

# 2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202307-02  
품목 | 곡물셰이크(Cereal Shake)  
HS CODE | 1901.90-9099  
국가 | 대만(Taiwan)



# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 시장 분석형

#### I. 요약

---

1. 요약	03
-------	----

#### II. 시장규모

---

1. 대만 베이커리&시리얼 시장규모	06
2. 대만 아침용 시리얼 제품 시장규모	07
3. 대만 곡물셰이크 수입규모	08

#### III. 시장트렌드

---

1. 곡물셰이크 경쟁 브랜드로 재키우 빈출	11
2. 곡물셰이크 주요 성분, 오토밀, 검은깨, 참깨 등	12
3. 대만 곡물셰이크 홍보문구, 보존제 무첨가와 생산지 강조	13

#### VI. 유통채널

---

1. 대만 곡물셰이크 유통채널 점유율	15
2. 대만 곡물셰이크 주요 유통채널	16

# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 시장 분석형

#### V. 진입장벽

---

1. 대만 곡물셰이크 통관 및 검역 절차	27
2. 대만 곡물셰이크 품질 인증	30
3. 대만 곡물셰이크 라벨링	31
4. 대만 곡물셰이크 성분 및 유해물질	37

#### VI. 수입·유통업체 인터뷰

---

1. 상허꾸어지요우시안공쓰쓰(星禾國際有限公司)	41
2. 에슬리트(Eslite)	43
3. 한꺼우왕(韓購網)	45

#### VII. 시사점

---

1. 시사점	46
※ 참고문헌	49



HS CODE : 1901.90-9099

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# SUMMARY

# 대만 곡물셰이크 시장

## 시장 현황

### 베이커리&시리얼 시장규모

단위 : 십억 달러



### 아침용 시리얼 시장규모

단위 : 십억 달러



## 수출입 현황

### 수출입 현황 (HS CODE 1901.90 기준)

단위 : 천 달러



### 국가별 수입규모



## 시장 트렌드

### 인기 제품

**재키우(Jacky Wu)**  
레드 퀴노아를 원료로, 대만 유명 쇼호스트를 내세워 곡물셰이크 판매  
**마위산(馬玉山)**  
검은깨, 아몬드, 퀴노아 등 주원료 곡물셰이크 판매

### 빅데이터 분석

**재키우**  
마위산 성분  
경쟁 브랜드  
비쿠이 가든 세사들레  
진루이이

**오트밀**  
검은깨 성분  
참깨 식이섬유  
밀 아몬드

**보존제 무첨가**  
생산지  
체중감량  
홍보문구  
유기농  
품질이 좋은  
건강한

\* 쇼피 타이안 곡물 셰이크, 곡물 파우더 제품 739건 분석 결과

## 주요 유통채널

### 유통채널 점유율



## 통관 및 제도

### 수출 통관 유의사항

**세금**  
WTO 협정 관세율 30%  
**사전 준비**  
대만 수입업체, 관세청에 기업 등록 必  
대만 세관 운영 사전 품목 분류 심사제도 활용 가능

### 권장 인증



### 라벨링 유의사항

**필수 표기사항**  
중국어 표기 必  
제품명, 성분, 중량 및 용량, 제조사 및 수입사 정보, 원산지, 유통기한, 영양 라벨 표기 필요

## 수입유통업체 인터뷰

### 인터뷰 대상 :



### Point 01.

유사 및 경쟁 제품 대만 현지 제품 중에는 없으나, 일본 수입산 제품인 'TJ고섬유질 산나물 녹즙', 'KG산나물 정화식' 등 유통 중 고객사 제품 피드백 성분 약용 효과 뛰어나며 취득 인증 긍정적. 다만 경쟁제품 대비 가격 인하 필요

### Point 02.

**홍보 전략 ①** 대만 소비자, 나물 생소하므로 나물 자체에 대한 인지도 제고 필요  
**홍보 전략 ②** 쇼피, 모모샵 등 온라인 쇼핑몰 및 소셜 미디어 통한 제품 홍보 필요, 인플루언서와의 콜라보레이션 필요  
**홍보 전략 ③** K-forest food 에 대한 인식은 미미한 편

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# II 시장규모



1. 대만 베이커리&시리얼 시장규모
2. 대만 아침용 시리얼 제품 시장규모
3. 대만 곡물쉐이크 수입규모

## 1. 대만 베이커리&시리얼 시장규모

### 대만 국가 일반 정보<sup>1)</sup>

면적	3.6만km <sup>2</sup>
인구	2,357만 명
GDP	7,802억 달러
GDP (1인당)	3만 3,565달러

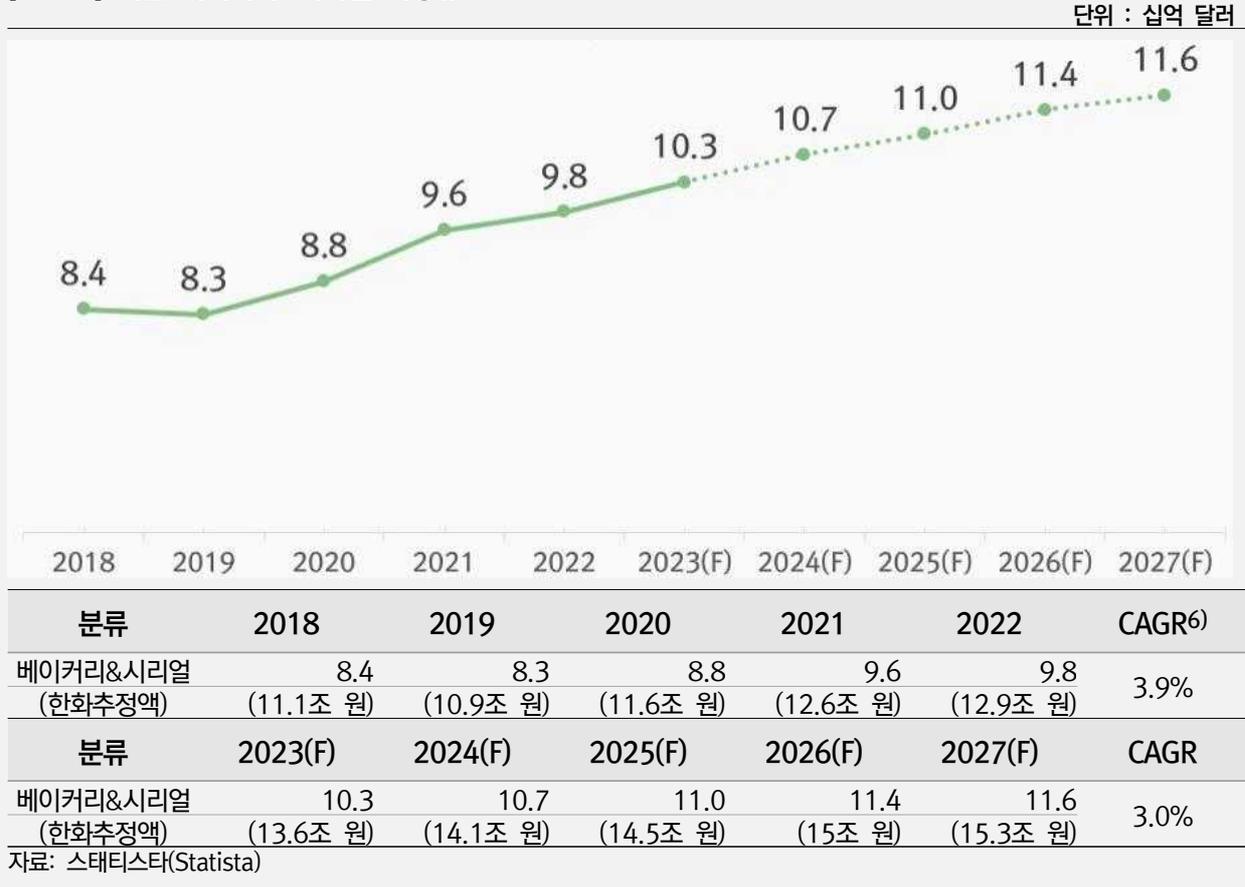
### ▶ 대만 베이커리&시리얼 시장규모 12.9조 원, 최근 5년간 성장세

2022년 기준 대만 베이커리&시리얼 시장규모는 12.9조 원에 달함. 최근 5년(2018-22년)간 연평균 3.9%로 점진적으로 성장하였으며, 2020년에서 2021년 사이 약 1% 대의 상대적으로 높은 성장세를 보임

### ▶ 대만 베이커리&시리얼 시장규모, 향후 5년 3%씩 성장 전망

대만 베이커리&시리얼 시장은 2027년까지 연평균 3%씩 성장하여 2027년 15.3조 원 규모를 기록할 것으로 예상됨. 대만의 아침식사는 베이커리 제품이 큰 비중을 차지하고 있으며, 대만 편의점 베이커리 제품이 매년 평균 10%의 높은 성장세를 보이고 있음<sup>2)3)</sup>

[표 2.1] 대만 베이커리&시리얼 시장규모<sup>4)5)</sup>



1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022

2) 자료: 스탯스타(Statista), 「Bread&Cereal Products in Taiwan」, 2023.05

3) 조사제품 '곡물쉐이크'는 나물, 보리, 현미, 백태 등으로 제조된 가루 형태의 곡류 가공품으로, 우유나 두유에 섞어서 식사 대용으로 섭취하는 제품임. 이에 제품의 원재료와 기능을 기준으로 '베이커리&시리얼' 제품과 하위품목인 '아침용 시리얼' 시장규모를 조사함

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1달러=1,321.60원(2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

## 2. 대만 아침용 시리얼 제품 시장규모

### ▶ 대만 아침용 시리얼 시장규모 2022년 기준 3,039억 원

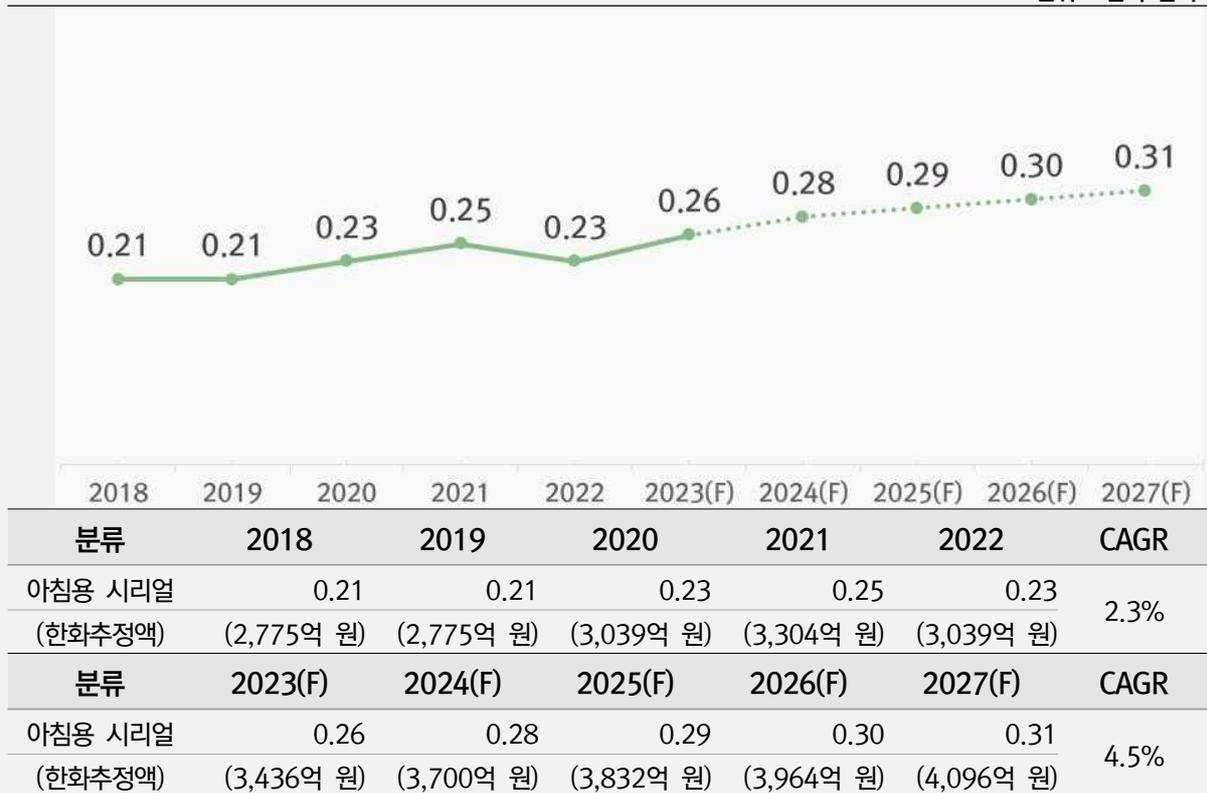
2022년 기준 대만 아침용 시리얼 제품 시장규모는 3,039억 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 점진적인 성장세를 보임. 과거 시리얼 제품은 콘플레이크 형태의 제품이 대세를 이루었으나 최근에는 귀리 등 곡류에 견과류와 과일을 더해 가공한 그래놀라 제품이 인기를 얻고 있으며, 점차 고급화되는 추세임<sup>7)</sup>

### ▶ 대만 아침용 시리얼 시장규모, 향후 5년간 4.5%씩 성장 전망

대만 아침용 시리얼 제품 시장규모는 2027년까지 연평균 4.5%씩 성장하여 2027년에는 4,096억 원 규모에 이를 것으로 예상됨. 2021년부터 2022년까지 성장률이 잠시 하락했던 것에 비교하면 비약적인 성장세로도 볼 수 있음<sup>8)</sup>

[표 2.2] 대만 아침용 시리얼 제품 시장규모<sup>9)</sup>

단위 : 십억 달러



자료: 스탯티스타(Statista)

7) 자료: 연합뉴스 「코로나19 장기화로 아침 대용 시리얼 '인기'...시장규모 14%↑, 2021.03

8) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Breakfast Cereals in Taiwan」, 2023.05

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

### 3. 대만 곡물쉐이크 수입규모

#### 곡물쉐이크 HS CODE

해당 장에서 곡물쉐이크는 HS CODE 1901.90으로 분류. HS CODE 1901 품명은 '수액 추출물(extract)과 고운 가루·부순 알곡·거친 가루·전분이나 맥아 추출물(extract)의 조제 식료품', HS CODE 1901.90-9999의 품명은 '기타'로 확인

#### ▶ 2018-22년 대만 對글로벌 품목 수입액 연평균 9.5%씩 감소세

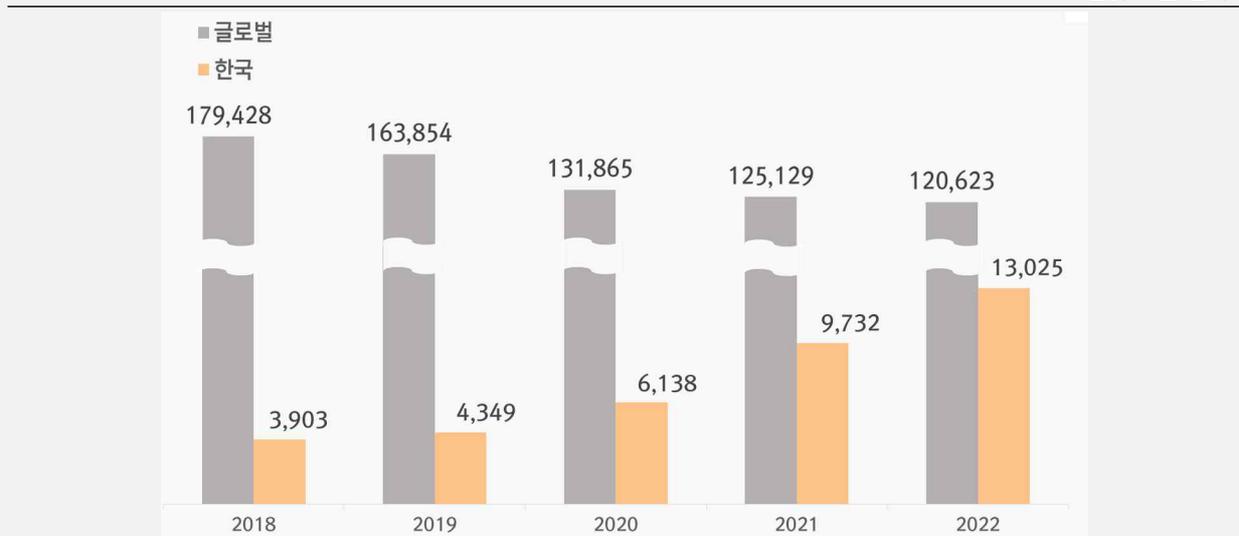
대만 HS CODE 1901.90 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균 9.5%씩 감소함. 특히, 2020년에는 전년대비 20% 감소해, 감소세가 두드러짐. 수입 1위국 뉴질랜드는 글로벌 총 수입규모의 약 12%를 차지하는데 동기간 연평균 9.8%씩 감소했고, 2위 일본도 5.8% 감소세를 보였음

#### ▶ 대만 HS CODE 1901.90 수입액 중 한국산 점유율 미미한 수준

최근 5년간 對한국 수입액 평균은 약 98억 원이며 지난 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 35.2%를 보이면서 2022년에는 172억 원의 수입액을 기록함. 수입 상위 국가들의 성장률 감소하는 시기에 한국의 수입규모가 연평균 35.2% 성장했다는 것은 이례적이며, 주목할 만한 시장으로 볼 수 있음

[표 2.3] 대만 HS CODE 1901.90 수입규모<sup>10)11)</sup>

단위 : 천 달러



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR
대만 對글로벌 수입액	179,428	163,854	131,865	125,129	120,623	-9.5%
(한화추정액)	(2,371억 원)	(2,165억 원)	(1,742억 원)	(1,654억 원)	(1,594억 원)	
대만 對한국 수입액	3,903	4,349	6,138	9,732	13,025	35.2%
(한화추정액)	(52억 원)	(57억 원)	(81억 원)	(129억 원)	(172억 원)	

자료 : ITC(International Trade Centre)

10) 자료: ITC(International Trade Centre)

11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# III 시장트렌드



1. 곡물쉐이크 경쟁 브랜드로 재키우 빈출
2. 곡물쉐이크 주요 성분, 오토밀, 검은깨, 참깨 등
3. 대만 곡물쉐이크 홍보문구, 보존제 무첨가와 생산지 강조

## 소비 제품 특징 분석 프로세스

### ▶ 대만 온라인매장 입점 곡물쉐이크

- 데이터 수집 키워드 : 곡물쉐이크(穀物奶昔), 곡물 파우더(麥片粉)
- 데이터 수집량 : 739건
- 데이터 수집원 : 쇼피 타이완(Shopee Taiwan)

### ▶ 대만 온라인매장 입점 곡물쉐이크 특징 분석

- 데이터 분석 항목
  - ① 경쟁제품 ② 성분 ③ 홍보문구

항목	키워드 (국문/중국어)		빈도	키워드 (국문/중국어)		빈도
경쟁제품	재키우	Jacky wu	38	진루이이	金瑞益	5
	마위산	馬玉山	16	세사올레	sesaole	3
	비쿠이 가든	碧翠園	7	(-)	(-)	(-)
성분	오트밀	麥片	725	레드퀴노아	紅藜	52
	검은깨	黑芝麻	176	현미	糙米	46
	참깨	芝麻	78	칼슘	鈣	37
	식이섬유	膳食纖維	69	밀 배아	小麥胚芽	36
	아몬드	杏仁	64	대두	大豆	32
	밀	小麥	59	퀴노아	藜麥	25
	검은콩	黑豆	55	견과곡물	堅果穀物	1
홍보문구	보존제 무첨가	保存期	221	섬유질	纖	18
	생산지	生產	176	보존제 무첨가	無加	15
	체중감량	重量	136	한국	韓國	12
	건강한	健康	82	건강한	保健	7
	품질이 좋은	好	71	맛있는	好喝	7
	유기농	有機	57	선물용	禮物	6
	자연의	天然	54	중국	中國	5
	다이어트	脂肪	53	영양소	營養品	3
	일본	日本	34	선물	禮品	2
	칼슘이 풍부한	高鈣	32	영양소	又營養	1

## 1. 곡물쉐이크 경쟁 브랜드로 재키우 진출

### ▶ ‘재키우’ 브랜드, 대만의 유명 쇼호스트 앞세워 높은 판매 기록

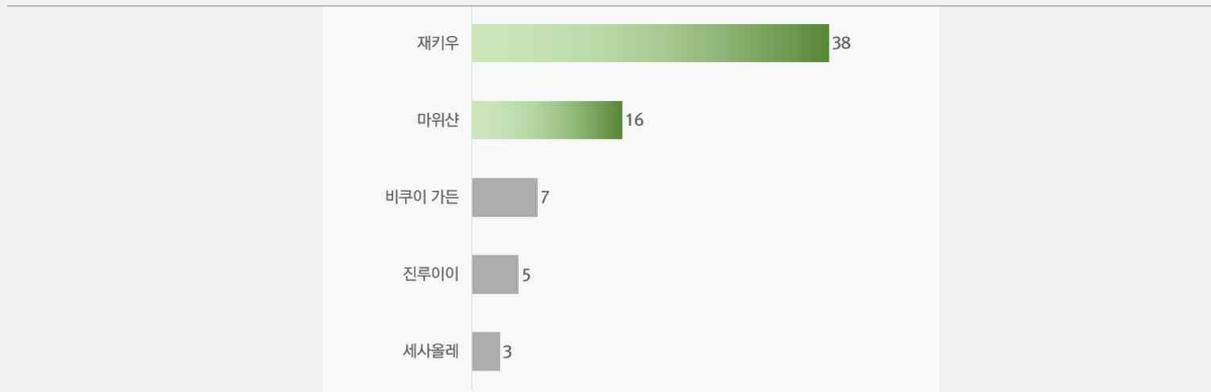
- ‘재키우’, 레드 퀴노아를 원료로 한 곡물쉐이크 판매
- 대만 유명 쇼호스트인 Jacky Wu를 앞세운 리안완메이 제품
- 곡물 파우더(麥片粉) 검색 시 판매 순위 기준 1위 제품
- 식전 1포, 1일 1-3포를 물 300ml에 첨가해 흔들어 섭취

### ▶ 이 외 ‘마위산’, ‘비쿠이 가든’, ‘진루이이’ 진출

- ‘마위산’, 검은깨와 아몬드, 퀴노아 등을 주원료로 한 곡물쉐이크를 판매하며, 식이 섬유와 칼슘 등의 성분 강조
- 25g의 검은깨 분말을 우유나 두유 250ml에 타서 섭취하는 제품
- ‘비쿠이 가든’의 소이밀크 파우더도 진출

경쟁 브랜드 ①		경쟁 브랜드 ②		경쟁 브랜드 ③	
제품명	리안완메이 레드퀴노아 시리얼 파우더(日安玩美 紅藜麥穀物粉)	제품명	100% 유기농 검은깨 파우더 (100%有機純黑芝麻粉)	제품명	소이밀크파우더(粉碧翠園豆漿粉)
브랜드	재키우(Jacky Wu)	브랜드	마위산(馬玉山)	브랜드	비쿠이가든(碧翠園)
가격	30팩/3,38타이완달러 (한화 145,543원) <sup>12)</sup>	가격	400g/239타이완달러 (한화 10,291원)	가격	250g/263타이완달러 (한화 11,075원)

[표 3.1] 대만 판매 곡물쉐이크 경쟁 브랜드 관련 키워드



자료: 대만 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘곡물쉐이크, 곡물 파우더’ 관련 게시물 739건 분석

12) 1타이완달러=43.06원(2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 곡물쉐이크 주요 성분 오트밀, 검은깨, 참깨 등

### ▶ 주요 곡물 키워드로 ‘오트밀’, ‘검은깨’, ‘참깨’ 등 빈출

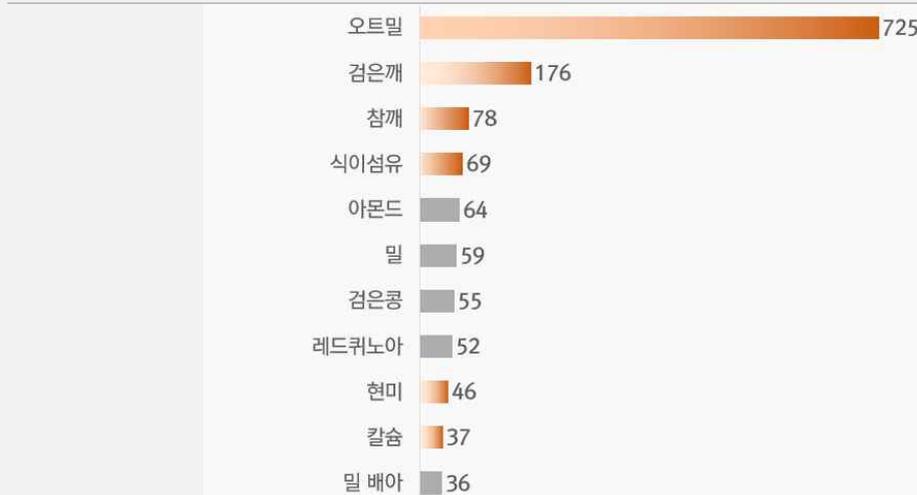
- ‘오트밀’, 빈도 수 725건으로 압도적 1위
- ‘검은깨가 176건, ‘참깨가 78건으로 깨 제품에 대한 높은 인기 확인
- 이 외 ‘아몬드’, ‘밀’, ‘검은콩’, ‘퀴노아’, ‘현미’, ‘콩’ 등 확인
- 고객사 제품과 같이 나물을 원료로한 제품은 확인되지 않음
- 고객사 제품 포함 성분 중 ‘현미’만 순위권에 확인

### ▶ 식이 섬유와 칼슘 고함유를 강조

- 주요 곡물 성분을 통한 식이 섬유와 칼슘 고함유를 주로 홍보문구로 내세움

오트밀		검은깨		곡물	
					
제품명	베베쉐이크 3가지 맛 (초콜릿, 곡물, 오트밀)	제품명	호두검은깨파우더 (核桃黑芝麻粉)	제품명	찬물에도 잘 녹는 미숫가루 소풍
브랜드	발란스킨(Balanskin)	브랜드	즈슈모위따이찬쑈우	브랜드	실라리안(Sillarian)
가격	5팩/580타이완달러 (한화 약 24,975원)	가격	500g/130타이완달러 (한화 약 5,598원)	가격	40g/74타이완달러 (한화 약 3,186원)

[표 3.2] 대만 판매 곡물쉐이크 성분 관련 키워드



자료: 대만 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘곡물쉐이크, 곡물 파우더’ 관련 게시물 739건 분석

### 3. 대만 곡물쉐이크 홍보문구, 보존제 무첨가와 생산지 강조

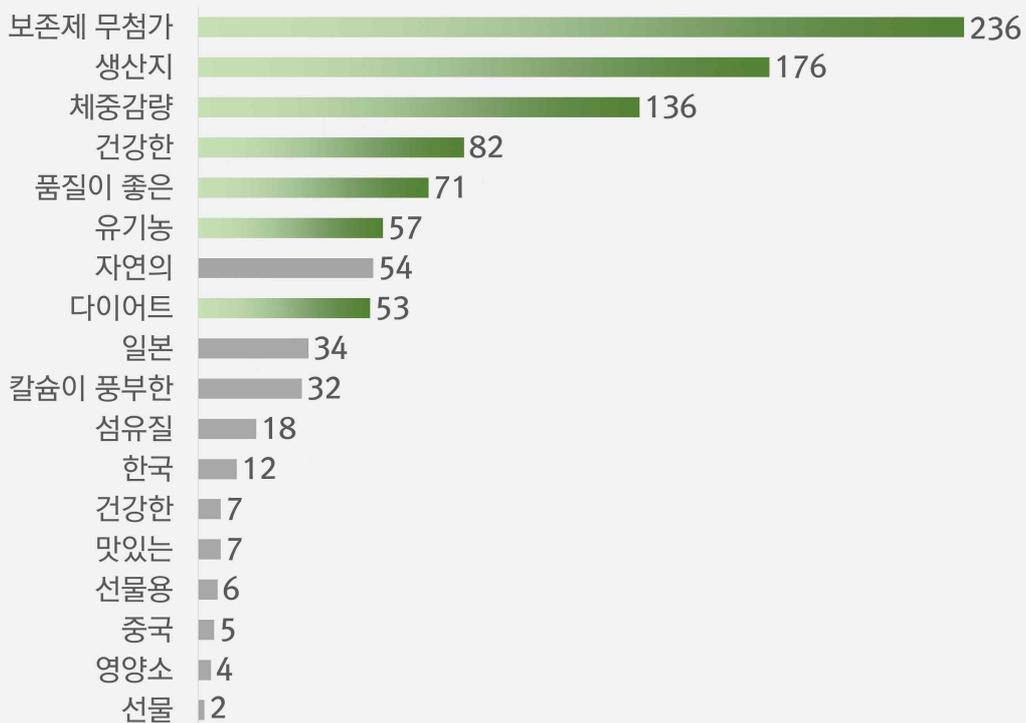
▶ 대만 곡물쉐이크, ‘보존제 무첨가’와 ‘유기농’을 강조한 제품이 다수

- 대만에서 판매 중인 곡물쉐이크 제품들은 ‘보존제 무첨가’를 강조
- 아울러 ‘유기농’ 제품임을 강조하여 ‘품질이 좋은’ 제품이면서 ‘건강한’ 제품임을 강조

▶ ‘체중감량’과 ‘다이어트’ 등의 효능 강조한 제품 다수

- 현지에서 판매 중인 제품은 ‘체중감량’과 ‘다이어트’ 등을 홍보 문구로 내세우며 제품의 효능 강조
- 현지에서는 곡물쉐이크가 다이어트 제품으로 자리를 잡고 있는 것으로 보임
- 그 외에도 ‘생산지’와 ‘한국’, ‘일본’ 등의 키워드가 검출됨에 따라 한국과 일본 제품에도 관심이 높은 것으로 분석됨

[표 3.3] 대만 판매 곡물쉐이크 홍보문구 관련 키워드



자료: 대만 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘곡물쉐이크, 곡물 파우더’ 관련 게시물 739건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# VI 유통채널



1. 대만 곡물셰이크 유통채널 점유율
2. 대만 곡물셰이크 주요 유통채널

## 1. 대만 곡물쉐이크 유통채널 점유율

### ▶ 대만 내 ‘하이퍼마켓’이 가장 높은 식품 유통 비중 보여

대만 내 식품 소매 매출 중 가장 높은 점유율을 보여주는 유통채널은 ‘하이퍼마켓’으로, 26.7%의 비중을 차지함. 반면 한국은 ‘온라인 종합 쇼핑몰’의 비중이 가장 높은 점유율을 보임. 대만에서 두 번째로 높은 점유율을 차지하는 유통채널은 26.4%의 ‘슈퍼마켓’으로, 2.8%의 한국의 점유율에 비해 상당히 높은 것으로 드러남. 한국의 1위 유통채널인 ‘온라인 종합 쇼핑몰’은 대만에서는 13.3%를 차지하여, 대만은 한국과는 달리 온라인 매장의 비중보다는 오프라인 매장의 비중이 큼을 확인할 수 있음. 이외에도 ‘편의점’이 5.9%, ‘직거래’와 ‘약국’이 각각 3.7%의 비중을 보임

[표 4.1] 대만과 한국 식품 소매 유통채널 점유율 비교



대만/한국 식품 소매 유통채널별 점유율 비교<sup>13)14)15)</sup>

대만	유형	한국 <sup>16)</sup>
26.7%	하이퍼마켓	14.5%
26.4%	슈퍼마켓	2.8%
17.7%	기타	17.8%
13.3%	온라인 종합 쇼핑몰	48.6%
5.9%	편의점	16.2%
3.9%	직거래	-
3.7%	약국	-
2.4%	회사 주문	-

자료: 스탯티스타(Statista)

13) 자료 : 스탯티스타(Statista), 「Food retail in South Korea」, 2023.05

14) 자료 : 스탯티스타(Statista), 「Distribution of food product retail sales value in Taiwan」, 2023.01

15) ‘곡물쉐이크’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 상위 카테고리인 ‘식품 소매 유통채널’의 정보를 확인함

16) 점유율은 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

## 2. 대만 곡물쉐이크 주요 유통채널 ① 한신쇼핑플라자

기업 기본 정보	기업명	한신쇼핑플라자(漢神巨蛋)		
	기업구분	백화점		
	홈페이지	www.hanshin.com.tw		
	위치	대만 가오슝시 주오잉 지구		
	규모	총 매출('22)	• 143억 타이완달러(약 6,157억 원17))	
		기타 규모	• 매장 수('22): 1개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2008년 7월 10일 대만 가오슝시 주오잉 지구에 정식 개장 함</li> <li>• 모던, 패션, 레저를 어필하며 20~35세의 젊은 층을 타겟으로 함</li> <li>• 2012년 기존 한신 백화점 매출을 플라자가 갱신함</li> <li>• 2015년 유명 잡지 평가에서 백화점 서비스 품질 1위 차지</li> </ul>			
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 건강기능식품, 의류 등		
	선호제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품, 수입 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 좌측 'Find More' 클릭, 合作找我 PARTNERSHIP 카테고리</li> <li>- '廠商提案' 문의 양식 작성</li> </ul> </li> <li>- 등록 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>- 담당 부서와 연결 후 입점 진행</li> <li>• 유선 연락을 통한 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +886-7-555-9688</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 한신쇼핑플라자(漢神巨蛋)

사진 자료: 한신쇼핑플라자(漢神巨蛋)

17) 1타이완달러=43.06원(2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 대만 곡물쉐이크 주요 유통채널 ② 극동백화점

기업 기본 정보	기업명	극동백화점(遠東集團)		
	기업구분	백화점		
	홈페이지	www.feg.com.tw		
	위치	대만 가오슝시 등 10개 지구		
	규모	총 매출('22)		• 3억 5,864만 타이완달러(약 154억 원)
		기타 규모		• 매장 수('22): 13개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1978년(중화민국 67년) 10월 회사의 주식이 상장</li> <li>• 신설 지점은 2011년부터 FE City 시리즈, 2019년부터 극동백화점으로 칭함</li> <li>• 총 10개 지역에서 13개 매장 운영 중</li> </ul>			
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 화장품, 건강기능식품, 의류 등</li> </ul>		
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기존 플랫폼에 없는 신제품, 수입 제품</li> </ul>		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 최하단 '聯絡我們' 클릭 (<a href="https://www.feds.com.tw/tw/ContactUs">https://www.feds.com.tw/tw/ContactUs</a>)</li> <li>- 매장을 선택하여 유선 전화문의 가능</li> </ul> </li> <li>- 등록 정보                         <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> <li>- 담당 부서와 연결 후 입점 진행</li> </ul>		

자료: 극동백화점(遠東集團)

사진 자료: 극동백화점(遠東集團)

## 2. 대만 곡물셰이크 주요 유통채널 ③ 한귀왕

기업 기본 정보	기업명	한귀왕(韓購網)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.koreashop.url.tw	
	위치	신베이(新北)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 2개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신베이시와 타이중시에서 매장 운영 중</li> <li>• 쇼피, 피씨홈, 야후, 라쿠텐 등 총 6개의 온라인 쇼핑몰에 입점하여 한국 식료품 유통 중</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 스낵류, 주류, 건강보조식품, 생활용품 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국 제품</li> </ul>	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그)</li> </ol> </li> <li>• 문의사항 연락처             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: koreashop88@gmail.com</li> <li>- 전화번호: +886-2-2257-9606</li> <li>- 팩스: +886-2-2257-4987</li> <li>- 휴대폰: +886-0-931-579-606</li> <li>- 페이스북: @Koreashop.CO</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 한귀왕(韓購網)

사진 자료: 한귀왕(韓購網), 구글맵(Google Maps)

## 2. 대만 곡물쉐이크 주요 유통채널 ④ 한제

기업 기본 정보	기업명	한제(韓濟)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.hanji-food.com.tw	
	위치	신베이(新北)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 3개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1999년 설립됨</li> <li>• 대만 지역 내 한국 식료품 도매 유통으로 사업을 시작하여 현재는 신베이시와 타이중시에 2개의 소매유통 매장 보유</li> <li>• 페이스북, 라인, 카카오톡 등 다양한 SNS 채널 계정을 보유하고 있으며 이를 통해 소비자와 활발히 소통하고 있음</li> <li>• 창고형 매장 형식으로 운영되고 있음</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국 제품</li> </ul>	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 내 '聯絡我們' 클릭 후 문의 내용 기입하여 제출</li> </ul> </li> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그)</li> </ol> </li> <li>- 이메일을 통한 문의 시 2일 이내 답변</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처 및 기타 사항                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 온라인몰 주소: www.kfood-safe.com</li> <li>- 전화번호: +886-2-2211-3679</li> <li>- 페이스북: @hanji3839</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 한제(韓濟)

사진 자료: 한제(韓濟), 구글맵(Google Maps)

## 2. 대만 곡물쉐이크 주요 유통채널 ⑤ 모모샵

기업 기본 정보	기업명	모모샵(Momo Shop)		
	홈페이지	www.momoshop.com.tw		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)		• 3,400만 회
		앱 다운로드 수('22)		(-)
매출액('22)		• 35억 6,670만 달러(약 4조 7,137억 원 <sup>8)</sup> )		
	운영방식	• 온라인마켓		
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	바디골(Body Goals)	
		해외 판매	중국으로의 배송만 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	연휴 및 시즌별 할인, 00데이 할인, 1+1 프로모션, 무료 배송 등 다양한 프로모션 상시 진행			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 메뉴에서 ‘招商專區’ 클릭하여 입점 문의 양식서 필요 정보 기입</li> <li>- 입점 문의 양식서 제출 후 모모샵 관계자가 이메일로 결과 통지</li> <li>- 판매 수수료 등 기타 세부 사항은 협의 후 결정</li> </ul> </li> <li>• 홈페이지 기입 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (회사명, 회사 등록번호, 자본금, 설립일, 회사 종류, 회사 주소, 연락처, 팩스번호, 회사 홈페이지, 담당자명, 담당자 직급, 연락처, 이메일)</li> <li>② 제품 관련 내용 (제품명, 제품명, 현재 유통채널, 제품 설명)</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처 및 기타 사항                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 종합몰(B2C) 형태 및 오픈마켓(B2B2C) 형태 모두 운영</li> <li>- 이메일: ccshih@fmt.com.tw</li> <li>- 전화번호: +886-8-0077-7939</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 모모샵(Momo Shop), 한국농수산물유통공사(aT), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)  
사진 자료: 모모샵(Momo Shop)

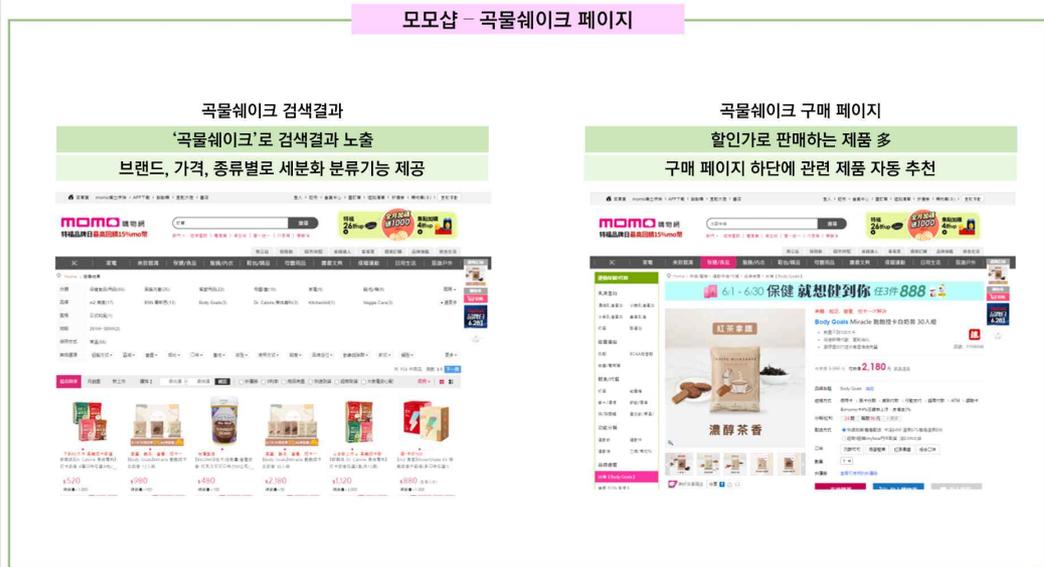
18) 1달러=1321.60원(2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능  
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능  
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 모모샵(Momo Shop)  
사진 자료: 모모샵(Momo Shop)

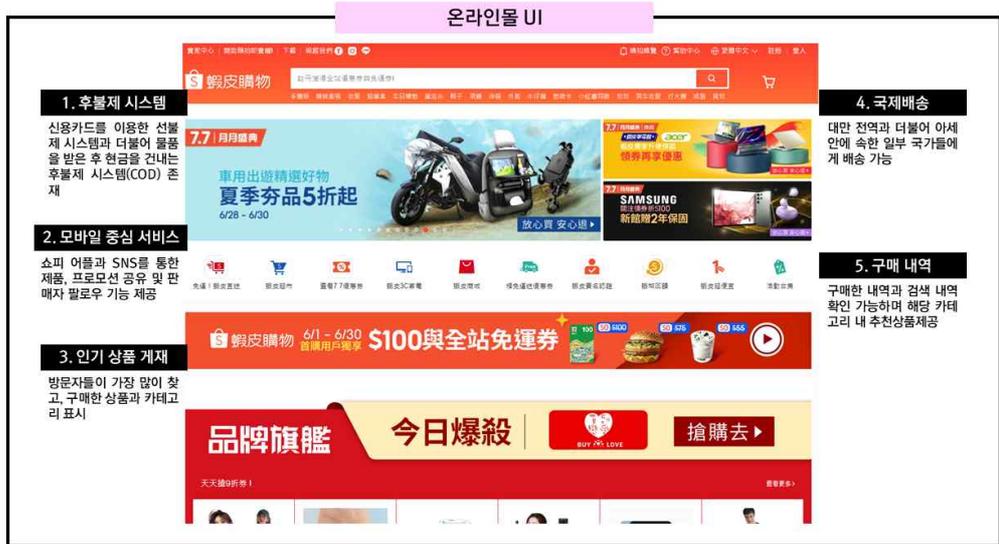
## 2. 대만 곡물쉐이크 주요 유통채널 ⑥ 쇼피 타이완

기업 기본 정보	기업명	쇼피 타이완(Shopee Taiwan)			
	홈페이지	www.shopee.tw			
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰			
	개요	방문횟수(최근 1개월)	• 약 7,010만 회		
		앱 다운로드 수('22)	(-)		
매출액('22)		• 1억 6,530만 달러(약 2,184억 원)			
	운영방식	• 온라인마켓			
매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	올리브영(제이엘코리아), 글램디(GLAM.D)		
		해외 판매	일부 국가로의 배송 가능		
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색		
주요 프로모션 정보					
	연휴 및 시즌별 할인, 00데이 할인, 1+1 프로모션, 무료 배송 등 다양한 프로모션 상시 진행				
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 쇼피 코리아 셀러 센터를 통한 입점 등록 (shopee.kr)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 기입 정보                             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 사업자등록번호 (10자리)</li> <li>② 운영 담당자 정보 (이름, 전화번호, 이메일)</li> </ol> </li> <li>- 이메일로 발송된 '판매자 정보 제출 양식' 내 정보 기입하여 제출</li> <li>- 판매자 정보 검토 후 쇼피 코리아 담당자로부터 받은 메일을 통해 셀러샵 생성</li> </ul> </li> <li>• 쇼피 대만 셀러 센터를 통한 입점 등록 (seller.shopee.tw)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 로그인 후 신청서 작성하여 제출</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처 및 기타 유의사항                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 쇼피 코리아를 통한 셀러샵 생성 시 처음은 싱가포르에서만 가능함. 대만 셀러샵 생성은 싱가포르 샵 생성 이후 '마켓 확장' 과정을 통해 가능함</li> <li>- 상품 금액 총합 2,000TWD 이상인 건에 한하여 10~30%의 수입 관세 발생 가능</li> <li>- 태블릿 형태의 건강기능식품 판매 불가능</li> <li>- 전화번호: +886-2-6636-6559</li> </ul> </li> </ul>			

자료: 쇼피 타이완(Shopee Taiwan), 한국농수산식품유통공사(at), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

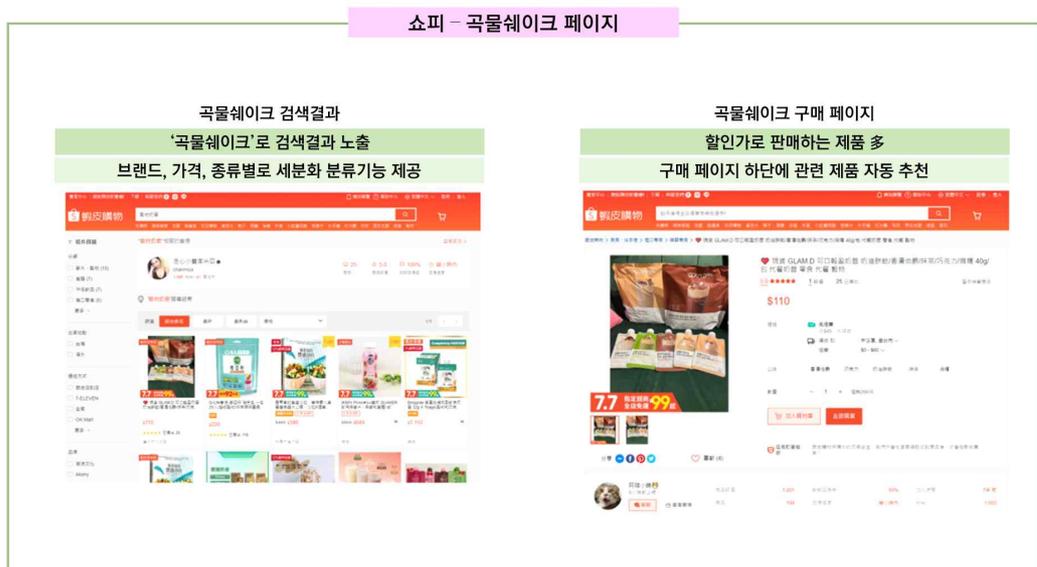
사진 자료: 쇼피 타이완(Shopee Taiwan)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능  
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능  
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 쇼피 타이완(Shopee Taiwan)  
사진 자료: 쇼피 타이완(Shopee Taiwan)

## 2. 대만 곡물쉐이크 주요 유통채널 ⑦ 왓슨스

기업 기본 정보	기업명	왓슨스(Watsons)		
	기업구분	H&B(드렉스토어)		
	홈페이지	www.watsons.com.tw		
	위치	대만 전역		
	규모	총 자산('22)	• 7억 1,100만 타이완달러(약 306억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('22): 3,836개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1871 왓슨스 회사 등록, 1886년 주식 상장함</li> <li>• 1987년 대만 진출 시작, 2005년 대만에 300호점 개점함</li> <li>• 2022년 코로나19로 인해 처음으로 매장 개수가 감소</li> </ul>			



매장 운영정보	홈페이지 정보	해외 판매	일부 국가로의 배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색



입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처 및 기타 유의사항             <ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="http://www.aswatson.com/our-suppliers/becoming-as-watson-suppliers">www.aswatson.com/our-suppliers/becoming-as-watson-suppliers</a> 접속 후 하단의 'Want to register?' 버튼을 통해 진행 가능</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호(홍콩 부서) : +852-2606-8833</li> <li>- 비즈니스 이메일(홍콩 부서) : <a href="mailto:grouppr@aswatson.com">grouppr@aswatson.com</a></li> </ul> </li> </ul>
-------------	---------------------	--

자료: 왓슨스(Watsons), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 왓슨스(Watsons), 구글맵(Google Maps)

## 2. 대만 곡물쉐이크 주요 유통채널 ⑧ 포아

기업 기본 정보	기업명	포아(Poya)		
	기업구분	h&b(드럭스토어)		
	홈페이지	www.poyabuy.com.tw		
	위치	대만 전역		
	규모	총 자산('22)	• 231억 7,700만 타이완달러(약 9,980억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('22): 346개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1999년 주식 상장</li> <li>• 2000년 Baoya International Co., Ltd.로 이름을 변경함</li> <li>• 2019년 8월 3일 하드웨어 백화점 POYA HOME을 설립</li> </ul>			



매장 운영정보	홈페이지 정보	해외 판매	일부 국가로의 배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
매장전경			

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의 내용             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그)</li> </ol> </li> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일 : fin888@poya.com.tw</li> <li>- 전화번호 : +886-6-241-1000</li> <li>- 팩스 : +886-6-2412805</li> </ul> </li> </ul>
-------------	---------------------	---

자료: 포아(Poya), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 포아(Poya)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# V 진입장벽



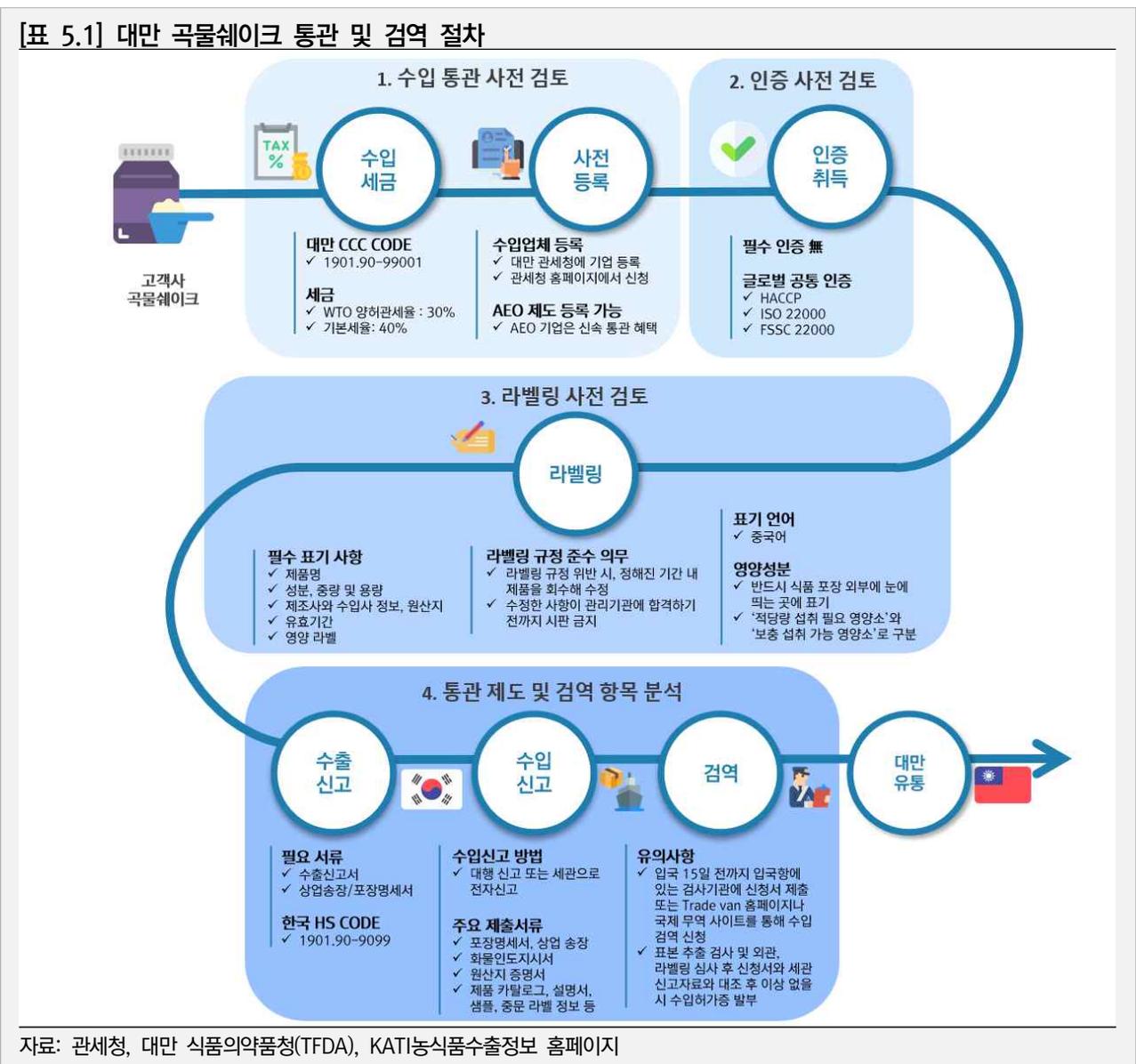
1. 대만 곡물셰이크 통관 및 검역 절차
2. 대만 곡물셰이크 품질 인증
3. 대만 곡물셰이크 라벨링
4. 대만 곡물셰이크 성분 및 유해물질

# 1. 대만 곡물쉐이크 통관 및 검역 절차<sup>19)</sup>

## ▶ 대만 곡물쉐이크, 수출 통관 단계별 주요사항

대만으로 식품 수출 시, 수입업체는 사전에 기업정보를 대만 관세청에 등록해야 하며, 수입 식품에 대한 관세는 중화민국 해관 수입세칙에 따라 품목 분류에 맞는 정확한 세칙과 세율을 적용해 신고서에 기재해야 함. 이에 대비해 대만 세관에서 운영하는 사전 품목 분류 심사제도를 신청해 활용할 수 있음. 또한, 대부분의 수출입 업무는 자동화 시스템으로 되어 운영되며, 수입신고의 경우 대만 수입업체, 관세사가 할 수 있으나, 수하인이 수입허가증이 없으면 통관이 불가함

[표 5.1] 대만 곡물쉐이크 통관 및 검역 절차



19) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

[표 5.2] 대만 곡물쉐이크 검역

<p><b>관리기관</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 행정원 위생서 대만 식품의약품청(行政院衛生署食品藥物管理署) : 수입식품에 관한 모든 권한을 가지고 있으며, 대만 내 식의약품 및 관련 제품의 위생과 안전을 관리 감독함</li> <li>• 경제부 표준검험국(經濟部標準檢驗局) : 국내 생산, 제조되는 농업, 공업, 광업 상품과 수출 및 수입하는 모든 상품을 관련 법규에 따라 검사함. 검사가 필요한 상품들은 표준 검역국에서 실시하는 규격에 합격해야 수입, 수출 및 시장 판매 가능함</li> <li>• 행정원농업위원회 동식물 방역 검역국(行政院農業委員會動植物防疫檢疫局) : 동식물 및 동식물 제품의 방역과 검역체계를 구축해 제품의 역병충해를 감지하고 해외로부터 전염병을 예방하고자 함</li> </ul>
<p><b>검역 방식</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현장검사                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 서류검사 : 검사면제 제품의 기본 자료표 등 관련 문서 조사(위생증명, 검역증, 성분과 라벨링 등)</li> <li>- 일반검사 : 2~5% 비율로 표본을 채취하여 현장검사 및 라벨링 검사</li> <li>- 강화검사 : 20~50% 비율로 표본을 채취하여 현장검사 및 라벨링 검사</li> </ul> </li> <li>• 현장검사 외에도 별도 검역이 필요하다고 판단된 제품                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일반검사 : 2~5% 비율로 표본을 채취하여 실험실 검사</li> <li>- 강화검사 : 20~50% 비율로 표본을 채취하여 실험실 검사</li> <li>- 전수검사 : 수입업체나 수입대리인이 물품의 항구 도착 전 15일 이내 수입항 소재 담당기관에 검역 신청하거나 물품 도착 후 현장검사 후 표본을 채취해 지정 실험실에서 별도 검사 실시</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>검역 비용</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 규정 요금법(規費法) 제10조 1항에 따라 조사비, 현장검사비, 연장작업비, 통지서발급비, 온라인 전송 자료 수정비, 검역비로 구성</li> <li>• 조사비 : 서류검사 비용 및 현장검사 비용. 밀, 보리, 옥수수, 대두의 조사비는 CIF의 0.05%로 책정함. 식품, 식품 첨가물 식품 조리기구, 식품 용기, 식품 포장재, 등의 조사비는 CIF의 0.15%로 책정함</li> <li>• 현장검사비 : 1인 1장소를 검사하는 기준으로 회당 500타이완 달러 발생함. 근무 시간 외, 공휴일의 경우 추가비용 발생</li> <li>• 검역비 : 검역 해당 제품의 실험실 검역 항목비, 재검 도는 배치별 검험 비용. 일반검사비는 2,300타이완 달러이며, 검사 항목에 따라 비용이 상이함</li> <li>• 통지서 발급비 : 재발급, 추가 발급은 사본당 100타이완 달러이며, 전자 전송은 신청 건당 100타이완 달러가 요구됨</li> </ul>
<p><b>제출 서류</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 검역 신청서 : 검사 신청 의무인은 대만 식품의약품청이 지정한 전자 방식으로 신청</li> <li>• 식품의 기본 정보 신고</li> <li>• 수입 신고서 복사본</li> <li>• 기타 중앙 위생 당국이 요청한 서류</li> </ul>

출처: 대만 경제부 표준검험국(經濟部標準檢驗局), 대만 식품의약품청(TFDA)

[표 5.2] 대만 곡물쉐이크 검역

<p>유의사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입업체·대리인이 물품의 항구 도착 전 15일 내 수입항 소재 담당기관에 검역 신청</li> <li>• 발체검사 면제 제품은 외관 및 라벨링을 심사 후 수입허가증 발부함</li> <li>• 외관 및 라벨링 심사 시 개선이 필요한 부분은 추가 내용보충을 요청할 수 있음</li> <li>• 대만 식품의약품청은 신청 내용이 미비하거나 추가 검역이 필요하다고 판단할 경우 재검을 할 수 있음</li> <li>• 개선 요청 당일부터 15일 이내 재검사 신청이 가능하며 1회로 제한됨</li> <li>• 재검사는 전 실험실에서 남은 표본으로 정밀 검사를 시행함</li> <li>• 동식물 제품의 경우 검역 절차와 비용이 다른 제품과 상이함</li> <li>• 검역 불합격 제품은 시장 방출이 불가능해 반송 또는 폐기 처리함</li> <li>• 검역 완료 후 시장 방출 후에 역병충해가 발견될 경우 수입 금지 및 처벌함</li> <li>• 신고 내용이 실제와 불일치 시, 3만~300만 타이완 달러 벌금 구형이 가능하고 수입 검사가 잠정 중단됨</li> <li>• 안정성 위험도가 높은 식품은 수입 전 계통 검사가 실시되며, 안전위생 문제 발생 시에 대만 국경 외 지역으로 파견원을 보내 조사함. 중대한 식품 위생 안전 사건 발생 또는 수입 검사 불합격 수준이 과도한 경우 특정 업체, 생산지, 상품에 대해 수입 검사 신청을 정지함</li> </ul>
-------------	---

출처: 대만 경제부 표준검험국(經濟部標準檢驗局), 대만 식품의약품청(TFDA)

## 2. 대만 곡물셰이크 품질 인증

### ▶ 대만 곡물셰이크, 필수적으로 받아야 하는 인증 無

대만 식품의약품청(TFDA: Taiwan Food and Drug Administration)은 건강식품, 유전자 변형 식품, 식품첨가물 등의 품목은 등록을 요구하고 있으나, 그 외의 식품은 인증을 요구하고 있지 않음. 따라서 대만으로 곡물셰이크 수출 시, 필수적으로 받아야 하는 인증은 없음. 다만, 식품 생산 안전 인증이나 유기농 품질 인증에 관한 글로벌 인증, 대만 내 식품 품질 위원회를 통한 인증을 받아 활용할 수 있음

[표 5.3] 대만 곡물셰이크 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
SGS	식품 품질 안전 인증	글로벌 공통 인증	SGS 대한민국 내 사무소 또는 대만 내 사무소	
TQF (Taiwan Quality Food)	식품 생산 안전 인증	대만 내 민간 인증	대만 식품 품질 위원회	

자료: 각 인증기관

### 3. 대만 곡물쉐이크 라벨링

[표 5.4] 대만 곡물쉐이크 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국어 및 공통 기호로 명확하게 표시해야 함</li> </ul>
	2. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 원료 성분, 원료품종, 식용 부위, 생산지, 속어 등을 이용해 표기해야 함</li> <li>• 속어에 의해 품명이 명명되어 소비자가 이미 해당 식품에 원료가 함유되지 않음을 이해하고 있는 경우 또는 국제간 통용어가 중문으로 직역된 품명일 경우 제품명에 사용 가능함. 초콜릿(巧克力), 핫도그(熱狗) 등 국제통용 명칭을 중문으로 직역해 표기해야 함</li> <li>• 품명을 영문으로 표기할 경우 공급자가 제공한 영문 표기를 사용하며, 의료효능이 있는 상품이나 공급자가 영문명을 제공하지 않은 경우, 과거에 사용했던 명칭을 사용함</li> <li>• 상품의 영문명이 'SLIM TABLET'으로, 신체 외형을 나타내는 경우 영문명만 사용하고, 중문 직역인 '瘦體錠'을 함께 명기해서는 안 됨</li> <li>• 일반 식품의 품명으로 '건강'이라는 단어가 포함되어서는 안 됨</li> </ul>
	3. 성분	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품에 포함된 재료가 2종 이상 혼합된 경우, 함량이 높은 것부터 내림차순으로 표시해야 함</li> <li>• 주성분과 부성분 등 성분을 나눠서 작성하지 않으며 고함량 성분부터 차례대로 내림차순으로 표시해야 함</li> <li>• 표기 가능한 내용물의 명칭은 식용 가능 원료 어휘 정리 일람(可供食品使用原料彙整一覽表) 규칙을 참고해 작성해야 함</li> <li>• 식품첨가물명은 식품첨가물 사용범위 및 제한규격 기준(食品添加物使用範圍及限量暨規格標準)에 따라 사회에서 통용하는 명칭을 사용해야 함</li> </ul>
	4. 중량, 용량, 수량 및 내용량	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품의 특성에 따라 식품의 중량 · 용량 · 수량을 미터법에 따라 표시해야 함</li> <li>• 액체가 고형물과 함께 든 제품의 경우 내용물과 고형량을 별도로 표기해야 하나, 표기가 어려운 경우 내용물의 중량만 표기해도 무방함</li> </ul>

출처: 대만 식품의약품청(TFDA)

[표 5.4] 대만 곡물셰이크 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	5. 제조사의 이름, 주소, 연락처 및 수입사 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제조·가공·분류·위탁판매를 최종으로 담당한 기업을 의미하며 수입신고 시에 세관에 신고한 내용 (제조업자·수입사 등) 및 서류를 바탕으로 명확히 표기해야 함</li> <li>• 수입식품의 경우, 대만 내 수입 위탁기업의 정보를 표기해야 함</li> <li>• 기재해야 하는 기본적인 정보는 기업명, 전화번호, 주소임</li> </ul>
	6. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입제품 원산지 인정 기준(進口貨物原產地認定標準)에 따라 제조·가공·배합 등 방식으로 완제품을 제조한 국가 또는 지역을 표시해야 함</li> <li>• 2개 국가 이상의 제품을 혼합해 포장했을 경우 제품의 함량이 많은 국가명 순으로 표시함</li> <li>• 수입산 원료나 대만에서 재가공을 거쳐 완제품을 만들 경우, 원산지는 대만으로 표시함</li> <li>• 식품 제조사 주소에 원산지 국가를 표시했을 경우 원산지 표기는 생략 가능함</li> </ul>
	7. 유효기간	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 용기나 포장 상단에 인쇄해야 함</li> <li>• 작성방법은 년·월·일을 포함해 자유롭게 작성 가능함</li> <li>• 액체 상태인 유제품은 보존 기간과 보존조건을 모두 표기해야 함</li> <li>• 수입제품의 경우, 대만의 민국(民國)표기 표기와 양력(西元)을 구분해 표기할 수 있음</li> </ul>
	8. 영양성분	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 반드시 식품 포장 외부에 눈에 잘 띄는 곳에 열량, 단백질, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 탄수화물, 당, 나트륨 순으로 표기해야 하며, 원하는 요소를 추가할 수 있음</li> <li>• 영양소 요소는 국민 건강에 부정적인 영향을 미치는 ‘적당량 섭취 필요 영양소(열량, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 나트륨, 유당 등)’와 국민 건강에 영향을 미치지 않기 때문에 별도의 공급이나 보충이 필요한 ‘보충 섭취 가능 영양소(식이섬유, 비타민, 칼슘, 철분 등)’로 구분함</li> <li>• 보충 섭취 가능 영양소는 ‘높음’, ‘많음’, ‘강화’ 혹은 ‘다량 함유’와 같은 의미의 단어 표기 가능</li> <li>• 영양 라벨링에서 열량 및 영양소를 0으로 표기하는 조건은 식품안전위생관리법에 따름</li> <li>• 영양 표기는 매 분량 및 매 100g/100ml 당으로 표시하거나, 매 분량 및 일일 섭취량 비율(%)로 표시해야 함</li> <li>• 한 개의 영양표시에 ‘1회분’ 및 ‘100g/100ml 당’의 표시를 사용하는 제품의 경우, ‘1회분’의 단위는 ‘100g/100ml 당’의 단위로 구성함</li> </ul>

출처: 대만 식품의약품청(TFDA)

[표 5.4] 대만 곡물쉐이크 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	9. 표시 기준	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 재수화가능 식품(Rehydratable Food) 또는 희석 후 식용 식품의 영양성분은 ‘적당량 섭취 필요 영양소’와 ‘보충 섭취 가능 영양소’ 구분에 따라 작성해야 함</li> <li>• 수입식품의 중문 라벨링 불합격 기준은 다음과 같음             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입 식품의 포장 상단에 원문 또는 중문으로 미표기</li> <li>- 유효기간의 미표기 또는 허위 표기</li> <li>- 모호한 글자 표기로 내용 분별링 어려운 경우</li> <li>- 수입업체명, 주소, 전화번호 미표기 혹은 관련 내용이 신고 사실과 다른 경우</li> <li>- 치료 효능 등 과대 허위 표기</li> <li>- 특정 식품에 ‘경고’ 문구 미표기</li> </ul> </li> <li>• 라벨링 규정 위반 시, 정해진 기한 내 제품을 회수해 수정해야 하며, 수정한 사항이 관리기관에 합격하기 전까지 시판이 금지됨</li> <li>• 벌크 제품을 판매하는 경우 ‘벌크 식품 표시 관련 규정(散裝食品標示相關規定)’에 따라 품명, 원산지, 소고기 원료 원산지, 유전자 변형 식품 원료 여부 등 사항을 표기해야 판매 가능함</li> <li>• 건강기능식품 인증마크 취득제품 외 일반 식품 ‘건강’ 단어 표기 제한<sup>20)</sup></li> </ul>
	10. 라벨 부착 의무 면제	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 분리포장, 포장 변경, 기타 가공 절차를 거쳐야 하는 수입 식품이거나 수입 식품의 원료인 경우</li> <li>• 벌크 형태(최소단위 포장 중량 3kg 이상)로 수입하고 소비자에게 직접 판매하지 않고 수입 후 재포장 또는 포장 변경 및 가공이 이루어지는 경우</li> <li>• 수입업체가 부착 면제품을 수입할 경우 대만 식품의약품청(TFDA) 또는 대만 표준검험국(BSMI; Bureau of Standards, Metrology and Inspection)에 서류를 준비한 후 면제 신청</li> <li>• 중문 표기 면제 신청 상품은 수입 시 포장 상자에 원료명칭, 제조업체, 내용물, 유효기간 등 제조 관련 사항이 원문으로 표기되어야 하며, 이는 향후 검험이나 검역 시 근거로 삼음</li> <li>• 단, 수입 식품의 최소단위 포장인 1kg 이하로 포장을 밀폐 처리한 제품은 면제 대상에서 제외임</li> </ul>

출처: 대만 식품의약품청(TFDA)

20) 2022년 7월 1일부터 시행, 위반 시 최고 1억 6천만 원 상당 벌금 부과

▶ 대만 곡물쉐이크 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 중국어]

- ① 馬玉山
- ② 32綜合穀類粉
- ③ 全素食
- ④ 無人工色素
- ⑤ 無添加人工香料
- ⑥ 無添加蔗糖
- ⑦ 12食分  
25公克x12包
- ⑧ 高纖
- ⑨ 高鈣
- ⑩ 無防腐劑
- ⑪ 經典原味
- ⑫ 台灣製造

[앞면 - 국문]

- ① 마옥산
- ② 32종 곡물가루
- ③ 비건
- ④ 인공색소 무첨가
- ⑤ 인공향료 무첨가
- ⑥ 무가당
- ⑦ 12회분  
25gx12봉
- ⑧ 고식이섬유
- ⑨ 고칼슘
- ⑩ 무방부제
- ⑪ 오리지널 맛
- ⑫ 대만 제조

[뒷면 - 중국어]

- ① 32綜合穀類粉
- ② 纖美姿味\*享活飲食 x 纖美配方, 即沖即食
- ③ 馬玉山 嚴選多種穀豆精華, 結合農學食品工程專家, 精心調配, 兼顧「質」,「量」均衡原理製成品質、衛生、香醇的32綜合穀類粉
- ④ 提供現代工商繁忙者、素食者、幼童及老年人之最充足而均衡的營養補給飲品
- ⑤ 品名：32綜合穀類粉
- ⑥ 內容量：25公克x12包
- ⑦ 成分：  
大豆(非基因改造), D-木糖醇(甜味劑), 黑芝麻, 燕麥, 黑豆, 糕米, 黑糯米, 紅豆, 大麥仁, 小麥粉, 蕎麥, 碳酸鈣, 關華豆膠, 綠豆, 薏仁, 小麥胚芽, 紅扁豆, 小米, 黑麥, 青豌豆, 蓮子, 杏仁, 山藥, 米豆, 綠茶, 玉米(非基因改造), 黑棗粉(黑棗濃縮汁, 小麥粉), 菊花, 枸杞粉(枸杞濃縮汁, 小麥粉), 茯苓, 珠貝, 銀杏, 芡實, 人參, 香菇粉
- ⑧ 過敏原訊息：  
此產品含有大豆、芝麻、燕麥、大麥仁、小麥、蕎麥、小麥胚芽、黑麥、杏仁、玉米、銀杏
- ⑨ 本食品生產廠房亦處理：  
含麩質穀類、芝麻、大豆、堅果、花生、玉米、奶製品
- ⑩ 保存期限：24個月
- ⑪ 有效期限：標示於封口處
- ⑫ 保存方式：  
避免日光直接照射並放置於陰涼乾燥處

[뒷면 - 국문]

- ① 32종 곡물가루
- ② 세련된 맛과 건강한 식생활 즐기 x 세련된 레시피, 즉석 조리
- ③ 마옥산은 엄선한 다양한 곡물의 정수를 결합한 농학 식품 공학 전문가의 정성스러운 조합으로, '질'과 '양'의 균형에 의해 고품질의 위생적이고 향긋한 32종 종합 곡물가루를 제공합니다.
- ④ 현대의 바쁜 사업가, 채식주의자, 어린이 및 노인에게 가장 충분하고 균형 잡힌 영양 보충 음료를 제공합니다.
- ⑤ 제품명 : 32종 곡물가루
- ⑥ 내용량 : 25g x 12봉
- ⑦ 성분 :  
대두(비유전자개조), D-솔비톨(감미료), 흑임자, 귀리, 검은콩, 호야쌀, 흑찰현미, 홍두, 보리인, 밀가루, 메밀, 탄산칼슘, 관화두포, 녹두, 피칸, 밀초아, 홍설탕, 쌀찰쌀, 찹쌀, 청완두, 연자, 아몬드, 마, 녹차, 옥수수(비유전자개조), 홍초가루(홍초농축액, 밀가루), 국화, 구기자 가루(구기자농축액, 밀가루, 부루포, 진주, 은행, 연잎, 인삼, 표고버섯가루
- ⑧ 알레르기 원료 정보 :  
이 제품에는 대두, 참깨, 귀리, 보리알, 밀, 메밀, 밀초아, 검은콩, 아몬드, 옥수수, 은행이 포함되어 있습니다.
- ⑨ 이 식품 제조 공장에서는 밀, 참깨, 대두, 견과류, 땅콩, 옥수수, 유제품을 처리합니다.
- ⑩ 보존기한 : 24개월
- ⑪ 유통기한 : 제품 개봉구에 표시
- ⑫ 보관 방법 : 직접적인 햇빛을 피하고 그늘진 서늘하고 건조한 곳에 보관하세요.

⑬ 建議食用量：一天兩分

⑭ 建議食用方式：

1. 倒入粉末
2. 100c沸水 200毫升 or 冰牛奶或冰豆漿 200毫升
3. 攪拌均勻 即可飲用

⑮

營養標示		
每日份量 25公克		
本包裝含12份		
每份 每日參考值百分比		
熱量	106kcal	5%
蛋白質	5.8g	10%
脂肪	2.7g	5%
飽和脂肪	0.4g	2%
反式脂肪	0g	-
碳水化合物	14.7g	5%
糖	1.6g	-
膳食纖維	1.5g	6%
鈉	14mg	1%
鈣	90mg	8%

⑯ 每日參考值：

熱量2000大卡、蛋白質60公克、脂肪60公克、飽和脂肪18公克、碳水化合物300公克、鈉 2000毫克、膳食纖維25公克、鈣1200毫克

⑰ 了解更多(QR CODE)

⑱ 本產品已投保產品責任險

⑲ 有效日期2024年12月13日

⑬ 권장섭취량：1일 2회분

⑭ 권장 섭취 방법：

1. 가루를 부어 넣으세요.
2. 100도의 끓는 물 200ml 또는 차가운 우유 또는 차가운 두유 200ml를 추가하세요.
3. 잘 저어 섭취하세요.

⑮

영양 표시		
1회분은 25g입니다.		
이 제품은 총 12회분입니다.		
1회분 일일 기준치 백분율		
칼로리	106kcal	5%
단백질	5.8g	10%
지방	2.7g	5%
포화 지방	0.4g	2%
트랜스 지방	0g	-
탄수화물	14.7g	5%
당	1.6g	-
식이섬유	1.5g	6%
나트륨	14mg	1%
칼슘	90mg	8%

⑯ 일일 기준치：

열량 2,000kcal, 단백질 60g, 지방 60g, 포화 지방 18g, 탄수화물 300g, 나트륨 2,000mg, 식이섬유 25g, 칼슘 1,200mg

⑰ 더 많이 알아보기(QR 코드)

⑱ 이 제품은 제품 책임 보험에 가입되어 있습니다. 더 많이 알아보기

⑲ 유효기간 2024년 12월 13일

## 4. 대만 곡물쉐이크 성분 및 유해물질

### ▶ 식품첨가물 규정

대만 식품의약품청은 식품에 대하여 ‘식품첨가물 사용범위 및 제한 및 규격(食品添加物使用範圍及限量暨規格標準)’을 규정하여 유통되는 모든 식품을 관리하고 있음. 현 대만 정부는 식품 안전 분야의 정책을 계속해서 강화하고 있으므로 주기적으로 업데이트되는 규정을 확인할 필요가 있음. 하기 표는 고객사의 곡물쉐이크에 적용될 것으로 예상하는 식품첨가물 기준의 일부임. 자세한 식품첨가물 규정 및 기준은 대만 식품의약품청 (TFDA) 홈페이지와 KATI농식품수출정보에서 확인 가능함

[표 5.5] 곡물쉐이크에 적용되는 대만 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	모그로사이드 추출물	Mogroside Extract	필요에 따라 적당량	기타 식품
2	젤란 검	Gellan Gum		
3	구연산칼륨	Potassium Citrate		
4	아세트산	Acetic acid		
5	벤조인	Benzoin		
6	부티르산 부틸	Butyl butyrate		
7	L-아스코르브산	L-ascorbic acid	1.3g/kg	
8	염화칼슘	Calcium chloride	3.0g/kg	
9	규조토	Diatomaceous earth	5.0g/kg	
10	하이드록시프로필 전분	Hydroxypropyl starch	20.0g/kg	

출처: 대만 식품의약품청(TFDA), KATI 농식품수출정보

▶ 유해물질

대만에서 식품을 유통하기 위해서는 대만 식품의약품청(TFDA)이 규정하고 있는 유해물질 관련 규정으로 식품 내 잔균 독소 제한량, 방사선 혹은 방사능 오염 허용량, 폴리염화 바이페닐 제한량 및 식품 분류별 위생 기준을 법으로 규정하고 제한하고 있어 이를 반드시 준수해야 함. 하기 표는 곡류가공품에 적용되는 유해물질 목록과 잔류허용기준 수치 일부임. 더욱 자세한 규정은 대만 식품의약품청 홈페이지 내 법률 및 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.6] 곡물쉐이크에 적용되는 대만 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	납	Lead	0.2ppm	곡류 가공품
2	멜라민	melamine	2.5mg/kg	곡류 가공품 (영유아용 식품 제외)
3	방사능 131 I	Radioactivity 131 I	100Bq/kg	기타 식품 (우유 및 유제품, 영아 식품, 음료 및 포장된 생수 제외)
4	방사능 134Cs +137Cs	Radioactivity 134Cs + 137Cs	100Bq/kg	
5	부분경화유	Partially hydrogenated oils, PHOs	사용 금지	모든 식품

출처: 대만 식품의약품청(TFDA), KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

대만은 2020년 7월 알레르기 유발물질 의무 표시 품목을 11가지로 확대하고 알레르기 유발 가능성 표시용 문구를 사용하여 의무적으로 표시할 것을 법으로 규정하고 있음. 또한, 소비자들이 쉽게 알아볼 수 있도록 알레르기 유발 가능한 내용물 전부를 제품명에 표기하는 방식을 요구하고 있음. 이를 따르지 않을 경우, 식품 안전위생 관리법에 근거하여 제품 회수와 벌금에 부과될 수 있어 각별한 주의가 필요함

[표 5.7] 대만 알레르겐 표시 기준

순번	표시의무 여부	대상
1	의무	갑각류
2	의무	망고
3	의무	땅콩
4	의무	우유
5	의무	알류
6	의무	견과류
7	의무	깨
8	의무	글루텐 함유 곡물
9	의무	대두류
10	의무	어류
11	의무	야황산염

출처: 대만 식품의약품청(TFDA)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 상허꾸어지요우시안공쓰(星禾國際有限公司)
2. 에슬리트(Eslite)
3. 한꺼우왕(韓購網)

## Interview ①

21)



## 상허꾸어지요우시엔공쓰(星禾國際有限公司) Manager

상허꾸어지요우시엔공쓰  
(星禾國際有限公司)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 2000년 설립
  - 타오위엔 시에 위치한 수입/유통 업체
  - 도매업/ 공급업체
  - 주요 수입국으로 한국(담터), 과거 판매 경험이 있고, 현재는 판매하고 있지 않음

담당자 정보

Manager

### Q. 대만 시장에서 판매되는 고객사 제품과 유사한 제품이 있나요?

파우더형 제품은 미숫가루, 견과류 파우더, 단백질 파우더 등과 같은 유사한 성분으로 구성되어 있습니다. 고객사 제품과 마찬가지로 이러한 파우더형 제품은 중의약으로 포지셔닝 되거나, 채식주의자들이 채식 제품으로도 많이 구매합니다. 대만 현지 시장에서는 나물 가루를 사용하는 경우가 많지 않습니다. 대신, 많은 일본 사람들은 일본에서 수입되는 제품인 'TJ 고섬유질 산나물 녹즙 분말포(台日優活 TJ Plus 高纖野菜青汁)'나 'KG 산나물 정화식(KG野菜淨化餐)'과 같은 제품을 선호하는 경향이 있습니다.

### Q. 유사 제품 및 경쟁 제품과 비교하여 고객사 제품의 장점과 단점은 무엇이라고 생각하십니까?

고객사 제품은 대만 시장의 다른 경쟁 제품들보다 훨씬 우수한 장점을 가지고 있습니다. 건강 재료가 포함되어 있어 식용 및 약용 효과가 뛰어나며, 성분도 좋습니다. 또한, 나물 분말의 연구 개발을 전문으로 하는 대만 시장에서 일본 수입 제품보다 팩당 가격이 약 20% 저렴합니다. 하지만, 고객사 제품은 파우더형 제품 중에서 상대적으로 높은 가격입니다.

### Q. 유사 제품이나 경쟁 제품은 어떤 홍보 및 마케팅 전략을 활용하나요?

경쟁 제품들은 다음과 같은 방법을 통해 홍보/마케팅을 진행하고 있습니다. 먼저, 온라인 쇼핑몰 '쇼피(Shopee)', '모모샵(Momoshop)'과 같은 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매하며, 인스타그램이나 페이스북과 같은 소셜미디어 플랫폼을 이용하여 제품을 홍보하고 소비자들과 소통합니다. 두 번째로, 인플루언서들과의 콜라보레이션을 통해 제품을 홍보하고 마케팅 효과를 얻습니다. 마지막으로, 오프라인 수입 식품 마트에 제품을 입점 시켜 소비자들이 직접 구매할 수 있도록 합니다.

### Q. 고객사 제품의 주 성분은 나물, 흑설탕, 보리, 현미, 백보리, 어성초, 참쌀, 발아 오색미 등입니다. 성분에 대한 피드백을 부탁드립니다.

'KG 산나물 정화식(KG野菜淨化餐)'과 비교 시, 고객사 제품은 나물 성분을 보완할 필요가 있습니다. 고객사 제품에 현미, 귀리, 율무, 옥수수, 고려채, 다시마 새싹, 당근, 자색 참마, 진주 보리, 참깨, 아몬드 열매, 셀러리, 표고버섯, 옥수수, 아마씨 등과 같은 식이섬유 및 불포화 지방산을 많이 함유하도록 보완할 수 있습니다.

21) 사진자료: 상허꾸어지요우시엔공쓰(星禾國際有限公司)

**Q. 고객사 제품의 슬로건(언제 어디서나 간편하게 휴대할 수 있는 영양가 높고 풍성한 한끼)에 대한 피드백을 부탁드립니다.**

고객사 제품의 슬로건은, 이미 편리성을 보여줬으니 ‘신진대사 촉진’ 등의 기능 관련 키워드를 더욱 강화하면 좋을 것 같습니다.

**Q. 고객사 제품 취득 인증(HACCP, FSSC22000, HALAL, VEGAN)에 대한 피드백을 부탁드립니다.**

중금속 검사 인증서와 의약품 검사 인증서 등과 같이 제품의 특허 인증과 품질인증이 더욱 중요합니다. 이를 통해 제품의 안전성과 품질을 보장할 수 있습니다.

**Q. 고객사 제품 가격에 대한 피드백 부탁드립니다.**

제품 경쟁력을 높이기 위해 고객사 제품의 가격을 좀 더 낮추는 것을 추천합니다. 다만 현지 브랜드의 제품은 박스 당 168타이완달러에 판매되는 반면, 일본 수입 제품은 박스 당 520타이완달러 입니다. 고객사 제품은 다만 현지 브랜드보다 3배 정도 비싸기에 가격을 경쟁력 있게 조정할 필요가 있습니다.

**Q. 고객사 제품 대만 수출 시 홍보 및 마케팅 전략에 대한 제안을 부탁드립니다. K-forest food를 강조하는 것은 어떨까요?**

대만 시장으로 진출하기 위해서는 몇 가지 상황을 유의해야 합니다. 먼저, 고객사 제품의 효능에 대한 인식을 높이기 위해 마케팅 강도를 높여야 합니다. 그리고, 제품의 성분 품질 및 안전 인증을 강조하여 대중들이 이 제품의 성분에 대해 안심하고 신뢰할 수 있도록 해야 합니다. 마지막으로, 가격을 낮춤으로써 구매 가능성을 높여야 합니다. 이 외에도 생방송으로 제품의 효능을 홍보하고, 소셜 미디어 사용자들에게 홍보할 수 있습니다. 가벼운 식사를 제공하는 레스토랑과의 협력 및 콜라보 제품 출시, 오프라인 건강 제품 전시회 참여도 추천합니다. 다만 내 K-forest food에 대한 인지도는 낮은 편입니다.

**Q. 고객사가 대만 시장을 타깃으로 생산할 수 있는 다른 제품에는 어떤 것이 있다고 생각하시나요?**

간편하게 섭취 가능한 작은 크기의 제품, 예를 들어 젤리나 액체 음료 형태로도 가능합니다. 이를 통해 영양을 섭취하고 편리하게 먹을 수 있는 제품으로서 장점을 갖출 수 있습니다. 또한, 다이어트식 과자나 간식으로도 적합한 제품을 고려할 수 있습니다.

## Interview ②

22)



### 에슬리트(Eslite) Manager

#### Eslite (誠品)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
  - 2005년 설립
  - 타이베이에 위치한 소매업체
  - 주요 수입국으로 미국(Quaker), 일본

#### 담당자 정보

Manager

#### Q. 대만 시장에서 판매되는 고객사 제품과 유사한 제품이 있나요?

오곡 및 잡곡 파우더가 가장 흔하며 많이 판매되고, 식사대용 웨이크, 옥수수 시리얼 파우더 등이 매장에 많이 배치되어 있습니다.

#### Q. 유사 제품 및 경쟁 제품과 비교하여 고객사 제품의 장점과 단점은 무엇이라고 생각하십니까?

고객사 제품의 장점은 가격이 적합하고, 포장지가 눈에 띈다는 것입니다. 약점으로는, 아직까지 대만 시장 내 노출도가 낮고, 구매 가능 유통채널이 적다는 점입니다.

#### Q. 유사 제품이나 경쟁 제품은 어떤 홍보 및 마케팅 전략을 활용하나요?

고객사 제품과 유사 제품은 인터넷 광고, KOL(Key Opinion Leader), 오프라인 매장 판매, 텔레비전 광고, 옥외 광고, 인플루언서 및 연예인, 영양사 등을 활용하여 홍보 및 마케팅을 진행합니다. 대표적인 경쟁제품인 퀘이커(Quaker) 또한, 연예인과 영양사를 내세워 텔레비전 광고를 하고, 이 외에도 디지털 광고와 D2C(Direct to Consumer) 홍보 및 마케팅 전략을 활용하고 있습니다.

#### Q. 고객사 제품의 주 성분은 나물, 흑설탕, 보리, 현미, 백보리, 어성초, 찹쌀, 발아 오색미 등입니다. 성분에 대한 피드백을 부탁드립니다.

대만 소비자들은 곡물에 대한 수용도가 높고, 건강을 중시하며 건강식품도 좋아하기 때문에, 긍정적이라고 생각합니다. 우선 대만 소비자들에게 고객사가 사용한 건강 재료의 장점을 알리고 수용도를 높이는 것이 중요할 것 같습니다.

#### Q. 고객사 제품 가격에 대한 피드백 부탁드립니다.

퀘이커(Quaker)사의 데일리 뉴트리션 구전 블랙베리 트레저(27g\*10포, 89타이완달러)와 비교해 보면, 가격경쟁력이 낮은 편이라 가격 인하가 필요할 것 같습니다.

#### Q. 고객사 제품 취득 인증(HACCP, FSSC22000, HALAL, VEGAN)에 대한 피드백을 부탁드립니다.

소비자들이 안심하고, 건강하고, 마음 편하게 섭취할 수 있는 인증으로, 매우 긍정적이라고 생각합니다.

22) 사진자료: 에슬리트Eslite)

---

**Q. 고객사 제품 대만 수출 시 홍보 및 마케팅 전략에 대한 제안을 부탁드립니다. K-forest food를 강조하는 것은 어떨까요?**

판매 플랫폼 개척, 고객사 제품의 장점에 대한 홍보, KOL을 통한 마케팅, 텔레비전 광고 제작, 디지털 광고 제작, 일반인 시식 이벤트 마련 등을 추천합니다. 대만에서 아직 K-forest food에 대한 인지도는 낮은 편입니다.

## Interview ③



### 한꺼우왕(韓購網)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 2008년 설립
  - 신베이 시에 위치한 수입/유통 업체
  - 도매업/ 공급업체
  - 주요 수입국으로 한국(오양식품), 2021년 판매 경험

### 담당자 정보

CEO

23)

## 한꺼우왕(韓購網) CEO

### Q. 대만 시장에서 판매되는 고객사 제품과 유사한 제품이 있나요?

대만 내 고객사 제품과 유사한 곡물 음료가 많이 판매되고 있습니다. 예를 들어 참마 오곡죽, 고섬유질 채소 배아, 바삭한 견과류 곡물, 바삭한 검은깨 견과류 곡물, 바삭한 참마 견과류 곡물, 유기농 고섬유オート밀, 아몬드 가루, 퀴노아 가루, 듀유 식물성 우유, 참깨 가루, 아마인 아마씨 종합 곡물 가루 등이 있습니다.

### Q. 유사 제품 및 경쟁 제품과 비교하여 고객사 제품의 장점과 단점은 무엇이라고 생각하십니까?

고객사 제품의 장점으로는, 주 원료로 대만에서는 독특한 건강 재료를 사용했다는 것입니다. 하지만, 해당 건강 재료의 맛이 좋아하는 사람이 많지 않습니다. 또한 고객사 제품의 가격은 대만 브랜드보다 비교적 높은 편입니다.

### Q. 고객사 제품의 주 성분은 나물, 흑설탕, 보리, 현미, 백보리, 어성초, 찹쌀, 발아 오색미 등입니다. 성분에 대한 피드백을 부탁드립니다.

고객사 제품 홍보 시 독특한 건강 재료의 영양 성분을 강조해야 할 것입니다. 해당 건강 재료의 영양 성분을 강조함으로써 다른 곡물 가루와의 차이점을 부각시킬 수 있습니다.

### Q. 고객사 제품 취득 인증(HACCP, FSSC22000, HALAL, VEGAN)에 대한 피드백을 부탁드립니다.

무독성, 무공해 등의 장점이 있습니다. 현재 대만에서는 아직 HALAL 인증에 큰 관심을 기울이지 않고 있습니다. 채식을 강조할 것이므로, VEGAN 인증이 가장 적합해 보입니다.

### Q. 고객사 제품 가격에 대한 피드백 부탁드립니다.

대만에서 곡물 음료에 대한 수입관세가 낮지 않고 수입원가가 높아 가격을 400타이완달러로 정하는 것이 적당할 것 같습니다.

### Q. 고객사 제품 대만 수출 시 홍보 및 마케팅 전략에 대한 제안을 부탁드립니다. K-forest food를 강조하는 것은 어떨까요?

건강에 관심이 많은 '실버세대'를 대상으로 판매를 모색하고 홍보하는 것이 중요합니다. 또한, 채식 식품 박람회에 참가하는 것을 추천합니다. 이 외에도, 대만 소비자들은 해당 건강 재료의 맛에 낯설거나 경험이 없기 때문에 시식을 해보아 맛이 어떠한지 알 수 있을 것입니다. 브랜드 인지도를 올리는 것도 중요합니다. 대만은 K-forest food에 익숙하지 않기 때문에, 관련 제품들이 함께 소개되어야 합니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# Ⅶ 시사점



# Export Insights

## 시장수요

대만 아침용 시리얼 시장,  
향후 연평균 4.5%씩 성장 전망



조사 제품 곡물쉐이크는 보리, 현미, 백태 등으로 제조된 가루 형태의 곡류 가공품으로, 우유나 두유에 섞어서 식사 대용으로 섭취하는 제품임. 이에 제품의 원재료와 기능을 기준으로 '베이커리&시리얼' 제품과 하위품목인 '아침용 시리얼' 시장규모를 조사함. 대만의 베이커리&시리얼 시장은 2022년부터 2027년까지 연평균 3%씩 성장하여 2027년 15.3조 원의 규모를 기록할 것으로 예상됨. 대만 아침용 시리얼 제품 또한, 2027년까지 연평균 4.5%씩 성장할 것으로 전망됨



대만 온라인 쇼핑물 곡물쉐이크 성분

### 소비 특징 ①

대만 곡물쉐이크  
주요 성분



대만 대표 온라인 쇼핑몰인 쇼피 타이완에서 곡물쉐이크의 주요 성분을 확인한 결과, 오트밀, 검은깨, 참깨, 아몬드, 밀, 검은콩 등의 곡물 성분이 주로 확인됨. 고객사 제품과 유사한 건강 재료를 사용한 제품은 확인되지 않음. 주요 곡물 성분을 통한 식이 섬유와 칼슘 고함유를 주로 홍보문구로 내세우는 것으로 확인됨



대만 온라인 쇼핑물 곡물쉐이크 홍보문구

### 소비 특징 ②

보존제 무첨가, 유기농 등  
건강한 제품 선호

생산지에 대한  
높은 관심

대만 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 곡물쉐이크는 건강 관련 효능과 다이어트 효능을 강조한 제품이 다수인 것으로 확인됨. 건강 관련 키워드로는 '보존제 무첨가', '유기농' 등이 확인됨. '체중 감량', '다이어트' 관련 홍보문구도 확인됨. 이 외 생산지 키워드인 '한국', '일본' 등의 키워드가 검출됨에 따라 한국산 제품임을 적극 홍보하는 것을 추천함



## 진입장벽

- ▶ Point 1) 대만 수입업자, 관세청 등록 필요
- ▶ Point 2) 필수 인증 無
- ▶ Point 3) 라벨 중국어 병기 必



대만으로 식품 수출 시, 수입업체는 사전에 기업 정보를 대만 관세청에 등록해야 함. 고객사의 곡물쉐이크는 대만 CCC CODE 1901.90-99001 기준 WTO 양허관세율 30%를 적용받음. 대만 세관에서 운영하는 사전 품목 분류 심사제도를 신청해 활용할 수 있음

대만 식품 수출 시 적용받는 필수 인증은 없으며, 글로벌 공통 식품 생산 안전 인증이나 유기농 품질 인증, 대만 식품 품질 위원회의 민간 인증을 취득할 수 있음. 라벨의 경우, 중국어 및 공통 기호로 명확하게 표시해야 함

## 수출 확대 전략



현지화 전략 대만 시장 내 고객사 제품과 유사한 곡물쉐이크 경쟁은 치열하며, 유사한 일본 수입산 제품이 유통되고 있는 것을 확인함. 경쟁제품 대비 가격대가 높은 편이므로 가격 인하가 필요하며, 인증 및 성분은 긍정적으로 평가됨. 이외, K-forest food를 강조하기보다는 인플루언서나 KOL 마케팅을 적극 활용하는 것을 추천함



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 「Bread&Cereal Products in Taiwan」, 2023.05
2. 농식품수출정보, 대만 유통매장 베이커리 시장 투자 경쟁 치열, 2018.05
3. 연합뉴스, 코로나19 장기화로 아침 대응 시리얼 '인기'...시장규모 14%↑, 2021.03
4. 스태티스타(Statista), 「스태티스타(Statista), 「Distribution of food product retail sales value in Taiwan」, 2023.01
5. 스태티스타(Statista), 「Food retail in South Korea」, 2023.05
6. 농림축산식품부, 「2021 농식품 해외인증등록정보 종합가이드」, 2021
7. KATI농식품수출정보, 「2020 농식품 수출국가정보 아시아오세아니아」, 2020
8. 한국농수산물유통공사, 「대만 농식품 통관 가이드북」, 2018
9. 세계법제정보센터, 「중화인민공화국 식품안전법 번역본」, 2015
10. KATI농식품수출정보, 「2022년 한눈에 보이는 국가별 농식품 수출 교역조건현황(대만편)」, 2022

### ■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) ([www.statista.com](http://www.statista.com))
2. International Trade Centre ([www.intracen.org](http://www.intracen.org))
3. 쇼피(Shopee) ([www.shopee.tw](http://www.shopee.tw))
4. 아이쿱(愛料理) ([www.icook.tw](http://www.icook.tw))
5. 스마일타이완(微笑台灣) ([smiletaiwan.cw.com.tw](http://smiletaiwan.cw.com.tw))
6. 한귀왕(韓購網) ([www.koreashop.url.tw](http://www.koreashop.url.tw))
7. 한신쇼핑플라자(漢神巨蛋) ([www.hanshin.com.tw/漢神巨蛋/tw](http://www.hanshin.com.tw/漢神巨蛋/tw))
8. 극동백화점(遠東百貨) ([www.feds.com.tw](http://www.feds.com.tw))
9. 한제(韓濟) ([www.hanji-food.com.tw](http://www.hanji-food.com.tw))
10. 모모샵(Momo Shop) ([www.momoshop.com.tw](http://www.momoshop.com.tw))
11. Poya(寶雅) ([www.poya.com.tw](http://www.poya.com.tw))
12. WATSONS(屈臣氏)([www.watsons.com.tw](http://www.watsons.com.tw))
13. KEB 하나은행 ([www.kebhana.com](http://www.kebhana.com))
14. 한국농수산물유통공사(aT) ([www.at.or.kr](http://www.at.or.kr))
15. 센서타워 (Sensor Tower) ([sensortower.com](http://sensortower.com))
16. 시밀러웹(similarweb) ([www.similarweb.com](http://www.similarweb.com))
17. 관세청 홈페이지 ([www.customs.go.kr](http://www.customs.go.kr))
18. 농림축산식품부 홈페이지 ([www.mafra.go.kr](http://www.mafra.go.kr))
19. KATI농식품수출정보 홈페이지 ([www.kati.net](http://www.kati.net))
20. 대만 대만 식품의약품청(TFDA, Taiwan Food and Drug Administration) ([www.fda.gov.tw](http://www.fda.gov.tw))
21. 대만 관세청 (Taipei Customs) ([etaipei.customs.gov.tw](http://etaipei.customs.gov.tw))
22. 대만 대외무역국(MOEA, Bureau of Foreign Trade) ([www.trade.gov.tw](http://www.trade.gov.tw))
23. 대만 경제부 표준검험국(標準檢驗局) ([www.bsmi.gov.tw](http://www.bsmi.gov.tw))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.07.21

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한  
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.  
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는  
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea