Thể tích thực ở 20 độ C: 06 Lon x 330ml (1,98 l). 20도 C에서 실제 용량: 330ml x 6개 (총 1.98 리터).	
유통기한 및 제조일자	HSD & NSX: Xem dưới đáy lon 유통기한 및 제조일자: 캔 하단에 표기되어 있습니다	
보관방법	Hướng dẫn bảo quản và sử dụng: Bảo quản nơi sạch sẽ, khô ráo, thoáng mát, tránh ánh nắng mặt trời, tránh bị đông đá. Ngon hơn khi uống lạnh Bảo quản lạnh ở nhiệt độ 2 độ C- 5 độ C 청결하고 건조하며 통풍이 잘되는 곳에 보관하고 직사광선과 얼음을 피해야 합니다. 차가운 상태로 섭취하면 더 맛있습니다. 냉장 보관, 2°C-5°C로 유지	
제조업체	Sản xuất theo giấy phép chuyển quyền sử dụng nhãn hiệu bởi Heineken Brouwerijen B.V Amsterdam, Hà Lan. Sản phẩm của Công ty TNHH Nhà máy Bia Heineken Việt Nam.	Heineken 0.0은 네덜란드 암스테르담의 Heineken Brouwerijen B.V.에 의해 상표 사용 권한을 얻어 제조되었습니다. 제품은 Heineken Vietnam Brewery Limited Company에서 생산됩니다.
제조업체원	Tầng 18 và 19 Tòa nhà Vietcombank, số 5, Công trường Mê Linh, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP.HCM, Việt Nam. Call(전화): 19001845	
원산지	Việt Nam	
성분	Thành phần: Nước, đại mạch (6.6%), hương liệu tự nhiên và hoa bia Houblon. 성분: 물, 대맥(6.6%), 천연 향료, 홉 품미	
영양성분	Giá trị dinh dưỡng trong 100 ml: Chất béo: 0g (trong đó chất béo bão hòa chiếm 0g). Carbohydrates: 4.8g (trong đó đường chiếm 1,3g), chất đạm: 0g, Muối < 0,01g.	100ml당 영양 정보: 지방: 0g (포화지방 0g), 탄수화물: 4.8g (당 1.3g), 단백질: 0g, 소금 < 0.01g.

건조 버섯류

라벨링 사진



표기항목	표기내용	
명칭	NẤM LINH CHI ĐỎ ĐÀ LẠT, 달랏 영지버섯	
순중량	225g	
유통기한 및 제조일자	HSD: 05.06.2024, NSX: 05.06.2023 유통기한: 2024년 6월 5일, 제조일자: 2023년 6월 5일	
보관방법	Hướng dẫn bảo quản: Nơi khô ráo thoáng mát. Tránh ánh nắng mặt trời chiếu trực tiếp vào sản phẩm. 보관 안내: 서늘하고 건조한 곳에 보관하십시오. 직사광선을 피해주세요.	
식품 안전 표시	Thông tin cảnh báo an toàn, vệ sinh: Không sử dụng sản phẩm khi phát hiện có hiện tượng mốc, mình 식품안전 표시: 제품에 곰팡이 또는 이상한 냄새가 나면 사용하지 마십시오	
포장업체	Sản phẩm được đóng gói và kiểm soát chất lượng bởi L'angfarm, một thương hiệu của công ty Quảng Thái	제품은 랑팜(L'angfarm)이라는 브랜드의 콩코드 타이(Quảng Thái) 회사에서 포장되고 품질을 검사합니다.
업체원	Địa chỉ(주소): 1B Hoàng Văn Thụ, P. 5. Sản phẩm được sản xuất bởi Call(전화):	
원산지	from Dalat, Vietnam 달랏: 베트남산	
성분	Thành phần: Nấm linh chi đỏ 100% 성분: 영지버섯 100%	
사업등록번호	GPDKKD: 5800324651 사업등록번호: 5800324651	
제품등록번호	Số: 69/QT/2019 제품등록번호: 69/QT/2019	

■ 5.2 | 인증제도

① VFA 적합성 인증

식품안전시행법 세부 규정에 따라 수입식품에 대한 식품위생과 식품안전 관리를 위해 도입됨. 수입식품을 포함한 베트남 내 유통되는 식품에 해당하며, 가공식품, 소비재로서의 일반 음료, 건강보조 식품, 식품첨가물, 식품 가공 보조제, 포장재료, 음식과 직접접촉하는 도구 등에 대해 적용됨. 베트남 소재 수입업체 또는 제조업체가 신청하며, 현지 시험(검사)기관을 통해 인증을 취득할 수 있음. 제출 서류에 대해 엄격한 기준으로 심사를 진행하며 상당한 시일이 소요되어 사전 준비 시 주의가 필요함. 특히 서류에 대한 과도한 수정 요구나 서류 형식상의 문제 제기가 많이 발생함

인증명	VFA 적합성 인증	인증로고	
발행·검사기관	베트남 보건부 산하 식품청(VFA)	필수 여부	필수
목적	수입식품에 대한 식품위생과 식품안전 관리를 위해 도입		
취득절차	서류제출 → 서류 검토 및 감정평가 결정 → 적합성 평가 → 식품안전규정 적합성 선언문 발표 → 식품안전규정 적합성 판정 신고 → 신고 접수 확인 및 공개 통보		
필요서류	· 판정 신청서, 제품 상세정보, 제품 시험결과서, 품질관리계획, 제품 샘플 · HACCP / ISO22000 / GMP 혹은 기타 동등한 인증서 · 식품안전요건을 충족시키는 시설에 대한 인증서 또는 증명서 · 공인인증기관에서 발행한 적합인증서		

▶자세한 내용은 자료 참조: 「2023 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

② GMP

건강기능식품을 베트남에 수출할 시 GMP 인증은 필수로 획득해야 함. HACCP의 경우 선택적으로 획득 가능함

인증명	GMP(Good Manufacturing Practice, 식품·의약품 품질관리 기준)	인증로고	
발행·검사기관	베트남 보건부(MOH/VFA) 지정 검사기관	필수 여부	선택(건강기능식품에 한해 필수)
목적	식품의 생산 안전성과 생산 품질을 보증하기 위한 인증		
취득절차	서류제출 → 서류 검토 → 현장실시 및 시설조사 → 판정 → 인증발급		
필요서류	신청서 및 인증기관에서 요청하는 서류 등		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2023 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

③ HACCP

인증명	HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point, 위해요소 중점관리 기준)	인증로고	
발행·검사기관	· 식품의약품안전처(한국식품안전관리인증원) · 베트남 보건부(MOH/VFA)	필수 여부	선택
목적	농축산물 및 식품의 생산, 가공, 유통 등의 과정에서 발생할 수 있는 제품의 오염을 방지하기 위한 인증		
취득절차	서류제출 → 서류 검토 → 현장 확인 및 심사 → 판정 → 인증발급		
필요서류	신청서, 식품안전관리인증계획서 등		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2023 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

③ HVNCLC

1996년부터 시작된 인증으로 사회경제적 효율성, 창조적 혁신, 포장 라벨링, 기준 및 품질 안전성과 같은 4가지 요소에 근거해 인증을 평가함

인증명	hang viet nam chất lượng cao(고품질 인증마크)	인증로고	
발행·검사기관	· HCMC FFA (Food and Foodstuff Association) · Saigon Times 그룹	필수 여부	선택
목적	품질 및 기술력이 우수한 제품을 보증하기 위한 인증		
취득절차	소비자 설문조사 결과로 선정		
필요서류	소비재 전반(FMGC, 식품, 화장품)		

▶자세한 내용은 자료 참조: 「2023 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

④ VietGap

2008년부터 시작된 인증으로 EUEREGAP, GlobalGAP 인증을 계승하여 만들어진 인증임. 베트남 소비자들은 해당 인증으로 유기식품의 여부를 구분하기 때문에 유기식품 시장 진출 시 상기 인증을 취득하는 것을 권장함

인증명	VietGap(Vietnamese Good Agricultural Practices, (베트남 우수농산물 품질인증제도)	인증로고	
발행·검사기관	베트남 농업농촌개발부 (Ministry of Agriculture and Rural Development)	필수 여부	선택
목적	농산물 생산, 수확, 저장 과정에서 손실을 방지하고 최소화하는 인증		
취득절차	인증 신청 → 신청 내용 검토 → 비용 건적 → 현장 감사 → 승인 여부		
필요서류	신청서, 제품 상세정보, 사용 원료 및 위생 관련 정보 등		

▶자세한 내용은 자료 참조: 「2023 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

⑤ 기타 식품안전 인증

기타 식품 안전과 관련된 인증으로는 ISO 22000, IFS, BRC Food Safety, FSSC 22000 등이 있음

인증명	ISO 22000(식품안전경영시스템)	인증로고	
발행·검사기관	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	필수 여부	선택
목적	식품공급사슬 전반에 걸친 식품안전을 보장		
취득절차	서류제출 → 인증 계약 → 계획 통보 → 서류 및 현장 심사 → 시정 조치 → 인증 심의 → 인증 → 사후관리심사 → 갱신 심사		
필요서류	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등		

인증명	IFS	인증로고	
발행·검사기관	IFS 지정 인증기관	필수 여부	선택
목적	안전한 고품질 식품 가공 및 포장을 보장하기 위해		
취득절차	인증 신청 → 사전 심사 → 현장 심사 → 부적합 사항 시정 조치 → 인증 발급		
필요서류	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등		

인증명	BRC Food Safety	인증로고	
발행·검사기관	BRC 지정 인증기관	필수 여부	선택
목적	식품 안전과 식품관리를 위한 구체적인 표준		
취득절차	인증 신청 → 사전 심사 → 현장 심사 → 부적합 사항 시정 조치 → 인증 발급		
필요서류	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2023 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

인증명	FSSC 22000	인증로고	
발행·검사기관	FSSC 지정 인증기관	필수 여부	선택
목적	식품안전을 보장하기 위한 인증		
취득절차	서류제출 → 1차 현장 평가 → 2차 현장 평가 → 인증 → 사후관리 심사		
필요서류	신청서, 회사 정보, 기취득 인증 등		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2023 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

■ 5.3 | 통관거부사례

정보원에서 제공하지 않음

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

[규정·제도]

식품 안전 및 영양 분야 등록 요건 업데이트 결정 발표 (2024년 9월 4일 시행)

2024년 8월 6일, 베트남 식품안전국은 식품 안전 및 영양 분야에 행정 절차를 처리하기 위한 MOH의 내부 절차를 업데이트하는 결정 2325/QJ-BYT을 발표했다. 식품안전국은 2024년 9월 4일부터 식품안전국의 원스톱 식품안전 분야의 행정절차 처리를 새로운 사이트(<https://dichvucong.moh.gov.vn>)를 통해 직접 진행하거나 우편으로 제출해야 한다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=101013&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EB%B2%A0%ED%8A%B8%EB%82%A8&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]

건강보조식품 및 유제품에 강화된 식품안전기준 제안

2024년 8월 15일, 베트남 식품안전국은 「2010년 식품안전법(FSL 2010) 개정안」을 통해 건강보조식품, 유제품 및 기타 고위험 식품(특수 의료 목적으로 사용되는 의료 영양 식품, 36개월 된 유아 영양 제품 등)에 대해 강화된 식품안전기준을 적용할 계획을 발표했다. 이 제안은 GMP, HACCP, ISO 22000 등의 시스템을 의무적으로 적용하여 소비자의 식품 안전성을 보장하고자 하는 내용이 포함되어 있고 공개일로부터 30일간 의견을 수렴하고 개정 절차를 추진할 계획이다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100986&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EB%B2%A0%ED%8A%B8%EB%82%A8&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]

식품안전법 개정안에 대한 의견 수렴

2024년 8월 15일, 베트남 식품청 산하 식품안전국(VFA)은 「2010년 식품안전법(FSL 2010) 개정안」을 통해 모든 식품 제품에 대해 제품 신고 등록을 의무화할 계획을 발표하여 9월 16일까지 의견을 수렴했다. 이는 식품 안전 관리 시스템을 강화하고, 무역 기술 장벽을 제거하기 위한 조치라고 설명했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100944&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EB%B2%A0%ED%8A%B8%EB%82%A8&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]**가당 음료 및 주류에 대한 특별소비세 세율 인상 계획**

2024년 6월 13일, 베트남 재무부(MOF)는 베트남 소비자들의 건강 보호를 위해 특별소비세법 개정안 초안을 발표했다. 해당 법안은 주로 당이 함유된 음료와 알코올이 함유된 음료의 적용 범위와 특별소비세율에 대한 개정 사항을 다루고 있다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100562&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EB%B2%A0%ED%8A%B8%EB%82%A8&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]**국제 표준에 따른 식품 안전 및 검역 기준 강화 계획 발표(2024년 6월 19일 시행)**

2024년 6월 19일, 베트남 부총리 쩌르우꽁(Tran Luu Quang)은 세계무역기구(WTO)의 위생 및 검역 기준을 준수하고자 베트남 식품 안전 및 검역 기준 강화하고 관련 정책을 제도화하는 결의안(534/QD-TTG)을 발표했다. 해당 계획은 베트남의 농산물, 수산물, 임산물 및 식품이 국제 시장에서 위생 및 식물위생 조치(SPS)를 준수하는 능력을 향상하고 수출 시장을 확대하는 것을 목표로 하고 있다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100560&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EB%B2%A0%ED%8A%B8%EB%82%A8&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]**식품 안전 및 영양 분야 등록 요건 업데이트**

2024년 6월 11일, 베트남 보건부(MOH)는 식품 안전 및 영양 분야의 행정 절차를 개정하고 보완하기 위해 1613/QD-BYT 결정을 발표했다. 이 개정안은 식품 등록에 필요한 서류 및 절차 등을 규정하는 내용을 포함하며, 발표일인 2024년 6월 11일에 즉시 발효되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100517&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EB%B2%A0%ED%8A%B8%EB%82%A8&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]**축산물 검역에 관한 규정 공포(2024년 5월 16일 적용)**

2024년 5월 9일, 베트남 농업농촌개발부는 「축산물 검역증명서 유효기간 연장 등 검역활동에 관한 규정(số 25/2016-TT-BNNPTNT)」의 일부를 개정하는 시행규칙 「số 04/2024-TT-BNNPTNT」을 공포했다. 변경 사항으로는 검역증명서의 유효기간 연장, 수입 가축의 식별표시 면제, 지역 간 이동 시 동물 표시 면제 등이 있다. 해당 규정은

2024년 5월 16일부터 적용된다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100240&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EB%B2%A0%ED%8A%B8%EB%82%A8&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]

한국 건강기능식품의 수입허가 갱신 절차 간소화

2023년 11월 베트남 식품청(VFA)은 한국에서 수출된 건강기능식품이 제품의 변경 사항으로 수입허가서를 갱신해야 하는 경우, 안전과 관련이 없는 변경 사항이라면 수입허가 갱신 요건을 면제한다고 밝혔다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=99101&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EB%B2%A0%ED%8A%B8%EB%82%A8&page=2&srchGubun=427

[규정·제도]

기능성 식품(보충용 식품, 건강보조식품 등)의 관리 규정 개정안 공고

2023년 9월 베트남 보건부는 공식 회보 《No. 17/2023/TT-BYT》를 통해 기능성 식품(functional food)의 관리 규정 《No. 43/2014/TT-BYT》와 건강보조식품(Health supplement)의 생산 및 거래에 대한 GMP 지침 규정 《No. 18/2019/TT-BYT》를 포함한 식품 안전 관련 법률을 일부 수정하였으며, 해당 회보를 통해 반영된 변경 사항은 2023년 11월 9일부터 발효되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98831&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EB%B2%A0%ED%8A%B8%EB%82%A8&page=2&srchGubun=427

[규정·제도]

건강보조식품의 생산 및 유통에 대한 GMP 요구사항 개정안 공고

2023년 9월 베트남 보건부는 공식 회보 《No. 17/2023/TT-BYT》를 통해 식품 안전에 관한 일부 법률 문서를 수정 및 무효화 하였으며, 공식 회보 《No. 17/2023/TT-BYT》에는 기능성 식품(functional food)의 관리 규정 《No. 43/2014/TT-BYT》와 건강보조식품(Health supplement)의 생산 및 거래에 대한 GMP 지침 규정 《No. 18/2019/TT-BYT》의 변경 사항이 포함되며, 이를 통해 반영된 변경 사항은 2023년 11월 9일부터 발효되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98830&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EB%B2%A0%ED%8A%B8%EB%82%A8&page=2&srchGubun=427

[규정·제도]**한국 수출 식품이 주의해야 하는 식품 표시 기준 종합 공고**

2022년 베트남으로 수출된 한국 식품은 약 7억 달러 규모로, 2022년 한국 식품 수출 규모 4위의 주요 식품 수출 대상국임. 베트남은 제품에 대한 라벨링 규정(Decree 43/2017 ND-CP)을 수정, 보완하는 시행령 《Decree 111/2021/ND-CP》를 발표하고, 제품의 원산지 표기 기준과 식품의 필수 표기 사항을 수정한 바 있다. 따라서 베트남으로 식품을 수출하는 한국 식품 기업은 변경된 베트남의 표시 기준을 확인하여 수출 식품에 라벨링 문제가 발생하지 않도록 주의해야 한다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98783&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EB%B2%A0%ED%8A%B8%EB%82%A8&page=2&srchGubun=427

[라벨링]**한국 수출 식품이 주의해야 하는 식품 표시 기준 종합 공고**

베트남은 제품에 대한 라벨링 규정(Decree 43/2017 ND-CP)을 수정, 보완하는 시행령 《Decree 111/2021/ND-CP》를 발표하고, 제품의 원산지 표기 기준과 식품의 필수 표기 사항을 수정한 바 있다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98783

[규정·제도]**2023년 식품 안전관리를 위한 사후 검사 강화 계획 발표**

베트남 식품안전부는 2023년 4월 15일부터 1개월 간 식품안전 관련 집중 단속을 위해 6개 조직을 구성하고 하노이, 하이즈엉, 빈즈엉 등 12개 지역에 집중 단속할 예정이다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97661&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[규정·제도]**다낭 시, 소비자의 안전한 식품 보장을 위한 식품이력추적 시행**

베트남 다낭시는 주로 다른 지역에서 대량으로 수입되는 육류, 채소 등 신선식품의 식품안전관리를 위해 모든 식품에 대해 식품이력추적 프로젝트를 시행한다고 밝혔다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97443&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[규정·제도]**호치민 시, 2023년 식품 안전을 보장하기 위한 계획 발표**

베트남 호치민시는 2023년 식품 안전을 보장하기 위한 계획을 발표했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97297&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[규정·제도]**수출입 절차 효율화를 위한 2023년 행정개혁 목표 공고**

2023년 1월 31일, 베트남 세관 총국은 통관 절차 간소화, 행정개혁 대상 지정, 무역 원활화 등을 포함한 「행정개혁 10대 목표에 관한 결정문(제123호/QD-TCHQ)」을 발표했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97062