

베트남 두유 시장조사



Product : Soy Milk

Content

I. 시장통계	2
---------	---

II. 경쟁제품 현황	8
-------------	---

III. 인증 및 허가등록	22
----------------	----

IV. 라벨링 및 식품첨가물	25
-----------------	----

I

시장통계

1. 글로벌 기타 무알코올 음료 수입추이
2. 베트남 기타 무알코올 음료 수입추이
3. 베트남 두유 시장규모
4. 베트남 대두 가공품 시장 기업별 점유율
5. 베트남 대두 가공품 시장 소비연령대

1. STATISTICS ANALYSIS - 글로벌 기타 무알코올 음료 수입추이

“2014년 베트남 기타 무알코올 음료 수입 세계 7위 규모”

KEY INFO

글로벌 기타 무알코올 음료 수입시장

- 글로벌 기타 무알코올 음료 수입 상위국은 유럽권과 북미권 국가임
- 베트남의 경우, 2014년 글로벌 기타 무알코올 음료 수입 세계 7위 규모

□ 관세사 문의 결과 두유의 베트남 내 HS CODE는 「2202.90.20」인 것으로 확인되었음

- 베트남과 한국의 HS CODE 글로벌 분류 기준이 상이하므로 수출 전 필히 재검증을 요함

< 두유 HS CODE 정보 >

한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 (광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료
	2202.90	기타
	2202.90.9000	기타
베트남	2202.90.20	콩 우유 음료

출처 : 한국 관세청(www.customs.go.kr) 베트남 관세청(www.customs.gov.vn)

□ 2014년 글로벌 기타 무알코올 음료 총 수입액은 88억 3,492만 8,000달러로 전년 대비 4% 증가하였으며, 주요 수입국에는 영국, 미국, 캐나다, 독일 등이 있음

- 최대 수입국은 영국으로, 7억 1,068만 4,000달러의 기타 무알코올 음료를 수입하였으며 이는 전년 대비 9% 증가한 수치임



< HS CODE 2202.90 글로벌 수입 규모 >

(단위 : 천 달러, %)

국가	2012	2013	2014	2013/2014 증감률
글로벌	7,741,059	8,314,234	8,834,928	4
1 영국	524,953	652,796	710,684	9
2 미국	496,380	547,859	602,459	10
3 캐나다	397,064	449,418	524,068	17
4 독일	353,788	357,203	342,163	-4
5 프랑스	365,342	373,250	322,539	-14
7 베트남	16,849	20,638	292,835	21

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

2. STATISTICS ANALYSIS - 베트남 기타 무알코올 음료 수입추이

“베트남 기타 무알코올 음료 수입시장, 한국 3위”

□ 2014년 베트남의 기타 무알코올 음료 총 수입액은 2억 9,283만 5,000달러로 전년 대비 21% 증가하였으며, 주요 수입국에는 태국, 미국, 한국, 홍콩, 말레이시아 등이 있음

KEY INFO

베트남의 기타 무알코올 음료 최대 수입국은 태국으로 한국은 3위를 기록

- 베트남의 최대 수입국은 태국으로, 2014년 2억 5,697만 1,000달러의 기타 무알코올 음료를 수입하였으며 이는 전년 대비 21% 증가한 수치임
- 한국은 3위로, 2014년 베트남은 한국에서 전년 대비 29% 증가한 462만 4,000달러의 기타 무알코올 음료를 수입하였음

< 베트남 HS CODE 2202.90.20 수입 추이 >

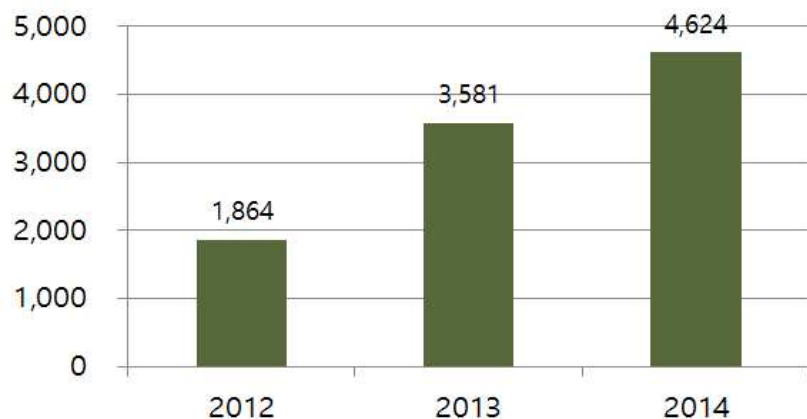
(단위 : 천 달러, %)

국가	2012	2013	2014	2013/2014 증감률
글로벌	148,146	241,342	292,835	21
1 태국	126,953	212,034	256,971	21
2 미국	8,462	10,987	17,291	57
3 한국	1,864	3,581	4,624	29
4 홍콩	1,772	3,135	4,167	33
5 말레이시아	1,539	5,755	3,591	-38
6 일본	110	401	1,506	276

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

< 베트남 HS CODE 2202.90.20 한국산 수입 추이 >

(단위 : 천 달러)



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

3. STATISTICS ANALYSIS - 베트남 두유 시장규모

“베트남 두유 시장, 가파른 성장세”

□ 글로벌 리서치기관 데이터모니터에 따르면 2014년 베트남의 두유(Soy Milk) 시장규모는 2억 4,026만 달러로 4년 전에 비해 94.87% 증가

– 베트남의 두유 시장은 폭발적인 성장세를 보이고 있으며, 연평균 14.27%씩 증가하는 추세임

– 전년 대비 가장 높은 증감률을 보인 해는 2011년이며, 전년 대비 17.77% 증가함

□ 베트남은 인근 아시아 5개국 중에서 가장 작은 크기의 두유 시장 규모를 나타내며, 5억 7,402만 달러의 두유 시장 규모를 보이는 한국에 비해서는 2배 이상 작음

KEY INFO

2014년 아시아 5개국 두유
시장규모

(단위 : 백만 달러)

	국가	규모
1	중국	9767.6
2	한국	574.02
3	일본	565.63
4	태국	436.94
5	베트남	240.26

출처 : Data Monitor

< 베트남 두유 시장규모 및 성장률 >

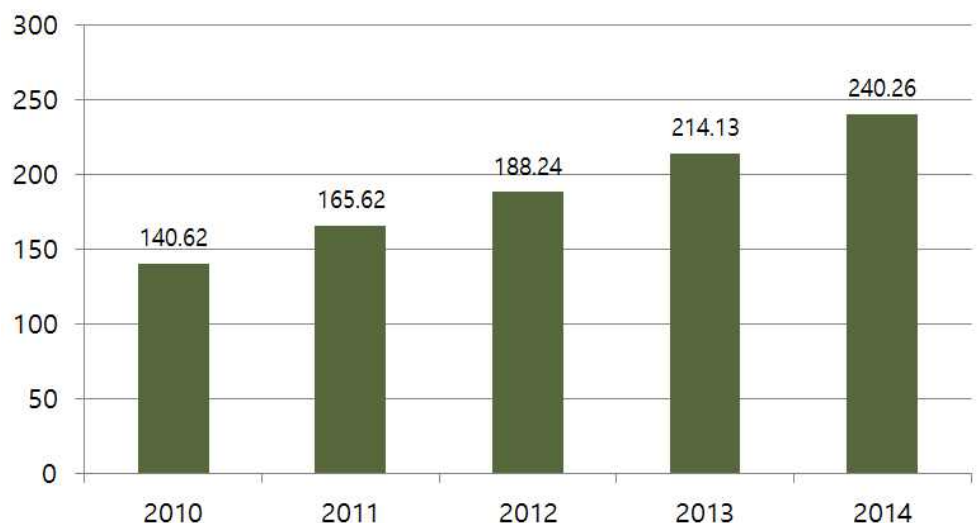
(단위 : 백만 달러, %)

	2010	2011	2012	2013	2014	전체 증감률	연평균 증감률
시장 규모	140.62	165.62	188.24	214.13	240.26	94.87	14.27

출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

< 베트남 두유 시장규모 및 성장률 추이 >

(단위 : 백만 달러)



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

4. STATISTICS ANALYSIS - 베트남 대두 가공품 시장 기업별 점유율

“글로벌 기업 및 현지 대기업 강세”

□ 데이터모니터에 따르면, 2014년 베트남의 대두 가공품(Soy Products) 시장은 Unilever社, Masan Group社, Nestle S.A社의 점유율이 85% 이상을 차지하고 있음

KEY INFO

대두 가공품 (Soy Products)

대두 디저트(Soy Desserts),
대두 음료(Soy Drinks),
두유(Soy Milk)의 합산임

- 글로벌 기업 Unilever社에 이어 점유율 2위를 차지한 Masan Group社는 베트남 내 시가 총액 3위의 기업으로, 자회사 Masan Food社가 간장 소스, 인스턴트 커피, 음료 등을 판매하고 있음
- 베트남 대두 가공품 시장의 점유율 3위는 23.29%를 차지하고 있는 Nestle S.A社로, 2011년부터 상위 3개 업체의 점유율 차이는 줄어들고 있어 삼파전이 예상됨

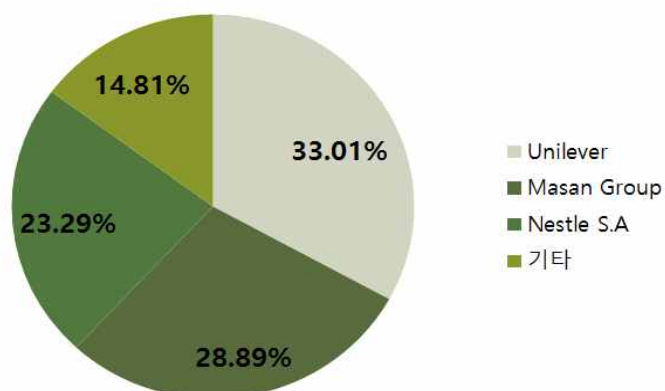
< 베트남 대두 가공품 시장 기업별 점유율 >

(단위 : %)

기업명	2011	2012	2013	2014
총계	100	100	100	100
Unilever	33.12	33.08	33.04	33.01
Masan Group	28.27	28.48	28.68	28.89
Nestle S.A	22.97	23.08	23.18	23.29
기타	15.64	15.36	15.09	14.81

출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

< 2014년 베트남 대두 가공품 시장 기업별 점유율 그래프 >



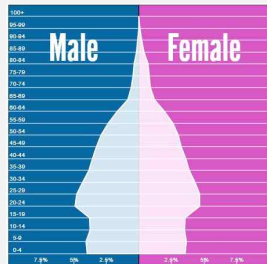
출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

5. STATISTICS ANALYSIS - 베트남 대두 가공품 시장 소비연령대

"연령 낮을수록 베트남 대두 가공품 소비 점유율 높아"

KEY INFO

베트남 인구 피라미드



출처 : Population Pyramid

2015년 기준 베트남 인구는 약 9,300만 명이며 24세 이하의 연령층이 약 40%를 차지하고 있는 구조를 확인할 수 있음

□ 데이터모니터에 따르면, 2012년 베트남의 대두 가공품(Soy Products) 소비시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 연령대는 14세 이하의 연령층으로 파악됨

– 베트남 대두 가공품 소비시장에서 2위의 점유율을 보이는 연령대는 15세 ~ 24세로 나타났으며, 가장 낮은 점유율을 보이는 연령대는 55세 이상이었음

– 베트남 대두 가공품 시장은 소비연령대가 낮을수록 점유율이 높다는 특징을 지님

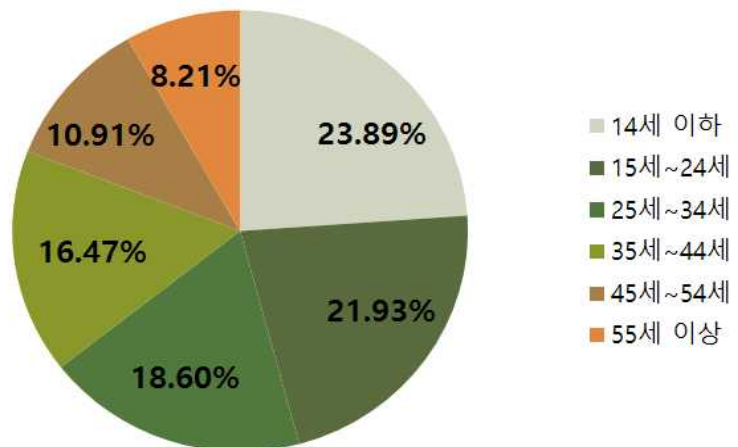
< 베트남 대두 가공품 시장 연령별 소비 점유율 >

(단위 : %)

소비 연령대	2010	2011	2012
14세 이하	23.79	23.85	23.89
15세 ~ 24세	21.71	21.82	21.93
25세 ~ 34세	18.58	18.59	18.60
35세 ~ 44세	16.61	16.54	16.47
45세 ~ 54세	10.87	10.89	10.91
55세 이상	8.43	8.31	8.21

출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

< 2012년 베트남 대두 가공품 시장 연령별 소비 점유율 그래프 >



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

II

경쟁제품 현황

1. 베트남 방문매장 정보
2. 베트남 두유 경쟁제품 가격현황
3. 베트남 두유 담당자 인터뷰
4. 베트남 경쟁제품 현황 조사결과

1. PRODUCT INFORMATION - 베트남 방문매장 정보

SHOP #1. COOPMART

이미지		
	< 매장 전경 >	
		
< 매장 내 두유 판매대 전경 >		
Contact Point	Tel : +84 08 5412 0084	
	Add : KDC Mỹ Phước, đại lộ Nguyễn Văn Linh, P.Tân Phong, Q.7, TPHCM	
규모	- 1989년 설립 이래 70개의 편의점 및 50개의 슈퍼마켓을 보유한 베트남 최대의 유통기업	
	- 연간 매출액 11억 달러 (2013년 기준) - 베트남 현지 내 100개 이상의 점포 보유 중 (2015년 기준)	
업체 개요	- 2014년 아시아 소매 전문 매거진에서 아시아 베스트 10 소매 업체로 선정되는 등 베트남 소비자들에게 인지도 높은 유통기업임 - 판매량이 많은 상품 위주로 유통, 판매하는 베트남 현지 내 주요 유통업체와는 달리 COOPMART는 다양한 고객의 수요를 위해 판매량이 적은 상품도 취급하는 전략으로 영업하고 있음 - 매장 직원에 따르면, 본 매장 내 두유 제품 원산지 별 점유율은 베트남산이 100%를 차지하고 있음	
인터뷰 내역	"두유 시장은 증가추세이며 저렴한 가격과 좋은 맛이 베트남 시장에서 성공할 수 있는 키워드가 될 수 있다. 현지 소비자에게 Vinamilk Sữa Đậu nành gấp đôi CANXI 제품이 가장 인기가 있다."	
		Staff (COOPMART 매니저)

SHOP #2. Big C Market (구 CORA)

	
이미지	< 매장 전경 >   < 매장 내 두유 판매대 전경 >
Contact Point	Tel : +84 08 3863 2990 Add : 138A Tô Hiến Thành, P.15, Q.10, TPHCM - 1998년 베트남 시장에 진출한 프랑스 유통기업으로 본사는 호치민시에 위치함
규모	- 연간 매출액 약 5억 3,400달러 (2013년 기준) - 점포 : 베트남 현지에 22개의 슈퍼마켓 및 5개의 편의점 보유 (2014년 기준)
업체 개요	- Big C 슈퍼마켓은 친절한 서비스, 직원 및 공급업체와의 우호적 관계로, 베트남 현지 소비자에게 친근한 브랜드라는 이미지를 얻었음 - 할부, 무료 배송, 무료 버스 등의 서비스를 최초로 운영하며 베트남 현지 소비자들의 선호도 1위 유통기업으로 부상함 - 매장 직원에 따르면, 본 매장 내 두유 제품 원산지별 점유율은 베트남산이 90%, 말레이시아 산이 10%를 점유하고 있음
인터뷰 내역	"두유는 남녀노소 구매하는 식품이며 Vinasoy의 Fami 제품이 특히 인기가 많다. 매장에서는 우유 제품을 구입한 고객들에게 사은품을 증정하고 있는데, 반응이 좋다." Staff (Big C Market 매니저)

SHOP #3. Maximark

	
이미지	< 매장 전경 >   < 매장 내 두유 판매대 전경 >
Contact Point	Tel : +84 08 3835 6617, +84 08 3832 5324 Add : Số 3-3C, Đường 3/2, Q.10, TPHCM - 1992년 소비자, 가전제품 및 스포츠 제품의 판매를 목적으로 베트남 호치민시에 설립된 유통기업
규모	- 호치민, 칸토, 하노이, 나트랑 등 베트남 거점 관광 도시에 4개의 대형 슈퍼마켓 점포를 보유하고 있음 (2015년 기준)
업체 개요	- 신선식품 및 가공식품, 가전제품, 의류 등 다양한 상품을 취급하고 판매하며, 홍보 프로모션 및 광고를 활발히 진행하고 있음 - 평균 영업시간은 10:00~22:00임 - 본 매장 직원에 따르면, 현재 시판되는 두유 제품은 Vinasoy社 Fami와 Vixumilk이며 모두 베트남 현지 제품임
인터뷰 내용	“판매할 제품을 선택할 때 가격과 품질을 고려한다. 베트남 현지 소비자는 가격 할인 프로모션을 가장 선호하며 사은품 증정도 좋아한다. Vinasoy의 Fami 제품이 인기가 있다.” Staff (Maximark 매니저)

SHOP #4. AEON Citimart B&B (구 Citimart)

	
이미지	< 매장 전경 >   < 매장 내 두유 판매대 전경 >
Contact Point	Tel : +84 08 5412 8008 Add : B3-06 Hà Huy Tập - Tân Phong - Q.7 - TP.HCM - 베트남 현지 유통기업인 Citimart가 소매 시장의 매출 신장을 위해 일본의 유통기업 Aeon과 제휴를 맺음 - Citimart에서 "Aeon Citimart"로 상호가 변경됨
규모	- 베트남 현지 내 약 30개의 슈퍼마켓 점포 보유 (2015년 기준)
업체 개요	- 고객의 다양한 요구에 대응하기 위해 편리한 서비스와 저렴한 가격의 제품을 제공하는 대형마트임 - 평균 영업시간은 09:00~21:00임 - 베트남산 Vinamilk, Vinasoy 제품이 전체 두유의 90%를 차지하며 말레이시아산 Homesoy 제품이 10%의 점유율을 보임
인터뷰 내용	"베트남 내 두유 시장은 밝은 전망이 예상되며, 두유 제품은 여러 연령대의 사람들이 골고루 구입하는 품목이다." Staff (Aeon Citimart 매니저)

SHOP #5. SATRA

		
이미지	< 매장 전경 >  < 매장 내 두유 판매대 전경 >	
Contact Point	Tel : +84 08 3836 8735 Add : Số 69 đường Đồng Khởi, P.Bến Nghé, Q.1, TPHCM - SATRA社는 Saigon Trading 그룹 계열사이며 베트남 최고의 기업 중 하나로 자리매김하고 있음 - 본사는 호치민시에 있으며, 70여 개 자회사, 계열사 및 합작 투자로 설립됨	
규모	- 연간 매출액 약 6억 달러 (2010년 기준) - 베트남 현지 내 50여 개의 점포 보유 (2012년 기준) - 본 유통업체 매장 총 직원 수는 약 1만 6,000여 명 (2013년 기준)	
업체 개요	- 영업시간은 09:00~22:00임 - 고객의 다양한 요구를 충족시키기 위해 5만 여 개의 상품을 구비하여 판매하고 있음 - 담당 직원에 따르면 두유 제품은 100% 베트남산이며 Vinamilk 제품임	
인터뷰 내용	"용량이 적어 음용하기 편한 제품들이 인기가 있으며, 선호하는 두유 맛은 다양하다. 또한 현지 베트남 소비자는 증정품을 제공하는 프로모션을 선호하는 편이라 실제 매장에서 4+1과 같은 프로모션을 많이 시행하고 있다." Staff (SATRA 매니저)	

2. PRODUCT INFORMATION - 베트남 두유 경쟁제품 가격현황

베트남 COOPMART 가격 현황 (2015년 7월 26일 기준)

제조사	제품명	제조국	중량	가격 (ml당 가격)	이미지
Soy Milk					
Công ty cổ phần sữa Việt Nam	Vinamilk Goldsoy Canx-D	베트남	200ml	3,700동 (ml당 18.5동)	
Công ty cổ phần sữa Việt Nam	Vinamilk Sữa Đậu Nành Nguyên Chất		200ml	3,700동 (ml당 18.5동)	
Nhà Máy Sữa Đậu Nành Việt Nam	Vinasoy Sữa Đậu Nành Fami CANXI		200ml	3,700동 (ml당 18.5동)	
Công ty cổ phần sản xuất Tân Việt Xuân	Vixu milk Sữa Đậu Nành		220ml	3,400동 (ml당 15.45동)	

2015년 7월 26일 기준 베트남 100동 = 5.34원

베트남 Big C Market 가격 현황 (2015년 7월 26일 기준)

제조사	제품명	제조국	중량	가격 (ml당 가격)	이미지
Soy Milk					
Công ty cổ phần sữa Việt Nam	Vinamilk Sữa Đậu Nành Nguyên Chất	베트남	200ml	4,500동 (ml당 22.5동)	
Nhà Máy Sữa Đậu Nành Việt Nam	Vinasoy Sữa Đậu Nành Fami CANXI		200ml	3,200동 (ml당 16동)	
Ace Canning Corporation SHD.BHD	HOMESOY	말레이시아	1L	28,100동 (ml당 28.1동)	

베트남 Maximark 가격 현황 (2015년 7월 26일 기준)

제조사	제품명	제조국	중량	가격 (ml당 가격)	이미지
Soy Milk					
Công ty cổ phần sản xuất Tân Việt Xuân	Vixu milk Sữa Đậu Nành	베트남	220ml	3,400동 (ml당 15.45동)	
Nhà Máy Sữa Đậu Nành Việt Nam	Vinasoy Sữa Đậu Nành Fami Nguyên Chất		200ml	3,300동 (ml당 16.5동)	
Nhà Máy Sữa Đậu Nành Việt Nam	Vinasoy Sữa Đậu Nành Fami CANXI		200ml	3,300동 (ml당 16.5동)	

베트남 AEON Citimart B&B 가격 현황 (2015년 7월 26일 기준)

제조사	제품명	제조국	중량	가격 (ml당 가격)	이미지
Soy Milk					
Ace Canning Corporation SHD.BHD	HOMESoy	말레이시아	250ml	9,000동 (ml당 36동)	
Công ty cổ phần sữa Việt Nam	Vinamilk Goldsoy	베트남	1L	27,700동 (ml당 27.7동)	

베트남 SATRA 가격 현황 (2015년 7월 26일 기준)

제조사	제품명	제조국	종량	가격 (ml당 가격)	이미지
Soy Milk					
Công ty cổ phần sữa Việt Nam	Vinamilk Goldsoy CaD	베트남	200ml	3,700동 (ml당 18.5동)	
Công ty cổ phần sữa Việt Nam	Vinamilk Sữa Đậu Nành Nguyên Chất		200ml	3,400동 (ml당 17동)	
Công ty cổ phần sữa Việt Nam	Vinamilk Sữa Đậu Nành gấp đôi CANXI		200ml	3,400동 (ml당 17동)	

3. PRODUCT INFORMATION - 베트남 두유 매장 담당자 인터뷰

※ 베트남 COOPMART 두유 판매 담당자 인터뷰

- ☐ 두유시장은 증가추세인지 감소추세인지
- 증가추세이다.
- ☐ 어느 국가의 두유 제품이 판매되고 있으며, 제품별 점유율은 어떠한지
- Vinamilk 40%, Vinasoy Fami 40%, Vixumilk 20%이며 다 베트남산이다.
- ☐ 가장 인기 있는 제품이 무엇이며 그 이유는 무엇이라 생각하는지
- Vinamilk Sữa Đậu Nành gấp đôi CANXI 제품으로 이유는 맛이 좋아서인 것 같다.
- ☐ 어느 연령대의 베트남 소비자가 두유를 가장 많이 구입하는지
- 모든 연령대의 소비자가 구입한다. 모든 연령대가 두유를 마시고 있기 때문이다.

※ 베트남 Big C Market 두유 판매 담당자 인터뷰

- ☐ 두유시장은 증가추세인지 감소추세인지
- 증가추세이다.
- ☐ 어느 국가의 두유 제품이 판매되고 있으며, 제품별 점유율은 어떠한지
- 베트남산 Vinamilk 제품이 70%, Vinasoy Fami 제품은 20%이며 나머지 10%는 말레이시아 Homesoy 제품이다.
- ☐ 가장 인기 있는 제품이 무엇이며 그 이유는 무엇이라 생각하는지
- 각자의 입맛에 따라서 선택하기 때문에 선호하는 제품이 다양하다.
- ☐ 어느 연령대의 베트남 소비자가 두유를 가장 많이 구입하는지
- 정해진 연령대 없이 남녀노소 골고루 사는 편이다.

※ 베트남 Maximark 두유 판매 담당자 인터뷰

- ☐ 두유시장은 증가추세인지 감소추세인지
- 보통이다.
- ☐ 어느 국가의 두유 제품이 판매되고 있으며, 제품별 점유율은 어떠한지
- Vinasoy Fami 제품이 65%, Vixumilk 35%이며 모두 베트남산이다.
- ☐ 가장 인기 있는 제품이 무엇이며 그 이유는 무엇이라 생각하는지
- Vinasoy의 Fami라는 제품을 선호한다.
- ☐ 어느 연령대의 베트남 소비자가 두유를 가장 많이 구입하는지
- 나이에 상관없이 골고루 구입한다.

※ 베트남 Aeon Citimart B&B 두유 판매 담당자 인터뷰

☐ 두유시장은 증가추세인지 감소추세인지

- 증가추세라고 생각한다.

☐ 어느 국가의 두유 제품이 판매되고 있으며, 제품별 점유율은 어떠한지

- 베트남산 Vinamilk가 65%, Vinasoy Fami가 25%를 차지하며, 나머지 10%는 말레이시아 Homesoy 제품이다.

☐ 가장 인기 있는 제품이 무엇이며 그 이유는 무엇이라 생각하는지

- 가장 인기 있는 제품이 무엇인지 고르기 힘들다. 각자의 취향대로 구입하고 있기 때문이다.

☐ 어느 연령대의 베트남 소비자가 두유를 가장 많이 구입하는지

- 여러 연령대의 사람들이 마시고 있기 때문에 다양한 연령대가 구매하고 있다.

※ 베트남 SATRA 두유 판매 담당자 인터뷰

☐ 두유시장은 증가추세인지 감소추세인지

- 보통이다.

☐ 어느 국가의 두유 제품이 판매되고 있으며, 제품별 점유율은 어떠한지

- 베트남산 Vinamilk 제품만을 100% 판매하고 있다.

☐ 가장 인기 있는 제품이 무엇이며 그 이유는 무엇이라 생각하는지

- 소비자 각자의 입맛에 따라 선택하고 있기 때문에 정확한 답변은 어렵다.

☐ 어느 연령대의 베트남 소비자가 두유를 가장 많이 구입하는지

- 여러 연령대의 사람들이 구입한다.

4. PRODUCT INFORMATION - 베트남 경쟁제품 현황 조사결과

※ Summary

- 베트남 주요 대형 슈퍼마켓 COOPMART, Big C Market, Maximark, Aeon Citimart B&B, SATRA 등 5곳을 방문 조사한 결과, 두유 제품은 현지에서 자체 생산된 제품이 독보적으로 판매되고 있었으며, 일부 매장에서 말레이시아산 제품이 확인되었지만 1종에 불과하였음
- 일부 조사 대상 매장에서 Vinasoy Fami 제품이 인기 제품으로 뽑혔으며, 달달한 맛이 제품 수요에 영향을 끼친 것으로 판단됨
- 조사 대상 5개 매장 중 한국산 두유 제품을 판매하고 있는 매장은 없었음
- 현지 베트남산 제품은 대부분 파우치 형태이며 200~220ml 중량에 약 3,500동의 가격대가 주를 이룸
- 말레이시아산 두유 제품은 테트라팩 형태로 유통되고 있으며, 250ml에 9,000동으로 비교적 높은 가격대를 형성하는 것으로 파악됨

III

인증 및 허가등록

1. 베트남 식품 허가등록
2. 베트남 식품 인증 정보

1. LICENSE INFORMATION - 베트남 식품 허가등록

□ 베트남 수입식품 허가등록

KEY INFO

베트남 수입식품 허가등록

베트남 식품 위생 안전국이 수입 가능 여부를 확인하고 최종적으로 베트남 산업 무역부에서 품질 확인서를 발급함

< 베트남 수입식품 허가등록 >



□ 수출하고자 하는 업체는 특수하게 구비해야 하는 서류나 절차가 없음

－ 반면 수입하고자 하는 업체는 아래 절차에 따라 베트남 산업 무역부의 확인서를 취득하여, 제품의 질에 대해 검증받아야 할 의무가 있음

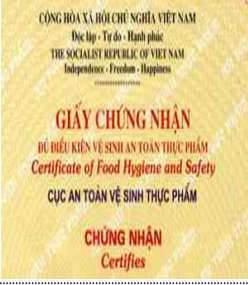
< 베트남 수입식품 등록 절차 >

STEP 01 샘플 발송	· 제품 샘플을 베트남 세관으로 발송함 (1,500달러 이하)
STEP 02 수입가능여부 확인	· 식품 위생 안전국에서 샘플을 확인한 후 수입 가능 여부에 대하여 검증하며, 수입 허가가 결정되면 제품 인증이 이루어짐 · 제품 인증에 대한 유효기간은 3년임
STEP 03 수입	· 제품 인증 후 해당 제품의 수입 프로세스가 진행됨
STEP 04 실제품과 품질 비교	· 수입된 실제 제품과 샘플의 품질이 동일한지의 여부를 조사함
STEP 05 품질 확인서 발급	· 실제 제품과 샘플의 품질이 동일하다고 평가되면, 베트남 산업무역부에서 최종적으로 품질 확인서를 발급함

출처 : 베트남 보건부, 베트남 산업무역부 담당자 인터뷰

2. CERTIFICATION INFORMATION - 베트남 식품 인증 정보

< 베트남 두유 인증 >

	인증명	식품안전인증	내용
	발행기관	베트남 보건부	
식품안전인증	성격	필수	

- 해외에서 베트남 현지로 수입되는 모든 식품은 베트남 보건부가 발행하는 식품안전 증명을 받아야 함
- 식품안전인증 취득이 의무화됨에 따라 필수적인 인증으로 분류됨

□ 베트남 식품안전인증 취득

- 베트남에서는 식품 위생 및 안전 문제가 빈번하게 일어남. 이에 베트남 산업무역부는 2013년 식품안전인증 제도를 발표하였으며, 이는 2013년 12월 20일부터 효력을 가짐
- 한국 식품을 수입하는 베트남 현지 업체에 따르면 인증 취득에 통상 3 ~ 6개월이 소요됨

KEY INFO

식품안전인증

베트남 산업무역부의 수입 식품 안전 관리에 관한 제28호/2013/TT-BCT에 의거하여 모든 수입 식품이 취득해야함

< 베트남 식품안전인증 취득 절차 >



출처 : 베트남 보건부(www.moh.gov.vn/)

- 베트남 산업무역부의 ‘수입식품 안전 관리에 관한 통달 제 28호/2013/TT-BCT’ 를 통해 식품안전인증에 관한 보다 더 자세한 사항을 확인할 수 있음

<http://www.moit.gov.vn/vn/pages/VanBanDieuHanh.aspx?TypeVB=0&vID=13587>

IV

라벨링 및 식품첨가물

1. 베트남 두유 라벨링 정보
2. 베트남 두유 식품첨가물 정보

1. LABELING & FOOD ADDITIVE INFORMATION - 베트남 두유 라벨링 정보

□ 베트남 라벨링 규정

- 베트남에 수입되는 모든 제품들은 89/2006/ND에 의거, 식품의 기본 정보를 바탕으로한 라벨링을 요구하며, 베트남 보건부(MOH)에서 라벨링 규정을 담당하고 있음
- 베트남 내 유통되는 식품류는 공통적으로 제품명, 제품에 대한 책임이 있는 조직 혹은 개인의 정보, 제품의 원산지에 대해 라벨에 명시해야 함
- 베트남 두유 제품은 무알코올 음료로 분류되며, 무알코올 음료의 경우 추가적으로 용량, 제조 연월일, 상미기한과 소비기한²⁾, 구성 성분 및 성분량 등이 표기되어야 함

INTERVIEW

"라벨에 표기되는 모든 정보는 오해의 소지 없이 명확하게 표기되어야 한다."

베트남 산업무역부
Mrs.Hang 과의 인터뷰

< 베트남 무알콜 음료 라벨링 표시사항 >

- 해당 식품 일반 명칭, 제품명
- 제품의 원산지
- 용량
- 제조 연월일
- 상미기한 및 소비기한
- 수입 판매회사의 사명, 회사주소 혹은 유통자, 대리인의 성명, 주소
- 구성 성분 및 성분량
- 위생 및 안전성에 대한 정보
- 음용방법 및 보관방법

출처 : 베트남 보건부 (<http://www.moh.gov.vn>)

- 기본 표시사항 외 추가 및 금지사항을 사전에 확인하여 제품에 맞는 라벨 표기가 이루어져야함
- 구성 성분을 강조하는 문구가 명칭의 일부로서 사용될 경우 해당 성분의 함유량을 기재하여야 함
- 한국에서 베트남 현지 유통을 목적으로 수출하는 경우, 수입 회사 정보와 함께 제품을 생산한 업체명 및 업체 정보도 표시해야함

2) 상미기한은 제품의 품질을 보증할 수 없는 시점이며 소비기한은 상품이 더 이상 유통될 수 없는 시점을 뜻함

< 베트남 라벨링 표시사항 상세 >

	항목	설명
1	표기 언어	베트남어
2	글자 크기	외국어를 병기할 경우 베트남어로 기재되는 문자 크기보다 작아야 함
3	제품명 또는 설명	식품의 일반 명칭으로 실제 제품이 무엇인지 알 수 있어야 함 제품명은 대문자로 표기하며 다른 문자보다 3배 이상 크게 표시하여야 함
4	구성 성분 및 성분량	구성 성분을 강조하는 문구가 제품 명칭의 일부로서 사용될 경우 해당 성분의 함유량을 기재할 필요가 있음 가급적이면 각 재료의 함유량을 표시하고 함유량이 많은 성분부터 순차적으로 기록하여야 함
5	용량	액체 제품은 순 중량이 아닌 체적을 기재함
6	제조사, 수입자 또는 유통자의 상호 및 주소	각각 성명 또는 명칭 및 주소를 기재하여야 함
7	제품의 원산지	모든 제품 라벨의 기본 항목이며 필수적으로 기재하여야 함
8	상미기한 및 소비기한	건강식품, 건강기능식품, 미생물 오염이 우려되는 식품 등은 반드시 상미기한 및 소비기한을 기재하여야 함
9	표시 위치	잘 보이는 위치에 붙여야 하며, 포장지가 존재하지 않을 경우 충분한 내용을 기재하여 표면에 부착함

출처 : 베트남 보건부 (<http://www.moh.gov.vn>)

< 베트남 두유 라벨 예시 >



출처 : 베트남 현지 촬영, 2015년 7월 26일

2. LABELING & FOOD ADDITIVE INFORMATION - 베트남 두유 식품첨가물 정보

KEY INFO

식품첨가물 주의사항

식품첨가물 중 베트남 보건부에 명시되지 않은 물질이 포함된 식품의 수출입은 인정되지 않음. 이를 어길 시 위법 처분을 받게 됨

□ 베트남 식품첨가물 규제

- 베트남 보건부에 따르면 식품첨가물은 식품의 부수적인 성분이며, 식품에 제한적으로 포함될 수 있는 인체에 무해한 성분이라 정의하고 있음
- 보건부의 승인을 받지 않은 식품첨가물과 원산지나 식품표기가 명확하지 않은 식품첨가물, 용기 외형이 파손된 식품첨가물은 사용을 금하고 있음
- 베트남 산업무역부 담당자는 두유 제품과 관련하여 하기와 같은 식품첨가물 규정 사항이 있다고 밝힘. 따라서 해당 첨가물에 대한 사전 검증이 필요하다고 사료됨

< 베트남 내 허가된 두유 식품첨가제 리스트 >

항목	영문명	한글명	허용 수치
두유	Silicon dioxide	이산화규소	1kg 당 최대 4400~10,000mg 함유 가능

출처 : 베트남 보건부 (<http://www.moh.gov.vn>)

- 식품첨가물 세부 항목은 하기에서 검색가능하며, 베트남 내에서 사용이 허용되는 식품첨가물 400종류를 확인할 수 있음

<https://laocai.gov.vn/sites/sonnptnt/vanbanqppl/Trang/20130314142727.aspx>

